

# ПЯТЬ ЗВЕЗД

ЖУРНАЛ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

★  
ОТЕЛИ

★  
РЕСТОРАНЫ

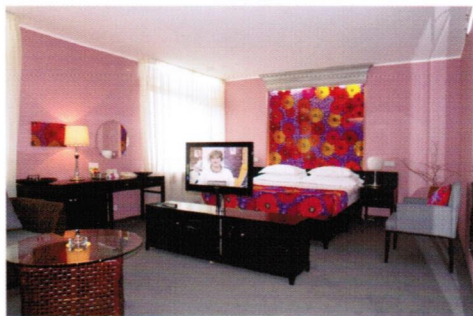
★  
ТУРИЗМ

★  
№ 3

★  
2010

★  
★  
★  
30 лет  
1980-2010  
**АЛЬФА ОТЕЛЬ**

ТУРИСТСКО-ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС



**Отель «Альфа»:  
в 30 лет все только начинается**



В последнее время многие гостиничные компании, особенно те, в портфолио которых в собственности или под управлением находятся отели категории пять звезд де люкс, испытывают трудности, связанные с уменьшением загрузки, низкой travel-активностью корпоративных клиентов.

## Ребрендинг против кризиса

Негативным фактором стала и волатильность туристического рынка, т.е. запросы от клиентов поступают в последний момент, долгосрочное планирование, прогнозы продаж невозможно использовать в качестве основного бизнес-инструмента, чтобы оценить стратегии роста компании и понять, стоит ли вкладывать средства в новые проекты.

Задача специалистов по маркетингу усложняется, им надо, с одной стороны, сохранить восприятие вашими клиентами и партнерами вас как гостиничной компании сегмента luxury, а с другой — придерживаться политики гибкого ценообразования, которое никоим образом не должно напоминать ценовой демпинг.

Безусловно, те ценные клиенты, которые привержены любимому бренду, нигде не исчезли. Но, чтобы не утратить их доверия, не стоит ухудшать имидж своих luxury-отелей неправильным позиционированием на рынке в непростых финансовых условиях.

В коллекции Rocco Forte, названной по имени владельца сэра Рокко Форте, 13 пятизвездных отелей класса де люкс, штаб-квартира находится в Лондоне. Все они уникальны, несмотря на общие черты в дизайне. Это и Brown's в Лондоне, открытый 170 лет назад дворецким лорда Байрона,

и De Russie в Риме, где жил знаменитый импресарио Дягилев с артистами «Русских сезонов». Отели расположены только в центрах городов, у них прекрасные конференц-возможности, рестораны и бары (включая мишленовские), спа-центры и зоны для отдыха и занятий спортом. Оформлением интерьеров руководит Ольга Полицци, директор по дизайну компании и родная сестра сэра Рокко Форте. Большое внимание уделяется эргономике и свободному пространству, удобству и функциональности.

Еще в июле 2007 г. компания Rocco Forte Hotels — отели пять звезд де люкс в ведущих городах Европы — решила улучшить имидж своих эксклюзивных средств размещения. Глобальный экономический кризис тогда только зарождался, первыми ощутили на себе его последствия состоятельные американские клиенты, как корпоративные, так и индивидуальные.

### Причины ребрендинга

Стандартное название бренда Rocco Forte Hotels не ассоциировалось у клиентов с дорогими эксклюзивными отелями, не подчеркивало единства их политики. Среди основных причин, вызвавших смену названия на Rocco Forte Collection и переосмысление ос-

новных ценностей компании, можно выделить следующие:

- единичная известность каждого отеля компании на локальных или международных рынках, клиенты не видели связи между всеми гостиницами, не воспринимали их как часть одного бренда;



Сэр Рокко Форте и Эльвира Тарасенко, региональный директор по продажам и маркетингу The Rocco Forte Collection (Россия, СНГ и страны Балтии)