

Customer Satisfaction

Arpa Emilia-Romagna

Indagine a frequenza triennale

Anno 2014

Sintesi regionale dei risultati

Istruttoria per il processo di pianificazione 2015

Le indagini di Customer Satisfaction curate da Arpa-ER prevedono un'alternanza su base triennale di una rilevazione sul valore assoluto della qualità percepita dai clienti, seguita da due rilevazioni annuali sul trend di miglioramento o peggioramento.

Con l'indagine triennale si contattano tutti i clienti dell'Agenzia di cui si dispone un indirizzo e-mail, a cui si aggiunge un campione di opinion leader oggetto di specifica intervista in presenza. La possibilità di compilazione del questionario è allargata anche agli utenti internet attraverso una specifica sezione sul sito dell'Agenzia.

Nei due anni intermedi la rilevazione annuale è invece limitata ad un panel di clienti auto-selezionato.

Invii basati su mailing-list clienti (giugno 2014)

6.648 questionari inviati tramite email
(4.827 nell'indagine del 2011)



Attivazione su Arpaweb
link per l'accesso al
questionario CS

Ritorni:



891 questionari validi per elaborazione, il 13,4% delle richieste inviate; erano
956 nell'indag. '11, il 19,8% degli invii

1.121 sezioni di questionario compilate (2.312 nell'Indag. '11) riferite ai
servizi erogati (Pareri/Monitoraggi/RMVQA/Att. Lab./SIA/Comunic.)

275 dichiarazioni di disponibilità di partecipazione alla ricerca annuale
(369 nell'indagine '11)

**Effettuate 40 interviste
semi-strutturate in presenza**
(luglio-ottobre 2014)

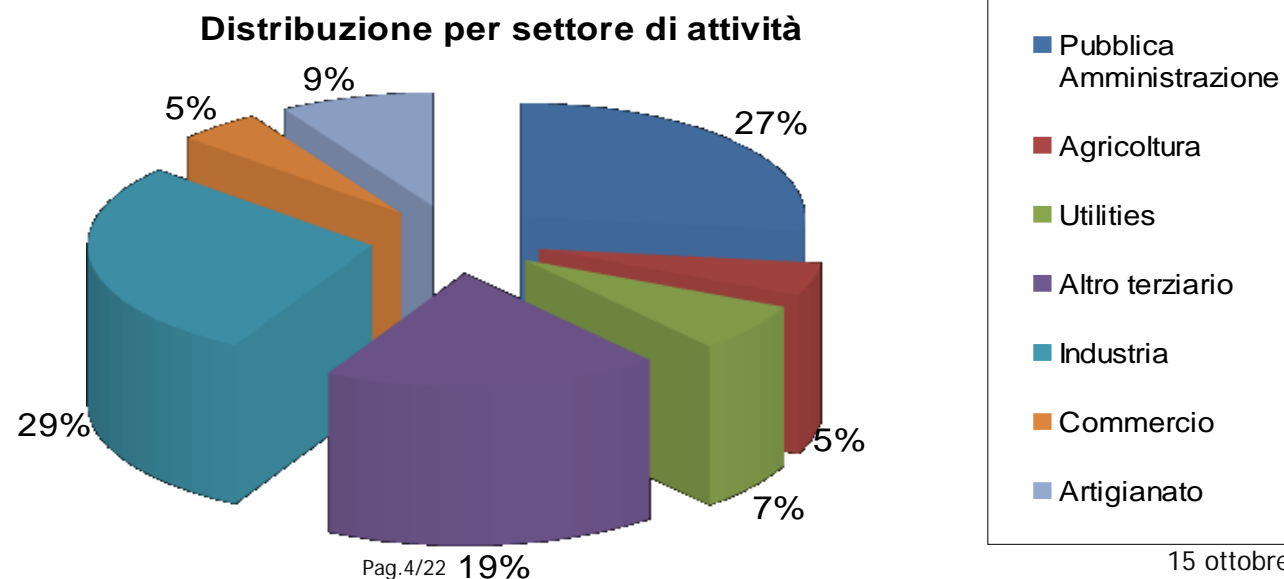
(furono 55 nell'indagine '11)

INDAGINE QUANTITATIVA

ESITI DEI QUESTIONARI

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Distribuzione risposte per Settore d'attività	2014	2011
1. Agricoltura	5%	7%
2. Industria	29%	19%
3. Artigianato	9%	6%
4. Commercio, pubblici esercizi	5%	4%
5. Utilities/Servizi pubblici	7%	7%
6. Altre attività del terziario	19%	17%
7. Pubblica Amministrazione	27%	40%



Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Item di giudizio Arpa	Valore Medio (scala 1-7)	Ripartizione percentuale della soddisfazione		
		Insoddisfatti (val.1-2-3)	In linea con le aspettative (val.4)	Soddisfatti (val.5-6-7)
Accesso al servizio	5,6	10,3%	8,4%	81,3%
Caratteristiche del prodotto	5,5	12,6%	7,6%	79,8%
Ambito della relazione	6,0	7,3%	4,7%	88,0%
Valutazione complessiva	5,6	9,5%	6,7%	83,8%

CSI

2014

2011

2008

Arpa

77,4

79,6

80,0

Il Customer Satisfaction Index (CSI) è calcolato secondo le indicazioni della **UNI 11098:2003**

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Giudizio complessivo	Valore Medio (scala 1-7)	Insoddisfatti (val.1-2-3)	In linea con le aspettative (val.4)	Soddisfatti (val.5-6-7)
Accesso al servizio				
<i>Facilità accesso</i>	5,3	13,1%	11,9%	75,0%
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	5,4	9,5%	10,2%	80,4%
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	5,7	8,3%	7,7%	84,0%
<i>Orario al pubblico</i>	5,7	10,4%	6,1%	83,5%
<i>Professionalità front office</i>	5,7	9,6%	6,0%	84,4%
Caratteristiche del prodotto				
<i>Qualità tecnica</i>	5,8	9,6%	4,4%	86,0%
<i>Comprensibilità</i>	5,7	10,2%	4,5%	85,3%
<i>Completezza</i>	5,7	10,4%	4,8%	84,8%
<i>Tempestività di erogazione</i>	5,2	16,1%	11,1%	72,8%
<i>Costi</i>	4,9	18,1%	15,1%	66,9%
Ambito della relazione				
<i>Competenza</i>	5,9	8,2%	4,1%	87,7%
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	6,1	6,5%	5,1%	88,4%
Valutazione complessiva	5,6	9,5%	6,7%	83,8%

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Pareri	Valore Medio (scala 1-7)	Insoddisfatti (val.1-2-3)	In linea con le aspettative (val.4)	Soddisfatti (val.5-6-7)
Accesso al servizio				
<i>Facilità accesso</i>	5,3	12,1%	14,3%	73,6%
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	5,3	9,9%	12,1%	78,0%
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	5,7	7,4%	9,1%	83,5%
<i>Orario al pubblico</i>	5,7	9,6%	4,9%	85,4%
<i>Professionalità front office</i>	5,8	8,0%	4,9%	87,1%
Caratteristiche del prodotto				
<i>Qualità tecnica</i>	5,8	8,2%	5,2%	86,6%
<i>Comprensibilità</i>	5,7	9,0%	4,9%	86,0%
<i>Completezza</i>	5,7	9,3%	4,4%	86,3%
<i>Tempestività di erogazione</i>	5,2	15,3%	12,1%	72,6%
<i>Costi</i>	4,9	18,5%	15,8%	65,7%
Ambito della relazione				
<i>Competenza</i>	5,9	6,8%	5,2%	87,9%
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	6,1	5,5%	5,8%	88,8%
Valutazione complessiva	5,6	8,1%	7,5%	84,4%

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Monit. Ambient.	Valore Medio (scala 1-7)	Insoddisfatti (val.1-2-3)	In linea con le aspettative (val.4)	Soddisfatti (val.5-6-7)
Accesso al servizio				
<i>Facilità accesso</i>	5,2	15,6%	11,8%	72,6%
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	5,4	11,5%	10,3%	78,2%
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	5,6	9,8%	9,2%	80,9%
<i>Orario al pubblico</i>	5,4	14,3%	7,9%	77,8%
<i>Professionalità front office</i>	5,5	12,2%	9,1%	78,7%
Caratteristiche del prodotto				
<i>Qualità tecnica</i>	5,7	9,1%	7,2%	83,7%
<i>Comprensibilità</i>	5,7	10,9%	6,2%	82,9%
<i>Completezza</i>	5,6	10,7%	5,9%	83,4%
<i>Tempestività di erogazione</i>	5,2	15,5%	10,2%	74,3%
<i>Costi</i>	4,8	20,5%	15,8%	63,7%
Ambito della relazione				
<i>Competenza</i>	5,8	11,4%	5,2%	83,4%
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	6,0	6,9%	8,0%	85,1%
Valutazione complessiva	5,5	9,7%	8,3%	82,0%

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Monit. Qualità Aria	Valore Medio (scala 1-7)	Insoddisfatti (val.1-2-3)	In linea con le aspettative (val.4)	Soddisfatti (val.5-6-7)
Accesso al servizio				
<i>Facilità accesso</i>	5,4	13,8%	10,0%	76,2%
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	5,5	8,8%	11,5%	79,6%
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	5,7	10,0%	9,1%	80,9%
<i>Orario al pubblico</i>	5,6	8,8%	12,3%	78,9%
<i>Professionalità front office</i>	5,6	10,8%	5,8%	83,3%
Caratteristiche del prodotto				
<i>Qualità tecnica</i>	5,7	11,1%	6,3%	82,5%
<i>Comprensibilità</i>	5,5	12,9%	8,1%	79,0%
<i>Completezza</i>	5,5	12,4%	9,1%	78,5%
<i>Tempestività di erogazione</i>	5,2	16,7%	11,1%	72,2%
<i>Costi</i>	4,9	21,1%	14,7%	64,2%
Ambito della relazione				
<i>Competenza</i>	5,7	10,7%	6,6%	82,6%
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	5,9	10,1%	5,0%	84,9%
Valutazione complessiva	5,5	9,7%	8,3%	82,0%

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Attività Analitica	Valore Medio (scala 1-7)	Insoddisfatti (val.1-2-3)	In linea con le aspettative (val.4)	Soddisfatti (val.5-6-7)
Accesso al servizio				
<i>Facilità accesso</i>	5,6	8,1%	10,0%	81,8%
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	5,8	4,3%	8,6%	87,1%
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	6,1	2,9%	5,3%	91,9%
<i>Orario al pubblico</i>	6,2	2,4%	4,3%	93,3%
<i>Professionalità front office</i>	6,2	1,9%	5,7%	92,4%
Caratteristiche del prodotto				
<i>Qualità tecnica</i>	6,3	3,3%	0,5%	96,2%
<i>Comprensibilità</i>	6,2	3,3%	0,9%	95,7%
<i>Completezza</i>	6,2	3,3%	2,4%	94,3%
<i>Tempestività di erogazione</i>	5,3	13,3%	11,8%	74,9%
<i>Costi</i>	5,2	13,7%	13,2%	73,1%
Ambito della relazione				
<i>Competenza</i>	6,4	1,4%	1,0%	97,6%
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	6,5	1,9%	1,4%	96,7%
Valutazione complessiva	6,0	3,3%	2,9%	93,8%

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Esposti/SIA	Valore Medio (scala 1-7)	Insoddisfatti (val.1-2-3)	In linea con le aspettative (val.4)	Soddisfatti (val.5-6-7)
Accesso al servizio				
<i>Facilità accesso</i>	5,0	25,8%	8,1%	66,1%
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	5,0	24,6%	6,6%	68,9%
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	5,0	23,9%	1,5%	74,6%
<i>Orario al pubblico</i>	4,8	26,4%	3,4%	70,1%
<i>Professionalità front office</i>	4,9	27,3%	4,5%	68,2%
Caratteristiche del prodotto				
<i>Qualità tecnica</i>	4,9	29,5%	1,1%	69,3%
<i>Comprensibilità</i>	5,0	26,1%	2,3%	71,6%
<i>Completezza</i>	6,2	29,1%	3,5%	67,4%
<i>Tempestività di erogazione</i>	5,3	27,0%	6,7%	66,3%
Ambito della relazione				
<i>Competenza</i>	5,3	20,0%	1,3%	78,8%
<i>Cortesia e disponibilità</i>	5,4	15,7%	5,6%	78,7%
Valutazione complessiva	4,8	27,1%	6,3%	66,7%

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Riepilogo	Valori medi (scala 1-7)					
	Generale	Pareri	Mon. Amb.	Mon. Aria	Att. Analit.	Esp./SIA
Accesso al servizio						
<i>Facilità accesso</i>	5,3	5,3	5,2	5,4	5,6	5,0
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	5,4	5,3	5,4	5,5	5,8	5,0
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	5,7	5,7	5,6	5,7	6,1	5,0
<i>Orario al pubblico</i>	5,7	5,7	5,4	5,6	6,2	4,8
<i>Professionalità front office</i>	5,7	5,8	5,5	5,6	6,2	4,9
Caratteristiche del prodotto						
<i>Qualità tecnica</i>	5,8	5,8	5,7	5,7	6,3	4,9
<i>Comprensibilità</i>	5,7	5,7	5,7	5,5	6,2	5,0
<i>Completezza</i>	5,7	5,7	5,6	5,5	6,2	6,2
<i>Tempestività di erogazione</i>	5,2	5,2	5,2	5,2	5,3	5,3
<i>Costi</i>	5,0	4,9	4,8	4,9	5,2	///
Ambito della relazione						
<i>Competenza</i>	5,9	5,9	5,8	5,7	6,4	5,3
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	6,1	6,1	6,0	5,9	6,5	5,4
Valutazione complessiva	5,6	5,6	5,5	5,5	6,0	4,8

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Confronto 2014/2011	Insoddisfatti (1-2-3)		In linea con le aspettative (4)		Soddisfatti (5-6-7)	
	2014	2011	2014	2011	2014	2011
Accesso al servizio						
<i>Facilità accesso</i>	13,1%	11,1%	11,9%	14,1%	75,0%	74,8%
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	9,5%	8,9%	10,2%	9,0%	80,4%	82,1%
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	8,3%	7,8%	7,7%	8,0%	84,0%	84,2%
Caratteristiche del prodotto						
<i>Qualità tecnica</i>	9,6%	7,6%	4,4%	7,8%	86,0%	84,6%
<i>Comprensibilità</i>	10,2%	7,4%	4,5%	9,7%	85,3%	82,9%
<i>Completezza</i>	10,4%	9,0%	4,8%	8,5%	84,8%	82,5%
<i>Tempestività di erogazione</i>	16,1%	17,1%	11,1%	12,8%	72,8%	70,1%
<i>Costi</i>	18,1%	15,6%	15,1%	19,7%	66,9%	64,7%
Ambito della relazione						
<i>Competenza</i>	8,2%	6,3%	4,1%	7,1%	87,7%	86,6%
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	6,5%	5,6%	5,1%	7,5%	88,4%	86,9%
Valutazione complessiva	9,5%	8,6%	6,7%	9,8%	83,8%	81,6%

Il concetto e la misura dell'importanza

- **L'importanza può** essere rilevata in modo assoluto o relativo.

L'importanza **assoluta** è rilevata su tutti i fattori di soddisfazione analizzati ...

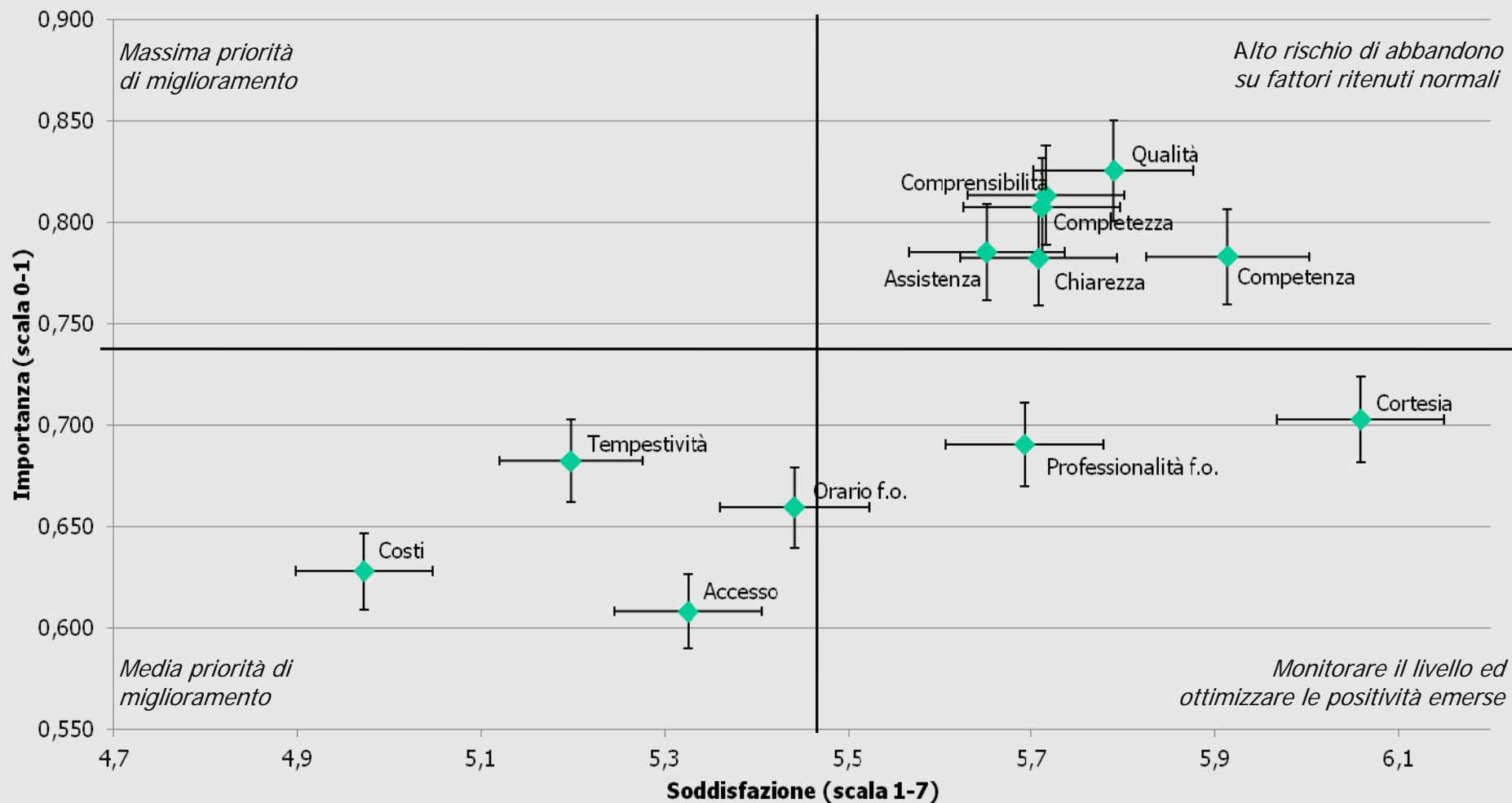
L'importanza **relativa** è rilevata per i soli casi in cui viene rilevato uno scarto ... fra percezione e aspettative (UNI 11098:2003)

- È possibile si crei confusione tra il concetto di **importanza (desiderato/atteso)** e quello di **soddisfazione (presenza)**.

Una alternativa alla richiesta del giudizio sull'importanza è costituita dall'inserimento nel questionario di una domanda finale sulla **soddisfazione** globale.

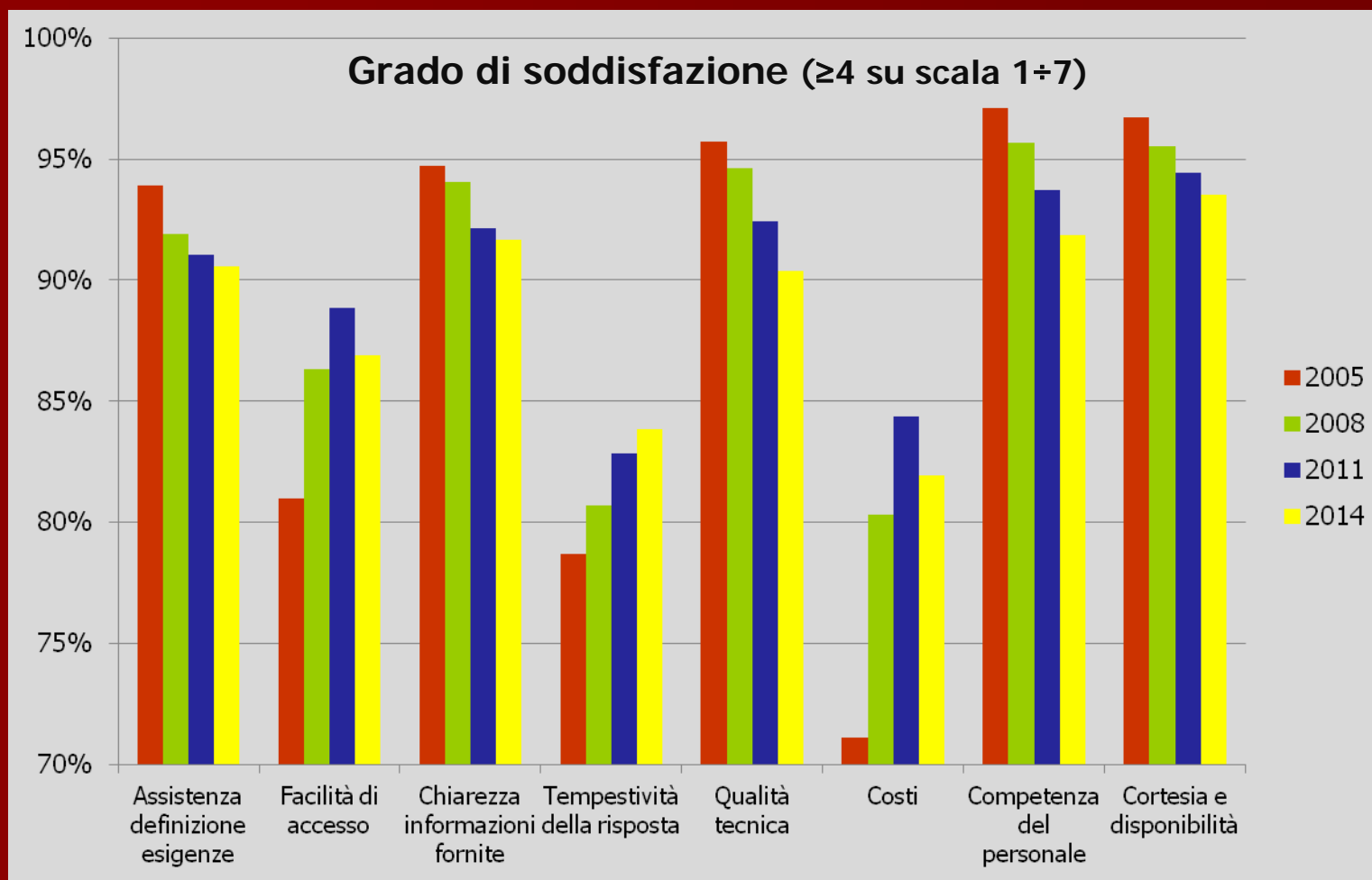
L'entità della **correlazione** fra ciascun parametro e la soddisfazione globale, riflette il contributo, quindi l'importanza, di ogni dimensione nel raggiungere un buon livello di soddisfazione globale. (Team di Innovazione Regionale – RER)

Mappa delle priorità di intervento - CS 2014



Le barre di errore per soddisfazione ed importanza disegnano un $\pm 3\%$ del valore rilevato

Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale



L'accesso: è stato inteso (*ref. risposte aperte*) anche come "accesso ai dati presenti nel sito" (incluso concetto di opendata)

- **Miglioramenti soddisfazione:** Accesso, Tempestività, Costi
- **In flessione:** i driver Tecnici e Relazionali
- **La flessione può essere sintomo di una maggiore "richiesta e/o attesa", che cresce con la dimensione della conoscenza dei servizi erogati, in rapporto alla maggior fruizione degli stessi**

CS 2014 - Esiti risposte aperte raggruppati per categorie			
Criticità segnalate	N°	Positività segnalate	N°
Controllo del territorio	31	Competenza del personale	33
Chiarezza delle informazioni fornite (qualità/tempestività/accesso/...)	18	Cortesìa e disponibilità del personale	28
Tempestività della risposta	12	Assistenza nella definizione delle esigenze	11
Totale segnalazioni di criticità	94	Totale segnalazioni di positività	105

LA COMUNICAZIONE

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE AMBIENTALE

	Numerosità risposte (su 891 questionari)	MEDIA (scala 1-7)	Dev. Std.	% Insodd. (1-2-3)	% Neutro (4)	% Soddisf. (5-6-7)
Facilità di lettura, comprensione, completezza	817	5,4	1,4	8,7	11,5	79,8
Frequenza e tempestività dell'informazione	810	5,2	1,5	12,1	14,8	73,1
Contributo alla diffusione di una cultura ambientale	793	5,3	1,5	11,1	15,9	73,0
Corrispondenza alle aspettative di conoscenza e informazione ambientale	798	5,3	1,4	10,2	15,2	74,7
Portale Internet di Arpa	565	5,5	1,3	8,3	7,6	84,1
'EcoScienza' e altre pubblicazioni dell'Agenzia	299*	5,4	1,6	13,4	10,0	76,6
Valutazione complessiva	820	5,2	1,4	10,6	14,0	75,4

* La numerosità delle risposte su "EcoScienza" ne segnala una conoscenza limitata pressoché alla mailing list distributiva

Partecipazione:

- Significativo calo dei rispondenti: **- 7% sul 2011, con +38% di invii**
- **Riduzione del 40%** dei questionari compilati via web
- Accentuata riduzione della compilazione delle sezioni del questionario: **solo 48% rispetto al 2011**
- Contrazione della disponibilità di partecipazione al panel di monitoraggio annuale di CS: **-20%** tra i rispondenti rispetto al 2011
- Aumento dell'**incidenza di industria e artigianato (+13%)** nei rispondenti e corrispondente riduzione del settore delle PP.AA.
- **Minore disponibilità** alle interviste in presenza
- Mantenimento di una **elevata qualità assegnabile ai risultati** dell'Indagine (errore $\pm 3\%$)

Riscontri:

- Calo del **CSI: -2,2 punti** rispetto al 2011 e -2,6 sul 2008
- Giudizio più critico (**4,8**) registrato per **esposti e SIA**
- Raddoppia al **10%** il giudizio generale di **Insoddisfazione (<4)**, era il 5% nel '11
- Molti driver (*assistenza, chiarezza, qualità tecnica, competenza, cortesia e disponibilità*) presentano un **calo costante del valore di soddisfazione** dal 2005 ad oggi, pur **mantenendo livelli di elevata positività**
- **Criticità** maggiormente segnalata: il **controllo del territorio** (31 segnalazioni su 94), a fronte di una **competenza del personale** riconosciuta come principale **positività** (33 segnalazioni su 105)
- **Ottima** la valutazione del **web**
- **Limitato livello di notorietà** registrato per “EcoScienza”, fattore verosimilmente collegato al campione dei lettori della rivista partecipanti all’indagine
- **Flessione** dei **giudizi sui driver tecnici** per un possibile **maggior “valore atteso”** con l’aumento di conoscenza dei servizi erogati dall’Agenzia, in rapporto alla maggior fruizione degli stessi

Possibili Aree di intervento:

- Riprogettazione/integrazione delle **modalità di ascolto dell'utenza**, valutando anche possibili confronti/interazioni con le altre Agenzie del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente (SNPA) → **tema della partecipazione**
- Miglioramento **delle modalità (e dei contenuti) di informazione** su servizi/prestazioni erogati dall'Agenzia, in rapporto alla tipologia ed all'evoluzione della "domanda" → **tema della assistenza, chiarezza**
- Migliore **contestualizzazione tecnica di prodotti/prestazioni** assicurate dall'Agenzia in relazione alla "attesa" dei diversi utenti (protocolli operativi chiari e declinati sulle istanze) → **tema della qualità tecnica, competenza**
- Favorire iniziative di **formazione, adeguamento tecnologico, innovazione** di processi, **omogeneizzazione** su std di best practice (in sintonia con Linee Guida definite dal SNPA), dando maggior rilievo al contenuto tecnico (complessità e integrazione) della prestazione → **tema della qualità tecnica, competenza**
- Azioni di monitoraggio e miglioramento del **contesto organizzativo**, favorendo condizioni lavorative di "disponibilità" del personale alla "relazione" sia interna che esterna → **tema della cortesia e disponibilità**