

## **5SHD- 5-sense Hotel Brand**

Terminologia desenvolvida com base no Marketing Hoteleiro, ou Marketing Turístico aplicado à Hotelaria.

A definição de marketing na hotelaria prende-se às estratégias desenvolvidas para obtenção da maior rentabilidade e novas formas de negócio que façam a unidade hoteleira prosperar. No marketing comum o desenvolvimento dos planos de actuação no mercado têm por base 4 Ps (Price, Promotion, Position, Place) ou 7 Ps (Price, Promotion, Position, Place, People, Process, Physical Evidence) sem esquecer o esforço para a diferenciação, a qualidade e produtividade proveniente das estratégias de Marketing. Na hoteleira, **5SHB** o desenvolvimento do marketing vai mais além, uma vez que as aplicações do marketing são orientadas para os 5 sentidos do cliente.

Os 5 sentidos são o Olfacto, Tacto, Cheiro, Visão e Sabor. Apelar aos 5 sentidos na hotelaria é uma estratégia de marketing por excelência, ou seja, ter presente que quando um hóspede visita um hotel ou uma unidade de alojamento, está disponível e crítico nos seus 5 sentidos, tendo presente que quer esteja de férias ou em trabalho, está num local fora do seu ambiente habitual e irá estar alerta. É uma óptima oportunidade para impressionar o cliente e conseguir de imediato a sua fidelização.

O cheiro que a recepção emana, a fragância presente nos corredores do hotel e/ou nos seus colaboradores, a reacção causada pelo aroma do leite aquecido pela manhã na sala de pequenos-almoços e a sua consequente reacção a esse mesmo cheiro, vão ser influenciadores da opinião e experiência do cliente daquela unidade hoteleira.

O mesmo se aplica aos outros sentidos: o toque que os materiais de estacionário do hotel tem à disposição do hóspede no quarto, a textura dos lençóis na cama (novos, gastos, passados a ferro, de lã, de linho, de algodão...), o sabor dos alimentos confeccionados por *chefs* reconhecidos, o regalo de uma vista panorâmica de uma sala de conferência bem decorada, os pormenores e recantos que enaltecem o carácter do hotel, são efectivamente elementos e factores determinantes da opinião que o hóspede vai formulando sobre o hotel.

O **5sHB** trabalha o *brand* da unidade de alojamento, isto é a imagem do hotel não só graficamente como também pelos 5 sentidos, havendo um cuidado e treinos específicos para que o **5sHB** seja aplicado correctamente e com preparação. A th<sup>2</sup> desenvolve cursos e *workshops* de preparação para o **5sHB** óptimo.