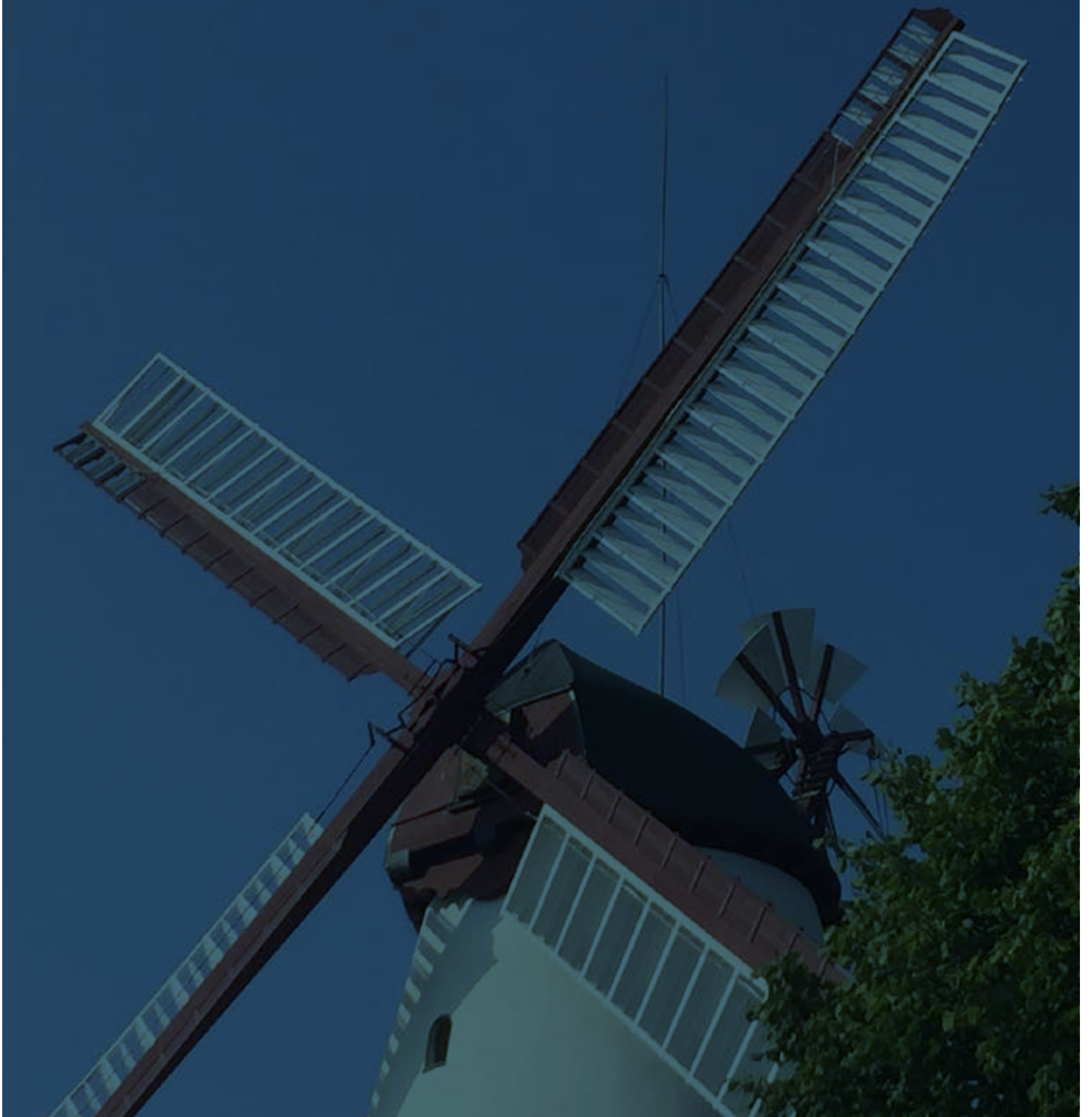


**SE DIN DESTINATION  
MED TURISTERNES ØJNE**



A scenic landscape featuring a river in the foreground, a wooden structure (possibly a bridge or dock) extending into the water, and several trees, some with bare branches and some with green leaves. The background shows a line of trees under a blue sky with light clouds.

## DET VI GØR

Kvistgaard+HIRD og FORCE Technology giver dig nu mulighed for at komme helt tæt på turisterne ved hjælp af den nyeste teknologi inden for brugerstudier. Det betyder blandt andet, at du via eye tracking har mulighed for at få at vide om, hvad turisterne rent faktisk kigger på, når de er på besøg – uanset om det er et besøg på en hjemmeside, en destination, et turistbureau, en campingplads eller en attraktion. Kort fortalt, så optager vi det, turisterne kigger på, så du kan kigge med bagefter.

Vi kan eksempelvis give dig viden om, hvad turisterne kigger på...

- // når de går rundt byen
- // når de træder ind i et turistbureau
- // når de bruger dine informationsskærme eller din hjemmeside
- // når de sidder og nyder en is på torvet
- // når de bevæger sig rundt i en butik

Når vi ved, hvad turisterne kigger på, analyserer og perspektiverer vi denne viden med udgangspunkt i vores dybe kendskab til turisme og oplevelsesøkonomi generelt og din særlige situation specifikt. På den måde får du viden om og inspiration til nye udviklingstiltag og -initiativer.

# VI HAR OPDELT VORES ARBEJDE I TRE FASER:



## Undersøgesdesign

Specificering af problemstilling  
Planlægning af dataindsamling  
Rekruttering af deltagere



## Dataindsamling

Fx eye tracking setup  
Instruktion til deltagere  
Dataanalyse



## Workshop

Præsentation af resultater  
Råd og vejledning  
Input og nye tiltag

## VORES UNIKKE VÆRKTØJER

Vi arbejder med den nyeste teknologi inden for brugerstudier

**Eye tracking** optager og analyserer, hvad vi ser på, i hvilken rækkefølge og hvor længe. Eye tracking anvendes bl.a. til at undersøge, hvordan vi orienterer os på digitale medier, hvordan vi forstår turistguides, og hvad der fanger vores interesse.

**EEG-udstyr** optager og analyserer mental belastning og engagement. Det kan fx være, når vi udfører en opgave, når vi betjener automater, når vi står foran et bestemt maleri på et museum, eller når vi befinder os i et specifikt miljø.

**GSR-udstyr** måler aktiveringen af vores svedkirtler i hånden, hvilket kan afsløre, om noget gør os opstemte eller angst. GSR-udstyr kan fx anvendes til at måle glæde eller frygt ved oplevelser i en forlystelsespark.

**EKG-udstyr** måler hjerterytme. Herigennem opnås indblik i reaktioner på stimuli som eksempelvis en potentiel fare. EKG-udstyret anvendes bl.a. til at undersøge en persons emotionelle tilstand (neutral, glad, stresset) i forskellige situationer.



# ET SAMARBEJDE MED OS

Vi skræddersyer alle vores brugerstudier, så de matcher den konkrete opgave. Du kan finde inspiration i eksemplerne. Det er kvalitative data, der giver en dyb forståelse af forbrugssituationen set fra forbrugers synsvinkel.

## Turisternes anvendelse af digitale medier

- for eksempel når de bruger dine informationsskærme eller din hjemmeside

Trin 1	Undersøgelhedsdesign	Inkluderer udvikling af undersøgelhedsdesign og et tre timers møde med opdragsholder. Formålet er bl.a., at: <ul style="list-style-type: none"><li>- undersøge og udvælge digitale medier</li><li>- identificere interessepunkter i turisternes destinationsøgning</li><li>- opstille hypoteser omkring turisternes søgning</li><li>- beslutte undersøgelsens omfang og setup</li></ul>
Trin 2	Dataindsamling	Dataindsamlingen kan inkludere remote eye tracking til at evaluere, hvad turisterne kigger og søger på, samt hvad der fanger deres opmærksomhed. Der kan også inddrages metoder til at måle emotionelle og kognitive reaktioner (fx GSR, EKG og EEG). Herefter analyseres data med henblik på, at besvare opstillede hypoteser.
Trin 3	Workshop	De indsamlede data og resultater præsenteres for opdragsholder og i fællesskab diskuteres mulige nye tiltag, der kan optimere eller guide turisterne hensigtsmæssigt.

## Turisternes oplevelse på fx en destination

- for eksempel når de går rundt i byen

Trin 1	Undersøgelhedsdesign	Inkluderer udvikling af undersøgelhedsdesign og et tre timers møde med opdragsholdere. Formålet er bl.a., at: <ul style="list-style-type: none"><li>- undersøge og udvælge interesseområder</li><li>- identificere turistrelaterede problemstillinger knyttet til området</li><li>- opsætte hypoteser omkring turisternes brug af området</li><li>- beslutte undersøgelsens omfang og setup</li></ul>
Trin 2	Dataindsamling	Dataindsamlingen kan inkludere mobil eye tracking til at evaluere, hvad turisterne kigger på, samt hvad der fanger deres opmærksomhed og guider deres adfærd. Der kan også inddrages metoder til at måle emotionelle og kognitive reaktioner (fx GSR, EKG og EEG). Herefter analyseres data med henblik på, at besvare opstillede hypoteser
Trin 3	Workshop	De indsamlede data og resultater præsenteres for opdragsholder og i fællesskab diskuteres mulige nye tiltag, der kan optimere oplevelsen af et område og sikre et succesfuldt besøg

# OM OS

## **Kvistgaard+HIRD**

er eksperter i turisme- og oplevelsesudvikling. Kvistgaard+HIRD hjælper private og offentlige aktører med blandt andet destinationsudvikling, turismestrategier, forretningsudvikling, potentialeplaner, turismepolitikker, helheds- og masterplaner og oplevelsesdesign.

## **FORCE Technology Afdelingen for Anvendt Psykologi**

leverer rådgivning og løsninger inden for designpsykologi, forbrugerpsykologi, brugervenlighed, brugeroplevelse og sikkerhed til private og offentlige virksomheder og institutioner.

## **KONTAKT:**



### **Afdelingen for Anvendt Psykologi**

E-mail: [psychology@force.dk](mailto:psychology@force.dk).

Hjortekærsvej 99 · DK-2800 Kgs. Lyngby

T. + 45 43 25 07 00

### **Kvistgaard + HIRD**

E-mail: [john@hirdogko.dk](mailto:john@hirdogko.dk).

Kronen 15 · DK-9260 Gistrup

T. + 45 40 60 10 50