

La customer satisfaction
nelle amministrazioni pubbliche

DIPARTIMENTO DELLA FUNZIONE PUBBLICA
UFFICIO PER L'INNOVAZIONE
DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI

Customer satisfaction nella PA

- Rilevare la *customer satisfaction* consente alle amministrazioni di **uscire dalla propria autoreferenzialità**, e le aiuta a comprendere i destinatari ultimi delle proprie attività.
- Il valore strategico della customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche si trova negli obiettivi che essa persegue: **individuare i fattori su cui si registra lo scarto maggiore tra ciò che l'amministrazione è in grado di realizzare e ciò di cui gli utenti hanno effettivamente bisogno.**

Customer satisfaction nella PA

La customer satisfaction può:

- favorire la comprensione dei bisogni latenti
- aiutare a cogliere idee, spunti, suggerimenti
- promuovere il superamento dei vincoli interni
- supportare la verifica dell'efficacia delle politiche

Customer satisfaction nella PA

- La customer satisfaction esprime il livello di sovrapposizione tra *qualità percepita* e *qualità prevista*; gli eventuali scostamenti (*gap*) esprimono i livelli di non qualità.
- le *ricadute interne* di un uso sistematico d'indagini di customer satisfaction riguardano in maniera rilevante tutti i processi di produzione dei servizi, coinvolgendo non solo le attività di front-office, ma tutte le dimensioni dell'organizzazione retrostante (competenze, tecnologie..)
- la customer satisfaction può costituire una potente leva d'*accelerazione* e *orientamento* del cambiamento

Customer satisfaction nella PA

La customer satisfaction misura le percezioni soggettive dei fruitori dei servizi e rafforza la ***cultura della misura***, del ragionare sulla base di “dati e fatti” anziché sulla base d’impressioni e sensazioni e la ***cultura del risultato***, dove la principale misura delle azioni è la soddisfazione dei cittadini.

Customer satisfaction nella PA

Favorisce il passaggio dalla logica delle funzioni a quella dei processi: la customer satisfaction rende evidente come il risultato di ciò che l'ente fornisce ai cittadini non è frutto delle singole funzioni di un'amministrazione quanto, piuttosto, il risultato di **processi** che sono **trasversali** alle funzioni.

Customer satisfaction nella PA

- La customer satisfaction non è uno strumento finalizzato a misurare il consenso della cittadinanza nei confronti della compagine politica che guida l'amministrazione
- La customer satisfaction è un **sistema di ascolto** che prevede diverse modalità di interazione con il cittadino e richiede l'uso metodologicamente corretto di diversi strumenti (questionari, interviste, focus group ...)

Customer satisfaction nella PA

- La customer satisfaction *non è un dato statistico fine a se stesso*: il dato rilevato, inserito in un determinato contesto e verificato alla luce anche di altri dati di carattere organizzativo, diventa un'informazione strategica che può attivare progetti e processi di miglioramento.
- La customer satisfaction *non è solo misura delle abilità del front-office*: misura la capacità dell'organizzazione di generare valore per il cittadino e riguarda tutti gli aspetti del servizio (tecnici, relazionali, ambientali, d'immagine, economici, organizzativi).

Customer satisfaction nella PA

- La preparazione della rilevazione: uno dei momenti più critici, per il successo di un'indagine di customer satisfaction, è la fase iniziale, e soprattutto **il momento in cui si stabiliscono gli obiettivi**, se possibile in modo definitivo.
- Si può cioè decidere di svolgere un'indagine una tantum, per fotografare la realtà in un determinato momento, oppure si può investire risorse per effettuare un monitoraggio continuativo, cioè ripetuto nel tempo a periodi fissi (mesi, bimestri, semestri, anni).
- Questa seconda soluzione consente di ricavare un'**osservazione dinamica** della realtà

Customer satisfaction nella PA

L'indagine esplorativa preliminare: 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.**

Il costo per la costruzione di dati primari (per esempio tramite interviste) è in genere notevolmente superiore al costo di reperimento, selezione, valutazione ed eventuale rielaborazione di dati secondari, cioè di informazioni che sono già state raccolte da altri e che sono disponibili a terzi (es. Big Data)

Customer satisfaction nella PA

Esempi di rilevazioni:

Servizi per la prima infanzia:

- gli orari di apertura degli asili nido
- la competenza del personale addetto ai bambini
- il rapporto fra gli educatori e le famiglie
- i pasti per i bambini
- le attrezzature educative
- il livello di igiene degli ambienti destinati ai bambini

Customer satisfaction nella PA

Servizi socio assistenziali:

- la competenza degli assistenti sociali
- la disponibilità degli assistenti sociali
- la flessibilità degli interventi di assistenza
- il rispetto della dignità dell'assistito
- i tempi per l'erogazione del servizio

Customer satisfaction nella PA

Servizi culturali e per il tempo libero (mostre, eventi culturali..):

- importanza della mostra
- Illuminazione e qualità degli ambienti
- visite guidate (con personale, audioguida, ecc.)
- prenotazione (a distanza, telefonica, ecc.)
- orari di accesso

Customer satisfaction nella PA

Servizio di mense scolastiche:

- diversificazione del menù nella settimana
- qualità complessiva dei menù
- abbondanza delle porzioni
- utilizzo di prodotti biologici e di origine controllata
- adeguata presenza nei menù di prodotti stagionali
- presenza di piatti adeguati ai gusti dei bambini e dei ragazzi

Customer satisfaction nella PA

Servizio sanitario in accettazione o alberghiero di un ospedale - area prenotazione e accettazione:

- efficienza del servizio di prenotazione telefonica relativa alle visite preliminari e al ricovero effettivo
- velocità di ricovero, cioè tempi di attesa dalla prenotazione al ricovero effettivo
- semplicità delle procedure di accettazione, sia di quelle amministrative allo sportello sia di quelle operative in reparto
- gentilezza e disponibilità del personale infermieristico al momento del ricovero in reparto

Customer satisfaction nella PA

La rilevazione:

- l'intervista personale;
- l'intervista telefonica;
- l'intervista postale;
- *(Nel caso dell'intervista postale è necessario predisporre tutto quanto possa motivare l'intervistato a rispondere; eviterà che il tasso di ritorno, normalmente basso, scenda a livelli inaccettabili. In un'indagine sull'utente finale, si parla di un 10% medio)*

Customer satisfaction nella PA

A chi e perché restituire i risultati:

- Il primo soggetto interessato alla restituzione è, naturalmente, il committente il quale, se è interessato ad apportare miglioramenti al servizio, diffonde l'informazione ai livelli operativi coinvolti.
- Un'amministrazione che voglia davvero investire sull'ascolto, attraverso le indagini di customer satisfaction, invia un messaggio forte ai propri pubblici di riferimento.