

LINEA
COMUNE



Indagine di
citizen satisfaction
sul servizio di
Contact Center 055055

Marzo 2017

Sommario

Premessa.....	3
In sintesi	5
Descrizione dell'indagine.....	5
I risultati	11
Appendice.....	21

Premessa

Linea Comune SpA è una società a partecipazione interamente pubblica, nata a fine 2005 per gestire il Centro Servizi Territoriale multicanale e integrato dell'area fiorentina al quale aderiscono la Città Metropolitana di Firenze, il Comune di Firenze e 21 enti locali del territorio.

Linea Comune supporta gli Enti soci nella realizzazione ed erogazione di servizi a cittadini, professionisti e imprese in modalità multicanale (web, telefono, mobile, smart card), attraverso una piattaforma tecnologica unica e condivisa che gestisce per conto degli Enti l'interazione con l'utenza.

Il Contact Center 055055 è uno dei canali che Linea Comune S.p.a. gestisce in house per conto degli Enti soci che ne hanno fatto richiesta, ovvero per i Comuni di Bagno a Ripoli, Fiesole, Firenze, Scandicci, Sesto Fiorentino e da gennaio 2017 anche per l'Unione dei Comuni del Chianti (Barberino Val d'Elsa, San Casciano Val di Pesa e Tavarnelle Val di Pesa).

Si tratta di un servizio multiente, unificato per il territorio fiorentino, che costituisce ormai da 12 anni un punto di riferimento qualificato e aggiornato per il cittadino per supportarlo e orientarlo nel disbrigo delle proprie pratiche amministrative.

La strategia di creare un centro unico di contatto, informazione e orientamento allargato a più comuni e di fornire un servizio omogeneo alla cittadinanza, pur mantenendo le specificità di ciascun Ente, risulta ancora oggi vincente.

Ad oggi il contact center 055055 accoglie, ascolta, informa, indirizza e orienta il cittadino su uffici e servizi degli Enti aderenti, effettua prenotazioni per servizi specifici, raccoglie segnalazioni e suggerimenti, svolge la funzione di centralino e gestisce le richieste dell'utente al 1° livello, inoltrando quelle più specialistiche e personali agli uffici preposti (2° livello).

Il servizio è attivo dalle 8.00 alle 20.00, dal lunedì al sabato, e gestisce in media oltre 330.000 contatti l'anno. Nel 91% dei casi la richiesta è risolta al 1° livello, riducendo non poco le chiamate verso gli uffici comunali competenti.

Il fattore di successo dello 055055 è rappresentato dalla collaborazione stretta e quotidiana tra il 1° e 2° livello e dai continui refresh formativi tenuti direttamente dai responsabili dei vari servizi

dei Comuni agli operatori dello 055055; tutto ciò garantisce informazioni certificate e sempre aggiornate.

Tutti i contatti con i cittadini vengono tracciati su un sistema di CRM (Citizen Relationship Management), gestito e mantenuto da Linea Comune, che consente di monitorare le richieste relative ai servizi di ciascun Ente ed individuare eventuali input di miglioramento degli stessi.

Il contact center 055055 rappresenta ormai un'esperienza consolidata ed un'eccellenza nel territorio fiorentino, grazie al lavoro quotidiano di una nutrita e unita squadra di persone che ogni giorno, con passione, impegno e dedizione, si prende in carico le richieste dei cittadini; in particolare, gli operatori di I livello del servizio 055055, i referenti dei Comuni aderenti che fanno da raccordo tra contact center e uffici e lo staff di Linea Comune.

L'indagine di *citizen satisfaction*, commissionata annualmente da Linea Comune, ha l'obiettivo di verificare e monitorare la percezione della qualità del servizio 055055 e la soddisfazione dei cittadini che lo hanno utilizzato, per coglierne i punti di forza e gli elementi di attenzione, i margini di miglioramento e possibili sviluppi ulteriori.

Essa fa parte di un piano di qualità più ampio e articolato che Linea Comune adotta per monitorare le performance degli operatori di I livello e garantire elevati standard di efficienza e qualità del servizio.

In sintesi

Di seguito i principali risultati:

- I canali principali tramite cui gli intervistati sono venuti a conoscenza del Contact Center sono Internet (29,2%), i Verbal di multa (27,7%), amici e conoscenti (18,7%).
- Il 57,4% degli utenti ha usufruito del servizio meno di una volta al mese nei tre mesi precedenti l'intervista, il 31,6% almeno una volta al mese e il restante 11,0% almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista.
- Il 57,4% degli utenti ha valutato minima l'attesa prima di essere messo in contatto con l'operatore, il 36,8% accettabile, il 4,3% un po' troppo lunga e solamente l'1,5% eccessiva.
- I giudizi in merito alla cortesia, disponibilità e professionalità sono quasi totalmente positivi, registrando valori superiori al 91,0%.
- Nell'88,4% dei casi gli operatori hanno subito individuato il problema, nel 6,8% hanno quasi sempre posto domande di chiarimento, nel 3,1% a volte e solamente nell'1,8% non sono riusciti a capire la richiesta dell'utente.
- Il 93,5% degli utenti ha sempre ritenuto comprensibile il linguaggio utilizzato dagli operatori, il 5,3% quasi sempre, l'1,0% a volte e solo lo 0,2% non lo ha valutato positivamente.
- L'82,7% degli intervistati ha subito ottenuto le informazioni che cercava, mentre il 12,3% ha dovuto telefonare più volte, il 2,4% ha trovato una soluzione dopo essere stato contattato dall'ufficio competente e nel 2,6% dei casi le richieste dell'utente non sono state soddisfatte.
- Il 67,9% degli utenti ritiene che le informazioni ricevute siano complete e consistenti, il 25,0% affidabili mentre il 7,1% le ha giudicate talvolta contraddittorie.
- La quasi totalità degli intervistati (95,2%) ha avuto fiducia negli operatori e non ha avvertito la necessità di verificare attraverso altri canali la correttezza di quanto gli era stato indicato.
- Gli utenti ritengono utile il Contact Center per chiedere informazioni (95,6%), segnalazioni (82,4%), reclami e lamentele (77,6%), informazioni personalizzate (75,3%) e per le prenotazioni (39,6%).
- L'87,2% degli utenti ha espresso una valutazione molto positiva (buona o ottima) del servizio ricevuto.

Descrizione dell'indagine

Obiettivi

Il Contact Center 055055 rappresenta ormai da anni per le Amministrazioni aderenti un punto di riferimento qualificato e aggiornato di contatto con i cittadini.

La misurazione della qualità del servizio è fondamentale e strategica, poiché consente di verificare e monitorare negli anni il livello di efficienza ed efficacia del servizio percepito dai cittadini, in un'ottica di riprogettazione e di miglioramento delle performance.

Con questa rilevazione, si è voluto valutare l'attuale grado di soddisfazione dei cittadini nei confronti del Contact Center 055055 per coglierne i punti di forza e le criticità, i margini di miglioramento e le opportunità di ulteriore sviluppo.

Gli aspetti sul servizio principalmente analizzati sono tre:

Relazionale: rapporto tra utenti e operatori (cortesia, competenza, disponibilità degli operatori);

Funzionale: tempo di attesa per parlare con l'operatore, capacità di risolvere il problema al primo contatto, chiarezza delle risposte fornite;

Operativo: facilità di accesso al servizio, adeguatezza orari del servizio, facilità di trovare il numero di telefono del Contact Center o di avere informazioni.

Di grande utilità risulta essere anche il confronto con l'indagine del 2013 e del 2015, in quanto consente di misurare eventuali scostamenti rispetto al valore medio della qualità del servizio ed in relazione ai tre aspetti analizzati.

Metodologia adottata

L'indagine è stata svolta da Scenari s.r.l., dal 28 novembre al 5 dicembre 2016, utilizzando la metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing): l'intervista, strutturata attraverso un questionario, è stata condotta telefonicamente da un intervistatore che ha gestito il colloquio, ponendo le domande e registrando le risposte sul computer. Tale metodo oltre a garantire maggior riservatezza all'intervistato, consente il controllo dell'andamento dell'intervista riducendo il margine di errore, rende più veloci le successive operazioni di elaborazione dei dati e permette di contenere i costi raggiungendo rapidamente le persone in vaste aree geografiche.

L'impostazione, la definizione degli obiettivi di rilevazione ed il coordinamento dell'indagine sono stati curati da Linea Comune, mentre l'elaborazione dei dati e la redazione del rapporto finale sono stati prodotti grazie al contributo dell'Ufficio Statistica del Comune di Firenze.

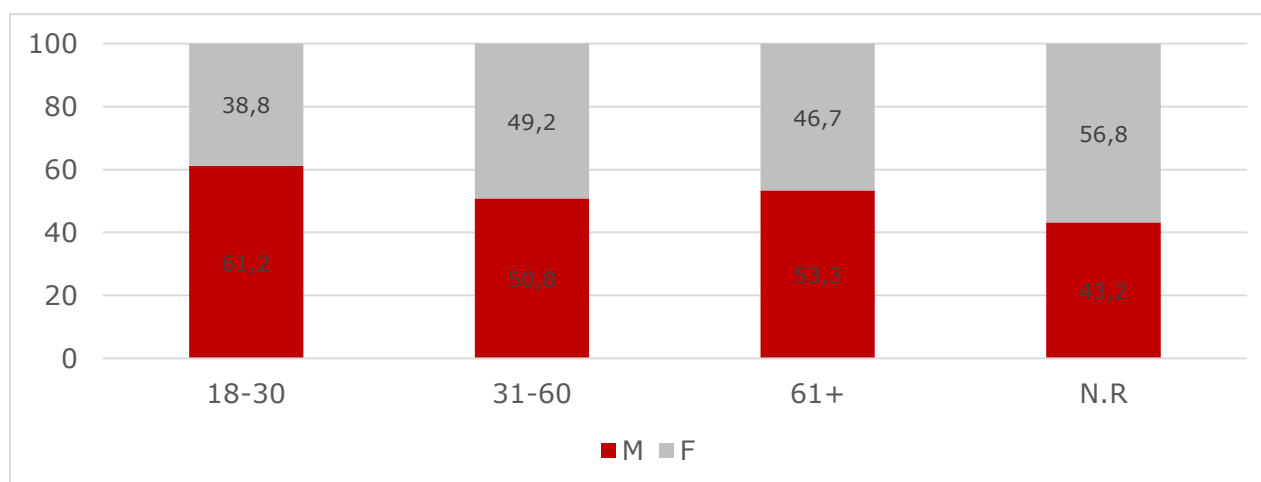
La lista degli utenti da intervistare è stata fornita da Linea Comune: era composta da utenti che avevano contattato lo 055055 non oltre 7 mesi precedenti l'indagine e che avevano dato il consenso a essere ricontattati per esprimere un giudizio sul gradimento del servizio ricevuto.

Sono state effettuate 1.014 interviste telefoniche, ciascuna durata in media fra i 5 e i 6 minuti.

Caratteristiche della popolazione osservata

In questo paragrafo vengono presentate le principali caratteristiche della popolazione intervistata. La popolazione intervistata è composta per il 49,9% da femmine e per il 50,1% da maschi. La distribuzione per età evidenzia come la maggior parte della popolazione osservata appartenga alla classe “31-60 anni” (53,6%), il 19,2% alla classe “61 anni e oltre” e il 4,8% alla classe giovanile (18-30 anni); si osserva anche un’elevata percentuale di non risposta (22,4%). Analizzando congiuntamente le variabili genere e classe di età si osserva che la percentuale di femmine è maggiore di quella dei maschi solo per coloro che non dichiarano l’età (cfr. Grafico 1).

Grafico 1 - Distribuzione per genere e per classe di età

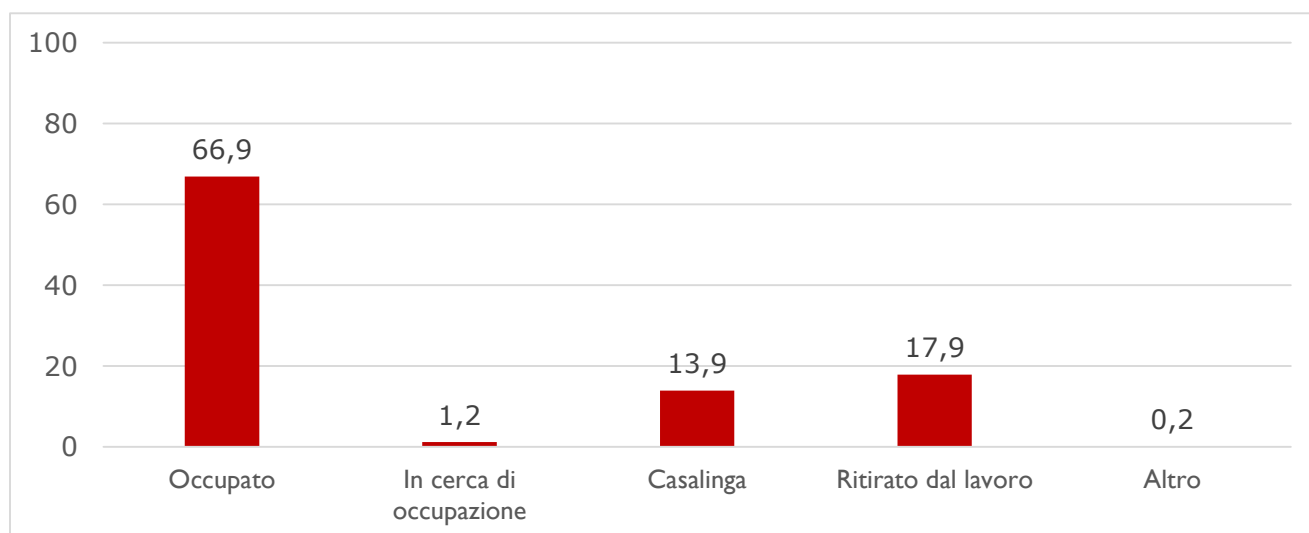


Il 28,9% degli utenti è laureato o ha ottenuto un titolo superiore, il 47,6% è diplomato, il 19,2% ha la licenza media inferiore e il 2,1% il titolo elementare. A differenza della domanda precedente, qui il tasso di non risposta è molto basso (2,1%). La tabella I riporta la distribuzione del titolo di studio per genere e classe di età.

Tabella I - Distribuzione per genere e fascia di età del titolo di studio (percentuali di colonna)

	M	F	18-30	31-60	61+	N.R	Totale
Diploma di Laurea	26,8	31,0	38,8	32,0	28,2	19,8	28,9
Diploma di scuola superiore	48,6	46,6	42,9	47,3	41,0	55,1	47,6
Licenza Media Inferiore	21,3	17,2	18,4	19,7	20	17,6	19,2
Licenza Elementare	1,6	2,6	0	0,2	9,2	0,9	2,1
Nessun Titolo	0,0	0,2	0	0,0	0,5	0,0	0,1
N.R	1,8	2,4	0	0,7	1,0	6,6	2,1
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

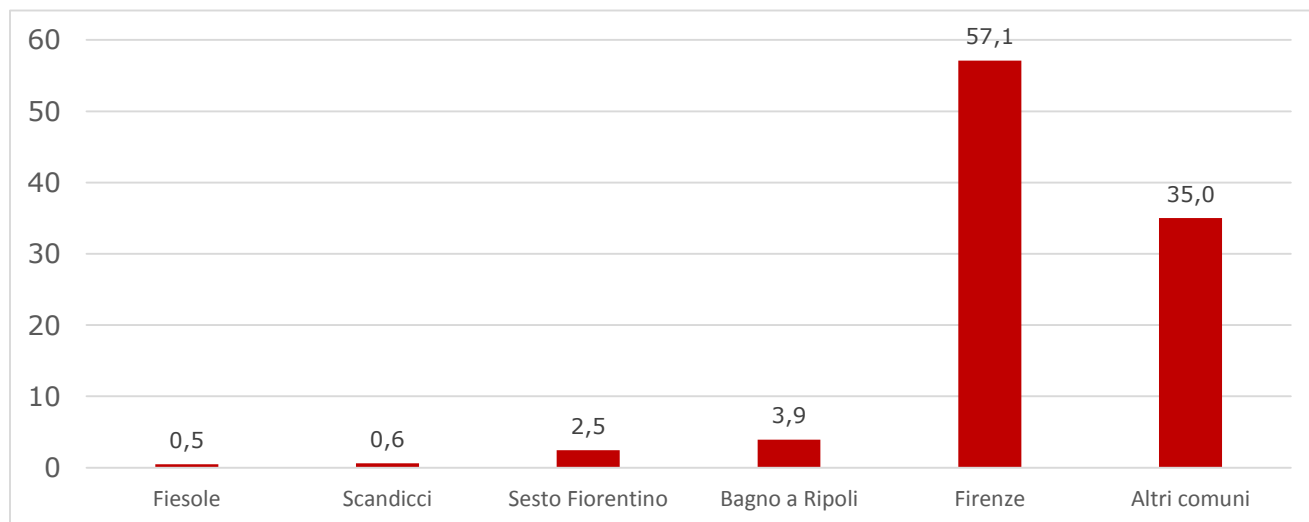
In merito alla condizione occupazionale il 66,9% degli intervistati risulta occupato, il 13,9% casalinga, l'0,1% studente, il 17,9% pensionato, l'1,2% disoccupato e lo 0,1% inabile al lavoro (cfr. Grafico 2).

Grafico 2 - Condizione occupazionale

È stato richiesto all'intervistato di fornire il comune di residenza: sono stati esplicitati i comuni in cui il servizio di Contact Center è attivo mentre coloro che hanno chiamato da un altro comune sono raggruppati nella modalità 'altri comuni'. Risulta che più della metà degli intervistati risiede a Firenze (57,1%), il 3,9% a Bagno a Ripoli, il 2,5% a Sesto Fiorentino, lo 0,5% a Fiesole, lo 0,6% a

Scandicci, il 35,0% risiede in un comune in cui il servizio non è gestito da Linea Comune e solo lo 0,4% ha preferito non rispondere (cfr. Grafico 3).

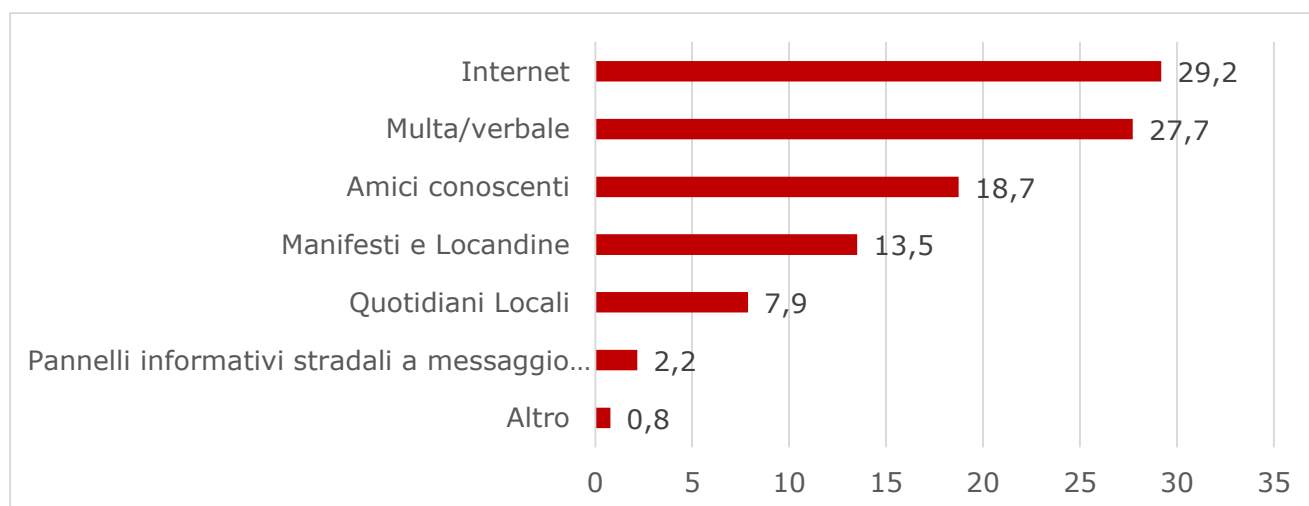
Grafico 3 - Comune di residenza degli utenti intervistati



I risultati

La prima domanda posta agli utenti intervistati è finalizzata a conoscere quali sono i canali tramite cui sono venuti a conoscenza del servizio. La domanda prevede la possibilità di scegliere tra una serie di risposte o la possibilità di fornire una risposta aperta. Il canale principale attraverso il quale gli intervistati sono venuti a conoscenza del Contact Center è Internet (29,2%), seguito da Multa/verbale (27,7%) e da Amici e Conoscenti (18,7%). Seguono poi Manifesti e Locandine (13,5%), Quotidiani Locali (7,9%), e Pannelli Informativi Stradali a Messaggio Variabile (2,2%). Il grafico 4 mostra le percentuali di risposta fornite a questa domanda per tutte le possibili opzioni. Confrontando i risultati con l'indagine del 2015 si nota che Internet rimane il canale principale attraverso il quale gli utenti hanno conosciuto il Contact Center; in calo Manifesti e Locandine (-0,9%), mentre aumentano Amici e Conoscenti (+11,8%) e Multa/Verbale (+6,2%).

Grafico 4 - Canali tramite cui gli utenti hanno conosciuto il Contact Center



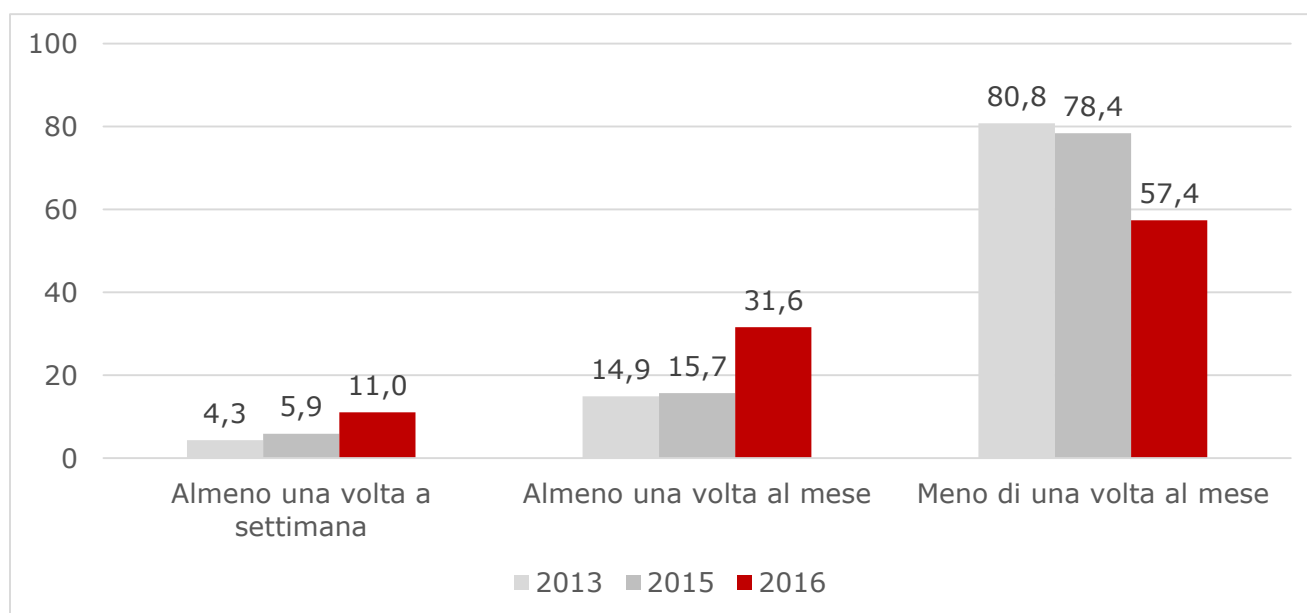
Indipendentemente dal genere si nota che i canali principali attraverso cui gli intervistati sono venuti a conoscenza del servizio sono Internet (maschi 29,9% femmine 28,5), Multe/verbali (maschi 29,1% femmine 26,3%) e Amici e conoscenti (maschi 17,5% femmine 20,0%).

Dalla tabella 3 emerge che per la classe dei giovani compresi tra 18 e 30 anni, il canale Multa/Verbale raggiunge quota 34,7%, per gli adulti tra 31 e 60 anni abbiamo 35,9% e per gli over 60 registriamo 21,5% stessa quota della tipologia "Amici Conoscenti" per la stessa classe di età.

Tabella 2 - Canali tramite cui gli utenti hanno conosciuto il Contact Center, per genere e fascia di età (percentuali di colonna)

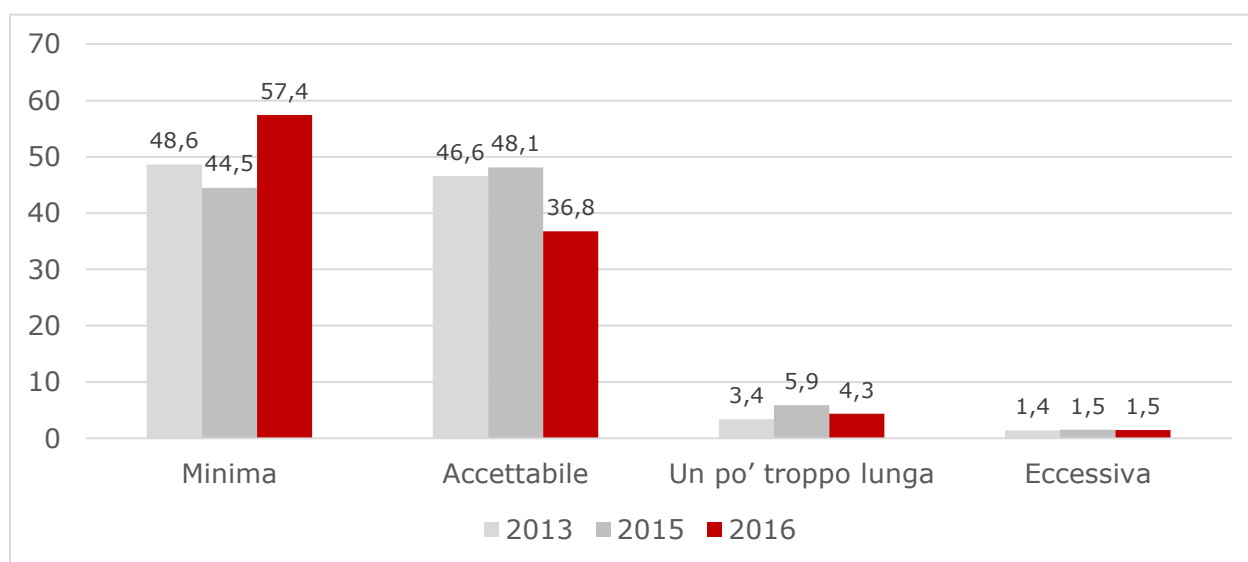
	M	F	18-30	31-60	61+	N.R	Totale
Internet	29,9	28,5	28,6	30,4	19,5	34,8	29,2
Multa/Verbale	29,1	26,3	34,7	35,9	21,5	11,9	27,7
Amici conoscenti	17,5	20,0	14,3	13,6	21,5	29,5	18,7
Manifesti e Locandine	12,8	14,2	14,3	11,2	17,4	15,4	13,5
Quotidiani Locali	6,7	9,1	8,2	6,3	14,4	6,2	7,9
Pannelli informativi stradali a messaggio variabile	2,8	1,6	0,0	1,8	3,6	2,2	2,2
Altro	1,2	0,4	0,0	0,7	2,1	0,0	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Le domande successive proposte agli intervistati riguardano la frequenza dell'utilizzo del servizio nei tre mesi precedenti all'intervista e la loro valutazione su alcuni aspetti del servizio stesso. Poco più della metà dei rispondenti, il 57,4%, ha affermato di aver utilizzato il servizio meno di una volta al mese, il 31,6% almeno una volta al mese, mentre il restante 11,0% almeno una volta a settimana. Confrontando i risultati ottenuti con le indagini del 2013 e del 2015 si nota un notevole incremento della percentuale di chi ha utilizzato il servizio almeno una volta al mese (+15,9% rispetto al 2015) e di chi lo ha utilizzato almeno una volta a settimana (+5,1% rispetto al 2015) (cfr. Grafico 5).

Grafico 5 - Frequenza di utilizzo del servizio negli ultimi 3 mesi (2013, 2015 e 2016)

Il questionario richiede successivamente la valutazione di alcuni aspetti relativi il servizio, il primo riguarda l'attesa prima di avere una risposta da parte dell'operatore. Complessivamente gli utenti sono soddisfatti e, osservando nel dettaglio, poco più della metà degli intervistati (57,4%) ha risposto di aver avuto un tempo di attesa minimo, il 36,8% accettabile, il 4,3% un po' troppo lungo e l'1,5% eccessivo (cfr Grafico 6). Complessivamente rispetto al 2013 e al 2015 la situazione è migliorata.

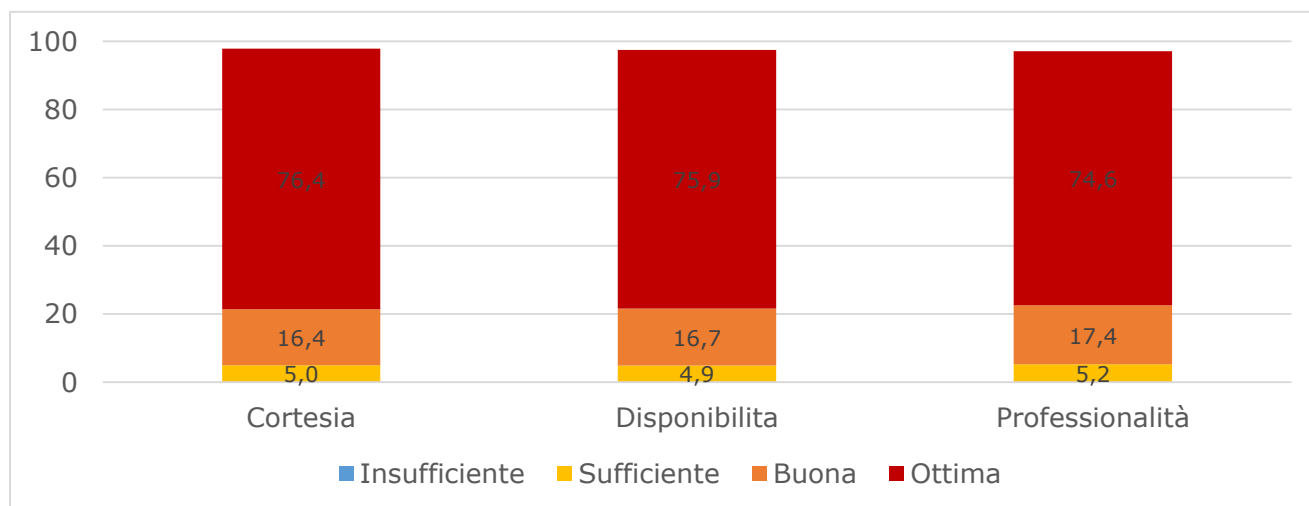
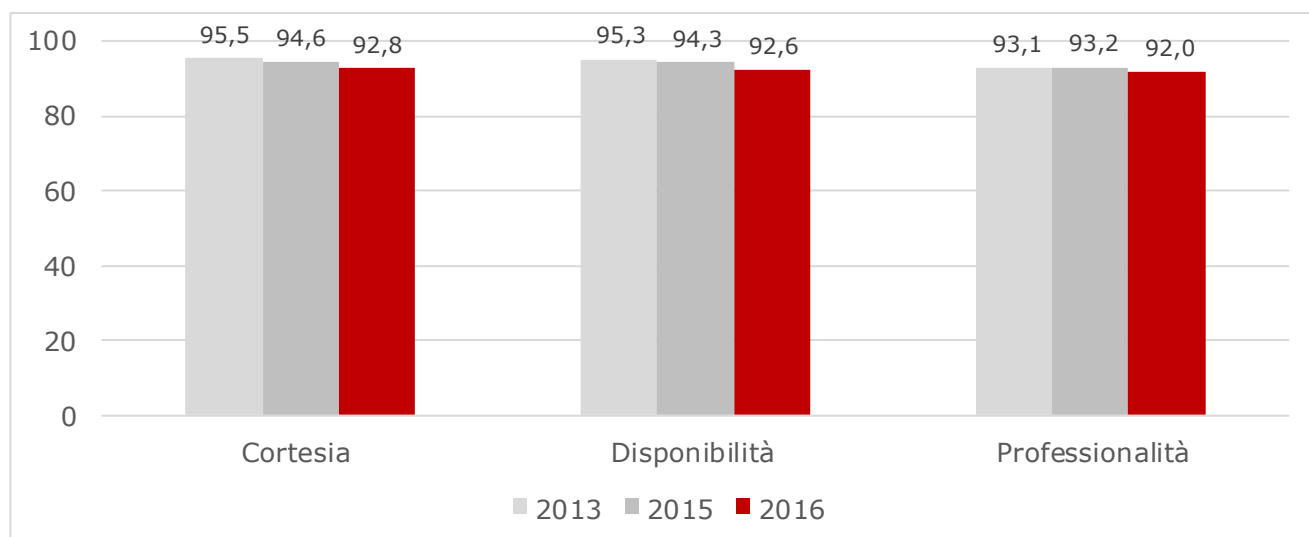
Grafico 6 - Valutazione della durata dell'attesa prima di parlare con un operatore (2013, 2015 e 2016)



L'indagine si propone inoltre di ottenere una valutazione dell'operatore: agli utenti è stato richiesto di esprimere un giudizio tramite una scala di 4 livelli (Ottimo, Buono, Sufficiente, Insufficiente), relativamente a cortesia, disponibilità e professionalità dell'operatore incaricato della telefonata.

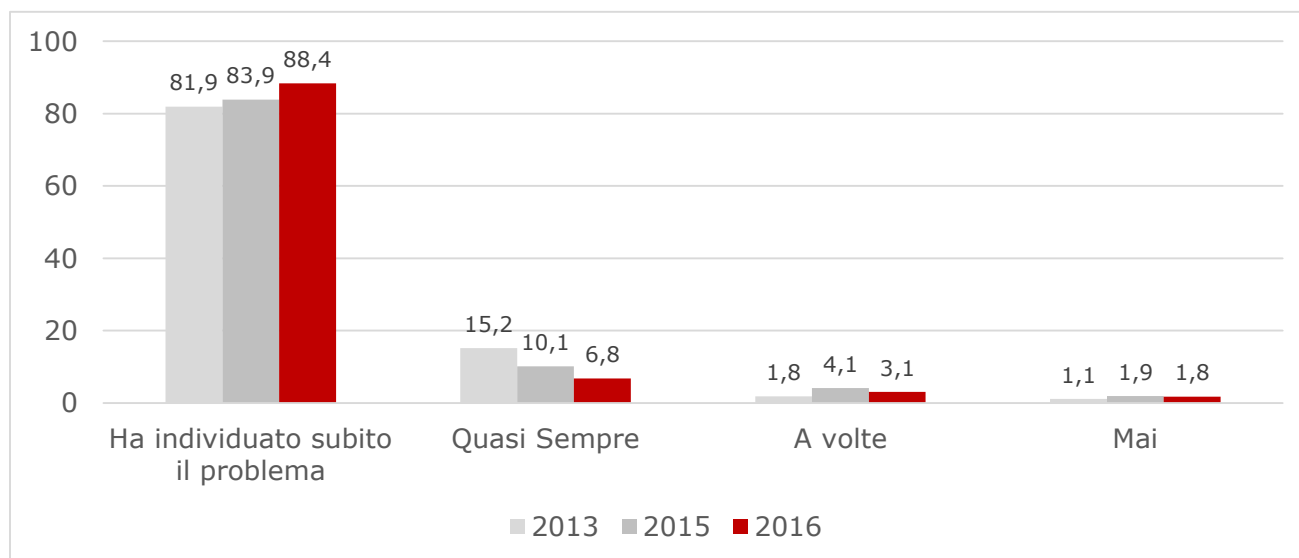
Nel complesso le risposte sono molto positive: per tutte le caratteristiche di cui è stata richiesta una valutazione, più del 74% degli intervistati ha espresso il più alto valore. (cfr. Grafico 7).

Le valutazioni 'ottimo' sono aumentate per tutti gli aspetti di circa 11 punti percentuali rispetto allo scorso anno. Le valutazioni 'buono' registrano però una diminuzione di entità superiore per cui, nel complesso le valutazioni positive (buono + ottimo) risultano in calo rispetto al 2015 (cfr. grafico 7a).

Grafico 7 - Valutazione cortesia, disponibilità e professionalità degli operatori**Grafico 7a - Valutazione ottima e buona della cortesia, disponibilità e professionalità degli operatori (2013, 2015 e 2016)**

Relativamente all'atteggiamento tenuto dagli operatori durante la telefonata, viene chiesto di valutare in che modo si sono confrontati con l'utente e, in modo particolare, se hanno posto delle domande per comprendere meglio le richieste.

Le risposte ottenute hanno portato ai seguenti risultati: nell'88,4% dei casi gli operatori hanno subito individuato il problema, nel 6,8% hanno quasi sempre posto domande di chiarimento, nel 3,1% a volte, e solamente per il restante 1,8% non hanno fatto domande per cercare di capire il problema posto dall'utente (cfr. Grafico 8). Rispetto al 2015 si notano dei miglioramenti nell'individuare immediatamente il problema da parte degli operatori.

Grafico 8 - L'operatore ha cercato di comprendere il problema (2013, 2015 e 2016)

Un altro aspetto da valutare è quello dell'utilizzo di un linguaggio efficace e comprensibile da parte dell'operatore.

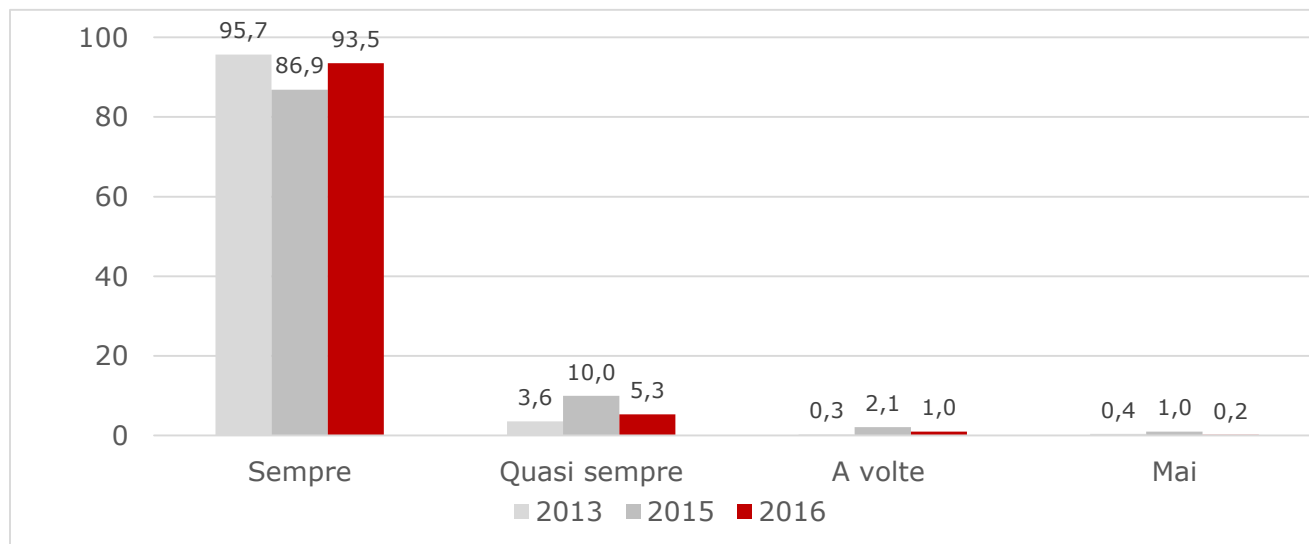
Agli intervistati è stato chiesto di valutare se il linguaggio utilizzato dagli operatori rispettasse queste caratteristiche.

Il 93,5% dei rispondenti ha ritenuto il linguaggio sempre comprensibile, il 5,3% quasi sempre, l'1,0% a volte e solo lo 0,2% non ha valutato positivamente tale aspetto (cfr Grafico 9).

Coloro che hanno risposto "a volte" oppure "mai" hanno motivato il loro giudizio negativo principalmente attribuendo eccessiva genericità alle risposte ricevute.

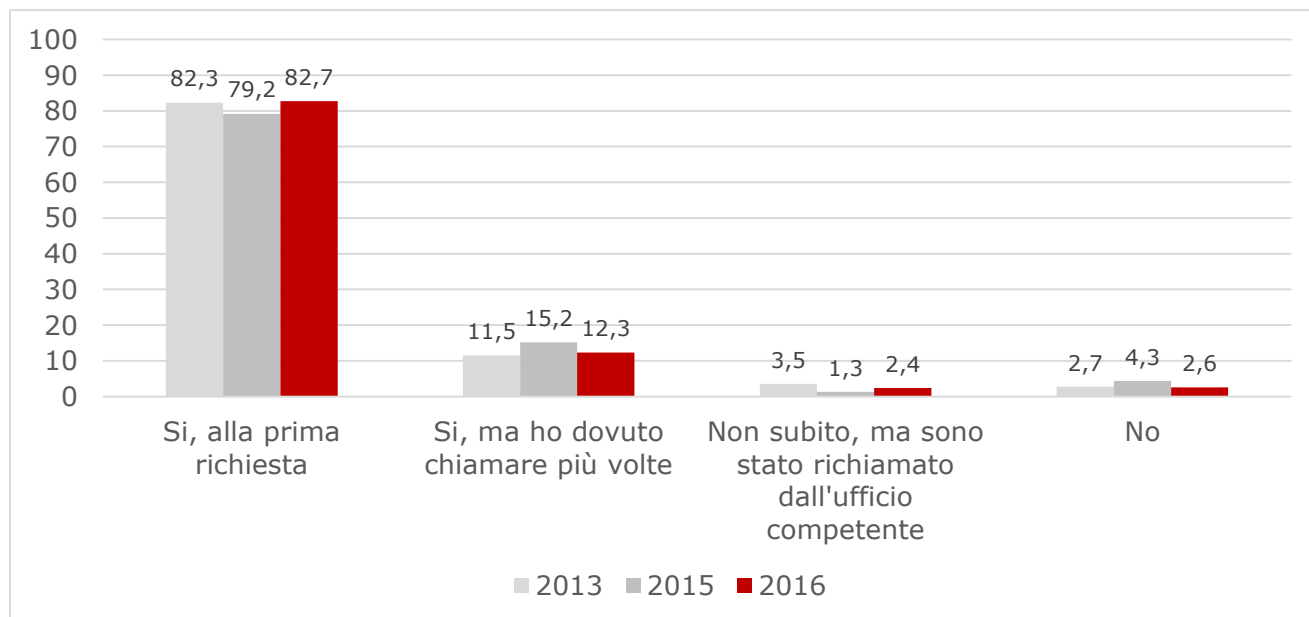
Osservando il confronto riportato nel grafico 9 è possibile osservare che la valutazione del linguaggio è migliorata rispetto ai dati emersi dall'indagine del 2015: si registra un aumento di oltre 6 punti percentuali per la voce "sempre" e un decremento delle altre.

Grafico 9 - Valutazione comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato dagli operatori Anni 2013, 2015 e 2016.

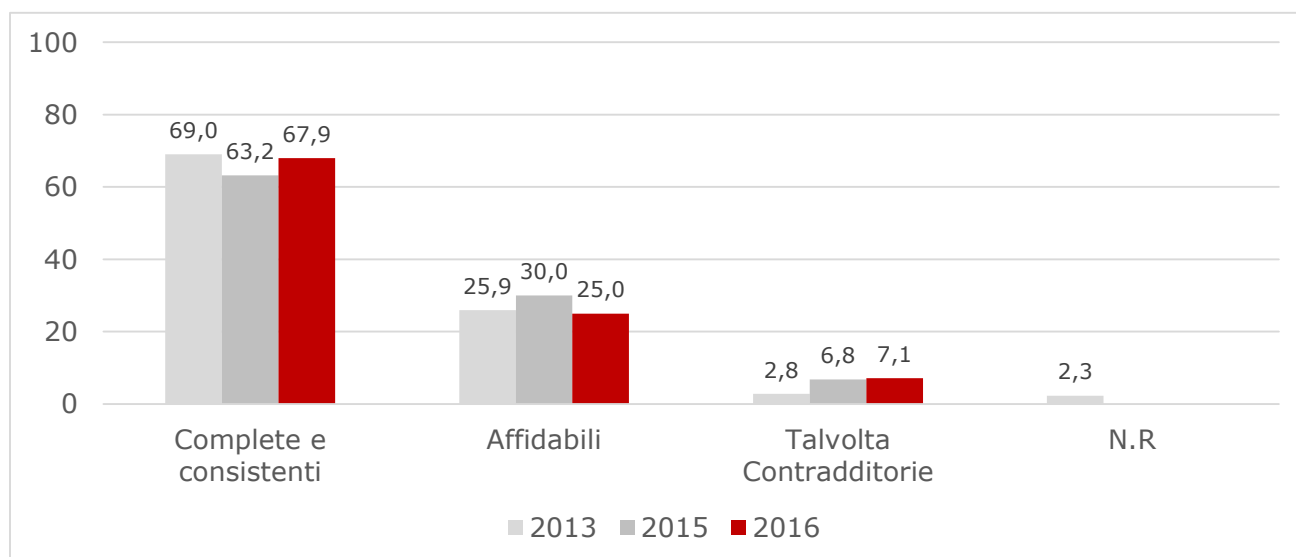


Il questionario cerca di valutare anche se il contatto con il Contact Center del Comune di Firenze ha fornito le informazioni ricercate dall'utente, e in tal caso se immediatamente o in più momenti. L'82,7% degli intervistati ha risposto di aver ricevuto le informazioni richieste alla prima telefonata, il 12,3% di aver dovuto chiamare più volte, il 2,4% è stato ricontattato dall'ufficio competente e il 2,6% ha affermato di non aver avuto le informazioni di cui necessitava. I risultati emersi sono complessivamente positivi anche confrontandoli con i dati registrati nel 2015: si evidenzia un aumento di oltre 3 punti percentuali per le risposte immediate, un calo sia dei casi in cui è stato necessario che l'utente richiamasse il Contact Center sia in quelli in cui l'operatore non è stato in grado di fornire una risposta (rispettivamente 2,9% e 1,7%). Un lieve aumento (+1,1%) si registra per i contatti effettuati dall'ufficio competente nei confronti degli utenti (cfr. Grafico 10).

Fra coloro che sono stati ricontattati dall'ufficio competente, il 79,2% è riuscito a ottenere le informazioni ricercate, il 4,2% solo parzialmente e il restante 16,7% non ha ottenuto risposta alle proprie richieste. Fra coloro invece che hanno dovuto fare più di una telefonata al Contact Center, il 57,6% ha avuto la medesima risposta anche da operatori differenti, il 36,0% ha riscontrato qualche volta risposte differenti e il 6,4% dichiara di aver avuto sempre informazioni diverse.

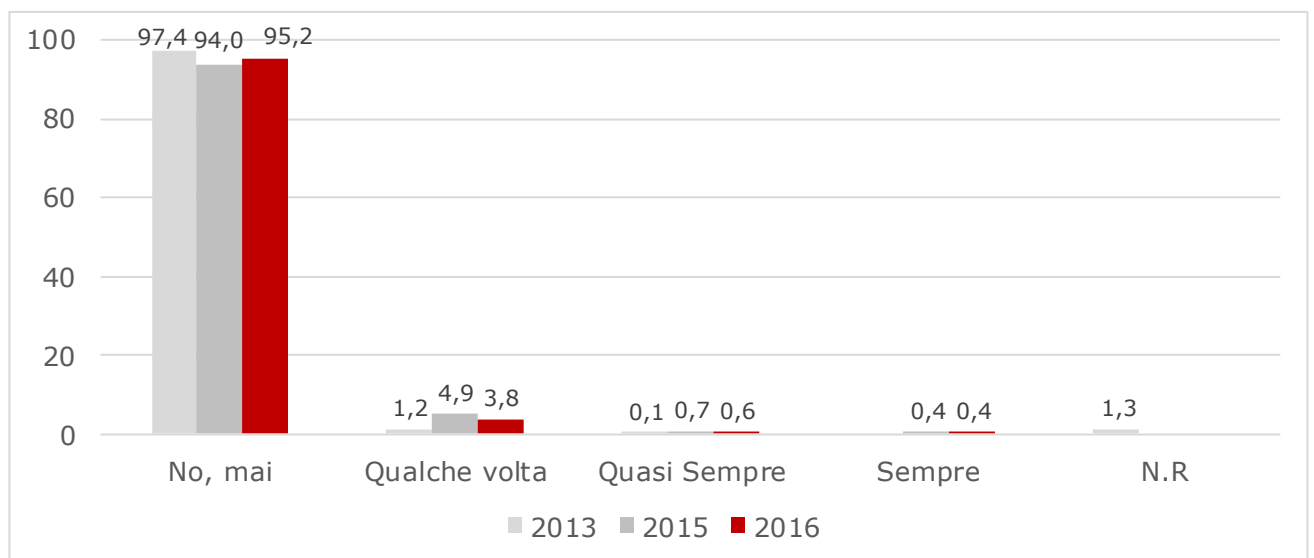
Grafico 10 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente (2013, 2015 e 2016)

Successivamente viene richiesta agli intervistati una valutazione in merito alla qualità delle informazioni ricevute. Si osserva che il 67,9% degli intervistati le ritiene complete e consistenti, il 25,0% le ritiene affidabili, mentre il 7,1% le ritiene talvolta contraddittorie. La qualità delle informazioni si conferma molto buona (+4,7% di “complete e consistenti” rispetto al 2015) anche se si registra una diminuzione della percezione di “affidabilità” (-5,0%) e un minimo aumento della verifica di informazioni contraddittorie (+0,3%). (cfr. grafico 11).

Grafico 11 - Qualità delle informazioni ricevute (2013, 2015 e 2016)

Un ulteriore elemento utilizzato per valutare la validità delle informazioni è la verifica della veridicità o meno delle informazioni fornite dagli operatori. La grande maggioranza, rappresentata dal 95,2% degli intervistati, ha risposto di non aver mai verificato la veridicità delle informazioni. Questo aspetto rimane in linea con quanto espresso nel 2013 e nel 2015. Dal grafico 12 è possibile inoltre osservare che la percentuale di coloro che qualche volta hanno riscontrato errori nelle indicazioni del Call Center è diminuita di 1,1 punti percentuali.

Grafico 12 - Verifica delle informazioni ricevute tramite altri canali (2013, 2015 e 2016)

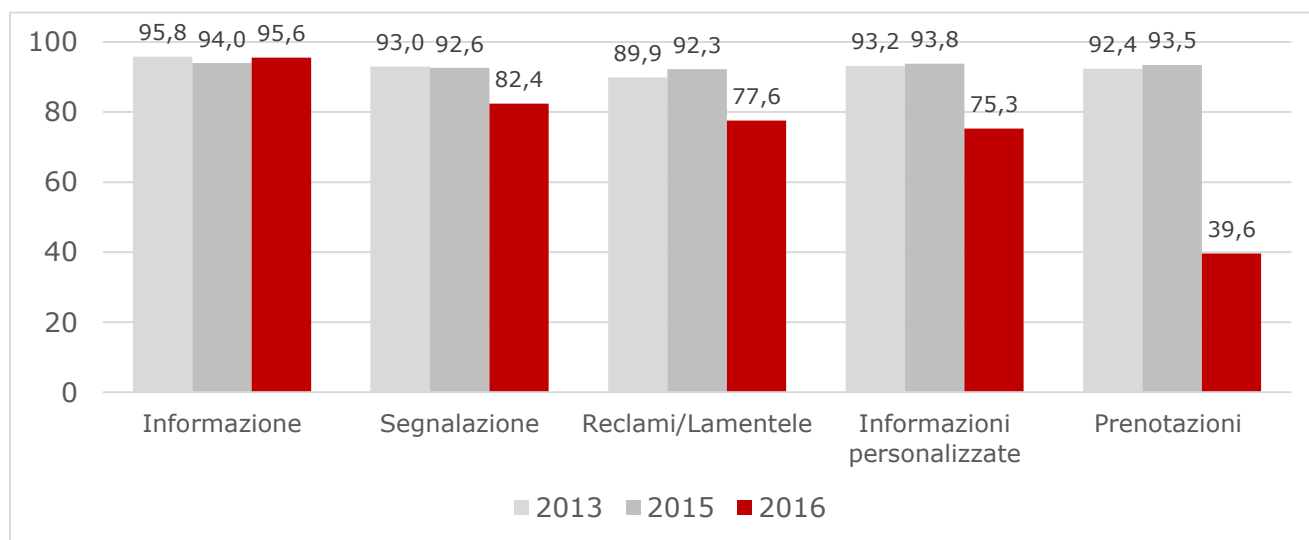


Valutazione complessiva

Complessivamente gli utenti intervistati in questa indagine risultano soddisfatti del servizio ricevuto e in particolare lo ritengono utile per chiedere informazioni (95,6%), effettuare segnalazioni (82,4%), inoltrare reclami e lamentele (77,6%), richiedere informazioni personalizzate (75,3%) e per prendere prenotazioni (39,6%).

Osservando il grafico 13 che mette a disposizione il confronto dei risultati ottenuti nei differenti anni, notiamo che fatta eccezione della “richiesta di informazione” la percezione di utilità è diminuita per ogni aspetto presentato. In particolare osserviamo che per l’aspetto “effettuare prenotazioni” la percezione dell’utilità è più che dimezzata rispetto al 2013 e 2015. Linea Comune avvierà delle verifiche interne, al fine di valutare le eventuali ragioni di questo calo anomalo di interesse da parte degli utenti.

Grafico 13 - Giudizio sull'utilità del Contact Center (2013, 2015 e 2016)



Agli intervistati è stato chiesto di giudicare complessivamente il Contact Center esprimendo una valutazione tramite una scala che va da ottimo a insufficiente. La Tabella 3 riporta le percentuali assolute e cumulate della distribuzione delle valutazioni assegnate e si può osservare che l’87,2% ha espresso una valutazione molto positiva (buono o ottimo).

Tabella 3 - Valutazione complessiva del contact center (% e % cumulate)

	%	% cumulata
Ottimo	49,6	49,6
Buono	37,6	87,2
Sufficiente	8,1	95,3
Insufficiente	4,7	100,0
Totale	100,0	-

Al termine del questionario viene presentato agli intervistati un quesito aperto volto a ottenere eventuali suggerimenti per migliorare il servizio. Le risposte sono state analizzate e catalogate al meglio. Il 41,7% degli intervistati ha fornito il proprio suggerimento e la Tabella 4 mostra la distribuzione percentuale delle tipologie di suggerimenti ricevute. Il 26,0% ritiene sia che si debba aumentare il numero degli operatori del Call Center sia diminuire i tempi di attesa; 14,9% ritiene che il personale debba essere più preparato per poter risolvere ai quesiti posti, e l'11,3% ritiene che il servizio Linea Comune dovrebbe essere pubblicizzato meglio.

Tabella 4 - Suggerimenti degli utenti per il miglioramento del servizio

	%
Aumentare il numero degli operatori del Contact Center	26,0
Diminuire i tempi di attesa	26,0
Il personale dovrebbe essere più preparato per poter risolvere ai quesiti chiesti	14,9
Pubblicizzare di più il servizio Linea Comune 055055	11,3
Essere più celeri nelle pratiche e aggiornare i cittadini sui vari risultati	7,8
Gli uffici competenti dovrebbero rispondere durante il trasferimento di chiamata	5,7
Operatori più cortesi	5,2
Richiamare gli utenti in caso di novità / richiamare gli utenti quando viene segnalato che verrà fatto	1,4
Estendere questo servizio su altri comuni e integrarli con il 113 e 118	0,5
Operatori bilingue	0,5
Ricevere assistenza anche tramite email, chat, sms	0,7
Totale complessivo	100,0

Appendice

Questionario

1. Come è venuto a conoscenza del servizio di Contact Center del Comune?

- internet
- quotidiani locali
- radio
- manifesti e locandine
- pannelli informativi stradali a messaggio variabile
- amici/conoscenti
- altro (specificare) _____

2. Negli ultimi tre mesi, con quale frequenza ha contattato il Contact Center?

- almeno 1 volta a settimana
- almeno 1 volta al mese
- meno di 1 volta al mese

3. Come valuta la durata dell'attesa prima di parlare con un operatore?

- minima
- accettabile
- un po' troppo lunga
- eccessiva

4. Come valuta gli operatori telefonici in termini di:

- cortesia ottima buona sufficiente insufficiente
- disponibilità ottima buona sufficiente insufficiente
- professionalità ottima buona sufficiente insufficiente

5. Quando ha presentato un quesito, l'operatore ha cercato di comprendere meglio il problema ponendole delle domande?

- ha individuato subito il problema
- quasi sempre
- a volte
- mai

6. Il linguaggio usato dagli operatori è stato comprensibile e chiaro?

- sempre
- quasi sempre
- a volte
- no

6.a Se ha risposto "no" o "a volte", indichi il motivo:

- rispondono in modo generico
- usano un linguaggio eccessivamente tecnico
- usano un linguaggio troppo confidenziale e non pertinente
- altro: _____

7. Quando ha utilizzato il servizio di Contact Center ha avuto le informazioni di cui aveva bisogno?

- si, alla prima richiesta
- si, ma ho dovuto richiamare più volte
- non subito, ma sono stato richiamato dall'ufficio competente
- no

7.a (se è stato richiamato dall'ufficio competente) L'ufficio competente ha risolto il

suo problema?

- si
no
parzialmente

7.b (se ha dovuto richiamare più volte) Ha riscontrato risposte diverse tra le risposte degli operatori sul medesimo quesito?

- mai
qualche volta
sempre

8. Ritiene che le informazioni ricevute dal Contact Center siano:

- complete e consistenti
affidabili
talvolta contraddittorie

9. Le è mai capitato di verificare, attraverso altri canali (ad es. il sito web, la stampa, le radio, la tv, gli sportelli, ecc.), che le informazioni ricevute dal Contact Center fossero errate?

- no, mai
qualche volta
quasi sempre
sempre

10. Ritiene che il servizio di Contact Center sia uno strumento utile per:

- informazioni: Si No
segnalazioni Si No
reclami/lamentele Si No
informazioni personalizzate Si No
prenotazioni Si No
altro: _____

11. Complessivamente come valuta il servizio di Contact Center

- Ottimo
Buono
Sufficiente
Insufficiente

12. Suggerimenti per migliorare il servizio:

.....

Risultati – Frequenze delle risposte

Tabella 1 - Canali tramite cui gli utenti hanno conosciuto il Contact Center.

	N	%
Internet	296	29,2
Multa/verbale	281	27,7
Amici conoscenti	190	18,7
Manifesti e Locandine	137	13,5
Quotidiani Locali	80	7,9
Pannelli informativi stradali a messaggio variabile	22	2,2
Altro	8	0,8
Totale	1014	100,0

Tabella 2 - Frequenza di utilizzo del servizio negli ultimi 3 mesi.

	N	%
Meno di una volta al mese	582	57,4
Almeno una volta a settimana	112	11,0
Almeno una volta al mese	320	31,6
Totale	1014	100,0

Tabella 3 - Valutazione della durata dell'attesa prima di parlare con un operatore.

	N	%
Minima	582	57,4
Accettabile	373	36,8
Un po' troppo lunga	44	4,3
Eccessiva	15	1,5
Totale	1014	100,0

Tabella 4 - Valutazione operatori telefonici: cortesia.

	N	%
Ottima	775	76,4
Buona	166	16,4
Sufficiente	51	5,0
Insufficiente	22	2,2
Totale	1014	100,0

Tabella 5 - Valutazione operatori telefonici: disponibilità.

	N	%
Ottima	770	75,9
Buona	169	16,7
Sufficiente	50	4,9
Insufficiente	25	2,5
Totale	1014	100,0

Tabella 6 I- Valutazione operatori telefonici: professionalità

	N	%
Ottima	756	74,6
Buona	176	17,4
Sufficiente	53	5,2
Insufficiente	29	2,9
Totale	1014	100,0

Tabella 7 - L'operatore ha posto domande per comprendere il problema.

	N	%
Ha individuato subito il problema	896	88,4
Quasi Sempre	69	6,8
A volte	31	3,1
Mai	18	1,8
Totale	1014	100,0

Tabella 8 –Chiarezza e comprensibilità del linguaggio utilizzato dagli operatori.

	N	%
Sempre	948	93,5
Quasi sempre	54	5,3
A volte	10	1,0
Mai	2	0,2
Totale	1014	100,0

Tabella 9 - Valutazione linguaggio utilizzato dagli operatori: se NO o A VOLTE, perché?

	N	%
Rispondono in modo generico	10	83,3
Usano un linguaggio eccessivamente tecnico	2	16,7
Totale	12	100,0

Tabella 10 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente.

	N	%
Si, alla prima richiesta	839	82,7
Si, ma ho dovuto chiamare più volte	125	12,3
No	26	2,6
Non subito, ma sono stato richiamato dall'ufficio competente	24	2,4
Totale	1014	100,00

Tabella 11 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente: è stato ricontattato dall'ufficio competente.

	N	%
SI	19	79,2
NO	4	16,7
Parzialmente	1	4,2
Totale	24	100,00

Tabella 12 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente: ha dovuto richiamare più volte.

	N	%
Mai	72	57,6
Qualche volta	45	36,0
Sempre	8	6,4
Totale	125	100

Tabella 2 - Qualità delle informazioni ricevute.

	N	%
Complete e consistenti	689	67,9
Affidabili	253	25,0
Talvolta Contraddittorie	72	7,1
Totale	1014	100,0

Tabella 14 - Verifica delle informazioni ricevute tramite altri canali.

	N	%
No, mai	965	95,2
Qualche volta	39	3,8
Quasi Sempre	6	0,6
Sempre	4	0,4
Totale	1014	100

Tabella 15 - Utilità del Contact Center.

	SI	NO	Totale
Chiedere informazioni	95,6	4,4	100,0
Segnalazione	82,3	17,7	100,0
Reclami/ Lamentele	77,6	22,4	100,0
Informazioni Personalizzate	75,2	24,8	100,0
Prenotazioni	39,5	60,5	100,0

Tabella 16 - Valutazione complessiva del Contact Center.

	N	%	% cum.
Ottimo	503	49,6	49,6
Buono	381	37,6	87,2
Sufficiente	82	8,1	95,3
Insufficiente	48	4,7	100,0
Totale	1014	100,0	

L'indagine è stata commissionata da



Linea Comune SpA

Direttore Giuseppe Mantero

Coordinamento indagine

Lucia di lasio

Responsabile del contact center 055055

L'indagine è stata realizzata da

Scenari s.r.l.

Elaborazione dati e stesura rapporto finale



Comune di Firenze

Servizio di statistica e toponomastica

A.P. Statistica

Gianni Dugheri

A cura di

Filippo Monti

Elisabetta Rosso