



Katse Kiinaan

Vinkkejä kiinalaisten matkailijoiden kanssa toimimiseen

Kiina on lyhyessä ajassa noussut maailman matkailijavirtojen kärkikastiin. Suomellakin on hyvät mahdollisuudet saada osansa kiinalaisten matkustusboomista. Matkailun edistämiskeskus on koonnut yhteen muutamia olennaisimpia huomioita kiinalaismatkailijoiden tarpeista ja toiveista. Kaukaisista kulttuureista tulevien matkailijoiden tavat ja odotukset poikkeavat joskus suurestikin siitä, mihin olemme lähempää saapuvien matkailijoiden kohdalla tottuneet. Onnistuneiden elämysten aikaansaamiseksi on tärkeää, että kaikki kiinalaisia matkailijoita palvelevat yritykset kiinnittäisivät huomiota ainakin yleisimpiin kiinalaismatkailun erityispiirteisiin.



KATSE KIINAAN



Visit Finland



Tarpeet ja motiivit

- Matkailu on kiinalaisille pakoa stressaavasta arjesta, joka leimaa vahva sosiaalinen paine menestyä työelämässä. Väestötiheistä ja usein saasteongelmista kärsivistä metropoleista tuleville Euroopan kaupungit ovat väljiä ja puhtaita. Sininen taivas on raikkaan ilman ja puhtaan ympäristön symboli. Suomen rauhallisuus ja puhdas luonto on vetovoimatekijä, jota kannattaa korostaa. Suomessa voi lomaila ilman suorituspaineita!

- Ulkomaan matkat ovat osoitus muille menestymisestä. Vierailuilla tunnetuissa matkakohteissa ja nähtävyyksissä tavoitellaan sukulaisten ja tuttavien arvostusta. Status ja tunnustus ovat erityisen voimakkaita motivaatiotekijöitä ensimmäistä kertaa Eurooppaan matkaaville, mutta tarve menestymisen osoittamiseen säilyy myös useammin matkailuvien keskuudessa. Unohtumattomien elämysten ja muistojen tarjoaminen kiinalaisille on onnistuneen matkan edellytys. Helposti mukaan ostettavat matkamuitot ovat arvokkaita tuliaisia todisteena koetuista elämyksistä kotona odottaville perheenjäsenille ja ystäville. Suomalaisia matkamuistoja myyviä liikkeiden kannattaa kehittää valikoimaansa vastaamaan entistä paremmin kiinalaisten mieltymyksiä.

- Kiinalaiset käyttävät aikaansa tehokkaasti matkalla ollessaan. Usein valinnassa etusijalla ovat kohteet, joista on sopiva matka seuraavaan kohteeseen tai jossa voi toteuttaa useita eri matkan tarpeita (luontoa, historiaa, kulttuuria että modernia elämää). Matkan tulee olla vaihteleva ja sisältää arvostusta tuovia elementtejä. Vaikka rauhallisuutta arvostetaan, tylsää ei saa olla! Kannattaa myös pitää mielessä, että kiinalaiselle rauhallisuus on jotain muuta kuin suomalaiselle. On ehdottoman tärkeää, että matkailu yritykset eri alueilla ja paikkakunnilla tekevät tiivistä yhteistyötä monipuolisten tuote- ja palvelupakettien muodostamiseksi varmistamiseksi.

- Turvallisuus ja vakaumus ovat tärkeitä kriteereitä matkakohteen valinnassa. Kiinalaisia huolestuttaa usein jo etukäteen matkalla mahdollisesti sattuvat vastoinkäymiset, kuten lakot tai varkaudet. Erityisesti ohjelmapalveluyritysten kannattaa panostaa erityisesti tuotteiden ja palveluiden turvallisuuteen.

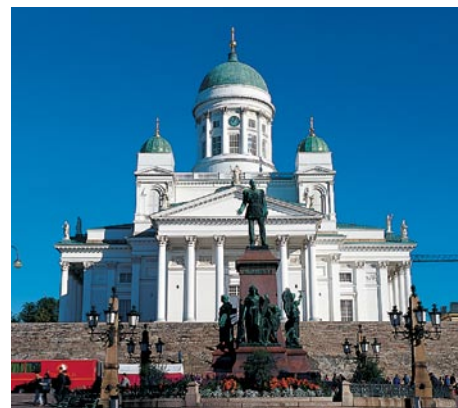


Palvelussa huomioitavaa

- Kiinalaiseen kulttuuriin kuuluu vieraanvaraisuus. Sitä odotetaan myös matkakohteelta. Kiinalaiset matkailijat ovat tottuneet kotimaassaan siihen, että heidän toiveensa täytetään ja tapojaan tunnetaan. Henkilökunta on hyvä kouluttaa ymmärtämään kulttuurisia eroja. Kiinalainen kulttuuri suosii epäsuoraa tapaa kommunikoida sillä konflikteja halutaan välttää ja kaikille halutaan tarjota mahdollisuus säilyttää kasvosensa. Luonnollinen ja ystävällinen käyttäytyminen auttaa aina eteenpäin. Negatiivisia tunteita ei pidä näyttää eikä keskustella poliittisesti aroista aiheista.

- Erinomainen asiakaspalvelu on erittäin tärkeää kiinalaismatkailijoille. Kaupoissa he kaipaavat opasta tai myyjää, muuten he kokevat etteivät ole tervetulleita. Itsepalveluratkaisuja ja jonottamista tulisi välttää. Ystävällinen hymy ja palveluasenne pelastavat silloin kun kohdalle sattuu epäselvyyksiä.

- Kiinalaiset edellyttävät matkakohteiltaan ja -palveluiltaan joustavuutta ja nopeutta, sillä heille on normaalia muuttaa suunnitelmia viime minuuteillakin. Kiinalaiset eivät kuitenkaan pidä siitä, että heidän annetaan odottaa.



Asiakaspalvelun niin ravintolassa kuin majoituspaikassakin tulisi tapahtua sujuvaan tahtiin. Matkanjärjestäjillä tulisi olla myös tiedossaan tarkat tiedot hotellien ja ravintoloiden vastaanottokapasiteetista. Kiinalaiset matkailijat haluavat tulla kohdelluiksi tasa-arvoisesti ja siksi on tärkeää toimia avoimesti.

- Kiinalaiset vieraat tai matkanjärjestäjät valitsevat majoituksen pragmaattisesti: hinnan pitää olla oikea ja sijainnin sopia matkan kulkuun. Myös muiden kuin majoituspalveluiden suhteen kiinalaismatkailijat ovat varsin hintaherkkiä. Hinoista jaetaan toisille matkailijoille tietoa sentin tarkkuudella sosiaalisessa mediassa. Palveluista kertomisen yhteydessä on suositeltavaa kertoa samalla myös niiden hinnoittelusta. Kiinalaiset ovat valmiita maksamaan hyvin suunnitellusta ohjelmasta, joka selkeästi tuo lisäarvoa.

- Kiinalaiset ovat avoimia ja uteliaita kokeilemaan länsimaisia ruokia. Maisteltuaan paikallisia ruokia, he syövät kuitenkin mieluiten kiinalaista ruokaa matkoillaan. Tarve vetäytyä oman kulttuurin piiriin säilyy tulo- tai ikäluokasta riippumatta. Majoituspaikkojen tai nähtävyyksiä tarjoavien yritysten olisi siten hyvä osata tarvittaessa opastaa lähiympäristön kiinalaista ruokaa tarjoaviin ravintoloihin.

- Ruuan lisäksi kiinalaisten tarpeet tulisi huomioida myös majoitusliikkeissä.

Kuumaa vettä ja teetä on hyvä olla tarjolla aterioiden yhteydessä sekä tarjota keittomahdollisuus itse hotellihuoneissa. Kiinalaiset ovat tottuneet juomaan pulloitettua vettä. Pienimuotoinen hedelmätarjoilu tai vaikkapa kirsikkatomaatit hotellihuoneessa ilahduttavat. Kiinalaisilla on mukanaan vain vähän päivittäisiä henkilökohtaisia tarvikkeita. Hotellihuoneisiin kaivataan hammasharjaa, hammastahnaa, saippuaa, shampoota jne. Numeroita 4, 04 ja 14 tulisi välttää kerros- ja huonejärjestelyissä.

- Hyvälle kiinan kielelle käännetty opas päänähtävyyksistä karttoineen olisi hyvä olla tarjolla. Kiinalaisten englannin kielen taito ei ole kovin vahva, joka tekee heistä enemmän eurooppalaisen elämänmenon tarkkailijoita. Matkoille kaivataan hyvin koulutettua kiinankielistä opasta. Yritykset voisivat kouluttaa oppaiksi esim. lähiseudulla sijaitsevien oppilaitosten kiinalaisopiskelijoita tai löytää kokeneen kiinalaisen oppaan. Myös vinkit vapaa-ajan aktiviteeteista ovat tärkeitä.



Kiinnostavat aktiviteetit

- Vapaa-ajan ohjelmaehdotuksissa kannatta huomioida, että kiinalaiset harrastavat mielellään ryhmissä. Vaikka yhä useamman kiinalaisen kohdalla ”yksilöllisyys” korostuu, eivät yksilöllisyytarpeet kuitenkaan viittaa länsimaalaisen yksilöllisyyden korostamiseen. Kiinalaisten kohdalla on kyse suurten ja pienten matkailuryhmien välisistä eroista matkahojelmaa muodostettaessa. Ohjelmia ja palveluita halutaan räätälöidä nimenomaan ryhmän tarpeisiin.

- Valokuvaus kuuluu kiinteästi matkailuun. Kiinalaiset kuvaavat mielellään maisemia, nähtävyyksiä, itseään ja ystäviään itse kuvaamisen ilosta mutta myös jakaakseen kokemuksensa sosiaalisessa mediassa. Opastettu reitti kuvauksellisista kohteista on yksi hyvä tapa huomioida matkailijoiden tarpeet. Oppailta toivotaan suosituksia parhaimmista kuvauspaikoista. Myös ympäristöön liittyvät tarinat kiinnostavat.

- Etenkin kiinalaiset yksittäismatkailijat hyödyntävät internetiä ja sosiaalista mediaa matkansa suunnittelussa myös matkan aikana. Internetiä käytetään aikataulujen, reittien, kohteiden, nähtävyyksien ja majoituksen etsintään. Majoituspaikoilta odotetaan ilmaista nettiyhteyttä.

- Ostosten teko on keskeinen matkailu-aktiiviteetti. Luksustuotteiden verotus on Euroopassa matalampaa kuin Kiinassa. Lisäksi varmuus aitoudesta pitää shop-pailun aktiiviteettilistan kärjessä. Matkamuuistoiksi ostetaan mielellään myös paikallisia tuotteita. Tuotteiden kiinnostavuus kasvaa huomattavasti, jos niiden taustoista osataan kertoa tarinoita: miten niitä Suomessa käytetään, kuinka valmistetaan, miten liittyvät suomalaiseen kulttuuriin. Luksustuotteiden kohdalla tuotteen brandi on yksi tärkeä valintakriteeri itsessään.

- Autoilu on kiinalaisille yksi tärkeimmistä menestyksen merkeistä. Autourheilu eri muodoissaan on suosittua. Jääajoradat, ralli tai viittaukset suomalaisten F1-menestykseen kiinnostavat kiinalaisia suuresti. Kokeneemmat kiinalaismatkailijat tekisivät mielellään autolla myös itsenäisiä kiertomatkoja, mutta avuksi tarvittaisiin kiinankielisiä navigaattoreita ja muita reittiohjeita. Autonvuokrausyrityksille avautuu uusia liiketoimintamahdollisuuksia lisäpalveluiden kehittämisessä.

- Kiinalaiset arvostavat kulttuuria ja historiaa. Yhteisen kielen puuttuminen tekee kiinalaismatkailijoista myös kulttuurin suhteen enemmän tarkkailijoita kuin osallistujia. Kiinankielisen oppaan avulla voi järjestää esim. opastettuja retkiä marja- ja sienimetsään tai tutustua suomalaisiin perinteisiin. Jos opaspalveluita ei ole käytettävissä, kiinankielinen kirjallinen materiaali voi ohjata tutustumaan omaehtoisesti paikalliseen kulttuuriin.

- Kiinalaiset hyvin harvoin haluavat kokeilla fyysisesti vaativia aktiiviteetteja. Heille mieluisampia seikkailukokemuksia tarjoavat mm. pienessä ryhmässä toteutetut poro- tai huskyajelut, jäänmurtajavierailut tai risteilyt. Uusimpia trendivirtauksia kiinalaismatkailijoiden kohdalla ovat metsästäminen, retkeily, veneily ja muut kevyet urheiluaktiiviteetit, joita voi tehdä ryhmässä.



Markkinointi

- Kerro tarina: Kiinalaiset matkailijat ovat kiinnostuneita kulttuurista, historiasta ja paikallisista traditioista. Osa pintapuolisesti, osa syvällisemmin. Kohteisiin liittyvät tarinat avaavat heille maan elämäntapaa laajemmin. Kiinalaiset ovat myös hyvin kiinnostuneita suomalaisesta elämäntavasta ja arjesta. Hyvältä oppaalta odotetaan hauskoja paikallisia tarinoita, jotka tekevät matkasta muistettavan. Parhaimmillaan opas tuntee hyvin sekä kiinalaista että suomalaista kulttuuria.

- Fanimatkailu kasvaa: Moni kiinalainen matkailija valitsee kohteensa jonkin tunnetun henkilön tai idolin mukaan. Fanimatkailussa kuljetaan esimerkiksi korkeatai populaarikulttuurin tunnettujen henkilöiden jalanjäljissä. Kiinnostusta on myös tunnettuihin kiinalaisiin liitettävät kohteet.

- Nimeä tuotteet kiinaksi: Kiinalaisille matkailijoille suunnatuille tuotteille kannattaa antaa kiinan kielinen nimi, joka sointuu kauniisti ja kiinnittää heidän huomionsa.

- Kuvat ja videot helpottavat kommunikaatiota. Niitä haetaan ja jaetaan internetissä niin matkailijoiden itsensä kuin matkanjärjestäjienkin toimesta. Kuvat ja videot ovat matkanjärjestäjille tärkeintä myyntimateriaalia. Muiden kiinalaisvieraiden suosituksia ovat niin ikään tärkeitä oman kohteen markkinoinnissa.

- Korosta romantiikkaa: Pikkukaupunkien idyllit tai kaunis rantamaisema ovat täydellisiä näyttämöjä romanttisille hetkille, joita kiinalaiset mielellään ikuistavat lukuisin valokuvoin. Häämatkapaketit nuorille pareille sekä jo pidempään naimisissa olleille pariskunnille räätälöidyt häääpäivämatkat ovat esimerkkejä kiinnostavista erikoistuotteista. Hyvin suunniteltu ja teemoitettu matkaohjelma on aina houkutteleva.



Lisätietoja:

Kristiina Hietasaari
 Tutkimus- ja kehitysjohtaja
 +358-(0)29 50 58229
 kristiina.hietasaari@visitfinland.com

Anne Lind
 Yhteyspäällikkö
 +358-(0)29 50 58227
 anne.lind@visitfinland.com



KATSE KIINAAN

