

Χαρτογραφώντας το μέλλον της εμπειρίας σε ξενοδοχεία και εστιατόρια

Ευρωπαϊκή Έρευνα για τις προσδοκίες των διεθνών επισκεπτών

Hotrec
Hospitality Europe

Περιεχόμενα

03 Ιστορικό και μεθοδολογία
Στόχοι
Πηγές και μεθοδολογία

07 Αξιολόγηση εμπειρίας επισκεπτών σε
ξενοδοχεία και εστιατόρια στην
Ευρώπη

Σημασία της διαμονής και της ποιότητας της τροφής στην εμπειρία του επισκέπτη
Ποιοτική ανταγωνιστικότητα των Ευρωπαϊκών ξενοδοχείων και
εστιατορίων

Ανταγωνιστικότητα στην ποιότητα ανά κατηγορία ξενοδοχείου

Οι πρώτες 3 πιο ανταγωνιστικές και σε κίνδυνο αγορές

Οι πρώτοι 3 κορυφαίοι προορισμοί στην Ευρώπη



29 Χαρτογράφηση των προσδοκιών των
διεθνών πελατών για το ξενοδοχείο και
εστιατόριο του μέλλοντος

Συνολικά αποτελέσματα

Αποτελέσματα ανά φύλο και ηλικία

Αποτελέσματα ανά αγορά

Τυπολογία

54 Συμπεράσματα

10 Σημεία-κλειδιά

Παραρτήματα : ερωτηματολόγιο

Note to readers : this report is confidential, TCI Research is not liable to inappropriate usage or communication of data by Hotrec or any other third parts.



Ιστορικό και στόχοι

Αντιμέτωπη με ένα αυξανόμενο ανταγωνισμό από τις μορφές εναλλακτικής διαμονής και εστιατορικής εμπειρίας που προσφέρονται στους διεθνούς επισκέπτες, η βιομηχανία της ξενοδοχίας και της εστίασης καινοτομεί και διαρκώς πρέπει να προσαρμόζεται στο νέο καταναλωτικό πρότυπο.


Σ' αυτό το πλαίσιο η HOTREC ανέθεσε στην TCI Research να αξιολογήσει την ανταγωνιστικότητα της ποιοτικής εμπειρίας σε Ευρωπαϊκά ξενοδοχεία και εστιατόρια με βάση την ικανοποίηση των πελατών, καθώς και να χαρτογραφήσει τα οφέλη που αναμένουν οι ταξιδιώτες από τις εμπειρίες τους σε ξενοδοχεία και εστιατόρια στο μέλλον.

Η έκθεση περιλαμβάνει δύο μέρη :


- ▶ **Αξιολόγηση της εμπειρίας του πελάτη σε ξενοδοχεία και εστιατόρια στην Ευρώπη** βασισμένη στην έρευνα της TRAVELSAT Competitive Index survey: *συνολική ποιότητα, φιλοξενία προσωπικού, σχέση ποιότητας-τιμής, ποικιλία...* Είναι ανταγωνιστική η Ευρωπαϊκή βιομηχανία φιλοξενίας απέναντι στον παγκόσμιο ανταγωνισμό; Ποιες αγορές πηγές τουριστών είναι ως επί το πλείστον ικανοποιημένες ή σε κίνδυνο; Ποιοί ευρωπαϊκοί προορισμοί προσφέρουν καλύτερες εμπειρίες;...
- ▶ Χαρτογράφηση των προσδοκιών των μελλοντικών επισκεπτών για τις εμπειρίες σε ξενοδοχεία και εστιατόρια : ποια οφέλη πρέπει να προσφέρει αύριο η ξενοδοχειακή βιομηχανία στον καταναλωτή, ώστε να προσελκύσει περισσότερους πελάτες;

Μεθοδολογία, δειγματοληψία και συλλογή στοιχείων

Μέρος 1: Αξιολόγηση της εμπειρίας του επισκέπτη σε ξενοδοχεία και εστιατόρια στην Ευρώπη

- 
- ▶ **Πηγές :** TRAVELSAT© *Competitive Index Survey*, the UNWTO Awarded global standard benchmarking destinations, travel industries and segments based on guest experience.
 - ▶ **Προσαρμοσμένη ανάλυση 45 000+ παρατηρήσεων στον κόσμο και 30000+ στην Ευρώπη, ενοποιώντας στοιχεία** των ετών 2013-2016 για 100+ προορισμούς και 40+ αγορές εξερχόμενου τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο.
 - ▶ Οι Ευρωπαϊκοί και παγκόσμιοι δείκτες σταθμίζονται, ώστε να αντανακλούν το πραγματικό μέγεθος των προορισμών στο σύνολο των αφίξεων.
 - ▶ Στατιστική σημασία των στοιχείων της αγοράς : +/- 10 βαθμοί (σε 95% επίπεδο πιστότητας)

Μέρος 2: Χαρτογράφηση των προσδοκιών των πελατών σε ξενοδοχεία και εστιατόρια στο μέλλον

- 
- ▶ **2000 εξατομικευμένες συνεντεύξεις διεθνών επισκεπτών από 8 σημαντικές αγορές εξερχόμενου τουρισμού στην Ευρώπη:**
Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία, Γερμανία, Κάτω Χώρες, Ισπανία, Ιταλία, ΗΠΑ και Κίνα (223 με 254 συνεντεύξεις ανά χώρα).
 - ▶ Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν τον Φεβρουάριο του 2017 στην Πλατφόρμα TRAVELSAT© *Competitive Index Interviewing Platform* με τη χρήση **Computer Assisted Web Interviewing mode** στα κριτήρια μέτρησης.
 - ▶ Στατιστική σημασία των στοιχείων της αγοράς : 20% +/- 5 points (σε 95% επίπεδο πιστότητας)

The Global Standard

Measuring Visitor experience Quality

Ο TRAVELSAT © Δείκτης ανταγωνιστικότητας αποτελεί την παγκόσμια έρευνα αναφοράς που υποστηρίζεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού. Προσφέρει μια ανεξάρτητη και συγκρίσιμη μέτρηση της ποιότητας της εμπειρίας του ταξιδιώτη σε 200 προορισμούς, αγορές και ταξιδιωτικά τμήματα, καλύπτοντας το ταξίδι του επισκέπτη στο σύνολό του .

() In 2011, TRAVELSAT Competitive Index won the prestigious UNWTO Ulysse Award for Innovation, recognizing the program excellence and relevance for destinations and tourism players.*



TRAVELSAT©

Με μια ματιά



Μια έρευνα που εγκρίθηκε διεθνώς

Από αρκετούς τουριστικούς οργανισμούς (ΠΟΤ, ETC, ECM, OLACT, CTO...)



80+ προορισμοί χρησιμοποιούν το πρόγραμμα

Πόλεις , Περιοχές, Χώρες και ταξιδιωτικοί παίκτες στην Ευρώπη, Καραϊβική, Βόρεια Αμερική, Μέση Ανατολή, Ασίας –Ειρηνικού και Ινδικού Ωκεανού.



60+ δείκτες που καλύπτουν το συνολικό ταξίδι του επισκέπτη

Διαμονή, Μεταφορά, Φαγητό, Πολιτιστικές δραστηριότητες και Δραστηριότητες αναψυχής, Αγορές, Αίσθημα ασφάλειας, Ηλεκτρονική φιλοξενία , Περιβάλλον, Καθαριότητα, Τιμή, Φιλοξενία.....



200+ προορισμοί, αγορές και τμήματα ταξιδιών

Προσφέροντας ασυναγώνιστες δυνατότητες συγκριτικής αξιολόγησης γεωγραφικών θέσεων σε όλα τα τμήματα των ταξιδιωτών.



Μια σταθερή και ανεξάρτητη μεθοδολογία

Καταγραφή αξιόπιστων δεδομένων σχετικά με την εμπειρία των επισκεπτών, με αναλυτικές μετρήσεις ανταγωνιστικότητας βασισμένες στους συνήθεις κανόνες συγκριτικής αξιολόγησης.

TRAVELSAT Δείκτης ανταγωνιστικότητας ©

Αρχές και ορισμοί



Ενδεικτικό σχήμα ερμηνείας – Πως διαβάζεται ο Δείκτης Ανταγωνιστικότητας TRAVELSAT

- Ο Δείκτης TRAVELSAT © εφαρμόζει μια τυπική ιδιόκτητη βαθμολογία με κλίμακα βαθμολόγησης ικανοποίησης από το 1 έως 10, που χρησιμοποιήθηκε στο ερωτηματολόγιο
- Ο δείκτης αντανακλά την επίδραση φήμης που σχετίζεται με κάθε βαθμό και μπορεί συνήθως να κυμαίνεται από -50 έως 400.
- Τα αποτελέσματα από εξαιρετικά ικανοποιημένους ή δυσαρεστημένους επισκέπτες που ενδέχεται να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό τη φήμη προορισμού, αποτιμώνται περισσότερο στη βαθμολογία απέναντι στους αριθμητικούς μέσους
- Ο πρωταρχικός σκοπός των Δεικτών είναι η συγκριτική αξιολόγηση της εμπειρίας ποιότητας των προορισμών απέναντι στον ανταγωνισμό και τους κανόνες.



Μέρος 1: Αξιολόγηση της εμπειρίας των πελατών σε ξενοδοχεία και εστιατόρια στην Ευρώπη

Η εμπειρία του επισκέπτη είναι καθοριστική για την προσελκυστικότητα του προορισμού

Επηρεάζοντας 1 στους 3 στην επιλογή προορισμού στην Ευρώπη

Τι επέδρασε καταλυτικά στην απόφασή σας για επιλογή προορισμού; (Σύνολο Ευρώπης)



Ένας ευχαριστημένος επισκέπτης σήμερα ...

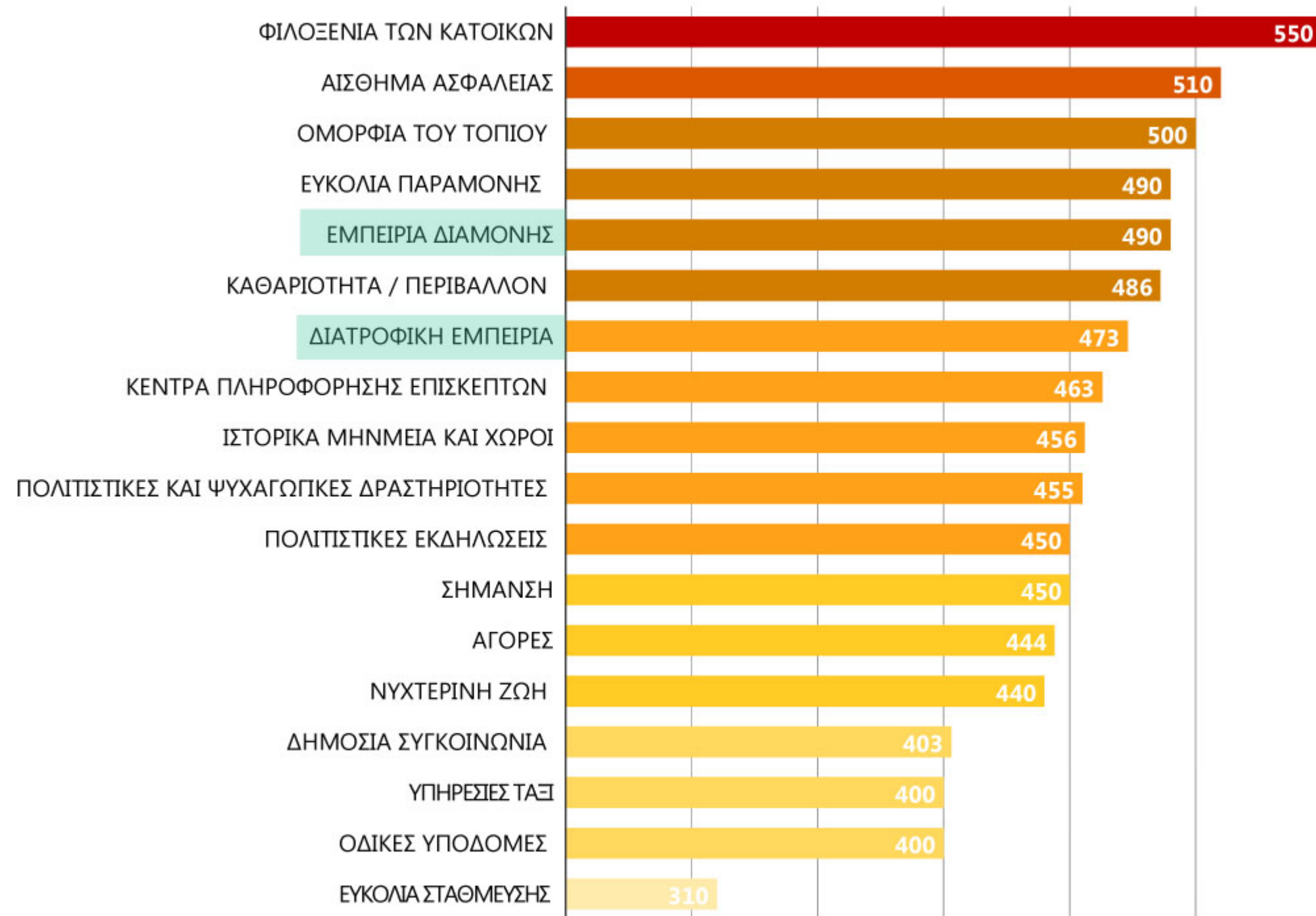
- ... Στρατολογεί **νέους επισκέπτες αύριο,**
- ... Διαμορφώνει **τη φήμη του προορισμού,**
- ... Είναι πιθανό **να δαπανήσει περισσότερα,**
- ... και είναι πιο πιθανό **να επαναλάβει την επίσκεψη!**

Base: First time visitors, all markets, all destinations in Europe

Η Διαμονή και το Φαγητό έχουν ισχυρή επίδραση στην εμπειρία των επισκεπτών

Οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν την εμπειρία των διεθνών επισκεπτών

ΕΠΙΠΤΩΣΗ ΣΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ



Βασικοί πυλώνες στον προορισμό !

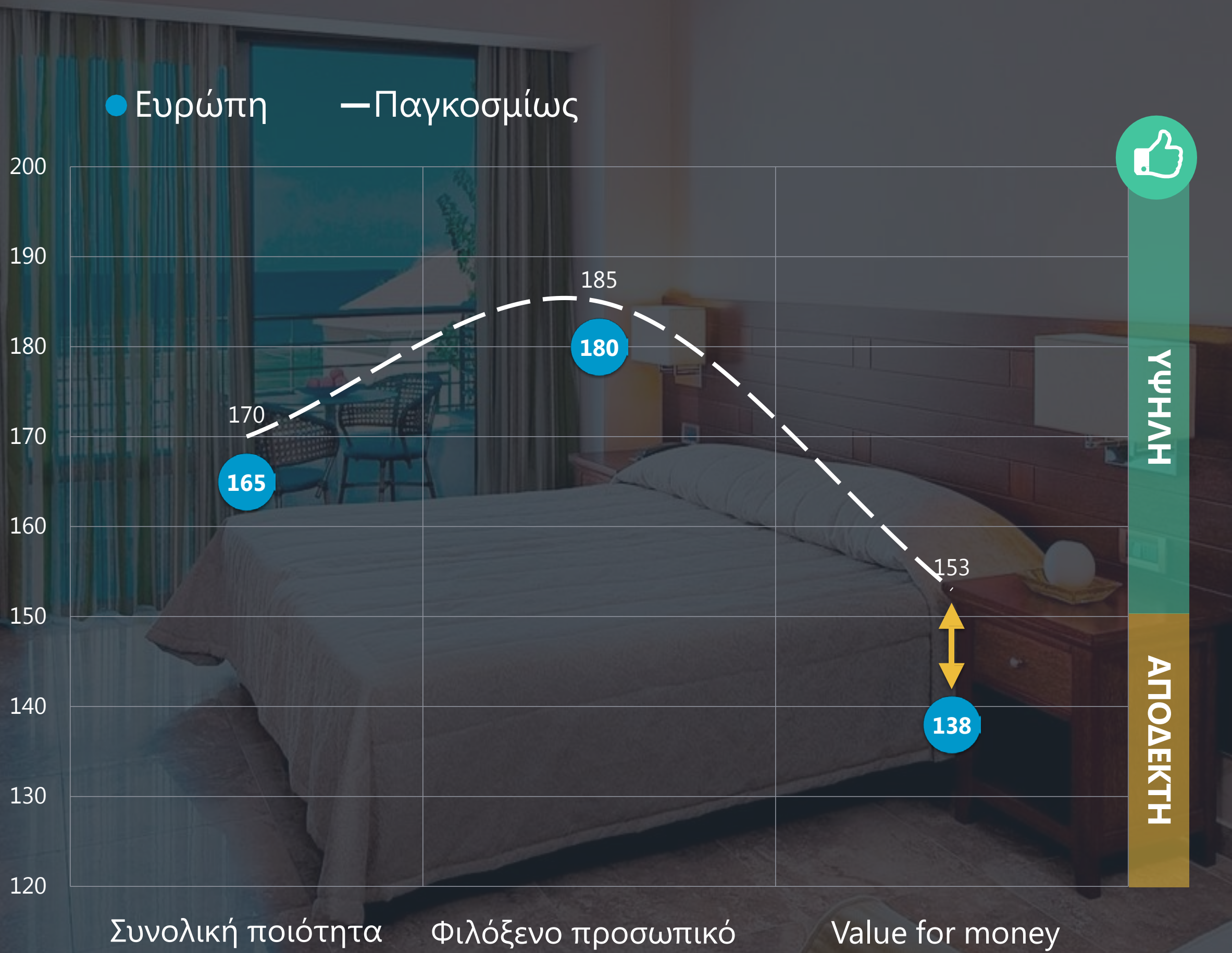
Η διαμονή και η τοπική διατροφή **διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της ποιότητας της εμπειρίας των διεθνών επισκεπτών** σε ένα προορισμό, μαζί με άλλους κρίσιμους υλικούς και άυλους παράγοντες (ασφάλεια, περιβάλλον, φιλοξενία των κατοίκων ...)

Ανάλυση συσχέτισμού με τη συνολική ικανοποίηση - Όλες οι αγορές - Όλοι οι ευρωπαϊκοί προορισμοί

Η Ξενοδοχειακή Εμπειρία στην Ευρώπη



ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ



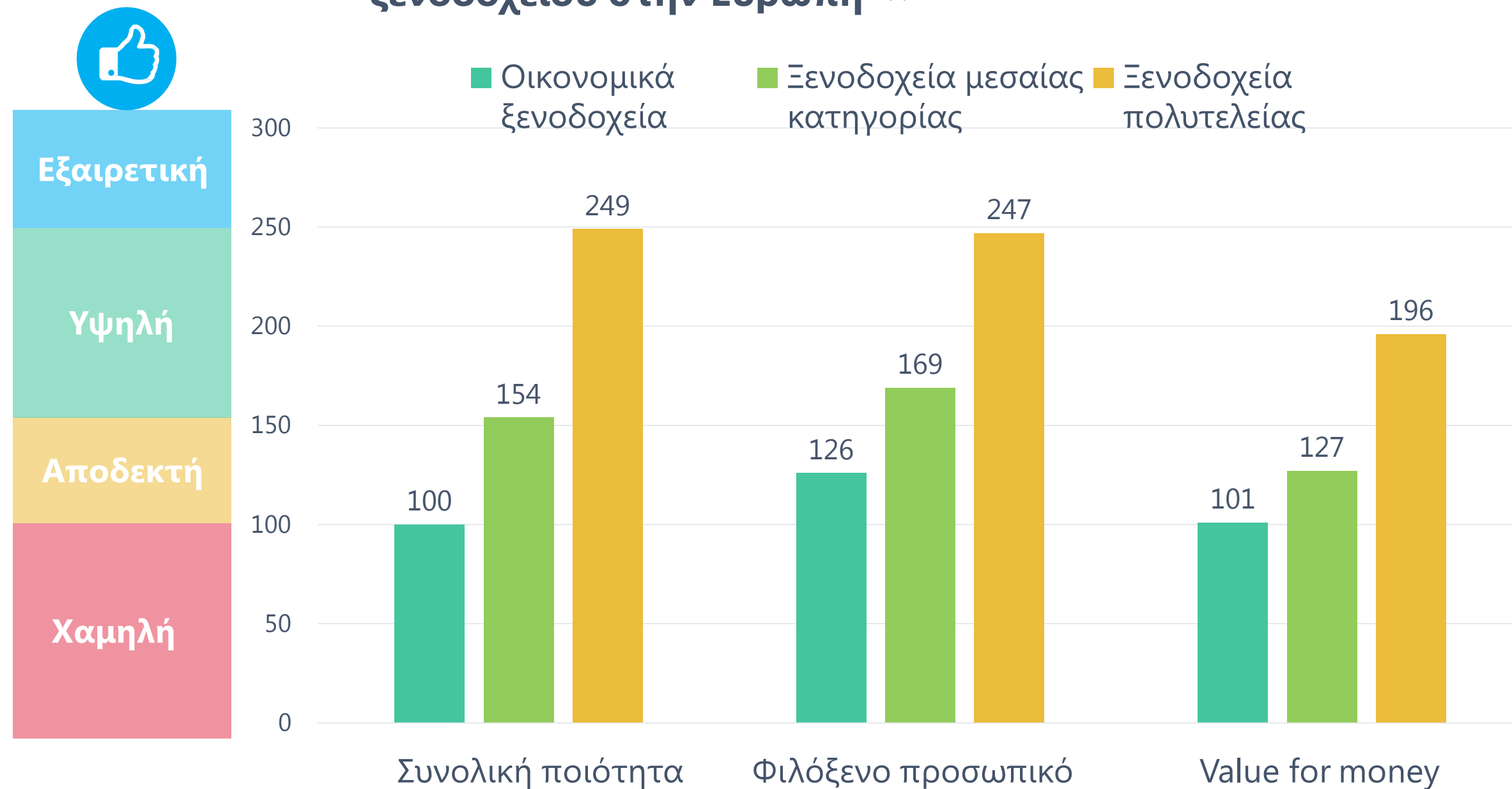
Η ανταγωνιστικότητα στη σχέση ποιότητας τιμής κλονίζεται από τον παγκόσμιο ανταγωνισμό ...

Η εμπειρία των πελατών σχετικά με τη συνολική ποιότητα και φιλοξενία των ευρωπαϊκών ξενοδοχείων έχει βαθμολογηθεί σε ικανοποιητικά επίπεδα, γεγονός που συμβαδίζει με τα παγκόσμια πρότυπα ανταγωνισμού. Ωστόσο, οι αντιλήψεις των διεθνών επισκεπτών για τη σχέση ποιότητας-τιμής παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με τον παγκόσμιο μέσο όρο .

Η καλύτερη ποιότητα δημιουργεί μεγαλύτερη ικανοποίηση

Διαφοροποιήσεις ανά κατηγορία ξενοδοχείου

Δείκτες ποιότητας σύμφωνα με την κατηγορία του ξενοδοχείου στην Ευρώπη (*)



Τα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία είναι σε θέση να ικανοποιήσουν όλα τα επίπεδα ποιότητας της ζήτησης

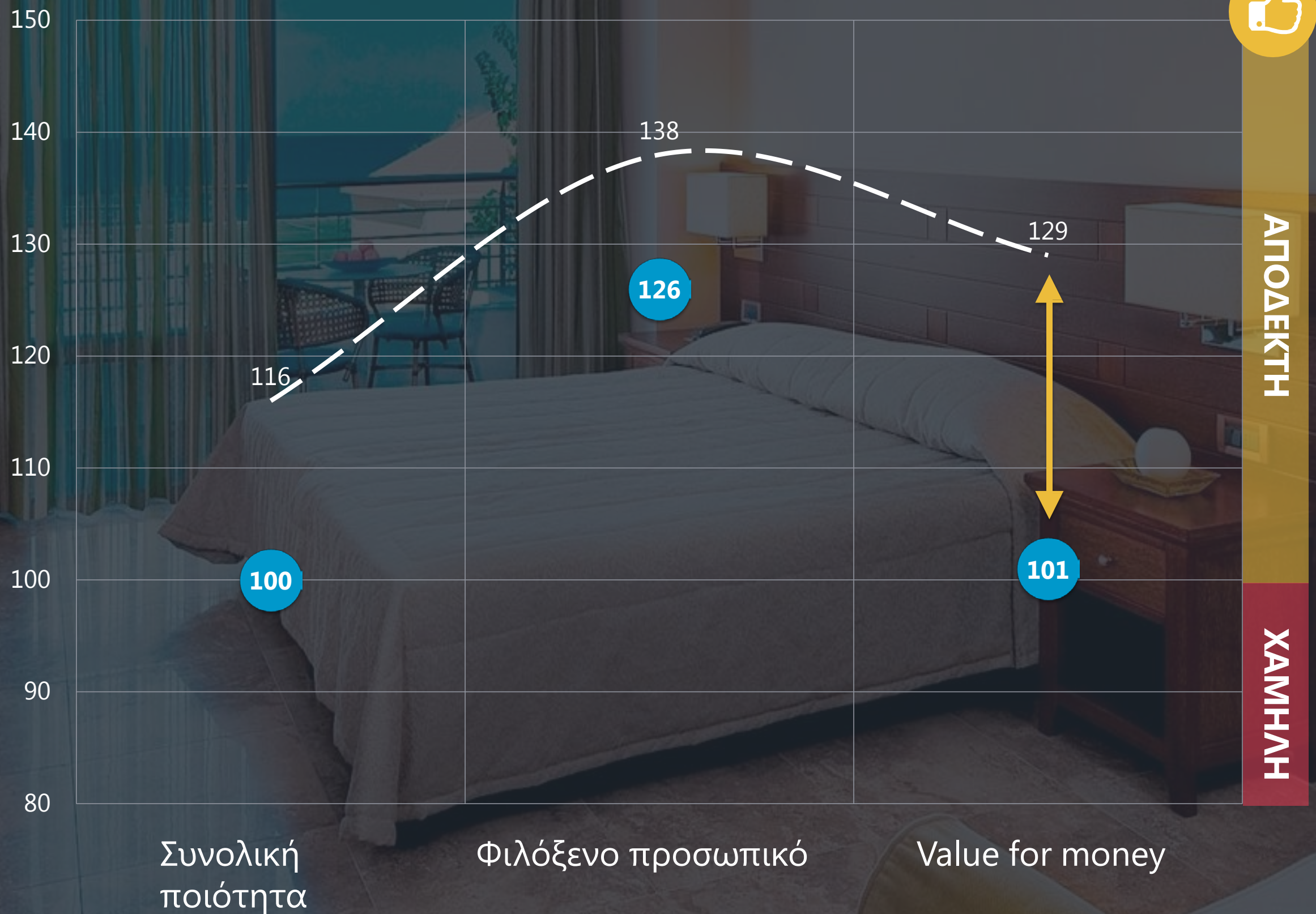
Οι αντιλήψεις ποιότητας των ξενοδοχείων στην Ευρώπη αυξάνουν σε μεγάλο βαθμό σε σχέση με την ξενοδοχειακή υποδομή. Τα ξενοδοχεία υψηλών κατηγοριών δέχονται ένα πιο ανταγωνιστικό ποσοστό αντίληψης της ποιότητας σε σύγκριση με τα ξενοδοχεία μέσης ή χαμηλής κατηγορίας, όσον αφορά στην ικανότητα του προσωπικού να υποδεχθεί τους ταξιδιώτες πολυτελείας.

(*) Οικονομικά ξενοδοχεία με περιορισμένο εύρος εγκαταστάσεων και υπηρεσιών
Μεσαία ξενοδοχεία με τυποποιημένο εύρος υπηρεσιών και πιο κοντά στην κλασσική ξενοδοχία
Ξενοδοχεία πολυτελείας προσφέρουν το υψηλότερο επίπεδο ποιότητας στη διαμονή, στις υπηρεσίες και στη φιλοξενία

ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Οικονομικά ξενοδοχεία (*)

● Ευρώπη — Παγκοσμίως



ΑΠΟΔΕΚΤΗ

ΧΑΜΗΛΗ

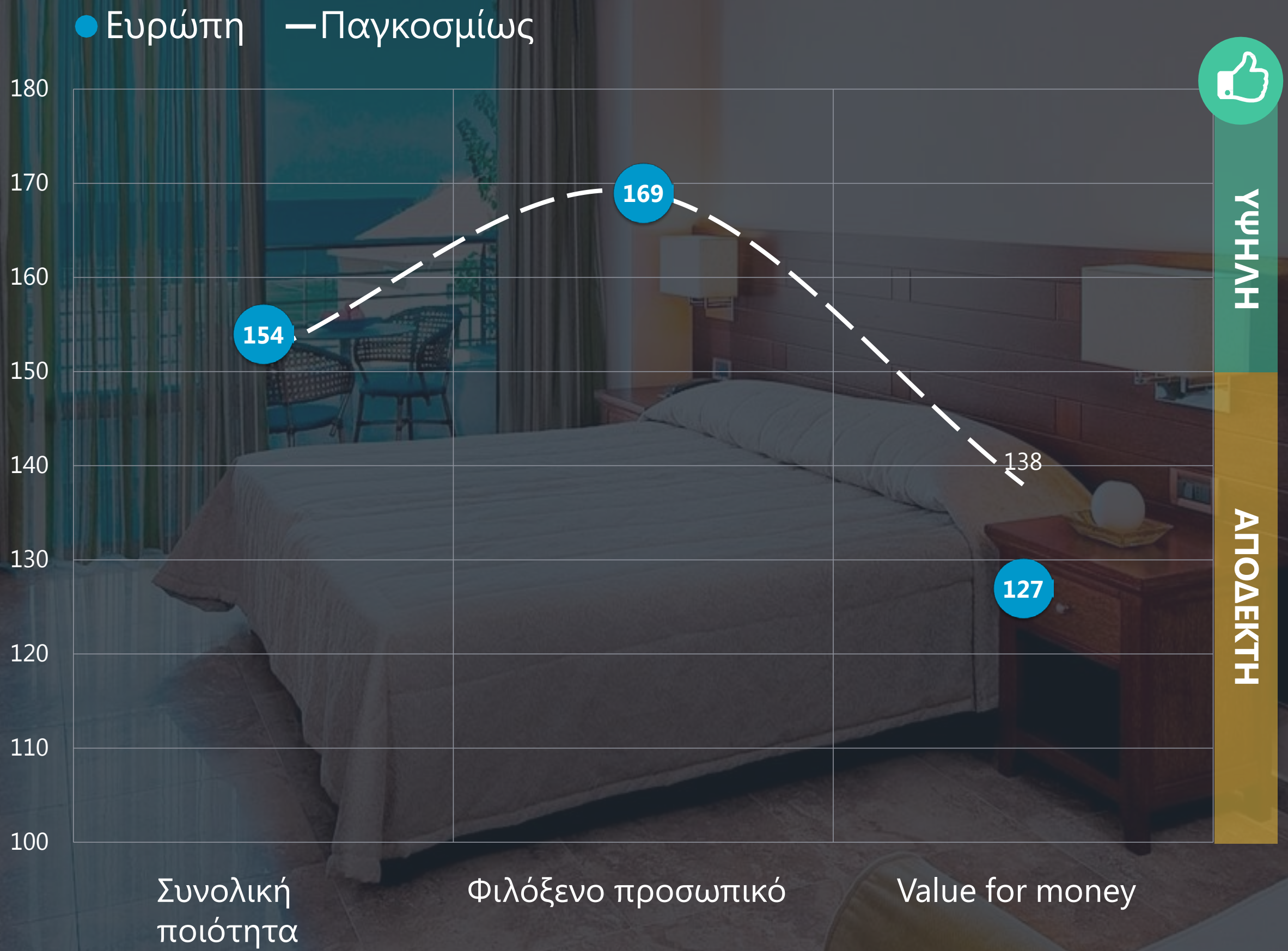
Η ανταγωνιστικότητα των οικονομικών ξενοδοχείων σε κίνδυνο!

Τα οικονομικά ξενοδοχεία στην Ευρώπη είναι τα πιο απειλούμενα όσον αφορά στην ανταγωνιστικότητά τους. Ο παγκόσμιος ανταγωνισμός παρέχει υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης για τη συνολική ποιότητα και την φιλοξενία του προσωπικού, δημιουργώντας ένα σημαντικό ανταγωνιστικό χάσμα στις αντιλήψεις για τη σχέση ποιότητας-τιμής.

(*) Ξενοδοχεία με περιορισμένο εύρος εγκαταστάσεων και υπηρεσιών

ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Ξενοδοχεία μεσαίας κατηγορίας (*)



ΥΨΗΛΗ
ΑΠΟΔΕΚΤΗ

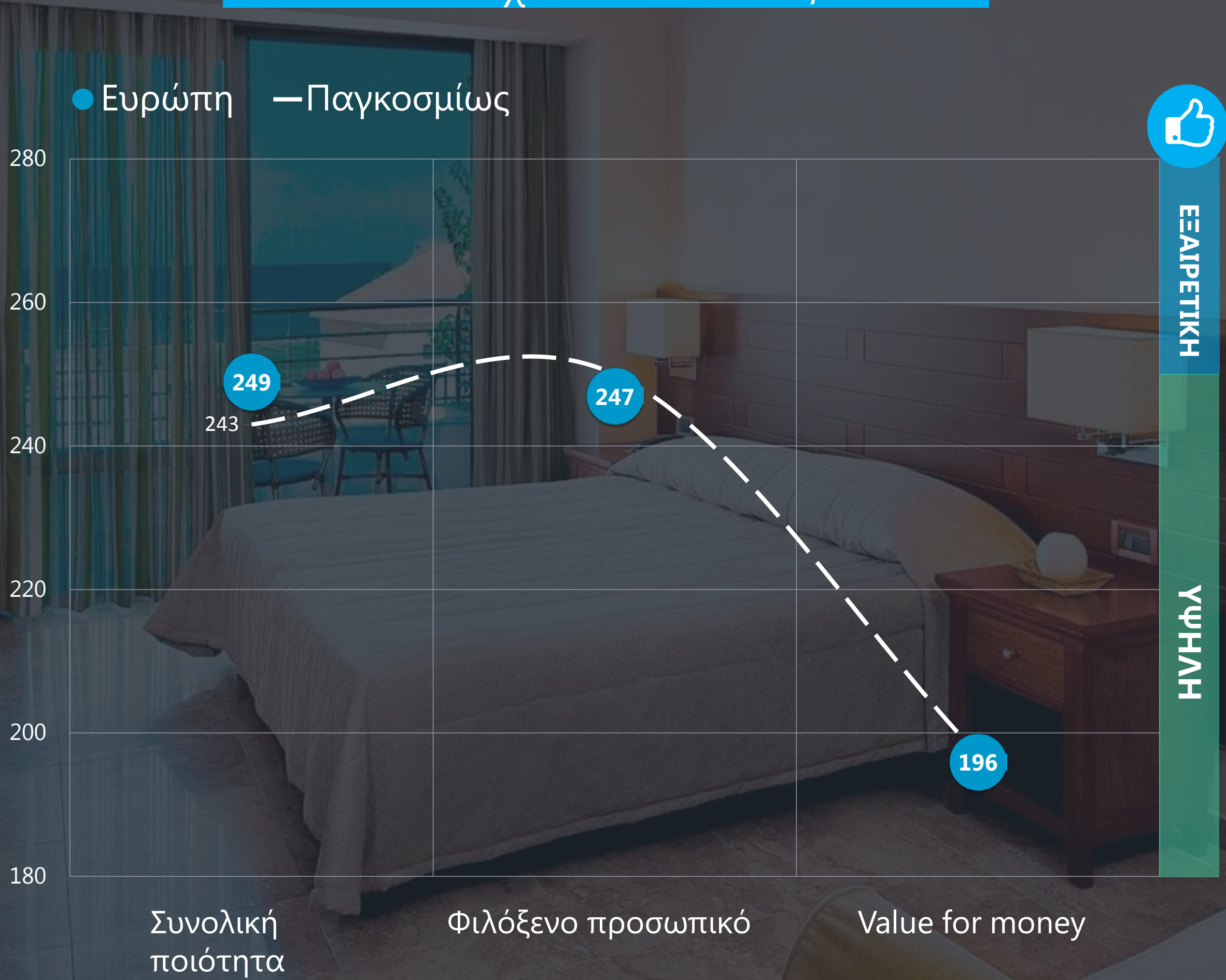
Τα ξενοδοχεία μεσαίας κατηγορίας παραμένουν σταθερά στον αγώνα

Τα ξενοδοχεία μεσαίας κατηγορίας, τα οποία αποτελούν τη δημοφιλέστερη κατάταξη ξενοδοχείων που χρησιμοποιούνται από διεθνείς επισκέπτες, προσφέρουν συνολικά μια ανταγωνιστική εμπειρία, ακόμη και αν οι αντιλήψεις για τη σχέση ποιότητας-τιμής είναι ελαφρώς χαμηλότερες σε σχέση με τον κανόνα

(*) Ξενοδοχεία με τυποποιημένο εύρος υπηρεσιών και πιο κοντά στην κλασική ξενοδοχία

ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Ξενοδοχεία πολυτελείας(*)



ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ

ΥΨΗΛΗ

Οι εύποροι επισκέπτες αναγνωρίζουν την υπεροχή των ξενοδοχείων πολυτελείας

Με πολύ υψηλά επίπεδα δεικτών σύμφωνα με τα παγκόσμια πρότυπα, **τα ξενοδοχεία της Ευρώπης προσφέρουν μια ανταγωνιστική εμπειρία στους πολυτελείς πελάτες τους.** Τα ξενοδοχεία υψηλής ποιότητας έλαβαν εξαιρετικές βαθμολογίες, μεταξύ άλλων και όσον αφορά **στη σχέση ποιότητας-τιμής.**

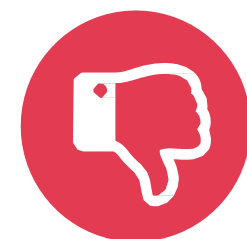
(*) Ξενοδοχεία που προσφέρουν το υψηλότερο επίπεδο ποιότητας στη διαμονή, στις υπηρεσίες και στη φιλοξενία

Αντίληψη Ποιότητας Ξενοδοχείου ανά Αγορά

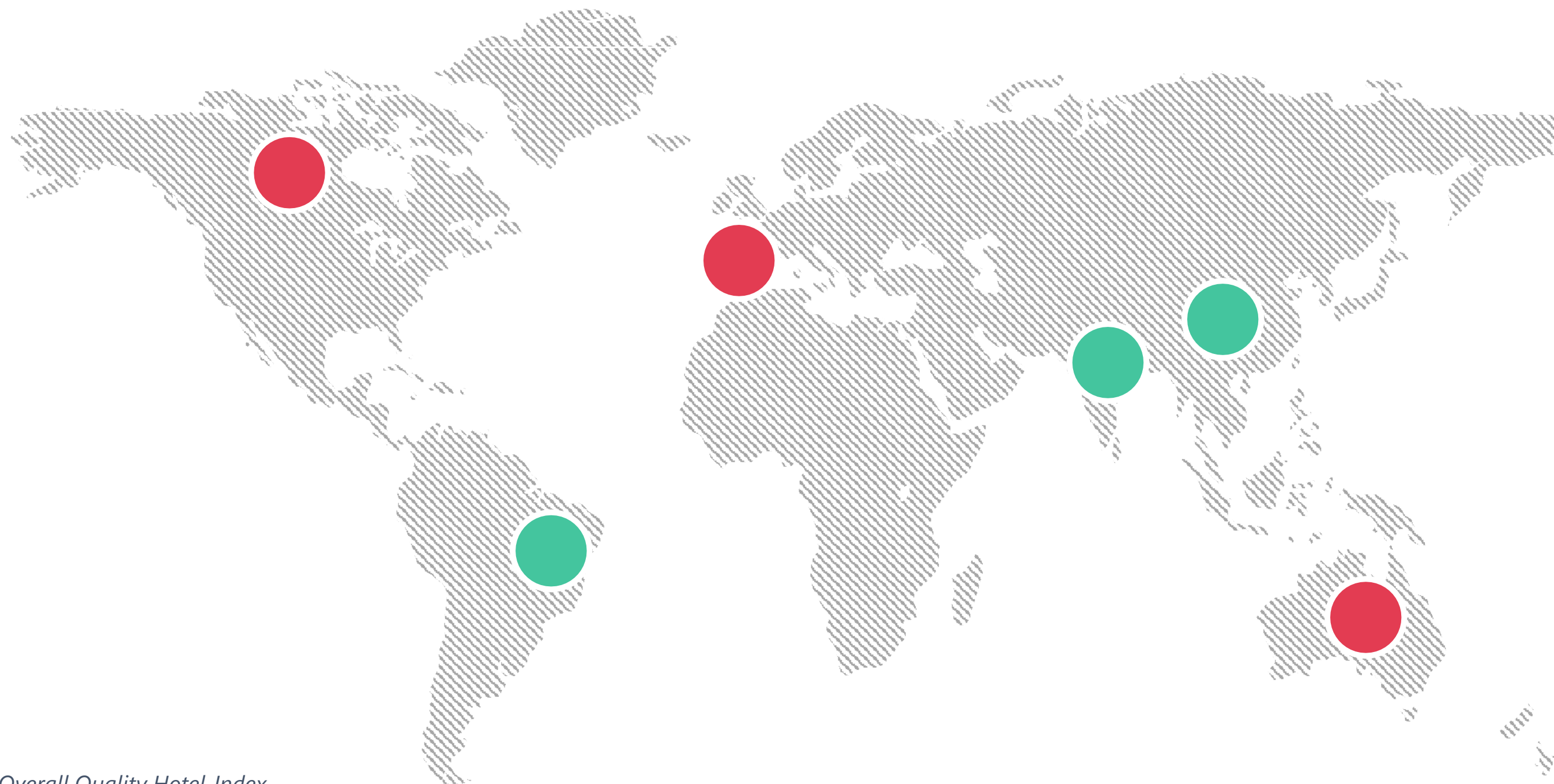
Σε ποιους η Ευρώπη προσφέρει την καλύτερη / χαμηλότερη εμπειρία ποιότητας ξενοδοχείου σε σχέση με τον παγκόσμιο ανταγωνισμό;



TOP 3 Πρεσβευτές	
Βραζιλιάνοι	+51 pts
Ινδοί	+29 pts
Κινέζοι	+13 pts



TOP 3 Επικριτές	
Ισπανοί	-12 pts
Αυστραλοί	-10 pts
Βρετανοί	-9 pts



Competitive Index Gap Europe Vs Global competition for Overall Quality Hotel Index

Τα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία είναι **ιδιαίτερα ανταγωνιστικά σε ορισμένες βασικές αγορές μακρινών αποστάσεων**, όπως οι ταχέως αναπτυσσόμενες Κίνα και Ινδία, αλλά υστερούν από τον παγκόσμιο ανταγωνισμό σε ορισμένες βασικές ενδοευρωπαϊκές αγορές (Ισπανία, Βρετανία).

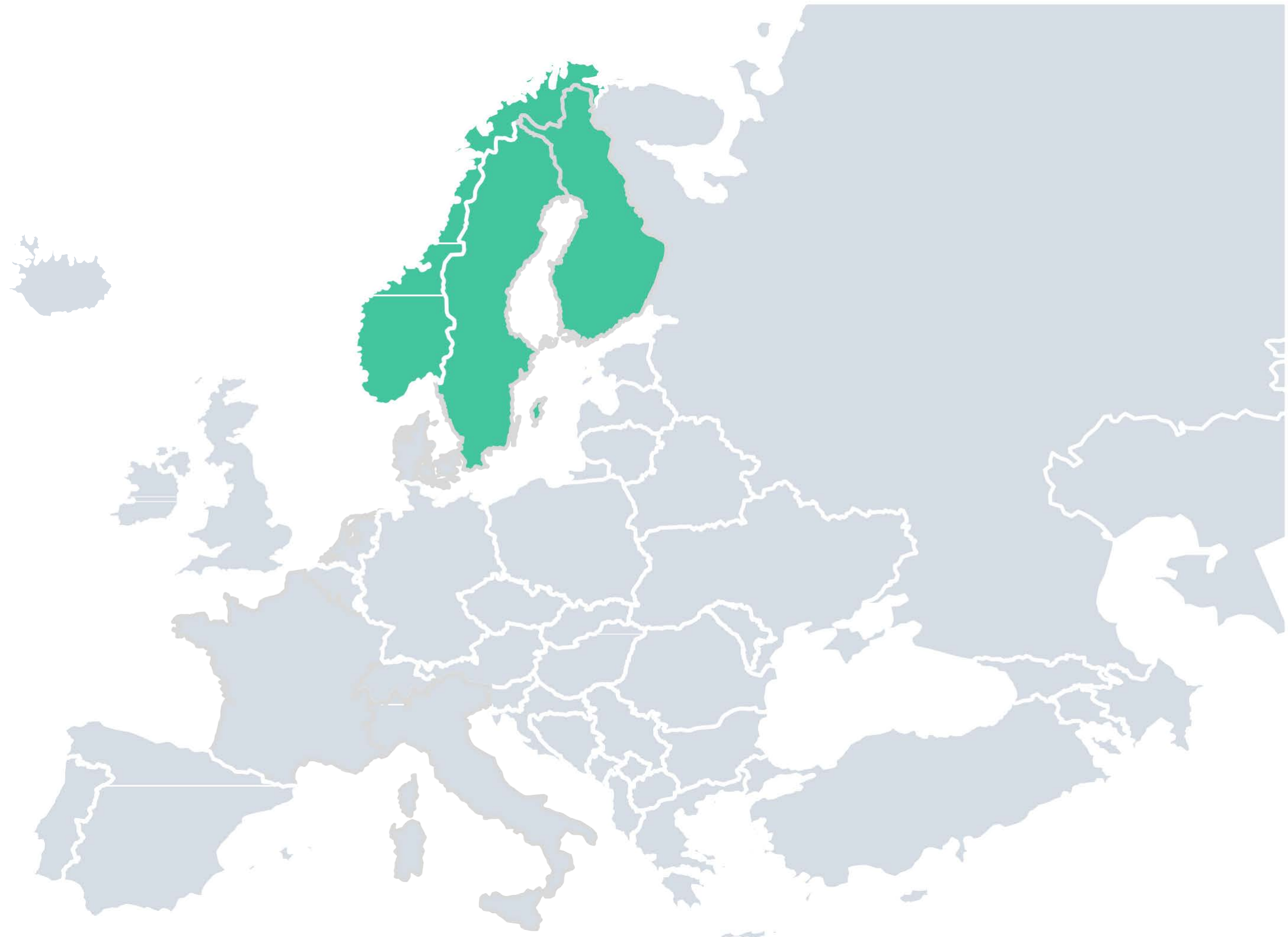
Οι καλύτεροι προορισμοί

Οι TOP 3 στην Ευρώπη για τη “Συνολική ποιότητα των Ξενοδοχείων”

TOP 3 Προορισμοί	Δείκτης > 200
Σουηδία	250
Νορβηγία	246
Φινλανδία	234

Οι Σκανδιναβοί οδηγούν την κούρσα ...

Παρά το γεγονός ότι λειτουργούν σε σχετικά ακριβό περιβάλλον για τους επισκέπτες, τα ξενοδοχεία στους σκανδιναβικούς προορισμούς γενικά σημειώνουν πολύ θετική συνολική βαθμολογία ποιότητας.



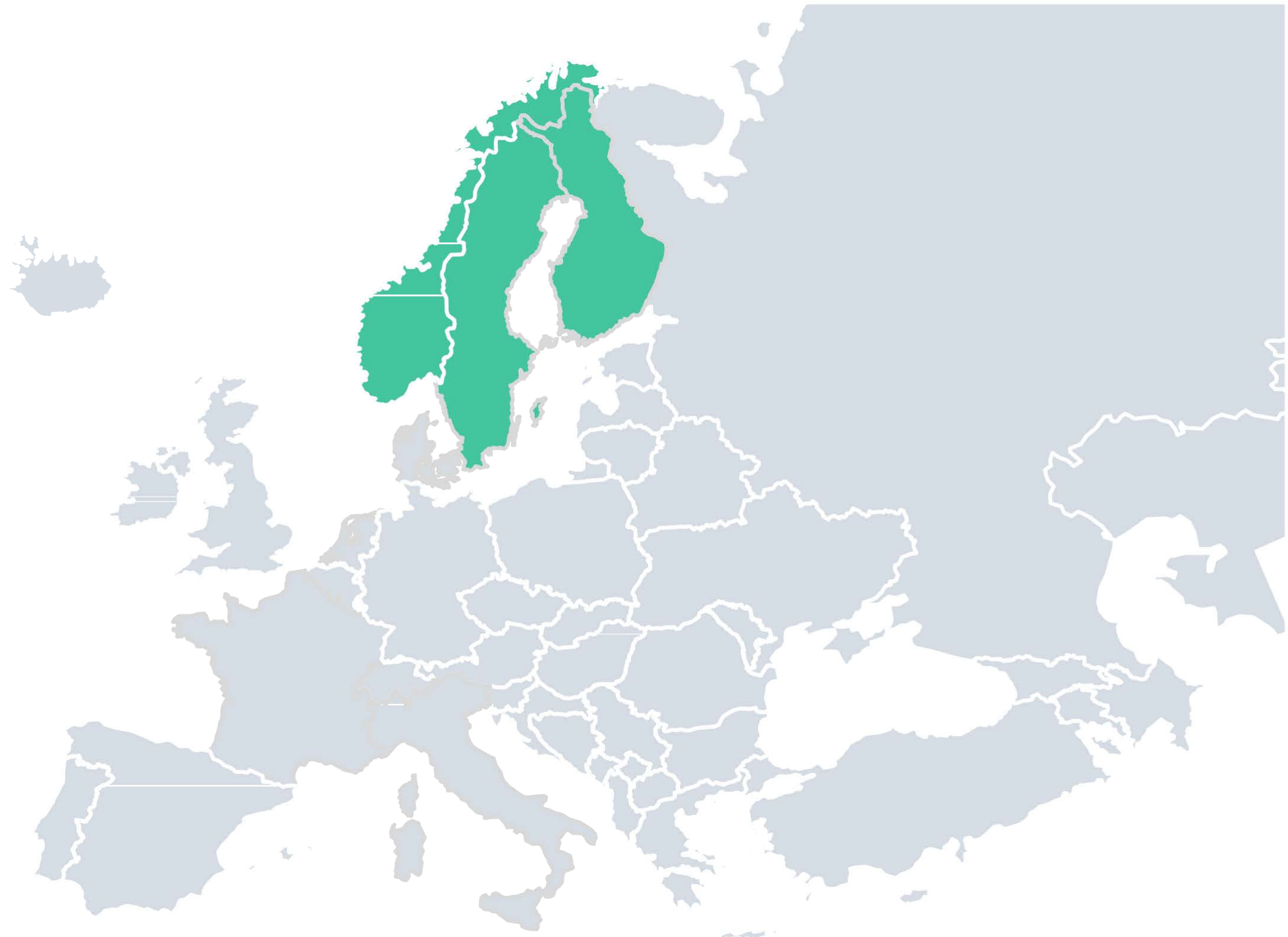
Οι καλύτεροι προορισμοί

Οι TOP 3 στην Ευρώπη για *"το φιλόξενο προσωπικό στα ξενοδοχεία"*

TOP3 Προορισμοί	Δείκτης > 200
Νορβηγία	281
Σουηδία	266
Φινλανδία	243

Ψυχροί προορισμοί...
ζεστή φιλοξενία!

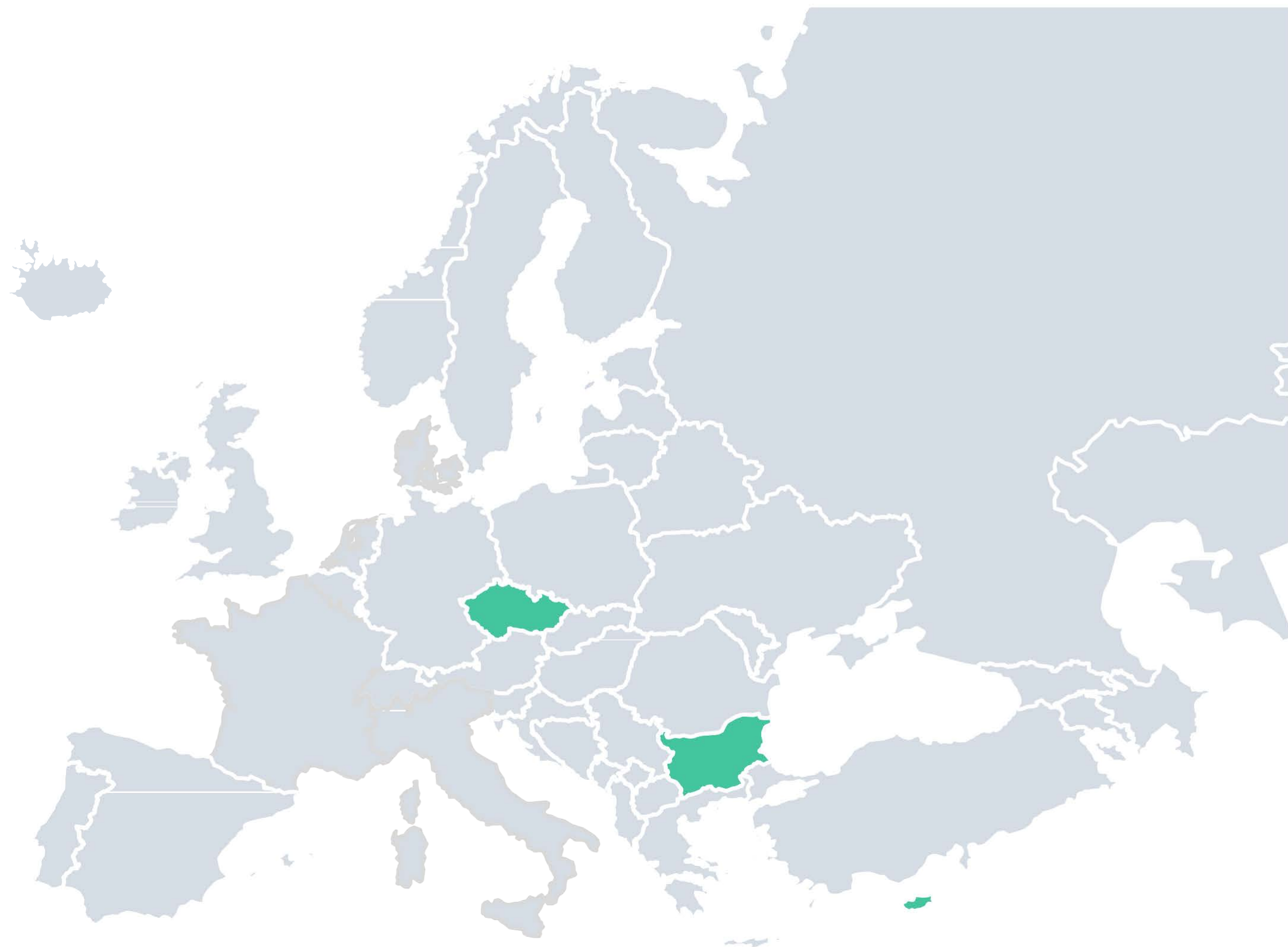
Το προσωπικό των ξενοδοχείων χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα φιλόξενο στη Βόρεια Ευρώπη, ιδιαίτερα στη Σκανδιναβία, όπου μπορούν να βρεθούν οι πιο φιλόξενοι εργαζόμενοι



Καλύτεροι Προορισμοί

Οι TOP 3 στην Ευρώπη για "Ξενοδοχεία Value for Money"

TOP 3 Προορισμοί	Δείκτης > 150
Βουλγαρία	212
Κύπρος	192
Δημοκρατία Τσεχίας	188



Η Ανατολική Ευρώπη οδηγεί το value for money

Η Ευρώπη είναι επίσης σε θέση να προσφέρει φτηνές αλλά πολύτιμες εμπειρίες ξενοδοχείων σε ορισμένους προορισμούς, ιδίως εκείνους που βρίσκονται σε ανατολικές περιοχές ή απομακρυσμένα νησιά.

Η εμπειρία διατροφής στην Ευρώπη



ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

● Ευρώπη — Κόσμος



Το μέγεθος της προόδου που απαιτείται σε διάφορες πτυχές της εμπειρίας των τροφίμων

Παρόλο που η Ευρώπη προσφέρει μια ανταγωνιστική συνολική ποιότητα των τροφίμων, **υστερεί του παγκόσμιου ανταγωνισμού όσον αφορά στην αντίληψη της διαφορετικότητας και την φιλοξενία του προσωπικού.**

Αυτά τα κενά βαρύνουν την περιφερειακή **ανταγωνιστικότητα στη σχέση ποιότητας-τιμής**, μια πρόκληση για τις mainstream αγορές, οι οποίες γενικά αναζητούν "καλή εμπειρία διατροφής σε καλή τιμή" κατά τη διάρκεια της παραμονής τους

ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

« Οι γαστρονομικοί τουρίστες »

● Ευρώπη — Κόσμος



Οι γαστρονομικοί τουρίστες ενθουσιασμένοι!

Οι διεθνείς επισκέπτες παρουσιάζουν υψηλότερο ποσοστό ικανοποίησης από τις γαστρονομικές δραστηριότητες της Ευρώπης κατά τη διάρκεια της διαμονής τους (εστιατόρια εξαιρετικής κουζίνας, μαθήματα μαγειρικής, δρόμοι του κρασιού, εμπειρία αγροκτήματος)

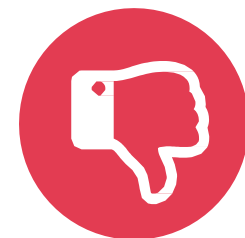
Ενθαρρύνοντας τους επισκέπτες να εξερευνήσουν περισσότερο τη γαστρονομική ποικιλομορφία που προσφέρουν οι ευρωπαϊκοί προορισμοί, εκ παραλλήλου με το υψηλότερο επίπεδο επαγγελματισμού του προσωπικού, η βιομηχανία της φιλοξενίας θα επηρεάσει θετικά τις αντιλήψεις για τη σχέση ποιότητας-τιμής.

Αντίληψη Ποιότητας Τροφής ανά Αγορά

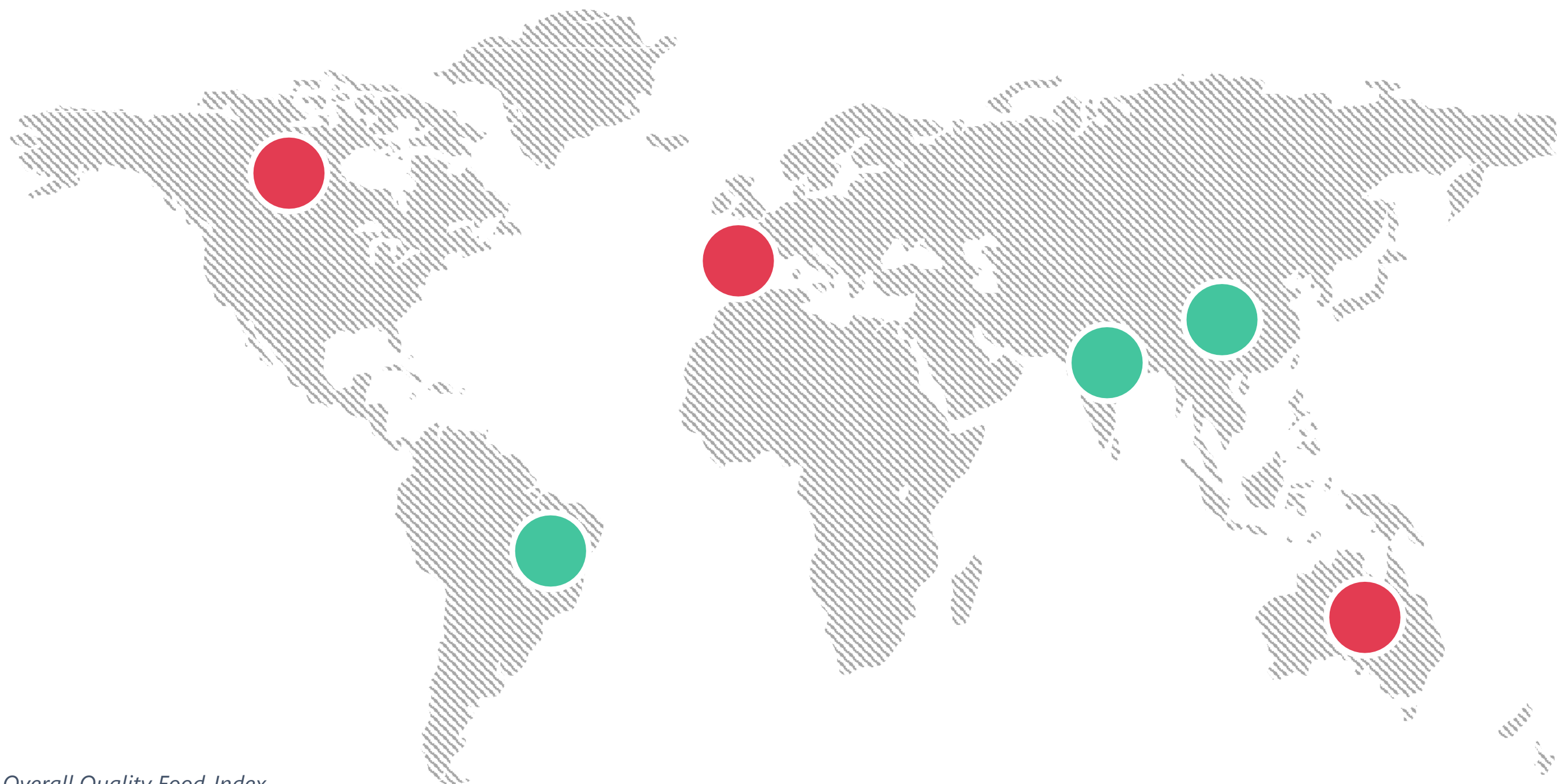
Σε ποιους η Ευρώπη προσφέρει την καλύτερη / χαμηλότερη εμπειρία ποιότητας τροφής σε σχέση με τον παγκόσμιο ανταγωνισμό?



TOP 3 Πρεσβευτές	
Βραζιλία	+27 pts
Ινδία	+25 pts
Ρωσία	+11 pts



TOP 3 Επικριτές	
Αυστραλοί	-29 pts
Ισπανοί	-18 pts
Γάλλοι	-17 pts



Competitive Index Gap Europe Vs Global competition for Overall Quality Food Index

Όσον αφορά στα ξενοδοχεία, αρκετές **αγορές μακρινών αποστάσεων απολαμβάνουν ιδιαίτερα την τοπική διατροφή** στην Ευρώπη, ενώ ορισμένοι ευρωπαίοι επισκέπτες τείνουν να προτιμούν γαστρονομικές εμπειρίες εκτός Ευρώπης.

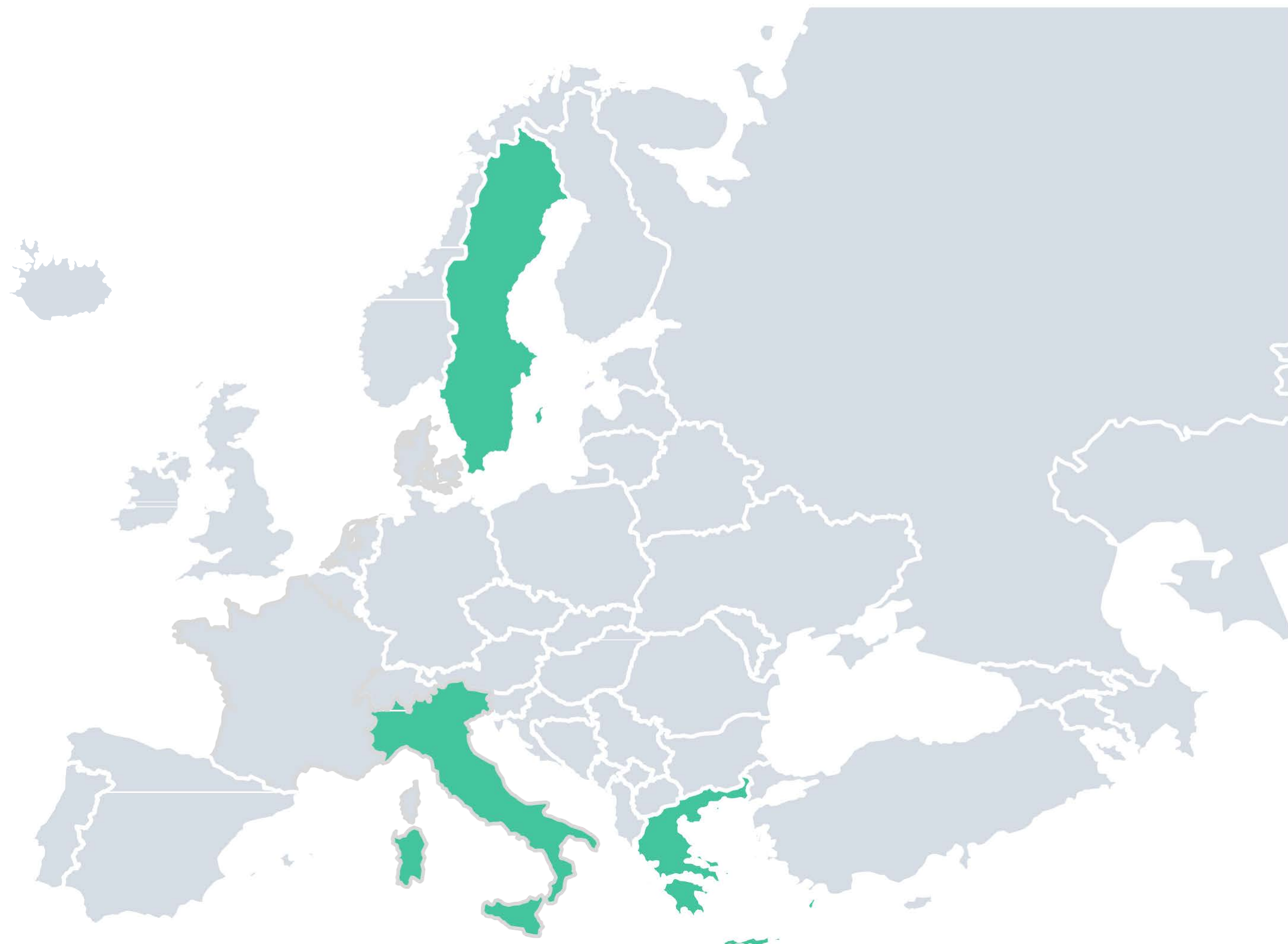
Οι καλύτεροι προορισμοί

Οι TOP 3 στην Ευρώπη για τη " **Συνολική ποιότητα της τοπικής διατροφής**"

TOP 3 Προορισμοί	Δείκτης > 180
Σουηδία	197
Ιταλία	192
Ελλάδα	191

Οι συνήθεις ύποπτοι και οι νέοι παίκτες

Εκτός από τη μεσογειακή διατροφή, η οποία παραδοσιακά απολαμβάνει μια θετική φήμη, πιο πρόσφατοι παίκτες, όπως η Σουηδία, οδηγούν τώρα και τις γαστρονομικές εμπειρίες των επισκεπτών



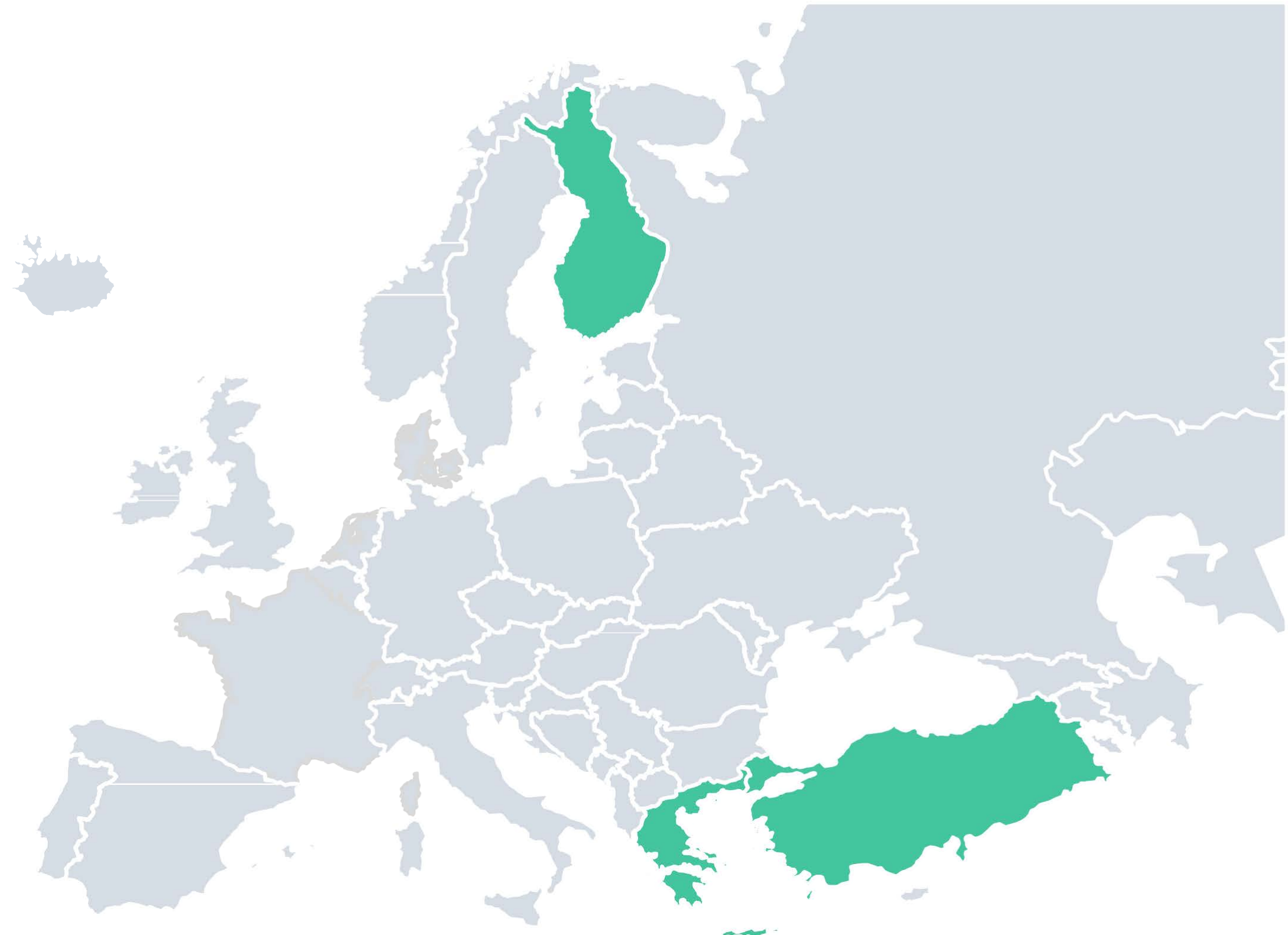
Οι καλύτεροι προορισμοί

Οι TOP 3 στην Ευρώπη για την "Ποικιλία Τοπικών Τροφίμων"

TOP 3 Προορισμοί	Δείκτης > 150
Τουρκία	176
Φινλανδία	171
Ελλάδα	160

Ποικιλία από το Νότο στο Βορρά

Οι προορισμοί τόσο στη Νότια όσο και στη Βόρεια Ευρώπη προσφέρουν ποικιλία τροφίμων. Αυτό δείχνει ότι οι αντιλήψεις για τη διατροφή είναι υποκειμενικές και όχι σταθερά χαρακτηριστικά μιας περιοχής.



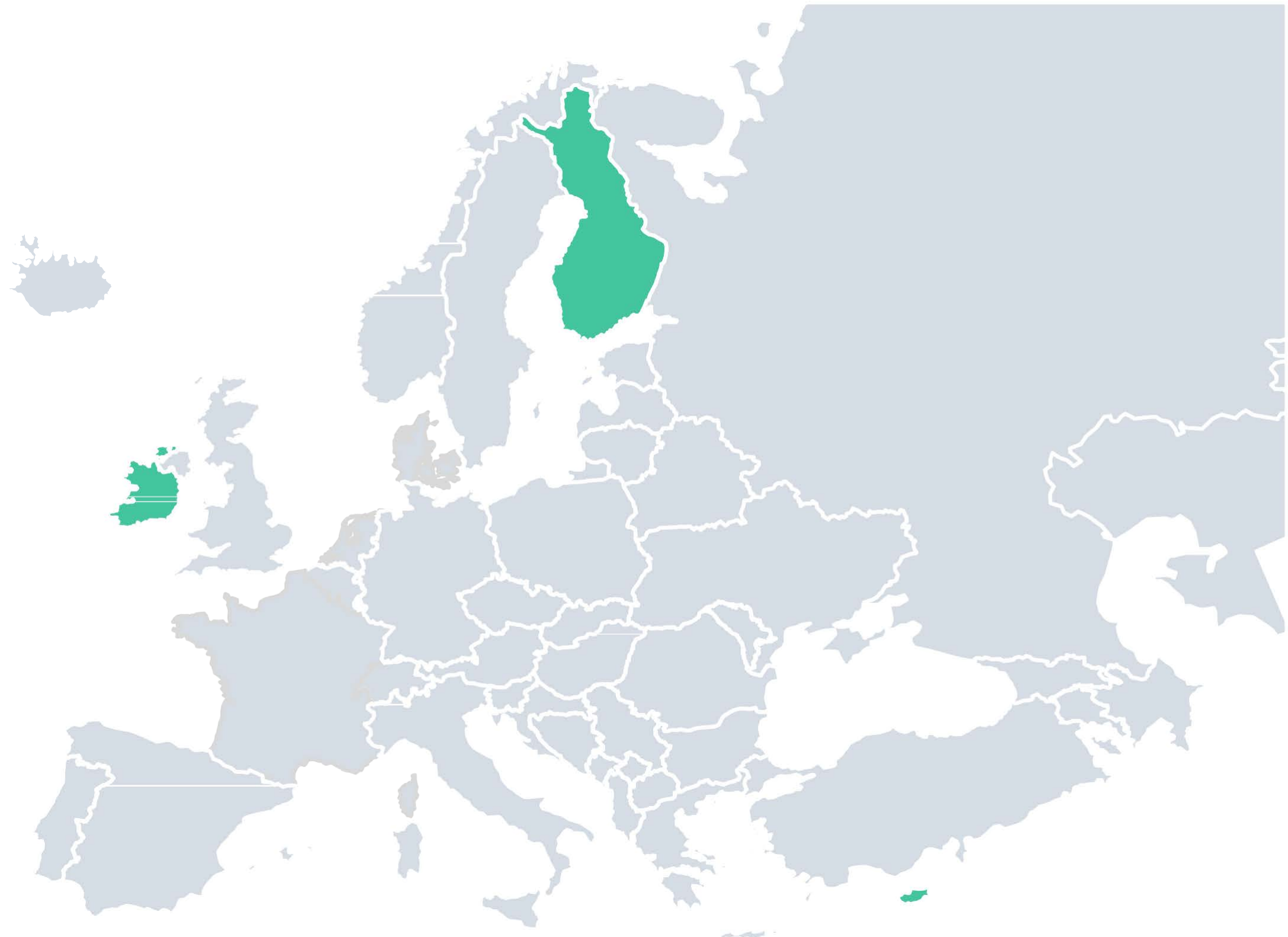
Οι καλύτεροι προορισμοί

Οι TOP 3 στην Ευρώπη για το **"φιλόξενο προσωπικό στο εστιατόριο"**

TOP 3 Προορισμοί	Δείκτης > 200
Φινλανδία	223
Κύπρος	223
Ιρλανδία	205

Ποικιλόμορφη φιλοξενία

Το προφίλ των προορισμών που διαθέτουν το πιο φιλόξενο προσωπικό στον κλάδο των εστιατορίων αποκαλύπτει ότι μια πραγματική και αποτελεσματική υπηρεσία μπορεί να παρέχεται σε διαφορετικές μορφές, αντανακλώντας την Ευρωπαϊκή ποικιλομορφία των εμπειριών.



Οι καλύτεροι προορισμοί

Οι TOP 3 στην Ευρώπη για "Value for money στην τοπική διατροφή"

TOP3 Προορισμοί	Δείκτης > 200
Βουλγαρία	229
Πολωνία	207
Τουρκία	204



Προσιτές εμπειρίες ποιοτικής διατροφής

Οι προορισμοί της Ανατολικής Ευρώπης έχουν καλές δυνατότητες για να προσφέρουν θετικές γαστρονομικές εμπειρίες στους διεθνείς επισκέπτες τους σε πολύ προσιτές τιμές, προσφέροντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην προσέλκυση οικογενειών και αυτών που ταξιδεύουν οικονομικά.

Σύνοψη Αξιολόγησης Ποιότητας

Τα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία και εστιατόρια, παρόλο που προσφέρουν καλή ποιότητα εμπειρίας στους επισκέπτες, έχουν να αντιμετωπίσουν έναν σκληρό παγκόσμιο ανταγωνισμό ...

Τα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία και εστιατόρια παρέχουν στους διεθνείς επισκέπτες τους **συνολικά μια ικανοποιητική ποιοτική εμπειρία**. Η περιφέρεια προσφέρει ένα ευρύ φάσμα επιλογών από οικονομικές έως άριστες εμπειρίες διαμονής και διατροφής, με πολλούς προορισμούς, που βρίσκονται σε διάφορες γεωγραφικές θέσεις, να ξεπερνούν τις προσδοκίες των καταναλωτών.

Ωστόσο, **οι αντιλήψεις για τη σχέση ποιότητας-τιμής στην Ευρώπη απειλούνται στην παγκόσμια σκηνή**, τόσο όσον αφορά στη διαμονή όσο και την εμπειρία διατροφής, ιδίως μεταξύ αυτών που ταξιδεύουν οικονομικά ή των επισκεπτών χωρίς ιδιαίτερο κίνητρο για γαστρονομικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους.

Βασικές Ανταγωνιστικές Προκλήσεις για τα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία και εστιατόρια

Η ανταγωνιστικότητα των οικονομικών ξενοδοχείων "απειλείται"



Η βαθμολογία των προσιτών και απλών ξενοδοχείων είναι χαμηλότερη σε σύγκριση με τον παγκόσμιο μέσο όρο, ενώ η αγορά αυτών που ταξιδεύουν οικονομικά αυξάνεται δραματικά σε διεθνές επίπεδο

Επικεντρώνοντας πάλι στις κύριες αγορές



Ενώ πολλές αγορές μακρινών αποστάσεων είναι ευχαριστημένες στην Ευρώπη, ορισμένες ενδοευρωπαϊκές μεγάλες αγορές αναφέρουν καλύτερη εμπειρία εκτός, παρά εντός, της Ευρώπης.

Βελτίωση της συνοχής της ποιότητας σε όλη την Ευρώπη



Οι αντιλήψεις για την ποιότητα, την τιμή και την αξία ποικίλλουν σε μεγάλο βαθμό σε όλη την Ευρώπη και στις αγορές, δυσκολεύοντας τους επισκέπτες να βιώσουν μια σταθερή ποιότητα όταν ταξιδεύουν στην περιοχή.

Δεν είναι όλοι οι επισκέπτες Foodies...



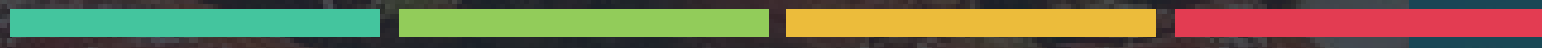
Η Ευρώπη φαίνεται ανταγωνιστική στην ικανοποίηση των γαστρονομικών τουριστών, αλλά δεν ανταποκρίνεται στον παγκόσμιο ανταγωνισμό για την προσφορά επιλογών διατροφής με καλή σχέση ποιότητας-τιμής για τους μέσους επισκέπτες.

Ανεβάζοντας το επίπεδο φιλοξενίας για περισσότερη αξία




Με την προσαρμογή της φιλοξενίας και των υπηρεσιών στο νέο καταναλωτικό πρότυπο, το οποίο διαταράσσεται από τις συνεργατικές και peer-to-peer πλατφόρμες

Χαρτογράφηση των προσδοκιών των μελλοντικών πελατών ξενοδοχείων και εστιατορίων



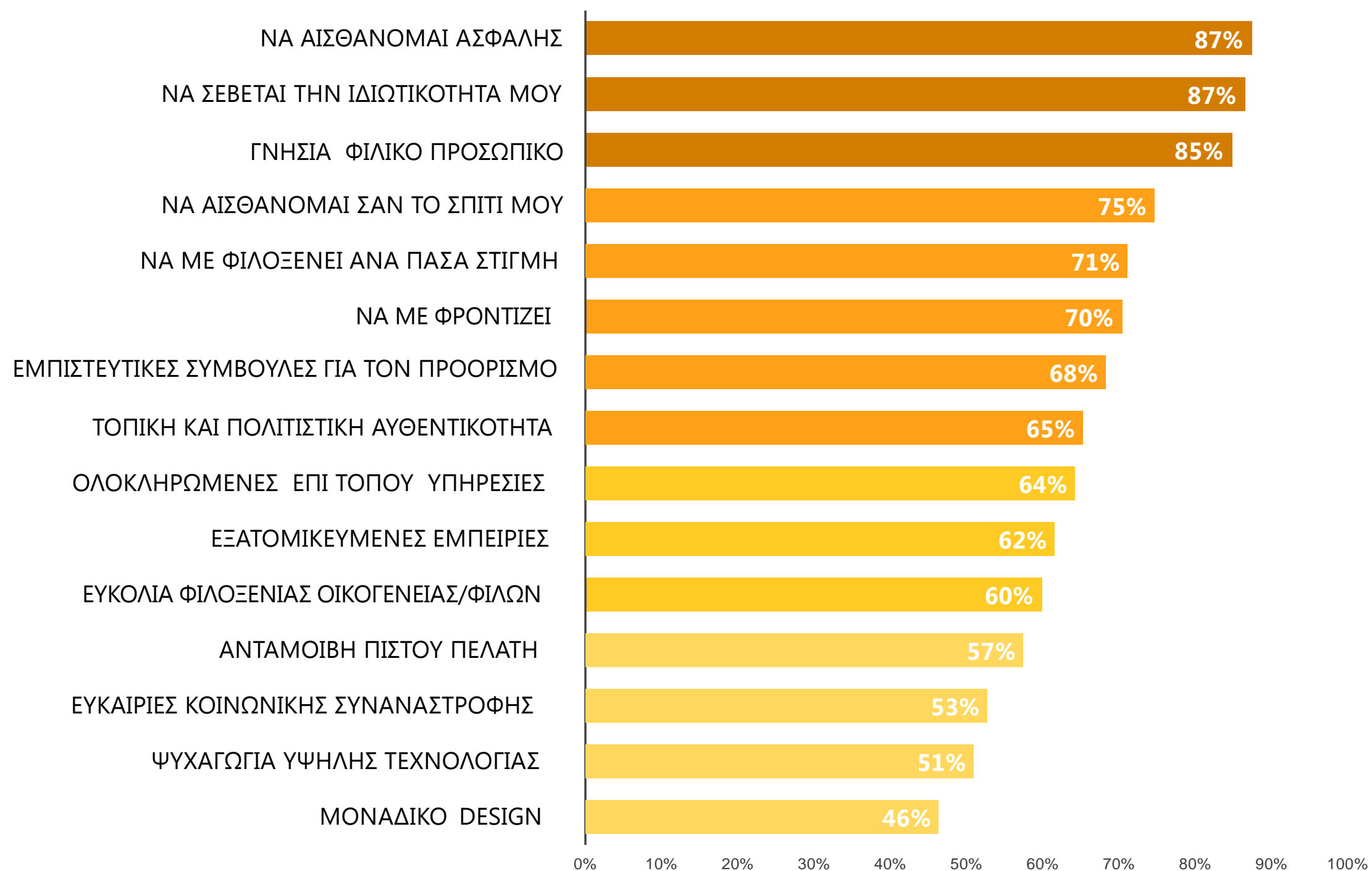
**Ποιες ιδανικές εμπειρίες
αναμένονται από τα ξενοδοχεία
στο μέλλον ;**



Η ιδανική ξενοδοχειακή εμπειρία του αύριο

Τα TOP οφέλη για τους καταναλωτές από τα ξενοδοχεία στο μέλλον

Ποια ιδανική εμπειρία θα προσδοκούσατε από ένα ξενοδοχείο στο μέλλον;



% of scores 1+2 on an importance rating scale from 1 to 5

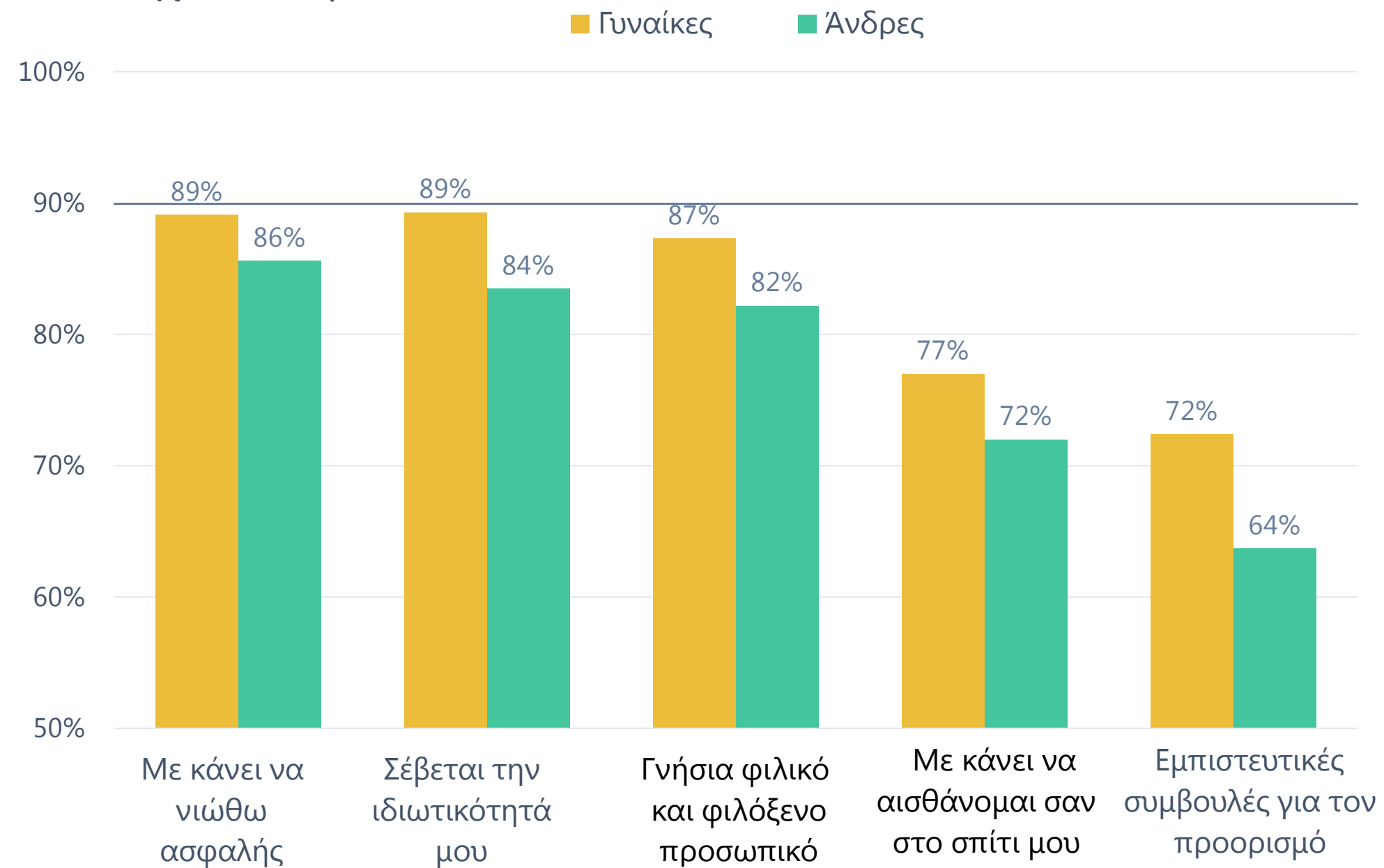
Ένα ειρηνικό καταφύγιο για όλο και περισσότερο αγχωμένους ταξιδιώτες ... και παραπάνω !

Αντανακλώντας τις παγκόσμιες τάσεις, τα οφέλη που αναμένονται από τα ξενοδοχεία στο μέλλον πολώνονται γύρω από την έννοια του **ασφαλούς καταφυγίου που σέβεται την ιδιωτικότητα, προσφέροντας μια πραγματικά γνήσια και χωρίς ταλαιπωρία ευέλικτη αίσθηση φιλοξενίας**. Μόλις τους παρασχεθούν αυτά τα χαρακτηριστικά, οι επισκέπτες είναι έτοιμοι να εξερευνήσουν, να κοινωνικοποιηθούν και να διασκεδάσουν.

Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών του φύλου

Εστίαση στις προσδοκίες της γυναικείας πελατείας

Τι περιμένουν οι γυναίκες επισκέπτριες ειδικά από τα ξενοδοχεία στο μέλλον....



% of scores 4+5 on an importance rating scale from 1 to 5

Cocooning μέσα,
Εξερεύνηση έξω!

Οι γυναίκες επισκέπτριες εκφράζουν περισσότερο από τους άντρες την ανάγκη να βρουν **ένα απόλυτα ασφαλές μέρος το οποίο θα σέβεται την ιδιωτικότητά τους**. Επίσης περιμένουν περισσότερο **εμπιστευτικές συμβουλές για να εξερευνήσουν τον προορισμό**.

Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των γενεών

Η εναλλαγή των γενεών απαιτεί προσαρμογή

Τι προσδοκούν οι γενιές από τα ξενοδοχεία
αύριο ...



Οι Millennials προσδοκούν πολύ περισσότερα από τα ξενοδοχεία από τους Boomers

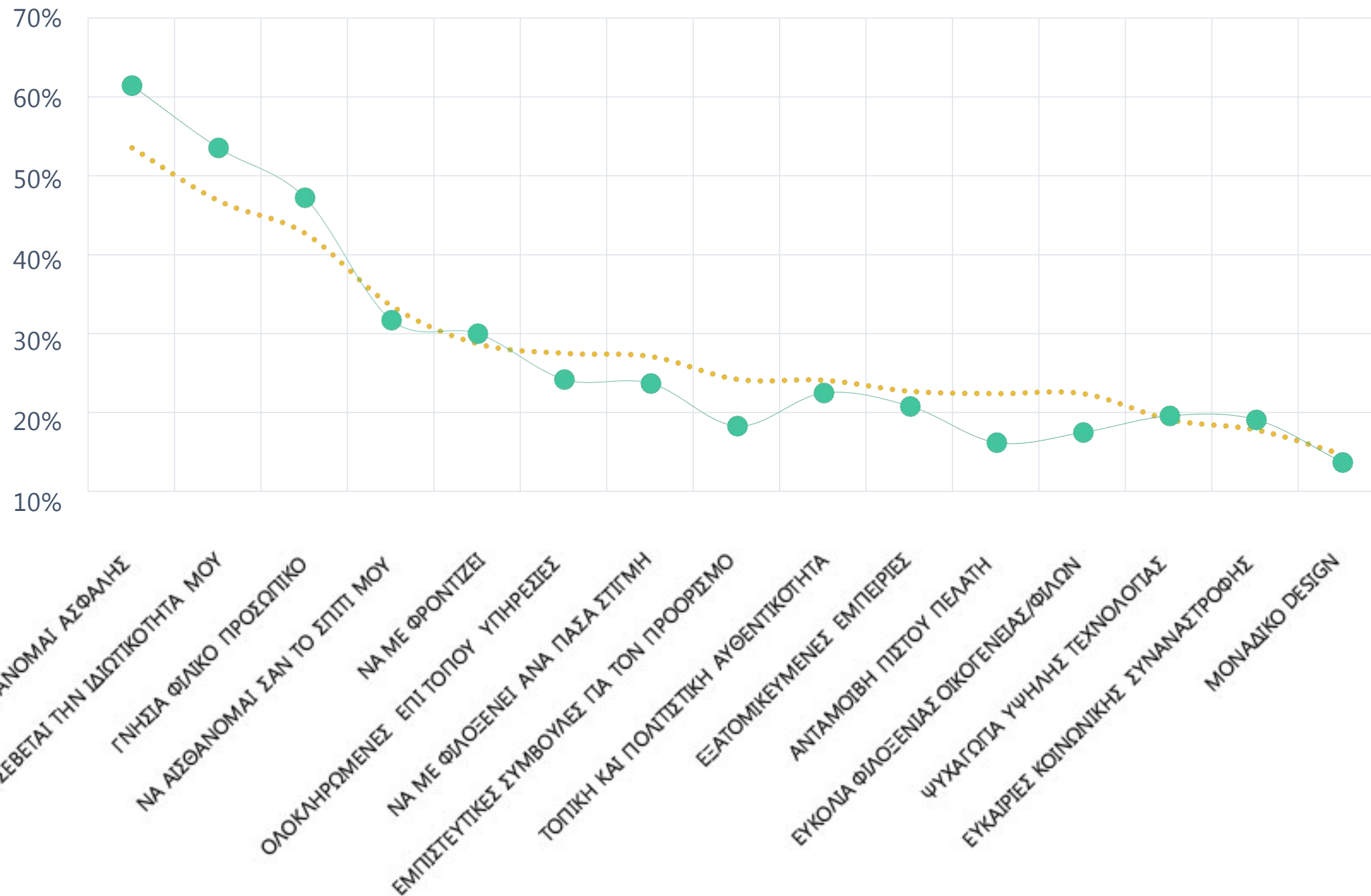
Ενώ η ασφάλεια, η ιδιωτικότητα και η φιλοξενία του προσωπικού αποτελούν συνηθισμένα σταθερά χαρακτηριστικά για τους επισκέπτες όλων των ηλικιών, **οι νεότερες γενιές περιμένουν περισσότερα από την ξενοδοχειακή τους εμπειρία** συγκριτικά με τους μεγαλύτερους : περισσότερες ανέσεις (συμπεριλαμβανομένης της δυνατότητας να φιλοξενούν φίλους ή οικογένειες) καλύτερη ψηφιακή και high-tech διασκέδαση, ή μοναδικό σχεδιασμό.....



Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Βρετανοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Βρετανοί από τα ξενοδοχεία
αύριο
Μέσος όρος — UK



Να ξεπερνούν τις προσδοκίες στα «βασικά»

Ασφάλεια, ιδιωτικότητα και φιλοξενία του προσωπικού είναι τα κύρια χαρακτηριστικά που περιμένουν οι Βρετανοί από την εμπειρία διαμονής τους στα ξενοδοχεία στο μέλλον

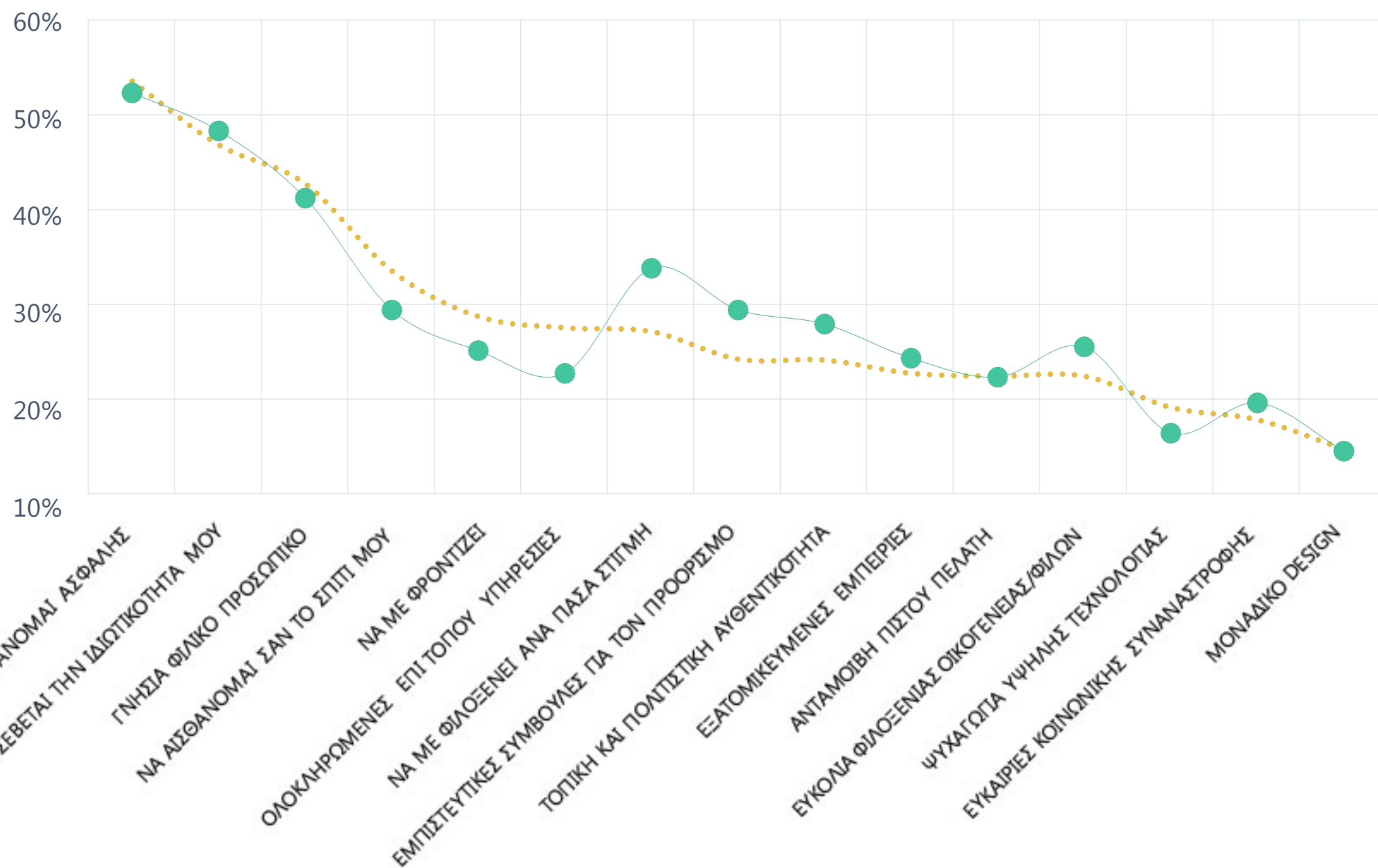


Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Γάλλοι ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Γάλλοι από τα ξενοδοχεία αύριο ...

— Μέσος όρος ● Γαλλία



Ευελιξία και αυθεντικότητα

Οι Γάλλοι αναμένουν περισσότερη ευελιξία από τα ξενοδοχεία στο μέλλον, με επιλογές για την προσαρμογή διάφορων χρονικών περιορισμών ή ανέσεις για τη φιλοξενία οικογενειών και φίλων. Η όρεξή τους να ανακαλύψουν τοπικά αυθεντικά μέρη είναι επίσης ισχυρότερη από τον μέσο όρο.

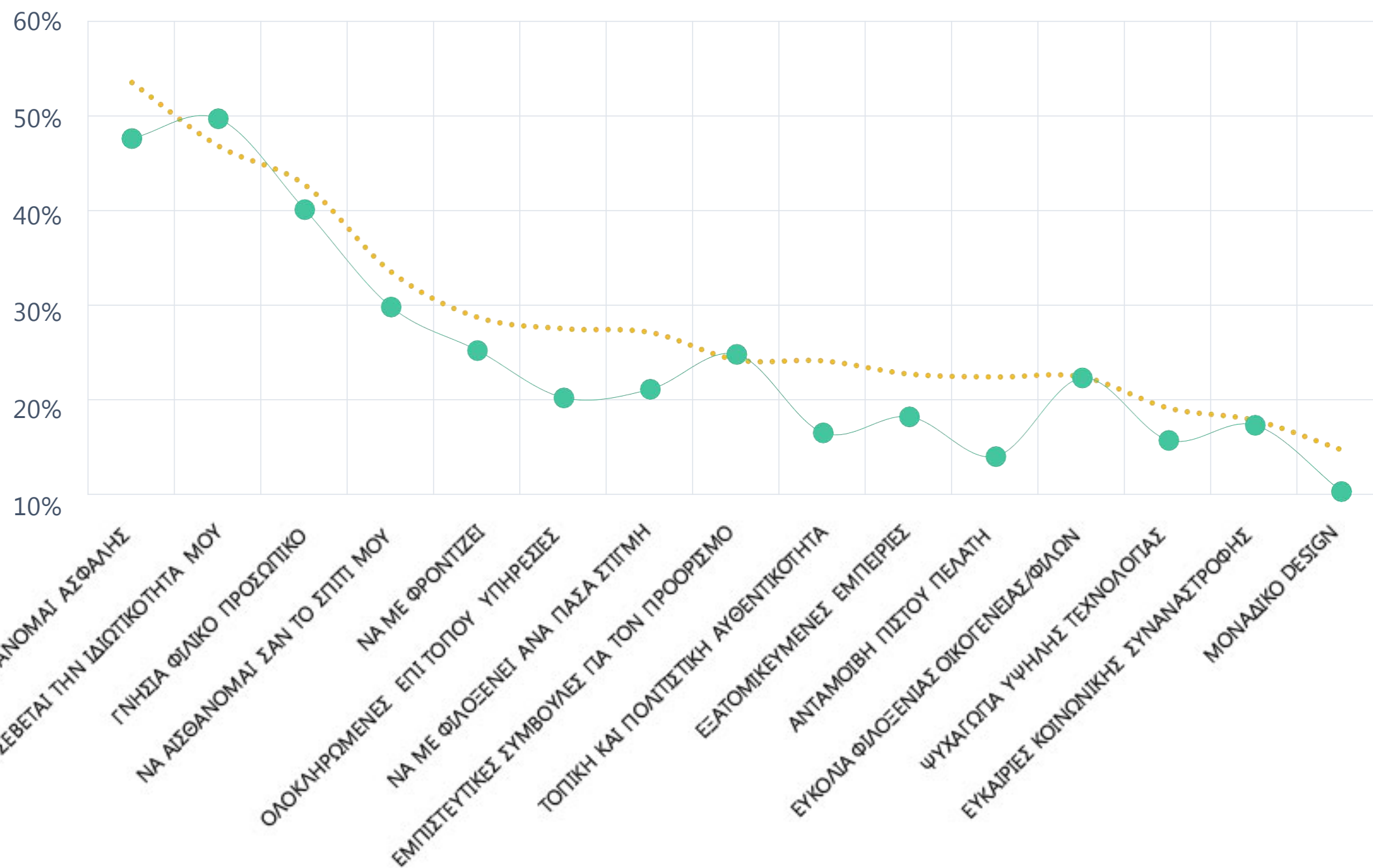


Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Γερμανοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Γερμανοί από τα ξενοδοχεία αύριο ...

— Μέσος όρος ● Γερμανία



Ιδιωτικότητα και συμβουλές για τον προορισμό

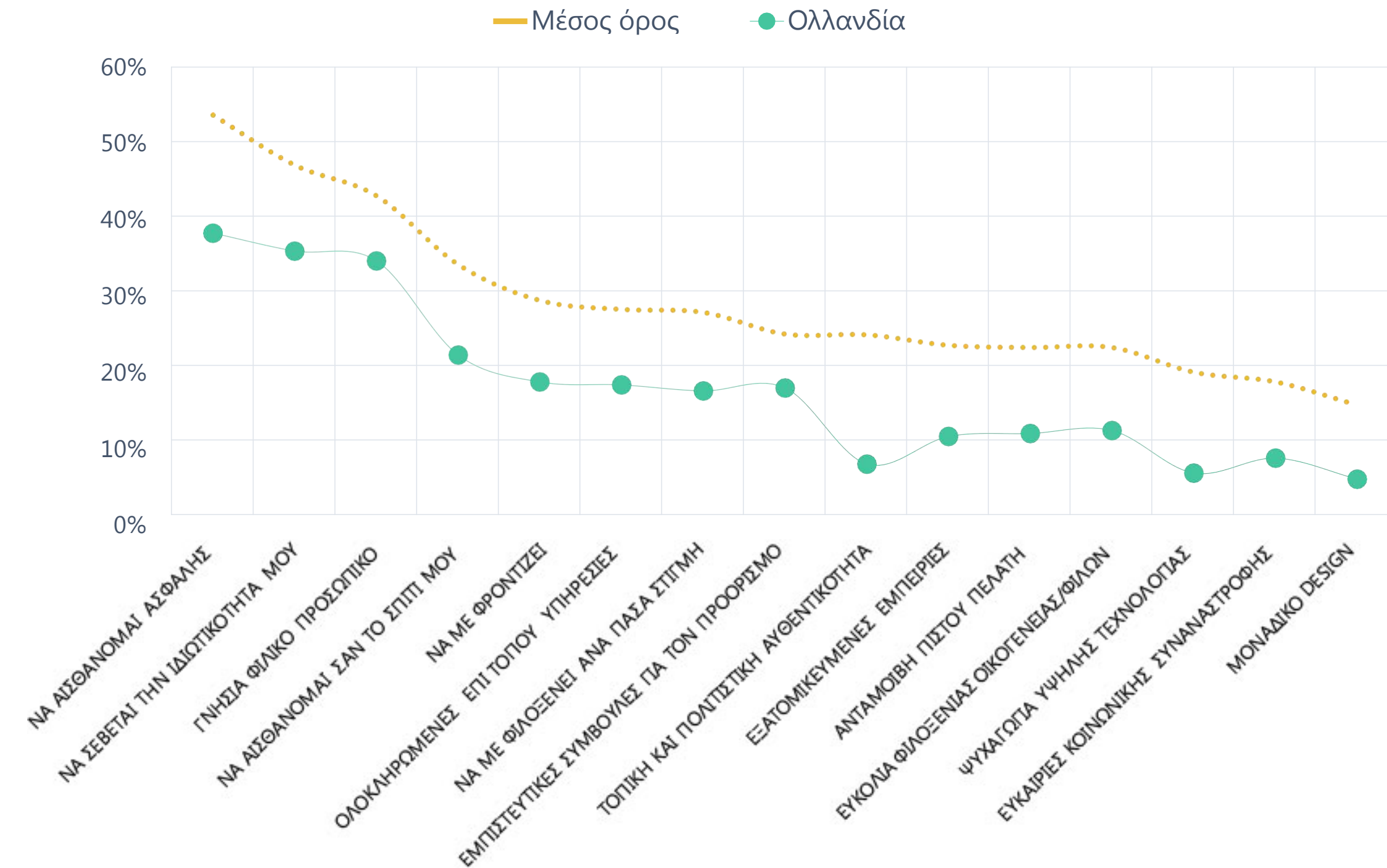
Η ιδιωτικότητα είναι σημαντική για την εμπειρία των Γερμανών επισκεπτών από τα ξενοδοχεία στο μέλλον. Επιπλέον, οι συμβουλές για την ανακάλυψη του προορισμού, καθώς και η ευελιξία στη φιλοξενία οικογένειας ή φίλων αποτελούν επίσης κριτήρια με ιδιαίτερη σπουδαιότητα.



Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Ολλανδοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Ολλανδοί από τα ξενοδοχεία αύριο ...



Γνήσια φιλόξενο προσωπικό πριν την αυθεντικότητα του τόπου

Οι προσδοκίες των Ολλανδών δείχνουν μια πρόσθετη ευαισθητοποίηση στη γνησιότητα της φιλοξενίας του προσωπικού, ενώ η αυθεντικότητα του τοπικού πολιτισμού φαίνεται να είναι δευτερεύουσας σημασίας στην ξενοδοχειακή εμπειρία.

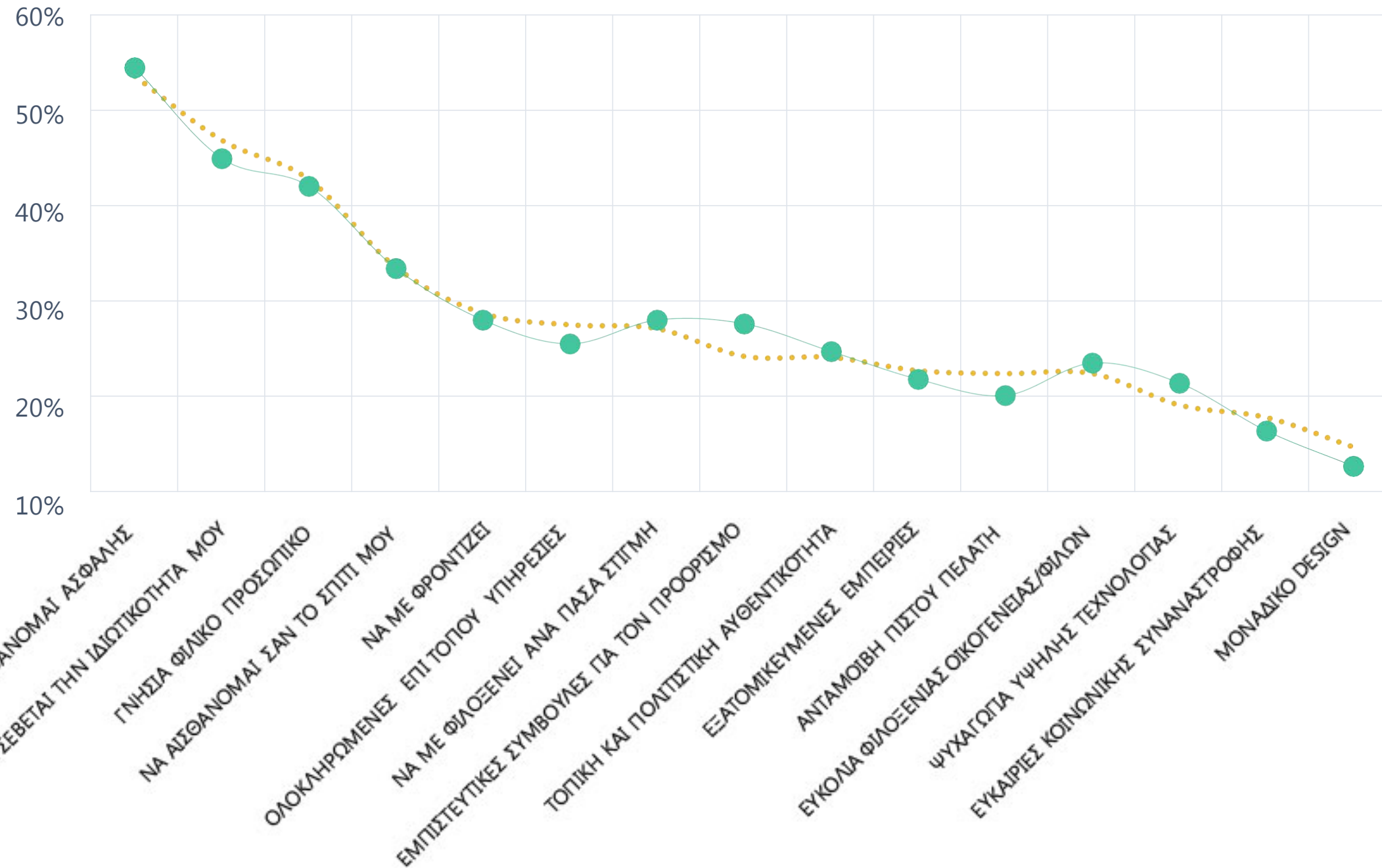


Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Ιταλοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Ιταλοί από τα ξενοδοχεία αύριο ...

— Μέσος όρος ● Ιταλία



Εμπιστευτικές συμβουλές για την ανακάλυψη του προορισμού

Σε γενικές γραμμές, οι προσδοκίες των Ιταλών αντικατοπτρίζουν πλήρως τη μέση κατάταξη των αγορών με το θέμα της ασφάλειας να βρίσκεται στην κορυφή. Η ανάγκη για την παροχή εμπιστευτικών πληροφοριών για τον προορισμό έχει επίσης μεγάλη σημασία.

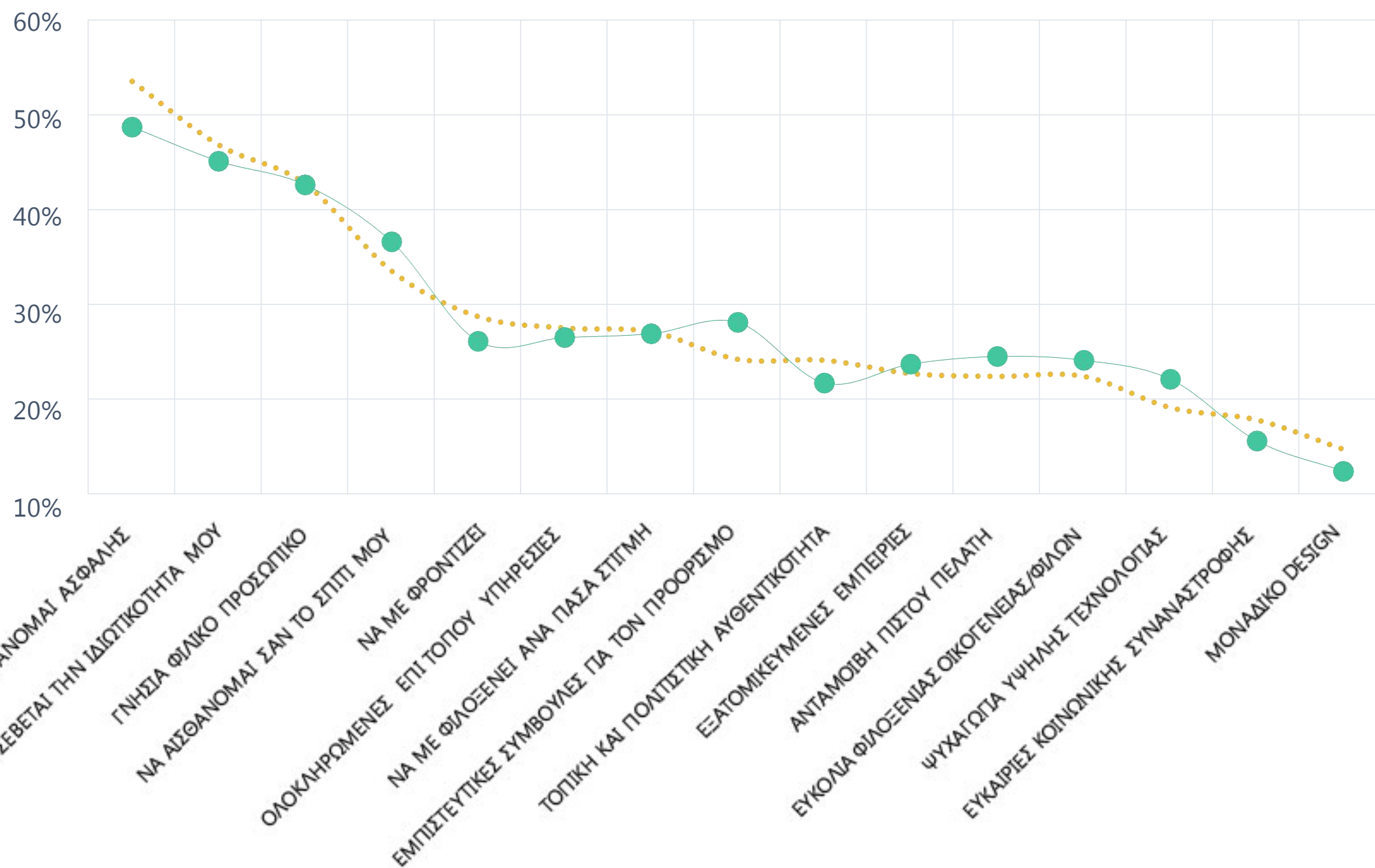


Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Ισπανοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Ισπανοί από τα ξενοδοχεία αύριο ...

Μέσος όρος ● Ισπανία



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Περισσότερο εμπιστευτικές συμβουλές για την ανακάλυψη του προορισμού

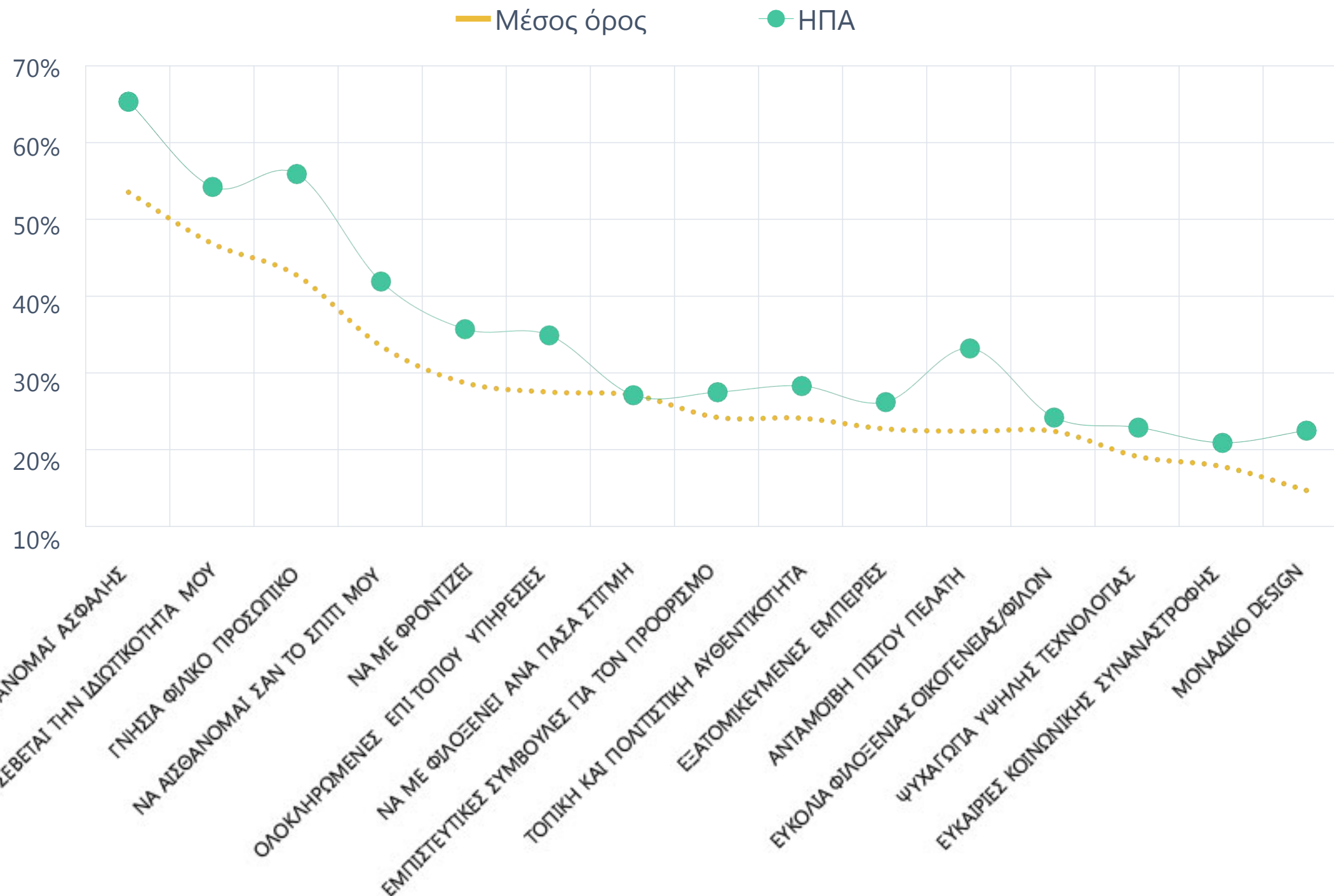
Όπως οι Ιταλοί, έτσι και οι προσδοκίες των Ισπανών αντανακλούν το μέσο όρο των αγορών με την ασφάλεια και την ιδιωτικότητα να βρίσκονται στην κορυφή. Η ανάγκη για την παροχή εμπιστευτικών πληροφοριών για τον προορισμό έχει επίσης μεγάλη σημασία.



Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Οι ταξιδιώτες από τις ΗΠΑ

Τι περιμένουν οι Αμερικανοί από τα ξενοδοχεία αύριο ...



Καλύτερη υποδοχή, καλύτερη ανταμοιβή

Οι αμερικανοί επισκέπτες αναμένουν σαφή δείγματα εκτίμησης από τα μελλοντικά ξενοδοχεία, συμπεριλαμβανομένης μιας εξαιρετικά γνήσιας φιλοξενίας του προσωπικού και καλύτερων προγραμμάτων επιβράβευσης

% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

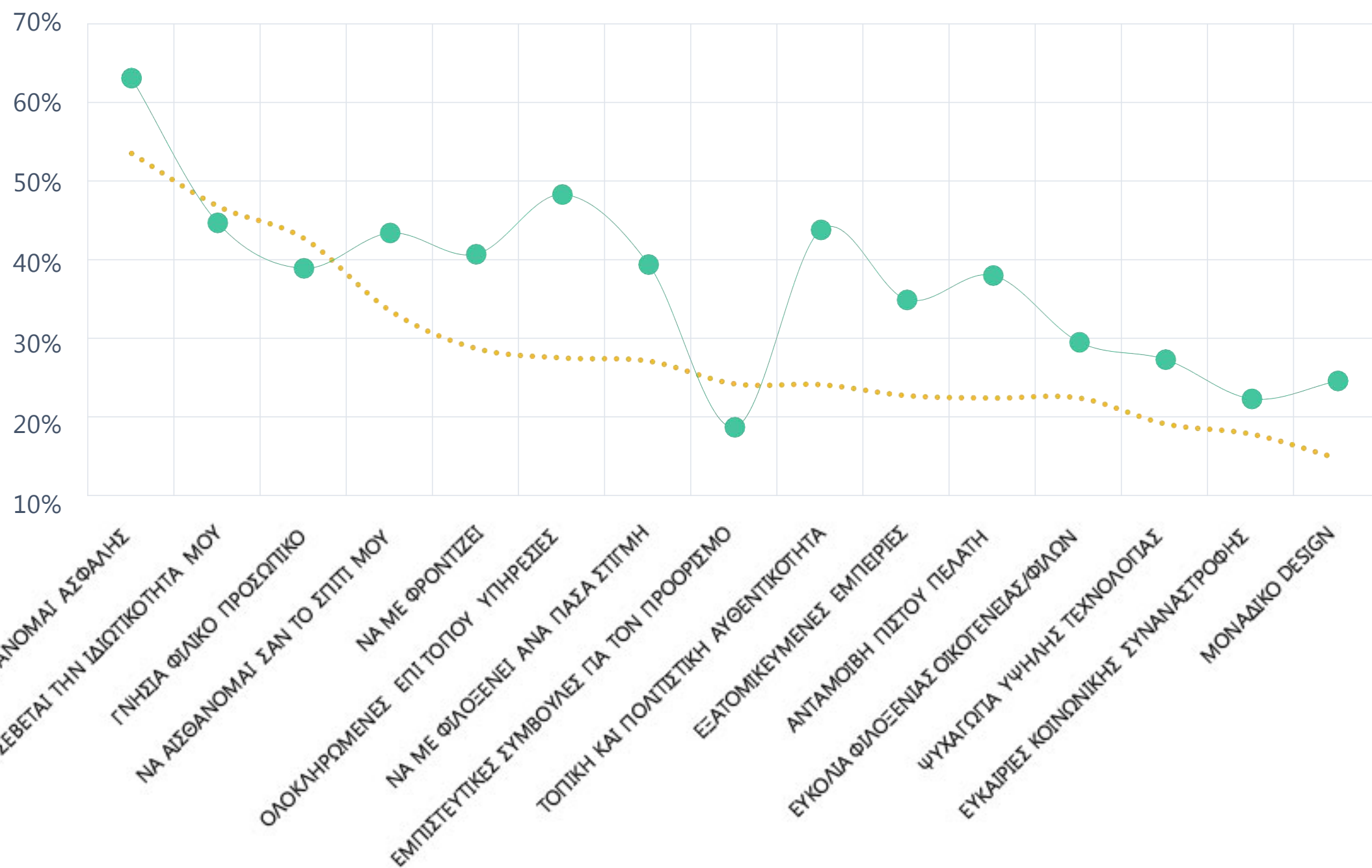


Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Κινέζοι ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Κινέζοι από τα ξενοδοχεία
αύριο ...

— Μέσος όρος ● Κίνα



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Μια ασφαλής και αυθεντική ολοκληρωμένη εμπειρία σε ένα μέρος

Οι Κινέζοι εκφράζουν τις περισσότερες προσδοκίες για την ασφάλεια και θα απολάμβαναν στο μέλλον εμπειρίες «όλα σε ένα μέρος», οι οποίες να αντικατοπτρίζουν την τοπική πολιτισμική αυθεντικότητα.

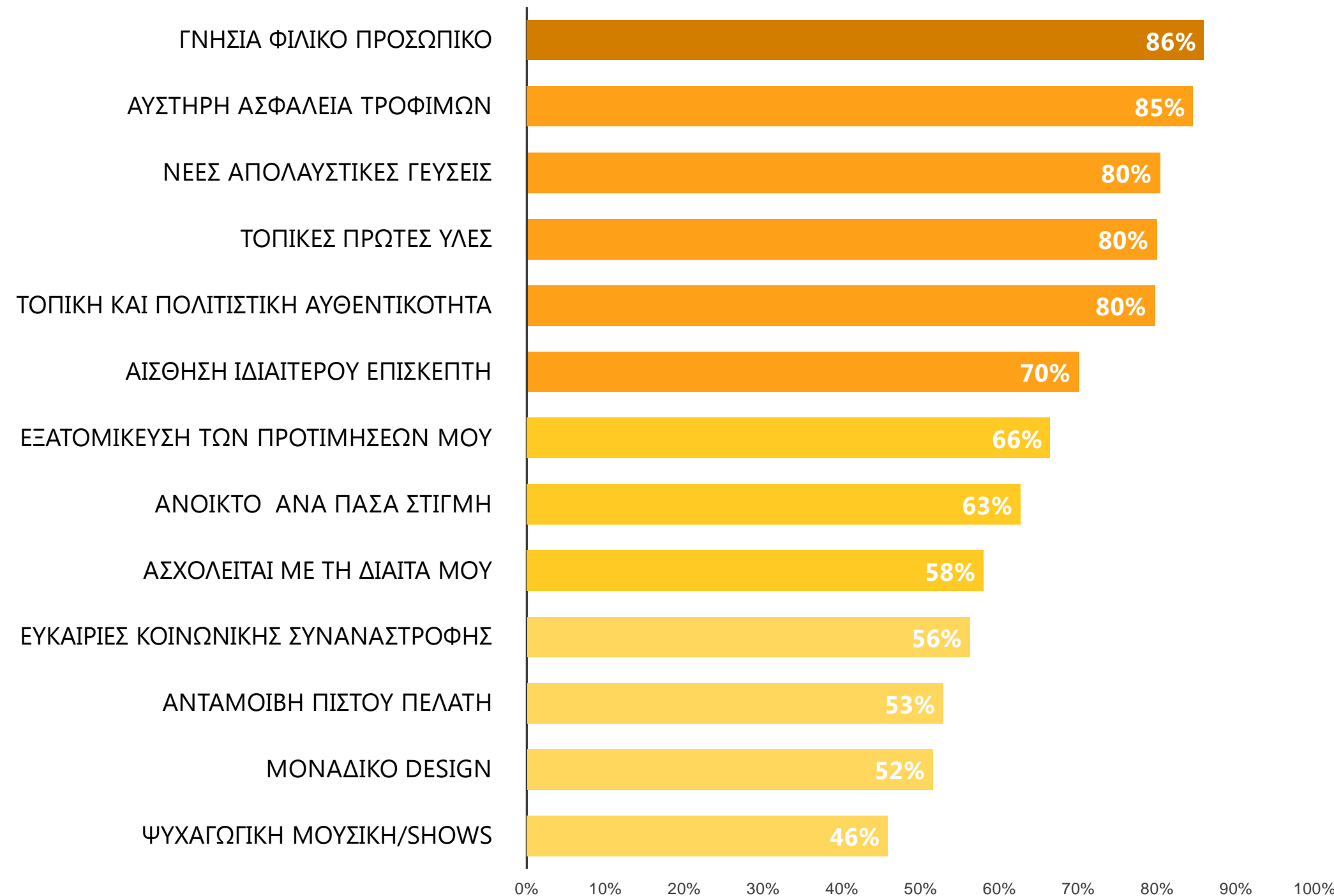
**Ποιες ιδανικές εμπειρίες
αναμένονται από τα εστιατόρια
στο μέλλον ;**



Ορίζοντας την αυθεντική εμπειρία εστιατορίου για το αύριο

Τα TOP αναμενόμενα οφέλη για τον καταναλωτή από τα εστιατόρια στο μέλλον

Ποιά ιδανική εμπειρία θα προσδοκούσατε από ένα εστιατόριο στο μέλλον;



% of scores 1+2 on an importance rating scale from 1 to 5

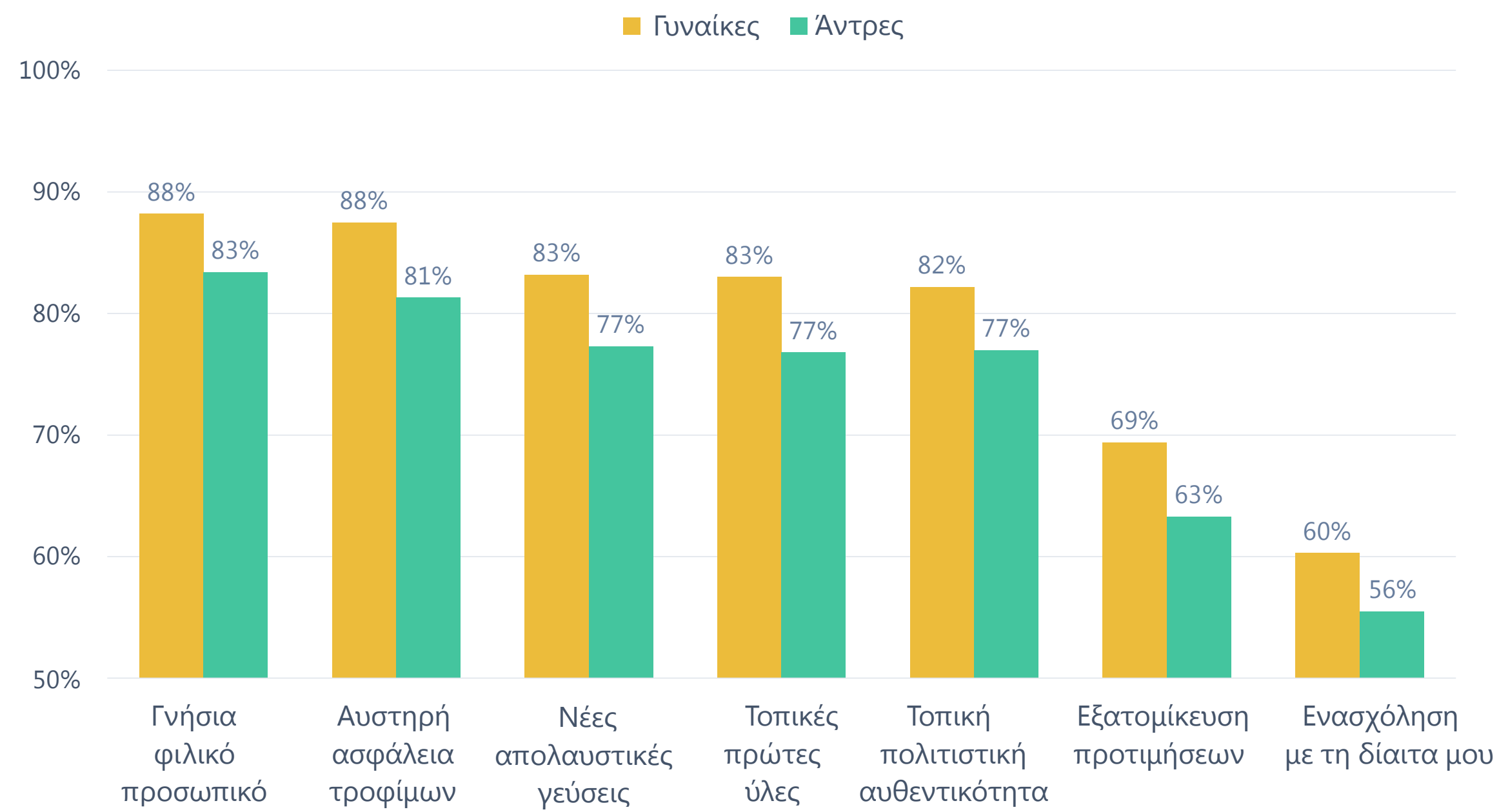
Το μέρος για απόλαυση τοπικής αυθεντικότητας.... με την ασφάλεια στα τρόφιμα απόλυτα εξασφαλισμένη

Οι ταξιδιώτες εκφράζουν **για ανάγκες τους για περισσότερη διαφάνεια και αυθεντικότητα στις μελλοντικές τους εμπειρίες φαγητού**. Τα εστιατόρια σίγουρα αποτελούν τον τόπο για να δοκιμάσουν και να ανακαλύψουν την τοπική αυθεντικότητα τόσο από τους **γνήσιους ντόπιους ανθρώπους** όσο και **στις τοπικές γεύσεις**.

Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών του φύλου

Εστίαση στις προσδοκίες της γυναικείας πελατείας

Τι περιμένουν οι γυναίκες πελάτες ειδικά από τα εστιατόρια στο μέλλον ...



% of scores 4+5 on an importance rating scale from 1 to 5

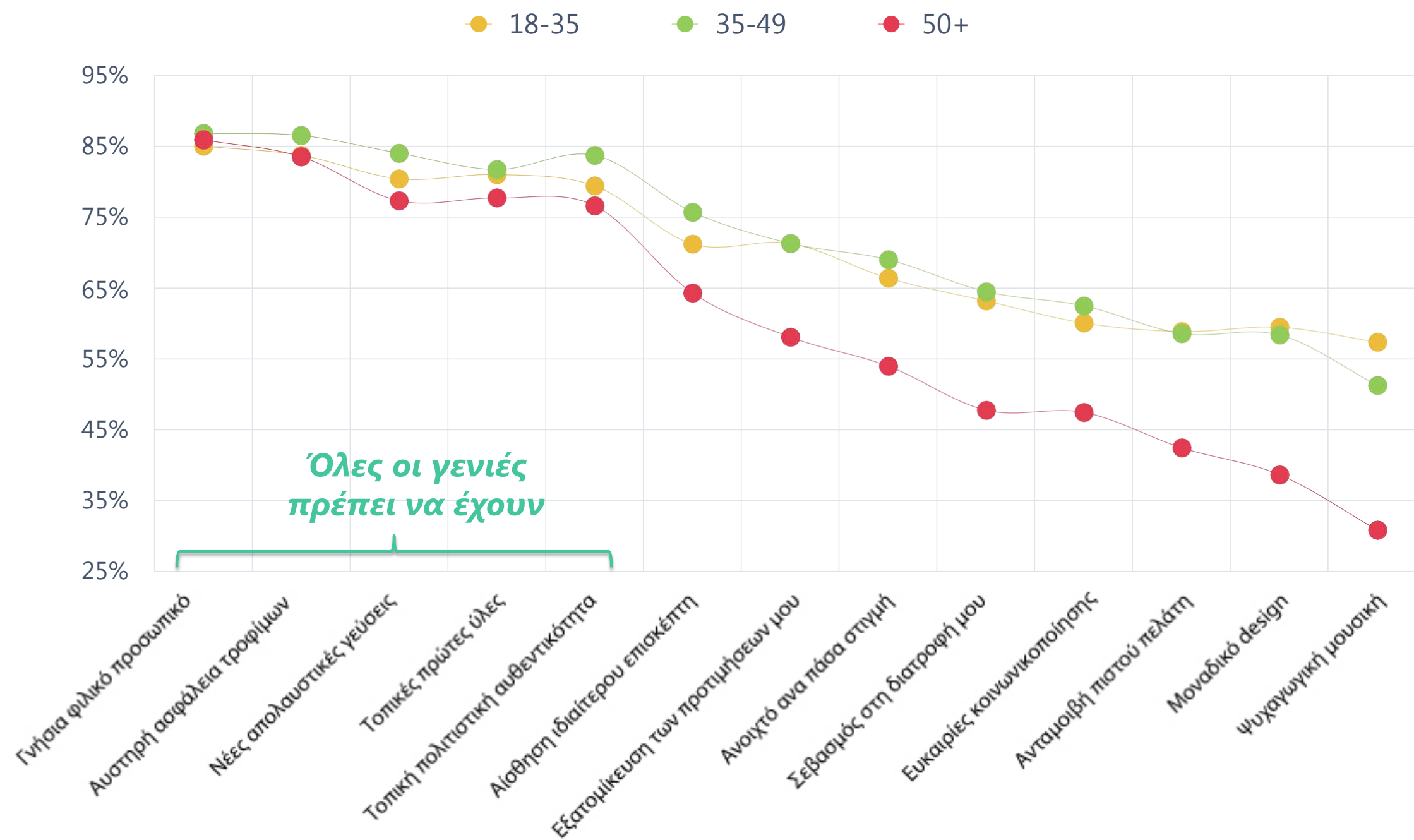
Οι γυναίκες αναζητούν μια επικούρεια, βιώσιμη και ευέλικτη εμπειρία

Περισσότερο από τους άντρες, οι γυναίκες περιμένουν μια **ολοκληρωμένη εμπειρία από το εστιατόριο** που να συνδυάζει την τοπικότητα και την ικανότητα **προσαρμογής στις προσωπικές γεύσεις** και τις ιδιαίτερες διατροφικές συνήθειες.

Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των γενεών

Η εναλλαγή των γενεών απαιτεί προσαρμογή

Τι προσδοκούν οι γενιές από τα εστιατόρια αύριο ...



Οι millennials περιμένουν πολύ περισσότερα από τα εστιατόρια σε σύγκριση με τους boomers

Ενώ μια αυθεντική, τοπική, καταπληκτική εμπειρία φαγητού απαιτείται από τους επισκέπτες όλων των ηλικιών, **οι νεότερες γενιές περιμένουν περισσότερα από τα εστιατόρια σε σύγκριση με τους μεγαλύτερους:** ο μοναδικός σχεδιασμός και η ατμόσφαιρα για μερικούς, η διασκέδαση κατά τη διάρκεια του δείπνου για άλλους. Η ευελιξία του ωραρίου και μεγαλύτερη εξατομίκευση και προσαρμογή είναι τα κύρια απαιτούμενα.

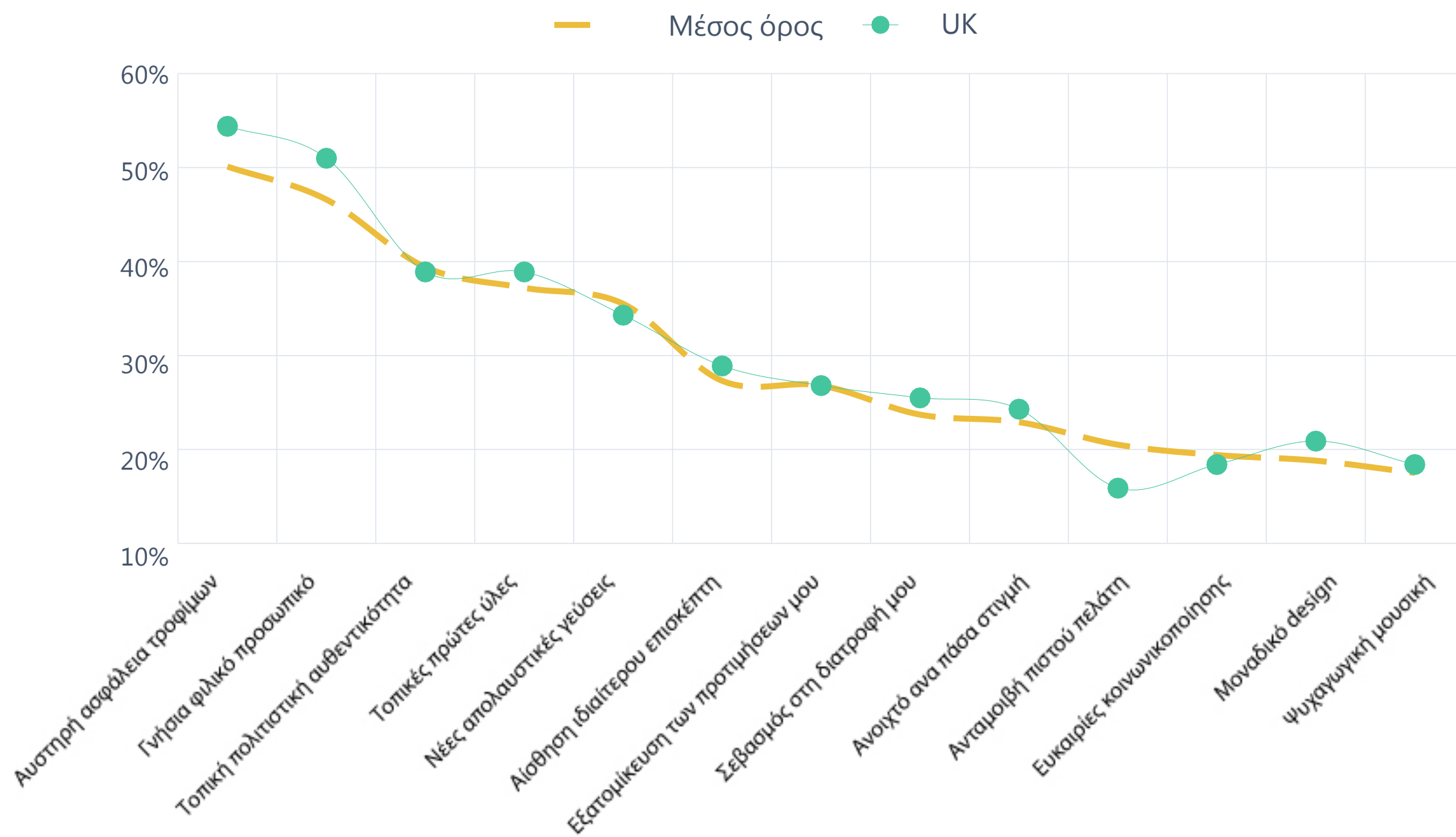
% of scores 4+5 on an importance rating scale from 1 to 5



Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Βρετανοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Βρετανοί από τα εστιατόρια αύριο ...



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Ασφάλεια τροφίμων και αυθεντική φιλοξενία

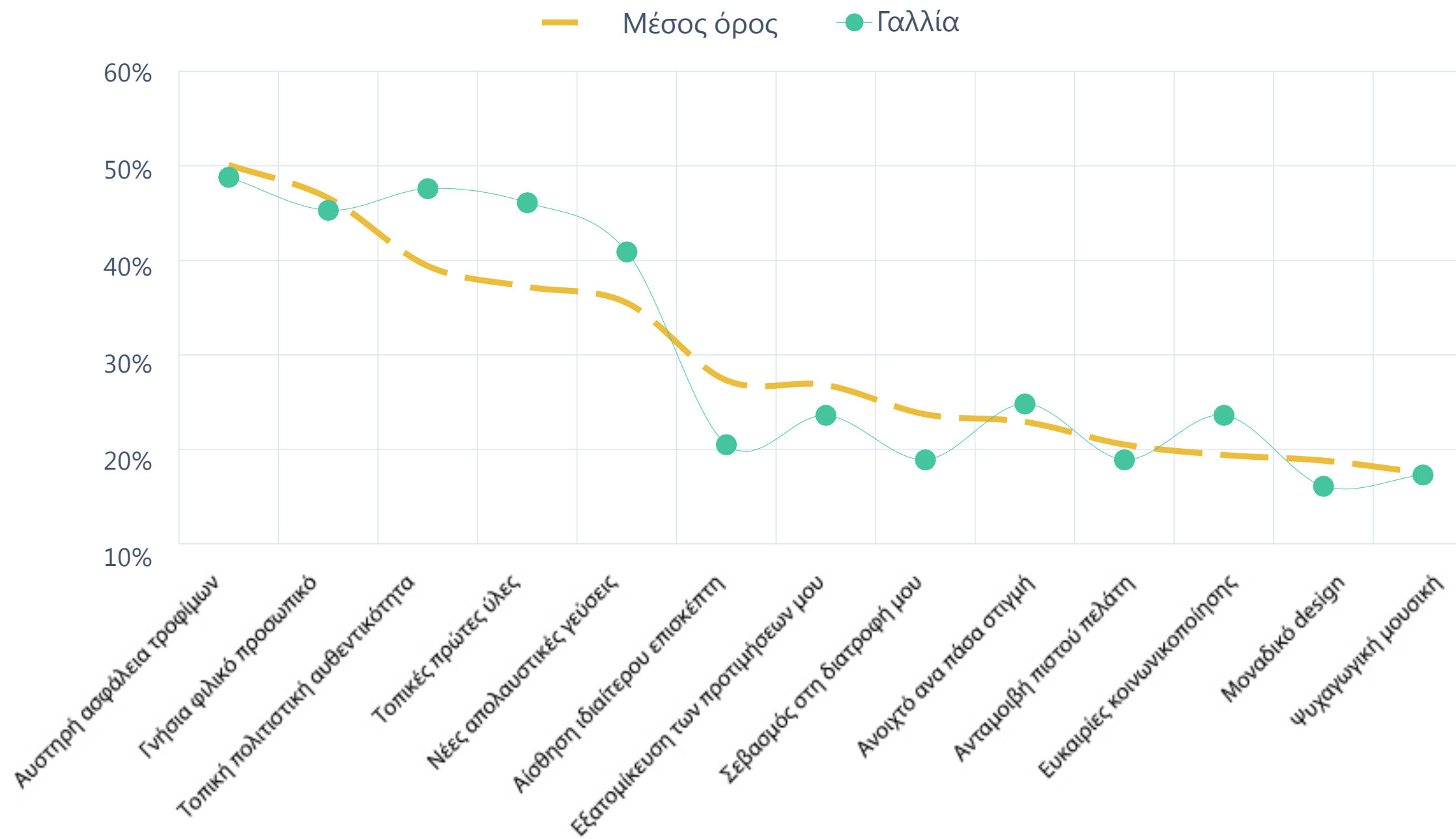
Οι Βρετανοί επισκέπτες επιμένουν στην **ασφάλεια των τροφίμων** και την **αυθεντικότητα της φιλοξενίας στην εξυπηρέτηση**. Τα προγράμματα ανταμοιβής δεν βρίσκονται στις πρώτες απαιτήσεις τους για το μέλλον.



Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Γάλλοι ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Γάλλοι από τα εστιατόρια αύριο ...



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Τρώγοντας τοπικά και κοινωνική συναναστροφή

Οι Γάλλοι αναζητούν περισσότερο από κάθε άλλη αγορά την **αυθεντικότητα και τη νέα τοπική εμπειρία** όταν δειπνούν έξω. Βλέπουν τα εστιατόρια ως τόπο για κοινωνική συναναστροφή

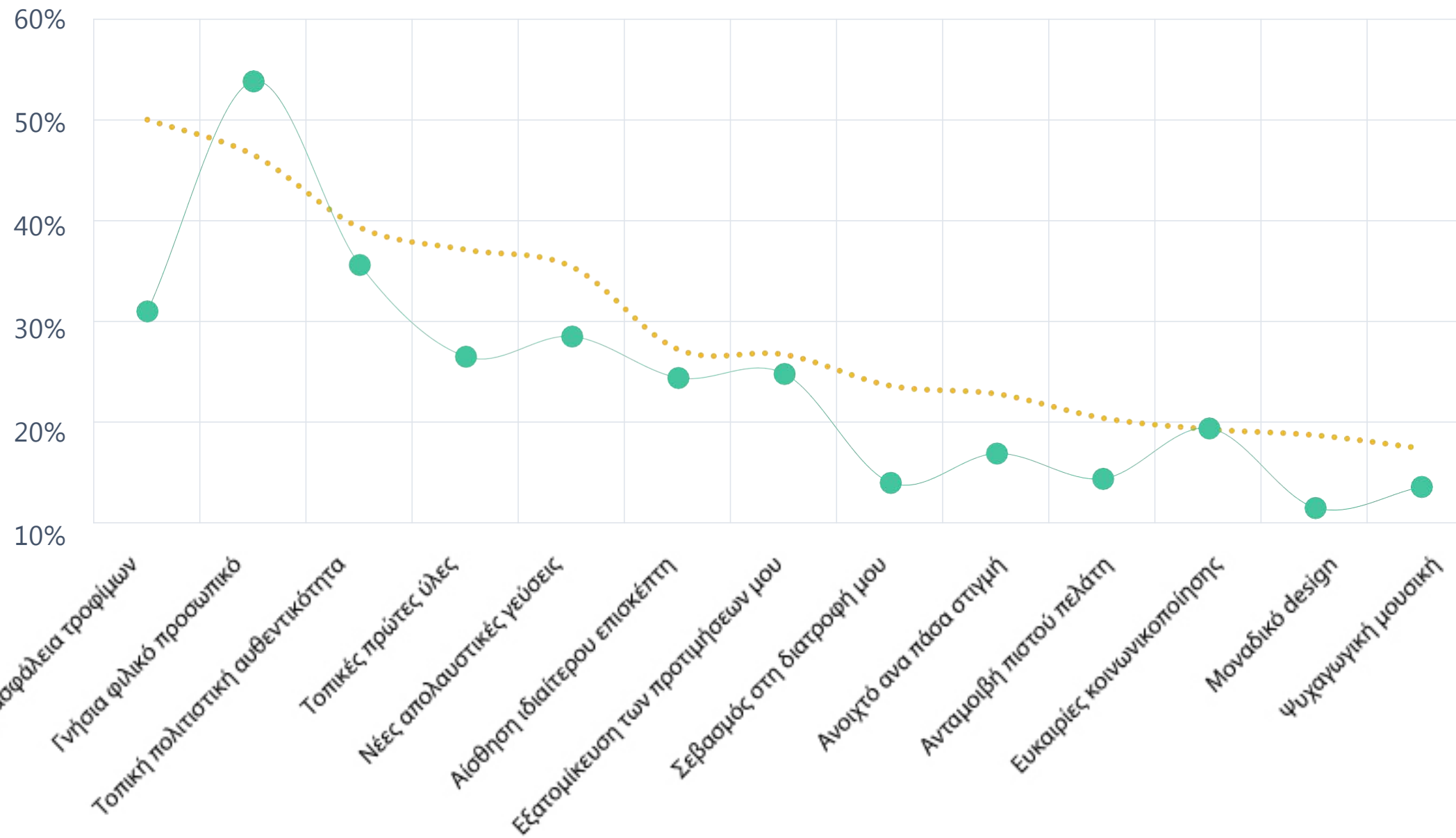


Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Γερμανοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Γερμανοί από τα εστιατόρια αύριο ...

— Μέσος όρος ● Γερμανία



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Ιδιαίτερη προσοχή στη φιλοξενία του προσωπικού

Οι Γερμανοί έχουν **μεγάλες απαιτήσεις για την αυθεντικότητα και τη φιλικότητα του προσωπικού** στα εστιατόρια στο μέλλον, ενώ η ασφάλεια τροφίμων δεν τους απασχολεί τόσο (ίσως τη θεωρούν προαπαιτούμενο).

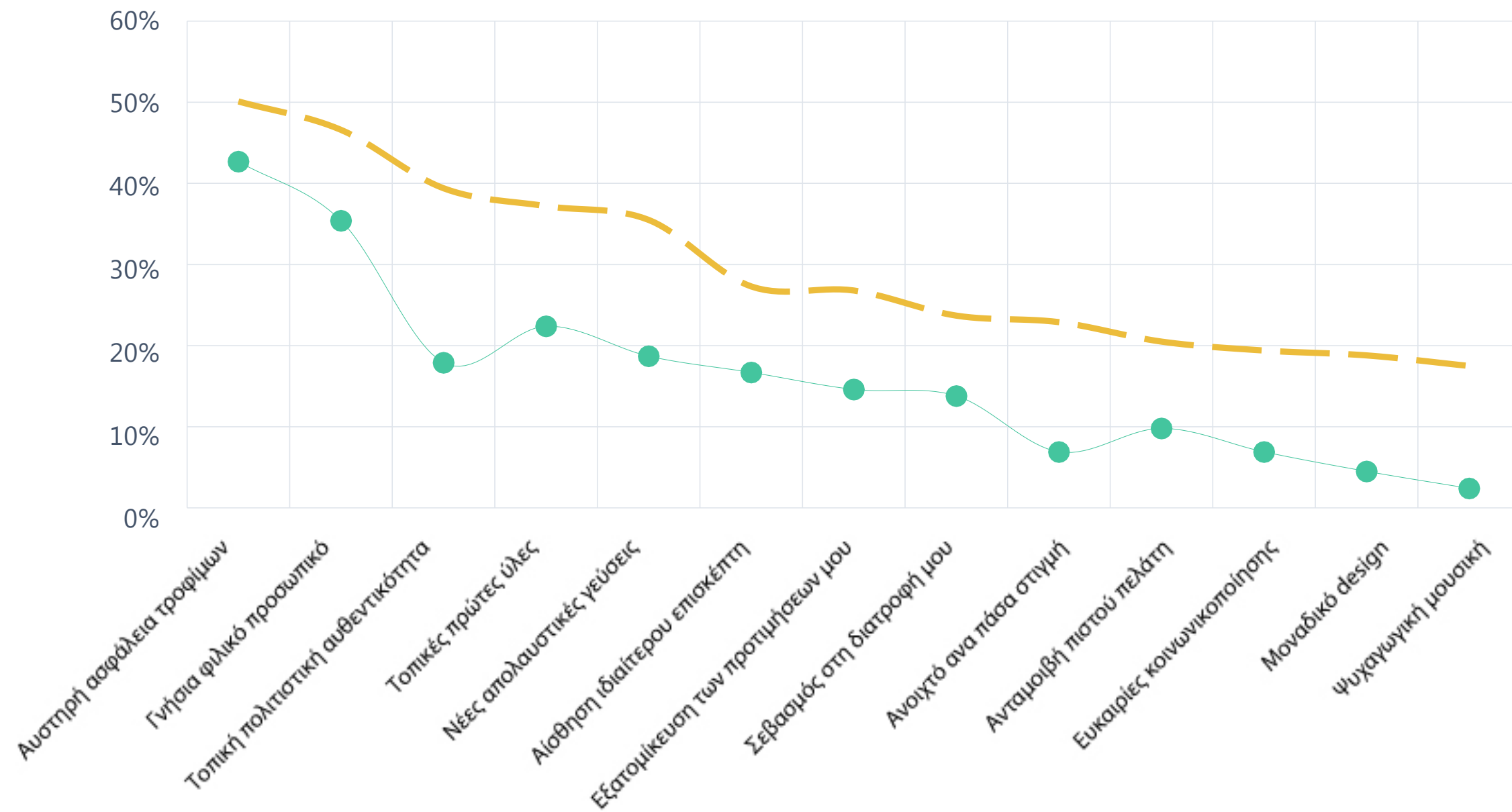


Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Ολλανδοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Ολλανδοί από τα εστιατόρια αύριο ...

— Μέσος όρος ● Ολλανδία



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Χαμηλότερη ευαισθησία στο «τοπικό χρώμα»

Σε γενικές γραμμές, οι Ολλανδοί περιμένουν τα βασικά, δίνοντας λιγότερη προσοχή στην τοπική αυθεντικότητα όταν τρώνε έξω από ό,τι επισκέπτες από άλλες χώρες. Ωστόσο δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για την **ασφάλεια των τροφίμων και τη φιλοξενία του προσωπικού των εστιατορίων.**



Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Ιταλοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Ιταλοί από τα εστιατόρια αύριο ...



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Τοπικές και ευέλικτες εμπειρίες

Όπως και οι Γάλλοι, οι Ιταλοί αναζητούν **πιο αυθεντικές και νέες τοπικές εμπειρίες φαγητού** όταν ταξιδεύουν, με ευελιξία στο ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων και προσαρμογή σε προσωπικές διατροφικές συνήθειες.



Αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των αγορών

Ισπανοί ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Ισπανοί από τα εστιατόρια αύριο ...



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Δειπνώντας έξω οποιαδήποτε στιγμή !

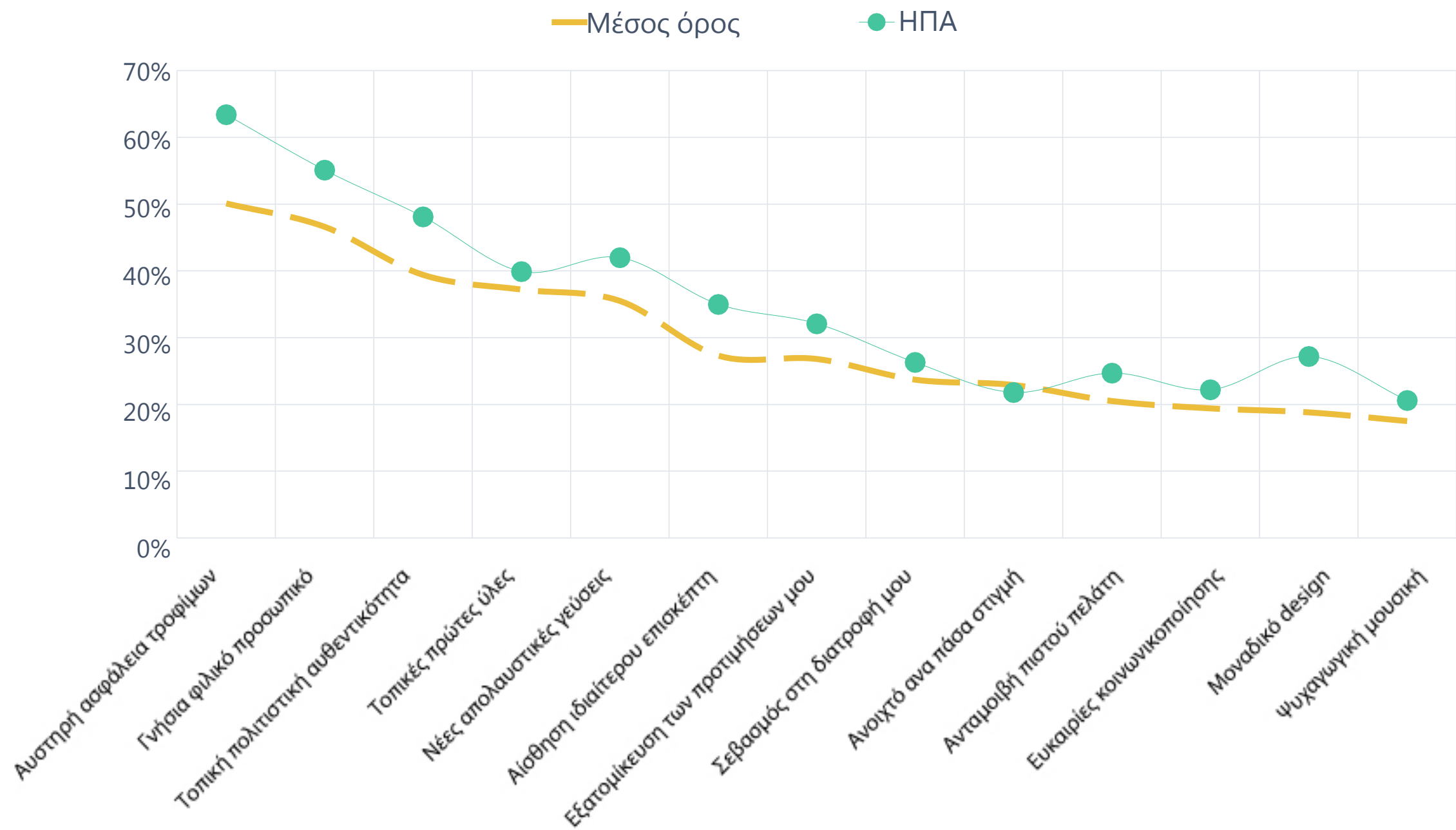
Οι Ισπανοί περιμένουν **τα ωράρια λειτουργίας των εστιατορίων να προσαρμόζονται στο δικό τους διάσημο «Ισπανικό ωράριο»**, διαθέτοντας παράλληλα όλες τις προδιαγραφές ασφάλειας στα τρόφιμα και φιλόξενο προσωπικό.



Αντιμετωπίζοντας τις ειδικές ανάγκες των αγορών

Ταξιδιώτες από τις ΗΠΑ

Τι περιμένουν οι Αμερικανοί από τα εστιατόρια αύριο ...



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Υπηρεσίες και design

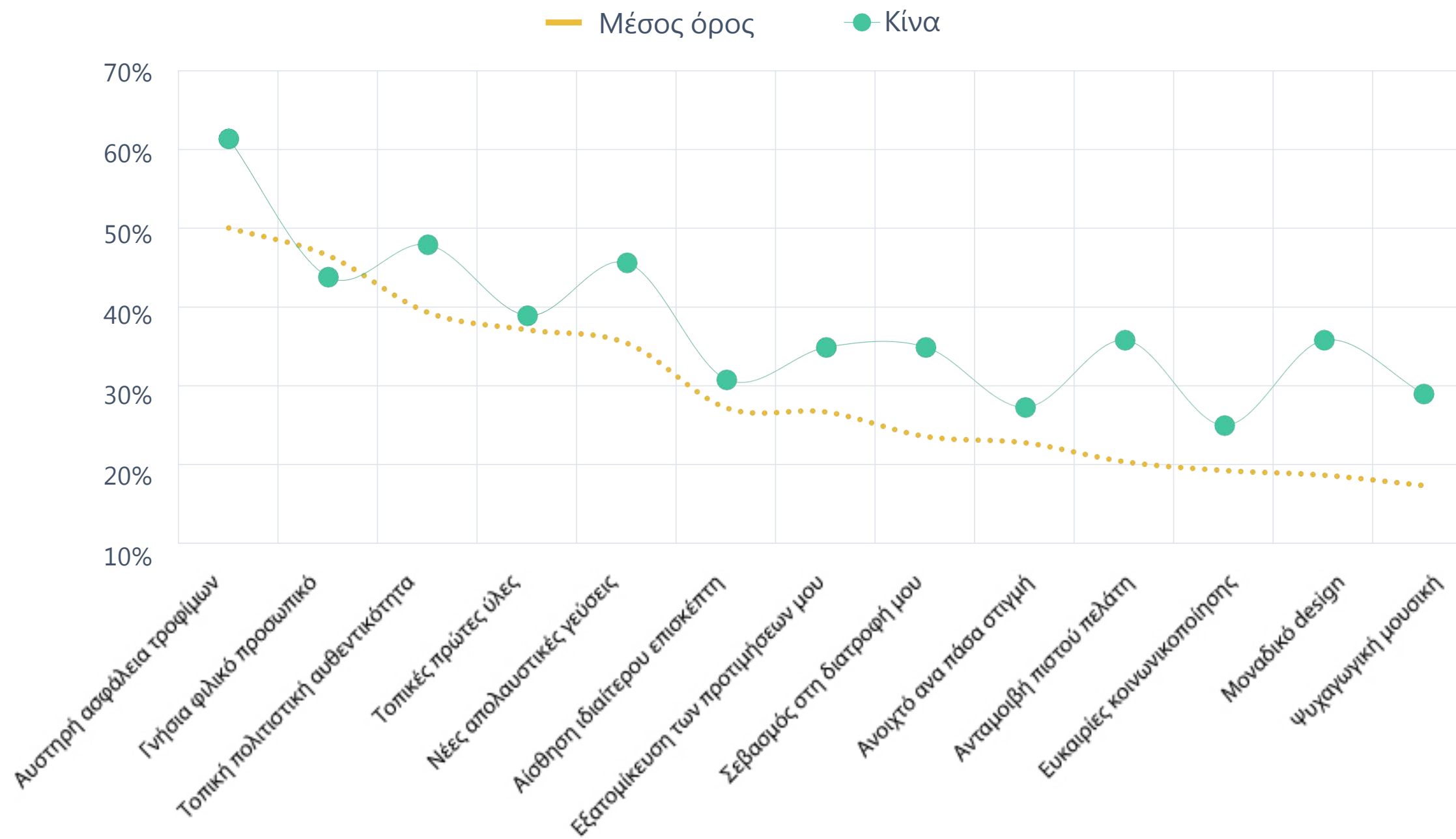
Οι ταξιδιώτες από τις ΗΠΑ **αναμένουν το υψηλότερο επίπεδο προδιαγραφών για θέματα ασφάλειας τροφίμων και φιλοξενίας** από το προσωπικό των εστιατορίων, συμπεριλαμβανομένης της προσοχής σε συγκεκριμένες διατροφικές συνήθειες (π.χ. vegan, τρόφιμα χωρίς γλουτένη). Το **design** θεωρείται επίσης σημαντική πτυχή της εμπειρίας φαγητού.



Αντιμετωπίζοντας τις ειδικές ανάγκες των αγορών

Οι Κινέζοι ταξιδιώτες

Τι περιμένουν οι Κινέζοι από τα εστιατόρια αύριο ...



% of score 5 on an importance rating scale from 1 to 5

Ανακαλύπτοντας νέες γαστρονομικές εμπειρίες

Οι Κινέζοι έχουν **ιδιαίτερες προσδοκίες**. Αν και μοιράζονται **την ίδια ανησυχία για την ασφάλεια των τροφίμων**, δείχνουν σαφή διάθεση για να εξερευνήσουν **νέες τοπικές γεύσεις** ... απαιτώντας όμως πιο **εξατομικευμένη προσοχή** στις προτιμήσεις τους. Ο **σχεδιασμός** επίσης προκαλεί μεγάλο ενδιαφέρον.

Συμπεράσματα



Συμπεράσματα για τα Ευρωπαϊκά ξενοδοχεία

Βασικά μαθήματα από την έρευνα

1

Η διαμονή διαδραματίζει, όσο ποτέ άλλοτε, **κεντρικό ρόλο στην εμπειρία του επισκέπτη**, λειτουργώντας ως σημείο αναφοράς, που διαχέεται σε όλη την αντίληψη για την ποιότητα του προορισμού. Ως εκ τούτου, η ικανότητα διαχείρισης των απαιτήσεων των πελατών «γύρω» από την εμπειρία τους στο ξενοδοχείο, μπορεί να δώσει μεγαλύτερη αξία στον καταναλωτή.

2

Οι αντιλήψεις για το **value for money** των ευρωπαϊκών ξενοδοχείων **απειλούνται από τον παγκόσμιο ανταγωνισμό**, ιδιαίτερα αυτές που επιδρούν στην ικανοποίηση των **ενδοευρωπαίων ταξιδιωτών και αυτών που ταξιδεύουν οικονομικά**.

3

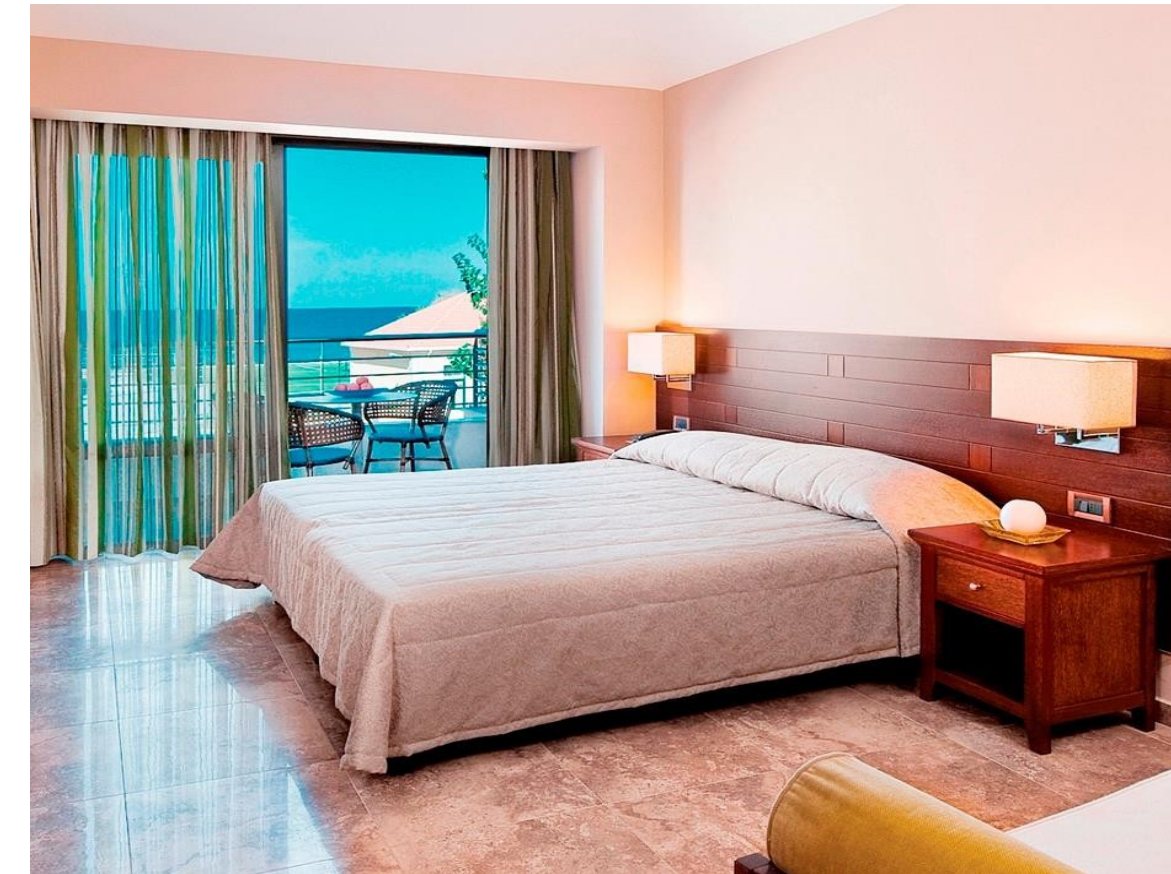
Η λεγόμενη « **Scaring economy** » έχει τον **ίδιο αντίκτυπο όπως η « Sharing economy »!** Ενώ το θέμα της κοινωνικοποίησης στα ξενοδοχεία είναι προσδοκία αρκετών πελατών, **η ασφάλεια είναι προτεραιότητα για όλους τους επισκέπτες**. Προς αυτή την κατεύθυνση, η ξενοδοχειακή βιομηχανία έχει πλήρη νομιμοποίηση για να λάβει μέτρα για την ασφάλεια των επισκεπτών της.

4

Υπάρχουν στρατηγικές διακριτής διαφοροποίησης που εστιάζουν στον μοναδικό σχεδιασμό, τις προσφορές ψυχαγωγίας, τις ανέσεις all-in-one-place, τους χώρους κοινωνικής συναναστροφής). **Ωστόσο, όλοι απαιτούν οι βασικές προσδοκίες να ικανοποιούνται**, συμπεριλαμβανομένης της ασφάλειας, της αυθεντικής φιλοξενίας, της ιδιωτικότητας, του σεβασμού και της ευελιξίας.

5

Η προσαρμογή του στυλ φιλοξενίας σύμφωνα με το προφίλ του επισκέπτη θα παραμείνει πρωταρχικής σημασίας στο μέλλον, με ιδιαίτερη εστίαση στην αλλαγή των γενεών (**οι millenials έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις από τους Boomers**), στο φύλο και **στις ιδιαίτερες ανάγκες των πολιτιστικών αγορών**.



4 Βασικές προσδοκίες της ξενοδοχειακής πελατείας προς αντιμετώπιση στο μέλλον

Συνοψίζοντας τις ανάγκες των καταναλωτών

Εντυπωσιάσέ με !

Ένα μοναδικό μέρος που καταστέλλει την αναζήτησή μου για ανακάλυψη, με νέο design, με εμπειρίες εξατομίκευσης, ψυχαγωγίας, ανταμοιβής και ψηφιακής τεχνολογία.

Δώστα μου όλα σε ένα μέρος !

Όλα σε ένα μέρος, όπου χαίρομαι να περνάω το χρόνο μου, όπου ανταμείβομαι και μου δείχνουν εκτίμηση. Η τοπική αφομοίωση δεν είναι προτεραιότητά μου : ας διασκεδάσουμε και ας απολαύσουμε ψηφιακές εμπειρίες μέσα πρώτα από όλα !



Φρόντισέ με !

Ένα ασφαλές καταφύγιο που προσφέρει ιδιωτικότητα, με ξεκουράζει και με φροντίζει, με αυθεντική φιλοξενία που με κάνει να αισθάνομαι σαν στο σπίτι μου... αν και είμαι μακριά από αυτό.

Ο χώρος μου για κοινωνική συναναστροφή !

Ένα μέρος που προφέρει ανέσεις και διαθέτει μια ατμόσφαιρα που μου επιτρέπει να συναναστρέφομαι καλύτερα με την οικογένειά μου, τους φίλους μου και ίσως με τους ντόπιους.

Αυτή η στατιστική ανάλυση των βασικών συνιστωσών αντικατοπτρίζει μια κατάτμηση των προσδοκιών της μελλοντικής ξενοδοχειακής πελατείας, συνοψίζοντας περίπου το 70% των 15 κριτηρίων σε 4 άξονες.

Βοηθά στη χαρτογράφηση των βασικών πυλώνων των αναγκών των καταναλωτών, τις οποίες θα πρέπει να αντιμετωπίσει η βιομηχανία στο μέλλον, ώστε να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητά της.

Τα συμπεράσματα για τα Ευρωπαϊκά Εστιατόρια

Βασικά μαθήματα από την έρευνα

1

Η τοπική γευστική εμπειρία έχει αυξανόμενη επίδραση στην γενικότερη ικανοποίηση των διεθνών επισκεπτών, καθιστώντας τη βιομηχανία των εστιατορίων βασικό πυλώνα για την φήμη του προορισμού.

2

Όπως και στα ξενοδοχεία, η αντίληψη για το **value for money** στα ευρωπαϊκά εστιατόρια **επηρεάζεται από τον παγκόσμιο ανταγωνισμό**, ο οποίος τείνει να προσφέρει πιο **ποικιλόμερφες και φιλόξενες γαστρονομικές εμπειρίες**. Ωστόσο, οι **Foodies** –αν και αντιπροσωπεύουν τη μειοψηφία των επισκεπτών- είναι πιο ευχαριστημένοι.

3

Τα εστιατόρια αναμένεται να αποτελέσουν **τον ιδανικό τόπο και χρόνο για να ζήσουν οι τουρίστες την «τοπική εμπειρία»** του ταξιδιού, προσφέροντάς τους γνήσιες ιστορίες, τοπικά παραγόμενες πρώτες ύλες και νέες γεύσεις. Ως εκ τούτου τα εστιατόρια μπορούν να είναι **μεγάλοι πρεσβευτές της βιωσιμότητας των προορισμών**.

4

Η “scaring economy” επηρεάζει επίσης την εμπειρία του τοπικού φαγητού του επισκέπτη : επισκέπτες από όλες τις εθνικότητες περιμένουν από τα εστιατόρια να τους παρέχουν το υψηλότερο επίπεδο ασφάλειας σε θέματα τροφίμων, ζητώντας μεγαλύτερη διαφάνεια και ενημέρωση για την προέλευση των προϊόντων, ανοιχτές κουζίνες και ιστορίες από τους chefs...

5

Οι πολιτισμικές ιδιαιτερότητες θα συνεχίσουν να επηρεάζουν μαζικά τις εμπειρίες των επισκεπτών, με αυξανόμενες ανάγκες προσαρμογής στις προσωπικές προτιμήσεις ή δίαιτες, αφήνοντας ταυτόχρονα ανέγγιχτες προς ανακάλυψη πτυχές της εμπειρίας.



Παράρτημα – Ερωτηματολόγιο



Ad hoc ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα

Χαρτογράφηση των προσδοκιών των μελλοντικών πελατών

While travelling abroad, visitors have a wide range of accommodation options. **Regarding hotels in particular, what ideal experience would you expect from a hotel in the future?**

Please use a scale from 1 to 5 to rate the importance of the following aspects:

The ideal future hotel ...

1=not important - 5=very important

- Displays unique architecture and design characteristics
- Reflects local and cultural authenticity
- Offers opportunities to socialize with other guests and locals
- Provides “insider tips” for exploring the destination.
- Has complete onsite amenities (sleeping, dining, gym, activities, wellness, entertainment...)
- Rewards my loyalty
- Can host me at any time
- Makes me feel at home
- Personalizes my experiences
- Allows flexibility to host family and friends
- Is a place where I can take care of myself
- Employs staff who are genuinely friendly and hospitable
- Respects my privacy and peace
- Makes me feel safe
- Provide entertainment options with high-tech and digital innovations

While travelling abroad, visitors have a wide range of dining options. **Regarding restaurants in particular, what ideal experience would you expect from a restaurant in the future?**

Please use a scale from 1 to 5 to rate the importance of the following aspects:

The ideal future restaurant ...

1=not important - 5=very important

- Reflects local and cultural authenticity
- Displays unique architecture and design characteristics
- Rewards my loyalty
- Is open at any time
- Offers opportunities to socialize with other guests and locals
- Uses locally produced ingredients in its cuisine
- Personalizes the dining experience to my tasting preferences
- Makes me feel like a special and distinctive guest
- Employs staff who are genuinely friendly and hospitable
- Adheres to strict food safety requirements
- Provides entertainment with music and shows
- Accommodates my personal diet choices
- Offers opportunity to discover new enjoyable flavors

About TCI Research

Competitive insights for smart destinations

MISSION

We provide local and international destinations in the world with competitive insights covering the whole visitor experience, by using standard and custom advanced research solutions based on conventional surveys and controlled Big Data integration



request@tci-research.com

VISION

Research is instrumental to efficient destination marketing and management. We help you navigate the complex and competitive visitor economy, measure your performance, detect trends and opportunities for making your destination brand stand out from the competition



+ 32476701125

ENDORSEMENTS

In 2011, our TRAVELSAT© Index global survey was given the UNWTO Innovation Award. Since then, 100+ destinations and travel organizations have trusted us, fostering our team to constantly innovate in quality research solutions for destination leaders



www.tci-research.com



@TRAVELSAT_index