

Lanciano, 13 agosto 2021

Alla cortese attenzione Massimo Ranieri

Presidente

ECOLAN S.p.A.

Progetto / Preventivo

Per la realizzazione di un **Monitoraggio di Customer Satisfaction** rivolto agli utenti dei principali servizi offerti dalla ECOLAN S.p.A. nei 69 comuni della provincia di Chieti, Regione Abruzzo.

Premessa

La realizzazione periodica della Customer Satisfaction per le 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.

La Customer Satisfaction, per **essere considerata come tale** ed avere un valore statistico reale, deve

- ✓ Realizzarsi con rigore metodologico seguendo le **Linee Guide** stabilite per la autorità competente
- ✓ Rappresentare un campionario determinato dalla quantità d'utenti totali del servizio (Universo dell'Indagine)
- ✓ Ricavare la totalità dei dati in uno spazio / tempo determinato al fine di ottenere una "fotografia" complessiva della situazione al momento della realizzazione.
- ✓ Il questionario deve essere strutturato in base ai diversi "Fattori" che compongono il servizio al fine di stabilire nella relazione finale il Grado di Soddisfazione per Fattore e il Grado di Soddisfazione Generale.
- ✓ L'Indice di Soddisfazione é strutturato in modo tale da rendere possibile la comparazione dei dati e per stabilire l'andamento tendenziale (Trend) durante il tempo.

Solo nel rispetto delle procedure tecniche determinate dalle Linee Guide ufficiali si garantisce la **validità operativa della Customer Satisfaction**

Normative di riferimento

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

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

Obiettivo

La misura della Customer Satisfaction costituisce un momento conoscitivo di importanza fondamentale, sia come metro di valutazione per l'efficienza del servizio erogato, sia in quanto punto di partenza per le azioni future che l'azienda deciderà di effettuare con lo scopo di ottenere un miglioramento della qualità complessiva.

Elaborazione Piano Campionario e progettazione dell'indagine

Pianificazione a misura della realtà aziendale e del territorio. Crediamo che il lungo percorso di una strategia vincente debba iniziare con le domande giuste. Un piano campionario standard e una progettazione superficiale dell'indagine vanificano gli sforzi di raccolta dati e portano a conclusioni inconsistenti.

*La spesa fatta apparirà come un **costo in più**, non come un **investimento essenziale** che offre visione e pianificazione strategica.*

Il lavoro complessivo

1. Per costruire un INDICE DI CUSTOMER SATISFACTION sul **SERVIZIO AMBIENTALE** si deve operare sui **singoli FATTORI**
 1. **Aspetti tecnici /Raccolta Porta a Porta** (es. Orari, frequenza, ecc)
 2. **Comunicazione** (es. Chiarezza informazioni, ecc)
 3. **Stazioni ecologiche e Centri di raccolta**
 4. **Ritiro ingombranti**
 5. **Numero Verde** (es. Tempo di attesa per parlare con l'operatore, cortesia, competenza, ecc)
 6. **Relazioni allo sportello** (es. Orari di apertura, competenza e cortesia dell'operatore, ecc.)
 7. **Sito web** (es. Reperibilità, facilità di navigazione, ricchezza informazioni presenti, ecc.)
 8. **Rapporto prezzo / qualità**
 9. **Spazzamento meccanico delle strade**
 10. **Manutenzione del Verde Pubblico**

Inoltre verrà chiesto

Compostaggio domestico

Gestioni mastelli

Notorietà della società / *Brand Awareness*

Giudizio Globale

Sulla base di uno schema tecnico, tanto per ogni singolo fattore d'indagine come per l'insieme dei fattori, il lavoro presenterà:

- a. **Il giudizio**
- b. **Il grado di soddisfazione**
- c. **L'intensità del grado di soddisfazione**
- d. **Il livello di importanza assegnato**
- e. **Il rapporto aspettativa creata / realtà percepita**

La schematizzazione della Customer Satisfaction ci permetterà, nella continuità programmatica delle successive indagini, di ottenere un "trend", ovvero di capire attraverso il tempo il percorso tendenziale dei risultati. Inoltre ci permette di constatare sul campo se quei problemi percepiti dall'utenza -**punti di debolezze**- sono stati risolti con le misure adottate a tale fine, così come se si sono mantenuti in positivo i **punti di forza** percepiti dall'utenza.

Secondo questionario in campo

Un secondo questionario, riferito solo agli Aspetti Tecnici del servizio, verrà posto ai villeggianti nell'aree turistiche costiera e dei borghi, con l'obiettivo di misurare la loro soddisfazione riguardo ai servizi offerti.

ASPETTI TECNICI

Universo

L'indagine sarà rivolta all'universo dei circa **200 mila residenti utenti** del servizio nei 61 seguenti comuni e città: **Altino; Archi; Arielli; Atessa; Bomba; Borrello; Casoli; Castiglione Messer Marino; Civitaluparella; Civitella Messer Raimondo; Crecchio; Colledimacine; Colledimezzo; Fallo; Fara San Martino; Filetto; Fossacesia; Frisa; Gamberale; Gessopalena; Guardiagrele; Lama Dei Peligni; Lanciano; Lettopalena; Montebello Sul Sangro; Monteferrante; Montelapiano; Montenerodomo; Mozzagrogna; Orsogna; Ortona; Paglieta; Palombaro; Pennadomo; Pennapiedimonte; Perano; Pietraferrazzana; Pizzoferrato; Poggiofiorito; Quadri; Roccascalegna; Roio del Sangro; Rosello; Sant'Eusanio del Sangro; Santa Maria Imbaro; San Vito Chietino; Taranta Peligna; Tollo; Torino di Sangro; Tornareccio; Torricella Peligna; Treglio; Unione Comuni del Sinello (Carpineto Sinello; Carunchio, Dogliola, Montazzoli, Palmoli, San Giovanni Lipioni, Torrebruna, Tuffillo, Guilmi) e Villa Santa Maria, Monteodorisio e Fresa Grandinare.**

Stratificazione e segmentazione del campionario

- a. La Stratificazione sarà proporzionale in base ai dati Istat della popolazione residente e comprenderà la totalità delle città nominate.
- b. La Segmentazione sarà per tipo di uso del servizio (domestico, aziende, altri)
- c. L'intervista sarà orientata ad individuare la persona che nel nucleo abitativo è responsabile del rapporto con il servizio.

La raccolta dei dati

Per garantire un'analisi più precisa e profonda dei dati attraverso la percezione del linguaggio non verbale degli intervistati, si propone la realizzazione di una percentuale delle interviste in modalità di "faccia a faccia". I campioni faccia a faccia saranno raccolti in modo proporzionale all'interno della totalità delle aree geografiche dove l'azienda offre il proprio servizio.

- a. L' **85 %** attraverso interviste telefoniche per il sistema **CATI** (mediante operatore - intervistatore)
- b. Il **10 %** interviste **faccia a faccia** nei luoghi di residenza

Il questionario

- a. Saranno inclusi tutti i fattori segnalati e sarà presentata una bozza all'approvazione del management aziendale
- b. Inizierà con una domanda filtro per raggiungere il profilo dell'intervistato cercato
- c. Il questionario finale verrà messo a collaudo nelle medesime condizioni in cui si svolgerà la fase estensiva

Dimensione del campionario e prezzo finale

Per un universo di circa **200.000** residenti utenti distribuiti in **69 comuni** della provincia di Chieti

	Quantità di interviste	Quantità Domande	Margine di errore (+/-)	Report pagine/ Focus	Prezzo finale senza iva
<i>Customer Satisfaction</i>	1000 residenti 200 Villeggianti	50 / 60 20/ 25	3,09 % -----	120/150 pag.	€ 17.000
Riduzione ai sensi del vostro regolamento	Meno 20 % - Prezzo finale				€ 13.600

Il prezzo è più iva 22 %.

Squadra in campo

Per un totale di 8 (otto) professionisti specializzati.

- ✓ Uno Statistico *
- ✓ Un Analista Senior**
- ✓ Quattro Intervistatori Professionisti***
- ✓ Un Responsabile grafico
- ✓ Un Responsabile Generale

* **Michela Natilli**, *data scientist*, laureata in Statistica Economica e con un Master Universitario di II livello in *Big Data Analytics and Social Mining*. Ha collaborato con diverse istituzioni (Università di Siena, Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, Dipartimento di Informatica dell'Università di Pisa, CNR – Isti Pisa) ed aziende (Neri Industria Alimentare, M.A.I.O.R. srl). Si occupa di disegno dell'indagine, creazione e gestione di database, analisi statistica dei dati.

** Analista Senior Professore **Hugo Estrella**, Master in Gestione di Conflitti, Centro Interdipartimentale di Scienze per la Pace - Università di Pisa, Italia. Docente ISO 26.000 presso Aalborg University di Copenaghen.

*** Gli intervistatori sono esperti e veri specialisti nella tecnica dell'intervista qualitativa. Sono giovani laureati in psicologia della Università D'Annunzio di Chieti-Pescara. Non appartengono ad un *call center*. Fanno interviste di Customer Satisfaction solo per conto dei nostri clienti.

Tempi per la consegna del lavoro: 45 giorni dalla contrattazione del servizio

Modalità di pagamento: 50 % all'incarico, saldo alla consegna del dossier finale.

PIÙ QUALITÀ - PIÙ SERVIZI

Servizio di consulenza annua in supporto del management aziendale

*Per tutto il periodo compreso dalla fine del lavoro all'inizio della prossima Customer Satisfaction, Strategia offre, **incluso nel costo della contrattazione:***

- a. *Formazione tecnica permanente sulla attività di Customer Satisfaction, dalla corretta lettura dei dati alle indicazioni per conferenza stampa e diffusione esterna dei risultati, ecc.*
- b. *Rielaborazione dei dati ad-hoc (a richiesta del cliente) di fronte a nuove sfide;*
- c. *Analisi di criticità impreviste e soluzioni di comunicazione aziendale.*
- d. *Percorso storico e aggiornamento della legislazione e normativa di riferimento*

Tempi per la consegna del lavoro: Entro 45 giorni dall'inizio della raccolta dei dati in campo.

Modalità di pagamento: 50 % all'incarico; saldo alla consegna del dossier finale.



STRATEGICA DI DAVID BUCCINI
BORGO FORNO 31 – 66010 – MIGLIANICO – CH
P.IVA: 02394520692

Strategica di
David Buccini

Sede Legale

Via Borgo Forno, 31 (66010) Miglianico (CH)
C.F. BCCDVB65C06Z600A P.I. 02394520692



Area Commerciale
Massimiliano Scioli

Public Relations
Enrico Giancristofaro

Team Leader
Simona Assogna

www.strategicaweb.com