

# SHANGRI-LA ZAVÁDÍ DOBROSŔDEČNOU KAMPAŇ



Řetězec hotelů a letovisek Shangri-La se spíše než na umístění a přepychové vybavení hotelů soustředí na dobrosrdečnost a lásku k bližnímu.

Většina významných hotelových řetězců a letovisek po celém světě se soustředí na svou exkluzivní obchodní značku, na to co mohou nabídnout, aby se lišili od konkurence, a na umístění hotelu. Shangri-La, řetězec hotelů se sídlem v Hongkongu, se více snaží zdůraznit duchovní část své značky. To ale neznamená, že konečný záměr řetězce není spojen s vyděláváním peněz. **Myšlenkou stojící za kampaní bylo představit zásadu dobrosrdečnosti hostům všech hotelů Shangri-La a přilákat je na ni.**

Šangri-La, fiktivní místo, které se objevilo v románu 'Ztracený horizont' Jamese Hiltona už v roce 1933, se od té doby stalo synonymem pro ráj na zemi a záhadu Himálají. To jsou kořeny dnešního názvu řetězce a také přesně to na čem si přeje stavět. **Zaměstnanci hotelu se nyní velmi snaží zdůraznit duchovní význam značky.** Všechny hlavní postavy románu jsou výjimečné lidské bytosti, nesmrtelné a plné věčného štěstí. Mnoho hostů raději dává přednost této představě než nabídce internetu nebo pravidelné pokojové služby.

**Reklamní heslo Dobrosrdečné kampaně zní "To je naše přirozenost".** Umístění hotelů v srdci buddhistické Asie napomáhá obrazu, který si řetězec přeje vybudovat. Ačkoliv Shangri-La má 66 hotelů v 17 různých zemích, propagace bude zaměřena hlavně na oblast Himálají. Přesto bude kampaň vedena v mezinárodním duchu, a proto bude její součástí i nabídka gastronomických lahůdek z celého světa.

Date: 2010-07-05

Article link:

<https://www.tourism-review.cz/-quotto-je-nase-prirozenost-quot-hlasa-reklamni-heslo-dobrosrdecne-kampane-retezce-hotelu-shangri-la-news2277>