COMUNE DI LATINA
A
"Riproduzione Cartacea Documento Elettronico"
Protocollo N.0074700/2022 del 06/05/2022
'Class.' 7.16 «POLITICHE GIOVANILI»
Documento Principale

knowledge
intensive
business
services

Comune di Latina

Sogni e bisogni

CUSTOMER SATISFACTION

SESTA EDIZIONE

4 marzo 2022

LATTANZIO KIBS

Cooperiamo Insieme
Cooperativa Sociale
onlus - Latina

1 Customer Satisfaction 1

1.1 La metodologia 1
1.2 Il campione 1
1.3 Le aree di interesse 1
1.4 Il giudizio sullo sportello 2
1.5 Lo sportello informagiovani e la fidelizzazione degli utenti 2
1.6 La comunicazione e lo sportello 3
1.7 Le raccomandazioni degli utenti 4

1 Customer Satisfaction

Nell'ambito del progetto "Latina anche Città di Mare - Volano di riqualificazione urbana", è prevista una customer satisfaction degli utenti che hanno usufruito del servizio sportello InformaGiovani. Di seguito i risultati della sesta release che monitora il livello di soddisfazione rilevati per il periodo novembre 2021 – febbraio 2022.

La riapertura degli uffici è ripresa normalmente da settembre 2021. Questa customer satisfaction rappresenta quindi un'analisi di un servizio erogato full time presso Corso della Repubblica 118.

1.1 La metodologia

La raccolta dati è avvenuta tramite somministrazione di un questionario in modalità CAWI, inviato a tutti coloro che si sono recati allo sportello entro 48 ore dalla visita. Al fine di raggiungere una numerosità significativa e di ampliare il campione, è stato effettuato un richiamo telefonico.

Le domande della survey si sono focalizzate sul livello di soddisfazione del servizio in generale e su alcuni aspetti specifici; ampio spazio è stato dedicato alle aree di miglioramento, chiedendo ai ragazzi quali servizi possono essere introdotti.

1.2 Il campione

L'universo di riferimento si compone di tutti coloro i quali hanno risposto alla survey (si registra un caso di questionario completo, ma privo di dati anagrafici) . Il campione è costituito per la maggior parte da donne (66%). Prevalgono i giovanissimi, che sono i due terzi. I titoli di studio sono equamente ripartiti tra licenzia media, diploma di scuola superiore e laurea triennale.

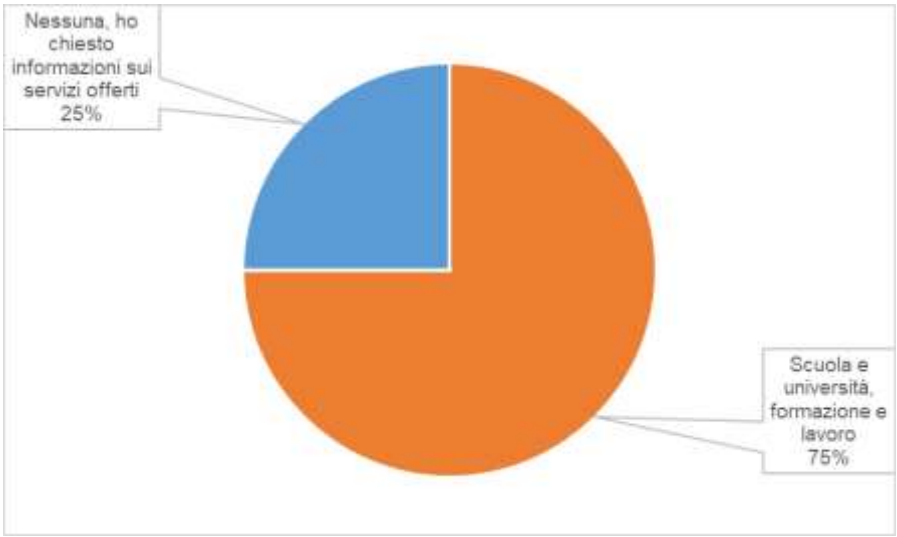
Il campione è costituito per la maggior parte da studenti, mentre minoritari sono i disoccupati in cerca di occupazioni. Non ci sono lavoratori, dipendenti o autonomi.

1.3 Le aree di interesse

Abbiamo chiesto ai ragazzi di indicare quale fosse l'area di riferimento per la quale si sono recati allo sportello. L'area più rilevante è "Scuola e Università, Formazione e Lavoro", con il 75% di preferenze. Solo un utente non ha indicato una area specifica, e si è quindi recato allo sportello chiedendo informazioni generiche. Si conferma la dominanza dell'area scuola/lavoro.

Il non chiedere informazioni circa i servizi ci porta a credere che ormai vi sia sul territorio una conoscenza diffusa circa le sfere di intervento.

Figura 1 - Aree di interesse



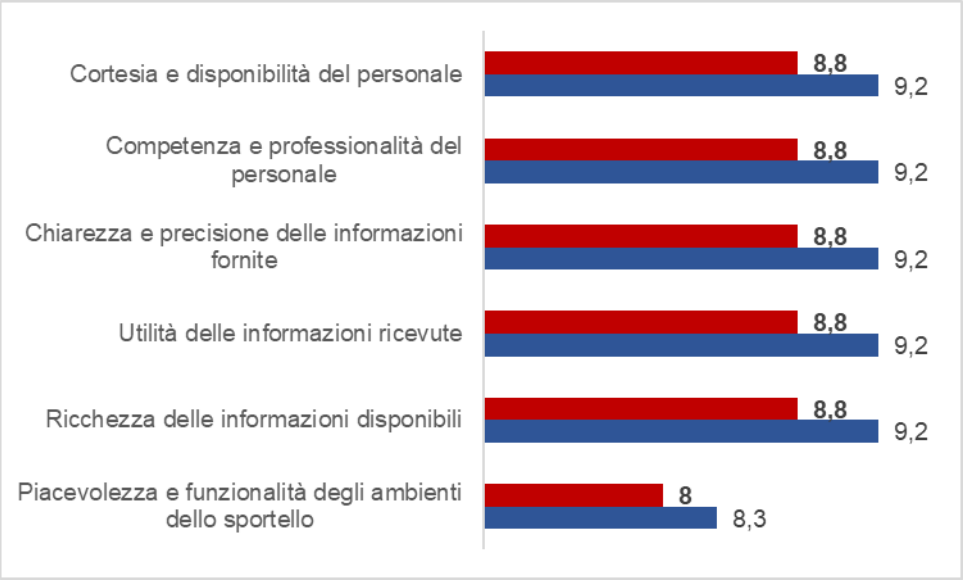
1.4 Il giudizio sullo sportello

Il gradimento totale del servizio si mantiene su livelli elevati, seppur in lieve calo. Alla domanda «Nel complesso, quale giudizio daresti alla tua esperienza con lo sportello Informagiovani? Rispondi con un voto da 1 a 10, dove 1 significa “pessimo” e 10 significa “ottimo”», i giovani hanno risposta in media con 8,6, rispetto alla passata edizione, dove era di 9,3. Lo sportello InformaGiovani si conferma un servizio apprezzato dagli utenti che ne hanno usufruito.

Nello specifico l’analisi dei singoli item ricostruisce il quadro del gradimento. La domanda somministrata è stata così formulata: «Ripensando alla tua ultima visita allo sportello Informagiovani, quale giudizio daresti ai seguenti aspetti? Rispondi dando un voto da 1 a 10, dove 1 significa “pessimo” e 10 significa “ottimo”?».

I risultati ottenuti sono di seguito graficizzati (in rosso ed evidenziati in grassetto). Come detto, si nota, rispetto all’ultima edizione (in blu), un lieve calo.

Figura 2 - Soddisfazione per item



Per tutti gli items, gli operatori hanno ottenuto un risultato di 8,8, con l’esclusione della piacevolezza degli spazi, che comunque ottiene un buon voto: 8. Il livello di apprezzamento è comunque è diffuso e tocca sia la qualità delle informazioni sia la relazione che si stabilisce fra fruitori e personale.

Qualora si riesca a trovare uno spazio fisico da sviluppare in maniera sinergica con l’attuale ufficio di Corso della Repubblica - dotato di postazioni PC, come auspicato nella passata edizione - siamo portati a pensare che anche questo indicatore possa performare meglio.

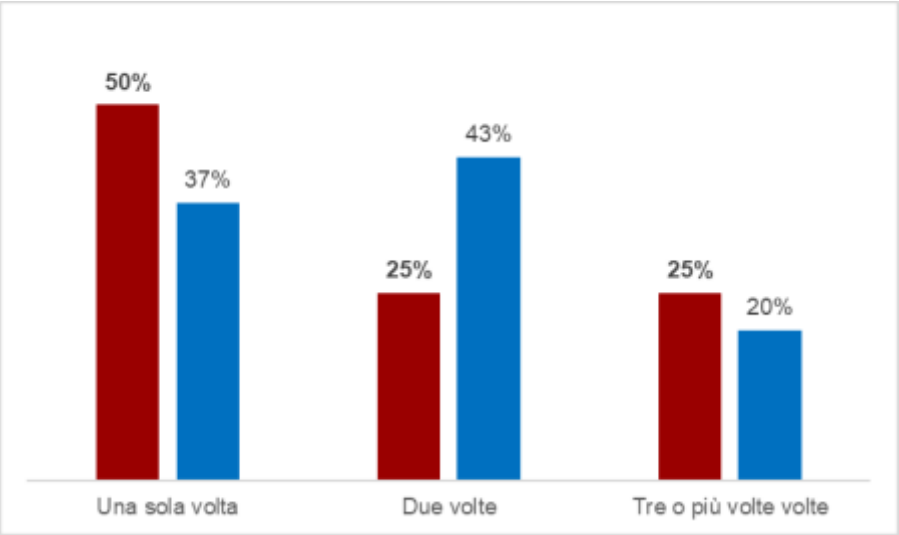
1.5 Lo sportello informagiovani e la fidelizzazione degli utenti

Il dato del ritorno allo sportello conferma l’apprezzamento del servizio da parte di chi ne ha usufruito.

Come si evince dal grafico sottostante, la metà del campione è costituito da nuovi utenti, mentre il 25% è ritornato una seconda volta e, la stessa percentuale di utenti ha visitato lo sportello tre o più volte. Da un lato, benché il campione sia molto piccolo, si intravede di nuovo una crescita dei nuovi utenti che si approcciano allo sportello per la prima volta. Questo risultato apre a prospettive migliorative in termini di raggiungimento di nuovi utenti, **siamo portati a credere che la notorietà sai ormai un dato acquisito.**

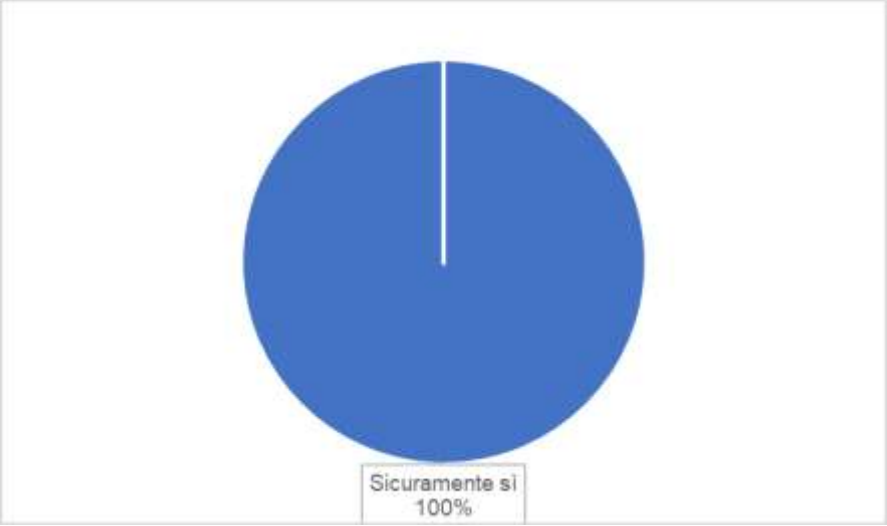
Dall’altro lato, si confermano i ritorni multipli della stessa persona allo sportello. Sulla base dei feedback forniti da Cooperiamo Insieme, questo trend è probabilmente collegato ad un processo di fidelizzazione, per cui l’utente si reca più volte allo sportello per essere seguito su diversi aspetti, e soddisfare necessità differenziate.

Figura 3 - Ritorni allo sportello



Ulteriori segnali di apprezzamento sono confermati dalle risposte alla domanda: “Pensi che ti recherai nei prossimi mesi allo sportello Informagiovani di Latina?”. La totalità del campione è intenzionata a ritornare (100%, di cui il 66% sicuramente si). Questi risultati eccedono il gradimento manifestato nelle precedenti edizioni: lo sportello è diventato un punto di riferimento per gli utenti che ne hanno sperimentato i servizi e che ritornano per completare una conoscenza verticale.

Figura 4 - Probabilità di ritorno allo Sportello



1.6 La comunicazione e lo sportello

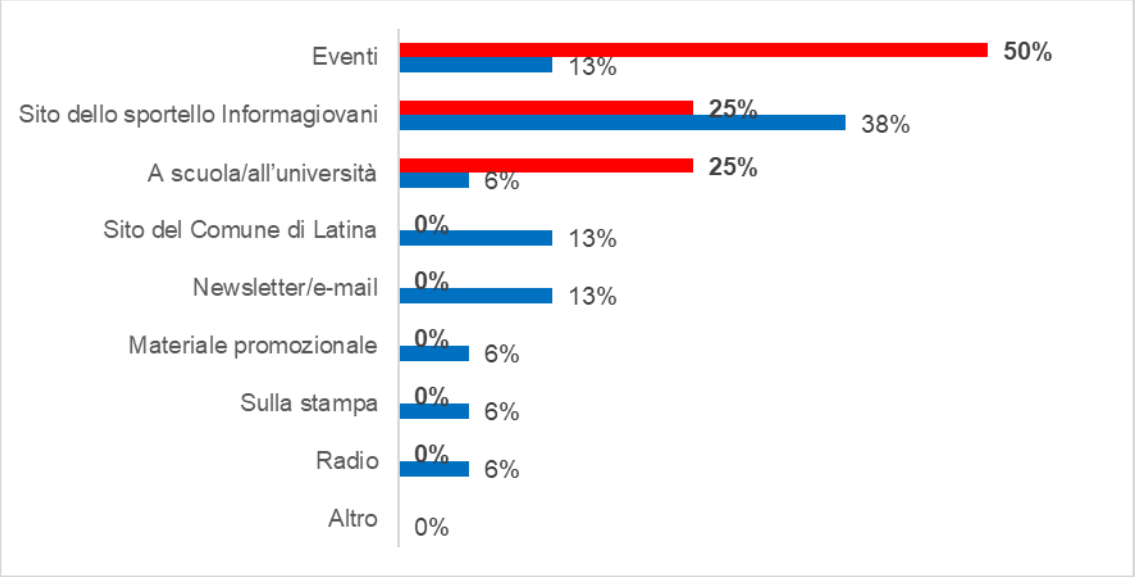
In questa edizione di customer, il passaparola è il mezzo elettivo attraverso il quale si viene a conoscenza dello sportello. La fruizione dello stesso in prima persona e la conseguente promozione dell’utente – a fronte di un’elevata soddisfazione – si conferma come l’“arma” migliore per comunicare l’esistenza e l’utilità.

Il RTI ha anche esplorato i desideri in merito ai mezzi di comunicazione piu’ effcaci. Il grafico sottostante rileva alcune differenze fondamentali tra l’ultima (in rosso) e la penultima (in blu) edizione della customer satisfaction.

In aumento rispetto alla scorsa survey, i giovani promuovono la partecipazione dello Sportello agli eventi, in modo da tenersi informati sull’ attività svolta e far conoscere le opportunità offerte a chi ancora non è entrato in contatto. Oltre al continuo aggiornamento del sito quindi, si reitera l’invito ad incrementare la presenza fisica dei profili di front office dello sportello duranti gli eventi che è possibile svolgere, rispettando tutte le limitazioni ancora dovute alla pandemia.

Seguono il sito dello Sportello Informagiovani e la scuola e l'università, due canali che – mentre durante il periodo pandemico occupavano le ultime posizioni della classifica – nelle ultime edizioni sembrano essere ridiventati centrali.

Figura 5 - Mezzo di informazione desiderato



1.7 Le raccomandazioni degli utenti

Non sono stati offerti suggerimenti specifici dagli utenti, tuttavia è possibile fornire alcune raccomandazioni consigliabili nel breve medio periodo:

- Mantenere costante la visibilità dello sportello sia all'interno della sua sede fisica sia all'esterno, ricorrendo alla modalità itinerante
- monitorare l'effetto dei podcast realizzati ed attualmente on air
- monitorare gli effetti delle iniziative di "avvicinamento alle scuole realizzabile sia attraverso incontri con gli studenti sia con la distribuzione di materiale informativo
- consolidare le partnership (Faro, Forum dei Giovani, etc.)