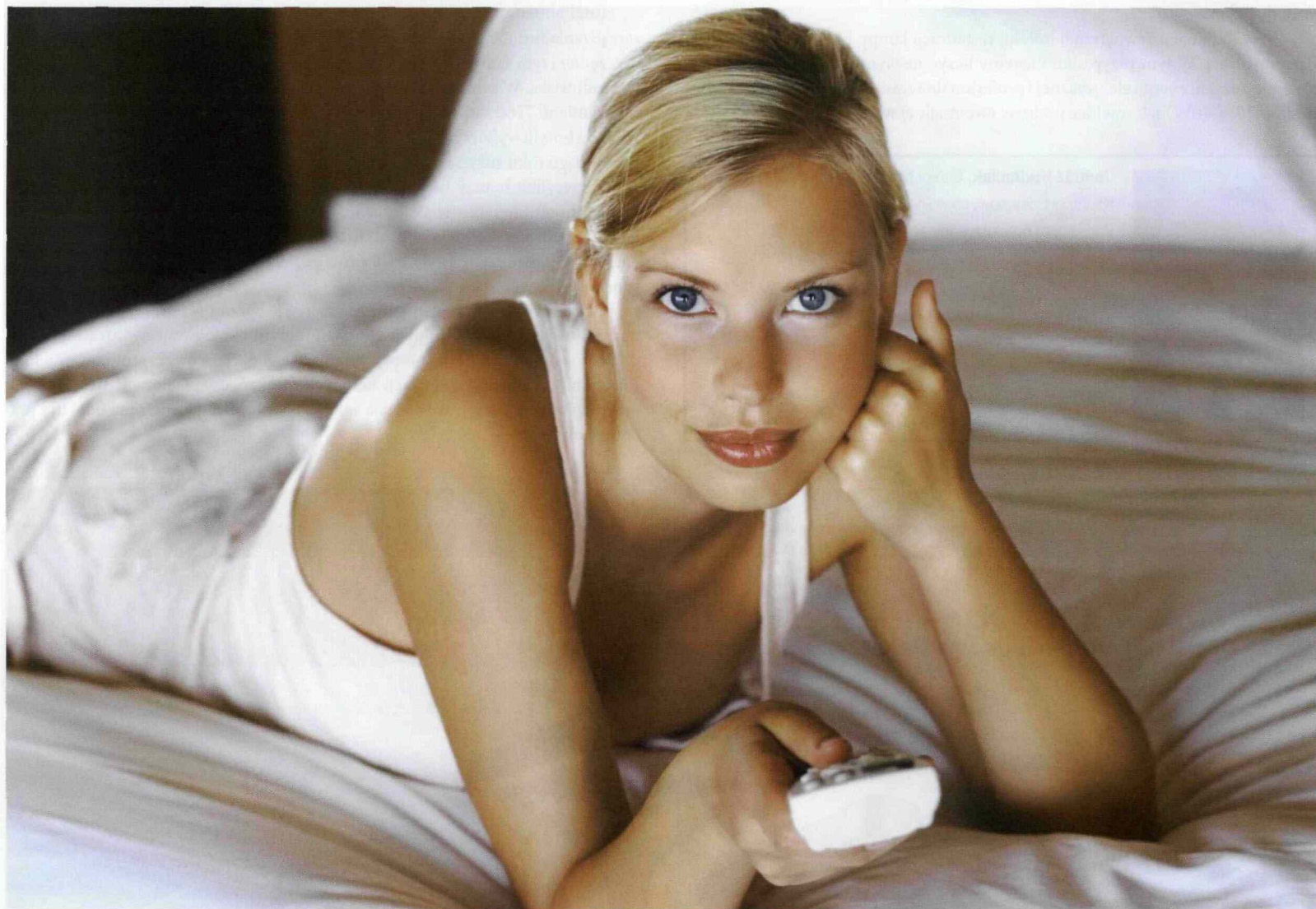


# Duże możliwości na małym ekranie



Fot. Shutterstock

Telewizor w pokoju hotelowych jest prawdziwym oknem na świat gościa. Im więcej informacji i treści jesteśmy w stanie przekazać mu za jego pośrednictwem, tym większe szanse na zadowolenie gości i zachęcenie go do skorzystania z usług hotelowych. Wybór kanałów powinien być uzależniony od takich czynników jak kategoria hotelu, lokalizacja oraz rodzaj gościa. Nie bez znaczenia jest również budżet jakim dysponuje obiekt

**Karolina Owczarek**

Jedynie profesjonalnym rozwiązaniem jest instalacja odpowiedniego systemu umożliwiającego przegląd pełnej oferty hotelu. Interaktywna wycieczka po wszystkich atrakcjach hotelu włącznie z przeglądem menu restauracji (ze zdjęciami potraw oraz rekomendacjami szefa kuchni) na pewno rozbudzi apetyty gości. Również szeroka oferta stacji radiowych i muzyki profilowanej (klasyka, pop, jazz, itp.) wzbogacona o informacje o wykonawcach, jak i **audio**-booki dostępne z poziomu ekranu telewizora stanowią dodatkową atrakcję.

– Wybór kanałów uzależniony jest od czterech głównych czynników: kategorii hotelu, lokalizacji obiektu, rodzaju turysty (biznesowy, turystyczny, zagraniczny) oraz posiadanego sprzętu. Inna będzie oferta programowa hotelu goszczącego klientów biznesowych (ci preferują kanały informacyjne, jak BBC World News czy biznesowe, np. CNBC), inna dla klientów turystycznych (popularnością cieszą się kanały ogólnorozrywkowe np. BBC Entertainment, sportowe np. Eurosport, dla dzieci np. CBeebies, przyrodnicze np. NGC) – mówi Joanna Smokowska, dyrektor sprzedaży Media Management Europe, i dodaje: – Trzeba