

KUINKA MARKKINOIDA JAPANILAISILLE ASIAKKAILLE? KOHDERYHMÄ: RYHMÄMATKAILIJAT



Tämä tarkistuslista on tehty auttamaan sinua arvioimaan omaa potentiaaliasi

markkinoida maaseutumatkailupalveluitasi

japanilaisille matkailijoille. Alla oleva lista keskittyy erityisesti asioihin, jotka ovat tärkeitä yhdelle potentiaaliselle Japanin markkinoiden kohderyhmälle, ryhmämatkailijoille, jotka varaavat matkansa matkatoimiston kautta.

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:

- ✓ Ryhmämatkailijat varaavat matkansa matkatoimiston kautta. Näin ollen matkatoimistot ovat ensisijaisia asiakkaitasi tämän kohderyhmän osalta. Tuotteesi on sovitettava heidän vaatimuksiinsa.
- ✓ Kansallinen matkailumarkkinointi käyttää jatkuvasti resursseja markkinoidakseen tiettyjä suomalaisuuteen liitettäviä elämyksiä, raaka-aineita ja ruokia osana Suomen imagomarkkinointia. Hyödynnä näitä mahdollisuuksia innovatiivisella tavalla!
- ✓ Ryhmämatkailijat haluavat paljon yksityiskohtaista tietoa matkakohteestaan etukäteen. Tarjoamalla hyvin organisoitua ja yksityiskohtaista tietoa pystyt ohjaamaan asiakkaiden ennako-odotuksia ja välttämään pettymyksiä.
- ✓ Tee markkinointiyhteistyötä eri tahojen kanssa niin paljon kuin mahdollista! Markkinointi on kallista toimintaa.



Vinkkejä maaseutumatkailun markkinointiin Ole mahdollisimman realistinen ja objektiivinen arvioidessasi omaa palveluasi!	OK	Paran- nettavaa	Ei mahdollista palveluni kohdalla
Koska ryhmämatkailijat varaavat matkansa tyypillisesti matkatoimistojen kautta, tarjoa näille erittäin yksityiskohtaista tietoa (majoituksesta, sen laadusta, ohjelmapalveluista, ruokapalveluista). Tämä toimii myös "vakuutusnasi" mahdollisten ongelmien varalta, koska tällöin matkanjärjestäjällä on kaikki pienimmätkin yksityiskohdat tiedossaan etukäteen.			
Huolehdi myös siitä, että matkatoimistojen lisäksi kotisivuillasi on yksityiskohtaista tietoa tarjoamistasi palveluista.			
Pidä huolta siitä, että kotisivujesi ja markkinointimateriaalisi tyyli vastaa japanilaisten tottumuksia.			
Hyödynnä runsaasti erilaisia kuvia palvelustasi kotisivuillasi. Ne antavat paremmin näkemystä tuotteistasi kuin pelkkä teksti.			
Ainakin osan materiaalista on oltava saatavilla japaniksi.			
Älä aliarvioi matkailulehtien merkitystä markkinointimateriaalina. Hyödynnä näitä, mikäli mahdollista.			
Ryhmämatkailijat suosivat edelleen perinteisiä opaskirjoja tietolähteinä – pohdi voisitko hyödyntää näitä tiedottaaksesi palveluistasi.			
Japanilaiset ovat turvallisuushakuisia – korosta erilaisia turvallisuusnäkökohtia markkinointiviestissäsi.			
Mikäli mahdollista, käytä jotakin olemassa olevaa brandiä tai merkkiä osoituksena palvelusi luotettavuudesta. Pohdi esimerkiksi pystytkö liittämään tuotteesi matkailujärjestöjen tai organisaatioiden laatumerkkeihin, logoihin tai tunnettuihin brändeihin. Kotimaisilla laatu-merkeillä ei välttämättä ole tarpeeksi tunnettuutta Japanin markkinoilla.			
Kaupunki- ja maaseutukohteiden yhdistäminen on kiinnostava yhdistelmä tälle kohde-ryhmälle myös markkinointiviestinnässä. Näin pystyt hyödyntämään tunnettuja kohteita ja yhdistämään niitä maaseutumatkailutuotteisiisi ja lisäämään mielikuvaa palveluiden luotettavuudesta. Maaseutumatkailukohde pystyy harvoin luomaan yksin tarpeeksi tunnettua imagoa tai brandiä näkyäkseen Japanin markkinoilla.			
Korosta markkinointiviestinnässäsi yhtäläisyyksiä japanilaisen ja suomalaisen kulttuurin välillä luodaksesi tutun ja turvallisen mielikuvan.			
Suomen maaseutu on loppujen lopuksi uusi matkakohde japanilaisille. Korosta sen uutuusarvoa markkinoilla. Japanilaiset ovat kiinnostuneita löytämään uusia matkakohteita ja maita.			
Tuo markkinoinnissasi selkeästi esille, mitä tarkoitat maaseutumatkailulla , älä pelkästään käytä sitä käsitteenä, sillä japanilaisille saattaa syntyä vääränlaisia mielikuvia. Termi maaseutumatkailu sekoitetaan helposti mm. maatilavierailuihin, joissa osallistutaan tilan töihin.			
Hyödynnä markkinoinnissasi puhdasta ja alkuperäistä luontoa sekä luonnon ilmiöitä.			
Tuotteen ostettavuus			
Etenkin senioriryhmät varaavat matkansa etukäteen japanilaisesta matkatoimistosta. Heille myös fyysisten kivijalkatoimistojen rooli on iso! → Tee sopimuksia japanilaisten matkanjärjestäjien kanssa.			
Käytä online varausjärjestelmää tai hankkiudu yhteistyöhön matkanjärjestäjän kanssa, jolla sellainen on käytössä. Sähköpostivaraukset, puhumattakaan puhelinvarauksista, eivät ole ensisijaisia vaihtoehtoja.			

LISÄTIETOJA JAPANILAISISTA MAASEUTUMATKAILUN KOHDERYHMÄNÄ

caitoproject.eu

