

F
e
b
b
r
a
i
o

2
0
2
0
-
P
r
o
d
o
t
t
o

d
a



Customer Satisfaction Audit settembre 2019

Saronno Servizi S.p.A.

Utenti del servizio Tributi

Nei comuni di Saronno, Origgio, Uboldo, Gerenzano e Solviate Olona nella
Provincia di Varese- Lombardia

Principali risultati

Customer Satisfaction audit

FEBBRAIO 2020

Servizio TRIBUTI



*Nei Comuni di Saronno, Uboldo, Origgio, Gerenzano e Solbiate Olona
della Provincia di Varese - Lombardia
serviti dalla **SARONNO SERVIZI S.p.A.***

Fattori analizzati

Per costruire un **INDICE** di **Customer Satisfaction** abbiamo operato sui seguenti fattori del servizio

Accessibilità della struttura

Confort all'interno della struttura

Relazioni allo sportello

Numero Verde Servizi Clienti

Sito web

Fatturazione

Giudizio Globale Servizi Tributi

Inoltre, abbiamo indagato sulle conoscenze e soddisfazioni riguardo

TRIBBI – Servizio chatbot

Costruzione dell'Indice di Customer Satisfaction

Fattore	Aspetti	% Utenti soddisfatti	Soddisfazione BASSA	Soddisfazione MEDIA	Soddisfazione ALTA	Importanza	Soddisfazione INTENSITA'
ACCESSIBILITÀ DELLA STRUTTURA	Ubicazione Raggiungibilità Parcheggio Accesso	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore ALTA 9 / 10 MEDIO ALTA 8 MEDIA 6 / 7 MEDIA BASSA 5 BASSA 1 / 4
CONFORT ALL'INTERNO	Cura generale Pulizia Temperatura ambiente Illuminazione Chiarezza segnaletica	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
RELAZIONE ALLO SPORTELLLO	Tempo di attesa Cortesia dell'operatore Competenza dell'operatore Orari di apertura	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
NUMERO VERDE SERVIZIO CLIENTI	Tempo di attesa Cortesia dell'operatore Competenza dell'operatore Orari di apertura	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore

Costruzione dell' Indice di Customer Satisfaction

Fattore	Aspetti	% Utenti soddisfatti		Soddisfazione BASSA		Soddisfazione MEDIA		Soddisfazione ALTA		Importanza	Soddisfazione INTENSITA'
SITO WEB	Reperibilità indirizzo web Facilità di navigazione Ricchezza informazioni	% voti 6 / 10		% voti 1 / 5		% voti 6 / 7		% voti 8 / 10		% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
FATTURAZIONE	Regolarità Correttezza importi Chiarezza e facilità lettura	% voti 6 / 10		% voti 1 / 5		% voti 6 / 7		% voti 8 / 10		% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
GIUDIZIO GLOBALE	Non costituisce un indice della CSI	Media % voti 6 / 10		Media % voti 1 / 5		Media % voti 6 / 7		Media % voti 8 / 10		Media % di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore

Scheda tecnica: il campione e la metodologia dell'indagine

Universo dell'indagine: **74.200** residenti / utenti nelle seguenti città: Saronno (39.400); Gerenzano (10.900); Uboldo (10.600); Origgio (7.800) e Solbiate Olona (5.500).

Area geografica delle interviste realizzate: **5 comuni** sopra nominati della Provincia Varese, regione Lombardia.

TOTALE RISPONDENTI: **480** interviste finale, in accordo con il piano campionario previsto

*Margine di errore: + - **4,4 %***

*Livello di confidenza: **95,0%***

L'indagine si è svolta raccogliendo dati sul campo nel mese di marzo 2020.

L'attuale Monitoraggio di Customer Satisfaction permette per la prima volta a **Saronno Servizi Spa** di avere una fotografia complessiva sulla percezione della qualità del servizio da parte dell'utenza.

L'incorporazione strutturale dello strumento di valutazione aziendale riafferma una procedura sistematica e scientifica di ascolto dell'utenza con **l'obiettivo di migliorare permanentemente la qualità del servizio offerto.**

Questionario strutturato con domande chiuse e aperte con controllo di coerenza.

Questionario rivolto a colui/colei che gestisce principalmente il rapporto con l'azienda.

Squadra in Campo

*Statistiche: **Michela Natilli** – Università degli Studi di Siena – Ricercatore Scuola Superiore Sant'Anna, Pisa. Ricercatore CNR.*

*Analista Senior: Prof. **Hugo Daniel Estrella** – Master in Gestione di Conflitti - Università di Pisa*

*Relazioni Commerciali - Analisi ed attualizzazione della legislazione relativa: Dott. **Massimiliano Scioli***

*Capogruppo team intervistatori: **Simona Assogna**;*

*Intervistatori: Formazione: **Mara Lombardi, psicologa.** – Il 50 % delle INTERVISTATRICI HANNO LA LAUREA MAGISTRALE IN PSICOLOGIA CLINICA E DELLA SALUTE DELLA UNIVERSITÀ D'ANNUNZIO DI CHIETI – PESCARA.*

Scheda tecnica: il campione e la metodologia dell'indagine

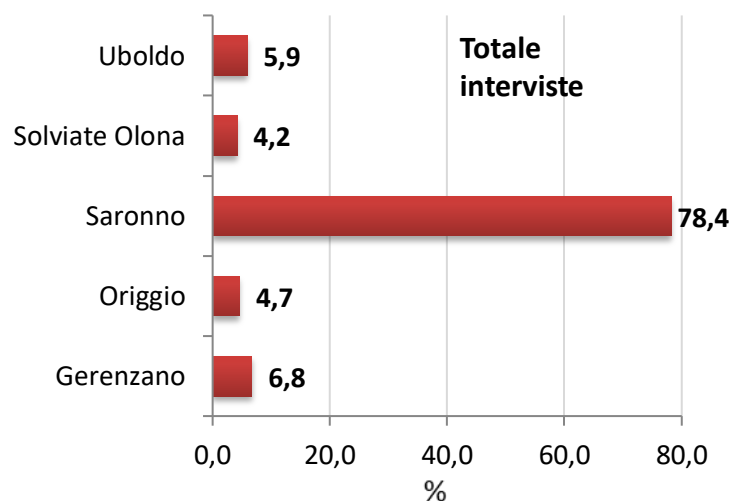
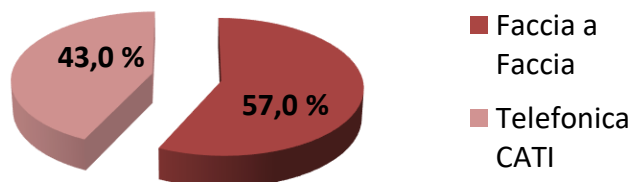
L'indagine ha previsto lo svolgimento di una quantità maggiore d'interviste in modalità faccia a faccia che telefoniche, cosa che garantisce un **altissimo livello qualitativo** nella raccolta dei dati ed una affidabilità assoluta dei risultati.

Il percorso nelle diverse aree geografiche per la raccolta dati in modalità faccia a faccia ci ha permesso anche di osservare il clima sociale e le reazioni non verbali degli utenti di fronte all'argomento.

In questo modo il processo di ascolto scientifico dell'utente viene ulteriormente approfondito, arricchendo l'analisi e le sue conclusioni.

Il 43 % -**206** interviste- con sistema CATI, (Computer-Assisted Telephone Interviewing) dove l'intervistatore interroga l'intervistato e registra le risposte in modo telematico, tramite un apposito software.

Le interviste interpersonali o «faccia a faccia» ammontano a **274** (57,0 % del totale) e sono state fatte dal 16 al 20 febbraio 2020 nei seguenti comuni:

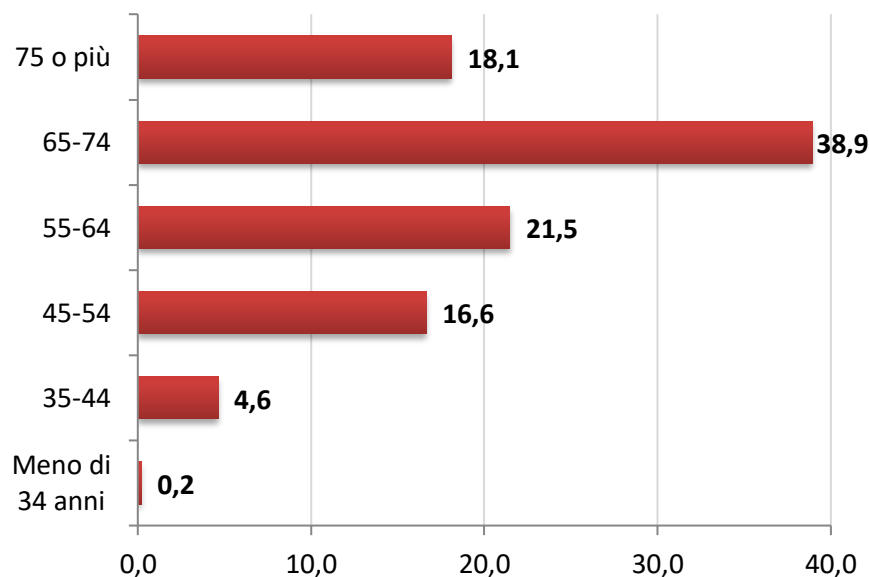


Informazioni demografiche

Genere

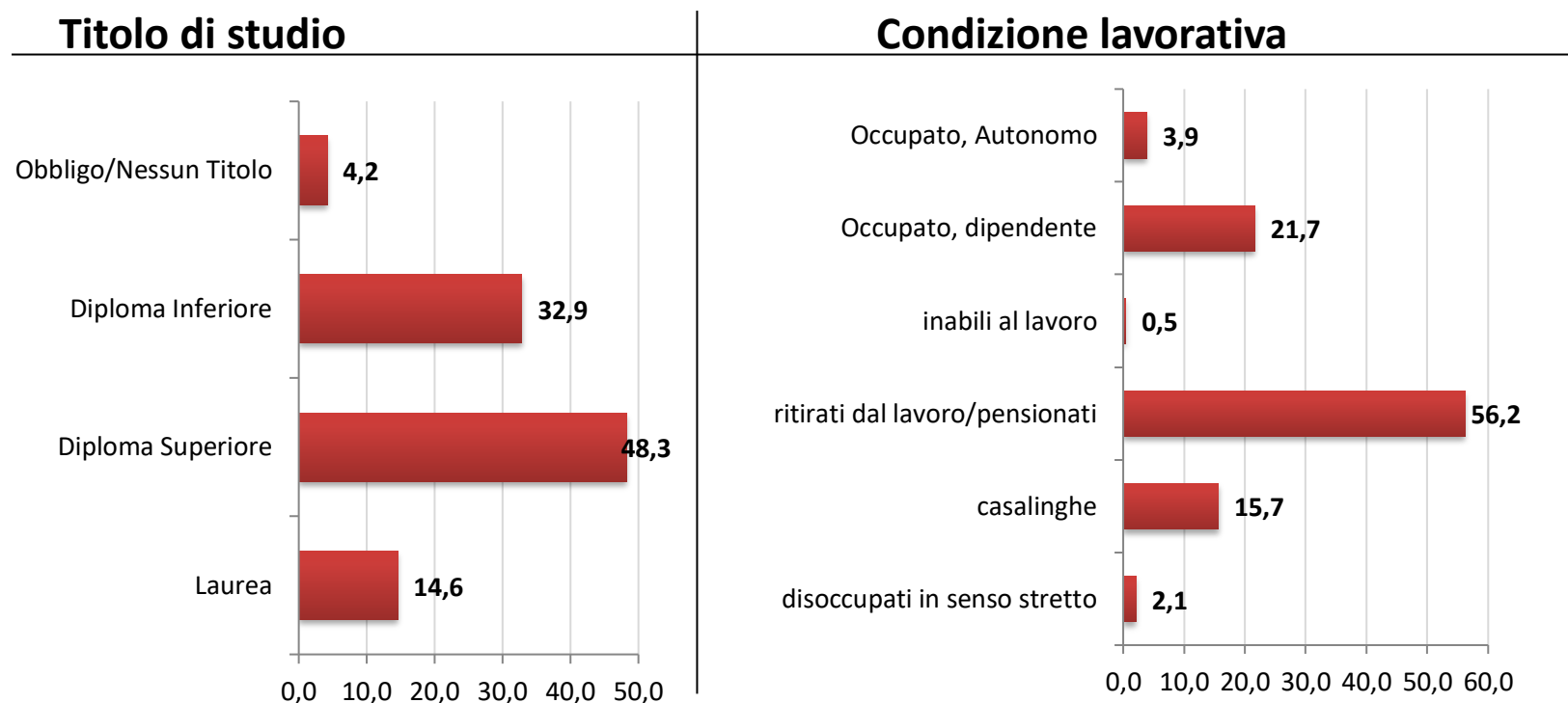


Età



L'età dei rispondenti, ovvero quelli che nel nucleo familiare si fanno carico del rapporto con l'azienda, rappresenta il 57,0 % di persone con più di 65 anni. Il dato si verifica nel grafico della pagina seguente, riferito alla occupazione dei rispondenti, col 56,2 % di ritirati dal lavoro e pensionati. La conformità dell'età si evidenzia anche dal fatto che il 37,1 % del totale non ha titolo di studio o è in possesso di diploma inferiore.

Informazioni demografiche

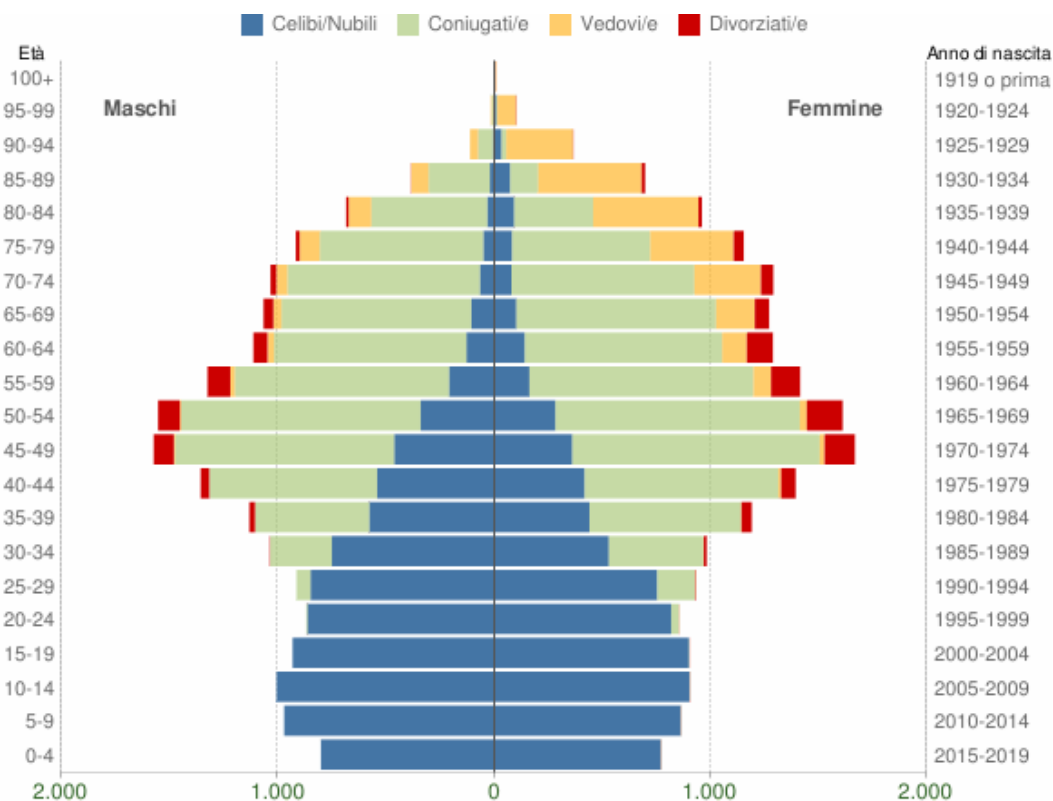


Il profilo degli utenti che si rapportano con l'azienda all'interno del nucleo familiare, cioè di quelli che si fanno maggiormente carico degli obblighi derivanti dei diversi servizi, è di una persona con più di 55 anni a parità di sesso e con un livello di educazione medio - alto, dove il 62,9 % ha un diploma superiore o una laurea.

Tenere conto del profilo principale dell'utenza servirà ad agevolare e a rendere più efficace qualsiasi tipo di comunicazione aziendale rivolta all'utenza.

Il profilo dell'utenza coincide con la Piramide della Età che viene riportata nel prossimo grafico.

Informazioni demografiche / Piramide della età città di Saronno



Popolazione per età, sesso e stato civile - 2019

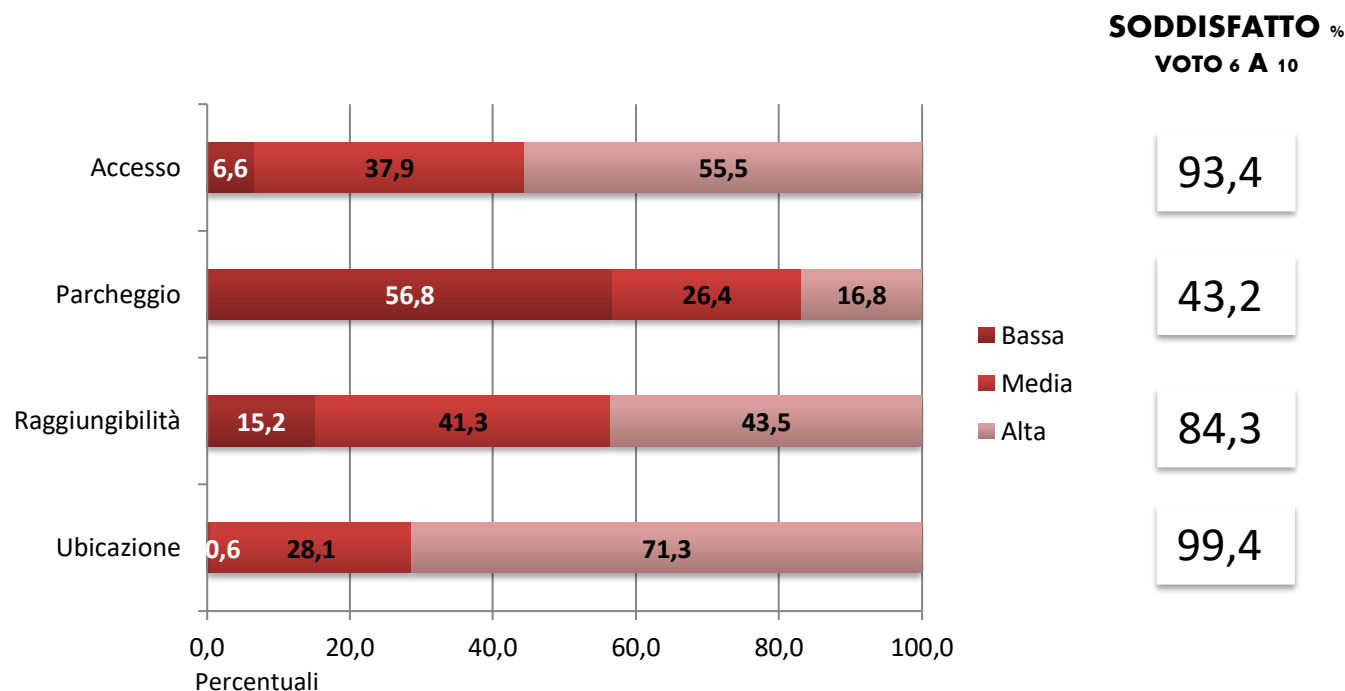
COMUNE DI SARONNO (VA) - Dati ISTAT 1° gennaio 2019 - Elaborazione TUTTITALIA.IT

Indice di vecchiaia

Rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione. È il rapporto percentuale tra il numero degli ultra - sessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. *Ad esempio, nel 2019 l'indice di vecchiaia per il comune di Saronno dice che ci sono 189,3 anziani ogni 100 giovani.*

ACCESSIBILITÀ DELLA STRUTTURA

Dati comparati grado di **SODDISFAZIONE**

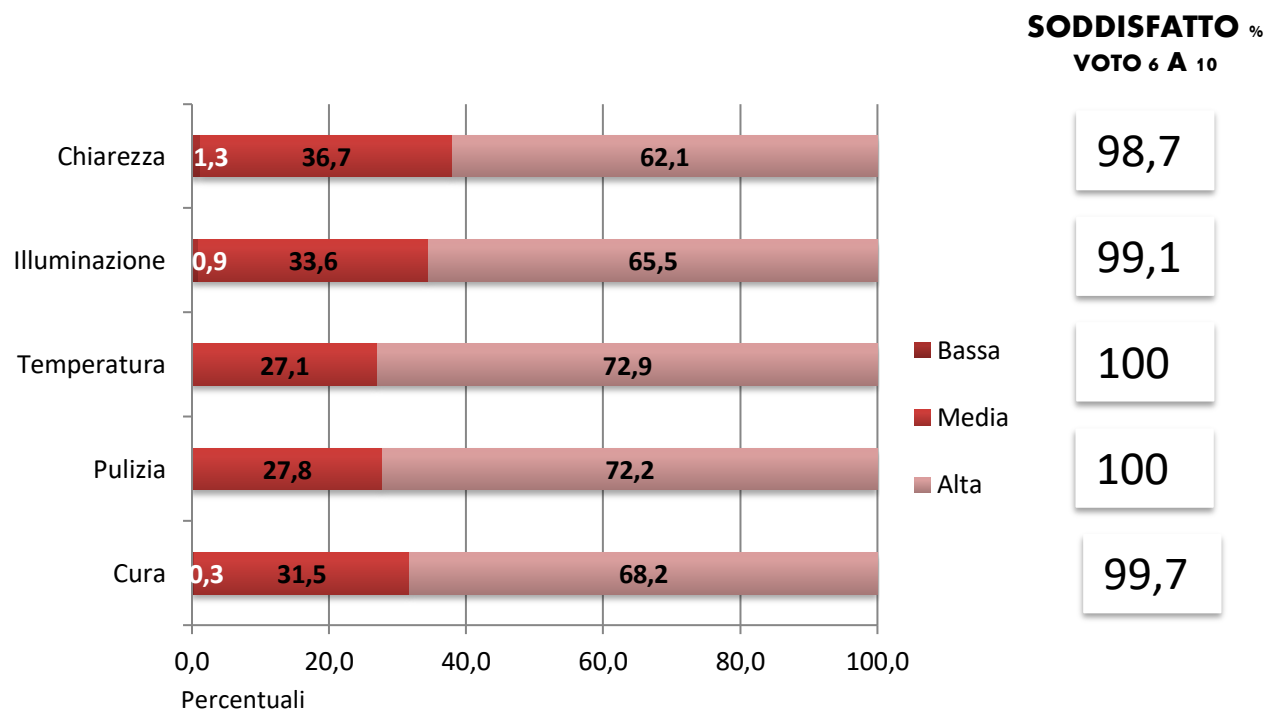


Indice % MEDIA di soddisfazione ACCESSIBILITÀ DELLA STRUTTURA

80,8

CONFORT DELLA STRUTTURA

Dati comparati grado di **SODDISFAZIONE**

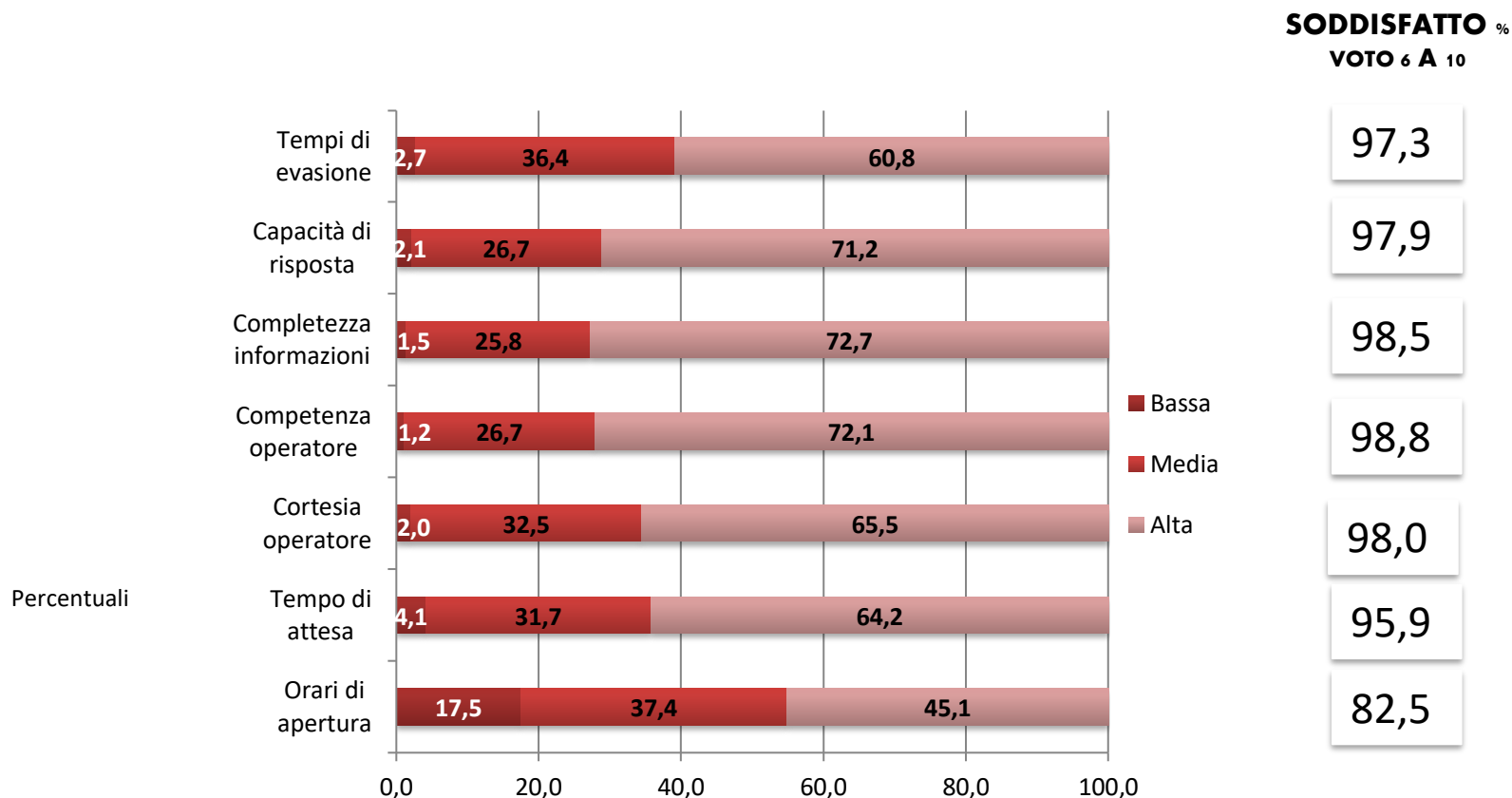


Indice % MEDIA di soddisfazione CONFORT DELLA STRUTTURA

99,5

RELAZIONE ALLO SPORTELLO

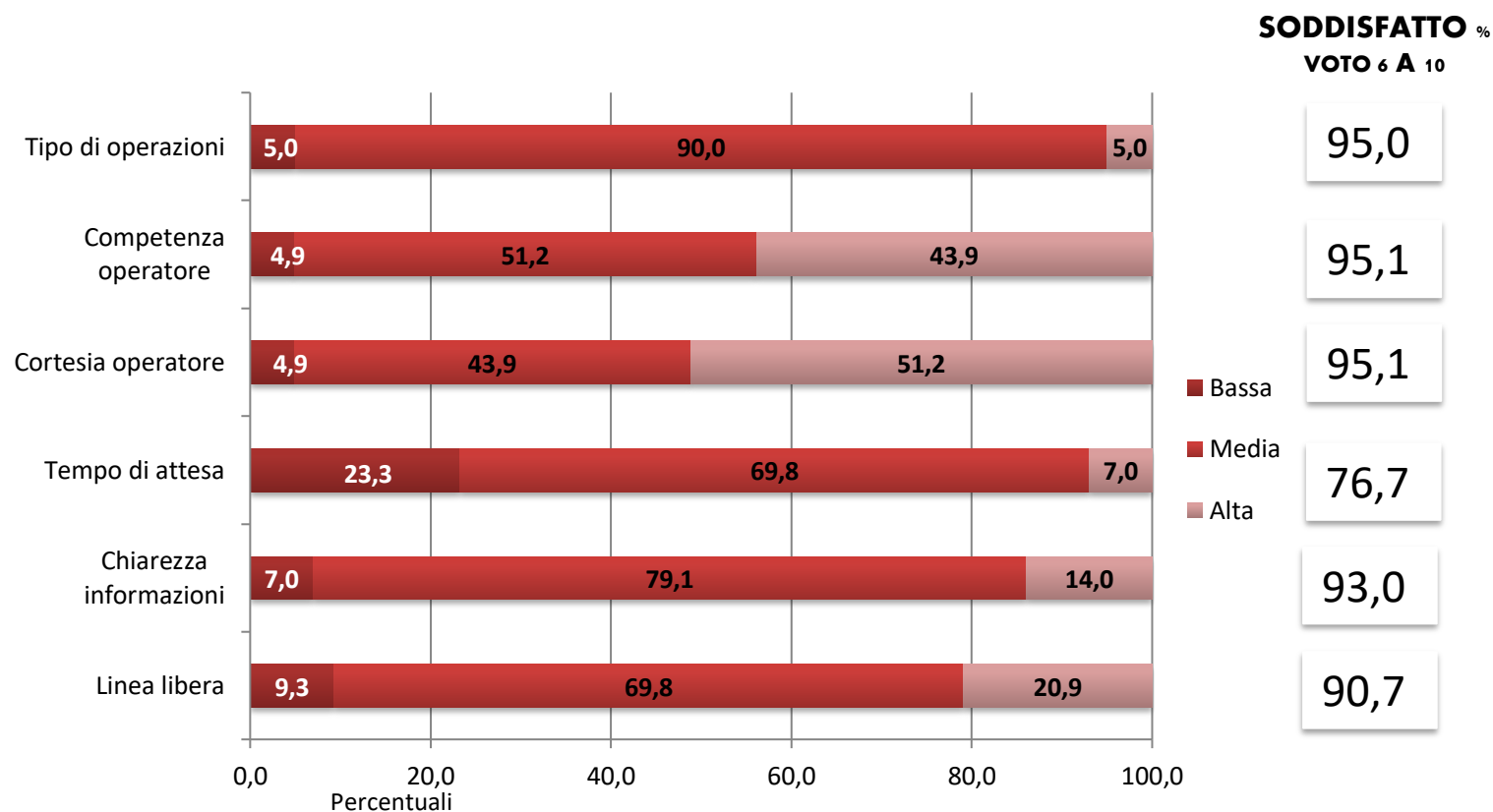
Dati comparati grado di **SODDISFAZIONE**



Indice % MEDIA di soddisfazione RELAZIONE ALLO SPORTELLO

95,5

NUMERO VERDE Dati comparati grado di **SODDISFAZIONE**

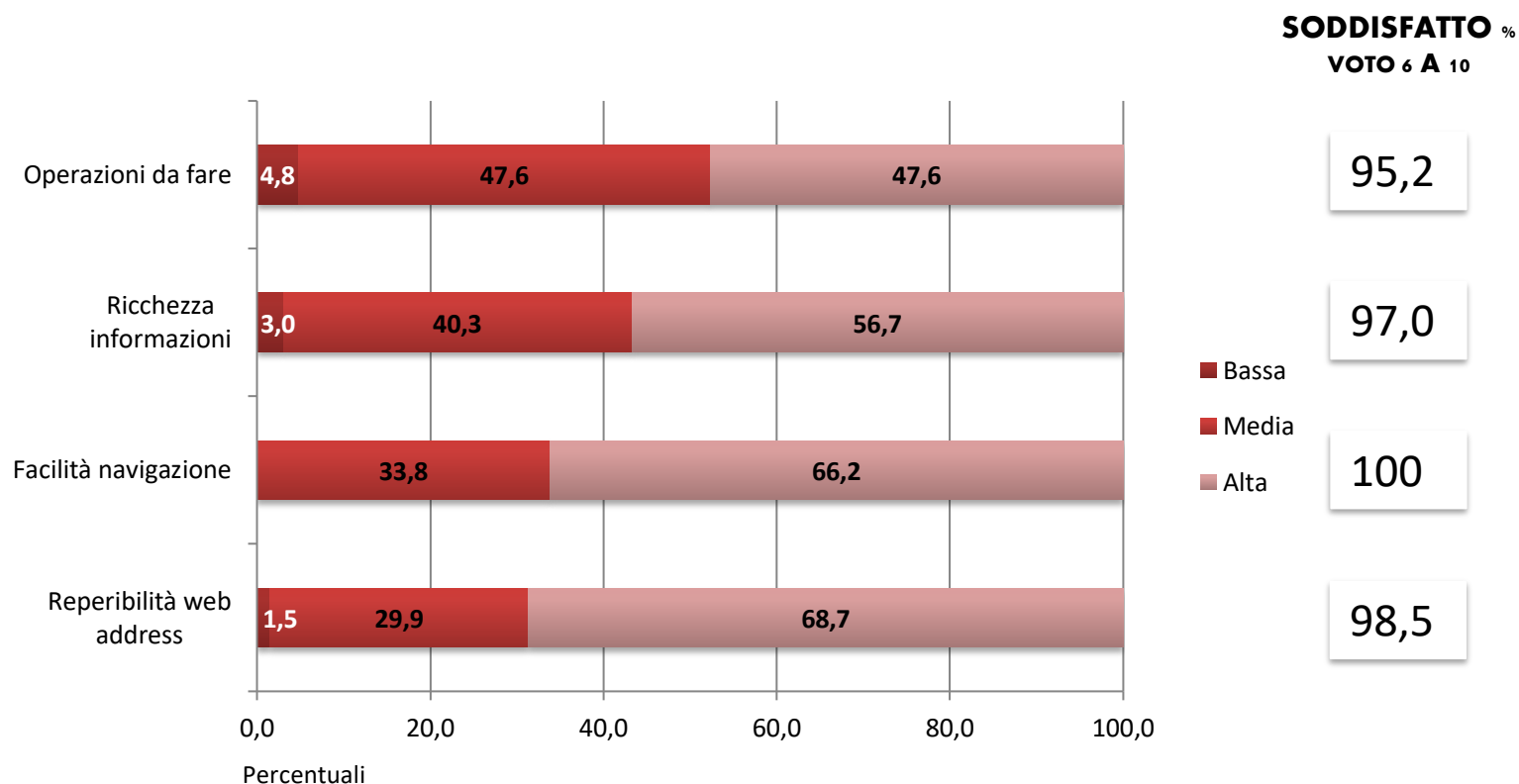


Indice % MEDIA di soddisfazione NUMERO VERDE CLIENTI

90,8

SITO WEB

Dati comparati grado di **SODDISFAZIONE**

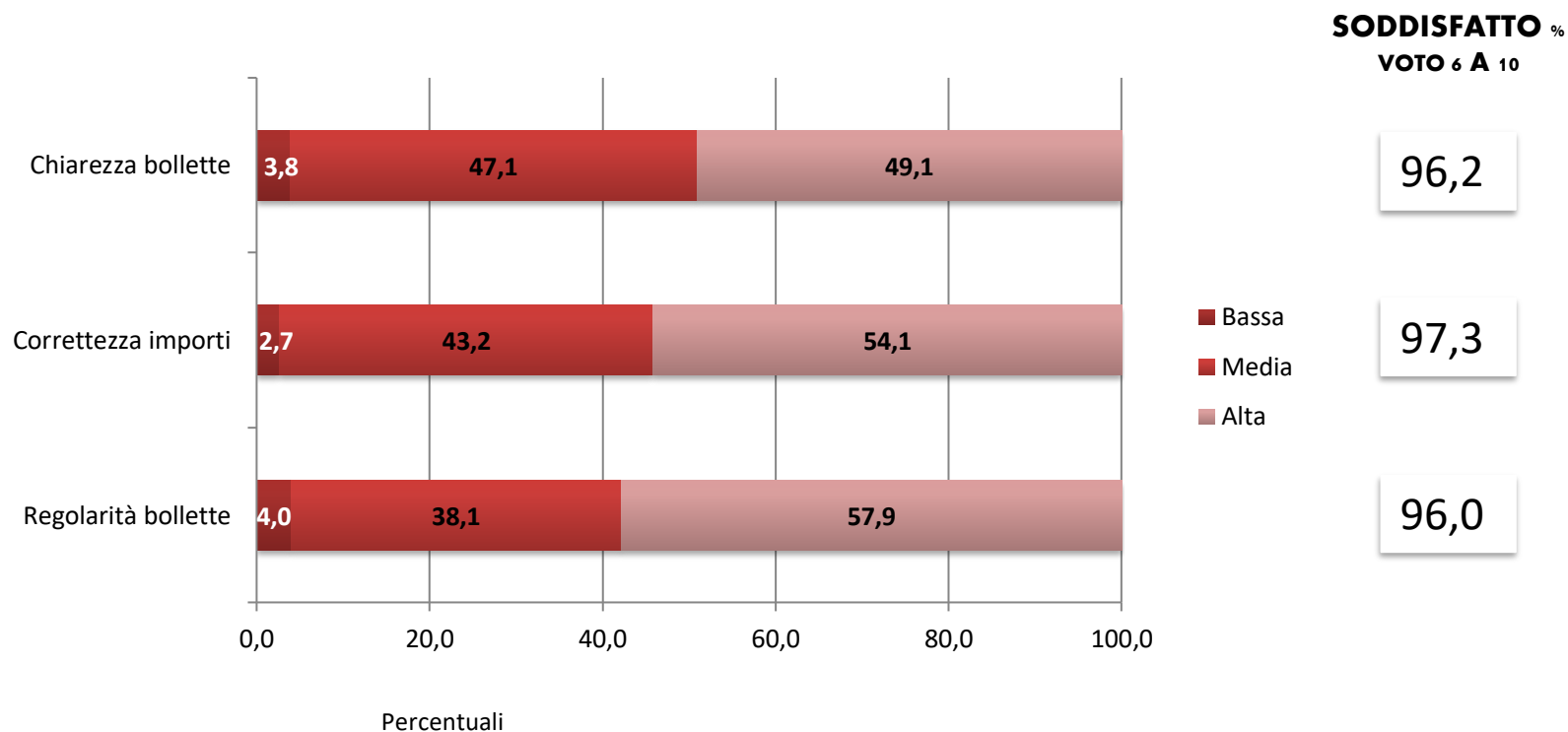


Indice % MEDIA di soddisfazione SITO WEB

97,7

FATTURAZIONE

Dati comparati grado di **SODDISFAZIONE**



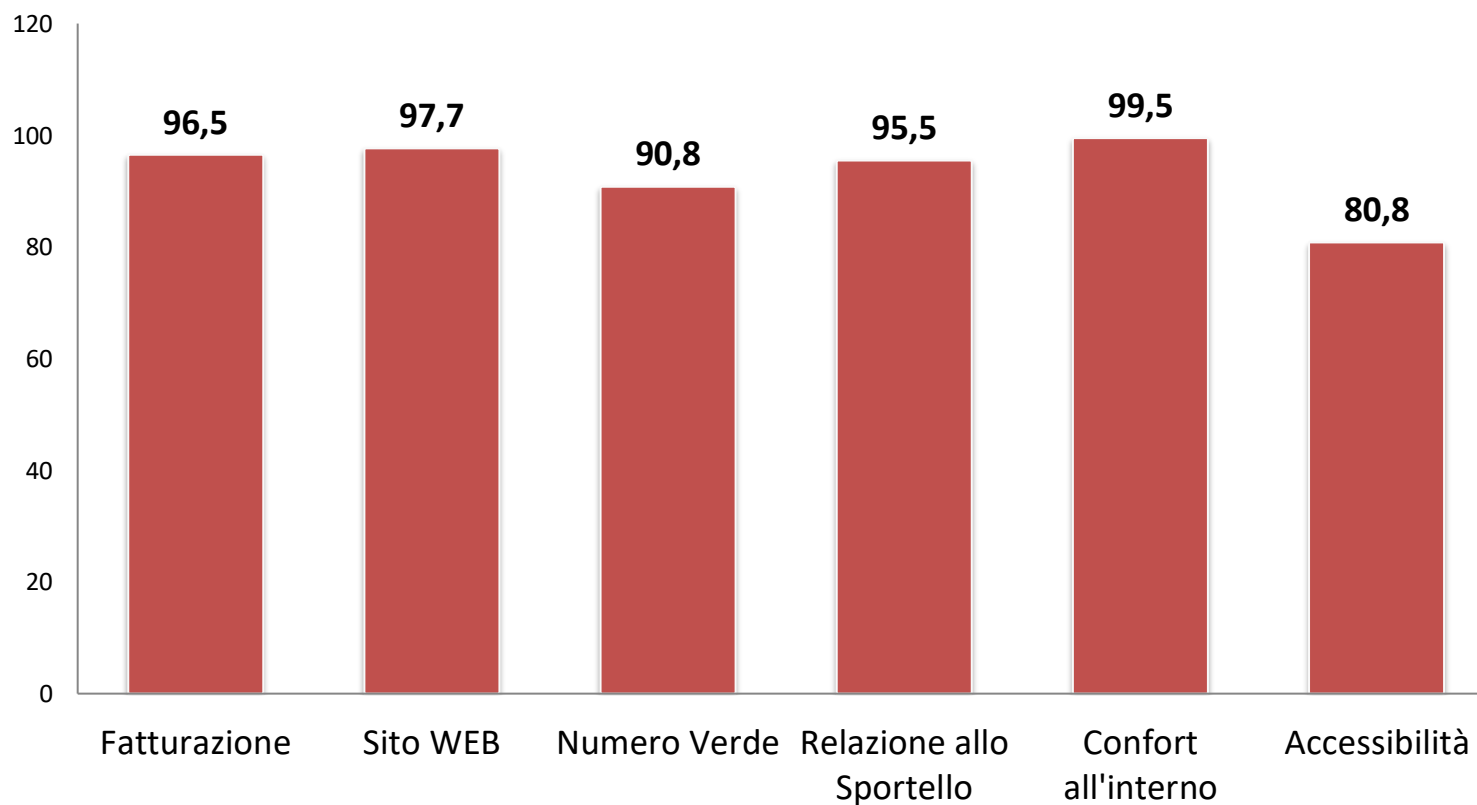
Indice % MEDIA di soddisfazione FATTURAZIONE

96,5



CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2020

93,3



Utenti soddisfatti Media della percentuale del voto da 6 a 10 su ogni fattore

CUSTOMER SATISFACION INDEX 2020

Considerazioni Finali e Nota metodologica

Gli aspetti tecnici generali del servizio, sia per Relazione allo Sportello, Sito Web, Comfort all'interno degli Uffici e, possiamo anche includere la Fatturazione, si evidenziano come i più valorizzati dall'utenza, con un livello di soddisfazione MEDIO ALTO.

La soddisfazione di questi Aspetti Funzionali, che sono molto importanti all'interno del sistema, salgono quasi tutti in vetta alla scala relativa di valore con gradi di soddisfazione che vanno dal 95,5 % -Relazione allo Sportello- fino al 99,5 % di soddisfazione del Comfort all'interno: una valutazione al massimo livello che arriva all'ultimo decimale della scala.

Rimangono più bassi il Numero Verde con un 90,8 % di soddisfazione (non all'altezza degli altri e quindi un fattore da migliorare) e l'Accessibilità alla struttura con solo un 80,8 %. In quest'ultimo caso però, si tratta di una valutazione condizionata fortemente dalla Difficoltà di trovare Parcheggio nelle vicinanze (solo 43,2 % di soddisfazione, il più basso punteggio registrato dell'intero sistema) da considerare seriamente seppur **condizionata da fattori non direttamente gestibili dall'azienda.**

Risulta chiaro che per produrre nell'utenza una percezione più positiva del servizio l'azienda dovrà fare uno sforzo immaginativo e innovativo per superare questo condizionamento del parcheggio. Si tratta dell'indicatore che all'interno del sistema fa scendere il risultato complessivo finale.

L'insieme degli Aspetti Funzionali è in generale e senza dubbio la capacità aziendale più pregiata: la competenza sistemica operata dall'azienda risulta riconosciuta dall'utenza.

La sfida sarà quella di alzare gli attuali livelli di qualità percepita lungo il tempo, così da dimostrare che il servizio di qualità continua a rispecchiare il valore che si paga in bolletta che, come analizzato, si ritiene equo.

(continua)

CUSTOMER SATISFACION INDEX 2020

Considerazioni Finali e Nota metodologica

All'interno dei Fattori Relazionali (Numero Verde – Sportello) abbiamo evidenziato una miglior valutazione delle risorse umane (Cortesia e Professionalità) e un calo di soddisfazione per via degli **orari di apertura dello sportello** (82,5 %) così come per i **tempi di attesa per parlare con l'operatore del Numero Verde** servizio Clienti.

Sono, in concreto, i sub-fattori che destano meno soddisfazione all'interno del sistema e fanno scendere, di conseguenza, il livello complessivo di soddisfazione del servizio.

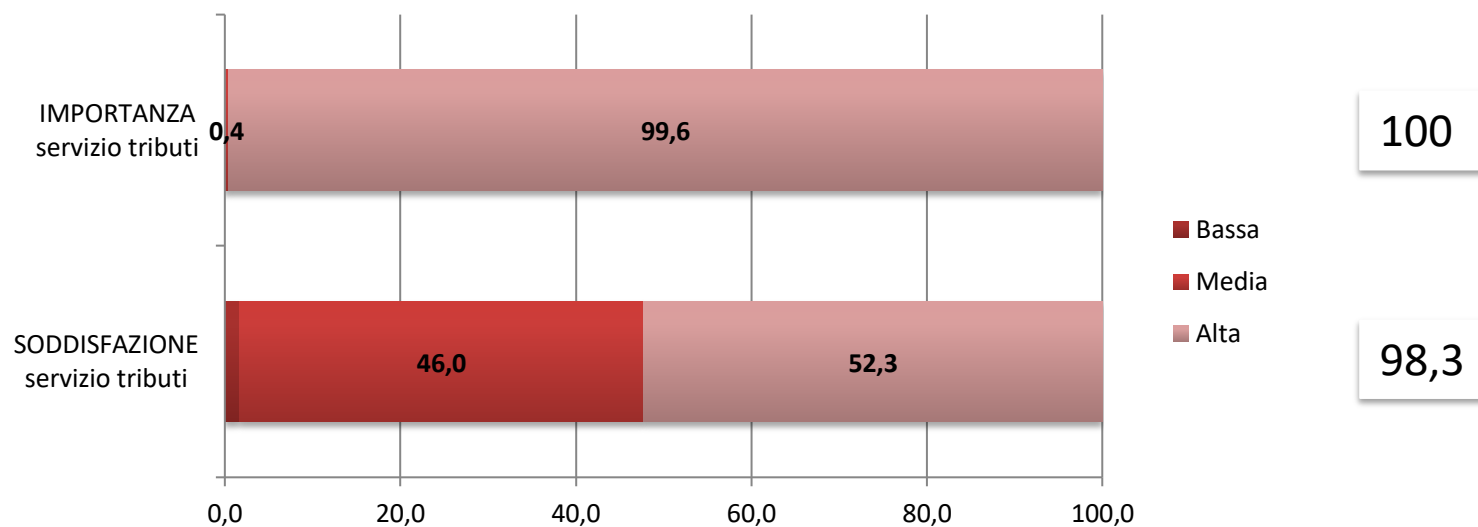
In questo senso è da considerare la possibilità di mettere in atto soluzioni concrete in quanto si tratta di un settore fondamentale dove si concretizza l'incontro azienda / utente.

NOTA METODOLOGICA: Per costruire un Indice di **Customer Satisfaction** abbiamo assegnato ad ogni Fattore un peso specifico relativo all'importanza che ognuno ha all'interno del sistema.

Fattore	Peso
Accessibilità alla struttura	0,20
Confort all'interno	0,20
Relazione allo Sportello	0,20
Numero Verde	0,10
Sito WEB	0,10
Fatturazione	0,20

Giudizio e Importanza Globale **INDICE GENERALE DI SODDISFAZIONE**

In totale, considerando tutti gli aspetti del servizio, quanto è soddisfatto?





Notorietà della società / La potenza del brand aziendale

Confronto: INDICE GENERALE / INDICE SINTETICO

L'INDICE GENERALE DI SODDISFAZIONE (Overall) è la risposta a una domanda unica fatta alla fine della valutazione del servizio e dopo che l'intervistato ha appena ripassato tutti gli aspetti componenti del servizio.

GIUDIZIO GLOBALE: In totale, considerando tutti gli aspetti del servizio, quanto è soddisfatto?

L'INDICE SINTETICO è il valore della **media ponderata** dove ogni singolo Fattore ha un peso relativo all'interno dell'insieme in base alla sua importanza. L'Indice Sintetico è quello da considerare come risultato finale della misurazione della qualità del servizio.

INDICE GENERALE

98,3

INDICE SINTETICO

93,3

Dall'esame dei Fattori emerge come l'INDICE SINTETICO di SODDISFAZIONE sia positivo e superiore alla soglia convenzionale di alta soddisfazione (90,0).

L'INDICE GENERALE di SODDISFAZIONE è superiore a quello Sintetico di 5,0 punti percentuali, cioè che il BRAND aziendale, l'immagine del marchio **Saronno Servizi S.p.A.**, viene percepito positivamente dagli utenti e **genera un valore aggiunto** rispetto alla performance diretta del servizio considerato.

La buona salute del Brand (98,3 % voti positivi) viene confermata anche dal **52,3 %** del totale che nel Giudizio Globale valuta al massimo la performance aziendale (voto 8-10).