



Trade avec les Chinois : ce qu'il faut savoir...



- Comprendre le marché et adapter l'offre : nécessité de comprendre les besoins et attentes des touristes chinois. La notion de qualité est différente : repas rapides, visites et activités qui se succèdent à un rythme soutenu, le chinois est zappeur. Ils sont venus pour apprendre et découvrir, pas pour se reposer !
- Le tourisme = une expérience à vivre. Tourisme actif comme dégustations, cours de cuisine, activités à la campagne et rencontrer des locaux lors de fêtes folkloriques, événements...
- Thèmes : la gastronomie, bière et chocolat et plats traditionnels, folklore, la culture comme la visite de sites mais pas trop de musées. Le particulier, Durbuy la plus petite ville du monde, Dinant, la ville Feng Shui de Sax, les châteaux et sites de l'Unesco sont une valeur sûre.
- Contenu en chinois & personnel parlant chinois : disposer de contenu en chinois (flyers, brochures) et de personnel parlant chinois est un véritable atout. A défaut de personnel sinophone, un audio guide en chinois est un bon début.
- Contacts fréquents avec les partenaires : la concurrence est rude et l'offre pléthorique. Nécessite de maintenir le contact avec les partenaires via message, mail, newsletter, WeChat. Ne pas attendre que les agences de voyage viennent vers vous pour agir.



Trade avec les Chinois : ce qu'il faut savoir...



- Réactivité : la Chine est ultra connectée et ne dort (pratiquement) jamais. Il faut répondre dans les heures (minutes) qui suivent à une demande de prix pour faire la différence.
- Flexibilité : beaucoup de demandes de dernière minute, changements probables jusqu'à l'arrivée du groupe.
- Fermeté: ne pas tout autoriser mais toujours essayer de trouver un accord qui soit bénéfique pour tout le monde, un win-win à la chinoise.
- Patience : enfin soyez patient. Il faut se faire connaître en Chine, établir une relation de confiance et une image de marque avant de pouvoir espérer du business, cela prend du temps.
- Marché en pleine mutation, d'un tourisme de groupe à un tourisme plus individuel, petits groupes d'amis, familles... tourisme de profondeur, mais le shopping est toujours présent.