

Życie jest lepsze gdy się je z kimś dzieli – to kluczowe hasło marki Sheraton, która w 2008 r. została uznana przez podróżujących biznesmenów, za wiodącą markę hotelową w Polsce. Misją marki jest łączenie ludzi i zachęcenie do korzystania z dobrodziejstw, które niesie podróżowanie. Sheraton tworzy społeczność, której członkowie – będąc w najróżniejszych miejscach świata – czują, że są u siebie.

#### Oferta i wartości

Początki marki Sheraton sięgają roku 1937, kiedy powstał pierwszy hotel w Springfield, Massachusetts. Od tamtego czasu sieć rozwinęła swoje portfolio do ponad 400 hoteli w 71 krajach. W Polsce marka obecna jest od 1996 r. i posiada cztery obiekty w Warszawie, Krakowie, Poznaniu i Sopocie.

Marka Sheraton wie, że życie jest lepsze, gdy się je z kimś dzieli, stąd też jej misją jest tworzenie więzi między ludźmi i niesienie pomocy w nawiązywaniu znajomości, które w przyszłości przyniosą korzyści.

Sheraton to marka dla entuzjastów życia, którzy lubią dzielić się radością i pozostawać w kontakcie z rodziną, przyjaciółmi czy firmą. Aby w praktyce zrealizować obietnice marki wprowadzono produkty, które umożliwiają gościom skoncentrowanie się na tym, co dla nich najważniejsze.

Link@Sheraton – to wyjątkowe miejsce, stworzone specjalnie z myślą o potrzebach gości, którzy, będąc w podróży, nie chcą tracić kontaktu ze światem. To fizyczna i wirtualna przestrzeń pozwalająca na pracę, kontakt z rodziną i przyjaciółmi, czy realizację swoich pasji, w czasie gdy pozostają daleko od domu. Link@Sheraton proponuje jedyne w swoim rodzaju doświadczenie online, oferujące bezpłatny dostęp do internetu Wi-Fi oraz stanowiska z komputerami, dzięki czemu goście mogą przeglądać strony internetowe, odbierać pocztę elektroniczną, czy drukować materiały.

Sheraton Fitness – wysiłek fizyczny i podróżowanie mają ze sobą wiele wspólnego. Zachowanie fizycznej aktywności podczas podróży pomaga zwiększyć efektywność i koncentrację, dlatego też marka Sheraton wprowadziła program fitness stworzony przez Core Performance – wiodących ekspertów od pro-atletyki. Sheraton



Fitness Programmed by Core Performance oferuje w najwyższej jakości centrach fitness, dopasowane do różnych potrzeb, 20-30 minutowe tematyczne programy treningowe, które idealnie wpasowują się w napięte kalendarze osób podróżujących.

Sheraton Club to propozycja dla najbardziej wymagających klientów, którzy w podróży cenią wygodę i intymność, dzięki której mogą być jeszcze bardziej produktywni. Częścią konceptu Sheraton Club jest Club Lounge, gdzie serwowane są śniadania, a wieczorem odbywają się koktajle. W Club Lounge goście mogą również pracować, korzystać z internetu lub spotykać się z partnerami biznesowymi.

Sheraton Sweet Sleeper Bed – to łóżko wprowadzone w 2003 r. przetestowane przez miliony gości na całym świecie gwarantuje wygodny odpoczynek na najwyższym poziomie. Co więcej, goście na tyle docenili ten

produkt, że działy obsługi klienta odnotowały ogromną liczbę zapytań, czy i gdzie można te łóżka kupić. W odpowiedzi na prośby klientów marka Sheraton postanowiła udostępnić łóżka Sweet Sleeper Bed wszystkim zainteresowanym, a nie jak do tej pory wyłącznie gościom hotelowym i wprowadziła łóżka do sprzedaży detalicznej w sklepie internetowym [www.sheraton-hotelsathome.com](http://www.sheraton-hotelsathome.com).

Starwood Preferred Guest – pierwszy program lojalnościowy w branży hotelarskiej, wprowadzony w 1999 r. Gwarantuje on brak ograniczeń co do liczby pokoi dla członków wykorzystujących swoje punkty, umożliwiając w ten sposób milionom osób dostęp do luksusowych hoteli w takiej liczbie krajów, jakiej nie oferuje żadna inna konkurencyjna sieć hotelowa. SPG to prosty, bardzo elastyczny i wyjątkowo atrakcyjny program lojalnościowy, który, dzięki atrakcyjnym nagrodom i rozległym możliwościom wykorzystania zebranych punktów (łącznie z ich wymianą na bilety lotnicze), skupia obecnie ponad 5,5 miliona członków. SPG jest zwycięzcą w konkursie Freddie Awards, który jest odpowiednikiem Oskarów dla programów lojalnościowych.

Życie jest lepsze gdy się je z kimś dzieli – to nie tylko slogan reklamowy marki, ale także motto, które firma realizuje pomagając innym. Sheraton od ponad 15 lat ściśle współpracuje z UNICEF-em w ramach programu Check Out for Children – Kids Belong oraz Road To Awareness, pomagając zebrać fundusze na pomoc dzieciom znajdującym się w potrzebie. Polski oddział firmy od kilku lat współpracuje z Fundacją



ORIMARI, która pozyskuje środki finansowe na zakup sprzętu medycznego dla dzieci dotkniętych chorobami onkologicznymi.

#### Innowacje i promocje

Marka Sheraton od wielu lat znana jest z innowacji, do których należą m.in.: – wprowadzenie pierwszego w branży hotelarskiej programu lojalnościowego – Starwood Preferred Guest, a także w 2008 r. inicjatywy SPG Flights, dzięki której goście mogą wymieniać zgromadzone punkty na bilety lotnicze w ponad 100 liniach lotniczych. – wprowadzenie do sprzedaży detalicznej produktów dostępnych w hotelach Sheraton poprzez Sheraton at Home. W sklepie internetowym [www.sheraton-hotelsathome.com](http://www.sheraton-hotelsathome.com) można zamówić zarówno łóżka Sheraton Sweet Sleeper Bed, jak i pościel, czy szlafroki.

– wprowadzenie oferty organizacji spotkań ekologicznych Green Meeting Package, dzięki którym ogranicza się negatywny wpływ na środowisko poprzez zmniejszenie zużycia energii elektrycznej, papieru, a także serwowaniu żywności pochodzącej z upraw ekologicznych. – organizację kulinarnych kolacji charytatywnych „Smaki Dobra”, podczas których licytowane są nie dzieła sztuki lecz dania przygotowane przez szefów kuchni hoteli. Zebrane w ten sposób środki – w 2010 r. była to kwota ponad 100 000 euro – przeznaczane są na zakup sprzętu medycznego

dla dzieci z chorobami nowotworowymi. – stworzenie bloga kulinarnego [www.akademia-kulinarna.pl](http://www.akademia-kulinarna.pl), którego celem jest popularyzacja sztuki kulinarnej. Blog ten prowadzony jest przez szefów kuchni hoteli.

#### Kontekst rynkowy

Według Instytutu Hotelarstwa na początku 2010 r. działało w Polsce 1809 hoteli różnych kategorii.

Marka Sheraton działa w sektorze obiektów pięciogwiazdkowych w 4 polskich miastach: Warszawie, Krakowie, Poznaniu i Sopocie. Każdy z tych rynków cechuje się inną charakterystyką i wyzwaniami. Branża hotelarska jest ciekawa, ale również niesamowicie wrażliwa na zmiany koniunktury ekonomicznej, często uważana jest za barometr rynkowy. W czasach prosperity przeżywa boom, natomiast recesję odczuwa wyjątkowo silnie, gdyż właśnie wtedy firmy ograniczają wydatki na podróże, premiery produktowe, czy konferencje.

Sheraton zawsze należał do czołówki w swoim segmencie rynku. Pozycję tę uzyskał dzięki sile marki, atrakcyjnym inicjatywom oraz kulturze obsługi klienta.

#### Osiągnięcia i perspektywy

Marka Sheraton przez 15 lat obecności w Polsce wypracowała sobie silną pozycję, dzięki czemu zyskała uznanie w oczach ekspertów i klientów. Wśród licznych wyróżnień i nagród przyznanych marce Sheraton warto wymienić tytuł wiodącej marki hotelowej w Polsce według rankingu Business Development Research Consultants w 2008 r. tytuł „Sieć roku 2009” przyznany przez magazyn „Hotelarz” za aktywne i wyróżniające się działania promocyjne.

Marka Sheraton jest również zaangażowana w działania proekologiczne i właśnie za wprowadzenie inicjatyw ekologicznych oraz propagowanie ekologii została wyróżniona tytułami „Czysta Turystyka” oraz „Zielone Biuro”.

#### Powody do dumy

Hotele marki Sheraton ogromną wagę przywiązują do działań z zakresu korporacyjnej odpowiedzialności społecznej, realizując co roku szereg inicjatyw, których celem jest propagowanie postaw proekologicznych, pomoc dzieciom oraz promocja Polski za granicą.

Od ponad 15 lat marka współpracuje z organizacją UNICEF w ramach projektu Check Out for Children – Kids Belong, zbierając fundusze na budowę ośrodków edukacyjnych dla dzieci w Malawii oraz

#### To, czego nie wiedziałeś

- ★ 93 proc. podróżnych na świecie uznaje słynne „S” w wieńcu laureowym za symbol hotelarstwa.
- ★ Polskie hotele sieci zebrały najwięcej środków finansowych dla UNICEF-u w ramach projektu Check Out for Children w latach 1996-2010 w Europie Środkowo-Wschodniej.
- ★ Marka Sheraton przeprowadziła pierwszą kampanię brandingową w mediach społecznościowych w 2009 r.

Road to Awareness, którego celem jest pomoc dzieciom wyzyskiwanym.

W Polsce marka Sheraton ściśle współpracuje z Fundacją ORIMARI i w ramach hasła „Życie jest lepsze kiedy je się z kimś dzieli” organizuje wydarzenia dla dzieci z domów dziecka, np. imprezę taneczną z udziałem uczestników programu „You can dance”, czy Dzień Dziecka połączony ze szkołą gotowania pod okiem szefów kuchni. Co roku odbywa się też impreza „Smaki Dobra”, podczas której licytowane są perełki kulinarne szefów kuchni hoteli Sheraton. Wszelkie środki zebrane podczas kolacji przeznaczone są na zakup sprzętu medycznego dla dzieci dotkniętych chorobami onkologicznymi.

Misją hoteli Sheraton jest zrównoważony rozwój polegający na nieszkodzeniu środowisku naturalnemu. W ramach tej strategii hotele Sheraton wprowadzają liczne inicjatywy ekologiczne, których celem jest ograniczenie emisji dwutlenku węgla, a także zachęcanie gości i pracowników do działań proekologicznych.

Jednym z kluczowych elementów działań z zakresu CSR jest promocja Polski za granicą. W tym celu hotele Sheraton organizują regularnie wizyty studyjne dla zagranicznych mediów oraz organizatorów wyjazdów turystycznych, finansując realizację materiałów dziennikarskich na temat Polski dla telewizji SPG. TV, która dostępna jest w ponad 280 hotelach sieci w Europie, Afryce i na Bliskim Wschodzie. Dodatkowo w 2009 i 2010 r. marka Sheraton była inicjatorem warsztatów poświęconych budowaniu strategii promocyjnej Polski, w których udział wzięli przedstawiciele branży turystycznej, reklamowej, eksperci od budowania wizerunku, przedstawiciele mediów oraz administracja publiczna.



**1937** Powstanie marki Sheraton w Springfield, Massachusetts

**1996** Otwarcie hotelu Sheraton Warsaw

**1998** Sheraton zostaje przejęty przez sieć Starwood Hotels & Resorts – globalną firmę hotelarską

**2004** Otwarcie hotelu Sheraton w Krakowie

**2006** Otwarcie hotelu Sheraton w Poznaniu

**2008** Otwarcie hotelu Sheraton Sopot Conference Center & Spa

**2008** Wyposażenie wszystkich polskich hoteli marki w Link@Sheraton

**2010** Nawiązanie współpracy z Core Performance