

**BEST
OF
MKT**

FIQUE POR DENTRO
DE **TODAS AS**
AÇÕES DE
MARKETING DAS
NOSSAS MARCAS



ACCOR HOTELS

RETROSPECTIVA 2017

EDIÇÃO ESPECIAL

Prezados investidores e investidoras,

Primeiramente, gostaria de desejar um feliz 2018 à todos.

Antes de mergulharmos nas ações que estamos preparando para este novo ano, gostaria de compartilhar com todos vocês um grande compilado dos esforços desenhado pelo time de Marketing em 2017.

Para nós, 2017 se traduz em esforços para posicionar nossas marcas e comunicar a essência de cada uma delas de forma criativa e inteligente no mercado, graças a campanhas inovadoras e parcerias e patrocínios relevantes.

Assim, em 2017, você pôde acompanhar:

- **O lançamento de 6 campanhas institucionais** para as marcas Pullman, Novotel, Mercure, Adagio e para as marcas ibis que pela primeira vez se apresentam como uma família;
- **O patrocínio de 5 grandes eventos no mundo do esporte e das artes** – reforçando o pilar da cultura e do esporte, estratégicos para a marca AccorHotels,
- **A criação de mais de 11 novos produtos** que nos ajudaram a gerar receitas adicionais e preparar nossos hotéis para o mundo de amanhã,
- **A divulgação de mais de 9 grandes parcerias** que graças à relevância dos nossos parceiros tais como Nespresso, Livelo e Royal Canin, contribuíram em dar mais visibilidade às nossos produtos e marcas
- **Mais de 15 grandes ofertas** com o objetivo de gerar vendas para todos os nossos hotéis.

Venha lembrar conosco as principais iniciativas de 2017, e vamos nos preparar para mais um grande ano.

Roberta Vernaglia,
VP Marketing América do Sul.



EDITORIAL

BEST
OF
MKT

ACCORHOTELS



ACCORHOTELS

INVESTIMENTO EM RUGBY

AccorHotels em destaque no Rugby brasileiro

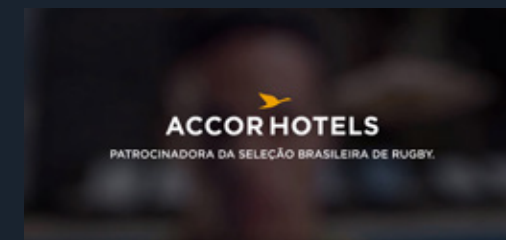
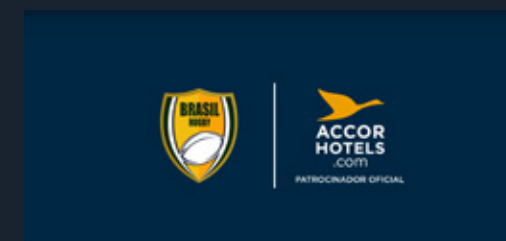
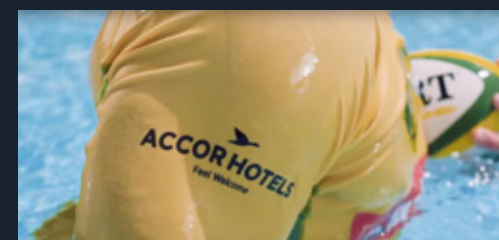
Em busca de incentivar e associar a marca a iniciativas esportivas, uma das ações da AccorHotels em 2017 foi investir no rugby brasileiro. O primeiro passo foi se tornar apoiadora das seleções masculinas e femininas de Rugby XV e Rugby 7s, nas categorias principais e jovens. O contrato válido por dois anos deve terminar em 2020.

Com este apoio, o logo da AccorHotels passou a estampar os uniformes oficiais das equipes, além de aparecer em mídias no campo durante os jogos e nos planos de fundo de entrevistas. Agora a marca aparece em toda comunicação oficial da Confederação Brasileira de Rugby (CBRU), tem direito à cota de ingressos e ativação nos camarotes VIPs, e pode ser sede dos principais eventos da modalidade.

Para anunciar o patrocínio, a AccorHotels lançou uma campanha digital que gerou:

- + 80 mil visualizações da transmissão (10% acima do esperado)
- 450 mil views nas redes sociais
- 3,7 milhões de impressões
- Assista aos vídeos da campanha: bit.ly/2yNa4ph e bit.ly/2t28fDy

No Brasil, a marca ainda ganhou visibilidade no camarote VIP do Pacaembu.





INVESTIMENTO NO RUGBY

Seleções brasileira e uruguaia de rugby disputam a Copa AccorHotels

No dia 20 de maio de 2017 aconteceu em Montivideo, Uruguai, a partida histórica entre as seleções brasileira e uruguaia de rugby, batizada como Copa AccorHotels. O jogo foi transmitido ao vivo pelo canal oficial online da Confederação Brasileira de Rugby, a Direct TV. O idealizador do evento foi Luciano Fontana, gerente geral do Sofitel Carrasco, e o logo da AH também foi colocado nos uniformes dos jogadores uruguaios.

Troféu Brasileiro

Em abril de 2017, a AccorHotels sediou o Troféu Brasileiro, evento de premiação organizado pela CBRU em reconhecimento dos melhores jogadores de 2016 das seleções feminina e masculina de rugby.

A cerimônia aconteceu no Pullman Vila Olímpia, em São Paulo, quando foi anunciado oficialmente o patrocínio da AH à Confederação. Estavam presentes jornalistas, atletas e outros patrocinadores.

- 45 publicações em revistas e sites brasileiros que cobrem os segmentos de esportes, negócios, turismo e propaganda & marketing.
- 14 milhões de pessoas impactadas.



INVESTIMENTO NO TÊNIS



AccorHotels patrocina torneio internacional de tênis

Em outubro de 2017, a AccorHotels fechou uma nova parceria: o patrocínio do ATP Challenger Tour 2017. Este torneio de tênis conta com a participação de atletas profissionais que fazem parte do ranking Top 100 da The Association of Tennis Professionals (ATP). Esta é mais uma ação da AH para reforçar o esporte como um dos pilares estratégicos do grupo, gerando visibilidade de marca e abrindo caminho para novos negócios.

As três etapas do torneio atraíram cerca de **40 mil pessoas** e as finais foram exibidas pelo canal **Sport TV**.

A iniciativa da AccorHotels de dar suporte ao torneio dá continuidade aos investimentos da marca com ações esportivas que proporcionam oportunidades estratégicas de visibilidade e relacionamento.

Etapa 1: 30 de setembro a 8 de outubro – Sociedade Hípica de Campinas

Etapa 2: 11 a 19 de novembro – Tênis Club de Santos

Etapa 3: Clube Paineiras do Morumby, em São Paulo

O que ganhamos?

VISIBILIDADE

Naming rights para área VIP, que acolheu cerca de 250 pessoas por dia

Logo da AccorHotels em oito lonas de fundo de quadra e em materiais de comunicação

RELACIONAMENTO

Torneio de duplas amadoras exclusivo para os convidados AccorHotels

Convites para área VIP Lounge da AH

NEGÓCIOS

Novotel Santos como hotel oficial da segunda etapa

Mercure Nações Unidads como hotel oficial da terceira etapa



INVESTIMENTO NO GOLFE



AccorHotels apoia evento beneficente realizado por Galvão Bueno

No dia 18 de outubro aconteceu a Taça Galvão Bueno Invitational Embrase de Golf no São Fernando Golf Club, São Paulo. O evento beneficente, promovido pelo narrador junto da empresa Embrase, abrigou uma competição de golfe com premiação individual e por equipe.

Mais de cem jogadores foram convidados para participar do torneio amador, além de 400 convidados entre empresários, atletas e personalidades, como os atores Rodrigo Lombardi e Marcos Pasquim e o piloto Rubens Barrichello.

Esta iniciativa da AccorHotels dá continuidade aos investimentos do grupo em ações esportivas e aumenta a visibilidade da marca.



PACTO PELO ESPORTE



AccorHotels assina acordo em favor da transparência

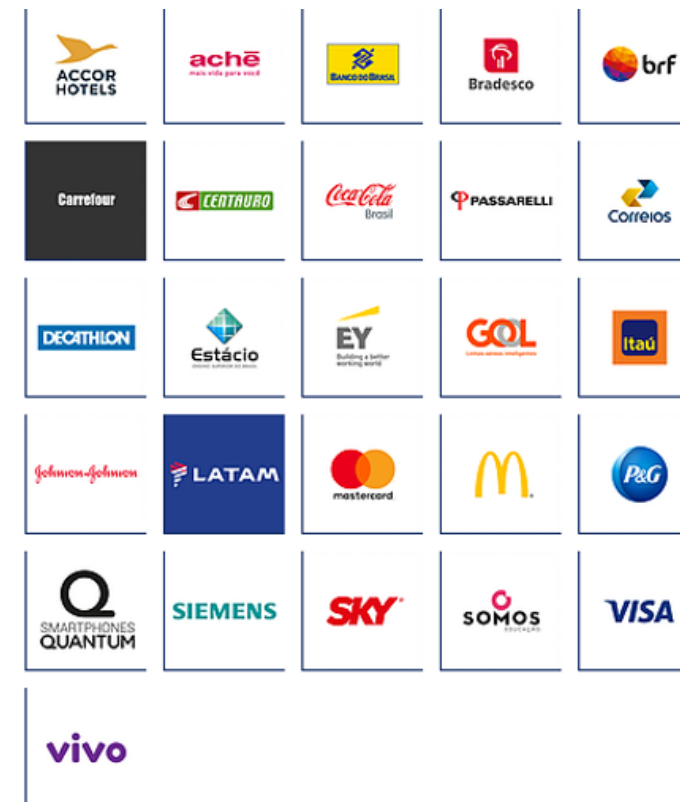
Em outubro, a AccorHotels entrou para a lista de empresas e patrocinadores que assinaram o Pacto Pelo Esporte. Este é um acordo entre grandes patrocinadores do esporte brasileiro que tem como objetivo contribuir para a cultura e a prática de governança, integridade e transparência do segmento.

Assinando este acordo, a AccorHotels se compromete a apoiar apenas empresas e parceiros reconhecidos e notados pelo Pacto do Esporte como aderente a estas boas práticas. Hoje, mais de 25 instituições, que aparecem como os maiores patrocinadoras do país, já assinaram o Pacto Pelo Esporte.

Para saber mais, acesse www.pactopeloesporte.org.br.

PACTO PELO ESPORTE

Temos um pacto!



ANIVERSARIO ACCORHOTELS #WELCOMEHEROES



AccorHotels celebra 50 anos em grande estilo

No dia 19 de novembro de 2017, a AccorHotels completou 50 anos.

Em comemoração a esta data, hotéis da rede no mundo todo abriram as portas para receber hóspedes especiais, os #HeróisLocais – definidos como todos que contribuem positivamente com a comunidade local na qual os hotéis estão inseridos. Foram convidados, por exemplo, enfermeiros, bombeiros, policiais, médicos, comerciantes, taxistas e vendedores de praia. Esta ação reforçou a vontade do grupo de ser parte ativa da comunidade, destacando que todas as pessoas são bem-vindas nos estabelecimentos da rede.

A programação aconteceu de acordo com o que cada hotel gostaria ou poderia oferecer: café da manhã, brunch, almoço, coquetel, aula de yoga, feira de artesanato, festa etc. Mais de 180 hotéis da rede participaram deste grande projeto!

Campanha interna de 50 anos

Em paralelo, foi organizada uma campanha interna com o objetivo de recompensar o hotel que mais representasse o espírito da AccorHotels neste dia especial. O vencedor foi o Sofitel Montevideo Carraso & Spa, que havia organizado um concerto dirigido por Martin Berguenrue na voz de Maria Noel Taranto, intérprete de Edith Piaf.

Para selecionar os heróis locais convidados, o hotel promoveu uma campanha no Facebook de cada estabelecimento incentivando os fãs da página a postarem uma foto com seus heróis. As pessoas que estavam nas fotos mais curtidas foram convidadas a ir ao concerto, assim como artistas, atletas e sobreviventes do crash na Cordilheira dos Andes.

A unidade foi presenteada com a organização de uma festa para todos os colaboradores.



BURGER WEEK



AccorHotels promove terceira edição do Burger Week

Entre os dias 20 de novembro e 08 de dezembro 2017 aconteceu o Burger Week, o festival promovido pela AccorHotels que mais atrai público para os restaurantes dos hotéis do grupo. Para a edição de 2017, foi desenvolvida uma campanha focada em gerar ainda mais visibilidade e tornar o festival mais conhecido, já que agora carrega o rótulo de “maior festival de hambúrgueres da América Latina”. Só na última edição, mais de 180 unidades participaram levando o evento ao Brasil, Peru, Chile, Colômbia, Argentina e Uruguai.

A divulgação contou com uma campanha de mídia voltada para o Facebook, Instagram e YouTube. Além de convidar pessoas a participarem, foi reforçada a ideia de que o festival estava aberto a todos, e não apenas aos hóspedes. Foi utilizado o recurso digital “Aonde Convém”, que envia mensagens para o celular de usuários que estão próximos aos hotéis.

O Burguer Week contou com a parceria do aplicativo Cabify, que ofereceu descontos de 20% a 100% nas corridas localizadas nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, que levavam o usuário do app até os locais onde estava acontecendo o festival.

RESULTADOS

- 3 milhões de pessoas impactadas na América do Sul
- 1,2 milhões de visualizações completas no YouTube
- 940 visitantes chegaram ao festival pelo “Aonde Convém” só em SP.



MATERIAL IN-HOTEL

Reserve já
mais sossego

AccorHotels.com. Reservamos os
melhores momentos para você.

ATÉ
6X
SEM JUROS
ACCORHOTELS.COM

ACCOR HOTELS
Feel Welcome

BAIXE O APP

Campanha interna da AccorHotels foca no segmento de lazer

Para reforçar o posicionamento da AccorHotels com os hóspedes de lazer do grupo, foi realizada uma campanha in-hotel com peças de comunicação disponibilizadas na intranet das marcas.

O key-visual criado para a campanha tem mote emocional, direcionado para o público que vaza a lazer. A campanha convida o cliente a reservar seus próximos momentos de lazer em AccorHotels.com ou pelo aplicativo do grupo e aproveitar todas as vantagens, como a facilidade de pagamento em até seis vezes e o melhor preço garantido.

Reserve já
mais liberdade

AccorHotels.com. Reservamos os
melhores momentos para você.

ATÉ
6X
SEM JUROS
ACCORHOTELS.COM

ACCOR HOTELS
Feel Welcome

BAIXE O APP

RAFFLES | Sofitel | LEGEND | SO | SOFITEL | Sofitel | pullman | swissotel | NOVOTEL | Mercure | MAMA | adagio | ibis | ibis | ibis | pullman

Reserve já
mais tempo com a família

AccorHotels.com. Reservamos os
melhores momentos para você.

ATÉ
6X
SEM JUROS
ACCORHOTELS.COM

ACCOR HOTELS
Feel Welcome

Reserve já
mais dias de sol

AccorHotels.com. Reservamos os
melhores momentos para você.

ATÉ
6X
SEM JUROS
ACCORHOTELS.COM

ACCOR HOTELS
Feel Welcome

Reserve já
novas aventuras

AccorHotels.com. Reservamos os
melhores momentos para você.

ATÉ
6X
SEM JUROS
ACCORHOTELS.COM

ACCOR HOTELS
Feel Welcome

BAIXE O APP

RAFFLES | Sofitel | LEGEND | SO | SOFITEL | Sofitel | pullman | swissotel | NOVOTEL | Mercure | MAMA | adagio | ibis | ibis | ibis | pullman



LUTA CONTRA O CÂNCER DE MAMA

AccorHotels é patrocinadora oficial da Caminata Carrera Avon em 2017

Em 24 de setembro, a Fundación Avón organizou a 13ª caminhada (3 km) e corrida (10 km) visando a conscientização para a luta contra o câncer de mama. O evento aconteceu em Buenos Aires, na Argentina, e foi mais uma oportunidade para a AccorHotels reforçar seu engajamento na luta pelo direito da mulher, que acontece por meio de ações do programa global Women at AccorHotels Generation.

O evento trouxe visibilidade para o grupo, que participou com as seguintes ações:

- Estande de ativação com quarto conceitual e totens fotográficos na área VIP
- Ingressos para clientes e colaboradores na região
- Prêmios AccorHotels para vencedores
- 1º lugar: diária no Sofitel Arroyo Buenos Aires
- 2º lugar: diária no MGallery The Brick
- 3º lugar: diária no Novotel Buenos Aires

Ações das marcas presentes em Buenos Aires:

- Tarifas promocionais para participantes do evento
- Café da manhã especial para atletas



BRANDS DAY

NOVOTEL

Equipes de marketing no Peru e Argentina se reúnem para encontro produtivo

Maio e junho foram os meses de Brands Day para as operações no Peru e na Argentina. As equipes operacionais se reuniram com os representantes das marcas do grupo AccorHotels e os responsáveis por Branding, Web, Comunicação e CSR e Le Club para capacitação, discussão de estratégia e visão de mercado.

No Peru, a reunião aconteceu nos dias 28 e 29 de maio e o Novotel Lima foi a unidade que recebeu todo o time. Estavam presentes representantes das marcas ibis, Mercure, Novotel, Adagio e AccorHotels.

Já na Argentina, a grande reunião aconteceu nos dias 27 e 28 de junho no The Brick Hotel Buenos Aires com representantes das marcas dos segmentos Economy, Luxe, Midscale e AccorHotels.



**BEST
OF
MKT**

LUXE



p u l l m a n
HOTELS AND RESORTS

CAMPANHA INSTITUCIONAL DO DISTURB

PULLMAN lança nova campanha e inaugura conta no Instagram

Com o objetivo de reforçar a expressão e o conceito da marca “Our world is your playground”, Pullman Hotels & Resorts lançou em 2017 uma nova campanha desenvolvida no Brasil: DO DISTURB. Aspiracional e com muito lifestyle, a campanha busca atrair e impactar clientes e consumidores que buscam inovação, que são trend-setters, cosmopolitas e de mente aberta.

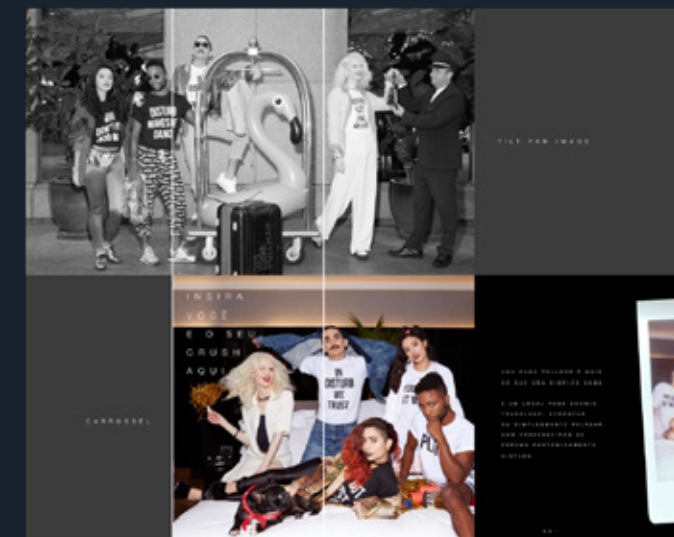
Os hotéis têm papel fundamental no sucesso da campanha, pois muitos dos momentos DISTURB serão traduzidos em experiências surpreendentes para os clientes, que serão o centro das atenções. Conheça algumas das ações:

DISTURB OMG – um jeito inovador de surpreender os hóspedes com tratamentos VIPs, “fora da caixa”.

DISTURB TASTY – degustação às cegas do menu de Tapas Pullman, que leva a assinatura da chef Renata Vanzetto.

DISTURB HUG – abraços “grátis” distribuídos aos hóspedes no momento da chegada.

DISTURB ROOM – apartamento decorado com itens que traduzem gostos, preferências e estilo de vida do hóspede VIP.



DISTURB TASTY



Tapasry By Pullman promove “blind dinner” para influenciadores

No dia 11 de agosto a marca Pullman promoveu um jantar às cegas para jornalistas, apresentando a segunda edição do Tapasry By Pullman, com o menu de tapas assinado pela renomada chef Renata Vanzetto. O evento é parte da campanha publicitária Disturb, que oferece experiências surpreendentes e inovadoras para os clientes da rede.

Os 21 influenciadores que participaram foram levados de limusine para um jantar secreto no Pullman SP Guarulhos. Vendados, degustaram todas as entradas. Alguns tiveram a oportunidade de aproveitar a estadia no hotel e desfrutar de serviços como massagem e um belo café da manhã no dia seguinte.

Com a presença de grandes nomes como Sandra Matarazzo, do @receitase-temperos (+357K seguidores), e Tamirys Roxo, do @boccanervosa, o evento ganhou excelente visibilidade:

- 6 publicações em veículos de gastronomia e turismo
- 18 postagens nas redes sociais
- + 700K pessoas impactadas



DISTURB

QUARTO TEMÁTICO

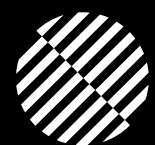


Ninjago estreia nos cinemas e ganha quarto especial no Pullman Guarulhos

Em parceria com a Warner Bros., o hotel Pullman Guarulhos Aeroporto criou o Ninjago Experience Room. A marca aproveitou o lançamento de Ninjago O Filme para chamar a atenção de potenciais clientes e aumentar a visibilidade da rede de hotéis. Além de convidar o público para conhecer o quarto personalizado, foram distribuídos cem ingressos para a estreia do filme no cinema. Para divulgar esta ação e aumentar a visibilidade da marca nas mídias sociais, foram enviados releases para toda a imprensa, além de convites para que clientes Pullman e membros do Le Club conhecessem o quarto.



ART BATTLE



pullman
HOTELS AND RESORTS

Chapeleiro Feliz participa de campeonato de artistas plásticos no Pullman Vila Olímpia

No dia 22 de julho de 2017 aconteceu a 6ª edição do Art Battle, promovida pelo Pullman São Paulo Vila Olímpia. O evento reúne artistas plásticos brasileiros em uma competição de “live painting” e, nesta edição, contou com a participação de Du E-Holic, também conhecido como Chapeleiro sem CEP ou Chapeleiro Feliz. O brasileiro customiza bonés, cartolas, boinas e chapéus com tipos diferentes de materiais, que vão desde a seda até sacos de café e cimento.

Durante o Art Battle, o Chapeleiro ficou responsável pela principal atração do dia no lobby do hotel, quando personalizou um chapéu exclusivo para a marca Pullman: o Lobby Boy.

O evento contou com a presença de aproximadamente 200 pessoas entre passantes, hóspedes e jornalistas convidados. O Art Battle faz parte da campanha DISTURB.





PARCERIA SARAH HOEY

Marca Pullman investe em bem-estar e ganha nova embaixadora

Em 2017, a marca Pullman fechou uma parceria global com Sarah Hoey. A professora de ioga de alto reconhecimento pelo mundo se tornou a mais nova embaixadora fitness dos hotéis Pullman. A decisão de trabalhar o bem-estar in-hotel tem como objetivo responder a uma demanda cada vez mais alta de hóspedes que valorizam o esporte e a nutrição durante suas estadias.

A parceria com a Sarah gerou quatro filmes de sete minutos com exercícios que podem ser realizados no conforto do quarto dos hotéis. As séries foram feitas levando em consideração diferentes objetivos e intensidade.

Para divulgar essa novidade, a marca Pullman no Brasil realizou uma ação especial para a imprensa nos hotéis da capital paulista. Mais de 25 jornalistas e influenciadores internacionais participaram, além de quatro influenciadores nacionais.

O plano de comunicação da novidade também foi divulgado em países emissores estratégicos para a região da América do Sul:

- França
- Reino Unido
- Alemanha
- Estados Unidos
- Argentina
- Chile

Para saber mais sobre Sarah Hoey, acesse: goo.gl/ps9WDG

Resultados parciais

- Instagram.com/pullmanhotels - 46K likes
- Instagram dos influenciadores - 39K likes
- Instagram.com/pullmanhotelsbr - 549 likes
- Visualizações da página do hotel - 26 MI



SOFITEL
HOTELS & RESORTS

PARCERIA GASTRONÔMICA

Sofitel fecha parceria com Air France para viajantes de classe business

O Sofitel Hotels & Resorts fechou uma parceria inédita com a Air France: entre 1 de maio de 2017 e 30 de abril de 2018, os passageiros de classe business vindos de Buenos Aires em voos longos poderão desfrutar de seis pratos desenvolvidos pelo chef Olivier Falchi, chefe executivo do restaurante Le Sud, na unidade do hotel na capital argentina. Esta é a primeira vez que a companhia aérea faz uma parceria com um chef com base na gastronomia latino-americana para pratos gourmet.



SOFITEL
HOTELS & RESORTS

PARCERIA GLAMURAMA

Sofitel Ipanema abre as portas para a Casa Glamurama

No dia 13 de agosto de 2017, o portal Glamurama realizou sua tradicional festa no Sofitel Ipanema. A área da piscina foi transformada em pista de dança para receber os 350 convidados do veículo. Entre eles estavam influenciadores, jornalistas e potenciais clientes da rede de hotéis.

Os patrocinadores da festa eram marcas de renome, o que gerou excelente visibilidade para a marca Sofitel. KLM, Chandon, Diageo e Santa Lolla eram alguns deles.

O evento é de grande importância para o hotel, que em 2017 deixou de ser Cesar Park Ipanema para carregar o nome Sofitel. Conhecido como “a casa carioca”, é uma das principais opções de hospedagem de luxo do Rio de Janeiro. A localização é excelente e oferece muitas opções para relaxar.



SOFITEL
HOTELS & RESORTS

OPERA NA TELA

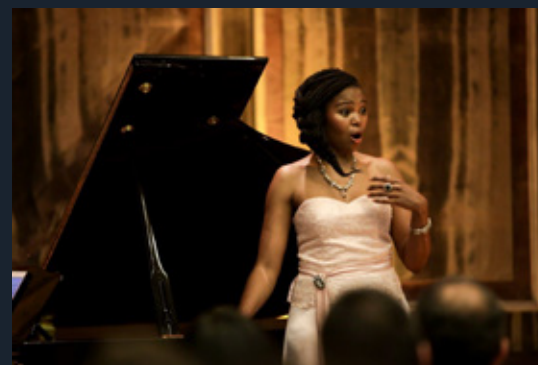
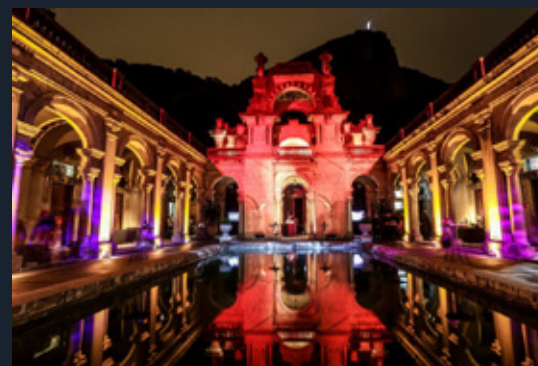
Cultura Sofitel promove Ópera na Tela 2017

Em 2017, a marca Sofitel realizou a terceira edição do Ópera na Tela, evento que promove audições e exibições de filmes de ópera em todo o Brasil. As sessões de outubro aconteceram ao ar livre no Parque Lage, no Rio de Janeiro. Outras exibições aconteceram em mais de 150 cinemas de 15 cidades brasileiras.

O grande objetivo desta ação é reforçar o pilar cultural defendido pela marca Sofitel. A edição de 2017 recebeu 100% de patrocínio por incentivo fiscal.

Golfe Opera na Tela em evento de golfe

No dia 14 de outubro de 2017 o São Fernando Golf Clube inaugurou um novo drive range. O evento se tornou um espaço para a divulgação do Ópera na Tela, que levou uma cantora para se apresentar ao público convidado. Também foi sorteado um voucher para duas noites em um quarto duplo no MGallery Rio de Janeiro Santa Teresa com café da manhã incluso.



PARCERIAS



GRAND MERCURE

Grand Mercure investe em menu com bebidas premium

A marca Grand Mercure no Brasil promoveu duas parcerias incríveis com bebidas brasileiras de linha premium: café e cachaça.

Para o café, foi escolhida a conceituada marca Orfeu, de cafés especiais. Os colaboradores foram treinados para oferecer aos clientes o melhor da experiência com o tradicional café coado. Para trazer ainda mais destaque à bebida, foi desenvolvido um menu especial de acompanhamento.

Outra parceria foi com a cachaça Sebastiana, reforçando ainda mais a brasilidade da marca Grand Mercure. Envelhecidas em barris de Carvalho e Castanheira, as cachaças Sebastiana já acumulam seis premiações internacionais e estão presentes nos principais “gourmets shops”, bares e restaurantes da capital e do interior paulista. Para valorizar ainda mais a experiência, foi criada uma carta de drinks especiais usando as bebidas, inclusive com harmonizações com café.



**BEST
OF
MKT**

MIDSCALE

CAMPANHAS MIDSCALE


NOVOTEL
HOTELS & RESORTS


Mercure
HOTELS

Novotel e Mercure realizam ações in-hotel e promoções para clientes

Monstro Divertido: ação especial para os colaboradores

A promoção “Ganhe uma versão 3D do seu monstro divertido” foi uma ação realizada pelas marcas Novotel e Mercure incentivando filhos e familiares de colaboradores a desenharem um monstro para concorrer a uma versão 3D do próprio monstrinho.

Rádio Mix

Hotéis das marcas Mercure e Novotel fecharam com a Rádio Mix a divulgação de spots que reforçavam as ofertas das unidades no Rio de Janeiro durante o período do festival de música Rock in Rio.

Meu Malvado Favorito

Aproveitando o lançamento de mais um filme da franquia Meu Malvado Favortio em 2017, Novotel fechou uma parceria com a produtora Universal para reforçar a mensagem de que os hotéis da marca estão abertos para receber todos os tipos de família, até “as mais diferentes”. A promoção trouxe tarifa zero para menores de 16 anos e foi divulgada em campanhas nas mídias sociais, em vídeo, banners web e disparos de e-mail marketing para as praças Brasil, Peru e Chile.



DE 01/07/2017 ATÉ 03/09/2017

 **CONCORRA A UMA VERSÃO 3D DO SEU MONSTRO DIVERTIDO**

COMO PARTICIPAR?

- 1** **DESENHE** um MONSTRO DIVERTIDO
- 2** **CHAME** seus familiares para te ajudarem no cadastro e compartilhe seu desenho em www.novotelsd.com
- 3** **CONCORRA** a uma versão 3D do SEU MONSTRO



PARTICIPE DO CONCURSO e você ainda poderá ganhar uma viagem para toda família.



NOVOTEL
HOTELS & RESORTS



DELIVERY DE PIZZA

NOVOTEL
HOTELS & RESORTS

Mercure
HOTELS

Marcas Mercure e Novotel lançam serviço delivery de pizza

Ao perceber uma forte demanda de seus hóspedes por entrega de pizza, as marcas Mercure e Novotel complementaram o portfólio de A&B lançando um novo serviço de entrega de pizza aos quartos.

Para promover o lançamento do novo serviço, as equipes de grandes veículos de imprensa, como o Estadão, receberam pizzas entregues pelas marcas nas redações. A ação aconteceu no dia 10 de julho, em razão da proximidade com o Dia da Pizza.

Além disso, no mesmo período, o Le Club AccorHotels ofereceu aos associados uma pizza quadrada grátis, especialidade servida no Gourmet Bar do Novotel Center Norte.



CAMPANHA INSTITUCIONAL

#VocêLocal

Mercure

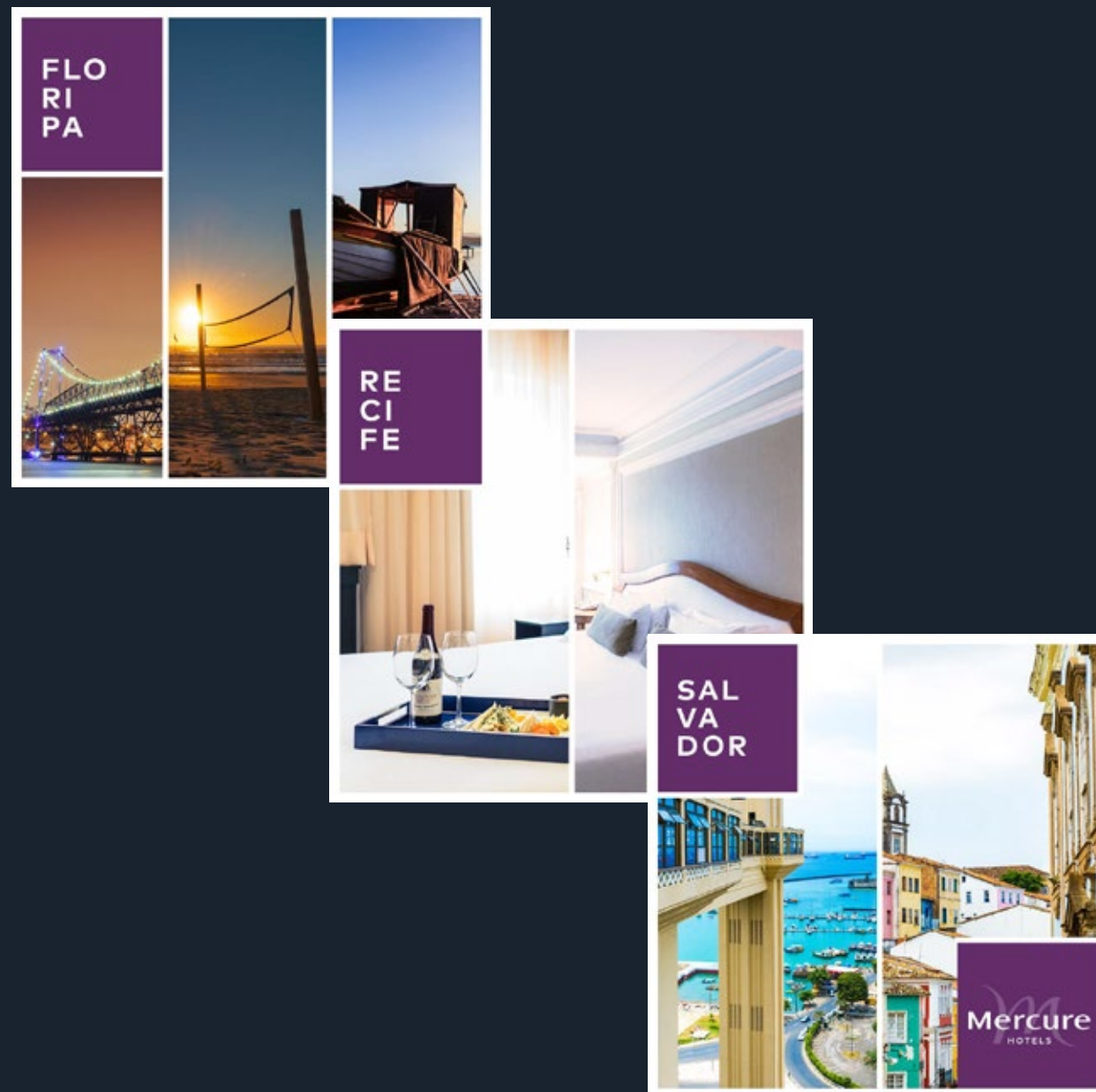
HOTELS

Mercure investe na divulgação da campanha #VocêLocal

No mês de setembro, Mercure iniciou uma campanha para reforçar seu pilar da cultura local e de regionalidade, que é o principal posicionamento e o ponto diferencial da marca.

A marca investiu em posts no Facebook, incluindo GIFs e um vídeo de campanha, reforçando dicas de turismo, costumes e gastronomia regionais. Além das mídias sociais, a campanha ganhou inserções em canais na TV fechada, como Discovery Channel e Discovery Home & Health.

Este plano será estendido em 2018 e não tem data prevista para acabar. Os resultados parciais serão divulgados em breve.



CAMPANHAS NOS HISPÂNICOS

Mercure

HOTELS

Mercure investe em awareness e performance de marca em países hispânicos

Para reforçar a presença dos hotéis Mercure em destinos como Peru e Chile e aumentar as vendas nas unidades da Argentina, em 2017 a AccorHotels investiu em campanhas de awareness e performance de marca.

Awareness

Para o Chile e Peru foram criadas peças de divulgação destacando o diferencial de Mercure, que traz para os espaços de seus hotéis representações da cultura local. A campanha foi veiculada entre os meses de maio e dezembro e teve maior destaque em mídias como Facebook, TripAdvisor, Affiperf e OOH.

Performance

Na Argentina o investimento foi em performance, buscando aumentar o número de vendas e, conseqüentemente, reforçar o reconhecimento da marca no país. A campanha foi baseada na promoção oferecida pelo hotel Mercure Iguazu, que lançou o valor das diárias a partir de R\$ 380, com café da manhã para duas pessoas incluso. A oferta era válida apenas para hóspedes que fizeram suas reservas no site oficial da marca.



Mercure
HOTELS



Mercure Iguazu Hotel
Iru

@MercureIguazu

Reservar agora

Enviar mensagem



Curtir



Seguir



Compartilhar



Salvar

AÇÕES MERCURE

Mercure

HOTELS

Café da manhã Mercure em destaque

Com o objetivo de mostrar ao público que todos os clientes são bem-vindos para o café da manhã nos hotéis da marca Mercure, a marca realizou diversas ações ao longo de 2017.

O plano de mídia geolocalizada teve início em junho e atingiu potenciais clientes que circulavam próximos aos hotéis da rede. O público foi mapeado de acordo com a faixa etária, localização e interesses.

Café no parque

Ainda para divulgar o café da manhã para todos, foi realizada uma ação de rawareness em São Paulo, em diversos parques da capital. Promotores da rede distribuíram itens que normalmente são servidos nos hotéis Mercure para que as pessoas pudessem degustar.

A ação, que também reforça a regionalidade da marca, atingiu mais de dez mil pessoas e foi comunicada para a imprensa por meio de releases e convites para blogueiros. Também foram veiculados posts patrocinados nas mídias sociais.

Outras ações Mercure em 2017

- Divulgação de promoção em datas comemorativas, como Dia das Mães e Dia dos Namorados, via e-mail marketing e tela WiPlay no Brasil, Chile, Colômbia e Argentina.
- Templates para divulgação do café da manhã Mercure no Brasil, Chile, Colômbia e Argentina, com seleção de 25 fotos.
- Cinco posts promovidos no Facebook para a praça do Brasil. Ao todo, 430 mil pessoas foram atingidas.



POSICIONAMENTO DE MARCA

Mercure
HOTELS

Marca Mercure começa a instalar Brand Wall

Chegou na América do Sul o Brand Wall, parede artística da marca Mercure criada para ilustrar a cultura regional de cada hotel.

Duas unidades (SP Pamplona e Recife Navegantes) já implantaram a novidade e devem servir como referência para os demais hotéis. Filmagens foram feitas durante a montagem para serem enviadas às unidades com orientação de instalação e desenvolvimento do produto.

Esta é a primeira fase do projeto que visa reforçar a regionalidade da marca Mercure como pilar estratégico de diferenciação. A segunda fase deve acontecer em 2019 e irá promover um concurso entre estudantes de arquitetura em algumas regiões do país, com a finalidade de mapear artistas regionais e desenvolver novos projetos.



PARCERIA CULTURAL

Mercure
HOTELS

Mercure fecha parceria com teatros em São Paulo

A bandeira Mercure se tornou patrocinadora de dois importantes teatros na cidade de São Paulo: Teatro Opus e Teatro Bradesco. Juntos, os espaços acolhem 320 mil espectadores por ano e estão situados em áreas centrais da cidade. A parceria tem o objetivo de cada vez mais associar a marca à cultura e entretenimento.

A parceria tem duração de 12 meses com previsão para terminar em julho de 2018. Até lá a marca Mercure poderá usar os espaços para ações de relacionamento com a imprensa, investidores e clientes.

A parceria garante:

- Exposição e ativação da marca nos teatros
- Cota de ingressos para relacionamento
- Exibição de filme institucional Mercure antes de todos os espetáculos. Assista ao vídeo aqui: <http://bit.ly/2xY3QSS>
- Desconto de 20% em ingressos para clientes e colaboradores AccorHotels
- Descontos a partir de 20% nos ingressos para associados LeClub AH

Tarifa Cultural

Durante o ano de 2017, a marca Mercure ofereceu tarifa reduzida nos finais de semana aos clientes que apresentassem ingressos de eventos culturais. O café da manhã estava incluso nas diárias para até duas pessoas que se hospedassem no mesmo apartamento. A oferta era válida na América do Sul.



CAMPANHA INSTITUCIONAL

NOVOTEL
HOTELS & RESORTS

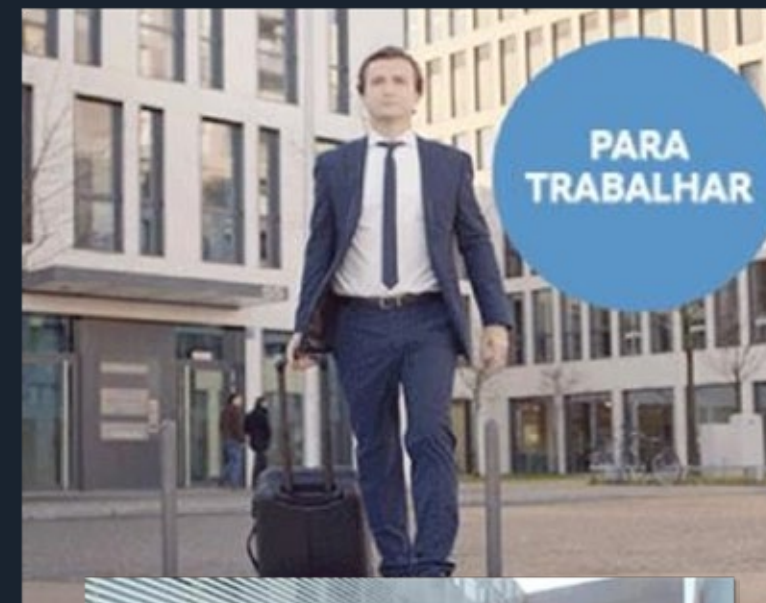
Em nova campanha, Novotel dá “N Motivos” para se hospedar

Com um plano de mídia 100% digital, o Novotel lançou a campanha “N Motivos” destacando as vantagens de escolher os hotéis da marca para se hospedar, a principal sendo a versatilidade nas ofertas da marca que se adequam às necessidades dos hóspedes, seja para viajar sozinho, em família, a trabalho ou para lazer.

A ação foi divulgada em vídeo, display e nas mídias sociais oficiais da marca – Facebook e Instagram, além de veiculação do vídeo no YouTube.

Resultados

- 1,2MM visualizações
- 700K visualizações completas
- 600K reações no Facebook e Instagram



GOURMET BAR

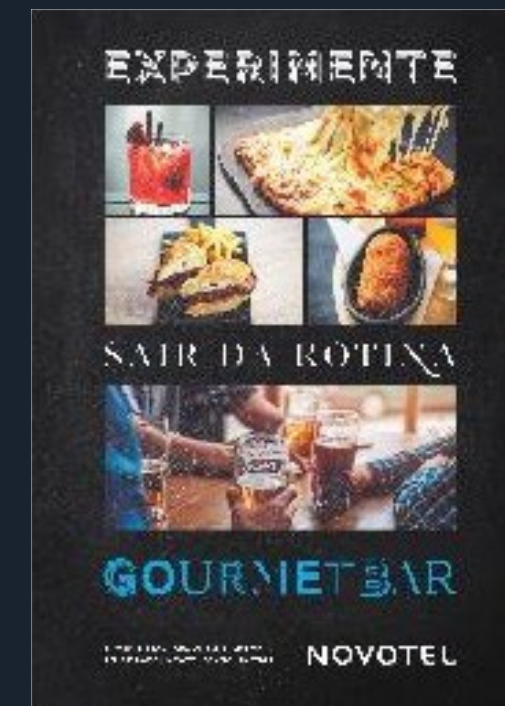
NOVOTEL
HOTELS & RESORTS

Novotel lança primeiro Gourmet Bar da América do Sul

Ao receber o Gourmet Bar, o Novotel Center Norte foi o primeiro hotel da bandeira a colocar em prática o novo conceito A&B. A unidade foi escolhida por causa de seu público estratégico.

O evento de lançamento atraiu a atenção de investidores, clientes, da imprensa e também ganhou ativação por meio dos influenciadores presentes. A inauguração contou com um show de stand up comedy e teve a participação de um sommelier de cervejas.

A divulgação foi intensificada no período de 30 de maio a 30 de agosto nas mídias sociais e nas redondezas do hotel, como nos espaços de divulgação dos elevadores do shopping Center Norte. O Novotel também promoveu uma campanha de performance para geração de room nights nas unidades brasileiras, o que gerou mais de **19 milhões de impressões**.



NOVOTEL

TEAMS'N COOK

NOVOTEL
HOTELS & RESORTS

Novotel lança Teams'N Cook em 2017

A fim de fortalecer o catálogo de produtos MICE e A&B, a marca Novotel lançou um novo serviço com foco no público corporativo: o Teams'N Cook. O programa promove atendimento a empresas que buscam maior interação entre suas equipes.

A proposta veio para aumentar a receita gerada pelo público corporativo nos hotéis da marca e oferece, por meio da gastronomia, atividades interativas e lúdicas que promovem valores de liderança e engajamento. Todas as atividades acontecem nas dependências dos hotéis e os participantes são incentivados a criarem, em grupo, pratos gastronômicos.

O evento de lançamento do programa foi um workshop de apresentação e contou com a presença de jornalistas especializados. Além disso, a campanha de lançamento foi aplicada em materiais de comunicação in-hotel e e-mails marketing disparados para a base de Novotel.



KIDS 'N COOK


NOVOTEL
HOTELS & RESORTS

Novotel realiza workshop Kids'NCook em SP

Buscando reforçar a presença da marca na América do Sul, a família Novotel promoveu um workshop de culinária para crianças como parte do programa Kids'NCook. O evento aconteceu no Novotel Morumbi, em parceria com a marca Cacau Show e a "Feijoada Solidária", da instituição Gol de Letra, e contou com a presença de 20 influenciadores e jornalistas.

Um vídeo de dois minutos e meio foi produzido durante o evento para divulgação, com direito a uma versão de 30 segundos para o Facebook.

Além de promover a interação com o público, a marca quer incentivar os gerentes de outras unidades a reproduzirem o mesmo workshop, contando com produtos e equipe própria.

Novas edições do Kids'NCook devem acontecer na páscoa e no dia das crianças de 2018, em parceria com a Cacau Show, mas também podem ocorrer em outras datas especiais.

Divulgação

- Envio de release para imprensa
- 8 publicações na mídia e mais de 16 posts nas redes sociais
- 84 mil pessoas alcançadas
- Mídias tradicionais: Emiliano Arantes, Sérgio Junqueira (Events Magazine)



Influenciadores convidados

- | | |
|--|--|
| • Mislene Assis Rocha
@ceudeborboletas
104.799 seguidores | • Fernanda Poli
@curtindocomcriancas
54.291 seguidores |
| • Renata Costa
@for_maes
56.548 seguidores
12 posts instantâneos
500 visualizações | • Carol Pessoa
@mamaepaulista
17.665 seguidores
4 posts instantâneos
800 visualizações |

Resultados pós-evento em mídias sociais

- 10 influenciadores pagos
- 23 posts
- + 21 mil likes
- 253 mil pessoas alcançadas
- 583 mil impressões
- 874 comentários
- 10 compartilhamentos

CAMPANHA INSTITUCIONAL



Adagio divulga primeira campanha local para awareness

Debaixo do mote “No Adagio Aparthotel pode tudo”, em 2017 a marca lançou sua primeira campanha para awareness local. O objetivo foi aproximar o público e destacar os principais produtos e serviços oferecidos, além das vantagens de se hospedar com Adagio, como poder manter a rotina mesmo estando fora de casa, receber amigos, levar os pets e até realizar pequenas reuniões.

Ações promocionais e datas especiais

- Tarifa especial para o Dia dos Namorados
- Reforço do adjetivo “pet friendly” nas redes sociais no Dia do Amigo
- Jantar preparado a quatro mãos nas cozinhas equipadas das suítes.
- E-mail marketing com convite para hospedagem no Dia das Mães, Páscoa e Dia da Mulher
- Incentivo de hospedagem de até quatro pessoas no mesmo apartamento

PODE CURTIR O FIM DE SEMANA COM A FAMÍLIA? **PODE.**

QUARTO PARA ATÉ 4 PESSOAS A PARTIR DE **R\$219**

QUARTO PARA ATÉ 4 PESSOAS A PARTIR DE **R\$219**

LEVE O SEU PET!

SOMENTE NO SITE OFICIAL

RESERVE JÁ »

adagio
aparthotel

adagio
aparthotel

adagio
aparthotel

adagio
aparthotel

PODE MATAR SAZIMADES.

PODE JUNTAR OS AMIGOS.

PODE FICAR TRANQUILO.

PODE SE DIVERTIR KKKKK.

PODE DEIXAR COM A SUA CARA.

DIFERENCIAL EM DESTAQUE **ADAGIO**



Marca Adagio promove Cooking Night

Com o objetivo de apresentar diferenciais como a facilidade em cozinhar e poder receber amigos nos apart-hotéis da marca, o Adagio chamou o chef Guga Rocha para preparar pratos especiais para dois influenciadores convidados. A ação foi filmada em um apartamento da rede, o que permitiu destacar a cozinha completa que Adagio disponibiliza para seus hóspedes.

A ação aconteceu em setembro e contou com divulgação por meio de posts (fotos e vídeos) feitos pelos convidados em suas redes sociais e também com publicações nas mídias da AccorHotels.

Influenciadores convidados:

- Raissa - @raissaraissa
+270 mil seguidores
- Claudio Vieira de Moraes - @claudio-vieirademoraes
+30 mil seguidores

Resultado: + 22 mil em engajamento – curtidas e visualizações de vídeos





ADAGIO PARCERIA COM PEDIGREE



Blogueiros se hospedam com seus pets no Adagio Aparthotel no Dia do Amigo

Com o objetivo de conquistar o mercado pet, reforçando a mensagem de que os hóspedes e seus animais de companhia podem se sentir em casa em qualquer Adagio, a marca de apart-hotéis firmou uma parceria com uma famosa marca de ração – a Pedigree.

Para reforçar a parceria, blogueiros do segmento pet foram convidados para se hospedarem na rede junto de seu cachorro ou gato e compartilhar a experiência na internet com seus seguidores.

Além da hospedagem, no convite estavam inclusos jantar, café da manhã e um presente especial para o pet: o Welcome Kit Pedigree com uma cama Sweetpet confortável, comedouro duplo e tapete higiênico.

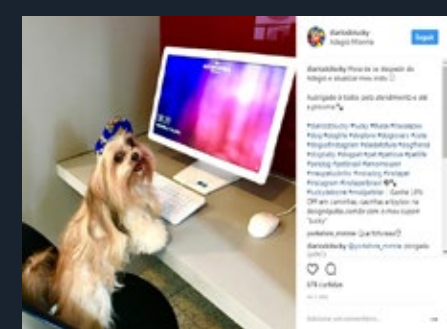
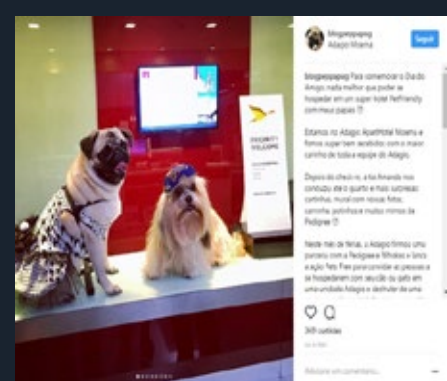
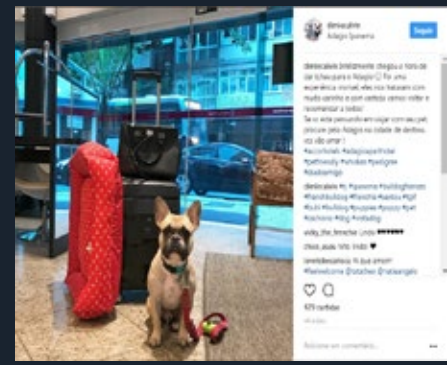
Cada blogueiro fez três Stories e quatro posts no Instagram. A Pedigree também contribuiu divulgando a ação em suas redes sociais.

Hotéis & Influenciadores

- Adagio SP Berrini – Luiza Cervenka
- Adagio SP Moema – Lucky & Peppa
- Adagio RJ Ipanema – Dimi & Calvin
- Adagio Salvador – Chico & Jobim

Além disso, os clientes que reservaram estadia no mês de julho e que viajavam com seus pets puderam aproveitar a taxa Pet Free e também foram presenteados com o Welcome Kit Pedigree.

A ação com o kit de boas-vindas rendeu mais de 19 mil ações de interação nas redes sociais (likes, comentários e visualização de vídeos). Foram mais de 20 posts e 12 Stories no Instagram.



KITS INFANTIS ADAGIO



Adagio padroniza kit infantil

Pensando em reforçar o posicionamento da marca Adagio Aparthotel com as famílias que procuram a rede para longas estadias, foi desenvolvido um kit que é oferecido a todas as crianças que chegam nos apart-hotéis da rede com suas famílias.

O Kit é composto por:

- 1 barraca
- 1 colchão redondo
- 1 balde de pipoca
- 1 lanterna
- Doces e pipoca



ABERTURAS EM DESTAQUE



Adagio Aparthotel lança unidade em Salvador

Para preparar a capital baiana para o lançamento do novo apart-hotel Adagio, a marca realizou diversas ações na cidade atingindo mídias on e off-line, além de ações de ativação.

- Ativação na tradicional festa pré-carnaval da elite jovem baiana, a Habeas Copos
- Ativação nas praias de Salvador com quizz e brindes
- Adesivagem nos vidros traseiros de taxis e mídia em carrinho de bagagem no aeroporto da cidade
- Concurso “Conte a história do seu pet” entre os colaboradores do grupo AccorHotels para reforçar a política pet friendly
- Promoção de posts no Facebook com alcance de **170 mil pessoas**.

Novas unidades em São Paulo

Em 2017, foram inauguradas duas unidades Adagio em São Paulo: Adagio SP Barra Funda e Adagio São Bernardo do Campo.

O Adagio SP Barra Funda tem 195 unidades divididas em quatro categorias de apartamentos, enquanto o Adagio São Bernardo oferece 104 unidades, também divididas em quatro categorias.



**BEST
OF
MKT**

Eco



CAMPANHA INSTITUCIONAL “PARA VOCÊ, VOCÊ E VOCÊ”



“Pra você, você e você”, a nova campanha das marcas ibis em 2017

Em setembro de 2017 aconteceu o lançamento nacional da nova campanha de marcas ibis, “Pra você, você e você”. O objetivo é aumentar o awareness das marcas, destacando a diferença entre a personalidade das três marcas e os valores que elas compartilham.

Os vídeos de divulgação foram veiculados em mídias como Facebook, Instagram e YouTube. Também foram publicados banners em diversos sites estratégicos, assim como painéis publicitários nos maiores mercados emissores brasileiros: São Paulo e Rio de Janeiro. Em São Paulo também foram veiculados spots de rádio.

A campanha também apareceu em canais como BuzzFeed, Spotify e no projeto SuperCharger, em parceria com o YouTube.

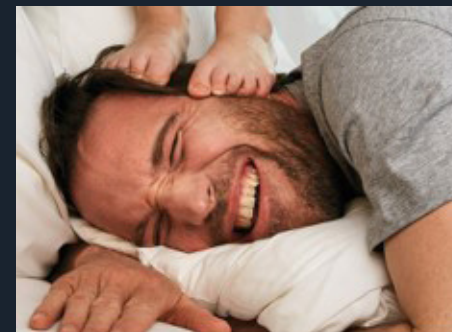


VIAJANDO A TRABALHO?
TEM SEMPRE UM IBIS
PERTO DE VOCÊ.



PARA VOCÊ, VOCÊ E VOCÊ.

RESERVE AGORA EM IBIS.COM.



SONHO COM A FAMÍLIA?
TEM SEMPRE UM IBIS STYLES
PARA TE SURPREENDER.



PARA VOCÊ, VOCÊ E VOCÊ.

RESERVE AGORA EM IBIS.COM.



CURTINDO COM OS AMIGOS?
TEM SEMPRE UM IBIS BUDGET
QUE CABE NO SEU BOLSO.



PARA VOCÊ, VOCÊ E VOCÊ.

RESERVE AGORA EM IBIS.COM.



MARCAS IBIS CAMPANHA DIA DOS NAMORADOS



Campanha de Dia dos Namorados ibis impacta quase três milhões de pessoas

Para comemorar o Dia dos Namorados, as marcas ibis realizaram uma super campanha chamada: #Vejo69EmTudo.

Em todos os hotéis do Brasil de domingo (11/6) a segunda (12/6) a tarifa era de R\$ 69.

A ação contou com plano de mídia focado no Facebook, além de diversas outras ações como: playlist com 69 músicas no Spotify, divulgações de PR, e também nos canais proprietários (com mais de 3 mil visitas cada) e no site parceiro Melhores Destinos – este último, teve 63,2 mil pessoas alcançadas, 218 reações e 1180 cliques no link da promoção. No Facebook, a campanha impactou mais 2,7 milhões de pessoas e gerou:

- 84 mil reações
- 2,6 mil comentários
- 574 compartilhamentos,
- 36, 8 mil cliques em publicações
- 10,2 mil cliques no site da AccorHotels.

Um dos destaques foram as respostas da marca aos comentários na página no Facebook, de responsabilidade da equipe de mídias sociais. Bem descontraídas, geraram aproximação e percepção de marca extremamente positiva.

A promoção também foi destaque na mídia especializada com matérias nas publicações Meio & Mensagem e Propaganda & Marketing.





DOG FRIENDLY



Marca ibis promove ação para divulgar hospedagem de cachorros

Em busca de engajamento nas mídias sociais e de reforçar o atributo dog friendly das marcas ibis, foi realizada a campanha #caovidadoespecial, ativa durante todo o mês de outubro e lembrando o Dia dos Cães - 4 de outubro.

A ação convidava pessoas a se hospedarem com seus cães nos hotéis das marcas ibis com isenção da taxa de hospedagem dos pets. Em São Paulo e no Rio de Janeiro, ibis contou com a parceria da Royal Canin.



Estratégias

- Criação da hashtag #caovidadoespecial para as redes sociais
- Isenção da taxa de hospedagem pet para ganhar maior visibilidade e atrair hóspedes
- Vídeo de engajamento com cães para postar nas mídias sociais
- Parceria com a Royal Canin nas praças SP e RJ (capital).

Ações

- Mídia
Foram feitos quatro posts no Facebook divulgando a ação: dois segmentados para o Brasil e dois direcionados só para São Paulo e Rio de Janeiro (destacando a parceria com a Royal Canin).
- In-hotel
Foram distribuídos kits da Royal Canin para todos que levaram seus cães para se hospedarem nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

Resultados

- Alcance: + 3 milhões
- Engajamento: + 1,7 milhões
- Reações: 16.329
- Comentários: 1.026
- Compartilhamentos: 2.289
- Cliques no link: + 10 mil
- Kits entregues: + 200

QUARTO POR HORA



ibis lança tarifa global multi-marca para hóspedes que precisam de algumas horas de hospedagem

A AccorHotels lançou uma tarifa global multimarca, a Quarto Por Hora (nome global: Room à la carte). O benefício disponibiliza pacotes de 3h, 6h e 9h para hóspedes que precisam de estadia por apenas algumas horas do dia e não irão pernoitar. As marcas ibis entraram com 17 hotéis participantes.

Para divulgar essa tarifa das marcas econômicas, o Marketing ibis lançou um plano de mídia online, com banners na web, mídia mobile geolocalizada e posts no Facebook. A mensagem incluiu um vídeo bem-humorado com a participação do famoso hipnólogo Fabio Puentes, mostrando que é possível ter mais conforto durante suas conexões de viagens com o Quarto por Hora nos hotéis ibis. Confira: <http://bit.ly/2vwexrN>





ABERTURAS EM DESTAQUE



ibis abre nova unidade em São Paulo

A marca ibis inaugurou, em 2017, um novo hotel em São Paulo, o ibis SP Ibirapuera. Para promover a abertura da unidade, foi realizado um plano de comunicação com foco no público local em três fases: geração de notoriedade, performance e reforço.

O conceito-chave trabalhado foi “Bleisure”, que é o resultado da junção das palavras “business” + leisure (negocios + lazer). A comunicação foi criada pensando no público corporativo, enfatizando que durante uma hospedagem de trabalho também é possível ter lazer.

A divulgação foi feita nos canais oficiais da marca, com investimento adicional em mídia online, off-line e geolocalização, e foi veiculada no período de 21 de abril a 16 de setembro de 2017.

Resultados:

Publicações na imprensa: 17

Facebook

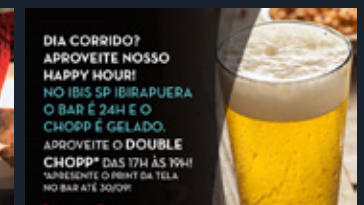
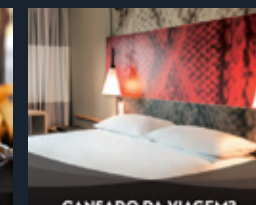
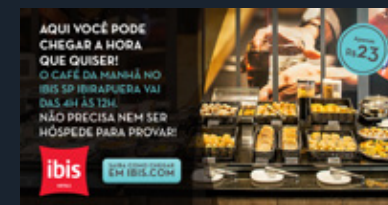
- + 306K Alcance
- + 22K Reações

Mídia online

- + 45 mil impressões
- + 132K cliques
- + 1.100 impressões

Mídia geolocalizada

- + 2,8 mi impressões
- + 29,4 mil cliques
- 1.126 visitas





SÃO BERNARDO DO CAMPO

NOVO COMBO EM DESTAQUE



SÃO BERNARDO DO CAMPO

Tricombo em São Bernardo do Campo

No mês de setembro inauguramos um complexo de hotéis na cidade de São Bernardo do Campo no ABC Paulista: o tricombo Adagio + ibis + ibis *budget*.

Para divulgar essa novidade, elaboramos um plano de comunicação 360°, incluindo ações offline, online e ativações.

ONLINE

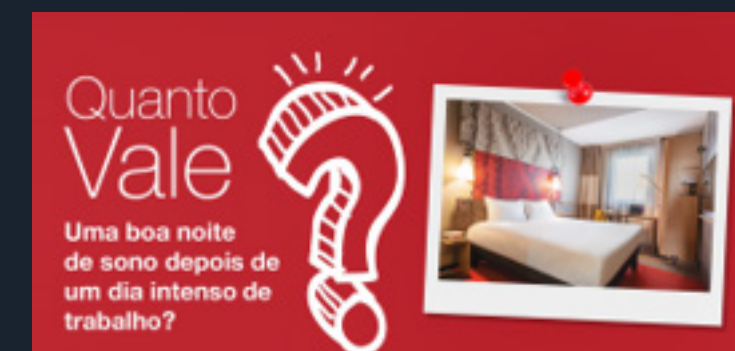
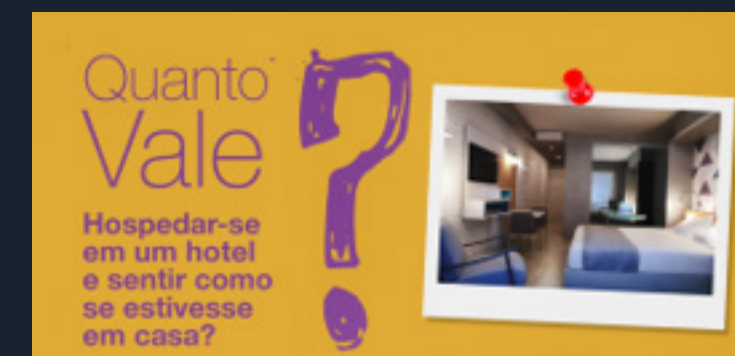
- Plano de mídia com duas etapas, incluindo uma fase de awareness e outra de performance.

OFF-LINE

- Painel de rodovia, empena na fachada dos hotéis e tools kits com materiais e brindes comerciais.

ATIVAÇÕES

- Ação na rodoviária da cidade divulgando as marcas ibis e ibis *budget*.
- Ação de engajamento com objetivo de apresentar os hotéis ao público local. Para isso, os moradores da região foram convidados a se hospedar e pagar o que achavam que valia a experiência. A ação repercutiu na imprensa e também foi ativada por meio de divulgação no Facebook e em 30 bares e restaurantes da região do ABC.



FAMÍLIA IBIS CRIA COMUNIDADE #TAMOJUNTO PARA APROXIMAR COLABORADORES E CLIENTES



A família ibis anunciou em abril a criação da comunidade #TamoJunto no Facebook. Seu objetivo principal é engajar os colaboradores para que eles se aproximem dos clientes proporcionando assim uma experiência de hospedagem surpreendente.

- O projeto é em parceria com a área de Talento & Cultura da família Ibis e segue até novembro deste ano
- Dois vlogueiros desenvolvem os conteúdos semanais criativos e relevantes
- Toda família ibis (ibis, ibis Styles e ibis budget) da América do Sul participa do projeto
- A comunidade já tem mais de 2,7 mil membros, média de 30 postagens diárias e 8 vídeos oficiais com mais de 1,5 mil interações
- Veja os vídeos aqui:
www.facebook.com/groups/tamojuntoibis/



#CONVERSASNACAMA



Ação com base nas mídias sociais vai pra rua e leva visibilidade de marca para ibis

Em 2017, ibis lançou a campanha online #ConversasNaCama e conquistou grande audiência com debates de temas escolhidos pelo público e influenciadores convidados. Depois de lançar o tema nas mídias online, a discussão foi parar em uma Sweet Bed by ibis em plena Avenida Paulista, em São Paulo, e em Copacabana, no Rio.

O primeiro encontro, em São Paulo, aconteceu em março e debateu o tema “É confortável ser mulher?” em homenagem ao mês da mulher. A conversa foi filmada e compartilhada, o que rendeu mais de 200 mil cliques em posts do projeto e cerca de 1,5 milhões de pessoas impactadas nas redes sociais.

Já a segunda edição do #ConversasNaCama aconteceu em agosto, no Rio, e levou para as ruas o tema “Exposição nas redes sociais: qual o valor da sua privacidade?”, votado pelos colaboradores da marca ibis. O bate-papo aconteceu no ibis RJ Copacabana Posto 5 e na cama estavam os influenciadores Pedro Neschling e Rachel Apollonio. A conversa foi exibida ao vivo pelo Facebook.

Mesmo depois do fim da ação, ibis continuou incentivando a troca de ideias sobre o assunto das mídias sociais durante todo o mês de setembro.

Resultados:

- + 3 milhões de pessoas alcançadas
- + 938 mil ações (cliques, engajamento e conversões)
- + 6.400 reações
- 251 compartilhamentos
- + 270 comentários



AÇÕES IBIS NA ARGENTINA



ibis baixa preços e investe em mídia online para aumentar as vendas na Argentina

Em outubro de 2017, a marca ibis na Argentina lançou uma campanha baseada na redução de preços das diárias para aproveitar o posicionamento de marca e gerar mais negócios no país. A tarifa foi anunciada a partir de R\$ 109 e a campanha ganhou visibilidade por meio de divulgação no site oficial da marca e publicações no Facebook, com mais de 900 reações aos posts e 111 compartilhamentos.

Para conscientizar os colaboradores sobre o novo preço, também foi realizada uma campanha interna.

Mídia online

Para aumentar o número de vendas em Buenos Aires, a marcas ibis investiu forte em campanhas de mídia online, com posts patrocinados e anúncios nas mídias sociais e banners que circularam pela web. A primeira fase da campanha foi realizada durante o mês de maio, enquanto que a segunda durou de setembro a dezembro.

O público estabelecido como alvo das ações representava os principais mercados emissores para a praça de Buenos Aires: Brasil e Argentina.



ibis lança “Hotel Office” e abre espaço para trabalho

A marca ibis resolveu aproveitar a grande circulação de pessoas nos lobbys dos hotéis para aumentar o consumo de A&B. Para isso, abriu as áreas públicas para profissionais autônomos que precisam de um espaço para trabalhar, oferecendo wi-fi grátis, conforto, segurança e refil de café por apenas R\$ 10 por dia, com direito a caneca personalizada!

Para chamar a atenção do público corporativo, houve divulgação do novo produto no Facebook, em mídia de geolocalização e em outros canais da AccorHotels. O projeto piloto começou a ser colocado em prática no dia 6 de novembro de 2017 e deve durar cinco meses.

Resultados:

- + 711 impressões
- + 7 mil cliques
- 554 visitas por mídia de geolocalização
- 26 pagantes nos lobbys dos hotéis no primeiro mês, sendo que dez deles eram passantes.



MARCAS IBIS TRABALHE NO IBIS



EXPANSÃO DAS MARCAS IBIS NO CHILE



ibis budget chega ao Chile em 2017

Em 2017, a marca *ibis budget* chegou no Chile. Um plano de marketing foi desenvolvido para posicionar a marca mais inteligente do portfólio econômico do grupo e destacar as diferenças entre as marcas de *ibis*. A divulgação deste plano foi feita nas mídias sociais oficiais da marca, nos canais proprietários da AccorHotels e por meio de ações nos hotéis *ibis* e *ibis budget* do país, com camisetas personalizadas, adesivos para elevadores, telas de TV e jogos na recepção.

Facebook

- + 2,2 mil impressões
- 5.808 cliques
- 3.500 reações

Clima de festa

Marcas *ibis* comemoram expansão com megapromoção

Em 2017, as marcas *ibis* chegaram à marca de 13 hotéis ativos no Chile. Para comemorar a grande expansão, em 13 de dezembro do ano passado foi lançada uma superpromoção com tarifas em clima de festa: hospedagem no *ibis budget* por apenas CLP 13.000 e no *ibis* só por CLP 19.000.

A ativação da promoção aconteceu nas ruas da capital chilena e também por ações online em diversas mídias. A comunicação foi direcionada para o público de Santiago e para os chilenos de modo geral e teve duração de uma semana.

Evento celebra expansão das marcas *ibis* no Chile

No dia 11 de dezembro de 2017 o *ibis* Santiago Manquehue Norte recebeu o evento de comemoração das novas aberturas da marca no Chile. Para comunicar a grande expansão de *ibis* & *ibis budget* no país, foram convidadas figuras estratégicas, como investidores, potenciais clientes e a imprensa.

IBIS BUDGET
LLEGA A CHILE

ibis budget
HOTELS

LA MARCA SUPERECONÓMICA DE ACCORHOTELS LLEGA A CHILE,
CONTRIBUYENDO CON LA EXPANSIÓN DE LAS MARCAS IBIS EN EL PAÍS.

Y TU, YA CONOCES BIEN A IBIS BUDGET? PARTICIPA DE NUESTRO QUIZ HASTA EL 30/07, DONDE SORTEAREMOS UN VIAJE A CUALQUIER IBIS BUDGET DE BRASIL O CHILE CON ACOMPAÑANTE!*

HAZ CLICK AQUÍ PARA PARTICIPAR

*Premio: pasaje de avión y estadía con desayuno para 2 personas a cualquier ibis budget de Brasil o uno de los futuros ibis budget en Chile, sujeto a disponibilidad. Otros gastos con transporte, alimentación y otros deberán ser de responsabilidad del participante en Chile.
Necesario informar el destino elegido y fecha de viaje con mínimo 2 meses de antelación al correo marketing@accorhotels.com

CAMPANHA INSTITUCIONAL SIMPLES ASSIM



ibis *budget* lança campanha “Simples Assim”

Pensando em posicionar a marca *ibis budget* como uma opção inteligente, supereconômica e simples, surgiu a ação *Simples Assim*. A campanha foi ativada entre os dias 11 de outubro e 11 de novembro.

As peças foram pensadas para passar uma mensagem clara e objetiva, destacando as vantagens de se hospedar no *ibis budget* e a reunião da credibilidade das marcas *ibis* com o conforto e o preço mais acessível. Por isso, as tarifas a partir de R\$ 89 (em um quarto para até três pessoas) foram destacadas junto da opção de parcelamento em até 6x. Para a divulgação, contamos com um influenciador.

Ações:

- Mídia
Posts no YouTube, Instagram e Facebook com diferentes segmentações, além de divulgações em varejos populares e TV aberta.

- Influenciador

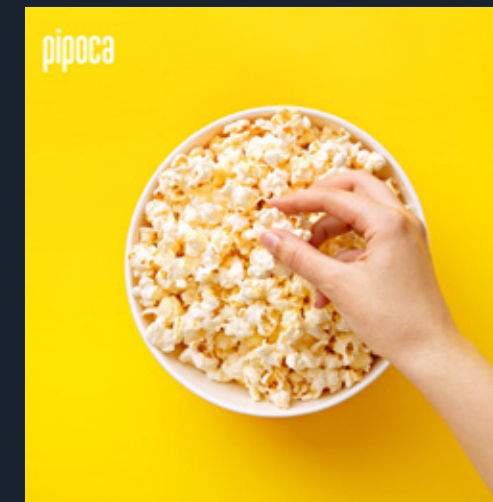
O apresentador André Vasco foi o embaixador da campanha e, durante a ativação, abordou pessoas na rua para falar sobre a campanha *Simples Assim*.

- In-hotel

Direcionamos a comunicação para os gestores estimulando-os a se tornarem embaixadores da simplicidade dos hotéis *ibis budget* e influenciar suas equipes a fazerem o mesmo.

Resultados

- Alcance: + 10 milhões
- Reações: + 9,1 k
- Comentários: + 450
- Compartilhamento: + 860



DIA DAS CRIANÇAS



Book de ideias para os pequenos hóspedes

Para animar o dia das crianças, o ibis Styles distribuiu um book de ideias para os hóspedes mirins. O objetivo desta ação foi reforçar o atributo “família” de forma leve e descolada à marca e chamar a atenção da criançada.

A divulgação aconteceu em canais in-hotel durante todo o mês de outubro.

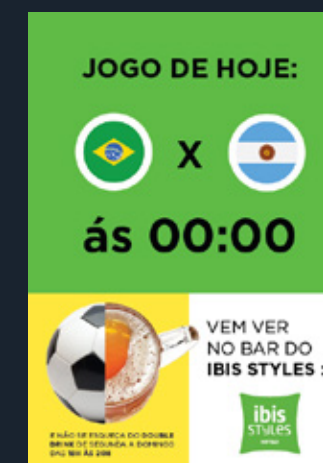


Campanha de ibis Styles busca atrair clientes para os bares dos hotéis da rede

Com o objetivo de atrair hóspedes e passantes para os bares dos hotéis ibis Styles, a marca lançou a campanha Social Bar. Este projeto foi desenvolvido para trazer mais vida e movimento aos bares da rede por meio da aproximação do gerente do hotel com os clientes.

Como suporte ao projeto, foram desenvolvidos materiais para serem veiculados in-hotel e um toolkit, um pequeno guia com orientações e dicas para trazer visibilidade à iniciativa dentro dos hotéis. A campanha começou em dezembro de 2017.

IBIS STYLES



**BEST
OF
MKT**

WEB

DESTINO RIO DE JANEIRO


ACCORHOTELS.COM
Feel Welcome

Rio de Janeiro foi foco dos feriados de abril e maio

A AccorHotels aproveitou os feriados dos meses de abril e maio em 2017 para lançar promoções e incentivar as hospedagens nos hotéis da rede, com destaque especial para o Rio de Janeiro.

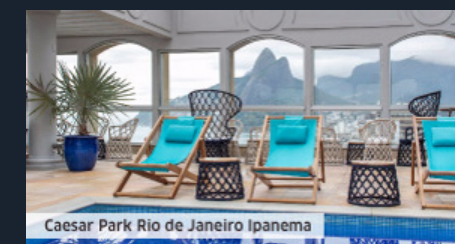
Ações do período:

- E-mail marketing direcionado ao público brasileiro, impactando mais de 500 mil pessoas.
- Ações de e-mail marketing, display e banners no site AccorHotels.com voltadas para turistas franceses, britânicos e alemães, sugerindo o verão carioca como destino.

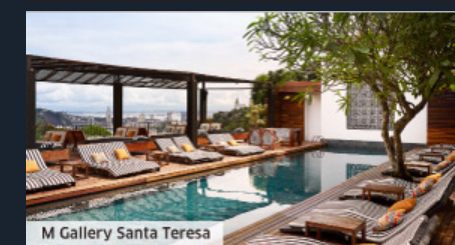
O parcelamento em até 6 vezes ganhou destaque nesta ação, disponível apenas para reservas feitas no site oficial da AH. A divulgação aconteceu nas mídias sociais e em AccorHotels.com, com **mais de um milhão de pessoas impactadas**.

Além disso:

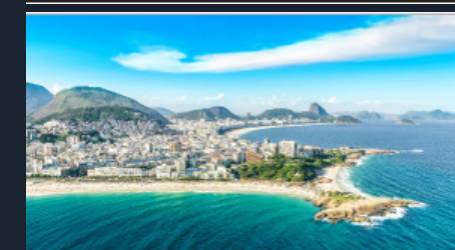
- Adagio reforçou campanha para até quatro pessoas no mesmo apartamento no Rio;
- Grand Mercure Rio Centro, Mercure Rio de Janeiro, Mercure Salvador e Pullman apostaram em promoções com diárias especiais para fins de semana;
- Hotéis Sofitel no Rio de Janeiro e em Buenos Aires apostaram em publicidade em display para divulgação das unidades como parte da experiência de estar nestes destinos;
- Família ibis divulgou opção de parcelamento para hotel no Rio de Janeiro, isenção de IVA em Buenos Aires e 15% de desconto para reservas antecipadas no ibis Styles.



DEFRUTE O MELHOR DA
CIDADE MARAVILHOSA
SOFITEL
HOTELS & RESORTS



COM O ENCANTO
DOS NOSSOS HOTÉIS
SOFITEL
HOTELS & RESORTS



SOMENTE EM **SOFITEL.COM**

RESERVE JÁ ▶

SOFITEL
HOTELS & RESORTS

ROCK IN RIO


ACCORHOTELS.COM
Feel Welcome

Ação Let's Rock impulsiona reservas nos hotéis AccorHotels no RJ

O festival de música Rock in Rio acontece a cada dois anos e movimentou o Rio de Janeiro. Por isso, desenvolvemos um plano de comunicação para impulsionar as reservas nos hotéis da AccorHotels na cidade maravilhosa durante o famoso festival.

Para colocar o plano em prática, publicamos banners no site e posts no Facebook da marca, além dos disparos de e-mail marketing direcionados. A divulgação foi feita no Brasil e em países hispânicos.

Além de promover a hospedagem na cidade do Rio de Janeiro, aproveitamos a oportunidade para reforçar a modalidade de parcelamento em até 6x sem juros para o público brasileiro.

NOSSAS PROMOÇÕES




LET'S ROCK?
DIÁRIAS ESPECIAIS PARA CURTIR OS MELHORES FESTIVAIS DO ANO. A partir de **6x de R\$19** sem juros

CURTA OS MELHORES FESTIVAIS DE ROCK DO ANO! 
LET'S ROCK!



AccorHotels

8 de setembro às 11:00 - 

Ainda há quartos disponíveis para você curtir os melhores shows de setembro no Rio de Janeiro! Somente em AccorHotels você paga mais barato em até 6x sem juros.



Reserve agora mesmo!

As melhores localizações da cidade têm um AccorHotels.

ACCORHOTELS.COM

OFERTA 3X2



Campanha web da AccorHotels aumenta receita em 80%

A campanha institucional da AH com o mote “Fique 3 noites e Pague 2” foi veiculada para toda América do Sul entre os dias 19 e 29 de março de 2017, o que gerou aumento da receita em 80% se comparado com o mesmo período do ano passado.

Foi gerado um total de 3.946 reservas vindas da divulgação em canais como os sites oficiais das marcas e AccorHotels.com, além dos displays espalhados pelas unidades.

No Brasil, a campanha veio acompanhada do incentivo para fazer o download do aplicativo mobile AccorHotels e aproveitar descontos exclusivos. A divulgação teve início em fevereiro e durou três meses.



OFERTAS GLOBAIS



ACCORHOTELS.COM

Feel Welcome

AccorHotels lança ofertas exclusivas e incentiva reservas nos canais oficiais

Preços Malucos

A campanha global “Preços Malucos” ofereceu 30% de desconto para os hóspedes que fizessem suas reservas pelos canais oficiais da AccorHotels. Na promoção estava incluso o benefício do café da manhã. A divulgação aconteceu por meio de e-mail marketing, mídias sociais, campanha em display e nos canais oficiais da AH, incluindo o aplicativo.

Resultados primeiro semestre América do Sul : mais de **13 mil bookings**, mais de **34 mil room nights** e mais de **10 milhões de pessoas impactadas** nas mídias sociais. Resultados segundo semestre América do Sul: **22.437 room nights** gerados, o que representou **80% da produção** via website direto.

Oferta de setembro

No período de 5 a 14 de setembro, a AccorHotels divulgou uma oferta global para todos seus clientes. Foram oferecidos 40% de desconto para próxima hospedagem em qualquer um dos 2.600 hotéis da rede no mundo. Para aproveitar, bastava fazer a reserva pelo site AccorHotels.com entre o dia 5 e 14 de setembro. Só na América do Sul, a ação gerou **venda adicional de 4.194 room nights**. A divulgação da oferta foi realizada por meio de e-mail marketing.



OFERTA EXCLUSIVA


ACCORHOTELS.COM

Feel Welcome

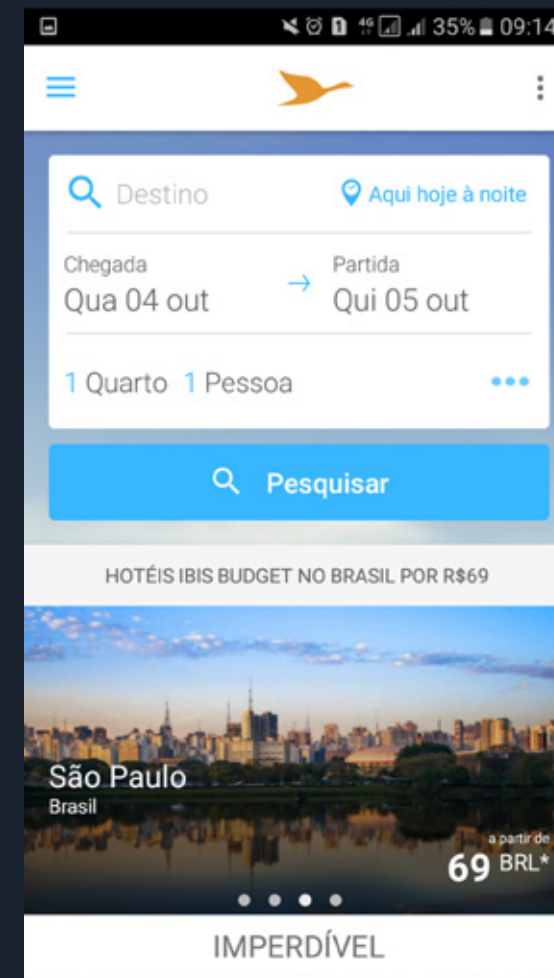
Usuários do aplicativo AccorHotels têm ofertas exclusivas

Durante 48 horas, a marca *ibis budget* divulgou uma promoção exclusiva para os usuários brasileiros do aplicativo AccorHotels, com tarifa especial de R\$ 69. O objetivo era impulsionar o número de downloads.

As reservas deveriam ser feitas nos dias 4 e 5 de outubro para hospedagem entre os dias 1 de novembro e 27 de dezembro de 2017.

Resultados:

- 22.437 room nights gerados para América do Sul, 64% a mais que no mesmo período do ano passado;
- Representou 80% da produção via website direto.



BLACK FRIDAY



ACCORHOTELS.COM

Feel Welcome

AccorHotels realiza oferta multimarcas para Black Friday 2017 na América do Sul

Para aproveitar a Black Friday e aumentar o número de reservas feitas pelos canais oficiais da AccorHotels, foi realizada uma campanha promocional para o período de maior número de vendas do mercado. Este ano a novidade foi o “Esquenta” especial para hospedagens na cidade do Rio de Janeiro, que começou com promoções a partir do dia 9 de novembro.

A campanha se baseou na tarifa promocional a partir de R\$ 79 para hospedagens em destinos brasileiros e com 40% de desconto em diárias em hotéis em países hispânicos.

O Esquenta Black Friday direcionado ao Rio de Janeiro gerou mais de 2.300 room nights em hotéis da cidade. As reservas deveriam ser feitas entre 9 e 16 de novembro para estadias entre 15 de dezembro de 2017 e 30 de junho de 2018. Já as ofertas de Black Friday resultaram em mais de 20 mil room nights. As reservas deveriam ser feitas entre 23 e 27 de novembro para hospedagens de 15 de dezembro de 2017 a 18 de fevereiro de 2018.



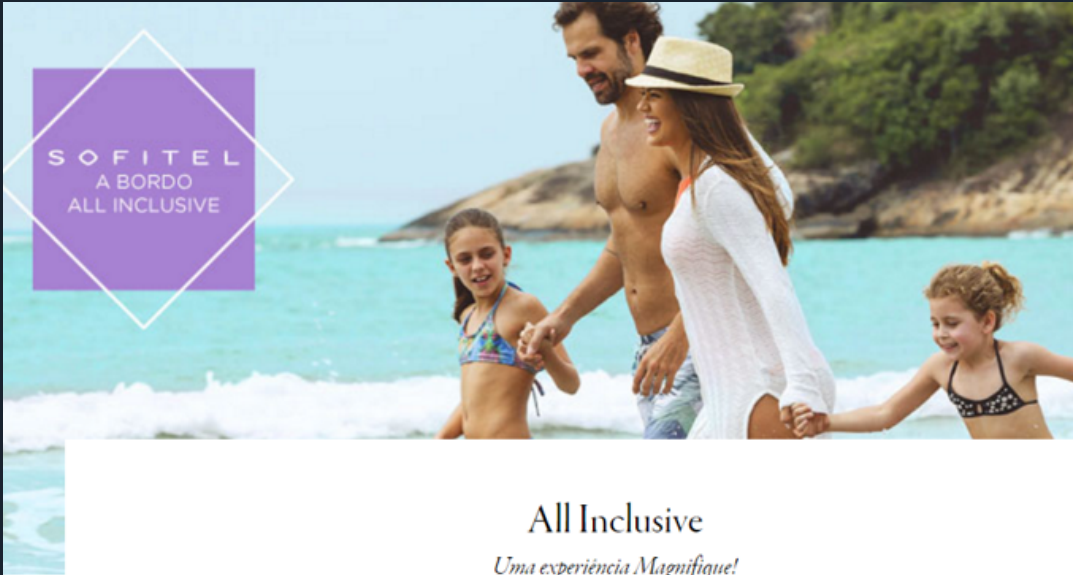
PACOTE ALL INCLUSIVE

S O F I T E L
HOTELS & RESORTS

Sofitel lança oferta All Inclusive na web

O resort Sofitel Guarujá Jequitimar lançou a oferta All Inclusive na web e a campanha foi divulgada nas redes sociais por 30 dias. Entretanto, para aproveitar os benefícios da oferta, as reservas poderiam ser feitas entre julho de 2017 e 1 de fevereiro de 2018. Com diárias a partir de R\$ 950, foi oferecida também a possibilidade de parcelamento em até 6 vezes sem juros.

A oferta All-Inclusive, válida somente para reservas feitas em AccorHotels.com, inclui café da manhã, almoço, jantar (buffet), bebidas não alcoólicas, cervejas, caipirinhas, snacks definidos pelo chef e uma seleção de atividades para toda a família.



All Inclusive

Uma experiência Magnifique!

Vivencie uma hospedagem inesquecível com a sua família no melhor resort do litoral de São Paulo, o Sofitel Guarujá Jequitimar. Recarregue suas energias, desfrute de uma experiência gastronômica e aprecie paisagens vislumbrantes na Praia de Pernambuco. Aproveite todo esse conforto com diárias a partir de R\$950 em até 6x sem juros, para a categoria Classic.

- Café da manhã
- Almoço
- Jantar (buffet)
- Bebidas não alcoólicas
- Caipirinha & Dry Snacks
- Atividades de lazer
- Parcela em até 6x sem juros!



AccorHotels
30 de agosto às 10:54 · 🌐

O Sofitel Jequitimar espera por você em um fim de semana com tudo incluso! Reserve somente pelo site em até 6x sem juros. Ainda há quartos disponíveis!

Faça sua reserva All Inclusive!
Refeições com bebidas não alcoólicas, cerveja, caipirinha, snacks do chef e atividades para todas as idades.
ACCORHOTELS.COM

RESERVA ANTECIPADA IBIS



Marcas ibis oferecem a tarifa especial Reserva Antecipada

No Brasil, foram desenvolvidos displays de mídia online para serem veiculados de agosto a dezembro oferecendo 15% de desconto para reservas feitas com, ao menos, 15 dias de antecedência.

Trabalhamos os seguintes segmentos:

- Negócio
- Lazer
- Futebol

Hispânicos

Também aplicamos a ação visando gerar renda para os hotéis localizados no Peru e na Colômbia, onde trabalhamos o segmento de negócios. A divulgação foi veiculada durante 30 dias, entre os meses de agosto e setembro.

ibis buget

Com foco em públicos de lazer e negócio, a Reserva Antecipada do ibis *budget* oferecia diárias a partir de R\$ 99 para até três pessoas, anunciando também o valor parcelado em 6x.



MIDSCALE LANÇA AÇÕES DE FIM DE SEMANA

Mercure
HOTELS

NOVOTEL
HOTELS & RESORTS

As marcas **Mercure**, **Novotel** e **Adagio** investem em ações com foco no fim de semana

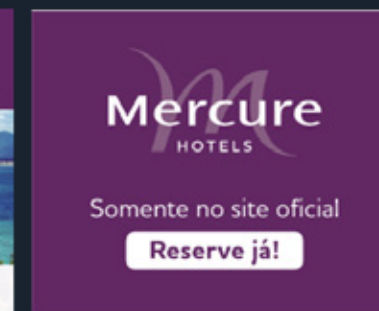
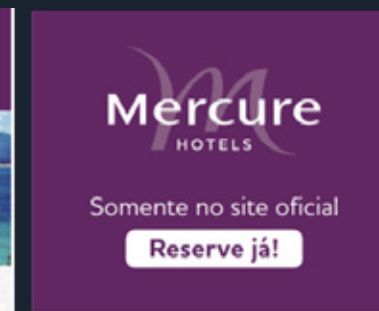
Para aumentar as reservas durante finais de semana, as marcas **Mercure** e **Novotel** focam nos segmentos de negócio e lazer, oferecendo diárias para duas pessoas com café da manhã incluso.

Com o mesmo objetivo, a marca **Adagio** trabalha com o público de amigos que viajam à lazer, destacando a opção de quarto para até quatro pessoas. Os destinos oferecidos como sugestão na campanha são Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Salvador.

Veiculação:

Mercure - agosto a dezembro

Novotel - setembro a novembro



OFERTAS ESPECIAIS



ACCORHOTELS.COM

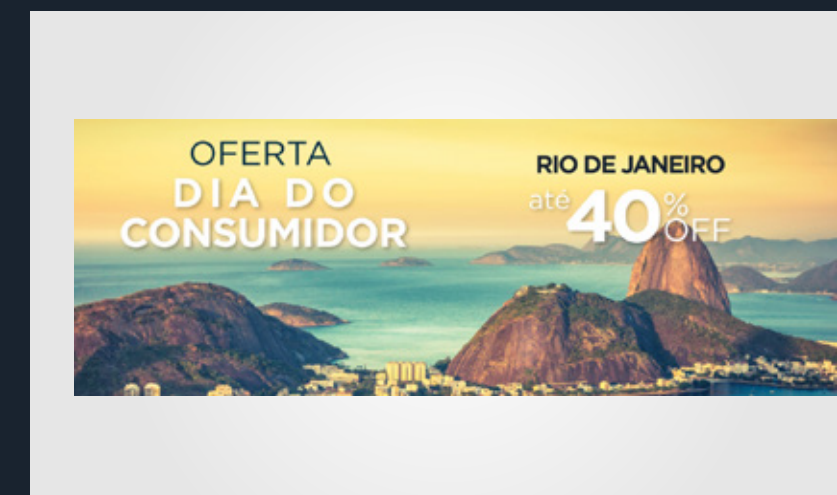
Feel Welcome

Oferta de Carnaval Rio

Em 2017, os colaboradores da rede AH puderam participar de uma promoção para aproveitar a festa mais animada no ano: duas diárias com café da manhã e tarifa super especial no período do carnaval (24 de fevereiro a 1 de março de 2017).

Oferta Dia do Consumidor

O Dia do Consumidor teve um gostinho especial para os clientes e prospects que tinham o desejo de passar uma temporada na cidade maravilhosa. O desconto de 40% era concedido a pessoas que fizessem suas reservas nos dias 15 e 16 de março para estadias entre os dias 1 de abril e 31 de julho nos hotéis da rede no Rio de Janeiro. A ação foi divulgada nos sites Accorhotels.com e Melhores Destinos, além de redes sociais e displays nos hotéis.



CAMPANHAS DE E-MAIL MARKETING



ACCORHOTELS.COM

Feel Welcome

AccorHotels investe em campanhas de e-mail marketing para países hispânicos

No ano de 2017, a AccorHotels investiu em comunicação via e-mail marketing para promover destinos em países hispânicos. Os disparos foram feitos para clientes cadastrados na base da AccorHotels.com no Brasil e também nos países hispânicos.

Campanhas de destaque:

- “¡Precios a partir de USD 45 para que viajes por América!”
- “Datos calientes para que disfrutes el frío”
- “¡Chile: aprovecha el festivo!” (foco em ibis Chile, por isso também foi disparada para base de ibis.com)
- “Nada mejor para empezar el día que un desayuno de hotel...”

Clientes alcançados:

Base AccorHotels.com – **64 mil**

Base ibis: **150 mil**

RESERVA ANTES Y AHORRA Hasta un **25%**

Fiestas Patrias

Dia-15

¡Chile: aprovecha el festivo!

¿Qué tal aprovechar el festivo para viajar? Para ayudarte los hoteles ibis ofrecen descuentos de hasta 15% en América del Sur y hasta 25% por el mundo, si reservas tu hospedaje con como mínimo 15 días de antecedencia. Salta a las ramadas dieciocheras, disfruta las Fiestas Patrias de la mejor forma posible: ¡viajando!

¡Reserva ahora!

MÍDIAS SOCIAIS



Ações em mídias sociais nos países hispânicos em 2017

Para compor as estratégias de marketing nos países hispânicos em 2017, a AccorHotels desenvolveu um calendário para mídias sociais com postagens planejadas e específicas para gerar maior visibilidade e mais negócios para os hotéis do grupo. As postagens na página oficial da AccorHotels no Facebook atingiram mais de 1,6 milhões de seguidores. Para reforçar ainda mais a estratégia, foi criada uma página oficial de ibis no Facebook para países hispânicos.

Os conteúdos compartilhados ofereciam opções de destino e anunciavam novos hotéis da rede, além de promover os festivais promovidos pelas marcas e as tarifas promocionais de todos os hotéis da rede. Em média, quatro posts foram publicados por mês.



FOCO NOS HISPANICOS



ACCORHOTELS.COM

Feel Welcome

Campanha de “boost” na Argentina e Chile

Pensando em gerar mais negócios para os hotéis da rede, a AccorHotels investiu em uma campanha para impulsionar as vendas nos hotéis localizados em Buenos Aires e Santiago, duas localizações estratégicas para os negócios do grupo.

O mote da campanha foi a intensificação na divulgação dos destinos. Além disso, o site AccorHotels exibiu um destaque fixo evidenciando os dois destinos e, em novembro de 2017, novas cidades hispânicas também ganharam espaço.

A divulgação da campanha também contou com visibilidade no blog Melhores Destinos, onde foi dado um destaque especial para a oferta “Permanent Private Sales” para os hotéis argentinos. A campanha em display e nas mídias sociais foram direcionadas para Buenos Aires, com foco nas marcas Luxe Sofitel e MGallery, além de ibis. Em Santiago o destaque ficou para Mercure.

VIAJE PARA A ARGENTINA



APROVEITE UM DESCONTO DE 17% EM HOSPEDAGENS NA ARGENTINA!

RESERVE AGORA *
[Ver condições](#)



INCENTIVO PARA VIAJAR NA ARGENTINA



ibis divulga o fim da taxa de hospedagem na Argentina

Para divulgar a nova política de isenção da taxa de hospedagem antes cobrada na Argentina para hóspedes estrangeiros, ibis realizou uma campanha de e-mail marketing com foco no mercado sul-americano. No Brasil, os e-mails foram disparados entre os meses de maio e junho, enquanto que para a base hispânica, a campanha foi aplicada em junho e agosto.

Além do e-mail marketing, a informação também ganhou destaque no canal oficial da AccorHotels.com e de todas as marcas da rede, e também no blog do site Melhores Destinos.

DIÁRIAS
A PARTIR DE **R\$130**

APROVEITE A ISENÇÃO DA TAXA
DE HOSPEDAGEM



DESCUBRE ARGENTINA

¡Exención de impuesto!

Disfruta la exención del 21% del IVA* en los hospedaje para extranjeros.

RESERVA AHORA

PARCERIA


ACCORHOTELS.COM
Feel Welcome



AccorHotels fecha parceria com Localiza

Em julho de 2017, a AccorHotels fechou uma parceria com a Localiza, uma das maiores empresas de locação de carros no Brasil. A parceria – que oferece aos clientes Localiza 30% de desconto em hotéis Mid-scale & Luxe e 20% em hospedagem na família ibis – foi divulgada nos canais da AccorHotels e Localiza, com validade até 25 de dezembro, no Brasil.

Para dar ainda mais visibilidade à parceria e à marca AccorHotels, banners sobre o desconto foram veiculados na página inicial e internas do site da Localiza, além de e-mails marketing disparados à base do parceiro com divulgação do desconto para os seus clientes.

Em setembro foi realizada uma divulgação especial da parceria em comemoração ao Dia do Cliente.



CAPACITAÇÃO NOS HISPANICOS



ACCORHOTELS.COM

Feel Welcome

AccorHotels investe em treinamento web para colaboradores

Para otimizar o alcance do conteúdo publicado nos canais da AccorHotels, os colaboradores dos hotéis das marcas Luxe, Eco e Midscale foram convidados a participar de um treinamento. Graças ao workshop de capacitação que tinha como objetivo providenciar o conhecimento e a autonomia necessária para os hotéis gerenciarem uma estratégia digital, espera-se que os conteúdos tenham melhor performance na busca orgânica da web ou em sites de meta-search.

Seguindo esta linha, ibis também investiu em capacitação para trainees hispânicos, em workshop com dicas práticas de como otimizar a visibilidade online da marca e aproveitar as oportunidades de divulgação nos canais digitais.



**BEST
OF
MKT**

LE CLUB

BENEFÍCIOS NA ACCORHOTELS.COM

Le Club destaca benefícios de reservar em AccorHotels.com

Para divulgar os benefícios de fazer reservas por meio de nossos canais diretos, foi realizada uma campanha com foco na opção de pagamento em até 6x sem juros, válida em hotéis do Brasil.

Além de reforçar o benefício que traz mais uma comodidade na experiência de compra, a campanha também reforça as vantagens de reservar pelo site AccorHotels.com, que são:

- Melhor preço garantido
- Parcelamento em até 6x sem juros
- Check-in online
- Ampla seleção de hotéis para agradar todos os perfis

A comunicação foi feita por meio de E-cards dedicados à base Le Club AccorHotels Brasil e no site - <http://bit.ly/2vFRBFH>.

Para dar ainda mais visibilidade à nova opção de pagamento, o parcelamento também é reforçado nas redes sociais em posts que promovem destinos no Brasil.



LE CLUB ACCOR HOTELS | Leticia Oliveira
0 Pontos Rewards ¹⁹ | Cartão Silver:
3081032635126674
Válido até: 31/12/2017

ATÉ
6X
SEM JUROS
ACCORHOTELS.COM

Parcelas que cabem no bolso

Reserve sempre no site AccorHotels.com e garanta vantagens!

Ao reservar em AccorHotels.com, o associado Le Club AccorHotels tem o **melhor preço garantido, parcelamento em até 6x sem juros, possibilidade de realizar check-in online** e uma ampla seleção de hotéis AccorHotels e independentes.

Viva **momentos inesquecíveis** hospedando-se no conforto e comodidade de nossos hotéis.

Reserve já!



Le Club AccorHotels
13 de julho

Rio de Janeiro vai muito além de Copacabana. Faça sua reserva até 31 de julho e venha explorar lugares fascinantes do destino mais procurado por viajantes do Brasil e do mundo.

E DESCUBRA UM
**ROTEIRO ORIGINAL
E INESQUECÍVEL**

Parcele em até 6x pelo site
Veja os hotéis selecionados, faça sua reserva com desconto e ganhe 300, 500 e até 3x pontos rewards.

Reservar agora



ACUMULE PONTOS REWARDS

Somente em nosso site você acumula pontos!

Somente suas reservas em AccorHotels.com permitem acumular Pontos Rewards. Você pode usar os pontos Rewards acumulados para noites grátis a qualquer momento do ano. A partir de 7.000 pontos Rewards acumulados, você terá 40% de desconto em hospedagens!

Acumule e use Pontos Rewards!

Saiba mais!

MINHA CONTA | OFERTAS | MINHAS RECOMPENSAIS

LE KIDS CLUB

AccorHotels lança Le Kids Club em 2017

Em 2017 foi criado um novo cluster na base Le Club AccorHotels com o objetivo de identificar clientes que viajam com crianças a lazer, o Le Kids Club. Com esta iniciativa foi possível começar a direcionar ofertas e promoções exclusivas e garantir a melhor experiência em hospedagem para este público.

A divulgação começou a ser feita em agosto a partir de uma mala direta especial e muito divertida enviada para as crianças dessa nova base. O kit trazia as informações do programa para a família, apresentando os personagens do clubinho, e oferecia brindes divertidos, como um jogo da memória e uma tag de mala personalizada para os pequenos.

Férias de julho

Durante todo o período das férias de julho, o Le Kids Club foi divulgado para todos os hotéis da rede AccorHotels com foco em lazer no Brasil. A campanha de divulgação trouxe dicas e ofertas exclusivas para viagens com crianças e os associados que participaram ganharam o dobro de pontos Rewards em suas hospedagens. As ações aconteceram via e-card dedicado, pelo site oficial de Le Kids Club AccorHotels e também nas mídias sociais.



PONTOS REWARDS EM DOBRO

Duas vezes mais pontos Rewards para reservas em unidades AccorHotels na América do Sul

Entre os dias 1 e 28 de agosto foi divulgada uma oferta de capilaridade para associados Le Club, válida em todos os hotéis da AccorHotels na América do Sul: mais de 260 opções de estadia em 156 destinos.

A cada reserva feita para o período entre 1º de agosto e 30 de setembro, os clientes receberam o dobro de pontos Rewards. A comunicação da oferta também reforçou a opção de pagamento em até 6x sem juros, incentivando reservas através do site.

Divulgação:

- Newsletter
- E-card dedicado
- Site

262 hotéis
156 destinos
8 países

NA AMÉRICA DO SUL
para você escolher!

2x
PONTOS
REWARDS

São mais de 260 hotéis para você se hospedar e aproveitar!

Chegou a hora de você tirar aquela tão sonhada viagem do papel e explorar a América do Sul. Com 2x Pontos Rewards, parcelamento em até 6x sem juros e mais de 260 opções de hotéis para você se hospedar, não tem mais desculpa! Reserve sua hospedagem pelo nosso site, aproveite sempre as melhores preços e escolha qual categoria de hotel você quer ficar: dos econômicos até os luxuosos.

E todos eles com 2X Pontos Rewards!

Reserve já

LE CLUB ACCOR HOTELS

Leticia Oliveira
200 Pontos Rewards (1)
Válido até: 28/07/2018

Cartão Silver
3881042885128874
Válido até: 21/12/2017

VIAJE PARA A
América do Sul
COM 2X PONTOS

262 HOTÉIS
156 DESTINOS
008 PAÍSES

2x
PONTOS

MAIS DE 156 DESTINOS PARA VOCÊ VIAJAR!

Deixe-se em lindas praias ou aventure-se pela histórica cidade de Machu Picchu. A América do Sul, sem dúvida, pode proporcionar a você **incríveis experiências** quando o assunto é turismo. Para tornar sua viagem **inesquecível** conte com os hotéis AccorHotels espalhados por todo o continente e ainda garanta o **dobro de pontos** em sua hospedagem!

GARANTA 2X PONTOS REWARDS

Reserve agora

ABRIL DE PROMOÇÕES LE CLUB



Marketing investe em promoções para associados Le Club no mês de abril

Parceria Livelo

- Possibilidade de transferir pontos e trocá-los por hospedagem em mais de três mil hotéis;
- Comunicação feita via newsletter, redes sociais e e-card dedicado;
- Enviado para toda a base Le Club AccorHotels Brasil.

Elite Experience

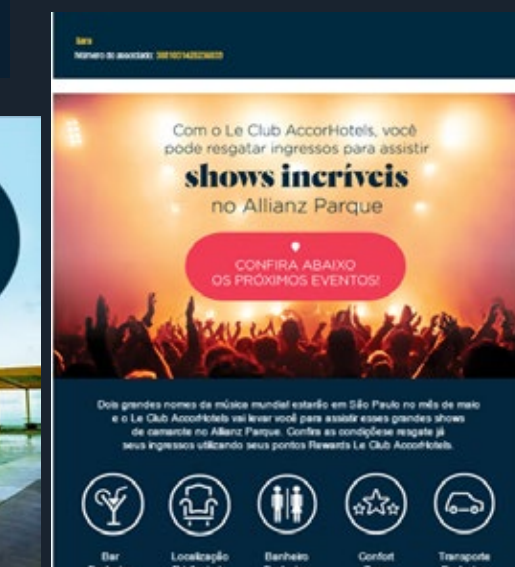
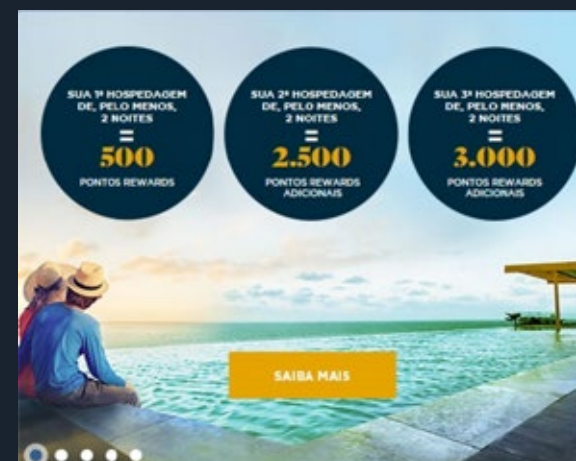
- Clientes Le Club podiam resgatar ingressos para o show do Ed Sheeran e Sting utilizando pontos LCAH;
- Comunicação por meio de e-card personalizado;
- Enviado para todos os clientes Le Club AH do estado de São Paulo.

Promoção seis mil pontos

- Incentivo para reservas de duas ou mais diárias em troca de pontos Le Club;
- Chance de acumular até seis mil pontos Rewards;
- Clientes Le Club AH de todo Brasil foram impactados por e-cards dedicados, newsletter, mídias sociais e pelo site AccorHotels.com e das marcas.

Ação de relacionamento direto

- Exclusiva para associados Platinum selecionados com envio de brindes especiais e bônus de pontos Rewards;
- Clientes impactados no mês de aniversário até o final de 2017 por meio de mala direta para residentes em outros estados e cadernos personalizados para moradores do Rio de Janeiro e São Paulo.



OFERTA DE FERIADO

LCAH oferece pontos extras para hospedagem em feriados

Para aproveitar os últimos feriados de 2017 antes das festas de fim de ano, Le Club AccorHotels não perdeu tempo e ofereceu o triplo de pontos Rewards para associados que reservassem hospedagem na América do Sul entre os meses de outubro e novembro.

A divulgação aconteceu em toda América do Sul, contemplando todos os hotéis da rede na região, exceto Sofitel. Newsletters foram disparadas para o público brasileiro e também para os países hispânicos, assim como e-cards (somente para hispânicos) e divulgação no site da AccorHotels.

Para participar, o hóspede deveria fazer a reserva no período entre 3 de outubro e 30 de novembro para se hospedar no mesmo período.

AINDA DÁ TEMPO DE
**VIAJAR
EM 2017**

3X
Pontos
REWARDS

**3x pontos Rewards na
América do Sul!**

Aproveite os feriados de outubro e novembro!

O ano está acabando, mas ainda dá tempo de fazer aquela viagem tão sonhada! Aproveite um dos 4 feriados dos meses de outubro e novembro para viajar pelo Brasil ou pela América do Sul e garanta o triplo de pontos Rewards na sua hospedagem! Confira os hotéis participantes e reserve agora mesmo. São mais de 250 hotéis para você escolher em 8 países. Aproveite!

Reserve já!

NOVOTEL DIA DAS CRIANÇAS

3x mais pontos Rewards no Dia das Crianças

O Novotel, marca referência de ofertas para famílias do midscale, celebrou o Dia das Crianças junto com o LeClub AccorHotels oferecendo 3x mais pontos Rewards para hospedagens durante o mês de outubro em todos os hotéis da marca no Brasil.

O benefício foi concedido aos associados que fizeram suas reservas entre 29 de agosto e 18 de setembro para se hospedarem de 29 de agosto a 31 de outubro.

A divulgação desta oferta aconteceu por meio de newsletter no Brasil e também no website da marca.

3x PONTOS
EM TODOS OS HOTÉIS
NOVOTEL DO BRASIL
no mês das crianças



São 3x Pontos Rewards em nossos hotéis!

Aproveite a semana do dia das crianças

O Novotel está por todo o Brasil nos melhores destinos para viajar com a criançada. Aproveite o mês de outubro com 3x Pontos Rewards para viajar com sua família para um Novotel. São mais de 15 destinos te esperando de braços abertos.

[Reserve](#)

FOCO NOS HISPANICOS

Colômbia

Oferta de pontos Rewards beneficiam hotéis colombianos

Em 2017, Le Club AccorHotels investiu em ofertas direcionadas para o mercado colombiano em dois momentos diferentes. A primeira campanha teve como foco todos os hotéis do grupo presentes da Colômbia e oferecia o benefício de triplicar os pontos Rewards acumulados na hospedagem. Para participar, os hóspedes deveriam fazer suas reservas entre 1 de julho e 31 de agosto para estadias no mesmo período.

Já a segunda campanha direcionada para a mesma praça tinha como foco a divulgação dos novos hotéis das marcas Mercure na Colômbia. Os pontos triplicados foram oferecidos aos clientes que reservassem entre 1 de dezembro de 2017 até 31 de janeiro de 2018, para hospedagem no mesmo período.

A divulgação das campanhas foi feita por meio de e-card dedicado e também no site oficial de Le Club AccorHotels.

Chile

Ofertas de hospedagem para associados Le Club no Chile

Para incentivar o aumento no número room nights nos hotéis chilenos, Le Club AccorHotels ofereceu para seus associados o benefício de 1.000 pontos Rewards para os que se hospedassem por, no mínimo, duas noites. As reservas podiam ser feitas entre 29 de agosto e 18 de setembro de 2017 para hospedagens até 31 de outubro. A divulgação aconteceu por meio de newsletters disparadas para o público brasileiro e também no site oficial do clube.

Outra campanha que beneficiou os associados Le Club com destino ao Chile foi a da “oferta progressiva” para quem acabava de entrar para o clube. Para quem estava se hospedando pela primeira vez como LCAH, a promoção prometia 500 pontos acumulados. Após a segunda hospedagem, 1.000 pontos eram acumulados e após a terceira, 1.5000 pontos.

A divulgação aconteceu por meio de e-card dedicado e podiam se beneficiar os hóspedes que reservassem entre 1 de dezembro de 2017 e 31 de janeiro de 2018 para hospedagens no mesmo período.

Peru

Ações de Le Club AccorHotels no Peru em 2017

Durante o ano de 2017, três campanhas foram realizadas no Peru afim de aumentar o número de reservas com Le Club. A primeira delas focou nos hotéis de Lima e Cusco, oferecendo 3 vezes mais pontos Rewards para os associados que reservassem no período de 18 de janeiro a 18 e fevereiro de 2017 para estadias até 18 de março do mesmo ano.

As outras duas campanhas ofereceram benefícios para hóspedes de todos os hotéis da rede AccorHotels no país. Para reservas feitas entre os dias 5 e 30 de junho, para hospedagem até 31 de julho, foi oferecido o triplo de pontos Rewards acumulados após estadia. Já pra as reservas de, no mínimo, duas noites feitas entre 29 de agosto e 18 de setembro (estadia até 31 de outubro), foram oferecidos 1.000 pontos extras.

As divulgações acontecerem por meio de newsletters, do site oficial do clube de vantagens, e e-cards dedicados.

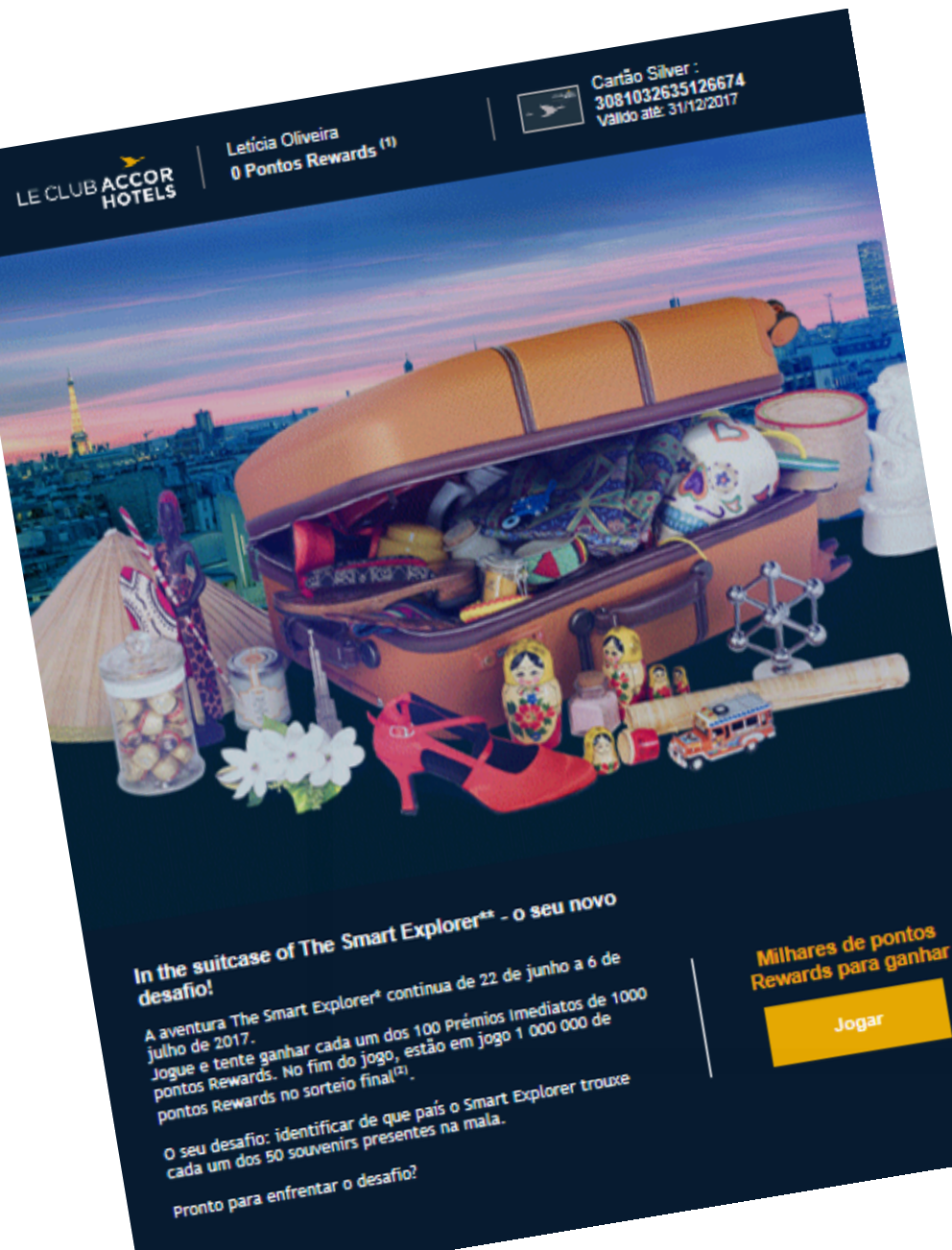
Argentina

Campanha divulga isenção da taxa de hospedagem para estrangeiros

Ao deixar de ser obrigatório o pagamento da taxa de hospedagem para estrangeiros, a IVA, na Argentina, Le Club AccorHotels ativou uma campanha para divulgar a novidade e destacar os hotéis da rede presentes no país. Os viajantes que fizessem suas reservas no período de 1 a 30 de abril de 2017 para se hospedarem até 31 de maio do mesmo ano recebiam o benefício de triplicar seus pontos Rewards.

A campanha foi divulgada por meio de newsletters, e-card dedicado e também no site oficial de LCAH.

QUENTE E FRIO



LE CLUB ACCORHOTELS | Leticia Oliveira
0 Pontos Rewards (1)

Cartão Silver:
3081032635126674
Válido até: 31/12/2017

In the suitcase of The Smart Explorer - o seu novo desafio!**

A aventura The Smart Explorer* continua de 22 de junho a 6 de julho de 2017. Jogue e tente ganhar cada um dos 100 Prêmios Imediatos de 1000 pontos Rewards. No fim do jogo, estão em jogo 1 000 000 de pontos Rewards no sorteio final(1).

O seu desafio: identificar de que país o Smart Explorer trouxe cada um dos 50 souvenirs presentes na mala.

Pronto para enfrentar o desafio?

Milhares de pontos Rewards para ganhar

Jogar

Game online e oferta “Quente e Frio” ganham destaque

No mês de junho, os clientes Le Club AccorHotels participaram de um divertido game online para garantir pontos Rewards. Com o mote “O que o viajante esperto leva na mala?”, o jogador deveria descobrir de onde vinham os 50 objetos trazidos pelo Smart Explorer em tempo limitado. Os participantes que acertaram todos os objetos, foram automaticamente classificados para o sorteio final de 200.000 pontos Rewards. Além disso, todos os dias durante a promoção mil pontos eram sorteados.

A ação foi divulgada por meio de e-card personalizado e também pelas redes sociais. Ao todo, 197 participantes ganharam mil pontos e um associado levou os 200.000.

Curta o calor e aproveite o frio

Com objetivo de divulgar destinos no Nordeste e no Sul do Brasil, Argentina, Santiago e Peru, a AccorHotels promoveu a campanha “Quente e Frio”. O cliente Le Club que reservasse e se hospedasse até 31 de julho de 2017, ganhava duas vezes mais pontos.

A comunicação foi feita via newsletter, mídias sociais e no site oficial da AccorHotels, com foco em toda a América do Sul.

<http://bit.ly/2uNkTFp>



Le Club AccorHotels
22 de junho às 14:03

O Smart Explorer está de volta! Seu desafio: identificar de que país ele trouxe cada um dos 50 objetos que estão na mala. Participe até 06 de Julho e concorra a até 200.000 pontos Rewards! Participe: <http://bit.ly/smartexplorer>
Certificado de Autorização Caixa nº 6-1141/2017

Smart explorer
IN THE SUITCASE OF THE

Curtir Comentar Compartilhar

158

Comentários mais relevantes

2 compartilhamentos

OFERTAS PONTUAIS



Oferta de Páscoa – Destinos incríveis, hospedagem impecável e pontos extras para viajar ainda mais! Este foi o mote da promoção que ofereceu pontos triplos para quem viajou na Páscoa para os seguintes destinos: Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Fortaleza, Foz do Iguaçu, Montevideo, Puerto Iguazu, Recife, Salvador, Santiago e Santos.

Tarifas de fim de semana estendidas

Em julho, os clientes que fazem parte do Le Club tiveram tarifa especial de férias nos hotéis das marcas Mercure, Novotel e Adagio. O valor das diárias de fim de semana foi estendido para o mês inteiro, incluindo café da manhã e mais 200 pontos Rewards. A ação foi aplicada em todos os hotéis das marcas na América do Sul e a comunicação foi realizada por disparos de newsletters



AÇÕES LE CLUB

Le Kids Club promove ação para férias de julho

Durante todo o período de férias em julho, o Le Kids Club trabalhou para a divulgação de todos os hotéis da rede AccorHotels com foco em lazer no Brasil. Toda a campanha foi baseada na divulgação de dicas e ofertas exclusivas para viagem com as crianças. Os associados que participaram ganharam 2x mais pontos Rewards.



LE CLUB ACCORHOTELS | Leticia Oliveira
9 Pontos Rewards (*) | Cartão Silver:
388165288128674
Válido até: 31/12/2017

LE KIDS CLUB
ACCORHOTELS

Viaje com a nossa turminha para lugares incríveis!

Roteiros para você viajar em família

Aproveite para sair da rotina junto com sua família e a turminha do Le Kids Club! Leve a criançada para conhecer lugares incríveis e se divertir. Confira três opções de destinos que separamos para você. Surpreenda-se com a beleza das praias cariocas, a agitação da capital paulista ou curta um dia inesquecível no Beach Park, em Fortaleza!

SABIA MAIS

PARCERIA COM SMILES

Campanha permite troca de pontos Smiles por pontos Rewards

Le Club AccorHotels fechou uma parceria com Smiles, o programa de fidelidade da Gol. A parceria, que durou entre setembro e dezembro de 2017, permitia que os associados Le Club convertessem pontos Rewards em pontos Smiles, ou o contrário. Assim, três milhas Smiles podiam ser convertidas em um ponto Rewards.

A divulgação foi feita no Brasil por meio de newsletter disparada aos associados, folhetos enviados aos hotéis, informações no site oficial Le Club AH e campanha em mídias sociais. No mês de outubro também foram enviados e-cards dedicados.

ATÉ 01 DE DEZEMBRO TROQUE SUAS MILHAS
SMILES COM UMA CONVERSÃO ESPECIAL!

3 = 1
MILHAS Smiles PUNTO REWARDS
LE CLUB ACCOR HOTELS

Promoção Imperdível!

Aproveite essa parceria!

Troque suas milhas Smiles por pontos rewards e vice e versa!
Conversão de 3 milhas por 1 ponto rewards. Promoção válida até 01 de dezembro de 2017.

Aproveite



PARCERIA COM NESPRESSO

LCAH e Nespresso fazem promoção exclusiva para o Dia dos Pais

A parceria entre Le Club e Nespresso garantiu aos associados do clube de vantagens da AccorHotels uma promoção especial com o mote de Dia dos Pais. Cliente Le Club AccorHotels podia aproveitar os benefícios do Bazar Nespresso entre os dias 24 e 31 de julho. Bastava utilizar o código promocional em compras realizadas no site nespressobenefits.com.br para garantir descontos exclusivos em produtos da linha de máquinas de café.

As máquinas de café foram vendidas para associados Le Club com 40% e 50% de desconto. No pacote estavam inclusas cem cápsulas de café e frete grátis, além da possibilidade de parcelamento em até 6x.



Bazar NESPRESSO
ESPECIAL DE DIA DOS PAIS
DE 24/07 A 31/07

MÁQUINAS COM 40% E 50% OFF + GANHE R\$ 100 EM CÁPSULAS + PARCELE EM ATÉ 6X SEM JUROS + FRETE GRÁTIS

40% OFF **INISSIA**
DE R\$ 309
POR R\$ 239,40

40% OFF **PIXIE CLIPS**
DE R\$ 549
POR R\$ 329,40

50% OFF **PRODIGIO**
DE R\$ 749
POR R\$ 374,50

COMPRANDO UMA DAS MÁQUINAS EM OFERTA, VOCÊ GANHA R\$ 100 EM CÁPSULAS

Confira todas as ofertas em www.nespressobenefits.com.br e use o código **bAccor2017** para adquirir o desconto*

Aproveite o benefício do **Bazar Nespresso** entre os dias 24 e 31 de Julho. Usando nosso código promocional **bAccor2017**, você garante **descontos exclusivos** para tornar o **Dia dos Pais** ainda mais incrível.

* Oferta válida de 24/07/2017 a 31/07/2017 exclusivamente para pessoas físicas, limitada a 5 máquinas por CPF. Consulte os termos e condições em www.nespressobenefits.com.br.

[Acesse](#)

**BEST
OF
MKT**



ACCOR HOTELS