

g!mage:

“Creamos canales de comunicación dinámica”

Caso de éxito:
canalSALUS.tv en el Hospital de Granollers

¿Qué consideramos imprescindible para la creación de un buen canal (independientemente del sector)?

- Saber elegir la tecnología apropiada, tanto de hardware como de software.
- Saber elegir dónde ubicar los puntos
- Saber auditar el canal para obtener un ROI cualitativo.
- Saber hacer un buen plan de comunicación del canal. El planner puede planificar por:
 - Horario.
 - Pantalla o grupo de pantallas
 - Como administrador total o usuario de pantallas específicas



Implantación 25 puntos de visionado de canalSALUS.tv en el Hospital de Granollers



Hospital General de Granollers

Fundació Hospital Asil de Granollers

¿ Por qué se considera un caso de éxito?

Porqué conseguimos dar una solución real a una necesidad real.



Necesidades cubiertas:

- Reducción de la sensación **del tiempo de espera**.
- **Educación** de los pacientes y visitantes del centro con consejos de salud y de comportamiento.
- **Entretenimiento de los visitantes**.
- Rendimiento económico con explotación publicitaria si se requiere.
- **Información** del hospital para el visitante.
- Sensación de **atención** por parte del hospital.
- Posibilidad de comunicar mensajes en **cualquier instante**.
- Imagen de **modernidad** y vanguardia.

Soluciones aportadas:

- 1) Instalación hardware y herramienta gestión software
- 2) Contenidos
- 3) Plan de comunicación y de explotación publicitaria del canal.

1) Instalación hardware

Criterios elección ubicación:

Cautividad



Punto caliente de compra impulsiva



1) Instalación hardware: caso hospital

Utilizamos un hardware profesional que garantizan la mejor calidad de imagen y facilidad de funcionamiento.

- Son un ordenador y un monitor a la vez
- Se encienden y apagan solos



1) El software de gestión

¿Cómo funciona?

- 1** Mediante el acceso a una cuenta de usuario administrador on-line con la que podrá gestionar la comunicación desde cualquier ordenador con conexión a internet.
- 2** Una vez realizados los cambios, los monitores sincronizarán y los nuevos mensajes aparecerán en tan sólo unos minutos.
- 3** El planificador permite segmentar la información acorde a las necesidades de comunicación de cada sala de espera.



Soluciones aportadas:

2) Contenidos

- Más de **200 horas de contenidos específicos y campañas de salud.**
- Contenidos de **identidad corporativa**
- Contenidos de información instantánea:
MENSAJES DE ALERTA

Consejos de salud:



SEGUIMIENTO MÉDICO EN LA HOSPITALIZACIÓN

**Un EQUIPO MÉDICO SEGUIRÁ LA
EVOLUCIÓN DE SU ENFERMEDAD
y os informará periódicamente.**



Canales de Infotainment:

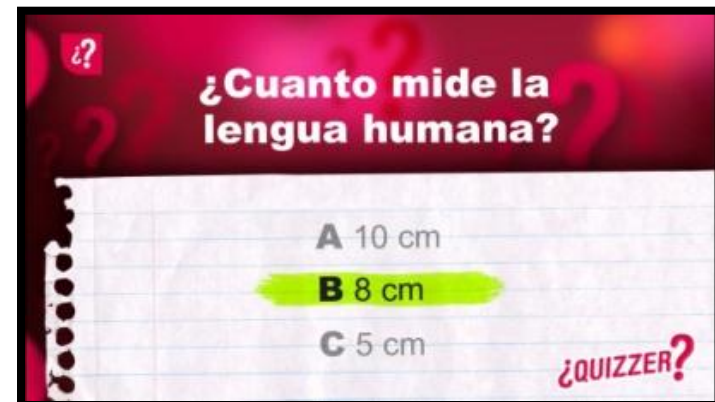


Funcionan todos los días a todas horas y ayudan a complementar la parrilla de contenidos ofreciendo información y entretenimiento al usuario del centro.

Canales de Infotainment:



INFORMACIÓN QUE SE ACTUALIZA AUTOMÁTICAMENTE



FASHION channel

12:16
Martes 19 de Julio

JIMMY CHOO Y SONIA RYKIEL PARA H&M

Los diseñadores Jimmy Choo y Sonia Rykiel han unido sus fuerzas para presentar dos líneas exclusivas para la tienda de ropa sueca H&M.



ep europa press



GOSSIP channel

12:16
Martes 19 de Julio

RIHANNA, PERSONA 'NON GRATA' EN LA BASÍLICA DE SAN MARCOS

La cantante Rihanna no se corta a la hora de lucir su cuerpo allá donde va, pero esta vez le han dado el alto.



ep europa press

HOROSCOPE channel

12:16
Martes 19 de Julio

ARIES

Deja ya de dar tantas vueltas a las cosas, todo marchará mejor de lo que imaginas.

ep europa press



Ejemplos de instalación



3) Plan de comunicación

CONTENIDO	DURACIÓN	ACUMULADO
Consejo salud Generalitat	20''	20''
CORTINILLA Bebés	20''	40''
Información Servicios hospital a bebés	30''	1' 10''
Mensaje NO FUMAR	1'	2' 10''
NOTICIAS ACTUALIDAD	30''	2' 40''
CORTINILLA HOSPITAL A SU SERVICIO	30''	3' 10''
QUIZZER	20''	3' 30''
CORTINILLA HOSPITAL ENTRETiene	1'	4' 30''
NOTICIAS DE SALUD	30''	5' 00''
NOTICIAS POBLACIÓN	1'	6' 00''

3) Plan de explotación publicitaria

Condiciones de emisión publicitaria

Audiencia/mes: 42.240 personas

Audiencia/día: 1920 personas

Salas de emisión: 13

Porcentaje de audiencia sobre el total: 100%

Horario de emisión publicitaria: de 9 a 13 y de 15 a 18 horas.

Total: 7 horas.

Tiempo medio de espera: 1 hora

Pases: Cada 15 minutos.

Tiempo repetición contenidos: 30 minutos

Total pases día: 28

“a una pantalla sin contenido le falta el alma”

“conseguir un retorno cualitativo por parte del usuario mediante la interacción con ese contenido”

En gimage la comunicación no es un destino, sino el camino.