Best Western Rewards, 26 milioni di iscritti. Arrivano nuovi benefit

Buoni i risultati 2015 per il **Best Western Rewards**, il loyalty program di **Best Western**. L'anno passato gli iscritti al programma hanno infatti raggiunto quota 26 milioni in tutto il mondo, di cui 2 milioni di nuovi soci in un solo anno. Si tratta di una crescita non solo quantitativa, ma anche strategica, perché i titolari della card non rappresentano semplicemente una clientela fidelizzata, quanto un vero e proprio patrimonio per gli alberghi affiliati al brand, e sono fondamentali nella strategia di sviluppo per i canali diretti. Nel 2015 **Best Western Italia** ha focalizzato molte iniziative di comunicazione e promozione sul loyalty program, che ha segnato le migliori performance in Europa. Lo scorso anno in Italia il numero di iscrizioni è cresciuto del 10%, e del 9% il fatturato generato dai titolari della carta.

Il 2016 si presenta perciò ricco di novità per gli iscritti al programma. Innanzitutto la validità dei punti non ha più il limite della data di scadenza. Raggiungere il livello Elite poi diventa più semplice, e i soci che lo raggiungono hanno a disposizione anche un maggior numero di punti Bonus e un welcome gift a scelta dell’hotel. Novità anche per il catalogo premi. Alitalia, Amazon, Chicco, Coccinelle, Decathlon, La Rinascente, Privalia, Swarovski e Trony sono solo alcune delle aziende partner di Best Western Rewards, sempre in evoluzione per rispondere alle esigenze dei clienti, ai quali garantisce tariffe speciali e benefit esclusivi.