

LCG World

Attraverso una gamma di servizi e linee di prodotto diversificate, LCG World punta a diventare il supporto professionale a 360° per gli operatori del settore ricettivo



«Noi di LCG World», afferma **Gerardo Forestiero** (nella foto), «crediamo che alla base di un lavoro di successo vi sia un confronto costruttivo con gli imprenditori alberghieri. Il nostro modus operandi si sposa con la filosofia del tailor made: tutto è pensato, pianificato e attuato in base a esigenze e richieste, bisogni e progetti futuri, degli hotels. Nulla è lasciato al caso. Incremento di fatturato, miglioramento della performance economica e crescita aziendale, aumento di visibilità e vendibilità: questi i nostri obiettivi che dal 2005 perseguiamo insieme ai nostri clienti». Era il 2005 quando nasce a Roma la LCG, società di servizi integrati per il settore turistico-alberghiero, e in cui Gerardo Forestiero decide dimettere in campo la lunga esperienza maturata all'interno di prestigiose strutture ricettive, riunendo un team eterogeneo di professionisti: esperti del turismo, della comunicazione e della consulenza. Il 2012 è l'anno di svolta: si unisce al team **Paolo Tedeschi** che, dopo anni nel campo della consulenza e della gestione aziendale, decide di mettere a ser-

vizio le sue competenze, portando l'azienda a consolidarsi anche nell'area dell'Advisoring & Consulting.

Un mondo di servizi

L'ospitalità italiana è eterogenea in ogni suo fattore determinante, e tende spesso a coniugare quelli che sono elementi qualitativi positivi con difficoltà operative e gestionali, che incidono poi sull'adeguata ed efficace presenza sul mercato. Per questo motivo LCG World supporta gli al-

Italian Experience rappresenta la nuova soluzione per le strutture ricettive che hanno necessità di ricevere servizi qualificati e professionali, tipici di una catena, preservando la loro indipendenza. Il prodotto si basa su attività commerciali diversificate a livello nazionale, sulla creazione di servizi e pacchetti ad-hoc per aumentare la visibilità e la web reputation, sull'implementazione di attività web oriented e soluzioni tecnologiche innovative.



bergatori, ottimizza le procedure e riorganizza i ruoli, in un'ottica di affiancamento manageriale, attraverso una visione strategica d'insieme, orientata a sviluppare innovazione e competitività. Il servizio di punta della LCG World è la rappresentanza commerciale tailor made, che propone un sistema fondato su una Rete vendita basata su contatti face to face; sales manager dedicati, database profilato e aggiornato in tutti i settori: corporate, leisure, Mice. Un supporto commerciale esterno qualificato, affidabile e professionale, sia per chi non ne dispone ma anche a sostegno e integrazione delle attività svolte dalla struttura; rendicontato puntualmente attraverso un Sistema Informativo personalizzato. Il suo team individua e sviluppa gli scenari di mercato di riferimento, strategie di marketing e customer satisfaction, analizza il posizionamento dell'impresa alberghiera e individua potenzialità di sviluppo. Questo grazie anche all'apertura verso i mercati internazionali, di cui LCG World si pone come interfaccia operativo e affiliativo per conto della compagnia alberghiera Golden Tulip del Gruppo Louvre Hotels recentemente acquisito dal colosso cinese Jin Jiang. Un'opportunità di visibilità e distribuzione per gli hotels che si affiliano, attraverso un contratto di Franchising snello e fee di affiliazione davvero competitive. Nel 2008 LCG crea e lancia sul mercato il brand Jewels Hotels & Resorts Collection, che offre alle strutture in portfolio un ricco ventaglio di opportunità, orientate ad ottenere il massimo appeal in termini di visibilità, sia nell'area del marketing che della comunicazione, puntando a ottimizzare qualità e servizio degli hotels. Un portafoglio composto ad oggi di 36 strutture, tra hotels e resorts, situate nelle principali città italiane, o in destinazioni esclusive, i cui tratti distintivi sono originalità e fascino.

Italian Experience Hospitality club

In un contesto così concorrenziale, LCG World è partner di un disegno progettuale,

volto a caratterizzare la tipicità dell'ospitalità italiana, attraverso Italian Experience Hospitality club, il primo hospitality club in Italia, con una formula del tutto innovativa a servizio degli albergatori, che vogliono essere sempre più competitivi sul mercato turistico ed usufruire degli stessi servizi tipici di una catena alberghiera senza logiche di ingresso basate sul ranking. «L'obiettivo», conclude Forestiero, «è aggregare strutture ricettive simili per tipologia e caratteristiche, rispettando le diversificate peculiarità, ma utilizzando marchi unici e distintivi, per rendere l'ospitalità un tratto personalissimo e identificabile».

R.P.



Paolo Tedeschi

Golden Tulip, compagnia alberghiera del gruppo Louvre Hotel, a sua volta appartenente alla Jin Jiang International Holding Hotels, per garantirsi una presenza qualificata in Italia, ha affidato il proprio processo di affiliazione a LCG World. Entrare in uno dei marchi Golden Tulip significa: processo di internazionalizzazione, capillare visibilità dell'Hotel sui più importanti canali di vendita. LCG World si pone, inoltre, come interfaccia operativa costante per gli alberghi affiliati, delineando, inoltre, azioni commerciali sul mercato nazionale attraverso la propria rete vendita.

