



UDBUDSMATERIALE MYSTERY SHOPPING - PÅ DANSKE FERIESTEDER

INDHOLDSFORTEGNELSE

Ordregiver	3
Indledning	4
Formål	4
Kontraktperiode	4
Udbudsbetingelser	4
Udbudsform	4
Tidsplan	4
Aflevering af tilbud	5
Behandling af indkomne bud	5
Supplerende oplysninger	5
Tilbudsforbehold	5
Delaftaler	6
Alternative bud	6
Minimumsoplysninger	6
Kravspecifikationer	6
Opgavebeskrivelse	6
Option - udvidelse af undersøgelsen med op til 10 feriesteder	9
Pris	9
Tildelingskriterier	9
Kontraktmæssige forhold	10

ORDREGIVER

I overensstemmelse med reglerne for offentligt udbud, udbyder Ordregiveren en kontrakt om gennemførelse af mystery shopping på udvalgte kyst- og naturferiesteder i Danmark.

Ordregiveren er:

Fonden Dansk Kyst- og Naturturisme

Skeelslundvej 99

9940 Aabybro

CVR.-nr 36471271

E-mail: info@kystognaturturisme.dk

Hjemmeside: www.kystognaturturisme.dk

Supplerende spørgsmål vedrørende opgaven rettes til:

Henriette Mølgaard Hansen

Udviklingskonsulent

Tlf. +45 2859 3937

E-mail: hmh@kystognaturturisme.dk

INDLEDNING

FORMÅL

Nærværende undersøgelse har til formål at belyse turisternes oplevelse af serviceniveauet på en række centrale kontaktpunkter, de er i kontakt med under deres besøg i bymiljøerne på feriestederne. Mere specifikt skal målingerne fokusere på den generelle modtagelse og service af turisterne i feriestedernes detailhandel, på restauranter og caféer samt turistkontoret.

Mystery Shopping er blevet gennemført 3 gange tidligere (2013, 2014 og 2015) på en række feriesteder, og dette års måling har yderligere til formål at give feriestederne muligheden for (forsat) at overvåge serviceniveauet og sammenligne det opnåede resultat med øvrige feriesteder. Undersøgelsen har således til formål at skabe nye data, der er sammenlignelige med forudgående analyseresultater. Dette giver feriestederne et sammenligningsgrundlag på tværs af sæsoner og hermed mulighed for at evaluere allerede igangsatte initiativer i forhold til kompetenceudvikling.

KONTRAKTPERIODE

Kontrakten træder i kraft den 1. juli 2017 og forventes at løbe frem til den 1. november 2017. Dog udløber kontrakten først, når Tjenesteyderen har leveret de i kontrakten foreskrevne data og afrapporteringer baseret på gennemførte besøg og exit-interviews i perioden 1. juli-31. august i kontraktmæssig stand.

Tjenesteyderen leverer løbende resultater, via online dashboard, til Ordregiveren samt stedsspecifikke rapporter og en samlet rapport på baggrund af analyse af datamaterialet efter endt dataindsamling.

UDBUDSBETINGELSER

UDBUDSFORM

Udbuddet sker som offentligt udbud og udbudsmaterialet er offentliggjort på www.kystognaturturisme.dk og www.udbud.dk den 25. april 2017.

TIDSPLAN

- Offentliggørelse af udbudsbekendtgørelse: Den 25. april 2017
- Sidste frist for indgivelse af evt. spørgsmål: 22. maj 2017, kl. 12.00
- Sidste frist for aflevering af tilbud: Den 29. maj 2017, kl. 12.00
- Evt. møde udvalgte tilbudsgivere i forbindelse med udvælgelsesprocessen: uge 22
- Meddelelse om tilbud er antaget eller forkastet: Den 7. juni 2017
- Opstartsmøde med valgt leverandør: Den 15. juni 2017

- Dataindsamling påbegyndes: Den 3. juli 2017

AFLEVERING AF TILBUD

Tilbud og anden dokumentation skal være Ordregiveren i hænde senest den 29. maj 2017, kl. 12.00. Tilbud sendes elektronisk som pdf-fil til Fonden Dansk Kyst- og Naturturisme på hmh@kystognaturturisme.dk. Tilbud, der helt eller delvist modtages efter denne frist, vil ikke komme i betragtning. Alle relevante oplysninger skal fremgå af tilbuddet. Tilbudsgiver skal udfylde samtlige punkter i udbudsmaterialet.

BEHANDLING AF INDKOMNE BUD

Indkomne tilbud behandles fortroligt.

I forbindelse med valg af Tjenesteyder kan der opstå behov for at afholde et møde med udvalgte Tilbudsgivere, med henblik på at få uddybet tilbudsmaterialet. Opstår behovet for dette, vil Ordregiver indkalde til et sådant møde i løbet af uge 22.

Tilbudsgivere kan ved tilbudsfristens udløb rekvirere en samlet oversigt over de virksomheder, der har afgivet rettidige tilbud.

Alle deltagere i tilbudsgivningen vil modtage skriftlig underretning, om det afgivne tilbud er antaget eller forkastet, hurtigst muligt, efter at Ordregiveren har truffet beslutning herom, dog senest den 7. juni 2016.

Ordregiveren anser ikke valg af Tjenesteyder for afsluttet, før der er indgået endelig kontrakt med Tjenesteyderen.

Tilbudsgivernes eventuelle omkostninger i forbindelse med udarbejdelse af tilbuddet samt dokumentation er Ordregiveren uvedkommende.

Ordregiveren kan til enhver tid aflyse indhentningen af tilbud, såfremt der foreligger en saglig begrundelse herfor. En saglig begrundelse foreligger eksempelvis ved manglende konkurrence eller utilfredsstillende bud, fejl i tilbudsprocessen, og/eller manglende bevillingsmæssig dækning til realisering af de indkomne bud.

SUPPLERENDE OPLYSNINGER

Alle henvendelser vedrørende spørgsmål til udbudsmaterialet skal ske skriftligt senest den 22. maj 2017 kl. 12.00 til: Henriette Mølgaard Hansen på mail: hmh@kystognaturturisme.dk.

TILBUDSFORBEHOLD

Tilbudsgiver opfordres til at undlade at tage forbehold overfor udbudsmaterialet, da tilbudsgiver derved risikerer, at Ordregiveren vil være både berettiget og forpligtet til at afvise tilbuddet som ukonditionsmæssigt.

Tilbud med forbehold vil blive afvist som ukonditionsmæssige, medmindre der er tale om forbehold af ubetydelig art. Forbehold af ubetydelig art vil efter omstændighederne blive kapitaliseret uden drøftelser med tilbudsgiver, og værdien heraf vil i så fald medgå i vurderingen af tilbuddets økonomiske værdi.

Tilbudsgiverne opfordres til nøje at gennemgå kravspecifikationen, idet Ordregiveren vil være både berettiget og forpligtet til at afvise tilbud, som ikke opfylder alle krav i kravspecifikationen.

Har tilbudsgiver spørgsmål eller bemærkninger til kravspecifikationen, eller finder tilbudsgiver, at kravspecifikationen er uklar på ét eller flere punkter, opfordres tilbudsgiver til at søge dette afklaret ved at rette skriftlig henvendelse til Ordregiveren, jf. ovennævnte tidsfrister.

DELAFTALER

Der kan ikke afgives bud på dele af opgaven.

ALTERNATIVE BUD

Der er ikke mulighed for at afgive alternative bud på opgaven.

MINIMUMSOPLYSNINGER

Tilbudsgiver skal som minimum vedlægge dokumentation om følgende:

- 1) Oplysninger om de uddannelsesmæssige og faglige kvalifikationer hos tilbudsgiver og/eller dennes medarbejdere og især hos de medarbejdere, der er ansvarlige for præstationerne af tjenesteydelserne.
- 2) En liste over de mest betydelige tjenesteydelser, der er udført i løbet af de sidste tre år, med angivelse af beløb og tidspunkter samt de offentlige eller private modtagere af de leverede tjenesteydelser.

KRAVSPECIFIKATIONER

OPGAVEBESKRIVELSE

Opgaven består i at gennemføre en undersøgelse af servicen på 16 danske feriesteder gennem metoden Mystery Shopping samt udarbejdelse af stedspecifikke delrapporter og en samlet rapport på baggrund af analyse af datamaterialet.

Endvidere omfatter kontrakten mulighed for en 1 option med udvidelse af undersøgelsen med op til 10 yderligere feriesteder.

Hvilke feriesteder, der indgår i undersøgelsen, vil blive endeligt fastlagt i opstartsprocessen men vil i stor udstrækning tage afsæt i de samme feriesteder, som har deltaget i undersøgelserne tidligere (2013, 2014 og 2015). Der forventes deltagelse af feriesteder på tværs af hele Danmark. Mystery Shopping undersøgelsen i

2015 omfattede følgende feriesteder: Allinge-Sandvig, Billund, Blokhus, Bork Havn, Bønnerup/Fjellerup, Dragør, Ebeltoft, Fanø, Fredensborg By, Frederiksværk, Frederikshavn, Gilleleje, Grindsted, Haderslev, Helsingør, Hillerød, Hvide Sande, Holstebro, Hundested, Karrebæksminde, Kerteminde, Marielyst, Nykøbing-Sjælland/Rørvig, Præstø, Ringkøbing, Rømø, Samsø, Skagen, Stege/Møn, Svendborg, Sæby, Sønderborg, Søndervig, Viborg, Vordingborg og Aabenraa.

Opgaven omfatter følgende 4 delopgaver:

1. Gennemføre Mystery Shopping på 16 feriesteder med måling og vurdering af service inden for følgende tre besøgssteder: detailbutikker, restauranter/caféer samt turistkontoret.
2. Gennemførelse af 'exit interviews' blandt kunder umiddelbart efter deres besøg i detailbutikker og restauranter.
3. Afrapportere og tilgængeliggøre resultater løbende til feriestederne via et online dashboard.
4. Udforme destinationsrapporter for hvert af de 16 feriesteder og en hovedrapport med fremlæggelse af resultater af alle dele af undersøgelsen samt hovedkonklusioner og anbefalinger.

Ad 1) Gennemførelse af Mystery Shopping

Der ønskes aflagt 7 besøgsdage af shoppere på hvert feriested. Under hvert besøg foretages 8 separate målinger af service med følgende fordeling på de tre ovennævnte besøgssteder:

- 5 Detailhandel/butikker
- 2 Restaurant/café
- 1 Turistkontor

Der skal således foretages 56 individuelle målinger på hvert feriested, i alt 896 målinger på landsplan.

De enkelte målinger kan have varierende længde og omfang afhængig af besøgsstedets karakteristika. Fx vil målinger på restaurant/café foretages som længere besøg med køb/konsumering, hvor servicen måles gennem hele købs-/salgsprocessen, hvorimod målinger i detailbutikkerne i princippet afvikles som kortere besøg som dog bør inkludere en vurdering af service relateret til salg. Der kan være sammenfald mellem enkelte butikker og restauranter som aflægges besøg dog kræves spredning, hvor så mange forskellige butikker, som muligt, aflægges besøg. Detailbesøgene skal derudover så vidt muligt ikke gennemføres i supermarkeder og kiosker, men i butikker, hvor der er mulighed for en længerevarende dialog og personlig betjening. For spisestederne skal det gælde, at det enkelte sted skal have borde/stole (hvor man skal kunne indtage sin mad), et menukort (ikke blot et skilt) og gerne bordservering.

For at sikre kontinuitet benyttes spørgeramme til at afdække service og modtagelse på hvert af de definerede besøgssteder, og der måles på en række overordnede parametre (modtagelsen, salg, turismeservice m.m.) i forhold til hvert besøgssted. Spørgerammen skal tage udgangspunkt i spørgerammen fra undersøgelsen i 2015 (vedlagt i Bilag 1). Tilføjelser og rettelser i spørgerammen foretages i samarbejde mellem Ordregiveren og den valgte leverandør. Parametrene i spørgerammerne opstilles som en kombination af lukkede/objektive målinger og åbne spørgsmål / uddybende kommentarer og beskrivelser af situationerne.

Shopperne skal være i aldersgruppen 30-60 år og må ikke være 'lokale' fra det pågældende feriested. Det forventes at tilbudsgiveren har et korps af uddannede shoppere.

Besøgene på de enkelte feriestede afvikles i perioden juli-august 2017, og der ønskes størst mulig spredning mellem besøgsdagene på de pågældende steder.

Ad 2) Exit interviews

Der gennemføres et antal exit interviews, minimum 10 pr. besøgsdag (70 målinger i alt) med turister på feriestederne, hvor de umiddelbart efter deres besøg i detailbutikker og på restauranter spørges om deres oplevelse af servicen, ud fra et spørgeskema som er sammenlignelig med de elementer som anvendes i mystery shopping målingerne.

Exit interviewene kan med fordel gennemføres på samme dage som mystery shopping og fordeles ligeligt mellem de enkelte besøgsdage, men interviewene bør gennemføres i andre butikker og restauranter end de, steder, der har været besøgt af shopperen.

Der tages udgangspunkt i spørgeskemaet fra 2015 målingen, og som forventes at blive benyttet med mindre ændringer. Eventuelle justeringer i spørgeskemaet foretages af Ordregiveren og tilpasses i samarbejde Tjenesteyderen. Spørgeskemaet er vedlagt i Bilag 1.

Interviewene skal derudover dække både danske og udenlandske gæster, som opfylder kriteriet om at være "turist" (jf. definitionen nedenfor).

Definition af en turist/gæst

Undersøgelsen indsamler data blandt turister, der i løbet af den aktuelle sæson besøger eller har besøgt et eller flere af de nævnte steder.

Turister defineres her i henhold til de internationale definitioner af turisme som alle gæster, som besøger destinationen på et ophold i forbindelse med ferie, fritid, erhverv eller andet, og hvor eneste kriterium er, at de befinder sig "udenfor sædvanligt miljø" i mindre end et år og uden at være ansat eller studere på stedet. Undersøgelsen omfatter således både turister overnattende på destinationen eller i nærheden af destinationen og endagsbesøgende på ferie eller besøg hos familie/venner samt forretningsrejsende.

Ad 3) Dashboard - onlinerapportering

Tilbudsgiver skal tilbyde en løsning, så hvert feriested får adgang til et online dashboard, hvor de kan følge resultater fra shoppernes vurdering af eget feriested og de øvrige feriestede. Dashboardet skal være lettilgængeligt og præsentere resultater i et overskueligt format og med løbende opdateringer.

Ordregiver ønsker derudover adgang og ejerskab til alt datamateriale (rådata samt aggregerede tal) via eget dashboard, som skal give mulighed for at foretage træk på tværs af kategorier, feriestede og undersøgelsesdata både under og efter undersøgelsens gennemførelse.

Opbygning af dashboard aftales nærmere mellem ordregiver og tilbudsgiver. Det anses endvidere som en fordel, hvis tilbudsgiver har et etableret og gennemtestet system til online afrapporteringer af mystery shopping målinger.

Ad 4) Analyse og udarbejdelse af rapporter

Afrapportering sker hhv. i form af individuelle grafikrapporter fra hvert feriested samt en samlet kommenteret hovedrapport indeholdende resultater fra alle 16 feriesteder, inklusiv opsummerende hovedkonklusioner og anbefalinger.

I rapporterne vægtes kvantitative (objektive målinger) og kvalitative (shoppernes beskrivelser) resultater ligeligt og analyse foretages på baggrund af en analytisk sammenholdning af begge datasæt.

Rapporterne skal endvidere præsentere resultaterne for 2017 i et format der er sammenlignelig med resultaterne i de tidligere målinger og sammenholde analyseresultater over tid (2013, 2014 og 2015).

Rapporterne afleveres senest 2 måneder efter endt dataindsamling.

OPTION - UDVIDELSE AF UNDERSØGELSEN MED OP TIL 10 FERIESTEDER

Opgaven indeholder en option om at udvide undersøgelsen med op til 10 yderligere feriesteder. Optionen indeholder gennemførelse af mystery shopping på disse supplerende feriesteder med samme antal målinger og afrapporteringsform, som beskrevet ovenfor. Tilbuddet skal indeholde prisen pr. feriested.

Ordregiveren meddeler ved kontraktens underskrivelse, om optionen udnyttes – og i hvilket omfang.

Pris

Tilbudsgiver skal angive prisen (DKK, ekskl. moms) for løsning af hele opgaven, ekskl. option, samt angive en særskilt pris for optionen.

Ordregiver har en budgetramme på ca. 450.000 DKK ekskl. moms. Budgetrammen inkluderer ikke optionen.

Ved opstilling af pris bedes tilbudsgiver anføre prisen på delopgaver nævnt i udbudsmaterialet, herunder prisen pr. gennemført besøgsdag/måling (butikker, restauranter osv.).

TILDELINGSKRITERIER

Tildeling af opgaven sker på baggrund af det økonomisk mest fordelagtige tilbud. Det økonomisk mest fordelagtige tilbud udvælges ud fra følgende:

1. Pris (30%):
 - a. Priserne for de udbudte tjenesteydelser, inkl. tilhørende option.

- b. Prisen for tjenesteydelsen, ekskl. option.

2. Kvalitet og Kvalifikationer hos allokerede medarbejdere (70%):

- a. Fordeling på ad hoc og fast tilknyttede shoppere samt deres kompetencer og erfaringer i vurdering og måling af serviceniveau i turismerelaterede servicevirksomheder, herunder erfaring med måling ift. objektive parametre, åbne beskrivelser samt gennemførelse af exit interviews.
- b. Dokumenteret erfaring og kompetencer hos medarbejdere allokaret til opgaven i forhold til analyse af service inden for turisme, herunder brugervenlig analyse af åbne svar samt skriftlig formidling af vejledende værktøjer og anbefalinger. Der ønskes oplyst anciennitet og erfaring på de nøglepersoner der bliver knyttet til opgaven samt specificere medarbejdernes konkrete opgaver og ansvar ift. leverancens delelementer.
- c. Hvorvidt tilbudsgiver har erfaring med rapportering af resultaterne på en let tilgængelig og brugervenlig måde, såvel i form af online-rapportering og i form af kommenterede rapport med konklusioner.
- d. Adgang til et etableret og brugervenligt online afrapporteringssystem (dashboard) med mulighed for individuelle tilpasninger ift. dataudtræk.
- e. Detaljerede procedurer og redskaber til sikring af høj kvalitet i besvarelser i dataindsamlingen, herunder rutiner for kontrol af data og procedurer for oplæring og ansættelse af shoppere.

KONTRAKTMÆSSIGE FORHOLD

I forbindelse med indgåelse af kontrakt med tjenesteyderen indgår følgende forhold som betingelser for samarbejdet:

- At der vedtages procedurer for ugentlig formidling fra tjenesteyderen til ordregiver om status på gennemførte mystery shopping besøg og exit interviews.
- At tjenesteyderen opfylder europæiske standarder for markedsanalyse (ESOMAR).
- At tjenesteyderen har og gennemfører procedurer for opnåelse af høj datakvalitet. Det indebærer bl.a. rutiner for kontrol af data og procedurer for oplæring og ansættelse af kompetente shoppere.
- At kontrakten kan ophæves ved misligholdelse, og at et væsentligt antal manglende mystery shopping målinger anses for at være misligholdelse.
- At prisen for ydelsen reduceres ved manglende antal opnåede mystery shopping målinger den fastsatte pris pr. måling.
- At tjenesteyderen råder over det tekniske udstyr til brug for gennemførelse af interviews på tværs af alle deltagende feriesteder og har fuldt ansvar for udstyret i forbindelse med opgaven.
- At tjenesteyderen har en ansvarsforsikring for alle medarbejdere involveret i opgaven.
- At ordregiver erhverver fuldt ejerskab til alle indsamlede data og resultater i takt med indsamlingen, herunder til metoden for online-rapportering.