

# Indagine di Customer satisfaction



Camera di Commercio  
di Prato

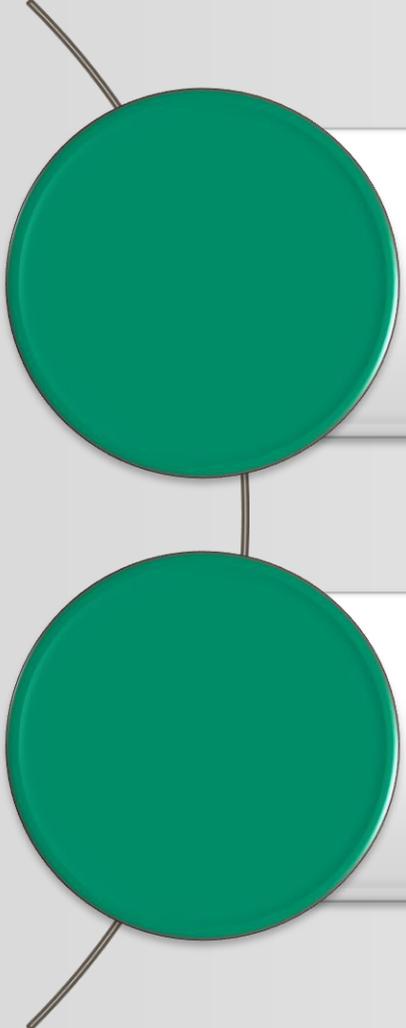


7 Giugno 2013

## OBIETTIVI DELLA RICERCA

S|d|V

*Consulenze e ricerche di marketing*



Misurare la **soddisfazione dell'utente** sui diversi aspetti del servizio erogato dalla **Camera di Commercio**.

Capire quali sono i **servizi della Camera di Commercio** che **influenzano maggiormente la soddisfazione dell'utente**.



# METODOLOGIA E COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE

*Ricerca di mercato  
quantitativa*



# METODOLOGIA DI RACCOLTA DEI QUESTIONARI

S|d|V

*Consulenze e ricerche di marketing*

E' stata condotta un'indagine di **Customer Satisfaction** su **801 utenti** della Camera di Commercio di Prato. Le interviste sono state somministrate dall'8 al 15 aprile.

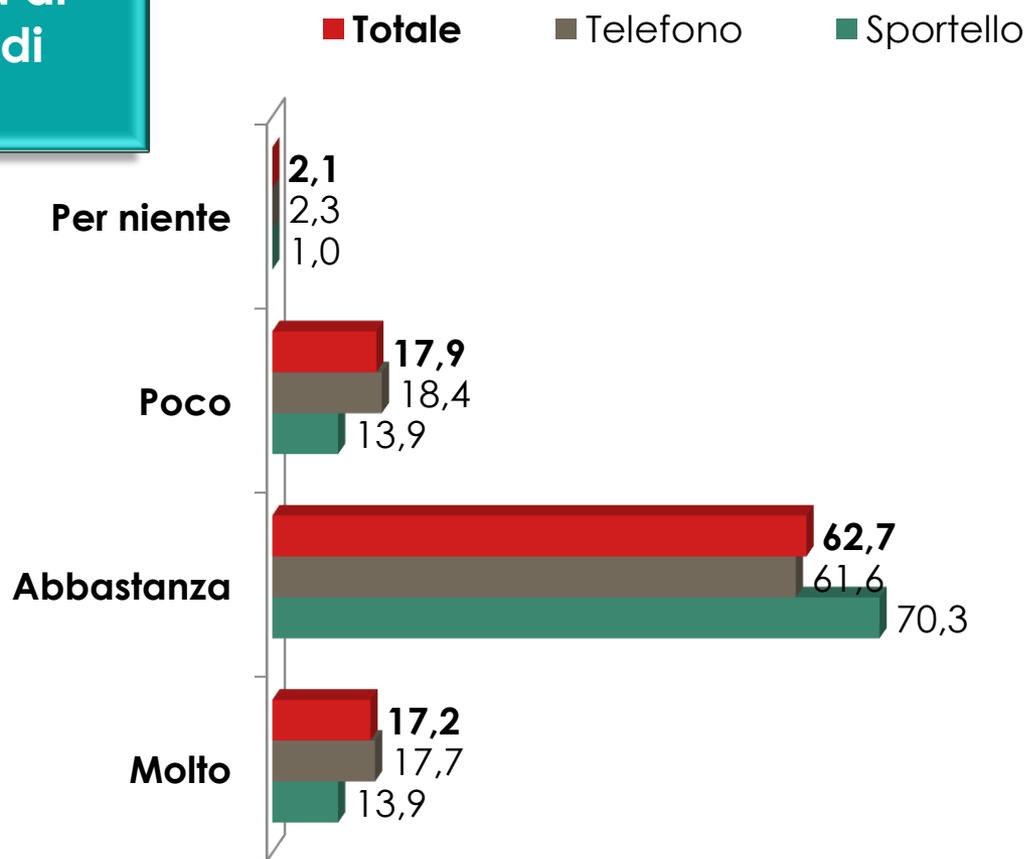
**700 questionari**  
sono stati raccolti telefonicamente – (Metodo CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing)

**101 questionari**  
sono stati auto-compilati dagli utenti presso la Camera di Commercio.

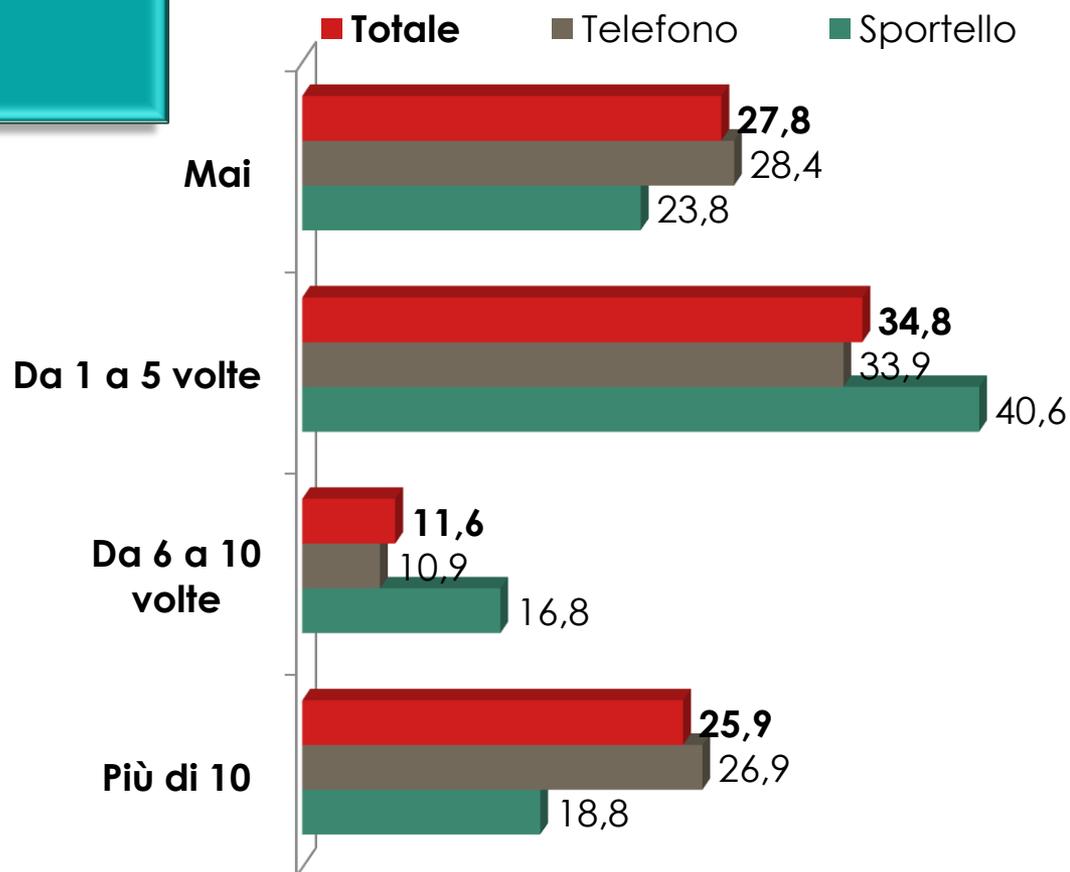
# RISULTATI CAMPIONE TELEFONICO vs SPORTELLO

*Confronto delle risposte per il  
campione telefonico vs  
campione sportello*

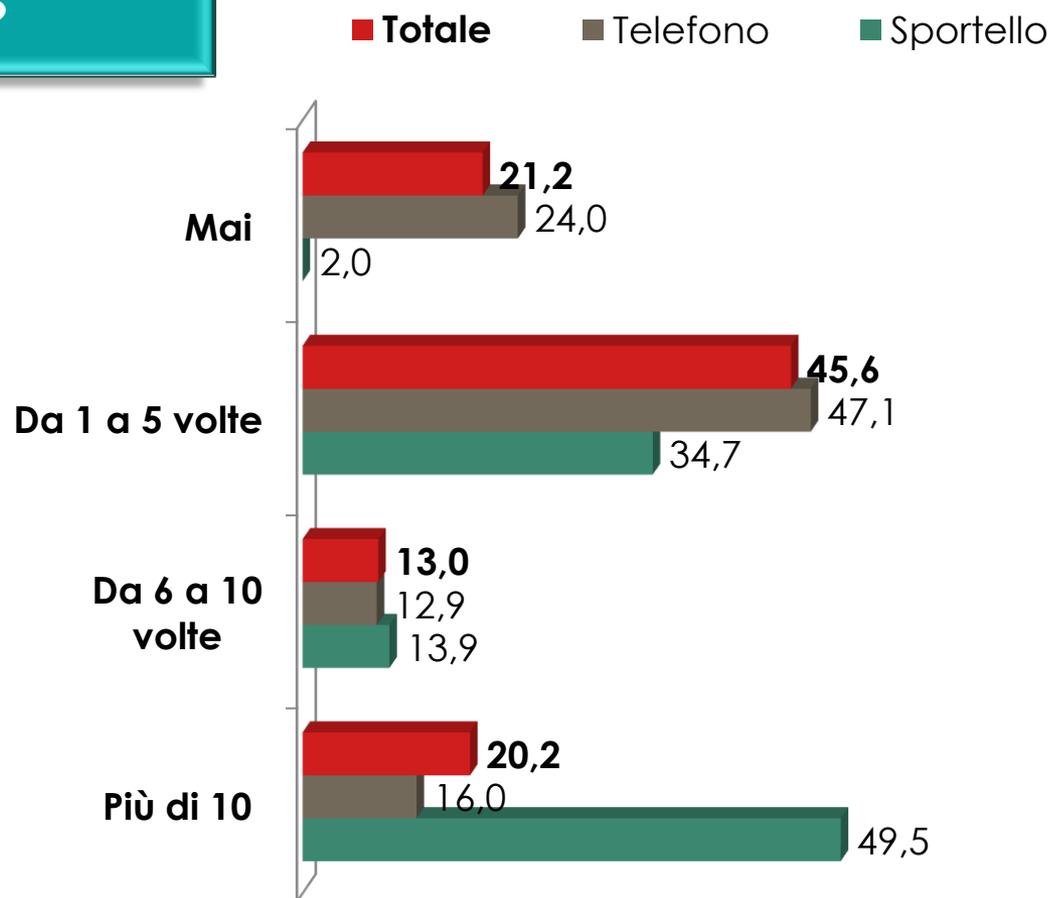
**Conoscenza dei  
compiti e delle  
funzioni svolte  
dalla Camera di  
Commercio di  
Prato**



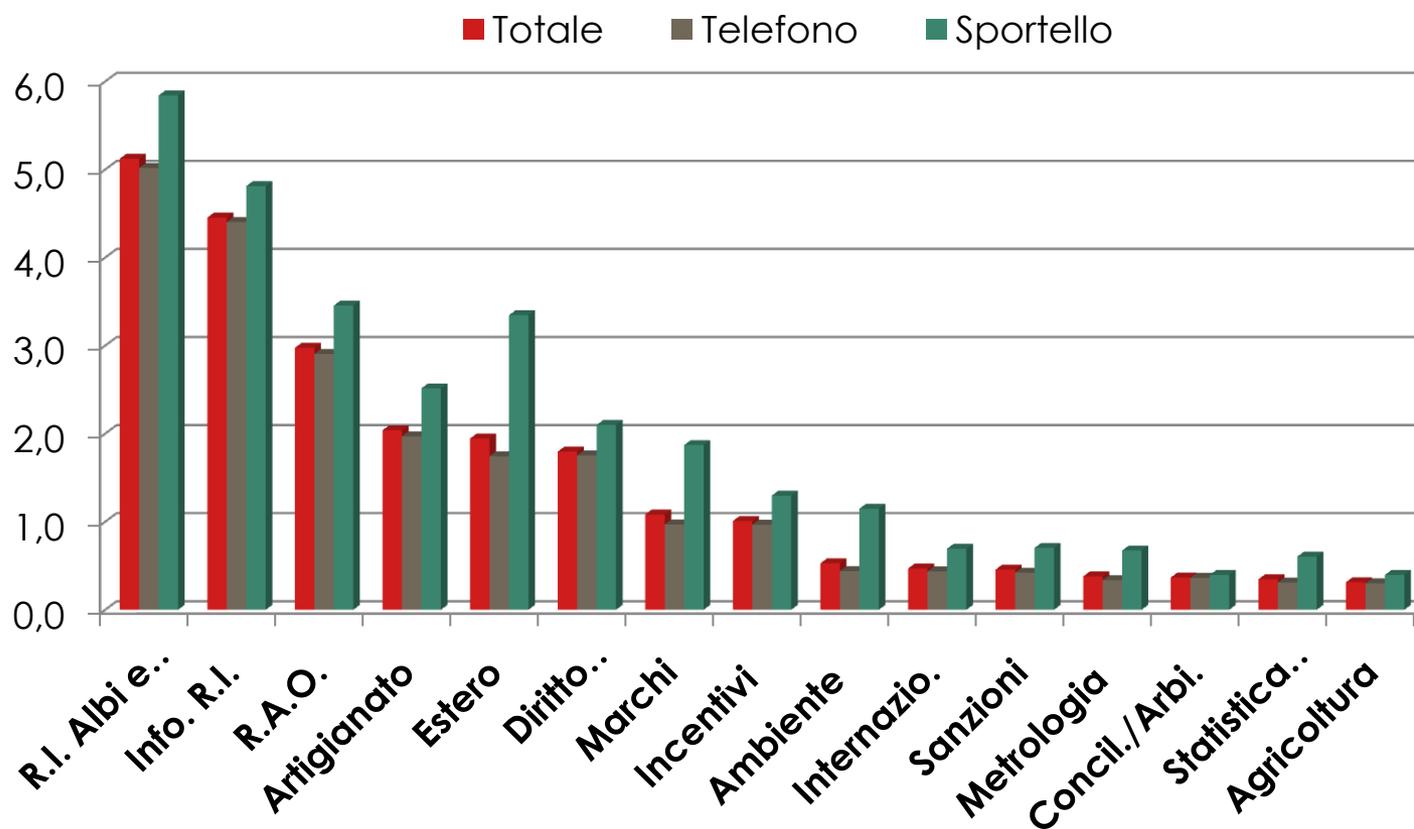
## Frequenza telefonica con gli uffici della C.C. di Prato



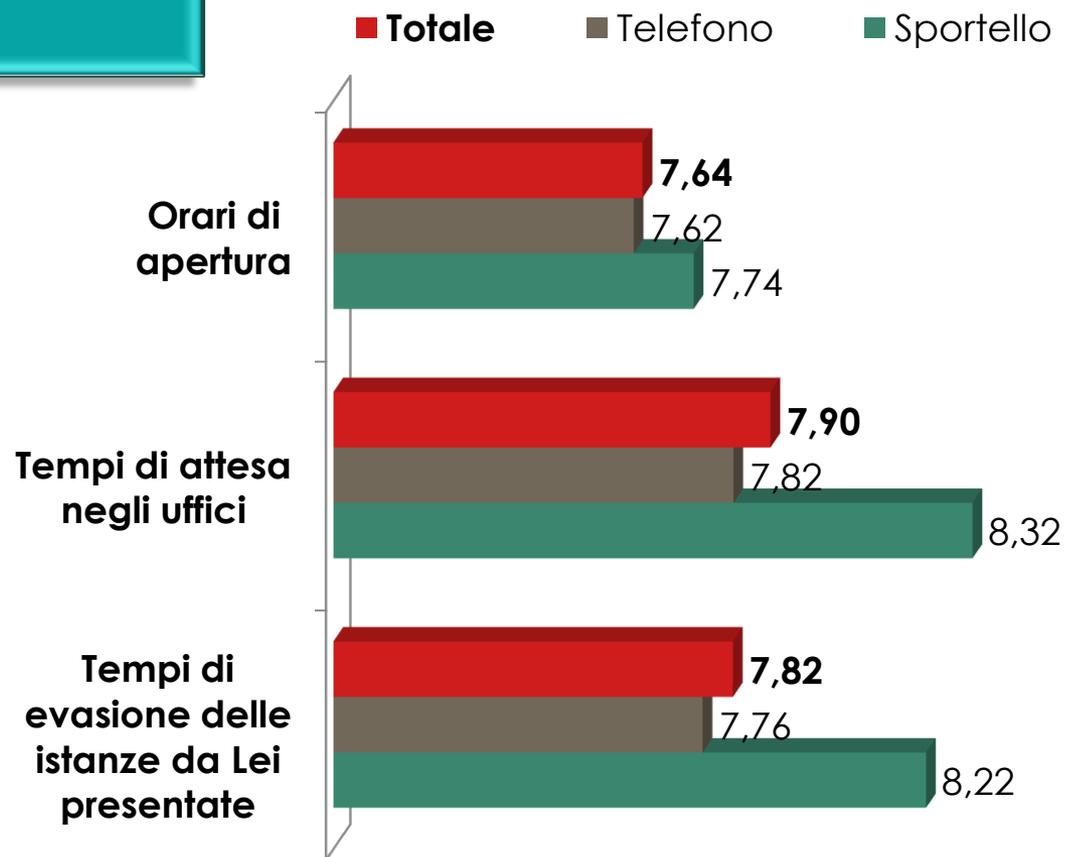
## Frequenza presso gli uffici della Camera di Commercio di Prato?



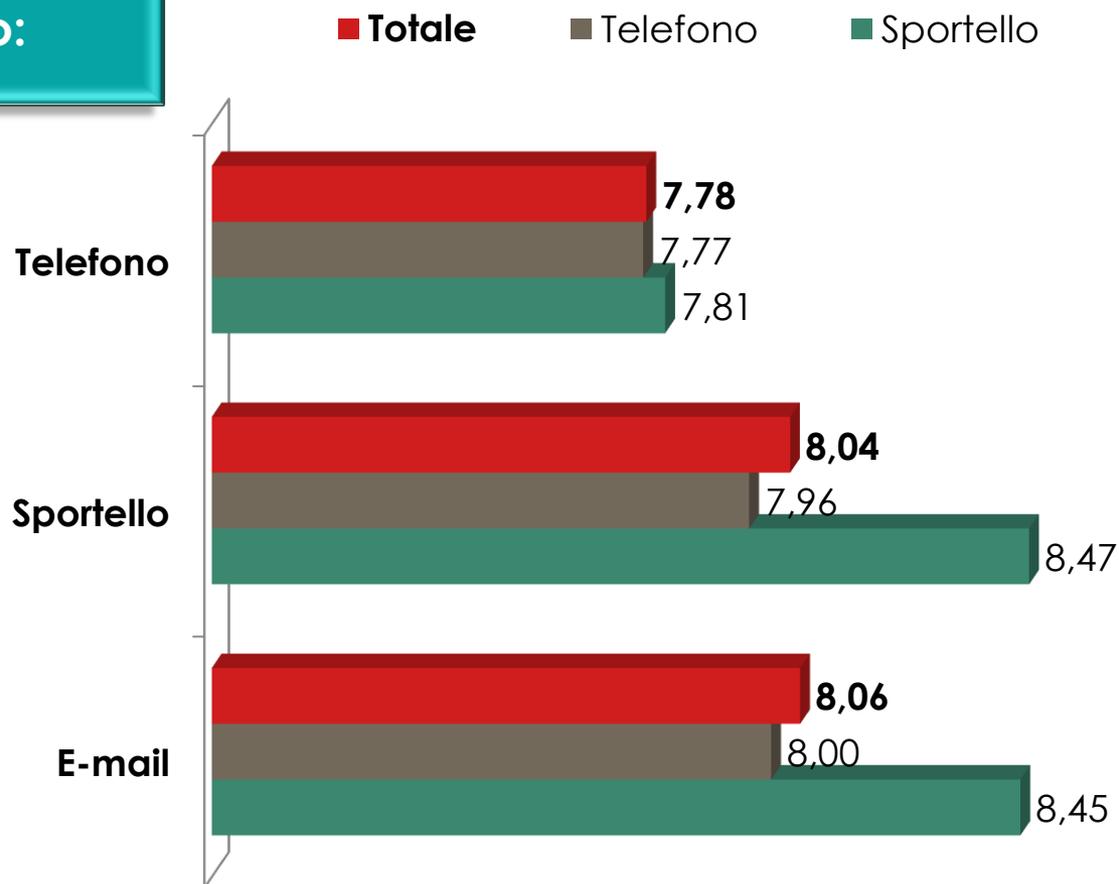
## Quante volte si reca agli uffici della Camera di Commercio di Prato?



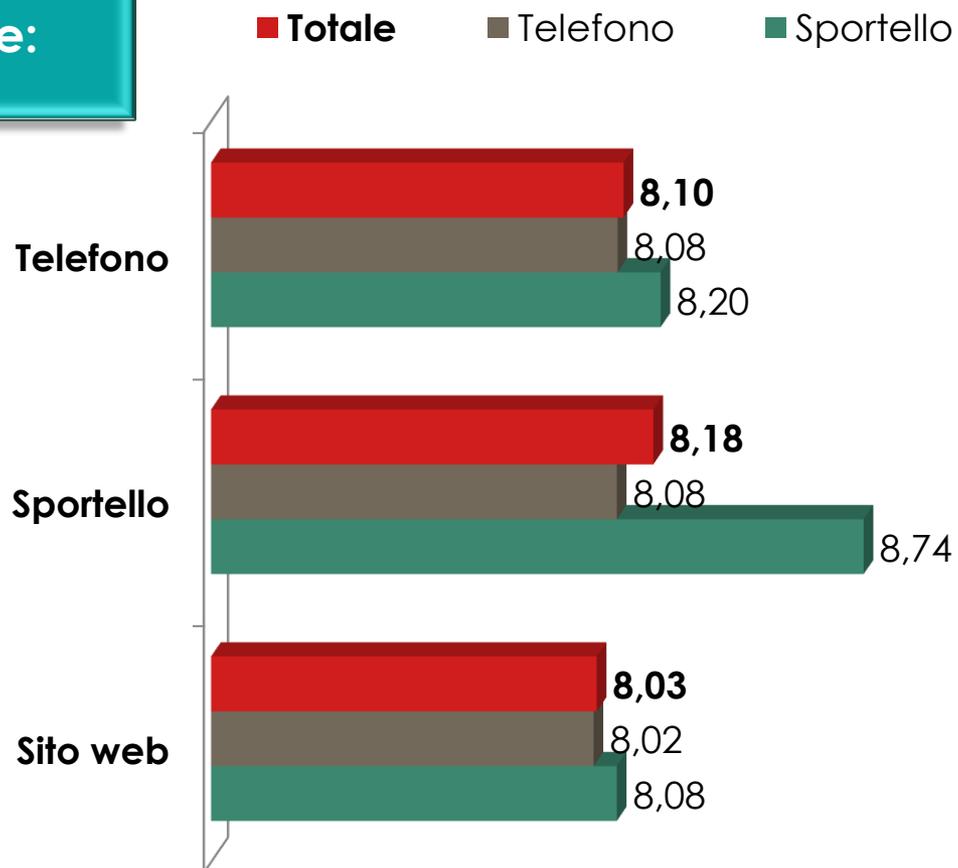
**Soddisfazione  
circa i seguenti  
aspetti:**



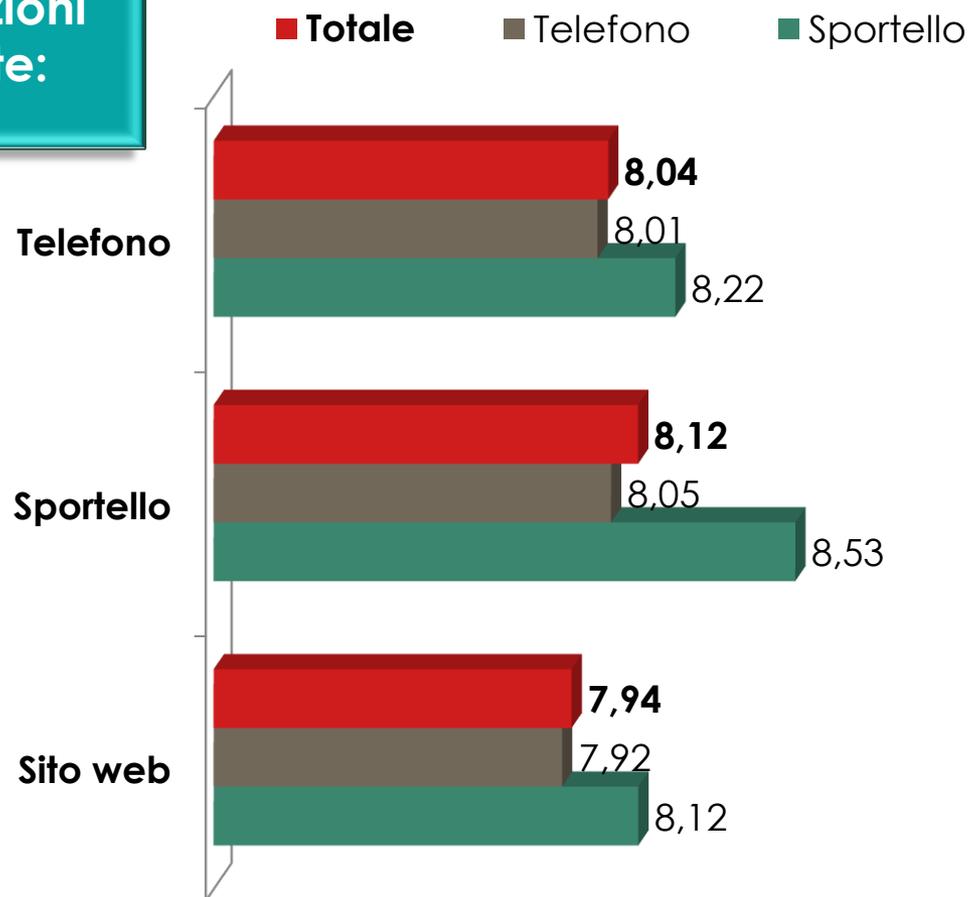
Soddisfazione  
circa le seguenti  
modalità di  
contatto:



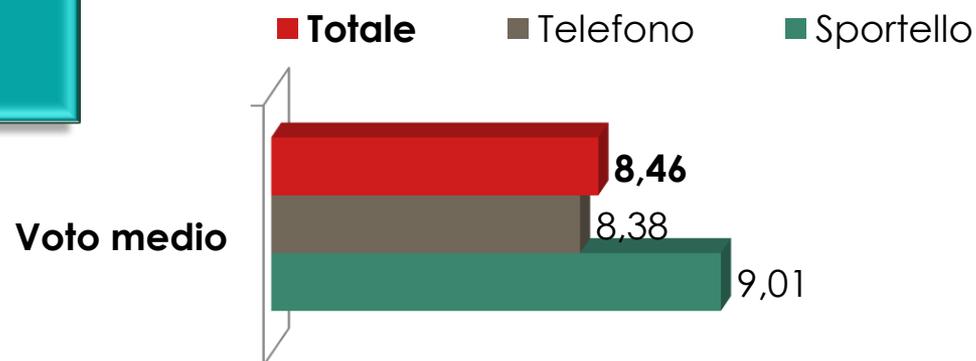
Soddisfazione  
circa la chiarezza  
delle informazioni  
fornite tramite:



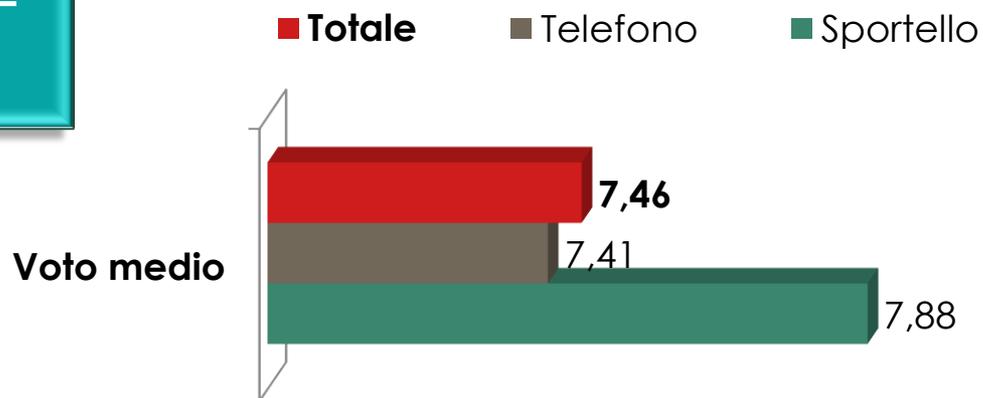
Soddisfazione  
circa il contenuto  
delle informazioni  
fornite tramite:



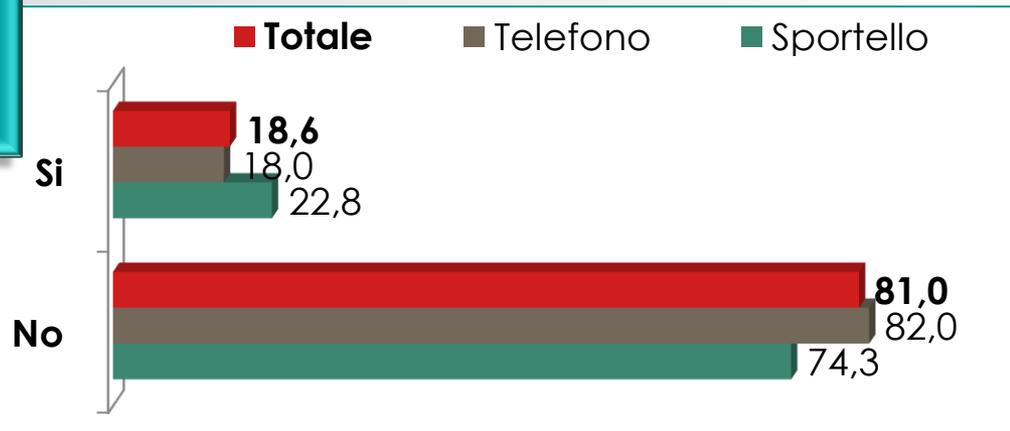
## Voto alla disponibilità e cortesia del Personale



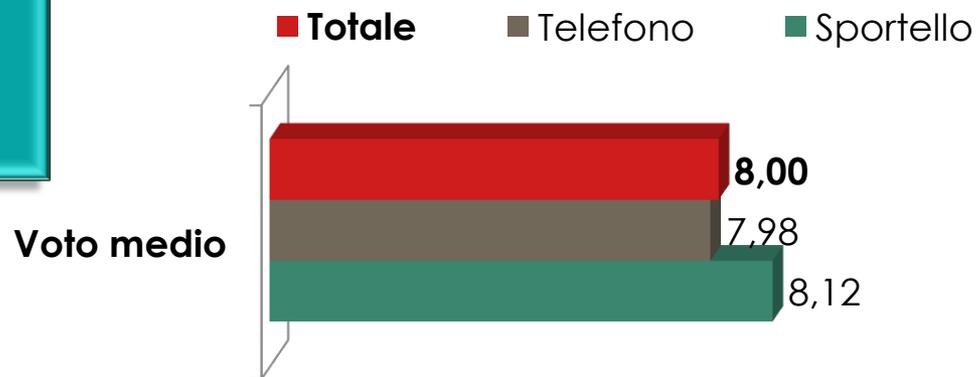
## Voto alla Comunicazione Unica



## Conoscenza della Sezione Trasparenza



## Voto alla Sezione Trasparenza



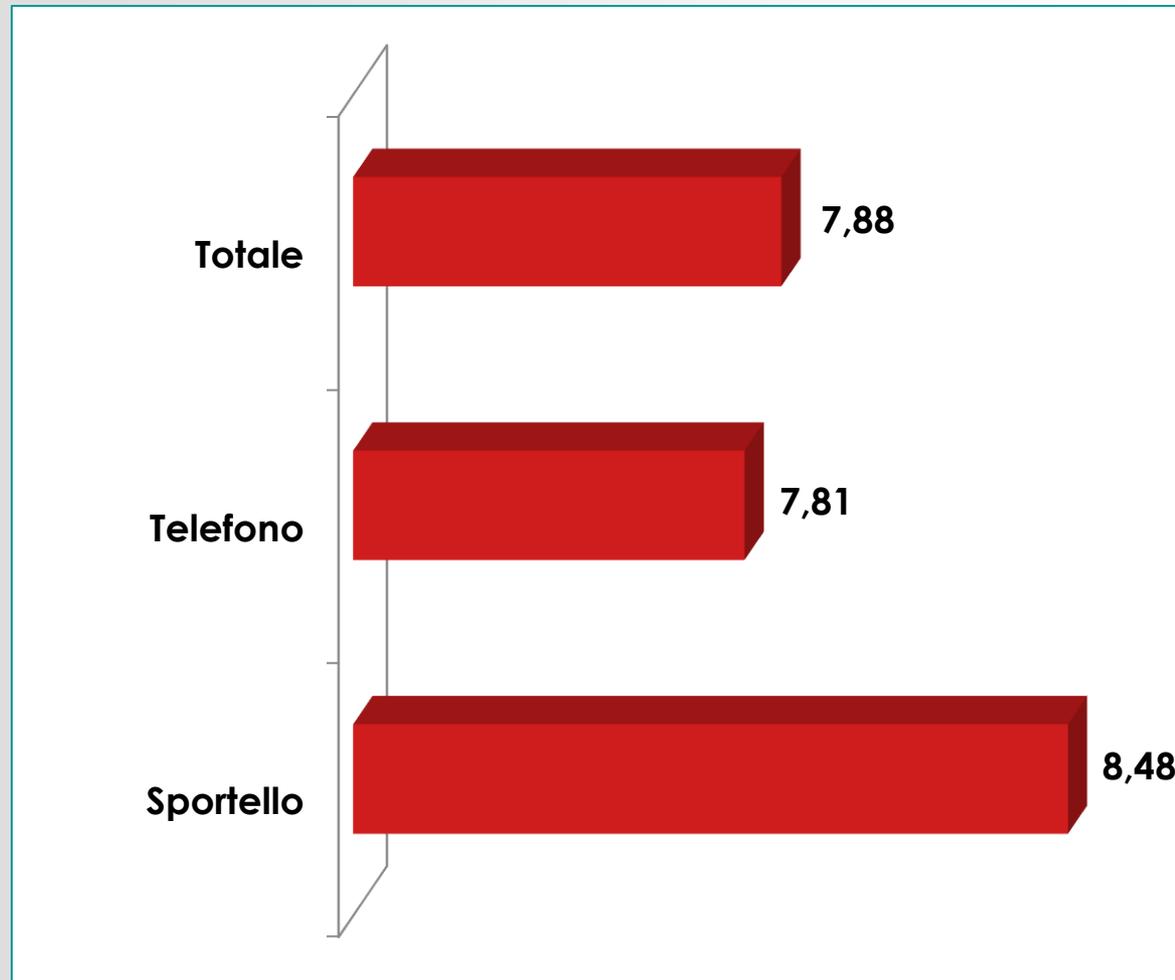
## Voto ai seguenti Uffici:

<b>Voto medio</b>	<b>Totale</b>	<b>Telefono</b>	<b>Sportello</b>
<b>Ufficio R.A.O.</b>	<b>8,22</b>	<b>8,23</b>	<b>8,14</b>
<b>Ufficio Informazioni R.I.</b>	<b>8,18</b>	<b>8,14</b>	<b>8,42</b>
<b>Ufficio R.I. e Albi e Ruoli</b>	<b>8,15</b>	<b>8,08</b>	<b>8,58</b>
Ufficio Diritto Annuale	8,09	8,10	8,09
Ufficio Artigianato	8,08	8,08	8,06
Ufficio Estero	8,07	7,95	8,68
Ufficio Marchi e Brevetti	8,01	8,00	8,04
Ufficio Incentivi alle Imprese	7,69	7,71	7,62
Ufficio Agricoltura	7,48	7,53	7,40
Ufficio Ambiente / Servizi al consumatore / Protesti	7,47	7,32	7,68
Ufficio Servizi di Metrologia	7,39	7,67	6,90
Ufficio Internazionalizzazione	7,32	7,46	7,00
Ufficio Sanzioni e Vigilanza	7,08	7,15	6,92
Ufficio Statistica Prezzi Inf. Economica Biblioteca	7,04	6,87	7,25
Ufficio Conciliazione / Arbitrato	6,87	6,89	6,83

## Giudizio complessivo

S|d|V

*Consulenze e ricerche di marketing*



A solid dark brown rectangular block at the top of the page.

# ANALISI STATISTICHE MULTIVARIATE

*Analisi multivariate e  
approfondimenti statistici a  
totale campione 2013*

A solid dark green horizontal bar at the bottom of the page.

## Analisi della correlazione e creazione della mappa delle opportunità

S|d|V

*Consulenze e ricerche di marketing*

I coefficienti che appaiono nelle tabelle delle pagine successive indicano la CORRELAZIONE tra le valutazioni degli intervistati relative al VOTO COMPLESSIVO E AI VOTI DEI SINGOLI ASPETTI DEL SERVIZIO DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PRATO.

I valori dei coefficienti indicano quali sono gli elementi del mix che influenzano maggiormente la soddisfazione complessiva.

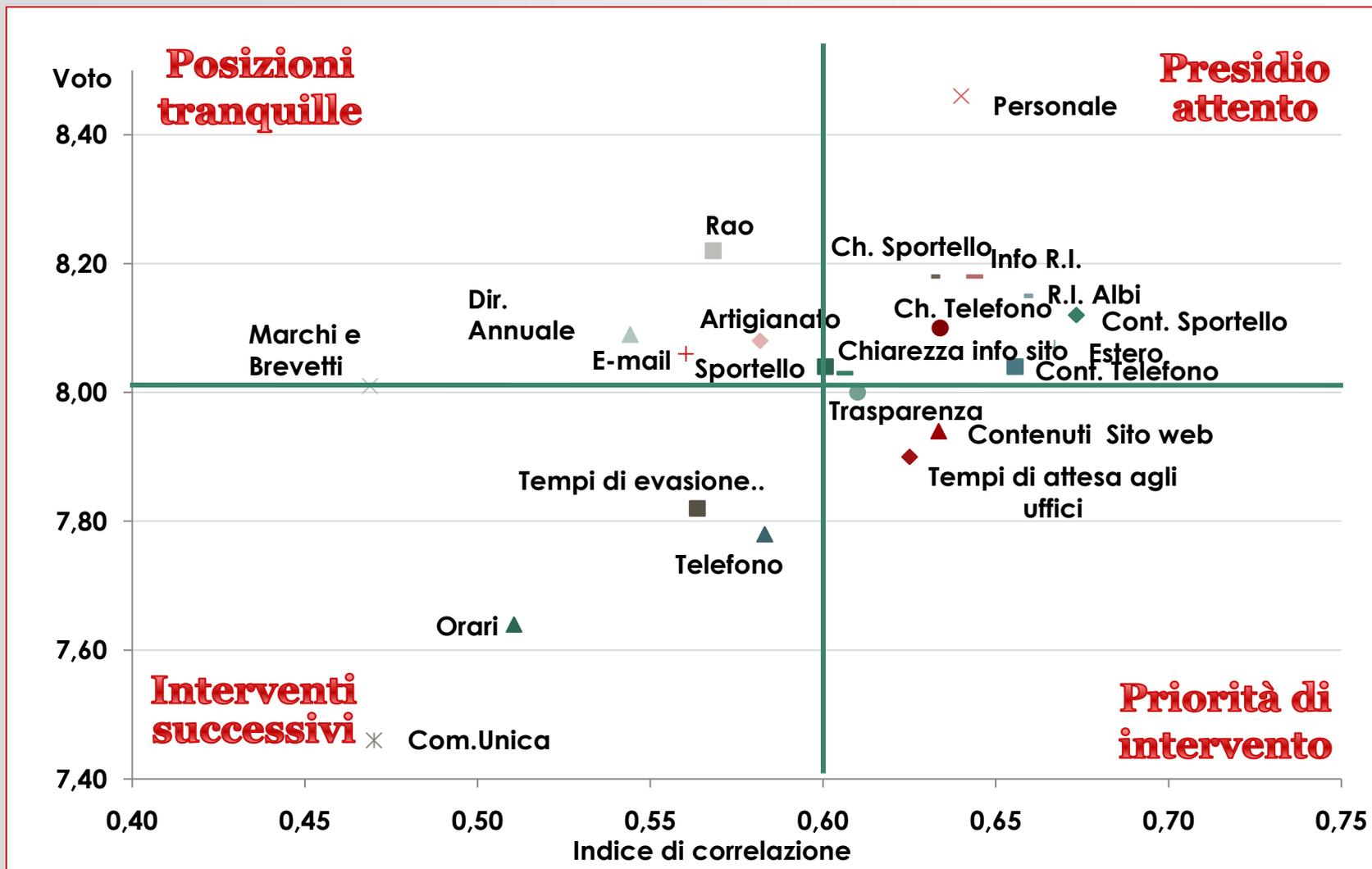
## Analisi della correlazione e creazione della mappa delle opportunità

S|d|V

*Consulenze e ricerche di marketing*

L'indice di correlazione è pari a 1 in caso di perfetta correlazione positiva, mentre è pari a 0 in caso di mancanza di correlazione; quindi, più si avvicina a 1, più indica l'esistenza di correlazione, più si avvicina a 0, più esprime mancanza di correlazione.

# Mappa delle Opportunità



A solid dark brown rectangular block at the top of the page.

**CONCLUSIONI E  
CONSIDERAZIONI  
FINALI**

A solid dark teal horizontal bar at the bottom of the page.

## CONSIDERAZIONI FINALI

S|d|V

*Consulenze e ricerche di marketing*

La soddisfazione aumenta  
all'aumentare  
dell'intensità dei rapporti  
con la Camera di  
Commercio di Prato



Chi più "frequenta" e  
conosce l'Ente, più ne  
apprezza i servizi e la  
modalità di erogazione

## CONSIDERAZIONI FINALI

S|d|V

*Consulenze e ricerche di marketing*

L'erogazione è apprezzata da tutte le tipologie di utenza, indipendentemente dal tipo di servizio di cui l'azienda stessa necessita



Vi è dunque una buona orizzontalità e una completezza del servizio percepito nelle sue diverse componenti