Per Best Western due nuovi "boutique brand"

Best Western Hotels & Resorts rafforza ulteriormente la sua visibilità nel settore, grazie a due nuovi “boutique brand”: Sadie HotelSM e Aiden HotelSM.

Sadie HotelSM appartiene al segmento upscale e **Aiden HotelSM** è dedicato al segmento upper midscale. Entrambi offriranno agli imprenditori l’opportunità di riposizionare le loro strutture migliorandone performance e valore patrimoniale con una decisa attenzione al design grazie a guidelines innovative e flessibili.

Le personalità originali di Sadie HotelSM e Aiden HotelSM si rifletteranno all’interno di ogni struttura. Dalle hall colorate e creative, alle aree comuni, alle camere ed i servizi tutto sarà caratterizzato dal medesimo stile coinvolgente e autenticamente legato al territorio di appartenenza. Tutto ciò consentirà agli albergatori di riscoprire e proporre le tradizioni locali e ampliare il portafoglio clienti e ottenere così un RevPAR maggiore.

“Sadie HotelSM e Aiden HotelSM sono brand ricercati, sofisticati, unici ma pensati per riflettere lo stile e la comunità cui gli hotel appartengono, portando uno spirito solare e coinvolgente agli ospiti di ogni struttura” – afferma **David Kong**, Presidente e Chief Executive Officer di Best Western Hotels & Resorts. “Siamo entusiasti di essere i primi nel settore alberghiero a lanciare due “boutique brand” – Sadie HotelSM per i segmenti upscale e Aiden HotelSM per i segmenti upper midscale. Entrambi offrono l’opportunità agli albergatori indipendenti e ai Soci Best Western di riposizionare la loro struttura, sfruttando il design personalizzato ed il programma di ristrutturazione. Un team dedicato garantirà la rapida integrazione delle strutture nei sistemi di distribuzione di Best Western per favorire l’incremento del business. La strategia marketing, social e PR dedicata aumenterà il buzz e la notorietà degli hotel.”

Elementi di Design Innovativi

Sadie HotelSM e Aiden HotelSM colmano uno spazio nello scenario upscale con un inedito mix di creatività e tradizione nel design, con misure di adeguamento e rebranding per le strutture già affiliate grazie ad uno stile contemporaneo ed energico. Spazi e tecnologia conviveranno in modo creativo: al centro di ogni Sadie HotelSM e Aiden HotelSM l’area comune diventa il cuore multi-funzionale grazie al bar, le sedute di design e la possibilità di effettuare check-in da mobile per facilitare l’ingresso in hotel degli ospiti. E ancora, i clienti potranno acquistare oggetti con il brand dell’albergo e portare con sé alla fine del viaggio un memorabilia di Sadie HotelSM e Aiden HotelSM.

Integrazione con un Brand leader

Ogni hotel sarà supportato e avrà accesso a piattaforme e servizi del gruppo: sito web, partnership globali e un team Sales&Revenue dedicato ad ottimizzare il business e ridurre i costi operativi. Come per tutti i soci Best Western, i proprietari di Sadie HotelSM e Aiden HotelSM avranno a disposizione il miglior supporto brand del settore a quote vantaggiose.

Con il lancio di Sadie HotelSM e Aiden HotelSM il portfolio Best Western si rafforza ulteriormente oggi con 13 brand, risultato della costante evoluzione avviata con la campagna di brand refresh.

Strategie social

Sadie HotelSM e Aiden HotelSM saranno sostenuti da massicce campagne social, ideali per questa tipologia di prodotto. Gli albergatori trarranno beneficio dalla programmazione social globale e dalle iniziative PR destinate ai brand. Le strategie di marketing di Best Western saranno pensate per dare ottimi risultati, concepite per ottenere un “wow effect” e integrate alle iniziative locali.