

INDIA INVITED

Den indiska resenären i Skandinavien

tourism in skåne
part of business region skåne

**WONDERFUL
COPENHAGEN**



0

INTRODUKTION

1

MÅLGRUPPER

2

RESMÖNSTER

3

TRIGGERS
& BARRIÄRER

4

RESEBYRÅERNAS
ROLL & FRAMTIDA
PAKETRESOR

5

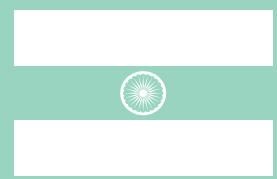
SUMMERING



En stor möjlighet
för Greater Copenhagen



INDIEN



2019



1. NEW DELHI
Huvudstad
2. MUMBAI (BOMBAY)
Största staden
3. BANGALORE
"Trädgårdsstaden"
4. CHENNAI
Nya Madras

50% ÄR VEGETARIANER



BEFOLKNING:
1,339 MILJARDER

50 000 000

INDIEN FÖRVÄNTAS BLI DEN NÄST STÖRSTA
RESEATIONEN I VÄRLDEN UNDER 2020,
MED 50 MILJONER RESENÄRER ÅRLIGEN

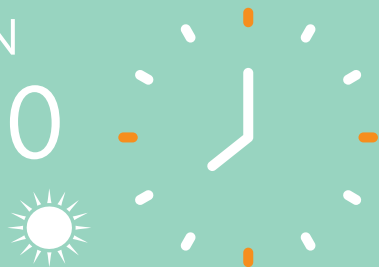
INDIERS INTRESSE FÖR
ATT RESA PÅ VINTERN

ÖKAR

GENOMSNITTLIG
ÅLDER 27 ÅR

TIDSZON
+5.30

SOMMARTID
+6.30



125 MILJONER
TALAR ENGELSKA

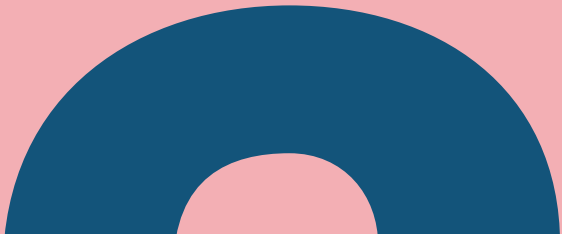
THANKS

TWO TICKETS
PLEASE

HELLO!

1

Målgrupper



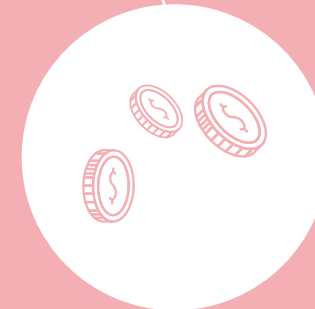
Målgrupp #1

Välbärgade familjer

Vill inte kompromissa
med kvaliteten



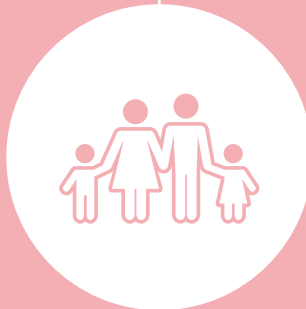
Är inte priskänsliga



Barnvänliga aktiviteter



Reser med
närmaste familjen



Utforskar Europa
på egen hand



Målgrupp #2

Millennials



Målgrupp #3

Grupper med enbart kvinnor

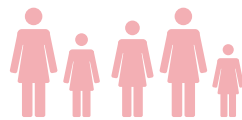
Ny målgrupp för resebyråer

Ser Skandinavien som säkert och jämställt



Uppskattar att kunna röra sig fritt och vara ute sent

Känner sig fria att äta och klä sig som de vill

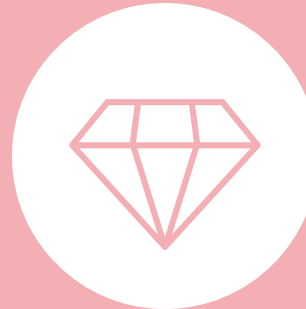


Skiljer sig åt i ålder och bakgrund

Målgrupp #4

Firande resenärer

Bröllopsresor, bröllopsdagar,
födelsedagar och "babymoons"

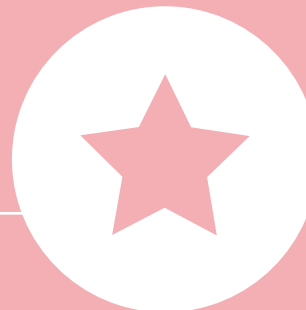


Bekvämlighet och lyx



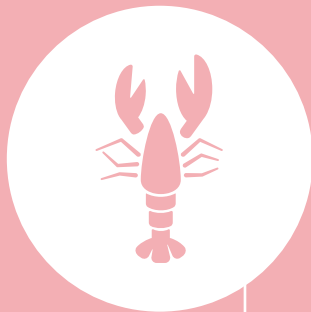
Romantiska upplevelser

Resebyråer erbjuder
VIP-tjänster

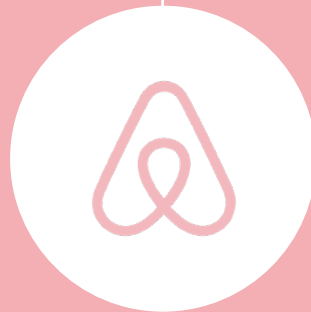


Målgrupp #5 Generation Z

Bor gärna på vandrarhem
eller Airbnb



Öppna för lokal
mat och dryck



Letar efter Instagram-
vänliga platser

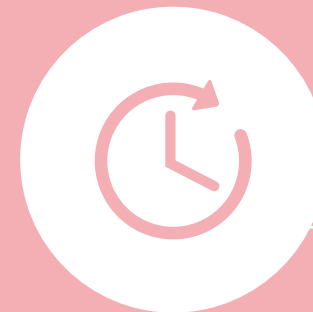
Anser sig jämlika med
andra världsresenärer



Vill hitta egna
sätt att resa



Stannar längre
per resmål
(3-5 nätter)





2



Resmönster &
hur man väljer resmål

Resmönster & reslängd



*Resmålet är inte
Danmark eller
Sverige, utan hela
Skandinavien*





Många tar en
lång semester

4-7
DAGAR

Kortare resor runt
högtiden Diwali i
oktober och kring jul



Har ofta en
måste-se-lista som
inkluderar historisk
arkitektur

Europa är en "flerlands-
destination"- bara få
övernattningar på varje plats



Den mentala kartan över Europa

1

:a gången

RESMÅL MAN MÅSTE UPPLEVA
– VÄSTEUROPA

3

:e gången

OKONVENTIONELLA
RESMÅL – SKANDINAVIEN

2

:a gången

DET ALTERNATIVA
ÖSTEUROPA

Generation Z väljer annorlunda resmål

”

*London, Paris
och Schweiz är för
nybörjare*



Väljer helst Östeuropa
eller Skandinavien



Självssäkra, testar gärna nya saker
och söker lokala upplevelser



Har redan besökt
London, Paris och
Schweiz

Väljer ut färre resmål och
stannar längre på varje



3



Triggers & barriärer

Trigger #1

Göra-upplevelser



Trötta på slott,
museer och historiska
monument



Letar efter typiskt
skandinaviska
upplevelser



Vill ha action på
agendan, inte passiv
avkoppling



Aktiviteter som tilltalar



Utforska vad
Danmark och Sverige
är kända för



Uppleva den
lokala livsstilen



Upplevelser
på vatten

Trigger #2

Det okända

1 Skandinavisk design

2 Jämställdhet & jämlikhet

3 Svensk fika & danska bakverk

4 Mejeriproduktion

5 Ny nordisk mat

6 TV-serier i Nordic noir-genren

7 Barnvänliga aktiviteter

9 Midsommar



Barriär #1

Mat

50% är vegetarianer eller veganer



Fläsk- och nötkött är ovanligt



Många äter inte rotfrukter



Tips: erbjud kartor som visar vegetariska restauranger



Utmaningar kring mat är vanligt skäl till att välja paketresor



Söker vegetariska alternativ



Barriär #2

Service

Indier är vana vid en
mycket hög grad av service

•
De flesta har hemhjälp med städning,
matlagning etc.

•
Blir förvånade över den skandinaviska
avsaknaden av service

•
Det indiska mottot lyder: "Gästen är gud"



Barriär #3

Hotell & transport

Indiska familjer
gillar inte att
dela upp sig

HOTELL



Erbjudanden
om familjerum

Tar gärna
en taxi

Ovana vid att
åka kollektivt

TAXI



Barriär #4 Prutning på priset

Welcome!

Personligt välkomnande
på flygplatsen och hjälp
att komma på tåget

! Tips:
erbjud något extra!



Masala chai-te
och snabbnudlar på
hotellrummet

Hjälp att förstå
lokala seder och
kulturella skillnader



Indisk frukosträtt
på hotellet,
t ex Parathas



Lista på vegetariska
restauranger



4



Resebyråernas roll
& framtida paketresor

Resebyråernas roll förändras

”

*Idag är alla sin egen
resebyrå – internet
och appar finns
alltid tillhands*

DIY

”

*Förpaketerade resor
är för nybörjare*



DEN NYA RESEBYRÅN

MÖJLIGHETER:

FOMO

%



DIY +



Framtiden = blanda och
matcha olika upplevelser



Från förpaketerat till skräddarsytt

”

*Vill ha många
upplevelser att
välja mellan*

”

*Vill ha expertis kring
detaljer och någon som
kan leverera bortom en
enkel Google-sökning*

”

*Det handlar om att kunna
tillhandahålla autentiska
lokala upplevelser, och
undvika turistfällorna*



Hur vi kan skapa attraktiva paketresor

- Paket med både Danmark och Sverige
- En blandning av upplevelser i staden och i naturen





5



Summering

Kulturella skillnader



Tysta – låg tolerans för oljud
Samtal har ett syfte
Inget småprat

Högljudda – hög tolerans för oljud
Samtal behöver inte ha ett syfte, bara glädje
Älskar att småprata med vem som helst



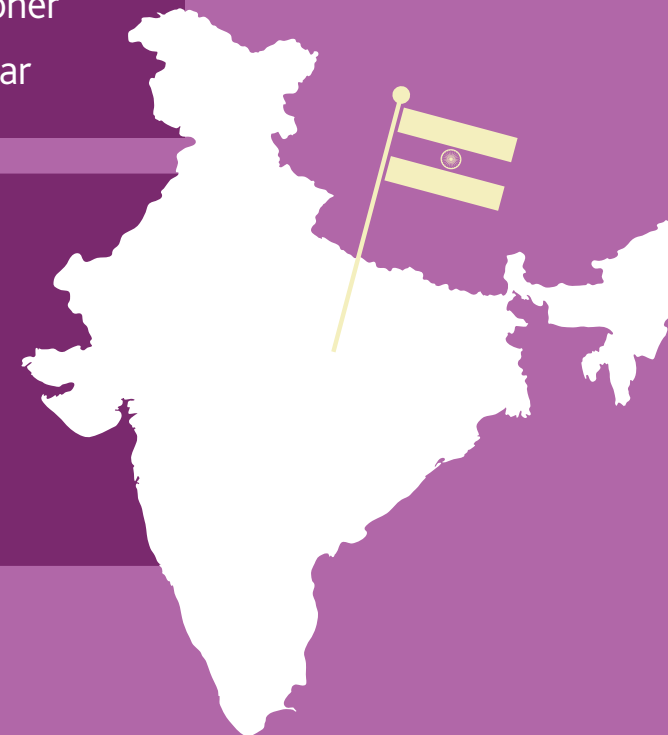
"Kan själv"-mentalitet (söker inte råd)
Förlitar sig på sina egna beslut
Blir frustrerade av ad hoc-lösningar

Söker råd hos andra
Tar gärna rekommendationer
Tar lätt på ad hoc-lösningar

Shhh!

Ett nej betyder nej
Regler ska följas
Strikta tidsregler
Prutning på priset ogillas
Disciplinerat kösystem

Ett nej betyder kanske
Alla regler har undantag
Flexibel inställning till tid
Prutning är ett måste
Flockmentalitet



I korthet

Välbärgade familjer



Millennials



Firande resenärer



Grupper med enbart kvinnor



Generation Z



ÄR DU INTRESSERAD AV DEN INDISKA MARKNADEN?
TA GÄRNA KONTAKT MED:

Tourism in Skåne

tourisminskane.com

Lena Andersson, lena.andersson@skane.com

Wonderful Copenhagen

wonderfulcopenhagen.dk

tourism in skåne
part of business region skåne

**WONDERFUL
COPENHAGEN** 