

2

ACKV.IT

0

Customer Satisfaction Audit 2022



2

ACQUEDOTTO DEL CARSO S.P.A.
Kraški Vodovod d.d.

2

Utenti del Servizio Idrico in 3 Comuni della Provincia di Trieste

Duino Aurisina/Devin Nabrežina, Sgonico/Zgonik e Monrupino/Repentabor.

U
T
E
N
T
I

Febbraio 2022

Lavoro realizzato da

STRATEGICA
dritti all'obiettivo ●



PREMESSA

La realizzazione periodica della Customer Satisfaction dalle 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 27 ottobre 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 "Obiettivi 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 dei Servizi della ACQUEDOTTO DEL CARSO S.p.A.** 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.**

Nel Capitolo 5.7.4 «*Valutazione del grado di soddisfazione dell'utente*», si precisa che «*Il Gestore effettua periodiche rilevazioni sul grado di soddisfazione dell'utenza al fine di migliorare i livelli di qualità del servizio erogato*»

Per adempire in modo effettivo tali obiettivi essenziali enunciati, STRATEGICA, per conto della **ACQUEDOTTO DEL CARSO S.p.A** ha realizzato il seguente monitoraggio di Customer Satisfaction del servizio idrico fornito dall'azienda.

SCHEDA TECNICA: Il campione e la metodologia dell'indagine

Universo dell'indagine: 11.282 residenti / utenti del Servizio Idrico nei comuni di Duino Aurisina/Devin Nabrežina, Sgonico/Zgonik e Monrupino/Repentabor serviti d'Acquedotto del Carso nella Provincia di Trieste.

Area geografica delle interviste realizzate: La totalità delle città segnalate. La quantità di interviste realizzate in ogni città rispecchia in modo proporzionale la quantità di residenti (dati ISTAT 2020).

TOTALE RISPONDENTI: **401** interviste finali

Margine di errore: +/- **4,7 %**

Livello di confidenza: **95,0**

L'indagine si è svolta raccogliendo dati in campo durante il mese di febbraio 2022.

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

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

Squadra in Campo

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 Copenhagen.

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

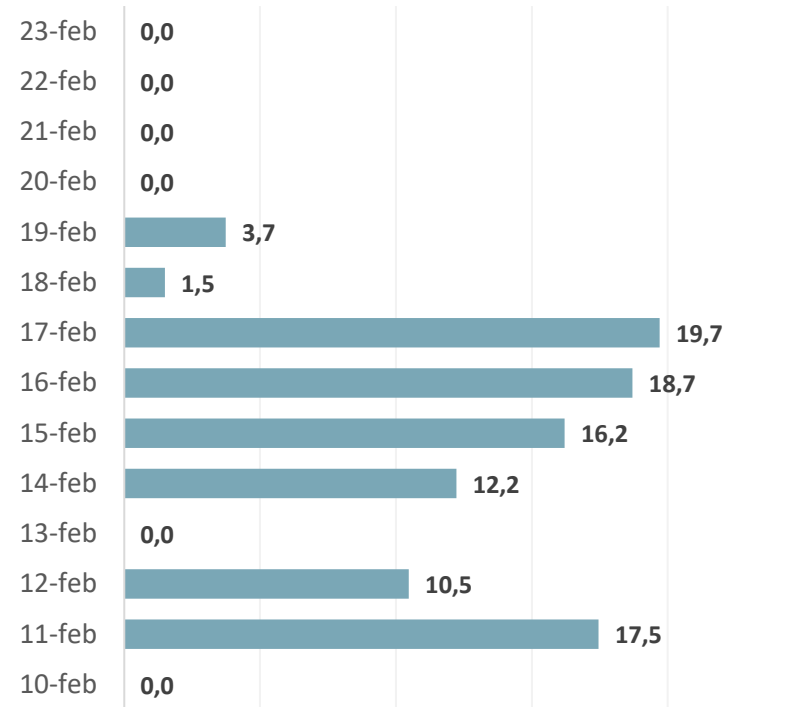
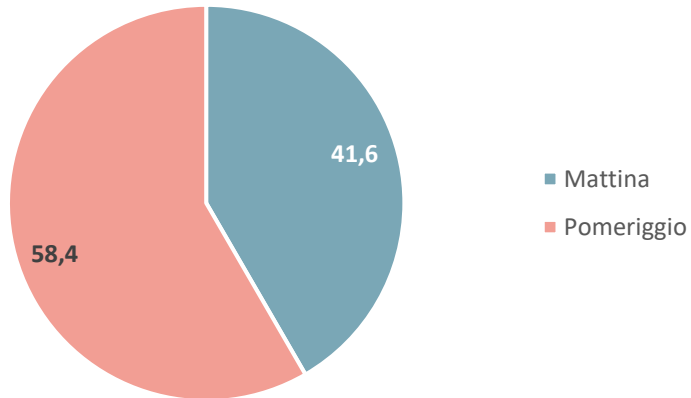
Capogruppo team intervistatori: **Simona Assogna**;

Intervistatori: **Adelina Labella, Eugenio di Cesare, Barbara Assogna e Silvia Di Miero**. Inoltre, ha collaborato con la nostra ricerca in campo **Veronica Tence**, operatrice di madrelingua slovena.

Gli intervistatori NON appartengono ad un call center. Realizzano solo interviste di Customer Satisfaction per conto dei nostri clienti.

SCHEDA TECNICA: Il campione e la metodologia dell'indagine

Giorni ed orari di realizzazione delle interviste



SCHEDA TECNICA: Il campione e la metodologia dell'indagine

L'indagine ha previsto lo svolgimento di 401 interviste telefoniche (100% del totale), con sistema CATI, (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*) dove l'intervistatore interroga l'intervistato e registra le risposte in modo telematico, tramite un apposito software.

Disponibilità rispondenti

Abbiamo trovato il 83,5 % degli intervistati tra «Molto» ed «Abbastanza» disponibili, quindi più di otto utenti su dieci hanno preso di buon grado l'iniziativa dell'Azienda rivolta ad ascoltare le loro opinioni riguardo la qualità del servizio.

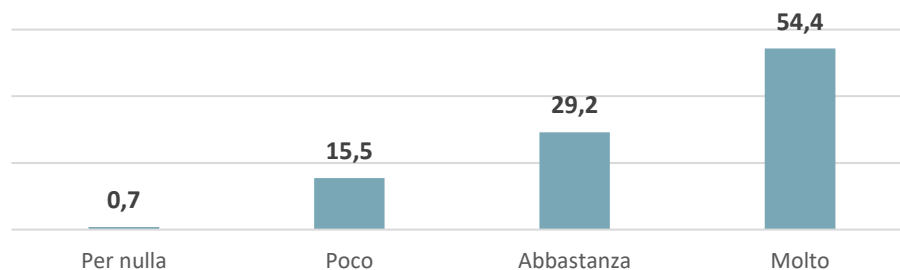
Solo un 0,7 % si è dimostrato «per nulla» disponibile, e un scarso 15,5 % poco collaborativo, ma comunque hanno risposto fino all'ultima domanda. **I dati segnano una altissima predisposizione all'attività di ascolto preposta.**

In generale le persone si sono prestate volentieri a qualificare gli aspetti di un servizio essenziale come quello idrico e vedono di buon occhio l'intenzione dell'Azienda che, attraverso l'ascolto, cerca un costante miglioramento della qualità del servizio.

Operatrice madrelingua slovena

Tenendo conto delle caratteristiche socio-culturali del territorio, abbiamo allenato e messo in campo un'operatrice di madrelingua slovena che, oltre alle sue chiamate, era disponibile a richiamare le persone nel caso in cui alcune utenze non volessero rispondere al questionario in italiano. In questo senso, una volta contattati in italiano ed informati della possibilità di essere ulteriormente contattati in sloveno, la totalità delle persone hanno proceduto in italiano, gradendo l'opzione linguistica offerta.

In tanti hanno fatto complimenti, sia per la possibilità offerta quando la chiamata era in italiano, sia per l'attenzione alla questione culturale dimostrata nei casi in cui abbiamo proceduto direttamente in sloveno.

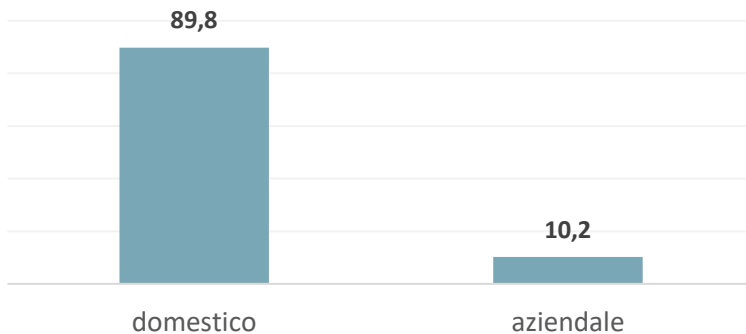


SCHEDA TECNICA: Il campione e la metodologia dell'indagine

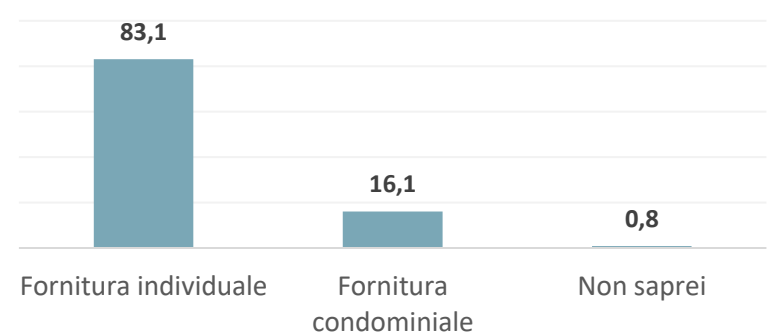
Abbiamo condotto un totale di 401 interviste ad utenti del servizio idrico: **89,8%** (359 interviste) utenti domestici; **10,2%** (41) aziende.

L'utenza domestica rilevata corrisponde al 83,1% (298 interviste) con fornitura individuale; 16,1% con fornitura condominiale (58 interviste). Solo un 0,8 % (3 intervistati) non hanno specificato il tipo d'utenza.

Tipo d'utenza



Tipo di fornitura



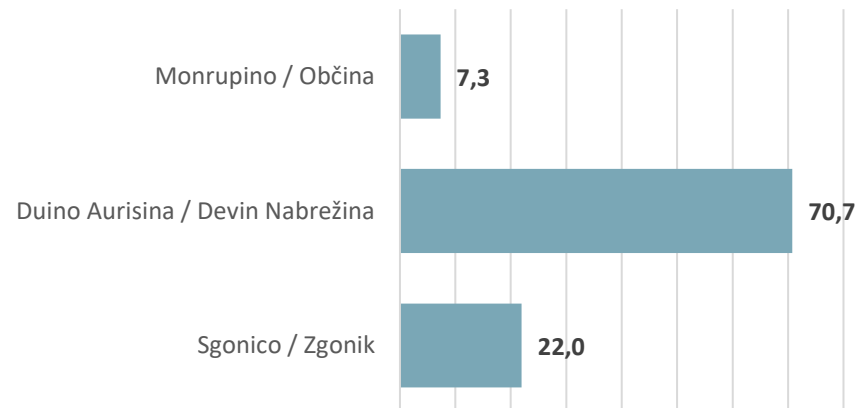
SCHEDA TECNICA: Dimensioni e sedi aziendali

I dati corrispondono a 41 interviste condotte a utenti Aziendali (10,2% del totale).

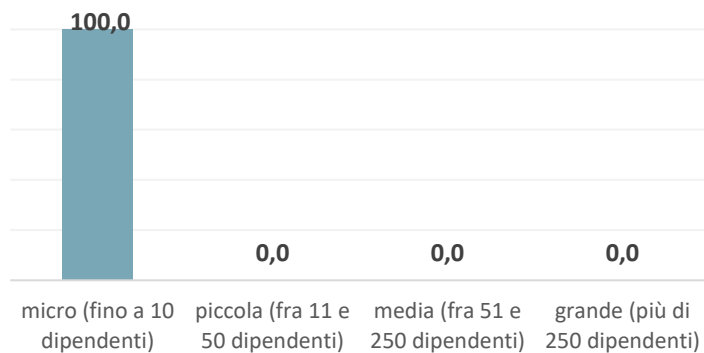
Il 100% delle attività commerciali intervistate ha una dimensione micro (fino a 10 dipendenti).

La maggior parte dei rispondenti (65,9%) sono dipendenti; Il 34,1% titolari.

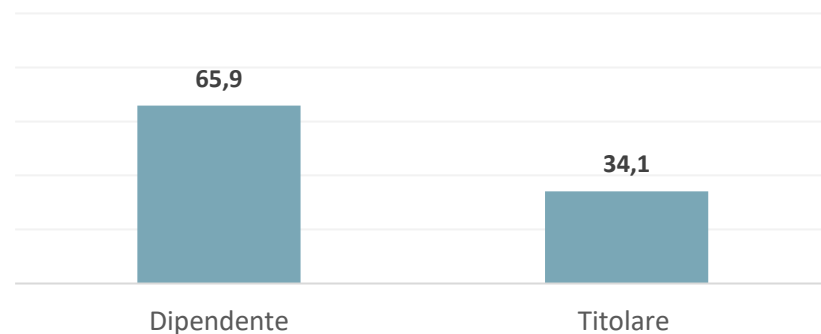
Sede aziendale



Dimensione aziendale

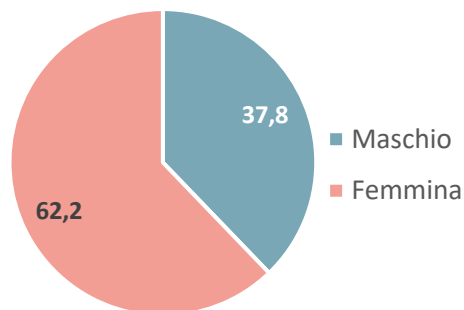


Chi risponde alle domande

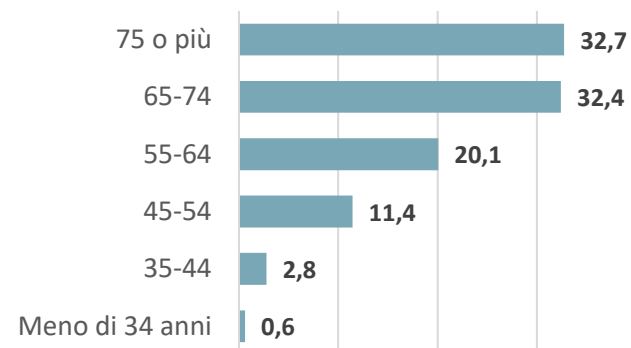


SCHEDA TECNICA: Informazioni demografiche

Genere



Età



62,2% di donne e il 65,1% di persone con **più di 65 anni**: sono questi i valori più alti nel profilo dei rispondenti.

Con il 37,8% di rispondenti maschi, le donne sono state più disponibili degli uomini a rispondere al telefono e al questionario, anche quando a rispondere inizialmente alla chiamata è stato un uomo.

Poco più di un terzo dei rispondenti (34,9%) ha meno di 65 anni.

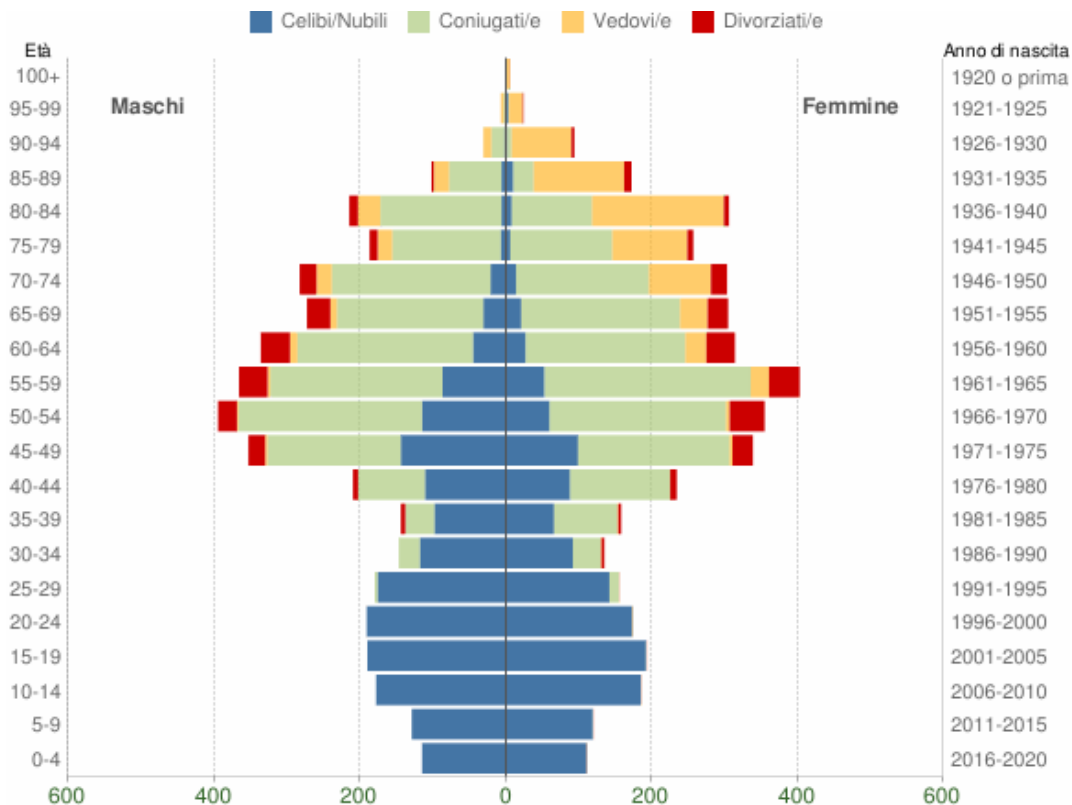
L'età intermedia, da 35 a 64 anni, rappresenta il 34,3% del totale degli intervistati. Questi numeri evidenziano una distribuzione coerente tra le diverse fasce di età, in corrispondenza con l'attuale Piramide dell'età

Indice di vecchiaia

Rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione. È il rapporto percentuale tra il numero degli ultra-sessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. *Ad esempio, nel 2021 l'indice di vecchiaia per il comune di Duino Aurisina dice che ci sono **306,5 anziani ogni 100 giovani**.*

Profilo dell'utenza: Viene definito tra l'invecchiamento della popolazione registrato nell'indice di vecchiaia ed il fatto che sono gli adulti a rapportarsi con l'azienda dentro il nucleo abitativo.

SCHEDA TECNICA: Informazioni demografiche – Piramide delle Età



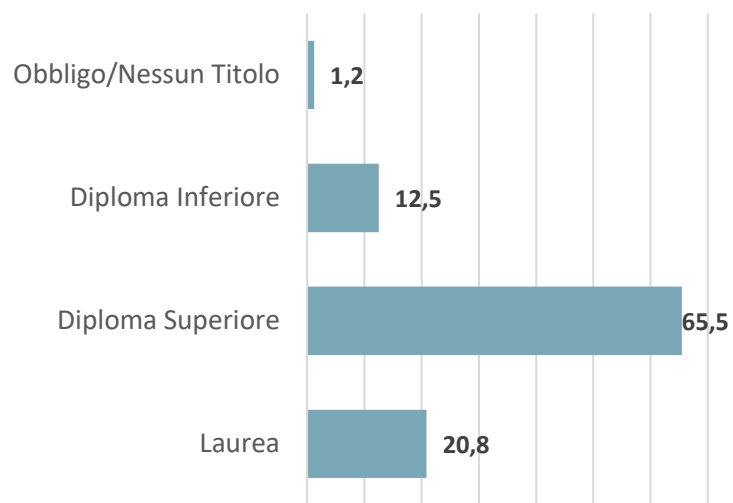
Popolazione per età, sesso e stato civile - 2021

COMUNE DI DUINO AURISINA (TS) - Dati ISTAT 1° gennaio 2021 - Elaborazione TUTTITALIA.IT

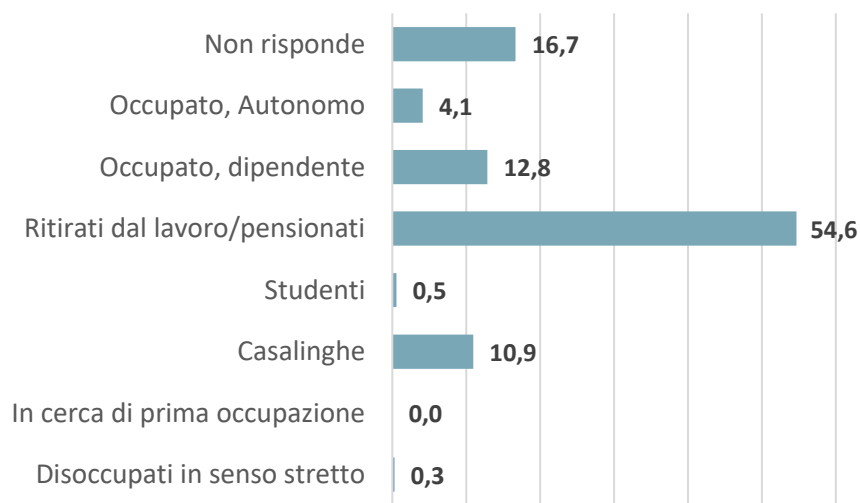
La **Piramide delle Età** rappresenta la distribuzione della popolazione residente della Città di Duino Aurisina / Devin Nabrežina per età e sesso al 1° gennaio 2021. La conformazione della Piramide, con la base ristretta fino a 39 anni di età, evidenzia l'invecchiamento progressivo della popolazione.

SCHEDA TECNICA: Informazioni demografiche

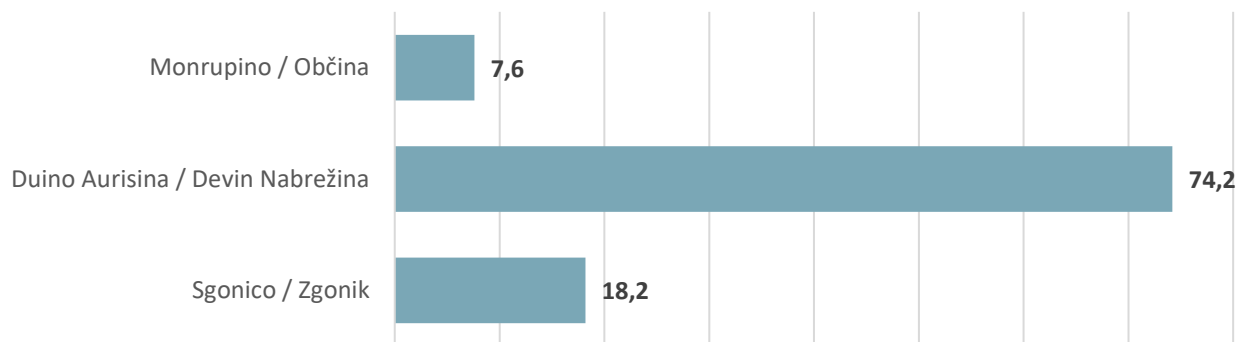
Titolo di studio



Condizione lavorativa



SCHEDA TECNICA: comune di residenza



PIANO CAMPIONARIO			
Sgonico/Zgonik	2.052 residenti	18,2 %	72 interviste
Duino Aurisina/ Devin Nabrežina	8.373 residenti	74,2 %	296 interviste
Monrupino/ Repentabor	857 residenti	7,6 %	32 interviste
Totale	11.282 residenti	100 %	400 interviste

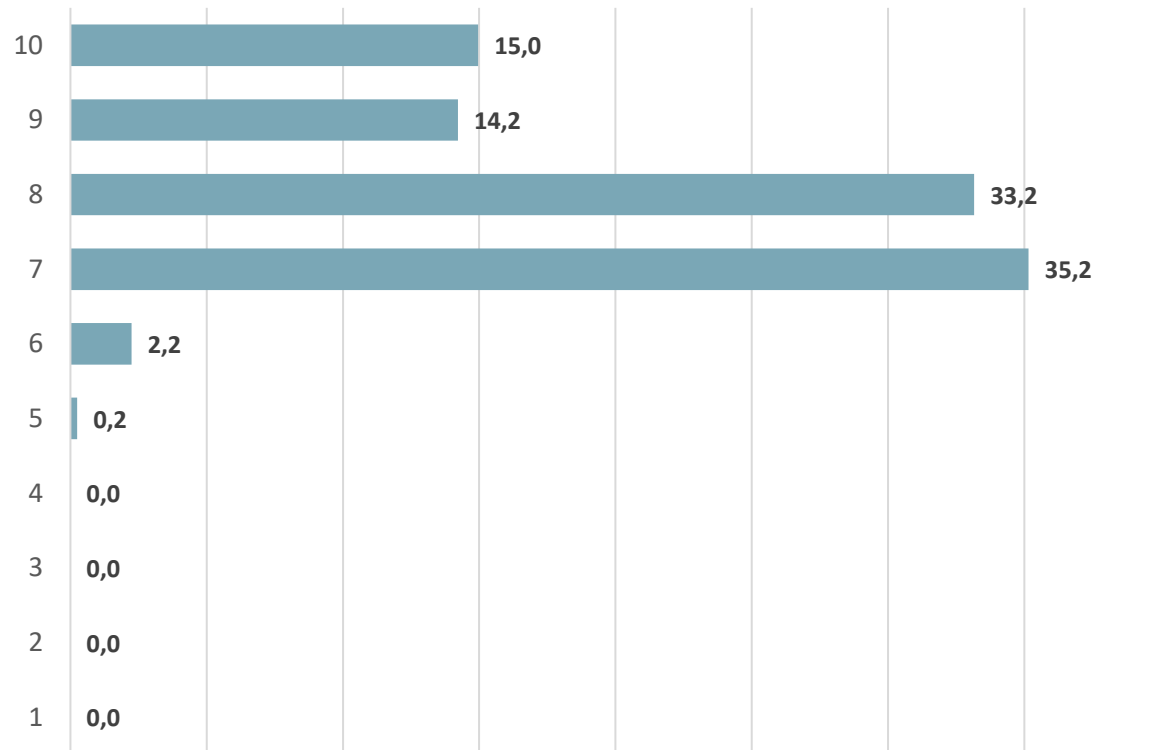
La distribuzione geografica della residenza degli intervistati all'interno di ogni città sono in linea con il Piano Campionario, ovvero rappresentano in ogni caso l'esatta percentuale relativa alla popolazione residente nel totale del territorio, con un piccolo sovracampionamento sulla città con meno residenti, **Monrupino/ Repentabor**.

Valutazione importanza e soddisfazione ASPETTI TECNICI

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

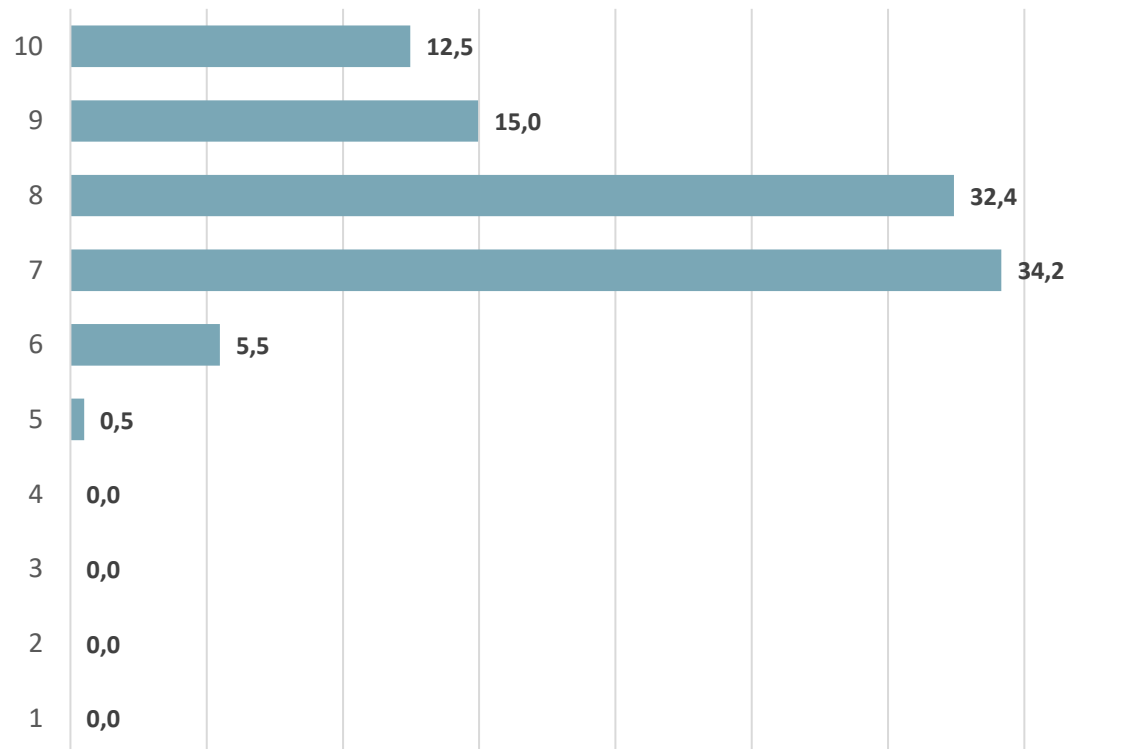
ASPETTI TECNICI

Continuità del servizio



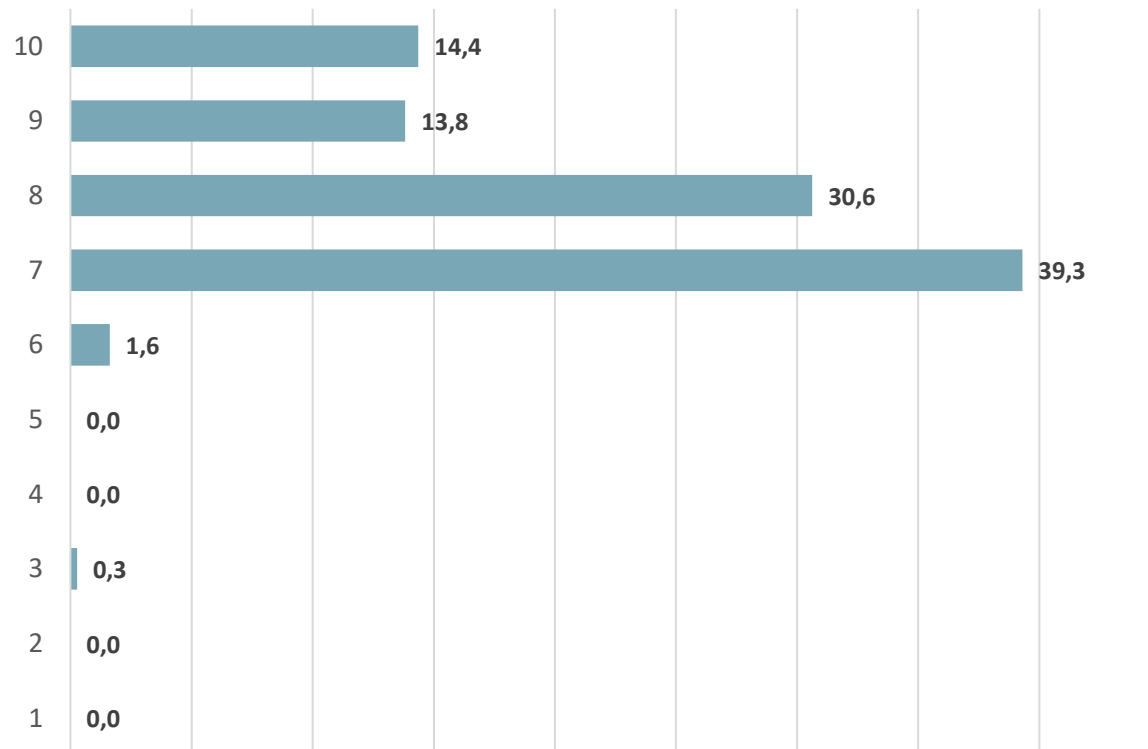
ASPETTI TECNICI

Pressione dell'acqua



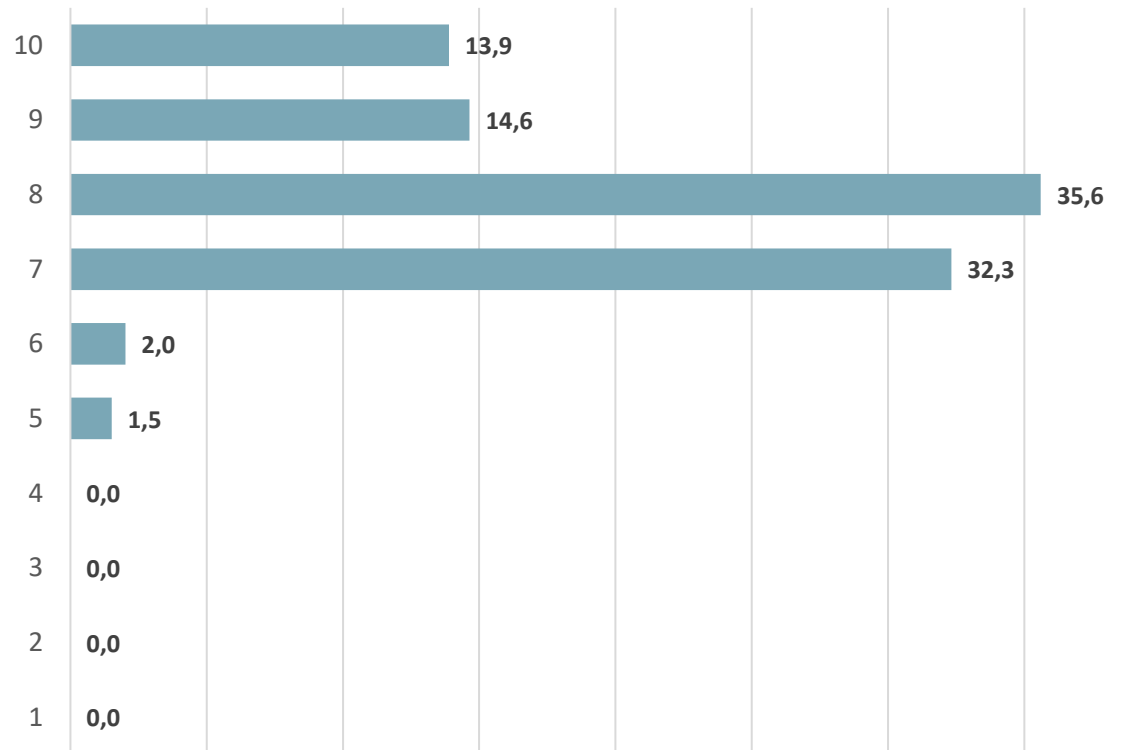
ASPETTI TECNICI

Attivazione del servizio



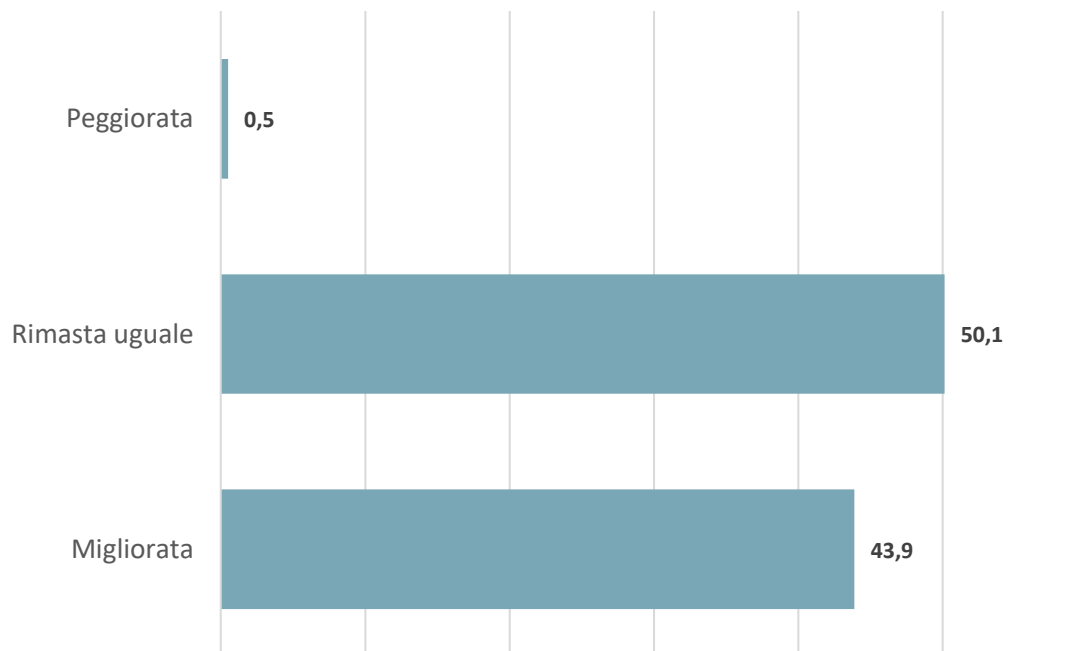
ASPETTI TECNICI

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



ASPETTI TECNICI

In generale, ritiene che la qualità dell'acqua negli ultimi due anni sia

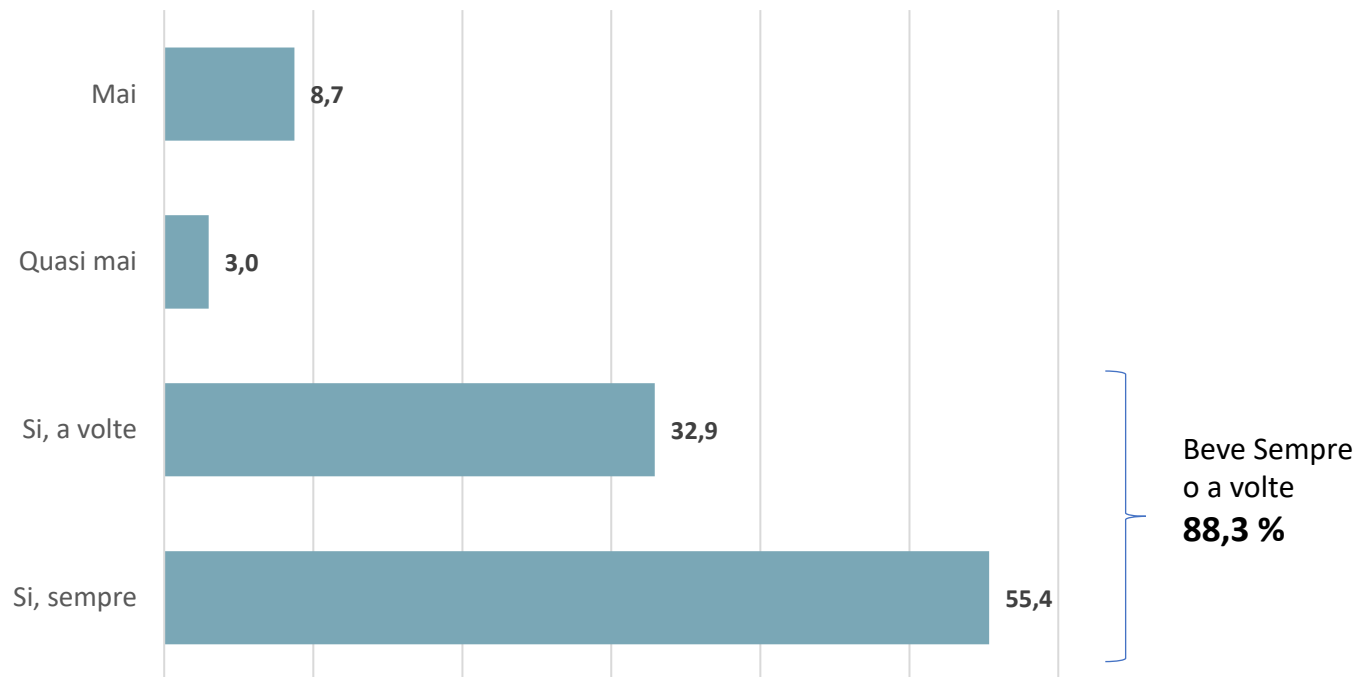


Tenendo conto che questa è la prima misurazione della soddisfazione riguardo la qualità del servizio percepita dall'utenza, e che non abbiamo dati storici per stabilire un *trend* o andamento, questa domanda ci dà un'idea dell'evoluzione di tale percezione.

In questo senso il risultato è molto positivo. Solo lo 0,5 % considera la situazione peggiorata negli ultimi due anni, e più di 4 su 10 hanno percepito un miglioramento del servizio.

ASPETTI TECNICI

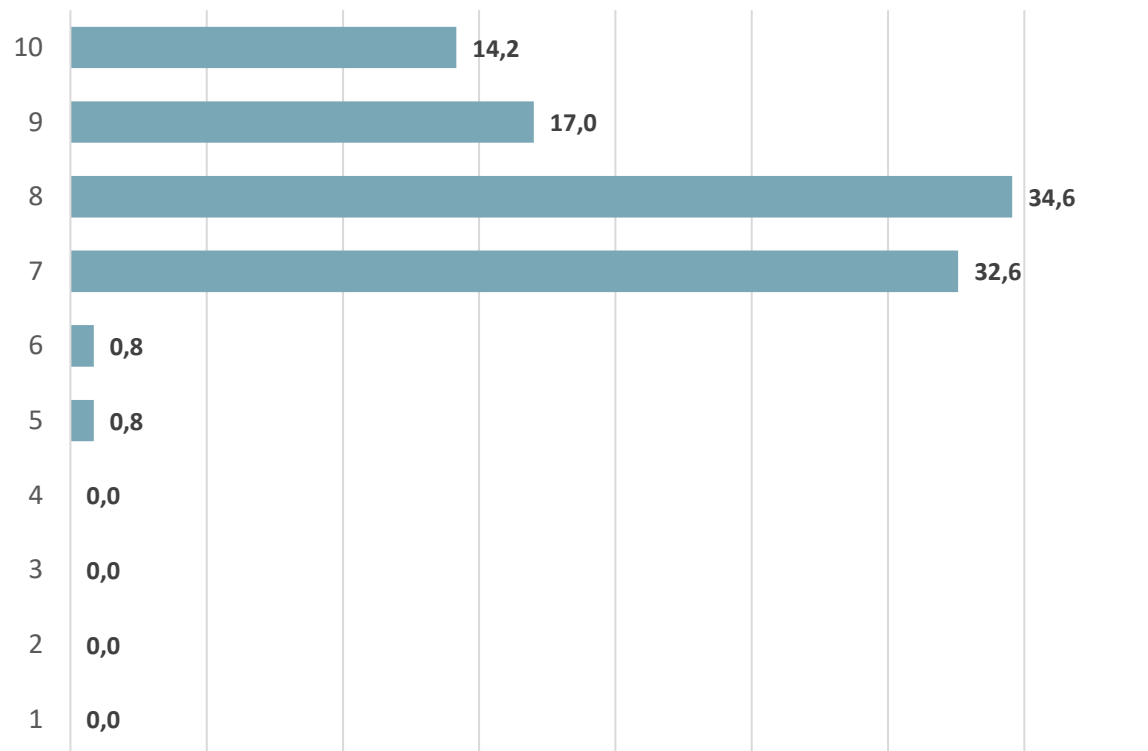
Utilizzo dell'acqua del rubinetto per bere
Solitamente, beve acqua di rubinetto?



ASPETTI TECNICI

Utilizzo dell'acqua del rubinetto per bere

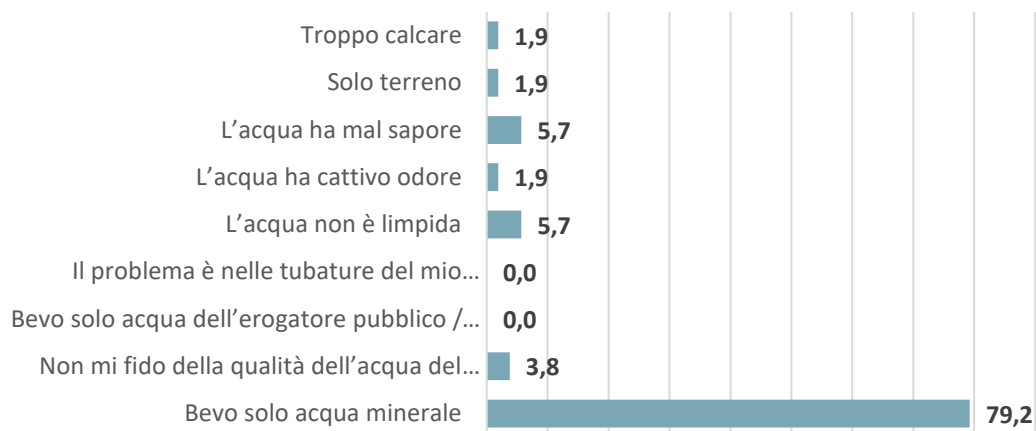
Quanto ne è soddisfatto? – Sul 88,3% che la beve



ASPETTI TECNICI

Utilizzo dell'acqua del rubinetto per bere

Se Mai o Quasi Mai, perché? Sul 11,7 % che non beve acqua di rubinetto



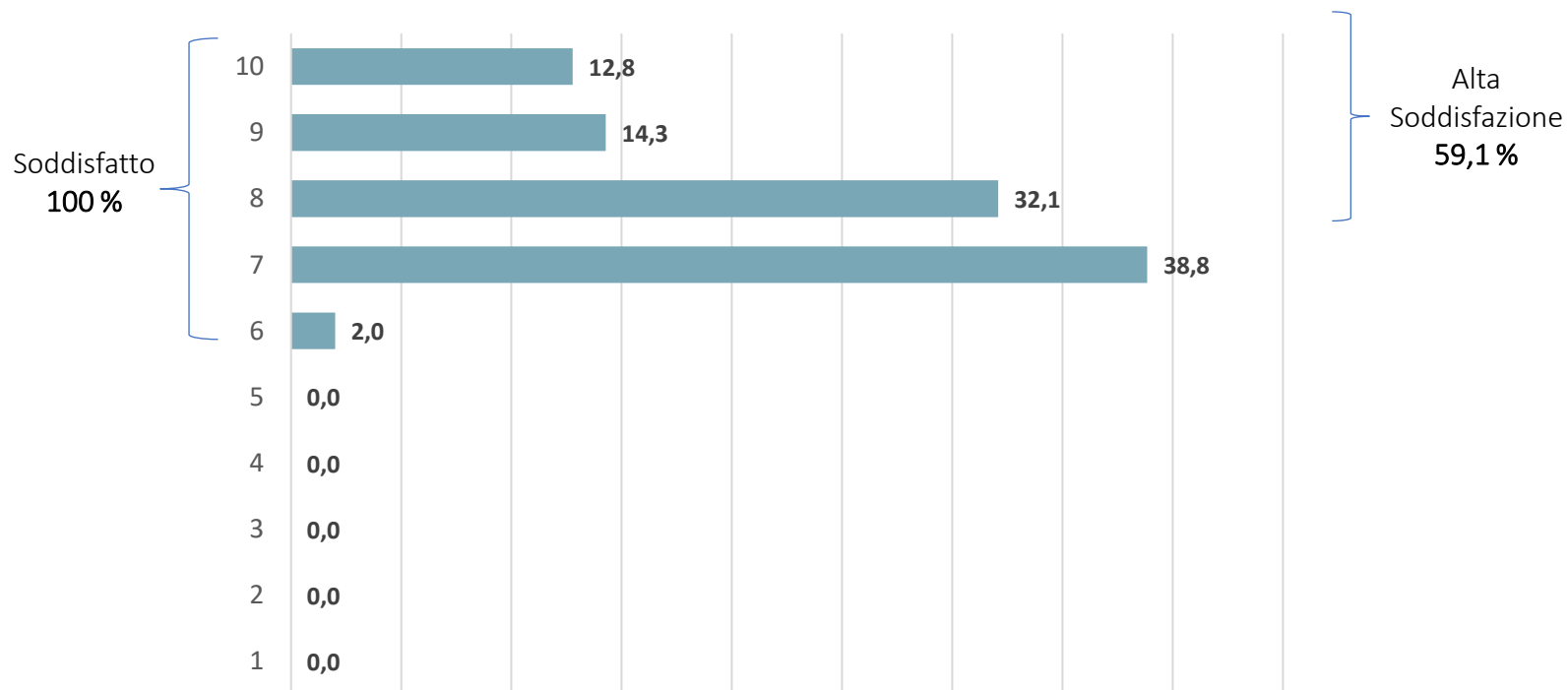
Vediamo dei risultati molto promettenti, sia per la quantità di utenti che bevono l'acqua del rubinetto, sia per la soddisfazione che esprimono. L'Italia ha il triste primato di essere il primo consumatore di acqua imbottigliata in Europa, ed è questa la principale «concorrenza» per l'acqua di rete.

In questo caso vediamo uno dei comportamenti più virtuosi in Italia con 88,3% di consumatori, al di sopra della media nazionale e con una soddisfazione al di sopra della stessa media regionale, secondo gli ultimi dati ISTAT del 2021 (<https://www.istat.it/it/files/2021/03/Report-Giornata-mondiale-acqua.pdf>). Un 99,2% sono soddisfatti dell'acqua da bere e ben due terzi sono Altamente Soddisfatti: un primato.

Anche se l'ideale sarebbe che tutti bevano acqua del rubinetto, è una libertà che non si può negare. I consumatori di acqua in bottiglia hanno ormai un comportamento radicato in quasi 8/10 rispondenti, non fornendo spiegazione sulla scelta, ma semplicemente affermando «Consumo solo quella».

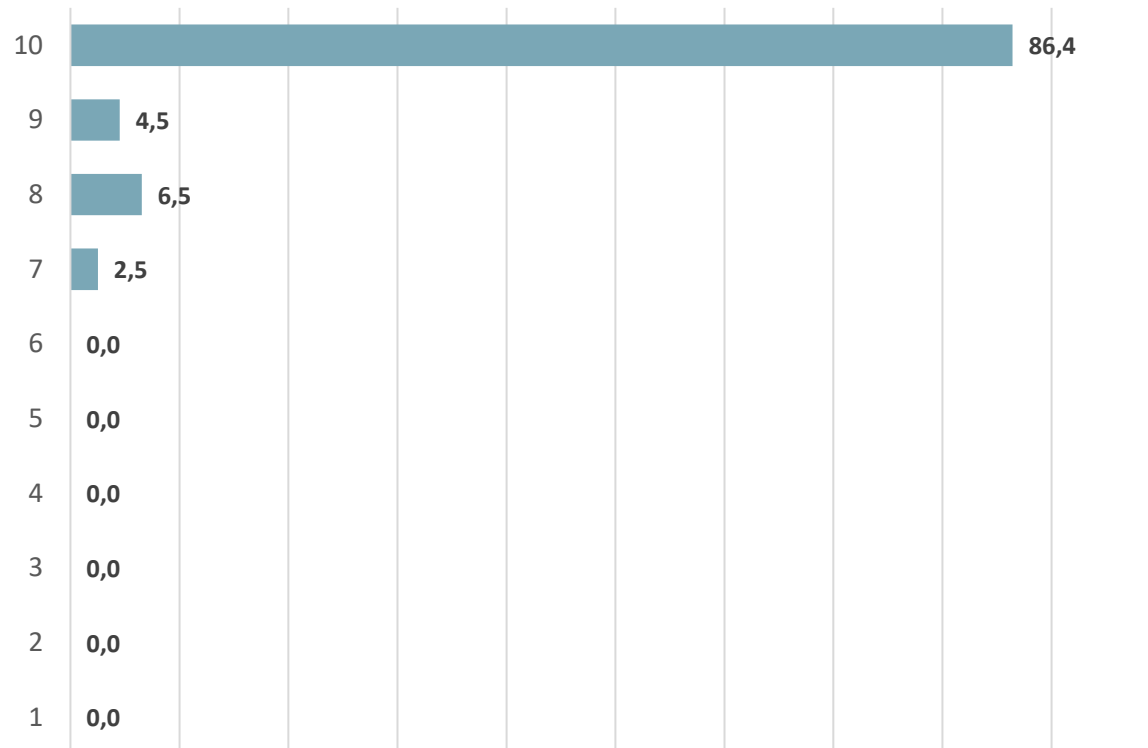
ASPETTI TECNICI

Soddisfazione globale dell'indicatore – Domanda *Overall*



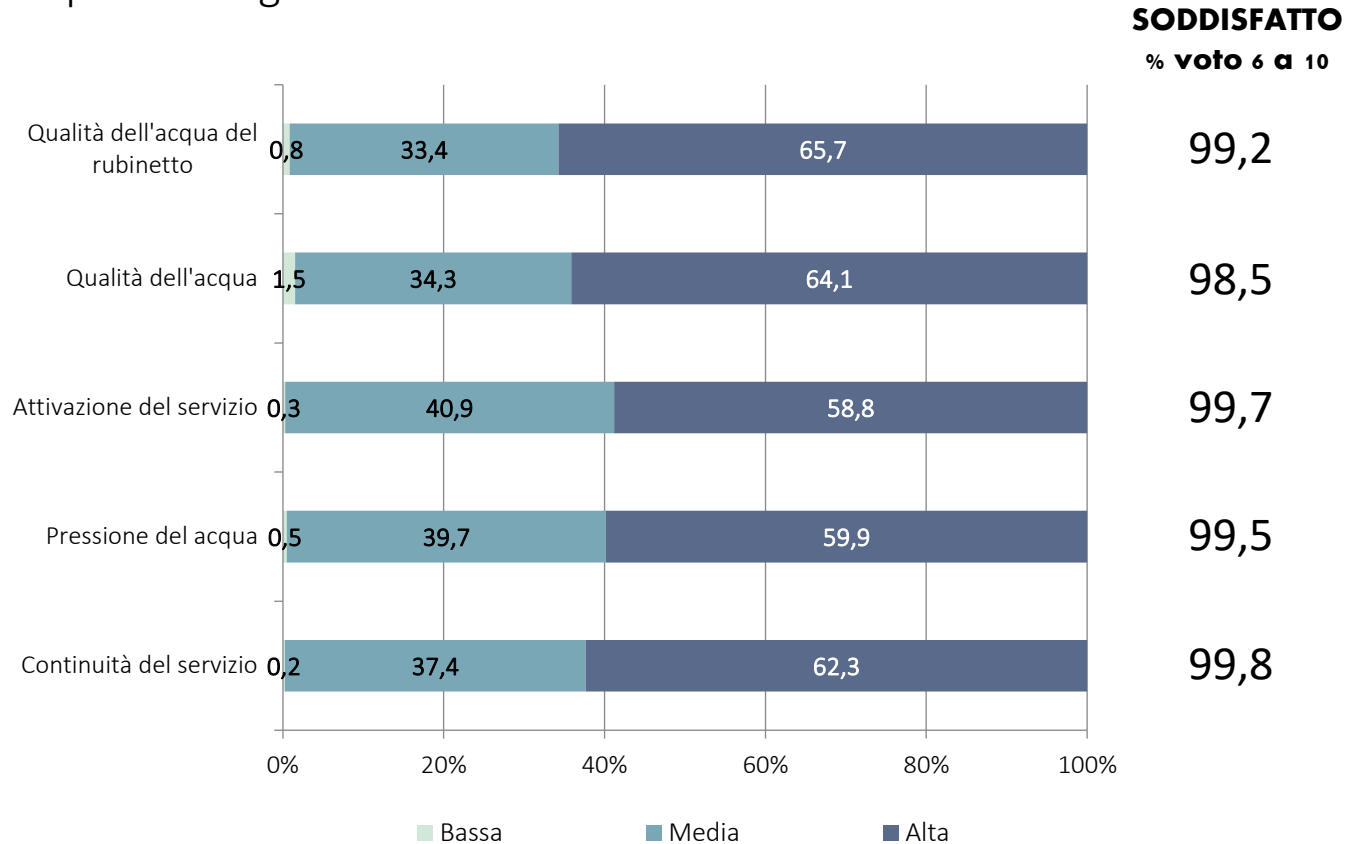
ASPETTI TECNICI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



ASPETTI TECNICI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



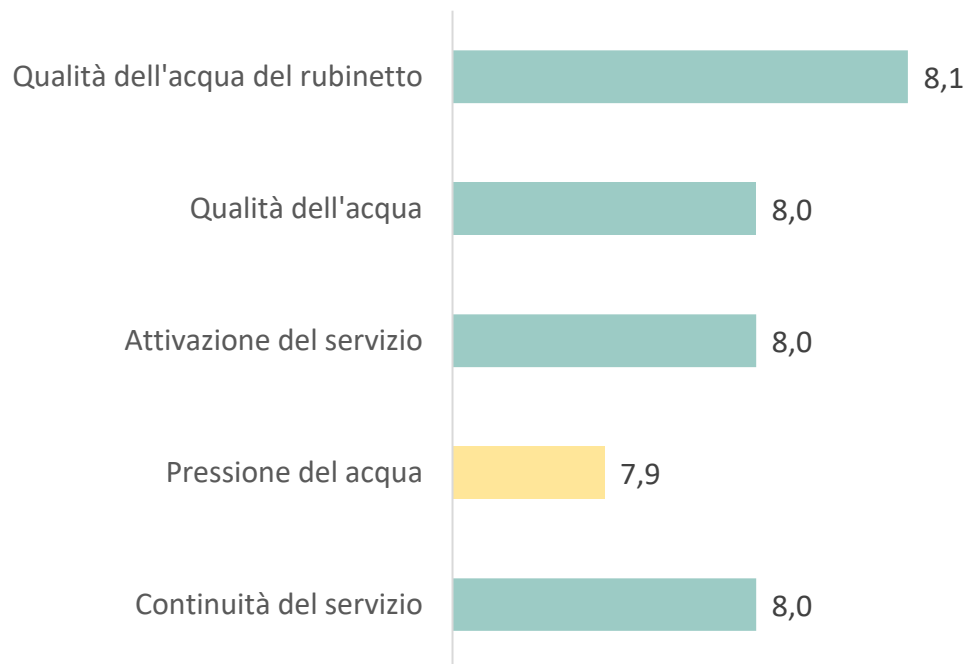
Media % di soddisfazione TOTALE Aspetti Tecnici

99,3

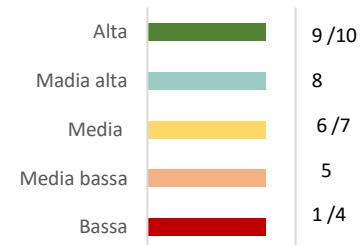


ASPETTI TECNICI

INTENSITA' del grado di SODDISFAZIONE

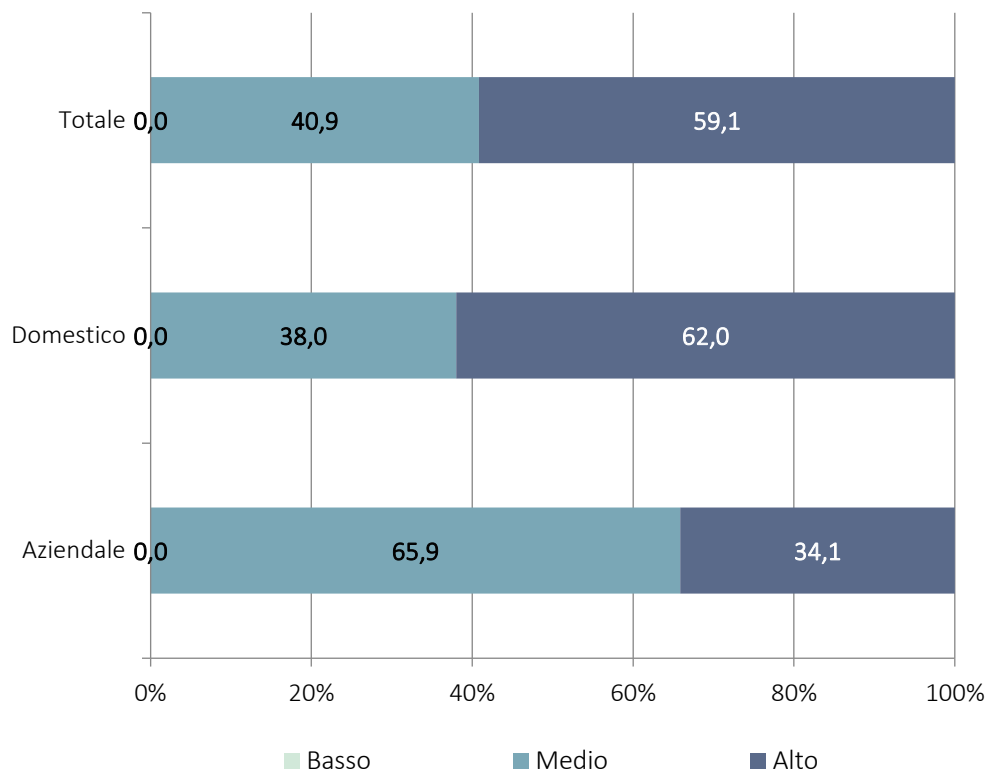


Intensità
(media dei punteggi)
Aspetti Tecnici



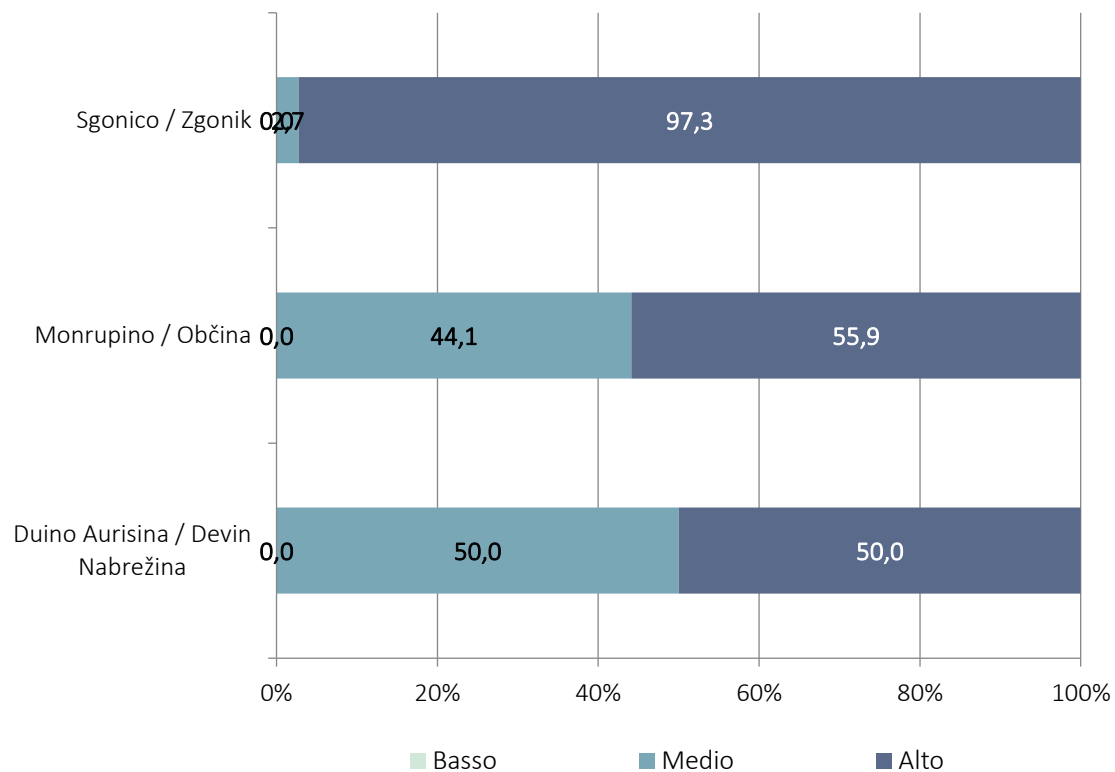
ASPETTI TECNICI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per TIPO D'UTENZA



ASPETTI TECNICI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per CITTÀ DI RESIDENZA



ASPETTI TECNICI

Considerazioni

Questa prima indagine segnala un'altissima proporzione di utenti che valutano il servizio come soddisfacente, con quasi 100% di consensi (da 98,5% per la Qualità Generale dell'acqua a 99,8% per la Continuità del Servizio). L'Alta Soddisfazione, anch'essa di gran livello, con valori che si aggirano tra il 59 ed il 66% circa, non dimostra alcuna criticità.

La soddisfazione generale di questo fattore è del 99,3%, molto alta ed allineata con le aspettative di servizio che sono del 100% (Importanza del fattore, voti 7 a 10). Possiamo quindi concludere che la qualità richiesta e la qualità percepita sono praticamente allineate.

Si potrebbe dire che siamo di fronte ad una consolidata immagine di buon servizio, da mantenere o migliorare anno dopo anno, sposando anche la necessità di far crescere l'alta soddisfazione che ha tanta potenzialità con circa un 40% di voti 6 e 7, che possono e devono salire ancora. Questo viene percepito attraverso la domanda Overall, quella che senza andare nel dettaglio ci dona una sensazione generale della situazione.

C'è da lavorare un attimo sulla «Pressione», unico fattore con intensità al di sotto dell'8. L'intensità complessiva, comunque, arriva a 8, Medio Alta, con tante possibilità di crescere ancora.

La soddisfazione per tipo di utenza, con un 100% sia per Privati che per Aziende, è molto più intensa per il settore domestico, il che significa certamente che siamo sulla buona strada, perché chi si fa il bagno, beve e cucina, ovvero chi utilizza il servizio 24/24h lo reputa molto più soddisfacente di chi ne fa uso qualche ora al giorno.

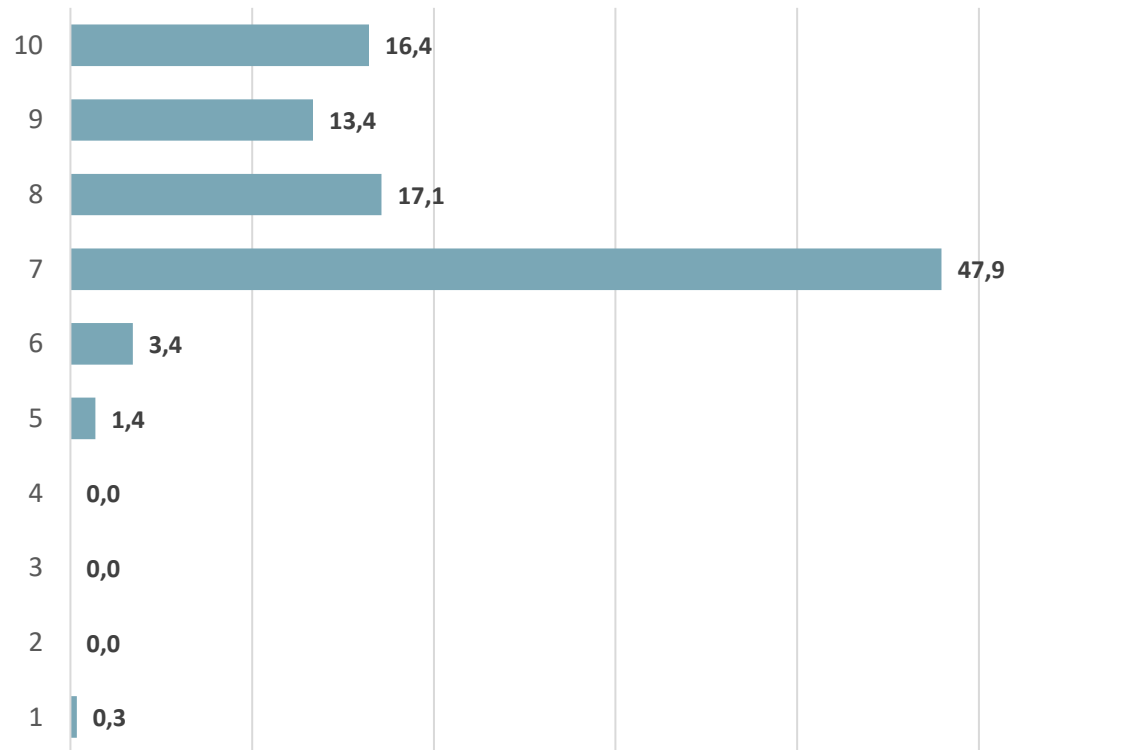
A livello geografico, i voti di Alta Soddisfazione a Sgonico praticamente raddoppiano quelli di Duino Aurisina, e sorpassano di poco quelli di Monrupino. In ogni caso, in tutti e tre i posti, la soddisfazione generale arriva intorno al 100%

Valutazione importanza e soddisfazione FATTURAZIONE

- ✓ Regolarità nella lettura dei contatori
- ✓ Correttezza degli importi in bolletta
- ✓ Chiarezza e facilità di lettura delle bollette
- ✓ Facilità di accesso ai canali di pagamento in zona
- ✓ Tempestività ed affidabilità della consegna delle fatture

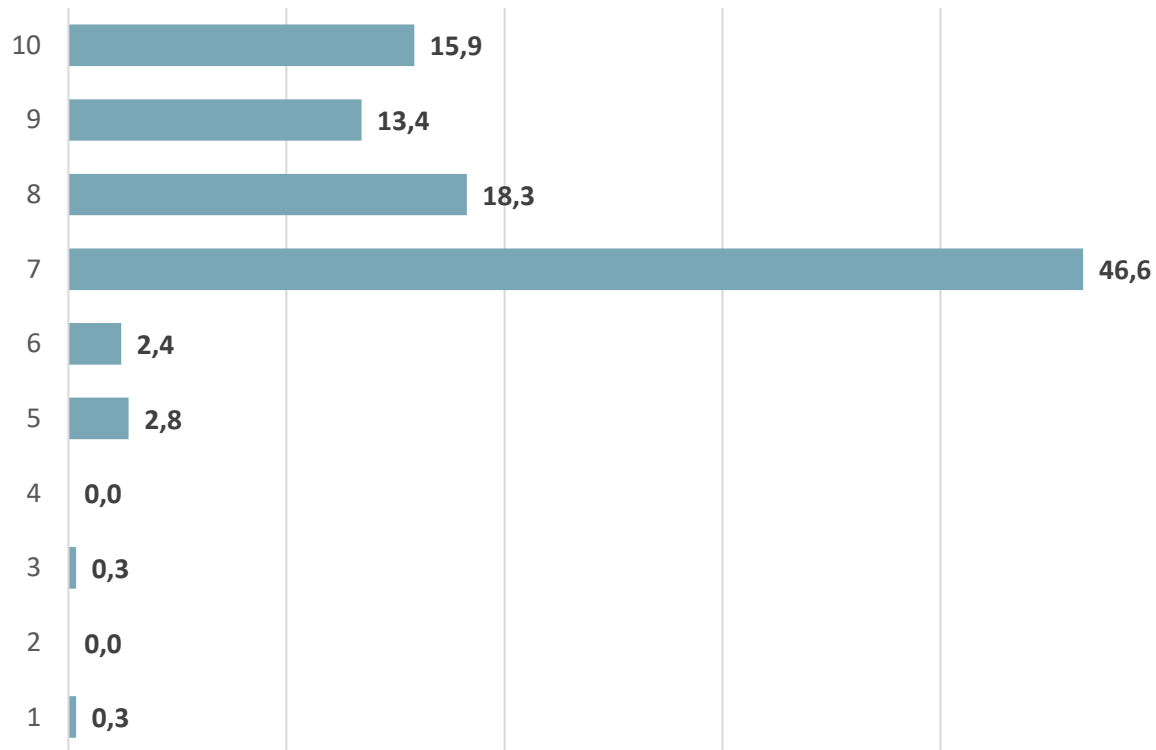
FATTURAZIONE

Regolarità nella lettura dei contatori



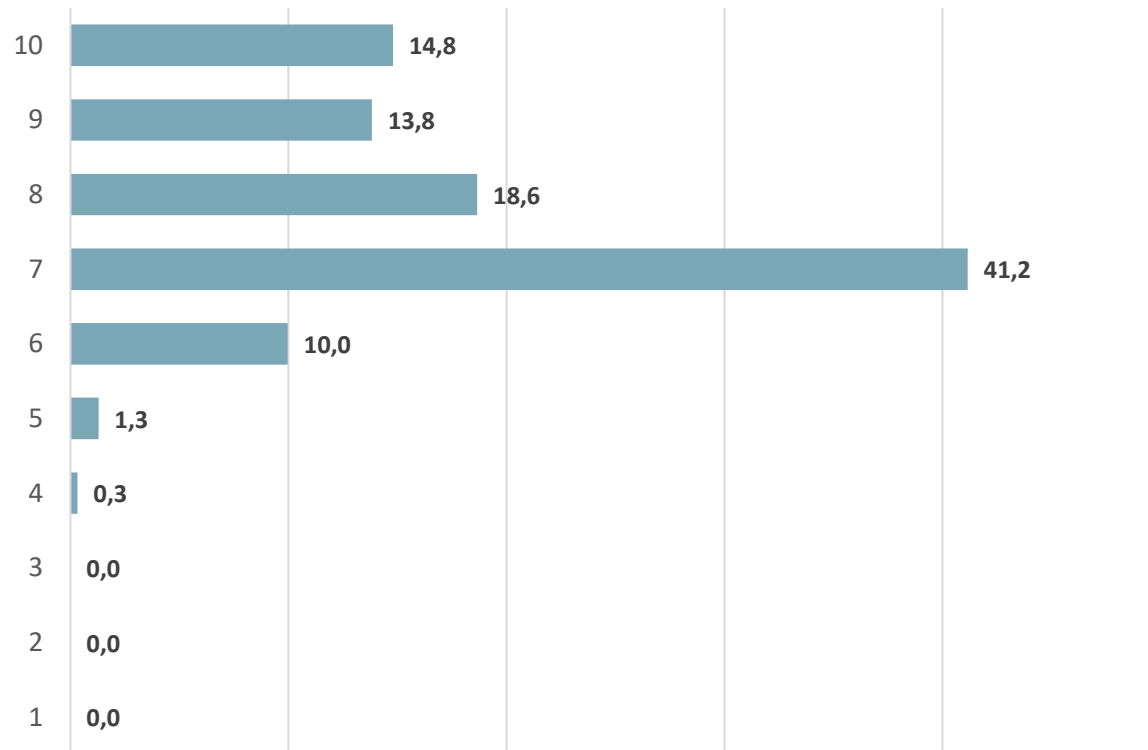
FATTURAZIONE

Correttezza degli importi in bolletta



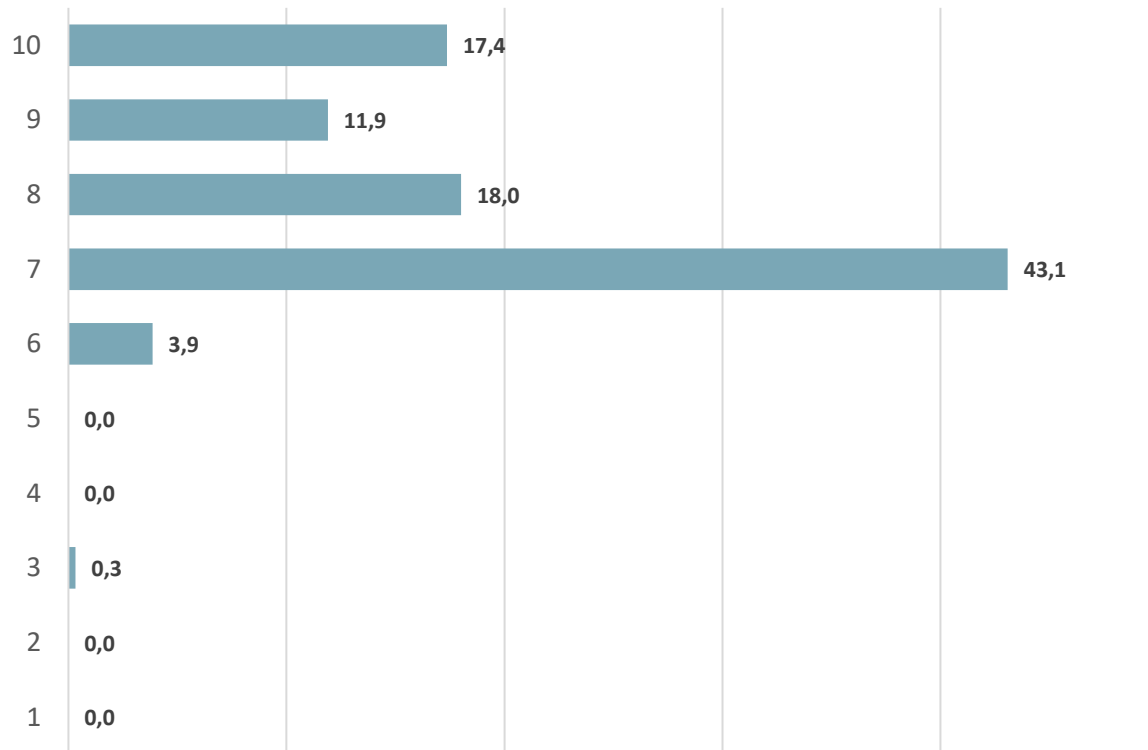
FATTURAZIONE

Chiarezza e facilità di lettura delle bollette



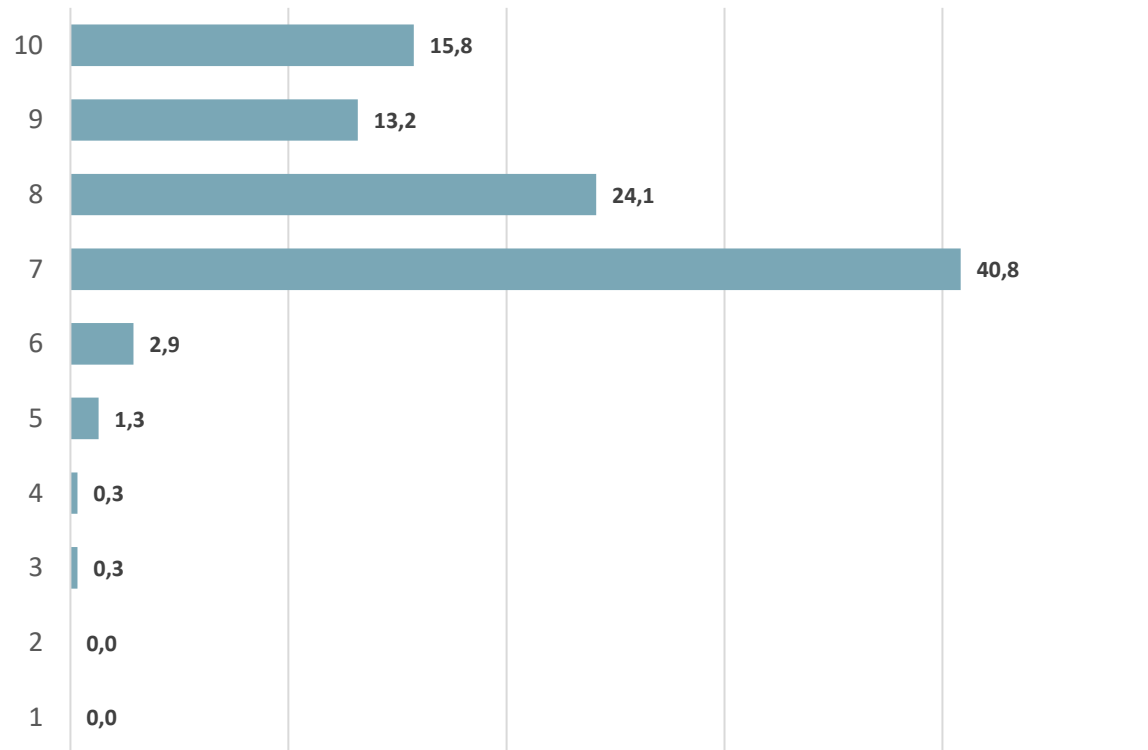
FATTURAZIONE

Facilità di accesso ai canali di pagamento in zona



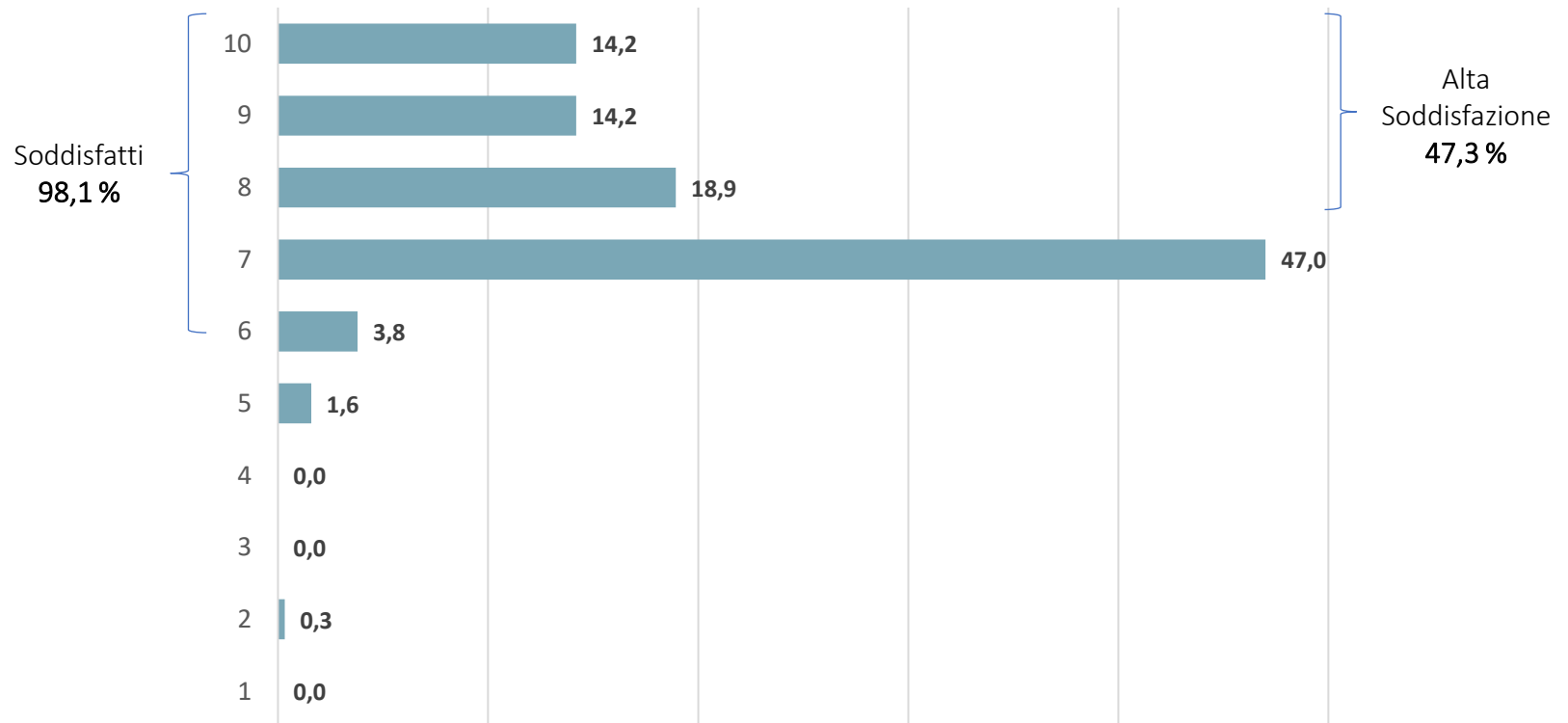
FATTURAZIONE

Tempestività ed affidabilità della consegna delle fatture



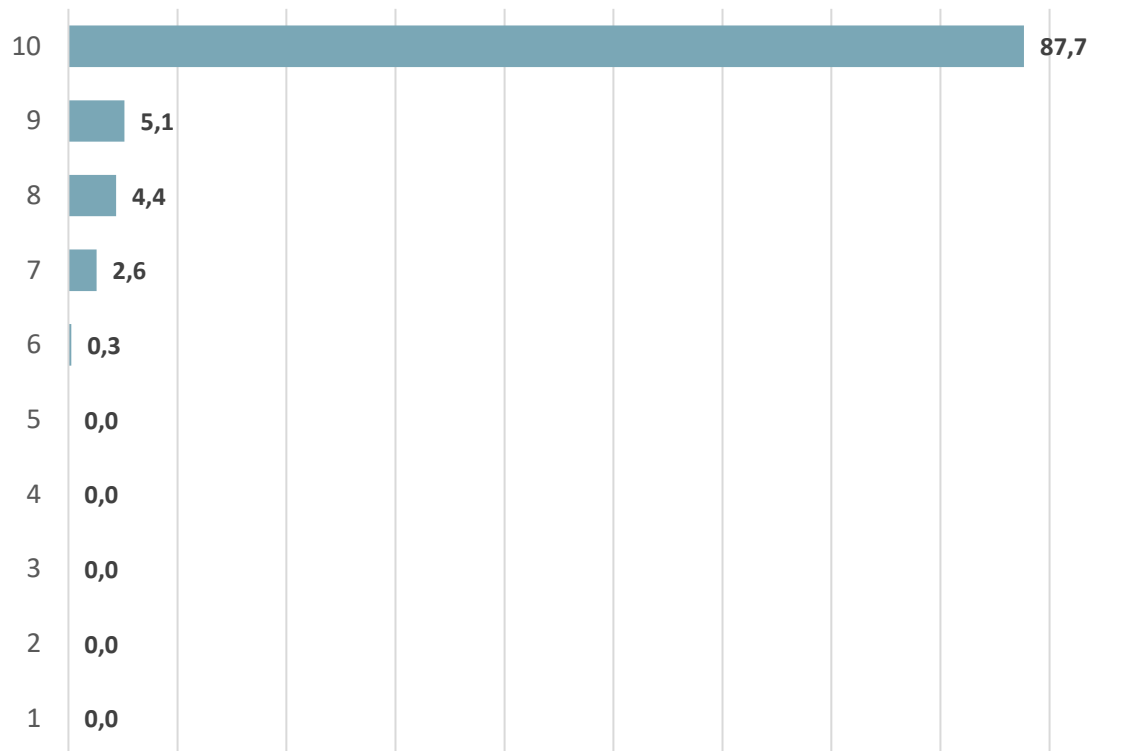
FATTURAZIONE

Soddisfazione globale dell'indicatore – Domanda *Overall*



FATTURAZIONE

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità

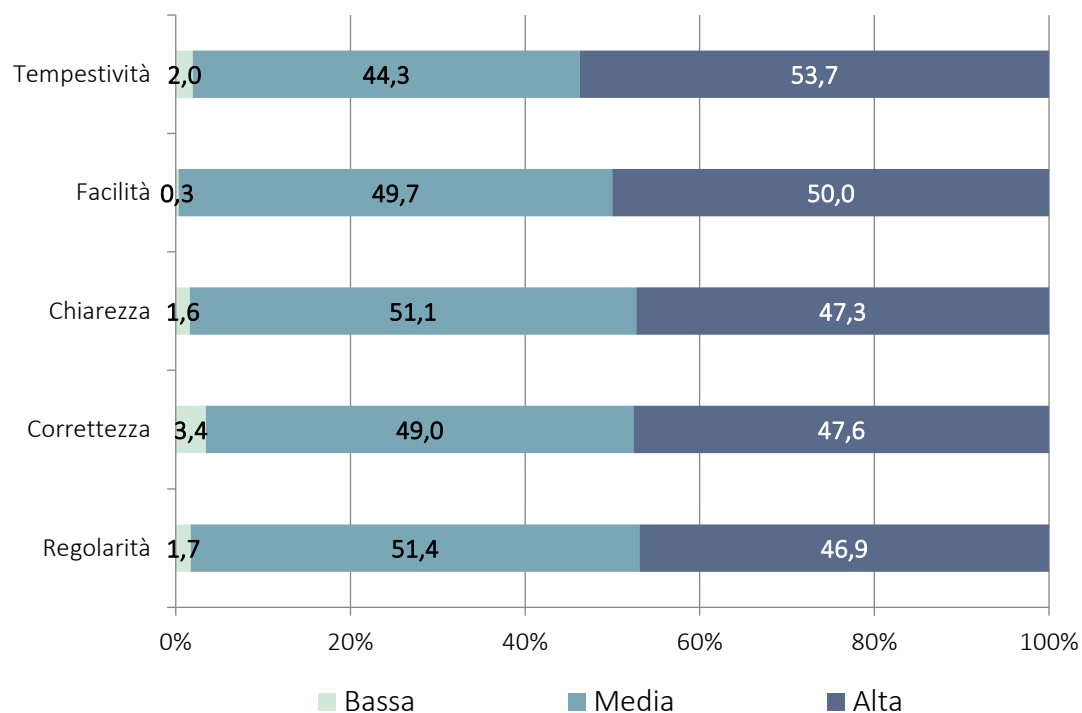


FATTURAZIONE

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

SODDISFATTO

% voto 6 a 10



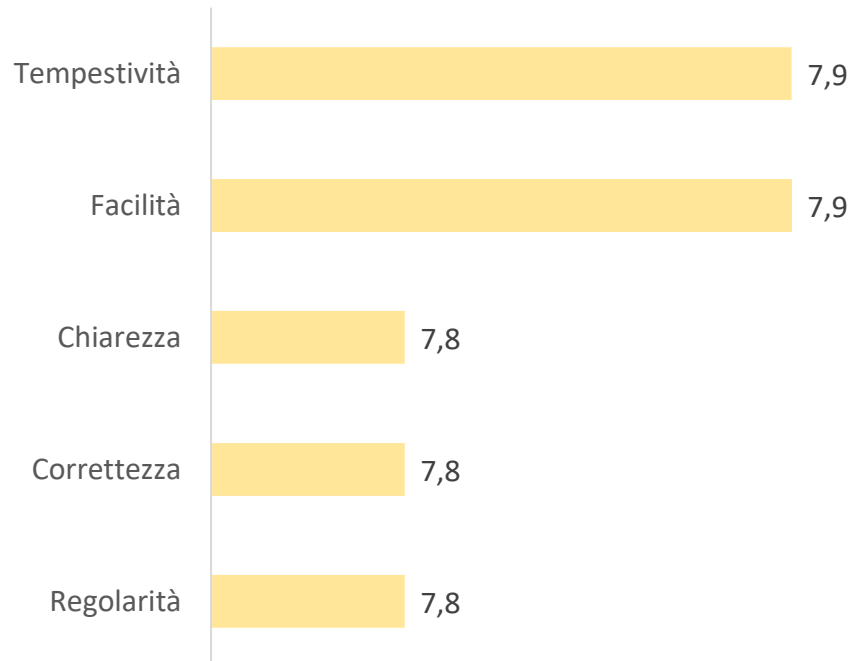
Indice % di soddisfazione TOTALE Fatturazione

98,2

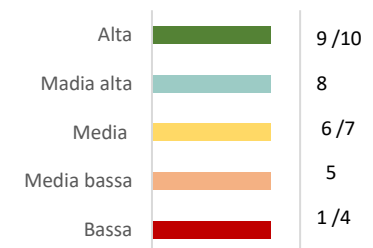


FATTURAZIONE

INTENSITA' del grado di SODDISFAZIONE

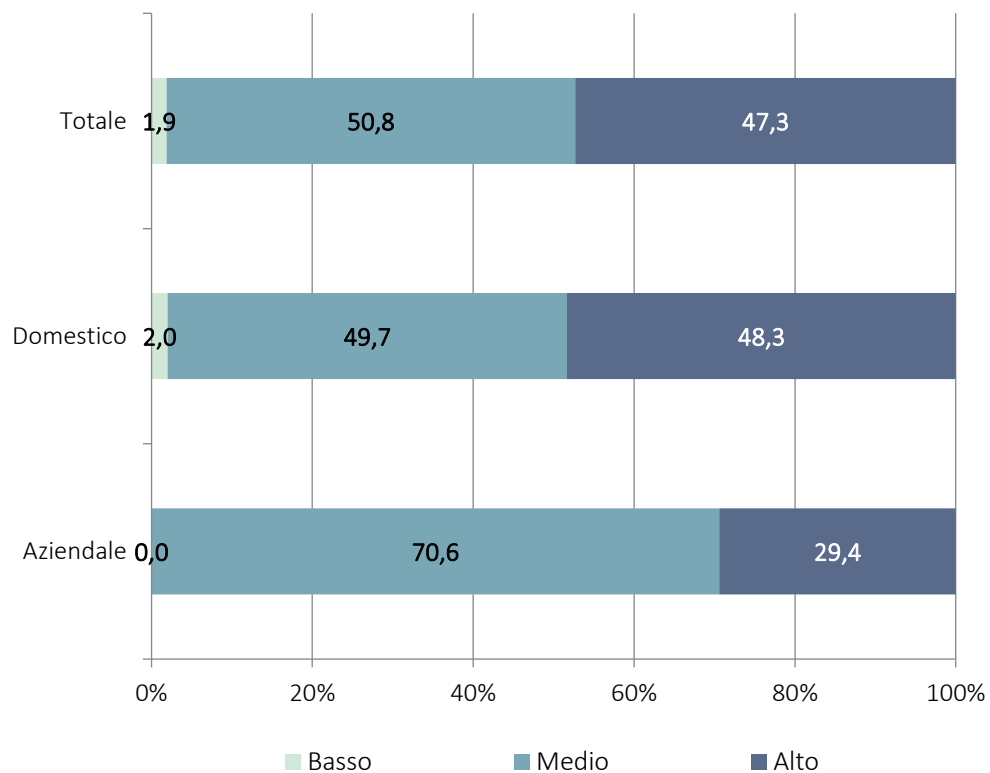


Intensità
(media dei punteggi)
Fatturazione



FATTURAZIONE

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per TIPO D'UTENZA



FATTURAZIONE

Considerazioni

Questo settore si dimostra, in numeri generali, soddisfacente per il cliente, che lo valuta nel suo insieme (*overall*) sopra il 98%: partiamo da un valore abbastanza alto. L'intensità, invece, si divide a metà tra Soddisfatti, e Molto Soddisfatti.

Nell'approfondire, domandando questioni ben più specifiche (sub-fattori), si ratifica la risposta overall e viene addirittura superata con un 98,2% di soddisfazione complessiva.

Tutti i sub fattori superano il 98% di risposte positive, anche se l'intensità non è particolarmente alta, con un circa 50/50 di percentuale tra Soddisfazione Alta e Media. La «Tempestività» e la «Facilità di lettura» risultano i due aspetti che ricevono più alta soddisfazione. Intanto «Chiarezza», «Correttezza» e «Regolarità» si trovano praticamente in parità.

Non si vedono criticità, ma la maggior insoddisfazione, seppur di soltanto 3,4%, si nota sulla voce «Correttezza», fatto che segnala un argomento di possibile problematicità futura se non affrontato con dei chiarimenti: sarebbe desiderabile che questa negatività si sposti verso livelli più congrui di soddisfazione al resto dei sub fattori.

Intanto l'argomento che osserviamo come di maggior soddisfazione totale, ovvero quello della «Facilità di lettura», segna un'insoddisfazione soltanto del 0,3%, con una Alta Soddisfazione del 50%. Questo significa, come per tutto il caso della Fatturazione, che c'è ampio spazio di crescita per l'intensità. Un'approvazione che ha tutte le possibilità per diventare un punto di forza. Infatti, l'Intensità Complessiva, fermatasi a 7,9 –Media- è molto vicina a salire al livello verde, Medio Alto, con piccoli interventi.

Allora considerando questa situazione, si vede un paradosso: l'utente considera corretto quanto viene fatturato, ma questa fiducia messa nell'«onestà» dell'azienda, dovrebbe essere un po' stimolata attraverso una mirata comunicazione per innalzare quel voto positivo ma non ottimo.

FATTURAZIONE

Segnalazioni fatte all'ascolto

Presso **DUINO AURISINO**

- Solleciti di pagamento troppo assillanti visto che la causa era legata al ritardo nella consegna delle bollette
- Quota fissa troppo alta da 25 euro si è passati a 180 euro, ne consegue che bagnare l'orto diventa troppo caro.
- Il bollettino è scritto troppo in piccolo, il funzionario della posta non capisce cosa ci sia scritto, era il bollettino precedente.

Presso **SGONICO**

- Il servizio per ricevere le fatture era gratuito da qualche mese pago 2 euro ogni volta che le richiedo (c'entra la banca?)
- Fatturazione: trova inappropriato addebitare la voce «trasporto»

Presso **MONRUPINO**

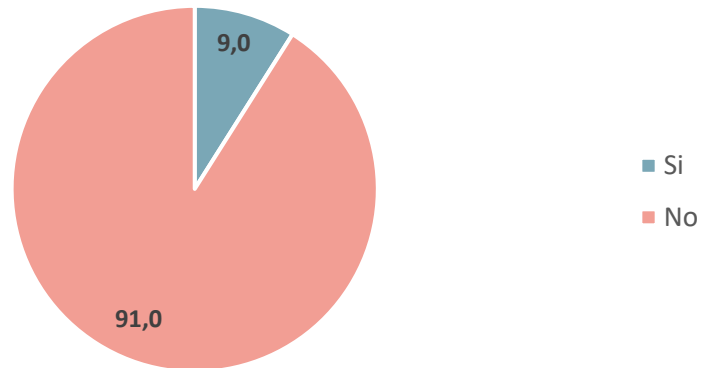
- Se uno preferisce pagare con l'home banking, non si trova l'IBAN nella bolletta, bisognerebbe aggiungere questo dato

Valutazione importanza e soddisfazione NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

- ✓ 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 dopo la segnalazione

NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

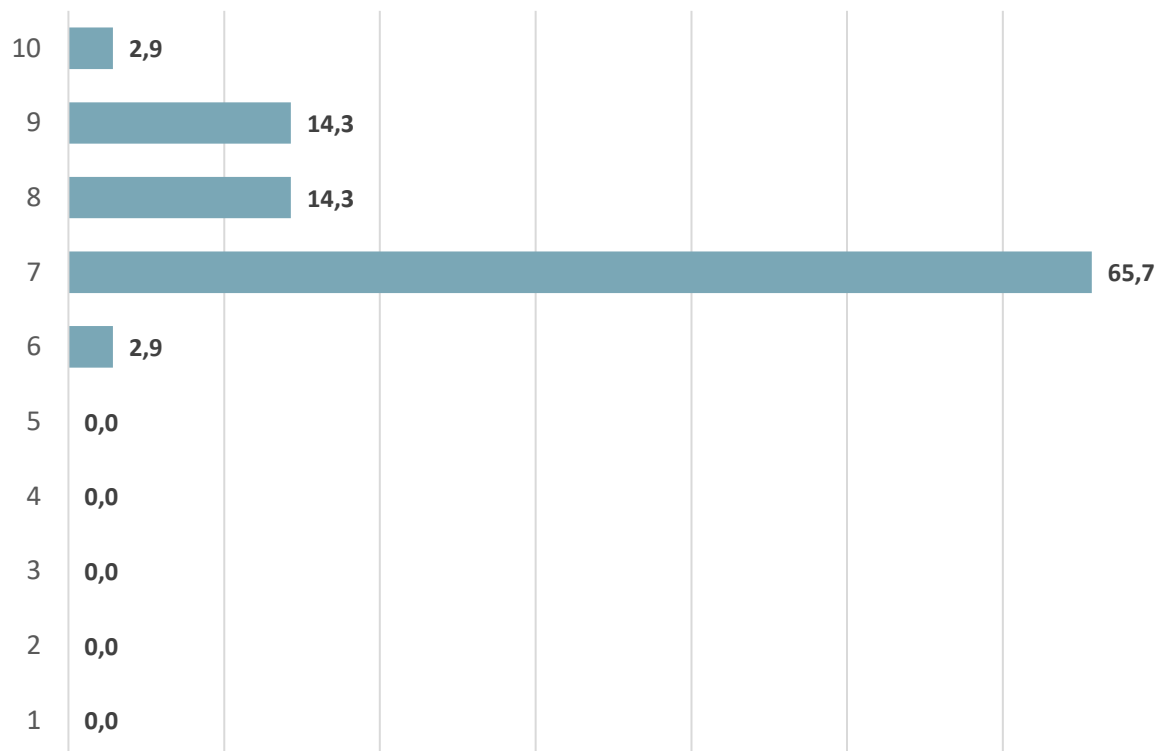
Ha mai utilizzato il servizio?



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Facilità di trovare la linea libera

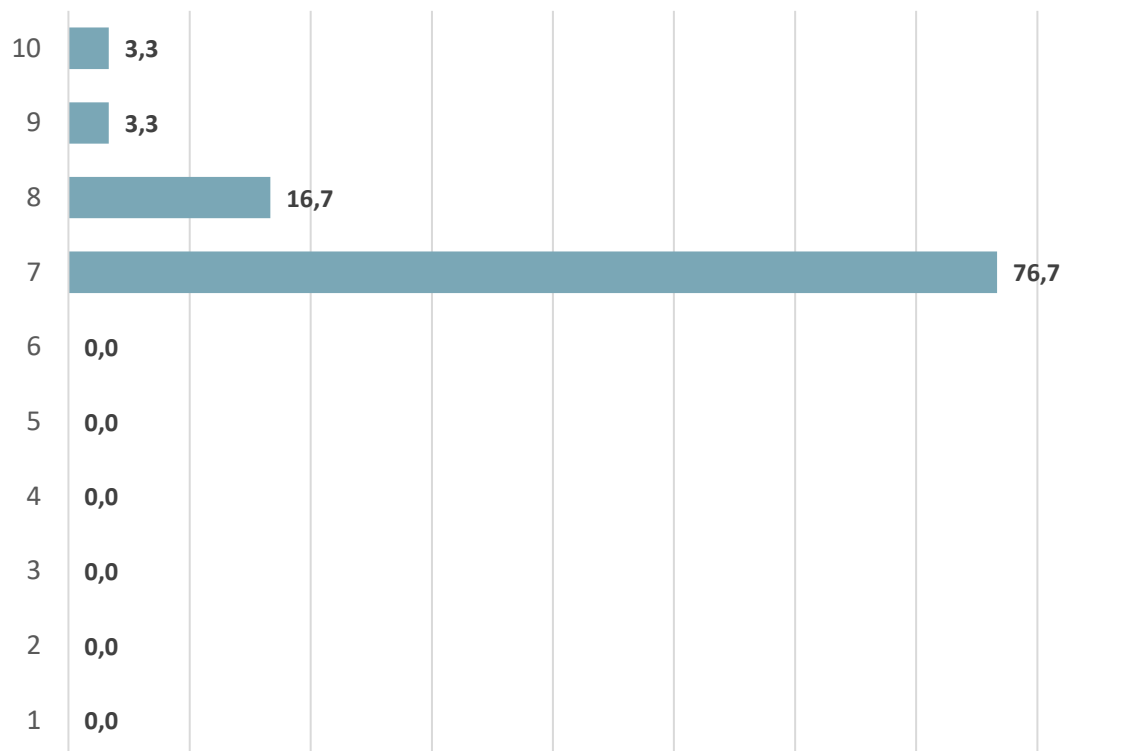
Sul **9,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Chiarezza delle info fornite dal risponditore automatico

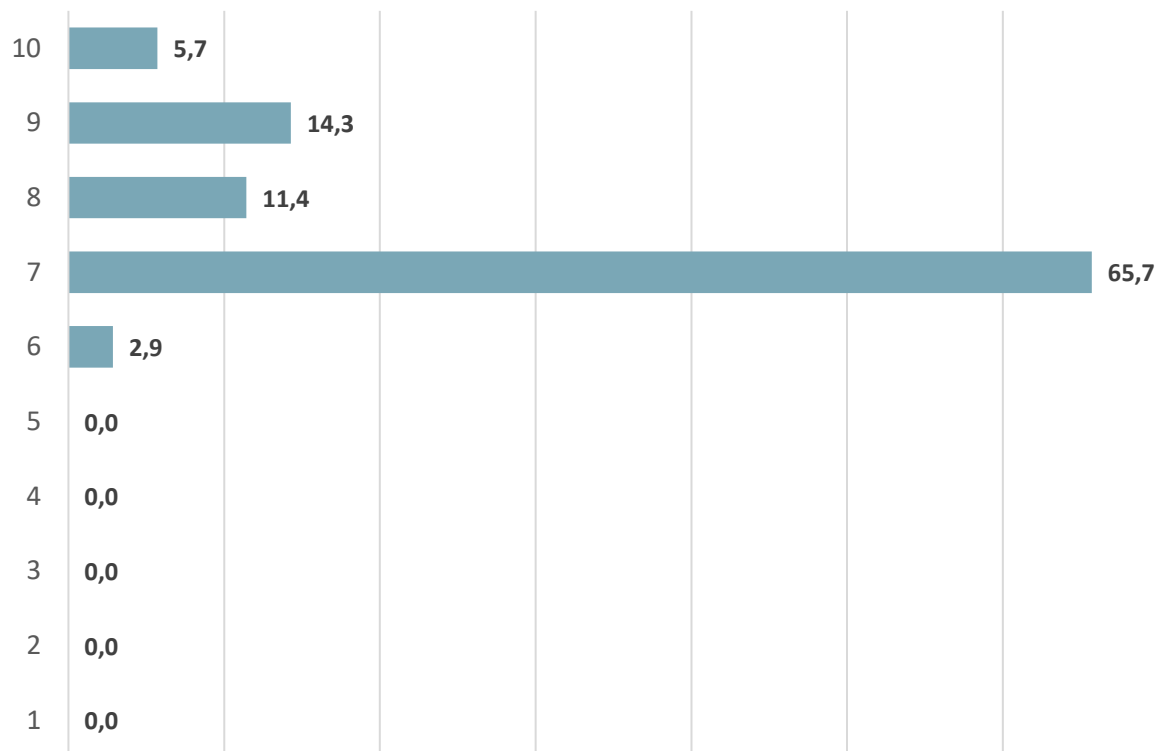
Sul 9,0% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Tempo di attesa per parlare con l'operatore

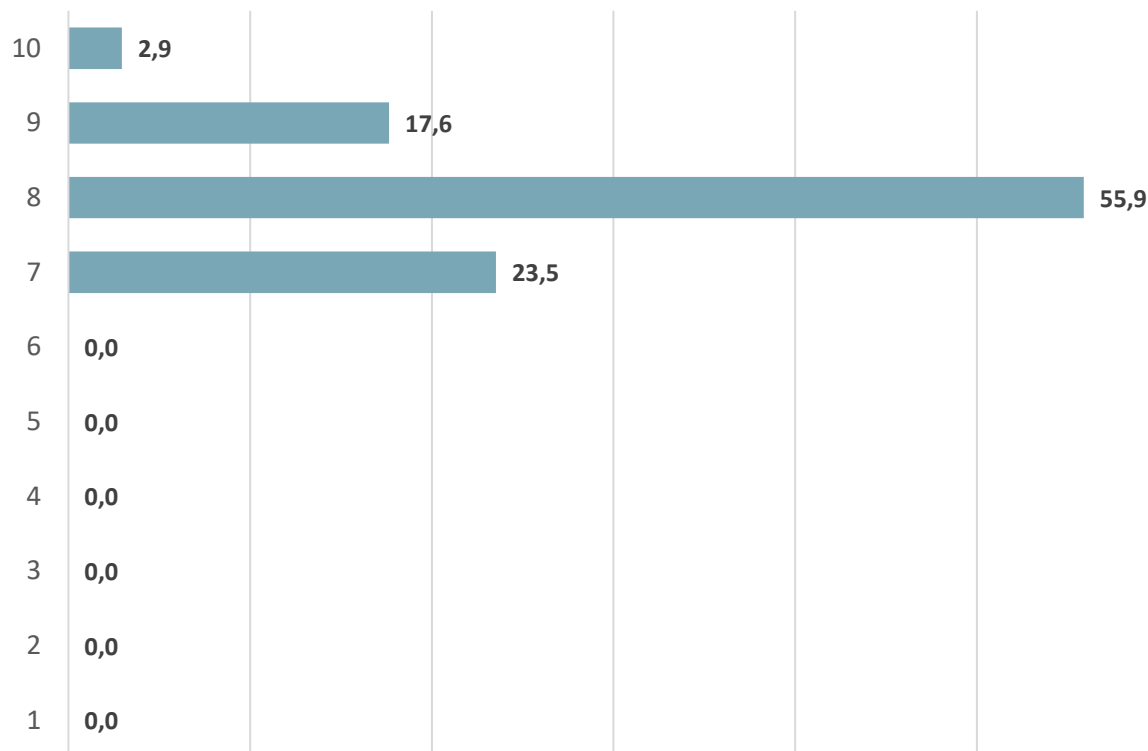
Sul 9,0% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Cortesía dell'operatore

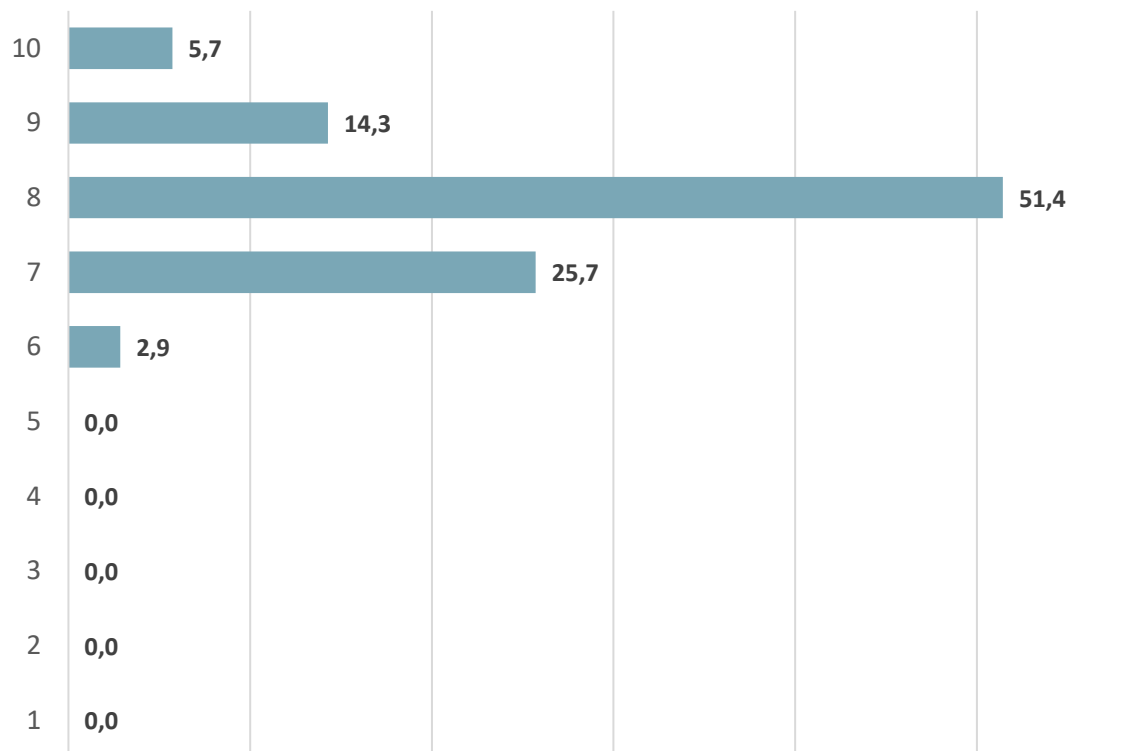
Sul 9,0% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Competenza dell'operatore

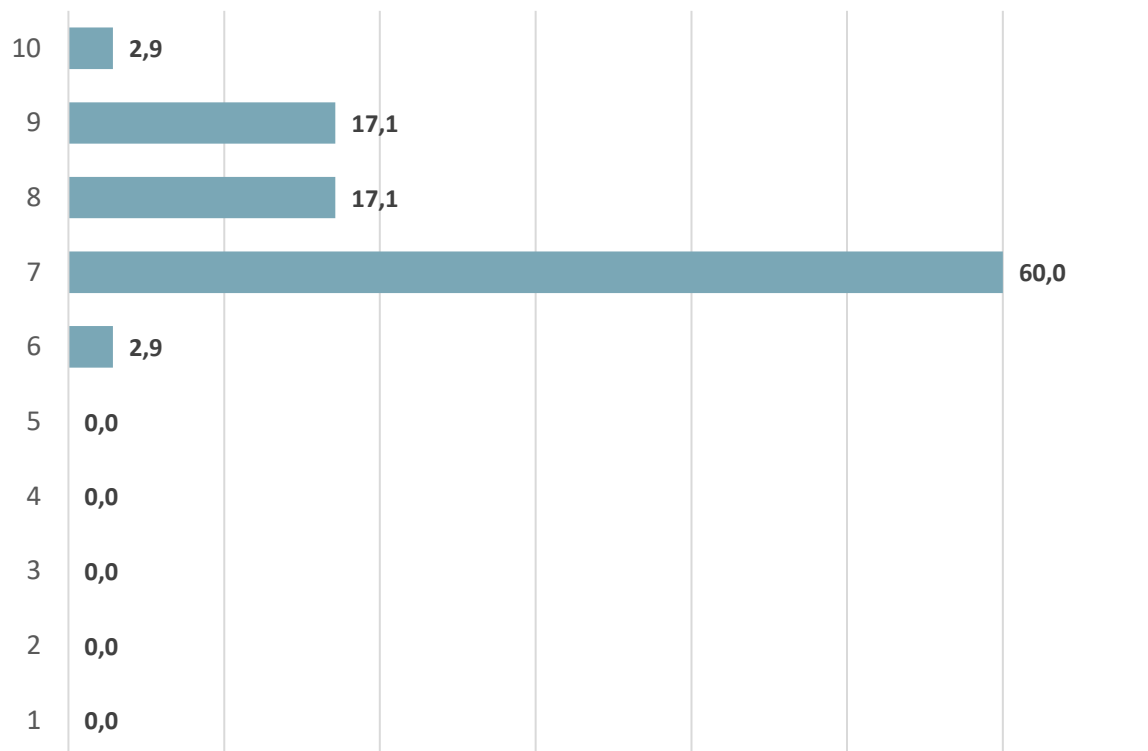
Sul 9,0% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

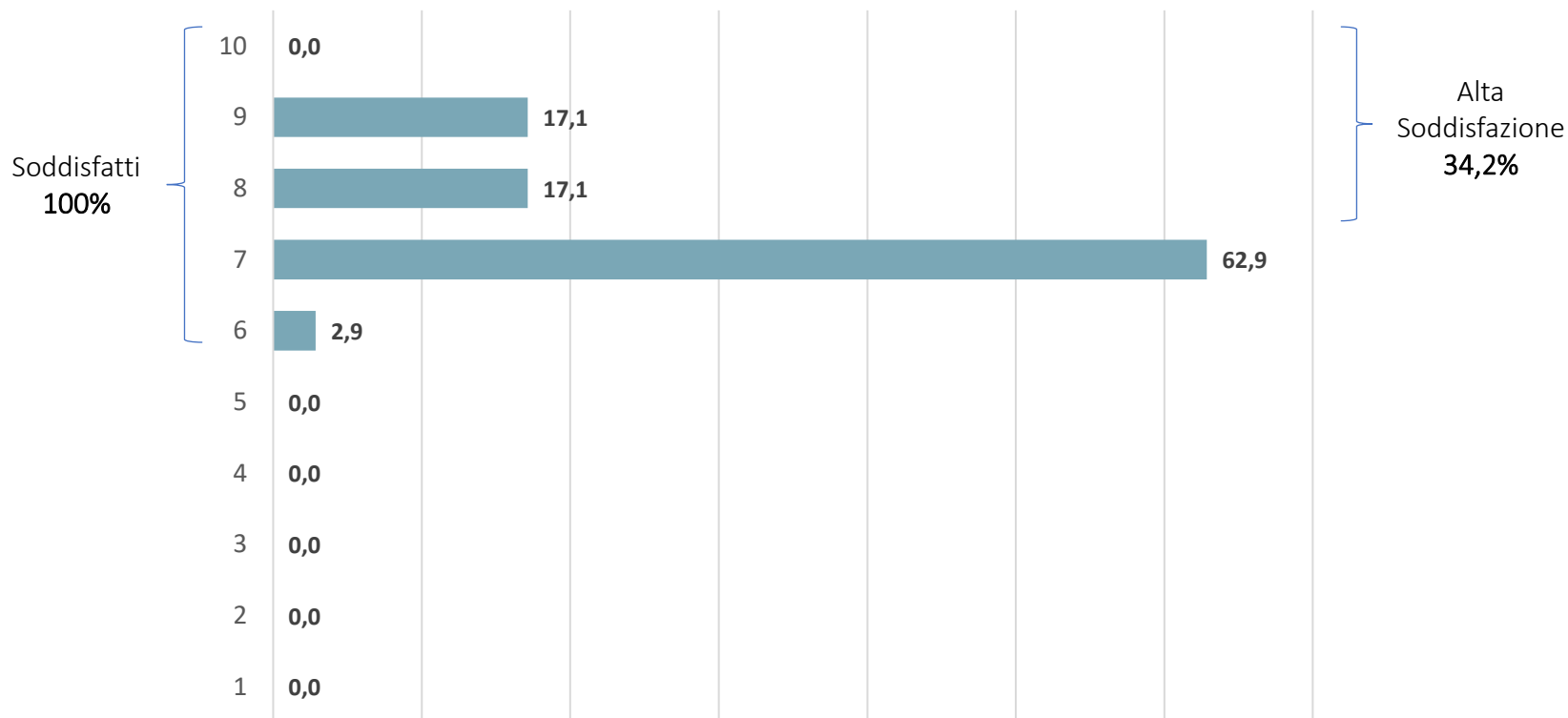
Tempestività della risposta dopo la segnalazione

Sul 9,0% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



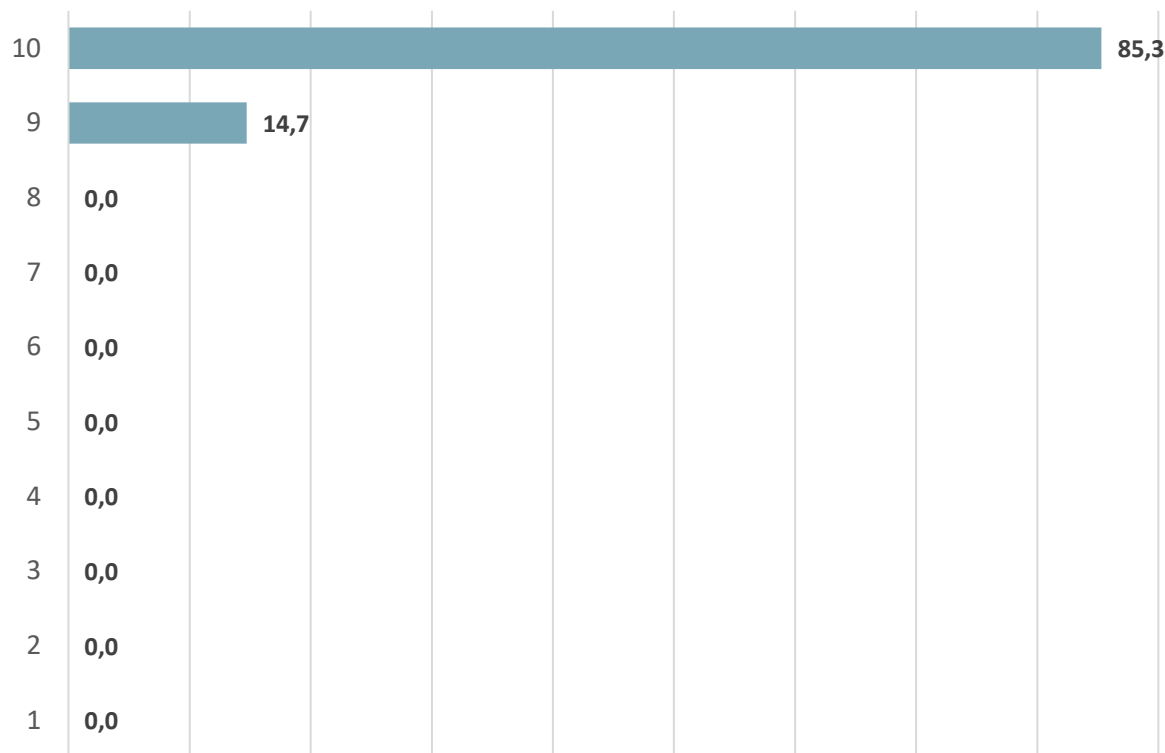
NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Soddisfazione globale dell'indicatore – Domanda *Overall*



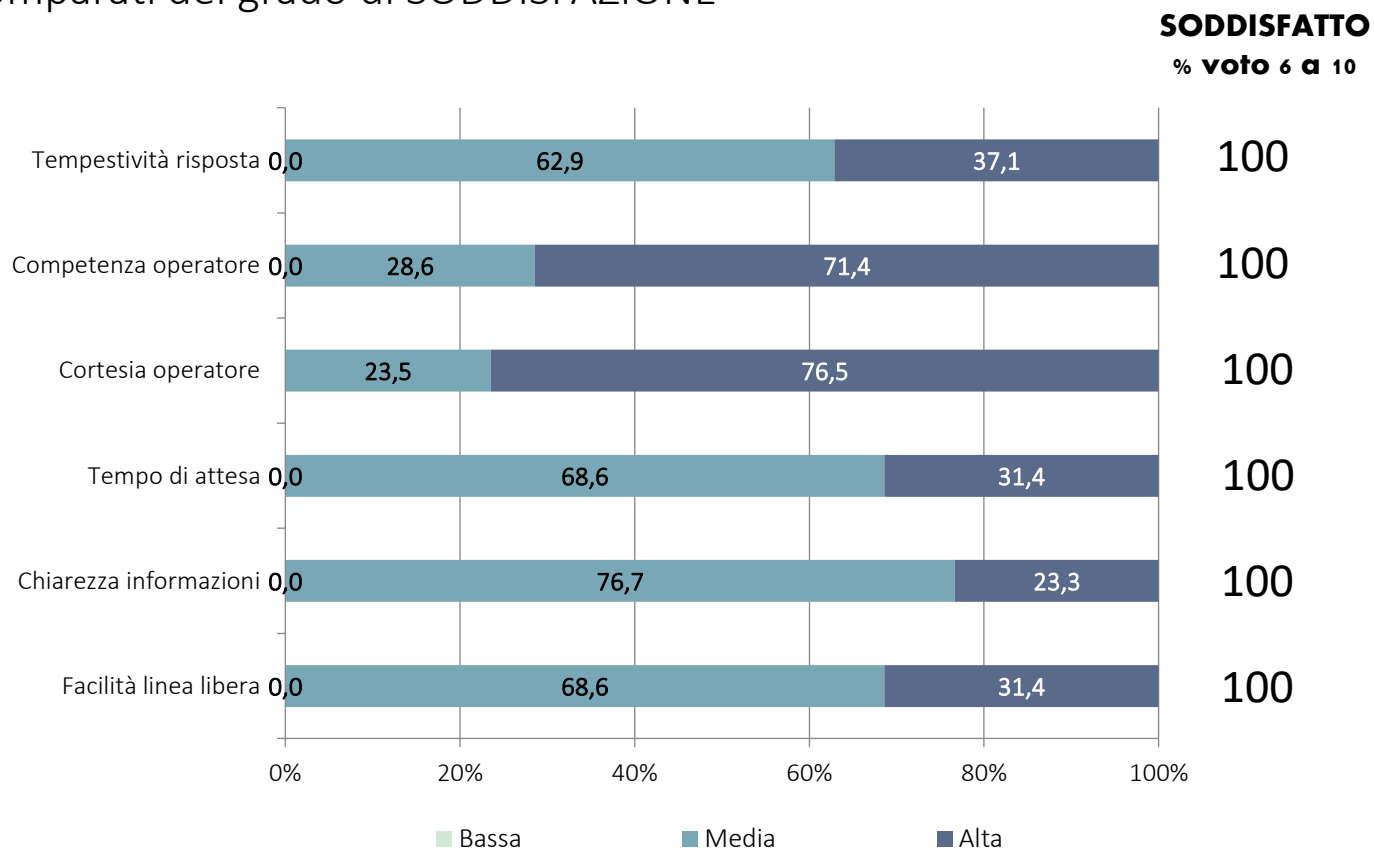
NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

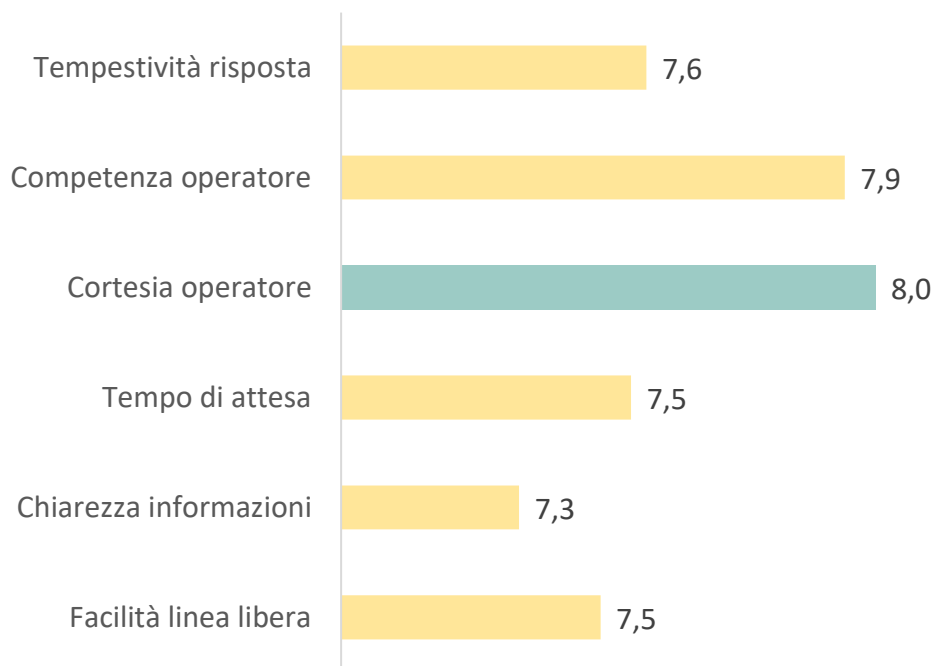


Media % di soddisfazione TOTALE Numero Verde Guasti

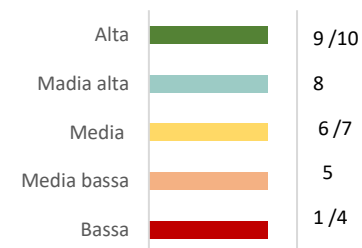
100



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI INTENSITA' del grado di SODDISFAZIONE

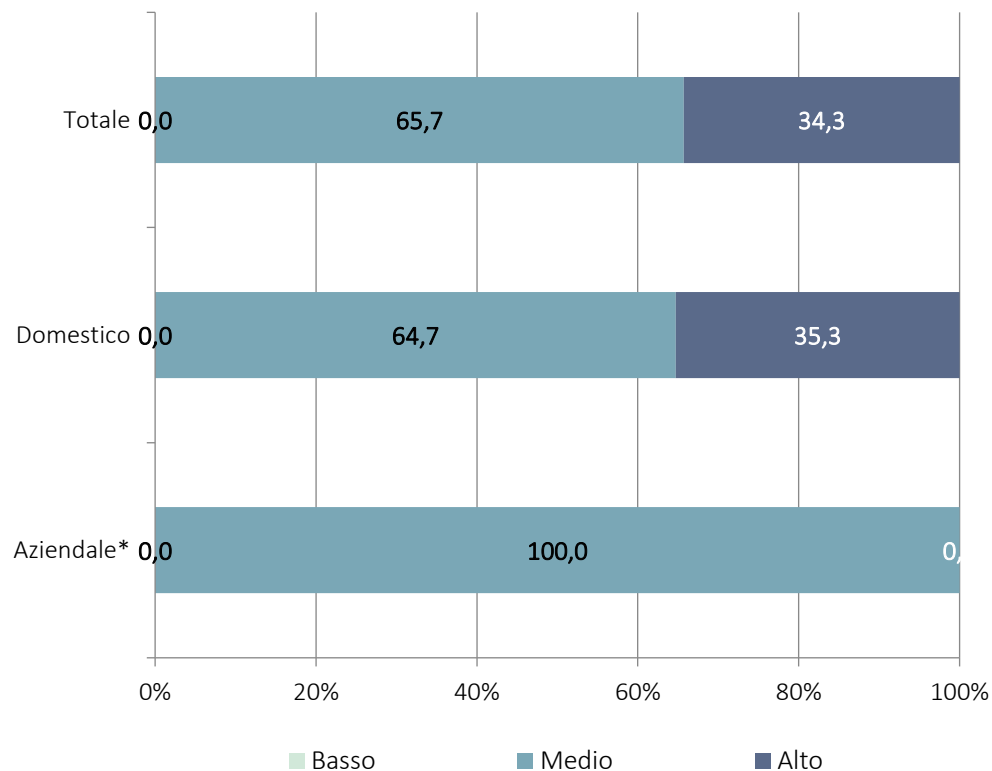


Intensità
(media dei punteggi)
Numero Verde
Segnalazione Guasti



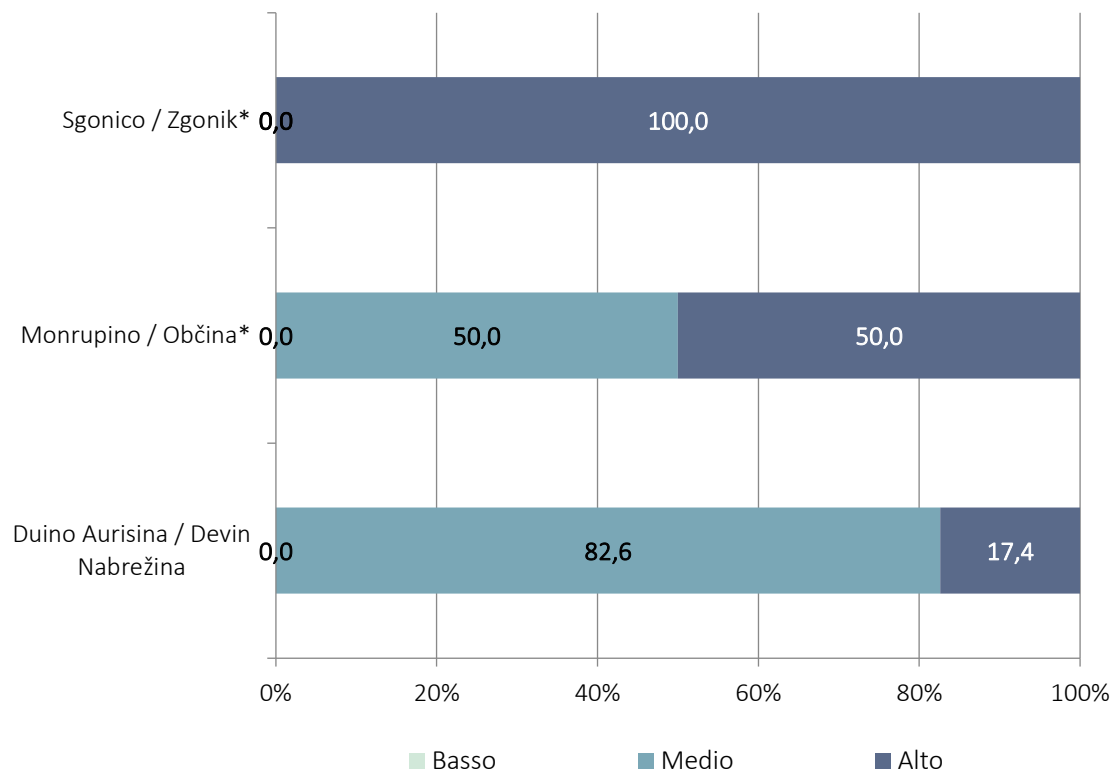
NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per TIPO D'UTENZA



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per CITTA' DI RESIDENZA



NUMERO VERDE SERVIZIO SEGNALAZIONE GUASTI

Considerazioni

La bassa quantità dei rispondenti non ci consente di avere grandi certezze statistiche; possiamo però avere numeri e valori indicativi della situazione, con una ragionevole certezza. Può anche utilizzarsi tendenzialmente per un futuro trend, che in caso di crescita nelle future risposte, possono permetterci di fare una comparazione più accurata.

Probabilmente la bassa quantità di utenti che si sono rivolti al Numero Verde può doversi al fatto positivo di non esserci effettivamente stato bisogno di rivolgersi al numero verde di Segnalazione Guasti (9% di risposte sull'insieme delle interviste); questo sarebbe già un fatto incoraggiante per la qualità tecnica del servizio. Il margine di certezza/errore cresce (+/- 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 tra 9- 10).

Nella precisione del servizio, vediamo che la «Chiarezza delle informazioni» risulta il settore più probabilmente problematico o meno soddisfacente, con un largo 76,7% di soddisfazione bassa e media, e solo un 23,3% di Alta Soddisfazione. Insieme a «Tempo di attesa», «Facilità di trovare linea libera» e «Tempestività della risposta» sono gli aspetti meno soddisfacenti, risultando i sub-fattori con valori molto simili, predominantemente di soddisfazione media, ed anche se non c'è una particolare criticità, potrebbero essere apportate delle modifiche in modo tale da migliorare la soddisfazione sia per l'utenza piccola che ne ha avuto il bisogno di utilizzo, sia per la potenziale crescita nella domanda per qualche problematica futura. La tecnologia odierna consente una facile correzione di questi argomenti.

Questo ci segna una problematicità tecnica, che viene superata dal fattore umano, che, come vediamo in seguito, è il più valutato dei sub-fattori. Interessante risulta vedere che la soddisfazione si mette in linea con la realtà di altre aziende di servizio idrico integrato e nel caso della «Cortesia» e della «Competenza» degli operatori dimostrano essere gli aspetti più votati del comparto. Dunque, l'aspetto umano del rapporto, diventa sensibilmente apprezzato dall'utente, che sembra preferire una voce ed un rapporto con un altro essere umano, invece del risponditore automatico. Inoltre, si reputa la capacità degli operatori come un argomento importante nelle risposte.

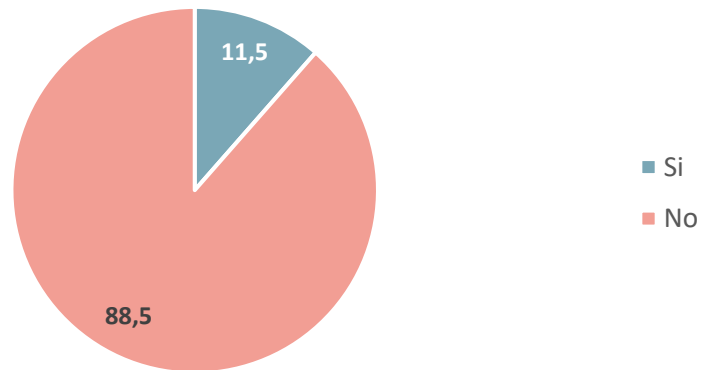
La soddisfazione è lievemente più intensa per gli utenti domestici che per gli esercizi commerciali e l'Alta Soddisfazione, che arriva al 100% in Sgonico, scende al 50% in Monrupino ed al 17,4% a Duino Aurisina. Probabilmente influenzato dalla quantità meno attendibile di risposte che non ci donano sicurezza su questi valori, che per logica dovrebbero essere più simili.

Valutazione importanza e soddisfazione NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

- ✓ 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
- ✓ Orari di attenzione del Servizio Informazioni

NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

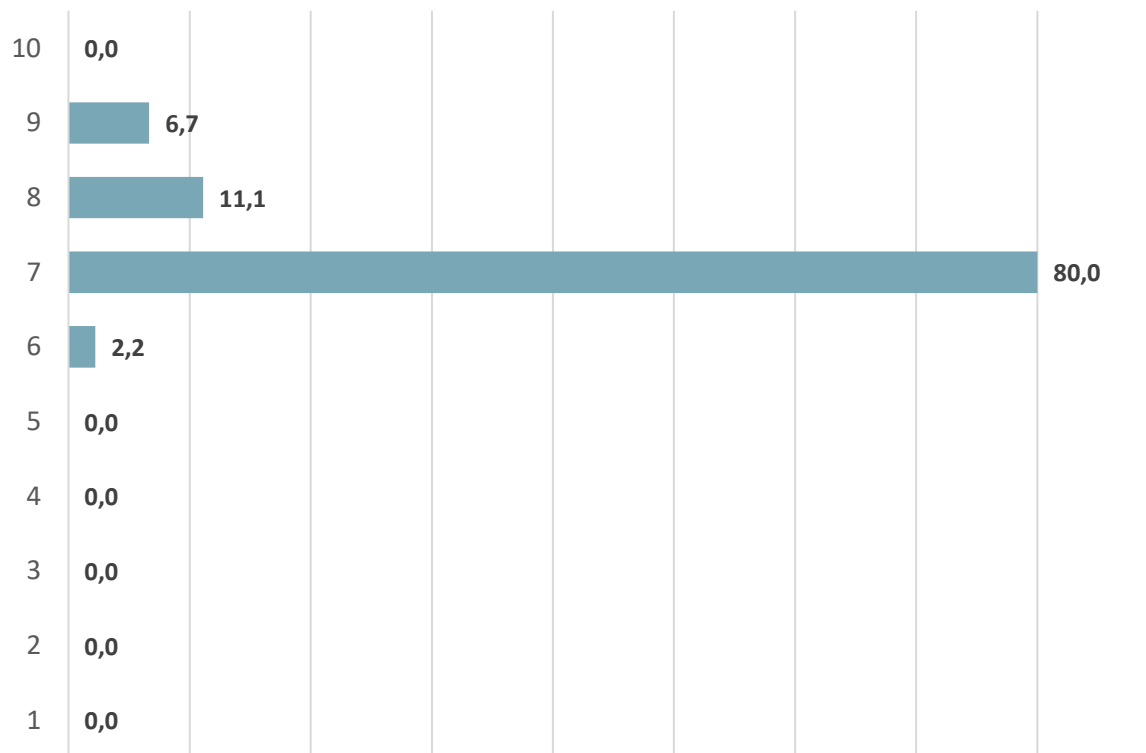
Ha mai utilizzato il servizio?



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico

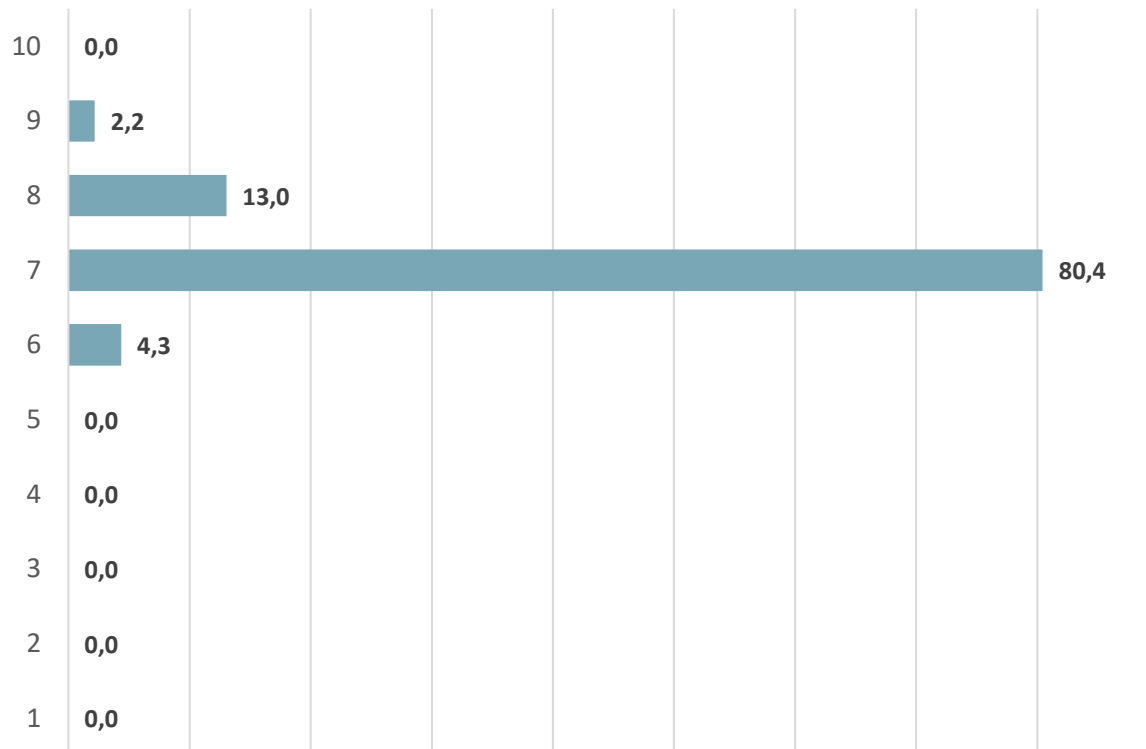
Sul **11,5%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Tempo di attesa per parlare con l'operatore

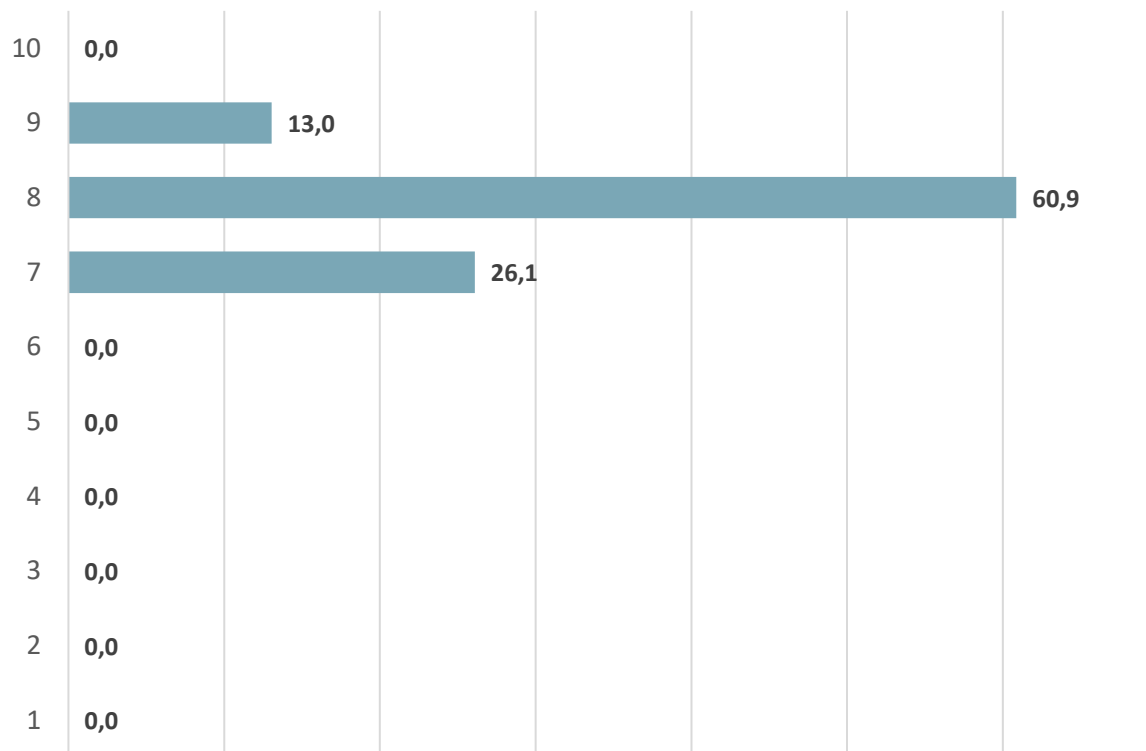
Sul **11,5%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Cortesía dell'operatore

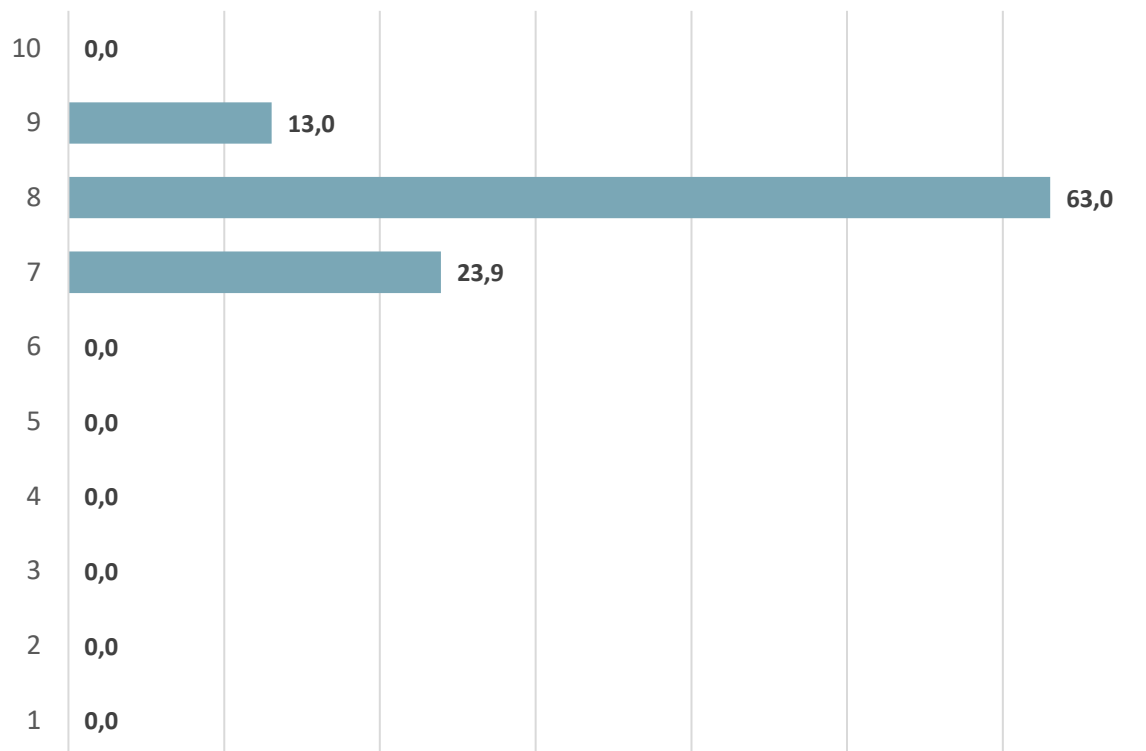
Sul **11,5%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Competenza dell'operatore

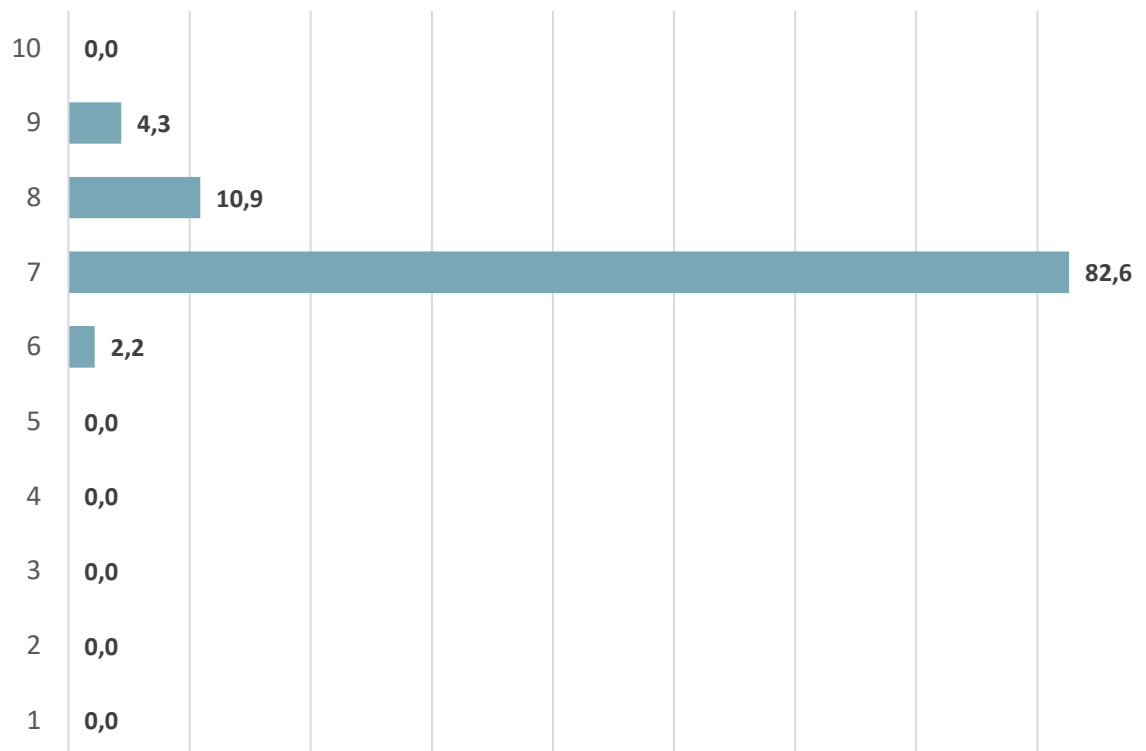
Sul **11,5%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Facilità di trovare la linea libera

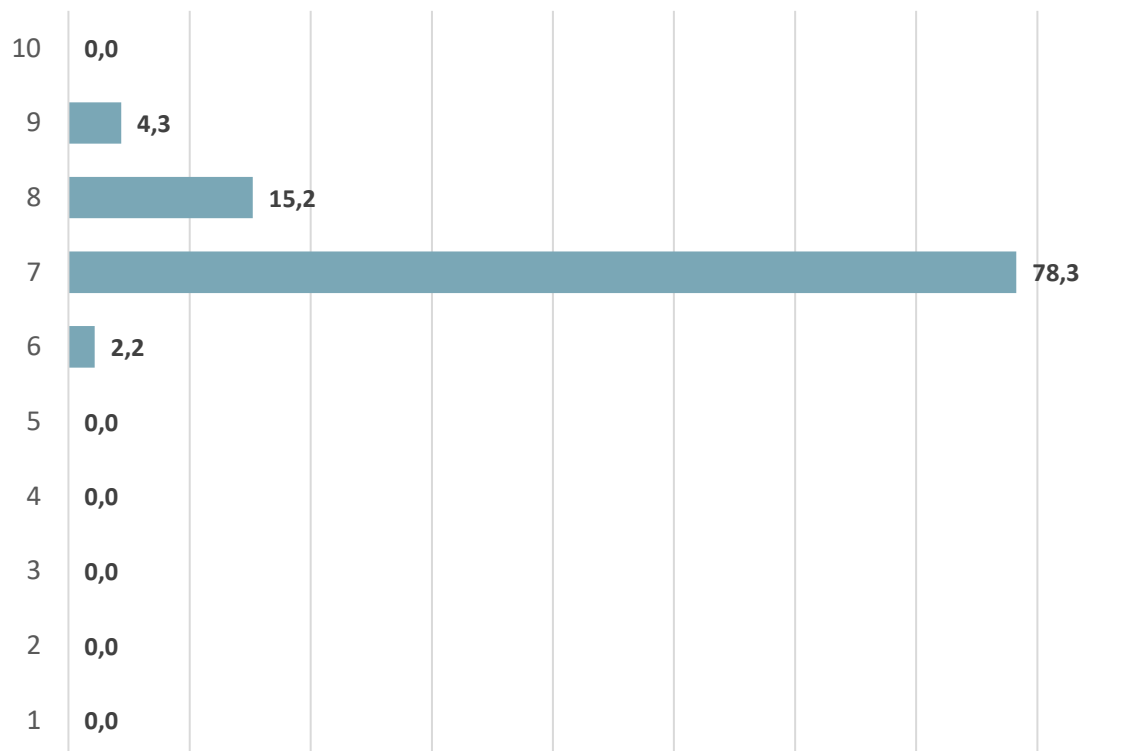
Sul **11,5%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

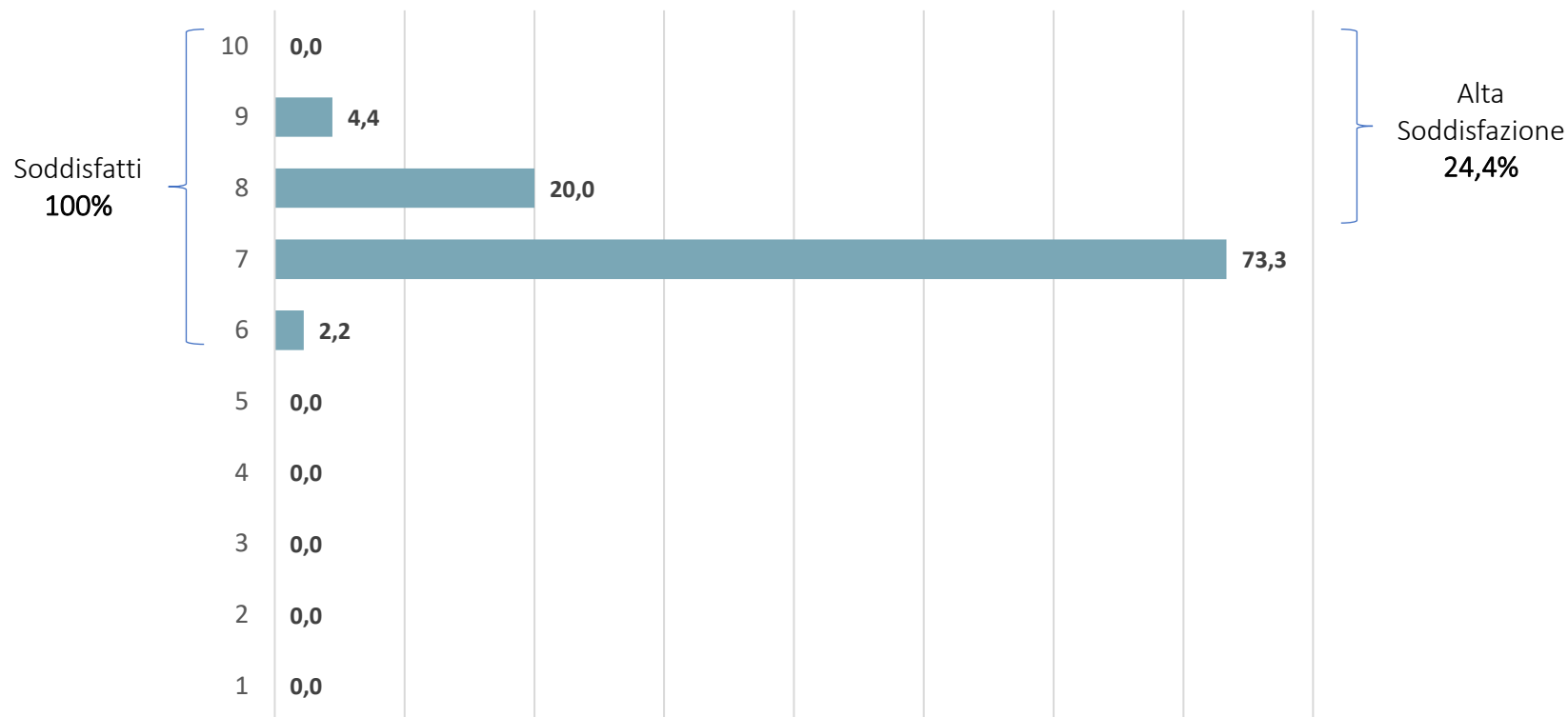
Orari di attenzione del servizio

Sul **11,5%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



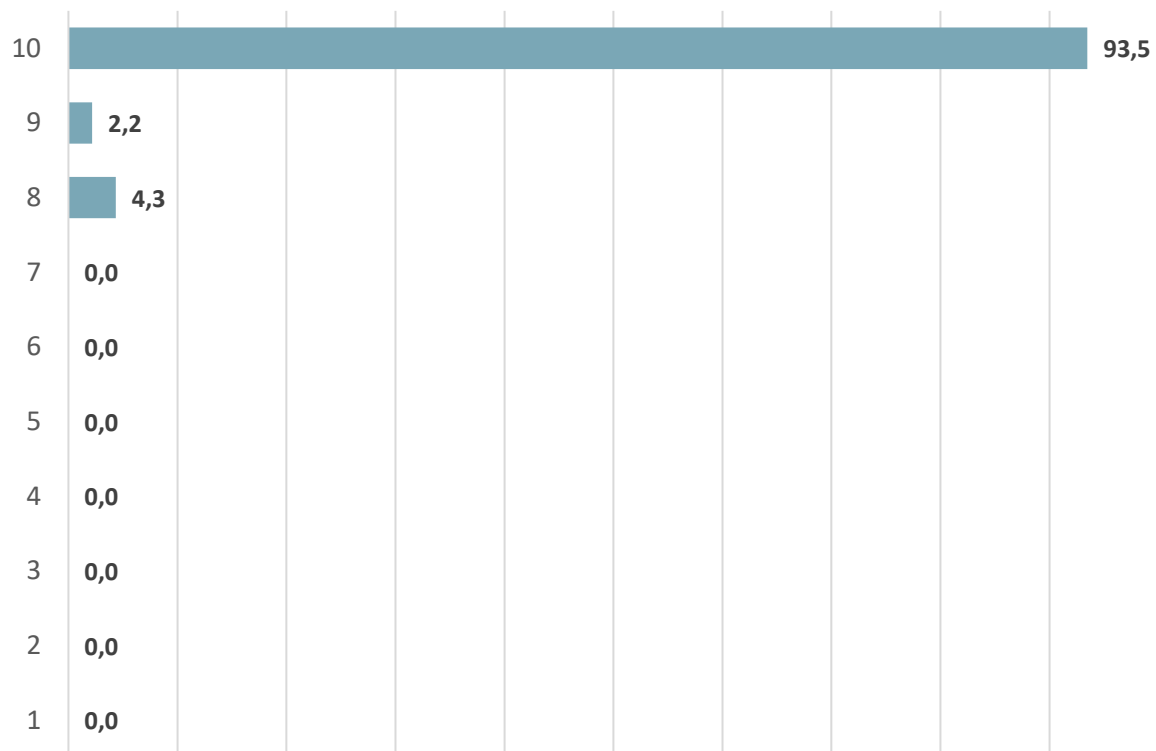
NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Soddisfazione globale dell'indicatore – Domanda *Overall*



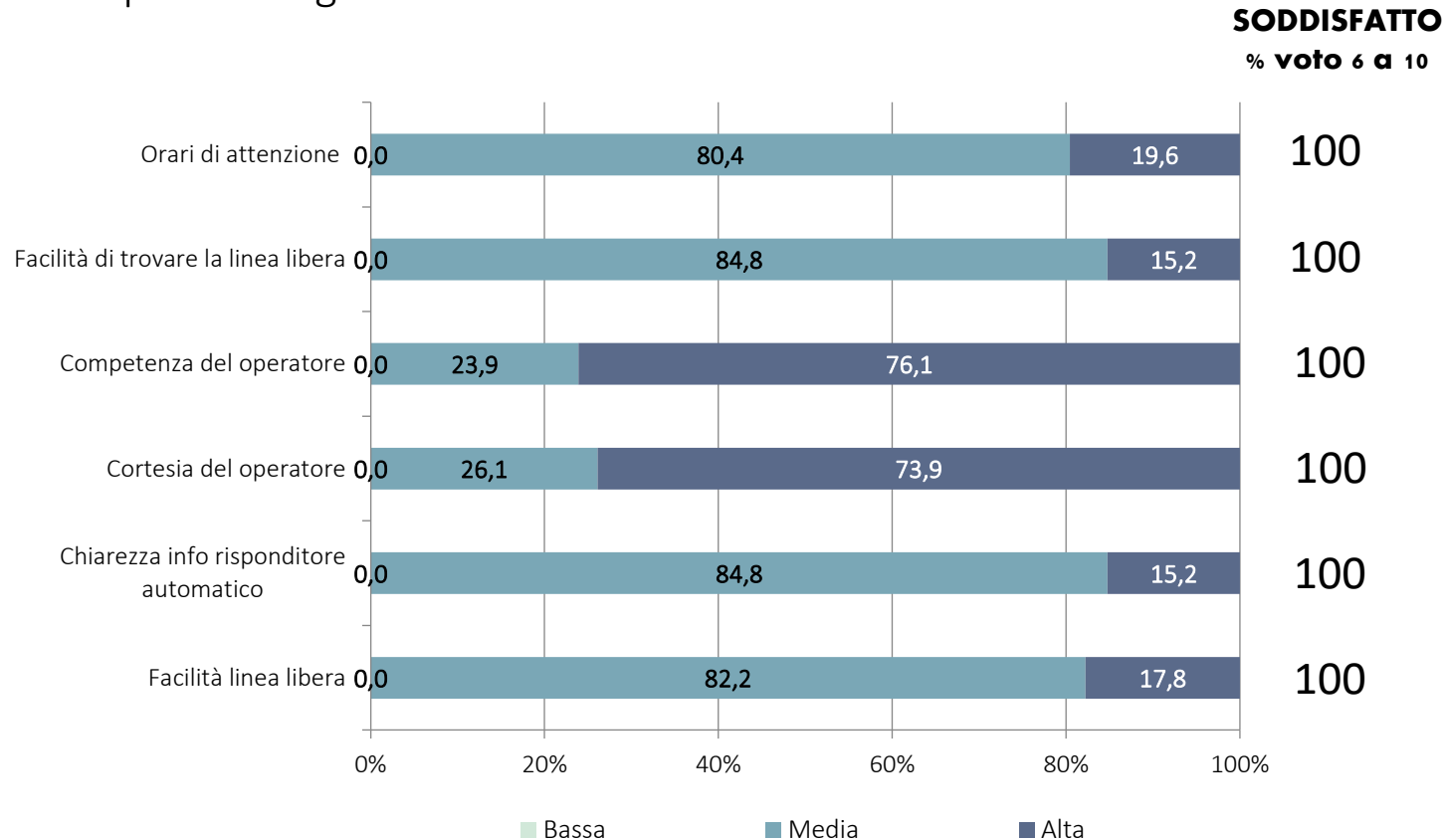
NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

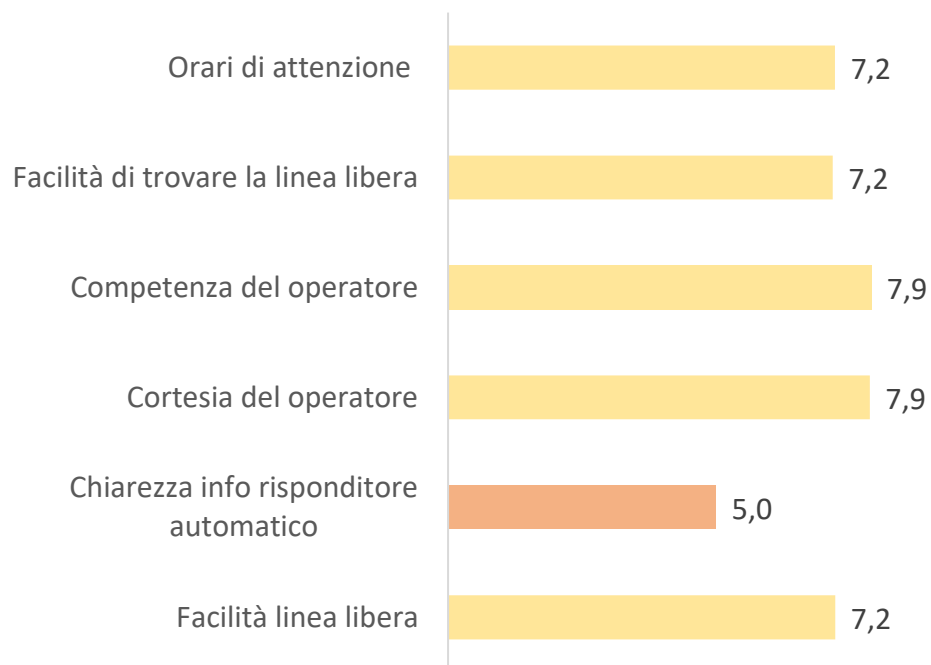


Media % di soddisfazione TOTALE Servizio Informazioni

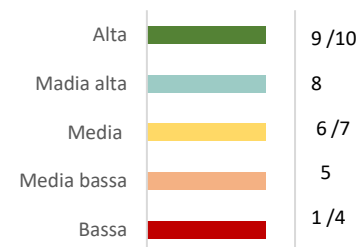
100



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI INTENSITA' del grado di SODDISFAZIONE

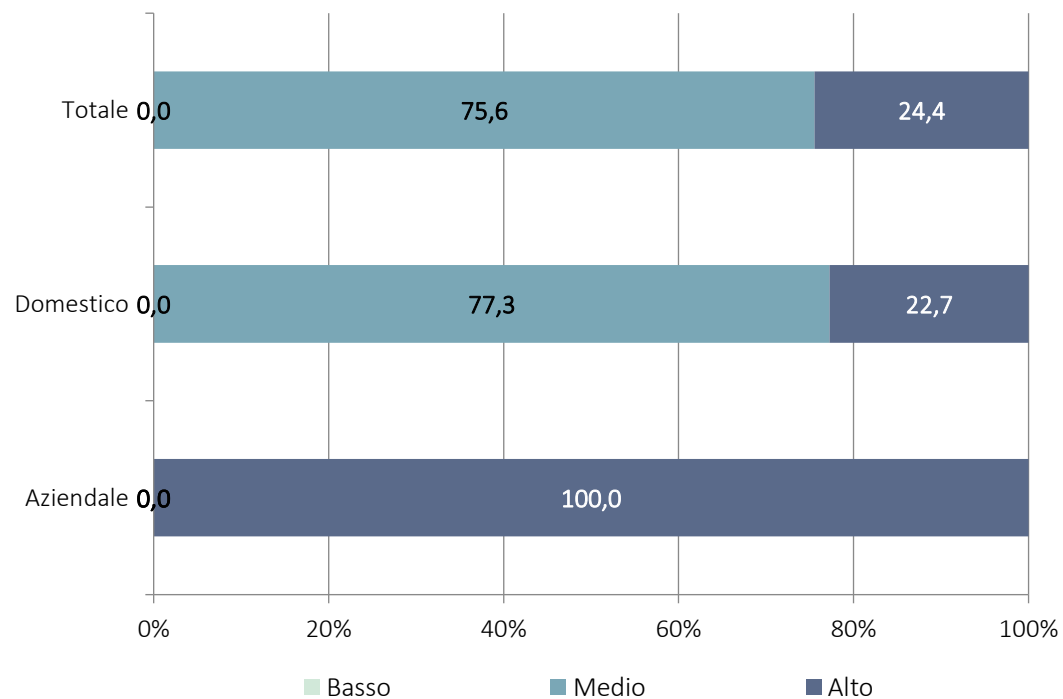


Intensità (media dei punteggi) Numero Verde Servizio Informazioni



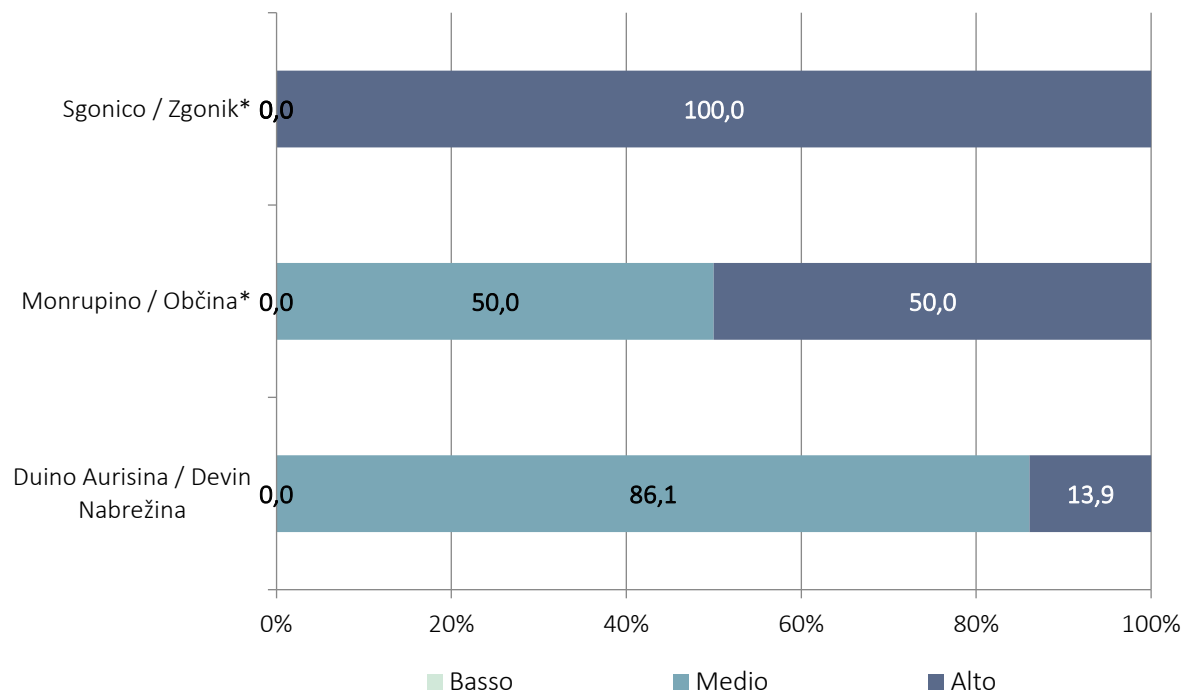
NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per TIPO D'UTENZA



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per CITTA' DI RESIDENZA



NUMERO VERDE SERVIZIO INFORMAZIONI

Considerazioni

Siamo ancora nella situazione di ricevere risposte che non risultano abbastanza per donarci una certezza statistica, ma anche con un margine d'errore superiore servono a delineare una tendenza su quello che succede nello specifico del fattore Numero Verde Servizio Informazioni.

Risulta molto interessante e promettente vedere che tutti i sub fattori raggiungono il 100% di approvazione. Quello che si deve innalzare è l'Intensità della soddisfazione, che risulta bassa, molto scostata rispetto ai numeri netti di soddisfazione.

Si conferma, come nel fattore precedente qualche sub-fattore che richiama attenzione. In particolare la «Chiarezza del risponditore automatico» che resta la meno soddisfacente di tutti i punti messi a giudizio. Considerando la grafica dell'intensità vediamo che in questo specifico sub-fattore si scende ad un punto 5, che abbassa ulteriormente l'intero fattore. Insieme ad essa, troviamo il «Tempo per essere in contatto con l'operatore», «Orari di attenzione» e «Facilità di trovare linea libera». Tutti questi riportano una intensità di 7,2.

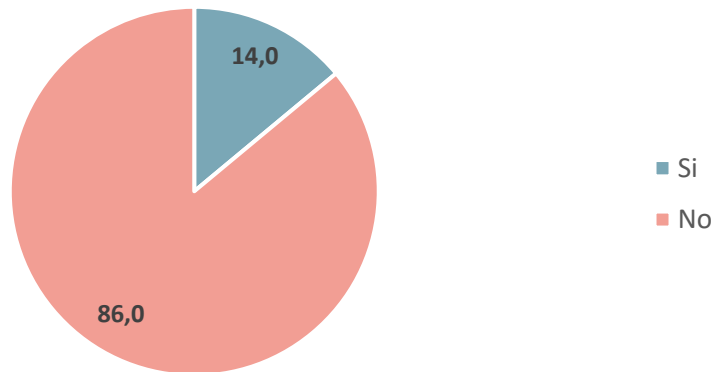
Del resto, vediamo che non si notano altri argomenti preoccupanti, il voto è sempre alto, come già detto, sia per la «Cortesia» e «Competenza dell'operatore» entrambi con 7.9 d'intensità. Comunque, come già segnalato, l'approvazione c'è, ma essendo poco intensa può crescere ancora di molto. La soddisfazione risulta molto più alta tra gli utenti aziendali che fra gli utenti privati. Territorialmente si verifica il doppio di Alta soddisfazione a Sgonico che a Monrupino, e solo 14% a Duino Aurisina.

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

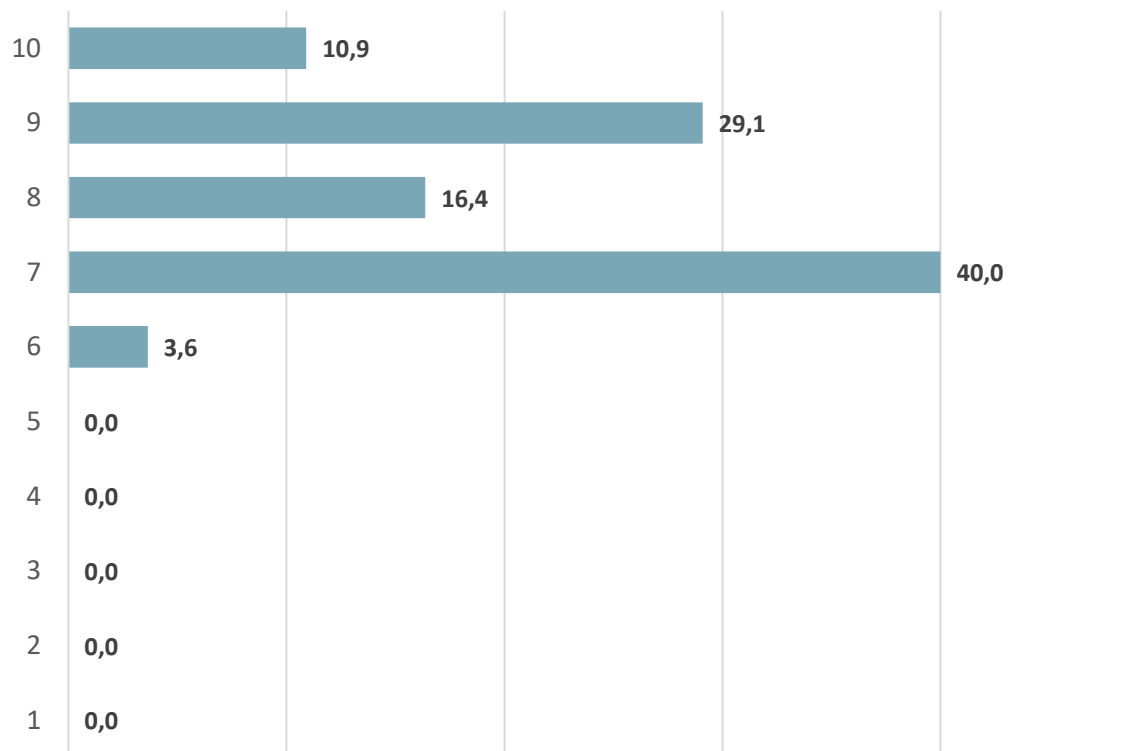
Si è mai recato allo sportello?



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Tempo di attesa per parlare con l'operatore

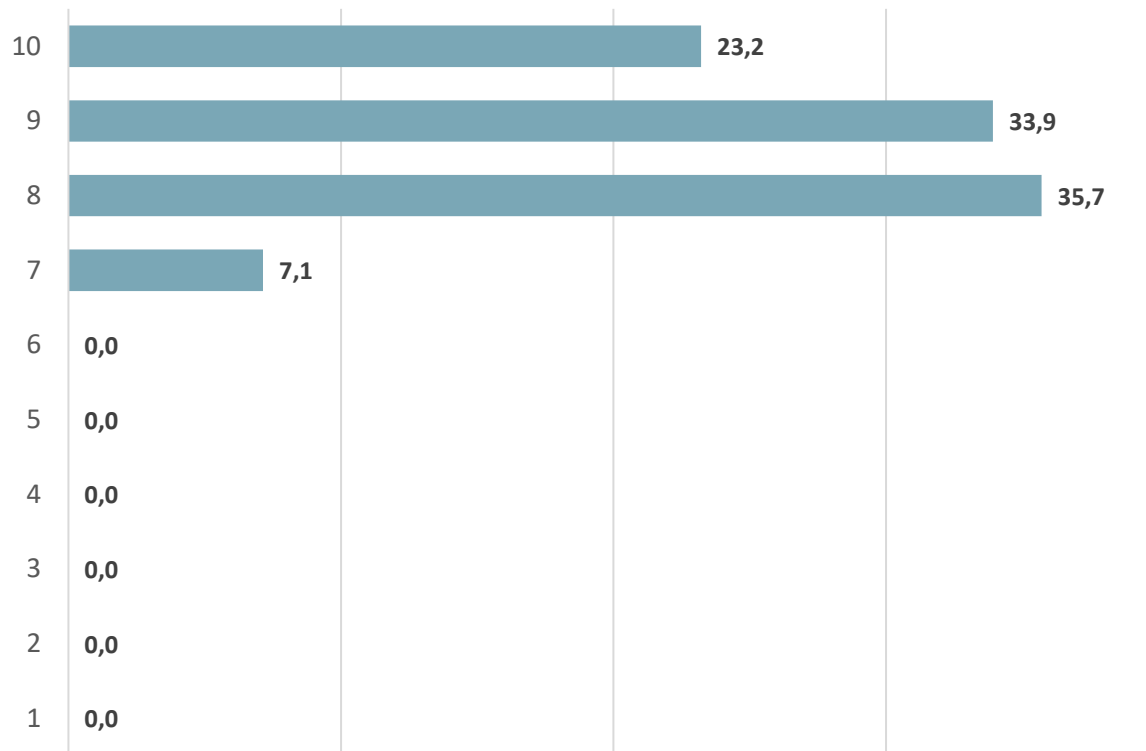
Sul **14,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Cortesía dell'operatore

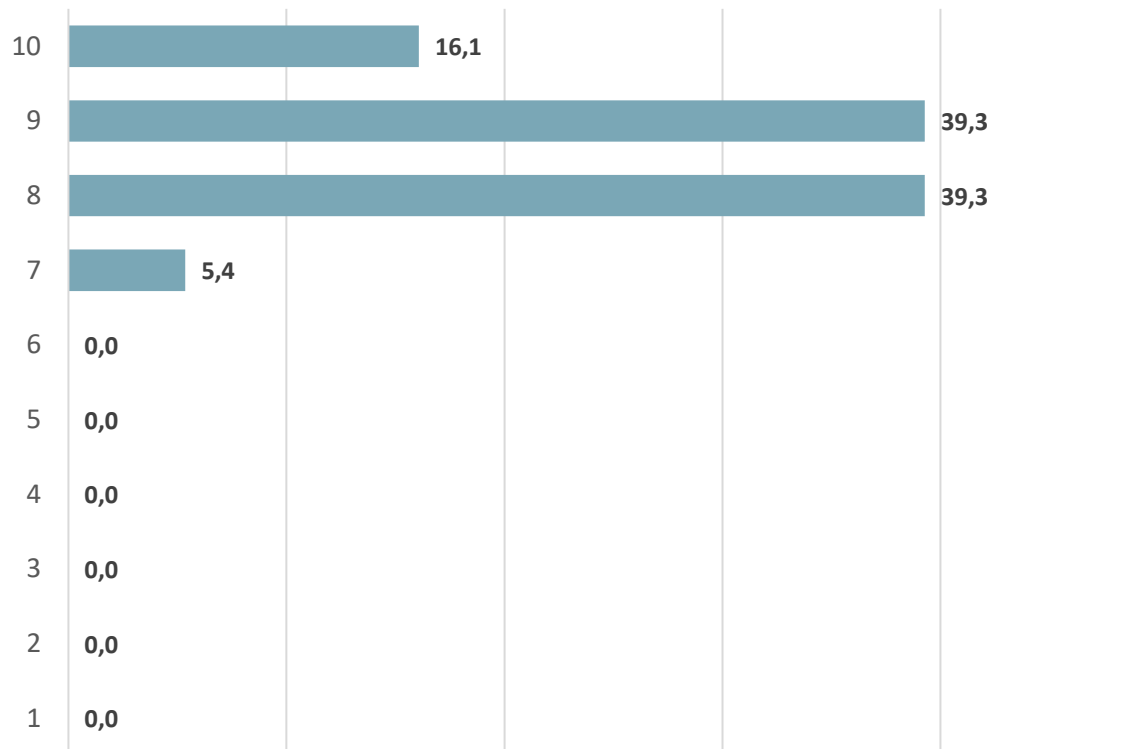
Sul **14,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Competenza dell'operatore

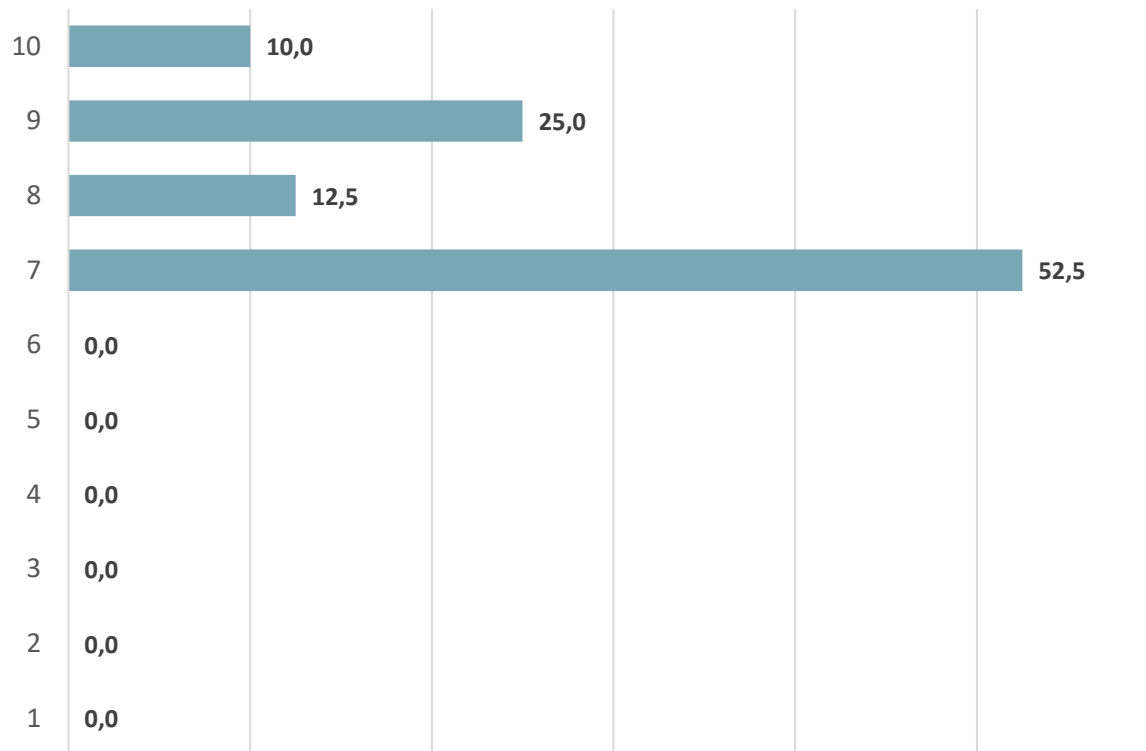
Sul **14,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

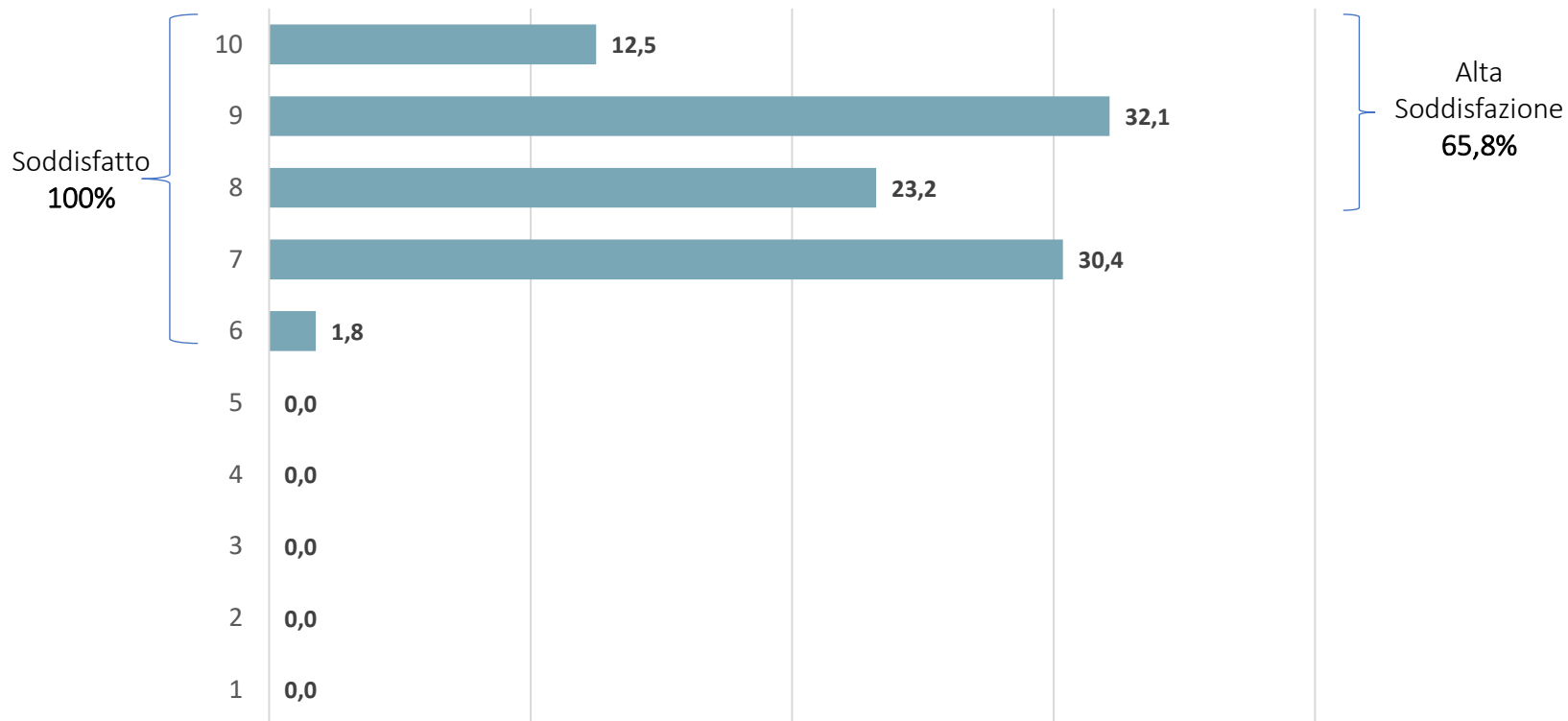
Orari di apertura dello sportello

Sul **14,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



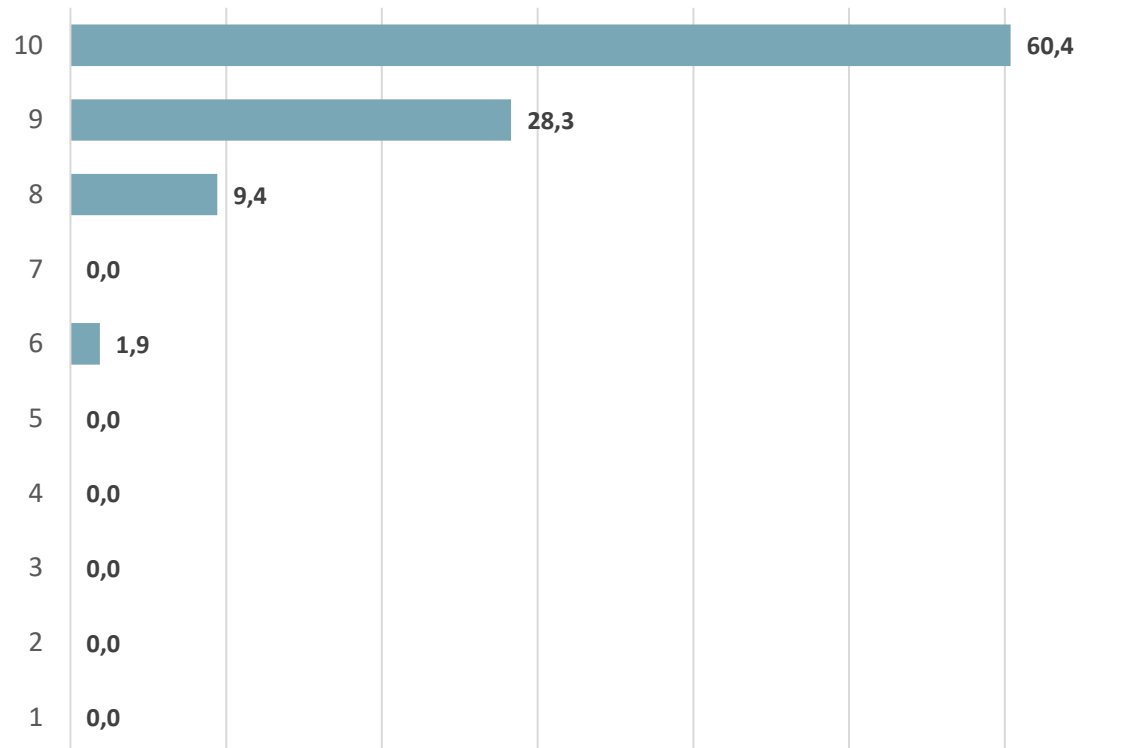
RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Soddisfazione globale dell'indicatore – Domanda *Overall*



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità

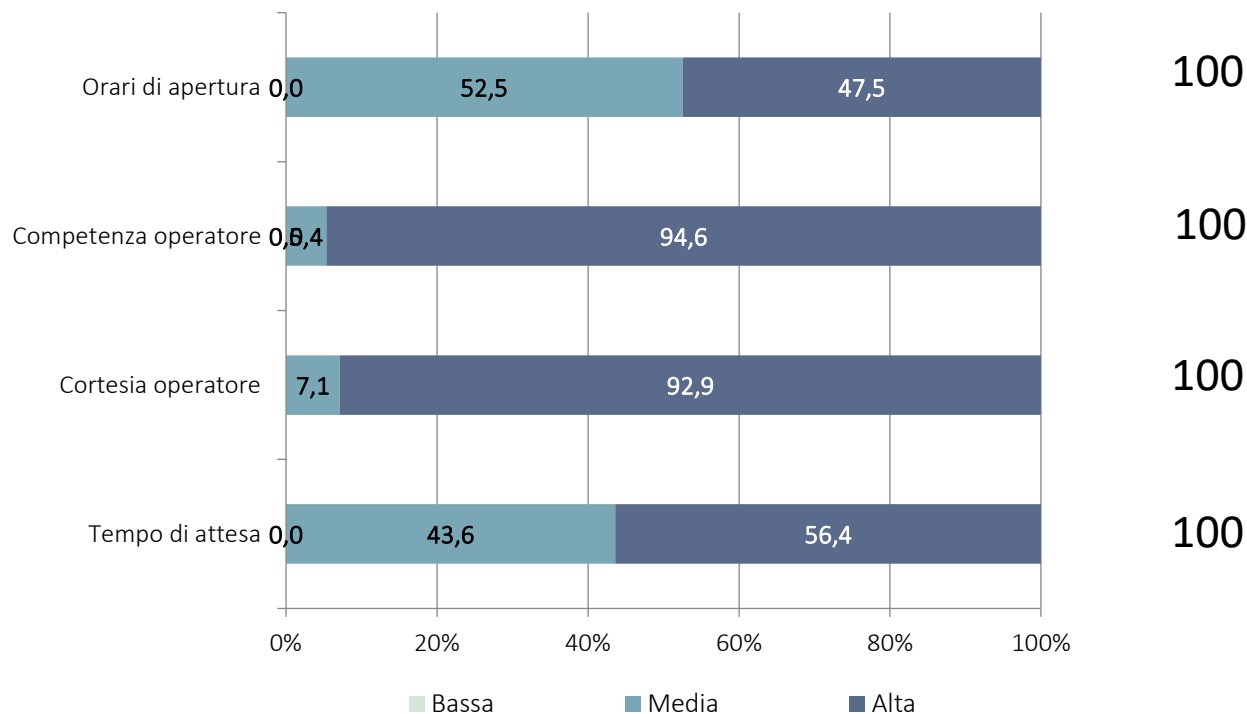


RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

SODDISFATTO

% voto 6 a 10

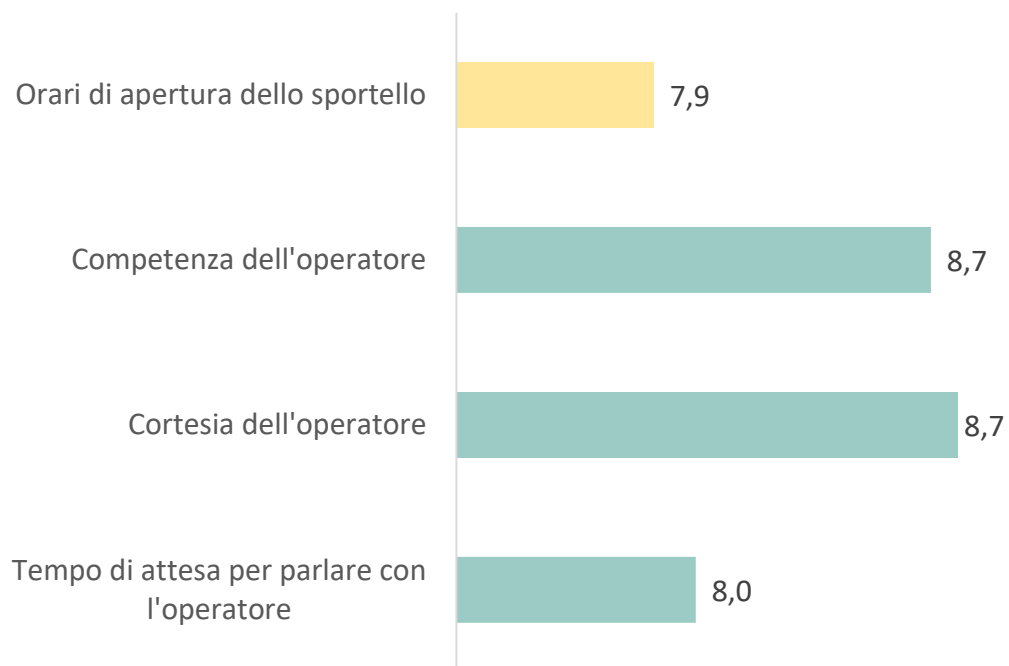


Media % di soddisfazione TOTALE Relazioni allo Sportello

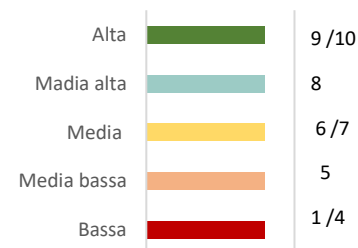
100



RELAZIONE ALLO SPORTELLLO INTENSITA' del grado di SODDISFAZIONE

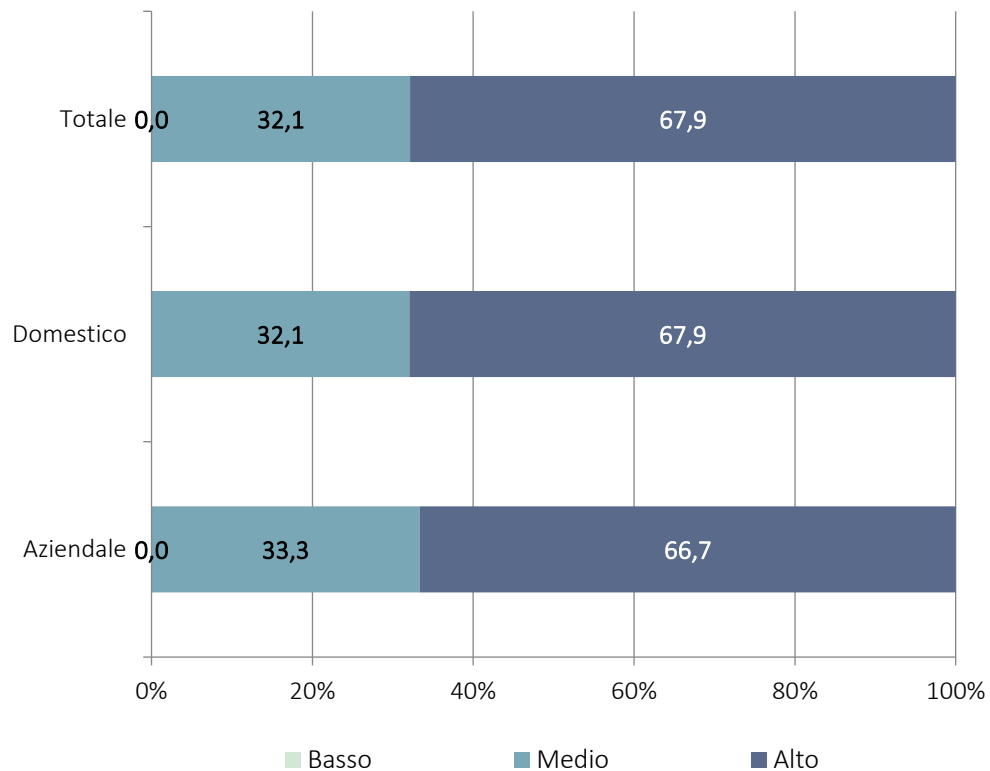


Intensità
(media dei punteggi)
Relazioni allo Sportello



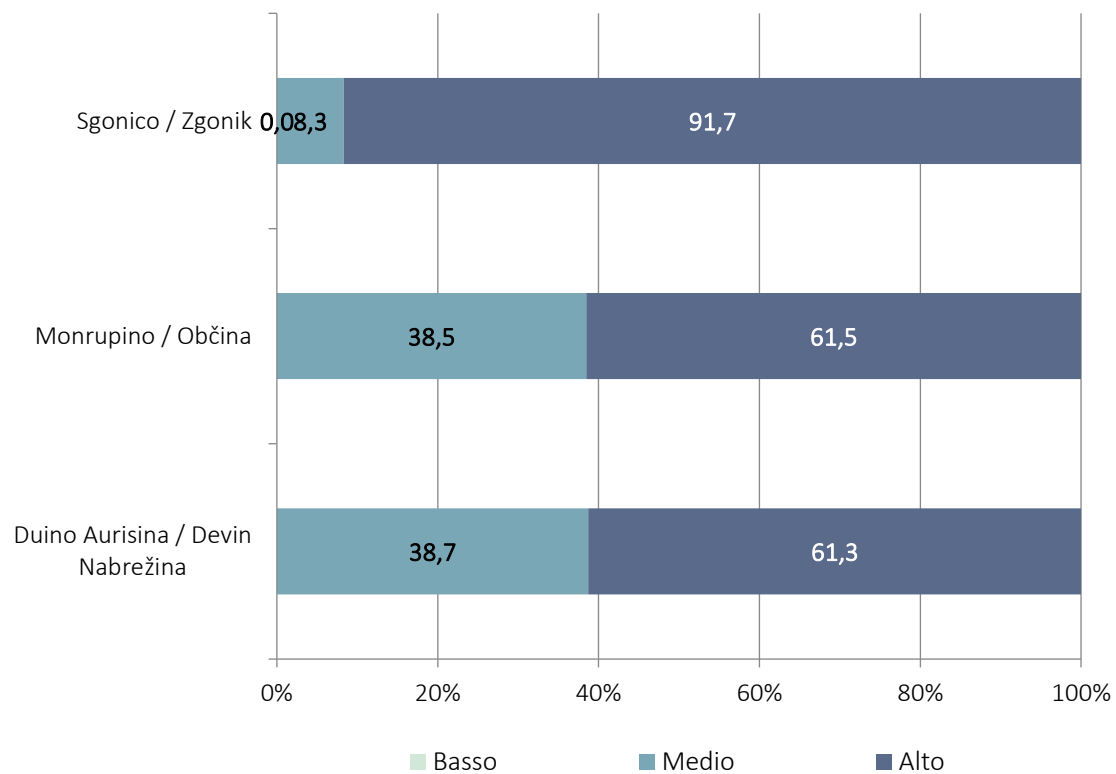
RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Dati comparati della SODDISFAZIONE per TIPO DI UTENZA



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per CITTA' DI RESIDENZA



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Considerazioni

Nella «Relazione allo sportello», insieme alle «Relazioni commerciali» e la «Segnalazioni guasti» si misura la «dimensione umana» dei rapporti degli utenti con l'azienda.

Qui tutto il sistema tecnico-idrico si incontra con gli utenti, concretamente, attraverso questi elementi analizzati. Influiscono la distanza, il parcheggio, i tempi di attesa che sembrano più lunghi, l'ansia per risolvere problemi diversi, ecc. Si aggiunge una dimensione psicologica agli aspetti tecnici e umani, perché tante volte chi si reca presso lo sportello prova ansia, il disagio di un allacciamento da fare o il sollecito per una fattura dimenticata.

Lo strano biennio 2020/21 ha modificato tante cose della nostra vita socioeconomica. La chiusura degli sportelli, o l'obbligo di prenotarsi per poter arrivare ad essi, hanno certamente variato i rapporti presso gli sportelli di tutte le aziende. Da qualche mese l'umore sociale è molto affetto da tutto quanto vissuto, la gente è impaziente ed insofferente, tutto questo lo vediamo anche nella valutazione di servizi come questo.

La valutazione molto positiva del servizio è un chiaro plus, a scapito dei problemi ed ansie causa COVID.

Risultano molto alte sia la soddisfazione generale, che la Alta Soddifazione, il che si riflette nel 8,4 dell'Intensità della Soddifazione, che, in numeri netti, arriva in tutti i sub fattori al massimo 100%. I valori per l'utente aziendale e domestico sono molto simili. Geograficamente sempre risulta più soddisfatto chi vive a Sgonico, con 30% più di Alta Soddifazione rispetto alle altre zone.

Gli operatori sono sempre il punto di forza del fattore, con la loro «Professionalità» e «Cortesia» spingono verso l'alto la valutazione generale, in questo caso con 8,7 di intensità.

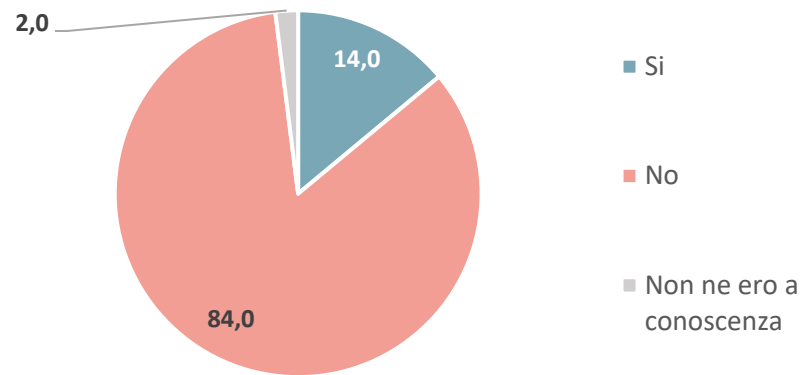
Sempre l'argomento più delicato risulta il «Tempo di attesa per parlare con l'operatore», mentre il sub fattore che riceve meno sostegno sono gli «Orari di apertura dello sportello» che, come segnalato sopra, potrebbe legarsi alla situazione eccezionale di pandemia, o di distanza dalle abitazioni. Tutto il fattore offre possibilità di crescita e di miglioramento, soprattutto per l'intensità, e anche se con qualche aspetto difficile, non si ratificano grossi problemi o delle criticità.

Valutazione importanza e soddisfazione SITO WEB

- ✓ Reperibilità del sito internet
- ✓ Facilità di navigazione all'interno del sito
- ✓ Ricchezza delle informazioni presenti
- ✓ Gamma di operazioni che si possono svolgere

SITO WEB

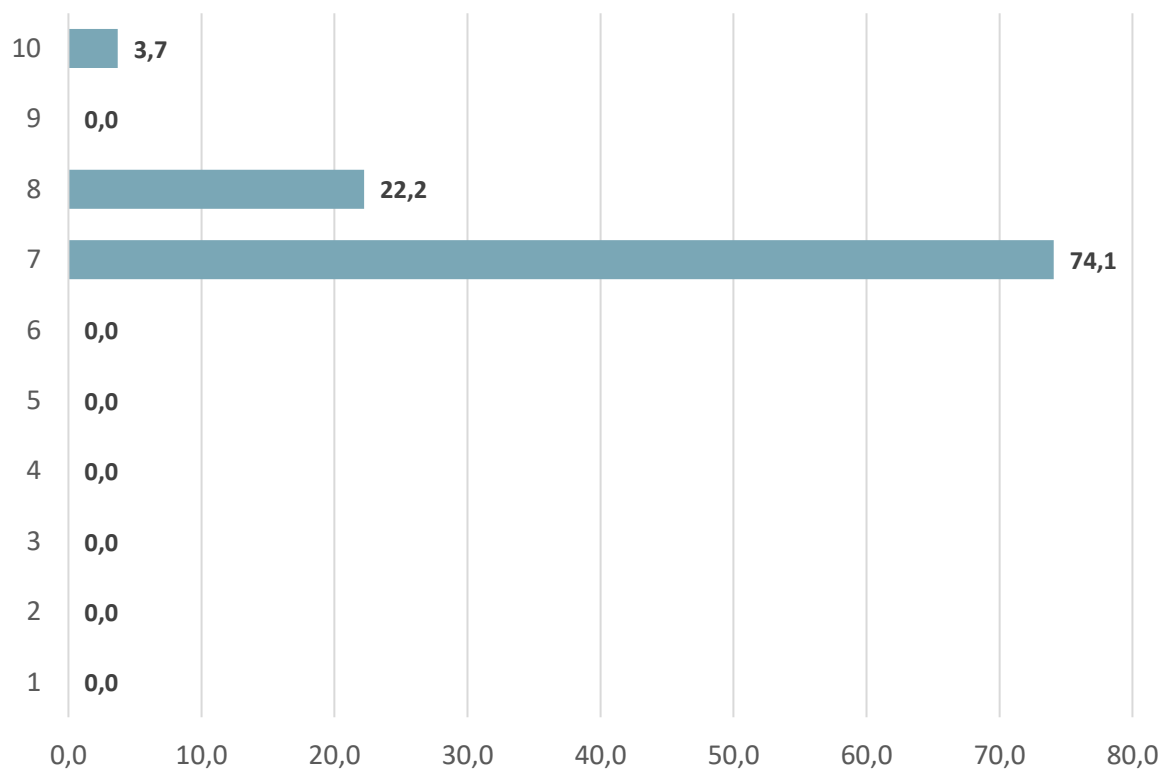
Ha mai utilizzato il sito web del fornitore?



SITO WEB

Reperibilità dell'indirizzo internet

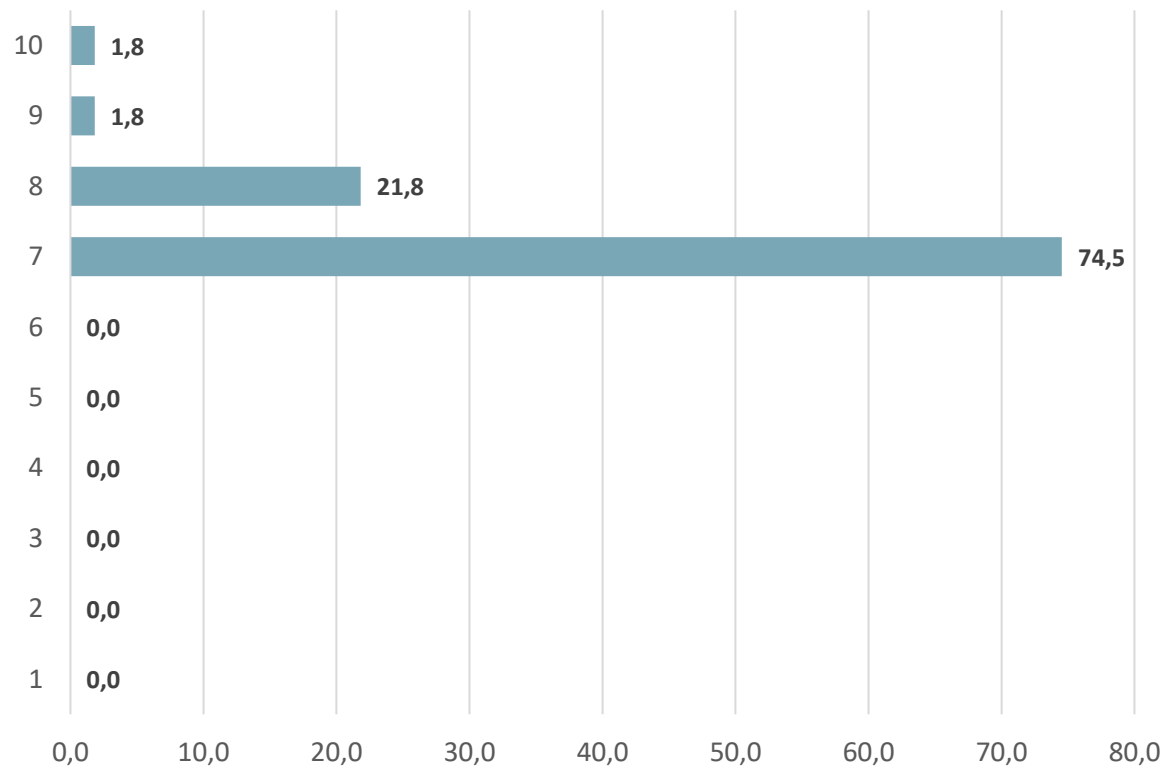
Sul **14,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SITO WEB

Facilità di navigazione all'interno del sito

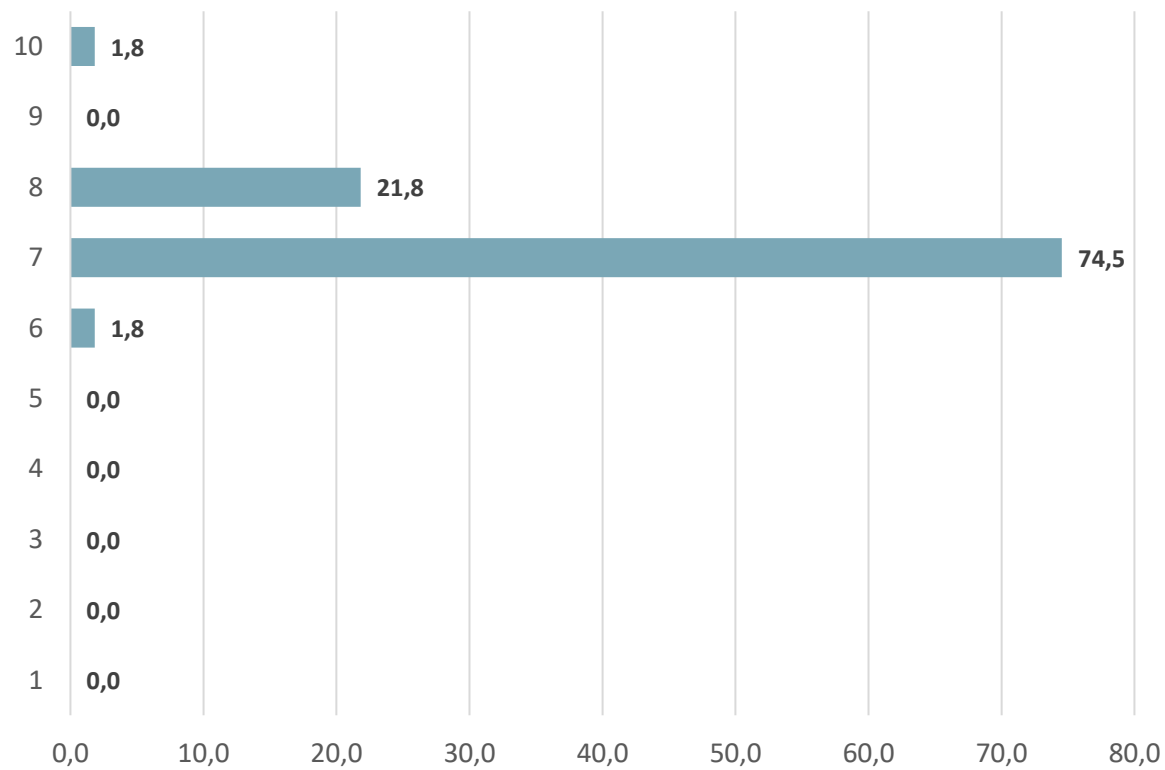
Sul **14,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SITO WEB

Ricchezza delle informazioni presenti

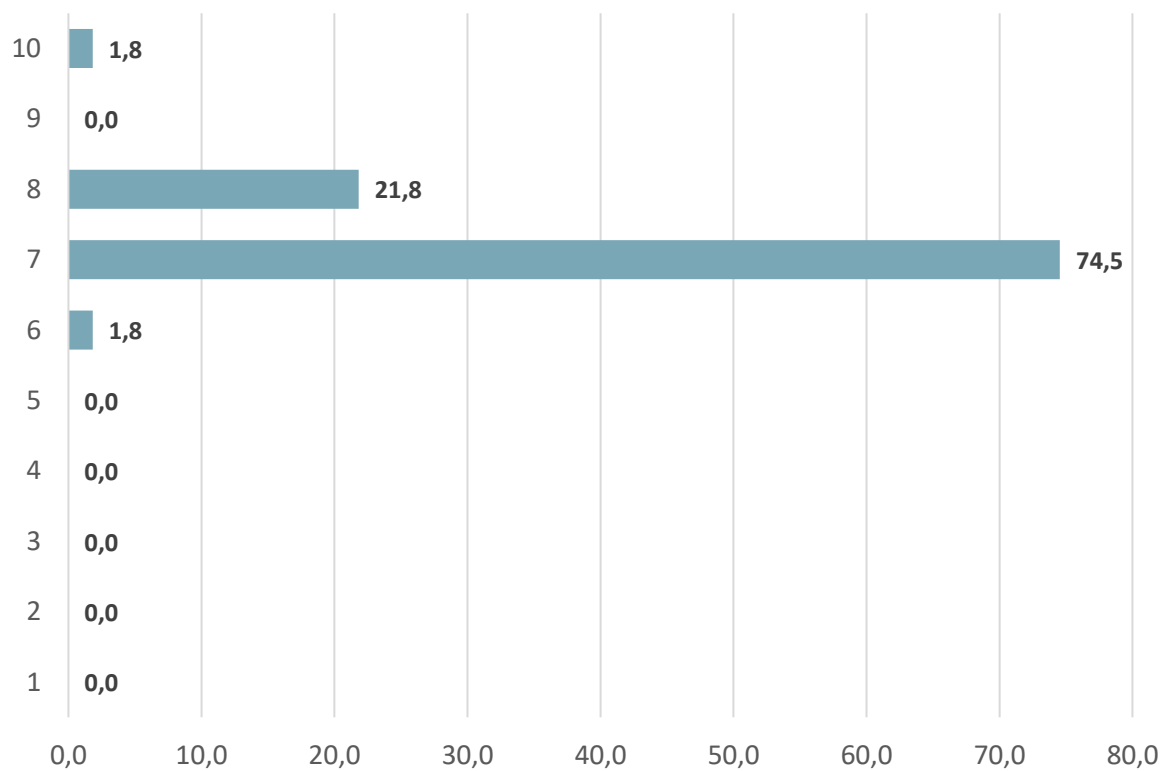
Sul **14,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



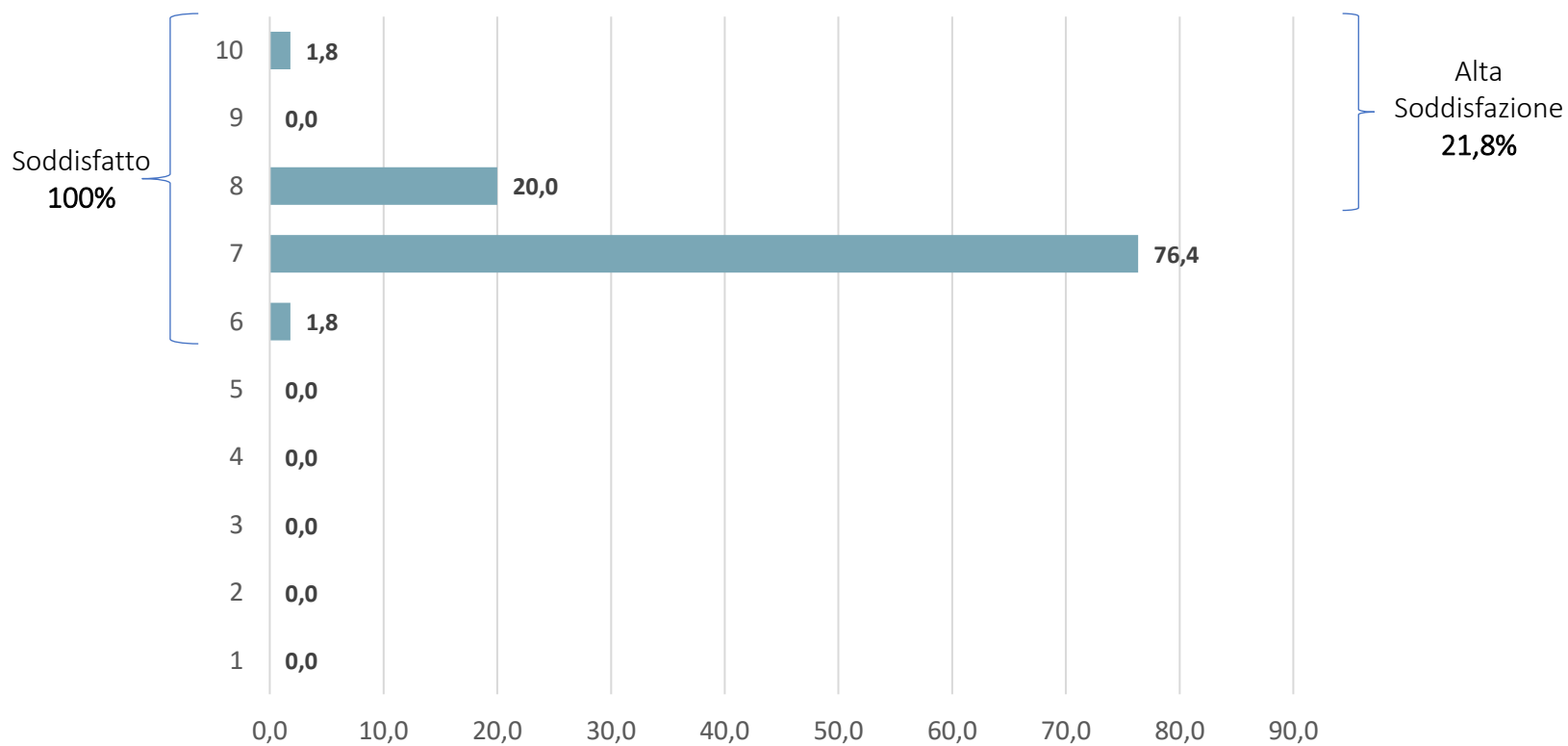
SITO WEB

Gamma di operazioni che si possono svolgere

Sul **14,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend

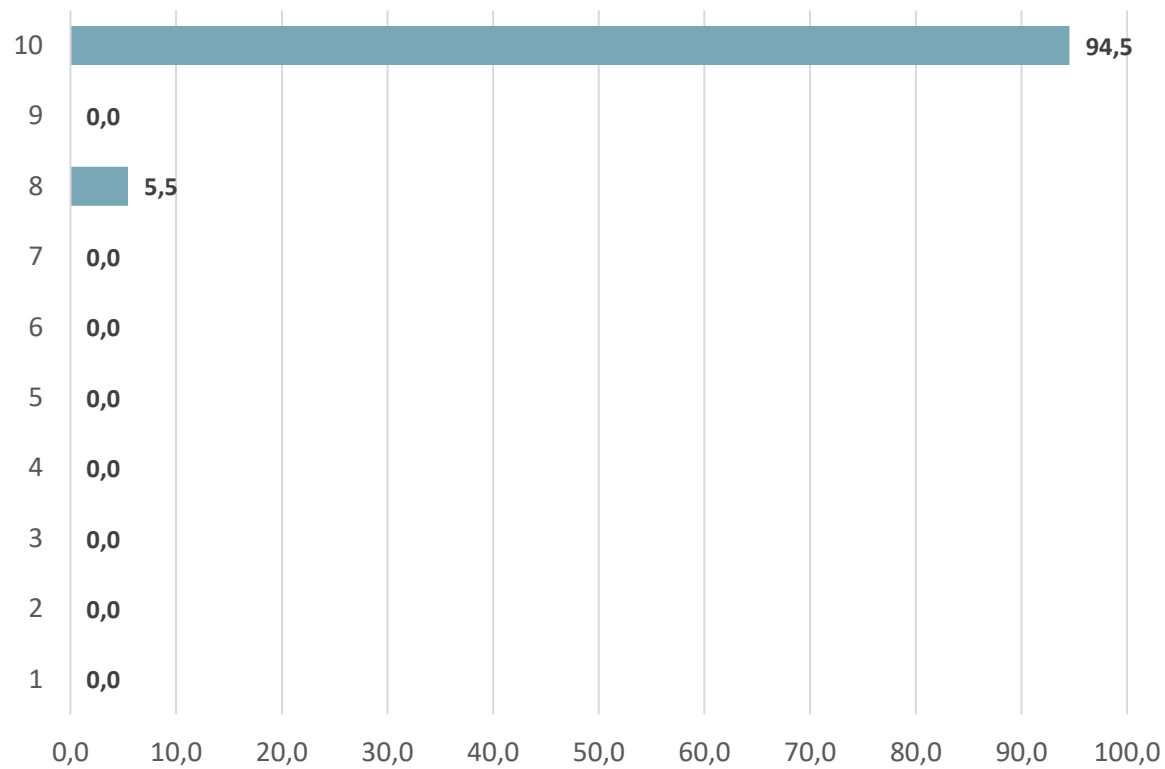


SITO WEB

Soddisfazione globale dell'indicatore – Domanda *Overall*

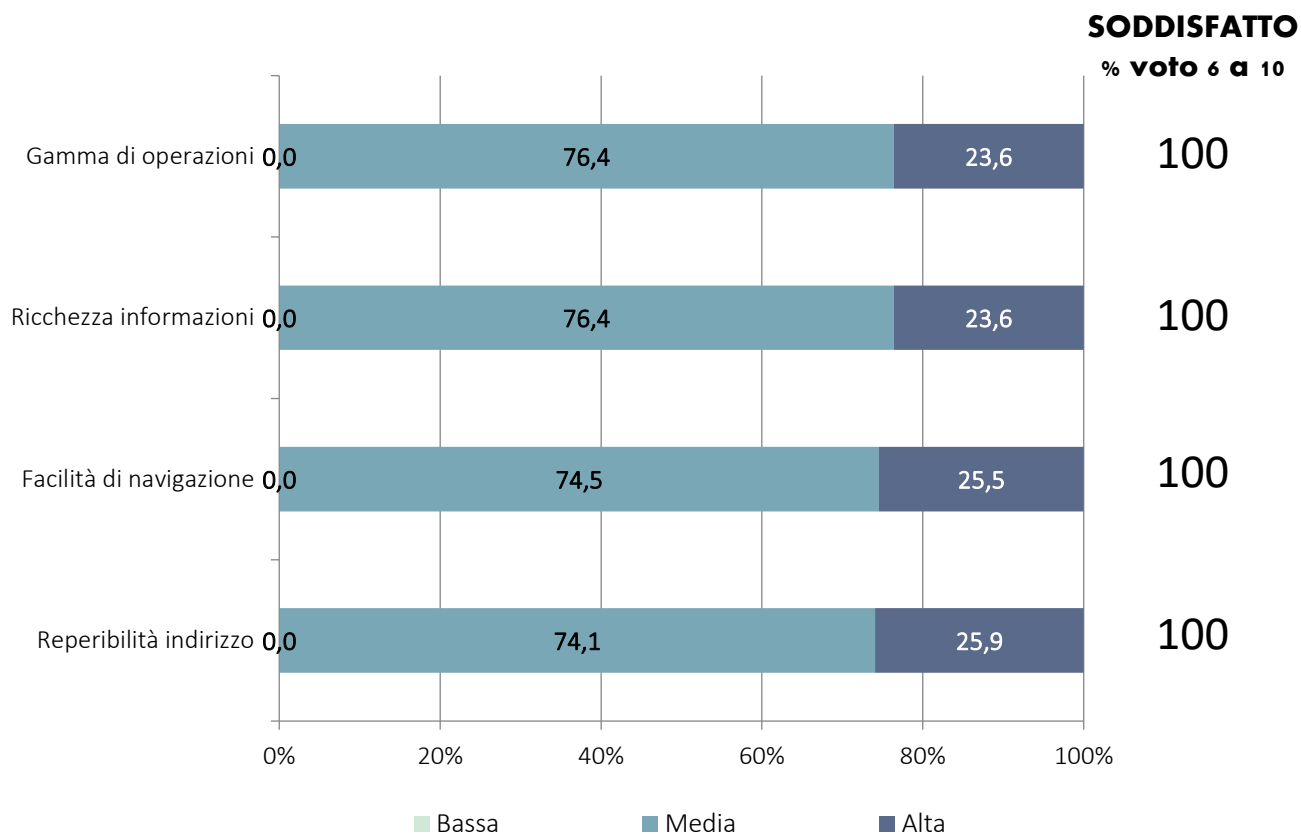
SITO WEB

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



SITO WEB

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



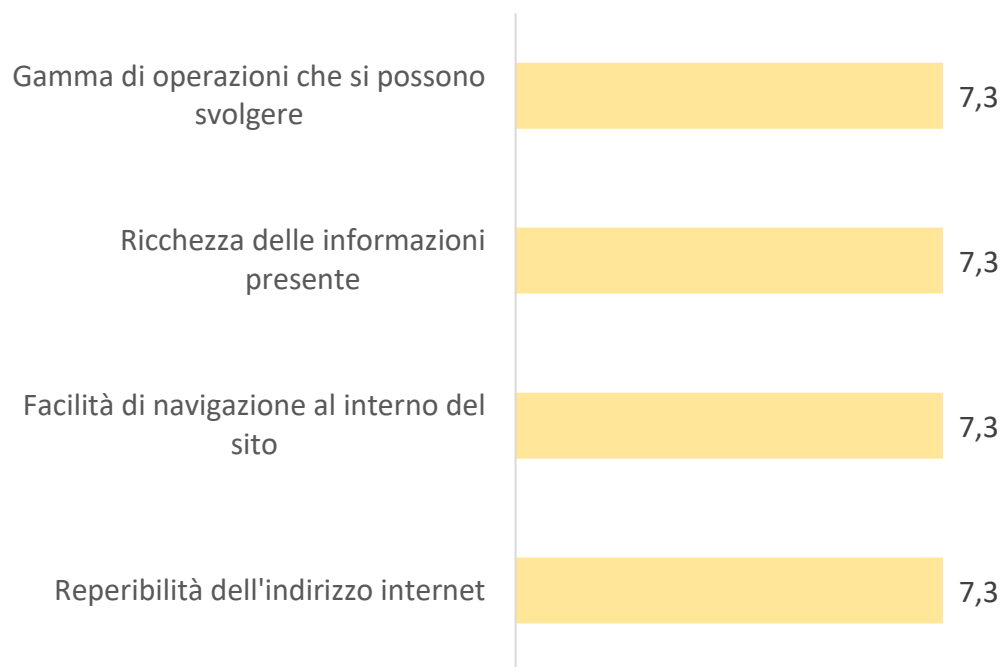
Media % di soddisfazione TOTALE Sito Web

100

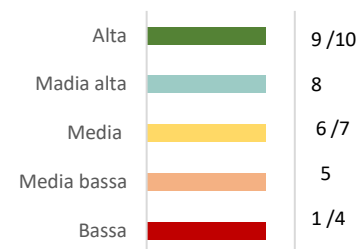


SITO WEB

INTENSITA' del grado di SODDISFAZIONE

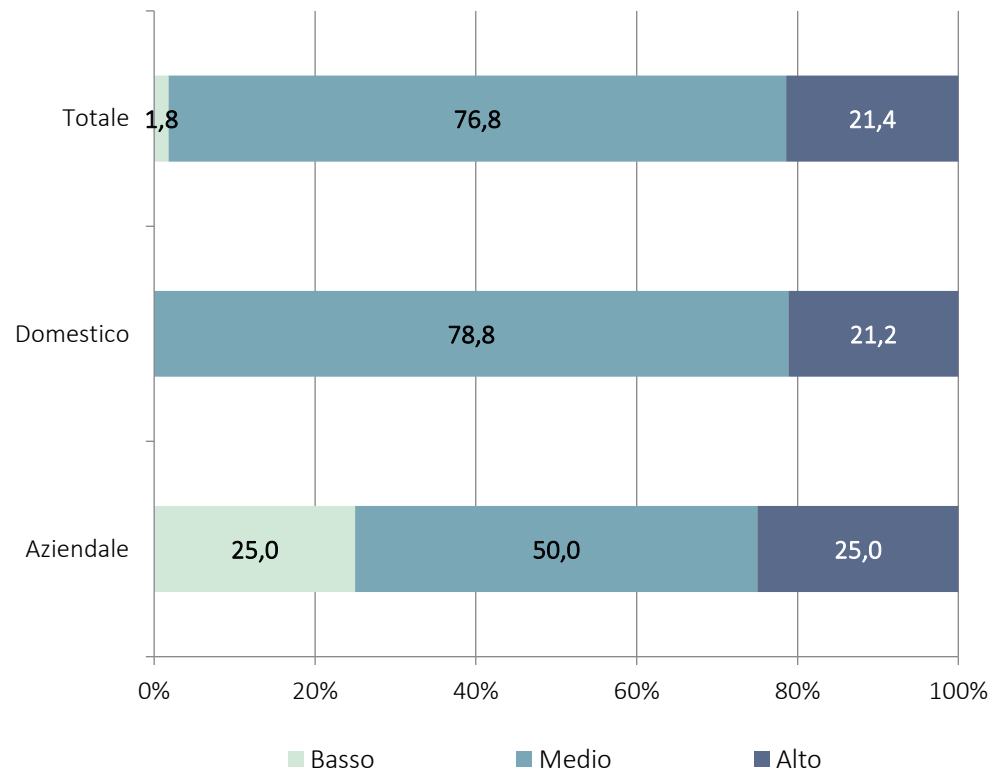


Intensità
(media dei punteggi)
Sito Web



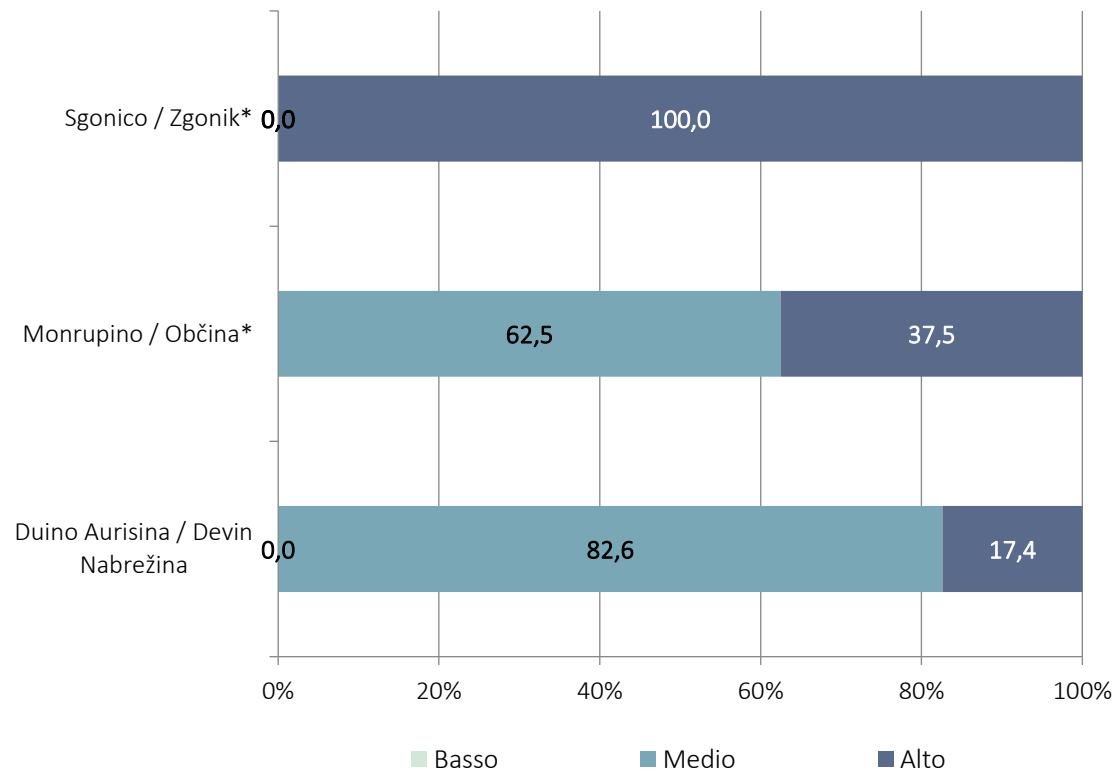
SITO WEB

Dati comparati della SODDISFAZIONE per TIPO D'UTENZA



SITO WEB

Dati comparati della SODDISFAZIONE per CITTA' DI RESIDENZA



SITO WEB

Considerazioni

Qui troviamo un argomento che risente della necessità di un aggiornamento estetico e tecnico della pagina web.

Tante aziende hanno fatto, in passato, le loro pagine e non hanno provveduto ad aggiornamenti o a promuovere il loro utilizzo, soprattutto per la scarsa dimestichezza degli utenti o dei clienti con lo strumento tecnologico.

Il Sito Web risulta sempre utilizzato molto al di sotto delle possibilità, da pochi utenti. In ogni caso, il numero di rispondenti, anche se non arriva al minimo della certezza statistica, risulta in linea con le solite risposte che vediamo in altre indagini simili.

Non abbiamo ancora un trend pluriennale, ma probabilmente c'è stata tra il 2020 e il 2022 una crescita: sicuramente questo è uno strumento che sarà più presente nel futuro dei rapporti tra l'azienda e gli utenti.

Considerando l'età degli utenti del servizio, o comunque di quelli che si occupano dei rapporti con l'Acquedotto del Carso (tra le utenze domestiche è un compito che viene svolto solitamente da persone di terza età), certamente non è ancora un mezzo pienamente adatto alle loro abitudini. Nonostante questo, possiamo comunque vedere che chi afferma di farne uso trova soddisfacente il servizio e che gli anziani hanno acquisito più abilità informatica. L'utente aziendale, più abituato a gestirsi tramite internet, vota come meno soddisfacente il fattore di quanto lo fa l'utente domestico.

La «Reperibilità» del sito è praticamente ottima, così come la «Facilità di navigazione» al suo interno. Cala lievemente la soddisfazione riguardante la «Ricchezza delle informazioni», pur restando molto soddisfacente. Con voto lievemente più basso rispetto degli altri due sub-fattori, ma comunque molto positivo, c'è la «Gamma di operazioni che si possono svolgere».

La Soddisfazione arriva al 100% e l'Alta Soddisfazione, invece, in tutto il fattore, ha ampio spazio di crescita, restando per ora in zona gialla, intermedia, a 7,3. In ogni caso, forse con qualche restyling della pagina che possa essere interessante e più *user-friendly*, si potrà sicuramente innalzare il voto generale. La distribuzione geografica della soddisfazione non varia molto rispetto agli altri fattori: piena presso Sgonico e va riducendosi consistentemente a Monrupino e Duino Aurisina.

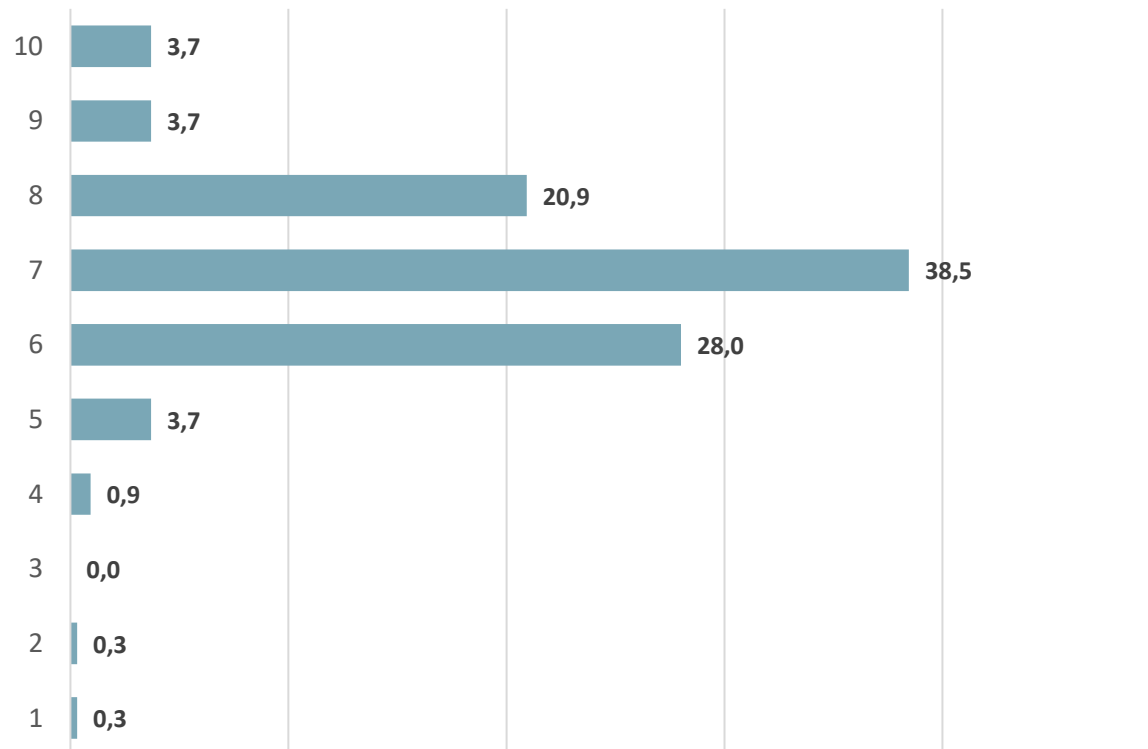
In ogni caso, è uno strumento da migliorare come costo/beneficio, stimolando l'utilizzo da parte di più utenti.

Valutazione importanza e soddisfazione GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

- ✓ Rapporto qualità / prezzo
- ✓ Servizio globale relativo alla fornitura dell'acqua

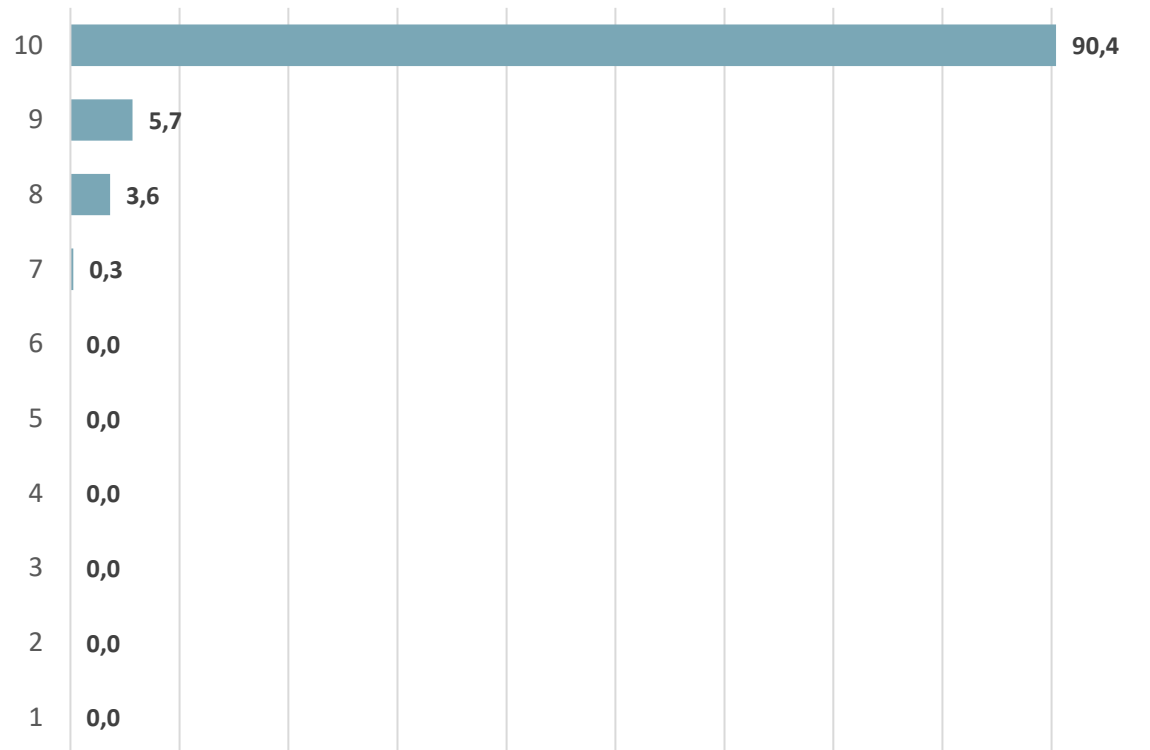
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Rapporto Qualità / Prezzo – SODDISFAZIONE



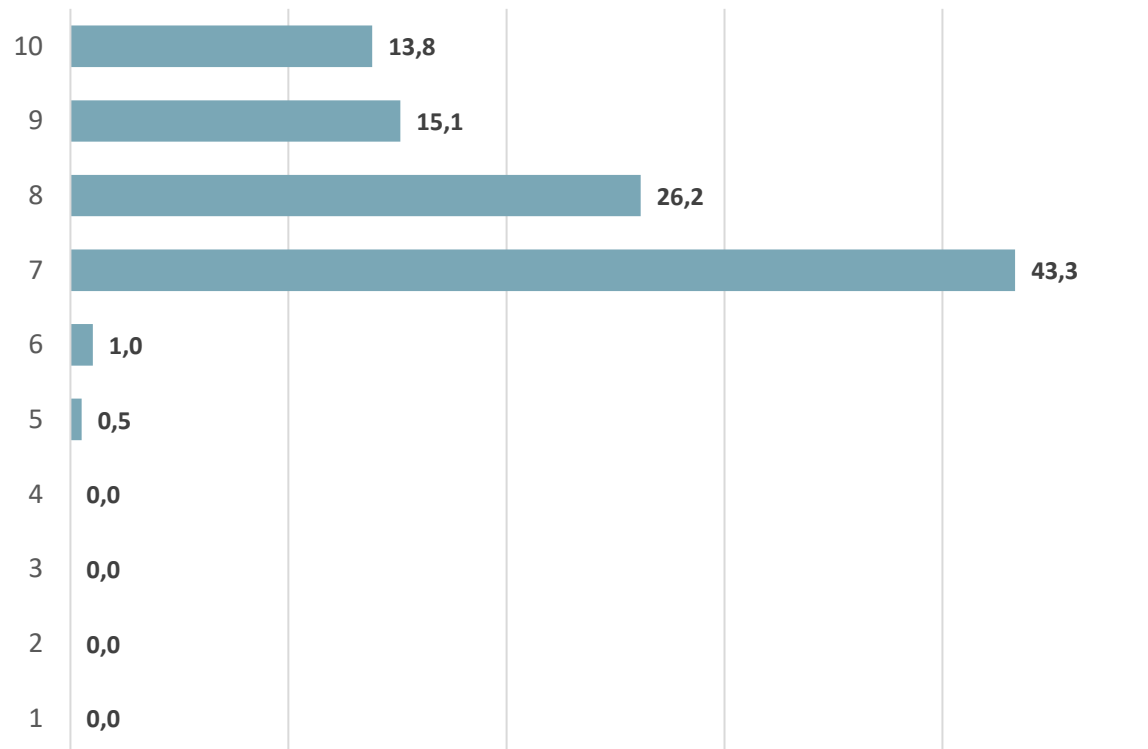
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Rapporto Qualità / Prezzo – IMPORTANZA



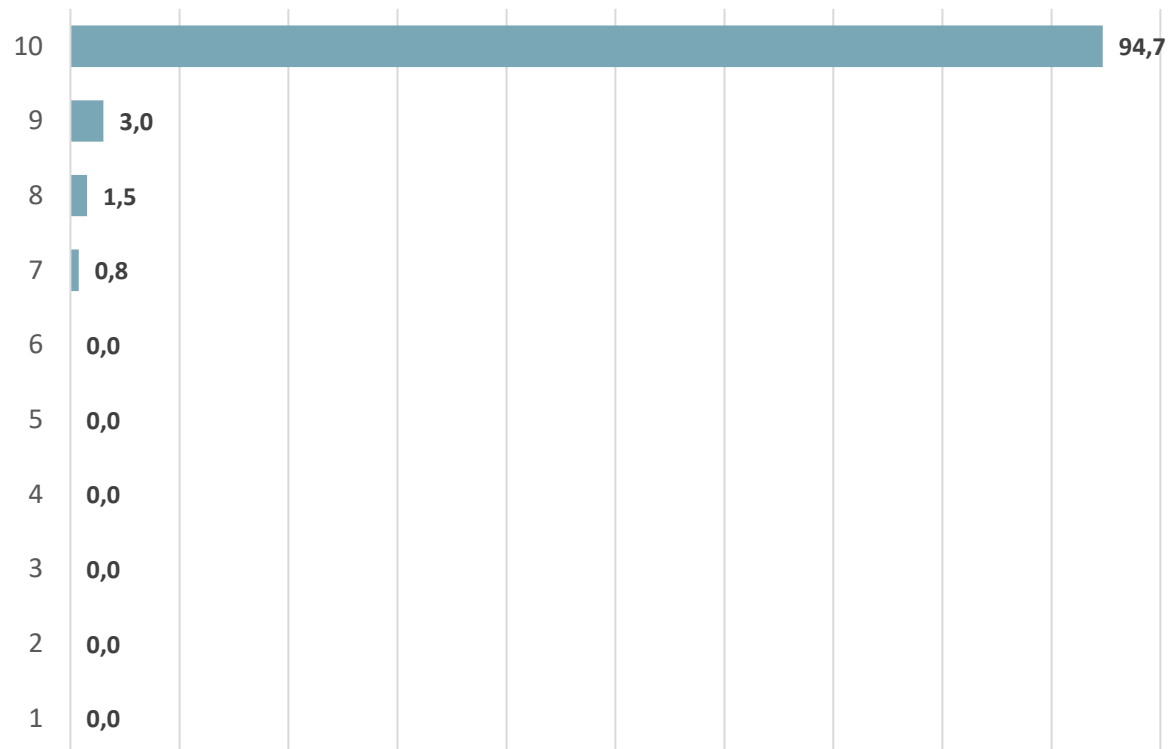
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Servizio globale relativo alla fornitura dell'acqua – SODDISFAZIONE



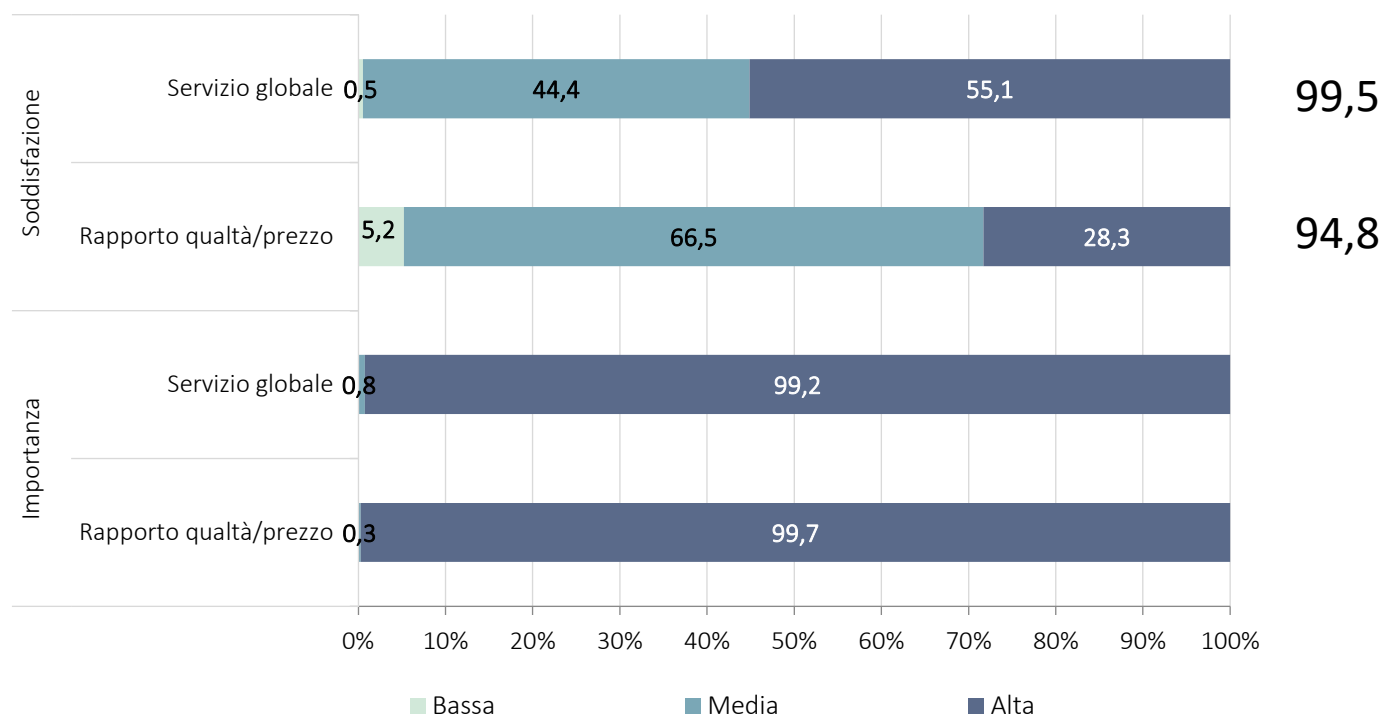
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Servizio globale relativo alla fornitura dell'acqua – IMPORTANZA



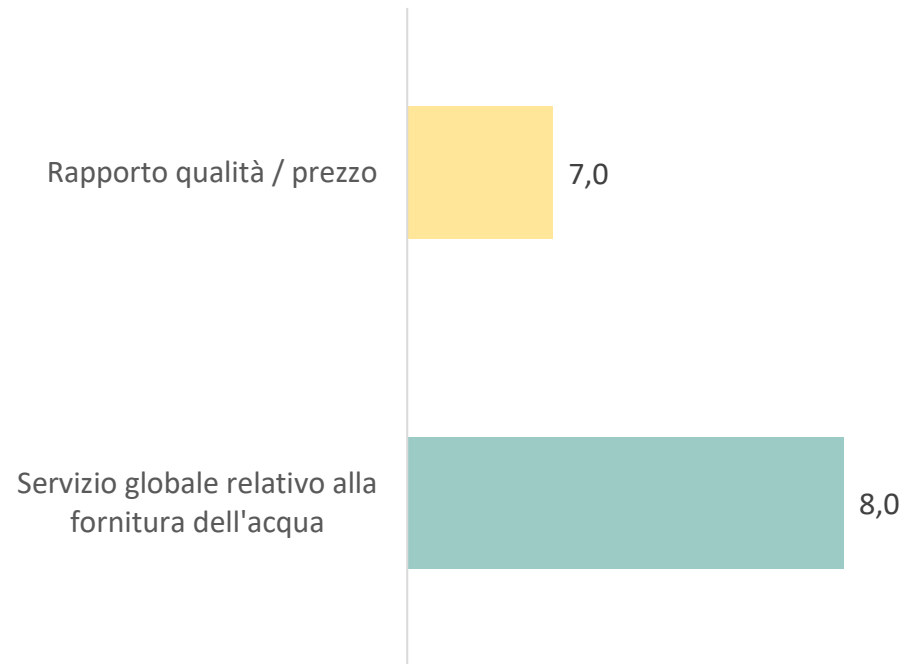
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE e dell'IMPORTANZA



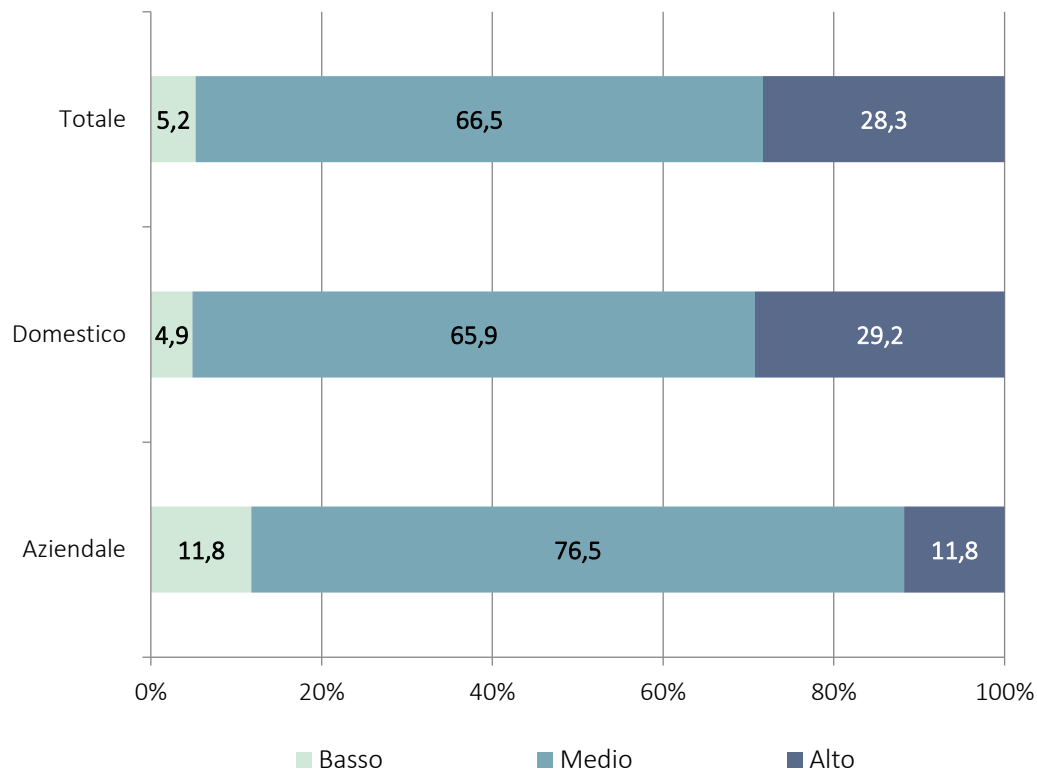
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Dati comparati dell'INTENSITA' della SODDISFAZIONE



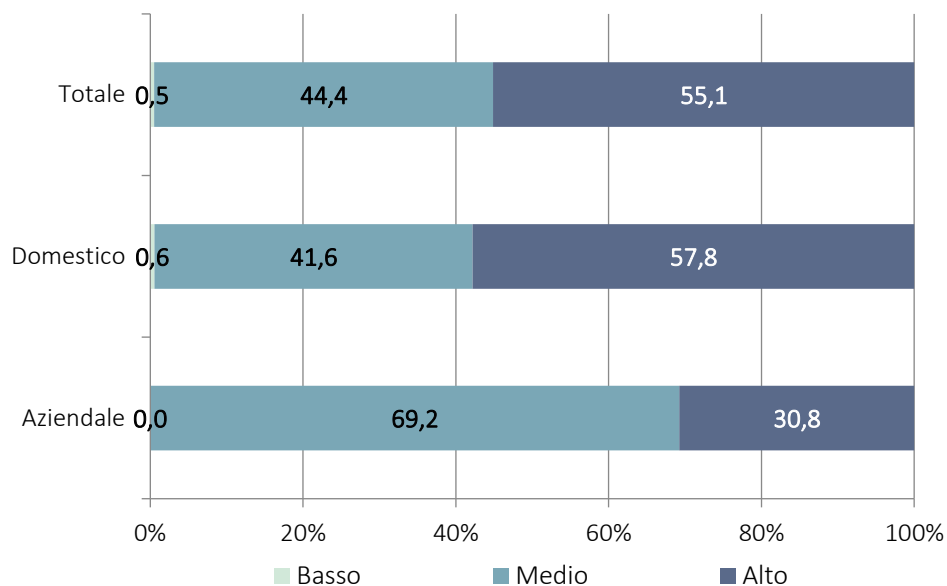
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Rapporto Qualità / Prezzo – SODDISFAZIONE per UTENZA



GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Servizio globale – SODDISFAZIONE per UTENZA



Il giudizio "Overall" è una considerazione di prima risposta, senza approfondire. La domanda viene fatta alla fine del questionario e dopo che il rispondente ha ripassato tutti i fattori che compongono il servizio. L'opinione degli utenti domestici è stata sorpassata da quella delle aziende, ma risulta più intensamente soddisfacente (57,8% Alta soddisfazione per l'utenza domestica, contro 30,8% per l'utenza aziendale).

Questo giudizio risulta molto positivo per l'utenza domestica, perché chi consuma l'acqua a casa, dal bagno alla cucina, e spende all'interno del domicilio molte più ore rispetto a quelle di lavoro, trova logicamente più aspetti problematici, se ci sono, di chi ne fa un utilizzo più limitato. I valori espressi raggiungono un'approvazione che si aggira intorno al 99,5%, dunque un'opinione soddisfacente e approvata ad un alto livello della scala di valutazione.

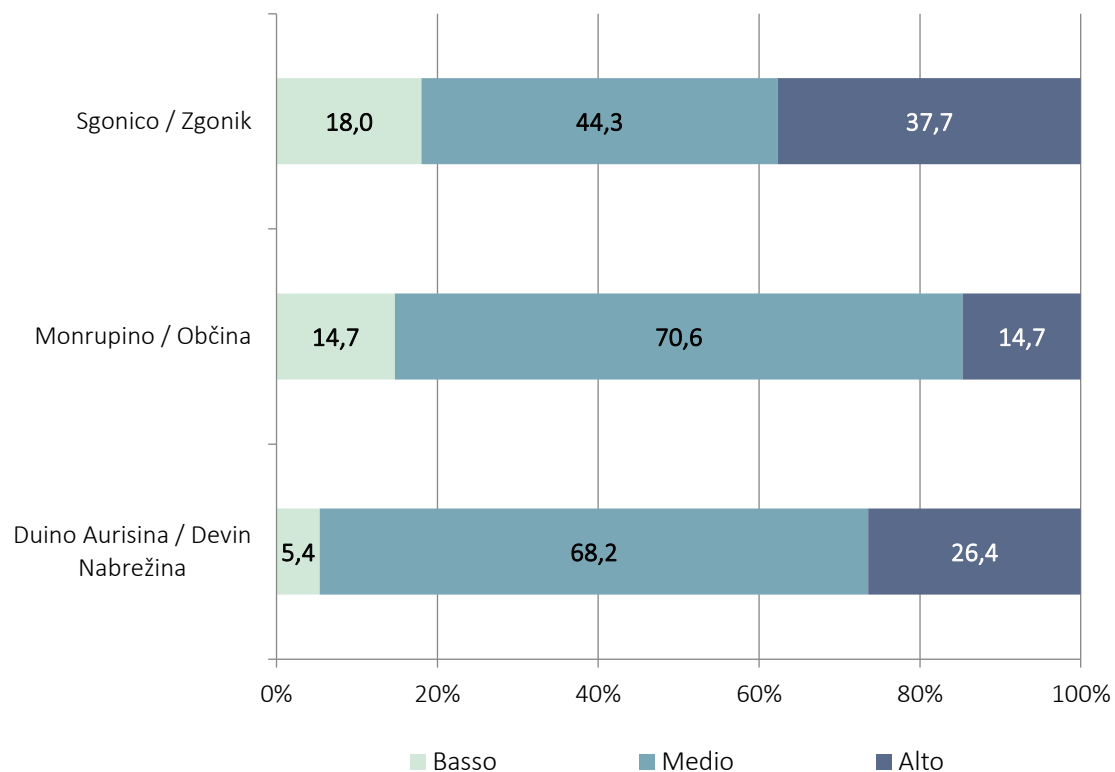
GIUDIZIO GLOBALE / PREZZO QUALITÀ

SODDISFAZIONE per UTENZA

UTENZA	Soddisfazione Globale			Rapporto Prezzo / Qualità		
	Bassa	Media	Alta	Bassa	Media	Alta
DOMESTICO	0,6	41,6	57,8	4,9	65,9	29,2
AZIENDALE	0,0	69,2	30,8	11,8	76,5	11,8
TOTALE	0,5	44,4	55,1	5,2	66,5	28,3

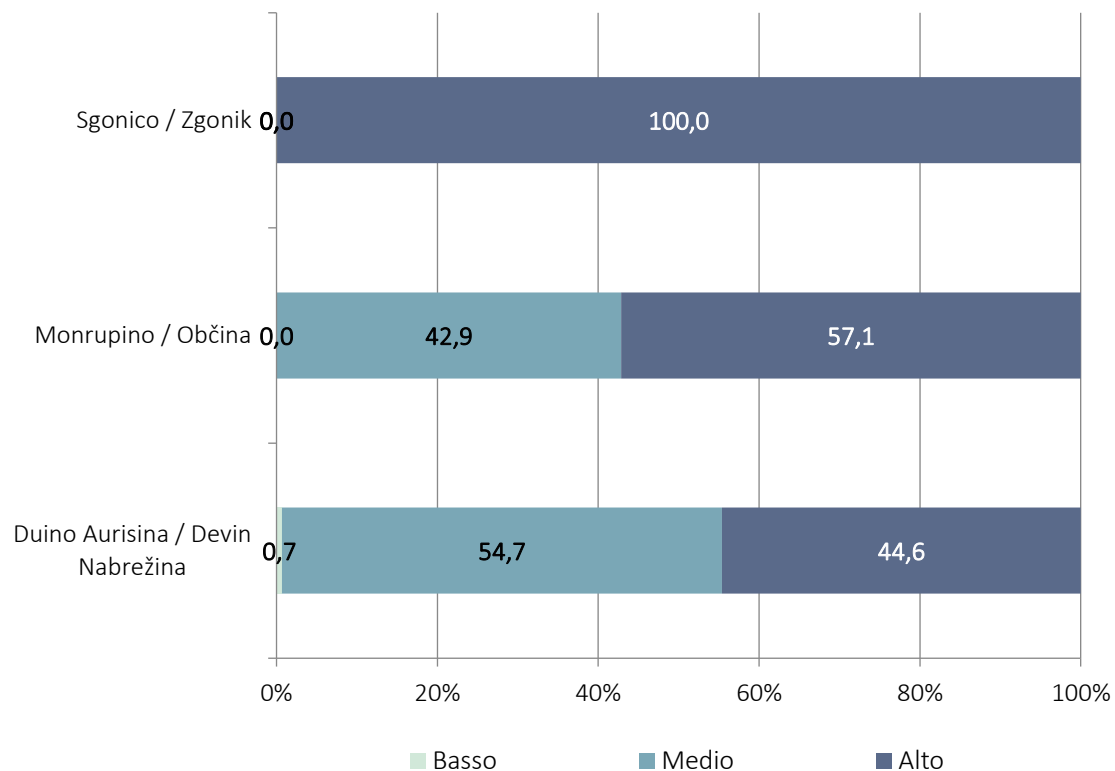
GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Rapporto Qualità / Prezzo – SODDISFAZIONE per CITTA' DI RESIDENZA



GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO

Servizio globale – SODDISFAZIONE per CITTA' DI RESIDENZA



GIUDIZIO GLOBALE / PREZZO QUALITÀ

SODDISFAZIONE per CITTÀ DI RESIDENZA

CITTÀ DI RESIDENZA	Soddisfazione Globale				Rapporto Prezzo / Qualità			
	Bassa	Media	Alta	Totale	Bassa	Media	Alta	Totale
DUINO AURISINA DEVIN NABREŽINA	0,0	68,2	26,4	100	5,4	68,2	26,4	94,6
MONRUPINO OBČINA	0,0	70,6	14,7	100	14,7	70,6	14,7	85,3
SGONICO ZGONIK	0,0	44,3	37,7	100	18,0	44,3	37,7	82,0

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), ma vediamo comunque che c'è una soddisfazione alta riguardo il servizio erogato e quanto viene pagato.

Nonostante tutte le difficoltà iniziate dal 2020, si registra una buona valutazione del rapporto Qualità/Prezzo che arriva ad un livello d'intensità 7. Certamente si può e si deve migliorare questo, ma non sembra un brutto voto, tenendo conto delle alte percentuali di approvazione del rapporto, che quindi ci permette di capire che si ritiene abbastanza equo il prezzo rispetto al servizio erogato (un notevole 94,8% totale).

Geograficamente la Soddisfazione (Media+Alta) varia da 82% a Sgonico, 85,3% a Monrupino e 94,6% a Duino Aurisina. Lo scostamento tra Privati e Aziende, già visto prima, quasi triplica l'alta soddisfazione (29,2% - 11,8%) tra i privati e la bassa soddisfazione tra le aziende è il doppio (4,9% - 11,8%). Questo è certamente dovuto alla caduta delle attività commerciali ed il mantenimento dei costi, che si fanno più pesanti per via dei minori incassi. Si spera che l'anno prossimo, quando e se ci sarà una ripresa economica post COVID19, i numeri saranno in difficoltà, perché, anche se stiamo analizzando il «sistema acqua», questo non è isolato rispetto al 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.

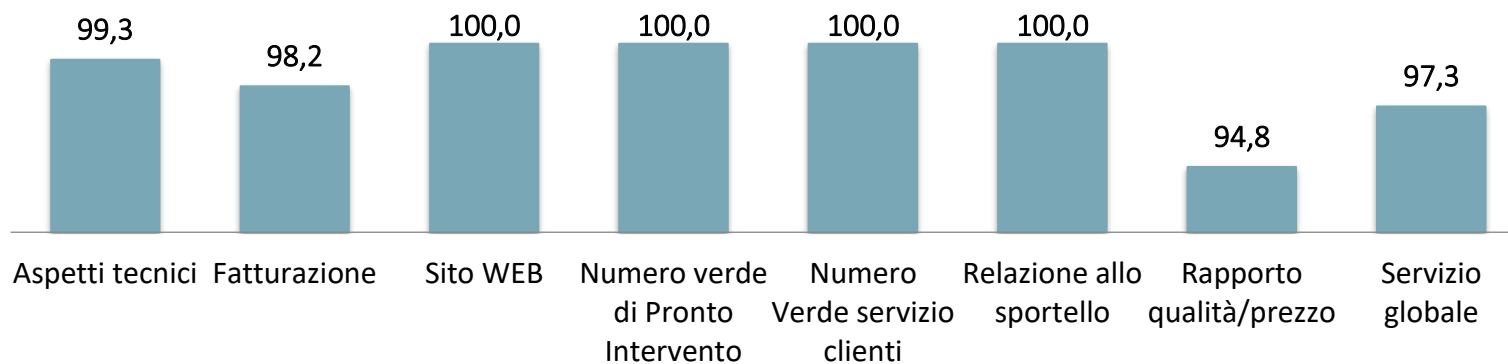
Molto più soddisfacente, da ogni punto di vista, risulta la valutazione del Servizio Generale, che arriva fino al 99,5%, un ottimo risultato di percezione. C'è ancora da lavorare sull'intensità di questi voti positivi, che possono raggiungere un livello di soddisfazione molto più intenso, attestandosi attualmente ad un valore di Medio-Alta.

Territorialmente, si vede maggior Alta Soddisfazione dapprima a Sgonico (100%), poi Monrupino (57,1%) e finalmente Duino Aurisina (44,6%).

CUSTOMER SATISFACTION INDEX

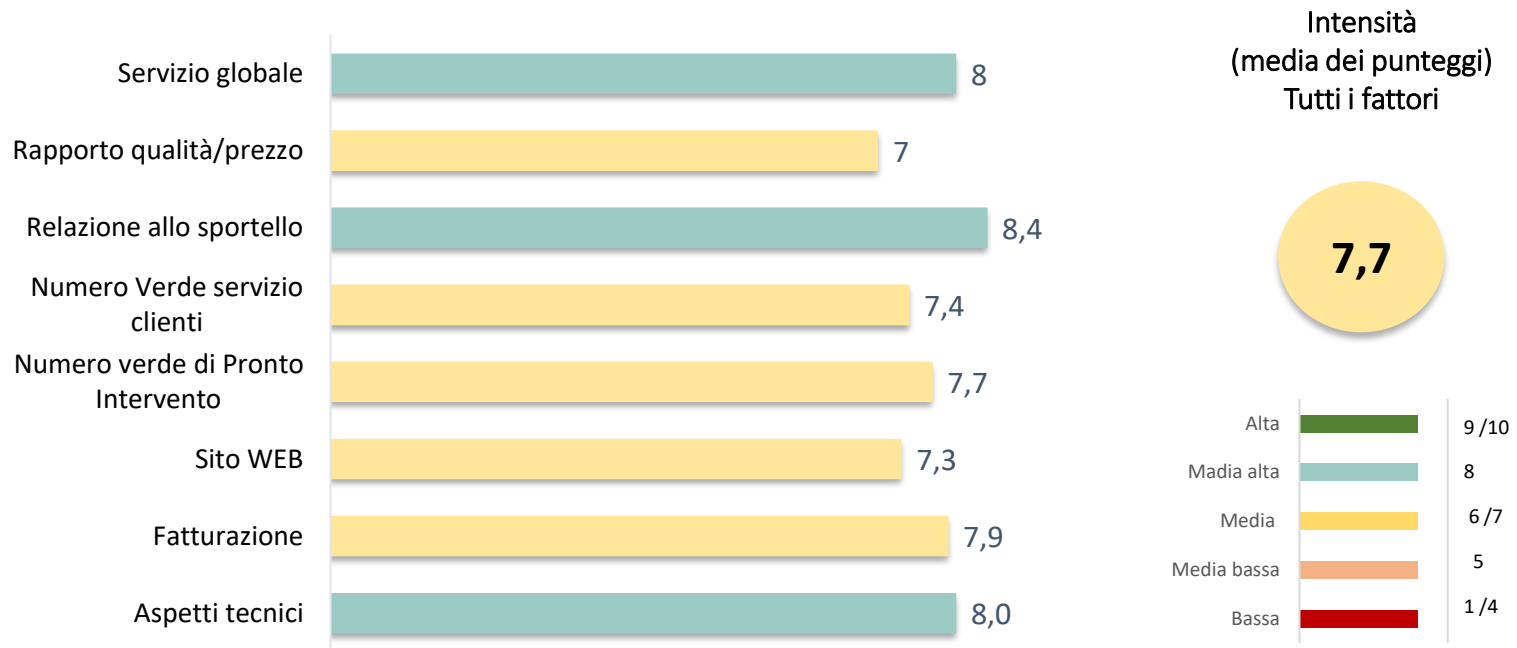
98,1

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



CUSTOMER SATISFACTION INDEX

Dati comparati dell'INTENSITA' del grado di SODDISFAZIONE



CUSTOMER SATISFACTION INDEX

Nota metodologica

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

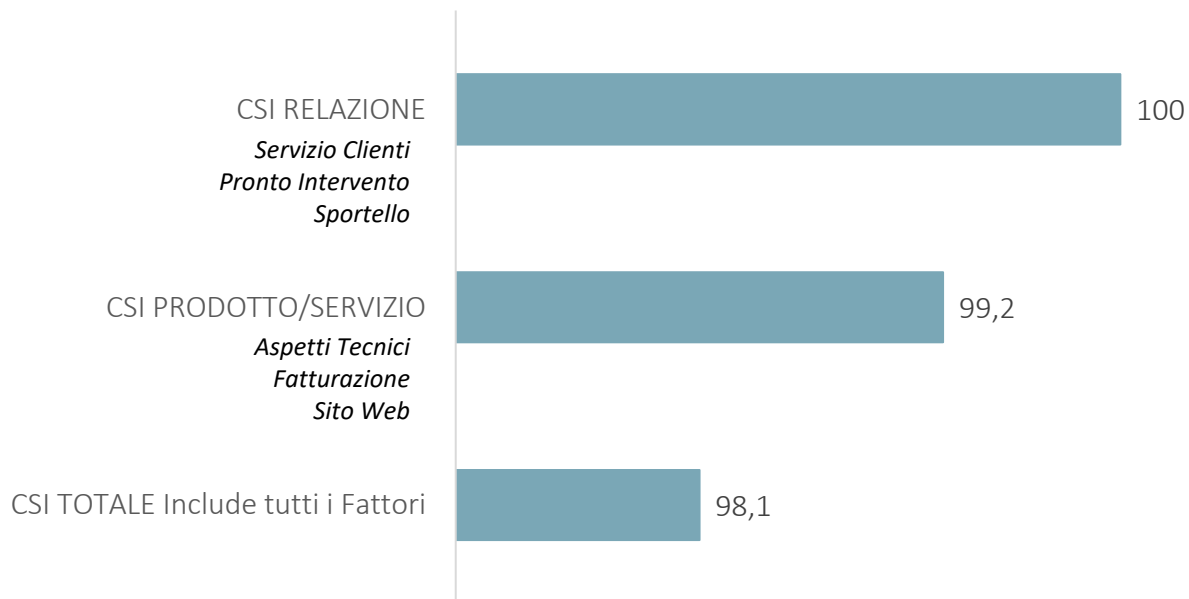
FATTORE	PESO
Aspetti Tecnici	0,2
Fatturazione	0,08
Sito WEB	0,08
Numero Verde Guasti	0,08
Numero Verde Servizio Informazione	0,08
Relazione allo Sportello	0,08
Giudizio Complessivo	0,2
Rapporto Qualità / Prezzo	0,2
TOTALE	1,00

STANDARD DI MERCATO: Elaborato con dati propri dei lavori svolti entro il 2021 / 2022 Aziende di Servizio Idrico, per un totale di 6.200 interviste.

	Standard di Mercato	ACQUEDOTTO DEL CARSO
CSI Sintetico	94,7	98,1

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022 – PARZIALI

Per PRODOTTO – SERVIZIO e RELAZIONE



CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022

Considerazioni

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

Dobbiamo iniziare dalla soddisfazione generale (CSI), che parte con una asticella molto alta di 98,1%, diventando così un punto di forza, molto significativo.

Sia per la «Relazione allo sportello», sia per il «Servizio Globale» che per gli «Aspetti Tecnici», si verificano i fattori più valorizzati da parte dell'utenza, con un livello di soddisfazione Medio-Alto in tutti e tre. Vi rimane comunque dello spazio di crescita, tenendo conto che si può lavorare molto per innalzare l'intensità della soddisfazione.

«Fatturazione», «Numero Verde Pronto Intervento» e «Numero Verde Servizio Clienti», che sono importanti all'interno del sistema, seguono nella scala relativa di valore con gradi di soddisfazione intensa che vanno dal 7,9 (Fatturazione) a 7,4 per il Numero Verde di Pronto Intervento.

Rimangono più bassi, con un'intensità relativa inferiore, non all'altezza degli altri, quindi da migliorare, il «Rapporto Qualità/Prezzo» ed il «Sito Web» con ampia potenzialità di crescita.

Risulta chiaro che, per produrre nell'utenza una percezione più 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. Dai commenti non c'è la solita diffidenza sulla gestione dei servizi pubblici, un punto di forza che potrebbe migliorare ulteriormente.

Analizziamo nel dettaglio la Mappa delle Priorità.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022 – PARZIALI

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.

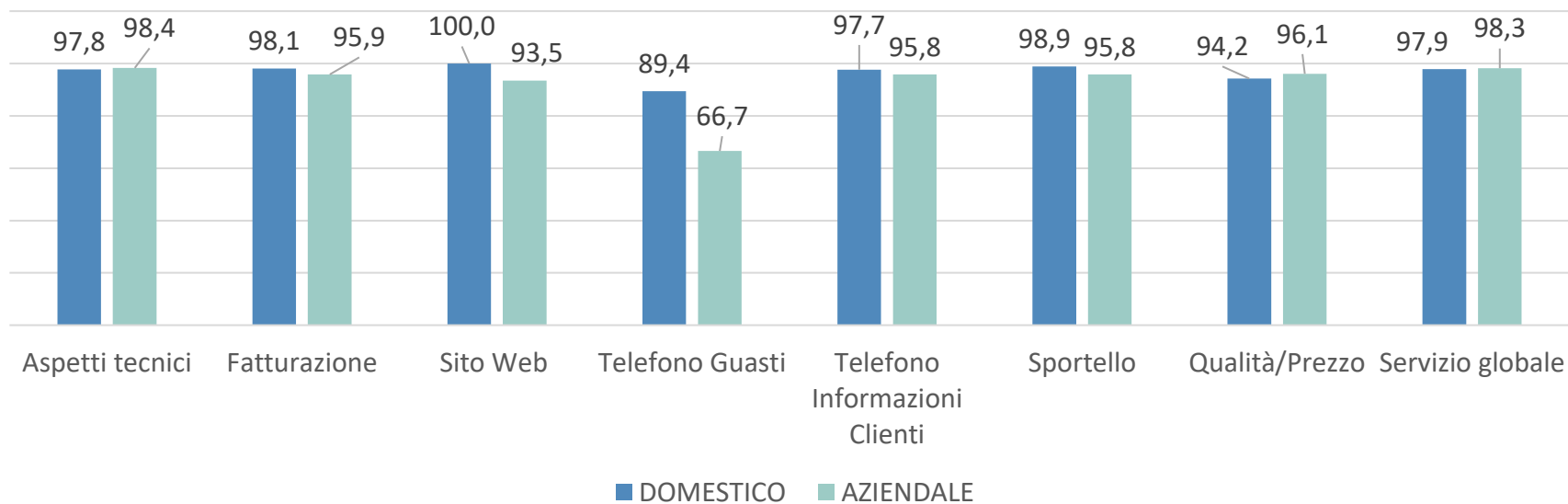
INDICE GENERALE	99,5
INDICE SINTETICO	98,1

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 (91,8).

L'INDICE **GENERALE** di SODDISFAZIONE è superiore a quello **SINTETICO** di solo 1,4 punti percentuali, quindi il BRAND aziendale, l'immagine del marchio **Acquedotto del Carso / Kraški vodovod** viene percepito positivamente dagli utenti e **genera un valore aggiunto** rispetto alla performance diretta del servizio considerato.

La differenza percentuale tra gli Indici comparati lascia spazi di crescita per la «immagine aziendale». Tenendo conto la buona performance prelevata, questo obiettivo di crescita del Brand potrebbe raggiungersi con una accurata campagna di comunicazione.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022 PER TIPO D'UTENZA



CSI DOMESTICO	CSI AZIENDALE
96,7 %	94,4 %

MAPPA DELLE PRIORITA'



MAPPA DELLE PRIORITA'

Considerazioni

Vediamo qui come si posizionano i diversi aspetti considerati in linea con l'**intensità** della soddisfazione e l'**importanza** assegnata dagli utenti a ciascuno di loro. Non è un assoluto, ma il risultato della messa in relazione di tutti gli elementi tra di loro.

Nella costruzione della Mappa si tiene conto della **media dei punteggi ottenuti nella domanda «overall» alla fine di ogni Indicatore** e non della percentuale di utenti che votano tra 6 e 10, 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).

È da tenere in considerazione che il posizionamento dentro questo quadro è del tutto relativo alle domande fatte, agli aspetti presi in considerazione. Comunque, comparati con l'intensità della soddisfazione o con la media dei punteggi dati, con tanti argomenti valutati intorno al punteggio 6-7 (intensità «media» come emerso attraverso tutta l'indagine per tutti i Fattori), risulta logico che la maggior parte degli aspetti si muovono intorno ad una certa parità. Quasi tutti i fattori sono simili in valutazione per utenti commerciali o privati, con un divario di +/-3%, tranne per il Numero verde Segnalazione Guasti, dove il margine è molto più alto.

MAPPA DELLE PRIORITA'

Considerazioni

Opportunità da VALORIZZARE: Il quadro in basso a destra rivela punti di alta soddisfazione e importanza relativamente alta, «Fatturazione», le «Relazioni allo Sportello» e gli «Aspetti Tecnici». In questo caso la «Fatturazione» ha una più elevata importanza relativa ed una minor approvazione, il che la mette più in alto rispetto agli «Aspetti tecnici». Questi, invece, risultano un po' più importanti, ma meno intensamente soddisfacenti nel confronto. Le «Relazioni allo Sportello», intanto, sono molto meno relativamente soddisfacenti, ma più importanti.

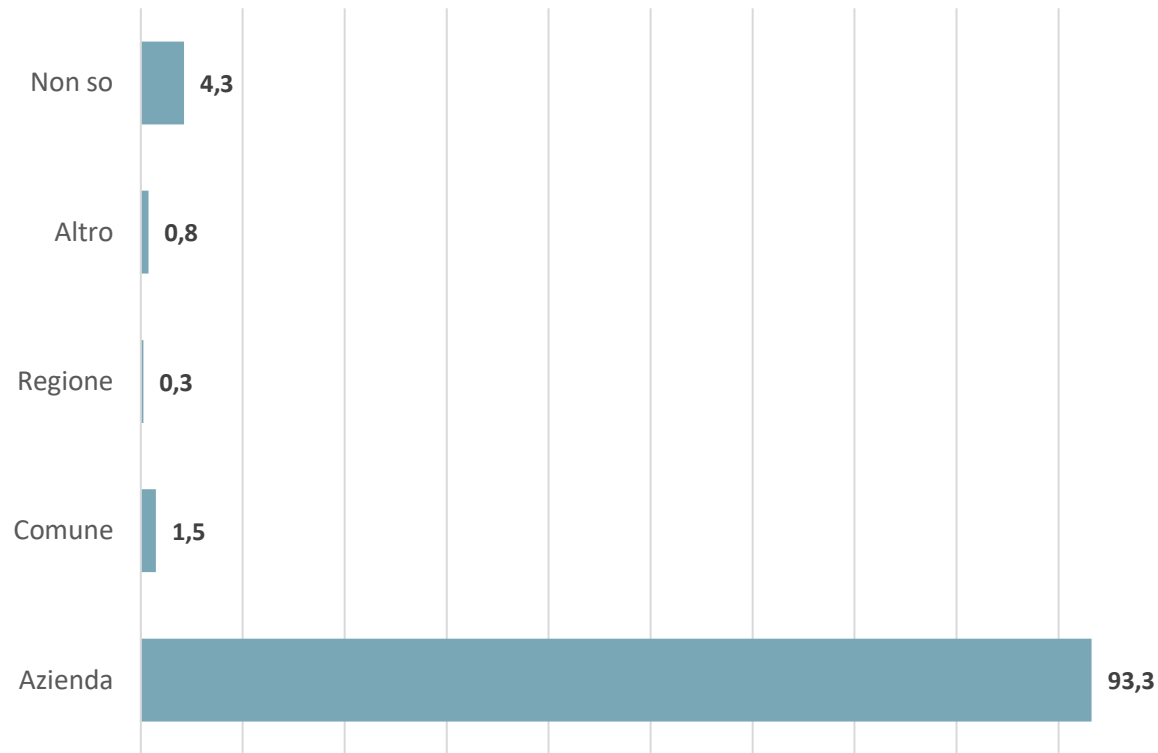
Punti di Forza da MANTENERE: Si posizionano a destra ed in alto, nella zona di sicurezza per maggior soddisfazione e maggior importanza. In questo caso lo fa soltanto il «Giudizio Globale», senz'altro una buona notizia per i rapporti dell'Azienda con gli utenti, ed un segno che, in questo caso, un rapporto personale fa una differenza comunicazionale apprezzata da un'utenza molto probabilmente tradizionalista nelle modalità di rapporto interpersonale.

Aspetti secondari da MONITORARE: In basso a sinistra, una zona dove l'importanza è minore e la soddisfazione bassa, da monitorare, è l'andamento del «Numero verde Pronto intervento», un aspetto da migliorare certamente perché viene valutato scarsamente dagli esercizi commerciali, anche se quantitativamente meno delle abitazioni, e sono un fattore dal peso economico importante.

Area di possibili MIGLIORAMENTI: Finalmente la zona che desta preoccupazione perché considerata **importante e poco soddisfacente**, in alto a sinistra: qui troviamo tre argomenti, uno più critico. «Rapporto Qualità/Prezzo», sulla linea dell'importanza media, dovrebbe spingere per riuscire a crescere nella stima degli utenti, come un servizio più apprezzato per quanto si paga. Quasi in parità per Importanza e Soddisfazione troviamo finalmente «Sito Web» e «Numero verde Servizio Clienti», fattori per i quali si deve lavorare per far crescere la soddisfazione e fare in modo che si spostino sulla destra, verso la zona di sicurezza dei punti di forza.

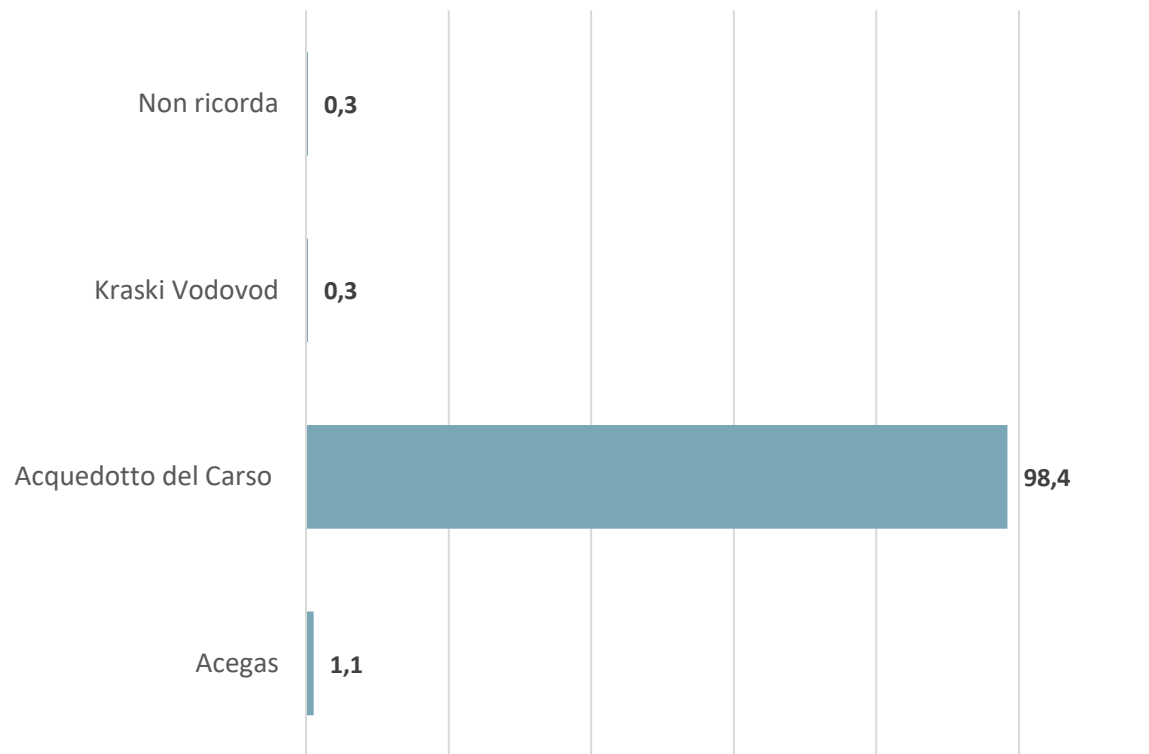
NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa chi fornisce il servizio?



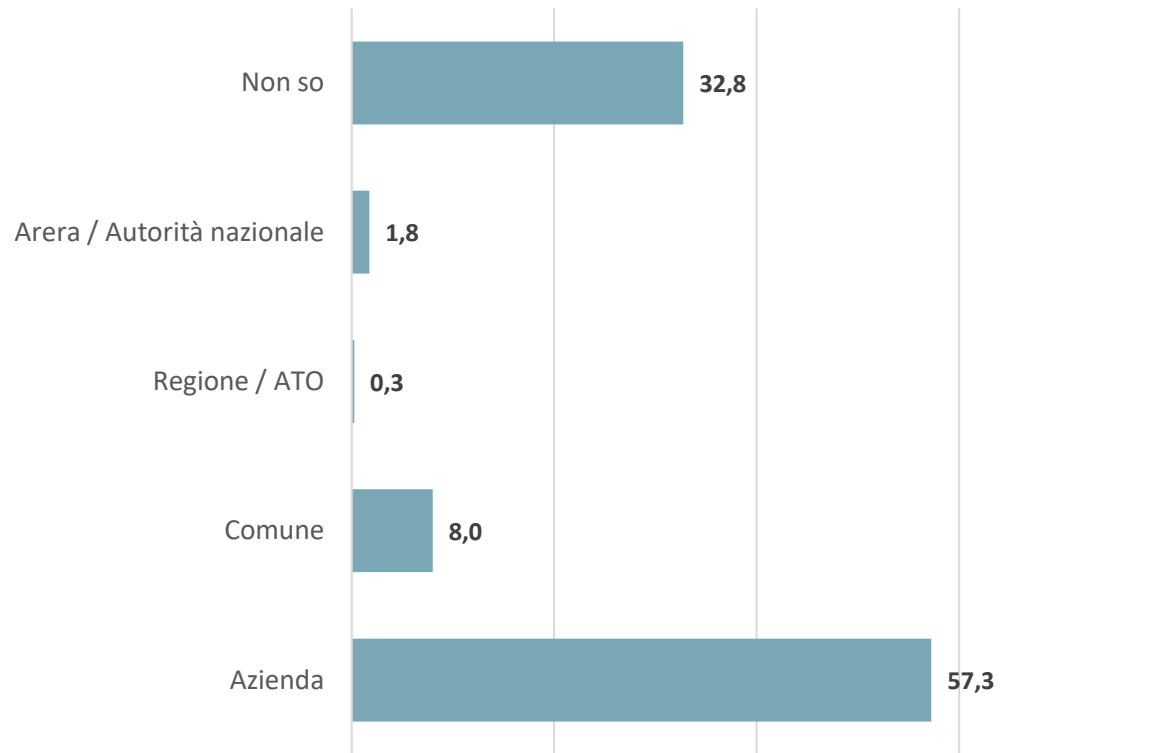
NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa indicare il nome dell'azienda?



NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa chi determina la tariffa?



NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Considerazioni

Gli intervistati sanno, nella stragrande maggioranza delle risposte, che chi fornisce il servizio dell'acqua è un'azienda (93,3%), contro circa il 4% che non lo sa, o 1,5% che pensa sia il Comune.

Di quelli che scelgono l'azienda come fornitore, una larga maggioranza riconosce Acquedotto del Carso, indicandolo come il responsabile del servizio (98,4%), oltre 9 su 10 utenti.

Ribadiamo quanto consideriamo sia importante l'installazione del marchio aziendale come realtà riconosciuta dagli utenti. Una realtà che supera le fusioni e i cambiamenti possibili, che dona un valore aggiunto al marchio.

La conoscenza dell'azienda, o Brand Awareness, arriva ad un alto livello ed è un asset per Acquedotto del Carso.

La confusione sulla determinazione della tariffa, con un 57,3% degli utenti che attribuiscono il compito all'azienda, risulta un problema che si pone in tutte le indagini che facciamo. Infatti, un 32,8% non sa chi la determina, l'8% segnala il Comune e l'1,8% individua ARERA o un altro ente pubblico, mentre un piccolo 0,3% indica la Regione come responsabile. In questo senso gli utenti non hanno chiaro il ruolo attuale, così come delle competenze precise che, all'interno del sistema di servizi pubblici in concessione, svolge l'azienda.

Anche se sul sito web si può trovare la carta dei Servizi e quanto occorre per la trasparenza sugli aspetti economici, 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.

I COMMENTI DELL'UTENZA

Ricavati in campo da nostri operatori ed operatrici

CRITICITÀ ACQUEDOTTO DEL CARSO

In generale gli utenti sono molto soddisfatti del servizio

Le operatrici non hanno avuto nessun problema a fare l'intervista in italiano. È capitato solo in 2 casi, utenti che parlavano sloveno, ma non hanno voluto essere ricontattati dall'operatrice bilingue, trattandosi di persone che comunque non avevano l'intenzione di rispondere il questionario, indipendentemente della lingua.

Inoltre, chi è stato contattato in lingua slovena si è dimostrato “molto soddisfatto” di questo, e lo hanno sottolineato più volte.

DUINO AURISINO

Solleciti di pagamento troppo assillanti visto che la causa era legata al ritardo nella consegna delle bollette

Gusto ferroso, acqua giallastra

Presenza di calcare e il sapore pesante

Quota fissa troppo alta da 25euro si è passati a 180euro, ne consegue che bagnare l'orto diventa troppo caro

Il sabato servizio guasti non mi ha risposto nessuno

Il bollettino è scritto troppo in piccolo, il funzionario della posta non capisce cosa ci sia scritto. Era meglio il bollettino precedente

SGONICO

Servizio per ricevere le fatture era gratuito da qualche mese pago 2 euro ogni volta che le richiedo (centra la banca?)

Fatturazione: trova inappropriato addebitare la voce "trasporto"

Pressione bassa, soprattutto d'estate, dalle 18 in poi, ma non è colpa dell'azienda, a quell'ora tutti annaffiano giardini e orti

MONRUPINO

Se uno preferisce pagare con l'home banking, non si trova l'IBAN nella bolletta, bisognerebbe aggiungere questo dato