



# TAKING THE LEAD – SPECIAL EDITION

FRONT DESK, HOUSEKEEPING/MAINTENANCE, SALES EDITION

THIRD QUARTER 2015

## WELCOME

This newsletter is being provided by Best Western International, in coordination with your hotel's management team, to give you information and insights that will help you create memorable experiences for our guests so that they will return to our hotels again and again. "Stay With People Who Care®" starts with you!

### 1 BEST WESTERN INTRODUCES NEW MASTERBRAND NAME AND LOGOS

For 22 years, Best Western has had a familiar, recognizable and visible logo that has positively represented the Best Western family and the brand's journey in hospitality. Best Western has evolved significantly since its last brand refresh in 1993.

To show how far we've come, Best Western is excited to present a new masterbrand name and the new masterbrand logo, as well as introduce new logos for Best Western®, Best Western Plus® and Best Western Premier®.

Best Western International will be renamed Best Western Hotels & Resorts. The Board of Directors has approved this new corporate name to emphasize the diverse portfolio of 4,100 properties in more than 100 countries. Adding "Hotels and Resorts" to the company name better represents the quality and variety of properties globally and will better set guest expectations of our brand.

New logos were presented at this year's North American Convention in Honolulu, Hawaii on September 29. Best Western members will vote on the new logos for Best Western, Best Western Plus and Best Western Premier through a ballot proposal scheduled to launch on October 13.



#### Best Western Hotels & Resorts Masterbrand Logo:

This logo pulls through the brand's updated modern blue color and uses distinctive, hand drawn lettering that is passionate, friendly and memorable. It communicates that Best Western is a company of hotels and resorts across the globe.



#### Best Western Brand Logo:

This logo uses familiar, personable hand drawn lettering while pulling through the company's core blue color. The centerpiece globe comes to life through the use of special effects such as gradient, highlighting and a 3-D treatment.



#### Best Western Plus Logo:

This logo uses signature lettering while featuring the brand's traditional use of red. The diamond shape distinguishes it from the Best Western brand logo by providing a premium look.



#### Best Western Premier Logo:

This logo uses a classic yet contemporary font along with unique design elements to exude elegance and style. The BWP monogram brings an iconic expression with its multi-dimensional elliptical shape. The Premier word mark uses customized lettering and is accentuated with a tapered line that brings the brand to life and ties it to the Best Western masterbrand.

### 2 WHY IS BEST WESTERN PLANNING TO CHANGE ITS MASTERBRAND NAME AND LOGOS?

As the face of Best Western, you have witnessed the company's evolution first-hand and have been a valuable part of the journey. By introducing a new masterbrand name and unique logos for its different hotel brands, Best Western will be sharing its evolution with others by outwardly communicating to travelers and hotel developers the changes that Best Western has experienced throughout the years including:

- A stable and progressive executive team, led by David Kong, one of the most experienced chief executives in the travel industry.
- An investment of \$2 billion (by the end of 2016) in property improvements and renovations.
- A focused and conscious effort to elevate the quality of its family of hotels through the separation of more than 1,200 properties in North America over the course of the last ten years.

- Splitting the portfolio into three brands (Best Western, Best Western Plus and Best Western Premier) in 2011 to clarify and better set guest expectations.
- The emergence as an industry powerhouse by outpacing others in RevPAR (revenue per available room) and winning record levels of industry awards.

## 5 WHAT YOU NEED TO KNOW

Your service as a Best Western staff member is important to your guests, your hotel and the brand. At the time the new branding efforts are implemented, your important role will be essential to communicating these branding changes to guests and incorporating them into every day responsibilities.

## 3 THE NEW LOGO LOW-DOWN

The new logos will:

- Provide a contemporary, modern look for the Best Western brand and signal the investments the properties and brand have made to keep our hotel products relevant to today's traveler.
- Bring clear and memorable differentiation between our brands, making it easier for guests to understand the different hotel brands and travel experiences Best Western offers.
- Emphasize the brand's initials — BW — which will be used across all communication channels.
- Retain some of the familiarity of the old logo through the use of color, but also add contemporary elements through the shapes and use of the distinct hand drawn lettering which unifies the family of logos.

### • Sales Champions:

- This rebranding effort allows you to stay in tune with the needs and requests of our customers and guests, a critical Sales Champion 2.0 concept.
- The new logos provide great talking points for you to use when engaging with guests and also presents an opportunity to share Best Western's exciting news.

### • Front Desk:

- As a result of the rebranding, Best Western Rewards® (BWR®) will receive a refreshed and updated logo during the Best Western rebranding process. Additionally, several changes to BWR will be implemented in early 2016, including a new elite level and greater consistency for BWR members traveling abroad.
- The new logos provide great talking points for you to use when engaging with guests and also presents an opportunity to share Best Western's exciting news and offerings.

### • Housekeeping:

- The rebranding efforts will introduce new logoed items at your hotel. As a housekeeper, you serve an important role in ensuring these items are presented in rooms and guests areas around your hotel. This is an opportunity for you to help bring Best Western's new identity to life!

## 4 HOW DID BEST WESTERN CHOOSE THESE LOGOS?

The effort to create the new logos has taken two years and has involved a great deal of thoughtfulness. Throughout the process, Best Western's leadership worked closely with a variety of design agencies to consider thousands of logo options and collected input from travelers, travel buyers, partners and Best Western's hotel owners from around the world to ensure the logos best represent the entire Best Western family.

### A LOGO LOOK-BACK



– 1948 –



– 1950 –



– 1962 –



– 1964 –



– 1966 –



– 1974 –



– 1982 –



– 1985 –



– 1991 –



– 1993 –



# UN PASO ADELANTE – EDICIÓN ESPECIAL

RECEPCIÓN, LIMPIEZA/MANTENIMIENTO, EDICIÓN VENTAS

3ER TRIMESTRE DEL 2015

## BIENVENIDO

Best Western International y el equipo de la administración de su hotel le acercan este boletín informativo a los fines de proporcionarle información que le ayudará a crear experiencias memorables para nuestros huéspedes, quienes querrán volver a nuestros hoteles una y otra vez. El lema “Quédese con gente que se preocupa por ti”<sup>SM</sup> ¡empieza por usted!

### 1 BEST WESTERN INTRODUCE NUEVA MARCA PRINCIPAL Y LOGOTIPOS

Durante 22 años, Best Western ha tenido un logotipo reconocido, visible y familiar, que ha representado positivamente la familia de Best Western y la marca de hospitalidad. Best Western se ha evolucionado significativamente desde la última renovación de su marca en 1993.

Para mostrar lo tanto que hemos hecho, Best Western se emociona en presentar un nuevo nombre marca principal y el nuevo logotipo marca principal, así como introducir nuevos logotipos para Best Western®, Best Western Plus y Best Western Premier®.

Best Western International será renombrado Best Western Hoteles & Resorts. El Consejo de Directores ha aprobado nombrar esta nueva empresa para también acentuar la diversa cartera de 4,100 propiedades en más de 100 países.

Agregando “Hoteles y Resorts” al nombre de la compañía, representa la calidad y variedad de propiedades a nivel mundial y mejor establece las expectativas de los huéspedes de nuestra marca.

Nuevos logotipos se presentaron en la Convención de América del Norte de este año en Honolulu, Hawái el 29 de septiembre. Miembros de Best Western votarán sobre los nuevos logotipos de Best Western, Best Western Plus y Best Western Premier a través de una propuesta de votación planeada para lanzar el 13 de octubre.



#### Best Western Hoteles & Resorts

##### Marca principal Logotipo:

Este logotipo enfoca el color azul moderno de la marca y usa letras distintivas, apasionadas dibujadas a mano, amables y memorables. Comunica que Best Western es una empresa de hoteles y resorts en todo el mundo.



#### Best Western Marca Logotipo:

Este logotipo utiliza letras dibujadas a mano, familiares, agradables sacando a través del color azul principal de la compañía. El globo central vuelve a la vida mediante al uso de efectos especiales como el gradiente, y un tratamiento de 3 -D.



#### Best Western Plus Logotipo:

Este logotipo utiliza letras distintivas atrayendo el uso tradicional de la marca y el color rojo. La forma diamante lo distingue sobre la marca Best Western dándonos un aspecto de alta calidad.



#### Best Western Premier Logotipo:

Este logotipo utiliza unas letras clásicas y contemporáneas junto con elementos únicos diseñados para exudar elegancia y estilo. El monograma BWP atrae una expresión icónica con su multi-dimensional y forma elíptica. La Marca Premier utiliza letras personalizadas y se acentúa con una línea cónica que le da vida a la marca y conecta con la marca principal de Best Western.

### 2 ¿POR QUÉ PLANEA BEST WESTERN CAMBIAR SU MARCA PRINCIPAL Y LOGOTIPOS?

Siendo la cara de Best Western, usted ha sido testigo de la evolución de la compañía y ha sido una parte importante del trayecto. Introduciendo la nueva marca principal y logotipos únicos para cada diferente marca de hotel, Best Western va a compartir la evolución, comunicándose con viajeros y constructores de hoteles, los cambios que Best Western ha sentido durante los años, incluyendo:

- Un equipo directivo estable y progresivo, dirigido por David Kong, uno de los directores ejecutivos con más experiencia en la industria de viajes.
- Una inversión de \$ 2 mil millones (a finales de 2016) para renovaciones de propiedad.

- Un esfuerzo enfocado y consciente para elevar la calidad de la familia de hoteles a través de la separación de más de 1,200 propiedades en América del Norte a lo largo de los últimos diez años.
- Separando el portafolio en tres marcas principales (Best Western, Best Western Plus y Best Western Premier) en 2011 para aclarar y mejor establecer las expectativas de los huéspedes.
- El surgimiento como un poder de industria superando a otros en el RevPAR (Ingresos por habitación disponible) y ganar niveles de premios en récord de industria.

### 3 LA VERDAD SOBRE EL NUEVO LOGOTIPO

Los nuevos logotipos deberán:

- Una representación contemporánea, moderna para la marca de Best Western y señalar las inversiones las propiedades y marcas que han mantenido los productos pertinentes del hotel para nuestros huéspedes de hoy.
- Atraer una diferenciación clara y memorable de nuestras marcas, haciéndole entender al cliente las diferentes marcas y experiencias de nuestros hoteles.
- Representar las iniciales de la marca - BW - que será utilizada entre todos los canales de comunicación.
- Mantener parte de la familiaridad del antiguo logotipo con el uso del color, pero también agregando elementos contemporáneos a través de formas, y usando las distintas letras a mano que aune la familia de los logotipos.

### 4 ¿COMO ESCOGIO BEST WESTERN ESTOS LOGOTIPOS?

El esfuerzo para crear los nuevos logotipos ha tomado dos años y viene con mucha consideración. Durante todo el proceso, el liderazgo de Best Western trabajo atentamente con una variedad de agencias de diseño para considerar miles de opciones de logotipos y colecciono opiniones de viajeros, compradores de viajes, socios, y propietarios de hoteles Best Western entre el mundo para garantizar la representación de logotipos de la familia Best Western.

#### RECORDANDO LOS LOGOTIPOS



- 1948 -



- 1950 -



- 1962 -



- 1964 -



- 1966 -



- 1974 -



- 1982 -



- 1985 -



- 1991 -



- 1993 -

### 5

### ¿LO QUE DEBE SABER?

Su servicio como empleado de Best Western es importante para sus huéspedes, su hotel y la marca. Al tiempo que la nueva marca sea implementada, su rol es muy importante en comunicar todos estos cambios a los huéspedes, incorporando los entre las responsabilidades de cada día.

#### • Campeones de Venta:

- Este esfuerzo de renovación de marca le permite estar en sintonía con las necesidades y requerimientos de nuestros clientes e invitados, un crítico concepto de Sales Champion 2.0.
- Los nuevos logotipos proporcionan temas de conversación para que usted los use con huéspedes y también presenta una oportunidad de compartir noticias interesantes sobre Best Western.

#### • Recepción:

- Como consecuencia del cambio de marca principal, Best Western Rewards (BWR®) recibirá un logotipo renovado y actualizado durante el proceso de cambio de marca Best Western. Además, varios cambios en BWR se llevarán a cabo a principios de 2016, incluyendo un nuevo nivel de élite y de mayor consistencia para Miembros BWR que viajan al extranjero.
- Los nuevos logotipos producen temas de conversación para que usted los utilice al hablar con los invitados y también presenta una oportunidad para compartir noticias y ofertas excitantes de Best Western.

#### • Limpieza:

- Los esfuerzos de renovación de imagen introducirán nuevos elementos de logotipo en su hotel. Como departamento de limpieza, usted sirve un rol importante, asegurándose que estos artículos sean presentados en las habitaciones y áreas alrededor de su hotel. ¡Esta es una oportunidad para usted ayude dar vida a la nueva identidad de Best Western!



# SUIVRE LA PISTE – LIVRAISON SPÉCIALE

POUR LES ÉQUIPES DE LA RÉCEPTION, DE L'ENTRETIEN ET DES VENTES

TROISIÈME TRIMESTRE DE 2015

## BIENVENUE

En coordination avec l'équipe de direction de votre hôtel, Best Western International publie le présent bulletin pour vous communiquer de l'information et des idées qui vous aideront à créer des expériences mémorables pour nos invités, afin qu'ils reviennent souvent à nos hôtels. Le souci du confort des clients commence par vous!

### 1 BEST WESTERN PRÉSENTE SA NOUVELLE MARQUE MAÎTRESSE ET SES NOUVEAUX LOGOS

Pendant 22 ans, le logo visible, familier et reconnaissable de Best Western a été le symbole positif de la famille Best Western et du cheminement de la marque dans le domaine de la gestion hôtelière. Best Western a toutefois grandement changé depuis le rafraîchissement de son image de marque en 1993.

Pour souligner cette évolution, Best Western présente avec fierté le nouveau nom et le nouveau logo de sa marque maîtresse ainsi que trois nouveaux logos pour Best Western®, Best Western Plus® et Best Western Premier®.

En outre, Best Western International aura une nouvelle appellation : Hôtels et centres de villégiature Best Western. Le conseil d'administration a approuvé cette nouvelle dénomination sociale qui met en évidence la vaste diversité des 4100 établissements de la chaîne répartis dans plus de 100 pays. L'ajout des termes « hôtels et centres de villégiature » au nom de l'entreprise témoigne mieux de la qualité et de la variété des établissements à l'échelle mondiale et définit mieux les attentes de notre clientèle à l'égard de notre marque.

De nouveaux logos ont été présentés le 29 septembre 2015 à la Convention nord-américaine tenue cette année à Honolulu, en Hawaï. Les membres de Best Western voteront pour les nouveaux logos de Best Western, de Best Western Plus et de Best Western Premier dans le cadre d'une campagne de vote qui sera lancée le 13 octobre.



#### Logo principal d'Hôtels et centres de villégiature Best Western

Ce logo met en valeur la nouvelle teinte de bleu moderne de la marque, et son lettrage distinctif dessiné à la main projette une image stimulante, accessible et mémorable. Il indique que Best Western est une chaîne d'hôtels et de centres de villégiature établie partout dans le monde.



#### Logo de Best Western

Le lettrage reconnaissable et accessible de ce logo dessiné à la main fait ressortir le bleu distinctif de l'entreprise. Élément central, le globe s'anime grâce à des effets spéciaux de dégradé et de lumière lui donnant un aspect 3-D.



#### Logo de Best Western Plus

Ce logo utilise un lettrage caractéristique et met en évidence le rouge traditionnel de la marque. La forme en losange du bouton distingue le logo de celui de la marque Best Western en lui conférant une apparence haut de gamme.



#### Logo de Best Western Premier

Utilisant un lettrage à la fois classique et contemporain, ce logo réunit des éléments de design uniques qui lui donnent style et élégance. La forme elliptique multidimensionnelle du monogramme BWP apporte une touche emblématique au logo. Le lettrage personnalisé du mot Premier est rehaussé d'une ligne fuselée qui donne vie au logo et crée un lien avec la marque maîtresse Best Western.

### 2 POURQUOI BEST WESTERN PRÉVOIT-ELLE CHANGER SON NOM PRINCIPAL ET SES LOGOS?

En tant qu'artisans de première ligne de Best Western, vous avez été des témoins privilégiés de l'évolution de l'entreprise et vous y avez joué un rôle déterminant. En adoptant une nouvelle dénomination principale et de nouveaux logos uniques pour ses différents types d'hôtels, Best Western souhaite faire connaître cette évolution et communiquer aux voyageurs et aux promoteurs hôteliers les changements qu'elle a effectués au fil du temps :

- Une équipe de direction stable et progressiste, dirigée par David Kong, l'un des hauts dirigeants les plus expérimentés dans l'industrie du voyage.
- Un investissement de 2 milliards de dollars (d'ici la fin de 2016) dans l'amélioration et la rénovation des immeubles.

- Un effort conscient et ciblé pour améliorer la qualité de sa famille d'hôtels en écartant plus de 1 200 établissements en Amérique du Nord au cours des dix dernières années.
- La division du portefeuille selon trois marques (Best Western, Best Western Plus et Best Western Premier) en 2011, afin de mieux définir les types d'hôtels et les attentes des clients.
- L'émergence de la chaîne comme bastion de l'industrie, grâce au dépassement du RevPAR (revenu par chambre disponible) de ses concurrents et à l'obtention d'un nombre record de prix de l'industrie.

### 3 LES AVANTAGES DES NOUVEAUX LOGOS

Les nouveaux logos :

- Modernisent la marque Best Western et témoignent des investissements qui ont été faits dans les établissements et la marque afin que nos produits hôteliers demeurent pertinents pour les voyageurs d'aujourd'hui;
- Permettent à nos clients de mieux différencier nos hôtels et les expériences de voyage offertes par Best Western;
- Mettent l'accent sur les initiales de la marque – BW – qui seront utilisées dans tous nos moyens de communication;
- Conservent certains éléments familiers de l'ancien logo, tels que la couleur, tout en incorporant des éléments contemporains, des formes et des lettrages distinctifs faits à la main qui unifient la famille de logos.

### 4 COMMENT CES LOGOS ONT-ILS ÉTÉ CHOISIS?

Il a fallu deux ans d'efforts et de réflexion pour concevoir les nouveaux logos. Tout au long du processus, la direction de Best Western a travaillé en étroite collaboration avec diverses entreprises de design étudiant des milliers de propositions de logos. Elle a également recueilli les commentaires de voyageurs, d'acheteurs de voyages, de partenaires et de propriétaires d'hôtels Best Western de partout dans le monde pour s'assurer que les logos représenteraient le mieux la grande famille hôtelière.

#### LES LOGOS DE BEST WESTERN AU FIL DU TEMPS



– 1948 –



– 1950 –



– 1962 –



– 1964 –



– 1966 –



– 1974 –



– 1982 –



– 1985 –



– 1991 –



– 1993 –

### 5

### CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

En tant qu'employés de Best Western, vous êtes importants pour le service aux clients, pour votre hôtel et pour la marque. Au moment de la mise en œuvre de la nouvelle marque, vous jouerez un rôle essentiel dans la communication de ces changements à vos clients et dans leur intégration à vos responsabilités quotidiennes.

#### • Champions des ventes :

- Le renouvellement de la marque vous aidera à rester à l'écoute des besoins et des demandes de nos clients et invités, ce qui est un concept essentiel dans le domaine des ventes 2.0.
- Les nouveaux logos vous donneront l'occasion d'amorcer des discussions avec les clients et de leur faire part des nouvelles importantes concernant Best Western.

#### • Personnel de la réception :

- Dans le cadre du processus de modification de la marque, le logo du programme Best Western Rewards® (BWR®) sera rafraîchi. De plus, de nombreux changements à ce programme seront mis en œuvre au début de 2016, dont un nouveau niveau élite et une offre uniformisée pour les membres BWR qui voyagent à l'étranger.
- Les nouveaux logos vous donneront l'occasion d'amorcer des discussions avec les clients et de leur faire part des nouvelles importantes et des offres de Best Western.

#### • Équipes d'entretien :

- Le processus de modification de la marque entraînera l'introduction d'articles arborant le nouveau logo à votre hôtel. Vous devrez vous assurer que ces articles se trouvent dans les chambres et dans les aires communes de l'hôtel. Ce sera l'occasion de contribuer à donner vie à la nouvelle identité de Best Western!