



# Jaapani turismiturg: potentsiaal, jaotus ja müügikanalid, kuidas siseneda turule

Lea Sudakova

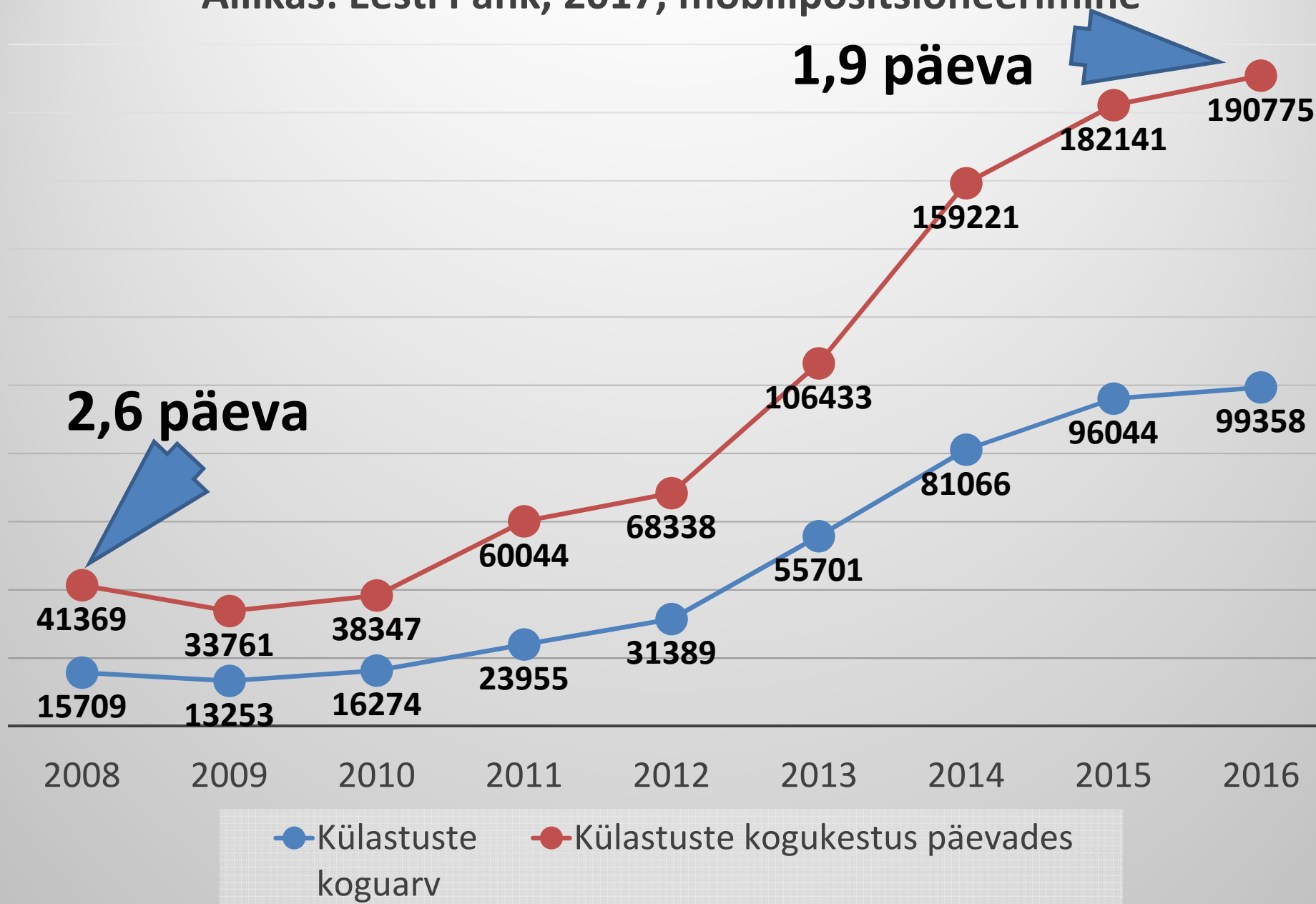
Eesti Maaülikooli loodusturismi juhtimise lektor,  
CAITO projekti juht

# Teemad

1. Jaapanlaste külastuste statistika Eestis
2. Külastajate segmenteerimine, demograafilised ja käitumuslikud erinevused
3. Turundusmeetodite evolutsioon tootepõhiselt väärtuspõhisele
4. Maa- ja loodusturismi teenuste turunduse kohandamine Jaapani turisti spetsiifikale

# Jaapanlaste külastuste arv ja kogukestus päevades

Allikas: Eesti Pank, 2017, mobiilpositsioneerimine





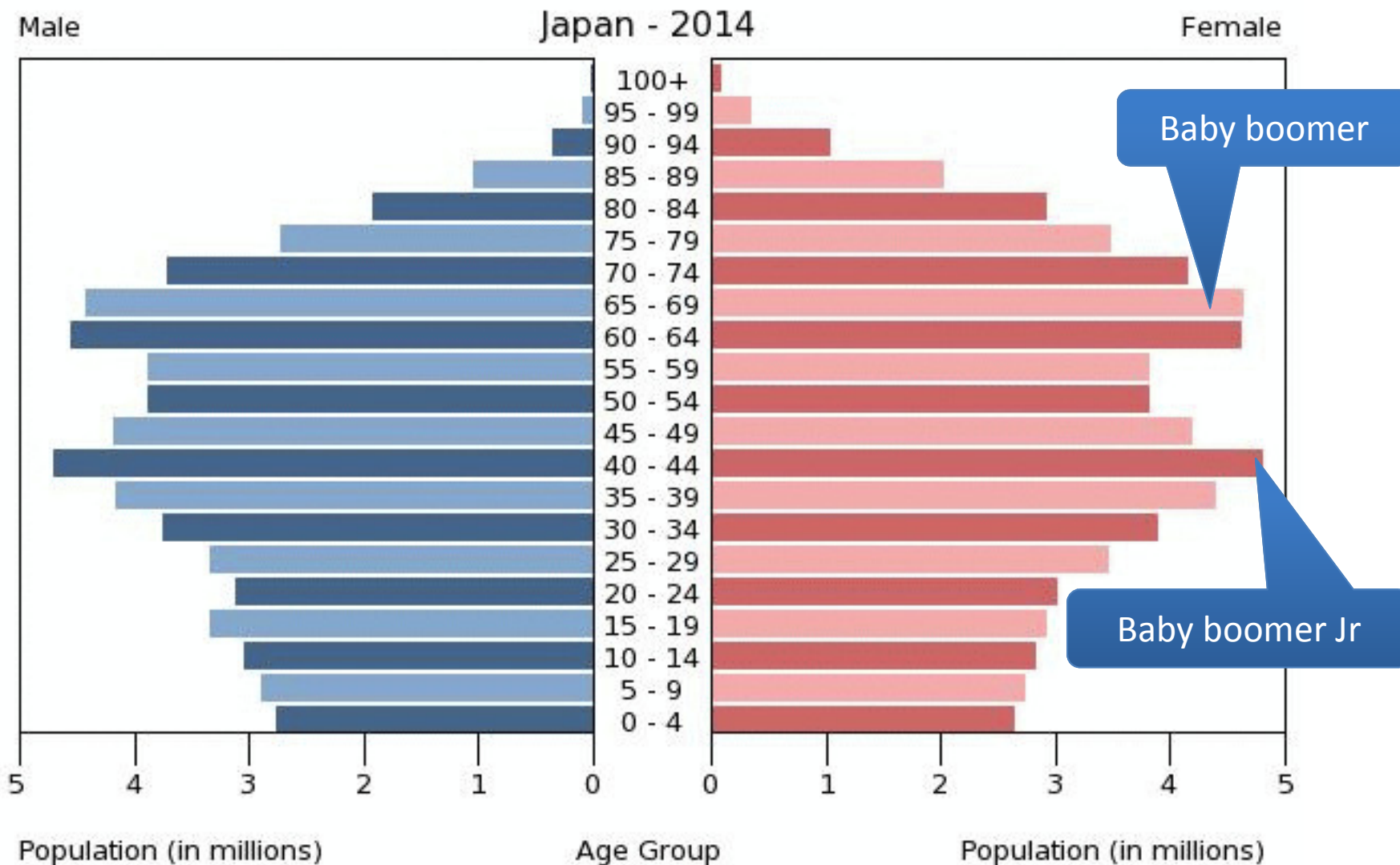


# Jaapanlaste demograafia

Keskmine eluiga: 80.21

Sünde pere kohta: 1.2

66% linnaelanikke



- **SEGMENTEERIMINE**– turu jagamine kliendigruppideks, kellel on erinevad vajadused, käitumine ja kes võivad erinevalt reageerida ka turundustegevustele.
- **TURU SEGMENT**– grupp ostjaid samade soovide ja motiividega, samas kohas, samal ajal ja sama hinnaga.
- **SIHTTURUNDUS** – väärtustatakse ja valitakse üks või mõni turu segmentidest, kellele suunatakse turundus
- Mis on tüüpiline Jaapani turistidele, kes külastavad Eestit? Milliseid sihtgruppe võiks välja tuua?



# Kõige kiiremini kasvavad sihtgrupid

- *Senior paarid (60+)*  
*"Must-see-in life"*
- *Mehed (40-50) Ärireisijad*  
*Courtesy requires ...*
- *Uus naine (20-30)*  
*Kultuurile orienteeritud*  
*neiud, kes tutvuvad erilise*  
*kultuuriga ja loodusega*  
*ning soovivad elada*  
*kohalikega sama elu*





# Jaapani turisti iseloomulikud küljed

- Etikett ja eetilised väärtused on sügavate juurtega
- Käsikäes elavad huvitavad kaks religiooni Budism ja Šintoism, mida ühendab harmoonia kõiges
- Uudishimu, paindlikkus, kõige kummalise aktsepteerimine nt.  
<https://www.youtube.com/watch?v=E7kor5nHtZQ>, viisakus, sallivus, huvitatus teistest kultuuridest.
- Võrdlemisi nõrk inglise keele oskus
- Kollektiivsus on kultuuri osa
- Kõrged nõudmised turvalisusele
- Sotsialiseerumisvajadus



# Turundusmeetmete evolutsioon tulenevalt muutustest ühiskonnas

„Tunne ennast hästi,, tooted, mis vastavad  
kaasaegsete inimeste väärtustele

Pole midagi olulisemat meie  
tarbijate vajadustest!

Minu toode on parim kõigist  
saadaolevatest Sinu jaoks!

**Tarbijale  
suunatud  
turundus**

**Väärtusele  
suunatud  
turundus**

**Tootest  
lähtuv  
turundus**



Kollektiivne intelligentsus  
Keskkonnasõbralikkus  
Loomade heaolu tooted  
Tervisliku elustiili tooted  
Kogukonda reklaamivad tooted jne.

# Kogukonnatoodete ja teenuste reklaamimine

- Professionaalne ühislooming



- Sotsiaalsete probleemide lahendamine

# Maaturismi toodete positsioonimine vastavalt väärtuspõhisele turundusele

**Miks tarbija peaks ostma  
just seda konkreetset toodet?**

*Positsioonimine on oma ettevõttest ja toodetest  
positiivse kuvandi loomine tarbija silmis.*



?





Reina  
From Tokyo

♡ I Love this place ♡

Thank you so so much for  
everything what you have done for me!

I had such a wonderful experience!

Everything is new for me! I learned  
many new thing!! new culture, new berries,

how to make bread! And I loved Santa's  
singing! She can do many thing! Oh I learned

English too "Indian summer"! I really enjoyed  
a lot and This is the best day in here Europe!!

Foods are also tasty! Even I was here alone  
but you did many things to me! Thank you so much!

本当に楽しく幸せな時間でした! 今度は  
泊まりたい! スタキアファミリーに出会えて幸せです♡

~~Sp~~ September 24, 2017 岡本 玲奈  
Reina

Jaapani turisti  
tagasiside  
„Caunites“  
külalistemajale

# Tooted

- Jaapani turistid, kes külastavad meie maapiirkondi on kogenud reisijad ja teavad, mida nad tahavad: tüüpiliselt looduse nautimine, kohalikest kultuuritraditsioonidest osasaamine ja hobidega tegelemine
- Kuna aeg on limiteeritud, siis peab reisi väga hästi planeerima, sest soov uut kogeda on väga suur.



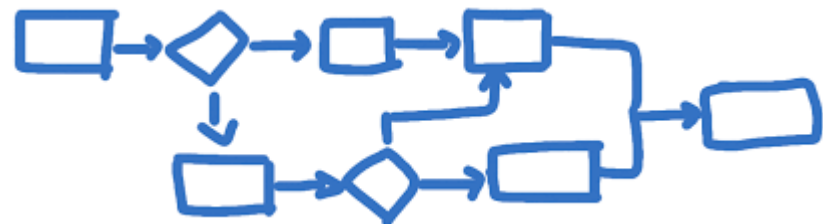
# Inimesed

- Vajalik hea inglise keele oskus
- Mõned viisakusväljendid jaapani keeles
- Viisakus
- Valmisolek koos aega veeta - koos õhtustada, valmistada suveniire või toite



# Protsess

- Printsiip "Enjoy yourself" ei toimi, eeldatakse ühist ajaveetmist pererahvaga
- Punktuaalsus ja korrektsus on au sees
- Detailne päevaplaan on vajalik
- Igale tegevusele tuleb rohkem aega planeerida kui tavaliselt
- Vaba aja tegevused ei tohiks olla liiga keerukad
- Suured toiduportsjonid võtavad väikestel jaapanlastel isu ära, samas sunnib viisakus kõik ära sööma





# Füüsilised omadused

## Turvameetmed kõikjal:

- Tunnistused, et toode on ohutu
- Tunnusused – UNESCO maailmapärand Kihnu ja suitsusaun
- Ümbruskonna kaart või plaan on vajalik iseseisvaks ohutuks liikumiseks
- Hädaabinumbrid on olulised
- Ruumi evakuerimise plaan
- Kiiver jalgrattsõidul jm.



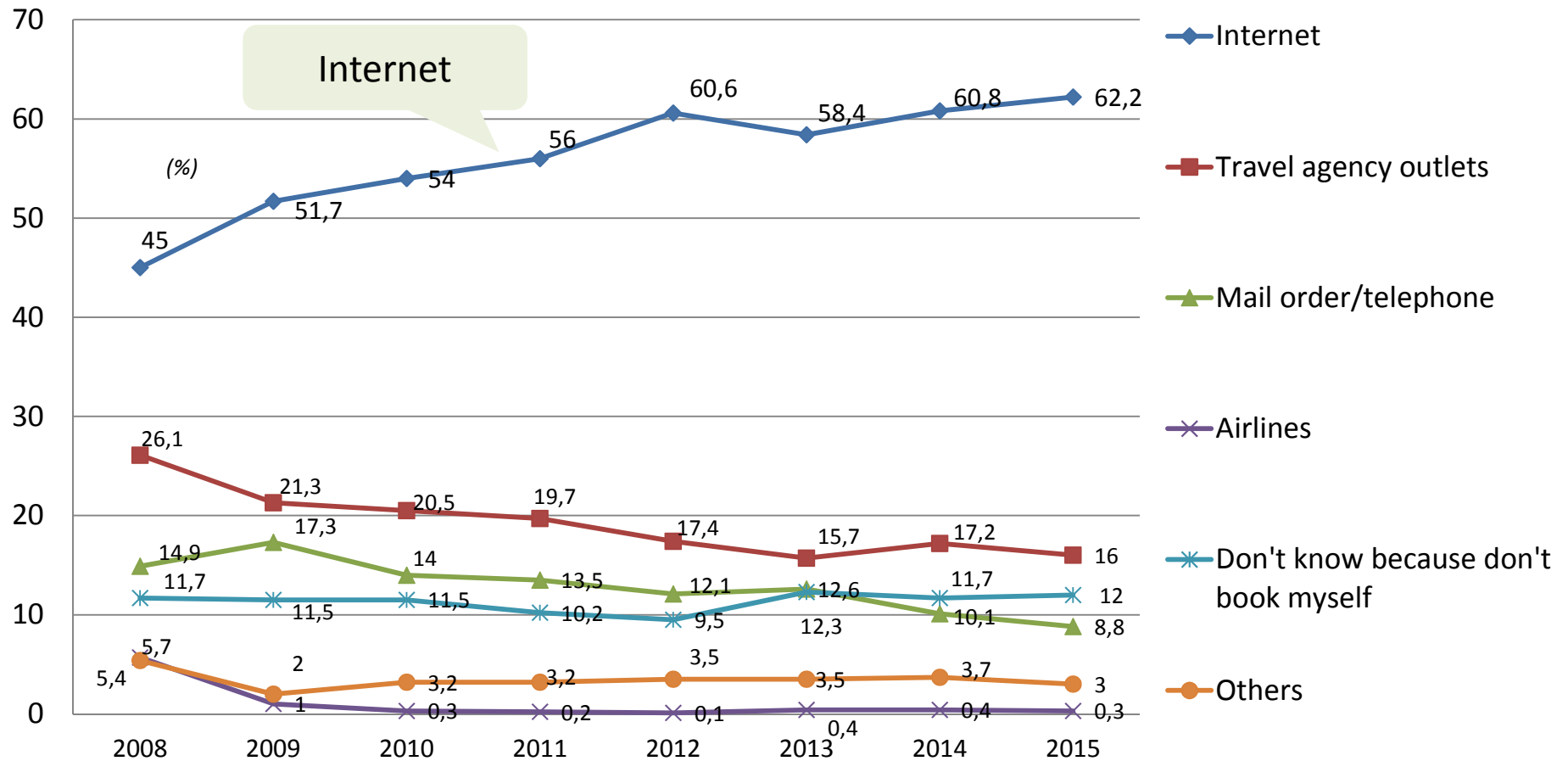
# Asukoht

- Kuidas jõuda Sinuni ühistranspordiga isegi kui see on väga keerukas
- Esteetilisus ja harmoonia peab olema kõiges
- Puhtus



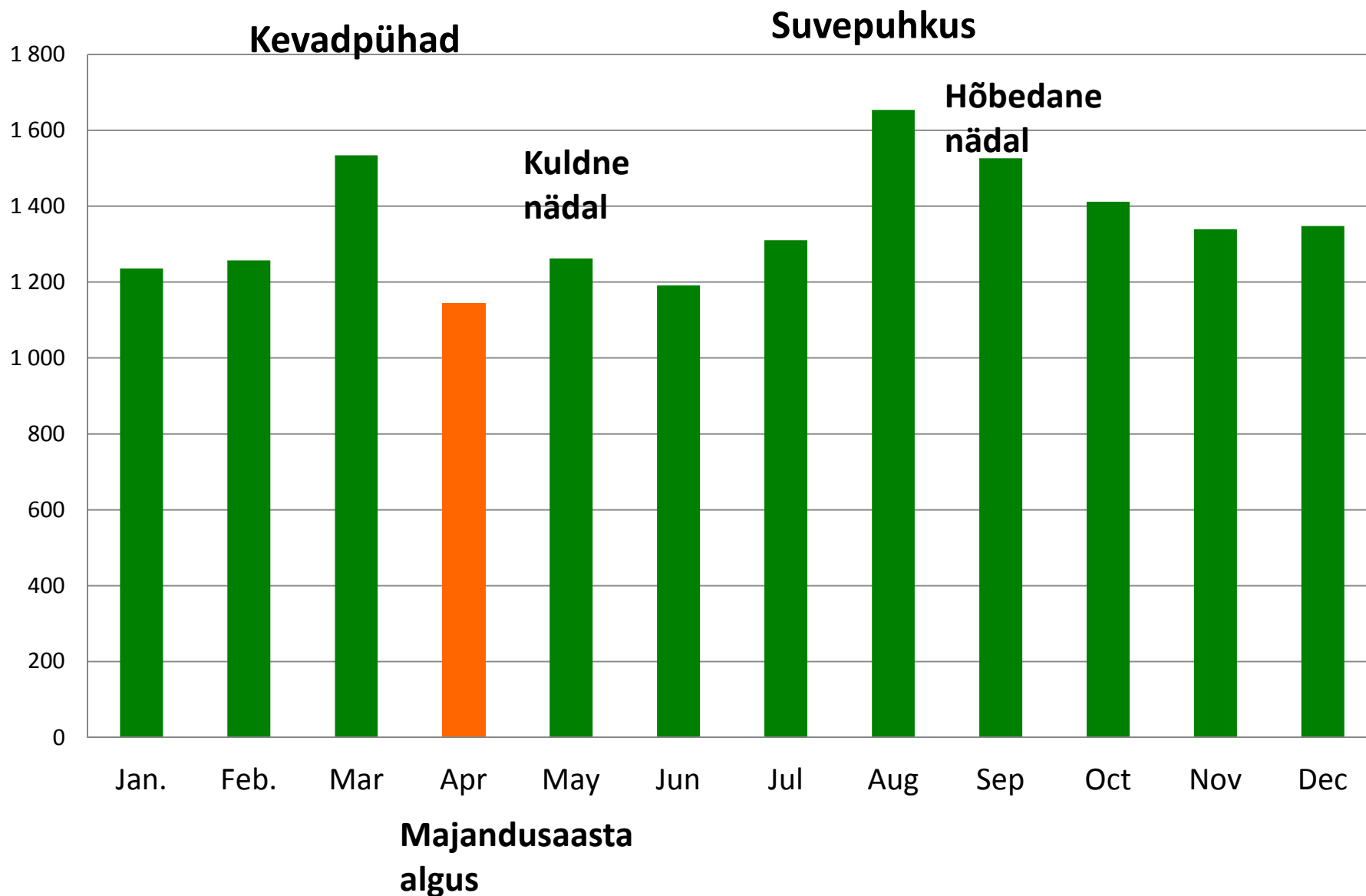
Ikebana

# Reisi broneerimise meetod



Source: Japan Tourism Marketing Co., "Factual Survey of the Overseas Travel Situation"

# Jaapanlased reisivad ka madalhooajal





# Ja lõpetuseks...

- Kõige sobivamad kuud Eestisse resimiseks on august, september, aga ka mai ja oktoober.
- Makstud puhkuse pikkus Jaapanis on 10 päeva, kuid lisaks on pühad
- Euroopa reis on kallis ca 4000 EUR
- Jaapanlased ei otsi Eestist sooja ilma, seega nii sügis kui talv on sobivad, näiteks virmaliste nägemise lootus, mille Soome on põhiliseks reisimotivaatoriks kujundanud.

Mida Eesti vastu paneb?  
Loodusturism on kuulutatud peamiseks  
müügiartiklikuks Aasia turgudel ja ka  
Eurooplaste stressimaandajaks

Palju tähelepanu võitnud Visitestonia  
promovideo

<https://www.youtube.com/watch?v=LAB4pmLJW1M>

Teeme ennast üheskoos  
nähtavaks ookeani taga!  
Täna koosloomingu eest

