

Comune di Modena – Direzione generale – Ufficio ricerche

La Customer satisfaction come
strumento di ascolto del
cittadino e di miglioramento della
qualità dei servizi

**Il Comune di Modena: l'esperienza
sul campo e alcune riflessioni
sugli sviluppi possibili**

A cura di Vittorio Martinelli – Ufficio ricerche

Aspetti generali

Cos'è la qualità percepita

- ▶ È costituita dall'insieme di:
 1. Aspettative (cioè l'importanza del servizio, e il servizio atteso)
 2. Giudizio sul servizio (il grado di soddisfazione)

Cosa determina le aspettative

1. L'informazione preesistente

- L'interazione con altri utenti
- L'immagine del servizio
- L'esperienza personale

1. La necessità del servizio

Cosa determina il gradimento (principali aspetti comuni a diversi servizi)

- ▶ L'accesso
- ▶ La comunicazione (l'aspettativa prodotta)
- ▶ La competenza (il contenuto del servizio)
- ▶ La cortesia (l'interazione con l'utente)
- ▶ L'affidabilità e credibilità (collegate alla competenza)
- ▶ La capacità di risposta
- ▶ La sicurezza
- ▶ La personalizzazione del servizio

“Qualità differenti”

- ▶ Quando la qualità percepita non è in linea con la qualità misurata si possono evidenziare:
- ▶ L'assunzione di differenti criteri di valutazione fra l'utente e chi controlla il servizio
- ▶ Un difetto di comunicazione informazione sul servizio e i criteri che lo organizzano

Lo sfondo 1:

Il rapporto del cittadino con il Comune

- ▶ Un rapporto di fiducia
- ▶ Un'aspettativa alta
- ▶ Un'aspettativa trasversale

- ▶ Senso di appartenenza
- ▶ Attenzione, difesa, critica

- ▶ Parte di un capitale sociale in trasformazione

- ▶ In relazione alle ricerche ciò significa: buona disponibilità alla collaborazione

La disponibilità da parte degli utenti

indagini on line

	totale invii	n rientri	% rientri
2009 Nidi_indagine CS	190	139	73,2
2009 Comunicazione_servizio	221	142	64,3
2009 Iscrizione Nidi_IQUEL	341	216	63,3
2009 Dia_IQUEL	478	288	60,3
2009 CentriEstivi_primarie e secondarie 1°grado	202	142	70,3
2009 AMO_Panel	98	69	70,4
2010 Nidi_Rinunce	126	86	68,3
2010 MyMemo	1843	940	51,0

RIEPILOGO INTERVISTE - RIFIUTI CUSTOMER SATISFACTION - CATI	CAAD CS 2008	NIDI CS 2009	SAD CARPI 2009	ISCRIZIONE NIDI 2009
Interviste utili	100	312	105	300
Rifiuto		5	8	
Rifiuto a metà		1	2	
Totale rifiuti	6	6	10	52
<i>Rapporto interviste/(rifiuti+interviste) %</i>	<i>94,3%</i>	<i>98,1%</i>	<i>91,3%</i>	<i>85,2%</i>
<i>Rapporto rifiuti/interviste</i>	<i>0,060</i>	<i>0,019</i>	<i>0,095</i>	<i>0,173</i>

Lo sfondo 2:

La ricerca come strumento di lavoro

- ▶ La diffidenza verso lo strumento
- ▶ La diffidenza verso gli intervistati (come possono valutare un servizio complesso e difficile da conoscere?)
- ▶ Non è un esame periodico e straordinario
- ▶ È uno strumento continuo di verifica della corrispondenza fra servizi e bisogni
- ▶ Rispondere ad un questionario non è “un favore”, fa parte del servizio

Le indagini di soddisfazione dell'utenza nel Comune di Modena

- ▶ è stato costituito l'Ufficio Ricerche presso la Direzione generale
- ▶ www.ufficioricerche.comune.modena.it
- ▶ Ciò ha consentito
 - Uniformità delle metodologie
 - Costituzione di una banca dati
 - Analisi in trend
 - Riduzione costi

Indagini di CS realizzate con cadenza periodica

- ▶ **Case protette**
- ▶ **Centri Diurni**
- ▶ **RSA**
- ▶ **Polizia municipale**
- ▶ **Anagrafe**
- ▶ **Nidi d'infanzia**
- ▶ **Scuole d'infanzia**
- ▶ **Trasporto pubblico locale (AMO)**
- ▶ **Motivi rinunce al nido**

Altre Indagini

- ▶ Consumatori e commercio a Modena
- ▶ STM
- ▶ URP
- ▶ Contact center Polizia municipale
- ▶ Servizio di noleggio gratuito di biciclette "C'Entro in Bici"
- ▶ Sportello sociale NEMO (Carpi) la percezione del servizio da parte degli utenti
- ▶ Attività motorie degli anziani
- ▶ Trasporto ferrovia locale (ATCM)
- ▶ Contributi acquisto veicoli elettrici
- ▶ Servizio CAAD
- ▶ I motivi della non iscrizione ai nidi
- ▶ I motivi della non frequenza delle biblioteche comunali
- ▶ Centri estivi
- ▶ Assistenza domiciliare (Carpi)
- ▶ Casa vacanze Pinarella
- ▶ Il servizio comunicazione
- ▶ DIA edilizia (IQUEL)
- ▶ Segnalazione dissesto stradale (IQUEL)
- ▶ Servizio iscrizione nidi (IQUEL)
- ▶ Offerta formativa MEMO
- ▶ Corsi di Formazione MEMO

La progettazione

- ▶ Il lavoro di preparazione con il servizio
 - Indispensabile valorizzare la conoscenza (organizzazione, punti di forza e di debolezza del servizio) e cioè la competenza degli operatori
 - Non è uno strumento “contro” ma “per” il servizio
 - Necessario rigoroso rispetto della metodologia di ricerca
- ▶ Quando l'area di ricerca è meno definita può essere utile far precedere una fase qualitativa

La qualitativa

Quando è necessaria:

- ▶ Per conoscere meglio un servizio, le sue problematiche, atteggiamenti e comportamenti degli utenti (quindi per “preparare” e definire meglio gli ambiti di analisi della quantitativa;
- ▶ Per approfondire aspetti emersi dalla quantitativa, cioè per cogliere più in profondità le motivazioni di alcuni atteggiamenti o comportamenti dell’utenza.

Strumenti principali della qualitativa:

- ▶ Gruppi motivazionali
- ▶ Interviste individuali semistrutturate o destrutturate

Il questionario: modalità di somministrazione

- ▶ Telefonica
 - ▶ Face to face
 - ▶ Autocompilato
 - ▶ On line
-
- ▶ Vantaggi e svantaggi per ciascuna modalità
 - ▶ Importanza banche dati
 - ▶ Lo strumento incide sulla valutazione?

Cosa ricercare

- ▶ Caratteristiche socioanagrafiche dell'utenza
- ▶ Soddisfazione/importanza
- ▶ Singoli aspetti e giudizio complessivo
- ▶ Suggestimenti
- ▶ Effetti del servizio
- ▶ Confronto con aspettative
- ▶ Riproponibilità della scelta

socioanagrafiche

1. Et :

(anni compiuti) _____

2. Genere

maschio	1
femmina	2

3. Titolo Studio:

fino a licenza elementare	1
Diploma media inferiore	2
Diploma media superiore	3
Laurea	4
non risponde	97

4. Occupazione attuale:

autonoma		dipendente		non occupato	
imprenditore	1	dirigente	7	studente	13
libero professionista	2	quadro/direttivo/tecnico	8	disoccupato	14
artigiano/familiare	3	insegnante/docente	9	casalinga	15
commerciante/familiare coadiuvante	4	impiegato	10	casalinga pensionata	16
agricoltore	5	operaio	11	pensionato	17
altro lavoratore autonomo	6	altro lavoratore dipendente	12	altro non occupato	18
se altro specificare:		se altro specificare:		se altro specificare:	

Frequenza/conoscenza servizio

- ▶ Variabili che incidono sulla percezione del servizio e che differenziano per sottocampioni

Es: Da quanto tempo il suo familiare è ospite presso la Casa Protetta?

Lei con che frequenza si reca in Casa Protetta per il proprio familiare?

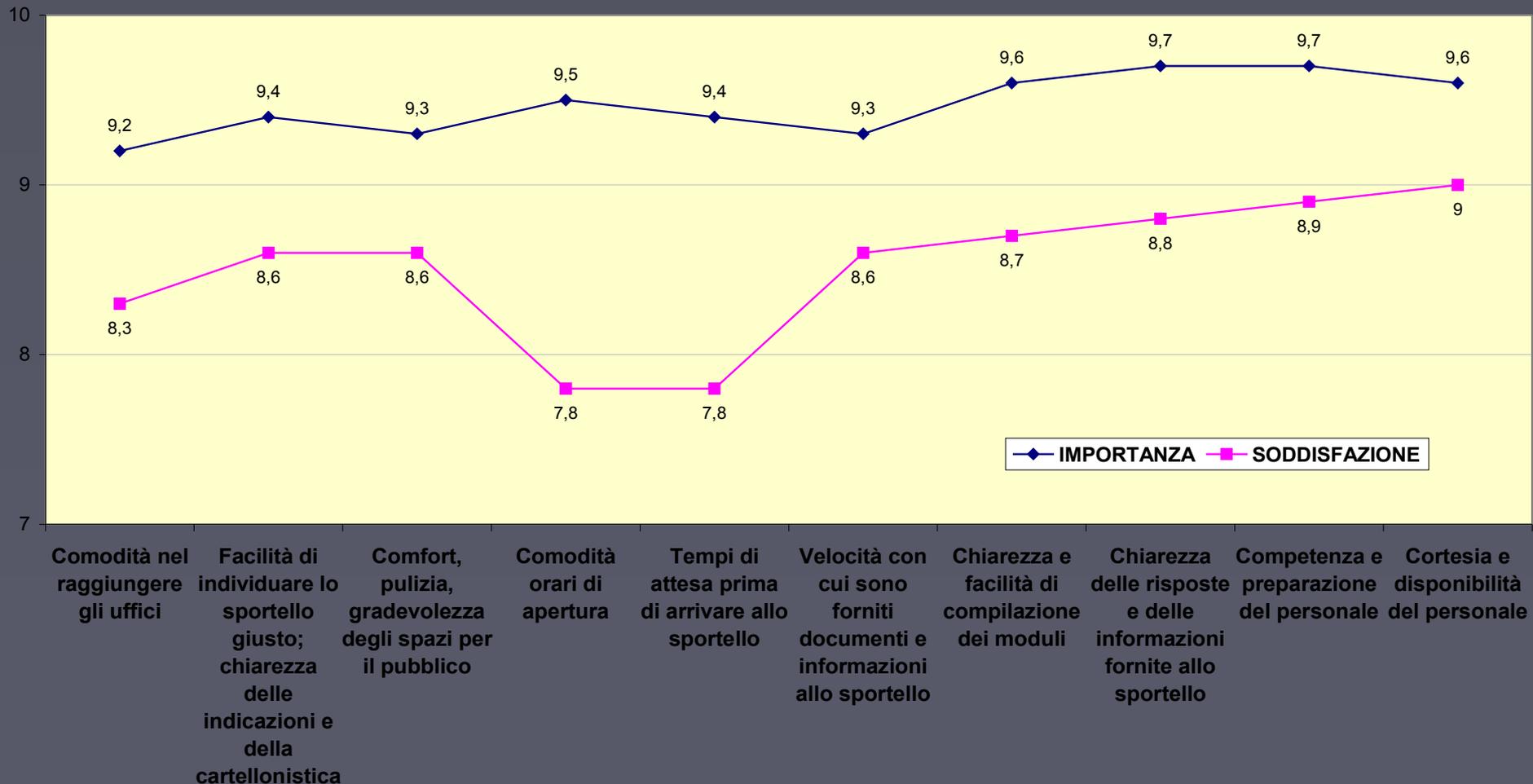
Soddisfazione/importanza

Il rapporto soddisfazione/importanza è uno degli aspetti centrali della CS:

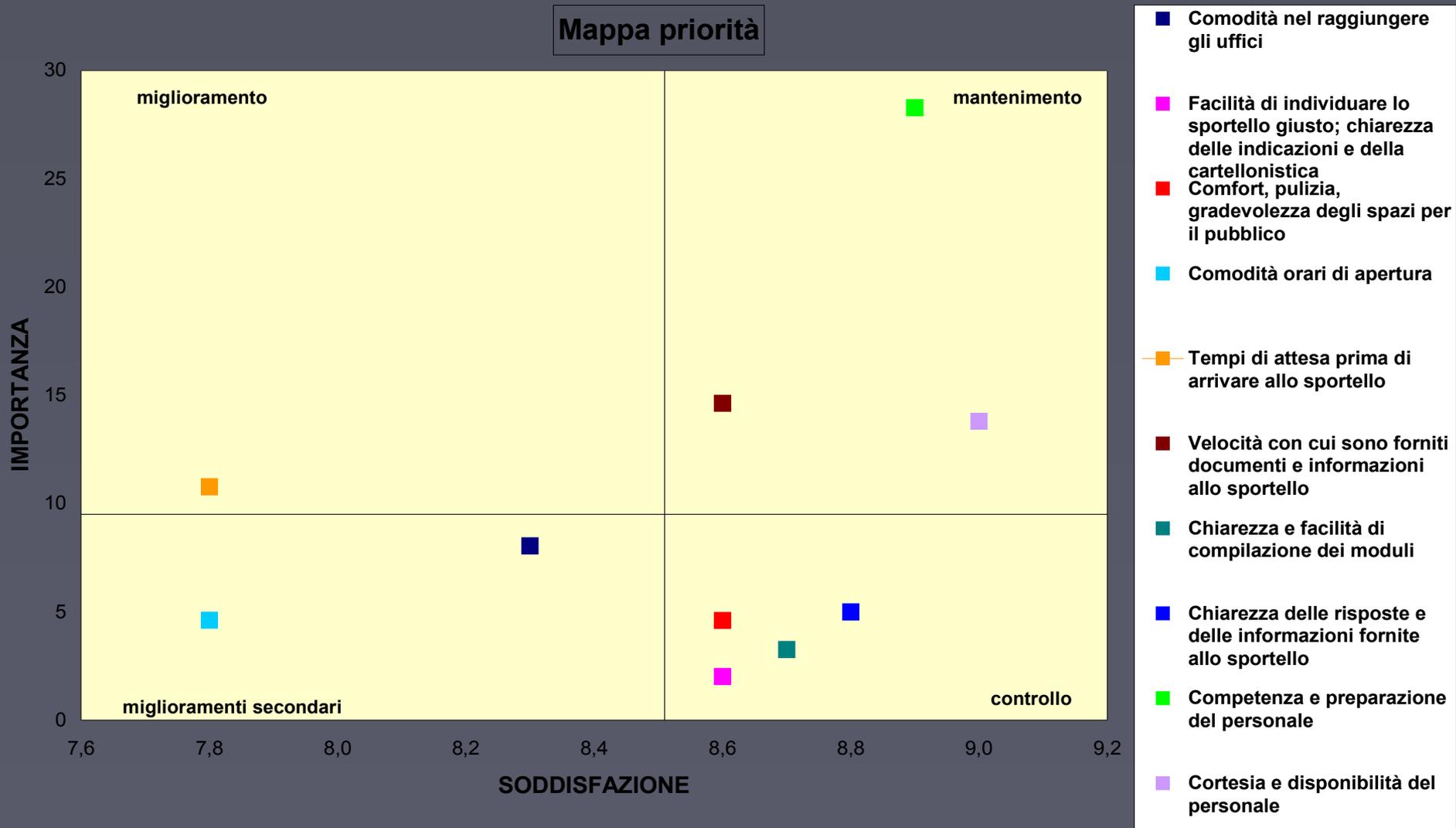
- ▶ Consente di misurare le valutazioni sul servizio
- ▶ La soddisfazione va sempre rapportata all'importanza attribuita

Soddisfazione/importanza

Misura del gap tra le valutazioni di importanza e soddisfazione



Mappa delle priorità

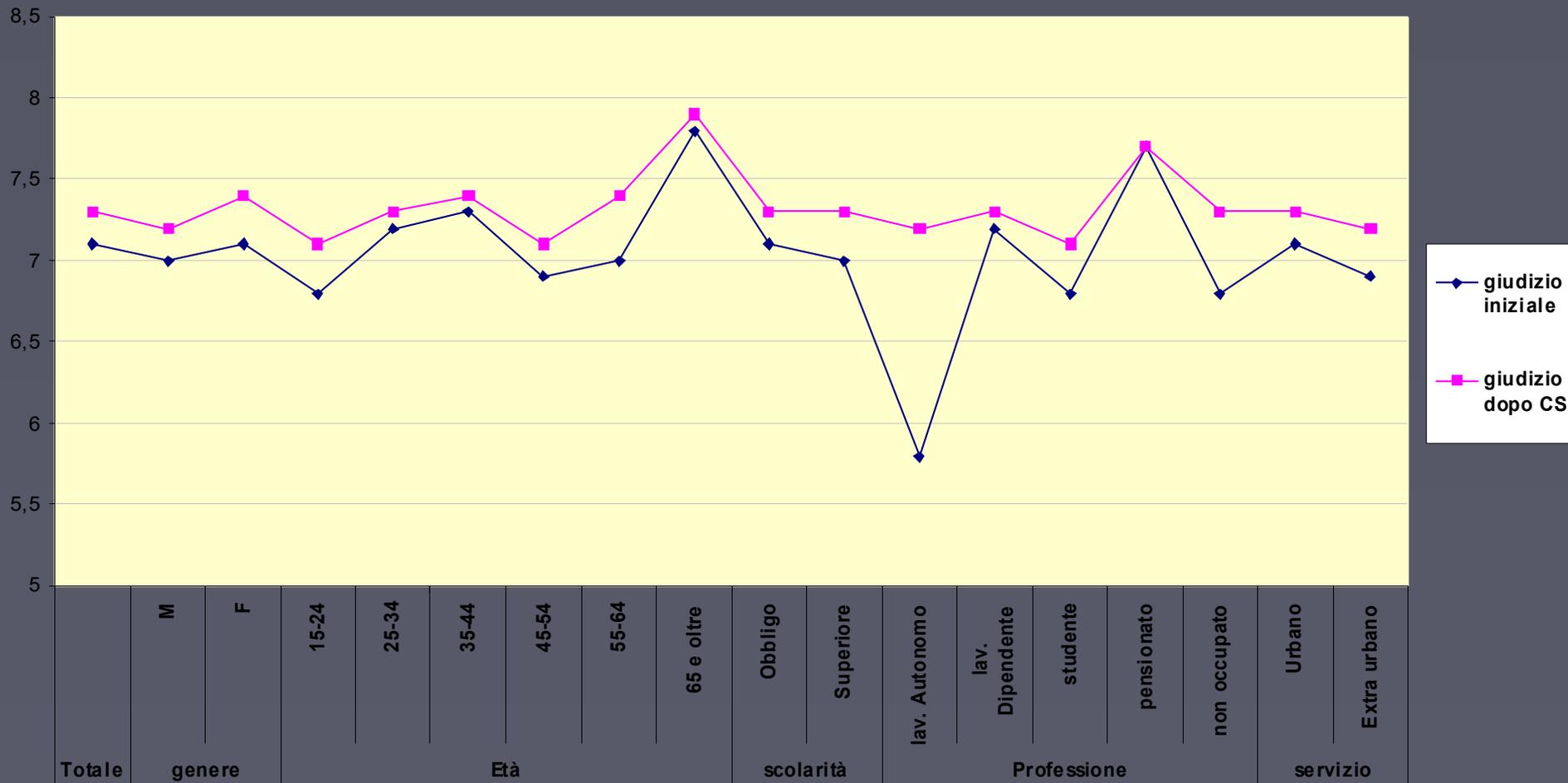


Giudizio sintetico (iniziale e finale) e analitico

- ▶ Giudizio analitico e giudizio sintetico
- ▶ Il pre-giudizio
- ▶ Il giudizio sintetico iniziale
- ▶ Il giudizio sintetico finale
- ▶ Componente emotiva e di merito

Giudizio sintetico iniziale e finale per sottocampioni

Confronto voti medi giudizio complessivo inizio e fine intervista; variazioni per variabili socioanagrafiche



Giudizio sintetico (iniziale, finale) e analitico

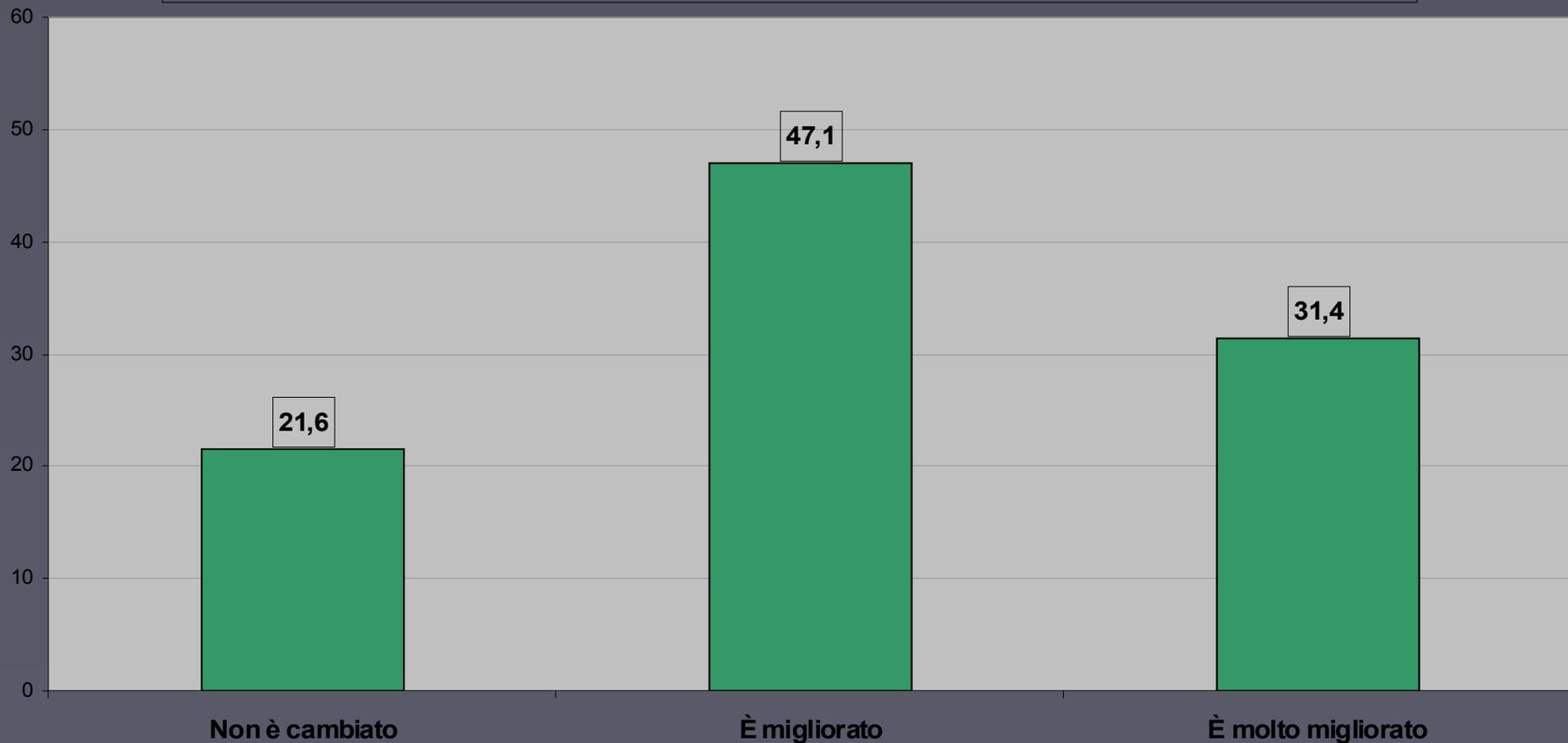
		primo giudizio complessivo	secondo giudizio complessivo	giudizio per singoli fattori
		Se lei dovesse dare un giudizio complessivo quanto e' soddisfatto?	Se Lei dovesse dare un giudizio complessivo considerando tutti i fattori descritti prima, quanto e' soddisfatto?	media analitica soddisfazione
N	Validi	1220	1223	1223
	Mancanti	3	0	0
Media		7,06	7,29	7,36
Deviazione std.		1,7	1,3	1,1

Altre indicazioni

- ▶ Suggestimenti a domanda aperta
- ▶ Effetti del servizio
- ▶ Confronto con aspettative
- ▶ Riproponibilità della scelta

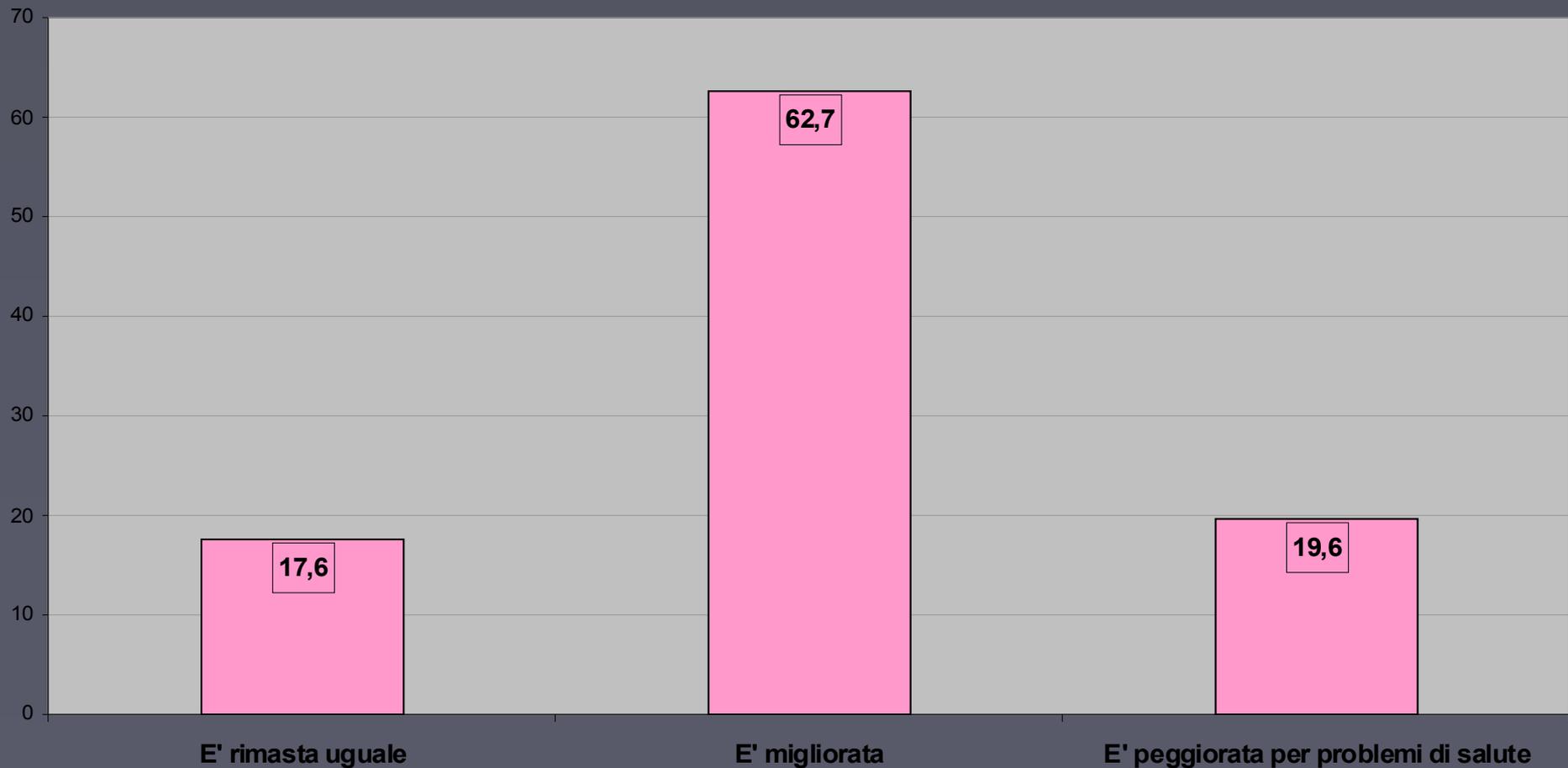
Effetti del servizio

Dopo che avete iniziato ad utilizzare il servizio del Centro diurno, è cambiato il suo tempo a disposizione ?



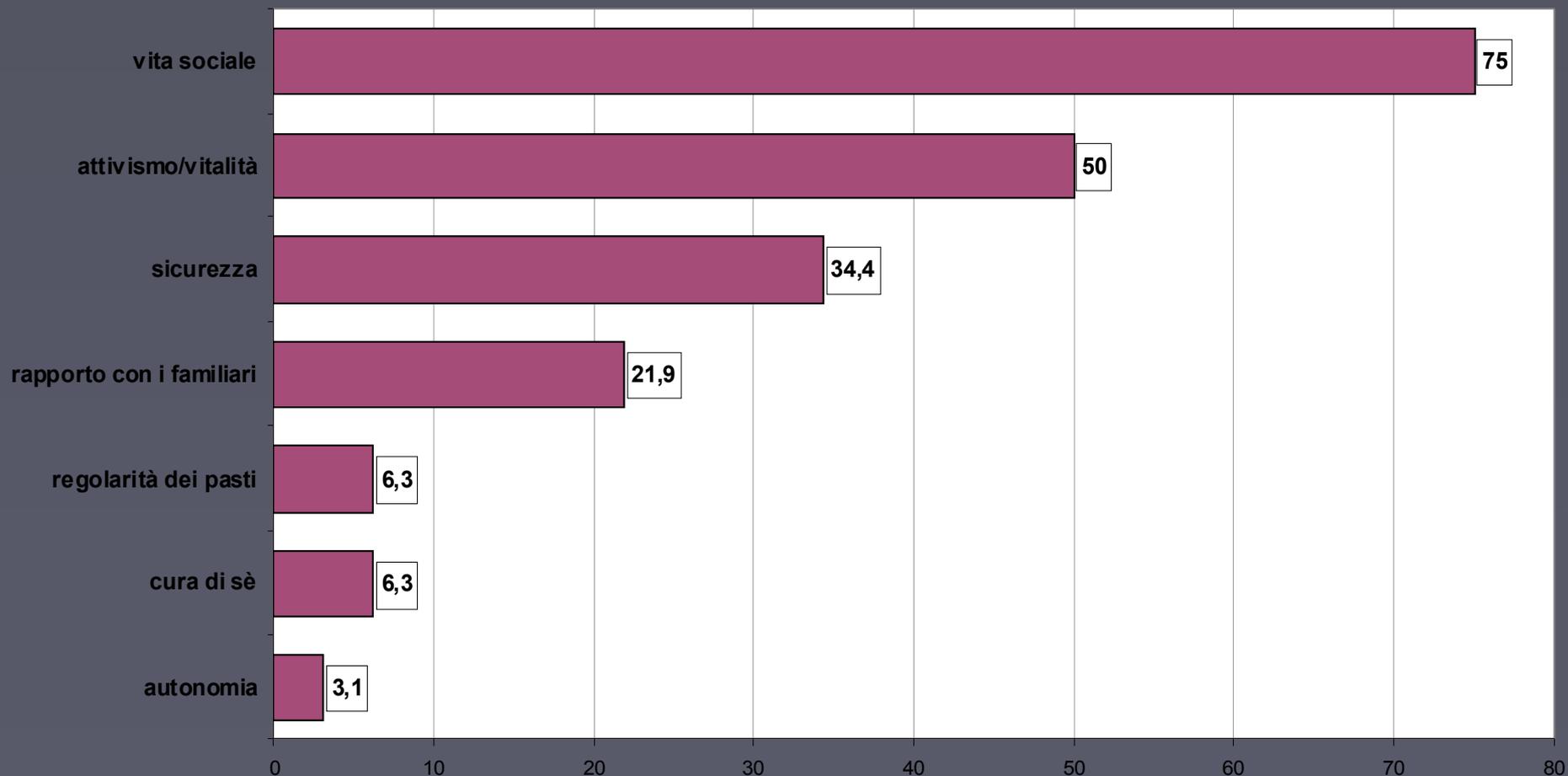
Effetti del servizio

Da quando utilizza il servizio, la vita dell'anziano è cambiata?



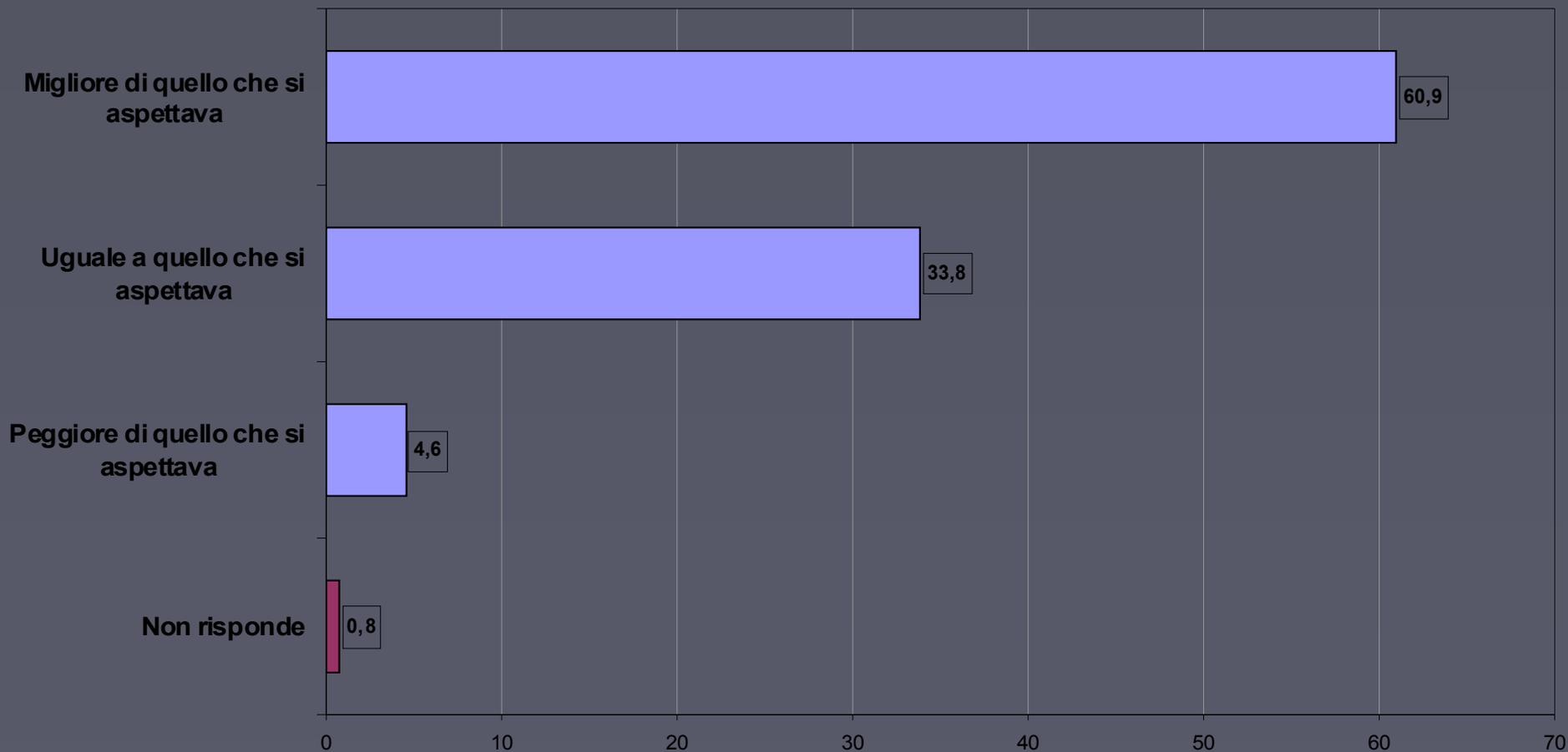
Effetti del servizio

Familiari - Se la vita dell'anziano è migliorata ci può dire in quali aspetti - Multipla



Confronto con aspettative

In riferimento alla sua esperienza, il servizio del Nido d'infanzia è stato:



Confronto con aspettative

Giudizio complessivo-esperienza (% colonna)

Se Lei dovesse dare un giudizio complessivo al Nido, quanto è soddisfatto?			Totale	In riferimento alla sua esperienza, il servizio dell'asilo Nido è stato:			
				Migliore di quello che si aspettava	Uguale a quello che si aspettava	Peggior di quello che si aspettava	Non risponde
	voto 1-6	%	4,1	0,8	1,5	66,7	
	voto 7-8	%	28,2	17,1	47,4	33,3	33,3
	voto 9-10	%	67,8	82,1	51,1		66,7
Totale	n		394	240	133	18	3
	%		100	100	100	100	100
media voto			8,9	9,2	8,6	6,2	8,7
dev.std.			1,1	0,9	1	1,2	1,5

area critica
area gradimento
area soddisfazione

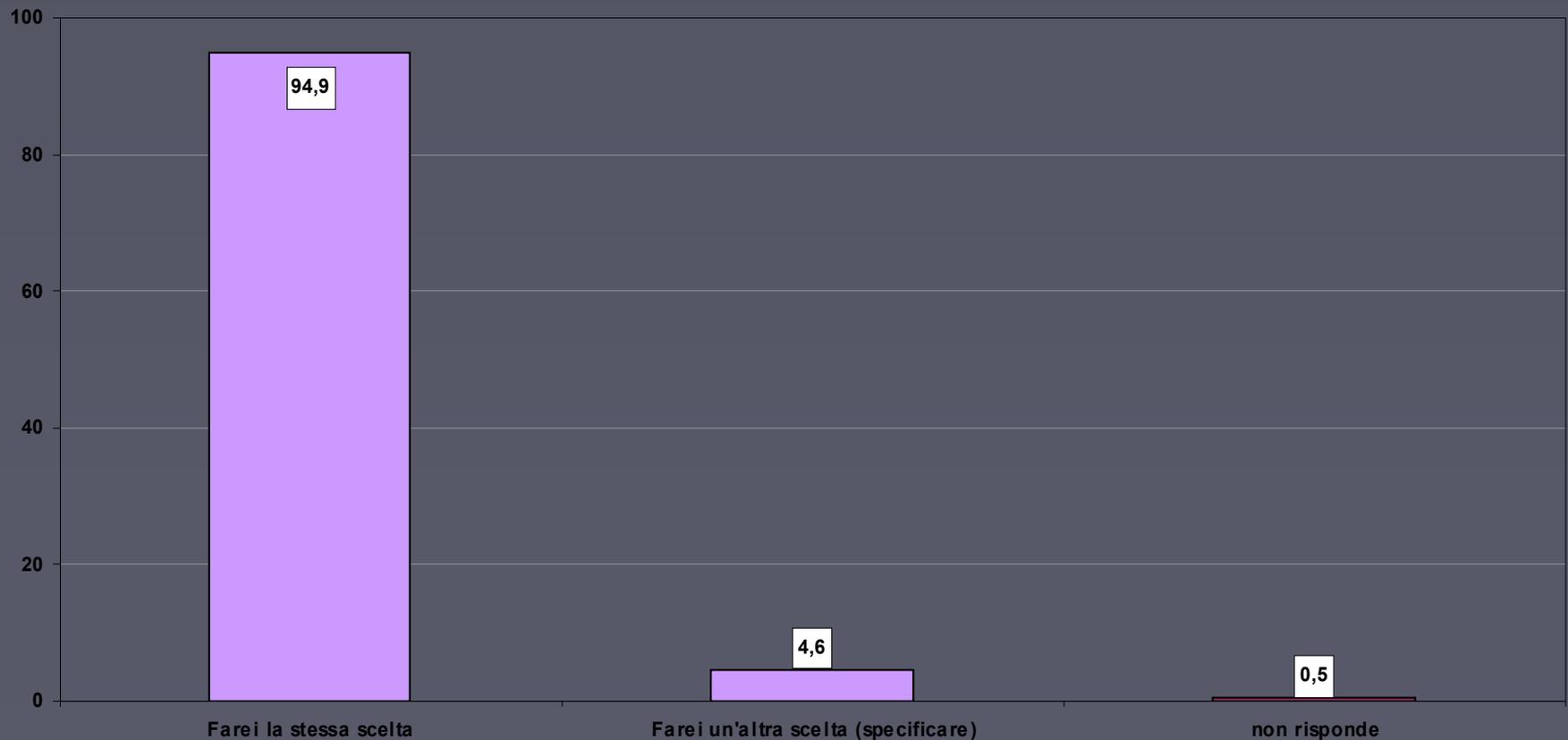
Giudizio complessivo-esperienza (% tabella)

Se Lei dovesse dare un giudizio complessivo al Nido, quanto è soddisfatto?			Totale	In riferimento alla sua esperienza, il servizio dell'asilo Nido è stato:			
				Migliore di quello che si aspettava	Uguale a quello che si aspettava	Peggior di quello che si aspettava	Non risponde
	voto 1-6	%	4,1	0,5	0,5	3	
	voto 7-8	%	28,2	10,4	16	1,5	0,3
	voto 9-10	%	67,8	50	17,3		0,5
Totale	n		394	240	133	18	3
	%		100	60,9	33,8	4,6	0,8
media voto			8,9	9,2	8,6	6,2	8,7
dev.std.			1,1	0,9	1	1,2	1,5

area critica	5,5
area gradimento	26,7
area soddisfazione	67,8

Riproponibilità della scelta

Ritornando indietro nel tempo, nella stessa situazione economica e familiare, se dovesse rifare la scelta per accudire suo figlio/a, cosa farebbe ?



Periodicità e continuità della rilevazione

- ▶ Una rilevazione stabile e periodica apporta due principali vantaggi:
 - la possibilità di capire in quale misura eventuali azioni di miglioramento si sono tradotte in risultati concreti (periodicità dell'indagine annuale - biennale)
 - la possibilità di raccogliere eventuali bisogni nuovi o modificati (periodicità quadriennale e quinquennale, in occasioni di riorganizzazioni o innovazioni significative)
- ▶ Il panel (utenti, testimoni privilegiati)
- ▶ Il trend storico

La restituzione e comunicazione dei risultati

Tra i soggetti a cui necessariamente vanno restituiti i risultati dell'indagine vi sono:

- ▶ il personale che lavora nel servizio
- ▶ gli utenti (o familiari) del servizio
- ▶ i decisori politici

- ▶ Rendere pubblici i risultati ? Aspetti positivi e negativi

Altri aspetti contigui alla CS

- ▶ Il rapporto con chi gestisce servizi in convenzione
 - La qualità fa parte della convenzione
 - Così come la rilevazione della qualità percepita
 - Dunque la CS non è un di più ma deve far parte della convenzione
 - In quella sede va valutato anche il tema del costo

Altri aspetti contigui alla CS

- ▶ Il comportamento e le valutazioni di utenti specifici: es. gli immigrati
- ▶ La percezione degli utenti e quella dei cittadini
- ▶ La rilevazione come forma di partecipazione

L'altra frontiera della CS: dall'analisi delle rinunce al cliente misterioso

- ▶ Analisi degli abbandoni o delle rinunce
- ▶ Motivi del non utilizzo – non richiesta del servizio
- ▶ I servizi o le politiche 'una tantum': (es. contributi per acquisto veicoli elettrici)

- ▶ **I motivi e le caratteristiche della richiesta di servizi:** in questo caso la ricerca va ad analizzare le ragioni di fondo per la richiesta di un servizio e a sondare le caratteristiche che tale servizio deve avere per rispondere pienamente al bisogno (es. ricerca su sviluppo servizi domanda individuale)
- ▶ **I comportamenti e le attese rispetto ad un settore:** questa tipologia di indagine va ad osservare le abitudini e i comportamenti dei potenziali utenti di un'attività, di un servizio, di un settore produttivo (es. analisi sul commercio e i comportamenti d'acquisto)
- ▶ **Esame e gestione dei reclami:** tale sistema permette di identificare e misurare le potenziali criticità del servizio nell'ottica del cittadino/cliente
- ▶ **Il cliente misterioso:** l'indagine comporta una rilevazione diretta sul campo attraverso clienti fittizi che simulano una situazione reale di fruizione del servizio (per esempio richiesta di una carta di identità, o iscrizione all'asilo nido) allo scopo di ricavare delle indicazioni sulle eventuali carenze del servizio

Le indagini di opinione e quelle di soddisfazione dell'utenza: un confine non definito

Vi sono ricerche che riguardano la percezione della città e in parte anche i servizi erogati dal Comune.

Alcuni esempi:

- ▶ Ricerche sulla pratica sportiva
- ▶ La comunicazione del Comune di Modena
- ▶ Progetti urbanistici, piano sosta
- ▶ Circoscrizioni: decentramento e partecipazione

Si pone il tema della circolazione delle informazioni

Il confronto con altri Comuni

Oltre al confronto nel trend storico, vi è l'esigenza di intensificare quello con altri Comuni, sia per metodologia che per contenuti e risultati. Avviate alcune esperienze:

- ▶ QClub
 - Anagrafe
- ▶ Progetto IQUEL
 - Servizio iscrizione nidi
 - DIA edilizia
 - Segnalazioni dissesto stradale

RIEPILOGO

- ▶ Acquisizione della CS come strumento di lavoro e modo di erogazione di un servizio
 - Continuità
 - Previsione in bilancio
 - Analisi e restituzione risultati
- ▶ Comprendere le CS nelle convenzioni e nella funzione di controllo del Comune
- ▶ La CS come strumento partecipativo e capitale sociale
- ▶ Integrazione metodologie diverse e sviluppo indagini on line
- ▶ L'attenzione alle banche dati
- ▶ La circolazione delle informazioni
- ▶ Il confronto con altri Comuni

Grazie per l'attenzione

www.ufficioricerche.comune.modena.it