Tell your story, la strategia 2016 di Worldhotels

Tell your story ovvero, in estrema sintesi, la strategia di **Worldhotels** nel 2016. Presentato durante la Conferenza Annuale del gruppo ad Amburgo, il progetto si declina attraverso tre iniziative diverse, concepite allo scopo di favorire un miglior posizionamento degli hotel, rafforzandone l'individualità.
Raccontare la propria storia (di albergo) innanzitutto è **Start with Why**, ovvero iniziare dai perché (per esempio, perché gli ospiti pernottano in questo albergo?), e quindi condividere la propria storia sotto forma di racconto e renderla utilizzabile dal sales & marketing.
World Online rappresenta invece un investimento per rafforzare le capacità di Worldhotels nell'ambito delle soluzioni online e le **strategie di sales e marketing digitale**. Il suo scopo è offrire consigli di esperti in tutti i passaggi del ciclo della prenotazione per aumentarne il numero.
Infine **The Co-operative** pone un accento particolare sul concetto di *stronger together*, sul valore aggiunto di essere parte di un gruppo.
Come riferisce Askanews, nel 2016 verrano lanciati anche 2 nuovi programmi, **Worldhotels Nin Hao Guest Programme** e **World Luxury**. Il primo fornisce agli alberghi una maggiore comprensione del mercato cinese, mentre il secondo nasce per supportare gli alberghi di lusso e attrrarre i consumatori del segmento attraverso una serie di attività specifiche.