

CUSTOMER SATISFACTION 2016



Introduzione

Come ogni anno la Camera di Commercio di Prato ha realizzato un'indagine di customer satisfaction con la finalità di rilevare il grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai servizi offerti, ma anche per favorire l'emersione di nuovi bisogni per poter verificare l'efficacia delle proprie politiche.

Ogni anno customer satisfaction evidenzia fattori interessanti che poi sono oggetto di riflessione da parte dell'ente per i mesi successivi alla sua realizzazione e che permettono di utilizzare dei correttivi sulle azioni in corso.

L'indagine 2016

L'indagine 2016 è stata realizzata nel periodo compreso tra il 26 maggio e il 15 giugno. Sono stati utilizzati gli stessi strumenti dello scorso anno:

- il web, attraverso un invito a compilare il questionario che arriva all'utente tramite mail;
- lo sportello, in particolare alle persone in attesa al Registro delle Imprese

L'indagine 2016: il contesto

Come premessa nello svolgimento della customer satisfaction di quest'anno non si può non tenere conto del contesto nella quale questa è stata svolta: tra una riforma annunciata, le proteste dei dipendenti, il taglio del diritto annuale che è stato accompagnato anche da un forte taglio degli interventi sul territorio e dei contributi alle imprese.

Negli ultimi mesi si è parlato molto di Camere di Commercio sulla stampa e certo non in maniera del tutto positiva: la riforma è stata infatti inquadrata come un intervento su enti che sono stati equiparati nei fatti al dibattito sugli enti "inutili". E' importante tenere di conto di questo dato per comprendere la straordinarietà del risultato.

L'indagine 2016: la partecipazione

Nel contesto appena disegnato, i risultati sulla partecipazione sono eccezionali, perché rispondere all'invito di un ente che si trova a essere messo pesantemente in discussione nel dibattito sulle riforme che sta coinvolgendo anche le Camere di Commercio non è una cosa di poco conto. All'indagine hanno risposto **726 soggetti**, un numero inferiore rispetto al 2015, dovuto al dimezzamento del campione allo sportello.

Composizione	2016		2015	
	N.	%	N.	%
Sportello	90	12,4%	163	20,2%
Web	636	87,6%	643	79,8%
Totale	726	100%	806	100%

Il campione on-line

L'invito a partecipare all'indagine è stato rivolto a **6843 indirizzi** mail, che sono stati reperiti da:

- Indirizzario newsletter;
- Utenti Telemaco;
- Elenco fornitori;
- Aziende che hanno preso parte a iniziative specifiche, quali Eccellenze in Digitale e Fashion Valley

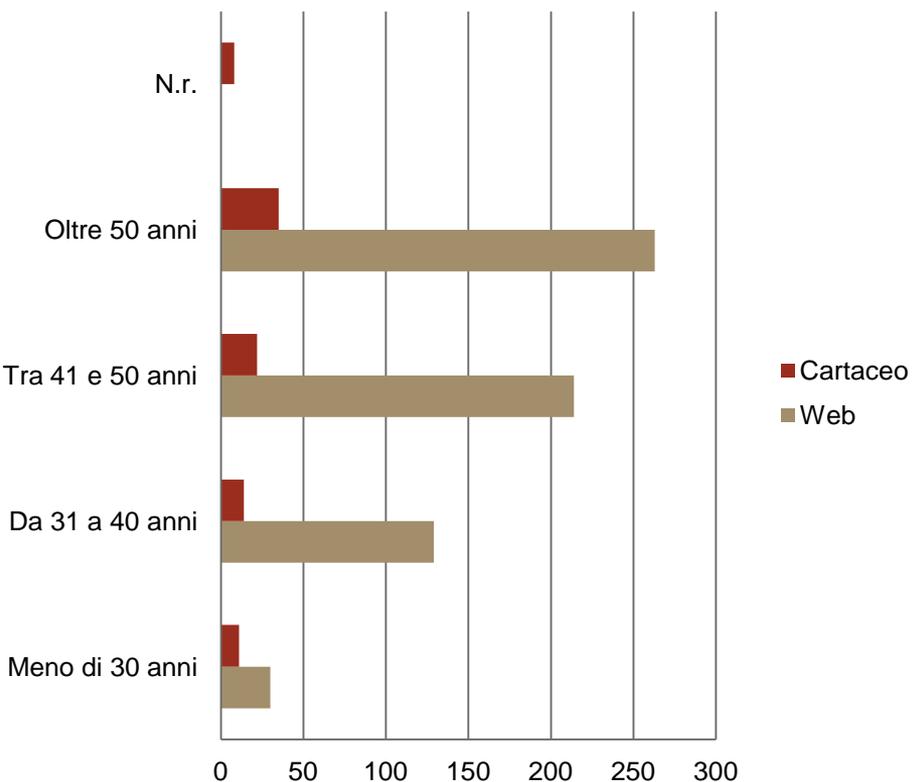
Sono stati inoltre invitati a partecipare i commercialisti, tramite una mail dell'Ordine

Il campione allo sportello

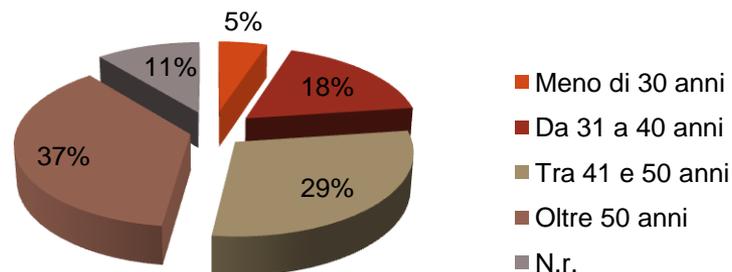
Allo sportello sono stati raccolti 90 questionari, compilati dai soggetti in attesa al Registro delle Imprese.

Tanti soggetti invitati hanno preferito non rispondere, manifestando qualche timore sull'anonimato del questionario.

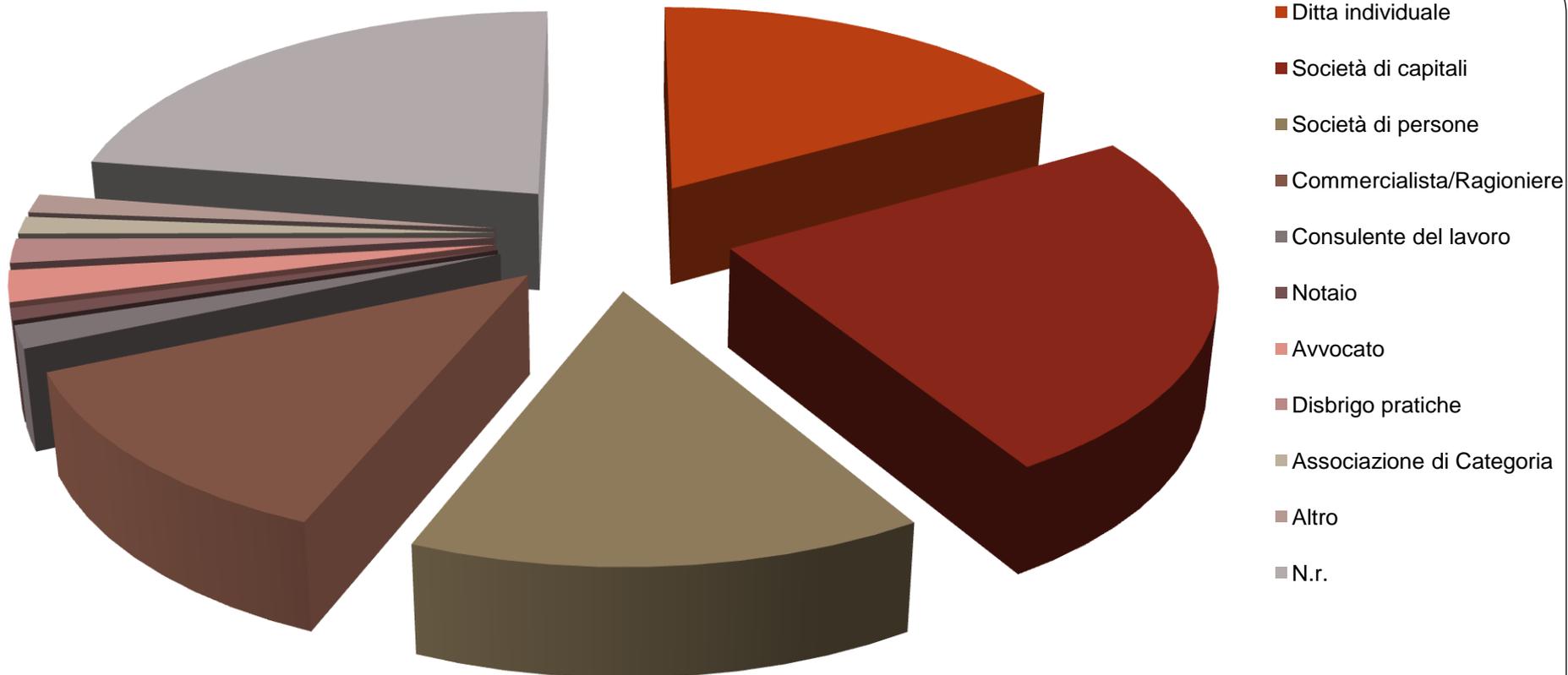
Età: gli strumenti di risposta scelti



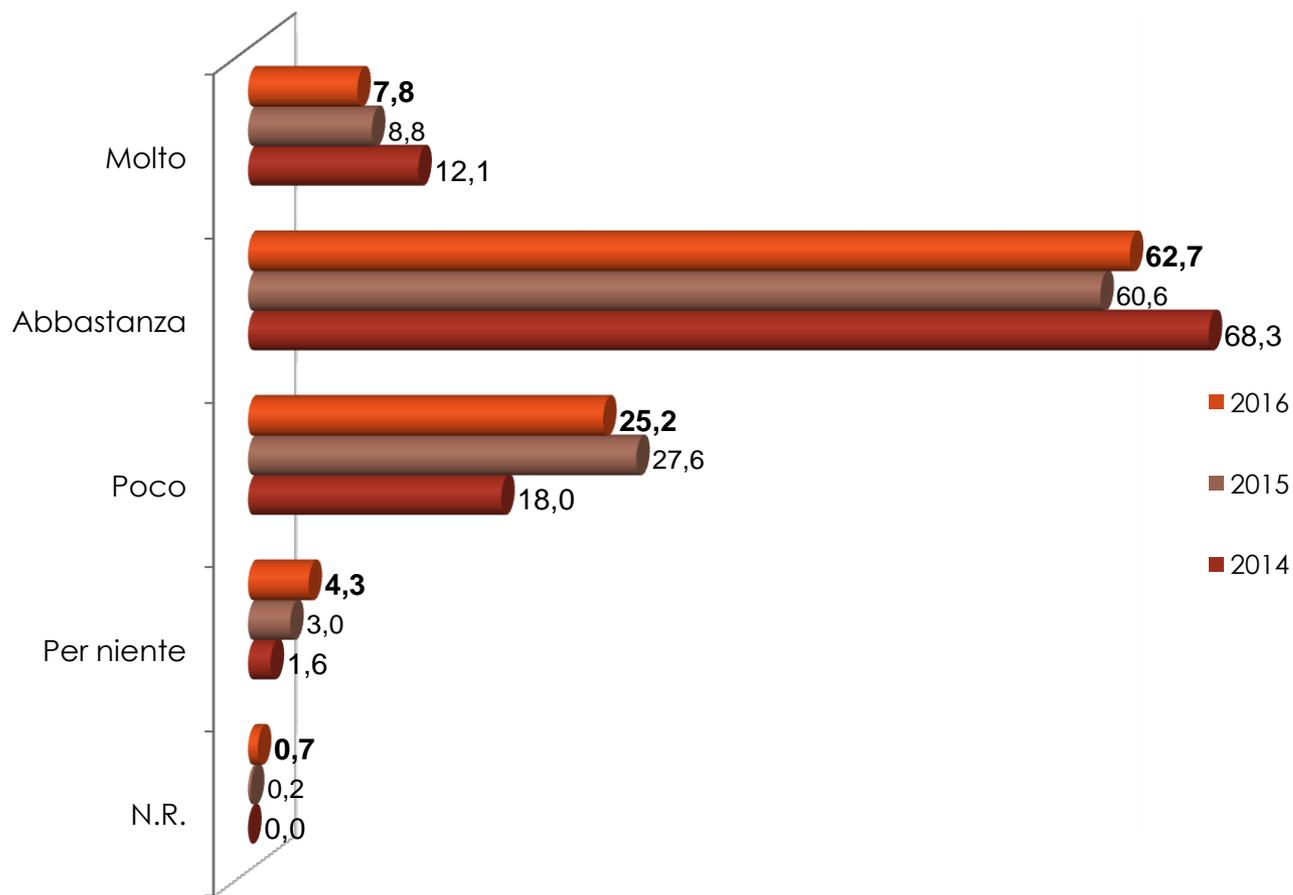
Età del campione generale



L'età del campione

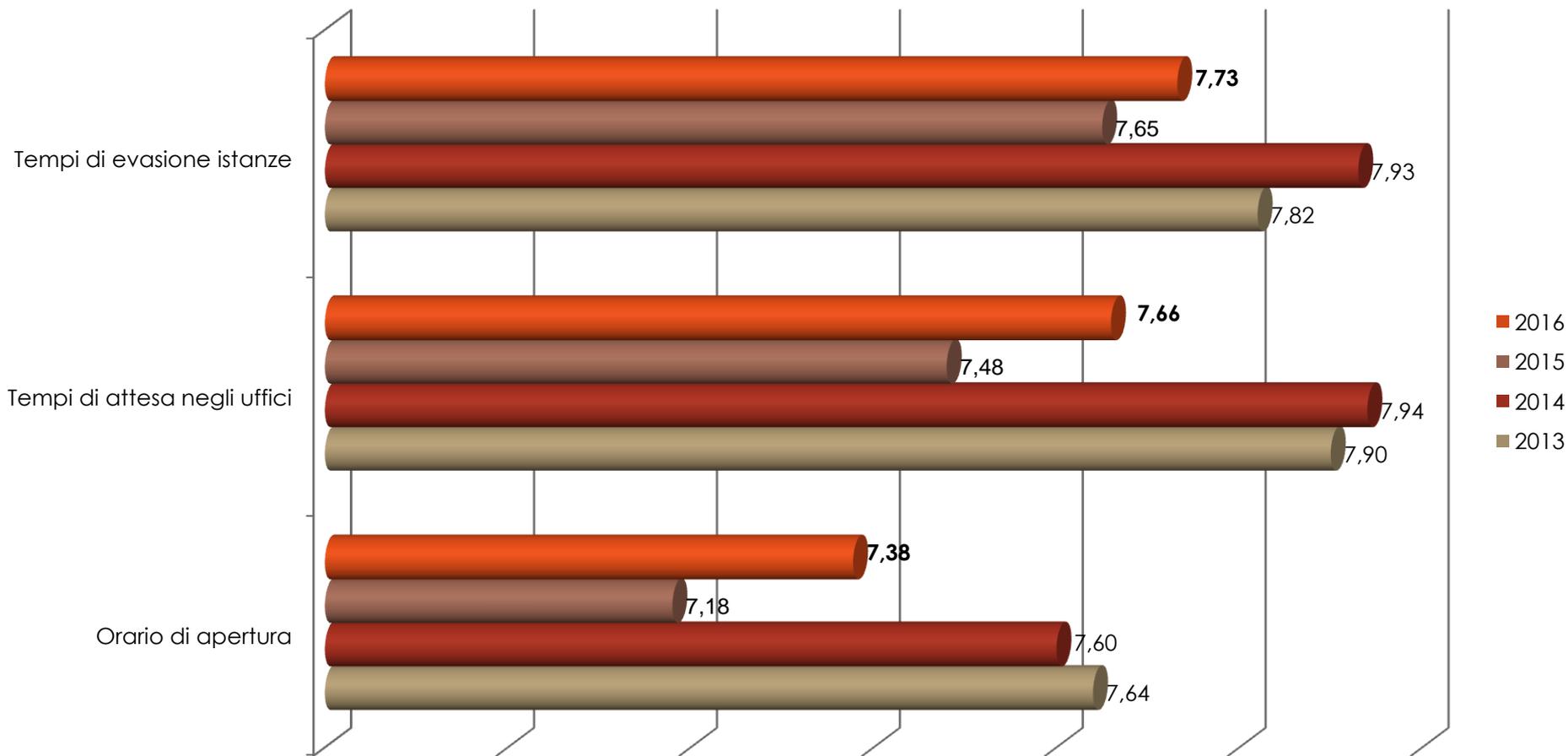


Chi ha risposto al questionario



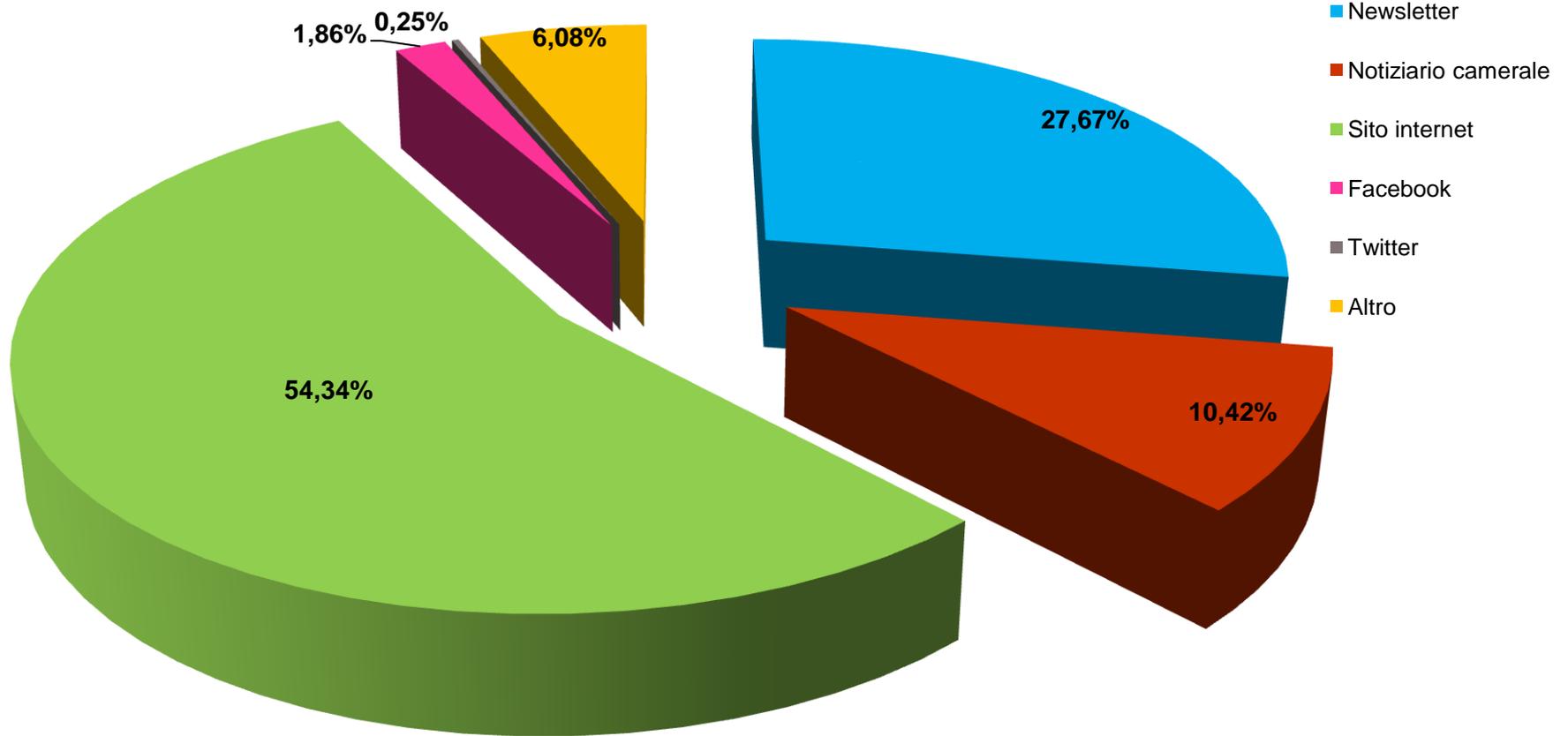
Conoscenza dei compiti e delle funzioni della Camera di Commercio di Prato

La maggioranza degli utenti dichiara di conoscere “Abbastanza” o “molto” le funzioni della Camera di Commercio di Prato. In realtà le risposte date in parte smentiscono questa affermazione. C'è quindi una “percezione” di conoscenza, che in molti casi non corrisponde alla realtà.

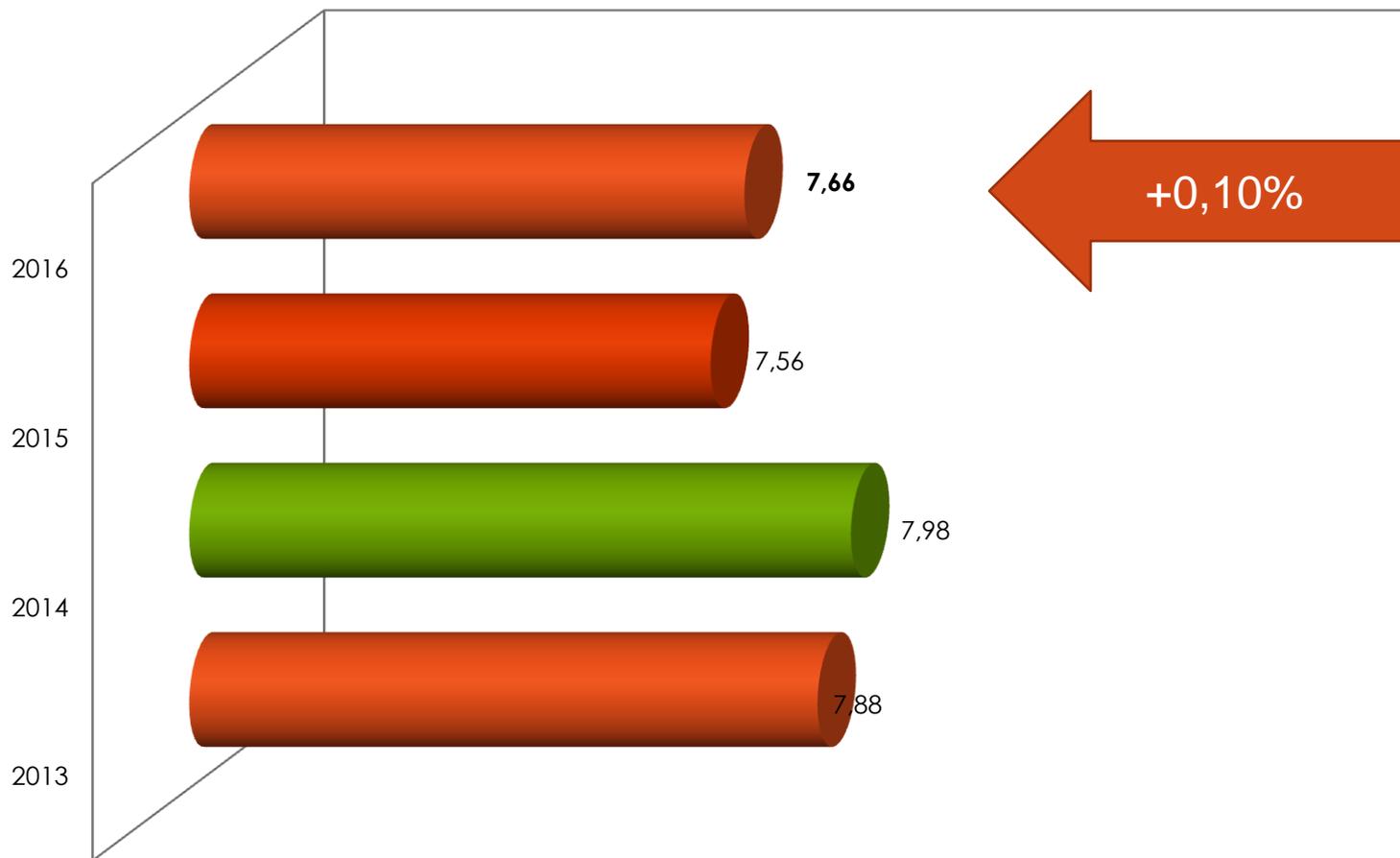


Soddisfazione in merito a singoli aspetti

2016		Voto negativo (da 1 a 5)	Voto positivo (da 6 a 10)	non so	n.r.	Totale
d.9	Orario di apertura	9,23%	70,66%	19,28%	0,83%	1,0
d.10	Tempi di attesa negli uffici	7,87%	70,44%	20,86%	0,83%	1,0
d.11	Tempi di evasione istanze	7,16%	69,97%	22,04%	0,83%	1,0



Strumenti utilizzati per tenersi informati



Giudizio complessivo sulla qualità dei servizi

In generale sale il gradimento complessivo sulla qualità dei servizi erogati. Un risultato straordinario se si tiene conto di quanto evidenziato in premessa. Nonostante i “venti” di riforma, gli utenti continuano ad apprezzare i servizi dell’ente

I commenti

Il questionario si compone anche di una parte lasciata libera per eventuali commenti e suggerimenti. E anche qui arriva un'altra sorpresa: sono stati **124 gli utenti** che hanno lasciato il proprio commento, il 17,7% del totale. Dopo aver compilato un questionario articolato, gli utenti hanno quindi voluto condividere le proprie osservazioni.

I commenti erano in parte solo complimenti (7) e in parte lamentele (3). Il resto è stato elaborato in “parole chiave” per cercare di far emergere i suggerimenti degli utenti.



I commenti

La maggioranza degli utenti chiede servizi di accompagnamento dall'export, una intensificazione dei servizi on line, momenti di dialogo tra imprese, per poter intrecciare nuovi rapporti. C'è anche una forte richiesta di formazione e di informazione sulle iniziative in corso e su bandi e finanziamenti regionali e europei.

Considerazioni finali

La customer satisfaction 2016 ha portato risultati al di sopra delle aspettative e conferma un apprezzamento generale da parte degli utenti per il lavoro svolto.

Gli utenti segnalano anche una forte voglia di informazione e di coinvolgimento, che va interpretato in senso positivo come un desiderio di partecipazione al quale nel corso del prossimo anno dovrà essere data una risposta con iniziative adeguate.

Realizzata da Ufficio Relazioni Esterne

Grazie a:

Ufficio Servizi Informatici per l'elaborazione statistica

Infocamere, per la somministrazione on line

E poi agli **utenti**, per aver messo a disposizione il proprio tempo per rispondere al questionario