



# КАК ПРИВЛЕЧЬ ТУРИСТА ИЗ ИНДИИ:

---

лайфхаки и рекомендации



# ИНДИЯ

— вторая по численности страна мира — ценнейший источник международного туристического трафика

В этом году количество гостей из Индии в столице России значительно выросло.

Как выстроить работу с индийскими путешественниками, чтобы соответствовать ожиданиям тех, кто уже собрался приехать, и подстегнуть интерес к России у тех, кто только задумывается о поездке, рассказали эксперты маркет-трека Moscow Travel Hub.

Из краткого конспекта докладов вы узнаете, зачем индийцы едут в Россию, сколько готовы тратить во время поездки, чем можно удивить требовательных гостей и какие нюансы важно учитывать принимающей стороне.



# ОПРОС,

проведенный Комитетом по туризму Москвы в партнерстве с компаниями Nagsricreating special memories (Индия) и Satguru Travel (РФ), показал,

что индийские путешественники считают Россию модной экзотикой и относятся к посещению Москвы как к престижной поездке.

«Однако основным барьером, сдерживающими въездной поток из Индии в Москву, кроме высокой стоимости визы и перелета, остается низкая информированность о возможностях комфортного безопасного отдыха и событийного туризма», — отмечает Ольга Нечаева, начальник управления программно-целевого планирования Комитета по туризму города Москвы.

Примерно 33% жителей Индии совершают за год как минимум одну зарубежную поездку, но заядлые индийские путешественники выезжают за пределы страны 3-4 раза в год. Это хороший показатель, который открывает большие перспективы для развития въездного туризма в Россию.

Если представители местной туристической отрасли будут лучше представлять себе портрет типичного гостя из Индии, его ожидания, потребности и интересы, они смогут правильно взаимодействовать с ним на всех этапах подготовки к поездке и во время самого путешествия.

Это, в свою очередь, будет позитивно влиять на интерес туристов из luxury и MICE-сегментов к России: сарафанное радио в этих нишах — главный источник информации, а мнение друзей и коллег, уже побывавших в мегаполисе — решающий фактор для принятия решения о каникулах в Москве. По результатам социального опроса, проведенного по инициативе Мостуризма в 2021 году, 48% посетивших российскую столицу индийских туристов потом приехали повторно.

# ПОРТРЕТ ТУРИСТА

## Эксперты:

Нагшри Прасад  
Шашидхар;

Джагдип Бхагат;

Татьяна  
Прудникова

Организаторы Moscow Travel Hub собрали на своей площадке уникальный состав экспертов, которые смогли поделиться своими инсайтами о туристах из Индии. Про особенности и предпочтения индийских туристов рассказали основатель и генеральный директор NAGSRI creating special memories Нагшри Прасад Шашидхар и координатор сети индийских MICE-агентств NIMA Джагдип Бхагат.

Татьяна Прудникова, заместитель директора отдела продаж и маркетинга Plaza Garden Moscow WTC, поделилась своими наработками и опытом размещения туристических групп из Индии. Рабочую встречу открыла Ольга Нечаева, начальник управления программно-целевого планирования Комитета по туризму города Москвы. Она представила результаты исследования, которое показывает, как жители Индии принимают решение о поездке, где предпочитают останавливаться и на что обращают особое внимание.

## Выделяют несколько основных сегментов гостей из Индии в Москве:

- малые группы
- большие группы
- MICE
- премиум туристы
- luxury-туристы

Главная цель поездок — отдых;

Второе по популярности место занимают образовательные поездки;

Топ-три замыкает деловой туризм.<sup>1</sup>

Около 70% индийских туристов, приезжая в Москву, предпочитают размещение в гостиницах с 4 или 5 «звездами», следует из отчета Мостуризма за 2021 год.

При этом, по словам туроператоров, работающих с индийским рынком, лишь небольшая часть туристов, посещающих Москву, имеет глубокое представление о том, что представляет собой город и Россия в целом. Ключевыми точками притяжения для гостей становятся Кремль и Пушкинский музей. К сожалению, индийцы, как правило, не знают о существовании других интересных для посещения мест. Совместная работа по продвижению музейных объектов для группового и семейного осмотра силами локальных и российских туроператоров значительно усилят интерес к поездке в столицу России.

<sup>1</sup>По данным Министерства туризма Индии

«Чтобы повысить уровень информированности потенциальных туристов и сформировать устойчивый интерес к Москве, необходимо плотное сотрудничество российских и индийских туроператоров, — говорит Нагшри Прасад Шашидхар. — Мы — это глаза и уши для наших клиентов, ваш мостик к индийским туристам, который нуждается в свежей информации, регулярно обновляемой афише мероприятий, подборке эксклюзивных активностей и перечне необычных мест для посещения»

## ВАЖНЫЕ НЮАНСЫ

У индийских туристов в Москве прослеживается ярко выраженный интерес к ночной жизни. Чтобы развить этот потенциал и угодить гостям города, важно включать в турпрограмму информацию о круглосуточных ресторанах и музеях, приглашения в необычные места и скидки на посещение ночных клубов. Критически важно не только предложить поздний досуг, но и организовать комфортабельный трансфер, предоставить возможность выбора программы с учетом цели поездки.

При том, что гастрономический туризм входит в топ-пять самых популярных вариантов отдыха для гостей из Индии, решающим фактором выбора того или иного направления является не столько разнообразие национальных блюд, сколько наличие индийской кухни в объекте размещения. Индийские туристы любят исследовать новую кухню, однако традиционные русские блюда чаще всего оказываются для них пресными.

«К шведскому завтраку в отеле для спокойствия гостей достаточно предложить два привычных индийских блюда.

Но обед, ужин и закуски в течение всего дня деловой программы обязательно должны быть приготовлены по стандартам индийской кухни. Это крайне важная история для гостей из Индии, поэтому необходимо привлечь профильный кейтеринг, заручиться поддержкой поваров из местных ресторанов с индийской кухней или обучить персонал, как приготовить простые блюда», — подчеркивает Татьяна Прудникова.

До марта 2020 года на площадке **Plaza Garden Moscow WTC**, которой она руководит, активно проходили мероприятия крупных индийских компаний из банковского и производственного сектора. Татьяна уточняет, что в то время отель устанавливал кулеры с водой на всех этажах и оснащал все номера и конференц-залы дополнительной партией воды:

«Индийские туристы привыкли много пить. Чтобы сделать пребывание гостей максимально удобным, нужно заранее позаботиться о том, чтобы в прямом доступе было действительно много питьевой воды. Сколько бы бутылочек воды в номер вы ни поставили, гости все равно будут просить дополнительную воду. Поэтому будьте готовы к комплементарному пополнению питьевой воды в номерах. Если вы включите ее в чек, вас просто не поймут. Это совершенно не принято».

Для большой группы туристов из Индии отелю нужно будет выделить отдельную стойку регистрации гостей и заранее позаботиться об организации express check in. Группы обычно едут несколькими волнами, которые сменяют друг друга, и чтобы сделать заселение бесшовным, нужно спланировать все до мелочей.

Высокие требования к организации мероприятий и размещению групп выливаются в долгий и дотошный процесс согласования деталей и серьезный отбор подрядчиков. «У индийских организаторов групповых заездов другая специфика согласования отеля и площадки для мероприятий, к ней нужно быть готовой, — предупреждает Татьяна. — Индийская компания никогда не заселит к вам свою группу и не подтвердит мероприятие, пока представители сами не поживут в отеле, не познакомятся с главным поваром, отделом продаж и сотрудниками на ресепшн.

Обязательна встреча заказчика с генеральным менеджером отеля: это 50% успеха. К ней относятся с большим вниманием — никто не согласится на встречу с экспертом другого уровня. Будьте готовы к фиксации договоренностей в процессе нескольких дополнительных встреч».

## ЗАДЕЛ НА БУДУЩЕЕ

«Одно из перспективных направлений для развития туризма из Индии — организация свадебных торжеств и медового месяца», — говорит Джагдип Бхагат. Сейчас типичными направлениями для такого отдыха для обеспеченных индийских туристов становятся Австралия и Новая Зеландия, для семейного отдыха востребованы Финляндия и Швейцария. Россия — с учетом большого культурного и архитектурного наследия, красивых пейзажей и гастрономического разнообразия — могла бы стать интересным направлением для новобрачных.

«Однако уровень требовательности этой категории гостей к поездке будет невероятно велик. Это особый уровень сложности, который может удивить российских организаторов, не привыкших работать с Индией, поэтому развивать это направление стоит постепенно: после того, как удастся адаптировать возможности туристической отрасли под требования luxury- и MICE-клиентов из Индии для рядовых поездок», — говорит Джагдип Бхагат.

Нагшри Прасад Шашидхар добавляет, что индийские гости часто путешествуют с детьми, однако отели не всегда могут предложить для таких гостей специальную инфраструктуру и досуг. «Игровая комната или даже отдельный “детский” ресепшн запомнились бы детям и пришлись по вкусу родителям, превратились в дополнительное конкурентное преимущество», — говорит она.

## СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ

Максимальный средний чек туриста из Индии в выездных поездках за рубеж составляет \$1565, максимальный средний чек на поездку в Россию — примерно \$1133. Однако эксперты сошлись на том, что у московских туристических объектов есть хороший потенциал увеличить этот показатель на \$270-500. Для этого важно преодолеть главный барьер: к сожалению, у типичного индийского гостя просто недостаточно информации о том, что доступно для путешественника в Москве и России.



Помимо исследования национальной кухни и других ресторанов, индийцы ценят в заграничной поездке шоппинг, посещение достопримечательностей, музеев и парков (необычные экскурсии и разнообразие — важный акцент), а также развлекательные программы, шоу, фестивали и другие мероприятия, благодаря которым можно получить необычный, аутентичный опыт и разнообразить впечатления от поездки. Данные исследования Комитета по туризму Москвы убедительно показывают, что индийские туристы с готовностью будут принимать участие в местных событиях: ярмарках, фестивалях, воркшопах и мастер-классах, которые позволят установить личный контакт с российской культурой и обычаями.

«Гостям из Индии важно иметь возможность прикоснуться к аутентичной России. Думаю, их могли бы заинтересовать крафтовые экскурсии (роспись лаковых шкатулок, мастер-классы по сыроварению и множество других форматы живого знакомства с нашей едой, культурой, историей, бытом). У Москвы есть, что предложить, это лишь вопрос фантазии и точечного продвижения услуг в контексте событийного туризма», — говорит Ольга Нечаева.

«Это действительно так, — подтверждает Нагшри Прасад Шашидхар. — Важно предлагать эксклюзивный опыт и подчеркивать ценность мероприятия. Это может быть не только кулинарный мастер-класс по приготовлению типичной русской пищи. Нам интересно покататься на санях, подержать в руках матрешку, научиться смешивать коктейли на основе русской водки. Я знаю многих клиентов, чьи дети занимаются балетом: представьте, каким интригующим бонусом к походу в театр будет для них встреча после спектакля с артистами балета и возможность поговорить о знаменитой на весь мир русской балетной школе».



Средняя продолжительность поездки составляет пять-шесть дней. «Однако наши туристы с интересом рассматривают возможность посмотреть во время путешествия в Россию не только на Москву, — объясняет Джагдип Бхагат. — Петербург, Сочи, Казань также очень интересны для посещения, поэтому стоит разработать различные пакетные туры “Москва+” продолжительностью в 8 дней и активно их продвигать».

Главным источником информации о Москве и России становятся друзья, родные, сарафанное радио, life-style журналы и туроператоры. Большую роль играет Instagram<sup>1</sup>: это очень популярный ресурс, который может сформировать дополнительный интерес к Москве как к туристической дестинации.

## РЕЗЮМЕ

Москва как туристическое направление представляет большой интерес для индийцев: годовой темп роста потока гостей из Индии в российскую столицу выше темпа роста по всем выездным международным поездкам из Индии.

Индийские туристы довольно требовательны: они высоко ценят гостеприимство, сервис и бесшовный опыт путешествий. Поэтому организаторы поездок очень внимательны к мелочам и ценят возможность предложить своим подопечным разнообразный досуг с помощью экспертов на местах.

«Премиум-клиент из Индии — не турист, а путешественник, который хочет вернуться домой не только с яркими впечатлениями, но с новыми знаниями. Крайне важно обеспечить такого гостя широкими возможностями для запоминающегося образовательно-развлекательного досуга», — резюмирует Нагшри Прасад Шашидхар.

<sup>1</sup>Признан в России экстремистской организацией