Supranational Hotels compie 40 anni. E guarda al futuro

Valorizzare ulteriormente il proprio core business basato sulla clientela corporate che prenota tramite Gds; dare maggior impulso al comparto sales & marketing; identificare nuove affiliazioni di alberghi in località di interesse crescente per le aziende, come ad esempio le aree industriali e gli aeroporti dei nuovi paesi produttori di petrolio, quali l'Azerbaijan; nonché sfruttare appieno il proprio innovativo sistema informatico. **A quarant'anni dalla sua fondazione, il gruppo internazionale Supranational Hotels continua a guardare avanti e a studiare le mosse giuste per sfruttare ogni opportunità di business**. Nato nel 1974, per iniziativa di cinque gruppi alberghieri, tra i quali l'italiano Space Hotels, Supranational Hotels **rappresenta oggi 760 strutture in 75 differenti paesi del mondo**. “Per festeggiare al meglio questo importante anniversario”, racconta così il managing director di Supranational Hotels, Mr. **Cho Wong**, “organizzeremo un grande evento a Londra il prossimo 17 giugno in occasione del nostro Consortia Workshop, durante il quale i nostri albergatori potranno incontrare i rappresentanti dei Gds di livello globale, nonché alcuni tra i più importanti clienti corporate del nostro gruppo, che vanta partnership di lunga durata con realtà quali Ibm, Microsoft, Mercedes Bank, Coca Cola, Shell, Bp e la Banca Mondiale”. In programma ci sarà anche un workshop, che vedrà gli albergatori Supranational scandinavi, tedeschi, britannici, sudafricani e italiani svolgere il ruolo di seller, mentre un convegno, curato da noti esperti del settore, indicherà i nuovi trend del turismo. Tra le ultime novità messe a disposizione degli associati c’è la recente l'introduzione, nella propria piattaforma digitale, di un'opzione di connessione con le agenzie online (Olta), in modo da non perdere possibile business e avere un maggiore controllo. Non solo: **è stata creata una connessione anche con i portali di meta-search come Trivago e TripAdvisor insieme a una connessione “seamless” ai motori di prenotazione degli affiliati**, permettendo in questo modo agli alberghi partner di gestire, su un'unica interfaccia, tutti i canali di distribuzione oggi disponibili sul web.