



# Report relativo all'analisi di Customer Satisfaction

---

**Committente: Firenze Parcheggio SpA**

**Società incaricata: Process Factory Srl**

Via Masaccio 153, 50132 Firenze

**Data del report: 21/07/2016**

## Sommario

1. Premessa.....	1
2. Struttura del questionario .....	2
3. Strutture coinvolte nell'indagine .....	3
4. Campione intervistato .....	6
Sesso.....	6
Età .....	6
Professione.....	7
Tipologia cliente.....	7
5. Analisi delle risposte .....	8
5.1. Livello di soddisfazione complessivo- Overall satisfaction .....	8
5.2. Analisi del livello di soddisfazione sui singoli elementi di indagine.....	9
5.3. Analisi soddisfazione per singolo Parcheggio.....	18
5.4. Analisi domande - Importanza delle aree di indagine .....	25
6. Risultati.....	26
7. Criticità, punti di attenzione e suggerimenti.....	28

## 1. Premessa

La realizzazione dell'indagine di **customer satisfaction** per Firenze Parcheggi S.p.A ha avuto l'obiettivo di misurare il livello di soddisfazione dei clienti rispetto all'importanza e alla qualità dei servizi offerti dalla società.

In particolare l'indagine ha avuto i seguenti obiettivi:

- Rilevare il grado di soddisfazione dei clienti nei confronti del livello di servizio offerto;
- Rilevare ed indagare le eventuali criticità nel servizio offerto al fine di poter intervenire in maniera mirata e risolvere, ove possibile, le problematiche rilevate;
- Rilevare l'eventuale esistenza di un gap tra le prestazioni ricevute e il servizio atteso dai clienti al fine di intervenire tempestivamente sugli eventuali disservizi e aspetti critici riscontrati.

L'indagine è stata realizzata tramite la somministrazione di un questionario all'interno di 6 parcheggi gestiti da "Firenze Parcheggi S.p.A." distribuiti sul territorio della città di Firenze, a cura di intervistatori della società incaricata "Process Factory S.r.l".

Le interviste, per poter ottenere un campione maggiormente eterogeneo, sono state realizzate in giorni ed orari diversi.

La fase di intervista ha avuto la durata di 5 giorni complessivi durante il periodo dal 8 al 14 Giugno.

## 2. Struttura del questionario

Il questionario utilizzato nel 2016 per rilevare la customer satisfaction della clientela delle strutture gestite dalla società "Firenze Parcheggio S.p.A" ha previsto la conferma della struttura già utilizzata nell'anno 2015 e composta di tre sezioni.



### PRIMA SEZIONE

- Nella prima sezione è stata identificata una parte generale dove sono contenute domande utili a conoscere e classificare l'utenza dei parcheggi.
- In questa sezione sono richieste informazioni relative al sesso, all'occupazione, all'età e alla frequenza di utilizzo delle strutture di "Firenze Parcheggio S.p.A".



### SECONDA SEZIONE

- Nella seconda sezione sono state disposte domande finalizzate a conoscere l'importanza che quattro fattori hanno sul livello di servizio percepito dagli utenti. In questa sezione sono presenti domande utili a classificare i fattori ritenuti più importanti dai clienti tra sicurezza, pulizia e decoro, accessibilità e qualità delle informazioni.



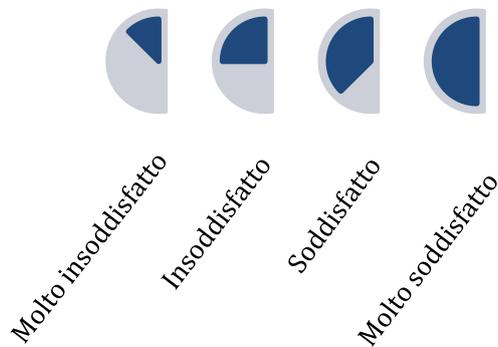
### TERZA SEZIONE

- Nella terza sezione sono presentate le domande utili a poter registrare il grado di soddisfazione della clientela delle strutture gestite dalla società "Firenze Parcheggio S.p.A." rispetto a 7 fattori caratterizzanti la soddisfazione di seguito indicati in dettaglio.

*Fattori di indagine*

D1 Soddisfazione complessiva	
D2 Sicurezza	
D3 Facilità di accesso,	
D4 Funzionalità	
D5 Pulizia e decoro	
D6 Qualità delle informazioni	
D7 Cortesia e disponibilità del personale	

Le risposte, con le quali misurare il livello di soddisfazione rispetto ai fattori di indagine, sono state basate su una scala Likert a 4 elementi:



### 3. Strutture coinvolte nell'indagine

I 6 parcheggi, individuati preventivamente dalla società, in cui sono state svolte le interviste sono i seguenti:

Pieraccini – Meyer (Viale Gaetano Pieraccini, 22 – 22a, Firenze)



San Lorenzo / Mercato Centrale (Piazza del Mercato Centrale - Ingresso da Via S. Antonino, Firenze)



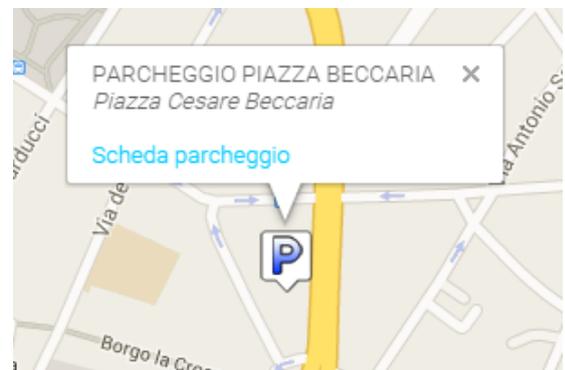
S. Ambrogio (Piazza Lorenzo Ghiberti);



Santa Maria Novella (Piazza della Stazione, Firenze);



Beccaria (Piazza Cesare Beccaria, Firenze);



Oltrarno (Piazza della Calza, Firenze)



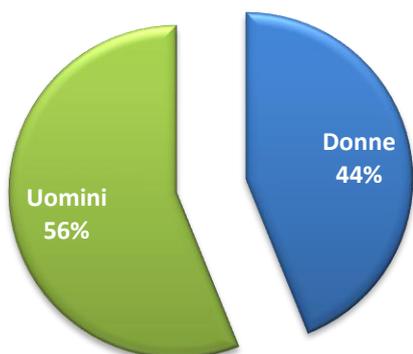
## 4. Campione intervistato

Durante il periodo di analisi sono stati raccolti complessivamente 487 questionari, così ripartiti tra i diversi parcheggi:

- Pieraccini / Meyer = 80 questionari;
- San Lorenzo / Mercato Centrale = 59 questionari;
- S. Ambrogio = 69 questionari;
- Santa Maria Novella = 167 questionari;
- Beccaria = 82 questionari;
- Oltrarno = 30 questionari;

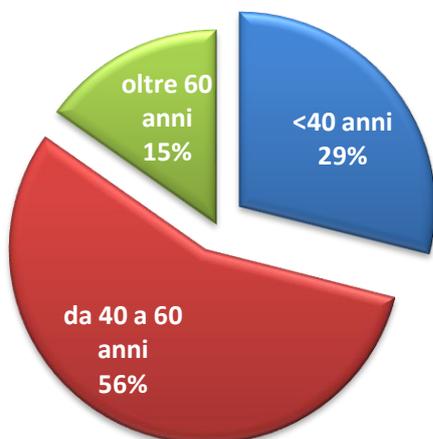
Dall'analisi delle informazioni di carattere generale contenute nelle "sezione 1" del questionario per la rilevazione della customer satisfaction, è stato possibile realizzare uno studio più approfondito del campione intervistato.

### Sesso



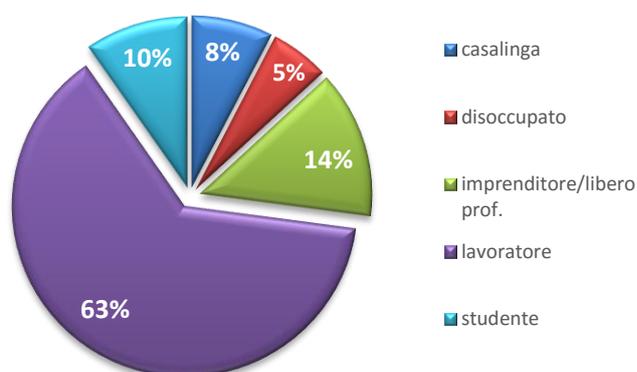
Sesso	% intervistati	n°intervistati
Uomini	56%	273
Donne	44%	214
<b>Totale</b>		<b>487</b>

### Età



Fasce d'età	% intervistati	N°intervistati
< 40 anni	29%	141
da 40 a 60 anni	56%	272
oltre 60 anni	15%	74
<b>Totale</b>		<b>487</b>

## Professione



Categoria	% intervistati	N° intervistati
Casalinga	8%	37
Disoccupato	6%	27
Imprenditore	14%	68
Lavoratore	63%	308
Studente	10%	47
<b>Totale</b>		<b>487</b>

## Tipologia cliente



Tipo cliente	% intervistati	N°intervistati
Abbonato	4,1%	20
Abituale	33,1%	161
Occasionale	62,6%	305
Proprietario	0,2%	1
<b>Totale</b>		<b>487</b>

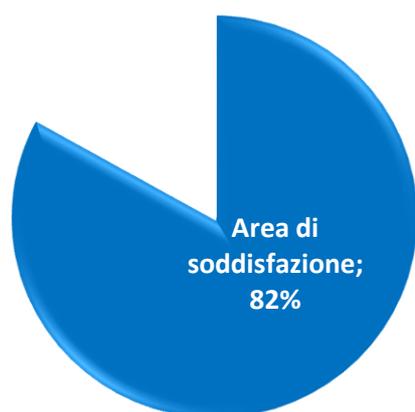
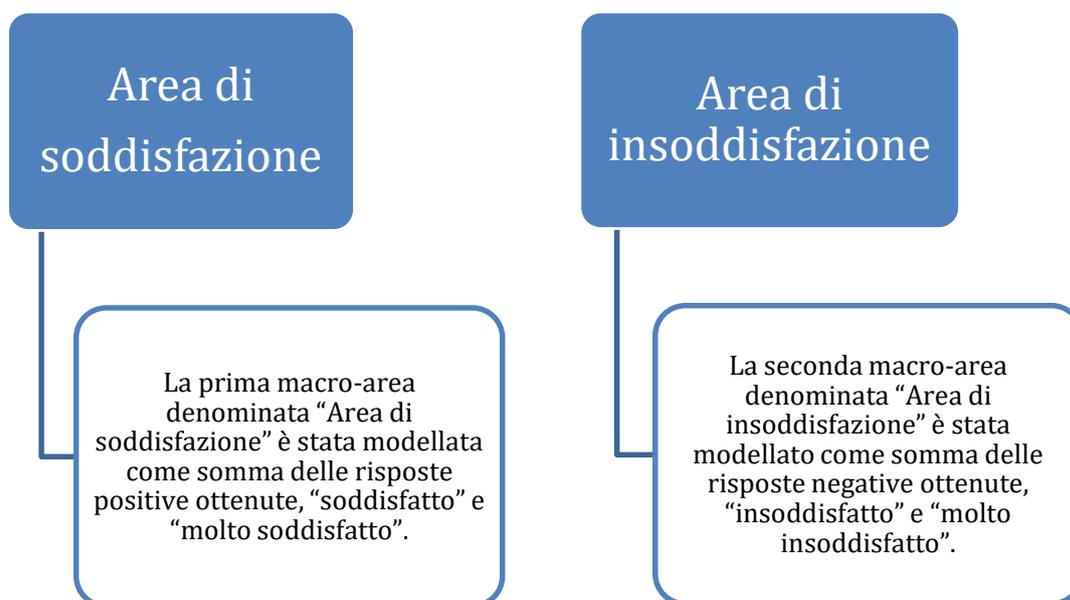
## 5. Analisi delle risposte

Dopo la fase di analisi del campione intervistato, si è proceduto con lo svolgimento di una approfondita analisi delle restanti parti delle interviste.

Nel seguito il report si concentra sulle sezioni 2 – 3 del questionario focalizzate all'individuazione del livello di soddisfazione dei clienti rispetto al servizio erogato nei parcheggi gestiti dalla società "Firenze Parcheggi S.p.A".

### 5.1. Livello di soddisfazione complessivo- Overall satisfaction

Il seguente dato è stato estrapolato dal totale delle risposte ottenute nelle 7 domande che compongono la sezione 3 del questionario, aggregando le risposte in due macro-aree.



Valutazioni	2016	2015	Δ
Area di soddisfazione	82%	76%	↑ 6%
Area di insoddisfazione	17%	18%	↓ -1%
Non So	1%	6%	↓ -5%

## 5.2. Analisi del livello di soddisfazione sui singoli fattori di indagine

Di seguito sono stati analizzati i dati provenienti dal campione intervistato approfondendo le risposte ottenute dalle singole domande e dai diversi parcheggi rispetto al tema del livello di soddisfazione. Come già esposto in precedenza la sezione 3 risulta composta da 7 domande, che sono state formulate in modo da permettere agli intervistati di esprimere una valutazione sui fattori di soddisfazione individuati:

- D.1. *Soddisfazione complessiva;*
- D.2. *Sicurezza;*
- D.3. *Facilità di accesso;*
- D.4. *Funzionalità;*
- D.5. *Pulizia;*
- D.6. *Qualità delle informazioni;*
- D.7. *Cortesia-disponibilità del personale.*

Tutte le domande che compongono la sezione 3 di questionare oggetto dell'analisi permettevano ad ogni intervistato di esprimere una valutazione all'interno della seguente scala:



Risultati complessivi- area di soddisfazione per singolo fattore di indagine (con confronto sul 2015)

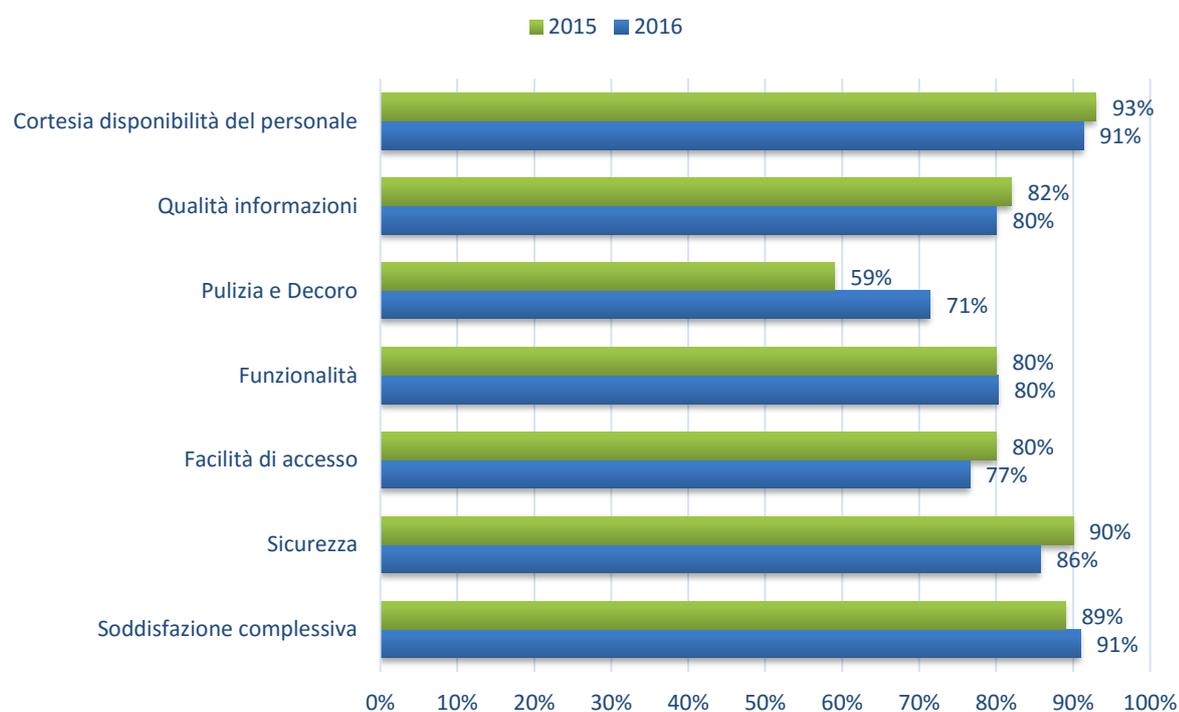


Tabella dei dati

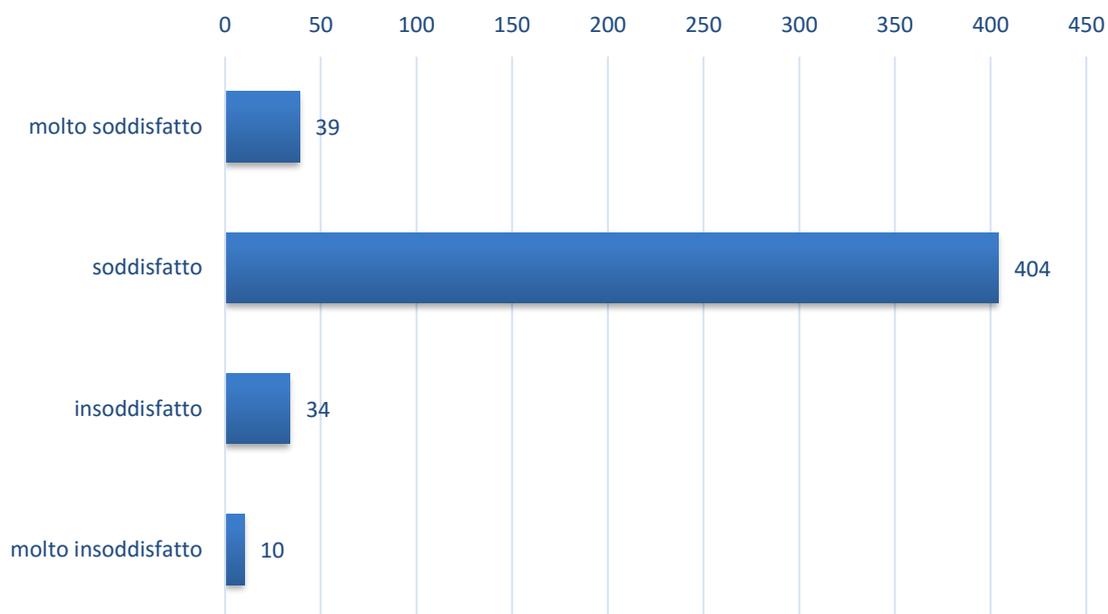
Fattore di indagine	2016	2015	Δ
Soddisfazione complessiva	91%	89%	↑ 2%
Sicurezza	86%	90%	↓ -4%
Facilità di accesso	77%	80%	↓ -3%
Funzionalità	80%	80%	→ 0%
Pulizia e Decoro	71%	59%	↑ 12%
Qualità delle informazioni	80%	82%	↓ -2%
Cortesia e disponibilità del personale	91%	93%	↓ -2%

**Risultati di dettaglio**

**D1**

Qual è stato il livello di soddisfazione complessivo in merito al servizio che Le abbiamo erogato?

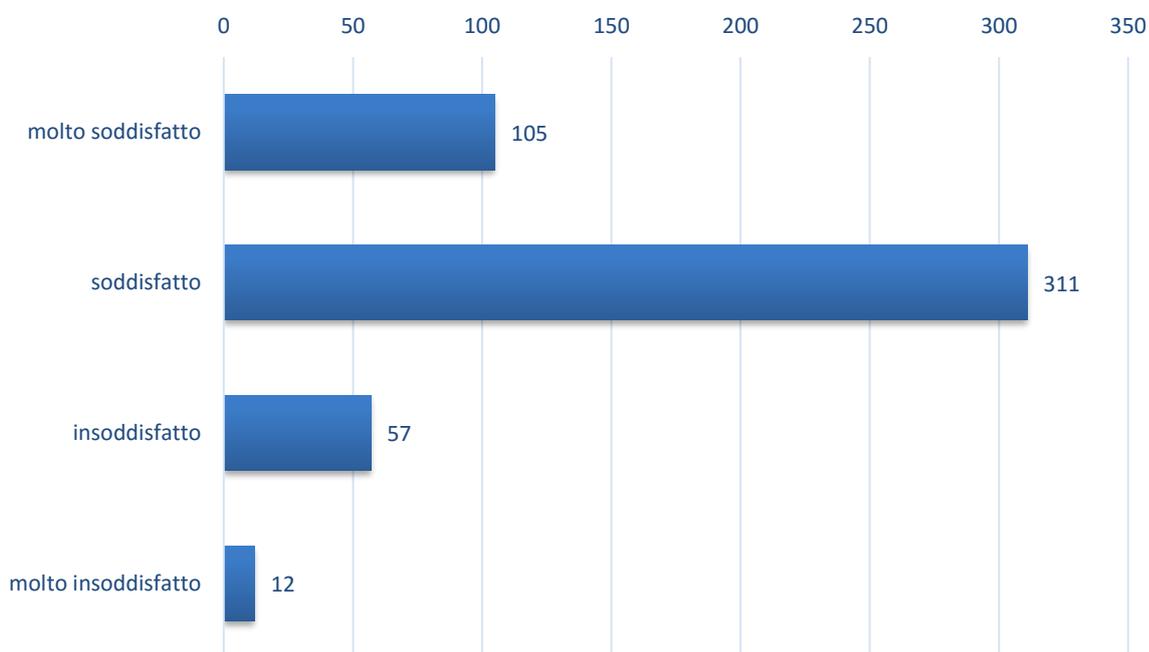
Valutazione	N° risposte
Molto soddisfatto	39
Soddisfatto	404
Insoddisfatto	34
Molto insoddisfatto	10
Totale	487



**D2**

Come giudica il livello di sicurezza all'interno del nostro parcheggio?

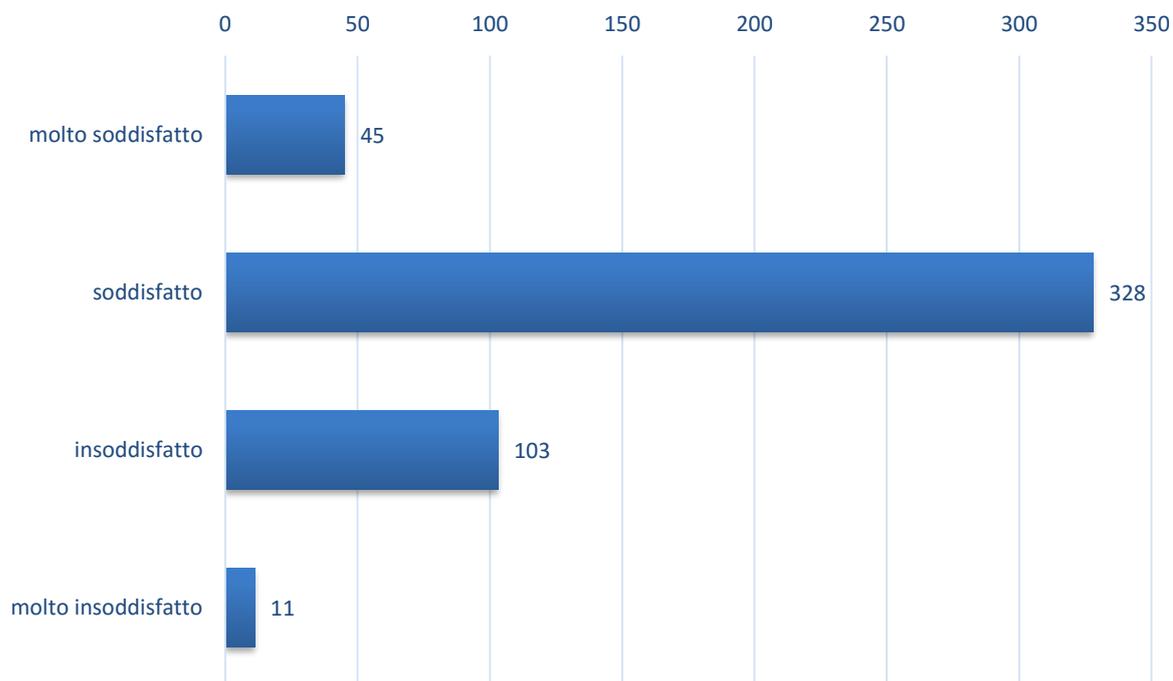
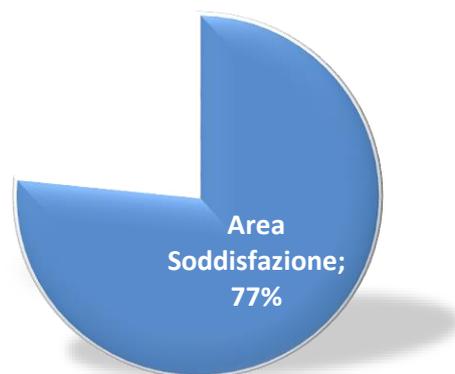
Valutazione	N° risposte
Molto soddisfatto	105
Soddisfatto	311
Non ha risposto	2
Insoddisfatto	57
Molto insoddisfatto	12
Totale	487



D3

Come giudica la facilità di accesso al parcheggio?

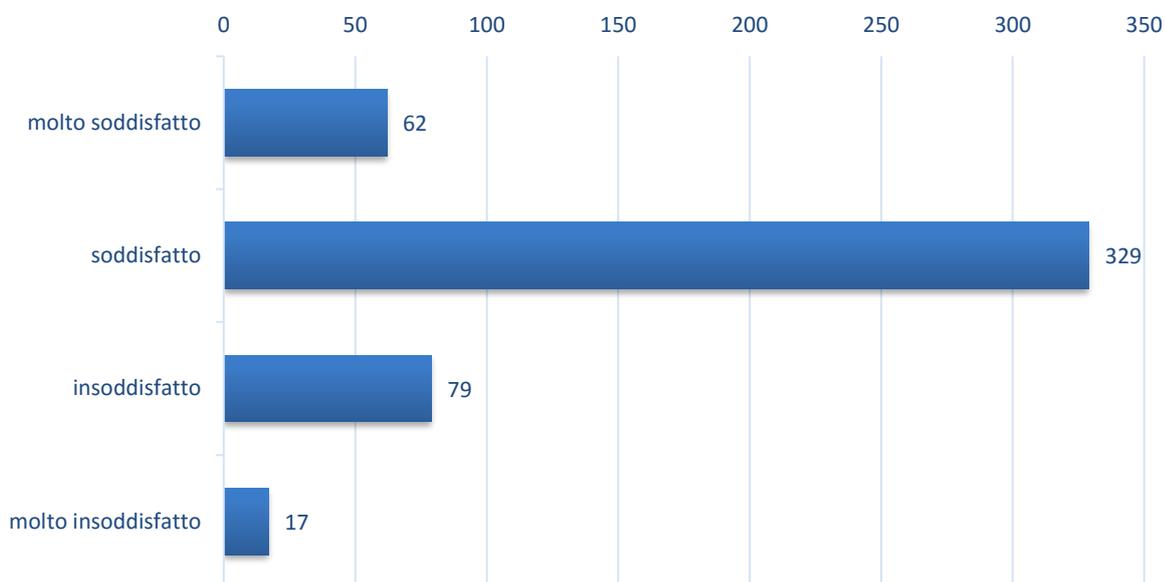
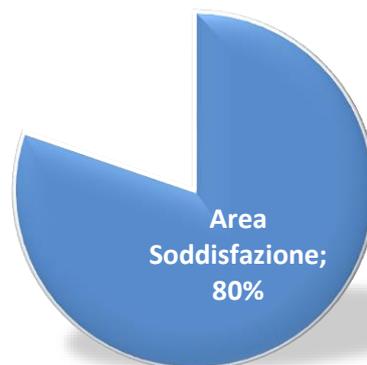
Valutazione	N° risposte
Molto soddisfatto	45
Soddisfatto	328
Insoddisfatto	103
Molto insoddisfatto	11
Totale	487



**D4**

Come giudica la funzionalità del nostro parcheggio (sistemi di ingresso e di pagamento)?

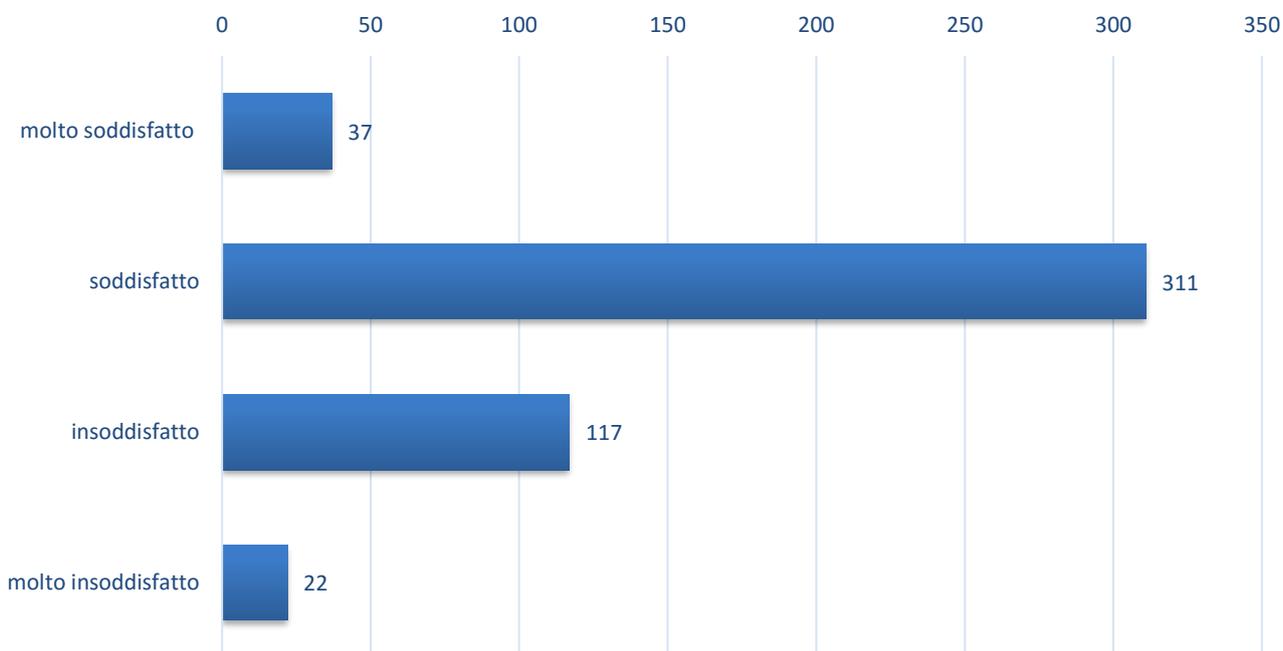
Valutazione	N° risposte
Molto soddisfatto	62
Soddisfatto	329
Insoddisfatto	79
Molto insoddisfatto	17
Totale	487



**D5**

Come giudica il livello di pulizia e decoro del parcheggio?

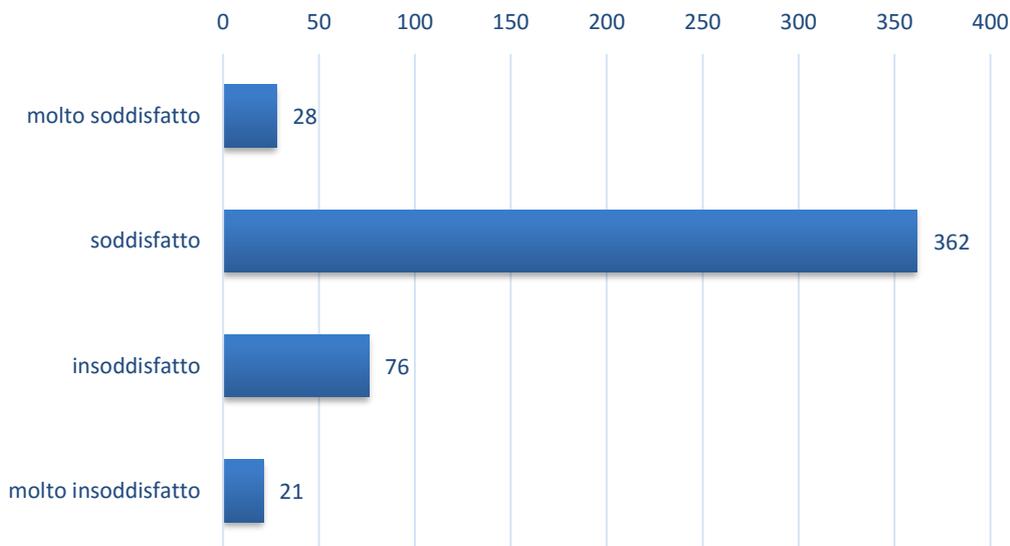
Valutazione	N° risposte
Molto soddisfatto	37
Soddisfatto	311
Insoddisfatto	117
Molto insoddisfatto	22
Totale	487



**D6**

Come giudica la qualità delle informazioni (posti disponibili, tariffe, ecc.) ?

Valutazione	N° risposte
Molto soddisfatto	28
Soddisfatto	362
Insoddisfatto	76
Molto insoddisfatto	21
Totale	487



**D7**

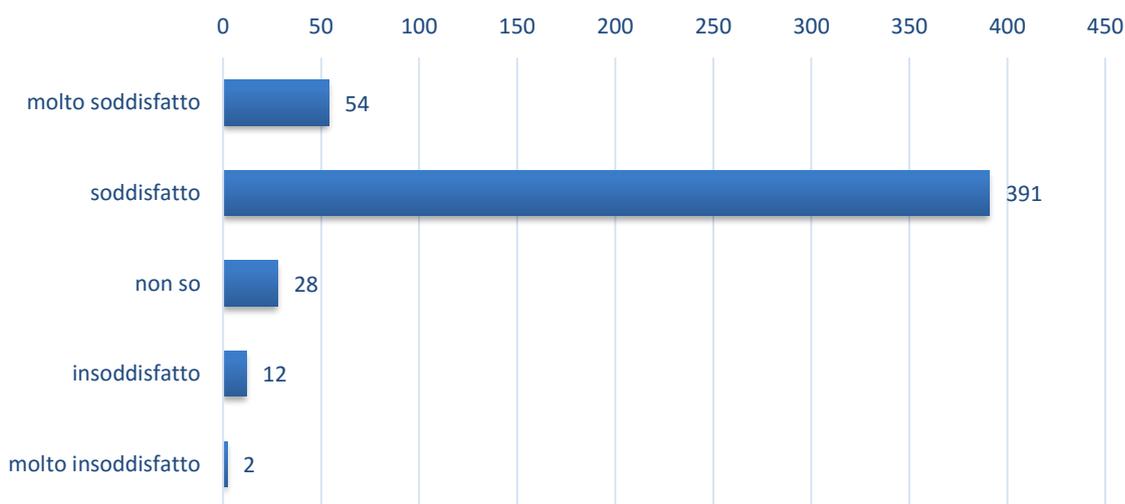
Come giudica la cortesia e la disponibilità del personale della nostra società?

Nota:

In tale domanda è risultato necessario inserire un ulteriore parametro di scelta, denominato “non so”, all’interno della scala dei valori poiché non era possibile sapere se tutti gli intervistati avessero avuto contatti diretti con il personale di “Firenze Parcheggi S.p.A.”.

I risultati ottenuti dalle 487 interviste realizzate sono i seguenti:

Valutazione	N° risposte
Molto soddisfatto	54
Soddisfatto	391
Non so	28
Insoddisfatto	12
Molto insoddisfatto	2
Totale	487



Dall’analisi appena presentata possiamo affermare che il 94% degli intervistati ha interagito almeno una volta con il personale di “Firenze Parcheggi S.p.A.”.

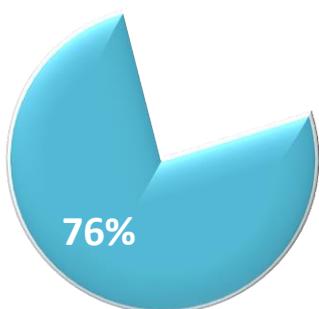
Alla luce dello studio, sulla parte del campione che ha dichiarato di aver avuto contatti diretti con il personale, è possibile affermare che il 97% si ritiene soddisfatto del livello di cortesia e disponibilità offerto.

---

### 5.3. Analisi soddisfazione per singolo parcheggio

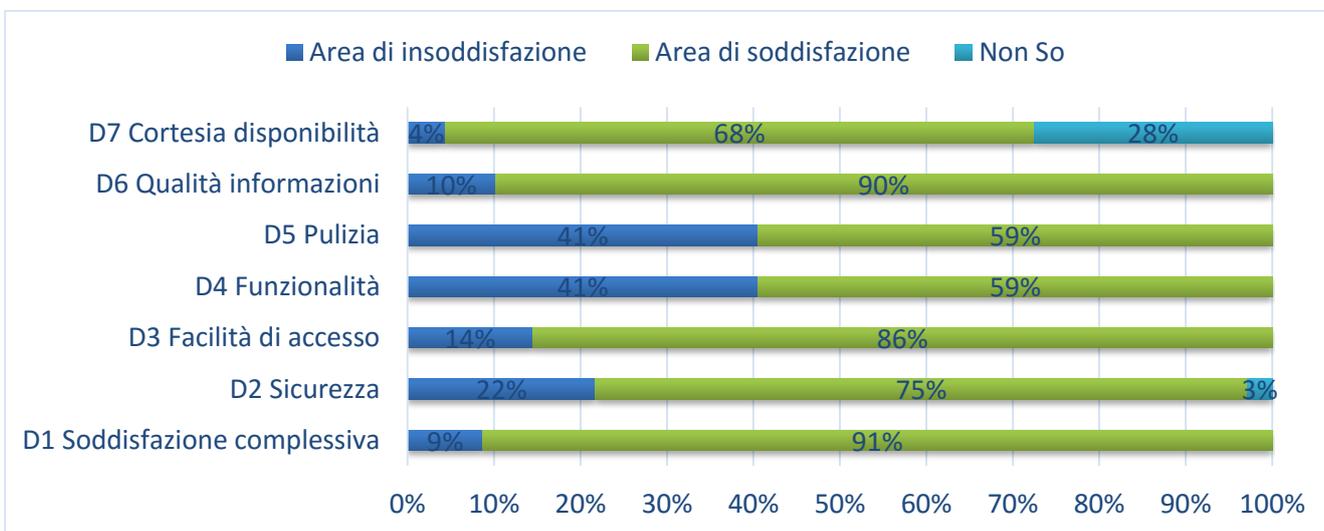
Un'altra analisi che è stato possibile realizzare a partire dalle risposte ottenute nei 487 questionari di customer satisfaction si è concentrata sui singoli parcheggi. Lo studio che verrà presentato in seguito ha quindi l'obiettivo di evidenziare il livello di soddisfazione dei clienti all'interno dei diversi parcheggi oggetto di indagine, con un confronto rispetto all'indagine svolta nel 2015.

S. Ambrogio



Area di soddisfazione 2016

	Area di Soddisfazione		
	2015	2016	Δ
D1	90%	91%	↑ 1%
D2	93%	75%	↓ -18%
D3	85%	86%	↑ 1%
D4	83%	59%	↓ -24%
D5	35%	59%	↑ 24%
D6	55%	90%	↑ 35%
D7	NP	68%	-
Area Soddisf.	73%	76%	↑ 3%

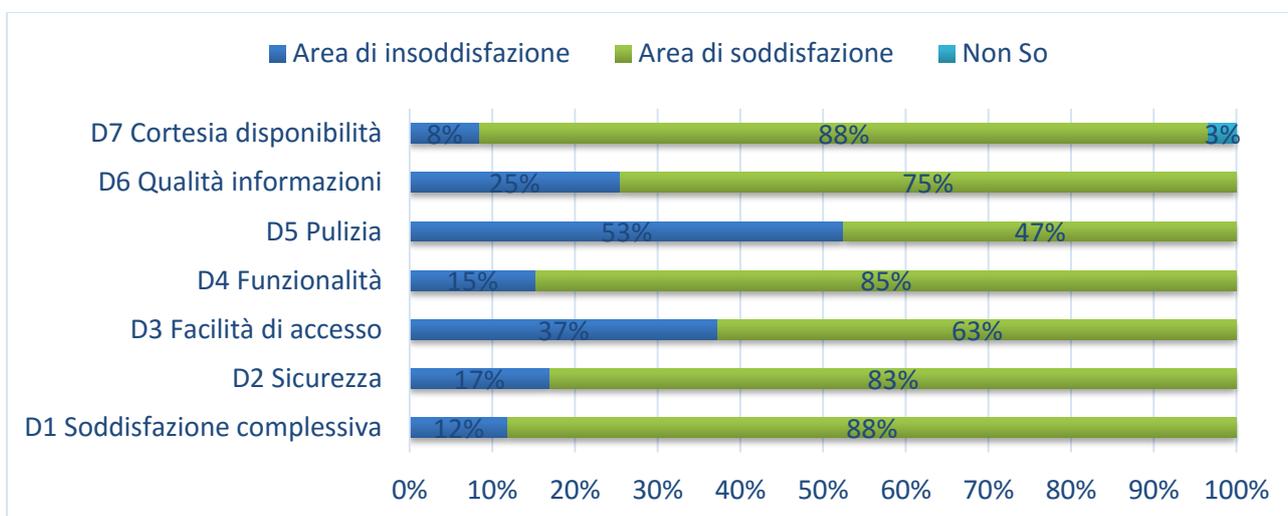


San Lorenzo / Mercato centrale

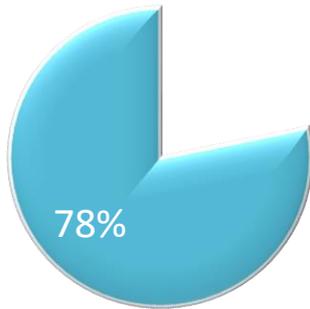


Area di soddisfazione 2016

	Area di Soddisfazione		
	2015	2016	Δ
D1	76%	88%	↑ 12%
D2	80%	83%	↑ 3%
D3	61%	63%	↑ 2%
D4	80%	85%	↑ 5%
D5	53%	47%	↓ -6%
D6	88%	75%	↓ -13%
D7	NP	88%	-
Area Soddisf.	73%	88%	↑ 15%

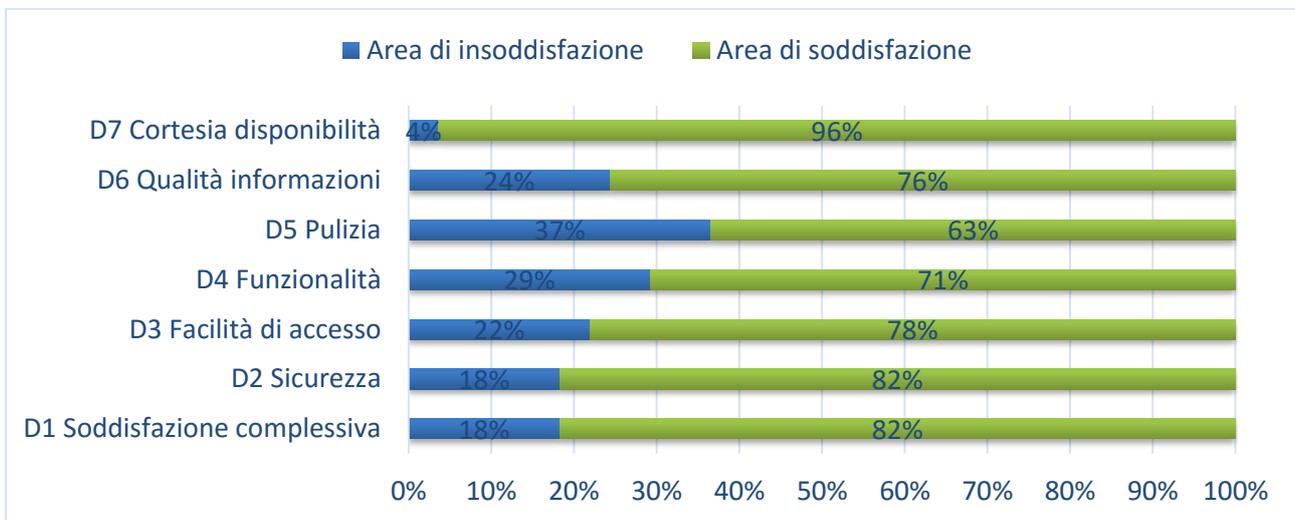


Beccaria

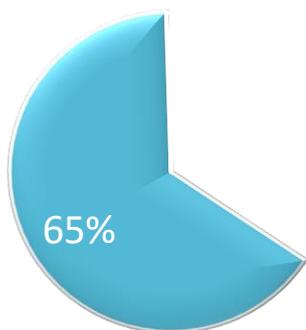


Area di soddisfazione

	Area di Soddisfazione		
	2015	2016	Δ
D1	96%	82%	↓ -14%
D2	94%	82%	↓ -12%
D3	98%	78%	↓ -20%
D4	92%	71%	↓ -21%
D5	28%	63%	↑ 35%
D6	86%	76%	↓ -10%
D7	NP	96%	-
Area Soddisf.	82%	78%	↓ -4%

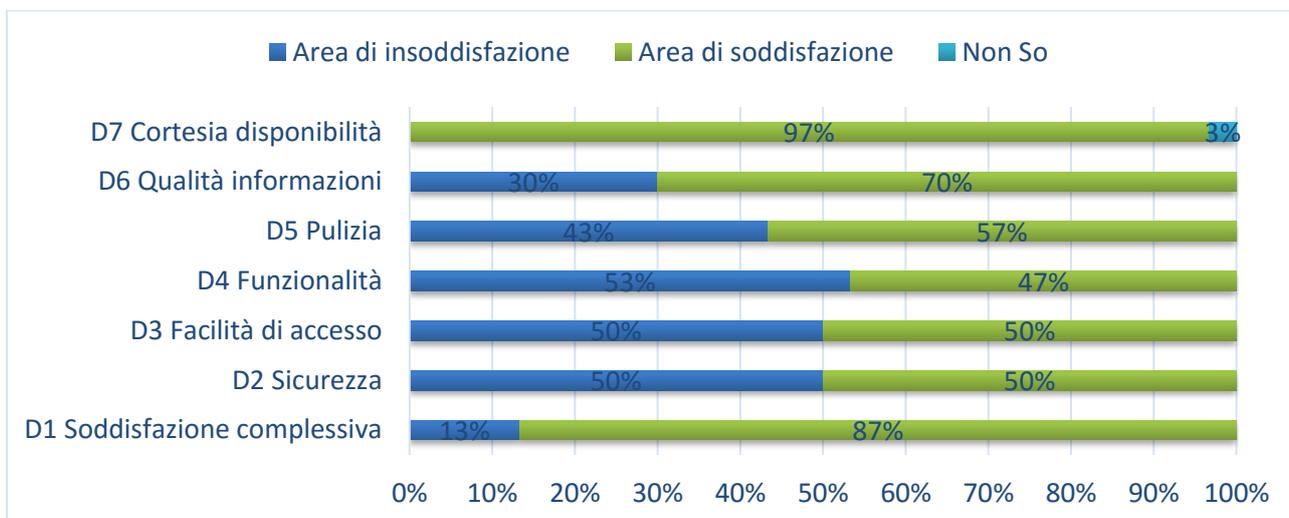


**Oltrarno - Calza**

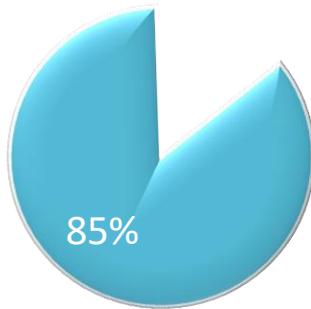


Area di soddisfazione 2016

	Area di Soddisfazione		
	2015	2016	Δ
D1	93%	87%	↓ -6%
D2	100%	50%	↓ -50%
D3	84%	50%	↓ -34%
D4	27%	47%	↑ 20%
D5	71%	57%	↓ -14%
D6	76%	70%	↓ -6%
D7	NP	97%	-
Area Soddisf.	75%	65%	↓ -10%



Santa Maria Novella

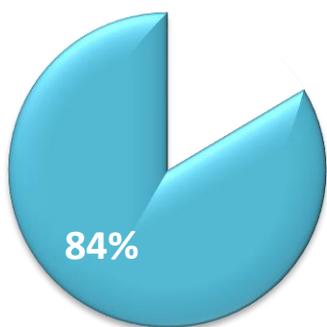


Area di soddisfazione 2016

	Area di Soddisfazione		
	2015	2016	Δ
D1	86%	94%	↑ 8%
D2	88%	84%	↓ -4%
D3	69%	77%	↑ 8%
D4	87%	85%	↓ -2%
D5	53%	78%	↑ 25%
D6	84%	82%	↓ -2%
D7	NP	95%	-
Area Soddisf.	77%	85%	↑ 8%

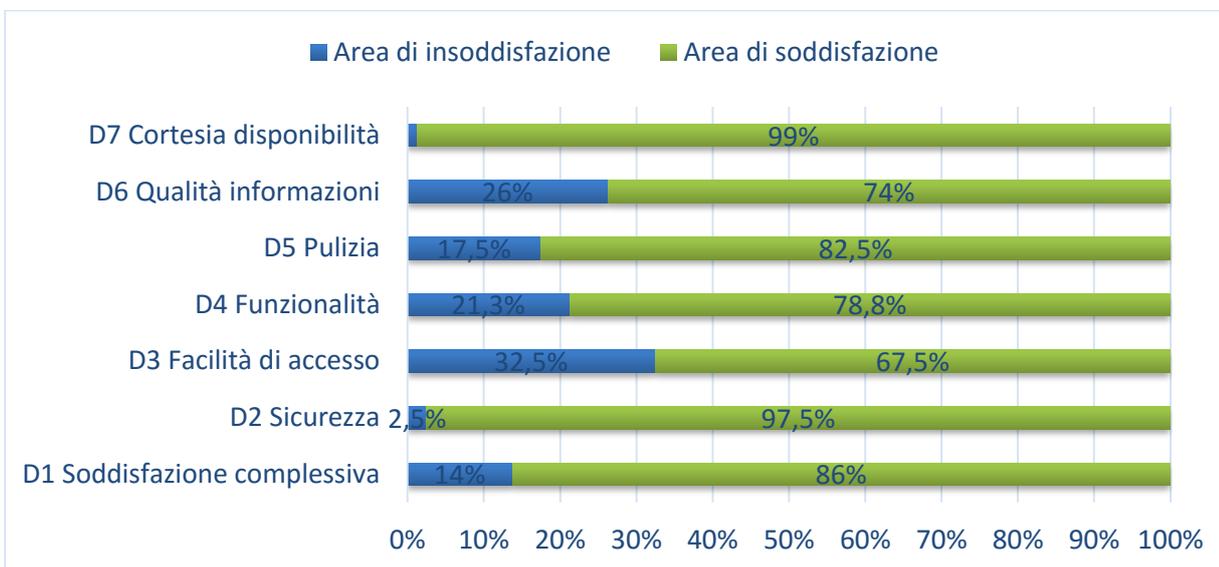


Pieraccini - Meyer



■ Area di soddisfazione 2016

	Area di Soddisfazione		
	2015	2016	Δ
D1	95%	86%	↓ -9%
D2	89%	98%	↑ 9%
D3	91%	68%	↓ -24%
D4	90%	79%	↓ -11%
D5	93%	83%	↓ -11%
D6	88%	74%	↓ -14%
D7	NP	99%	-
Area Soddisf.	91%	84%	↓ -7%



## 5.4. Analisi domande - Importanza delle aree di indagine

Nelle pagine successive di questo report sono state approfondite le risposte ottenute nella sezione 2, relative alla valutazione dell'importanza delle aree di indagine da parte degli intervistati.

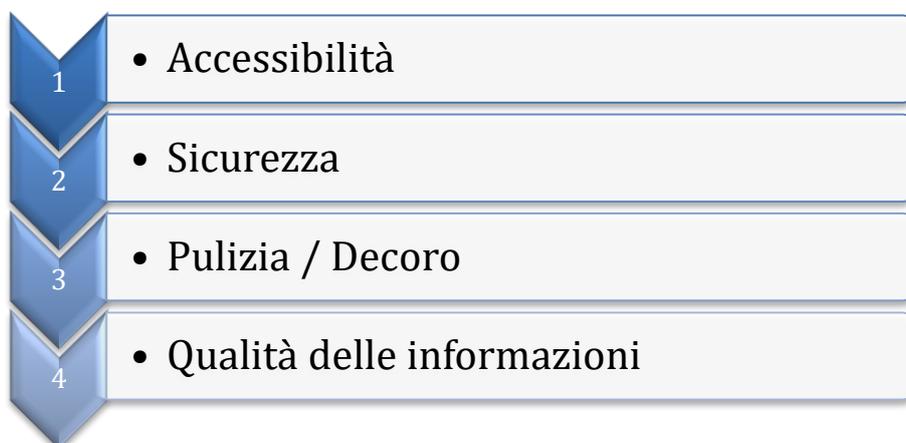
Come già esposto in precedenza la sezione 2 risulta composta da un'unica domanda, che è stata formulata in modo da permettere agli intervistati di esprimere una classificazione sull'importanza che ogni area riveste per il cliente nel giudicare la propria esperienza con "Firenze Parcheggi S.p.A."

I fattori che il campione intervistato doveva classificare in base all'importanza erano i seguenti:

- Sicurezza;
- Accessibilità;
- Decoro/Pulizia;
- Qualità delle informazioni;

Dalle risposte ottenute nei 487 questionari di customer satisfaction compilati dal campione intervistato, dove ogni cliente ha espresso una personale valutazione, è stato possibile definire una graduatoria tra i diversi fattori.

Tale graduatoria, presentata nella figura seguente e ordinata secondo logica decrescente, ovvero dal fattore più importante a quello meno importante, risulta così composta:



### 6. Risultati

Il questionario di customer satisfaction è stato strutturato in modo da ottenere evidenze sul livello di soddisfazione dei clienti ed aspetti critici delle strutture e dei servizi gestiti dalla “Firenze Parcheggi S.p.A.”.

Attraverso tale strumento si è voluto indagare il livello di soddisfazione dei clienti dei parcheggi gestiti da questa società e distribuiti sul territorio comunale di Firenze, in modo da individuare una selezione di aree critiche sui quali intervenire con maggiore urgenza per migliorare il servizio offerto.

Per riuscire in questo è stato fondamentale svolgere un’analisi approfondita delle risposte presenti nei 487 questionari al fine di individuare informazioni utili alla creazione di un futuro piano d’azione.

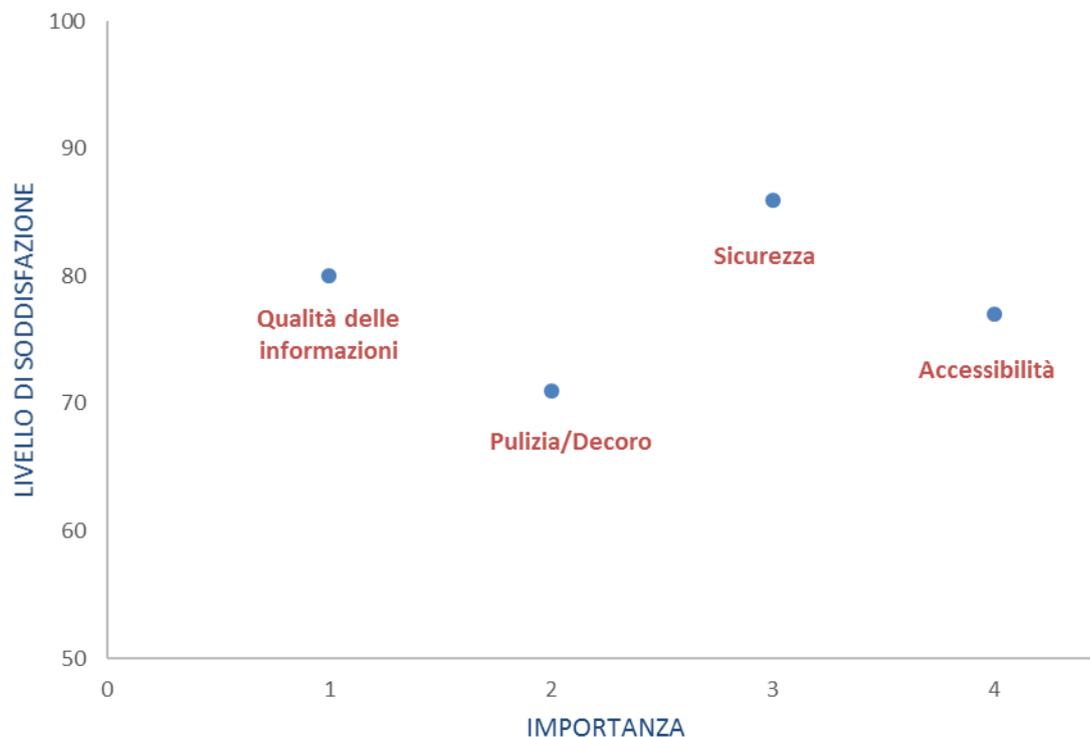
Dallo studio presentato nelle precedenti pagine è possibile affermare che gran parte della clientela delle strutture gestite da “Firenze Parcheggi S.p.A.” risulta soddisfatta; si possono però registrare variazioni del livello di soddisfazione sia per singolo fattore che per singolo parcheggio.

Anche dall’analisi comparata dei dati rispetto all’anno 2015 si possono quindi evidenziare i seguenti elementi:

- Moderata crescita del livello di soddisfazione complessivo dei clienti (+2%);
- Elevata crescita del livello di soddisfazione per quanto attiene al decoro ed alla pulizia dei parcheggi (+12%);
- Moderata riduzione del livello di soddisfazione (-2%) per quanto attiene la qualità delle informazioni e la cortesia e disponibilità del personale;
- Moderata riduzione del livello di soddisfazione (-3%) per quanto attiene la facilità di accesso alle strutture;
- Moderata ma più marcata riduzione del livello di soddisfazione (-4%) per quanto attiene la sicurezza all’interno dei parcheggi.

Per quanto riguarda l’analisi per singolo parcheggio si possono evidenziare in particolari i dati di miglioramento complessivo della soddisfazione sui parcheggi “**Mercato centrale**” (+15% complessivo pur in presenza di una riduzione marcata pari al 13% del livello di soddisfazione relativo alla qualità delle informazioni”), “**Stazione S.M.N.**” (+8% complessivo, con un miglioramento pari al 25% del livello di soddisfazione relativo alla pulizia e confort) e “**Sant’Ambrogio**” (+3%, con un miglioramento significativo pari al 35% in relazione alla qualità delle informazioni e del 24% in relazione al livello di pulizia e confort), di contro, un peggioramento sui parcheggi “**Calza**” (-10%), “**Meyer**” (-7%, pur in presenza di un incremento del 9% del livello di soddisfazione relativo alla sicurezza) e “**Beccaria**” (-4%, pur in presenza di un miglioramento pari al 35% del livello di soddisfazione in relazione alla pulizia ed al decoro della struttura).

Matrice importanza / Soddisfazione



La matrice esposta incrocia i dati relativi all'importanza dei fattori di indagine con il relativo livello di soddisfazione manifestato dai clienti dei parcheggi.

Un dato che deve far riflettere è sicuramente il grado di soddisfazione per quanto riguarda la qualità delle informazioni all'interno delle strutture poiché, anche se questo non è ritenuto molto importante per valutare l'esperienza di utilizzo del parcheggio, esso influisce in maniera netta sul livello di soddisfazione globale dei clienti.

Dal seguente grafico è possibile vedere come, pur in presenza di apprezzabili miglioramenti rispetto all'anno precedente (+12%), sia auspicabile un miglioramento del livello di pulizia e decoro all'interno delle diverse strutture gestite dalla società "Firenze Parcheggi S.p.A".

Questo obiettivo deve essere raggiunto senza perdere l'elevato livello prestazionale registrato in termini di sicurezza percepita dai clienti all'interno dei parcheggi.

In ordine di importanza l'azienda potrà poi focalizzarsi su eventuali soluzioni utili a migliorare l'accessibilità dei parcheggi (compatibilmente con i vincoli logistici, in particolare nelle strutture "Mercato" e "Calza") e la qualità delle informazioni, al fine di garantire un livello di servizio offerto sempre più in linea con quanto desiderato dagli utenti delle strutture di sosta.

## 7. Criticità, punti di attenzione e suggerimenti

Le seguenti indicazioni provengono dalle note verbali raccolte dagli intervistatori nel corso delle interviste con i Clienti, sintetizzate e suddivise tra punti di attenzione e suggerimenti.

### In generale

#### Punti di attenzione

- Miglioramento della cartellonistica.

#### Suggerimenti

- Introdurre cartine della città per i turisti all'uscita dei parcheggi e/o migliorarle se già presenti, ad es. con indicazioni segnaposizione.
- Affiggere QR code in rilievo per permettere la geolocalizzazione tramite gps e consentire ai turisti di trasferire i dati sulle "mappe" dello smartphone.

### In particolare

#### Sant'Ambrogio

#### Punti di attenzione

- Malfunzionamento ascensori

#### Suggerimenti

#### Calza

#### Punti di attenzione

- Migliorare la cartellonistica.
- Malfunzionamenti del sistema Telepass.

#### Suggerimenti

- Migliorare le cartine segnaposizione presenti all'uscita introducendo l'indicatore di posizione in modo da facilitare la lettura a coloro che non conoscono la morfologia della città.

#### Stazione

#### Punti di attenzione

- Migliorare la cartellonistica.

#### Suggerimenti