



Indagini di Customer Satisfaction

Centro Informagiovani

6 Ottobre - 16 Novembre 2015

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 01/12/2015*

Zètema
progetto cultura

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2014-2015
- Come è venuto a conoscenza del Centro
- Quale informazione ha chiesto all'operatore
- Frequenza di utilizzo del servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe il Centro Informagiovani ad un amico
- Sito web
- Analisi socio-demografica
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 113 questionari somministrati a campione attraverso auto-compilazione dal 6 ottobre al 16 novembre 2015 agli utenti del Centro Informagiovani presso La Pelanda (gli intervistati rappresentano il 12% degli ingressi totali nel periodo d'indagine; nello specifico il campione intervistato è pari al 45% degli utenti che si sono recati al Centro per richiedere consulenza ed orientamento).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 2,59\%$.

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0.

Nel 2015, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello medio di soddisfazione dell'esperienza generale è molto buono (**2,81**), con una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 100%.

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine si collocano al di sopra dello standard minimo di 2,20.

Invece al di sopra della media sul giudizio generale vi sono gli aspetti relativi al personale, che hanno raggiunto una soddisfazione molto elevata: la cortesia e professionalità (2,96), ma anche l'efficienza dell'operatore (2,90). È proprio l'efficienza l'elemento che risulta più importante e soddisfacente nella mappa delle priorità, ma anche quello più correlato al giudizio generale (cfr. pp. 20-21).

Il profilo degli intervistati è costituito per la quasi totalità da cittadini romani (81% del campione totale), di età compresa tra i 19 e 34 anni (76%; l'età media è di 24 anni), di genere femminile (62%), disoccupati (50%) e studenti (38%), in possesso di un titolo di diploma superiore (52%). Il 69% del campione totale dichiara di avere utilizzato il servizio per la prima volta.

Quest'anno tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del servizio attraverso il passaparola (44%), poi segue il canale web col 19% (nel 2014 era predominante "scuola/università", che scende da 32% a 9%).

Da evidenziare che il passaparola sia il mezzo di comunicazione prevalente per i nuovi fruitori del servizio, privi di aspettative a priori e che appartengono soprattutto alla fascia d'età 19-25 anni. Invece il canale web è predominante per chi già vi è stato, con un giudizio uguale alle proprie attese e di età 26-34 anni.

Tabella riassuntiva

<i>Indagine customer satisfaction Centro Informagiovani 2015</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+Abba stanza soddisfatti
Indicazioni per raggiungere il Centro	2,36	2,00	113	0	0,682	47%	1%	90%
Orari di apertura	2,79	3,00	112	1	0,412	79%	0%	100%
Operatore - Cortesia e professionalità	2,96	3,00	113	0	0,186	96%	0%	100%
Operatore - Efficienza	2,90	3,00	113	0	0,298	90%	0%	100%
Completezza informazioni ricevute	2,74	3,00	112	1	0,440	74%	0%	100%
Materiali informativi distribuiti	2,49	3,00	108	5	0,572	53%	0%	96%
Pulizia del luogo	2,74	3,00	110	3	0,443	74%	0%	100%
Giudizio generale Centro Informagiovani	2,81	3,00	105	8	0,395	81%	0%	100%

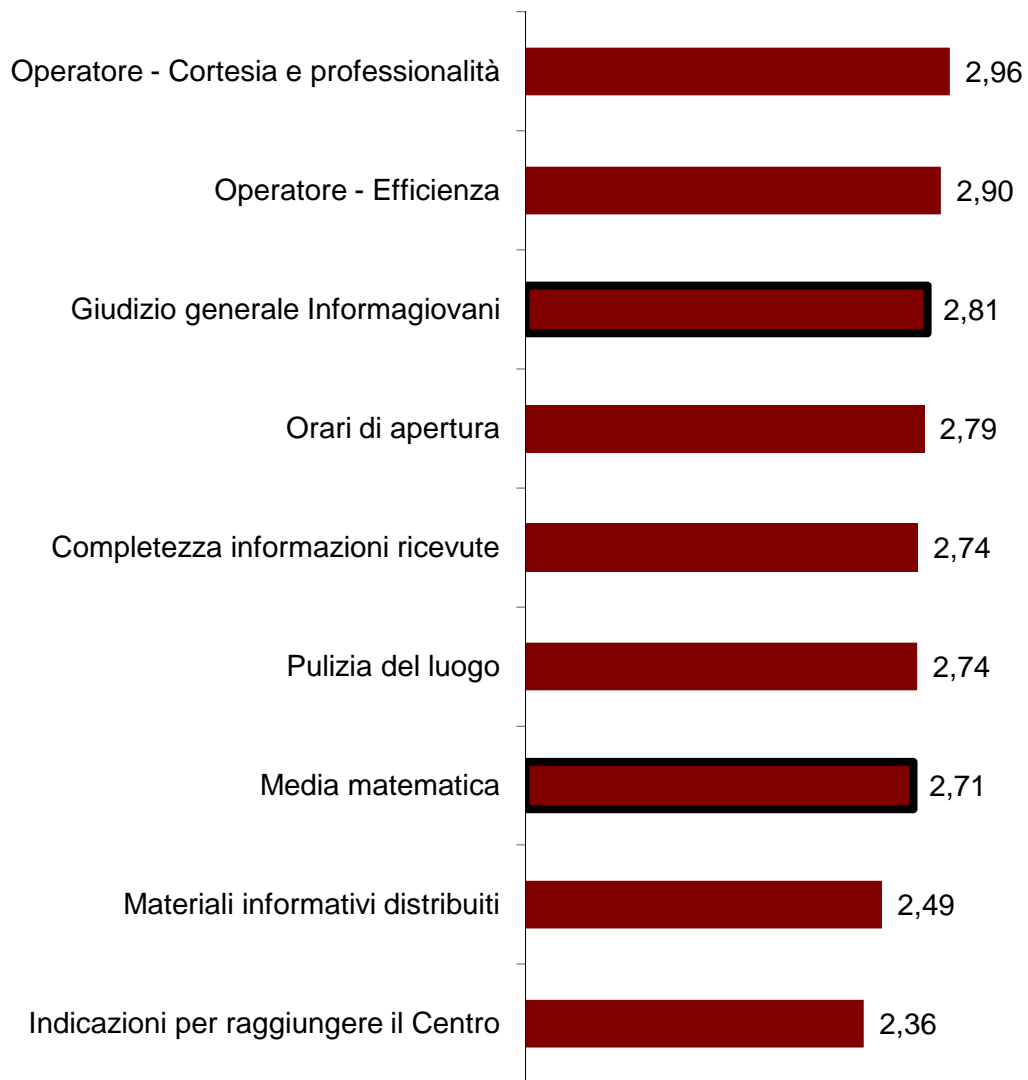
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,71).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Gli aspetti oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi sono quelli riguardanti gli operatori (**cortesia** e **professionalità**, ma anche la loro **efficienza**).

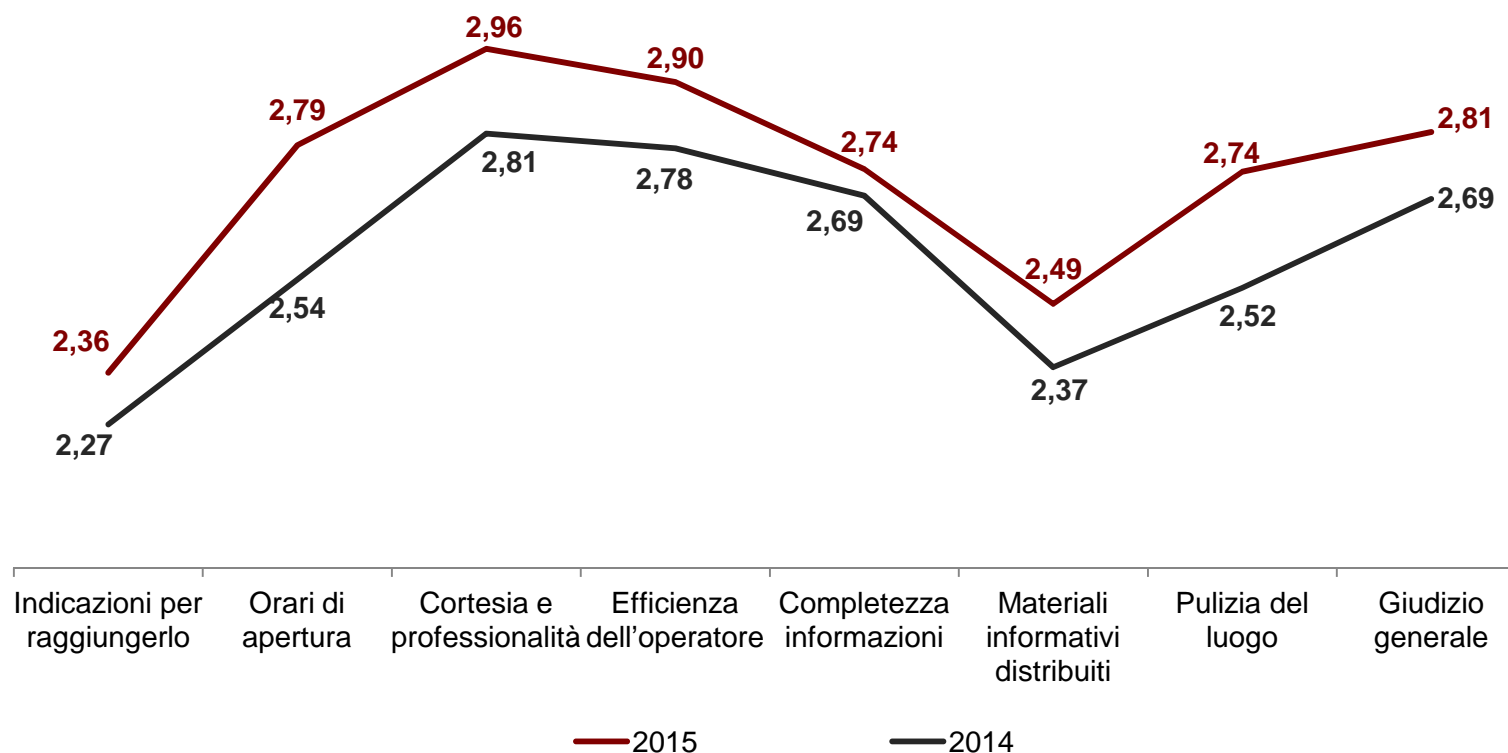


Analisi del trend 2014-2015

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante, ma si registra un incremento generale del livello medio di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Infatti sono in aumento tutte le medie, in particolare quelle relative agli orari di apertura, alla cortesia e professionalità, oltre che all'efficienza degli operatori, ma anche alla pulizia del luogo.

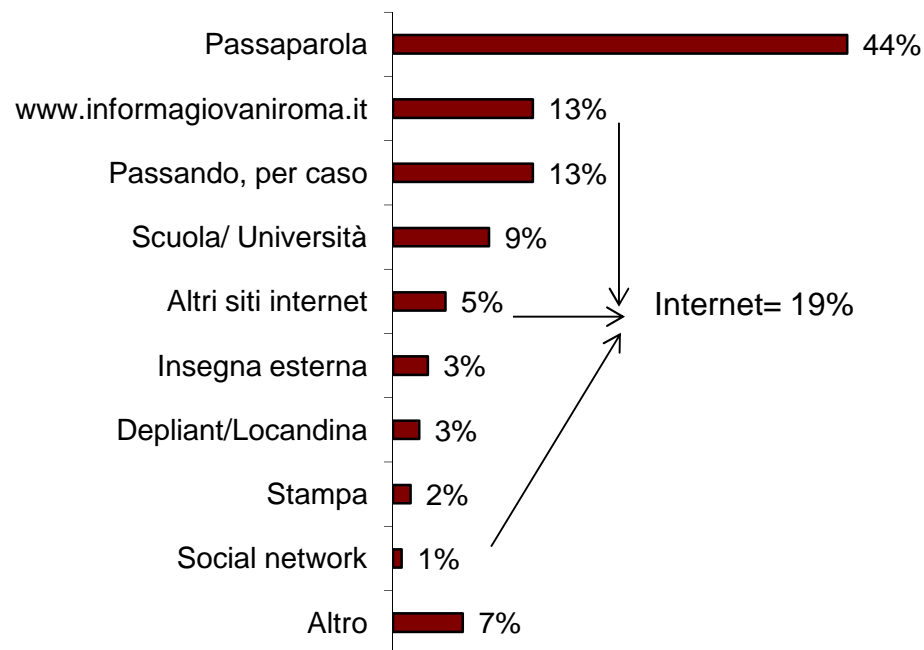
Nell'analisi del trend di soddisfazione va considerato che quest'anno il giudizio è relativo ad un unico Centro presso la Pelanda, mentre l'anno scorso era la sintesi dei giudizi medi rilasciati nelle varie sedi che offrivano tale servizio.



Come è venuto a conoscenza del Centro

Il passaparola è il mezzo principale attraverso cui il 44% degli intervistati viene a conoscenza del *Centro Informagiovani* (nel 2014 la percentuale era pari a 26%), il 19% tramite il canale web (in lieve aumento dal 17% dello scorso anno) e il 13% passando, per caso (14% nel 2014). Lo scorso anno era predominante “scuola/università”, che scende da 32% a 9%.

Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo di comunicazione prevalente per i nuovi fruitori del servizio, che non hanno aspettative a priori e appartengono soprattutto alla fascia di età 19-25 anni. Invece il canale web è predominante per chi già vi è stato, con un giudizio uguale alle proprie attese e di età 26-34 anni.



Quale informazione ha chiesto all'operatore

Il 36% degli utenti intervistati dichiara di avere richiesto informazioni relative a “studio e formazione” (30% nel 2014), invece il 25% è interessato a “lavoro e impresa” (in aumento dal 20% dello scorso anno) e l'11% a “borse di studio e stage” (9% nel 2014).

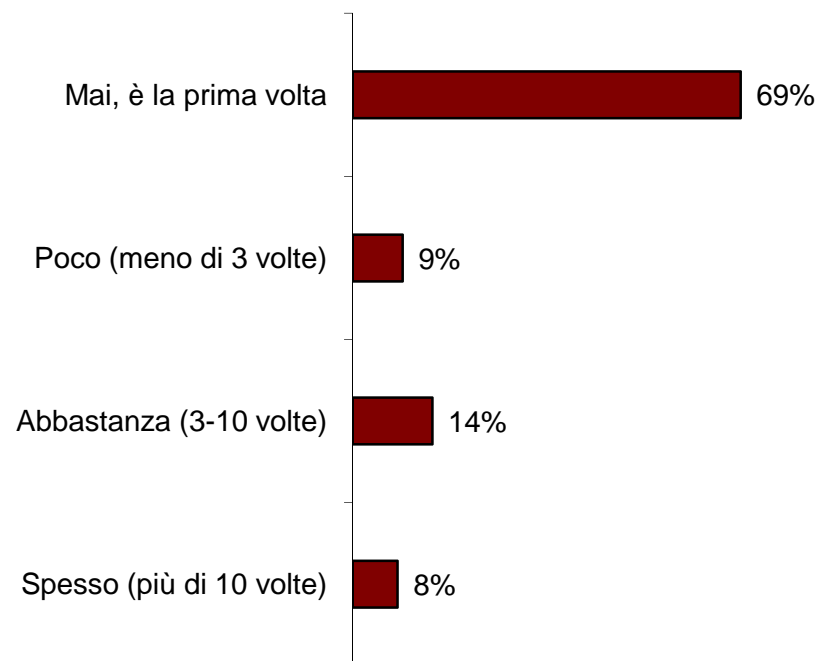
Da evidenziare che “studio e formazione” sia la risposta prevalente per i nuovi frequentatori, studenti minorenni, che pertanto hanno conseguito un titolo di scuole medie inferiori. “Lavoro e impresa” e “Borse di studio e stage” emergono principalmente tra i disoccupati diplomati, fruitori abituali del servizio, mentre a rispondere “Concorsi opportunità U.E.” sono in particolare i laureati in cerca di occupazione, che hanno già utilizzato il servizio, ma raramente (da tre a dieci volte).



Frequenza di utilizzo del servizio

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara di non avere mai utilizzato il servizio (69%; era 60% nel 2014), mentre il 31% ne hanno già usufruito (il 9% risponde “Poco - meno di tre volte”, il 14% “Abbastanza - da 3 a 10 volte” e l’8% “Spesso - più di 10 volte”).

Risulta significativo che i nuovi frequentatori siano coloro che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore, senza aspettative a priori, mentre ad avere già utilizzato il servizio sono soprattutto i diplomati, che hanno un giudizio equivalente alle proprie attese a priori.



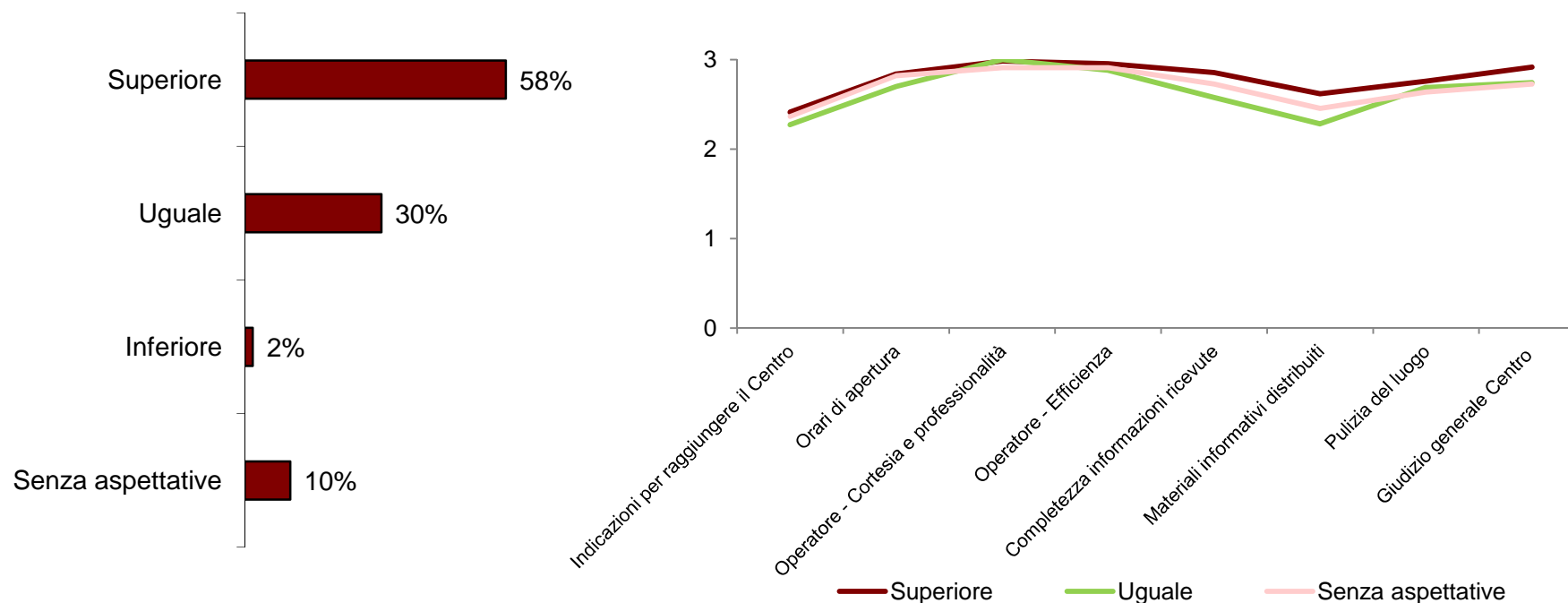
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 10% degli utenti intervistati dichiara di non avere aspettative prima di usufruire del servizio.

Oltre la metà degli intervistati (58%) afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, mentre per il 30% è uguale e solo per il 2% è inferiore.

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle attese in particolare per gli utenti di età 14-25 anni, mentre è uguale principalmente per la fascia d'età 26-34 anni.

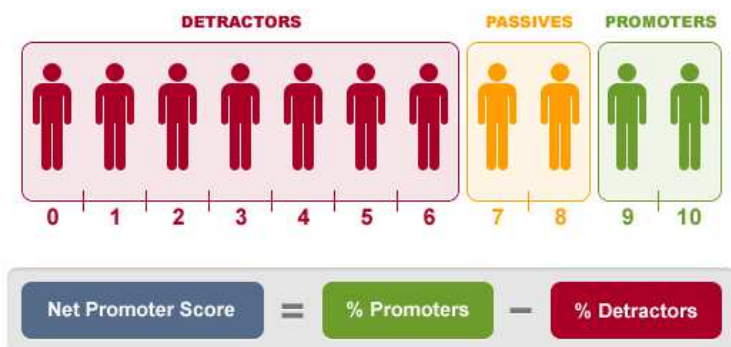
Ad avere un giudizio superiore alle aspettative sono soprattutto gli utenti che dichiarano di essere molto soddisfatti dei vari aspetti oggetto d'indagine. Le medie sugli operatori risultano ottimali e corrispondenti anche per chi ha un giudizio uguale alle aspettative o ne è privo (cfr. grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe il Centro Informagiovani ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e hanno rilasciato come valutazione 9-10 – e i **detrattori** - utenti insoddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del Centro.

In questo caso la percentuale di chi consiglierà il *Centro Informagiovani* è pari al **70%**; ciò è indice di un elevato gradimento da parte degli utenti intervistati su tale servizio.



Consiglierebbe il Centro Informagiovani ad un amico

NET PROMOTER SCORE <i>Centro Informagiovani 2015</i>											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
0	0	0	0	0	0	1	7	25	27	53	
0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	6%	22%	24%	47%	
DETRATTORI = 1%							PASSIVI = 28%		PROMOTORI = 71%		
71% - 1% = 70%											

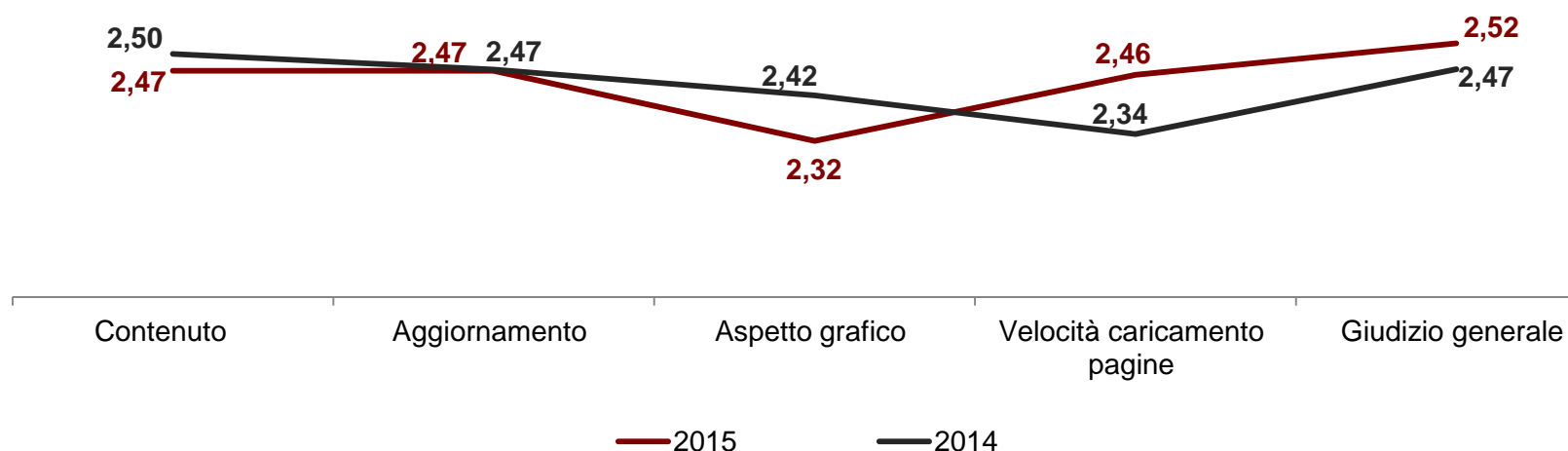
Sito web

Il 54% degli utenti intervistati ha risposto alla sezione del questionario relativa ai vari aspetti del sito web *www.informagiovaniroma.it*.

Tutti le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.

Dall'analisi del trend rispetto allo scorso anno (cfr. grafico sottostante) si evidenzia che la soddisfazione media aumenta sulla velocità di caricamento delle pagine web e sul giudizio complessivo del sito, mentre diminuisce leggermente sul contenuto e sull'aspetto grafico. Invece la media sull'aggiornamento resta invariata.

Indagine customer satisfaction www.informagiovaniroma.it 2015	Media	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deliziati	Insoddi- sfatti	M+A sodd.
Contenuto	2,47	62	51	47%	0%	100%
Aggiornamento	2,47	62	51	50%	0%	97%
Aspetto grafico	2,32	62	51	45%	2%	89%
Velocità caricamento pagine	2,46	61	52	51%	0%	95%
Giudizio generale sito web	2,52	61	52	52%	0%	100%



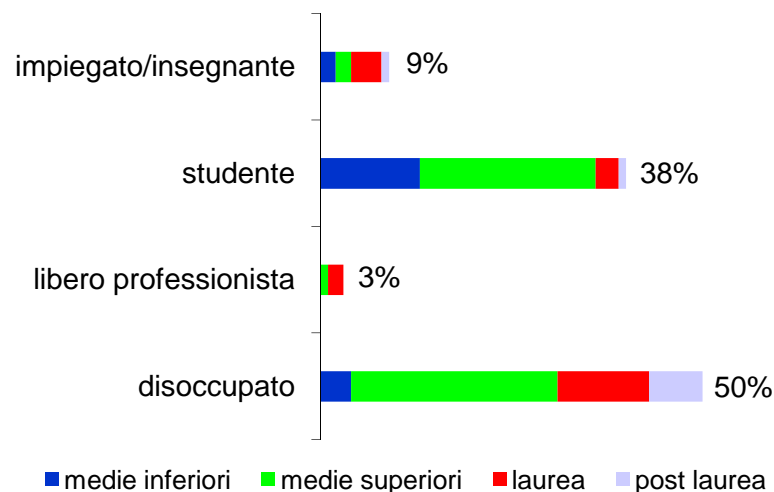
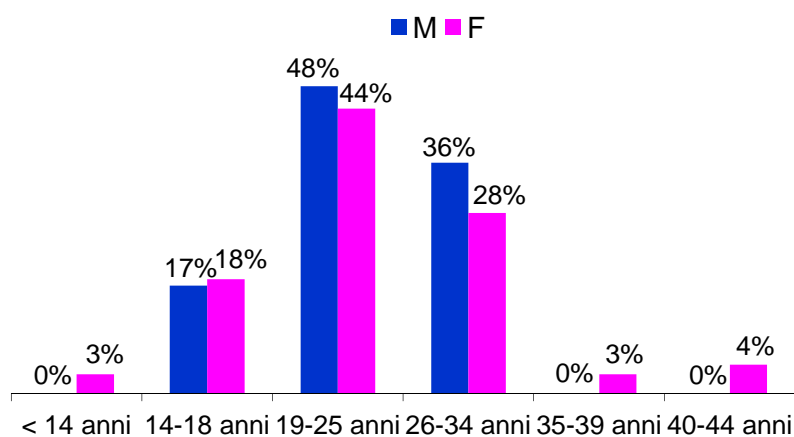
Analisi socio-demografica (genere, età)

Anche quest'anno tra gli intervistati prevalgono le donne col 62% (nel 2014 erano il 58%).

Le fasce di età più rappresentate restano quelle comprese tra i 19 e 34 anni, che raggiungono complessivamente il 76% sul campione totale (nel 2014 erano il 67%). L'età media è di 24 anni (un anno in più rispetto a quanto emerso nell'indagine precedente).

Il 52% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di scuola media superiore (in aumento dal 45% dello scorso anno; rispetto al 2014 i laureati diminuiscono leggermente, passando da 29% a 20%).

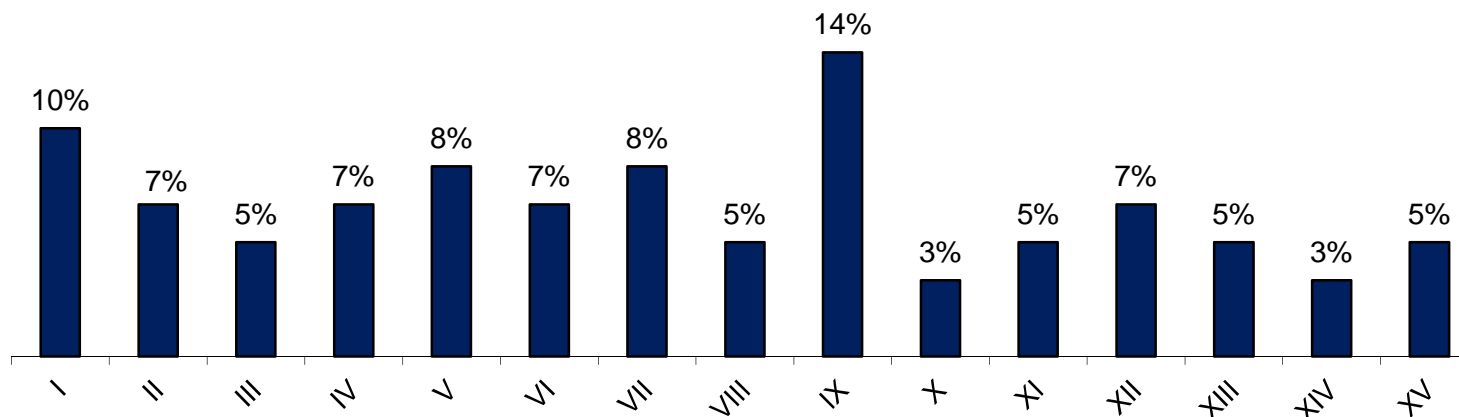
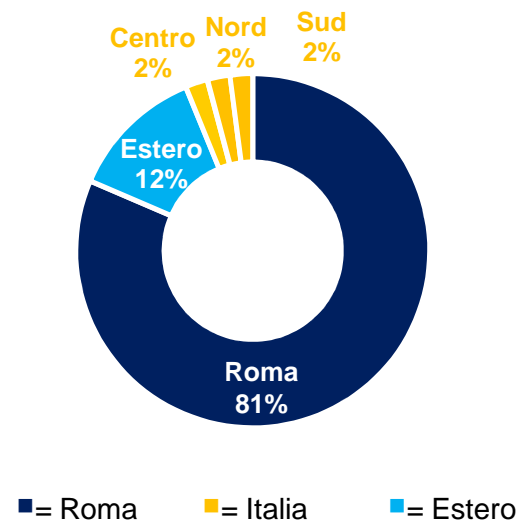
Rispetto alle categorie professionali viene confermata la prevalenza di disoccupati col 50% sul totale degli intervistati (percentuale in netto aumento dal 31% dell'indagine precedente) e di studenti (in discesa da 59% a 38%, di cui oltre la metà sono iscritti a varie facoltà universitarie, sia letterarie che scientifiche). Invece gli occupati dipendenti (impiegati/insegnanti) passano da 5% dello scorso anno a 9% nell'indagine attuale.



Analisi socio-demografica: provenienza

Ben l'81% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (88% nel 2014), mentre il 6% giunge da altre province italiane (dato corrispondente allo scorso anno) e il restante 12% dall'estero (percentuale raddoppiata rispetto al 6% emerso nel 2014).

Per i municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante: prevale il Municipio IX col 14% sul campione totale. Da notare che viene rilevata un'utenza proveniente da tutti i Municipi del territorio romano.



Cluster Analysis

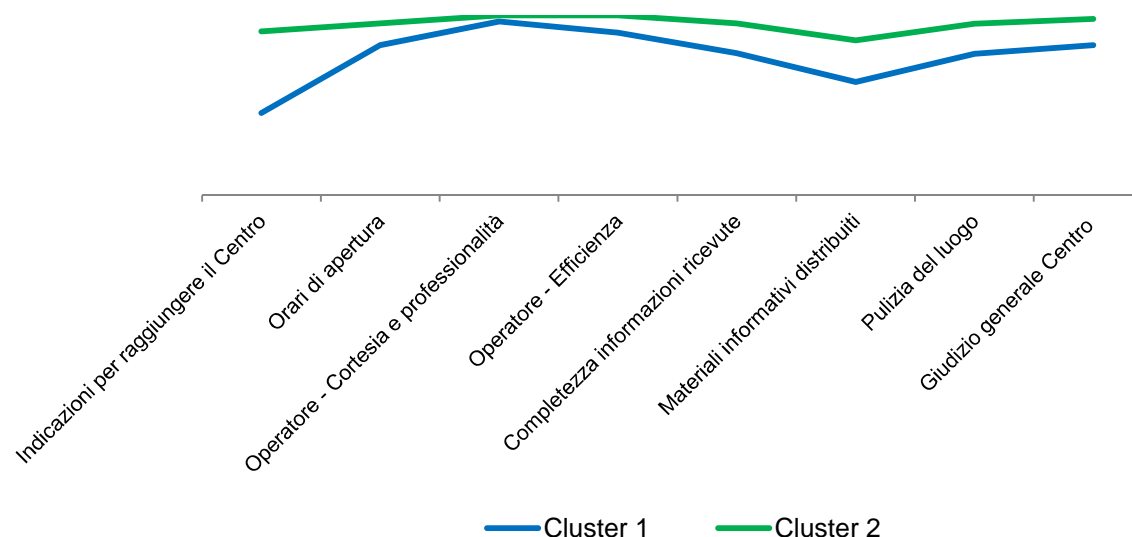
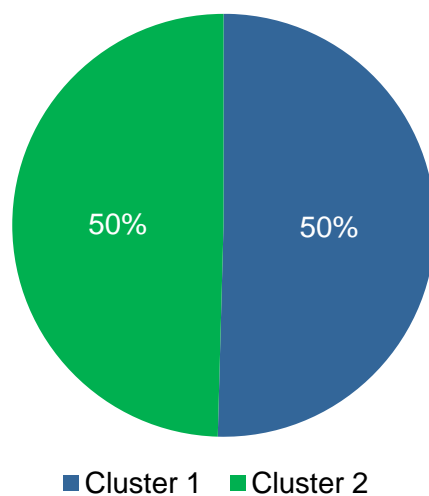
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (57 individui nel *Cluster 1* e 56 nel *Cluster 2*).

Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che nella 1° tipologia i **Soddisfatti** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione leggermente più basso, mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** hanno un giudizio complessivo molto buono.

Cluster 1 Soddisfatti: più donne, maggiore presenza di minorenni, studenti, vi si recano per la prima volta, per caso o tramite la scuola, soprattutto per motivi di studio e formazione, abbastanza soddisfatti, giudizio uguale alle aspettative.

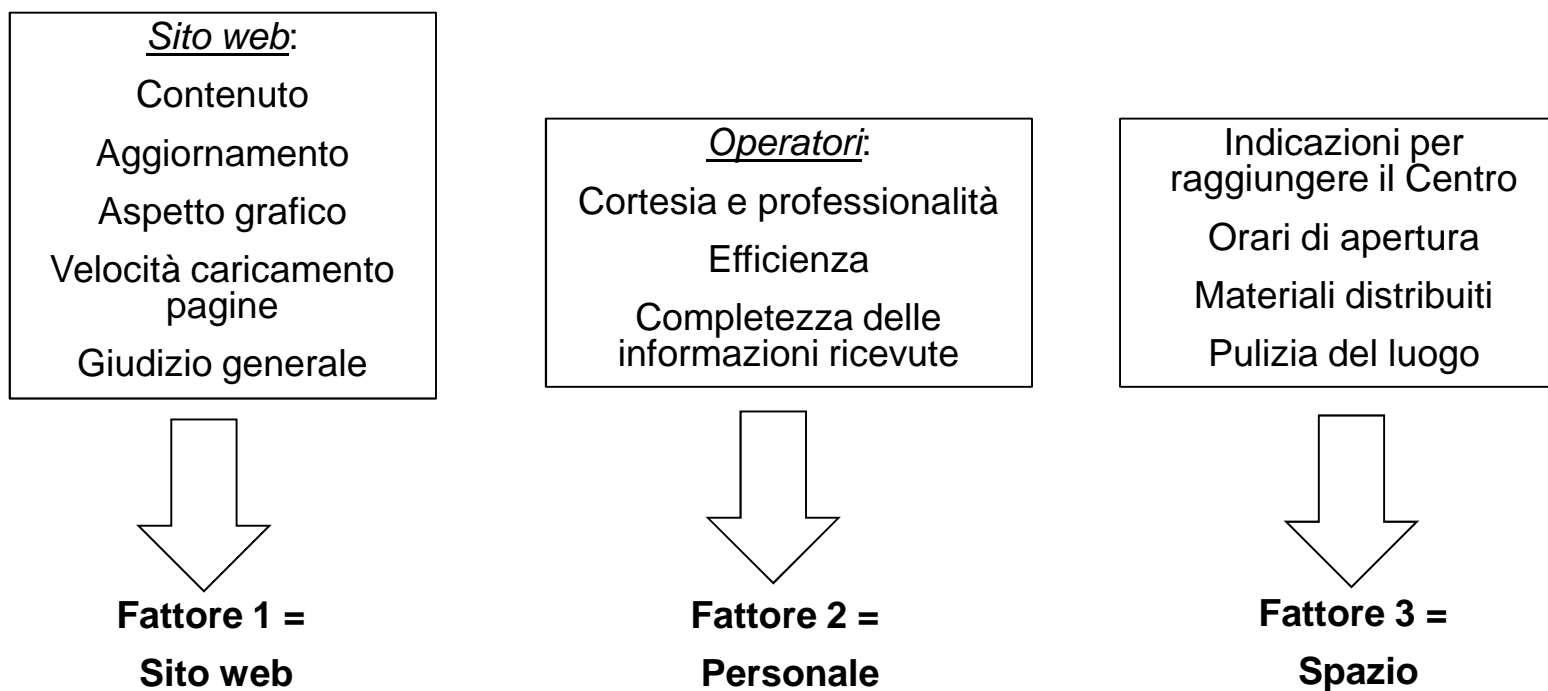
Cluster 2 Deliziati: più uomini, di età 19-34 anni, disoccupati, frequentatori abituali del servizio, che hanno conosciuto tramite il passaparola, tra le informazioni richieste prevalgono "lavoro e impresa", molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative.



Analisi Fattoriale

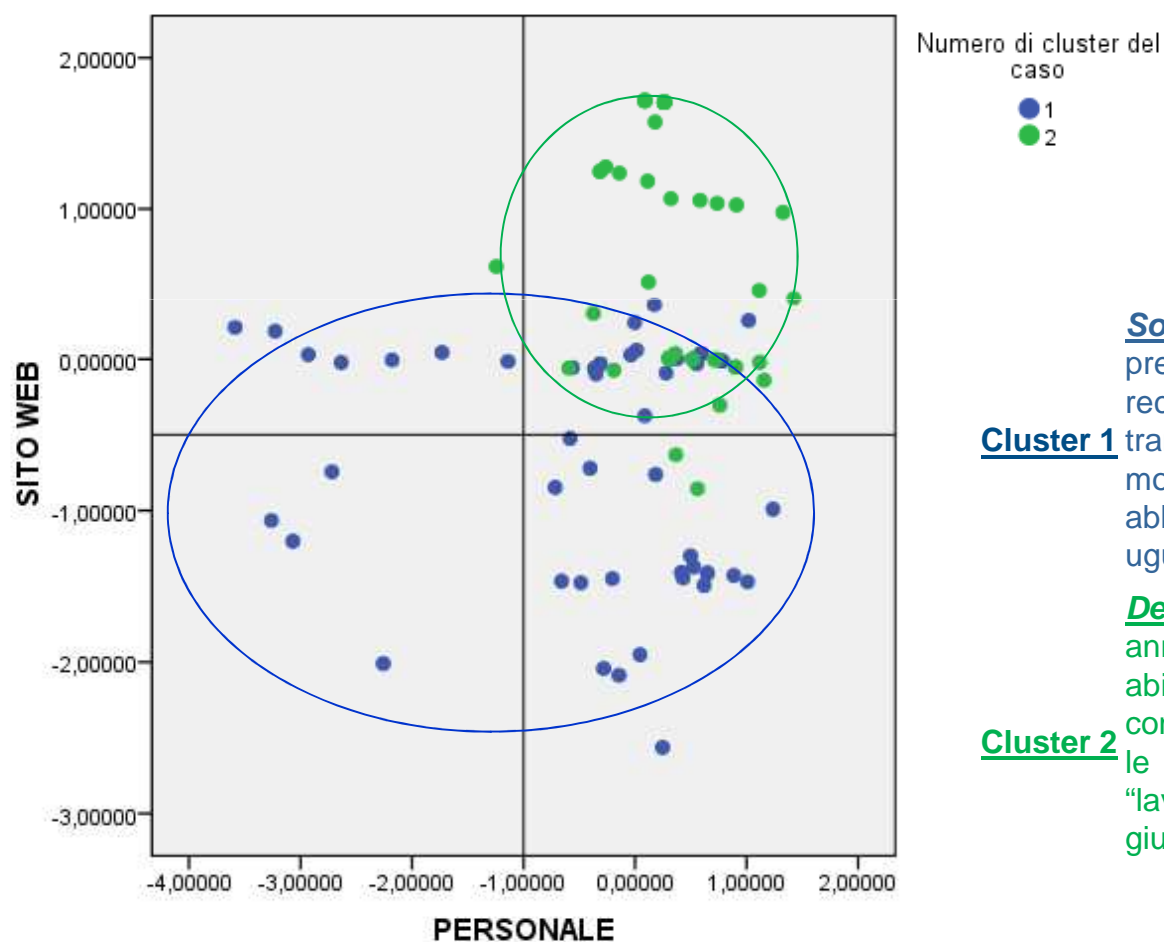
L'analisi fattoriale è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Con un discreto numero di variabili oggetto d'indagine sono stati identificati statisticamente i **3 Fattori** seguenti:



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “Deliziati” mostra una maggiore soddisfazione sia sul Fattore 1 (Sito Web) e Fattore 2 (Personale), mentre il Cluster 1 è tendenzialmente meno soddisfatto e vi è una dispersività più evidente.



Soddisfatti: più donne, maggiore presenza di minorenni, studenti, vi si recano per la prima volta, per caso o tramite la scuola, soprattutto per motivi di studio e formazione, abbastanza soddisfatti, giudizio uguale alle aspettative.

Cluster 1

Deliziati: più uomini, di età 19-34 anni, disoccupati, frequentatori abituali del servizio, che hanno conosciuto tramite il passaparola, tra le informazioni richieste prevale “lavoro e impresa”, molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2

Correlazione - 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

Coefficiente di correlazione di Spearman – Centro Informagiovani 2015	Indicazioni per raggiungere lo sportello	Orari di apertura	Cortesia e professionalità dell'operatore	Efficienza dell'operatore	Completezza delle informazioni ricevute	Materiali informativi distribuiti (depliant, volantini)	Pulizia del luogo	Giudizio generale
Indicazioni per raggiungere lo sportello	1,000	,266**	,185	,278**	,275**	,374**	,414**	,388**
Orari di apertura	,266**	1,000	,369**	,266**	,138	,430**	,108	,428**
Operatore - Cortesia e professionalità	,185	,369**	1,000	,422**	,216*	,216*	,153	,410**
Operatore - Efficienza	,278**	,266**	,422**	1,000	,421**	,101	,170	,468**
Completezza delle informazioni ricevute	,275**	,138	,216*	,421**	1,000	,346**	,198*	,364**
Materiali informativi distribuiti (depliant, volantini)	,374**	,430**	,216*	,101	,346**	1,000	,404**	,265**
Pulizia del luogo	,414**	,108	,153	,170	,198*	,404**	1,000	,415**
Giudizio generale	,388**	,428**	,410**	,468**	,364**	,265**	,415**	1,000

*** L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile

Correlazione - 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale del servizio (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco). Tutti gli aspetti sono risultati significativi rispetto all'esperienza complessiva.

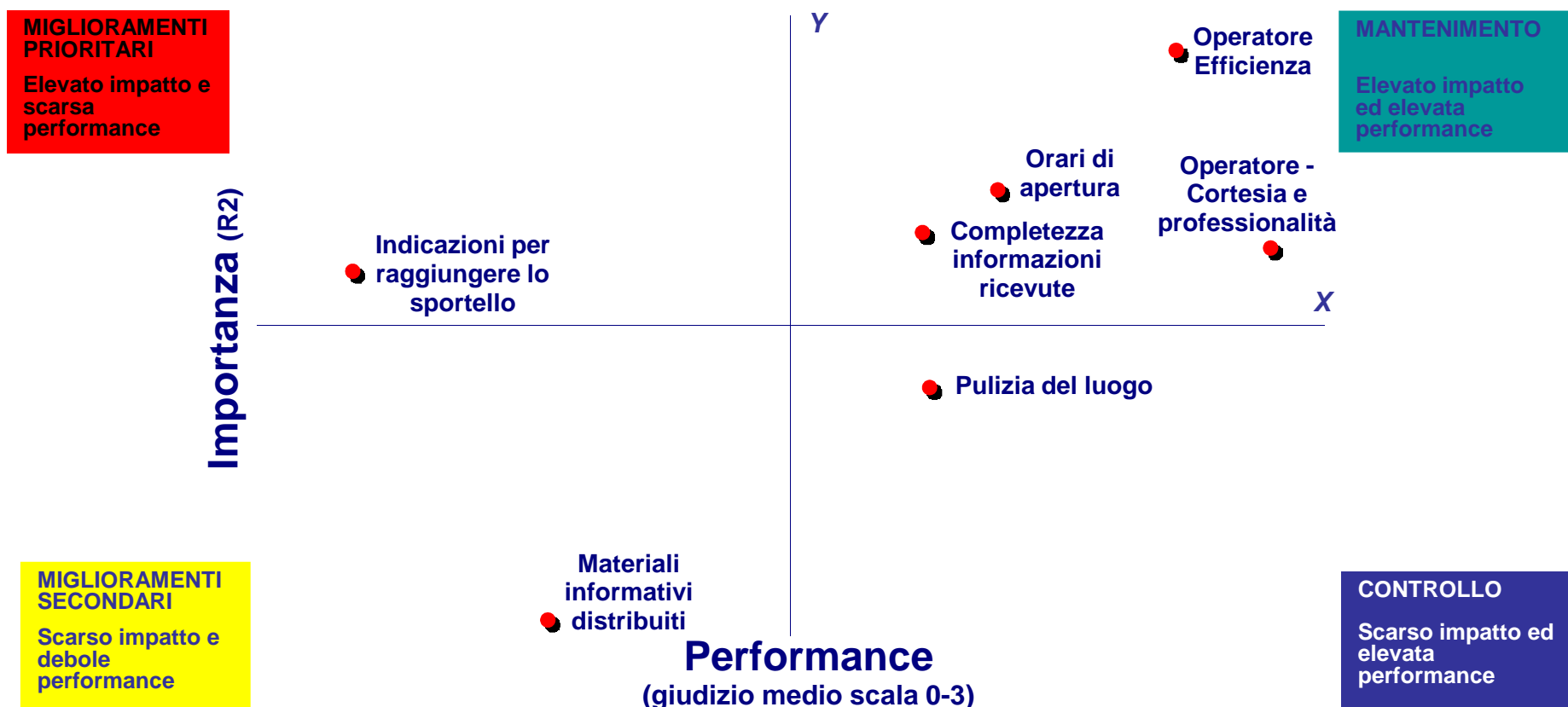
Al *Centro Informagiovani* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi all'**efficienza degli operatori** e agli **orari di apertura**.

Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale <i>Centro Informagiovani 2015</i>	
Operatore - Efficienza	0,468
Orari di apertura	0,428
Pulizia del luogo	0,415
Operatore - Cortesia e professionalità	0,410
Indicazioni per raggiungere il Centro	0,388
Completezza informazioni ricevute	0,364
Materiali informativi distribuiti	0,265

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'efficienza degli operatori è l'elemento più importante e soddisfacente, ma nel quadrante in alto a destra vi sono anche la cortesia e professionalità, gli orari di apertura e la completezza delle informazioni ricevute. Le indicazioni per raggiungere lo sportello, le indicazioni per raggiungere il Centro sono l'unico aspetto che si posiziona tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra). Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.



SUGGERIMENTI

NON RISPONDE. Totale 95

GENERALE ottimo servizio, complimenti. **Totale 2**

SEGNALETICA ESTERNA più indicazioni per trovare il Centro. **TOTALE 6**

PUBBLICITÀ far conoscere di più il servizio, anche nelle scuole. **TOTALE 4**

ALTRO. TOTALE 7

**SERVIZIO INFORMAGIOVANI 2015
TOTALE 17 SUGGERIMENTI**



Allegato 1 - Questionario

Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a migliorare l'organizzazione e la qualità del *Centro Informagiovani*. A tale scopo vorremmo sapere quanto si ritiene soddisfatto (da "molto" a "per niente") riguardo alle seguenti voci:

	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
1. Indicazioni per raggiungere il Centro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Operatore - Cortesia e professionalità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Operatore - Efficienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Completezza delle informazioni ricevute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Materiali informativi distribuiti (depliant, volantini)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Pulizia del luogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Giudizio generale del Servizio Incontragiovani	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Se conosce il sito internet <i>www.informagiovaniroma.it</i>:	<input type="checkbox"/> non lo conosco		<input type="checkbox"/> sì, l'ho utilizzato	
a) Contenuto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Aggiornamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Aspetto grafico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Velocità caricamento pagine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Giudizio generale <i>www.informagiovaniroma.it</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Come è venuto a conoscenza del Centro Informagiovani?	<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) <input type="checkbox"/> passando, per caso <input type="checkbox"/> social network (facebook, twitter) <input type="checkbox"/> <i>www.informagiovaniroma.it</i> <input type="checkbox"/> depliant/locandina <input type="checkbox"/> altro <input type="checkbox"/> altri siti internet..... <input type="checkbox"/> passaparola <input type="checkbox"/> insegna esterna <input type="checkbox"/> scuola/università			
11. Quale informazione ha chiesto all'operatore?	<input type="checkbox"/> studio e formazione <input type="checkbox"/> borse di studio e stage <input type="checkbox"/> città e tempo libero <input type="checkbox"/> volontariato <input type="checkbox"/> opportunità per giovani artisti <input type="checkbox"/> lavora e impresa <input type="checkbox"/> concorsi opportunità della U.E. <input type="checkbox"/> cultura ed eventi <input type="checkbox"/> sconti e agevolazioni			
12. Quanto utilizza questo servizio?	<input type="checkbox"/> spesso (più di 10 volte all'anno) <input type="checkbox"/> abbastanza (da 3 a 10 volte all'anno) <input type="checkbox"/> poco (meno di 3 volte) <input type="checkbox"/> mai, è la prima volta			
13. Rispetto alle aspettative il suo grado di soddisfazione sul Servizio Incontragiovani è:	<input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative			
14. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe il Servizio Incontragiovani ad un amico/a?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10			
15. Secondo Lei cosa potremmo migliorare per aumentare il Suo gradimento:	<hr/> <hr/>			

DATI OBBLIGATORI PER FINI STATISTICI: Età: _____ Sesso: M F

Titolo di studio: medie inferiori medie superiori laurea post laurea

Professione: occupato/ insegnante dirigente/quadro direttivo studente pensionato libero professionista casalinga disoccupato

Roma (MUNICIPIO __) Altra provincia italiana: _____ **Nazionalità:** _____