

S|d|V

Consulenze e ricerche di marketing



Camera di Commercio
di Prato



Indagine di Customer satisfaction



Premessa

- Dal 14 al 28 aprile è stata condotta un'indagine Customer satisfaction su 884 utenti della Camera di Commercio di Prato

Modalità di somministrazione

- 700 questionari sono stati raccolti telefonicamente da SdV
- 184 sono stati auto-compilati dagli utenti presso gli sportelli della Camera di Commercio

Target

- Aziende utenti della Camera di Commercio di Prato





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

Misurare le **diversità di atteggiamento** all'interno dei diversi target di utenza.

Misurare le eventuali **variazioni nella soddisfazione** dell'utente rispetto agli omologhi indicatori delle precedenti ricerche.

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



COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE

S|d|V

Consulenze e ricerche di marketing

Totale

Campione	2014		2013	
	N.	%	N.	%
Telefonico	700	79,2	700	87,4
Sportello	184	20,8	101	12,6
Totale	884	100	801	100

Telefonico

Campione	2014		2013	
	N.	%	N.	%
Telemaco attivi	206	29,4	249	35,6
Altro	494	70,6	451	64,4
Totale	700	100	700	100



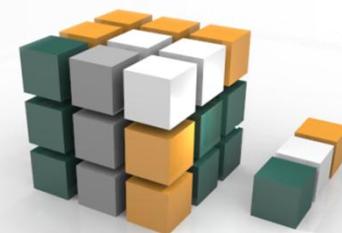
S|d|V

Consulenze e ricerche di marketing

Risultati Complessivi 2014 vs 2013



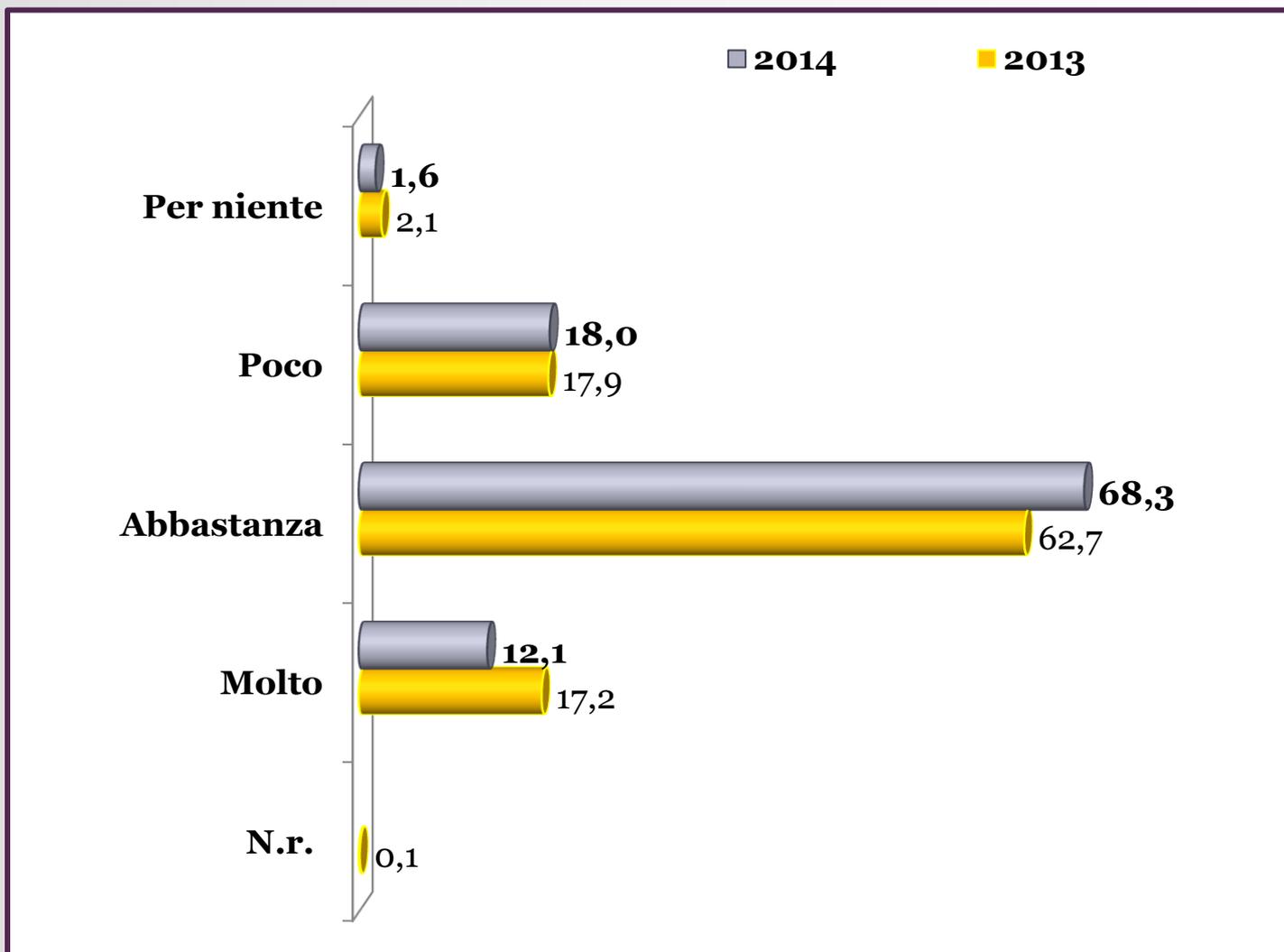
Camera di Commercio
di Prato



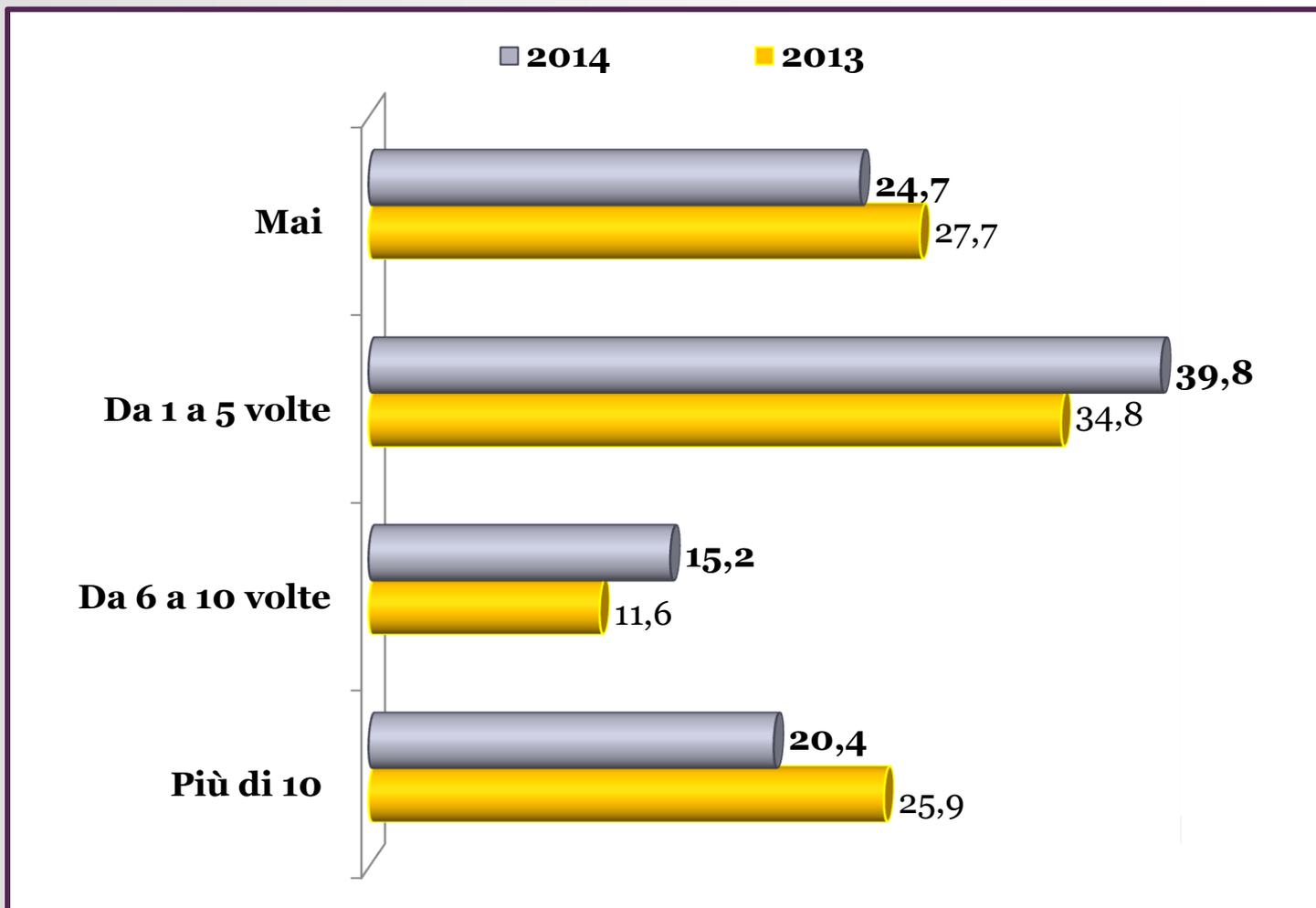
Conoscenza dei compiti e delle funzioni svolte dalla Camera di Commercio di Prato

S|d|V

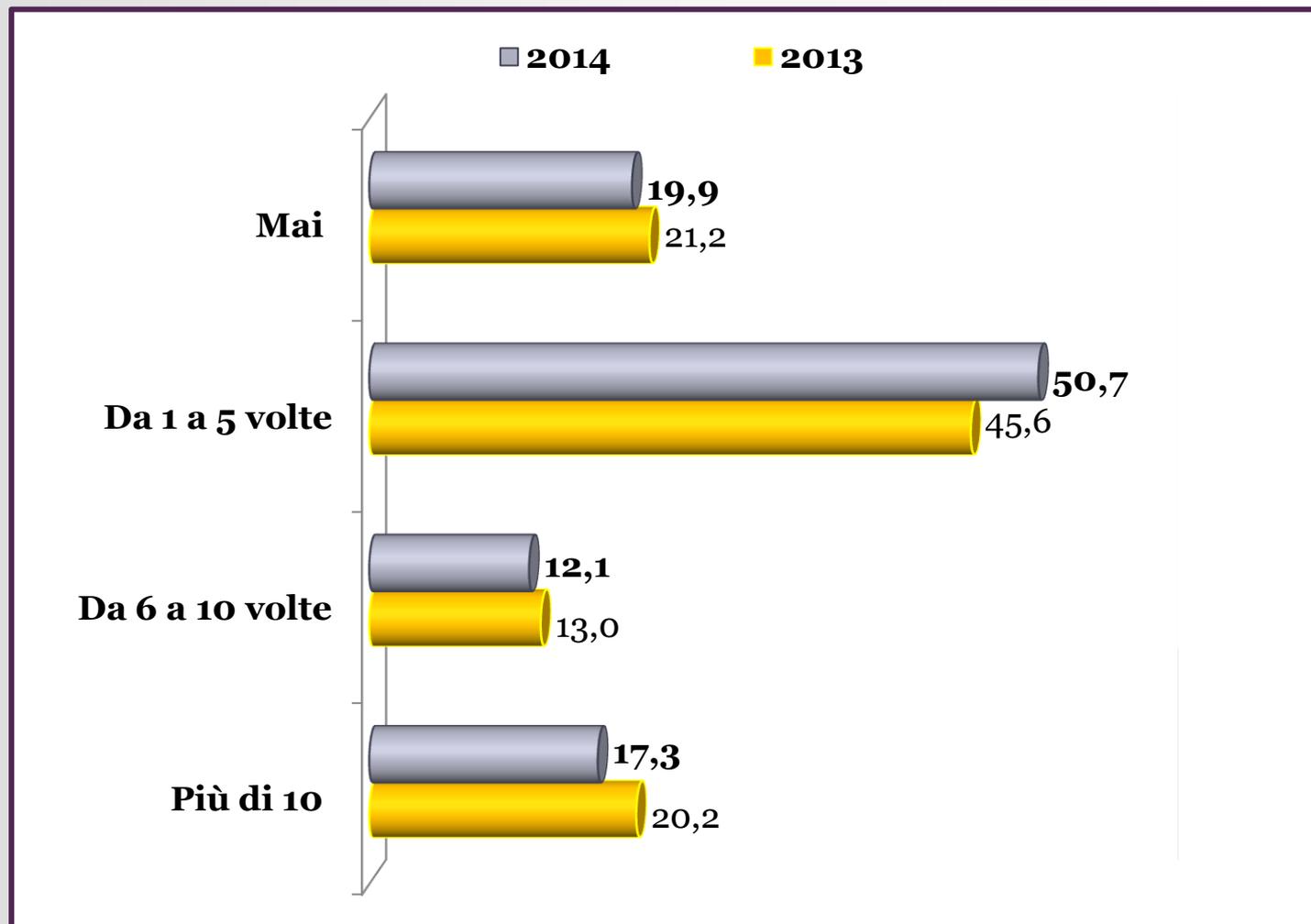
Consulenze e ricerche di marketing



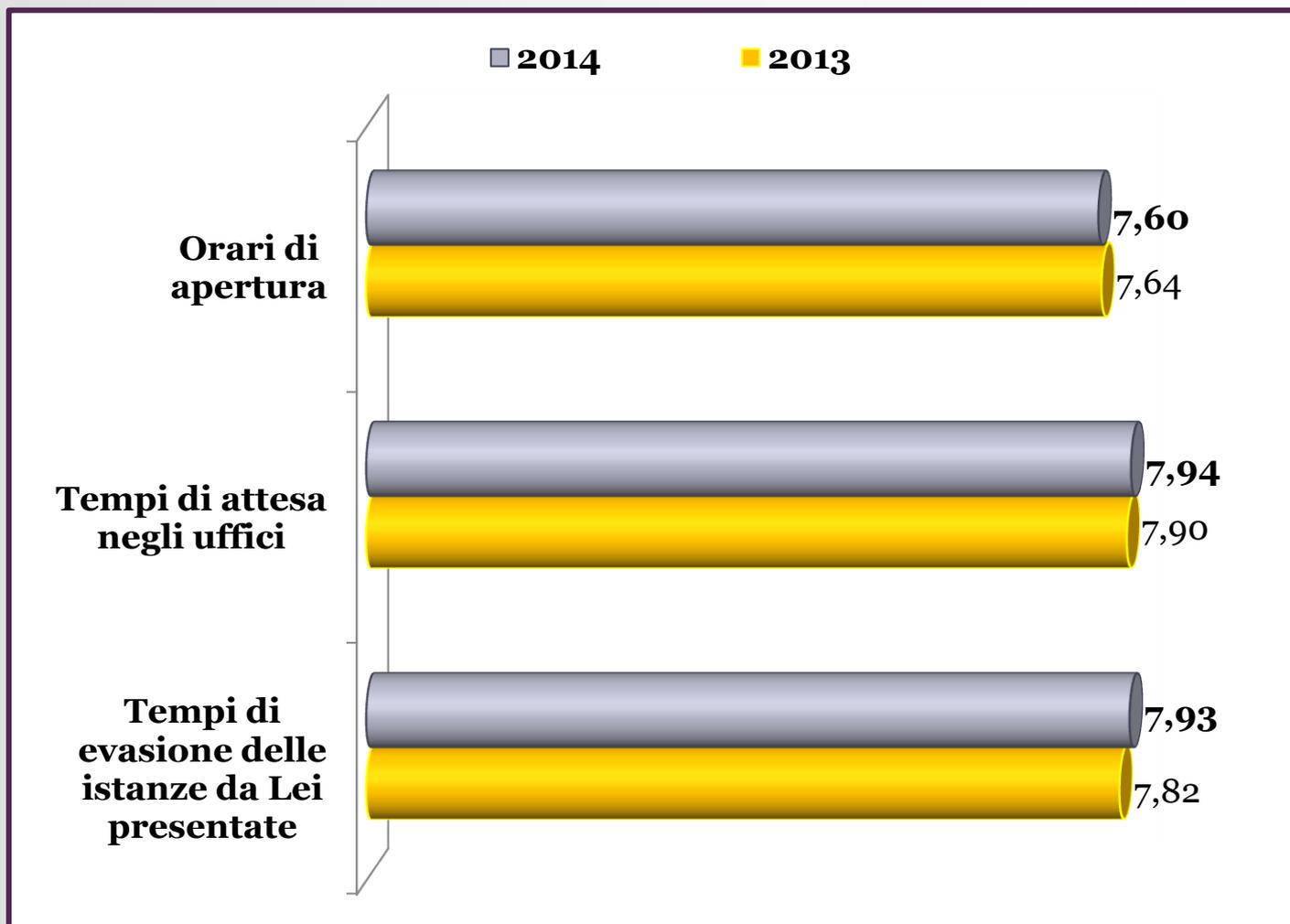
Frequenza telefonica con gli uffici della C.C. di Prato



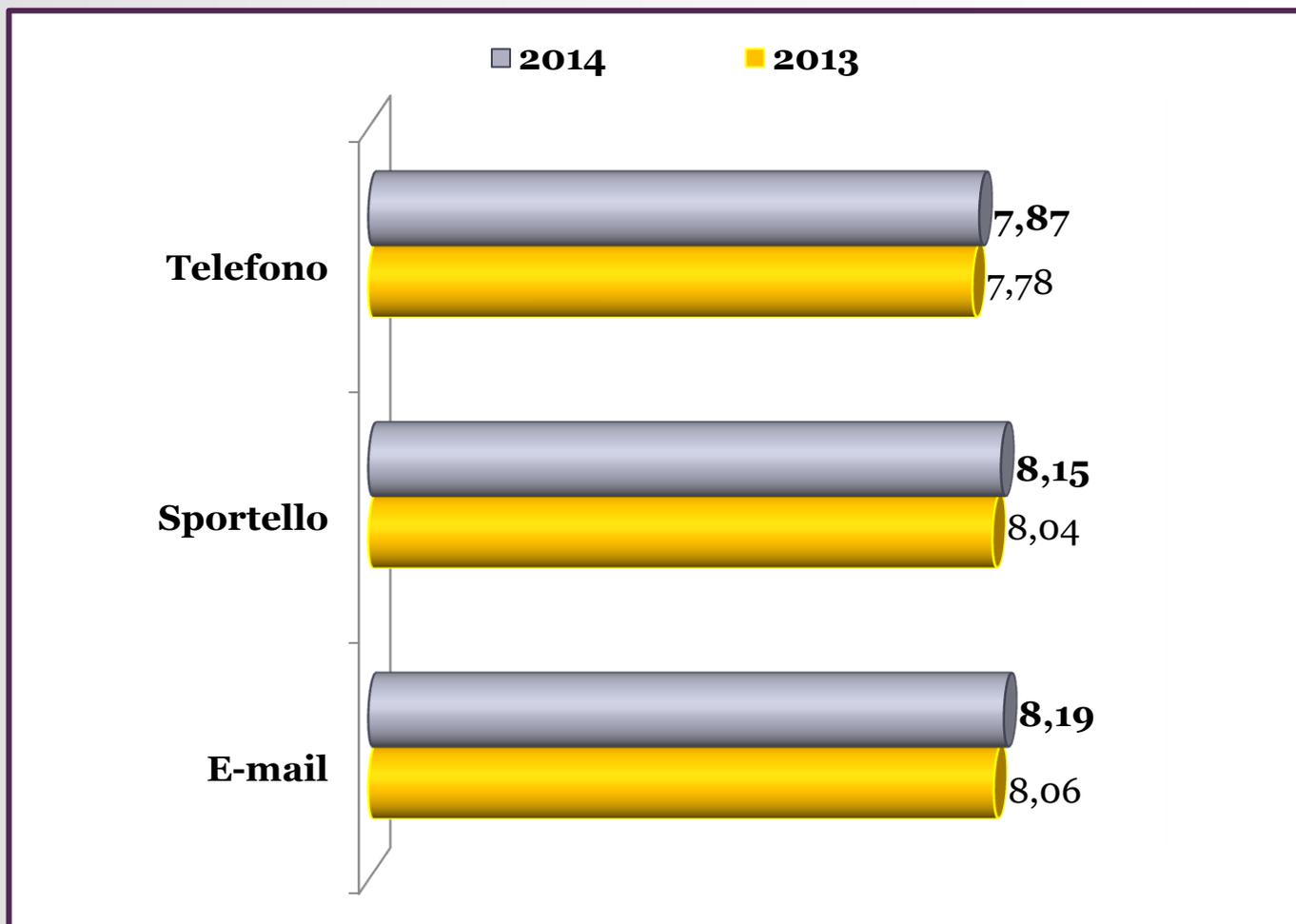
Frequenza presso gli uffici della C.C. di Prato



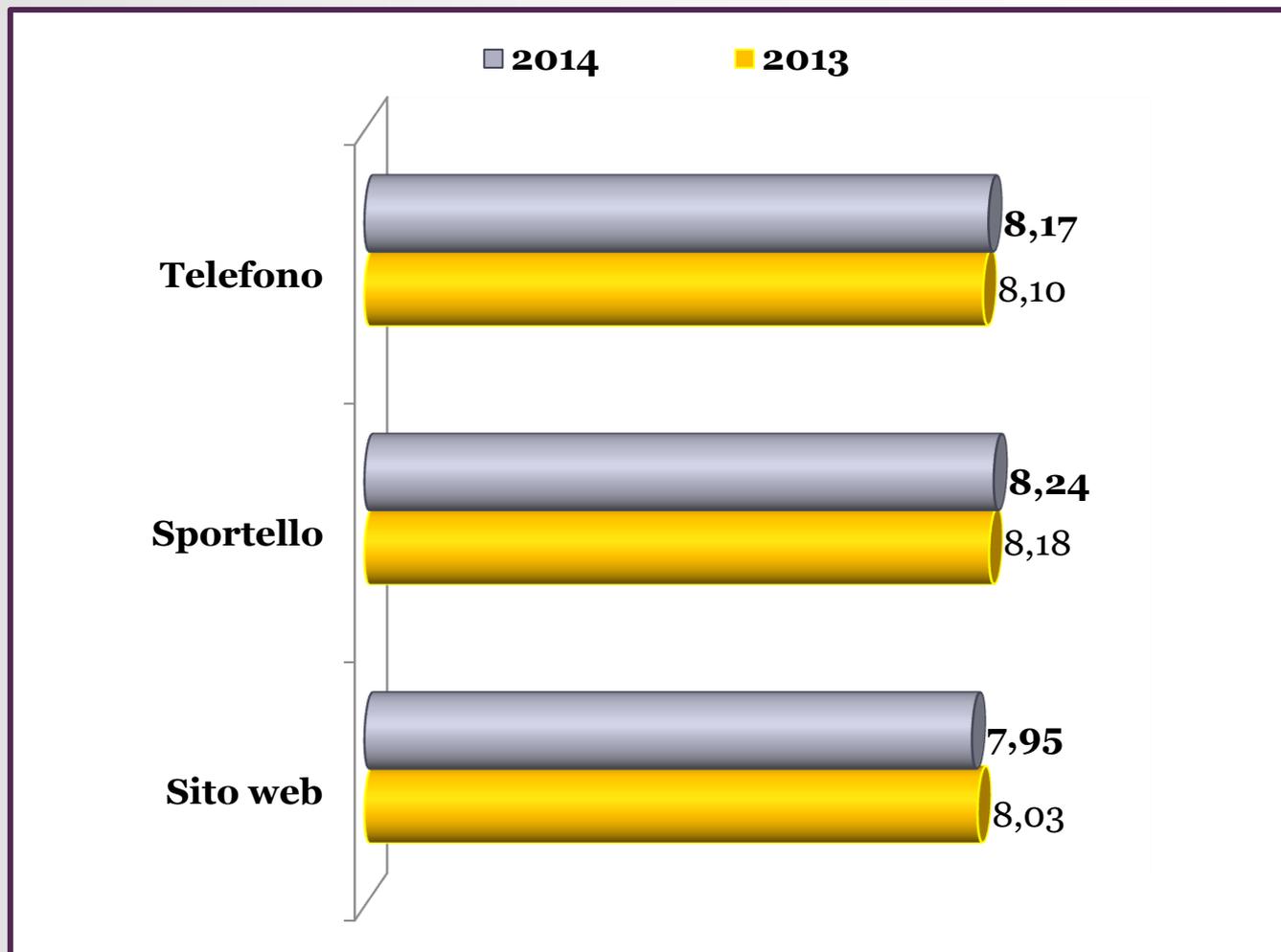
Soddisfazione circa i seguenti aspetti:



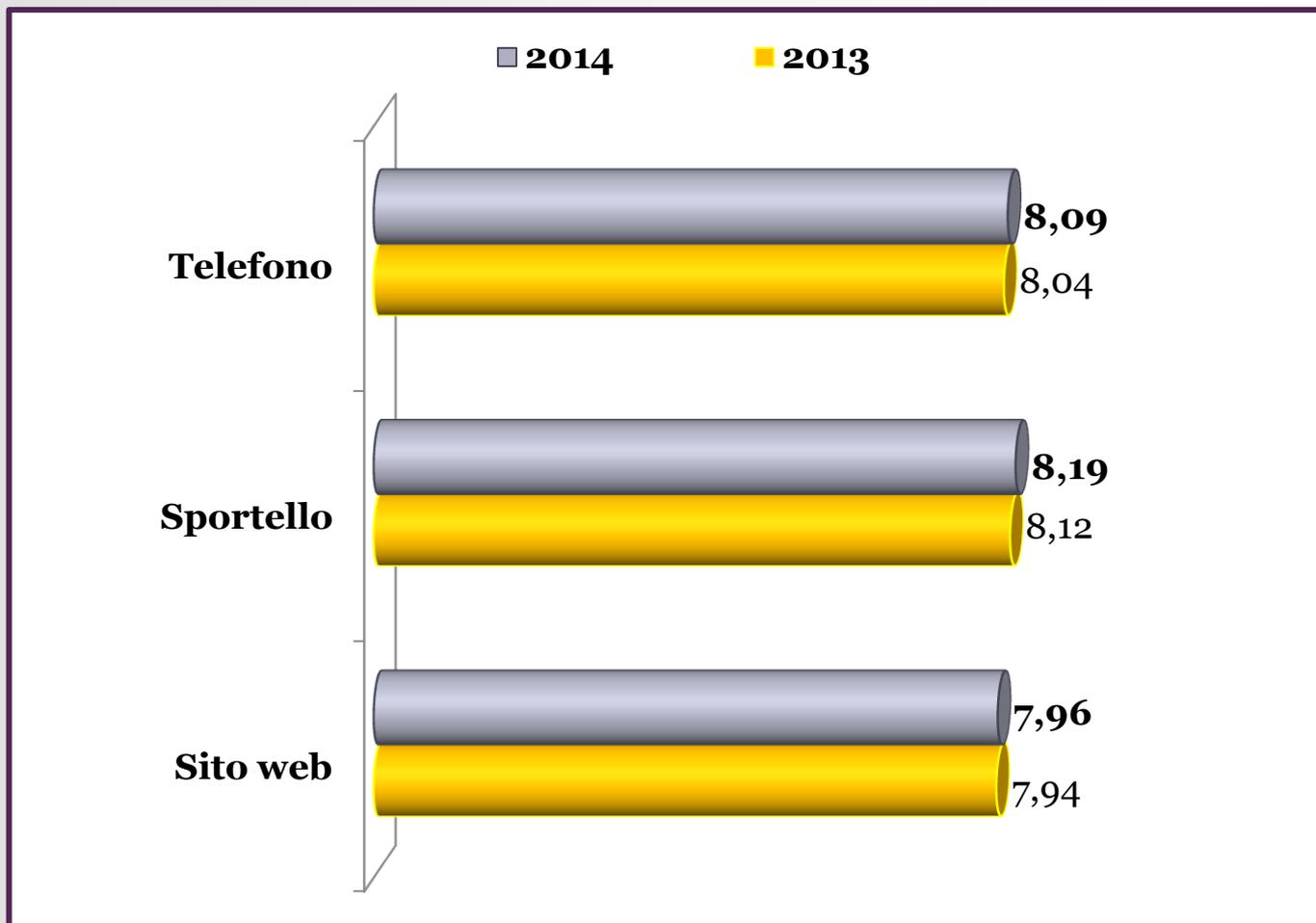
Soddisfazione circa le seguenti modalità di contatto:



Soddisfazione circa la chiarezza delle informazioni fornite tramite:

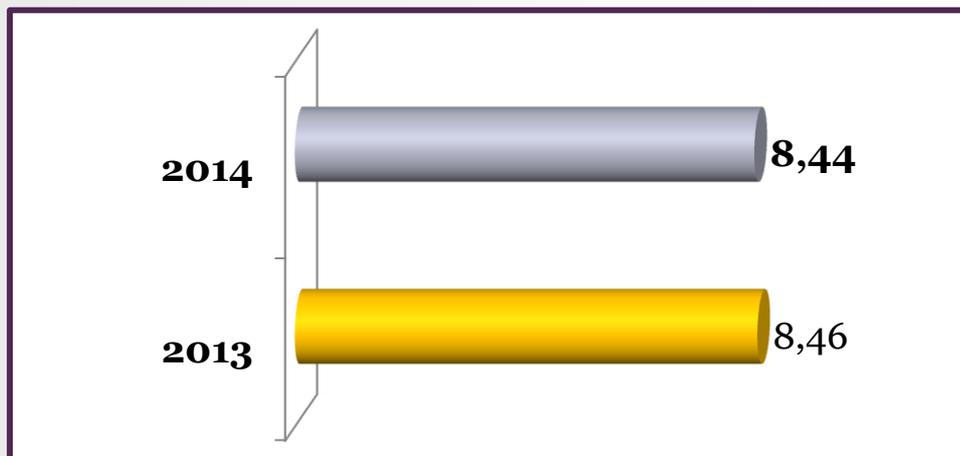


Soddisfazione circa il contenuto delle informazioni fornite tramite:

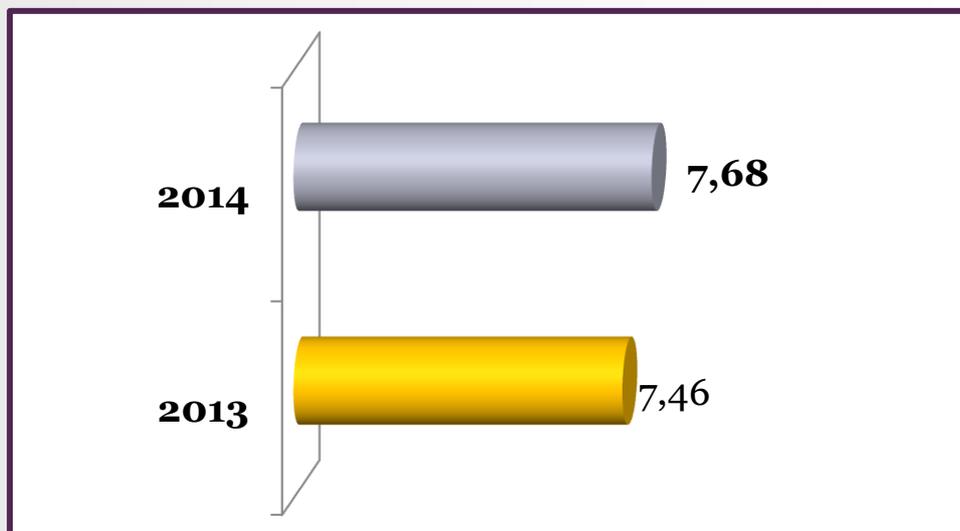


Valutazione media assegnata a:

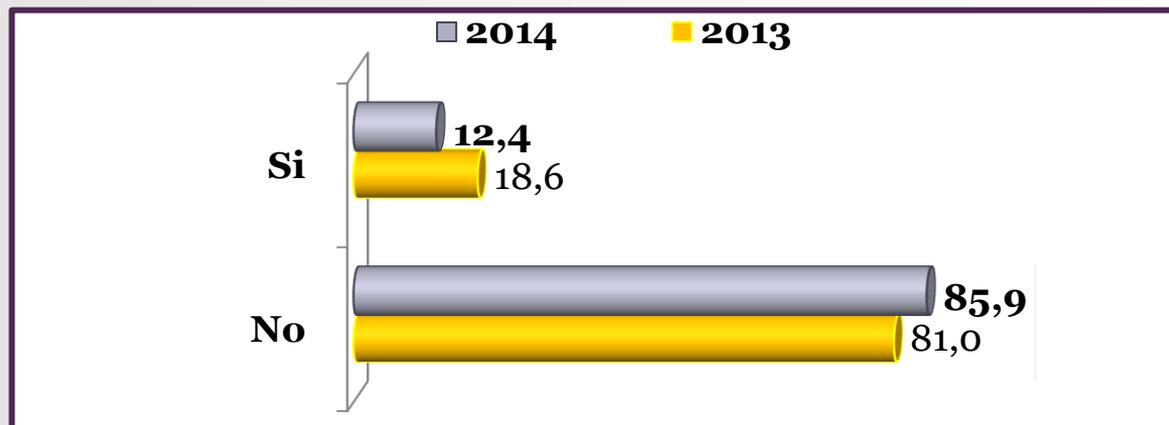
**Cortesia e
disponibilità
del personale**



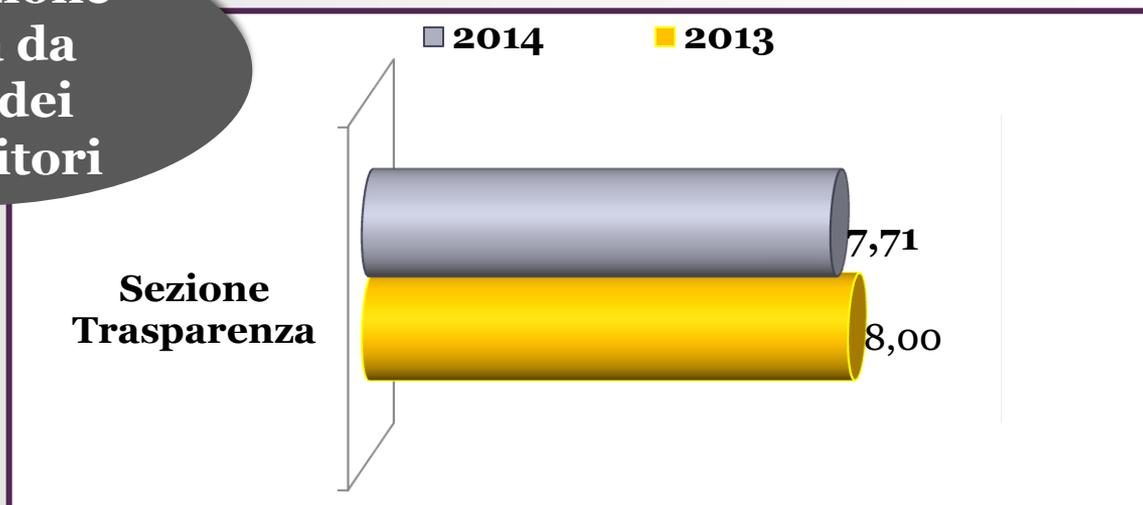
**Comunicazione
Unica**



Conoscenza della sezione TRASPARENZA amministrativa del sito



Valutazione
media da
parte dei
conoscitori



Voto assegnato ai seguenti uffici

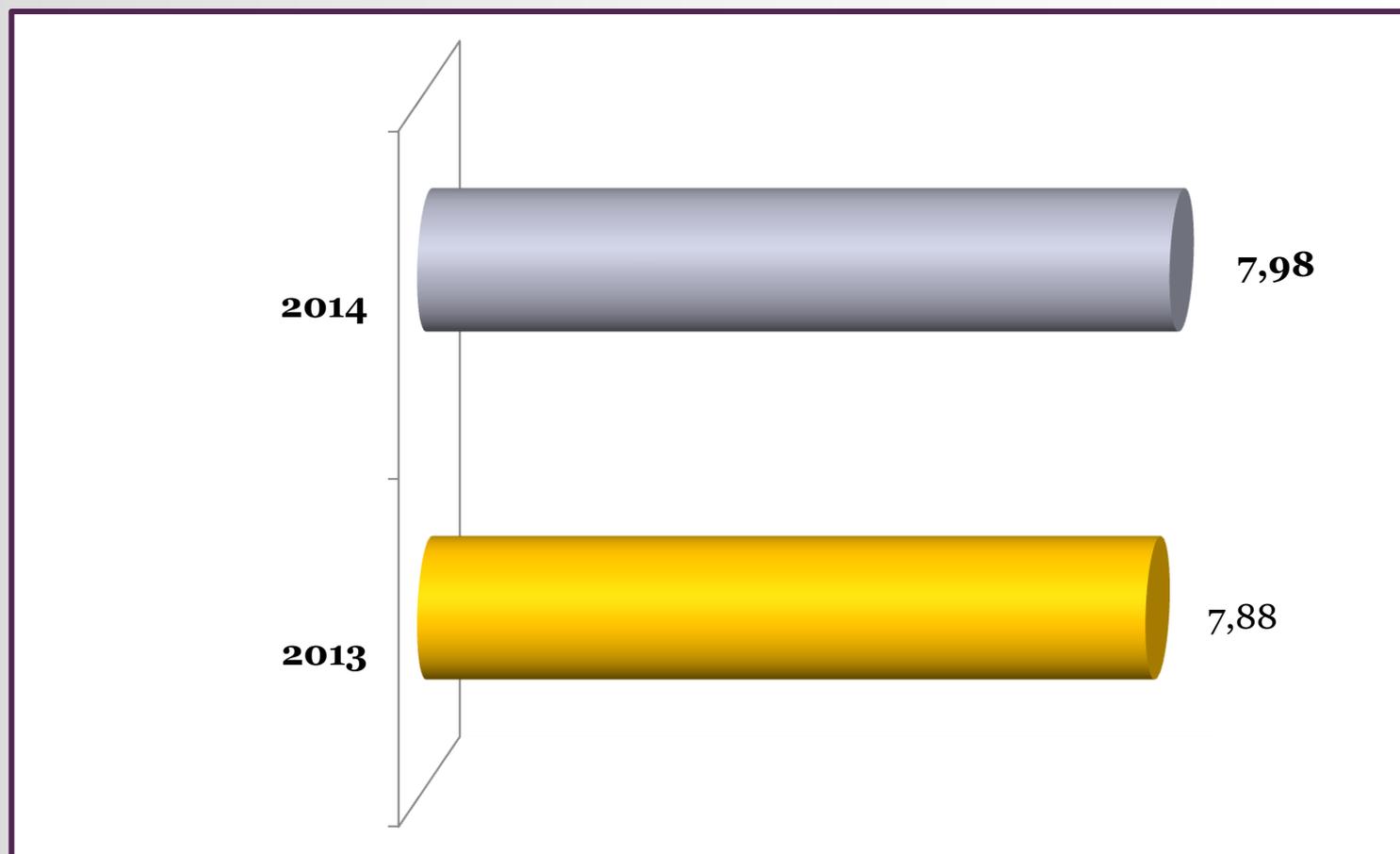
Voto medio	2014	2013	Δ 2014 vs 2013
Info R.I.	8,69	8,18	0,50
Artigianato	8,68	8,08	0,61
R.A.O.	8,68	8,22	0,46
Metrologia	8,67	7,39	1,27
R.I. Albi	8,60	8,15	0,45
Diritto Annuale	8,60	8,09	0,5
Marchi e Brevetti	8,59	8,01	0,58
Incentivi alle Imprese	8,56	7,69	0,87
Statistica	8,54	7,04	1,5
Conciliazione	8,48	6,87	1,61
Eestero	8,46	8,07	0,39
Ambiente	8,3	7,47	0,83
Sanzioni	8,19	7,08	1,11
Internazionalizzazione	8,16	7,32	0,85
Agricoltura	7,86	7,48	0,38



Giudizio medio complessivo assegnato alla Camera di Commercio di Prato

S|d|V

Consulenze e ricerche di marketing



S|d|V

Consulenze e ricerche di marketing

Analisi Statistiche Multivariate



Camera di Commercio
di Prato



I coefficienti che appaiono nella tabella della pagina successiva indicano la correlazione esistente **tra le valutazioni di ciascun servizio/ufficio analizzato e il voto complessivo assegnato alla Camera di Commercio.**

Si tenga conto che l'indice 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.

Indici di Correlazione

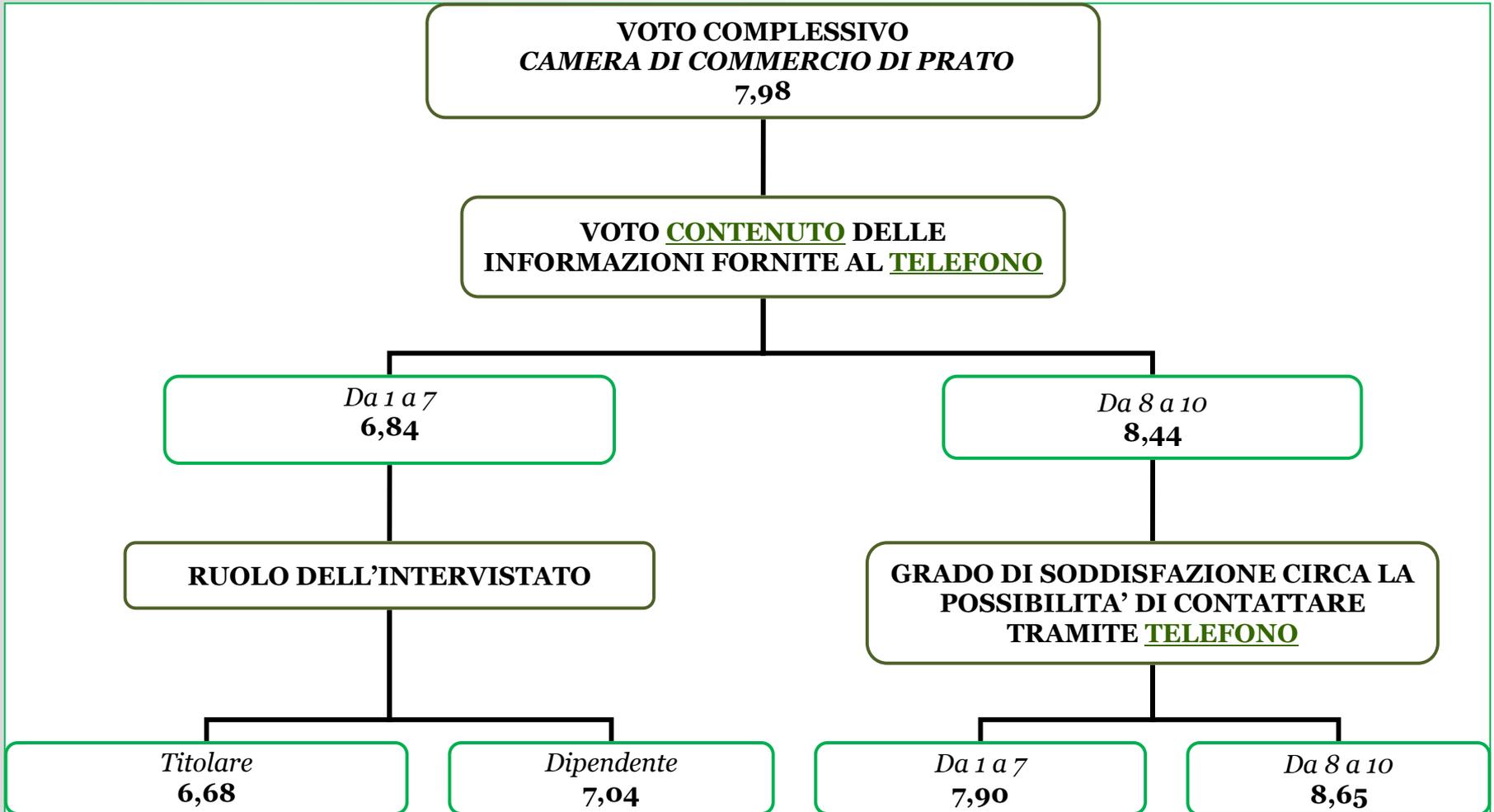
<i>Categorie di servizi</i>	<i>Servizi</i>	<i>I.C.</i>
<i>Tempi ed orari di apertura</i>	Tempi di evasione delle istanze da Lei presentate	0,67
	Tempi di attesa negli uffici	0,64
	Orari di apertura	0,58
<i>Mezzo di comunicazione</i>	Sportello	0,72
	Telefono	0,66
	E-mail	0,66
<i>Chiarezza informazioni tramite:</i>	Telefono	0,75
	Sportello	0,74
	Sito web	0,66
<i>Contenuto informazioni tramite:</i>	Telefono	0,78
	Sportello	0,77
	Sito web	0,67
<i>Personale</i>	Disponibilità e cortesia	0,72
<i>Comunicazione Unica</i>	Modalità di presentazione delle pratiche	0,61
<i>Sezione Trasparenza</i>	Adeguata accessibilità alle informazioni	0,76
<i>Uffici</i>	Marchi e brevetti	0,63
	Registro Imprese e Albi e Ruoli	0,62
	Artigianato	0,61
	Esteri	0,58
	Rao	0,57
	Informazioni del Registro delle imprese	0,56
	Diritto annuale	0,54

Il grafico successivo è l'albero di segmentazione di Chaid. Si tratta di un metodo che consiste nel fissare una variabile obiettivo e di metterla in relazione con le altre presenti nell'analisi.

Nel nostro caso abbiamo messo in relazione sempre la domanda chiave, quella sulla **soddisfazione generale degli utenti (dom.18)**, con le **altre domande del questionario**.

Tutto ciò per stabilire **quali risultano più discriminanti nel determinare l'atteggiamento del campione relativamente all'obiettivo fissato**.

Albero di Chaid



S|d|V

Consulenze e ricerche di marketing

Conclusioni



Camera di Commercio
di Prato



La prima cosa importante da sottolineare è che da un anno all'altro la soddisfazione degli utenti è ulteriormente migliorata

Sia complessivamente, sia singolarmente per gran parte dei servizi e degli uffici monitorati

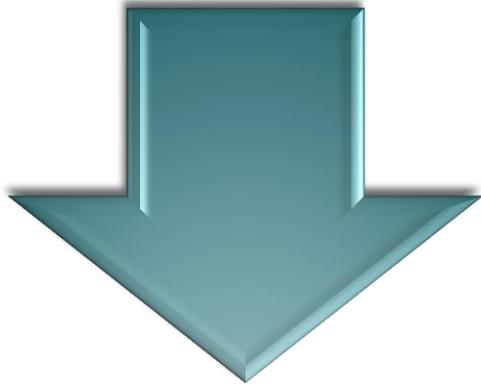
Tale risposta degli utenti evidentemente "certifica" l'attenzione alla gestione quotidiana della Camera nell'espletamento delle proprie funzioni e del proprio rapporto con il pubblico



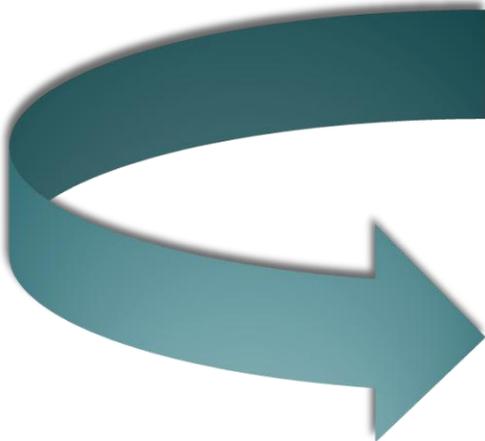
Sintesi strategica dei risultati raccolti- *Seconda considerazione*

S|d|V

Consulenze e ricerche di marketing



Uno dei pochi voti in calo rispetto all'anno scorso riguarda **la chiarezza delle informazioni fornite tramite il sito web.**



Tale calo non deve interpretarsi tanto come un peggioramento della comunicazione online della Camera, quanto come **una sempre più crescente esigenza e competenza dell'utenza nell'utilizzo delle informazioni via web.**



Presidiare l'attuale eccellenza nella comunicazione tradizionale al telefono e allo sportello, oggi prioritaria rispetto a qualsiasi altro canale di comunicazione.

Anche se la frequenza dei contatti allo sportello e al telefono sono leggermente in calo rispetto all'anno scorso, **restano comunque al momento le vie di accesso principali alla Camera.**

