

## «Amo raccontare fiabe e accogliere i clienti»

L'albergo delle favole usa DirectFactory per mailing semplici e veloci



Il vecchio Grand-Hôtel, oggi Märchenhotel, fu costruito nel 1907. Dove un tempo alloggiavano facoltosi clienti dall'Inghilterra e successivamente dalla Francia, si danno oggi appuntamento giovani famiglie per trascorrere vacanze da favola.



Märchenhotel  
Bellevue \*\*\*\*  
Famiglia  
Martin e Lydia Vogel  
8784 Braunwald  
[www.maerchenhotel.ch](http://www.maerchenhotel.ch)

DirectFactory, il tool della Posta Svizzera per la creazione di mailing online, è imbattibile per efficienza. Lo dice anche Martin Vogel, direttore del Märchenhotel di Braunwald, che con questo strumento ha realizzato nel 2009 per la prima volta un mailing di cartoline. Facilità di utilizzo, qualità di stampa e rapporto prezzo/prestazioni hanno entusiasmato l'albergatore. Ed è già in programma la prossima campagna!

### Il Märchenhotel Bellevue

Tutto è cominciato oltre 30 anni fa, quando Martin Vogel raccontò una favola alla piccola Monika per calmarla da un pianto disperato. Da quel giorno, ogni sera un esercito di bambini attende le fantasiose storie del suo narratore preferito. Che non si è mai stancato di raccontare: «Sono le reazioni stesse dei bambini a ispirarmi sempre nuove storie.»

Con le maestose cime oltre i 3000 metri a far da cornice, l'ex Grand-Hôtel troneggia fiero sulla terrazza di Braunwald: e tra i suoi muri più che centenari le fiabe diventano realtà. Qui mamma e papà possono tornare a essere rispettivamente moglie e marito, vestirsi eleganti e godersi una raffinata cena da sei portate oppure rilassarsi nel «Wellness on the top», per riprendersi da tutte quelle giornate totalmente dedicate ai loro figli. E i bambini? Si divertono nel castello gonfiabile e nell'asilo nido dell'albergo.

Lydia e Martin Vogel hanno dato una direzione chiara al loro hotel: «Da noi tutti gli ospiti sono i benvenuti, ma la nostra offerta è orientata alle famiglie con bambini. Questo segmento costituisce circa l'80% della nostra clientela.» Per sorprendere i propri ospiti, la coppia escogita di tutto e di più: elefanti nel giardino, un ascensore di vetro attraverso gli acquari, la notte dei fantasmi con i bambini a dormire in tenda... Queste attrazioni non servono soltanto a rendere più eccitante il soggiorno degli ospiti: sono anche un investimento per il futuro. «Chi si trova bene solitamente passa parola. Riusciamo così a raggiungere potenziali clienti con molta più facilità che non acquistando indirizzi», afferma convinto l'albergatore e presidente di KidsHotels Svizzera.



Da oltre 30 anni Martin Vogel racconta ogni sera una favola ai suoi piccoli ospiti: «Dò il meglio di me quando posso inventare liberamente.»

### La sfida

Martin Vogel è convinto che la pubblicità decida la metà del suo successo. Ciononostante non lancia campagne su ampia scala: «Scrivo ai miei clienti soltanto quando ho qualcosa di nuovo da offrire.» Lydia e Martin Vogel inviano due mailing cartacei e tre o quattro newsletter elettroniche all'anno. Poi hanno

fatto affiggere poster del Märchenhotel alla stazione centrale di Zurigo o in altre regioni turistiche. Particolarmente preziosi per la notorietà della struttura sono i reportage, ad esempio come quello uscito dopo la consegna, dalle mani del consigliere federale Doris Leuthard, del premio turistico internazionale «Milestone» nel 2006; oppure la «laudatio» di Trudi Gerster, pubblicata su testate come «Schweizer Familie» o «Wir Eltern». E poi naturalmente c'è internet, che diventa sempre più importante. A detta di Martin Vogel, ormai il 90% delle persone raccoglie informazioni sull'offerta dalla homepage dell'albergo.

Martin Vogel preferisce dedicarsi tuttavia alla sua attività principale: «Come altri albergatori sono un pessimo venditore. Preferisco raccontare favole e accogliere gli ospiti.» La pubblicità quindi deve essere facile e veloce da realizzare, pur mantenendosi efficace.

### Il tool online DirectFactory

È stato Patric Vogel, uno dei figli, a segnalare al padre il tool online DirectFactory ([www.posta.ch/directfactory](http://www.posta.ch/directfactory)) della Posta Svizzera. Così Lydia e Martin Vogel hanno creato un mailing totalmente online per lanciare la loro ultima idea: dare ai rampolli ogni mercoledì lo scettro del comando in albergo. «È qualcosa di sensazionale. Questa settimana i bambini impegnati erano 52», racconta entusiasta l'albergatore. «Anche dopo avere «staccato», i piccoli vicedirettori continuano a portare con grande orgoglio le cravatte che distribuiamo.»

Il mailing «Traumjobs zu vergeben» («Un posto da favola») è stato realizzato da Tobias Knecht, della Typowerkstatt di Glarona. «DirectFactory si è rivelato perfetto per la creazione del mailing. Tutto ha funzionato a puntino», dice il tipografo, che si dice entusiasta della facilità d'uso: «Il tool è molto semplice e sicuro; ed è stato possibile acquisire senza problemi anche tutti gli indirizzi.»

### I vantaggi per il Märchenhotel

Martin Vogel è entusiasta del servizio offerto da DirectFactory: «Prima facevamo tutto noi: scrivere gli indirizzi, imbustare e affrancare i mailing, un lavoro immane. Ora con DirectFactory ci possiamo disinteressare della spedizione, basta selezionare gli indirizzi.» Martin apprezza la trasparenza del listino, l'ottimo rapporto prezzo/prestazioni, l'alta qualità di stampa e indirizzamento. «Le cartoline non recapitabili ci sono state restituite in condizioni perfette.» Il risultato ha sorpreso anche Tobias Knecht: «Stampa e colori erano di qualità stupefacente.»

Non è possibile quantificare con precisione il successo del mailing inviato a circa 8000 clienti in tutta la Svizzera, poiché l'obiettivo non era quello di stipulare contratti. «Volevamo segnalare ai nostri ospiti che nell'albergo delle favole c'è sempre qualcosa di nuovo da sperimentare. Abbiamo consapevolmente rinunciato a un teaser», spiega Martin Vogel. Che però ha anche tratto un insegnamento: «La risonanza è stata ottima, ma inviare a metà luglio è stato decisamente troppo tardi, come ha dimostrato il numero di prenotazioni. Questo ci insegna quanto sia fondamentale la data di spedizione.» Vogel intende continuare a servirsi di DirectFactory: «Lo utilizzeremo per pubblicizzare le nostre settimane Igloo il prossimo inverno.» E tutto quanto ancora andrà inventandosi la famiglia Vogel.

Il tool online per creare e inviare mailing è su [www.posta.ch/directfactory](http://www.posta.ch/directfactory)



Con DirectFactory gestire il Märchenhotel e realizzare un mailing è un gioco da ragazzi.