

An aerial photograph of a beach and ocean. The beach is sandy and runs vertically through the center. To the left is a dune area with green vegetation and a path. To the right is the ocean with gentle waves. A dark green rounded rectangle is overlaid on the left side of the image, containing white text.

Faglige dage: Chatbot på tværs af destinationer

5. november 2025

VisitDenmark 

Formål

Formålet med mødet er at dele viden og erfaringer om chatbot-løsninger på tværs af destinationer og sammen udforske potentialet



© Mette Johnsen

**Tak til Destination
Vadehavskysten for
at danne rammen
om vores workshop**



Agenda

10.00 Velkommen

10.15 DEL 1: Chatbot – desk research og vidensdeling fra VisitDenmark digital team

11.15 Pause

11.30 Destinations case - Fjordlandet

12.00 Destinations case - Århus

12.30 Frokost

13.00 DEL 2: Workshop

Introduktion til workshop

13.10 Chatbottens rolle og potentiale

13.50 Pause, kaffe og kage

14.00 Chatbottens rolle i en AI-drevet fremtid

14.40 Fælles afrunding og opsamling

15.00 Tak for i dag!



© Unsplash

Dagens forplejning fra Rankin Park

Frokost kl. 12.30:

Åbne sandwich med Fanø Laks med ristet surdejsbrød, salat, urte creme fraiche, seaweed caviar, hjemmedyrket micro grønt Efterårs salat der passer til sandwichen.

Økologisk saft & vand/danskvand

Kaffe & Kage kl. 13.50:

Hjemmebagt brownie med frisk frugt.



© Unsplash

Vidensdeling om Chatbots VisitDenmark

- Key take aways Moving Destin(AI)stion
- Hvad kan vi med Cludo?
- Desk research
- Chatbots I vores digitale brugerrejse
- Resultater survey
- Brugeranalyse Getwhy



Moving Destin(ai)tion

01. Partneranalyse - %

AI laver forretningsanalyser for partnere

02. Visitdata-plattform - % ←

Ét samlet overblik over mønstre i data og anbefalinger til nye indsatsområder

03. Dynamiske dashboards - % ←

AI præsenterer indsigter baseret på data analyser på tværs af platforme

04. Gæstedataanalyser

AI analyserer gæstedata og foreslår nye strategiske tiltag

05. SoMe-indholdskaber

AI laver billeder, videoer og tekster til sociale medier

06. Nyhedsbrev-generator - 1/5

AI hjælper med at generere indhold og design til nyhedsbreve

07. Email-creator % ←

AI laver mails til turister baseret på hjemmesiden

08. Video-creator

AI laver video reels baseret på billeder

09. Chatbot - 1/5

Flersproget chatbot, der svarer på typiske spørgsmål fra turister 24/7

10. Chatbot 2.0 - % ←

Planlægningsassistent med realtidsdata

11. Booking via chatbot - 1/5

Chatbot udvides til også at kunne håndtere bookinger direkte på hjemmesiden

12. SoMe-optimering - 2/5

AI analyserer løbende performance og kommer med forslag til forbedringer

13. SEO optimering → idéudvikling - 2/5

AI analyserer søgeord og kommer med nye ideer til engagerende indhold

- Opkvalificering
- Fællessprog når vi taler om AI
- AI cases til videreudvikling
- Flere destinationer er allerede i gang

14. Vidensbank - 1/5

AI samler information for et område, tema, projekt eller målgruppe

15. Nyhedsoverblik

AI overvåger nyhedsbreve og præsenterer de mest relevante historier

16. Billede-finder

AI finder billeder fra arkivet ud fra specifikke ønsker

17. AI-oversætter - 1/5

Automatisk oversættelse til andre sprog når tekst uploades på hjemmesiden

18. Mødereferater

AI-genererede referater fra fysiske og online møder

19. Medarbejder-chatbot

Intern chatbot, der kan svare på spørgsmål fra medarbejdere om strategien

20. Partner mail generator - 1/5

AI sender personlige mails til partnere

21. Bæredygtighedsovervågning

Automatiseret indsamling og behandling af bæredygtighedsdata

22. Automatisering af repetitive opgaver - 1/5

AI opretter events og skifter billeder på hjemmesiden afhængig af sæson

23. AI-agent opdaterer GuideDanmark databasen - % ←

AI overvåger om der åbner nye hoteller, attraktioner, restauranter osv

24. Automatisk nyhedsovervågning

AI overvåger og notificerer om medietale af destinationen

25. Bid-bot- 1/5

AI hjælper med at udforme conferencebids

Chatbot 2.0

Problemet

- Turister og andre brugere (fx erhvervsturister, presse) oplever det som uoverskueligt at navigere i store informationsmængder og bookingflows på tværs af platforme.
- Der er mange spørgsmål fra udenlandske turister, som medarbejdere manuelt skal besvare – ofte uden for normal arbejdstid.
- Brugere har svært ved at finde relevante oplevelser baseret på tid, sted, vejr og målgruppe.
- Der mangler et samlet og intelligent kontaktpunkt, der kan hjælpe med inspiration, planlægning og booking på ét sted – hele døgnet.

Chatbot 2.0

En AI-chatbot til VisitDenmark-platforme, der kan svare på turistrettede spørgsmål baseret på indhold fra visitdk.dk og evt. GuideDanmark. Integreres med geodata og potentielt vejrdata.

Executive summary

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>Løsningen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lovable • Løsningsbeskrivelse | <p>Fordele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kan automatisere gæsteservice 24/7, øge brugerengagement og reducere behov for manuel support. Potentiale for konvertering til booking, men usikker efterspørgsel | <p>Tekniske krav</p> <ul style="list-style-type: none"> • Webscraping af VisitDK-sider • Vektordatabase m. metadata enrichment (lokation, kategori) • RAG-chatbot med geo-lokation • Integration til DMI og evt. GuideDanmark API | <p>Vurdering</p> |
| <p>Nuværende pains</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meget information samlet på hjemmeside, som brugeren skal navigere i • "Hvad passer til mig og min målgruppe?" | <p>Success metrics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brugertilfredshed • Sparet tid for medarbejdere | <p>Estimeringer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prototype: 100 timer. • Fuld løsning: 400+ timer. | <p>Contact</p> <p>Destination(er):</p> <p>Personer:</p> |

To typer af chatbots

General Purpose Chatbot

En fleksibel AI-motor, der kan tale om næsten alt. Ikke bundet til én organisation – men kan fungere som “hjernen” bag mange løsninger.

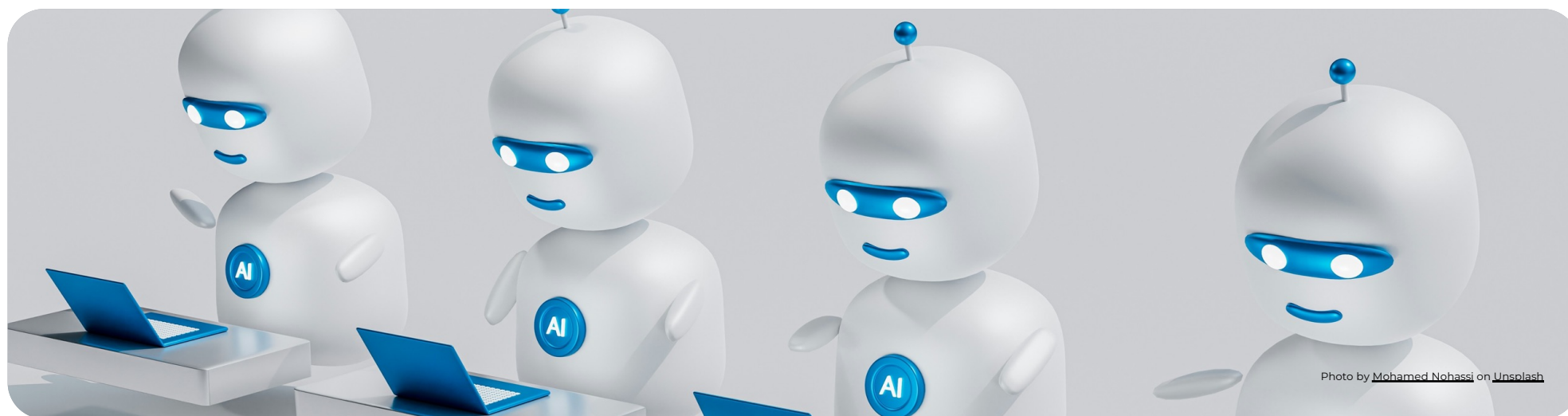
Eks. ChatGPT, Gemini, Copilot

Purpose-Specific Chatbot

En specialiseret digital medarbejder, bygget til ét formål.

Svarer præcist på spørgsmål og hjælper gæster dér, hvor behovet opstår.

Eks. Destinations- eller servicebot

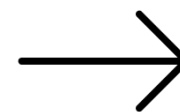
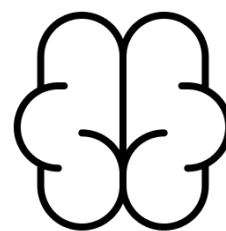
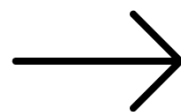
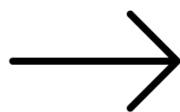
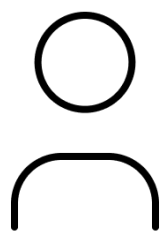


Normal- eller RAG Chatbot

ChatGPT: Generel model, kreativ men uden vores data.

Custom GPT: Skræddersyet med egne dokumenter, men statisk.

RAG: Kan dynamisk hente fakta fra vores egne kilder, før den svarer.



Bruger stiller
spørgsmål til
Chatbot

Retriever
søger i
tilgængelig
data

Augmenter
omsætter
data til
prompt

Generator
AI model
genererer
svar

Chatbottens data grundlag

Statisk viden

Faste fakta, som chatbotten skal kende på forhånd.

Fx: FAQ, åbningstider, priser, transport, attraktioner.

Dynamiske data

Information, chatbotten henter i realtid.

Fx: Bookingstatus, events, vejr, CRM-data.

Læringsdata

Data chatbotten lærer af over tid.

Fx: Tidligere samtaler, feedback, brugerintentioner.

Valg af chatbot

- Byg selv-løsning
 - Fuld kontrol over data, indhold og integrationer
- Markedsløsning
 - Hurtig implementering med eksisterende viden

The screenshot shows a chatbot interface for planning a trip to the USA. The header includes "Planning Your First Trip to the USA" and filters for "United States", "When", "2 travelers", and "Budget". A "Create a trip" button is visible in the top right. The main content area is titled "Where to today?" and contains a message from the chatbot: "Absolutely! Planning a trip to USA offers endless possibilities, from stunning national parks and iconic cities to incredible food scenes and unique cultural experiences." Below this is a section titled "America the Beautiful: Where to Begin?" which suggests exploring natural wonders, scenic road trips, and classic American landmarks. A list of top themes and iconic destinations is provided, starting with "1. National Parks Adventure" and listing "Yellowstone National Park" as a famous destination for geysers, hot springs, and wildlife. On the right side of the interface is a map of the United States with various locations marked, including Yellowstone National Park, Yosemite National Park, Los Angeles, Pacific Coast Highway, Route 66, Louisiana, New Orleans, Chicago, and New York. The chatbot's name "mindtrip." is visible in the bottom left corner of the interface.

Eksempler

- https://www.livingmuseum.app/explore?q=Ancient+Elgyptian+mummies&artifact=Y_EA37936&chat=true
- <https://www.slovenia.info/en/alma>
- <https://americathebeautiful.com>

The screenshot shows a digital museum interface for a Canopic jar. At the top, it says "The Living Museum". The main title is "Canopic jar found in Egypt". Below the title, there are two images: a top-down view of the jar's lid and a side view of the jar. The side view shows a black silhouette of the jar with a white line drawing of the jar's face and a dashed box indicating the location of the inscriptions. To the right of the images, there is a "Chat" button and a "Metadata" button. The chat window is open, showing a message from the jar: "Greetings! I'm a wooden canopic jar fashioned in the likeness of Qebhsenuf, one of the four sons of Horus who protected the intestine the deceased in ancient Egypt. My painted plaster surface and hieroglyphic inscriptions tell stories of the afterlife, and I've traveled the world since arriving at the British Museum in 1834 as a gift from the renowned Egyptologist Sir J Gardner Wilkinson. What would you like to know about my purpose in Egyptian funerary practices?". Below the message, there are three suggested questions: "What do your hieroglyphic inscriptions say?", "How were you made and decorated?", and "Tell me about Qebhsenuf's role in mythology.". At the bottom of the chat window, there is a text input field with the placeholder "What do you want to ask?".

The Living Museum

Canopic jar found in Egypt

Chat Metadata

Greetings! I'm a wooden canopic jar fashioned in the likeness of Qebhsenuf, one of the four sons of Horus who protected the intestine the deceased in ancient Egypt. My painted plaster surface and hieroglyphic inscriptions tell stories of the afterlife, and I've traveled the world since arriving at the British Museum in 1834 as a gift from the renowned Egyptologist Sir J Gardner Wilkinson. What would you like to know about my purpose in Egyptian funerary practices?

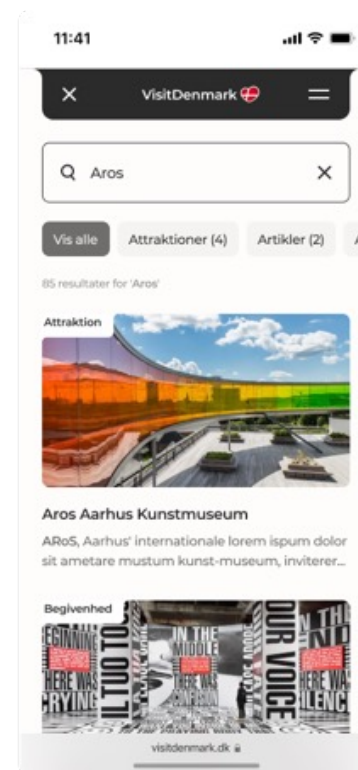
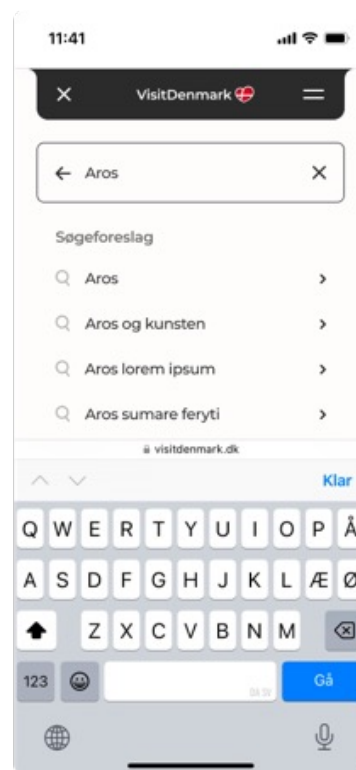
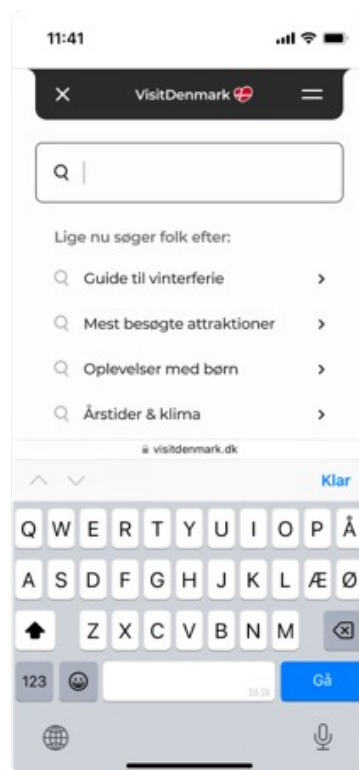
What do your hieroglyphic inscriptions say? How were you made and decorated? Tell me about Qebhsenuf's role in mythology.

What do you want to ask?

The Living Museum is unaffiliated with the British Museum

Cludo

- Ny hjemmeside 2026
- Opgraderet søgning
- Vi har allerede tilkøbt Core + Premium Tools
- <https://www.veile.dk/da/soeg/>



Desk research

VisitDenmark har lavet desk research for at kortlægge chatbot-trends og erfaringer. Det har været udfordrende, da mange kilder blander generelle AI-bots og formålsdrevne løsninger men resultaterne giver inspiration for dialogen om, hvordan chatbotter kan skabe værdi for turismen



© Pexels

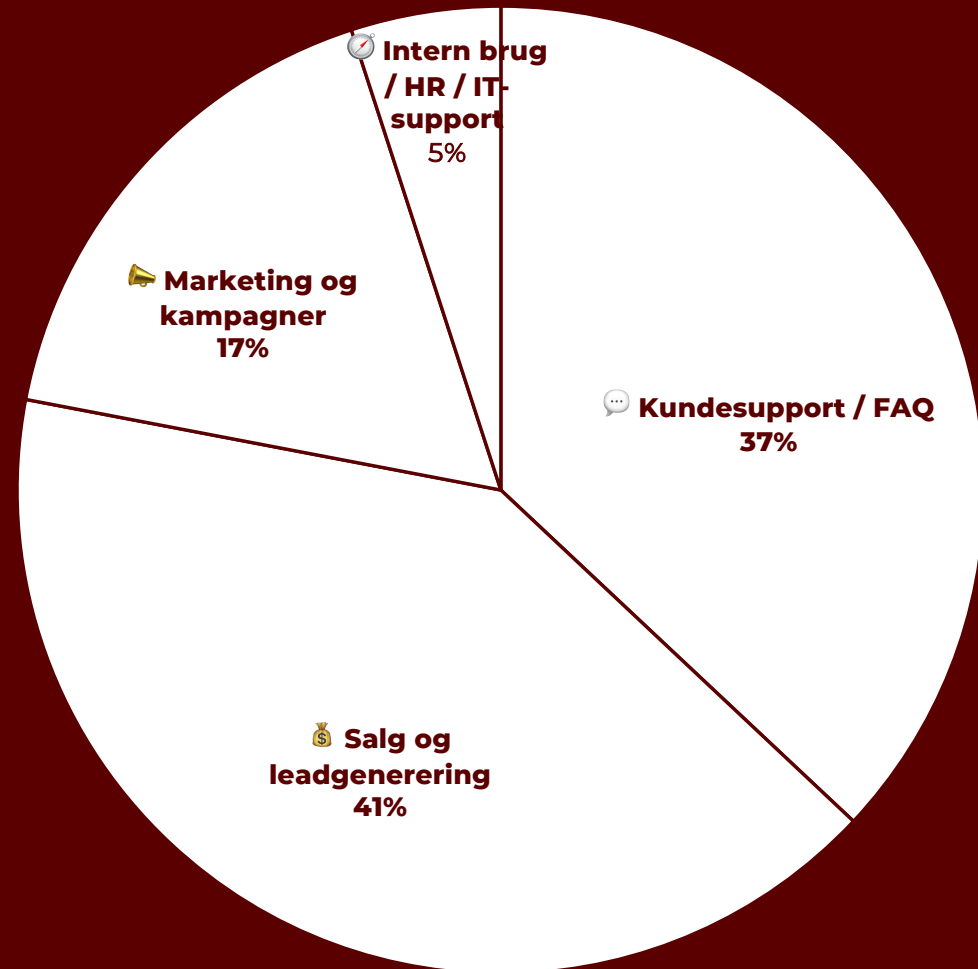
Typiske formål med chatbots for andre virksomheder

41 % af virksomheder bruger chatbots primært til salg.

37 % af virksomheder bruger chatbots primært til kundesupport.

17 % af virksomheder bruger chatbots til marketing-formål.

5 % af virksomheder bruger på internt brug / HR / IT support



Typiske anvendelser af chatbots i rejsebranchen

24/7 tilgængelighed

Gæster og kunder kan få svar, uanset tid og sted – uden ventetid.

Flersproget support

Chatbots kan kommunikere på flere sprog og dermed forbedre oplevelsen for internationale brugere.

Reduktion af driftsomkostninger

Automatisering af rutinehenvendelser frigør tid for medarbejdere og mindsker behov for manuel kundeservice.

Håndtering af ofte stillede spørgsmål (FAQ)

Chatbotten besvarer hurtigt standardspørgsmål som åbningstider, priser eller adgangsforhold.

Inspiration og personaliserede anbefalinger

Bruges i stigende grad til at foreslå oplevelser, produkter eller ruter baseret på brugerens behov.

Data og indsigt

Chatbots opsamler viden om gæsternes spørgsmål og adfærd – nyttigt til forbedring af indhold og service.

Integration med andre systemer

Kan kobles til booking, events, CRM eller CMS – og dermed skabe mere sammenhængende brugeroplevelser.

KMPG analyse med 48.000 respondenter 47 lande

Har brugerne tillid til en AI chatbot?

46 % af mennesker globalt siger, at de har tillid til AI-systemer. Manglende tillid er fortsat en af de største barrierer for udbredelsen af AI

For at lykkes skal AI ikke bare være smart – den skal opleves som troværdig.

Flere bruger AI som en fast del af arbejdet – men uden altid at dobbelttjekke resultaterne. 66% stoler på AI uden at kontrollere fakta, og 56% har oplevet fejl som følge af det.

AI er et stærkt værktøj – men kræver menneskelig dømmekraft.

The Future of Chatbots: 80+ Chatbot Statistics for 2025 Global (Tidio)

”Omkring 60% af virksomheder mener, at AI chatbots kan forbedre kundernes oplevelse”

Gartner: 40% af AI-projekter vil blive skrottet inden 2027

Gartner forudser, at mere end 40% af alle "agentic AI"-projekter – dvs. systemer der autonomt kan handle, planlægge og træffe beslutninger – vil blive annulleret inden udgangen af 2027.

Årsager ifølge Gartner:

- Uklare forretningsmål og ROI
- For høje implementerings- og driftsomkostninger
- Utilstrækkelig risikostyring og governance
- Manglende organisatorisk parathed



© Chatbot: 7 hurtige tips om hvad den kan bruges til - Karla

En chatbot skal driftes som en oplevelse – ikke bare et værktøj

- En undersøgelse fra Leibniz Universität Hannover analyserede 103 chatbots – efter 15 måneder var over halvdelen ikke længere aktive.
- Ifølge Solusian (2024) har virksomheder droppet 40 % af deres første generation af chatbots inden for to år.
- De mest succesfulde chatbots er dem, der lærer, justeres og udvikles sammen med brugerne.

Hvor meget tid bruger man med en chatbot?

Korte samtaler: For simple spørgsmål (fx FAQ) varer dialogen typisk 2–4 minutter.

Længere samtaler: Ved mere rådgivende eller komplekse emner kan den vare 8–12 minutter eller mere.

Hver samtale er en mulighed for at skabe en oplevelse – ikke bare et svar. - En chatbot kan være en stærk digital ambassadør for brandet.



Vælg et tydeligt formål

Informationskilde

Hjælper gæster med at finde fakta, åbningstider, oplevelser og transport – fx “Hvad kan jeg lave på Fyn i efterårsferien?”

Transaktionel

Gør det muligt at booke, købe billetter eller reservere direkte – fx “Book en byvandring i Ribe”.

Interagerende / Oplevelsesbaseret

Skaber engagement gennem storytelling, quizzer eller små spil – fx “Find din ferie-type”.

Personlig assistent / anbefalinger

Giver personlige forslag baseret på præferencer, adfærd og tidligere valg – fx “Vis mig familievenlige oplevelser tæt på Aarhus”.

Dataindsamling og indsigt

Indsamler spørgsmål og feedback, så organisationen lærer mere om gæsternes behov og interesser – værdifuldt for marketing og udvikling.

Kampagne- eller eventbot

Bruges midlertidigt til at understøtte specifikke kampagner, events eller sæsoner – fx “Find din juleoplevelse i København”.

Intern vidensdeling / support

Chatbot til internt brug – fx til at hjælpe partnere, medarbejdere eller destinationer med fælles information og systemer.

Chatbots har ingen direkte betydning for SEO

Nikolaj Mogensen VP & Head of SEO hos s360, et førende digital marketingbureau med kontorer i hele Skandinavien. Ekspert i datadrevet SEO-strategi, med fokus på feedoptimering og AI-værktøjer til e-commerce.



"Om det giver mening strategisk, afhænger af formålet og kvaliteten af oplevelsen. Der kan være et relevant use case på jeres website – fx hvis chatbotten kan hjælpe med turplanlægning, personaliserede anbefalinger eller vejledning på tværs af destinationer. Men hvis chatbotten blot skal svare på simple spørgsmål eller gengive eksisterende indhold, vil værdien være begrænset.

For at skabe reel effekt skal den tilbyde noget, som brugeren ikke allerede kan få gennem fx ChatGPT eller andre åbne AI-assistenter."

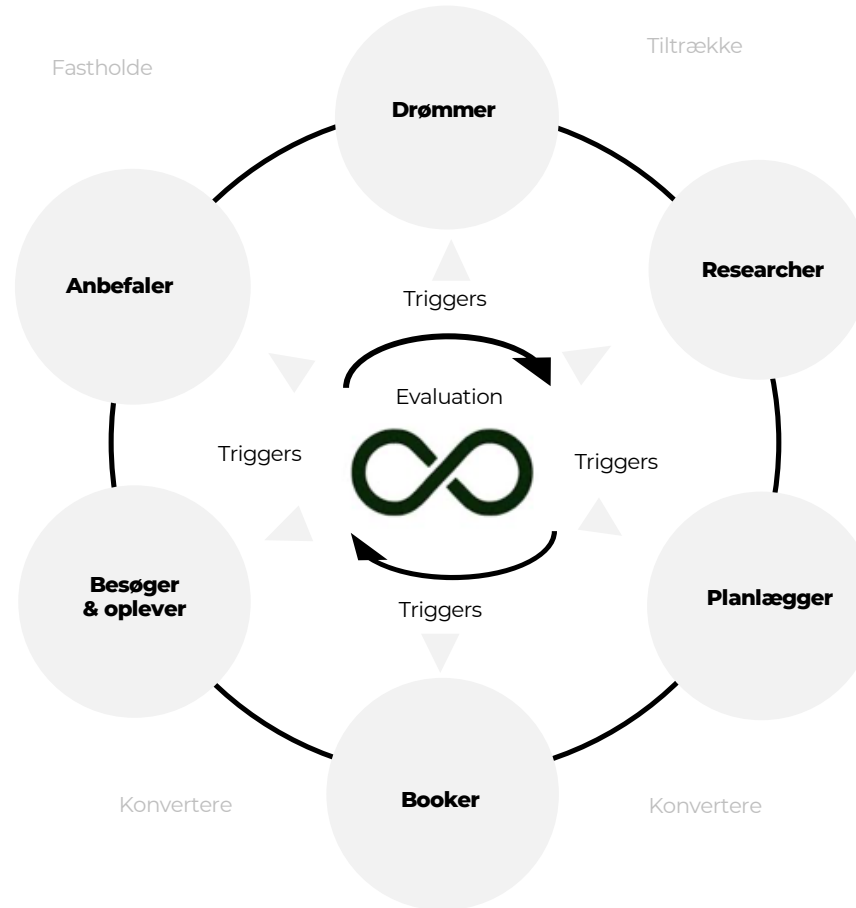
Den digitale gæsterejse & chatbots

“Jeg bruger chatbotten til at genfinde de steder, jeg oplevede, så jeg kan dele dem med andre.”

Fastholde

“Jeg spørger chatbotten, hvad der sker tæt på mig lige nu – fx spisesteder eller events i dag.”

“Jeg spørger chatbotten om særlige oplevelser og får inspiration til min næste rejse.”



“Jeg beder chatbotten finde hoteller, restauranter og events i nærheden af de attraktioner, jeg overvejer.”

Engagere

“Jeg bruger chatbotten til at tjekke datoer, sæsoner og åbningstider, så jeg kan lægge en realistisk plan.”

“Jeg beder chatbotten finde hoteller og venues, der passer til mine præferencer og mit budget.”

A hand holding a piece of oyster shell over water, with a drop of water falling and creating ripples. The background is a blurred body of water with rocks.

Chatbot Survey Resultater

Del 1

Opsummering af resultater fra survey
Besvarelser 12 ud af 39

**Stor vilje til
samarbejde og fælles
udvikling, men behov
for klar struktur,
governance og
løbende læring.**



Svar fra egen chatbot survey destinationerne 12/39 #1

Erfaring med chatbots

Spørgsmål: Har I tidligere arbejdet med chatbot-løsninger?

De fleste deltagere har **begrænset praktisk erfaring** – flere har testet eller afprøvet en chatbot, men ingen har en **fuldt implementeret løsning** i drift.

Kendskab til chatbots

Spørgsmål: Hvordan vurderer I jeres kendskab til chatbots generelt?

De fleste vurderer deres kendskab som **mellem eller højt** – altså en grundlæggende forståelse, men ikke nødvendigvis dyb teknisk viden.

Oplagte henvendelser for chatbot

Spørgsmål: Hvilke typer henvendelser ser I som mest oplagte for en chatbot at håndtere?

Top-3 kategorier:

- **Praktisk information** – åbningstider, transport, priser
- **Inspiration** – attraktioner, events og aktiviteter
- **Booking/planlægning** – hjælpe brugeren videre til rette sted

Svar fra egen chatbot survey destinationerne 12/39 #2

Oplevede fordele ved en fælles løsning

Spørgsmål: Hvilke fordele ser I ved en fælles chatbot-løsning?

Respondenterne fremhæver:

- Tidsbesparelse ved fælles udvikling
- Ensartet gæsteoplevelse på tværs af destinationer
- Fælles viden og drift, så ikke alle skal starte fra nul

Bekymringer og udfordringer

Spørgsmål: Hvilke udfordringer eller bekymringer ser I?

Flere peger på:

- Hvordan sikres relevans og kvalitet i svarene?
- Hvordan vedligeholdes indhold og data over tid?
- Frygt for at "binde sig" til en tung løsning eller forkert teknologi.

Villighed til samarbejde

Spørgsmål: Hvor åbne er I for at indgå i et fælles chatbot-projekt?

Langt størstedelen er åbne eller meget åbne for samarbejde omkring en fælles løsning. Kun få er usikre eller afventende.

Svar fra egen chatbot survey destinationerne 12/39 #3

Ønsket rolle i et fælles projekt

Spørgsmål: Hvis en fælles chatbot etableres – hvordan ser I jeres rolle?

Flertallet ønsker at bidrage med indhold og data, frem for teknisk drift.

Der er interesse for at være aktiv deltager, ikke blot modtager.

Vigtigste funktioner i en fælles chatbot

Spørgsmål: Hvilke funktioner og resultater er vigtigst for jer?

Fælles prioriteringer:

- Let og overskuelig brugeroplevelse for gæsten
- Mulighed for at finde konkret information hurtigt
- Samarbejde og fælles vidensdeling på tværs af destinationer

Forventninger til mødet (5. november)

Spørgsmål: Hvad vil I gerne have ud af mødet?

Deltagerne ønsker primært:

- At drøfte samarbejde og næste skridt
- At dele erfaringer og viden
- At blive inspireret af konkrete cases

Hvad siger brugerne?

Getwhy brugertest DK: Rejseplanlægning og brugen af AI/chatbots

Digital adfærd - planlægning

- Begge målgrupper (yngre 18-39 og 40-59) planlægger rejser digitalt og trinvis – fra inspiration til booking.
- Rejsen starter på sociale medier og Google, og ender på bookingplatforme som Booking.com og Airbnb.
- Visuelle indtryk og anbefalinger skaber rejselyst og tryghed.

Chatbots og AI

- Yngre (18–39 år): Eksperimenterer mest med ChatGPT – søger inspiration og skræddersyede forslag, men dobbelttjekker alt.
- Ældre (40–59 år): Mere forsigtige – ønsker enkelhed, troværdighed og en menneskelig tone.
- Traditionelle chatbots opleves stadig som for begrænsede og upersonlige.

Input eller refleksjoner?



visit
FJØRDLANDET

An aerial photograph of a circular wooden pier extending into a lake. The pier is made of light-colored wood and has several small, dark rectangular openings along its inner edge. The water is a deep blue-green color. In the background, there are lush green trees and a sandy area with some wooden benches. A white rounded rectangle is overlaid on the left side of the image, containing the Visit Aarhus logo and text.


Visit Aarhus

Frokost

Chatbot Workshop



Chatbot Workshop

Tid: 13.00 - 15.00

Varighed: 2 timer

13.00 - 13.10 Introduktion

13.10 - 13.50 Chatbottens rolle og potentiale

13.50 - 14.00 Pause

14.00 - 14.40 Chatbottens rolle i en AI-drevet fremtid

14.40 - 15.00 Fælles afrunding og opsamling

Chatbottens rolle og potentiale

Formål:

At udforske, hvordan chatbots kan styrke gæsteoplevelsen og skabe værdi.

Gruppeopgave (25 min):

- Hvilke typer af spørgsmål eller behov kan en chatbot løse for jeres gæster?
- Hvilken del af brugerrejsen skal chatbotten understøtte? Før, under eller efter besøget?
- Skal den være informativ, inspirerende, praktisk eller personlig – eller en kombination?
- Hvad ser I som de største fordele og udfordringer ved at anvende chatbotter?
- Hvilke ressourcer, kompetencer og data kræver det at drive en chatbot-løsning?
- Hvordan påvirker valget mellem skræddersyet og standardløsning jeres arbejde og muligheder?

Opsamling (15 min):

Hver gruppe præsenterer kort sine pointer.

Password: **Chatbot**



**Pause
(10 min.)**



Chatbots rolle i en AI-drevet fremtid

Formål:

At reflektere over, hvordan chatbots skal tænkes i en fremtid, hvor gæster i stigende grad får deres svar via AI-assistenter som ChatGPT, Gemini og Perplexity – uden nødvendigvis at besøge websites.

Gruppeopgave (25 min):

- Hvis gæsten ikke besøger websites, men får svar direkte i AI-assistenter, hvilken rolle spiller chatbotten?
- Hvordan kan vores viden og fortælling stadig være synlig og relevant i AI-drevne dialoger?
- Kan chatbots og digitalt indhold bidrage til, at destinationer stadig formidles rigtigt i et AI-økosystem?
- Hvordan forbliver digital tilstedeværelse relevant og værdiskabende i et AI-drevet landskab?

Opsamling (15 min):

Grupperne præsenterer deres refleksioner.

Password: **Chatbot**



Fælles afrunding

**Tak for
i dag!**