

Communiqué de presse

Nice, le 09.01.2020

Le Guide « Bien comprendre la clientèle chinoise pour mieux la satisfaire » : Les mystères de l'Empire du Milieu décryptés par la CCI Nice Côte d'Azur

En dehors de l'Asie, la France est la première destination des touristes chinois avec 2,2 millions de visiteurs en 2018. L'ouverture de la ligne aérienne directe entre Nice et Pékin en Août 2019 représente une opportunité d'accroître l'attractivité de la Côte d'Azur, notamment auprès de la clientèle chinoise voyageant de plus en plus en individuel et en famille.

Le potentiel économique, avec un montant de dépenses estimées à 4 milliards d'euros, est significatif et le marché chinois représente un véritable eldorado.

Pour capter cette clientèle exigeante, il est important de connaître les tendances et les grandes orientations du marché. Afin d'accompagner les professionnels du tourisme, les commerçants et prestataires de services, la CCI Nice Côte d'Azur a créé un guide pratique « Bien comprendre la clientèle chinoise pour mieux la satisfaire ».

Meilleure compréhension de la culture chinoise, qualité de l'accueil, connaissance du mode et type d'achats, des motivations, utilisation des réseaux sociaux, moyens de paiement digitalisés sont les clés qui ouvriront les portes du marché chinois.

Le guide propose aussi aux hôteliers, restaurateurs et commerçants des astuces, un parcours client dédié, un lexique franco-chinois.

LES TOURISTES CHINOIS

Comportements d'achats différents entre la Chine du Nord et la Chine du Sud, modes de consommation diversifiés avec une typologie de touristes différents mais clairement identifiés (30% de « traditionnels », 15% d'hommes d'affaires, 20% d'explorateurs...) sont autant de paramètres à prendre en considération pour adapter ses services.

LA QUALITE DE L'ACCUEIL

L'effet « bouche à oreille » peut être redoutable auprès d'une clientèle qui attache beaucoup d'importance à l'accueil.

La CCI Nice Côte d'Azur a ainsi identifié 8 points essentiels pour un accueil « Chinese Friendly » incluant la mise à disposition du wifi, le soin apporté à la décoration, la traduction en Chinois, le sourire, l'accueil avec quelques phrases en chinois, la flexibilité et le pragmatisme, la réduction du temps d'attente et la digitalisation.

SEANCE SHOPPING

Les touristes chinois préparent leurs achats en amont afin de dresser une liste précise. 45% des achats réalisés à l'étranger sont d'abord étudiés en ligne avec une comparaison des prix. Il est donc indispensable pour les commerçants, hôteliers et prestataires de services de travailler en amont afin que leurs produits figurent dans la « shopping list ».

E-TOURISME et M-TOURISME

L'utilisation du numérique est le premier outil pour planifier et organiser leur voyage. 62% des réservations sont effectuées via une application mobile.

La CCI Nice Côte d'Azur a identifié les moteurs de recherche pertinents, les sites internet de voyage et applications incontournables, les principaux forums pour aider les professionnels du tourisme et commerçants à être visibles sur les médias sociaux chinois et capter de nouveaux clients.

MOYENS DE PAIEMENT MOBILE

Plus de 90% des chinois utilisent le paiement mobile dit M-paiement (WeChat Pay, Alipay) et 60% des commerçants observent une augmentation des ventes après l'introduction du M-paiement. Avoir un autocollant signalant la possibilité d'utiliser "WeChat Pay/Alipay" augmente donc les chances d'attirer les touristes chinois.

Le guide marque la première étape de l'accompagnement proposé par la CCI Nice Côte d'Azur afin de capter la clientèle chinoise.

Dans la perspective du nouvel an Chinois le 25 janvier, la CCI Nice en partenariat avec Asia Biz Class lance une opération test auprès de 6 boutiques niçoises, alliant authenticité et produits naturels : elles porteront les couleurs de la Côte d'Azur sur le réseau social WeChat, utilisé par plus de 963 millions de chinois par mois.

Outre la possibilité de partager des photos, des vidéos, ce portefeuille virtuel permet aux commerçants dotés d'un QR Code affiché à la caisse de proposer à leurs clients un paiement par simple scan.