

# Fritidsresor

Målet för Fritidsresor är att ha de mest nöjda kunderna och samtidigt den bästa lönsamheten inom resebranchen. Tuffa målsättningar som ställer höga krav och då är det självklart att undersökningar blir ett viktigt verktyg. Här krävs användarvänlighet och flexibilitet

Peter Hellström arbetar på Fritidsresors kommunikationsavdelning och är en av de personer inom organisationen som genomför undersökningar. Syftet med marknadsundersökningarna är framför allt att få veta mera om kunderna. Fritidsresor vill veta vad som efterfrågas, hur efterfrågan förändras över tiden och inte minst förstå varför förändringarna sker.

Resultaten av undersökningarna ligger till grund för beslut om kommande resor och erbjudanden som kommuniceras till marknaden. Marknadsundersökningarna används både för det interna arbetet och för den pr som Fritidsresor kontinuerligt arbetar med.



*När Fritidsresor grundades 1961 föddes ett nytt koncept för semesterboende med fritidsvåningarna. Första resan gick ner till USA. Charterresor med flyg till Medelhavet startades våren 1962. Resmålen var bland annat Mallorca, Sitges, Nice, San Remo, Arma di Taggio och Rimini. Antal resenärer första året var cirka 4500.*

*Idag är Fritidsresorgruppen en nordisk koncern med ledande researrangörer i Sverige, Norge, Danmark och Finland. Sedan 2007 ingår Fritidresegruppen i världens största resekoncern, TUI Travel Pic som är ett nätverk av europeiska reseföretag. Det är världens största resekoncern med över 30 miljoner kunder om året och resor till hela världen från mer än 20 länder. Sammanlagt jobbar 48 000 personer inom organisationen.*

Ett exempel är när Fritidsresor under förra året lade ut en fråga på sin webbsida under en knapp vecka och fick in över 7800 svar. Frågor ställdes kring svenskarnas julfirande utomlands - t ex "Varför firar du jul utomlands?". Fem av tio svarade att de behöver komma bort från mörker och kyla. Undersökningens resultat presenterades före julhelgen och fick bra genomslag i pressen.

Ytterligare ett syfte med undersökningarna är att öka kontakten och utbytet med webbsidans besökare. Tanken är att försöka bygga relationer och på så sätt knyta Fritidsresors kunder och intresserade besökare närmare till sig.

Fritidsresor har många besökare på sin webbsida. Drygt varannan resa bokas numera via webbsidan. Förra året reste cirka 575 000 svenskar med Fritidsresor så trafiken på sidan är intensiv. Vad som händer där är viktigt och kan få stora konsekvenser. Ungefär en gång i månaden läggs det ut nya frågor till undersökningarna. Med så mycket trafik på sidan kan det på kort tid komma in många svar till de utlagda frågorna.

Peter vet att det var pris i kombination med produkt som var en av anledningarna till att Fritidsresor valde Webropol som undersökningsverktyg.

"Vi behöver ett verktyg för att kunna göra externa undersökningar. Två av kraven är att det ska vara användarvänligt och att vi ska kunna vara flera som använder verktyget samtidigt. Vi har stor hjälp av Webropol i vårt PR-arbete, genom att utnyttja de svar vi får in", fortsätter Peter.

"På vår webbsida lägger vi ut korta och snabba webbenkäter. Webropolns verktyg är pålitligt och har aldrig tappat information eller legat nere när vi jobbat med det. Teknisk säkerhet och pålitlighet är en förutsättning för oss", avslutar Peter.

Vi från Webropol är stolta över samarbetet med resebranchens framgångsrikaste företag och vi önskar Fritidsresor lycka till i det fortsatta arbetet.