

Golden Tulip accompagne ses hôtels dans leur stratégie d'image et d'animation commerciale en développant un kit marketing et expérientiel 360°

Golden Tulip, chaîne d'hôtels premium de Louvre Hotels Group, a développé un kit marketing et expérientiel 360° pour tous ses établissements afin de les accompagner dans leur stratégie d'image et d'animation commerciale.



Ce kit, créé pour les 160 hôtels de la marque présents en France et à l'international, permet de leur proposer une grande diversité de contenus qu'ils pourront relayer sur leurs différents réseaux tout en s'assurant de la cohérence de la communication.

Un accompagnement complet pour les hôtels dans près de 40 pays

Pour faire rayonner la marque et ses hôtels, les équipes Marketing de Golden Tulip ont développé un kit de communication constitué d'éléments prêts à l'emploi. Ils permettront de soutenir localement les plans de communication et activations sur les réseaux sociaux des hôtels tout au long de l'année.

Via ces contenus, Golden Tulip se mobilise pour répondre à un double besoin présent au sein de tous ses hôtels : celui d'apporter des supports de communication riches et percutants tout en s'assurant de la cohérence de marque. Cette demande de support et d'accompagnement s'illustre également dans les outils pédagogiques fournis avec ce kit qui permettent aux établissements d'utiliser à bon escient et au bon moment tous ces matériaux de communication.

La marque, implantée en Europe, Afrique, Asie ou encore en Amérique du Sud, mettra à disposition les éléments dans 5 langues (anglais, français, polonais, néerlandais et allemand) pour permettre à chaque hôtel de se les approprier et les adapter.

En soutien au lancement de ces contenus, Golden Tulip a prévu un accompagnement intégral des bureaux régionaux et des hôtels de la marque, à travers plusieurs sessions de formation et des webinaires conçus pour faciliter l'appropriation locale du contenu.

Pack The Unexpected : une nouvelle campagne globale

Partie intégrante de ce kit de communication, Golden Tulip propose à tous ses hôtels de s'impliquer dans une campagne digitale qui illustre la personnalité unique de la marque, intitulée « Pack the Unexpected ». Inspirée de l'esprit malicieux et espiègle de la marque, d'origine hollandaise, elle s'inscrit dans la continuité de son positionnement « Playtime, Anytime » et met en scène une approche décomplexée du voyage d'affaires.

Le point culminant de ce dispositif marketing repose sur la réalisation d'un film de campagne, dévoilé à partir du 30 mai, dans lequel la marque invite à porter un regard amusé et décontracté sur la vie et le travail.

« Nous sommes très heureux de partager ce dispositif marketing et expérientiel avec nos hôteliers, qui sont le cœur battant de la marque à travers le monde. Ce kit est une nouvelle illustration de la volonté de Golden Tulip d'accompagner tous ses hôtels au quotidien dans le développement de la marque et de leurs établissements. C'est également l'occasion de valoriser l'expérience unique que nos hôtels proposent chaque jour à leurs clients : un sens de l'accueil et du service irréprochables, sans jamais oublier de cultiver son esprit et un certain sens de la légèreté ».

Etienne Pernet, Senior Brand Manager Golden Tulip

Découvrez le film : <https://youtu.be/pnmOx8LiuKk>

A propos de Golden Tulip

La chaîne hôtelière Golden Tulip a été fondée dans les années 1960, lorsque les premiers établissements ont ouvert leurs portes aux Pays-Bas. Elle a ensuite connu un développement constant et s'est étendue dans le monde entier, tout en restant attentive à l'évolution des besoins et des attentes de ses clients. Faisant partie de Louvre Hotels Group, la marque est présente avec plus de 160 hôtels haut de gamme dans 38 pays. Chaque établissement s'engage à respecter des normes de qualité, tout en adoptant la personnalité de son directeur et en s'imprégnant de la culture locale. Les hôtels Golden Tulip offrent une vision ludique de la vie, du travail et des voyages. En accord avec les comportements des voyageurs d'affaires, nos hôtels encouragent les clients à mélanger travail et loisirs, leur permettant de vivre et de partager des expériences uniques et ludiques.

Contact Presse Golden Tulip:

Marjorie Rigouste

06 70 98 11 06

marjorie.rigouste@change.bz