

MOOD:MEDIA™

BONNES PRATIQUES D’AFFICHAGE DYNAMIQUE

Maîtriser les fondamentaux pour atteindre
une performance maximale.



INTRO

L’un des avantages de l’affichage dynamique est que la création et la gestion du contenu sont incroyablement faciles, dans certains cas, elles sont presque trop facile. Si vous ne faites pas attention (et si vous n’avez pas de compétences de base en informatique et en design), vous pouvez facilement vous laisser emporter et créer un contenu totalement désordonné qui ne produira pas les résultats escomptés. **Si vous êtes novice en matière d’affichage dynamique et que vous aimez le DIY, voici quelques bonnes pratiques à suivre.**

QUI EST MOOD ?

Mood Media est le leader mondial des médias expérientiels qui optimise l’expérience client et apporte de la valeur aux entreprises et aux marques dans le monde entier. Nos solutions entièrement intégrées s’appuient sur une technologie numérique avancée, un contenu créatif original, et une expertise en matière de design valorisant chaque expérience d’achat et d’accueil.

Notre mission est d’être un véritable partenaire pour nos clients, en tirant parti de notre expérience, de notre technologie numérique avancée, de notre contenu, de notre expertise en matière de design, de notre envergure et de notre créativité pour offrir des solutions de média expérientiel qui font la différence.

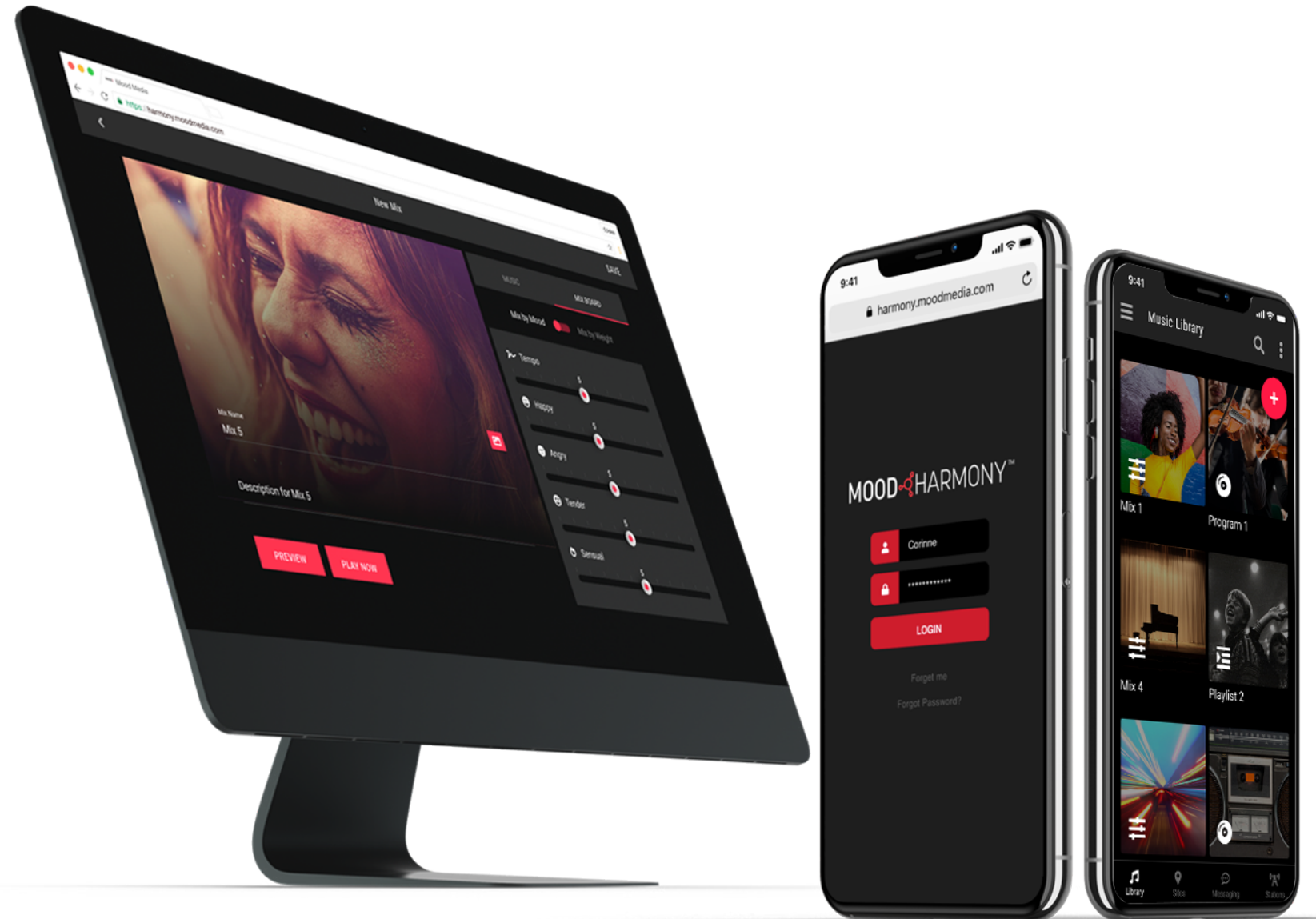
Faites confiance aux experts de Mood pour stimuler les ventes, renforcer la fidélité à la marque et transformer votre image auprès de vos clients.

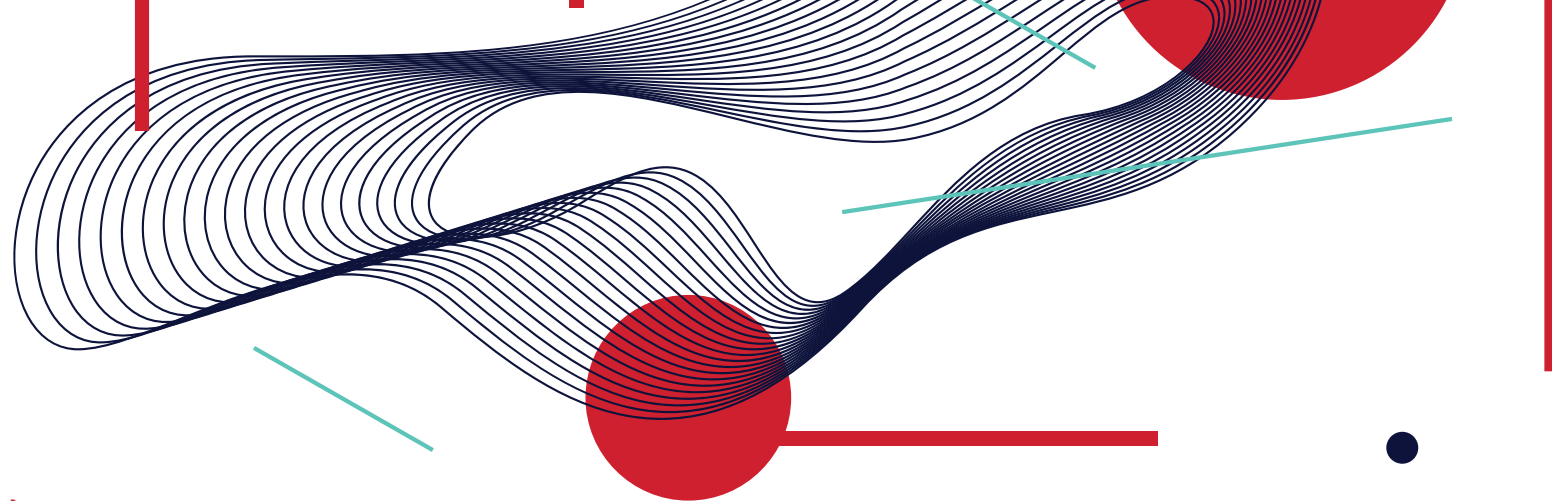
Prenez le contrôle de vos solutions média en magasin avec Mood Harmony™, la plateforme originale d’expérience de marque. Grâce à notre système de gestion de contenu convivial, vous pouvez facilement superviser votre musique, votre messagerie et votre affichage dynamique à partir d’une seule connexion. Soutenu par notre lecteur audiovisuel robuste et fiable, vous pouvez piloter harmonieusement tous les éléments de votre expérience de marque..

Que vous ayez l’esprit indépendant et que vous vouliez un contrôle total ou que vous préféreriez simplement laisser la plateforme faire le gros du travail, Harmony rend la gestion de votre expérience de marque extrêmement simple. Connectez-vous aussi souvent que vous le souhaitez et programmez du contenu pour un seul site, des groupes de sites ou l’ensemble des solutions de votre entreprise.

- + Système de gestion de contenu centralisé
- + Surveillance en ligne adaptée aux mobiles
- + Une technologie sûre et fiable
- + Installation plug-and-play
- + Assistance téléphonique et électronique réactive

CONTRÔLE VOTRE CONTENU EN TOUTE HARMONIE





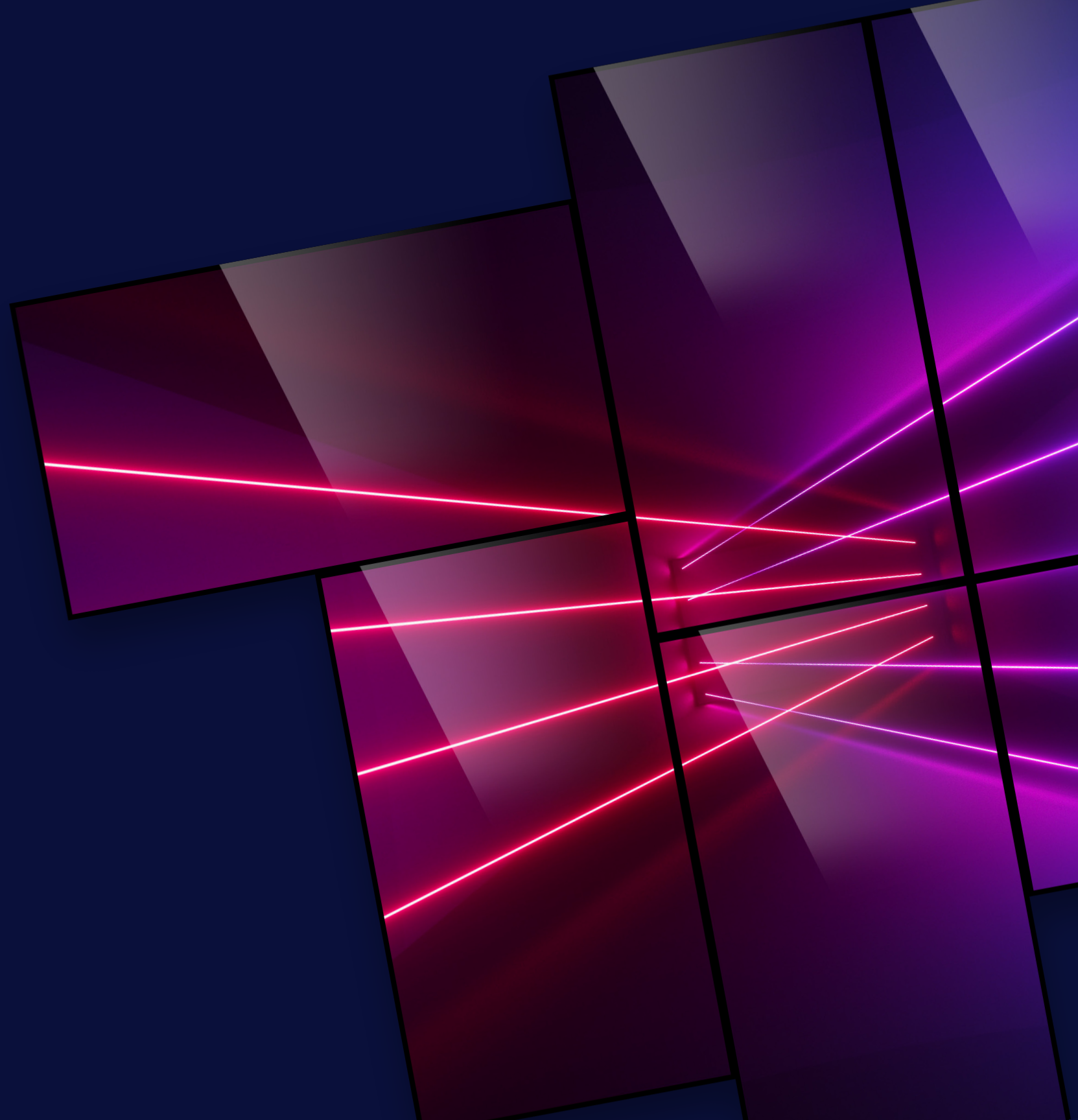
Quoi que vous fassiez, **NE SAUTEZ PAS CETTE ÉTAPE**. En l'absence d'une stratégie de contenu claire, vous allez au-devant d'ennuis. Voici les questions essentielles à poser avant de commencer à élaborer votre contenu et vos playlists. Une fois que vous aurez répondu à ces questions, vous aurez une idée claire du contenu dont vous avez besoin, de la manière dont vous souhaitez le diffuser et de la fréquence des mises à jour.

- + Quel est votre clientèle (qui regardera les écrans) ?
- + Votre clientèle change-t-elle au cours de la journée, de la semaine, du mois ou de la saison ?
- + Quels sont les trois principaux objectifs que vous souhaitez atteindre avec votre affichage dynamique ?
- + Où se trouvent vos écrans dans votre entreprise ? Où sont-ils installés et à quelle distance se trouvent-ils de votre clientèle ?
- + Quelle est la durée d'exposition à vos écrans ?
- + Quels sont les trois principaux messages que vous souhaitez faire passer par le biais de votre signalisation ?
- + Comment voulez-vous faire passer vos messages ?
(REMARQUE : les messages ne sont pas exclusivement du texte, vous pouvez communiquer et transmettre des messages sur votre marque et l'expérience que vous créez sans texte. La diffusion d'images concernant un style de vie peuvent par exemple influencer le ressenti de vos clients et l'ambiance que vous souhaitez créer)
- + Qui sera responsable de la gestion de votre contenu ?
- + Disposez-vous de toutes les ressources nécessaires ?

VOTRE CONTENU STRATEGIE

- + Les messages les plus efficaces combinent un texte court et des images ou des graphiques simples.
- + Créez une hiérarchie visuelle pour vos messages. Veillez à ce que les parties les plus importantes de vos messages soient positionnés en premier.
- + Placez les images à gauche et le texte à droite. Le cerveau traite plus efficacement les images alignées à gauche.
- + Utilisez la luminosité et le contraste des couleurs pour mettre en évidence les éléments.
- + L'utilisation de couleurs et d'un contraste élevé entre l'avant-plan et l'arrière-plan peut rendre le contenu plus agréable à l'œil.
- + Essayez d'utiliser autant que possible les formats standard (16:9) pour vos configurations d'écran. Il est ainsi plus facile de réutiliser des vidéos et des images provenant d'autres supports marketing, tout en réduisant le temps de conception et de reformatage.

CONCEPTION ET MISE EN PAGE



TEXTE GENERAL

- + Essayez toujours de faire simple.
- + Créez des messages uniques, forts et clairs.
- + Utilisez des phrases courtes et des caractères gras de grande taille.
- + Les mots et les phrases courtes sont plus faciles à lire - essayez de faire des phrases de 3 à 4 mots. N’oubliez pas qu’un seul mot peut attirer l’attention.
- + Utilisez des verbes d’action forts dans des phrases concises et dans un langage courant pour faciliter la compréhension des clients.
- + Chaque écran ne doit contenir qu’un seul message ciblé.
- + L’idéal est de diviser les idées plus longues en plusieurs parties - sachez toutefois que vos spectateurs n’auront peut-être pas l’occasion de voir toutes les diapositives d’une série.
- + Incluez toujours un appel à l’action dans chaque message.



TEXTE ET POLICES

- + Utilisez des polices simples pour une meilleure lisibilité.
- + La taille des caractères doit être aussi grande que possible, en particulier pour les messages principaux.
- + La plus petite taille de police absolue que vous devez utiliser est comprise entre 20 et 30 points, pour une distance de visualisation de 3 mètres.
- + En règle générale, votre texte doit apparaître 2.5 centimètre plus haut pour chaque mètre de distance entre vos clients et l’écran.

ANIMATION ET MOUVEMENT



- + L’ajout de mouvement peut contribuer à attirer l’attention sur votre message.
- + Les animations et les mouvements doivent être simples. L’utilisation excessive de graphiques animés peut créer une expérience visuelle déroutante pour votre public.
- + Ajoutez des transitions entre les messages et les segments pour indiquer visuellement que le contenu est nouveau ou changeant.
- + Essayez de laisser le message principal statique et d’ajouter un mouvement subtil aux éléments secondaires de l’écran.



LONGUEUR DES MESSAGES/ SEGMENTS

- + Connaissez le temps d’attente moyen dans la zone autour d’un écran spécifique et adaptez la longueur de vos messages en conséquence. Il faut par exemple six secondes aux clients pour passer un écran, ils ne pourront probablement lire l’écran que pendant quatre secondes.
- + Les écrans extérieurs ou donnant sur la rue doivent présenter des messages très simples, bien visibles et courts pour attirer l’attention, car les clients passent rapidement devant.
- + Les écrans situés aux caisses ou dans d’autres zones d’attente peuvent contenir des messages plus longs, car le temps d’attente est plus long.
- + Pour tester la durée d’affichage de votre message, lisez-le à haute voix. Si vous pouvez le lire à haute voix avant qu’il ne quitte l’écran, vos clients devraient être en mesure de le lire et de le comprendre.

LONGUEUR DE BOUCLE DE LA LISTE DE LECTURE

- + Comme pour la stratégie relative à la durée des messages individuels, la durée de votre liste de lecture doit être déterminée en fonction de l’emplacement de l’écran et du temps d’attente moyen d’un client dans cette zone.
- + Répétez souvent les messages clés de votre affichage dynamique. Pensez également à utiliser plus d’un segment pour transmettre le même message avec une conception ou une formulation différente.

- + Veillez à mettre le contenu régulièrement à jour, au moins tous les trois mois. Sinon, vos clients réguliers ignoreront les écrans.
 - **Astuce :** créez plusieurs mises en page ou versions du même message sous différentes formes.
- + Créez une vaste bibliothèque de contenus « évolutifs » qui peuvent être renouvelés régulièrement.
- + Si vous n’avez pas de nouveau message à afficher, vous devez modifier l’apparence de la campagne pour maintenir l’intérêt des clients.
 - **Astuce :** vous pouvez réorganiser les éléments du message ou changer les images et les couleurs.

MISE À JOUR DU CONTENU FRÉQUENCE

Comme nous l’avons mentionné, avec quelques compétences de base en informatique et en conception, la gestion du contenu de l’affichage dynamique est assez simple, mais vous devez suivre certaines bonnes pratiques afin d’éviter les erreurs courantes. Plus important encore, cela vous aidera à tirer le meilleur parti de votre affichage dynamique.

Vous avez besoin d’informations ou d’aide ?

Contactez-nous pour plus d’informations. Toutes nos solutions d’affichage dynamique sont accompagnées d’une formation et d’une assistance complètes, et nous proposons également des services professionnels de création et de gestion de contenu.

CONCLUSION

**PARTAGER CES BONNES
PRATIQUES EN MATIÈRE
D’AFFICHAGE DYNAMIQUE**



POURQUOI CHOISIR MOOD ?

GLOBAL ET INTEGRE

Nous sommes le seul fournisseur au monde de solutions médias totalement globales et intégrées, avec plus de 88 ans d’expérience.

FOURNISSEUR DE MEDIA EXPERIENTIEL

Mood améliore l’ensemble de l’expérience client, en offrant des services d’affichage dynamique, de musique, de messagerie, de systèmes audiovisuels, de marketing olfactif et bien plus encore.

DES PLATEFORMES EXCLUSIVES, FIABLES ET INNOVANTES

Nos plateformes médiatiques s’appuient sur une technologie fiable et innovante basée sur le web. Elles vous offrent un contrôle simple et intuitif de vos diffusions audio et vidéo sur site. Notre CMS Harmony vous permet de gérer toutes les solutions multimédias grâce à une seule connexion.

NOTRE OBJECTIF : LE CONTENU ET LA CREATION

Notre équipe de + de 100 créateurs expert en contenu musical et visuel dans le monde entier élaborent le contenu adapté à votre marque. De grandes marques renommées leur font confiance.

APPROCHE CONSULTATIVE

Notre approche stratégique et consultative nous permet de développer des solutions personnalisées pour chacun de nos clients. Nous étudions votre marque, votre cible et vos objectifs afin de vous aider à mettre en œuvre une expérience Client remarquable.

LICENCES MUSICALES MONDIALES

Nous offrons la plus grande bibliothèque au monde de musique sous licence pour une utilisation commerciale, et entretenons d’étroites relations avec tous les labels et éditeurs. Nous proposons des contenus ayant fait l’objet d’une autorisation commerciale dans la plupart des pays du monde.

GESTION DE PROJETS À L’ÉCHELLE MONDIALE

En couvrant plus de 140 pays, Mood dispose des ressources nécessaires pour fournir une gestion de projet professionnelle et une assistance mondiale. Lorsque travaillez avec Mood, vous bénéficiez du soutien quotidien de nos équipes à travers le Monde.

COHÉRENCE DES STANDARDS DE MARQUE

Mood a l’expérience de la mise en œuvre cohérente et efficace de programmes standards sur de grandes surfaces. Nos plateformes de diffusion offrent un contrôle centralisé du contenu et une grande flexibilité géographique.

