

22/04/2024 17:30



Digital

Johannes lancia la Karaoke Room Experience, nuova tecnologia per eventi onfield

L'experiential technology company arricchisce la sua offerta di tecnologie esperienziali con una nuova attivazione, totalmente customizzabile, che genera ingaggio e lead. Si tratta di una vera e propria stanza esperienziale chiusa da quattro pareti e composta al suo interno da più elementi, come uno schermo touch, un microfono, una videocamera e una cassa di amplificazione. Tutto è completamente personalizzabile, in termini di grafiche e illuminazione, dalle pareti – sia interne che esterne, che possono essere anche retroilluminate, al pavimento, al colore delle luci.

Si chiama **Karaoke Room Experience**, la nuova tecnologia interattiva per eventi onfield sviluppata dall'**experiential technology company Johannes**.

Johannes, specializzata nella creazione di tecnologie esperienziali ingaggianti, fisiche e digitali, cavalca così il **trend del momento: il karaoke**, e mette alla prova chi ama cantare e desidera esibire il proprio talento musicale, divertendosi con gli amici.

Si tratta di una vera e propria **stanza esperienziale** chiusa da quattro pareti e composta al suo interno da più elementi, come uno schermo touch, un microfono, una videocamera e una cassa di amplificazione. Tutto è **completamente personalizzabile**, in termini di grafiche e illuminazione, dalle pareti – sia interne che esterne, che possono essere anche retroilluminate, al pavimento, al colore delle luci.

L'ospite entra nella Karaoke Room Experience e, una volta selezionato dal touch screen il brano musicale, tra quelli proposti, parte un countdown alla fine del quale può iniziare ad esibirsi al microfono, con l'aiuto del testo della canzone, che scorre nella parte superiore dello schermo, mentre in quella inferiore può vedere live la sua performance.

Quando termina la canzone (c'è sempre un timer che indica il tempo a disposizione), sullo schermo appare un **QR-code**, l'utente, inquadrandolo con il proprio device, viene rimandato a una landing page in cui inserirà la propria **e-mail** per ricevere un **link** da cui potrà scaricare il **video** della propria esperienza e **condividerlo** dove desidera.

"Con questa nuova tecnologia esperienziale, sfruttiamo il ritorno in auge del karaoke, che in realtà è un evergreen e non è mai passato di moda, ma ultimamente le persone hanno dimostrato di avere voglia di esibirsi in pubblico con performance musicali, divertendosi in compagnia. Oltre a regalare un'esperienza divertente, diamo come sempre al brand l'opportunità di customizzare qualsiasi elemento (fisico e digitale) e di recuperare lead da questa attività." afferma **Vittorio Castelli, Chairman e Co-founder di Johannes**.