Customer satisfaction 2010-2013

Sintesi dei risultati

1.Introduzione

Obiettivo delle customer satisfaction è la rilevazione del grado di soddisfazione degli utenti in una prospettiva di miglioramento continuo del servizio offerto. Pertanto, scopo essenziale della customer satisfaction è registrare la relazione tra ciò che l'Amministrazione ha realizzato, con il proprio impegno e le strategie adottate, e ciò che gli Utenti hanno effettivamente percepito.

In questo quadro, l'Utente rappresenta una risorsa fondamentale per migliorare la qualità del servizio: la rilevazione della sua soddisfazione consente di ricostruire l'efficacia degli interventi di miglioramenti messi in campo.

2. Le rilevazioni

A partire dal 2010 sono state realizzate alcune analisi di customer satisfaction in differenti Servizi di Ateneo. In particolare il presente documento sintetizza i risultati delle indagini svolte presso il Servizio Orientamento, il Servizio Segreterie studenti e il Servizio Stage e career service.

La numerosità campionaria per ciascuna rilevazione è riportata nella Tabella 1.

Tabella 1: Rilevazioni e rispettive numerosità campionarie

Servizio	Rilevazione	Anno	Campione
Servizio Orientamento	I	2010	277
	II	2012	78
	III	2013	353
Servizio Segreterie Studenti	I	2011	630
	II	2012	1066
Servizio Stage e Career Service	I	2010	138
	II	2012	90
	III	2012	714

3. Il questionario

Al fine di rilevare la soddisfazione degli utenti è stato utilizzato un questionario con domande chiuse a cui era possibile rispondere usando una scala che andava da 1 a 5, dove 5 rappresentava l'espressione della massima soddisfazione. Era anche prevista una sezione destinata a registrare possibili proposte di miglioramento e uno spazio per inserire commenti e suggerimenti.

Le domande del questionario erano articolate al fine analizzare delle macroaree tematiche ritenute particolarmente importanti. Queste erano: la Comprensibilità della documentazione, l'Utilità delle risposte ricevute, l'Attenzione alle richieste, la Facilità di accesso, l'Adeguatezza dei locali, la Cortesia e la disponibilità del personale incaricato, l'Utilizzo di strumenti informativi alternativi al front office e la Conoscenza dei servizi offerti.

L'analisi delle tendenze temporali nel grado di soddisfazione associato alle diverse macroaree collegate ai differenti Servizi, permette di registrare eventuali cambiamenti nella percezione del servizio offerto all'utente.

Le macroaree tematiche analizzate nel corso delle rilevazioni sono riportate in tabella 2.

Tabella 2: Macroaree analizzate nel corso delle rilevazioni

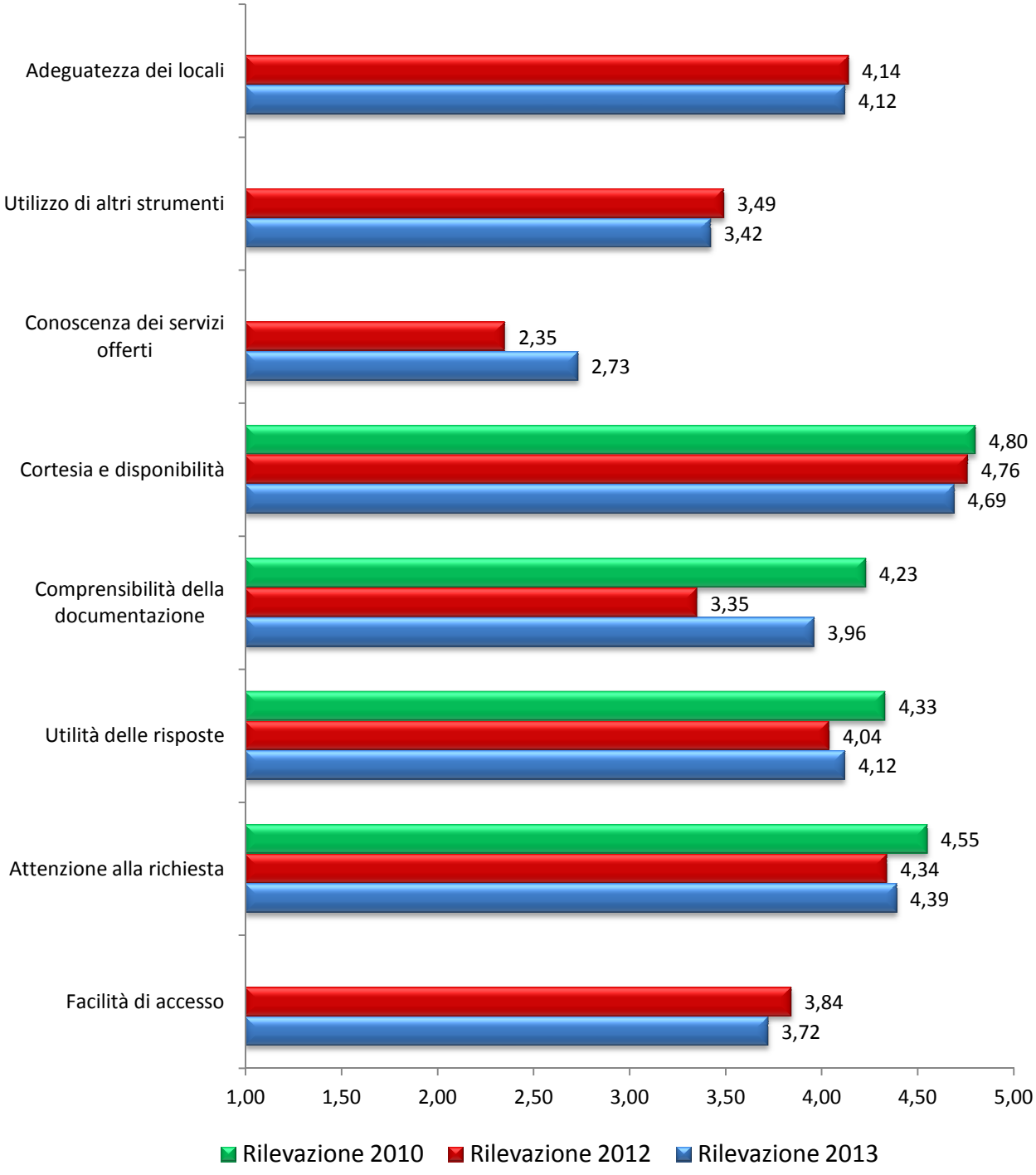
	Servizio							
Macroarea tematica	**Orientamento**			**Segreterie studenti**		**Stage e career service**		
	I	II	III	I	II	I	II	III
Facilità di accesso	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
Attenzione alle richieste	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Utilità delle risposte	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Comprensibilità della documentazione	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
Cortesia e disponibilità	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Conoscenza del servizio	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
Adeguatezza dei locali	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
Utilizzo di altri strumenti	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓

4. Risultati

I principali risultati delle customer satisfaction sono riportati nei paragrafi successivi in forma di grafici rappresentanti i punteggi medi ottenuti in ciascuna macroarea nel corso delle rilevazioni presso i Servizi.

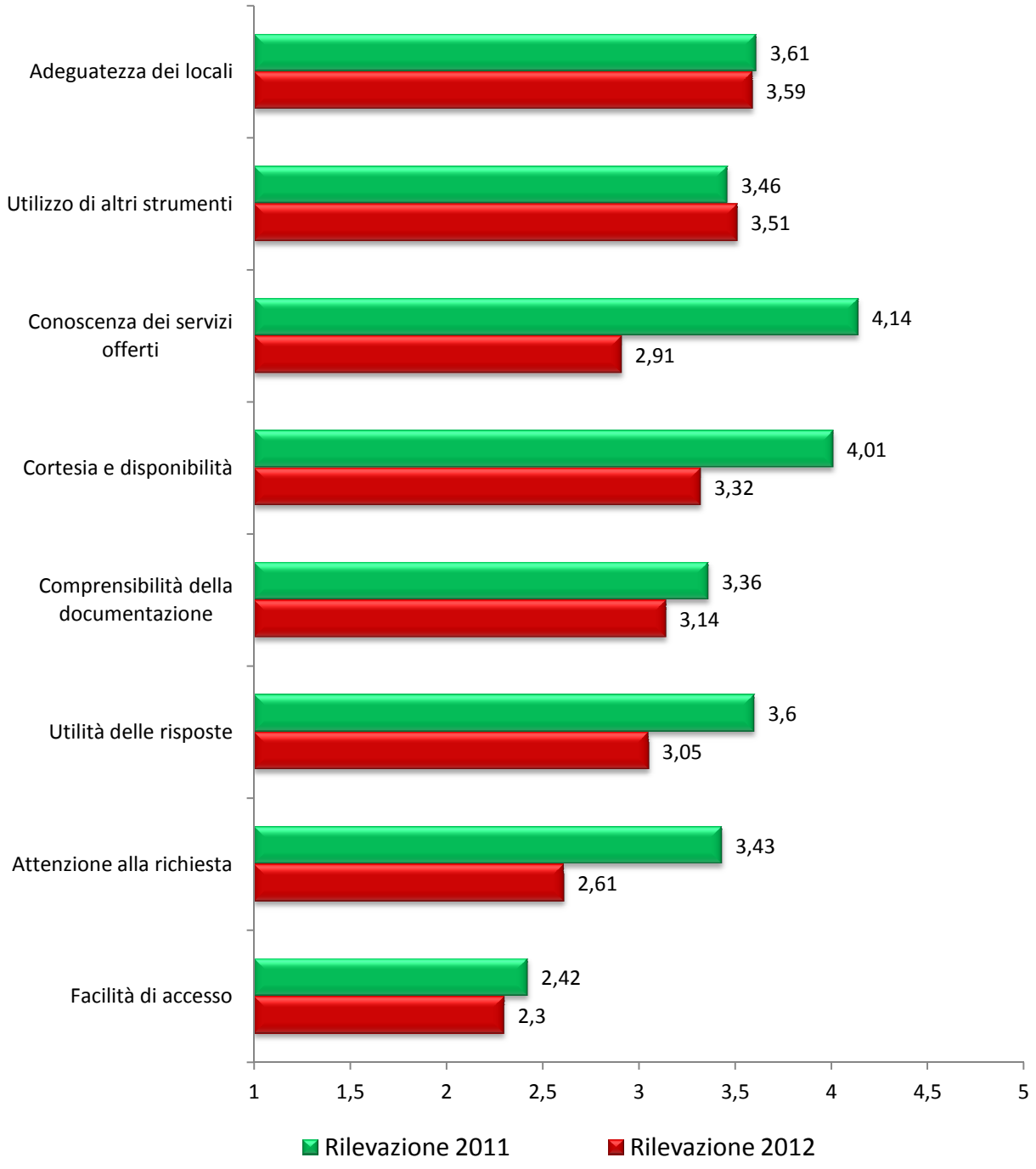
4.1 Le tre rilevazioni presso il Servizio Orientamento

Prendendo in considerazione le tre rilevazioni effettuate presso il Servizio Orientamento, emerge che la maggior parte dei punteggi ottenuti sono prossimi o maggiori del punto medio della scala, evidenziando una generale soddisfazione circa il Servizio.



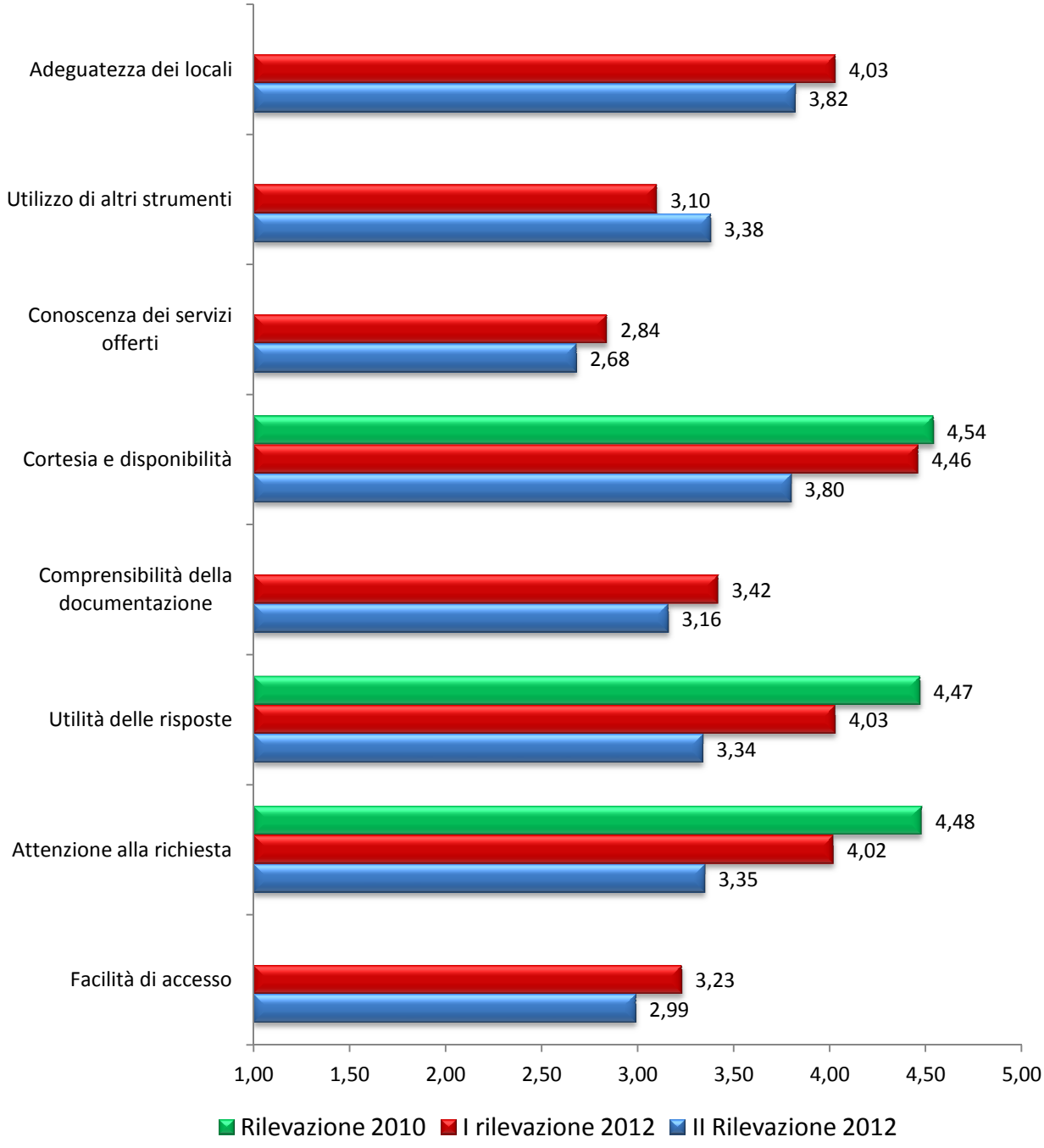
4.2 Le due rilevazioni presso il Servizio Segreterie studenti

I risultati delle due rilevazioni effettuate presso il Servizio Segreterie studenti mostrano punteggi prossimi o maggiori del punto medio della scala utilizzata, indicando una generale soddisfazione dell'utente.



4.3 Le tre rilevazioni presso il Servizio Stage e career service

Analizzando i risultati ottenuti dalle tre rilevazioni effettuate presso il Servizio Stage e career service, emerge che i punteggi medi ottenuti sono prossimi o maggiori del punto medio della scala, evidenziando una generale soddisfazione dell'utenza.



5. Prossime rilevazioni

In una prospettiva di miglioramento e in continuità con le passate rilevazioni, sono in fase di realizzazione nuove indagini di customer satisfaction destinate a registrare il grado di soddisfazione associato ai Servizi fino qui indagati e a nuovi Servizi, utilizzando questionari sia cartacei che on-line.