



MOBILITA' E PARCHEGGI s.p.a.
Analisi della Customer Satisfaction

**Castelnuovo Daniela Lucia
De Carolis Sirio
Novelli Luca
Vallesi Michele**

OBIETTIVI

**Supporto alla comprensione delle
esigenze dell'utente**



**Miglioramento del servizio offerto e dei
parametri ritenuti poco performanti**

NOTA METODOLOGICA 1/2

- **Campionamento casuale semplice su quattro dei parcheggi coperti M&P** (*Archi, Cialdini, Traiano, Umberto I*)

- **1211 intervistati** (*518 Archi, 85 Cialdini, 377 Traiano e 231 Umberto I*)

- **Raccolta informazioni tramite smartphone**

- **Statistica basata su risposte valide rilasciate**

NOTA METODOLOGICA

2/2

Analisi strutturata per sezioni:

- 1) Caratteristiche del campione**
- 2) Abbonamenti**
- 3) Misurazione della soddisfazione**
- 4) Reclami**
- 5) Servizi aggiuntivi**


ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO


- Analisi dei **risultati complessivi** dei parcheggi M&P esaminati
- Analisi dei **risultati specifici a livello di singolo parcheggio** coperto
- Ove possibile, **confronto temporale** con indagine 2013





LA LETTURA DEI DATI


- Legenda per la sezione “**misurazione della soddisfazione**” e per la domanda “**valutazione modalità di rilascio**” della sezione “**abbonamenti**”:

 =1, insufficiente


 =2, mediocre

 =3, sufficiente

 =4, buono

 =5, ottimo

- Legenda per **confronti temporali** con istogrammi:

 = 2013

 = 2016

Tabelle e grafici senza riferimenti temporali sono da riferirsi al 2016

ANALISI COMPLESSIVA

▶▶ IIM&P MOBILITÀ & PARCHEGGI s.p.a.



IL CAMPIONE

PROVENIENZA		%
Ancona	722	61,08%
Provincia di Ancona	404	34,18%
Regione	43	3,64%
Altra Regione	13	1,10%
TOT	1182	100,00%

Il **95%** del campione è residente in Ancona e/o Provincia






Il **70%** del campione è composto da lavoratori

Il **68%** ha età compresa tra 35 e 65 anni

Il **13%** è abbonato

MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE

1/3






Domanda							media voti M&P
Professionalità e cortesia del personale	Panoramica parcheggi	0,42%	1,38%	17,82%	27,04%	53,34%	4,31






La **cortesia** e la **professionalità** del personale M&P sono **molto apprezzate** dai clienti

Oltre l'80% degli intervistati hanno espresso valutazioni «buono» e «ottimo».

-  =1, insufficiente
-  =2, mediocre
-  =3, sufficiente
-  =4, buono
-  =5, ottimo

MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE 2/3

Domanda							media voti M&P
Pulizia dei servizi igienici	Panoramica parcheggi M&P	7,86%	17,47%	39,30%	27,07%	8,30%	3,10

Domanda							media voti M&P
Pulizia delle aree di sosta e del parcheggio	Panoramica parcheggi M&P	1,11%	3,17%	25,15%	46,45%	24,12%	3,89








I clienti esprimono una valutazione «**sufficiente**» alla **pulizia dei servizi igienici** dei parcheggi coperti

Più soddisfacente è la risposta ricevuta in merito alla **pulizia generale dei parcheggi**, che vanta una sostanziale **prevalenza di voti «buono»**

MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE

3/3

Domanda							media voti M&P
Servizio complessivo dei parcheggi coperti	Panoramica parcheggi M&P	0,60%	2,14%	20,10%	50,47%	26,69%	4,08

A questa domanda cruciale, il campione ha mostrato **ampia soddisfazione**

Il servizio complessivo offerto dai parcheggi coperti vanta una valutazione media di 4,08

Oltre il 75% degli intervistati ha espresso giudizio «buono» o «ottimo»



RECLAMI

- Il 35% del campione è al corrente della possibilità di sporgere reclamo
- Meno del 3% ha dichiarato di aver sporto reclamo
- Tra coloro che hanno presentato reclamo, oltre il 60% ha riscontrato tempestività nella risposta da parte di M&P

SERVIZI AGGIUNTIVI

La maggioranza degli intervistati (circa il 72%) afferma di non conoscere il servizio PARK&BIKE



il 67% del campione si dimostra scarsamente interessato all'introduzione del servizio volto alla messa a disposizione di una bicicletta elettrica










LA PERFORMANCE DEI SINGOLI PARCHEGGI



MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE






Domanda	Parcheggio						media voti	media M&P
Professionalità e cortesìa del personale	ARCHI	0,60%	0,40%	1,81%	14,66%	82,53%	4,78	4,31
	CIALDINI	0,00%	0,00%	2,44%	26,83%	70,73%	4,68	4,31
	TRAIANO	0,27%	3,03%	43,25%	44,08%	9,37%	3,59	4,31
	UMBERTO I	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	4,31






Risultano **molto apprezzate** la **professionalità e la cortesia del personale** soprattutto nei parcheggi **Archi e Cialdini** nei quali si registra un notevole livello di soddisfazione

Al Traiano si posiziona una forte prevalenza del giudizio «sufficiente», collegata a sporadici episodi di insoddisfazione riscontrati nell'indagine



MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE

Domanda	Parcheggio						media voti	media M&P
Pulizia dei servizi igienici	<i>Archi</i>	8,51%	19,68%	38,83%	25,53%	7,45%	3,03	3,10
	<i>Cialdini</i>	5,88%	5,88%	5,88%	58,82%	23,53%	3,88	3,10
	<i>Traiano</i>	4,77%	8,33%	66,67%	16,67%	4,17%	3,08	3,10
	<i>Umberto I</i>	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	3,10






Domanda	Parcheggio						media voti	media M&P
Pulizia delle aree di sosta e del parcheggio	<i>Archi</i>	1,84%	3,07%	14,34%	43,65%	37,09%	4,11	3,89
	<i>Cialdini</i>	0,00%	2,47%	7,41%	24,69%	65,43%	4,53	3,89
	<i>Traiano</i>	0,27%	2,69%	41,94%	51,08%	4,03%	3,55	3,89
	<i>Umberto I</i>	1,32	4,39	27,19	52,63	14,47	3,74	3,89

-  =1, insufficiente
-  =2, mediocre
-  =3, sufficiente
-  =4, buono
-  =5, ottimo

La **pulizia dei servizi igienici** è valutata a un **livello poco più che sufficiente al Traiano e agli Archi**, mentre si registra maggior soddisfazione **al Cialdini**

Soddisfazione generalizzata per la **pulizia complessiva** dei quattro parcheggi coperti.

MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE

Domanda	Parcheggio						media voti	media M&P
Servizio complessivo dei parcheggi coperti	ARCHI	0,00%	0,81%	9,16%	48,68%	41,34%	4,30	4,08
	CIALDINI	0,00%	0,00%	4,94%	23,46%	71,60%	4,67	4,08
	TRAIANO	1,08%	2,43%	31,35%	58,65%	6,49%	3,67	4,08
	UMBERTO I	1,32%	5,29%	30,84%	50,66%	11,89%	3,66	4,08

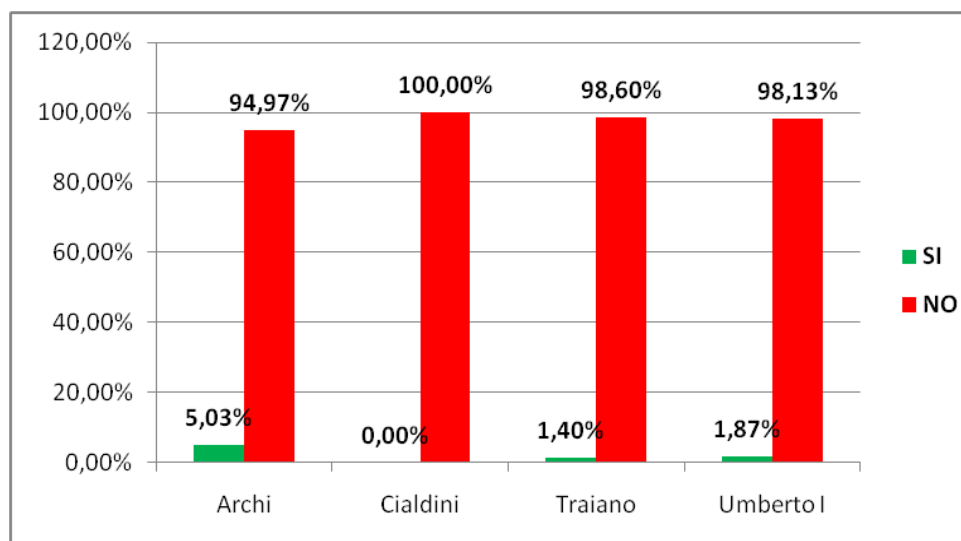
I clienti dei parcheggi **Archi e Cialdini** si ritengono **estremamente soddisfatti** dei servizi erogati da M&P

Soddisfacente anche il gradimento espresso dagli intervistati dei **restanti parcheggi**



RECLAMI

PRESENTAZIONE RECLAMI			
Parcheggio	SI	NO	TOTALE
<i>Archi</i>	23	434	457
<i>Cialdini</i>	0	80	80
<i>Traiano</i>	5	352	357
<i>Umberto I</i>	4	210	214



Bassa percentuale di reclami in generale

Un 5% registrato agli Archi, si collega al maggior verificarsi di «furti e/o atti vandalici» (pur se in numero modesto), probabilmente riconducibile al particolare mutamento socio-demografico del quartiere

SERVIZI AGGIUNTIVI

1/2

ARCHI

Si registra un buon riscontro per l'introduzione di un **servizio di lavaggio auto** (65% degli intervistati)



Più della **metà** degli intervistati afferma di **non conoscere il servizio di accesso fuori orario**



L'**88%** degli intervistati afferma di usufruire del **servizio autobus**, confermando il *ruolo di scambiatore* di questo parcheggio



SERVIZI AGGIUNTIVI

2/2

UMBERTO I

Solo il **4%** dei clienti intervistati usa **MyCicero** come strumento di pagamento

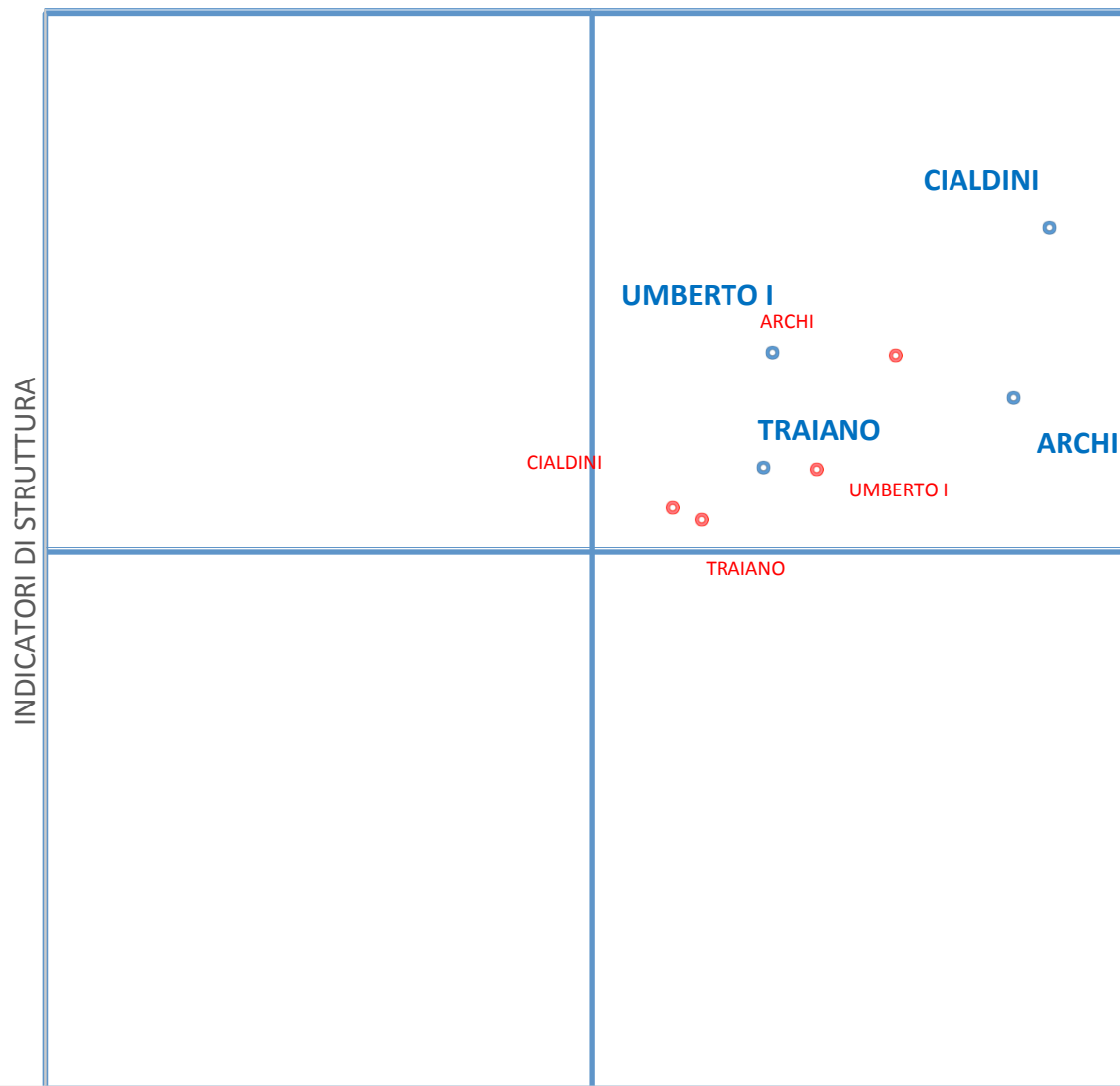


Il **70%** degli utenti sottoposti all'indagine **non sono disposti a pagare di più** per usufruire del servizio di «pagamento con cassa»



POSIZIONAMENTO COMPARATIVO

- 2013
- 2016



INDICATORI DI SERVIZIO

EVIDENZE CONCLUSIVE 1/2

➤ CLIENTI:

Si conferma **prioritaria la fascia di clienti residenti** (Ancona e provincia), mentre è maggiormente rappresentata, rispetto all'indagine 2013, la fascia d'età 18-35 del 4,5% rispetto al 2013. Si ravvisa anche un 14,88% di intervistati pensionati i quali frequentano l'Umberto I

➤ ABBONAMENTI:

Risulta **abbonato circa il 13%** degli intervistati; **umentato il gradimento** del servizio (modalità di rilascio) rispetto al 2013



➤ SODDISFAZIONE COMPLESSIVA:

umentata in tutti e quattro i parcheggi rispetto al 2013



➤ PROFESSIONALITA' E CORTESIA:

Soddisfazione aumentata in tutti e tre i parcheggi con personale



➤ SERVIZI AGGIUNTIVI:

Gradita agli Archi la proposta del servizio **lavaggio auto**, scarso interesse per la bicicletta elettrica

➤ RECLAMI, FURTI E/O ATTI VANDALICI:

Migliorata la situazione generale, pur se con leggera concentrazione di furti/atti vandalici agli Archi



EVIDENZE CONCLUSIVE 2/2

Si evince dunque un aumento generalizzato della soddisfazione del cliente rispetto all'indagine di Customer Satisfaction condotta nel giugno del 2013



Alcuni suggerimenti degli intervistati mostrano la volontà di collaborare al consolidamento e ulteriore miglioramento di tali risultati



I suggerimenti degli intervistati

1. AZIONI MIGLIORATIVE GENERALI

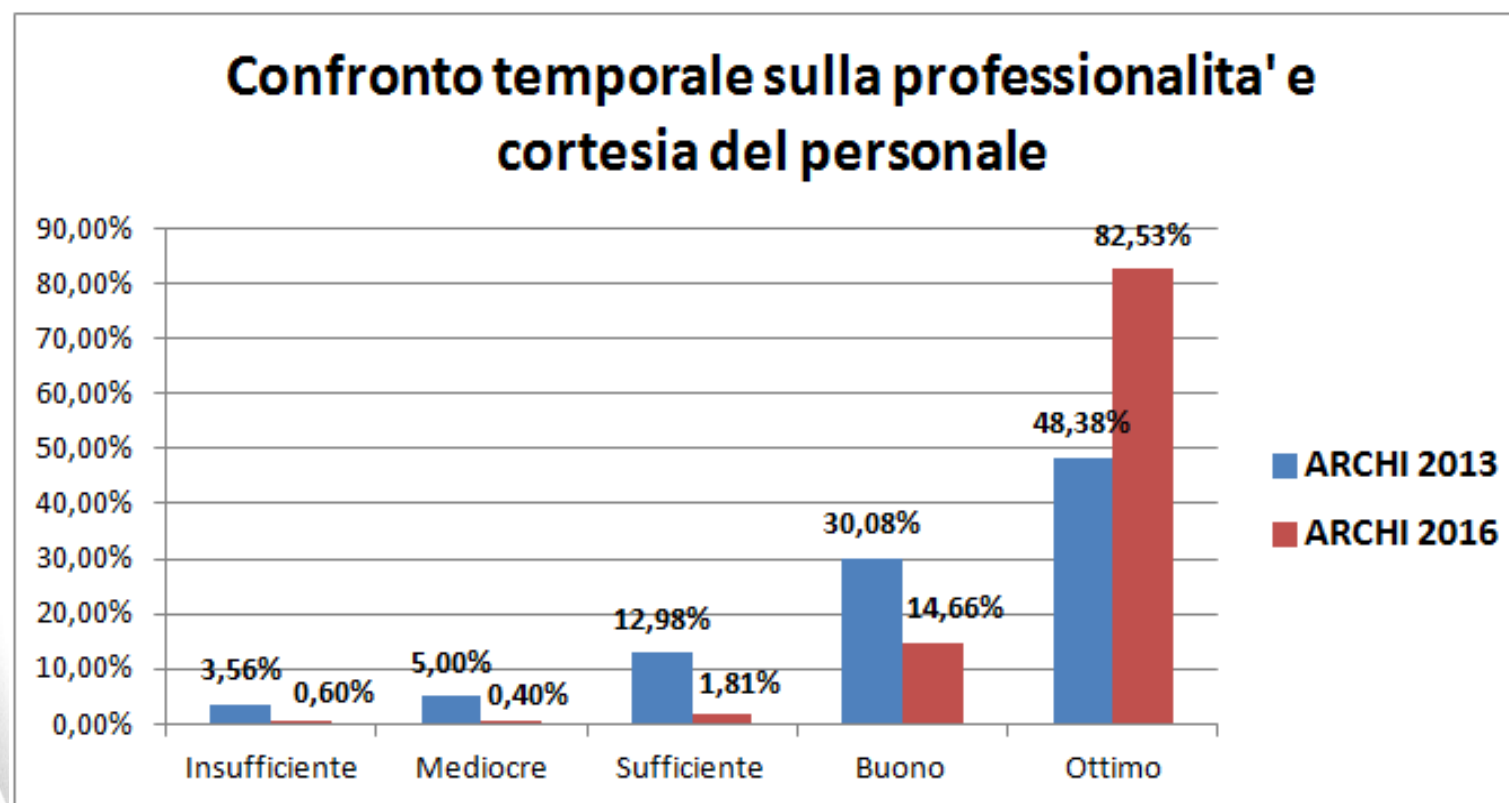
- **Miglioramento dell'accessibilità**
- **Aumento della segnaletica interna**
- **Maggiore attenzione alla pulizia dei parcheggi e dei servizi igienici**
- **Manutenzione della struttura**

1 suggerimenti degli intervistati

2. AZIONI MIGLIORATIVE SPECIFICHE

- **Introduzione di distributori automatici di cibo e bevande (ARCHI)**
- **Introduzione del servizio lavaggio auto, dato il buon riscontro (ARCHI)**
- **Miglioramento dell'illuminazione (ARCHI, I e II piano)**
- **Formazione del personale (TRAIANO)**

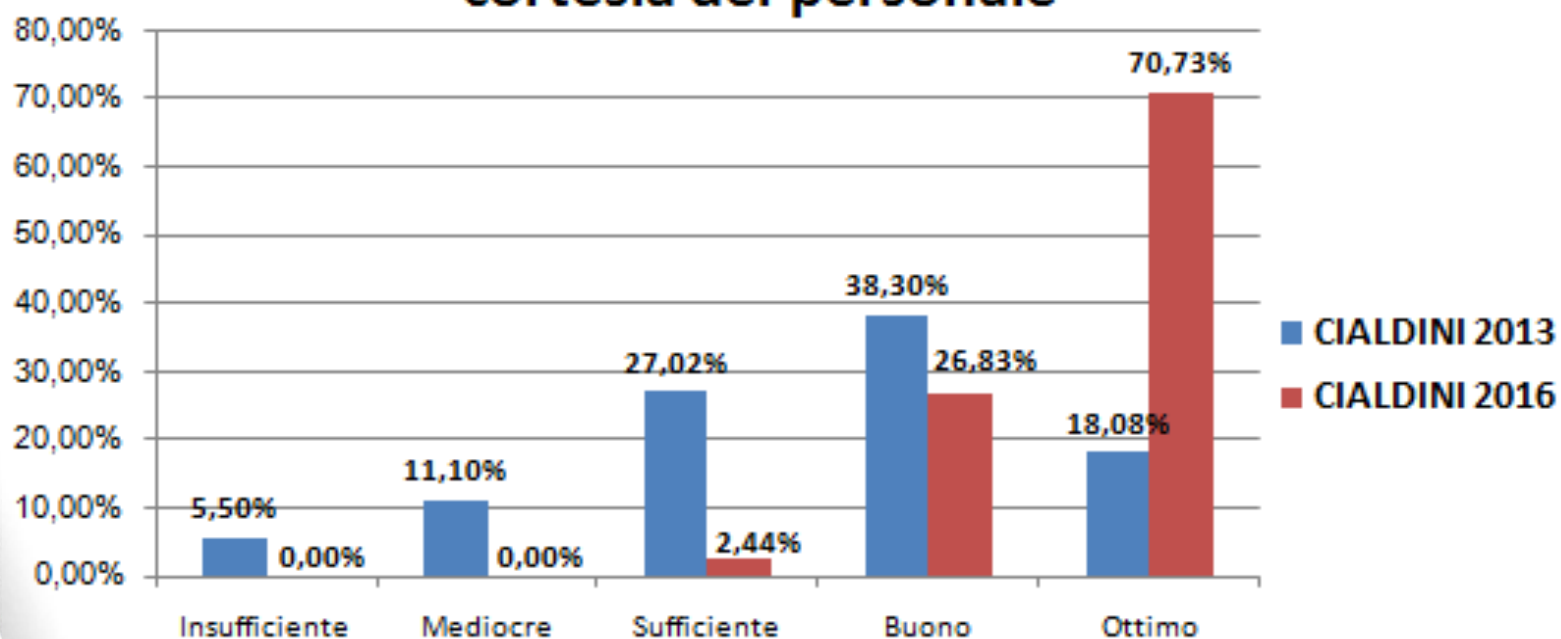
MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE



E' evidente come rispetto al 2013 si sia verificato **un forte incremento dei giudizi ottimi.**

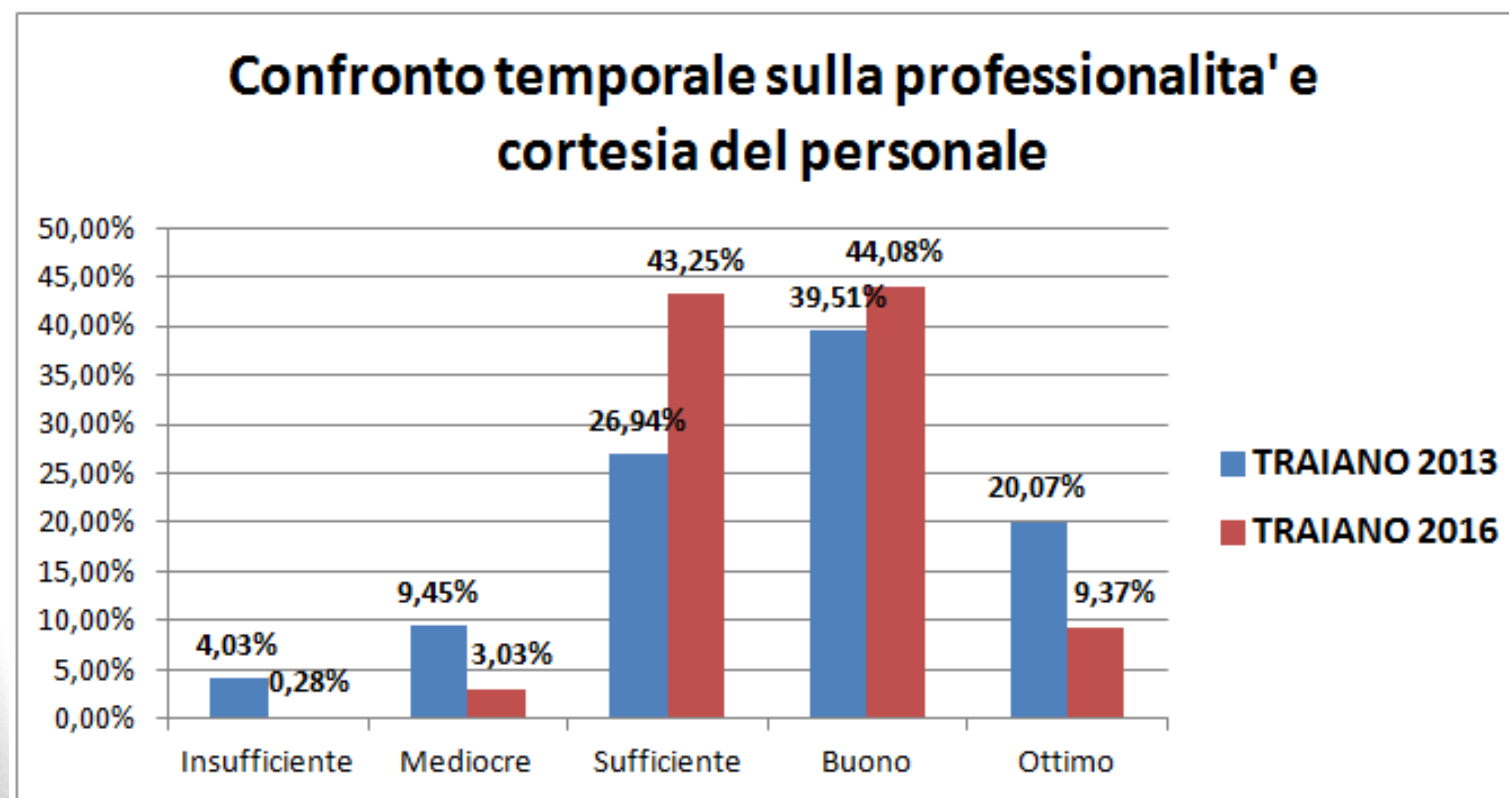
MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE

Confronto temporale sulla professionalità e cortesia del personale



Il confronto temporale del Cialdini evidenzia una **rimarchevole ascesa delle valutazioni «ottimo»**

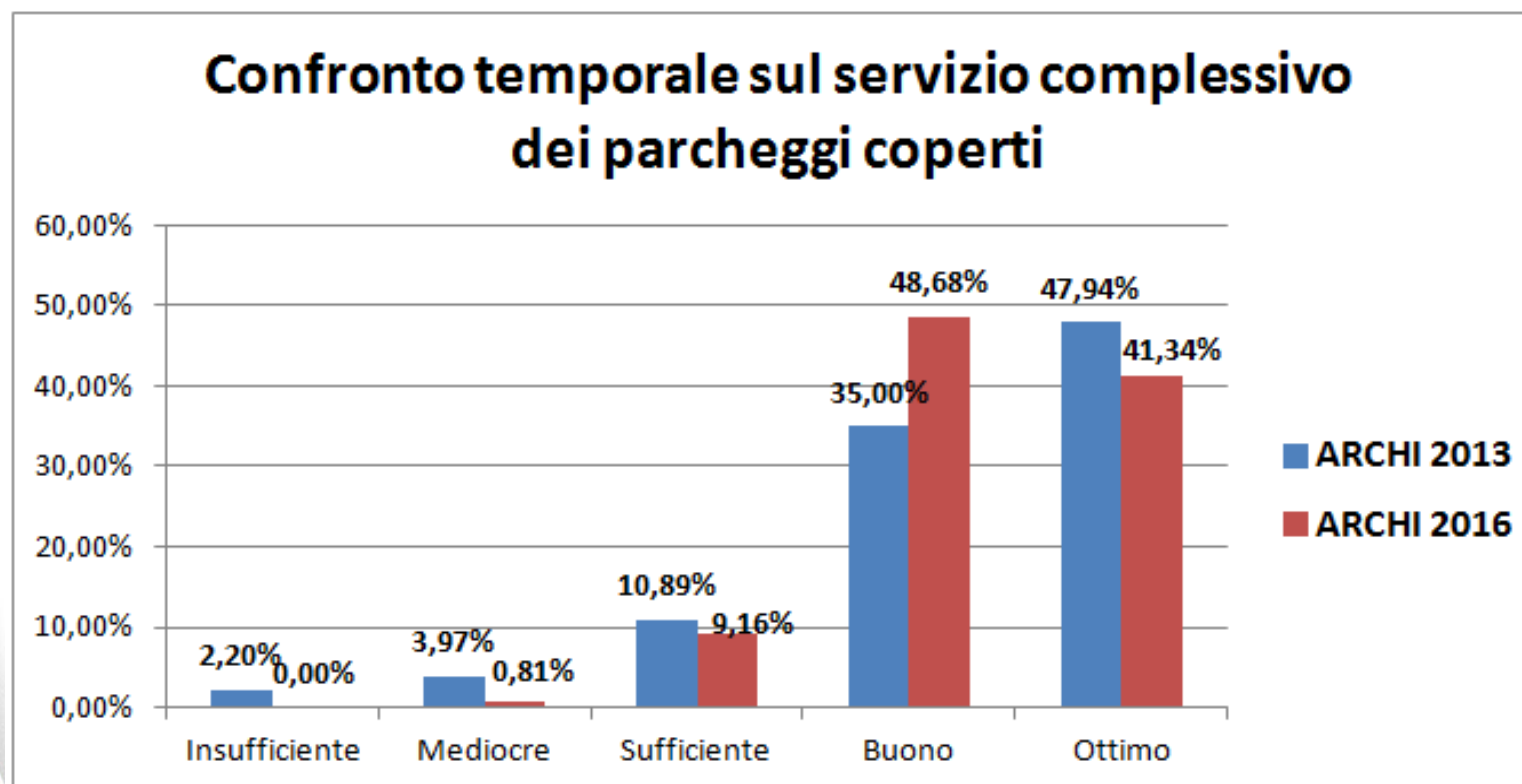
MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE



Il **miglioramento** del Traiano è **graduale, ma significativa**

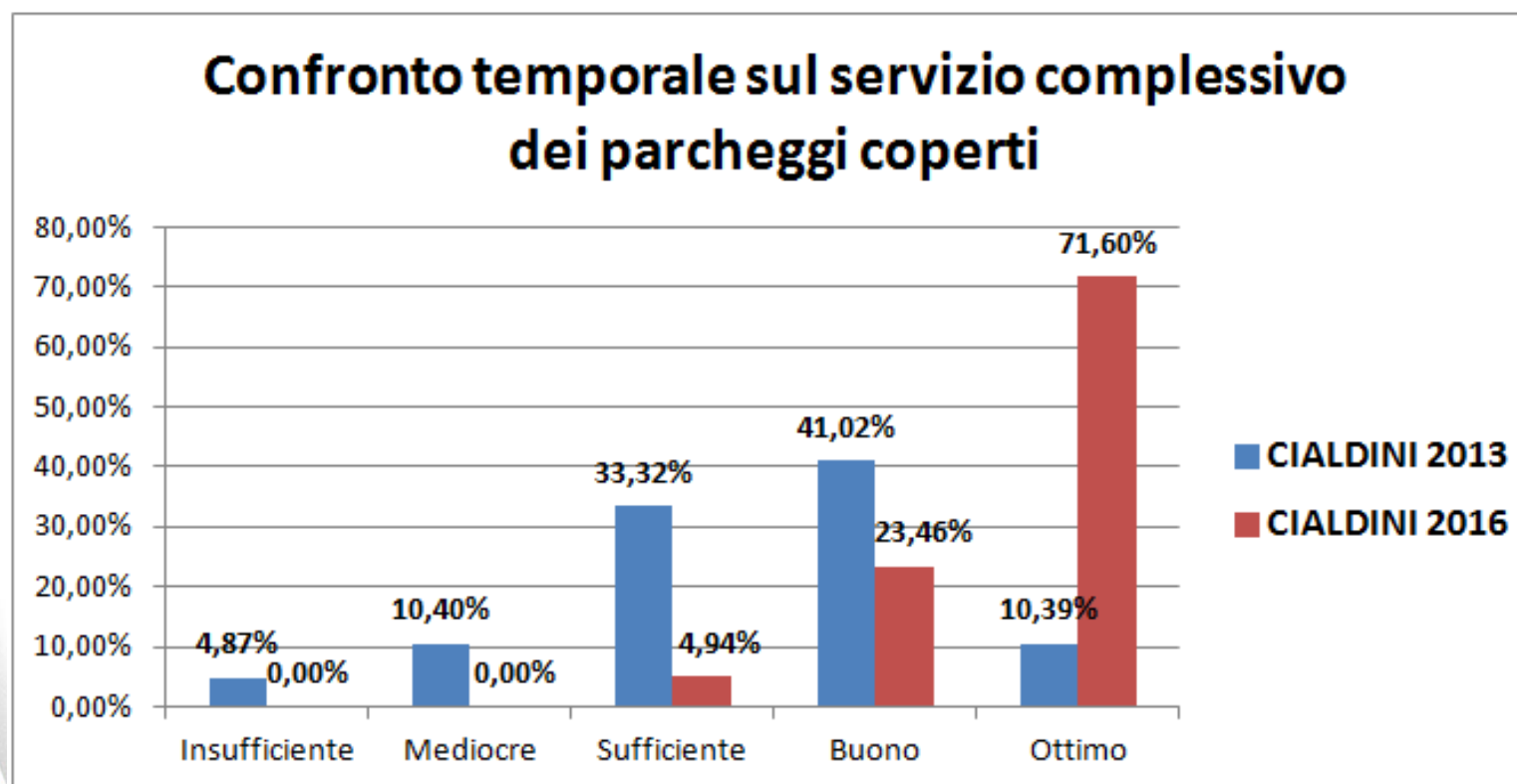
La diminuzione delle valutazioni più estreme confluisce in **robusti aumenti dei voti «sufficiente» e «buono»**

MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE



Rispetto al 2013 si assiste a una **sostanziale stabilità della soddisfazione dei clienti sui servizi complessivi** offerti dagli Archi, provata dall'innalzamento delle valutazioni «buono» e da una piccola flessione di quelli «ottimo».

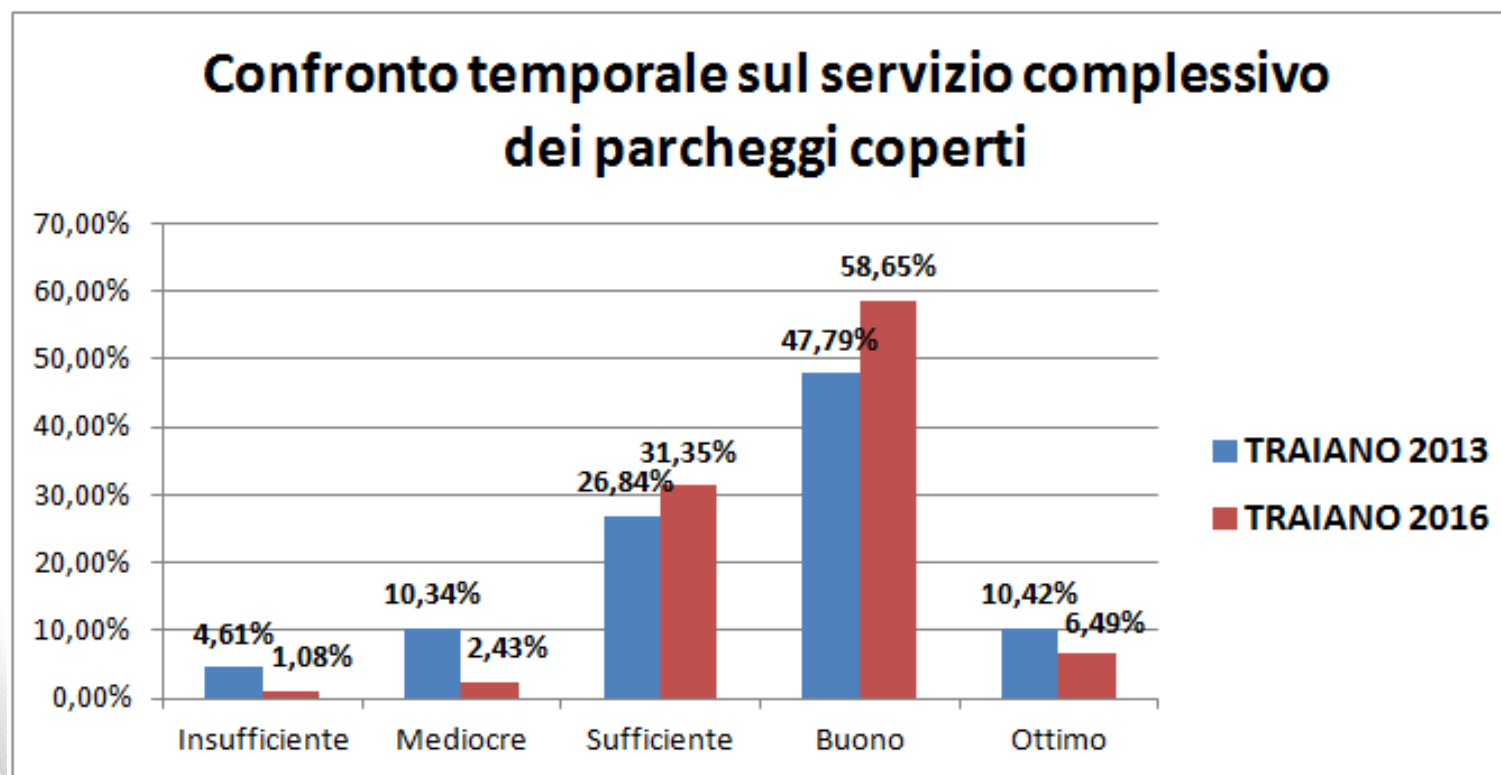
MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE



I clienti del Cialdini sono coloro che nel tempo hanno evidenziato **più consistenti miglioramenti riguardo il servizio complessivo** offerto

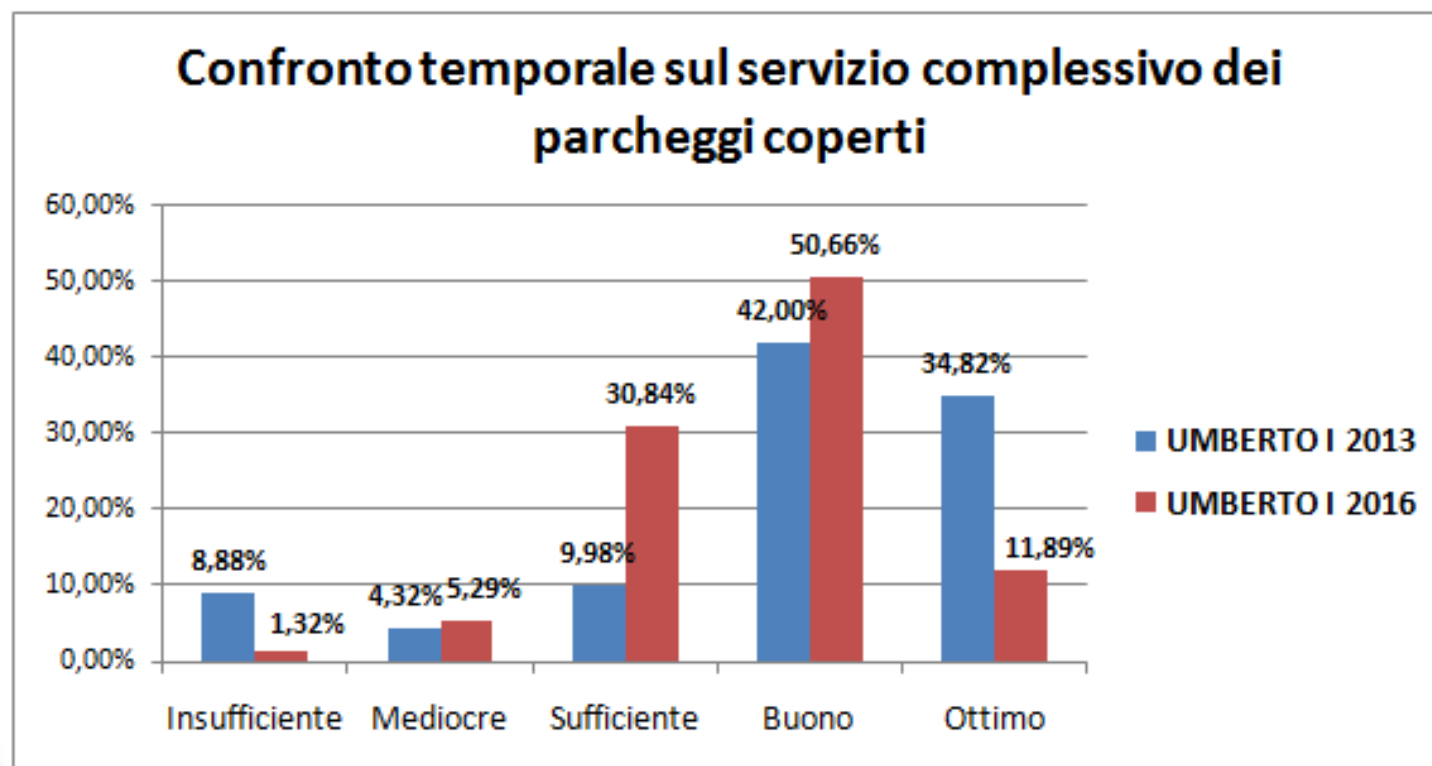
Al totale azzeramento dei voti «insufficiente» e «mediocre» e all'abbattimento di quelli «sufficiente» e «buono» consegue una **impennata delle valutazioni «ottimo»**

MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE



Si ravvisa dal 2013 un **sensibile miglioramento della soddisfazione in tema di servizio complessivo** offerto anche al Traiano, grazie a un **incremento di valutazioni «sufficiente» e, soprattutto, «buono»**

MISURAZIONE DELLA SODDISFAZIONE



Anche all'Umberto I si evidenzia un **miglioramento del gradimento in tema di servizio complessivo**

Si constata un deciso incremento delle valutazioni «sufficiente» e «buono»

GRAZIE

MOBILITA' E PARCHEGGI s.p.a.
Analisi della Customer Satisfaction