




Έρευνα Ικανοποίησης  
Πελατών  
&  
Απόδοση Ξενοδοχείων  
Θεσσαλονίκης

Ιούνιος 2016



Χορηγός





Έρευνα  
Ικανοποίησης  
Πελατών

gbr  
consulting

- ▶ Μέθοδος: ερωτηματολόγια
- ▶ Δείγμα: ~ 1.100 ερωτηματολόγια
- ▶ Συλλέχτηκαν την περίοδο Οκτωβρίου 2015 – Ιανουαρίου 2016
- ▶ Στοιχεία από 38 ξενοδοχεία κατηγορίας 1\* - 5\*, μέλη της Ένωσης Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης

## Κύριες Αγορές

Διανυκτερεύσεις  
2015 / 2014

- ▲ 1. Κύπρος, +12%
- ▲ 2. Τουρκία, +3%
- ▲ 3. ΗΠΑ, +15%

## Ξενοδοχεία Πληρότητα \*

YTD Δεκ 2015

**66,8%**

▲ +1,9% (YoY)

## Ξενοδοχεία Τιμές \*

YTD Δεκ 2015

▲ ARR: € 67  
+5,1% (YoY)

▲ RevPAR: € 45  
+7,1% (YoY)

## Δαπάνες στην Πόλη

2015

**€ 68**

▼ -1,0% (YoY)

## Συνολική Ικανοποίηση

2015

▲ Βαθμολογία: 8,1  
2014: 8,0

▲ Σύσταση: 94%  
2014: 91%

## Ξενοδοχεία Ικανοποίηση

2015

◆ Εγκαταστάσεις: 8,7  
2014: 8,7

▼ Value for money: 8,4  
2014: 8,5

## Ξενοδοχεία Προσφορά

YTD Δεκ 2015

▼ Μονάδες: 138  
-1% (Δεκ 2014)

▼ Δωμάτια: 7.602  
-1% (Δεκ 2014)

## Διεθνείς Αφίξεις στο Αεροδρόμιο

YTD Δεκ 2015

**1,6 εκατομμύρια**

▼ -1% (YoY)

Πηγές: Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης, ΥΠΑ, ΞΕΕ, GBR Consulting

\* Βάσει του μηνιαίου benchmarking σε ξενοδοχεία 5,4 και 3 αστέρων



## Σύσταση

95% θα σύστηνε την Θεσσαλονίκη



## Γιατί την Θεσσαλονίκη

1. Προσωπικότητα Πόλης
2. Γαστρονομία
3. Αρχαιολογικοί Χώροι / Πολιτιστικό Ενδιαφέρον



## Αξιολόγηση\*

Βαθμός Ικανοποίησης: 8,2



## Προετοιμασία Ταξιδιού

1. Review Sites
2. Web Site Ξενοδοχείου
3. Κοινωνικά Δίκτυα



## Δαπάνες

€ 64 ανά άτομο ημερησίως

Book now ▶

## Κρατήσεις

55% online



## Εμπειρία

1. Παραλία Θεσσαλονίκης
2. Λευκός Πύργος
3. Άνω Πόλη / Κάστρα



## Αξιολόγηση Πτήσεων\*

- 7,6: Αεροδρόμιο
- 7,6: Συχνότητα Πτήσεων
- 7,6: Ώρες Πτήσεων
- 7,6: Κόστος Πτήσεων



## Τρόπος Μεταφοράς

- 46% αεροπορικώς
- 33% με ΙΧ

## Ημερήσιες Εκδρομές

- 22% Χαλκιδική
- 18% Βεργίνα



## Σύσταση

94% θα σύστηνε την Θεσσαλονίκη



## Προετοιμασία Ταξιδιού

1. Review Sites
2. Web Site Ξενοδοχείου
3. Ταξιδιωτικό Γραφείο



## Αξιολόγηση\*

Βαθμός Ικανοποίησης: 8,1



## Δαπάνες

€ 75 ανά άτομο ημερησίως



## Εμπειρία

1. Παραλία Θεσσαλονίκης
2. Λευκός Πύργος
3. Άνω Πόλη / Κάστρα

## Ημερήσιες Εκδρομές

- 12% Χαλκιδική
- 9% Βεργίνα

# Προφίλ

Book now

Κρατήσεις  
43% online



## Τρόπος μεταφοράς

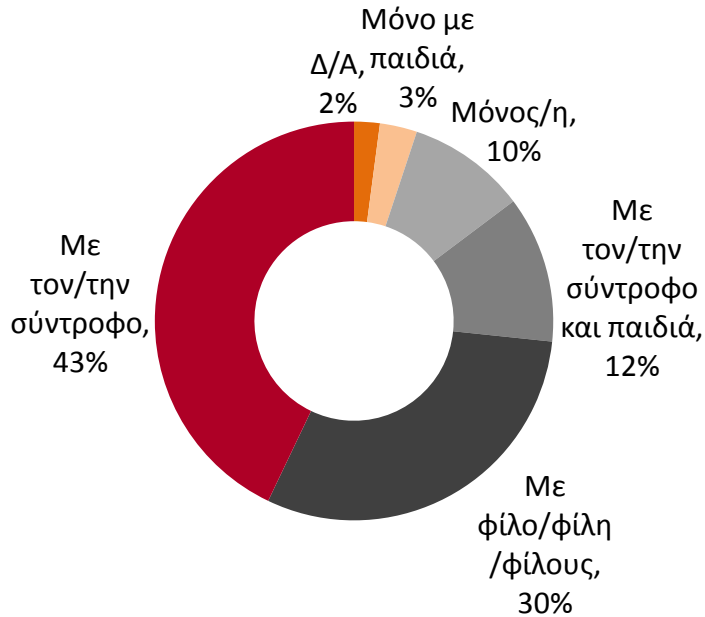
- 53% αεροπορικώς
- 36% με ΙΧ



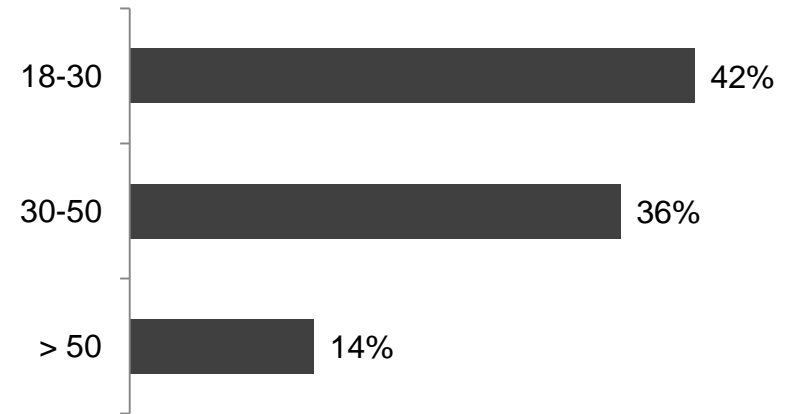
## Αξιολόγηση Πτήσεων\*

- 8,0: Συχνότητα Πτήσεων
- 7,9: Ωρες Πτήσεων
- 7,7: Κόστος Πτήσεων
- 7,6: Αεροδρόμιο

## Ταξιδεύοντας



## Ηλικιακή Ομάδα



## Γενικά Χαρακτηριστικά

94%

έρχεται από την Ευρώπη



## Συχνότητα Επίσκεψης

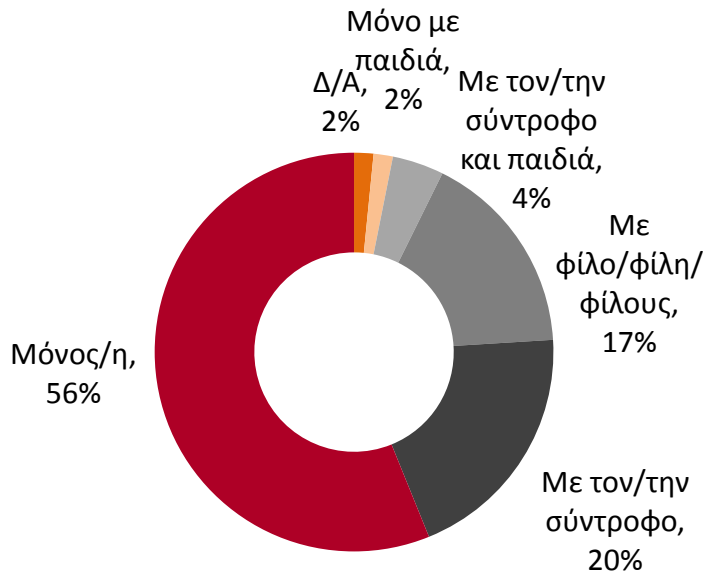
39% πρώτη φορά



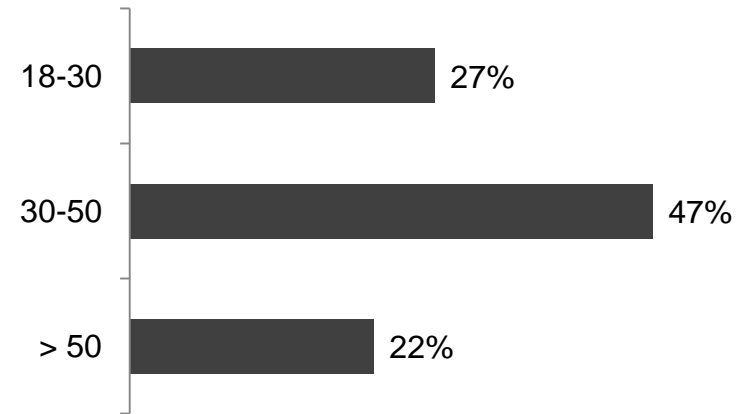
53% έχει ξανάρθει

Δεν απάντησε: 8%

## Ταξιδεύοντας



## Ηλικιακή Ομάδα



## Γενικά Χαρακτηριστικά

96%

έρχεται από την Ευρώπη



## Συχνότητα Επίσκεψης

27% πρώτη φορά



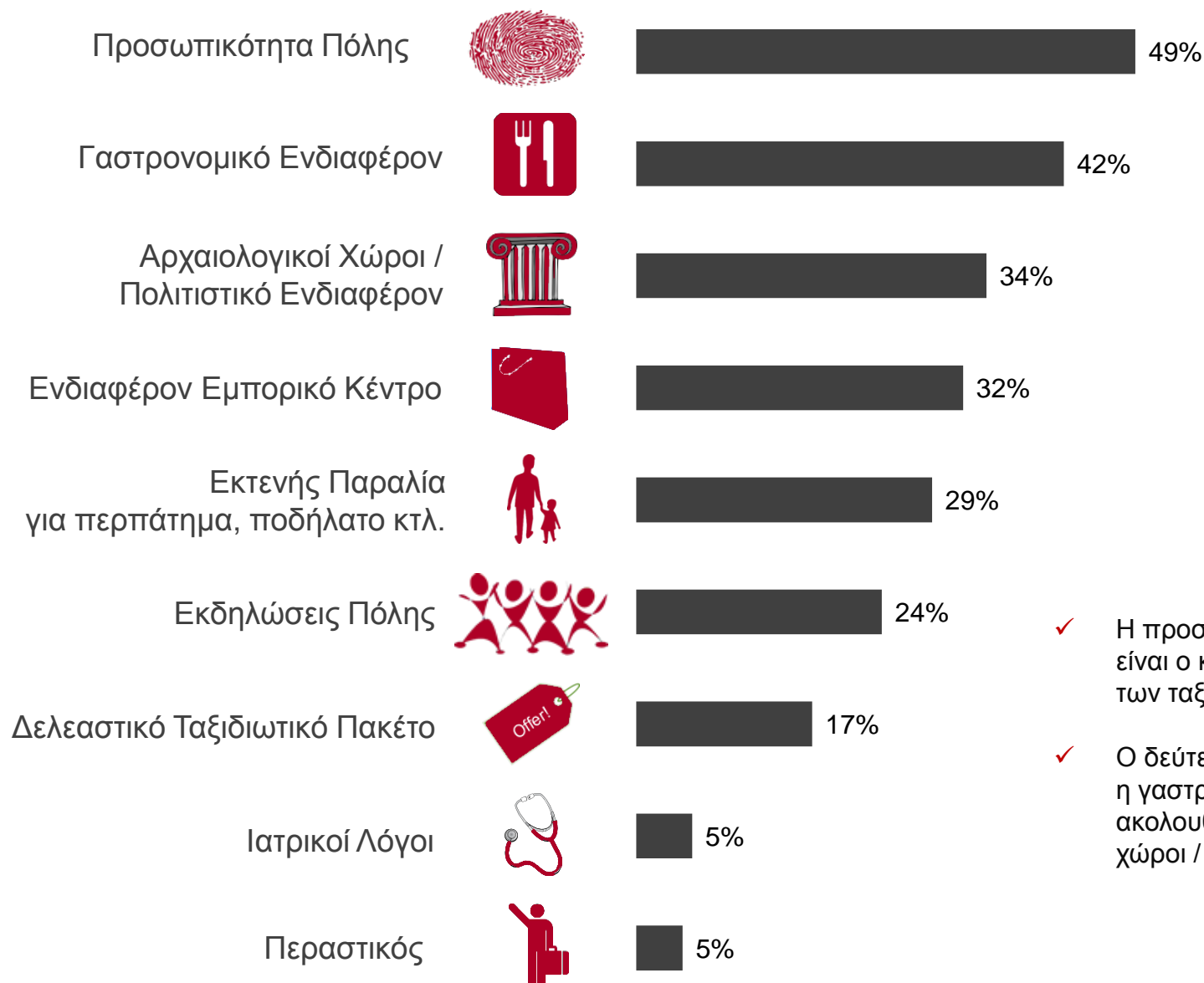
62% έχει ξανάρθει

Δεν απάντησε: 11%



# Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης

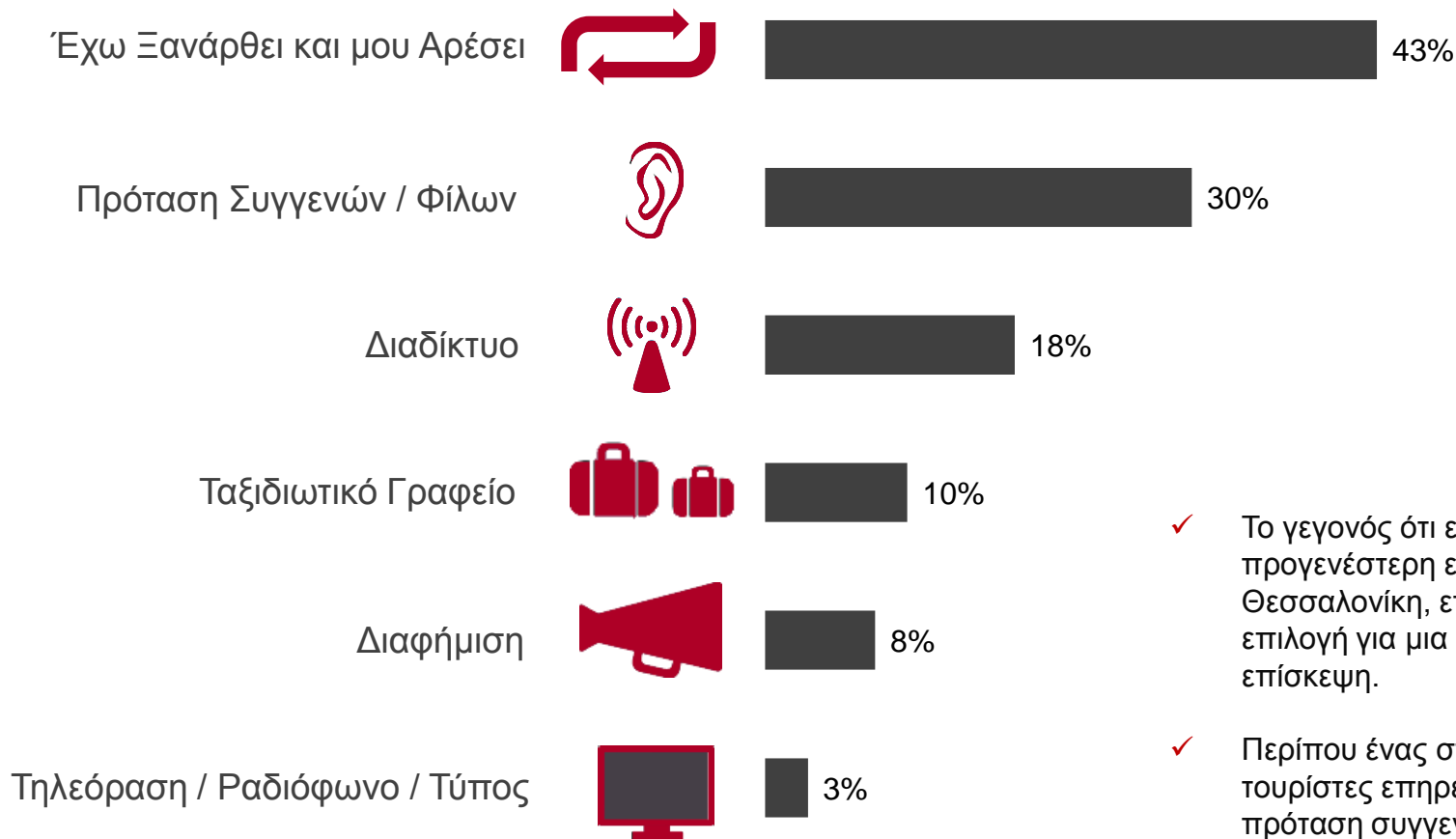
## Ταξιδιώτες Αναψυχής



- ✓ Η προσωπικότητα της πόλης είναι ο κύριος λόγος επιλογής των ταξιδιωτών αναψυχής.
- ✓ Ο δεύτερος λόγος επιλογής είναι η γαστρονομία της και ακολουθούν οι αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον.

# Τι Επηρέασε την Επιλογή για την Θεσσαλονίκη

## Ταξιδιώτες Αναψυχής

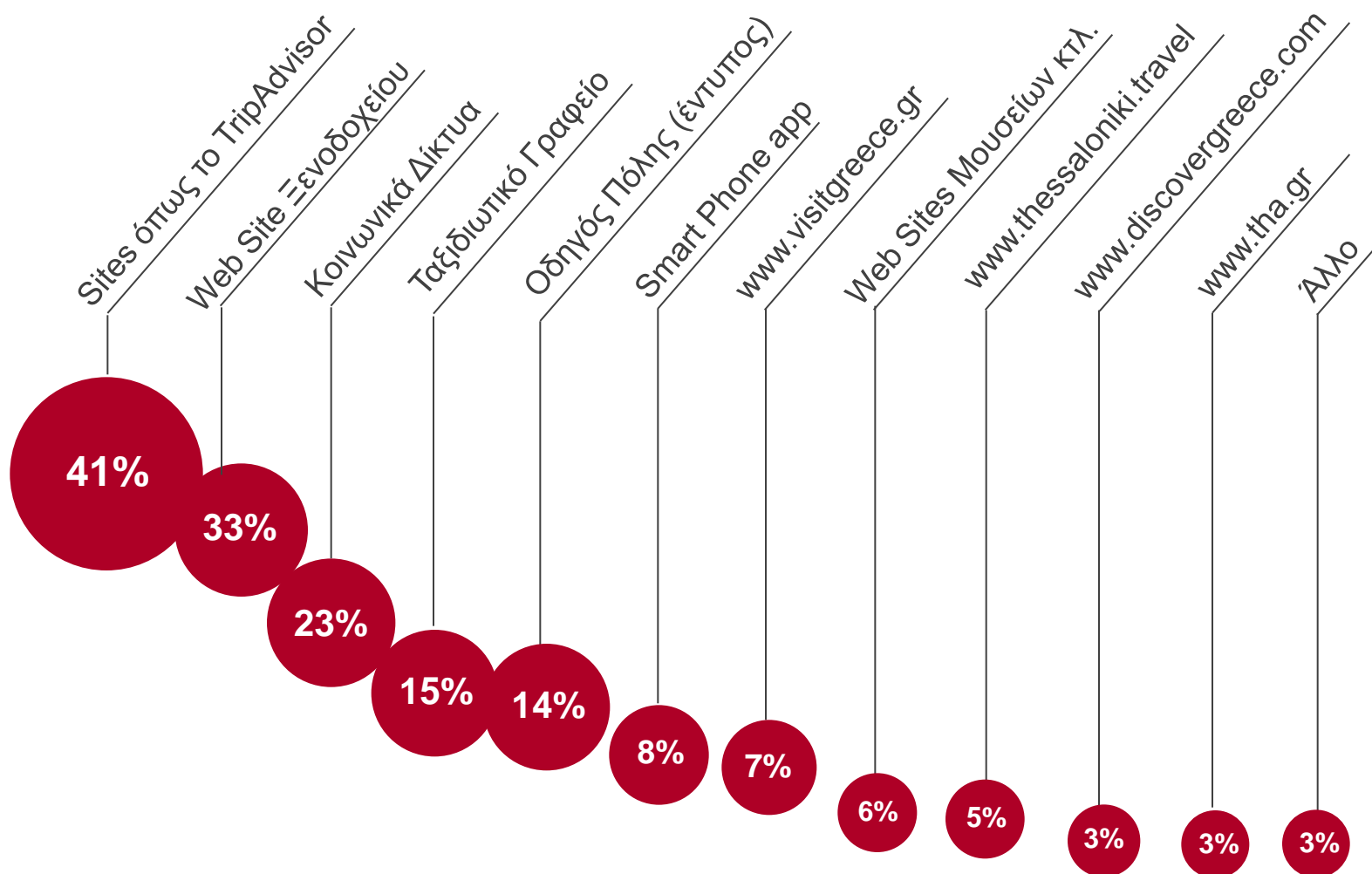


✓ Το γεγονός ότι είχαν προγενέστερη εμπειρία στη Θεσσαλονίκη, επηρέασε την επιλογή για μια ακόμα επίσκεψη.

✓ Περίπου ένας στους τρεις τουρίστες επηρεάστηκε από την πρόταση συγγενών και / ή φίλων.

# Προετοιμασία Ταξιδιού

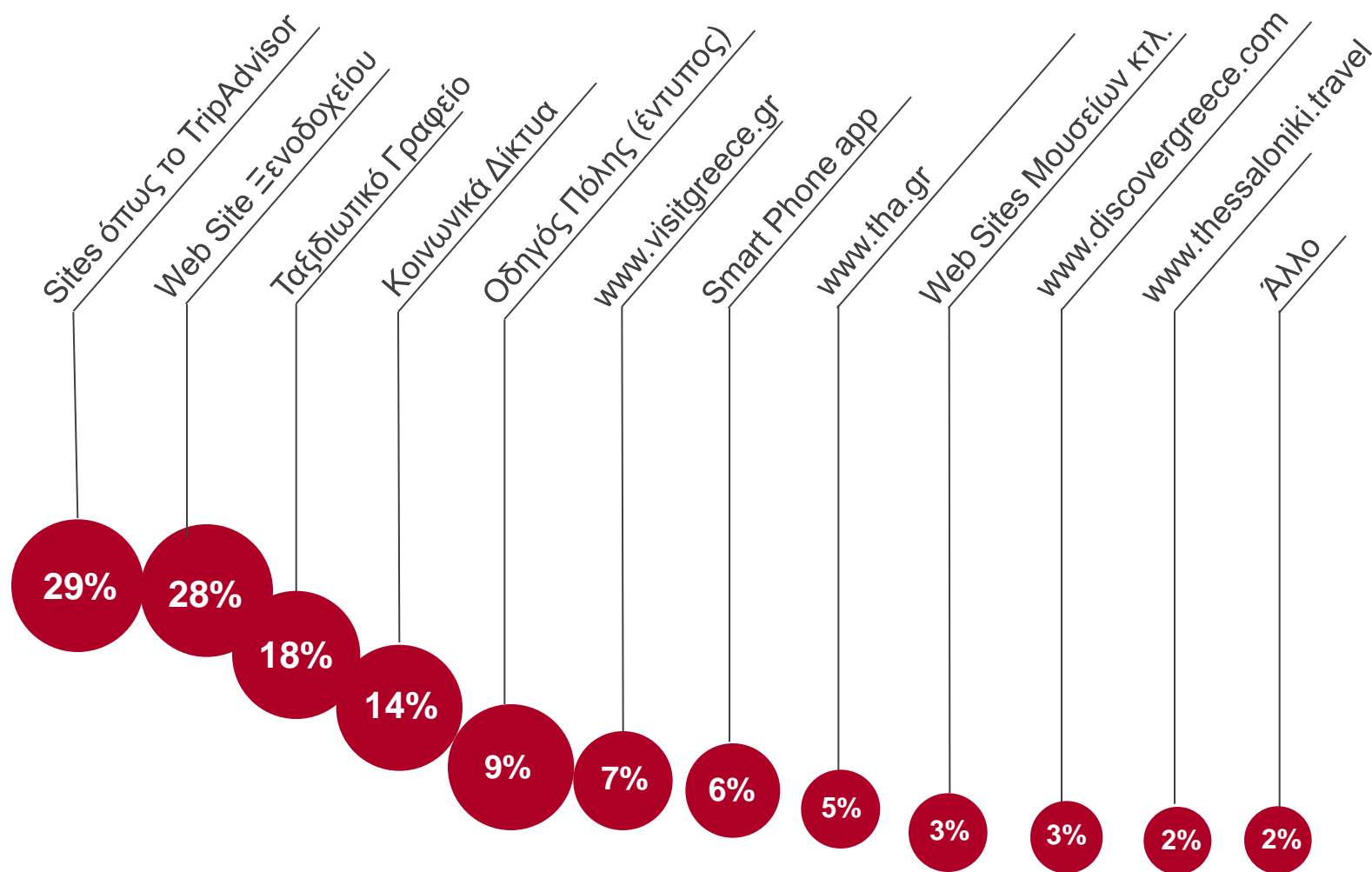
## Ταξιδιώτες Αναψυχής



12% δεν έκανε καμία προετοιμασία

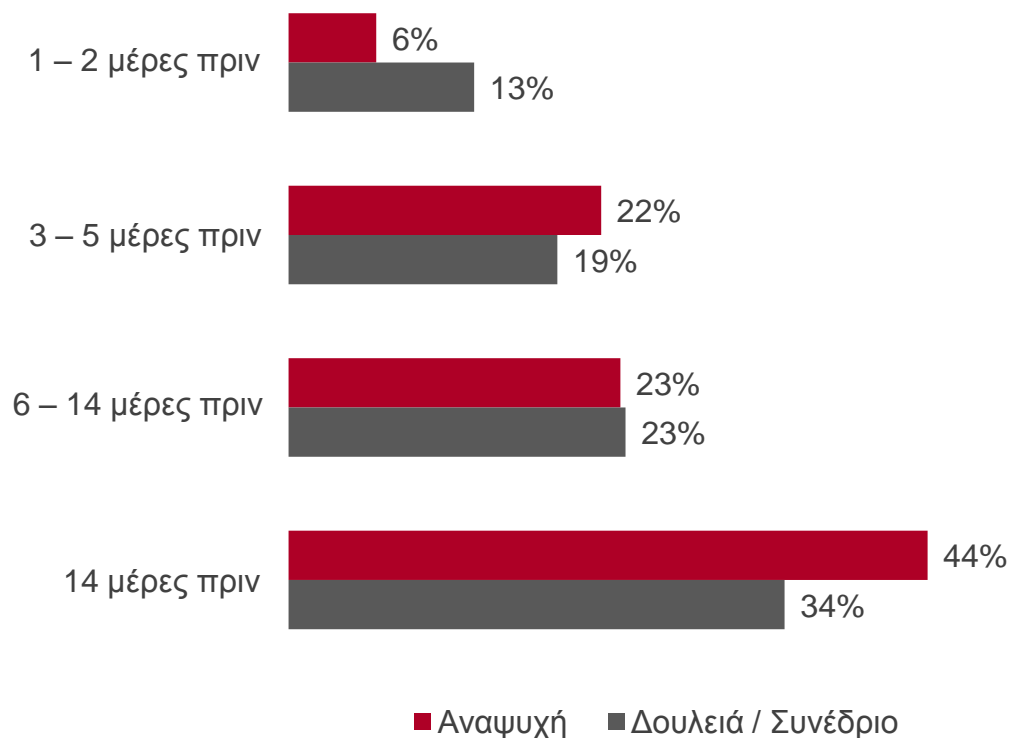
# Προετοιμασία Ταξιδιού

Ταξιδιώτες για Δουλειά



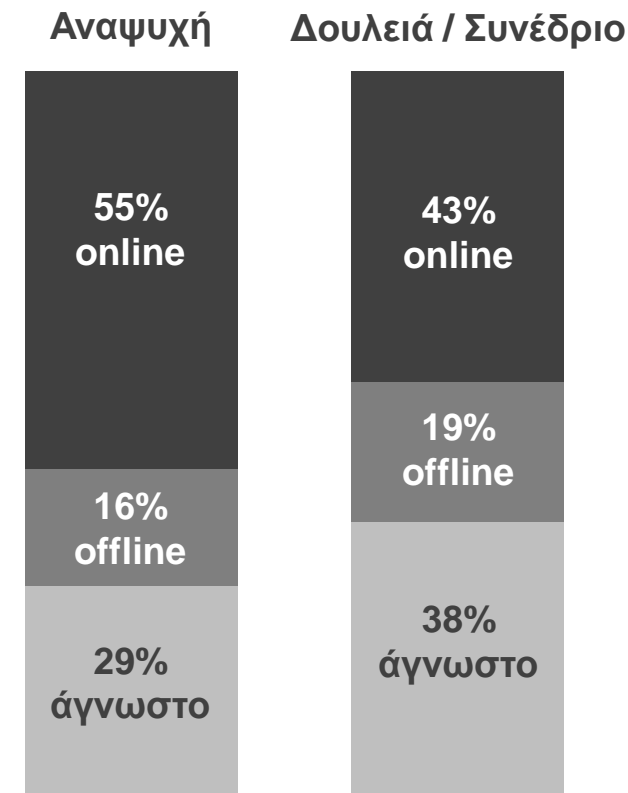
**18%** δεν έκανε καμία προετοιμασία

## Απόφαση για Ταξίδι στη Θεσσαλονίκη

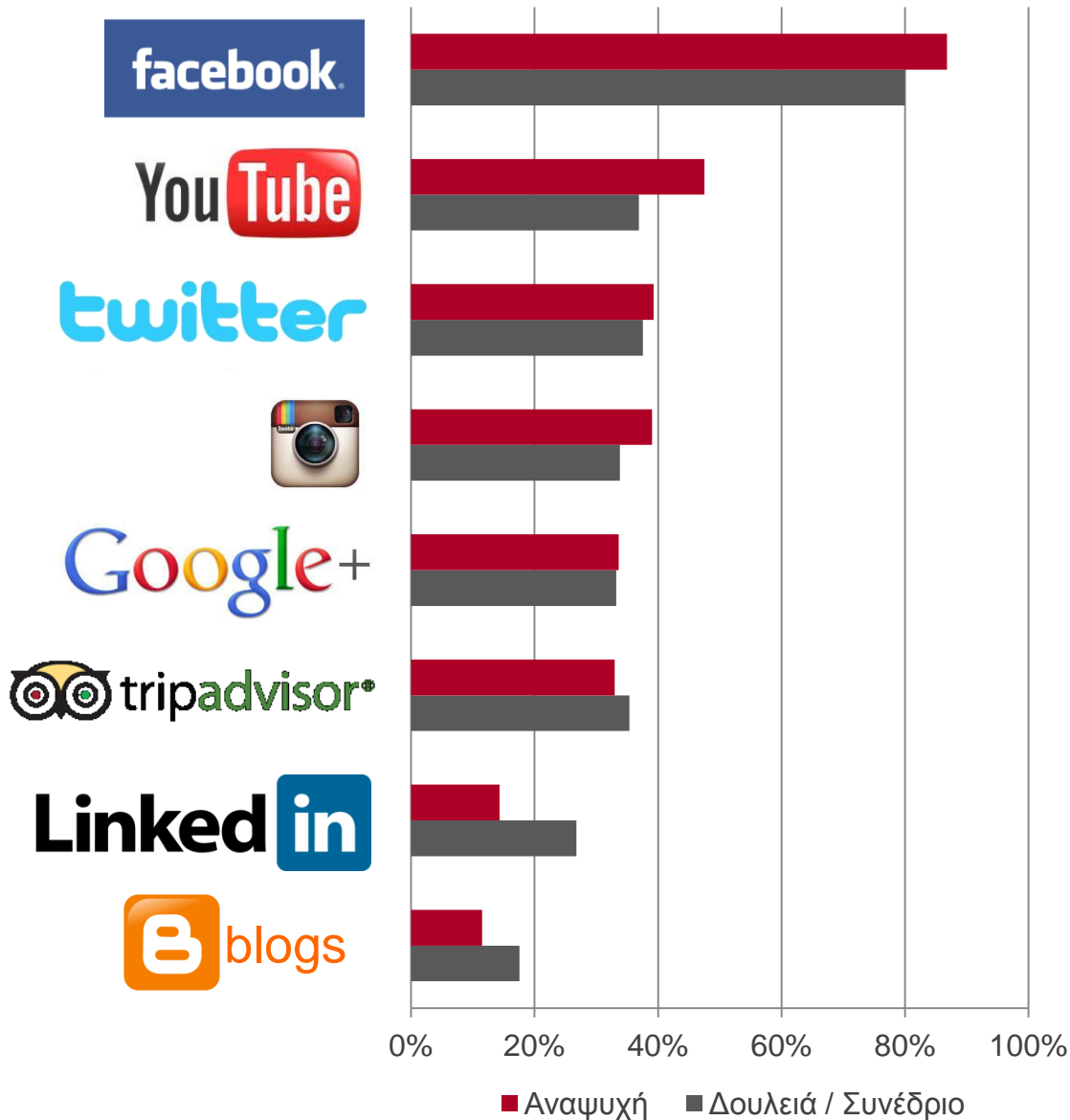


- ✓ Περίπου 4 στους 10 ταξιδιώτες αναψυχής και 3 στους 10 ταξιδιώτες για δουλειά αποφάσισαν εγκαίρως να επισκεφθούν τη Θεσσαλονίκη, που σημαίνει τουλάχιστον 14 μέρες πριν την άφιξή τους.
- ✓ Περισσότερο οι ταξιδιώτες για δουλειά από ότι οι ταξιδιώτες αναψυχής αποφάσισαν το ταξίδι τους 1 – 2 μέρες πριν.

## Κράτηση



- ✓ Ο πλειοψηφία των τουριστών αναψυχής κάνει κράτηση online.
- ✓ Το ποσοστό των ταξιδιωτών για δουλειά που κάνει κράτηση offline είναι μεγαλύτερο από αυτό των ταξιδιωτών αναψυχής.



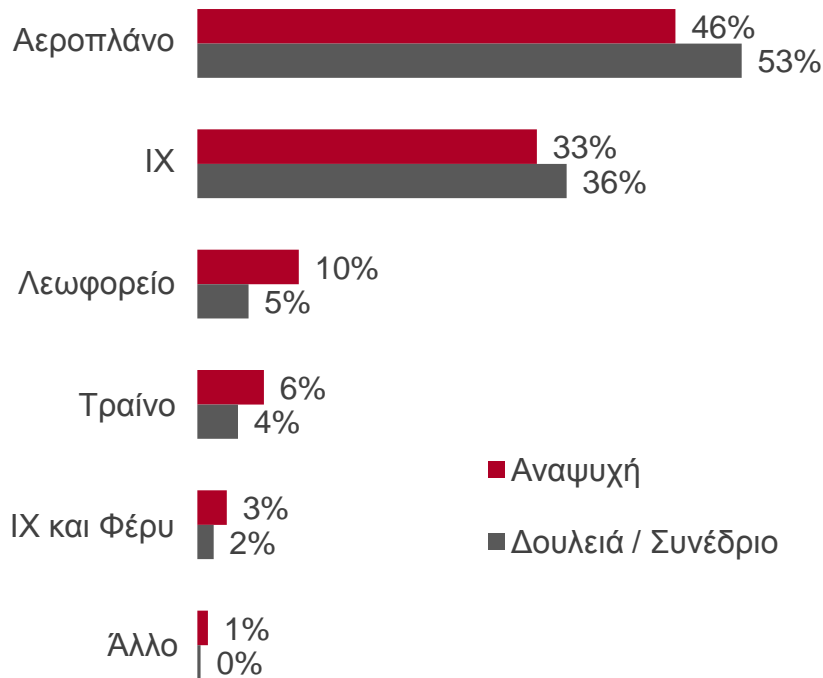
## Ταξιδιώτες Αναψυχής

- ✓ 87% χρησιμοποιεί κοινωνικά δίκτυα, ενώ το 11% δεν χρησιμοποιεί.
- ✓ Τα δημοφιλέστερα κοινωνικά δίκτυα είναι το Facebook, ακολουθεί το Twitter και το Instagram του οποίου η χρήση έχει αυξηθεί σε σύγκριση με το 2014.

## Ταξιδιώτες για Δουλειά

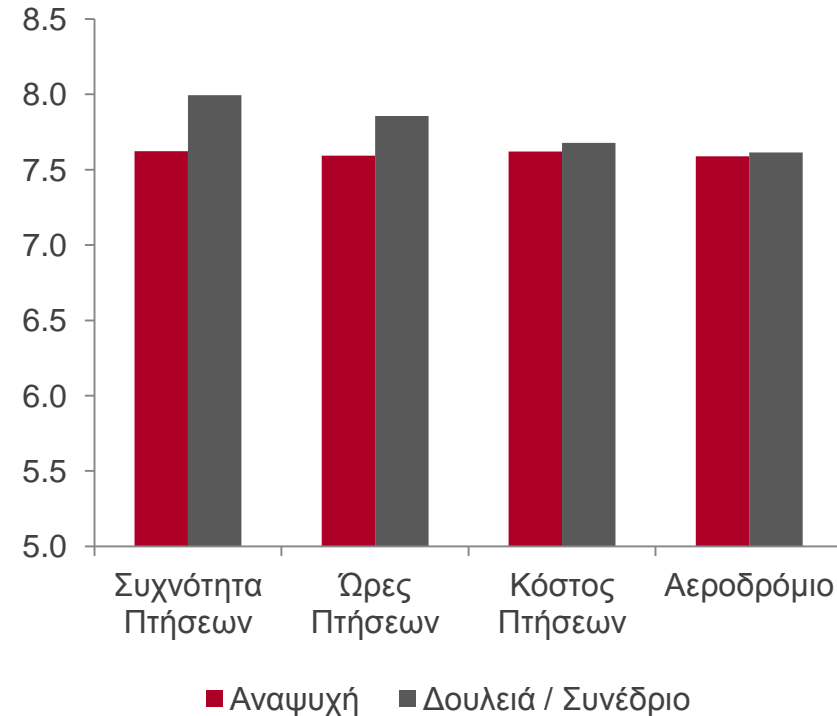
- ✓ 85% χρησιμοποιεί κοινωνικά δίκτυα, ενώ το 13% δεν χρησιμοποιεί.
- ✓ Το δημοφιλέστερο κοινωνικό δίκτυο είναι το Facebook, ακολουθούν το Twitter και το YouTube.
- ✓ Οι ταξιδιώτες για δουλειά χρησιμοποιούν περισσότερο το LinkedIn από ότι οι ταξιδιώτες αναψυχής.

## Τρόπος Μετάβασης



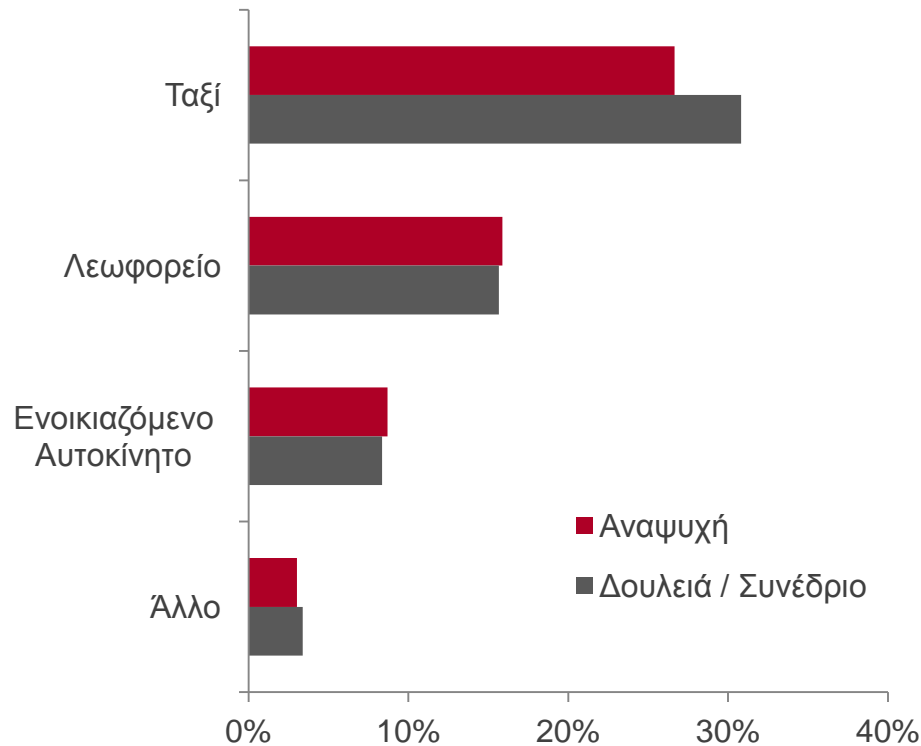
- ✓ Το αεροπλάνο αποτελεί το δημοφιλέστερο μέσο μετάβασης στη Θεσσαλονίκη και ακολουθεί το ΙΧ.
- ✓ 79% των ταξιδιωτών αναψυχής και το 89% των ταξιδιωτών για δουλειά χρησιμοποιούν τα μέσα αυτά.

## Αξιολόγηση Αεροπορικών Συνδέσεων



- ✓ Και οι δύο τύποι ταξιδιωτών είναι ικανοποιημένοι από τις αερομεταφορές.
- ✓ Οι ταξιδιώτες για δουλειά αξιολογούν υψηλότερα κυρίως την συχνότητα των πτήσεων.

## Μετάβαση από το Αεροδρόμιο στο Ξενοδοχείο



€ 23 ήταν το κόμιστρο του ταξί και για τις δυο κατηγορίες ταξιδιωτών.

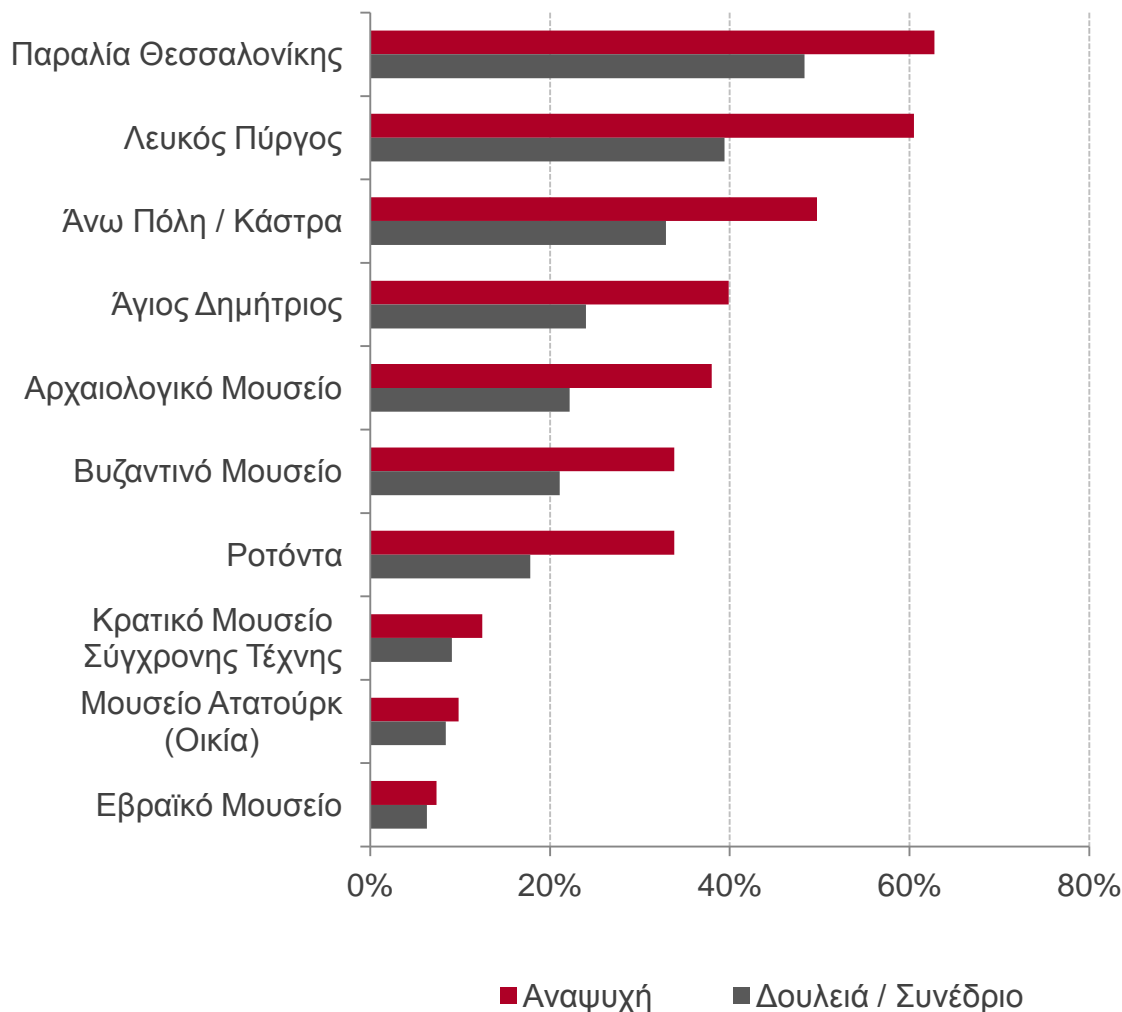
95% των δύο κατηγοριών ταξιδιωτών βρήκαν την πρόσβαση «βολική»\*

\* Όσοι απάντησαν

- ✓ Το ταξί είναι το δημοφιλέστερο μέσο μετάβασης από το αεροδρόμιο στο ξενοδοχείο και ακολουθεί το λεωφορείο.
- ✓ Σχεδόν 1 στους 10 έκανε χρήση ενοικιαζόμενου οχήματος.



## Τα Δημοφιλέστερα Αξιοθέατα



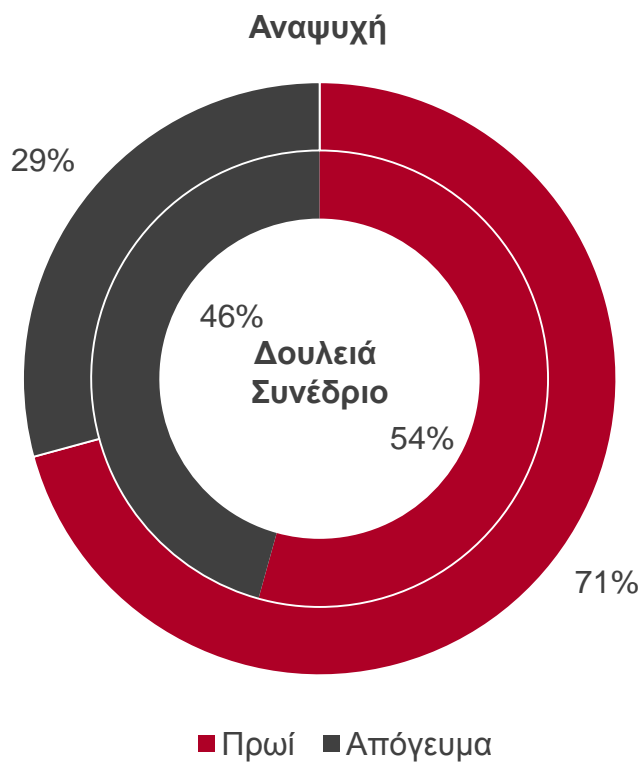
Οι ταξιδιώτες αναψυχής επισκέφθηκαν κατά μέσο όρο **3,5** αξιοθέατα



Οι ταξιδιώτες για δουλειά επισκέφθηκαν κατά μέσο όρο **2,3** αξιοθέατα

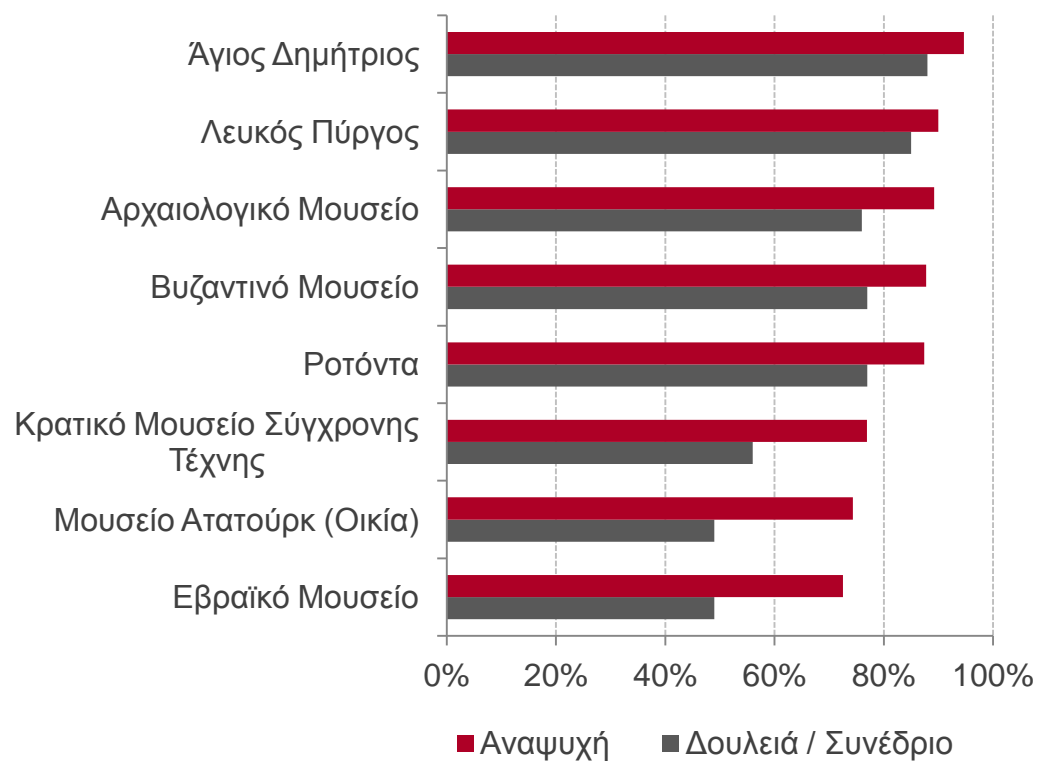
- ✓ Η παραλία και ο Λευκός Πύργος αποτελούν τα αξιοθέατα με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και από τις δύο κατηγορίες ταξιδιωτών.
- ✓ Επιπλέον, το 50% των ταξιδιωτών αναψυχής επισκέφθηκε την Άνω Πόλη.
- ✓ Οι ταξιδιώτες για δουλειά διαθέτουν λιγότερο χρόνο για επίσκεψη σε αξιοθέατα, ωστόσο επισκέπτονται κατά μέσο όρο 2,3 αξιοθέατα.

## Ωρες Επίσκεψης



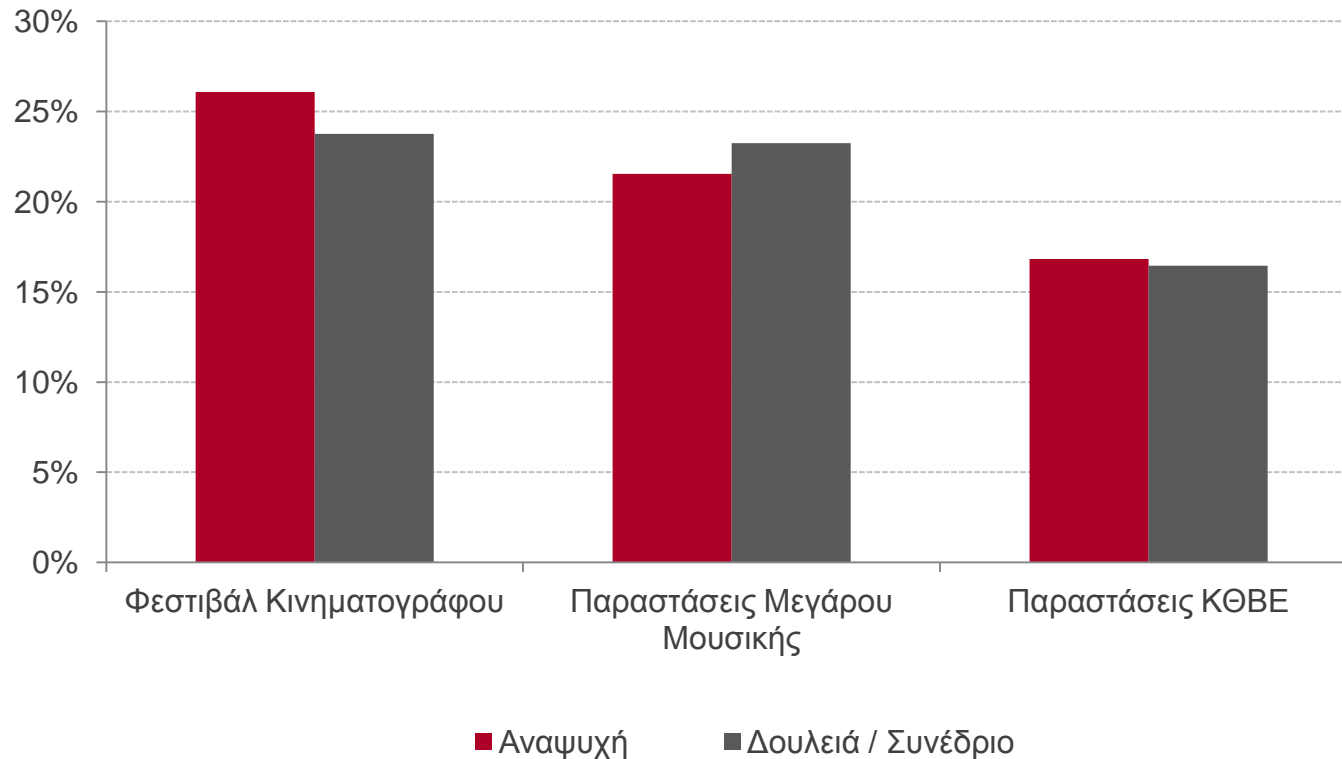
- ✓ Οι ταξιδιώτες αναψυχής προτιμούν να επισκέπτονται τα αξιοθέατα τις πρωινές ώρες και είναι ικανοποιημένοι από τις ώρες λειτουργίας τους.
- ✓ Οι ταξιδιώτες για δουλειά επισκέπτονται τα αξιοθέατα τόσο τις πρωινές όσο και τις απογευματινές ώρες, αλλά δεν είναι τόσο ικανοποιημένοι από τις ώρες λειτουργίας κάποιων αξιοθέατων.

## % Θεωρεί ότι Εξυπηρετούν οι ώρες Λειτουργίας



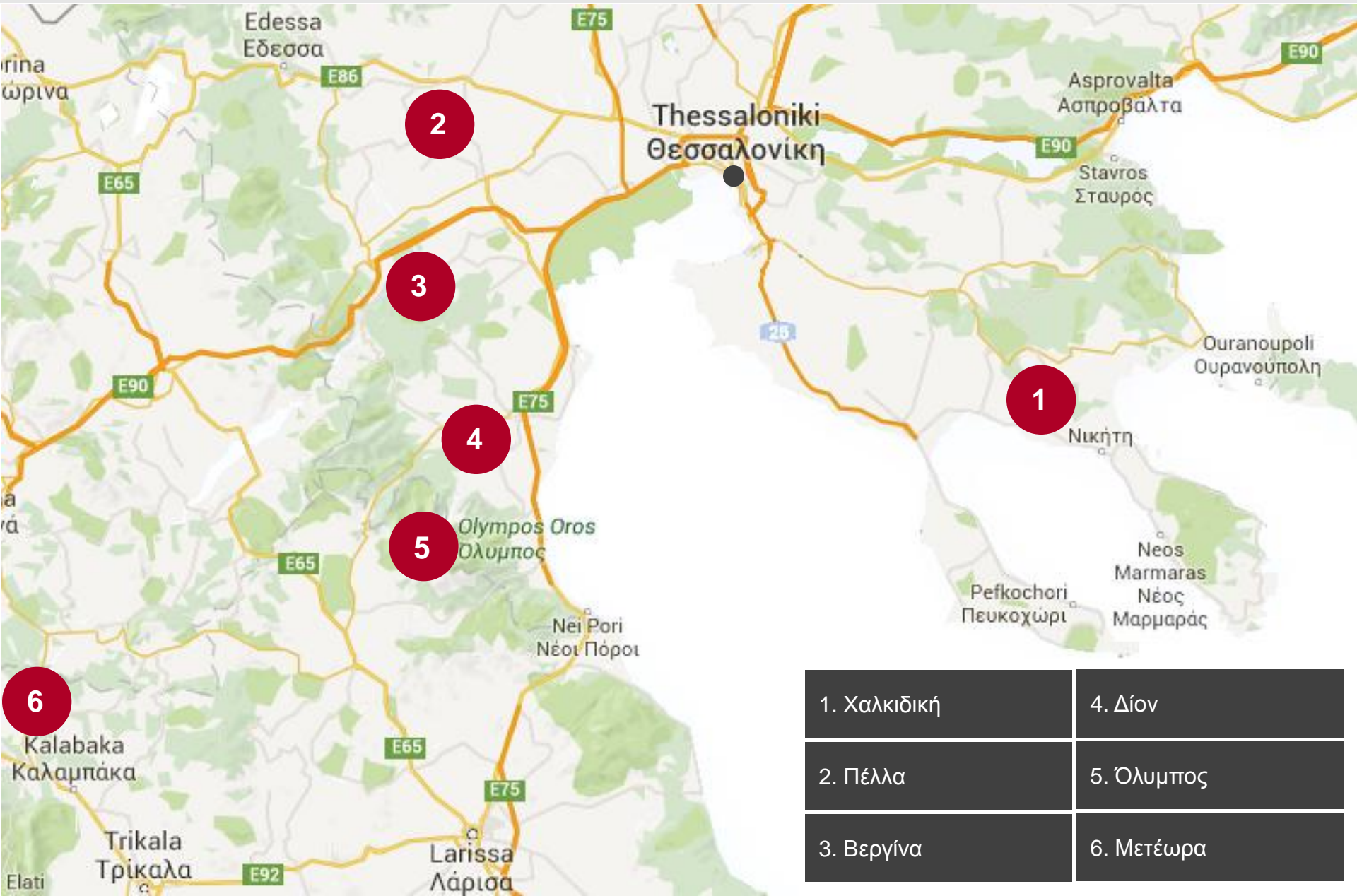
**58%** των ταξιδιωτών για αναψυχή και το **46%** των ταξιδιωτών για δουλειά θεωρεί ότι τα αξιοθέατα θα έπρεπε να λειτουργούν καθημερινά 08:00 – 20:00 και Σαββατοκύριακο

## Παρακολούθηση ή Ενδιαφέρον για τα Καλλιτεχνικά Δρώμενα



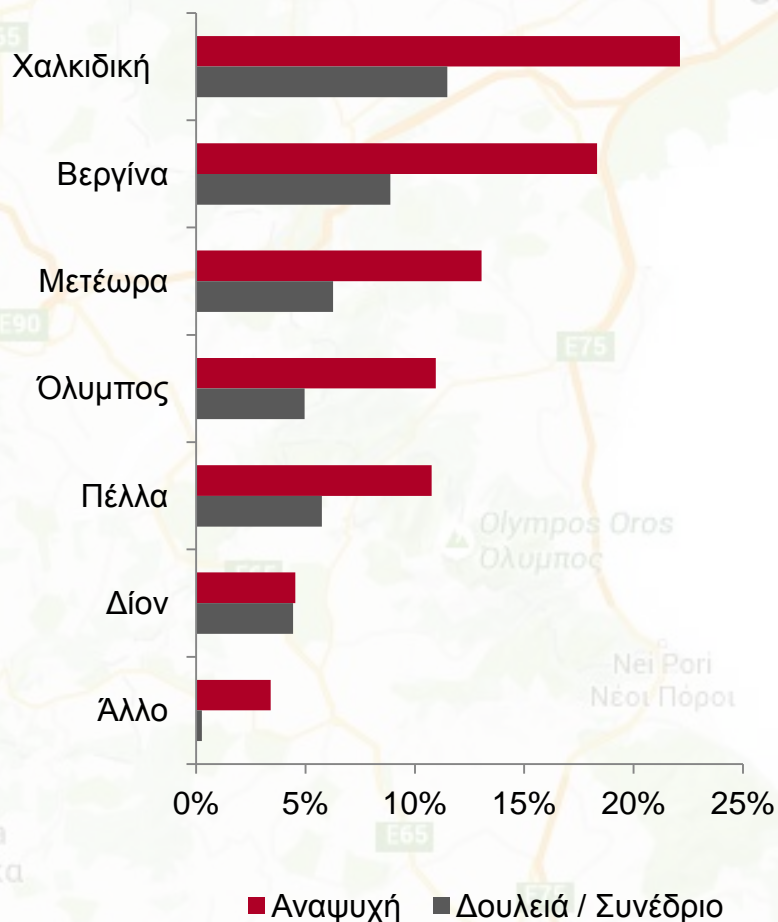
- ✓ Περίπου 1 στους 4 ταξιδιώτες για δουλειά ενδιαφέρεται να παρακολουθήσει ή έχει παρακολουθήσει το Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης.
- ✓ Περίπου 1 στους 5 έχει επισκεφθεί ή θα ήθελε να παρακολουθήσει κάποια παράσταση στο Μέγαρο Μουσικής, ενώ σχεδόν 17% ενδιαφέρεται να παρακολουθήσει κάποια παράσταση του ΚΘΒΕ.

# Ημερήσιες Εκδρομές



1. Χαλκιδική	4. Δίον
2. Πέλλα	5. Όλυμπος
3. Βεργίνα	6. Μετέωρα

## Προορισμοί



31%

των ταξιδιωτών αναψυχής δεν έχει πραγματοποιήσει κάποια ημερήσια εκδρομή από τη Θεσσαλονίκη

38%

των ταξιδιωτών για δουλειά δεν έχει πραγματοποιήσει κάποια ημερήσια εκδρομή από τη Θεσσαλονίκη

- ✓ Οι δημοφιλέστεροι ημερήσιοι προορισμοί από τη Θεσσαλονίκη, για τους ταξιδιώτες αναψυχής, είναι η Χαλκιδική και η Βεργίνα.
- ✓ Οι ταξιδιώτες για δουλειά έχουν λιγότερο ενδιαφέρον για ημερήσιες εκδρομές, αλλά αν πραγματοποιήσουν οι δημοφιλέστερες είναι η Χαλκιδική και η Βεργίνα.

## Δαπάνες ανά Άτομο την Ημέρα σε €

		Αναψυχή	Δουλειά
Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 12	€ 13
Εστιατόρια, Cafés, Bar & Snacks		€ 17	€ 20
Αγορές (shopping)		€ 21	€ 25
Τοπική Μεταφορά & Άλλο		€ 13	€ 18
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 63</b>	<b>€ 75</b>

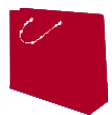
42% θεωρεί ότι είναι σημαντικό να είναι ανοιχτά τα καταστήματα την Κυριακή

36% θεωρεί ότι είναι σημαντικό να είναι ανοιχτά τα καταστήματα την Κυριακή

## Δαπάνες ανά Άτομο την Ημέρα σε €



■ Τοπική μεταφορά & Άλλο



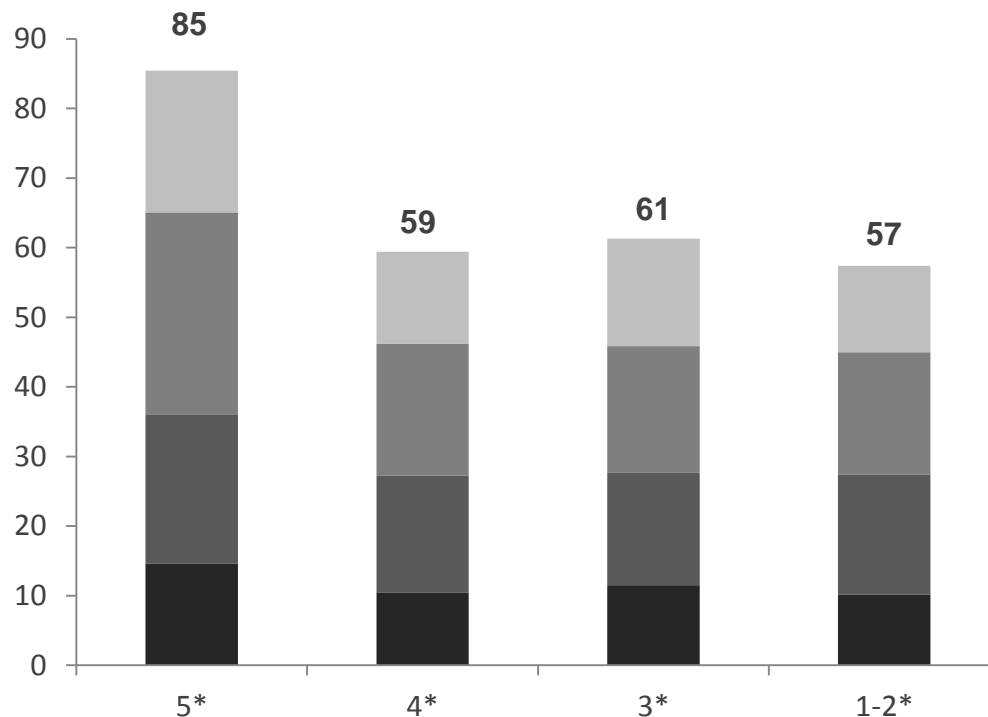
■ Αγορές (shopping)



■ Εστιατόρια, Cafés, Bar & Snacks

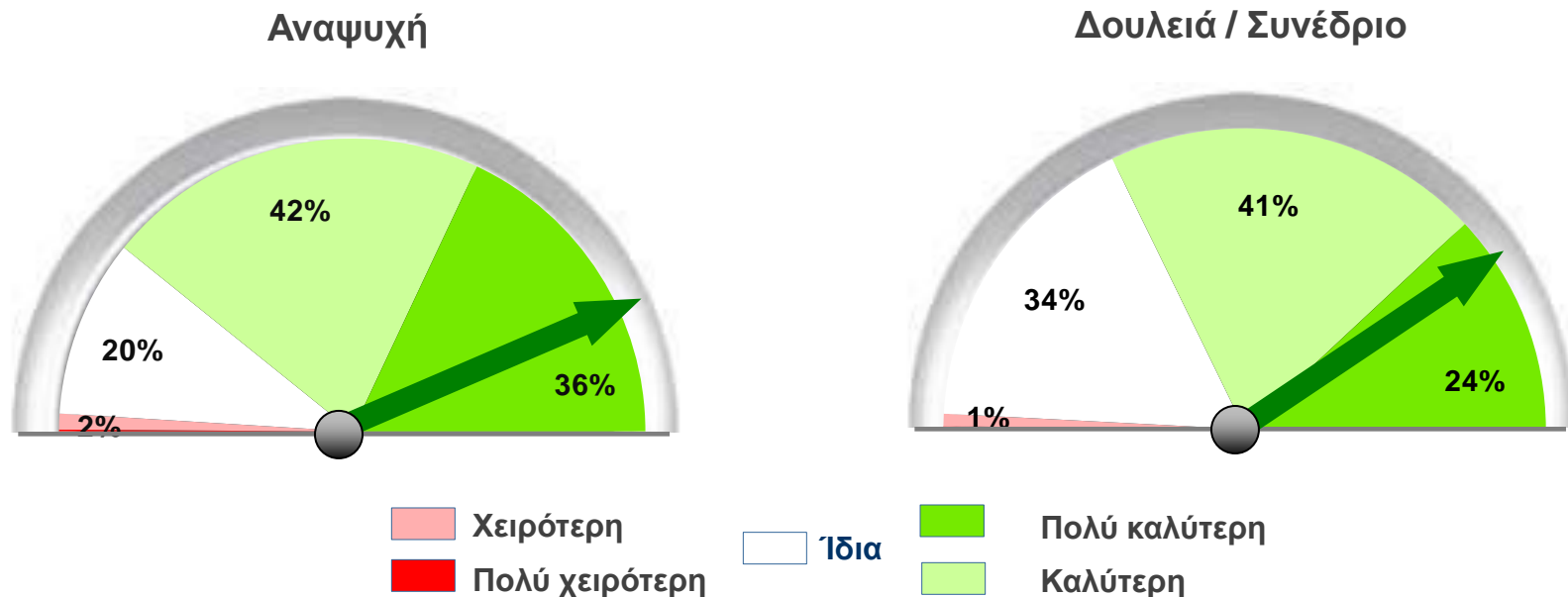


■ Αξιοθέατα & Διασκέδαση



- ✓ Οι πελάτες ξενοδοχείων 5 αστέρων δαπανούν κατά μέσο όρο τα περισσότερα στην πόλη, ήτοι € 85 ανά άτομο την ημέρα. Η κύρια δαπάνη είναι τα ψώνια (shopping).
- ✓ Το μοτίβο δαπανών των πελατών ξενοδοχείων στις υπόλοιπες κατηγορίες κυμαίνεται στα επίπεδα μεταξύ € 57 και € 61 ανά άτομο την ημέρα.

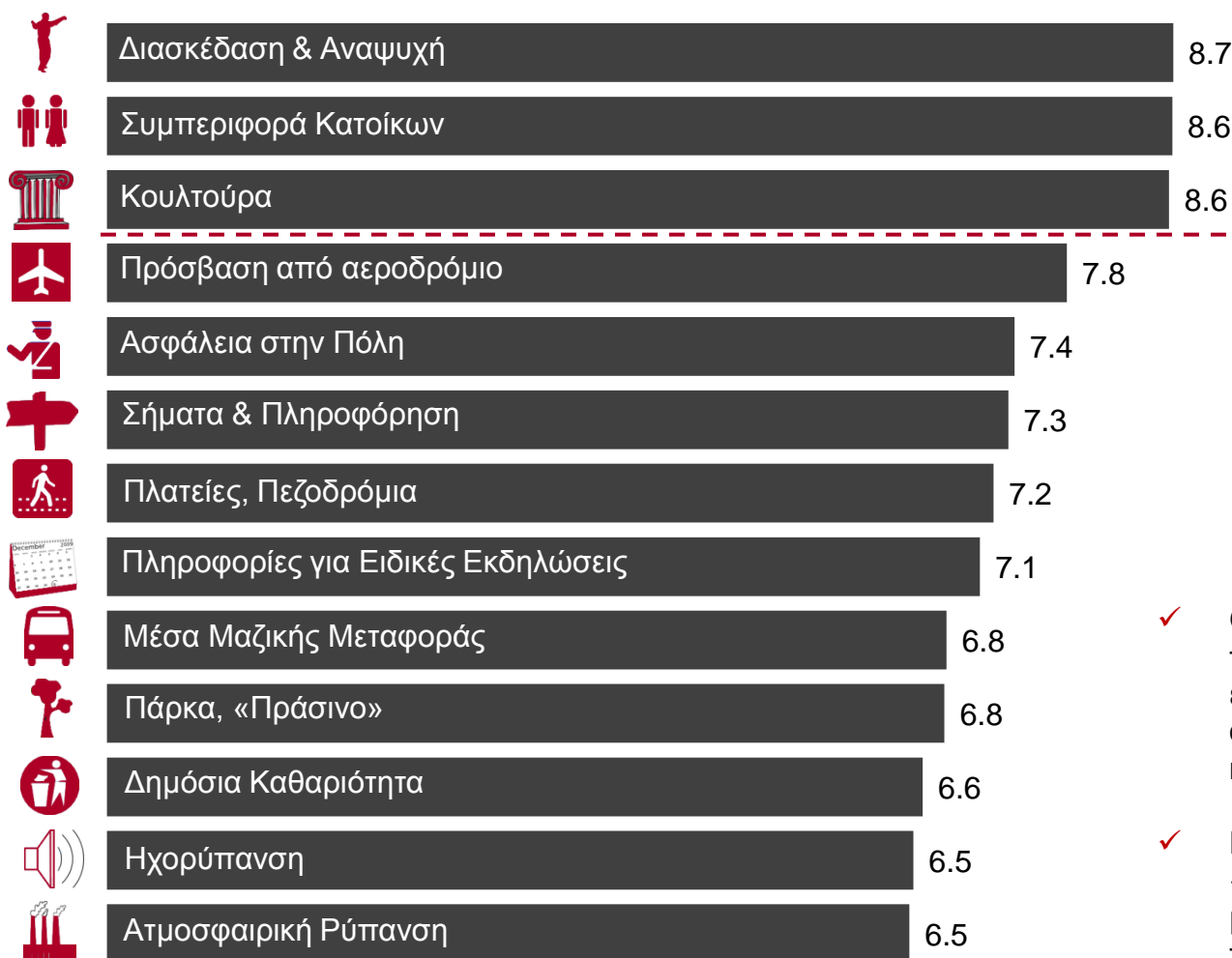
## Η Εμπειρία Επίσκεψης της Θεσσαλονίκης σε Σύγκριση με τις Προσδοκίες



- ✓ Περίπου το 78% των ταξιδιωτών αναψυχής και το 65% των ταξιδιωτών για δουλειά είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του. Ωστόσο, το ένα τρίτο των ταξιδιωτών για δουλειά και το 20% των ταξιδιωτών αναψυχής, δήλωσε ότι η εμπειρία τους ήταν ακριβώς όπως ανέμενε.
- ✓ Περίπου το 50% των αλλοδαπών ταξιδιωτών που απάντησε τη συγκεκριμένη ερώτηση δήλωσε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε ελάχιστα το ταξίδι του, το 37% καθόλου και το 12% πολύ. Μεταξύ των ταξιδιωτών για δουλειά καταγράφηκαν παρόμοια ποσοστά, ήτοι 55% επηρεάστηκε λίγο, 32% καθόλου και 13% πολύ.



## Αξιολόγηση Διάφορων Πτυχών



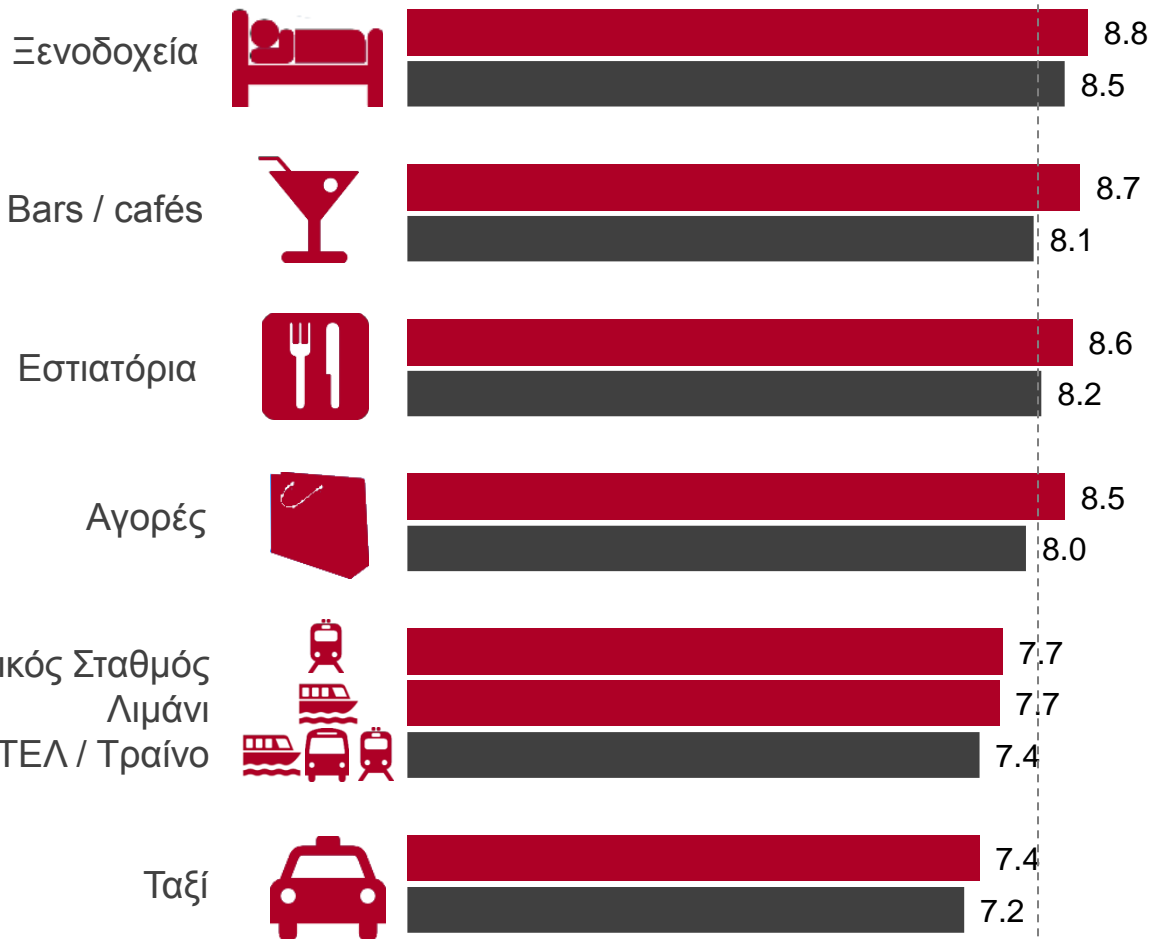
8,2 ο βαθμός της  
συνολικής εκτίμησης

- ✓ Οι ταξιδιώτες αναψυχής είναι πολύ ικανοποιημένοι από τις επιλογές διασκέδασης, τη συμπεριφορά των κατοίκων και τον πολιτισμό.
- ✓ Η δημόσια καθαριότητα, το «πράσινο» και τα ΜΜΜ θα μπορούσαν να βελτιωθούν περαιτέρω.

# Εγκαταστάσεις vs Σχέσης Τιμής Ποιότητας

## Ταξιδιώτες Αναψυχής

### Αξιολόγηση Διάφορων Πτυχών



Οι ταξιδιώτες είναι πολύ ικανοποιημένοι από τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, τα bars & cafés, τα εστιατόρια και τις εγκαταστάσεις των καταστημάτων.

✓ Η σχέση τιμής / ποιότητας για τις συγκεκριμένες εγκαταστάσεις έχει αξιολογηθεί εξίσου υψηλά.

✓ Οι υπηρεσίες ταξί μπορούν να βελτιωθούν.

■ Εγκαταστάσεις  
■ Σχέση τιμής / ποιότητας

### Αξιολόγηση Διάφορων Πτυχών



8,1 ο βαθμός της  
συνολικής εκτίμησης

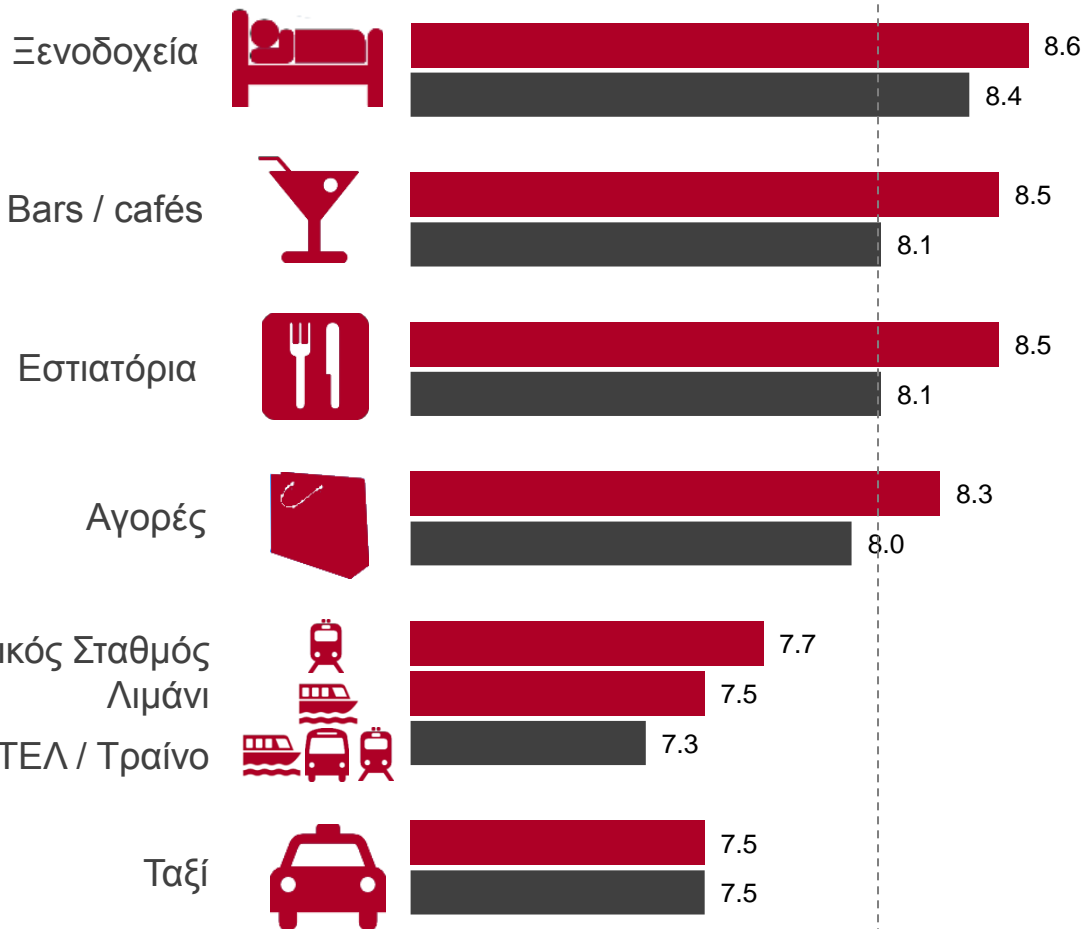
✓ Οι ταξιδιώτες για δουλειά είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από την φιλοξενία των κατοίκων, την διασκέδαση, τις επιλογές αναψυχής καθώς και τον πολιτισμό της Θεσσαλονίκης.

✓ Το «πράσινο» πήρε τη χαμηλότερη βαθμολογία, έχοντας δυνατότητα βελτίωσης.

# Εγκαταστάσεις vs Σχέσης Τιμής Ποιότητας

Ταξιδιώτες για Δουλειά

## Αξιολόγηση Διάφορων Πτυχών



- ✓ Οι ταξιδιώτες για δουλειά είναι πολύ ικανοποιημένοι από τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, τα bars & cafés, τα εστιατόρια και τις εγκαταστάσεις των καταστημάτων.
- ✓ Η σχέση τιμής / ποιότητας για τα παραπάνω είναι επίσης υψηλής, αλλά χαμηλότερες από τις εγκαταστάσεις.
- ✓ Η σχέση τιμής / ποιότητας για τις μεταφορές με πλοίο / ΚΤΕΛ / τραίνο αξιολογούνται χαμηλά.

■ Εγκαταστάσεις  
■ Σχέση Τιμής / Ποιότητας

Κλίμακα Ικανοποίησης 1 - 10

## Αξιολόγηση

### Ξενοδοχειακές Εγκαταστάσεις

8.7 8.7 8.6 8.7 8.7

### Ξενοδοχείο Σχέση Τιμής / Ποιότητας

8.2 8.2 8.3 8.5 8.4

7.9 8.0 7.9 8.0 8.1

### Συνολική Αξιολόγηση



Κλίμακα Ικανοποίησης 1 - 10

## % που Συστήνει τη Θεσσαλονίκη

89% 89% 91% 91% 94%



- ✓ Η συνολική βαθμολογία ικανοποίησης των τουριστών είναι 8,1 αποτελώντας την μεγαλύτερη βαθμολογία που έχει σημειωθεί από το 2010. Η αξιολόγηση των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων έχει παραμείνει υψηλή με βαθμό 8,7, ενώ η σχέση τιμής ποιότητας για το ξενοδοχείο έχει μειωθεί στο 8,4 από 8,5 τον περσινό χρόνο.
- ✓ Το ποσοστό των επισκεπτών που θα σύστηνε τη Θεσσαλονίκη στην οικογένεια του ή σε φίλους αυξήθηκε το 2015 (94%).

## Αναψυχή

**95%** θα προτείνει  
τη Θεσσαλονίκη σε άλλους  
(1% όχι)

## Δουλειά / Συνέδριο

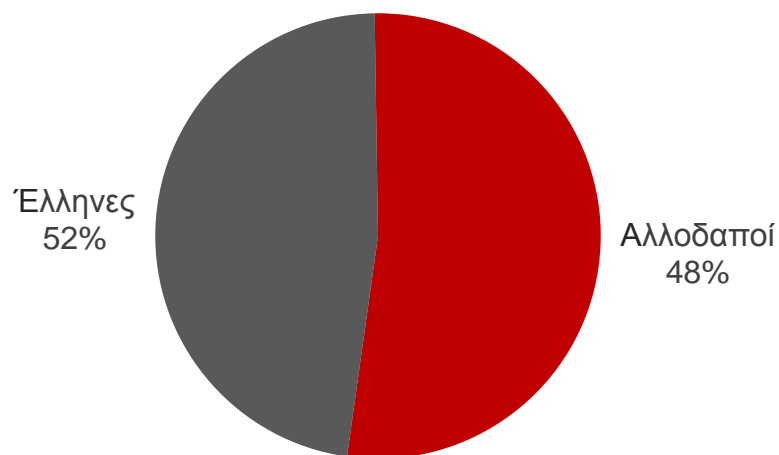
**94%** θα προτείνει  
τη Θεσσαλονίκη σε άλλους  
(1% όχι)



Προφίλ Τουριστών  
Κύριες Αγορές

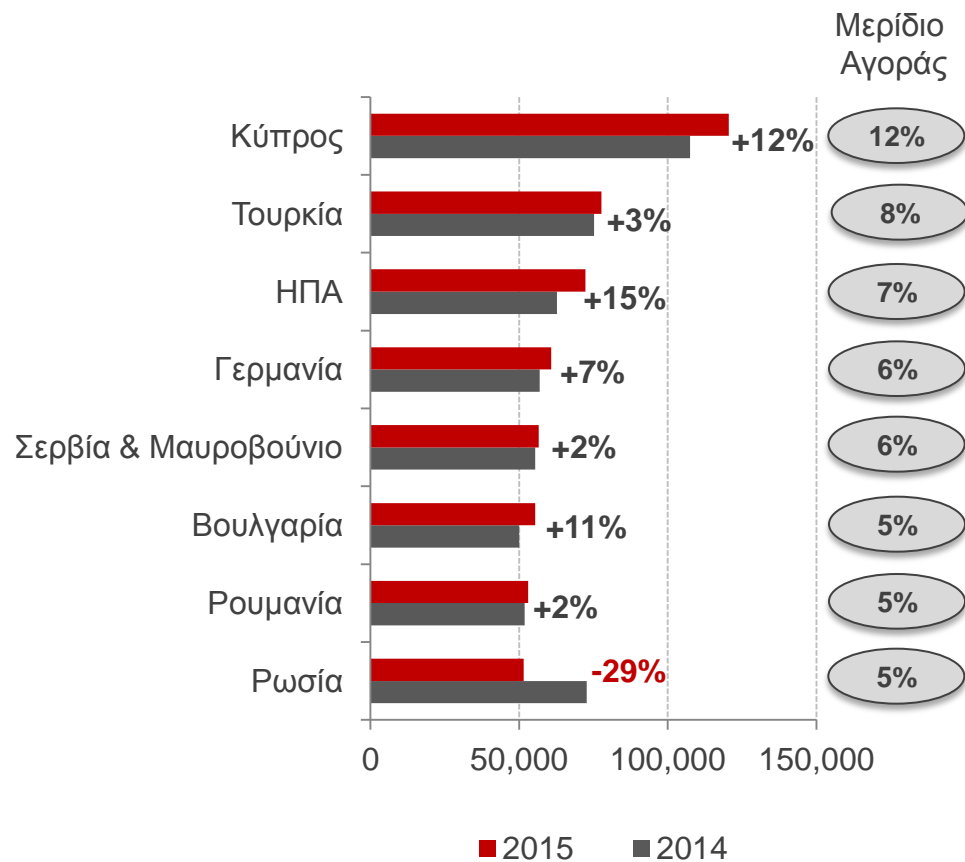
**gbr**  
consulting

## Διανυκτερεύσεις 2015



- ✓ Το ποσοστό των Ελλήνων και των αλλοδαπών που διέμειναν σε ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης είναι σχεδόν ίσο.
- ✓ Από τους αλλοδαπούς οι κύριες αγορές είναι η Κύπρος, ακολουθεί η Τουρκία και οι ΗΠΑ. Η τελευταία αύξησε τις διανυκτερεύσεις της κατά 15% το 2015 σε σχέση με το 2014.

## Οι 8 Κορυφαίες Αγορές







31%

ταξιδεύει μόνος / η

34%

αποφασίζει το ταξίδι του τουλάχιστον 14 ημέρες πριν την αναχώρησή του

37%

κάνει online κράτηση

44%

ταξιδεύει οδικώς

4,0

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

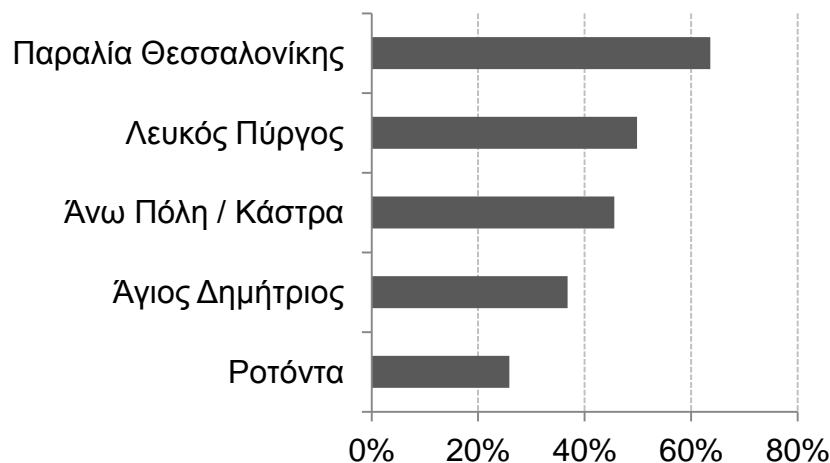
2,9

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα δημοφιλέστερα ήταν η παραλία και ο Λευκός Πύργος

## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



## Αξιοθέατα

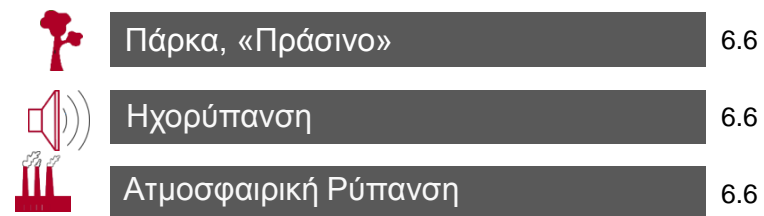




## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 11
Εστιατόρια & Cafés		€ 16
Αγορές (Shopping)		€ 18
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 13
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 58</b>

**67%** είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

**42%** δήλωσε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε ελάχιστα το ταξίδι του



45%

ταξιδεύει με φίλους

55%

αποφασίζει το ταξίδι του τουλάχιστον 14 ημέρες πριν την αναχώρησή του

60%

κάνει online κράτηση

95%

ταξιδεύει αεροπορικώς

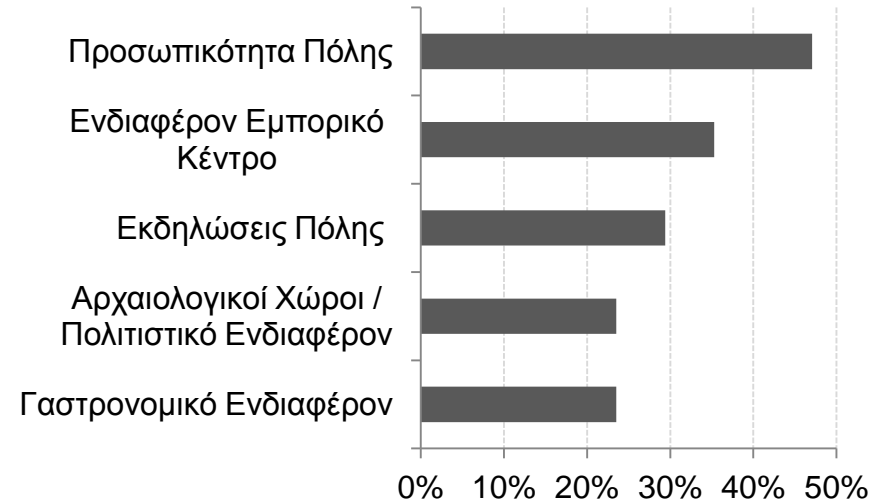
4,2

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

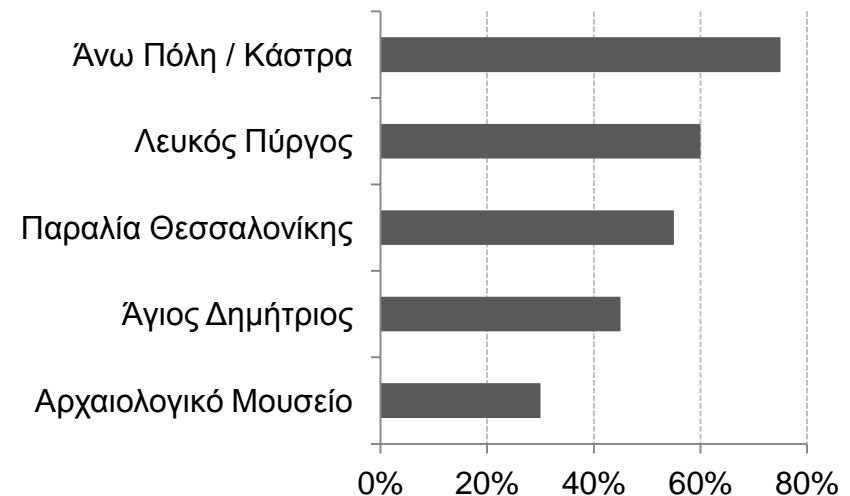
3,4

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα δημοφιλέστερα ήταν η Άνω Πόλη και ο Λευκός Πύργος

## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



## Αξιοθέατα

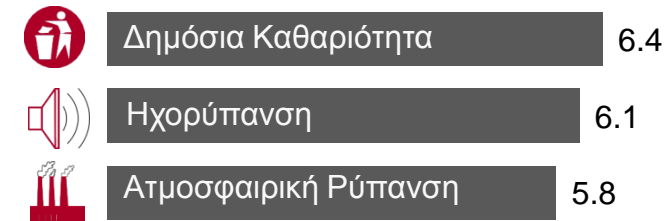




## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 16
Εστιατόρια & Cafés		€ 14
Αγορές (Shopping)		€ 31
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 12
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 73</b>

**55%** είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

**75%** δήλωσε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε ελάχιστα το ταξίδι του



# Ο Τούρκος Τουρίστας

39%

ταξιδεύει με τον/την σύντροφό της/του

45%

αποφασίζει το ταξίδι του τουλάχιστον 14 ημέρες πριν την αναχώρησή του

45%

κάνει online κράτηση

52%

ταξιδεύει οδικώς

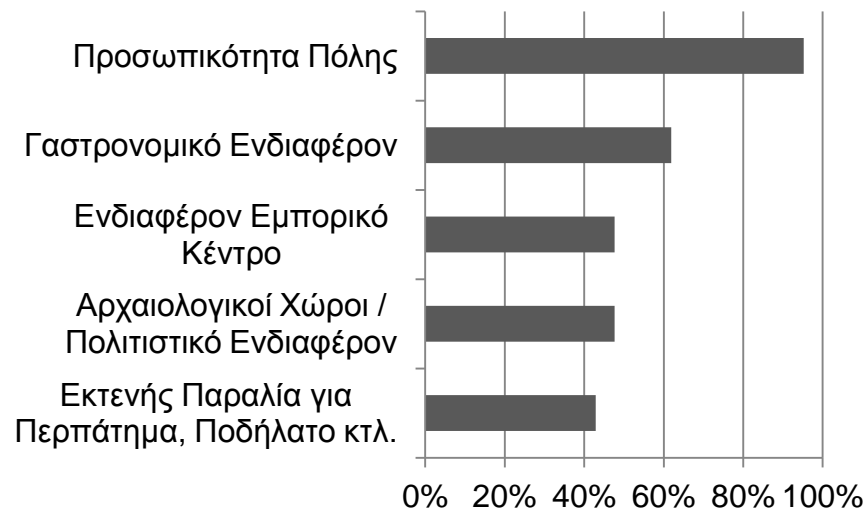
3,1

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

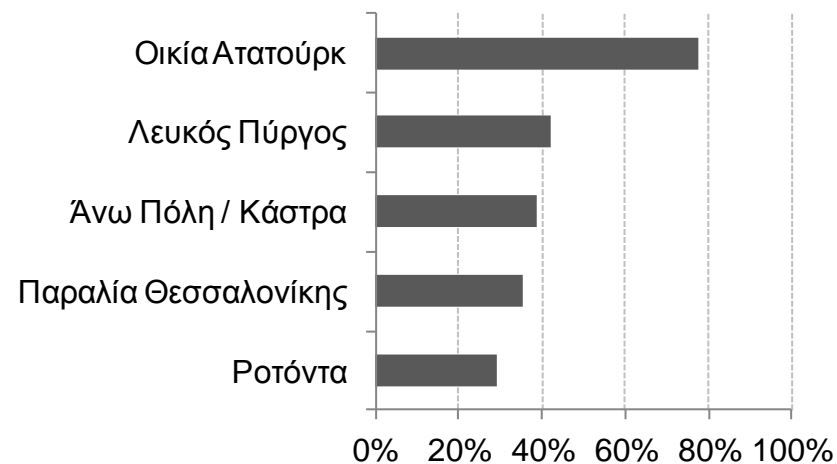
2,8

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα δημοφιλέστερα ήταν η Οικία Ατατούρκ και ο Λευκός Πύργος

## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



## Αξιοθέατα



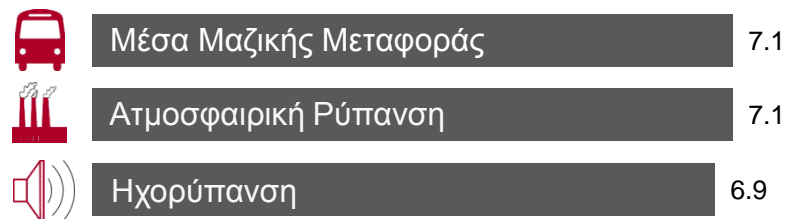


# Ο Τούρκος Τουρίστας

## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 13
Εστιατόρια & Cafés		€ 23
Αγορές (Shopping)		€ 29
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 19
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 84</b>

**68%** είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

**56%** δήλωσε ότι η οικονομική κρίση δεν επηρέασε το ταξίδι του



# Ο Αμερικανός Τουρίστας

38%

ταξιδεύει με φίλους

71%

αποφασίζει το ταξίδι του τουλάχιστον 14 ημέρες πριν την αναχώρησή του

46%

κάνει online κράτηση

92%

ταξιδεύει αεροπορικώς

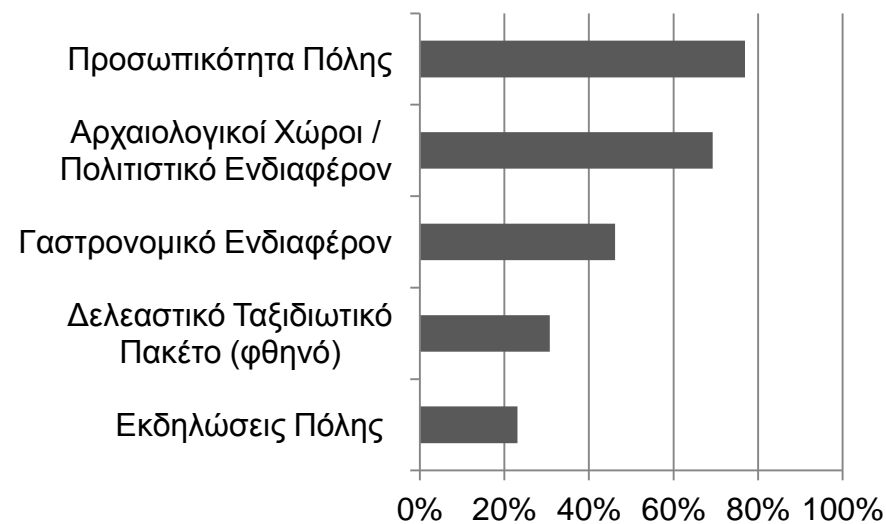
4,6

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

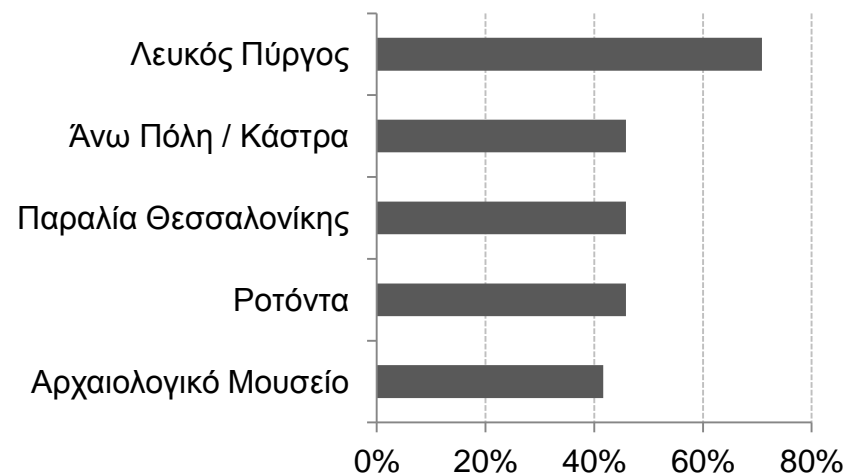
3,6

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα δημοφιλέστερα ήταν ο Λευκός Πύργος και η Άνω Πόλη

## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



## Αξιοθέατα



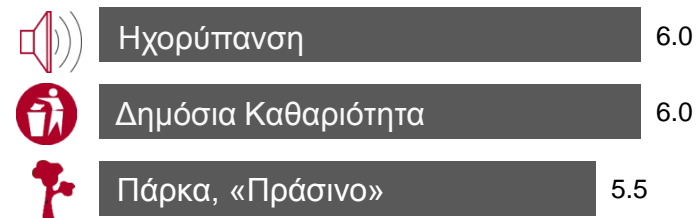


# Ο Αμερικανός Τουρίστας

## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 17
Εστιατόρια & Cafés		€ 27
Αγορές (Shopping)		€ 30
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 22
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 96</b>

**67%** είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

**48%** δήλωσε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε ελάχιστα το ταξίδι του



38%

ταξιδεύει μόνος / η

47%

αποφασίζει το ταξίδι του τουλάχιστον 14 ημέρες πριν την αναχώρησή του

62%

κάνει online κράτηση

85%

ταξιδεύει αεροπορικώς

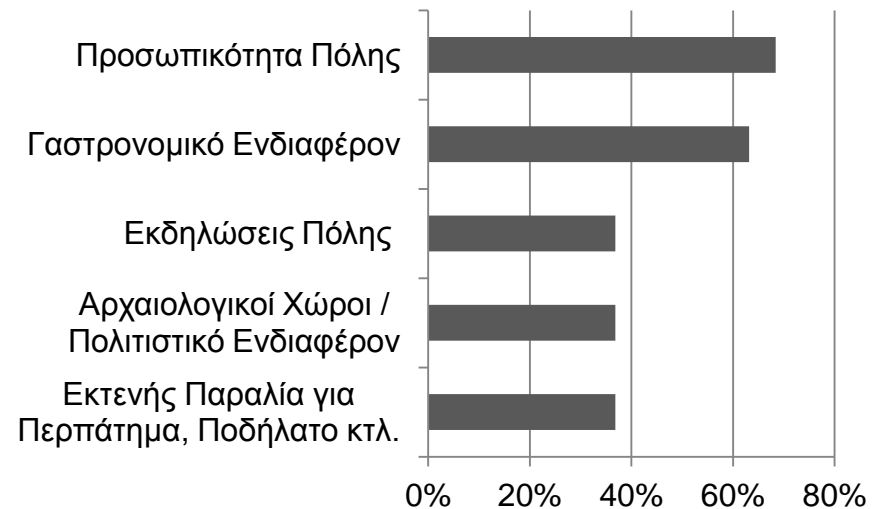
3,7

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

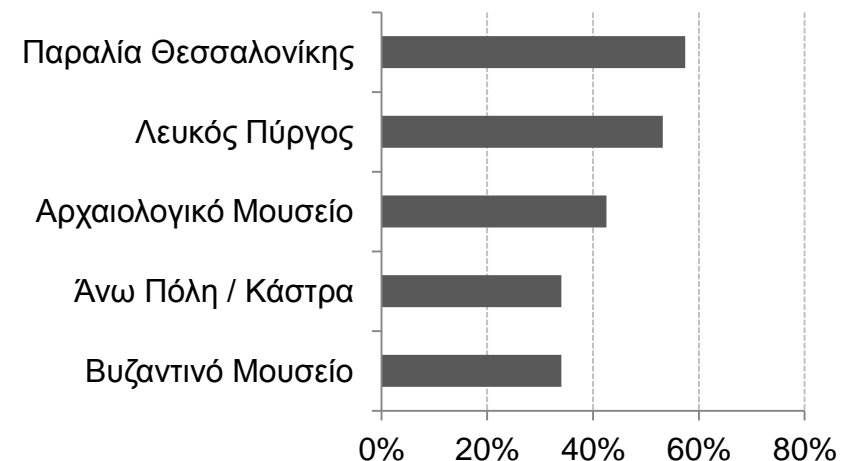
2,9

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα δημοφιλέστερα ήταν η παραλία και Λευκός Πύργος

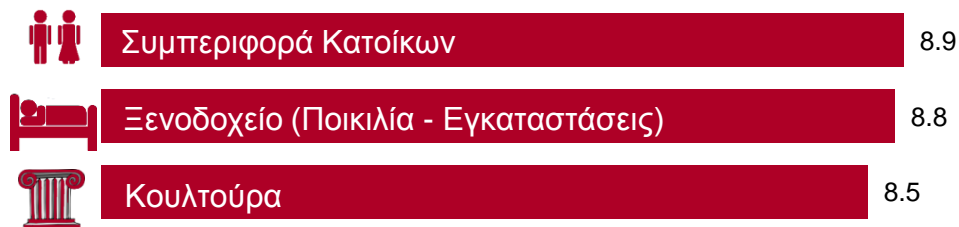
## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



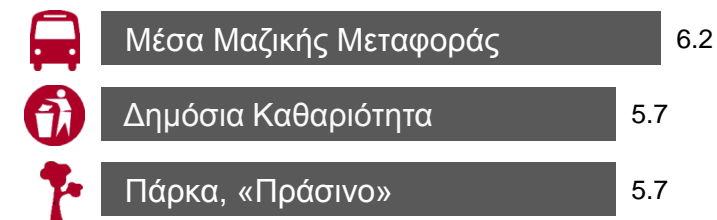
## Αξιοθέατα



## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 18
Εστιατόρια & Cafés		€ 19
Αγορές (Shopping)		€ 33
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 18
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 88</b>

66% είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

51% δήλωσε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε ελάχιστα το ταξίδι του

54%

ταξιδεύει με τον/την σύντροφό της/του

38%

αποφασίζει το ταξίδι του τουλάχιστον 14 ημέρες πριν την αναχώρησή του

50%

κάνει online κράτηση

92%

ταξιδεύει οδικώς

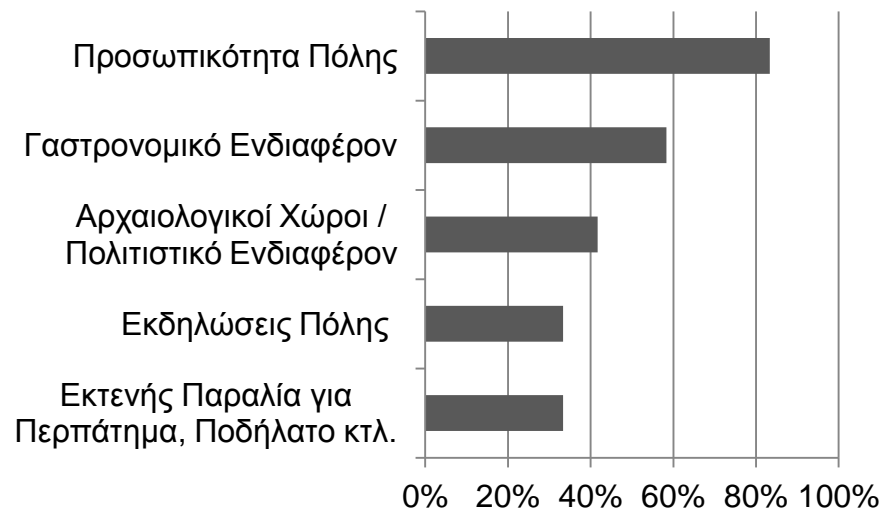
3,4

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

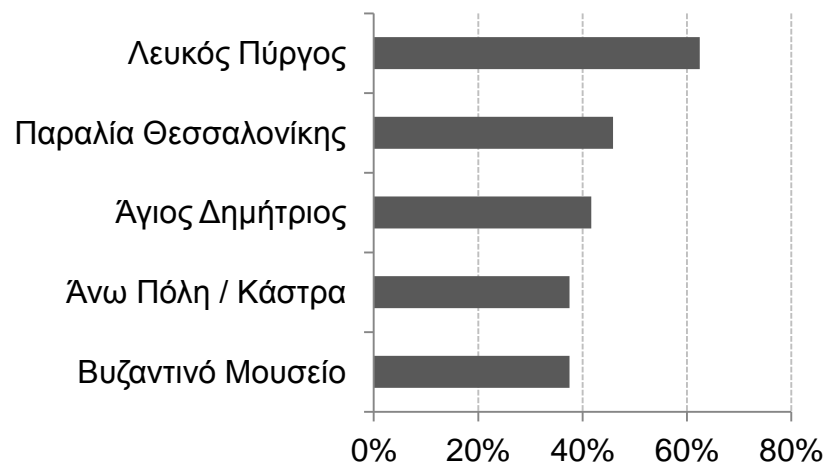
3,1

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα δημοφιλέστερα ήταν ο Λευκός Πύργος και η παραλία

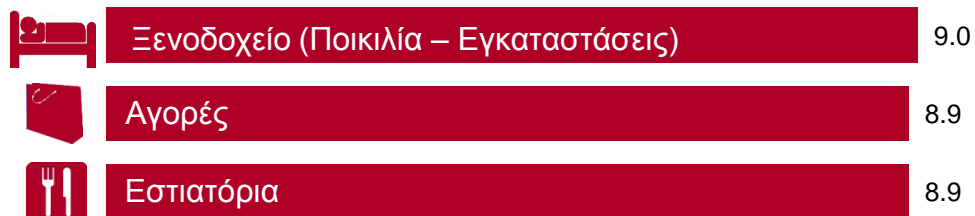
## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



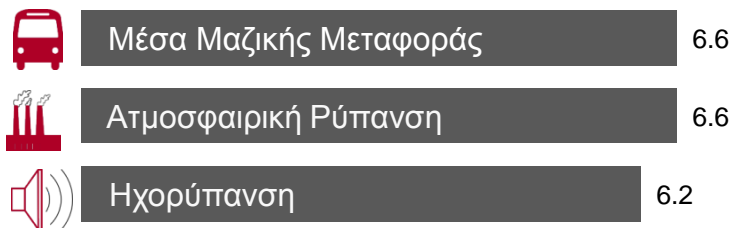
## Αξιοθέατα



## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 12
Εστιατόρια & Cafés		€ 17
Αγορές (Shopping)		€ 27
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 14
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 70</b>

**75%** είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

**50%** δήλωσε ότι η οικονομική κρίση δεν επηρέασε το ταξίδι του

40%

ταξιδεύει με τον/την σύντροφό της/του

32%

αποφασίζει το ταξίδι του 3 – 5 ημέρες πριν την αναχώρησή του

68%

κάνει online κράτηση

76%

ταξιδεύει οδικώς

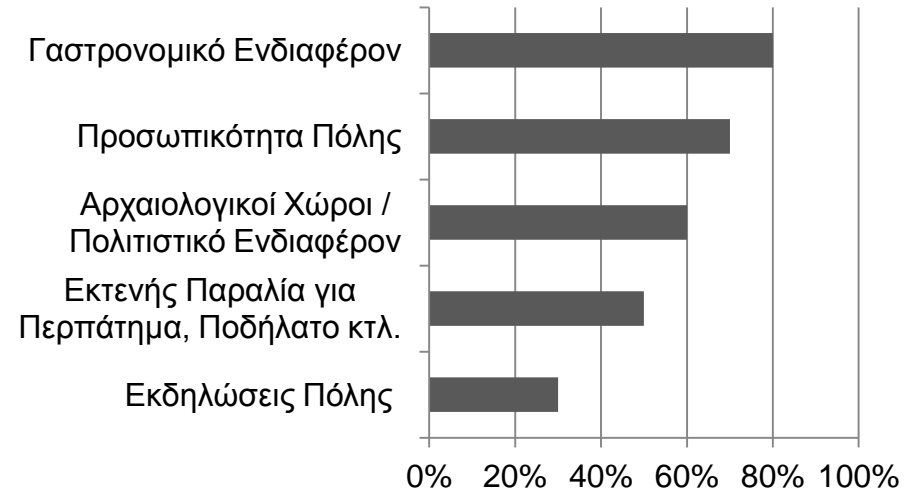
3,5

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

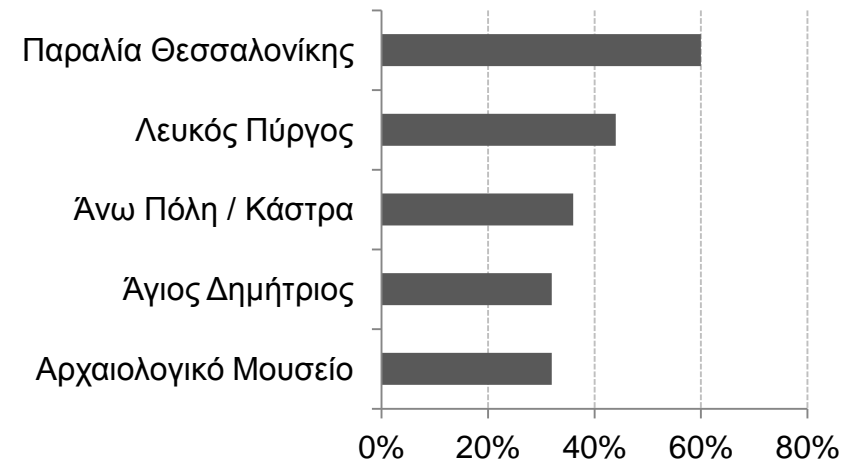
2,6

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα δημοφιλέστερα ήταν η παραλία και ο Λευκός Πύργος

## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



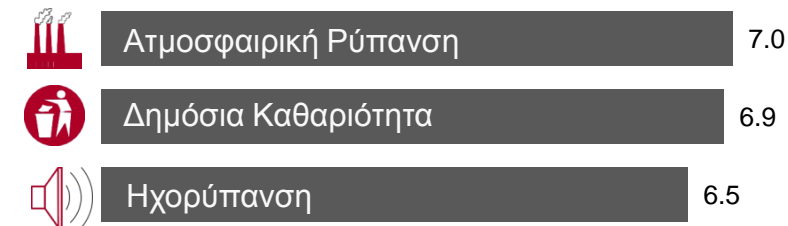
## Αξιοθέατα



## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 14
Εστιατόρια & Cafés		€ 19
Αγορές (Shopping)		€ 23
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 19
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 75</b>

**60%** είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

**75%** δήλωσε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε ελάχιστα το ταξίδι του

50%

ταξιδεύει με τον/την σύντροφό της/του

44%

αποφασίζει το ταξίδι του τουλάχιστον 14 ημέρες πριν την αναχώρησή του

50%

κάνει online κράτηση

72%

ταξιδεύει οδικώς

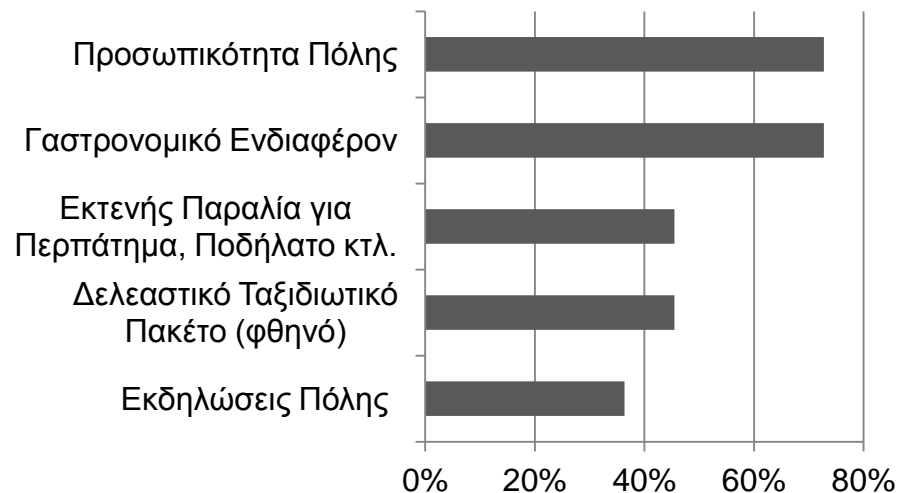
2,8

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

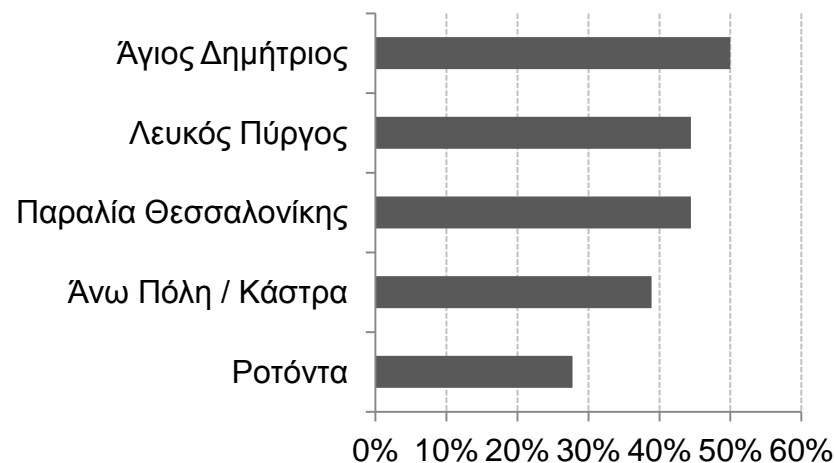
2,6

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα δημοφιλέστερα ήταν ο Άγιος Δημήτριος και ο Λευκός Πύργος

## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



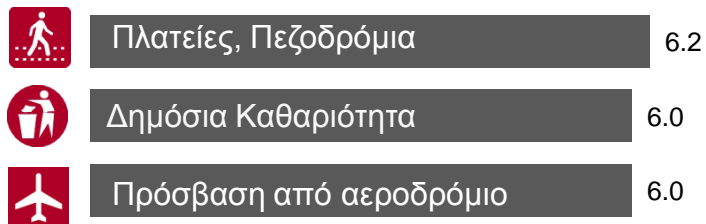
## Αξιοθέατα



## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 10
Εστιατόρια & Cafés		€ 22
Αγορές (Shopping)		€ 34
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 10
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 76</b>

**61%** είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

**57%** δήλωσε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε ελάχιστα το ταξίδι του



43%

ταξιδεύει με τον/την σύντροφό της/του

44%

αποφασίζει το ταξίδι του 6 – 14  
ημέρες πριν την αναχώρησή του

57%

κάνει online κράτηση

91%

ταξιδεύει αεροπορικώς

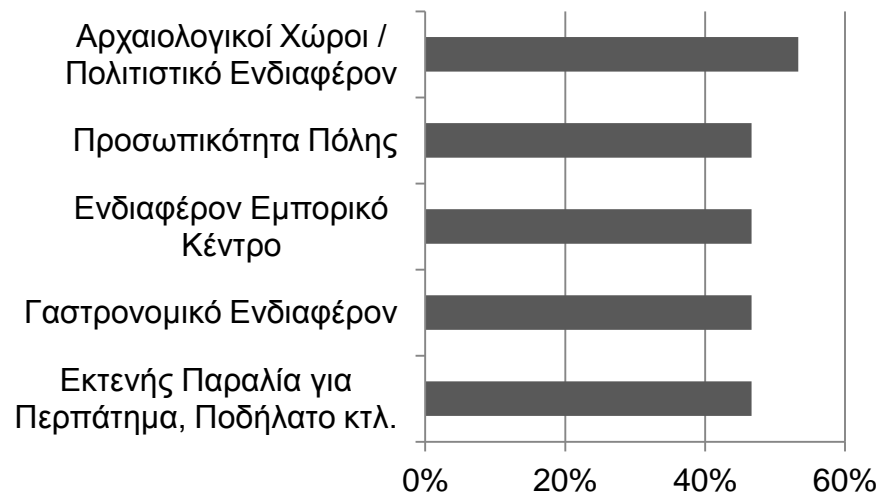
5,4

διανυκτερεύσεις κατά Μ.Ο.

3,5

αξιοθέατα επισκέφθηκε. Τα  
δημοφιλέστερα ήταν το Αρχαιολογικό  
Μουσείο και ο Λευκός Πύργος

## Λόγοι Επιλογής της Θεσσαλονίκης



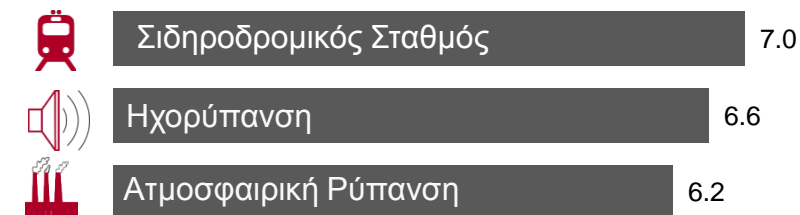
## Αξιοθέατα



## Υψηλότερη Βαθμολογία



## Χαμηλότερη Βαθμολογία



## Δαπάνες ανά Άτομο / Ημέρα

Αξιοθέατα & Διασκέδαση		€ 9
Εστιατόρια & Cafés		€ 24
Αγορές (Shopping)		€ 36
Τοπική Μεταφορά & Άλλα		€ 31
<b>Σύνολο</b>		<b>€ 101</b>

**76%** είχε καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από τις προσδοκίες του

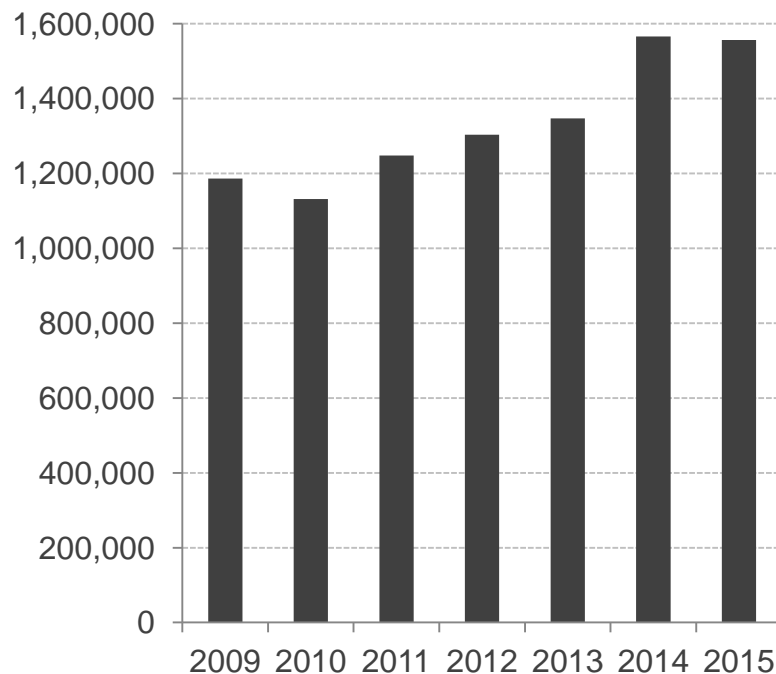
**56%** δήλωσε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε ελάχιστα το ταξίδι του



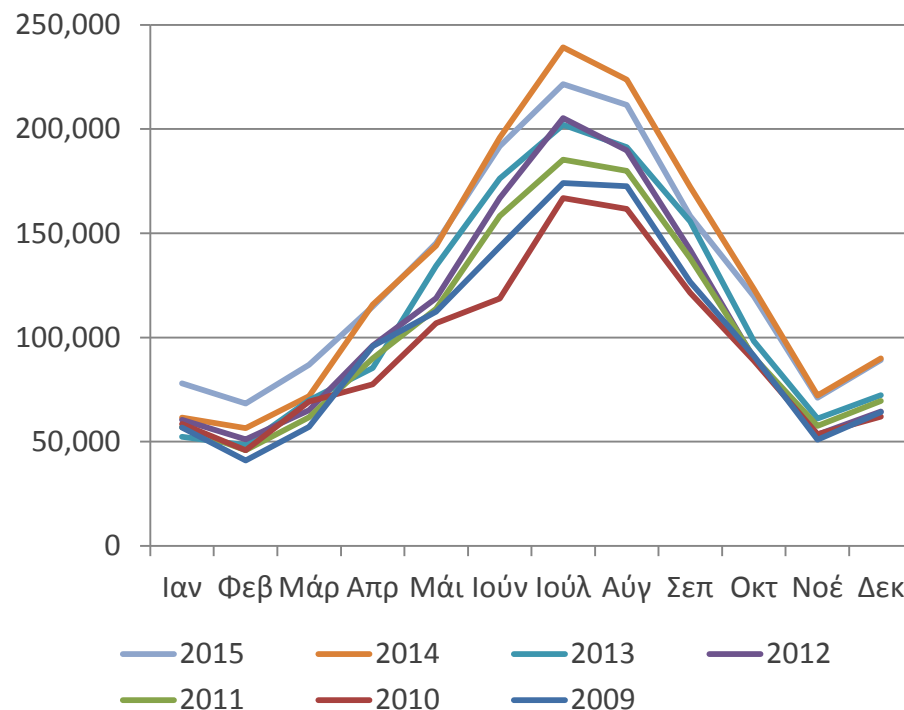
Διεθνείς Αφίξεις  
στο Αεροδρόμιο

**gbr**  
consulting

## Διεθνείς Αφίξεις



## Εποχικότητα

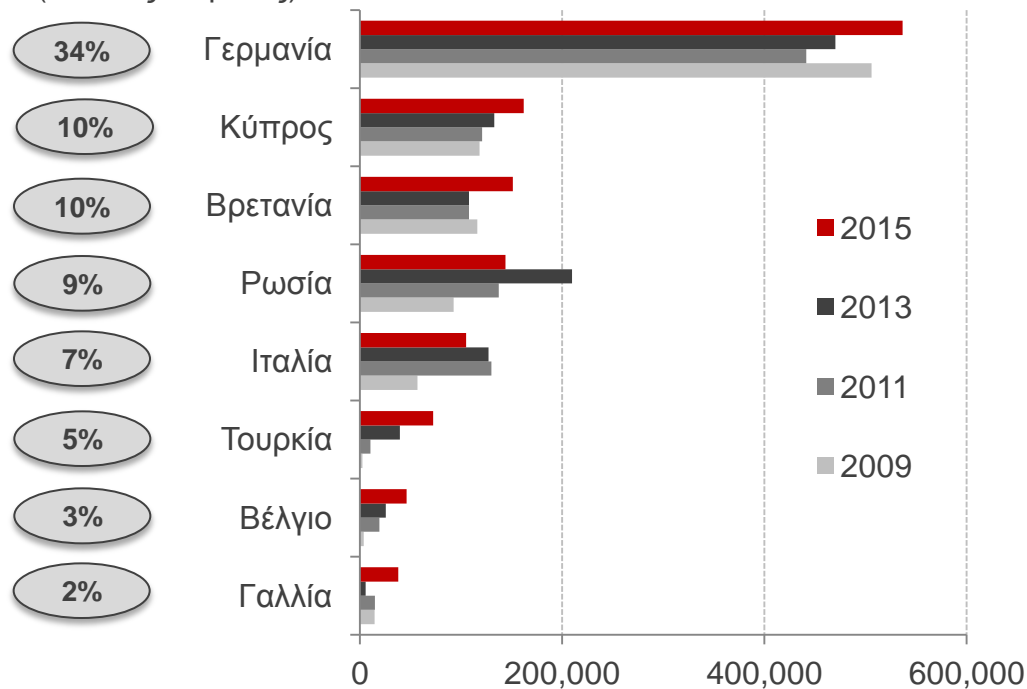


Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, επεξεργασία από GBR Consulting

- ✓ Το 2015 οι διεθνείς αφίξεις στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης κυμάνθησαν στα ίδια επίπεδα με το 2014.
- ✓ Καθώς το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης αποτελεί το κύριο σημείο εισόδου για τη Χαλκιδική και για τους υπόλοιπους τουριστικούς προορισμούς της Κεντρικής Μακεδονίας, η κορύφωση των αφίξεων σημειώθηκε τους μήνες Ιούνιο – Αύγουστο.

## Διεθνείς Αφίξεις

Μερίδιο Αγοράς 2015  
(διεθνείς επιβάτες)




## Κύριες Αεροπορικές Εταιρίες με Διεθνείς Συνδέσεις

Μερίδιο Αγοράς 2015  
(διεθνείς επιβάτες)



Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, επεξεργασία από GBR Consulting

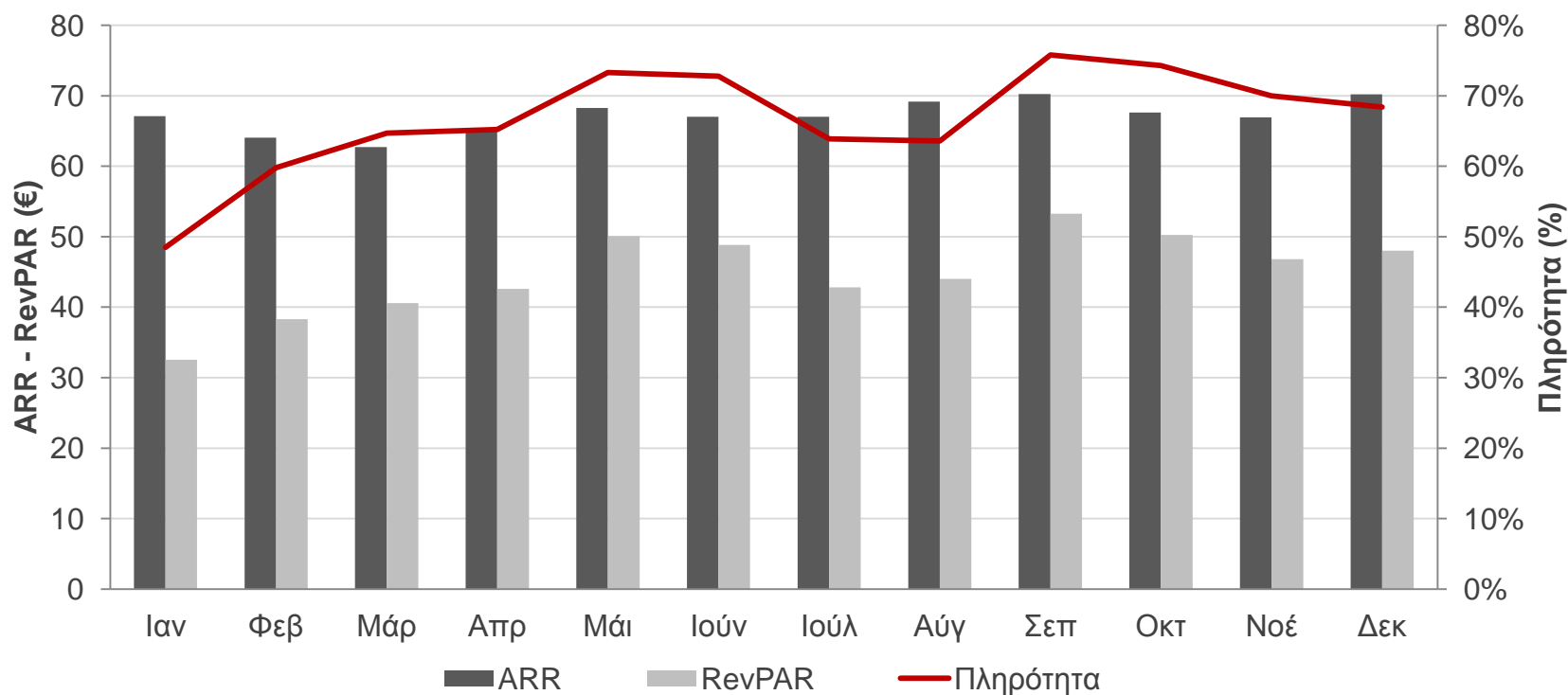
- ✓ Η Γερμανία αποτελεί μακράν την κυριότερη αγορά, αντιπροσωπεύοντας το 34% των διεθνών επιβατών το 2015. Συγκρίνοντας την κορύφωση του 2013, παρατηρείται μείωση των επιβατών από την Ρωσία.
- ✓ Οι 6 πρώτες αεροπορικές εταιρίες μεταφέρουν το 72% των διεθνών επιβατών. Η Ryanair μετέφερε το 2015 επιβάτες από την Ιταλία, την Κύπρο, τη Γερμανία, τη MB, το Βέλγιο, τη Γαλλία, τη Σουηδία, την Πολωνία, την Ισπανία και την Νορβηγία. Η Aegean Airlines μετέφερε κυρίως από την Γερμανία, την Κύπρο, την Ρωσία και τη Γαλλία.

The background image shows a street scene in a historic or urban setting. On the left, there is a building with a light-colored facade and a prominent blue door with a metal grille. To the right, a large brick archway frames the view. The sky is clear and blue. The overall scene suggests a focus on urban architecture and infrastructure.

# Απόδοση Ξενοδοχείων

**gbr**  
consulting

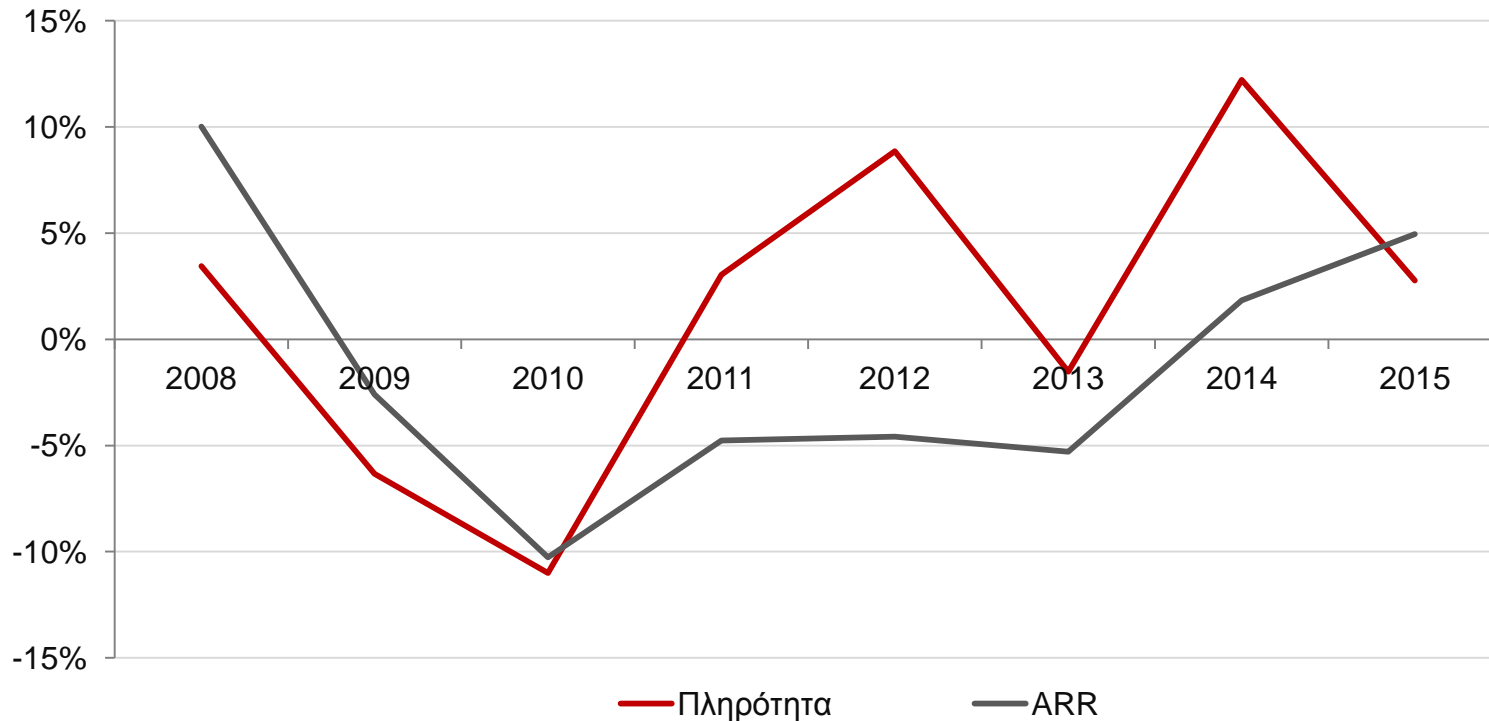
## Απόδοση Ιανουάριος - Δεκέμβριος



Πηγή: ΕΞΘ, ανάλυση από GBR Consulting

- ✓ Το 2015 τα υψηλότερα επίπεδα πληρότητας πραγματοποιήθηκαν τους μήνες Σεπτέμβριο, Μάιο και Ιούνιο.
- ✓ Οι μήνες με τις χαμηλότερες τιμές δωματίων ήταν μεταξύ Φεβρουαρίου και Απριλίου, ενώ με τις υψηλότερες τιμές οι μήνες Σεπτέμβριος και Δεκέμβριος.

## % Μεταβολή YTD Δεκέμβριος

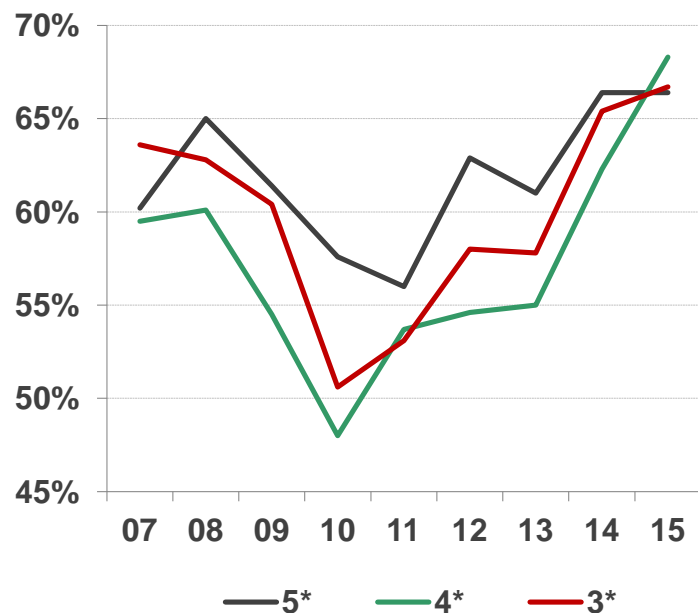


Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

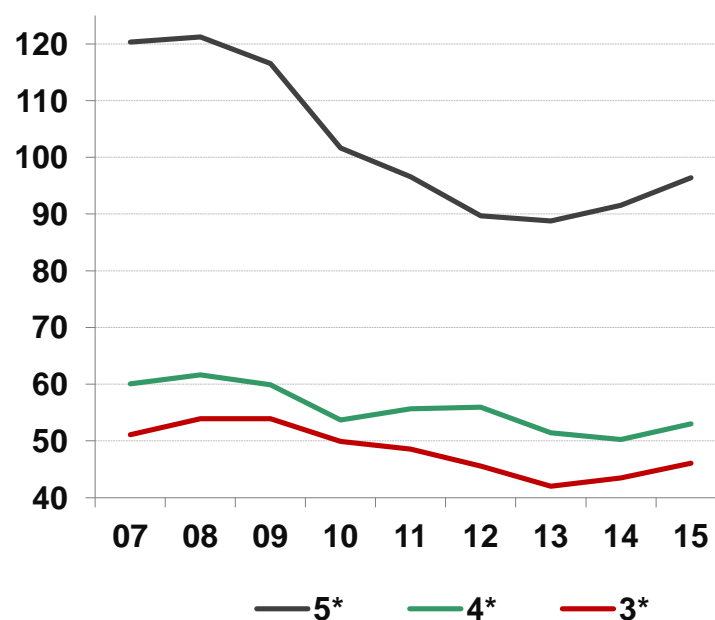
Μετά τη πτώση της πληρότητας το 2010 και την μετέπειτα βελτίωσή της, το 2014 ακολούθησε βελτίωση των τιμών.



## Πληρότητα (%)



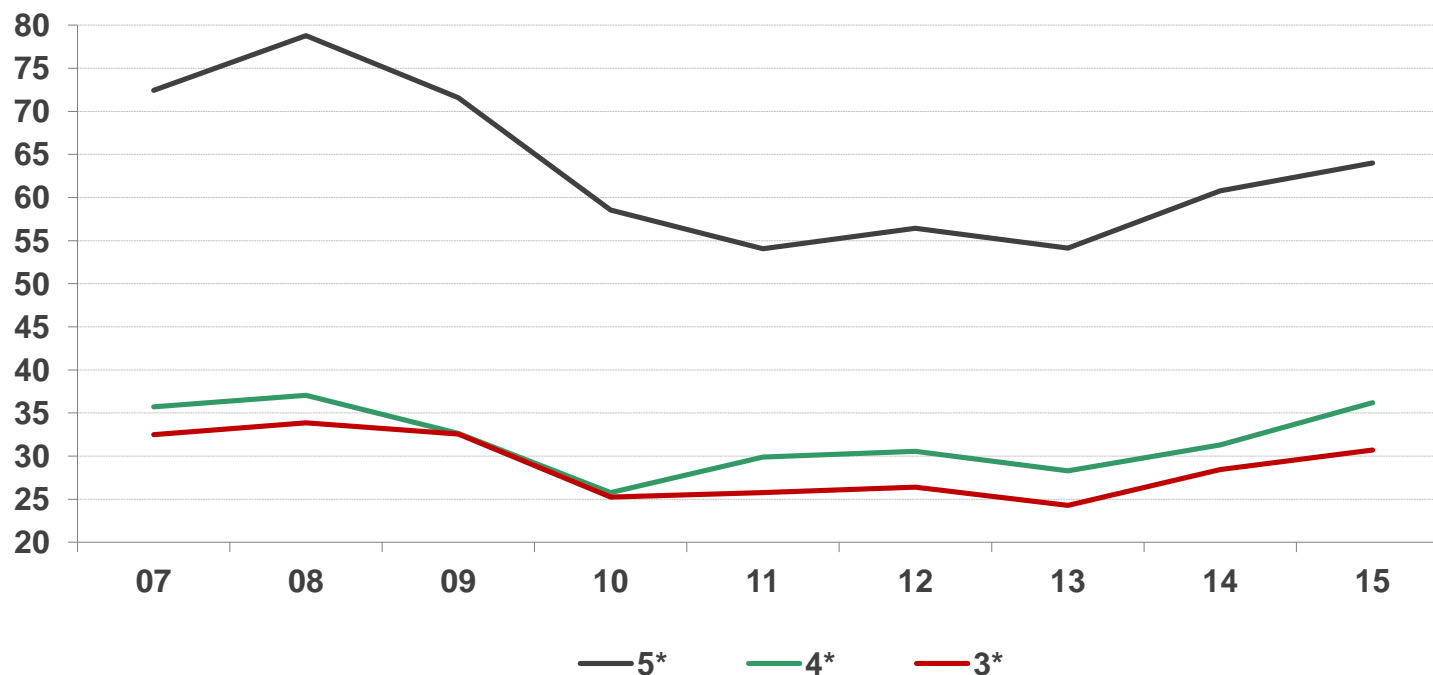
## Μέση Τιμή Δωματίου (ARR - €)



Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

- ✓ Το 2015 τα ξενοδοχεία 4 αστέρων είχαν την μεγαλύτερη πληρότητα.
- ✓ Σε σύγκριση με το 2014, υπήρξε βελτίωση της μέσης τιμής δωματίου (ARR) στις κατηγορίες 3 – 5 αστέρων. Ωστόσο, παραμένουν σε χαμηλότερα επίπεδα σε σύγκριση με το 2008.

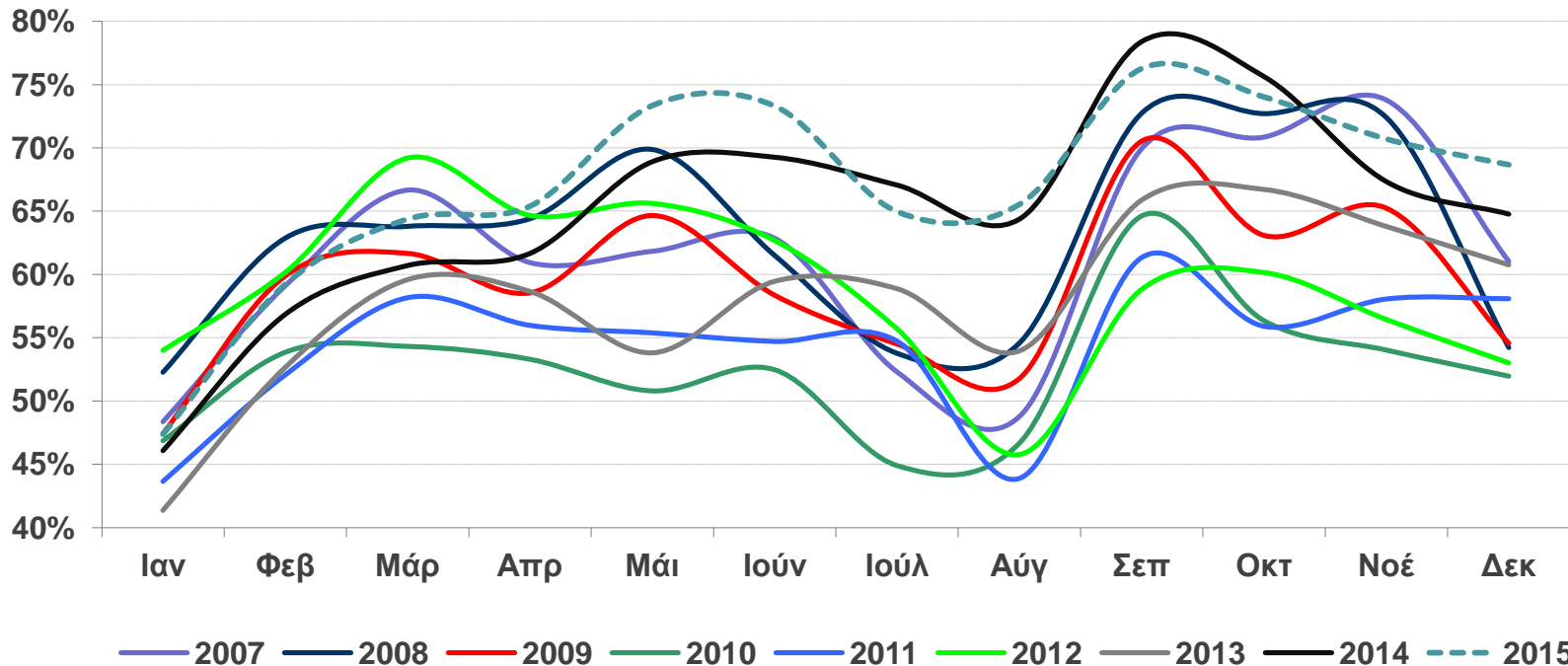
## Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (RevPAR - €)



Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

Μετά τη βελτίωση των επιπέδων της πληρότητας και του ARR το 2015, σε σύγκριση με το 2014, τα έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο (RevPAR) βελτιώθηκαν περαιτέρω το 2015 σε όλες τις κατηγορίες.

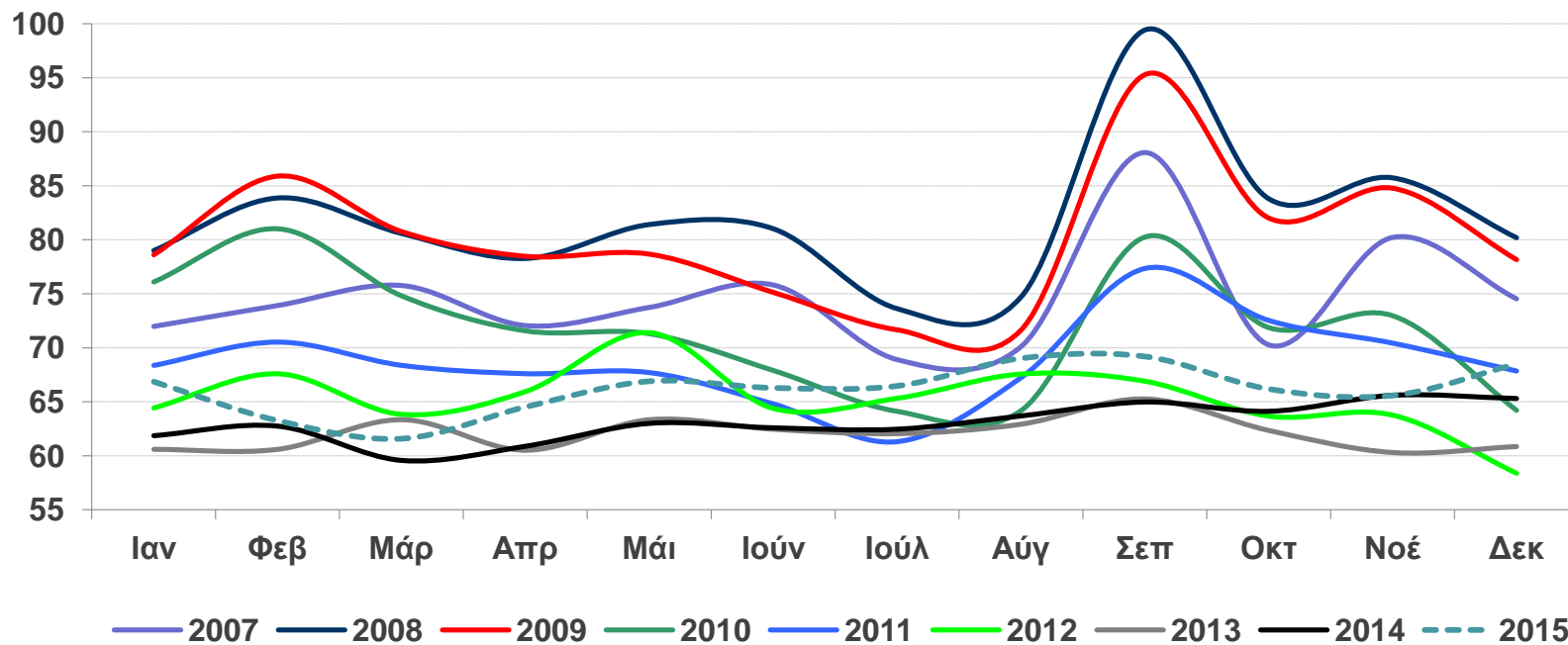
## Πληρότητα (%)



Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

- ✓ Η ανάλυση δείχνει ότι τον Αύγουστο του 2014 και του 2015 τα επίπεδα πληρότητας ήταν υψηλότερα από την περίοδο 2007 – 2013.
- ✓ Ο Σεπτέμβριος παραμένει ο μήνας με την υψηλότερη πληρότητα λόγω της έναρξης της σεζόν στη Θεσσαλονίκη.

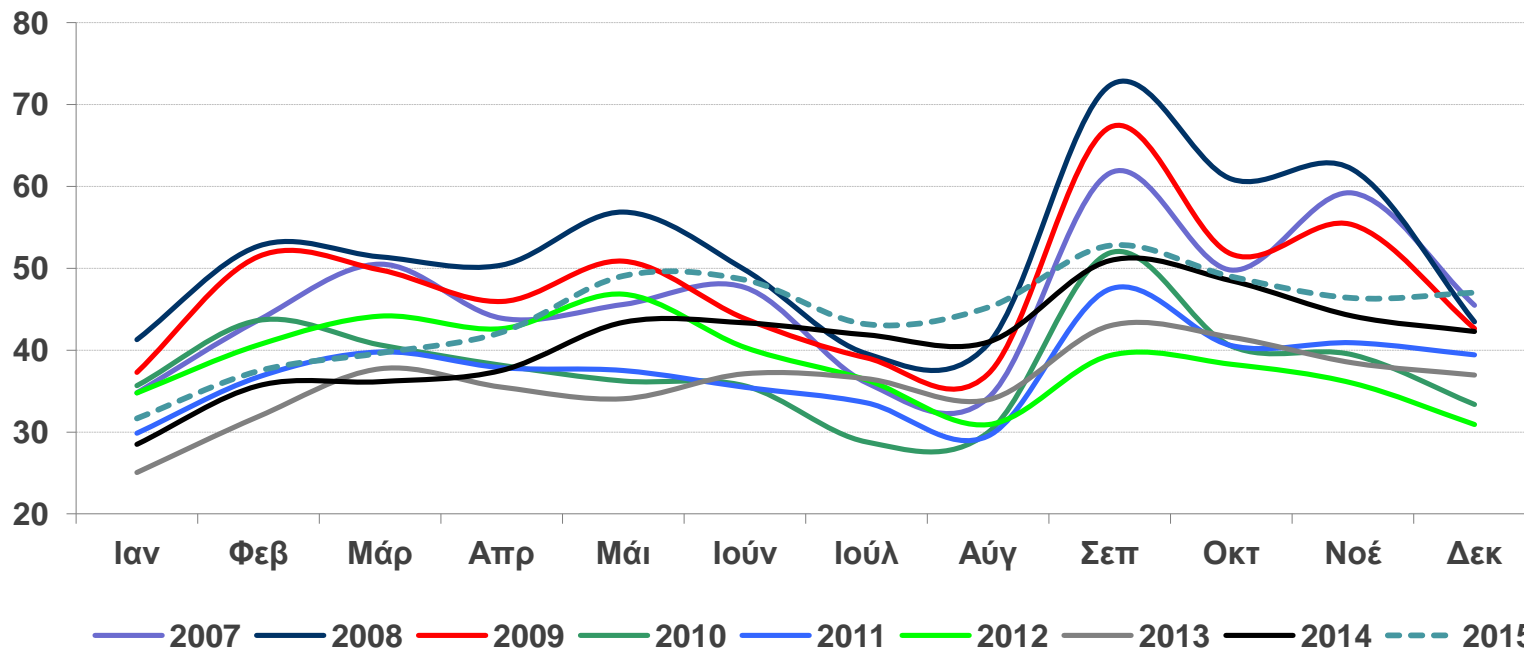
## Μέση Τιμή Δωματίου (ARR - €)



Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

Από το 2012 και μετά, δεν παρατηρείται ιδιαίτερη κορύφωση στη μέση τιμή δωματίου τον μήνα Σεπτέμβριο.

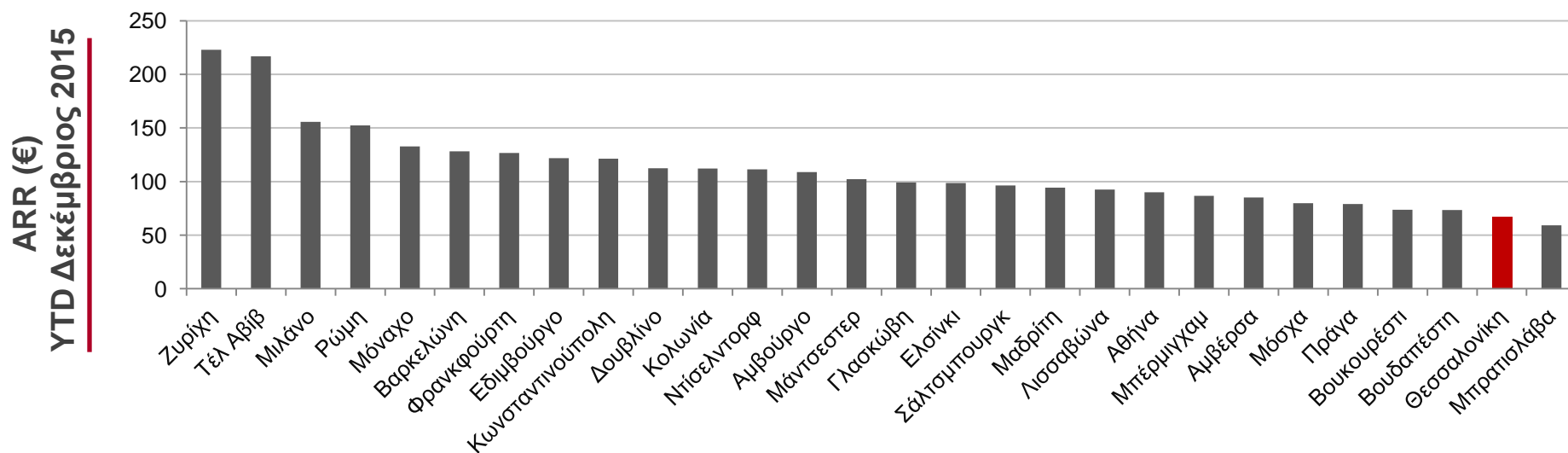
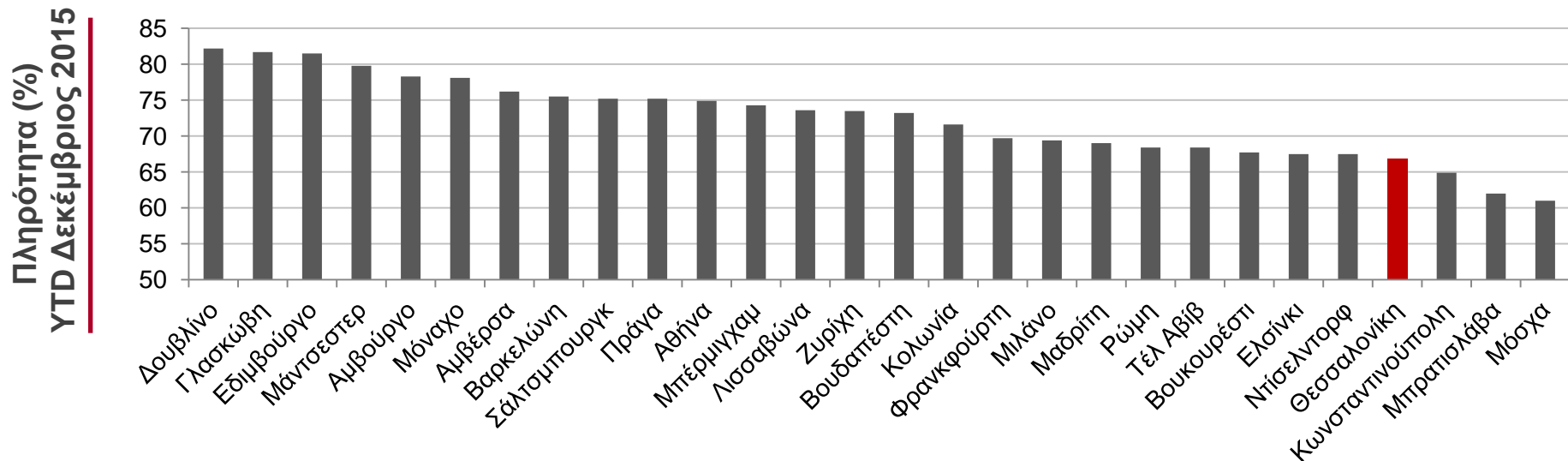
## Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (RevPAR - €)



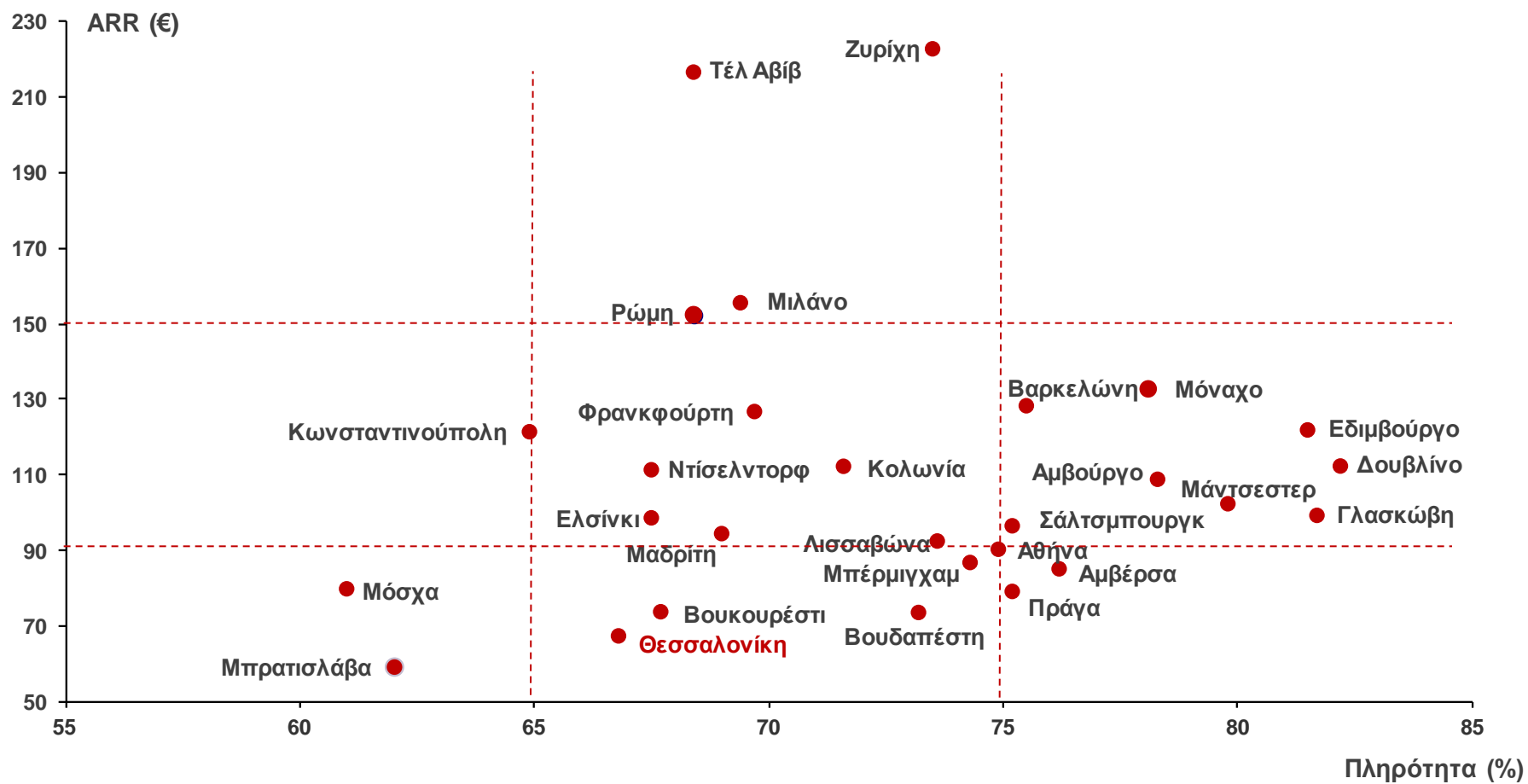
Πηγή: ΕΞΘ βάσει 28 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting

Τα επίπεδα του RevPAR δεν σημειώνουν πλέον σημαντική μείωση τον Αύγουστο, όπως τα προηγούμενα χρόνια και δεν αυξάνονται τον Σεπτέμβριο όπως συνέβαινε ιδιαίτερα την περίοδο 2007 – 2009.

# Απόδοση Διεθνώς



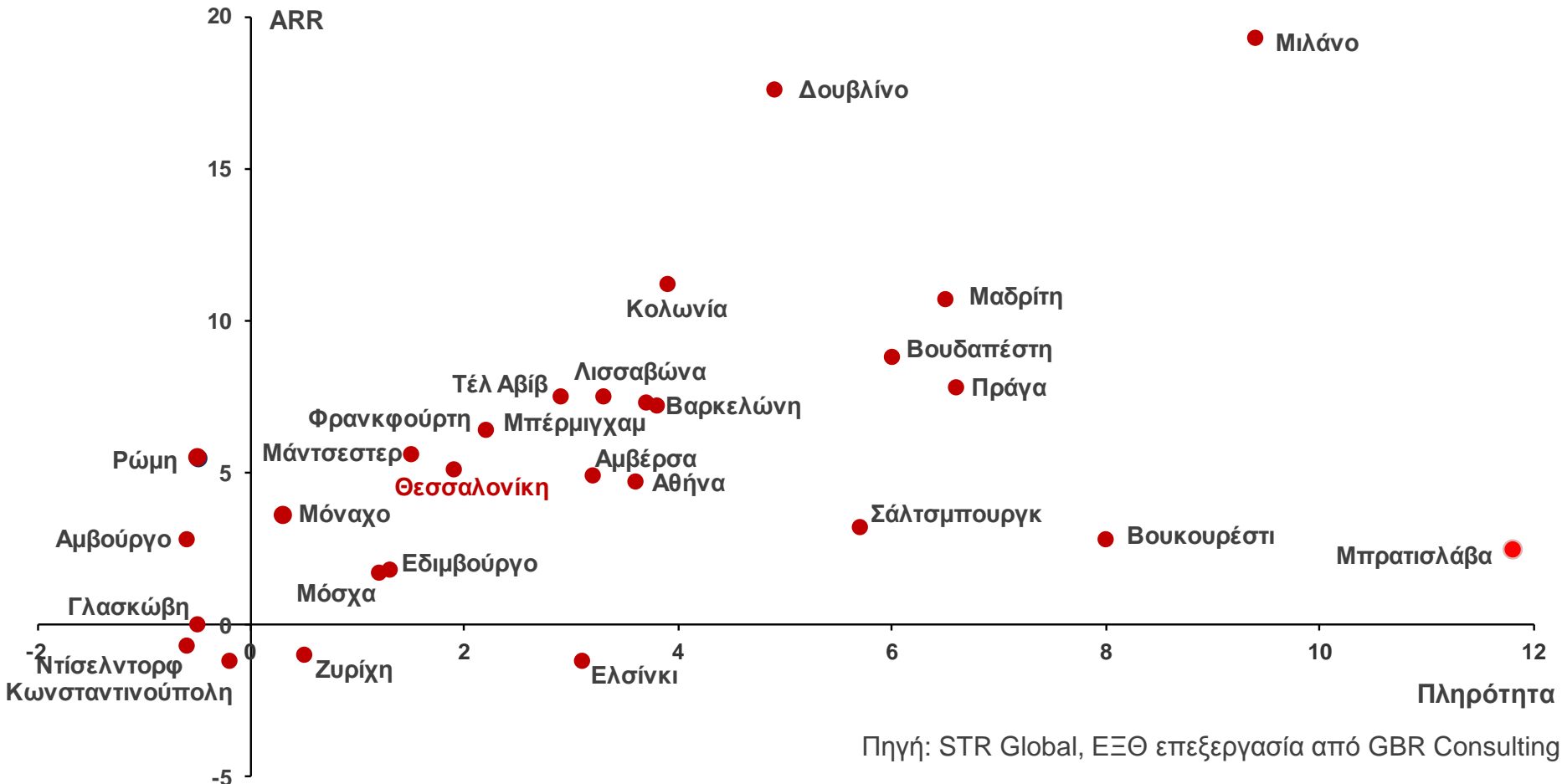
## Πληρότητα και ARR Διαφόρων Ευρωπαϊκών Πόλεων, 2015



Πηγή: STR Global, ΕΞΘ επεξεργασία από GBR Consulting

Η Θεσσαλονίκη μαζί με την Κωνσταντινούπολη, τη Μπρατισλάβα και τη Μόσχα βρίσκεται στα χαμηλότερα επίπεδα πληρότητας. Όσον αφορά την τιμή η Θεσσαλονίκη βρίσκεται στην προτελευταία θέση μετά την Μπρατισλάβα.

## Μεταβολή Πληρότητας και ARR Διαφόρων Ευρωπαϊκών Πόλεων, 2015/2014

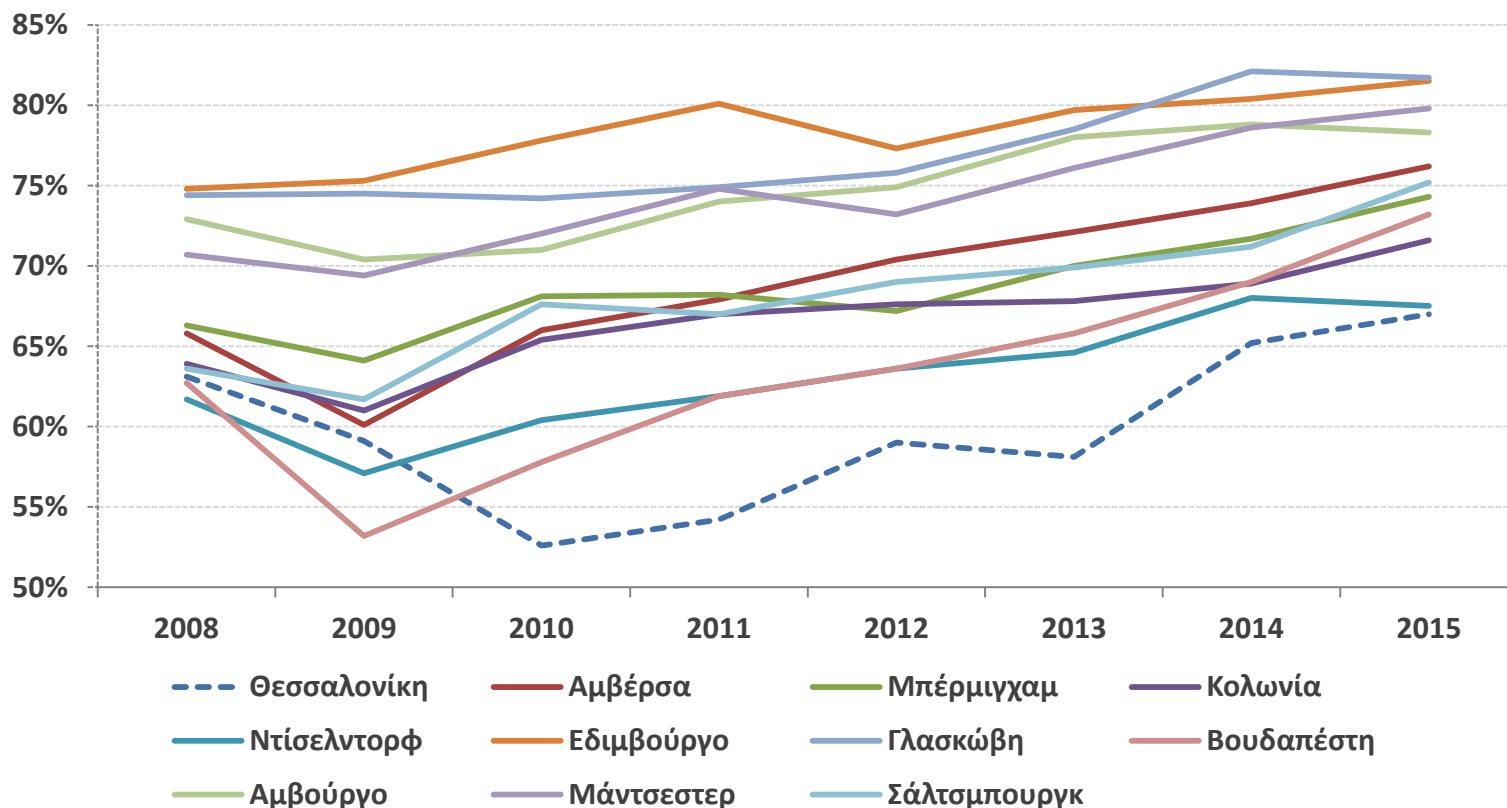


Πηγή: STR Global, ΕΞΘ επεξεργασία από GBR Consulting

Η Θεσσαλονίκη σημείωσε αύξηση πληρότητας (1,9%) και τιμών (5,1%) το 2015 σε σύγκριση με το 2014. Την αντίστοιχη περίοδο η Μπρατισλάβα σημειώσε τη μεγαλύτερη αύξηση στην πληρότητα. Στην Κωνσταντινούπολη και το Ντίσελντορφ την ίδια περίοδο παρατηρείται μείωση τόσο στην πληρότητα όσο και στις τιμές.



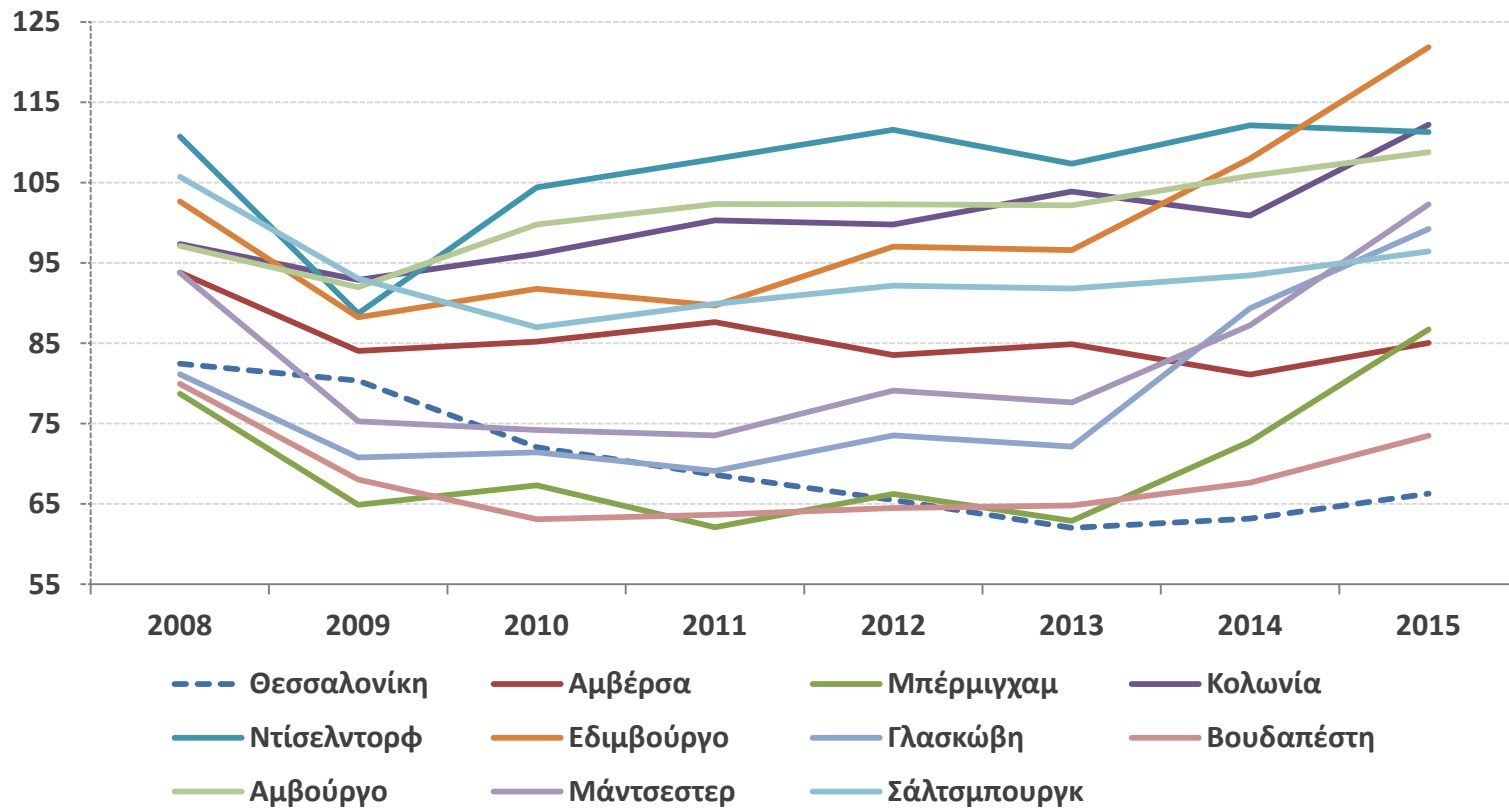
## Πληρότητα, 2008 - 2015



Πηγή: STR Global, ΕΞΘ επεξεργασία από GBR Consulting

Συγκρίνοντας τη Θεσσαλονίκη με επιλεγμένες ευρωπαϊκές πόλεις, το χάσμα που υπήρχε την περίοδο 2010 -2013 μειώθηκε και είναι στα ίδια επίπεδα με το Ντίσελντορφ.

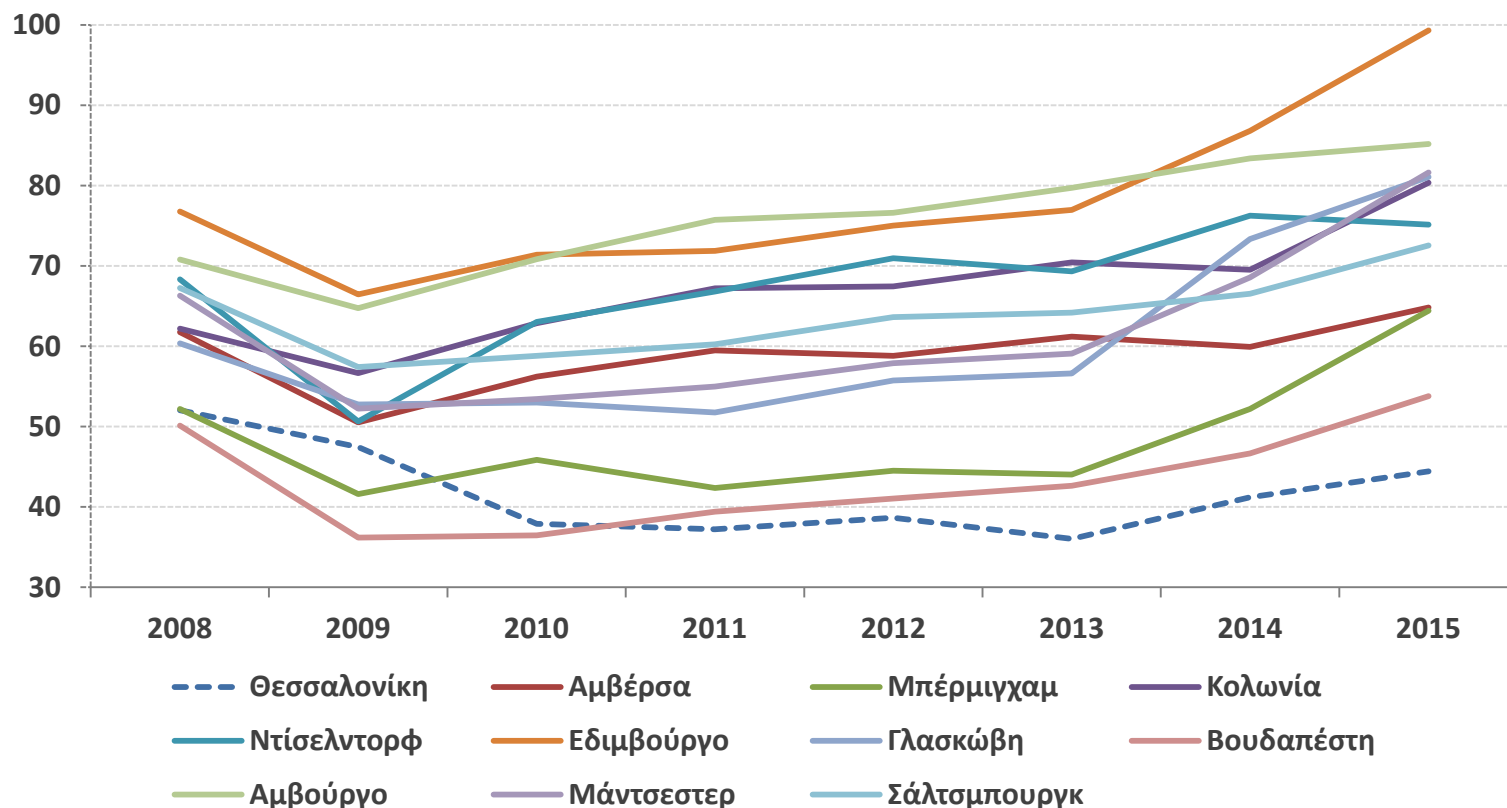
## Μέση Τιμή Δωματίου (ARR σε €), 2008 - 2015



Πηγή: STR Global, ΕΞΘ επεξεργασία από GBR Consulting

Όσον αφορά τις τιμές η Θεσσαλονίκη παραμένει ο οικονομικότερος προορισμός, παρά την μικρή αύξηση το 2015 συγκριτικά με το 2014.

## Απόδοση – Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (RevPAR σε €), 2008 - 2015



Πηγή: STR Global, ΕΞΘ επεξεργασία από GBR Consulting

Μετά την πτώση του RevPAR το 2013, υπήρξε βελτίωση το 2014 και το 2015. Ωστόσο, η Θεσσαλονίκη είναι στο χαμηλότερο επίπεδο σε σύγκριση με τα benchmarks.

Ευχαριστούμε

**gbr**  
consulting

## Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών 2015

Σε συνεργασία με την



Σφραγίδα Ξενοδοχείου & Υπογραφή

### 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  Άλλος: \_\_\_\_\_

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)
- Περαιτικός (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](http://www.thessaloniki.travel)
- Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης [www.tha.gr](http://www.tha.gr)
- [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)
- [www.discovergreece.com](http://www.discovergreece.com)
- Smart phone app για την Θεσσαλονίκη
- 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, περαιτικός)
- 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

Άφιξή 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. Τι 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  
 Κρατικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης  Ναι  Όχι  
 Λευκός Πύργος  Ναι  Όχι  
 Μουσείο Ατατούρκ (Οικία)  Ναι  Όχι  
 Εβραϊκό Μουσείο  Ναι  Όχι  
 Άγιος Δημήτριος  Ναι  Όχι  
 Ροτόντα  Ναι  Όχι  
 Παραλία Θεσσαλονίκης  
 Άνω Πόλη / Κάστρα  
 Άλλο: \_\_\_\_\_

Τα επισκεφθήκατε: Πρωί  Απογεύμα

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

Ημερήσιες Εκδρομές

Βεργίνα  
 Δίον  
 Πέλλα  
 Όλυμπος  
 Μετέωρα  
 Χαλκιδική  Άλλο: \_\_\_\_\_  
 Τίποτα

### 9. 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**

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

πολύ καλύτερη  
 καλύτερη  
 ίδια  
 χειρότερη  
 πολύ χειρότερη

Σχόλια: \_\_\_\_\_

### 11. 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
Καταστήματα(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
Υψηρεσίες 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
<b>Συνολική αξιολόγηση</b>	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### 12. Αξίζει μια ακόμα επίσκεψη ή / και μια σύσταση σε τρίτους;

Ναι : \_\_\_\_\_

Όχι : \_\_\_\_\_

**Ευχαριστούμε για το χρόνο σας!**



Thessaloniki Hotels Association

## Tourist Satisfaction Survey 2015

In cooperation with



Hotel Stamp & Signature

### 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](http://www.thessaloniki.travel)  
 Thessaloniki Hotels Association [www.tha.gr](http://www.tha.gr)  
 [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)  
 [www.discovergreece.com](http://www.discovergreece.com)  
 Smart phone app for Thessaloniki  
 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?

Byzantine museum  Yes  No

Archaeological museum  Yes  No

State Museum of Contemporary Art  Yes  No

White Tower  Yes  No

Museum Atatürk ( Evi)  Yes  No

Jewish Museum  Yes  No

Church of Saint Demetrios  Yes  No

Rotunda  Yes  No

Beach promenade of Thessaloniki

Upper Town / City Walls

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. 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**

### 10. Compared to your expectations, your experience to Thessaloniki was:

much better

better

same

worse

much worse

To what extent did the economic crisis in Greece influence your overall experience in Thessaloniki so far?

Much  a little  not at all

### 11. 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

Railway station 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

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

Hotel facilities 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Local's behaviour 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Culture 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sign and information 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Info on specific events 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

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

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

Yes : \_\_\_\_\_

No : \_\_\_\_\_

**Thank you for your time!**