



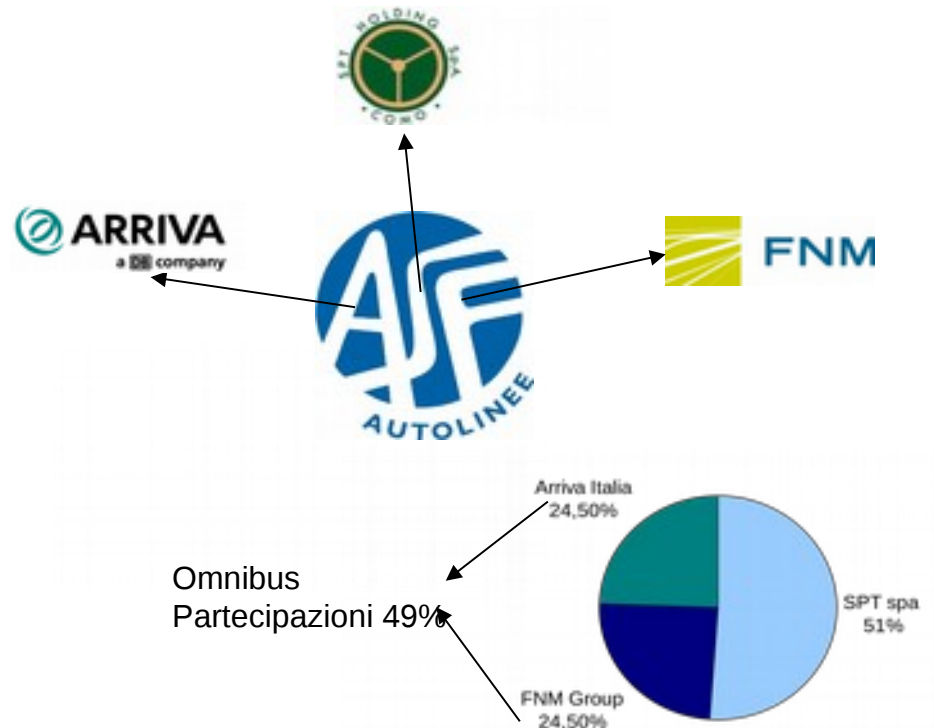
Le analisi di qualità erogata e percepita



**Annarita Polacchini
Firenze, 4 maggio 2018**

Che mestiere facciamo?

- ASF gestisce il servizio di trasporto pubblico urbano autobus di Como e 85% del servizio extraurbano della Provincia di Como
- Società a capitale misto: pubblico (51%), “privato” (49%)
- 300 autobus
- 500 dipendenti
- 44 Mln di € di fatturato
- 2700 corse/giorno feriale
- 18 Mln di passeggeri/anno
- 13 Mln di bus-km/anno





«How can I
make life
easier for my
customer?»

Jeff Bezos
Amazon founder

«I vostri clienti
più insoddisfatti
sono la vostra più
grande fonte di
apprendimento»

Bill Gates
Microsoft founder

PUTTING PEOPLE FIRST

Mettere il
cliente al
centro
dell'azienda!

ISO 13816

Coinvolgere
il proprio
personale

L'ascolto del cliente e la comprensione delle sue esigenze passano attraverso la costruzione di strumenti in grado di raccogliere le informazioni e renderle disponibili in forma analitica ed integrata attraverso cruscotti definiti in modo specifico

Customer Satisfaction



- rileva il livello di soddisfazione soggettivo dei clienti e la loro percezione sull'offerta di servizio comparandola con l'attesa che il cliente stesso avrebbe nei riguardi del frutto

Mystery client



- osserva e valuta il servizio erogato al cliente considerando, nel modo più oggettivo possibile, una serie di parametri che descrivono il percorso completo di viaggio

Cruscotto Integrato

Reclami



- raccoglie le richieste, le osservazioni dei clienti e le mappature le «sensazioni» di coloro i quali hanno interagito con l'organizzazione

Stakeholder



- Verifica l'atteggiamento e la valutazione dell'azienda raccogliendo i pareri dei principali portatori di interesse che operano sul territorio

Analisi comparativa

Fonte	Misurazione	Soggetto	Tipologia	Confronto
Programmato	Dati di progetto o di controllo	ASF	Oggettiva	Valore
Erogato	Mystery Client	Rilevatori	Quanto più oggettiva	Valore
Percepito	Customer Satisfaction	Cliente	Soggettiva	Soddisfatti Non soddisfatti
Reclami	Raccolta	Cliente	Soggettiva	Non soddisfatti
Percepito	Intervista stakeholders	Istituzioni e portatori interessi	Soggettiva	qualitativo

ISO UNI 13816 : Schema di associazione Norma con indagini, rilevazioni dirette e reclami

LIVELLO 1	LIVELLO 2	LIVELLO 3	Customer Satisfaction	Mystery Client	Misure Dirette	Reclami
1. DISPONIBILITA'	1.1 Escutezza	1.1.1 distanza dal punto di partenza	CONCORDIA DI FERMATE E COLLEGAMENTI		dimensione della rete di bus	
	1.2 Rete	1.1.2 necessità di trasbordo	CONCORDIA DI FERMATE E COLLEGAMENTI		distanza media fra fermate	
		1.2.1 area servita	LIVELLO D'INTEGRAZIONE MODULI		popolazione servita	Comodità e rispetto delle comodienze
	1.3 operatività	1.2.2 frequenza	FREQUENZA DELLE CORRE		orario di inizio e fine servizio	
	1.4 adeguatazza	1.2.3 fattore di carico del veicolo	ATTOLLAMENTO DEI VEICOLI	Facilità di movimento	N. passeggeri medio/giorno	Frequenza delle corse
2. ACCESSIBILITA'	2.1 Interfaccia esterna	2.1.1 per disabili	CONCORDIA DI FERMATE E COLLEGAMENTI	Accessibilità	Indice di compatibilità (ADP, media)	
		2.1.2 per ospiti		Visibilità	% informazioni passeggeri	
		2.1.3 per utenti non disabili			% utenti che dichiarano di intercambiare con l'AT	
		2.1.4 per utenti di veicoli privati			% utenti che dichiarano di intercambiare con l'AT	
	2.2 Interfaccia interna	2.2.1 accessibilità	FACILITA' DI SALITA SUI VEICOLI	Accessibilità a bordo per disabili	% mezzi con pianale ribassato/AT	Servizi per disabili a bordo
3. INFORMAZIONI		2.2.2 informazione interna	AVV. Discesa - FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Disponibilità di attrezzature per disabili	% mezzi con pedana ribassata	Servizi per disabili a bordo
		2.2.3 comodità di attesa	AVV. Discesa - STATO DEI VEICOLI	Accessibilità a bordo per disabili	% mezzi con pedana ribassata	
		2.2.4 comodità di trasporto pubblico di passeggeri	CONCORDIA DI FERMATE E COLLEGAMENTI		N. corse con comodità intermediale	Comodità e rispetto delle comodienze
		2.2.5 sicurezza nella rete	CAPELLANITA' DELLA RETE D'INTEGRAZIONE		N. rivendite	
	3.1 disponibilità logistica	2.2.6 sicurezza fuori rete	FACILITA' DI RISPONDERE DEI BIGLIETTI ASSICURAZIONE	Presenza della smistamento automatico nell' servizio		Facilità reperimento titoli di viaggio
4. INFORMAZIONI		2.2.7 comodità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza della smistamento automatico nell' servizio	modalità alternative di acquisto dei titoli	
		2.2.8 disponibilità	FACILITA' DI RISPONDERE INFORMAZIONI	Funzionamento della macchina casalinga	modalità alternative di comodità per titoli	Funzionamento dispositivi a bordo
		2.2.9 disponibilità	DISPONIBILITA' DELLE INFORMAZIONI ALLE FERMATE		servizi punti informazione	Facilità reperimento informazioni
		2.2.10 disponibilità	DISPONIBILITA' DELLE INFORMAZIONI SUI VEICOLI	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	presenza di informazioni alle fermate	Disponibilità delle informazioni alle fermate
	4.1 informazioni generali	2.2.11 disponibilità	DISPONIBILITA' DELLE INFORMAZIONI SUI VEICOLI	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	spieghe di punti di informazione	Disponibilità delle informazioni sui mezzi
5. INFORMAZIONI		2.2.12 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% veicoli con piano fermate a bordo	
		2.2.13 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% veicoli con AT	
		2.2.14 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% veicoli senza AT	
		2.2.15 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% veicoli con piano	
	5.1 informazioni di viaggio	2.2.16 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% veicoli con cartelli indicativi	Respetto dei percorsi
6. INFORMAZIONI		2.2.17 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% fermate con piano	
		2.2.18 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% fermate con cartelli indicativi	
		2.2.19 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% fermate con indicazioni linee	
		2.2.20 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% servizio di fermate orari distribuiti	
	6.1 informazioni di viaggio	2.2.21 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% piano con orari	
7. INFORMAZIONI		2.2.22 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	% fermate con tempo di attesa in tempo reale	Informazioni orari e servizi
		2.2.23 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo	informazioni altri modi in tempo reale	
		2.2.24 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo		
		2.2.25 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo		
	7.1 informazioni di viaggio	2.2.26 disponibilità	FUNZIONAMENTO DEI DISPOSITIVI A BORDO	Presenza di materiali pubblicitari di bordo		

METODOLOGIA - Indicatori e lettura cruscotto

- ✓ Gli aspetti oggetto di analisi (item) sono stati ricondotti a **cinque** indicatori di livello di servizio, trasversali ai diversi strumenti

a. Esperienza di viaggio

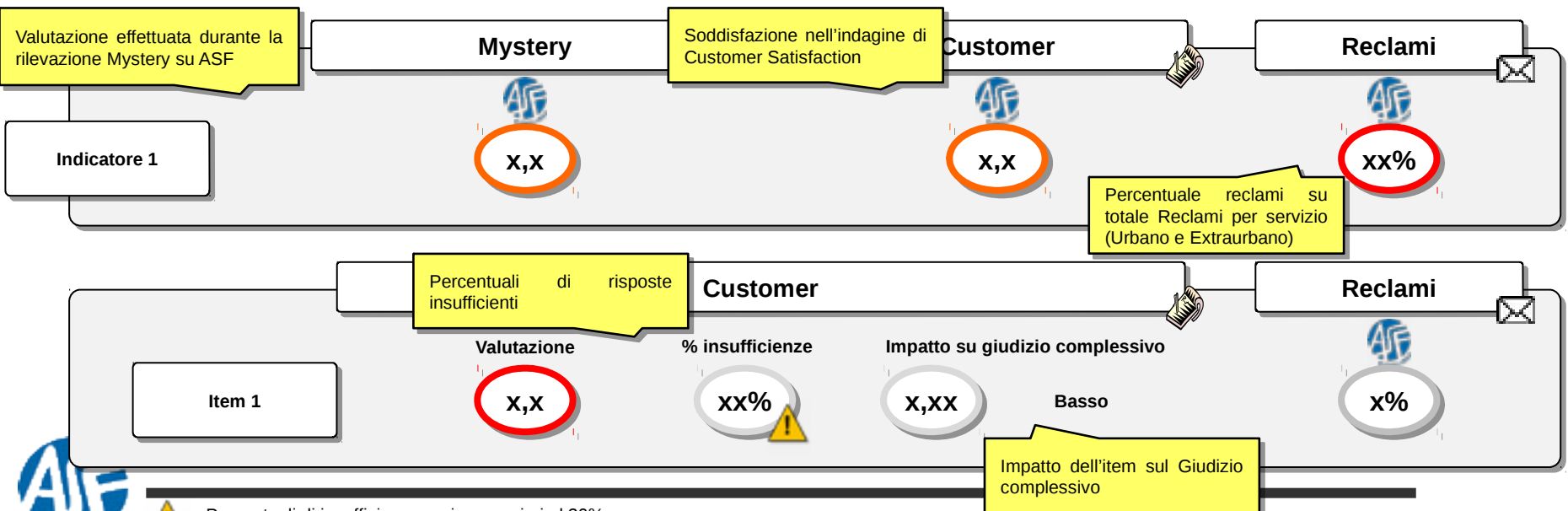
c. Fermate

e. Comunicazione e informazione

b. Personale

- ✓ Per dare un'ulteriore lettura dei dati, l'analisi oltre che sugli indicatori è stata effettuata sui macro item che li compongono

ESEMPLIFICATIVO



Scale di valutazione

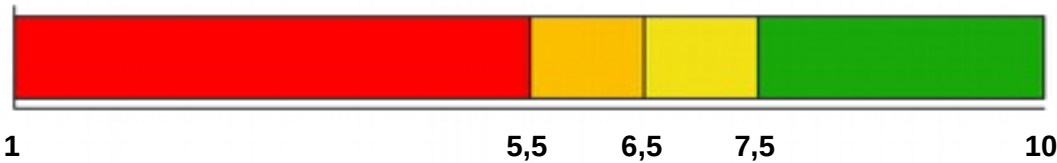
✓ Gli strumenti che compongono il cruscotto utilizzano scale differenti

- Mystery Client: scala 1 – 10 (dalla presente indagine)
- Customer Satisfaction: scala 1-10
- Reclami: scala 0%-100%

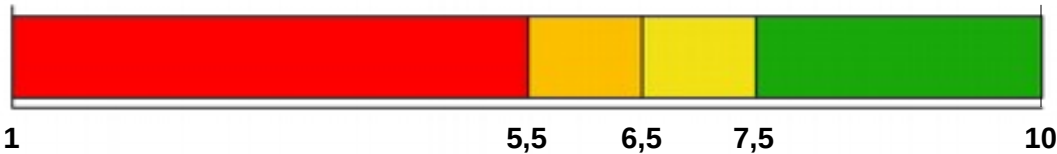
Scala di valutazione



Mystery Client



Customer Satisfaction



Reclami

✓ Calcolati in percentuale sul totale ricevuti per servizio:

- Urbano
- Extraurbano

% superiore al 15% %

ESEMPIO - Comparazione Mystery - C.S. - Reclami

Urbano

	Mystery 2017 	C.S. nov 2017 	Reclami 2017 
Esperienza di viaggio	9,0	6,3	41%
Personale	8,3	7,4	17%
Fermate	7,4	6,8	3%
Stato generale veicoli	8,7	6,7	4%
Comunicazione e informazione	8,1	7,2	0%
Altri item Customer *	-	6,9	35%

Analisi a matrice

CS MY	Non accettabile	Accettabile
Non accettabile	Pianificazione di un intervento prioritario	Prevedere un'azione di priorità 2
Accettabile	Azione di comunicazione	-

redami		<15%	>15%
MY	CS		
Non accettabile	Non accettabile	Pianificazione di un intervento prioritario e potenziare ascolto	Pianificazione di un intervento prioritario
Non accettabile	Accettabile	Prevedere un'azione di priorità 2	analisi approfondita redami e azione prioritaria (1 o 2)
Accettabile	Non accettabile	Potenziare ascolto e Azione di comunicazione	analisi approfondita redami e azione prioritaria (1 o 2)

Perché certificare il servizio ai sensi della UNI EN 13816

1. **Porre il cliente al centro del servizio** anche e soprattutto nella mentalità dei nostri dipendenti
2. **Rendere misurabili ed evidenti i miglioramenti del servizio** (anno su anno) grazie agli interventi messi in atto
3. Agire da leva per un **continuo miglioramento aziendale**
4. Definire gli **interventi prioritari** per l'anno successivo in maniera da massimizzare l'efficacia
5. **Promuovere la linea e/o il servizio** nei riguardi del cliente
6. **Dare riconoscibilità della qualità del servizio** erogato ai propri clienti
7. **Dare un vantaggio competitivo all'azienda**

**Trasportare persone e dare loro
una positiva esperienza di viaggio
non è solo un obbligo ma la ragione per la quale operiamo**