



## CUSTOMER SATISFACTION

INDAGINE SUGLI STAKEHOLDER

RAVENNA

*Dati provinciali*

Gruppo CLAS



Marzo 2015



# SOMMARIO

- PRESENTAZIONE
- NOTA METODOLOGICA E CAMPIONAMENTO
- RISULTATI: IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI
- RISULTATI: SERVIZI EROGATI
- RISULTATI: MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA



# PRESENTAZIONE

Il Sistema di **Customer satisfaction delle Camere di commercio italiane** nasce da un **progetto di sistema** che ha l'obiettivo di indagare presso le imprese, i professionisti, le Associazioni di categoria e la Pubblica Amministrazione:

- l'immagine percepita delle Camere di commercio;
- il grado di soddisfazione in merito ai servizi erogati;
- il grado di soddisfazione relativo agli aspetti del funzionamento e dell'organizzazione delle Camere di commercio.

I suoi **risultati sono utili** per:

- analizzare il punto di vista degli utenti camerali;
- verificare il livello dei servizi in un'ottica di miglioramento futuro;
- raccogliere informazioni utili alla pianificazione e programmazione;
- fare azioni di comunicazione e rendicontazione interna ed esterna;
- rispondere alle esigenze di misurazione, analisi e miglioramento indicate dal sistema per la gestione della qualità (ISO 9001:2000).

Le interviste sono state condotte con metodologia CATI dall'Istituto di ricerca Almaviva Contact e supervisionate da Gruppo CLAS.

I dati qui illustrati si riferiscono all'universo delle imprese come descritto nella nota metodologica.



# PRESENTAZIONE

I risultati presentati nel rapporto sono il frutto delle distribuzioni di frequenze campionarie, non essendo stato possibile realizzare il riporto all'universo, per via di una esigua base e impreciso universo di riferimento.

Si mette in evidenza che non è possibile, per tale ragione, ricalcolare in maniera automatica i risultati dell'indagine esposti in percentuale sulla base delle consistenze campionarie presentate in ogni slide.

Per l'indagine CATI qui rappresentata il campione è composto da **80 intervistati**, distribuiti casualmente tra: Associazioni di categoria, Confederazioni, Professionisti, Dottori Commercialisti, Ragionieri, Studi associati e Notai.

## Nota per la lettura dei dati



Indica che i risultati sono caratterizzati da minore significatività per la bassa numerosità dei rispondenti



Indica che una o più domande sul tema in slide, hanno subito lievi variazioni di forma rispetto al questionario della precedente rilevazione. Ove possibile è stata mantenuta la serie storica in quanto non gravemente compromessa dalla variazione



# NOTA METODOLOGICA

## ISTITUTI DI RICERCA

Gruppo CLAS spa - ricerche di mercato.

## OBIETTIVI DELL'INDAGINE

Indagine campionaria telefonica sugli stakeholder della provincia di **Ravenna**, che ha lo scopo di rilevare il livello di soddisfazione dell'utenza sui servizi erogati dalle Camere di commercio e per la messa a disposizione di strumenti di elaborazione dei risultati.

## METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate dalla società Al maviva Contact spa sede di Roma, con il Sistema Cati (Computer aided telephone interview).

## TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato concordato con la Committente erogato su lista contatti forniti dalla CCIAA.

## PERIODO DI RILEVAZIONE DELLE INTERVISTE

Marzo 2015.

## CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel pieno rispetto del Codice deontologico e di quanto previsto dalla Legge sulla Privacy n. 196/03.



# IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI





# IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

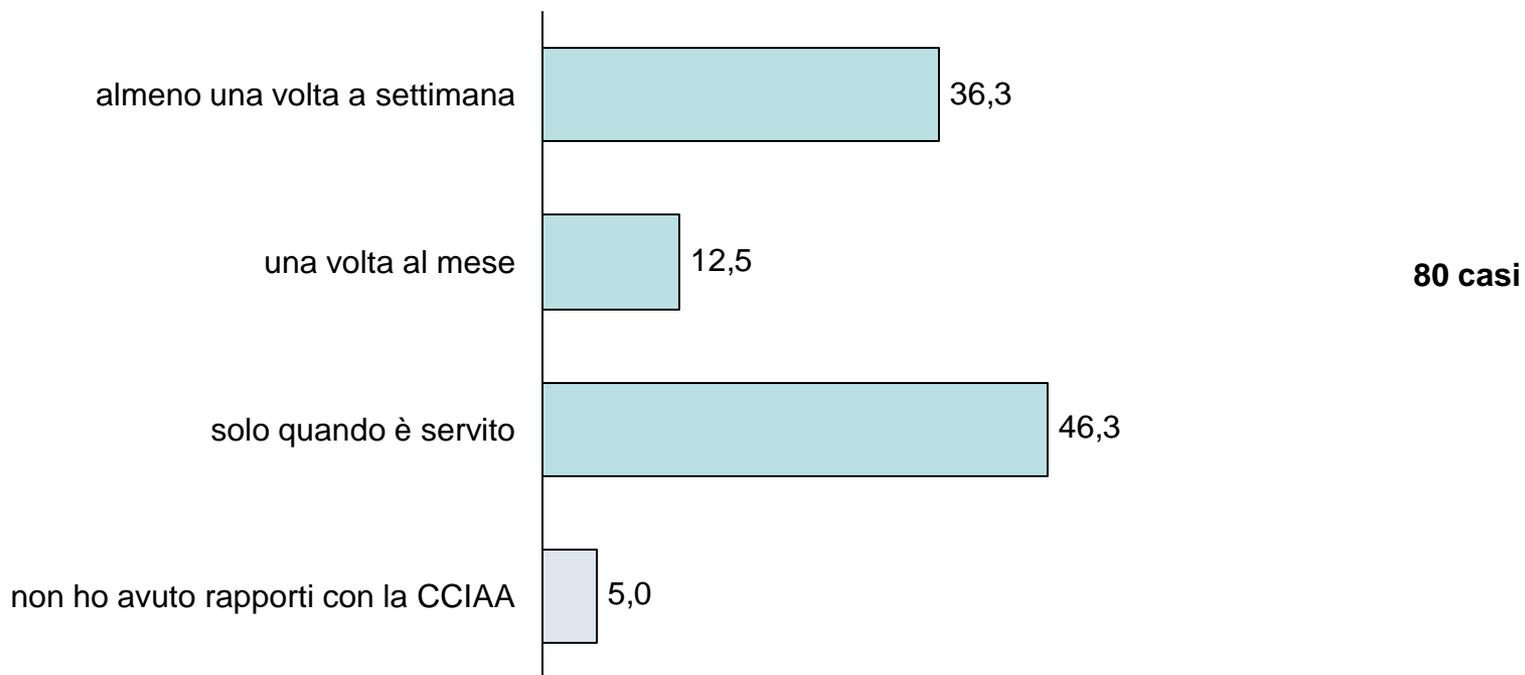
> Frequenza dei rapporti con la Camera di commercio nell'ultimo anno

Dati espressi in %

**“CON QUALE FREQUENZA, NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO, LEI O I SUOI COLLABORATORI AVETE AVUTO RAPPORTI CON LA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Rapporti con la Camera di commercio

**2014**



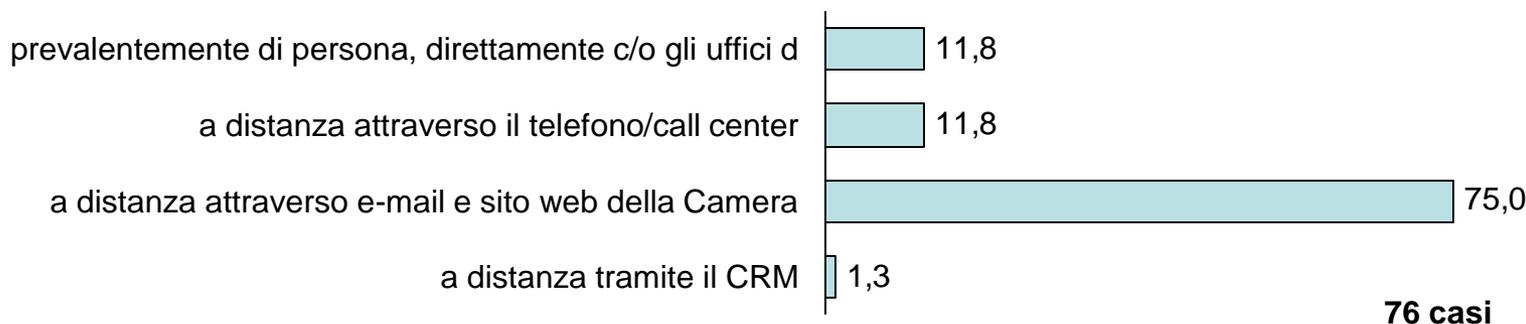


# IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

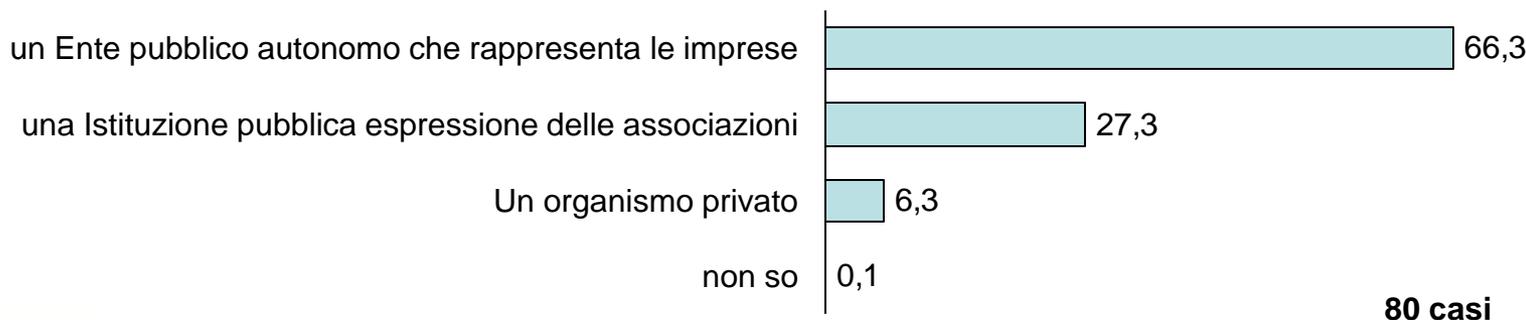
- > Modalità dei rapporti
- > Natura della Camera di commercio secondo l'opinione delle imprese

Dati espressi in %

## “CON QUALE MODALITÀ HA AVUTO RAPPORTI CON LA CAMERA DI COMMERCIO NELL'ULTIMO ANNO?”



## “SECONDO LEI LA CAMERA DI COMMERCIO È?”



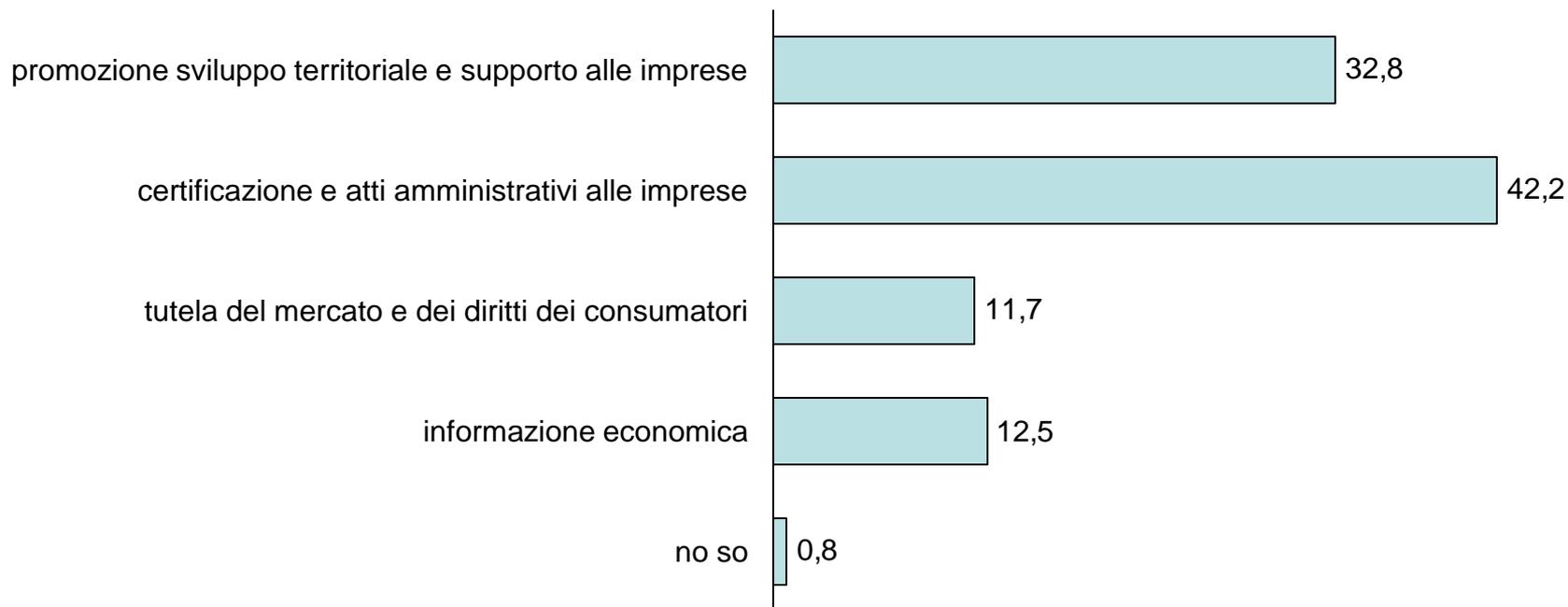


# IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

> Funzione principale della Camera di commercio secondo l'opinione delle imprese

Dati espressi in %

**“QUALE PENSA SIA LA FUNZIONE PRINCIPALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”**



80 casi



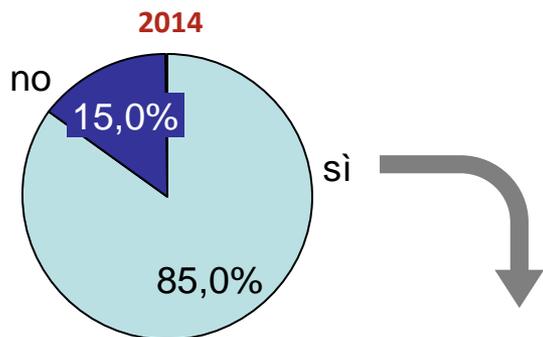
# IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

- > L'informazione sui servizi e le attività offerti
- > L'efficacia della comunicazione della Camera di commercio

Dati espressi in %

**“LEI È INFORMATO SUI SERVIZI E LE ATTIVITÀ OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Comunicazione della Camera di commercio

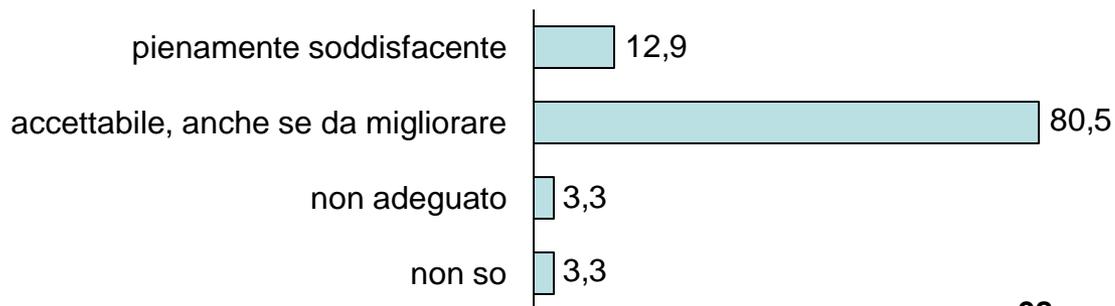


80 casi

**“SECONDO LEI LA CAMERA DI COMMERCIO COMUNICA I SERVIZI CHE OFFRE IN MODO?”**

Comunicazione della Camera di commercio

2014



68 casi



# IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

> L'efficacia della comunicazione della Camera di commercio



Dati espressi in %

**“CONOSCE E COME GIUDICA I SEGUENTI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE UTILIZZATI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Strumento 700 casi	Lo conosce? Sì 2014	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014		
e-mail	<b>96,3%</b>		83,1%	<b>77 casi</b>
PEC (posta/fax)	<b>87,5%</b>		84,3%	<b>70 casi</b>
Sito web Camerale	<b>96,3%</b>		80,5%	<b>77 casi</b>
Rivista della Camera	<b>15,0%</b>		50,0%	<b>12 casi</b>
Sportelli info: comunica e impresattiva	<b>48,1%</b>		81,6%	<b>38 casi</b>
newsletter	<b>28,8%</b>		73,9%	<b>23 casi</b>



# IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

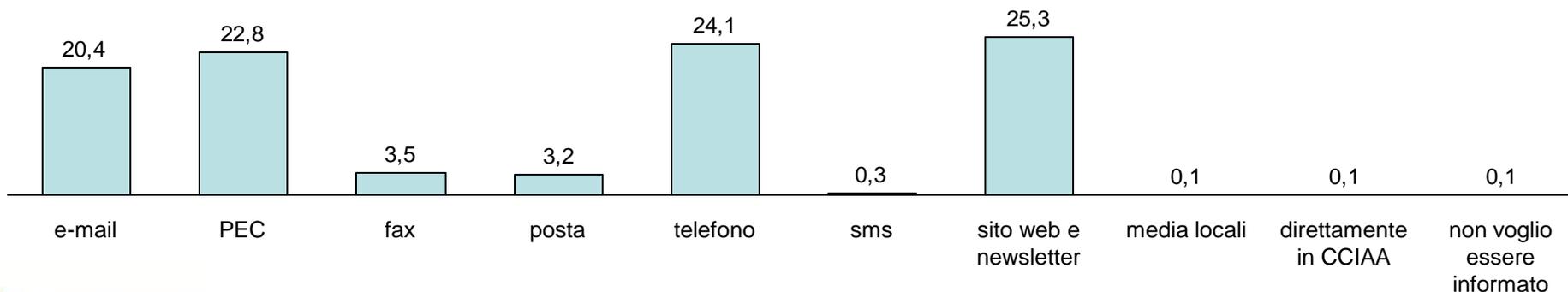
- > Giudizio generale sugli strumenti di comunicazione della Camera
- > Livello di informazione sui servizi e le attività camerali

Dati espressi in %

**“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”**



**“CON QUALI MODALITÀ RITIENE PIÙ UTILE ESSERE INFORMATO SUI SERVIZI DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”**





# SERVIZI EROGATI

**Per la maggior parte dei servizi indagati le numerosità campionarie si sono rivelate scarse (meno di 30 casi), quindi si consiglia una lettura più di contesto**



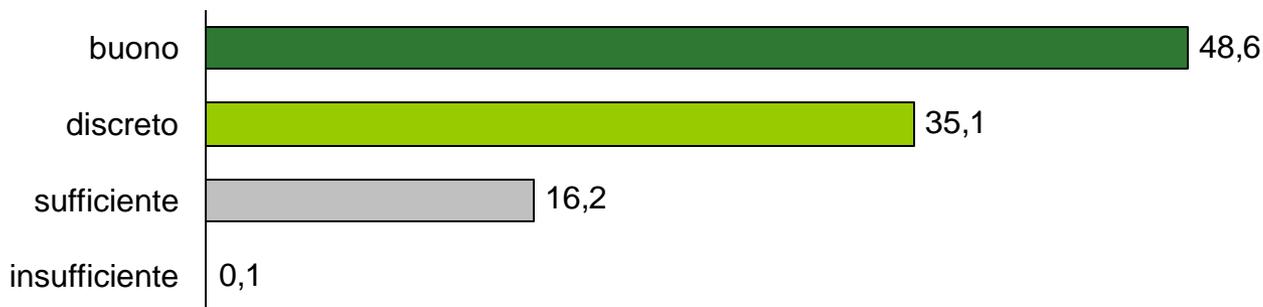
## SERVIZI EROGATI

- > Servizio Agente in Assistenza e Servizi Regolazione offerti delegazione e offerta di credito
- > Camera di Commercio e soddisfazione 2014

**“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI E DI REGOLAZIONE OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Giudizio generale servizi amministrativi e regolazione

2014



74 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto

83,8

**Indice di soddisfazione:** permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



## SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale dei servizi di supporto alle imprese offerti dalla Camera di commercio

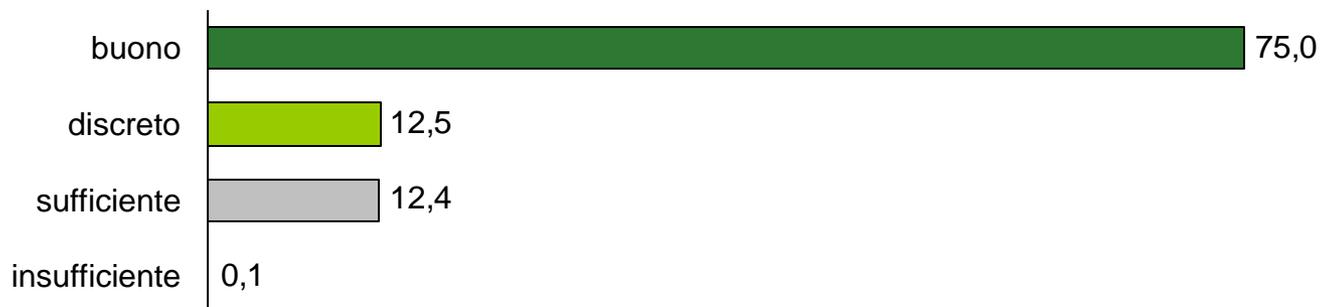
Dati espressi in %



**“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUI SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Giudizio generale servizi di supporto alle imprese

2014



8 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto



**Indice di soddisfazione:** permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



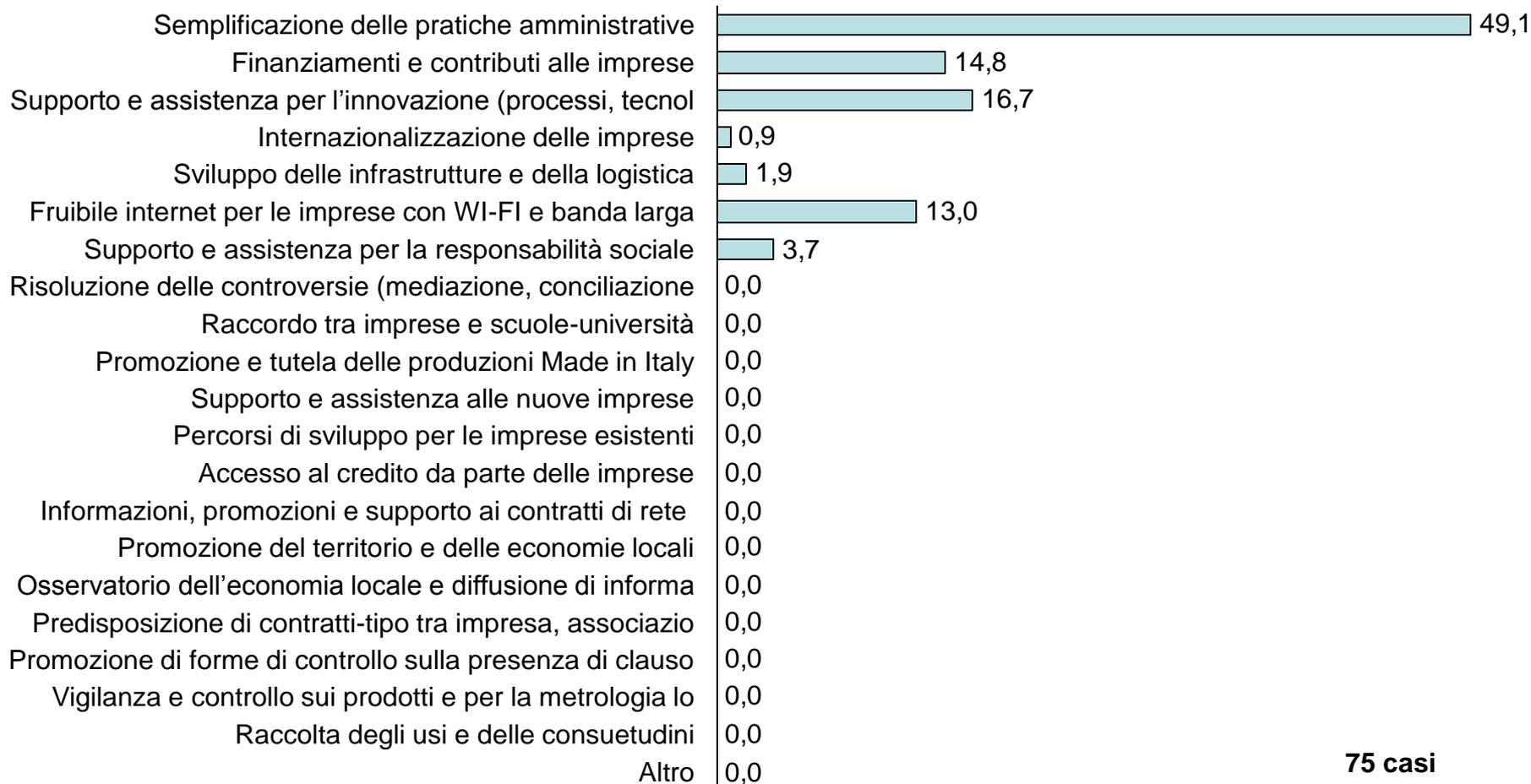
## SERVIZI EROGATI

> Attese delle imprese rispetto all'attività della Camera di commercio

Dati espressi in %



**“SU QUALI, TRA LE SEGUENTI TEMATICHE, RITIENE CHE LA CAMERA DI COMMERCIO DEBBA IMPEGNARSI MAGGIORMENTE PER IL FUTURO?”**



75 casi



## SERVIZI EROGATI

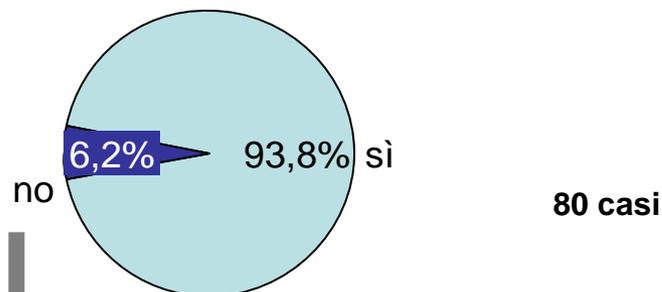
> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

Dati espressi in %

**“NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO HA UTILIZZATO IL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

2014



**“PER QUALI RAGIONI NON HA UTILIZZATO IL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

NON utilizzo del sito Internet della Camera di commercio 2014

5 casi





## SERVIZI EROGATI

> Il sito Internet della Camera: ragioni utilizzo

Dati espressi in %

**“Per quali ragioni avete utilizzato il sito internet della Camera di commercio nel corso dell’ultimo anno?”**

PER LE PRATICHE  
OBBLIGATORIE E  
SERVIZI  
AMMINISTRATIVI (ES  
TELEMACO, IMPRESA  
IN UN GIORNO, ETC...)

57,1

PER ACCEDERE A  
CONTRIBUTI, SERVIZI  
ACCOMPAGNAMENTO  
E CERCARE  
INFORMAZIONI SUL  
MERCATO

7,1

PER REPERIRE LA  
MODULISTICA DEI  
SERVIZI DELLA  
CAMERA

31,2

PER ISCRIZIONE  
ON-LINE A CORSI,  
CONVEGNI, SEMINARI

4,6

75 casi



## SERVIZI EROGATI

> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio: overall CS

Dati espressi in %

**“IN GENERALE, COME VALUTA IL SITO WEB CAMERALE?”**

Valutazione generale sito web Camerale

2014



Indice di soddisfazione

2014

75 casi

buono + discreto

90,7

**Indice di soddisfazione:** permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



## SERVIZI EROGATI

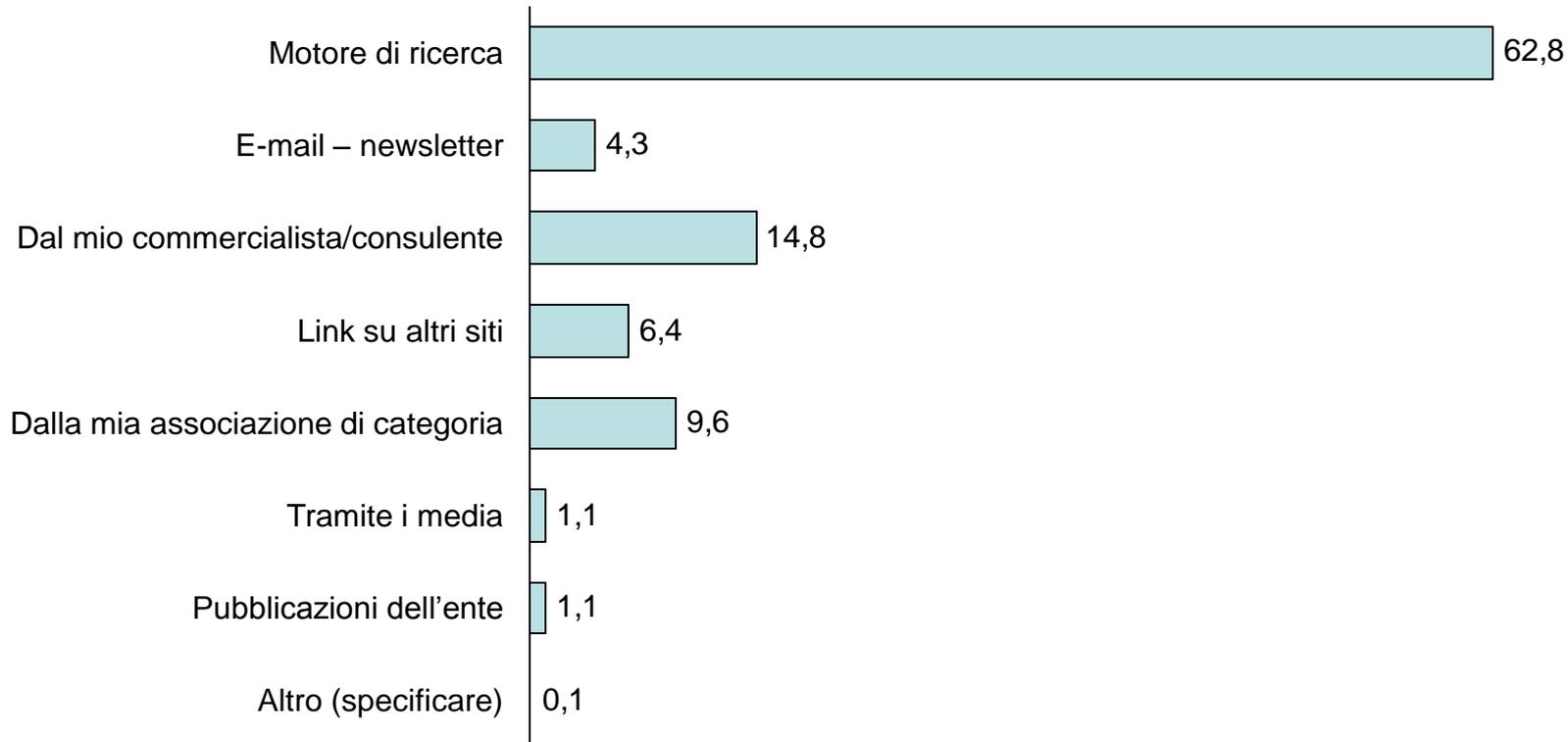
> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

Dati espressi in %

**“COM'È VENUTO A CONOSCENZA DEL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

**2014**



**75 casi**



# MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO



# MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA

- > Sedi maggiormente frequentate
- > Raggiungibilità degli uffici della Camera di commercio

Dati espressi in %

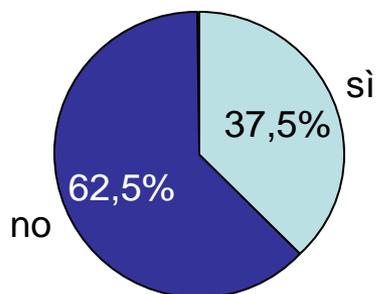


**“SI È RECATO PERSONALMENTE NEGLI UFFICI DELLA CAMERA DI COMMERCIO NEGLI ULTIMI 12 MESI?”**

Visita presso gli uffici della Camera di commercio

2014

80 casi



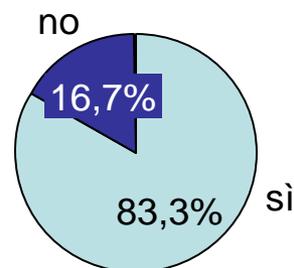
si

**“RITIENE CHE GLI UFFICI DELLA CAMERA DI COMMERCIO SIANO FACILMENTE RAGGIUNGIBILI?”**

Facile raggiungibilità degli uffici della Camera di commercio

2014

30 casi



no

si



## SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale ambienti dalla Camera di commercio

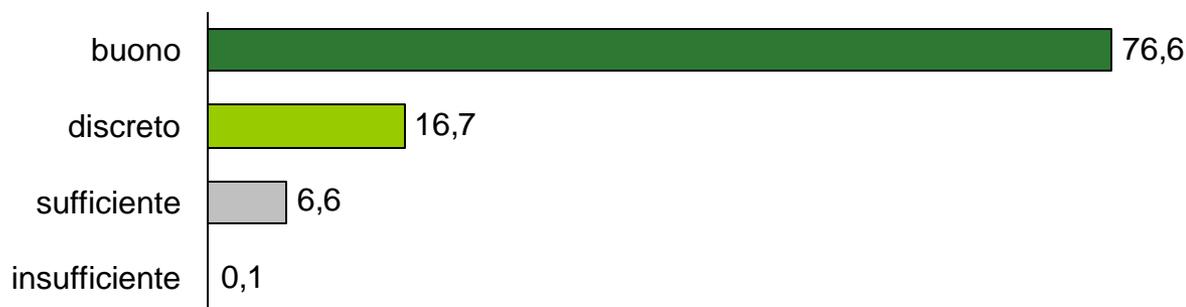
Dati espressi in %



**“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUGLI AMBIENTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Giudizio generale ambienti della Camera

2014



30 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto 93,3

**Indice di soddisfazione:** permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



## SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale sul personale dalla Camera di commercio

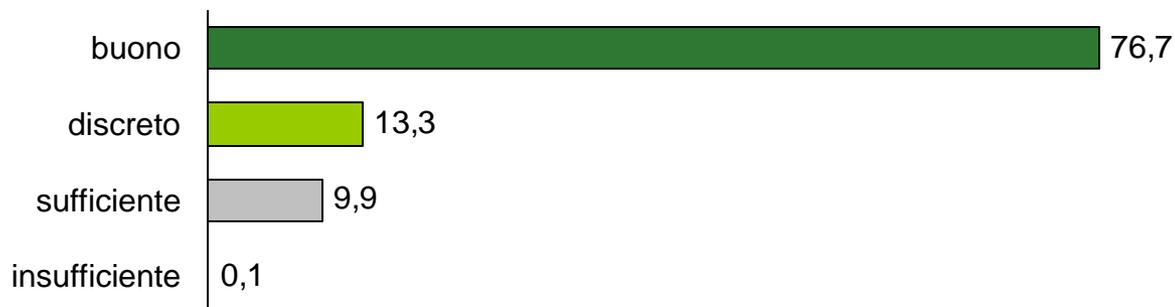
Dati espressi in %



**“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE VERSO IL PERSONALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO CHE OFFRE IL SERVIZIO ALLO SPORTELLO?”**

Giudizio generale personale della Camera

2014



30 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto 90,0

**Indice di soddisfazione:** permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



# MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA

> Aspetti connessi al rapporto con gli uffici

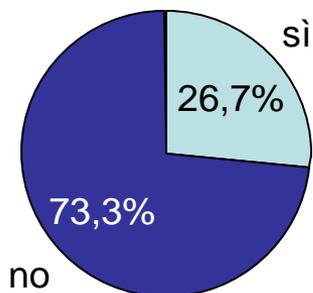
Dati espressi in %



**“SECONDO LEI CI SONO ASPETTI, CONNESSI AL RAPPORTO CON GLI UFFICI, CHE POTREBBERO ESSERE MIGLIORATI?”**

Ci sono aspetti da migliorare?

2014



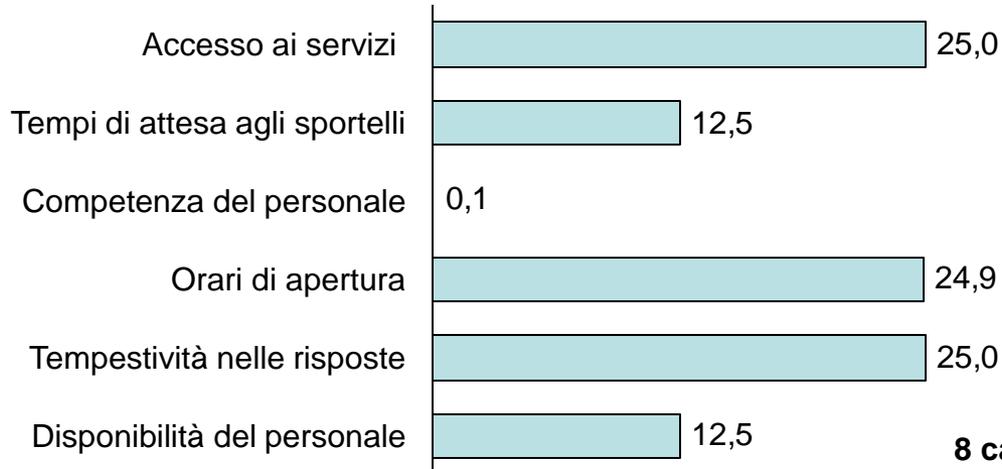
30 casi



**“QUALI ASPETTI VORREBBE MIGLIORARE?”**

Lista degli aspetti

2014



8 casi





# MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Adeguatezza degli orari di apertura al pubblico

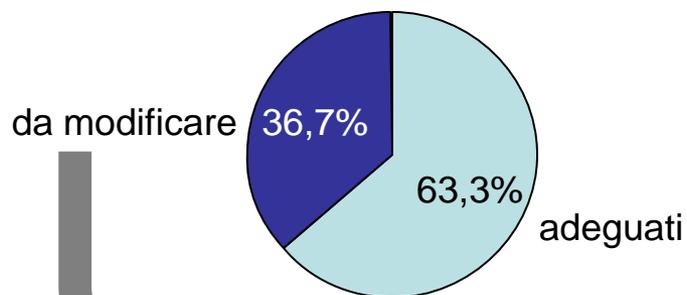
Dati espressi in %



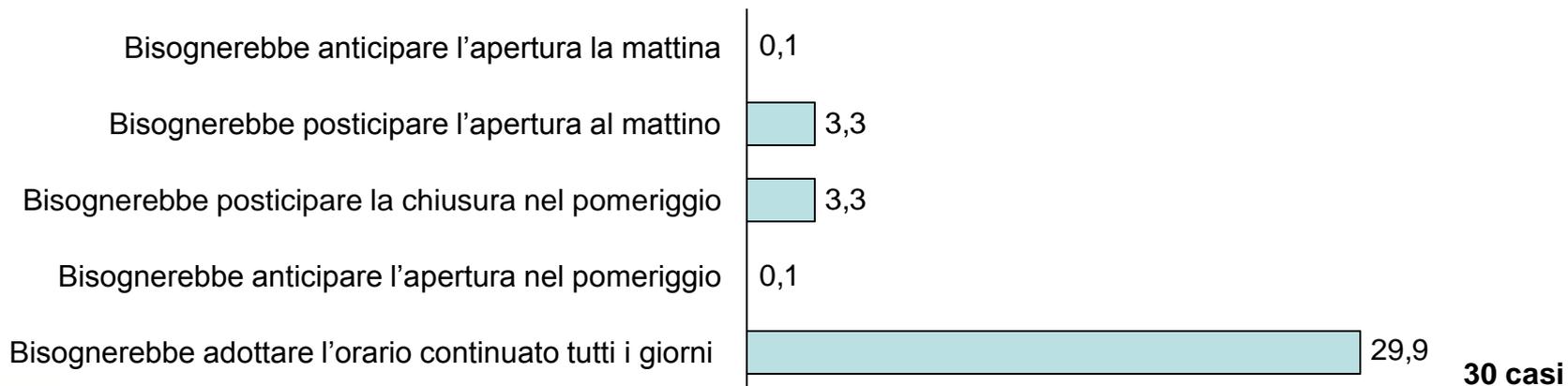
**“Ritiene che gli orari di apertura al pubblico siano ...”**

Orari di apertura della Camera di commercio

2014



**“Nel caso in cui siano da modificare, in che maniera?”**





# MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Soddisfazione overall servizio allo sportello

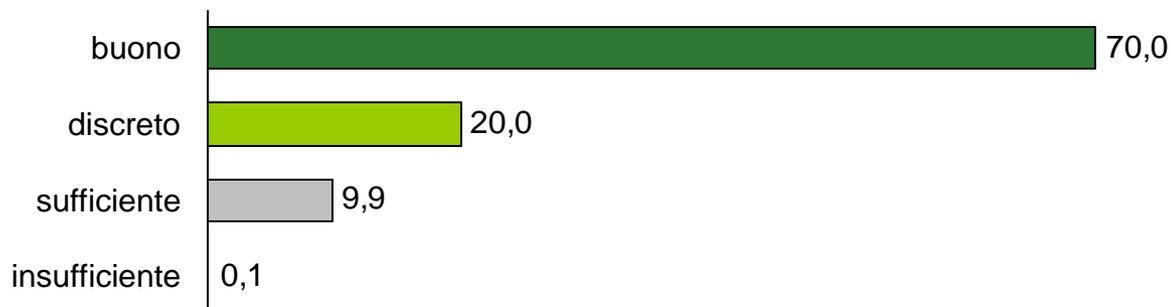
Dati espressi in %



**“IN GENERALE QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUL LIVELLO DEI SERVIZI CHE LA CAMERA DI COMMERCIO EROGA ALLO SPORTELLO?”**

Giudizio generale servizio allo sportello

2014



Indice di soddisfazione

2014

30 casi

buono + discreto

90,0

**Indice di soddisfazione:** permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



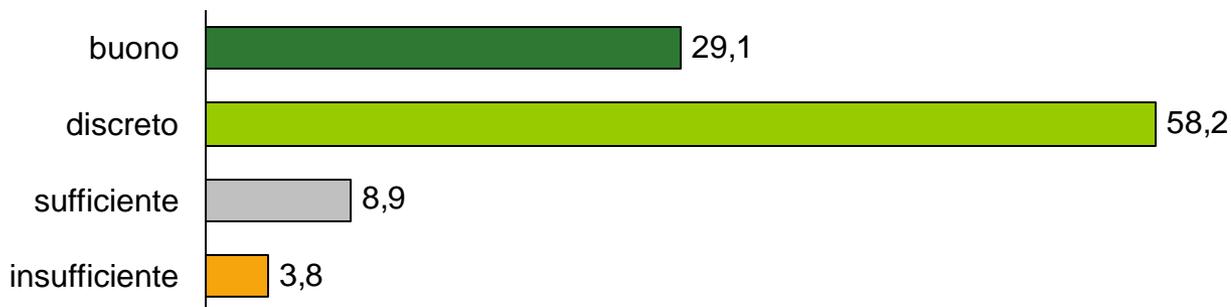
# MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Soddisfazione generale della Camera di commercio

Dati espressi in %

**“CONSIDERANDO L'INSIEME DEI SERVIZI EROGATI NELLE DIVERSE MODALITÀ, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUL FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Customer Satisfaction Index dalla Camera di commercio **2014**



80 casi

Indice di soddisfazione

**2014**

buono + discreto

87,3

**Indice di soddisfazione:** permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



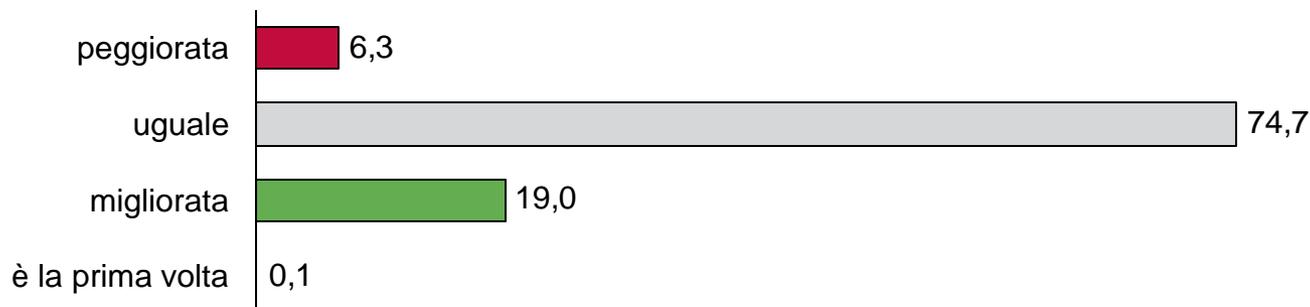
# MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Qualità nel tempo della prestazione offerta dalla Camera

Dati espressi in %

**“SE HA GIÀ UTILIZZATO NEGLI ULTIMI 12 MESI I SERVIZI DELLA CAMERA DI COMMERCIO, RITIENE CHE LA QUALITÀ DELLA PRESTAZIONE OFFERTA SIA ...”**

Qualità dalla prestazione della Camera di commercio  
**2014**



**80 casi**

Indice di periodo (IDP)



**Indice di periodo (IDP):** tale indice vuole identificare il livello di qualità prodotto dalla Camera nel tempo, non come fotografia dello status quo frutto di una analisi matematica, ma come confronto generale realizzato dagli utenti sulla totalità dei servizi offerti. L'auspicio è di leggere un IDP positivo (differenza tra promotori e detrattori), in quanto sarebbe la prova di un miglioramento continuo della prestazione offerta.



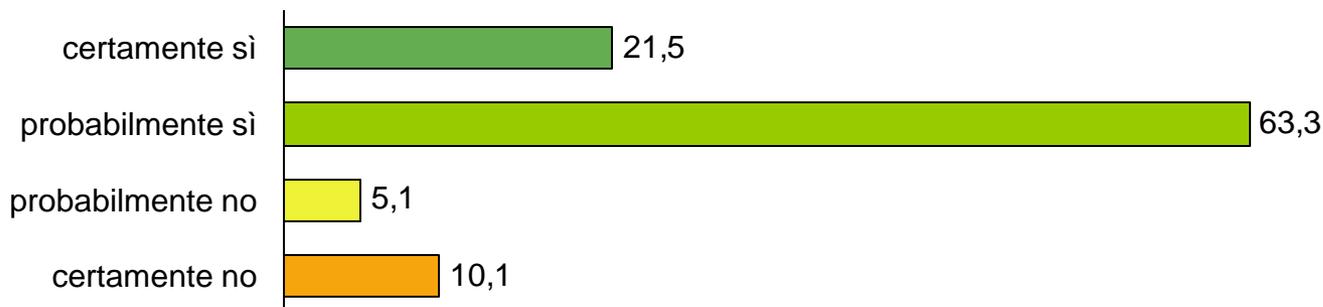
# MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Riutilizzo/Partecipazione alle iniziative della Camera di commercio

Dati espressi in %

**“FAREBBE NUOVAMENTE RICORSO AI SERVIZI, OVE NON OBBLIGATO PER LEGGE, O PARTECIPEREBBE ALLE INIZIATIVE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”**

Partecipazione alle iniziative della Camera di commercio **2014**



80 casi

Indice di riutilizzo (IDR)

**2014**

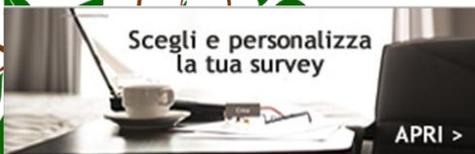
certamente no



**Indice di riutilizzo (IDR):** Questo indicatore è applicabile limitatamente all'insieme dei servizi che le Camere offrono ponendosi nei confronti dell'utenza come interlocutori "alternativi" rispetto ad altri operatori della sfera pubblica o privata. Servizi e iniziative, cioè, per i quali l'utente non è "obbligato" a rivolgersi alla Camera di commercio e per i quali è ragionevole ipotizzare la dimensione del "riutilizzo". L'IDR prende in considerazione il valore di massima negatività, cioè l'opzione di risposta «certamente no», per il quale si consiglia di puntare a mantenere questa valutazione entro una forbice tra 0% e 3%. Valori più alti rappresenterebbero un chiaro segnale di "sofferenza".



Tutto quello che avete visto  
in questo PPT  
è solo una parte di quanto  
è disponibile su **Qualistat**



[www.Qualistat.camcom.it](http://www.Qualistat.camcom.it)