



Città *di* Spoleto

Anno 2019

**INDAGINE DI CUSTOMER
SATISFACTION**



Servizio "*BUS a chiamata*"

A cura del servizio programmazione e controlli interni – affari generali - del Comune di Spoleto

Indice

La Customer satisfaction	pag.	3
Il servizio Bus a chiamata	pag.	4
Il questionario somministrato	pag.	5
I Risultati dell'indagine	pag.	7
Suggerimenti e lamentele	pag.	14
Conclusioni	pag.	15

La Customer satisfaction

RELAZIONE SUI RISULTATI DELL'INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION RIVOLTA A RILEVARE IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE DEL SERVIZIO "BUS A CHIAMATA".

La misurazione della qualità dei servizi risulta una funzione ormai fondamentale e strategica per le Amministrazioni pubbliche, poiché consente di verificare il livello di efficienza ed efficacia di un servizio, così come percepita dagli utenti, in un'ottica controllo della qualità del servizio stesso di riprogettazione e/o di miglioramento, delle performance.

Modalità di attuazione di una indagine:

- **Elaborazione del disegno dell'indagine:** in questa fase si definiscono gli obiettivi dell'intervento, le modalità di realizzazione e la scelta del modello di indagine. L'output di questa fase consiste nell'elaborazione del [questionario](#);
- **Raccolta dei dati:** in questa fase si procede, innanzitutto, alla precisa individuazione del campione di indagine rispettando adeguati criteri di rappresentatività statistica e alla somministrazione del questionario;
- **Elaborazione e interpretazione dei risultati:** in questa fase invece si procede alla elaborazione dei dati. Successivamente, si procede all'interpretazione dei dati che ha lo scopo di evidenziare punti di forza, su cui attuare strategie di mantenimento, e punti di debolezza, dove invece indirizzare azioni di miglioramento del servizio. Il report finale si compone, sia di tabelle di distribuzione e grafici, ottenuti in base al calcolo delle medie e degli indicatori di variabilità, sia di note di commento e descrizione delle risultanze statistiche ottenute, le quali vengono correlate all'individuazione di possibili azioni di miglioramento. Il valore di un'indagine di "*customer satisfaction*" infatti non si individua tanto nel suo apporto conoscitivo, bensì soprattutto nella sua capacità di proporre soluzioni di miglioramento rispetto alle principali criticità rilevate, dunque di riorientare le modalità di erogazione dei servizi al fine di renderli maggiormente rispondenti ai bisogni e alle attese degli utenti;
- **Presentazione e utilizzo dei risultati:** conclusa la fase di realizzazione dell'indagine occorre pianificare e realizzare con precisione anche la fase di reporting, definendo con consapevolezza a chi restituire gli esiti ottenuti, con quali modalità e a quali scopi. A questo proposito, è utile tenere in considerazione la necessità di restituire gli esiti della ricerca, nella sua duplice veste, conoscitiva e soprattutto propositiva, agli attori che hanno collaborato alla realizzazione. Sul versante interno la fase di presentazione dei risultati assume la valenza di autodiagnosi organizzativa finalizzata all'implementazione di azioni di miglioramento, sul versante esterno, invece, essa incarna ed esplicita l'orientamento all'utente da parte dell'amministrazione, rendendo note le proprie strategie di intervento;
- **Il raccordo della rilevazione ai processi decisionali e ai processi gestionali:** poiché la "*customer satisfaction*" (CS) non consiste esclusivamente in una pratica conoscitiva, bensì rappresenta uno strumento strategico per orientare le scelte dell'amministrazione verso più elevati livelli di efficienza ed efficacia dei servizi erogati, è necessario prevedere modalità e sistemi di interfaccia tra il processo di CS e i processi decisionali e i processi gestionali dell'ente. In particolare, è opportuno che la CS si raccordi con il sistema di valutazione e il sistema premiante, che contribuisce a motivare il personale verso il miglioramento della qualità dei servizi. La CS inoltre può costituire una fonte informativa importante per orientare il sistema di programmazione e controllo dell'Ente, dunque dare indicazioni circa gli interventi correttivi da apportare al pacchetto di servizi, al fine di renderlo maggiormente coerente con i bisogni e le attese dei cittadini;
- **La continuità della rilevazione:** in un'ottica di miglioramento continuo, la "*customer satisfaction*" non può costituire un evento sporadico. Il monitoraggio costante, anche sul periodico, consente di capire e interpretare efficacemente l'evoluzione dei bisogni del contesto socio-economico di riferimento, dunque tenere sotto controllo nel tempo la capacità dei servizi di rispondere adeguatamente a tali sollecitazioni. Il sistema dei bisogni e delle attese di una collettività infatti muta nel tempo con velocità sempre maggiore, modificando il sistema delle aspettative dei cittadini.

Il Servizio « BUS A CHIAMATA »

Il Comune di Spoleto, nell'ottica di una strategia finalizzata a porre il cittadino al centro dei servizi e al loro continuo miglioramento, nell'anno corrente (2019) ha previsto di implementare e migliorare il sistema dei controlli interni realizzando indagini di *"customer satisfaction"* su alcuni i servizi a domanda individuale ai fini della valutazione della performance allo scopo di analizzare la soddisfazione da parte degli utenti fruitori dei servizi stessi. Merita di essere richiamato, al riguardo, il disposto di cui all'art. 147, comma 2 lett. e) del TUEL, dal quale si evince che il sistema di controllo interno è diretto a garantire il controllo della qualità dei servizi erogati, sia direttamente, sia mediante organismi gestionali esterni, con l'impiego di metodologie dirette a misurare la soddisfazione degli utenti esterni e interni dell'Ente.

L'elenco dei servizi sottoposti ad indagini di *"customer satisfaction"* è riportato nel Piano Dettagliato degli Obiettivi (PDO 2019) approvato con delibera di Giunta comunale n. 191 del 3.07.2019.

La presente relazione riporta i risultati delle indagini effettuate nel periodo tra il mese di ottobre e la prima settimana del mese di novembre 2019, con le quali è stato verificato il grado di soddisfazione di un campione cittadini/utenti che hanno usufruito del servizio *"Bus a chiamata"*.

Il Bus a chiamata è un servizio di trasporto individuale, volto a favorire la mobilità delle persone per lo svolgimento di attività quotidiane quali: accompagnamento presso studi dei Medici di Medicina generale, Sportello del Cittadino e Uffici pubblici, Farmacie, Laboratori per esami clinici, disbrigo commissioni, ecc.; detto servizio è attualmente gestito dall'associazione di volontariato Croce Verde Spoleto – Pubblica Assistenza.

Il questionario predisposto dalla direzione servizi alla persona è stato consegnato ai referenti dell'associazione di volontariato Croce Verde Spoleto e distribuito da quest'ultima ai cittadini/utenti che usufruiscono del servizio *"Bus a chiamata"*. Non tutte le persone interpellate hanno compilato il questionario. I questionari riconsegnati sono stati posti all'interno dell'apposita *"urna"* predisposta dalla direzione servizi alla persona.

I dati raccolti sono stati, poi, elaborati ed analizzati dai servizi generali e controlli interni che hanno provveduto a redigere la presente relazione da trasmettere alla Giunta comunale; i risultati dell'indagine saranno successivamente pubblicati sul sito istituzionale dell'Ente.

Di seguito viene riportato il questionario distribuito ai cittadini/utenti per il servizio *"Bus a chiamata"*.

Il Questionario



Anno 2019 - Indagine di *"customer satisfaction"* del servizio *"Bus a chiamata"*

Pag. 1 di 2

Le chiediamo di dedicarci qualche minuto per compilare questo semplice questionario. Raccogliendo queste informazioni potremmo capire quali sono le Sue esigenze e su quali aspetti lavorare per migliorare il servizio.

1. Qual è il motivo principale che la spinge a spostarsi con il *"Bus a chiamata"*?

- ☐ Acquisti / mercato ☐ Visite mediche ☐ Farmacie
- ☐ Tempo libero /svago ☐ visita a parenti ☐ Disbrigo commissioni
- ☐ Uffici pubblici (poste, comune, ecc.) ☐ Altro:.....

2. Perché preferisce il *"Bus a chiamata"* rispetto ad altre modalità di trasporto pubblico?

- ☐ Mancanza di corse di linea
- ☐ Orari delle corse di linea poco adeguati alle mie esigenze
- ☐ Altro:.....

3. Quante volte usufruisce del servizio *"Bus a chiamata"*?

- ☐ Almeno una volta a settimana
- ☐ Almeno una volta al mese
- ☐ Più volte al mese

4. Acquista: ☐ Biglietto singolo ☐ Carnet biglietti (5 corse) ☐ Carnet biglietti (10 corse)

5. È facile per lei prenotare il *"Bus a chiamata"*? ☐ SI ☐ NO

- ☐ Altro:.....

6. Il *"Bus a chiamata"* viene a prenderla all'orario concordato? ☐ SI ☐ NO ☐ A volte

7. Come è venuto a conoscenza del servizio?

- ☐ Quotidiani ☐ Materiale informativo ☐ Passa parola ☐ Altro



Anno 2019 - Indagine di “customer satisfaction” del servizio “Bus a chiamata”

Pag. 2 di 2

8. Come valuta la pulizia ed il confort dell'automezzo “Bus a chiamata”?

☐ Pessima ☐ Scarsa ☐ Soddisfacente ☐ Buona ☐ Ottima

9. Come valuta la cortesia del personale autista?

☐ Pessima ☐ Scarsa ☐ Soddisfacente ☐ Buona ☐ Ottima

10. Suggerimenti / lamentele
.....
.....

11. Sesso: ☐ M ☐ F

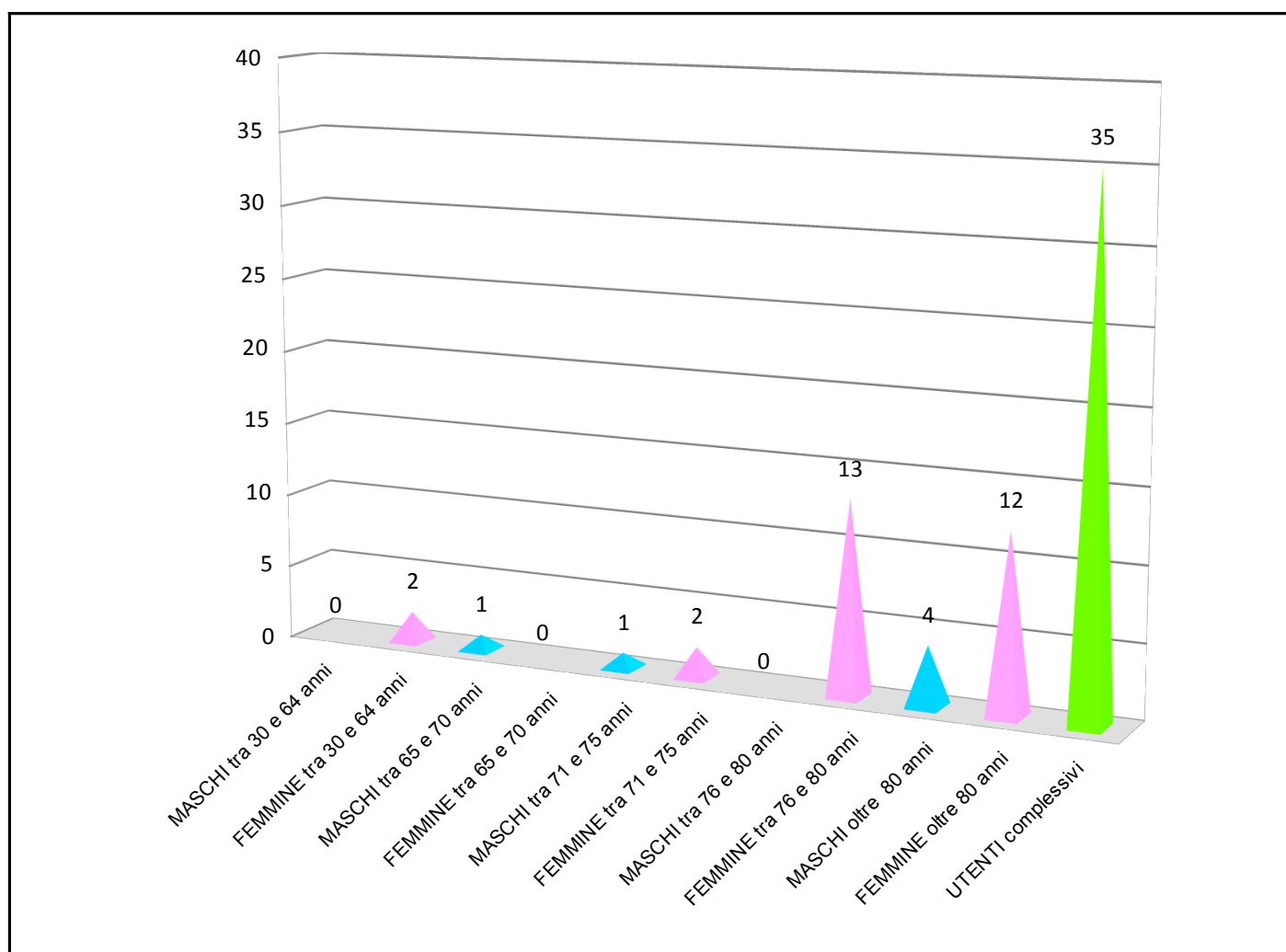
12. Qual è la sua età: ☐ tra 65 e 70 ☐ tra 71 e 75 ☐ tra 76 e 80 ☐ oltre 80

Data di compilazione __/__/__

La ringraziamo per la cortese collaborazione!

I risultati dell'indagine

Rappresentazione grafica degli utenti coinvolti nell'indagine di "customer satisfaction" distinta a seconda del genere e dell'età.



1° Domanda: Qual'è il motivo principale che la spinge a spostarsi con il Bus a chiamata?

Rispetto alla presente domanda alcuni cittadini/utenti hanno dato più risposte barrando più caselle.

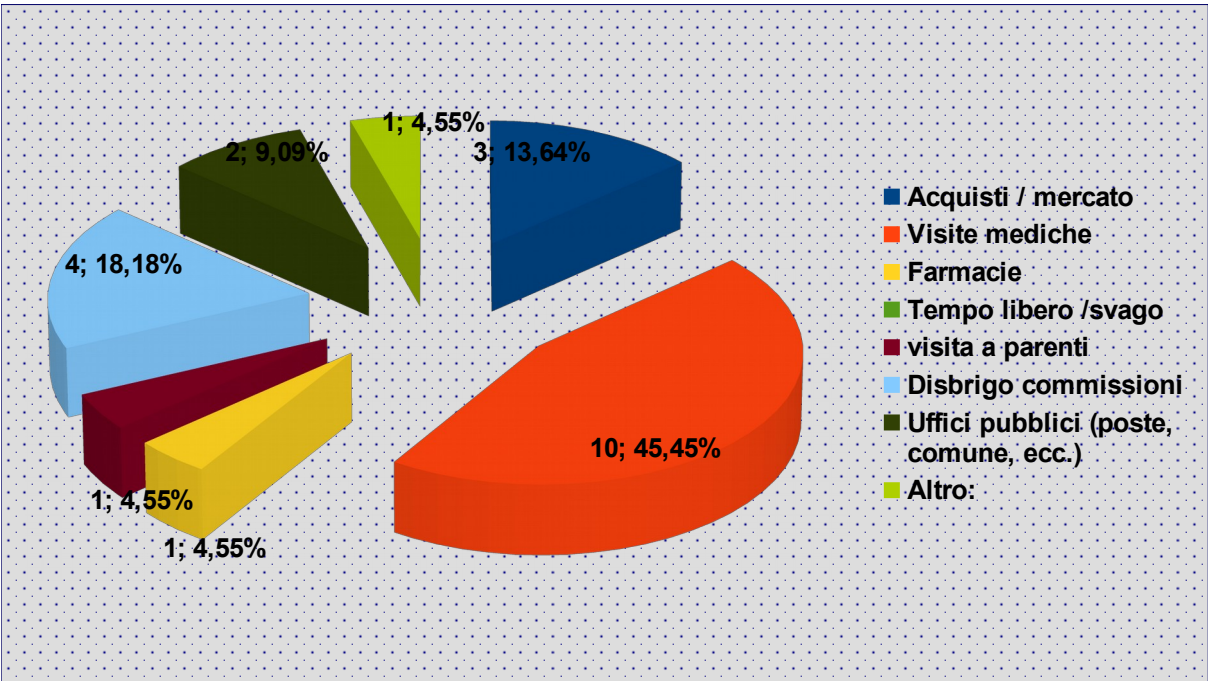
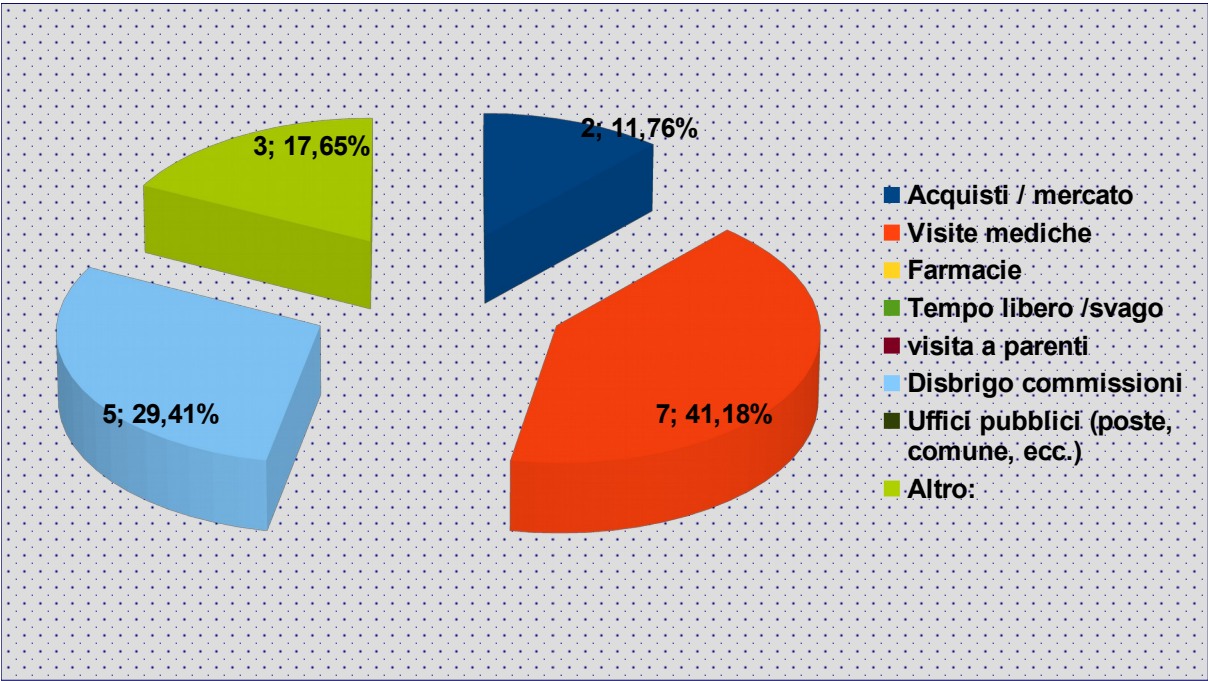


Grafico 3 -
N. 5 utenti hanno barrato tre caselle

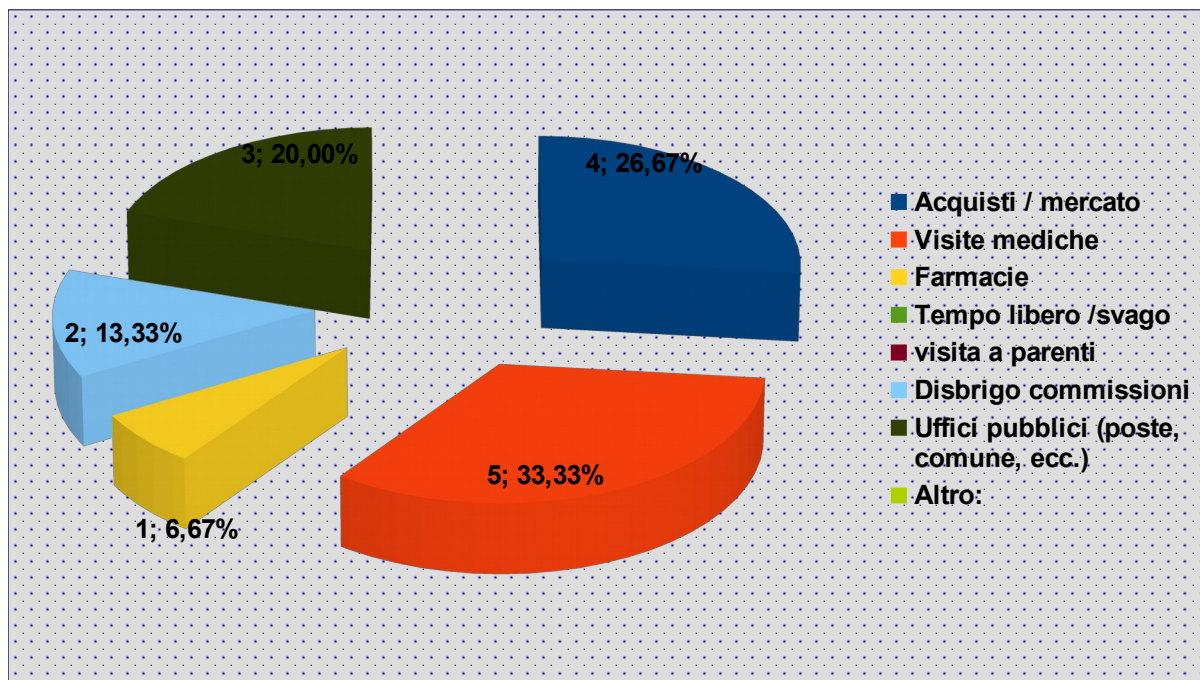
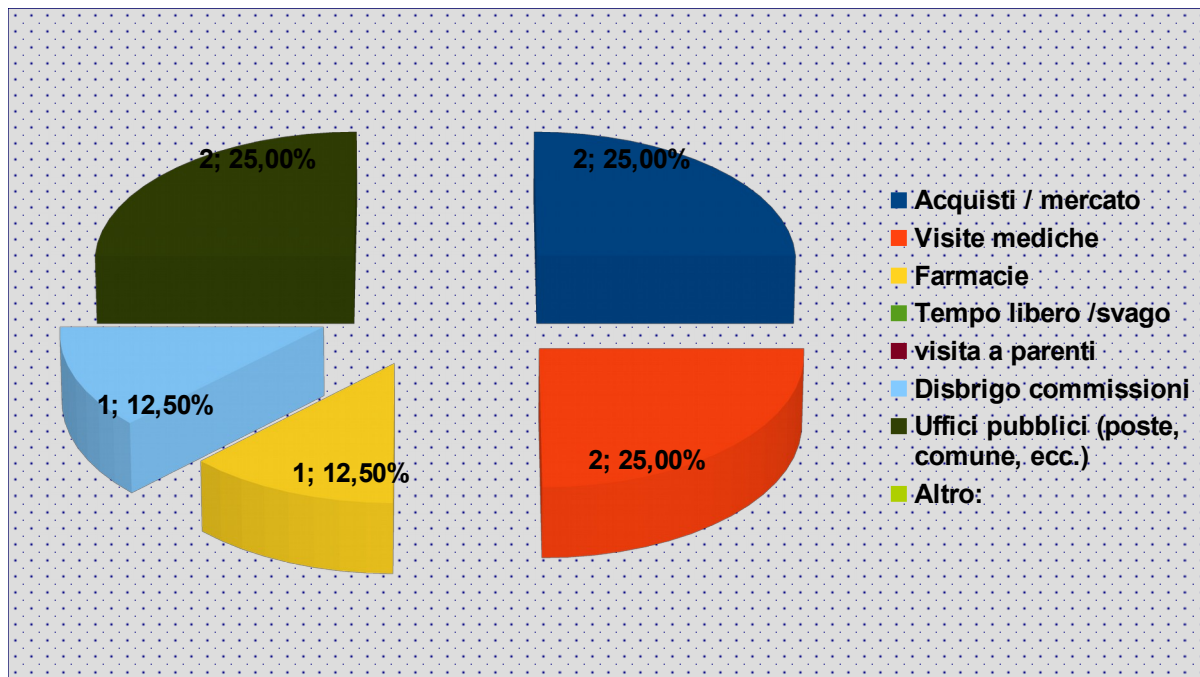


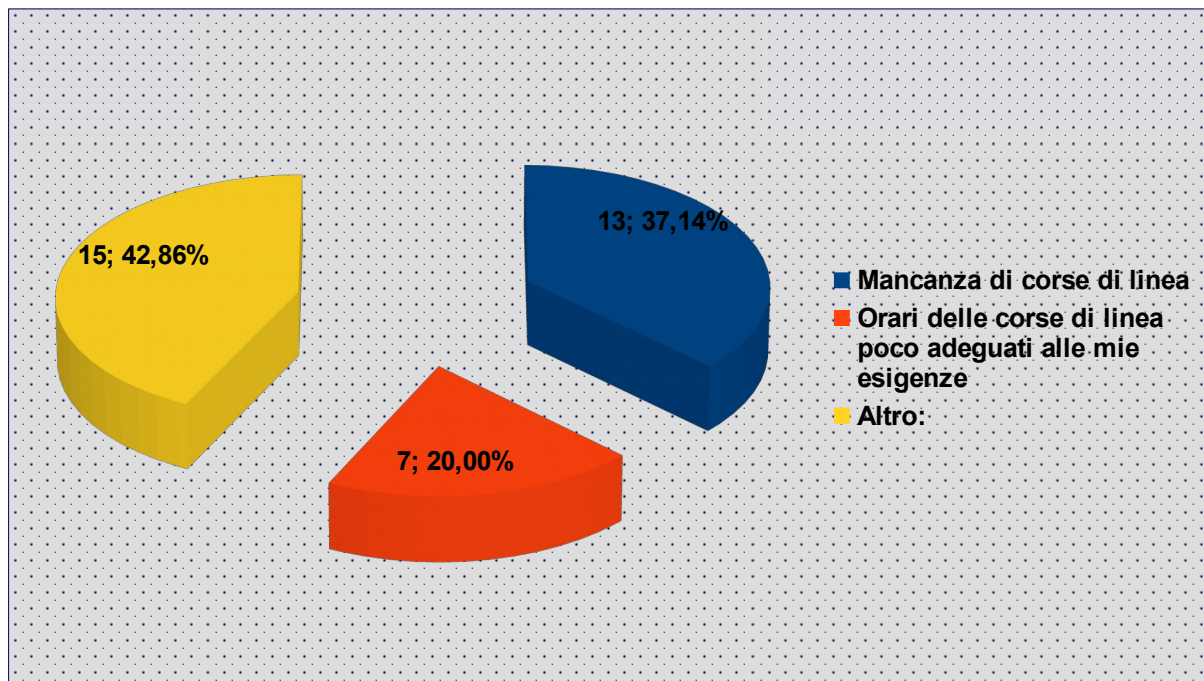
Grafico 4 -
N. 2 utenti hanno barrato quattro caselle



Dalla lettura delle rappresentazioni dei quattro grafici, si rileva che i cittadini/utenti usufruiscono, maggiormente, del servizio “Bus a chiamata” per visite mediche e per recarsi in farmacie; a seguire si riportano in ordine decrescente le altre motivazioni: disbrigo commissioni, acquisti/mercato, uffici pubblici (poste, comune, ecc.), visita ai parenti e altro (cimitero e palestra).

2° Domanda: Perché preferisce il Bus a chiamata rispetto ad altre modalità di trasporto pubblico?

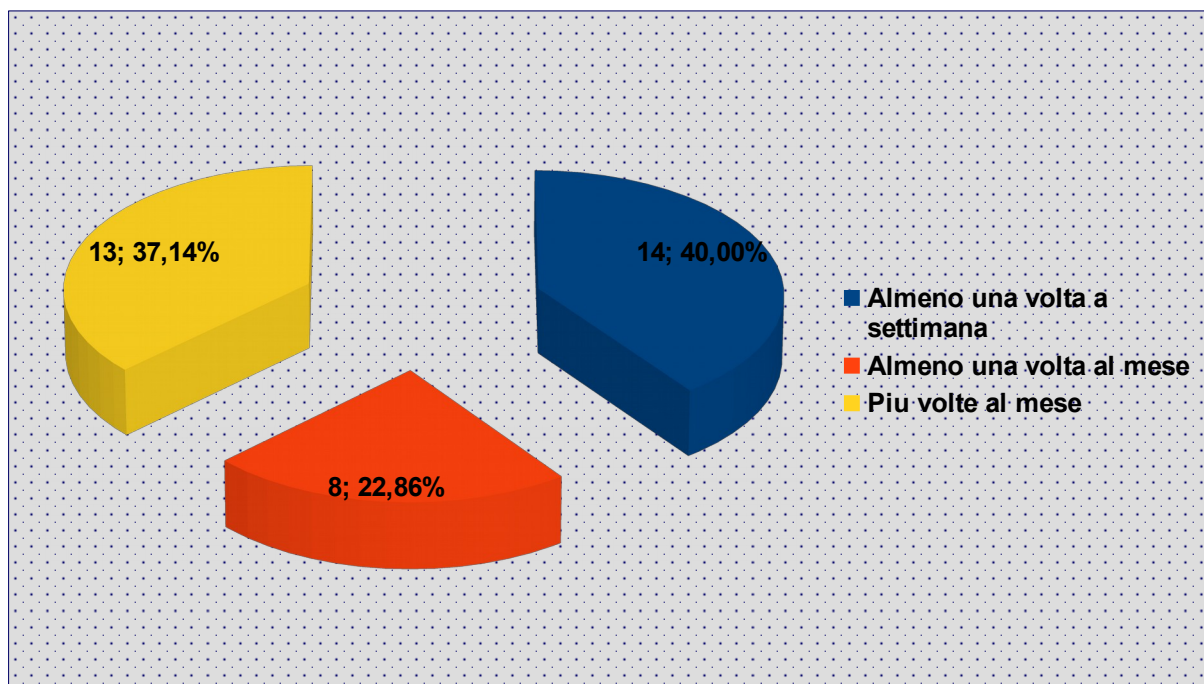
Grafico 5



Dalla lettura dei dati riportati nella rappresentazione grafica, si rileva che circa il **43%** dei cittadini/utenti barra la casella **altro** adducendo le seguenti motivazioni: **problemi di deambulazione e perché la fermata del mezzo pubblico è lontano da casa**; a seguire, circa il **37%** degli utenti afferma di utilizzare il servizio **per mancanza di corse di linea** e il **20%** per gli **orari inadeguati delle corse di linea**.

3° Domanda: Quante volte usufruisce del servizio Bus a chiamata?

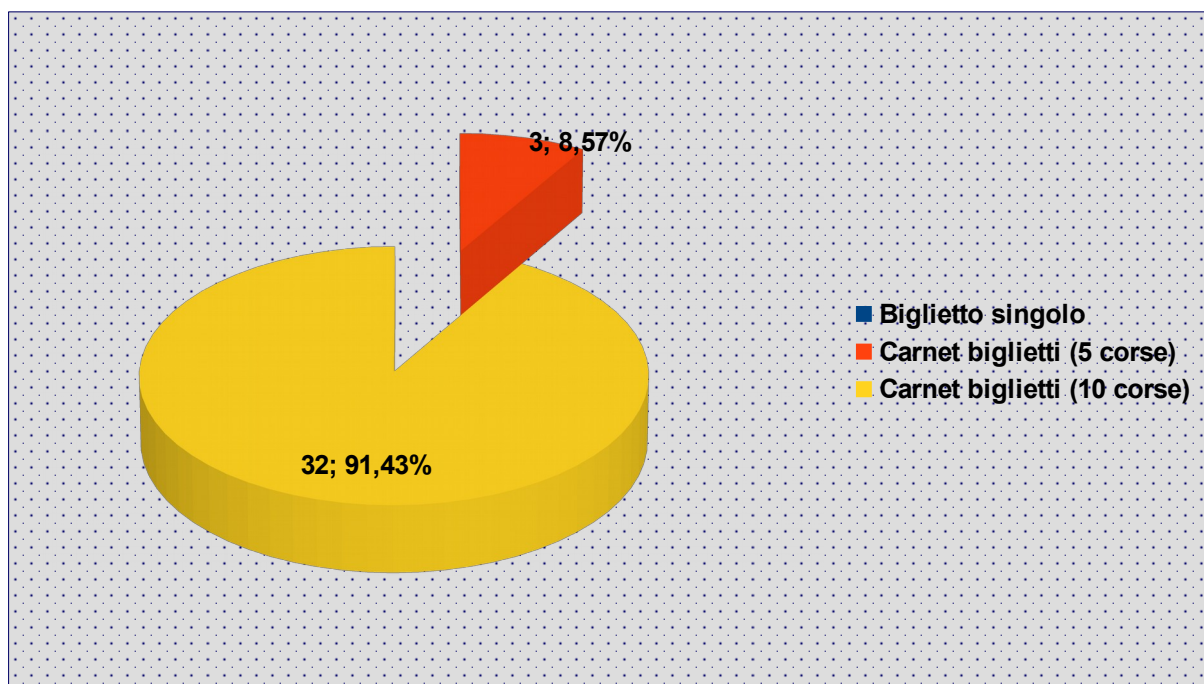
Grafico 6



Dalla lettura dei dati riportati nella rappresentazione grafica, si rileva che il **40%** dei cittadini/utenti utilizza il servizio "Bus a chiamata" **almeno una volta a settimana**, circa il **23%** **almeno una volta al mese** e circa il rimanente **37%** **più volte al mese**.

4° Domanda: Acquista: un biglietto singolo oppure carnet di biglietti (5 corse) o carnet di biglietti (10 corse)

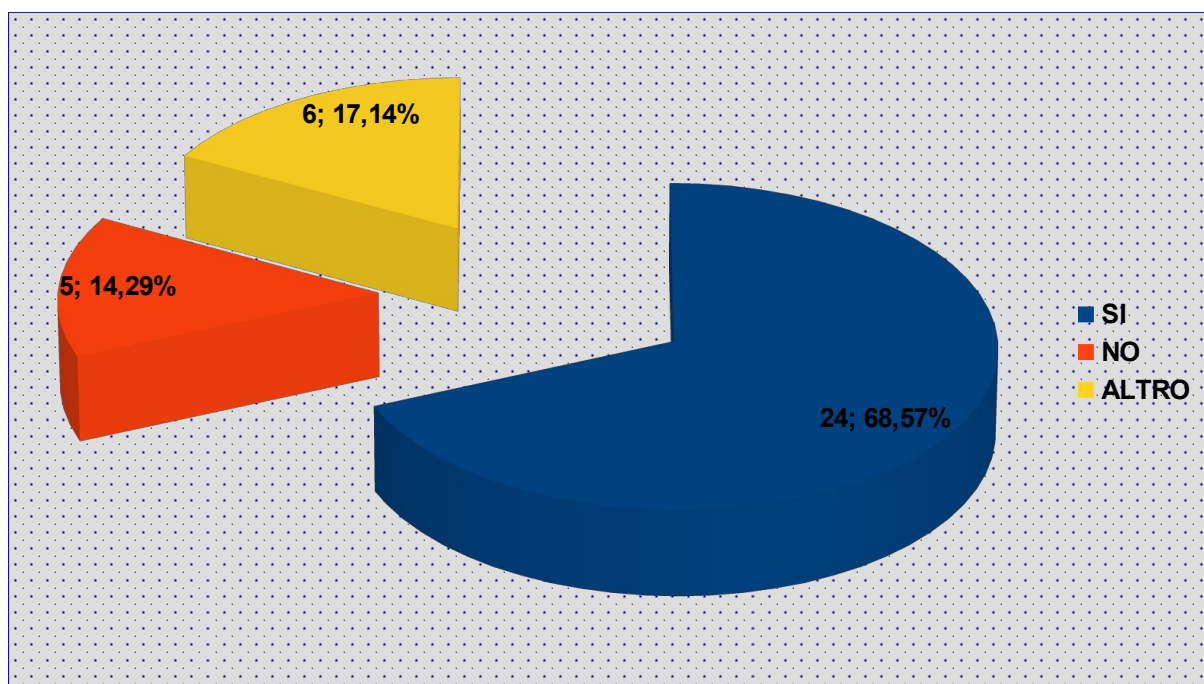
Grafico 7



Dalla lettura dei dati riportati nella rappresentazione grafica, si rileva che circa il **91%** dei cittadini/utenti acquista il carnet di biglietti da 10 corse e circa il rimanente **9%** acquista il carnet di biglietti da 5 corse.

5° Domanda: È facile per lei prenotare il Bus a chiamata?

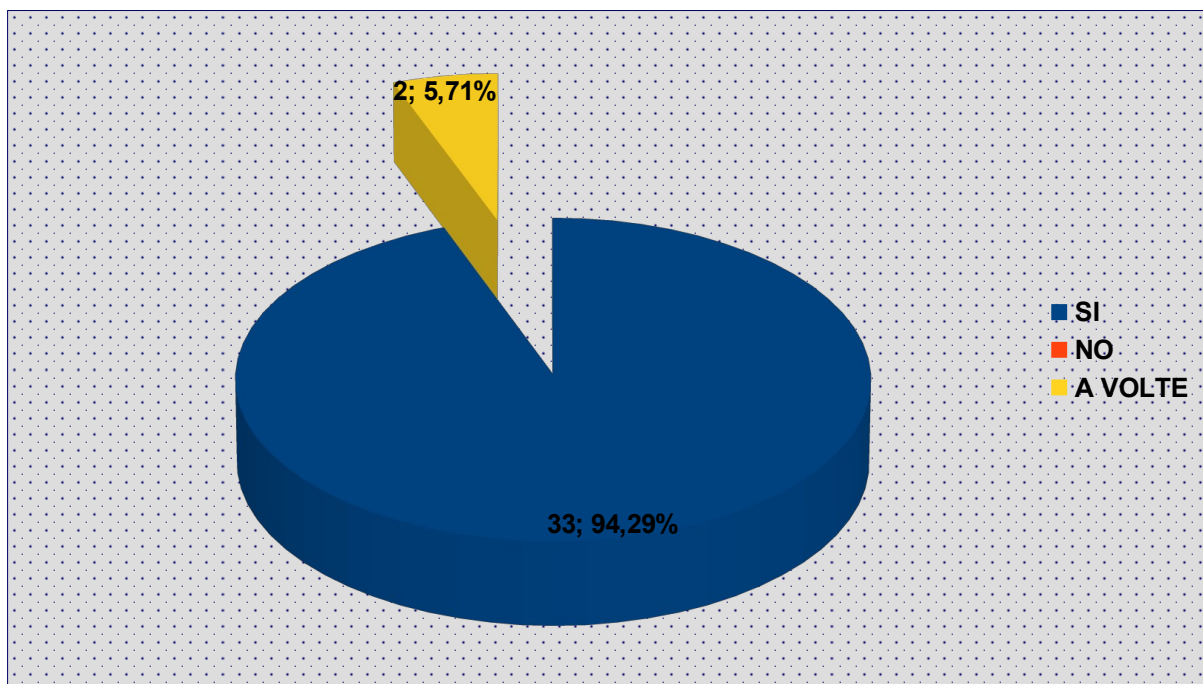
Grafico 8



Dalla lettura dei dati riportati nella rappresentazione grafica, si rileva che per i cittani/utenti prenotare il servizio “Bus a chiamata” risulta: per circa il **69%** è facile prenotare, per circa il **14%** non è facile prenotare; il rimanete **17%** segnala che molto spesso per prenotare il servizio devono richiamare più volte.

6° Domanda: Il Bus a chiamata viene a prenderla all'orario concordato?

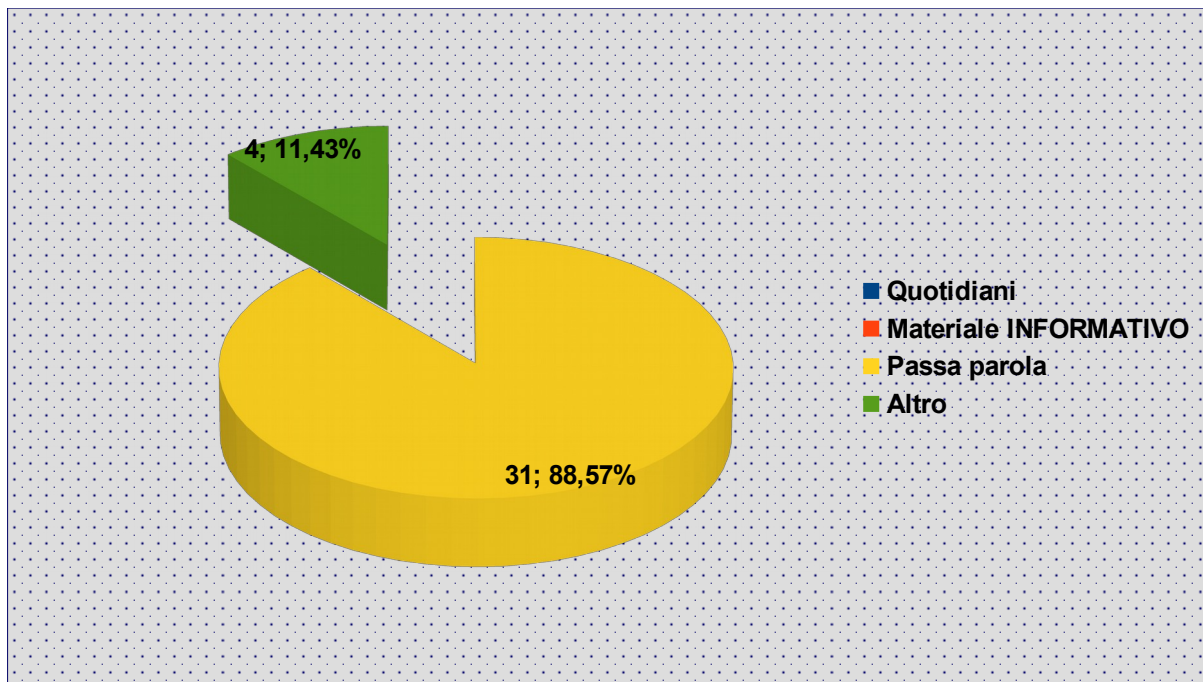
Grafico 9



Dalla lettura dei dati riportati nella rappresentazione grafica, si rileva che per circa il **94%** dei cittadini/utenti il **bus arriva all'orario concordato**, mentre circa il **6%** **afferma che il bus non rispetta l'orario concordato**.

7° Domanda: Come è venuta a conoscenza del servizio?

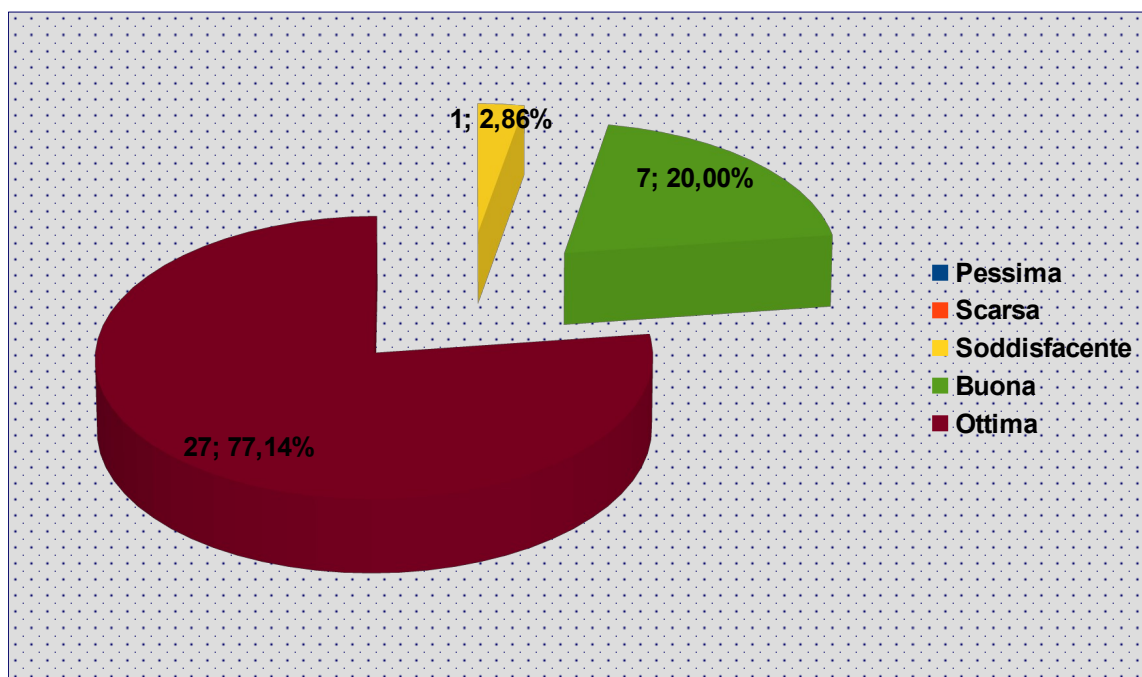
Grafico 10



Dalla lettura dei dati riportati nella rappresentazione grafica, si rileva che circa l'**89%** dei cittadini/utenti è venuto a conoscenza del servizio tramite il **passa parola**, mentre circa l'**11%** degli utenti, barrando la casella **altro**, dichiara di essere venuto a conoscenza del servizio "Bus a chiamata" tramite **enti pubblici**, **cooperative sociali** e **internet**.

8° Domanda: Come valuta la pulizia ed il confort dell'automezzo bus a chiamata?

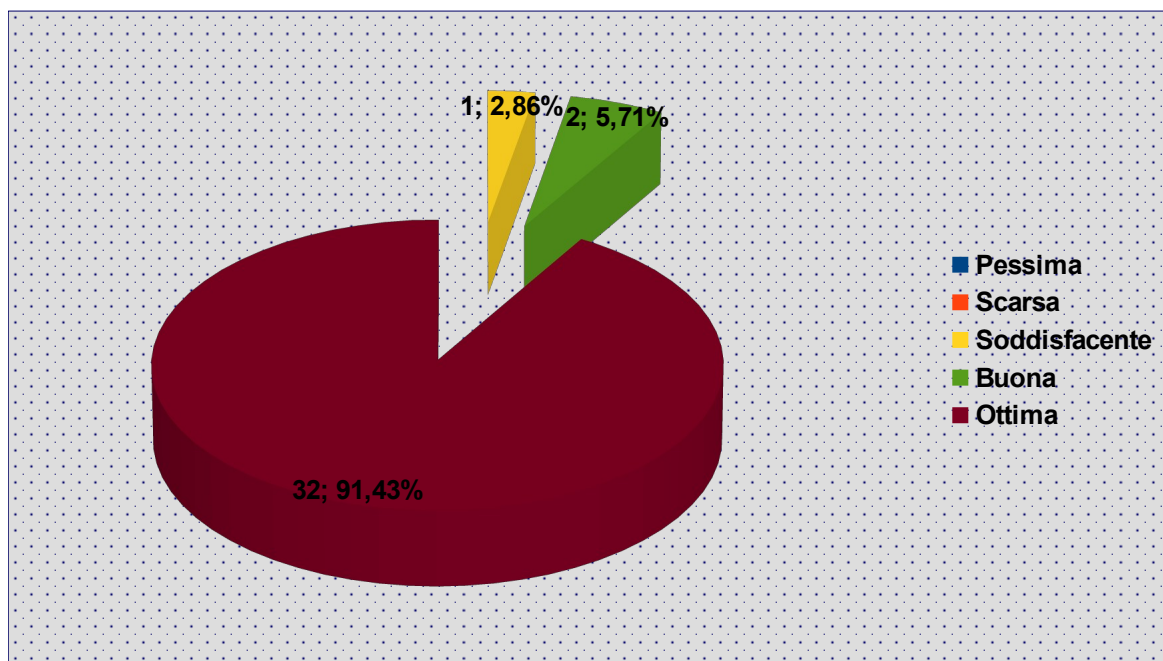
Grafico 11



Dalla lettura dei dati riportati nella rappresentazione grafica, si rileva che circa il **77%** dei cittadini/utenti ritengono **ottima** la pulizia ed il confort dell'automezzo, il **20%** la ritengono **buona** e circa il **3%** la giudicano **soddisfacente**.

9° Domanda: Come valuta la cortesia del personale autista?

Grafico 12



Dalla lettura dei dati riportati nella rappresentazione grafica, si rileva che circa il **91%** dei cittadini/utenti valuta **ottima** la cortesia del personale autista, circa il **6%** la ritiene **buona** e circa il **3%** **soddisfacente**.

Suggerimenti / lamentele

N.	SUGGERIMENTI	Cittadini/ utenti (maschi)	Cittadini/ utenti (femmine)
1	Prevedere una corsa in più		1
N.	LAMENTELE	Cittadini/ utenti (maschi)	Cittadini/ utenti (femmine)
1	Troppo attesa al telefono per la prenotazione del servizio		1
2	A volte non rispetta l'orario fissato		2
3	È difficile prendere un appuntamento in breve tempo		1

Conclusioni

Dall'analisi dei dati emerge che alcuni aspetti del servizio possono essere migliorati, in particolare la **quinta domanda** ("È facile per lei prenotare il bus a chiamata?" **68,57% SI**, **14,29% NO** e **17,14% segnala che molto spesso per prenotare il servizio devono richiamare più volte**) e la **settima domanda** ("Come è venuto a conoscenza del servizio?" **88,57% passa parola** e **11,43% risponde altro** (enti pubblici, cooperative sociali e internet).

Tali criticità sono quelle che pesano maggiormente sulla valutazione complessiva, per le quali si rende indispensabile **definire un piano di miglioramento**, da parte della direzione servizi alla persona, che individui in modo ben preciso le azioni da intraprendere, indispensabili ad innalzare il grado di percezione e soddisfazione degli utenti nei confronti di questi specifici punti.

PIANO DI MIGLIORAMENTO da parte della direzione servizi alla persona

Relativamente alla **domanda n. 5**, legata alla difficoltà per alcuni utenti di prenotare telefonicamente il servizio "bus a chiamata", nonché per quanto riguarda la **domanda n. 7**, considerato che l'**88%** degli utenti dichiara di essere venuto a conoscenza del servizio tramite il passa parola, si ritiene che si tratti di carenza di specifiche informazioni che devono essere comunicate al cittadino/utente. Per migliorare tali aspetti, si ritiene utile che la direzione servizi alla persona predisponga un vademecum in cui siano riportate le modalità di prenotazione del servizio (numero telefonico, giorni e orari in cui è possibile prenotare, altre informazioni); **dépliant** da consegnare a tutti i fruitori del servizio "bus a chiamata" e da comunicare, oltre che direttamente allo "sportello del cittadino", anche mediante i canali web e social dell'Ente.

Ovviamente, l'impegno nel risolvere le suddette criticità non dovrà precludere il mantenimento del livello di soddisfazione raggiunto relativamente agli altri aspetti della presente rilevazione; tale mantenimento comporta, tra l'altro, il miglioramento dei livelli raggiunti, in quanto il cittadino/utente tende ad aspettarsi servizi sempre migliori.

TABELLA DI SINTESI DELL'INDAGINE:

1° Domanda	Qual'è il motivo principale che la spinge a spostarsi con il "Bus a chiamata?"							
	RISPOSTE							
	Acquisti/ mercato %	Visite mediche %	Farmacie %	Tempo libero/svago %	Visita a parenti %	Disbrigo commissioni %	Uffici pubblici (poste, comune, ecc.) %	Altro %
Grafico 1 - utenti che hanno dato un sola risposta	11,76%	41,18%	0,00%	0,00%	0,00%	29,41%	0,00%	17,65% (per recarsi al cimitero)
Grafico 2 - utenti che hanno dato due risposte	13,64%	45,45%	4,55%	0,00%	4,55%	18,18%	9,09%	4,55% (per recarsi al cimitero)
Grafico 3 - utenti che hanno dato tre risposte	26,67%	33,33%	6,67%	0,00%	0,00%	13,13%	20,00%	0,00%
Grafico 4 - utenti che hanno dato quattro risposte	25,00%	25,00%	12,50%	0,00%	0,00%	12,50%	25,00%	0,00%

	Perchè preferisce il “Bus a chiamata” rispetto ad altre modalità di trasporto pubblico?		
	RISPOSTE		
2° Domanda	% Mancanza di corse di linea	% Orari delle corse di linea poco adeguati alle mie esigenze	% Altro
Grafico 5	37,14%	20,00%	42,86%
	Quante volte usufruisce del servizio “Bus a chiamata?”		
	RISPOSTE		
3° Domanda	% Almeno una volta a settimana	% Almeno una volta al mese	% Più volte al mese
Grafico 6	40,00%	22,86%	37,14%
	Acquista:		
	RISPOSTE		
4° Domanda	% Biglietto singolo	% Carnet biglietti (5 corse)	% Carnet biglietti (10 corse)
Grafico 7	0,00%	8,57%	91,43%
	È facile per lei prenotare il “Bus a chiamata?”		
	RISPOSTE		
5° Domanda	% SI	% NO	% Altro - gli utenti segnalano che molto spesso per prenotare il servizio devono richiamare più volte
Grafico 8	68,57%	14,29%	17,14%
	Il “Bus a chiamata” viene a prenderla all’orario concordato?		
	RISPOSTE		
6° Domanda	% SI	% NO	% A volte
Grafico 9	94,29%	5,71%	0,00%
	Come è venuto a conoscenza del servizio?		
	RISPOSTE		
7° Domanda	% Quotidiani	% Materiale informativo	% Passa parola - gli utenti rispondono: tramite Enti pubblici, cooperative sociali e internet

Grafico 10	0,00%	0,00%	88,57%	11,43%	
8° Domanda	Come valuta la pulizia ed il confort dell'automezzo "Bus a chiamata?"				
	RISPOSTE				
	Pessima	Scarsa	Soddisfacente	Buona	Ottima
Grafico 11	0,00%	0,00%	2,86%	20,00%	77,14%
9° Domanda	Come valuta la cortesia del personale autista?				
	RISPOSTE				
	Pessima	Scarsa	Soddisfacente	Buona	Ottima
Grafico 12	0,00%	0,00%	2,86%	5,71%	91,43%
Piano di miglioramento					