

Kommunledningskontoret

Erik Pelling

Svar på interpellation om turistinformation från Lina-Maria Jansson (C)

Lena-Maria Jansson (C) har ställt ett antal frågor om turistinformationen i Uppsala. Jag inleder svaret med att ge lite bakgrundinformation. De konkreta frågorna besvaras nedan.

De senaste femton åren har människors beteende att söka information förändrats och till stor del digitaliserats, detta gäller även hur man söker information inför och under ett besök till Uppsala. Digitaliseringen är en av de stora globala omställningarna och här ligger Uppsala i framkant att driva förändring och innovation på flera områden, som exempelvis att leverera information och inspiration till besökare, i de kanaler de befinner sig. Det, samt tydligt svikande besöksiffror till Uppsala Tourist Center under många år, var grunden till beslutet 2016 att arbeta mer tidsenligt med turistinformation. Destination Uppsala arbetade tillsammans med en bred referensgrupp från den lokala besöksnäringen fram en vision och en projektplan för framtidens besöksmottagande, vilket är den vi arbetar enligt idag.

Uppsalas besöksmottagande har, i linje med den strategiska riktning som pekats ut, fokus på att finnas i de kanaler och platser besökare vill söka efter information och inspiration samt på värdskap i samverkan; att tillsammans med näringen ta hand om Uppsalas besökare.

Uppsala var en av de städer i Sverige som först förändrade sitt tillvägagångssätt att arbeta med besöksmottagande och sedan dess har många andra platser valt att följa efter, både storstäder och typiska turistdestinationer. Flera destinationer, b.l.a Stockholm, Gävle och Norrköping har vänt sig till Uppsala för att ta del av vår modell, vilken också legat till grund för dessa destinationers utvecklingsarbete. Destination Uppsala har också fått möjlighet att dela sitt arbete och framåtlutande utveckling i flera nationella forum för turism.

Inför besöket till Uppsala kan besökare söka information och inspiration digitalt eller genom att ta kontakt med Destination Uppsala med specifika frågor via mail, telefon, messenger eller chat-bot. Man kan även beställa kartor och broschyrer. Under besöket i Uppsala finns möjlighet att besöka någon av Uppsala åtta InfoPoints för ett personligt möte och få svar på enklare frågor, kartor och material, få hjälp av besöksmottagare (receptioner hotell, vandrarhem, camping, museum m.fl.) med kartor, tips och

hänvisningar, ta del av turistinformationsskyltning vid Resecentrum samt vid minst fem andra platser under snöfrisäsong, utöver möjligheten att under hela besöket söka realtidsinformation, öppettider, kartor och vidare tips digitalt.

Har Uppsalas turistinformation utvärderats sedan turistbyrån lades ned?

2017 genomfördes en undersökning, ”Nollmätning kring framtida informations- och inspirationskoncept” med besökare i Uppsala som b.la visade att merparten av de som söker information inför och under ett besök använde sig av internet och specifikt Google eller annan plattform. De sökte främst information kring vad som finns att se och göra i Uppsala. Flest har angett att de vill få eller hitta information digitalt under framtida besök i Uppsala

2020 genomfördes en uppföljning av undersökningen där närmare 700 besökare i Uppsala intervjuades för att följa upp nollmätningen på ett antal områden, b.la hur besökare söker information inför och under besöket, samt hur informationen hjälpt eller inspirerat dem att uppleva mer.

- Det är lika stor andel som sökt information under vistelsen 2020 som 2017
- 91% av dessa har sökt information via Google eller annan sökmotor (en ökning)
- 33% användes sig också av digitala plattformar destinationuppsala.se samt Tripadvisor
- Flest anger att de söker information om är vad man kan göra i Uppsala följt av allmän information om Uppsala och information om caféer och restauranger
- 41% anger att de söker information kvällstid kl. 18-22, en betydande ökning sedan 2017
- Flest anger att de vill få eller hitta information digitalt, följt av genom skyltning under sitt framtida besök i Uppsala

Undersökningen visar också att 70% upplever att den information de sökt på plats under besöket i Uppsala inspirerade dem att göra fler aktiviteter än planerat. Det genomsnittliga svaret (skala 1-6) för 2020 är 4,32, en ökning mot 2017 då det genomsnittliga svaret var 3,60. Dvs besökare har i större utsträckning blivit inspirerade att göra mer under sitt besök i Uppsala efter att de sökt information på plats 2020 än 2017.

Arbetet med Uppsalas nya besöksmottagande på helhet följs även upp regelbundet genom enkäter och samtal med Info Points och besöksmottagare, analys av trafik och frågor till chat-bot och hemsida, inkommande frågor via mail och telefon samt genom fältintervjuer. Förbättringar och förändringar görs löpande utifrån inkommen feedback, exempelvis monterades nyligen tre nya informationspunkter med kartor, tips på besöksmål, tydlig information om Uppsalas åtta Info Points samt QR-koder till vidare digital information kring Resecentrum, dit många besökare ankommer. Senare under våren tillkommer även ytterligare åtta turistinformationsplatser i och vid Uppsalas infarter för att stärka upp bättre skyltning.

Vi fortsätter arbetet med att utveckla och förbättra Uppsalas besöksmottagande tillsammans med näringen.

Hur nöjda eller missnöjda är besökarna med den turistinformation som finns?

I undersökningen som nämns ovan framkommer även feedback kring hur man ser att informationen kan förbättras och utvecklas exempelvis genom att komplettera digital information med skyltning på plats. Skyltningen vid resecentrum (tillkom februari 2022) är en åtgärd och vidare under året kommer även ett antal nya turistinformationsplatser med kartor och hänvisningar att tillkomma runtomkring i Uppsala samt vid stadens infarter.

Destination Uppsala mäter årligen NPS (Net promoter score) som anger om man är nöjd med sitt besök i Uppsala och rekommenderar det till andra. Här har Uppsala goda siffror, dvs Uppsala besökare är nöjda!

InfoPoints samt utvalda besöksmottagare i näringslivet får skatta sin egen förmåga att kunna hjälpa besökare med frågor, och även där ser vi en positiv utveckling; Uppsalas besöksmottagare upplever att de blir bättre på att hjälpa besökare med de frågor som inkommer. Dessa nyckelpersoner erbjuder regelbundet utbildning och aktuell information via Destination Uppsala så som utbildningsresor 4 ggr/år, digitala utskick 1-2 ggr/mån samt genom platsbesök med Uppsalautbildning.

Hur ofta uppdateras Destination Uppsalas hemsida?

Hemsidan uppdateras dagligen för mindre justeringar. Nytt innehåll så som guider, upplevelser, besöksmål och evenemang – uppdateras eller läggs till på hemsidan varje vecka.

Som en del av besöksmottagandet och ökad tillgänglighet för besökare har Destination Uppsala utvecklat en chat-bot, en automatiserad digital tjänst i chattformat som är tillgänglig dygnet runt via hemsida och sociala medier, där besökare kan få specifika tips och svar på vanliga frågor. Detta för att kunna inspirera och informera våra potentiella Uppsalabesökare i ännu högre utsträckning.

Under ”FAQ vanliga frågor” ges enkla och tydliga svar på några av de vanligaste frågorna inför ett besök i Uppsala. Här kan man som exempel även få tips på var man kan köpa souvenirer. Dessa vanliga frågor kan även våra åtta anslutna Info Points besvara, några av dem har också lokala produkter (souvenirer) till försäljning. [FAQ – Vanliga turistfrågor - Destination Uppsala](#)

Planeras några åtgärder för att avhjälpa att hemsidan upplevs som rörig och svårnavigerad?

Under hösten 2021 genomfördes benchmarking av www.destination uppsala.se för att mäta sidans ranking såväl ur ett tekniskt perspektiv kopplat till tillgänglighet gällande text, bild och navigation, samt enkätundersökningar för att få in feedback på den generella användarupplevelsen. Både benchmark och enkät var till största del positiv, men de föreslagna åtgärder som inkom utfördes sedan i samråd med webbplatsutvecklare. Vi arbetar löpande med förbättringar så som att optimera prestanda, innehåll och utseende allteftersom ny funktionalitet blir tillgänglig och för att underlätta för så många av våra hemsidesbesökare som möjligt. Under 2022 planerar vi som exempel att implementera ett enkätformulär till hemsidan där varje

besökare har möjlighet att lämna feedback på sin upplevelse av sajten kopplat till områden som navigering, sökfunktioner eller information som de upplever att de saknar osv. Dessa kommer sedan att utvärderas och läggas samman med våra egna mätningar och rapporter och bilda underlaget för hemsidans fortsatta löpande utveckling.

Under 2021 ökade antal unika besökare till destination uppsala.se med 75%. Besökare till sajten stannad också längre än tidigare och tog del av mer innehåll.

Erik Pelling (S)

Kommunstyrelsens ordförande