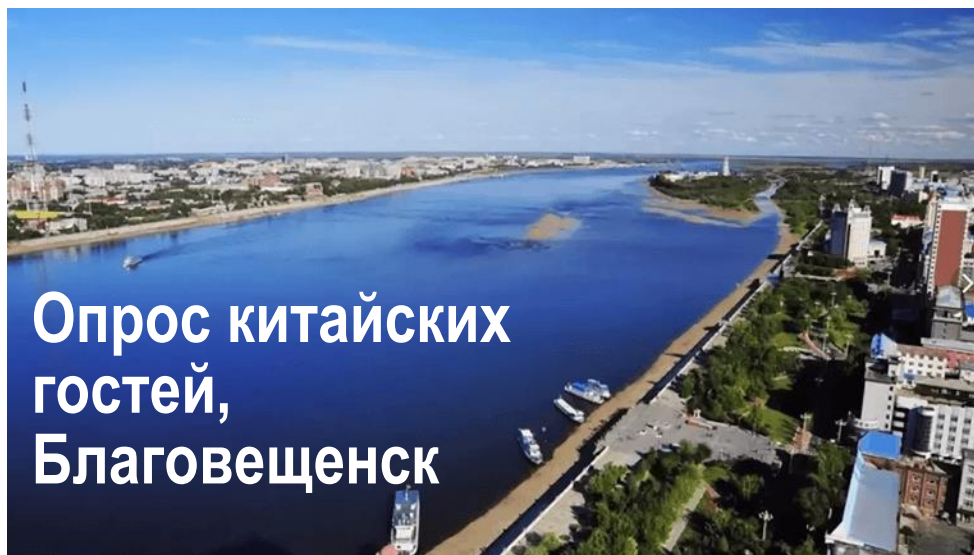




# Пандемия - окно для подготовки к приему иностранных гостей



**Исследование спроса на  
турпродукты  
Азербайджана в РФ**  
(опрос специалистов турагентств)

**Опрос иностранцев  
в а/п Шереметьево**





**Интервьюеры проводят опрос на китайском языке. Респонденты видят анкету в планшете /бумаге на родном языке**



## Опрос

1. 您是中華人民共和國或俄羅斯聯邦公民嗎? / Вы гражданин КНР или РФ?

(один вариант ответа) (Q2)

1	中华人民共和国 (КНР)
2	俄罗斯联邦 (РФ) – закончить интервью

22. 輸入您的年齡 / (Укажите Ваш возраст): (один вариант ответа) (Q27)

1	16 歲及以下 (16 и младше) – закончить интервью
2	17-20 歲
3	21-24 歲
4	25-29 歲
5	30-34 歲
6	35-39 歲
7	40-45 歲
8	46-49 歲
9	50-55 歲
10	56-60 歲
11	61-65 歲
12	65 歲以上
13	未作出回應 (Отказ от ответа) – закончить интервью

2. 你在俄罗斯是为了什么目的? / С какой целью Вы находитесь в России? (1 вариант ответа)

(Q3)

1	旅游, 到底想看什麼? (Туризм, что именно хотели посмотреть?)
2	商务, 商务旅行 (Бизнес, деловая поездка)
3	朋友、親戚之旅 (Поездка к друзьям, родственникам)
4	培训, 你在俄罗斯学习了多少年? __ 岁 (Обучение. Сколько лет Вы уже учитесь в России?)
5	另一件事, 正是 (Другое, что именно?)
6	很难回答/ 拒绝回答 (Затрудняюсь ответить/ Отказ отвечать) – закончить интервью

3. 你多久去一次布拉戈維申斯克? / Как часто Вы бываете в Благовещенске? (один вариант ответа) (Q4)

## Пример билингвальной анкеты



## Экспресс-опрос и проект Mystery Shopper в туристическом центре Москвы (2019)

По итогам экспресс-опроса иностранных туристов и наблюдения технологии обслуживания в центре Москвы (Красная площадь, парк Зарядье) выяснилось, что

**даже в главной туристической точке страны технология обслуживания и техника продаж сегменту иностранцев имеют существенные недостатки (или вообще отсутствуют).**



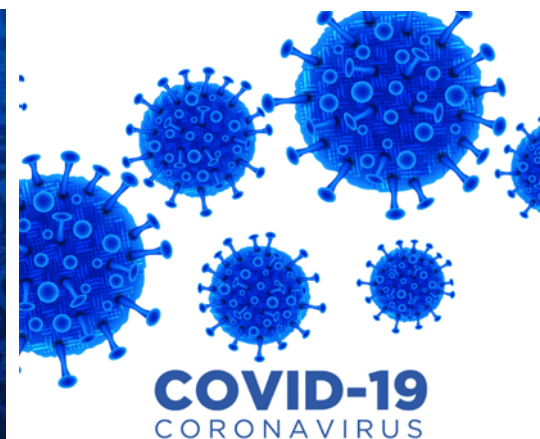
Карантин – время для разработки стандартов обслуживания иностранных туристов



2014



2018



2020

## Притча о дровосеках

*Два дровосека поспорили, кто из них нарубит больше леса.*

*Один лесоруб рубил без перерывов, а второй - раз в час делал перерыв и не стучал топором.*

*Когда время подошло к концу, работник, который рубил без перерывов, был уверен в победе, так как он работал не переставая. Он был очень удивлен, когда узнал, что проиграл спор.*

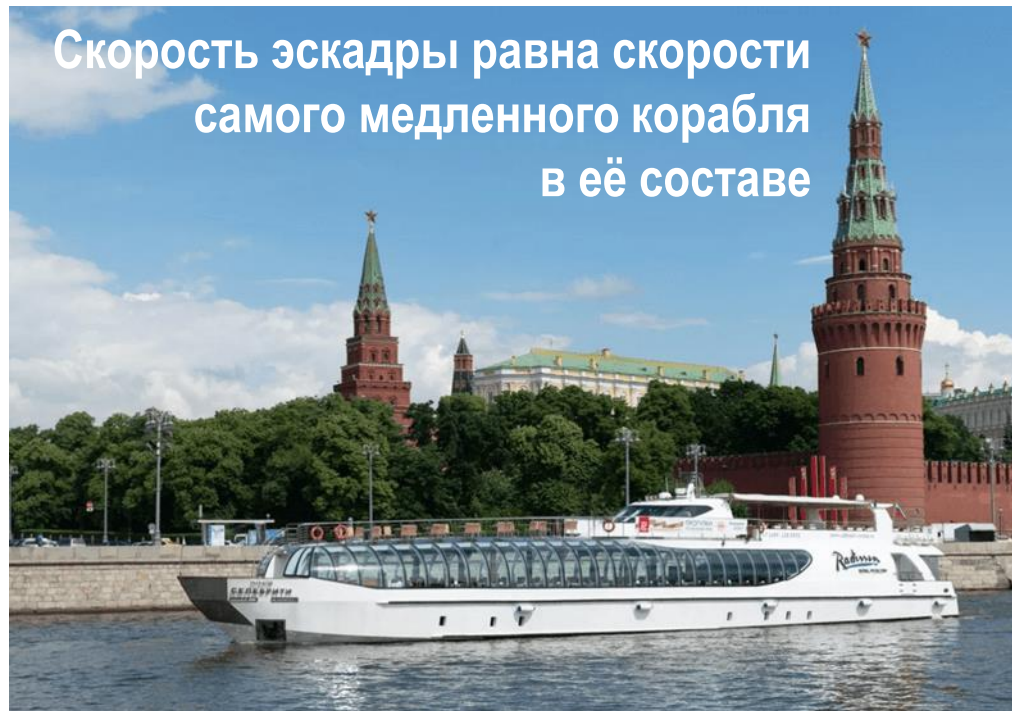
*— Как ты умудрился нарубить больше, ведь я больше времени рубил деревья?*

*— Каждый час я останавливался на десять минут, чтобы наточить топор.*

## В фокусе внимания материала - точка контакта иностранного туриста и сотрудника сувенирной лавки, кафе и прочих услуг

В отличие от международных гостиничных операторов, небольшие компании рынка (сувенирные лавки, магазинчики, кафе, музеи) не имеют ресурсов для разработки стандартов и не всегда готовы к внедрению новых и непривычных для себя требований.

**Когда речь идет о качестве российского туристического продукта, испортить впечатление может самая маленькая деталь в самой маленькой торговой точке.**



Свод рекомендаций можно обозначить как рекомендуемый стандарт для работы с иностранцами в туристических зонах.

Возможна разработка рейтинга готовности обслуживать иностранных туристов.  
Рейтинг мог бы служить дополнительным источником трафика клиентов



## Задачи рекомендуемого стандарта обслуживания иностранных гостей

Мотивация точки внедрять стандарт или его элементы – увеличение потока клиентов в точку, увеличение выручки, рекомендации/отзывы как дополнительные продажи.

### УВЕЛИЧЕНИЕ ДОХОДОВ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА



*Мотивация в точках – информация о чеках иностранных туристов*

### ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНОСТРАНЦЕВ





## «Боли» иностранных туристов (2019)

---

Из опроса иностранных туристов в центре Москвы выяснилось, что **иностранцы удивлены невниманию к себе и равнодушию персонала торговых точек и точек общепита.**

Очевидно, в период Олимпиады и Чемпионата Мира по футболу этот недостаток сервиса компенсировался жителями и волонтерами.

Однако внимание к гостям и общение с ними – это обязательная часть работы персонала и туристического продукта /турбренда России.



## Выборочные примеры Макета обслуживания иностранных туристов

### 2.1.3 Сотрудники должны демонстрировать желание общаться с гостями - знать фразы приветствия на разных языках, обязательно улыбаться, независимо от степени владения иностранным языком

**Описание:** впечатление об угрюмых не приветливых сотрудниках российских компаний, конечно же, изменилось в лучшую сторону благодаря таким мероприятиям, как Олимпиада в Сочи и ЧМ по футболу.

Однако, далеко не всегда и не везде сотрудники демонстрируют искреннее желание общаться с клиентами, тем более, если они говорят на неизвестных для сотрудника языках. Выучив минимальное количество фраз на разных языках, например, приветствие, прощание, похвала и т.п., вы сможете показать клиентам, что вы рады видеть их в вашей точке.



## Выборочные примеры Макета обслуживания иностранных туристов

### 2.3.5 Сотрудник задает 1-2 общих вопроса ("Из какой страны приехали?", "Давно ли в России?", "Впервые ли в вашем городе?" и т.д.)

**Описание:** общие вопросы задаются не с целью выяснения какой-то информации, а для того, чтобы начать диалог, «наладить» отношения, показать заинтересованность в клиенте. Людям обычно приятно, когда другие хвалят/ обращают внимание на то, что они любят. Можно похвалить страну, показав свои знания о ней (например, сказать, что столица страны или другой город - очень красивый город/ популярный курорт, что вы любите какую-то музыкальную группу/ футбольный клуб/ какой-либо товар из этой страны).

Сотрудникам можно предоставить справочную информацию и описать ситуации ее использования. Например, название столицы, имя президента, национального героя - это универсальные «комплименты» гостю. Спорт (звезды, клубы), музыка (звезды, группы), бизнес или бренды автомобилей – это темы, которые можно активно использовать в общении с гостями-мужчинами, а модные бренды одежды и косметики, артисты, художники и писатели - темы, более соответствующие общению с женщинами.

Темой для общения может быть что-то общее между страной гостя и вашим городом. Например, вы можете сказать гостю из Италии, что в вашем городе есть улица Гарибальди, французу – что в вашей области выращивают виноград и делают вино, американцу, что весь ваш город пользуется Google, Facebook и любит Iphone.

Постарайтесь поинтересоваться у своих сотрудников, какие личные интересы связаны с разными странами. Возможно, если это будут темы, которыми по-настоящему интересуются ваши сотрудники, у них будет дополнительный мотив для общения с гостями. Более того, в таком случае общение будет неподдельно искренним.

Вовлеченность персонала в эту игру позволит запомнить много различных примеров и не перепутать страны (это может быть достаточно комично). Если при внимательном рассмотрении гостя вы заметили у него знакомую марку фотоаппарата или лейбл знакомой марки одежды – можно произнести бренд и поднять большой палец вверх: «Canon, good!!!»



Canon

Google



## Почему недостаточно просто все перевести на иностранные языки?

Veal tartare with almonds .....	460 rub
<b>SOUP</b>	
.....	
<b>COLD</b>	
Okroshka on kvass / on ayran / on kefir. ....	360 rub
Cold lagman with beef .....	340 rub
Beetroot soup with beef .....	420 rub
Tomato soup with seafood .....	490 rub
<b>HOT</b>	
Lagman .....	340 rub
Leningrad style rassolnik .....	350 rub
Asrtakhan triple ukha .....	480 rub
Borsch with beef brisket and prunes .....	320 rub
Rack of lamb with herbs and onions .....	940 rub
Striploin of horse meat with green and onion .....	740 rub
Chest ribs braised in juniper .....	680 rub
Grilled veal with corn .....	680 rub
Veal schnitzel with creamy mushroom sauce and sauerkraut .....	980 rub
<b>SIDES</b>	
.....	
Baked potatoes .....	200 rub
Ajapsandali .....	260 rub

Блюда национальной кухни

Необходимо указывать кухню и давать описание

Традиционные русские блюда требуют пояснений о составе / ингредиентах

Советские рецепты вряд ли понятны не только иностранцам, но и новым поколениям россиян

## Выборочные примеры Макета обслуживания иностранных туристов

### 1.3.1 Обязательно наличие меню на приоритетных языках, желательно наличие меню на 6-10 иностранных языках

**Описание:** наличие меню на родном языке гостя поможет увеличить объем продаж и повысить лояльность посетителей, т.к. клиенты смогут разобраться в незнакомых блюдах и с меньшей вероятностью закажут то, что им в результате не понравится. Более комфортный процесс заказа блюд должен снять напряжение и неуверенность гостя, что позитивно влияет на увеличение чека.

**Возможное расположение:** сейчас все большую популярность набирают электронные меню. Такие меню позволяют наглядно демонстрировать внешний вид блюд, добавлять описания, вносить необходимые правки, добавлять переводы на разные языки, выделять предложения по акциям и пр. Также заказ по электронному меню может, в некоторой степени, компенсировать недостаточное владение иностранными языками персоналом.



## Выборочные примеры Макета обслуживания иностранных туристов

### 1.3.3 Введено обозначение блюд, в состав которых не входят/ входят продукты, являющиеся запрещенными для большинства граждан определенной страны

**Описание:** при подготовке меню на каком-либо иностранном языке необходимо учитывать особенности культуры питания большинства людей, говорящих на данном языке. Для многих народностей/вероисповеданий существуют продукты-табу, которые не употребляются в пищу. Вы сможете избежать проблем с недовольными клиентами, если сразу выделите в меню блюда, в которых есть (или, наоборот, нет) такие продукты. В текущей версии Макета стандартов не представлена подробная информация о религиозных или этических (веганы) ограничениях по продуктам питания, времени приема пищи или местам для совершения молитв. Однако, в случае заметного количества туристов с такими требованиями в вашем городе/ точке, этому следует уделить самое пристальное внимание.





## Выборочные примеры Макета обслуживания иностранных туристов

---

### 1.3.6 Медицинские или культурные ограничения в пище



**Описание:** чтобы избежать ситуаций употребления клиентами нежелательных/ опасных для них продуктов, необходимо размещение в меню просьбы заранее проинформировать персонал о пищевой аллергии/ медицинских/ религиозных ограничениях и т.п. Религиозные ограничения могут носить временный характер (например, график постов), что может быть дополнительно указано в меню.

### 1.3.7 Учет дат праздников иностранных гостей в меню



**Описание:** обратная сторона ограничений – это праздники. У разных народов они свои, и зачастую гости приезжают к нам в период праздников в своей стране. Даже такие праздники, как Новый год и Рождество, люди разных стран отмечают в разные даты. Знание красных дней календаря в разных странах и предложение праздничного меню/ анимационной программы в эти дни позволит вам выразить свое уважение гостям и конвертировать проявленное внимание в выручку.

## Выборочные примеры Макета обслуживания иностранных туристов

### 2.1.2 Форменная одежда должна дополнять образ точки/ соответствовать концепции точки, создавать впечатление о продаваемом товаре/ предлагаемой кухне, а не о сотруднике лично

**Описание:** следует думать о том, что, продавая сувенир, вы, в первую очередь, продаете впечатление и настроение. Нелепо выглядит сотрудник, похожий на охранника президента (в строгом черном костюме), в магазине сувениров (если, конечно, ассортимент точки не ограничивается сувенирами с портретом президента). Целесообразно, чтобы образ продавца дополнял то впечатление, которое должно сложиться у покупателя от приобретаемого товара. Также вызывает удивление отсутствие форменной одежды у сотрудников, оказывающих услуги туристам вне помещений магазина или ресторана. Так, например, сотрудники, которые предлагают экскурсии или поездки на речном теплоходе, в настоящее время могут быть одеты в «обычную» одежду, ничем не отличающуюся от внешнего вида прохожих. Такое невнимание к внешнему виду негативно влияет на выручку, так как не только не привлекает внимания к услуге, но и вызывает вопросы, связанные с доверием и качеством услуг.



**Желаем Вам высоких доходов и благодарных клиентов!**



**Контакты агентства:**

[www. scanmarket.ru](http://www.scanmarket.ru)

[info@scanmarket.ru](mailto:info@scanmarket.ru)

8-495-781-92-86

Москва, ул. Авиамоторная д.4.к.1.

