

Customer satisfaction

L'esperienza di Arriva Italia

Mario Gamba
Responsabile SGI e audit internazionali
Arriva Italia Srl

25 ottobre 2021



Arriva in Italia

Arriva Italia è uno dei principali operatori di trasporto pubblico locale in Italia. Dal 2002 è presente nel mercato italiano, del quale detiene circa il 5%, fornendo servizi di trasporto passeggeri sia a livello urbano che interurbano principalmente nel nord Italia, oltre a servizi di collegamento con gli aeroporti di Torino e Milano.

Opera in Valle d'Aosta, nelle province di Torino, Brescia, Bergamo, Lecco e Cremona, oltre a possedere quote di maggioranza nelle società Arriva Udine e Arriva Veneto e partecipazioni di minoranza in ASF Autolinee e Trieste Trasporti.

Complessivamente, la società eroga servizi di trasporto pubblico per circa 100 milioni di bus/km annui, con 2.400 mezzi e 3.500 dipendenti totali.

Sede	Bus	Personale	Produzione (km/anno)
Provincia di Bergamo e Lecco	441	433	14,1
Provincia di Brescia	493	553	17,3
Provincia di Torino	225	305	10,2
Valle D'Aosta	105	129	4,9
Provincia e municipalità di Cremona	102	103	3,7

La Carta della Mobilità è l'applicazione nel campo dei trasporti della Carta dei Servizi.

L'adozione della Carta dei Servizi da parte degli enti erogatori di servizi pubblici, è stata prevista dalla Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 27/01/94 ("Principi sull'erogazione dei servizi pubblici"), dalla Legge 273/95 e, per le aziende di trasporto, dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 30/12/98 ("Schema generale di riferimento per la predisposizione della carta dei servizi del settore trasporti o Carta della mobilità").

In particolare, la Direttiva stabilisce che gli enti erogatori di servizi pubblici devono:

- individuare i fattori da cui dipende la qualità del servizio;
- adottare e pubblicare i relativi standard della qualità e quantità di cui assicurano il rispetto;
- predisporre programmi annuali finalizzati al progressivo miglioramento di detti standard.

La Customer Satisfaction

Tra i valori più interessanti esposti nella Carta della Mobilità, particolare rilievo meritano i risultati delle INDAGINI DI SODDISFAZIONE DEL CLIENTE.

Con cadenza periodica, viene intervistato un campione di utenti ai quali viene chiesto, per una serie di fattori rilevanti ai fini della qualità del servizio

- il giudizio in merito all'importanza di ciascun fattore
- il giudizio in merito al relativo grado di soddisfazione

Obiettivo delle indagini, non è soltanto quello di misurare il livello di soddisfazione dei clienti, ovvero di limitarsi alla fase diagnostica, ma anche di:

- rilevare costantemente l'emergere di nuove attese, aspettative ed esigenze
- capire quali siano le componenti della qualità che più direttamente influenzano la soddisfazione degli utenti, al fine di fare una valutazione preventiva per la corretta allocazione delle risorse, orientandone le priorità di impiego verso gli aspetti del servizio valutati dai clienti come più problematici.
- definire il complesso dei livelli prestazionali per le varie componenti della *customer experience* e verificare se al cliente vengono realmente garantiti tali livelli prestazionali (qualità erogata monitorata anche con la tecnica del *cliente misterioso*);
- verificare se i circuiti viziosi o virtuosi che interessano il servizio siano trasversali a tutti i bacini serviti da Arriva Italia o se vi siano a livello locale specifiche criticità o eccellenze

Il teorema delle quattro QUALITA'

6



Intervistatore:

Data: Ora:

Origine:.....

Destinazione:.....

Vettore:

- ☐ SAIA
- ☐ SIA
- ☐ Altro.....

Sesso:

☐ Maschio
☐ Femmina

Professione:

☐ Studente
☐ Lavoratore
☐ Casalinga
☐ Pensionato
☐ Altro

Luogo intervista:

- ☐ Brescia Terminal SIA
- ☐ Brescia via dei Mille
- ☐ Gardone Autostazione
- ☐ Salò p.za Dante Alighieri
- ☐ Desenzano Imbarcadero
- ☐ Vestone Autostazione
- ☐ Intervista a bordo bus

Documento di viaggio utilizzato:

- ☐ Abbonamento annuale
- ☐ Abbonamento mensile
- ☐ Abbonamento settimanale
- ☐ Biglietto di corsa semplice
- ☐ Biglietto multicorse
- ☐ Tessera regionale di libera circolazione
- ☐ Altro.....

Frequenza settimanale di utilizzo dei mezzi extraurbani:

☐ giorni/settimana ☐ uso occasionale/sporadico

Solo per gli abbonati - **Motivo di utilizzo:**

☐ Esclusivamente studio/lavoro >>>>>>>>>>>> Perché non lo utilizza per altri motivi?

☐ Anche altri motivi (commissioni, svago, ecc.)

Progettazione della c.s. – Definizione del questionario

Solo per i passeggeri delle nuove linee Slink 201 e Slink 202: "In riferimento al servizio di questa linea..." ☐ 201 ☐ 202

... quali aspetti del servizio La hanno colpita favorevolmente?

... quali invece non la soddisfano o potrebbero essere migliorati (es.: frequenza corse, cadenzamento, regolarità e caratteristiche dei mezzi, ecc.)

Grado di soddisfazione e di importanza delle componenti del servizio	Grado di soddisfazione	Livello di importanza	Componenti prioritarie
1. La condotta di guida dell'autista e la sicurezza del mezzo			
2. La sicurezza da furti e molestie durante il viaggio			
3. La frequenza/il numero delle corse			
4. La puntualità/regolarità nel rispetto degli orari alle fermate e ai capolinea			
5. Il comfort dei veicoli (climatizzazione, accesso, sedili, affollamento, ecc.)			
6. La pulizia dei veicoli			
7. La disponibilità di pedane mobili e di punti di ancoraggio per le carrozzine			
8. La disponibilità di informazioni alle fermate e ai capolinea			
9. La facilità di reperire i biglietti e gli abbonamenti (la rete di vendita)			
10. La chiarezza delle indicazioni sull'itinerario e sulla destinazione degli autobus			
11. La predisposizione di strumenti di dialogo con l'Azienda (richieste, reclami, suggerimenti, call centre, ecc.)			
12. La cortesia del personale			
13. La competenza del personale			
14a. L'attenzione all'ambiente da parte dell'Azienda			
14b. L'attenzione all'ambiente da parte dei conducenti			
Nota per la compilazione: A = molto soddisfacente/importante D = per nulla soddisfacente/importante			
B = abbastanza soddisfacente/importante E = non sa			
C = poco soddisfacente/importante			

In "Componenti prioritarie" contrassegnare con 1, 2 e 3 le prime tre componenti in ordine di importanza

VOTO COMPLESSIVO (da 1 a 10) al servizio di TRASPORTI BRESCIA NORD

Progettazione della c.s. – Aspetti operativi

Definizione di un campione statistico adeguato (es. bacino di Brescia circa 2.500 interviste corrispondente al 10% dei viaggiatori abituali giornalieri) che consente di garantire, per tutti gli indicatori analizzati, un errore statistico inferiore al $\pm 2.6\%$ con un livello di confidenza del 95%

Individuazione dei punti di rilevazione, equamente suddivisi tra il bordo mezzo e 4/5 principali stazioni o punti di interscambio e delle fasce orarie rilevanti

Scelta di un fornitore terzo qualificato, atto a garantire i necessari requisiti di imparzialità ed indipendenza.

Individuazione e mantenimento nel tempo di criteri statistici predefiniti, in grado di consentire un confronto omogeneo tra i dati raccolti.

Progettazione della c.s. – Aspetti tecnici

L'indagine, volta a verificare la qualità percepita dall'attuale clientela, analizza il servizio erogato utilizzando una batteria di 16 fattori, afferenti a differenti aspetti del servizio, rispetto ai quali l'intervistato esprime un voto in una scala di giudizio da 1 a 10, dove 1 rappresenta la minima soddisfazione e 10 la massima soddisfazione.

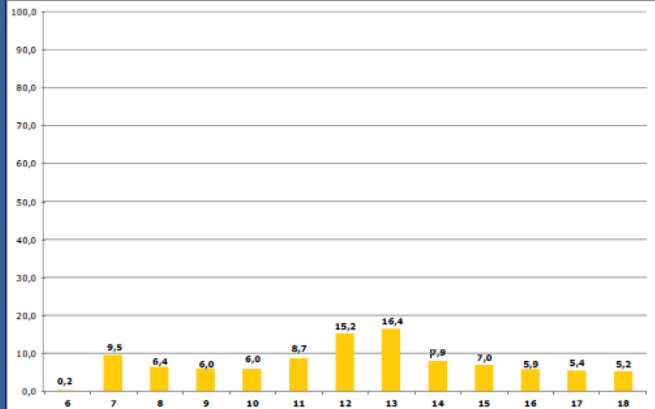
Per ogni fattore considerato viene calcolato il voto medio e la percentuale di utenti soddisfatti ovvero la percentuale di quanti hanno espresso un voto ≥ 6 , al netto di coloro i quali hanno affermato di non voler o non saper rispondere in merito ad un dato item.

Inoltre, per ciascun fattore viene calcolata la percentuale di clienti ipercritici, quanti hanno espresso un voto ≤ 4 , e di clienti entusiasti, quanti hanno espresso un voto ≥ 9 .

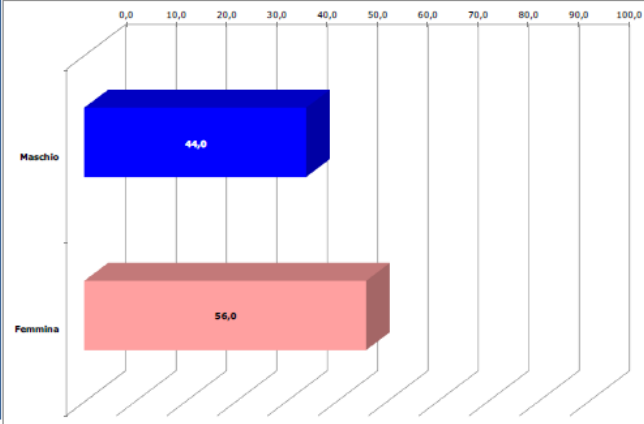
Output delle indagini di c.s. – Profilo del campione

11

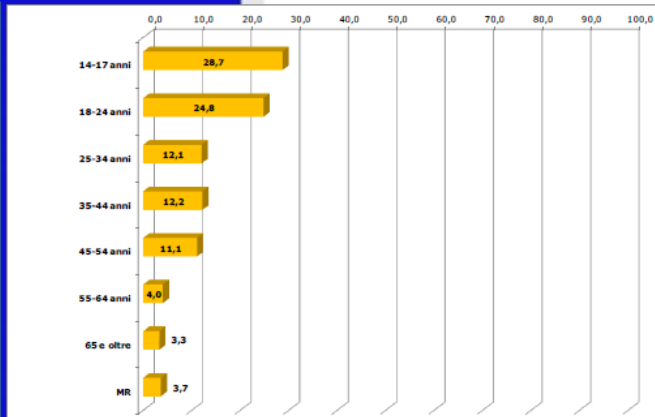
Ora intervista (%)



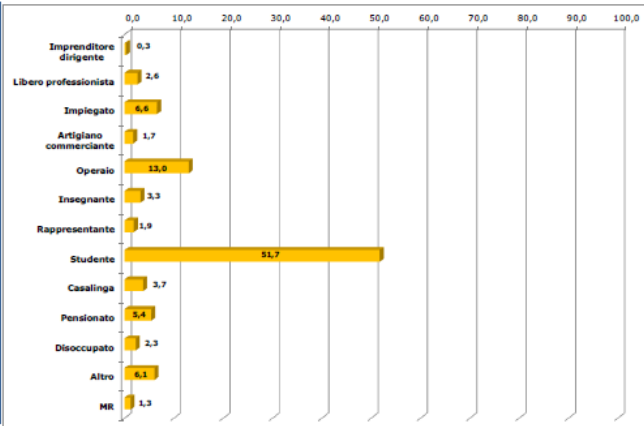
Genere (%)



Età (%)

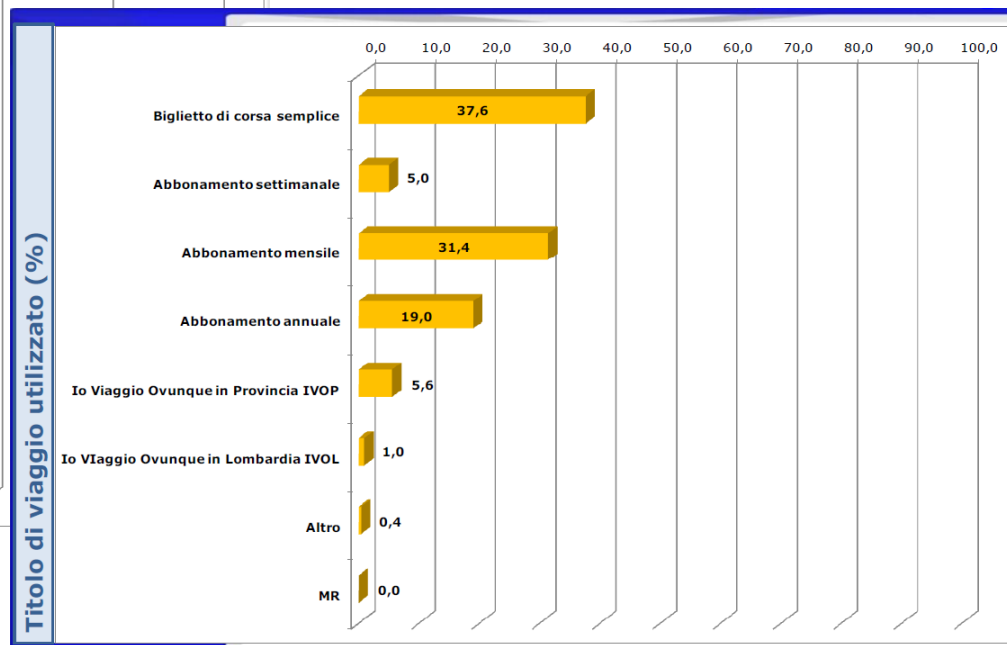
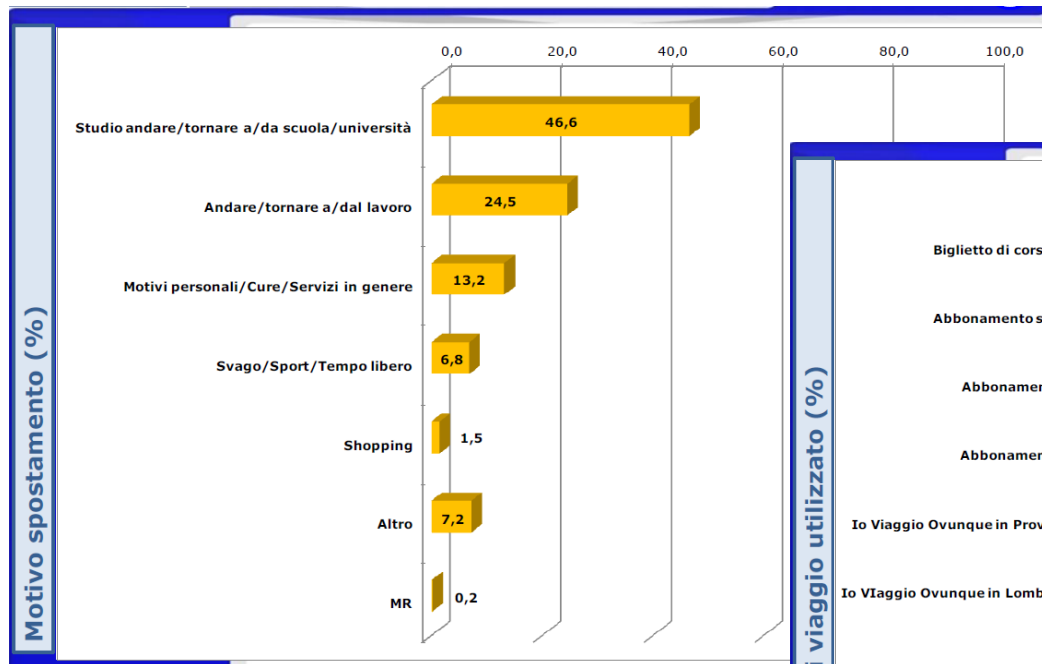


Professione (%)



Output delle indagini di c.s. – Profilo del campione

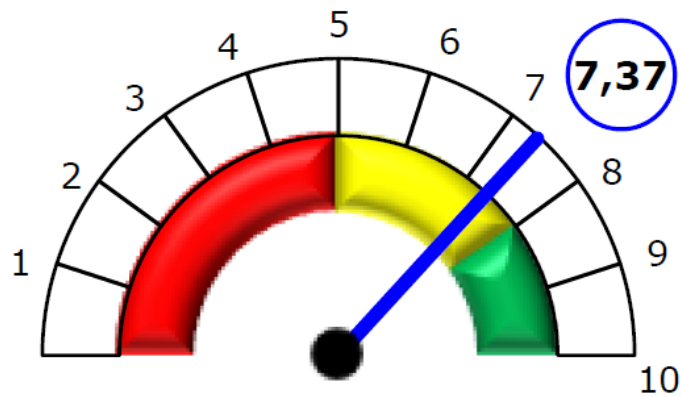
12



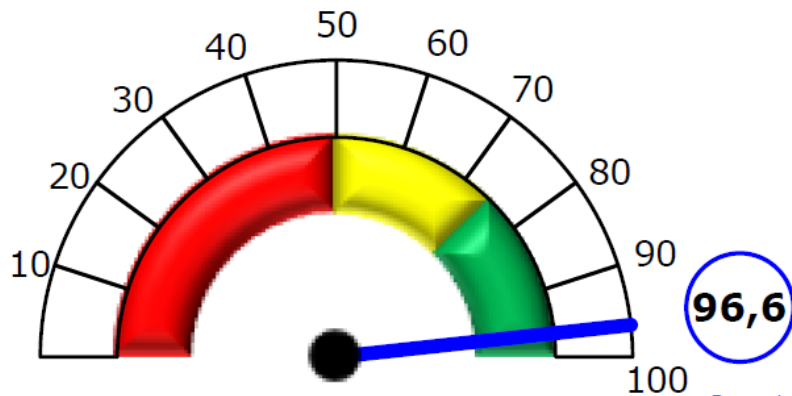
Output delle indagini di c.s. – Grado di soddisfazione

13

Voto medio



% soddisfatti



Output delle indagini di c.s. – Qualità percepita

ID	Fattore qualità	Base n.	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 9
B01	Sicurezza rispetto a furti borseggi, molestie a bordo mezzo	1.231	8,15	95,6	1,2	42,5
B02	Puntualità e regolarità del servizio	1.258	6,95	77,7	6,1	23,2
B03	Frequenza e numero delle corse	1.245	7,20	81,9	5,9	25,8
B04	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	1.257	7,43	91,8	1,7	21,1
B05	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	1.247	8,05	97,7	0,4	37,2
B06	Affollamento dei mezzi	1.248	6,78	79,5	7,1	15,1
B07	Comfort del viaggio	1.253	7,60	91,5	0,8	25,4
B08	Servizi rivolti ai pax diversamente abili a bordo mezzo	866	7,91	95,4	1,5	31,2
B09	Disponibilità informazioni in fermata	1.237	7,66	90,5	3,2	32,4
B10	Completezza e chiarezza informazioni su itinerari e destinazioni	1.230	7,53	91,5	2,9	27,1
B11	Cortesia ed educazione del personale	1.233	7,97	95,9	1,5	35,3
B12	Competenza, capacità e volontà del personale	1.240	8,22	97,7	1,0	42,7
B13	Facilità di reperimento dei titoli di viaggio	1.214	8,29	95,9	1,2	49,8
B14	Strumenti di dialogo con l'Azienda	807	7,27	88,0	5,1	20,4
B15	Attenzione all'ambiente da parte dell'Azienda, uso di mezzi a basse emissioni	795	7,32	91,4	2,6	17,0
B16	Attenzione all'ambiente da parte dei conducenti	899	7,51	91,9	1,3	20,5
B20	SERVIZIO NEL COMPLESSO	1.247	7,37	96,6	0,4	16,6

Output delle indagini di c.s. – Qualità attesa

Importanza DICHIARATA, riepilogo

ID	Fattore qualità	Base n.	Importanza DICHIARATA media	% Per nulla importante ≤ 3	% Poco importante 4+5	% Abbastanza importante 6+8	% Molto importante ≥ 9
B01	Sicurezza rispetto a furti borseggi, molestie a bordo mezzo	1.204	9,3	0,1	0,2	20,3	79,3
B02	Puntualità e regolarità del servizio	1.200	9,6	0,1	0,0	8,0	91,9
B03	Frequenza e numero delle corse	1.195	9,5	0,0	0,4	12,6	86,9
B04	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	1.196	8,9	0,3	0,4	36,7	62,5
B05	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	1.196	9,1	0,2	0,3	27,0	72,5
B06	Affollamento dei mezzi	1.185	8,9	0,3	1,2	33,7	64,8
B07	Comfort del viaggio	1.189	8,7	0,1	0,8	41,4	57,7
B08	Servizi rivolti ai pax diversamente abili a bordo mezzo	1.150	9,2	0,2	0,2	25,5	74,2
B09	Disponibilità informazioni in fermata	1.181	9,3	0,1	0,4	17,8	81,7
B10	Completezza e chiarezza informazioni su itinerari e destinazioni	1.177	9,3	0,2	0,2	19,4	80,3
B11	Cortesia ed educazione del personale	1.180	9,0	0,3	0,2	30,7	68,9
B12	Competenza, capacità e volontà del personale	1.178	9,2	0,0	0,2	22,6	77,2
B13	Facilità di reperimento dei titoli di viaggio	1.169	9,3	0,2	0,5	15,6	83,7
B14	Strumenti di dialogo con l'Azienda	1.054	8,7	0,4	1,6	39,7	58,3
B15	Attenzione all'ambiente da parte dell'Azienda, uso di mezzi a basse emissioni	1.145	9,0	0,2	0,9	32,0	67,0
B16	Attenzione all'ambiente da parte dei conducenti	1.137	9,0	0,1	0,6	32,9	66,4

Output delle indagini di c.s. – Livello di importanza

Importanza CALCOLATA, graduatoria fattori	LIVELLO IMPORTANZA	Fattore qualità	IMPORTANZA CALCOLATA
	1°	Puntualità e regolarità del servizio	29,1
	2°	Frequenza e numero delle corse	19,1
	3°	Sicurezza rispetto a furti borseggi, molestie a bordo mezzo	14,1
	4°	Disponibilità informazioni in fermata	7,2
	5°	Affollamento dei mezzi	6,9
	6°	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	5,0
	7°	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	4,1
	8°	Servizi rivolti ai pax diversamente abili a bordo mezzo	2,9
	9°	Completezza e chiarezza informazioni su itinerari e destinazioni	2,9
	10°	Facilità di reperimento dei titoli di viaggio	2,2
		ALTRI ASPETTI (6 fattori)	6,5



Output delle indagini di c.s. – Analisi dei dati

L'analisi concomitante dei risultati della Customer Satisfaction e del grado di importanza calcolata per ogni fattore consente di creare una mappa di posizionamento, Quadrant Analysis, ovvero uno strumento utile all'ottimizzazione delle strategie aziendali poiché consente di realizzare interventi ad hoc, consentendo di identificare gli elementi del servizio su cui è possibile migliorare il livello della qualità percepita.

• **I QUADRANTE: Area dei Miglioramenti**

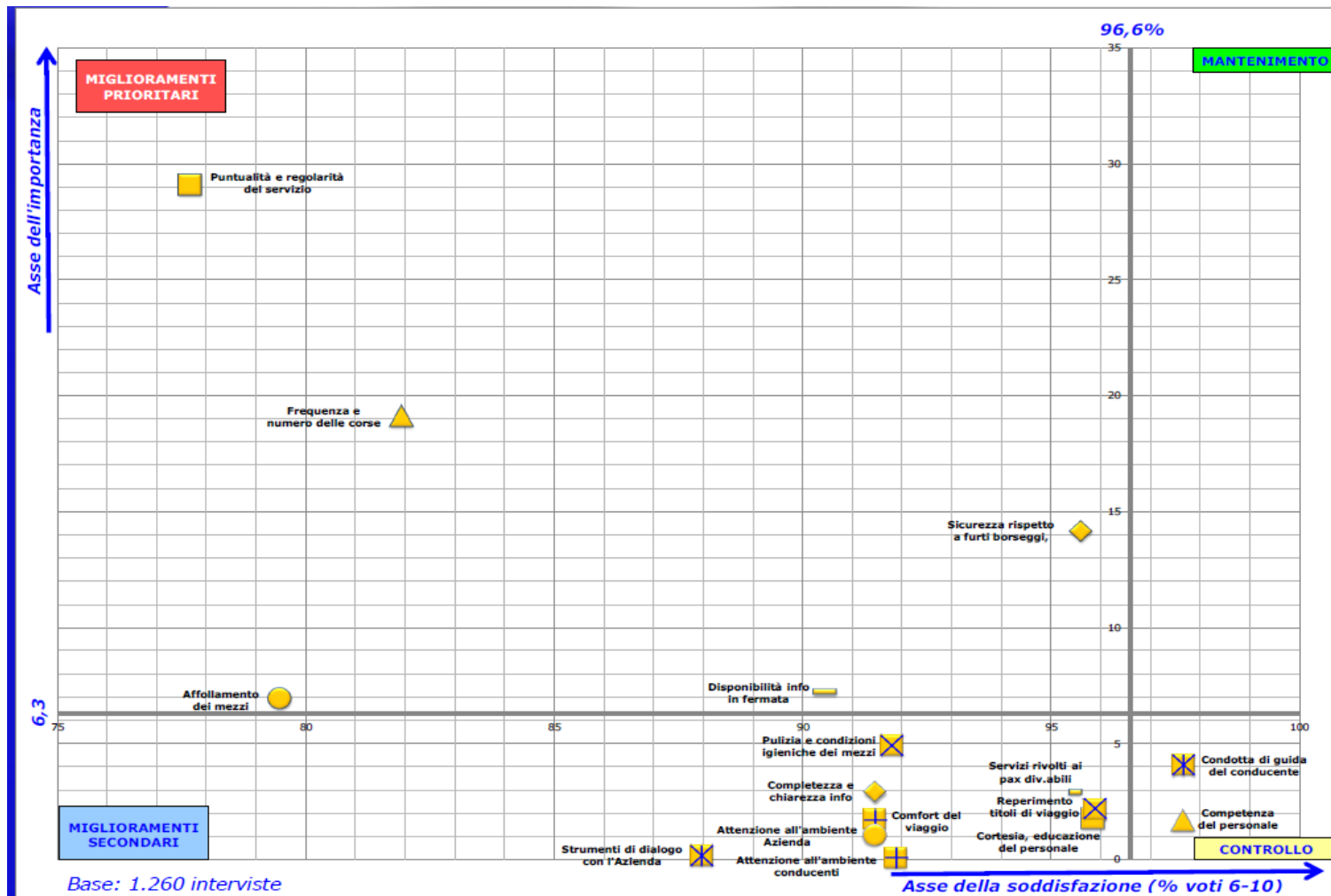
prioritari area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è superiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e la percentuale di soddisfatti è inferiore alla percentuale di soddisfatti del servizio nel suo complesso.

• **II QUADRANTE: Area Mantenimento** area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è superiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e anche la percentuale di soddisfatti è maggiore della percentuale di soddisfatti del servizio nel suo complesso.

• **III QUADRANTE: Area del Controllo** area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è inferiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e la percentuale di soddisfatti è superiore alla percentuale di soddisfatti del servizio nel suo complesso.

• **IV QUADRANTE: Area dei Miglioramenti secondari** area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è inferiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e anche la percentuale di soddisfatti è minore della percentuale di soddisfatti del servizio nel suo complesso.

Output delle indagini di c.s. – Analisi dei dati



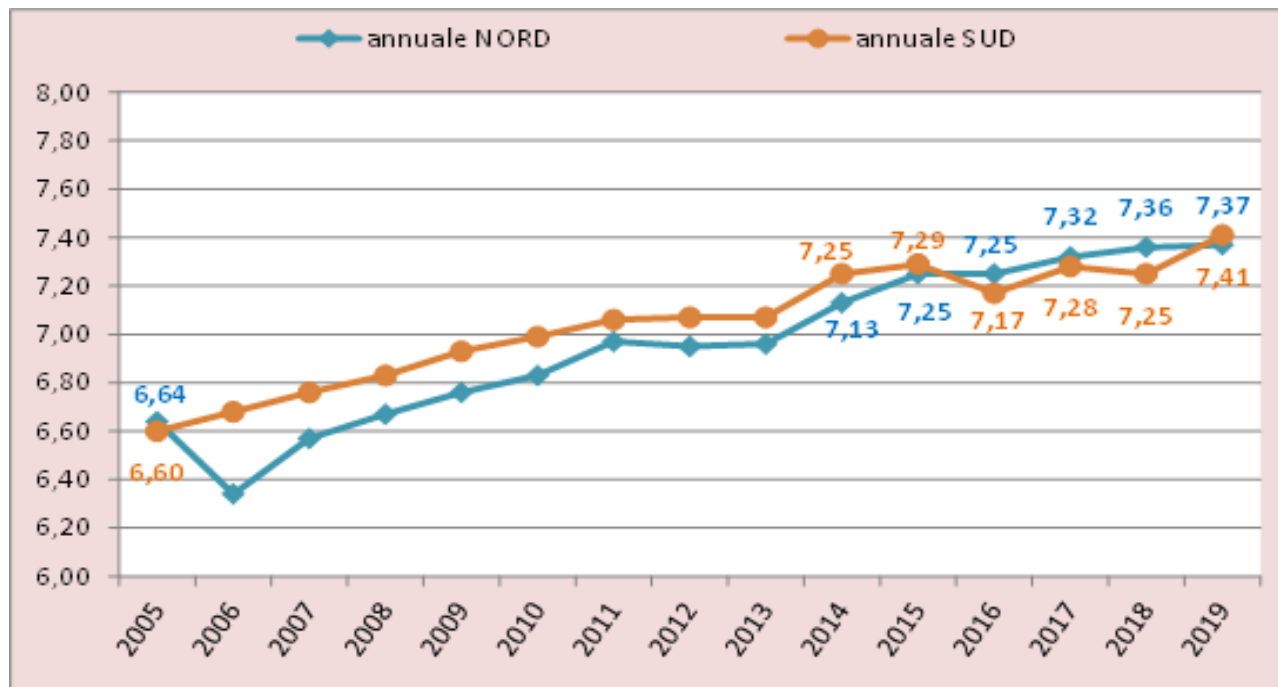
Andamento nel tempo

19

LOTTO NORD						
Item	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Condotta di guida e sicurezza	8,05	8,08	8,15	8,02	7,92	7,84
Facilità nel reperire documenti di viaggio	8,29	8,16	8,20	8,11	8,03	7,96
Competenza del personale	8,22	8,20	8,01	8,17	8,02	7,88
Sicurezza da furti e molestie	8,15	8,23	7,90	8,06	7,88	7,99
Frequenza corse	7,20	6,82	7,22	7,20	7,03	7,07
Puntualità/regolarità servizio	6,95	6,88	6,84	7,25	6,81	7,14
Confort veicoli	7,60	7,56	7,18	7,28	7,15	6,99
Disponibilità veicoli con pedane	7,91	7,58	7,53	7,14	6,83	6,67
Disponibilità informazioni a terra	7,66	7,50	7,45	7,60	7,54	7,44
Strumenti di dialogo con l'azienda	7,27	7,23	7,27	7,45	7,08	7,02
Cortesia del personale	7,97	8,00	7,80	7,80	7,75	7,56
Chiarezza delle indicazioni e informazioni	7,53	7,39	7,83	7,87	8,03	7,84
Pulizia dei mezzi	7,43	7,28	7,28	7,23	6,92	7,09
Rispetto dell'ambiente (azienda)	7,32	7,21	7,56	7,85	8,00	7,73
Rispetto dell'ambiente (comp. conducenti)	7,51	7,50	7,60	7,78	7,96	7,76
Giudizio complessivo	7,37	7,36	7,32	7,25	7,25	7,13

Andamento nel tempo

20



La norma UNI EN 13816

21

Al fine di intercettare nel miglior modo possibile le aspettative dei clienti e ridurre il divario tra la qualità erogata e la qualità percepita dai propri utenti, Arriva ha integrato i propri Sistemi di gestione con la Certificazione UNI EN 13816.

La norma specifica i requisiti per definire, raggiungere e misurare la qualità del servizio nel trasporto pubblico passeggeri e fornisce le linee guida per la scelta dei relativi metodi di misura.

Chi adotta tale standard intende identificare le aspettative implicite ed esplicite del cliente circa la qualità del servizio di trasporto pubblico erogato, così da valutarne anche la percezione ed attuare azioni di miglioramento.

In linea con le previsioni della norma, sono stati individuati diversi strumenti di valutazione, tra i quali vi è anche la c.s.; il confronto periodico tra i risultati dei differenti strumenti fornisce un quadro più esaustivo sull'effettivo standard del servizio erogato, in quanto pone a confronto diversi 'punti di vista'.

Il Mystery Client è una metodologia di verifica della soddisfazione del cliente, dell'applicazione degli standard aziendali e della qualità percepita dalla clientela.

Più tecnicamente, si tratta di *“uno strumento per valutare i servizi ed i prodotti offerti da un'azienda dal punto di vista del cliente”*.

Il team di rilevatori, selezionato e formato da fornitore terzo specializzato e indipendente, accedono ai servizi erogati dall'azienda comportandosi come un cliente qualsiasi: in tal modo possono rilevare e valutare la qualità dei servizi e il comportamento dei dipendenti, attraverso appunto “l'occhio del cliente”.

I principali aspetti monitorati sono il servizio in senso stretto (puntualità, regolarità, pulizia e dotazioni degli autobus, comportamento del personale ecc.) nonché gli altri ‘punti di contatto’ tra cliente e azienda (impianti di fermata, punti vendita, call center, reclami, sito web e app aziendale), al fine di rilevare “a tutto tondo” la customer experience.

Gli altri strumenti di analisi – Mystery client

23

Il campione consta di oltre 900 singole osservazioni.

I dati rilevati vengono riepilogati in un file excel che consente l'estrazione di ogni opportuna informazione.

Questi gli item rilevati nel 2019 sul bacino di Brescia.

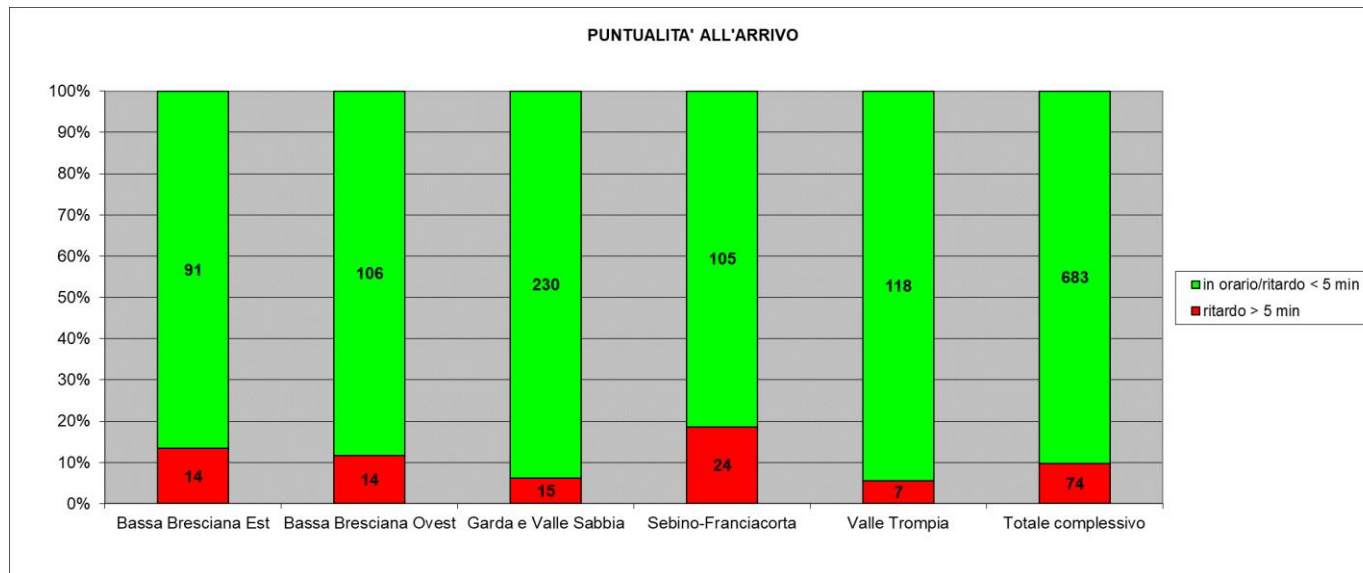


AUTISTA							
mi ha chiesto/controllato il biglietto?							
mi ha chiesto di comprare il biglietto?							
gli ho chiesto di comprare il biglietto a bordo?							
mi ha venduto il biglietto?							
obliteratrice?							
in generale ha controllato il titolo di viaggio degli altri passeggeri?							
su mia richiesta mi dato informazioni?							
in generale ha avuto con me un atteggiamento cortese e professionale?							
in generale ha avuto con altri passeggeri un atteggiamento cortese e professionale?							
ha fumato sull'autobus?							
ha usato il cellulare per rispondere a messaggi durante la guida?							
SERVIZIO							
partenza in orario	si	no	minuti anticipo	_____	minuti ritardo	_____	
arrivo in orario	si	no	minuti anticipo	_____	minuti ritardo	_____	
pulizia autobus esterna	si	no			pulizia autobus interna	si	no
riscaldamento/aria condizionata funzionano correttamente							
gli addetti indossano la divisa							
buona condotta di guida	si	no (indicare perché)					
INFORMAZIONI E RIVENDITE							
Le rivendite sono facilmente raggiungibili			si	no			
Le indicazioni per le rivendite sono immediatamente visibili			si	no			

Gli altri strumenti di analisi – Mystery client

24

Di seguito un esempio dei risultati rilevati nel 2019 sul bacino di Brescia per la voce 'puntualità all'arrivo'.



Mystery client

I dati complessivi rilevati nell'indagine.



Criteri qualità UNI EN 13816	INDAGINE MISTERY CLIENT			
	Indicatore	% di adeg. zza 2018	% di adeg. zza 2019	
7 . Sicurezza del viaggio	1	Condotta di guida	97,8%	97,4%
7 . Sicurezza del viaggio	2		-	-
1. Disponibilità	3		-	-
4. Tempo	4	Puntualità alla partenza	92,2%	99,1%
		Puntualità all'arrivo	90,2%	82,3%
6. Comfort	5	Riscaldamento/condizionamento funzionanti	98,4%	86,7%
		Apparati di bordo presenti	98,0%	99,1%
		Apparati di bordo funzionanti	99,6%	99,5%
6. Comfort	6	Pulizia esterna dell'autobus	98,2%	93,4%
		Pulizia interna dell'autobus	88,3%	92,2%
2. Accessibilità	7		-	-
3. Informazioni	8	Presenza indicatore di fermata	99,3%	100,0%
		Indicatore di fermata in ordine	98,2%	92,0%
		Orario di servizio esposto e corretto	94,8%	94,0%

Criteri qualità UNI EN 13816	INDAGINE MISTERY CLIENT			
	Indicatore	% di adeg. zza 2018	% di adeg. zza 2019	
5. Attenzione al cliente	9	Rivendita aperta	100,0%	non rilevato
		Rivendita facilmente raggiungibile	100,0%	
		Indicazioni rivendita visibili chiaramente	93,5%	
		Addetti alla vendita cortesi	94,1%	
		Informazioni fornite chiare e adeguate	84,2%	
5. Attenzione al cliente	10	-	-	
3. Informazioni	11	Il personale di bordo ha fornito informazioni	100,0%	100,0%
		Le informazioni erano chiare	88,9%	92,0%
5. Attenzione al cliente	12	Atteggiamento cortese del CONDUCENTE	98,5%	91,7%
		Atteggiamento cortese del CONTROLLORE	98,9%	91,7%
		Il conducente ha proposto l'acquisto del tdv	15,0%	94,7%
		A richiesta, il conducente ha venduto il tdv	81,8%	98,2%
		In generale, il conducente verifica i tdv	55,0%	82,3%
		Gli addetti indossano la divisa	94,3%	98,2%
		Gli addetti fumano ove è vietato	100,0%	100,0%
		Gli addetti usano il cellulare in modo scorretto	93,2%	98,2%
		Gli addetti usano il cellulare per messaggi e simili	98,3%	98,2%
		Atteggiamento professionale del CONDUCENTE	96,4%	95,9%
		Atteggiamento professionale del CONTROLLORE	98,2%	95,9%
8. Impatto ambientale	14	-	-	

Gli altri strumenti di analisi – Reclami del pubblico

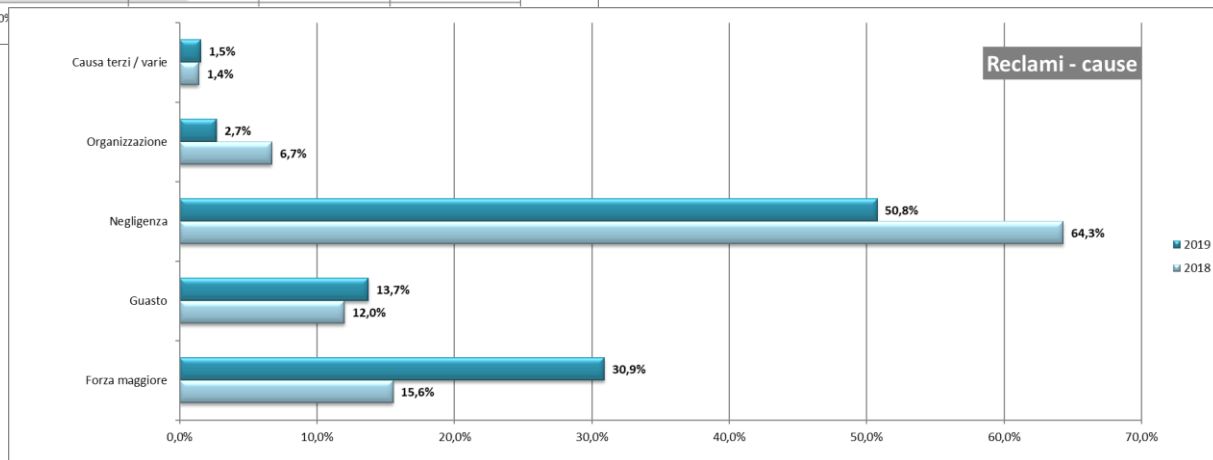
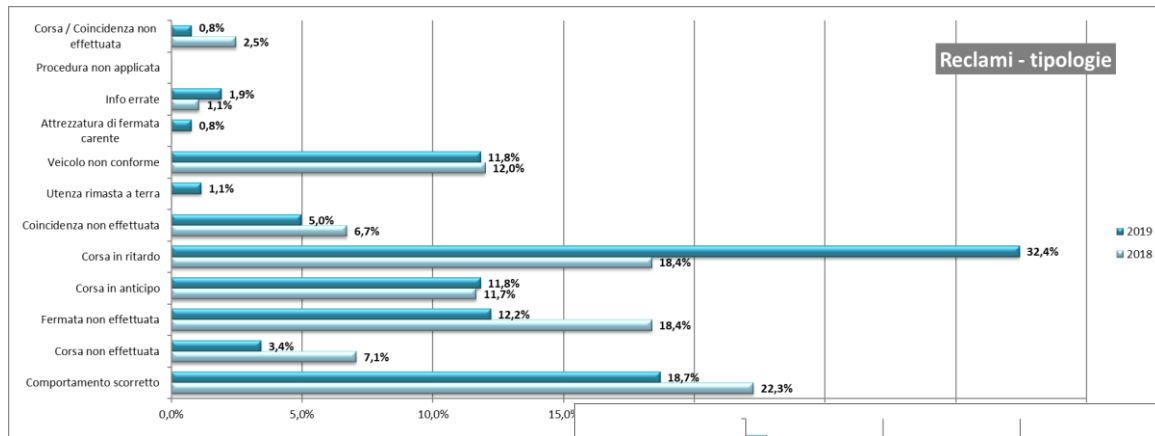
Le segnalazioni e i reclami provenienti dagli utenti o dalle altre parti interessate, vengono registrati in un apposito data base finalizzato a

- tenere sotto controllo lo stato di ogni singola posizione, in termini di esame e verifica del fatto segnalato, risposta al reclamante entro i termini previsti e attivazione quando necessario di eventuali interventi correttivi (sul servizio) o provvedimenti disciplinari (sul personale)
- elaborazione periodica di statistiche sull'andamento dei reclami per tipologia e per causa
- individuazione di eventuali azioni correttive di medio-lungo termine al fine di eliminare o ridurre le cause dei reclami

Gli altri strumenti di analisi – Reclami del pubblico

27

Di seguito, a titolo esemplificativo, l'andamento dei reclami per tipologia e causa 2018 e '19



Gli altri strumenti di analisi – Reclami del pubblico

28

Tra le cause dei reclami, si rileva come la negligenza degli addetti risulti la causa principale, seppur in notevole calo (dal 64% al 50%).

Al riguardo, sono stati evidenziati i dipendenti che sono incorsi nell'anno in più n.c. significative; per ognuno dei casi è stato svolto un ulteriore approfondimento a valle del quale, a seconda di quanto emerso, si è individuato ***un piano di intervento 'personalizzato' al fine di richiamare l'attenzione di ciascun operatore*** sugli aspetti della sua formazione risultati più carenti.

Tale programma viene tenuto in considerazione dall'area HR nella pianificazione delle successive attività formative del personale.

Gli altri strumenti di analisi – I controlli interni

Nel corso delle attività di controlleria svolte dal personale aziendale, gli operatori incaricati provvedono a registrare alcuni parametri di qualità del servizio predefiniti dalla Direzione. Tramite un apposito software disponibile sul tablet in dotazione ai controllori, gli stessi monitorano i seguenti *items* tramite semplici click (conforme o non conforme)

- *Puntualità*
- *Stile di guida*
- *Dotazione biglietti*
- *Divisa e Tesserino personale di riconoscimento*
- *Pulizia esterna del bus*
- *Pulizia interna del bus*

Gli altri strumenti di analisi – I controlli interni

30

Di seguito alcuni esempi dei risultati della rilevazione 2019 sul bacino di Brescia

(nota: la differenza a 100 è relativa a rilevi non registrati)

PUNTUALITA'

Mese	Corse controllate	Percentuale ritardi
1	919	6,24%
2	639	5,43%
3	1.063	6,30%
4	453	7,14%
5	2.138	4,66%
6	1.543	4,58%
7	1.072	7,28%
8	945	7,51%
9	1.495	5,51%
10	1.506	4,85%
11	1.246	5,48%
12	2.306	4,42%
Totale complessivo	15.325	5,46%

AUTISTA	KO	OK
Buono stile di guida	0,69%	84,94%
Divisa	2,04%	93,78%
Dotazione biglietti	0,40%	96,45%
Tesserino	5,31%	90,36%

PULIZIA	KO	OK
Pulizia esterna	10,03%	89,02%
Pulizia interna	3,21%	95,32%

Il monitoraggio della qualità del servizio

Il confronto periodico dei dati risultanti dalla raccolta delle informazioni inerenti, in generale, la *customer experience* consentono di confrontare puntualmente i differenti 'punti di vista' in merito ai principali aspetti che influiscono sulla qualità del servizio, individuando in modo più preciso le eventuali criticità sulle quali risulta opportuno attivare piani di miglioramento.

Di seguito, a titolo esemplificativo, un estratto del piano di monitoraggio del bacino di Brescia relativo all'anno 2020, con evidenziata in giallo l'area ritenuta di principale rilevanza.

Il monitoraggio della qualità del servizio

32



Arriva Brescia - PIANO MONITORAGGIO QUALITÀ DEL SERVIZIO 2020

Criteri qualità UNI EN 13816	INDAGINE CUSTOMER SATISFACTION			INDAGINE MISTERY CLIENT			INDAGINE QUALITA' ATTESA			RECLAMI			VERIFICHE CONTROLLORI			
	Indicatore di qualità precodificato	Valore 2018	Valore 2019	Indicatore	% di adeg.zza 2018	% di adeg.zza 2019	Elemento di qualità attesa	% di rilevanza 2018	% di rilevanza 2019	Tipologia	Valore 2019	Valore 2020	Tipologia	Valore 2019	Valore 2020	
7 . Sicurezza del viaggio	1	Condotta di guida conducente e sicurezza del viaggio	8,08	8,05	Condotta di guida	97,8%	97,4%	Condotta di guida conducente e sicurezza del viaggio	9,10	9,10	-	-	-	Condotta di guida conducente e sicurezza del viaggio	84,9%	77,3%
4. Tempo	4	Puntualità/regolarità a fermate/capolinea	6,88	6,95	Puntualità alla partenza	92,2%	99,1%	Puntualità/regolarità a fermate/capolinea	9,40	9,60	Fermata saltata	12,2%	19,3%	Puntualità/regolarità a fermate/capolinea	94,5%	98,7%
					Puntualità all'arrivo	90,2%	82,3%				Corsa saltata	3,4%	3,3%			
											Mancata coincidenza	5,0%	6,1%			
											Anticipo	11,8%	9,9%			
											Ritardo	32,4%	22,1%			
6. Comfort	6	Pulizia dei veicoli	7,28	7,43	Pulizia esterna dell'autobus	98,2%	93,4%	Pulizia dei veicoli	8,90	8,90	-	-	-	Pulizia esterna dell'autobus	89,1%	95,9%
					Pulizia interna dell'autobus	88,3%	92,2%							Pulizia interna dell'autobus	95,3%	96,7%

INDAGINE c.s. soglie di accettabilità	valore
aree di mantenimento	>= 6,5
aree di attenzione	>=6,0<6,5
aree critiche	<6,0

INDAGINE MISTERY CLIENT soglie di accettabilità	%
aree di mantenimento	>= 85
aree di attenzione	>=75<85
aree critiche	<75

