Best Western per i clienti di nuova generazione

Best Western lancia un prodotto per i consumatori di nuova generazione, quelli della fascia che va da 20 a 35 anni che, secondo la direttrice marketing del gruppo, Sara Digiesi, rappresentano il segmento più consistente del mercato. Sono clienti che non cercano camere imponenti quanto piuttosto la tecnologia per essere connessi con quello che c'è fuori dell'hotel.