



כרשת המתמקדת בתיירות נכנסת, מלונות דן הייתה צריכה להפעיל מאמצים שיווקיים בשווקים מחוץ לישראל. הרשת עשתה זאת באמצעות פרסום לפלחי שוק ייעודיים, הדגשת המורשת המלונאית של מלונות דן, ותקשור של הצעות שיווקיות ממוקדות

ברוסיה יצרה הרשת קשר עם סיטונאי תיירות מובילים, ובהמשך יצאה בקמפיינים במימון משותף איתם, שיועדו לצרכן הרוסי. ובדרום אמריקה נוצר קשר עם סיטונאי תיירות מובילים והרשת השתתפה בתערוכות. במקביל, מעמיקה הרשת את פעילותה בשווקים הגדולים שלה: צפון אמריקה ואירופה. הרשת משתמשת בקמפיין בסיסמה Live The Legend, המדגישה את המורשת והמסורת המלונאית של הרשת, ואת התאמתה לכל סוגי התיירים: אנשי עסקים, נופשים ומטיילים. הפרסום נעשה לקהלי נישות: בעיתונים ובמגזינים של הקהילה היהודית, או במוספים, מגזינים וכתבות על ישראל, שיוזם משרד התיירות הישראלי בחו"ל. בשוק המקומי, זיהתה הרשת, כי ההחלטה על בחירת מלון היא בחלקה הגדול אמוציונאלית. לכן, החל משנת 2006 הרשת יוצאת בפרסום, המציג את ה-LOVE MARK שלה: צורת לב הנוצרת באופן טבעי מאלמנטים מתוך עולם החופש והנופש: שלגונים, חלוקי רחצה, שונרקל, iPod ועוד. הרשת מפעילה את מועדון E Dan - מועדון הלקוחות הראשון בישראל, שהוקם ב-2002 על פלטפורמה אינטרנטית וכיום חברים בו 160 אלף חברים בארץ ובחו"ל, שצוברים נקודות על לינות ומקבלים באופן קבוע דיורים והטבות. הקמת המועדון סיפקה פתרון לשני

הסביבה התחרותית

ענף המלונאות הינו רגיש ומושפע מאד מתנאים גיאוגרפיים ומאקלים הכלכלי השורר ברחבי העולם. הענף הוא הראשון להיפגע משינויים באקלים הפוליטי והכלכלי, והאחרון לצאת מן המשבר.

האתגרים השיווקיים

כרשת המתמקדת בתיירות נכנסת, מלונות דן צריכה להפעיל מאמצים שיווקיים בשווקים מחוץ לישראל, לזהות פלחי שוק מתאימים, ולפנות אליהם בפרסום ובחצות שיווקיות מותאמות. יחד עם זאת, ובמקביל, הרשת פונה גם לקהל המקומי, האחראי על כ-30% מסך הלינות השנתיות ברשת.

הפתרונות היצירתיים

בשנים האחרונות פועלת הרשת בשני צירים: מול שווקי יעד בעולם, ומול התייר הישראלי. השווקים מהם מגיעה מרבית התיירות הנכנסת לרשת דן הם ארצות הברית, בריטניה וצרפת. כדי להגדיל את פוטנציאל הלקוחות שלה, רשת מלונות דן זיהתה לפני מספר שנים שווקים נוספים, שיהפכו למקור לתיירות נכנסת: רוסיה, ברזיל וארגנטינה.

לפני קום המדינה עולים מגרמניה האחים שמואל ויקותיאל פדרמן, ומחליטים להקים בארץ ישראל רשת בתי מלון יוקרתיים, שבהם יתאכסנו תיירים מכל העולם. השנים הן טרום הקמת המדינה, ארץ ישראל שרויה במלחמה, ומרבית מדינות העולם כלל אינן מכירות בה.

אולם האחים פדרמן מחליטים להגשים את החזון, ורוכשים בשנת 1947 פנסיון בשם 'קטה דן' על שפת ימה של תל אביב. לימים יהיה זה מלון היוקרה הראשון בישראל והוא ייקרא מלון דן תל אביב.

עם השנים, האחים בונים ורוכשים מספר רב של מלונות, וכיום הרשת מונה 14 בתי מלון, המחולקים למספר תתי רשתות, על פי רמתם:

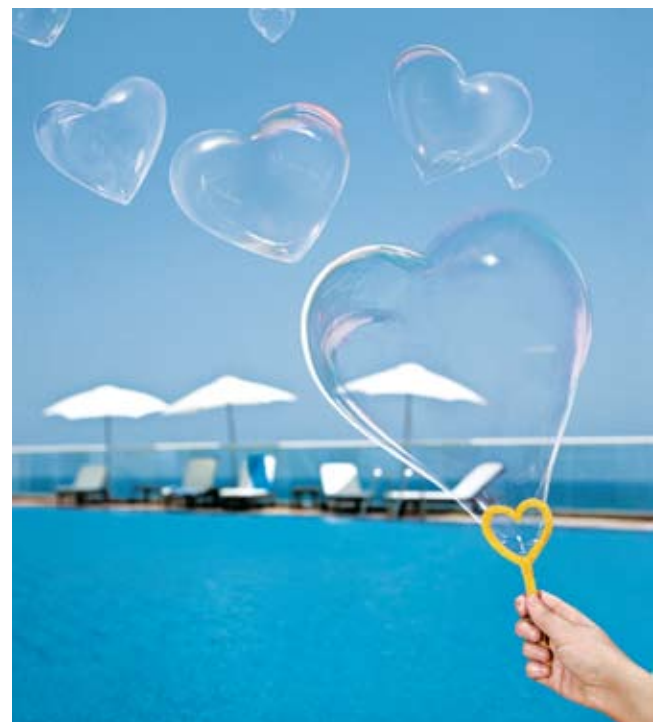
מלונות SUPER DELUXE & DELUXE - המלך דוד בירושלים, דן ת"א, דן כרמל, דן ירושלים (לשעבר הייטס ריגנסי), דן אכדיה, דן קיסריה ודן אילת.

מלונות Superior First Class - דן כנורמה (ת"א, ירושלים, חיפה, אילת).

מלונות גני דן בחיפה ובאשקלון.

מלון דן בוטיק בירושלים.

מיומה הראשון של רשת מלונות דן התמקדה בתיירות נכנסת, ובעיקר בפלח הגבוה שלה.





www.danhotels.com

זכרים שלא ידעת על מלונות דן

- כ-70% מהאורחים במלונות דן הם תיירים.
- מעל 30% מאורחי הרשת הינם אורחים חוזרים.
- בכל שנה מתארחים ברשת כ-700 אלף איש.
- מלון המלך דוד, מלון הדגל של רשת דן, ממוקם באופן עקבי במהלך השנים בראש דירוג המלונות הטובים בעולם לפי בחירת צרכנים בעולם.
- ב-2008, שנת ה-60 למדינה, נרשם מספר חסר תקדים של ביקורי אחרים בינלאומיים: נשיאים, ראשי מדינה, שועי עולם, סלבריטאים ואמנים ידועים, שביקרו בישראל ושהו במלונות דן.
- רשת דן מפעילה בישראל 14 בתי מלון, שבהם 3,800 חדרים. היא מעולם לא מכרה מלון ברשת, רק קנתה חדשים.
- ב-2012 צפויה פתיחתו של מלון בבעלות רשת דן בעיר בנגלור, בהודו.



להעלות סרטונים שצילמו בזמן שהותם ברשת. לדן יש גם אזור ממותג באתר פליקר, ולאחרונה היא גם פתחה דף בפייסבוק, המאפשר לה לעדכן בפעילויות כמו גם לענות ללקוחות שנתקלו בבעיות הזמנה או שירות.

ובעתיד...

רשת מלונות דן תפתח את מותג מלונות הבוטיק שלה, שהוקמה עם השקת דן בוטיק בירושלים. הרשת גם תמשיך להשקיע בהעלאת רמת השירות

צרכים של הרשת: יצירת נאמנות לקוחות (כיום, 25% מהלינות ברשת הן של חברי מועדון) ויכולת לתת שירות אישי. עם ההרשמה, חבר מועדון מציין את העדפותיו, כך שהמלון המארח מתייחס לרצונותיו והעדפותיו של האורח בתחומים שונים: סוג חדר, מיקומו, סוג התשורה המועדף לחדר (פירות, מתוק, מלוח), סוג הבילוי שהאורח מעדיף וכו'.

רשת מלונות דן פועלת גם במדיה החברתית. ב-2007 השיקה הרשת ערוץ ממותג ביוטיוב שמאפשר לאורחים

ללקוחות, תוך הקפדה על איכות המזון במלונותיה, ותפתח את הערוצים הדיגיטליים, המאפשרים לה לייצר שיחה עם לקוחות ולהגיב במהירות על כל תקלת שירות שבה נתקלים לקוחותיה.



2010

דן ירושלים, המלון ה-14 ברשת והרביעי בירושלים - פותח את שערו.

2001

מוקם מרכז ההזמנות Call Dan ומושק מועדון לקוחות אינטרנטי E Dan.

1995

פתיחת מלון דן אילת.

1958

פתיחת מלון המלך דוד ירושלים תחת בעלות מלונות דן.

1947

תחילתה של הרשת: האחים פדרמן רוכשים את פנסיון קטה דן, ומקימים עליו את מלון דן תל אביב.