

GOLDEN TULIP 



GOLDEN
TULIP

PLAYTIME. ANYTIME.



GOLDEN TULIP

Golden Tulip – международная сеть отелей с более чем полувековой историей, вобравшая в себя лучшие активы европейского и азиатского гостиничных рынков.

Обновлённый в 2018 году бренд гарантированно привлечет современных путешественников, которые ценят дух приключений, легки на подъем и разделяют уверенность, что бизнес, как и путешествия, – это увлекательная игра.

Golden Tulip – бренд будущего среди отелей высокого класса. И он может стать самой лучшей инвестицией, о которой вы когда-либо думали.

более
24 000
номеров



GOLDEN TULIP В МИРЕ

1962 – 2020

БОЛЕЕ ЧЕМ
24 000
НОМЕРОВ

В БОЛЕЕ ЧЕМ
174
ОТЕЛЯХ

В
41
СТРАНАХ

ЕВРОПА 78 ОТЕЛЕЙ

Бельгия
Болгария
Кипр
Франция
Грузия
Германия
Италия
Мальта
Нидерланды
Польша
Португалия
Румыния
Россия
Испания
Швейцария
Турция

ЮЖНАЯ АМЕРИКА 12 ОТЕЛЕЙ

Бразилия
Куба

АФРИКА 26 ОТЕЛЕЙ

Бенин
Коморские
острова
Египет
Эфиопия
Гана
Кения
Марокко
Нигерия
Танзания
Тунис
Уганда

БЛИЖНИЙ ВОСТОК 31 ОТЕЛЬ

Бахрейн
Иордан
Ливан
Оман
Катар
Саудовская Аравия
ОАЭ

ЮГО- ВОСТОЧНАЯ АЗИЯ 40 ОТЕЛЕЙ

Бангладеш
Китай
Индия
Индонезия
Кыргызстан
Южная Корея
Тайвань
Тайланд



JANUARY
2020

GOLDEN TULIP: ИСТОРИЯ БРЕНДА

История бренда Golden Tulip началась в **1962** году, когда шесть голландских отелей объединились, чтобы противостоять крупным американским отельным цепочкам в Европе. Силой данного единства стали разнообразие и индивидуальность как противовес безликому, “автоматическому” сервису.

В **90х** партнерство Golden Tulip с авиакомпанией KLM стало первым в своем роде. Благодаря этому, компания смогла стать крупной мировой гостиничной сетью, не копируя ничей опыт.

Затем, в **2009** году последовало слияние со Starwood Capital и Louvre Hotels, которое дало гостиничной сети шанс стать 2-й по величине в Европе и войти в восьмерку самых крупных отельных сетей в мире. И даже тогда бренд Golden Tulip сохранил свою гибкость, жизнерадостность, подлинную индивидуальность, любовь к людям и уважение традиций.

Следующей страницей истории стало слияние Louvre Hotels Group с крупнейшей китайской сетью Jin Jiang International в **2015** году. Оно позволило компании стать настоящим лидером среди отельных сетей во всем мире. Бренд, настолько не похожий на другие и ставший связующим звеном между старым и новым, прошлым и будущим, это поистине уникальная возможность, которую оценило, в том числе, и руководство Jin Jiang International.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: ГОСТЬ, КОТОРЫЙ ПОСТОЯННО МЕНЯЕТСЯ

Отели Golden Tulip ориентированы на гостей всех сегментов: туристов и бизнесменов, гостей из зарубежья и из соседних городов, даже на тех, кто живет на этой же улице и зашел в бар или ресторан при отеле.

Деловые люди представляют самую многочисленную целевую аудиторию. Это тот крупный сегмент гостей, чья модель поведения за последнее время изменилась больше всего. Они стали меньше планировать и зачастую принимают решения в последнюю минуту. Им нравится пробовать новое и приобретать опыт, становясь участниками событий, а не просто зрителями. **Больше нет четкой границы между их личной и деловой жизнью.**

Люди этого поколения – вечные искатели приключений, ценители всего нового, чье мнение способно влиять на других. Они считают, что даже в бизнесе есть место развлечениям. Они стремятся к балансу между работой и отдыхом, здоровьем и увлечениями. Они пробуют новые продукты и бренды, делятся своим мнением о них. Онлайн и офлайн. Сегодня именно новое поколение путешественников задает тон всему туристическому рынку. И бренд, завоевавший их признание, станет безусловным лидером.



ФИЛОСОФИЯ БРЕНДА

Playtime.
Anytime.*

*Нескучное время.
В любое время.

УЛЫБКА И ЮМОР

Golden Tulip всегда с улыбкой смотрит на жизнь, работу и путешествия. Возможность отвлечься от повседневности наполняет жизнь гостей яркими моментами. В отелях Golden Tulip люди улыбаются и проявляют эмоции. Это то место, о котором захочется рассказать.

ТВОРЧЕСКИЙ ПОДХОД С УЧЕТОМ НАСТРОЕНИЯ ГОСТЯ

Отели Golden Tulip следуют своему особому пути и нашли тот самый подход к гостю: “в нужное время в нужном месте”. В каком бы настроении ни был гость, наша команда все сделает своевременно и так, как надо.

ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ

Путешествие связано с новыми впечатлениями. Если поездка не подарит новых открытий, нет смысла ехать. Мы помогаем людям заново открыть для себя сервис в отеле и гарантируем, что он оставит яркое впечатление. И какие бы тренды ни вошли в моду завтра, Golden Tulip готов принять их и предложить своим гостям. Таким образом, гостям всегда интересно, и они с нетерпением ждут новых открытий с Golden Tulip.



ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА В ОСНОВНЫХ ЗОНАХ ОТЕЛЯ

ЛОББИ

Юмор, улыбки и общение – атмосфера, в которую хочется нырнуть с головой. Это гостиная, место новых знакомств и встреч старых друзей.

РЕСТОРАН

Уровень премиум во всем. Но разумные цены. Местный колорит. Но без чрезмерной экстравагантности. Здоровая еда и комфортная атмосфера. Местные продукты. Новый взгляд на привычные вещи.

БАР

Бары в отелях Golden Tulip – это не только напитки, хотя напитки здесь хороши. Это место для встреч. Бесед. Открытий. Смеха. Новых идей и планов. К вашим услугам профессиональная команда, у которой наготове все, что может потребоваться.

НОМЕРА

Совершенно точно не как дома. Новые, интуитивно понятные цифровые технологии. Новые материалы, текстуры и цвета создают атмосферу, в которой пробуждается воображение.



ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА В ОСНОВНЫХ ЗОНАХ ОТЕЛЯ

СПА И ФИТНЕС-ЦЕНТР

Здесь гости вдыхают здоровье и выдыхают стресс. Беговые дорожки, классы йоги, пилатес, косметические и спа-процедуры. Мы подскажем, с чего начать, как справиться с усталостью после перелетов и смены часовых поясов.

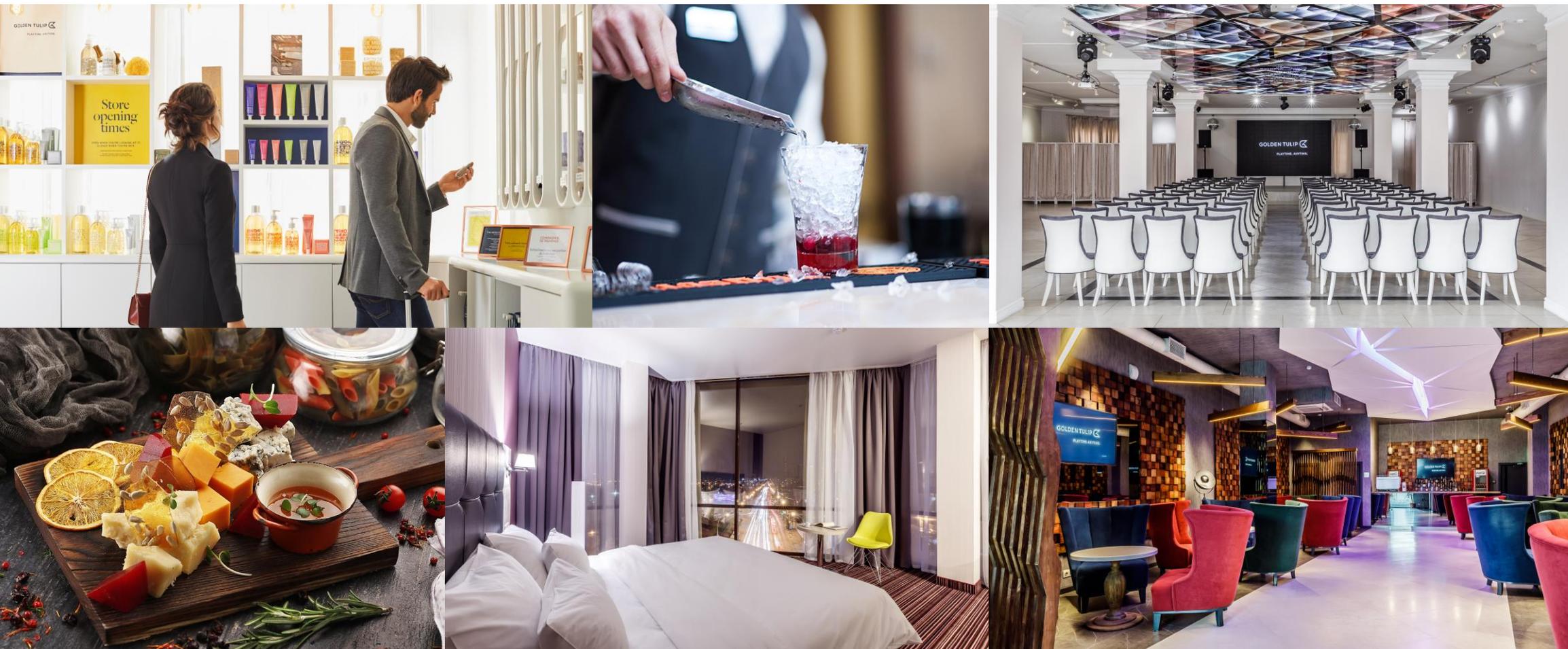
ЗАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

У нас есть все, что нужно для MICE. Все необходимые услуги и оборудование для того, чтобы задачи решались быстро и инновационно.

Новый формат конференц-залов PlayBox – творческий подход к решению деловых вопросов. Креативные кофе-паузы, необычные закуски и гигантские настольные игры. Все для того, чтобы переключить сознание и включиться в работу. Концепция «Нескучные Конференции» поможет превратить самые сложные мероприятия в незабываемые.



ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА В ОСНОВНЫХ ЗОНАХ ОТЕЛЯ



МАРКЕРЫ БРЕНДА

КОСМЕТИЧЕСКИЙ БАР

При заезде мы предложим гостю бесплатно выбрать пробники нескольких серий косметики в нашем косметическом баре. Понравившиеся продукты всегда можно приобрести и взять с собой.

ТАНДЕМ – ВЕЛОСИПЕД ДЛЯ ДВОИХ

Пришедшие из прошлого, эти велосипеды – отличный способ исследовать настоящее. Возьмите с собой гида, коллегу, друга или клиента и отправляйтесь исследовать окрестности. Тандемы можно взять напрокат в отеле. 24/7.

НЕСКУЧНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

«Интерактивная стена» — это настоящий информационный хаб для гостей, где можно найти почти любую информацию: что происходит в городе, куда сходить в свободное время, советы других гостей и т.д. Подключайтесь со смартфона в лобби, чтобы пообщаться с другими гостями, разделить такси или скачать фильм.

КАФЕ НА КОЛЕСАХ

Прямо возле отеля. Кофе, закуски, соки и супы, всегда свежие и разнообразные.



МАРКЕРЫ БРЕНДА



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ ОТЕЛЕЙ

Эффективный
набор
инструментов для
максимизации
доходов

ПРОДАЖИ И УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ

- Goldres: центральная система бронирования Golden Tulip на базе Oracle
- Платформы продаж: электронные продажи, собственный мини-сайт отеля на глобальном сайте Louvre Hotels Group, центральный офис бронирования и поддержки
- Онлайн продажи: прямая связь с OTA, GDS, метапоиск, инструменты управления контентом
- Управление доходами: система управления доходами, инструменты мониторинга цен и анализ конкурентного рынка, тренинги
- Рекомендации по ценовой политике
- Корпоративные предложения
- Решения для отдыха: предложения для профессионалов рынка
- Поддержка для групп: всестороннее планирование мероприятий



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ ОТЕЛЕЙ

Присоединившись
к сети Golden Tulip,
отель приобретает
уникальный опыт
всей сети Louvre
Hotels Group,
части Jin Jiang
International

ПРОДВИЖЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ

- Коммуникационные кампании на мировом и региональном уровнях в партнерстве с такими брендами, как Air France, KLM, American Express
- Управление процессами взаимодействия с гостем: до и после пребывания в отеле, информационные рассылки
- Рекламные кампании: разные аудитории, пакеты и специальные предложения
- Повышение узнаваемости бренда: международные выставки, отраслевые мероприятия, SMM, PR-кампании, работа со СМИ
- Фирменная продукция Louvre Hotels Group
- Brand Center: онлайн платформа для поддержки маркетинговых программ
- Flavours Instant Benefits: единая программа лояльности для постоянных гостей всех отелей сети, глобальная база данных



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ ОТЕЛЕЙ

Преимущество
техстандартов
Golden Tulip –
гибкость,
позволяющая
снизить
инвестиционные
затраты с
сохранением
качественных
характеристик
объекта и его
инвестиционной
привлекательности

ТЕХНИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

- На территории России техническое сопровождение осуществляется авторизованным представителем Louvre Hotels Group – компанией IFK Hotel Management
- Техническое сопровождение проекта: услуги полного цикла, включающие передачу технических стандартов бренда, техническое сопровождение, поддержку и реализацию требований бренда на всех этапах проекта – проектирования, строительства, отделки и комплектации объекта, вплоть до его открытия
- Технические стандарты: основные требования бренда к функционально-планировочным и архитектурным решениям, применяемым технологиям, инженерным системам, дизайну, материалам и оборудованию, отделке и оснащению
- Поддержка процесса управления проектом и технический контроль



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ ОТЕЛЕЙ

Гарантия
бесперебойного
общения между
отелем и брендом
на вашем родном
языке

ПОДДЕРЖКА ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- Региональные франчайзинг менеджеры: гарантия бесперебойного общения между отелями и брендом на вашем родном языке
- Российское представительство Louvre Hotels Group с офисом в Москве и более чем десятилетней историей – компания IFK Hotel Management
- Стандарты бренда: описание требований для организации успешной операционной работы
- LeDesk: онлайн портал, доступ ко всем документам и сервисам
- Анализ факторов эффективности: мониторинг работы отеля и правильного использования инструментов сети
- Программы гарантии качества: внешний аудит для поддержания стандартов бренда во всех отелях сети
- Развитие персонала: платформа GeniUs – доступ для каждого сотрудника каждого из отелей сети, онлайн тренинги и программы повышения квалификации, обучение Генеральных менеджеров, staff rate
- Скидки на товары и услуги от федеральных и глобальных поставщиков



КОНТАКТЫ

Представительство Louvre Hotel Group
на территории России

IFK Hotel Management
ул. Вавилова, д. 7
Москва, 117312, Россия

+ 7 495 787 70 01
development@ifk-hm.ru

www.ifk-hm.com
www.gtfranchising.com

Louvre Hotel Group

Tour Voltaire - 1 place des Degrés -
92800 La Défense, Paris

Tel : +33 (0)1 42 91 46 00

www.louvrehotels.com

