



PiazzaGrande

Customer Satisfaction 2007

"PiazzaGrande"

Servizi di informazione, comunicazione e relazione con i cittadini del Comune di Modena

• Il servizio PiazzaGrande

Piazza Grande - Ufficio Relazioni con il Pubblico, Informagiovani, Europe Direct - è il nome dei servizi di informazione, relazione e comunicazione con il cittadino del Comune di Modena. Inaugurato il 21 settembre del 1995, riunisce oggi i servizi Ufficio Relazioni con il Pubblico, InformaGiovani, Info-Point EuropeDirect, la biglietteria dei teatri comunali e alcuni sportelli tematici (InfoDonna, InformAnziani, Copresc).

"PiazzaGrande" è uno dei principali luoghi di incontro tra il Comune e i cittadini. E' organizzato per rispondere all'insieme dei temi riguardanti la vita cittadina. Promuove il diritto all'informazione e alla trasparenza amministrativa, in una logica trasversale ai diversi ambiti di competenza con lo scopo di sviluppare l'accesso alle informazioni e ai servizi. L'utenza del servizio è costituita da cittadini che utilizzano il servizio allo Sportello (a mezzo operatore, in autoconsultazione e/o attraverso le postazioni internet e videoscrittura, bacheche e dossier, incontri e seminari organizzati dal servizio, le postazioni internet e videoscrittura), contattano "PiazzaGrande" per telefono (PGTEL) o e-mail, fax oppure accedono ai servizi internet attraverso il portale MoNet. L'attività di relazione con il pubblico, il front-office, la ricerca, documentazione, redazione, l'organizzazione e la gestione dei servizi, sono in carico agli operatori/trici professionisti/e del Consorzio In&Co; l'Amministrazione comunale, attraverso il Servizio Marketing e Comunicazione, detiene la responsabilità e il coordinamento generale della rete dei servizi di informazione.



• Contesto e finalità della ricerca

La "Customer satisfaction" rientra nei piani di lavoro del servizio ed è uno strumento di controllo previsto dal Sistema Qualità di "PiazzaGrande" che il gestore, In&Co, ha provveduto a certificare sin dal 2003 secondo le norme di qualità ISO 9001-Vision 2000. Obiettivo della ricerca è stato il monitoraggio e verifica della qualità percepita dagli utenti di "PiazzaGrande" in una ottica di controllo della qualità, di ascolto e di miglioramento dei servizi erogati.

In termini operativi, le finalità raggiunte dalla ricerca sono stati il monitoraggio della soddisfazione degli utenti sul servizio erogato; la raccolta dei bisogni latenti e i suggerimenti degli utenti; le modalità di accesso e fruizione del servizio e il profilo degli utenti del servizio "PiazzaGrande"; il fine ultimo della ricerca è stato quindi rilevare il giudizio degli utenti sulla qualità del servizio (misurazione del livello di soddisfazione), sulla cui base impostare eventuali interventi di riduzione delle criticità e soprattutto azioni di miglioramento della efficacia ed efficienza, anche rispondendo, dove possibile, alle nuove attese o esigenze degli utenti. Le indicazioni emerse dalla ricerca verranno utilizzati a fini organizzativi e strategici per eventuali modifiche ai processi di erogazione, di risposta alle domande della utenza e di miglioramento delle capacità di fruizione dei servizi informativi.

• Metodologia e campione

La ricerca è stata condotta tra Giugno e Luglio del 2007 in 3 settimane di rilevazione su un campione segmentato per fascia oraria, giornata utilizzo e genere (M/F); in totale, sono stati intervistati 300 cittadini-utenti; per necessità di confronto, è stato inoltre raccolto un campione composto dai Referenti (nr 7 dirigenti e responsabili del Comune attivi nel servizio) e da tutti gli operatori di front e back di "PiazzaGrande" (nr 12). Le interviste sono state condotte da personale esterno al servizio, al committente e al gestore. Analoga ricerca è stata condotta nel 2003 e nel 2001.

Per la determinazione del campione sono stati utilizzati i dati della tabella a lato relativi ai contatti totali del servizio nel 2006: oltre 200.000 tra presenze (consulenza e informazione al front-office, autoconsultazione e utilizzo postazioni internet), accessi al servizio Europe Direct, chiamate al servizio PGTEL ed e-mail trattate dal servizio. A questi dati, vanno aggiunti i contatti sul portale MoNet, di cui "PiazzaGrande" e il suo personale sono parte della redazione.

Il metodo di ricerca utilizzato è il modello *Satisfaction*[®] di In&Co già impiegato in altri servizi in Emilia Romagna e in altri Enti Locali in Italia; questo modello prevede la misurazione della qualità lungo il processo di erogazione del servizio e la rilevazione e valutazione degli aspetti che determinano la percezione della qualità finale del servizio; inoltre, vengono rilevate le aspettative degli utenti e l'importanza ponderata di ogni singolo aspetto della qualità.

Per la realizzazione della Customer Satisfaction sono stati attivati i seguenti passi:

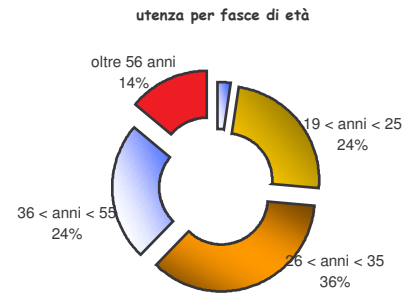
- ☞ definizione e condivisione del processo di erogazione del servizio (già testato nel 2003 e nel 2001)
- ☞ individuazione dei parametri e dei fattori della qualità
- ☞ strutturazione questionario, definizione campione, interviste, immissione ed elaborazione dati
- ☞ condivisione risultati con operatori e referenti PG e attivazione azioni miglioramento (*in programma*).

presenze utenti /anno	nr	%
consulenza e info con operatore (F.O.)	27.117	13%
auto-consultazione (bacheche/dossier)	125.000	60%
utilizzo postazioni internet/videoscritt	24.082	12%
e-mail	4.469	2%
servizio Europe Direct	7.101	3%
PiazzaGrande Tel	19.812	10%
totale presenze anno	207.581	100%
accessi portale MoNet	8.114.478	///
totale contatti anno	8.322.059	///

• **Sintesi risultati della ricerca**

Di seguito sono riportati in sintesi i risultati salienti della ricerca di Customer Satisfaction 2007 a "PiazzaGrande":

☞ **Profilo utenti:** il campione estratto è coerente per sesso, servizi utilizzati e fasce di affluenza con le rilevazioni condotte sul data base "T-Com" e dagli operatori. Il profilo di utente del servizio "PiazzaGrande" è rappresentato da tutte le classi di età (di più i giovani sotto i 36 anni), un po' più donne, occupati (il 52%, ma anche studenti, pensionati e disoccupati) e con titolo di studio superiore (soprattutto, 33% di laureati); modenesi per l'83%.



☞ **Modalità fruizione:** gli utenti pensano che la mission di "PiazzaGrande" sia di soddisfare il bisogno informativo dei cittadini (per il 71% degli intervistati). I servizi più utilizzati sono l'Autoconsultazione, l'InformaGiovani, Ufficio Relazione con il Pubblico, Internet. Le aree informative più ricercate (vedi Tabella a fianco) sono appuntamenti ed eventi culturali (40% di utenti), il lavoro, la casa e poi sport, vacanze e tempo libero. Oltre allo sportello, gli utenti di "PiazzaGrande" utilizzano anche il Portale MoNet (un terzo dei frequentatori di PiazzaGrande), ma anche il telefono e la posta elettronica; a proposito di altri servizi di informazione e al pubblico, più della metà degli utenti di "PiazzaGrande" non conosce il portale del comune e i 2/3 non conosce gli Uffici Relazione con il Pubblico delle circoscrizione. In merito alla efficacia del servizio, la grande maggioranza ha risposto di aver trovato le informazioni e le risposte che cercava (tutto o quasi 78%; non proprio tutto il 20% degli utenti) e il servizio viene percepito come efficiente e organizzato. Per informarsi su quello che accade in città, gli utenti di "PiazzaGrande" utilizzano canali altamente differenziati: quotidiani e giornali locali (2/3 degli utenti), internet-MoNeT, depliant e volantini, tv locali (oltre metà degli utenti, Modena Comune e Modena mese (1/3) e poi il Televideo.

tipologie informative ricercate	% lorda
appuntamenti ed eventi culturali	40%
sport, tempo libero, vacanze e viaggi	12%
università	2%
lavoro	23%
info su orari/servizi/norme del Comune	7%
formazione e concorsi	7%
studio e lavoro estero, opportunità EU	2%
casa	21%
info su altri Enti e accesso agli atti	3%
altro su Internet e videoscrittura	10%
imprenditoria, pari opport, salute/beness	0%
altro	5%
totale	nn

➤ **Suggerimenti e bisogni degli utenti:** infine, tra le attese latenti e i suggerimenti espressi liberamente dagli utenti, sono emerse maggiori aspettative sugli aspetti tecnologici (più accessi internet, più postazioni informatiche e wireless più ampia), alla accessibilità (orari allargati) e ai servizi informativi (bacheche più specialistiche su lavoro, giovani e sulla vita e gli eventi in provincia).

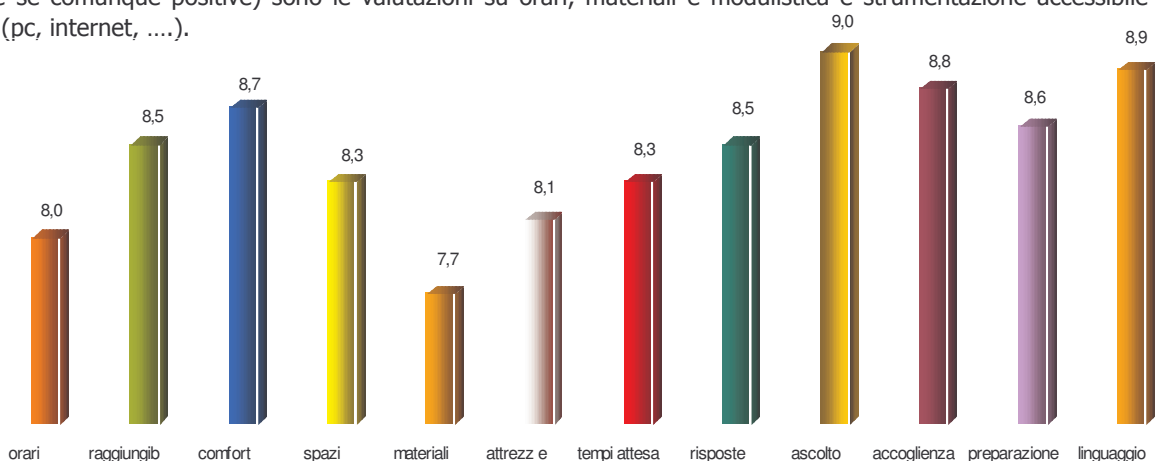
☞ **Customer Satisfaction/giudizio:** agli utenti è stato chiesto un giudizio sulla *qualità percepita* del servizio su scala 1-10; nella tabella sotto sono rappresentate le risposte degli utenti per ognuno degli aspetti della qualità definiti lungo il *processo di erogazione del servizio*: accessibilità (orari e raggiungibilità del servizio), ambienti (comfort locali e funzionalità spazi), strumenti accessibili al servizio (materiali, modulistica e strumentazione tecnologica), credibilità (efficacia risposte e tempi di attesa), capacità di relazione (ascolto e accoglienza) e professionalità del personale (preparazione e linguaggio utilizzato).

L'indice sintetico di Customer Satisfaction rilevato (ICS), cioè il giudizio medio espresso dalla utenza sulla qualità

percepita al servizio "PiazzaGrande" è risultato pari a **ICS PiazzaGrande** ➡ **8,5**

Un giudizio complessivamente positivo ed in crescita rispetto alle rilevazioni dei 2003 e dei 2001 (ifcs era pari a 8,3).

Le valutazioni espresse dall'utenza per ogni parametro della qualità evidenziano che il gradimento maggiore è per la capacità di ascolto del personale (voto 9,0) e nel complesso per il personale (linguaggio, preparazione e accoglienza); ben valutati il comfort degli spazi e la raggiungibilità del servizio (rispettivamente 8,7 e 8,5); quelle meno lusinghiere (anche se comunque positive) sono le valutazioni su orari, materiali e modulistica e strumentazione accessibile agli utenti (pc, internet,).



☞ **Customer Satisfaction/attese:**

oltre al giudizio, sono state rilevate le aspettative degli utenti per ognuno dei fattori della qualità (è stato chiesto agli utenti di cosa erano rimasti positivamente sorpresi e di cosa delusi) e l'importanza ponderata dei fattori (cioè gli aspetti più importanti per la qualità finale del servizio).

Gli utenti sono rimasti positivamente sorpresi dagli ambienti e dalla capacità di relazione del personale.

In stretta coerenza con il giudizio espresso, le attese sono state deluse riguardo agli orari.

Una valutazione più di merito richiede il dato sulla strumentazione (anche in considerazione delle rilevazioni sui bisogni prima evidenziati): ha il massimo di delusi (18%) e il massimo di sorpresi positivamente a conferma di una utenza da una parte "sostanziosa" di giovani tecnologici e navigatori internet e dall'altra di una utenza meno avveza e più di front-office che si meraviglia di tanti servizi e tecnologia disponibile.

Nel complesso, le attese sono in linea con le aspettative e quindi una utenza abituale e abituata a standard prefissati.

parametro	delusi	come pvt	sorpresi
Accessibilità	4.5	93	2.5
Ambienti	1.5	92	6.5
Strumenti	7.0	75	18.0
Credibilità	1.0	96	3.0
Relazione	0.8	92	7,2
Professionalità	0.7	98	1.3
<i>media lorda (in %)</i>	<i>2.5 %</i>	<i>91 %</i>	<i>6.5%</i>

☞ **Customer Satisfaction/importanza:**

secondo gli utenti, gli aspetti più importanti per la qualità finale del servizio sono la professionalità degli operatori, la strumentazione accessibile e la capacità di relazione del personale.

☞ **Customer Satisfaction/operatori e referenti:**

la ricerca parallela condotta sugli operatori e referenti del servizio ha evidenziato una sostanziale uniformità di giudizi con gli utenti sia in relazione alla qualità che alla importanza dei fattori. In particolare, gli operatori valutano il servizio erogato pari a 7.6 (un giudizio inferiore agli utenti e ai referenti, condizionato da una maggiore sensibilità agli aspetti critici del servizio). I referenti valutano il servizio con un ICS pari a 8,6; gli aspetti meglio valutati sono la preparazione e il linguaggio utilizzato dal personale.

• **Conclusioni**

Il giudizio complessivo sulla qualità percepita dagli utenti degli utenti di "PiazzaGrande" è stato positivo (l'indice di Customer Satisfaction è pari a 8.5 su scala 1-10). Il risultato è in linea con quello raggiunto da altri servizi informativi in regione (anagrafi, InformaGiovani, InformaFamiglie, ...) e comunque superiore alle medie nazionali sui servizi informativi, al pubblico o alla persona. Nel dettaglio delle singole variabili di processo, si rileva una valutazione decisamente positiva soprattutto per gli aspetti *soft* del servizio (personale e credibilità) e qualche spazio di miglioramento per gli aspetti *strutturali* del servizio (orari e strumentazione).

Nel complesso, il servizio può definirsi in "equilibrio organizzativo" in quanto sono raggiunti risultati molto positivi, soprattutto negli aspetti del servizio più importanti per gli utenti (come la professionalità degli operatori e la capacità di relazione). Inoltre, sono state rispettate le attese degli utenti (che hanno una chiara comprensione della mission del servizio); infine, le percezioni di utenti, operatori e referenti, seppur su scale di valore diverse, sono coerenti e allineati; infine, gli utenti hanno una corretta percezione della mission del servizio.

Indicazioni interessanti per il miglioramento possono essere desunti analizzando il giudizio su ogni singolo fattore della

qualità, le attese deluse e i bisogni latenti o i suggerimenti indicati dagli utenti: in particolare, le aree di sviluppo e miglioramento della qualità a "PiazzaGrande"

dovranno riguardare l'eventuale accessibilità (orari) e la tecnologia (postazioni internet).

Per il resto, vanno consolidate le aree di processo relative al percorso informativo (che

consente una elevata capacità di autoconsultazione del pubblico e quindi la possibilità di destinare maggiori risorse alla consulenza di front-office), alla preparazione del personale (e quindi ai processi formativi, di gestione e ai sistemi informativi che consentano adeguata affidabilità e capacità di risposta al pubblico).

Solo così il servizio "PiazzaGrande" potrà mantenere standard adeguati a soddisfare le attese e le esigenze sia del Committente (che nel servizio ha definito il canale prioritario per la Comunicazione dell'Ente e del rapporto con la città)

fattori della qualità	equilibrio organizzativo			Aspettative (%)		
	importanza	giudizio		delusi	come pvt	sorpresi
accessibilità	4°	8.2		4.5	93	2.5
ambienti	6°	8.5		1.5	92	6.5
strumenti	2°	8.0		7.0	75	18.0
credibilità	5°	8.4		1.0	96	3.0
relazione	3°	8.9		0.8	92	7,2
professionalità	1°	8.7		0.7	98	1.3

che di una utenza modenese *in crescita* (sono ca. 80.000 i cittadini raggiunti su un totale di oltre 200.00 contatti/anno al servizio), *attenta, abituale* e *abituata* a servizi di eccellenza.

- **Note Informative**

Committente	La ricerca è stata condotta da In&Co come da Piani di Lavoro previsti in contratto e in accordo con la Direzione del Servizio
	Referenze Comune di Modena : Enrico Guerzoni - Servizio Marketing e Comunicazione per Assessore _____
Soggetto realizzatore	Consorzio In&Co
Sede ricerca Customer Satisfaction	Servizio PiazzaGrande del Comune di Modena
Titolo	Customer Satisfaction 2007 - Monitoraggio qualità servizio, profilo utente e modalità di fruizione
Responsabile ricerca	Gianni Bartolotti per In&Co
Coordinamento e responsabilità servizio PiazzaGrande	Filomena Pugliese-Rosa Lupinacci
Finalità	Rilevare la qualità percepita e definire aree di possibile miglioramento in coerenza con le risorse e la mission del servizio PG
Universo di riferimento	Utenti del servizio PG, operatori e referenti
Campione	Ca. 300 utilizzatori diretti + operatore e referenti del servizio
Metodo raccolta informazioni e dati	Interviste dirette sul campo a mezzo intervistatori esterni
Elaborazione dati	Mysql 3.22.21 e versioni successive - <i>Satisfaction</i> In&Co