Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Radisson strizza l'occhio ai cinesi: a Francoforte primo hotel in co-branding con Jin Jiang

notizia pubblicata **28 Giugno 2019** alle ore **10:07** nella categoria **Alberghi**

Dopo l'acquisizione del Gruppo avvenuta all'inizio di questo anno da parte di Jin Jiang International e Sino-Cee Fund, Radisson Hotel Group e i suoi azionisti hanno congiuntamente identificato varie opportunità per realizzare il vero potenziale del mercato cinese. Le iniziative strategiche sono state definite partendo dal lancio degli hotel in co-branding, essendo questo l'elemento centrale del progetto. Il Radisson Blu Hotel a Francoforte in Germania è la prima proprietà ad essere in co-branding con Jin Jiang International.

"La nostra missione è di offrire gli hotel più apprezzati di Radisson Hotel Group agli ospiti, investitori e talenti di tutto il mondo. Il lancio del primo hotel in co-branding con Jin Jiang International è una importante pietra miliare nel raggiungimento di questo obiettivo. Gli hotel in co-brand hanno un futuro brillante e la potenzialità di estendersi a più di 30 proprietà nei paesi dell'EMEA, includendo cinque hotel Radisson Collection in destinazioni strategiche per i viaggiatori cinesi", ha detto Federico J. González Tejera, President & CEO di Radisson Hospitality e Chairman of the Global Steering Committee for Radisson Hotel Group.

"Siamo emozionati all'idea di intraprendere insieme il primo passo di questo viaggio iniziato dopo l'acquisizione. Il mercato cinese è diventato il più importante al mondo, offrendo un grande potenziale in termini di opportunità. Gli hotel in co-brand sono stati pensati non solo per migliorare la visibilità del nostro

brand e quello di Radisson rispettivamente in EMEA e Cina, ma anche per promuovere gli scambi interpersonali tra Cina e resto del mondo. Non vediamo l'ora di ottenere il massimo unendo i nostri potenziali", ha aggiunto Chen Liming, Vice Chairman of the Board of Jin Jiang International.

Il Radisson Blu Hotel di Francoforte in Germania è la prima di più di 1,100 strutture appartenenti al Radisson Hotel Group a diventare un hotel in co-brand con Jin Jiang International. La scelta di Francoforte è stata ovvia: da anni la città è la prima destinazione in Germania scelta dai turisti cinesi. La presenza dell'aeroporto internazionale assicura il fatto che molti visitatori cinesi inizino o finiscano i loro viaggi a Francoforte. Inoltre, nessuna altra regione in Europa offre più voli diretti per la Cina, fattore particolarmente apprezzato dagli investitori cinesi. Oltre a ciò, l'hotel si presenta nel momento giusto per accogliere gli ospiti cinesi, in quanto ha la possibilità di mostrare i risultati del progetto di rinnovamento completato di recente.

Nel nuovo co-branded hotel, gli ospiti di lingua cinese potranno trovare una gamma di proposte pensate per offrire loro un'esperienza unica e farli sentire a casa. La nuova offerta dell'hotel comprende tutti gli elementi chiave volti a rendere un soggiorno piacevole, partendo da piccoli accorgimenti come il menù e la cartolina di benvenuto disponibili in cinese e la possibilità di pagare con le carte di UnionPay cinesi. Nelle stanze si trovano delle accortezze che puntano a fare la differenza come il bollitore per il te e una ampia scelta di te cinesi. Gli ospiti avranno canali cinesi sulla propria televisione e quotidiani cinesi, disponibili attraverso la app Radisson Blu One Touch.

Il Radisson Blu Hotel di Francoforte propone anche una offerta di food & beverage specifica per i viaggiatori di lingua cinese. Al servizio giornaliero delle colazioni sono stati aggiunti piatti tradizionali come congee, noodle e wonton. Vengono proposti piatti cinesi anche al ristorante dell'hotel, nel menu del servizio in camera e al rinfresco di benvenuto: tra le pietanze gli ospiti troveranno Shanghai noodles, pollo Hainanese con riso e Singapore Laksa. Gli ospiti possono anche godere di una speciale cerimonia di benvenuto al momento del check-in.

Parte della preparazione per l'apertura dell'hotel in co-branding ha compreso un programma di scambio di talenti tra i team dei due continenti. All'inizio dell'anno, un team di dipendenti Radisson Hotel Group tra cui chef, responsabili delle prenotazioni e personale dell'ufficio corporate centrale, ha trascorso tre mesi a Shanghai con lo scopo di conoscere e di poter promuovere la vera e autentica esperienza cinese negli hotel in Europa e, di contro, un team cinese sta trascorrendo del tempo in Europa per avere una conoscenza approfondita del sistema di ospitalità europeo.

Per facilitare il processo di prenotazione dei viaggiatori di lingua cinese, a partire dal 30 giugno 2019, 53 proprietà del Radisson Hotel Group saranno inserite su WeHotel, la piattaforma di Jin Jiang International che gestisce le prenotazioni a livello globale. Tutte le altre strutture del gruppo saranno anche disponibili entro la fine dell'anno. Come risultato di questa collaborazione, Radisson Rewards e WeHotel Prime – il programma di fedeltà degli hotel di alto profilo di Jin Jiang – stanno lavorando insieme per poter offrire negli hotel i propri benefit ai membri di entrambi i programmi.

www.RadissonHotels.com