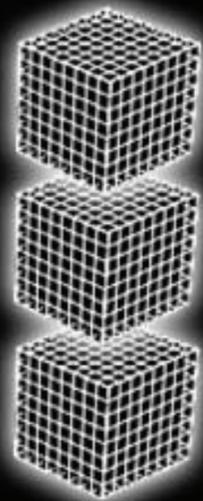


[www.e-moebius.com](http://www.e-moebius.com)

**Casos de estudio:**

Murano Hotel

Montoya Management Company



## **El valor de una marca**

es directamente proporcional

a la fidelización de sus clientes,

y ésta directamente proporcional

a la satisfacción de las experiencias

que vive con esa marca.

### **CASO MURANO HOTEL**

El Hotel se encuentra en el centro de la ciudad de Buenos Aires - Argentina, a pocas cuadras del emblemático obelisco. Es un 4 estrellas que cuenta con 133 modernas, espaciosas y elegantes habitaciones con luz natural y equipadas con el mayor confort, cajas de seguridad digitales, conexión a internet Wi fi sin costo, mini-bar, LCD 32" con cable, piso flotante de madera. Vista a la Av. 9 de Julio.

### **EL PROBLEMA**

**Los propietarios del hotel no cubrían el nivel de ocupación esperado, para la ubicación y nivel que tenía el hotel.**

### **LA SOLUCIÓN**

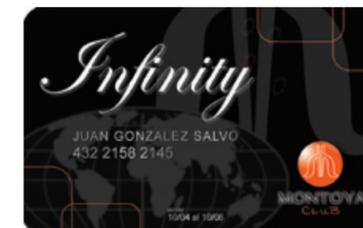
Se implementó una estrategia digital a través de un sitio web que sirva de canal de comunicación y que transmita las virtudes del hotel. Se diseñó una estética que refleje la calidad y jerarquía del establecimiento, que junto con un desarrollo de panoramas 360° y una sesión de fotografías de alta calidad, volcadas en la página web, sirvieron de pantalla al mundo.



### **EL RESULTADO**

El hotel no sólo vio incrementada su difusión local, de modo que su nivel de ocupación alcanzó los volúmenes esperados, sino que además sus virtudes trascendieron las fronteras Argentinas, haciendo que en 2003, la cadena portuguesa **PESTANA** se interesara en adquirirlo, por cumplir con sus altos estándares de calidad, en una cifra que rondó los € 10 millones.

**<http://www.pestana.com/ar/pestana-buenos-aires-hotel>**



## 1.1 CASO DE ÉXITO

### CASO MONTOYA MANAGEMENT COMPANY

Esturión de Montoya es el primer hotel que administra un grupo de socios en Punta del Este - URUGUAY. Al incorporar un nuevo hotel en San Carlos de Bariloche - ARGENTINA, surgen la necesidad de integrar la comunicación de la Administradora.

#### EL PROBLEMA

**Por expansión y diversificación del negocio se requería una comunicación unificada para todos los productos del grupo.**

#### LA SOLUCIÓN

Se desarrolló una estrategia de comunicación que implicaba un sitio web para cada hotel con fotografías y panoramas 360°. Al mismo tiempo se desarrollo de identidad de marca "paraguas" que represente a la administradora y que sirva como unificadora. Se diseñó una carpeta de presentación que contenga cada uno de los productos administrados por el grupo. Al mismo tiempo se desarrolló una campaña publicitaria en medios gráficos y de marketing aplicada en un brochure digital, donde se le ofrecía a los clientes programas de recompensas y puntos por alojarse en cada uno de los hoteles.



#### EL RESULTADO

Se logró no sólo unificar los canales de comunicación internos de modo que todo el staff de los hoteles recibieran información unificada y clara del management, sino que los diferentes hoteles se vieron beneficiados por la sinergia que se generó entre todos ellos. De modo que por ejemplo cuando uno iba a la playa en verano, se le ofrecía la nieve para vacaciones de invierno.



e-moebius

*Art Director:*

*DCV: Sergio Smirnoff*

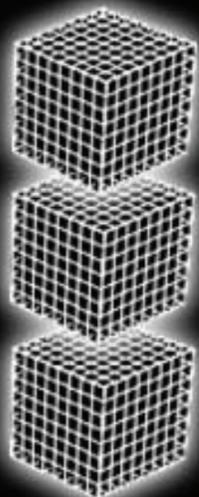
*Consulting*

*Nicolás*  
SZLAGOWSKI

[www.e-moebius.com](http://www.e-moebius.com)

Todos los datos incluidos en la presente presentación, al igual que las propuestas de diseño y comunicación, son información propietaria y confidencial. Su divulgación sin previo consentimiento escrito viola dicha confidencialidad. El cliente se compromete a no divulgar los datos pertinentes a las mismas y tomará los recaudos necesarios para que los mismos sólo sean informados a aquellas personas que necesiten conocerlos para su evaluación comercial o técnica.

La utilización de los elementos y/o ideas incluídas sin el debido acuerdo comercial con el autor/ es incurrir en la calificación de plagio y deberá atenerse a las acciones legales correspondientes.



desde

MMII