

ΕΞΘ

THESSALONIKI
HOTELS
ASSOCIATION

1914
2014

Έρευνα
Ικανοποίησης Πελατών
Μάρτιος 2015

gbr
consulting

Χορηγός
Booking.com



ΕΞΘ

THESSALONIKI
HOTELS
ASSOCIATION

1914
2014

Έρευνα Ικανοποίησης Πελατών

gbr
consulting

Χαρακτηριστικά έρευνας

- ▶ Μέθοδος: ερωτηματολόγια
- ▶ Δείγμα: 1.202 ερωτηματολόγια
- ▶ Συλλέχτηκαν την περίοδο Οκτωβρίου – Δεκεμβρίου 2014
- ▶ Στοιχεία από 42 ξενοδοχεία κατηγορίας 1* - 5*, μέλη της Ένωσης Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης

ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ

Προφίλ: 30 – 50 ετών, ταξιδεύει από την Ευρώπη με τον/την σύντροφό της/του στη Θεσσαλονίκη για πρώτη φορά, αεροπορικώς ή οδικώς για αναψυχή και μένει 3,7 νύχτες

42%

έχει ξανάρθει
στη Θεσσαλονίκη

47%

κράτηση online

56%

έρχεται στην
Θεσσαλονίκη
για την
προσωπικότητά της!

8,0

συνολική αξιολόγηση

91%

θα σύστηνε τη
Θεσσαλονίκη

31%

χρησιμοποιεί
sites με σχόλια
για ξενοδοχεία

58%

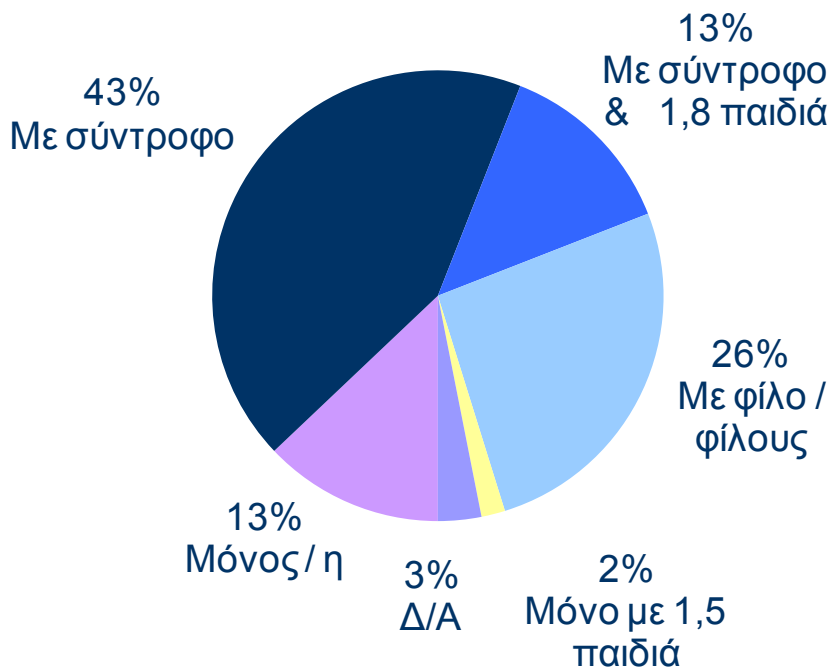
έκανε βόλτα
στην παραλία

81%

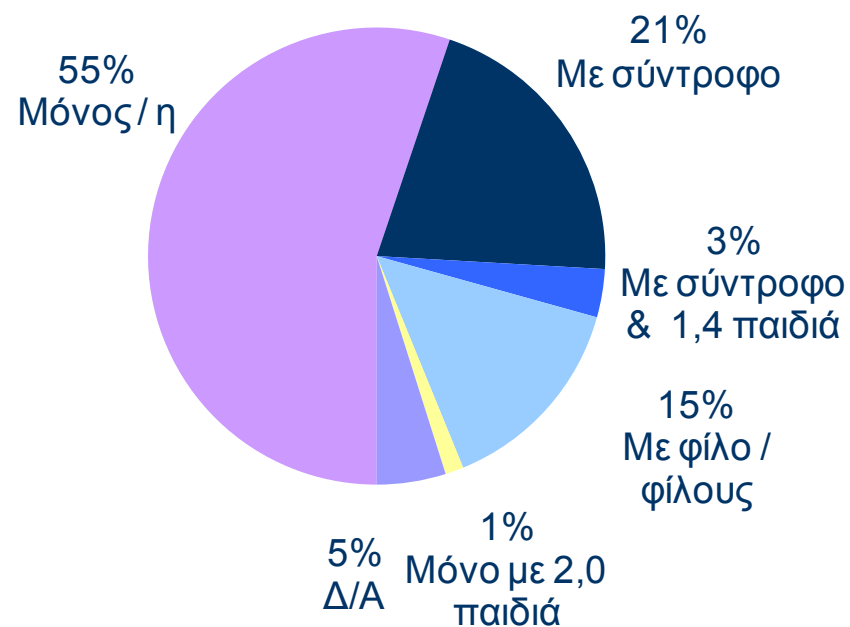
χρησιμοποιεί
κοινωνικά δίκτυα,
κυρίως Facebook

Προφίλ τουριστών

Αναψυχή

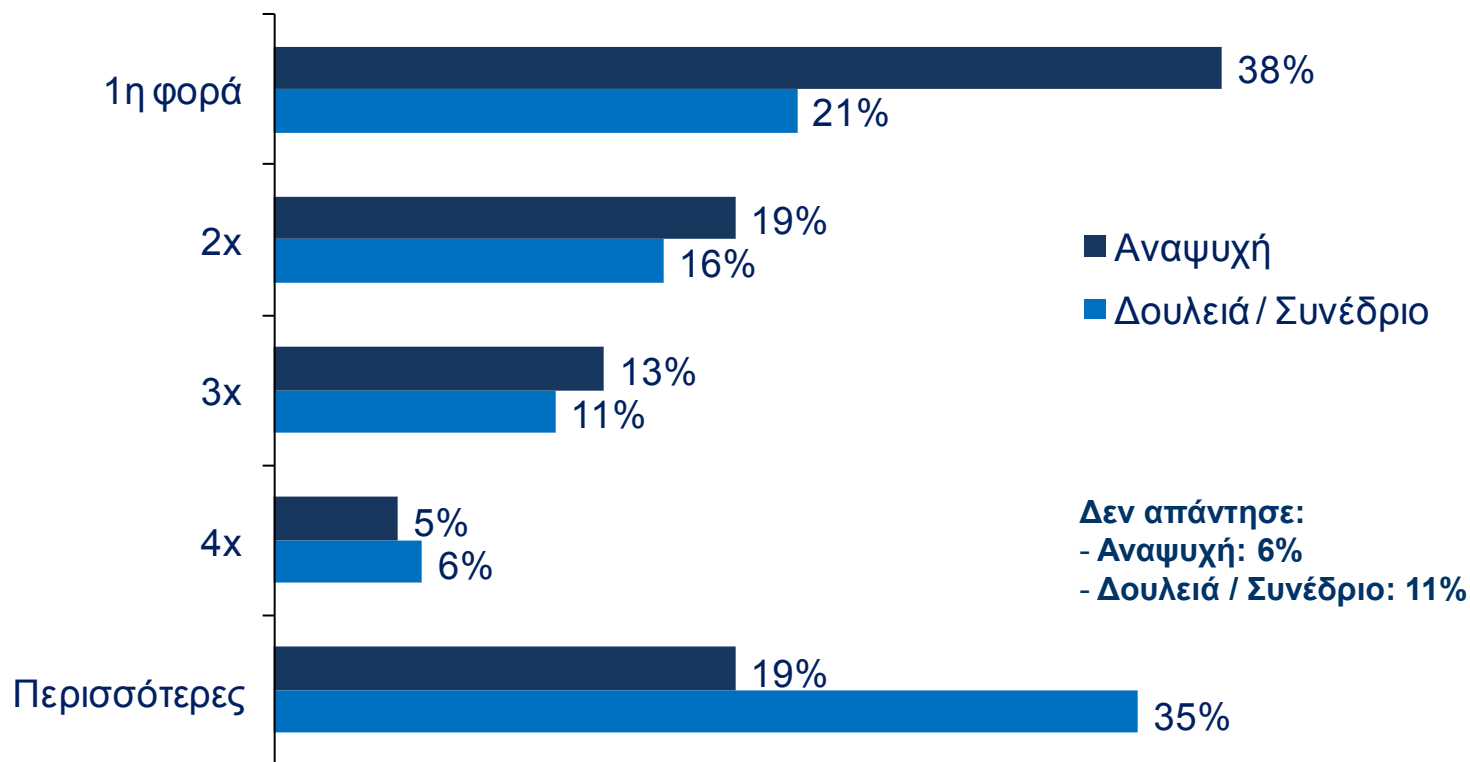


Δουλειά / συνέδριο



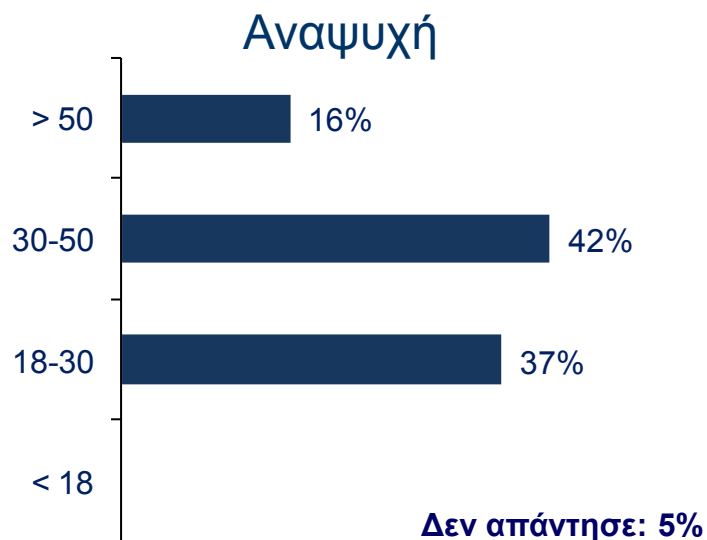
Περίπου το 43% των τουριστών αναψυχής που ταξίδεψε στη Θεσσαλονίκη ήρθε με τον/την σύντροφό της/του, ενώ 1 στους 4 ήρθε με φίλους. Η πλειοψηφία των τουριστών για δουλειά, ήτοι 55%, ταξιδεύουν μόνοι τους, ενώ 1 στους 5 συνοδεύεται από τον/την σύντροφό της/του.

Συχνότητα επισκεψιμότητας



Περίπου το 56% των τουριστών αναψυχής έχει επισκεφθεί ξανά την Θεσσαλονίκη, ενώ το 38% ήρθε για πρώτη φορά. Όσον αφορά τους τουρίστες για δουλειά το 68% έχει επισκεφθεί τη Θεσσαλονίκη ξανά, ενώ το 21% ήρθε για πρώτη φορά.

Ηλικιακή ομάδα & μέση διάρκεια διαμονής

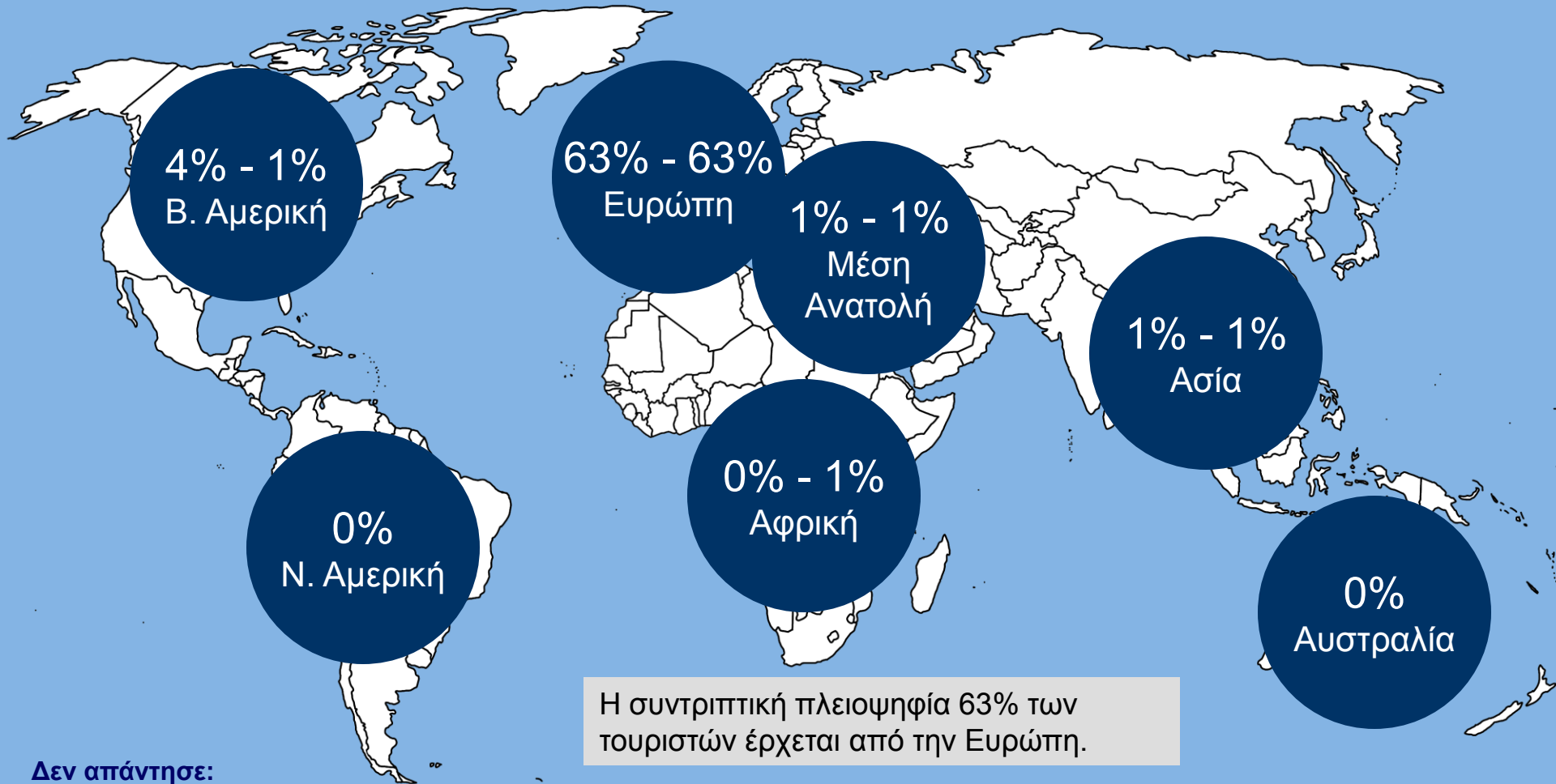


4,0 νύχτες
μέση διάρκεια διαμονής

3,0 νύχτες
μέση διάρκεια διαμονής

Οι ηλικιακές ομάδες των τουριστών αναψυχής αντιπροσωπεύονται κατά 16% από «baby boomers» (>50), 42% από «generation X» (30-50) και 37% από «generation Y / Millenials». Οι ηλικιακές ομάδες των ταξιδιωτών για δουλειά κατανέμονται αντίστοιχα με 20%, 48%, 24%.

Γεωγραφική ανάλυση: Αναψυχή – Δουλειά / συνέδριο



Δεν απάντησε:

- Αναψυχή: 31%

- Δουλειά / συνέδριο: 34%

Τουρίστες αναψυχής: γιατί την Θεσσαλονίκη;

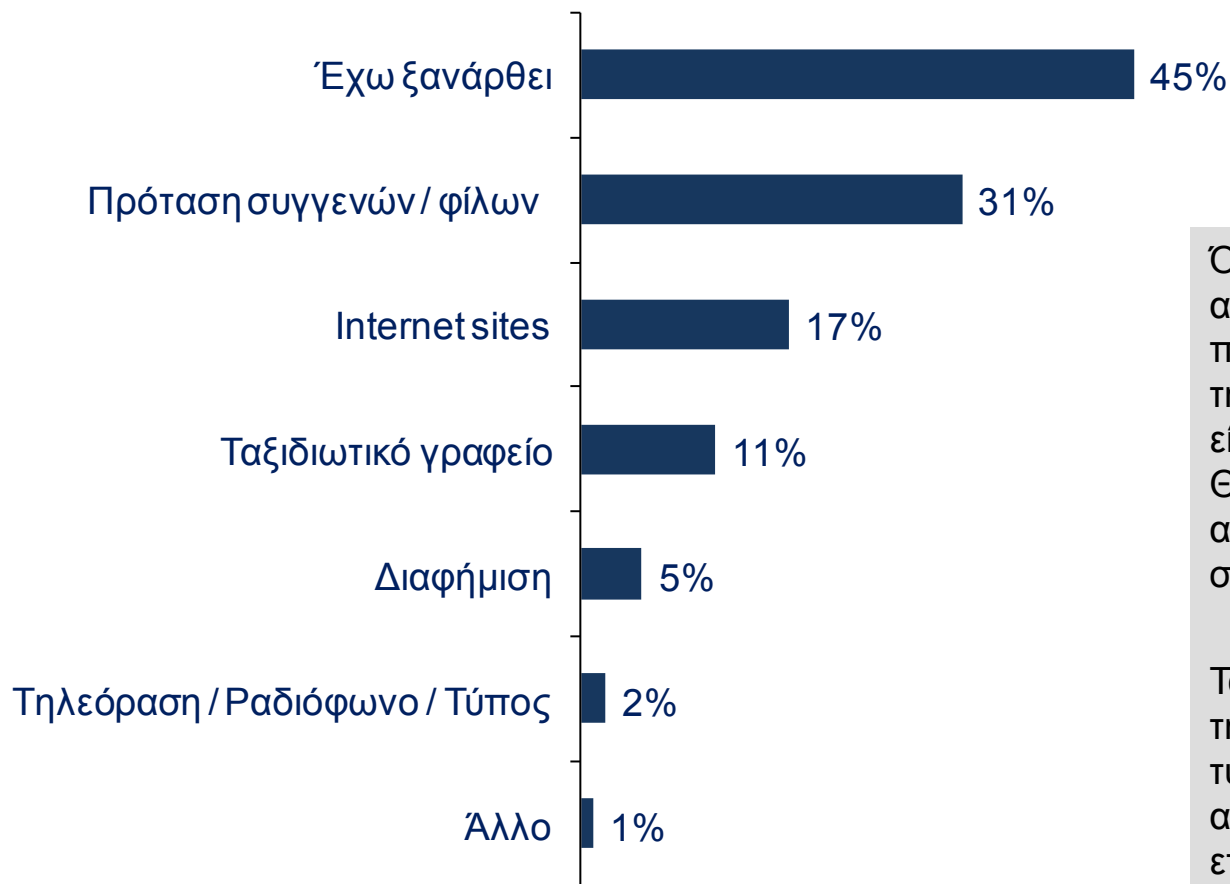
Γιατί επιλέχθηκε η Θεσσαλονίκη ως προορισμός αναψυχής



Οι κύριοι παράγοντες επιλογής της Θεσσαλονίκης για «city break» είναι η προσωπικότητα της πόλης, η γαστρονομία, οι αρχαιολογικοί χώροι και ο πολιτισμός.

Περίπου ο 1 στους 3 τουρίστες δήλωσε ότι επέλεξε την Θεσσαλονίκη για τις εκδηλώσεις της καθώς και για το εμπορικό κέντρο της.

Τουρίστες αναψυχής: τι επηρέασε την επιλογή για την Θεσσαλονίκη



Όσον αφορά τους ταξιδιώτες αναψυχής ο κύριος παράγοντας που επηρέασε την επιλογή τους ήταν ότι είχαν επισκεφθεί τη Θεσσαλονίκη ξανά, ακολουθεί η πρόταση από συγγενείς και φίλους.

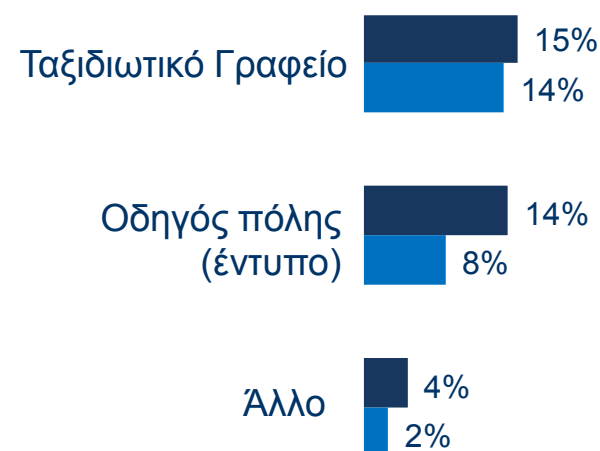
Τα κανάλια διαφήμισης, τηλεόραση / ραδιόφωνο / τύπος δεν επηρέασαν την απόφασή τους για την επιλογή της Θεσσαλονίκης.

Προετοιμασία ταξιδιού

Online



Offline



■ Αναψυχή
■ Δουλειά / συνέδριο

Χωρίς προετοιμασία:

- Αναψυχή: 12%

- Δουλειά / συνέδριο: 18%

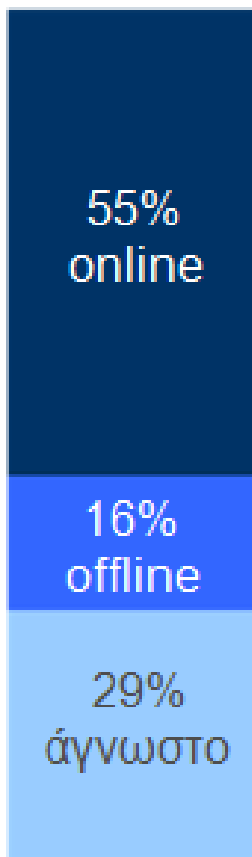
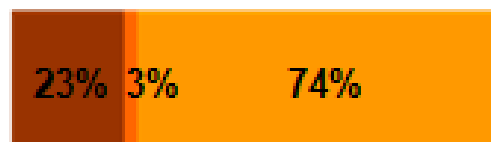
Web sites όπως τα TripAdvisor και HolidayCheck, όπως και το web site του ξενοδοχείου έχουν γίνει οι κύριες πηγές πληροφοριών για την προετοιμασία του ταξιδιού. Αυτό σημαίνει ότι ένα καλά δομημένο web site ξενοδοχείου μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης πελατών. Επίσης, τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν την τρίτη κατά σειρά πηγή πληροφόρησης για τους τουρίστες.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι τα web sites προώθησης της Θεσσαλονίκης δεν είναι ευρέως γνωστά / επισκέψιμα, δίνοντας μεγάλα περιθώρια βελτίωσης.

Κράτηση

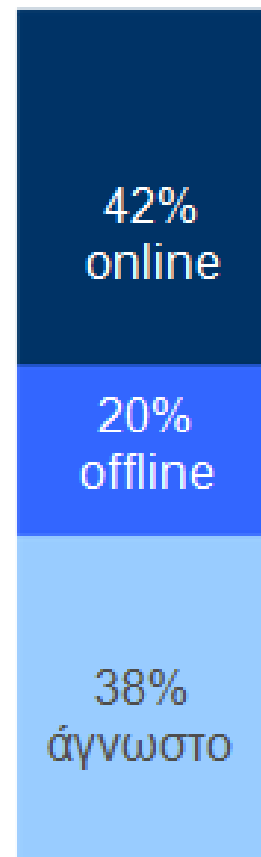
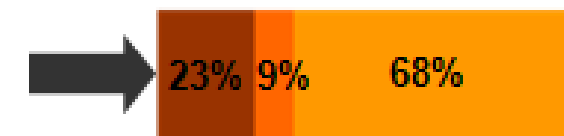
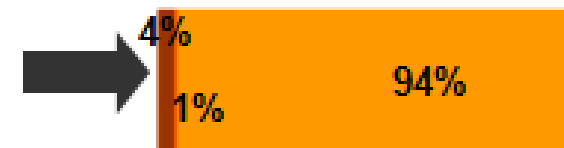
Αναψυχή

Απευθείας Μέσω
ξενοδοχείο τρίτου Δ/Α



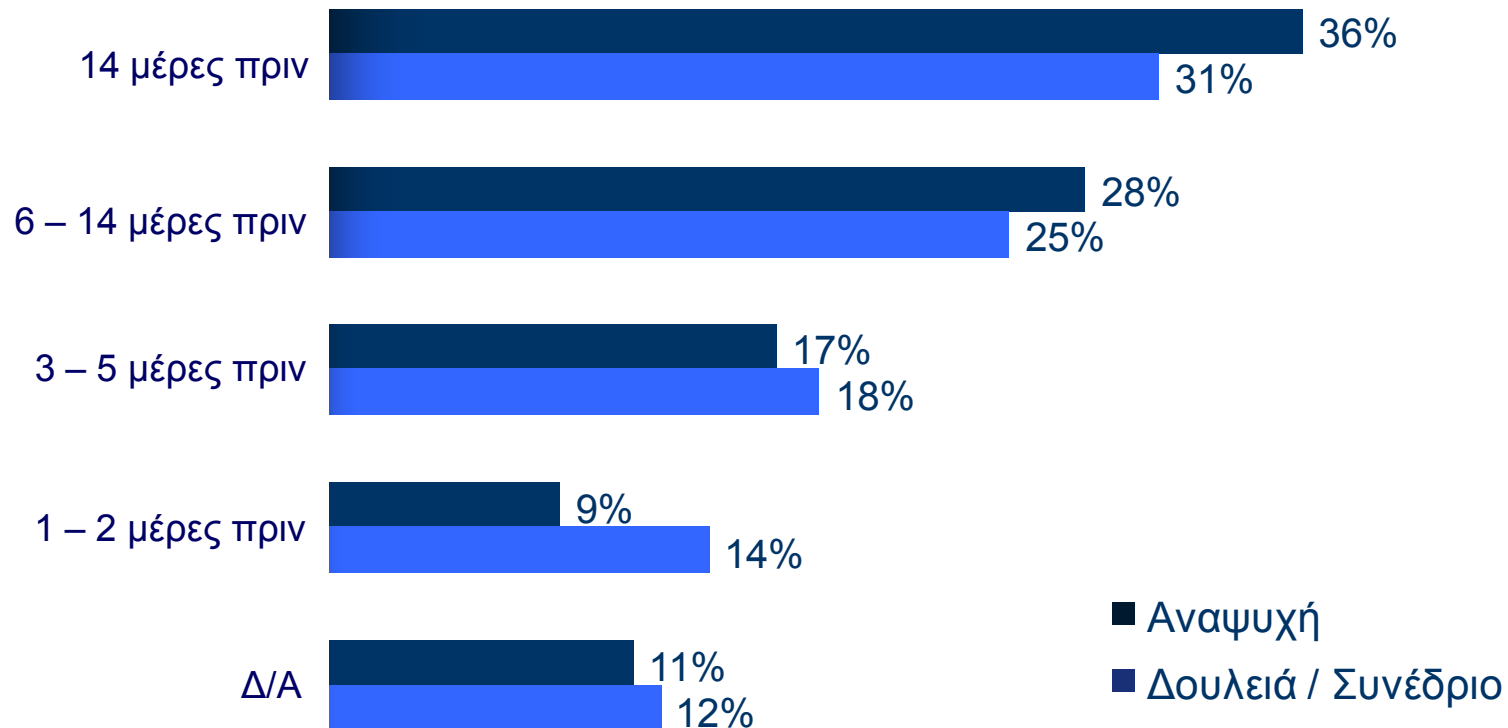
Δουλειά / Συνέδριο

Απευθείας Μέσω
ξενοδοχείο τρίτου Δ/Α



Η πλειοψηφία των ταξιδιωτών αναψυχής με ποσοστό 55% και το 42% των ταξιδιωτών για δουλειά κάνει κράτηση online. Κατά κύριο λόγο οι κρατήσεις offline έγιναν με απευθείας επικοινωνία στο ξενοδοχείο.

Πόσες μέρες πριν αποφασίσατε το ταξίδι σας στη Θεσσαλονίκη;



Και οι δύο τύποι ταξιδιωτών αποφάσισαν εγκαίρως να επισκεφθούν τη Θεσσαλονίκη, που σημαίνει τουλάχιστον 14 μέρες πριν την άφιξη τους. Ακολουθεί απόφαση επίσκεψης μεταξύ 6-14 μέρες πριν την άφιξη, ενώ σε μικρότερο ποσοστό 1-2 μέρες πριν την αναχώρησή τους.

Κοινωνικά δίκτυα

Αναψυχή

84%

facebook

78%

Δουλειά / Συνέδριο

43%

You Tube

42%

39%

twitter

34%

35%

tripadvisor*

29%

33%

Google+

34%

31%



22%

16%

LinkedIn

24%

14%

Blogs

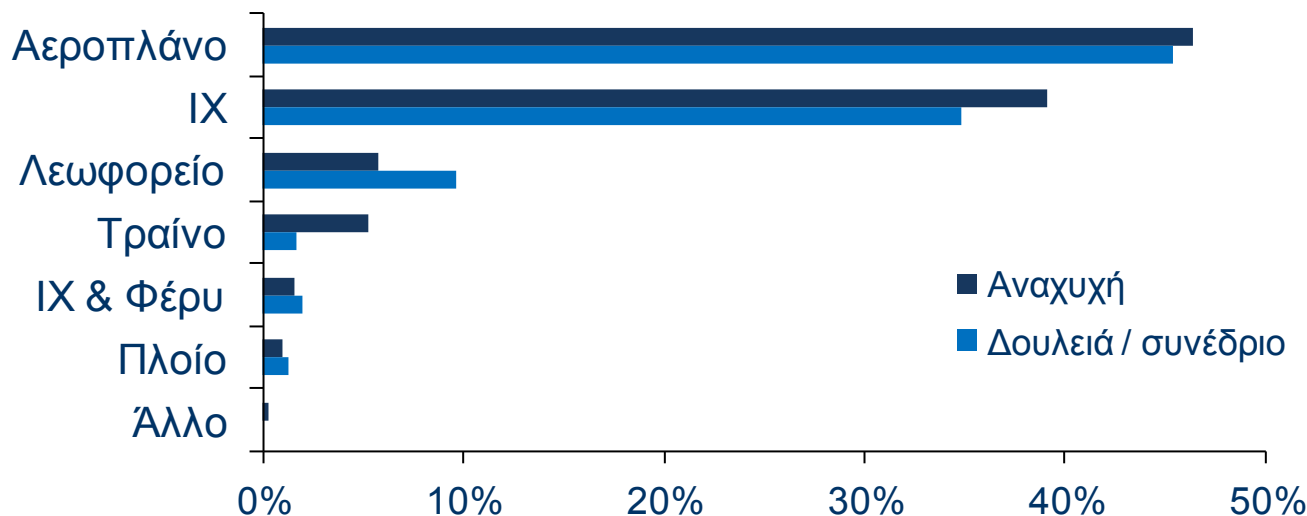
13%

84%
χρησιμοποιεί
κοινωνικά δίκτυα
(13% δεν χρησιμοποιεί)

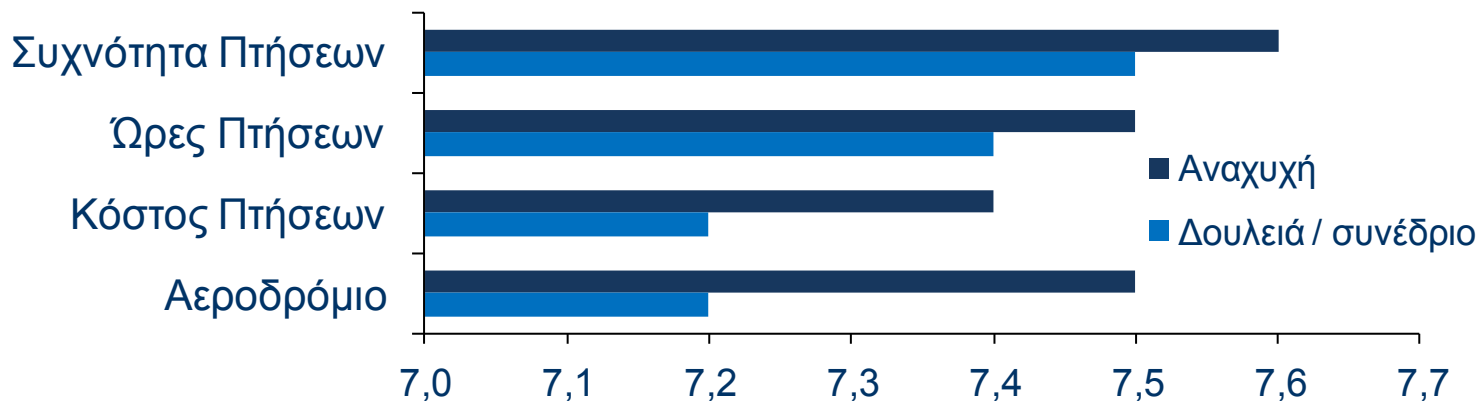
80%
χρησιμοποιεί
κοινωνικά δίκτυα
(6% δεν χρησιμοποιεί)

Τουλάχιστον 8 στους 10 τουρίστες χρησιμοποιούν κοινωνικά δίκτυα, τα οποία έχουν καθιερωθεί πλέον. Το Facebook είναι μακράν το δημοφιλέστερο εργαλείο επικοινωνίας και κοινοποίησης εμπειριών ενώ ακολουθούν το YouTube και το Twitter. Τα Blogs έχουν τη χαμηλότερη συμμετοχή.

Τρόποι πρόσβασης

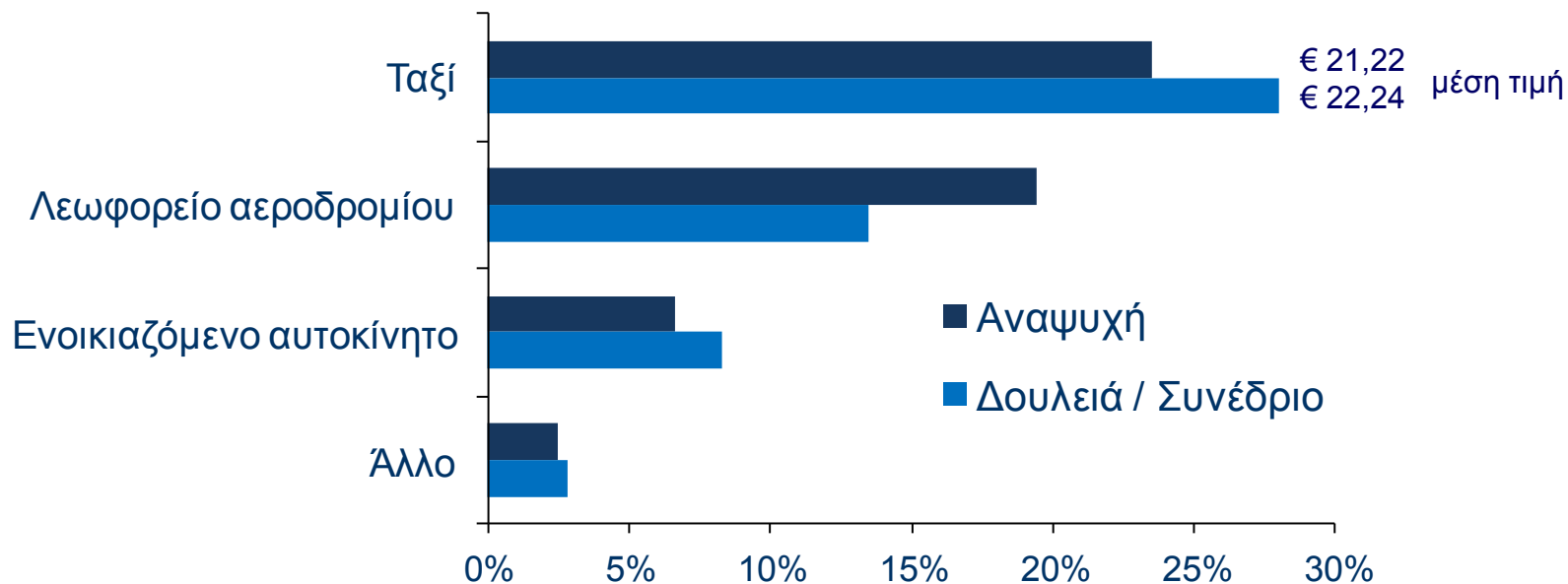


Αξιολόγηση άφιξης αεροπορικώς



Οι προτιμώμενοι τρόποι μετάβασης στη Θεσσαλονίκη είναι αεροπορικώς και οδικώς. Η αξιολόγηση από την άφιξη τους με αεροπλάνο δείχνει μέτρια βαθμολογία, επισημαίνοντας ότι η αξιολόγηση από τους ταξιδιώτες για δουλειά είναι χαμηλότερη σε σχέση με τους άλλους ταξιδιώτες. Η διαφορά μεταξύ ταξιδιωτών αναψυχής και ταξιδιωτών για δουλειά είναι κυρίως στην αξιολόγηση της τιμής του εισιτηρίου και του αεροδρομίου.

Τρόποι πρόσβασης στο ξενοδοχείο και πόσο «βολικοί» είναι



95% των ταξιδιωτών αναψυχής βρήκαν την πρόσβαση «βολική»*

92% των ταξιδιωτών για δουλειά βρήκε την πρόσβαση «βολική»*

* Όσοι απάντησαν

Η πλειοψηφία των ταξιδιωτών χρησιμοποιεί ταξί από αεροδρόμιο προς το ξενοδοχείο, με μέση τιμή κομίστρου € 22. Το λεωφορείο έρχεται στη δεύτερη θέση. Από τους ερωτηθέντες, το 95% των ταξιδιωτών αναψυχής και το 92% των ταξιδιωτών για δουλειά βρήκαν «βολική» την πρόσβαση στο ξενοδοχείο.

Αξιοθέατα

Ποιά από τα αξιοθέατα έχετε επισκεφθεί
ή πρόκειται να επισκεφθείτε;

Εξυπηρετούν οι ώρες
λειτουργίας τους;

Παραλία Θεσσαλονίκης

Λευκός Πύργος

Άνω Πόλη / Κάστρα

Αρχαιολογικό Μουσείο

Άγιος Δημήτριος

Βυζαντινό Μουσείο

Ροτόντα

Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης

Εβραϊκό Μουσείο

Άλλο

■ Αναψυχή

■ Δουλειά / Συνέδριο

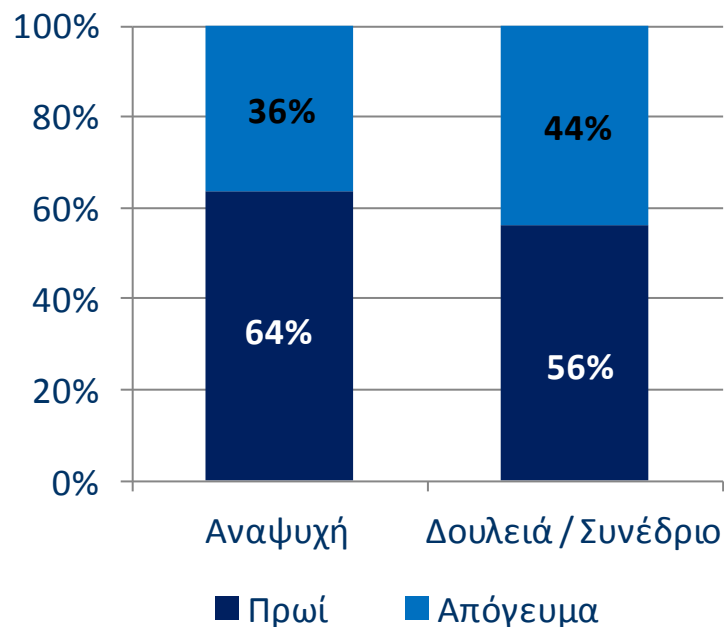
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70%

0% 20% 40% 60% 80% 100%

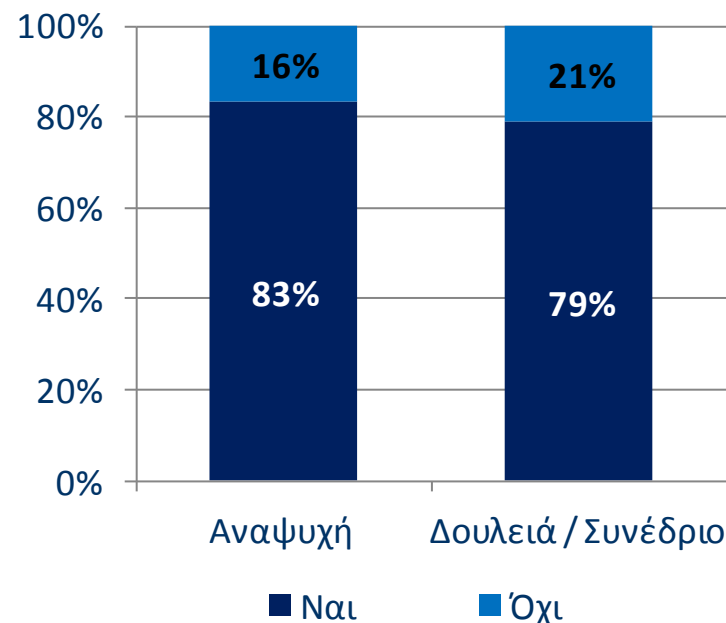
Τα 3 κορυφαία αξιοθέατα της Θεσσαλονίκης είναι η παραλία της, ο Λευκός Πύργος και η Άνω Πόλη / Κάστρα. Ακολουθούν το Αρχαιολογικό Μουσείο, η εκκλησία του Αγίου Δημητρίου και το Βυζαντινό Μουσείο. Με εξαίρεση το Εβραϊκό Μουσείο, τουλάχιστον το 80% των ταξιδιωτών αναψυχής θεωρεί ότι εξυπηρετούν οι ώρες λειτουργίας. Οι ταξιδιώτες για δουλειά θεωρούν ότι δεν εξυπηρετούν οι ώρες λειτουργίας και έχουν επισκεφθεί λιγότερα αξιοθέατα.

Τρόποι πρόσβασης

Επισκεφθήκατε τα αξιοθέατα το πρωί ή το απόγευμα



Θα έπρεπε να λειτουργούν καθημερινά 08:00 – 20:00 και Σαββατοκύριακο

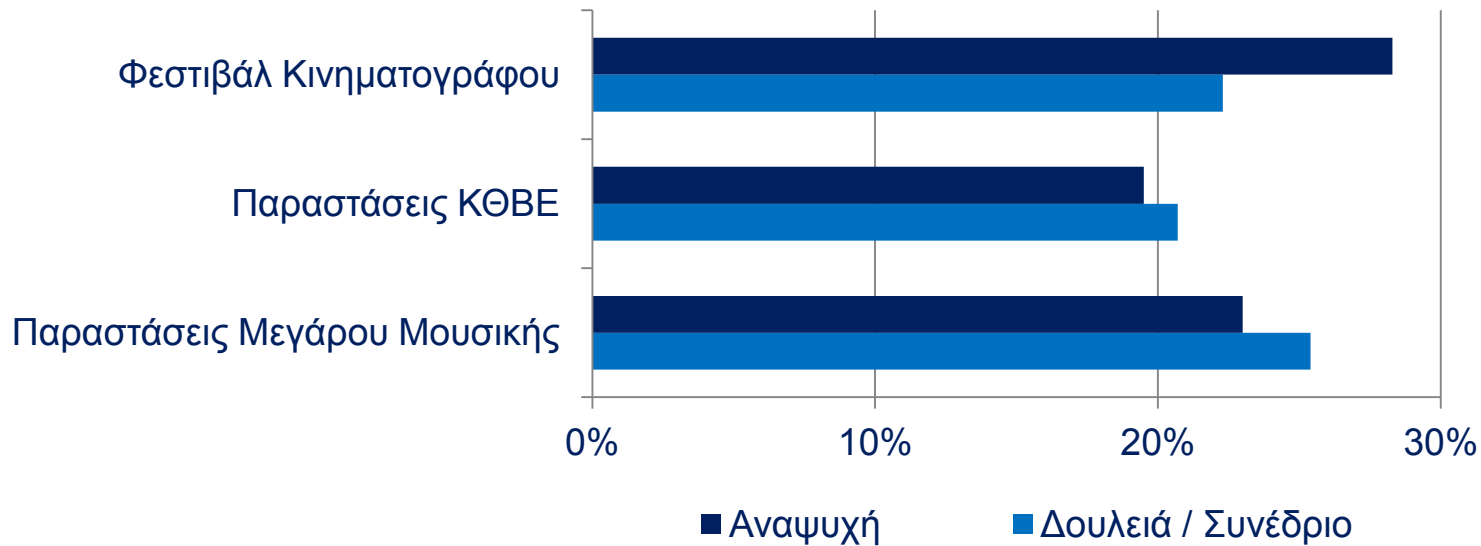


Περίπου το 64% των ταξιδιωτών αναψυχής προτιμά να επισκέπτεται τα αξιοθέατα τις πρωινές ώρες και το 36% το απόγευμα. Ενώ το 56% των ταξιδιωτών για δουλειά το πρωί και το 44% το απόγευμα.

Η συντριπτική πλειοψηφία των ταξιδιωτών αναψυχής και δουλειάς προτιμούν το ωράριο 08:00 – 20:00 καθημερινά και τα Σαββατοκύριακα.

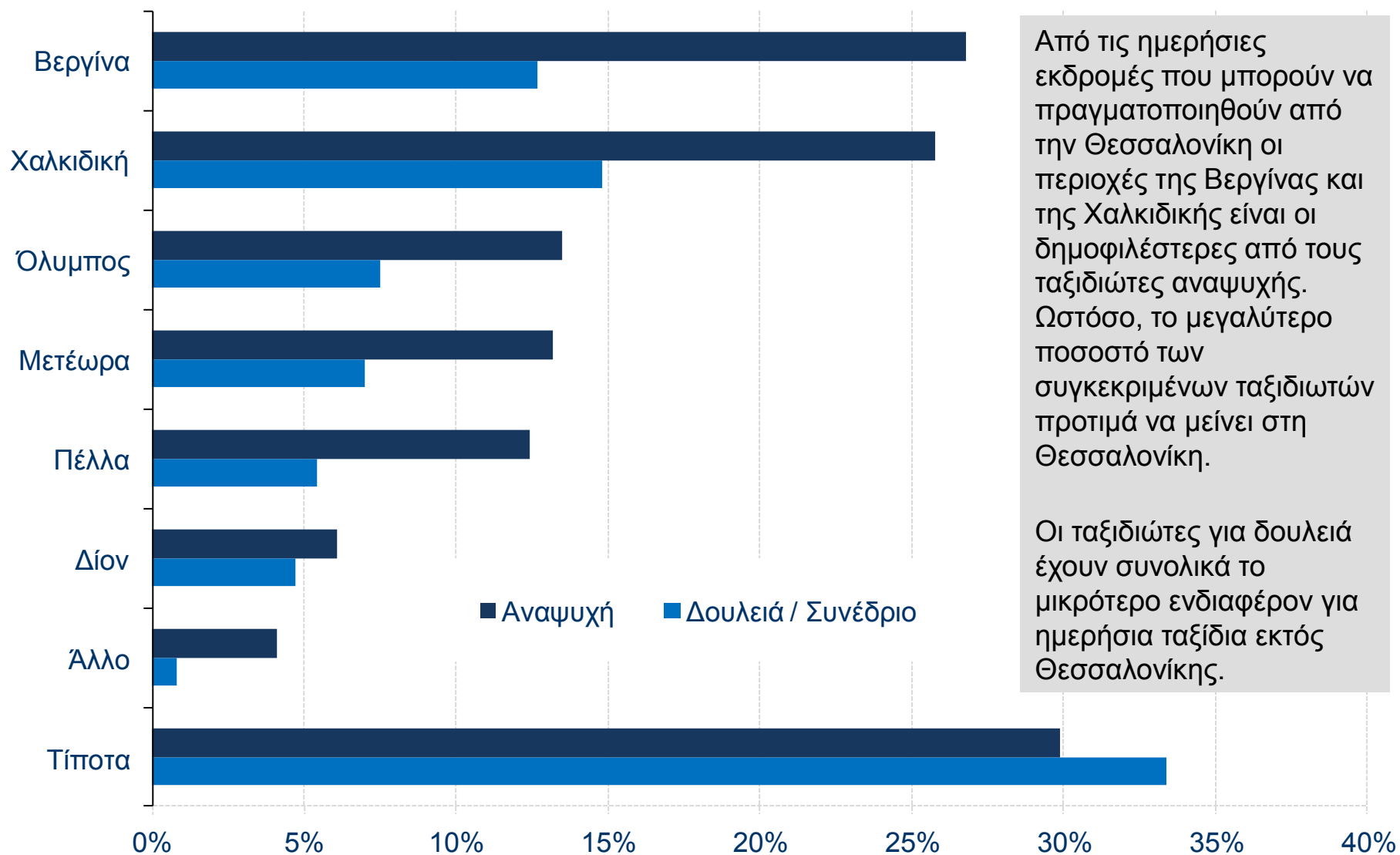
Καλλιτεχνικά δρώμενα

Τι από τα παρακάτω καλλιτεχνικά δρώμενα έχετε παρακολουθήσει ή θα σας ενδιέφερε να παρακολουθήσετε;



Περίπου το 28% των ταξιδιωτών αναψυχής και το 22% των ταξιδιωτών για δουλειά έχει παρακολουθήσει ή θα ήθελε να παρακολουθήσει το Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης. Περίπου 1 στους 4 έχει παρακολουθήσει ή θα ήθελε να παρακολουθήσει κάποιο θέαμα στο Μέγαρο Μουσικής και 1 στους 5 έχει παρακολουθήσει ή θα ήθελε να παρακολουθήσει μια παράσταση του ΚΘΒΕ.

Ημερήσιες Εκδρομές

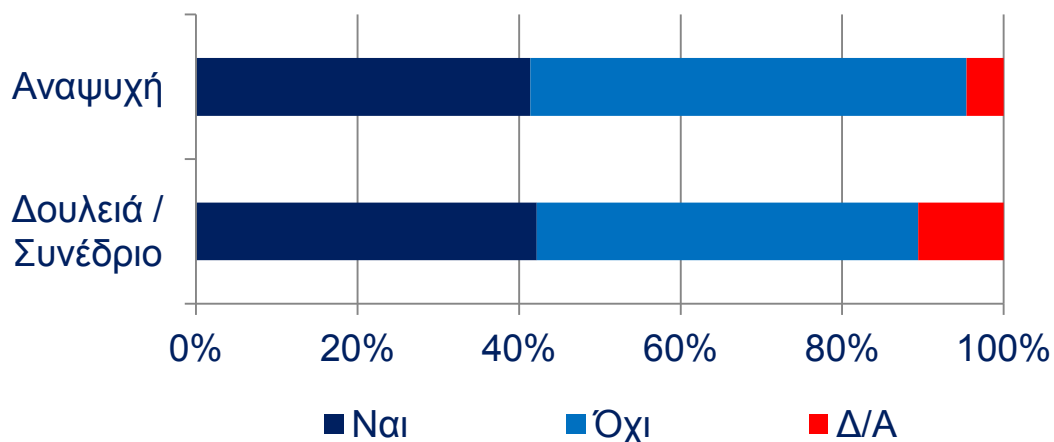


Από τις ημερήσιες εκδρομές που μπορούν να πραγματοποιηθούν από την Θεσσαλονίκη οι περιοχές της Βεργίνας και της Χαλκιδικής είναι οι δημοφιλέστερες από τους ταξιδιώτες αναψυχής. Ωστόσο, το μεγαλύτερο ποσοστό των συγκεκριμένων ταξιδιωτών προτιμά να μείνει στη Θεσσαλονίκη.

Οι ταξιδιώτες για δουλειά έχουν συνολικά το μικρότερο ενδιαφέρον για ημερήσια ταξίδια εκτός Θεσσαλονίκης.

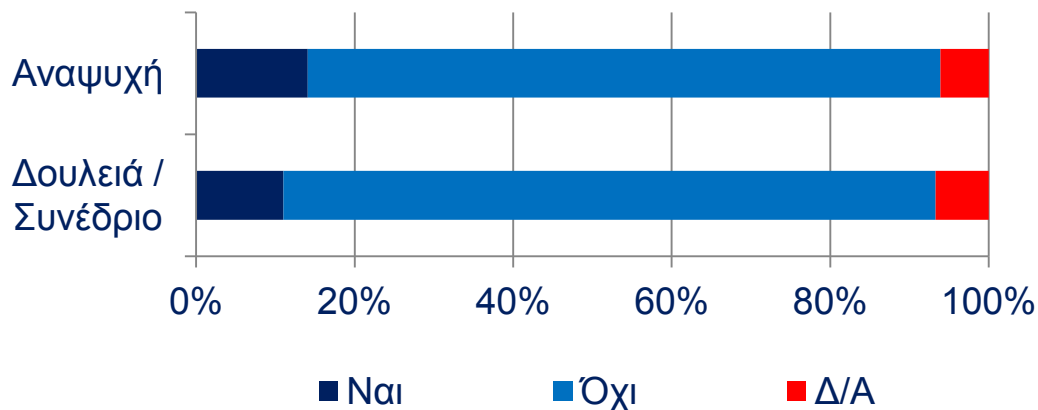
Θεσσαλονίκη Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Νεολαίας 2014

Το γνωρίζετε;



Λίγο περισσότεροι από το 40% των ερωτηθέντων ήταν ενήμεροι ότι η Θεσσαλονίκη ήταν Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Νεολαίας 2014, ενώ σχεδόν οι μισοί των ερωτηθέντων δεν το γνώριζαν.

Αν ναι, είναι αυτός ο λόγος της επίσκεψής σας στην πόλη;



Από όσους ήταν ενήμεροι, το 14% των ταξιδιωτών αναψυχής ήρθε στη Θεσσαλονίκη για αυτό το λόγο, ενώ αυτός ήταν ο λόγος για το 11% των ταξιδιωτών δουλειάς.

Δαπάνες ανά άτομο την ημέρα

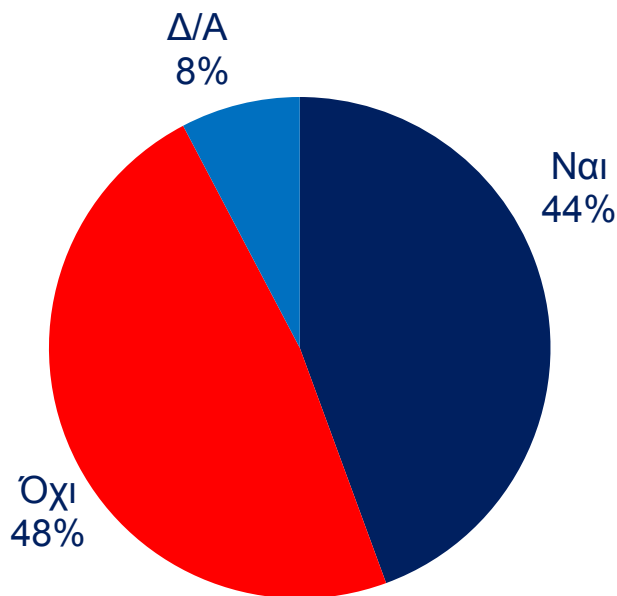
Δαπάνες ανά άτομο / ημέρα

	Αναψυχή	Δουλειά / Συνέδριο
Αξιοθέατα & Διασκέδαση	€ 13,24	€ 16,55
Εστιατόρια & cafés	€ 18,03	€ 24,11
Αγορές (Shopping)	€ 22,85	€ 29,85
Άλλο	€ 14,28	€ 22,21
Σύνολο	€ 68,39	€ 92,70

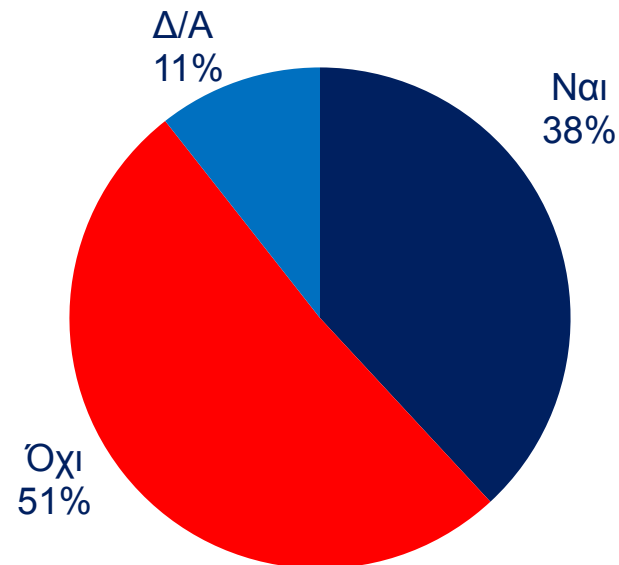
Οι ταξιδιώτες αναψυχής δαπανούν κατά μέσο όρο € 68 ανά άτομο την ημέρα, ενώ οι ταξιδιώτες για δουλειά € 93 ανά άτομο την ημέρα. Το κύριο έξοδο είναι τα ψώνια (shopping), ακολουθούν τα εστιατόρια & cafés.

Θεωρείτε σημαντικό να είναι ανοιχτά τα καταστήματα τις Κυριακές;

Αναψυχή



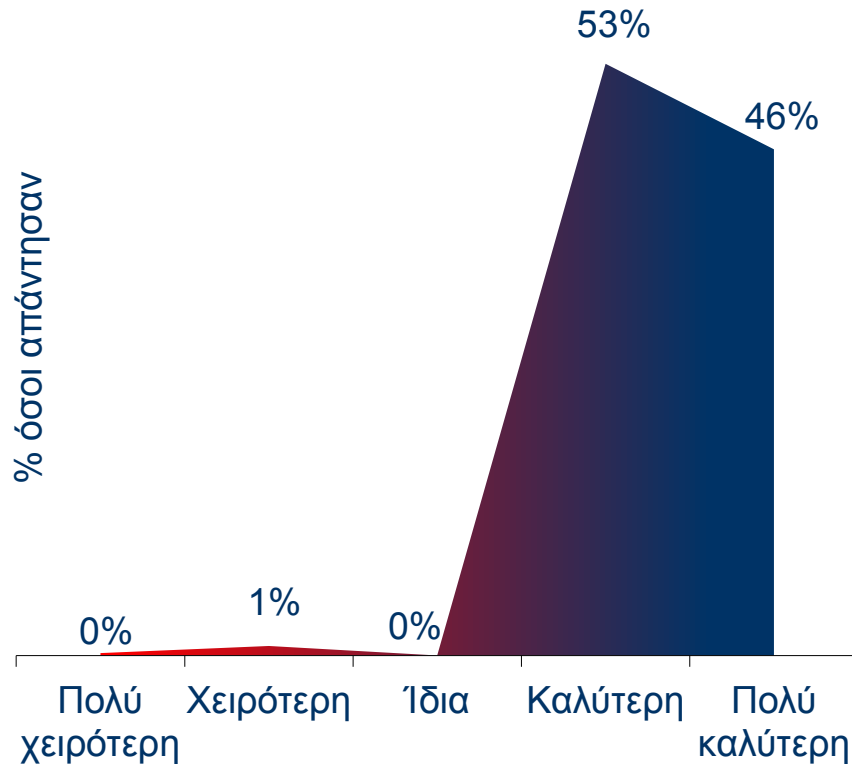
Δουλειά / Συνέδριο



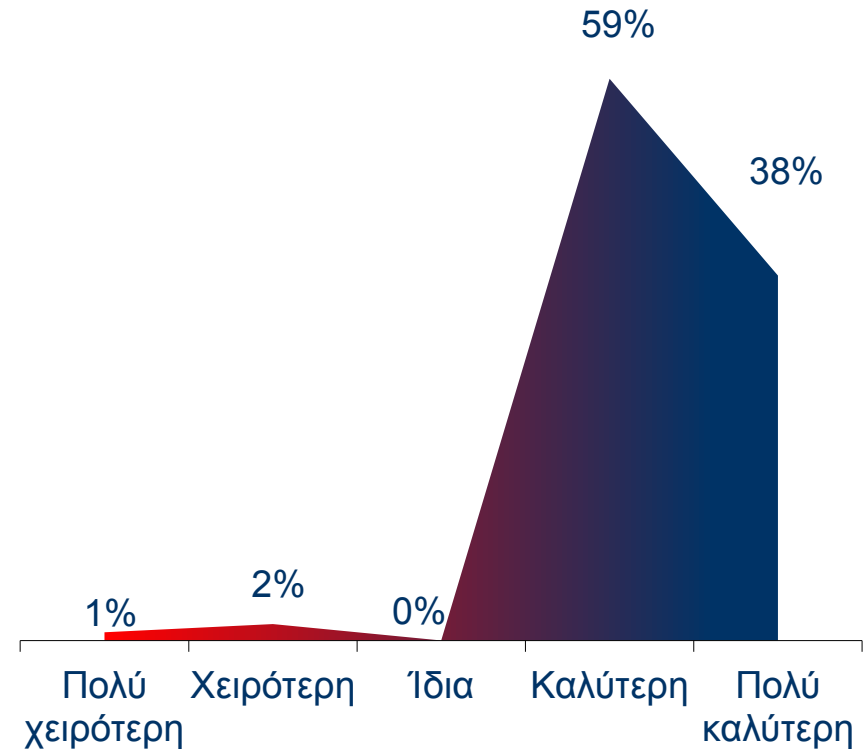
Οι απόψεις για την λειτουργία των καταστημάτων τις Κυριακές ποικίλλουν. Μεταξύ των τουριστών αναψυχής το 48% δεν θεωρεί ότι είναι σημαντικό, ενώ το 44% το θεωρεί σημαντικό, ενώ όσον αφορά τους ταξιδιώτες δουλειάς, τα ποσοστά είναι 51% και 38% αντίστοιχα.

Διαχείριση προσδοκιών

Αναψυχή



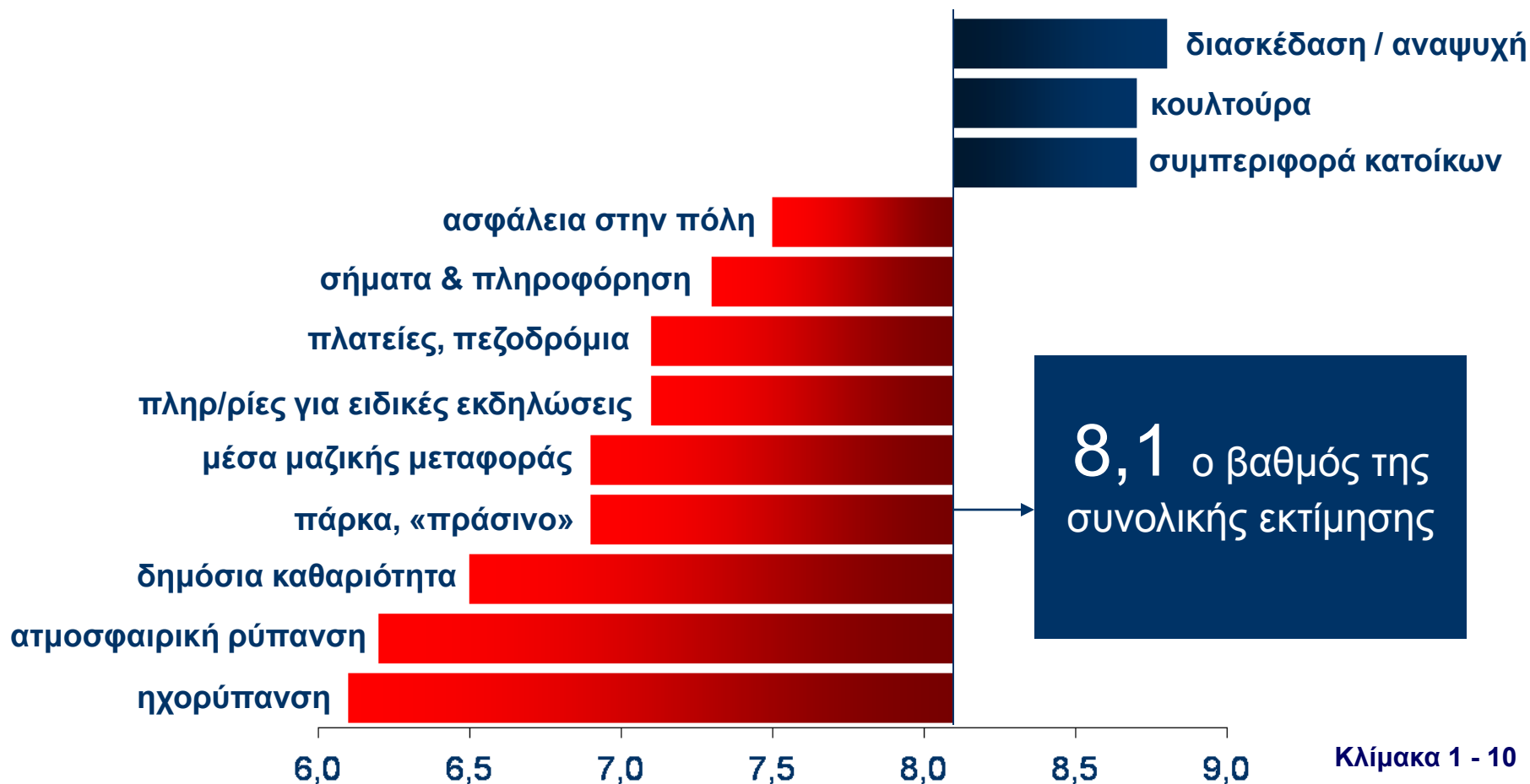
Δουλειά / Συνέδριο



Από αυτούς που απάντησαν, σχεδόν όλοι είχαν καλύτερη ή ακόμα και πολύ καλύτερη εμπειρία από ό,τι ανέμεναν πριν την επίσκεψη στη Θεσσαλονίκη. Προφανώς οι επισκέπτες της Θεσσαλονίκης εκπλήσσονται θετικά από την πόλη.

Αξιολόγηση των ταξιδιωτών αναψυχής

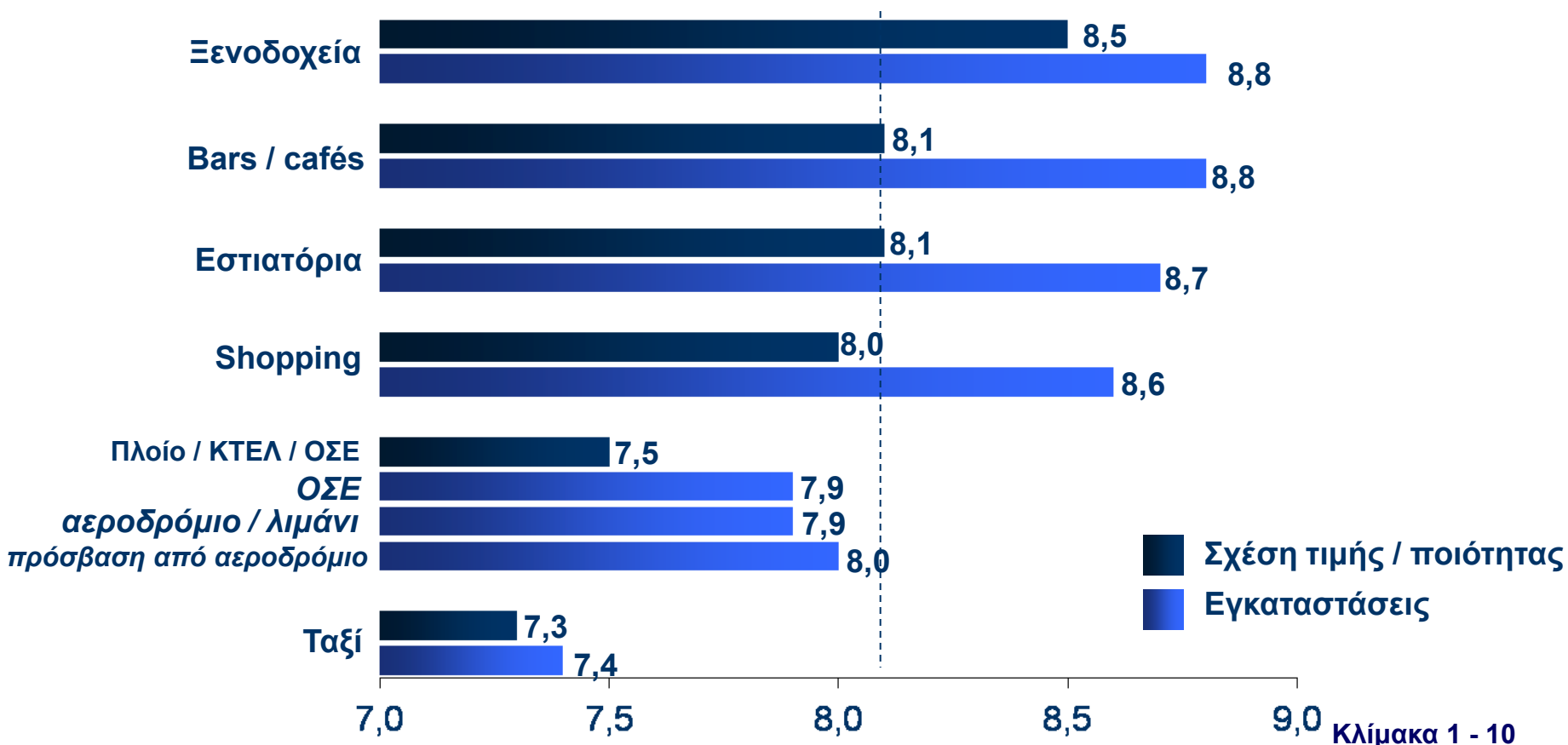
Αξιολόγηση διαφόρων πτυχών



Πολύ υψηλή βαθμολογία δίνεται από τους ταξιδιώτες αναψυχής στη διασκέδαση / αναψυχή, τον πολιτισμό και τη συμπεριφορά κατοίκων, τα οποία αποτελούν τα δυνατά σημεία προώθησης της Θεσσαλονίκης. Η ηχορύπανση και η ατμοσφαιρική ρύπανση καθώς και η δημόσια καθαριότητα χρήζουν βελτίωσης. Ο βαθμός της συνολικής αξιολόγησης είναι 8,1.

Αξιολόγηση των ταξιδιωτών αναψυχής

Εγκαταστάσεις & Σχέση τιμής / ποιότητας



Όσον αφορά τις εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων, αυτές έχουν πάρει την υψηλότερη βαθμολογία, ακολουθούν τα bars / cafés, τα εστιατόρια και τα καταστήματα. Η αξιολόγηση των συγκεκριμένων εγκαταστάσεων όσον αφορά τη σχέση τιμής / ποιότητας έχει χαμηλότερη βαθμολογία, ωστόσο με τον βαθμό 8 οι ταξιδιώτες δείχνουν ότι είναι ικανοποιημένοι. Σε σύγκριση με την υπηρεσία ταξί και την σχέση τιμής / ποιότητας, δείχνει ότι δεν αποδίδει επαρκώς και θα μπορούσε να βελτιωθεί περαιτέρω.

Αξιολόγηση από τουρίστες για δουλειά

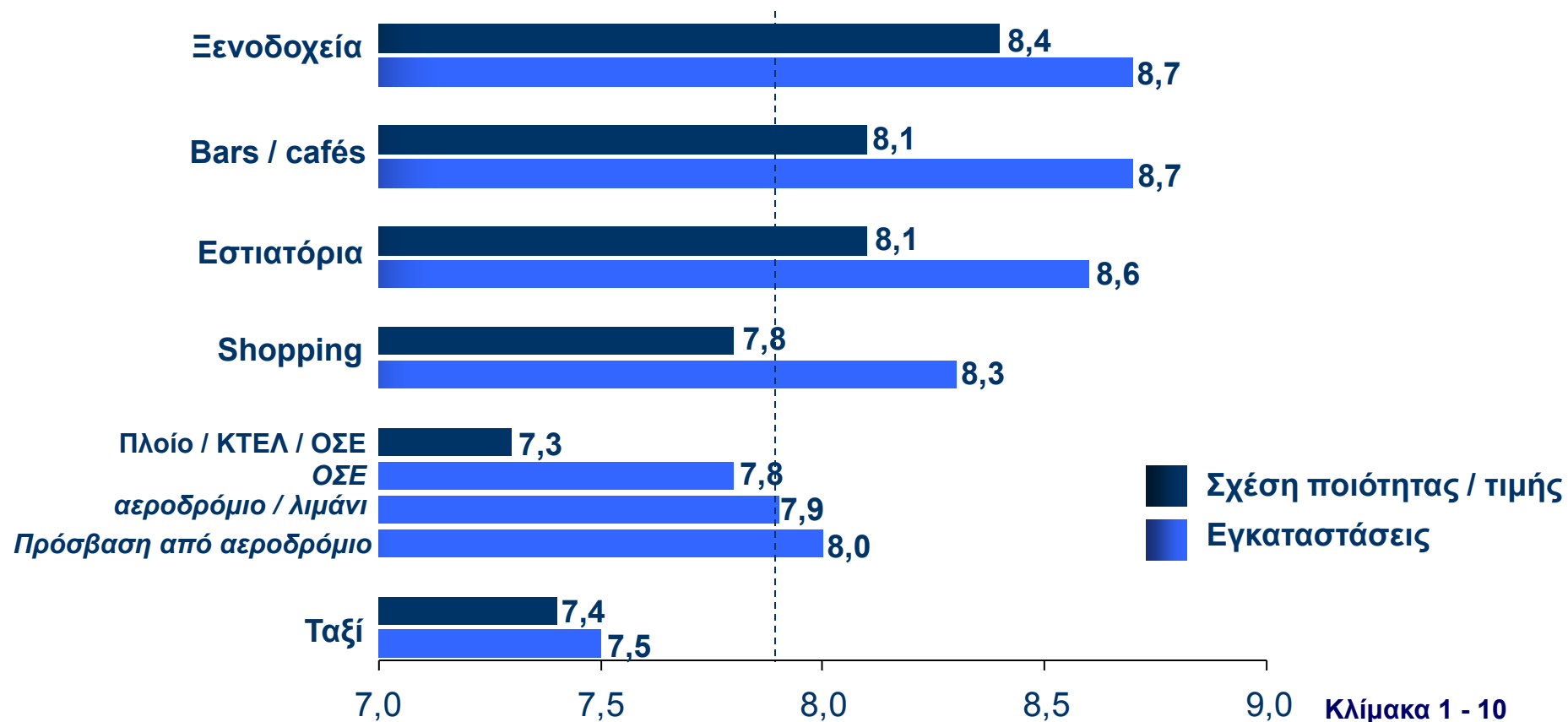
Αξιολόγηση διαφόρων πτυχών



Όπως οι τουρίστες αναψυχής έτσι και οι τουρίστες δουλειάς είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από τον πολιτισμό της Θεσσαλονίκης, την συμπεριφορά των κατοίκων και τις δυνατότητες για διασκέδαση. Και οι δύο συμφωνούν ότι η ηχορύπανση, η ατμοσφαιρική ρύπανση και η δημόσια καθαριότητα χρήζουν βελτίωσης. Ο βαθμός της συνολικής αξιολόγησης από τους ταξιδιώτες δουλειάς είναι 7,9.

Αξιολόγηση από τουρίστες για δουλειά

Εγκαταστάσεις vs Σχέση τιμής / ποιότητας



Οι ταξιδιώτες δουλειάς είναι πολύ ικανοποιημένοι από τα ξενοδοχεία, τα bars & cafés και τα εστιατόρια τόσο από πλευράς εγκαταστάσεων όσο κι από την σχέση τιμής / ποιότητας αν και είναι σε χαμηλότερο επίπεδο. Η αγορά (shopping) έχει τη μικρότερη βαθμολογία, ενώ όσον αφορά τους συγκεκριμένους ταξιδιώτες πιστεύουν ότι οι υπηρεσίες ταξί μπορούν να βελτιωθούν.

Νο. 9 στις 10 καλύτερες πόλεις για νυχτερινή ζωή



Top 10

Nightlife Cities

The globe's hottest party spots cater to all tastes—glitzy, gritty, seductive, and strange.

1. Δουβλίνο – Ιρλανδία
2. Βελιγράδι, Σερβία
3. Λα Παζ, Βολιβία
4. Σάο Πάολο, Βραζιλία
5. Σαν Χουάν, Πουέρτο Ρίκο
6. Γκόα, Ινδία
7. Ίμπιζα, Ισπανία
8. Χιούστον, Τέξας
9. Θεσσαλονίκη, Ελλάδα
10. Μπακού , Αζερμπαϊτζάν

9 Thessaloniki, Greece

Remember those playful old Grecian mosaics? The spirit's alive and well in the Syngrou/Valaoritou and Ladadika districts, not to mention all those beaches.

Thessaloniki has more cafés per capita than any other European city.

Πηγή: <http://travel.nationalgeographic.com/travel/top-10/nightlife-cities> - 2015

Οι υψηλές βαθμολογίες για τα bar και τα cafés, καθώς και για την ψυχαγωγία εν γένει επιβεβαιώνονται από μια πρόσφατη δημοσίευση του National Geographic δίνοντας στη Θεσσαλονίκη την 9^η θέση μεταξύ των 10 καλύτερων πόλεων παγκοσμίως για νυχτερινή ζωή.

Αναψυχή

93% θα προτείνει
τη Θεσσαλονίκη σε άλλους
(1% όχι)

Ναι!

«ωραία πόλη»

«ευγενικοί άνθρωποι»

Δουλειά /
Συνέδριο

89% θα προτείνει
τη Θεσσαλονίκη σε άλλους
(2% όχι)

αλλά...

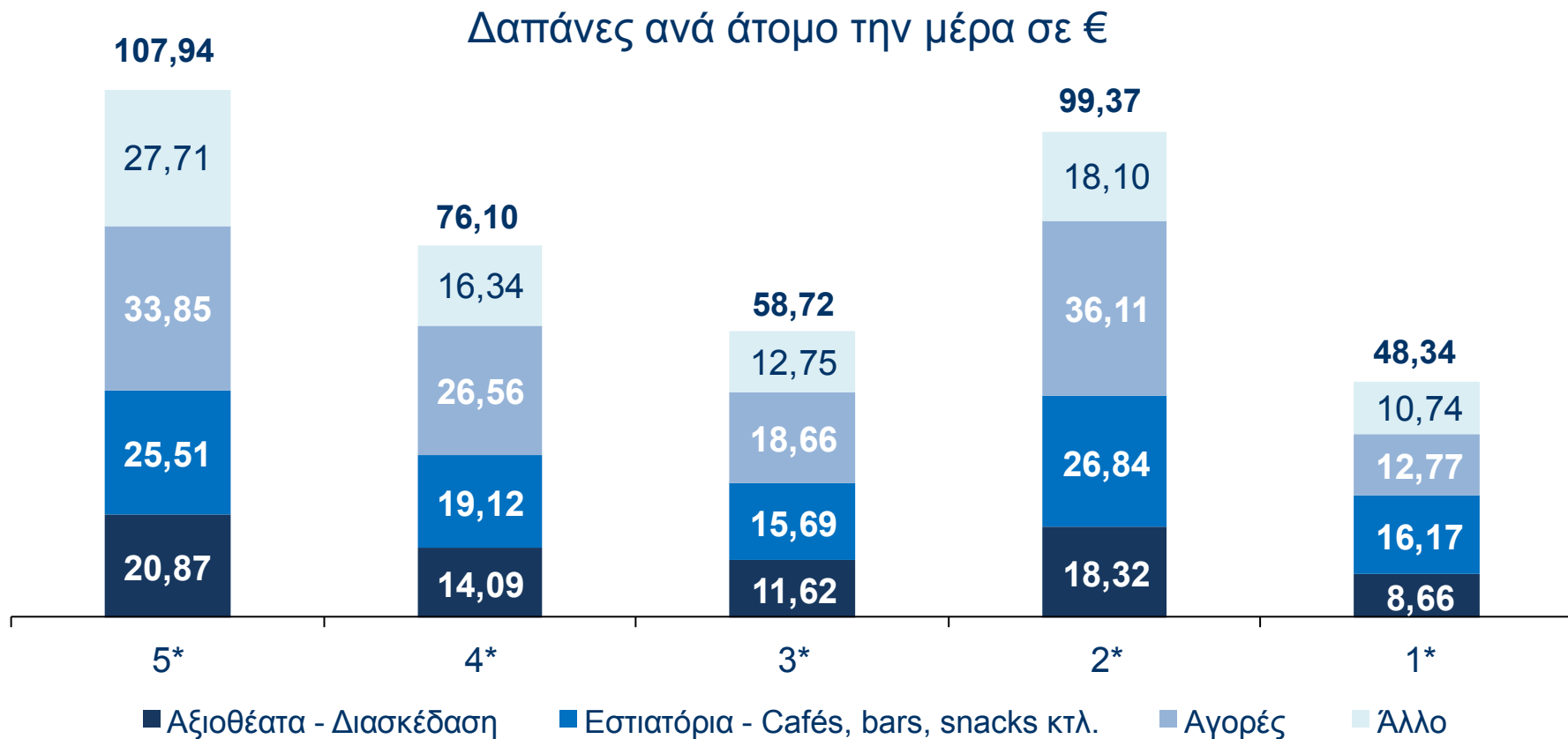
«τα δίκυκλα εμποδίζουν τη διέλευση πεζών»

Περίπου το 93% των ταξιδιωτών αναψυχής και το 89% των ταξιδιωτών για δουλειά, ήτοι η συντριπτική πλειοψηφία που έρχεται στη Θεσσαλονίκη, θα συστήσει την πόλη σε φίλους ή θα επαναλάμβανε την επίσκεψή του.

Συγκρίσεις

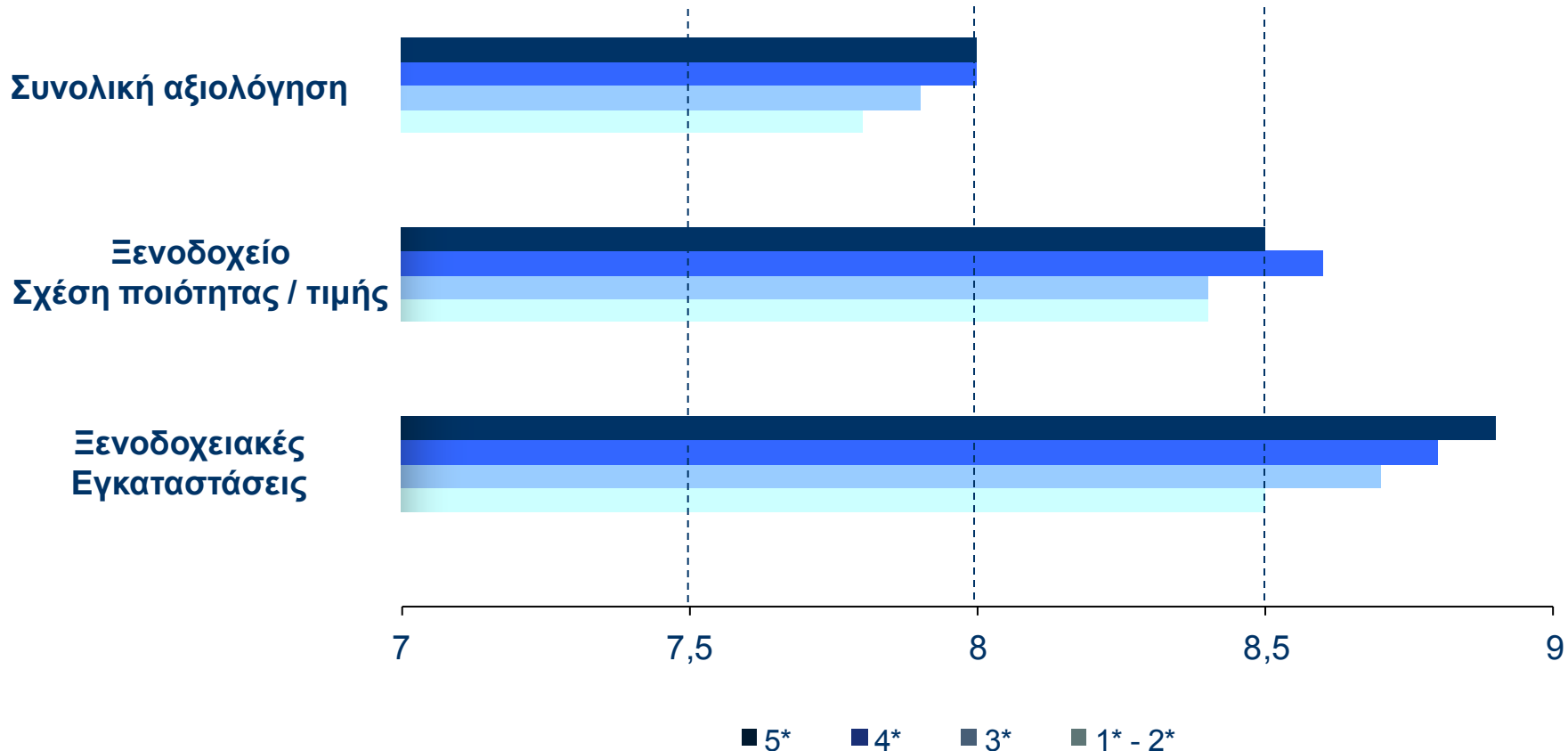


Σύγκριση δαπανών μεταξύ 5*, 4*, 3* & 1-2* επισκεπτών



Οι πελάτες ξενοδοχείων 5 αστέρων δαπανούν περισσότερα χρήματα, ενώ οι πελάτες χαμηλότερων κατηγοριών λιγότερα, καθώς έχουν μικρότερο προϋπολογισμό. Αξιοσημείωτη εξαίρεση, όσον αφορά τις δαπάνες, αποτελούν οι πελάτες των ξενοδοχείων 2 αστέρων που έρχονται δεύτεροι μετά τους πελάτες ξενοδοχείων 5 αστέρων. Προφανώς, αυτοί οι τουρίστες προτιμούν μια φθηνότερη διαμονή και προτιμούν να ξοδεύουν τα χρήματά τους στην πόλη, ιδιαίτερα για ψώνια.

Σύγκριση αξιολόγησης μεταξύ 5*, 4*, 3* & 1* - 2* επισκεπτών



Όσον αφορά τις εγκαταστάσεις οι πελάτες ξενοδοχείων 5 αστέρων είναι οι πιο ικανοποιημένοι, ακολουθούν, οι πελάτες ξενοδοχείων 4, 3 αστέρων και 1-2 αστέρων. Όσον αφορά τη σχέση τιμής / ποιότητας τα ξενοδοχεία 4 αστέρων βαθμολογούνται υψηλότερα από τα 5 αστέρων, ενώ τα ξενοδοχεία 3 και 1-2 αστέρων παίρνουν παρόμοια βαθμολογία.

Σχετικά με την συνολική αξιολόγηση οι πελάτες ξενοδοχείων 5 και 4 αστέρων ήταν οι πιο ικανοποιημένοι με βαθμό 8, ακολούθησαν οι πελάτες ξενοδοχείων 3 αστέρων με 7,9 και οι πελάτες 1-2 αστέρων με 7,8.

Σύγκριση μεταξύ Ελλήνων & Αλλοδαπών

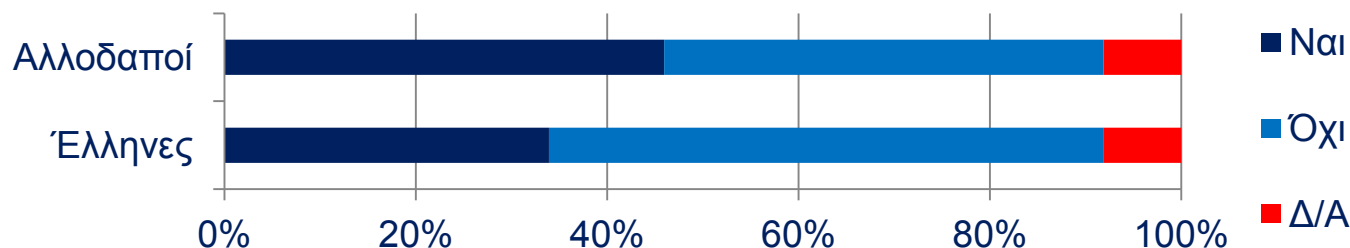
	Έλληνες	Αλλοδαποί
ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ (μεγαλύτερη ομάδα):	39% περισσότερες από 4x	52% 1 ^η φορά
Διάρκεια παραμονής:	3,1 νύχτες	4,8 νύχτες
Αν για αναψυχή, γιατί η Θεσσαλονίκη;	Προσωπικότητα πόλης: 60% Εμπορικό κέντρο: 55%	Αρχαιολογικοί χώροι: 62% Γαστρονομία: 55%
Online κράτηση:	34%	57%
Προετοιμασία ταξιδιού:	Web site ξενοδοχείου : 22% Hotel review site: 25%	Web site ξενοδοχείου: 38% Hotel review site: 46%
Απόφαση για Θεσσαλονίκη:	6 – 14 μέρες πριν	Περισσότερες από 14 μέρες
Θεσσαλονίκη Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Νεολαίας 2014	Το γνωρίζατε; Ναι: 51%	Το γνωρίζατε; Ναι: 31%

Σύγκριση μεταξύ Ελλήνων & Αλλοδαπών

Δαπάνη ανά άτομο / ημέρα

	Έλληνες	Αλλοδαποί
Αξιοθέατα & Διασκέδαση	€ 16,14	€ 12,03
Εστιατόρια & cafés	€ 20,09	€ 16,95
Shopping	€ 24,13	€ 20,79
Άλλο	€ 15,54	€ 16,29
Σύνολο	€ 75,90	€ 66,07

Θεωρείτε σημαντικό να είναι ανοιχτά τα Καταστήματα τις Κυριακές;

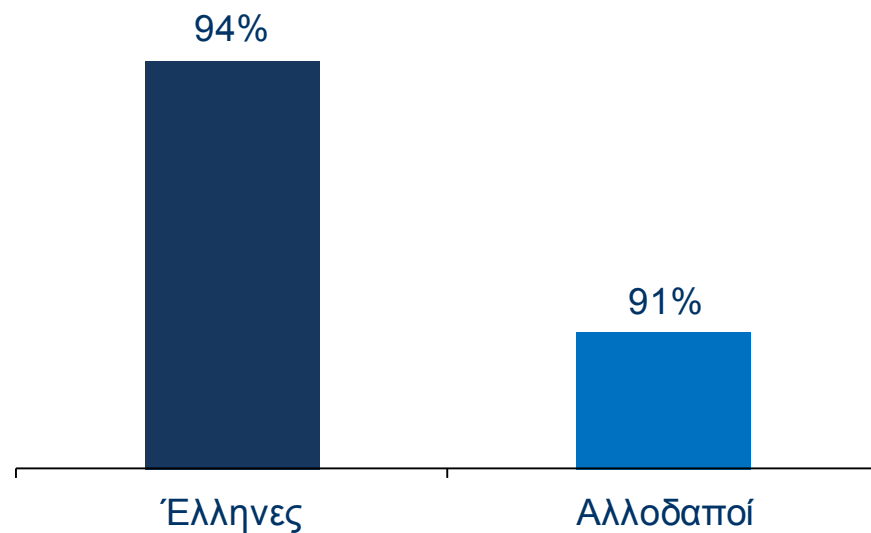
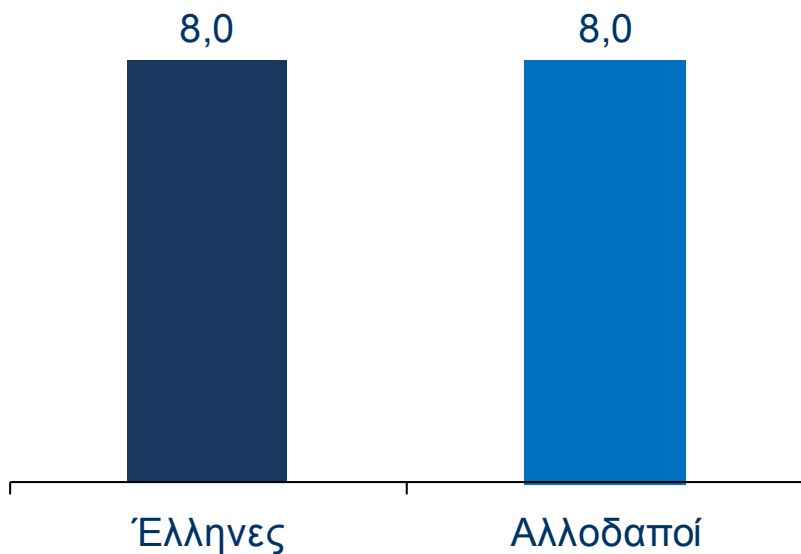


Οι συνολικές δαπάνες των Ελλήνων ανά άτομο / ημέρα είναι μεγαλύτερες από αυτές των αλλοδαπών, αν και θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών. Επιπλέον, περισσότερο οι αλλοδαποί από ότι οι Έλληνες θεώρησαν σημαντικό να είναι ανοικτά τα καταστήματα τις Κυριακές με 46% και 34% αντίστοιχα. Περίπου 58% των Ελλήνων δεν θεωρεί σημαντικό να είναι ανοικτά τα καταστήματα έναντι του 46% των αλλοδαπών.

Σύγκριση μεταξύ Ελλήνων & Αλλοδαπών

Συνολική Αξιολόγηση

Σύσταση

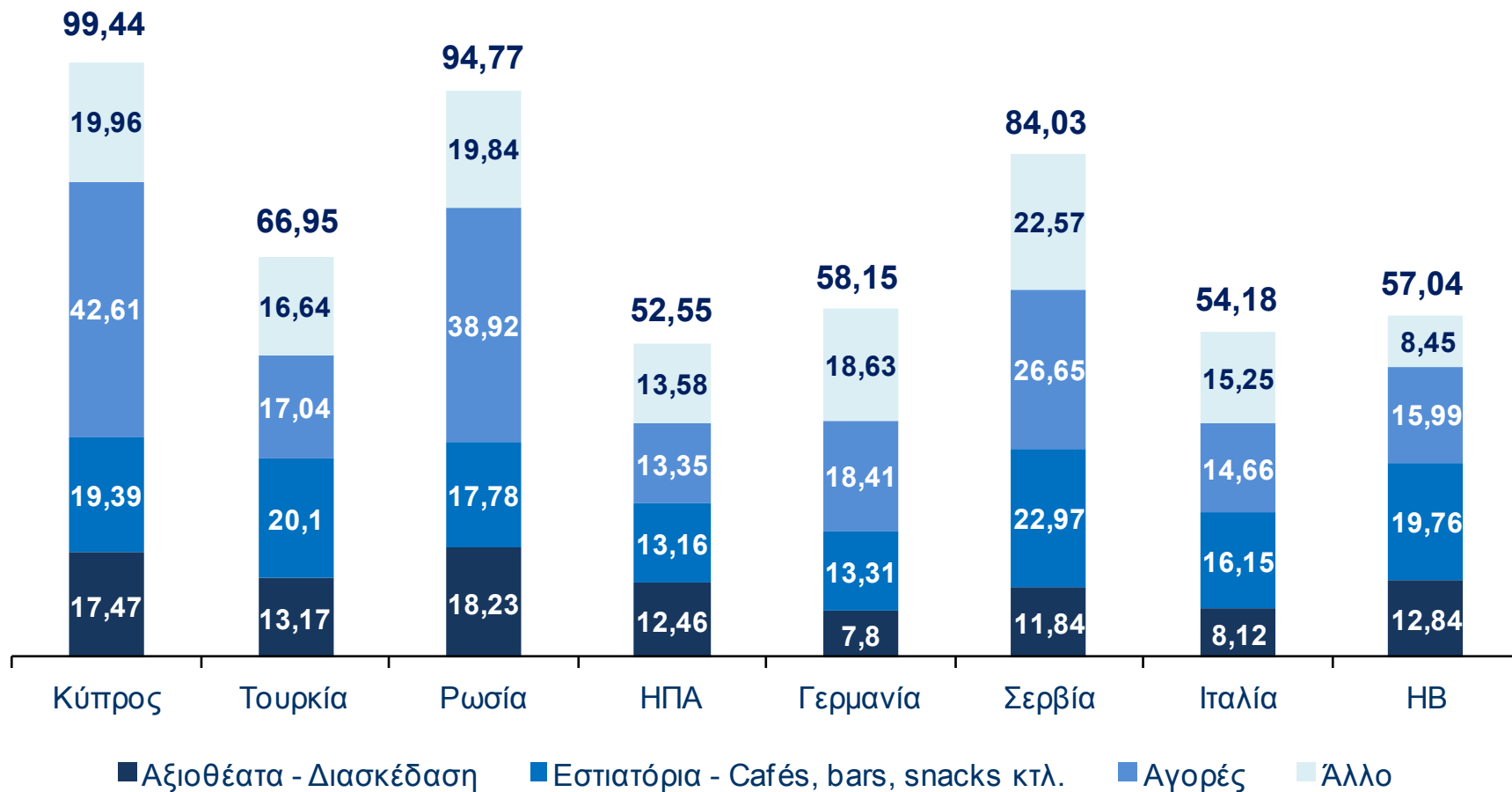


Οι Έλληνες και οι αλλοδαποί έχουν αξιολογήσει την Θεσσαλονίκη με συνολική βαθμολογία 8,0.

Και οι Έλληνες και οι αλλοδαποί θα σύστηναν την Θεσσαλονίκη, ωστόσο το ποσοστό των Ελλήνων είναι μεγαλύτερο, ήτοι 94%, ενώ των αλλοδαπών 91%.

Σύγκριση δαπανών διαφόρων χωρών

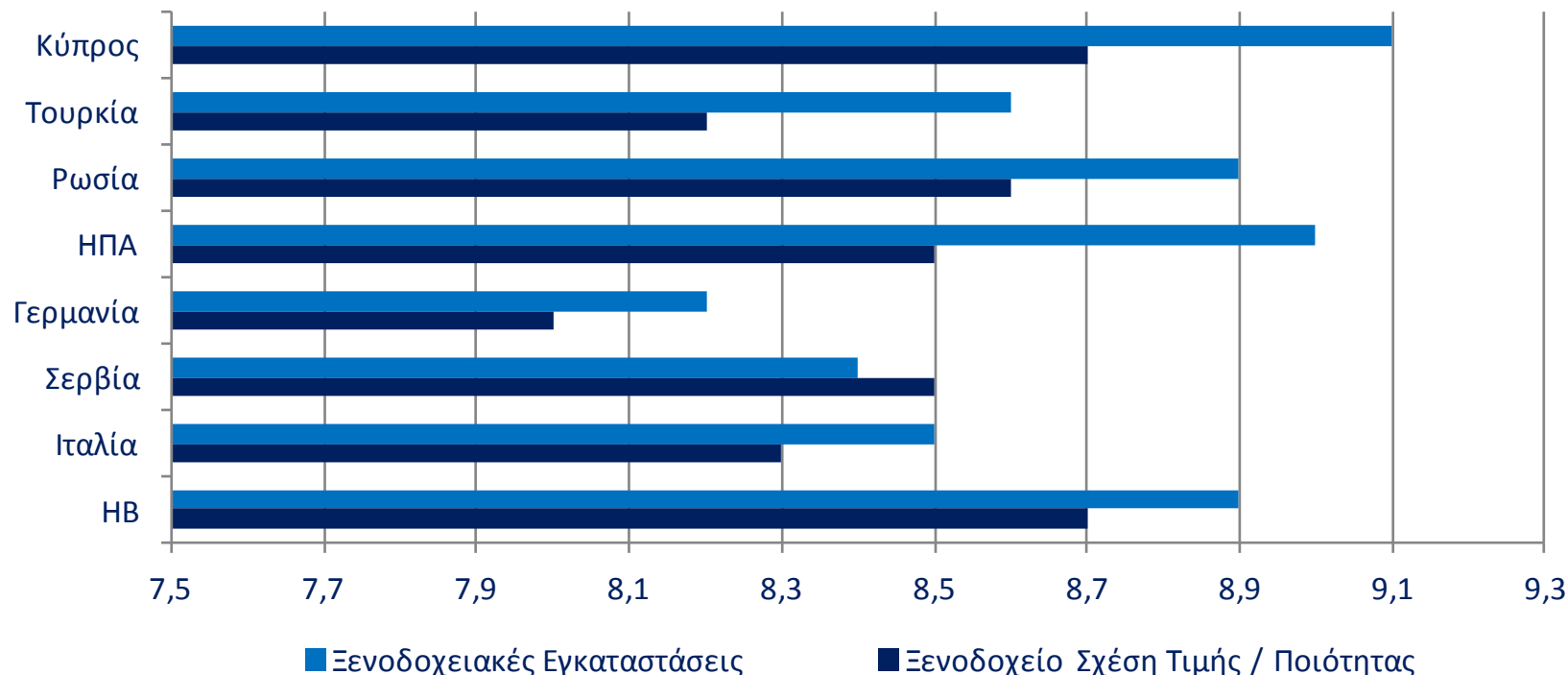
Δαπάνες ανά άτομο την ημέρα σε €



Η ΗΠΑ, Γερμανία, το ΗΒ, και η Ιταλία, δαπανούν μεταξύ € 52 και € 58 ανά άτομο την ημέρα. Οι Κύπριοι και οι Ρώσοι δαπανούν πολύ περισσότερα € 99 και € 95 ανά άτομο την ημέρα διαθέτοντας τα περισσότερα σε ψώνια. Οι Σέρβοι τουρίστες δαπανούν € 84 ενώ οι Τούρκοι € 67 ανά άτομο την ημέρα.

Σύγκριση αξιολόγησης διαφόρων χωρών

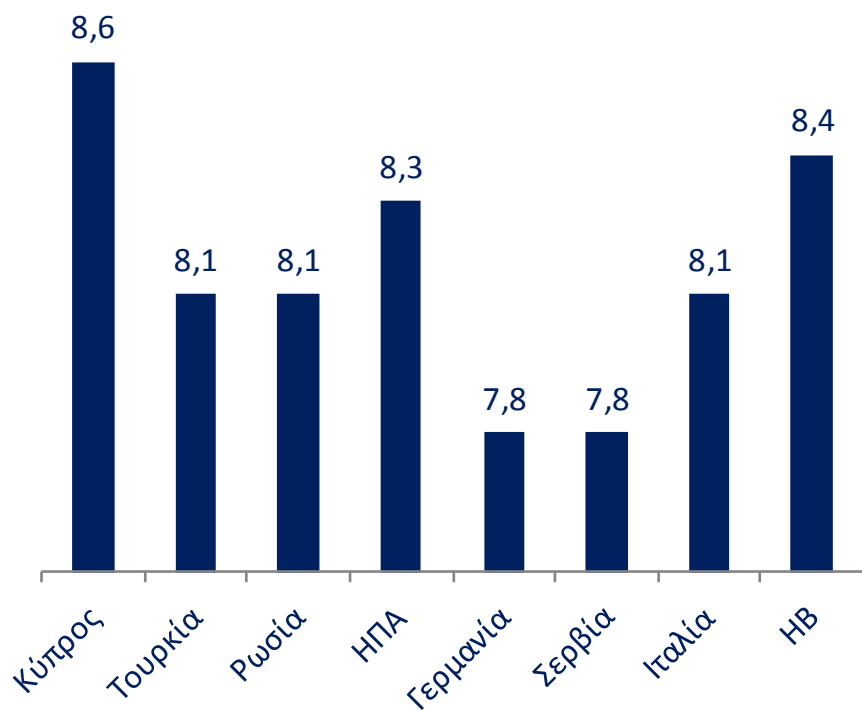
Αξιολόγηση ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και σχέση τιμής / ποιότητας



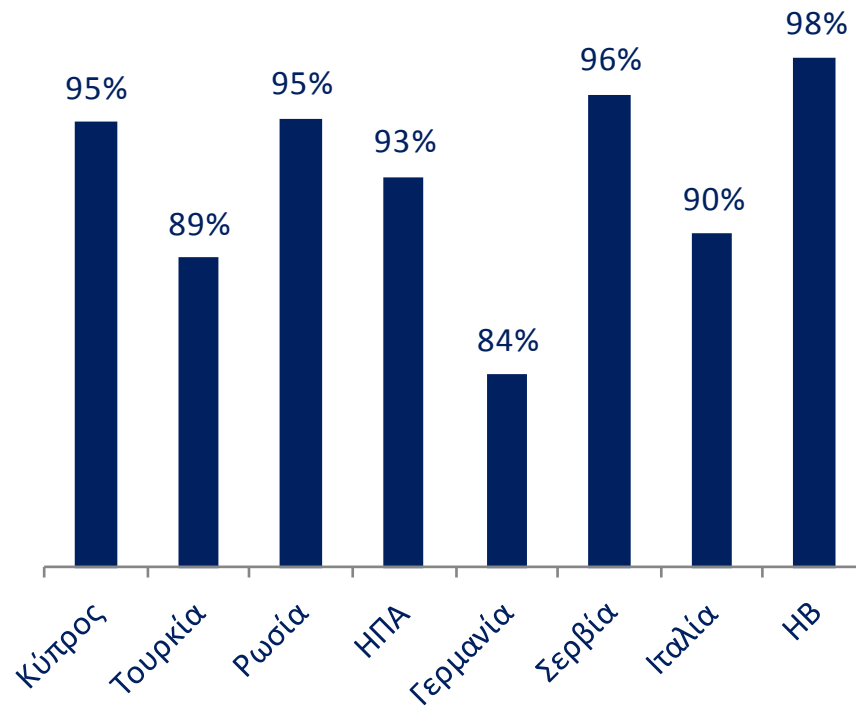
Οι Κύπριοι, οι Ρώσοι, οι Βρετανοί και οι Αμερικανοί τουρίστες είναι οι πιο ικανοποιημένοι πελάτες από την άποψη των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων. Συγκριτικά οι Γερμανοί βαθμολόγησαν χαμηλότερα, αλλά για τις εγκαταστάσεις τις αξιολόγησαν με 8,2, στοιχείο που δείχνει ότι είναι ικανοποιημένοι. Όσον αφορά τη σχέση τιμής / ποιότητας η μεγαλύτερη βαθμολογία 8,7 ήταν των Βρετανών και των Κυπρίων, ενώ η χαμηλότερη 8,0 των Γερμανών.

Σύγκριση διαφόρων χωρών / αξιολόγηση & σύσταση

Συνολική αξιολόγηση



% που θα σύστηνε τη Θεσσαλονίκη

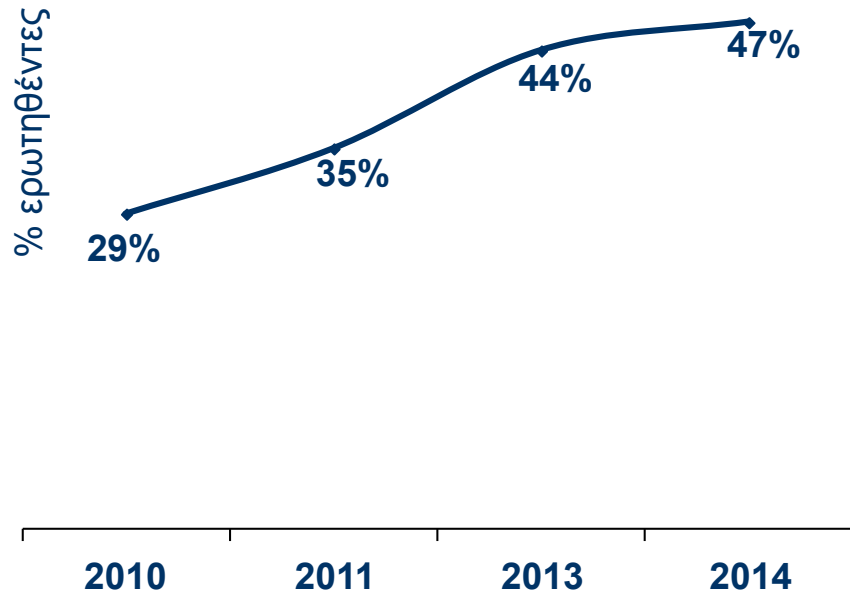


Οι Κύπριοι και οι Βρετανοί αξιολογούν συνολικά την εμπειρία τους στη Θεσσαλονίκη με 8,6 και 8,4 αντίστοιχα. Οι Γερμανοί και οι Σέρβοι την αξιολογούν πολύ χαμηλότερα με βαθμό 7,8.

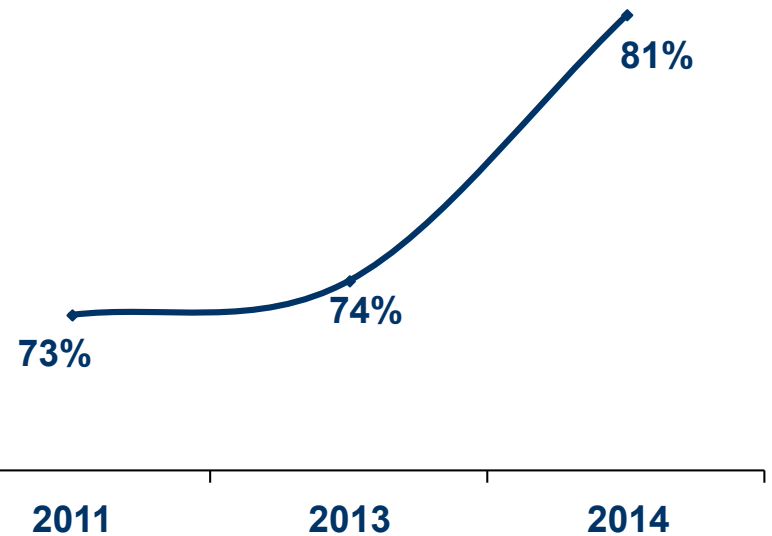
Τέλος, το ποσοστό των Γερμανών τουριστών που θα σύστηνε τη Θεσσαλονίκη σε φίλους και συγγενείς ανέρχεται στο 84%, ενώ οι άλλες χώρες εμφανίζουν ποσοστά 89% και άνω.

Χρονοσειρές Online κράτηση & προετοιμασία ταξιδιού

% online κράτηση



Χρησιμοποιείτε Κοινωνικά Δίκτυα;



Ο αριθμός των επισκεπτών που κάνει κράτηση online αυξάνει σταθερά από 29% το 2010 σε 47% φέτος.

Επιπλέον, όπως ήταν αναμενόμενο, η χρήση των κοινωνικών δικτύων αυξήθηκε από 73% το 2011 σε 81% το 2014.

Χρονοσειρές Αξιολόγηση & σύσταση

Αξιολόγηση

Ξενοδοχειακές Εγκαταστάσεις



Ξενοδοχείο Σχέση Τιμής / Ποιότητας



Συνολική Αξιολόγηση

2010

2011

2013

2014

Κλίμακα 1 - 10

% που θα σύστηνε τη Θεσσαλονίκη

% ερωτηθέντες

89%

89%

91%

91%

2010

2011

2013

2014

Η αξιολόγηση όσον αφορά τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου στη Θεσσαλονίκη παραμένει σταθερή στο 8,7. Η αξιολόγηση σχέσης τιμής / ποιότητας για το ξενοδοχείο, αυξήθηκε σταθερά από 8,2 - που είναι ήδη σε υψηλό επίπεδο - σε 8,5 φέτος. Η συνολική ικανοποίηση παρέμεινε σταθερή καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 2010 - 2014 σε επίπεδο 7,9 έως 8,0.

Το ποσοστό των ατόμων που θα σύστηνε τη Θεσσαλονίκη παραμένει σταθερό στο 91%.

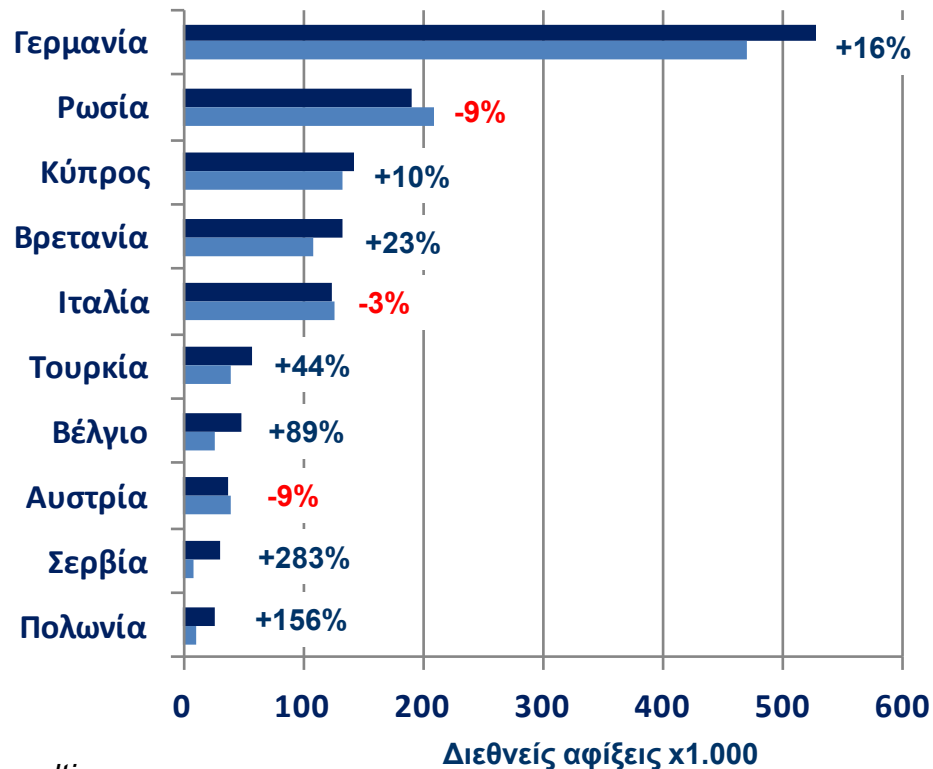
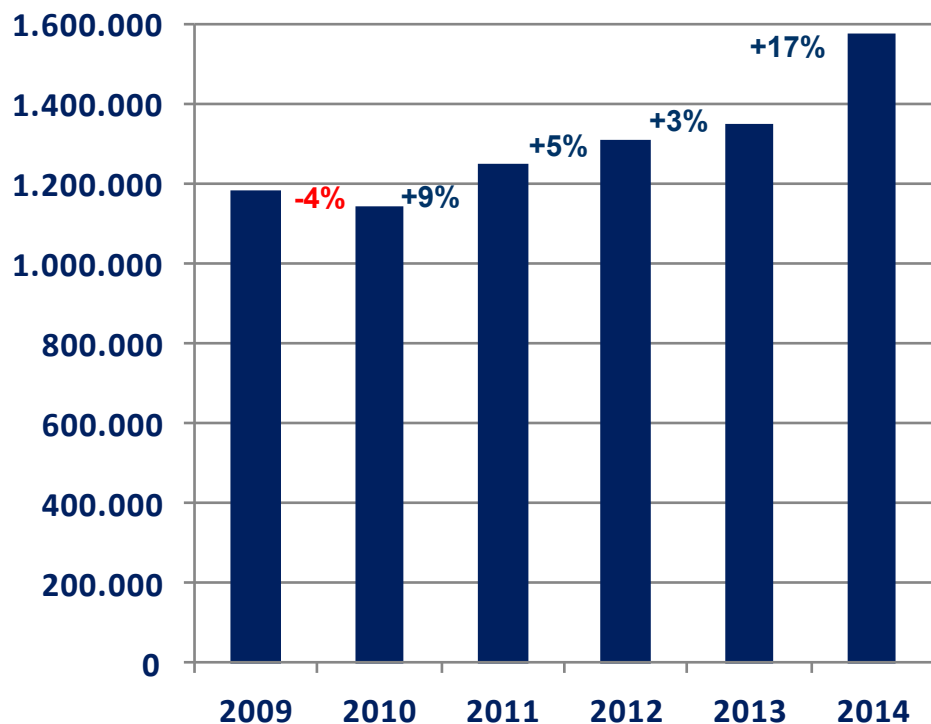
Απόδοση Ξενοδοχείων

gbr
consulting



Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις

Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης



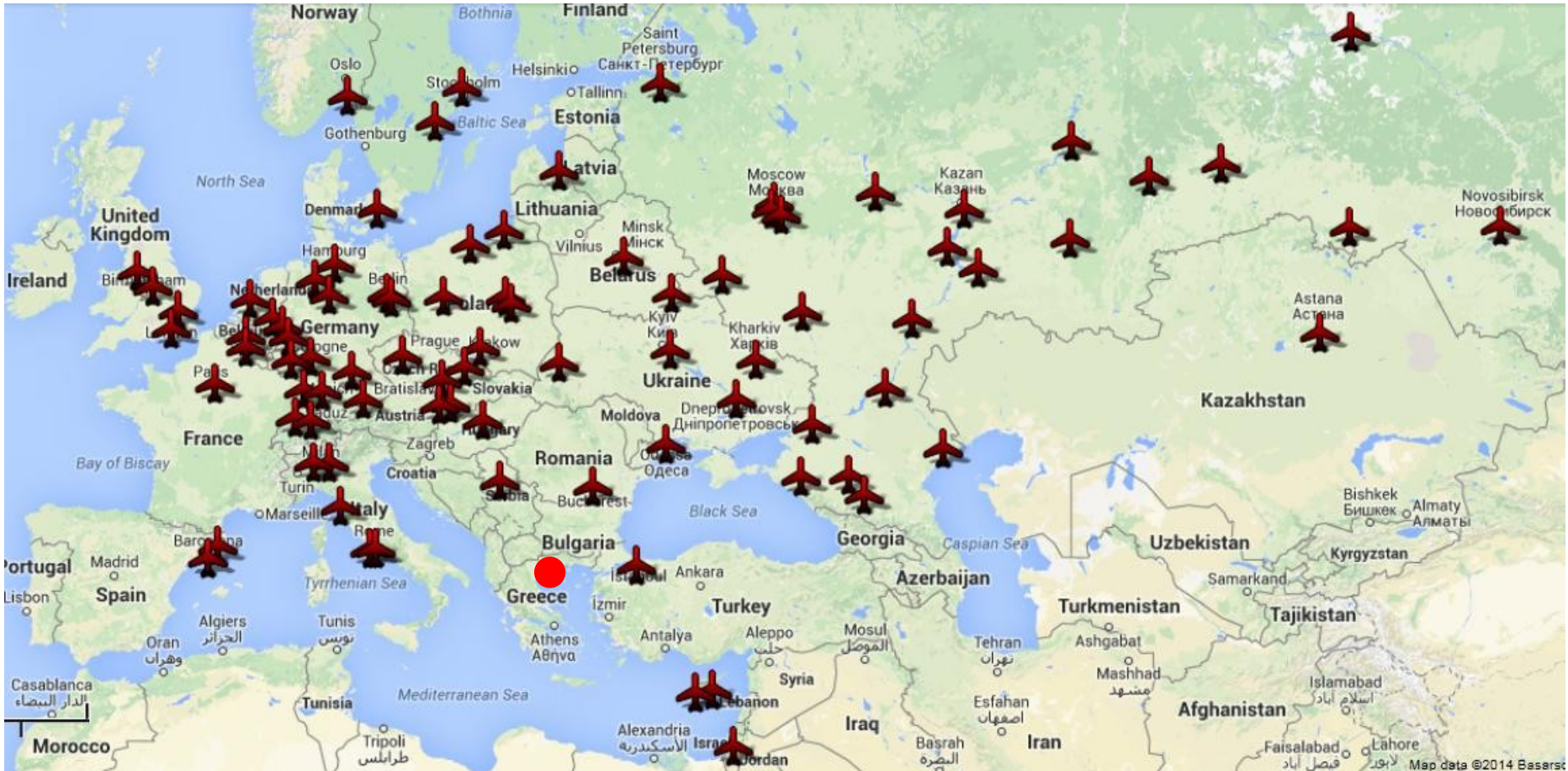
Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, επεξεργασία από GBR Consulting

Το 2014 το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης κατέγραψε περίπου 1,6 εκατ. διεθνείς αφίξεις.

Σχεδόν το 74% των αυξήσεων του 2014 προήλθαν από 5 χώρες, τη Γερμανία, τη Ρωσία, την Κύπρο, το ΗΒ και την Ιταλία. Σε σύγκριση με το 2013, η Τουρκία και το Βέλγιο σημείωσαν σημαντική αύξηση της τάξης του 44% και του 89% αντίστοιχα, οι οποίες ήταν μέσα στις 10 κυριότερες χώρες.

■ 2014 ■ 2013

Διεθνείς συνδέσεις 2014* με αεροδρόμιο «Μακεδονία»



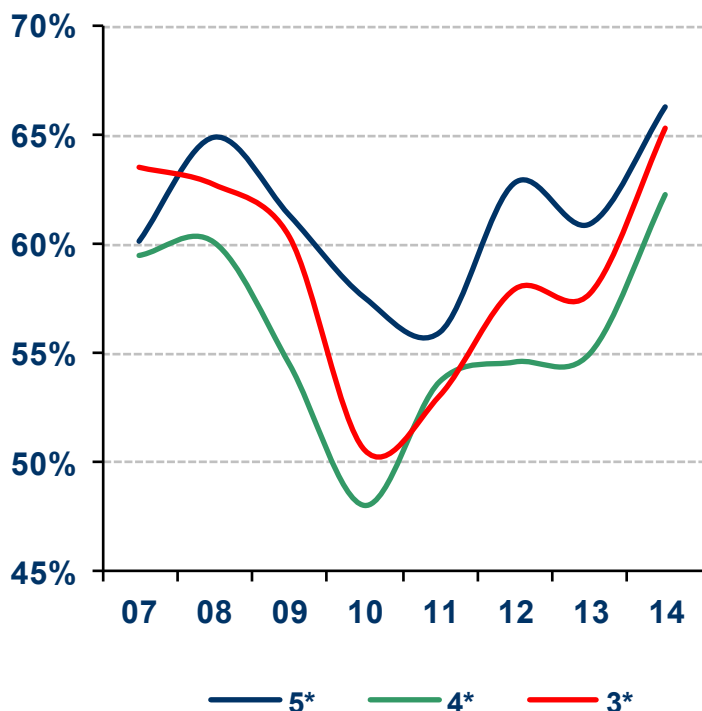
● Αεροδρόμιο «Μακεδονία»

* Αεροδρόμια με απευθείας πτήσεις με περισσότερους από 1.000 ταξιδιώτες ετησίως

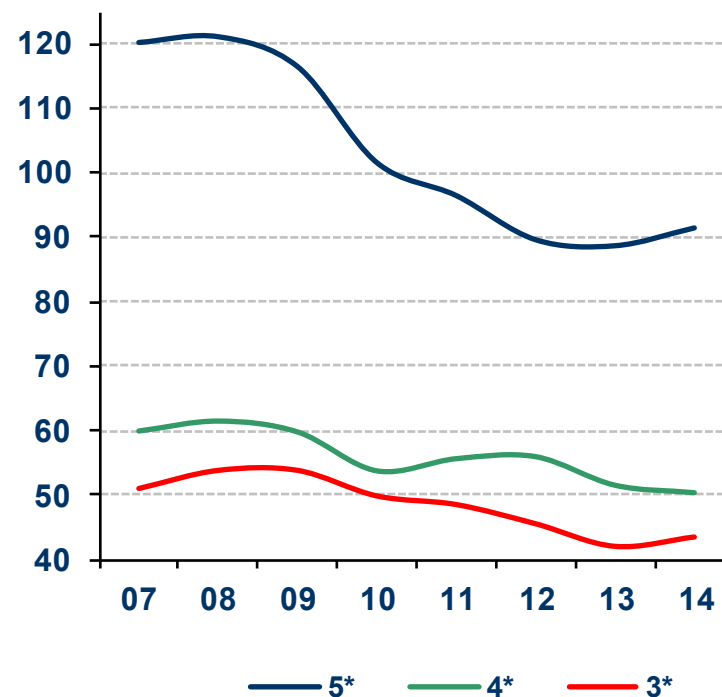
Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, επεξεργασία από GBR Consulting

Απόδοση 2007 - 2014

Πληρότητα (%)



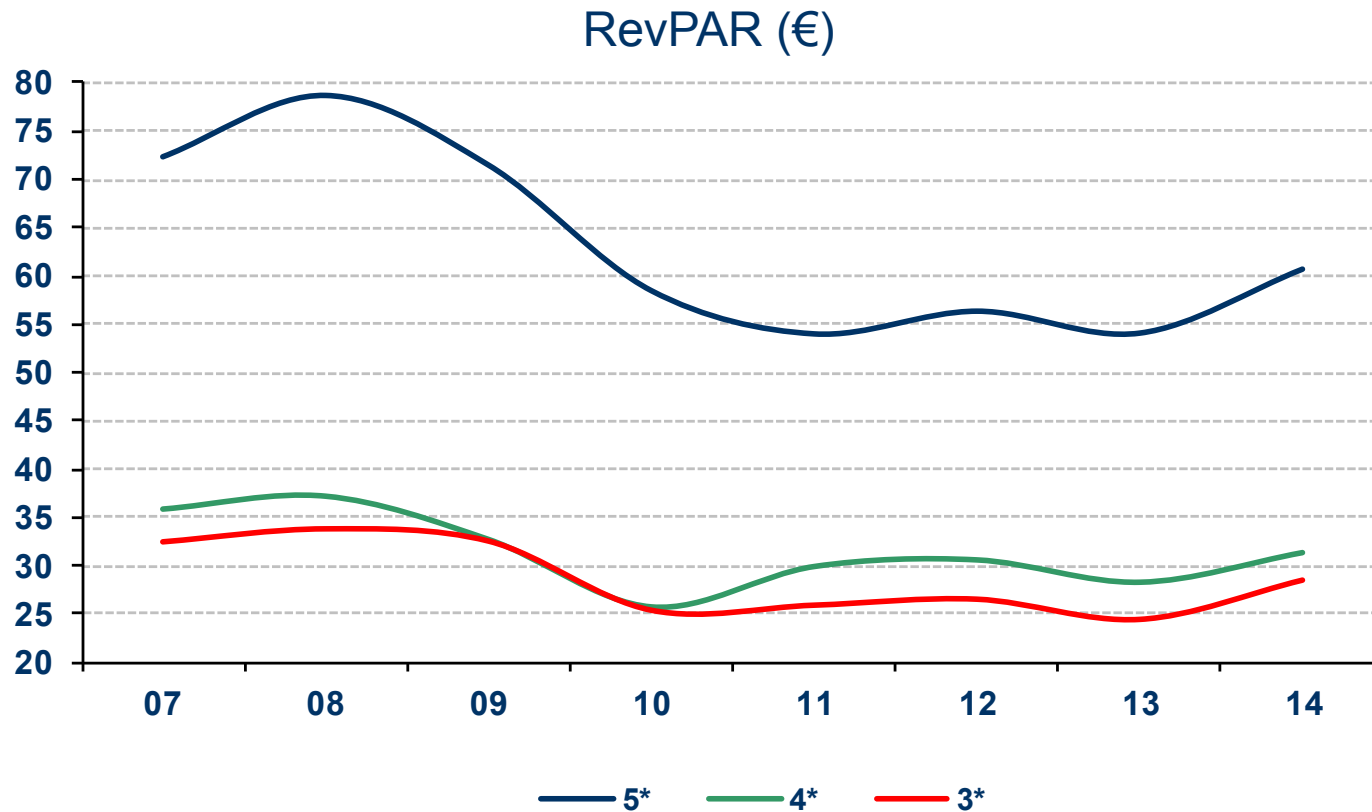
ARR (€)



Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

Για την πληρότητα σημαντικές βελτιώσεις σημειώθηκαν το 2014 σε σύγκριση με το 2013, αύξηση της τάξης του 8,9% σημειώθηκε στα ξενοδοχεία 5 αστέρων, 13,3% στα ξενοδοχεία 4 αστέρων και 13,1% στα ξενοδοχεία 3 αστέρων. Τα επίπεδα πληρότητας του 2014 είναι στα επίπεδα του 2008. Οι τιμές των δωματίων (ARR) βελτιώθηκαν κάπως στα ξενοδοχεία 5 και 3 αστέρων, συγκρίνοντας το 2014 με το 2013, αλλά μειώθηκαν στα ξενοδοχεία 4 αστέρων. Σε σύγκριση με τα επίπεδα του 2008 είναι **σημαντικά χαμηλότερες**, δηλαδή 24,5%, 18,5% και 19,4% για τα ξενοδοχεία 5, 4 και 3 αστέρων αντίστοιχα.

Απόδοση 2007 - 2014

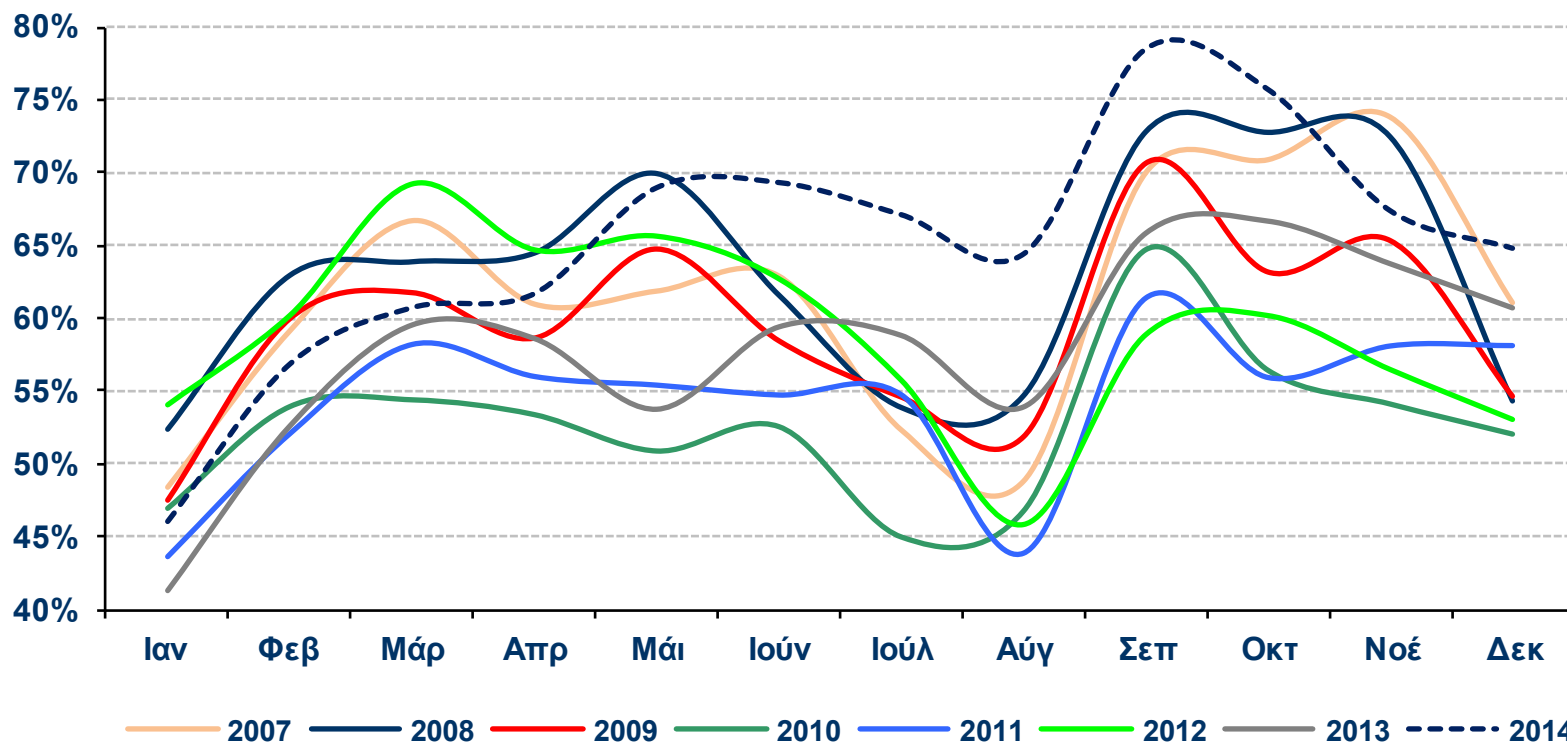


Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

Ως αποτέλεσμα το RevPAR βελτιώθηκε το 2014 σε σχέση με το 2013. Ωστόσο, τα επίπεδα του RevPAR εξακολουθούν να είναι πολύ χαμηλότερα από την προ κρίσης περίοδο.

Απόδοση 2007 – 2014, εποχικότητα

Πληρότητα

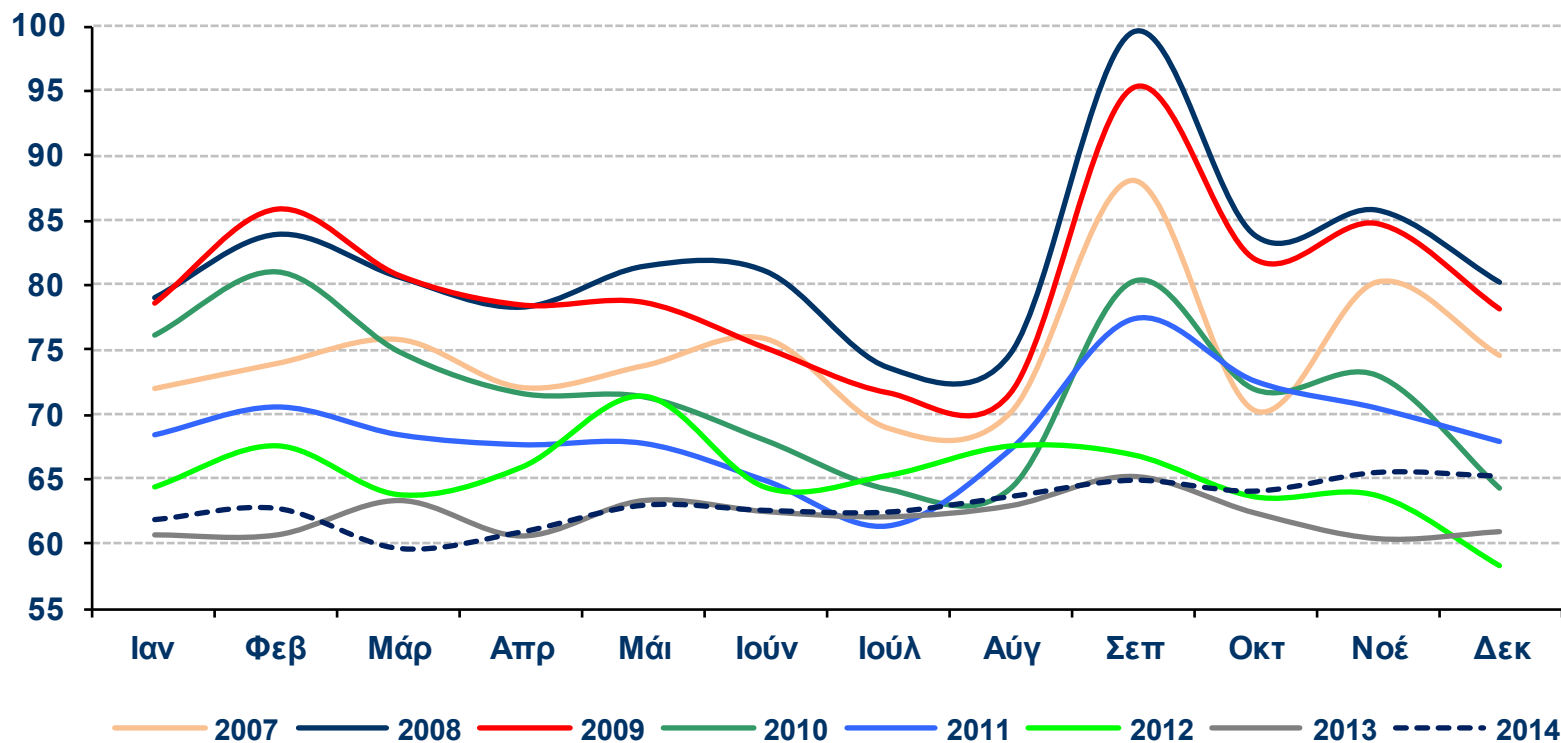


Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

Καθ' όλη την περίοδο 2007 - 2014 η εποχικότητα της πληρότητας των ξενοδοχείων στη Θεσσαλονίκη είναι παρόμοια σε χαμηλά επίπεδα τον Ιανουάριο και τον Αύγουστο. Ωστόσο, το 2014 η πληρότητα δεν δείχνει τη συνηθισμένη πτώση κατά τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Ο Σεπτέμβριος συνεχίζει να παραμένει στην κορυφή λόγω της έναρξης της σεζόν στη Θεσσαλονίκη.

Απόδοση 2007 – 2014, εποχικότητα

ARR (€)

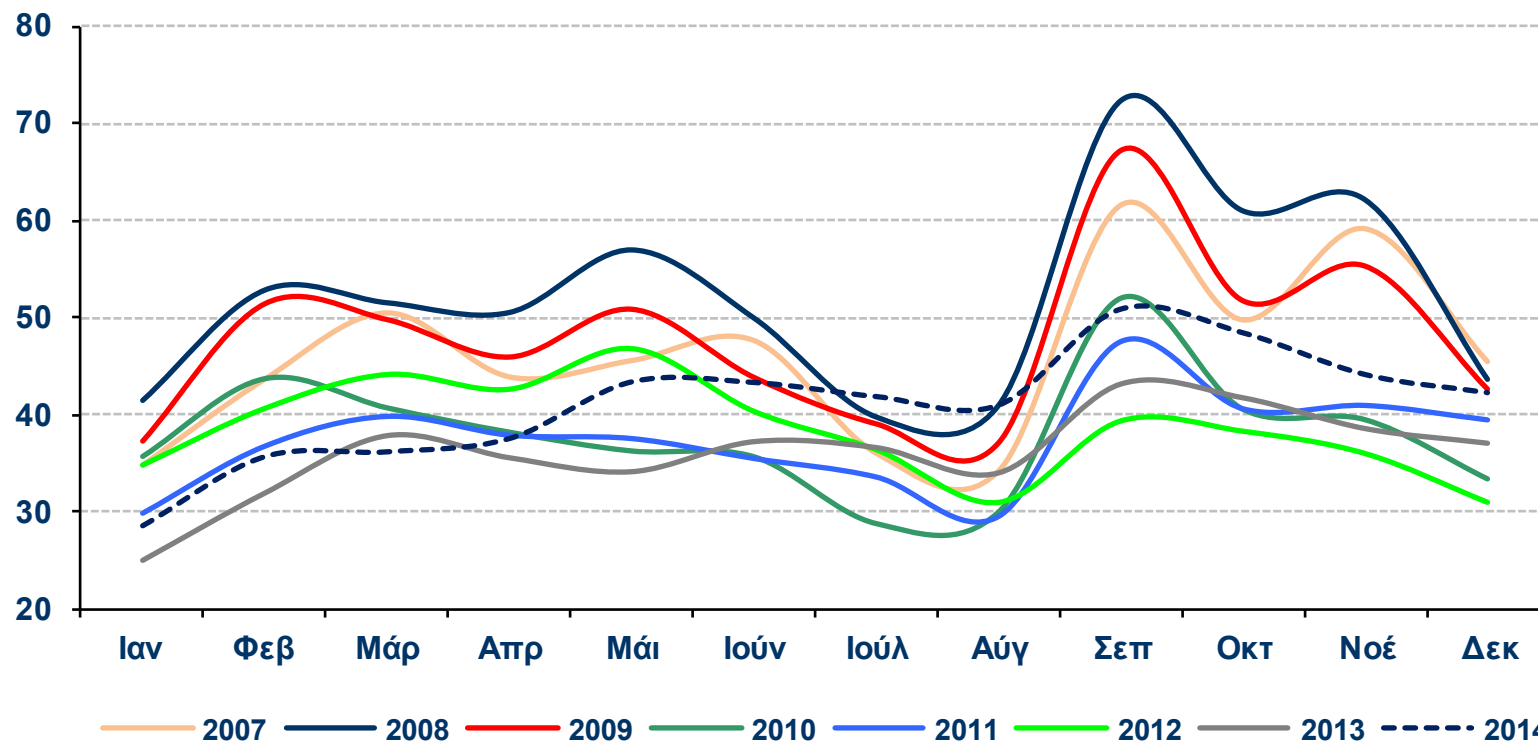


Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

Στο παραπάνω γράφημα φαίνεται ότι οι τιμές δωματίων ήταν ιδιαίτερα χαμηλές το 2014 με εξαίρεση το τελευταίο τρίμηνο του έτους. Ωστόσο, παρέμειναν χαμηλότερες από τα προηγούμενα έτη 2012 και 2013. Είναι επίσης προφανές ότι οι τιμές δεν επανήλθαν το Σεπτέμβριο, αλλά παρέμειναν στα ίδια επίπεδα με το 2013 και χαμηλότερες από την περίοδο 2007 - 2012.

Απόδοση 2007 – 2014, εποχικότητα

RevPAR (€)

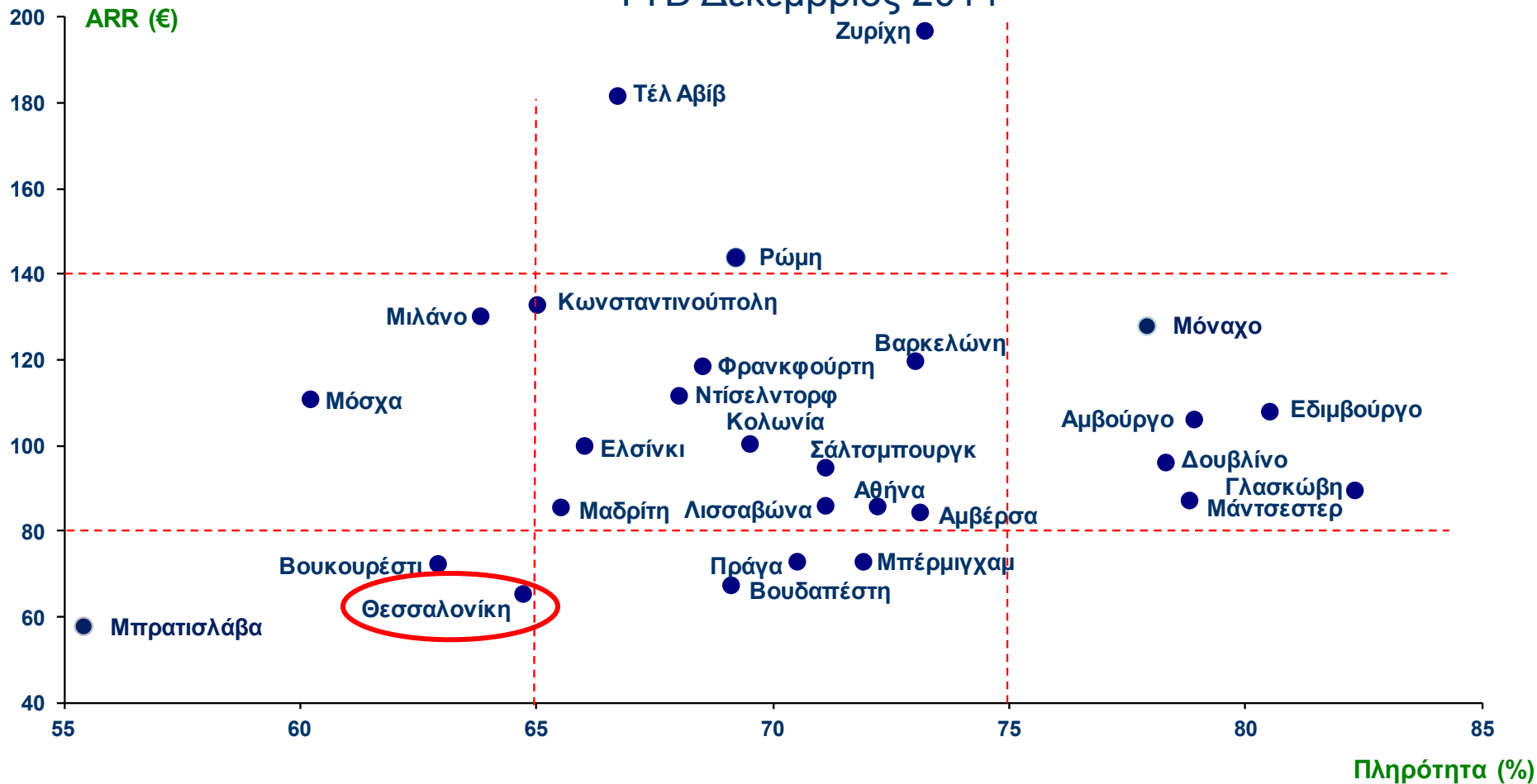


Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

Ως αποτέλεσμα η απόδοση είναι σημαντικά χαμηλότερη από ότι την προ κρίσης περίοδο 2007 - 2009 με εξαίρεση τον Ιούλιο και τον Αύγουστο του περασμένου έτους, οι οποίοι και δεν είχαν τη συνήθη μείωση στην πληρότητα, όπως εξηγήθηκε προηγουμένως.

Απόδοση διαφόρων Ευρωπαϊκών πόλεων

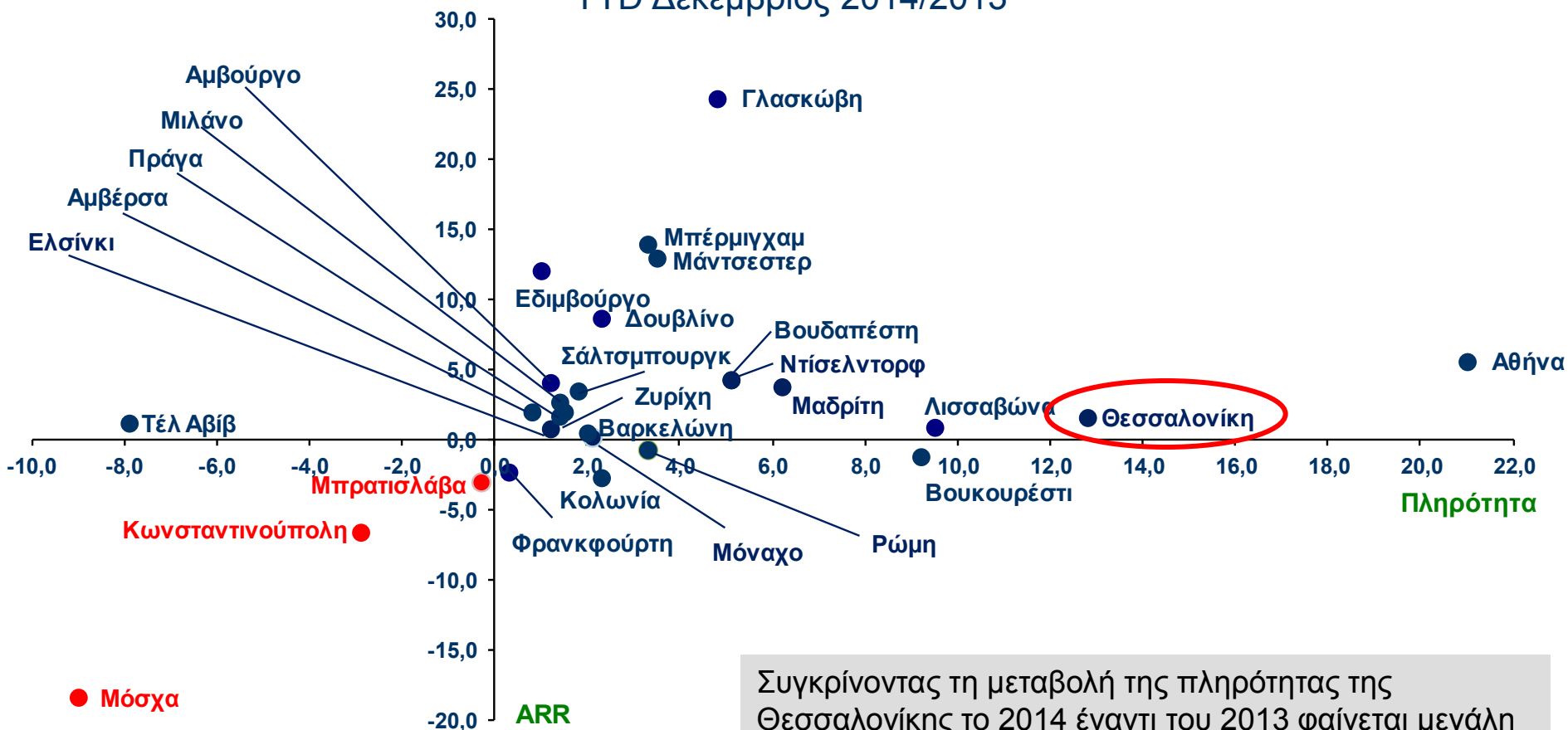
Πληρότητα και Μέση Τιμή Δωματίου (ARR) διαφόρων Ευρωπαϊκών πόλεων
YTD Δεκέμβριος 2014



Συγκρίνοντας τις ευρωπαϊκές πόλεις, η Θεσσαλονίκη μαζί με τη Μπρατισλάβα, το Βουκουρέστι, τη Μόσχα και το Μιλάνο βρίσκεται στα χαμηλότερα επίπεδα όσον αφορά την πληρότητα. Όσον αφορά την τιμή η Θεσσαλονίκη βρίσκεται στην προτελευταία θέση μετά την Μπρατισλάβα. Η πιο κοντινή πόλη σε σύγκριση, όσον αφορά την απόδοση, είναι το Βουκουρέστι.

Απόδοση διαφόρων Ευρωπαϊκών πόλεων

Μεταβολή Πληρότητας και Μέσης Τιμής Δωματίου (ARR) διαφόρων Ευρωπαϊκών πόλεων
YTD Δεκέμβριος 2014/2013



Θεσσαλονίκη vs επιλεγμένες ευρωπαϊκές πόλεις

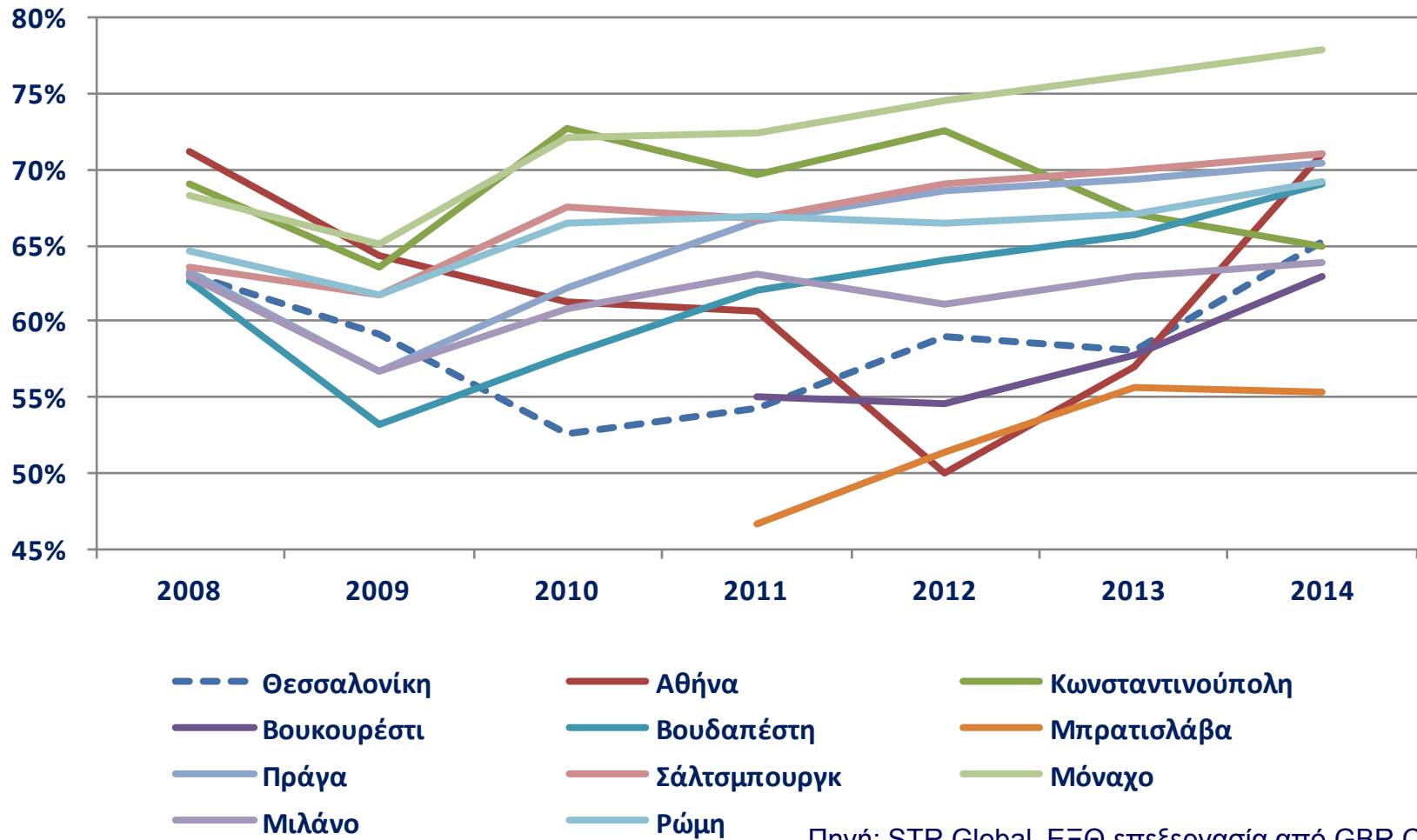


- Αθήνα
- Κωνσταντινούπολη
- Βουκουρέστι
- Βουδαπέστη
- Μπρατισλάβα
- Πράγα
- Σάλτσμπουργκ
- Μόναχο
- Μιλάνο
- Ρώμη

● Θεσσαλονίκη

Θεσσαλονίκη vs επιλεγμένες ευρωπαϊκές πόλεις

Πληρότητα επιλεγμένων Ευρωπαϊκών πόλεων 2008 - 2014

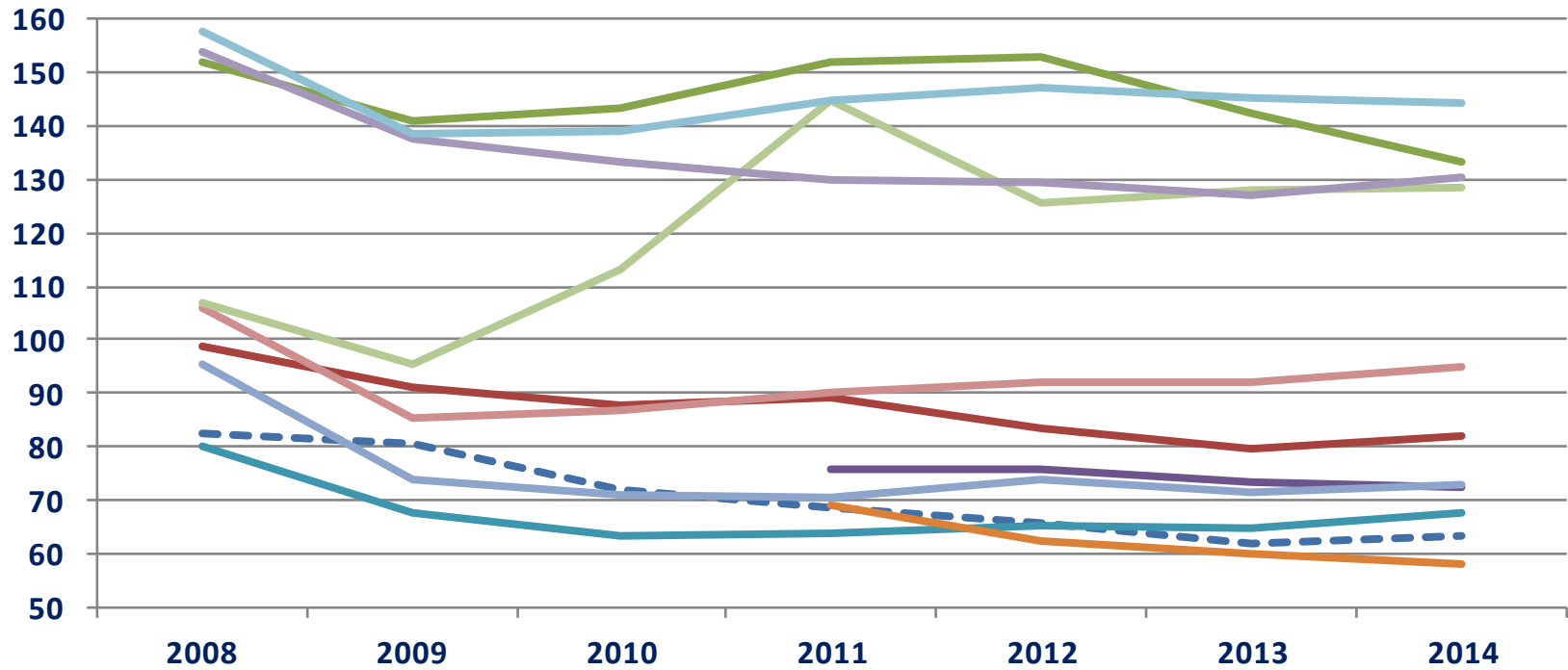


Πηγή: STR Global, ΕΞΘ επεξεργασία από GBR Consulting

Σύμφωνα με το γράφημα συγκρίνοντας τη Θεσσαλονίκη με τις άλλες πόλεις παρατηρούμε ότι βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα πληρότητας, όπως αντίστοιχα ισχύει το ίδιο και για το Βουκουρέστι, ενώ στο χαμηλότερο επίπεδο βρίσκεται η Μπρατισλάβα.

Θεσσαλονίκη vs επιλεγμένες ευρωπαϊκές πόλεις

Μέση Τιμή Δωματίου (ARR σε €) επιλεγμένων Ευρωπαϊκών πόλεων 2008 - 2014



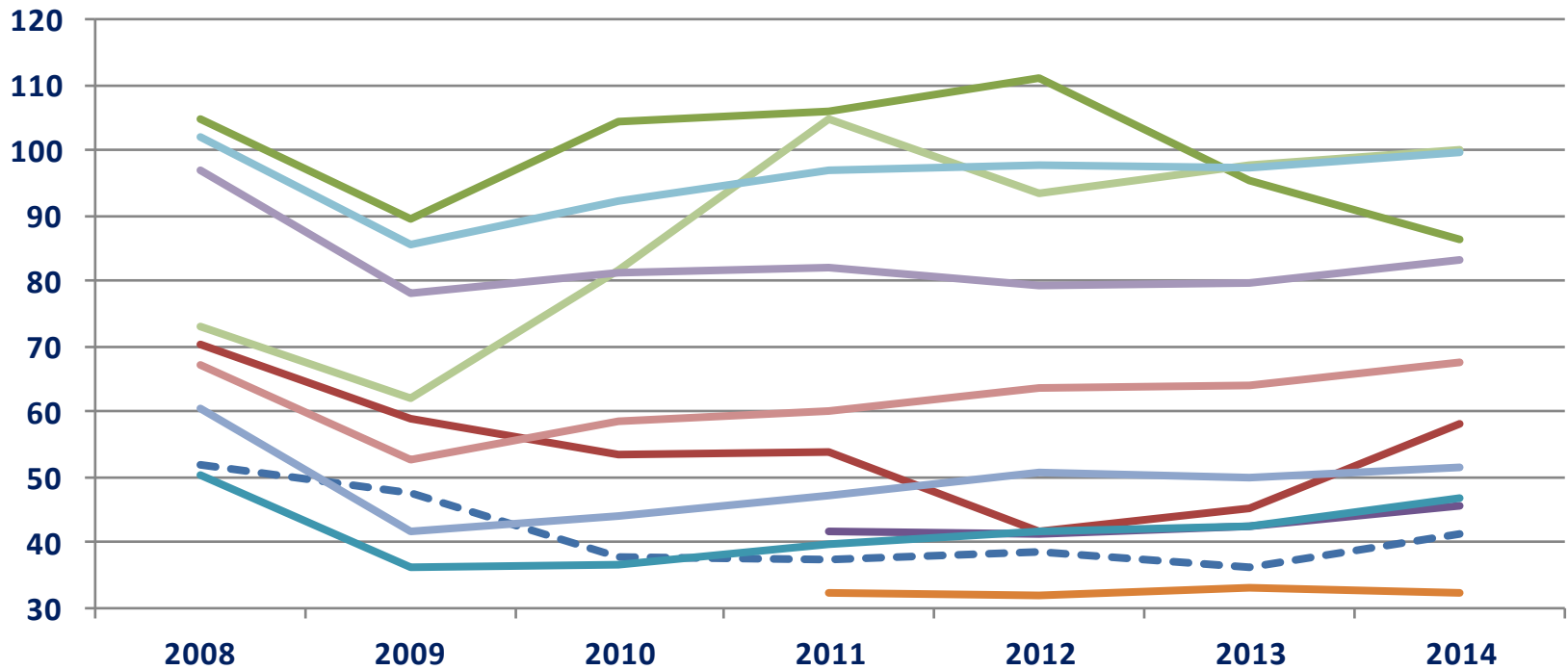
- - - Θεσσαλονίκη
- Αθήνα
- Κωνσταντινούπολη
- Βουκουρέστι
- Βουδαπέστη
- Μπρατισλάβα
- Πράγα
- Σάλτσμπουργκ
- Μόναχο
- Μιλάνο
- Ρώμη

Πηγή: STR Global, ΕΞΘ επεξεργασία από GBR Consulting

Όσον αφορά το ARR η Θεσσαλονίκη είναι προτελευταία πάνω από την Μπρατισλάβα, ενώ κοντά της βρίσκονται η Βουδαπέστη, η Πράγα και το Βουκουρέστι.

Θεσσαλονίκη vs επιλεγμένες ευρωπαϊκές πόλεις

Απόδοση (RevPAR) επιλεγμένων Ευρωπαϊκών πόλεων 2008 - 2014



- Θεσσαλονίκη
- Βουκουρέστι
- Πράγα
- Μιλάνο
- Αθήνα
- Βουδαπέστη
- Σάλτσμπουργκ
- Ρώμη
- Κωνσταντινούπολη
- Μπρατισλάβα
- Μόναχο

Πηγή: STR Global, ΕΞΘ επεξεργασία από GBR Consulting

Ως αποτέλεσμα, το RevPAR σε σχέση με τον ανταγωνισμό παραμένει πολύ χαμηλό και η μόνη πόλη με χαμηλότερες επιδόσεις από αυτές της Θεσσαλονίκης είναι η Μπρατισλάβα.

Ευχαριστούμε!

gbr
consulting



Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών 2014

Σε συνεργασία με την



Σφραγίδα Ξενοδοχείου & Υπογραφή

Interviewer: _____

1. Γενικά στοιχεία

Ηλικία: <18 18-30 31-50 >50

Τόπος διαμονής: _____

Ταξιδεύετε:

- Μόνος/η
 Με φίλο/φίλη/φίλους
 Με τον/την σύντροφο
 Μόνο με ____ παιδιά
 Με τον/την σύντροφο και ____ παιδιά

Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί τη Θεσσαλονίκη:

πρώτη φορά 2x 3x 4x περισσότερες

Διάρκεια παραμονής στην Θεσσαλονίκη: ____ νύχτες

2. Σκοπός ταξιδιού

Είστε εδώ για:

- Δουλειά Αναψυχή Φίλοι / συγγενείς
 Συνέδρια/Εκθέσεις Άλλο: _____

α) Αν είστε για 'Αναψυχή' ή για κάποιο 'Άλλο' σκοπό, γιατί επιλέξατε την Θεσσαλονίκη (περισσότερες από μια πιθανές απαντήσεις):

- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
 Ενδιαφέρον εμπορικό κέντρο
 Γαστρονομικό ενδιαφέρον
 Ιατρικοί λόγοι
 Προσωπικότητα πόλης
 Εκδηλώσεις πόλης
 Εκτενής παραλία για περπάτημα, ποδήλατο κτλ.
 Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)
 Περαιστικός (προηγούμενος ή τελικός προορισμός)
 Άλλο: _____

β) Τι επηρέασε την επιλογή του προορισμού:

- Πρόταση συγγενών / φίλων
 Έχω ξανάρθει Ταξιδιωτικό γραφείο
 Διαφήμιση Internet sites
 Τηλεόραση / Ραδιόφωνο / Τύπος
 Άλλο: _____

3. Προετοιμασία ταξιδιού

Από που πήρατε πληροφορίες για την Θεσσαλονίκη (περισσότερες από μια πιθανές απαντήσεις):

- Sites όπως το Tripadvisor, HolidayCheck κλπ.
 Website ξενοδοχείου
 Κοινωνικά Δίκτυα (Facebook, Twitter κλπ.)
 www.thessaloniki.travel
 Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης www.tha.gr
 www.visitgreece.gr
 www.discovergreece.com
 Smart phone app για την Θεσσαλονίκη
 www.thessaloniki2014.gr
 Web site μουσείων, αρχαιολογικών χώρων κτλ.
 Ταξιδιωτικό Γραφείο
 Οδηγός πόλης (έντυπος)
 Άλλο: _____
 Τίποτα από τα παραπάνω, χωρίς προετοιμασία
 Οι πληροφορίες ήταν επαρκείς: Ναι Όχι

4. Κράτηση

Με ποιο τρόπο κάνατε την κράτησή σας:

- On Line Ναι (e-mail, site κλπ)
 Όχι (τηλέφωνο, fax, περαιστικός)
 Απευθείας ξενοδοχείο Μέσω Τρίτου

Αποφασίσατε το ταξίδι σας στη Θεσσαλονίκη

- 1-2 ημέρες πριν 3-5 ημέρες πριν
 6-14 ημέρες πριν > 14 ημέρες πριν

5. Κοινωνικά Δίκτυα

- Χρησιμοποιείτε Κοινωνικά Δίκτυα Ναι Όχι
 Αν Ναι: Facebook Twitter LinkedIn
 Tripadvisor YouTube Blogs
 Instagram Google+ Άλλο _____

6. Τρόπος μεταφοράς στην Θεσσαλονίκη

Αφιξή σας με:

- Αεροπλάνο με εταιρεία: _____
 ΙΧ ΙΧ & Φέρυ Λεωφορείο
 Πλοίο Τραίνο Άλλο: _____

Αν αεροπορικώς, παρακαλούμε αξιολογήστε:
(1. ανεπαρκές, 10. εξαιρετικό)

Συχνότητα Πτήσεων	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ώρες Πτήσεων	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Κόστος Πτήσεων	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Αεροδρόμιο	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Μετακίνησή σας στο ξενοδοχείο με:

- Λεωφορείο
 Ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο
 Ταξί, αναφέρατε το συνολικό κόστος: € _____
 Άλλο: _____

Ήταν εύκολη η πρόσβαση στο ξενοδοχείο; Ναι Όχι

7. Τι από τα παρακάτω καλλιτεχνικά δρώμενα έχετε παρακολουθήσει ή θα σας ενδιέφερε να παρακολουθήσετε;

- Παραστάσεις Μεγάλου Μουσικής Ναι Όχι
Παραστάσεις ΚΘΒΕ Ναι Όχι
Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ναι Όχι
Άλλο: _____

8. Τί από τα παρακάτω έχετε επισκεφθεί ή πρόκειται να επισκεφθείτε (περισσότερες από μια πιθανές απαντήσεις):

- Οι ώρες λειτουργίας τους εξυπηρετούν;
- Βυζαντινό Μουσείο Ναι Όχι
 Αρχαιολογικό Μουσείο Ναι Όχι
 Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Ναι Όχι
 Λευκός Πύργος Ναι Όχι
 Εβραϊκό Μουσείο Ναι Όχι
 Άγιος Δημήτριος Ναι Όχι
 Ροτόντα Ναι Όχι
 Παραλία Θεσσαλονίκης
 Άνω Πόλη / Κάστρα
 Άλλο: _____

Τα επισκεφθήκατε: Πρωί Απόγευμα

Θα έπρεπε να λειτουργούν καθημερινά 8:00 - 20:00 και Σαββατοκύριακο Ναι Όχι

Ημερήσιες Εκδρομές

- Βεργίνα
 Δίον
 Πέλλα
 Όλυμπος
 Μετέωρα
 Χαλκιδική Άλλο: _____
 Τίποτα

9. Θεσσαλονίκη Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Νεολαίας 2014

Το γνωρίζατε; Ναι Όχι

Αν ναι, είναι αυτός ο λόγος της επίσκεψής σας στην πόλη;

- Ναι Όχι

10. Δαπάνες για Αγορές & Διασκέδαση

α. Θεωρείτε σημαντικό να είναι ανοιχτά τα μαγαζιά τις Κυριακές; Ναι Όχι

β. Παρακαλώ σημειώστε το σύνολο των εξόδων του ταξιδιού σας (συμπεριλαμβανομένων του συντρόφου και των παιδιών). Εάν δεν έχετε ολοκληρώσει το ταξίδι σας παρακαλούμε κάνετε μια εκτίμηση των εξόδων

€ _____ Αξιοθέατα - Διασκέδαση

€ _____ Εστιατόρια - Cafés, bars, snacks κτλ.

€ _____ Αγορές (shopping)

€ _____ Άλλο (εκτός ξεν/χειου & εισιτηρίων)

€ _____ **Σύνολο**

11. Συγκριτικά με τις προσδοκίες σας η εμπειρία σας στην Θεσσαλονίκη ήταν:

- πολύ καλύτερη
 καλύτερη
 ίδια
 χειρότερη
 πολύ χειρότερη

Σχόλια: _____

12. Η άποψή σας για διάφορα θέματα. Βάλτε σε κύκλο την απάντηση

(1. ανεπαρκές, 10. εξαιρετικό)

Πρόσβαση από αεροδρόμιο	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Λιμάνι	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<u>Σιδηροδρομικός σταθμός</u>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Διασκέδαση / Αναψυχή	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Κατοστήματα(Ποικιλία-Εγκ/σεις)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Εστιατόρια (Ποικιλία-Εγκ/σεις)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bar/Café (Ποικιλία-Εγκ/σεις)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<u>Ξενοδοχείο (Ποικιλία-Εγκ/σεις)</u>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Συμπεριφορά κατοίκων Θεσ/κης	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<u>Κουλτούρα</u>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Σήματα και Πληροφόρηση	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<u>Πληρ/ρίες για ειδικές εκδηλώσεις</u>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ατμοσφαιρική ρύπανση	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ηχορύπανση	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ασφάλεια στην πόλη	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Πλατείες, Πεζοδρόμια	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Δημόσια Καθαριότητα	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Μέσα μαζικής μεταφοράς	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Υψηλές ταξί	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Πάρκα, «Πράσινο»	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Σχέση Τιμής / Ποιότητας:

Πλοίο / ΚΤΕΛ / Τραίνο	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Αγορές (Ψώνια)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Εστιατόρια	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bar/Café	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ξενοδοχείο	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ταξί	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Συνολική αξιολόγηση 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

13. Αξιζει μια ακόμα επίσκεψη ή / και μια σύσταση σε τρίτους;

Ναι : _____

Όχι : _____

Ευχαριστούμε για το χρόνο σας!



Thessaloniki Hotels Association

Tourist Satisfaction Survey 2014

In cooperation with



Hotel Stamp & Signature

Interviewer: _____

1. General characteristics

Age Group: <18 18-30 31-50 >50

Country of origin: _____

Are you travelling:

- Alone With friend / friends
 With partner
 Only with ____ children
 With partner and ____ children

How many times have you visited Thessaloniki:

first time 2x 3x 4x more

Length of stay in Thessaloniki: ____ nights

2. Purpose of your trip

Are you here for:

- Business Leisure Friends / relatives
 Conferences / Exhibitions Other: _____

a) If you are here for "Leisure" or "Other" why did you choose Thessaloniki (multiple answers possible):

- Archaeological sites / cultural interest
 Attractive commercial centre
 Gastronomy
 Medical reasons
 Personality of the city
 Event(s) in the city
 Large beach promenade for walking, cycling etc.
 Attractive package offer (cheap)
 Passer by (previous or final destination)
 Other: _____

b) What influenced your choice for Thessaloniki?

- Suggestion from relative / friend
 I have been before Travel agent
 Advertising campaign Internet sites
 TV / radio / press

Other: _____

3. Preparation of the trip - Booking

Which of the following did you use to collect information on the city of Thessaloniki (multiple answers possible)

- Sites like Tripadvisor, HolidayCheck κλπ.
 Hotel Web site
 Social Media (Facebook, Twitter etc.)
 www.thessaloniki.travel
 Thessaloniki Hotels Association www.tha.gr
 www.visitgreece.gr
 www.discovergreece.com
 Smart phone app for Thessaloniki
 www.thessaloniki2014.gr
 Web site of museums, archaeological sites etc.
 Travel agent
 City guides / other printed material
 Other: _____
 None of the above, no preparation

Information was sufficient? Yes No

4. Reservation:

How did you make your reservation?

- On line Yes (e-mail, site, etc.)
 No (telephone, fax, passer by)

Directly at hotel Through third party

When did you decide on your trip to Thessaloniki?

- 1 - 2 days before 3 - 5 days before
 6 -14 days before > 14 days

5. Social Media

Are you using social media sites? Yes No

- If yes: Facebook Twitter LinkedIn
 Tripadvisor YouTube Blogs
 Instagram Google+ Other: _____

6. Transportation to Thessaloniki

Did you arrive in Thessaloniki by:

- Plane, carrier: _____
 Car Car & Ferry Bus
 Boat Train Other: _____

If by air, please evaluate:
(1. totally inadequate/10. excellent)

Frequency of flights 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Schedule of flights 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Cost of flights 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Airport 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

How did you arrive at the Hotel?

- Airport Bus
 Car Rental
 Taxi, total fare: € _____
 Other: _____

Was the access to the hotel convenient? Yes No

7. Which of the following cultural events have you attended or would you like to attend?:

Thessaloniki Concert Hall Events Yes No
National Theatre of Northern Greece Yes No
Thessaloniki Film Festival Yes No
Other: _____

8. Which 'attractions' have you visited or do you intend to visit (multiple answers possible):

	Are the opening hours convenient?	
<input type="checkbox"/> Byzantine museum	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Archaeological museum	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Museum of Contemporary Art	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> White Tower	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Jewish Museum	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Church of Saint Demetrios	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Rotunda	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Beach promenade of Thessaloniki		
<input type="checkbox"/> Upper Town / City Walls		
<input type="checkbox"/> Other: _____		

Did you visit in: the morning the evening

Should the attraction opening hours be from 8:00 - 20:00 daily including weekends? Yes No

Daily Excursions

- Vergina
 Dion
 Pella
 Mount Olympus
 Meteora
 Chalkidiki
 Other: _____
 None

9. Thessaloniki European Youth Capital City 2014

Are you aware of it? Yes No

If yes, is this the reason that you visit the city?

Yes No

10. Shopping & Entertainment

a. Do you think that it is important that shops are open on Sundays? Yes No

b. Please indicate the total cost of your visit (including partner & children if applicable). If you are only part way through your visit, please estimate your expected costs

€ _____ Attractions - Entertainment
€ _____ Restaurants - Cafés, bars, snacks etc.
€ _____ Shopping
€ _____ Other (except hotel & air tickets)
€ _____ **Total**

11. Compared to your expectations, your experience to Thessaloniki was:

- much better
 better
 same
 worse
 much worse

Comments: _____

12. Your opinion on different aspects.

Please circle the answer

(1. totally inadequate; 10. excellent)

Access from airport	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Port	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<u>Railway station</u>	<u>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</u>
Entertainment / Leisure	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Shopping facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Restaurant facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bar / Café facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<u>Hotel facilities</u>	<u>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</u>
Local's behaviour	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<u>Culture</u>	<u>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</u>
Sign and information	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<u>Info on specific events</u>	<u>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</u>
Atmospheric pollution	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Noise pollution	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Safety in city	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Squares, pavements	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Public cleanliness	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Public transportation	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Taxi services	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
City parks, "city green"	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Value for money

Ship / Intercity Bus / Train	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Shopping	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Restaurants	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bar / Café	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Hotels	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Taxi	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Overall Assessment 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

13. Worth another visit and / or recommend Thessaloniki to people you know?

Yes : _____

No : _____

Thank you for your time!