

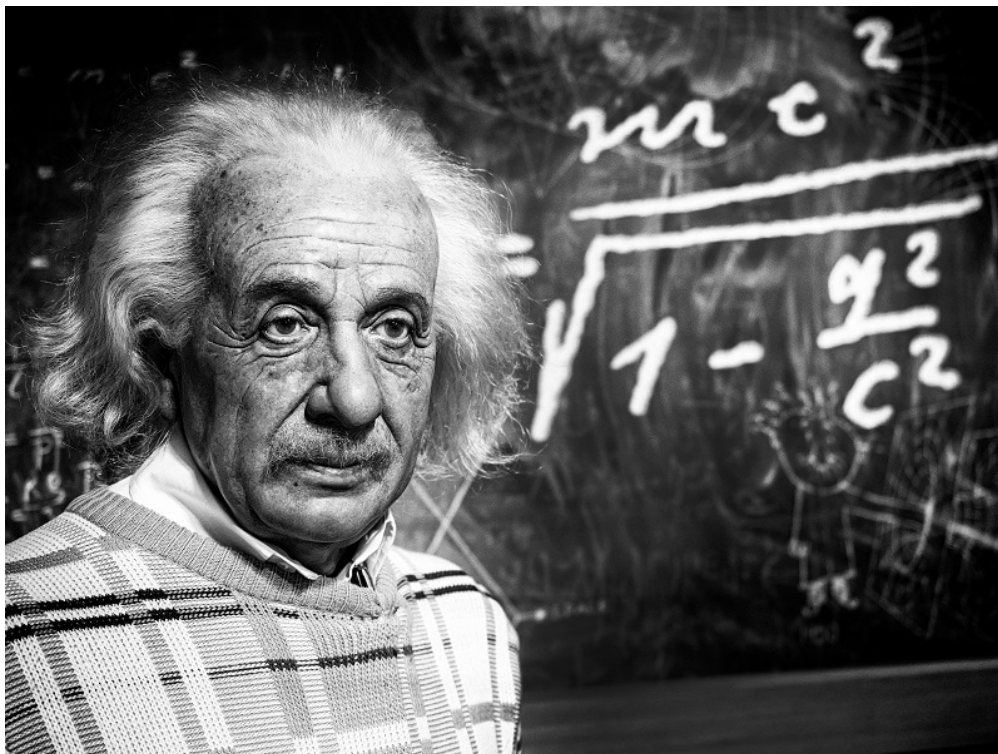
4 esempi di Hotel Rebranding. Anche per te è ora di cambiare?



Niente resta immutato nel tempo, nemmeno la tua impresa o i tuoi obiettivi. Cambiano le necessità dei clienti, cambia il mercato... cambiano le tue finalità, ciò che vuoi comunicare e il modo in cui farlo! Ma dare vita alla tua **nuova identità attraverso un'attività di rebranding** è un processo che va affrontato con una forte presa di consapevolezza.

È necessario **avere chiari in mente i nuovi obiettivi** e partire da un **progetto ben strutturato con cui costruire la tua identità**. C'è chi pensa erroneamente che *cambiare look* corrisponda solo alla ristrutturazione dell'hotel, alla diversa disposizione degli spazi, alla scelta di una nuova tipologia di cliente. Ma la verità è che tutto questo rischia di trasformarsi in un "buco nell'acqua", senza una **riprogettazione complessiva della comunicazione, che non riguarda solo l'attività grafica**.

Un lavoro importante, che inizia dalla **profilazione dei clienti** e prosegue con un **rinnovamento a 360°** che coinvolge il **logo**, il **motto** che riassume la tua filosofia, il **servizio fotografico** -perché [le immagini parlano](#)- il **tono di voce** e anche il **sito web**. Se **comunichi in maniera persuasiva e lineare** chi sei, **se sei sempre riconoscibile**, vuol dire che dai alle persone gli **strumenti per sceglierti o risceglierti**.



Qual è la migliore strategia di rebranding?

Metti a confronto le tue idee e i tuoi obiettivi con esperti della comunicazione che ti aiutino a **pianificare una strategia professionale di cambio identità**. Quando ognuno *mette sul tavolo* la propria esperienza, nasce sempre una collaborazione costruttiva.

Inizia con il chiederti **perché vuoi cambiare** e a individuare le **buyer personas**, i clienti-tipo a cui rivolgerti. Magari partendo da questi tre esempi pratici.

1. **NUOVI OBIETTIVI:** accogli da sempre turisti interessati al tempo libero e alle attività all'aria aperta, ma ora vuoi focalizzarti sul cicloturismo amatoriale e professionale, in modo da far emergere la tua passione ed esperienza nel mondo bike;
2. **MARCHIO OBSOLETO:** hai preso in gestione un hotel *vecchiotto* e vuoi rimodernarlo, rinnovarlo anche strutturalmente, per renderlo contemporaneo, accogliente e fresco, una struttura per viaggi di lavoro o per chi desidera vivere una vacanza in libertà;
3. **CAMBIO TARGET:** per anni hai gestito un hotel generalista ma, dopo una stagione particolare, hai deciso che ti interessa diventare un family hotel con servizi pensati appositamente per famiglie con bimbi di ogni età.

È fondamentale **riprogettare consapevolmente la nuova immagine**, in modo che rappresenti la tua filosofia e ti renda riconoscibile. Logo e motto, servizio fotografico, l'intera comunicazione online - sito web, web marketing, lettere di vendita - devono essere sempre lineari e raccontarti in modo chiaro. Solo così puoi centrare l'obiettivo e **arrivare alla conversione**.



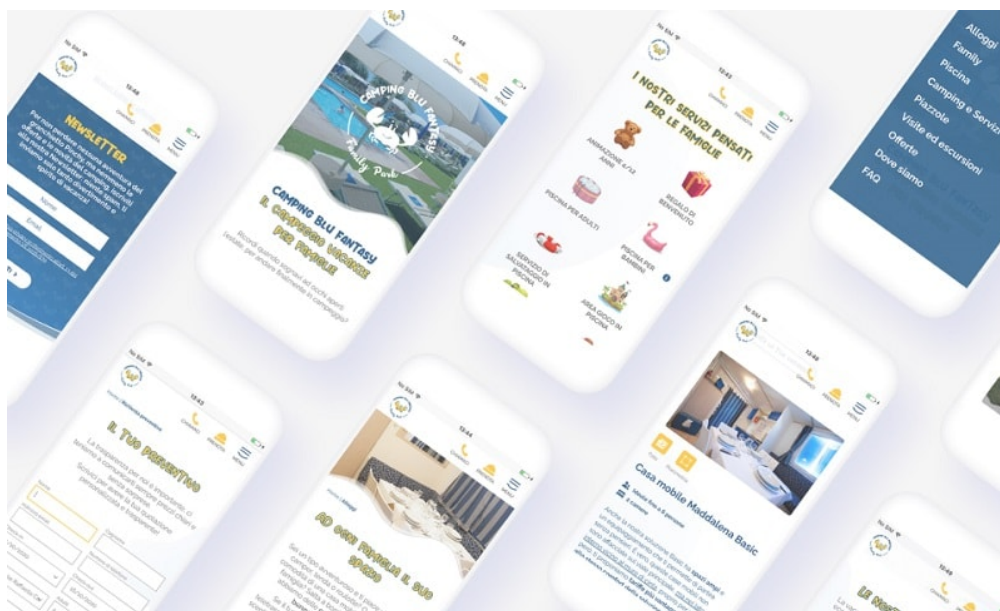
Vuoi cambiare la brand identity? Prendi spunto dai colleghi!

Quando si tratta di progetti e rinnovamento, non c'è nulla di meglio che mostrare **casi studio come esempi pratici**. Nello specifico ti raccontiamo gli ultimi **rebranding di cui ci siamo occupati, che riguardano categorie diverse di hotel**: il Camping Blu Fantasy di Senigallia (AN), l'Ambasciatori Place Hotel di Fiuggi (FR), il Little Hotel di Riccione (RN), l'Hotel Sirio di Medolago (BG).

L'incontro con il **Camping Blu Fantasy**, ha portato alla luce la necessità di **far emergere l'anima family** della struttura. Sono stati riorganizzati gli spazi, per garantire la massima sicurezza, aperto un ampio family park e potenziato il servizio di intrattenimento. La nuova immagine ha portato al cambio del nome, alla progettazione di un [logo giocoso](#) e alla creazione di una [mascotte](#), che coinvolge i piccoli ospiti con attività ludiche e storie. Anche il [sito web](#), colorato, con grandi immagini e un copy fantasioso, si rivolge al nuovo target.



APPLICAZIONI



L'Ambasciatori Place Hotel, aveva la necessità di **ampliare il proprio brand**, all'epoca Hotel Ambasciatori, e di comunicare ai potenziali clienti chi realmente fosse. Un hotel all'apparenza "classico e di alta classe", il nome stesso può ricordare queste caratteristiche, ma invece con **un'anima smart e cosmopolita**. Un luogo dove indipendentemente dal soggiorno si può frequentare a qualsiasi ora e vivere la propria esperienza wellness, fitness, bike, congress o semplicemente di piacere culinario. L'Hotel Ambasciatori prende quindi una decisione forte: di proporsi come referente per tutti quei valori che sarà impossibile non condividere e che aiuteranno a **creare aggregazione intorno al Brand**. Nasce così:

- Ambasciatori Place Hotel;
- Ambasciatori Wellness Tangerine Spa;
- Ambasciatori Food&Living il Grifoncino;
- Ambasciatori Bike&Sport.

Dopo 5 anni, il percorso di **consolidamento del brand** continua, in quanto le esigenze e le richieste cambiano ed è sempre più importante **capire chi si può e si vuole ospitare, per comunicare con i clienti in modo semplice, lineare e diretto**. Ecco perché si sta studiando una **concept map delle target personas**, per dare vita ad una comunicazione sempre più volta alla conversione. Un progetto di cui a breve ti faremo sapere di più...



HOTEL AMBASCIATORI

Centro Congressi & Spa



AMBASCIATORI
place hotel

APPLICAZIONI



AMBASCIATORI
food & living il grifoncino



AMBASCIATORI
wellness tangerine spa



AMBASCIATORI
bike & sport



L'Hotel Little era il classico hotel della Riviera Romagnola che proponeva pensione completa e servizi standard. I gestori hanno deciso di focalizzarsi su un B&B di alta qualità, per tutti quei viaggiatori interessati all'enogastronomia, alla scoperta del territorio e al mare, vista la posizione di fronte alla spiaggia. Sono stati ristrutturati gli ambienti e, **dopo sopralluogo e brainstorming, costruita la nuova comunicazione.** A partire dal [logo e dal motto "#TakeYourTime"](#), che non solo riflette un modo libero di vivere la vacanza, ma che è stato declinato in tutti i plus dell'hotel. Ad esempio il "[#TakeYourBreakfast](#)" della colazione, accessibile fino a tardi anche come brunch e rifornita di prodotti freschissimi appena sfornati. Per raccontare il cambio di immagine è stato fondamentale il **servizio fotografico professionale.**





APPLICAZIONI



Un altro **caso di rebranding** è quello dell'**Hotel Sirio**. Il colloquio ha permesso di avvicinarsi alla nuova filosofia e studiare il cliente-tipo: un **motel trasformato in moderno hotel per viaggiatori business e family**. Il [motto "Liberi di viaggiare"](#) e il [logo](#), riassumono la fusione tra freschezza ed eleganza. La necessità di questo cambiamento è dovuta alla posizione dell'hotel, vicino al Parco Leolandia e quindi comodo per le famiglie. Ma anche per la prossimità con la Fiera di Bergamo e l'aeroporto, che lo rendono appetibile per i viaggi di lavoro. Il tutto si è tradotto in una struttura con servizi accessibili H24, una sala colazioni da utilizzare anche per i meeting e la possibilità di gustare qualcosa di sfizioso dal pranzo alla cena, fino allo spuntino fuori orario. Anche la nuova [onepage](#) semplice e attuale, è un racconto sartoriale del rinnovamento dell'Hotel Sirio.

★★★
MOTEL SIRIO

[italiano](#) [english](#)



[Home](#) [Motel](#) [Camere](#) [Servizi](#) [Domande frequenti](#) [Foto](#) [Dove siamo](#) [Richiedi Disponibilità](#)

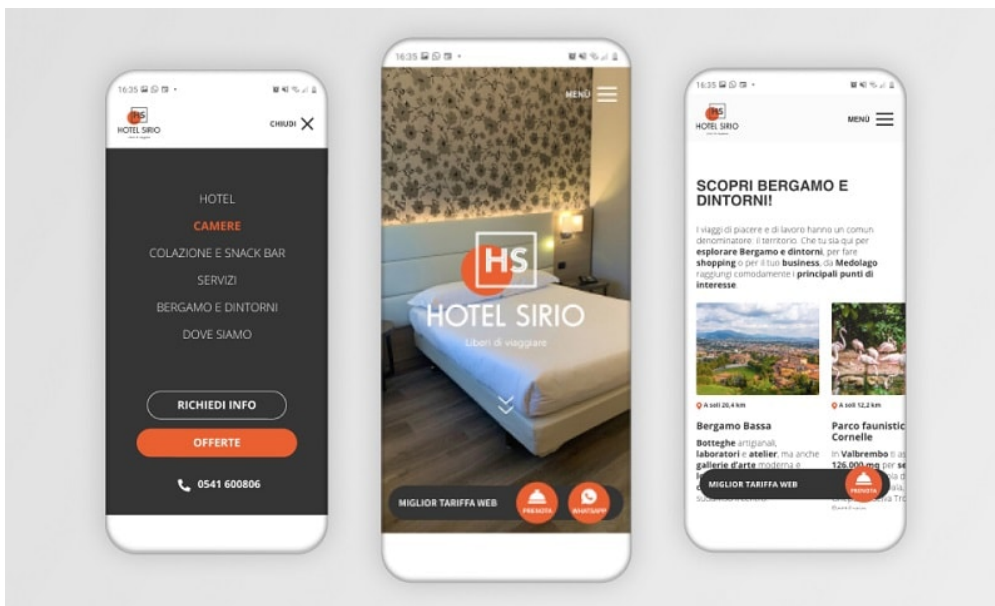
Hotel Motel Sirio

L'Hotel Motel Sirio è una presenza storica nell'area dell'isola bergamasca con un'esperienza trentennale nell'accoglienza; situato a Medolago sulla strada provinciale che collega Capriate a Calusco d'Adda, a 16 km da Bergamo e a pochi km dall'uscita Capriate della Milano-Venezia.



APPLICAZIONI





Stai pensando di rinnovare la tua immagine e dare vita ad una nuova identità? Vuoi costruire una strategia di rebranding professionale? [Scrivici](#) e disegniamo insieme un progetto sartoriale!

Claudia Barbieri (copywriter) e Jenny Capelli (consulente web marketing e family expert).

Chi scrive



JENNY CAPELLI

Consulente web marketing e project manager

Da più di 10 anni lavoro in Area38, grazie al mio lavoro, ho conosciuto e continuo a incontrare tantissimi albergatori in tutta Italia, che mi regalano sempre preziose informazioni e momenti di confronto. La nascita di Viola nel 2019, mi ha permesso di focalizzarmi ancora di più sul mondo family, vivendo in prima persona i bisogni reali di una mamma, soprattutto quando si sceglie una location per le proprie vacanze.