Destination Eskilstuna vässar destinationsarbetet med servicelösning från Statea & Benchmarking Alliance

**Pressmeddelande 2017-10-25**

**Under sommaren tecknade Destination Eskilstuna avtal med statistikföretaget Statea & Benchmarking Alliance i Stockholm. Avtalet ger Destination Eskilstuna tillgång till kontinuerlig information kring bokningsläge men även besökares omdömen av anläggningarna i stadskärnan.**

– För första gången kan nu Destination Eskilstuna redovisa beläggningsstatistik dag för dag i stadskärnan. Tidigare har vi behövt vänta in statistik från Statistiska Centralbyrån, säger Maria Ringström, Destinationsstrateg, Destination Eskilstuna.

Från första januari i år till och med nionde oktober redovisar Eskilstuna en ökad beläggning med 11 procent jämfört samma tidsperiod förra året. Sommarmånaderna maj till och med sista augusti visar en rekordökning med hela 14 procent i beläggning jämfört med förra året. Även omsättning per tillgängligt rum ökade med 17 procent under sommarmånaderna,

– Statistikverktyget ger oss omedelbar överblick över stadskärnans tillgängliga, men även sålda rum och intjäning, vilket är mycket användbart vid värvning av nya evenemang, möten och kongresser, säger Emelie Gard, Projektledare, Eskilstuna Convention Bureau.

– Vi har nu även möjlighet att få direkt återkoppling på hur till exempel en festival som Gainesville bidragit till ökat antal övernattande besökare. Gainesville, som i år genomfördes för andra gången, genererade fler hotellövernattningar i stadskärnan jämfört med förra året, säger Micke Lönngren, Evenemangschef, Destination Eskilstuna.

– Destination Eskilstuna är en av de destinationer som är först ut med att teckna avtal för Stateas servicelösning. Där ingår också tjänsten Loopon som hämtar omdömen om anläggningar i Eskilstuna via internet-kanaler som till exempel Tripadvisor och Booking.com. Inhämtningen av data sker dagligen vilket möjliggör realtidsuppföljning, säger Johan Borgstedt, Statea.

– Statistikverktyget ger oss möjlighet att styra våra kommunikationssatsningar bättre. Ser vi att vissa datum återkommande har lågt bokningsläge har vi möjlighet att planera in riktade kampanjer mot olika målgrupper för att locka besökare under just dessa datum, säger Elin Stenman, Marknadschef, Destination Eskilstuna.

– Destination Eskilstuna har som ambition att stärka kommunikation och bearbetning av besökare både före, under och efter besöket. Vi vill också kunna följa utvecklingen av Eskilstunas platsvarumärke EskilstunaEvolution. Stateas servicelösning ger oss bra verktyg att utveckla och följa upp det arbetet, säger Martin Roos, VD Destination Eskilstuna.

**Kontakt:  
​**Maria Ringström, Destinationsstrateg, Destination Eskilstuna, [maria@eskilstuna.nu](mailto:maria@eskilstuna.nu), 072-188 90 29  
​Johan Borgstedt, Statea & Benchmarking Alliance, [Johan.borgstedt@statea.se](mailto:Johan.borgstedt@statea.se), 073-414 64 44