



Logo et communication interne

L'offre Coach Hôtels



Stratégie Marketing
E-Notoriété
CRM
Rénovation
Site Web
Logo
Acquisition d'un hôtel
Food & Beverage

Lorsque la perception de l'image du produit est

- ✓ cohérente, cela **renforce l'adhésion**
- ✓ positive, cela **favorise la commercialisation** du produit
- ✓ claire, cela **argumente le positionnement prix**

➤ Il n'y a pas deux occasions de laisser une première impression

Objectifs

Le logo doit être :

- ✓ **Attribuable** et conforme au **positionnement**
- ✓ **Lisible**, donc simple
- ✓ Aisément **mémorisable**
- ✓ **Durable**
- ✓ **Déclinable**
 - Renforcer adhésion et fidélisation

Exemples de réalisation



La prestation livrée

Module Logo / charte graphique



La charte graphique :
guide d'utilisation de la
marque



Le logo dans toutes ses
versions au format AI,
pdf, jpg, png



Des documents
d'exécution exploitables

Module communication interne



Tous vos documents en
multilingue sous forme
digitale en cloud

Les supports de
communication adaptés
(protège-menu, porte-
étiquettes...)



Un bon de commande
digital prêt à exploiter
pour les réassorts

Témoignages d'hôteliers

« Nous avons revu avec Coach Hôtels le logo de l'hôtel ainsi que tous les supports de communication (carte de fidélité, dépliants, supports visuels...). Cela a nécessité pour Didier Arnoult une recherche approfondie et un travail de réflexion marketing globale qui a porté ses fruits. Nous faisons avec Coach Hôtels un point sur la réalisation du plan d'action marketing chaque trimestre.

Il permet d'une part de prendre le temps d'échanger et d'analyser les résultats du trimestre passé mais surtout de dégager des stratégies court/moyen/long terme sur des sujets tels que les actions CRM, la distribution, la position tarifaire.... Ma gestion de l'hôtellerie étant particulièrement opérationnelle, j'apprécie beaucoup ces prises de hauteur. Je sais d'expérience que les hôteliers communiquent assez peu entre eux.

Dans ce contexte, les analyses et recommandations de Coach Hôtels sont très précieuses. »

Jean Marc Lahondès - Hôtel États-Unis Opéra

« Coach Hôtels a suggéré de changer le nom de notre hôtel. L'ancien nom était centré sur une cible clients trop restreinte. Nous avons renommé l'établissement et créé un nouveau logo. Etant chef de cuisine et appartenant à une famille de vignerons, nous avons repositionné notre produit sur la gastronomie et l'œnotourisme.

C'est Coach Hôtels qui nous a aidé à mieux montrer nos différences. »

Jean Marc Bourgois - Hôtel Restaurant Famille Bourgeois

Témoignages d'hôteliers



Nos vidéos : Logo d'un hôtel quels principes observer ?





www.coach-hotels.com
contact@coach-hotels.com
+33 (0)1 42 08 65 79