

KUINKA PALVELLA JAPANILAISIA ASIAKKAITA? KOHDERYHMÄ: NAISET 25-49 V.



Tämä tarkistuslista on tehty auttamaan sinua arvioimaan omaa potentiaalisi tarjota

ohjelmapalveluita

japanilaisille matkailijoille. Alla oleva lista keskittyy erityisesti asioihin, jotka ovat tärkeitä yhdelle potentiaaliselle Japanin markkinoiden kohderyhmälle, alle 50-vuotiaille naisille.

Alla esitetyt käytännön vinkit perustuvat CAITO-projektissa koottuun tutkimustietoon ja markkinakokemukseen. Lista ei suinkaan kata kaikkea mahdollista, mutta toivottavasti antaa sinulle vinkkejä siitä, mitä vähintään on syytä huomioida tämän kohderyhmän osalta.

ONNEA TUOTEKEHITYKSEESI!

HUOMIOITAVAA:

- ✓ Japanilaiset matkailijat arvostavat autenttisia kokemuksia ja elämyksiä, eivät siis ainoastaan nähtävyyksien katselua. Suomalainen luonto, paikallinen elämäntapa, historia ja harva asutus kiinnostavat → Käytä näitä elementtejä ohjelmapalveluiden tuottamisessa!
- ✓ Japanilaiset matkailijat arvostavat erityisesti täsmällisyyttä ja kohteliasta käytöstä. Huolehdi siitä, että palvelut toimivat täsmälleen kuten on luvattu ja palvelu on joka vaiheessa kohteliasta!
- ✓ Kiinnitä erityistä huomiota tilojen ja ympäristön siisteyteen!
- ✓ Kansallinen matkailumarkkinointi käyttää jatkuvasti resursseja markkinoidakseen tiettyjä suomalaisuuteen liitettäviä elämyksiä, raaka-aineita ja ruokia osana Suomen imagomarkkinointia. Hyödynnä näitä mahdollisuuksia innovatiivisella tavalla.

Vinkkejä ohjelmapalveluiden tuottajille Ole mahdollisimman realistinen ja objektiivinen arvioidessasi omaa palveluasi!	Sisältyy X Voi sisältyä (X) tarjoamaani palveluun	Ei mahdollista palveluni kohdalla
Ohjelmapalveluiden tulisi rakentua alueen/maan aidoille ominaispiirteille. Palveluita elävöittävät tarinat ovat tärkeitä. Ne tulee kertoa englanniksi tai mieluiten japaniksi niin, että matkailija kykenee eläytymään tarinaan parhaalla mahdollisella tavalla.		
Matkaoppaan merkitys on erittäin suuri elämysten tulkitsijana. Japanilaiset matkailijat eivät mielellään halua viettää "vapaata aikaa" yksikseen, samalla tavalla kuin suomalaiset matkailijat.		
Oppaan tulisi puhua vähintään englantia, mutta mieluiten japania. Nuoremmille matkailijoille ohjelmapalveluiden tarjoaminen englanniksi saattaa riittää.		
Japanilaiset matkailijat ovat turvallisuushakuisia. Turvallisuusseikat tulee siksi kertoa yksityiskohtaisesti tarjottaessa tietoa ohjelmapalvelusta.		
Japanilaiset matkailijat eivät yleensä arvosta raskaita fyysisiä aktiviteetteja. Tarjottujen ohjelmapalveluiden tulee olla kevyitä ja niihin osallistuminen helppoa! Tällaisia ovat esimerkiksi patikointi metsässä, lyhyet polkupyöräretket sekä marjojen tai sienien poimiminen.		
Japanilaiset matkailijat arvostavat paikalliseen kulttuuriin tutustumista ja siihen liittyvää uuden oppimista. Esimerkiksi käsityöpajat, paikallisten leivonnaisten tai ruoan valmistaminen ja kansanmusiikkityöpajat ovat kiinnostavia.		

Maaseutumatkailuun mielletäviltä ohjelmapalveluilta odotetaan erilaisten luontoelementtien hyödyntämistä .		
Paikallisen ruuan kokeileminen on yksi halutuimmista elämyksistä selvitysten mukaan. Ruokaan tulisi liittää tarinoita ja tietoa sen alkuperästä aina kuin mahdollista (englanniksi tai japaniksi). Käytä ohjelmapalveluissa aina paikallista ruokaa kuin se on mahdollista!		
Metsistä ja järvimaisemista nauttiminen on tärkeää tälle kohderyhmälle. Linkitä näitä elementtejä ohjelmapalvelusi osaksi, jos mahdollista.		
Sauna elämyksenä on erittäin kiinnostava! Kokemus vaatii kuitenkin hyvän suunnittelun ja/tai ohjauksen. Japanilainen saunakulttuuri eroaa selvästi suomalaisesta.		
Erityisesti maaseutumatkalla olevat ja FIT – matkailijat eivät halua liian tiukkoja aikatauluja – maaseudulle tullaan rentoutumaan. Pidä siis huolta siitä, ettei ohjelmapalvelusi aikataulu ole liian tiukka.		
Tämä kohderyhmä on erityisesti kiinnostunut “live like locals” –tyyppisistä palveluista. Pystytkö toteuttamaan ohjelmapalvelusi tässä hengessä?		
Mahdollisuus kurkistaa paikallisten jokapäiväiseen elämään kiinnostaa tätä kohderyhmää. Esimerkiksi vierailut paikallisissa supermarketeissa ovat haluttuja. Tarjoo tietoa siitä, missä on mahdollista nähdä paikallista elämänmenoa , kuten markkinoista, kyläjuhlista ja supermarketeista –> “what to do” –lehtiset?		
Tämä kohderyhmä arvostaa kauniita luonnonmaisemia. Selkeä luontoyhteys voisi olla teema ohjelmapalvelutuotteissa?		
Tämä kohderyhmä on erityisen kiinnostunut myös kulttuurista ja haluavat vieraila historiallisissa kohteissa . Muista kuitenkin opastuksen tärkeä rooli!		
Nähtävyyksien lisäksi kohteet, jossa paikalliset käyvät kiinnostavat japanilaisia . Pystytkö linkittämään paikallisia kahviloita, puistoja, baareja tai kauppoja osaksi ohjelmapalveluasi?		
Matkustaessaan ryhmässä, japanilaiset olettavat, että jokaista ryhmän jäsentä kohdellaan samalla tavalla . Esimerkiksi oppaan tulisi aina puhua koko ryhmälle (myös vastatessaan kysymyksiin), eikä keskustella yksittäisten asiakkaiden kanssa.		
Ohjelmapaketit, jotka yhdistävät kaupunkiloman ja virkistäytymisen maaseutukohteissa voisivat olla kiinnostavia tälle kohderyhmälle.		
Ostokset		
Tunnetut design-tuotteet ovat tärkeitä ja tämä kohderyhmä on tyypillisesti kuullut niistä jo ennen saapumistaan. Mieti miten näitä voisi yhdistää myös maaseutumatkailuun .		
Ostosmahdollisuudet ja paikalliset matkamuistot ovat tärkeitä japanilaisille . Sisällytä ostosmahdollisuuksia ohjelmaasi. Muista kuitenkin, että matkamuistojen on oltava korkealaatuisia, eikä liian painavia tai hankalia kuljettaa Japaniin. Huomioi myös elintarvikkeiden tuontirajoitukset Japaniin.		
Japanilaisessa kulttuurissa annetaan paljon lahjoja → suunnittele ohjelmapalvelusi niin, että siihen kuuluu mahdollisuus hankkia pieniä matkamuistoja vietäväksi kotiin perheelle ja ystäville .		
Mikäli ostokset eivät suoranaisesti kuulu ohjelmapalveluusi, tarjoo tietoa paikallisista ostosmahdollisuuksista . Huomaa, että japanilaiset ovat tottuneet pidempiin kauppojen aukioloaikoihin kuin Suomessa on. Kerro tästä etukäteen.		
Saavutettavuus		
Julkisten kulkuneuvojen käytön ohjeistus ja aikataulut pitää olla selkeät ja helposti ymmärrettävissä . Useimmat japanilaiset eivät halua vuokrata autoa.		
Mahdollisuus järjestää kuljetus satamasta, linja-autoasemalta tms. on selkeä kilpailuetu!		
Mikäli järjestät kuljetuksia, ei ole hyväksyttävää, jos kuski puhuu ajon aikana matkapuhelimeen . Kuskin pitää olla kokenut ja ajaa huolellisesti sekä nopeusrajoitusten mukaan. Japanilaisten turvallisuushakuisuus näkyy myös tässä!		
Toisinaan japanilaiset matkailijat olettavat pikkubussissa tai taksissa tarjottavan vesipulloja vieraanvaraisuuden osoituksena.		

LISÄTIETOJA JAPANILAISISTA MAASEUTUMATKAILUN KOHDERYHMÄNÄ:

caitoproject.eu

