



PRAGMA CSA

Dipartimento Mobilità

per federMobilità

L'ANALISI DELLA DOMANDA NEL TPL

Firenze 4 Maggio 2018

La domanda di TPL: quale domanda ?? quali ambiti ??

TRANSPORT ICONS SET COLLECTION



gomma, metropolitano, tramviario, sharing, ferroviario, pullman turistici, navigazione, parcheggi d'interscambio, sosta, taxi/NCC, sistema semaforico, servizi dedicati (scolastico, a chiamata, disabili)



Potenziale ??

Ambiti d'indagine



- ☐ Qualità Percepita: Customer Satisfacton, Customer Experience, Certificazione
- ☐ Indagini di carico, Flussi di traffico
- ☐ Mobilità utenza reale /potenziale → matrice O/D
- ☐ Pre/Post test campagne comunicazione/nuovi servizi
- ☐ Analisi ad hoc su linee/servizi/direttrici

- ☐ Qualità Erogata - Verifica standard servizio:
fermate - punti vendita - bordo mezzi - call center -
sportello al pubblico - servizio reclami - siti aziendali



Qualità Percepita:

Customer Satisfaction



Le ricerche sulla **soddisfazione** misurano qualcosa di concluso, che si è stabilizzato nelle valutazioni e può essere modificato solo a posteriori

Customer Experience



Fase	INFO	ACQUISTO	ATTESA	IMBARCO	IN VIAGGIO
Obiettivo cliente	Trovare il modo più idoneo per arrivare a destinazione rispetto alle preferenze individuali	Acquistare il titolo di viaggio nel modo più semplice e veloce possibile	Attendere il meno ed il più comodamente possibile	Stivare i bagagli e trovare posto in modo veloce e comodo	Effettuare un viaggio comodo, sicuro e veloce

Analisi touchpoint

Le ricerche sull'**esperienza** misurano un processo di conoscenza “mentre” si forma accompagnando il cliente nelle diverse fasi di fruizione di un servizio al fine di misurare quanto il cliente “*fatica nella relazione con l’azienda*”.

Lo sforzo è inversamente proporzionale alla felicità del cliente.

Adeguatezza, Velocità, Piacevolezza



Qualità Percepita: Come rilevarla

Una buona indagine richiede più di quanto sembri

GLI OBIETTIVI

LA PRE-INDAGINE CONOSCITIVA

LA PERIODICITA' DI RILEVAZIONE

L'UNIVERSO DI RIFERIMENTO

LA SCELTA DEL TARGET

IL CAMPIONE

LE MODALITA' DI RILEVAZIONE

LO STRUMENTO

INTERVISTATORE ED INTERVISTATO

ELABORAZIONE DEI DATI E BENCHMARKING



Qualità Percepita: Come rilevarla

GLI OBIETTIVI

- ⇒ Devono essere chiari e condivisi.
- ⇒ Puntuali sulla realtà territoriale, servizio, utente.
- ⇒ Serie storiche possono “blindare” gli obiettivi

LA PRE-INDAGINE CONOSCITIVA

- ⇒ Può essere utile/necessario inserire lo studio all'interno di una valida cornice conoscitiva (*Dati interni – Desk research - Focus Group – Interviste in profondità*)

LA PERIODICITA' DI RILEVAZIONE

- ⇒ Le indagini sul TPL hanno i loro “tempi” : stagionalità, giorni della settimana, fascia oraria, (*Scelta del quando – Periodi analoghi*) ma non “sempre”.



Qualità Percepita: Come rilevarla

L'UNIVERSO DI RIFERIMENTO

- ⇒ L'universo di riferimento è strettamente legato al target di indagine individuato: chiamiamo infatti universo la totalità di soggetti che interessano ai fini dello studio (*Ampiezza – Struttura*)

LA SCELTA DEL TARGET

- ⇒ Ogni gruppo, ogni cliente - utente ha un suo valore (*Utilizzatori/non – Frequenza d'uso – Sottogruppi d'interesse*)

IL CAMPIONE

- ⇒ Le indagini di qualità percepita sono in genere indagini campionarie, ossia indagini rivolte ad una parte dell'universo. Spesso abbinate ad indagine sulla mobilità (*Ampiezza: strati - liste - servizi - margine di errore - matrice - budget*).



Qualità Percepita: Come rilevarla

LE MODALITA' DI RILEVAZIONE

- ⇒ **Esistono diverse modalità di rilevazione, tutte valide ma adatte a diverse situazioni** (*Face to Face - Telefonica - Via Web - Mista*)

LO STRUMENTO

- ⇒ **Un questionario corretto permette di avere una informazione più veritiera** (*Successione argomenti - Terminologia - Scale - Durata - Pre-test*)

INTERVISTATORE E INTERVISTATO

- ⇒ **La professionalità e valutatività dell'intervistatore è un valore** (*controllore vs controllato*)

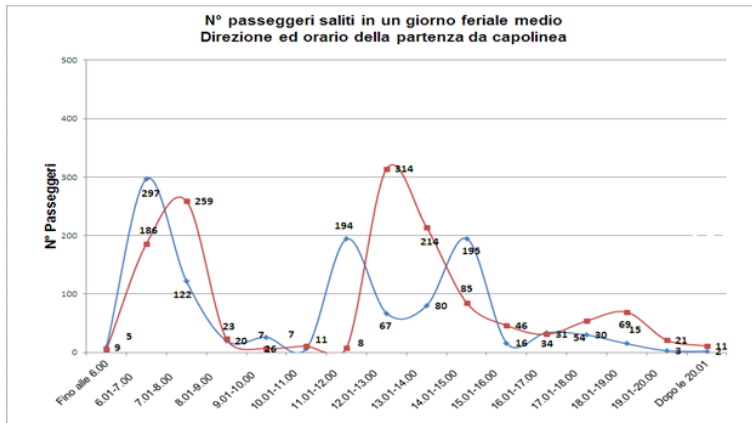
ELABORAZIONE DEI DATI E BENCHMARKING

- ⇒ **Tramite:** % soddisfatti - Voti medi - Livelli d'importanza - Analisi di Gap - Mappe - Trend.



Indagini di carico:

Carico di linea



Ricerche finalizzate a rilevare carico di linea nel complesso, per direzione di marcia, corsa, fermata, tipologia di giorno

Matrice Origine / Destinazione



TOP RELAZIONI PROVINCIALI

TOP RELAZIONI COMUNALI

TOP RELAZIONI INTERCOMUNALI

Indagini finalizzate alla determinazione delle esigenze di mobilità sul TPI e nel complesso, del titolo di viaggio, del profilo dell'utenza



Indagini di carico: Come rilevarla

Una buona indagine richiede più di quanto sembri

L'UNIVERSO DI RIFERIMENTO

SET D'INFORMAZIONI NECESSARIE

IL CAMPIONE

LA PERIODICITA' DI RILEVAZIONE

LE MODALITA' DI RILEVAZIONE

LO STRUMENTO

CONTROLLO QUALITA' DATI

ELABORAZIONE DEI DATI E BENCHMARKING



Indagini di carico: Come rilevarla

L'UNIVERSO DI RIFERIMENTO

- ⇒ Da definirsi in modo chiaro: *gestori, servizio, tipologia di giorno, fascia oraria.*
- ⇒ *Quantificare e qualificare (Conteggio ed interviste)*

Informazioni indispensabili

- ⇒ Set d'informazioni indispensabili (*universo corse, dettaglio fermate, turni macchina/uomo, sovrapposizioni di servizio, tipologia di mezzi, titoli di viaggio valevoli*)

IL CAMPIONE

- ⇒ Le indagini di carico sono in genere indagini campionarie rappresentative dell'universo anche per fascia oraria (*ampiezza vs budget*).
Campione condiviso.

LA PERIODICITA' DI RILEVAZIONE

- ⇒ Le indagini sul TPL hanno i loro “tempi”



Indagini di carico: Come rilevarla

LE MODALITA' DI RILEVAZIONE

- ⇒ Conteggio con apparecchiature batticolpo ed interviste personali a bordo dei mezzi

GLI STRUMENTI

- ⇒ Schede conteggio ad hoc per singola corsa e questionario semistrutturato (*durata*)

CONTROLLI QUALITA'

- ⇒ Set di articolati controlli per coerenze interne ad ogni singola indagine e tra le due indagini (*durata*)

ELABORAZIONE DEI DATI

- ⇒ Universo del trasportato tramite criteri di ponderazione e definizione della matrice O/D complessiva – Profilo utenza.



La Qualità Erogata



Qualità Erogata: Come rilevare la Qualità Erogata?

Anche il monitoraggio della qualità erogata richiede un processo articolato

GLI OBIETTIVI

L'UNIVERSO E IL CAMPIONE

LA PERIODICITA' DI RILEVAZIONE

LE MODALITA' DI RILEVAZIONE

LO STRUMENTO

ELABORAZIONE DEI DATI E BENCHMARKING



Qualità Erogata: Come rilevare la Qualità Erogata?

GLI OBIETTIVI

- ⇒ **Devono essere chiari, condivisi e riferibili a standard oggettivi di verifica**
(Individuazione delle componenti - Finalità della verifica - Disponibilità / possibilità di definizione dei parametri di valutazione)

L'UNIVERSO E IL CAMPIONE

- ⇒ **Le indagini di qualità erogata dovrebbero tendere all'universo di riferimento anche tramite campioni trimestrali/quadrimestrali**

LA PERIODICITA' DI RILEVAZIONE

- ⇒ **L'importanza della continuità nelle indagini di qualità erogata** *(Regolarità e continuità per avere certezza ed intervenire in tempo)*



Qualità Erogata: Come rilevare la Qualità Erogata?

LE MODALITA' DI RILEVAZIONE

- ⇒ La rilevazione della qualità erogata è caratterizzata da osservazioni oggettive del servizio, per verificare la sua corrispondenza rispetto a parametri stabiliti (*Audit – Osservazione diretta – Mystery client*)



Tutte le tecniche di rilevazione si caratterizzano per l'utilizzo di *precisi criteri di verifica prestabiliti, massima obiettività di giudizio, osservazione con ottica dell'utente.*

LO STRUMENTO

- ⇒ Le informazioni di valutazione della qualità erogata vengono registrate su apposite schede (*Completezza e Organizzazione delle informazioni - Scale di valutazione*)

ELABORAZIONE DEI DATI E BENCHMARKING

- ⇒ Il livello di qualità erogata è considerato un elemento costitutivo del servizio (*Data base aziendali - Scostamento rispetto a standard stabiliti - Confronti company/customer oriented – benchmarking tra servizi*)



Alcune esperienze concrete (1)

Monitoraggio della qualità erogata e dell'esercizio dei servizi di TPL del Comune di Roma

Obiettivi dello studio:

verifica degli standard quantitativi e/o qualitativi dei diversi gestori del TPL cittadino mediante:

- monitoraggi presso le metropolitane gestite da ATAC
- monitoraggi presso strutture di superficie e autobus gestiti da ATAC
- attività di monitoraggio presso le vetture della società RomaTPL.

Modalità di rilevazione:

Osservazioni dirette a bordo dei mezzi, alle fermate/capolinea, nelle stazioni metro

Strumento di rilevazione:

Schede di registrazione ad hoc per ogni monitoraggio

Periodicità:

Rilevazione a cadenza mensile

Attività

Rilievi in metropolitana:

- Rilievo degli apparati/dotazioni delle stazioni
- Rilievi sulla pulizia dei treni
- Rilievi su apparati dei treni
- Passaggi treno

Rilievi linee – strutture ATAC:

- Rilievo sugli apparati/dotazioni a bordo delle vetture
- Rilievi sulle infrastrutture di capolinea
- Rilievi sulle infrastrutture di linea e aree di fermata

Rilievi linee Roma TPL:

- Rilievo sugli apparati/dotazioni a bordo delle vetture



Alcune esperienze concrete (1)

Monitoraggio della qualità erogata e dell'esercizio dei servizi di TPL del Comune di Roma

Dettaglio rilievi in metropolitana:

	Linea	N° stazioni - N° treni	N° rilievi mese	Apparati/Dotazioni/ Aspetto oggetto di verifica	Valutazione
Rilievi apparti/dotazioni delle stazioni	A / B	28 / 28 stazioni	2 / 2	Ascensori	Funzionamento
				Scale / Tappeti mobili	Funzionamento
				Lampade	Accese/Spente
				Obliteratrici CSC	Livello funzionamento
				Display a messaggio variabile	Funzionamento
				Display a messaggio fisso	Accese/Spente
				Pannelli luminosi	Accese/Spente
				Diffusione sonora	Funzionamento
				Cestini rifiuti	Integrità
				Bagni	Funzionamento
				Graffiti	Presenza
				Meb	Funzionamento
				Condizioni di trasporto	Integrità
				Mappe della città	Integrità
				Impianti elettromeccanici	Funzionamento
Rilievi sulla pulizia dei treni	A / B	10 / 8 Treni	2 / 2	Pulizia vetture tutti i convogli	Scala di valutazione
Rilievi apparti/dotazioni di bordo	A / B	26 / 19 Treni	2 / 2	Annunciatore di fermata	Udibile
				Tabelle indicatrici itinerari	Integrità
				Tabelle indicatrici avvisi al	Integrità
				Portine	Funzionamento
				Lampade	Accese/Spente
Passaggi treno	A / B	Tutti i treni nell'arco di 3 ore/ 3 ore	2 / 2	Data e Stazione	
				Numero treno	
				Ora di arrivo/transito/partenza	
				Saliti e/o Discesi	



Alcune esperienze concrete (2)

Mystery Client per un gestore di TPL

Obiettivi dello studio:

Verifica efficienza /qualità dei servizi d'informazione

- Sportello al pubblico
- Call Center
- Servizio reclami

rispetto a:

- ✓ *livello di servizio*
- ✓ *informazioni alla clientela*
- ✓ *aspetti relazionali e comportamentali*
- ✓ *efficienza del servizio "risposta" reclami.*



Criticità

RICREARE SITUAZIONE SIMILE ALLA REALTÀ

Attenzione:

- fascia oraria – giorni rilievo
- n°visite/telefonate/invii
- tipologia domande/reclami
- rotazione intervistatori
- intervistatori "locali"

Sportello al pubblico

- 20 punti – 2/6 viste a punto – tot 63
- Osservazione diretta
- Persone sempre diverse
- Inizio/fine servizio/cambio turno
- Domande diverse (lista verificata)
- 12/14 giorni field

Call Center

- 100 telefonate diversi argomenti
- Contatto telefonico
- Persone VE (locali) e RM (turisti)
- Tel. Distribuite nella giornata
- Domande diverse (lista verificata)
- 10/12 giorni feriali/festivi

Servizio reclami

- 50 reclami
- Sportello/Call Center/Posta/Mail in modo proporzionale alla realtà
- Persone diverse – registrate
- "Controllo" argomenti
- Diario reclami per verifica interna processo lavorazione



Alcune esperienze concrete (2)

Mystery Client per un gestore di TPL

Aree d'indagine

Sportello al pubblico	Call Center	Servizio reclami
Visibilità/riconoscibilità del punto	Tempi necessari per entrare in contatto con l'operatore	Lista domande con relative risposte
Stato delle strutture interne/esterne (pulizia e confort)	Saluto iniziale	Facilità di invio (mail)
Numero operatori/sportelli attivi	Tono utilizzato nella conversazione con il cliente	Modalità gestione reclamo (Call Center)
Tempi di attesa (in fila e allo sportello)	Completezza dell'informazione fornita	Disponibilità materiale per reclamo (sportello)
Presenza di materiale informativo (quantità/qualità/ dispenser)	Gentilezza nel rispondere ad ulteriori richieste di spiegazione	Tempi invio risposta
Presenza e visibilità dei contenitori per i reclami	Saluto di commiato	Analisi delle risposte
Qualità della risposta alle domande sul servizio	Capacità di fornire informazioni in lingua	
	Tempi complessivi del contatto telefonico	



Alcune esperienze concrete (3)

Mistery Client sul servizio Taxi - Roma

Obiettivi dello studio:

- Verifica della qualità erogata dalle diverse società di radiotaxi

Rispetto a:

- ✓ *Richiesta vettura*
- ✓ *Tempi di attesa*
- ✓ *Vettura*
- ✓ *Tassista*
- ✓ *Percorso*
- ✓ *Tariffa*
- ✓ *Modalità di pagamento*



Criticità

CONFRONTO PUNTUALE TRA TUTTE LE COOPERATIVE

- Scelta dei punti di partenza in zone diverse della città
- Creazione di percorsi tipo
- Richiesta contestuale a tutti i radiotaxi
- Distribuzione delle corse nelle diverse fasce orarie

Scheda rilevazione

Richiesta vettura

Ora chiamata
Tempi risposta operatore
Attesa per assegnazione
Minuti arrivo taxi teorico
Minuti arrivo taxi reale

A bordo del mezzo

Visibilità identificativo - Tariffe
Vettura : Pulizia – Comfort
Tassista : Comportamento – Gentilezza
Percorso : tracciabilità del percorso
Tempi di arrivo

Tariffe

Tassametro a inizio corso
Tassametro a fine corsa
Modalità di pagamento

