

Nowoczesna telewizja hotelowa pomaga zmniejszyć koszty

# Hotelowa telewizja przyszłości



Fot. Shutterstock

### Zespół Media Hotel

**R**ynek usług hotelarskich rozwija się bardzo dynamicznie. Nie wystarczy wygodne łóżko i pokój z osobną łazienką, by przyciągnąć gości do hotelu lub pensjonatu. Klienci poszukują miejsc, w których nie tyle poczuć się jak w domu, ale coraz częściej oczekują nowoczesnych rozwiązań, które ich zaskoczą i sprawią, że czas spędzony w hotelu będzie wyjątkowo przyjemny i komfortowy. Telewizor, z bogatym pakietem kanałów, w każdym pokoju przestał być dobrem luksusowym, a stał się podstawowym elementem wyposażenia wnętrza.

Świadczenie przez hotele dostępu do telewizji nie należy w Polsce do rzeczy łatwych. Główną wadą tej usługi jest wciąż nierozstrzygnięty problem ujednoczenia przepisów związanych z emitowaniem programów. Właściciele hoteli muszą podpisać wiele umów z nadawcami i organizacjami zrzeszającymi producentów i chroniącymi ich prawa autorskie. Decydując się na tradycyjną telewizję w pokojach, wła-

Jeszcze kilka lat temu nowoczesnym odbiornikiem LCD w każdym pokoju mogły się poszczycić tylko najbardziej luksusowe hotele. Dziś, wraz z bogatą ofertą programową, jest on dostępny nie tylko w topowych hotelach, ale także w obiektach niższej kategorii i w pensjonatach. I choć w niektórych pokojach można jeszcze spotkać stary kineskopowy odbiornik TV, to zarówno przestarzały sprzęt, jak i dawna telewizja przechodzą do lamusa. Jak więc powinna wyglądać hotelowa telewizja XXI wieku?

ściciele tak naprawdę nigdy do końca nie znają jej ostatecznych kosztów. Pytania: Jak dużo w przyszłym roku będzie trzeba zapłacić nadawcom za te same kanały telewizyjne? Ile powstanie nowych Organizacji Zbiorowego Zarządzania prawami autorskimi? – spędzają sen z oczu niejednego zarządcy hotelu. W Polsce działa 17 Organizacji Zbiorowego Zarządzania prawami autorskimi. Ponieważ lobby hotelowe do dziś nie uporało się z kwestią, której z nich, ile i za co płacić, właściciele obiektów sami próbują zabezpieczyć się przed ewentualnym postępowaniem sądowym. Jeden z rekordzistów podpisał aż 16 umów

związanych z reemisją telewizji oraz muzyki w pokojach i hotelowym lobby. Inni zarządcy, nie chcąc trafić do sądu, również podpisują liczne umowy z nadawcami i organizacjami, których pola eksploatacji niestety często pokrywają się, co sprawia, że koszty reemisji programów w hotelu stale się podwyższają.

### Drogo, ale nieefektywnie

Chociaż koszty telewizji hotelowej stale rosną, trudno przełożyć je na efekty. Przeciętnie gość hotelowy spędza przed telewizorem około 40 minut, niezależnie od tego, jak wiele kanałów telewizyjnych mu zaoferujemy.

– Nie tak dawno podczas spotkania handlowego dyrektor jednego z czterogwiazdkowych hoteli o charakterze pobytowym pokazał mi wyniki ankiety przeprowadzonej wśród gości – mówi Filip Pławgo, prezes firmy Media Hotel. – Zapytano, co im doskwiera, czego brakuje, co można byłoby zmienić, by pobyt w obiekcie był jeszcze bardziej komfortowy. Po analizie ankiet doszliśmy do wniosku, że goście nie narzekają na telewizję, bo po prostu nie przywiązują wagi do telewizji w modelu tradycyjnym i niewiele z niej korzystają.

W tej sytuacji nawet dodawanie kolejnych kanałów nie jest w stanie nic zmienić. Dysponując setką programów gość hotelowy wciąż będzie miał wrażenie „że nie ma co oglądać”.

Sytuacja wydaje się więc patowa. Bo mimo wciąż rosnących kosztów branża hotelowa nie może zrezygnować z telewizji w pokojach, a z drugiej strony zwykła telewizja nie jest zbyt atrakcyjną ofertą dla gości.

Idealnym rozwiązaniem na taki stan rzeczy są nowoczesne systemy oferowane przez firmy zewnętrzne.

Trudno nawet nazwać je telewizją, ponieważ wykraczają daleko poza telewizję, która do tej pory była znana.

### Centrum sterowania na ekranie

Kompletnie rewolucyjnym rozwiązaniem na rynku są bogate pakiety multimedialne, na których hotel może dodatkowo zarabiać.

To hotel decyduje, za ile sprzedaje miejsce parkingowe czy danie dnia w restauracji. Dlaczego zatem nie miałyby także decydować o tym, za ile sprzedaje rozrywkę w pokoju? Przecież to właśnie dyrekcja obiektu zna swoich gości lepiej niż ktokolwiek inny i to właśnie ona powinna ustalać ceny za dostępne usługi multimedialne. Jednorazowa opłata za film? A może od razu za cały pakiet? Rozliczenie dobowe? A może za cały pobyt? Możliwość samodzielnego ustalania cen to dodatkowa broń w nieustającej walce o klienta, a także sposób na obniżanie kosztów.

Pakiety multimedialne to obopólny zysk dla hotelu i dla gościa.

W obiektach dysponujących zwykłą telewizją gość jest skazany na oglądanie tego, co akurat ma ochotę zaprezentować dany nadawca. Czy nie przyjemniej byłoby gościom samodzielnie decydować, jaki film obejrzą wieczorem siedząc wygodnie w szlafroku na hotelowym łóżku? A może większą przyjemność sprawi klientowi wysłuchanie przed zaśnięciem kilku rozdziałów książki, na której przeczytanie ciągle brakowało czasu? Lub też, budząc się w środku nocy, zechce sprawdzić najnowsze notowania giełdowe spółek, w które inwestuje?

A wszystko to jedynie przy pomocy telewizyjnego pilota.

W nowoczesnych usługach multimedialnych wszystkie powyższe rozwiązania są możliwe. Dzięki pakietom usług, dostosowanych indywidualnie do każdego obiektu, telewizor w hotelowym pokoju przestaje być jedynie odbiornikiem i staje się multimedialnym centrum informacji i rozrywki oraz wygodnym narzędziem ułatwiającym dostęp do dodatkowych usług świadczonych przez

hotel i partnerów. Co może zaoferować hotelowym gościom nowoczesna telewizja hotelowa?

### Pakiety tematyczne

Zamiast przysłowiowego worka, do którego zostały wrzucone kanały z różnych dziedzin, emitowane w różnych językach – nowoczesna telewizja daje możliwość zaoferowania gościom tylko kanałów dopasowanych do ich preferencji. Może być to pakiet muzyczny, filmowy, przyrodniczy, naukowy lub informacyjny.

W ten sposób to gość decyduje, co będzie oglądał, a hotel pokazuje, że szanuje czas i rozumie potrzeby swoich klientów. Tylko od decyzji zarządcy hotelu zależy, które z pakietów będzie udostępniał za darmo, a za które gość będzie musiał sam zapłacić.

### Dostęp do internetu

Dzięki nowoczesnej technologii hotelowy telewizor może stać się także dostawcą wybranych treści z Internetu. Za pomocą pilota gość może

surfować po wybranych kanałach, czytać treści wybranych przez siebie linków, sprawdzać pocztę czy wysyłać maile.

### VOD czyli filmy na życzenie

To gość sam wybiera, jaki film i o której godzinie obejrzy. Bogata oferta repertuaru sprawi, że każdy znajdzie coś dla siebie. Wypożyczanie filmów jeszcze nigdy nie było tak proste. Wszystko bez wychodzenia z pokoju, bez dzwonienia do recepcji, z zapewnieniem całkowitej prywatności i dyskrecji. Niezawodnie i przez całą dobę. Wybrany film można przewijać albo zatrzymać w dowolnym momencie i wrócić do oglądania np. następnego dnia. Można także wcisnąć pauzę i przełączyć się na wybrany kanał telewizyjny lub skorzystać z innych usług multimedialnych i wrócić do oglądania filmu o innej porze. Wszystko za pomocą tego samego pilota i telewizora. Opłata za wypożyczenie filmu może być doliczana do rachunku i regulowana na zakończenie pobytu.

REKLAMA

Międzynarodowe spotkanie profesjonalistów branży **Hotelarskiej i Gastronomicznej** / The **Hotel and Restaurant International Rendez-vous**

**EQUIP'HOTEL**  
PARIS

PORTE DE VERSAILLES, FRANCE

14 - 18 NOV. 2010

Oficjalni partnerzy / Official partners:



LesEchos

*Znajdź nowe inspiracje!*  
*Boost your ideas!*

TWOJA KARTA WSTĘPU NA / YOUR FREE ACCESS BADGE AT:

[www.equiphotel.com](http://www.equiphotel.com) code DG75

Przedstawiciel targów EQUIP'HOTEL w Polsce - EUROBUSINESS-HALLER

[www.haller.pl](http://www.haller.pl) - [targi@haller.pl](mailto:targi@haller.pl) - Tel/Fax: 32/355 38 00 do 02

Organizatorem wyjazdu inwestorów na targi jest Instytut Rynku Hotelarskiego

[www.irh.pl](http://www.irh.pl)



**Utrzymanie czystości & Konserwacja**  
Clean & Maintain



**Rozrywka & Relaks**  
Welcome & Relax



**Kuchnia & Obsługa**  
Cook & Serve

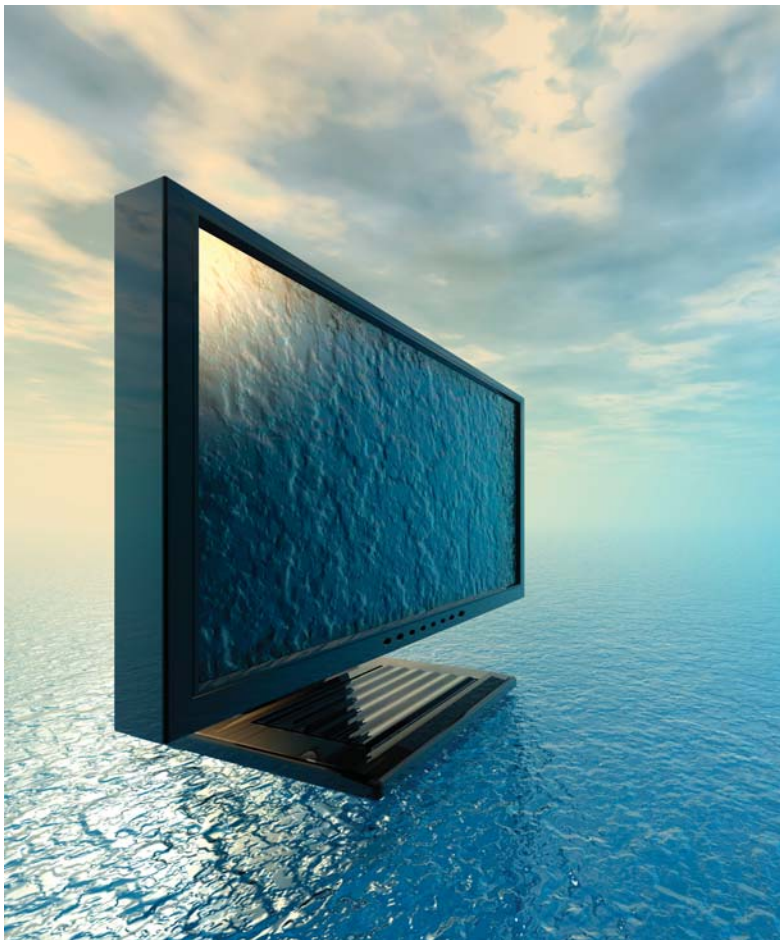


**Wyposażenie & Dekoracja**  
Imagine & Design



**Zarządzanie & Technologie**  
Manage & Connect

Organized by  
Reed Expositions



Fot. Shutterstock

## AOD i audiobooki

O ile usługa VOD jest już w naszym kraju coraz bardziej popularna, o tyle mało który dostawca może się jeszcze pochwalić AOD, czyli wypożyczalnią muzyki na życzenie. Teraz jadąc do hotelu nie trzeba zabierać ze sobą walizki ulubionych płyt. Wystarczy wybrać na pilocie właściwą usługę, by mieć dostęp do całych płyt lub pojedynczych utworów ulubionych wykonawców.

Nowoczesna telewizja hotelowa daje gościom nie tylko możliwość słuchania stacji radiowych oraz ulubionej muzyki, ale także dostęp do książek czytanych przez najwybitniejszych polskich lektorów i gwiazdy filmowe. W bogatej bibliotece audiobooków każdy znajdzie coś dla siebie. Można zamówić całą książkę, albo wybrane rozdziały. Podobnie jak w usłudze VOD wybór tytułu odbywa się w najprostszy z możliwych sposobów, czyli za pomocą pilota telewizyjnego.

Nowoczesna telewizja hotelowa stwarza nowe możliwości także... dla samych hoteli.

## Korzyści dla hoteli

Platforma telewizji hotelowej to potężne narzędzie marketingowe i pro-

sprzedażowe. W żadnym razie nie powinna być kalką stron www. Strona internetowa jest dla gościa, który ma przyjechać do hotelu. Platforma informacyjna – dla gościa który już w hotelu jest.

Jak najlepiej zachęcić osobę, która już trafiła do naszego obiektu, by skorzystała np. z zabiegów w hotelowym spa lub też spróbowała wyśmienitych dań czy drinków w hotelowej restauracji? Oczywiście można to zrobić za pomocą ulotek i folderów dostarczanych do pokoju. Ale można to też zrobić szybciej i taniej. Na przykład zamieszczając film reklamowy albo prezentację w jednym z kanałów hotelowej telewizji. Platforma telewizji hotelowej daje wiele korzyści. Jedną z nich jest dynamiczne zarządzanie ofertą hotelu. Na przykład informację o sezonowych nowościach w menu, nowych zabiegach w spa czy zmianach godziny pracy centrum fitness można zamieścić o wiele szybciej niż trwałoby wydrukowanie tradycyjnych ulotek. To doskonale rozwiązanie w czasach, gdy trzeba elastycznie reagować na potrzeby i oczekiwania klientów, ponieważ skraca czas od podjęcia de-

cyzji do zaprezentowania oferty klientowi hotelu.

Interaktywny przewodnik hotelowy umożliwia też klientowi zamawianie usług bez konieczności wychodzenia z pokoju czy telefonicznego kontaktowania się z recepcją, jedynie za pomocą pilota i telewizora. Dzięki temu można ułatwić pracę recepcjonistów, uprościć czynności związane z pobytem i obsługą gości. Usługi interaktywne ułatwiają też wymeldowanie gości po zakończonym pobycie.

## Ile to kosztuje?

– Nowoczesne technologie wcale nie muszą być drogie. I co ważniejsze, dzięki idei outsourcingu mogą zdjąć z barków hotelarzy wszelkie zmartwienia związane z planowaniem, wdrażaniem, bieżącą obsługą, pilnowaniem umów z dostawcami i OZZ oraz konserwowaniem telewizji hotelowej – mówi Andrzej Witek z zarządu czterogwiazdkowego hotelu i centrum konferencyjnego Witek w Krakowie.

Dobry dostawca nowoczesnych rozwiązań multimedialnych powinien nie tylko oferować sprzęt i obsługę, ale także służyć profesjonalnym doradztwem i pomóc właścicielowi hotelu skroić najlepiej dopasowany do jego obiektu pakiet.

– Jeżeli hotel niedawno wymienił telewizory i nie są one odbiornikami systemowymi, trzeba szukać takich rozwiązań, aby wdrożenie nowoczesnej multimedialnej platformy telewizji z systemem interaktywnym nie wymagało ponownej wymiany odbiorników – mówi Ida Siotkin, dyrektor handlowy Media Hotel. I dodaje, że profesjonalny dostawca powinien też gwarantować stuprocentową odpowiedzialność za legalność oferty i określić warunki współpracy nie tylko w najbliższym okresie, ale także w perspektywie kilku lat. Tylko takie działanie pozwoli na planowanie budżetu hotelu i zagwarantuje, że nagła zmiana warunków lub cen nie zaskoczy zarządców obiektu.

Planując wdrożenie nowoczesnej technologii warto postawić na zaufa-

nych partnerów. Takich, którzy mają doświadczenie, jasne zasady współpracy, profesjonalną i miłą obsługę oraz ciągle poszerzają zakres świadczonych przez siebie usług.

## Kiedy wdrażać?

Choć montowanie hotelowej telewizji to jeden z ostatnich etapów wykańczania wnętrza, warto o niej pomyśleć już na etapie projektu budowlanego. Rzeczowe doradztwo firmy zajmującej się dostarczaniem usług multimedialnych może uchronić inwestorów przed ponoszeniem w przyszłości dodatkowych kosztów związanych z telewizją. Na tym etapie można bowiem zaplanować całą infrastrukturę telewizyjną nie tylko pod kątem usług, które hotel chce zaproponować gościom w dniu otwarcia, ale także które będzie chciał wdrożyć w przyszłości.

Wszelkie błędy popełnione na etapie planowania i wykonawstwa, np. nieulożenie dodatkowego kabla „skrętki”, mogą się zemścić w przyszłości koniecznością ponoszenia o wiele wyższych nakładów finansowych. Koszty późniejszej adaptacji źle zaprojektowanej instalacji i prowadzenia „brudnych prac” w wykończonych i obłożonych pokojach mogą być naprawdę wysokie. Szczególnie znaczenie ma również jakość użytego okablowania, którego późniejsza wymiana będzie fizycznie niemożliwa, a zastosowanie nawet najbardziej wyrafinowanych i kosztownych urządzeń aktywnych, takich jak wzmacniacze, konwertery sygnału, nie przyniosą pożądanego efektu, jeśli kabel będzie miał zbyt słabe parametry. – Planując w hotelu nowoczesne usługi multimedialne warto pomyśleć o nich już na początku budowy lub modernizacji obiektu – podsumowuje Filip Plawgo, prezes Media Hotel. – Kompleksowa współpraca od rozplanowania i położenia kabli, aż po montaż urządzeń końcowych, jest gwarancją, że telewizja i usługi multimedialne będą spełniały światowe standardy. ■

## Specjaliści do hotelowej telewizji

Media Hotel to firma z ponad 20-letnim doświadczeniem w branżach hotelowej oraz telewizyjnej i kablowej. Wyposaża hotele w nowoczesne, cyfrowe systemy telewi-

zji ogólnodostępnej, Pay TV, odbiorniki TV hotelowe i najnowsze rozwiązanie – InnTV.

