

MASTERCLASS

RECURSOS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN DE LOS TURISTAS CHINOS

Por: Lorenzo Palomares del Cerro



PRESENTACIÓN

CEO y Fundador ChineSpain

Miembro ATEC

Profesor UAM y UC3M

Ponente en diferentes eventos y universidades



Lorenzo Palomares del Cerro

CHINA COMO EMISOR MUNDIAL DE TURISTAS



Mayor emisor de turistas mundial

China es el país que más turistas emite, pero solo el 10 % de la población tiene pasaporte



Tamaño mercado: 250 MM €

En solo 10 años el mercado se ha multiplicado por 5, y la tendencia sigue creciente



Turistas con mayor nivel gasto

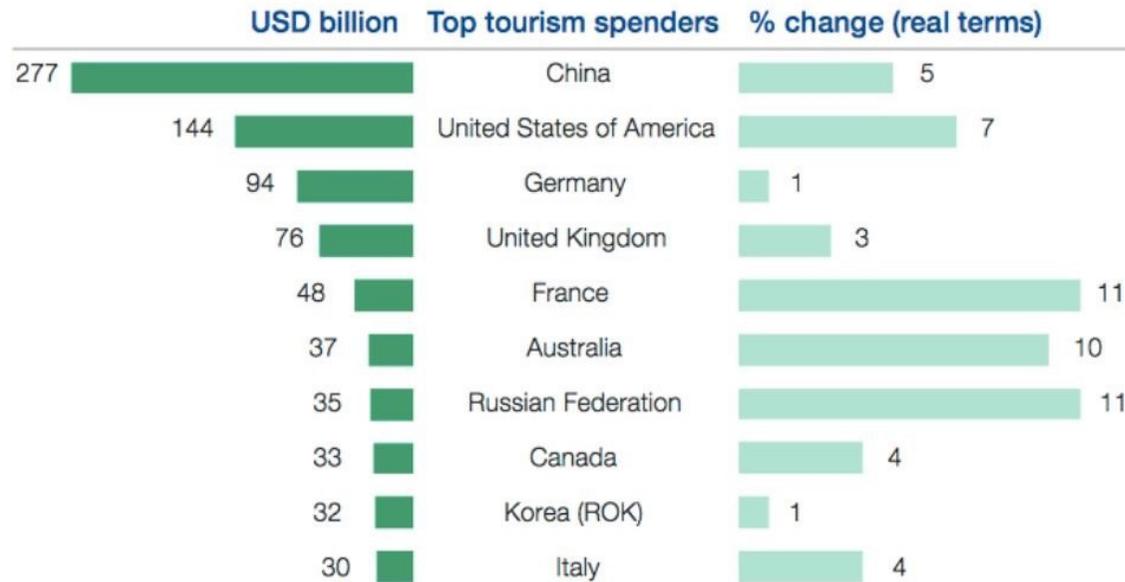
Los turistas chinos gastan hasta 4 veces más que turistas de otras nacionalidades



Cambios de tendencia

Son turistas que han pasado del viaje en grupo al viaje individual, realizando casi el 50 % del gasto en el propio destino

CHINA COMO EMISOR MUNDIAL DE TURISTAS



Top 10 countries by international tourism spending, 2018

Source: World Tourism Organization (UNWTO).

CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA CHINO

- ▶ Turista no estacional
- ▶ Alto poder adquisitivo
- ▶ Muy digitalizado
- ▶ No interesado en sol y playa
- ▶ Interesado en marcas, tanto para productos como para servicios
- ▶ Turista joven (hasta 35 años) o de mediana edad (hasta 55 años)
- ▶ Viaje en grupo: Tendencia decreciente.
- ▶ Viaje independiente: Tendencia al alza



MERCADO MÁS COMPLEJO DEL MUNDO



Diferencia cultural e idiomática

Hay serios problemas para que sepamos entendernos culturalmente con los chinos

Plataformas digitales exclusivas

Bloqueo de Facebook, Twitter, Instagram, Google...
Canales propios como Wechat, Xiaohongshu, Weibo, Douyin...

Poca oferta adaptada a la demanda

Desde adaptar horarios hasta poner a disposición sus pasarelas de pago (AliPay, UnionPay..)

Nula presencia en origen

Pocas empresas extranjeras de la industria turística son relevantes en China

CICLO INTERACCIÓN TURISTA DIGITAL CHINO



Fuente: Turismo asiático, turismo de calidad. Casa Asia 2017

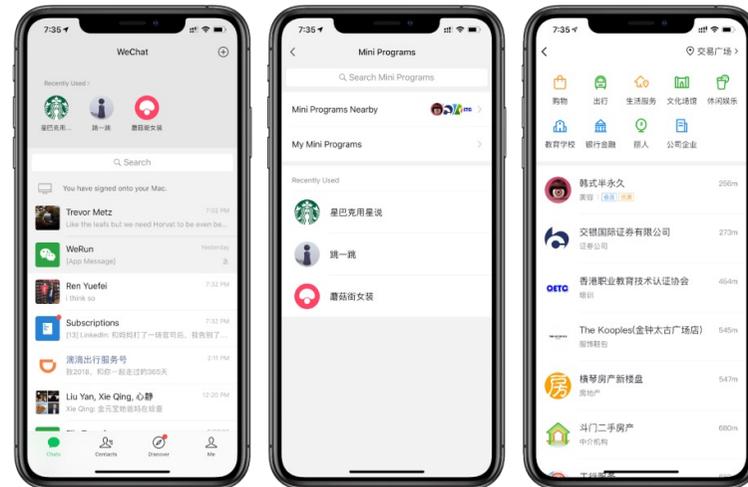
ESTRATEGIA EN ORIGEN

Red social más usada en China

Mezcla de whatsapp, Facebook, Instagram, Paypal...

Permite compartir información, fidelizar clientes, tener tienda online, generar nuestra propia app...

Wechat



ESTRATEGIA EN ORIGEN

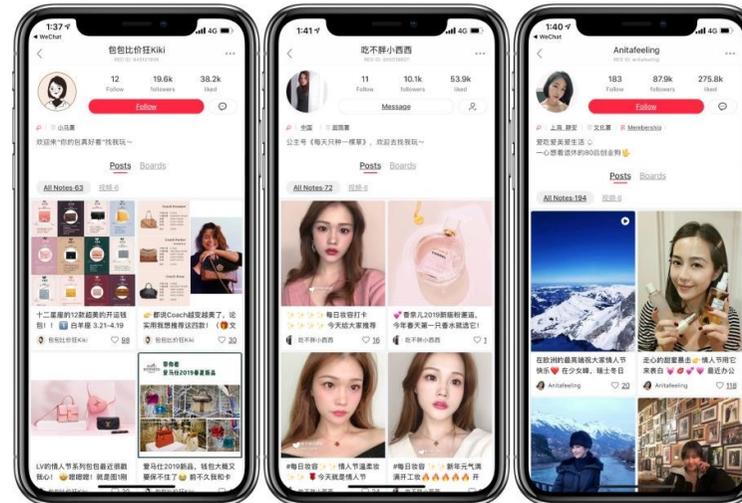
XiaoHongshu



Red social similar a Instagram

Usuarios jóvenes, 1st Tier Cities, elevado poder adquisitivo

Permite hacer compras por *streaming*



ESTRATEGIA EN ORIGEN

Tipo Twitter

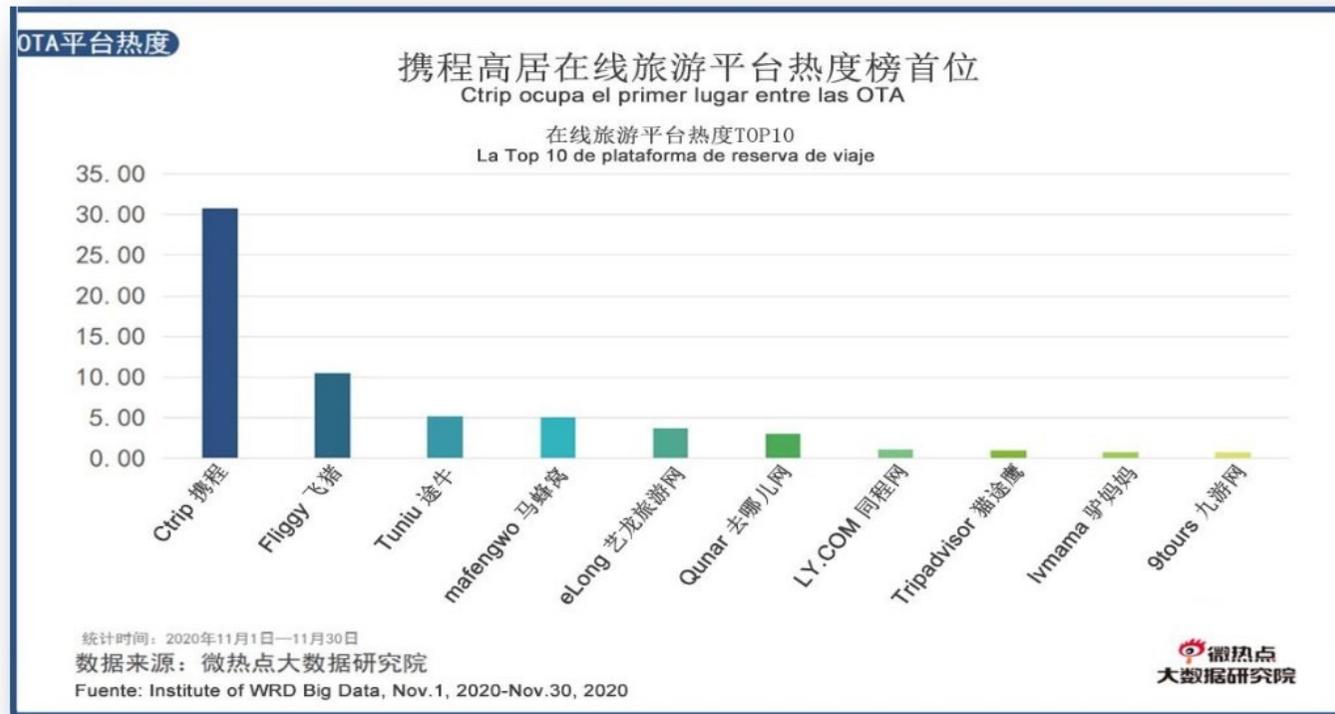
Permite hacer micropublicaciones y es más abierta que Wechat

Muy interesante para comunicarse rápido y fácil

Weibo



MERCADO ONLINE TRAVEL AGENCIES CHINAS



ESTRATEGIA EN DESTINO: ALOJAMIENTOS

1. Considerar numerología en plantas y habitaciones. Número 4 significado negativo. Número 8, positivo.
2. Gusto por frutas o flores, pero no flores blancas.
3. Agua caliente (hervidor de agua), zapatillas desechables, *amenities*.
4. Camas separadas preferiblemente.
5. Habitaciones para fumadores.
6. Guardar normas de cortesía: respetar jerarquía, palabras en mandarín, cartelería en chino, evitar confusión con otros asiáticos...
7. Wifi
8. Desayuno chino: arroz, fideos fritos, dim sum...



ESTRATEGIA EN DESTINO: RESTAURANTES

1. Horarios adaptados: 7:00 (desayuno), 12:00 (comida), 18:00 (cena)
2. Menús en chino, con fotos o con los platos explicados. Menú cerrado, buena opción.
3. Té en las comidas. Vino crece en popularidad, sobre todo si se explica su historia. Agua caliente.
4. Platos pequeños y que se puedan compartir. Mesas amplias.
5. Tener precios adecuados.
6. Guardar normas de cortesía: respetar jerarquía, palabras en mandarín, cartelera en chino, evitar confusión con otros asiáticos...



ESTRATEGIA EN DESTINO: DESTINOS

1. Cuidar la imagen de seguridad del destino. Los chinos son muy sensibles al riesgo.
2. Señalización en chino, especialmente, si ya está en japonés, coreano...
3. Entender las diferencias entre asiáticos. Cuidado con ideologías (HK, Taiwán...)
4. Algunos guiños al idioma.
5. Generar un recuerdo de la experiencia (tarjeta de visita, libro sellado)
6. Combinar lo exótico con lo reconocido.



¡Gracias por asistir!

非常感谢您的参与



[hosteltur.com](https://www.hosteltur.com)