

Met kleinschalig toerisme de Chinese markt bereiken

30-03-2016 09:02

Vaak zijn de kleinschalige toeristische (plattelands)bedrijven vooral gericht op de binnenlandse vakantieganger. Tijdens de netwerkdag plattelandstoerisme op 17 maart in Zwartsluis liet Gabriella Esselbrugge van hotel De Dames van de Jonge in Giethoorn zien hoe je, als relatief klein familiebedrijf, ook ver-wegbestemmingen kunt bereiken.

[caption id="attachment_42298" align="alignright" width="300"]



Giethoorn (foto [Wernercv](#))[/caption]

Kleinschaligheid heeft overigens niet alleen nadelen als het gaat om toeristische marketing in China. Esselbrugge: "Juist het familiale karakter van ons bedrijf spreekt de Chinese toerist bijzonder aan. Mijn moeder is dan ook de meest gefotografeerde vrouw uit heel Giethoorn en omgeving." Bij de start van de internationale marktwerking had Esselbrugge het geluk dat ze werd uitgenodigd door het NBTC voor een internationaal hotelcongres in Peking. Met haar ervaring in de marketing (o.a. Booking.com en Golden Tulip) heeft ze daarna een stevige marktaanpak voor China opgezet. De aanleiding om juist voor de Chinese markt te kiezen was vooral 'spreiding van het bezoek'. In Nederland, Duitsland en België vallen vakanties grotendeels op dezelfde dagen. Enkele tips voor en succesvolle Chinese (of internationale) marktbenadering:

Laat je website bouwen en hosten in China. Het is niet alleen de taal van een website waar je rekening mee moet houden, maar ook de gewoonte in surfgedrag. Ook de fotokeuze is vaak sterk cultuurbepaald. In China is me dol op authentieke familiefoto's. Ook de online marketing verloopt grotendeels via Chinese platformen (o.a. Weibo en Wechat) **Werk voor je marketing samen met touroperators** om de bestemming (Giethoorn) te promoten. Zo bundel je de krachten. De lokale touroperators hebben een heel eigen bereik. Ook samenwerken met de lokale [Chinese vestiging van het NBTC](#) levert veel nuttige contacten en adviezen op. Ook kan het handig zijn om gebruik te maken van een lokaal callcentre vanwege het tijdsverschil. **De actieradius is voor Chinezen veel groter** dan voor Nederlanders. Zij zijn gewend om lang te reizen naar hun gewenste bestemming. Een reistijd van 3 a 4 uur wordt niet als probleem gezien. Help ze wel op weg met de bereikbaarheid (o.a. met het openbaar vervoer). In de regio Giethoorn is de eerste Chinese buskaart van Europa gerealiseerd. **Verdiep je in de cultuur en gewoonten.** Bij hotel De Dames van De Jonge wordt er 's ochtend bij het ontbijt koude erwtensoep geserveerd. Soep is in China gebruikelijk bij het ontbijt. Met erwtensoep geef je er een traditioneel tintje aan. In het hotel zijn beperkt aanpassingen gemaakt. Zo beschikken de kamers over een noodle-koker en ontbreekt kamernummer 4. (staat voor de dood) Maar ook: de meeste Chinezen kunnen niet zwemmen. En dat is wel handig om te weten voordat je ze het water op stuurt.

Werk met Chinese medewerkers. Bij de Dames van de Jonge maken twee Chinese medewerkers onderdeel uit van het team. Veel Chinese Nederlanders, ook de tweede generatie, gaan naar Chinese les. Gabriella spreekt inmiddels zelf ook een aardig woordje Chinees. De jongere generatie Chinezen kan vaak ook wel redelijk goed Engels spreken. **Werk samen met de regio.** Bij De Dames van De Jonge heeft men de weg gevonden in diverse ver-weg bestemmingen. (naast China ook het Midden Oosten). Daar mogen ook andere Giethoornse bedrijven van meeprofiteren. Voor marktbenadering richting bijvoorbeeld Duitsland haakt Esselbrugge aan bij andere ondernemers die daar het voortouw nemen. Sinds twee maanden werkt Esselbrugge ook weer samen met Marketing Oost.

Meer informatie: www.dedamesvandejonge.nl **Andere onderwerpen op de netwerkdag Plattelandstoerisme:** Een uitleg door gastheer Hermen Spans over meetingboerderij [Weidevol](#). Er is bewust gekozen voor de zakelijke markt omdat deze goed planbaar is. Recreanten zorgen voor een veel grilliger verloop van de drukte. Een workshop over de boerderijwinkel door Olaf Heinen; ontwikkelaar van retail- en horecaformules en eigenaar pilotstore Le Perron in Zwolle. Vooral recreanten zijn goed te verleiden tot upsell. Mits je aanbod goed aansluit bij de wensen van je klant. Ook de routing heeft invloed op de verkoopresultaten. Meer informatie: www.netwerkplattelandstoerisme.nl/programma/

Redactie