

Iñaky Bau

Es el director de Marketing de Palladium Hotel Group, el grupo que ha creado un nuevo concepto de hotel.

POR MARÍA DÍAZ DEL RÍO
FOTOGRAFÍA TATIANA CHAUSOVSKY

CON EXPERIENCIA EN comunicación y marketing en la industria musical, como el club Amnesia, y en hoteles, como Ushuaia Ibiza Beach Hotel, Iñaky Bau está ahora a la cabeza del marketing de un innovador concepto de hotel, los del grupo Palladium. Nos cuenta las claves de este nuevo tipo de alojamientos.

Eres licenciado en sociología, ¿cómo ha influido esta formación en tu perspectiva del entorno hotelero?

Tener la posibilidad de adquirir conocimientos y cierto dominio de la metodología elemental de las ciencias sociales y de las técnicas de investigación de mercados me está siendo muy útil ahora que estamos desarrollando un marketing mucho más analítico, predictivo y *data-driven*. La Sociología aporta una formación interdisciplinar, y me ha dotado de una capacidad analítica sobre la realidad social y la interpretación de sus procesos, y en el caso específico del turismo, ser capaz de entenderlo como fenómeno social, generador de recursos económicos, que además solventa problemas sociales y que fomenta el acercamiento y el desarrollo de comunidades.

¿Te ha servido tu experiencia en la industria discográfica a la hora de crear las estrategias de comunicación y marketing? ¿Y para tener un conocimiento del cliente hotelero?

Ha sido la mejor escuela. Como director de una de las empresas líderes en el sector, tuve la oportunidad de adquirir un amplio conocimiento y mucha experiencia en gestión de marcas, y en creación y ejecución de planes de comunicación. Los pilares de una buena estrategia de marketing son muy similares en ambas industrias, y todos esos años de experiencia en la discográfica fueron los que facilitaron mucho mi trabajo posterior en el posicionamiento de la marca Ushuaia Ibiza.

Tu participación ha sido clave en la apertura del primer Hotel Hard Rock en Europa, concretamente en Ibiza. ¿Qué os llevó a la creación de un hotel de este perfil?

Tras el éxito de Ushuaia Ibiza teníamos clara que esa era la línea a seguir: apostar por productos y marcas diferenciadoras con capacidad de llegar a nuevos segmentos y mercados, y que además impulsaran el reposicionamiento y liderazgo del grupo hotelero, con una oferta de ocio y alojamiento innovadora y totalmente centrada en la experiencia del cliente.



COMO EN CASA Iñaky Bau fotografiado en el lobby del Hard Rock Hotel Ibiza.

Arquitectura, diseño, localización... ¿Qué hace especial al grupo Palladium?

La atención al detalle. Los clientes de hoy en día esperan que tengamos un buen entendimiento de sus estilos de vida, por lo que nuestro objetivo está en tratar de superar sus expectativas en nosotros. Nos obsesionamos en ampliar nuestro conocimiento del cliente para ser capaces de ofrecerle una interacción y servicio lo más personalizado posible, tratando de crear experiencias únicas. Nuestro personal es clave para ello.

Recientemente, habéis abierto el nuevo Hard Rock Hotel Tenerife. ¿Hay previsto algún próximo desembarco?

Estamos trabajando en un nuevo proyecto en Costa Mujeres (Cancún) donde en otoño 2018 inauguraremos dos nuevos hoteles, un Grand Palladium Resort & Spa y un TRS Hotels, marca que hemos relanzado para el segmento solo de adultos y enfocado en el lujo contemporáneo y en una atención muy personalizada. También estamos viendo posibilidades de crecer con la marca Only You Hotels y en el horizonte cercano tenemos el proyecto de abrir un hotel Ushuaia en Cancún con fondos propios. ■