

CASE STUDY

Customer Journey migliorata grazie alla tecnologia LinkRay

Petersen Automotive Museum migliora la customer experience con la nuova tecnologia LinkRay di Panasonic.

Product(s) supplied:

PT-DZ870

PT-DZ780

Challenge

Attrarre un pubblico diversificato, migliorando l'esperienza dei visitatori.

Solution

La tecnologia LinkRay di Panasonic è diventata un'opzione innovativa e conveniente per il museo Petersen.

"Essere maggiormente coinvolti, saperne di più, scoprire le cose e forse interagire un po', apre un nuovo mondo di possibilità "

Adam Langsbard

Chief Marketing Officer
Petersen Automotive Museum



Fondata nel 1994 dall'editore di riviste Robert E. Petersen e dalla moglie Margie, il Petersen Automotive Museum, situato nella Museum Row a Los Angeles è un'organizzazione senza fini di lucro, specializzata nella storia dell'auto e nei programmi di istruzione correlati. L'accesso illimitato al museo li aiuta a preservare, interpretare e costruire la propria collezione di automobili in continua crescita.

Recentemente, il Museo automobilistico ha subito un rinnovo da 125 milioni di dollari, dopo aver riaperto nel dicembre 2015. Con i loro ulteriori 300.000 piedi quadrati, hanno formato partnership con un numero di grandi marche come Maserati, Ford e Lucas Oil, per riempire il museo con più accattivanti cimeli e display.

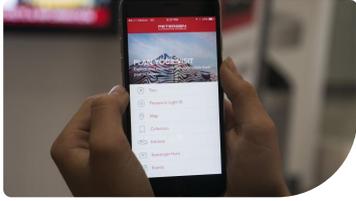
"Siamo tutti alla ricerca di nuovi modi per migliorare l'esperienza dei nostri visitatori"

Durante questo periodo, il Museo del Nord America è stato sfidato per attrarre un maggiore numero di visitatori. Questo ha incoraggiato il museo a cercare modi nuovi e innovativi per migliorare l'esperienza dei visitatori, a sua volta aumentando i livelli di frequenza, espandendo al contempo il pubblico.

A seguito dell'ampio restauro, la straordinaria nuova facciata avvolge il museo con nastri di acciaio che evocano il movimento, la velocità e le linee di un'automobile su misura. Con l'aggiunta di 15.000 piedi quadrati di spazio espositivo e 35 nuove gallerie, il museo è in grado di utilizzare una tecnologia all'avanguardia.

"Il Museo è stato un partner ideale con il quale collaborare per lanciare la tecnologia LinkRay™ fin dall'installazione dei nostri proiettori e display"

"Eravamo tutti alla ricerca di modi per migliorare l'esperienza dei nostri visitatori", ha dichiarato Adam Langsbard, Chief Marketing Officer del Petersen Automotive Museum. "Ci siamo rivolti a Panasonic, già nostro partner tecnologico, per aiutarci a coinvolgere meglio il pubblico generale - soprattutto i *millennial*. La loro nuova tecnologia LinkRay si è dimostrata un'opzione interessante perché è innovativa e conveniente. Inoltre, abbiamo colto al volo l'opportunità di essere il primo museo negli Stati Uniti ad offrirla".



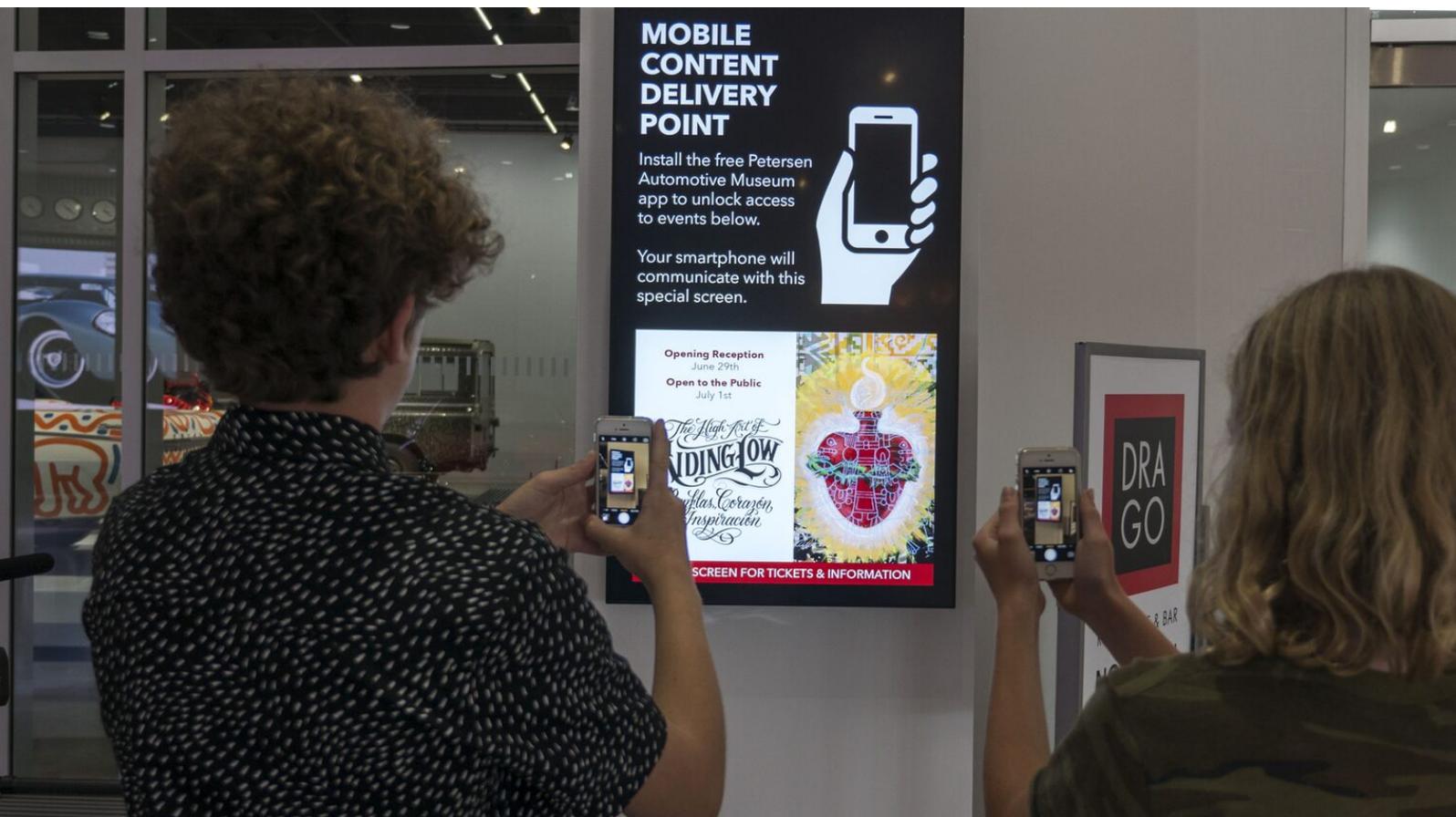
LinkRay incorporato nella App del Petersen Automotive Museum



Due bambini che mostrano come utilizzare l'applicazione mobile incorporata con LinkRay



Contenuto inviato direttamente nell'applicazione del telefono cellulare tramite schermo



La tecnologia LinkRay™ consente agli smartphone di leggere gli ID presenti nella luce inviata dai trasmettitori a LED, utilizzando la telecamera dello smartphone, e di collegarsi quindi al contenuto web associato. Le informazioni inviate all'utente sono web based e può quindi trattarsi di immagini, file audio o video. Inoltre il contenuto visualizzato, se disponibile, può essere fornito anche nella lingua madre del possessore dello smartphone.

"Il Petersen Automotive Museum è un istituzione iconica, che presenta rare esposizioni nel settore automobilistico ambientate in un contesto high tech", afferma John Baisley, Professional Imaging & Visual Systems SVP. "Il Museo è stato un partner ideale con il quale collaborare per lanciare la tecnologia LinkRay™ fin dall'installazione dei nostri proiettori e display. Ora il Museo può offrire ai suoi visitatori un'esperienza museale coinvolgente, con possibilità che vanno oltre le mostre in esposizione".

Panasonic è già un partner tecnologico consolidato del Museo Petersen. Con l'installazione dei display interattivi di Panasonic, proiettori e Video Wall già in atto, essi hanno ottimizzato l'integrazione delle nostre tecnologie sempre più evolutive.

John Baisley spiega inoltre: "Nei piani tematici di nuova concezione, che si estendono su 95.000 piedi quadrati dello spazio espositivo, il museo ospita il pezzo più importante della tecnologia Panasonic; le unità di proiezione combinate. Il Petersen vanta altresì un'imponente parete di proiezione, che si estende su 168 piedi di lunghezza, utilizzando 16 proiettori. La nostra tecnologia offre loro l'opportunità di creare racconti storici eccezionali, mirando al pubblico desiderato."

La bellezza dell'automazione viene migliorata dalla capacità di interagire con le esposizioni attraverso l'offerta di contenuti mobili alla velocità della luce. Il museo attrae persone di tutte le età con nuove tecnologie e l'opportunità di far toccare con mano l'esperienza progettata in tutte le esposizioni, permettendo a famiglie intere di partecipare alle mostre, non concentrandosi esclusivamente su un'unica caratteristica demografica. L'installazione della tecnologia LinkRay ha avuto luogo durante un periodo pilota, per consentire al museo di attrarre una vasta gamma di visitatori. Essa ha creato un'opportunità per loro, in modo da poter distribuire facilmente l'offerta e continuare a crescere per il bene del museo.

"La tecnologia LinkRay si è rivelata un'opzione affascinante perché innovativa e economica... Essa apre un nuovo mondo di possibilità"

La tecnologia LinkRay™ è integrata nell'app gratuita del Petersen Automotive Museum e consente l'accesso a numerose attività che spaziano dall'acquisto di biglietti a offerte speciali per mostre future. Ciò consente a un gran numero di persone di saperne di più al contempo in merito a un'esposizione o un ambiente utilizzando il proprio cellulare per attività interattive: cosa impossibile con i display statici.

"Se potessimo mettere un dispositivo tra le vostre mani e spiegare come essere maggiormente coinvolti, saperne di più, scoprire le cose e forse interagire un po', ciò ci aprirebbe un nuovo mondo di possibilità, aprendo al contempo prospettive molto interessanti". Adam Langsbard, Chief Marketing Officer del Petersen Automotive Museum.