



DATOS PARA LA PRENSA

Contact: Iván Cardona Jr.
Allia-COM Public Relations
(787) 502-7621 mobile
(787) 404-9241 mobile

HOWARD JOHNSON ISLA VERDE ANUNCIA SU NUEVO PLAN DE PROMOCIÓN Y MERCADEO PARA ATRAER NUEVOS MERCADOS LOCALES, REGIONALES E INTERNACIONALES

La nueva estrategia de promoción propone atender el mercado local, el Caribe, Canadá, Europa y los Estados Unidos, particularmente aquellos que cuentan con vuelos directos a la Isla

22 de junio de 2011, San Juan, PR – El Hotel Howard Johnson de Isla Verde anunció hoy el lanzamiento de una nueva estrategia de mercadeo que propone promover su producto en nuevos mercados, entre ellos el local y regional, así como algunos mercados internacionales. La nueva estrategia propone iniciativas en los mercados de Puerto Rico, el Caribe, Canadá, Europa y los Estados Unidos, particularmente aquellos que cuentan con vuelos directos a la Isla.

“Nos encontramos en víspera de lanzar nuevas estrategias y promociones dirigidas a expandir nuestros mercados con el propósito de atraer clientes potenciales a que reserven sus vacaciones en Puerto Rico y a que disfruten las nuevas facilidades del Hotel Howard Johnson. Estamos reenfocando nuestros esfuerzos publicitarios mas allá de los periódicos, experimentando con nuevas herramientas electrónicas disponibles, así como medios poco tradicionales, en la búsqueda de ese cliente que desee vacacionar en una de las regiones turísticas de mayor demanda, Isla Verde”, afirmó Juan Enrique Cruz, Director de Ventas para Howard Johnson.

Según el Director de Ventas, el nuevo Plan concentra esfuerzos en el rediseño de un nuevo Web Site, así como el uso del Internet para promocionar el Howard Johnson a través de las redes sociales, email blasts y los “search engines”. Explicó que en los próximos meses su equipo estará evaluando el movimiento y tráfico interactivo para establecer prioridades. Sin embargo, destacó que se continuarán haciendo esfuerzos en medios tradicionales como periódicos, revistas locales e internacionales, la distribución de material promocional, envíos de promoción por correo, las visitas para aumentar cuentas corporativas, campañas en la radio así como la participación en promociones y eventos que contribuyan a posicionar la marca en estos nuevos mercados. “Entendemos que fuera de lo tradicional, podemos atraer otros mercados recurrentes o poco tradicionales que pueden complementar efectivamente nuestras operaciones”, afirmó Cruz.

La nueva estrategia espera resaltar los atributos del nuevo Howard Johnson Isla Verde, entre ellos un excelente producto a buen precio, una privilegiada localización cerca de todas las atracciones turísticas, y un producto que apela a una gran variedad de mercados. Según funcionarios de la empresa, el perfil del cliente de Howard Johnson es: 1) cliente extranjero mayormente entre los 40 a 70 años, compuesto por personas de negocio, parejas en sus vacaciones y familias 2) cliente local que fluctúa entre los 20 y 50 años, compuesto mayormente por familias, grupos y clientes “Walk In”.

###



DATOS PARA LA PRENSA

Contact: Iván Cardona Jr.
Allia-COM Public Relations
(787) 502-7621 mobile
(787) 404-9241 mobile

DATOS IMPORTANTES DEL NUEVO HOWARD JOHNSON

- Howard Johnson es uno de los más emblemáticos hoteles de los Estados Unidos. La bandera fue pionera en el establecimiento de las franquicias en el 1954. Hoy Howard Johnson cuenta con sobre 485 hoteles en América del Norte, América Latina, Asia y otros destinos internacionales. En los Estados Unidos, la bandera opera como un hotel “Mid Size”, económicamente accesible, mientras que en destinos internacionales cuenta con hoteles lujosos de mediana y gran escala.
- Howard Johnson en los Estados Unidos atrae el mercado de familias, negocio y viajeros de ocio. Cuenta con un desayuno continental libre de costo gracias a su emblemático programa “Rise and Dine”. Las habitaciones Howard Johnson Home OfficeSM proveen para todas las necesidades que un cliente de negocio pudiera necesitar, entre ellas un escritorio de trabajo, silla ergonómica, refrigerador, microondas, entre otras amenidades que crean un ambiente de confort mientras se encuentran de viaje. Como valor añadido, el Howard Johnson ofrece en todas las habitaciones, sin costo alguno, Internet libre de alta capacidad, cafetera con una diversa selección de café, reloj despertador AM/FM, entre muchos otros atractivos.
- El Hotel Howard Johnson de Isla Verde oficialmente comenzó en el 2001 aunque operaba parcialmente durante su remodelación desde el 1999. De 92 habitaciones, la remodelación aumentó el número de cuartos disponibles en el hotel a 115 habitaciones. El hotel operó exitosamente hasta el 2008, cuando decidió superar los estándares de la bandera y comenzar su segunda remodelación. En el año 2009 comenzó la remodelación de su primera fase, con la reconstrucción del 5to al 8vo piso. En esta se remodelaron los cuartos, Jr. Suites, Executive Suites y se habilitaron los pasillos y áreas comunes de estos pisos. En el año 2010 comenzó la segunda fase de la remodelación, con la reconstrucción del Front Desk, Lobby y Habitaciones, hasta el 4to Piso.
- El Howard Johnson se encuentra estratégicamente ubicado entre facilidades y amenidades como: la mejor playa de la región, centros comerciales, supermercados, restaurantes de renombre internacional, casinos, farmacias, servicios médicos, spas, alquiler de autos, motoras y bicicletas, pubs & lounges, gasolineras, campos de golf (Berwind), policía turística y estatal 24 horas, cuerpo de bomberos, estacionamientos públicos, áreas comunes y áreas de relajamiento o tertulia.
- El Howard Johnson favorece prácticas ambientales y de conservación, entre ellas no provee habitaciones de fumar y los clientes solicitan cuando se le cambia toallas, sábanas y fundas para no incurrir en gastos innecesarios de energía. Favorece además contratar servicios de la comunidad como: flores, lavandería, masajista, excursiones, niñeras, doctores, taxis & guaguas públicas y restaurantes. Concentra esfuerzos para acomodar grandes familias en el mismo piso y en cuartos anexos. Catres adicionales y/o Roll Away Beds disponibles para todas las habitaciones en caso de ser necesario. Cuenta con un estacionamiento de 180 vehículos, el más económico de toda la región y anexo a grandes amenidades, atracciones gastronómicas y a la mejor playa de Isla Verde. En caso de emergencia, la hospedería cuenta con un equipo de emergencia y contención, entre ellos una Planta Eléctrica de 770 kilos que cubre 100% las necesidades del hotel y un sistema de cisterna de 36,000 galones.



DATOS PARA LA PRENSA

Contact: Iván Cardona Jr.
Allia-COM Public Relations
(787) 502-7621 mobile
(787) 404-9241 mobile

- El Howard Johnson es un patrono con igualdad de oportunidades de empleos. Sus empleados representan todo tipo de edad, raza, género y el personal fluctúa entre las edades de 20-80 años. La empresa ofrece oportunidades de verano para jóvenes (hijos de los empleados). Actualmente Howard Johnson emplea 47 empleados muchos heredados de la administración Travel Lodge que fueron readiestrados para elevar su desempeño a los estándares de la nueva marca. Howard Johnson les provee tres tipos de adiestramiento: 1) recursos humanos & cultura, 2) normas y reglamentos de la franquicia y 3) adiestramientos actualizados de la bandera. Todos los empleados son personas de la comunidad que residen en áreas y pueblos limítrofes: Carolina (mayoría) Bayamón, Levitown, Piñones, Canóvanas, Rio Grande, San Juan, Rio Piedras, Toa Alta, entre otros.