

I MODELLI ORGANIZZATIVI:

LA CUSTOMER SATISFACTION

▣ **La preparazione della rilevazione**

La fase preparatoria della rilevazione è un momento molto importante e delicato per poter garantire il successo di un'indagine di soddisfazione degli utenti.

Innanzitutto è fondamentale avere le idee molto chiare sugli obiettivi da raggiungere e sull'ambito dell'indagine. In questa fase è utile prendere una serie di decisioni relative a:

- l'opportunità di realizzare la ricerca con professionalità esterne;
- il modello di rilevazione più adeguato all'obiettivo;
- la realizzazione di una pre-indagine esplorativa (utilizzo di dati già disponibili presso l'amministrazione o i fornitori esterni da utilizzare come base per la ricerca, osservazione diretta per osservare come si svolge l'erogazione del servizio e come si comportano gli utilizzatori).

▣ **Progettare l'indagine**

La progettazione dell'indagine è la prima delle due attività della prima fase. Serve per fare chiarezza su diversi aspetti: obiettivi, attori coinvolti, fasi e tempi di realizzazione, strumenti di indagine, ecc.

▣ **Realizzare la pre-indagine**

Prima di procedere ad una raccolta diretta dei dati con la ricerca sul campo è opportuno rendersi conto dell'eventuale esistenza di informazioni già disponibili. In particolare i dati secondari possono costituire una base conoscitiva importante per impostare e svolgere le diverse fasi di lavoro e fornire molti spunti per la stesura del questionario, la scelta del metodo di campionamento preferibile, ecc.

Un altro momento di indagine utile per realizzare la fase esplorativa preliminare è l'osservazione diretta che consente di osservare come si svolge l'erogazione del servizio e come si comportano gli utilizzatori.

■ La raccolta dei dati

Dopo aver definito gli obiettivi, gli ambiti di intervento, il modello di riferimento, ecc. è necessario procedere alla raccolta dei dati che viene realizzata attraverso le indagini **qualitative** preliminari e le indagini **quantitative**.

Poiché le informazioni che vengono dal campo non sono esaustive della complessità del fenomeno, l'indagine qualitativa consente di individuare i fattori di soddisfazione, di raggrupparli per segmenti, adottando il linguaggio dell'utente.

Con le indagini quantitative invece, è possibile verificare su grandi numeri la validità di ciò che è emerso nei piccoli gruppi dell'indagine qualitativa.

■ Creare il questionario

La creazione del questionario è la prima delle due attività della seconda fase. E' una fase critica dell'indagine di customer satisfaction essendo una potenziale fonte di buona parte degli errori che si possono commettere nel corso della ricerca.

Proprio per evitare di commettere errori che potrebbero inficiare i risultati della ricerca è consigliabile realizzare un'indagine preliminare, di tipo qualitativo, prima di creare il questionario.

L'indagine qualitativa può servire per:

1. individuare le principali caratteristiche del servizio preso in esame
2. raccogliere spunti e favorire una stesura del questionario il più efficace possibile (assumendo una posizione obiettiva, non legata alla propria personalità)
3. individuare elementi conoscitivi per impostare correttamente il piano di campionamento.

■ Somministrare il questionario

La somministrazione del questionario è la seconda attività di questa fase e può essere realizzata attraverso due differenti modalità: l'autocompilazione o l'intervista (personale e telefonica).

Entrambi i metodi presentano una serie di vantaggi e svantaggi che è opportuno conoscere e richiedono di adottare una serie di accorgimenti per prevenire eventuali errori che potrebbero inficiare una parte dell'indagine

▣ **L'elaborazione e l'interpretazione**

Completata la raccolta dei dati si procede all'elaborazione e all'interpretazione. Sono due momenti molto importanti del processo di rilevazione della soddisfazione degli utenti. L'elaborazione dei dati raccolti permette di organizzare e quantificare le informazioni disponibili e l'interpretazione, attraverso l'analisi parallela degli indici di soddisfazione e di importanza relativi ai singoli parametri considerati, consente anche di realizzare mappe di posizionamento dei parametri stessi per evidenziare punti di forza su cui attuare una strategia di miglioramento e punti di debolezza su cui realizzare interventi di miglioramento.

▣ **Elaborare i dati**

Diverse sono le tipologie di elaborazione possibili (il calcolo della media ponderata, il calcolo di misure di variabilità, il calcolo delle medie, la correlazione, ecc.). alcune esperienze concrete con cui confrontarsi.

▣ **Interpretare i dati**

Dopo l'elaborazione dei dati si procede all'interpretazione che individua la distribuzione degli utenti fra soddisfatti e insoddisfatti per ciascun fattore di soddisfazione ed è la base da cui partire per definire gli obiettivi e prendere le decisioni per attuare gli interventi di miglioramento necessari.

▣ **La presentazione e l'utilizzo dei dati**

Questa è la fase conclusiva dell'indagine di customer satisfaction in cui si procede alla presentazione dei risultati all'interno dell'amministrazione e all'esterno e al loro utilizzo per definire piani di miglioramento operativi.

La presentazione dei dati è funzionale al loro utilizzo per definire piani di miglioramento operativi; controllare l'andamento dei risultati ottenuti; attuare tutte le azioni correttive e preventive; attivare l'orientamento all'utente dell'intera organizzazione in una logica di servizio; soddisfare pienamente le esigenze dei destinatari anticipando le loro aspettative. L'indagine non si esaurisce nel cosa sapere ma si completa sulla riflessione inevitabile del cosa fare. Il lavoro di ricerca a poco servirà se non è, nell'intenzione di chi lo commissiona, uno strumento conoscitivo per un intervento operativo mirato.

▣ **Comunicare i risultati**

L'attività di comunicazione riveste un ruolo molto importante e può avere diversi effetti: preparare il personale dei servizi ai correttivi che l'amministrazione intende apportare al sistema di erogazione del servizio; rafforzare il coinvolgimento del personale stesso nel miglioramento; rafforzare l'attenzione dell'amministrazione al miglioramento del servizio. Questa attività è molto importante ma soprattutto è fondamentale sapere a chi devono essere restituiti i risultati, perché e in che modo restituirli.

▣ **Definire idee di miglioramento**

L'indagine di customer satisfaction è utile per orientare le amministrazioni nel cambiamento e nel miglioramento dei pacchetti di servizi progettati ed erogati e favorire la definizione di strategie di miglioramento continuo attraverso uno sforzo organizzato e sistematico che coinvolge tutte le funzioni dell'amministrazione a tutti i livelli.