



VISUELLES MARKETING

THE GOOD LIFE

Das wünscht sich wohl jeder Hotelier: The Good Life. Wenn die Betten gefüllt, seine Restaurants besetzt und Gäste ein gutes Leben in seinem Hotel haben. Und die Gäste? Wie können sie wissen, ob sie ihr The Good Life bei Ihnen erleben können? Gäste möchten Sicherheit, dass es auch so ist wie Sie es versprechen. „What you see is what you get“. Und dieses Erscheinungsbild, wie Sie gesehen werden möchten, können Sie bestimmen und damit auch entscheiden, welche Gäste Sie bekommen möchten, und wie Gäste den Mehrwert, den Sie bieten, hono-

rieren. Das sind Aufgaben, die The Good Life für Hotels löst. Über konzeptionelle Wege werden die Wünsche des Hoteliers und die Wünsche und aktuellen Ansprüche der Gäste herausgefiltert. Erscheinungsbilder, Bildsprachen mit der Fotografie und dem Corporate Design werden entwickelt und die Vorzüge – der Hauptkomm-Wunsch – überzeugend präsentiert. Die zahlreichen renommierten Referenzen, die The Good Life aufzuweisen hat, bestätigen, dass dies ein erfolgreicher Weg ist, bei dem es gilt, prospektive Gäste zu

erreichen, von denen möglichst viele Ihr Hotel zu ihrem Lieblingshotel wählen sollen. Gerd Spans, Geschäftsführer der The Good Life GmbH: „Der Aufwand hat sich gerechnet, wenn dieses Ziel erreicht ist.“

REFERENZEN NATIONAL

- Hotel Adlon, Berlin
- Hotel Vier Jahreszeiten, München
- „Zur Bleiche“ Resort und Spa, Spreewald
- Hotel Kloster Hornbach
- Rheinburg „Auf Schönburg“
- Hotel Quellenhof, Aachen

- Hotel Schweizer Hof, Berlin
- The Ritz Carlton Wolfsburg
- Landhaus Stricker, Sylt
- Victor's Residenz-Hotel, Schloss Berg
- Romantik Hotel Bösehof

UND INTERNATIONAL

- The Ritz Carlton Doha
- The Ritz Carlton Sharm-el-Sheik, Ägypten
- Giardino, Ascona, Relais & Château
- Frégate Island, Seychellen
- Althoff Hotels, Vista Palace, Monaco
- Butler Arms Hotel, Greater London
- Hôtel du Palais, Biarritz, Frankreich

Kontakt: info@the-good-life.de

