GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MGALLERY

BỘ SƯU TẬP KHÁCH SẠN

GIỚI THIỆU THƯƠNG HIỆU

PHÁT TRIỂN TOÀN CẦU CỦA ACCOR Q1 2021

Hôtel de la Coupole Sapa • MGallery

Việt Nam

Hôtel de la Coupole - • MGallery

Việt Nam

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỘT BỘ SƯU TẬP
NHỮNG CÂU CHUYỆN CÓ THẬT
VỀ KHÁCH SẠN BOUTIQUE

MGallery chọn những tính năng độc đáo với niềm đam mê để tập hợp thành một bộ sưu tập khách sạn độc nhất mang đến hững câu chuyện độc đáo và hấp dẫn. Với hơn 100 khách sạ trên toàn thế giới, mỗi MGallery mang đến một câu chuyện độc đáo lấy cảm hứng từ vị trí tọa lạc. Từ thiết kế với bản sắc riêng và sự kết hợp sự hài mang đến cho bạn sự cảm nhận hàng ngày, các khách sạn MGallery là nơi du khách có thể tận hưởng trải nghiệm du lịch sang trọng.

MGALLERY CHUYỆN LÀ THẾ ĐÓ...

Hôtel Le Louis Versailles Château • MGallery

France

CÂU CHUYỆN THƯƠNG HIỆU MGALLERY

Được thành lập vào năm 2008, MGallery là thương hiệu sưu tập boutique đầu tiên, dành cho những du khách tò mò, mong muốn khám phá những điều mới mẻ qua mỗi chuyến đi …

Thương hiệu khách sạn boutique cao cấp này là điểm đặc biệt đối với các khách sạn có quy mô (bình quân 100 phòng), mang đến những câu chuyện chân thực trong cuộc sống thông qua thiết kế mạnh mẽ

Thương hiệu, ban đầu tại Geneva và sau đó là Pháp, giờ đây đã thực sự mang tầm vóc quốc tế với hơn 100 khách sạn trên khắp các châu lục

LOGO

BỘ SƯU TẬP KHÁCH SẠN MGALLERY

Cấu trúc đối xứng của logo được lấy cảm hứng từ con dấu của nhà thiết kế của Viennese Secession và các chữ cái đầu xen kẽ được tìm thấy trong các thương hiệu cao cấp.

M

Khách sạn đáng nhớ

GALLERY

Được lấy từ ý tưởng về các khách sạn được chọn, giống như các tác phẩm nghệ thuật trong phòng trưng bày.

HOTEL COLLECTION

Củng cố vị thế của MGallery như một "Thương hiệu Bộ sưu tập"

GALLERY

HOTEL COLLECTION

POSITIONING VIDEO

CHÈN MGALLERY MOOD VIDEO NẾU CẦN THIẾT

POSITIONING
VIDEO

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

NỘI DUNG

1. THƯƠNG HIỆU USPs
2. XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU
3. NỀN TẢNG THƯƠNG HIỆU
4. KINH NGHIỆM THƯƠNG HIỆU
5. TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU
6. HIỆU SUẤT THƯƠNG HIỆU

Hotel Century Old Town Prague • MGallery

Cộng hòa Séc

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

THƯƠNG HIỆU USPs

BỘ SƯU TẬP CÁC KHÁCH SẠN ĐỘC NHẤT VỚI KIỂU DÁNG MẠNH MẼ

- Mỗi khách sạn mang đến một câu chuyện độc đáo đem đến sự trải nghiệm du khách luôn qua hướng tiếp cận kể chuyện (STORM)
- Câu chuyện về khách sạn có phong cách riêng, tầm nhìn và trải nghiệm mới.
- Câu chuyện của khách sạn là trung tâm của mọi hoạt động: vị thế, thiết kế, giá trị cam kết và truyền thông
- “Các vị trí “tốt nhất” khi được cấp phép trong danh mục vị trí tốt nhất (như Tarcin Sarajevo), các khách sạn MGallery thường là thương hiệu cao cấp độc nhất nhất trong nhóm đối thủ cạnh tranh“.

INK Hotel Amsterdam • MGallery

Hà Lan

THƯƠNG HIỆU LINH HOẠT VÀ THÍCH ỨNG

- Thiết kế linh hoạt phù hợp với từng thị trường, câu chuyện khách sạn và vị trí độc đáo
- Các chương trình thương hiệu có khả năng thích ứng mạnh tập trung vào trải nghiệm của khách:
  -Thiết kế theo phong cách riêng
    - Tự chăm sóc sức khỏe bản thân
    - Kết hợp cảm quan
- Các nhu cầu và đặc điểm cụ thể của khách sạn là ưu tiên hàng đầu của thương hiệu, đó là lý do tại sao các tiêu chuẩn thương hiệu trong khách sạn rất linh hoạt và tập trung vào những chủ đề làm cho khách sạn trở nên độc đáo.

Hôtel de la Coupole Sapa • MGallery

Việt Nam

MỘT THƯƠNG HIỆU MẠNH TẠO RA SỨC MẠNH

- Thương hiệu được xây dựng trên cơ sở kế thừa nhận thức và kinh nghiệm quốc tế của tập đoàn, nhưng vẫn duy trì bản sắc riêng của khách sạn
- Với hệ thống phân phối rộng khắp của Accor, trung bình toàn cầu chiếm> 70% tổng doanh thu khách sạn, cao nhất trên thị trường
- Các chương trình khuyến mãi hấp dẫn để gia tăng doanh thu, chẳng hạn như "Khoảnh khắc đáng nhớ"
- Tinh thần cộng đồng mạnh mẽ: Sự trở lại của du khách thúc đẩy gia tăng doanh thu.
- Mạng lưới chất lượng, phát triển nhanh: + 15 khách sạn / năm

Hotel Paris Bastille Boutet • MGallery

Pháp

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MẠNG LƯỚI& PIPELINE THƯƠNG HIỆU

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

106 KHÁCH SẠN

11,140 QUỐC GIA

33

---

57 KHÁCH SẠN MỚI 2024

6,600 TĂNG SỐ PHÒNG

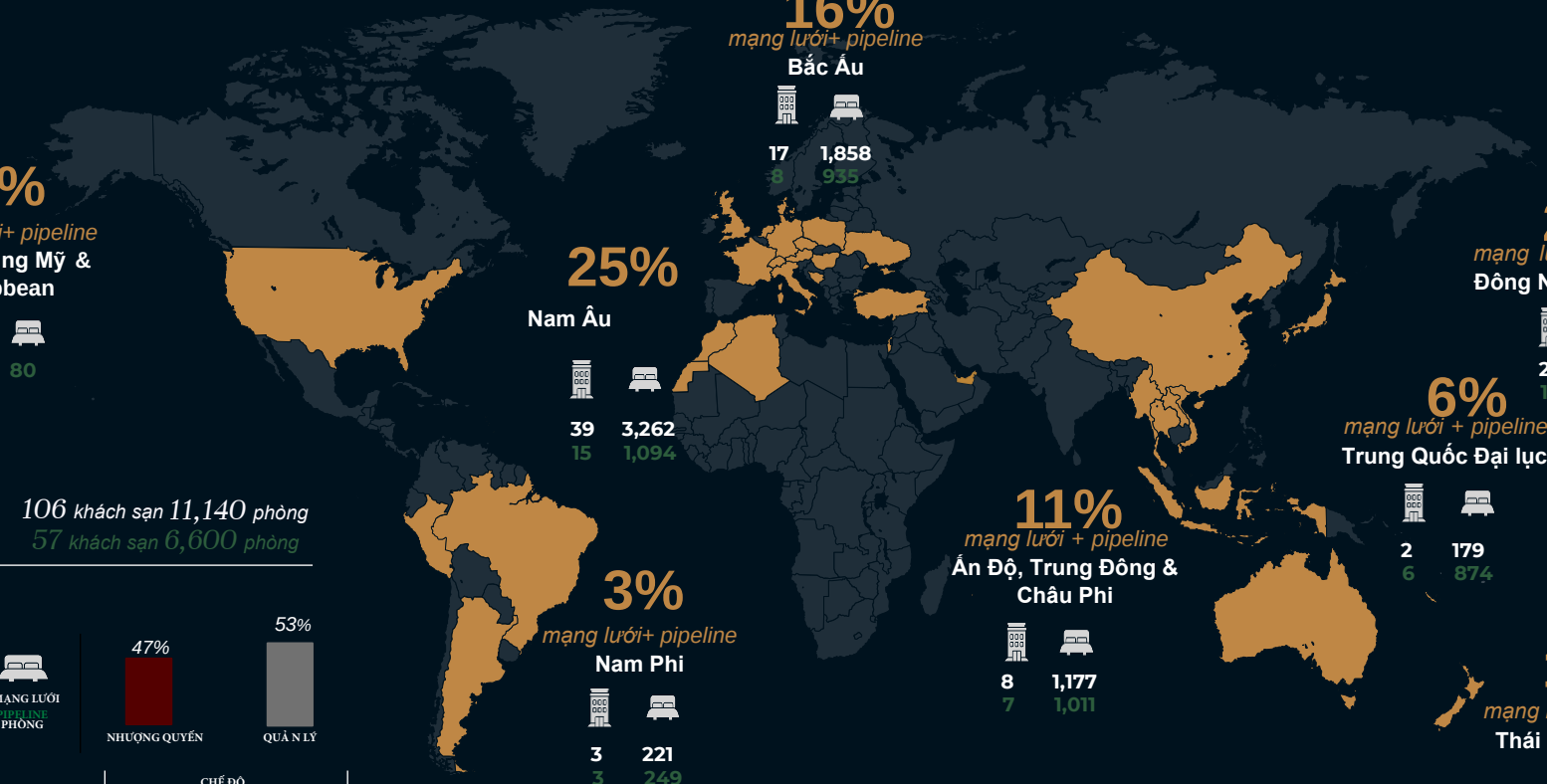
2024

The Mitchelton Hotel Nagambie • MGallery

Australia

MẠNG LƯỚI DẤU CHÂN TOÀN CẦU 165 KHÁCH SẠN TRÊN TOÀN HỆ THỐNG

GALLERY HOTEL COLLECTION



16%
mạng lưới+ pipeline
Bắc Âu
17 | 1,858
8 | 935

1%
Mạng lưới+ pipeline
Bắc, Trung Mỹ & Caribbean
1 | 80

25%
Nam Âu
39 | 3,262
15 | 1,094

28%
mạng lưới + pipeline
Đông NamÁ
25 | 3,046
13 | 1899

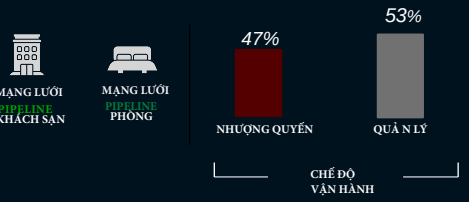
6%
mạng lưới + pipeline
Trung Quốc Đại lục
2 | 179
6 | 874

11%
mạng lưới + pipeline
Ấn Độ, Trung Đông & Châu Phi
8 | 1,177
7 | 1,011

3%
mạng lưới+ pipeline
Nam Phi
3 | 221
3 | 249

10%
mạng lưới + pipeline
Thái bình dương
12 | 1,397
4 | 458

MẠNG LƯỚI *106 khách sạn 11,140 phòng*
PIPELINE *57 khách sạn 6,600 phòng*



Tất cả các số liệu tính đến cuối tháng 12 năm 2020
Mạng lưới + pipelines chi tiết theo khu vực được tính theo số lượng phòng.

Hôtel de la Coupole • MGallery

Việt Nam

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

KHÁCH SẠN HÀNG ĐẦU

MOLITOR

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Nơi ra đời của bikini đã trở thành một trong những địa điểm bơi và nghỉ ngơi sành điệu nhất ở Paris.

INK.

HOTEL | AMSTERDAM

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Máy đánh chữ này đã chứng kiến việc biến một phòng họp báo thành một khách sạn boutique.

QUEENS
Cheltenham

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Tấm kỷ niệm chương này đánh dấu lịch sử lâu đời của Queens Hotel Cheltenham, được đặt tên để vinh danh Nữ hoàng Victoria.

PAPADOPOLI
HOTEL VENEZIA

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

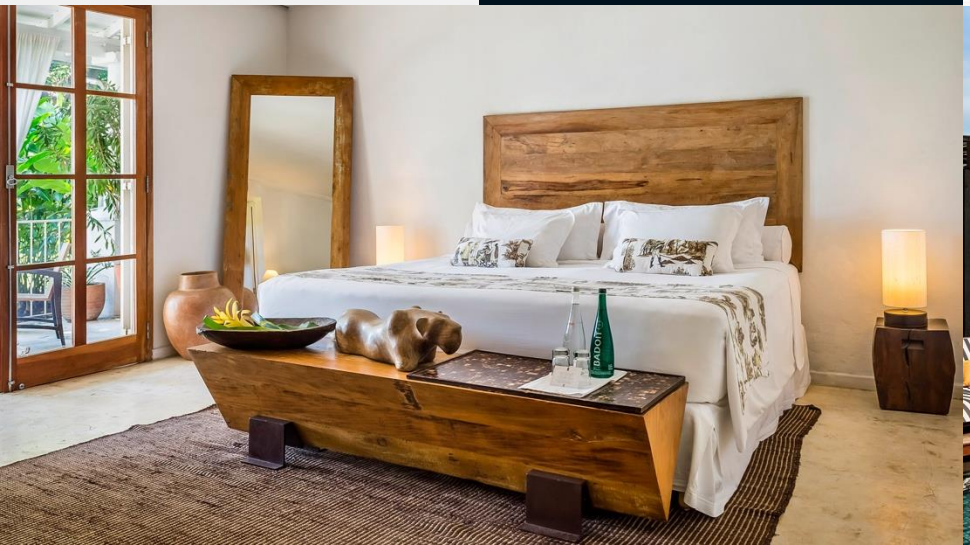
Chiếc mũ rơm này được đội bởi những người chèo thuyền đưa du khách của Hotel Papadopoli Venezia đến với những trải nghiệm khó quên những chuyến đi.

HOTEL SANTA TERESA

• RIO •

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Hotel Santa Teresa vinh danh di sản của mình như một đồn điền cà phê trước đây bằng túi hạt cà phê này.



HOTEL MUSE

BANGKOK LANGSUAN

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Hãy nhấp vào gót chân của bạn và được đưa trở lại vinh quang Art Deco ở Bangkok, một phong cách thiết kế biểu tượng cho triều đại của Vua Rama V.

HÔTEL DES ARTS

SAIGON

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Chiếc điện thoại cổ điển này gợi nhớ về
thời kỳ Đông Dương những năm 1930
khi kết nối văn hóa Pháp và Việt Nam

HOTEL DE LA COUPOLE SAPA

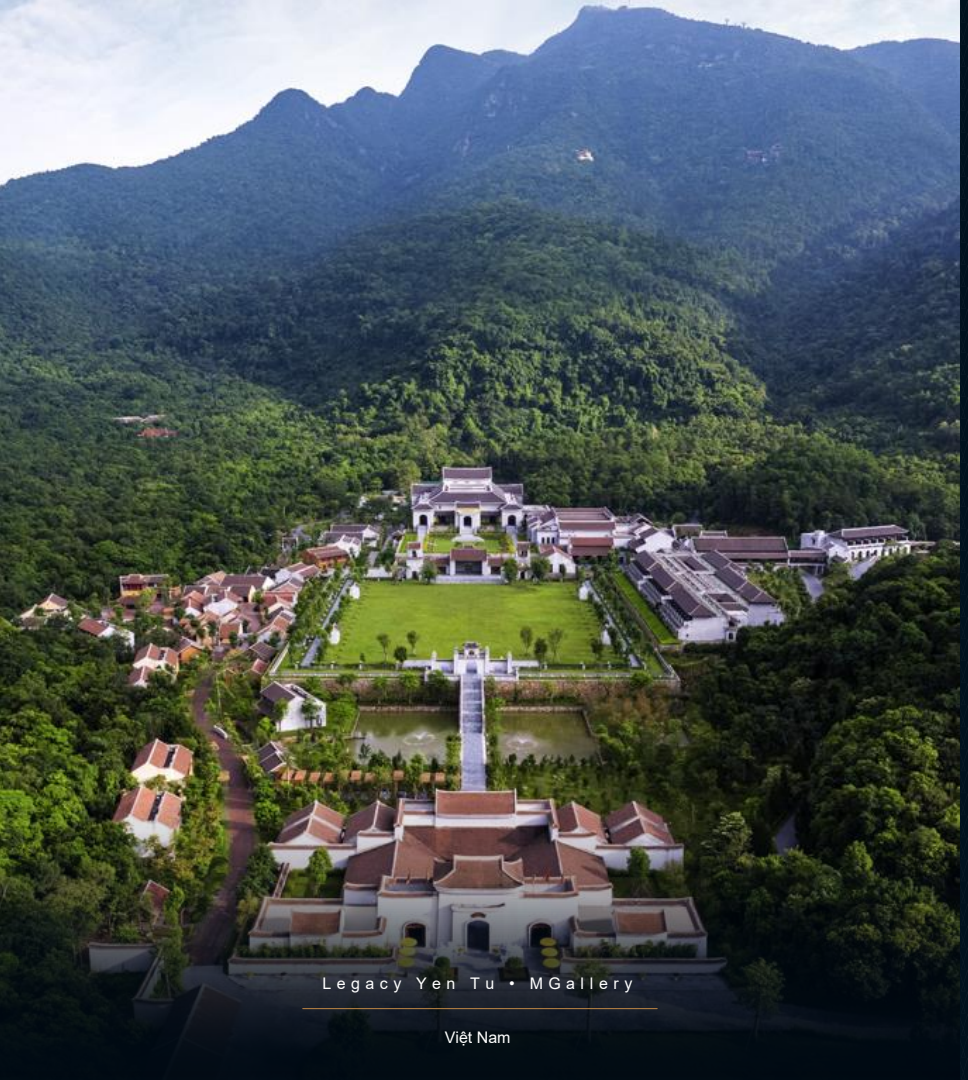
MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Những cuộn chỉ phong cách vintage đánh dấu cam kết của khách sạn trong việc kết hợp thời trang cao cấp của Pháp và sự quyến rũ với phong cách thiên nhiên tươi đẹp của núi rừng.

MITCHELTON

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Những nhãn rượu này, biểu tượng Tháp Ashton, mang đến cho du khách những câu chuyện độc đáo về khách sạn ở Thung lũng Goulburn, nhà máy rượu đầu tiên



GALLERY
HOTEL
COLLECTION

KHU NGHỈ DƯỠNG HÀNG ĐẦU & TRONG ĐÔ THỊ

veranda
high resort
chiang mai

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Những bức tường gạch bị phong hóa này tôn vinh cam kết của khách sạn đối với lịch sử giữa những ngôi chùa và bảo tháp cổ Chiang Mai.

AMARTERRA

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Thanh lọc tâm trí và tinh thần của bạn tại Amarterra Villas Bali Nusa Dua khi tham gia nghi lễ thanh tẩy truyền thống của người Bali.

Avista Grande Karon
Resort & Spa - Phuket

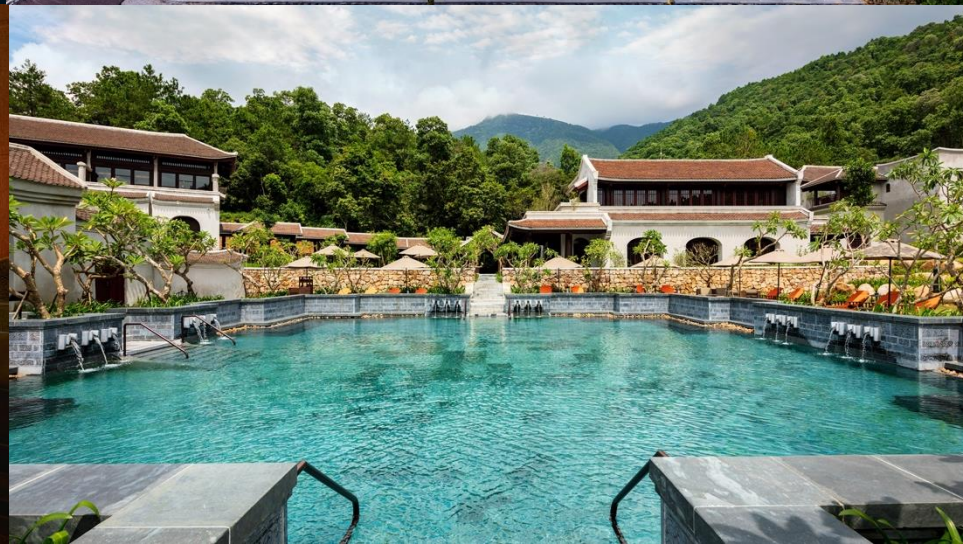
MGALLERY
HOTEL COLLECTION

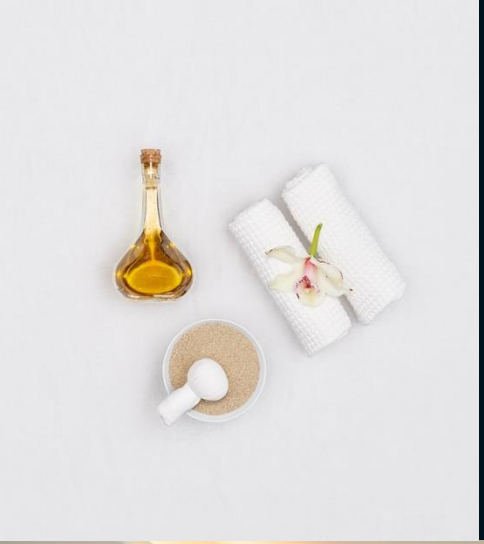
Tại Avista Grande Phuket Karon,
kiến trúc Chino-Bồ Đào Nha bắt đầu
từ nền lát gạch hoa văn

LEGACY YÊN TỬ

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Những tay nắm cửa hình hoa sen bằng đồng làm thủ công này tượng trưng cho sự kết hợp giữa cái cũ và cái mới, khai thác các làng nghề thủ công truyền thống của Việt Nam.





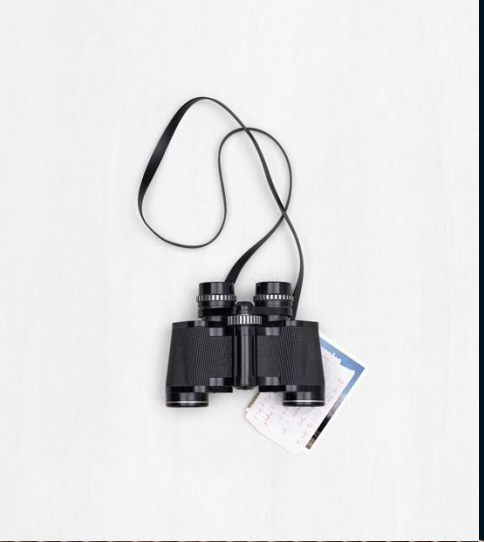
ذا رتريت نخلة دبي

THE RETREAT

PALM DUBAI

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Tại Retreat Palm Dubai, các yếu tố tự nhiên và tinh hoa truyền thống được kết hợp để trở thành khu đô thị hiện đại



TARČIN FOREST RESORT & SPA

SARAJEVO

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Quan sát thiên nhiên qua ống
nhòm tại Khu nghỉ dưỡng sinh thái
Sarajevo's Tarcin và Spa

LA GRANDE TERRASSE

Hôtel & Spa La Rochelle

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

Con chuồn chuồn này là biểu tượng của sự nhẹ nhàng và vẻ đẹp của nơi nghỉ dưỡng bên bờ biển ở La Rochelle

NEST Paris La Défense • MGallery

France

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

KHÁCH SẠN MỚI VÀ SẮP KHAI TRƯƠNG

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỚI KHAI TRƯƠNG

Hôtel Perle d'Orient
CAT BA

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỚI KHAI
TRƯƠNG

NEST
PARIS LA DÉFENSE
HOTEL

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỚI KHAI
TRƯƠNG

HOTEL CHADSTONE

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỚI KHAI TRƯƠNG

AC

ATHENS CAPITAL
HOTEL

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỚI KHAI TRƯƠNG

The View
CHANGBAI MOUNTAIN

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỚI KHAI TRƯƠNG

THE BRIDGE
WROCLAW

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỚI KHAI
TRƯƠNG

**OCEAN SPRING
RESORT CHENGDU**

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỚI KHAI TRƯƠNG

DONGFENGYUN MI'LE
弥 | 勒 | 东 | 风 | 韵

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

SẮP KHAI TRƯƠNG

KYOTO YURA NIJO JO BETTEI

JAPAN

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

SẮP KHAI TRƯƠNG

V VILLAS PHUKET

THÁI LAN

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

SẮP KHAI TRƯƠNG

ADMIRAL HOTEL
Manila

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

SẮP KHAI TRƯƠNG

L'ESQUISSE COLMAR HOTEL & SPA

PHÁP

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

SẮP KHAI
TRƯƠNG

THE EMPORIUM
PLOVDIV

MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

NỀN TẢNG XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

CHÚNG TA ĐẾN TỪ ĐÂU?

CHÚNG TA SẼ ĐI ĐÂU ?

Le Grand Hôtel Cabourg • MGallery

Pháp

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

NỀN TẢNG XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

NỀN TẢNG

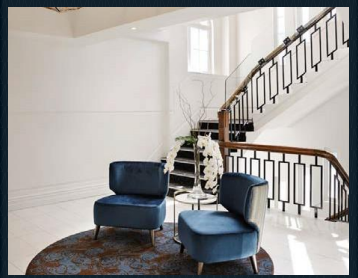
MGallery là bộ sưu tập các khách sạn boutique độc đáo và đáng nhớ đầu tiên của một tập đoàn khách sạn quốc tế

TẦM NHÌN

Chúng tôi tin tưởng rằng dịch vụ của chúng tôi sẽ kết nối trái tim du khách

MỤC ĐÍCH

Làm rung động trái tim và tâm trí du từng khách qua từng câu chuyện kể thú vị



THAM VỌNG

Trở thành bộ sưu tập khách sạn boutique được yêu thích nhất trên thế giới dành cho du khách và giới chủ.

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

NỀN TẢNG THƯƠNG HIỆU

KHÁCH HÀNG CỦA CHÚNG TA LÀ AI ?

CHÚNG TA PHẢI CHINH PHỤC KHÁCH HÀNG NHƯ THẾ NÀO ?

Hotel Lindrum Melbourne • MGallery

Australia

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

HỒ SƠ KHÁCH HÀNG

GIỚI TÍNH

NAM	70%
NỮ	30%

TUỔI

18 - 24	1%
25 - 34	12%
35 - 44	25%
45 - 54	29%
55 +	33%

KINH DOANH HOẶC GIẢI TRÍ

KINH DOANH	58%
GIẢI TRÍ	42%

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MỤC TIÊU MONG MUỐN CỦA CHÚNG TÔI: KHÁM PHÁ ĐAM MÊ

DÂN SỐ
Mục tiêu 35-50 năm 60% phụ nữ / 40% nam giới
Chủ yếu là giải trí

THIẾ KẾ
Câu chuyện độc đáo
Và twist hiện đại

TƯ DUY
Thích tò mò, Phiêu lưu hiểm: thích Thay đổi bất ngờ để có được hạnh phúc viên mãn Điều chỉnh trải nghiệm

CÁC HOẠT ĐỘNG
Nghệ thuật & triển lãm
Các nhà hàng bình dân địa phương và quán bar phong cách speakeasy
Du lịch khám phá điểm đến bất bại Yoga

ĐAM MÊ
Trải nghiệm đích thực & Khám phá con đường bất bại
Tự trao quyền và phát triển cá nhân
Khoảnh khắc của tội lỗi

MONG MUỐN
Tìm kiếm hạnh phúc viên mãn thông qua cảm hứng và học hỏi không ngừng

MEDIA BRANDS
Elle & Elle Deco
Vanity Fair
Nowness
Messy Nessy Chic

THƯƠNG HIỆU BÁN LẺ
ANTHROPOLOGY
LEICA
ETSY
KURE BAZAAR

THƯƠNG HIỆU KHÁCH SẠN/ DU LỊCH
Khách sạn boutique
Khách sạn có trải nghiệm thiết kế AIRBNB

MỘT BỘ SƯU TẬP CÁC CÂU CHUYỆN CÓ THẬT VỀ KHÁCH SẠN BOUTIQUE

BRAND CHARACTER

DELIGHTFUL

SINGULAR

EMOTIONAL BENEFITS

ENRICHED

INSPIRED

BRAND PASSIONS

BESPOKE DESIGN

SELF-CARE

SENSORIAL MIXOLOGY

ARTFUL STORIES

ASPIRATIONAL TARGET

THE PASSIONATE EXPLORERS

GLOBAL COMPETITIVE SET

AUTOGRAPH COLLECTION® HOTELS

TRIBUTE PORTFOLIO

RADISSON COLLECTION

CURIO COLLECTION by Hilton™

DESIGN HOTELS

KEY BRAND CONCEPTS & MARKERS

STORYTELLING (STORM PROCESS)
ICONIC OBJECT
MEMORABLE MOMENTS
SIGNATURE COCKTAILS
FEEL GOOD AT MGALLERY

DESIGN DIRECTION

BESPOKE DESIGN

CONTEMPORARY AND AUTHENTIC DESIGN CONNECTED TO THE HOTEL STORY AND THE DESTINATION

MGALLERY "KINH NGHIỆM"

DI SẢN

Các khách sạn trước hết nơi chứa nhiều dữ liệu lịch sử và nhiều bức tranh treo tường kể về quá khứ. Tòa nhà là tài sản chính của khách sạn và mặt tiền phản ánh phong cách lịch sử tiêu biểu

THANH THẢN

Các khách sạn là kho báu ẩn trong thiên nhiên hay đô thị (biển, đồng quê, núi, thành phố…). các cơ sở trẻ hóa (phòng tập thể dục, spa, sân vườn sang trọng…).

DẤU ẤN

Các khách sạn phản ánh một thế giới thẩm mỹ, một phong cách, một thiết kế, dấu ấn của một người đã góp phần tạo dựng hoặc trang trí nó.

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

KINH NGHIỆM THƯƠNG HIỆU

CÁCH CHÚNG TÔI ĐƯA THƯƠNG HIỆU VÀO CUỘC SỐNG ?

Legacy Yen Tu • MGallery

Việt Nam

NEST Paris La Défense • MGallery

Pháp

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

TRIẾT LÝ THIẾT KẾ

THIẾT KẾ VỚI GIÁ TRỊ CỐT LỎI CỦA THƯƠNG HIỆU MGALLERY

THIẾT KẾ THEO PHONG CÁCH RIÊNG

THIẾT KẾ ĐƯƠNG ĐẠI VÀ ĐÍCH THỰC KẾT NỐI CÂU CHUYÊN VỀ KHÁCH SẠN VÀ ĐIỂM ĐẾN TRONG HÀNH TRÌHN CỦA DU KHÁCH

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

THIẾT KẾ TẬN TÂM

THIẾT KẾ RIÊNG

Tại MGallery, chúng tôi đánh giá cao tầm nhìn độc đáo của từng nhà thiết kế, được thiết kế phong cách riêng cho từng khách sạn.

KỂ CHUYỆN

Bộ sưu tập MGallery không kể một câu chuyện hai lần. Vai trò của thương hiệu là làm cho câu chuyện này trở nên sống động thông qua thiết kế.

TWIST HIỆN ĐẠI

MGallery hướng đến sự thăng hoa chứ không phải sự cải tạo: chúng tôi hướng đến việc tái tạo quá khứ nhiều hơn là bảo tồn.

THÂN MẬT

Tất cả sự thân mật tại MGallery là làm cho không gian lớn cảm thấy nhỏ và làm cho không gian nhỏ trở nên đẹp, tạo sự gần gũi và ấm áp tự nhiên với du khác.

Muse Hotel Bangkok • MGallery

Thái Lan

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

THƯƠNG HIỆU ĐAM MÊ

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

CÁCH CHÚNG TÔI ĐƯA THƯƠNG HIỆU VÀO CUỘC SỐNG TRONG CÁC KHÁCH SẠN…

THIẾT KẾ PHONG CÁCH RIÊNG

Thiết kế hiện đại và đích thực kết nối với câu chuyện khách sạn và điểm đến

CHĂM SÓC BẢN THÂN

VIÊN MÃN

Toàn bộ trải nghiệm tập trung vào việc tự chăm sóc bản thân bằng cách mang đến nguồn cảm hứng nuôi dưỡng tâm trí, cơ thể và tâm hồn

NHIỀU CẢM XÚC

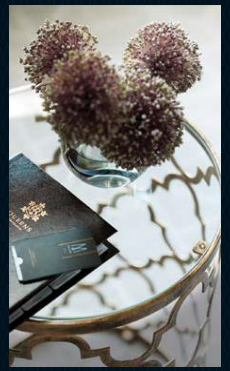
Sự kết hợp của các hương vị và mùi hương thể hiện câu chuyện và tính cách độc đáo của khách sạn

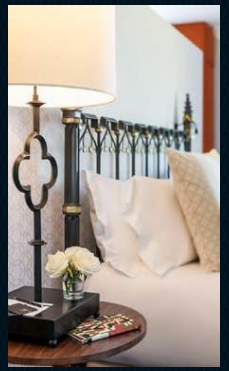
NHỮNG CÂU CHUYỆN NGHỆ THUẬT

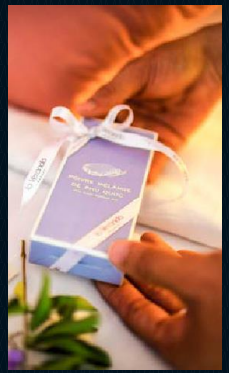
UBiểu cảm nghệ thuật độc đáo cộng hưởng với câu chuyện của từng khách

HÀNH TRÌNH&TRẢI NGHIỆM DU KHÁCH – TIÊU CHUẨN BẮT BUỘC

Danh sách sau đây chứa các khái niệm & điểm đánh dấu thương hiệu chính. Hướng dẫn cụ thể và chi tiết với nhiều yếu tố và nội dung mang đến từng trải nghiệm sống động trong hành trình của du khách. Tiêu chuẩn thương hiệu kể từ cuối năm 2019, có thể thay đổi







KHÁCH ĐẾN

- Quà tặng
- Đồng phục/ chi tiết đồng phục
- Bưu thiếp
- ẤN PHẨM
- SÁCH

KHÔNG GIAN CÔNG CỘNG

- Mùi thơm khách sạn
- Lớp học thể dục

PHÒNG KHÁCH

- Phòng Suite
- Thần chú
- Lấy cảm hứng từ phụ nữ
- ẤN PHẨM

F&B

- Cocktail đặc trưng
- Sản phẩm đặc trưng tại Bữa sáng
- Món ăn đặc trưng
- Lấy cảm hứng từ phụ nữ

VIÊN MÃN

- Lấy cảm hứng từ phụ nữ
- Liệu pháp

HOẠT ĐỘNG GIẢI TRÍ

- Khoảng khắc khó quên
- Hoạt động tự thiện
- Công tác trong thành phố Con đường bất bại
- Khóa chạy bộ

KHÁCH ĐI

- Quà lưu niệm

Thiết kế phong cách riêng · Viên mãn chăm sóc bản thân hàng ngày · Kết hợp cảm quan · Các câu chuyện nghệ thuật

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

HÀNH TRÌNH DU KHÁCH • ĐẾN

CHÀO MỪNG &QUÀ TẶNG LƯU NIỆM

Một món quà nhỏ nhưng có ý nghĩa phản ánh câu chuyện của khách sạn và / hoặc điểm đến của khách sạn.

BƯU THIẾP

Một bộ sưu tập các tấm bưu thiếp làm cho câu chuyện của khách sạn và / hoặc điểm đến địa phương trở nên sống động một cách trực quan. Để GM mua và / hoặc sử dụng thẻ chào mừng trong phòng

ĐỒNG PHỤC/ CHI TIẾT ĐỒNG PHỤC

Đồng phục chuyên dụng hoặc chi tiết cụ thể hoặc phụ kiện trên đồng phục nhân viên giúp truyền đạt câu chuyện của khách sạn thông qua thiết kế

TẠP CHÍ/ SÁCH

Thư mục thương hiệu và Sách nghệ thuật có sẵn trong tất cả các khách sạn (bắt buộc) tại sảnh để giới thiệu bản sắc thương hiệu cũng như câu chuyện của mỗi khách sạn.

HÀNH TRÌNH DU KHÁCH • KHÔNG GIAN CÔNG CỘNG

HƯƠNG HOA KHÁCH SẠN

Mỗi khách sạn có một mùi hương đặc trưng kết nối với câu chuyện khách sạn của họ

CÁC LỚP TẬP THỂ DỤC

Trải nghiệm lớp tập thể dục ngoài mong đợi tại các khu vực chung của khách sạn

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

HÀNH TRÌNH DU KHÁCH • PHÒNG KHÁCH

PHÒNG SUITE

Mỗi khách sạn cần có ít nhất một phòng suite được thiết kế theo câu chuyện của khách sạn (được xác định trong STORM), bao gồm thiết kế riêng cho phòng suite, điểm tiếp xúc và tên đặc biệt.

LẤY CẢM HỨNG TỪ PHỤ NỮ

Bộ sưu tập các sản phẩm và các dịch vụ được thiết kế và lấy cảm hứng từ phụ nữ, nâng tầm MGallery trở thành thương hiệu được du khách nữ lựa chọn.

THẦN CHÚ

Các câu thần chú được sử dụng như một cách để khuyến khích tự trao quyền cho khách để học những cách mới để chăm sóc bản thân.

TẠP CHÍ THƯƠNG HIỆU

Một thư mục thương hiệu sẵn có trong tất cả các khách sạn (bắt buộc) tại sảnh và trong phòng, thể hiện bản sắc thương hiệu cũng như câu chuyện của mỗi khách sạn.

HÀNH TRÌNH DU KHÁCH • F & B

COCKTAIL ĐẶC TRƯNG

Một thức uống đáng nhớ được liên kết hoặc lấy cảm hứng từ câu chuyện của khách sạn được làm nổi bật trên menu quầy bar và được người pha chế giới thiệu trong quá trình chuẩn bị.

MÓN ĂN ĐẶC TRƯNG

Một món ăn liên quan đến câu chuyện / khái niệm nhà hàng hoặc đặc sản của Đầu bếp.

SẢN PHẨM TẠI BỮA SÁNG

Một sản phẩm độc đáo trong bữa ăn sáng liên kết với các điểm đến tại chỗ.

LẤY CẢM HỨNG TỪ PHỤ NỮ

Lấy cảm hứng từ phụ nữ mang đến nét nữ tính cho thực phẩm an toàn thoải mái.

HÀNH TRÌNH DU KHÁCH • VIÊN MÃN

LIỆU PHÁP ĐẶC BIỆT

Một liệu pháp đặc biệt độc quyền tại Spa được liên kết với câu chuyện của khách sạn (chỉ áp dụng đối với những khách sạn có spa)

LẤY CẢM HỨNG TỪ PHỤ NỮ

Một bộ sưu tập các sản phẩm và dịch vụ được thiết kế và lấy cảm hứng từ phụ nữ, đã nâng tầm MGallery trở thành thương hiệu được du khách nữ lựa chọn.

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

HÀNH TRÌNH DU KHÁCH • HOẠT ĐỘNG GIẢI TRÍ

KHOẢNG KHẮC KHÓ QUÊN

Mỗi khách sạn MGallery đều mang đến cho du khách trải nghiệm thực sự độc đáo, quyến rũ về điểm đến và để lại cho du khách những kỷ niệm khó quên.

HỢP TÁC TRONG THÀNH PHỐ

Nếu chúng tôi không có không gian hoặc nguồn lực để cung cấp cho du khách, chúng tôi sẽ cung cấp TOP 5 trong và xung quanh thị trấn. Điều này tạo uy tín và sự thuận tiện cho khách.

CON ĐƯỜNG BẤT BẠI KHÓA CHẠY BỘ

Được thiết kế cho những người đam mê khám phá: gợi ýmột khóa học chạy bộ cho phép du khách khám phá những viên ngọc ẩn chứa từ điểm đến

HOẠT ĐỘGN TỪ THIỆN

Nuôi dưỡng tâm hồn bằng cách giúp đỡ người khác và cộng đồng thông qua hoạt động từ thiện ở cấp độ toàn cầu và khách sạn.

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU CHÍNH

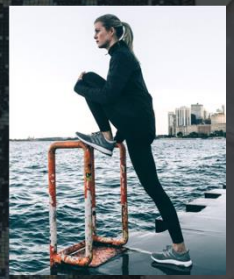
GALLERY
HOTEL COLLECTION

Feel good TẠI MGALLERY

MANG LẠI NIỀM VUI VÀ KHOẢNG KHẮC KHÓ QUÊN CHO DU KHÁCH

Chúng tôi tin rằng viên mãn là khi được trải nghiệm trọn vẹn chuyến đi. Chúng tôi mang đến nguồn cảm hứng nuôi dưỡng tâm trí, cơ thể và tâm hồn để bạn trở thành một người đích thực nhất

Soul



Body

Design

GALLERY
HOTEL
COLLECTION
INSPIRED
by her
CỬ CHỈ ÂN CẦN, XEM XÉT CẨN TRỌNG …
LỰA CHỌN SẢN PHẨM, DỊCH VỤ VÀ TRẢI NGHIỆM ĐƯỢC PHỤ NỮ THIẾT KẾ DÀNH CHO PHỤ NỮ
Chương trình mang đến những cử chỉ ân cần và sự quan tâm chu đáo giúp phụ nữ hạnh phúc viên mãn tại các khách sạn MGallery trên toàn thế giới

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MIXOLOGY

TẠI MGALLERY

KHOẢNG KHẮC TUÔN TRÀO CẢM XUC CỦA BẠN

THƯỞNG THỨC MÓN COCKTAIL TẠI MGALLERY HƠN HƯỞNG THƯỞNG THỨC ĐỒ UỐNG: ĐÓ LÀ TẬN HƯỞNG KHOẢNG KHẮC CUỘC SỐNG…

Mỗi khách sạn có một loại Cocktail đặc trưng, một thức uống đáng nhớ được truyền hoặc lấy cảm hứng từ câu chuyện của khách sạn.

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

KHOẢNG KHẮC

KHÓ QUÊN

MỘT LẦN TRONG ĐỜI

MỘT TRẢI NGHIỆM KHÓ QUÊN VÀ CỰC KỲ HẤP DẪN

Mỗi khách sạn MGallery đều mang đến cho du khách Khoảnh khắc Đáng nhớ, một trải nghiệm duy nhất gợi nhớ nhiều kỷ niệm.

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU

CÁCH CHÚNG TÔI XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU ?

KHÁI NIỆM SÁNG TẠO, HƯỚNG ĐẾN ĐỐI TƯỢNG

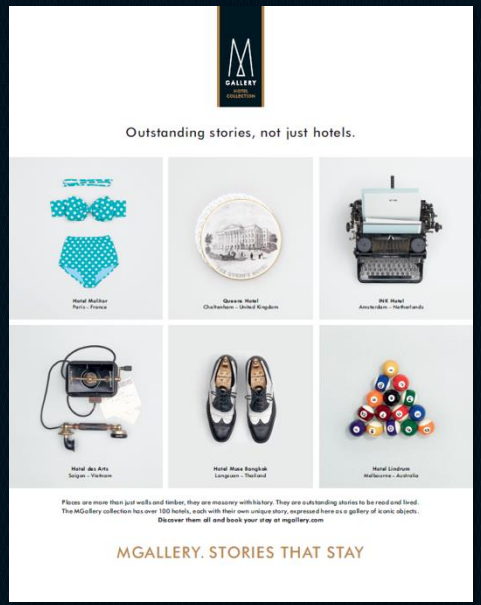
KHÁI NIỆM SÁNG TẠO CỦA CHIẾN DỊCH NÀY NHẰM TĂNG CƯỜNG SỰ ĐA DẠNG CỦA MỖI KHÁCH SẠN MGALLERY.

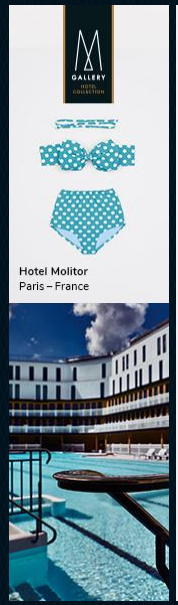
Tất cả đều được làm bằng những vật thể độc đáo, là nhân chứng lịch sử được du khách ghi lại đến nay. Ý tưởng nêu bật cảm xúc về sự độc đáo của mỗi khách sạn bằng hình ảnh một bộ sưu tập các đồ vật mang tính biểu tượng.

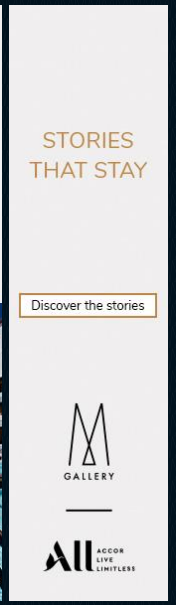
Tiến hành khảo sát tỉ mỉ để xác định những đồ vật này, thu thập từ các khách sạn MGallery trên toàn cầu, những đồ vật tượng trưng cho câu chuyện của khách sạn.

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

MGALLERY. NHỮNG CÂU CHUYỆN







TẠP CHÍ VÀ DANH MỤC MG A L L E RY

Tạp chí thương hiệu MGallery giới thiệu bộ sưu tập đa dạng các khách sạn.

Mỗi ấn phẩm xuất bản có một nội dung biên tập độc quyền.

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

TRUYỀN THÔNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI VỀ THƯƠNG HIỆU

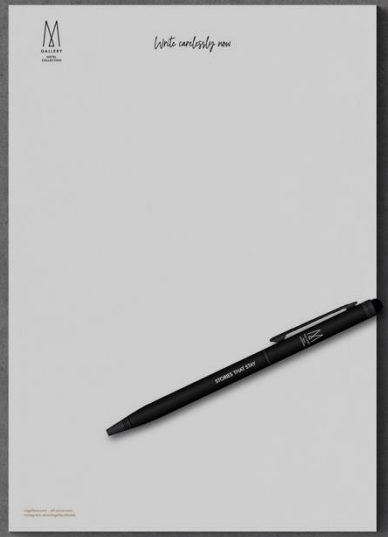
37K

26K

18K

STORIES
THAT
STAY

THE DESIGN ISSUE
MGALLERY HOTEL COLLECTION


Write carelessly now

Write now.
Read later.
Treasure forever.

MGALLERY
HOTEL COLLECTION
FIRST NAME LAST NAME
Function FR
Position CHR
Complete address, complete address
Postal Code City - Country
Tel. +00 (0)0 00 00 00 00
Email name@mgallerydomain.com
hotelsofsofia.com

THE ROYAL BEACH SEMINYAK BALI
KYOTO YURA HOTEL
LA GRIFFE ROMA

Enjoy
every moment
@mgalleryhotels

LE LOUIS
MGALLERY
HOTEL COLLECTION

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

GIẢI THƯỞNG

130 GIẢI THƯỞNG CHO 32 KHÁCH SẠN TRONG 2019

Khu vực hàng đầu: Châu Á Thái Bình Dương (trừ Trung Quốc) với 72 giải thưởng

Condé Nast Traveler Readers' Choice Awards 2019	Haute Grandeur Global Awards	Hotel Of The Year Awards	THA Travel & Hospitality Award Winner	Travelers' Choice tripadvisor		World Travel Awards Winner
Condé Nast Giải thưởng Du khách 2019 Do Du khách Bình chọn	Haute Grandeur Giải thưởng toàn cầu	Giải thưởng Khách sạn của Năm	Giải thưởng Du lịch và Hiếu khách	Tư vấn chuyến đi	Giải thưởng khách sạn sang trọng thế giới	Giải thưởng Du lịch Thế giới 2019
12 GIẢI THƯỞNG	4 GIẢI THƯỞNG	1 GIẢI THƯỞNG	1 GIẢI THƯỞNG	4 GIẢI THƯỞNG	6 GIẢI THƯỞNG	5 GIẢI THƯỞNG

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

HIỆU SUẤT CỦA THƯƠNG HIỆU

CÁCH CHÚNG TÔI ĐO LƯỜNG THÀNH CÔNG

Sainte-Barbe Hôtel & Spa Le Conquet • MGallery

Pháp

HIỆU SUẤT CỦA THƯƠNG HIỆU

NĂM 2019

NHẬN THỨC

LÊN ĐẾN 35%

Tại 4 quốc gia:
Pháp 35%
Brazil 26%
Australia 20%
Singapore 17%

Thương hiệu khách sạn boutique đầu tiên được ra mắt bởi một tập đoàn khách sạn lớn, đã khá nổi tiếng trong giới du khách giàu có

Nguồn: BEAM cuối 2019

MỨC ĐỘ CẢM NHẬN

66%

của du khách về MGallery với "một bộ sưu tập các khách sạn boutique với nhiều câu chuyện"

Được công nhận là khách sạn có phong các độc đáo và đặc sắc với kiến trúc và thiết kế nguyên bản, đích thực.

Nguồn: BEAM cuối 2019

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU

€ 50

Giá trị thương hiệu® đánh giá chi phí bảo hiểm tài chính mà thương hiệu bổ sung vào giá trị nội tại của cùng một kỳ nghỉ tại khách sạn với phương án không thương hiệu

Nguồn: BEAM cuối 2019

ĐIỂM HIỆU QUẢ

87,9%

Điểm uy tín đánh giá uy tín tổng thể của khách sạn theo hình thức trực tuyến gồm: Khảo sát sự hài lòng của khách hàng (GSS & Net Promoter Score), Tư vấn chuyến đi, Đặt phòng v.v. Đây là KPI tiêu biểu nhất của khách sạn, phải ít nhất 100 phản hồi của khách hàng và cho điểm uy tín tích cực trên 100%

Nguồn TrustYou cuối 2019

NGƯỜI SÀNH ĐIỆU TRONG BỘ THU SƯU TẬP THƯƠNG HIỆU

NỀN TẢNG THƯƠNG HIỆU VỮNG CHẮC

- **Nhận thức hàng đầu về FR & AU.**
- Cân nhắc tốt (gần hoặc hơn 50%) ở tất cả các thị trường trung chuyển, trừ Mỹ
- Chỉ báo động lượng nổi bật trên tất cả các thị trường trung chuyển (> 130) phản ánh tính mới của khái niệm khách sạn “tập hợp” và tăng trưởng mạng lưới
- Tình yêu thương hiệu trên mức trung bình ở 2 quốc gia lớn nhất nơi chất lượng và quy mô mạng tạo nên sự khác biệt (FR / AU)

ĐỊNH RÕ VỊ THẾ THƯƠNG HIỆU

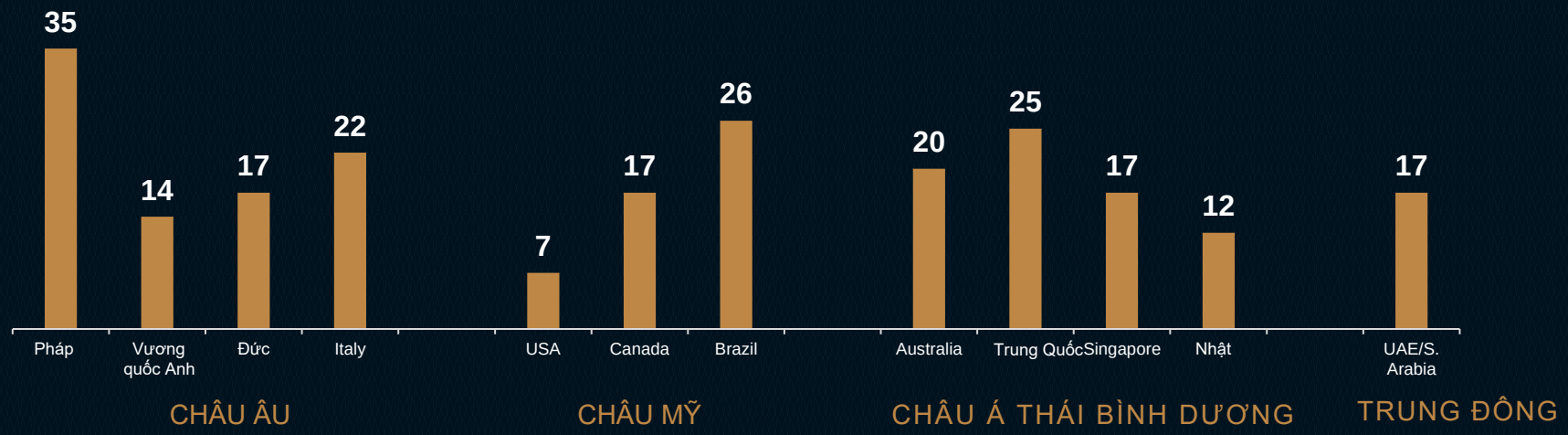
- Định rõ vị thế thương hiệu qua thiết kế và văn hóa đặc biệt, làm nổi bật không gian độc đáo trong phân khúc cao cấp.
- Sự khác biệt về thiết kế và độc đáo của các khách sạn là điểm nổi bật đặc biệt đối với khách hàng thường xuyên.

LẤY CẢM HỨNG TỪ NƯỚC PHÁP

- Bỏ xa các đối thủ cạnh tranh về ‘thương hiệu sưu tập’ về mức độ nhận biết (35% so với 10).
- Thương hiệu rất tốt (> 50% cho tất cả các mức giá)
- Những điều tốt đẹp cho tình yêu / phát triển phân khúc cao cấp
- Thiết kế đặc trưng và giàu văn hóa

NHẬN THỨC THƯƠNG HIỆU (%)

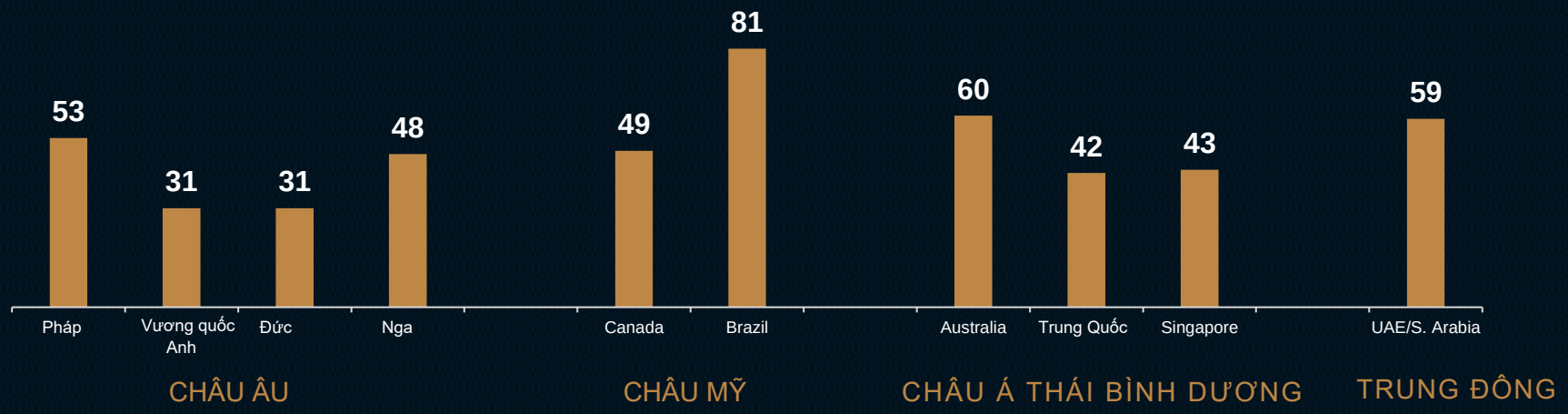
Năm 2019



Nguồn: BEAM - Giám sát tài sản và Nhận diện Thương hiệu tháng 12/2019 |
Cơ sở: Người dùng khách sạn bình dân & cao cấp = người dùng đã dành ít nhất 1 lần lưu trú tại khách sạn sang trọng trong 12 tháng qua, 6 đêm + ở bất kỳ loại chỗ ở trả tiền nào, thu nhập 30% cao nhất trong nước

GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU (€)

Năm 2019



Brand Margin® đo lường phí bảo hiểm tài chính mà tên thương hiệu bổ sung vào giá trị nội tại của cùng một lần lưu trú tại khách sạn với một lựa chọn thay thế không có thương hiệu. Biên lợi nhuận thương hiệu® là 10 € có nghĩa là «Người tiêu dùng cho rằng đáng giá hơn trung bình 10 € mỗi đêm để ở lại với thương hiệu X so với sản phẩm tương đương không có thương hiệu»..
Số liệu tính đến cuối năm 2019

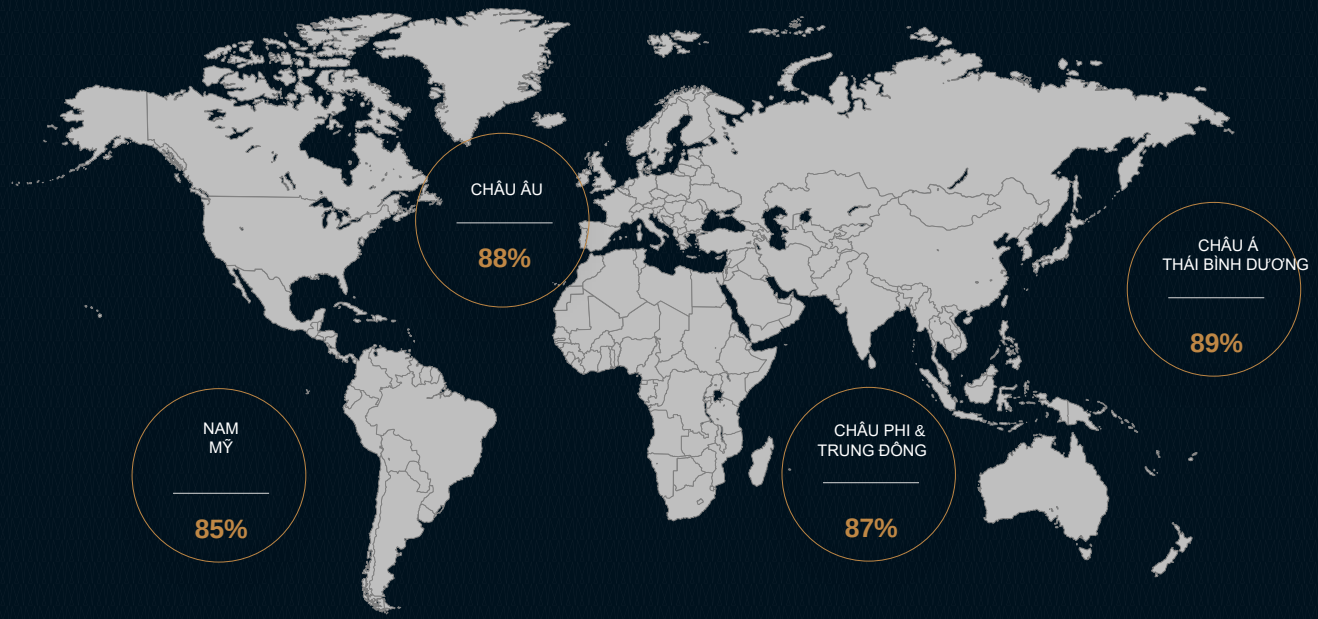
GALLERY
HOTEL
COLLECTION

HIỆU SUẤT UY TÍN

Năm 2019

ĐIỂM
HIỆ SUẤT
UY TÍN
TOÀN CẦU

87,9%



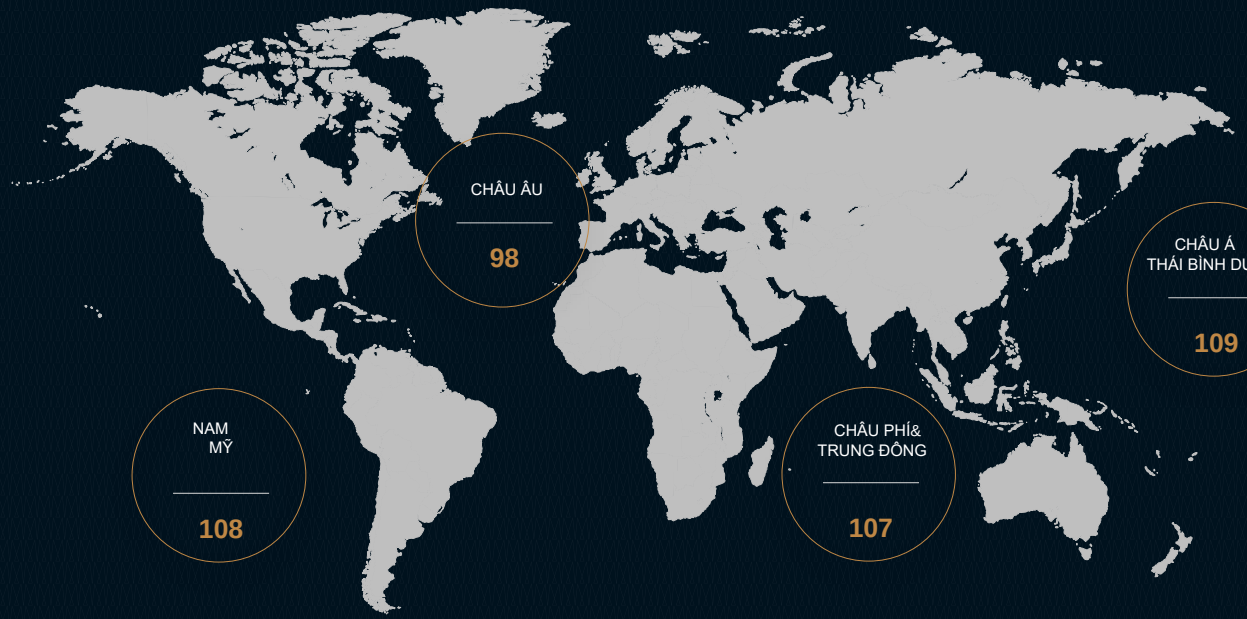
GALLERY
HOTEL
COLLECTION

CHỈ SỐ REVPAR

Năm 2019

CHỈ SỐ
REVPAR
TOÀN CẦU

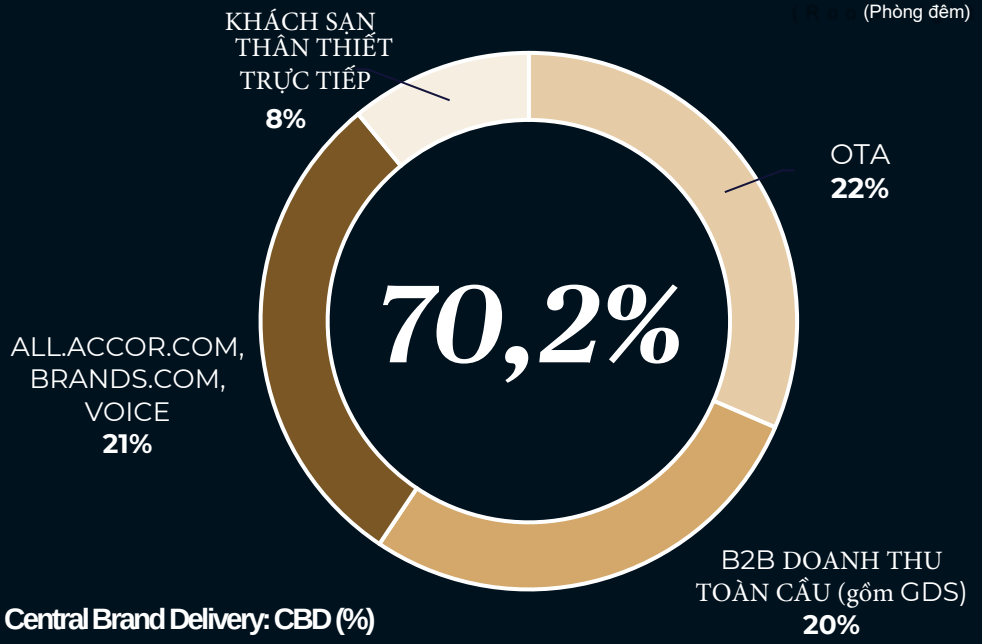
107,4



MỨC ĐỘ TRUYỀN TẢI GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU TỚI KHÁCH HÀNG CỦA ACCOR

(Room nights based)

(Phòng đêm)



Central Brand Delivery: CBD (%)

WEB
(ACCOR WEB + WEB ĐỐI TÁC)

0,9M SỐ ĐÊM ĐÃ BÁN

€158M DOANH THU PHÒNG

CBD (Phân phối thương hiệu trung tâm) đo lường hoạt động kinh doanh số đêm phòng do Accor mang lại cho khách sạn thông qua 3 đòn bẩy nhóm chính: Phân phối (thông qua Hệ thống đặt phòng trung tâm - CRS), Khách hàng thân thiết & Khối Kinh doanh.

70% CBD có nghĩa là 70% số đêm phòng của một khách sạn được thúc đẩy bởi Accor & Brand Sales, Phân phối (tất cả các kênh được cung cấp bởi CRS) & hệ thống Khách hàng thân thiết.

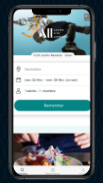
FIGURES AS OF YTD DECEMBER 2019 – DATA FROM UPE

PHẦN MỀM & ỨNG DỤNG ĐẶT PHÒNG MỚI

1 CỔNG ĐA NĂNG
ALL.ACCOR.COM

- **300M** Website + ứng dụng
- **2,200** Điểm đến
- **18** Ngôn ngữ

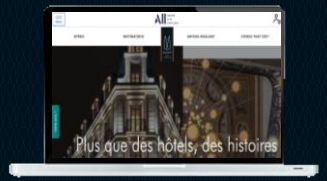
+ 1 CÁC DỤNG DỤNG CUỘC SỐNG
ĐƯƠC KẾT NỐI



- **> 50%** qua di động và ứng dụng
- **1** Tải xuống mỗi phút
- **> 4,3/5** xếp hạng ứng dụng

  iOS: 4,5/5 & Android: 4,3/5

+ 18 BRAND.COM WEBSITES



- **MGALLERY.COM --> ALL.ACCOR.COM**

Source: Official figures by end of 2019

CHƯƠNG TRÌNH KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT MỚI

CHƯƠNG TRÌNH KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT PHONG CÁCH ĐỘC ĐÁO

PHONG CÁCH MỚI VÀ DỊCH VỤ HIẾU KHÁCH

CƠ HỘI ĐỂ KIẾM ĐIỂM & ĐỔI ĐIỂM

TIỆN ÍCH MỚI

- **38** Thương hiệu và +
- **Suite đêm nâng cấp**
- **F&B** ngoại trú

ĐỐI TÁC MỚI

- **PSG** – Games / Net media value +€200m to ALL
- **AEG** – Các đấu trường & lễ hội trên toàn cầu.
- **IMG** – Lễ hội ẩm thực

Source: Official figures by end of 2019

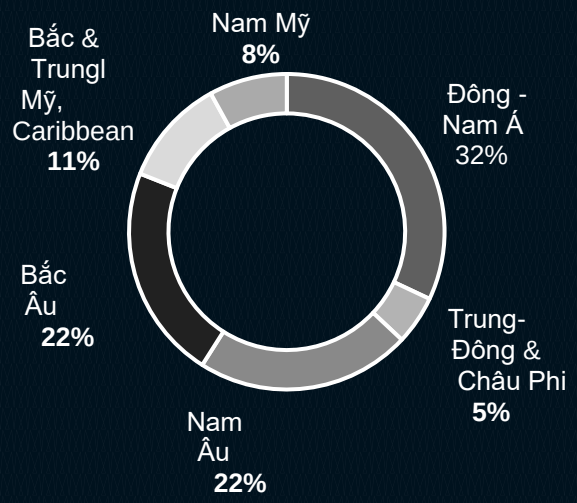
+

CHƯƠNG TRÌNH KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT TĂNG TRƯỞNG NHANH

- **68M** Hội viên toàn cầu
- **37%** Mức độ thân thiết RN
- **x 3,6** Hội viên lưu trú nhiều hơn hai lần so với du khách không phải là Hội viên

+

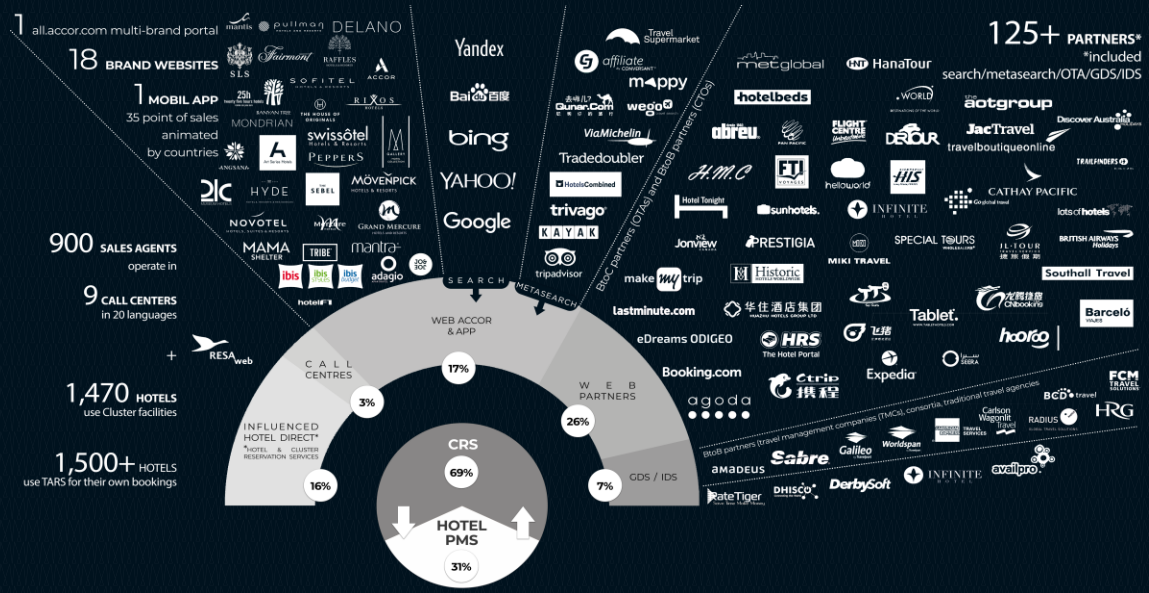
CHƯƠNG TRÌNH KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT TOÀN CẦU NHẤT



GALLERY
HOTEL
COLLECTION

GIẢI PHÁP PHÂN PHỐI CỦA A C C O R *

Accor có >110 KÊNH phân phối trên toàn cầu với thị trường tốt nhất.



* Tất cả các thương hiệu Accor ngoại trừ các thương hiệu được tích hợp gần đây:

Delano, SLS, The House of Originals, Mondrian, Hyde, greet, Mantis, Tribe
Nguồn: CRS cuối 2019

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

PHỤ LỤC

Harbour Rocks Hotel Sydney • MGallery

Australia

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

"BỘ SƯU TẬP" THƯƠNG HIỆU CÁC ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

AUTOGRAPH COLLECTION® HOTELS

TRIBUTE PORTFOLIO

DESIGN HOTELS

CURIO COLLECTION by Hilton™

RADISSON COLLECTION

Marriott® INTERNATIONAL

HILTON WORLDWIDE

RADISSON HOTELS

TIÊU CHÍ - CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN

	AAA ULTRA CITY CENTER LOCATION, HISTORIC CONVERSION	WORLDWIDE
RECOMMENDED NUMBER OF ROOMS	80 – 120 keys	100 – 150 keys
ROOM AVERAGE SIZE	-10/-15% of ROW	28 – 36 sqm
TGFA / ROOM	50 – 75 sqm	65 – 100 sqm
RECOMMENDED NUMBER OF ROOMS	80 – 120 keys	100 - 150 keys
ROOM AVERAGE SIZE	-10/-15% of ROW	30 – 40 sqm + balcony
TGFA / ROOM	50 - 75 sqm	72 – 110 sqm
FOOD & BEVERAGE	1 Concept Restaurant 1 Destination Bar Lobby Lounge and additional F&B venues on market demand	
WELL-BEING	Boutique / Signature Spa and Fitness Concept Swimming Pool (nice to have)	
MEETINGS	Meeting rooms Business corner Kids Club on market demand	

	PRIME LOCATIONS	SECONDARY LOCATIONS	AIRPORTS SUBURBS
INTERNATIONAL CAPITALS KEY CITIES & RESORTS	●	●	
MAJOR DOMESTIC DESTINATIONS	●		
OTHER CITIES & ATTRACTIVE TOURISTIC DESTINATIONS	●		

Số liệu chính thức đến cuối năm 2019

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

Một bộ sựu tập các câu chuyện về khách sạn trên toàn thế giới

SÁCH KIỂU DÁNG MGALLERY
Có thể sử dụng trước khi ký HCSA

THIẾT KẾ SƠ BỘ MGALLERY
Có thể sử dụng trước khi ký HCSA

THIẾT KẾ SƠ BỘ KHU DÂN CƯ MGALLERY
Có thể sử dụng trước khi ký HCSA

TIÊU CHUẨN XÂY DỰNG VÀ CÀI TIẾN CỦA MGALLERY
Có thể sử dụng sau khi ký HCSA

GALLERY
HOTEL
COLLECTION

CẢM ƠN

Hôtel de la Coupole Sapa • MGallery

Việt Nam