

Customer Satisfaction Audit 2023

HYDROGEO S.p.A.

HydroGEO



Luglio 2023
Lavoro realizzato da

STRATEGICA
diritti al obiettivo

*Utenti del servizio di distribuzione
idrica nei 20 Comuni
serviti da HYDROGEO S.p.A*

PREMESSA

La misurazione della Customer Satisfaction (soddisfazione degli utenti) costituisce un momento conoscitivo di importanza fondamentale, sia come **metro di valutazione** per l'efficienza del servizio erogato, sia in quanto **punto di partenza** per le azioni future che l'azienda deciderà di effettuare con lo scopo di ottenere un miglioramento della qualità complessiva.

Il monitoraggio ci permette di conoscere le opinioni degli utenti per:

- Capire i bisogni, le esigenze e le aspettative;
- Superare gli scostamenti tra la qualità percepita e la qualità erogata;
- Stabilire degli standard di performance;
- Capire in quale direzione orientare le scelte future;
- Misurare il gradimento, l'impatto dei cambiamenti
- Avviare un processo di miglioramento continuo della qualità del servizio;

FATTORI ANALIZZATI

Per costruire un **INDICE** di **Customer Satisfaction** abbiamo operato sui seguenti fattori del servizio

ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO

FATTURAZIONE

NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

NUMERO VERDE SERVIZIO CLIENTI

RELAZIONE ALLO SPORTELLO

SITO WEB

RAPPORTO QUALITA' / PREZZO

Inoltre, abbiamo indagato sulle percezioni riguardo

GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO

NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

ANDAMENTO DEL SERVIZIO, CONOSCENZA E SVILUPPO

SCHEDA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Universo dell'indagine: **105.564** residenti - utenti in 20 Comuni della provincia di Pordenone serviti da HydroGEA S.p.A. .

Quantità interviste finali: **1.415**

Margine di errore: + - **2,6 %**

Livello di confidenza: **95,0%**

L'indagine si è svolta raccogliendo dati sul campo dal 18 luglio al 3 agosto 2023. L'attuale monitoraggio di Customer Satisfaction permette ad HYDROGEA s.p.a di avere una valutazione complessiva della percezione della qualità del servizio da parte dell'utenza.

L'incorporazione strutturale dello strumento di valutazione aziendale si riafferma una procedura sistematica e scientifica di ascolto dell'utenza con l'obiettivo di migliorare permanentemente la qualità del servizio offerto.

Questionario strutturato con domande chiuse e aperte con controllo di coerenza.

Questionario rivolto a colui/colei che gestisce principalmente il rapporto con l'azienda.

Squadra in Campo

Coordinatore Area Tecnica: **Eduardo Sulpizio** – Economia e finanza, Università D'Annunzio di Chieti – Pescara

Statistiche: **Michelangelo Vegliò** – Economia e finanza, Università D'Annunzio di Chieti – Pescara

Grafica: **Simone Mazzaferro** – Economia e finanza, Università D'Annunzio di Chieti – Pescara

Disegno Copertina e controcopertina: **Sara Della Nebbia** – Design, Università degli studi Perugia

Capogruppo team intervistatori: **Eugenio di Cesare**

Relazioni Commerciali - Analisi ed attualizzazione della legislazione relativa: Dott. **Massimiliano Scioli**

Intervistatori: **Annabarbara Assogna, Tina Fornica, Silvia di Miero, Candela Gaitàn, Adelina Labella, Michela Rainone, Luca Tomasi, Anahi Carreira e Laura Latraro.**

Responsabile generale: **David Buccini** – Amministratore Unico Strategica Srls

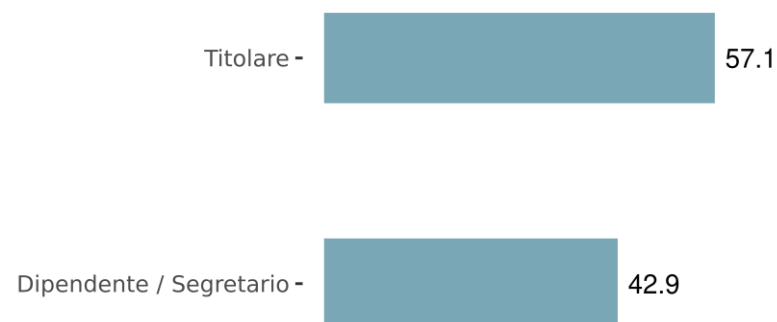
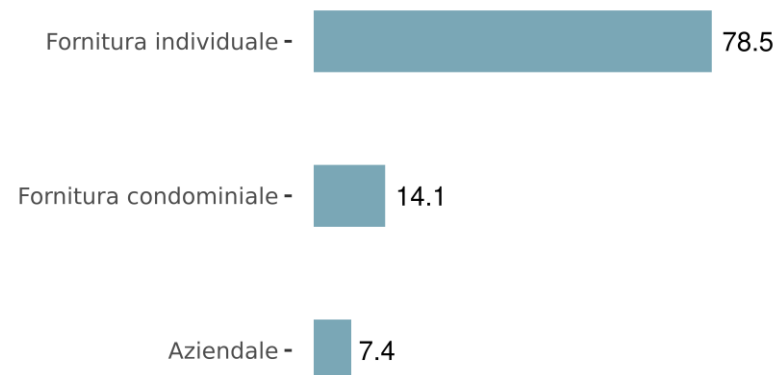
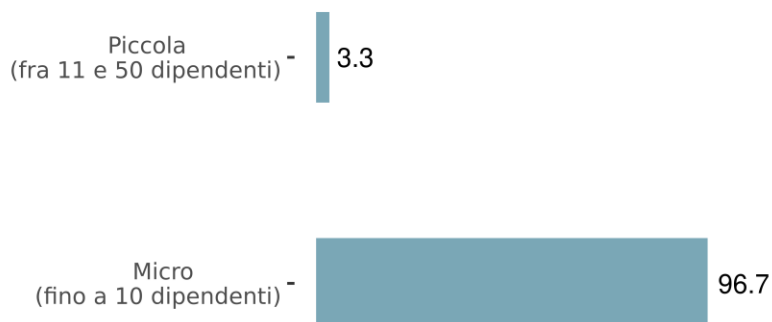
SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Dati relativi all'indagine svolta

Abbiamo condotto 1.415 interviste: il 78,5% di case private, il 14,1% in condomini e circa il **7,4% di utenze commerciali**.

Il 96,7% delle attività commerciali intervistate ha una dimensione Micro (fino a 10 dipendenti), il 3,3% ha una dimensione Piccola (fra 11 e 50 dipendenti).

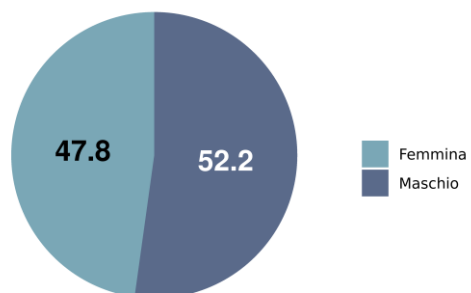
Il 57,1% dei rispondenti è titolare dell'attività, mentre l'altro 42,9% è un dipendente.



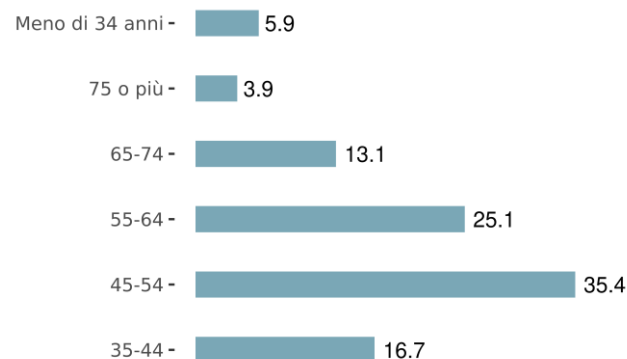
INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Dati relativi all'indagine svolta

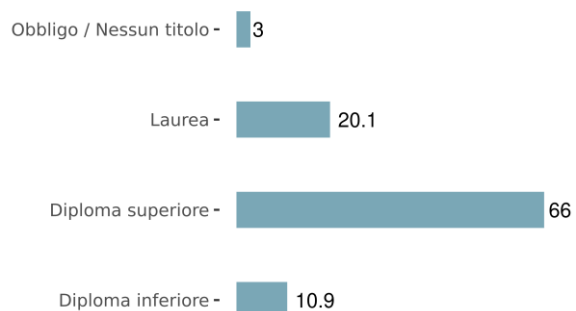
Genere



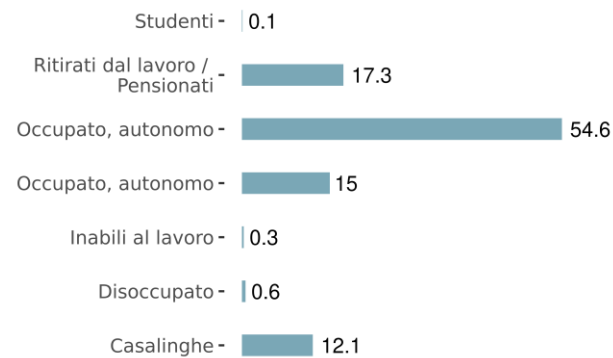
Età



Titolo di studio

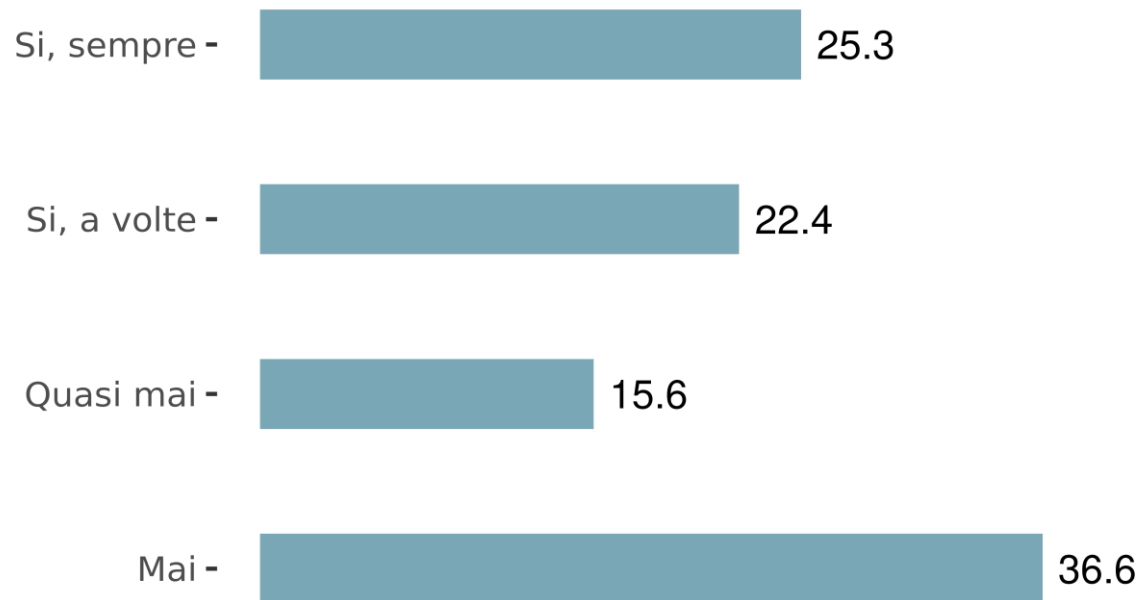


Condizione lavorativa



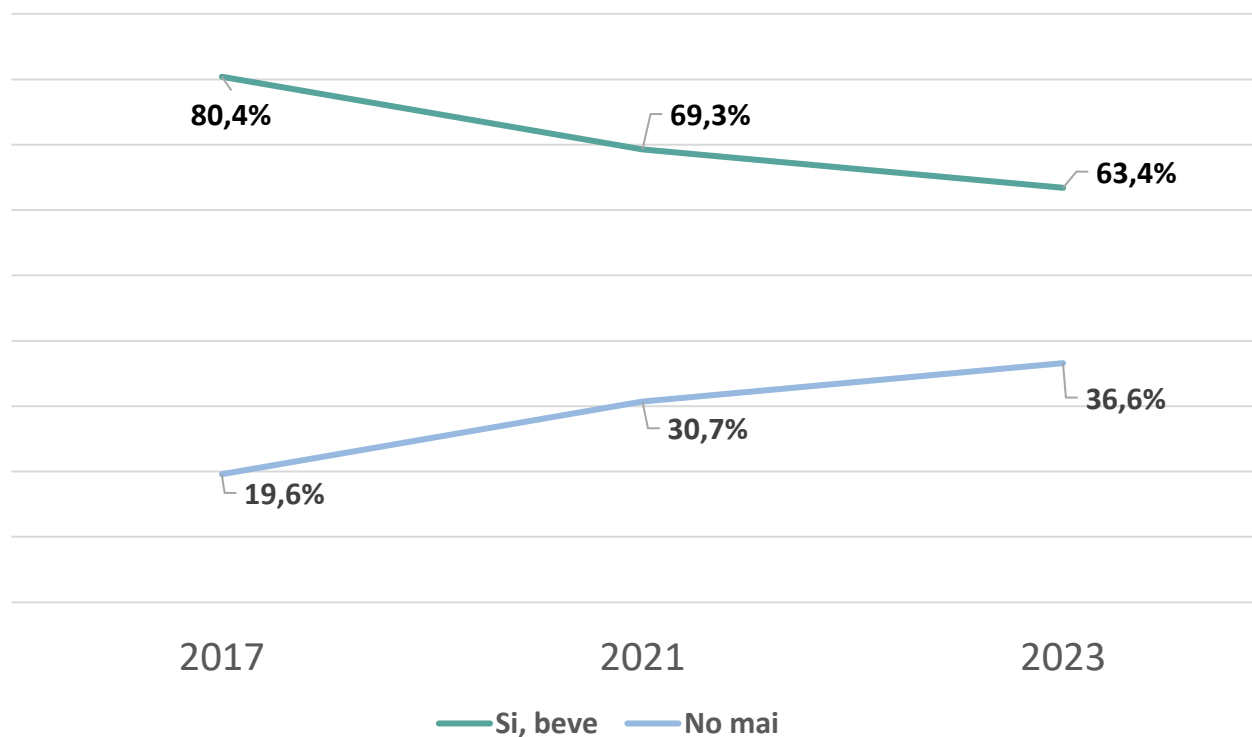
ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO

Utilizza l'acqua del rubinetto per bere?



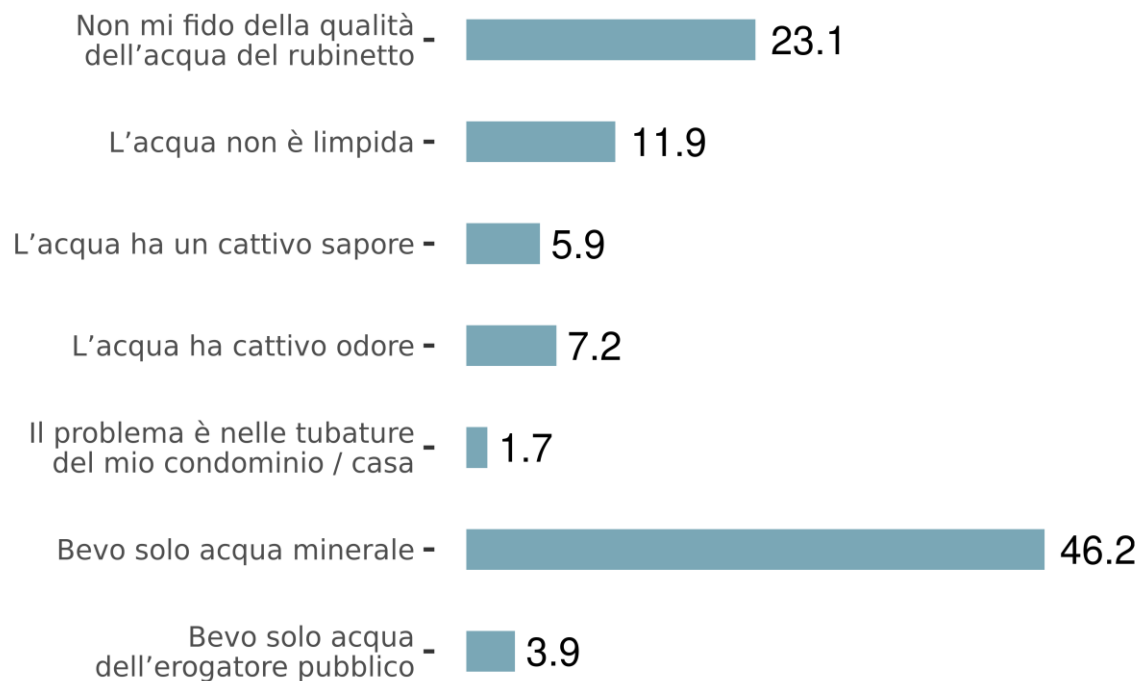
ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO – TREND

Andamento della percentuale del consumo d'acqua



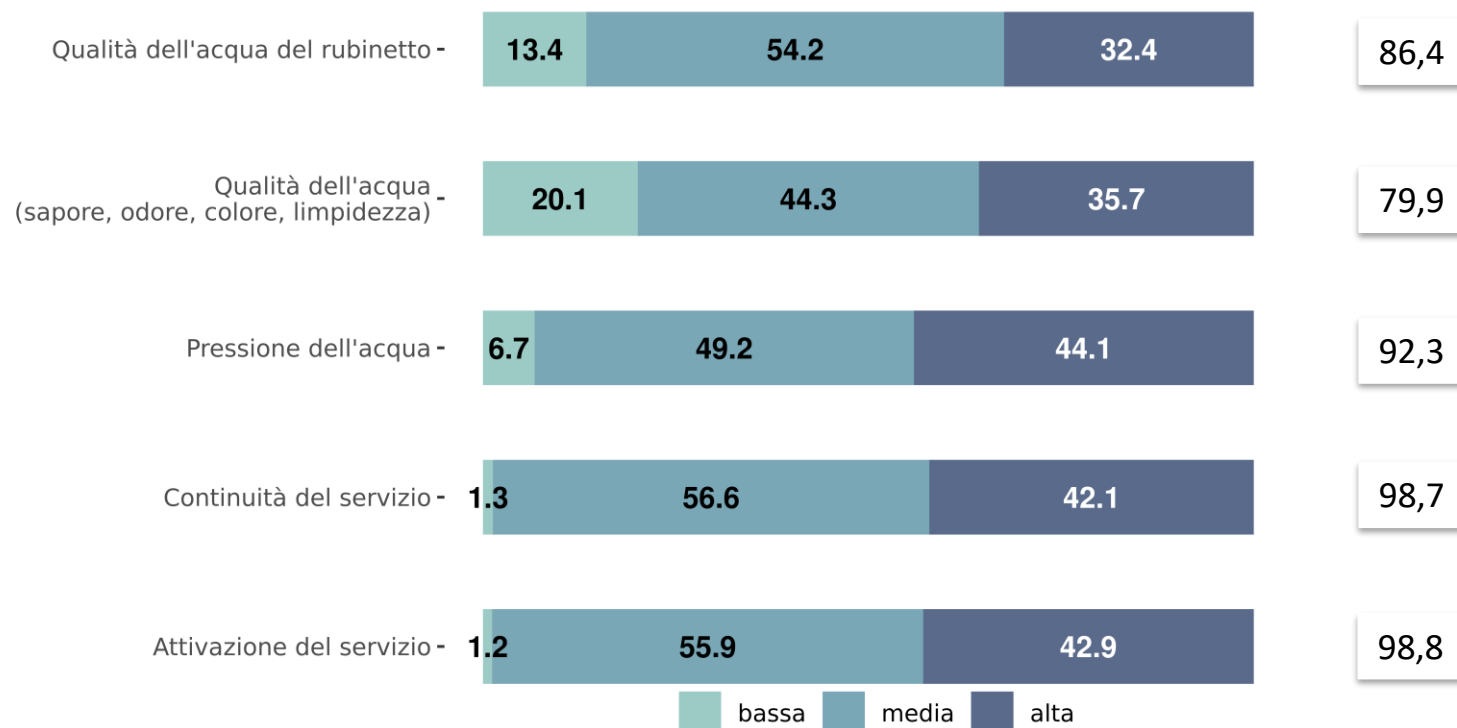
ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO

Se mai o quasi mai, perché? (sul 52,2% del totale)



ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

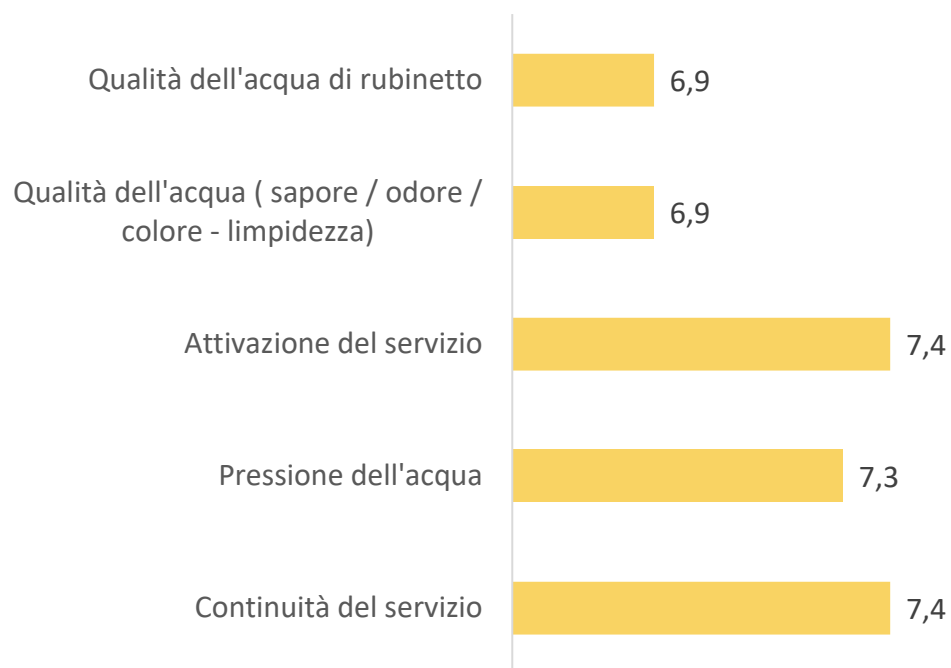


Indice % di soddisfazione media Aspetti tecnici del servizio

91,2

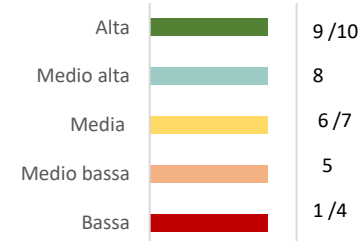
ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



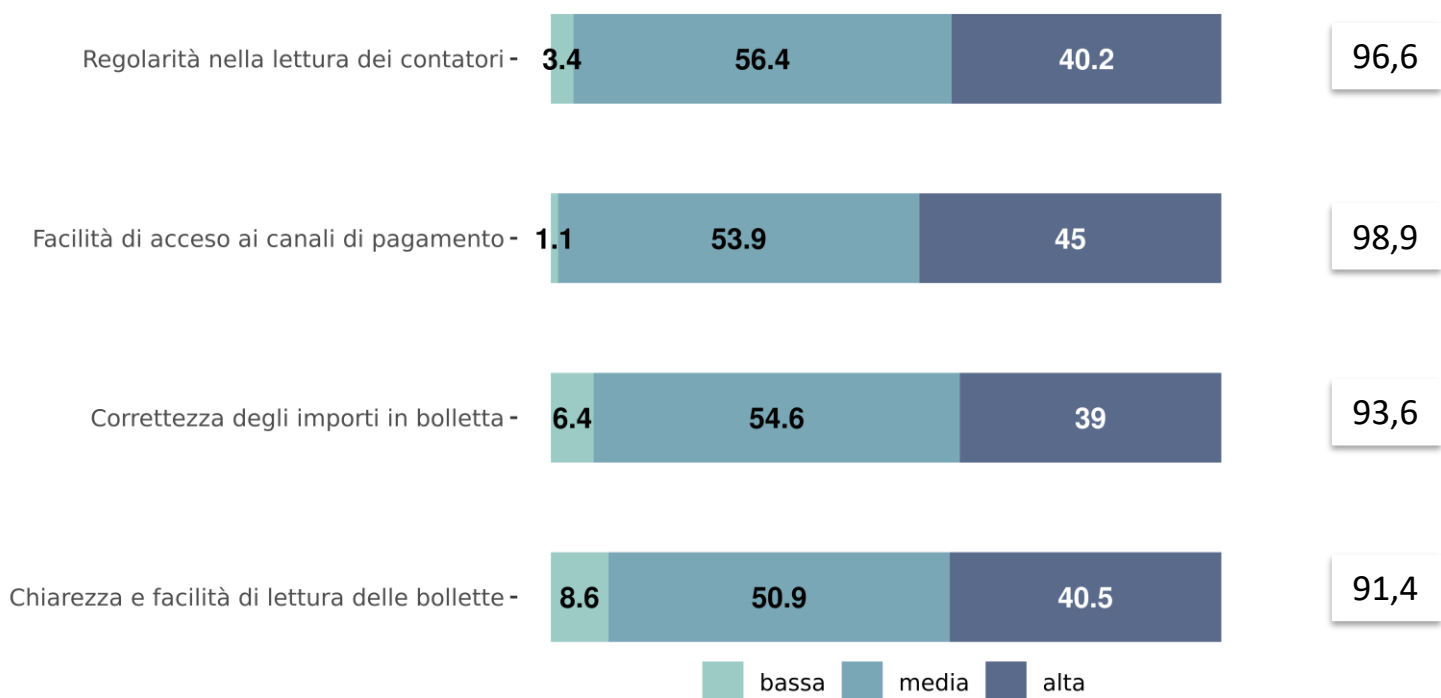
Intensità
(media dei punteggi)
Aspetti tecnici del
servizio

7,2



FATTURAZIONE

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

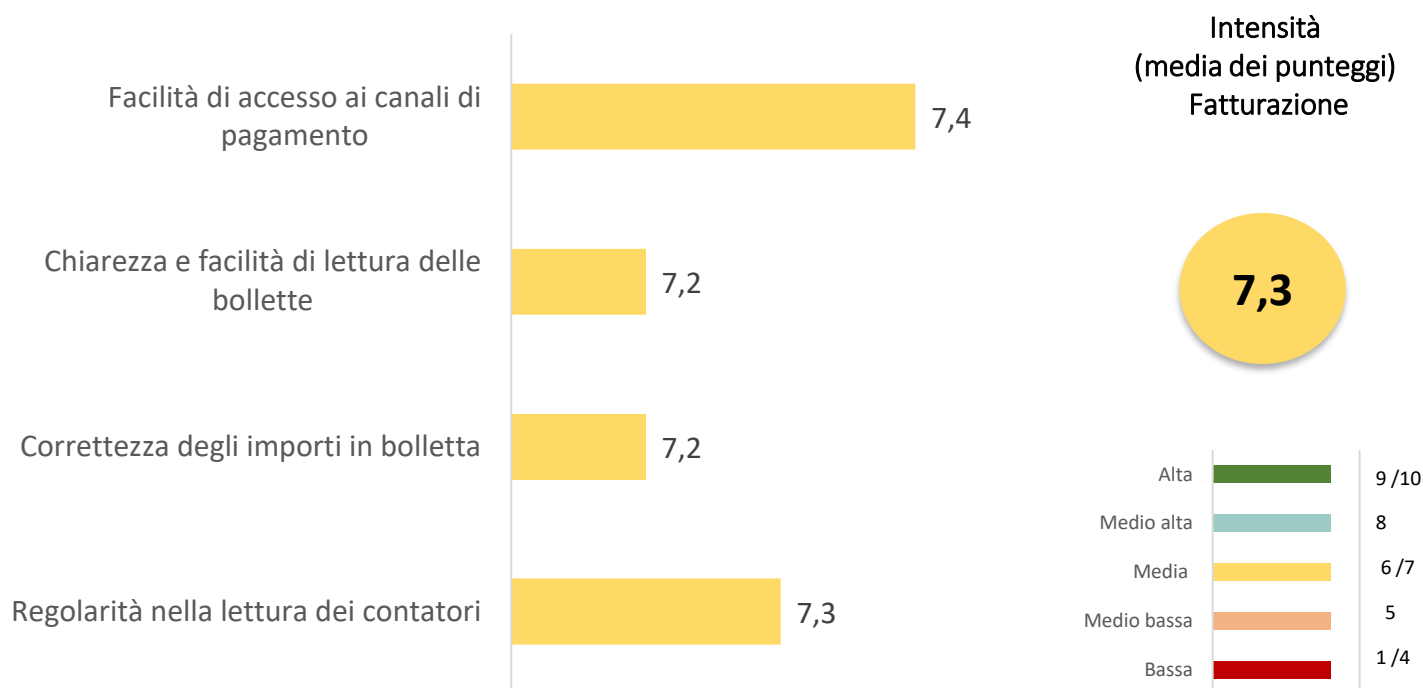


Indice % di soddisfazione media Fatturazione

95,1

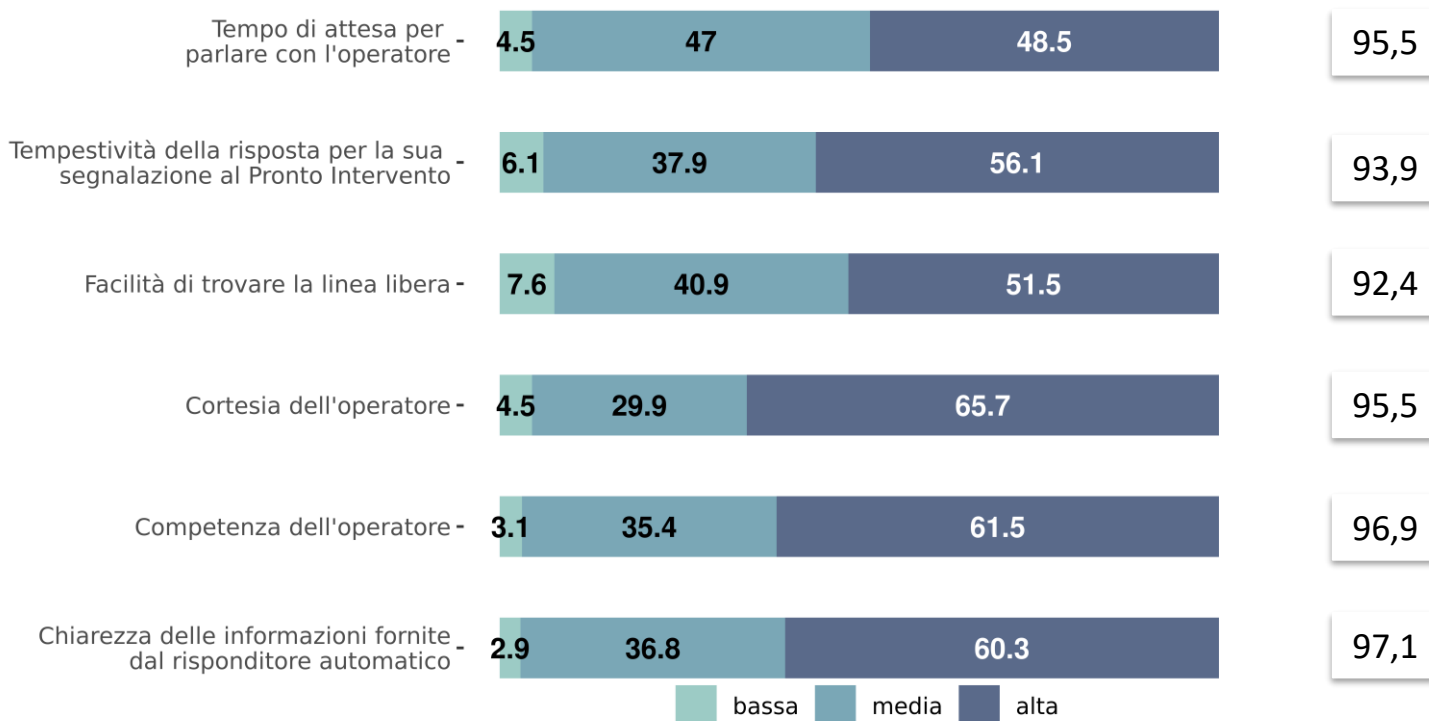
FATTURAZIONE

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

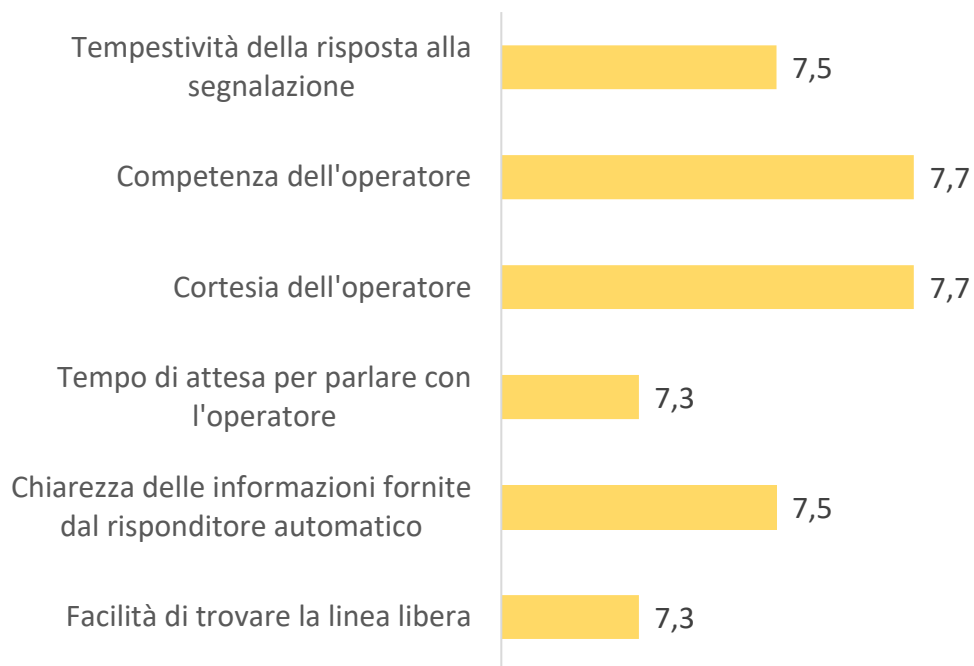


Indice % di soddisfazione media Numero Verde Pronto Intervento

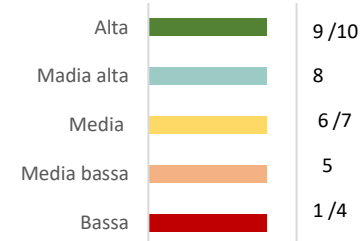
95,2

NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

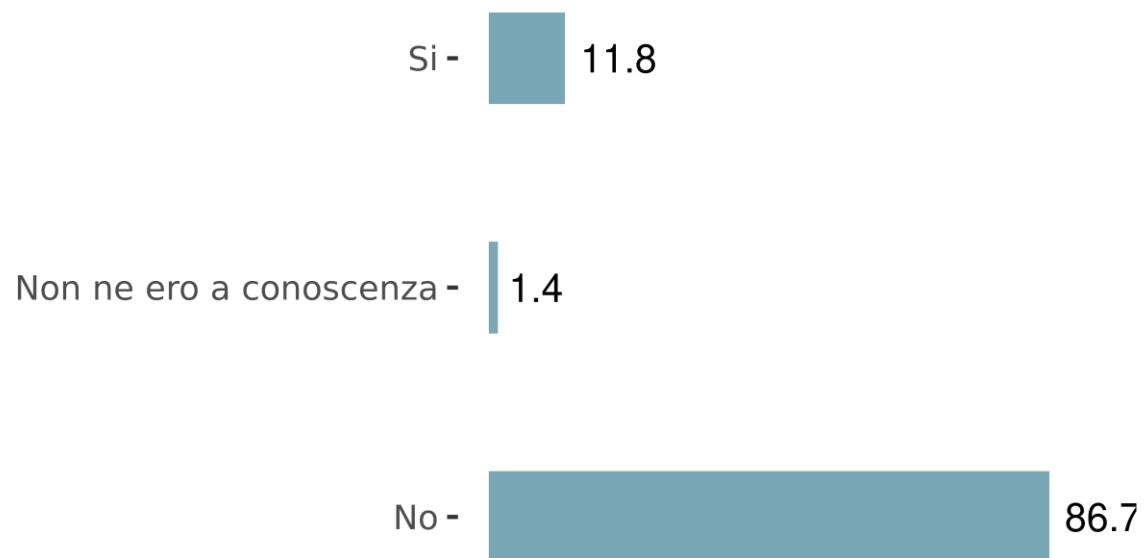


Intensità
(media dei punteggi)
Numero Verde Pronto
Intervento



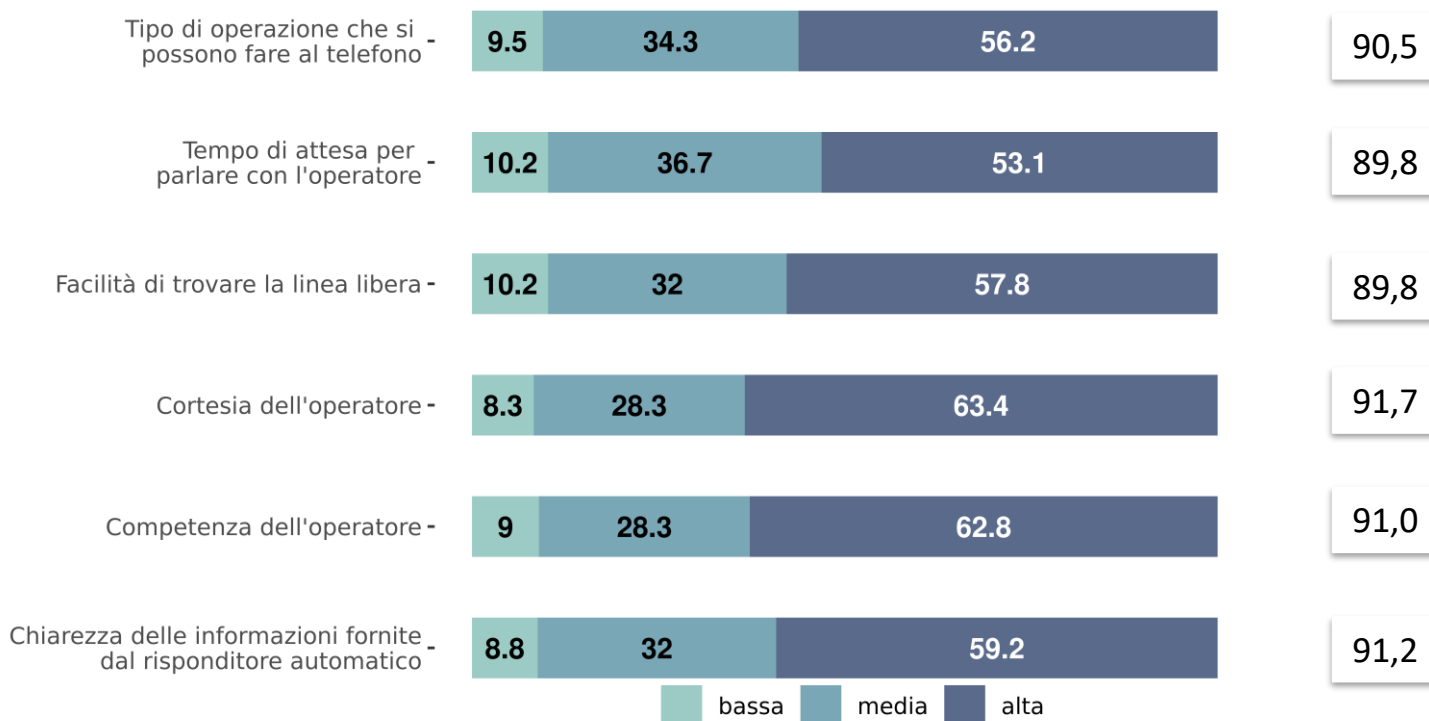
NUMERO VERDE SERVIZIO CLIENTI

Ha mai usato il numero verde servizio clienti?



NUMERO VERDE SERVIZIO CLIENTI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

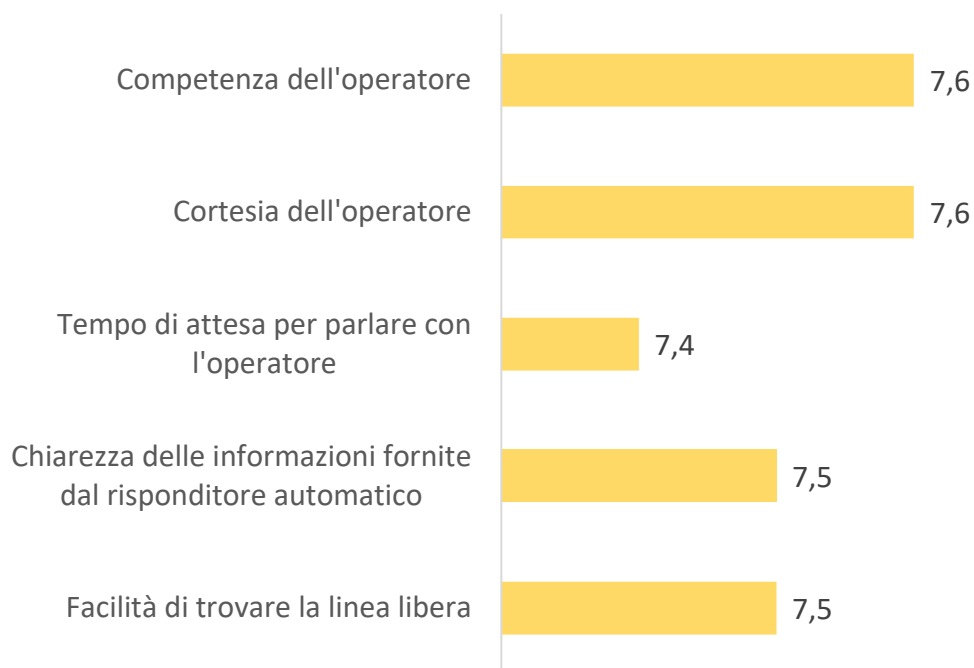


Indice % di soddisfazione media Numero Verde Servizio Clienti

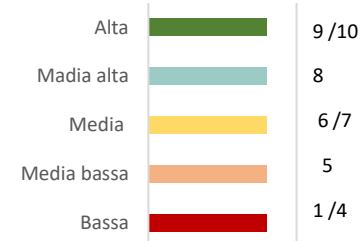
90,7

NUMERO VERDE SERVIZIO CLIENTI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

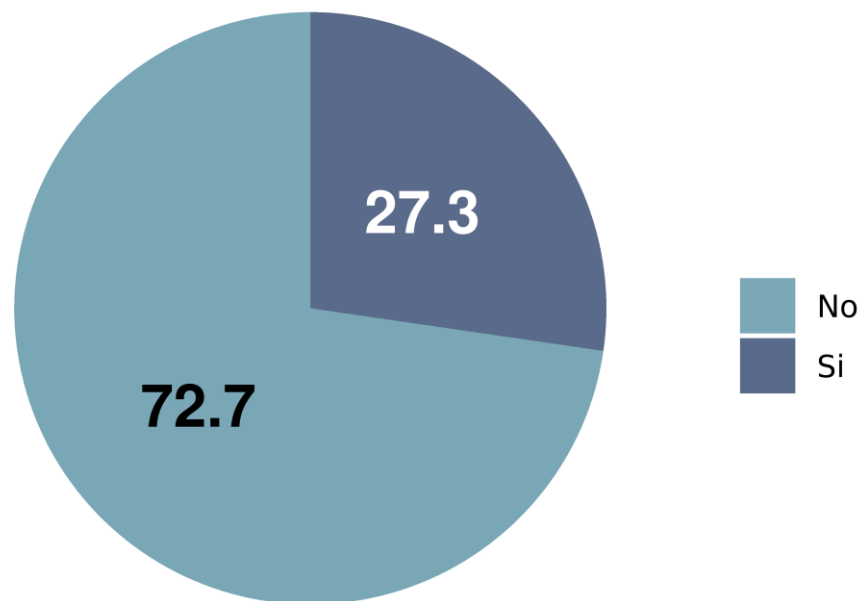


Intensità
(media dei punteggi)
Numero Verde Servizio
Clienti



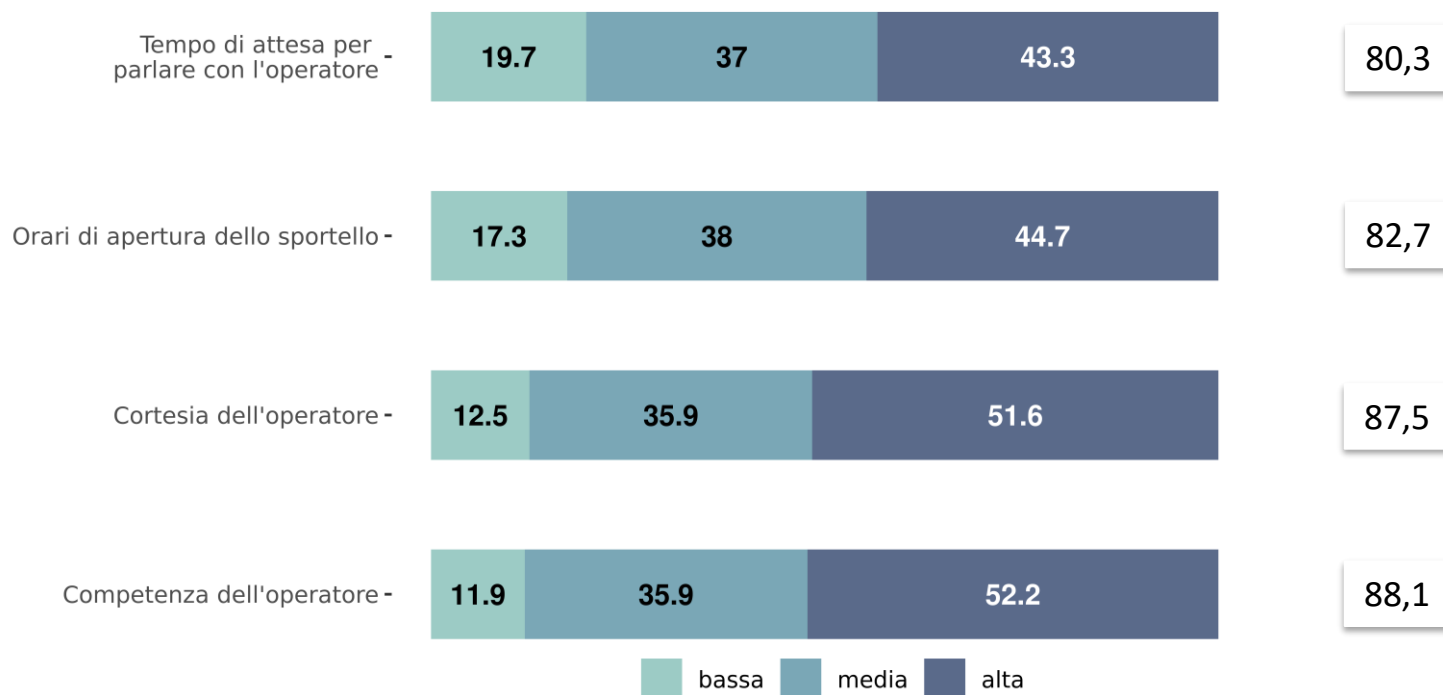
RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Si è mai recato allo sportello?



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

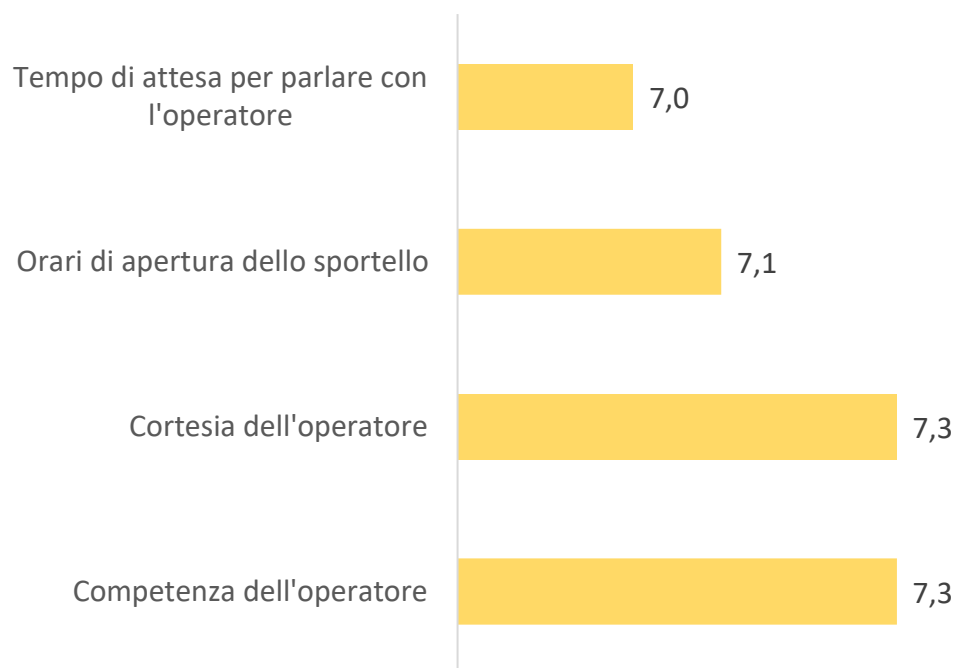


Indice % di soddisfazione media Relazione allo sportello

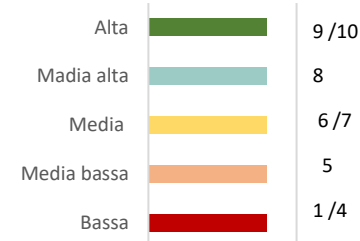
84,7

RELAZIONE ALLO SPORTELLO

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

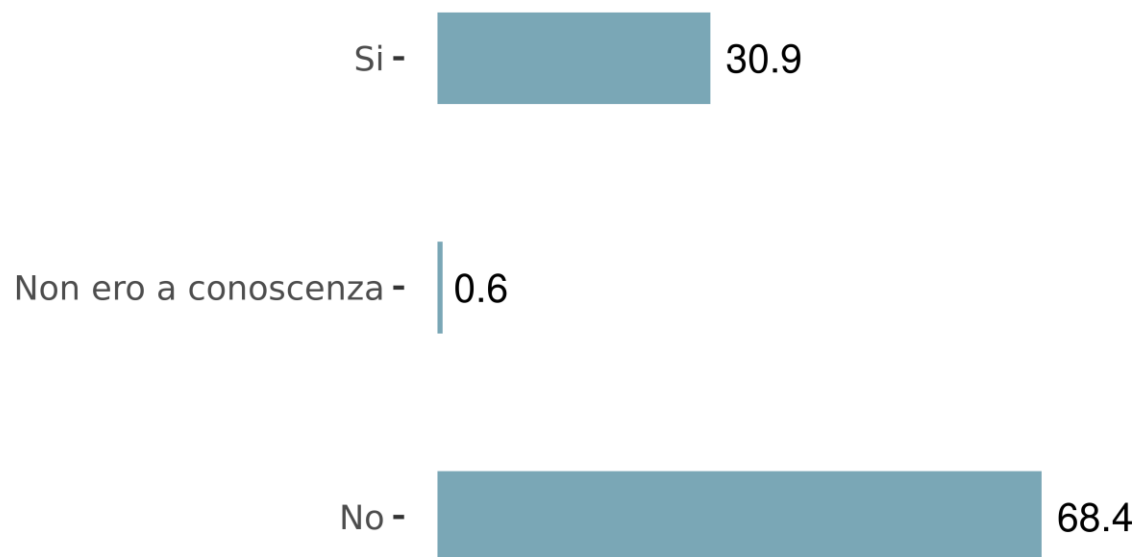


Intensità
(media dei punteggi)
Relazione allo Sportello



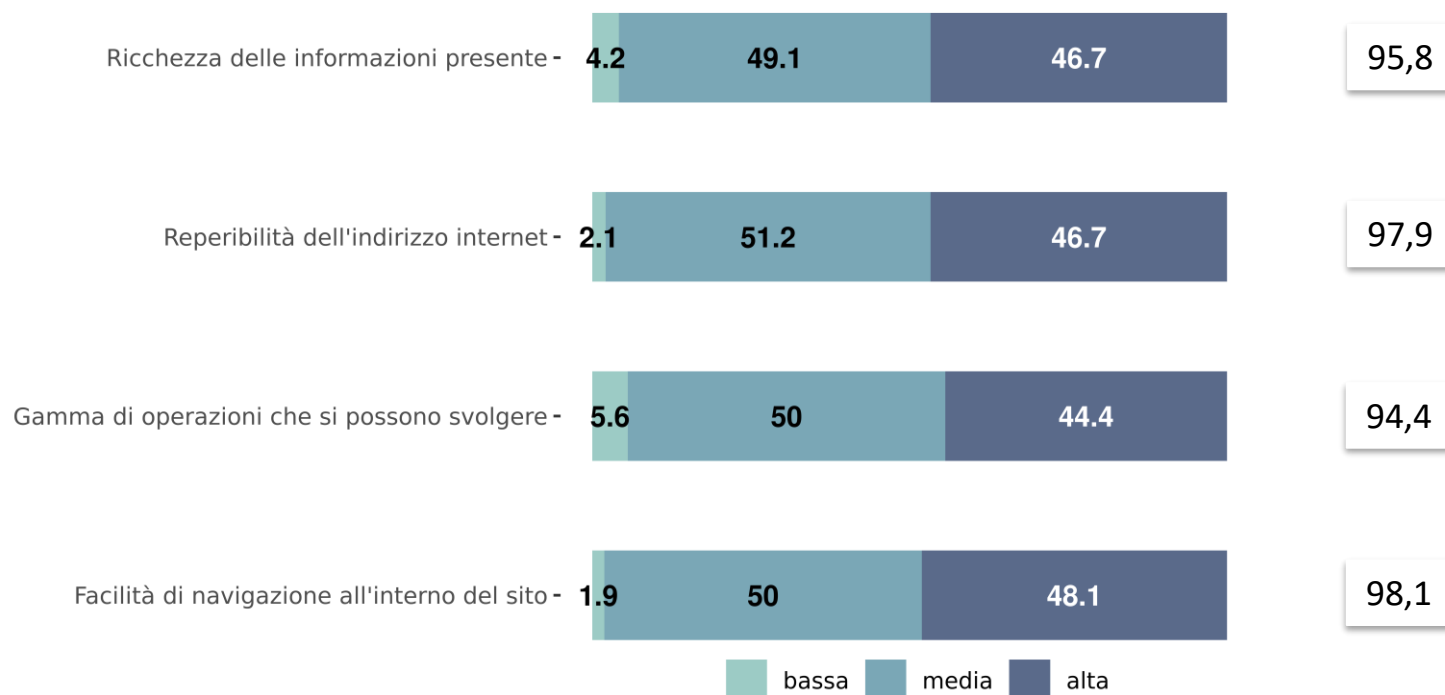
SITO WEB

Ha mai utilizzato il sito web?



SITO WEB

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

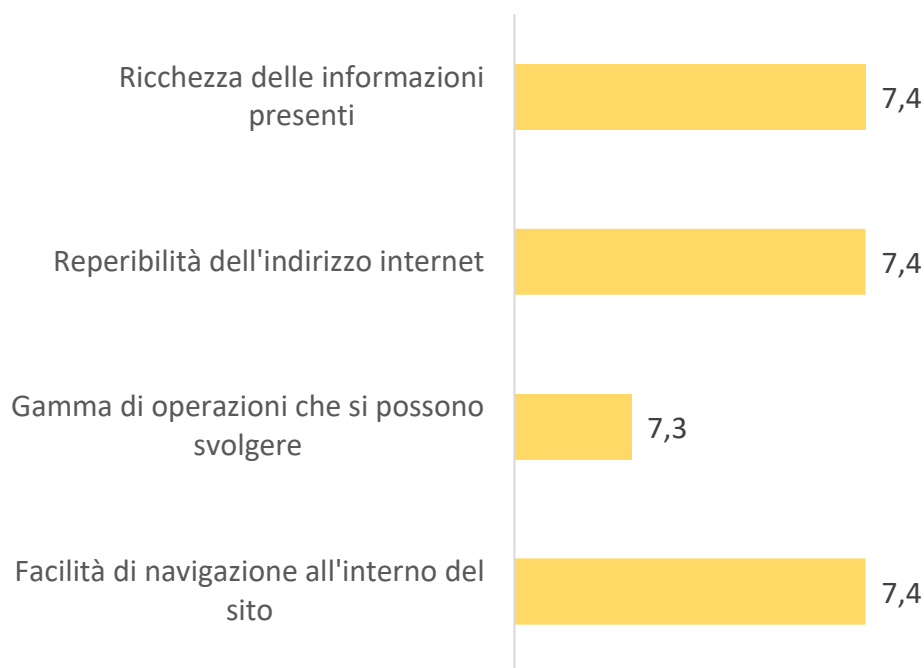


Indice % MEDIA di soddisfazione Sito Web

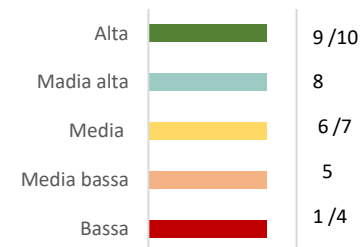
96,6

SITO WEB

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

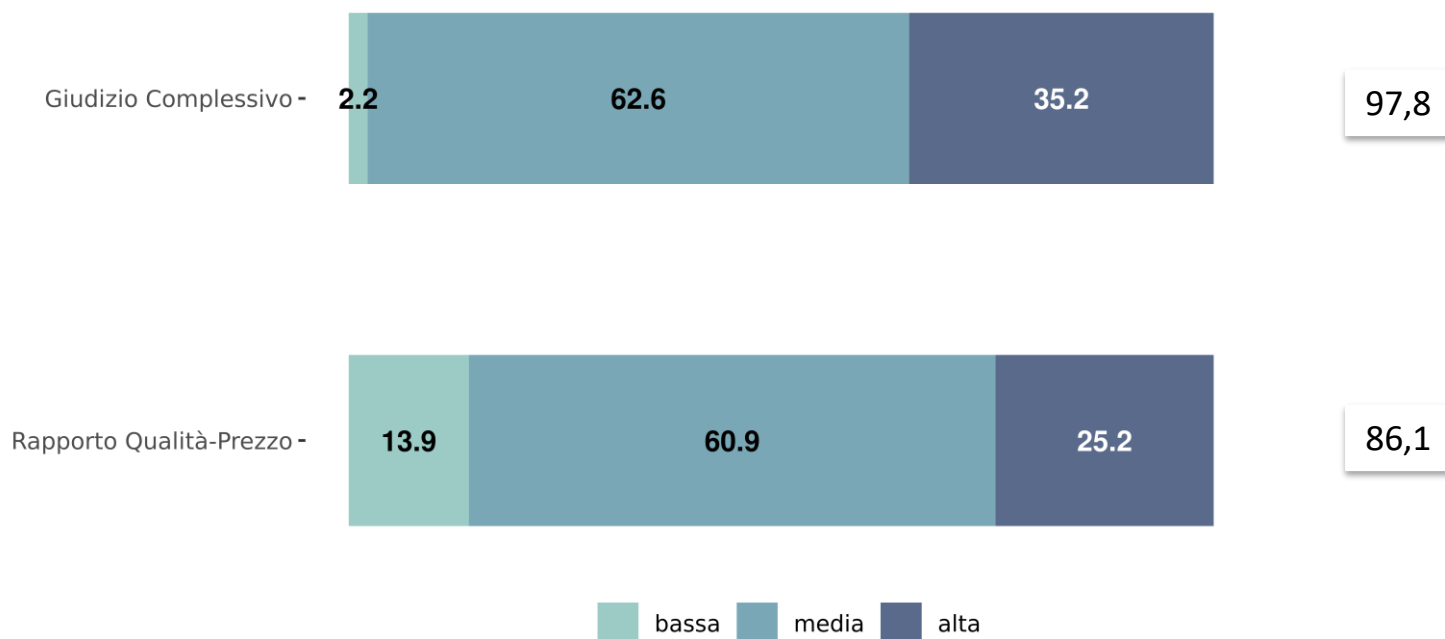


Intensità
(media dei punteggi)
Sito Web



GIUDIZIO COMPLESSIVO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

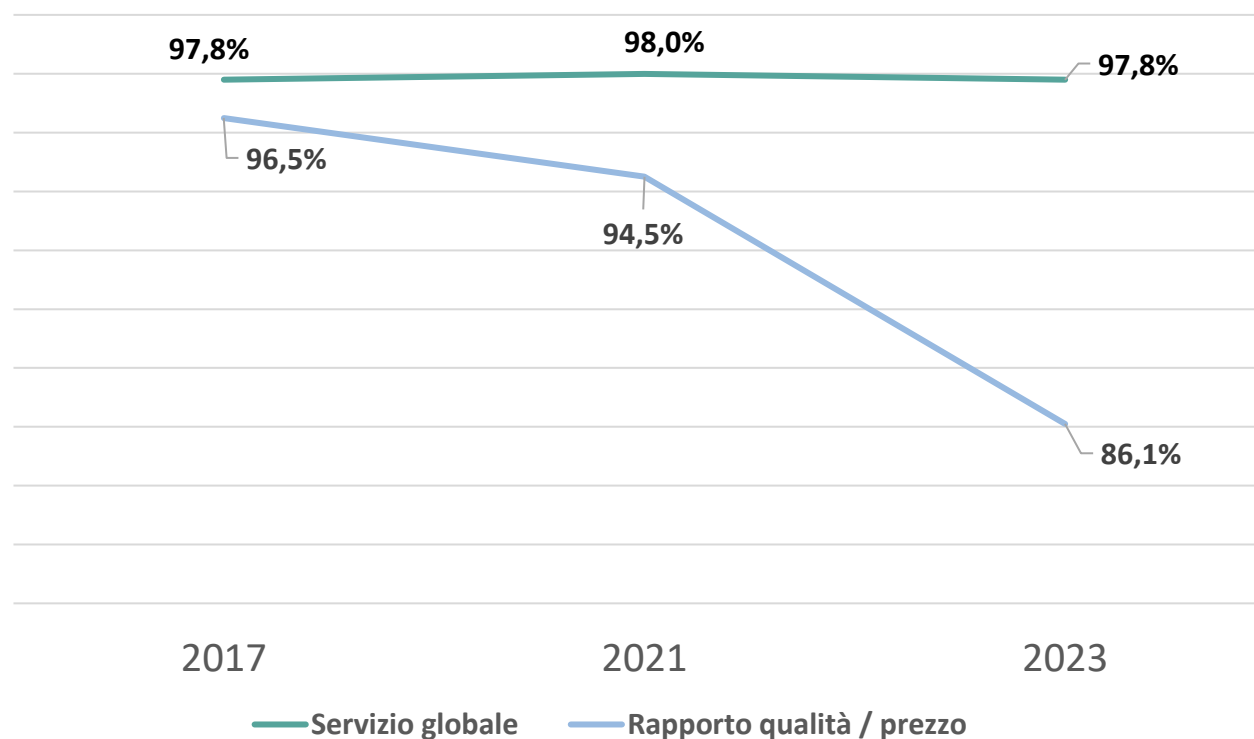


Indice % di soddisfazione media Giudizio Complessivo

92,0

GIUDIZIO COMPLESSIVO – TREND

Andamento dell'indice di soddisfazione media



GIUDIZIO COMPLESSIVO

Considerazioni

A conclusione dell'intervista, una volta ripassati tutti gli aspetti fondamentali del servizio offerto da HydroGEA S.p.A., vengono poste due domande a carattere generale: la prima riguarda la percezione complessiva sul servizio globale relativo alla fornitura dell'acqua; la seconda domanda invece è di carattere economico, il rapporto qualità / prezzo.

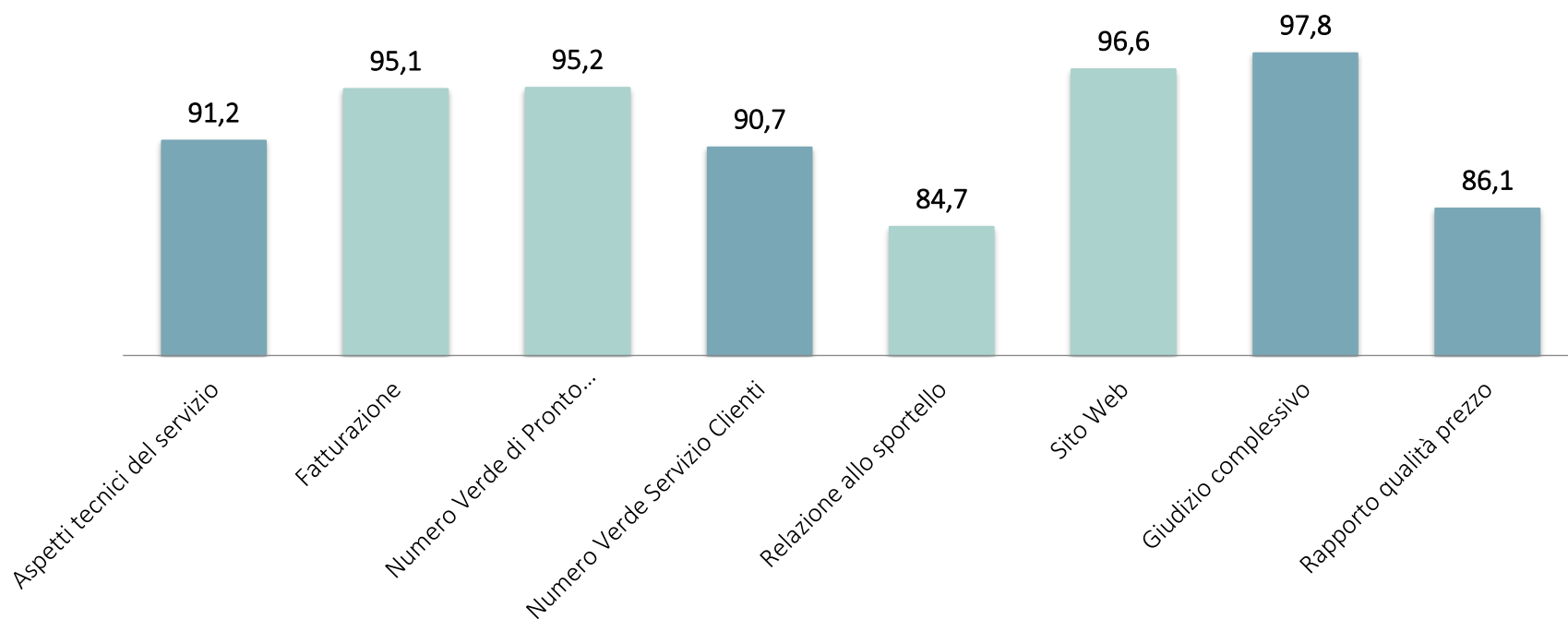
Il 97,8% dell'utenza reputa il servizio soddisfacente: di questi, il 62,2% ha conferito un voto da 6 a 7, mentre il 35,2% ha votato da 8 a 10. Come risultato, l'intensità della soddisfazione segna un 7,2, all'interno della fascia media, ed in linea con tutti i risultati riscontrati durante l'indagine. La grande maggioranza di voti intermedi ci fa capire che il servizio viene reputato sufficientemente dall'utenza, senza destare un forte entusiasmo. Una delle sfide aziendali sarà quella di innalzare l'intensità della soddisfazione nella percezione dell'utenza.

Il rapporto qualità / prezzo, un fattore delicato per via della propria natura economica, risulta sempre essere l'aspetto meno soddisfacente per l'utenza: come in ogni rapporto commerciale, il cliente finale si aspetta di ricevere sempre un servizio migliore rispetto a ciò che paga. Proprio per questo motivo è molto incoraggiante vedere come la percentuale di insoddisfatti si tenga al 13,9%, mentre la percentuale di altamente soddisfatti si attesta al 25,2%: un utente su quattro, quindi, reputa eccellente il costo pagato per ottenere il servizio. L'intensità della soddisfazione, per via della grande percentuale di voti intermedi (60,9%), si ferma a 6,7, nella parte inferiore della fascia Media.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

Utenti soddisfatti - Media ponderata della percentuale del voto da 6 a 10 su ogni fattore

93,3



CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



CUSTOMER SATISFACTION INDEX

Nota metodologica

NOTA METODOLOGICA: *Per costruire un Indice di Customer Satisfaction (sintetico) abbiamo assegnato ad ogni Fattore un peso specifico relativo all'importanza che ognuno ha all'interno del sistema.*

FATTORE	PESO
Aspetti tecnici del servizio	0,22
Fatturazione	0,09
Numero verde pronto intervento	0,09
Numero verde servizio clienti	0,09
Relazione allo sportello	0,09
Sito web	0,09
Rapporto qualità / prezzo	0,05
Giudizio Complessivo	0,25
TOTALE	1

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

Confronto: INDICE GENERALE / INDICE SINTETICO

L'INDICE GENERALE DI SODDISFAZIONE (*overall*) è la risposta a una **domanda unica fatta alla fine della valutazione** del servizio e dopo che l'intervistato ha appena ripassato tutti gli aspetti componenti del servizio.

GIUDIZIO GLOBALE: **In totale, considerando tutti gli aspetti del servizio, quanto è soddisfatto?**

L'INDICE SINTETICO è il valore della **media ponderata** dove ogni singolo Fattore ha un peso relativo all'interno dell'insieme in base alla sua importanza. L'Indice Sintetico è **quello da considerare come risultato finale** della misurazione della qualità del servizio.

INDICE GENERALE	97,8
INDICE SINTETICO	93,3

Dall'esame dei Fattori emerge come l'**INDICE SINTETICO** di SODDISFAZIONE sia positivo e superiore alla soglia convenzionale di Alta Soddisfazione (90,0)

L'**INDICE GENERALE** di SODDISFAZIONE è superiore a quello Sintetico di **4,5 punti percentuali**, quindi il BRAND aziendale, l'immagine del marchio HydroGEA S.P.A., viene percepito positivamente dagli utenti e **genera un valore aggiunto** rispetto alla performance diretta del servizio considerato.

MAPPA DELLE PRIORITÀ

Il significato della mappa delle priorità

La mappa rappresenta un primo strumento di analisi che fornisce una immediata e chiara rappresentazione del posizionamento degli item e consente di orientare il processo di decisione con particolare riferimento agli item a maggiore fabbisogno di attenzione. Ciò nonostante, è bene prendere atto che essa va considerata come un mezzo di supporto alle decisioni e non come produttore di decisioni intrinsecamente valide. Già a questo livello, occorre pertanto essere consapevoli che il ruolo del management non viene assolutamente meno, ma anzi grazie allo strumento vede enfatizzata la possibilità di valutazione critica dei risultati emersi dall'indagine.

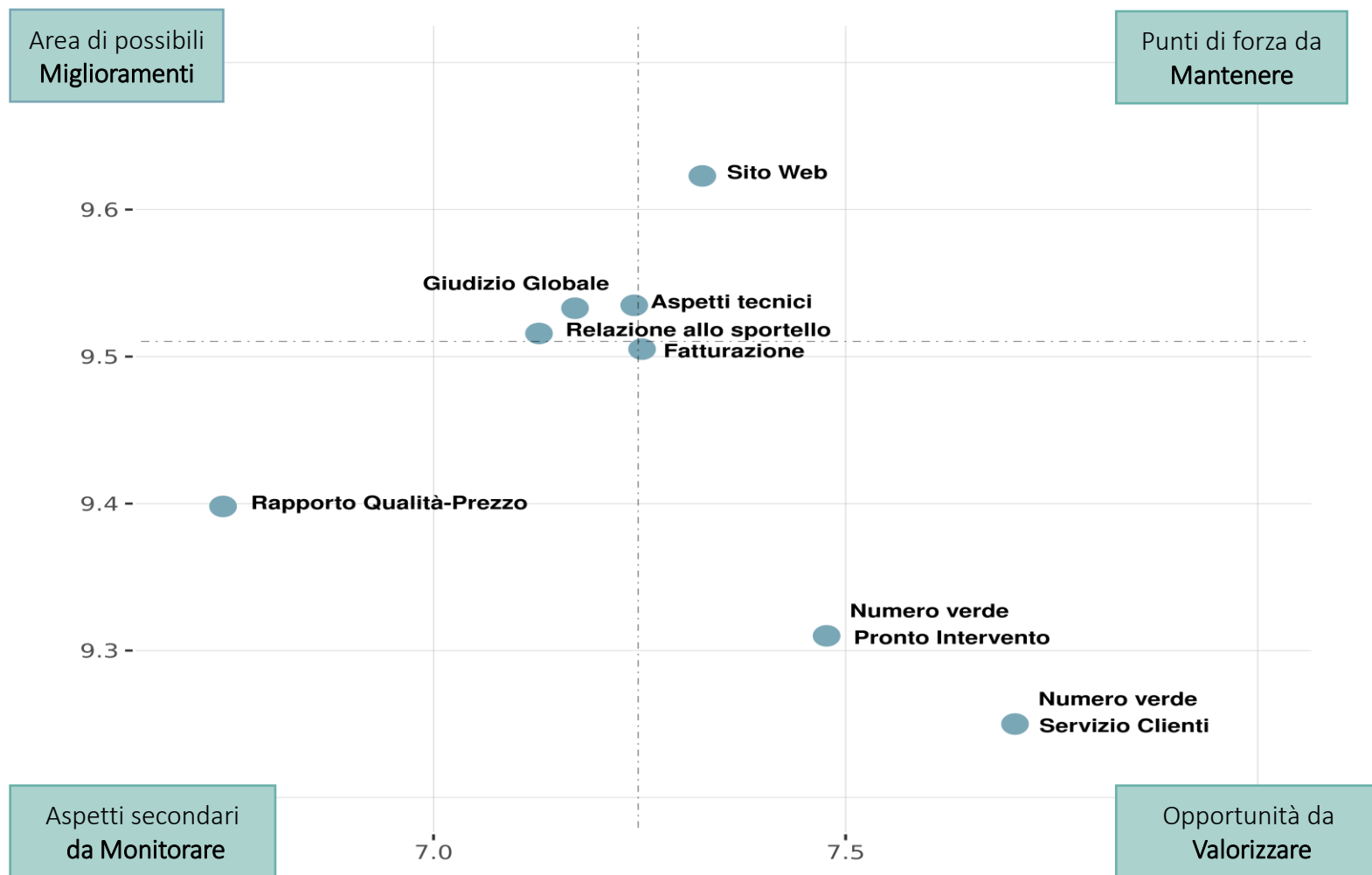
Letture della Mappa

Intanto va specificato che l'obiettivo della mappa è quello di facilitare la lettura dei dati e favorire la presa di decisioni consentendo di individuare eventuali ambiti prioritari di intervento (ossia quelli ove si presentano contemporaneamente un alto livello di importanza per il cittadino e un basso livello di soddisfazione). La mappa può essere letta considerando le seguenti aree: 1. area in alto a sinistra ("della criticità") – bassa soddisfazione e alta importanza - che raccoglie gli elementi del servizio maggiormente suscettibili di miglioramento, su cui intervenire con priorità più elevata; 2. area in basso a sinistra ("del monitoraggio") – bassa soddisfazione e bassa importanza – caratterizzata da elementi del servizio da controllare nel tempo, per verificare che le aspettative degli utenti non crescano; 3. area in alto a destra ("della competitività") – alta soddisfazione e alta importanza - comprendente gli item che qualificano il valore del servizio in modo positivo e devono essere mantenuti. 4. area in basso a destra ("delle illusioni") – alta soddisfazione bassa importanza – la quale induce a ritenere che sulle relative componenti del servizio si stia approfondendo un impegno inutile nell'assicurare agli utenti standard elevati di qualità; si potrebbe pertanto considerare di dirottare risorse nell'accrescere il livello di soddisfazione di altri aspetti.

Fonte: Linee Guida del Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione

	Giudizio di soddisfazione sul singolo indicatore	
Importanza del singolo indicatore	BASSO	ALTO
ALTA	Area della criticità Priorità Alta	Area della competitività Priorità Media
BASSA	Area del monitoraggio Priorità Media	Area delle illusioni Priorità Alta

MAPPA DELLE PRIORITÀ



MAPPA DELLE PRIORITÀ

Considerazioni finali

Qui possiamo osservare come si posizionano i diversi aspetti considerati in linea con l'Intensità della Soddisfazione e l'Importanza assegnata dagli utenti a ciascuno di essi. Non è un dato assoluto, bensì il risultato di tutti gli elementi messi in relazione tra di essi. Si prende HydroGEA S.p.A. come un sistema chiuso.

Nella costruzione della Mappa si tiene conto della media dei punteggi ottenuti nella domanda «overall» alla fine di ogni Indicatore e non della percentuale di utenti che votano tra 6 e 10, ossia, i «soddisfatti». I sub-fattori più in alto sono quelli che dimostrano maggiore Importanza (asse verticale: Importanza), mentre quelli più a destra segnalano maggiore Soddisfazione (asse orizzontale: Soddisfazione).

È da tenere in considerazione che il posizionamento dentro questo quadro è del tutto relativo alle domande fatte e agli aspetti presi in considerazione.

Opportunità da VALORIZZARE: il quadro in basso a destra rivela i punti di alta Soddisfazione e Importanza relativa. Qui possiamo trovare il «numero verde di pronto intervento», il «numero verde servizio clienti» e, a ridosso dell'intersezione degli assi, la «fatturazione».

Punti di Forza da MANTENERE: il quadro in alto a destra indica i punti di maggior Soddisfazione e Importanza. Qui possiamo trovare il «sito web».

Aspetti secondari da MONITORARE: il quadro in basso a sinistra comprende i sub-fattori con minore Importanza e Soddisfazione e, per tanto, da monitorare. Qui troviamo il «rapporto qualità / prezzo»

Area di possibili MIGLIORAMENTI: il quadro in alto a sinistra indica i sub-fattori che meritano particolare attenzione, in quanto caratterizzati da un'alta Importanza e una bassa Soddisfazione. Qui, troviamo sub-fattori quali il «servizio globale», gli «aspetti tecnici del servizio» ed infine la «relazione allo sportello».

STRATEGICA

dritti all'obiettivo ●

Strategica SRLS

Amministratore unico-David Buccini

Sede Legale

Via Borgo Forno, 31 (66010) Miglianico (CH)

CF: 02739110696- P.IVA: 02739110696

Area Commerciale

Massimiliano Scioli

Area Tecnica

Eduardo Sulpizio

Team Leader

Eugenio Di Cesare

www.strategicaweb.com