

## 7.2 Indagine di Customer Satisfaction

### Il campione

L'indagine è stata condotta su un campione a più stadi di 400 clienti di Tiemme Spa sede operativa di Piombino (errore di campionamento +/- 2%) rappresentativo della popolazione obiettivo, intervistati sul mezzo e così strutturata:



Il campione intervistato è formato dal 53% da uomini e il 47% da donne.

La classe di età più intervistata risulta essere quella compresa tra 15 e 24 anni (45%).

La professione dei fruitori del servizio risultata prevalente è quella degli studenti (43%) e dei lavoratori dipendenti (30%).

		Frequenza		
		Alta	Bassa	Totale
<b>Sesso</b>	Uomo	52,6%	53,6%	53,0%
	Donna	47,4%	46,4%	47,0%
	<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Età</b>	15-24 anni	49,0%	37,9%	44,8%
	25-34 anni	10,9%	10,5%	10,8%
	35-44 anni	9,7%	11,8%	10,5%
	45-54 anni	7,7%	10,5%	8,8%
	55-64 anni	8,5%	8,5%	8,5%
	Oltre i 64 anni	14,2%	20,9%	16,8%
	<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Professione</b>	Lavoratore dipendente	27,9%	32,7%	29,8%
	Lavoratore autonomo	4,9%	2,6%	4,0%
	Commerciante/Imprenditore/Dirigente	1,2%	0,7%	1,0%
	Casalinga/o	1,2%	3,3%	2,0%
	Pensionato/a	17,0%	22,9%	19,3%
	Studente	47,0%	37,3%	43,3%
	Disoccupato/In cerca di prima occupazione	0,8%	0,7%	0,8%
	Altro	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

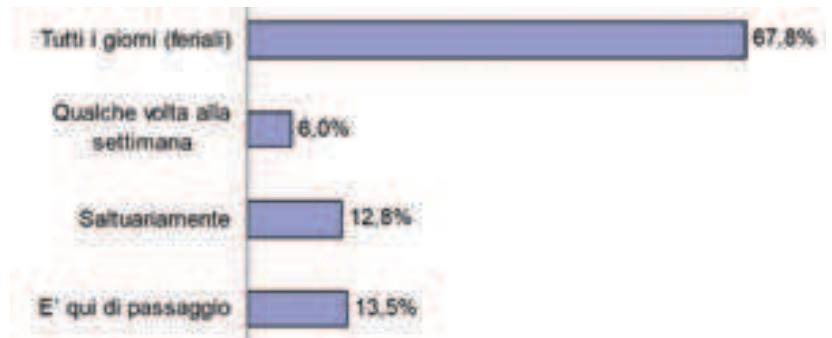
## I fattori di qualità

L'Azienda effettua una volta l'anno un monitoraggio della qualità percepita dai clienti, tramite indagine campionaria, sui fattori qui di seguito indicati. Ecco i risultati:

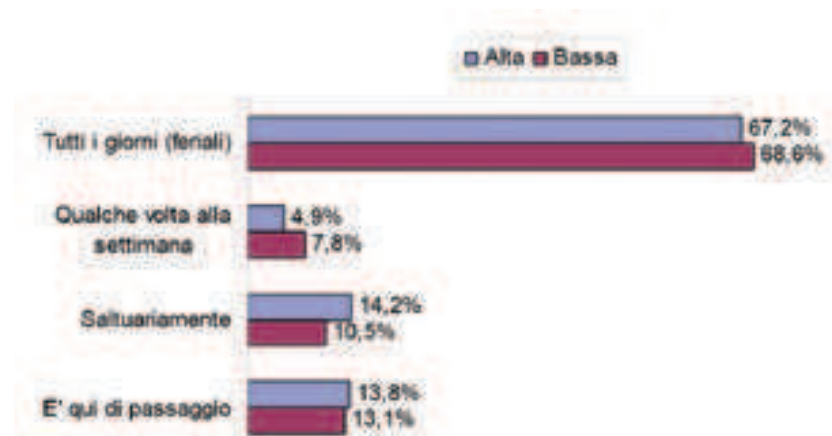
a Sicurezza	85%
b Regolarità del servizio	63%
c Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi e delle stazioni	58%
d Comfort del viaggio a bordo e sul percorso	65%
e Servizi per disabili	58%
f Informazioni alla clientela	67%
g Aspetti relazionali e di comunicazione	69%
h Livello di servizio commerciale e nel front office	64%
i Integrazione modale	59%
j Attenzione all'ambiente	61%
k Servizi aggiuntivi a bordo e nelle stazioni	67%

## Frequenza di utilizzo del servizio

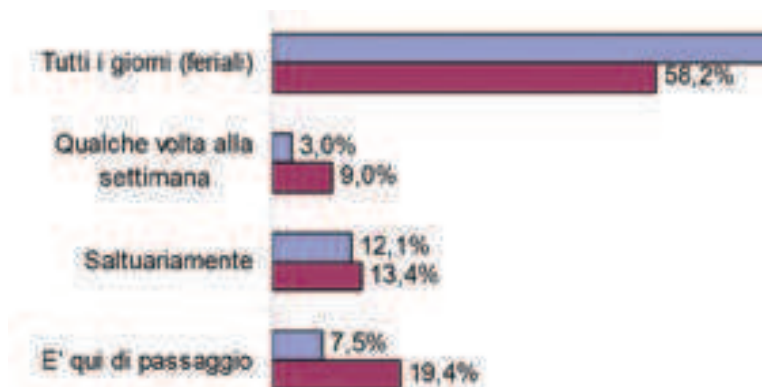
Il 68% degli intervistati utilizza tutti i giorni il servizio di trasporto Tiemme Spa Sede operativa di Piombino. Il 6% lo utilizza qualche volta a settimana e il 13% saltuariamente.



Dall'incrocio tra l'utilizzo del servizio con la frequenza risulta che gli intervistati utilizzano il servizio tutti i giorni per il 67% in alta frequenza e il 69% in bassa frequenza.



Dall'incrocio tra l'utilizzo del servizio con il tipo di servizio risulta che gli intervistati utilizzano il servizio tutti i giorni per il 77% nell'urbano e per il 58% nell'extraurbano



## Customer satisfaction - Sintesi dei risultati

		Insoddisfatti	Abbastanza Soddisfatti	Completamente Soddisfatti	Totale
<b>Sesso</b>	Uomo	0,9%	15,6%	83,5%	100,0%
	Donna	0,0%	19,7%	83,0%	100,0%
	Totale	0,5%	17,5%	82,0%	100,0%
<b>Età</b>	15-24 anni	1,1%	13,4%	85,5%	100,0%
	25-34 anni	0,0%	20,9%	79,1%	100,0%
	35-44 anni	0,0%	23,8%	76,2%	100,0%
	45-54 anni	0,0%	22,9%	77,1%	100,0%
	55-64 anni	0,0%	23,5%	76,5%	100,0%
	Oltre i 64 anni	0,0%	16,4%	83,6%	100,0%
	Totale	0,5%	17,5%	82,0%	100,0%
<b>Professione</b>	Lavoratore dipendente	0,0%	20,2%	79,8%	100,0%
	Lavoratore autonomo	0,0%	31,3%	68,8%	100,0%
	Commerciante/Imprenditore/Dirigente	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
	Casalinga/o	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
	Pensionato	0,0%	16,9%	83,1%	100,0%
	Studente	1,2%	13,9%	85,0%	100,0%
	Disoccupato/In cerca di prima occupazione	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	Altro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Totale	0,5%	17,5%	82,0%	100,0%	

Anno 2016	Importanza (%)	Soddisfazione (%)
Sicurezza	63	66
Servizio Commerciale	3	80
Informazioni alla clientela	3	67
Attenzione all'ambiente	3	60
Comfort	59	54
Regolarità e puntualità	71	52
Pulizia	1	50

L'indagine 2016 - effettuata su un campione di 400 utenti, di cui il 50% fruitore del servizio Urbano e il 50% di quello Extraurbano - ha permesso di rilevare la soddisfazione dei clienti della rete Tiemme Lotto Piombino\_Val di Cornia relativamente a una serie di indicatori di qualità contenuti nella Carta dei Servizi Tiemme Toscana Mobilità.

L'utenza, composta per il 53% da uomini e per il 47% da donne, continua a presentarsi come un'utenza sostanzialmente giovane (45% nella fascia di età 15-24 anni). Cresce tuttavia anche la classe di età oltre i 64 anni (17%). Tutto ciò si riflette nei dati relativi alla professione: gli studenti risultano essere il 43% e i pensionati il 19% (dato in forte crescita rispetto al 2015), mentre si riduce il dato relativo ai lavoratori dipendenti (30% contro il 47% del 2015).

La preferenza al mezzo pubblico sembra accordata soprattutto per motivi di convenienza economica (93%).

Alte e in linea con la rilevazione precedente appaiono le percentuali di utilizzatori abituali (68%, ma cresce la percentuale di coloro che dichiarano di essere di passaggio, 14% contro il 2% del 2015) e di abbonati (72%).

Importanti novità mostrano i dati relativi alle motivazioni di utilizzo del servizio: in forte calo il dato di coloro che lo utilizzano per recarsi al lavoro/studio (36% contro l'84% del 2015), mentre sale la percentuale di coloro che utilizzano il servizio per il tempo libero (33%, contro il 5% del 2015), per effettuare acquisti (24%, contro il 4% del 2015) e per turismo (8%, contro il 2% del 2015). Il servizio dunque sembra trasformarsi da servizio prevalentemente utilizzato per studio/lavoro a servizio capace di attrarre l'utenza anche per il tempo libero (nel complesso il dato relativo si attesta sul 65%).

L'utenza, così caratterizzata, mostra per il 2016 un buonissimo livello di soddisfazione rispetto al servizio offerto dall'Azienda. Il livello di soddisfazione generale, ottenuto aggregando le tre modalità di risposta (abbastanza soddisfatto, soddisfatto, molto soddisfatto), risulta vicino al 100%, dato in crescita di dieci punti rispetto alla rilevazione precedente. Un 5% si dichiara molto soddisfatto, un 78% soddisfatto, un 18% abbastanza soddisfatto. Si tratta di un risultato molto positivo, che denota un elevato livello di apprezzamento per il servizio offerto dall'Azienda, ritenuto efficiente e rispondente alle attese.

I dati sulla soddisfazione generale non sembrano associati a tipo di servizio, titolo posseduto e frequenza, né alle caratteristiche demografiche dell'utenza.

L'analisi dei singoli indicatori di qualità contenuti nella Carta dei Servizi Tiemme Toscana Mobilità ci consente di ricavare un'immagine più dettagliata del livello di soddisfazione dell'utenza. I risultati evidenziano come punti di forza per il servizio nel suo complesso la sicurezza a bordo e la sicurezza del viaggio. I punti di debolezza per il servizio nel suo complesso risultano essere la frequenza delle corse e la pulizia degli autobus.

L'indice sintetico di qualità percepita per il 2016 risulta pari a 65 in una scala tra 0 e 100. Un risultato senza dubbio positivo, e in crescita rispetto alla rilevazione precedente (+4), riconducibile alle dinamiche di miglioramento/peggioramento relative ai singoli aspetti oggetto del sondaggio. In particolare, comparando ogni indice con quello della rilevazione precedente, in miglioramento appaiono gli indici relativi a sicurezza (+15), aspetti relazionali e di comunicazione (+2), informazioni alla clientela (+8), servizi aggiuntivi (+11), integrazione modale (+7), regolarità del servizio (+6), comfort (+10). Gli altri indicatori sono in leggero calo.

Gli indici di soddisfazione più alti vengono mostrati da sicurezza (85), aspetti relazionali/di comunicazione (69), informazioni alla clientela e servizi aggiuntivi (67). Gli indici più bassi sono quelli relativi a servizi per disabili e pulizia (58), con valori che rimangono comunque in un posizionamento positivo al di sopra della soglia di 50.

L'individuazione da parte degli utenti degli elementi che compongono e descrivono un servizio di trasporto di qualità mostra alcuni elementi di variazione rispetto alle rilevazioni precedenti, così come i valori di apprezzamento ad essi associati. Il confronto con la rilevazione precedente mostra che la regolarità/puntualità rimane l'aspetto prioritario, ma

con percentuali molto più basse (71% contro il 92% del 2015), mentre cresce la soddisfazione ad essa relativa (+6). Segue la sicurezza, anch'essa tuttavia con percentuali più basse (63% contro il 78% del 2015), che mostra un indice di soddisfazione in forte aumento (+15). Il confronto con la rilevazione precedente mostra dunque che regolarità/puntualità e sicurezza continuano ad essere indicati dall'utenza come aspetti prioritari. In forte crescita la preferenza accordata al comfort (59% contro il 20% del 2015). Bassa la preferenza per informazione alla clientela, attenzione all'ambiente e pulizia.

L'immagine complessiva che gli utenti hanno del servizio offerto da Tiemme Lotto Livorno 2 bacino provinciale di Piombino può essere infine sintetizzata combinando i fattori indicati dall'utenza quali prioritari e importanti per la qualità dell'azienda, e i livelli di soddisfazione espressi relativamente ad essi. L'analisi congiunta di queste due dimensioni consente quindi di riflettere sulle strategie più idonee per il futuro dell'azienda. La mappa della qualità riporta i valori medi di importanza e gradimento che gli utenti hanno espresso per i vari aspetti del servizio. Il loro posizionamento nello spazio definito dalle due dimensioni dell'importanza attribuita e della soddisfazione media registrata delinea quattro quadranti.

Il quadrante in alto a destra - **area obiettivo** - indica buoni livelli di soddisfazione parallelamente a una forte importanza attribuita. L'unico fattore che si colloca in questo quadrante è la **sicurezza**, in linea con la rilevazione precedente. Ciò significa che, a fronte di un'importanza molto alta che la clientela attribuisce a tale fattore, alto è anche il grado di soddisfazione ad esso relativo. Sarà importante continuare a monitorare i livelli di soddisfazione relativi a tale fattore, proseguendo la strada già intrapresa, in considerazione del fatto che il fattore ha visto crescere la soddisfazione ad esso relativo.

Il quadrante in basso a sinistra - **area di attenzione** - indica fattori per i quali il livello di soddisfazione è basso, ma ai quali parallelamente non viene attribuita un'importanza particolarmente marcata. In questo quadrante si collocano i fattori **pulizia** (in linea con la rilevazione precedente) e **attenzione all'ambiente**. In particolare si dovrà fare attenzione a quest'ultimo aspetto, che ha registrato un aumento dell'importanza ad esso attribuito, anche se per il momento il dato rimane molto basso.

Il quadrante in alto a sinistra - **area di mantenimento** - vede la presenza di fattori come **servizio commerciale** (confermato rispetto alla rilevazione precedente) e **informazione alla clientela**. La presenza in questo quadrante indica un buon livello di soddisfazione, per fattori però ai quali non è attribuita un'importanza molto elevata. Sarà probabilmente opportuno realizzare strategie di valorizzazione e di sensibilizzazione, affinché possa aumentare l'importanza di tali fattori nella considerazione degli utenti.

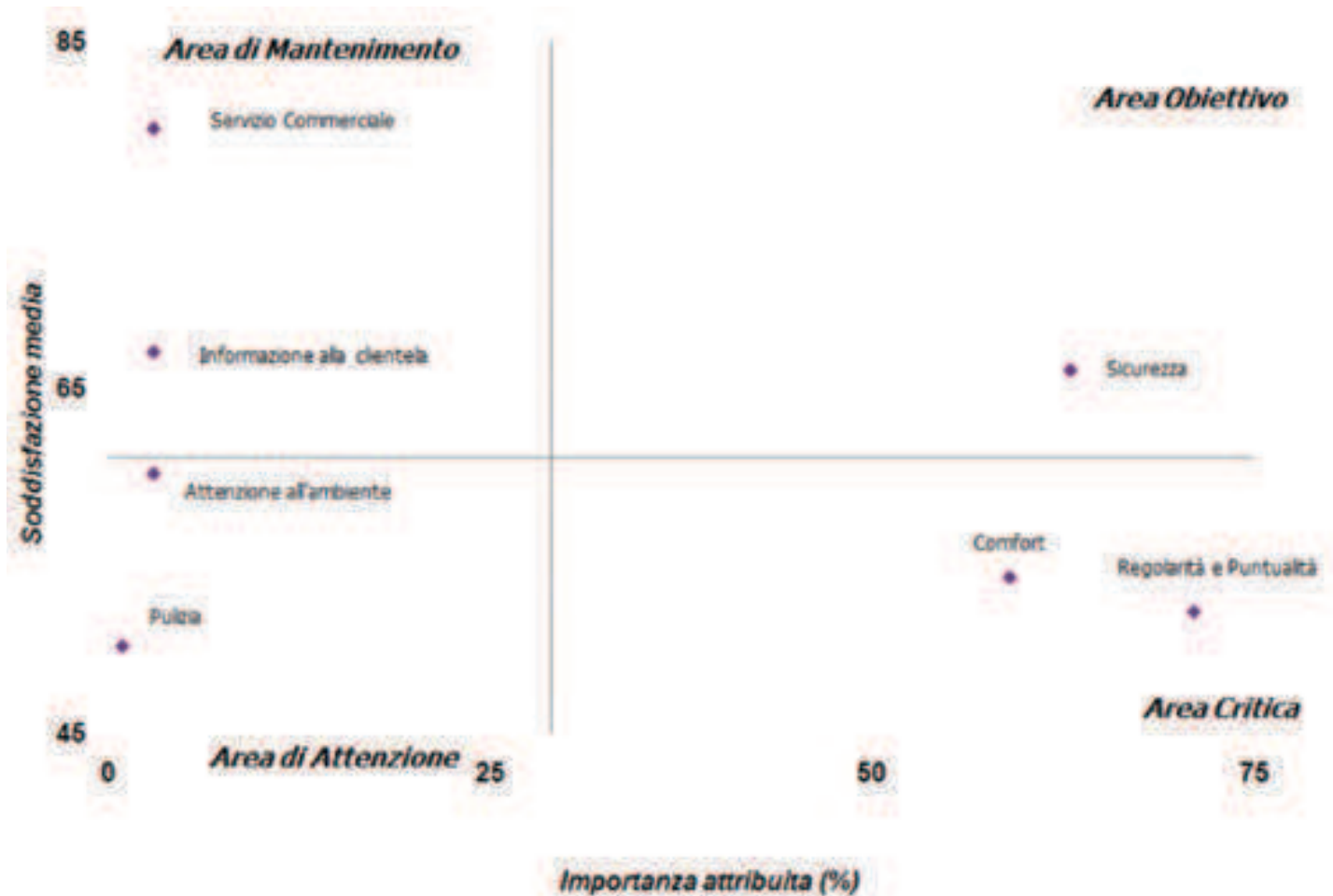
Infine, il quadrante in basso a destra - **area critica** - è caratterizzato da un'importanza altissima e da una soddisfazione più bassa della media. Vi si posizionano i fattori **regolarità/puntualità** (confermato rispetto alla rilevazione precedente) e **comfort**. È dunque su tali fattori, e sul grado di soddisfazione ad essi relativo, che occorrerà intervenire, proseguendo del resto sulla linea di quanto già fatto e che ha evidentemente dato i suoi risultati, in considerazione del fatto che il fattore regolarità/puntualità ha visto crescere la soddisfazione ad esso relativo. Da notare come la presenza del fattore comfort, che nella rilevazione precedente si trovava in area di attenzione, è legata alla grandissima crescita dell'importanza ad esso attribuito dall'utenza e non ad un calo della soddisfazione ad esso relativo, che anzi è anch'essa cresciuta ma evidentemente in modo non sufficiente.

In conclusione, il livello di qualità del servizio offerto dall'Azienda - rilevato attraverso i giudizi espressi dagli utenti nel 2016 - appare sostanzialmente molto elevato, descrivendo assetti organizzativi e professionali di rilievo e particolarmente apprezzati dall'utenza, con un livello di soddisfazione generale attorno al 100% e in crescita rispetto alla rilevazione precedente. Emergono tuttavia alcune criticità, in particolare riguardo ai fattori regolarità/puntualità e comfort, su cui sarà necessario intervenire nella strategia futura al fine di migliorare l'apprezzamento complessivo dell'utenza per il servizio offerto dall'azienda. Gli



obiettivi su cui sembra più realistico poter lavorare nel medio periodo sono dunque da una parte quello di portare in area obiettivo fattori come quelli della regolarità/puntualità e del comfort, accrescendo il grado di soddisfazione ad essi relativo attraverso un miglioramento del servizio offerto; dall'altra, continuare a monitorare il fattore sicurezza, per evitare che diminuisca il livello di apprezzamento ad esso relativo, con il rischio che possa divenire fattore critico nella valutazione complessiva del servizio.

## Anno 2016



### 7.3 Editing, distribuzione ed aggiornamento della Carta dei Servizi

L'azienda si impegna a pubblicare, con cadenza annuale, la versione integrale della carta dei servizi secondo lo schema tipo approvato dal Consiglio Regionale, completa, a partire dal secondo anno di pubblicazione della medesima, degli esiti delle rilevazioni previste alle tabelle di cui al paragrafo 7.1 e 7.2; detta versione integrale è posta in visione per l'utenza presso tutte le sedi aziendali e tutte le autostazioni/stazioni presenziate ed è inoltre inviata alla regione Toscana, a tutti i comuni ed a tutte le province nel cui ambito territoriale l'azienda effettui servizi di trasporto, nonché alle Associazioni degli utenti indicate nella parte prima della presente carta ed alle altre Associazioni degli utenti eventualmente presenti a livello locale.

La carta è inoltre consultabile sul seguente sito internet [www.tiemmespa.it](http://www.tiemmespa.it).