



MYSTERY SHOPPING

- EVALUERING AF SERVICE OG SALG I DANSKE FERIEBYER

BAGGRUND OG METODE (1)

BAGGRUND

Videncenter for Kystturisme har som en del af projektet "Oplevelsesbaseret Kystturisme" gennemført mystery shopping med det formål at belyse potentialet for udvikling af turismen på udvalgte feriesteder i Danmark.

Undersøgelsen belyser gæsternes oplevelse af de kontaktpunkter, de er i berøring med under deres besøg i omgivelserne på de udvalgte feriesteder. Der har i projektforløbet været særligt fokus på gæsternes oplevelser i detailhandlen, på spisesteder samt på turistikontorer, hvor man har ønsket indsigt i, hvordan gæsterne oplever medarbejdernes imødekommenhed og service samt evne til og ønske om at hjælpe dem med forespørgsler om lokalområdet. I hver by er der desuden taget kontakt til lokale indbyggere for at få indblik i den hjælpsomhed og imødekommenhed gæsterne møder i lokalområdet. Observatørerne er også blevet bedt om at vurdere og tage billeder af omgivelserne herunder skiltning, renhold mv.

De besøgte butikker og spisesteder er udvalgt tilfældigt i de enkelte byer. Så vidt det har været muligt, er detailbesøgene ikke blevet gennemført i supermarkeder og kiosker, men i "rigtige" detailbutikker, hvor der er mulighed for en længerevarende dialog og personlig betjening. For spisestederne gælder det, at de skulle have borde/stole, hvor man kunne indtage sin mad og så vidt muligt have menukort (ikke blot et skilt) og gerne bordservice.

MYSTERY SHOPPING SOM VÆRKTØJ

Mystery Shopping beskriver serviceoplevelser ud fra en række prædefinerede målepunkter. Oplevelserne er indsamlet ved at besøge de udvalgte byer som almindelige turister, blot med det formål at besøge udvalgte steder og vurdere den oplevede service blandt medarbejderne og efterfølgende beskrive det ud fra en prædefineret spørgeramme. Mystery målinger kan gennemføres alle steder, hvor der er kontakt imellem kunder/gæster og medarbejdere. Målingerne giver en unik mulighed for at få et indblik i konkrete og specifikke kundeoplevelser. Ved brug af Mystery Shopping er det vigtigt, at alle interessenter er opmærksomme på, at målingerne er øjebliksbilleder af den oplevede service. De er ikke repræsentative og skal således ikke forveksles med andre typer af kundetilfredshedsmålinger. Det er i højere grad et dialogskabende værktøj, som på baggrund af de gode præstationer og/eller klarlagte fokusområder, giver mulighed for at sætte service på dagsordenen blandt ledende medarbejdere og medarbejdere, der dagligt forventes at bidrage til turisternes gode serviceoplevelser.

I forbindelse med Mystery Shopping projekter gennemføres en række procedurer for at sikre et tilfredsstillende kvalitetsmæssigt niveau af den indsamlede data, herunder certificering af observatører, hvor alle observatører gennemgår tests og modtager løbende evalueringer af det udførte arbejde samt kvalitetssikring af observationer, hvor den enkelte spørgeramme gennemlæses og verificeres af en projektleder.

BAGGRUND OG METODE (2)

SPØRGERAMMER

Spørgerammerne er udviklet, så der er mulighed for tværgående analyser inden for de enkelte områder - detailbutikker, spisesteder, turistkontorer og mødet med lokale. De overordnede afsnit i spørgerammerne er:

- **Velkomst**
- **Salg**
- **Turismeservice**
- **Afsked**
- **Samlet vurdering**

Spørgerammerne har tværgående spørgsmål for alle områder samt en række unikke spørgsmål, som kun vedrører det enkelte område. Desuden er der i alle spørgerammer uddybende kommentarfelter, hvor observatørerne har beskrevet oplevelsen med udgangspunkt i de opstillede målepunkter.

SKALA OG POINTAFGIVELSE

Alle spørgsmål er med enkelte undtagelser blevet besvaret på en 5-punktskala (*Slet ikke - I høj grad* eller *Meget dårlig - Meget god*). Det er her vigtigt at bemærke, at hver enkel observatør er sat grundigt ind i projektet og derfor er klar over, hvorledes de enkelte spørgsmål skal vurderes og bedømmes. Observatøren bliver således ikke påvirket af "ydre omstændigheder", men er trænet i at forholde sig åben, konstruktiv og nøgternt til den enkelte serviceoplevelse.

UDDYBENDE KOMMENTARER

Foruden skala-spørgsmålene, har observatørerne givet uddybende kommentarer omkring de aspekter, der har ligget til grund for deres pointgivning.

ANTAL GENNEMFØRTE OBSERVATIONER

Der er foretaget i alt 608 observationer i perioden 17. juli til 18. august 2013, fordelt på 19 udvalgte feriebyer:

- Allinge-Sandvig
- Billund – Grindsted (fordelt 50/50)
- Blokhus
- Blåvand
- Ebeltoft
- Fanø
- Gilleleje
- Henne Strand
- Hvide Sande
- Løkken
- Lønstrup
- Marielyst
- Rømø
- Rørvig
- Stege
- Svendborg
- Sønderborg
- Søndervig
- Vorupør – Klitmøller (fordelt 50/50)

BAGGRUND OG METODE (3)

I hver by er der foretaget 32 observationer, fordelt på:

- 16 besøg i detailbutikker (total 304)
- 4 besøg på spisesteder (total 76)
- 4 besøg på turistkontoret (total 76)
- 4 henvendelser til lokale (total 76)
- 4 vurderinger af omgivelserne (total 76)

Af disse i alt 608 observationer, er:

- 25% udført af tyske eller svenske turister. Alle byer med undtagelse af Gilleleje havde besøg af tyskere.
- 75% udført af danske turister, der havde fast bopæl minimum 60 km. fra den besøgte by og ikke talte med lokal dialekt.

Besøgene har været fordelt over minimum 4 forskellige dage og er foretaget af personer i alderen 30-60 år.

RAPPORTERING

Den efterfølgende rapportering præsenterer indledningsvis de overordnede resultater. Derefter vil de enkelte områder - Detail, Spisesteder, Turistkontor, Møde med lokale samt Omgivelser blive præsenteret enkeltvis. Afslutningsvis fremsættes analyser inden for de overordnede afsnit (Velkomst, salg, etc.) på tværs af de gennemførte observationer.

Løbende igennem præsentationen vil der være toplistes, hvor de enkelte byers resultater sammenlignes, og der vil blive fokuseret på relevante udsving i resultaterne. Resultaterne vil være opdelt på nationalitet (dansk og tysk/svensk).

For hele rapporteringen er det gældende, at resultaterne angives i procent. For at synliggøre gode resultater og fremtidige fokusområder bliver der i tabeller og oversigter benyttet "smileys" og farvekoder (rød, gul og grøn).



0-49%



50-79%



80-100%

Farveinddelingen er valgt ud fra, at Shoptimizer generelt har ønske om, at Mystery Shopping er et redskab, som både motiverer og udfordrer modtagerne. Da der i dette projekt er relativt få målepunkter i de enkelte spørgerammer samt stor forskel på de steder der er blevet besøgt, er skillelinjen ved 80% valgt ud fra en betragtning om, at man i det enkelte besøg – og i undersøgelsen som helhed - gennemsnitlig skal score "i nogen grad" på den valgte 5-punktsskala, for at komme ind i det grønne interval med en glad smiley. For at komme ind i den røde interval med en sur smiley skal man gennemsnitlig score "i mindre grad".

Man kan ud fra den betragtning argumentere for, at farveintervallerne er sat konservativt, og at man skal opsætte højere mål for oplevelserne i kystbyerne. Dog mener Shoptimizer, at man i den sammenhæng ligeledes bør tillægge det værdi, at der er en motiverende faktor i, at det er opnåelig at få en "glad smiley", at modtagerne af rapporterne er meget decentralt placeret i forskellige organisationer samt at kendskabet til Mystery Shopping som redskab kan være begrænset.

OPSUMMERING (1)

Det har afgørende betydning for gæsternes oplevelse af et besøg i butikker, spisesteder og turistbureauer, at de bliver mødt af smilende og imødekommande medarbejdere. Projektets målinger viser således, at i de tilfælde hvor medarbejderen "i høj grad" har hilst/anerkendt gæsten ved ankomst, bliver den samlede serviceoplevelse vurderet 47% højere end i de tilfælde, hvor medarbejderen "slet ikke" hilser eller anerkender kundens ankomst.

Når det er sagt, så har gæsternes dialoger med medarbejderne generelt været positive. Dog har det været tydeligt at initiativet til dialog ofte måtte komme fra gæsten selv i stedet for at blive initieret af medarbejderne. Denne tendens har været mest tydelig i **detailbutikkerne**, hvor der gentagne gange er beskrevet, at medarbejderne virkede fraværende og undgik øjenkontakt med gæsterne i butikken.

"Jeg gik længe rundt i butikken og ventede på, at medarbejderen tog kontakt til mig. Der var ikke andre i butikken, og selv om jeg gik rundt og prøvede forskellige tøjgenstande, henvendte medarbejderen sig aldrig til mig. Det undrede mig meget, men da jeg først kontaktede medarbejderen, var vedkommende smilende og prøvede efter bedste evne at hjælpe mig som turist."

Oplevelsen, af at medarbejderne har tendens til at undgå kontakt og ikke er opsøgende, viser sig tydeligt på spørgsmålet "Tog medarbejderen initiativ til dialog?", hvor 43,7% svarer "I ringe grad" eller "Slet ikke". Dermed mister butikkerne allerede dér et stort salgspotentiale og muligheden for at påvirke kundernes købsbeslutning. Næsten halvdelen af alle gæster oplever således ingen eller kun i meget begrænset omfang at have kontakt til en medarbejder udover i forbindelse med en eventuel betaling for varer. Da en del af mystery shoppernes opgave er at få en dialog med medarbejderne, viser det sig ofte efterfølgende, at medarbejderne - når der først er kommet "hul" på dialogen - næsten ændrer karakter og giver et helt anderledes indtryk, end hvad der først blev oplevet og fra at være tilbageholdende, viser medarbejderne både et godt produktkendskab og en stor viden om lokalområdet. Men da gæsterne selv skal opsøge dialogen, får størstedelen ikke dette positive indtryk af medarbejderne.

"Kundeservice kunne godt have været bedre, men det blev bedre, da jeg spurgte til områdets udflugtsmål. Medarbejderen tog sig god tid til at overveje, hvad der ville være passende for min familie. Medarbejderen forsøgte at finde en aktivitetskalender for sommermånederne, men det lykkedes ikke. Men det var generelt en god service, jeg fik som turist."

OPSUMMERING (2)

Et tilsvarende billede viser sig ved **spisestederne**, hvor der dog er et naturligt behov for kontakt i mellem gæst og medarbejder i forbindelse med bestilling af mad og drikke. Her er der til gengæld et stort uudnyttet potentiale i forhold til mersalg af kaffe, dessert, større drikkevarer mv., da kun under halvdelen af gæsterne oplever dette mersalgforsøg.

Medarbejderne vurderes generelt som imødekommenehed, når dialogen først er i gang. Hvis medarbejderne har indtryk af, at de allerede nu er imødekommende og snaksaglige, er det således ikke en forkert opfattelse. Forbedringspotentialet ligger i at være *opsøgende* og venlig overfor *flere* og ikke nødvendigvis mere imødekommende overfor dem, man er i kontakt med.

På de direkte turismerelaterede forespørgsler, hvor mystery shopperne har henvendt sig i **turistbureauerne** eller til de **lokale**, er der – måske en smule overraskende – opnået næsten enslydende score for begge områder. Dialogerne med de lokale er med til at skabe en god helhedsoplevelse af besøgene, og det overrasker næsten mystery shopperne, hvor engagerede, venlige og hjælpsomme de lokale indbyggere er overfor uopfordrede henvendelser.

"Jeg havde egentlig taget kontakt med en anden person, som tilsyneladende ikke var fra byen og dermed ikke kunne hjælpe. Det havde den anden person overhørt, og derfor henvendte vedkommende sig til mig for at tilbyde sin hjælp. Personen spurgte, hvad vedkommende kunne hjælpe med, og jeg forklarede, at jeg gerne ville have gode forslag til et godt spisested, som jeg kunne besøge med min familie. Personen sagde, at jeg burde gå ned til havnen, hvor der var flere muligheder alt efter smag, og personen anbefalede selv Brassieriet."

"Super oplevelse med rigtig søde mennesker, der tog sig tid til at hjælpe mig med min forespørgsel. Sjældent har jeg oplevet så stor interesse i at hjælpe en komplet fremmed, og samtalen gav et utroligt positivt syn på den lokale befolkning i byen."

For at udnytte det potentiale **de lokale** har i forhold til at bidrage til den samlede turistoplevelse, vil det være nærliggende at synliggøre de lokales positive indflydelse på turisternes indtryk af byen. Skal turisten altid starte dialogen og stoppe en lokal for at spørge om vej eller kan den lokale selv se, når der er en, der har brug for hjælp? Turistens oplevelse af destinationen vil være positiv – uanset om de er faret vild eller ej - da det viser de lokales engagement, imødekommenehed og tilgængelighed.

OPSUMMERING (3)

Turistbureauerne – som jo skal være eksperter i lokalområdets muligheder - virker kompetente, er gode til at spørge ind til de enkelte gæsters ønsker og giver *mange* brochurer til gæsterne.

"Jeg fik rigtig god hjælp af medarbejderen på kontoret, der trods de mange mennesker tog sig rigeligt tid til at hjælpe mig. Jeg fik udleveret relevante brochurer og kataloger, og medarbejderen var god til at beskrive, hvilke aktiviteter, der kunne være passende for min familie. Medarbejderen synes at have et meget indgående kendskab til området og dets aktiviteter, og alt blev omtalt på en begejstret måde af medarbejderen. Meget god service og meget god oplevelse."

Et område, hvor de enkelte turistbureauer kunne servicere gæsterne yderligere, er i den uopfordrede anbefaling/omtale af attraktioner i området. Medarbejderne har været meget imødekommende, og ofte har der været flere medarbejdere på arbejde. Et afledt spørgsmål som man kunne stille til de enkelte turistbureauer er, om kontakten til turisterne skal finde sted på kontoret? Som en mystery shopper skriver:

"Det var dejligt at blive mødt med en kop frisklavet kaffe af en medarbejder, der stod udenfor bureauet. Det var en rigtig god velkomst. Begge medarbejdere var smilende og imødekommende, og man følte sig godt modtaget."

Opsøger turistbureauerne vildtfarende eller søgende gæster på gaden? Går de en tur med en stak brochurer (og en iPad til informationssøgning) i hånden?

Når man ser på de **samlede resultater** og gæsternes beskrivelser, er det gennemgående, at gæsternes oplevelse og lokalområdernes omsætning kan forbedres med et øget fokus på *initiativ*. Initiativ til dialog. Initiativ til salg. Initiativ til at hjælpe. Det er meget få gæster, der vil få et negativt syn på at få tilbudt hjælp og frygten for at få "sydlandske" tilstande i de danske kystbyer, i form af aggressive og frembrusende sælgere, må anses for at være minimal. Formår man at få kommunikeret det uforløste potentiale, som hver enkelt gæst har, og bruge de få virkemidler, der skal til for at udnytte dette potentiale, vil det kunne løfte såvel kystbyernes omsætning pr. gæst, såvel som gæsternes samlede oplevelse af den enkelte kystby som en samlet destination.

SAMLET SCORE

n = 608

Samlet:
totalscore



73,5%

Detail



67,4

Spisesteder



74,1

Turistkontor



86,3

Mødet med
lokale



84,8

Omgivelser



85,2

SAMLET SCORE

n = 608

Samlet:
totalscore



73,5%

		Detail	Spisesteder	Turistkontor	Møde med lokale	Omgivelser	Score
1	Svendborg	82,8%	83,7%	78,4%	92,9%	87,5%	83,5%
2	Billund - Grindsted	81,5%	83,2%	98,3%	75,0%	76,6%	83,3%
3	Sønderborg	83,0%	70,4%	87,5%	83,0%	81,3%	81,6%
4	Stege / Møn	74,0%	77,6%	96,0%	90,2%	90,6%	80,0%
5	Fanø	71,4%	76,0%	92,0%	93,8%	85,9%	77,5%
6	Gilleleje	74,7%	64,8%	90,9%	89,3%	85,9%	77,3%
7	Henne Strand	68,3%	78,1%	96,0%	90,2%	92,2%	76,9%
8	Blåvand	68,8%	80,6%	93,2%	86,6%	87,5%	76,6%
9	Ebeltoft	66,3%	59,7%	95,5%	93,8%	81,3%	72,6%
10	Nyk. Sj./Rørvig	66,9%	65,3%	99,4%	74,1%	79,7%	72,5%
11	Hvide Sande	63,2%	78,1%	88,1%	77,7%	95,3%	72,0%
12	Lønstrup	63,1%	77,0%	85,2%	84,8%	92,2%	71,8%
13	Blokhushus	58,1%	72,4%	85,2%	88,4%	92,2%	68,6%
14	Rømø	60,9%	71,9%	84,7%	77,7%	75,0%	68,2%
15	Marielyst	65,6%	67,9%	66,5%	75,9%	84,4%	68,0%
15	Søndervig	60,2%	86,2%		75,9%	84,4%	68,0%
17	Allinge-Sandvig	60,9%	73,4%	61,9%	83,0%	76,6%	65,9%
18	Løkken	53,6%	56,1%	99,4%	87,5%	89,1%	65,3%
18	Vorupør-Klitmøller	56,7%	85,7%	54,5%	91,1%	81,3%	65,3%
Total		67,4%	74,1%	86,3%	84,8%	85,2%	73,5%

TOPLISTE: SAMLET

Tabellen viser den samlede score for hver by for de gennemgående afsnit for Detail, Spisesteder, Turistkontor og Mødet med lokale. Som det kan ses, er det på tværs af alle områder, de største byer, der samlet set scorer højest.

		Velkomst/ Imødekom- menhed	Salg	Turisme- service	Afsked	Samlet vurdering	Score
1	Billund - Grindsted	90,8%	64,8%	84,1%	93,8%	83,9%	83,8%
2	Svendborg	89,1%	76,1%	79,3%	93,8%	82,1%	83,3%
3	Sønderborg	86,8%	71,6%	79,5%	91,1%	81,7%	81,8%
4	Stege / Møn	85,5%	69,3%	75,6%	87,5%	79,9%	79,2%
5	Gilleleje	87,8%	61,4%	73,3%	92,0%	73,2%	77,1%
6	Fanø	82,3%	53,3%	78,8%	88,8%	79,7%	77,0%
7	Blåvand	83,9%	41,5%	82,4%	85,7%	79,0%	76,3%
7	Henne Strand	81,2%	51,7%	78,7%	83,0%	81,7%	76,3%
9	Ebeltoft	83,6%	55,1%	71,0%	78,6%	69,6%	72,3%
9	Nyk. Sj./Rørvig	79,6%	54,5%	74,1%	78,6%	70,5%	72,3%
11	Lønstrup	78,9%	43,8%	72,2%	79,5%	73,7%	70,6%
12	Hvide Sande	79,6%	51,7%	68,2%	78,6%	72,3%	70,5%
13	Rømø	74,7%	42,0%	74,4%	70,5%	68,3%	68,1%
14	Marielyst	74,0%	52,3%	67,9%	75,9%	64,7%	67,3%
15	Blokhus	69,4%	41,5%	70,2%	83,0%	71,4%	67,1%
16	Søndervig*	77,3%	40,0%	66,3%	78,1%	69,3%	66,6%
17	Allinge-Sandvig	75,3%	42,3%	65,9%	79,6%	61,1%	65,2%
18	Vorupør-Klitmøller	72,4%	40,9%	65,9%	75,0%	63,4%	64,2%
19	Løkken	67,1%	42,6%	66,8%	73,2%	66,1%	63,7%
Total		80,0%	52,5%	73,5%	82,5%	73,3%	72,8%

* Turistkontoret i Søndervig er ikke medregnet i opgørelsen, da kontoret ikke er bemandet af fysisk personale.

SERVICE OG SALG I DETAILBUTIKKERNE

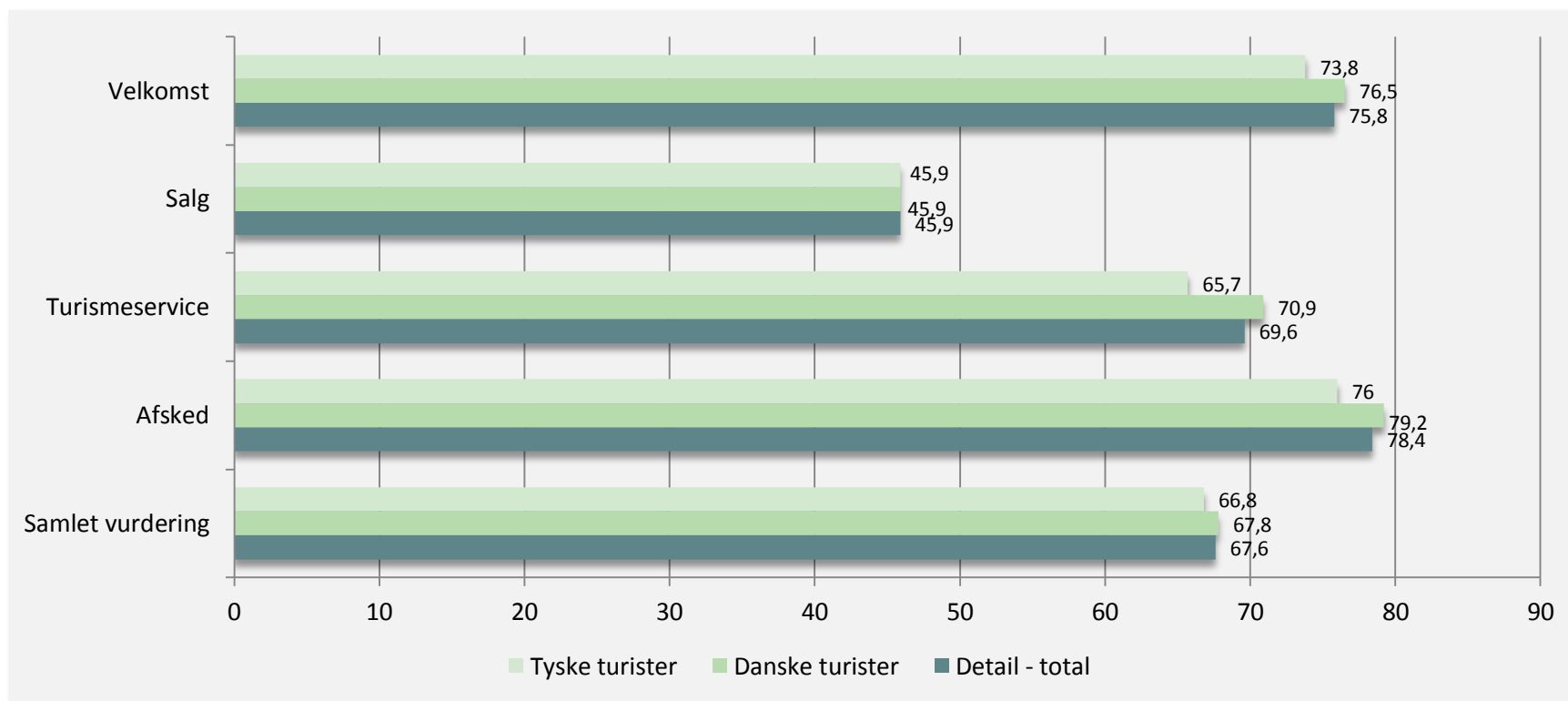
DETAIL: SAMLET

n = 304

Detail
totalscore



67,4%



Velkomst



75,8

Salg



45,9

Turisme-
service



69,6

Afsked



78,4

Samlet
vurdering



67,6

DETAIL: TOPLISTE

Tabellen viser den samlede score for hver by for de gennemgående afsnit for detailbutikkerne. Der er foretaget 16 besøg i hver by.

		Velkomst/ Imødekom- menhed	Salg	Turisme- service	Afsked	Samlet vurdering	Score
1	Sønderborg	86,5%	72,7%	84,4%	92,2%	81,2%	83,0%
2	Svendborg	91,1%	77,3%	75,0%	96,9%	80,5%	82,8%
3	Billund - Grindsted	88,0%	60,2%	84,9%	89,1%	84,4%	81,5%
4	Gilleleje	82,3%	60,2%	76,0%	89,1%	68,8%	74,7%
5	Stege / Møn	81,8%	66,4%	68,2%	84,4%	73,4%	74,0%
6	Fanø	80,4%	44,1%	74,0%	85,3%	74,3%	71,4%
7	Blåvand	78,1%	28,9%	79,2%	79,7%	73,4%	68,8%
8	Henne Strand	75,5%	43,0%	72,4%	76,6%	72,7%	68,3%
9	Nyk. Sj./Rørvig	76,6%	49,2%	67,7%	76,6%	64,1%	66,9%
10	Ebeltoft	78,6%	50,0%	64,6%	73,4%	63,3%	66,3%
11	Marielyst	70,8%	50,0%	68,2%	76,6%	64,1%	65,6%
12	Hvide Sande	73,4%	39,8%	61,5%	76,6%	67,2%	63,2%
13	Lønstrup	72,9%	37,5%	66,7%	70,3%	64,8%	63,1%
14	Allinge-Sandvig	70,6%	35,0%	65,6%	78,3%	56,7%	60,9%
14	Rømø	70,3%	29,7%	68,8%	65,6%	64,1%	60,9%
16	Søndervig	74,5%	29,7%	61,5%	70,3%	62,5%	60,2%
17	Blokhus	60,4%	32,0%	64,6%	78,1%	60,9%	58,1%
18	Vorupør-Klitmøller	67,7%	32,0%	62,0%	65,6%	52,3%	56,7%
19	Løkken	60,4%	33,6%	56,2%	64,1%	53,9%	53,6%
Total		75,8%	45,9%	69,6%	78,4%	67,6%	67,4%

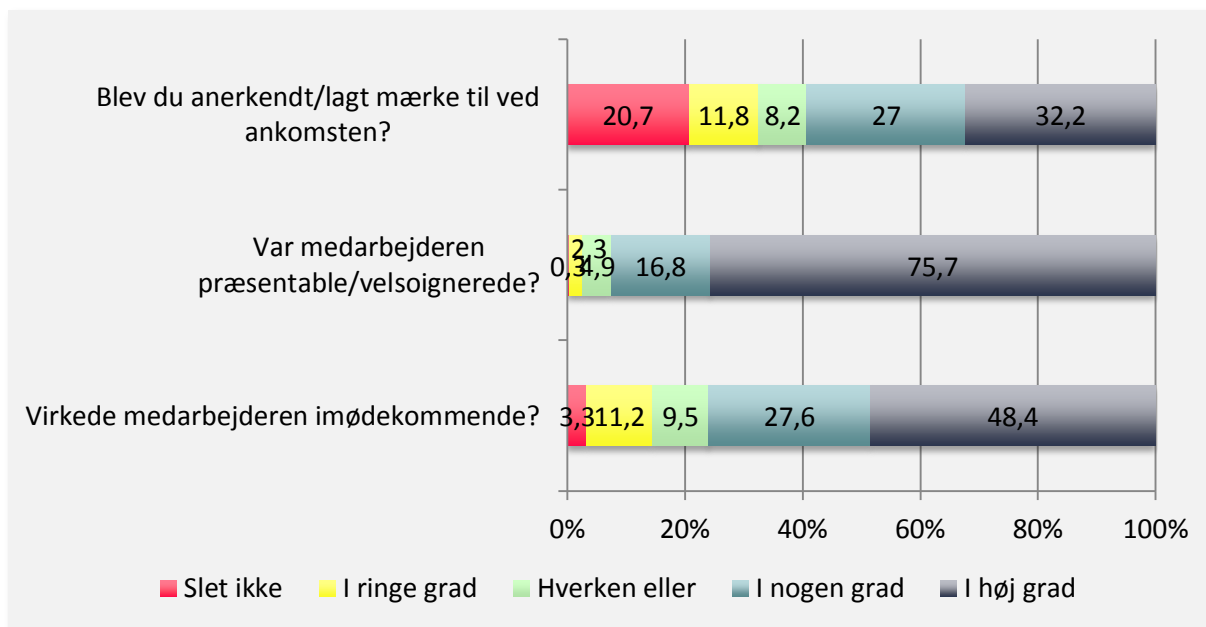
DETAIL: VELKOMST

n = 304

Detail:
Velkomst
totalscore



75,8%



I detailbutikkerne oplever 4 ud af 10 af observatørerne, at de ikke bliver tydeligt bemærket ved ankomst i butikken, hvilket har en afsmittende effekt på den samlede serviceoplevelse, som bliver vurderet 50% lavere hos de personer, der ikke bliver hilst på end dem, der "i høj grad" blev anerkendt ved ankomst.

De tyske gæster har vurderet medarbejdernes ydre fremtoning 10% lavere end danskerne, mens den overordnede imødekommende, når der er indledt en dialog, har enslydende scorer på tværs af nationalitet. Oplevelsen af at medarbejderne er imødekommende og venlige, når der først er startet en dialog, er en gennemgående tendens og ses bl.a. i en kommentar som denne:

"Medarbejderen var på ingen måde uvenlig, men jeg havde måske forventet, at der blev hilst på mig ved min ankomst, eller at medarbejderen havde sagt et eller andet til mig, mens jeg gik rundt ved kassen - fx: sig endelig til, hvis du har spørgsmål eller lignende. Medarbejderen tog på ingen måde kontakt til mig, men svarede meget venligt på de ting, jeg spurgte om, og jeg fik på den måde, den hjælp, jeg havde brug for."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Detail total
Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	57,0%	67,1%	59,5%
Var medarbejderen præsentable/velsoignerede?	94,6%	81,3%	91,3%
Virkede medarbejderen imødekommende?	77,9%	73,0%	76,6%

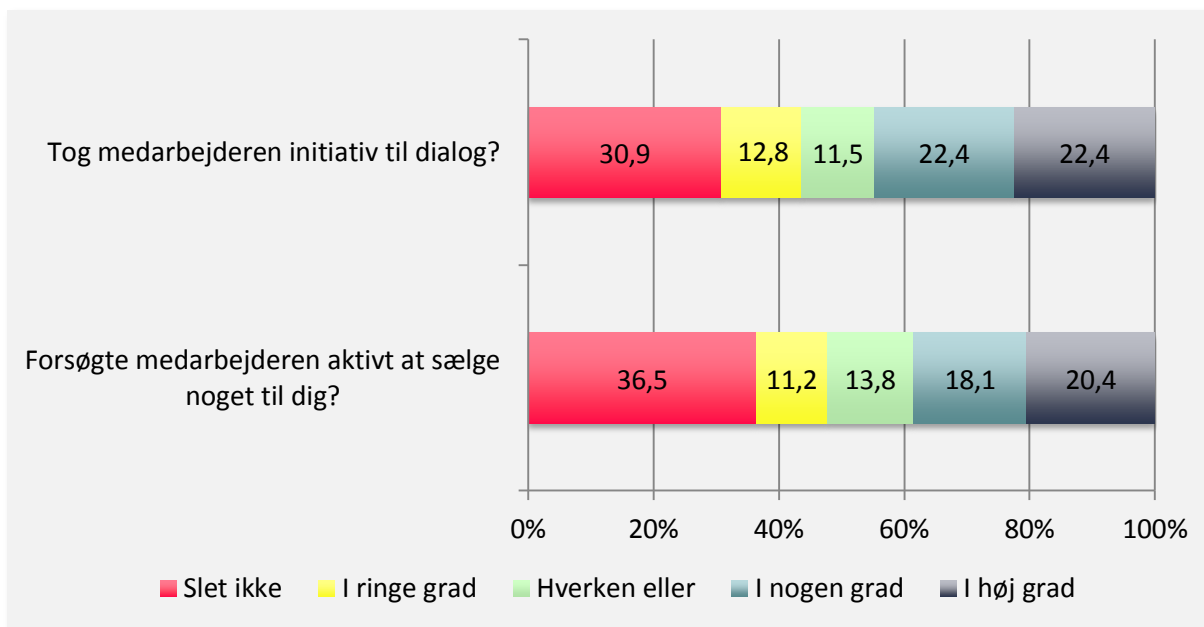
DETAIL: SALG

n = 304

Detail:
Salg
totalscore



45,9%



I forbindelse med alle observationer i detailbutikker er observatørerne blevet instrueret i at forholde sig afventende og ikke selv opsøge medarbejderen, før denne havde haft mulighed for selv at tage kontakt og udvise interesse i at videreføre dialogen.

Det "aktive salg" er en vurdering af medarbejderens indsats for at præsentere produkterne på en positiv måde og opfordre til at købe dem.

Det er værd at bemærke, at ca. 1/3 af de gæster, der i denne undersøgelse besøger detailbutikkerne, "slet ikke" oplever initiativ til dialog eller salg, men dog – jf. afsnit om Velkomst – oplever imødekommenhed, når først dialogen er i gang.

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Detail total
Tog medarbejderen initiativ til dialog?	49,1%	45,1%	48,1%
Forsøgte medarbejderen aktivt at sælge noget til dig?	42,7%	46,7%	43,7%

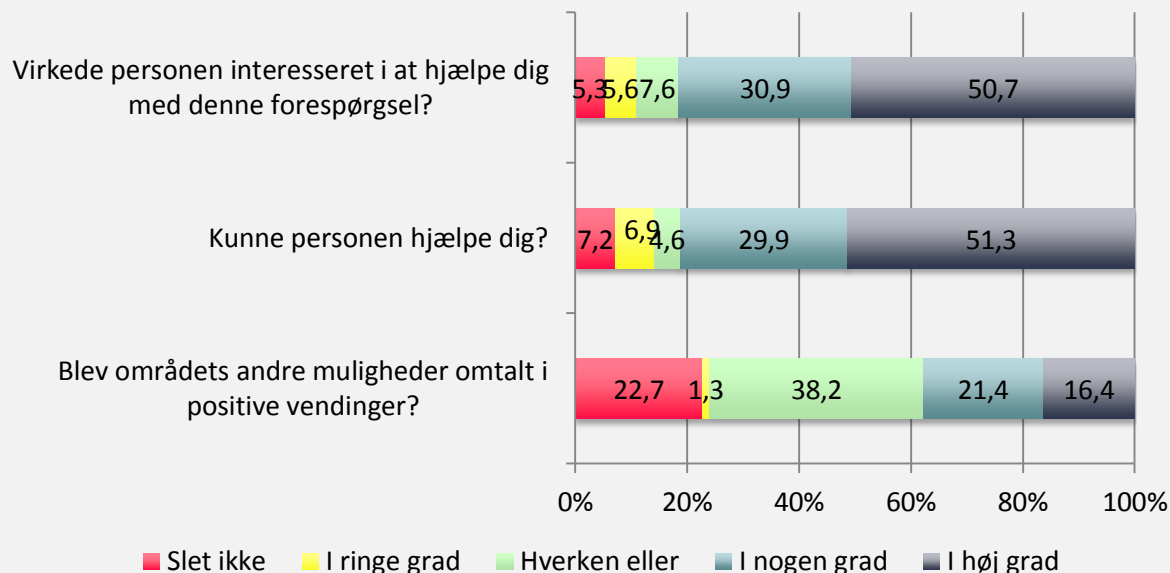
DETAIL: TURISMESERVICE

n = 304

Detail:
Turismeservice
totalscore



69,6%



Under besøget i detailbutikkerne er medarbejderne blevet spurgt om et turismerelateret spørgsmål omkring lokalområdet. Generelt har medarbejderne både udvist interesse i at hjælpe og formået at besvare spørgsmålene. Derudover er det blevet vurderet, om medarbejderne har været positive og rosende i omtalen af lokalområdet.

Ser man på de opnåede scorer, vurderes medarbejderens interesse og evne til at hjælpe lavere af de tyske observatører end af danskerne.

"På spørgsmålet om stranden lå i gå-afstand fra centrum, svarede medarbejderen, at det ville vedkommende ikke udtale sig om, da det måtte bero på, hvem man var..."

"Medarbejderens engagement og nærvær gjorde, at jeg følte mig velkommen som turist ... Det var tydeligt, at medarbejderen gjorde sig overvejelser over sine forslag, således fik jeg oplevelsen af, at de foreslåede attraktioner var reelle og oprigtige anbefalinger."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Detail total
Virkede personen interesseret i at hjælpe dig med denne forespørgsel?	81,3%	72,4%	79,0%
Kunne personen hjælpe dig?	80,0%	71,1%	77,8%
Blev områdets andre muligheder omtalt i positive vendinger?	51,3%	53,6%	51,9%

DETAIL: AFSKED

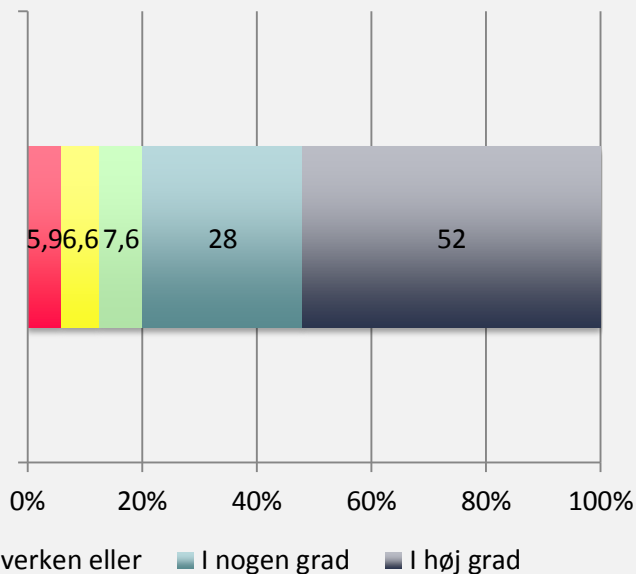
n = 304

Detail:
Afsked
totalscore



78,4%

Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)



Den måde, besøget bliver afsluttet, har i høj grad indflydelse på gæstens samlede oplevelse af butikken.

Således fremgår det, at blandt de observatører, der i afsnittet "Afsked" har besvaret spørgsmålet "slet ikke" eller "i ringe grad", opnår den samlede vurdering af service i detailbutikken kun en score på 18,5%.

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Detail total
Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	79,2%	76,0%	78,4%

DETAIL: SAMLET VURDERING

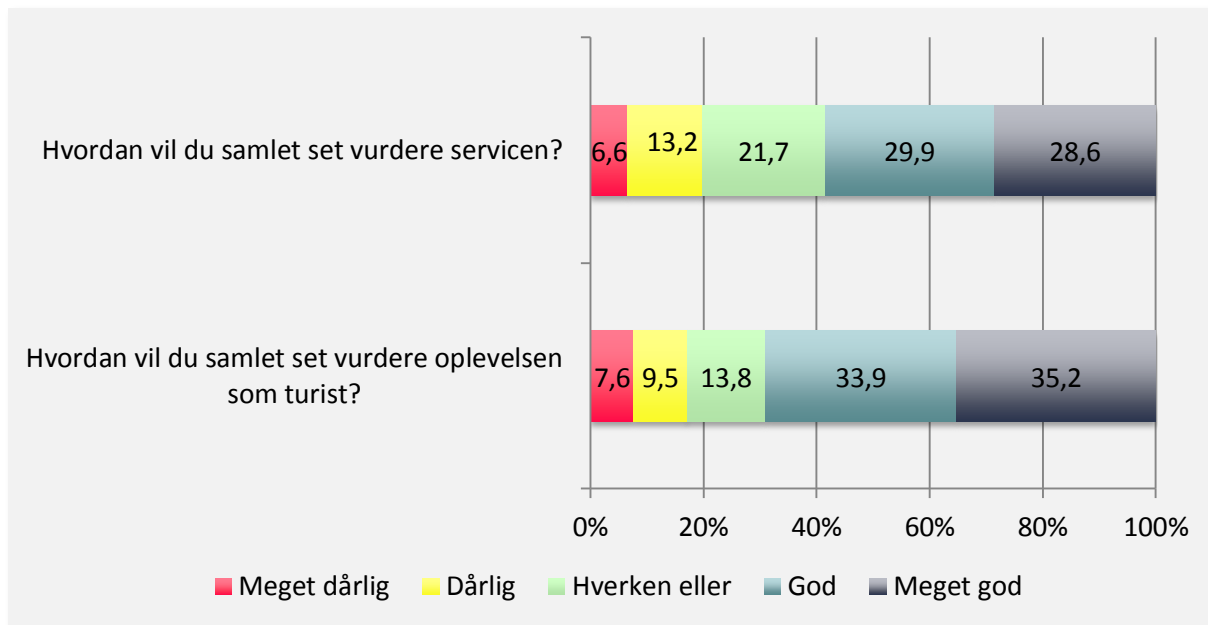
n = 304

Detail:

Samlet vurdering
totalscore



67,6%



Opdelingen af den samlede vurdering i hhv. service og turistoplevelsen sker for at se udsving i oplevelsen af medarbejdernes lyst/evne inden for de to områder.

Oplevelsen med den turistrelaterede del af besøgene i detailbutikkerne scorer generelt en anelse højere end den oplevede salgs/serviceindsats.

"Købsoplevelsen var ikke prangende, idet jeg selv gik rundt i butikken, uden at medarbejderen spurgte, om jeg havde brug for noget hjælp. I købsfasen, hvor jeg spurgte ind til turistattraktionerne, var medarbejderen mere imødekommende, og som turist fik jeg en god oplevelse."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Detail total
Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?	65,0%	65,8%	65,2%
Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?	70,6%	67,8%	69,9%

DETAIL: OPSUMMERING

DEN INDLEDENDE FASE

Mystery målingerne i detailbutikkerne har givet et samlet indtryk af, at medarbejderne kun i nogen grad bemærker gæsterne ved deres ankomst – og i 20,7% procent af tilfældene blev der ”slet ikke” lagt mærke til observatørerne, da de ankom til butikken.

Generelt bliver der ikke taget opsøgende kontakt til gæsterne, og medarbejderne er tilbageholdende med at tage direkte kontakt til dem for at indgå en dialog. Denne tilbageholdenhed har afgørende indflydelse på den samlede oplevelse som gæst i butikkerne.

Når der – hvad enten det er på gæstens eller medarbejderens initiativ – er igangsat en dialog, har gæsterne dog generelt fået et godt indtryk af medarbejderne. Det gør sig ligeledes gældende, når gæsten spørger medarbejderen til råds om områdets attraktioner og andre interessepunkter for turister.

SALG

Området, hvor der er et betydeligt forbedringspotentiale, er i forbindelse med selve salget af produkter til gæsterne. Godt 1/3 af gæsterne oplever ikke, at der bliver taget initiativ til dialog eller at medarbejderen aktivt forsøger at sælge produkter til dem, når dialogen er igangsat. Derfor er der et stort omsætningsmæssigt potentiale for den enkelte butik på dette område. I forhold til selve salget er det vigtigt at pointere, at der ikke i mystery shopping måles på, hvad gæsten personligt har syntes om medarbejderes salgsindsats men udelukkende har vurderet niveauet af indsatsen.

Som beskrevet i afsnittet ”Detail: Salg”, har vi ikke evalueret decideret mer- eller opsalg. Dette er et område, hvor detailhandlen generelt – uanset målgruppe, branche og geografi – har stort potentiale for øget omsætning men også store udfordringer med at få kommunikeret vigtigheden af dette. Shoptimizer lavede i 2009 en undersøgelse af kunders holdning til købsituationen i detailhandlen. I den svarede over 85%, at de ikke havde noget imod mersalg, hvis det tog udgangspunkt i deres behov. I samme undersøgelse spurgte vi butiksmedarbejdere, hvordan de oplevede kunders reaktion på mersalg. Svaret var her, at over 65% oplevede positiv reaktion på dette. Salgsindsatsen er i høj grad en kultur i den enkelte butik, og det er således vigtigt, at lederne går forrest og viser det gode eksempel. Da mersalget naturligt ligger i forlængelse af, at gæsten har besluttet at købe det primære produkt, vil et forsøg på mersalg ikke have negativ indflydelse på om kunden generelt køber noget i butikken.

TENDENSER

Ser man på de overordnede tendenser, opnås de bedste scorere i de større byer. Dette kan skyldes en forskel i hvilken type butikker der besøges, hvilken konkurrence der er blandt butikkerne i byen samt hvilke medarbejdere, det er muligt at ansætte (heltids/sæson). Omvendt kan man argumentere for, at ejeren af den enkelte butik i de mindre byer vil være tættere på den daglige drift og således være mere interesseret i og have mulighed for at påvirke såvel medarbejdernes indsats, som kundernes købelyst.

SERVICE OG SALG HOS SPISESTEDERNE

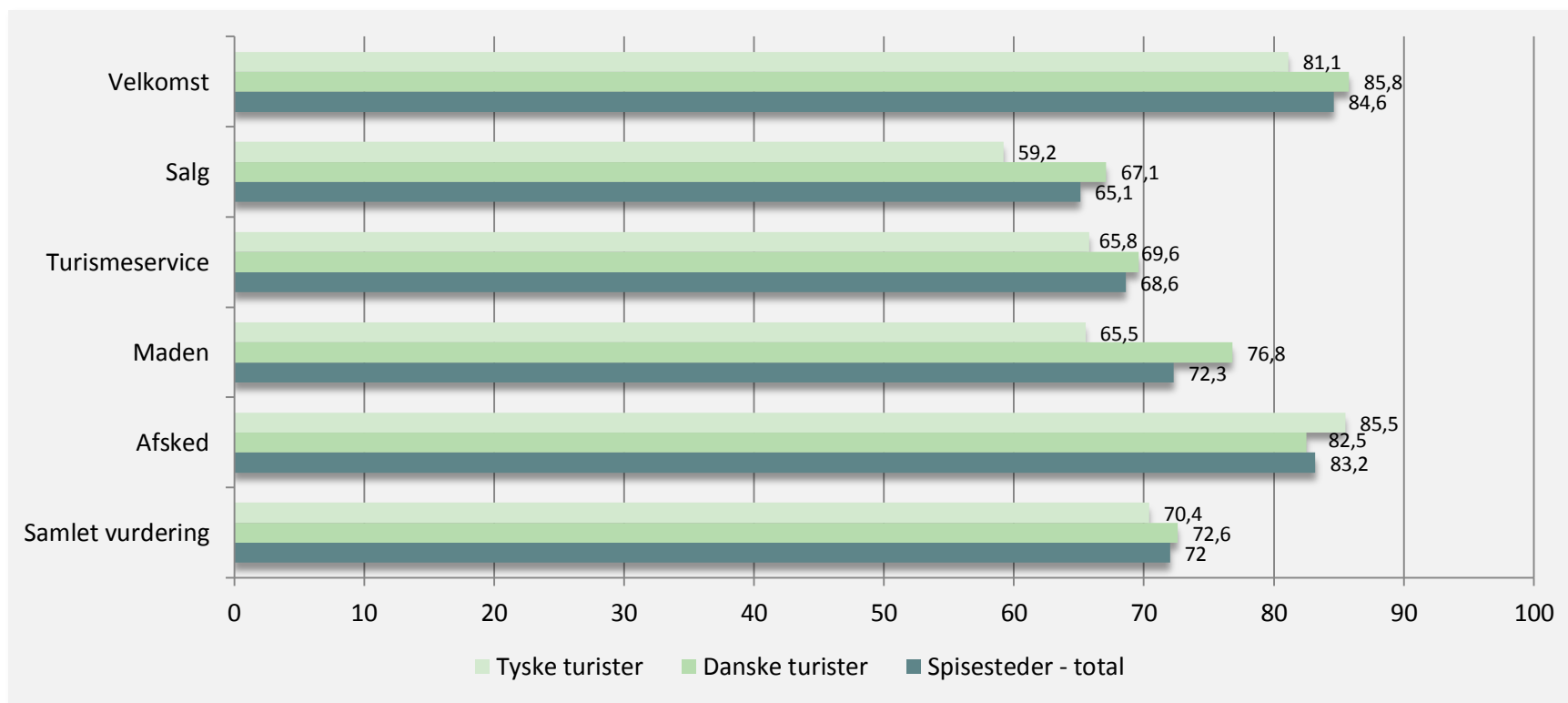
SPISESTEDER: SAMLET

n = 76

Spisesteder
totalscore



74,1%



Velkomst



84,6

Salg



65,1

Turisme-
service



68,6

Maden



72,3

Afsked



83,2

Samlet
vurdering



72

SPISESTEDER: TOPLISTE

Tabellen viser den samlede score for hver by for de gennemgående afsnit for spisestederne. Der er foretaget 4 besøg i hver by.

		Velkomst/ Imødekom- menhed	Salg	Turisme- service	Maden	Afsked	Samlet vurdering	Score
1	Søndervig	91,7%	81,2%	81,2%	85,0%	100,0%	84,4%	86,2%
2	Vorupør-Klitmøller	89,6%	75,0%	83,3%	75,0%	100,0%	93,8%	85,7%
3	Svendborg	83,3%	75,0%	91,7%	80,0%	81,2%	84,4%	83,7%
4	Billund - Grindsted	93,8%	65,6%	81,2%	75,0%	100,0%	84,4%	83,2%
5	Blåvand	97,9%	68,8%	77,1%	60,0%	100,0%	75,0%	80,6%
6	Henne Strand	89,6%	65,6%	70,8%	65,0%	87,5%	87,5%	78,1%
6	Hvide Sande	81,2%	81,2%	72,9%	85,0%	81,2%	71,9%	78,1%
8	Stega / Møn	89,6%	68,8%	64,6%	90,0%	81,2%	78,1%	77,6%
9	Lønstrup	85,4%	53,1%	77,1%	75,0%	93,8%	81,2%	77,0%
10	Fanø	85,4%	68,8%	66,7%	85,0%	87,5%	71,9%	76,0%
11	Allinge-Sandvig	81,2%	68,8%	72,9%	75,0%	81,2%	62,5%	73,4%
12	Blokhush	85,4%	62,5%	58,3%	80,0%	81,2%	75,0%	72,4%
13	Rømø	79,2%	68,8%	79,2%	55,0%	75,0%	62,5%	71,9%
14	Sønderborg	83,3%	62,5%	58,3%	70,0%	81,2%	71,9%	70,4%
15	Marielyst	85,4%	62,5%	58,3%	55,0%	68,8%	68,8%	67,9%
16	Nyk. Sj./Rørvig	77,1%	53,1%	66,7%	60,0%	68,8%	59,4%	65,3%
17	Gilleleje	93,8%	53,1%	41,7%	65,0%	87,5%	56,2%	64,8%
18	Ebeltoft	83,3%	53,1%	45,8%	60,0%	68,8%	46,9%	59,7%
19	Løkken	52,1%	50,0%	56,2%	80,0%	56,2%	53,1%	56,1%
Total		84,6%	65,1%	68,6%	72,3%	83,2%	72,0%	74,1%

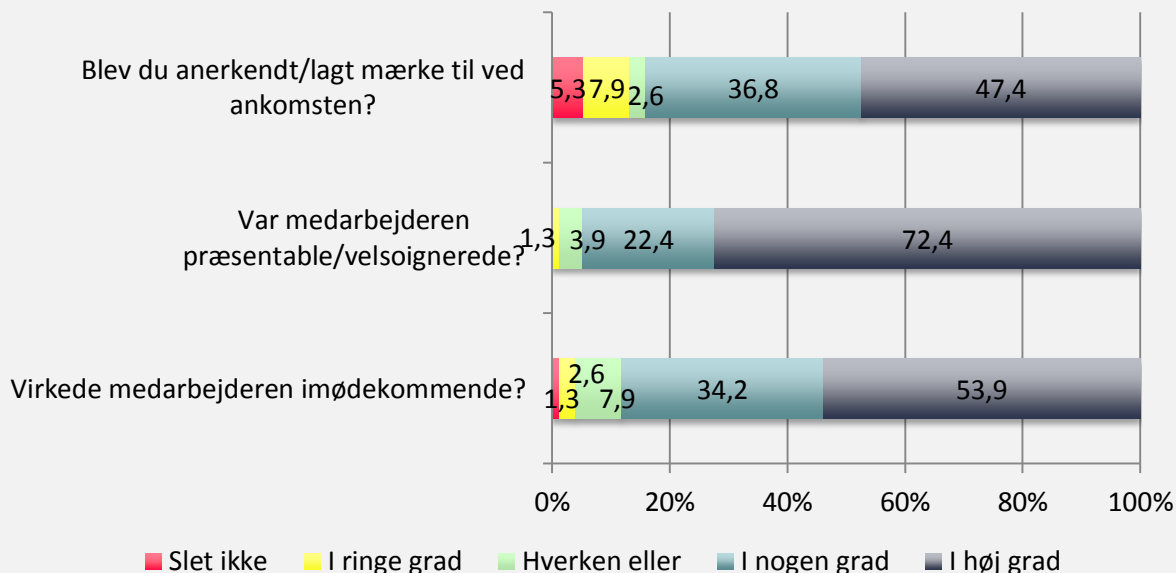
SPISESTEDER: VELKOMST

n = 76

Spisesteder:
Velkomst
totalscore



84,6%



For spisestederne er det gennemgående, at de tyske turister giver en lavere vurdering end de danske turister på såvel medarbejdernes ydre fremtoning (93,9% vs. 84,2%) som på medarbejdernes imødekommende (86% vs. 78,9%).

"Det virkede til, at medarbejderens fokus lå på en enkelt familie, der spiste på kroen. Derfor fik medarbejderen heller ikke øje på os, før jeg selv gjorde opmærksom på, at vi havde sat os. Jeg spurgte derefter, om vi kunne få en parasol, hvilket medarbejderen sagde ja til. Der kom dog aldrig nogen, hvilket var meget utilfredsstillende og et udtryk for, at tjeneren ikke var særlig opmærksom på os."

"Medarbejderen virkede meget sød og imødekommende, og selv om der var travlt på torvet, så udviste medarbejderen overskud til at hjælpe med en lille forespørgsel."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Spisesteder total
Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	77,6%	80,3%	78,3%
Var medarbejderen præsentable/velsoignerede?	93,9%	84,2%	91,4%
Virkede medarbejderen imødekommende?	86,0%	78,9%	84,2%

SPISESTEDER: SALG

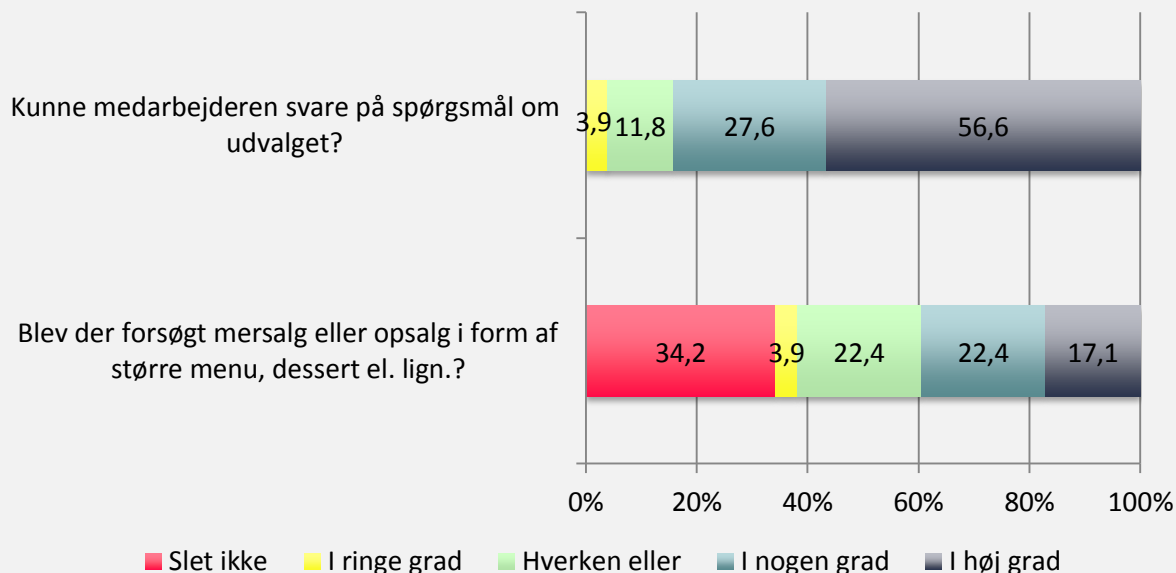
n = 76

Spisesteder:

Salg
totalscore



65,1%



Medarbejderne er generelt meget gode til at svare på konkrete spørgsmål om udvalget på de enkelte spisesteder.

I forhold til at udnytte salgspotentialet ved den enkelte kunde, oplever mere end 1/3 af gæsterne slet ikke et forsøg på mer- eller opsalg.

"Da vi bestilte sodavand, spurgte medarbejderen blot hvilken størrelse, det skulle være, og vi blev ikke spurgt, om vi kunne tænke os andet end det bestilte"

"Der blev ikke ydet mersalg, trods det at muligheden bød sig flere gange."

"Medarbejderen virkede meget imødekommende og kunne svare på spørgsmål omkring maden samt de lokale forhold i fyldestgørende vendinger."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Spisesteder total
Kunne medarbejderen svare på spørgsmål om udvalget?	86,0%	78,9%	84,2%
Blev der forsøgt mersalg eller opsalg i form af større menu, dessert el. lign.?	48,2%	39,5%	46,1%

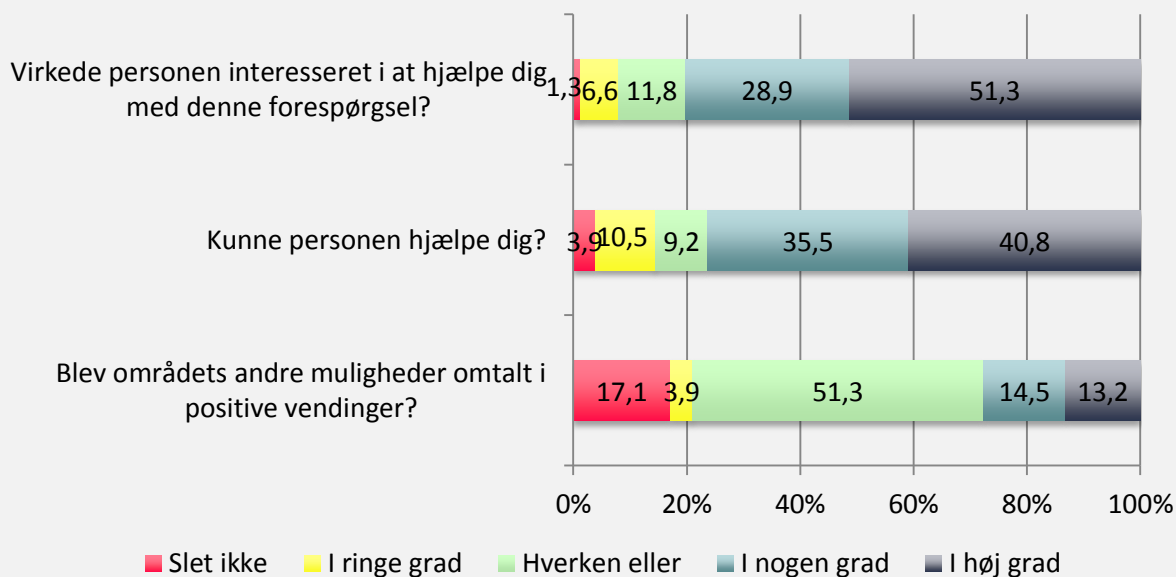
SPISESTEDER: TURISMESERVICE

n = 76

Spisesteder:
Turismeservice
totalscore



68,6%



Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Spisesteder total
Virkede personen interesseret i at hjælpe dig med denne forespørgsel?	82,0%	76,3%	80,6%
Kunne personen hjælpe dig?	75,9%	71,1%	74,7%
Blev områdets andre muligheder omtalt i positive vendinger?	50,9%	50,0%	50,7%

Generelt virker medarbejderne på spisestederne interesseret i at hjælpe gæsterne med deres turismerelaterede spørgsmål. Dog vurderes evnen til at svare på spørgsmålene en anelse lavere. Sammenligner man målingerne på nationalitet, opleves spisestederne næsten identisk.

"Medarbejderen tog sig god tid til at fortælle om området og mulighederne for os med små børn. Medarbejderen havde nogle rigtig gode forslag og vidste meget om de forskellige muligheder."

"Efter at bestilt og betalt for min mad, spurgte jeg, om der var oplagte udflugtsmål i området til mig og min familie bestående af to små børn. Medarbejderen så nærmest forbavset ud, inden vedkommende uden rigtig at overveje det, blot sagde nej...."

"Jeg fik en god beskrivelse af bagagerumsmarkedet, og da jeg spurgte ind til, om man også kunne finde fødevarer der, blev jeg gjort opmærksom på den nye gårdbutik nord for byen, hvor jeg kunne finde mange spændende vestjyske specialiteter."

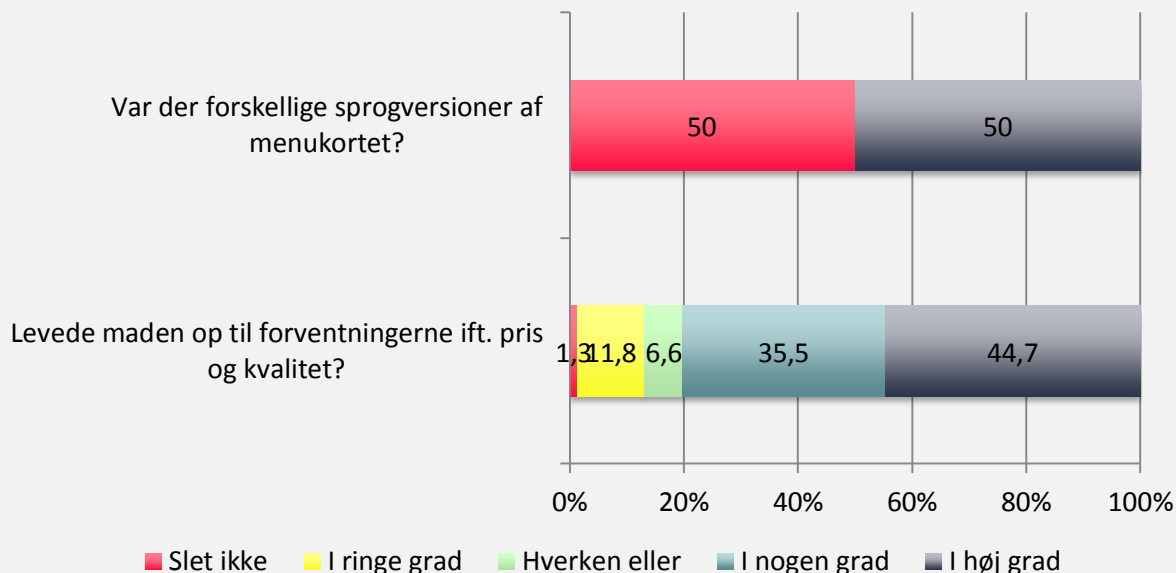
SPISESTEDER: MADEN

n = 76

Spisesteder:
Maden
totalscore



72,3%



Med fokus på danske såvel som udenlandske turister i kystbyerne er det værd at bemærke, at der kun på halvdelen af de besøgte spisesteder var sprogversionerede menuer til rådighed for udenlandske gæster.

Hos størstedelen af spisestederne levede madens kvalitet op til gæsternes forventninger set i forhold til prisen. Omvendt vurderer næsten 12%, at maden kun i "ringe grad" levede op til forventningerne.

"Maden var ganske glimrende, og der var rigeligt af den. Masser smørebrød til rimelige penge, og brødet var stadig lunt, og det var i tykke skiver. Gode og friske råvarer."

"Das Essen war ansprechend angerichtet und hat sehr gut geschmeckt. Das Preis-Leistungsverhältnis war gut."

"Maden var rigtig god, og priserne var lave i forhold til, at det var en fin restaurant med en meget flot placering."

"Det var i orden, men heller ikke mere,. Flere havde anbefalet stedet, så havde forventet noget ekstra, men det var helt almindeligt og hvad, man kunne forvente."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Spisesteder total
Levede maden op til forventningerne ift. pris og kvalitet?	76,8%	80,3%	77,6%
Var der forskellige sprogversioner af menukortet?	-	50,0%	50,0%

SPISESTEDER: AFSKED

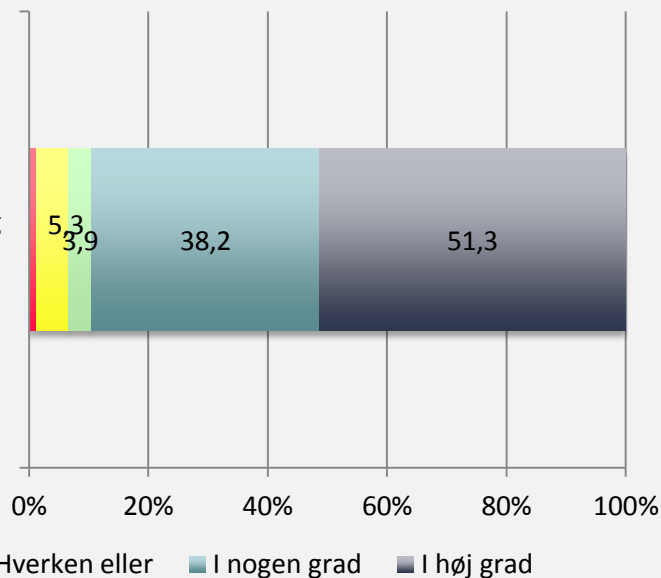
n = 76

Spisesteder:
Afsked
totalscore



83,2%

Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)



Kontakten til gæsterne i forbindelse med betaling giver rig mulighed for at afslutte besøget på en positiv måde og dermed give kunden en sidste god oplevelse, inden han/hun forlader spisestedet.

Dette synes da også i høj grad at blive udnyttet, idet 89,5% af gæsterne har givet positiv point for dette.

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Spisesteder total
Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	82,5%	85,5%	83,2%

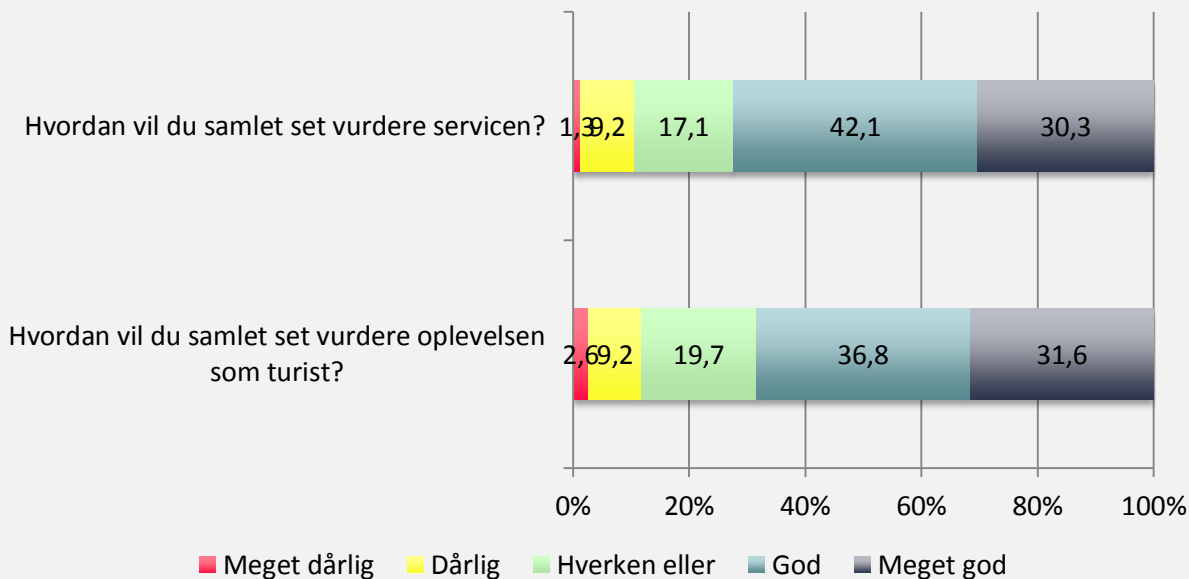
SPISESTEDER: SAMLET VURDERING

n = 76

Spisesteder:
Samlet vurdering
totalscore



72%



Vurderingen af den samlede serviceoplevelse og oplevelsen som turist, bliver vurderet nogenlunde ensartet i de enkelte besøg hos spisestederne.

"Tjenerne, jeg spurgte, svarede meget tøvende og usikkert. De vidste ikke rigtig, hvad de skulle anbefale. De kiggede lidt frem og tilbage på hinanden. De virkede lidt forvirret over spørgsmålet og idefattige til at kunne anbefale noget. Dog fik en øje på bolsjeriet over pladsen og foreslog det. De foreslog heller ikke, at jeg kunne kigge forbi turistkontoret."

"Da jeg skulle betale for maden, kom jeg i snak med tjeneren, som tog sig god tid til at besvare mine spørgsmål om områdets badestrande. Og det var selv om, der var meget travlt. Medarbejderen var meget hjælpsom og imødekommende og spurgte ind til, hvad jeg var ude efter, og hvorvidt jeg var i bil eller ej."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Spisesteder total
Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?	74,1%	68,4%	72,7%
Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?	71,1%	72,4%	71,4%

SPISESTEDER: OPSUMMERING

TENDENSER

Medarbejderne ved spisestederne har generelt været gode til at imødekomme gæsterne ved ankomst og er i løbet af besøgene ligeledes venlige og imødekommende i den løbende dialog. Dog viser undersøgelsen også flere eksempler på, at der er et potentiale i optimere servicen hos feriestedernes spisesteder, som det eksempelvis fremgår af nedenstående kommentar.

Ser man på den turismerelaterede service, viser der sig en forskel de opnåede scorer, afhængig af byernes størrelser. De mindre byer virker til, ift. vejledning om lokale turistmål på gæsternes spørgsmål, at score højere end de større byer i undersøgelsen.

Et fælles fokusområde for alle byerne kunne ligeledes være det uudnyttede mersalgspotentiale, hvor der kan ligge betydelig meromsætning for de enkelte spisesteder, da 1/3 af gæsterne slet ikke oplevede nogen form for forsøg på mer- eller opsalg.

Oplevelsen på spisestedet var noget kontrastfyldt, idet maden var absolut indbydende og lækker, mens personalet og servicen, der blev ydet på stedet, var noget mere mangelfuld. Velkomsten til stedet var høflig og venlig, men den efterfølgende service og kontakt var mere gennemsnitlig og middelmådig, til tider endda ligegyldig og særdeles mangelfuld. Vi blev ligeledes glemt flere gange, og der blev ikke undskyldt herfor.

Der blev ikke ydet mersalg, trods det at muligheden bød sig flere gange.

Da vi var færdige med at spise, ventede vi nogen tid på kontakt med en medarbejder, men måtte derpå selv gå ned til udgangen for at betale.

Servicen var mere fraværende end egentlig dårlig, idet medarbejderen var venlige, når vi endelig fik dem i tale.

SERVICE PÅ TURISTKONTORET

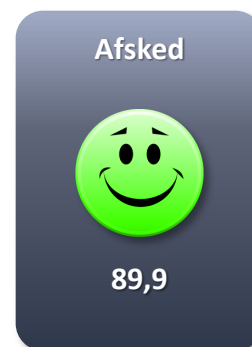
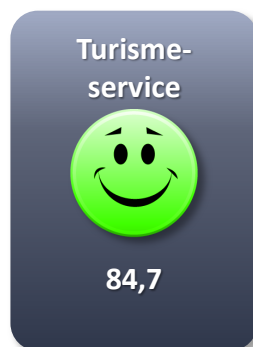
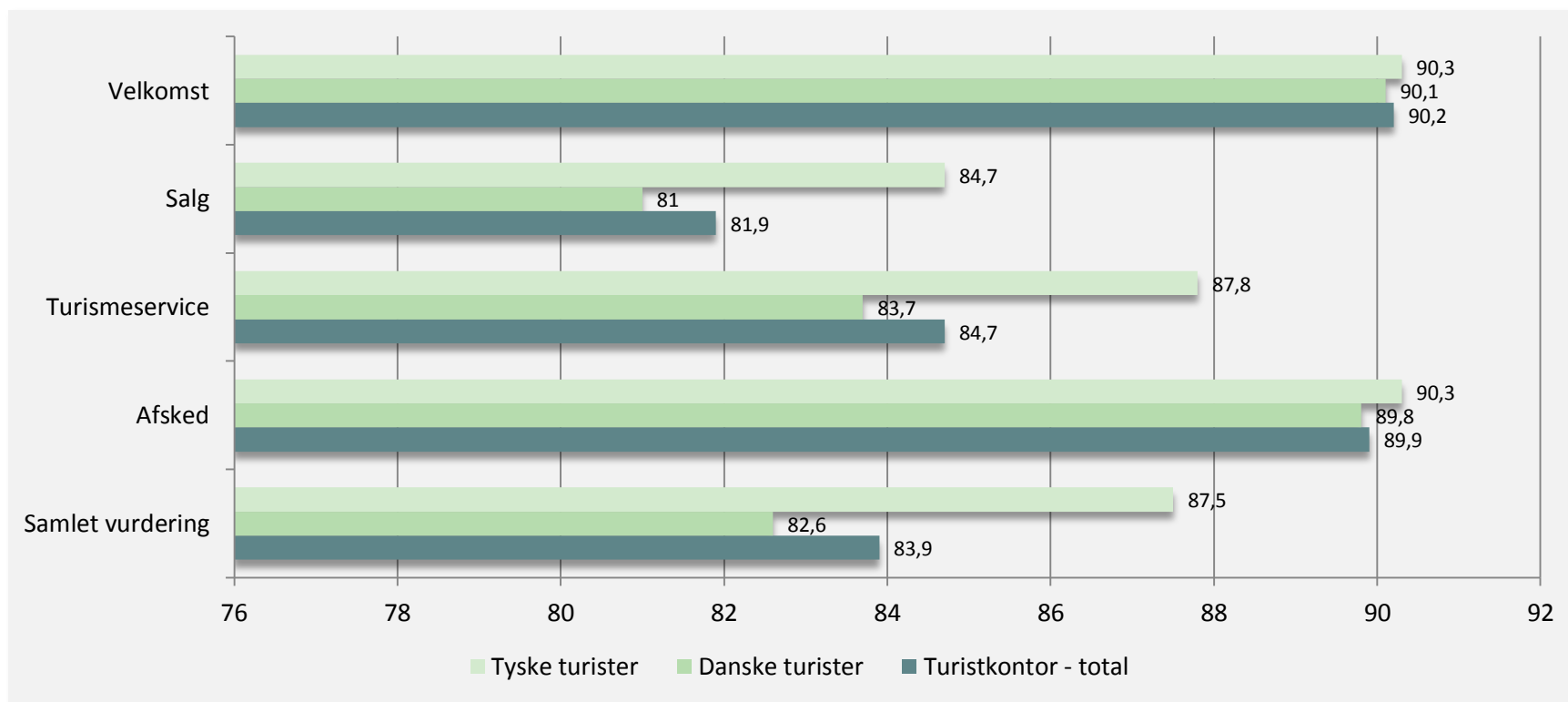
TURISTKONTOR: SAMLET

n = 72 (Søndervig ikke inkluderet, da turistbureauet ikke er bemandet)

Turistkontor
totalscore



86,3%



TURISTKONTOR: TOPLISTE

n = 72 (Søndervig ikke inkluderet, da turistbureauet ikke er bemandet)

Tabellen viser den samlede score for hver by for de gennemgående afsnit for turistbureauer. Der er foretaget 4 besøg i hver by.

		Velkomst/ Imødekom- menhed	Salg	Turisme- service	Afsked	Samlet vurdering	Score
1	Løkken	100,0%	100,0%	98,4%	100,0%	100,0%	99,4%
1	Nyk. Sj./Rørvig	97,9%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,4%
3	Billund - Grindsted	100,0%	100,0%	95,3%	100,0%	100,0%	98,3%
4	Henne Strand	91,7%	93,8%	96,9%	100,0%	100,0%	96,0%
4	Stege / Møn	95,8%	93,8%	96,9%	100,0%	93,8%	96,0%
6	Ebeltoft	100,0%	100,0%	90,6%	100,0%	93,8%	95,5%
7	Blåvand	91,7%	87,5%	95,3%	93,8%	93,8%	93,2%
8	Fanø	85,4%	100,0%	93,8%	93,8%	93,8%	92,0%
9	Gilleleje	100,0%	87,5%	82,8%	100,0%	90,6%	90,9%
10	Hvide Sande	100,0%	87,5%	79,7%	87,5%	87,5%	88,1%
11	Sønderborg	93,8%	81,2%	82,8%	93,8%	87,5%	87,5%
12	Blokhus	81,2%	75,0%	90,6%	93,8%	81,2%	85,2%
12	Lønstrup	93,8%	75,0%	79,7%	87,5%	87,5%	85,2%
14	Rømø	85,4%	87,5%	89,1%	75,0%	78,1%	84,7%
15	Svendborg	85,4%	68,8%	76,6%	93,8%	68,8%	78,4%
16	Marielyst	72,9%	50,0%	70,3%	68,8%	56,2%	66,5%
17	Allinge-Sandvig	81,2%	43,8%	56,2%	68,8%	50,0%	61,9%
18	Vorupør-Klitmøller	66,7%	43,8%	50,0%	62,5%	46,9%	54,5%
Total		90,2%	81,9%	84,7%	89,9%	83,9%	86,3%

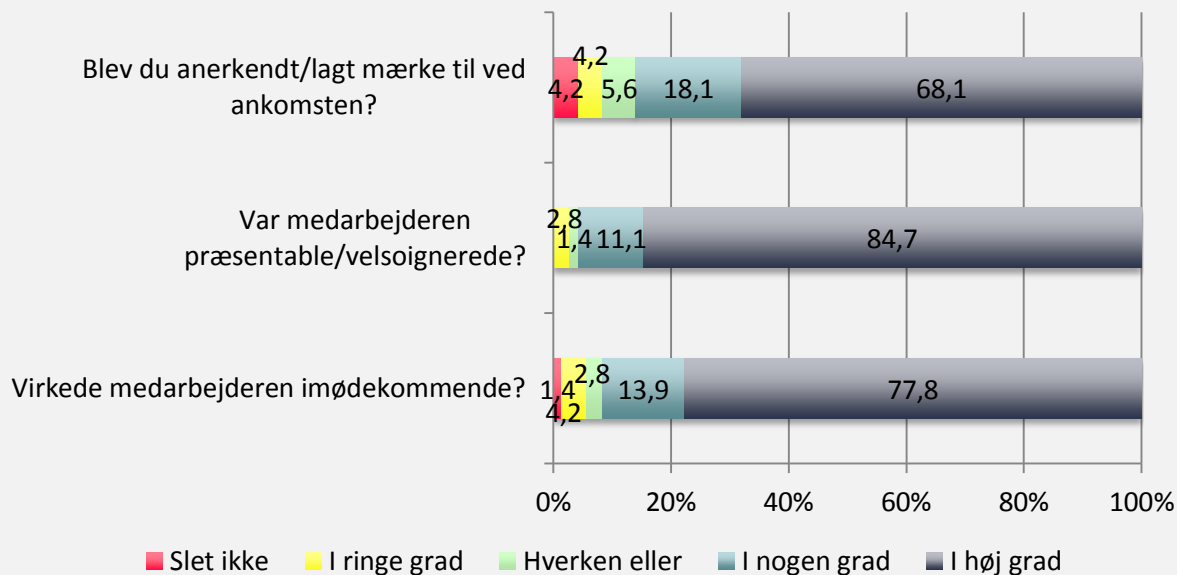
TURISTKONTOR: VELKOMST

n = 72 (Søndervig ikke inkluderet, da turistbureauet ikke er bemandet)

Turistkontor:
Velkomst
totalscore



90,2%



Gæsterne føler sig generelt meget velkomne på turistkontorerne, hvor en meget stor andel svarer "i høj grad" på alle spørgsmål vedrørende velkomst og imødekommende.

"Den ene medarbejder kom hen til mig med det samme og gav mig hånden og sagde velkommen og spurgte derpå, hvordan vedkommende kunne hjælpe. God indledning på en god ekspedition fra medarbejderen, der var meget begejstret for områdets attraktioner."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Turistkontor total
Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	83,8%	90,3%	85,4%
Var medarbejderen præsentable/velsoignerede?	95,8%	90,3%	94,4%
Virkede medarbejderen imødekommende?	90,7%	90,3%	90,6%

TURISTKONTOR: SALG

n = 72 (Søndervig ikke inkluderet, da turistbureauet ikke er bemandet)

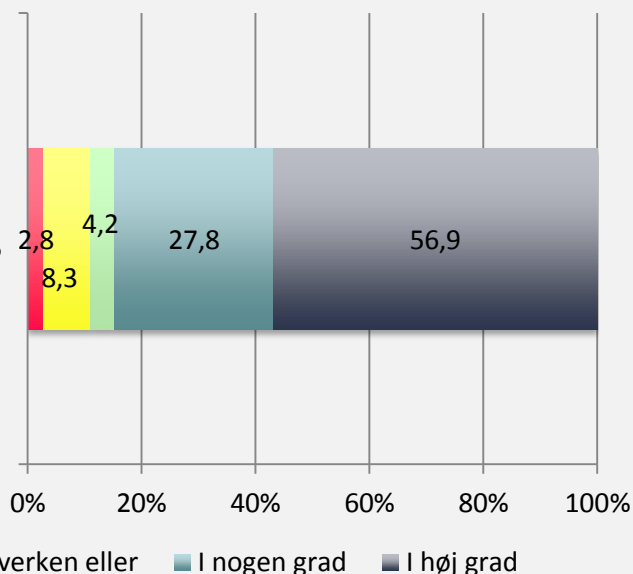
Turistkontor:

Salg
totalscore



81,9%

Formåede medarbejderen at "sælge" området på en positiv og indbydende måde?



Medarbejderne på turistkontorerne var generelt meget sælgende og gode til at omtale deres lokalområder i positive vendinger, hvilke opleves af såvel danske som tyske gæster.

"Medarbejderen var yderst imødekommende og virkede oprigtigt interesseret overfor mine spørgsmål. Jeg fornemmede, at medarbejderen personlig var meget glad for det "produkt", medarbejderen skulle "sælge", og denne begejstring var tydelig i medarbejderens kommunikation."

" Medarbejderen var utrolig imødekommende. Jeg blev mødt med en rigtig fin attitude samt et stort smil. Medarbejderen var oprigtigt interesseret i at fortælle mig om byen og de muligheder, der var. Man kunne meget nemt fornemme, at denne person virkelig godt kunne lide at hjælpe turister og få en til at føle sig velkommen. Medarbejderen var utrolig engageret og gav en rigtig fin service og behandling."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Turistkontor total
Formåede medarbejderen at "sælge" området på en positiv og indbydende måde?	81,0%	84,7%	81,9%

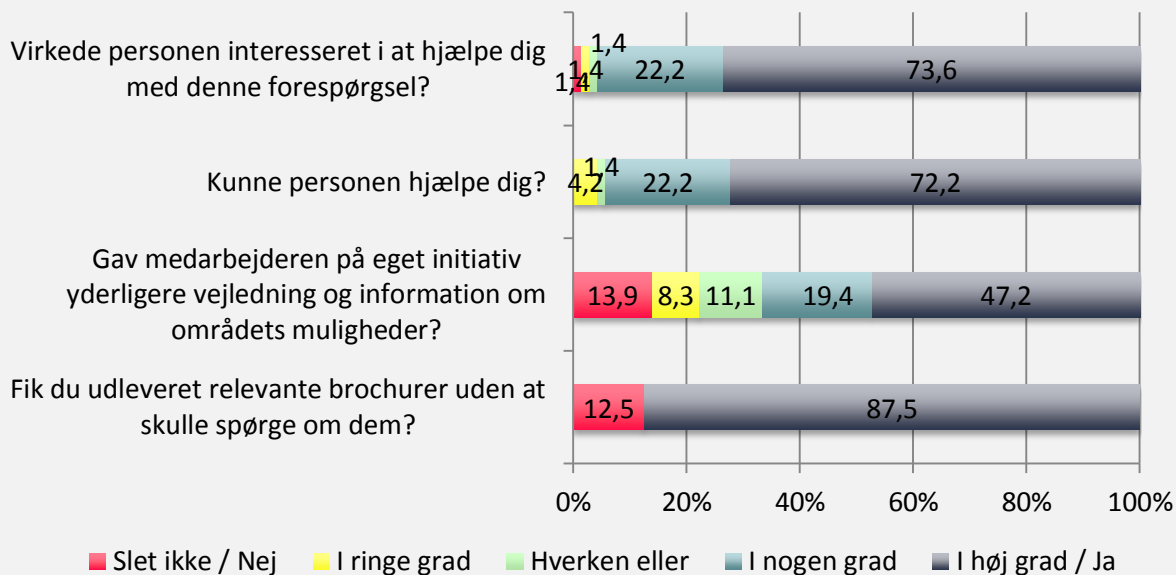
TURISTKONTOR: TURISMESERVICE

n = 72 (Søndervig ikke inkluderet, da turistbureauet ikke er bemandet)

Turistkontor:
Turismeservice
totalscore



84,7%



Gennemgående er turistkontorerne rigtig gode på deres kerneområde – turismeservice.

Spørgsmålet om medarbejdernes evne til på eget initiativ at give ekstra info vurderes dog 18,5% lavere blandt tyske turister end blandt danske.

"Vedkommende fortalte utrolig meget om de forskellige områder og muligheder, men var samtidig meget opmærksom på at lytte til de ønsker, jeg havde. Medarbejderen foretog næsten en behovsanalyse og ud fra denne fandt ud af, hvad vedkommende troede, jeg og min familie kunne tænke os at se."

"Da jeg havde forklaret min situation, tog medarbejderen fuldstændig over, og udleverede velkomstmaterialet, hvor det mest relevante blev gennemgået. Medarbejderen stillede relevante spørgsmål om vores præferencer og havde gode brochurer med kort over området. Dialogen bar meget præg af, at medarbejderen var godt inde i attraktionerne i området og i øvrigt havde en god fornemmelse af, hvad jeg var ude efter."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Turistkontor total
Virkede personen interesseret i at hjælpe dig med denne forespørgsel?	92,6%	87,5%	91,3%
Kunne personen hjælpe dig?	90,3%	91,7%	90,6%
Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere vejledning og information om områdets muligheder?	64,8%	83,3%	69,4%
Fik du udleveret relevante brochurer uden at skulle spørge om dem?	87,0%	88,9%	87,5%

TURISTKONTOR: AFSKED

n = 72 (Søndervig ikke inkluderet, da turistbureauet ikke er bemandet)

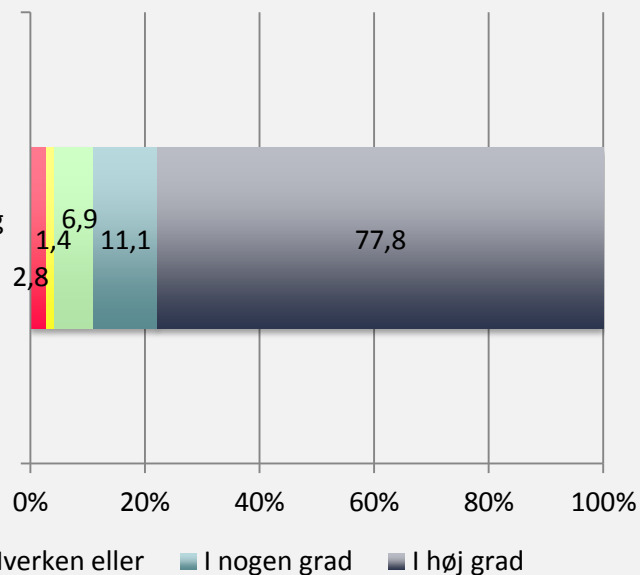
Turistkontor:

Afsked
totalscore



89,9%

Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)



Medarbejdernes afsked holder niveauet for de øvrige parametre på turistkontorerne og opnår således fine høje scorere med en samlet score på 89,9%.

Denne oplevelse går på tværs af alle målinger på turistkontorerne uanset gæsternes nationalitet.

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Turistkontor total
Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	89,8%	90,3%	89,9%

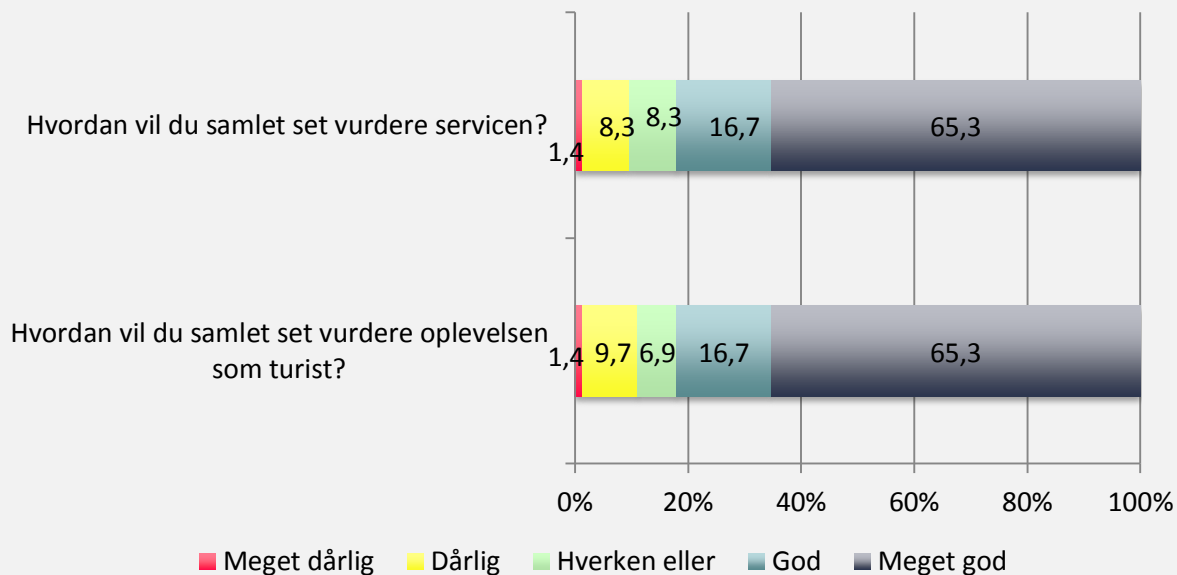
TURISTKONTOR: SAMLET VURDERING

n = 72 (Søndervig ikke inkluderet, da turistbureauet ikke er bemannet)

Turistkontor:
Samlet evaluering
totalscore



83,9%



Den samlede vurdering af såvel den konkrete service og imødekommenhed som oplevelsen som turist har fået gode vurderinger af gæsterne.

" Medarbejderen havde en virkelig god evne til hurtigt at få en ide om netop mine interesser og var i stand til på meget professionel vis at vejlede mig. Jeg fik svar på alle de spørgsmål, jeg havde."

" Medarbejderen gav den fuld skrue hvad angår brochurer, så det ville kræve en massiv sortering af materiale, inden man eventuelt skulle forevise det til børn i den pågældende aldersgruppe, jeg havde spurgt ind til. Men alt i alt en meget engageret medarbejder, der var meget hjælpsom."

" Rigtig god og hyggelig oplevelse, mødte mange glade og hjælpsomme mennesker, som så ud til at hygge sig i det gode vejr. Vi fik god hjælp omkring mulighederne i byen ... generelt var der en god stemning i turistkontoret."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Turistkontor total
Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?	82,9%	87,5%	84,0%
Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?	82,4%	87,5%	83,7%

TURISTKONTOR: OPSUMMERING OG KOMMENTARER

TENDENSER

For samtlige målingerne på turistkontorerne skinner det igennem, at medarbejderne er meget venlige og imødekommende over for de ankomne turister. Medarbejderne er meget kompetente i deres hjælp og er gode til at anbefale udflugtsmål og give vejledning om lokalområdet.

Dog oplever 2 ud af 10 gæster i undersøgelsen, at de "i mindre grad" eller "slet ikke" bliver præsenteret for flere af områdets muligheder, end det der blev spurgt efter. Dette kunne således være et fremtidig fokusområde.

Ser man på de øvrige målepunkter, klarer medarbejderne på turistkontorerne det flot på alle parametre.

"Alt i alt en meget god oplevelse. Selvom jeg kom et kvarter inden lukketid, var medarbejderen meget venlig og gav sig god tid til at fortælle engageret om områdets mange muligheder. Jeg blev mødt af medarbejderen med et smil, og da vi afsluttede samtalen, havde jeg en god baggrund for at udforske områdets muligheder."

"Der var travlt i turistbureauet mens jeg var der. Der var to grupper i kø foran mig. En dansk familie som medarbejderen hjalp med at købe billetter til en masse ture. Medarbejderen hjalp dem med at planlægge deres uge, hvilket gav et rigtig godt indtryk af hans engagement. Efter dem stod en tysk kvinde, som også skulle købe billetter. Medarbejderen talte flydende tysk, og gav dermed også denne kunde en god oplevelse. Han jokede med hende, og der var igennem hele mit besøg en rigtig god stemning i turistbureauet på grund af medarbejderen."

"Jeg fik rigtig god hjælp af medarbejderen på kontoret, der trods de mange mennesker tog sig rigeligt tid til at hjælpe mig. Jeg fik udleveret relevant brochurer og kataloger, og medarbejderen var god til at beskrive, hvilke aktiviteter, der kunne være passende for min familie. Medarbejderen syntes at have et meget indgående kendskab til området og dets aktiviteter, og alt blev omtalt på en begejstret måde af medarbejderen. Meget god service og meget god oplevelse."

"Oplevelsen var ikke positiv på den måde, at jeg ikke fik mere, end jeg selv tog initiativ til. Medarbejderen var bestemt høflig og venlig, men på ingen måde initiativrig til at fortælle mig om områdets muligheder som turist. Jeg følte mig på ingen måde interessant for byen som turist. De oplysninger jeg bad om, fik jeg dog meget høfligt svar på. Butikken var pæn og ryddelig, og der var ikke andre kunder på dette tidspunkt."

MØDET MED DE LOKALE

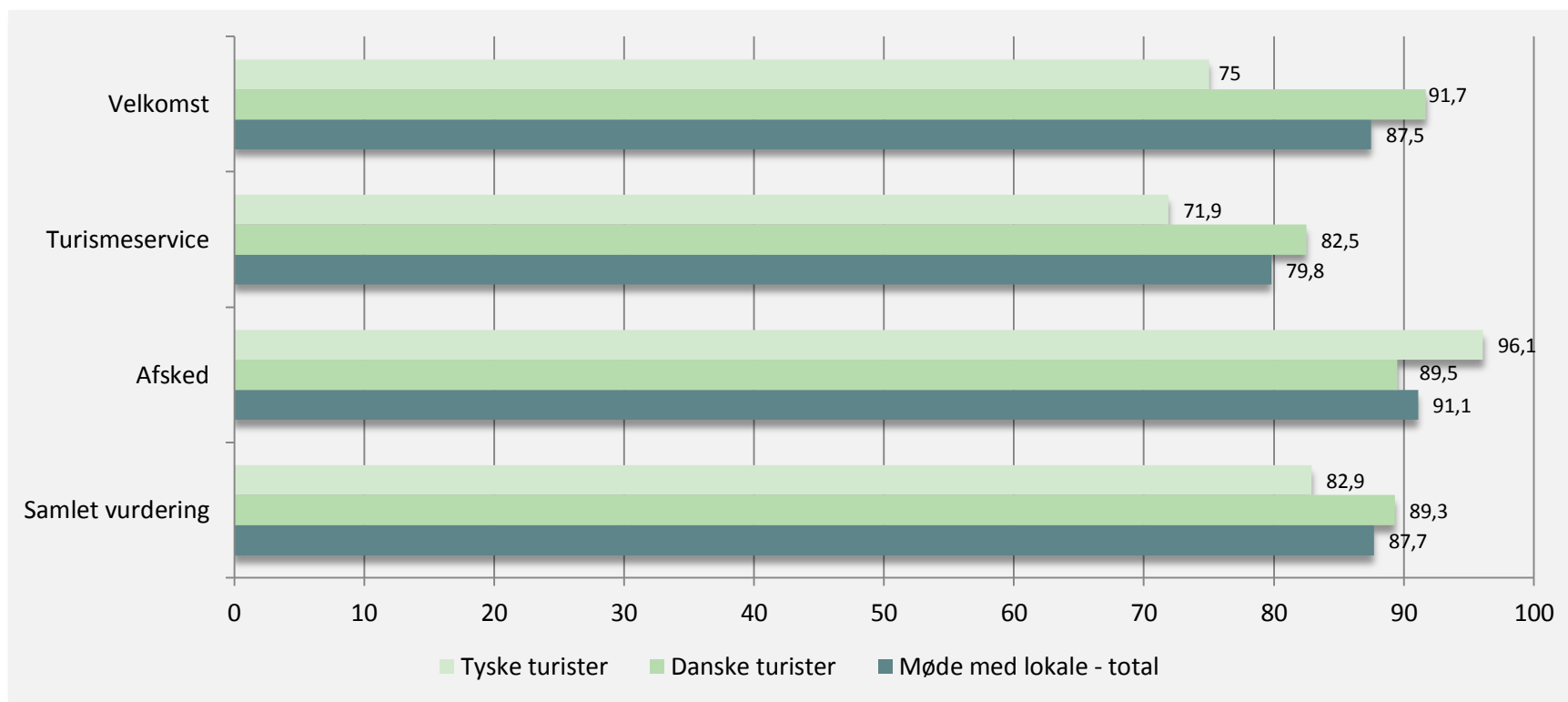
MØDET MED LOKALE: SAMLET

n = 76

Lokale
totalscore



84,8%



Velkomst



87,5

Turisme-
service



79,8

Afsked



91,1

Samlet
vurdering



87,7

MØDET MED LOKALE: TOPLISTE

Tabellen viser den samlede score for hver by for de gennemgående afsnit for mødet med lokale. Der er foretaget 4 besøg i hver by.

		Velkomst/ Imødekom- menhed	Turisme- service	Afsked	Samlet vurdering	Score
1	Ebeltoft	93,8%	95,8%	87,5%	93,8%	93,8%
1	Fanø	87,5%	91,7%	100,0%	96,9%	93,8%
3	Svendborg	93,8%	87,5%	93,8%	100,0%	92,9%
4	Vorupør-Klitmøller	93,8%	85,4%	100,0%	93,8%	91,1%
5	Henne Strand	93,8%	87,5%	87,5%	93,8%	90,2%
5	Stege / Møn	87,5%	87,5%	93,8%	93,8%	90,2%
7	Gilleleje	100,0%	81,2%	100,0%	90,6%	89,3%
8	Blokhushus	93,8%	77,1%	93,8%	100,0%	88,4%
9	Løkken	93,8%	77,1%	100,0%	93,8%	87,5%
10	Blåvand	87,5%	83,3%	87,5%	90,6%	86,6%
11	Lønstrup	87,5%	79,2%	93,8%	87,5%	84,8%
12	Allinge-Sandvig	93,8%	72,9%	93,8%	87,5%	83,0%
12	Sønderborg	81,2%	77,1%	93,8%	87,5%	83,0%
14	Hvide Sande	87,5%	75,0%	75,0%	78,1%	77,7%
14	Rømø	81,2%	72,9%	81,2%	81,2%	77,7%
16	Marielyst	81,2%	72,9%	87,5%	71,9%	75,9%
16	Søndervig	68,8%	70,8%	87,5%	81,2%	75,9%
18	Billund - Grindsted	87,5%	68,8%	100,0%	65,6%	75,0%
19	Nyk. Sj./Rørvig	68,8%	72,9%	75,0%	78,1%	74,1%
Total		87,5%	79,8%	91,1%	87,7%	84,8%

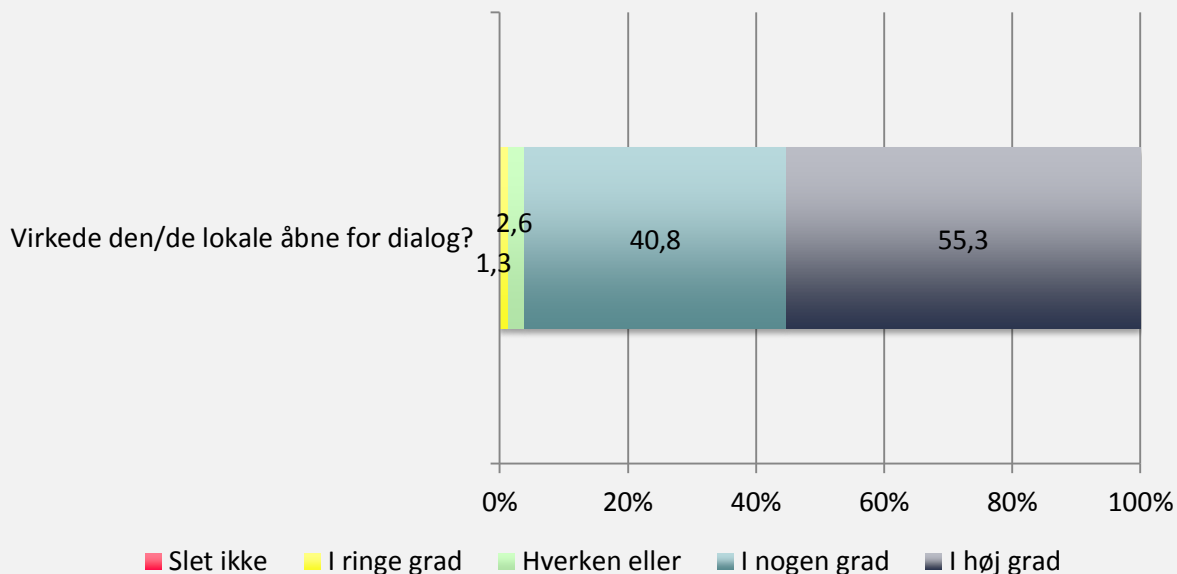
MØDET MED LOKALE: VELKOMST

n = 76

Lokale:
Velkomst
totalscore



87,5%



De lokale har været yderst imødekommende i forhold til de henvendelser, de har fået. De tyske gæster har dog vurderet imødekommenheden en smule lavere.

"Den lokale indbygger var meget imødekommende og venlig, og tog sig tid til at besvare mit spørgsmål på tilfredstillende vis. Personen var smilende og ønskede mig en god dag."

"Jeg henvendte mig til en person, der netop var kommet ud af supermarkedet. Selv om vedkommende havde hænderne fulde, virkede personen interesseret i at hjælpe mig. Personen satte sine varer på jorden og vist mig vejen mod turistinformationen og ønskede mig en god dag."

"Den lokale beboer vendte hele sin cykel om for at guide mig til mit punkt. Det foregik med stor venlighed, smil og positivt kropssprog. Cyklen væltede næsten. Jeg fik forklaret vejen 2 gange af den venlige middelaldrene person og fik mange smil med på vejen."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Møde med lokale total
Virkede den/de lokale åbne for dialog?	91,7%	75,0%	87,5%

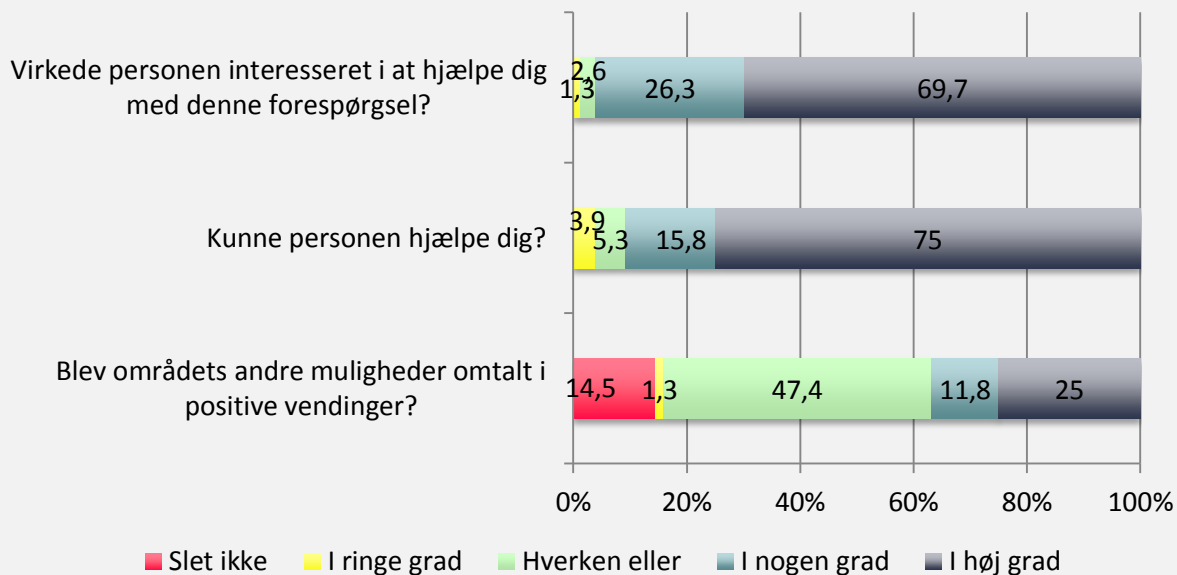
MØDET MED LOKALE: TURISMESERVICE

n = 76

Lokale:
Turismeservice
totalscore



79,8%



De lokales evne til at hjælpe har været tilfredsstillende for gæsterne. Der kan ses en tydelig forskel på de danske og tyske gæsters vurderinger, hvilket formentlig kan henføres til sprogbarrieren.

" Den lokale beboer svarede, at det bedste sted at få et godt svar på dette var på turistkontoret, som lå ganske tæt på, hvor vi havde vores samtale. Jeg fik anvist kørselsanvisning til turistkontoret og information om, hvornår turistinformationen åbnede den efterfølgende dag."

" Personen beskrev meget fint de muligheder, som denne mente var det bedste bud, når man havde et par dage til rådighed. Personen fortalte dog ikke kun, denne spurgte også interesseret ind til, hvor jeg kom fra, hvilket var rart..."

" Min oplevelse var, at den lokale beboer både var nærværende, oprigtig interesseret og tog sig tid til at være behjælpelig. Dette gjorde, at jeg fik fornemmelsen af, at turister var velkomne i området. "

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Møde med lokale total
Virkede personen interesseret i at hjælpe dig med denne forespørgsel?	95,2%	78,9%	91,1%
Kunne personen hjælpe dig?	93,0%	82,9%	90,5%
Blev områdets andre muligheder omtalt i positive vendinger?	59,2%	53,9%	57,9%

MØDET MED LOKALE: AFSKED

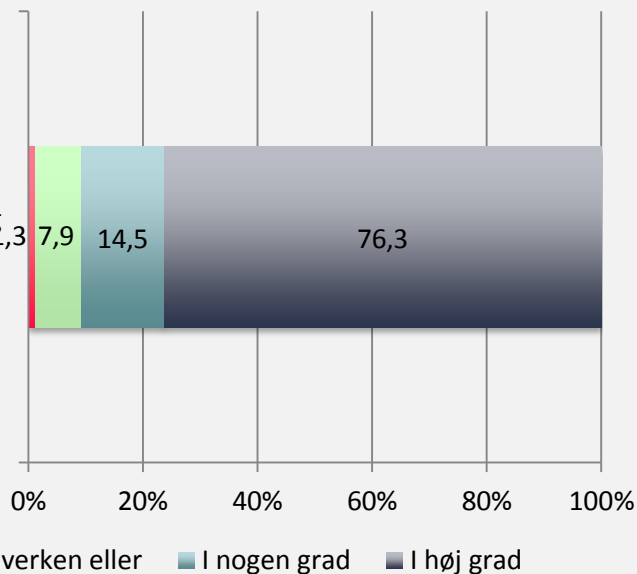
n = 76

Lokale:
Afsked
totalscore



91,1%

Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)



På linje med de øvrige parametre gør de lokale et godt indtryk, når samtalen afsluttes.

Det er værd at bemærke, at de tyske gæster vurderer dette punkt højere end de danske gæster.

" Vedkommende afsluttede samtalen med at ønske os et godt ophold og sagde, at vejret nok var mest til gummistøvler end badesandaler."

" Jeg gik de to piger i møde og forsøgte at få øjenkontakt med dem. Det var ikke svært, og de kunne godt se, at jeg gerne ville i kontakt med dem, så de var allerede ved at stoppe op, da jeg sagde undskyld og om jeg lige måtte forstyrre. 'Selvfølgelig' sagde den ene, og jeg forklarede, at jeg prøvede at finde turistkontoret."

Den ene pige, vendte sig om og pegede ned ad gaden og forklarede mig, at jeg skulle gå omkring 300 meter i den retning og så dreje til venstre. Jeg sagde tak, og lod dem gå."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Møde med lokale total
Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	89,5%	96,1%	91,1%

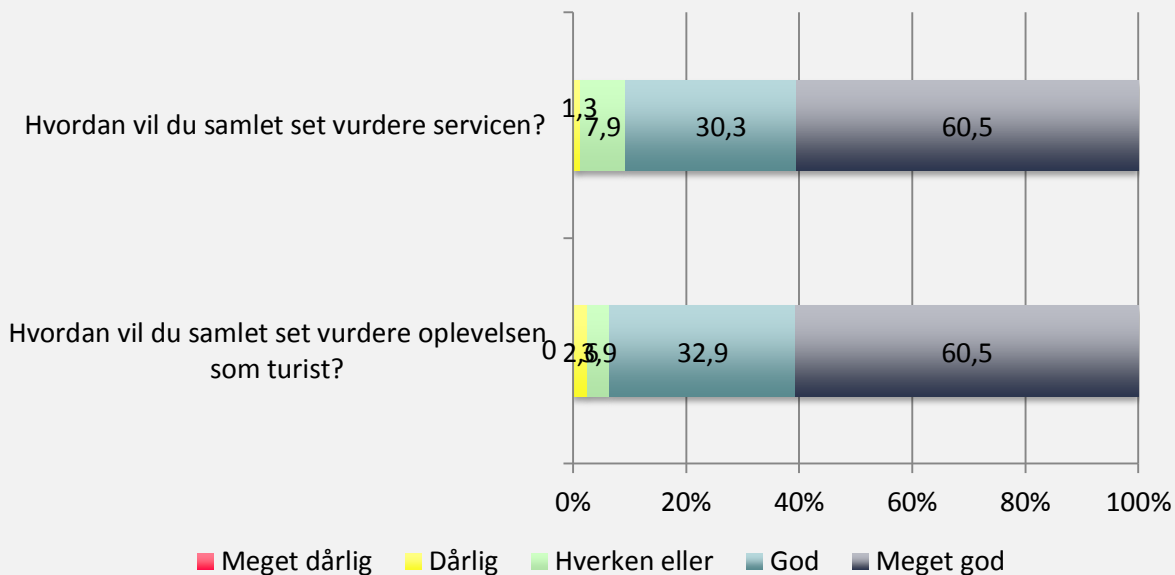
MØDET MED LOKALE: SAMLET VURDERING

n = 76

Lokale:
Samlet vurdering
totalscore



87,7%



Helt i overensstemmelse med de øvrige afsnit for de lokale ses en flot score i den samlede vurdering.

De tyske turister vurderer den samlede oplevelse en anelse lavere end danskerne, men det er stadig flotte score på begge spørgsmål.

" Vedkommende virkede som om, denne var vant til at håndtere ubehjælpssomme turister, og vedkommende virkede generelt meget sød og venlig."

" Personen var utrolig flink og imødekommende. Fortalte meget venligt og særdeles entusiastisk om de mange restauranter på havnen. Der var stolthed i stemmen og en smittende venlighed."

" Det var mit indtryk, at man altid har tid til at hjælpe fremmede med praktisk hjælp, og også i dette tilfælde fik jeg en venlig hjælp og et velment råd. Personen virkede meget imødekommende og udviste på intet tidspunkt tegn på, at jeg skulle være til besvær. "

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Møde med lokale total
Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?	89,0%	82,9%	87,5%
Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?	89,5%	82,9%	87,8%

MØDET MED LOKALE: OPSUMMERING OG KOMMENTARER

TENDENSER

Ved gennemgang af resultaterne er det tydeligt, at gæsterne har haft rigtig mange positive oplevelser i deres kontakt med de lokale. På mange spørgsmål har indbyggerne klaret sig ligeså godt om turistbureauerne - både i forhold til imødekommenhed, hjælpsomhed og viden om lokalområdet.

Der udvises generelt stor engagement hos de lokale ved gæsternes forespørgsel. Dog bemærker 14,5% af gæsterne, at områdets muligheder ikke omtales i positive vendinger mens næsten halvdelen svarer "hverken eller" til samme spørgsmål.

På baggrund af gæsternes oplevelser det være interessant at undersøge, hvilken indflydelse kontakten til de lokale samt deres interesse og imødekommenhed har på den overordnede oplevelse af feriestedet – herunder hvilken positiv afsmitningseffekt det potentielt kunne have, at de lokale udviser stolthed over mulighederne i deres lokalområde. Dette dog ligger uden for denne undersøgelses definerede opdrag.

" Det var en god oplevelse, der gav en følelse af at være velkommen som turist, og det var rart med en personlig reference fremfor et standardsvar. At den lokale tilmed sørgede for en brochure fra stedet var imponerende og yderst hjælpsomt. "

" Jeg havde egentlig taget kontakt med en anden person, som tilsyneladende ikke var fra byen og dermed ikke kunne hjælpe. Det havde den anden person overhørt, og derfor henvendte vedkommende sig til mig for at tilbyde sin hjælp. Personen spurgte, hvad vedkommende kunne hjælpe med, og jeg forklarede, at jeg gerne ville have gode forslag til et godt spisested, som jeg kunne besøge med min familie. Personen sagde, at jeg burde gå ned til havnen, hvor der var flere muligheder alt efter smag..."

" Jeg sad selv og nød tilværelsen ved vandet, og da de to kom forbi, undskyldte jeg forstyrrelsen og forklarede, at jeg var turist i byen og havde brug for lidt forslag til et godt spisested. Vedkommende stillede flere spørgsmål for at finde ud, hvilken slags mad, jeg var ude efter, og vedkommende kunne redegøre for samtlige spisesteders menukort detaljeret, og personen forklarede blandt andet, at man kunne få en af verdens bedste kylling/bacon-sandwiches i byen. Vedkommendes søn forklarede, at samme sted tilfældigvis også forhandlede verdens bedste is, så det var bestemt et besøg værd."

VURDERING AF OMGIVELSERNE

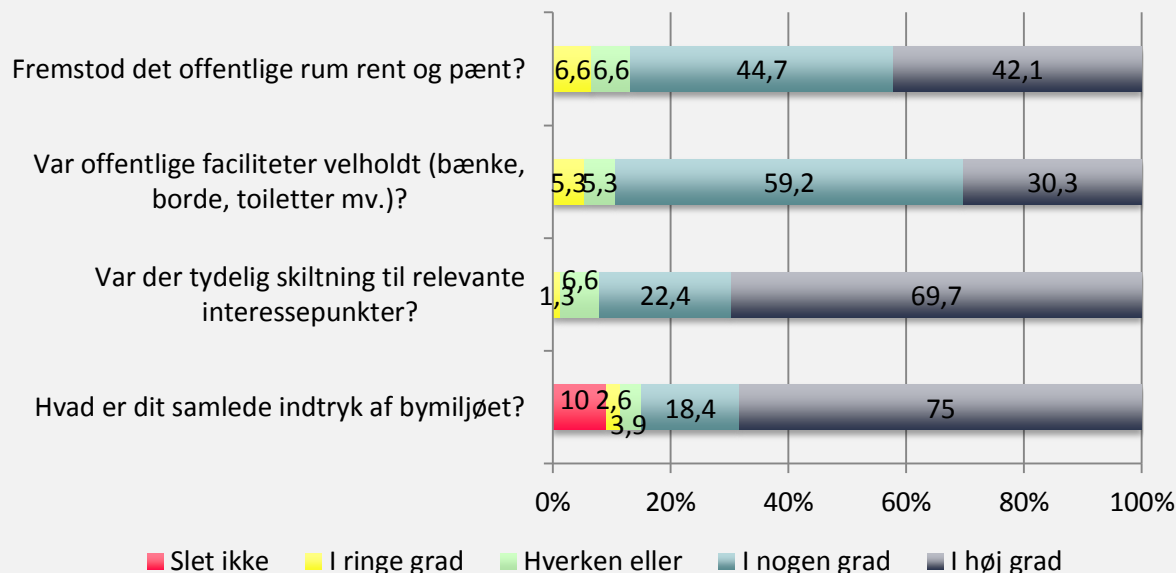
OMGIVELSER: SAMLET

n = 76

Omgivelser
totalscore



85,2%



Gæsternes vurdering af omgivelserne er beskrevet i de enkelte byers rapporter, hvor der ligeledes vises billeder med gæsternes indtryk af gode og mindre gode elementer af omgivelserne.

Generelt bliver legepladser i omgivelserne fremhævet af flere observatører:

"Det undrer mig, at en by som får så mange børnefamilier på besøg i løbet af sommeren ikke har en legeplads inde i centrum. Jeg oplevede flere børnefamilier, der var på jagt efter aktiviteter til børnene i nærheden af, hvor butikkerne og restauranterne var."

"Jeg synes, det var positivt at se, at byen har gjort meget ud af at tilbyde besøgende børnefamilier gode aktivitetsmuligheder med flere legepladser, tog gennem byen og karruseller i byen."

"Det kunne også have været fint, hvis der havde været en legeplads inde i byen eller på vej til stranden."

Spørgsmål	DK-turister	DE-turister	Omgivelser - total
Fremstod det offentlige rum rent og pænt?	91,2%	92,1%	91,4%
Var offentlige faciliteter velholdt (bænke, borde, toiletter mv.)?	89,9%	90,8%	90,1%
Var der tydelig skiltning til relevante interessepunkter?	81,6%	69,7%	78,6%
Hvad er dit samlede indtryk af bymiljøet?	79,8%	82,9%	80,6%

OMGIVELSER: TOPLISTE

Tabellen viser den samlede score for hver by for de gennemgående afsnit i gæsternes vurdering af omgivelserne. Der er foretaget 4 observationer i hver by.

	Omgivelser
1	Hvide Sande 95,3%
2	Blokhus 92,2%
2	Henne Strand 92,2%
2	Lønstrup 92,2%
5	Stege / Møn 90,6%
6	Løkken 89,1%
7	Blåvand 87,5%
7	Svendborg 87,5%
9	Fanø 85,9%
9	Gilleleje 85,9%
11	Marielyst 84,4%
11	Søndervig 84,4%
13	Ebeltoft 81,2%
13	Sønderborg 81,2%
13	Vorupør-Klitmøller 81,2%
16	Nyk. Sj./Rørvig 79,7%
17	Allinge-Sandvig 76,6%
17	Billund - Grindsted 76,6%
19	Rømø 75,0%
Total	85,2%

OMGIVELSER: KOMMENTARER

Parkeringsmulighederne i Blåvand er begrænsede. I sidegaderne til hovedgaden, der går i gennem byen, står der biler parkeret flere hundrede meter langs med vejkanterne i begge sider af vejen. Dette besværliggør også trafikken til og fra byen.

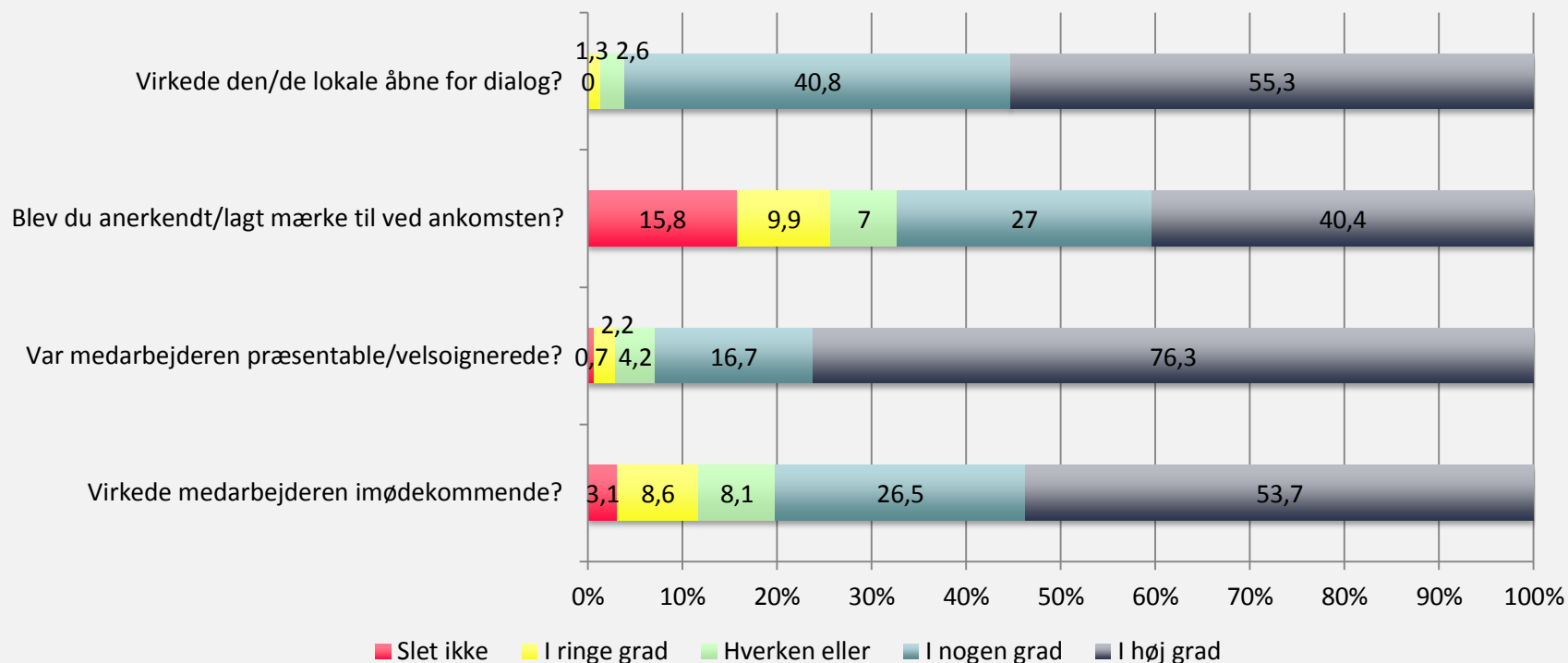
Da vi gik i gågaden, fik vi ikke rigtig noget indtryk af, at byen var en kystby. Strandmiljøet var ikke inddraget i bymiljøet, og overgangene mellem parkeringspladserne ved vandet, og stierne til byen var få. Vejen, der går mellem byen og stranden, er meget trafikeret, og det kan blive lidt hektisk at komme over vejen, hvis man er flere end 2-3 stykker. Der er enkelte fodgængerfelter, men ikke direkte ved den parkeringsplads vi holdte ved.

Parkeringspladsen mellem centrum og stranden er trist, ikke vedligeholdt og bliver også brugt til opbevaring af gamle fliser.

"Indgangen" til byen var ikke særlig indbydende på grund af kedeligt snavs og overfyldte skraldespande. Er ikke sikker på, jeg var gået det sidste stykke, hvis jeg var "landet" på parkeringspladsen og ikke skulle i byen. Det var det samme på de andre parkeringspladser, jeg så.

Der hersker en form for parisisk stemning i byen, da trafikken er tæt og lige ved at bryde sammen. Jeg kom til Søndervig en lørdag, og da det er skiftedag i sommerhusene er trafikken naturligvis kaotisk, men det overraskede mig, at trafikken var lige så voldsom om tirsdagen. Til gengæld er luften frisk, stemningen god og afslappet, og der er pænt og velholdt overalt. Personligt kunne jeg godt tænke mig, at man begrænsede annonceringen i byrummet, da dette flere steder virker overvældende. En lokal fortalte mig, at man havde etableret gratis parkering på østsiden af Klitvejen, så man kan stille bilen der, og gå ind til Søndervig (100 meter), men man burde nok skilte lidt tydeligere med denne mulighed.

TVÆRGÅENDE ANALYSER & SAMLET VURDERING



Grafen viser svarfordelingen på alle spørgsmål i afsnittet "Velkomst / Imødekommenhed", for alle gennemførte målinger.

Spørgsmålet "Virkede den/de lokale åbne for dialog" er besvaret i "Møde med lokale", mens de resterende spørgsmål blev besvaret i Detailbutikker, Spisesteder, Turistbureauer.

Antal besvarelser i mødet med lokale = 76

Antal besvarelser i Detailbutikker, Spisesteder og Turistbureauer = 456



Samlet score på de individuelle spørgsmål i afsnittet "Velkomst/Imødekommenhed" på tværs af alle områder.

Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?



66,8%

Var medarbejderen præsentable/velsoignerede?



91,8%

Virkede medarbejderen imødekommende?



80,1%

På tværs af samtlige målinger kan man for afsnittet VELKOMST / IMØDEKOMMENHED konkludere, at der bliver bemærket en klar forskel på velkomsten de enkelte steder, hvor der med en forskel på 25,9% imellem Detailbutikker (59,5%) og Turistkontorer (85,4%), er den største forskel. Årsagen kan hævdes at være grundet travlhed og bemanding i detailbutikkerne, men da kriteriet er øjenkontakt, hilsen og smil – og således ikke opsøgende kontakt – er der klare forbedringspotentialer på dette område.

Generelt er der for medarbejdernes ydre fremtoning opnået flotte resultater – dog er det værd at bemærke, at de tyske turister samlet set har vurderet det 10,9% lavere end danske turister, med hhv. 83,3% og 94,2%. På medarbejdernes generelle imødekommenhed er der inden for nationalitet ikke store udsving. Sammenligner man på tværs af de målte områder, er der forskel på 14% imellem Detailbutikker (76,6%) og Turistkontorer (90,6%) med Spisesteder liggende på 84,2%.

Vigtigheden af medarbejdernes imødekommenhed i starten af besøget understreges af, at hvor der er scoret "I høj grad" på spørgsmålet "Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomst", er den samlede vurdering af servicen 88,4%, mens den tilsvarende score for besøg med scoren "I ringe grad" på spørgsmålet "Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomst" er 41,4%.

VELKOMST / IMØDEKOMMENHED: KOMMENTARER

"Medarbejderen var utrolig imødekommende. Jeg følte mig utrolig velkommen, lige fra jeg trådte ind af døren. Medarbejderen var enormt engageret og sød og smilende. Jeg oplevede ikke på noget tidspunkt, at jeg var til besvær - tværtimod. Vedkommendes personlighed var uden tvivl med til at gøre det til et super godt besøg."

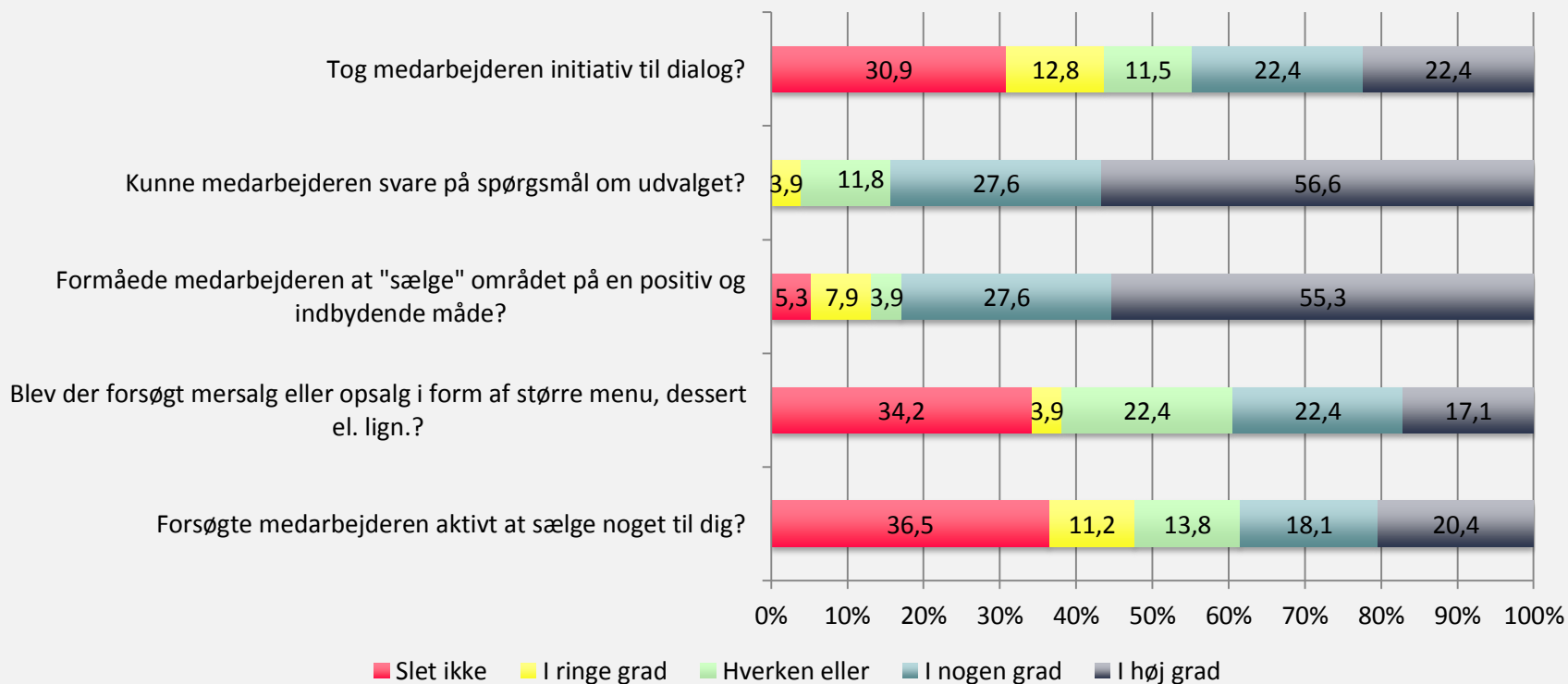
"Jeg fik en god oplevelse af medarbejderne. Følte at de var meget stolte af området. Og jeg følte mig meget velkommen. De virkede engageret i turisterne, og det var ikke kun mig, som fik en varm velkomst i butikken. Det gjorde alle."

"Medarbejderen var smilende og meget imødekommende og åben. Jeg blev mødt med god øjenkontakt og følte mig velkommen i butikken som både mulig køber og turist. Der var en behagelig stemning i butikken, og medarbejderen virkede oprigtig engageret i mit foretagende og for at hjælpe med at løse mine behov."

"Den unge medarbejder bemærkede ikke min ankomst, selvom lokalet var ganske lille. Vedkommende sad og stenede ved kassen i shorts og bar mave, der afslørede den kæmpe tatovering, vedkommende havde. Jeg fandt selv nogle varer og et prøverum uden nogen form for hjælp eller opmærksomhed."

"Da jeg kom ind i butikken var der 3 unge ekspedienter rundt om i butikken, ikke en af dem hilste på mig eller henvendte sig til mig i de 15 min., jeg var der. Jeg kiggede på noget tøj og prøvede et par sko, så jeg var rundt i hele butikken, men blev ikke tilbudt nogen hjælp. Jeg oplevede heller ikke andre kunder få hjælp, kunderne skulle henvende sig til dem. Ekspedienterne stod bare forskellige steder i butikken og kiggede. Det virkede underligt og var på ingen måde imødekommende."

"Det startede med, at jeg kom ind i en helt tom butik, hvor jeg gik rundt i 5 minutter alene. Derefter gik jeg ud igen for at kigge på gadevarer. På vej ind igen fandt jeg ud af, at medarbejderen var den person, der under hele forløbet (ca. 10 minutter), havde stået udenfor butikken og snakket privat med medarbejderen fra nabobutikken. Først da jeg stillede mig hen til kassen, afsluttede medarbejderen den lange privatsamtale."



Grafen viser svarfordelingen på alle spørgsmål i afsnittet "Salg", for alle gennemførte målinger.

Spørgsmålet "Tog medarbejderen initiativ til dialog?" er besvaret i Detailbutikker. Antal besvarelser = 304

Spørgsmålet "Kunne medarbejderen svare på spørgsmål om udvalget?" er besvaret i Spisesteder. Antal besvarelser = 76

Spørgsmålet "Formåede medarbejderen at "sælge" området på en positiv og indbydende måde?" er besvaret i Turistkontorer. Antal besvarelser = 76.

Spørgsmålet "Blev der forsøgt mersalg eller opsalg i form af større menu, dessert el. lign.?" er besvaret i Spisesteder. Antal besvarelser = 76

Spørgsmålet "Forsøgte medarbejderen aktivt at sælge noget til dig?" er besvaret i Detailbutikker. Antal besvarelser = 304



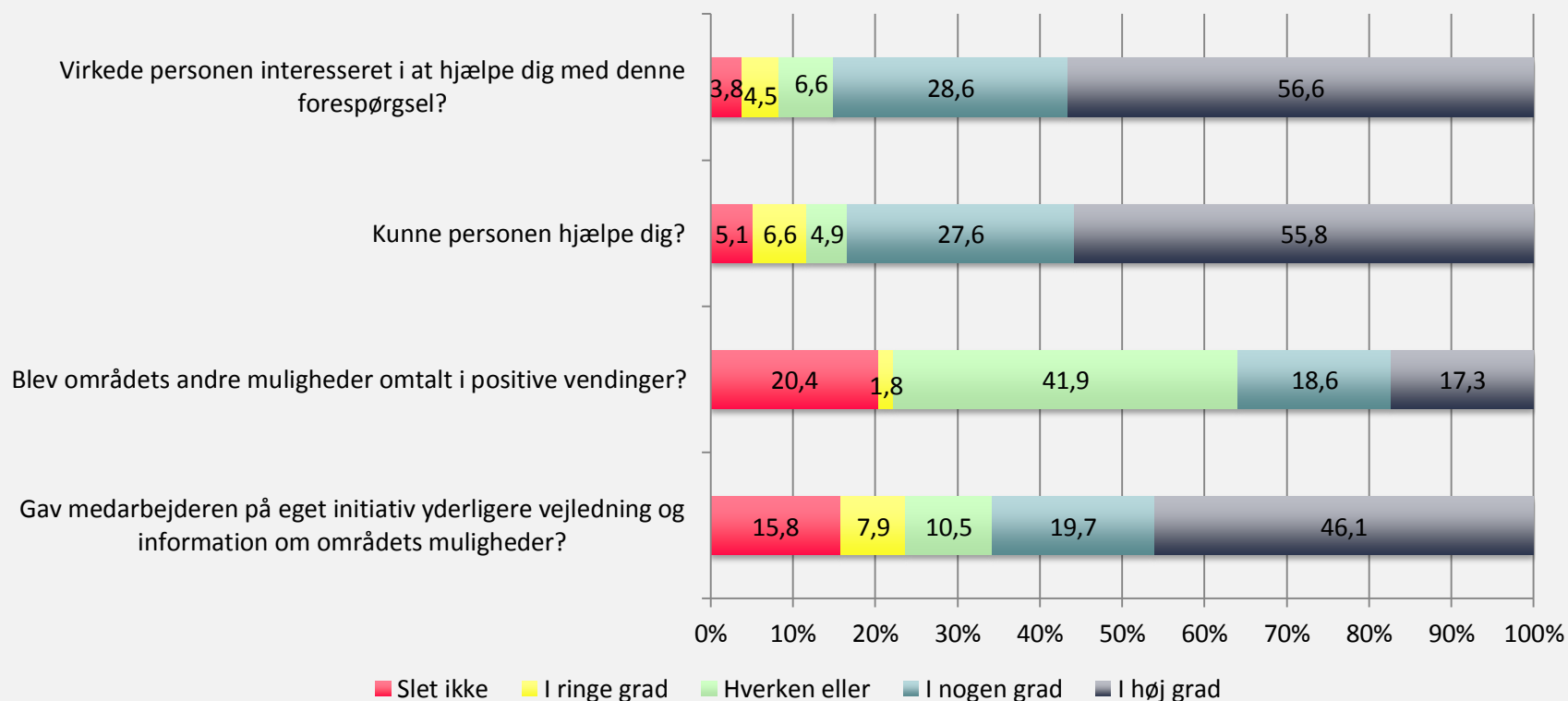
Der er i afsnittet Salg ikke nogen gennemgående spørgsmål på tværs af de enkelte områder. Se yderligere i afsnittet Salg.

"Medarbejderen var meget snakkesaglig uden at være påtrængende og gav en utrolig kvalificeret betjening med en præcis viden om madens indhold. Det lykkedes medarbejderen med et venligt smil at sælge mig en dyrere ret, end jeg først havde tænkt mig. Det var tydeligt, at medarbejderen var stolt over at servere netop der."

" Medarbejderen var god til at sælge stedets mad, men ikke god til at sælge byen. Da jeg spurgte ind til byen, svarede denne bare, at der skete ikke noget i byen, og vedkommende havde ikke kendskab til museer eller lignende. Da jeg spurgte ind til maden, var medarbejderen forklarende og venlig."

" Jeg følte mig venligt betjent og godt hjulpet - dog kunne medarbejderen have været mere aktiv i selve salget fx. ved at spørge konkret ind til mine behov og ønsker på eget initiativ."

" Medarbejderen var venlig og hjalp mig med de spørgsmål, jeg havde til tøjet samt lokalområdet. Dog var medarbejderen ikke aktiv i forhold til at komme yderligere i dialog med mig, det gjorde sig gældende både på salgssiden og i forhold til at fortælle om byen og lokalområdet."



Grafen viser svarfordelingen på alle spørgsmål i afsnittet "Turismeservice" for alle gennemførte målinger.

Spørgsmålene "Virkede personen interesseret i at hjælpe dig med denne forespørgsel?" og "Kunne personen hjælpe dig?" er besvaret i Detailbutikker, Spisesteder og Turistkontorer samt i Møde med lokale. Antal besvarelser = 532.

Spørgsmålet "Blev områdets andre muligheder omtalt i positive vendinger?" er besvaret i Detailbutikker, Spisesteder samt i Møde med lokale. Antal besvarelser = 456.

Spørgsmålet "Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere vejledning og information om områdets muligheder?" er besvaret i Turistbureauer. Antal besvarelser = 76.



Samlet score på de individuelle spørgsmål i afsnittet "Turismeservice" på tværs af alle områder.

Virkede personen interesseret i at hjælpe dig med denne forespørgsel?



82,7%

Kunne personen hjælpe dig?



80,9%

Blev områdets andre muligheder omtalt i positive vendinger?



52,7%

I forbindelse med i alt 532 observationer er medarbejderen/den lokale blevet spurgt om noget, der relaterer sig til lokalområdet. Det har været op til den enkelte gæst at finde et relevant og realistisk spørgsmål.

På spørgsmålet "Virkede personen interesseret i at hjælpe med denne forespørgsel?" ligger Detailbutikker og Spisesteder med hhv. 79% og 80,6%, cirka 11% under Turistkontorer og de lokales samlede score på hhv. 91,3% og 91,1%. Det er værd at bemærke, at de lokale indbyggere klarer de konkrete forespørgsler lige så godt som turistkontoret.

Personernes interesse i at hjælpe gæsterne og vurderingen af, hvorvidt de kunne hjælpe, opnår generelt samme score, med undtagelse af Spisestederne, hvor medarbejdernes evne til at hjælpe ligger 5,9% lavere end den udviste interesse.

Spørgsmålet "Blev områdets andre muligheder omtalt i positive vendinger?", blev stillet i Detailbutikker, Spisesteder og ved mødet med de lokale for at afdække deres evne til at omtale andre ting i området end det forespurgt på eget initiativ. Dette bliver vurderet ensartet på tværs af såvel nationalitet som områder og opnår med 52,7% den absolut laveste score relateret til levering af turismeservice.

TURISMESERVICE

"Da vi stod på stranden, og den lokale var godt beskæftiget, og masser af mennesker stod og kiggede på, tog den lokale sig tid til at multitaske og forklare, hvad de var i gang med, hvordan bådene kom ud igen, og hvordan bådene kunne holde til at blive slæbt op på stranden. Hvilke krabber de havde fanget, og hvilke nationaliteter, der spiste kød fra krabbernes klør, og hvem der spiste huset. Der var glimt i øjet og god energi trods tydelig travlhed med den pågældende arbejdsopgave. Og trods det, at jeg ligeledes stillede et spørgsmål, som ikke umiddelbart havde andre tilskuers interesse, virkede den lokale nærværende og interesseret i at forklare..."

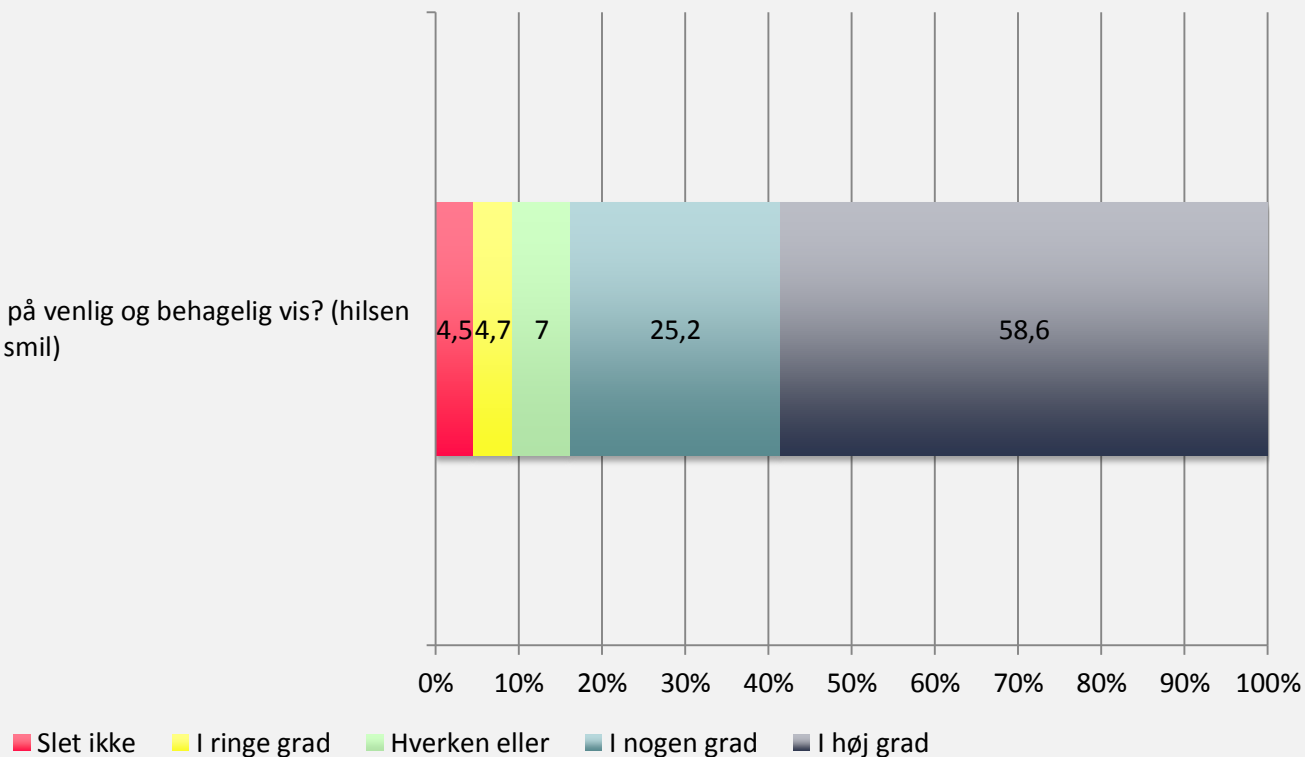
" Det var en god oplevelse. Medarbejderen virkede stolt over naturen og byen og ville meget gerne fortælle om seværdighederne. Medarbejderen fortalte meget beskrivende om udsigten, der desværre ikke var så god denne dag grundet vejret."

" Det var dejligt at blive mødt med en kop frisklavet kaffe af en medarbejder, der stod udenfor bureauet. Det var en rigtig god velkomst. Begge medarbejdere var smilende og imødekommende, og man følte sig godt modtaget. Jeg fik svar på begge mine spørgsmål."

"Jeg spurgte medarbejderen, om vedkommende kendte til nogle gode aktiviteter for en børnefamilie på øen. Medarbejderen kendte til to forskellige steder, hvor der er mulighed for børn at ride på heste. Derudover fik jeg nogle små flyers af medarbejderen..."



Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)



Grafen viser svarfordelingen på alle spørgsmål i afsnittet "Afsked" for alle gennemførte målinger.

Spørgsmålet "Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis?" er besvaret i Detailbutikker, Spisesteder, Turistbureauer samt i Møde med lokale.

Antal besvarelser i mødet med lokale = 532



Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil) ?

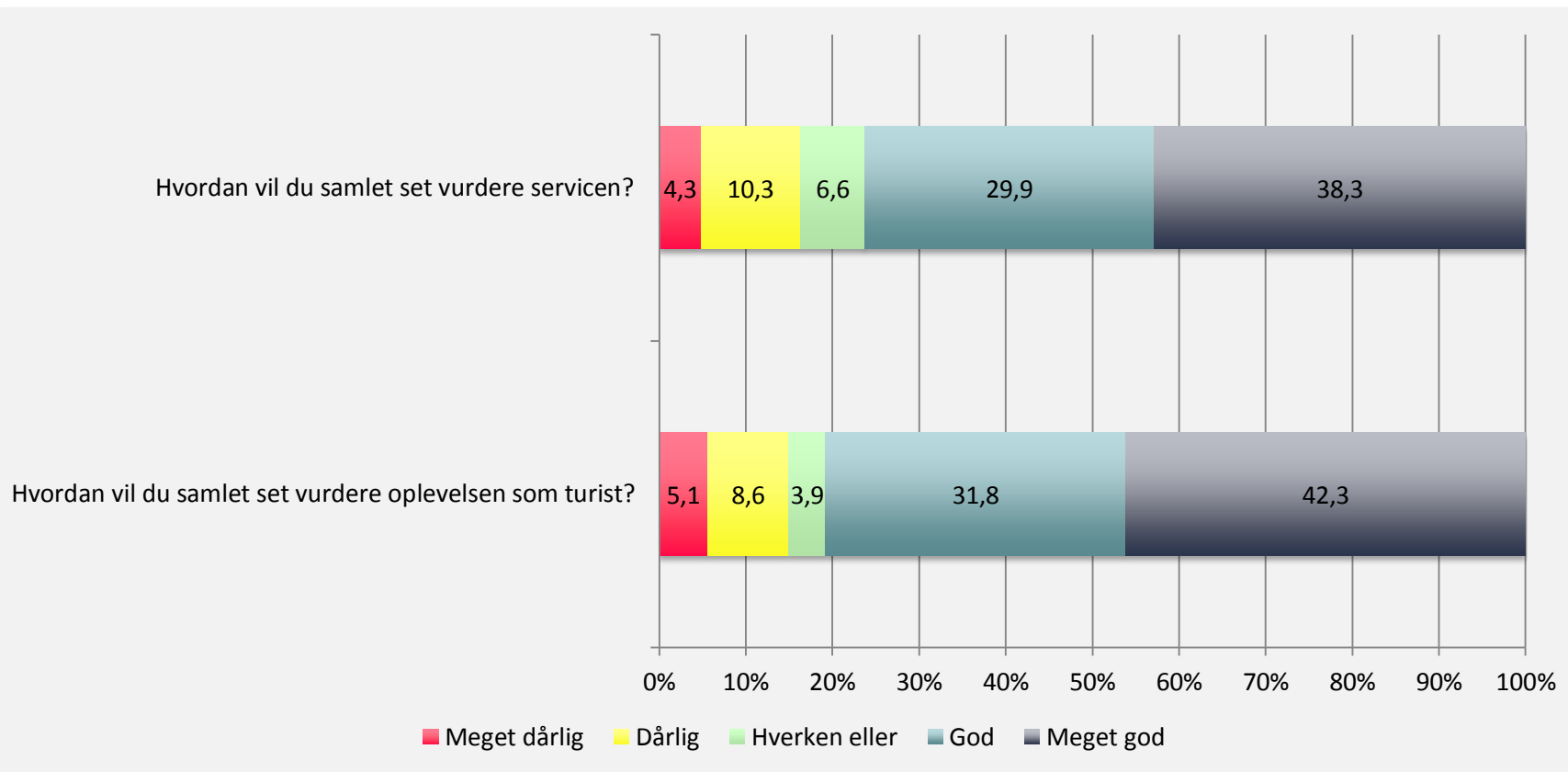


82,5%

Observatørerne evaluerer, hvorledes dialogen med medarbejderen/indbyggeren bliver afsluttet – bliver der ønsket ”god dag” eller ”fortsat god ferie”, bliver der smilet, og bliver det formået at sende gæsten videre på en god måde.

På afsnittets spørgsmål ”Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis (hilsen og smil)?” gives generelt meget positive tilbagemeldinger. Detailbutikkerne opnår en samlet score på 78,4% mens Spisesteder vurderes til 83,2%, Turistkontoret til 89,9% og mødet med de lokale til 91,1%.

Som i tilfældet med afsnittet turismeservice er det værd at bemærke, at de lokale formår at måle sig med turistkontorerne i forhold til at levere en god afslutning på de forespørgsler, de får fra turisterne.



Grafen viser svarfordelingen på alle spørgsmål i afsnittet "Samlet vurdering" for alle gennemførte målinger.

Spørgsmålet "Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?" og "Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist" er besvaret i Detailbutikker, Spisesteder, Turistbureauer samt i Møde med lokale.

Antal besvarelser = 532



Samlet score på de individuelle spørgsmål i afsnittet "Samlet vurdering" på tværs af alle områder.

Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?



72,1%

Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?



74,6%

I afsnittet "Samlet oplevelse" er der blevet spurgt til observatørernes samlede vurderinger af hhv. service og oplevelsen som turist. Differentieringen er opstillet for at kunne spore en eventuel forskel imellem den samlede oplevelse af den ydede service som "kunde" i gængs forstand og oplevelsen af medarbejdernes evne til at hjælpe gæsten som "turist".

Som det fremgår af den overordnede score på tværs af alle målinger, bliver den samlede oplevelse som turist vurderet en anelse højere end den oplevede service. Detailbutikker og Spisesteder ligger med hhv. 65,2% og 72,7% under såvel Turistkontorer og De lokales samlede score på hhv. 84% og 87,5%.

Scoren for oplevelsen som turist er gennemgående enslydende med vurderingen af servicen, med undtagelse af Detailbutikkernes score, som med 69,9% for turistoplevelsen ligger 4,7% højere end serviceoplevelsen.

SAMLET VURDERING: KOMMENTARER

"Det var samlet set en positiv oplevelse at besøge denne butik. Det var rart endelig at møde en lokal medarbejder bag disken. Min generelle oplevelse var, at det ofte var meget unge medarbejdere med et minimalt kendskab til lokalområdet, der ekspederede, hvilket tydeligvis ikke var tilfældet i denne situation."

" Samlet var det en god gedigen serviceoplevelse. Medarbejderen var meget opmærksom, da jeg kom ind i butikken, og gik straks i gang med at få en fornemmelse for mine behov. Der var ingen tvivl om, at medarbejderen var ivrig for at sælge noget, men det blev gjort på en ordentlig og høflig måde."

" Den samlede oplevelse var rigtig god, og jeg blev mødt af en imødekommende, smilende og hjælpsom medarbejder, der til trods for sit begrænsede kendskab til området gjorde sit bedste for at hjælpe mig. Medarbejderen tog sig tid til at overveje, hvad der ville passe godt til mig og min familie, og det var generelt en positiv oplevelse."

" Kundeservice kunne godt have været bedre, så lidt skidt start på besøget, men det blev bedre, da jeg spurgte til områdets udflugtsmål. Medarbejderen tog sig god tid til at overveje, hvad der ville være passende for min familie. Medarbejderen forsøgte at finde en aktivitetskalender for sommermånederne, men det lykkedes ikke. Men det var generelt en god service, jeg fik som turist."

" Medarbejderen virkede ikke umiddelbart særlig engageret, da vedkommende forblev bag disken, selv om jeg længe bevægede mig rundt i butikken og prøvede forskellige tøjgenstande. Jeg måtte derfor selv rette henvendelse til denne, og først her viste medarbejderen interesse for at sælge noget. Medarbejderen virkede generelt en smule uengageret og var desuden en smule fåmælt i sine anbefalinger."

" Oplevelsen i butikken var meget blandet. Medarbejderen virkede fraværende i starten, men da jeg spurgte til seværdigheder i området, lyste han/hun op, og fortalte om en del forskellige ting. Som turist var det en god oplevelse, men servicen generelt var ikke god."