



法國彩妝品牌蘭蔻Lancôme 導入電視牆解決方案，集客吸睛

故事背景

初秋微涼的氣候，最適合出門逛街或去郊外走走。剛結束手中一個大專案的Jean，也打算趁著週末和好姐妹Ann逛街shopping，犒賞自己過去一個月的辛勞。就這樣，兩人在街上有一搭沒一搭地聊著，忽然Jean開口：“你看這家蘭蔻感覺好漂亮，進去逛逛吧！”兩人轉身踏進店內，還沒開始逛就被眼前那一片火紅的牆面吸引了，原本應該是掛著海報或燈箱的牆面，卻被一整片的螢幕給取代，螢幕上是靚麗璀璨的城市，星光熠熠。

這種用電視牆取代傳統牆面設計的做法，是蘭蔻在廣州店的最新創意，用18個55吋螢幕組合成一面數位看板電視牆，牆面不只可以播放產品廣告、代言人照片，還結合環境照片，讓整個牆面變成一片綠油油的草地或詩情畫意的小橋流水，在牆的前方則擺放幾組桌椅，借此營造出舒適的購物氣氛，讓消費者一踏入店內就有好的感受，也為門店人員拉近與消費者間的距離。

當資訊化浪潮席捲零售商店，實體零售如何留住顧客？零售互動多媒體方案如店內O2O, 櫥窗廣告系統等應運而生，研華多樣化的零售多媒體數位標牌方案，致力提升顧客購物體驗的同時，也提供多元互動的廣告行銷形式，創造了新的營收管道，完美實現了總部統一管理與業務一體化的需求，節省店家人力資源。

蘭蔻廣州某分店



顧客在貨架挑選產品時抬頭即視數位電視牆資訊，呈現熱情的都會夜景



壯觀的數位電視牆成為吸引客人的宣傳利器

蘭蔻數位看板總系統集成商——上海聯縱公司業務行銷總監指出，“蘭蔻在電子看板的應用，採取循序漸進的做法，從1個螢幕、2個螢幕到多個螢幕組成一個溝通平臺，這麼做不止降低導入風險與困難，從而發揮更大創意”。

蘭蔻運用研華無風扇高穩定性的多媒體播放盒，以及輕鬆編輯的互動多媒體管理軟體，在全國多處專櫃設立互動多媒體廣告電視牆。研華硬體產品的工業級規格保障，軟體產品的簡單操作、易於統一管理等等優勢，讓系統集成商及蘭蔻頗為信賴。

研華智能零售數位多媒體看板解決方案-系統架構圖

