



 SHOPTIMIZER



MYSTERY SHOPPING OG EXIT POLLS 2015

- evaluering af service og salg i danske feriebyer

BAGGRUND

Dansk Kyst & Naturturisme har valgt at videreføre det Mystery Shopping, som tidligere er gennemført i regi af Videncenter for Kystturisme i 2013 og 2014. Nærværende undersøgelse er gennemført af Shoptimizer og finansieret af Videncenter for Kystturisme, de deltagende destinationer/kommuner samt Dansk Kyst- og Naturturisme.

Undersøgelsen belyser oplevelsen af centrale kontaktpunkter, turisterne er i berøring med under deres besøg på feriestederne. Målingerne fokuserer på kerneoplevelserne i detailbutikker, spisesteder og i turistbureauerne, hvor formålet er at få indsigt i, hvordan turisterne oplever medarbejdernes imødekommenhed og service samt deres evne til og ønske om at hjælpe med turismerelaterede forespørgsler om lokalområdet.

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 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), et menukort (ikke blot et skilt) og gerne bordservering.

I forbindelse med Mystery Shopping besøgene er der ligeledes gennemført exit interviews med turister i byerne. Spørgerammen bestod af 11 spørgsmål og fokuserede på oplevelsen i detailforretningerne. Resultaterne af disse er med til at give et indblik i, hvilke oplevelser de almindelige turister har af servicen, umiddelbart efter de er kommet ud af butikkerne, om de vil anbefale andre at handle der, og om de har lyst til at komme igen.

MYSTERY SHOPPING

Mystery Shopping beskriver serviceoplevelser ud fra en række konkrete målepunkter. Oplevelserne er indsamlet ved at besøge de deltagne byer som almindelige turister – blot med det formål at besøge udvalgte steder og vurdere den oplevede service og efterfølgende beskrive det ud fra en prædefineret spørgeramme.

Mystery Shopping målinger kan gennemføres alle steder, hvor der er kontakt mellem kunder/gæster og medarbejdere. Målingerne giver en unik mulighed for at få indblik i konkrete 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 for kundetilfredsheden og skal således ikke forveksles med andre typer af kundetilfredshedsmålinger. Mystery Shopping er et dialogskabende værktøj, der – 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 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 alle observationer, hvor hver besøgsrapport gennemlæses og verificeres.

EXIT POLLS

Exit målinger bruges ofte til at få et overordnet og generelt billede af tilfredsheden på udvalgte parametre blandt kunder og gæster. Målingerne afspejler – i modsætning til Mystery Shopping – således den enkelte kundes subjektive oplevelse.

I forbindelse med dette forløb har interviewerne talt med turister, der netop har besøgt en lokal detailbutik. Butikkerne, de har stået uden for, har været almindelige detailbutikker og så vidt muligt ikke supermarkeder, kiosker mv. Butikkerne er således samme type, som har fået besøg af Mystery Shopperne, men det er ikke nødvendigvis præcis de samme butikker. Interviewerne har stillet spørgsmålene ved hjælp af en iPad, umiddelbart efter turisterne har forladt butikkerne. Oplevelserne er således i frisk erindring, og de bliver ikke forstyrret eller forurenet af andre oplevelser i ferielandskabet.

SPØRGERAMMER

Spørgerammerne er opbygget således, at de afdækker den mest grundlæggende salgs- og serviceoplevelse, som man kan forvente i detailbutikker, spisesteder og turistinformationer.

Spørgerammerne har spørgsmål, der går på tværs af alle 3 områder, for at kunne lave tværgående analyser og benchmarks samt en række unikke spørgsmål, som kun vedrører det enkelte område. Desuden er der uddybende kommentarfelter, hvor observatørerne har beskrevet deres oplevelse med udgangspunkt i de opstillede målepunkter.

Spørgerammen for exit interviews fokuserer på turisternes loyalitet og anbefalingsvillighed, ligesom der bliver brugt en del spørgsmål fra spørgerammen for detailområdet.

SKALA OG POINTAFGIVELSE

Alle spørgsmål er med enkelte undtagelser blevet besvaret på en 5-punktsskala (*Slet ikke, I mindre grad, Hverken eller, I nogen grad, I høj grad* eller *Meget dårlig, Dårlig, Hverken eller, God, Meget god*).

ANTAL GENNEMFØRTE OBSERVATIONER

- I de 32 byer er der foretaget i alt 4020 målinger, fordelt på 1780 Mystery Shopping-besøg og 2240 exit interviews.

Byerne, der blev besøgt, var:

- | | |
|--------------------------|-------------------|
| • Billund-Grindsted | • Hundested |
| • Blokhus | • Hvide Sande |
| • Bork Havn | • Kerteminde |
| • Bønnerup / Fjellerup | • Marielyst |
| • Dragør | • Nyk. Sj./Rørvig |
| • Ebeltoft | • Præstø |
| • Fanø | • Ringkøbing |
| • Fredensborg By | • Rømø |
| • Frederiksværk | • Samsø |
| • Fåborg | • Skagen |
| • Gilleleje | • Stege |
| • Gudhjem | • Sønderborg |
| • Haderslev | • Søndervig |
| • Helsingør | • Viborg |
| • Hillerød | • Vordingborg |
| • Holstebro / Thorsminde | • Aabenraa |

METODE

I hver by er der foretaget 126 observationer, fordelt på:

- 35 Mystery Shopping besøg i detailbutikker
- 14 Mystery Shopping besøg på spisesteder
- 7 Mystery Shopping besøg på turistkontoret
- 70 exit interview ved detailforretninger

RAPPORTERING

De overordnede resultater for 2015 for Mystery Shopping præsenteres indledningsvis i tabelform, hvor samtlige målinger er inkluderet for hver by. Efterfølgende vil resultaterne for hhv. detailbutikker (inkl. exit interviews), spisesteder og turistkontor blive præsenteret. Derefter præsenteres igen en række tværgående resultater. I hvert afsnit vil de overordnede resultater kunne aflæses i forhold til tidligere år. Den overordnede historiske udvikling inkluderer alle data fra tidligere år. De byer, der har medvirket i 2013 og 2014 får ligeledes vist udviklingen i udvalgte grafer og tabeller. I 2013 deltog 20 byer, og i 2014 deltog 25 byer. Af de 32 byer, der deltog i år, har de 15 byer været med tidligere. I forhold til resultaterne er der ikke en signifikant forskel i forhold til tidligere år. Ser man på toplisterne for de enkelte områder, kan der dog ses en lille tendens til, at de nye byer, som i størrelse og udbud af butikker, klarer sig en smule bedre, mens at byer der har deltaget tidligere, klarer sig bedre på Turistkontorerne.

På de efterfølgende slides vil de enkelte spørgsmål i hvert afsnit blive præsenteret med svarfordeling og den samlede score. Løbende igennem præsentationen vises udvalgte kommentarer, der repræsenterer generelle tendenser for serviceoplevelserne.

Rapportens resultater angives i procent (antal opnåede point/antal mulige point * 100). I tabeller og oversigter benyttes desuden "smileys" og farvekoder (rød, gul og grøn) for at synliggøre gode resultater og fremtidige fokusområder.



0-49%



50-79%



80-100%

Farveinddelingen er uændret i forhold til målingerne i 2013 og 2014. De er valgt ud fra, at Shoptimizer generelt ønsker, at Mystery Shopping er et redskab, som både motiverer og udfordrer modtagerne.

Da der er relativt få målepunkter i de enkelte spørgerammer samt stor forskel på de besøgte steder inden for hvert område, er skillelinjen ved 80% valgt ud fra en betragtning om, at man på det enkelte besøg – og i undersøgelsen som helhed – gennemsnitlig skal score *I nogen grad* på den valgte 5-punktsskala for at ligge i det grønne interval med en "glad smiley". For at ligge i det røde interval med en "sur smiley" skal man gennemsnitlig score *I mindre grad*. Ud fra den betragtning kan man argumentere for, at farveintervallerne er sat konservativt, og at man på sigt bør opsætte højere mål for serviceoplevelserne på feriestederne. Shoptimizer peger dog på, at man i den sammenhæng ligeledes bør tillægge den værdi, at der er en motiverende faktor i at kunne opnå 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.

Foruden den samlede rapport modtager hver by en individuel rapport med egne resultater og kommentarer.

Er der ønske om adgang til yderligere data, de udfyldte besøgsrapporter mv. kan dette tilgås via Shoptimizers online rapporteringsportal. Kontakt Dansk Kyst- og Naturturisme eller Shoptimizer for yderligere information.

OPSUMMERING

Udviklingen i antallet af deltagende byer har været yderst positiv og er således oppe på 31 byer i 2015. Sammensætningen af byerne har ændret sig. I år har 15 byer deltaget siden 2013, og der er kommet 17 nye byer til.

Mystery Shopping er et øjebliksbillede af den oplevelse, turisterne har, når de besøger byerne under deres ferie. I løbet af denne sommer har vi indsamlet mere end 1700 af disse øjeblikke, hvilket giver et solidt indblik i, hvad der opleves, når gæsterne kommer til byen.

På de overordnede afsnit **Faciliteter** og

Velkomst/Imødekommenhed ligger resultaterne på et stabilt niveau, og gæsterne oplever såvel fine og ryddelige lokaler samt velsoignerede, imødekommende og opmærksomme medarbejdere.

På **Salgsindsatsen** er der sket en betydelig forbedring på mere end 10 %-point på flere spørgsmål. Det gælder bl.a. spørgsmål vedrørende medarbejdernes initiativ til dialog, deres indsats i forhold til mersalg og opsalg i butikkerne samt opmærksomhed på gæsternes behov for hjælp. Dette er en yderst positiv udvikling i forhold til at udnytte salgspotentialet, der ligger i den enkelte gæsts besøg, hvilket der for den enkelte butik og spisested kan gøre en markant forskel på indtjeningen.

Turismeservice ligger nogenlunde stabilt, men har oplevet et fald på ca. 5 %-point vedrørende medarbejdernes evne til at svare på spørgsmål og hjælpe gæsterne med turismerelaterede spørgsmål. Heldigvis trækker resultaterne for medarbejderes initiativ til at nævne andre ting i lokalområdet samt deres positive omtale af mulighederne op i det samlede resultat.

Den samlede vurdering af besøgene i detailbutikker, spisesteder og på turistkontorerne bliver fordelt på henholdsvis oplevelsen som turist og som almindelig kunde. Den grundlæggende service – imødekommenhed, salg mv. – ligger stabilt i forhold til tidligere år, mens der for selve turismeservicen er sket en forbedring på 5,1%-point i forhold til 2014 og 7,1%-point i forhold til 2013. På tværs af alle områder har 76,6% Mystery Shoppere vurderet oplevelsen som turist som ”god” eller ”meget god”.

Hvor der fra 2013 til 2014 skete en forbedring på medarbejdernes ”bløde” sider (smil og imødekommenhed), er der sket en synlig forbedring på tværs af næsten alle målepunkter fra 2014 til 2015.

Shoptimizer foretager årligt 15-20.000 Mystery Shopping besøg, og selvom der salgsmæssigt stadig er et uudnyttet potentiale i de deltagende byer, ligger resultaterne efterhånden tæt på hvad, vi oplever på tværs af detailhandlen generelt.

Hvis man skal løfte kontakten fra at være en *ekspedition* til en *service*, er det enkelte få ting, der kan gøre en forskel. Af de turister, der vurderer, at de er blevet hilst på/anerkendt ved ankomst, mener 90,8% således, at serviceoplevelsen har været *God* eller *Meget god*, mens det tilsvarende tal for de, der ikke blev hilst på/anerkendt, er 45,7%. Den grundlæggende service kan alle arbejde med og forholde sig til, ligesom håndtering af turismerelaterede spørgsmål ville kunne implementeres ved intern dialog i forretningerne.

SAMLET SCORE: MYSTERY SHOPPING

n = 1778

Samlet:
totalscore



80,1%

Detail
2015



79,2%

Spisesteder
2015



79,2%

Turistkontor
2015



88,6%

2013



67,4

2014



73,3

2013



74,1

2014



75,5

2013



86,3

2014



90,0

TOPLISTE: MYSTERY SHOPPING

n = 1778

Samlet:
totalscore



80,1%

		Detail	Spisested	Turistkontor	Total 2015	
TOP 3	1	Gilleleje	86,7	84,3	99,7	87,4
	2	Ringkøbing	85,1	83,6	96,7	85,9
	3	Faaborg	82,7	85,2	94,3	84,6
	4	Fredensborg by	85,9	78,3	89,6	84,3
	5	Skagen	83,8	80,0	96,7	84,2
	5	Stege	83,1	81,9	97,3	84,2
	7	Hundested	80,7	86,5	94,0	83,5
	8	Billund / Grindsted	82,3	80,6	96,9	83,1
	9	Hillerød	83,8	80,4	84,2	82,9
	10	Frederiksværk	83,8	80,0	N/A	82,7
	10	Helsingør	84,1	73,7	96,4	82,7
	12	Dragør	85,4	80,1	71,7	82,6
	12	Viborg	80,5	81,9	97,9	82,6
	14	Nyk. Sj./Rørvig	80,9	80,6	91,1	81,9
	15	Marielyst	78,2	86,3	92,6	81,7
	16	Præstø	81,0	78,7	92,7	81,4
	17	Hvide Sande	80,2	78,8	94,3	81,3
	18	Holstebro / Thorsminde / Fjand	81,1	75,6	91,1	80,7
	19	Kerteminde	79,7	76,4	89,0	79,8
	20	Haderslev	82,3	66,4	96,4	79,7
	21	Søndervig	82,2	84,4	49,1	79,4
	22	Vordingborg	81,0	75,5	67,3	78,2
	23	Blokhush	71,6	86,2	98,2	78,1
	24	Samsø	75,4	74,5	98,8	77,6
	25	Gudhjem	77,5	74,9	74,3	76,5
	26	Sønderborg	73,8	76,0	93,8	76,4
	27	Ebeltoft	72,6	76,3	97,9	76,2
	28	Aabenraa	73,4	81,5	78,3	76,0
	29	Bønnerup / Fjellerup	74,1	72,0	99,6	75,5
BUND 3	30	Bork Havn	72,2	82,0	61,0	73,6
	31	Fanø	69,0	74,5	81,3	71,6
	32	Rømø	61,4	77,1	85,7	67,9
		Gennemsnit alle byer	79,2	79,2	88,6	80,1

TOPLISTE: MYSTERY SHOPPING

n = 1778

		Faciliteter/ Omgivelser	Velkomst/ Imødekom- menhed	Salg	Turisme- service	Maden	Afsked	Samlet vurdering	Total 2015	
TOP 3	1	Gilleleje	96,7	96,4	75,0	80,2	91,1	98,2	88,3	87,4
	2	Ringkøbing	97,5	90,8	74,6	81,8	91,1	92,4	84,8	85,9
	3	Faaborg	94,0	89,7	75,6	78,9	89,3	92,0	85,5	84,6
	4	Fredensborg by	94,9	94,3	81,6	70,1	98,2	96,0	83,8	84,3
	5	Skagen	95,3	89,7	66,9	81,5	96,4	89,3	86,7	84,2
	5	Stege	91,3	89,1	63,3	87,1	89,3	91,5	84,5	84,2
	7	Hundested	95,8	90,8	74,2	75,1	92,9	96,0	81,4	83,5
	8	Billund / Grindsted	95,2	89,7	73,9	75,3	91,1	86,4	86,1	83,1
	9	Hillerød	96,2	93,9	76,9	70,7	80,4	94,2	80,2	82,9
	10	Frederiksværk	94,4	91,8	74,2	72,3	91,1	92,3	83,4	82,7
	10	Helsingør	95,3	90,9	70,9	75,4	73,2	93,3	82,6	82,7
	12	Dragør	93,1	90,5	74,1	75,4	75,0	92,0	81,7	82,6
	12	Viborg	95,3	90,8	70,7	77,8	83,9	89,7	77,9	82,6
	14	Nyk. Sj./Rørvig	96,0	85,4	67,3	76,5	96,4	92,0	84,0	81,9
	15	Marielyst	93,3	85,4	61,7	81,8	96,4	92,0	81,4	81,7
	16	Præstø	94,8	87,9	66,9	76,0	87,5	89,5	82,5	81,4
	17	Hvide Sande	94,2	86,9	68,4	75,9	89,3	88,8	81,7	81,3
	18	Holstebro / Thorsminde / Fjand	91,7	88,5	64,3	76,8	83,9	93,3	78,6	80,7
	19	Kerteminde	87,5	86,5	66,4	76,7	87,5	87,1	80,0	79,8
	20	Haderslev	94,2	89,1	65,0	73,1	78,6	87,1	78,6	79,7
	21	Søndervig	93,8	83,3	69,9	72,0	91,1	85,7	81,2	79,4
	22	Vordingborg	91,3	86,8	69,0	67,2	71,4	93,3	79,0	78,2
	23	Blokhush	91,1	85,9	52,1	77,2	89,3	91,5	77,9	78,1
	24	Samsø	93,1	85,4	50,8	78,4	94,6	86,2	74,0	77,6
	25	Gudhjem	90,7	85,2	61,1	71,2	76,8	86,8	73,6	76,5
	26	Sønderborg	94,2	86,6	50,6	71,9	91,1	88,8	75,2	76,4
	27	Ebeltoft	93,3	82,3	51,1	75,4	92,9	82,6	75,7	76,2
	28	Aabenraa	95,5	82,7	60,3	65,3	92,9	92,9	76,4	76,0
	29	Bønnerup / Fjellerup	94,0	84,7	50,8	72,2	80,4	79,6	77,7	75,5
BUND 3	30	Bork Havn	92,6	78,9	55,7	68,4	98,2	78,7	73,0	73,6
	31	Fanø	87,5	76,0	48,9	68,4	89,3	81,7	76,0	71,6
	32	Rømø	96,4	72,9	33,3	64,8	87,5	79,9	71,4	67,9
Gennemsnit alle byer		93,8	87,1	64,6	74,7	88,1	89,4	80,2	80,1	

Detail

I følgende afsnit vil resultaterne af besøgene i detailbutikkerne blive præsenteret.

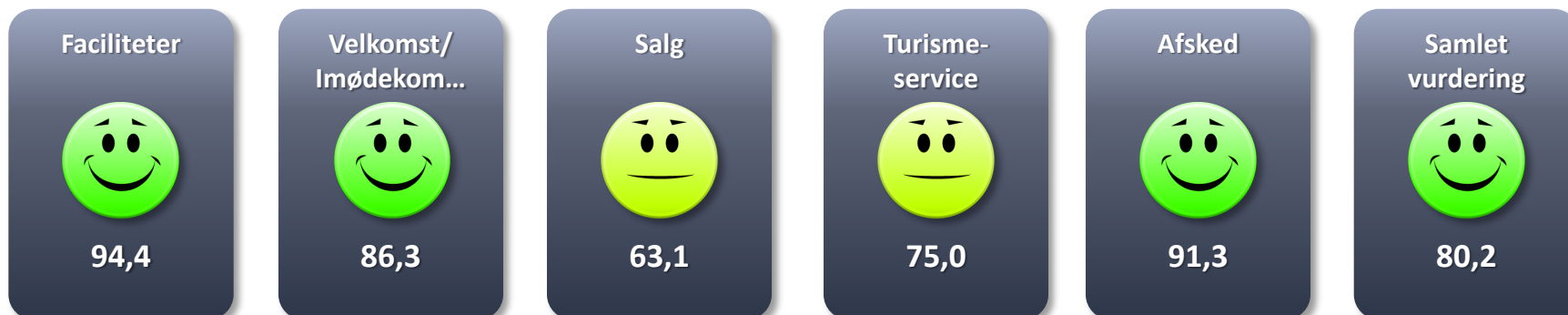
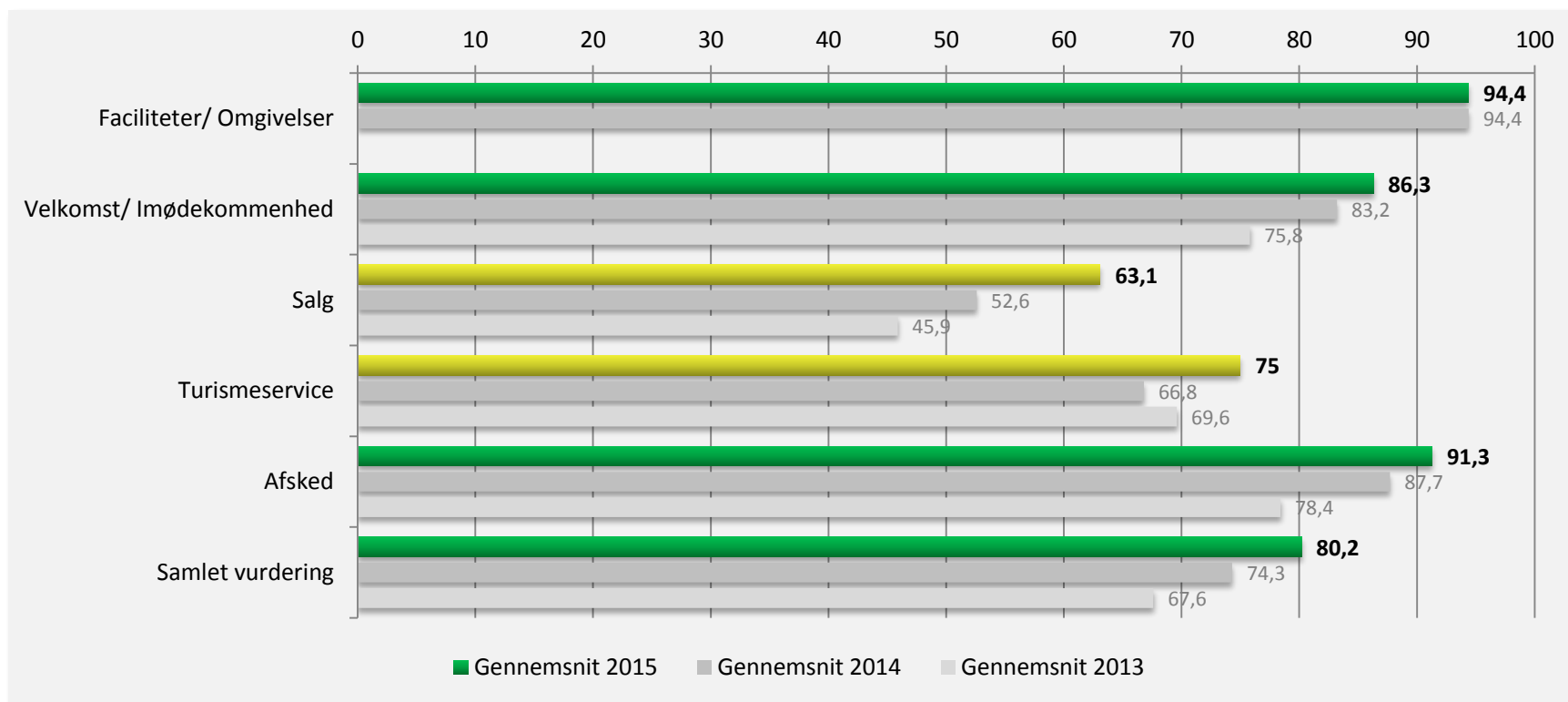
DETAIL: SAMLET

n = 1118

Detail
totalscore



79,2%



DETAIL: TOPLISTE

n = 1118

		Faciliteter/ Omgivelser	Velkomst / Imødekom- menhed	Salg	Turisme- service	Afsked	Samlet vurdering	Total 2015	Total 2014	Total 2013	
TOP 3	1	Gilleleje	96,8	95,5	77,6	77,7	98,6	88,9	86,7	80,1	74,7
	2	Fredensborg by	95,4	94,8	81,4	74,1	99,3	86,8	85,9	N/A	N/A
	3	Dragør	97,9	91,7	74,8	79,3	96,4	86,1	85,4	N/A	N/A
	4	Ringkøbing	98,2	88,8	71,0	83,8	95,0	85,4	85,1	N/A	N/A
	5	Helsingør	94,3	92,4	75,0	76,1	95,0	85,7	84,1	N/A	N/A
	6	Frederiksværk	93,9	92,6	76,4	75,0	94,3	83,6	83,8	N/A	N/A
	6	Hillerød	94,6	94,3	77,1	72,7	97,9	82,1	83,8	77,3	N/A
	6	Skagen	96,8	89,8	69,3	81,1	89,3	86,4	83,8	73,3	N/A
	9	Stege	95,0	87,1	60,2	87,5	95,0	84,6	83,1	81,0	74,0
	10	Faaborg	93,2	86,0	77,6	76,4	91,4	83,2	82,7	N/A	N/A
	11	Billund / Grindsted	96,1	87,9	75,5	74,1	85,7	85,0	82,3	84,9	81,5
	11	Haderslev	96,4	90,5	65,7	78,4	95,0	82,5	82,3	N/A	N/A
	13	Søndervig	96,4	89,5	65,7	79,3	93,6	82,1	82,2	66,7	60,2
	14	Holstebro / Thorsminde / Fjand	92,1	86,7	65,0	80,4	95,7	80,0	81,1	N/A	N/A
	15	Præstø	95,0	87,1	63,6	78,2	92,1	83,9	81,0	N/A	N/A
	15	Vordingborg	91,4	89,0	70,0	73,4	95,0	83,2	81,0	N/A	N/A
	17	Nyk. Sj./Rørvig	97,1	82,4	65,7	77,7	93,6	85,4	80,9	76,1	66,9
	18	Hundested	93,9	89,5	75,5	69,8	93,6	77,1	80,7	N/A	N/A
	19	Viborg	95,7	90,0	68,1	74,8	90,7	75,7	80,5	N/A	N/A
	20	Hvide Sande	96,1	86,2	67,4	74,1	89,3	82,1	80,2	75,5	63,2
	21	Kerteminde	88,6	86,7	64,0	77,5	91,4	82,5	79,7	N/A	N/A
	22	Marielyst	91,1	83,6	58,3	79,5	89,3	78,9	78,2	70,5	65,6
	23	Gudhjem	91,1	86,2	60,0	73,9	93,6	76,1	77,5	N/A	N/A
	24	Samsø	96,8	82,9	48,1	77,5	88,6	73,2	75,4	71,7	N/A
	25	Bønnerup / Fjellerup	96,4	83,8	46,4	72,5	80,7	78,6	74,1	N/A	N/A
	26	Sønderborg	93,6	84,0	46,9	72,3	88,6	74,6	73,8	82,8	83,0
	27	Aabenraa	96,8	84,0	56,9	61,1	92,9	73,6	73,4	N/A	N/A
	28	Ebeltoft	94,6	78,6	47,1	72,9	82,9	74,3	72,6	71,5	66,3
	29	Bork Havn	92,8	79,3	49,7	71,0	84,1	71,2	72,2	N/A	N/A
BUND 3	30	Blokhus	88,9	79,0	47,6	71,1	88,6	71,4	71,6	72,0	58,1
	31	Fanø	85,7	76,0	44,8	66,1	85,7	75,4	69,0	77,5	71,4
	32	Rømø	97,1	66,9	24,5	59,6	79,3	67,5	61,4	74,0	60,9
Gennemsnit alle byer		94,4	86,3	63,1	75,0	91,3	80,2	79,2	73,3	67,4	

Der er foretaget 35 detailbesøg i hver by, bortset fra Bork Havn, hvor der kun er foretaget 33 pga. lukkede butikker under et af besøgene.
I Holstebro/Thorsminde/Fjand og Bønnerup/Fjellerup har det været nødvendigt at lave besøg i henholdsvis Ulfborg og Glesborg også pga. få butikker.

DETAIL: SPØRGERAMME

n = 1118

		Gennemsnit alle byer 2015
Faciliteter/ omgivelser	Var faciliteterne/omgivelserne ryddelige?	93,7
	Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?	95,1
	I alt	94,4
Velkomst / Imødekommelse	Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	75,6
	Var medarbejderen præsentabel/velsoigneret?	96,3
	Virkede medarbejderen imødekommende?	87,1
	I alt	86,3
Salg	Tog medarbejderen initiativ til dialog?	68,7
	Virkede medarbejderen opmærksom på, om du havde brug for hjælp mens du var i butikken?	67,1
	Forsøgte medarbejderen aktivt at sælge noget til dig?	53,4
	I alt	63,1
Turismeservice	Var personen interesseret i at hjælpe med turisme-relaterede spørgsmål?	86,1
	Kunne personen hjælpe dig?	81,0
	Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere forslag og information om områdets muligheder?	55,4
	Blev områdets muligheder omtalt på en positiv og indbydende måde?	77,4
	I alt	75,0
Afsked	Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	91,3
	I alt	91,3
Samlet vurdering	Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?	81,8
	Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?	78,7
	I alt	80,2
TOTAL		79,2

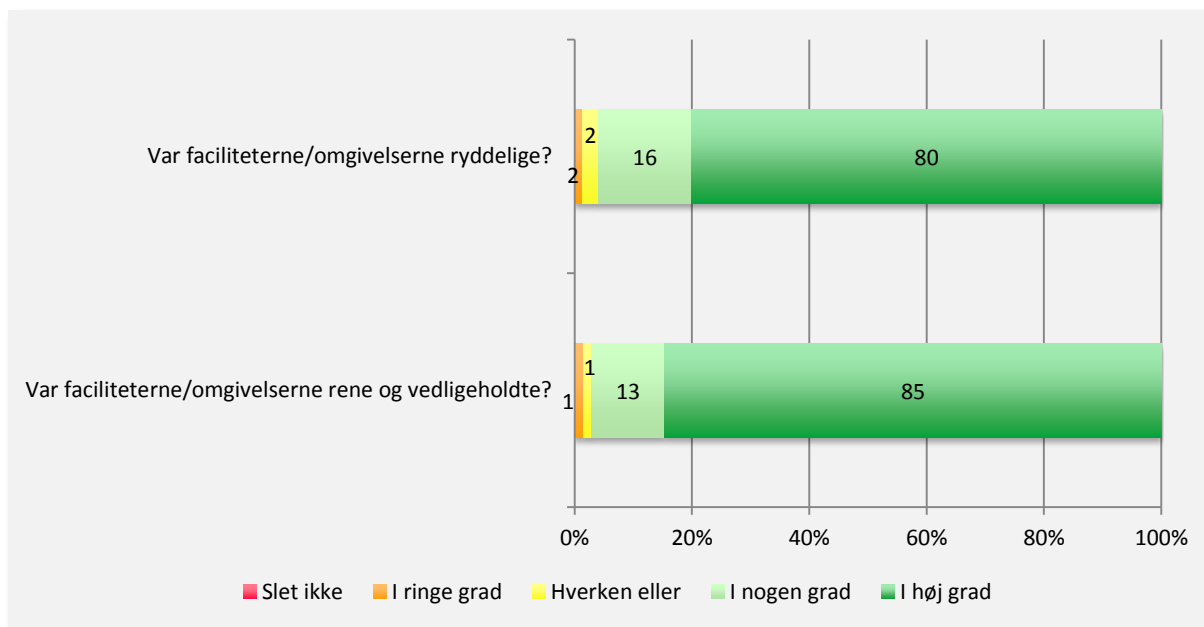
DETAIL: FACILITETER / OMGIVELSER

n = 1118

Detail:
Faciliteter
totalscore



94,4%



"Da jeg kom ind i forretningen, var der pæn og ryddeligt over det hele. Der var fyldt op med varer og det var nemt for mig, at danne mig et overblik over butikkens varer. (...) "

"(...) Butikken var enormt hyggelig og flot at gå rundt i. Det var tydeligt, at der var blevet gjort noget ud af at skabe en god stemning inde i butikken. Der var meget ryddeligt, pænt og lyst inde i butikken. (...) "

"Der var rent og pænt over det hele i butikken og der var fyldt op med varer, som var pænt og inspirerende udstillet i butikken."

" Der var meget smalle gange med varer fra gulv til loft og det var svært at komme forbi andre kunder på gangarealerne. Butikken virkede ret rodet, ligesom at det var svært at få et overblik over varesortimentet."

"I henhold til vedligeholdelse var butikken meget nedslidt. Trapperne var i stykker, idet belægningen var skrækket af, således at glasuld, søm og ledninger strittede ud. Ligeledes var trinnene ujævne, og cementen smuldrede. Varelageret var meget blandet og tilfældigt, men der virkede i nogen grad rent."

" Jeg fik indtryk af, at jeg kom og afbrød en meget vigtig rengøring og at jeg i det hele taget var lidt i vejen med mine spørgsmål."

Var faciliteterne/omgivelserne ryddelige?	Gennemsnit alle byer 2015	93,7
Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?		95,1
I alt		94,4

DETAIL: VELKOMST/IMØDEKOMMENHED

n = 1118

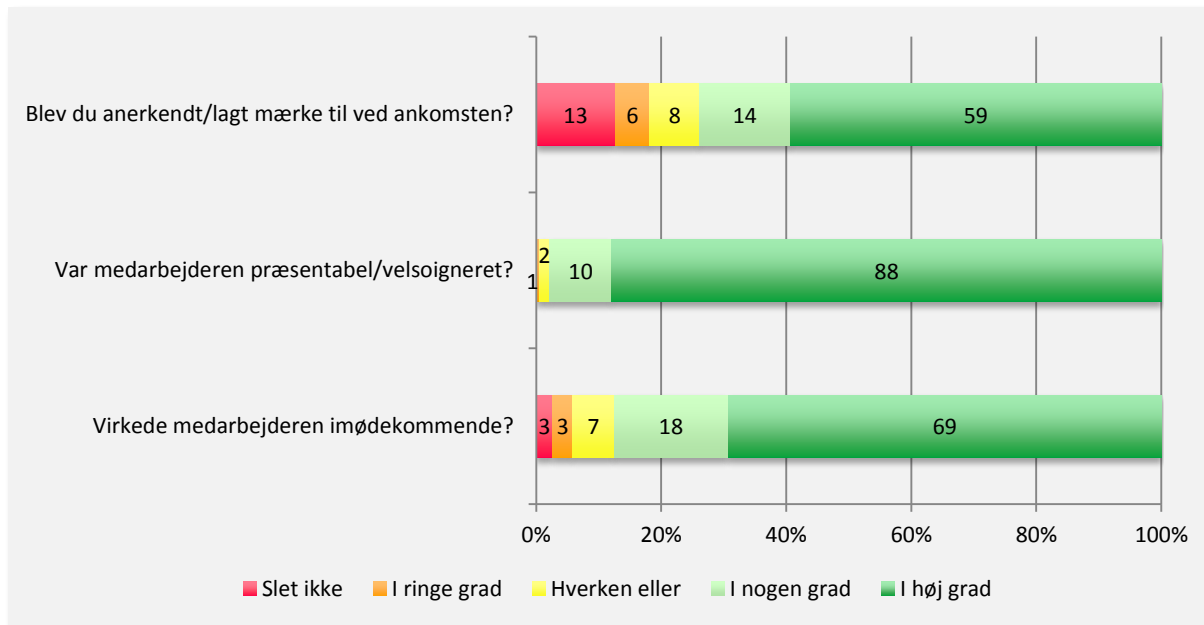
Detail:

Velkomst/Imødekom...

Totalscore



86,3%



Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?
Var medarbejderen præsentabel/velsoigneret?
Virkede medarbejderen imødekommende?
I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

75,6

96,3

87,1

86,3

"Jeg oplevede medarbejderen som meget engageret og imødekommende. Medarbejderen var opmærksom på mig med det samme og da jeg spurgte til en bestemt type vare, fik jeg lov til at se den nye levering der netop var ankommet til butikken"

"Medarbejderen var i høj grad imødekommende og venlig over for mig. Medarbejderen anerkendte mig med et smil og en hilsen, da jeg kom ind i butikken. Medarbejderen startede en dialog med mig og var meget engageret i at hjælpe mig som kunde."

"Min tilstedeværelse blev slet ikke anerkendt, da jeg ankom til butikken. Jeg måtte derfor selv tage kontakt til medarbejderen, da jeg havde spørgsmål til forretningens produkter."

"Jeg blev ikke anerkendt, da jeg kom ind i butikken. Medarbejderne hilste ikke, og anerkendte mig ikke, mens jeg var i butikken."

"Jeg måtte selv gøre en ret aktiv indsats for overhovedet at få medarbejderne i tale, og da det endelig lykkedes, virkede de fortravlede og ikke imødekommende overhovedet. Jeg opholdt mig længe alene i butikken og kunne nemt være spankuleret ud af butikken med det halve varesortiment uden at nogen ville have opdaget det."

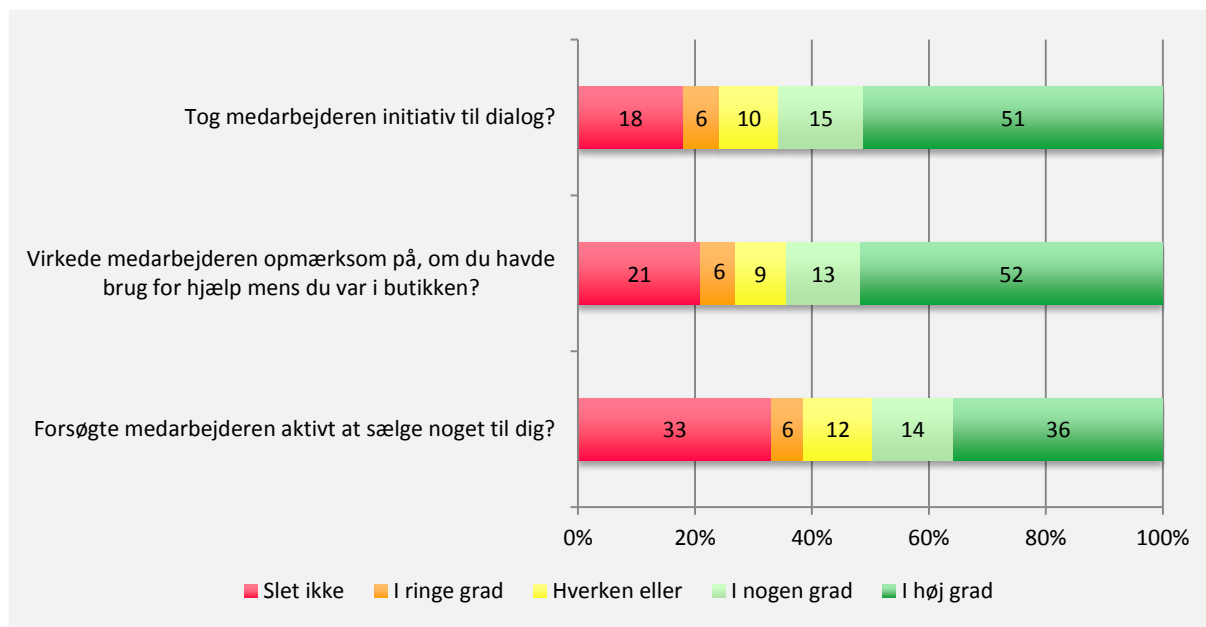
DETAIL: SALG

n = 1118

Detail:
Salg
totalscore



63,1%



Tog medarbejderen initiativ til dialog?

Virkede medarbejderen opmærksom på, om du havde brug for hjælp mens du var i butikken?

Forsøgte medarbejderen aktivt at sælge noget til dig?

I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

68,7

67,1

53,4

63,1

"Medarbejderen var meget interesseret og engageret i at sælge mig forskellige ting og stillede mig gode og uddybende spørgsmål, for at afdække mine ønsker og købsbehov."

"Vedkommende var meget opsat på at sælge mig varer. Jeg spurgte ind til en bestemt vare, og medarbejderen kom med mange forslag i forskellige prisklasser og viste mig flere produkter."

"Jeg var i butikken i 15-20 minutter og var tæt på mange ekspedienter, uden at blive opøgt, selvom jeg sendte klare købssignaler. Oplevelsen blev bedre, da jeg mødte ekspedienten ved kassen. Denne var frisk på at snakke lidt om området og tingene i butikken."

"Medarbejderen svarede, at hvis varen ikke var på hylden, så var den udsolgt. Medarbejderen kiggede ikke efter eller forsøgte på at sælge mig en alternativ vare."

"Der blev ikke vist nogen form for interesse. Der blev ikke forsøgt mersalg, men medarbejderen smilede dog venligt og snakkede om produktet, da jeg skulle betale."

"Vedkommende henvendte sig ikke til mig, selvom jeg udviste mange købssignaler. Medarbejderen var passiv og ikke aktivt sælgende."

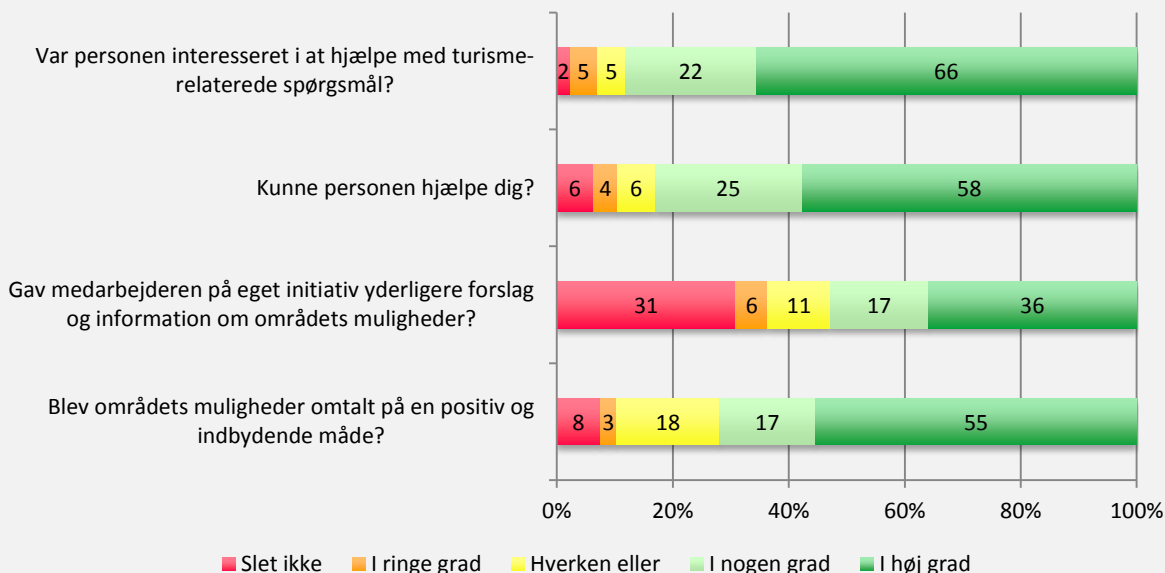
DETAIL: TURISMESERVICE

n = 1118

Detail:
Turismeservice
totalscore



75,0%



"(...) Medarbejderen spurgte interesseret ind til min ferie og gav sig tid til at tale med mig. Medarbejderen havde hele tiden øjenkontakt med mig."

"Da jeg spurgte medarbejderen, om der var et badeland eller lignende i området, svarede medarbejderen, at der desværre ikke var et badeland i nærheden, men at der derimod var en dejlig strand i byen. Der var også mulighed for at tage ind til en anden by, hvor man kunne tage i svømmehallen. Medarbejderen anbefalede mig desuden at besøge byens marked, hvis det ikke var godt badevejr."

"Jeg spurgte medarbejderen ved kassen, om der var en legeplads i nærheden, hvor vedkommende ikke noget om og var ikke herfra byen og kunne derfor ikke hjælpe. Sælgeren forsøgte ikke at hjælpe mig yderligere på nogen måde og kom endvidere ikke ind på områdets muligheder."

"Der var ikke den store hjælp at hente, og medarbejderen gav egentlig nærmere et indtryk af, at området ikke havde noget at byde på. Jeg ville som turist have været skuffet over meldingen og måske haft lidt en følelse af, at jeg havde valgt det forkerte område at holde min ferie i."

"Set med turistbriller var besøget en dårlig oplevelse. Medarbejderne kunne intet som helst anbefale."

**Gennemsnit
alle byer
2015**

Var personen interesseret i at hjælpe med turisme-relaterede spørgsmål?

86,1

Kunne personen hjælpe dig?

81,0

Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere forslag og information om områdets muligheder?

55,4

Blev områdets muligheder omtalt på en positiv og indbydende måde?

77,4

I alt

75,0

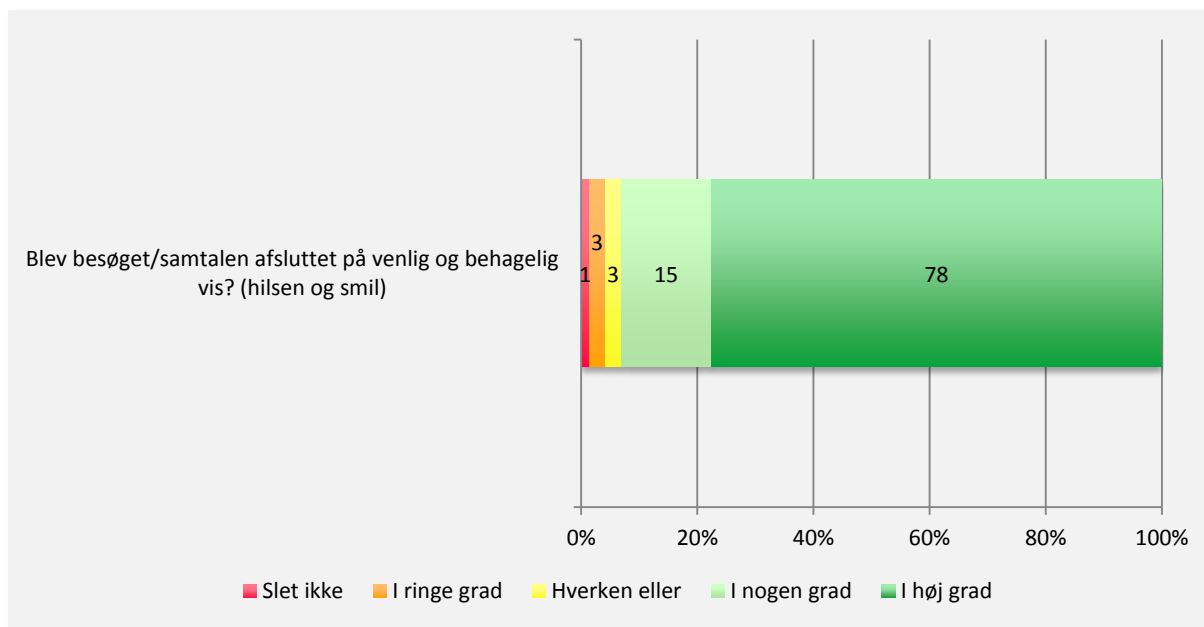
DETAIL: AFSKED

n = 1118

Detail:
Afsked
totalscore



91,3%



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

I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

91,3

91,3

"Da jeg forlod butikken, fik jeg et smil og et "Kan du have en rigtig god dag her på Samsø". Dette resulterede i, at jeg tog mig selv i at gå ud af butikken med et smil på læben."

"Ved afsked blev jeg ønsket en rigtig god dag og fik af vide, at jeg var meget velkommen tilbage."

"Afslutningen på besøget var fint og behageligt og medarbejderen ønskede mig en god tur."

"Medarbejderen fortalte også om aktiviteterne på de forskellige steder samt forklarede mig vejen dertil. Jeg fik en venlig afsked, da jeg skulle forlade butikken, hvor medarbejderen ønskede mig en rigtig god ferie."

"Der blev ikke forsøgt noget salg og ikke ønsket god dag/weekend eller lignende."

"Da jeg stod ved kassen, og skulle betale var medarbejderen ikke fokuseret på mig, men kiggede hele tiden ned. Medarbejderen sagde ikke farvel og tak til mig, da jeg forlod butikken."

"Medarbejderen var venlig, men vedkommende var ikke så smilende, og svarede kortfattet på mine spørgsmål. Jeg fik ingen afskedshilsen, da jeg gik."

DETAIL: SAMLET VURDERING

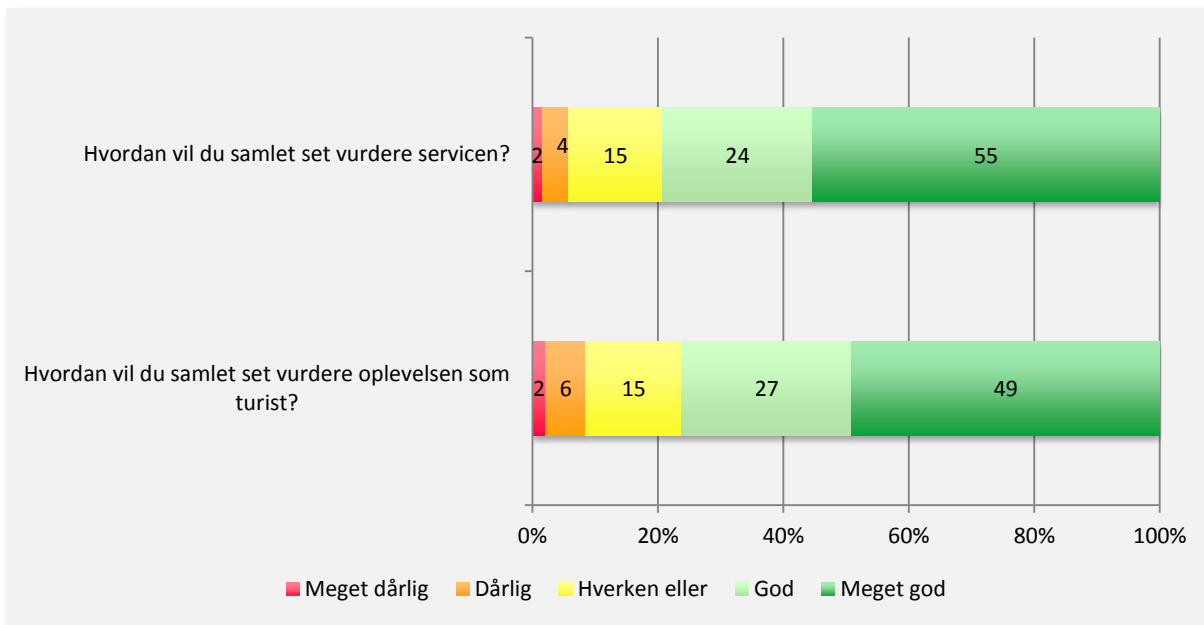
n = 1118

Detail:

Samlet vurdering
totalscore



80,2%



Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?
Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?
I alt

Gennemsnit alle byer 2015
81,8
78,7
80,2

"Der var en hyggelig stemning i butikken, og jeg følte mig anerkendt af personalet, som udviste stor viden omkring varerne i butikken. Alt i alt var det en god oplevelse at besøge butikken, og jeg fik en rigtig god service."

"Det var en meget positiv oplevelse, lige fra jeg trådte ind i butikken, og indtil jeg forlod den. Medarbejderen var smilende og imødekommende. Endvidere virkede vedkommende glad og snakkesalig. Jeg følte mig meget velkommen i butikken. Medarbejderen ville meget gerne hjælpe med at svare på mine spørgsmål. Butikken fremstod pæn, ren og ryddelig over alt. (...) Alt i alt var det en meget god oplevelse."

Den samlede oplevelse var ikke god. Sælgeren i butikken var ikke opmærksom på at hjælpe mig og havde travlt med at sætte varer på plads. Jeg blev ikke hilst på ved ankomsten og ingen henvendte sig og spurgte om jeg havde brug for hjælp. Da jeg selv henvendte mig, blev jeg ikke hjulpet, men sælgeren pegede bare på hylden med den efterspurgte vare. Selve butikken var rodet, og der lå tøj på gulvet flere steder. Alt i alt var det ikke tilfredsstillende."

"Alt i alt virkede medarbejderen meget forstyrret af at have sine børn med på arbejde og medarbejderen virkede ikke interesseret i at svare uddybende på turistspørgsmålet."

DETAIL: OPSUMMERING

Der er gennemført i alt 1118 målinger i detailforretninger i de 32 byer. Målingerne er i udgangspunktet foretaget i regulære detailforretninger (tøj-, sko- og sportsforretninger, gallerier mv.), for at sikre, at der er mulighed at få en længerevarende dialog med medarbejderne i butikken. Enkelte steder har antallet af butikker i det specifikke område ikke muliggjort dette, hvorfor enkelte besøg er foretaget i nærliggende byer/byområder.

Butikkernes **Faciliteter** får meget høje vurderinger af Mystery Shopperne, og det hører til sjældenhederne, at der opleves rodede og utiltalende butikker. Alle byer har således scoret over 85% på den samlede score på afsnittet **Faciliteter / Omgivelser**.

27 ud af 32 byer har scoret over 80% på **Velkomst og Imødekommenhed**. Formår medarbejderne at score højt på dette afsnit, er det et godt udgangspunkt for den videre dialog med turisterne, og det er med til at forbedre den samlede oplevelse i butikkerne. På spørgsmålet "Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomst?" har der fra 2013 til 2014 og fra 2014 til 2015 også været en positiv udvikling. Således bliver der på dette spørgsmål nu scoret 75,6% (2014: 66%), og det nærmer sig således den overordnede målsætning om at opnå 80% på alle spørgsmål. De øvrige to spørgsmål i afsnittet – medarbejdernes visuelle fremtræden og imødekommenhed – opnår flotte score på hhv. 96,3% og 87,1%, hvilket i begge tilfælde er på samme niveau som tidligere.

Mystery Shopperne skal altid sørge for at komme i dialog med medarbejderne i forhold til **Salgsprocessen**. Allerhelst skal medarbejderne opsøge dem, ellers vil Mystery Shopperen søge kontakt ved at stille et spørgsmål. Når dialogen er i gang, er det oplagt, at medarbejderen aktivt forsøger at påvirke turisten til at købe produktet. Det er selvfølgelig et af de områder, der kræver mest af medarbejderne – men omvendt også det, der gør en forskel for butikkernes driftsmæssige resultater. Salgsprocessen har udviklet sig yderst positivt på alle tre spørgsmål i afsnittet, og over 50% af alle Mystery Shoppere oplever nu, at medarbejderne selv tager initiativ til dialog og er opmærksomme på, om Mystery Shopperne har brug for hjælp. Det opleves stadig, at enkelte medarbejdere ikke helt formår eller forstår at prioritere kunderne over andre gøremål i butikken, men den positive udvikling i den opsøgende kontakt er ikke til at tage fejl af.

I afsnittet **Turismeservice** undersøges noget af det, der ligger lidt uden for medarbejdernes normale arbejdsområde, men som man i destinationssammenhæng kan arbejde videre med at udvikle, og som giver turisterne en rigtig god serviceoplevelse. For afsnittet som helhed nærmer byerne sig målsætningen om en score på 80%. 86% vurderer medarbejderen til at være interesseret i at hjælpe med turismerelaterede spørgsmål. Medarbejdernes evner til at hjælpe og besvare spørgsmålene vedrørende lokale udflugtsmål samt at omtale mulighederne i positive vendinger mv. udvikler sig således positivt ift. 2013 og 2014. Dette bidrager til, at den samlede oplevelse forbedres.

Mystery Shoppernes bliver afslutningsvis bedt om at vurdere den **Samlede oplevelse** af hhv. serviceoplevelsen vedrørende salget af butikkens produkter samt oplevelsen ift. medarbejdernes lyst og evne til at hjælpe med turismerelaterede spørgsmål. Inden for begge områder er der fremgang på mere end 5%-point i forhold til tidligere år, og dermed ender serviceoplevelsen over 81,8% og oplevelsen som turist på 78,7%.

Detail - EXIT Polls

I følgende afsnit vil resultaterne af EXIT Polls blive præsenteret.

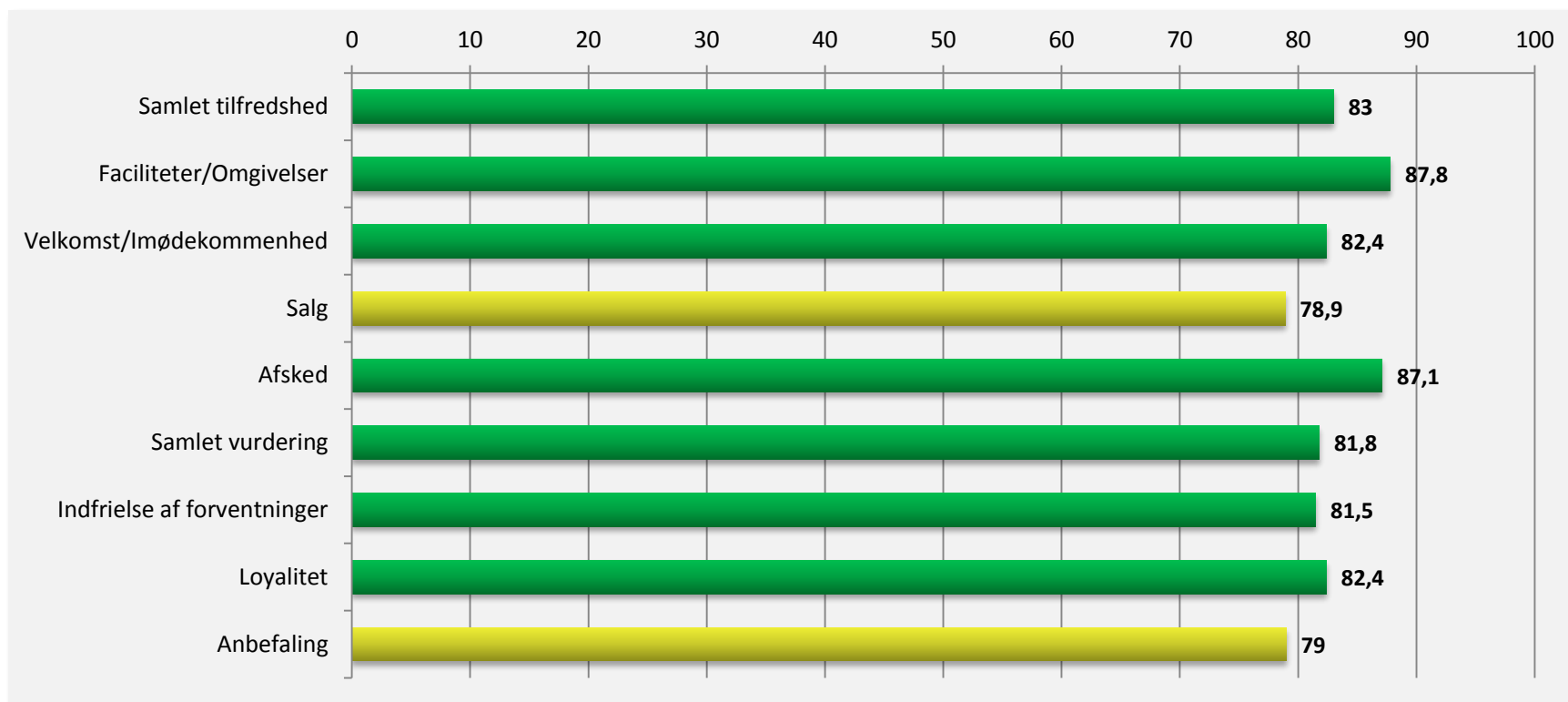
EXIT: SAMLET

n = 2240

Detail
totalscore



79,2%



EXIT: TOPLISTE

n = 2240

		Samlet tilfredshed	Faciliteter / Omgivelser	Velkomst / Imødekommenhed	Salg	Afsked	Samlet vurdering	Indfrielse af forventninger	Loyalitet	Anbefaling	Total 2015
TOP 3	1 Præstø	89,6	92,0	89,8	86,1	93,8	91,1	89,6	92,4	85,4	89,1
	2 Hundested	87,9	91,7	89,8	84,8	89,6	86,2	87,5	88,8	83,7	87,2
	3 Gilleleje	85,7	90,8	88,9	84,3	92,9	86,8	87,3	87,1	84,3	87,0
	3 Skagen	83,9	91,1	84,8	86,5	90,9	85,0	88,2	89,6	86,6	87,0
	5 Frederiksværk	87,5	89,2	87,5	85,0	89,1	87,1	87,7	85,7	83,4	86,4
	6 Samsø	85,9	87,1	84,6	80,8	90,7	81,9	80,6	87,1	83,4	84,2
	7 Faaborg	86,1	87,3	86,2	82,4	92,1	85,0	84,8	86,9	76,9	84,1
	8 Stege	84,6	89,7	84,4	80,0	88,9	83,6	82,1	85,3	81,6	83,7
	9 Dragør	86,4	89,9	83,3	80,7	82,2	83,3	84,9	85,1	82,0	83,6
	9 Helsingør	85,4	87,5	82,4	83,1	91,2	82,5	82,2	83,0	80,9	83,6
	11 Ringkøbing	84,6	88,6	84,5	81,4	84,3	82,1	83,6	83,0	81,4	83,3
	12 Viborg	83,2	88,6	85,6	82,9	87,0	82,9	82,2	80,0	78,7	83,0
	13 Hillerød	85,0	93,6	82,8	79,4	87,0	80,5	80,4	82,2	79,9	82,7
	13 Hvide Sande	82,9	86,8	81,6	80,2	87,7	82,1	82,2	83,5	81,7	82,7
	15 Nyk. Sj./Rørvig	81,8	87,1	81,6	78,9	88,4	82,1	82,4	84,4	80,6	82,3
	16 Blokkhus	82,9	89,5	84,1	77,6	90,2	81,2	81,5	81,9	76,4	81,7
	16 Vordingborg	82,9	87,5	85,4	81,8	87,9	82,1	78,9	77,9	76,0	81,7
	18 Ebeltoft	81,4	86,6	79,7	76,1	87,3	82,2	79,4	83,1	82,7	81,5
	19 Fredensborg by	82,5	87,7	83,2	78,1	89,5	82,9	82,6	79,3	76,1	81,4
	20 Holstebro / Thorsminde / Fjand	80,7	86,1	82,3	80,0	85,3	82,2	82,4	80,4	77,3	81,2
	21 Sønderborg	83,6	83,7	78,2	76,8	87,5	82,1	80,0	85,1	79,4	80,9
	22 Kerteminde	79,3	87,5	85,0	78,3	85,4	81,5	77,9	78,5	77,3	80,8
	22 Marielyst	82,9	88,0	81,8	76,6	84,4	81,5	81,7	81,1	77,3	80,8
	24 Haderslev	82,1	84,9	81,5	78,8	84,8	81,1	80,2	78,6	77,1	80,4
	25 Fanø	79,6	84,6	79,3	75,0	88,6	80,7	79,1	80,4	79,1	80,0
	26 Bønnerup / Fjellerup	82,7	83,8	75,7	74,1	84,4	81,9	81,5	87,1	78,4	79,7
	27 Søndervig	80,4	90,7	78,6	71,9	84,3	76,4	77,1	77,9	76,7	78,4
	28 Aabenraa	81,9	91,1	81,3	71,5	86,6	76,8	74,2	77,2	72,7	78,1
	29 Rømø	81,4	86,4	73,7	72,1	82,9	77,9	78,5	80,1	77,4	77,9
BUND 3	30 Billund / Grindsted	76,4	83,2	80,1	74,8	82,0	77,5	77,5	77,1	73,0	77,3
	31 Bork Havn	78,3	85,7	77,1	75,7	81,9	76,1	75,7	74,6	72,6	76,8
	32 Gudhjem	77,2	82,4	72,6	67,1	80,0	71,1	75,0	72,7	66,3	72,3
Gennemsnit alle byer		83,0	87,8	82,4	78,9	87,1	81,8	81,5	82,4	79,0	81,9

I Billund/Grindsted er størstedelen af EXIT polls lavet i Billund, da det ikke var muligt at finde turister nok i Grindsted.

I enkelte tilfælde har det været nødvendigt at interview lokale pga. fraværet af turister.

EXIT: SPØRGERAMME

n = 2240

		Gennemsnit alle byer 2015
Samlet tilfredshed	Hvor tilfreds er du, alt i alt, med besøget i butikken?	83,0
	I alt	83,0
Faciliteter/ Omgivelser	Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?	87,8
	I alt	87,8
Velkomst / Imødekommenhed	Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	79,0
	Virkede medarbejderen smilende og imødekommende?	85,8
	I alt	82,4
Salg	Virkede medarbejderen opmærksom på, om du havde brug for hjælp mens du var i butikken?	76,6
	Skabte medarbejderen en behagelig atmosfære i butikken?	81,2
	I alt	78,9
Afsked	Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	87,1
	I alt	87,1
Samlet vurdering	Hvor tilfreds er du med den service du fik af medarbejderen i butikken?	81,8
	I alt	81,8
Indfrielse af forventninger	I hvor høj grad blev de forventninger du havde til besøget i butikken indfriet?	81,5
	I alt	81,5
Loyalitet	På baggrund af dine oplevelser i butikken, ville du så besøge butikken igen?	82,4
	I alt	82,4
Anbefaling	På en skala fra 0 til 10: Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale butikken til familie og venner?	79,0
	I alt	79,0
TOTAL		81,9

EXIT: SAMLET TILFREDSHED

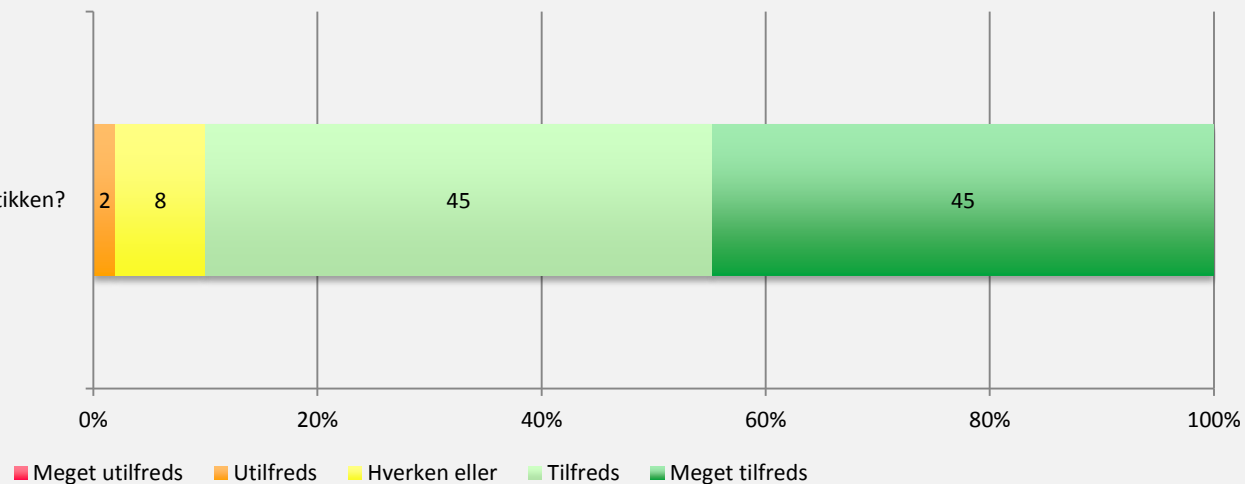
n = 2240

EXIT:
Samlet tilfredshed
totalscore



83,0%

Hvor tilfreds er du, alt i alt, med besøget i butikken?

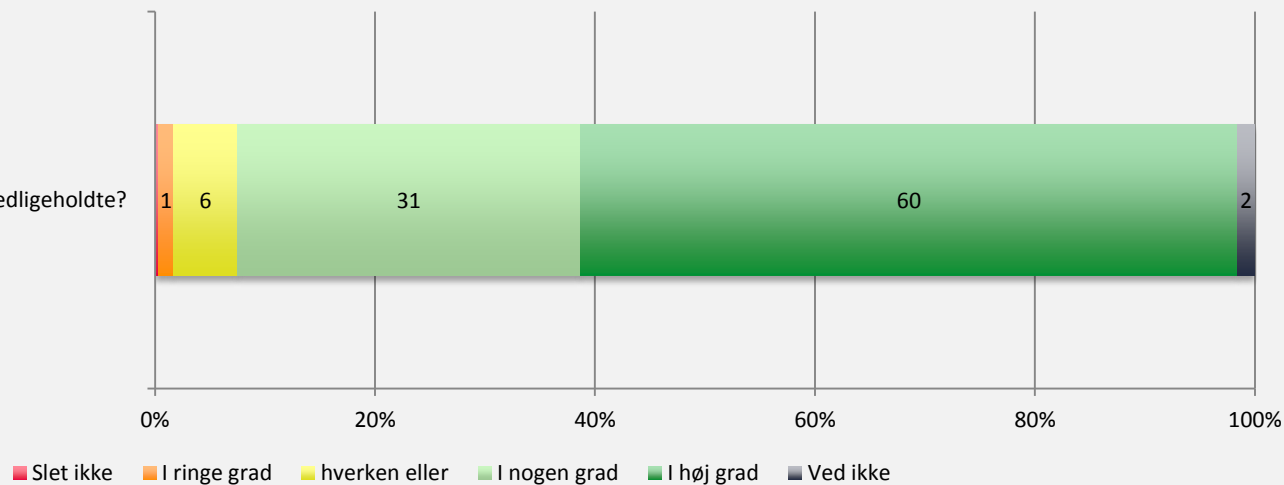


Hvor tilfreds er du, alt i alt, med besøget i butikken?

	Spørgsmålets score fordelt på nationalitet					Spørgsmålets score fordelt på alder					Totalscore spørgsmål
	DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Procent:	81,9	85,0	86,6	84,2	82,8	82,2	82,0	81,5	82,6	86,5	83,0
5-skala:	4,1	4,3	4,3	4,2	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,3	4,2

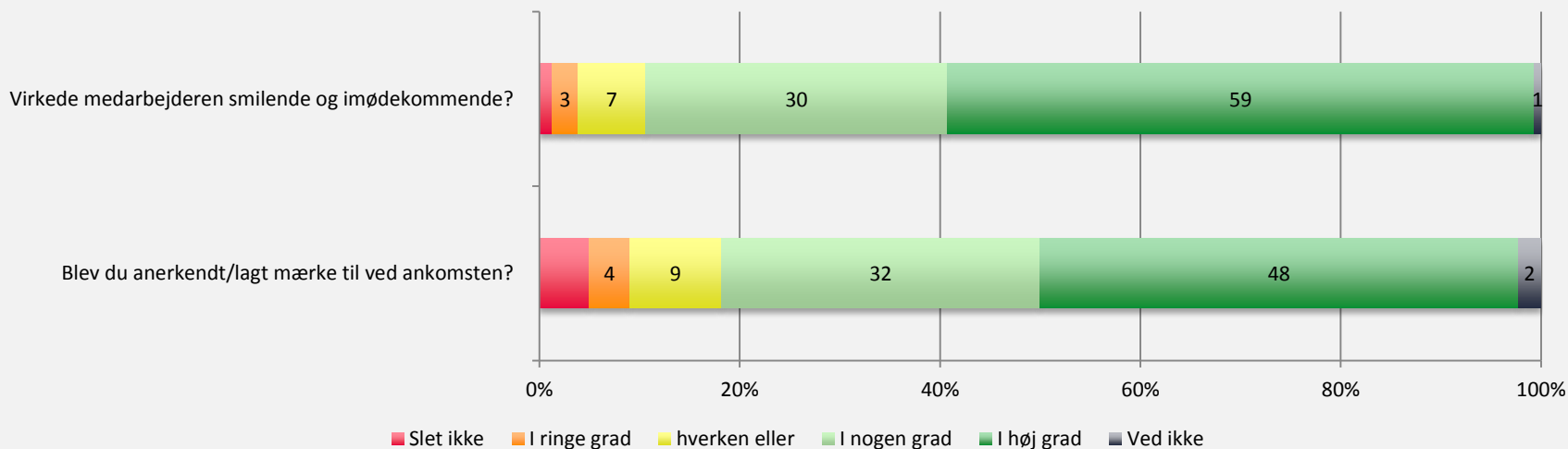


Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?



Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?

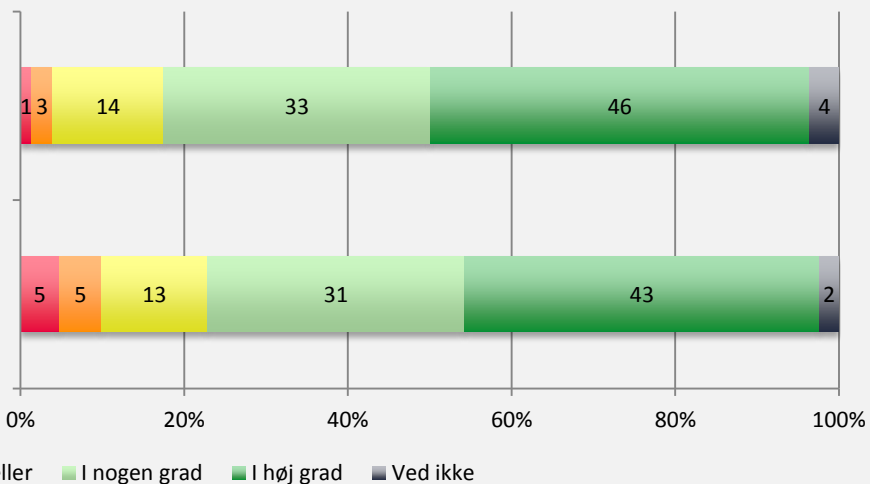
	Spørgsmålets score fordelt på nationalitet					Spørgsmålets score fordelt på alder					Totalscore spørgsmål
	DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Procent:	87,1	90,3	89,5	86,7	89,4	86,8	87,4	87,1	87,8	89,5	87,8
5-skala:	4,4	4,5	4,5	4,3	4,5	4,3	4,4	4,4	4,4	4,5	4,4



		Spørgsmålets score fordelt på nationalitet					Spørgsmålets score fordelt på alder					Totalscore spørgsmål
		DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	Procent:	76,0	83,2	81,8	78,6	82,1	75,5	79,0	77,4	79,8	81,9	79,0
	5-skala:	3,8	4,2	4,1	3,9	4,1	3,8	4,0	3,9	4,0	4,1	4,0
Virkede medarbejderen smilende og imødekommende?	Procent:	84,0	88,9	88,3	85,2	87,3	83,8	85,4	84,9	85,0	88,9	85,8
	5-skala:	4,2	4,4	4,4	4,3	4,4	4,2	4,3	4,2	4,3	4,4	4,3



Skabte medarbejderen en behagelig atmosfære i butikken?

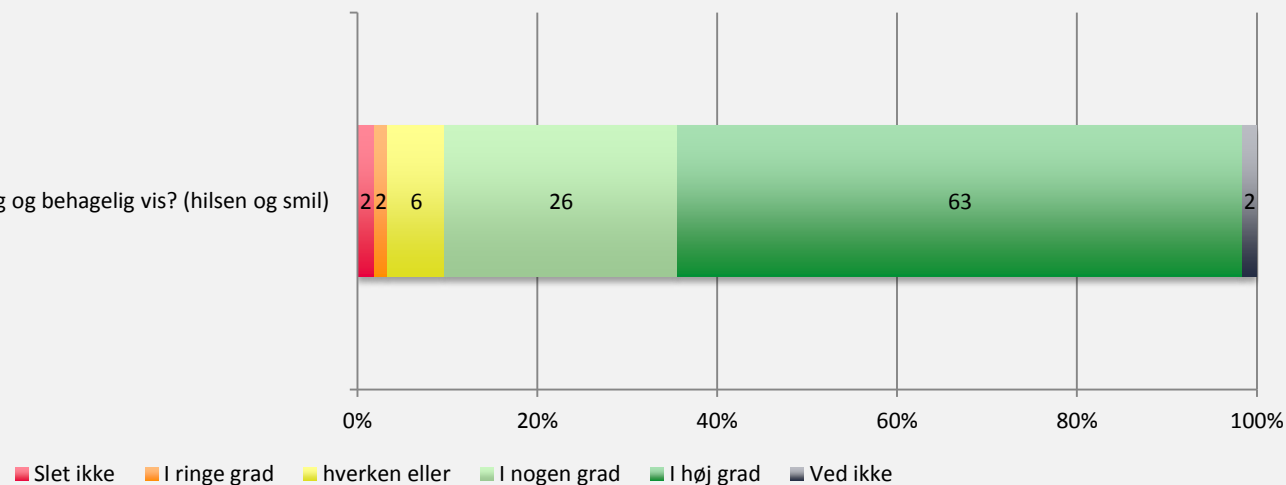


Skabte medarbejderen en behagelig atmosfære i butikken?

	Spørgsmålets score fordelt på nationalitet					Spørgsmålets score fordelt på alder					Totalscore spørgsmål
	DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Procent:	78,6	82,4	84,5	81,1	83,2	80,2	78,8	80,8	80,8	84,3	81,2
5-skala:	3,9	4,1	4,2	4,1	4,2	4,0	3,9	4,0	4,0	4,2	4,1
Virkede medarbejderen opmærksom på, om du havde brug for hjælp mens du var i butikken?	73,4	78,6	80,9	76,3	79,2	74,4	75,6	76,3	77,4	77,7	76,6
	3,7	3,9	4,0	3,8	4,0	3,7	3,8	3,8	3,9	3,9	3,8



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



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

	Spørgsmålets score fordelt på nationalitet					Spørgsmålets score fordelt på alder					Totalscore spørgsmål
	DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Procent:	86,6	90,8	90,0	85,7	87,0	85,0	86,9	86,5	87,2	88,9	87,1
5-skala:	4,3	4,5	4,5	4,3	4,4	4,3	4,3	4,3	4,4	4,4	4,4

EXIT: SAMLET VURDERING

n = 2240

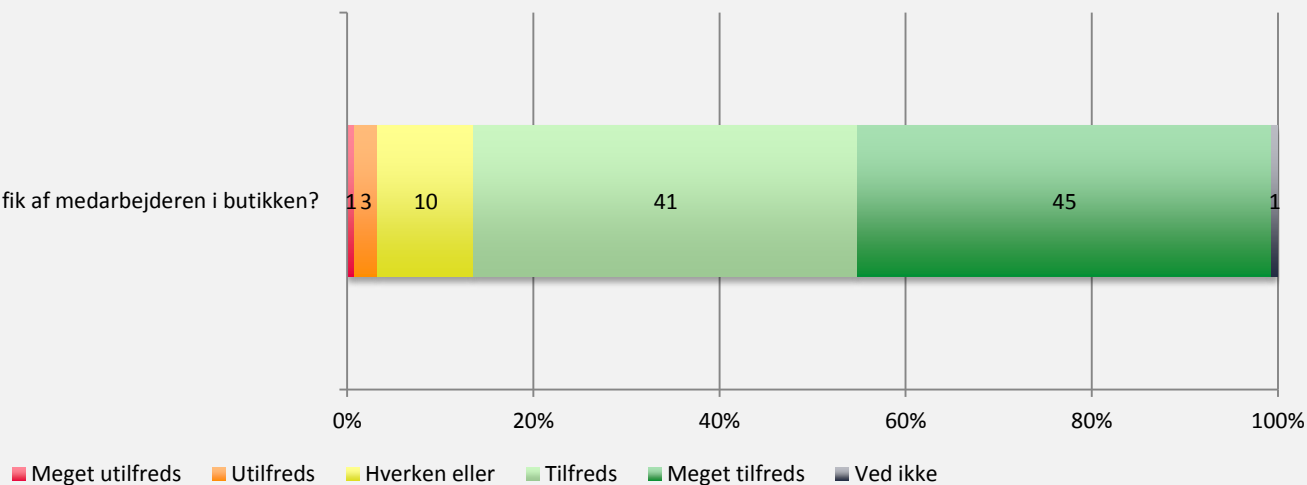
EXIT:

Samlet vurdering
totalscore



81,8%

Hvor tilfreds er du med den service du fik af medarbejderen i butikken?



Hvor tilfreds er du med den service du fik af medarbejderen i butikken?

	Spørgsmålets score fordelt på nationalitet					Spørgsmålets score fordelt på alder					Totalscore spørgsmål
	DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Procent:	81,3	83,9	84,7	80,4	82,4	81,3	81,1	80,7	81,3	84,5	81,8
5-skala:	4,1	4,2	4,2	4,0	4,1	4,1	4,1	4,0	4,1	4,2	4,1

EXIT: INDFRIELSE AF FORVENTNINGER

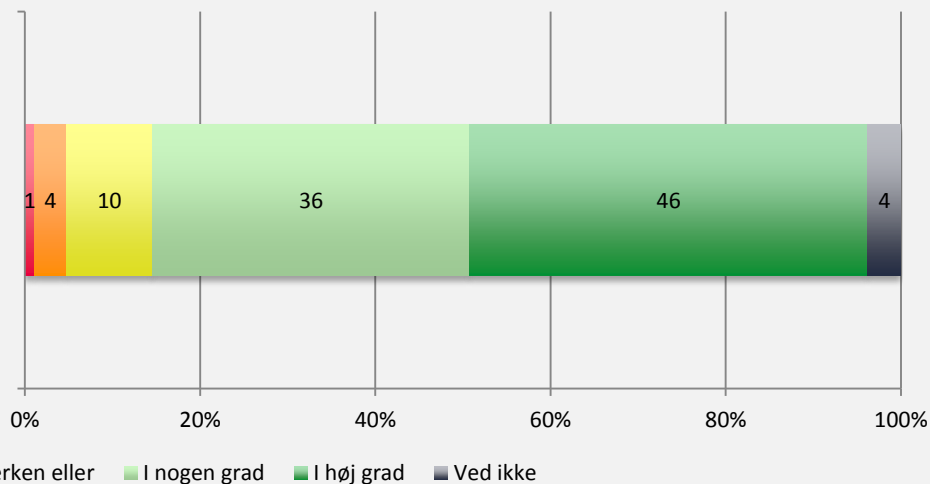
n = 2240

EXIT:
Indfrielse af forv...
totalscore



81,5%

I hvor høj grad blev de forventninger du havde til besøget i butikken indfriet?

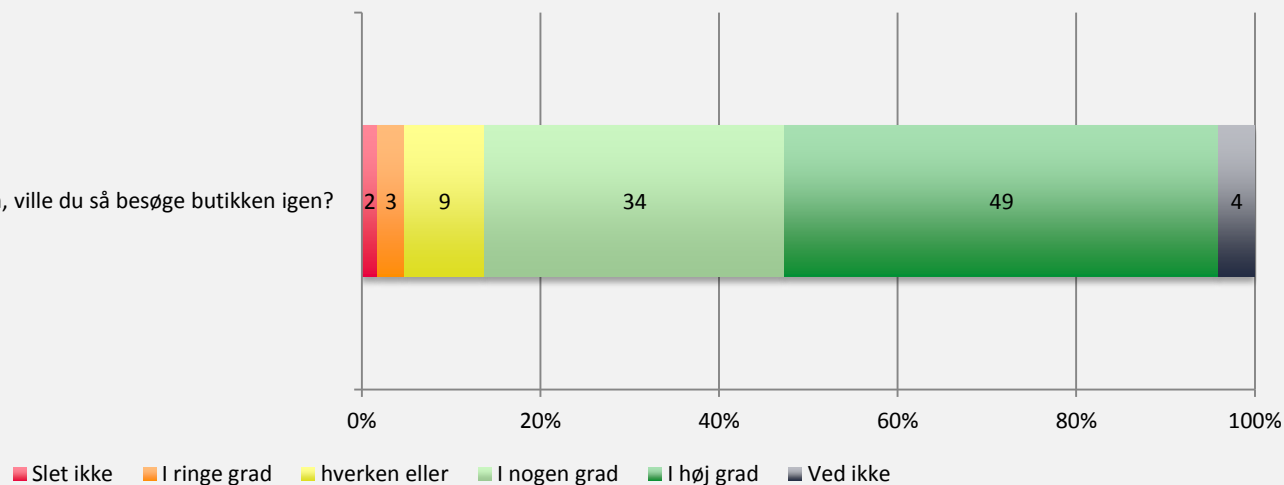


I hvor høj grad blev de forventninger du havde til besøget i butikken indfriet?

	Spørgsmålets score fordelt på nationalitet					Spørgsmålets score fordelt på alder					Totalscore spørgsmål
	DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Procent:	81,0	84,5	84,4	79,8	82,7	80,6	82,3	79,5	82,1	83,2	81,5
5-skala:	4,1	4,2	4,2	4,0	4,1	4,0	4,1	4,0	4,1	4,2	4,1



På baggrund af dine oplevelser i butikken, ville du så besøge butikken igen?



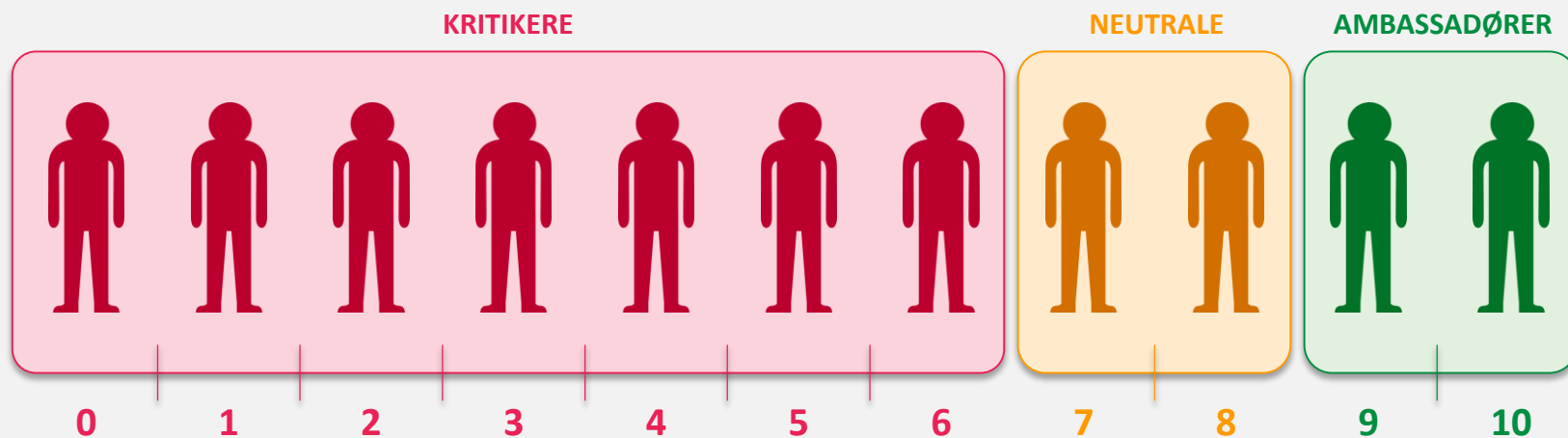
På baggrund af dine oplevelser i butikken, ville du så besøge butikken igen?

	Spørgsmålets score fordelt på nationalitet					Spørgsmålets score fordelt på alder					Totalscore spørgsmål
	DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Procent:	82,2	84,2	86,5	80,5	82,1	83,0	81,9	80,4	82,2	85,1	82,4
5-skala:	4,1	4,2	4,3	4,0	4,1	4,2	4,1	4,0	4,1	4,3	4,1

EXIT: ANBEFALING / NPS

n = 2240

På en skala fra 0 til 10: Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale butikken til familie og venner?



Procentvis fordeling af de 2240 besvarelser

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1,1	0,4	1,2	2,4	2,7	6,0	6,6	12,8	20,7	17,2	28,9
= 20 %							= 34 %		= 46 %	

Net Promoter Score (NPS) er et mål for, i hvor høj grad turisterne vil anbefale butikken til venner eller familie. Anbefalingsspørgsmålet anses som en stærk indikator for kundeloyalitet, uden direkte at måle loyalitet. Kundeloyalitet handler om en kundes (eller turist/besøgende) villighed til at anbefale et produkt –dette tilfælde en butik –til en anden.

Turister der svarer 0-6 betragtes som kritikere, turister der svarer 7 eller 8 betragtes som neutrale og turister der svarer 9 eller 10 betragtes som ambassadører. NPS udregnes ved at trække andelen af kritikere fra andelen af ambassadører.

EXIT: ANBEFALING / NPS

n = 2240

På en skala fra 0 til 10: Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale butikken til familie og venner?

	Fordelt på nationalitet					Fordelt på alder					Alle besvarelser
	DK	NO	SE	DE	ANDET	18-25	26-35	36-45	46-55	+56	
Kritikere	23	17	17	21	19	23	21	24	20	16	20
Neutrale	33	32	29	36	35	28	35	36	35	30	34
Ambassadører	44	51	55	43	46	49	44	40	46	54	46
NPS score:	22	33	38	22	27	26	23	17	26	38	26

Net Promoter Score beregning: %-andel ambassadører – %-andel kritikere = NPS

NPS – Alle besvarelser:

46% ambassadører – 20% kritikere

= 26

DETAIL: EXIT POLLS

Der er gennemført i alt 2240 exit interviews foran detailforretninger i de 32 byer, fordelt på 1/3 danskere, 1/3 tyskere og 1/3 andre nationaliteter (svenskere, nordmænd og andre).

Udvalgte spørgsmål fra Mystery Shopping-målingerne er ligeledes blevet stillet til de "rigtige" turister. Det drejer sig om følgende spørgsmål:

- "Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?", scorer 7,3%-point lavere end Mystery Shopping målingerne
- "Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?", scorer 3,4%-point højere end Mystery Shopping målingerne
- "Virkede medarbejderne smilende og imødekommende?", scorer 1,3%-point lavere end Mystery Shopping målingerne
- "Virkede medarbejderne opmærksomme på, om du havde brug for hjælp?", scorer 9,5%-point højere end Mystery Shopping målingerne
- "Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis?", scorer 4,2%-point lavere end Mystery Shopping målingerne.

De adspurgte turistets vurdering af servicen i butikkerne er således på flere punkter på samme niveau som Mystery Shopping resultaterne. Afvigelser vedrørende faciliteter, som scorer 7,3% lavere, kan skyldes, at fx udenlandske gæster sætter højere krav til dette område. Spørgsmålet vedrørende medarbejdernes opmærksomhed, kan formentlig tillægges det faktum, at Mystery shopperne bliver bedt om specifikt at holde øje med disse ting, fx forhold til, at de almindelige turister ikke nødvendigvis har haft brug for hjælp.

Den samlede tilfredshed med besøget, den oplevede service, lysten til at komme tilbage samt sandsynligheden for, at turisten vil anbefale den konkrete butik til venner og familie opnås en score mellem 79-83%, hvilket er på niveau med Mystery Shopperne, som vurderer den samlede serviceoplevelse i detailbutikkerne til 81,8%.

Ser man på resultaterne for exitinterviewene, kan man desuden notere sig, at svenskere og nordmænd generelt ligger 3-4%-point højere end de øvrige nationaliteter, samt at aldersgruppen +56 ligeledes ligger 3-4%-point højere end de øvrige aldersgrupper.

Den samlede NPS (Net Promoter Score) er 26. Ser man på, hvilke oplevelser henholdsvis "Ambassadørernes" og "Kritikernes" har under deres besøg i butikkerne, kan det fremhæves, at:

- Medarbejdernes imødekommenhed scorer 96,2% blandt ambassadører og 64,3% blandt kritikere.
- Medarbejdernes opmærksomhed på, om de har brug for hjælp, scorer 91,6% blandt ambassadører og 46,8% blandt kritikere.
- Evnen til at afslutte samtalen på en venlig og behagelig måde scorer 96,5% blandt ambassadører og 67,1% blandt kritikere.

For såvel Mystery Shopping målingerne samt exit interviews er det således tydeligt, at man med forbedringer på de grundlæggende serviceelementer – imødekommenhed, opmærksomhed og dialog – kan forbedre turisternes oplevelse. Tillægger man yderligere et element af lokal viden og uopfordrede anbefalinger, vil det skabe yderligere positiv udvikling af resultaterne.

Spisesteder

I følgende afsnit vil resultaterne af besøgene ved spisestederne blive præsenteret.

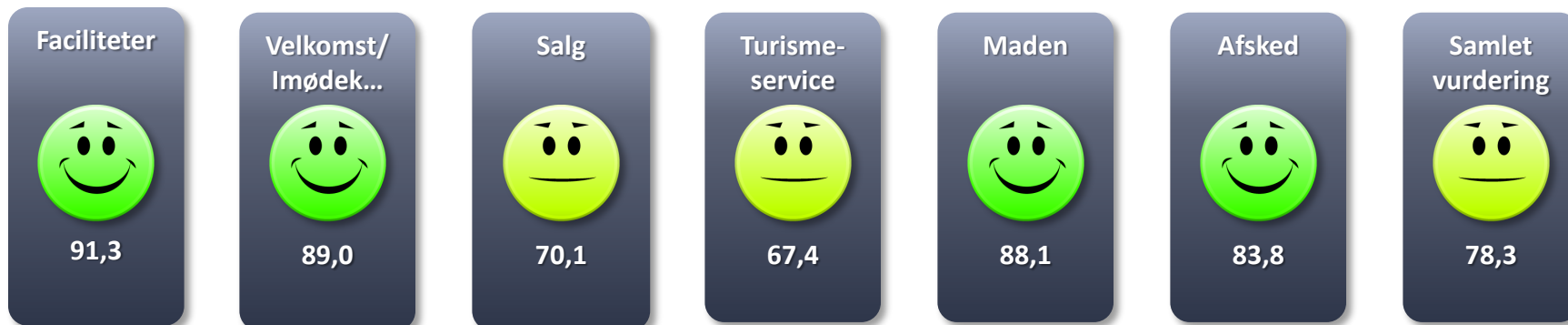
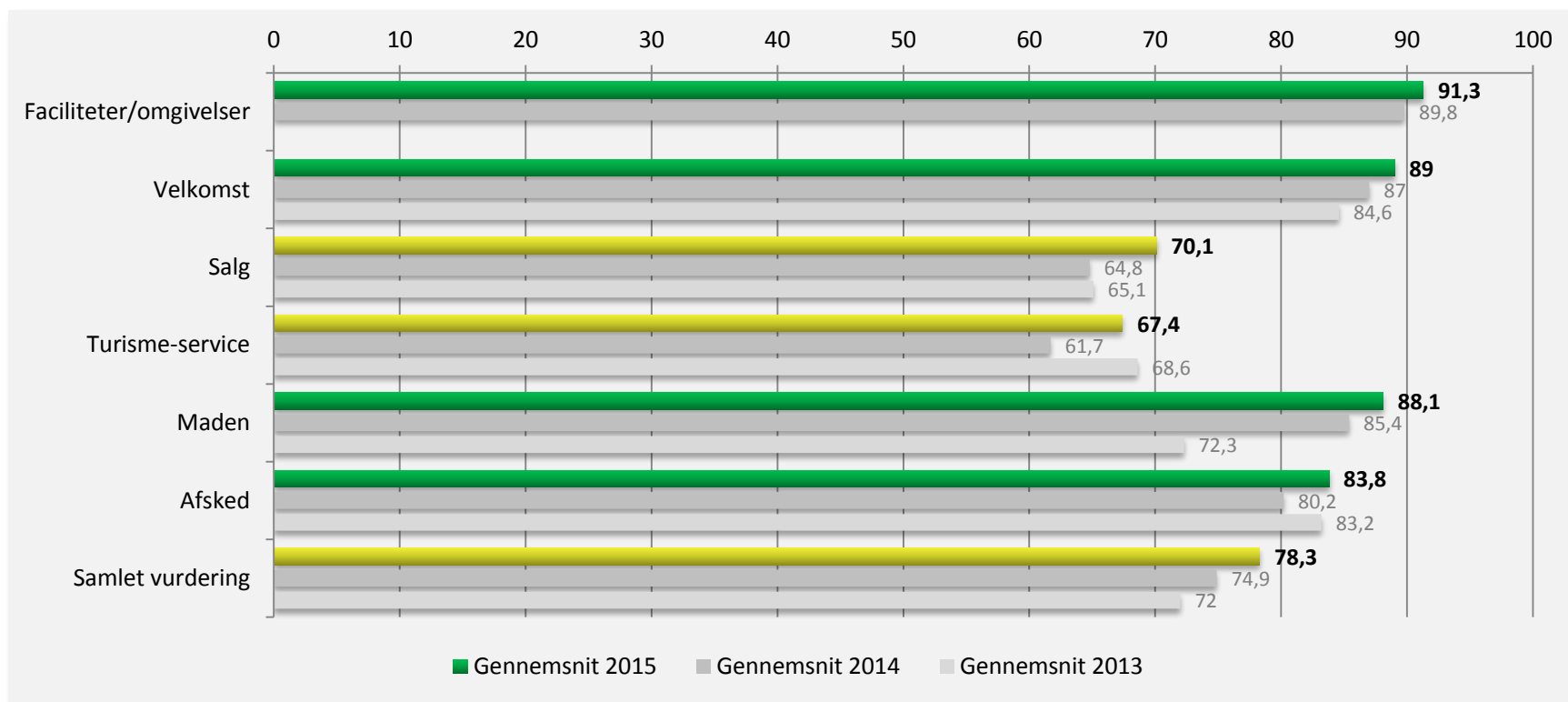
SPISESTEDER: SAMLET

n = 448

Spisesteder
totalscore



79,2%



SPISESTEDER: TOPLISTE

n = 448

		Faciliteter/ Omgivelser	Velkomst / Imødekom- menhed	Salg	Turisme- service	Maden	Afsked	Samlet vurdering	Total 2015	Total 2014	Total 2013	
TOP 3	1	Hundested	99,1	89,9	69,6	80,4	92,9	100,0	88,4	86,5	N/A	N/A
	2	Marielyst	95,5	88,1	74,1	81,2	96,4	100,0	84,8	86,3	76,7	67,6
	3	Blokhush	92,0	96,4	68,8	80,4	89,3	94,6	88,4	86,2	77,5	72,4
	4	Faaborg	93,8	97,0	67,9	77,7	89,3	89,3	87,5	85,2	N/A	N/A
	5	Søndervig	93,8	88,1	85,7	73,2	91,1	87,5	85,7	84,4	73,6	86,2
	6	Gilleleje	94,6	97,6	65,2	74,1	91,1	96,4	83,9	84,3	79,5	64,8
	7	Ringkøbing	94,6	91,7	88,4	69,6	91,1	82,1	80,4	83,6	N/A	N/A
	8	Bork Havn	92,9	92,3	76,8	68,8	98,2	82,1	79,5	82,0	N/A	N/A
	9	Stege	80,4	91,7	75,0	78,6	89,3	78,6	80,4	81,9	78,6	77,6
	9	Viborg	92,0	91,1	80,4	71,9	83,9	83,9	77,7	81,9	N/A	N/A
	11	Aabenraa	90,2	89,3	73,2	67,9	92,9	92,9	85,7	81,5	N/A	N/A
	12	Billund / Grindsted	91,1	91,1	67,9	67,9	91,1	82,1	86,6	80,6	75,4	83,2
	12	Nyk. Sj./Rørvig	91,1	93,5	73,2	65,2	96,4	83,9	79,5	80,6	62,4	65,3
	14	Hillerød	98,2	91,1	75,9	65,6	80,4	85,7	77,7	80,4	64,0	N/A
	15	Dragør	91,1	92,3	71,4	71,4	75,0	89,3	75,0	80,1	N/A	N/A
	16	Frederiksværk	95,5	89,9	66,1	65,6	91,1	87,5	83,0	80,0	N/A	N/A
	16	Skagen	89,3	87,5	58,0	73,7	96,4	83,9	83,9	80,0	69,9	N/A
	18	Hvide Sande	90,2	83,9	72,3	68,3	89,3	85,7	78,6	78,8	80,4	78,1
	19	Præstø	94,6	86,9	79,5	62,9	87,5	78,6	76,8	78,7	N/A	N/A
	20	Fredensborg by	91,1	94,0	82,1	51,3	98,2	89,3	76,8	78,3	N/A	N/A
	21	Rømø	94,6	82,1	66,1	66,1	87,5	80,4	78,6	77,1	81,8	71,9
	22	Kerteminde	83,0	85,1	75,0	67,4	87,5	71,4	73,2	76,4	N/A	N/A
	23	Ebeltoft	89,3	85,1	66,1	66,5	92,9	73,2	73,2	76,3	75,4	59,7
	24	Sønderborg	95,5	88,7	64,3	57,1	91,1	85,7	74,1	76,0	89,8	70,4
	25	Holstebro / Thorsminde / Fjand	87,5	89,3	61,6	63,4	83,9	85,7	72,3	75,6	N/A	N/A
	26	Vordingborg	87,5	86,9	65,2	62,9	71,4	91,1	75,9	75,5	N/A	N/A
	27	Gudhjem	93,8	87,5	65,2	62,9	76,8	78,6	67,9	74,9	N/A	N/A
	28	Fanø	91,1	82,7	64,3	62,1	89,3	69,6	75,9	74,5	74,4	76,0
	28	Samsø	80,4	85,1	60,7	68,3	94,6	73,2	69,6	74,5	82,3	N/A
BUND 3	30	Helsingør	95,5	89,3	55,4	58,9	73,2	85,7	70,5	73,7	N/A	N/A
	31	Bønnerup / Fjellerup	85,7	82,1	67,0	58,9	80,4	69,6	71,4	72,0	N/A	N/A
	32	Haderslev	87,5	80,4	62,5	46,4	78,6	62,5	64,3	66,4	N/A	N/A
Gennemsnit alle byer		91,3	89,0	70,1	67,4	88,1	83,8	78,3	79,2	75,5	74,1	

Tabellen viser den samlede score for hver by for de gennemgående afsnit for spisestederne. Der er foretaget 14 besøg i hver by.

SPISESTEDER: SPØRGERAMME

n = 448

		Gennemsnit alle byer 2015
Faciliteter/ omgivelser	Var faciliteterne/omgivelserne ryddelige?	92,4
	Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?	90,2
	I alt	91,3
Velkomst / Imødekommenhed	Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	81,6
	Var medarbejderen præsentabel/velsoigneret?	95,1
	Virkede medarbejderen imødekommende?	90,2
	I alt	89,0
Salg	Kunne medarbejderen svare på spørgsmål om udvalget?	92,3
	Blev der forsøgt mersalg eller opsalg i form af større menu, dessert el. lign.?	48,0
	I alt	70,1
Turismeservice	Var personen interesseret i at hjælpe med turisme-relaterede spørgsmål?	81,5
	Kunne personen hjælpe dig?	74,3
	Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere forslag og information om områdets muligheder?	43,0
	Blev områdets muligheder omtalt på en positiv og indbydende måde?	70,8
	I alt	67,4
Maden	Levede maden op til forventningerne ift. pris og kvalitet?	88,1
	I alt	88,1
Afsked	Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	83,8
	I alt	83,8
Samlet vurdering	Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?	81,5
	Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?	75,2
	I alt	78,3
TOTAL		79,2

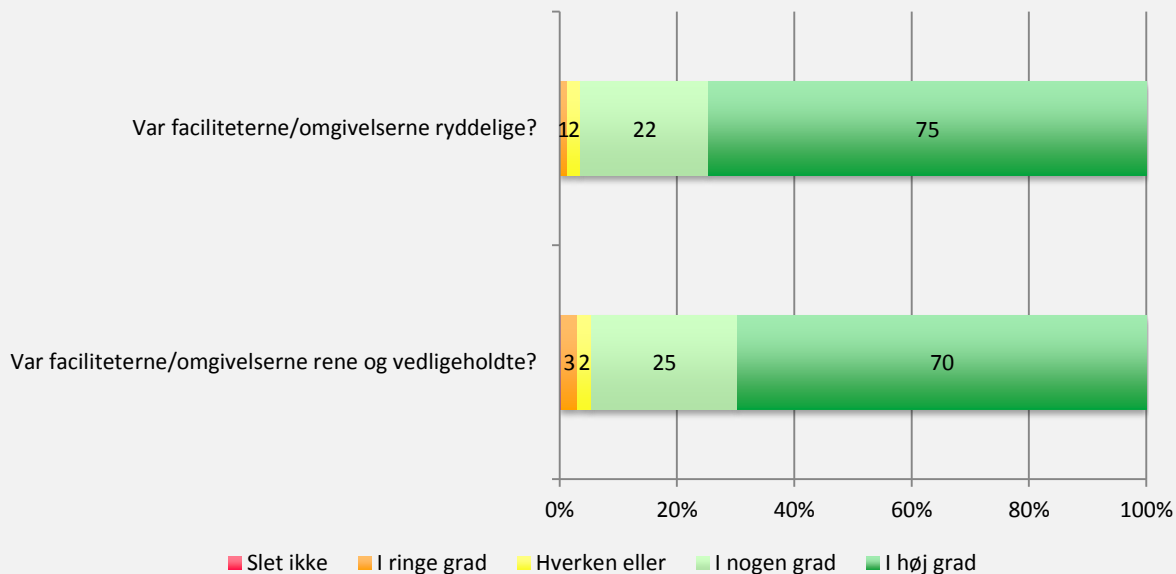
SPISESTEDER: FACILITETER / OMGIVELSER

n = 448

Spisesteder:
Faciliteter
totalscore



91,3%



"Der var rent og pænt på spisestedet og bordene var ryddede, så der var gjort klar til gæsterne."

"Der var rigtig pænt og ryddeligt på stedet. Bordene var klar til at tage imod gæsterne og når gæster forlod et bord, blev det straks tørret af og ryddet."

"Selve restauranten var hyggelig og indbydende, og der var rent og pænt. Maden var rigtig god til prisen. Toiletterne var velholdte og rene."

"Jeg skulle selv bede om at få bordet ryddet af, selvom der havde været to medarbejdere forbi som begge havde set, at bordet ikke var ryddet."

"Min samlede oplevelse var at det var et meget travlt sted, da der var lange køer til at købe is. Der lå lidt servietter på gulve og flere borde var ikke blevet ryddet, hvilket nok er grundet travlhed. Det bord vi satte os ved var blevet ryddet, men ikke vasket af. Dette betød at vi sad med en masse sand på bordet. Jeg sad ikke tilbage med et indtryk af at stedet var beskidt, men jeg så det heller ikke som lækkert og rent."

"Restauranten var indrettet hyggeligt og pænt, og derfor var det ærgerligt, at den bar præg af, at der var lidt travlt, så der blev ikke ryddet af bordene, før der kom nye kunder."

**Gennemsnit
alle byer
2015**

92,4

90,2

91,3

Var faciliteterne/omgivelserne ryddelige?

Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?

I alt

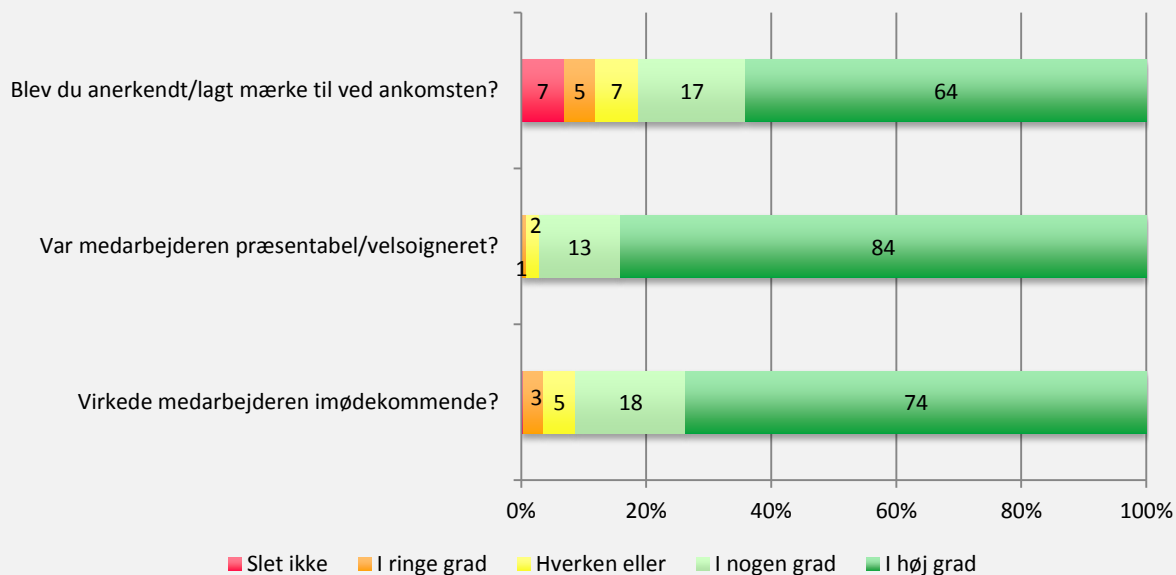
SPISESTEDER: VELKOMST/MØDEKOMMENHED

n = 448

Spisesteder:
Velkomst/Imøde...
totalscore



89,0%



" Medarbejderen hilste venligt på mig, da jeg nærmede mig disken. Vedkommende var smilende og imødekommende og virkede nærværende overfor mig. Medarbejderen svarede på mine spørgsmål og spurgte ind til mine ønsker. Som resultat heraf følte jeg, at jeg fik en yderst god behandling som kunde.

"Medarbejderen var meget imødekommende. Medarbejderen fangede mig med et smil, lige da jeg trådte ind ad døren. Medarbejderen spurgte med det samme, om det skulle være et bord til to, hvortil jeg svarede ja, hvorefter medarbejderen spurgte, hvor vi ønskede at sidde."

Medarbejderen virkede ikke imødekommende. Vedkommende svarede så kort som muligt på mine spørgsmål vedrørende stedets sortiment, hvorfor vedkommende fik en meget fraværende attitude. Medarbejderen koncentrerede sig tydeligvis om dennes arbejde frem for kontakten med mig som kunde.

"Der var ikke mange gæster ved dette spisested, men vi blev ikke anerkendt eller lagt mærke til ved ankomst. Vi fik heller ikke anvist et bord. Efter nogle minutter fandt vi selv et bord. Medarbejderen var meget fraværende og ikke særlig imødekommende. Vedkommende virkede lidt træt og virkede ikke til at have interesse i at skabe en dialog eller en god stemning."

Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?

Var medarbejderen præsentabel/velsoigneret?

Virkede medarbejderen imødekommende?

I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

81,6

95,1

90,2

89,0

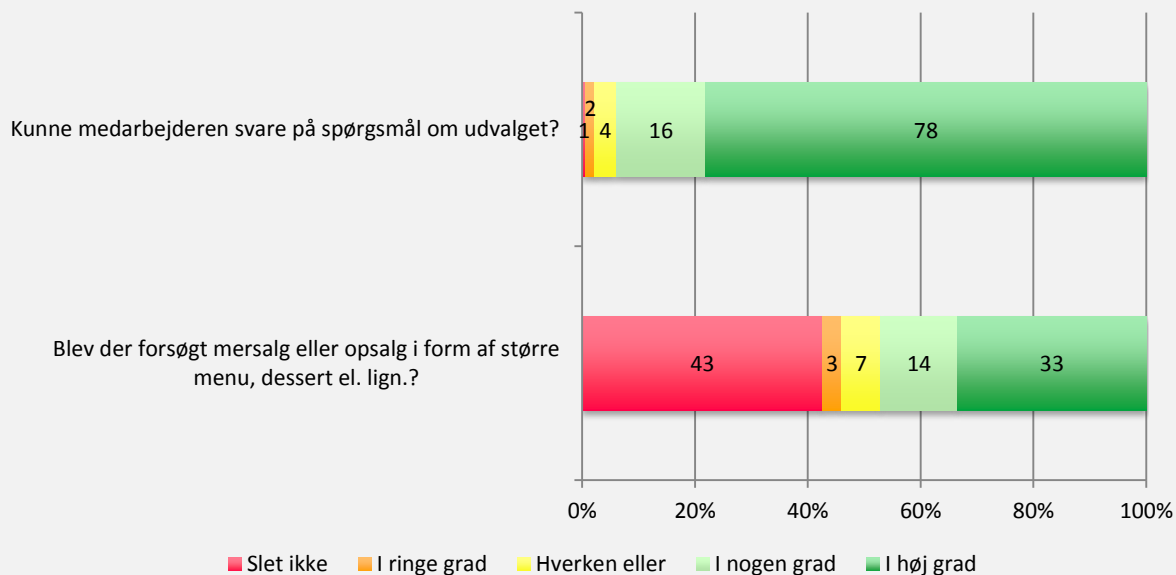
SPISESTEDER: SALG

n = 448

Spisesteder:
Salg
totalscore



70,1%



"Maden var rigtig god. Der var meget fokus på mersalg, og medarbejderen nævnte en 3-retters menu i stedet for en enkel ret, en flaske vin i stedet for 2 glas vin. Ved kaffen forsøgte medarbejderen ligeledes at sælge op til en Irish Coffee."

"Da vi var færdige og havde ventet i ca. 10 min, måtte vi selv ud og opsøge en tjener for at betale. Der blev således ikke forsøgt mersalg i form af dessert eller lignende."

"Medarbejderen tog imod min bestilling, men forsøgte ikke at sælge op. Det virkede nærmest som om jeg var til besvær, og kom for tidligt, men stedet var åbnet."

"Efter måltidet sad jeg forholdsvis længe med en tom tallerken, som ikke blev fjernet, ligesom der ikke var forsøg på at sælge mig yderligere drikkevarer eller kaffe."

"Det var ligeledes ærgerligt, at der slet ikke var fokus på mersalg. Jeg nævnte kun mad, men blev ikke tilbudt noget at drikke."

"Medarbejderen var meget venlig og imødekommende og svarede uden problemer på spørgsmål omkring udvalget. ... Medarbejderen foretog dog ingen former for mersalg. Da jeg var færdig med at bestille, spurgte medarbejderen ikke ind til, om jeg ønskede drikkevarer. Jeg måtte derfor selv sige, at jeg også ønskede drikkevarer."

Kunne medarbejderen svare på spørgsmål om udvalget?

Blev der forsøgt mersalg eller opsalg i form af større menu, dessert el. lign.?

I alt

**Gennemsnit
alle byer
2015**

92,3

48,0

70,1

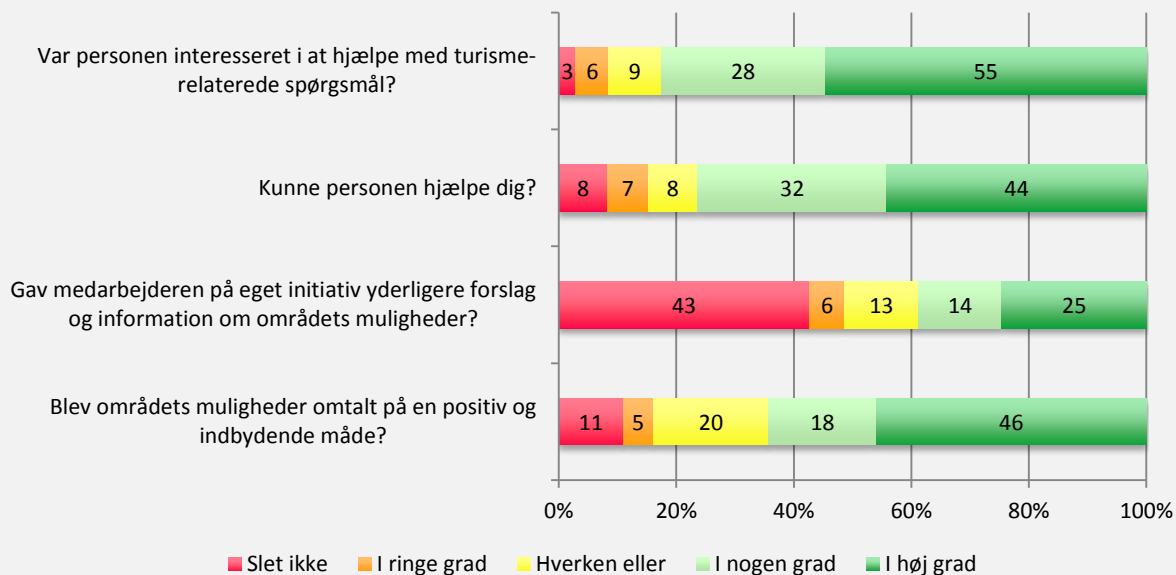
SPISESTEDER: TURISMESERVICE

n = 448

Spisesteder:
Turismeservice
totalscore



67,4%



"Medarbejderen var meget venlig og imødekommende og gav mig en god service både som gæst og turist. Medarbejderen hjalp mig med at besvare mit turistspørgsmål og var interesseret i mit ophold i området."

"Jeg spurgte ind til, om der var noget vandland i området, hvortil medarbejderen foreslog et. Medarbejderen forklarede uopfordret omkring stedet samt faciliteterne, og medarbejderen fortalte mig, hvordan jeg kunne komme dertil. Medarbejderen fortalte om sine egne erfaringer med stedet og fortalte, at det var et godt sted - især for børn."

"Jeg spurgte, hvad der kunne være interessant for min mor og jeg at se i området. Medarbejderen svarede kort, at jeg skulle tage ud i det nærliggende naturområde. Herefter gik medarbejderen videre uden at afvente min reaktion eller mit svar."

"Medarbejderen sagde blot, at der ikke var så meget at se i området, men at jeg i stedet skulle tage til en nærliggende by, som var mere interessant."

"Da jeg stillede mit turistspørgsmål, kunne medarbejderen ikke svare på det, Medarbejderen forsøgte at få hjælp fra en kollega, som heller ikke kunne hjælpe, og til sidst foreslog medarbejderen, at jeg kiggede på internettet. Medarbejderen sagde farvel og tak til mig, da jeg forlod spisestedet. Den overordnede service og oplevelse på spisestedet var rigtig god, men turistoplevelsen var ikke specielt god."

Var personen interesseret i at hjælpe med turisme-relaterede spørgsmål?

Kunne personen hjælpe dig?

Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere forslag og information om områdets muligheder?

Blev områdets muligheder omtalt på en positiv og indbydende måde?

I alt

**Gennemsnit
alle byer
2015**

81,5

74,3

43,0

70,8

67,4

SPISESTEDER: MADEN

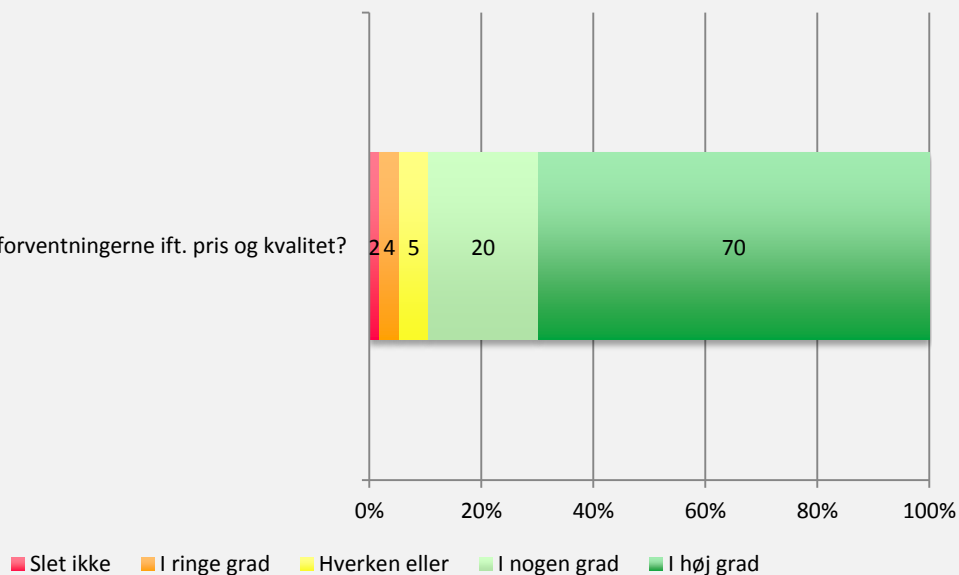
n = 448

Spisesteder:
Maden
totalscore



88,1%

Levede maden op til forventningerne ift. pris og kvalitet?



Levede maden op til forventningerne ift. pris og kvalitet?

I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

88,1

88,1

"Maden var anrettet flot, og alle råvarer var tydeligt friske. Maden så meget indbydende ud og smagte helt fortræffeligt. Prisen var helt sikkert rimelig i forhold til kvaliteten."

"I forhold til prisniveauet, så var det et super måltid mad. Frokostportionerne var store og maden var veltilberedt, velsmagende og bestod af friske råvarer."

"Maden var fantastisk. Det var varmt, frisk og lækkert. Derudover kom maden hurtigt og drikkevarerne var kolde. "

"Desværre levede maden ikke op til mine forventninger. Jeg kunne høre fra køkkenet at den blev varmet i mikrobølgeovn, og maden var ikke specielt god."

"Maden var kedelig og der var på ingen måde kræset for detaljen. Der var ikke ret meget smag i det og de medfølgende dressinger var helt sikkert ikke hjemmelavede. Men følte derfor ikke helt, at prisen stemte overens med produktet."

"Mit besøg i restauranten var en hyggelig oplevelse på grund af det venlige og imødekommende personale, der gjorde sig stor umage for at gøre plads til alle gæster i det lille lokale. Maden var dog en skuffelse, der betyder, at jeg ikke vil komme der igen og heller ikke vil anbefale stedet til andre, på trods af den hyggelige atmosfære."

SPISESTEDER: AFSKED

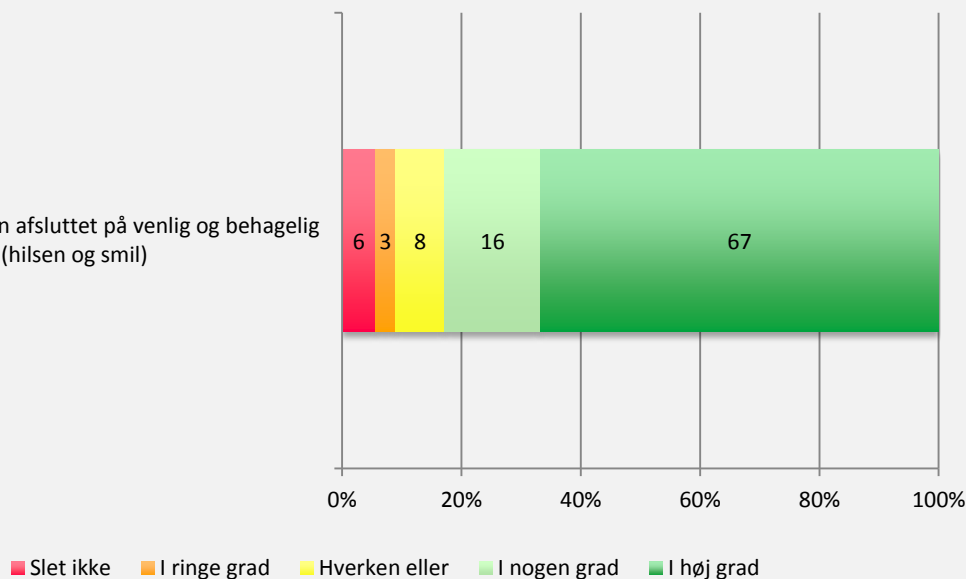
n = 448

Spisesteder:
Afsked
totalscore



80,2%

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



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

I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

83,8

83,8

"Det var helt utrolig lækker mad og en meget venlig betjening. Den første medarbejders kollega kom afslutningsvis og opsøgte os ved vores bord insisterende på at hjælpe os med forespørgslen om aktiviteter. Vi blev introduceret til en facebookside, hvor man kunne se alle kommende aktiviteter. Vi gik glade derfra."

"Jeg forlod stedet og da jeg gik sagde medarbejderen "Ha' en god dag"."

"Medarbejderen ønskede en god dag og sagde "Tak for besøget", da vi forlod restauranten."

"Servicen var ikke særlig venlig på trods af OK besvarelser på alle spørgsmål. Man kunne også godt have ønsket god weekend eller have sagt farvel og tak eller lignende i stedet for bare at gå videre med næste ekspedition."

"En medarbejder kom til kassen og tog mod betaling, mens vedkommende snakkede med de andre. Jeg fik ingen afskedshilsen."

"Ekspeditionen blev ikke afsluttet på nogen særlig måde, og der blev ikke sagt velbekomme eller andet som afsked."

Jeg ville gerne have haft, at medarbejderen havde sagt god fornøjelse eller velbekomme til mig."

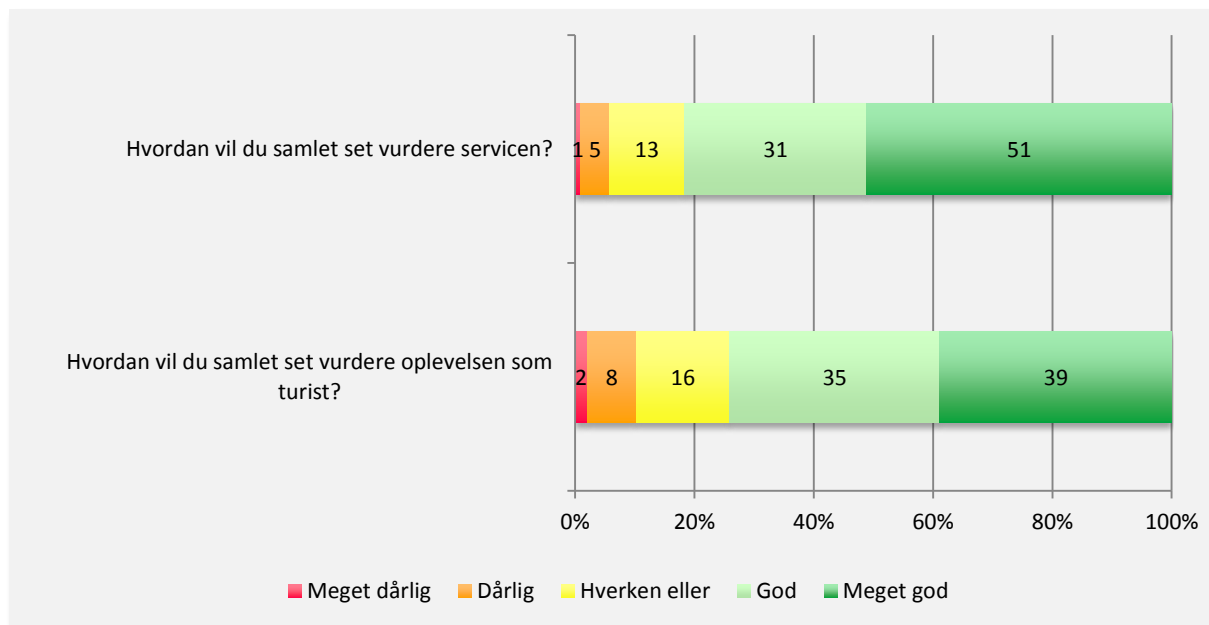
SPISESTEDER: SAMLET VURDERING

n = 448

Spisesteder:
Samlet vurdering
totalscore



78,3%



"Alt i alt var det en hyggelig tur på en cafe, hvor der var utroligt meget liv. Denne travlhed gjorde dog også, at der var en lidt kaotisk stemning til tider. Medarbejderne klarede dog dette fint i forhold til at de formåede at være smilende og hjælpsomme, når man kontaktede dem."

"Medarbejderne var på alle tidspunkter smilende og ved forespørgsel om turistattraktioner virkede personen engageret, selvom der ikke var mere end en ting at foreslå. Alt i alt var det således en god oplevelse."

"En trist oplevelse samlet set. Hverken mad eller drikke var pengene værd, og begge dele blev levnet med mere end halvdelen tilbage. Ingen af medarbejderne var smilende eller imødekommende, og medarbejderen, der betjente mig, kunne ikke svare på mit spørgsmål om, hvad det var der var ovenpå min mad."

"Den samlede oplevelse var hverken super god eller dårlig. Maden var rigtig lækker, men servicen var ikke god. Medarbejderen virkede lettere irriteret og var ikke imødekommende eller villig til at hjælpe en turist. Lokaler, faciliteter inventar mm. fremstod pænt og rent. Borde og stole var alle tørret af, og disken så meget indbydende ud. Så alt i alt en blandet oplevelse."

Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?

Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?

I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

81,5

75,2

78,3

SPISESTEDER: OPSUMMERING

Der er gennemført i alt 448 målinger i spisesteder i de 32 byer. Målingerne er i udgangspunktet foretaget på spisesteder, hvor Mystery Shopperne har mulighed for sidde ned, samt hvor der udleveres et menukort.

Spisestedernes **Faciliteter** får flotte vurderinger, og 23 ud af de 32 byer scorer over 90%. I forhold til tidligere år er der en lille forbedring på spørgsmålene i afsnittet.

Alle byer har scoret over 80% på **Velkomst og Imødekommenhed**. Mystery Shopperne bliver i mere end 8 ud af 10 besøg tydeligt lagt mærke til ved ankomst – selvom travlheden på spisestederne ofte er stor. Desuden fremstår medarbejderne i mere end 90% af besøgene til *I høj grad* eller *I nogen grad* at have en imødekommende attitude overfor Mystery Shopperne. Der er sket en positiv udvikling igennem årene, og samlet set nærmer den samlede score 90%.

Salg har historisk altid været den største udfordring på spisesteder og er stadig det område, der scorer lavest. Da der er stor forskel på spisestederne, er spørgsmålene meget generelle. Alle Mystery Shopperne stiller således spørgsmål til noget på menuen og bestiller noget, hvor medarbejderne har mulighed for at sælge, fx en større cola, en samlet menu eller har mulighed for at tilbyde dessert, kaffe el. lign. Medarbejderne har generelt meget stor viden om udvalget og har alligevel præsteret at forbedre resultaterne en smule fra 2014 til 2015 og ender på 92,3% (2014: 90,9%). I forhold til spisestedernes udnyttelse af hele salgspotentialet til den enkelte gæst er der sket en markant forbedring på hele 9,4%, til 48%. Ca. halvdelen af Mystery Shopperne oplever således stadigvæk ikke, at mersalg eller opsalg og et øget fokus på dette vil kunne bidrage betydeligt til det enkelte spisesteds indtjening.

Afsnittet **Turismeservice** er det afsnit, som har haft den største stigning i resultatet – dog også fra det laveste historiske niveau. Der undersøges, om medarbejderne er interesserede i at hjælpe, om de kan hjælpe, og hvorvidt de omtaler mulighederne i lokalområdet positivt. Endelig undersøger vi, om de selv nævner flere eller andre muligheder, som turisterne kunne besøge. Både medarbejdernes interesse i og evne til at hjælpe er nogenlunde uændret (1%-point bedre). Den positive udvikling skyldes, at medarbejderne i langt højere grad uopfordret kommer med forslag og informationer om lokalområdet samt er blevet mere positive i omtalen om lokalområdets udbud. Disse to spørgsmål scorer hhv. 43% (2014: 28,4%) og 70,8% (2014: 63,6%).

Afsnittene **Maden og Afslutning** ligger begge over den overordnede målsætning om at score over 80%. De har ligeledes begge en positiv udvikling på ca. 3%-point.

Turistkontorer

I følgende afsnit vil resultaterne af besøgene på turistkontorene blive præsenteret.

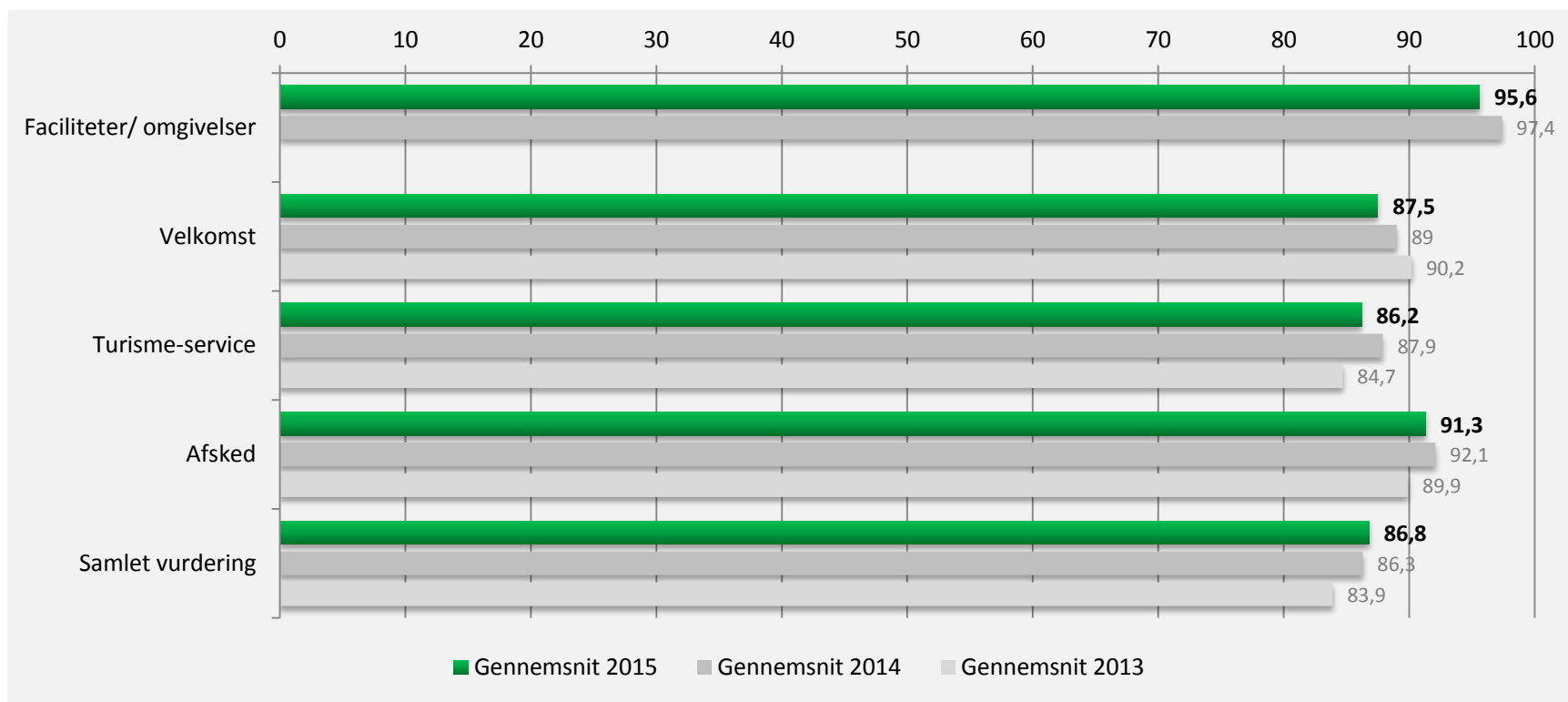
TURISTKONTOR: SAMLET

n = 212

Turistkontor
totalscore



88,6%



Faciliteter



95,6

Velkomst/
Imødekom...



87,5

Turisme-
service



86,2

Afsked



91,3

Samlet
vurdering



86,8

TURISTKONTOR: TOPLISTE

n = 212

		Faciliteter/ Omgivelser	Velkomst / Imødekom- menhed	Turisme- service	Afsked	Samlet vurdering	Total 2015	Total 2014	Total 2013
TOP 3	1 Gilleleje	100,0	98,8	100,0	100,0	100,0	99,7	93,8	90,9
	2 Bønnerup / Fjellerup	100,0	98,3	100,0	100,0	100,0	99,6	N/A	N/A
	3 Samsø	100,0	98,8	97,9	100,0	100,0	98,8	96,1	N/A
	4 Blokhus	100,0	98,8	96,4	100,0	100,0	98,2	94,6	85,2
	5 Ebeltoft	94,6	95,2	100,0	100,0	100,0	97,9	99,4	95,5
	5 Viborg	100,0	94,0	99,3	96,4	100,0	97,9	N/A	N/A
	7 Stege	94,6	94,0	99,3	100,0	100,0	97,3	94,3	96,0
	8 Billund / Grindsted	100,0	97,2	95,0	100,0	95,8	96,9	94,9	98,3
	9 Ringkøbing	100,0	98,8	93,6	100,0	96,4	96,7	N/A	N/A
	9 Skagen	100,0	94,0	95,7	100,0	100,0	96,7	95,2	N/A
	11 Haderslev	96,4	100,0	94,3	96,4	96,4	96,4	N/A	N/A
	11 Helsingør	100,0	86,9	99,3	100,0	100,0	96,4	N/A	N/A
	13 Faaborg	98,2	94,0	90,7	100,0	100,0	94,3	N/A	N/A
	13 Hvide Sande	92,9	96,4	95,0	92,9	89,3	94,3	89,6	88,1
	15 Hundested	98,2	98,8	87,9	100,0	96,4	94,0	N/A	N/A
	16 Sønderborg	94,6	95,2	93,6	96,4	85,7	93,8	95,2	87,5
	17 Præstø	93,8	94,4	90,0	100,0	91,7	92,7	N/A	N/A
	18 Marielyst	100,0	89,3	92,1	89,3	92,9	92,6	89,9	66,5
	19 Holstebro / Thorsminde / Fjand	98,2	96,4	84,3	96,4	89,3	91,1	N/A	N/A
	19 Nyk. Sj./Rørvig	100,0	84,5	90,0	100,0	89,3	91,1	96,7	99,4
	21 Fredensborg by	100,0	92,9	84,3	92,9	82,1	89,6	N/A	N/A
	22 Kerteminde	91,1	88,1	88,6	96,4	82,1	89,0	N/A	N/A
	23 Rømø	96,4	84,5	83,6	82,1	82,1	85,7	90,8	84,7
	24 Hillerød	100,0	97,6	70,7	92,9	71,4	84,2	84,2	N/A
	25 Fanø	89,3	63,1	87,9	85,7	82,1	81,3	96,7	92,0
	26 Aabenraa*	100,0	63,1	77,9	92,9	67,9	78,3	N/A	N/A
	27 Gudhjem	81,2	73,6	74,2	66,7	70,8	74,3	N/A	N/A
	28 Dragør	73,2	81,0	66,4	75,0	64,3	71,7	N/A	N/A
BUND 3	29 Vordingborg	98,2	75,0	49,3	89,3	50,0	67,3	N/A	N/A
	30 Bork Havn*	91,1	50,0	57,9	46,4	64,3	61,0	N/A	N/A
	31 Søndervig*	80,4	42,9	40,7	42,9	53,6	49,1	65,1	N/A
Gennemsnit alle byer		95,6	87,5	86,2	91,3	86,8	88,6	90,0	84,0

Der er foretaget 7 besøg i hver by, med visse undtagelser: Billund/Grindsted (6), Bønnerup/Fjellerup (5), Præstø (6) og Gudhjem (6) da turistkontorene var lukkede på besøgsdagene. Frederiksværk har ikke fået foretaget målinger af turistkontor.

*Turistkontorerne i Bork Havn, Søndervig og Aabenraa er ubemandede og har i stedet en interaktiv løsning, som turisterne kan benytte til at hente information. Resultaterne for disse skal derfor tages med visse forbehold, da man metodisk set bør benytte særlige parametre til at måle denne type service. Ikke desto mindre giver Mystery shoppernes feedback og oplevelser værdifuld information om forbedringsmuligheder og et overordnet indtryk af de installerede løsninger og faciliteter, hvorfor resultaterne er inkluderet i afrapporteringen.

TURISTKONTOR: SPØRGERAMME

n = 212

		Gennemsnit alle byer 2015
Faciliteter/ omgivelser	Var faciliteterne/omgivelserne ryddelige?	94,8
	Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?	96,3
	I alt	95,6
Velkomst / Imødekommenhed	Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	78,8
	Var medarbejderen præsentabel/velsoigneret?	93,3
	Virkede medarbejderen imødekommende?	90,4
	I alt	87,5
Turismeservice	Var personen interesseret i at hjælpe med turisme-relaterede spørgsmål?	90,7
	Kunne personen hjælpe dig?	89,7
	Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere forslag og information om områdets muligheder?	79,8
	Blev områdets muligheder omtalt på en positiv og indbydende måde?	87,6
	Fik du udleveret relevante brochurer uden at skulle spørge om dem?	83,0
	I alt	86,2
Afsked	Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	91,3
	I alt	91,3
Samlet vurdering	Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?	86,8
	I alt	86,8
TOTAL		88,6

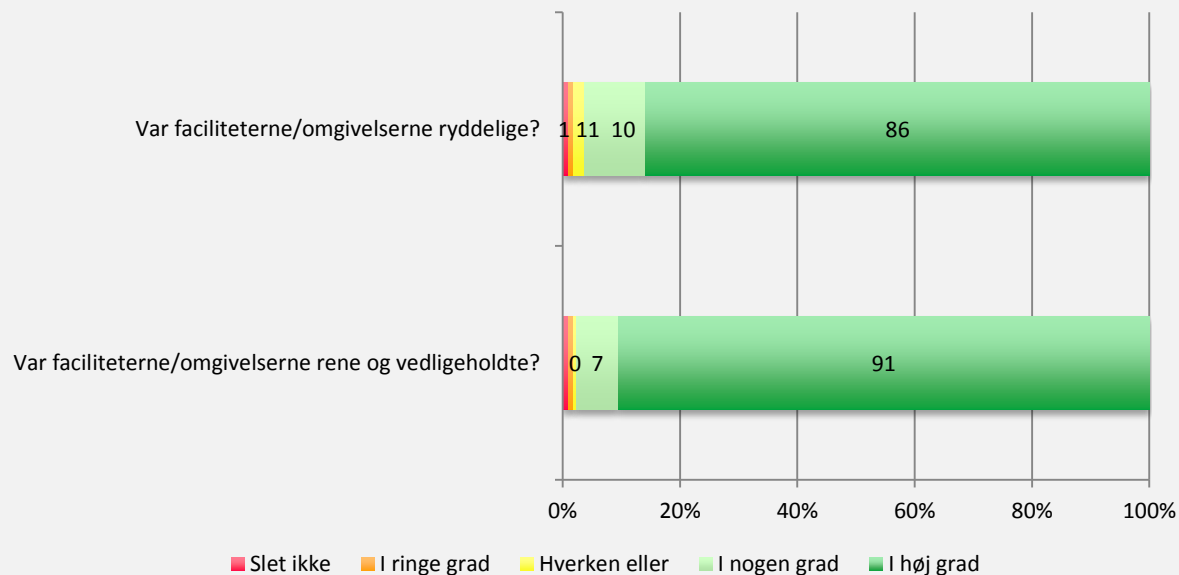
TURISTKONTOR: FACILITETER / OMGIVELSER

n = 212

Turistkontor:
Faciliteter
totalscore



95,6%



"Turistkontoret virkede som et godt sted at begynde sin ferie. Der var pænt og ryddeligt og fyldt godt op med mange forskellige brochurer om byen og området."

"Selve stedet var rigtig pænt og fint indrettet. Det samme gjorde sig gældende udenfor, hvor der ligeledes var pænt og ryddeligt."

"Stedet havde en fin udendørs facade, hvorfor det virkede indbydende. Der var ligeledes pænt og ryddeligt indendørs. Dette gjorde sig både gældende i forhold til den overordnede rengøring men også i forhold til de forskellige informationsmaterialier."

"Der var pæn orden i alle brochurer på væggen og bordene, og der var overordnet set også rent. Måten ved indgangen var dog meget beskidt"

"(...) Kontoret virkede dog en smule rodet, og det var svært at vide, hvor man skulle stille sig, hvis man gerne ville have hjælp."

"Jeg var meget skuffet over hvordan turistkontoret så ud, jeg havde haft større forventninger i betragtning af hvor mange turister der kommer årligt. (...). Det var meget rodet og brochurer lå alle vegne, det var meget forvirrende."

**Gennemsnit
alle byer
2015**

Var faciliteterne/omgivelserne ryddelige?

94,8

Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?

96,3

I alt

95,6

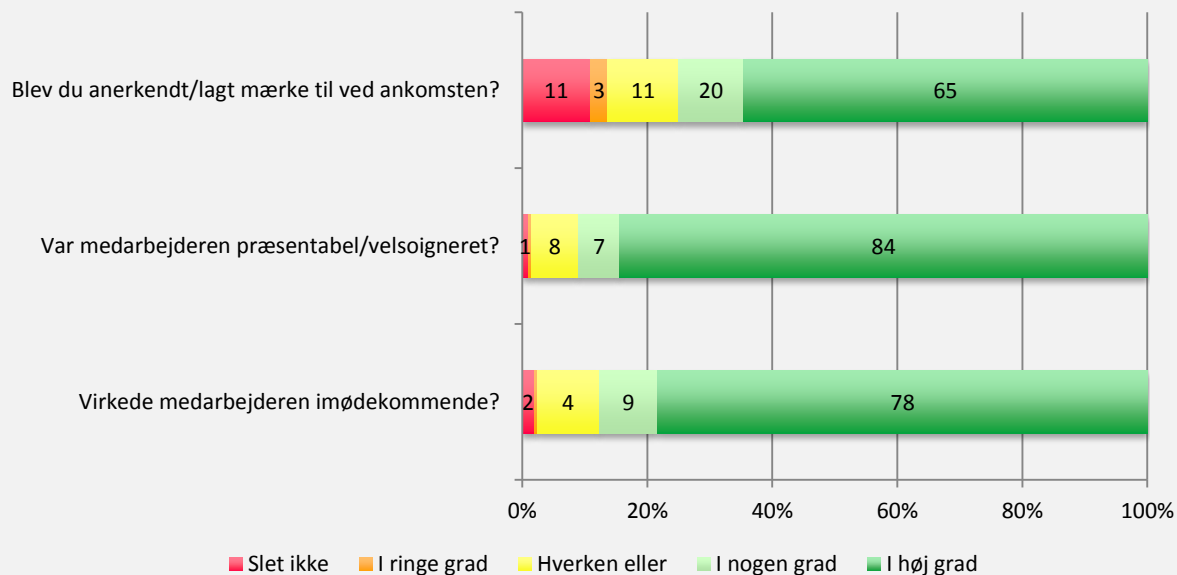
TURISTKONTOR: VELKOMST

n = 212

Turistkontor:
Velkomst
totalscore



87,5%



" Medarbejderen var meget engageret og imødekommende over for mig. Dermed fik medarbejderen mig til at føle, at jeg var velkommen til stille spørgsmål om hvilke af områdets attraktioner, som var relevante for mig og mine børn. Medarbejderen havde en god øjenkontakt med mig og var meget interesseret i at besvare mine spørgsmål. "

"Medarbejderen kom mig smilende i møde og spurgte ind til mine ønsker med en venlig tone i stemmen. Endvidere var medarbejderen opmærksom på, om jeg var interesseret i de forslag, som vedkommende kom med."

"Medarbejderen tog ikke selv kontakt til mig, og vedkommende sad og kiggede på sin computer, mens jeg gik rundt. Selv om der var flere turister på kontoret, måtte jeg selv henvende mig for at få hjælp. Medarbejderen var ikke specielt imødekommende og var heller ikke særligt interesseret i at hjælpe mig."

"Da jeg kom ind på turistinformationen, var medarbejderen optaget af at sælge nogle billetter til nogle gæster. Medarbejderen bemærkede mig ikke, og jeg måtte selv bede om at få noget hjælp. Medarbejderen tog ikke initiativ til at komme i dialog med mig, og udviste ikke engagement over for mig som turist."

Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?

Var medarbejderen præsentabel/velsoigneret?

Virkede medarbejderen imødekommende?

I alt

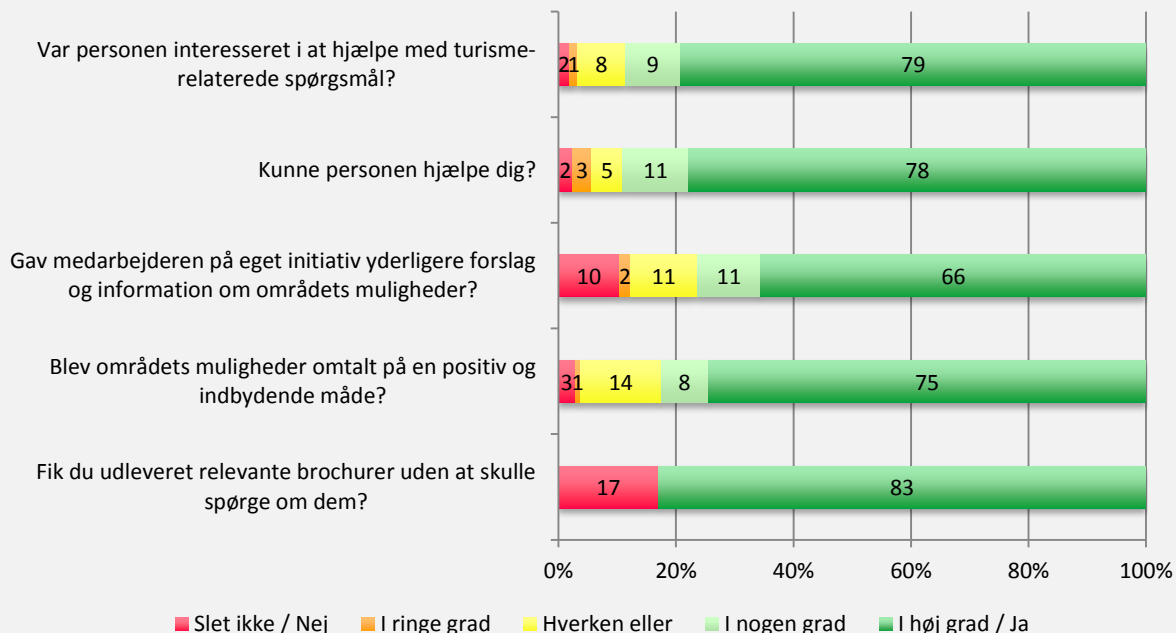
Gennemsnit
alle byer
2015

78,8

93,3

90,4

87,5



"Medarbejderen var meget imødekommende og venlig, og gav udtryk for et personligt engagement i forhold til opgaven. Medarbejderen var meget opmærksom på, hvilke behov en 3-årig har, såsom at barnet ikke skulle køre for meget i bil, samt kunne få dækket sit behov for aktivitet."

"Medarbejderen startede med at spørge lidt ind til, hvor længe vi var i byen samt alder på børnene. Herefter gik medarbejderen i gang med at beskrive seværdighed efter seværdighed - medarbejderen havde så mange ideer til aktiviteter, og var utrolig inspirerende"

"Jeg fik ganske vist svar på mit spørgsmål, men jeg savnede personlige anbefalinger eller bare andet information end en henvisning til en brochure."

"Medarbejderen vidste ikke ret meget og det var meget svært at forstå vedkommende, da personen talte svensk og meget lavt"

"Medarbejderen kom hen til mig og afventede, at jeg skulle spørge om noget. Medarbejderen var bestemt ikke uhøflig men virkede ikke særligt engageret i dialogen. Vedkommende svarede på mine spørgsmål og gav en løsning, men medarbejderen fortalte ikke andet end lige præcis det, jeg spurgte efter. Betjeningen var ikke særligt personlig, og jeg følte, at jeg var til besvær."

Var personen interesseret i at hjælpe med turisme-relaterede spørgsmål?

Kunne personen hjælpe dig?

Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere forslag og information om områdets muligheder?

Blev områdets muligheder omtalt på en positiv og indbydende måde?

Fik du udleveret relevante brochurer uden at skulle spørge om dem?

I alt

**Gennemsnit
alle byer
2015**

90,7

89,7

79,8

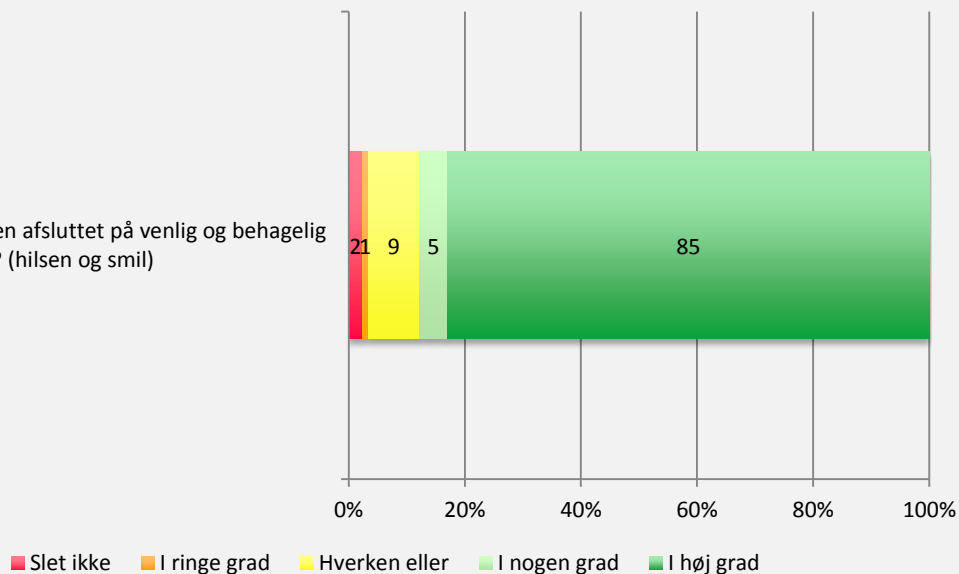
87,6

83,0

86,2



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



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

I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

91,3

91,3

"Medarbejderen virkede oprigtigt interesseret i at give mig den bedste oplevelse og ferie og ønskede mig afslutningsvis en rigtig god ferie."

"Medarbejderen afsluttede med at sige, at jeg endelig måtte komme igen, hvis jeg havde flere spørgsmål."

"Samtalen blev da også afsluttet med en invitation til endelig at komme forbi igen, hvis jeg havde nogle spørgsmål eller hvis jeg ville have flere forslag til ting, som vi kunne foretage os i området."

"Ved afslutningen af samtalen fik jeg udleveret en mængde materiale såsom kort over området, en aktivitetskalender og et større katalog, der beskrev flere af byerne i området. Samtalen blev afsluttet med en opfordring fra medarbejderen side om endelig at tage kontakt, hvis der undervejs skulle dukke spørgsmål op."

"(...) Slutteligt blev samtalen afsluttet uden entusiasme. Dette, sammen med medarbejderens lidt fortravlede adfærd, gjorde, at besøget ikke blev opfattet som udpræget positivt."

"(...) Desuden virkede afslutningen af vores dialog lidt brat, og medarbejderen afsluttede ikke samtalen ved at spørge, om jeg havde brug for yderligere hjælp. Medarbejderen gik bare direkte videre til næste turist, hvilket virkede en smule uhøfligt."

TURISTKONTOR: SAMLET VURDERING

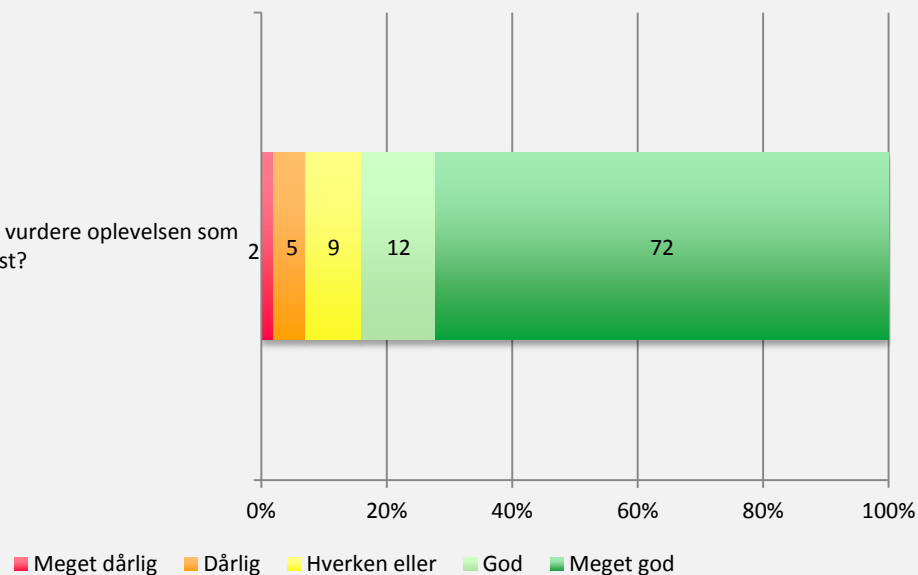
n = 212

Turistkontor:
Samlet evaluering
totalscore



86,8%

Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?



Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?

I alt

Gennemsnit
alle byer
2015

86,8

86,8

"Alt i alt var det en rigtig god oplevelse. Jeg fik en masse forskelligt information om steder, som personen kunne anbefale. Derudover brugte vedkommende sine egne erfaringer, hvilket var super positivt.

Medarbejderen var en rigtig behagelig og rolig person, hos hvem man rigtig kunne mærke, at lysten var der til at hjælpe turisterne i området.

Jeg endte med at få alle de nødvendige oplysninger, for til sidst at gå derfra med et stor smil og ønsket om en god ferie."

Min samlede oplevelse var meget positiv, idet medarbejderen var meget imødekommende og udviste ingen irritation på trods af travlhed og en lang kø."

"Jeg måtte spørge flere gange, om medarbejderen slet ikke havde nogle ideer, før jeg fik at vide, at jeg kunne leje cykler.

Jeg blev slet ikke inspireret til gode oplevelser i byen og følte mig ret skuffet, da jeg gik derfra."

"Alt i alt var det ikke en særlig god oplevelse, og jeg fik slet ikke svar på mine turistspørgsmål. Medarbejderen fortalte ikke om noget og anbefalede ikke konkret ting jeg kunne lave, selvom jeg spurgte medarbejderen direkte."

TURISTKONTOR: OPSUMMERING

Der er gennemført i alt 212 målinger i 31 byers turistkontorer*. En generel udfordring i forbindelse med disse målinger har været, at der i flere tilfælde ikke har været overensstemmelse mellem oplyste åbningstider på fx hjemmesider og i brochurer samt de faktiske åbningstider, der opleves af Mystery Shopperne. Håndskrevne sedler med "vi lukker tidligt i dag" eller blot låste døre inden den officielle lukketid er således oplevet i flere tilfælde, hvilket selvfølgelig ikke er hensigtsmæssig for turisternes oplevelse.

Det overordnede resultat for turistkontorerne er en smule dårligere end tidligere år. En fremtrædende årsag til denne udvikling er, at der blandt byerne er ubemandede turistinformationer, hvor man via interaktive skærme kan hente relevante informationer om området. Faciliteterne og udstyret løfter desværre ikke opgaven tilfredsstillende, hvilket kan ses på resultaterne for disse steder og derved også på resultaterne overordnet. Tager man disse 2 byer ud af resultaterne er der en positiv udvikling på 0,9%-point. Disse 2 byer er dog taget med i resultaterne til trods for, at man metodisk betragtet ikke bør lade de ubemandede turistinformationer indgå i resultaterne. Det er gjort, da Mystery Shoppernes kommentarer og oplevelser giver et godt indblik i de faktiske oplevelser, Mystery Shopperne har – og som alle "rigtige" turister ligeledes har i disse byer.

Faciliteterne har – som ovenfor nævnt – været en udfordring. Uanset, om man medtager de ubemandede turistinformationer, er der således tale om et mindre fald i resultaterne ift. tidligere år. Scoren på 95,6% er til trods for faldet i forhold til 2014 stadig et flot resultat, og det generelle indtryk er stadig rigtig godt.

Turistkontorernes score på **Velkomst / Imødekommenhed** er faldet en smule, og med en score på 87,5% er de placeret mellem de øvrige områder – detailbutikker (86,3%) og spisesteder (89%). Ser man bort fra de ubemandede turistinformationer, ville afsnittet have haft en lille stigning i forhold til året før på 1,4%-point. På de besøg, som er med til at trække oplevelsen ned, er der en gennemgående tendens, at medarbejderne forbliver passive ved deres computere og/eller papirer, uden selv at hilse eller tage kontakt til turisterne.

På kerneydelsen **Turismeservice** leverer turistkontorerne gode resultater og opnår – med undtagelse af et enkelt spørgsmål – en score over 80%. Sammenlignet med tidligere år er der også på dette område et fald i scoren, men samlet set er scoren på 86,2% en fin score, og scoren uden de ubemandede informationer ville have været 88,9% – altså igen en lille stigning ift. 2014. Medarbejderne er overordnet set både interesserede i at hjælpe, når der er skabt kontakt og gode til at besvare spørgsmål. Et fremtidig fokusområde kunne være, at medarbejderne henvender sig uopfordrede og foreslår andre udflugtsmål og attraktioner, da det er dér medarbejderne har mulighed for at "sælge" lokalområdet yderligere og vække turisternes interesse for andre ting, end det de kom efter.

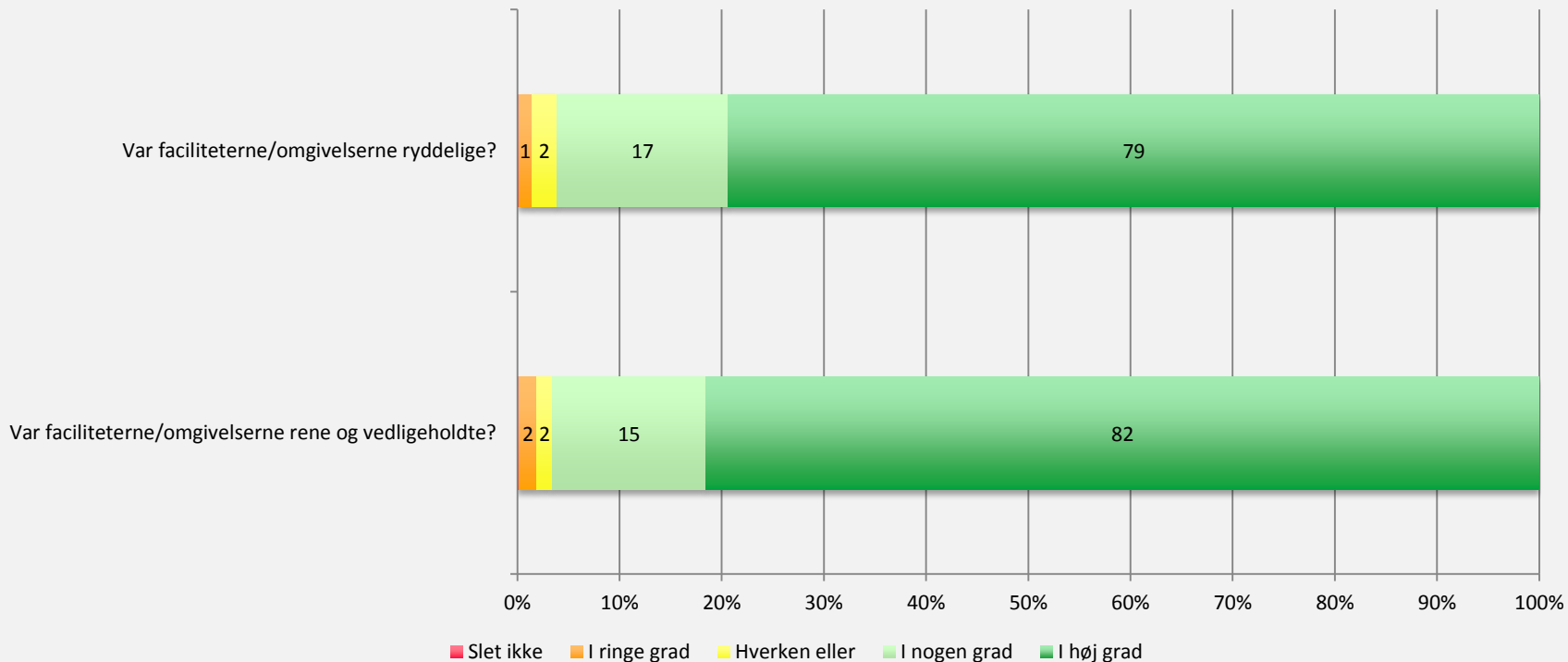
På såvel **Afslutning** som **Samlet vurdering** gør det sig gældende, at der ville være tale om en stigning på hhv. 3,2%-point og 2,0%-point i forhold til tidligere år, såfremt i ubemandede informationer ikke talte med. De samlede resultater viser dog et fald på **Afslutning** på 0,8%-point og en stigning på 0,5%-point i forhold til den samlede oplevelse.

På baggrund af resultaterne er det tydeligt, at turistkontorerne fortsat leverer en turismeservice på et højt niveau, men at der stadig er plads til at forbedre "salget" til turisterne. Nærstuderer man resultaterne for de ubemandede turistinformationer, er det ligeledes tydeligt, at dårligt implementerede it-værktøjer og misligholdte faciliteter i høj grad har negativ indvirkning på såvel Mystery Shopperne som "rigtige" turisternes indtryk og oplevelser.

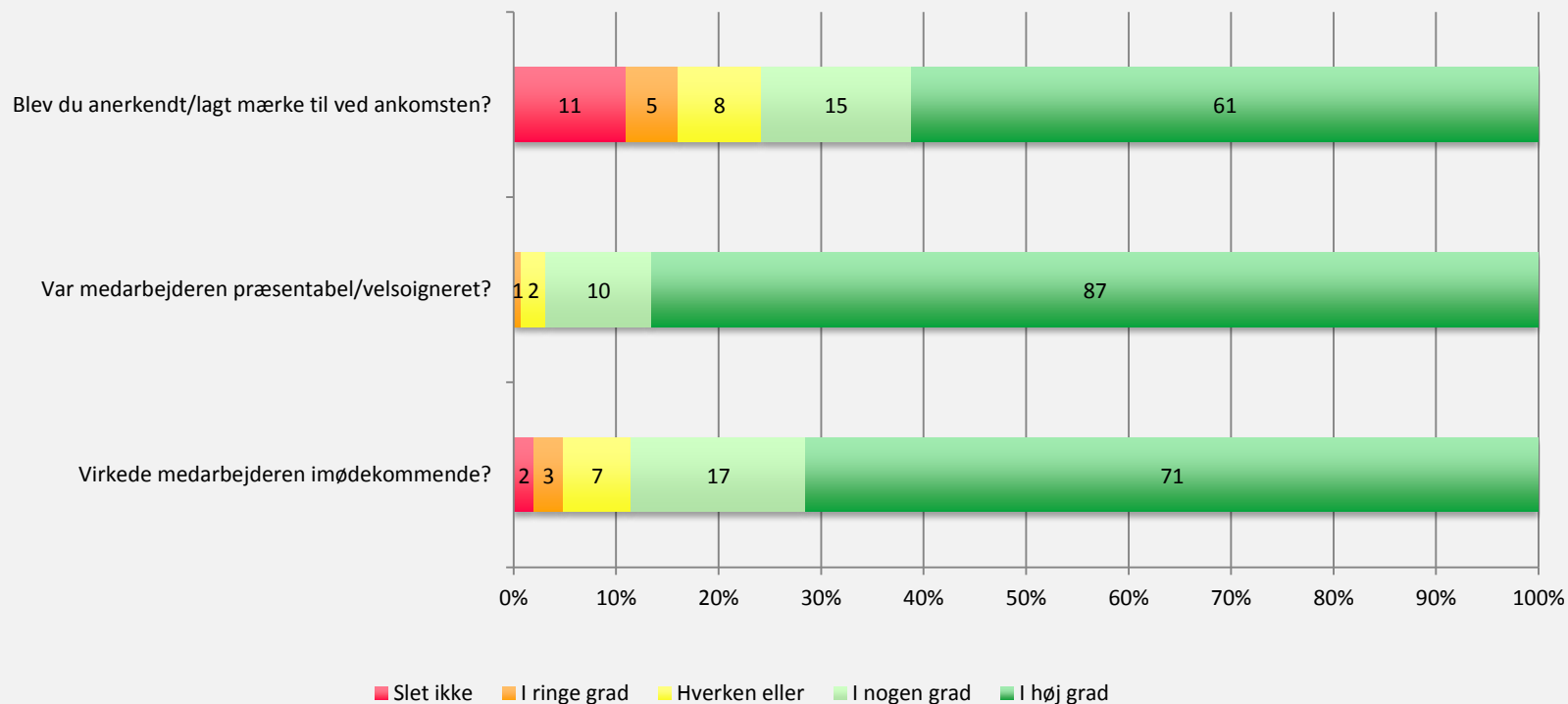
*Frederiksværk har ikke turistkontor.

Tværgående analyser

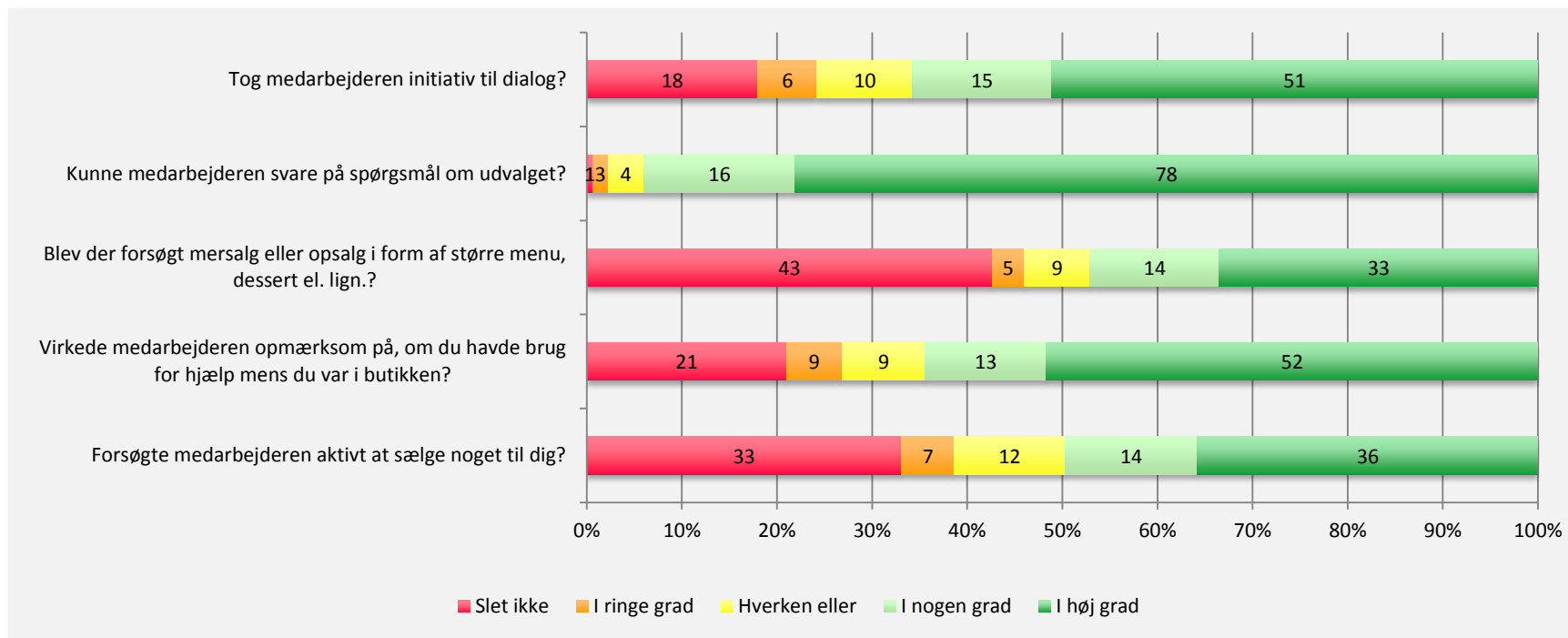
I følgende afsnit vil tværgående resultater på tværs af detail, spisesteder og turistkontorer blive præsenteret.



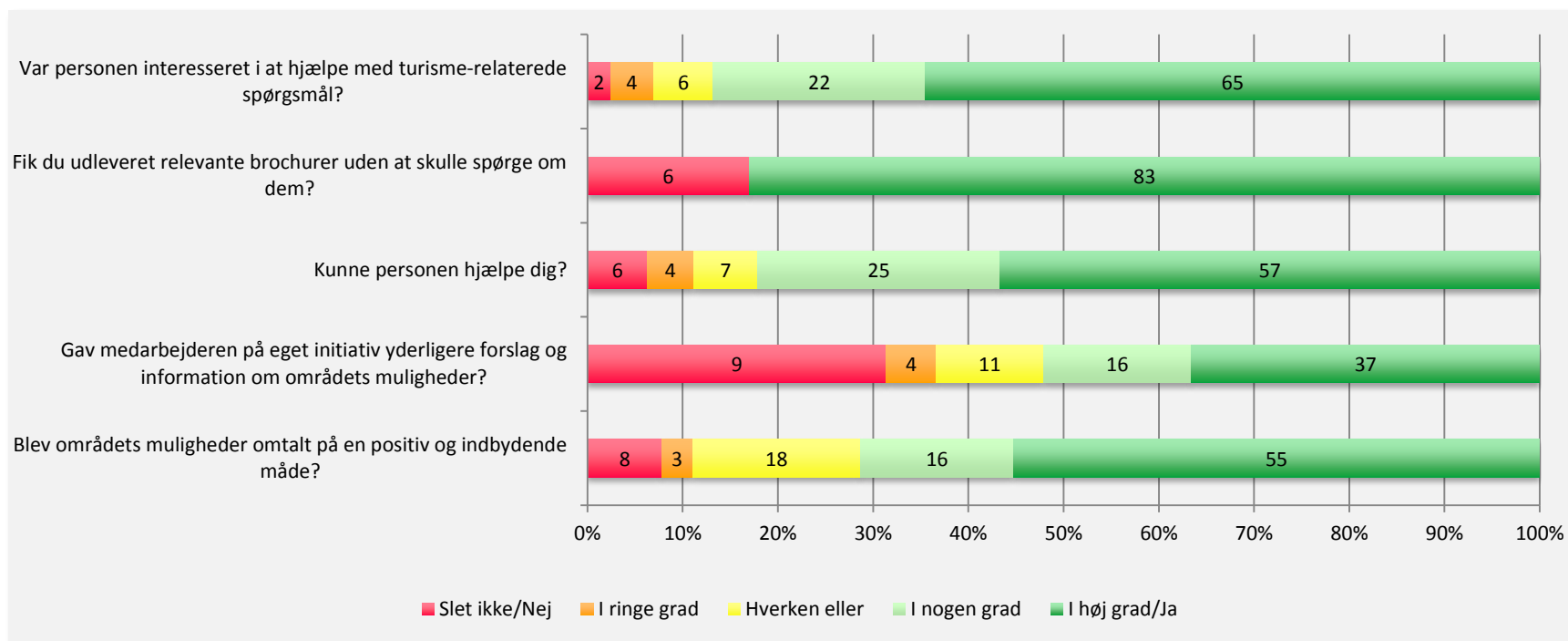
		Gennemsnit alle byer 2015	Gennemsnit alle byer 2014	Gennemsnit alle byer 2013
Faciliteter/ omgivelser	Var faciliteterne/omgivelserne ryddelige?	93,5	93,4	N/A
	Var faciliteterne/omgivelserne rene og vedligeholdte?	94,0	94,0	N/A
	I alt	93,8	93,7	N/A



Velkomst / Imødekommeheds		Gennemsnit alle byer 2015	Gennemsnit alle byer 2014	Gennemsnit alle byer 2013
	Blev du anerkendt/lagt mærke til ved ankomsten?	77,5	75,3	66,8
	Var medarbejderen præsentabel/velsoigneret?	95,6	96,0	91,8
	Virkede medarbejderen imødekommende?	88,3	87,4	80,1
	I alt	87,1	86,2	80,0



		Gennemsnit alle byer 2015	Gennemsnit alle byer 2014	Gennemsnit alle byer 2013
Salg	Kunne medarbejderen svare på spørgsmål om udvalget?	92,3	90,9	84,2
	Tog medarbejderen initiativ til dialog?	68,7	56,6	48,1
	Blev der forsøgt mersalg eller opsalg i form af større menu, dessert el. lign.?	48,0	38,6	46,1
	Virkede medarbejderen opmærksom på, om du havde brug for hjælp mens du var i butikken?	67,1	56,1	N/A
	Forsøgte medarbejderen aktivt at sælge noget til dig?	53,4	45,0	43,7
	I alt	64,6	56,3	52,5

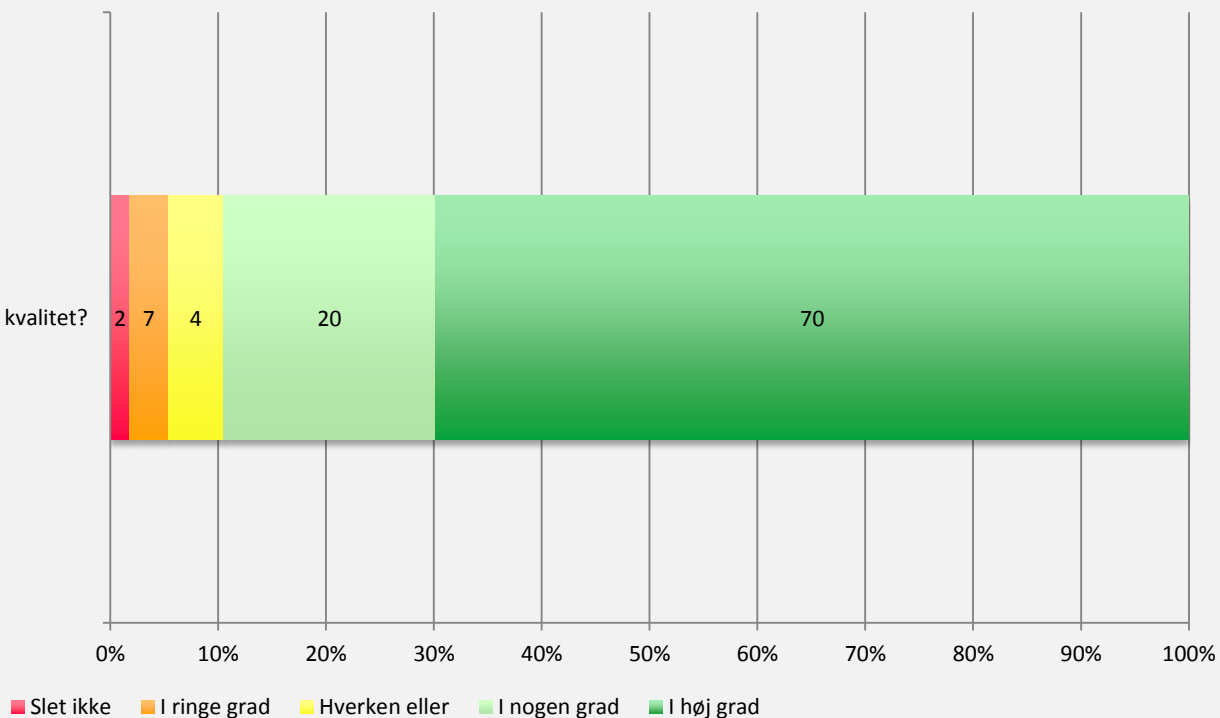


		Gennemsnit alle byer 2015	Gennemsnit alle byer 2014	Gennemsnit alle byer 2013
Turismeservice	Fik du udleveret relevante brochurer uden at skulle spørge om dem?	83,0	88,0	87,5
	Kunne personen hjælpe dig?	80,3	85,2	82,7
	Virkede personen interesseret i at hjælpe dig med denne forespørgsel?	85,5	81,2	80,9
	Gav medarbejderen på eget initiativ yderligere forslag og information om områdets muligheder?	55,2	42,0	69,4*
	Blev områdets muligheder omtalt på en positiv og indbydende måde?	76,9	72,1	52,7
	I alt	74,7	70,5	73,5

* I 2013 blev spørgsmålet "Gav medarbejderen på eget initiativ..." kun stillet på Turistkontoret.



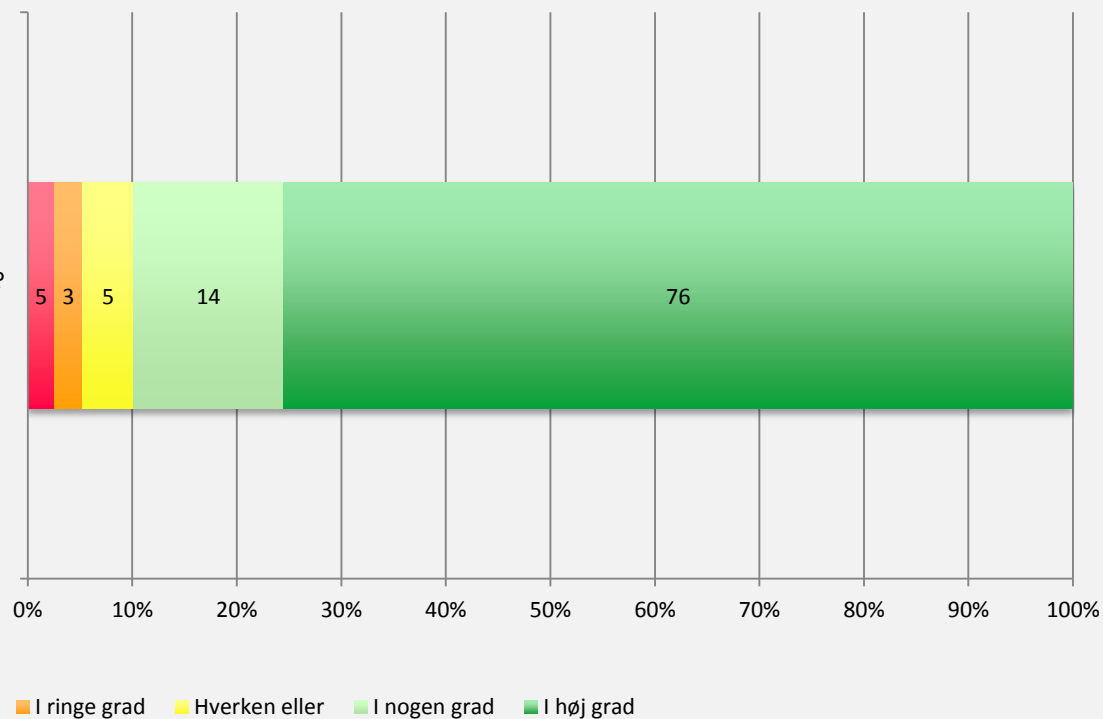
Levede maden op til forventningerne ift. pris og kvalitet?



		Gennemsnit alle byer 2015	Gennemsnit alle byer 2014	Gennemsnit alle byer 2013
Maden	Levede maden op til forventningerne ift. pris og kvalitet?	88,1	85,4	77,6
	I alt	88,1	85,4	72,3



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



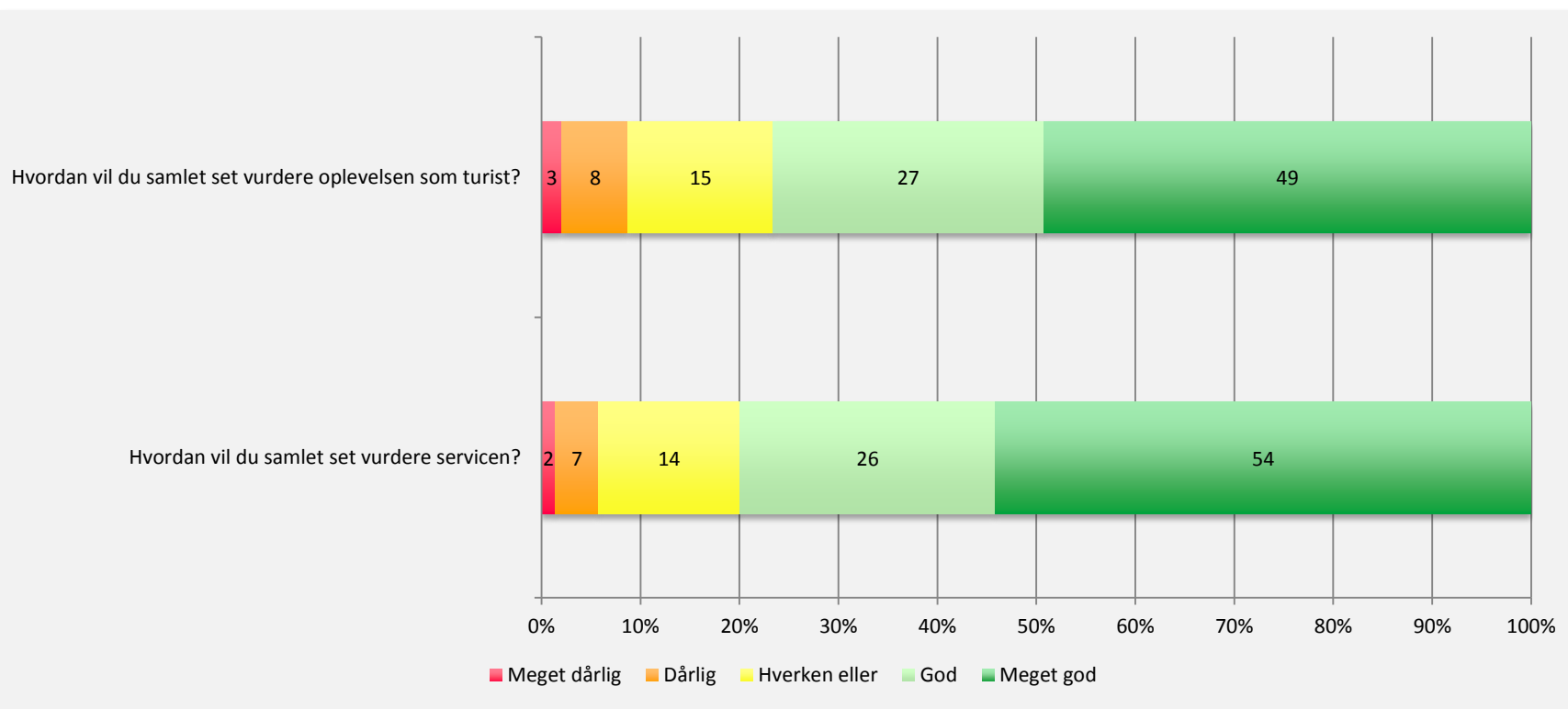
Afsked	Blev besøget/samtalen afsluttet på venlig og behagelig vis? (hilsen og smil)	Gennemsnit alle byer 2015	Gennemsnit alle byer 2014	Gennemsnit alle byer 2013
		89,4	86,0	82,5
	I alt	89,4	86,0	82,5

SAMLET VURDERING

Samlet vurdering
totalscore



80,2%



		Gennemsnit alle byer 2015	Gennemsnit alle byer 2014	Gennemsnit alle byer 2013
Samlet vurdering	Hvordan vil du samlet set vurdere servicen?	78,8	78,8	72,1
	Hvordan vil du samlet set vurdere oplevelsen som turist?	81,7	76,6	74,6
	I alt	80,2	77,6	73,3