

COMUNICATO STAMPA

TOSHIBA USER EXPERIENCE: WELCOME TO THE FUTURE

Toshiba debutta nel Metaverso con uno spazio in cui virtuale e reale si fondono per vivere un'esperienza unica, immersiva e interattiva. Presentato oggi il primo Immersive Showroom nel settore "Multiclina"

<https://www.toshibaclima.it/tux>



Milano, 6 aprile 2022 – Toshiba Italia Multiclina ha inaugurato con una presentazione alla stampa e ai clienti il progetto **TUX –Toshiba User Experience** il primo spazio 'virtuale' aperto sul mondo della climatizzazione del brand giapponese.

Dalla collaborazione con la piattaforma Wikipoint, nasce il progetto che punta a creare una nuova *customer experience*, coinvolgendo clienti e visitatori in un mondo dove reale e virtuale si fondono in un ambiente unico, confortevole, estremamente intuitivo, in cui sentirsi protagonisti.

Basata sul concetto del 'Virtual Tour 3D', l'esperienza di navigazione offerta ai visitatori consente di spostarsi da un punto di vista all'altro, interagendo con gli elementi attivi posti all'interno di ogni edificio, in uno spazio in continua evoluzione e trasformazione.

*" TUX-Toshiba User Experience – dichiara **Daniele Spizzotin General Manager Toshiba-** è un luogo aperto che racconta chi siamo e qual è stato il percorso in questi ultimi anni che ci ha visto focalizzati su una nuova e innovativa visione strategica del business e del brand, facendo leva sull'eccezionale tecnologia dei prodotti e dando maggior impulso ai rapporti con la distribuzione del canale ITS. Abbiamo introdotto innovazioni tecnologiche e nuovi modelli di business cercando di dare al mercato prodotti costruiti attorno alle esigenze dei nostri clienti. TOSHIBA è un brand con una storia che parte da lontano fatta di innovazione e sviluppo di tecnologie nel settore della climatizzazione e il nostro obiettivo con TUX è quello di raccontarvi soprattutto il futuro, perché è chiaro che oggi con i processi innovativi così veloci, si debbano avere strumenti nuovi che ci aiutino a sviluppare e implementare l'attività nel mercato italiano".*

Lo spazio virtuale in cui Toshiba accoglie i propri ospiti stupisce per il realismo e la ricchezza dei contenuti, tutti fruibili con un semplice click. Dalla 'news room' dove poter visualizzare la rassegna stampa e i contenuti di tutti gli account social di Toshiba Clima, alla *biblioteca virtuale* cui accedere per scaricare cataloghi e schede tecniche, passando per sale dedicate in cui poter chattare con tutti i visitatori : lo Showroom virtuale di Toshiba sfrutta la tecnologia messa a punto da Wikipoint, soluzione proprietaria della startup innovativa Digiwow, per rendere accessibile a tutti l'esperienza digitale, allontanando il pregiudizio che il Metaverso e la realtà virtuale siano concetti riservati solo ad un pubblico altamente specializzato.

*Il team marketing, dichiara - **Carla Zedda Marketing Manager Toshiba**- lavora con grande entusiasmo da diversi mesi a questo progetto cogliendo questa sfida e dotando l'azienda di uno strumento in grado di innovare la customer experience e rendere ogni prodotto, ogni novità, ogni ambiente interattivo e fruibile da tutti i device, dove l'utente può esprimere liberamente la propria personalità e al quale può accedere in totale autonomia sulla base dei propri bisogni e necessità. TUX è molto di più di uno show-room virtuale. TUX nasce per creare uno storytelling efficace anche a distanza, raggiungere un pubblico più ampio, creare connessioni con le persone, accorciare le distanze con i nostri clienti e stabilire nuove modalità di interazione tra il cliente e il brand. Ovviamente non ci fermiamo qui, anzi TUX sarà uno spazio in continua evoluzione, verrà integrato nel tempo con tante novità, nuovi ambienti e contenuti multimediali. Uno spazio innovativo sempre aperto e pronto ad accogliere i visitatori".*

L'accesso allo Showroom è immediato e richiede unicamente un link <https://www.toshibaclimate.it/tux> integrabile in ogni pagina web, sui canali Social e nella posta elettronica, in modo da poter essere condiviso con tutti coloro che vedano in questo strumento un modo per restare costantemente aggiornati sulle novità presentate dall'Azienda.

Come **HAORI** il climatizzatore di design, caratterizzato da una cover in tessuto esclusivo Rubelli disponibile in un'ampia gamma di fantasie e colori. Personalizzare HAORI a seconda delle proprie esigenze, integrandolo con gli altri elementi di arredo della propria casa, è da oggi semplicissimo, grazie allo speciale configuratore che consente all'utente di provare la cover e scegliere prima dell'acquisto pattern e colori preferiti.

O come l'innovativa pompa di calore **ESTIA R32**, che soddisfa la crescente domanda di soluzioni alternative ai sistemi di riscaldamento convenzionali, e che ha uno spazio dedicato all'interno dello Showroom, per scoprirne caratteristiche e funzionamento attraverso la riproduzione perfetta di una casa con il prodotto inserito.

Per finire, lo spazio virtuale offre un grande **Auditorium**, perfettamente attrezzato con poltrone, palco e grande schermo, che l'Azienda utilizzerà per eventi, webinar ed iniziative speciali. Attenzione, però: se pensate che in questo modo Toshiba voglia snaturare il proprio rapporto con i clienti, allontanandoli dal modo diretto di interagire cui fino ad ora sono stati abituati, siete fuori strada. In perfetta sintonia con il mondo creato da Wikipoint, l'obiettivo è esattamente opposto, ovvero quello di ampliare il proprio pubblico,

avvicinandolo il più possibile a sé grazie all'eliminazione di barriere 'fisiche' e/o geografiche e a contenuti personalizzati che semplificano la comprensione dello storytelling tecnico del settore e consentono di approfondire la conoscenza di una nuova realtà che, tuttavia, non intende sostituirsi a quella 'vera', cui tutti noi siamo abituati.

Toshiba Italia Multiclina commercializza in Italia sistemi per climatizzazione e riscaldamento a marchio Toshiba: sistemi in pompa di calore aria-aria e aria-acqua con produzione di acqua calda sanitaria per applicazioni residenziali, commerciali e business e sistemi VRF in pompa di calore e recupero di calore. Toshiba contribuisce alla salvaguardia dell'ambiente sviluppando prodotti innovativi e di alto contenuto tecnologico, che abbiano il più basso impatto ambientale possibile. Per questo Toshiba ha lanciato NATUR32, proponendo prodotti in grado di soddisfare questi importanti requisiti di sostenibilità ed efficienza. Toshiba Italia Multiclina da fine 2011 fa parte del gruppo Beijer Ref, un'area di business della multinazionale svedese Beijer Ref AB, gruppo leader nel commercio all'ingrosso per il settore della refrigerazione, con fatturato stimato intorno al miliardo di euro.

Ufficio Stampa Toshiba

Barbara Bargna Communication

Tel. +39.3356844769

info@barbarabargna.it