

Novotel rilancia il suo Mice

Tecnologia e creatività a servizio del cliente in un approccio tailor made di nuova generazione: ecco come il brand vuole vincere la sfida congressuale

➡ Dario Ducasse



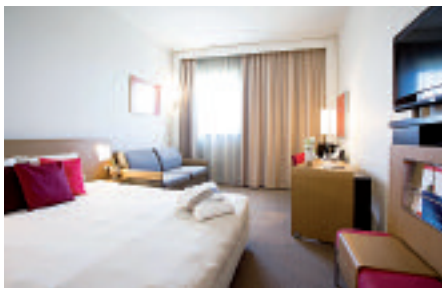
«Oggi il business congressuale deve avere un approccio nuovo», spiega **Luigi Lima**, Vice President Operation Mercure & Novotel Italy, Greece, Israel, «che renda più fluido ed efficace il dialogo tra il cliente e lo staff dei Meeting planner, che devono dimostrarsi abili e proattivi nel comprendere le specifiche esigenze del cliente, fornendo la soluzione più aderente alle sue necessità, anticipandone gli aspetti potenzialmente problematici con soluzioni originali e all'avanguardia. Qualunque sia il tipo di evento che il cliente desideri

organizzare, è ormai evidente che l'affidabilità, la reattività e la capacità di interpretare le esigenze da parte dei Meeting Planner si dimostrano la chiave fondamentale per garantirsi la preferenza del cliente. Una strategia che paga, come ci racconta il manager, sottolineando che il brand midscale del gruppo AccorHotels ha lavorato duramente nell'ultimo periodo per presentare al mercato un'offerta Mice davvero innovativa. «Siamo soddisfatti del grande lavoro svolto. L'update ha riguardato sia le tecnologie che l'approccio al cliente, fattore quest'ultimo fondamentale su cui investiamo attraverso corsi di formazione specifica per gli event manager. Il rinnovo si è imposto come necessità anche in considerazione del trend di crescita che sta dimostrando il settore da un paio d'anni».

Soluzioni facili e davvero utili

Un concept nuovo per il quale è stato scelto come albergo pilota il Novotel Milano Linate, ma che verrà esteso anche a tutti gli altri hotel italiani del brand, secondo una logica di network la cui modalità operativa fa leva su tre punti cardine: tecnologia, food e creatività. «Novotel ha investito moltissimo», continua Lima,





«sulla tecnologia specifica per i meeting. Cercavamo soluzioni user-friendly, affidabili e realmente utili, dotazioni all'avanguardia in grado di agevolare la multi connettività e la condivisione del lavoro. Come, ad esempio, il sistema di presentazione wireless "Barco ClickShare", che facilita la visualizzazione simultanea dei contenuti su un unico schermo, o come la lavagna digitale "Smart Paperboard", che permette di visualizzare in tempo reale i contenuti sui device dei partecipanti per poi salvarli, organizzarli e spedirli via e-mail». Per quanto riguarda il food&beverage, il nuovo concept meeting di Novotel propone soluzioni all'insegna della flessibilità, allo scopo di soddisfare in maniera sempre più efficace le aspettative, in continuo divenire, del cliente. «Il food», spiega il manager, «è tra gli elementi che più si ricordano, nel bene e nel male, a evento terminato. Ragion per cui, Novotel ha deciso di investire in quest'area mettendo a punto un'offerta imperniata sull'essenzialità e la semplicità, in cui l'attenzione alle materie prime, alla filiera corta e al benessere si sposano con la capacità di creare originali abbinamenti, nel rispetto della diversità di gusti, esigenze e budget.

Creatività al servizio del business

Last but not least, la creatività: «Proporre nuove soluzioni per un meeting funzionale e creativo è il terzo "comandamento" del nostro piano di rilancio», fa sapere Lima, «anche qui sono diverse le possibilità che offriamo: dalle sale meeting con le "Wellness Ball" al posto delle tradizionali sedie, per migliorare la postura e – perché no – l'attenzione dei partecipanti, alla

creazione di un contest su Facebook, con hashtag dedicato da seguire per tutta la durata dell'evento, fino al posizionamento di un "wall" per farsi "selfies" personalizzati con il logo aziendale come sfondo».

Un restyling importante, insomma, quello attuato dal brand che si pone un target ambizioso: «il nostro obiettivo è superare l'annus mirabilis di Expo,» annuncia il manager, aggiungendo che «gli investimenti del gruppo non si fermeranno qui, soprattutto per quanto riguarda il piano digitale per il quale, a partire dal 2014, sono già stati stanziati 225 milioni di euro». Anche la sostenibilità, sarà un asset sempre più strategico. «Novotel ha aderito al progetto Planet 21, un piano predisposto dal Gruppo che prevede oltre cento iniziative volte a diminuire l'impatto ambientale del comparto Mice, attraverso una serie di obiettivi concreti e misurabili, come la riduzione di CO₂ e il consumo di acqua ed energia. E, da qui fino al 2020, saremo impegnati in nuove sfide, tra cui quella di ridurre del 30% gli sprechi alimentari. A proposito, c'è anche il progetto "orti urbani" che è già partito a Milano Linate con materie prime "a metro zero" per i nostri chef». ■

