

PowerTV e Power Hotel Magazine

Da VDA Multimedia il primo sistema di Tv interattiva che unisce informazione, intrattenimento, multimedialità e business in un "magazine multimediale" nelle camere d'hotel



"...un contributo fidelizzante, articolato e completo..."

Esiste da qualche anno negli alberghi d'Europa, Medio Oriente e Nord Africa un termine inglese, ma dai contenuti tutti italiani, per parlare di Pay TV, Internet Tv ed in generale dei servizi di intrattenimento diffusi dal TV in camera. E' PowerTV, il sistema di VDA Multimedia che negli ultimi 10 anni ha acquisito un ruolo di primissimo piano nel mercato internazionale dei sistemi di TV Interattiva.

La posizione di leadership è stata raggiunta grazie ad una visione strategica del mercato dei servizi di intrattenimento "In-room" degli hotel che parte da una prima fase dedicata al consolidamento della piattaforma PowerTV approdata nel 2003 alla versione Active-3.

Il sistema si basa sull'utilizzo di un sistema di TV ad "architettura aperta", ovvero di apparecchi dotati di un vero e proprio PC miniaturizzato al loro interno (o all'esterno grazie ad un contenitore denominato "set-back-box") che permettono agli

ospiti dell'Hotel di accedere senza limitazioni a servizi di Video On Demand full digital, di Internet TV con navigazione ad alta velocità (integrabile con il sistema Power link per la navigazione da PC portatile) e ad un'ampia gamma di servizi di intrattenimento.

La seconda fase di sviluppo, iniziata nel 2004, si consolida nella presentazione - in corso in questi giorni - del nuovo servizio Power Hotel Magazine: una vero e proprio format multimediale interattivo che illustra e promuove i servizi dell'hotel attraverso la TV presente nelle camere.

La Redazione del Magazine concorda con il responsabile marketing dell'hotel i contributi di testo, audio e video - tutti rigorosamente "on demand", grazie alla piattaforma tecnologica PowerTV di VDA - che saranno messi a disposizione dell'ospite relativamente all'hotel e ai suoi servizi nonché alla città in cui l'hotel si trova.



Indagini di marketing specifiche hanno messo in evidenza quanto Power Hotel Magazine sia di grande utilità per i gestori di hotel più esigenti per il suo alto valore informativo, per la possibilità di fornire agli ospiti un contributo fidelizzante più articolato e completo e per la capacità di incentivare l'uso di tutti i servizi siano essi dell'hotel (ristoranti e bar, aree congressi, wellness e fitness, shopping, room services, ecc.) che di intrattenimento multimediale (Pay Tv, Internet, Music On Demand, Giochi) o distribuiti tramite il TV ed in grado di alleggerire la reception nelle attività di routine durante orari critici (Info Conto, Sveglia, Messaggi, Tele Ordering, ecc.).



Per questo motivo tutte le informazioni ed i contenuti vengono scrupolosamente tarati sia sulle esigenze della clientela business che di quella leisure tenendo conto dei loro valori e dei loro modelli di consumo.

Il format multimediale di Power Hotel Magazine prevede inoltre la possibilità di rafforzare ed ampliare i rapporti di partnership e di sponsorship che gli hotels sempre più spesso intrattengono con realtà commerciali e ricreative della

propria città (ristoranti, negozi, teatri, locali notturni, ecc.) per incrementare la propria offerta sia in termini di quantità che di qualità.