Best Western, edizione record per la Global Convention 2016

Si è conclusa la Global Convention di Best Western Hotels & Resorts, che davanti a una platea di oltre 2500 imprenditori alberghieri provenienti da tutto il mondo ha analizzato i propri successi, dal brand refresh al focus sulla qualità, per consolidare l'appeal degli hotel con un look contemporaneo e dinamico. "In occasione del nostro 70° compleanno lanciamo un grande messaggio globale: il nostro brand evolve e si focalizza sui bisogni dei viaggiatori di oggi - commenta **David Kong,** Presidente e CEO - Sfidiamo noi stessi per raggiungere sempre nuovi obiettivi, e ottenere ciò che era considerato impossibile". Folta anche la delegazione italiana guidata da **Giovanna Manzi, CEO Best Western Italia**, che ha preso parte al **Leadership Panel,** momento di incontro che ha visto riuniti sei CEO da altrettanti paesi in cui il brand è presente.

Best Western festeggia e si rinnova, quindi, e negli ultimi cinque anni oltre ad avere introdotto programmi innovativi di sales e marketing, ridisegnato il programma fedeltà **Best Western Rewards**, e a livello locale, sottoposto a significativi restyling numerosi hotel in tutto il mondo, ha fatto evolvere la propria offerta da 1 a 7 brand. Tra cui, negli ulrimi due anni, **V?b**, i boutique hotel per i viaggiatori millennial del segmento medio-alto, e BW Premier Collection, soluzione di soft brand che assicura l'accesso a segmenti di clientela di fascia alta agli hotel a vocazione leisure.

Recentemente poi ha inaugurato il primo hotel V?b a **Chicago**, seguito da Springfield, Illinois e Staten Island (New York). Attualmente sono otto gli hotel VIb programmati in Nord America e dieci ulteriori progetti sono in cantiere in location internazionali, come il primo V?b in Turchia, che aprirà entro la fine del 2016, mentre altri due VIb apriranno a Miami nel 2017. Ma in occasione dell'ultima assemblea Best Western ha anche annunciato di voler focalizzarsi sull'integrazione di tecnologia, engagement e servizi. Anche attraverso il lancio del nuovo sito, nato con l'obiettivo di ottimizzare e velocizzare la customer experience. Il design di bestwestern.com ora si focalizza infatti su elementi visivi e interattivi che si adattano alle dimensioni dello schermo di qualsiasi device del cliente, dallo smartphone al tablet, dal pc portatile al desktop.