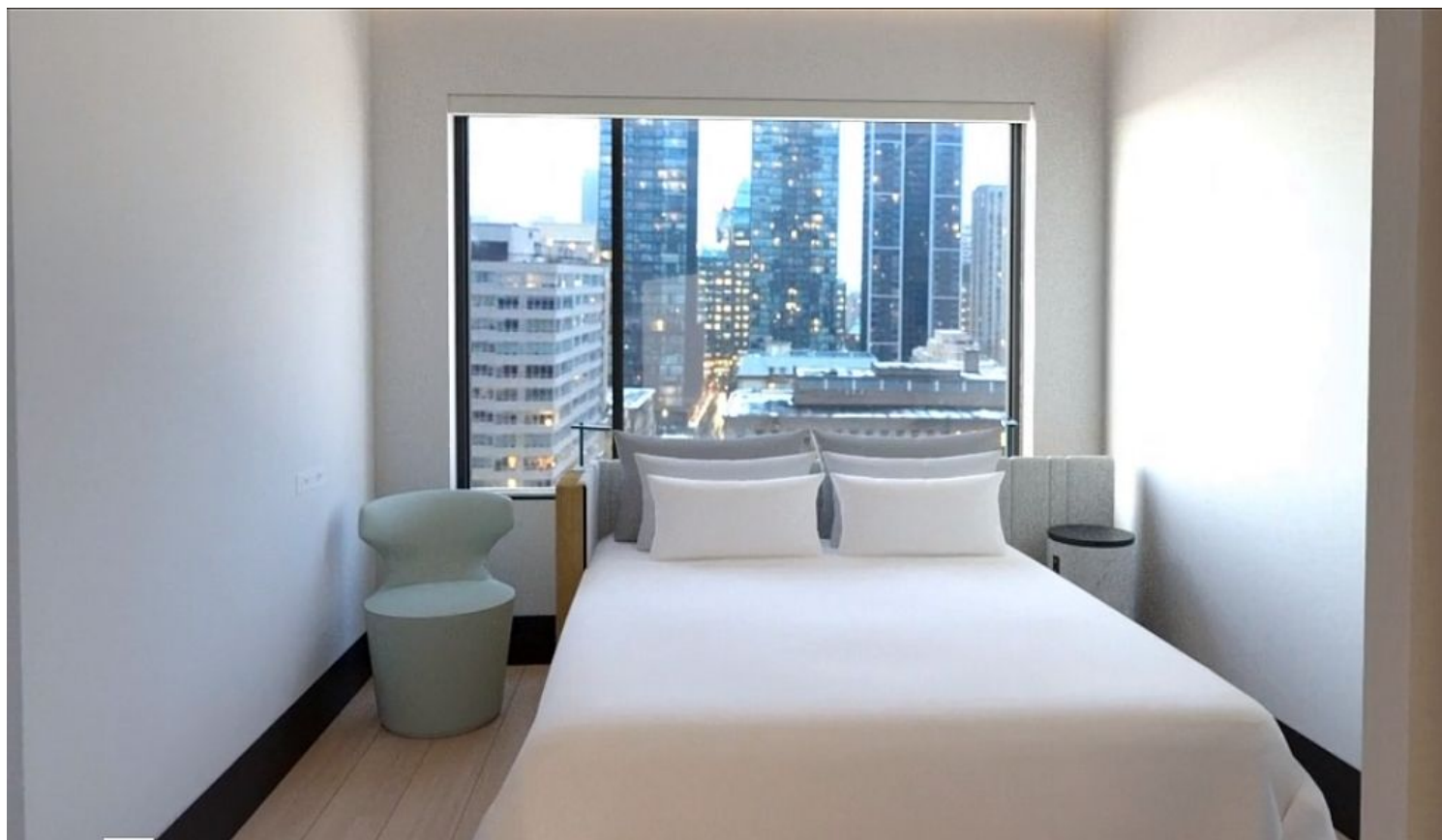


מותג מלונאי חדש להילטון: MOTTO עם קריצה לחובבי ההוסטלים

Posted on 28 באוקטובר 2018 by עירית רוזנבלום



הילטון הבינה כי מה שהתיירים רוצים כיום, הוא מותג שיאפשר להם לבלות בערים הפופולריות

Categories: [מלונות](#), [ראשי](#)

Tag: [מלון LINK hotel & hub](#), [מלון Motto by Hilton](#), [כריסטופר נאסטה](#), [מותג לייפסטייל](#)

רשת הילטון הכריזה על הולדתו של מותג מלונאי חדש - Motto by Hilton - מותג הלייף סטייל העממי החדש ביותר שלה, שלפי הודעתה "יעצים את האורחים במתן האפשרות ליצור חוויות משלהם בערים המבוקשות ביותר. בהתקרב שנת ה-100 להיווסדה של הילטון, היא ממשיכה לחדש את נוף האירוח עם מותג חדש, כדי לענות על הצרכים והרצונות של הנוסע העולמי המתפתח".

נשיא ומנכ"ל הילטון, **כריסטופר נאסטה** (Christopher J. Nassetta), אמר כי הילטון גאה על היותה מובילה בתעשיית האירוח ומתפתחת עם צרכי האורחים שלה. "חדשנות היא ב-DNA שלנו, ובהגיענו לשנת המאה של החברה, אנו

מחדשים יותר מאי פעם. עם Motto by Hilton, אנחנו מביאים לשוק משהו שהתעשייה מעולם לא חוותה עם המוצר הגמיש ובמחיר סביר, במקומות מבוקשים ועם שירות מעצים לאורח."



הדמיה של חדר ב-Motto העתידי של הילטון. אותו החדר אופציות לינה שונות. צילום Hilton

הילטון מסבירה כי החברה נוקטת גישה חדשה לתרבות הנסיעות המודרנית ומציעה מלון "מיקרו" עם אווירה עירונית במקומות המבוקשים ביותר. הילטון חזו במודל ההוסטלים המתנחשל בעולם, עם המרחבים הציבוריים המשותפים, והבינו כי מה שהתיירים רוצים כיום הוא מותג של אורח חיים אורבני זול - המשלב נוחות ונגישות עם מגמות נסיעות ואורח חיים שהתמקדו סביב כמה אלמנטים:

מיקום ¹ המיקום הטוב ביותר, פריים לוקיישן. "השכונה הנכונה" יכולה לעשות את כל ההבדל; **אותנטיות** - כיום תיירים מחפשים להיות מקומיים, להכיר את הקהילה ולקבל תחושה של המקום; **מחיר תחרותי** ² מחיר שמאפשר לקבוצות אוכלוסיה רחבות יותר להגיע לערים ויעדים שעד כה לא חשבו שהם יכולים להרשות לעצמם; **גמישות** - גודל חדר משתנה, מרחבים רב-תכליתיים נעשים פופולאריים בזכות הגמישות שהם מספקים.

נמסר כי מותג עולמי זה יכול לזכות ביעדים העירוניים מבוקשים ברחבי אירופה, אמריקה, המזרח התיכון ואסיה פסיפיק. כך, לדוגמה, מלון מוטו בן 100 מיטות יהיה ממוקם במארלבוון (Marylebone) שבלונדון, שמפותח עם היזם הבריטי, קבוצת Dominvs. הבנייה תחל בינואר 2019, עם יעד לפתיחה ב-2020 כמלון הראשון במותג.

המפרט של מלונות מוטו כולל חדרים בגודל ממוצע של 14 מ"ר, הכולל ריהוט חוסך מקום כמו מיטות המחוברות לקיר, מיטות קומותיים, שילוב של מקלחות ושירותים, רהיטים בעלי פונציות אחדות ועוד. לקבוצות של אורחי המותג יוצעו חדרים מחוברים, אפשרות לחלק את התשלום בין האורחים בעת ההזמנה, תוך ביטול הצורך להתחשבנות ביניהם אחר כך; טכנולוגיה המאפשרת לאורח לשלוח באלמנטים השונים של החדר כמו הטמפרטורה, התאורה, הטלוויזיה, כיסויי החלונות וכדומה ³ באמצעות האפליקציה של הילטון.



ההכרזה על המותג מוטו של הילטון. צילום Hilton
דגש מיוחד הושם על חוויית השינה עם מזרנים ברמה גבוהה, "ערכת שינה" עם כיסויי עיניים, שמנים מיוחדים, אפליקציה של "רעש לבן" המעודד שינה, החשכה מוחלטת של החלונות ועוד.

בחברת הילטון מציינים כי בעוד מחיר החדרים במותג החדש ישתנו לפי תנאי השוק, כל נכס יציע מחירים תחרותיים שיהפכו אותו לנגישים עבור נוסעים בחברת בני משפחה או חברים וגם למי שמחפש אפשרויות דיור זמניים בעת נסיעה ליעדים עירוניים.

מלונות נוספים בשלבים שונים של פיתוח נמצאים בלימה, דבלין, סוואנה, סן דייגו, וואשינגטון ובוסטון. Motto נכלל במסגרת מועדון הנאמנות של אורחי רשת מלונות הילטון וייהנו מההטבות שהוא מספק.

יצויין כי מלונות דומים כבר פועלים בעולם ובתחילת השנה נפתח בתל אביב **מלון LINK hotel & hub** של רשת דן בקונספט של מלון הפונה לאנשי עסקים ולדור החדש (והצעיר) של התיירים. הוא מספק אווירה אורבנית ומענה לצרכי עבודה בדמות חלל עבודה משותף, מאפשר לאורחים לבצע עצמאית פעולות כמו צ'ק-אין וצ'ק-אאוט ועוד.