

Consigue  
un  
#hotel  
con  
efecto  
'Wow  
Factor'

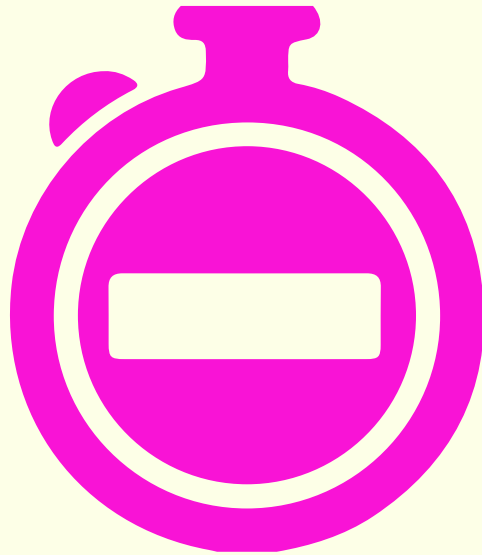
El poder de  
la Infografía



en hotelería

By Virginia Contreras (lahotelista.net)

No tenemos tiempo



la comunicación  
ha cambiado

MENOS ES MÁS  
MÁS ES MENOS

Tu marca necesita  
hotel

un lenguaje  
universal

+

fácil de  
entender

+

con mensaje  
lleno de color

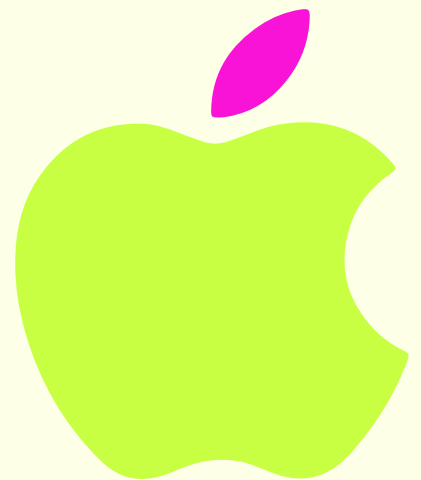
+

breve

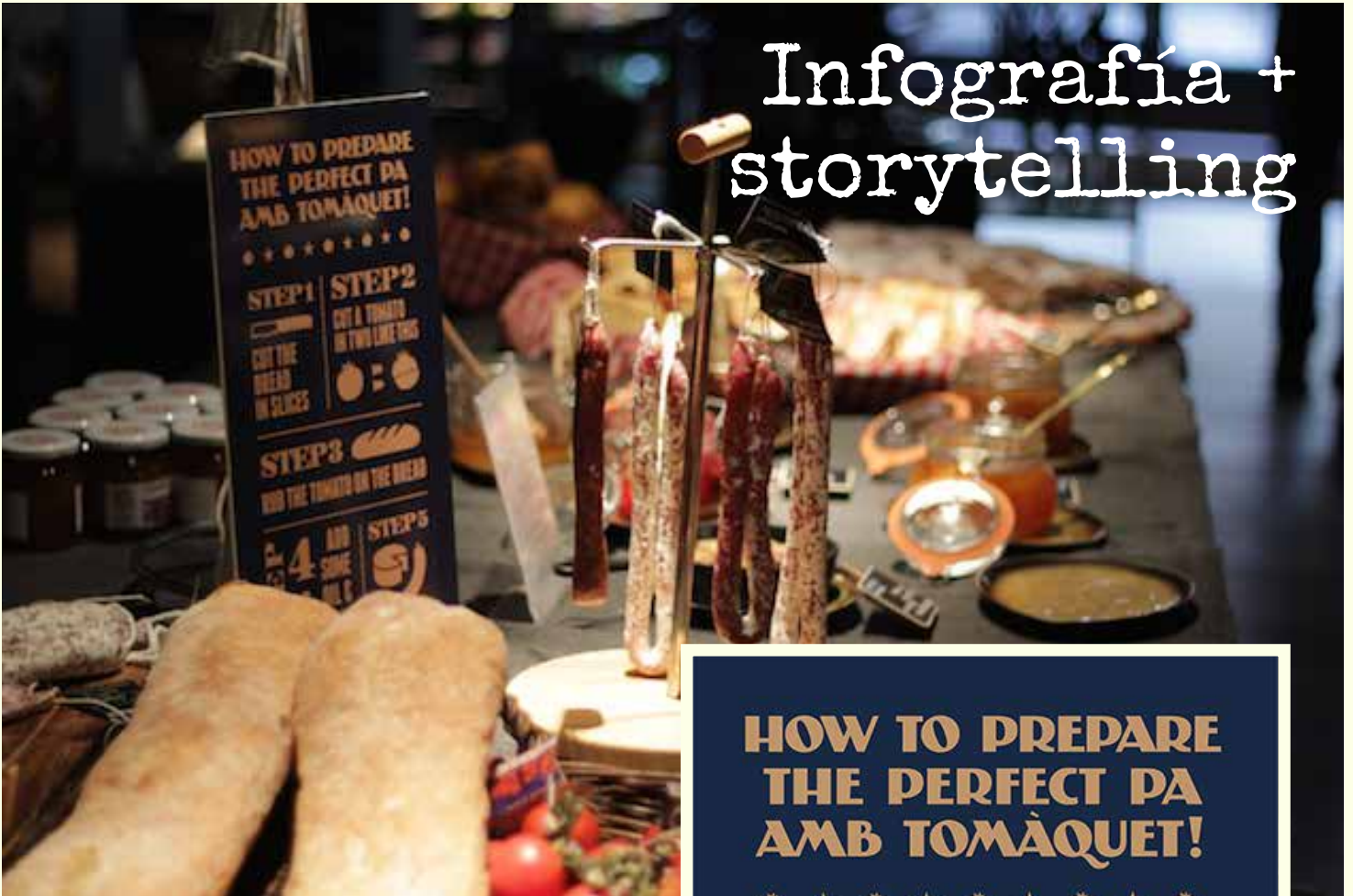
+

directo a las  
emociones

¿Por qué crees que  
Apple ha triunfado?



# Infografía + storytelling



Infografía cedida por [Yurbban Hotel](#) (Barcelona)

El hotel enseña cómo preparar un auténtico desayuno catalán.

+

Muestra su storytelling, que apuesta por lo local.

=

## LOGROS

- Los clientes se sienten parte de la cultura gastronómica del destino.
- Les hace sonreír y entretiene.
- El mensaje es muy fácil de entender para todo tipo de target independientemente de su origen y edad.

**HOW TO PREPARE THE PERFECT PA AMB TOMÀQUET!**

● ★ ● ★ ● ★ ● ★ ●

**STEP 1**  **CUT THE BREAD IN SLICES**

**STEP 2** **CUT A TOMATO IN TWO LIKE THIS** 

**STEP 3**  **RUB THE TOMATO ON THE BREAD**

**STEP 4** **ADD SOME OIL & SALT** 

**STEP 5**  **EAT IT WITH SOME CHEESE & SAUSAGES**

**STEP 6** **ENJOY & LIVE AS A NATIVE!**

# HABLA DE TU HOTEL COMO EMPRESA

Infografía elaborada por [lahotelista.net](http://lahotelista.net) sobre **Room Mate Hotels**

SÉ TRANSPARENTE, HONESTO

y comparte

**cifras**  
organigrama  
campañas  
estrategias  
**logros**  
storytelling

Los chefs con más reputación son los que **enseñan** sus cocinas y sus métodos. **Sin secretos.**

El cliente digital investiga mucho antes de darle al **botón**

**RESERVAR**

## EL ABC DE ROOMMATE HOTELS

### STORYTELLING

Cada hotel tiene NOMBRE y CARA porque, según la FILOSOFÍA de Room Mate, la mejor forma de viajar es hospedarse en casa de AMIGOS. Es un planteamiento lúdico que cuenta su esencia con DIVERSIÓN, la marca de la casa.

AITANA AMSTERDAM
GRACE BARCELONA
EMMA MALAGA
LARIOS MADRID
KEREM ESTAMBUL
ALICIA MADRID
PAU BARCELONA
LAURA MADRID
WALDORF MADRID

**CON ROSTROS QUE HUMANIZAN LA MARCA Y PERSONALIDAD CON ADJETIVOS COMO IRÓNICO CREATIVO PERFECCIONISTA AVENTURERO QUE LOS HACEN MAS CERCANOS**

**MARIOMADRID nos dice** ¡Hola! Que alegría. Por fin llegamos a Madrid. He tenido que ir de gira con mi grupo de jazz. Os he dejado llevar en la recepción. Estás en pleno centro de la ciudad y tendrás muchas cosas que ver. Déjame ayudarte a elegir y luego al desayuno. ¡Te voy a preparar un desayuno fantástico. Consúltame a mí compañero cualquier plan que quieras hacer, ellos me ayudarán a resolver cualquier duda que se pueda surgir. Seguro que lo vas a pasar en grande. Espero veros pronto.

LEO GRANADA
LOUI MIAMI B.
VIRGINIA MEXICO D.F.
LUCA MALAGA
LUCA FLORENCIA
MARCOS OVIEDO
VEGA SALAMANCA
OSCAR MADRID
ISABELLA FLORENCIA

### DÓNDE CONSTANTE EXPANSIÓN

■ EN FUNCIONAMIENTO ■ PRÓXIMAS APERTURAS

### CIFRAS ACCIONARIADO

KIKE SARASOLA 43.9%	SANDRA ORTEGA 30.6%	AGUSTÍN DEL CASTILLO 12.6%	FAMILIA SANZ 6.2%	C. MARREJO G. ATORRESAGASTI 5.2%	OTROS 1.4%
---------------------	---------------------	----------------------------	-------------------	----------------------------------	------------

HOTELES 19 ACTUALES 8 FUTUROS	HABITACIONES DISPONIBLES 1400	FACTURACIÓN 2014 47.094.834 euros	EMPLEADOS 450 ACTUALES 200 FUTUROS
-------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------

### REDES QUE CRECEN Y CRECEN

COMPARATIVA TWITTER

HARD ROCK	300.600
FOUR SEASON	184.700
MARRIOTT	183.800
STARWOOD	160.600
BARCELO	136.600
FAIRMONT HOTELS	128.800
ROOM MATE	103.600
INTERCONTINENTAL	98.000
TUNE HOTELS	79.700

Número de seguidores actualizado el 9 de junio de 2015

### DECORADORES

### CAMPAÑAS CON GOLPE DE EFECTO

**LUCHA CONTRA EL SIDA**  
"Room to help": Si compras la tarjeta de tu habitación por 2€ contribuyes a la investigación de la vacuna.

**CON BESTBUDDIES**  
Buscan fomentar la amistad entre una persona con discapacidad y un voluntario. Apoyo a los Premios Inocente 2015. Suelen una vez por semana.

**TEATRO EN LA HABITACIÓN**  
Para dar entidad, como aseguran con un ingenioso guiño. En una de sus suites una vez por semana.

**EN ARCO**  
Lo celebran en sus estancias con performances, arte y cocktails. Siempre fomentando la creatividad.

**ESCENARIO DE MODA**  
Set de sesiones de photoshoots y cualquier intervención relacionada con el mundo fashion.

**POR LOS DERECHOS**  
Se implican de lleno en reclamar las mismas oportunidades para todos sin excepción. Siempre al lado del colectivo gay.

**SOLIDARIDAD**  
Sin que se pueda considerar una campaña, el staff de Room Mate no duda en poner a disposición de los familiares sus estancias ante sobrenovas situaciones como lo fue el accidente de avión de Germanwings.

[lahotelista.net](http://lahotelista.net)  
virginia@lahotelista.net

infografías =  
> número de ideas  
en < tiempo y espacio



pruébalas en tu estrategia

WHY NOT?