

## Peter Critchley 에 의해 예측된 QSR(Quick service restaurants) 사이니지의 미래

QSR(Quick service restaurants) 은 인-윈도우 스크린, 디지털 키오스크 및 날씨정보를 제공하는 디스플레이를 사용하면서 앞으로 몇 년 동안 디지털 사이니지의 큰 원동력이 될 것으로 예상됩니다. 우리는 Beaver 그룹의 전무 이사인 Peter Critchley 에게 그의 경험과 도전에 대해 물을 것이며, 다른 분야의 전문가가 QSR에서 무엇을 배울 수 있는지에 대해서 논의할 것입니다.



Beaver 그룹의 제품에 대해 설명해주시겠습니까? 그리고 이 제품에 디지털 사이니지를 어떻게 접목했습니까?

Beaver 그룹은 디지털 사이니지가 멀티미디어나 컴퓨터 텔레비전으로 알려졌던 1998년부터 디지털 사이니지 업계에 종사하였습니다.

지난 20년간 업계에도 많은 변화가 일어났습니다. 이제 시장은 ‘단순히’ 디지털 사이니지만을 생각하지 않습니다. 디지털을 설치할 장소, 공간, 그리고 고객 경험까지도 생각하고 있습니다.

우리는 소매업체, 기업과 서비스업 클라이언트에게 메시지를 전달하는 가장 좋은 방법에 대해서 설명하고 싶습니다. 사람들은 벽에 붙은 대형 스크린이나 LED와 같이 쇼피스(Showpiece; 대표 상품)에 집중해왔습니다. 하지만 이제 소비자들은 TV에 대해 더 많이 이해하고 있기 때문에 이러한 쇼피스 방식으로 메시지를 전달하는 것은 더 어려워졌습니다.

최우선시되는 질문은 “소비자에게 가치가 있는 것은 무엇입니까?”입니다. 여러분은 매우 유용한 많은 기술을 사용할 수 있습니다. 하지만 이러한 기술은 늘 시청자뿐만 아니라 시청자 경험에도 도움을 줄 수 있어야 합니다. 이를 제대로 수행하기 위해서는 많은 계획을 세워야 하고, 끊임없이 생각하고 실현해야 할 필요가 있으며, 설치 후에도 개선할 수 있어야 합니다.

우리에게 디지털 사이니지는 경험의 한 요소입니다. 우리는 더 이상 단순히 “디지털 사이니지만”을 원하지 않습니다. 이제는 보다 고객의 직접적인 메시지, 고객이 어떻게 소통하길 원하는지, 고객이 찾고 있는 것은 무엇인지, 우리의 가치를 어떻게 창출할 수 있는지를 바탕으로 우리의 솔루션을 조정해야 할 때입니다.

제조업체는 보통 기술에 관해서만 이야기를 하지만, 우리는 스크린에 대해서는 가능한 적은 시간을 쓰고 있습니다. 우리에게 더 중요한 것은 메시지입니다. 이제 삼성과 같은 제조업체들은 시스템온칩 솔루션을 결합함으로써 콘텐츠 전달이 더욱 쉬워졌다는 것을 알고 있습니다.

**식품 업계에 초점을 맞추어, 디지털이 QSR(Quick service restaurants)의 환경을 어떻게 변화시키는지 설명해주시겠습니까?**

오늘날 디지털은 QSR(Quick service restaurants)의 환경에서 실시간으로 방문 고객에게 알맞은 홍보 캠페인을 제공할 수 있도록 도와줍니다. 이는 종이를 기반으로 하는 환경에서는 제공하기 어렵지만, 유통 단위, 고용 직원과 그들이 판매하는 제품에 대한 비용 예산 목표가 날로 증가하는 현 시대에서는 디지털을 사용하여 맞춤형 광고 제공이 가능합니다.

디지털은 불이행의 위험을 줄일 수 있습니다. 예를 들어, 디지털 없이 수동으로 작업한다면, ‘점심’ 시간에 ‘아침 식사’ 메뉴가 디스플레이에 그대로 남아있을 수 있습니다. 우리와 함께 작업한 작업자들은 상점 직원이 수동으로 해야 하는 업무를 없애고자 하는 열망이 있었습니다. 메뉴판 디스플레이를 디지털화하여 직원들은 메뉴를 바꾸는 일에 집중하기보다는 업 셀링, 고객 지원 및 참여 등에 더 초점을 맞출 수 있었습니다.



**지금까지 QSR(Quick service restaurants) 업계에서 가장 큰 장애가 되었다고 생각하는 디지털 혁신은 무엇입니까?**

식품 서비스 업계에 불어온 가장 큰 디지털 변화는 비접촉식 카드 결제 방식의 도입입니다. 비접촉식 카드 결제 방식은 대기열의 속도 증가와 평균 트랜잭션 값의 증가로 가능해졌습니다.

디지털 사이니지 및 QSR(Quick service restaurants) 과 관련된 이 기술은 날씨 및 적절한 시간대에 알맞은 메뉴를 홍보할 수 있습니다. 이 때 뜨거운 메뉴의 광고에서 차가운 메뉴의 광고로 전환하는 기능은 매우 중요합니다. 하지만 종이인쇄물은 12시간이라는 소요 시간이 필요합니다. 따라서 메뉴 홍보를 위해 종이인쇄물을 사용한다면 식품 소매업체는 한 광고에 뜨거운 메뉴와 차가운 메뉴를 잘 매치해야 한다는 것을 의미합니다.

디지털은 인쇄물보다 유연합니다. 디지털을 사용한다면 소매업체는 현 날씨에 맞는 실시간 프로모션을 제공할 수 있습니다. 이러한 유연성의 수준은 매우 높고 중요하며, 비즈니스의 수익에 큰 영향을 줄 수 있습니다.

### 디지털 사이니지가 QSR(Quick service restaurants) 분야에서 해결해야 할 과제는 무엇입니까?

광고 에이전시는 식품 업계에서 디지털 사이니지 매체를 따라잡기 위해 고군분투하고 있습니다. 여기에는 두 가지 주요 과제가 있습니다. 첫 번째는 깔끔한 디지털 광고 디자인이 필요하다는 점이고, 두 번째는 어떻게 이 기술을 최대한 활용할 수 있는지 이해할 필요가 있다는 점입니다.

모든 사람에게 모든 메뉴를 판매하기 위해 노력하는 세계적인 브랜드가 여전히 존재하며, 이것은 오히려 어떤 메뉴도 제대로 볼 수 없게 만들 수 있습니다. 소비자들은 자신이 무엇을 사야 하는지 명쾌하게 듣길 원합니다. 그것은 당신이 직원에게 묻는 “어떤 메뉴를 추천하십니까?”와 같은 오래된 질문이며, 만약 디지털 사이니지가 효과적이라면 이는 해결될 수 있습니다.

우리는 고객의 머리 위에 있는 디지털 스크린이나 디지털 포스터에 모든 메뉴를 게시하지 않습니다. 고객은 인쇄된 메뉴판이나 디지털 스크린에서 모든 메뉴의 가격을 보아야 할 필요가 있지만, 디지털 스크린은 모든 메뉴와 가격을 제공하지 않으며 그들이 판매하고 싶은 핵심 제품만 보여줍니다.

또한, 휴대폰 사용 증가와 고객 재방문에 대한 두 가지 다른 과제가 있습니다. 하지만 우리는 이를 새로운 트렌드를 위한 기회로 간주합니다.

고객들의 주머니 속에 휴대폰이 있지만, 고객들이 이 휴대폰 스크린을 통해 디지털 사이니지에 참여하도록 이끄는 방법은 여전히 해결해야 하는 과제이며, 우리가 한동안 연구해온 분야입니다. 또 다른 과제는 고객이 재방문할 수밖에 없는 이유를 만드는 것입니다. 디지털은 충성도, 창조된 경험이나 개인화를 통해 고객이 재방문할 수 있도록 하는 데 어느 정도의 역할을 합니다.

이러한 것들은 특히 식품 소매시장에서 현재 우리가 개선해야 하는 것들을 개선 하는 것이자 고객가치 창출을 위해 해야하는 것들입니다.





**레스토랑 주인에게 디지털 사인지의 가치를 어떻게 알릴 수 있습니까?**

우리는 설치평균 거래 금액의 증가, 소비자의 브랜드 인지도 향상 등 기대할 수 있는 투자 수익률(ROI)을 뒷받침하는 전문 설치 자료를 가지고 있습니다. 또한, 우리는 기존의 사례 연구를 사용하며, 고객 경험에 대해 이야기합니다.

브랜드의 핵심 가치를 디지털 사인지를 통해 올바르게 구현하고 알린다면, 매우 빠르게 투자 수익률(ROI)을 회수 할 수 있습니다. 하지만 올바르게 구현하지 못한다면, 투자 수익률(ROI)을 회수 하는데 더 오래 걸릴 것입니다.

**QSR(Quick service restaurants) 업계에서 성장할 것으로 예상되는 가장 중요한 디지털 트렌드는 무엇입니까?**

역사적으로 별도의 미디어 플레이어와 디지털 사인지 스크린을 중심으로 한 움직임은 있었지만, 시스템 온칩의 트렌드는 계속해서 커지고 있습니다. 시스템온칩은 간단하고, 효율적인 비용으로 매력적인 솔루션을 구동할 수 있으며, 특히 식품 산업에 중요합니다. 우리는 자연스럽게 시스템온칩에 스며들 것입니다. 기업 클라이언트 중 일부는 이미 삼성의 솔루션을 사용하고 있습니다.

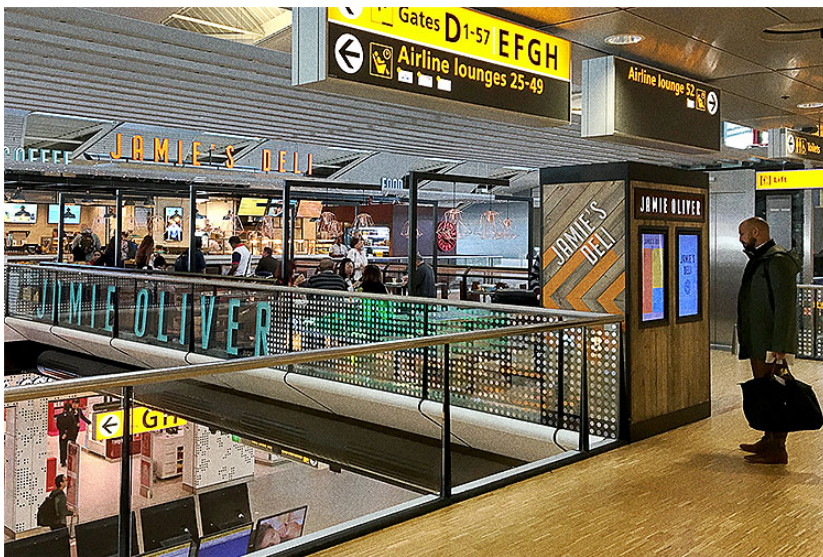
통합자로서 시스템온칩을 사용하고 있는 우리가 해결해야 하는 과제는 스크린에 내장된 시스템의 성능과 기능입니다. 하지만 Tizen 3과 Tizen 4는 우리와 같은 사람들을 위해 설계된 강력한 운영 체제이며, Signage Ninja 관리 소프트웨어를 결합할 수 있습니다. 이를 통해 소비자에게 인상적인 경험을 제공할 뿐만 아니라 여러 화면을 걸쳐 동시통합화된 매력적인 콘텐츠를 만들 수 있습니다.

**QSR(Quick service restaurants) 을 넘어, 광범위한 식품 업계에서 현재 피자 익스프레스와 같은 ‘전통적인 레스토랑’의 윈도우 사인지에 디지털 사인지 기술을 어떻게 사용하고 있는지 설명할 수 있습니까?**

레스토랑 실내의 사이니지는 특정 브랜드를 위해 활용될 수 있습니다. 이 실내 사이니지로 전달되는 메시지 중 하나가 유통경로(provenance)입니다. 레스토랑에서 식사하는 손님은 음식 원재료의 출처와 브랜드의 핵심 가치를 알고 싶어 합니다. 따라서 내부 실내 사이니지는 기업의 사회적 책임에 가치를 두고 있는 브랜드에서 활용될 수 있습니다.

또한, 실내 사이니지를 통해 교통, 여행 정보 및 날씨와 같은 지역 환경 정보도 볼 수 있습니다. 하지만 이는 레스토랑의 위치, 추구하는 가치 및 브랜드에 따라 달라질 수 있습니다.

인-윈도우 스크린은 광범위한 전통적인 레스토랑 브랜드를 위해 활용할 수 있습니다. 당신이 누구인지, 당신이 무엇을 판매하는지에 대한 소통은 모든 고객에게 중요합니다. 우리는 피자 익스프레스와 벨라 이탈리아와 같은 기업과 함께 그들이 판매하는 음식이 무엇인지 외부에 보여주기 위해 노력했습니다.



그러나 일단 레스토랑 내부로 들어가면, 신메뉴 또는 홍보 행사에 관한 새로운 내용을 알려주는 것은 사이니지가 아니라 매장 직원의 역할입니다. 이는 고객의 기대치와 일치합니다. 여기에 사이니지를 삽입하려는 시도는 고객을 위한 가치를 창출하지 못할 뿐만 아니라 상황을 더욱 어렵게 만들 수도 있습니다. 따라서 서빙 직원에게 최신 프로모션에 더 쉽게 접근할 수 있는 휴대용 장치를 제공하여 이를 활용하는 것이 더 타당합니다. 서빙 직원들은 휴대용 장치를 통해 고객에게 이러한 정보들을 더 쉽게 전달할 수 있습니다.

사이니지는 제거되어야 하는 대상이 아니라 경험에 추가되어야 하는 대상입니다. 디지털은 언제나 환영을 받지 못합니다. 우리는 그것을 인식해야 합니다. 때론, 전통적인 레스토랑과 같이 디지털 사이니지가 사용될 수 있는 적절한 시간이나 공간이 아닐 때도 있습니다.

**식품 업계에서 배운 내용을 통해 얻은 교훈이 있습니까? 그리고 소매업체/서비스업, 영화관등의 산업 분야에도 적용할 수 있습니까?**

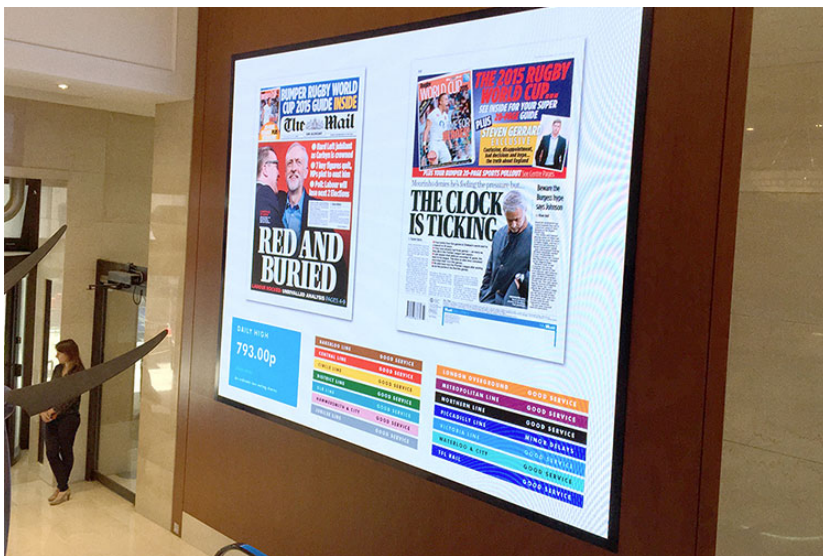
우리는 식품 업계에서 아침, 점심, 오후, 저녁과 같은 시간대는 흔히 사이니지 프로그래밍의 핵심 부분임을 발견했습니다. 이는 다른 분야에서도 활용될 수 있습니다.

예를 들어, 영화관은 낮 상영과 저녁 상영으로 나눌 수 있습니다. 기업의 경우 이 방법과 매우 유사하지만, 혁신적인 방법으로 하루를 시간별로 나누어 사용합니다.

우리와 함께 작업하는 우량주 기업의 경우, 점심시간 메뉴를 보여주는 것 외에도 하루를 시간별로 나누는 방법에 초점을 맞추어야 한다는 명백하고 논리적인 이유는 없었습니다. 그러나 지난 몇 년 동안, 우리는 사람들이 자신의 시간을 어떻게 구성하는지 고려하여 메시징 측면에서 시간별로 하루를 나누기 시작했습니다.

현재 우리는 커피 타임, 점심시간, 오후 휴식 시간과 저녁에 초점을 맞춥니다. 그러나 이는 음식뿐만 아니라 사람들이 일을 시작하고 끝나는 다른 시간대를 보여줍니다. 우리는 직원들이 사무실로 들어오는 시간과 나가는 시간뿐만 아니라 사람들의 뇌가 특정 시간에 어떻게 일을 하는지에 대해서도 생각합니다. 적합한 상황과 공간에 알맞은 메시지를 전달한다면 보다 효과적으로 소통을 할 수 있을 것입니다.

식품 산업에서 배운 내용은 우리가 기업 분야에서 해야 하는 일을 향상시켰습니다. 처음에는 매우 다르게 보였지만, 두 분야 모두 메시지를 전달할 수 있는 시간이 그리 많지 않습니다. 점심을 선택하는 소비자든, 건물 내 근무지를 이동하는 직장인이든 두 분야는 모두 빠르게 메시지를 전달해야 한다는 점에서 공통점이 있습니다.



Beaver 그룹에 대한 자세한 내용은 [블로그를 참조하세요](#).

디지털 사이니지 트렌드에 대한 자세한 내용은 [최신 설문조사를 읽어보거나](#) 우리의 [hospitality 솔루션이](#) 여러분의 비즈니스에 어떤 도움을 줄 수 있는지를 살펴보세요.