CUSTOMER SATISFACTION AUDIT – UTENTI VIVA SERVIZI S.P.A – 2022

Monitoraggio di Customer Satisfaction rivolto agli utenti del **Servizio Idrico** nei 43 comuni delle provincie di Ancona e Macerata corrispondenti all'Autorità N° 2 Marche Centro Ancona, serviti da Viva Servizi S.p.A.

Novembre 2022

Lavoro realizzato da

STRATEGICA

PREMESSA

La realizzazione periodica della Customer Satisfaction nelle aziende di servizio pubblico è considerata dal Dipartimento della Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio dei Ministri dello Stato come la **procedura ideale per procurare una sistematica attività di ascolto degli utenti, orientata verso il miglioramento della qualità del servizio.**

Normativa di Riferimento

Direttiva del presidente del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994 "Principi sull'erogazione dei servizi pubblici"
Direttiva sulla Rivelazione della Qualità Percepita dai Cittadini del Ministro della Funzione Pubblica del Marzo 2004
Direttiva 27 luglio 2005 - Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie
Testo Unico Enti Locali 2016 art. 1 , 2 , 112 , 117 comma 1 c) , 119
D.Lgs. Servizi pubblici locali art. 21 comma 4 f)
D.Lgs 30 luglio 1999 , n° 286 art. 11
D.Lgs 27ottobre 2009 , n° 150 art. 8 comma 1 c)
D.Lgs 14 marzo 2013 , n° 33 art. 32 comma 1 , art. 35 comma 1 n)
Decreto Trasparenza 17 maggio 2016 art. 28 comma 1 a) , art. 30 comma 1 b)
RIFORMA MADIA-legge124/2015 art.19 comma a), p)

Inoltre, la Deliberazione 18 giugno 2019 242/2019/a, **Quadro strategico 2019-2021** dell'autorità di regolazione per energia reti e ambiente – **ARERA** – **Allegato A –** stabilisce nel primo punto degli "Obbiettivi strategici e Linee di Intervento: *Rilevazione annuale delle aspettative e della soddisfazione dei consumatori al fine di orientare meglio gli interventi alle attese degli stessi con il contributo degli operatori e delle associazioni dei consumatori."*

L'attuale «**Carta Servizio Idrico Integrato ATO 2 Marche Centro – Ancona» stabilisce il proprio compromesso con la qualità integrale del servizio, specifica i diversi fattori che la compongono** (qualità dell'acqua, continuità dell'erogazione, ecc.) **e stabilisce come priorità la partecipazione degli utenti nel raggiungimento degli obiettivi.**

Per dare un **compimento effettivo agli obiettivi essenziali fissati, si propone il monitoraggio sistematico attraverso la Customer Satisfaction.**

NOVITÁ NORMATIVA DI RIFERIMENTO

SINTESI RELATIVA ALL'ATTIVITÀ DI CUSTOMER SATISFACTION PER AZIENDE DI SERVIZI PUBBLICI CONTENUTA NELLA RECENTE DELIBERA DELLA ARERA

DELIBERAZIONE 18 GIUGNO 2019 242/2019/A **QUADRO STRATEGICO 2019-2021** DELL'AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER ENERGIA RETI E AMBIENTE - **ARERA**

"PREMESSA
Con il presente documento, l'Autorità di Regolazione per Energia Reti e ambiente (di seguito: Autorità) presenta gli indirizzi strategici che orienteranno l'attuale Consiliatura, indicando gli obiettivi strategici e le principali linee di intervento per il periodo 2019 – 2021, alla luce dell'evoluzione del contesto settoriale di riferimento nazionale ed europeo."

Obbiettivi Strategici e Linee di Intervento 2019-2021
(Allegato A – Quadro strategico 2019-2021 dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente. Mercati di incidenza: energia elettrica, gas, tele calore, servizio idrico integrato, ciclo dei rifiuti. **Pagina 47**)

"1a. (Attività CONTINUATIVA) Rilevazione annuale delle aspettative e della soddisfazione dei consumatori al fine di orientare meglio gli interventi alle attese degli stessi con il contributo degli operatori e delle associazioni dei consumatori."

Regole tariffarie chiare e trasparenti per la copertura dei costi efficienti della gestione dei rifiuti
(Allegato A – Quadro strategico 2019-2021 dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente.
Mercati di incidenza: energia elettrica, gas, tele calore, servizio idrico integrato, ciclo dei rifiuti. **Pagina 24**)

Il raggiungimento, in tutte le aree del Paese, di una stretta coerenza tra la qualità del servizio e il costo dello stesso sarà un obiettivo di fondo della regolazione, da perseguire anche attraverso indagini sul livello di soddisfazione dell'utente."

Documenti ufficiali ARERA
Quadro Strategica 2019-2021 ARERA https://www.arera.it/allegati/docs/19/242-19all.pdf
Deliberazione 18 giugno 2019 – 242/2019/A https://www.arera.it/allegati/docs/19/242-19.pdf

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;

PRINCIPALI RISULTATI

Customer Satisfaction Audit
Novembre 2022

Servizio Idrico

Nei 43 Comuni delle Provincie di Ancona e Macerata corrispondenti all'autorità N°2 Marche Centro - Ancona, serviti da ***Viva Servizi S.p.A.***

FATTORI ANALIZZATI

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

ASPETTI TECNICI
FATTURAZIONE
SEGNALAZIONE GUASTI
RELAZIONI COMMERCIALI
RELAZIONI ALLO SPORTELLO
SITO WEB

Inoltre, abbiamo indagato sulle percezioni riguardo

RAPPORTO QUALITÀ / PREZZO

GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

SOGGETTO CHE DETERMINA LA TARIFFA

Costruzione indice di Customer Satisfaction

Fattore	Aspetti	% Utenti soddisfatti	Soddisfazione BASSA	Soddisfazione MEDIA	Soddisfazione ALTA	Importanza	Soddisfazione INTENSITA'
ASPETTI TECNICI	Continuità del servizio Pressione dell'acqua Tempi di attivazione Qualità dell'acqua Qualità dell'acqua bevuta	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5 **Delude le aspettative**	% voti 6 /7 **In linea con le aspettative**	% voti 8 / 10 **Supera le aspettative**	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore ALTA 9 /10 MEDIO ALTA 8 MEDIA 6 /7 MEDIA BASSA 5 BASSA 1 /4
FATTURAZIONE	Regolarità lettura dei contatori Correttezza degli importi in bolletta Chiarezza e facilità lettura bollette Facilità accesso canali di pagamento	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 /7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
SEGNALAZIONE GUASTI	Linea libera Chiarezza informazioni risponditore automatico Tempo di attesa Cortesia dell'operatore Competenza dell'operatore Tempo di intervento nella risoluzione del guasto	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 /7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore

Costruzione indice di Customer Satisfaction

Fattore	Aspetti	% Utenti soddisfatti	Soddisfazione BASSA	Soddisfazione MEDIA	Soddisfazione ALTA	Importanza	Soddisfazione INTENSITA'
RELAZIONI COMMERCIALI RELAZIONI ALLO SPORTELLO	Info fornite dal risponditore automatico Tempo di attesa Cortesia dell'operatore Competenza dell'operatore Facilità trovare Linea libera Tipo di operazioni fattibili Chiarezza delle informazioni	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 /7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
SITO WEB	Reperibilità indirizzo web Facilità di navigazione Ricchezza informazioni	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 /7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
RAPPORTO QUALITÀ / PREZZO	Soddisfazione Importanza	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 /7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
SODDISFAZIONE GLOBALE DEL SERVIZIO	Soddisfazione Importanza	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 /7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore

SCHEDA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Universo dell'indagine: circa **400.000** residenti utenti nei 43 Comuni serviti da Viva Servizi S.p.A.

Quantità interviste finali: **1.196**

*Margine di errore: + - **3,07 %***
*Livello di confidenza: **95,0%***

L'indagine si è svolta raccogliendo dati sul campo nel mese di Novembre 2022.

L'attuale monitoraggio di Customer Satisfaction permette a Viva Servizi di avere un TREND o andamento della 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'obbiettivo di migliorare permanentemente la qualità del servizio offerto.

Questionario strutturato con domande chiuse e aperte con controllo di coerenza.
Qrivolto a colui/colei che gestisce principalmente il rapporto con l'azienda.

Squadra in Campo .

*Statistiche: **Michela Natilli** – Università degli Studi di Siena – Ricercatore Scuola Superiore Sant'Anna, Pisa. Ricercatore CNR.*

*Analista Senior: Prof. **Hugo Daniel Estrella** – Master in Gestione di Conflitti - Università di Pisa.* Docente ISO 26.000 presso Aalborg University di Copenaghen.

*Capogruppo team intervistatori: **Eugenio di Cesare***

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

*Intervistatori: **Silvia di Miero, Erika di Valerio, Michela Rainone, Adelina Iabella, Anahì Carreira***

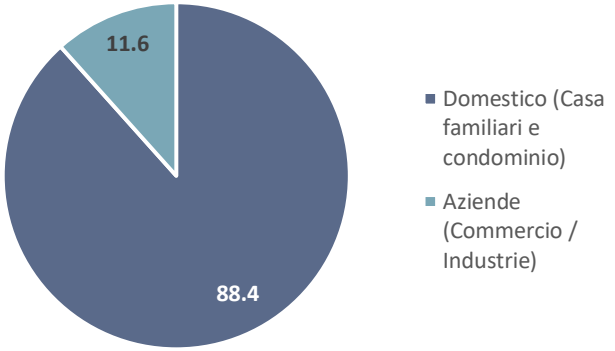
*Grafica design: **Eduardo Sulpizio***

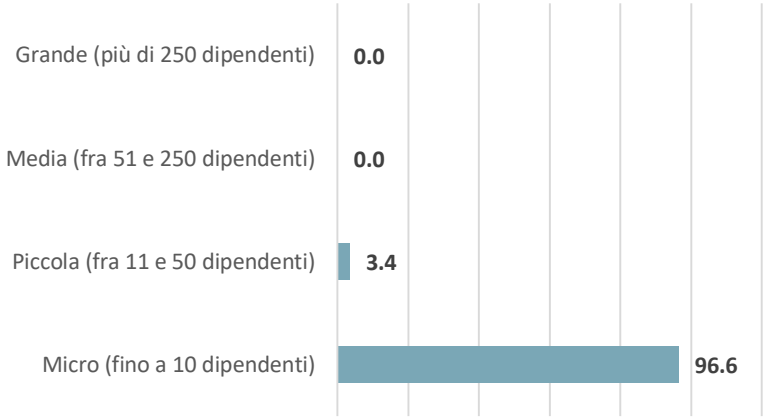
SCHEDA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

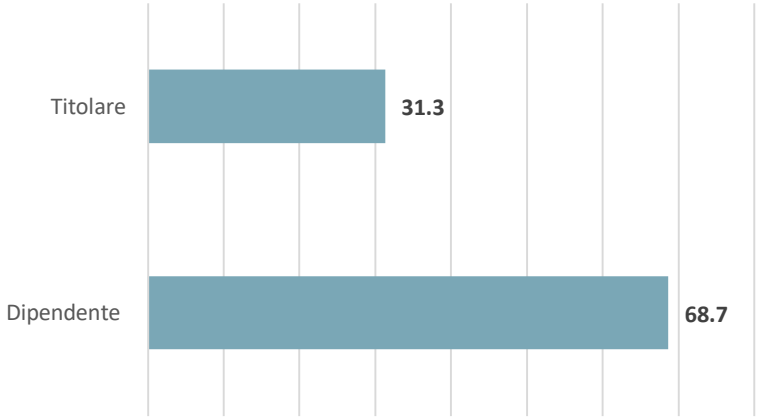
Abbiamo condotto 1.196 interviste totale: il 90,1% di utenze domestiche e circa il **11,6% di utenze commerciali**.

Il 96,6% delle attività commerciali intervistate ha una dimensione (micro) fino a 10 dipendenti. Il 3,4 sono piccole aziende.

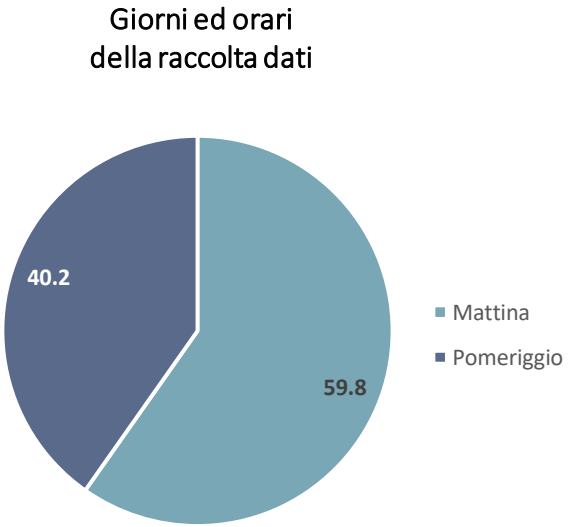
La maggior parte dei rispondenti (68,7%) sono dipendenti che al momento erano a carico del commercio, mentre nel 31,3% dei casi sono titolari, proprietari o soci delle attività.

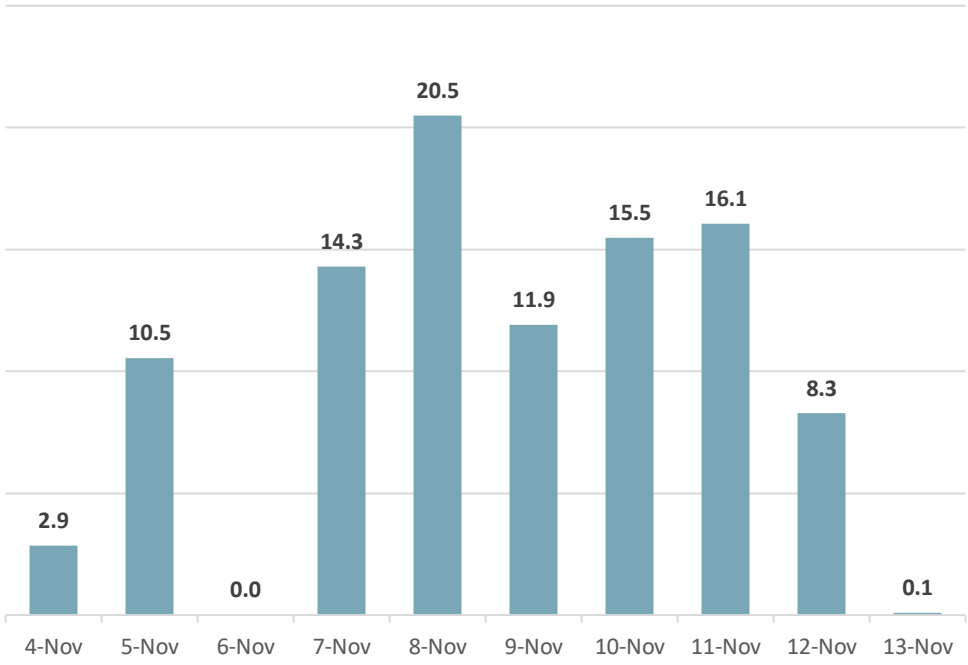






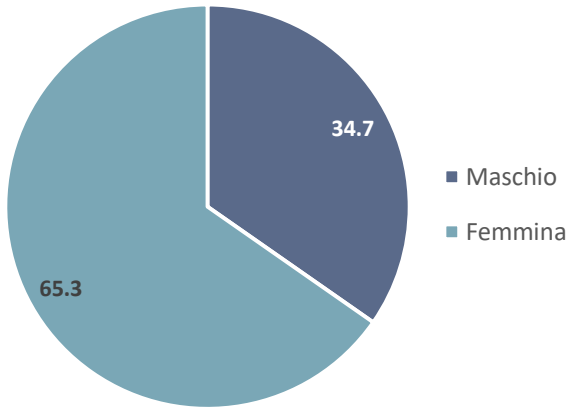
SCHEDA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine



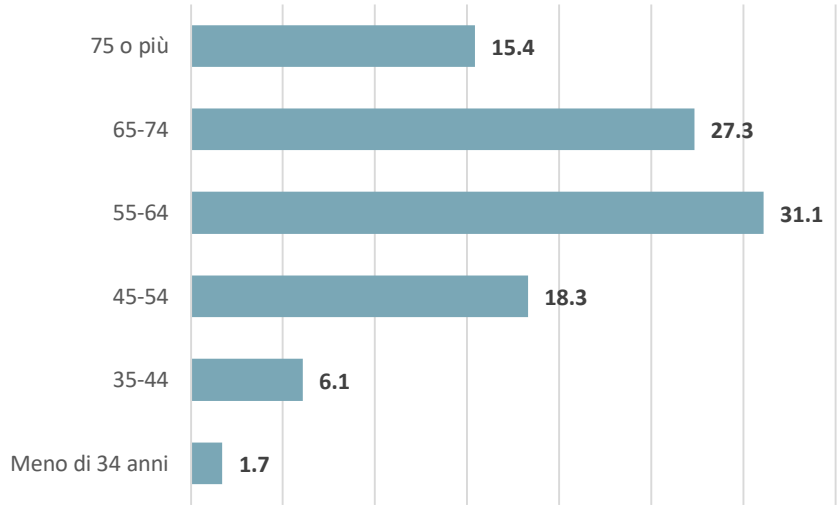


INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Genere



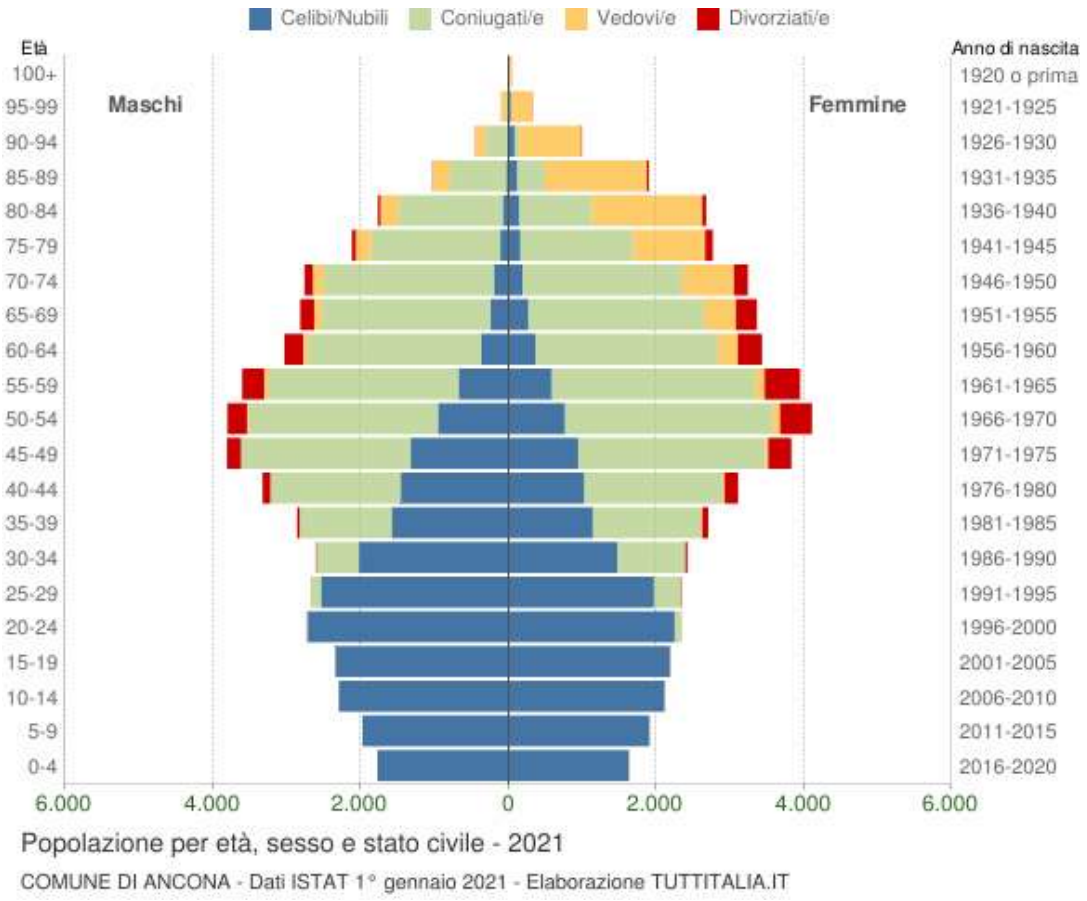
Età



L'età degli intervistati rispecchia abbastanza bene l'attuale «Piramide delle età» della popolazione residente. Un 42,7% dei rispondenti ha più di 65 anni. La metà degli intervistati (49,4%) è di età intermedia, da 45 a 65 anni; il 7,8% ha meno di 44 anni.

È da notare che, anche nei casi in cui alla chiamata rispondeva una persona molto giovane, l'intervista veniva dirottata ai maggiorenni presenti, che sono quelli che normalmente si rapportano con l'Azienda.

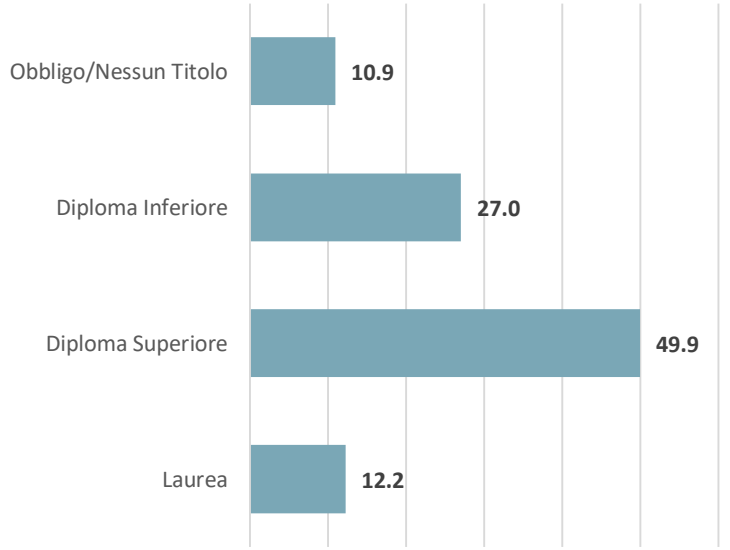
INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE



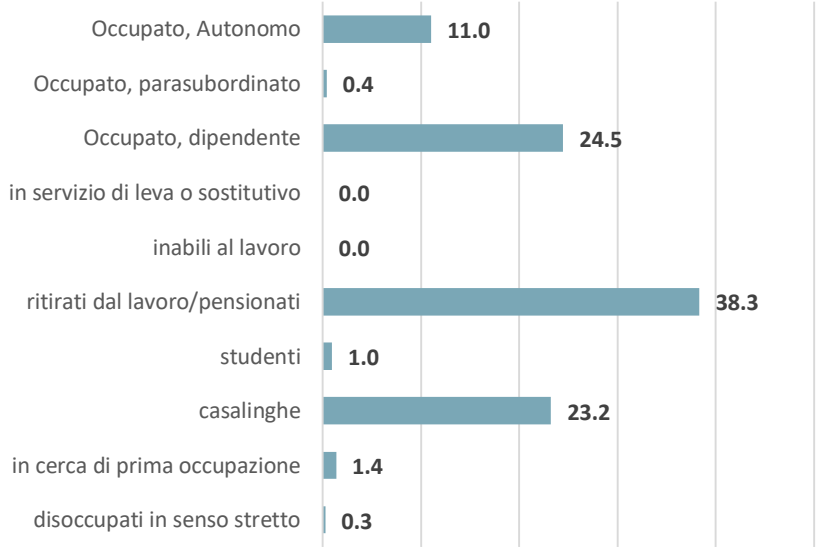
La Piramide delle Età rappresenta la distribuzione della popolazione residente nel comune di Ancona per età, sesso e stato civile al 1° gennaio 2021. La conformazione della Piramide, con la base ristretta fino a 34 anni di età, evidenza l'invecchiamento progressivo della popolazione. Da tenere in conto che, nella totalità del territorio, dove ci sono piccoli centri urbani, l'invecchiamento della popolazione è ancora più forte che nella grande città.

INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Titolo di studio



Condizione lavorativa



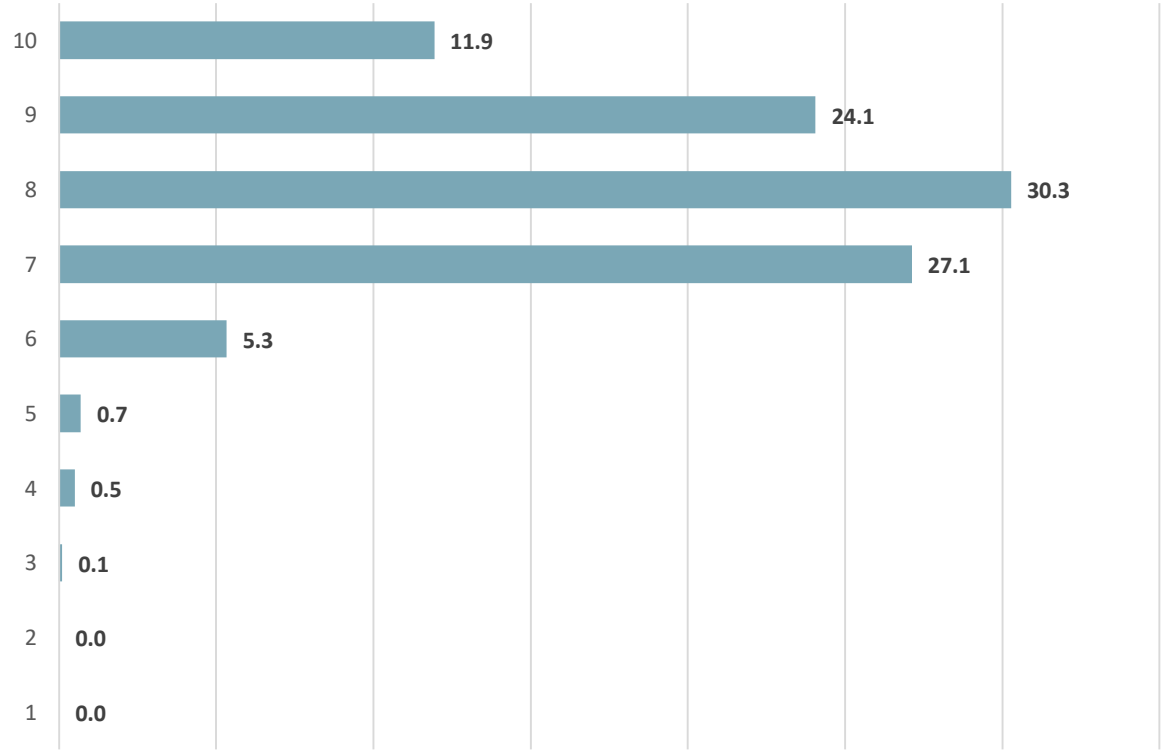
Valutazione importanza e soddisfazione
ASPETTI TECNICI

- ✓ Continuità del servizio
- ✓ Pressione dell'acqua
- ✓ Attivazione del servizio
- ✓ Qualità dell'acqua (sapore / odore / colore / limpidezza)

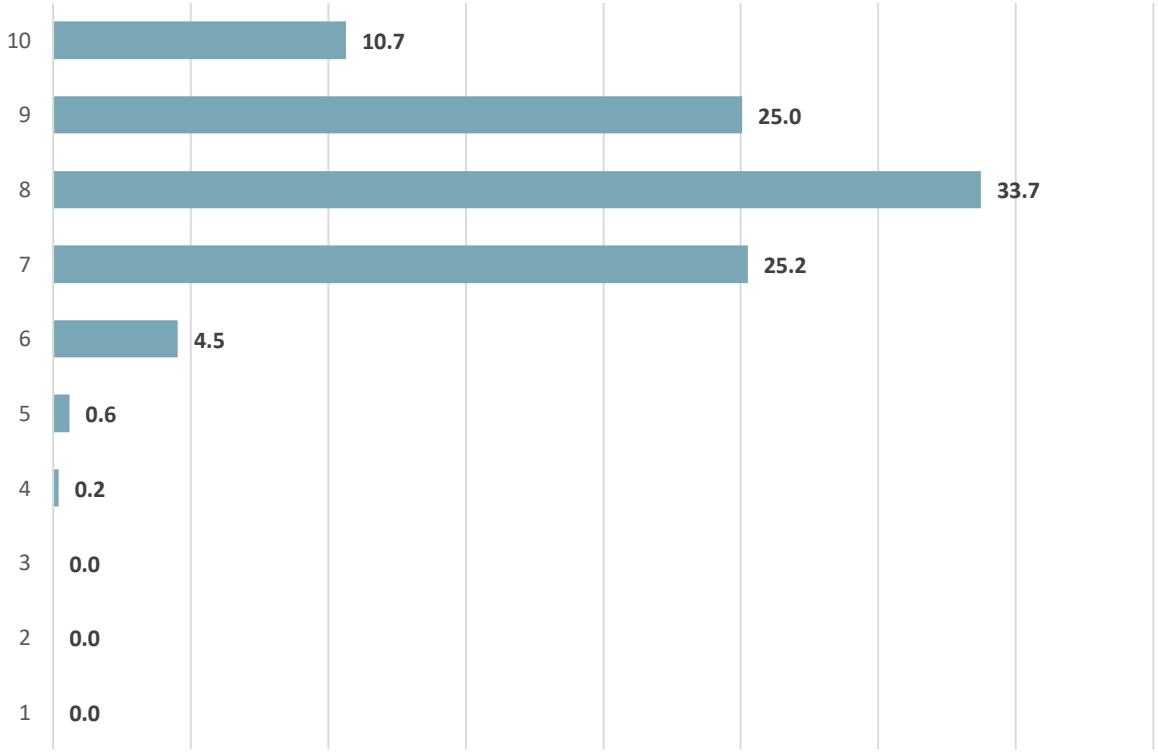
Inoltre abbiamo chiesto:

- ✓ Utilizza l'acqua del rubinetto per bere?
- ✓ Qualità dell'acqua percepita da chi la beve dal rubinetto

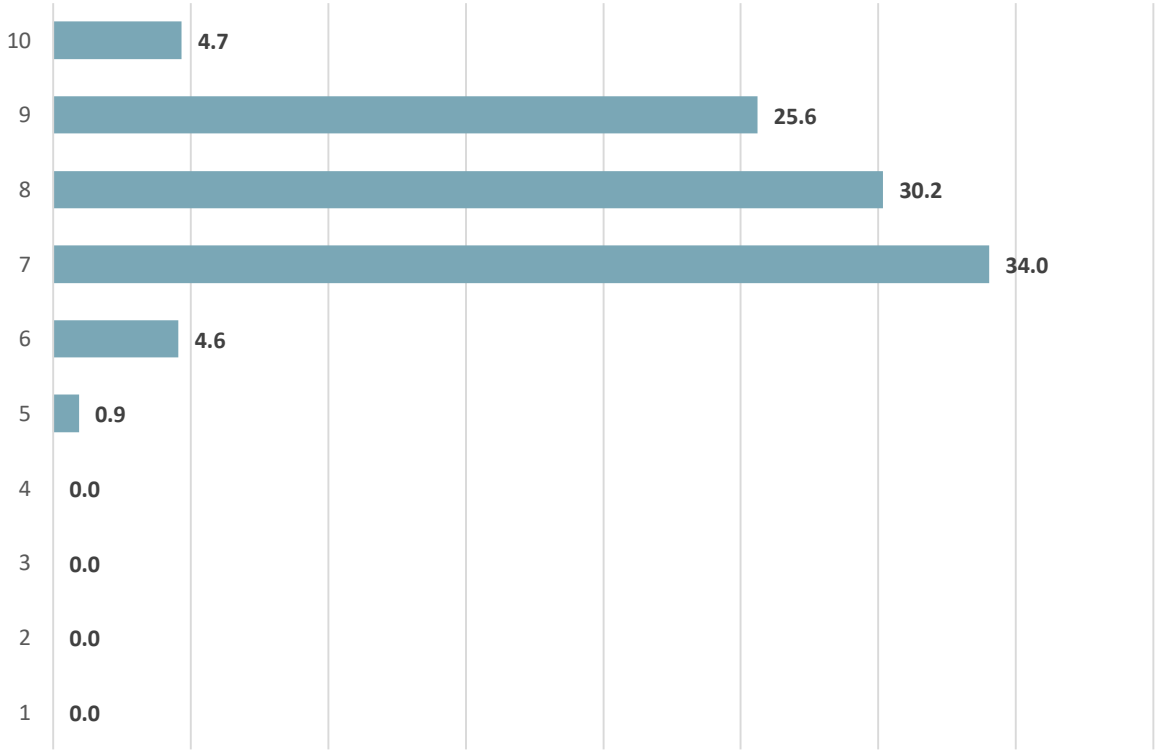
ASPETTI TECNICI
Continuità del servizio



ASPETTI TECNICI
Pressione dell'acqua

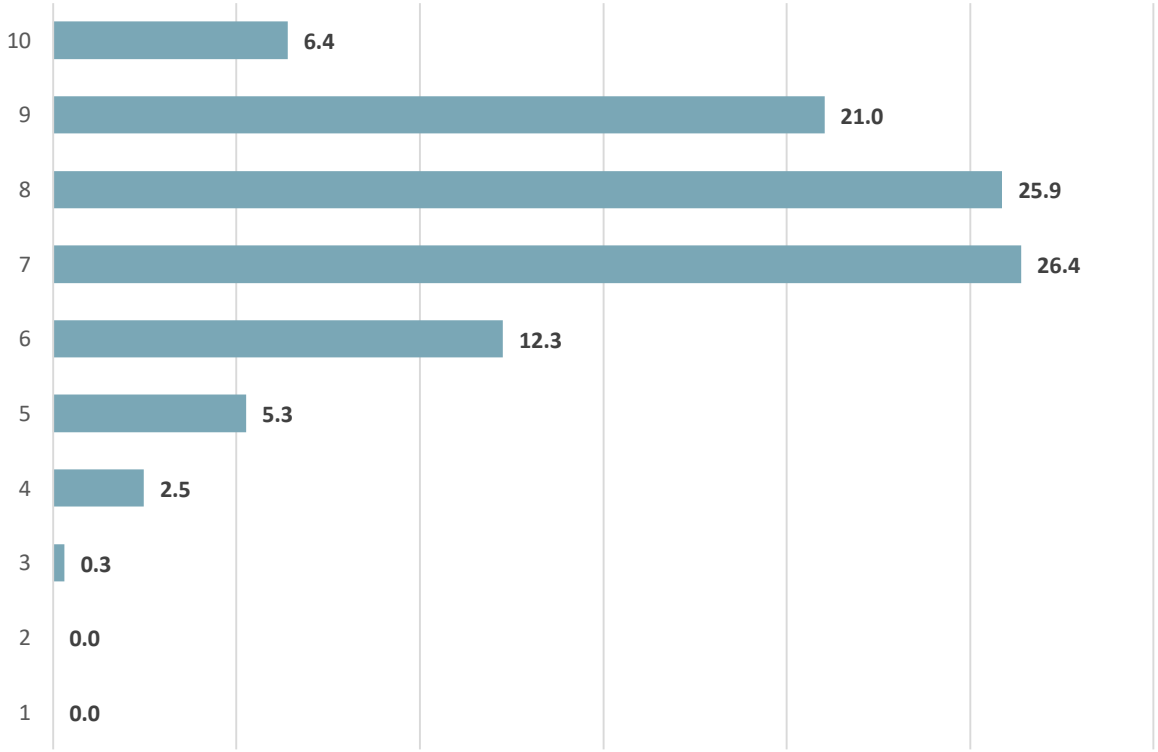


ASPETTI TECNICI
Attivazione del servizio



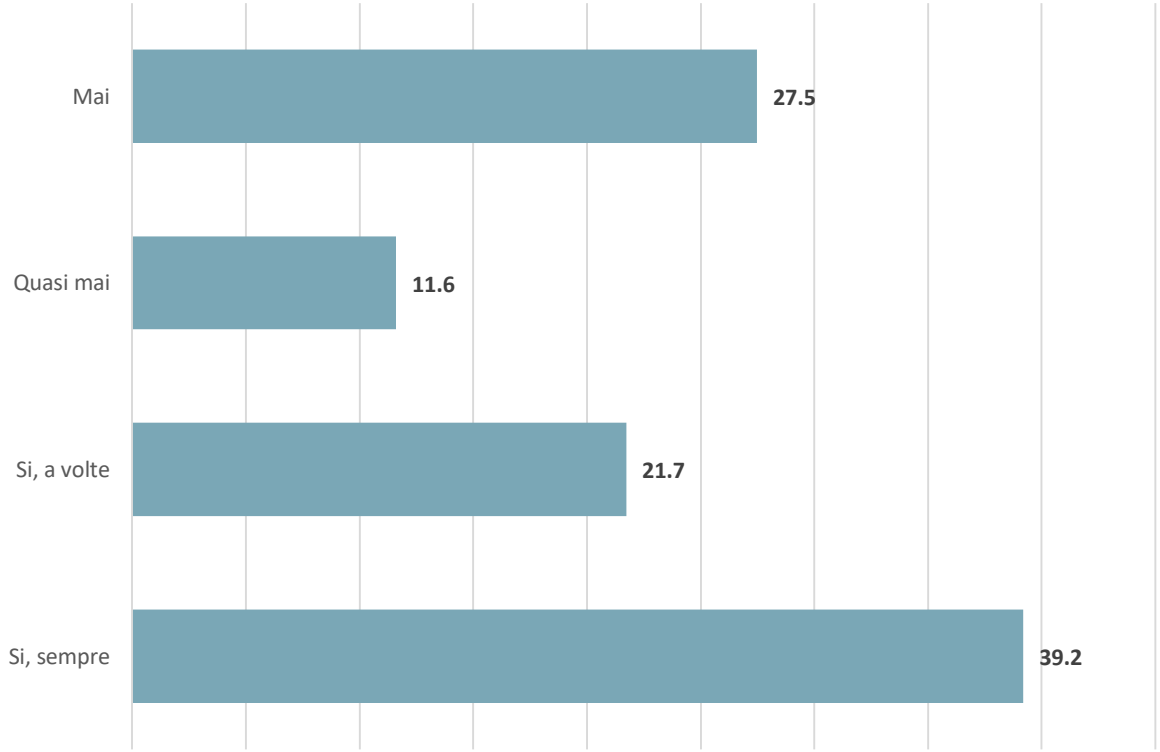
ASPETTI TECNICI

Qualità dell'acqua (sapore/odore/colore/limpidezza)



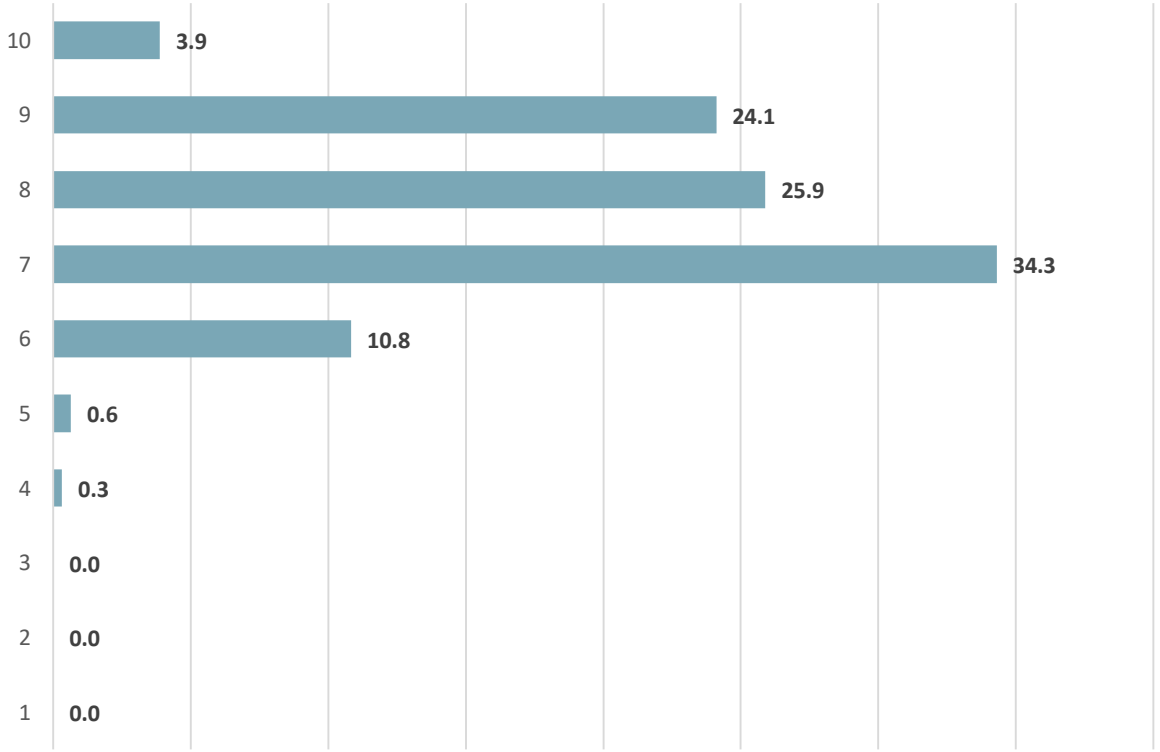
ASPETTI TECNICI

Utilizza l'acqua del rubinetto per bere?



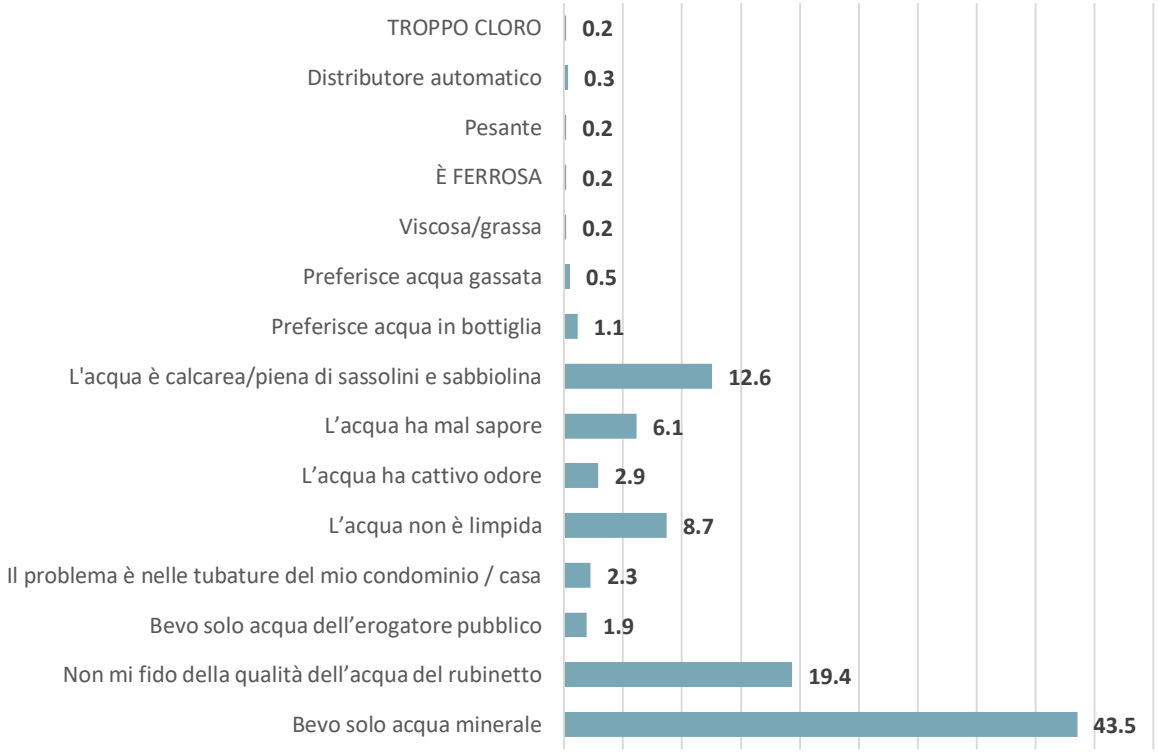
ASPETTI TECNICI

Se si, quanto è soddisfatto della qualità dell'acqua da bere?



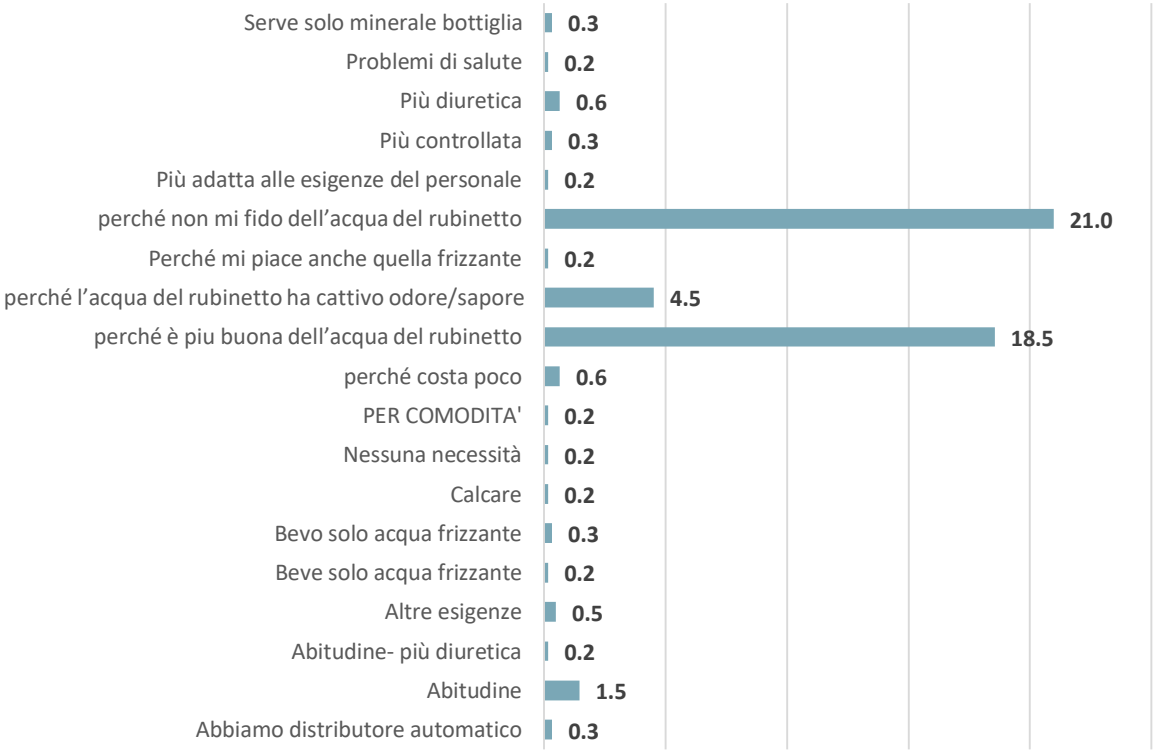
ASPETTI TECNICI

Se mai o quasi mai, perché?



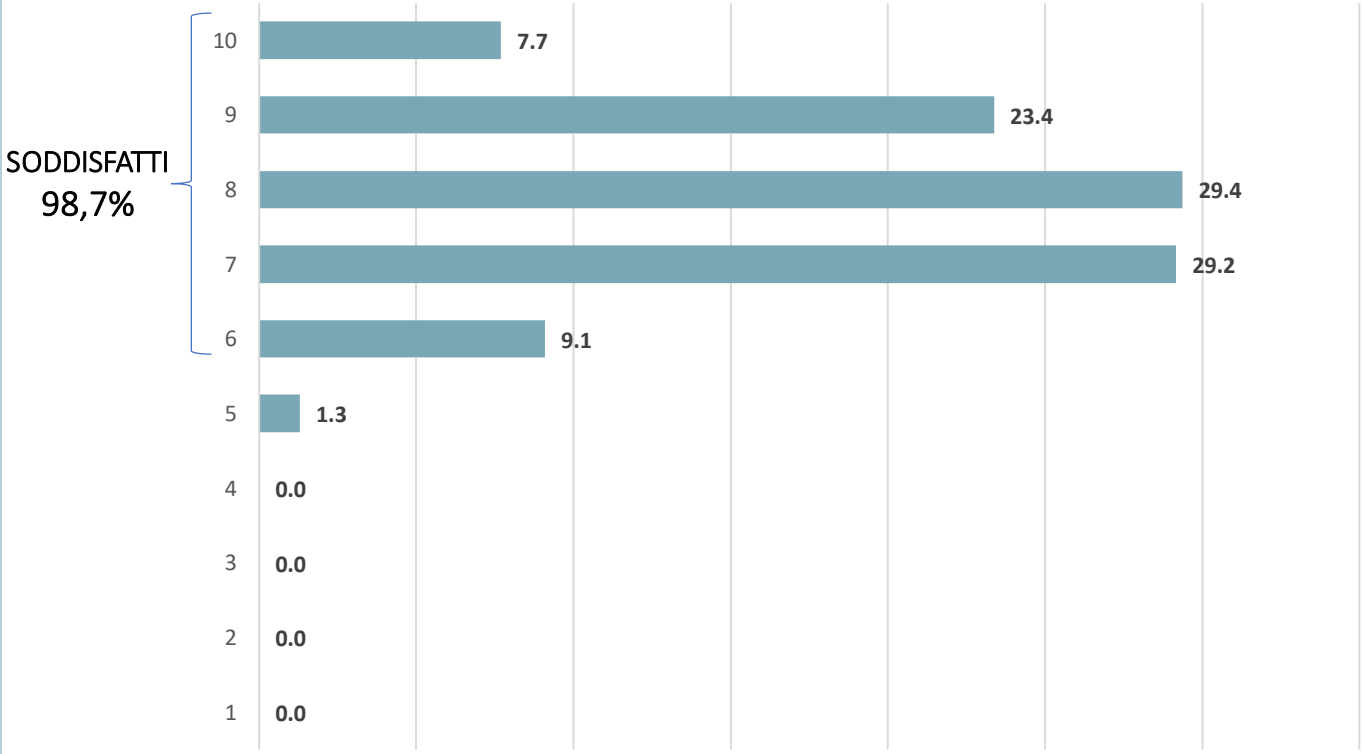
ASPETTI TECNICI

Perché beve prevalentemente acqua minerale?



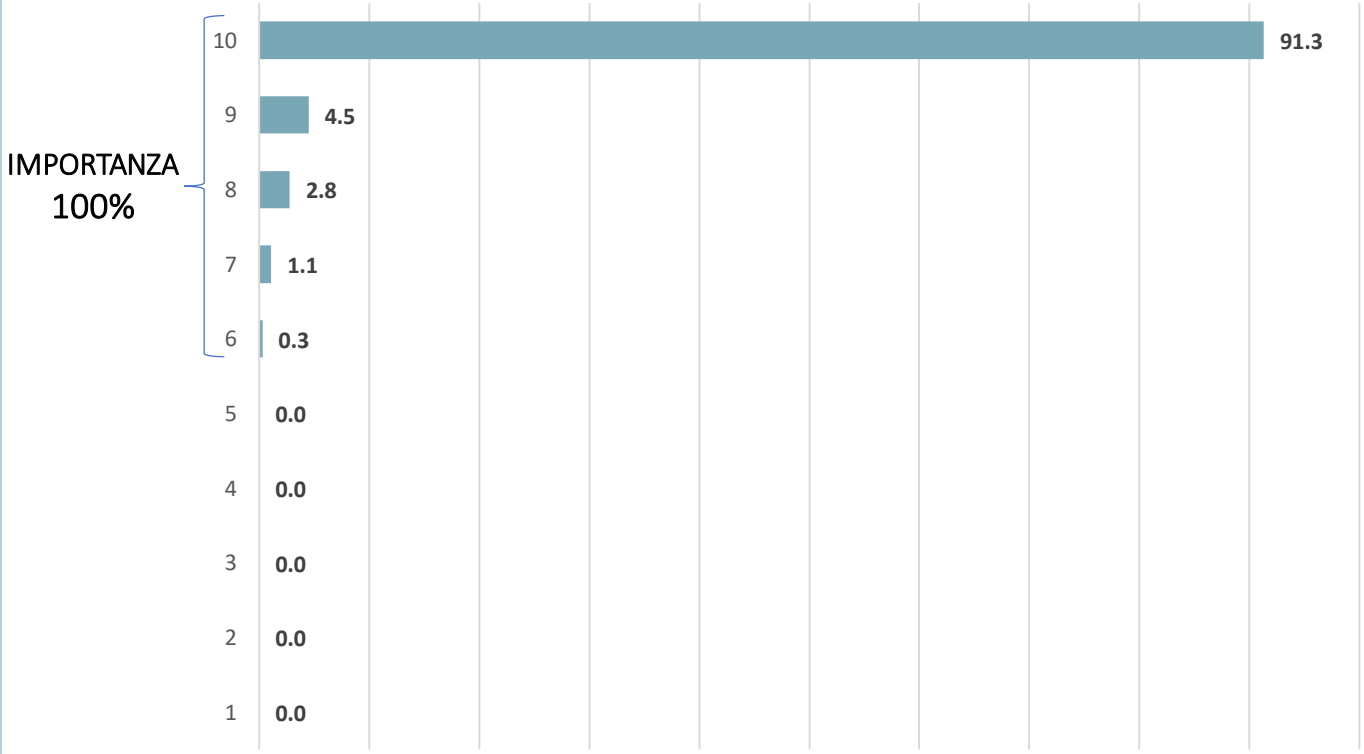
ASPETTI TECNICI

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



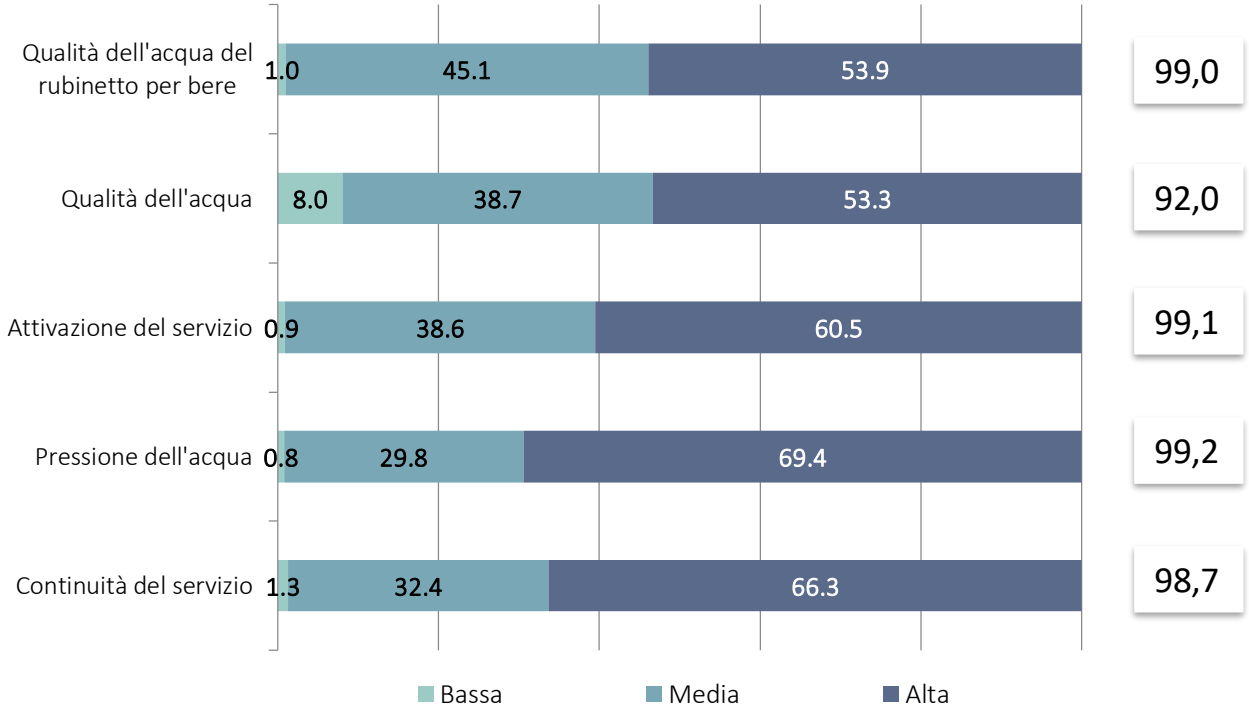
ASPETTI TECNICI

IMPORTANZA – *Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



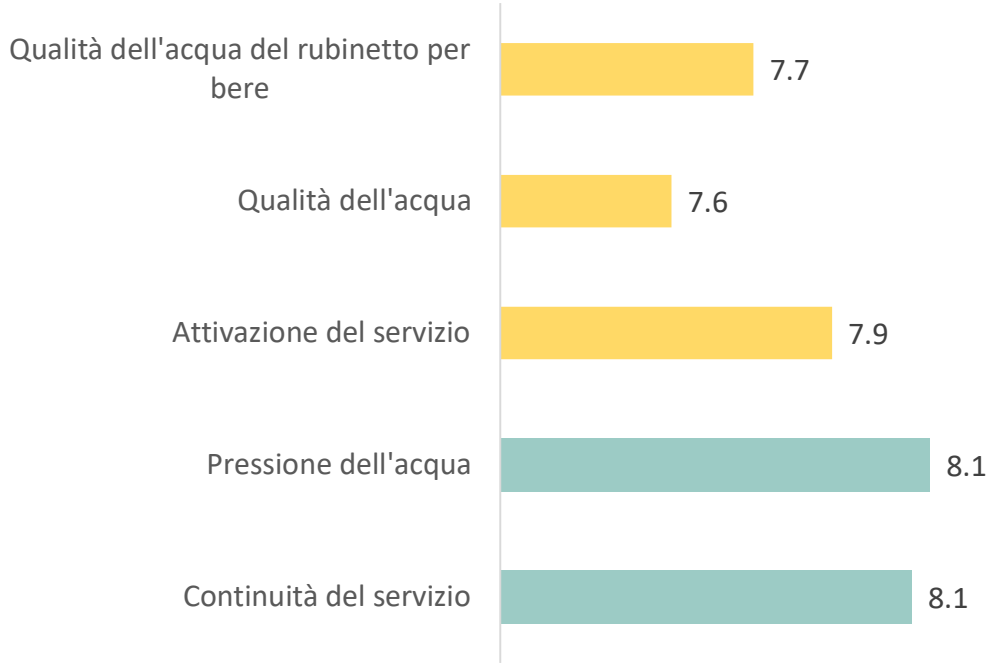
ASPETTI TECNICI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



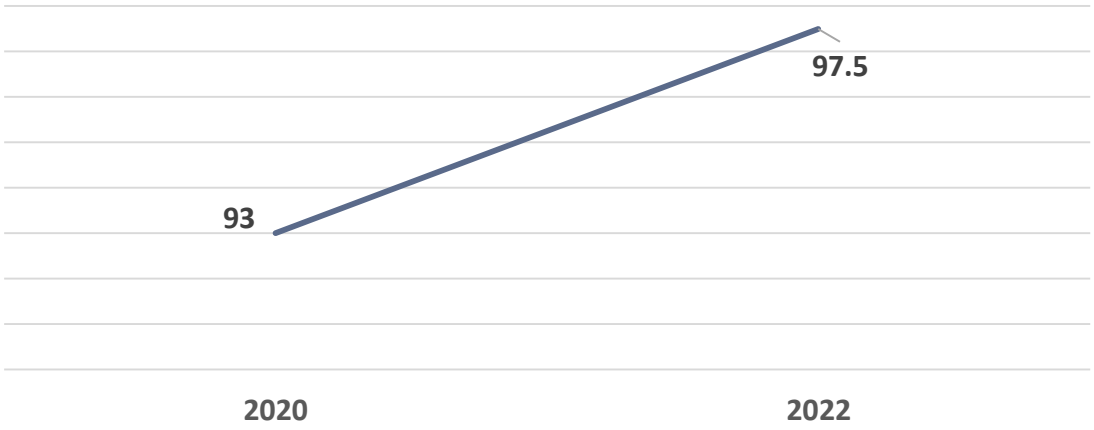
Indice % MEDIA di soddisfazione Aspetti Tecnici **97,5**

ASPETTI TECNICI
INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



ASPETTI TECNICI – TREND 2020/22

SODDISFAZIONE TOTALE



ASPETTI TECNICI
Considerazioni

L'analisi di questa sezione conferma l'altissima proporzione di utenti che considerano il servizio come soddisfacente. I Trend delle percezioni dell'utenza dimostrano un'importante crescita, 93% (2020) a 97,5% (2022).

Prima cosa importante, i Bassi livelli di Soddisfazione sono quasi inesistenti o intorno all'1% in quasi tutti i sub-fattori; l'unico fattore che va contro tendenza è quello sulla «Qualità dell'acqua (sapore/odore/colore/limpidezza)», che segna un 8% e fa sorgere domande.

Anche se il voto risulta sempre Altamente Positivo, si confermano due aspetti importanti che ricevono un voto inferiore: la «Continuità del servizio» e, in particolare, la «Qualità dell'acqua» (in generale, sia di chi la beve, sia di chi non la beve), che sebbene rappresenti un possibile rompicapo, è comunque una percezione migliorata rispetto all'anno scorso (nel 2020 arrivava all'86%, ora al 92%, un miglioramento sostanzioso). Si vedrà col passare del tempo, ma va considerato che stiamo uscendo da un anno caratterizzato da una forte siccità, con dei disagi psicologici e materiali che sicuramente pesano nella valutazione dell'insieme. I risultati sono comunque buoni.

È da segnalare che nell'indagine dell'anno scorso si è chiesto solo per la «Qualità dell'acqua» in generale, ma non sulla «Qualità dell'acqua percepita da chi la beve dal rubinetto». In questa nuova dimensione il risultato è molto incoraggiante, perché chi la beve, e ha una opinione più fondata al riguardo, si manifesta soddisfatto al 99%, un valutazione di eccellenza.

ASPETTI TECNICI
Considerazioni

L'analisi di questa sezione ci consente di capire che l'azienda tiene sempre alto il livello di soddisfazione degli utenti, con un 97,5%. Nonostante questo, approfondendo l'analisi, vediamo che l'intensità di quella Soddisfazione risulta Media (7,9), raccogliendo voti più alti per la «Continuità del servizio», «Tempi di attivazione» e «Pressione dell'acqua», mentre la «Qualità dell'acqua (sapore/odore/colore/limpidezza)» viene considerata più bassa in comparazione (media del punteggio che si ferma a 7,6) e traina verso il basso l'insieme del fattore che altrimenti arriverebbe a livello Medio Alto.

Questi dati sono utili da tener conto in successive indagini, per poter sviluppare così un trend che ci consenta di valutare se il servizio migliora o peggiora nella considerazione degli utenti. I dati raccolti segnano che questa è una «virtù» del sistema, ma da sfruttare ancora.

Nonostante il 60,9% degli intervistati dichiara di bere, anche saltuariamente, acqua dal rubinetto, rimane numeroso il gruppo che non utilizza mai l'acqua per bere (39 % degli utenti). È da valutare la pubblicazione di dati che rassicurino sui fattori di sicurezza del consumo e della bontà del prodotto. A livello nazionale il 44% la beve «sempre o quasi sempre», qui vediamo il 5% in meno.

ASPETTI TECNICI
Commenti

Questi sono i principali commenti raccolti durante l'intervista, riguardanti gli Aspetti Tecnici:

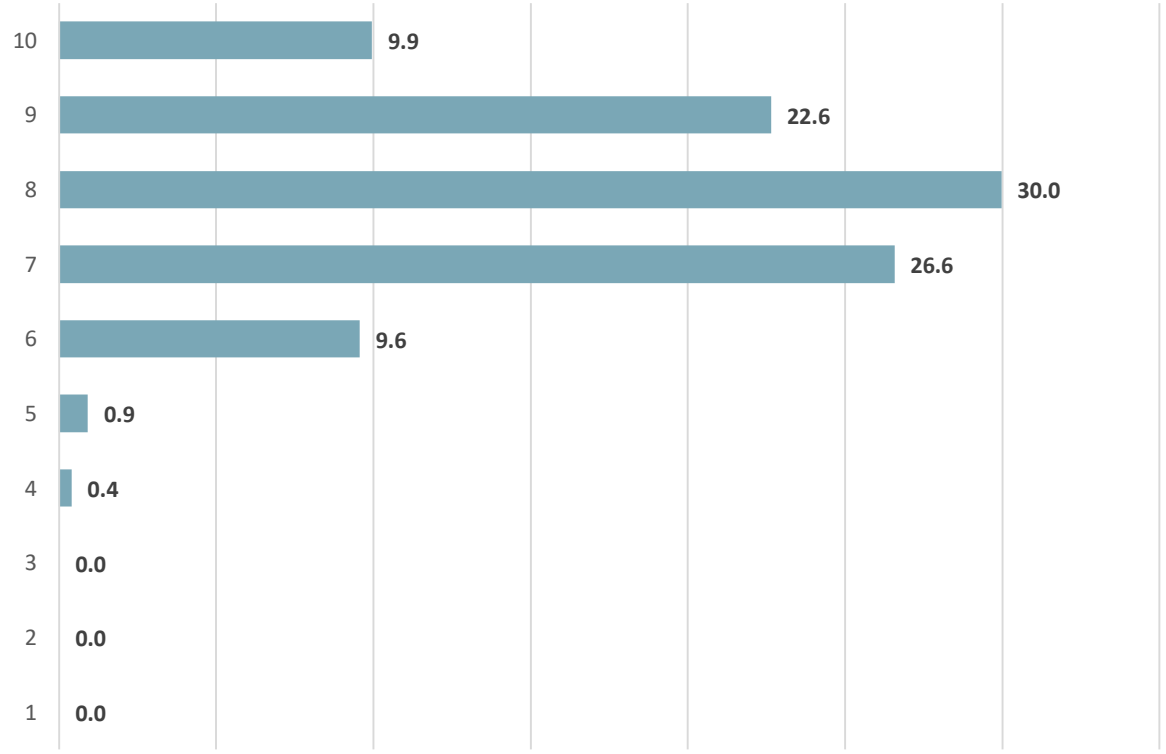
- Acqua un po' calcarea;
- Maggiori controlli sulla manutenzione della rete;
- Maggiore tempestività in riferimento alla notifica di mancanza d'acqua;
- Poca pressione, soprattutto mattino presto e sera;
- L'acqua risulta piena di cloro, il sapore e gli odori sono cattivi;
- Vorremmo la possibilità di acquistare dei purificatori d'acqua direttamente da VivaServizi, a prezzi competitivi.

Valutazione importanza e soddisfazione FATTURAZIONE

- ✓ Regolarità nella lettura dei contatori
- ✓ Correttezza degli importi sulla bolletta
- ✓ Chiarezza e facilità di lettura delle bollette
- ✓ Facilità di accesso ai canali di pagamento in zona

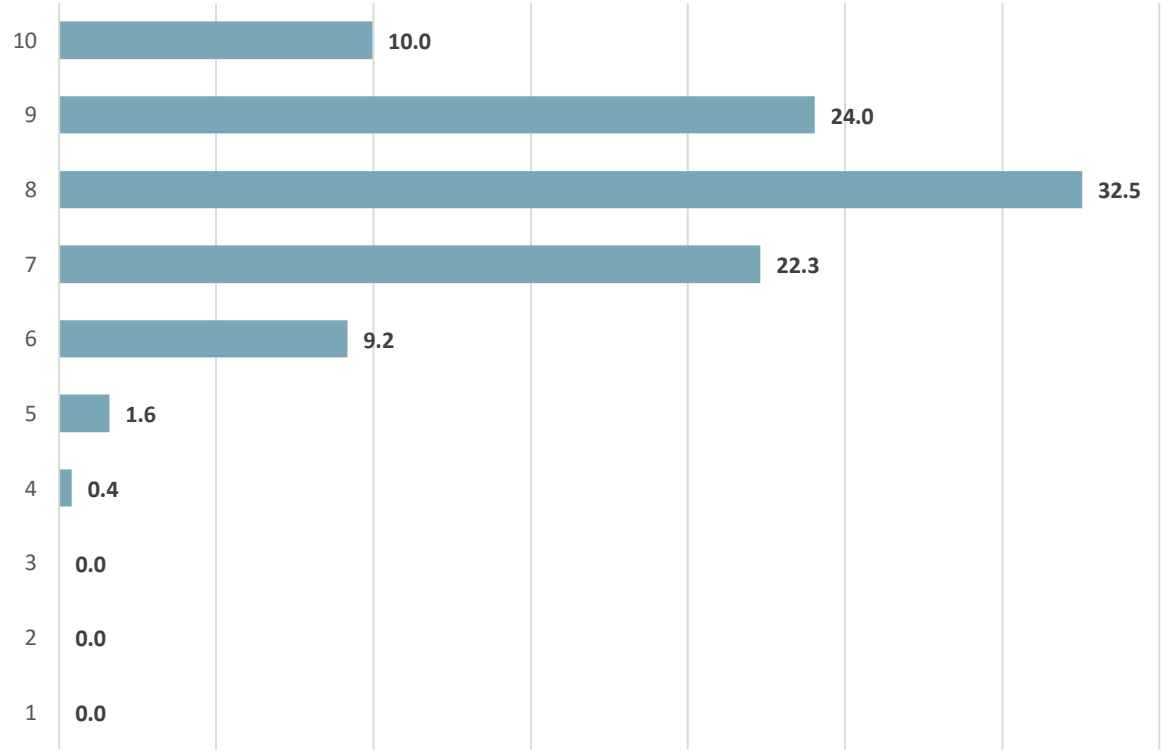
FATTURAZIONE

Regolarità nella lettura dei contatori



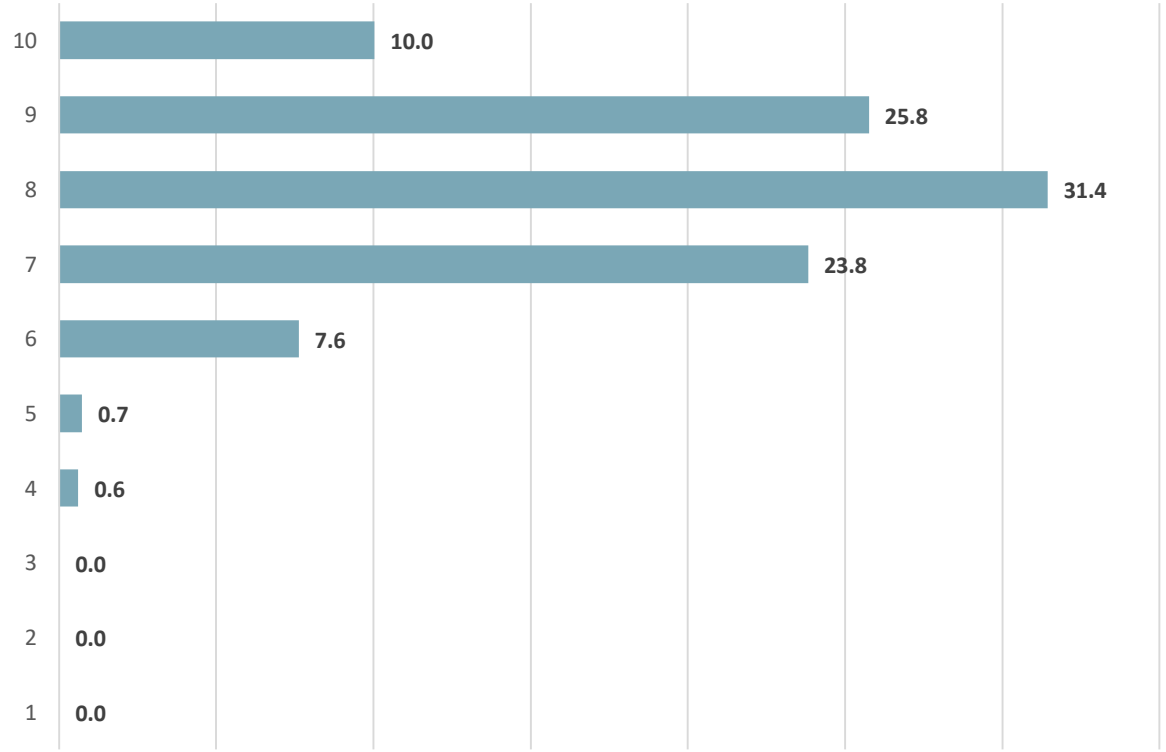
FATTURAZIONE

Correttezza degli importi sulla bolletta



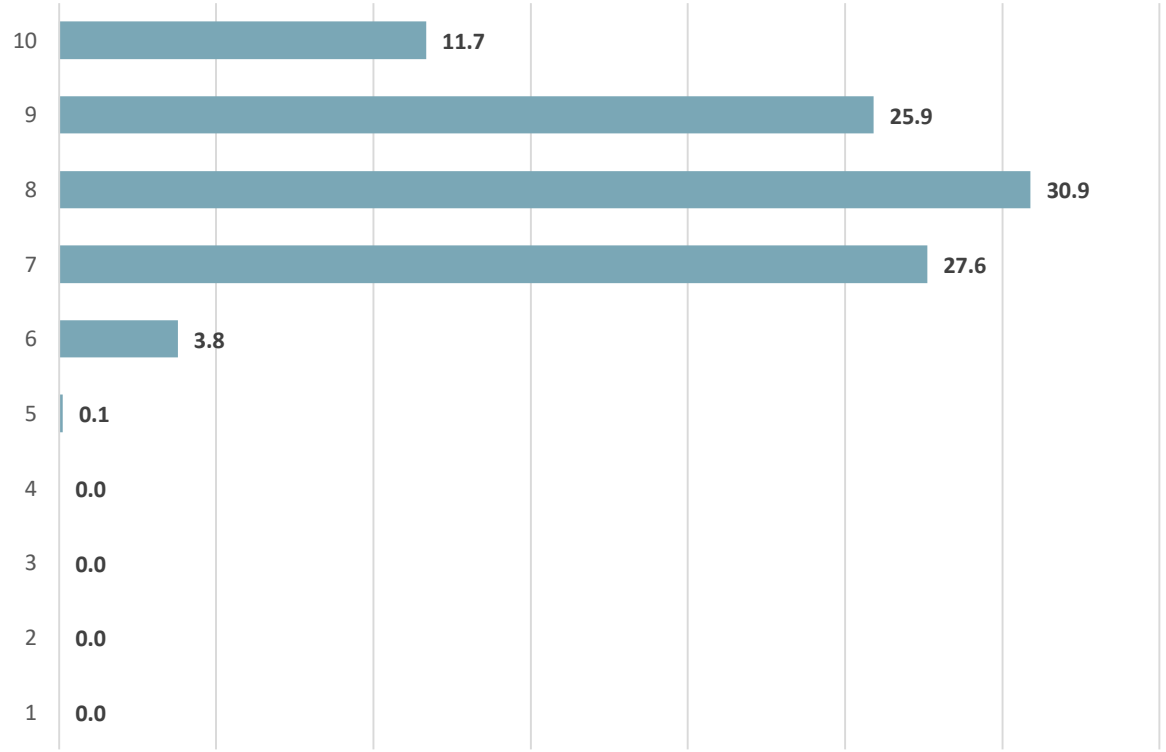
FATTURAZIONE

Chiarezza e facilità di lettura delle bollette



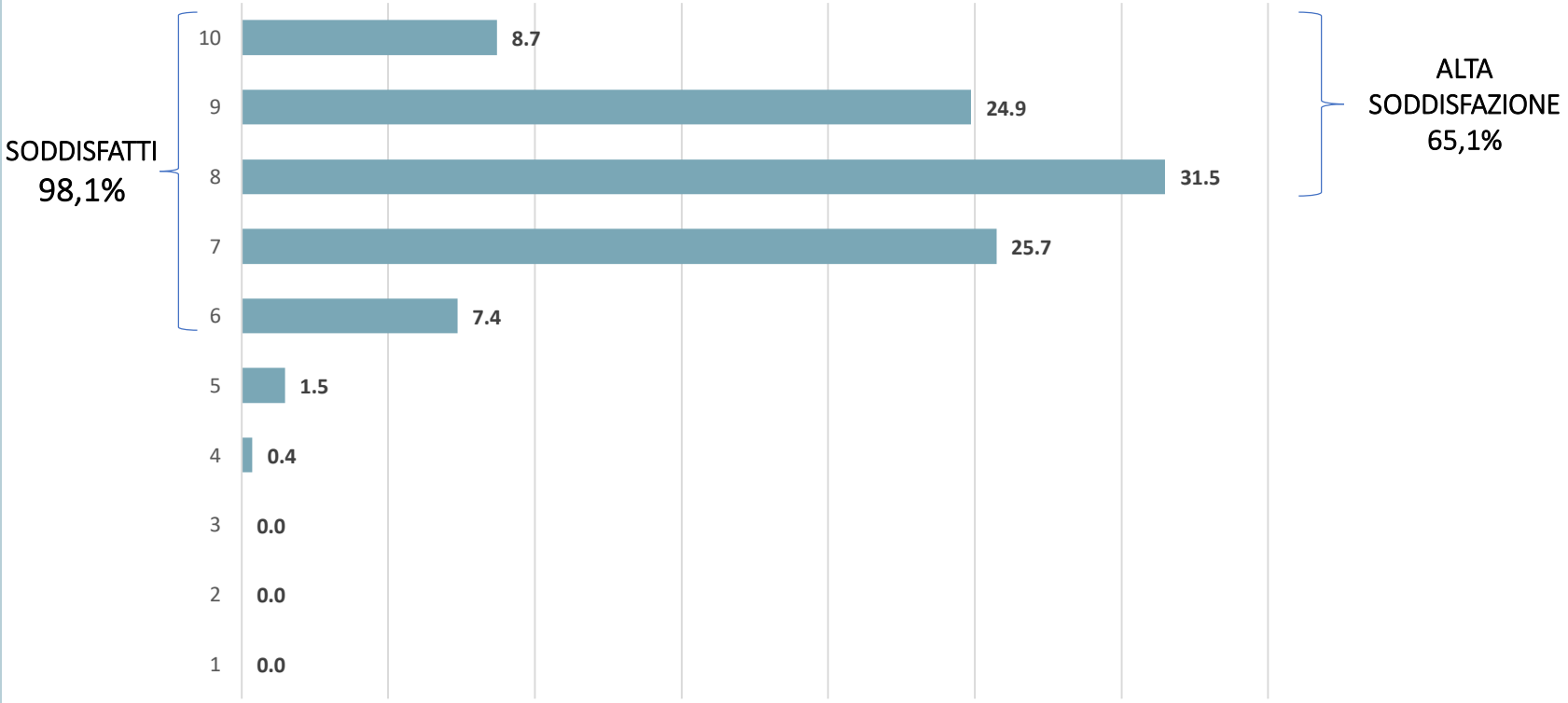
FATTURAZIONE

Facilità di accesso ai canali di pagamento in zona



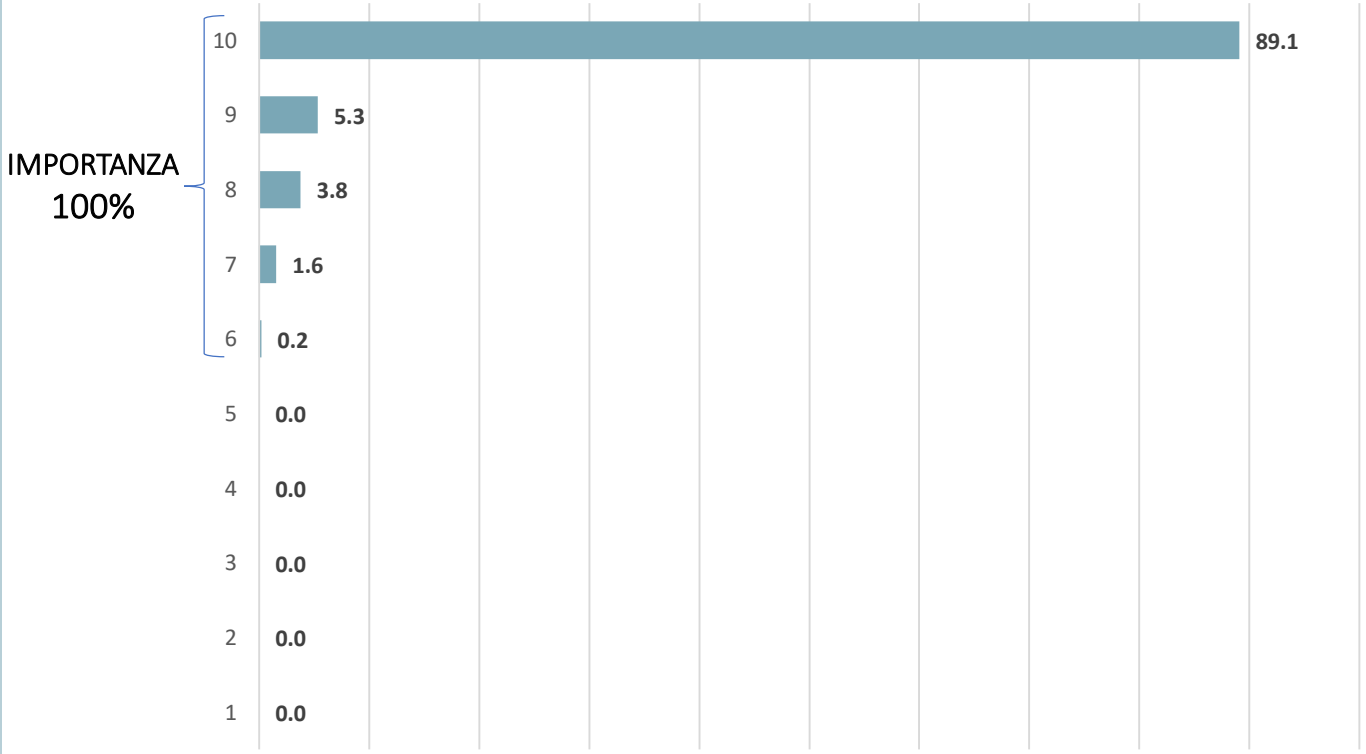
FATTURAZIONE

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



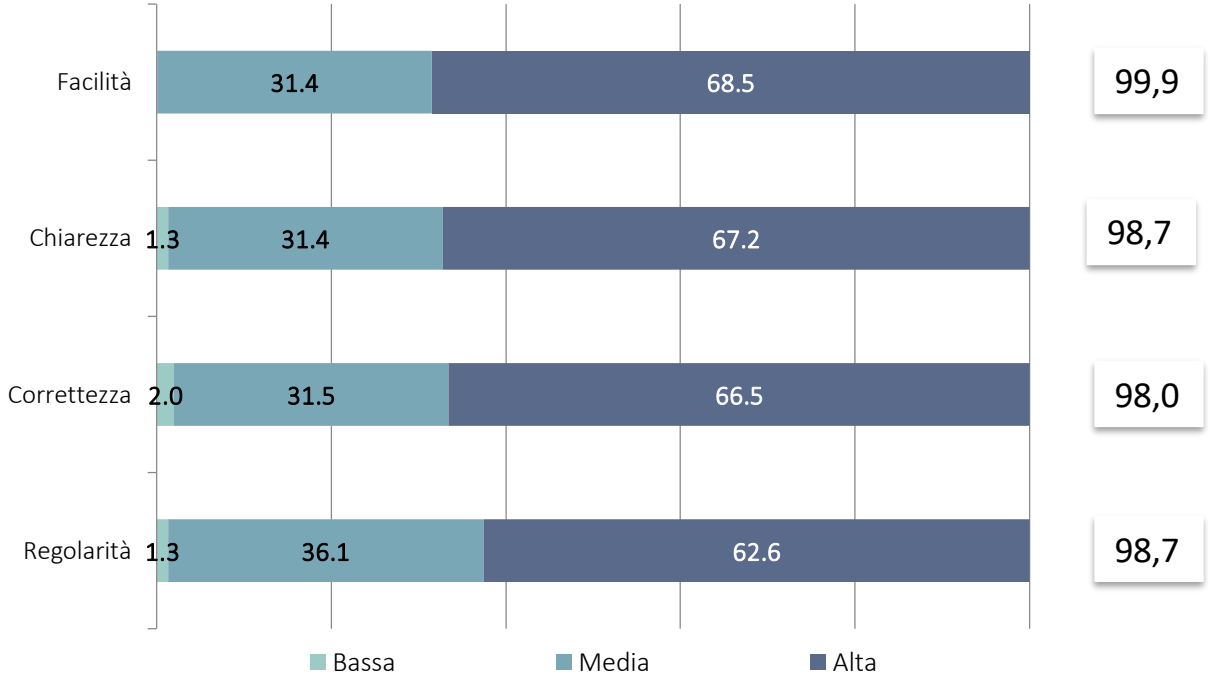
FATTURAZIONE

IMPORTANZA – *Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



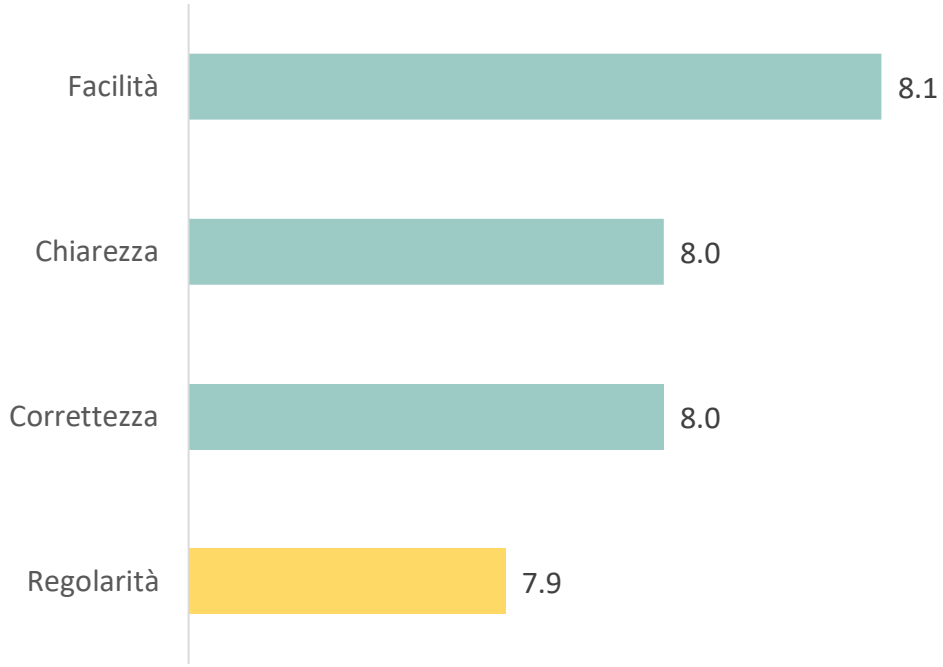
FATTURAZIONE

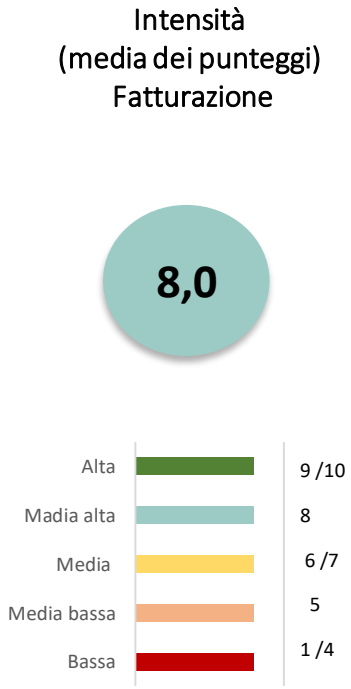
Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



Indice % MEDIA di soddisfazione Fatturazione **98,8**

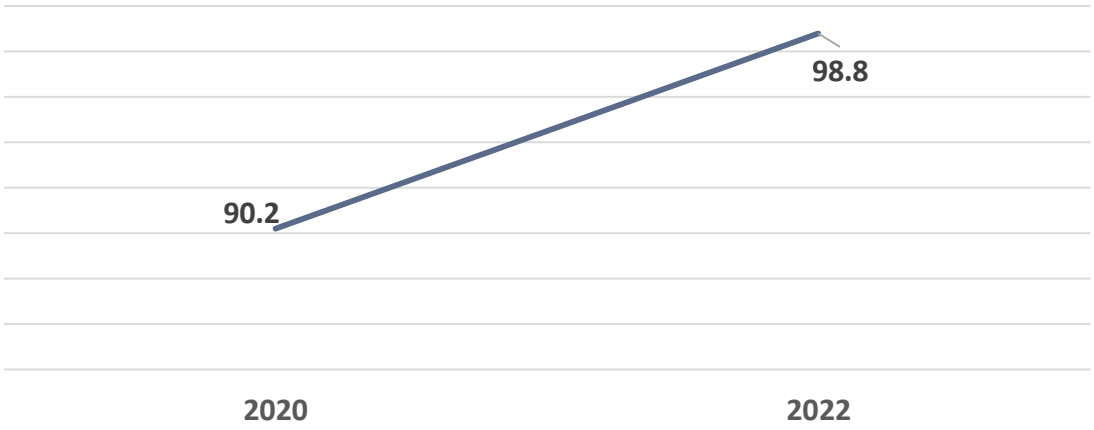
FATTURAZIONE
INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE





FATTURAZIONE – TREND 2020/22

SODDISFAZIONE TOTALE



FATTURAZIONE
Considerazioni

Questo settore si dimostra molto soddisfacente per il cliente, che lo valutava poco al di sopra del 90% nell'indagine 2020. Quest'anno pare non ci siano state particolari criticità, nella nostra indagine continua la crescita della valutazione, in modo molto positivo: nel 2022 si arriva al 98,8%.

Quest'anno si vede un notevole voto positivo per quanto riguarda la «Chiarezza e facilità della lettura delle bollette» (che tante volte risulta un punto di relativa preoccupazione), che non riceve voti di Bassa Soddisfazione e, praticamente, si spalma tra 2/3 di Alta Soddisfazione ed 1/3 di Media, veramente un punto di forza. La soddisfazione è salita dal 91% del 2020 al 98,7% del 2022, una crescita di quasi 9 punti percentuali.

Un altro argomento che solitamente risulta di minor soddisfazione generale, quello della «Correttezza degli importi in bolletta», segna una insoddisfazione molto bassa, del 2%, con una Alta Soddisfazione di oltre 60% (66,5%).

«Chiarezza» e «Correttezza degli importi in bolletta» sono molto legati e, anche se migliorati, sono i due sub-fattori meno ''quotati'' dell'intero fattore. Migliorare questo farebbe salire il livello di trasparenza dei pagamenti, diventando un punto importante per un rapporto «virtuoso» con gli utenti.

Molto bene anche il valore dell'intensità della soddisfazione (media dei punteggi), arrivando al livello Medio-Alto della scala di misurazione forte di un 8 tondo.

FATTURAZIONE
Commenti

Questi sono i principali commenti raccolti durante l'intervista, riguardanti la Fatturazione:

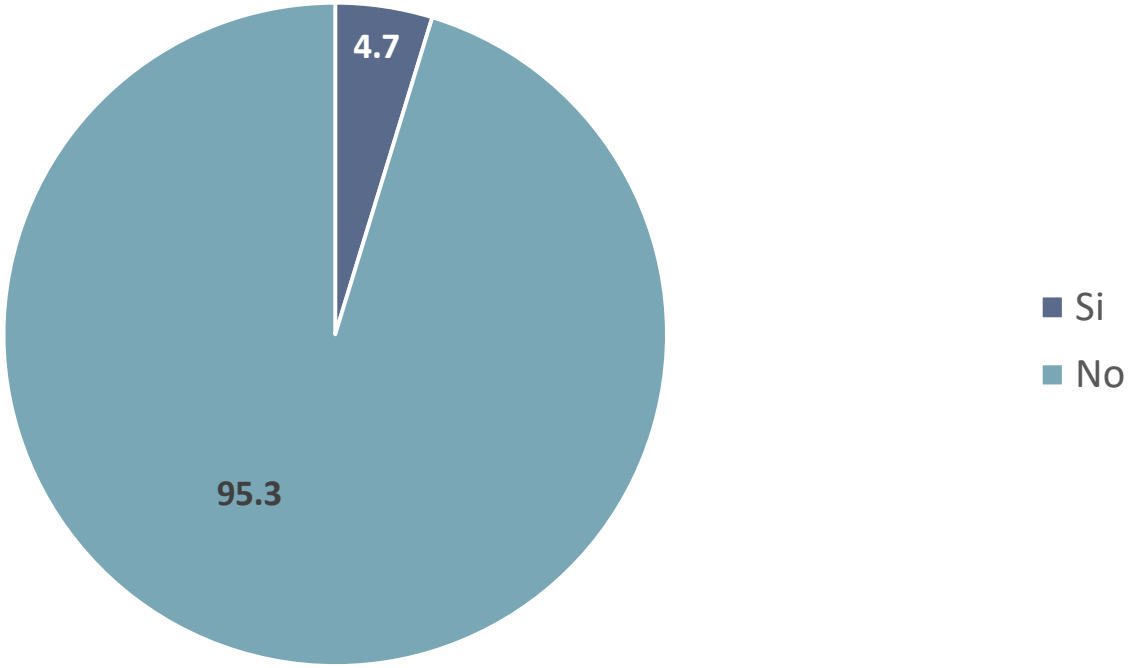
- Bollette più chiare e comprensibili;
- Se il prezzo fosse più basso, sarebbe meglio;
- Per mesi non ho ricevuto le bollette dal postino;
- I prezzi sono aumentati;
- La bolletta è incomprensibile;
- Le bollette non arrivano mai nonostante l'abbia fatto presente al servizio clienti;
- E' arrivato un sollecito per fattura mai recapitata, che invece di avere una scadenza trimestrale è stata emessa dopo un anno;
- Mi è arrivato un sollecito di mancato pagamento, ma la bolletta non è mai arrivata e quando chiamo il numero verde non risponde nessuno.

Valutazione importanza e soddisfazione
NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO

- ✓ Facilità di trovare la linea libera
- ✓ Chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico
- ✓ Tempo di attesa per parlare con l'operatore
- ✓ Cortesia dell'operatore
- ✓ Competenza dell'operatore
- ✓ Tempestività della risposta per la sua segnalazione

NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO

Ha mai chiamato il numero verde di segnalazione guasti?



NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO

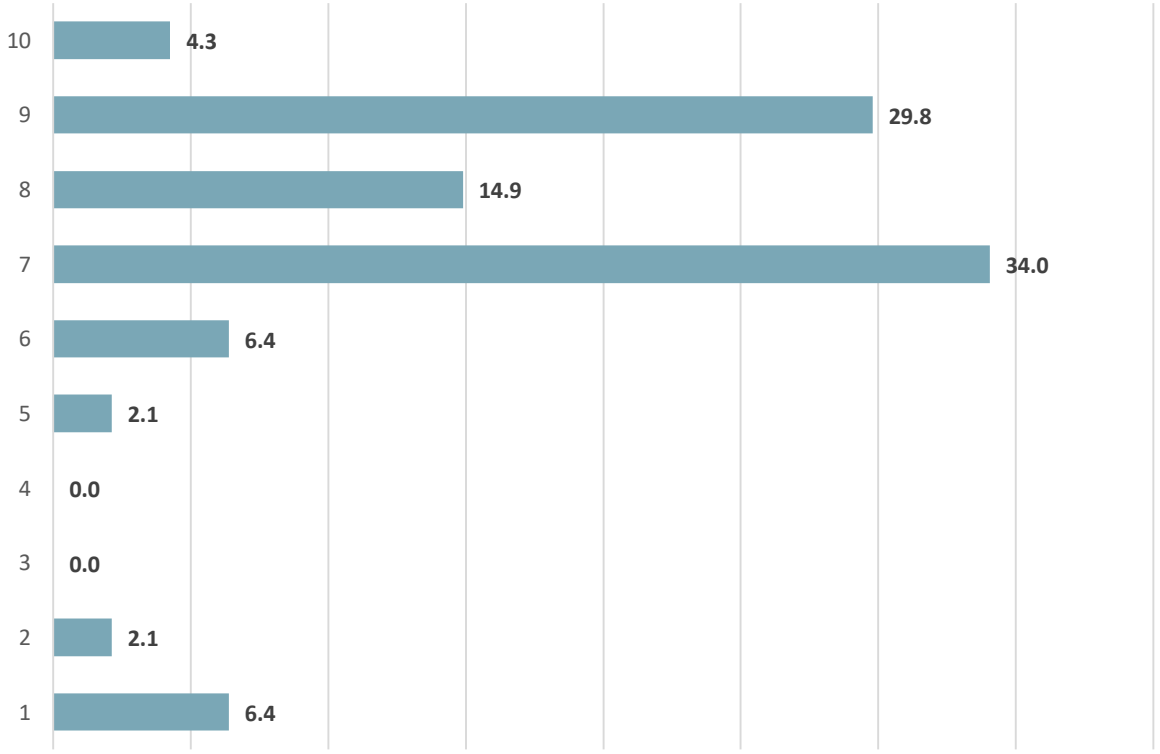
Per quale motivo ha chiamato il numero verde?

- Interruzione del servizio;
- Poca pressione dell'acqua;
- Rottura delle tubature per strada;
- Sospensione del servizio senza preavviso, pensavo ci fosse un problema;
- Segnalazione di una perdita;

NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

Facilità di trovare la linea libera

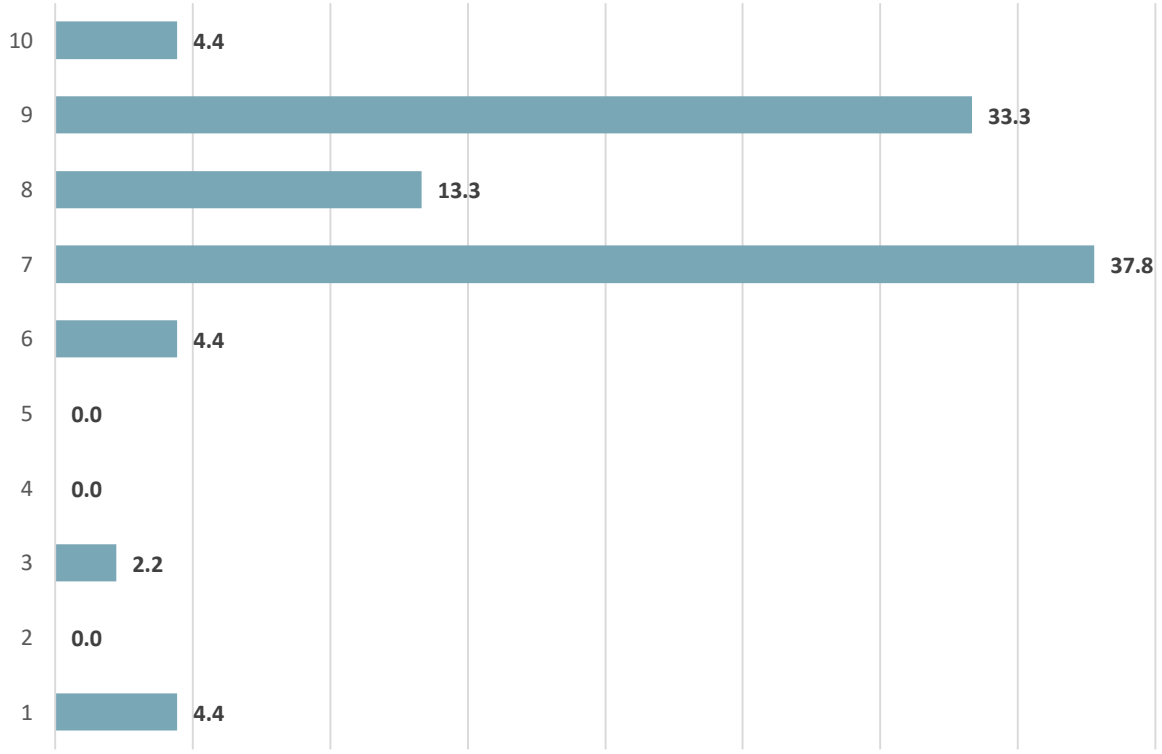
*Sull'**4,7%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

Chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico

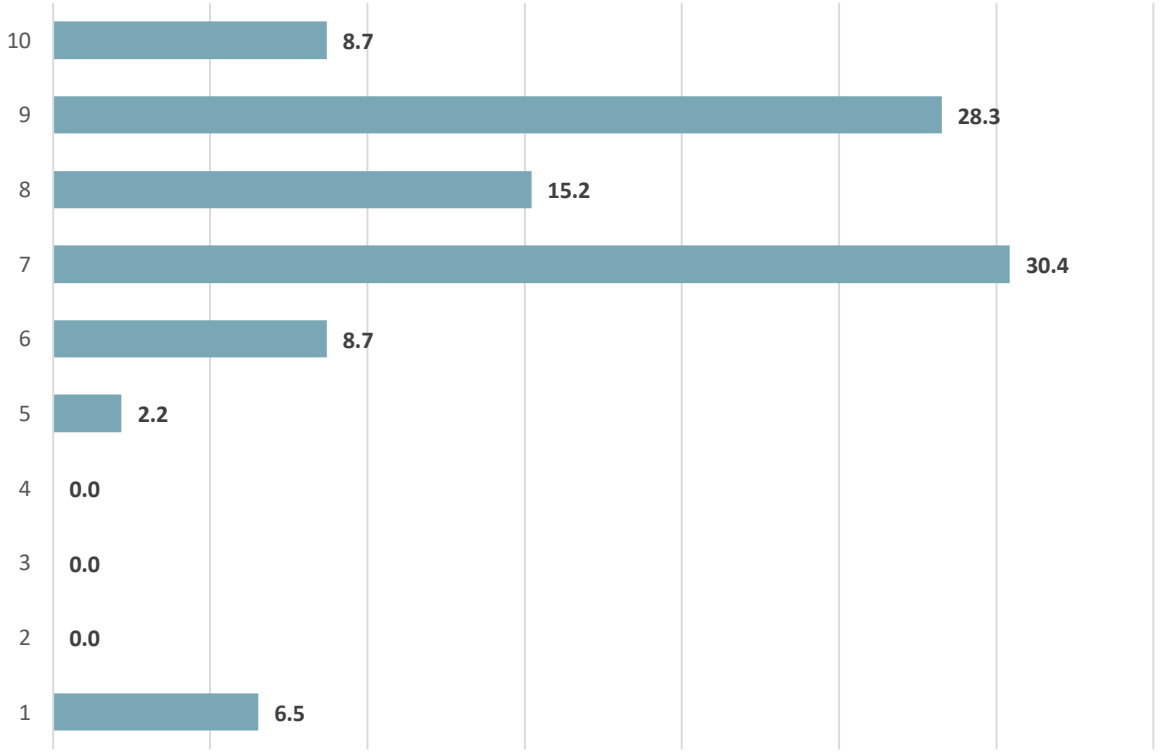
*Sull'**4,7%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

Tempo di attesa per parlare con l'operatore

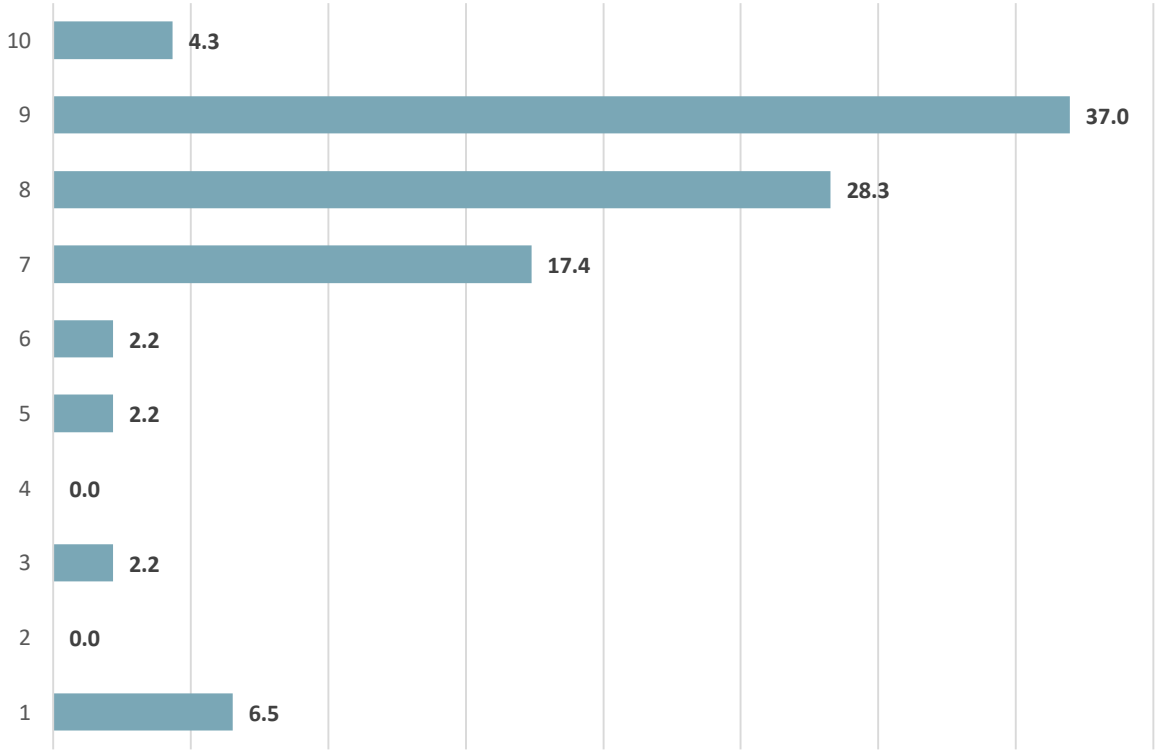
*Sull'**4,7%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

Cortesia dell'operatore

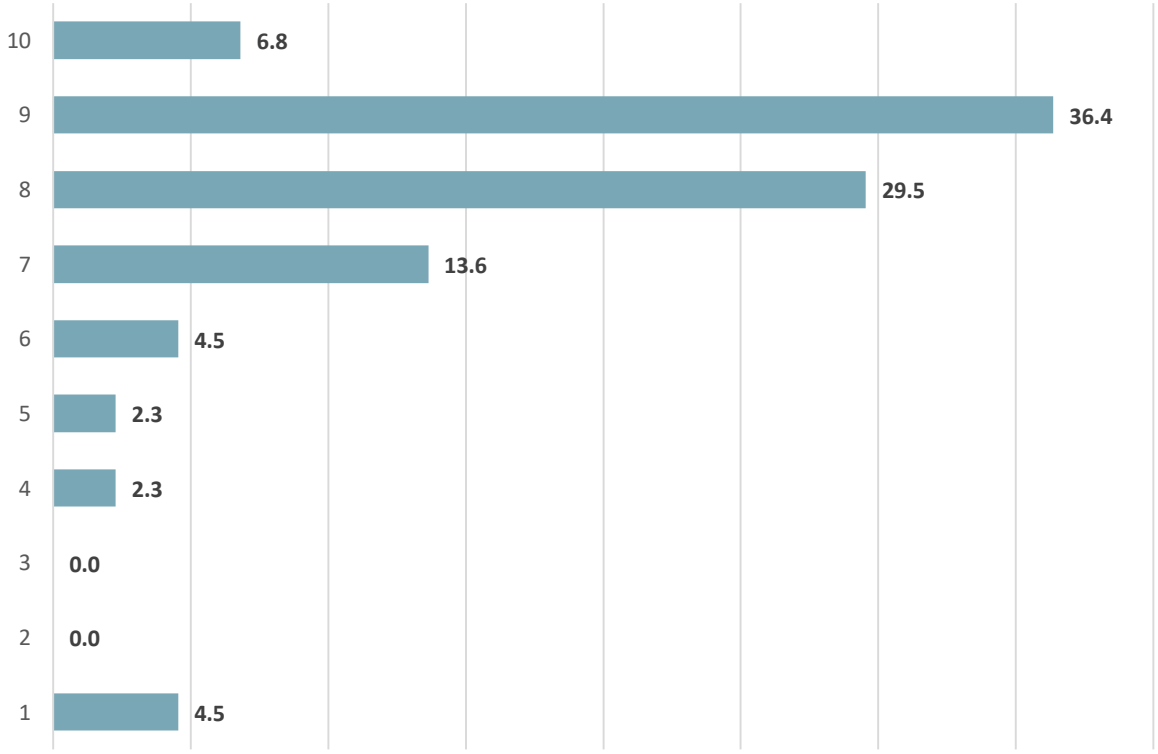
*Sull'**4,7%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

Competenza dell'operatore

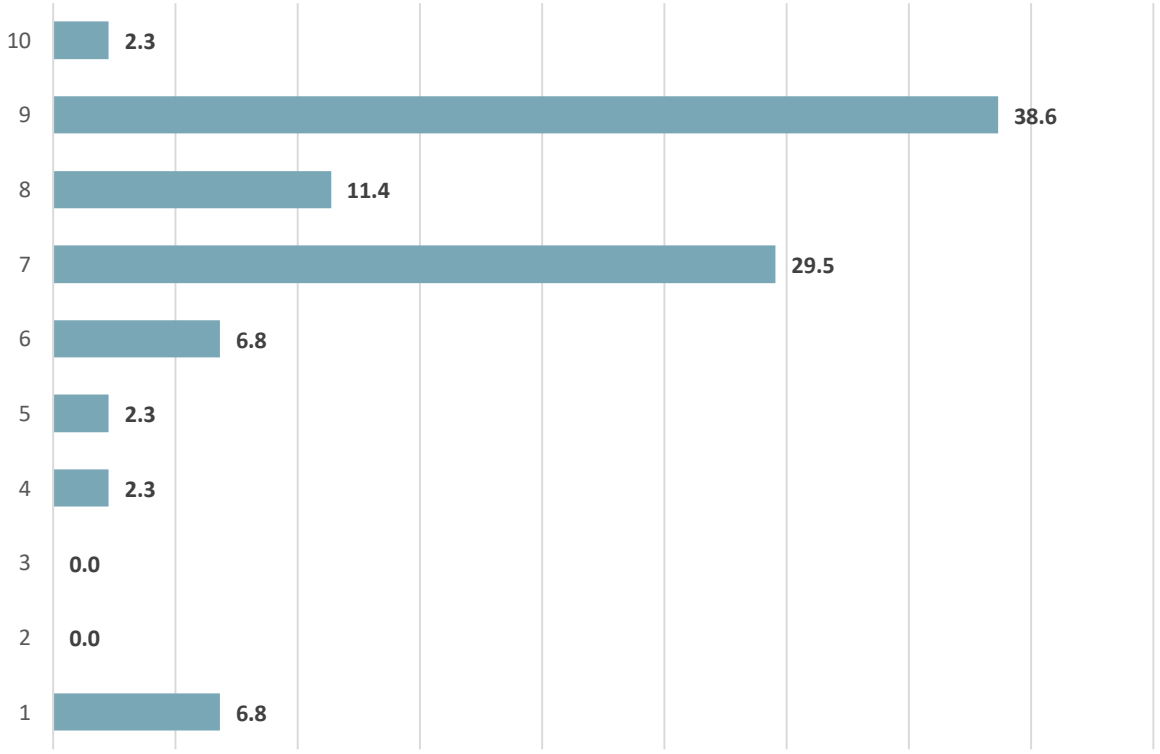
*Sull'**4,7%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE DI PRONTO INTERVENTO

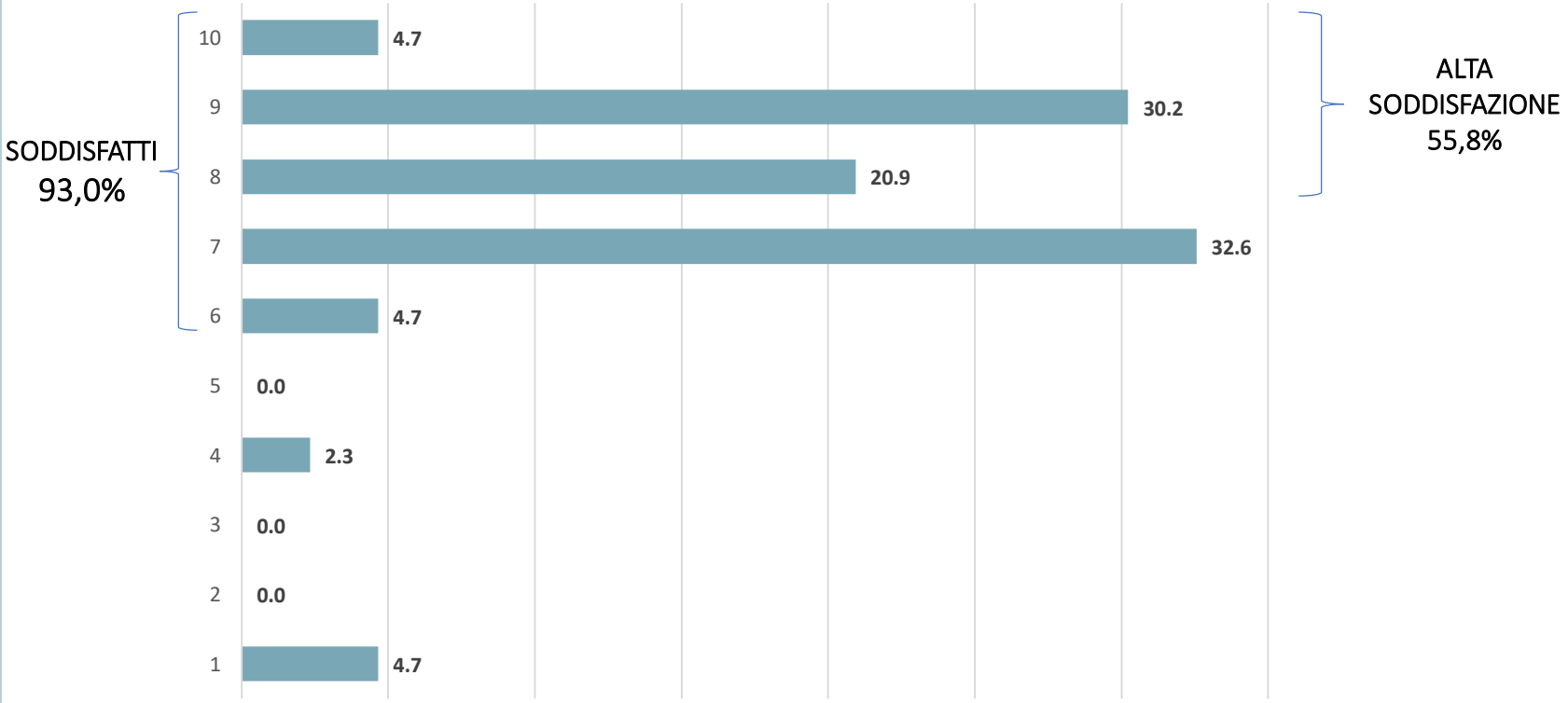
Tempestività della risposta per la sua segnalazione

*Sull'**4,7%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



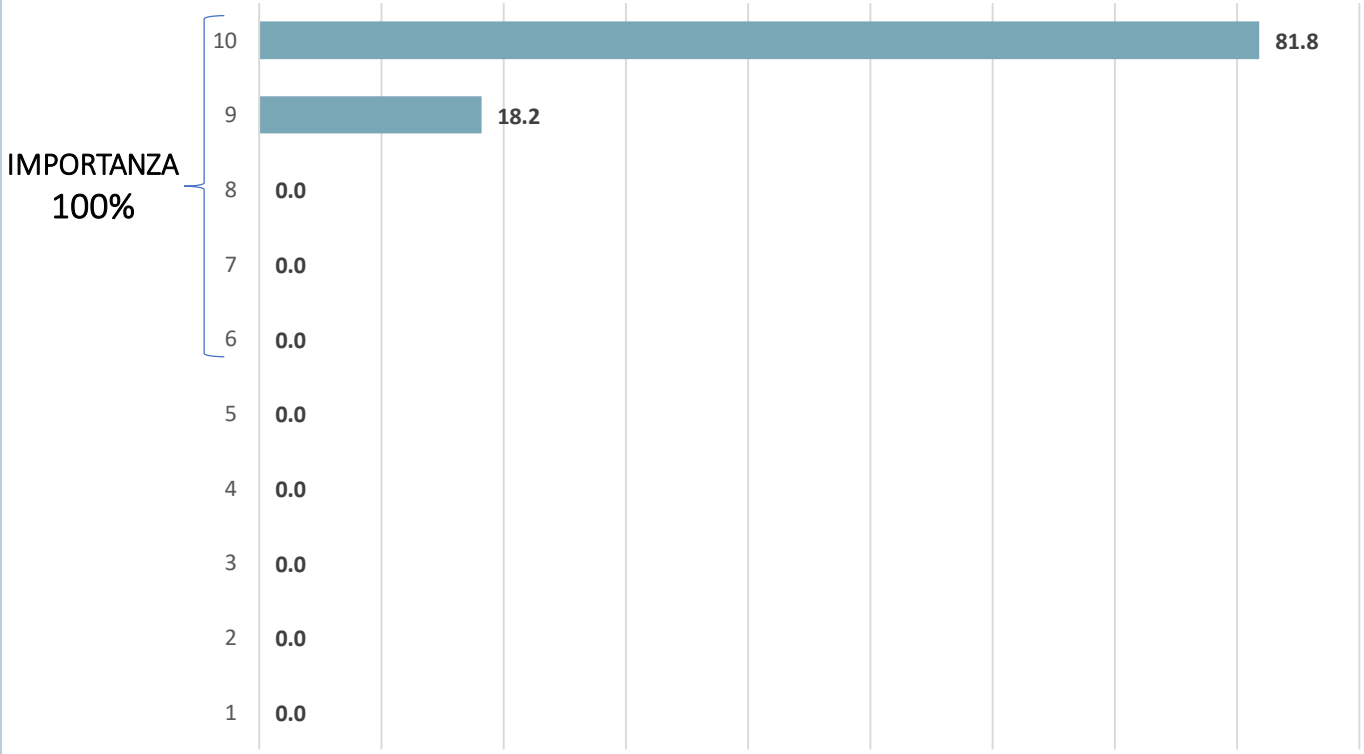
NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



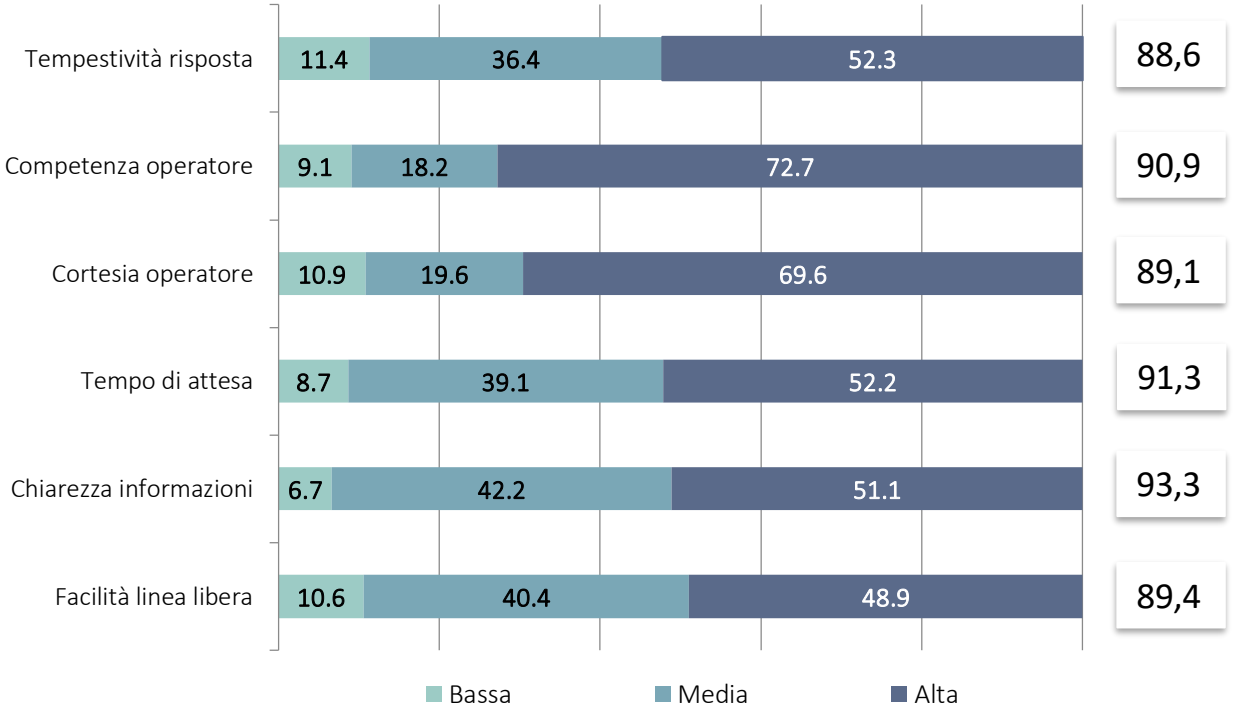
NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO

IMPORTANZA – *Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



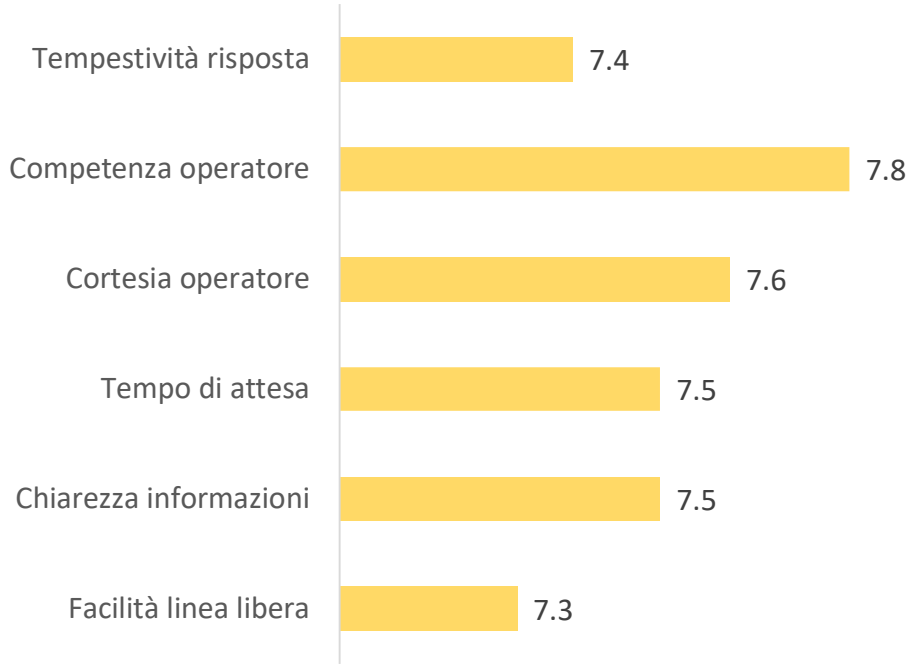
NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



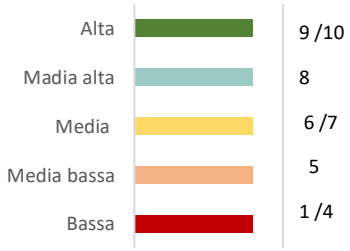
Indice % MEDIA di soddisfazione Pronto Intervento **90,4**

NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO
INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

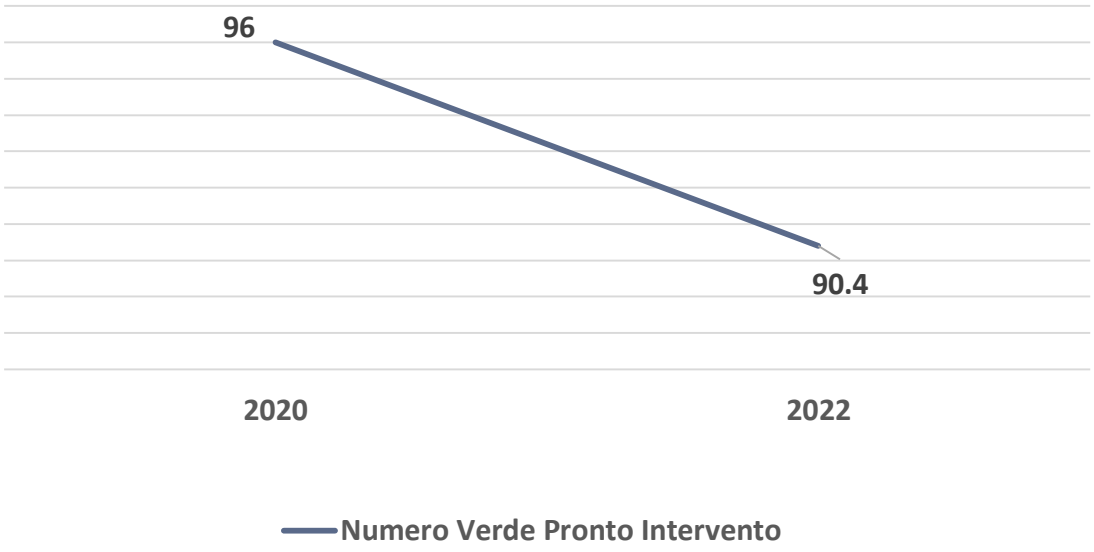


Intensità
(media dei punteggi)
Numero Verde
Pronto Intervento

7,5



NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO – TREND 2020/22
SODDISFAZIONE TOTALE



NOTA tecnica: dato del Trend di relativa validità, perché nel 2020 non si è differenziato «Numero verde Relazioni Commerciali» dal «Numero verde Pronto Intervento»

NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO
Considerazioni

Il basso numero dei rispondenti non ci consente di avere certezze statistiche; possiamo, però, avere numeri e valori indicativi della situazione verso un possibile trend.

Forse le risposte sono state poche perché non c'è stata necessità di rivolgersi al Numero Verde di Pronto Intervento; questo sarebbe di per sé un fatto incoraggiante, che certifica la qualità del servizio tecnico. Il margine d'errore si innalza (+/- 9,3%), però le risposte indicano una tendenza concreta. Allo stesso tempo è segnalato come un settore di altissima importanza (il 100% dei rispondenti vota 9-10).

Quest'anno tutti i sub-fattori girano intorno al 90% di soddisfazione (non un grande risultato) e la componente umana, come per il fattore precedente, non spicca nei voti: si allinea con gli altri sub-fattori, sorpassandoli di poco («Competenza» 90,9%, «Cortesia» 89,1%).

Andando ad analizzare i fattori per Intensità della Soddisfazione, troviamo delle differenze:

- «Competenza» e «Cordialità degli operatori» sono quelli più intensamente soddisfacenti, all'interno di un'Intensità Media;
- Seguono «Tempo di attesa» e «Chiarezza delle informazioni», tutti con poco più del 50% di Alta Soddisfazione.
- Finalmente il meno soddisfacente è la «Tempestività della risposta», che scende all'88,6%. Qui vediamo un dato negativo: 11,4% di insoddisfazione (voto inferiore al 6). Su quelli soddisfatti, invece, vediamo un dato molto positivo: il 52,3% sono altamente soddisfatti.

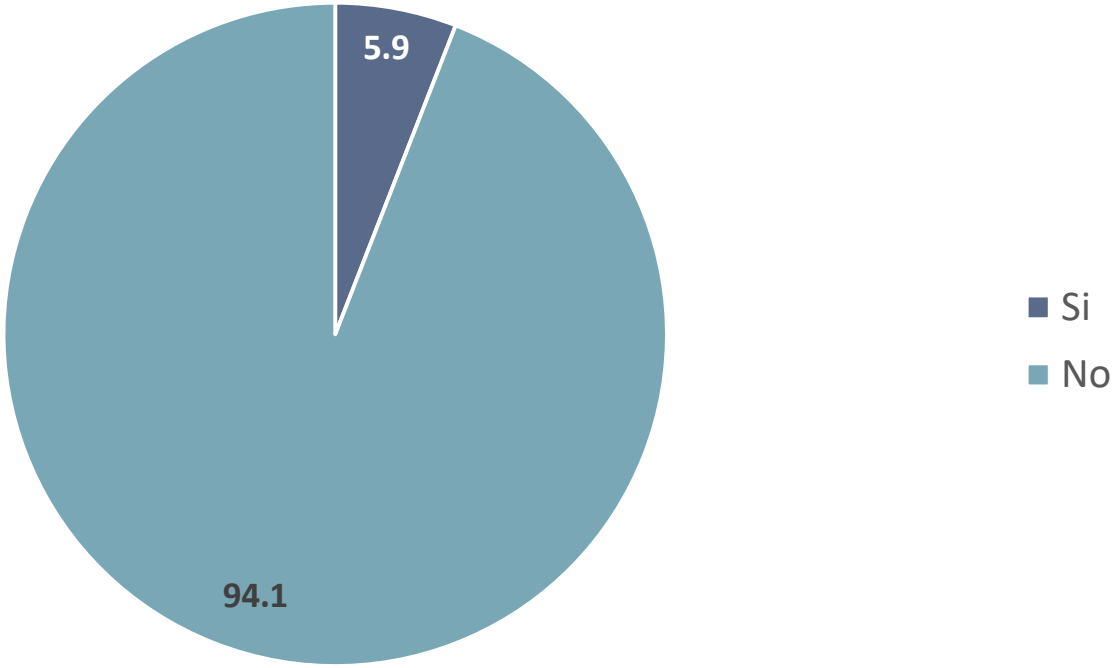
L'intensità della soddisfazione si attesta comunque nella parte più alta della Media, con 7,5 con tante possibilità di raggiungere il segmento Medio-Alto. Non è possibile calcolare un Trend con precisione perché l'anno scorso non si sono differenziati i risultati per «Numero Relazioni Commerciali» e «Numero Pronto Intervento».

Valutazione importanza e soddisfazione
NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

- ✓ Chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico
- ✓ Tempo di attesa per parlare con l'operatore
- ✓ Cortesia dell'operatore
- ✓ Competenza dell'operatore
- ✓ Facilità di trovare la linea libera
- ✓ Tipo di operazioni che si possono fare al telefono

NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

Ha mai chiamato il numero verde per le relazioni commerciali?



NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

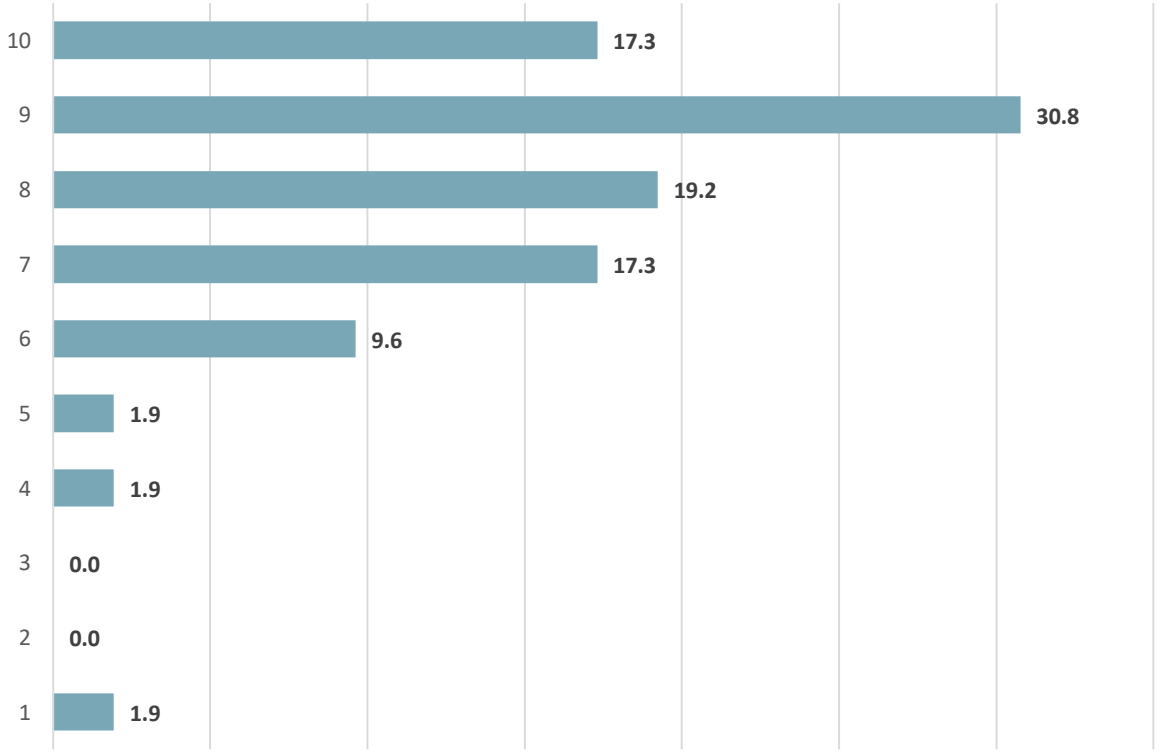
Per quale motivo ha chiamato il numero verde?

- Costi elevati;
- Chiarimento su importi;
- Mancata bolletta;
- Chiarimento sui consumi dichiarati in bolletta;
- Richiesta informazioni;
- Modifica del nucleo familiare;
- Per un problema di fatturazione risolto egregiamente.

NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

Chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico

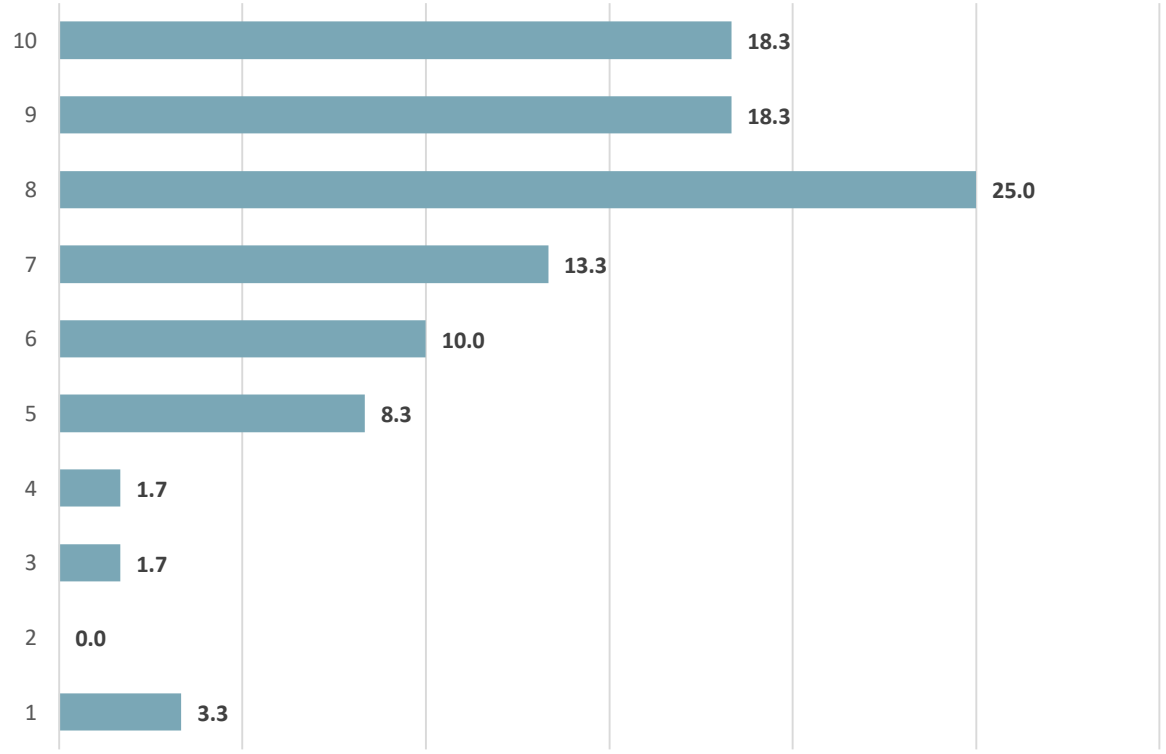
*Sull'**5,9%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

Tempo di attesa per parlare con l'operatore

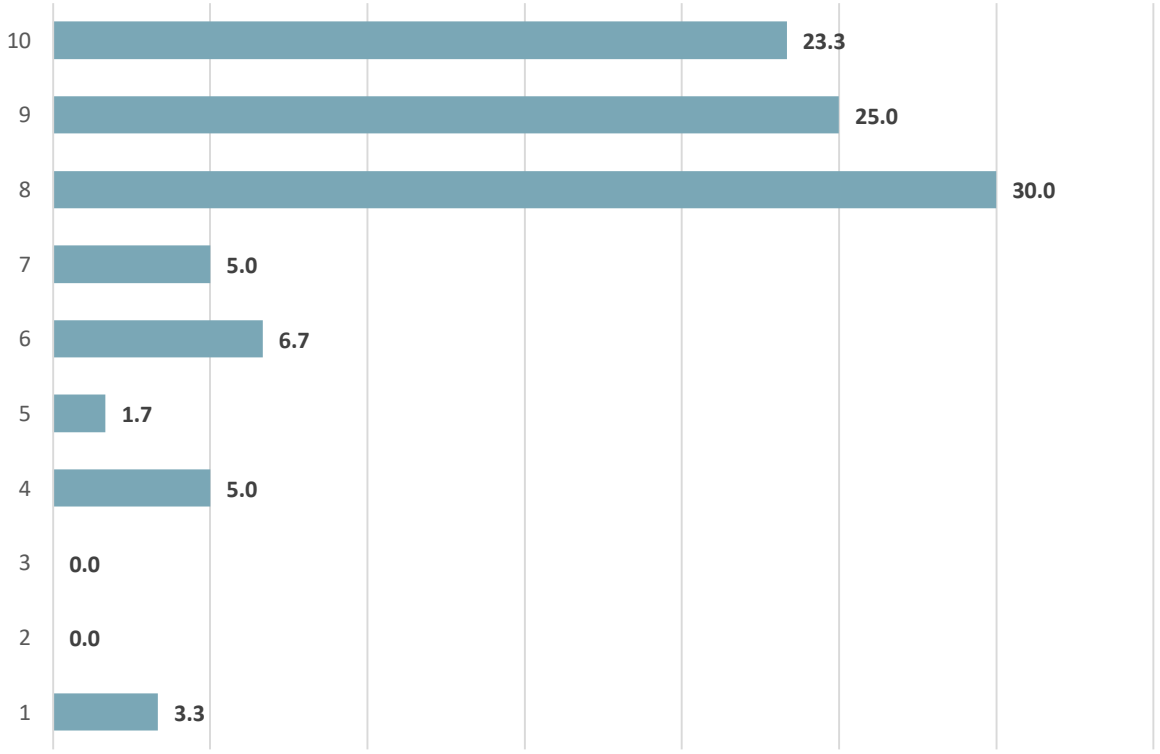
*Sull'**5,9%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

Cortesia dell'operatore

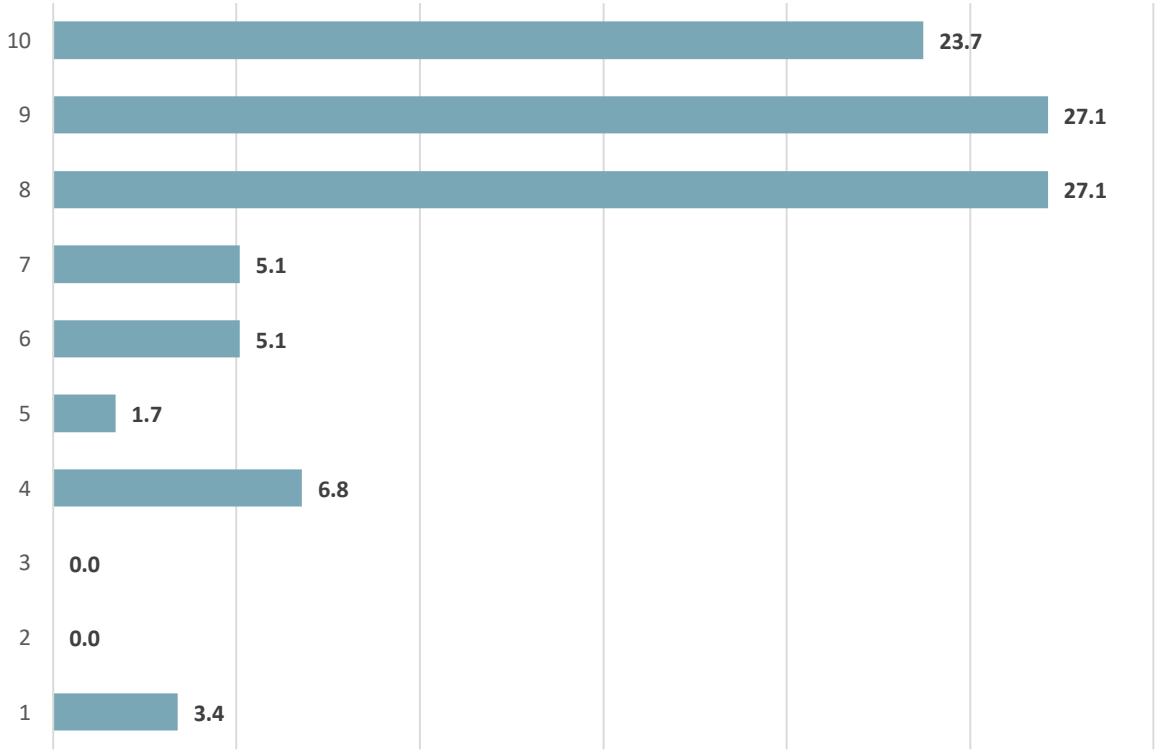
*Sull'**5,9%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

Competenza dell'operatore

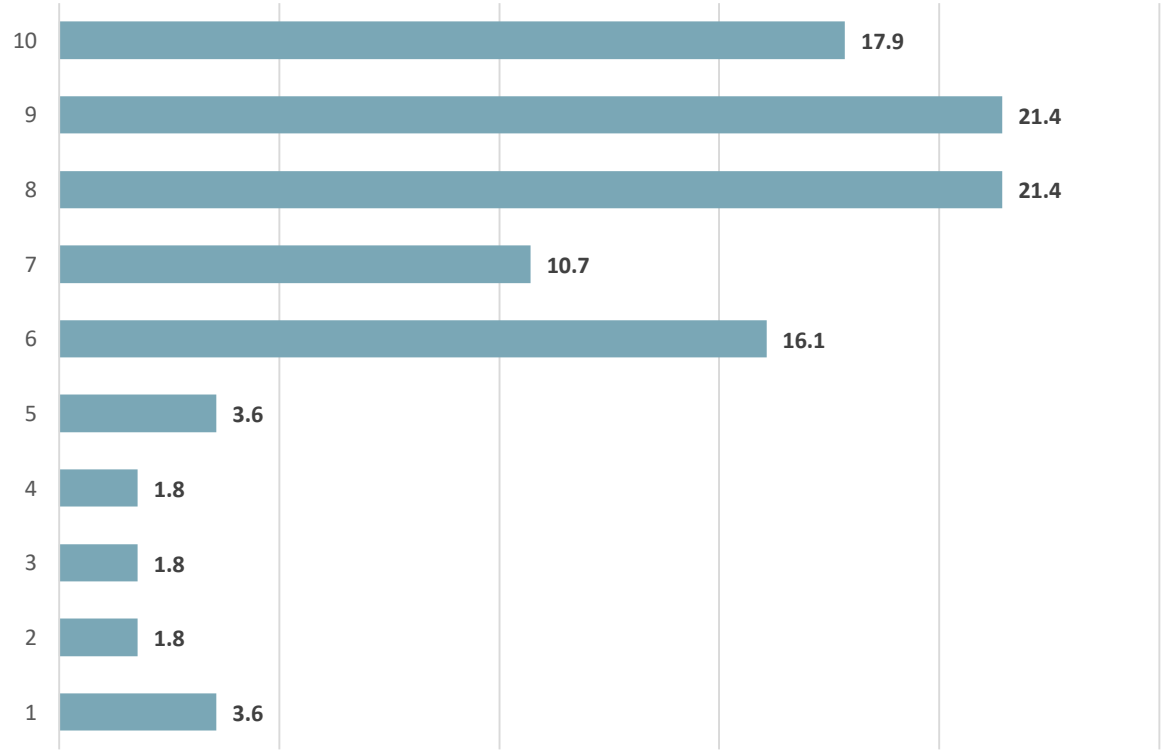
*Sull'**5,9%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

Facilità di trovare la linea libera

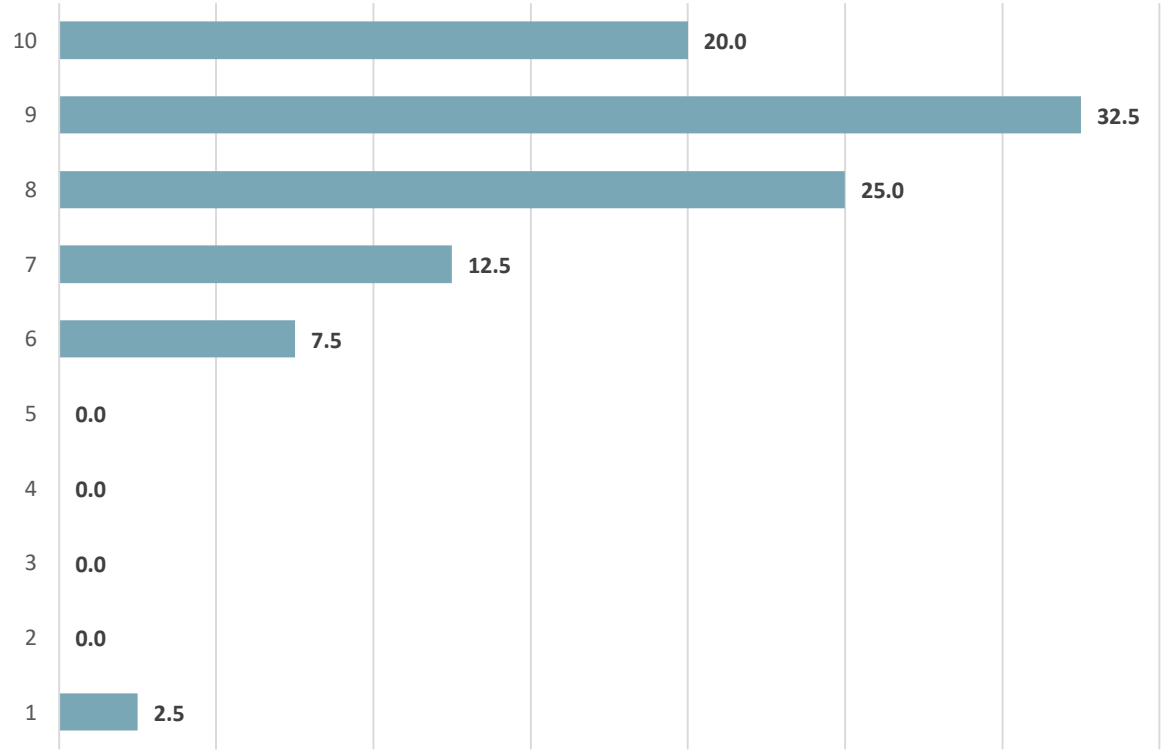
*Sull'**5,9%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

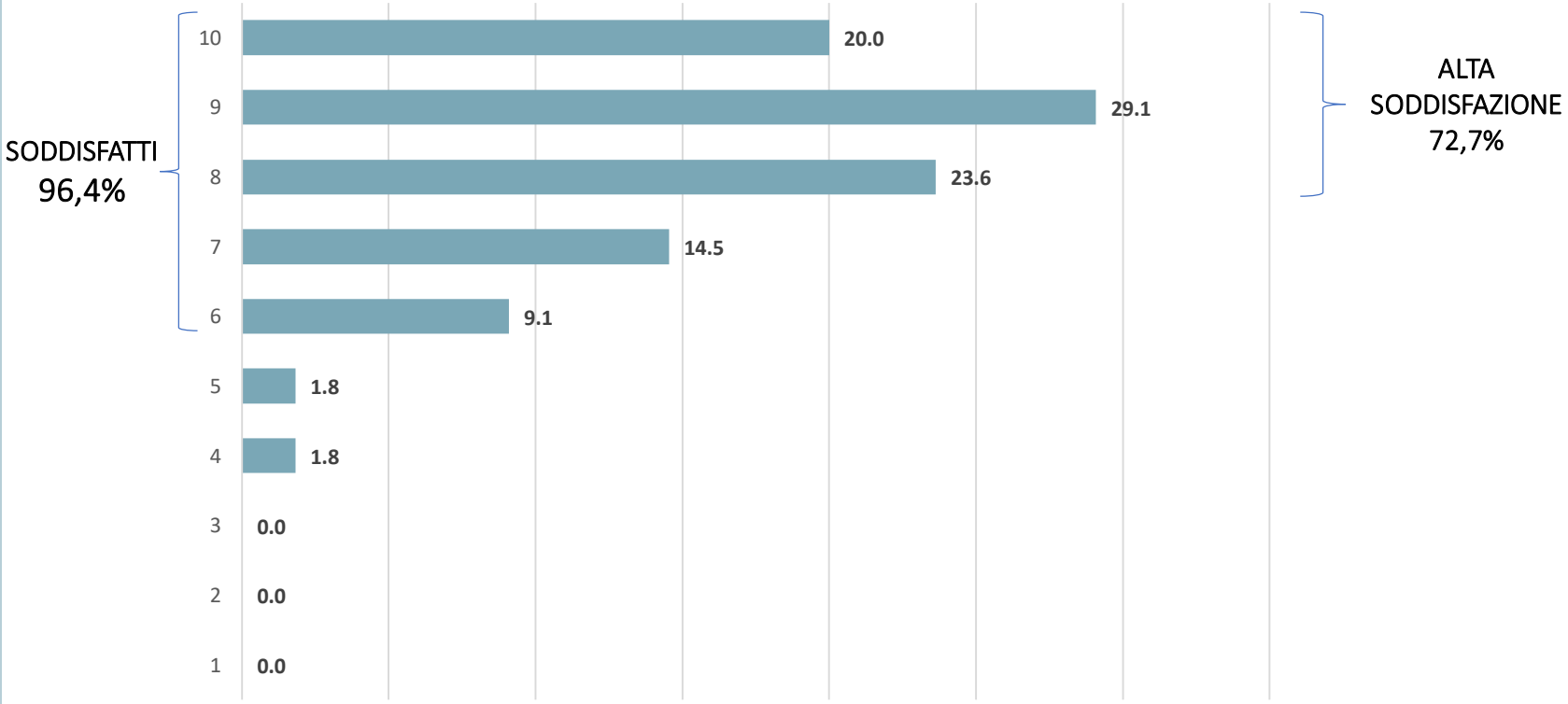
Tipo di operazioni che si possono fare al telefono

*Sull'**5,9%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



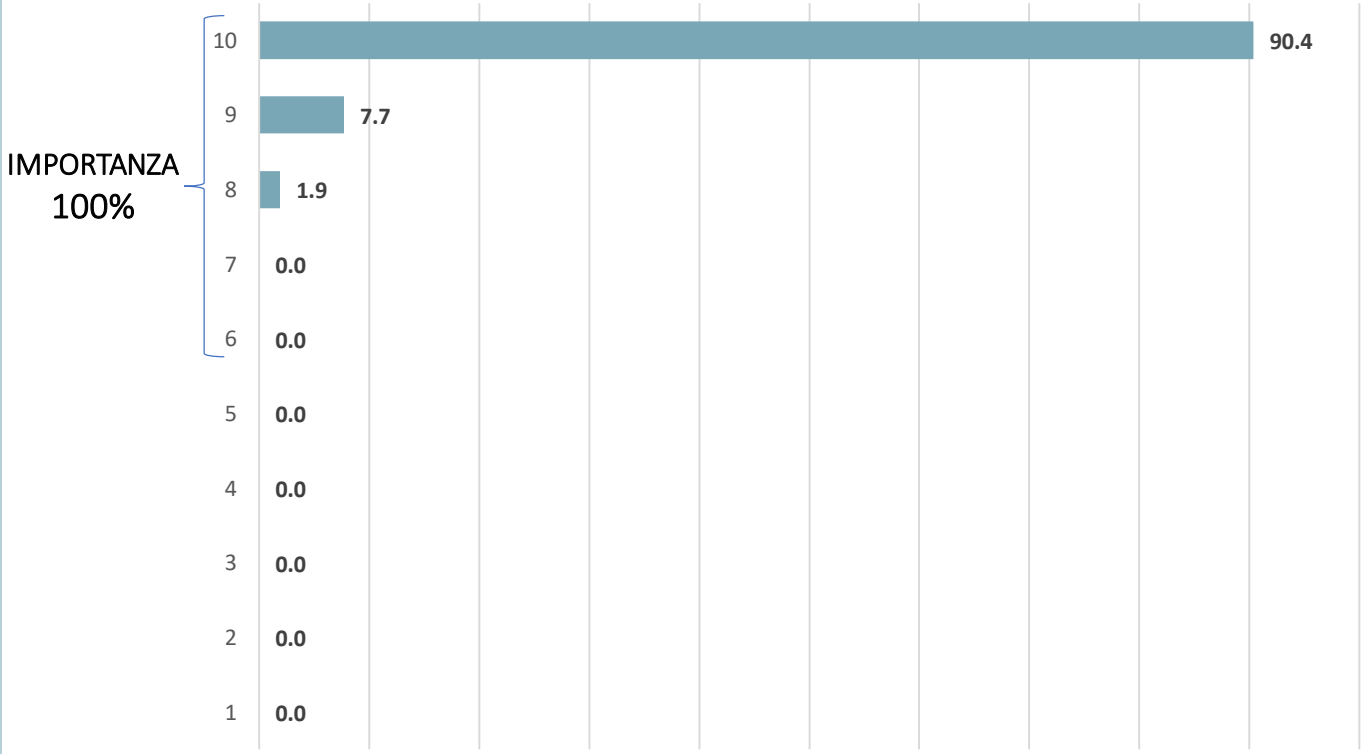
NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



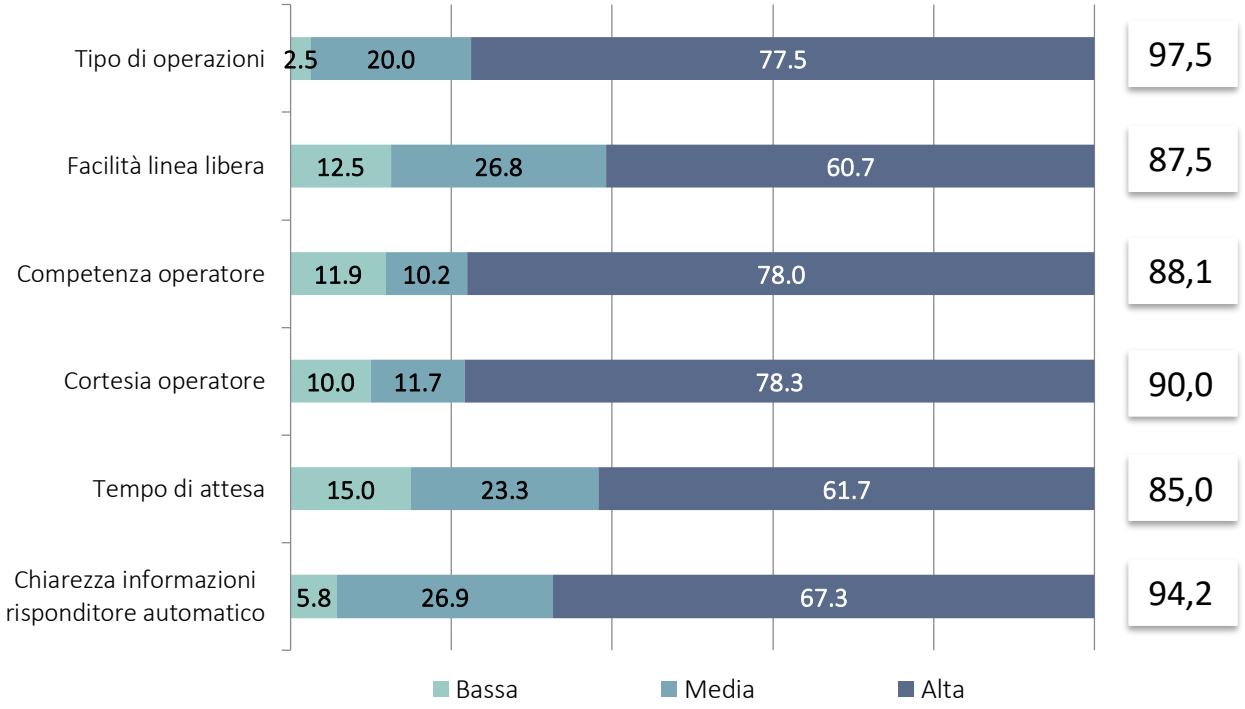
NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

IMPORTANZA – *Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

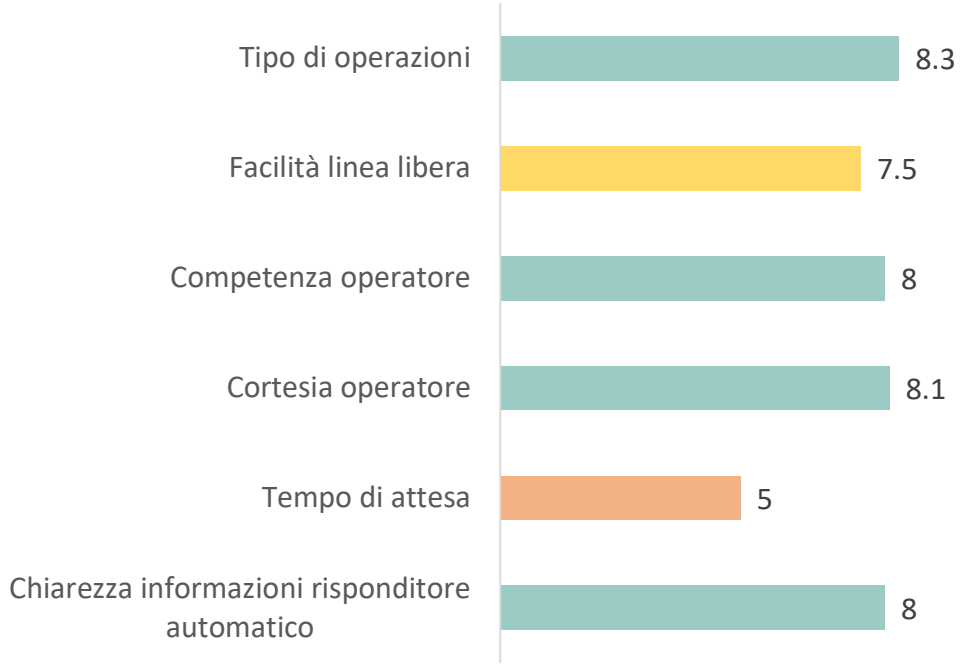
Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



Indice % MEDIA di soddisfazione Relazioni Commerciali **89,9**

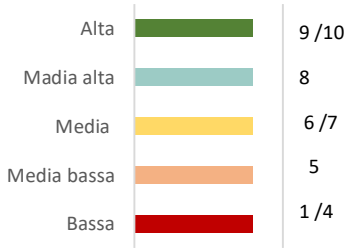
NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



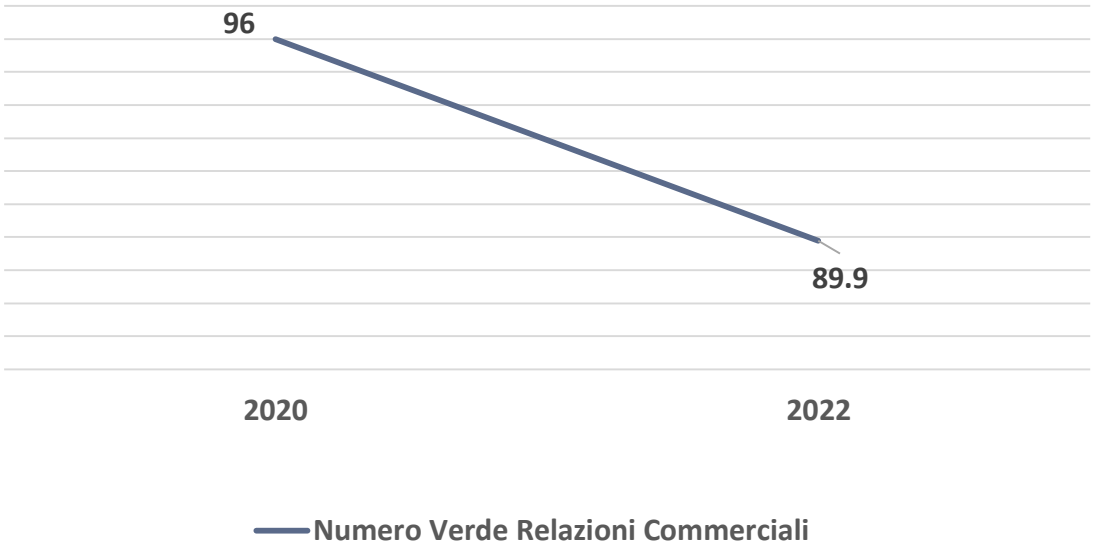
Intensità
(media dei punteggi)
Numero Verde
Relazioni Commerciali

7,9



NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI – TREND 2020/22

SODDISFAZIONE TOTALE



NOTA tecnica: dato del Trend di relativa validità, perché nel 2020 non si è differenziato «Numero verde Relazioni Commerciali» dal «Numero verde Pronto Intervento»

NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI
Considerazioni

La bassa quantità di risposte non ci dona un numero adeguato per avere una certezza statistica, ma anche con un margine di errore superiore, serve a delineare una tendenza su quello che succede nello specifico del fattore.

La «relativa validità del Trend» è dovuta al fatto che l'anno scorso si è operato con l'indagine in modo diverso:

- Non si è fatta differenza, nel 2020, tra i Numeri Verdi («Relazioni Commerciali» da un lato e «Pronto Intervento» dall'altro);
- Inoltre, nel 2020 si è considerato un Indicatore di 'Relazione' con dentro anche la valutazione del «sSto web», insieme alle «Relazione telefoniche» che, come accennato, non venivano differenziate.

La differenziazione tra i due indicatori di contatto telefonico è necessaria perché si tratta di attività diverse, con diverse caratteristiche e relative a differenti motivazioni di contatto con l'Azienda da parte dell'utenza.

La soddisfazione vista due anni fa sembra notevolmente calata quest'anno, confermando l'esistenza di aspetti che presentano delle criticità sistemiche. Due sub-fattori richiamano l'attenzione: «Tempo di attesa per parlare con l'operatore» e «Facilità di trovare linea libera». Questo ratifica la problematica di tanti i numeri verdi, un argomento tecnicamente semplice da risolvere, ma comunque da affrontare al più presto. Questi due sub-fattori fanno calare la soddisfazione generale e l'intensità, non lasciando salire il fattore al settore Medio-Alto, dove gli altri componenti lo avrebbero posto.

Risulta interessante che, anche se meglio posizionati rispetto ai due sub-fattori sopra citati, il lavoro degli operatori («Competenza» e «Cortesia») risulta essere poco apprezzato: generalmente, questi aspetti che riguardano la componente umana del servizio, sono quelli che ricevono voti maggiori.

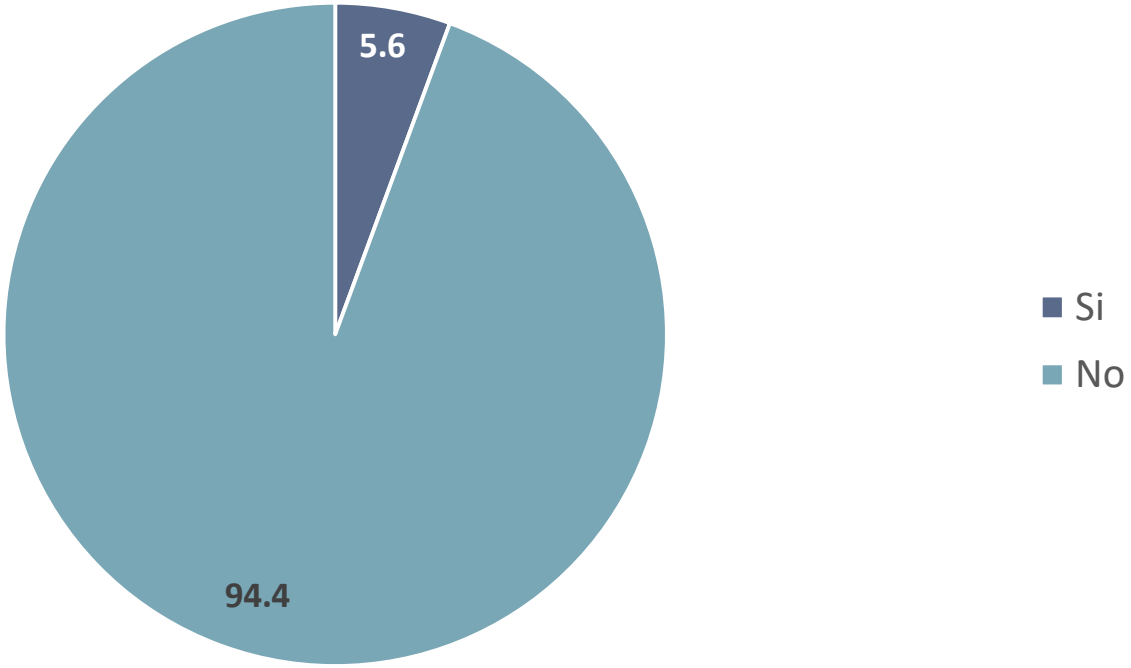
Un aspetto tecnico riesce a superare il «fattore umano», ed è la «Tipo di operazioni che si possono fare al telefono», con il 97,5%. Buono anche l'andamento della «Chiarezza delle informazioni del risponditore automatico» (94,2%), cosa molto promettente, perchè se si riesce a risolvere il «Tempo di attesa» e si sfrutta questo punto di forza tecnologico, sarebbe risolto il problema dell'intero fattore.

Valutazione importanza e soddisfazione
RELAZIONE ALLO SPORTELLO

- ✓ Tempo di attesa per parlare con l'operatore
- ✓ Cortesia dell'operatore
- ✓ Competenza dell'operatore
- ✓ Orari di apertura dello sportello

RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Si è mai recato allo sportello?



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Si è mai recato allo sportello?

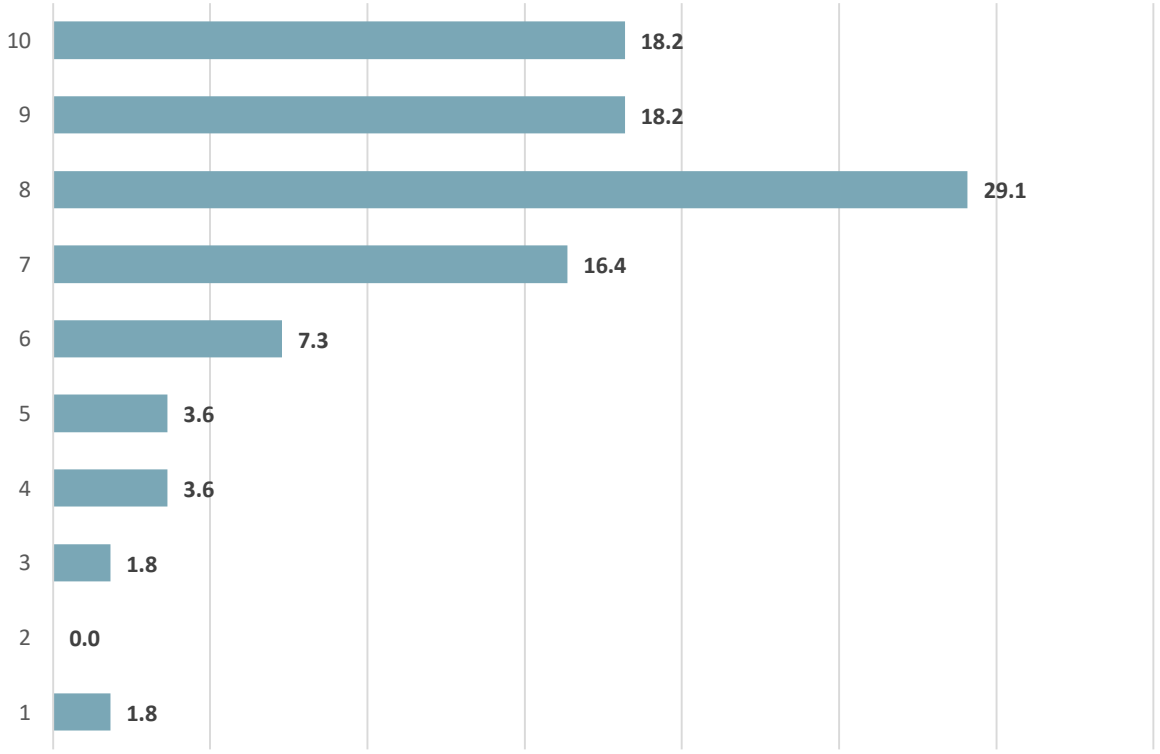
Se SI, per quale motivo si è recato allo sportello?

- Richiesta informazioni;
- Impossibilità di contattare il servizio clienti;
- Mancato recapito della bolletta;
- Impossibilità di risolvere la problematica attraverso il sito web;
- Presunta lettura errata del contatore;
- Chiarimenti sul nucleo familiare.

RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Tempo di attesa per parlare con l'operatore

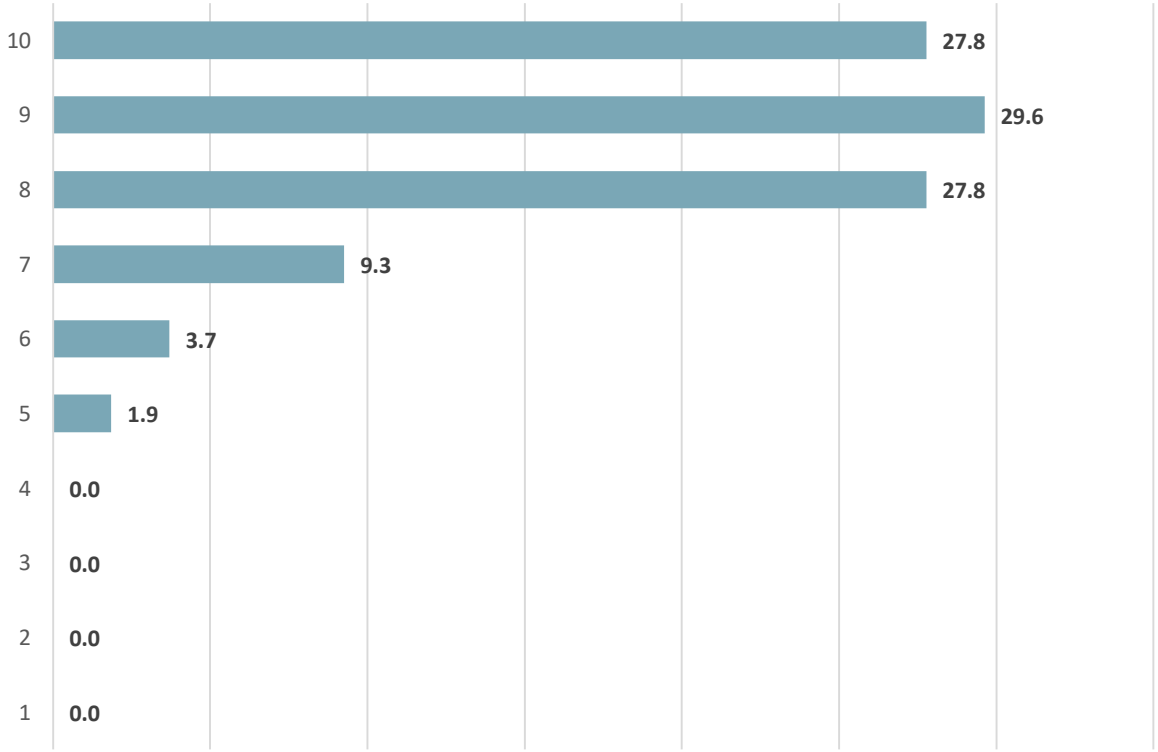
*Sull'**5,6%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Cortesia dell'operatore

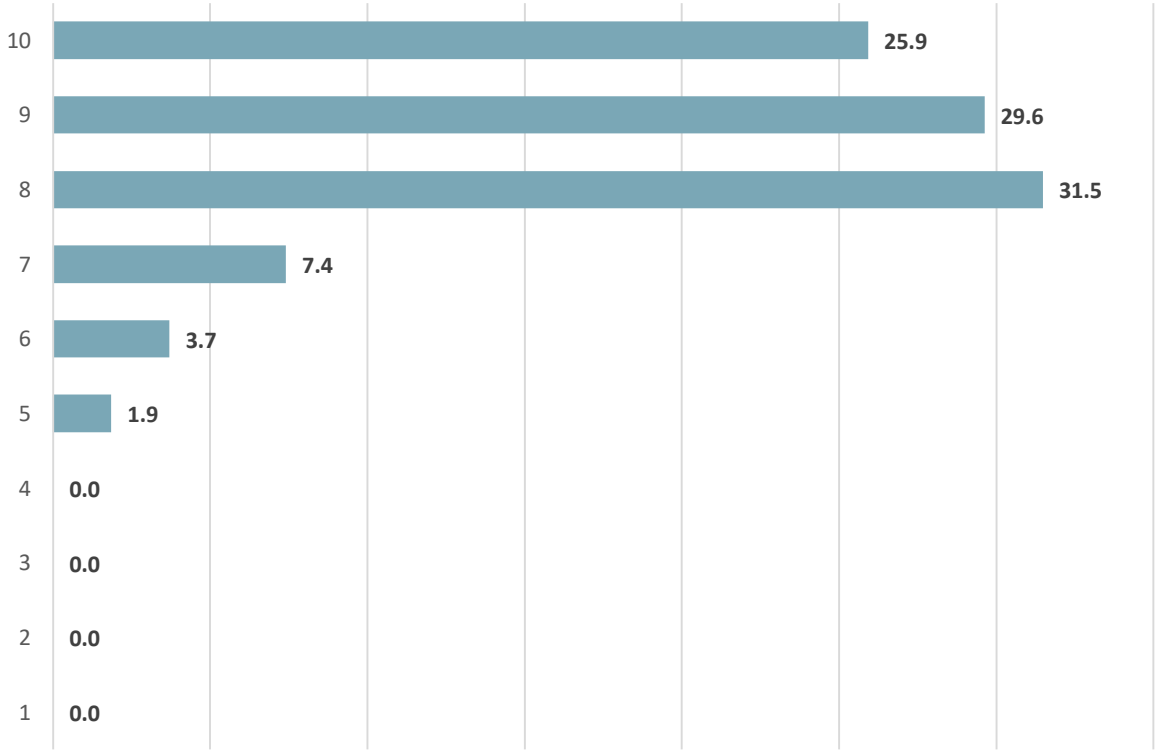
*Sull'**5,6%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Competenza dell'operatore

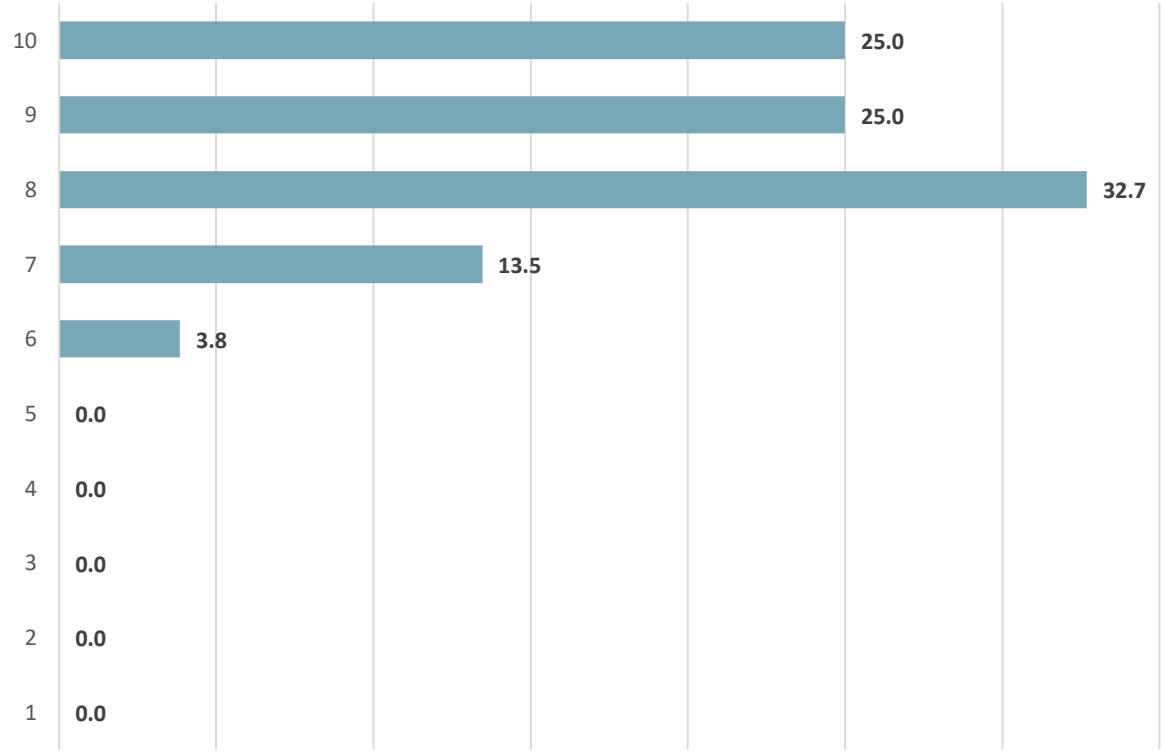
*Sull'**5,6%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

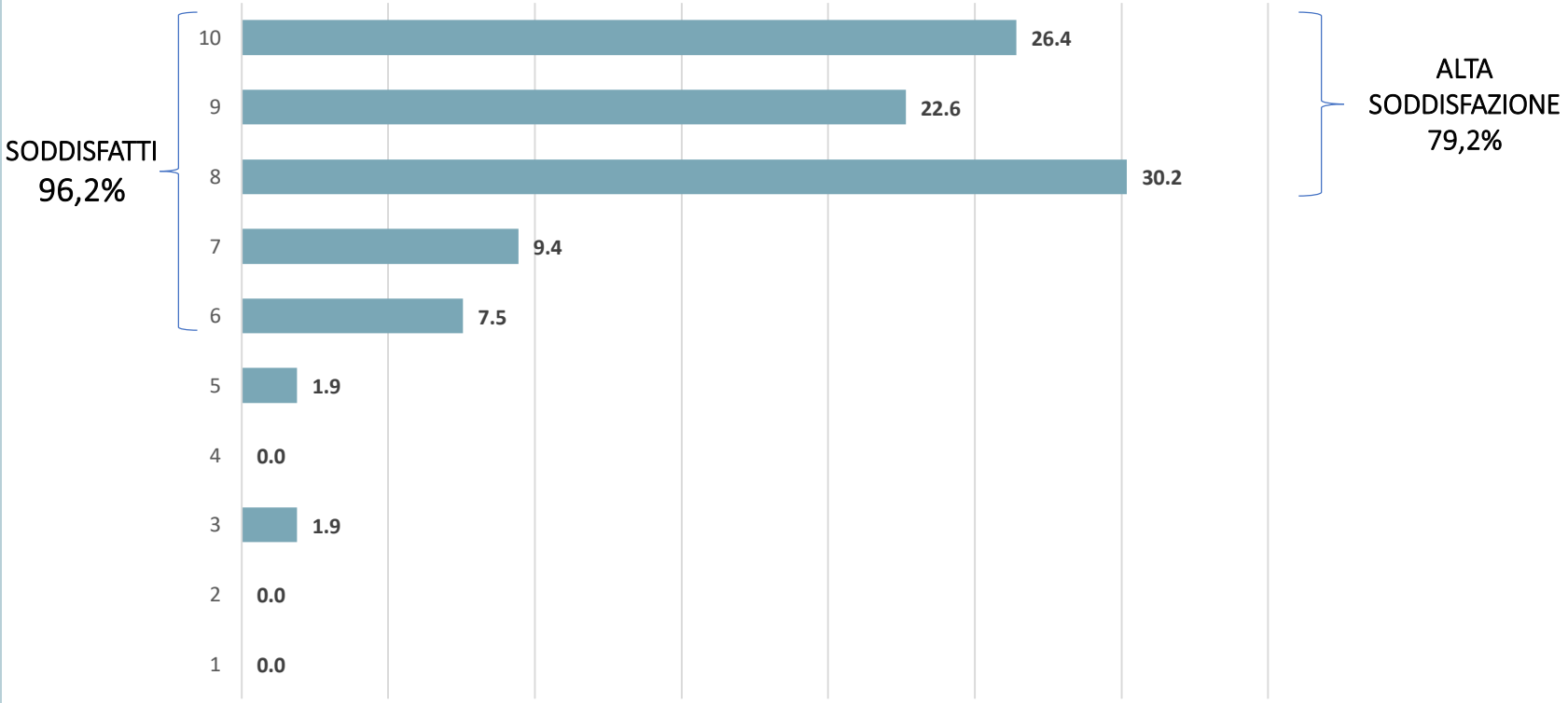
Orari di apertura dello sportello

*Sull'**5,6%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



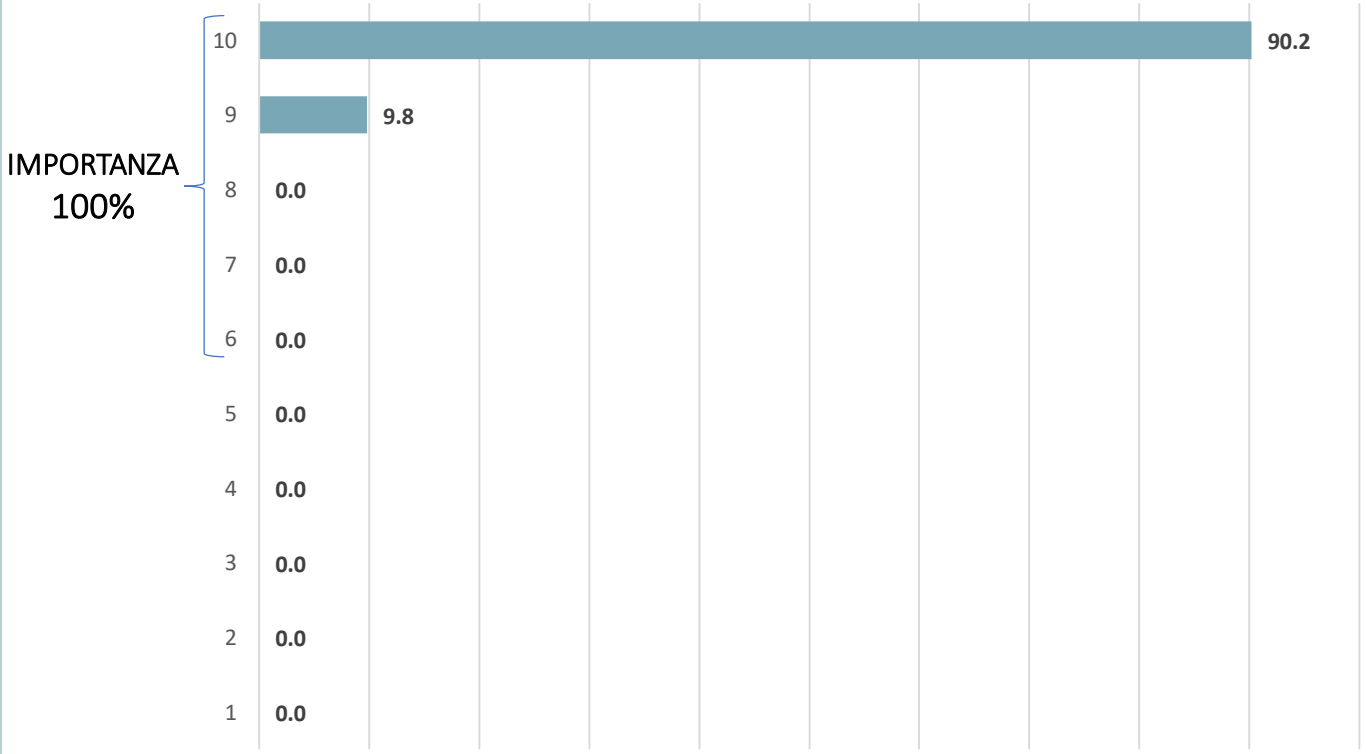
RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



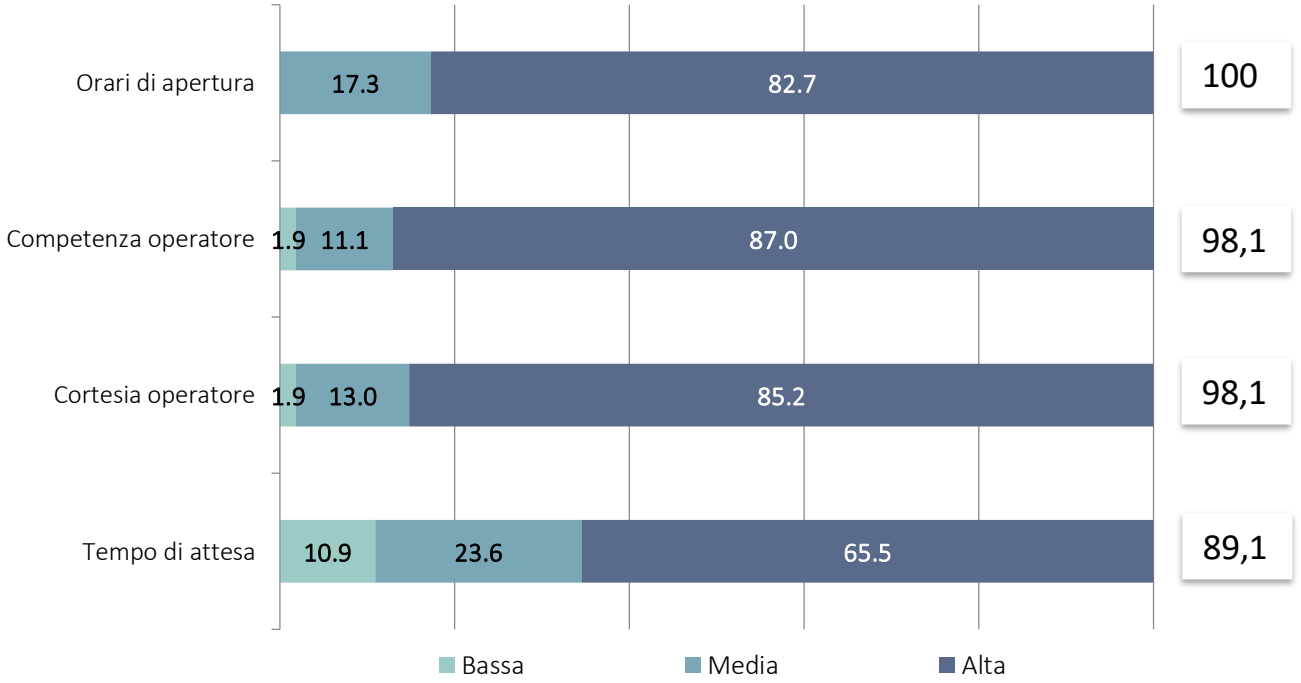
RELAZIONE ALLO SPORTELLO

IMPORTANZA – *Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



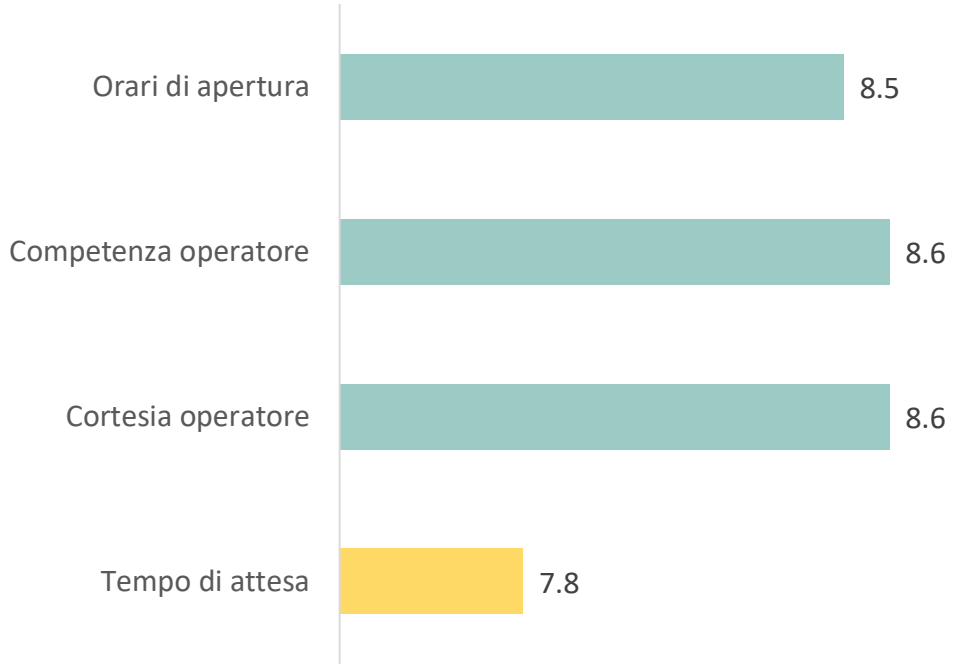
RELAZIONE ALLO SPORTELLO

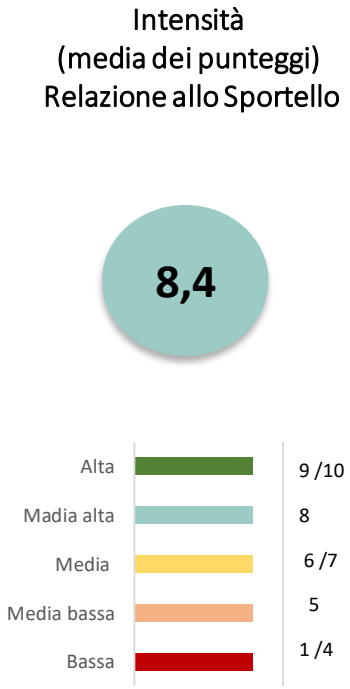
Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



Indice % MEDIA di soddisfazione Relazione allo Sportello **96,3**

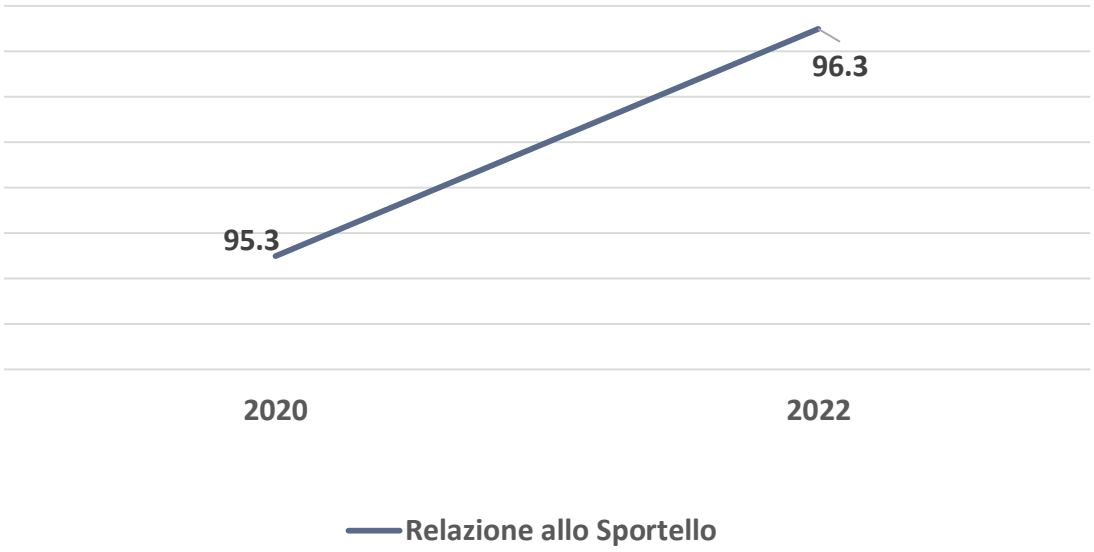
RELAZIONE ALLO SPORTELLO
INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE





RELAZIONE ALLO SPORTELLO – TREND 2020/22

SODDISFAZIONE TOTALE



RELAZIONE ALLO SPORTELLO
Considerazioni

Molto probabilmente dopo i tempi di lockdown e pandemia ci sono stati dei cambiamenti che comportano un lieve miglioramento di valutazione generale per questo fattore.

Nella «Relazione allo sportello», insieme alle «Relazioni commerciali» e la «Segnalazioni guasti» si misura la «dimensione umana» dei rapporti degli utenti con l'azienda. Con l'incorporazione dello «Sportello online» (*) si tecnifica pure questo ed è interessante misurare l'andamento che avrà nel tempo.

Qui tutto il sistema tecnico-idrico implementato da VivaServizi entra in contatto personale con gli utenti, concretamente, attraverso questi fattori analizzati. Un punto forte sono gli «Orari di apertura», infatti qui vediamo un alto tasso di soddisfazione 100% con 82% al massimo, senza insoddisfatti. Si ratifica la positiva valutazione del fattore umano con voti di alto gradimento. (98% in entrambi i valori misurati di comunicazione col personale).

Si vede invece un piccolo problema legato ai «Tempi di attesa" che, nonostante il soddisfazione sia adeguata, nell'insieme del fattore riceve una "Bassa Soddisfazione" pari 10,9%. Non sono dei numeri che ci facciano pensare ad una criticità, ma va tenuto in conto che si potrebbe cercare un modo per fare qualche piccola modifica ed aggiustare la situazione. Questo sub-fattore spinge verso il basso la valutazione complessiva.

La valutazione del servizio risulta adeguata, ma ha molto margine di miglioramento.
L'andamento annuo ha superato di un punto percentuale quello precedente e l'intensità della soddisfazione è interessante con un punteggio Medio-Alto di 8,4 ed alta potenzialità di crescita.

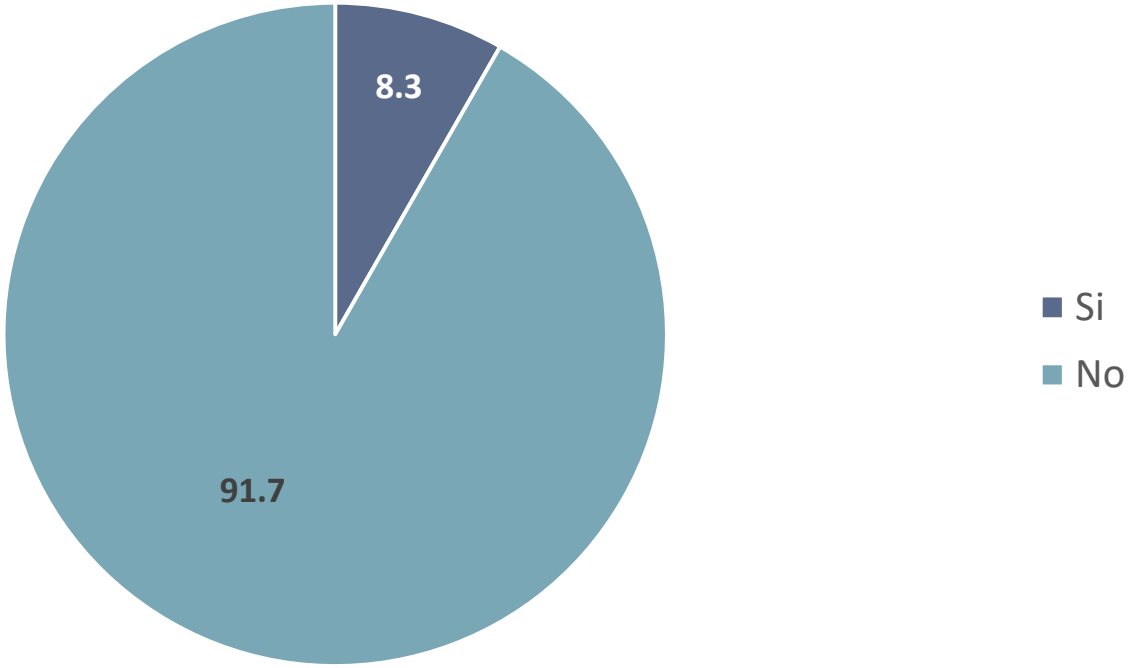
(*) Riguardo lo sportello online: abbiamo ottenuto un numero basissimo di risposte (3) che non ci permette di fare un'analisi dell'Indicatore incorporato quest'anno. La bassa conoscenza dello «Sportello Online» ci porta a suggerire, innanzitutto, di fare una forte promozione del nuovo mezzo di contatto durante i prossimi mesi, così come di ricavare i dati dei contatti che ci permetta, nella prossima indagine, di porre le domande ad un universo di persone sufficienti per procedere con la relazione statistica.

Valutazione importanza e soddisfazione
SITO WEB

- ✓ Reperibilità dell'indirizzo internet
- ✓ Facilità di navigazione all'interno del sito
- ✓ Ricchezza delle informazioni presenti

SITO WEB

Ha mai usato il sito web del fornitore?



SITO WEB

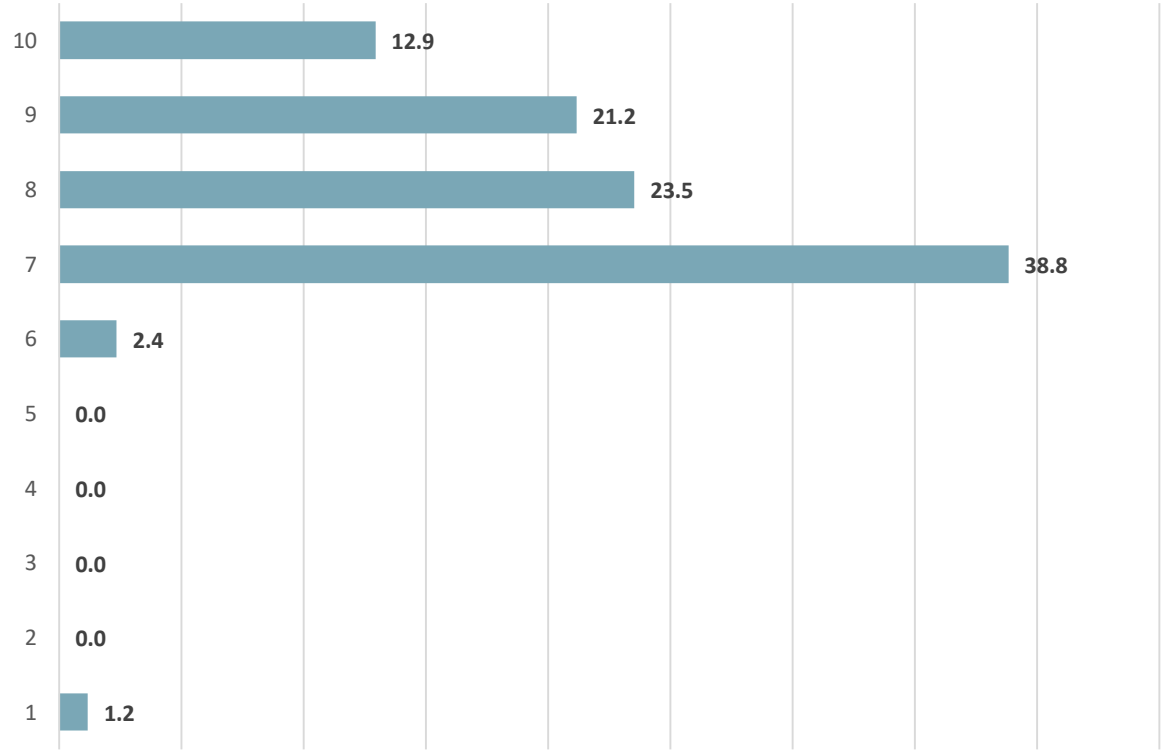
Per quale motivo ha utilizzato il sito web dell'azienda?

- Per avere informazioni generiche sul servizio;
- Chiarimenti sul servizio;
- Ricerca di offerte migliori;
- Capire com'è composta la tariffa che si paga;
- Effettuare un reclamo;
- Controllare i consumi;
- Ho visitato il sito per curiosità.

SITO WEB

Reperibilità dell'indirizzo internet

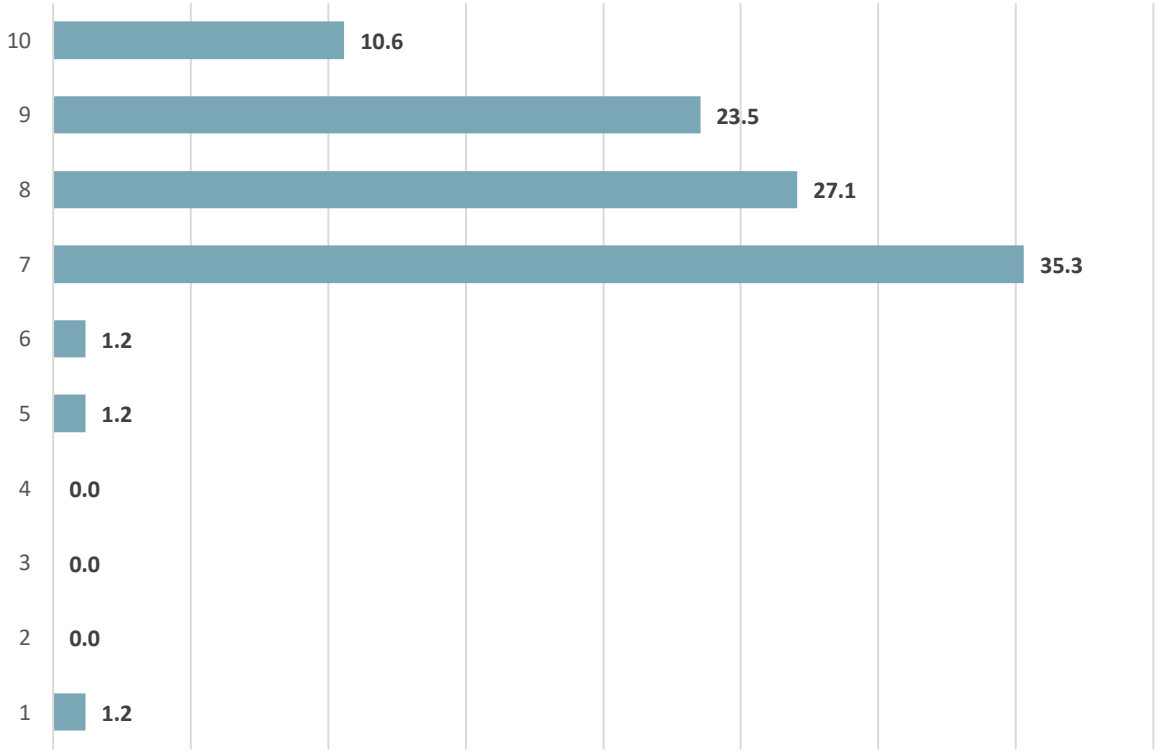
*Sull'**8,3%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



SITO WEB

Facilità di navigazione all'interno del sito

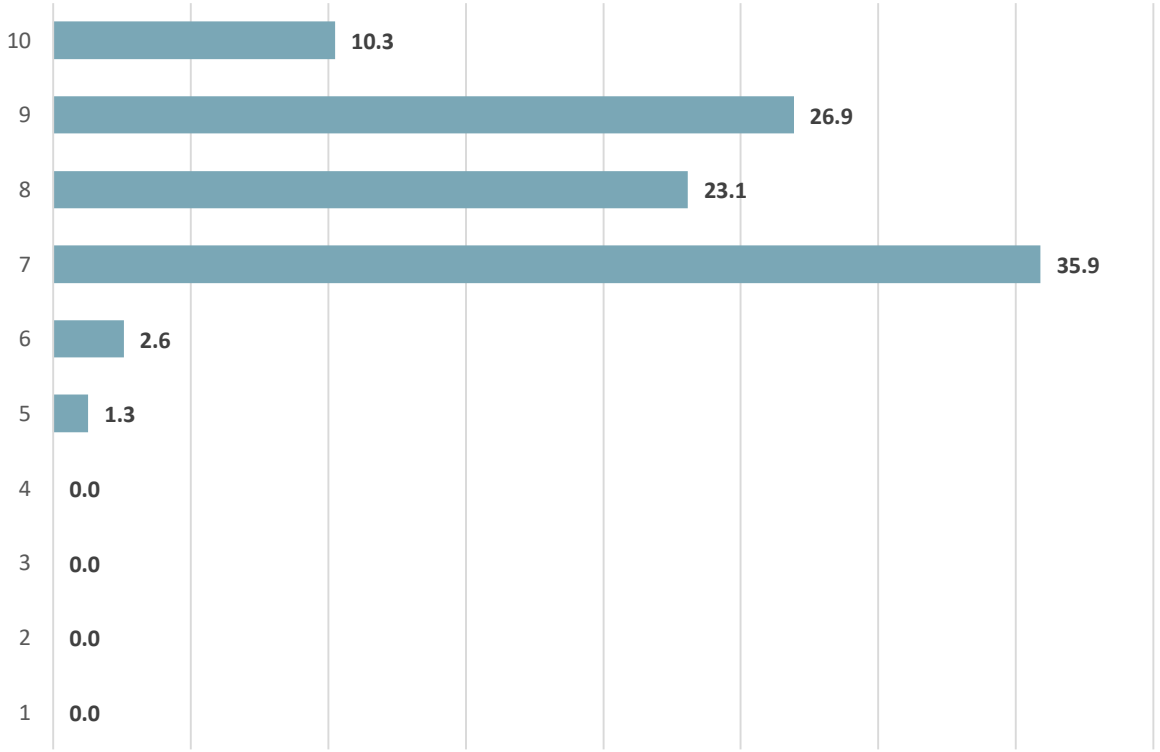
*Sull'**8,3%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



SITO WEB

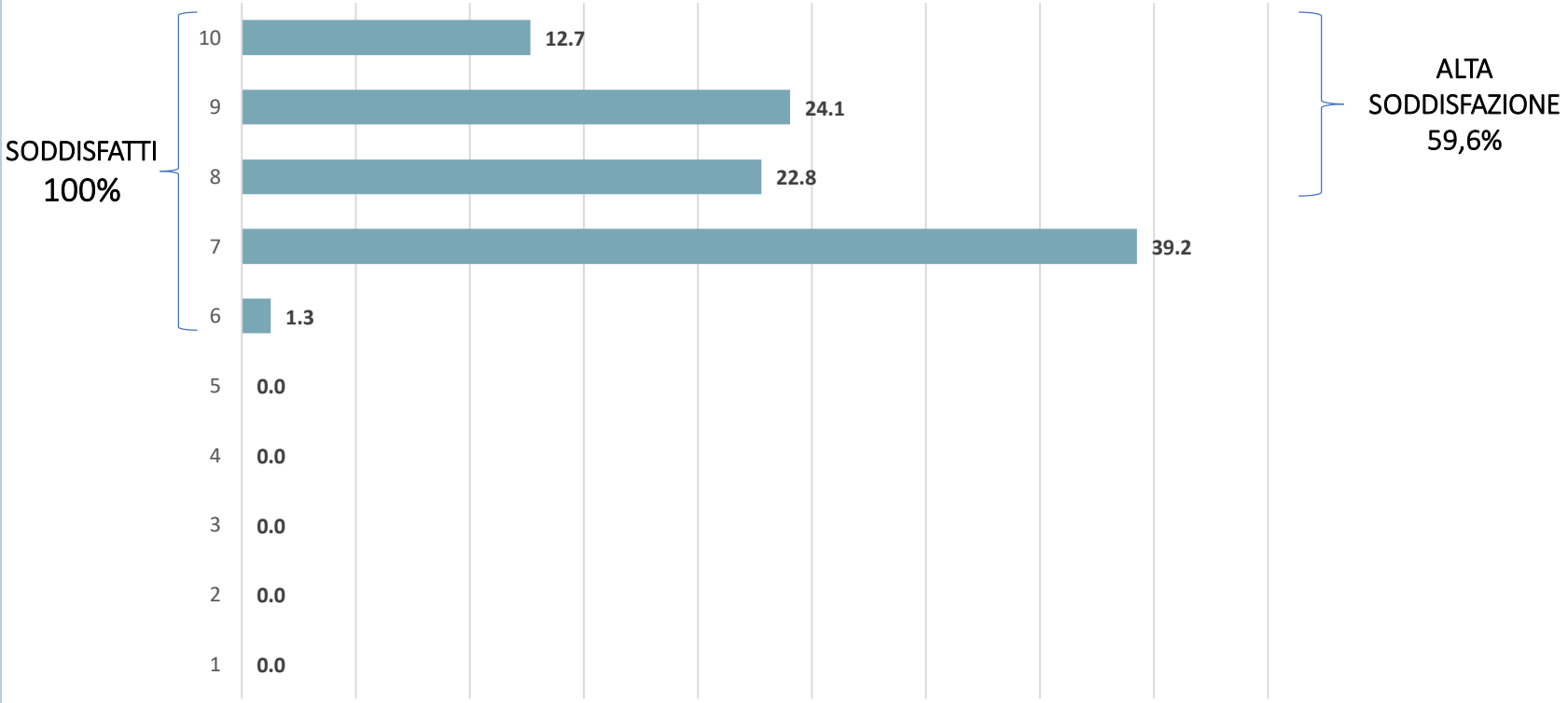
Ricchezza delle informazioni presenti

*Sull'**8,3%** dei rispondenti. Risultato da considerare come indicatore di un possibile trend.*



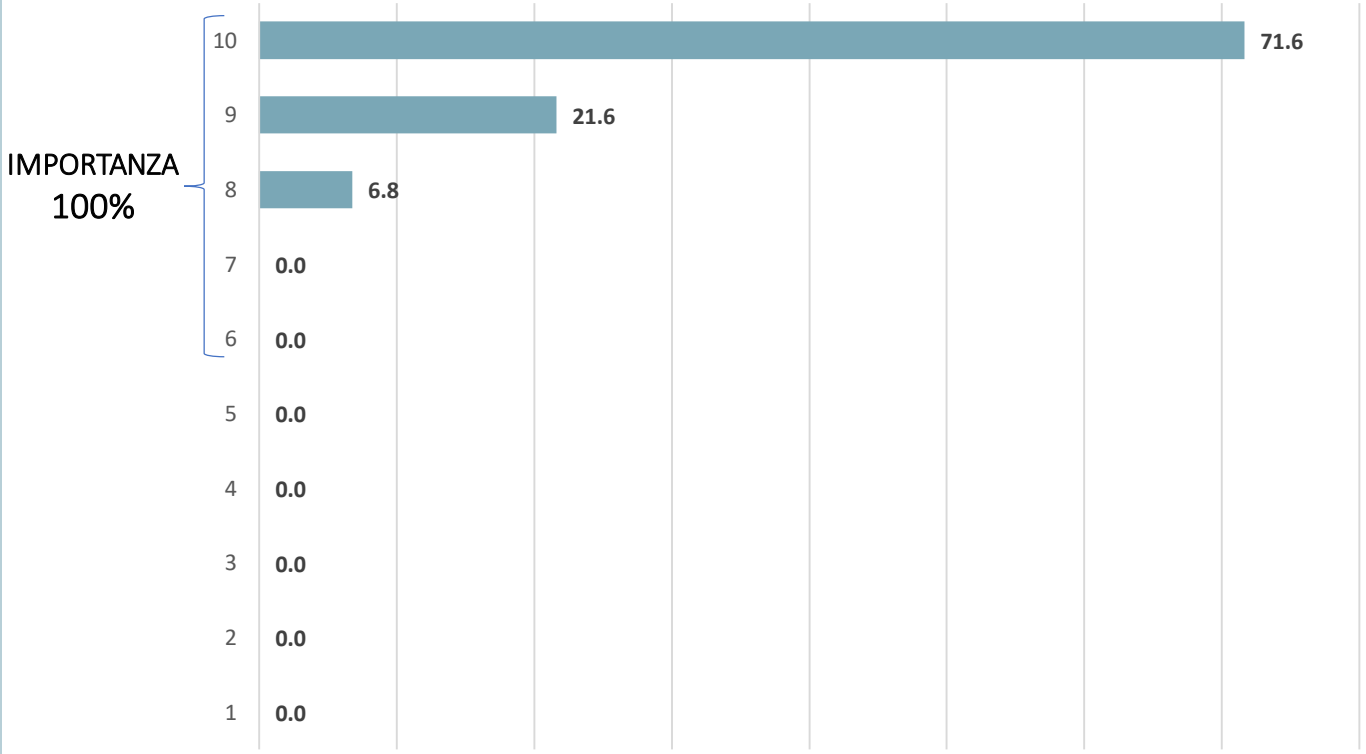
SITO WEB

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



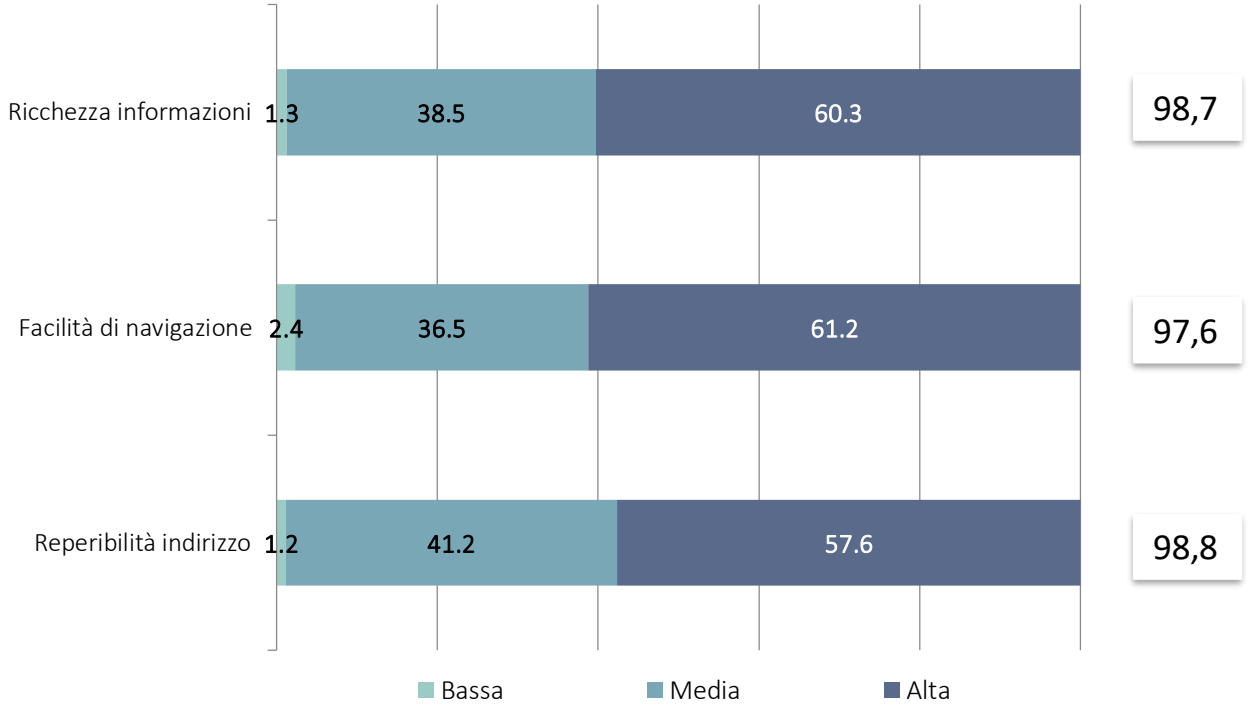
SITO WEB

IMPORTANZA – *Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



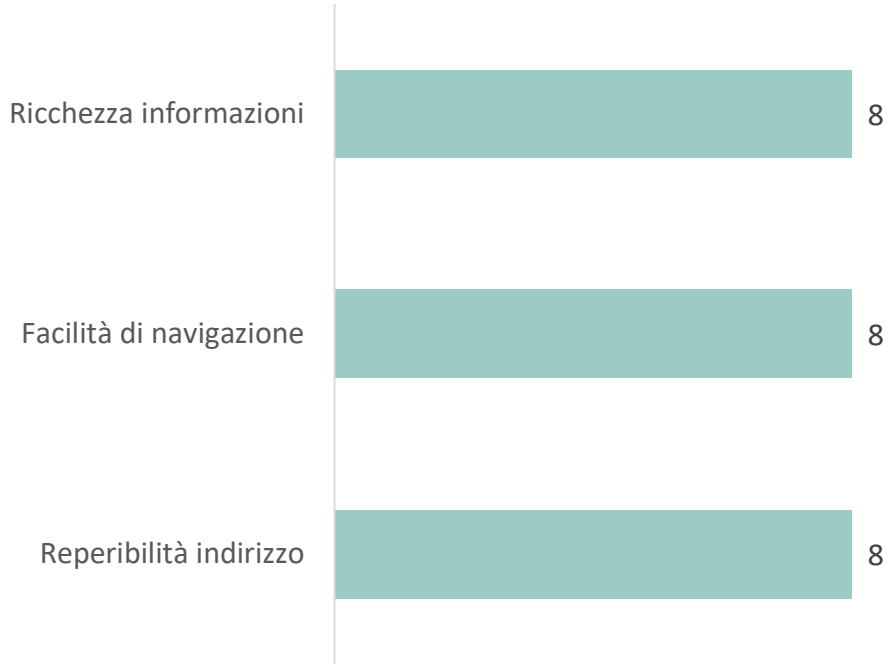
SITO WEB

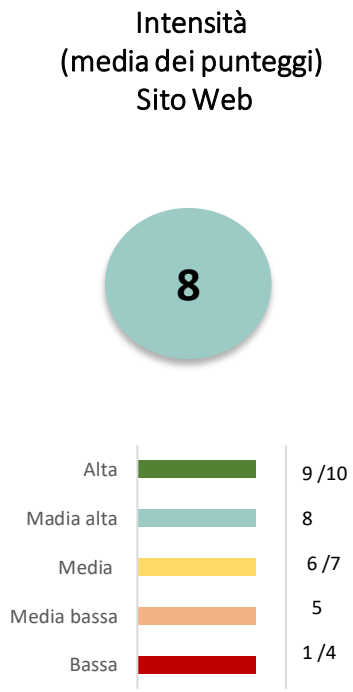
Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



Indice % MEDIA di soddisfazione Sito Web **98,4**

SITO WEB
INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE





SITO WEB
Considerazioni

Ancora rimane sottoutilizzato il servizio web. La ragione può essere individuata nella piramide della popolazione: l'età media degli utenti rende difficile l'utilizzo del computer per una generazione che non è necessariamente abituata a gestire i rapporti commerciali tramite lo strumento tecnologico.

E' comunque una carenza destinata a scomparire, visto che per forza dei fatti e per pressione sociale causata dal lockdown pandemico, anche gli anziani stanno diventando sempre più connessi.
La crescita dell'utilizzo è destinata a crescere e queste tappe servono a capire i bisogni e le attitudini degli utenti, nonchè a prepararsi in transizione.

Nonostante un 8,3% degli intervistati dichiara di aver fatto uso del Sito web, il fattore viene comunque ritenuto di altissima importanza (100% voti tra 8 e 10),ricevendo anche un buon voto nella Soddisfazione, con 98,4% di approvazione (tutti i sub-fattori sono intorno al 98%).

Possiamo analizzare brevemente le piccole differenze di Soddisfazione nelle risposte ed è qui che troviamo ancora una minor soddisfazione, o una richiesta di miglioramento, per la «Facilità di navigazione del sito». Forse sarebbe il caso di fare un restyling del sito o aggiungere possibilità di svolgere maggiori operazioni, per farlo diventare più user-friendly nel caso l'utente abbia bisogno di avvicinarsi all'azienda tramite questa modalità.

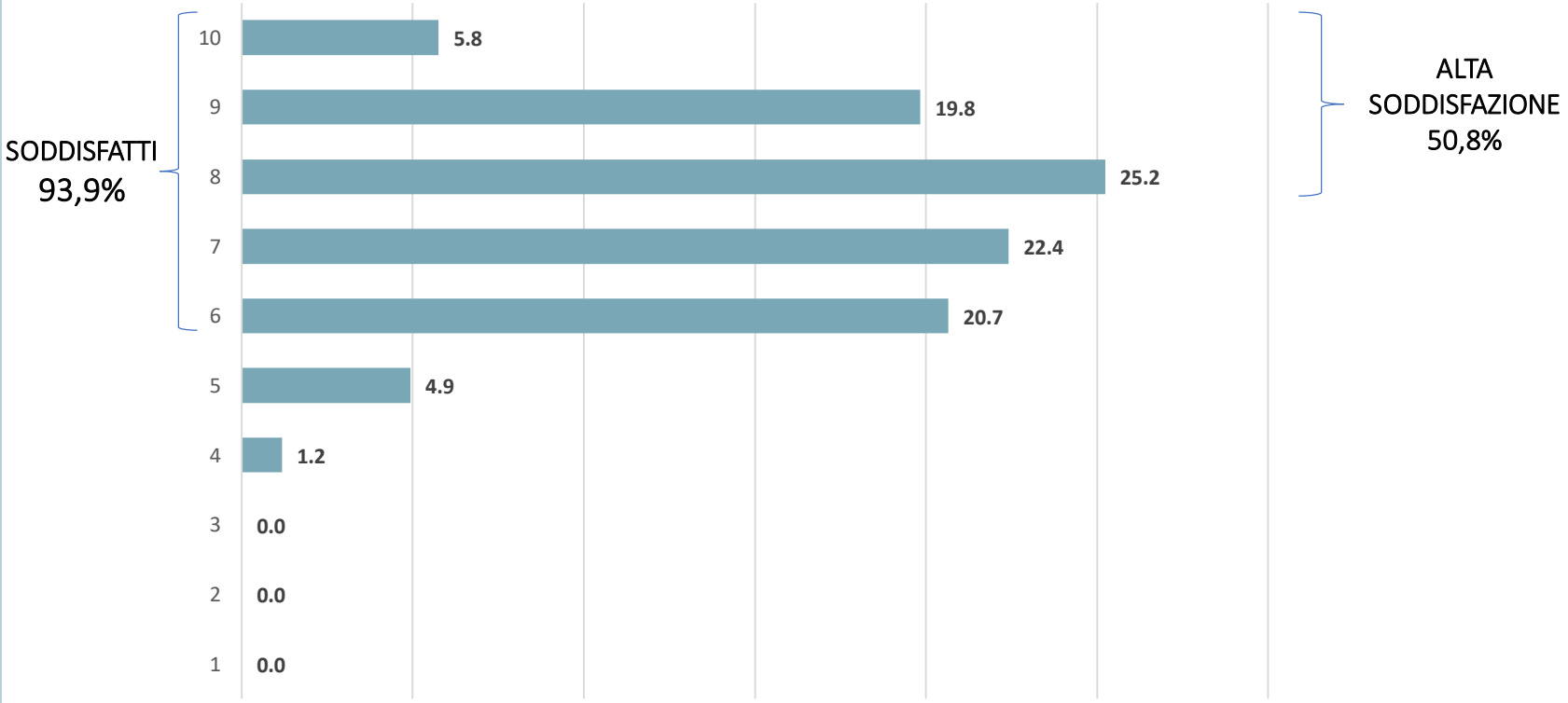
L'intensità della soddisfazione giunge ad un livello abbastanza elevato con un 8 che rientra nella fascia Medio-Alta.

Valutazione importanza e soddisfazione
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

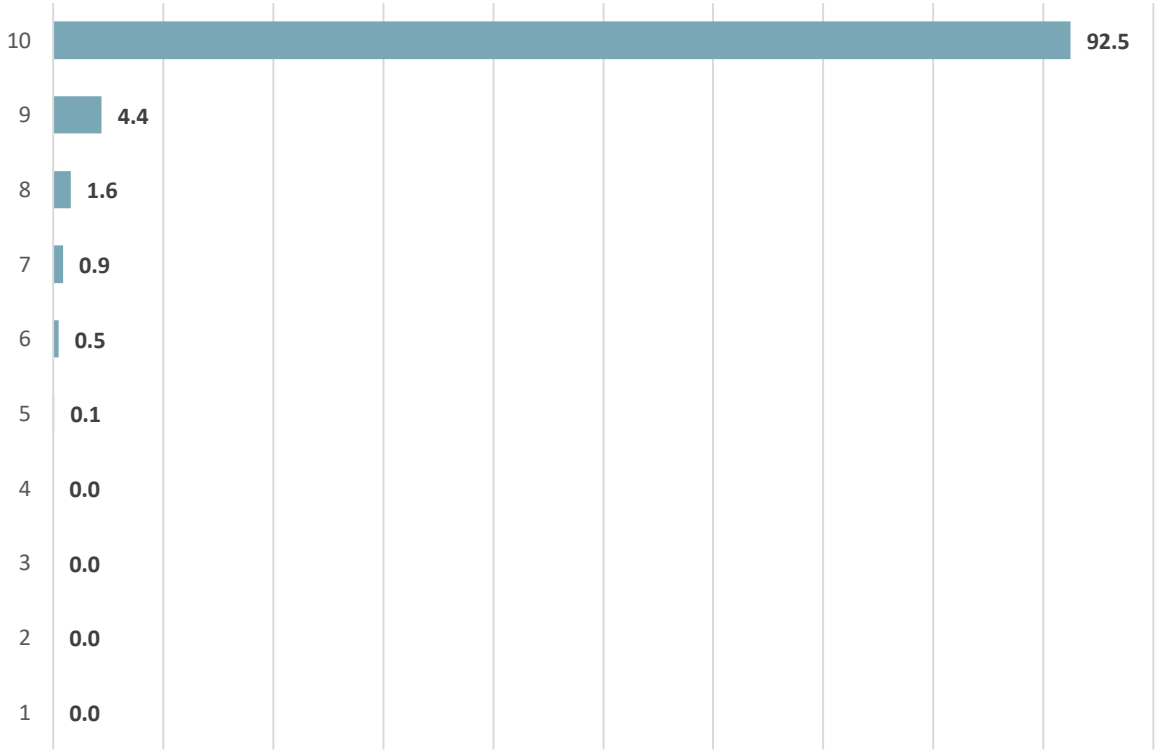
- ✓ Soddisfazione rapporto Qualità/Prezzo
- ✓ Soddisfazione rapporto Qualità/Prezzo per tipo d'utenza
- ✓ Soddisfazione del servizio globale relativo alla fornitura dell'acqua
- ✓ Soddisfazione del servizio globale relativo alla fornitura dell'acqua per tipo d'utenza

RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO

Soddisfazione del rapporto Qualità/Prezzo

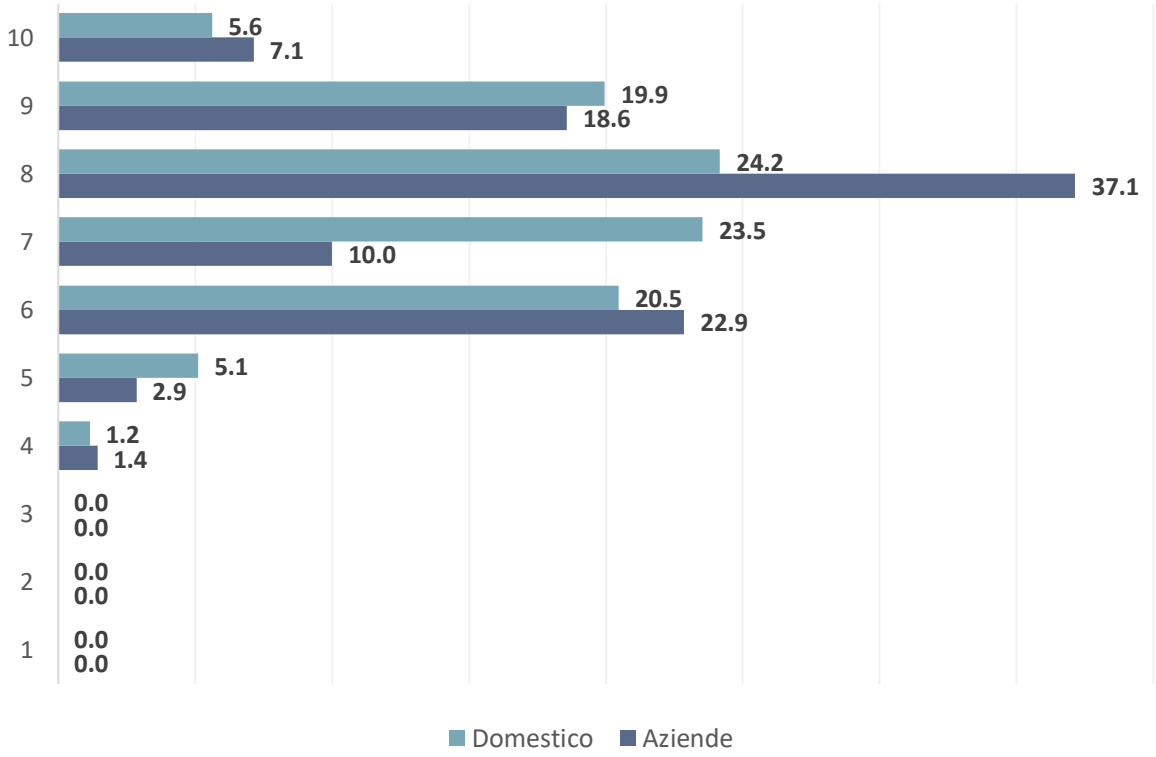


RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO
IMPORTANZA



RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO

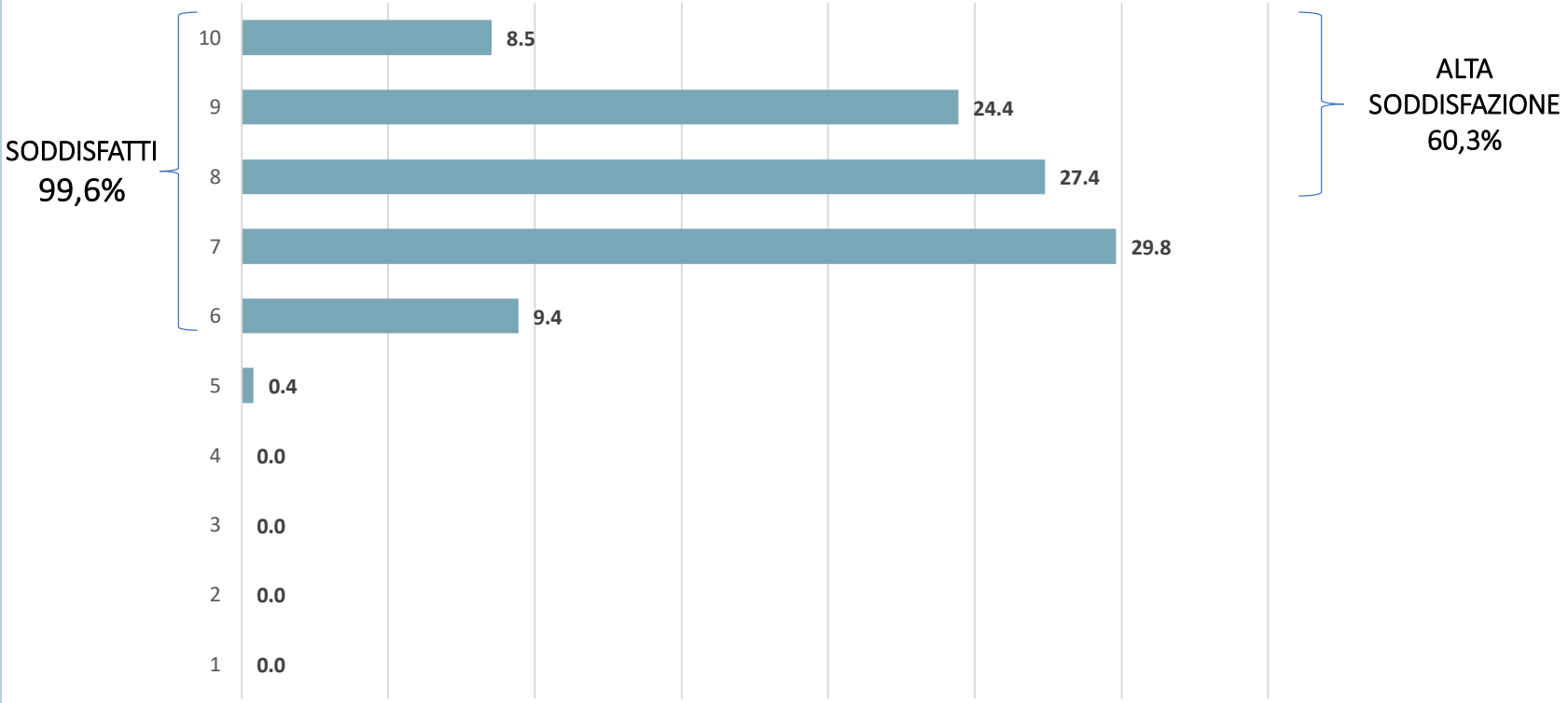
Soddisfazione del rapporto Qualità/Prezzo per **tipo d'utenza**



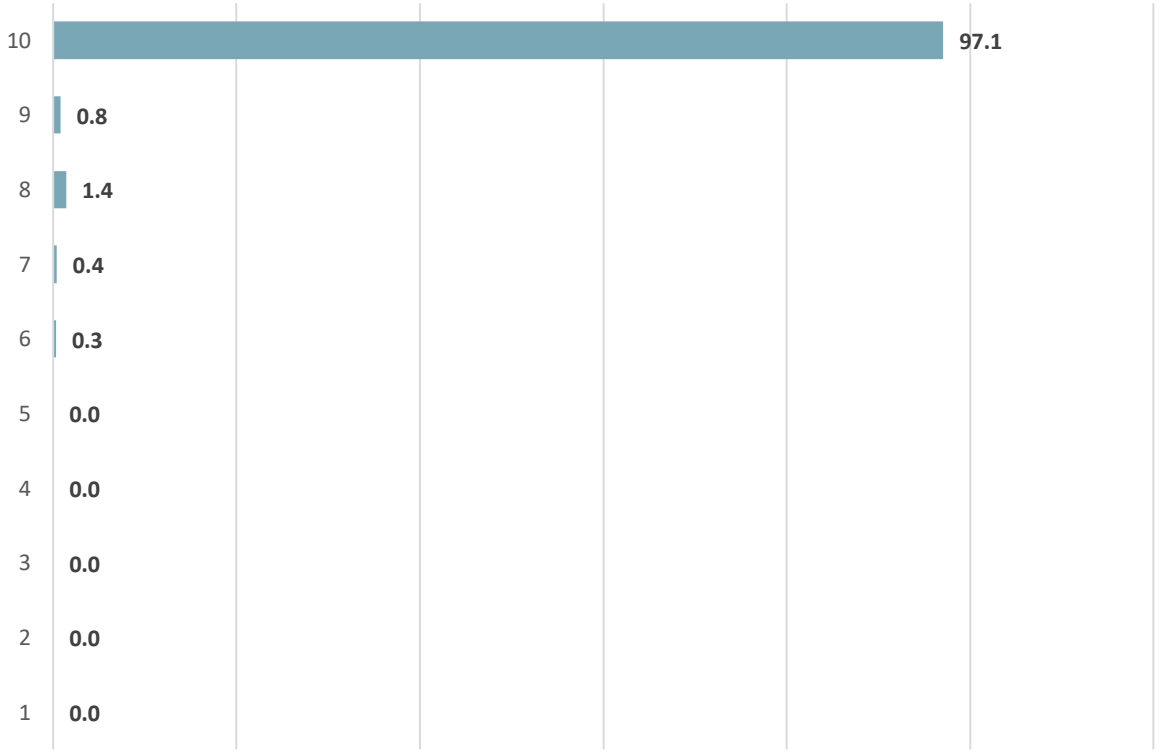
	Domestico	Aziendale
Soddisfazione	93,7	95,7
Alta Soddisfazione	49,7	62,8

GIUDIZIO GLOBALE

Soddisfazione del servizio globale relativo alla fornitura dell'acqua

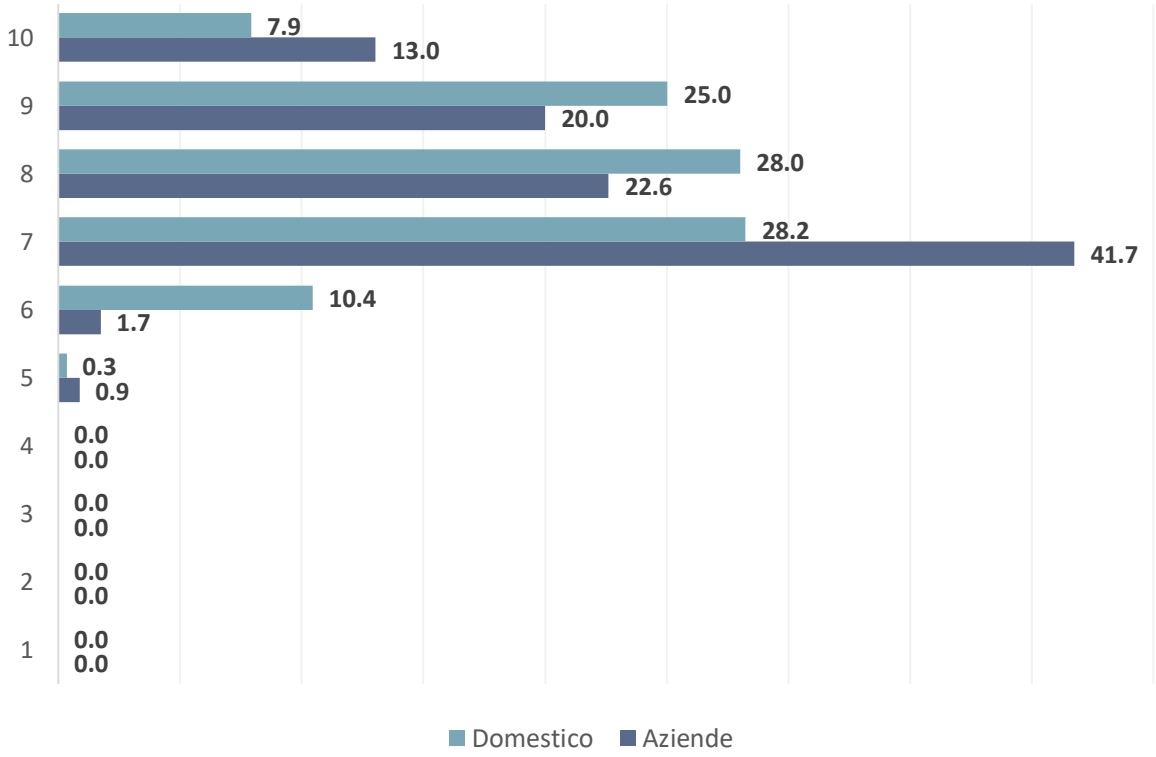


GIUDIZIO GLOBALE
IMPORTANZA



GIUDIZIO GLOBALE

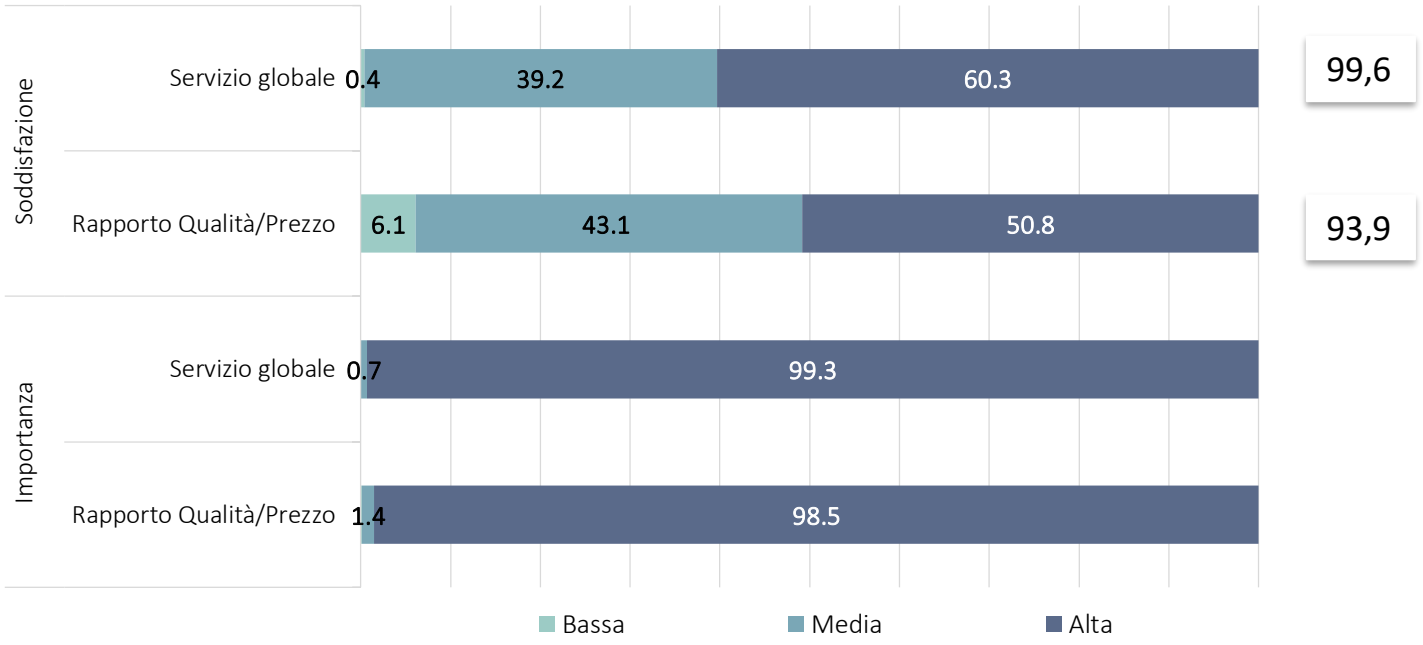
Soddisfazione del servizio globale relativo alla fornitura dell'acqua per **tipo d'utenza**



	Domestico	Aziendale
Soddisfazione	99,7	99,1
Alta Soddisfazione	60,9	55,6

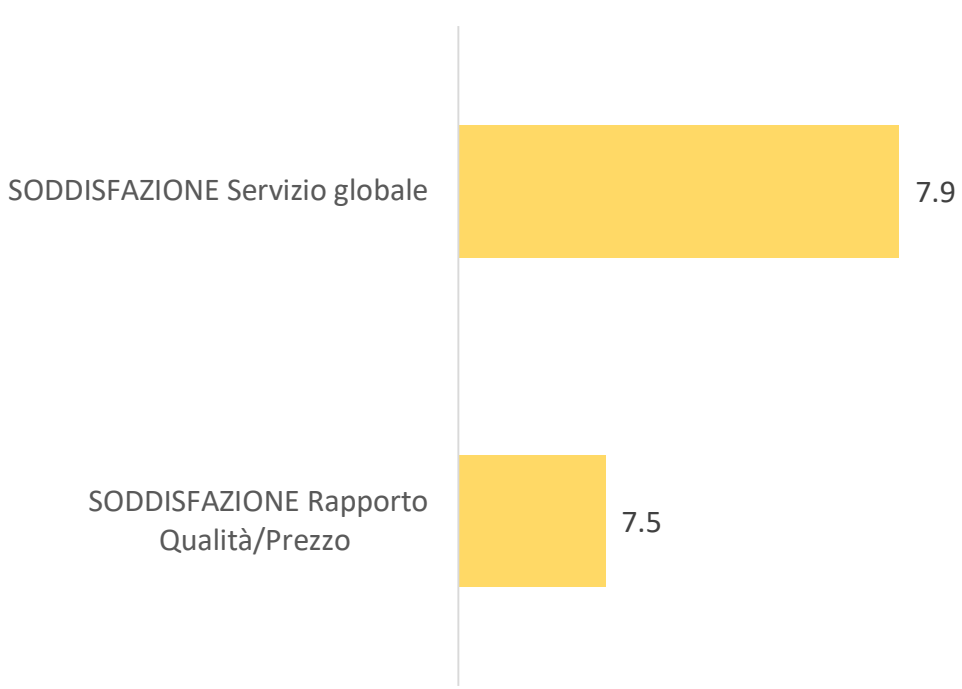
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

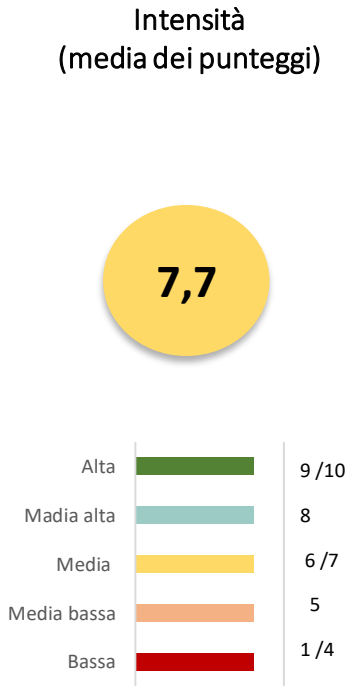
Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Dati comparati dell'INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE





GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO
Considerazioni

L'aspetto economico del servizio può influire (e di fatto influisce negativamente) nella considerazione di questa relazione Qualità/Prezzo: tutti vorrebbero molto di più di quanto ricevono per il prezzo che pagano, come in ogni rapporto commerciale. Nonostante questo, notiamo che c'è comunque una Soddisfazione Alta riguardo il servizio erogato e quanto viene pagato.

L'incrocio di questi due dati, la «Soddisfazione globale» e il «Rapporto Qualità/Prezzo», permettono di capire se c'è Soddisfazione per il servizio e se quel servizio «vale» il prezzo che si paga.

Nonostante tutto quanto successo dal 2020 in poi, si registra una buona valutazione del Rapporto Qualità/Prezzo che arriva ad un livello d'intensità di 7,5. Certamente si può e si deve migliorare, ma non sembra un brutto voto, tenendo conto delle alte percentuali di approvazione del rapporto: si ritiene abbastanza equo il prezzo rispetto al servizio (un notevole 93,9% totale).

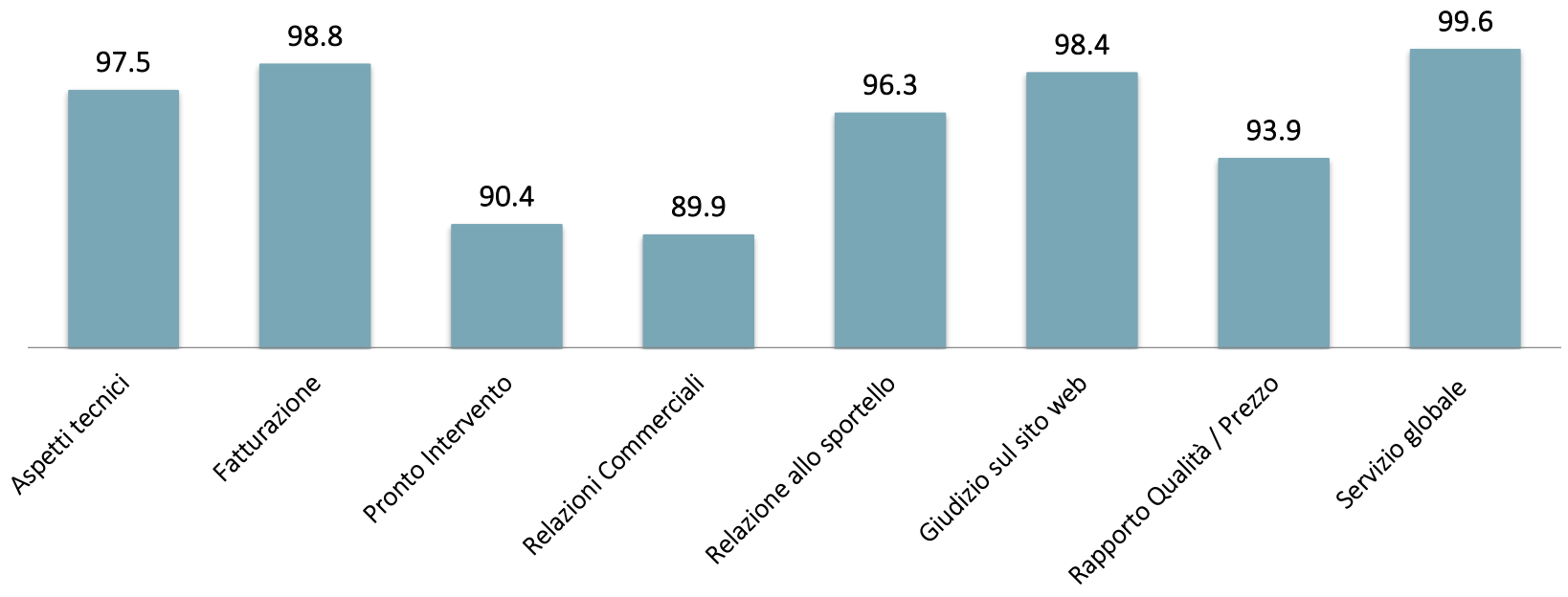
Questo è certamente dovuto agli alti e bassi dell'attività ed il mantenimento/incremento dei costi, che si fanno più pesanti per via dei minori incassi. Nonostante la leggera ripresa economica post COVID19, i numeri saranno destinati a rimanere in un'area di difficoltà perché, anche se stiamo analizzando il «sistema acqua», questo non è isolato dal resto del sistema socio-economico generale. Un rischio è l'innalzamento dei prezzi dell'energia, che hanno ricadute dirette su tutta la catena di produzione e di servizi.

Molto più soddisfacente, da ogni punto di vista, risulta la valutazione del Servizio Generale, che arriva fino al 99,6% un ottimo risultato di percezione. C'è ancora da lavorare sull'intensità di questi voti positivi, che possono raggiungere lo scaglione più in lato e che, comunque, si attestano per adesso ad un valore Medio.

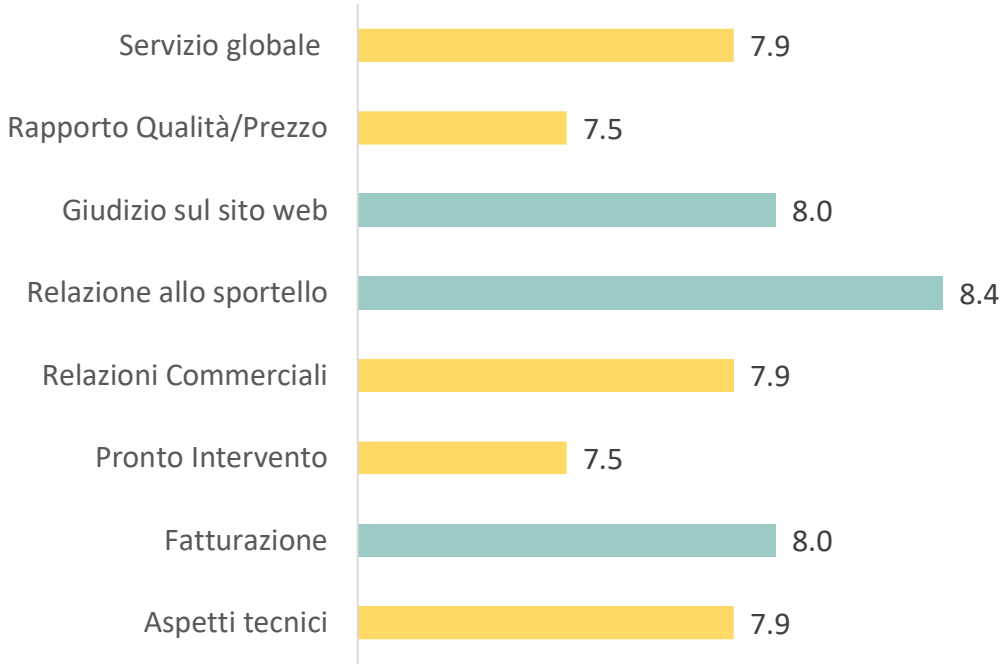
CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022

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

95,8

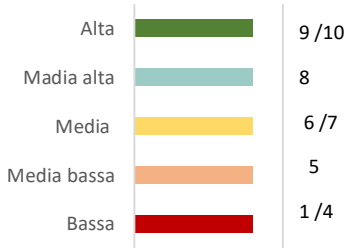


CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022
INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



Intensità
(media dei punteggi)
TOTALE

7,9



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.*

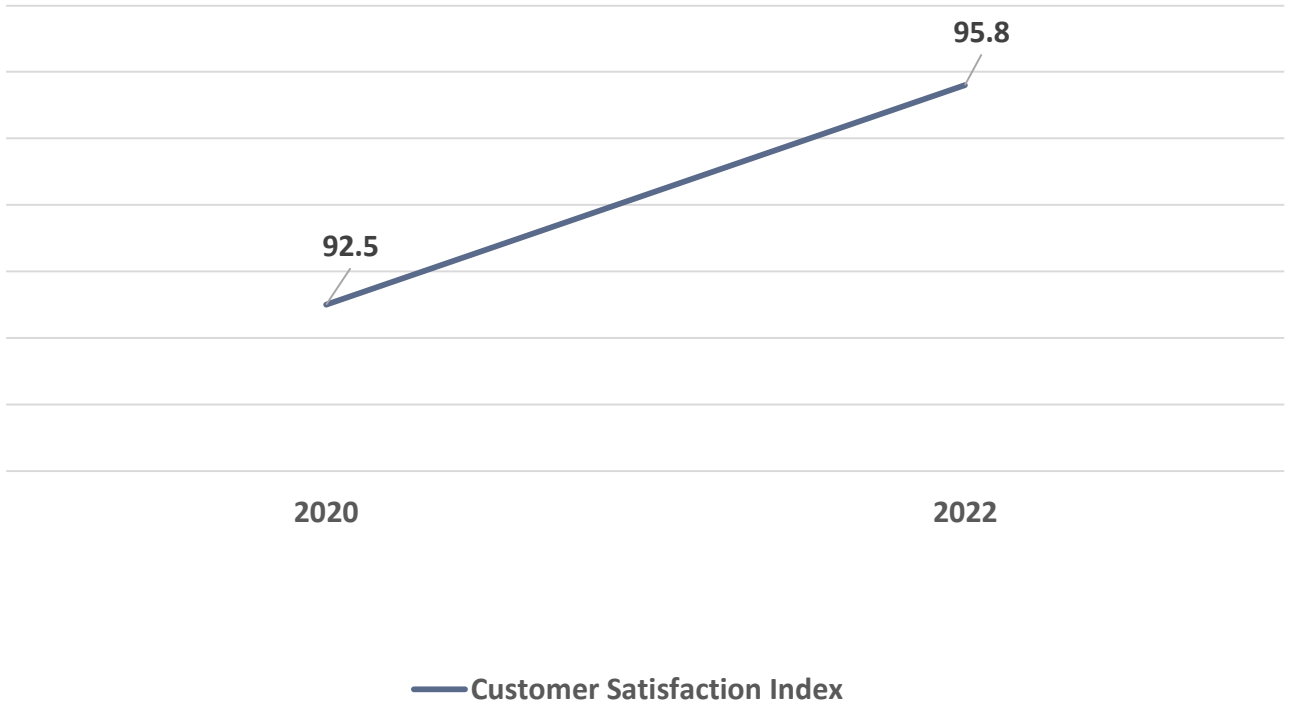
FATTORE	PESO
Aspetti tecnici	0,2
Fatturazione	0,1
Numero Verde Pronto Intervento	0,1
Numero Verde Relazioni Commerciali	0,1
Relazione allo Sportello	0,1
Sito Web	0,05
Rapporto Qualità/Prezzo	0,175
Servizio globale	0,175
TOTALE	1

STANDARD DI MERCATO: *Elaborato con dati propri dei lavori svolti entro il 2021 / 2022 Aziende di Servizio Idrico Integrato, per un totale di 6.300 interviste.*

	Standard di Mercato	VivaServizi
CSI Sintetico	94,7	95,8

CUSTOMER SATISFACTION INDEX – TREND 2020/22

SODDISFAZIONE TOTALE



CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022
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	99,6
INDICE SINTETICO	95,8

Dall'esame dei Fattori emerge come l'**INDICE SINTETICO** di SODDISFAZIONE sia positivo e superiore alla soglia convenzionale di Alta Soddisfazione (90,0) e dello standard di mercato (94,7).

L'**INDICE GENERALE** di SODDISFAZIONE è superiore a quello Sintetico di **3,8 punti percentuali**, quindi il BRAND aziendale, l'immagine del marchio Viva Servizi S.P.A., viene percepito positivamente dagli utenti e **genera un valore aggiunto** rispetto alla performance diretta del servizio considerato.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022
Considerazioni finali

Qui vediamo riassunte tutte le variabili considerate e possiamo stabilire valori di partenza per i successivi andamenti annui, con dei punti di forza, dei punti di debolezza e dei settori da migliorare.

Dobbiamo iniziare dalla soddisfazione generale (CSI), che parte con una asticella alta di 95,8% (92,5% nel 2020), diventando così un potenziale punto di forza, molto significativo.

Quest'anno la «Fatturazione», il «Sito Web», le «Relazioni allo Sportello» e, poco sotto per soddisfazione, gli «Aspetti Tecnici», sono i fattori più valorizzati da parte dell'utenza, con un livello di Intensità della Soddisfazione Medio-Alto per i primi tre, ed in zona di promozione il quarto (7,9).

Trovano comunque spazio di crescita, tenendo conto che si può lavorare molto per innalzare la soddisfazione, «Servizio Globale» e «Relazioni Commerciali» che sono importanti all'interno del sistema, seguono nella scala relativa di valore con gradi di soddisfazione intensa di 7,9.

Rimangono più bassi con una intensità relativa inferiore, non all'altezza degli altri, quindi da migliorare urgentemente, il «Numero Verde di Pronto Intervento» ed il «Rapporto Qualità/Prezzo» (rispettivamente 7,7 e 7,5).

Risulta chiaro che per aumentare nell'utenza la percezione positiva del servizio, l'azienda dovrà fare uno sforzo d'immaginazione e di innovazione per superare una possibile condizione di scarsa o mancata comunicazione; un fatto che, se ben gestito, farebbe salire il risultato complessivo finale.

Analizziamo nel dettaglio la Mappa delle Priorità.

MAPPA DELLE PRIORITA'

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.

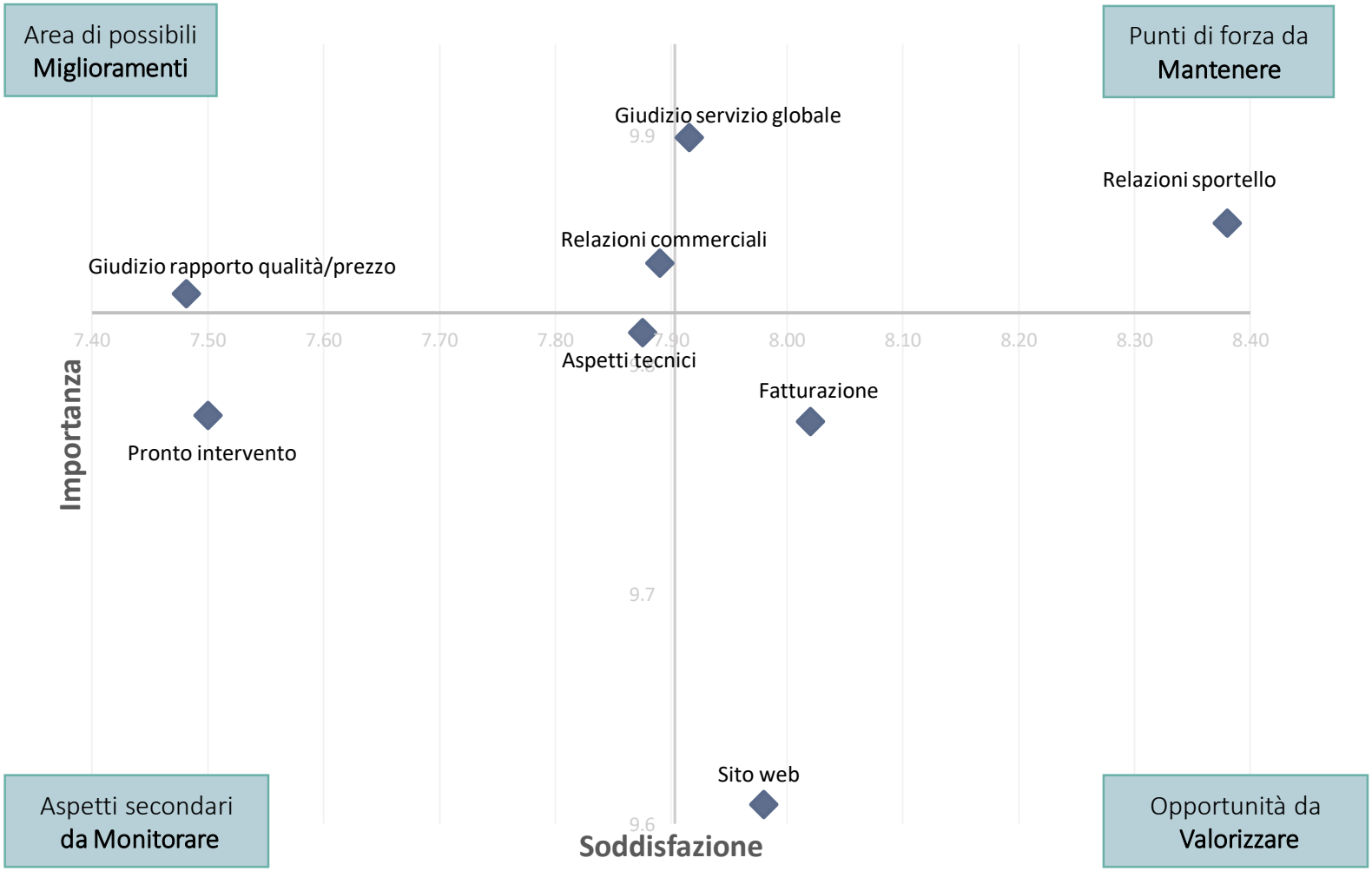
Lettura della Mappa

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 (" delle 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 profondendo 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 PRIORITA’



MAPPA DELLE PRIORITA'
Nota tecnica

Il CSI tiene in considerazione tutte le risposte con voto maggior o uguale a 6, quindi tutte quelle opinioni che sono positive, ma non necessariamente ottime. La media dei fattori, invece, tiene conto di tutti i voti rilevati.

Il fattore relativo alle «Relazioni Commerciali» ha avuto poche risposte (circa 60) e sono stati espressi alcuni voti molto negativi che hanno abbassato significativamente l'Intensità del voto, portandolo a 7,9. Il margine di errore è comunque superiore alla soglia prefissata (per via della scarsità delle risposte, che ci danno risultati instabili) e quindi ci offre numeri che, come evidenziato nella sezione relativa al fattore, ci indicano un possibile trend.

Rispetto all'anno scorso, inoltre, abbiamo riscontrato delle differenze significative nella Mappa delle Priorità:

1. I parametri presi in considerazione sono diversi. Nella precedente mappa sono l'Importanza dei fattori (dato non esplicitato nel report) e la percentuale di Insoddisfazione. Strategica, invece, ha come parametri l'Importanza e il l'Intensità di Soddisfazione (media dei punteggi). Da questa differenza nasce una costruzione ed un'analisi diversa della Mappa;

2. Venivano analizzati, nella Mappa, i sub-fattori e non i fattori in generale. In tal senso, la Mappa proposta precedentemente è individuabile come *Framework analitico*, che scompone le singole componenti ed analizza l'incisività di ognuna sul risultato finale, e non come Mappa vera e propria, caratterizzata da coordinate individuabili.

MAPPA DELLE PRIORITA'
Considerazioni finali

Vediamo qui come si posizionano i diversi aspetti considerati prendendo come parametri di riferimento l'Intensità della Soddisfazione e l'Importanza assegnata dagli utenti a ciascuno di loro.

Nella costruzione della Mappa si tiene conto della media dei punteggi ottenuti nella domanda «*Overall*» alla fine di ogni fattore e non della percentuale di utenti che votano tra 6 e 10, quelli considerati «Soddisfatti».

Ci sono quelli più in alto che dimostrano maggiore importanza (asse verticale: Importanza) e quelli più a destra segnalano maggiore soddisfazione (asse orizzontale: Soddisfazione). Comparati con l'intensità della soddisfazione, con tanti argomenti valutati intorno al punteggio 6-7 (intensità Media come emerso attraverso tutta l'indagine per tanti fattori), risulta logico che la maggior parte degli aspetti si aggirino intorno ad una certa parità.

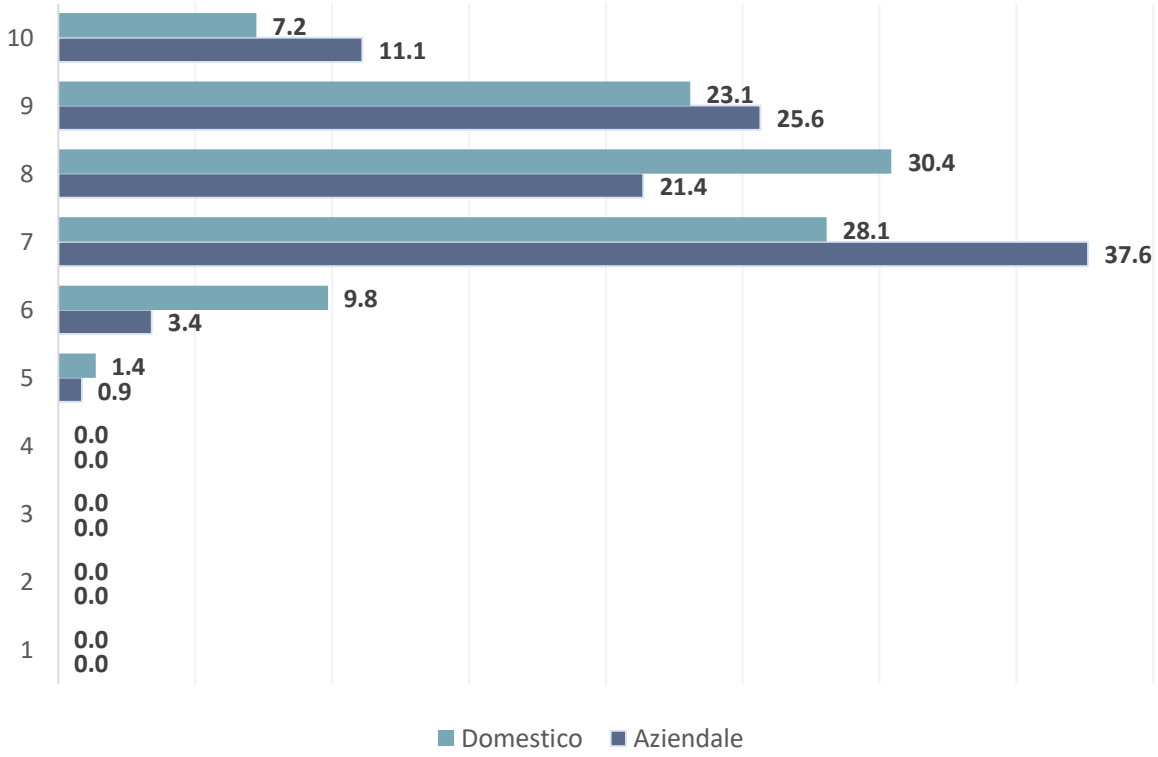
Opportunità da VALORIZZARE: il quadro in basso a destra rivela punti di Alta Soddisfazione e Importanza relativamente alta; troviamo «Fatturazione» e «Sito Web». In questo caso la «Fatturazione» ha una più elevata importanza relativa ed una minor approvazione, il «Sito Web» invece risulta meno soddisfacente, ma più importante.

Punti di Forza da MANTENERE: si posizionano a destra ed in alto, nella zona di sicurezza per maggior Soddisfazione e maggior Importanza. In questa posizione troviamo il «Giudizio sul servizio globale», che ha spazio per migliorare l'Intensità della soddsifazione e le «Relazioni allo Sportello», senz'altro una buona notizia per i rapporti dell'Azienda con gli utenti ed un segno che in questo caso il rapporto personale produce una differenza comunicazionale apprezzata da un'utenza probabilmente tradizionalista nei rapporti interpersonali.

Aspetti secondari da MONITORARE: in basso a sinistra abbiamo la zona dove l'Importanza è minore e la Soddisfazione più bassa, da monitorare; qui troviamo il «Numero verde Pronto intervento» e gli «Aspetti Tecnici».

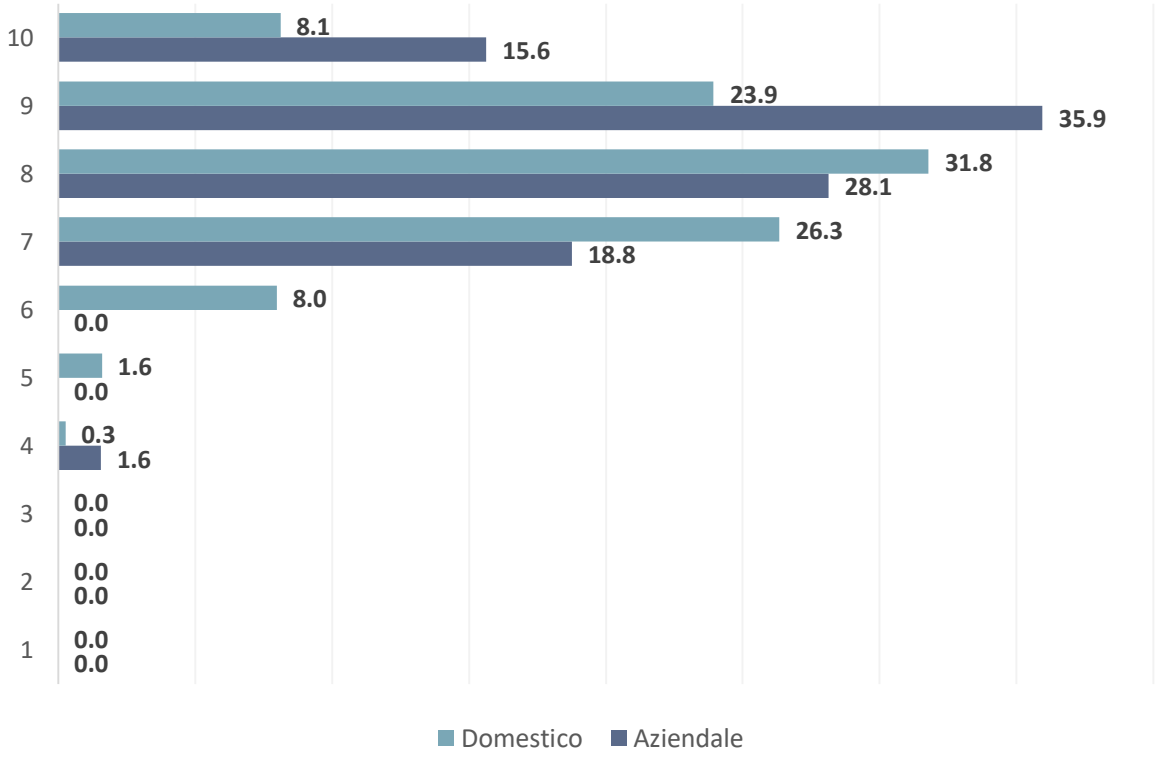
Area di possibili MIGLIORAMENTI: finalmente la zona che desta preoccupazione perché considerata Importante e poco soddisfacente, in alto a sinistra. Qui troviamo due argomenti: «Rapporto Qualità/Prezzo», sulla linea dell'Importanza media, e «Relazioni Commerciali», di elevata importanza e minore soddisfazione.

ASPETTI TECNICI
SODDISFAZIONE TOTALE



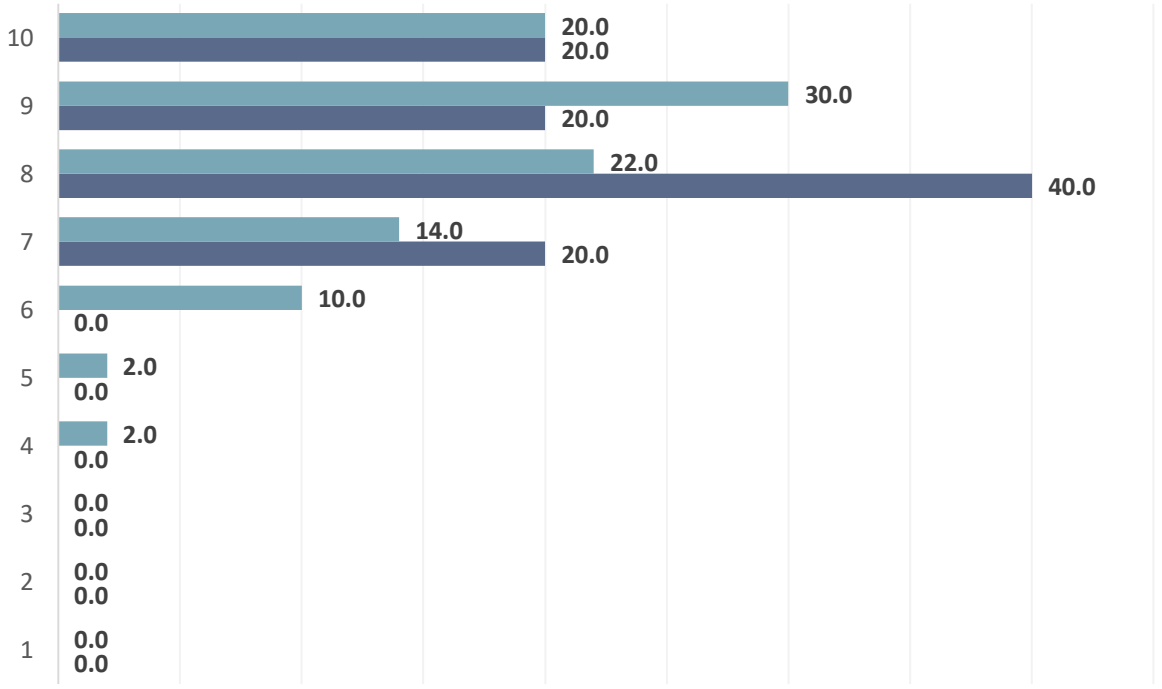
SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Domestico	Aziendale
	98,6	99,1

FATTURAZIONE
SODDISFAZIONE TOTALE



SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Domestico	Aziendale
	98,1	98,4

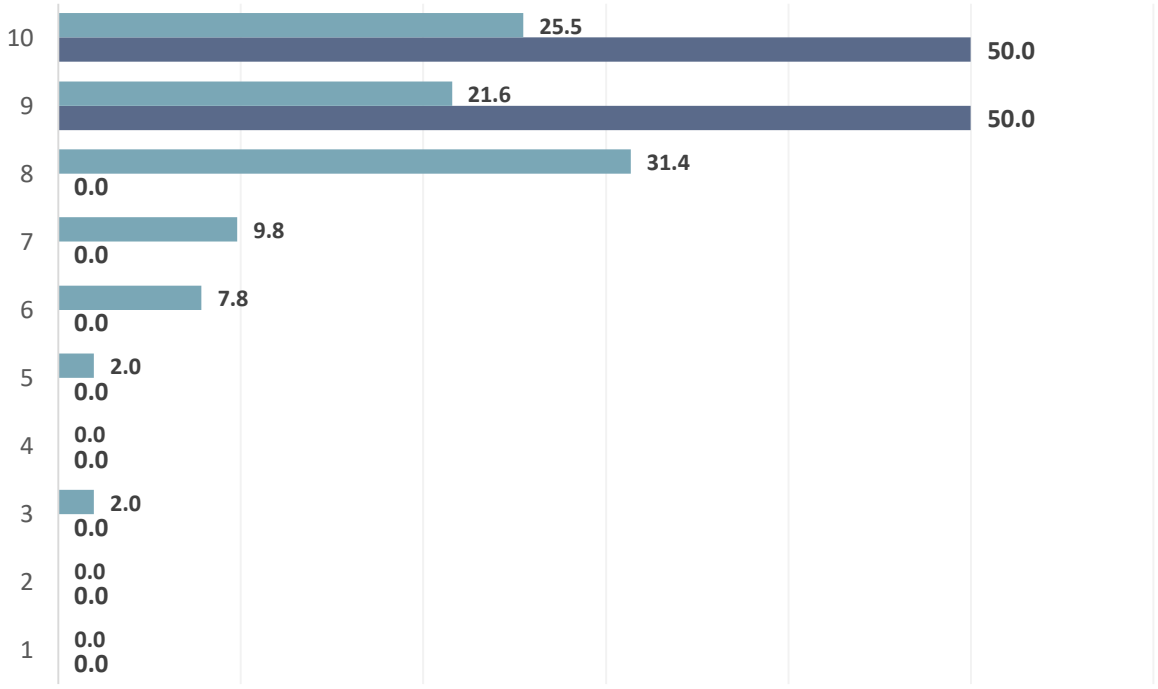
RELAZIONI COMMERCIALI
SODDISFAZIONE TOTALE



* Poche risposte: poco significativo
** Pochissime risposte: NON significativo

SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Domestico	Aziendale*
	96,0	100

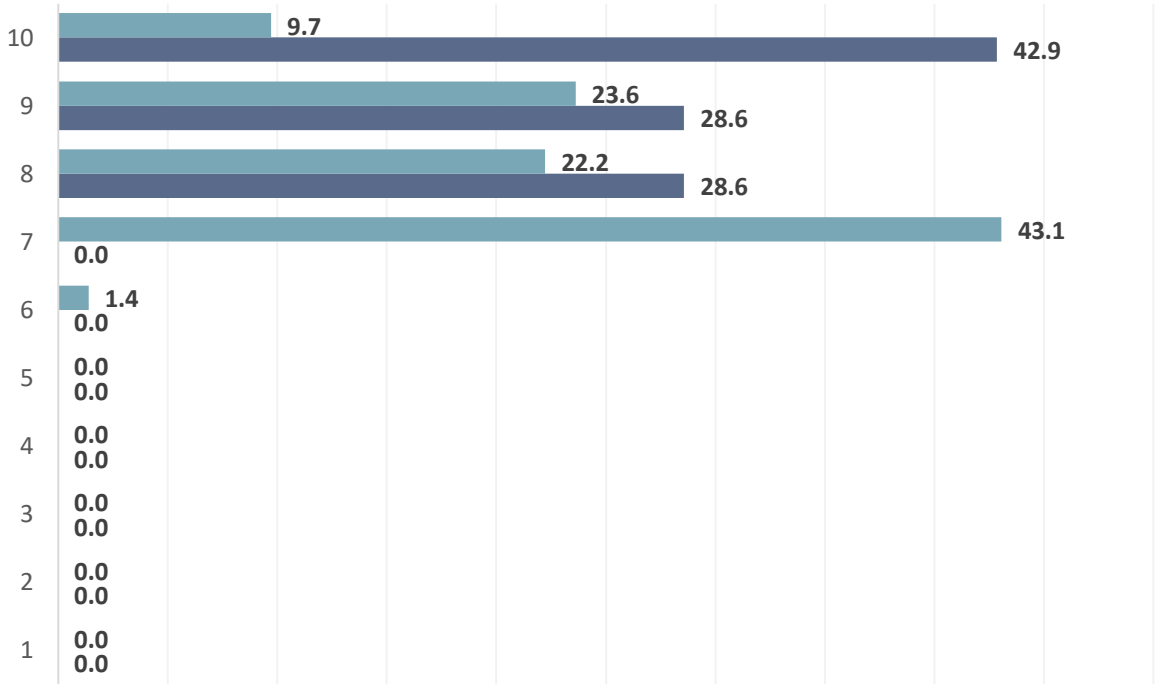
RELAZIONI ALLO SPORTELLO
SODDISFAZIONE TOTALE



* Poche risposte: poco significativo
** Pochissime risposte: NON significativo

SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Domestico	Aziendale*
	96,1	100

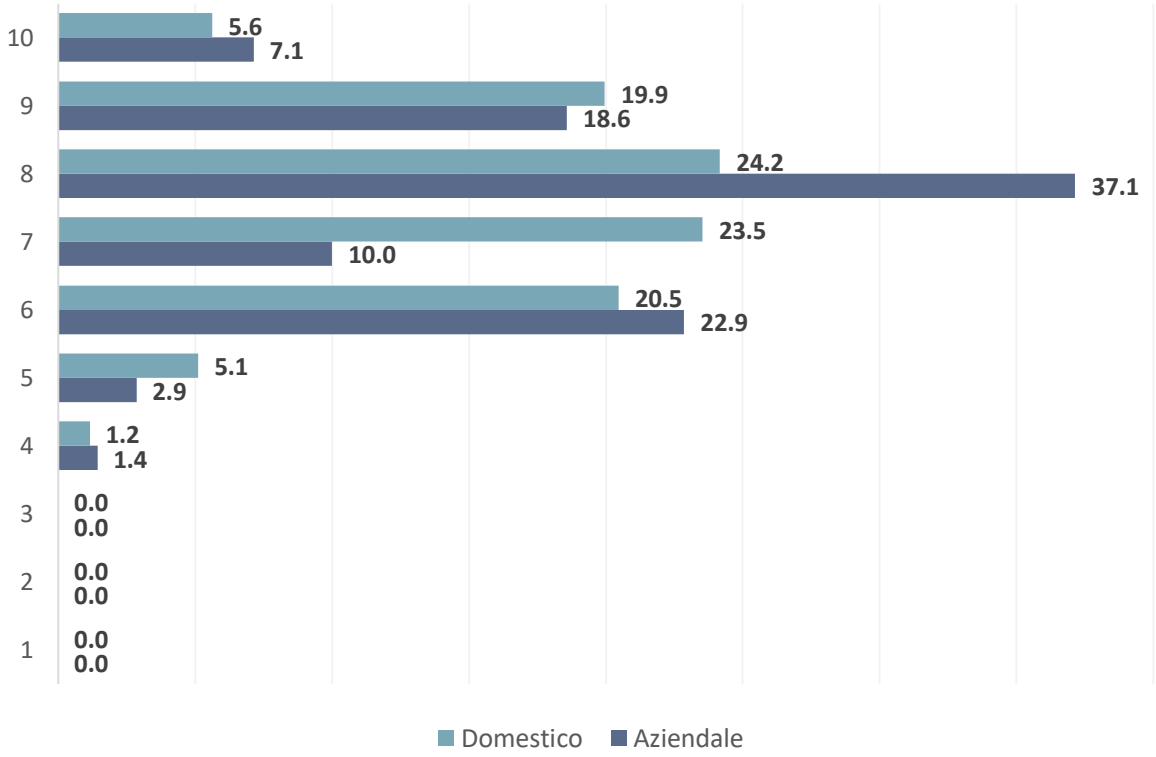
SITO WEB
SODDISFAZIONE TOTALE



* Poche risposte: poco significativo
** Pochissime risposte: NON significativo

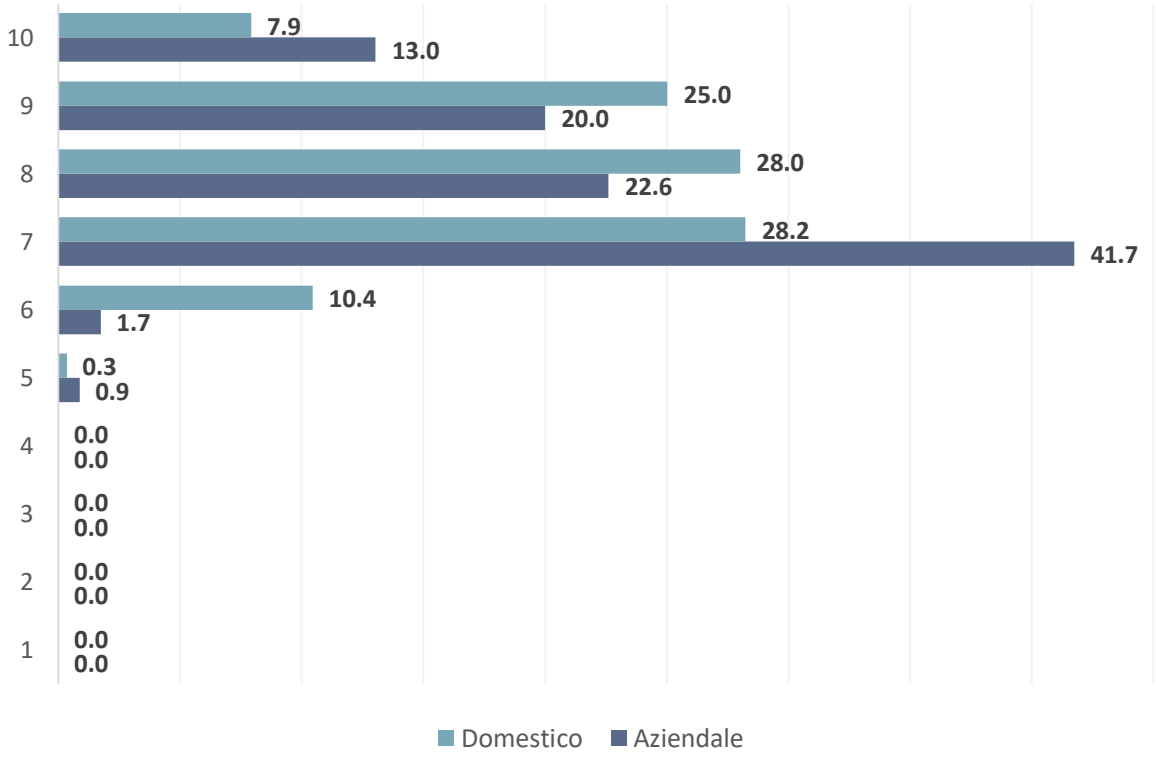
SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Domestico	Aziendale*
	100	100

RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO
SODDISFAZIONE TOTALE



SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Domestico	Aziendale
	93,7	95,7

SERVIZIO GLOBALE
SODDISFAZIONE TOTALE



SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Domestico	Aziendale
	99,7	99,1

FOCUS UTENZA
Considerazioni

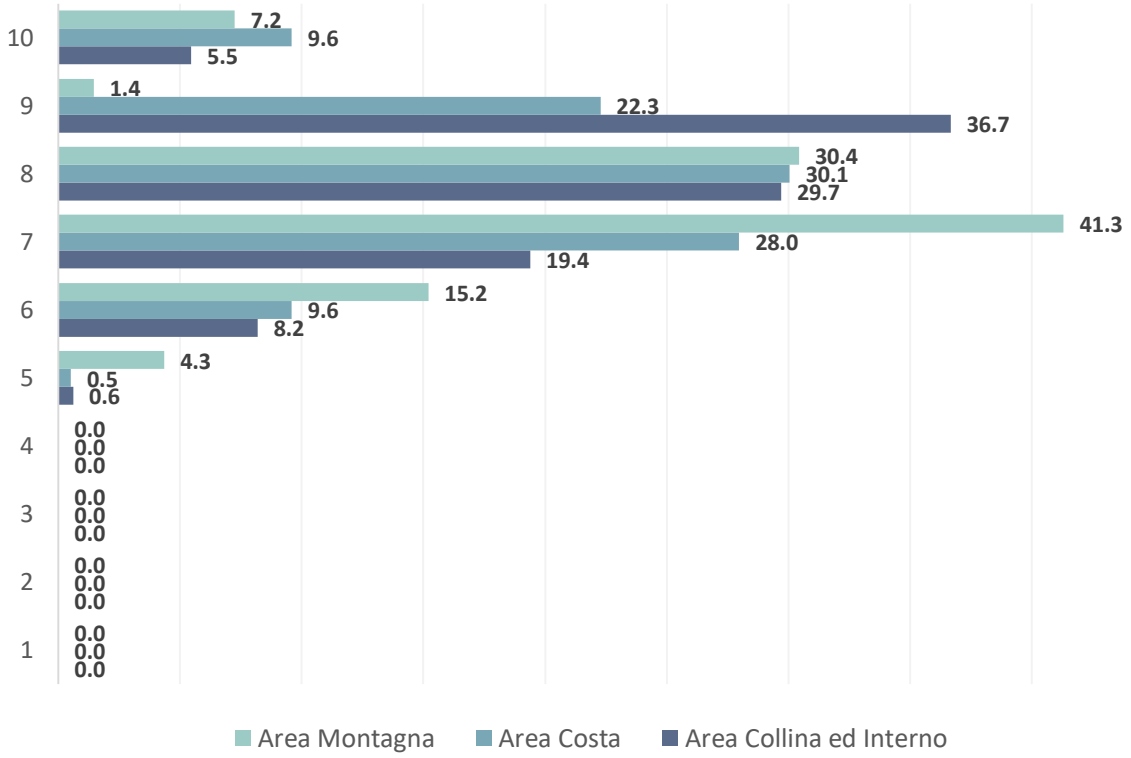
CSI PER UTENZA	Domestico	Aziendale
	97,3	98,6

Vediamo che praticamente tutti i fattori vengono valutati in maniera più positiva dagli utenti aziendali che dai privati.

Questa valutazione è molto positiva ed interessante, perché soprattutto nei fattori nei quali interviene la componente economica, la soddisfazione delle aziende è maggiore rispetto alle utenze domestiche: chi ha a che fare con costi, soldi e aspetti economici in generale (le aziende), reputa che questi servizi sono altamente adeguati rispetto al costo.

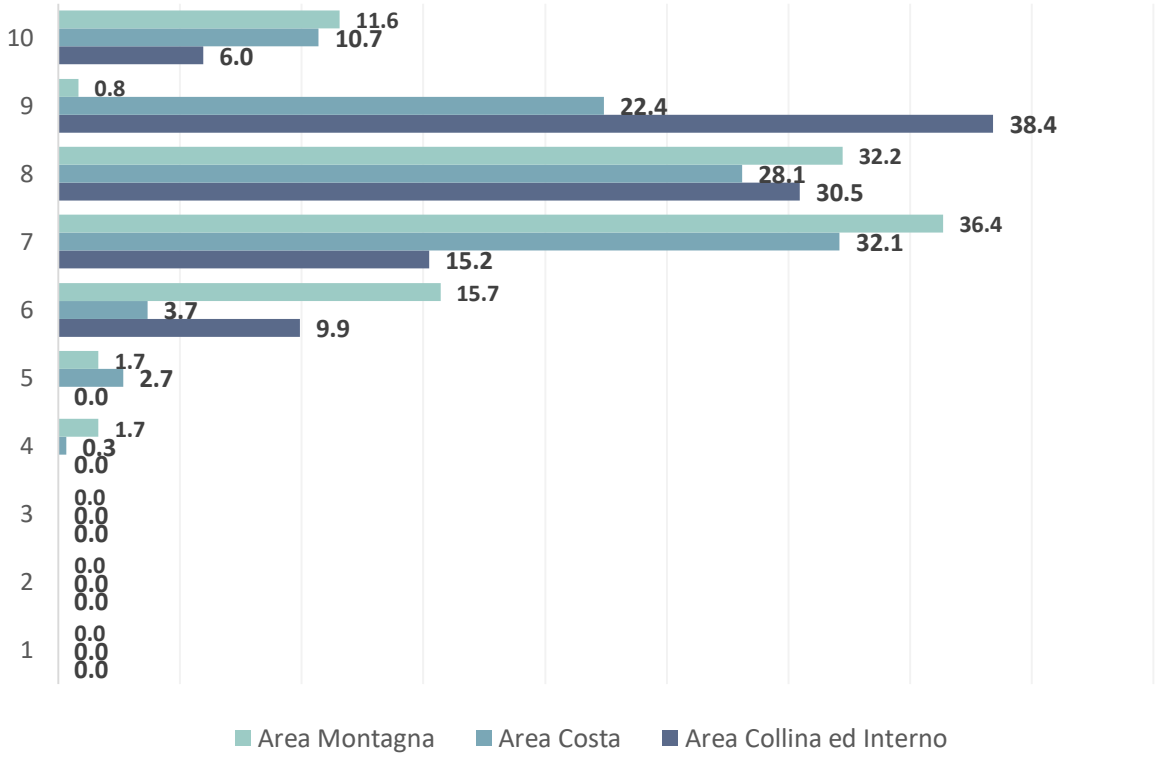
L'utente residenziale, che utilizza l'acqua per cucinare, fare il bagno e tutti gli aspetti della vita quotidiana, vota di più il Servizio Totale. Un ottimo risultato, un interessante come percezione.

ASPETTI TECNICI
SODDISFAZIONE TOTALE



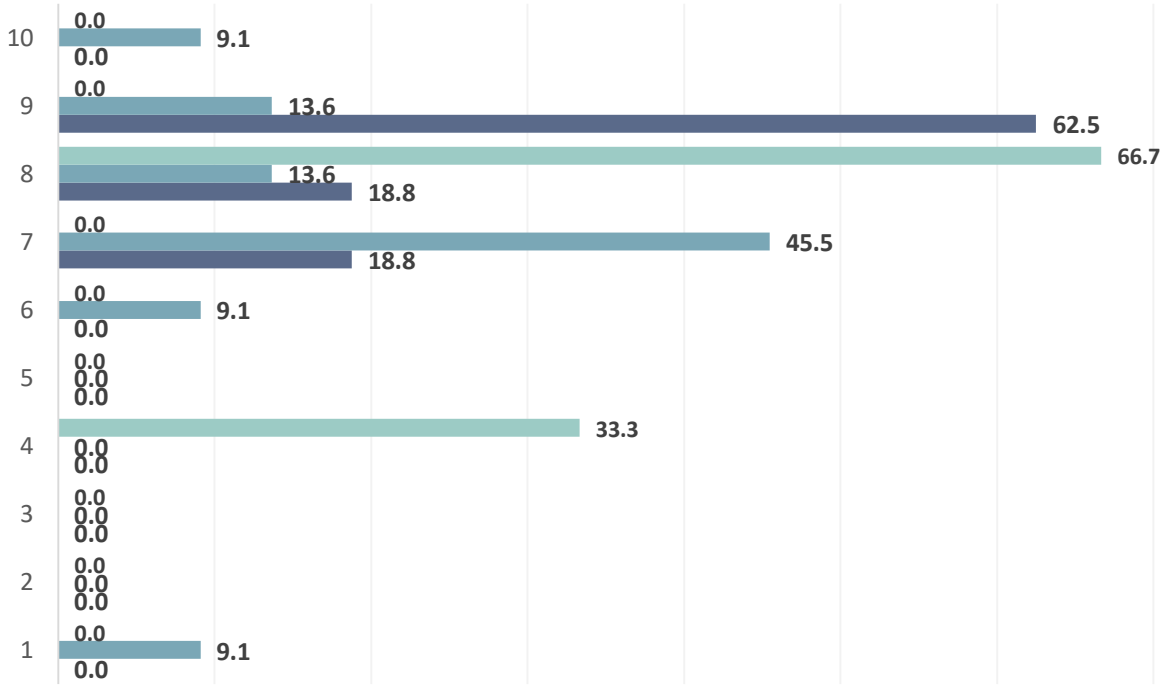
SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Montagna	Costa	Collina / Interno
	95,7	99,5	99,4

FATTURAZIONE
SODDISFAZIONE TOTALE



SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Montagna	Costa	Collina / Interno
	96,7	97,0	100

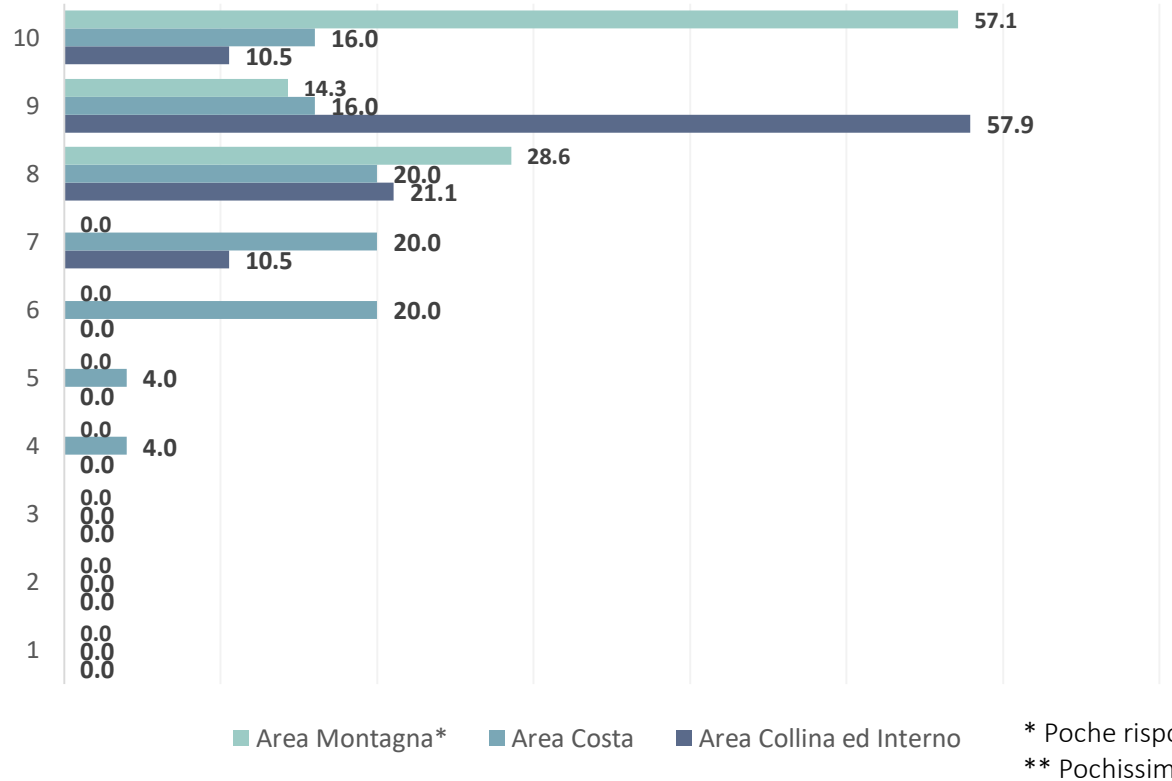
NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO
SODDISFAZIONE TOTALE



* Poche risposte: poco significativo
** Pochissime risposte: NON significativo

SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Montagna	Costa	Collina / Interno
	66,7	90,9	100

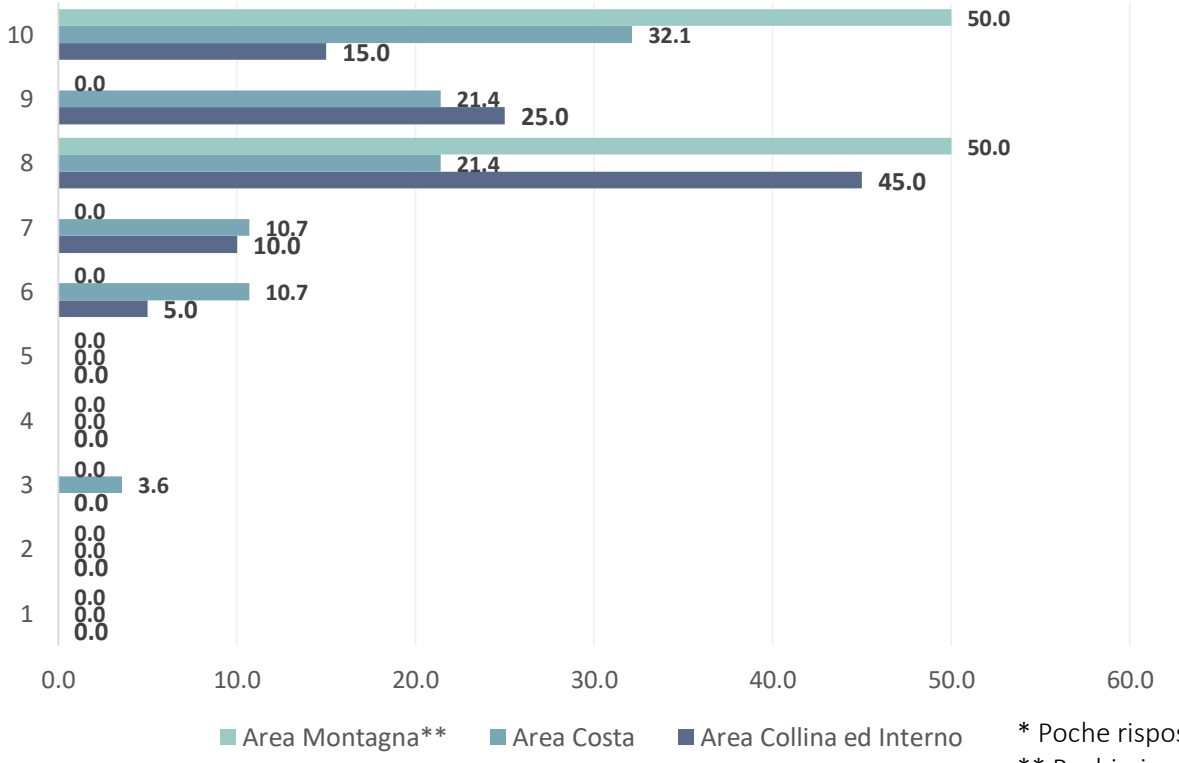
NUMERO VERDE RELAZIONI COMMERCIALI
SODDISFAZIONE TOTALE



* Poche risposte: poco significativo
** Pochissime risposte: NON significativo

SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Montagna	Costa	Collina / Interno
	100	92	100

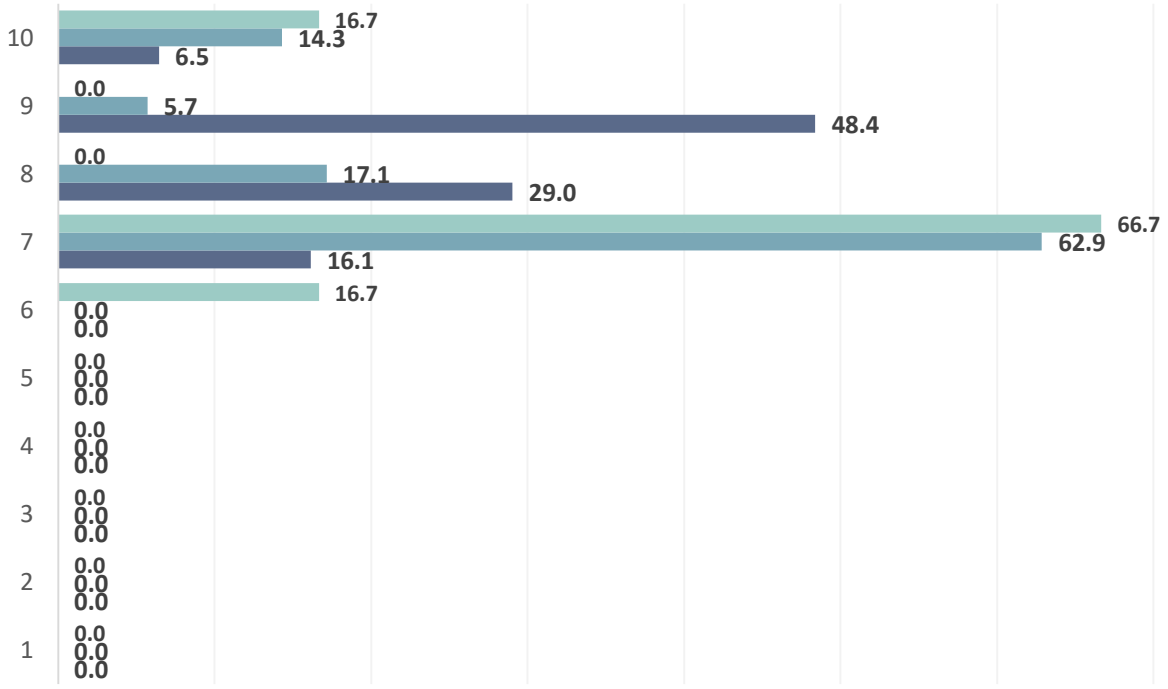
RELAZIONI ALLO SPORTELLO
SODDISFAZIONE TOTALE



* Poche risposte: poco significativo
** Pochissime risposte: NON significativo

SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Montagna	Costa	Collina / Interno
	100	96,4	100

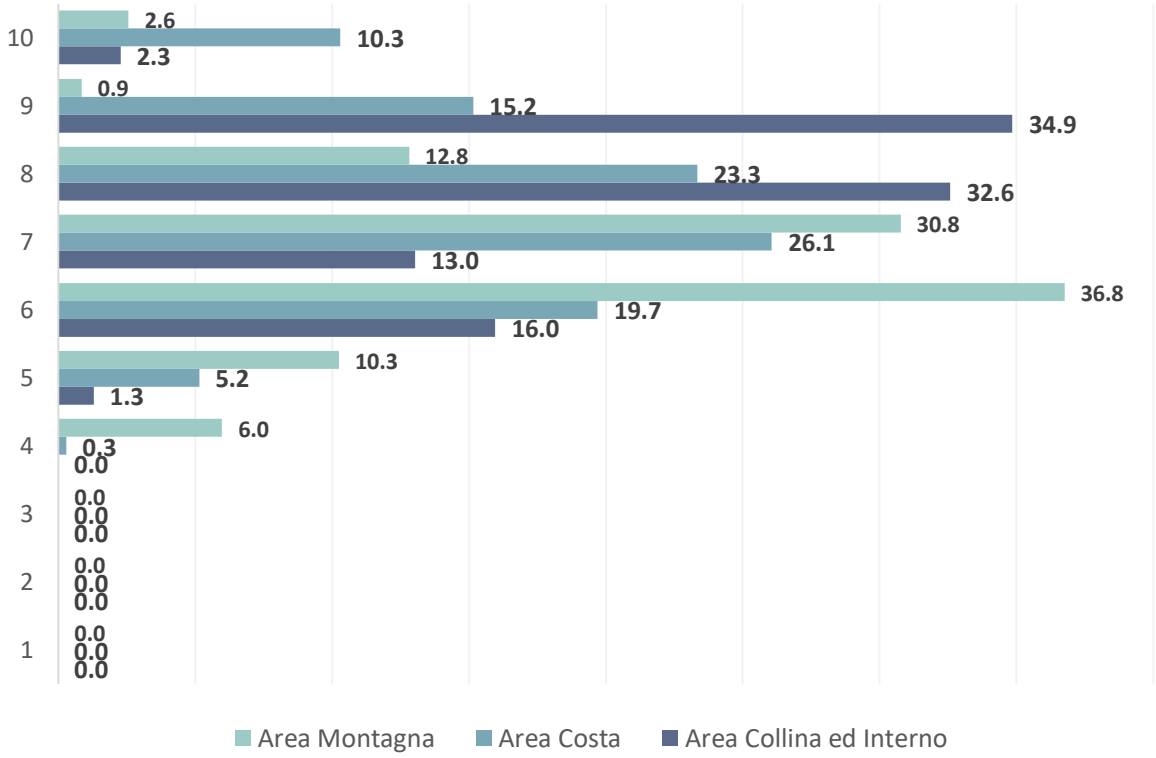
SITO WEB
SODDISFAZIONE TOTALE



* Poche risposte: poco significativo
** Pochissime risposte: NON significativo

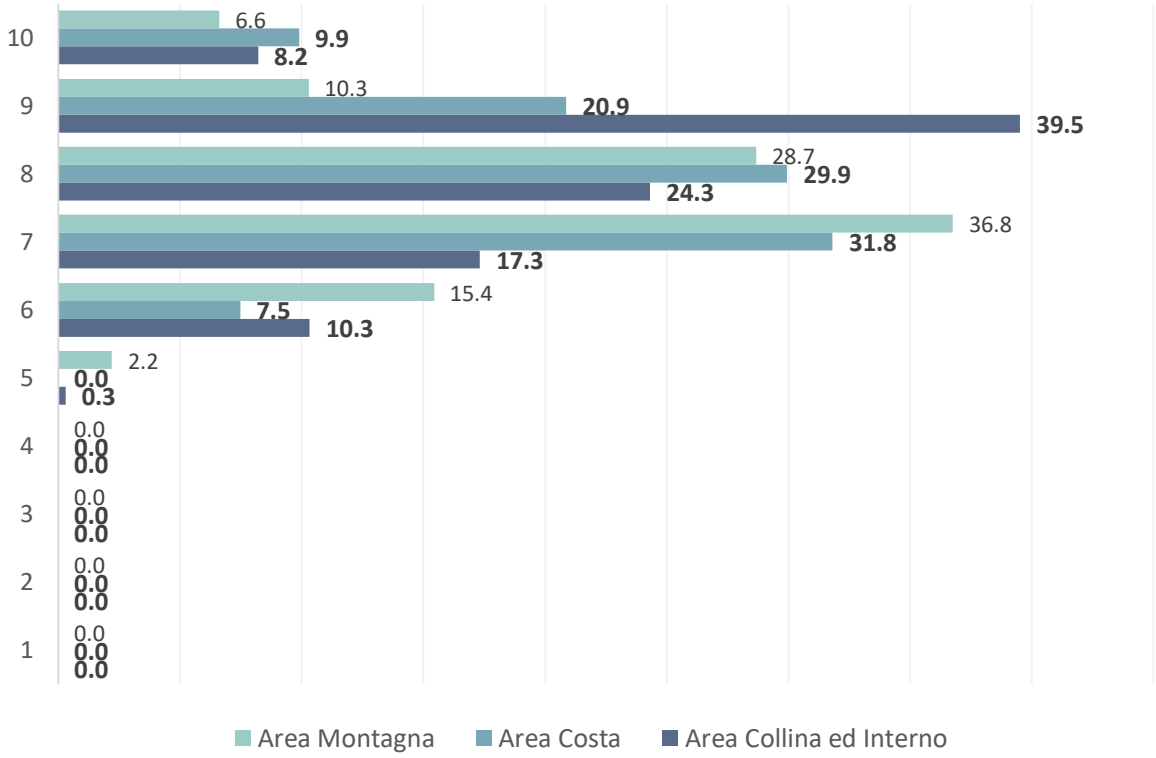
SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Montagna	Costa	Collina / Interno
	100	100	100

RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO
SODDISFAZIONE TOTALE



SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Montagna	Costa	Collina / Interno
	83,8	94,5	98,7

SERVIZIO GLOBALE
SODDISFAZIONE TOTALE



SODDISFAZIONE Voto da 6 a 10	Montagna	Costa	Collina / Interno
	97,8	100	99,7

FOCUS AREE GEOGRAFICHE
SODDISFAZIONE TOTALE

CSI AREE GEOGRAFICHE	Montagna	Costa	Collina / Interno
	93,1	97,0	99,6

Molto interessante l'analisi ed il risultato per area geografica: probabilmente, all'interno dell'azienda, sanno il perchè dei divari tra le diverse zone a livello tecnico.

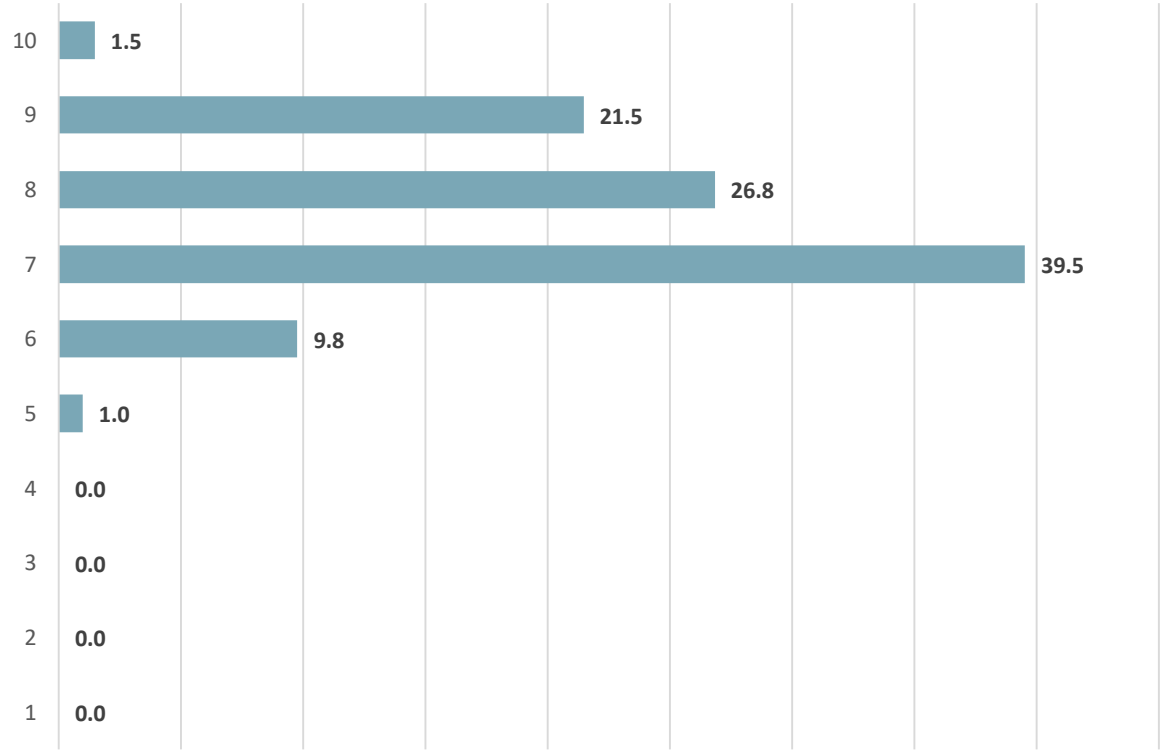
Ciò che risulta notevole e da tenere in conto sono i bassi voti nella zona di Montagna per quanto riguarda: «Numero Verde di Pronto Intervento» (risultato preoccupante, ma poco significativo per via della scarsa quantità di risposte), «Rapporto Qualità/Prezzo» e «Aspetti Tecnici». Per gli altri fattori, invece, sembra esserci grande Soddisfazione.

Per la Costa notiamo un minor livello di Soddisfazione sia per il «Numero Verde di Pronto Intervento», sia nelle «Relazioni Commerciali», sia nello «Sportello». Supera le altre zone per «Servizio Globale» e per gli «Aspetti Tecnici».

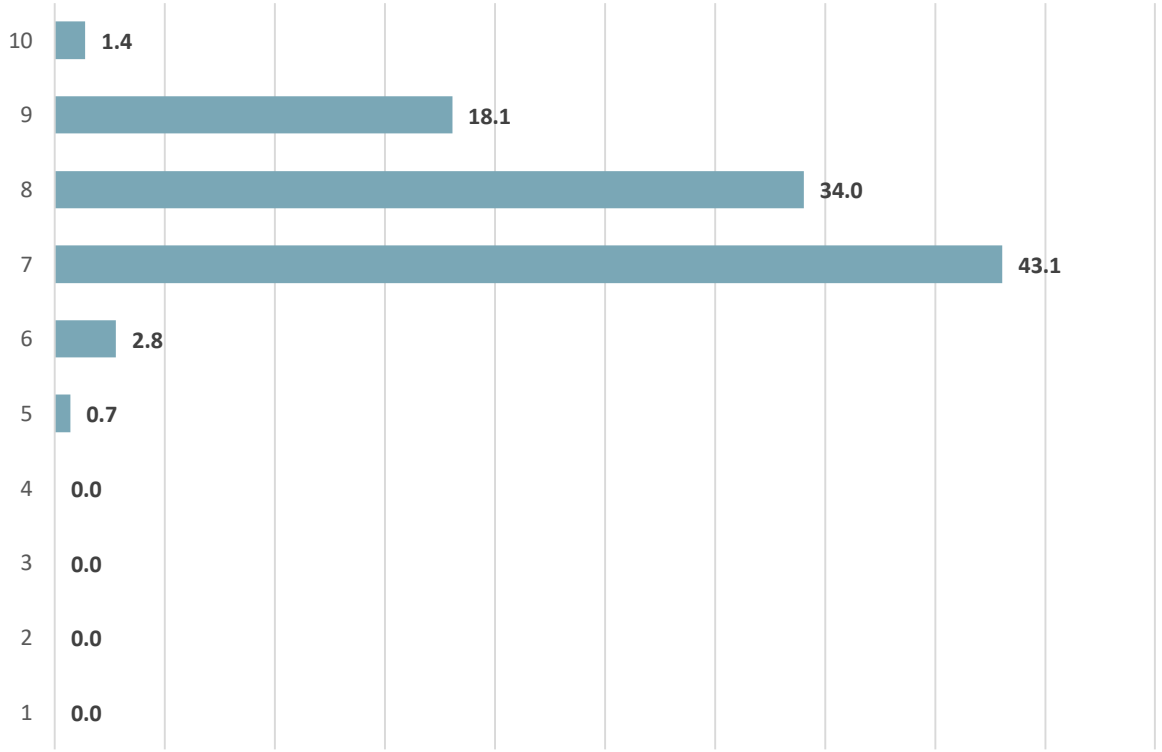
La zona generalmente più soddisfatta delle tre sembra essere la Collina/Interno, che segna praticamente dei voti più alti o sotto di pochi centesimi.

La soddisfazione generale è abbastanza simile, ma andrebbero attuate correzioni negli aspetti segnalati come meno soddisfacenti per offrire un servizio il più omogeneo possibile.

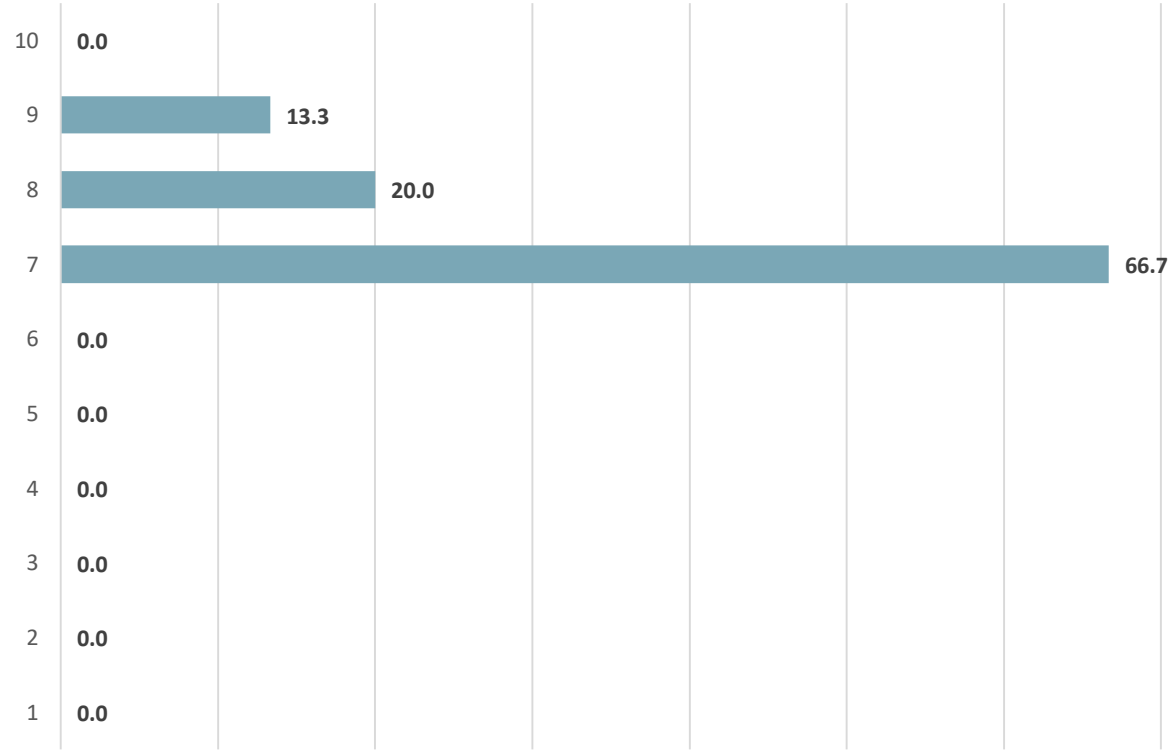
ASPETTI TECNICI
SODDISFAZIONE TOTALE



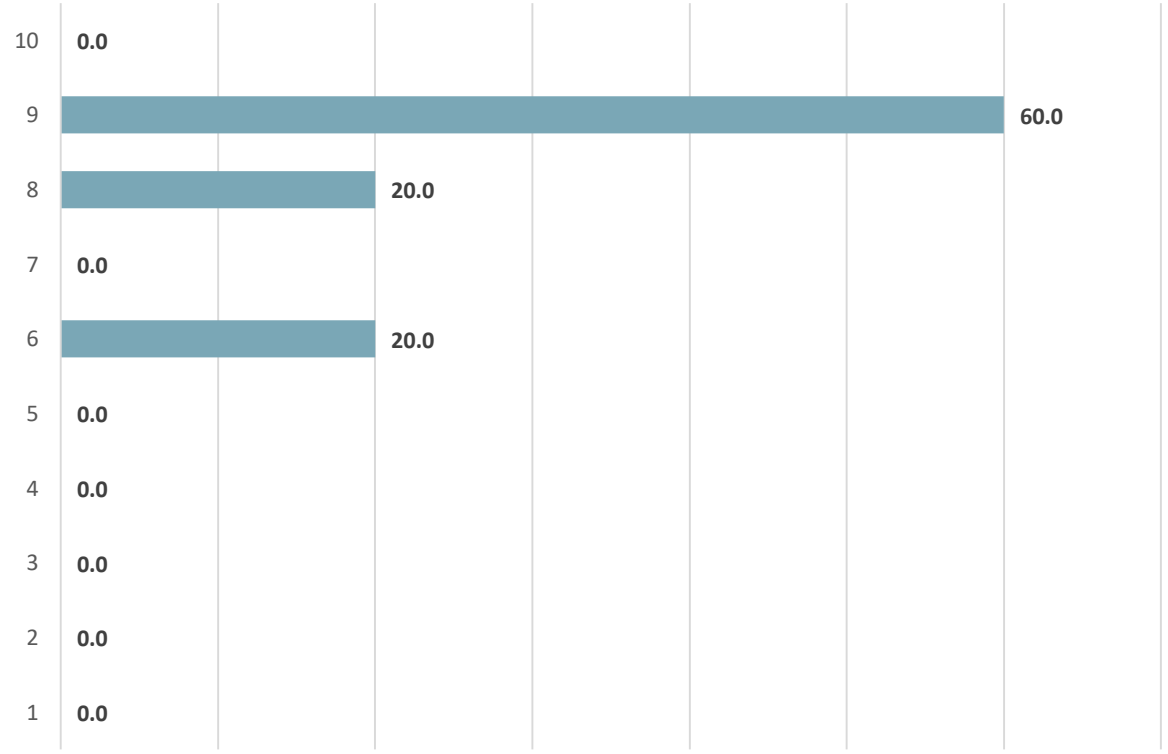
FATTURAZIONE
SODDISFAZIONE TOTALE



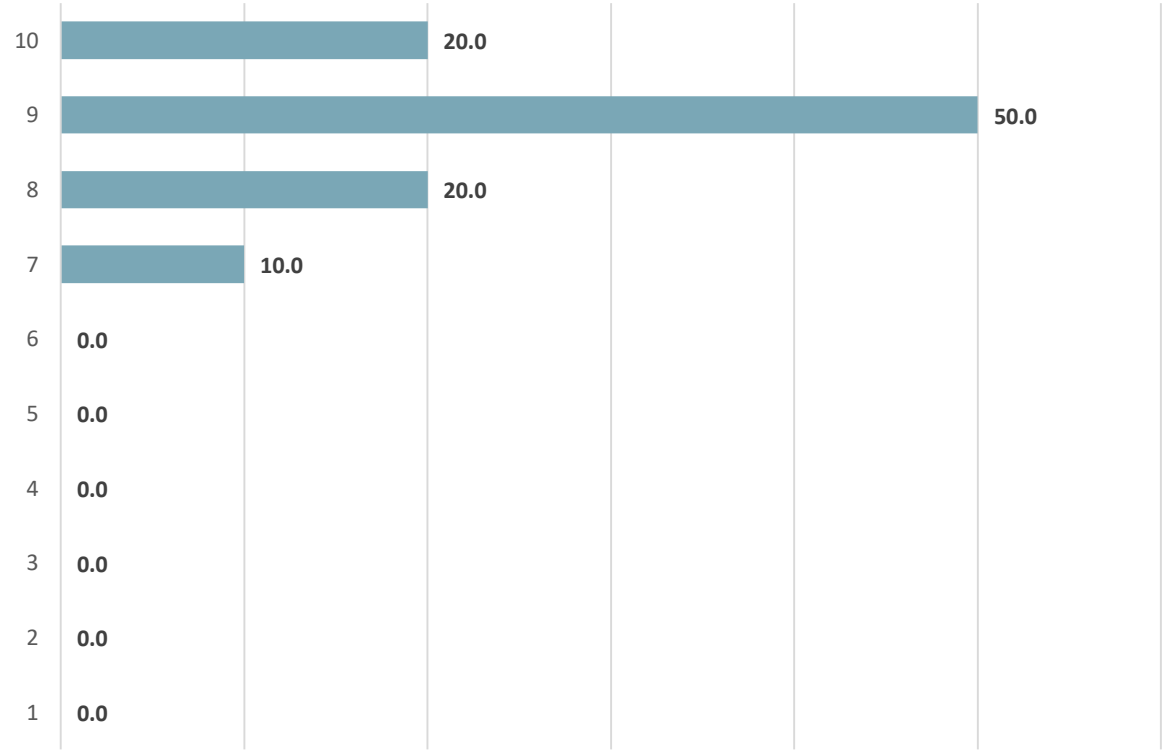
SEGNALAZIONE GUASTI
SODDISFAZIONE TOTALE



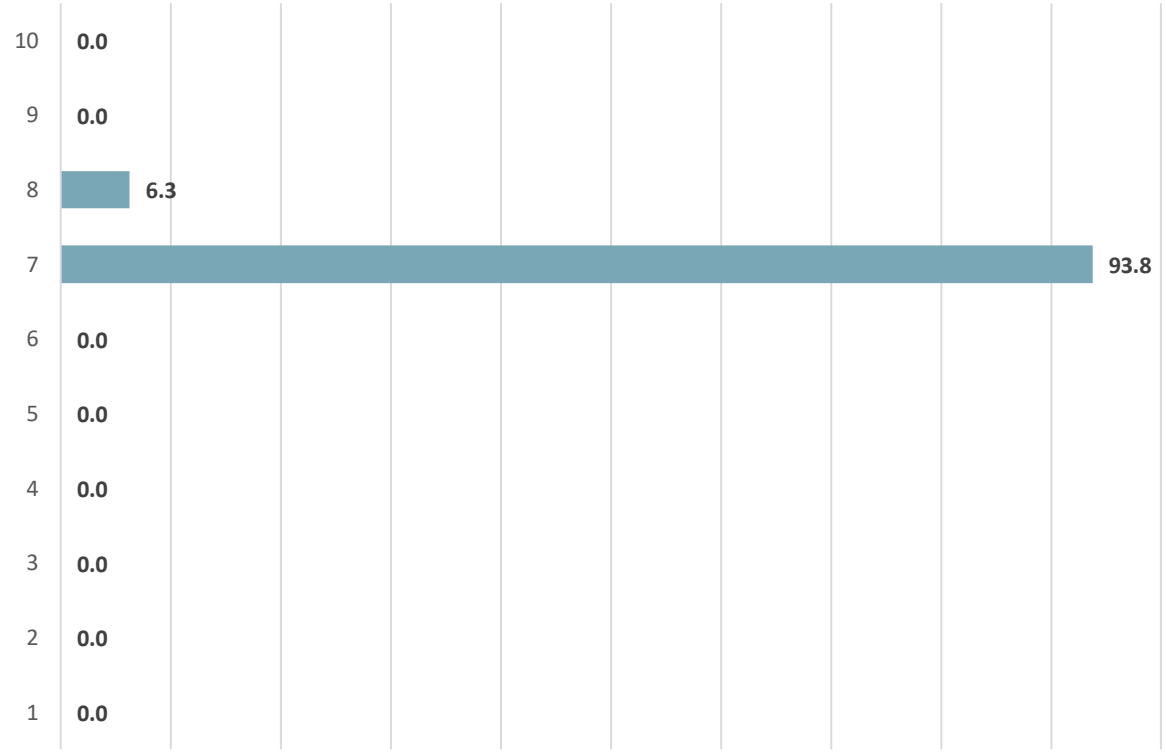
RELAZIONI COMMERCIALI
SODDISFAZIONE TOTALE



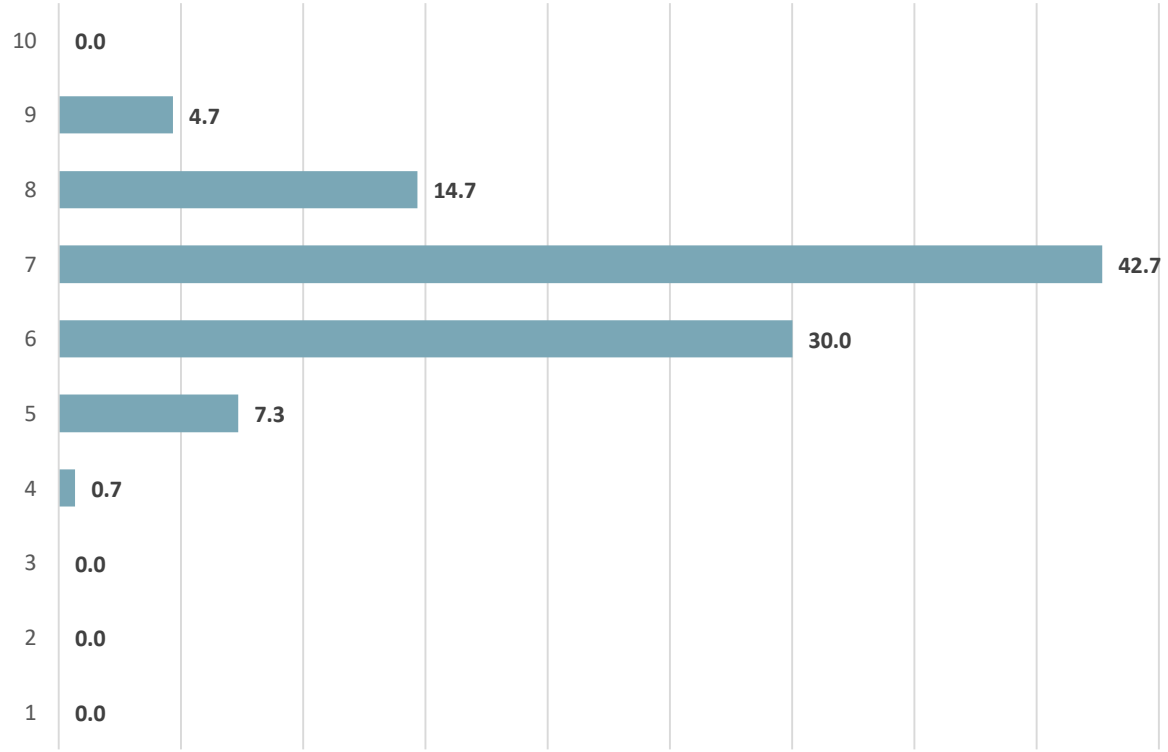
RELAZIONI ALLO SPORTELLO
SODDISFAZIONE TOTALE



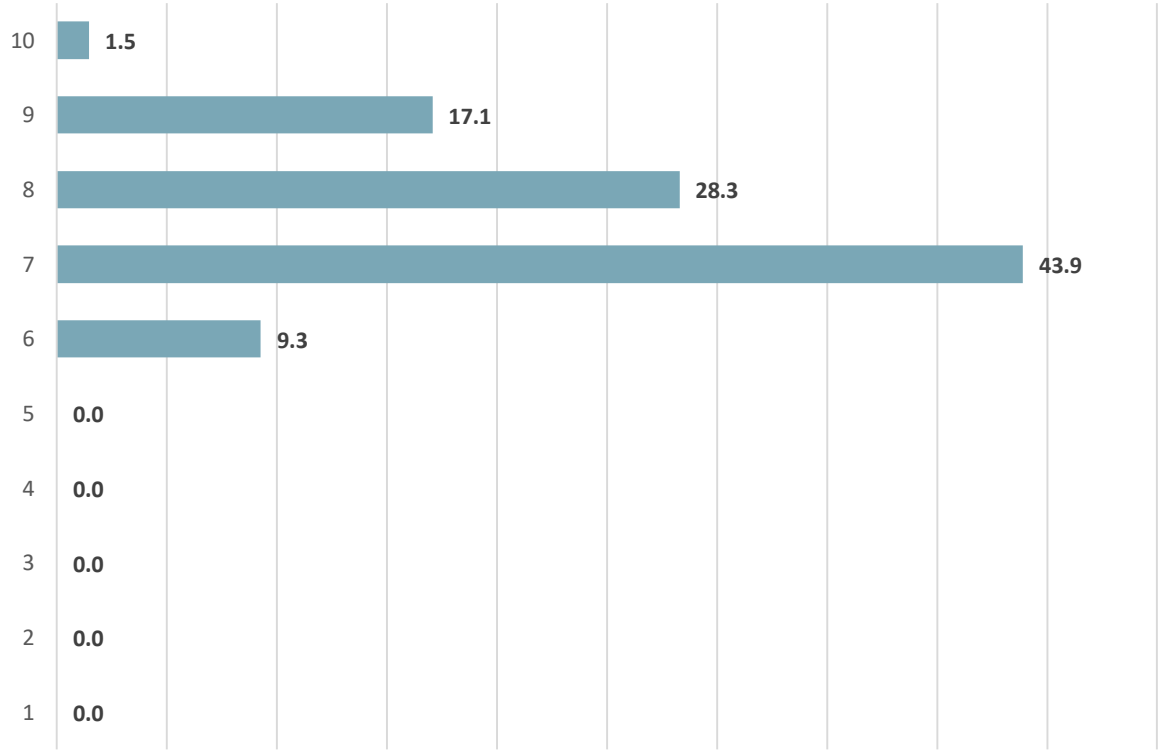
SITO WEB
SODDISFAZIONE TOTALE



RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO
SODDISFAZIONE TOTALE



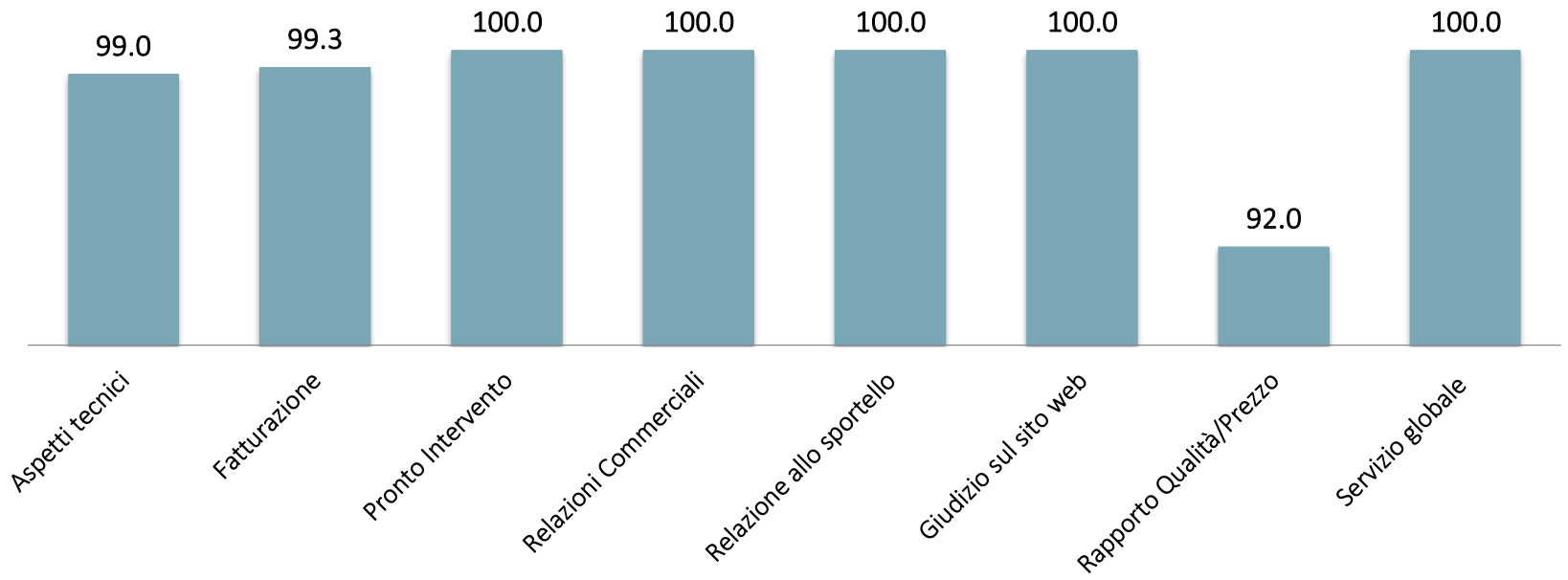
SERVIZIO GLOBALE
SODDISFAZIONE TOTALE



CSI ANCONA

SODDISFAZIONE TOTALE – Voto da 6 a 10

CSI ANCONA	98,3



FOCUS ANCONA
Considerazioni

Vediamo delle interessanti differenze.

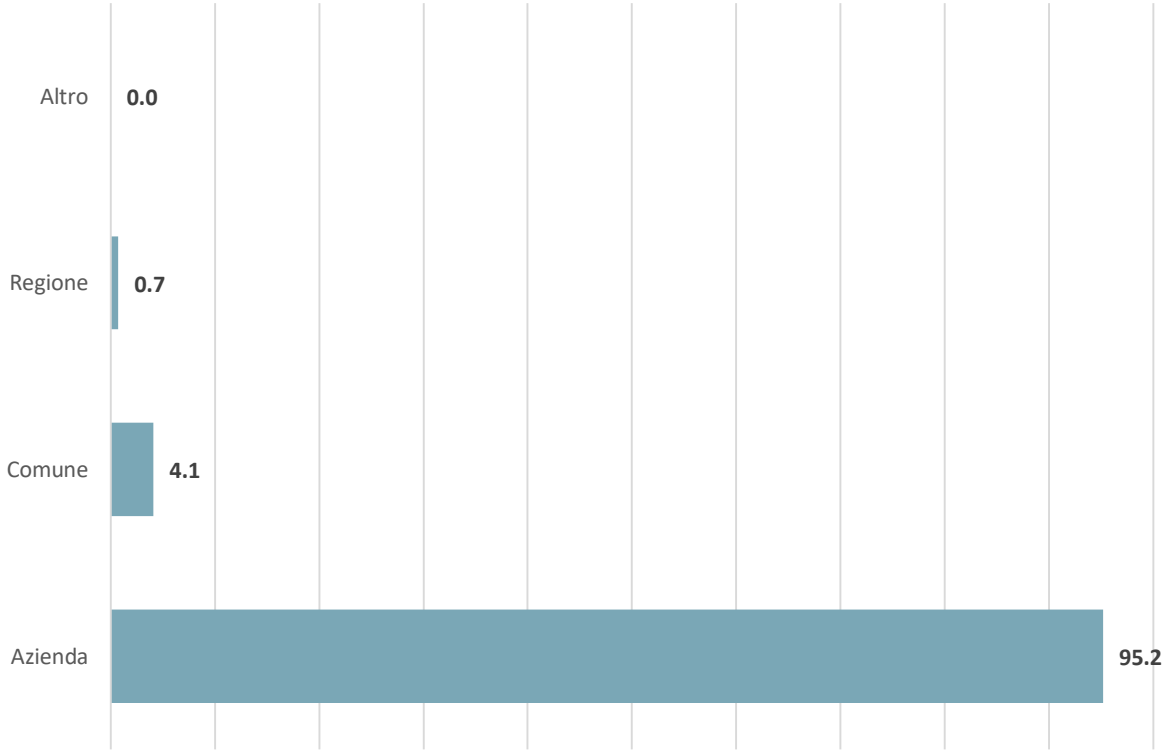
Partire dal 95,4% del CSI generale contro il 98,3% del CSI di Ancona: nello specifico, vediamo che in tutti i sub-fattori, tranne che per il «Rapporto Qualità/Prezzo», Ancona supera il resto del territorio. In alcuni casi ha superato di molto la soddisfazione rispetto alle altre zone, come per esempio i 10 punti percentuali in più nel «Numero Verde di Pronto Intervento» o «Numero Verde Relazioni Commerciali».

Del resto vediamo che l'apprezzamento è quasi ottimo. Serve domandarsi perché gli utenti reputano «caro» un servizio che d'altro canto dona una così alta soddisfazione, soprattutto relativamente a fattori come gli «Aspetti Tecnici», che ricevono un 99% di soddisfazione. Molto probabilmente serve uno sforzo di comunicazione per far conoscere i costi (magari non numericamente, ma come sforzo e lavoro investito) per far arrivare il fluido di qualità a ciascuno degli utenti.

Per il resto, sono percentuali che fanno un vero complimento a Viva Servizi per la qualità percepita in ogni aspetto, dal tecnico al commerciale.

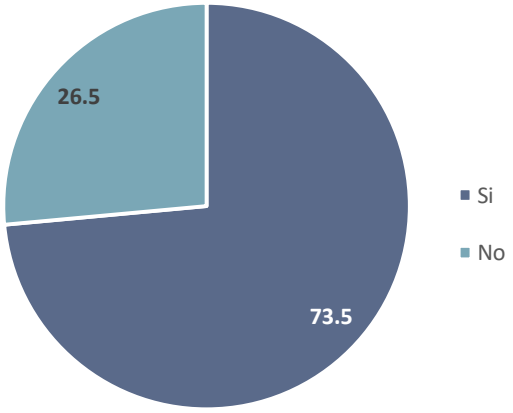
NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

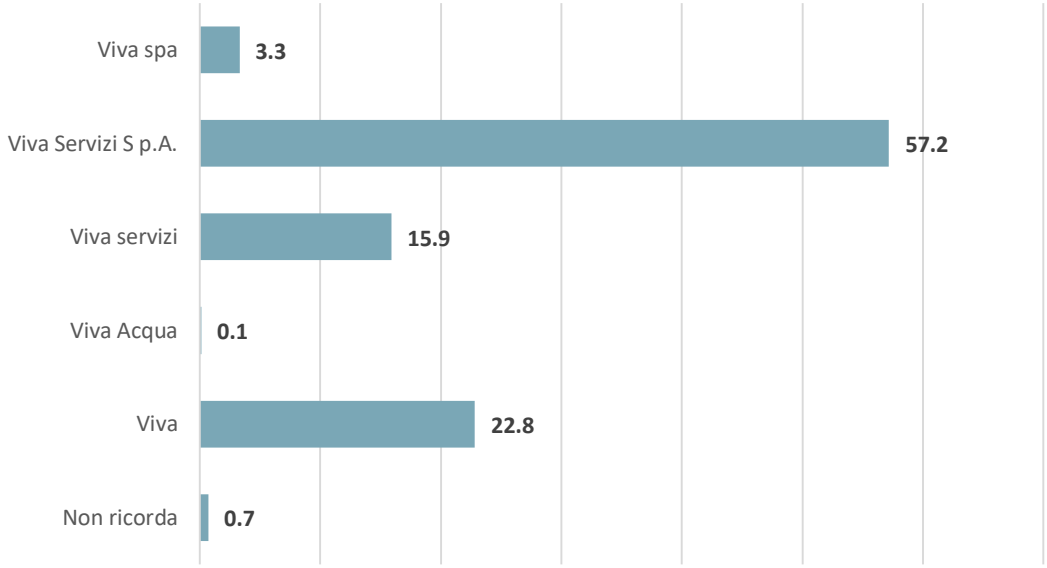
Sa chi fornisce il servizio?



NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

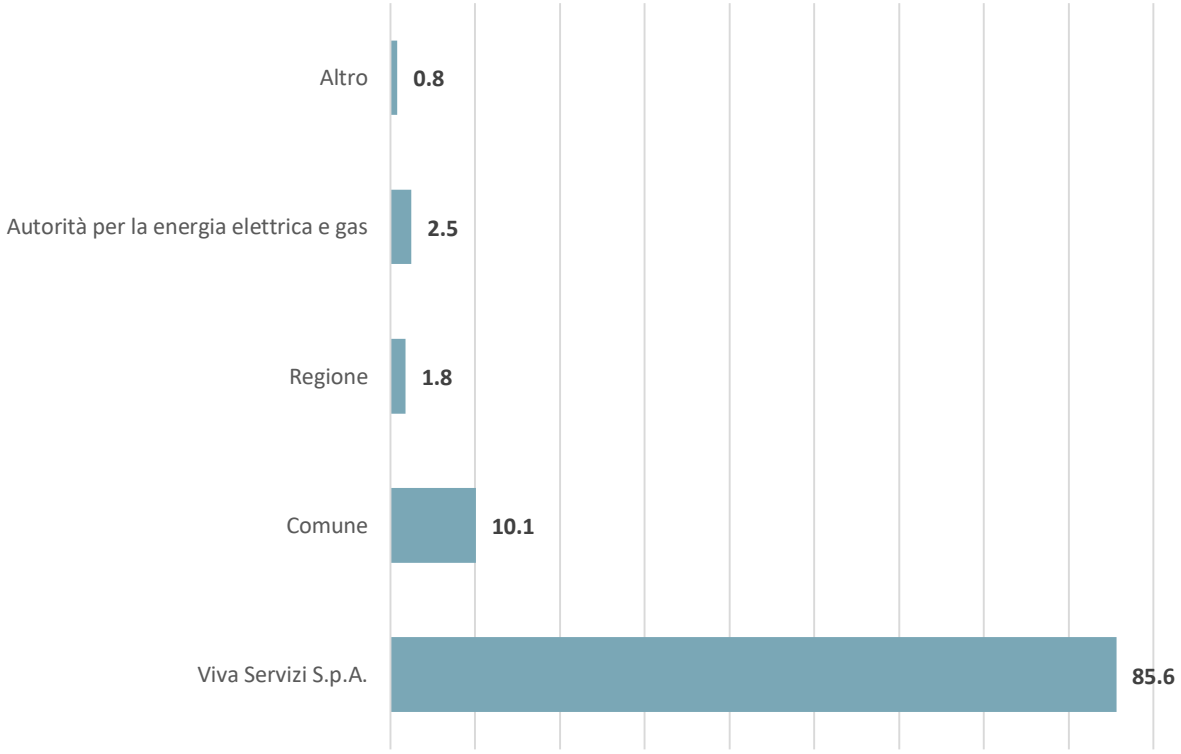
Sa indicare il nome dell'azienda? Se SI, quale?





NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

Sa chi determina la tariffa?



NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ
Considerazioni

Gli intervistati sanno, nella stragrande maggioranza delle risposte, che chi fornisce il servizio idrico è una azienda (95,2%), contro un 4% che pensa sia il Comune e meno dell'1% che pensa alla Regione.

Di questa ampia percentuale, una larga maggioranza riconosce Viva Servizi indicandolo come fornitore del servizio (73,5%), ma in realtà, con tutte le risposte che girano intorno allo stesso nome (Via, Viva SpA, Viva Acque, ecc.), 9 su 10 utenti hanno l'idea giusta dell'azienda fornitrice.

La conoscenza dell'azienda, o Brand Awareness, arriva ad un alto livello ed è un asset per Viva Servizi.

La confusione sulla determinazione della tariffa, che tantissimi intervistati segnalano sia un compito dell'azienda (85,6%), è un tema che si presenta ricorrentemente, e si potrebbe far luce su questo con una bella inserzione all'interno del Sito web, per esempio. In questo senso gli utenti non hanno chiaro il ruolo attuale, o le competenze precise, che svolge l'azienda all'interno del sistema di servizi pubblici in concessione.

Anche se sul sito web si può trovare la Carta dei Servizi con tutto ciò che occorre per la trasparenza sugli aspetti economici ed i diritti del consumatore, continua ad essere necessario, se d'interesse dell'azienda, far più diffusione sulle responsabilità economico-finanziarie e la determinazione dei costi e prezzi del servizio (soprattutto in vista di incrementi di prezzo, inflazione e coti in crescita).