



Cerved
on marketing
services

Progetto personalizzato per **VIVA SERVIZI**

Quanto soddisfo i miei clienti?

viva servizi

GENNAIO 2021

Agenda

1. Obiettivi e impianto della ricerca
2. Risultati
3. Highlights
4. Riconoscimento Cerved
5. Appendice

Obiettivi del progetto di ricerca

1

ASCOLTARE

Viva Servizi ha avviato un **percorso di "ascolto"** della voce dei clienti/utenti per valutare lo standard dei servizi erogati

2

COMPRENDERE/
MISURARE

Individuare le **determinanti della soddisfazione**, **misurare** la **qualità percepita** del servizio, in tutte le sue componenti e per target di utenza

3

AGIRE PER IL
MIGLIORAMENTO E
PER VALORIZZARE
AREE DI FORZA

Identificare «**dove**» **intervenire** per colmare eventuale **gap tra percepito e offerto**, per **valorizzare punti di forza**, alimentando così **il miglioramento continuo** in funzione dei bisogni degli utenti e dei continui cambiamenti che caratterizzano la domanda

Perché misurare la soddisfazione degli utenti

- Accorciare le «distanze» con i propri utenti
- Indirizzare risorse economiche ed umane verso i reali problemi del cittadino-cliente
- Ottimizzare i costi con evidenti vantaggi anche per i clienti
- Aumentare la credibilità e migliorare l'immagine sul territorio

Vantaggi per gli operatori



Vantaggi per gli utenti

- Mettere «a fuoco» le proprie esigenze
- Essere coinvolto nella gestione del servizio pubblico
- Sentirsi anche «responsabile» della qualità del servizio erogato

- Ascoltare e comprendere a fondo i bisogni che l'utenza esprime
- Attivare un canale di comunicazione alternativo e complementare a quelli esistenti
- Riprogettare il sistema di erogazione dei servizi anche secondo il «valore» dal punto di vista dell'utente

QUALITA'



Impianto della ricerca

1

METODOLOGIA

- **Interviste telefoniche** (metodologia C.A.T.I.) realizzate nei mesi di novembre e dicembre tramite operatori specializzati nella tipologia di indagine e opportunamente formati
- **Questionario** semi strutturato, con domande chiuse e aperte condiviso con Viva Servizi.
Intervista realizzata con il capofamiglia (per le utenze domestiche) o con la persona che (in famiglia o in azienda) si occupa di occuparsi dei rapporti con l'azienda che gestisce i servizi pubblici, o che paga le bollette.

2

UNIVERSO E CAMPIONE

- **Universo:** 220.000 utenze complessive, di cui 190.000 utenze domestiche e le restanti utenze non domestiche
- **Campione:** 1.001 interviste complessive, di cui 849 ad utenze domestiche e 152 ad utenze non domestiche.
- **Campionamento:** il campione è stato stratificato per tipo di utenza e per area territoriale (ANCONA, FABRIANO, FALCONARA MARITTIMA, JESI, SENIGALLIA, ALTRI COMUNI).

**1,001
interviste**

Ripartizione del Campione

- In fase di elaborazione i dati sono stati ponderati in modo da riportare i dati campionari alle proporzioni effettive dell'universo dei cittadini/clienti.

	Universo fornito	Campione
Utenze domestiche	190.696	849
Utenze business	29.896	152
Comuni maggiori	133.658	633
. Ancona	56.067	224
. Fabriano	17.482	64
. Falconara Marittima	14.072	97
. Jesi	22.103	99
. Senigallia	23.934	149
Comuni minori	86.934	368
AREA COLLINA	57.286	231
AREA COSTA	99.914	490
AREA MONTANA	33.207	133
AREA INTERNA	30.185	147
Totale	220.592	1.001

Argomenti trattati

FATTORI DI SODDISFAZIONE

ASPETTI TECNICI

- la continuità del servizio di erogazione senza interruzioni o cali di pressione
- la qualità dell'acqua fornita [come odore, sapore, limpidezza..]
- il livello di pressione dell'acqua
- la tempestività degli interventi di emergenza per la riparazione dei guasti

FATTURAZIONE

- la chiarezza e la facilità di lettura delle bollette
- la regolarità di lettura dei consumi idrici
- il rapporto qualità /prezzo del servizio offerto

RELAZIONE COMM.LE TELEFONICA

- il tempo di attesa per parlare con l'operatore
- la cortesia e la disponibilità del personale che risponde al telefono
- la chiarezza e competenza dell'operatore che risponde al telefono
- la varietà di operazioni che si possono gestire al telefono

RELAZIONE COMM.LE ALLO SPORTELLO

- gli orari di apertura degli uffici
- i tempi di attesa agli sportelli
- la cortesia e la disponibilità del personale a contatto con il pubblico
- la chiarezza e competenza del personale a contatto con il pubblico

SITO WEB

- la reperibilità dell'indirizzo Internet
- la facilità di navigazione all'interno del sito
- la ricchezza delle informazioni presenti sul sito
- la varietà di operazioni che si possono fare on-line

Argomenti trattati

ALTRI TEMI

Awareness di Viva Servizi

Utilizzo dell'acqua del rubinetto per bere

Canali di contatto con Viva Servizi

Motivi di contatto

Informazione sull'ente che regola il servizio idrico

Lettura informazioni



Come approfondimento del report si rimanda all'allegato statistico che contiene le segmentazioni delle informazioni raccolte e le verbalizzazioni rilasciate spontaneamente dagli intervistati sui singoli fattori di soddisfazione a supporto dei giudizi espressi

* Confronto con utenza domestica

Agenda

1. Obiettivi e impianto della ricerca
2. Risultati
3. Highlights
4. Riconoscimento Cerved
5. Appendice



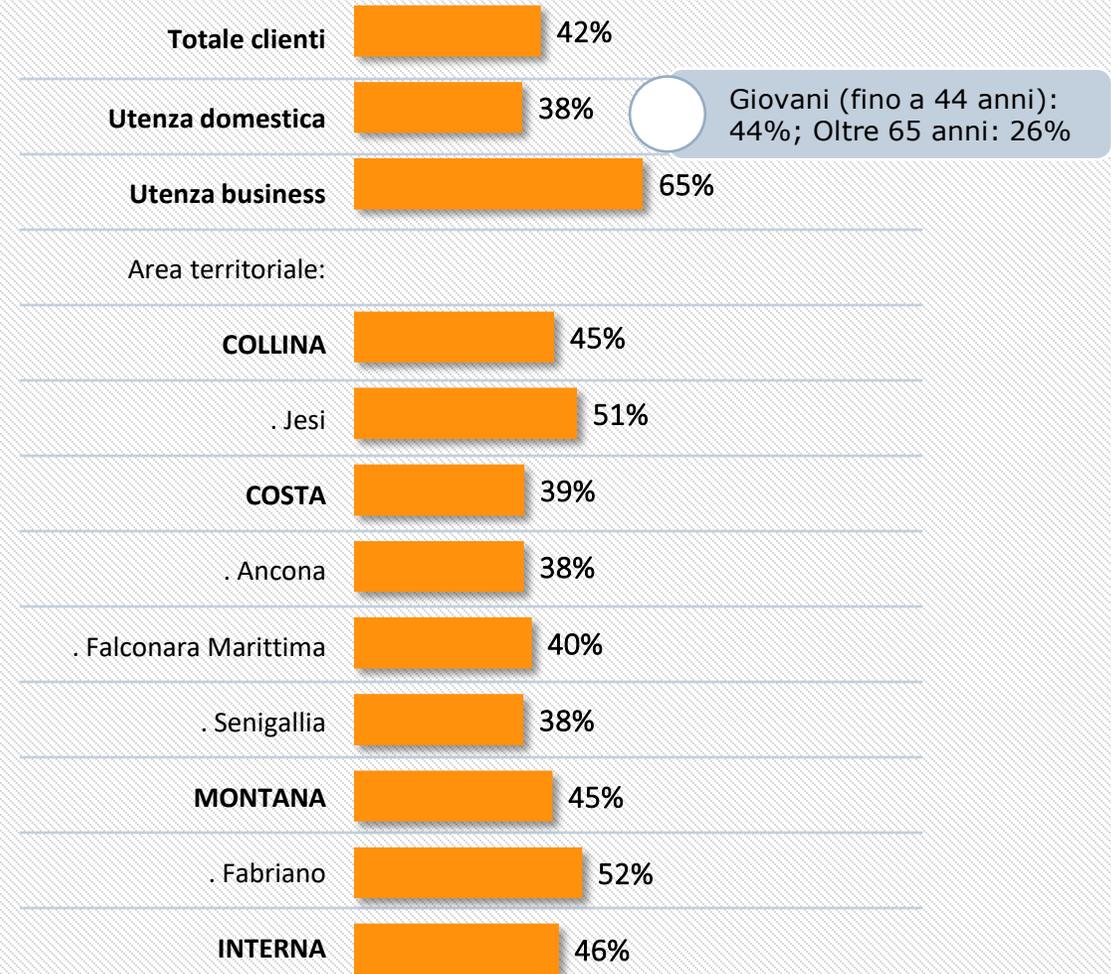
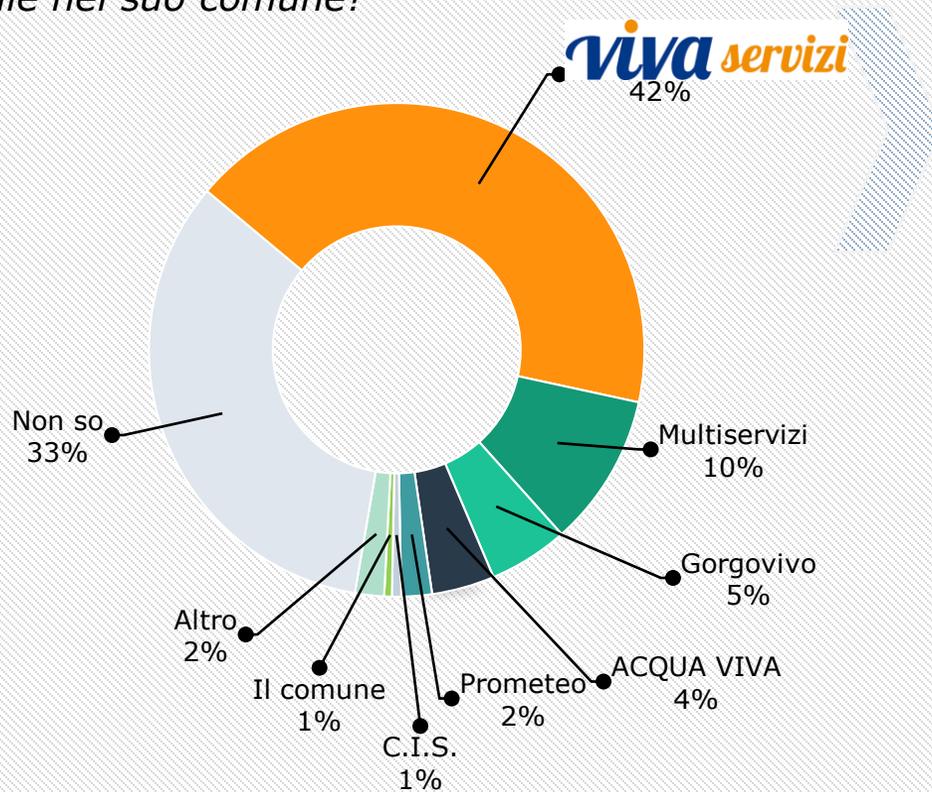
Awareness di Viva Servizi



Awareness di Viva Servizi

Meno della metà degli utenti ha consapevolezza del nome esatto del proprio gestore del servizio idrico. Sono più attente e informate le utenze non domestiche, dove circa due terzi citano Viva Servizi. Non ha saputo indicare alcun nome (voce non so nel grafico) il 51% degli ultrasessantacinquenni a fronte del 26% dei giovani.

Lei sa dirmi il nome dell'azienda che fornisce il servizio di acqua potabile nel suo comune?

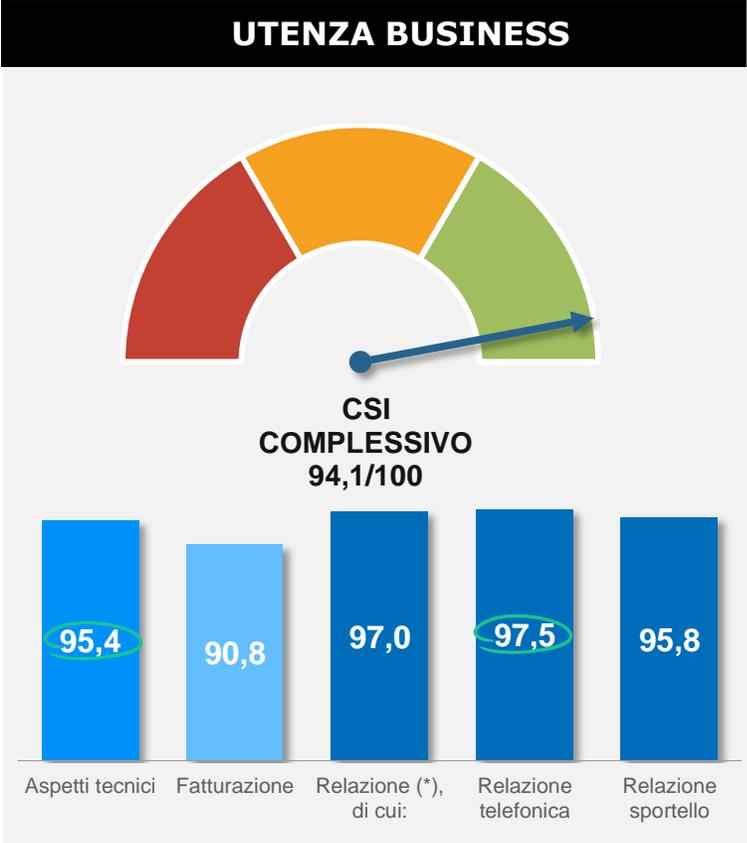
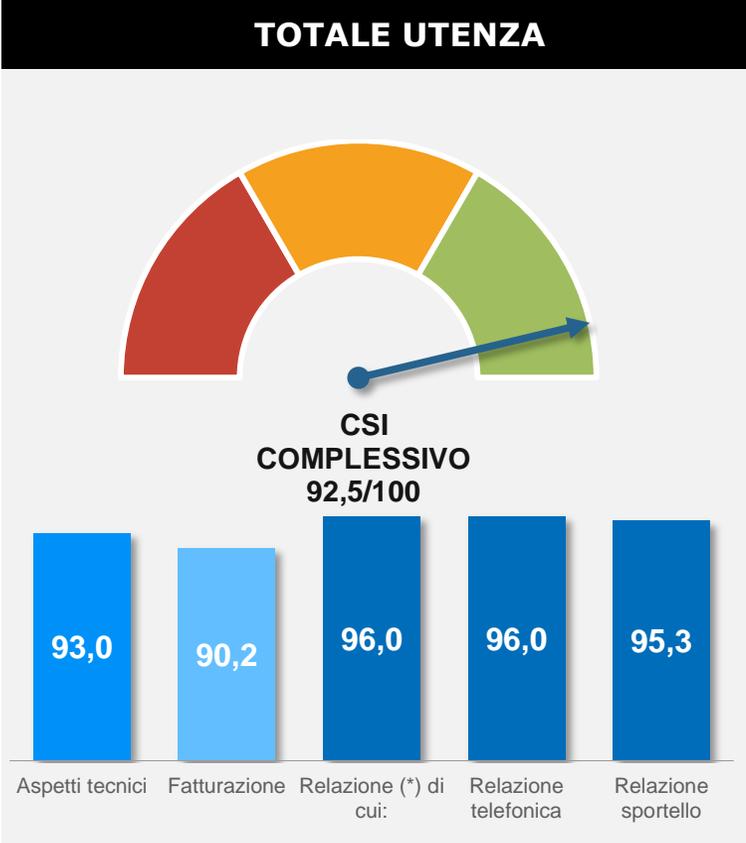


Customer Satisfaction



Customer Satisfaction Index (CSI)

Sono molto elevati gli indicatori di soddisfazione di Viva Servizi con una punta più elevata tra le utenze business, che danno un giudizio più positivo delle domestiche sugli aspetti tecnici del servizio. Il fiore all'occhiello è rappresentato dalla relazione con l'azienda. L'indicatore è più contenuto sulla fatturazione per entrambi i target



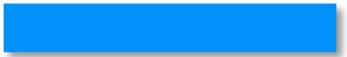
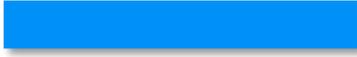
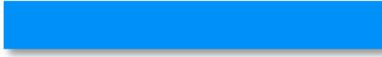
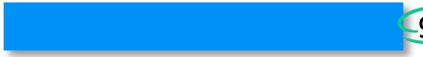
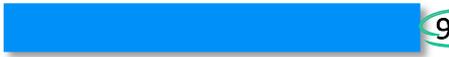
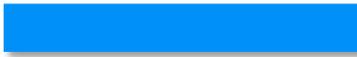
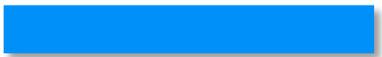
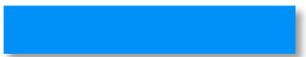
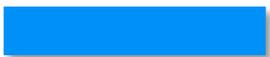
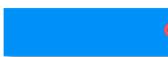
Il CSI è costruito tramite le seguenti fasi: definizione per ciascuna caratteristica/fattore di soddisfazione di un indicatore sintetico di soddisfazione (dato dalla quota di clienti soddisfatti o soddisfatti oltre le aspettative); ponderazione di tale indicatore con l'importanza del singolo fattore misurata in base alle percezioni dei clienti e con la numerosità delle valutazioni su ciascuno di essi.

Il dato include anche le valutazioni sui fattori del Sito web (bassa numerosità). Chi lo utilizza è tuttavia soddisfatto sotto tutti i punti di vista.

In evidenza le differenze significative rispetto al totale campione

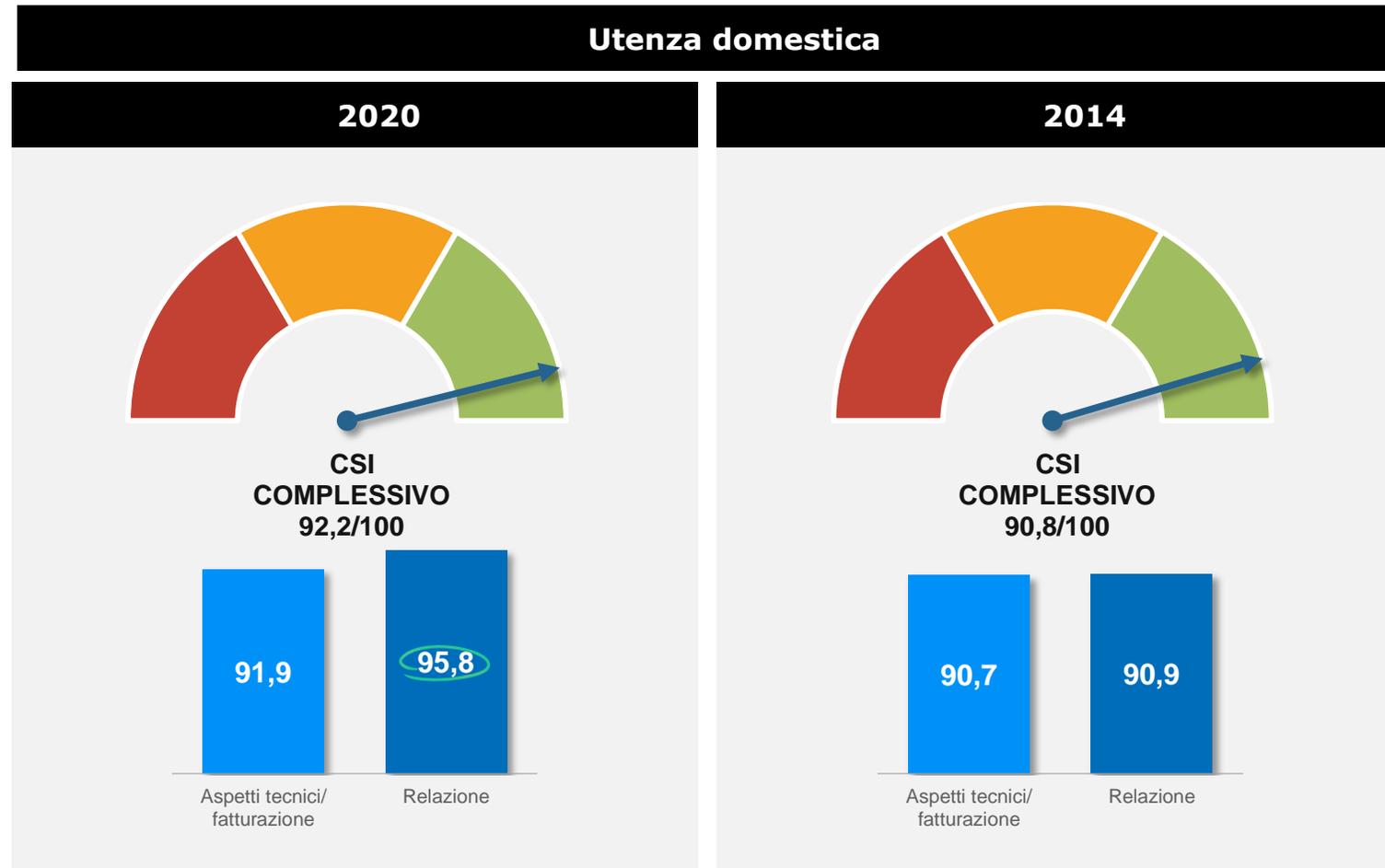
Customer Satisfaction Index (CSI)

L'esame dei dati per territorio evidenzia alcune differenze di rilievo, che riguardano in particolare gli aspetti tecnici del servizio: sono più soddisfatti i clienti della costa rispetto a quelli che risiedono all'interno. Questi ultimi sono critici anche sulla fatturazione

	CSI Complessivo	CSI parziali				
		Aspetti tecnici	Fatturazione	Relazione, ci cui:	Relazione telefonica	Relazione sportello
Totale clienti	 92,5	93,0	90,2	96,0	96,0	95,3
Area territoriale:						
COLLINA	 93,0	93,8	90,9	95,2	94,3	95,7
. Jesi	 93,6	94,8	90,0	97,2	100,0	93,2
COSTA	 94,1	94,9	91,5	96,9	97,2	95,1
. Ancona	 94,4	95,2	91,8	97,6	97,0	98,5
. Falconara Marittima	 93,1	95,2	88,6	95,9	98,1	90,3
. Senigallia	 93,4	93,2	92,6	95,9	97,2	91,9
MONTANA	 91,6	90,8	89,9	97,0	98,1	94,0
. Fabriano	 90,9	90,9	87,4	97,1	97,1	96,5
INTERNA	 88,8	88,5	86,1	94,4	93,3	96,4

Customer Satisfaction Index (CSI) – trend 2020-2014 (utenze domestiche)

Il confronto con il 2014 vede un avanzamento per Viva Servizi evidente soprattutto nell'ambito della relazione con gli utenti.



base: totale clienti (domestiche)
Per il confronto con il 2014 sono stati messi insieme aspetti tecnici e fatturazione
Sono evidenziati i valori significativamente più elevati/più bassi rispetto al "2014"

Soddisfazione Globale "Overall"

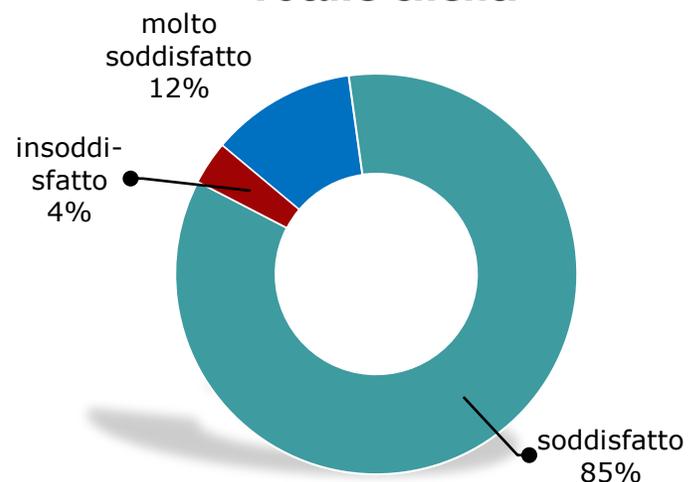
La valutazione "Overall" è direttamente rilevata con la domanda:

"Considerando in tutti i suoi aspetti il servizio fornito dal suo operatore per l'acqua potabile, Lei ritiene che sia peggiore, uguale o migliore rispetto alle sue aspettative?"

La soddisfazione globale evidenzia la somma di coloro che rispondono "uguale alle aspettative" oppure "migliore rispetto alle aspettative".

L'indice è espresso in percentuale.

Totale clienti



Utenze domestiche

2020

96,3%

2014

94,3%

% molto soddisfatto + soddisfatto

Totale clienti	96,5
Utenza domestica	96,3
Utenza business	97,3
Area territoriale:	
COLLINA	96,5
. Jesi	98,0
COSTA	98,4
. Ancona	99,1
. Falconara Marittima	94,7
. Senigallia	98,6
MONTANA	94,4
. Fabriano	92,1
INTERNA	93,1

L'indicatore overall conferma una buona empatia tra l'azienda e i clienti che per le utenze domestiche evidenzia un lieve incremento rispetto al 2014.

Tra le aree territoriali Ancora sfiora l'eccellenza, mentre i comuni dell'area interna e Fabriano presentano valori più contenuti

base: totale clienti (domestiche+business)

Clienti deliziati, soddisfatti e insoddisfatti

L'analisi di Customer Satisfaction rileva il livello di soddisfazione espresso in merito a ciascun fattore su una scala a 3 (il servizio percepito è peggiore, uguale o migliore rispetto alle proprie aspettative) che permette di distinguere i clienti del servizio in analisi in tre gruppi, più precisamente in:



DELIZIATI

percepiscono il fattore in analisi migliore rispetto a quanto si aspettavano



SODDISFATTI

percepiscono il fattore in analisi uguale a quanto si aspettavano



INSODDISFATTI

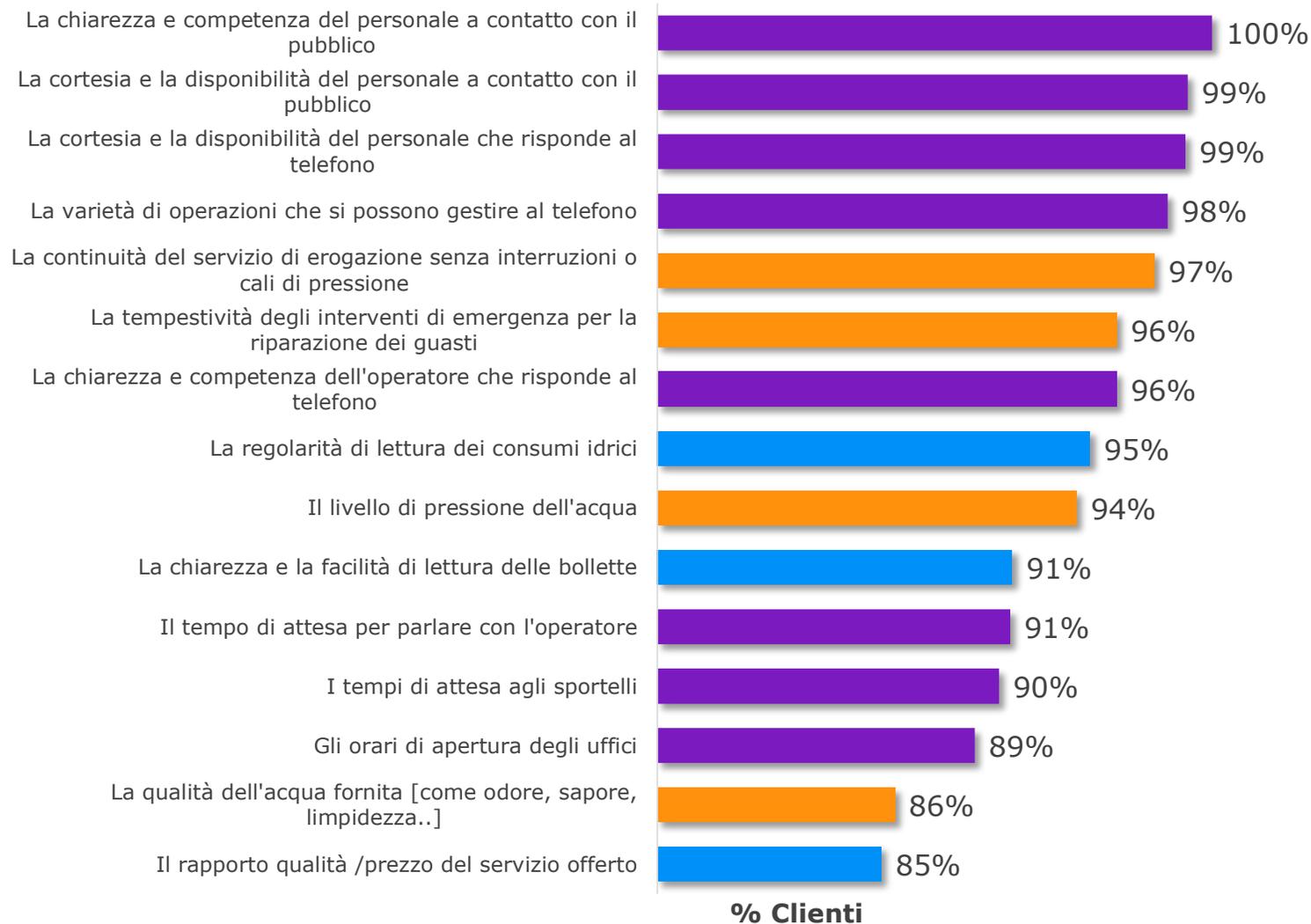
percepiscono il fattore in analisi peggiore rispetto a quanto si aspettavano

Clienti soddisfatti o deliziati: graduatoria

Questo indicatore evidenzia sinteticamente quanti clienti sono soddisfatti relativamente ad un determinato fattore di soddisfazione.

È perciò costruito prendendo in considerazione la quota di clienti che si collocano nella posizione "uguale rispetto a quanto mi aspettavo" o nella posizione "migliore rispetto a quanto mi aspettavo".

Abbiamo evidenziato che la relazione con l'azienda è l'aspetto più soddisfacente e la graduatoria pone in cima alla soddisfazione gli aspetti di relazione che riguardano il personale di Viva Servizi. Il secondo gruppo di fattori soddisfacenti riguarda il servizio «tecnico». In fondo alla graduatoria troviamo la qualità dell'acqua e il rapporto qualità/prezzo



Clienti soddisfatti o deliziati

Elevata soddisfazione sulla tempestività degli interventi di emergenza da parte di Viva Servizi in caso di guasti, con il 22% di «molto soddisfatti». Critiche da parte del 14% dei clienti sulla qualità dell'acqua, che lascia più insoddisfatti gli utenti delle aree montana e interna. Per il 7% delle utenze domestiche anche il livello di pressione dell'acqua rappresenta un punto da migliorare, soprattutto per chi vive nelle aree interne.

CSI
93/100

ASPETTI TECNICI

INDICATORE DI SODDISFAZIONE

	Totale clienti	Ut. Domestica	Ut. Business	Collina	di cui: Jesi	Costa	di cui: Ancona	Di cui: Falconara	di cui: Senigallia	Montana	di cui: Fabriano	Area Interna
La continuità del servizio di erogazione senza interruzioni o cali di pressione	97%	97%	98%	99%	99%	98%	97%	97%	98%	99%	100%	94%
La qualità dell'acqua fornita [come odore, sapore, limpidezza..]	86%	85%	88%	85%	88%	92%	95%	92%	83%	76%	73%	79%
Il livello di pressione dell'acqua	94%	93%	98%	95%	96%	95%	93%	98%	96%	93%	94%	90%
La tempestività degli interventi di emergenza per la riparazione dei guasti	96%	95%	99%	96%	98%	96%	96%	93%	97%	96%	97%	93%

■ Insoddisfatti ■ Soddisfatti ■ Molto soddisfatti

Sono evidenziati i valori significativamente più elevati/più bassi rispetto al "Totale"
base: totale clienti (domestiche+business)

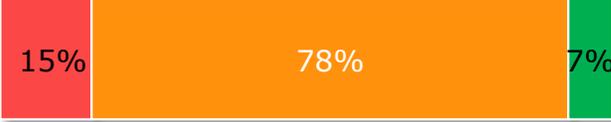
Clientsi soddisfatti o deliziati

Il rapporto qualità/prezzo del servizio lascia insoddisfatti il 15% dei clienti, ma si tratta di un fattore con insoddisfazione «fisiologica». Migliorabile la chiarezza e facilità di lettura delle bollette secondo il 9% dei clienti.

CSI
90/100

FATTURAZIONE

INDICATORE DI SODDISFAZIONE

		Totale clienti	Ut. Domestica	Ut. Business	Collina	di cui: Jesi	Costa	di cui: Ancona	Di cui: Falconara	di cui: Senigallia	Montana	di cui: Fabriano	Area Interna
La chiarezza e la facilità di lettura delle bollette		91%	91%	93%	90%	89%	92%	93%	86%	95%	92%	93%	88%
La regolarità di lettura dei consumi idrici		95%	95%	92%	96%	94%	95%	94%	97%	96%	95%	94%	91%
Il rapporto qualità /prezzo del servizio offerto		85%	85%	88%	87%	87%	87%	89%	82%	87%	81%	75%	80%

■ Insoddisfatti ■ Soddisfatti ■ Molto soddisfatti

Sono evidenziati i valori significativamente più elevati/più bassi rispetto al "Totale"
base: totale clienti (domestiche+business)

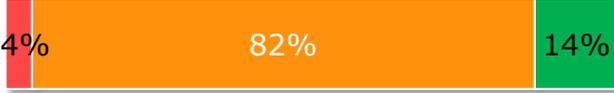
Clientsi soddisfatti o deliziati

Un cliente su cinque utilizza il canale telefonico preferibilmente per comunicare con l'azienda. Al di là del tempo di attesa per parlare con l'operatore, l'esperienza del canale telefonico è pienamente soddisfacente, grazie soprattutto alla cortesia e disponibilità di chi risponde al telefono (20% di molto soddisfatti). Valutata positivamente anche la varietà di operazioni possibili.

CSI
96/100

RELAZIONE TELEFONICA

INDICATORE DI SODDISFAZIONE

		Totale clienti	Ut. Domestica	Ut. Business	Collina	Costa	di cui: Ancona	Montana	Area Interna
Il tempo di attesa per parlare con l'operatore		91%	91%	92%	87%	91%	93%	96%	90%
La cortesia e la disponibilità del personale che risponde al telefono		99%	99%	100%	97%	100%	100%	100%	97%
La chiarezza e competenza dell'operatore che risponde al telefono		96%	95%	100%	95%	97%	95%	96%	94%
La varietà di operazioni che si possono gestire al telefono		98%	98%	97%	97%	100%	100%	100%	93%

■ Insoddisfatti ■ Soddisfatti ■ Molto soddisfatti

Sono evidenziati i valori significativamente più elevati/più bassi rispetto al "Totale"

base: totale clienti (domestiche+business) che hanno utilizzato il canale telefonico (202); numerosità contenuta per i singoli comuni, tranne che per Ancona

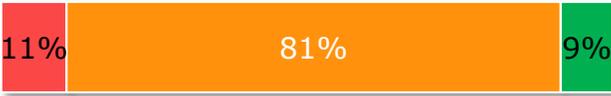
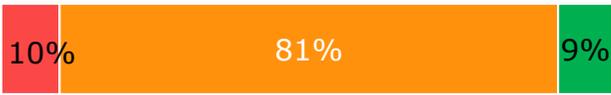
Clienti soddisfatti o deliziati

Un cliente su dieci si reca preferibilmente allo sportello. Per i residenti nelle aree montane si registra una minore soddisfazione sugli orari di apertura degli uffici. I tempi di attesa non soddisfano il 13% delle utenze business. Molto soddisfacente invece il personale dello sportello

CSI
95/100

RELAZIONE ALLO SPORTELLO

INDICATORE DI SODDISFAZIONE

		Totale clienti	Ut. Domestica	Ut. Business	Collina	Costa	Montana	Area Interna
Gli orari di apertura degli uffici		89%	89%	95%	97%	90%	65%	94%
I tempi di attesa agli sportelli		90%	91%	87%	89%	88%	100%	89%
La cortesia e la disponibilità del personale a contatto con il pubblico		99%	99%	100%	96%	100%	100%	100%
La chiarezza e competenza del personale a contatto con il pubblico		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

■ Insoddisfatti ■ Soddisfatti ■ Molto soddisfatti

Sono evidenziati i valori significativamente più elevati/più bassi rispetto al "Totale"

base: totale clienti (domestiche+business) che hanno utilizzato lo sportello (103); non si riportano i dati per comune in quanto le numerosità sono contenute

Clientsi soddisfatti o deliziati

Il miglioramento di Viva Servizi è generale un po' su tutti gli aspetti ma in particolare riguarda i tempi di attesa sia telefonici che allo sportello e il rapporto qualità/prezzo del servizio. In lieve flessione invece il giudizio sulla qualità dell'acqua.

Utenze domestiche: confronto con i dati 2014 *		viva servizi	
		<i>% su totale clienti</i>	
		2020	2014
ASPETTI TECNICI			
La continuità del servizio di erogazione senza interruzioni o cali di pressione		97%	96%
La qualità dell'acqua fornita (come odore, sapore, limpidezza..)		85%	88%
La tempestività degli interventi di emergenza per la riparazione dei guasti		95%	96%
FATTURAZIONE			
La chiarezza e la facilità di lettura delle bollette		91%	87%
La regolarità di lettura dei consumi idrici		95%	92%
Il rapporto qualità /prezzo del servizio offerto		85% ↑	78%
RELAZIONE CON L'AZIENDA			
Gli orari di apertura degli uffici		89%	86%
I tempi di attesa agli sportelli		91% ↑	79%
Il tempo di attesa per parlare con l'operatore al telefono		91% ↑	78%
La cortesia e la disponibilità del personale a contatto con il pubblico		99%	96%

Mappa della priorità di intervento

- La mappa delle priorità di intervento offre una visione di sintesi delle performance dell'azienda consentendo di trarre indicazioni operative sui fattori di soddisfazione che richiedono un intervento migliorativo, essendo alto il livello di insoddisfazione ed essendo contemporaneamente aspetti importanti per i clienti.
- L'asse delle ordinate rappresenta l'impatto del fattore sulla "performance" globale dell'azienda e l'asse delle ascisse rappresenta l'indicatore di insoddisfazione (percentuale di clienti insoddisfatti).
- Nella mappa, le priorità di intervento si collocano nei due quadranti di destra (maggiore insoddisfazione), con una sottolineatura particolare per i fattori collocati in alto (maggiore impatto).

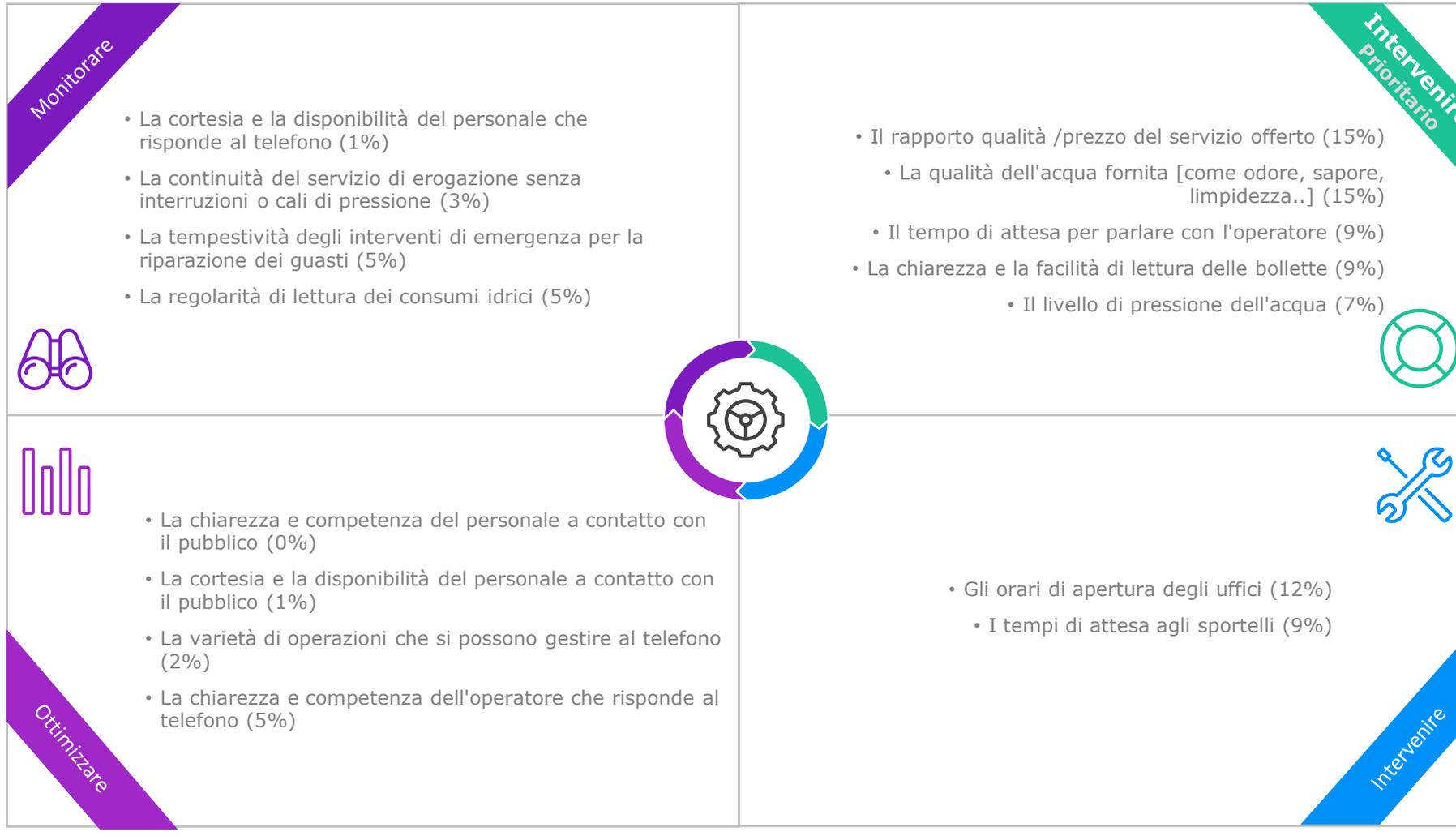


Mappa della priorità di intervento: utenza domestica

I punti di forza di Viva Servizi, importanti per gli utenti, sono relativi sia agli aspetti tecnici del servizio sia al personale di contatto



Importanza del fattore



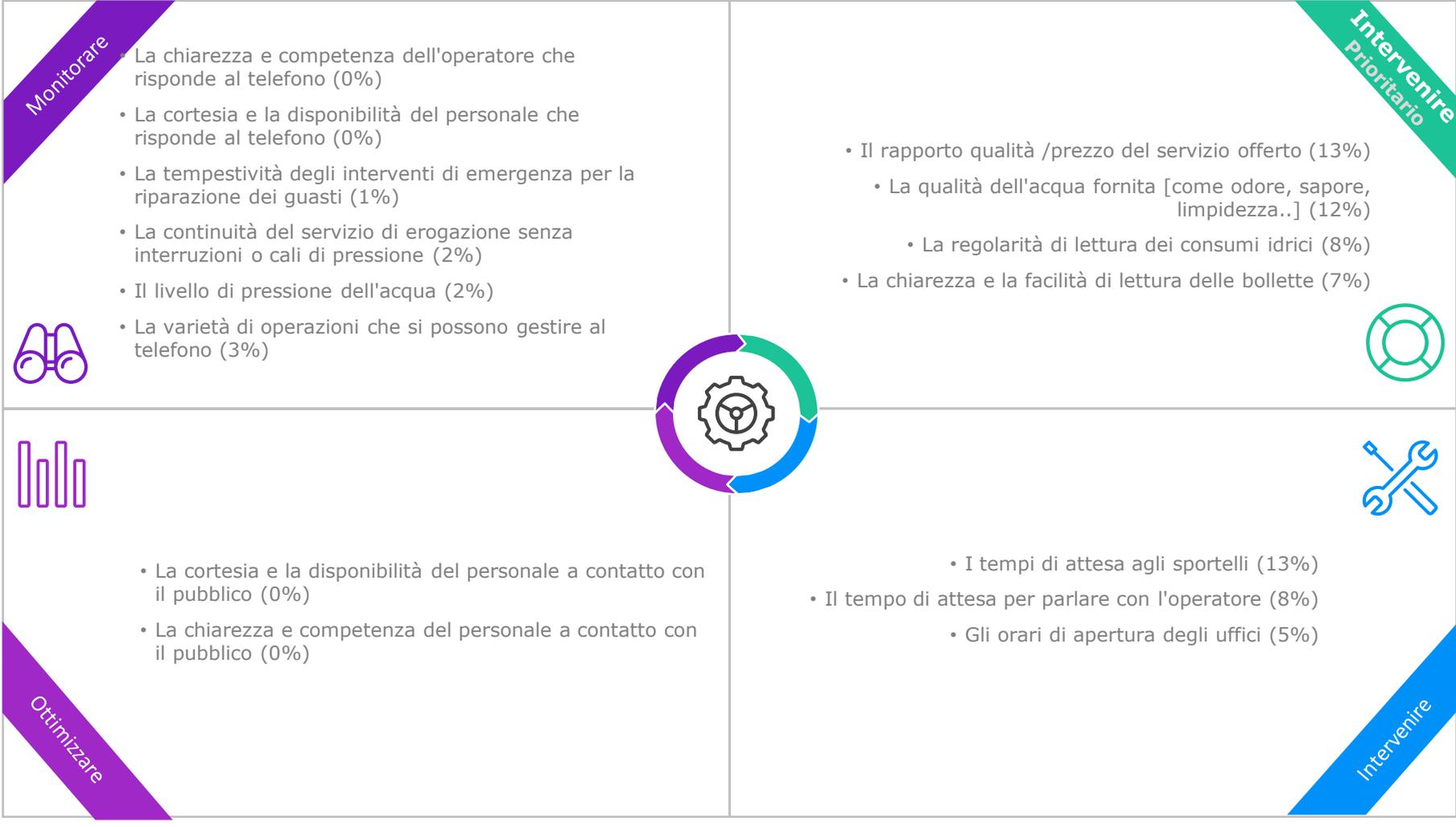
La qualità dell'acqua merita attenzione in quanto è impattante e in lieve flessione rispetto al 2014.



Mappa della priorità di intervento: utenza business

Sono tanti i punti di forza di Viva Servizi sulle utenze business, e vanno dalla relazione alla capacità tecnica fino alla comodità di gestione delle operazioni

Importanza del fattore



Oltre alla qualità dell'acqua merita attenzione anche la lettura dei consumi idrici frequente e la chiarezza nella fatturazione

% insoddisfatti



Confronti con il BICSI*

* Il BICSI (Barometro Italiano dei Customer Satisfaction Index) è la ricerca svolta annualmente da Cerved sulle utenze domestiche con l'obiettivo di supportare le attività di rilevazione della Customer Satisfaction delle aziende che operano in questo mercato, consentendo il confronto delle proprie performance con gli standard di mercato nazionali, con gli standard di sette macroaree geografiche (Piemonte, Val d'Aosta e Liguria – Lombardia – Triveneto - Emilia Romagna –Toscana - Marche, Umbria e Lazio - Sud e isole).

Le interviste sono state realizzate a fine 2020 e realizzate con il capofamiglia o al componente familiare che intrattiene i rapporti con l'operatore del servizio idrico.

I satisfaction driver posti a confronto

Nelle pagine seguenti, verranno illustrati, dove pertinente, i confronti tra dati relativi a Viva Servizi con gli standard nazionali e regionali rilevati dall'indagine BICSI – Customer Satisfaction Audit "Servizio Idrico Integrato" ed. 2020. Sono molti i fattori esaminati in comune tra le due indagini nelle aree tematiche «aspetti tecnici», «fatturazione» e «relazione allo sportello». Sotto si riportano i fattori a confronto tra le due indagini a cui si aggiunge l'indicatore di soddisfazione complessiva «Overall».

ASPETTI TECNICI

- la continuità del servizio di erogazione senza interruzioni o cali di pressione
- la qualità dell'acqua fornita [come odore, sapore, limpidezza..]
- la tempestività degli interventi di emergenza per la riparazione dei guasti

FATTURAZIONE

- la chiarezza e la facilità di lettura delle bollette
- il rapporto qualità /prezzo del servizio offerto

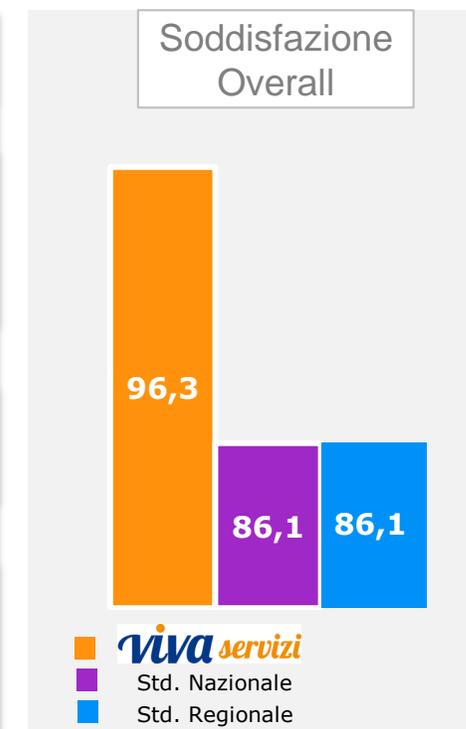
RELAZIONE COMM.LE ALLO SPORTELLO

- gli orari di apertura degli uffici
- la cortesia e la disponibilità del personale a contatto con il pubblico
- la chiarezza e competenza del personale a contatto con il pubblico

I CLIENTI SODDISFATTI O DELIZIATI

Viva Servizi emerge positivamente su tutti gli aspetti del servizio se paragonata sia allo standard nazionale che a quello delle regioni del centro Italia. Unico aspetto su cui fare attenzione è relativo alla qualità dell'acqua. Molto positivo il confronto per Viva Servizi sul rapporto qualità/prezzo. Le altre differenze in positivo più marcate riguardano gli aspetti tecnici di erogazione e gestione del servizio e il personale. L'empatia con l'azienda è decisamente superiore alla media delle altre aziende fornitrici del territorio.

	viva servizi	STD NAZIONALE	STD Regioni del Centro
ASPETTI TECNICI			
La continuità del servizio di erogazione senza interruzioni o cali di pressione	97% +13%	89%	84%
La qualità dell'acqua fornita [come odore, sapore, limpidezza..] (*)	85%	90%	89%
La tempestività degli interventi di emergenza per la riparazione dei guasti	95% +10%	88%	85%
FATTURAZIONE			
La chiarezza e la facilità di lettura delle bollette	91%	84%	86%
Il rapporto qualità /prezzo del servizio offerto	85% +15%	76%	70%
RELAZIONE ALLO SPORTELLLO			
Gli orari di apertura degli uffici	89%	88%	78%
La cortesia e la disponibilità del personale a contatto con il pubblico	99%	92%	92%
La chiarezza e competenza del personale a contatto con il pubblico	100% +17%	90%	83%



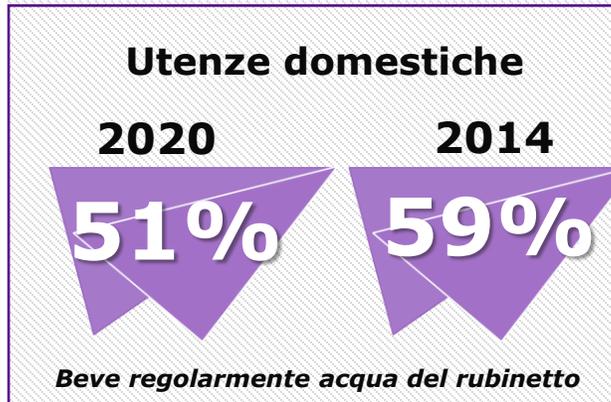
(*) Per il BICSI è stata calcolata la media di: qualità dell'acqua relativamente al suo odore (Std. Naz: 93%, Std. Reg.: 92%); al suo sapore (Std. Naz: 87%, Std. Reg.: 84%); alla sua limpidezza (Std. Naz: 91%, Std. Reg.: 90%)
 Le regioni del centro sono Marche, Umbria e Lazio

Utilizzo dell'acqua per bere

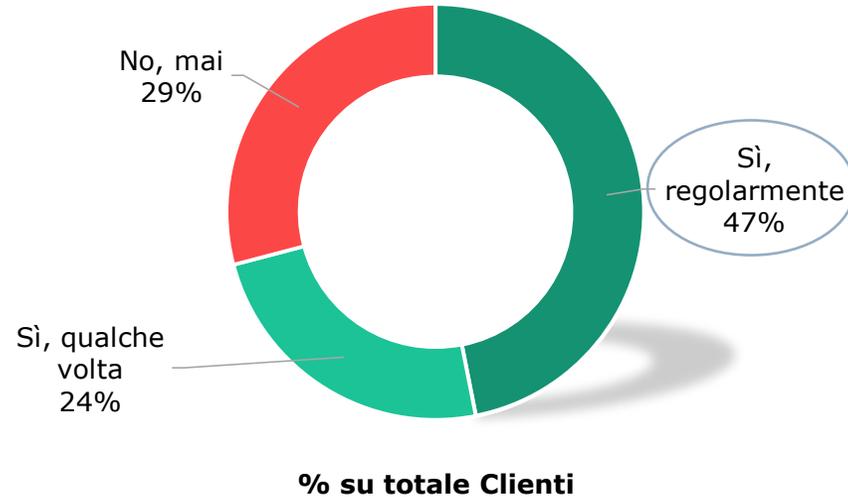
Utilizzo dell'acqua potabile

Rispetto al 2014 è in diminuzione la quota di cittadini che utilizza l'acqua del rubinetto per bere. Sul territorio ci sono delle differenze di comportamento: si passa dal 61% di Ancona al 28% di Fabriano. La popolazione più anziana è più propensa a bere l'acqua del rubinetto rispetto a quella giovane.

Lei beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?



Oltre 65 anni: 58%



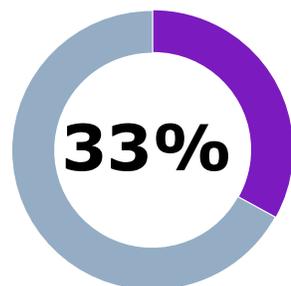
Totale clienti	47%
Utenza domestica	51%
Utenza business	24%
Area territoriale:	
COLLINA	44%
. Jesi	55%
COSTA	56%
. Ancona	61%
. Falconara Marittima	51%
. Senigallia	49%
MONTANA	36%
. Fabriano	28%
INTERNA	37%

Contatto con l'operatore

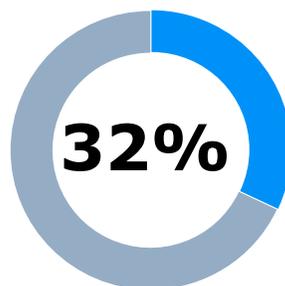
Contatto con l'operatore

Lei quali canali usa, preferibilmente, per entrare in contatto con l'azienda che Le fornisce l'acqua potabile?

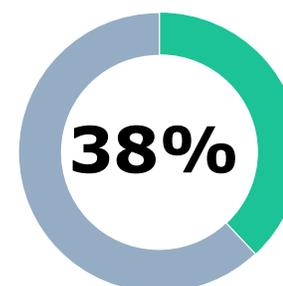
Hanno Contattato Viva Servizi



Totale clienti

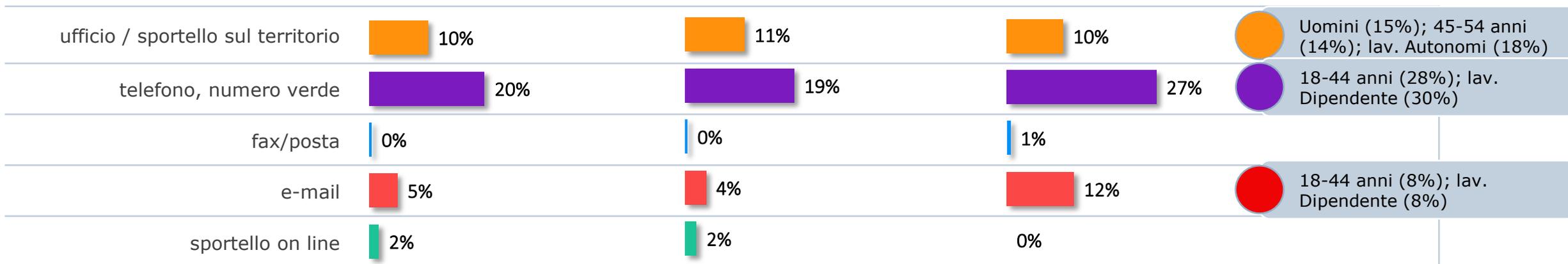


Ut. domestica



Ut. business

Il canale telefonico è quello preferito dagli utenti, specie business, lavoratori dipendenti e di giovane età. Solo un utente su dieci preferisce recarsi allo sportello e si tratta in prevalenza di uomini, di media età e lavoratori autonomi. I cittadini più anziani (oltre 65 anni, non contattano mai l'azienda nell'85% dei casi. Lo sportello on-line deve essere maggiormente incentivato in quanto poco sfruttato, ma soddisfacente per chi lo usa



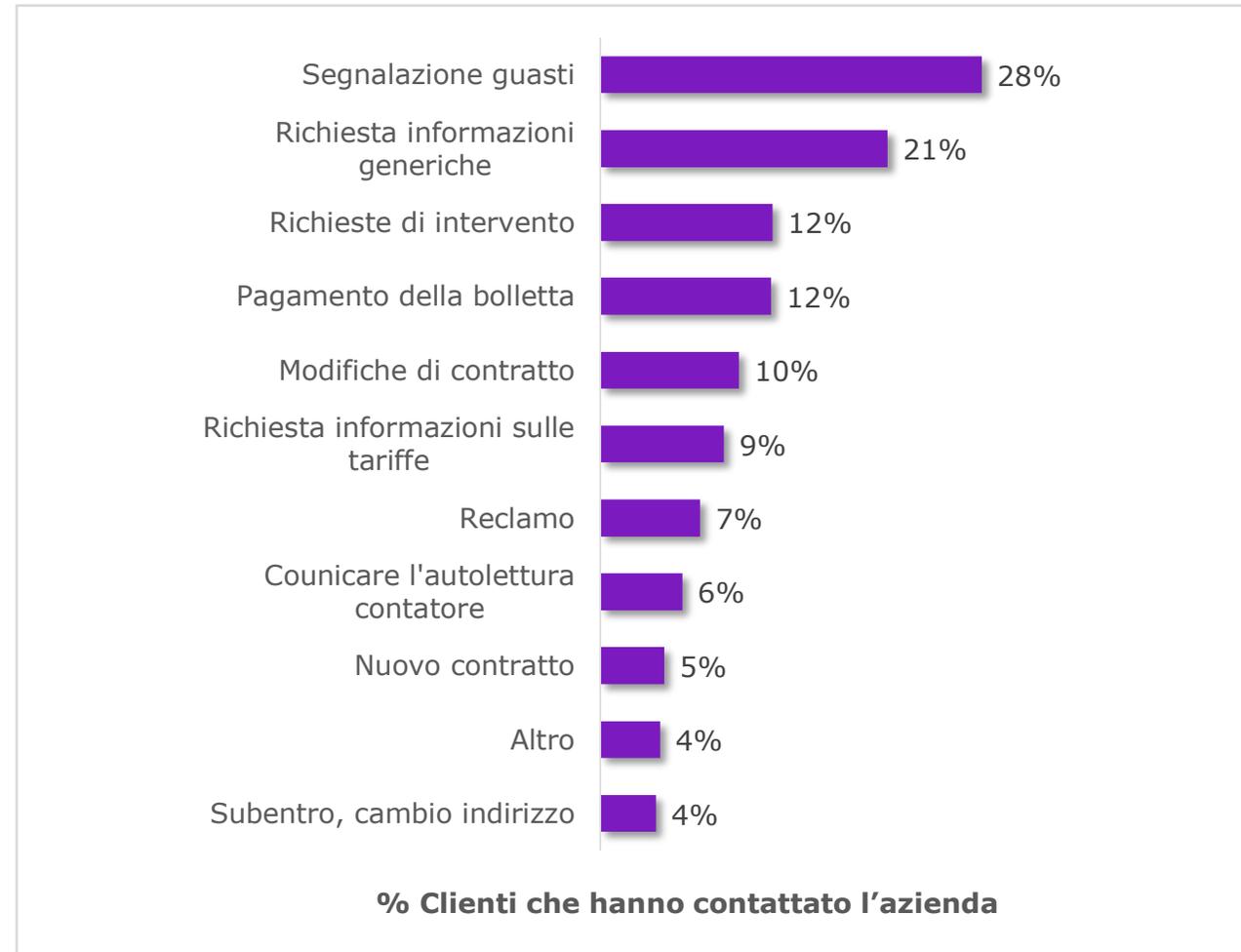
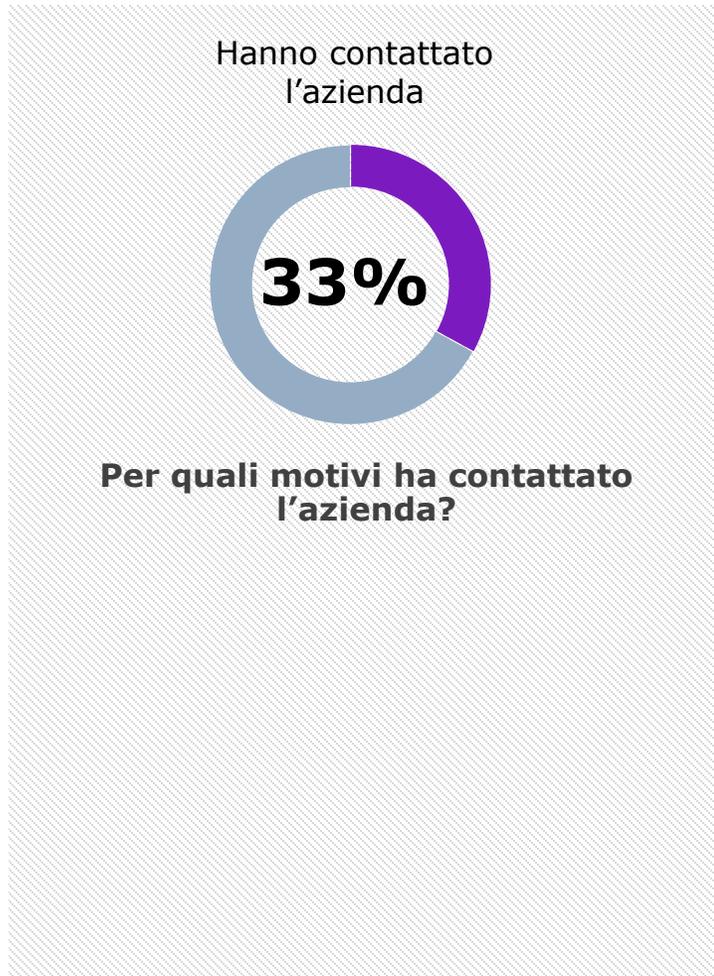
Contatto con l'operatore

Lei quali canali usa, preferibilmente, per entrare in contatto con l'azienda che Le fornisce l'acqua potabile?

Totale e Aree Territoriali

% su totale clienti	Aree territoriali									
	TOTALE	Area Collina		Area Costa				Area Montana		Area Interna
		Totale	Jesi	Totale	Ancona	Falconara	Senigallia	Totale	Fabriano	
Ha contattato l'azienda	32%	34%	33%	28%	28%	32%	29%	39%	47%	35%
<i>preferibilmente mediante:</i>										
• ufficio / sportello sul territorio	10%	12%	13%	7%	7%	8%	9%	11%	13%	13%
• telefono, numero verde	20%	19%	17%	19%	20%	22%	17%	25%	31%	22%
• fax/posta	0%	0%	1%	1%	0%		2%			
• e-mail	5%	5%	5%	5%	5%	4%	4%	6%	6%	4%
• sportello on line	1%	1%		2%	3%	1%	1%	2%	2%	

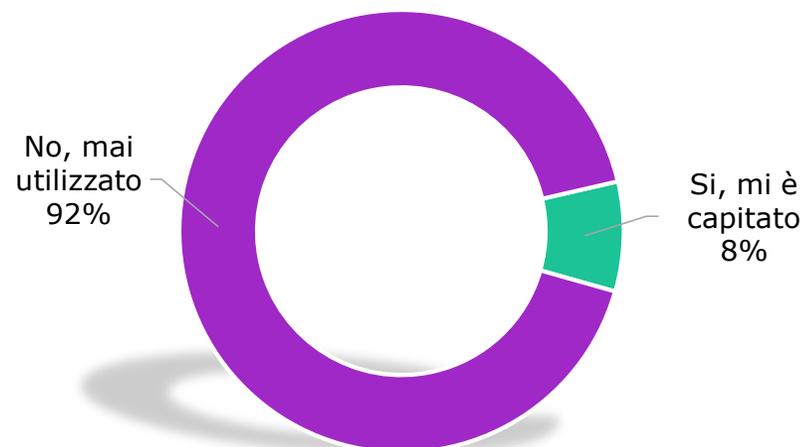
Motivi di contatto con l'operatore



Utilizzo dello sportello on line anche solo una volta

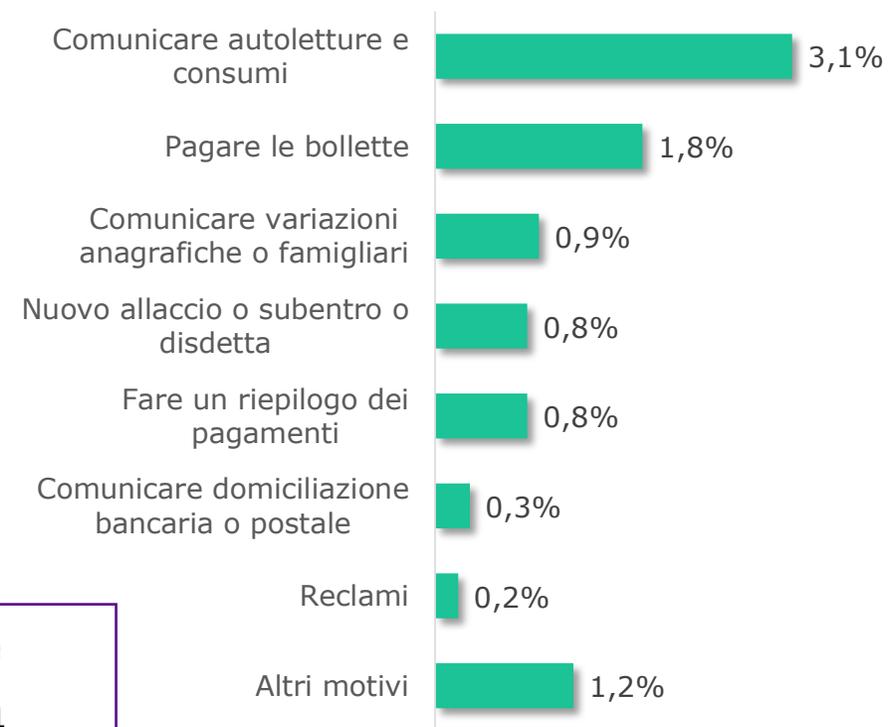
Lo sportello on-line è stato utilizzato almeno in una occasione dall'8% degli utenti (9% tra i business) e la comunicazione di autoletture è il motivo principale. Se la potenzialità di utilizzo è ancora ampia, c'è stato un incremento rispetto al 2014.

Le è mai capitato di utilizzare lo Sportello on Line di Viva Servizi per.....?

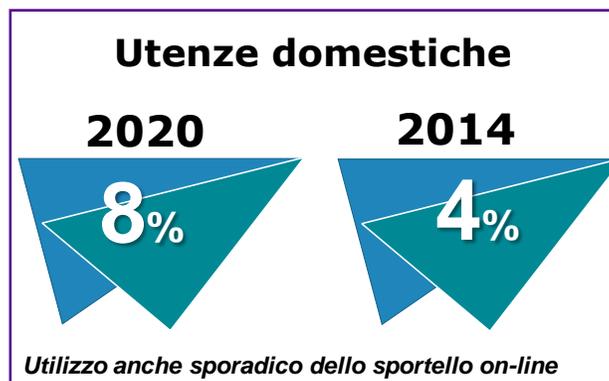


% totale Clienti

Uomo (12%); 18-44 anni (11%); lav. Autonomo (12%)



% Clienti



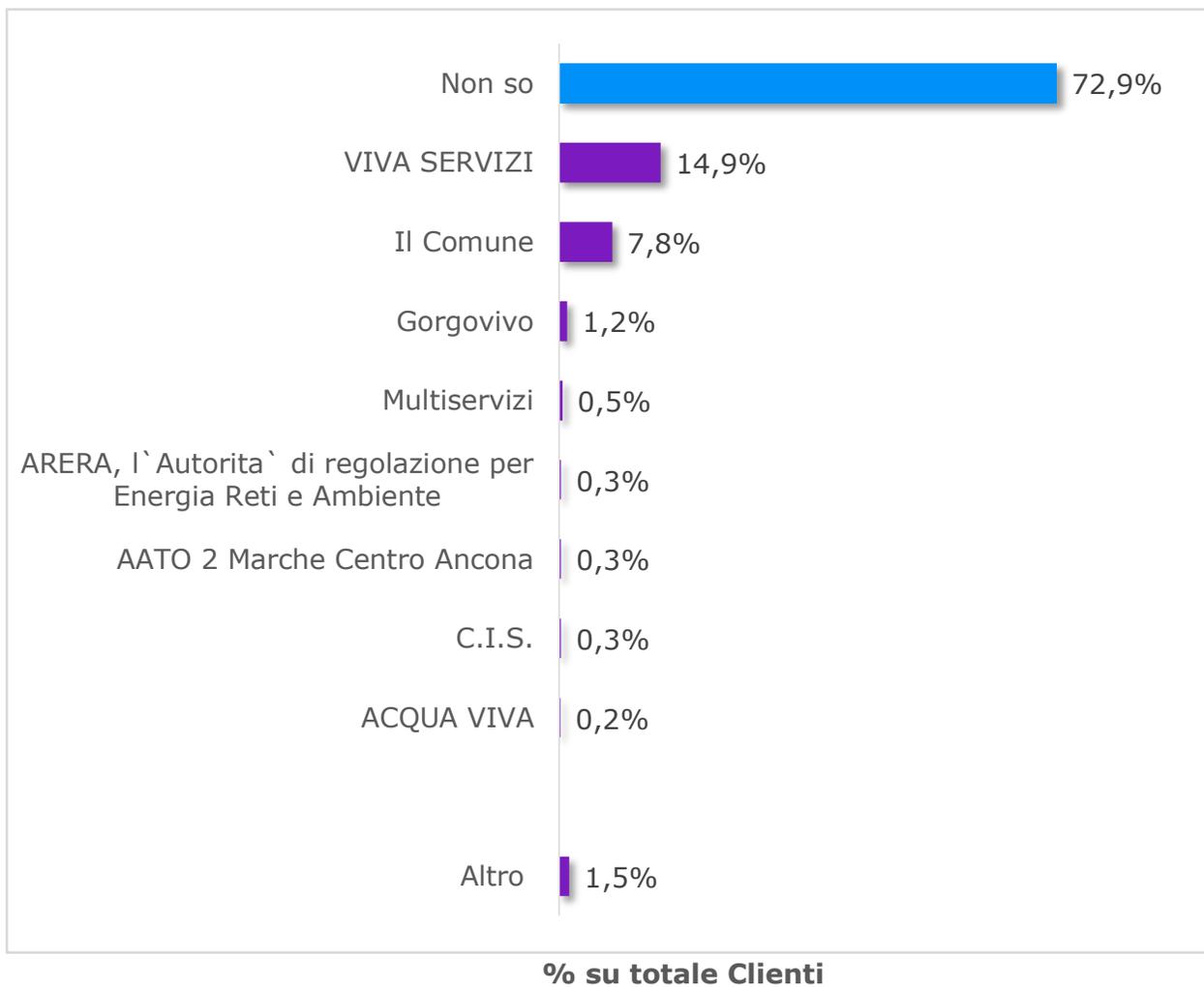
Utilizzo dello sportello on line

Le è mai capitato di utilizzare lo Sportello on Line di Viva Servizi per.....? Totale e Aree Territoriali

	Aree territoriali									
	TOTALE	Area Collina		Area Costa				Area Montana		Area Interna
		Totale	Jesi	Totale	Ancona	Falconara	Senigallia	Totale	Fabriano	
<i>% su totale clienti</i>										
Hanno utilizzato sportello on-line, per:	8%	7%	10%	9%	11%	6%	7%	12%	14%	5%
Nuovo allaccio o subentro o disdetta	3%	3%	4%	2%	1%	2%	4%	5%	6%	3%
Comunicare variazioni anagrafiche o famigliari	2%	2%	3%	2%	2%	3%	1%	2%	2%	1%
Comunicare autoletture e consumi	1%	1%	1%	1%	2%		1%	1%		
Fare un riepilogo dei pagamenti	1%	1%		1%	0%	1%	1%	2%	3%	1%
Comunicare domiciliazione bancaria o postale	1%	1%	2%	1%	1%			1%	2%	
Reclami	0%	0%		0%	0%					1%
Pagare le bollette	0%			1%	1%					
Altri motivi	1%	0%	1%	2%	3%	2%	1%	1%	2%	

Informazione degli utenti sull'ente regolatore

Sa dirmi chi è l'ente che regola il servizio idrico nel suo comune definendo i criteri per la determinazione delle tariffe e gli standard di qualità del servizio?

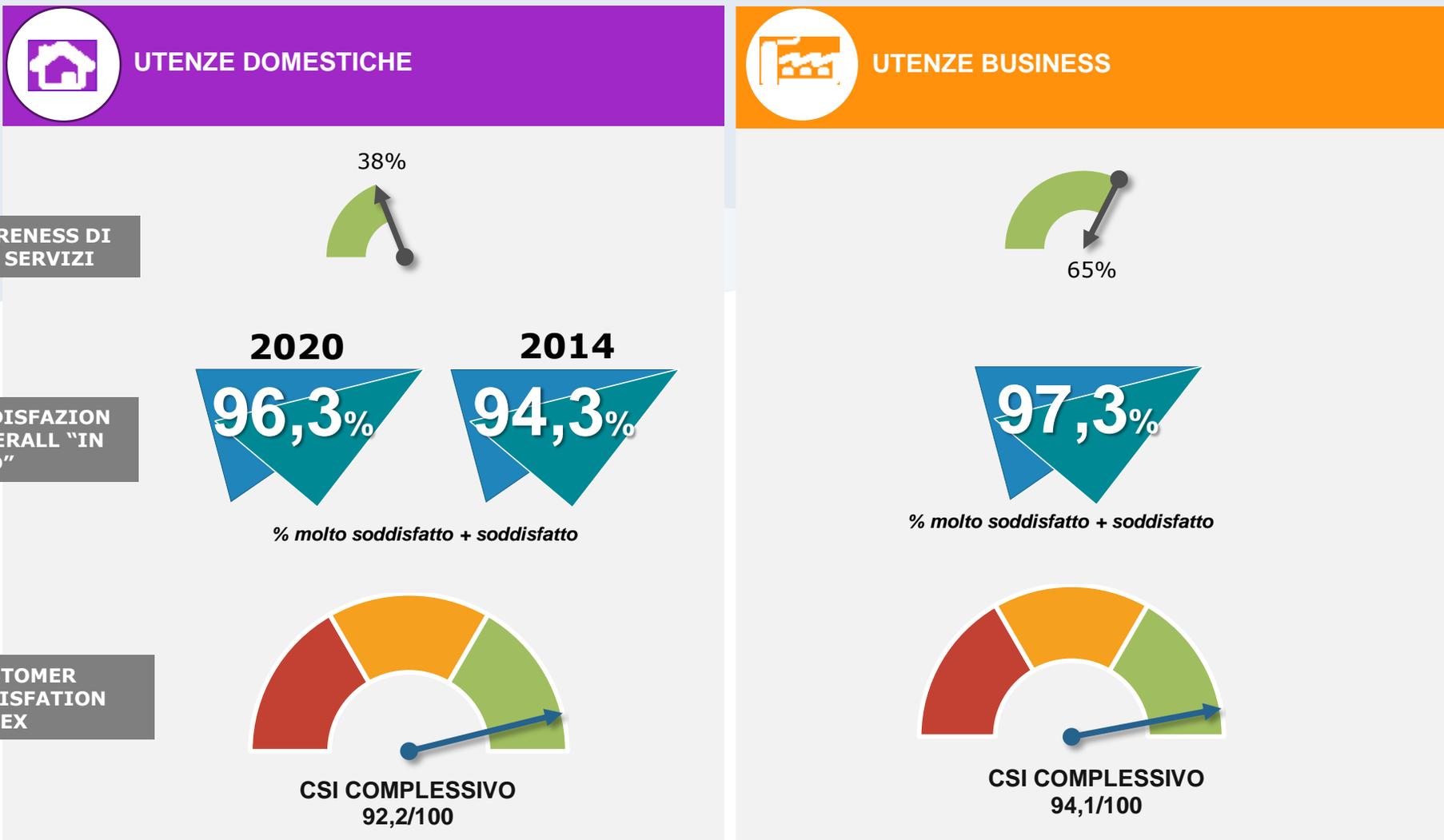


Agenda

1. Obiettivi e impianto della ricerca
2. Risultati
3. Highlights
4. Riconoscimento Cerved
5. Appendice



Highlights: la performance di Viva Servizi



Highlights: la performance di Viva Servizi



OPPORTUNITA' DI MIGLIORAMENTO

- IL RAPPORTO QUALITÀ /PREZZO DEL SERVIZIO OFFERTO
- LA QUALITÀ DELL'ACQUA FORNITA [COME ODORE, SAPORE, LIMPIDEZZA..]
- IL TEMPO DI ATTESA PER PARLARE CON L'OPERATORE
- LA CHIAREZZA E LA FACILITÀ DI LETTURA DELLE BOLLETTE
- IL LIVELLO DI PRESSIONE DELL'ACQUA

PUNTI DI FORZA DA VALORIZZARE

- LA CORTESIA E LA DISPONIBILITÀ DEL PERSONALE CHE RISPONDE AL TELEFONO
- LA CONTINUITÀ DEL SERVIZIO DI EROGAZIONE SENZA INTERRUZIONI O CALI DI PRESSIONE
- LA TEMPESTIVITÀ DEGLI INTERVENTI DI EMERGENZA PER LA RIPARAZIONE DEI GUASTI
- LA REGOLARITÀ DI LETTURA DEI CONSUMI IDRICI



OPPORTUNITA' DI MIGLIORAMENTO

- IL RAPPORTO QUALITÀ /PREZZO DEL SERVIZIO OFFERTO
- LA QUALITÀ DELL'ACQUA FORNITA [COME ODORE, SAPORE, LIMPIDEZZA..]
- LA REGOLARITÀ DI LETTURA DEI CONSUMI IDRICI
- LA CHIAREZZA E LA FACILITÀ DI LETTURA DELLE BOLLETTE

PUNTI DI FORZA DA VALORIZZARE

- LA CHIAREZZA E COMPETENZA DELL'OPERATORE CHE RISPONDE AL TELEFONO
- LA CORTESIA E LA DISPONIBILITÀ DEL PERSONALE CHE RISPONDE AL TELEFONO
- LA TEMPESTIVITÀ DEGLI INTERVENTI DI EMERGENZA PER LA RIPARAZIONE DEI GUASTI
- LA CONTINUITÀ DEL SERVIZIO DI EROGAZIONE SENZA INTERRUZIONI O CALI DI PRESSIONE
- IL LIVELLO DI PRESSIONE DELL'ACQUA
- LA VARIETÀ DI OPERAZIONI CHE SI POSSONO GESTIRE AL TELEFONO

Agenda

1. Obiettivi e impianto della ricerca
2. Risultati
3. Highlights
4. Riconoscimento Cerved
5. Appendice



Riconoscimento Cerved alle aziende virtuose

CERVED attribuisce a **Viva Servizi** il **Riconoscimento CSA** per aver dimostrato di essere **un'AZIENDA VIRTUOSA**, in quanto **attenta all'ascolto dei propri clienti**.

Perché è importante misurare la soddisfazione dei clienti?

- per adottare strategie che consentano il **miglioramento continuo** e, quindi, il costante aumento della soddisfazione
- perché un cliente soddisfatto **racconta in media la sua esperienza a 5 persone**, incrementando l'immagine positiva dell'operatore.

In altre parole, per ottimizzare le performance dell'azienda e **prioritizzazione** delle azioni di **intervento** sulla base delle esigenze dei clienti

Il bollino che identifica questo riconoscimento può essere utilizzato da Viva Servizi nelle proprie iniziative di comunicazione



Agenda

1. Obiettivi e impianto della ricerca
2. Risultati
3. Highlights
4. Riconoscimento Cerved
5. Appendice



Metodologia di indagine



Si rileva il livello di **soddisfazione percepita**, rispetto all'*immagine* che il cliente ha dell'operatore

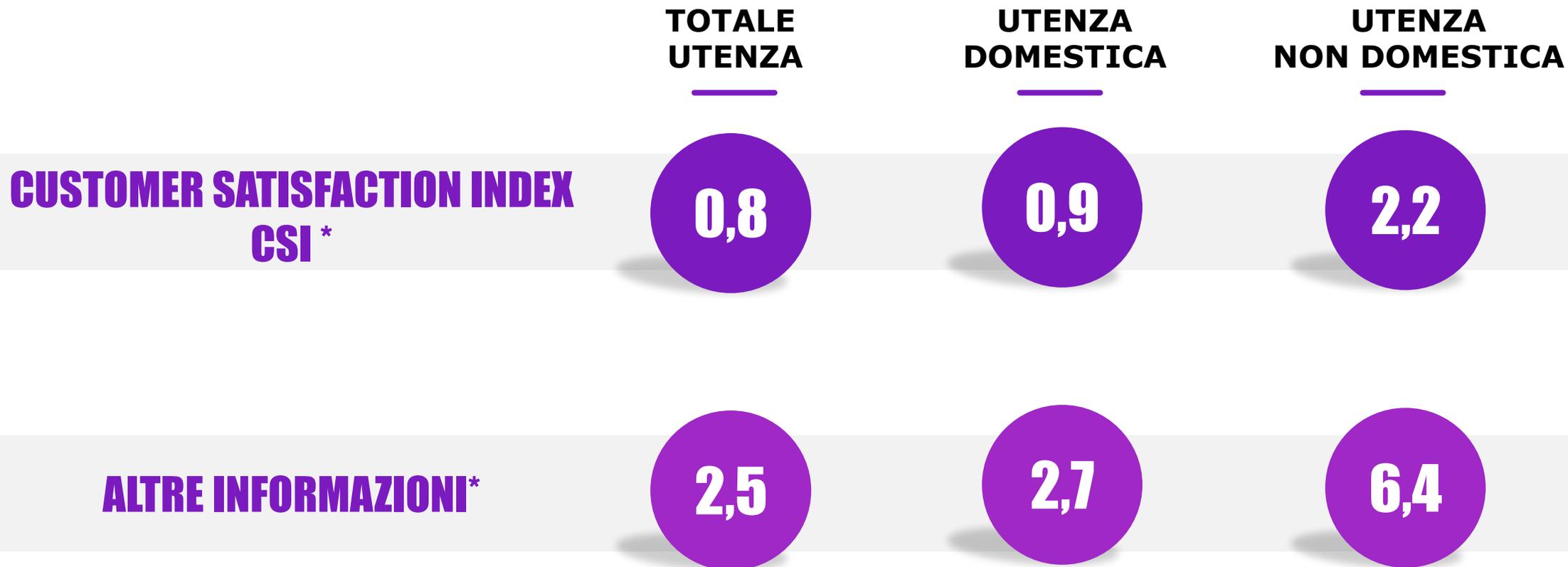
Si definiscono i **fattori** dei quali si vuole valutare il livello di soddisfazione e per ognuno si misura il **gap** tra **percepito** e **erogato**

Per ogni fattore si rileva **l'importanza** direttamente presso l'interessato

Si definisce una **mappa delle priorità** evidenziando le leve operative per alimentare processi di miglioramento e valorizzare i punti di forza

Si costruiscono **indicatori** di soddisfazione complessivi e per aree tematiche di interesse

MARGINI ERRORE SULLE INFORMAZIONI



- I dati presentati sono *stime* derivate da campioni. Raramente la stima coincide esattamente con il dato "vero" della popolazione, ma altrettanto raramente (1 caso su 20) se ne discosta più di una certa quantità, pari al margine di errore indicato nella tabella.
- In alcuni casi l'errore del singolo dato considerato può essere superiore in quanto basato su una numerosità inferiore rispetto all'intero strato campionario. Il margine di errore delle percentuali ("altre informazioni") può essere minore rispetto ai valori riportati in tabella nella misura in cui esse si discostano in positivo o in negativo dal 50%.

L'universo di riferimento



UTENZE DOMESTICHE (190.696)

UTENZE BUSINESS (29.896)

**Area
Interna**

- ARCEVIA (3487)
- BARBARA (736)
- CASTELBELLINO (2324)
- CASTELLEONE DI SUASA (917)
- CASTELPLANIO (1883)
- CORINALDO (2767)
- CUPRAMONTANA (2725)
- MAIOLATI SPONTINI (3203)
- MERGO (561)
- MONTE ROBERTO (1526)
- MONTECAROTTO (1171)
- OSTRA VETERE (1736)
- POGGIO SAN MARCELLO (490)
- ROSORA (1034)
- SAN PAOLO DI JESI (524)
- SERRA DE` CONTI (2075)
- SERRA SAN QUIRICO (1738)
- STAFFOLO (1288)



**Area
Costa**

- ANCONA (56067)
- FALCONARA MARITTIMA (14072)
- MONTEMARCIANO (5841)
- SENIGALLIA (23934)

**Area
Montana**

- CERRETO D`ESI (1805)
- ESANATOGLIA (1347)
- FABRIANO (17482)
- GENGA (1362)
- MATELICA (6005)
- SASSOFERRATO (5206)

**Area
Collina**

- AGUGLIANO (2250)
- BELVEDERE OSTRENSE (1120)
- CAMERANO (3690)
- CAMERATA PICENA (1237)
- CHIARAVALLE (7701)
- JESI (22103)
- MONSANO (1702)
- MONTE SAN VITO (3387)
- MORRO D`ALBA (1063)
- OFFAGNA (965)
- OSTRA (3265)
- POLVERIGI (2118)
- SAN MARCELLO (1081)
- SANTA MARIA NUOVA (1830)
- TRECASTELLI (3774)

Contatti e copyright

Daniela Pasi_

CAPO PROGETTO

Daniela.pasi@cerved.com

T_ +39 02 7754830

M_ +39 392 9696998

Silvia Lanzani_

SUPPORTO OPERATIVO

silvia.lanzani@cerved.com

Tel. 02 7754863

Stefano Turla_

AREA COMMERCIALE

COORDINATORE D'AREA

M_ +39 338 6293116



NUMERO VERDE

800 029 029



EMAIL

info.marketingsolutions@cerved.com



WEBSITE

www.cervedon.com

Copyright

© Copyright 2021 Cerved Group SpA - Via dell'Unione Europea, 6A-6B
20097 San Donato Milanese
Telefono 02.77541 - Telefax 02.76261646

Tutti i diritti sono riservati. Questa pubblicazione o parte di essa non può essere diffusa, tradotta, riprodotta, adattata, integrata e riutilizzata, in qualsiasi ambito diffusionale, Paese e lingua, con qualsiasi mezzo, anche elettronico senza il consenso di Cerved Group SpA. I dati sono stati raccolti in ottemperanza delle Leggi vigenti e scrupolosamente analizzati ma non implicano Responsabilità alcuna per Cerved Group SpA

 Cerved
on.
marketing services