

x x x x
x x x
x x
x

COMO CRIAR
DO ZERO SUA
**REDE DIGITAL
SIGNAGE**



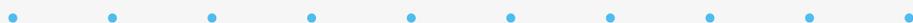
I Introdução

Olá! Te damos as boas-vindas ao mais completo guia sobre **como criar do zero sua rede Digital Signage**.

A intenção deste material é sobretudo ajudar pessoas e empresas que estão pensando em entrar nesse mercado, passando dos conceitos mais básicos até os mais avançados.

Sim, vamos falar sobre o que é mídia out-of-home, mas também vamos tratar de venda programática, conexão com mercado digital, projetos corporativos e outros assuntos que são apenas o primeiro passo neste novo mundo de possibilidades da mídia.

Então, fique ligado! Se você já é da área, você pode avançar para os tópicos de seu interesse. Mesmo sendo do mercado, temos certeza que vai se surpreender com alguns temas abordados por aqui...



X

X X

X X X

X X X X

Vamos lá?

O que é DOOH	4
Hardware, a base da pirâmide	6
Sistemas Operacionais	11
Softwares de Signage - CMS (Content Management System)	16
Negócio, o topo da pirâmide	21



O que é DOOH

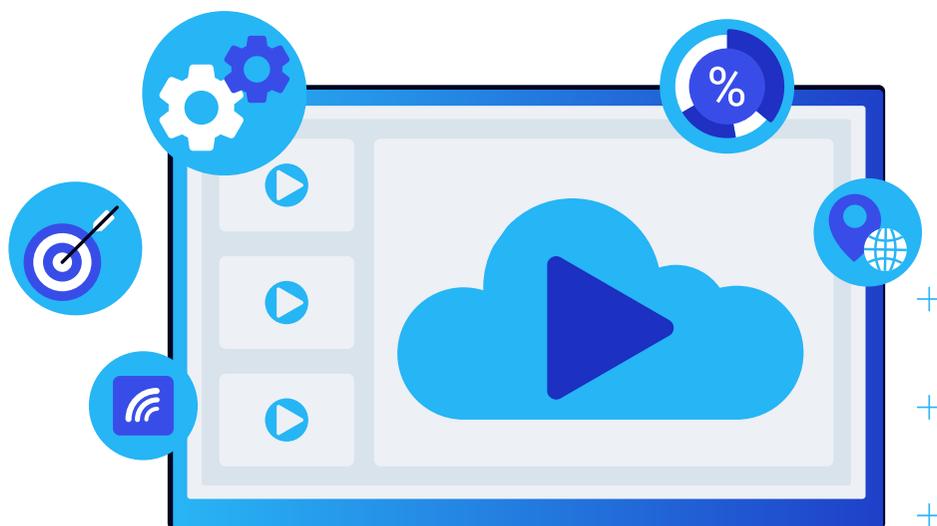
Para falarmos de **DOOH** - sigla para **digital** out-of-home, precisamos antes falar um pouco sobre mídia out-of-home - **MOOH**.

A mídia out-of-home é uma das principais formas de publicidade, impactando um número invejável de pessoas em locais públicos, de livre circulação, ao ar livre ou dentro de estabelecimentos. A MOOH é uma maneira eficaz de chamar a atenção e anunciar para um público amplo e variado. E apesar do que alguns imaginam, a mídia out-of-home não está acabando.

Pelo contrário: se no passado era uma das mais impactantes formas de publicidade, no presente ela se une às tecnologias **digitais** para oferecer novas possibilidades.

É o caso do **DOOH - Digital Out-of-Home** - uma variante da mídia out-of-home que ganha espaço no mercado e atrai cada vez mais os anunciantes e **veículos** de comunicação.

Mesmo de forma mais tradicional, a mídia out-of-home continua sendo um destaque entre os meios de se comunicar com um público - ir além dele!



O que é DOOH

Mas com o incremento das soluções digitais, encontramos um excelente meio para que empresas de mídia out-of-home potencializem suas receitas (e é sobre isso que falaremos ao longo deste e-book!).

Em suma, o DOOH é uma mídia out-of-home (MOOH) digital. Mas, para ser digital de verdade, ela precisa ir além de uma simples tela fora de casa que transmite imagens, não é mesmo?

Precisa ser conectada, simplificada, automatizada. Isso sim é ser DOOH de verdade.

Por isso que, ao longo do tempo, criou-se uma série de tecnologias que tornaram a mídia out-of-home cada vez mais moderna e *future-proof*.

Para te explicar isso, vamos usar o exemplo de uma pirâmide.

Bom, como toda pirâmide vamos de baixo para cima. Começamos do mais básico, os fundamentos do DOOH e cerne das redes de digital signage.

Na base, sustentando nossa pirâmide do DOOH, temos **os hardwares e os sistemas operacionais**.



Hardware, a base da pirâmide

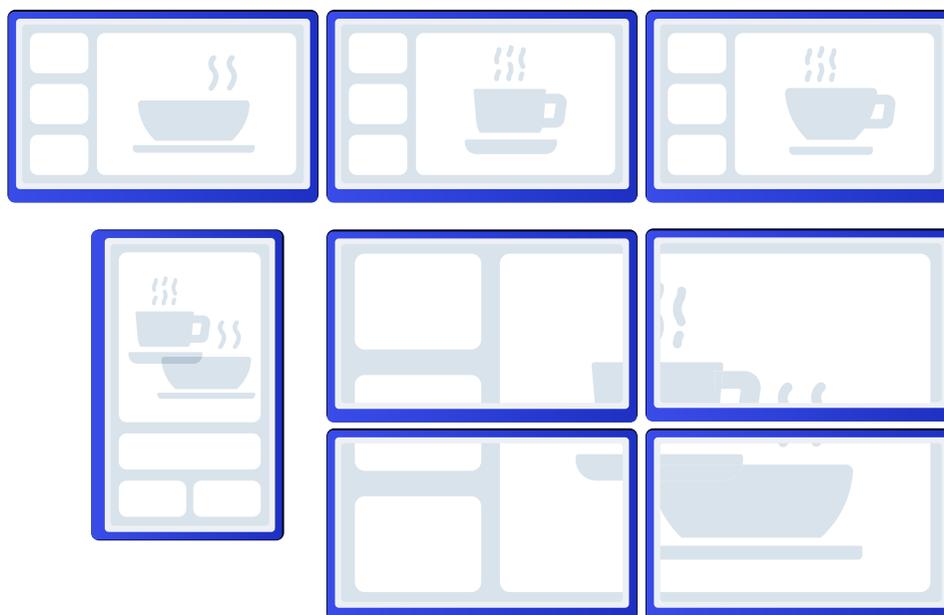
Hardware, a base da pirâmide

A Tela

Como é de se imaginar até aqui, se estamos falando de mídia DOOH, inevitavelmente precisamos falar do principal meio de contato da mídia com o público - **a tela**.

Hoje, vemos no mercado uma variedade enorme de formatos possíveis para isso. Temos **telas, TVs, monitores, painéis de led, vídeo walls**, entre outros.

É através desse equipamento que as pessoas vão ver seus conteúdos, anúncios, toda a sua mídia. Então, antes de mais nada, é preciso compreender os diferentes tipos, suas principais características e quais se adequam melhor a sua proposta.



Hardware, a base da pirâmide

O Player

Obviamente, só a tela (seja qual for o modelo) normalmente não é o suficiente. Isso porque estamos falando de um formato de mídia que **precisa de conexão e gestão remota**. Quando estamos falando de DOOH, pensamos sempre em conteúdos dinâmicos, que se alteram frequentemente. Ninguém pensa em DOOH como uma mídia estática e inalterável não é mesmo? Isso seria deixar de lado o que a mídia tem de melhor para oferecer!

Para dar mais inteligência, autonomia e garantir a gestão das telas, vamos precisar de um **player**.



Hardware, a base da pirâmide

Este tipo de equipamento pode aparecer no mercado sob vários nomes. Vamos colocar alguns conhecidos aqui: **"player"**, **"pc"**, **"mini-pc"**, **"tv-box"**, **"thin client"** ou até simplesmente **"computador"**. Mas aqui neste material e na adMooH nós convencionalmente vamos chamá-los de **players**.

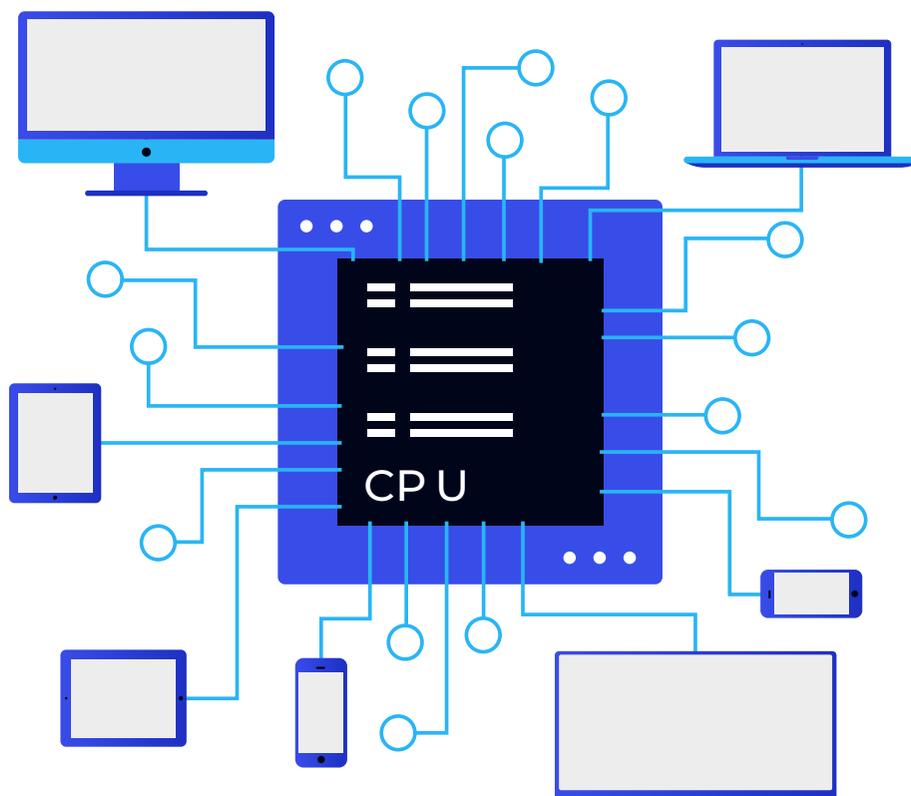
Independentemente do nome e suas características individuais, esse equipamento tem como objetivo ser **a ponte entre o conteúdo digital e a tela**. É ele que vai gerenciar a execução dos conteúdos. Esse é um ponto muito importante - sem esse equipamento, seu projeto pode simplesmente não crescer, não conseguir ter escala.



Hardware, a base da pirâmide

De um modo geral, podemos classificar todos como **computadores**, isso porque são, na maioria dos casos, um hardware com um sistema operacional, assim como o seu notebook ou seu celular. Nele, você vai instalar softwares para cumprir tarefas específicas, como um software de signage, um CMS - Content Management System. Mas vamos falar mais dele no decorrer do conteúdo.

Hoje no mercado, temos dezenas, talvez centenas de tipos e modelos diferentes de players no mercado. Por isso, aqui vamos nos ater mais ao conceito do seu papel em nossa pirâmide do que aos equipamentos em si.



Sistemas Operacionais

Sistemas Operacionais

Como dito acima, os players são a base da pirâmide, então é muito importante que escolha com sabedoria qual ou quais serão os equipamentos escolhidos.

Hoje os principais modelos de equipamentos rodam nos sistemas operacionais Windows, Android, Linux, Raspberry ou são embarcados na própria TV/monitor, como o Tizen.

Então, para te ajudar neste processo, aqui vão algumas das principais características, positivas e negativas de cada um deles.

Sistemas Operacionais

Windows

Os players Windows costumam ser os equipamentos mais robustos do mercado e contemplam a maior parte das funcionalidades que se espera de um player para digital signage.

Prós	Contras
Sistema operacional robusto, com mais features.	Custo mais elevado por conta do licenciamento e do próprio hardware.
Maior suporte à infraestrutura de rede e segurança, necessário para projetos corporativos em intranet.	Menor resiliência para funcionamento em longos períodos de tempo.
Maior mercado de CMS: praticamente todo CMS de mercado funciona no Windows.	

Android

Os players Android dominam o mercado atualmente, tanto pelo seu custo quanto pela sua versatilidade, é uma excelente opção para projetos em escala.

Prós	Contras
Grande variedade no mercado, existem dezenas de marcas e modelos à disposição.	Pouca continuidade de produção, as marcas mudam muito e descontinuam as linhas.
Preço: tratam-se de players bem mais "em conta".	Têm baixa aderência para projetos em redes privadas e projetos corporativos.
Mercado de CMS grande: a maior parte dos CMSs têm versões android.	As versões android dos CMSs costumam ter menos features no android por ser um sistema mais limitado.



Sistemas Operacionais

Linux

Os players que rodam Linux têm surgido com mais força, muito porque de um modo geral rodam nos mesmos tipos de equipamentos que rodam Windows. Alguns dos grandes veículos de mídia estão trocando seu parque Windows para Linux.

Prós	Contras
Menor custo em relação ao Windows - Mesmo hardware só que sem licenças ou com licenças mais baratas.	Poucos profissionais capacitados no mercado para lidar com esse sistema.
Sistema operacional altamente robusto, excelente para uso em grandes projetos.	Poucos CMSs têm boas versões de seus sistemas para Linux.

Raspberry

Uma novidade muito promissora no mercado de DOOH, tanto pelo seu baixo custo quanto pela sua versatilidade.

Prós	Contras
Menor custo	Poucos profissionais capacitados no mercado para lidar com esse sistema.
Hardware compacto	
Não é necessário licença	



Sistemas Operacionais

Embarcados (Tizen)

Os players embarcados agregam muito valor ao projeto. Isso porque são embutidos nas TVs, fazendo com que o projeto tenha menos pontos para problemas.

Prós	Contras
<i>All-in-one</i> , tudo num só equipamento: menos manutenção, menos pontos de falha.	Maior impacto quanto a problemas: Se o player der problema, a TV terá de ser substituída.
	Sistema operacional e hardware mais limitado, com menos funções, menos potente.
	Pouquíssimos CMSs rodam em players embarcados.

Como podem ver, existem diversos tipos de sistemas e equipamentos possíveis, essas listas de prós e contras são apenas para alertá-los. Sempre haverá exceções, o mais importante aqui é que você entenda que existem diferenças fundamentais entre os equipamentos e seus diferentes sistemas operacionais e, a depender do seu tipo de projeto, um ou outro será mais adequado.

Por fim, a dica mais importante: **sempre verifique as especificações técnicas dos CMS que vai escolher para saber qual o hardware e sistema operacional mínimo necessário**. Todos esses S.Os citados têm inúmeras versões.



Softwares de Signage

CMS (Content Management System)

Softwares de Signage:

Na segunda camada da nossa pirâmide temos os CMS, como o adMooH Signage 2ª Geração. É ele que fará a mágica acontecer. O CMS é o sistema responsável por gerenciar o que aparece nas telas, e ele controla as grades de exibição, os conteúdos e os anúncios. É o que dá inteligência e permite a escala dos projetos de DOOH.

De um modo geral a maior parte dos CMS seguem o mesmo modelo. Todos têm um sistema online para gerenciamento e controle na internet, acessível através dos navegadores, e todos tem um "agente", que é instalado no player e roda em cima do sistema operacional.

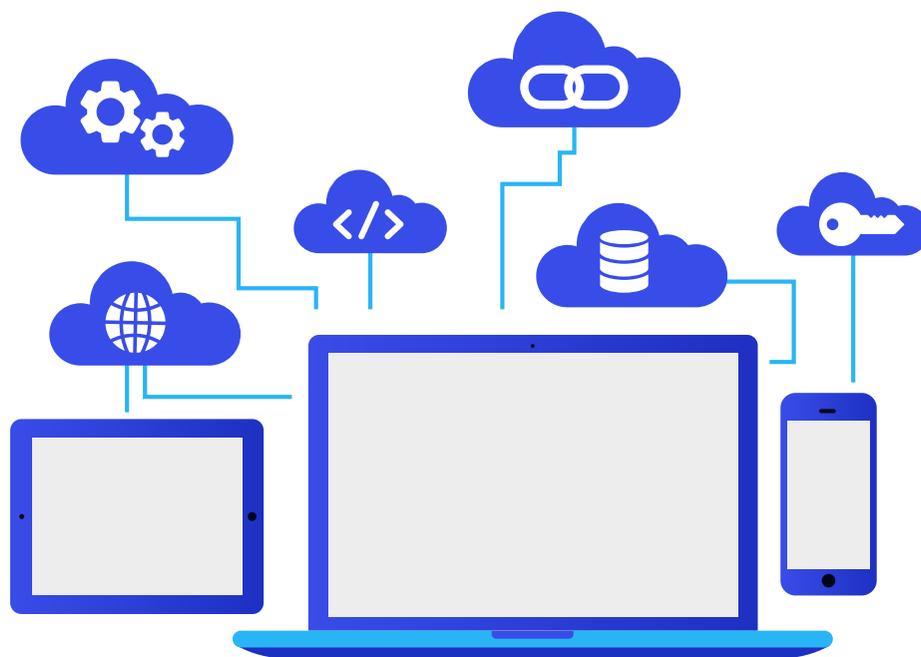


Softwares de Signage:

Assim você terá controle da sua “rede” de telas de qualquer ponto na internet. Boa parte dos bons CMSs também possuem um “arsenal” de funcionalidades que vão te permitir mais ou menos controle e, assim como os players, cada um possui seus pontos positivos e negativos.

Até aqui está claro que um CMS é o que vai te permitir gerir seus conteúdos nas telas à distância, deixando evidente a diferença de simplesmente usar um pendrive conectado à TV!

Nem precisamos falar os claros problemas de segurança que usar um pendrive tem. Você jamais terá como controlar, trocar e agendar seus conteúdos à distância, além é claro de poder emitir e analisar relatórios de execução das mídias.



O que mais um CMS pode fazer por você?

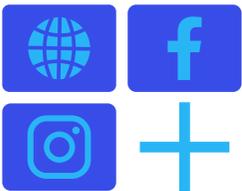
Os CMS estão cada vez mais inteligentes e, de um modo geral, estão sempre em busca de trazer mais benefícios que ajudem o seu cliente no dia a dia. Então, cada CMS reúne um conjunto de funcionalidades neste sentido.

Vamos citar aqui algumas categorias de funcionalidades altamente relevantes que você deve observar.

Funcionalidade do CMS



Conteúdo: Salvo algumas exceções, seja seu projeto corporativo ou não, vai acabar precisando de conteúdo. Claro que é sua a responsabilidade de produzir ou co-produzir este conteúdo para suas telas, mas ter um software que te apoie nisso será bem útil para que economize tempo e dinheiro. Por isso, veja sempre se o CMS que está analisando possui boas parcerias de conteúdos com portais e se produz **conteúdos próprios**. Veja ainda se possui a facilidade de criação de novos conteúdos.

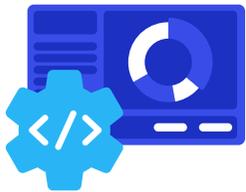


APPs: É cada vez mais comum no DOOH termos apps integrados que funcionem como um excelente diferencial para seu projeto. Os apps podem trazer dados dinâmicos para executar funcionalidades específicas. Alguns exemplos disso são APPs de redes sociais como Instagram, Facebook e Twitter. CMSs como o adMooH Signage possuem um sistema integrado de aprovação de conteúdo de redes sociais para as telas. Então veja se o CMS possui apps.

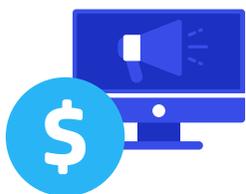
X	X	X	X
	X	X	X
		X	X
			X



Funcionalidade do CMS



Usabilidade: Pode parecer algo trivial, mas a usabilidade do seu CMS pode tornar sua vida ou muito simples ou muito complicada em médio e longo prazo. Então, ao escolher um software, sempre tente projetar as tarefas em escala, sempre pense como se já tivesse 1.000 telas, porque se escolher o software errado, ao escalar, poderá se deparar com grandes dificuldades de operação.



Monetização: se seu objetivo é ganhar dinheiro com anúncios, busque um CMS que te ajude nisso. Cada vez mais o mercado de DOOH cresce, e hoje ele já pode se integrar com a Mídia Programática. Busque um parceiro que te entregue isso.

O adMooH Signage é nativamente integrado com a adMooH Mídia, a principal adNetwork de DOOH da América Latina - [saiba mais](#).



Negócio, o topo da pirâmide

Negócio, o topo da pirâmide

Como última camada da pirâmide, a definição do **negócio** é um ponto essencial para que você tome decisões importantes durante o processo. Aqui não há certo ou errado, os modelos de negócios são muitos! Cada empresa faz do seu jeito e de acordo com sua capacidade, mercado e convicções. Nosso papel aqui, mais uma vez, é destacar alguns dos principais modelos de negócio possíveis.

De um modo geral, quando falamos de DOOH, existe uma característica principal que diferencia as empresas e seus modelos de negócios - se ele será baseado ou não na venda de anúncios. Não que você não possa ter ambos, mas ter isso em mente vai te ajudar a entender as diferenças comerciais.

Para diferenciar ambos os modelos, vamos tratar aqui como Veículo (ou veículo de mídia) as empresas e projetos baseados nas vendas de anúncios e Corporativo (ou projeto corporativo) as empresas e projetos onde não existe essa possibilidade.



Projeto corporativo

Só este tópico seria tema para um longo material, mas para focarmos no que é mais importante: São, de um modo geral, todo projeto onde o objetivo final não é a mídia, ou melhor, onde não se pode ter mídia publicitária envolvida. Um ótimo exemplo disso são os Murais digitais corporativos. De um modo geral, são criados para que a empresa (seu cliente) se comunique melhor com seus colaboradores, sem a interferência de anúncios externos.



Projetos corporativos

E qual o modelo de negócio mais comum nestes casos?

O mais comum nestes casos é que você atue como um integrador de soluções, forneça o serviço de mural digital ao cliente final. Para isso, você unirá fornecedores de hardware, software, e conteúdo para criar um serviço para o cliente final.

É evidente que há variações: Pode fornecer somente o serviço e software, o hardware que seu cliente adquire, enfim - tudo depende de como quer modelar seu negócio.

O importante é que via de regra, empresas de CMS como a adMooH não colocam e nem fornecem as TVs. Isso é por **sua** conta. O que pode acontecer é a empresa ter players à venda, que são homologados pela empresa como confiáveis para uso de sua tecnologia.

Resumindo: você atende o cliente unindo os fornecedores em um serviço, e vende isso ao seu cliente.



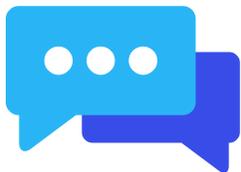
I Veículo de DOOH

Como deve imaginar, esse é o modelo que se baseia em mídia, o que não quer dizer que essa seja sua única fonte de receita. Diferentemente dos projetos corporativos a estrutura montada aqui serve a três propósitos:



1. Entretenimento

Como na maior parte das vezes as telas estão em ambientes públicos (salões de beleza, supermercados, farmácias ou na rua), as telas têm a função de atrair a atenção das pessoas. Assim como na TV, a programação serve para gerar audiência, que será o produto a ser vendido aos anunciantes. É neste contexto que os conteúdos citados anteriormente se tornam tão necessários.



2. Comunicação interna

É comum que os estabelecimentos onde as telas estão também façam uso das TVs para promover seus produtos e serviços. A ideia é usar a tela como ferramenta de marketing pro local.



3. Anúncios

Com uma audiência cativa podemos, então, vender mídia (espaço publicitário) as marcas e anunciantes interessados, e isso pode ser feito de algumas formas que vamos detalhar mais a frente.

Dito isso, qual modelo de negócio mais comum para os veículos? Como já dito aqui algumas vezes, não há certo nem errado, existem alguns possíveis. Vamos demonstrar aqui um exemplo que é mais recorrente.



Veículo de DOOH

O modelo de negócio mais comum, de um modo geral é que o veículo tenha 02 fontes de receita:



Do local onde instala a tela: esse modelo é mais comum em mídia indoor (salões de beleza, padarias, bares etc.). A ideia aqui é prestar ao estabelecimento um completo e eficiente serviço de comunicação interna, usando todos os recursos do seu CMS para que o local consiga se comunicar e vender mais.



Receita com anúncios: a receita com anúncios é a principal fonte de lucro dos veículos de mídia. Então, é importante que estruture seu negócio com isso em mente.

Veículo de DOOH

Com isso em mente, pense em como pode compor seu modelo e para ajudar vamos dar mais algumas dicas:



1. Não dividir o valor que recebe de anúncios - é comum alguns locais pedirem isso ao veículo. O ideal é que não faça isso, pode criar uma relação disfuncional de dependência. O objetivo é que ele fique satisfeito com o serviço que você entrega.



2. Escolha bem os locais onde vai instalar suas telas (faça isso com os potenciais anunciantes em mente!).



3. Invista tempo no planejamento da sua grade de conteúdo - dívida bem os espaços entre entretenimento, conteúdo interno (do local) e anúncios.



4. Nunca pague "aluguel" pelo espaço, isso é um risco que você não quer assumir.



5. Estude o mercado publicitário, se possível tenha um bom vendedor de mídia.



Mídia programática

Como prometido no início deste material, vamos falar de plataforma de monetização e mídia programática. Esse será tema de um novo material que fala só disso, então aqui vamos tratar dos aspectos mais básicos:

O que é mídia programática?

O assunto é amplo, então vamos direto ao ponto:

Mídia programática é um formato de compra e entrega de mídia totalmente online, que não implica na necessidade de interferência humana no processo. Mas isso seria resumir um mar de tecnologia em uma frase muito curta.

Para que isso seja possível, dentro da mídia programática existe um complexo ecossistema - que não é nada como a mídia "tradicional". Entre o anunciante e o anúncio veiculado, estão várias tecnologias e várias empresas envolvidas para garantir a maior transparência e fluidez no processo.



Mídia programática

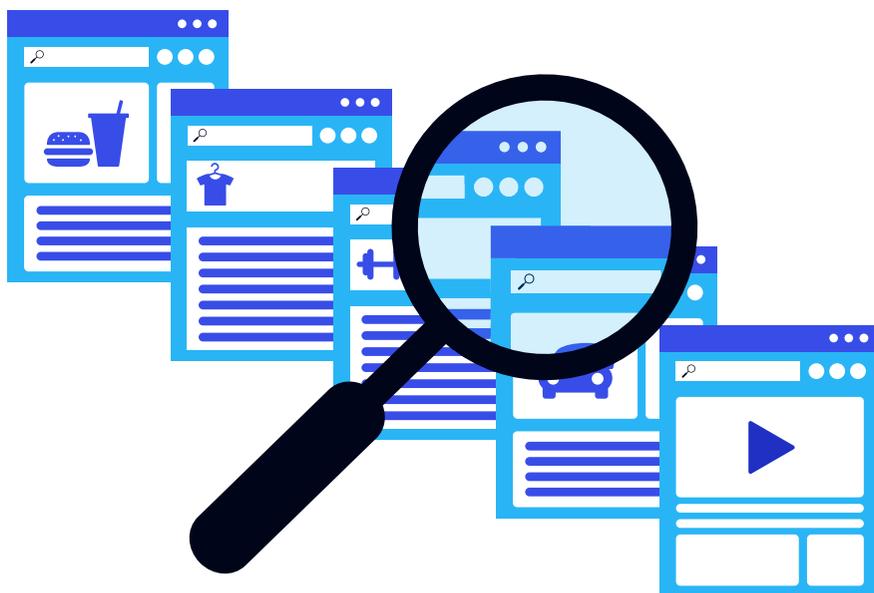
Porque é importante?

A mídia programática chegou para facilitar a vida de todos os envolvidos em um anúncio.

Ela permite que o anunciante compre diversas praças nos mais variados formatos, como e quando quiser. E o pagamento se dá apenas conforme o anúncio é exibido. Você já deve estar familiarizado com esta dinâmica nas principais plataformas de anúncio na web e nas redes sociais, mas trazer a mídia programática para o DOOH, como a adMooH e seus parceiros fazem juntos, é um feito e tanto!

Com isso, descomplicamos a antiquada dinâmica de anunciar e entregar anúncios em OOH que antes era inflexível, burocrática e podia ser por muitas vezes até subjetiva.

Levamos todo o ambiente, a exatidão e rapidez dos anúncios em mídia programática da web para fora dos dispositivos pessoais - para fora de casa.



Mídia programática

Como funciona?

Quando se fala de mídia programática de verdade, falamos de um ecossistema que, num primeiro momento, pode assustar pela quantidade de elementos que podem ser envolvidos.

O assunto renderia alguns e-books, mas vamos garantir que você saia desta leitura com um entendimento consistente sobre como funciona o ecossistema da mídia programática.

Tudo começa com a DSP (Demand-Side Platform), plataforma onde o anunciante publica seu criativo e monta sua campanha.

Esta plataforma se conecta com a SSP (Supply-Side Platform), trata-se de outra plataforma que, por sua vez, se conecta com o veículo e “pede” para a campanha rodar nas telas.

Geralmente, essas plataformas podem ser de empresas diferentes justamente para garantir a imparcialidade dos dados e relatórios oferecidos. Os dados sobre público, inclusive, podem ser oferecidos por um DMP, ou Data Management Platform, pelo mesmo motivo - garantia de transparência.

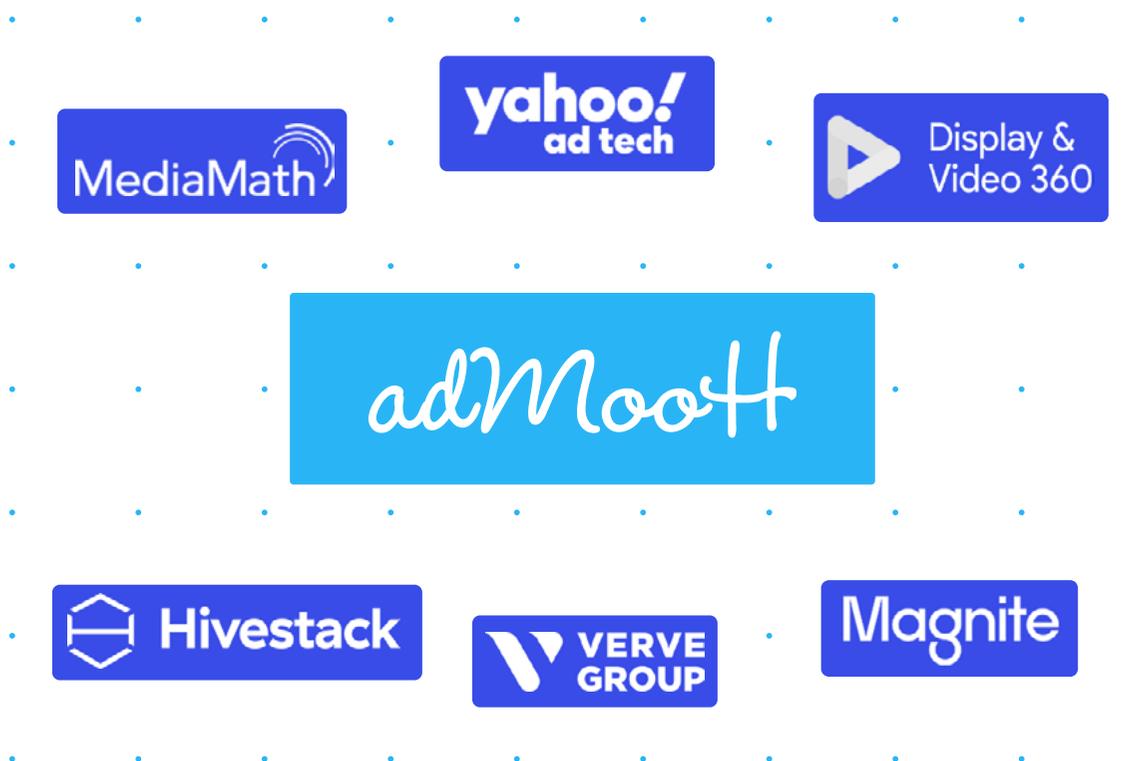


Além de ter um CMS, o que a adMooH faz?

A adMooH.com funciona como **gateway de possibilidades** para o seu veículo de mídia DOOH. Somos uma tecnologia que te conecta às principais empresas de mídia programática como: Google DV 360, Verizon, Verve, Media Math, Magnite, Hivestack entre outras. **Somos uma empresa de tecnologia especialista em DOOH.**

Também possuímos nossa própria DSP, onde centenas de anunciantes e agências de médio e pequeno porte buscam inventário para anunciar. Também oferecemos nossa engine de compra - o my.adMooH - para que você automatize seu processo de venda, liberando seu time comercial para projetos maiores.

Só que isso tudo não quer dizer que somos seu braço comercial - somos uma tecnologia que te integra, que te dá as possibilidades.



X

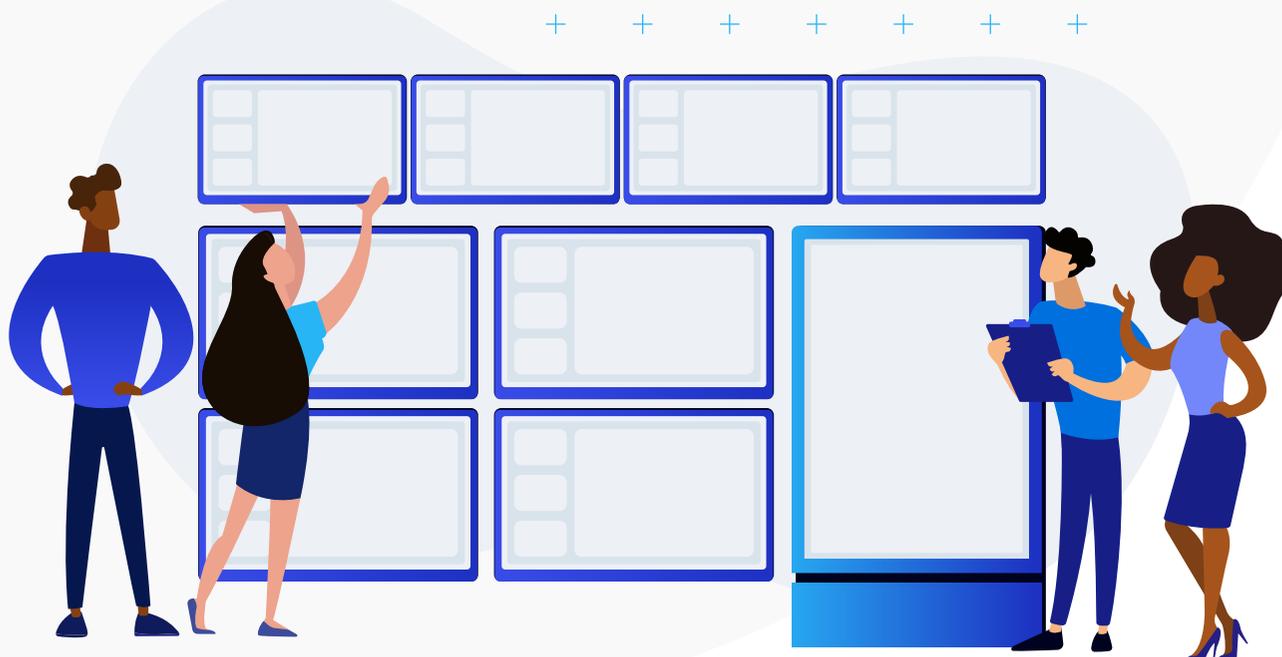
X X

X X X

X X X X

Conclusão

Como pôde observar, são muitos os aspectos que devem ser observados quando falamos de DOOH, então o ideal é que você se debruce sobre cada tópico citado aqui antes de seguir em frente. Parece muita coisa! Mas entender bem cada um deles te dará uma visão mais clara do que precisa para seguir em frente. (;



x x x x

x x x

x x

x



adMooth