



Camera di Commercio
Prato

Customer satisfaction 2015

Camera di Commercio di
Prato



Introduzione

Per una pubblica amministrazione la rilevazione della customer/citizen satisfaction (CS) può rispondere alle seguenti finalità:

- rilevare il grado di soddisfazione dei cittadini rispetto ai servizi offerti;
- rilevare esigenze, bisogni e aspettative generali e specifici dei diversi target e gruppi di cittadini;
- favorire l'emersione di bisogni latenti e l'ascolto di cittadini "deboli" o più scarsamente valutati nella generale erogazione di servizi;- raccogliere idee e suggerimenti e promuovere la partecipazione;
- verificare l'efficacia delle policies;
- rafforzare il livello di comunicazione, di dialogo e di fiducia dei cittadini rispetto alle pubbliche amministrazioni.

Il fine ultimo della citizen satisfaction risiede nel miglioramento della qualità dei servizi pubblici. Rilevare la CS consente alle amministrazioni di uscire dalla propria autoreferenzialità, rafforzando la relazione e l'ascolto dei cittadini e soprattutto di riprogettare le politiche pubbliche e l'erogazione dei servizi sulla base dei bisogni reali dei destinatari di tali attività. Si afferma quindi il ruolo centrale del cittadino, non solo come destinatario di servizi, ma anche quale risorsa strategica da coinvolgere per valutare la rispondenza dei servizi erogati ai bisogni reali



L'indagine 2015: alcune novità.....

Modalità di somministrazione:

Il questionario è stato somministrato allo sportello e tramite il web

Campione:

è stato selezionato in maniera casuale tra i contatti della Camera di Commercio di Prato e non è stata fatta nessuna selezione/stratificazione

....ma

Il **questionario** è rimasto lo stesso, per rendere più semplice il confronto



L'indagine 2015

Premessa

- Dal 11 maggio al 31 maggio è stata condotta un'indagine Customer Satisfaction su 806 utenti della Camera di Commercio di Prato

Modalità di somministrazione

- 643 questionari sono stati auto-compilati dagli utenti online
- 163 sono stati auto-compilati dagli utenti presso gli sportelli della Camera di Commercio

Target

- Aziende utenti della Camera di Commercio di Prato

Obiettivi





L'indagine 2015: le novità/1

Le modalità di somministrazione:

- **Tramite web**: è stato inviato tramite mail un invito a partecipare a un target mirato di soggetti che hanno avuto contatti con la Camera di Commercio di Prato. La mail rimandava al questionario che poteva essere compilato via web in maniera anonima

- **Allo sportello**: sono stati consegnati i questionari cartacei direttamente dagli sportelli o dal portiere alle persone in attesa. I questionari, in busta chiusa, sono stati riconsegnati



L'indagine 2015: le novità/2

Il campione web:

L'indirizzario web al quale è stata inviata la richiesta di compilazione del questionario è stato così composto:

- Utenti telemaco
- Iscritti alla newsletter
- Una parte degli iscritti alla newsletter dello sportello CSR per un totale di **4343** mail

La richiesta di collaborazione è stata inoltre inviata anche all'Ordine dei Commercialisti di Prato che ha inserito l'invito alla newsletter che ha raggiunto gli iscritti



La modifica del campione: come ha influenzato i risultati finali

La modifica ha in particolare interessato il campione telefonico che è stato sostituito dal campione on line.

La letteratura in materia (vedi bibliografia) ci conferma che l'intervistatore ha un ruolo nell'intervista: stimola alla risposta, chiarisce i dubbi, mette l'intervistato in condizione di rispondere. Esiste anche un fattore relativa alla "timidezza" nelle risposte: l'intervistato si sente meno libero di esprimere il proprio pensiero.

Il campione on-line risponde in totale autonomia alle domande, senza mediazioni e quindi le risposte saranno necessariamente diverse.

La diversa composizione del campione rende difficilmente raffrontabili i risultati del 2015 e del 2014

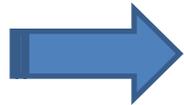


Il campione on-line

Sono disponibili a collaborare con frequenza decisamente superiore alla media i forti utenti di Internet, cioè quelli che hanno maturato con il mezzo una decisa facilità d'uso e una spiccata fiducia.

Intervengono, infatti, una serie di fattori:

- una motivazione a rispondere molto variabile da individuo a individuo;
- l'incertezza relativa alla privacy delle informazioni che si cedono;
- la difficoltà di interagire con il web;
- la lentezza, l'instabilità, i costi dei collegamenti.



Alla CS della Camera di Commercio di Prato ha però risposto un numero di utenti di molto superiore alle aspettative. Era atteso un massimo del 5% delle risposte mentre invece hanno risposto il 18,55% degli intervistati



Composizione del campione

Totale

Campione	2015	
	N.	%
Web	643	79,8
Sportello	163	20,2
Totale	806	100

Campione	2014		2013	
	N.	%	N.	%
Telefonico	700	79,2	700	87.4
Sportello	184	20,8	101	12.6
	884	100	656	100



Composizione del campione

Sportello

Campione	2015		2014		2013	
	N.	%	N.	%	N.	%
Agricoltura - contributi camerali	3	1,8	8	4,3	6	5,9
Albi e Ruoli	6	3,7	5	2,7	7	6,9
Artigiani/Leggi speciali	6	3,7	3	1,6	3	3,0
Certificati e Visure	6	3,7	27	14,7	20	19,8
Conciliazione e arbitrato	4	2,4	3	1,6	1	1,0
Contributi	3	1,8	5	2,7	5	5,0
Diritto Annuale	4	2,4	2	1,1	5	5,0
Internazionalizzazione - Estero	20	12,2	25	13,6	18	17,8
Metrico	1	0,6	0	0,0	1	1,0
Protesti/Marchi e Brevetti	3	1,8	6	3,3	6	5,9
RAO	29	17,7	26	14,1	21	20,8
Vidimazioni	2	1,2	1	0,5	8	7,9
Informazioni R.I.	3	1,8	4	2,2	0	0,0
Regolamentazione del Mercato	0	0,0	8	4,3	0	0,0
Ambiente	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ambiente e Protesti	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Incentivi alle imprese	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Informazioni e Statistica	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Promozione	0	0,0	0	0,0	0	0,0
R.I.	73	44,8	61	33,2	0	0,0
Totale	163	100	184	100	101	100



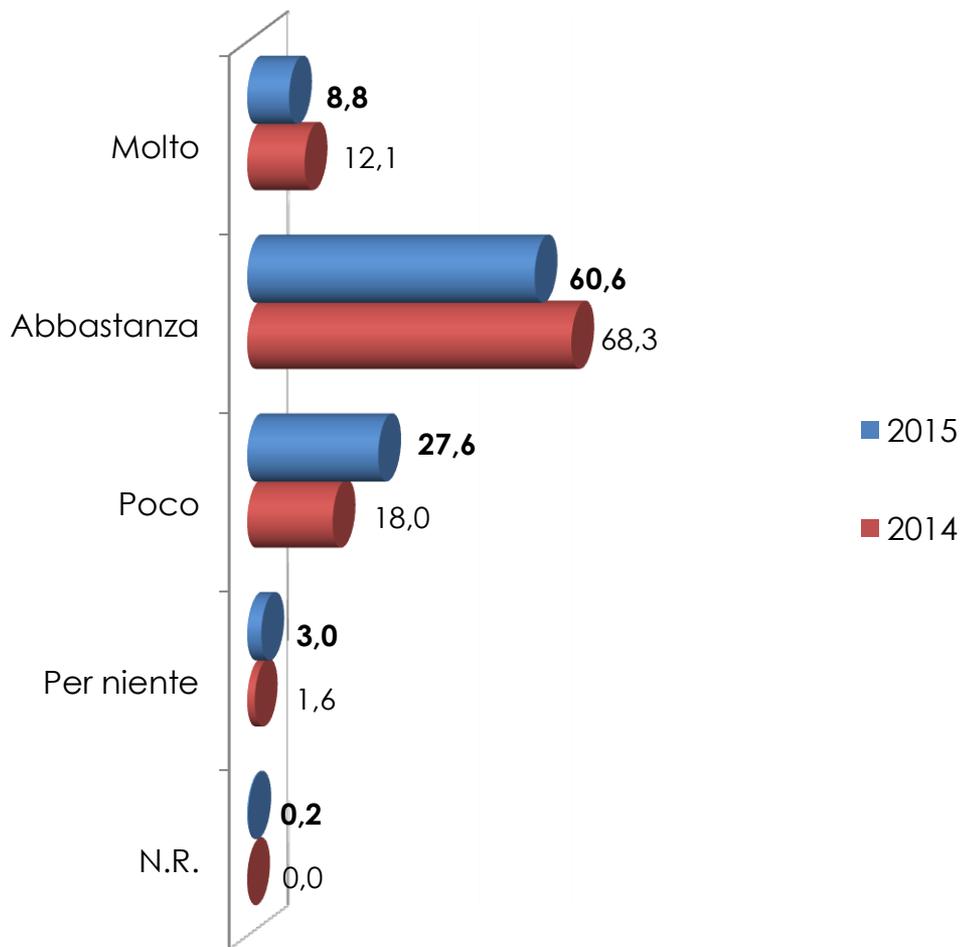
Risultati complessivi 2015 confrontati con 2014



Classificazione degli intervistati

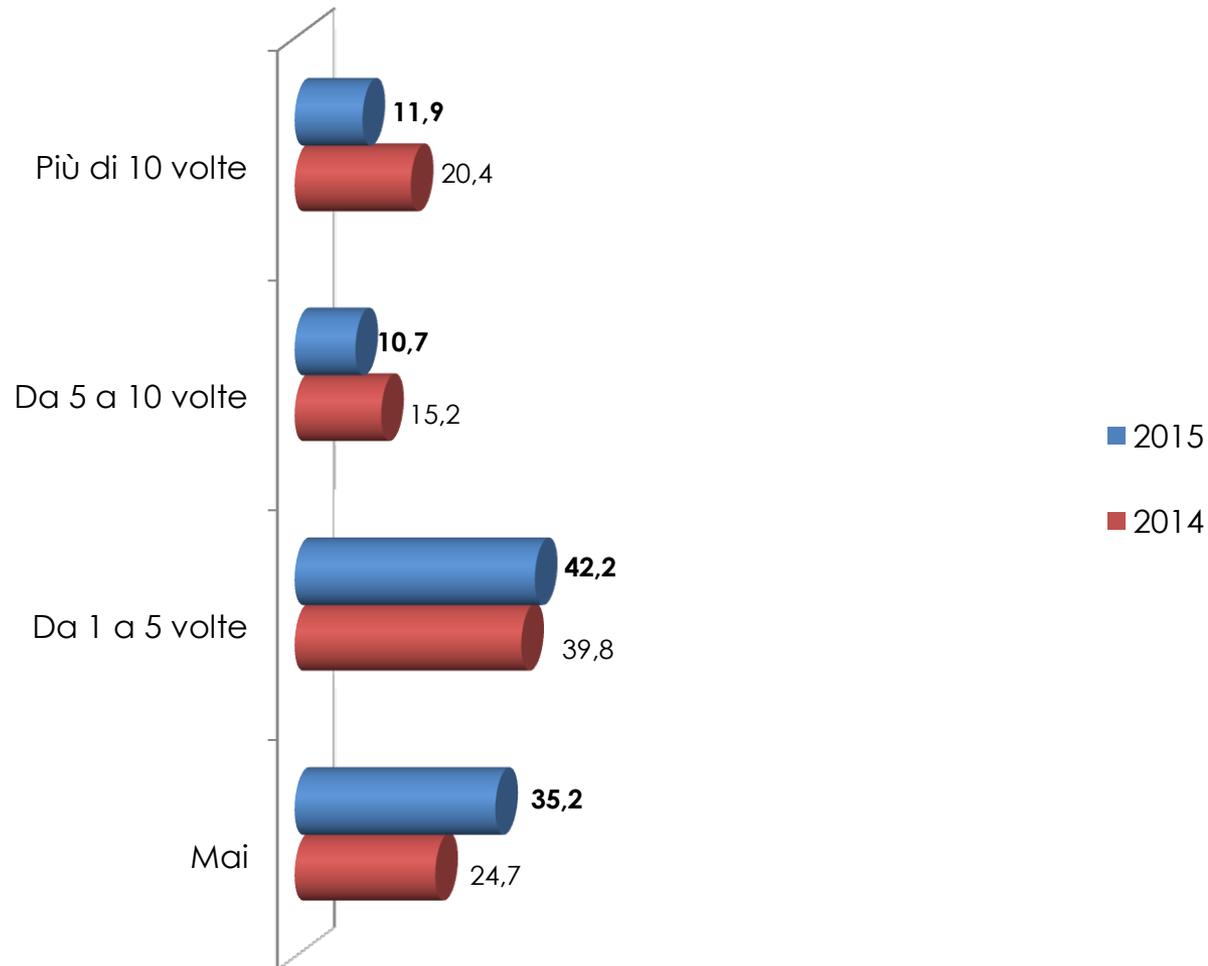
Risposte		2015	2014	Δ 2015 vs 2014
Totale		100	100	
Sesso	Maschio	58,2	44,5	13,7
	Femmina	41,4	55,5	-14,1
	N.r.	0,4	0,0	0,4
Età	Meno di 30 anni	4,2	8,0	-3,8
	Da 31 a 40 anni	16,6	26,6	-10,0
	Tra 41 e 50 anni	32,8	34,0	-1,2
	Oltre 50 anni	44,4	30,2	14,2
	N.r.	2,0	1,1	0,9
Professione	Ditta Individuale	21,2	21,0	0,2
	Società di capitali	23,4	32,5	-9,1
	Società di persone	14,1	12,8	1,3
	Commercialista/Ragioniere	14,9	14,8	0,1
	Consulente del lavoro	2,2	1,7	0,5
	Notaio	0,5	3,5	-3,0
	Avvocato	2,7	4,4	-1,7
	Disbrigo Pratiche	1,4	0,9	0,5
	Associazioni di Categoria	2,1	2,0	0,1
	Altro	16,5	6,3	10,2
	N.r.	0,9	0,0	-0,9
Ruolo	Titolare	58,2	52,3	5,9
	Dipendente	31,1	46,6	-15,5
	Altro	10,0	0,0	10,0
	N.r.	0,6	1,1	-0,5

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



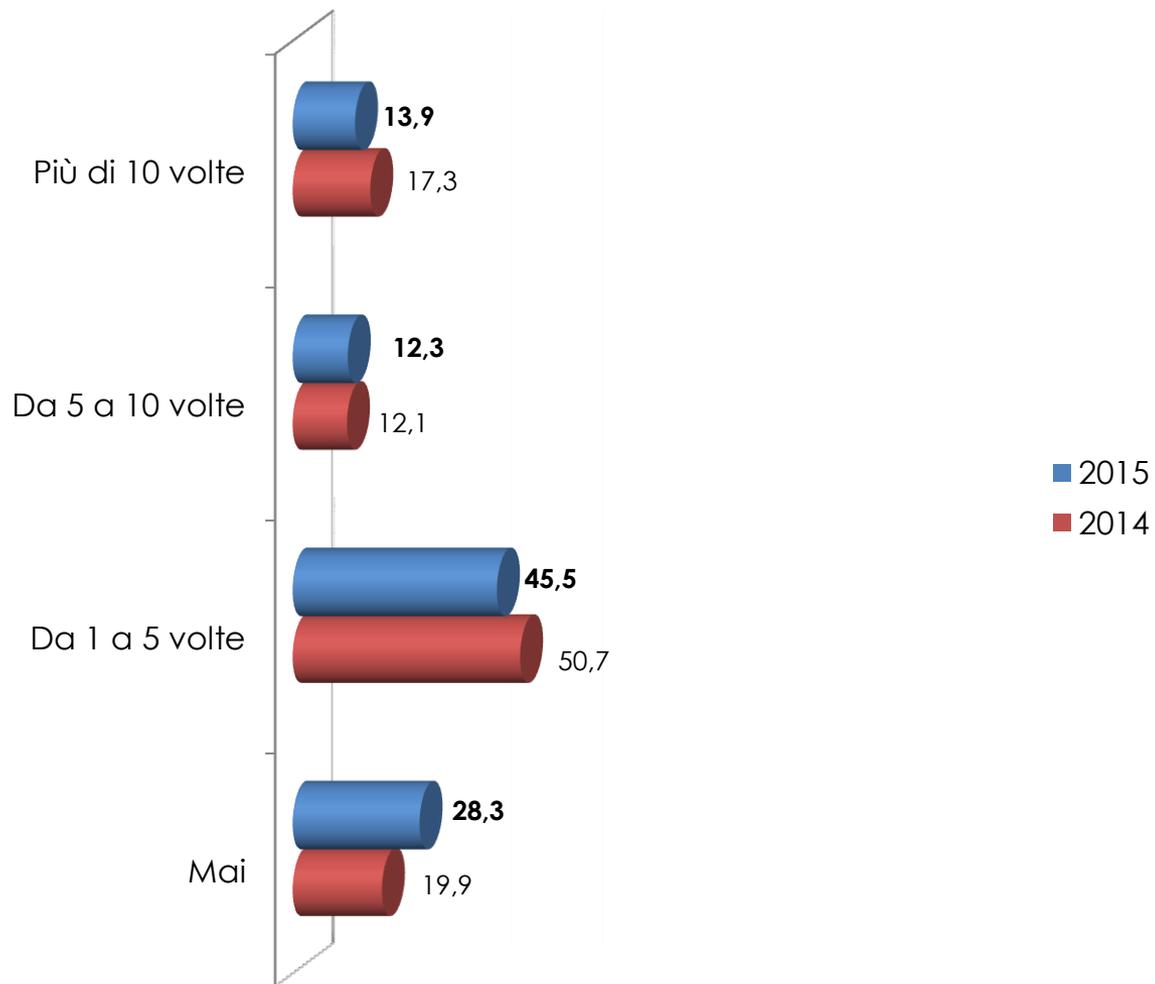


Frequenza telefonica con gli uffici della Camera di Commercio di Prato

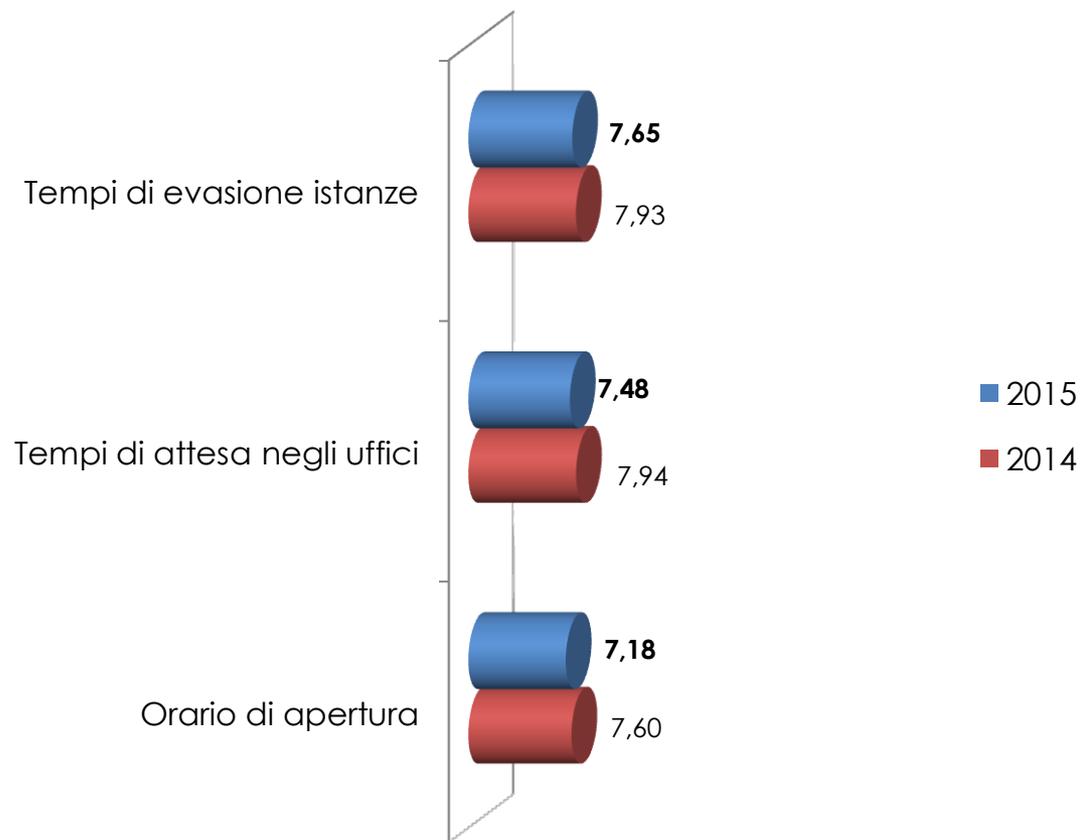




Frequenza presso gli uffici della Camera di Commercio di Prato

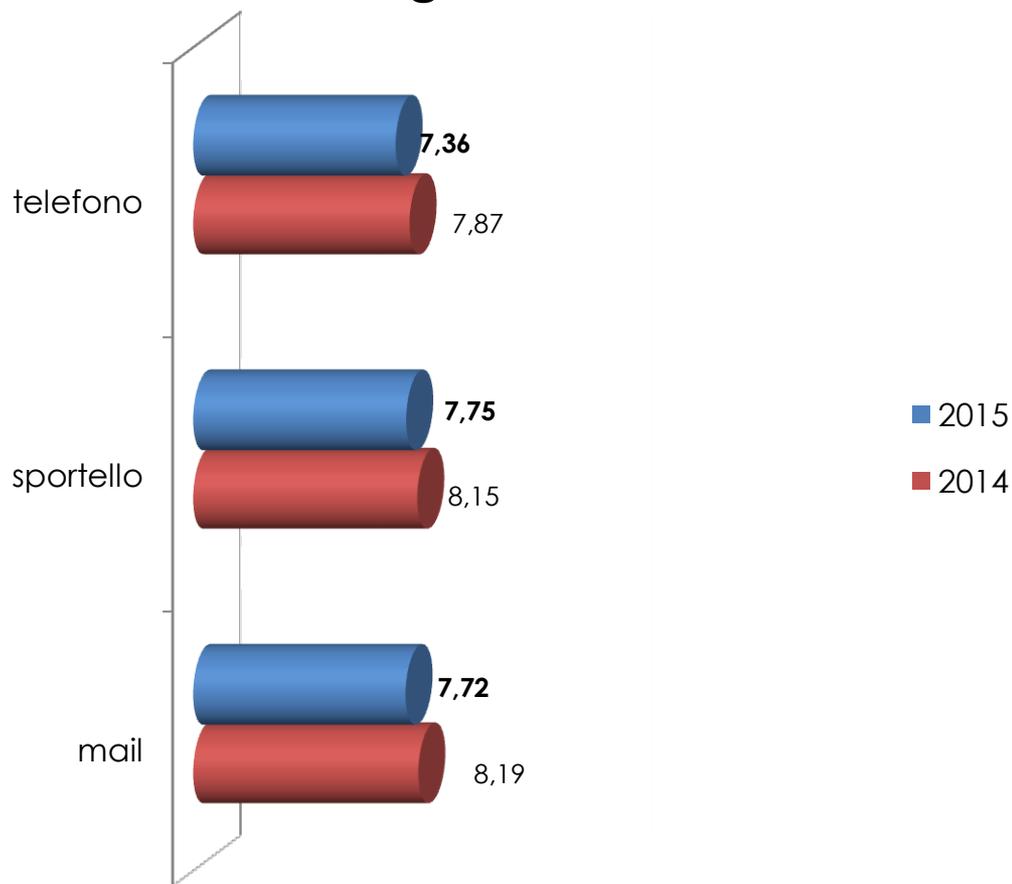


Soddisfazione in merito ai seguenti aspetti:



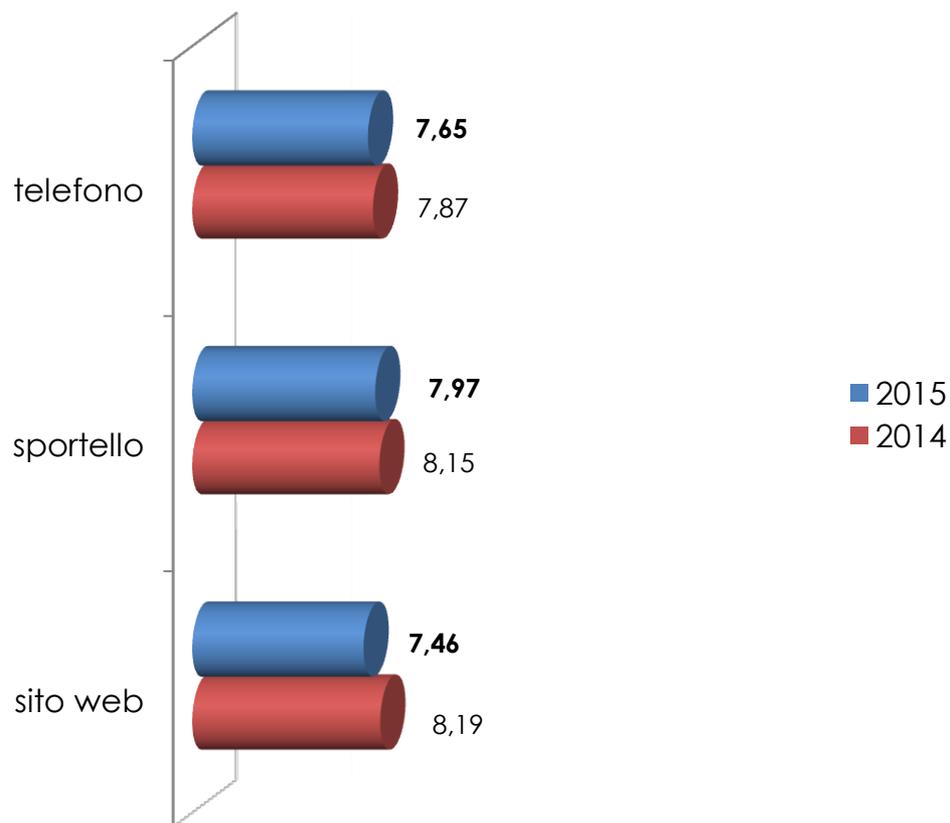
Anno 2015	Voto positivo (da 6 a 10)	Voto negativo (da 1 a 5)	non so	n.r.	Totale
Orario di apertura	70,47%	11,91%	17,25%	0,37%	100%
Tempi di attesa negli uffici	68,73%	9,93%	20,60%	0,74%	100%
Tempi di evasione istanze	70,60%	7,20%	20,72%	1,49%	100%

Soddisfazione sulle seguenti modalità di contatto:



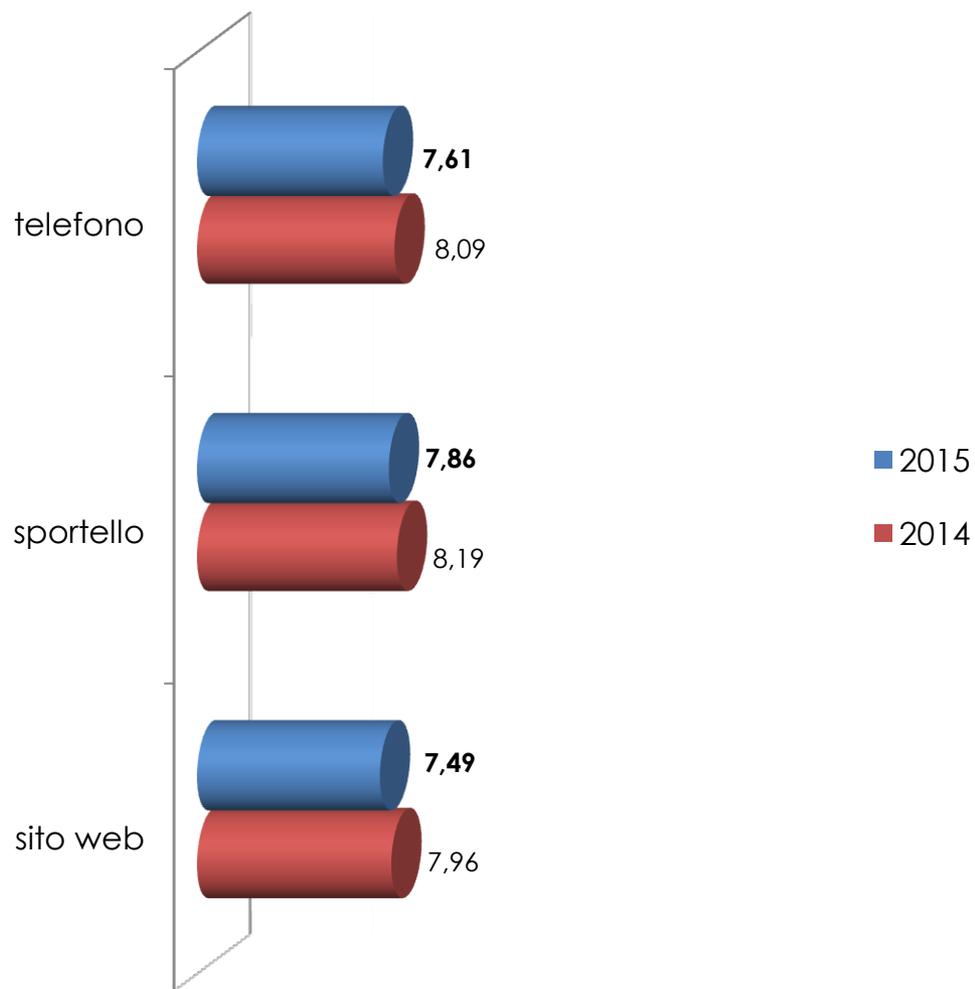
Anno 2015	Voto positivo (da 6 a 10)	Voto negativo (da 1 a 5)	non so	n.r.	Totale
telefono	64,76%	10,67%	22,58%	1,99%	100%
sportello	66,87%	6,70%	24,44%	1,99%	100%
mail	59,31%	6,45%	30,52%	3,72%	100%

Soddisfazione riguardo alla chiarezza delle Informazioni fornite tramite:



Anno 2015	Voto positivo (da 6 a 10)	Voto negativo (da 1 a 5)	non so	n.r.	Totale
telefono	64,27%	8,93%	24,81%	1,99%	100%
sportello	67,49%	4,47%	25,68%	2,36%	100%
mail	63,15%	8,93%	23,95%	3,97%	100%

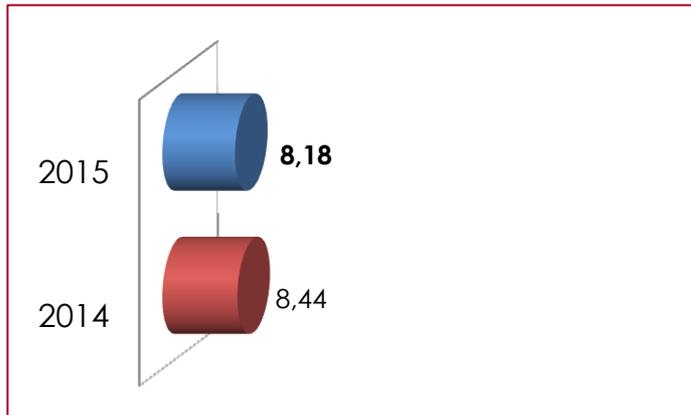
Soddisfazione riguardo al contenuto delle Informazioni fornite tramite:



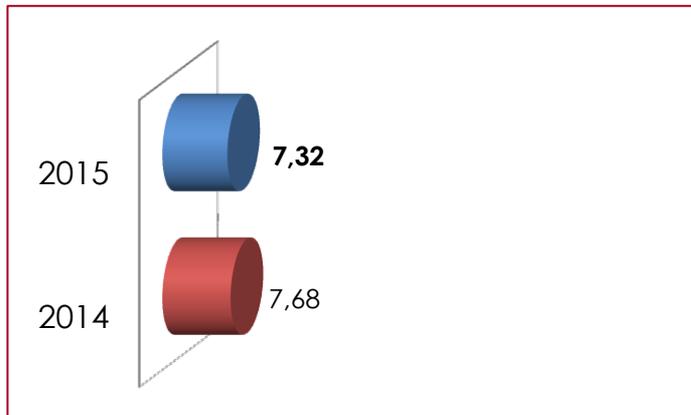
Grado di soddisfazione riguardo a:



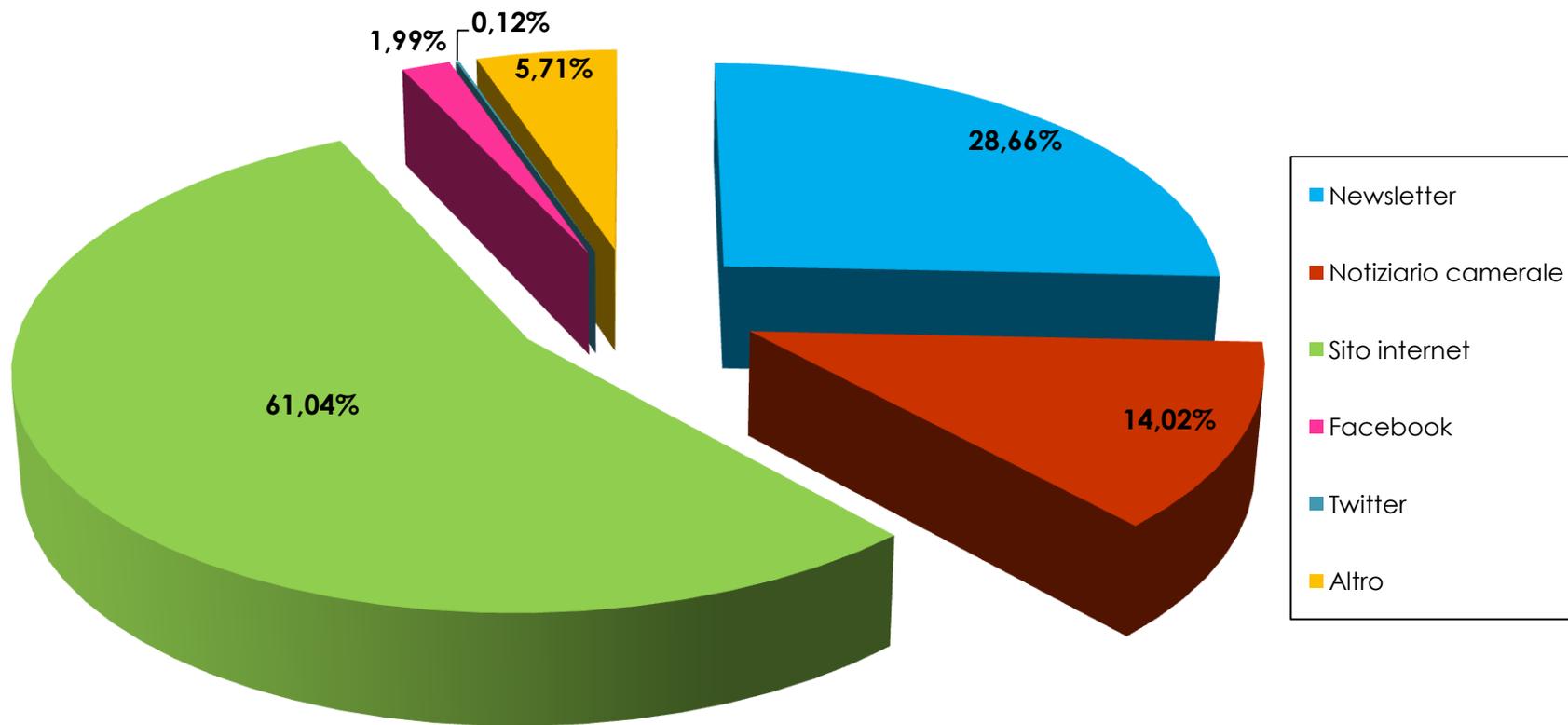
**Cortesia e
disponibilità del
personale**



**Comunicazione
Unica**



Strumenti utilizzati per tenersi informato sull'attività dell'Ente:



Giudizio complessivo sulla qualità dei servizi erogati dai seguenti uffici:

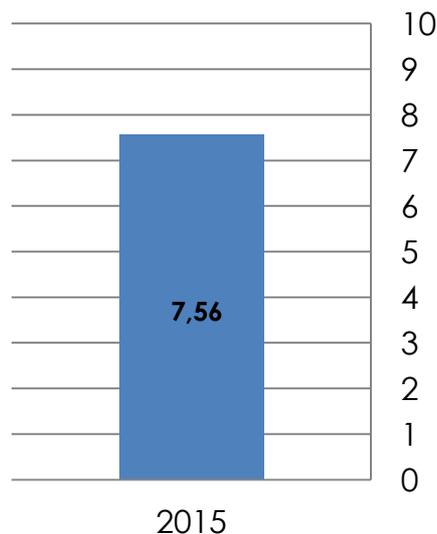


Voto medio	2015	% non so e n.r.
Ufficio R.A.O. (rilascio smart card)	7,79	50,9%
Ufficio Registro Imprese	7,72	33,7%
Ufficio Informazioni del Registro delle imprese	7,71	38,3%
Ufficio estero	7,64	76,7%
Ufficio Marchi e Brevetti	7,61	76,3%
Ufficio Diritto Annuale	7,59	54,8%
Ufficio Artigianato e Leggi speciali	7,59	67,9%
Ufficio Statistica Prezzi Inf. Economica Biblioteca	7,20	85,9%
Ufficio Servizi di Metrologia	7,20	86,2%
Ufficio Sanzioni e Vigilanza	7,19	81,4%
Ufficio Ambiente / Servizi al consumatore / Protesti	7,15	78,9%
Ufficio Promozione e servizi alle Imprese	7,11	68,6%
Ufficio Conciliazione / Arbitrato	6,89	85,2%
Ufficio Agricoltura e prodotti tipici	6,83	87,1%

Da notare l'alto numero di non so/non risponde che è stato registrato in questa sezione.

Gli utenti esprimono volentieri un giudizio complessivo sull'ente, ma hanno difficoltà a esprimersi su uffici che non frequentano abitualmente

Giudizio complessivo sulla qualità dei servizi erogati dalla Camera di Commercio di Prato



Il giudizio finale, espresso da **tutti** i soggetti che hanno partecipato all'indagine, resta ampiamente al di sopra della sufficienza



I commenti nello spazio libero

Sono stati **100** i soggetti che hanno scritto un commento libero:

- 17 i commenti lasciati nel questionario allo sportello
- 83 i commenti lasciati nel questionario web

Il **40% dei commenti sono positivi**: si rafforza l'apprezzamento per l'operato della Camera di Commercio di Prato, per la cortesia del personale e per la disponibilità. C'è forte apprezzamento per le iniziative organizzate dall'ente, in particolare per quelle formative

Il **50% dei commenti fornisce suggerimenti**: in particolare riguardano la richiesta dell'allungamento dell'orario di apertura; la necessità di avere un servizio telefonico più efficiente; la richiesta di una comunicazione più efficace sul lavoro dell'ente.

Il **10% dei commenti è decisamente negativo** sull'utilità del sistema camerale in generale, mentre niente dice sull'ente in particolare.

Giudizio complessivo sulla qualità dei servizi erogati dalla Camera di Commercio di Prato



Rispetto alle indagini precedenti c'è un lieve calo nel giudizio di soddisfazione globale e nei singoli aspetti

MA

La somministrazione del questionario tramite web ha influito sulle risposte, perché l'utente è lasciato solo a rispondere e non può chiedere chiarimenti

Il campione intervistato è stato composto in maniera diversa, è meno mirato e più casuale e questo influisce sulle risposte

IL GIUDIZIO E' COMUNQUE AMPIAMENTE POSITIVO



Alcune considerazioni

Per rendere più **efficace** l'indagine di Customer Satisfaction e far emergere è innanzitutto necessario adeguare il questionario all'utilizzo per il web.

In particolare potrebbe essere utile:

- Rendere il questionario più snello e maggiormente intuitivo
- Focalizzarlo sul gradimento generale dell'ente
- Stimolare l'emersione di bisogni da parte degli utenti
- Rafforzare l'uso del questionario come strumento di dialogo

Per la misurazione della soddisfazione degli utenti sui singoli uffici, potrebbe essere effettuata con indagini mirate fatte con l'utilizzo del CRM, che la Camera di Commercio ha intenzione di iniziare a usare. Questo avrebbe come diretta conseguenza anche la possibilità di coinvolgere chi ha reale contatto con l'ufficio e che quindi può esprimere un giudizio più attendibile

Bibliografia



- “La customer satisfaction nelle Amministrazioni pubbliche” – Manuale Cantieri
Funzione pubblica

<http://www.funzionepubblica.gov.it/media/274511/customer.pdf>

-“La rilevazione della customer satisfaction negli enti locali” – Federico Fontana,
Marco Rossi – Proposte Halley

- “Customer satisfaction: a che punto siamo” – Ministero della Funzione Pubblica
2007

http://www.magellanopa.it/kms/files/customer_satisfaction.pdf



Indagine a cura di **Ufficio Relazioni Esterne**

Gestione questionari web **Infocamere**

*Grazie per la collaborazione a **Dario Caserta**
per la consulenza nell'elaborazione dei dati*