

The screenshot shows the Four Seasons website with a focus on community building. At the top, there are navigation tabs: 'SUPPORTING SUSTAINABILITY', 'BUILDING COMMUNITIES', 'ADVANCING CANCER RESEARCH', and 'A MESSAGE FROM OUR CEO'. The main heading is 'BUILDING COMMUNITIES' with the subtext 'A LOCAL EFFORT, A GLOBAL COMMITMENT' and a 'LEARN MORE' button. Below this, a quote from Kathleen Taylor, President and CEO, reads: "I hope you enjoy learning about how our employees are living up to Four Seasons' commitment to our values, and that you too are inspired to give back." The 'FEATURED INITIATIVES' section includes three items: 'Manta Rays are a Researcher's Muse in the Maldives', 'Marathon of Hope Continues Around the World', and 'Providing Disaster Relief in Japan'. The Four Seasons logo and navigation links (Four Seasons.com, Press Room, About Us, Contact) are visible at the bottom.

مفهومی نو و وبسایتی نو

New Concept of New Website

در مباحث آموزشی به‌ویژه در مباحثی که نقش کاربری برخی تکنیک‌ها و ارزش به‌کارگیری آن‌ها در حصول نتایج مد نظر پیش می‌آید، ذکر مثال‌های عملی و تجربه‌شده بسیار مؤثر است. از این رو در مقاله پیش رو سعی شده است تا آنچه یک برند جهانی مدیریت هتل از ساخت یک وبسایت دنبال کرده است در نوشتاری کوتاه بیان گردد. شاید نخستین تصویری که از ساخت و ایجاد یک وبسایت برای هتل یا گروهی از آن به ذهن

متبادر می‌شود، تصویری است که در آن تنها می‌توان آشنایی مخاطب با فعالیت‌ها به‌ویژه هتل‌ها، امکانات و تسهیلات و برنامه‌ها را در کنار امکان رزرو آنلاین موجب شد و پرداختن به بخش‌های جانبی دیگر چندان مفید فایده نخواهد بود. گذشته از این، دلیلی وجود ندارد تا با داشتن یک وبسایت به فکر ایجاد تغییرات گسترده و یا حتی ایجاد یک وبسایت دیگر بود. اما واقعیت این است که در دنیای دهکده جهانی امروز، از اینترنت و وبسایت‌ها استفاده‌های بسیار بیش‌تر از آنچه که در نگاه نخست تصور می‌رود،

داستان این برند را در همین شماره می‌توانید بخوانید، فعالیت‌های خیرخواهانه و بشردوستانه خود را به‌عنوان "ارزش‌های زندگی" به مخاطبان خود عرضه داشته است.

سوی این مهم که چنین ابتکاری تا چه میزان می‌تواند به تشویق مردمان سراسر جهان به مشارکت در چنین اقدامات نیکویی کمک نماید، باید اذعان داشت که این خود گام بزرگی در جلب توجه اذهان عمومی به این برند است و این یعنی پیشرفت در افکار مخاطبان و اثرگذاری که یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین دستاوردهای یک رسانه همچون وبسایت به‌شمار می‌رود.

به طور مثال شاید تمامی خوانندگان این مقاله، کمتر این شانس را بیابند تا روزی از هتل‌های Four Seasons استفاده کنند اما با نگاه به این سایت و مرور برنامه‌ها و اقدامات بشردوستانه‌ای که این شرکت تاکنون انجام داده مسلماً نام آن را از یاد نخواهند برد و اگر زمانی فرصت انتخاب دست دهد، این نام اولویت نخست ایشان خواهد بود. این شرکت بهانه ساخت و ایجاد یک وبسایت جدید برای خود را (در حالی که وبسایت آشنایی با هتل‌ها و امکانات‌شان و رزرو آنلاین در سایت پیشین همچنان پویا و فراهم است) ارائه برنامه‌هایی در اثبات تعهد برند به ارزش‌های دیرین خود دانسته است؛ برنامه‌هایی که از سال ۱۹۸۱ برای نخستین بار نسبت به جمع‌آوری کمک‌های مردمی برای بیماران سرطانی تحت برنامه‌های یک‌روزه در هر سال دنبال شد و ماحصل آن هم جمع‌آوری نزدیک به ۵۰۰ میلیون دلار تا به امروز بوده است.

وبسایت ارزش‌های زندگی

در این وبسایت؛ فورسیزنز سعی در نمایش آنلاین اقداماتی دارد که آن را اثبات پایبندی به تعهد خویش در حفظ ارزش‌های انسانی می‌داند. در این باره توضیح می‌دهد که: «شرکت همیشه در خلسی یک اثر ماندگار و مثبت بر تعهداتی که اجرا می‌کند و با مردمی که استخدام می‌نماید و خدماتی که ارائه می‌دهد، کوشش کرده و این فلسفه‌ای بوده که از زمان آغاز سفرش از تورنتو با یک متل تا به امروز که به بیش از ۸۰ هتل در ۳۴ کشور دنیا می‌رسد حفظ شده است. اکنون بیش از ۳۵ هزار نفر در تمامی فعالیت‌هایی که حول سه محور؛ حمایت پایدار، ساخت جوامع و تحقیقات پیشرفته سرطان است، مشارکت دارند.»

مدیرعامل شرکت هم هدف از چنین وبسایتی

را در راستای "نقش طلایی" به‌عنوان نقشه راه یا منشور اخلاقی شرکت می‌داند که شعار آن "پذیرایی از دیگران، آن‌گونه که خود دوست داریم پذیرایی شویم" می‌باشد.

یک تلاش محلی، یک تعهد جهانی

وبسایت جدید شرح تلاش‌هایی را می‌دهد که فورسیزنز در سطح جهان و در سه بحث اصلی برای نمایان ساختن ابتکارات تازه و اثبات پیشرفت برنامه‌های جاری ذیل انجام می‌دهد:

– **حفظ فورسیزنز:** برنامه حمایت پایدار شرکت شامل کارمندان و مهمانانی است که در هدف همیشگی شرکت برای نگهداری منابع طبیعی و کاهش اثرات مخرب زیست‌محیطی و توسعه توریسم پایدار تلاش می‌کنند.

این برنامه‌ها به‌عنوان داری‌های اصلی فورسیزنز ردیفی از ابتکارات است که در تمام هتل‌های این شرکت در سراسر جهان از حفظ ساحل دریاچه‌های قدیمی در هاوایی گرفته تا ساحل‌های مرجانی احیاشده در مالدیو، حفظ لاک‌پشت‌های دریایی در معرض انقراض جزیره Nevis، نجات و حفظ فیل‌ها در تایلند و کاهش اتلاف و حفظ انرژی و آب در تمامی هتل‌های فورسیزنز انجام می‌گیرد.

– **هدف فورسیزنز:** برنامه ساخت جوامع فورسیزنز انجام تعهدی است به مسئول بودن در برابر مشارکت‌های اجتماعی و ایجاد اثرات اقتصادی مثبت هم در درون و هم در خارج از هتل‌ها و مجتمع‌های اقامتی – تفریحی شرکت.

ابتکارات و برنامه‌هایی چون مربیگری افراد جوان مثل همکاری با مؤسسه Vatsayla در بمبئی و برنامه‌های کارآموزی در مالدیو؛ تدارک کتاب‌های درسی برای بچه‌ها و بازسازی مدارس در کاستاریکا، ساخت خانه برای بی‌بضاعت‌ها در فلوریدا، حمایت از پرورشگاه‌ها در جاکارتا، ریاض، ماکائو، بالی و ... از این دست می‌باشند.

– **پیشرفت فورسیزنز:** برای مدت بیش از ۳۰ سال است که فورسیزنز از طریق تلاش‌های محلی و ایجاد برنامه‌های مرزی حامی تحقیقات پیشرفته سرطان است. برنامه‌ای چون Terry fox Run که حالا بزرگ‌ترین جمع‌آوری‌کننده اعانه یک‌روزه در جهان است و هر ساله در ۵۰ کشور جهان برگزار می‌شود، یکی دیگر از برنامه اصلی فورسیزنز در راستای این حمایت می‌باشد.

همچنین دفتر همکاری شرکت در کنار هتل‌ها و مجتمع‌های اقامتی – تفریحی این برند در سراسر

جهان هر ساله میلیون‌ها دلار برای حمایت و افزایش آگاهی‌های مواظبت و تحقیق سرطان جمع‌آوری می‌کنند.

ظاهری آرام، فضایی دلنشین

نگاهی به صورت ظاهری سایت تداعی‌کننده یک فضای آرام و دلنشین است که بازدیدکننده بدون آن‌که درگیر مفاهیم پیچیده و لینک‌های تو در تو و گمراه‌کننده شود به وضوح هدف از ایجاد سایت و پیام اصلی آن را درمی‌یابد.

در قسمت بالای سایت و در سمت چپ به خوبی مشخص است که این سایت تداعی‌کننده پنجاهمین سال فعالیت فورسیزنز می‌باشد و با یک سرلوح زیبا می‌توان به قسمت‌های مختلف سایت که همراه با عکس و تیترو درج چند خط درباره موضوع نمایان است، پرداخت که در کنار آن‌ها تصویر مدیرعامل شرکت همراه با گوشه‌ای از پیام وی برای بازدیدکننده به چشم می‌خورد.

در قسمت پائین سایت هم چهار پیوند در زیر آرم شرکت دیده می‌شود که به ترتیب به سایت اصلی شرکت جهت جستجوی هتل‌ها و رزرو آن‌ها، "اتاق خبر" که در واقع یک نوع شبکه اخبار و اطلاعات است، "درباره شرکت" و "چگونگی تماس" با ایشان برمی‌گردد، دلالت دارد.

نکته جالب آن‌که در بخش حمایت پایدار که دلالت بر توریسم پایدار دارد، محتوایی کاملاً علمی – اجتماعی به چشم می‌خورد که بازدیدکننده می‌تواند با مطالعه بخش‌های آن، دانستی‌های مفیدی به‌دست آورد.

و در آخرین برنامه‌های شرکت برای موارد بشردوستانه به فعالیت‌های مردمی خوریم که تحت عنوان Providing Disaster Relief in Japan Japan به حادته زمین‌لرزه و سونامی اخیر در ژاپن اشاره دارد و در بخشی از آن به جمع‌آوری کمک‌های مردمی از طریق فروش تی‌شرت‌های ویژه در هتل‌های آمریکا اشاره دارد و در پیوندی مرتبط با آن هم به معرفی فعالیت‌های صلیب سرخ پرداخته شده است.

این وبسایت نمونه‌ای جالب و آموزشی برای فعالان حوزه گردشگری می‌باشد که چگونگی گسترش شهرت برند را با اهدافی انسان‌دوستانه و خیرخواهانه نشان می‌دهد.

نشانی این سایت

www.livingvalues.fourseasons.com

می‌باشد.