

DORELLA LAZZAROTTO E' IL NUOVO DIRETTORE COMMERCIALE STARHOTELS

Dorella Lazzarotto, 40 anni, milanese, un curriculum che evidenzia una notevole esperienza Internazionale. Una carriera segnata dal successo sin da quando ha mosso i suoi primi passi nel settore alberghiero.

La sua carriera inizia in Jolly Hotels nel 1986 dove in 13 anni brucia tutte le tappe più significative della carriera.

Dorella Lazzarotto ha ricoperto la funzione di Director of Sales USA & Canada Jolly Hotels dal 1991 al 1996, Director of International Sales Jolly Hotels - Belgio dal 1996 al 1998, Direttore Vendite Jolly - Milano dal 1998 al 1999.

Nel 1999 è passata al gruppo Forte/Le Meridien dove ha rivestito il ruolo di Director of Sales & Marketing – Italy & Southern Mediterranean fino al 2003.

Nel 2003 il ritorno in Jolly dove ha ricoperto la carica di Direttore Commerciale e Marketing di Jolly Hotels Italia fino al maggio 2007.

Nel suo ruolo attuale di Direttore Commerciale Starhotels, Dorella Lazzarotto darà nuovo impulso alle strategie aziendali anche nelle aree del Marketing, Reservations Center e del Revenue Management.

DICHIARAZIONE DI DORELLA LAZZAROTTO

*“I progetti del gruppo sono estremamente stimolanti, e mirano a **un importante incremento dei fatturati**. Un incremento raggiungibile grazie al riposizionamento di alberghi totalmente rinnovati o in corso di completa ristrutturazione.*

La strategia delineata da Elisabetta Fabri in termini di consolidamento e riqualificazione dell'offerta è vincente e gli sforzi, si concentreranno in tale direzione.

Questo avviene ponendo l'accento sulle peculiarità di ogni singola struttura alberghiera, a cominciare dall'esclusività delle location e dalle fortunate posizioni geografiche. La nostra intenzione è quella di spingere l'acceleratore su quelli che sono gli elementi distintivi comuni della nostra offerta, specie la qualità dei servizi, l'attenzione per le novità tecnologiche e l'enogastronomia.

Da soli non si vincono le grandi sfide. Per centrare i nostri obiettivi facciamo leva su uno strumento fondamentale: un ben organizzato gioco di squadra che si avvale di veri talenti, già presenti nel nostro organigramma.

La nostra squadra di professionisti con i più alti livelli di competenze, figure presenti in tutti i settori aziendali, si muove secondo un preciso e sinergico disegno tattico. Con le divisioni Marketing, Revenue Management e Vendite stiamo sviluppando progetti personalizzati per valorizzare le caratteristiche dei singoli alberghi e al tempo stesso rafforzare il brand Starhotels. Non una catena, ma una collezione di alberghi, tutti caratterizzati da diversi elementi di pregio”.