

Press Release

São Paulo, 21 de dezembro de 2012

Le Club Accorhotels atinge 1,2 milhão de associados na América Latina

Programa de relacionamento encerra o ano com participação de 30% sobre todas as reservas dos hotéis da Accor

Os programas de relacionamento têm se revelado mais do que uma estratégia de fidelidade, mas uma oportunidade de ampliar a rentabilidade de seus negócios. O Le Club Accorhotels, programa mundial da gigante hoteleira Accor, é a prova desta equação: só neste ano acumulou mais de 1,2 milhão de consumidores, alcançando a marca de 30% de penetração nos hotéis na América Latina.

Para chegar neste sólido resultado, o programa no último ano trabalhou em diversas ações exclusivas com seus associados, dentro de sua filosofia “what money can’t buy”, que prevê oferecer experiências positivas que vão além dos limites dos hotéis, como shows de grandes *popstars*, eventos importantes e jogos de futebol. Entre os destaques, o associado Le Club Accorhotels teve a oportunidade de aproveitar o Camarote Salvador, o GP Brasil de Fórmula 1, jogos na sala Raí do estádio do Morumbi, shows das cantoras Lady Gaga e Madonna.

Em outubro, o programa também anunciou o ex-jogador Raí como embaixador Le Club Accorhotels para o Brasil com o objetivo de aumentar o engajamento de sua base de associados e atrair novos clientes. A figura de um embaixador é uma iniciativa inédita em programas de fidelidade e faz parte da estratégia do programa para criar notoriedade quanto aos seus benefícios e diferenciais, dentro e fora dos hotéis.

“O Le Club Accorhotels é um programa ambicioso, que tem como objetivo proporcionar aos nossos consumidores experiências únicas e exclusivas. O sucesso do programa tem sido tão grande, que hoje mais do que um canal de suporte ao marketing é uma frente de negócios com 1,2 milhão de associados e penetração em 30% dos hotéis Accor na América Latina. A nossa base de associados na região representa 15% frente ao programa global e estamos apostando em um posicionamento diferenciado que traz experiências não apenas dentro dos hotéis, mas em todo o seu entorno; como casas noturnas, bons restaurantes e locação de veículos”, declara Emanuel Baudart, vice-presidente de Distribuição, Vendas e Marketing para Accor para a América Latina.

Para registrar o sucesso do programa, a Accor na América Latina encerra 2012 com mais de 25 novas parcerias firmadas com grandes empresas para resgate de pontos. São parceiros estratégicos que atuam em diversos segmentos, entre Multiplus Fidelidade, TAM, Localiza, Itaú, HSBC, Visa,

MasterCard, Editora Abril, entre outros. Para mais informações acesse www.aproveitecadamomento.com.br.



Accor, líder mundial em operação hoteleira e líder de mercado na Europa, está presente em 92 países com 3.500 hotéis e 440.000 apartamentos. O amplo portfólio das bandeiras Accor Sofitel, Pullman, MGallery, Grand Mercure, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, ibis Styles, ibis budget e hotelF1 – oferece uma oferta variadas, do luxo ao econômico. Com 160.000 colaboradores no mundo inteiro, o Grupo oferece aos seus clientes 45 anos de know-how e expertise em hotelaria.

RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Juceli Azevedo

Diretor de comunicação e desenvolvimento sustentável
Tel: +55 11 3818-6357
comunicacao@accor.com.br

Juliana Glancolli

Coordenadora de Comunicação Externa
Tel: +55 11 3818-6344
comunicacao@accor.com.br

ASSESSORIA DE IMPRENSA EXTERNA

Marcelo Teixeira

Tel: +55 11 4095-2907
marcelo.teixeira@conceptpr.com.br