



Istituto Piepoli



CUSTOMER SATISFACTION AUDIT 2011 ACQUE S.p.A.

INDAGINE SERVIZIO IDRICO
ACEA ATO 2 - BASSO VALDARNO

AFFARI ISTITUZIONALI E REGOLAMENTARI

RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA E RAPPORTI CON LE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI

INDICE

Il processo di Customer Satisfaction nel Gruppo Acea	pag. 3
PARTE PRIMA – Executive summary	pag. 8
PARTE SECONDA – La rilevazione della Customer Satisfaction	pag. 12
PARTE TERZA– Altri temi rilevanti	pag. 82
- La Società fornitrice del servizio e le tariffe	pag. 83
- La qualità e l'uso dell'acqua	pag. 86
- La bolletta	pag. 93
-La bolletta via mail	pag. 95
-Lo sportello Punto Acque	pag. 104
- Il sito Internet	pag. 113
- Lo sportello online	pag. 122
- La comunicazione dell'azienda	pag. 136
PARTE QUARTA – Call Back Numero Verde Commerciale	pag. 139
PARTE QUINTA – Call Back Sportello	pag. 152
PARTE SESTA – Call Back Segnalazione Guasti	pag. 166
PARTE SETTIMA – Call Back Sportello Punto Acque	pag. 170
ALLEGATI - Questionari	pag. 180



Istituto Piepoli



2

IL PROCESSO DI CUSTOMER SATISFACTION NEL GRUPPO ACEA

Il Gruppo Acea è impegnato sin dal 1996 in un processo di ascolto dei propri clienti, attraverso rilevazioni periodiche di customer satisfaction volte a misurare il grado di soddisfazione della clientela rispetto ai servizi erogati e ai prodotti commerciali offerti dalle società del Gruppo.

Coerentemente con l'ampliamento dei business, il Gruppo ha ritenuto opportuno estendere le rilevazioni alle società progressivamente acquisite.

Nel corso del 2010 sono state effettuate due rilevazioni semestrali che hanno previsto la somministrazione telefonica da parte dell'Istituto Piepoli di questionari strutturati a un totale di **32.000 clienti**.

Anche per il **2011** sono previste due rilevazioni semestrali, una in primavera e una in autunno. In questo documento vengono presentati i risultati del primo semestre.

Servizio elettrico			Servizio idrico							
Acea Distribuzione (Roma e Formello)	Acea Energia (mercato libero elettrico e gas)	Illuminazione Pubblica (Roma)	Acea Ato 2 Roma e Fiumicino	Acea Ato 2 Provincia di Roma	Acea Ato 5 Frosinone	Acquedotto del Fiora	Acque	Umbr Acque	Gori	Publiacqua

Affari Istituzionali e Regolamentari

Responsabilità Sociale d'Impresa e Rapporti con le Associazioni dei Consumatori

Pietro Giannotti, Silvia Fortuna, Davide de Caro, Valentina Muffatto



3

GLI OBIETTIVI DELL'INDAGINE

In linea con la politica aziendale orientata ad una gestione attenta e consapevole delle realtà idriche progressivamente acquisite, il Gruppo Acea conduce un monitoraggio della qualità percepita rispetto al servizio idrico erogato dalla società Acque, mediante un'attività di *Customer Satisfaction* mirata a rilevare il livello di soddisfazione dei clienti serviti.

L'indagine ha l'obiettivo di rilevare i seguenti aspetti:

- la soddisfazione dei clienti rispetto al servizio idrico nel complesso e ai principali fattori che lo compongono;
- la misura dei giudizi overall (complessivi) e sub-overall (parziali)
- l'individuazione delle priorità di miglioramento;
- l'uso dell'acqua
- il grado di soddisfazione rispetto ai canali di contatto aziendali (mediante indagini di call back).



4

IL CAMPIONE E LA METODOLOGIA DELL'INDAGINE

L'indagine ha previsto la somministrazione nei mesi di maggio e giugno di **1.899 interviste telefoniche, con sistema CATI**, a un campione rappresentativo dei **clienti domestici intestatari di utenza diretta**.

L'universo di riferimento è rappresentato dal totale delle utenze domestiche dirette presenti nei Comuni ricadenti nell'Ambito Territoriale Ottimale 2 – Toscana Basso Valdarno.

Le interviste sono state distribuite nel seguente modo:

- **1.011** interviste rivolte a un campione rappresentativo di **clienti domestici con utenza diretta** (indagine generale);
- **150** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno chiamato il Numero Verde commerciale** nei giorni precedenti all'intervista (call back NV commerciale);
- **154** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno chiamato il Numero Verde segnalazione guasti** nei giorni precedenti all'intervista (call back NV segnalazione guasti);
- **154** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono recati presso gli sportelli** nei giorni precedenti all'intervista (call back sportelli fisici);
- **124** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono recati allo sportello Punto Acque** (call back sportello Punto Acque);
- **151** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono registrati al servizio di sportello on line** (call back sportello online);
- **155** interviste rivolte a un campione di clienti che **usufruiscono del servizio della bolletta via mail** (call back bolletta via mail).



Istituto Piepoli



5

IL CAMPIONE E LA METODOLOGIA DELL'INDAGINE

Al fine di avere "a totale" risultati rappresentativi dell'universo di riferimento, le elaborazioni hanno previsto la ponderazione dei dati in base al peso effettivo di ciascuna zona rispetto all'universo dei **clienti domestici con utenza diretta**.

Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate sul campione "generale" di 1.011 casi è, nel caso più sfavorevole, pari a +/- 3,1 punti percentuali, al 95% di probabilità.



CLIENTI domestici	CAMPIONE NON PONDERATO 1.005 INTERVISTE	CAMPIONE PONDERATO 1.005 INTERVISTE	SUDDIVISIONE % DEL CAMPIONE
ZONA 1	169 INTERVISTE	197 INTERVISTE	20%
ZONA 2	168 INTERVISTE	80 INTERVISTE	8%
ZONA 3	168 INTERVISTE	306 INTERVISTE	30%
ZONA 4	169 INTERVISTE	213 INTERVISTE	21%
ZONA 5	168 INTERVISTE	121 INTERVISTE	12%
ZONA 6	169 INTERVISTE	94 INTERVISTE	9%

ZONA 1 → EMPOLI
 ZONA 2 → LUCCHESI
 ZONA 3 → PISA
 ZONA 4 → PONTENDERA
 ZONA 5 → VALDINIVOLE
 ZONA 6 → VALDELSA



Istituto Piepoli



6

IL PROFILO DELL'UTENZA

L'intervista è stata somministrata al capofamiglia o alla persona che si occupa maggiormente dei rapporti con il fornitore dell'acqua, ad esempio per il pagamento delle bollette, per problemi tecnici, reclami o richieste di informazioni.

Totale UNIVERSO Clienti Domestici con utenza diretta = 249.835

Totale CAMPIONE domestici = 1.011 utenti

CLIENTELA DOMESTICA - ETÀ	
Meno di 34 anni	7%
35-54 anni	29%
55-64 anni	20%
Oltre 64 anni	44%

CLIENTELA DOMESTICA - GENERE	
Maschi	30%
Femmine	70%

CLIENTELA DOMESTICA - TITOLO DI STUDIO	
Laurea	9%
Diploma superiore	29%
Diploma inferiore	29%
Licenza elementare / nessun titolo	33%

CLIENTELA DOMESTICA - OCCUPAZIONE	
Lavoratori Dipendenti	22%
Lavoratori Autonomi	8%
Casalinga	17%
Pensionato	49%
Disoccupato/in cerca di prima occupazione	2%
Altro, in condizione non professionale (studente, benestante)	2%

Parte Prima

Executive summary

Executive summary (1/3)

La rilevazione del primo semestre 2011 evidenzia un livello di soddisfazione dei clienti di Acque espresso in termini di **giudizio globale (overall)** pari a **7,4** (voto medio dei valori da 1 a 10), dato in recupero rispetto ai precedenti semestri del 2010.

In termini di CSI l'indagine del secondo semestre evidenzia i seguenti indicatori:

- **CSI SODDISFATTI pari a 90,6 (su scala 1-100);**
- **CSI INTENSITÀ DI SODDISFAZIONE pari a 7,5 (su scala 1-10).**

Analizzando i singoli fattori di soddisfazione emerge quanto segue:

RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO: il rapporto qualità/prezzo, cioè la qualità del servizio offerto rispetto alla tariffa, registra un giudizio globale pari a 6,8 (in una scala da 1 a 10), in recupero rispetto alla precedente rilevazione (6,6).

Inoltre:

- CSI SODDISFATTI pari a 83,9
- CSI INTENSITÀ DI SODDISFAZIONE pari a 6,8.

ASPETTI TECNICI: il giudizio globale (sub-overall) relativo agli aspetti tecnici del servizio resta invariato (7,6/10) rispetto al secondo semestre dell'anno 2010.

Inoltre:

- CSI SODDISFATTI: 94,0;
- CSI INTENSITÀ DI SODDISFAZIONE : 7,7.

Tutti gli aspetti che compongono il fattore in esame registrano percentuali di soddisfazione superiori al 90%. In particolare la "continuità del servizio" presenta la percentuale di soddisfatti più elevata (95%).



Executive summary (2/3)

NUMERO VERDE SEGNALAZIONE GUASTI: il giudizio globale (sub-overall) sul servizio telefonico per la segnalazione dei guasti passa da 7,8 a 7,9, confermando il trend di positivo registrato a partire dal 2009.

Inoltre:

- CSI SODDISFATTI: 93,3;
- CSI INTENSITÀ DI SODDISFAZIONE : 7,7.

Analizzando i singoli item che compongono il fattore, la "cortesia dell'operatore" e "la competenza dell'operatore" registrano i livelli di soddisfazione maggiori (rispettivamente 97% e 95%).

Esaminando la mappa delle priorità di intervento emerge che la "facilità di trovare la linea libera" e i "tempi di attesa per parlare con l'operatore" sono gli aspetti da "perfezionare".

FATTURAZIONE: il giudizio globale (sub-overall) sul servizio di fatturazione registra un netto recupero rispetto ai dati dell'anno 2010, passa cioè da 7,1 a 7,4.

Inoltre:

- CSI SODDISFATTI: 89,9;
- CSI INTENSITÀ DI SODDISFAZIONE : 7,2.

Fra gli aspetti che compongono il servizio di fatturazione la "correttezza degli importi riportanti nelle bollette" con un valore pari al 94%, si conferma l'item con la percentuale di soddisfatti più elevata.

Esaminando la mappa delle priorità di intervento emerge che la "regolarità nelle letture" e la "correttezza degli importi riportati in bolletta" sono gli aspetti da "comunicare", dal momento che sono considerati dal cliente molto importanti ma anche molto soddisfacenti.



Executive summary (3/3)

NUMERO VERDE COMMERCIALE: il giudizio globale (sub-overall) relativo al servizio telefonico numero verde commerciale passa da 7,6 della precedente rilevazione a 7,9 del primo semestre 2011.

In termini di CSI si registra inoltre:

- CSI SODDISFATTI: 93,9;
- CSI INTENSITÀ DI SODDISFAZIONE : 7,9.

Tutti gli item che compongono il fattore in esame registrano percentuali di soddisfatti superiori al 90%, ad eccezione di "facilità a trovare la linea libera" che si attesta su un valore pari al 89%.

RELAZIONE ALLO SPORTELLLO: il giudizio globale (sub-overall) relativo alla relazione allo sportello fa registrare un netto miglioramento rispetto al dato del semestre precedente (7,3), attestandosi su un valore pari a 8,0.

In termini di CSI si registra inoltre:

- CSI SODDISFATTI: 93,4;
- CSI INTENSITÀ DI SODDISFAZIONE : 7,9.

Tutti gli item che compongono il fattore registrano percentuali di soddisfazione molto elevate, superiori al 90%, ad eccezione dei "tempi di attesa per parlare con l'operatore" (89%) e "orari di apertura dello sportello" (84%).

Infine, il giudizio globale (sub-overall) sulla **qualità dell'acqua** fa rilevare un sensibile incremento, passando da 6,3 della precedente rilevazione a 6,4 .



Parte Seconda

La rilevazione della Customer Satisfaction



LA MISURAZIONE DELLA CUSTOMER SATISFACTION

L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **GIUDIZIO GLOBALE (overall)**: voto da 1 a 10 espressione del giudizio "di pancia" dell'utente ("Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornito da ACQUE, dando un voto da 1 a 10, dove 1 significa pessimo e 10 ottimo")
- **CSI**: Indice sintetico di Customer Satisfaction costruito partendo dal basso, cioè dai giudizi degli utenti sui singoli aspetti del servizio. L'indice si basa sulla percentuale di utenti soddisfatti dei singoli aspetti.

Da quest'anno il CSI si arricchisce di un'**ulteriore informazione**:

- **CSI – INTENSITÀ DELLA SODDISFAZIONE**: In questo caso l'indice si basa sul voto medio dato dagli utenti ai singoli aspetti. E' l'indice che tiene conto dell'intensità della soddisfazione o dell'insoddisfazione e permette di evidenziare eventuali criticità o ambiti di miglioramento anche qualora ci fossero livelli di soddisfazione molto alti.



LA COSTRUZIONE DEGLI INDICI /1

Gli indici utilizzati per la misurazione della Customer Satisfaction in questa indagine 2010 vengono costruiti con i seguenti procedimenti :

- **GIUDIZIO GLOBALE (overall)**: media aritmetica dei voti da 1 a 10 espressi dagli intervistati;

→ CSI SODDISFATTI

Per ogni aspetto del fattore di soddisfazione:

- prodotto tra la percentuale dei soddisfatti (% voti da 6 a 10) e voto medio di importanza (media aritmetica dei valori da 1 a 10);
- somma dei prodotti precedentemente ottenuti;
- divisione della dei somma precedentemente ottenuta per la somma del voto medio di importanza di ciascun aspetto.

Tradotto in formula (es. "aspetti tecnici"):

L'indicatore sintetico viene proposto su base 100.

$$\text{CSI SODDISFATTI} = \frac{[\%sodd_cont_Servizio \cdot \text{voto medio imp_cont_Servizio}] + [\%sodd_liv_press_acqua \cdot \text{voto medio imp_liv_press_acqua}]}{[Imp_cont_del\ servizio + Imp_liv_press_acqua.]}$$

→ CSI INTENSITA'

Per ogni aspetto del fattore di soddisfazione:

- prodotto tra voto medio di soddisfazione (media aritmetica dei valori da 1 a 10) e voto medio di importanza (media aritmetica dei valori da 1 a 10);
- somma dei prodotti precedentemente ottenuti;
- divisione della dei somma precedentemente ottenuta per la somma .del voto medio di importanza di ciascun aspetto.

Tradotto in formula (es. "aspetti tecnici"):

L'indicatore sintetico viene proposto su scala 1-10.

$$\text{CSI INTENSITA'} = \frac{[\text{voto m. sudd_cont_Servizio} \cdot \text{voto m. imp_cont_Servizio}] + [\text{voto m. sudd_liv_press_acqua} \cdot \text{voto m. imp_liv_press_acqua}]}{[Imp_cont_del\ servizio + Imp_liv_press_acqua.]}$$



LA COSTRUZIONE DEGLI INDICI /2

CUSTOMER SATISFACTION

Fattore	Giudizio globale	Aspetti	Importanza	% Soddisfatti	Voto medio soddisfazione	CSI SODDISFATTI	CSI INTENSITÀ
RAPPORTO QUALITÀ-PREZZO	Voto medio 1-10	-	-	% voti 6-10	Voto medio 1-10	= % soddisfatti	= voto medio sodd
ASPETTI TECNICI	Voto medio 1-10	<ul style="list-style-type: none"> Continuità del servizio Pressione dell'acqua 	Voto medio 1-10	% voti 6-10	Voto medio 1-10	Media ponderata fra % soddisfatti e importanza di ciascun aspetto	Media ponderata fra voto medio soddisfazione e importanza di ciascun aspetto
FATTURAZIONE	Voto medio 1-10	<ul style="list-style-type: none"> Regolarità nelle letture dei contatori Correttezza degli importi in bolletta Chiarezza e facilità di lettura della bolletta 	Voto medio 1-10	% voti 6-10	Voto medio 1-10	Media ponderata fra % soddisfatti e importanza di ciascun aspetto	Media ponderata fra voto medio soddisfazione e importanza di ciascun aspetto
RELAZIONE NV SEGNALAZIONE GUASTI	Voto medio 1-10	<ul style="list-style-type: none"> Facilità di trovare la linea libera Chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico Tempo di attesa per parlare con l'operatore Cortesìa dell'operatore Competenza dell'operatore 	Voto medio 1-10	% voti 6-10	Voto medio 1-10	Media ponderata fra % soddisfatti e importanza di ciascun aspetto	Media ponderata fra voto medio soddisfazione e importanza di ciascun aspetto
RELAZIONE NV COMMERCIALE	Voto medio 1-10	<ul style="list-style-type: none"> Tempo di attesa per parlare con l'operatore Cortesìa dell'operatore Competenza dell'operatore Facilità di trovare la linea libera Tipo di operazioni che si possono fare al telefono Chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico 	Voto medio 1-10	% voti 6-10	Voto medio 1-10	Media ponderata fra % soddisfatti e importanza di ciascun aspetto	Media ponderata fra voto medio soddisfazione e importanza di ciascun aspetto
RELAZIONE ALLO SPORTELLO	Voto medio 1-10	<ul style="list-style-type: none"> Tempo di attesa per parlare con l'operatore Cortesìa dell'operatore Competenza dell'operatore Orari di apertura dello sportello 	Voto medio 1-10	% voti 6-10	Voto medio 1-10	Media ponderata fra % soddisfatti e importanza di ciascun aspetto	Media ponderata fra voto medio soddisfazione e importanza di ciascun aspetto
CSI COMPLESSIVO	Voto medio 1-10	-	-	-	-	CSI - UTENTI SODDISFATTI	CSI - INTENSITÀ SODDISFAZ.

LA MAPPA DELLE PRIORITÀ DI INTERVENTO

Sulla base dell'indicatore di soddisfazione (la percentuale di clienti soddisfatti cioè che danno un voto da 6 a 10) e dell'importanza dei fattori di soddisfazione (rilevata su scala 1-10) vengono costruite delle mappe che aiutano a definire le caratteristiche del servizio da migliorare, al fine di aumentare la soddisfazione dei clienti. Nella mappa le priorità di intervento si collocano nei due quadranti in basso (maggiore insoddisfazione) con una sottolineatura particolare per i fattori collocati a destra (maggiore importanza).

LE PRIORITÀ DI INTERVENTO

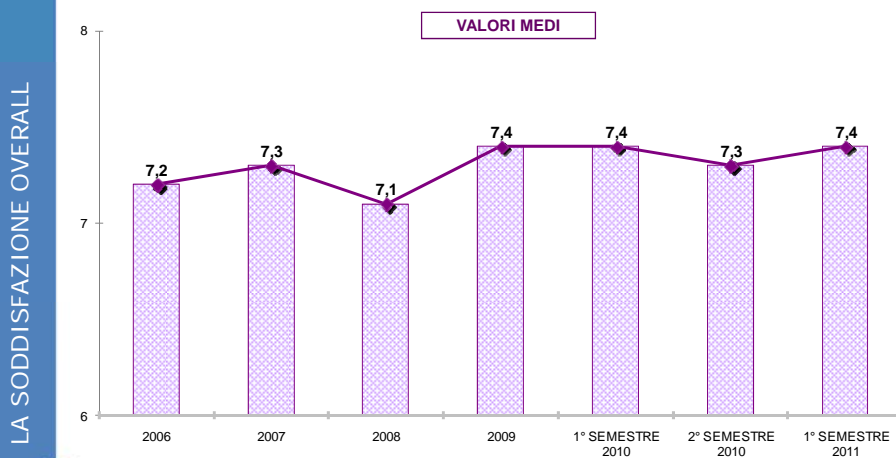
ASSE DELLA SODDISFAZIONE



Il giudizio globale (overall)

IL GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO TREND

☉ Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornito da Acque SpA, dando un voto da 1 a 10, dove 1 significa pessimo e 10 ottimo.



IL GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO TREND

Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornito da Acque SpA, dando un voto da 1 a 10, dove 1 significa pessimo e 10 ottimo.

Totale universo utenze domestiche (249.835)							
	2006	2007	2008	2009	1° SEM. 2010	2° SEM. 2010	1° SEM. 2011
Eccellenza (voti 9 e 10)	20%	21%	14%	15%	18%	12%	13%
Bontà (Voto 8)	30%	29%	26%	39%	36%	28%	36%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	35%	35%	45%	38%	35%	55%	44%
Insufficienza (Voti 1-5)	15%	15%	15%	8%	11%	5%	7%
Media	7,2	7,3	7,1	7,4	7,4	7,3	7,4
% SODDISFATTI	85%	85%	85%	92%	89%	95%	93%



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE

19

IL GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO IDRICO 1° SEMESTRE 2011

Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornito da Acque SpA, dando un voto da 1 a 10, dove 1 significa pessimo e 10 ottimo.

Totale universo utenze domestiche (249.835)							
	TOTALE CAMPIONE	ZONA 1 EMPOLI	ZONA 2 LUCCHESI	ZONA 3 PISA	ZONA 4 PONTERERA	ZONA 5 VALDINIEVOLE	ZONA 6 VALDELSA
Eccellenza (voti 9 e 10)	13%	14%	18%	12%	11%	15%	15%
Bontà (Voto 8)	36%	38%	33%	40%	36%	31%	30%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	44%	44%	44%	41%	44%	48%	49%
Insufficienza (Voti 1-5)	7%	4%	5%	7%	9%	6%	6%
Media	7,4	7,4	7,6	7,4	7,2	7,4	7,4



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE

20

CSI – Customer Satisfaction Index

LA COSTRUZIONE DELL'INDICE

L'indice CSI complessivo viene costruito sulla base dei singoli CSI parziali:

FATTORE	PESO DEL FATTORE
RAPPORTO QUALITÀ-PREZZO	10%
ASPETTI TECNICI	25%
INTERVENTO TECNICO	10%
FATTURAZIONE	20%
SEGNALAZIONE GUASTI	10%
RELAZIONE COMMERCIALE NV	15%
RELAZIONE ALLO SPORTELLO	10%

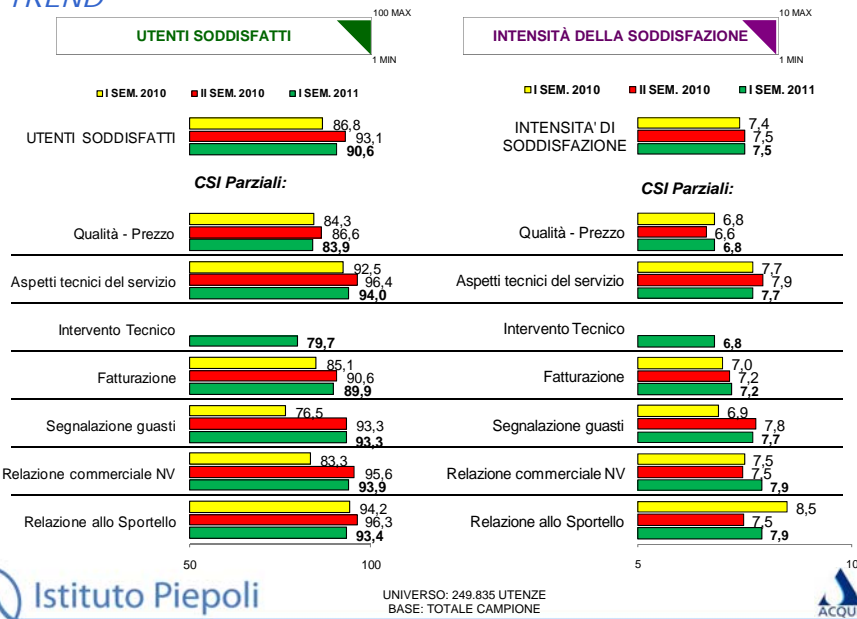
CSI COMPLESSIVO UTENTI SODDISFATTI

Media ponderata fra i valori dei CSI parziali – utenti soddisfatti dei singoli fattori e il peso del fattore

CSI COMPLESSIVO INTENSITÀ SODDISFAZIONE

Media ponderata fra i valori dei CSI parziali - intensità della soddisfazione dei singoli fattori e il peso del fattore

IL CSI – CUSTOMER SATISFACTION INDEX TREND



Istituto Piepoli



CLIENTI INSODDISFATTI E SODDISFATTI

L'analisi di Customer Satisfaction permette di distinguere i clienti in due gruppi:

- **soddisfatti** danno un voto da 6 a 10 al fattore o aspetto analizzato
- **insoddisfatti** danno un voto inferiore a 6 al fattore o aspetto analizzato (voti da 1 a 5)

All'interno dei clienti insoddisfatti sono evidenziati i clienti **gravemente insoddisfatti**, cioè la percentuale di clienti che sul singolo aspetto analizzato evidenziano un grado di insoddisfazione elevato (danno voto da 1 a 4 all'aspetto analizzato).



Istituto Piepoli

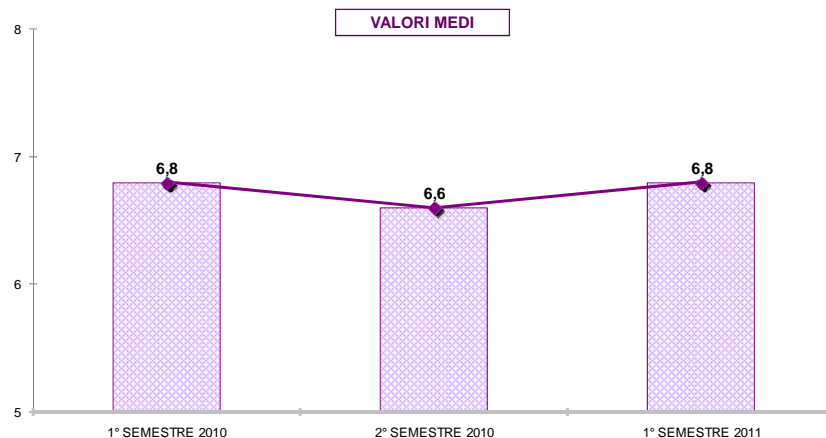


I fattori di soddisfazione

IL GIUDIZIO SUL RAPPORTO QUALITÀ – PREZZO

TREND

☉ Nel corso dell'intervista abbiamo visto i vari aspetti che compongono il servizio offerto da ACQUE. Valutando la qualità del servizio offerto rispetto alla tariffa, che voto dà a ACQUE su una scala da 1 a 10, dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



IL GIUDIZIO GLOBALE SUL RAPPORTO QUALITÀ – PREZZO 1° SEMESTRE 2011 – PER ZONA

☞ Nel corso dell'intervista abbiamo visto i vari aspetti che compongono il servizio offerto da Acque. Valutando la qualità del servizio offerto rispetto alla tariffa, che voto dà a Acque su una scala da 1 a 10, dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)							
	TOTALE CAMPIONE	ZONA 1 EMPOLI	ZONA 2 LUCCHESE	ZONA 3 PISA	ZONA 4 PONTEDERA	ZONA 5 VALDINIEVOLE	ZONA 6 VALDELSA
Eccellenza (voti 9 e 10)	5%	5%	9%	5%	1%	7%	7%
Bontà (Voto 8)	24%	24%	36%	20%	25%	25%	20%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	56%	55%	48%	56%	54%	58%	62%
Insufficienza (Voti 1-5)	15%	16%	7%	19%	20%	10%	11%
Media	6,8	6,7	7,3	6,7	6,6	6,9	6,8



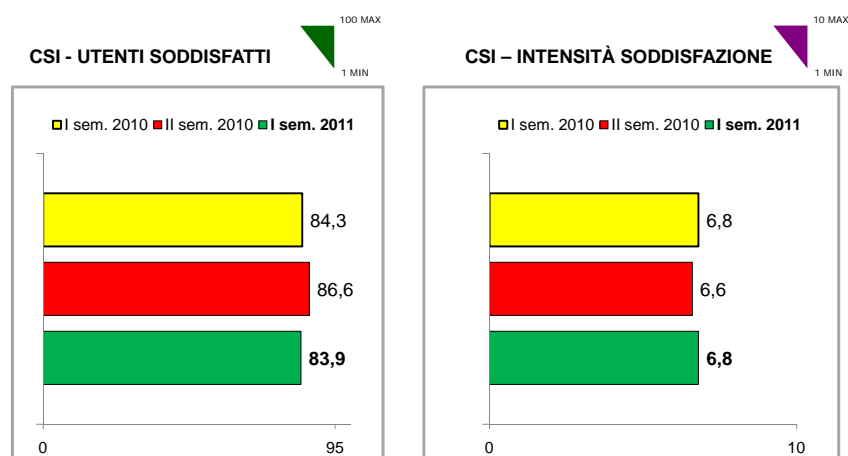
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



27

I CSI PARZIALI DEL RAPPORTO QUALITÀ – PREZZO 1° SEMESTRE 2011



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



28

GLI ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO

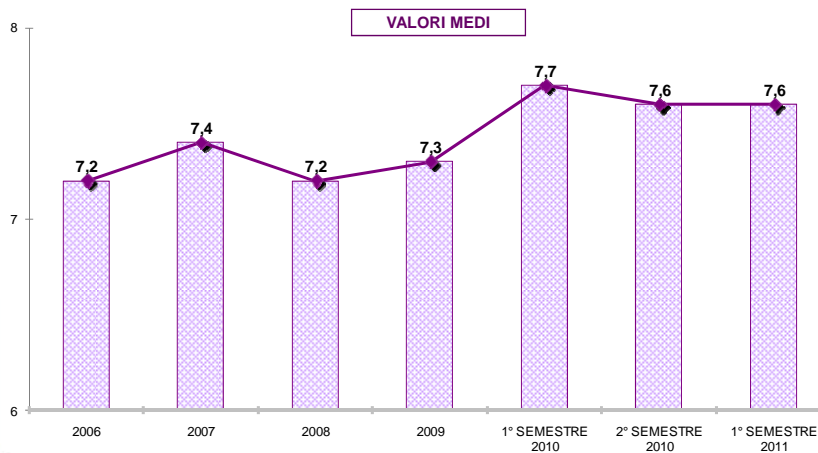
ITEM INDAGATI

ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO

- La continuità del servizio, cioè l'assenza di interruzioni
- Il livello di pressione dell'acqua

IL GIUDIZIO SUGLI ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO TREND

☉ Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Acque, su una scala da 1 a 10 dove 1 esprime il minimo della qualità e 10 il massimo?



IL GIUDIZIO SUGLI ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO 1° SEMESTRE 2011 – PER ZONA

☞ Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Acque, su una scala da 1 a 10 dove 1 esprime il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)							
	TOTALE CAMPIONE	ZONA 1 EMPOLI	ZONA 2 LUCCHESE	ZONA 3 PISA	ZONA 4 PONTEDERA	ZONA 5 VALDINIEVOLE	ZONA 6 VALDELSA
Eccellenza (voti 9 e 10)	20%	24%	19%	18%	20%	25%	18%
Bontà (Voto 8)	33%	37%	38%	34%	29%	26%	32%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	41%	36%	40%	41%	45%	43%	48%
Insufficienza (Voti 1-5)	6%	3%	3%	7%	6%	6%	2%
Media	7,6	7,8	7,7	7,5	7,5	7,6	7,6

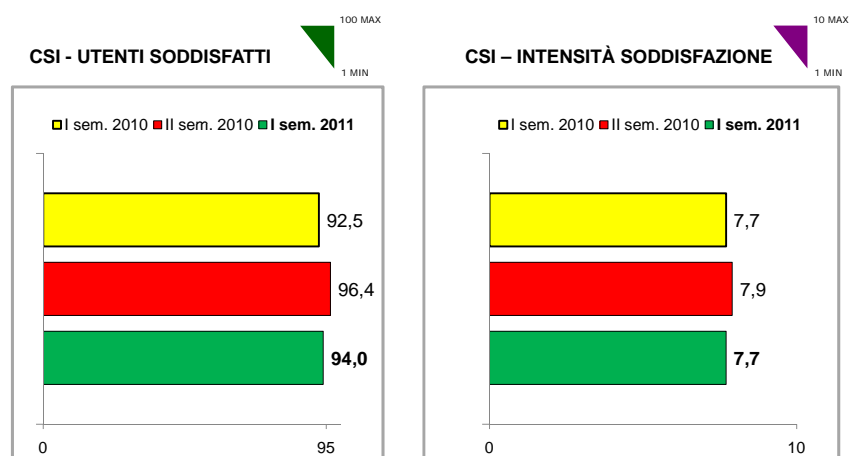


Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



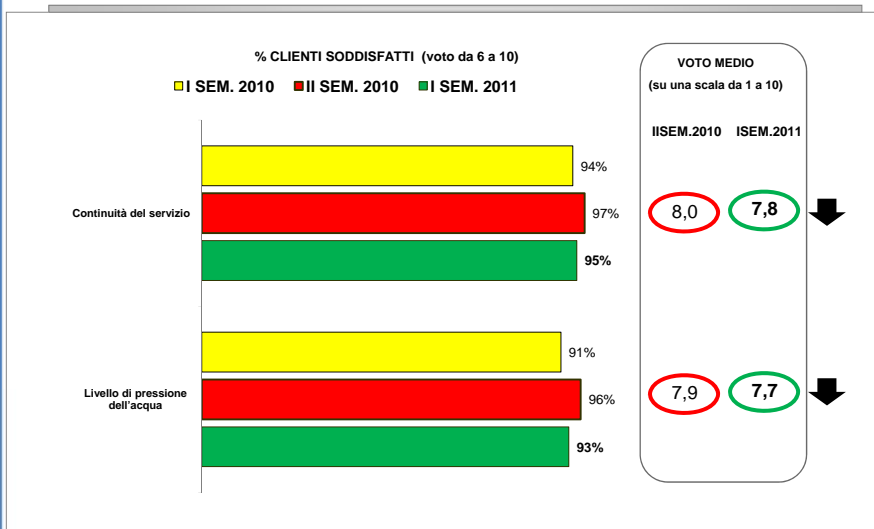
I CSI PARZIALI DEGLI ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO 1° SEMESTRE 2011



Istituto Piepoli



LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO	I SEMESTRE 2010				II SEMESTRE 2010				I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio
Continuità del servizio	3%	3%	94%	7,8	2%	1%	97%	8,0	2%	3%	95%	7,8
Livello di pressione dell'acqua	4%	5%	91%	7,6	2%	2%	96%	7,9	3%	4%	93%	7,7



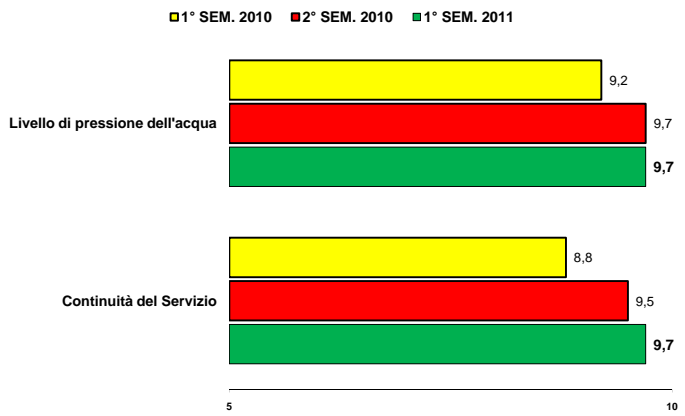
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE

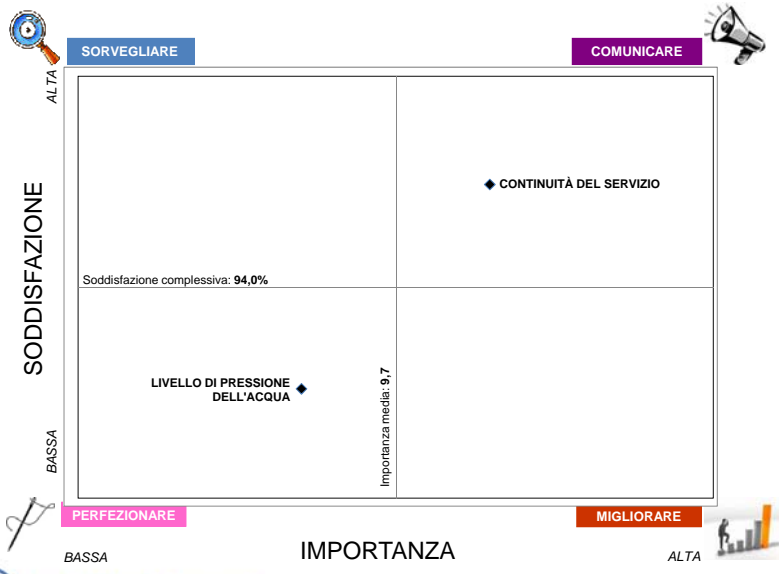


IL LIVELLO DI IMPORTANZA DEGLI ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO - 1° SEMESTRE 2011

☞ Quanto considera importante gli aspetti tecnici relativi al servizio dell'acqua potabile, su una scala da 1 a 10 dove 1 esprime per nulla importante e 10 assolutamente importante?

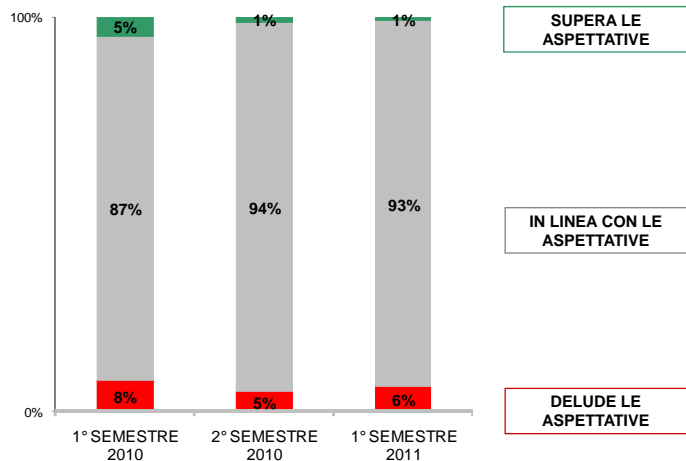


LA MAPPA DELLE PRIORITÀ - ASPETTI TECNICI



LE ASPETTATIVE SUGLI ASPETTI TECNICI DEL SERVIZIO 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando gli aspetti tecnici, ritieni che il servizio offerto da Acque...



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



37

IL SERVIZIO TELEFONICO DI SEGNALAZIONE GUASTI

ITEM INDAGATI

SEGNALAZIONE GUASTI

- La facilità di trovare la linea libera
- La chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico
- I tempi di attesa al telefono per parlare con l'operatore
- La competenza dell'operatore che ha risposto al telefono
- La cortesia dell'operatore che ha risposto al telefono



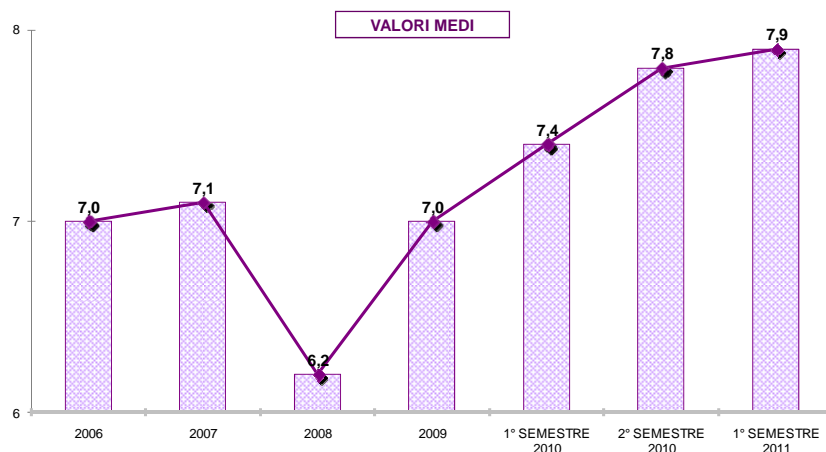
Istituto Piepoli



38

IL GIUDIZIO SUL SERVIZIO DI SEGNALAZIONE GUASTI TREND

☞ Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, negli 6 ultimi mesi, che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CONTATTATO IL NUMERO VERDE
PER LA SEGNALAZIONE DEI GUASTI (154 CASI AD HOC)



39

IL GIUDIZIO SUL SERVIZIO DI SEGNALAZIONE GUASTI 1° SEMESTRE 2011

☞ Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)	
	TOTALE CAMPIONE
Eccellenza (voti 9 e 10)	24%
Bontà (Voto 8)	48%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	24%
Insufficienza (Voti 1-5)	4%
Media	7,9



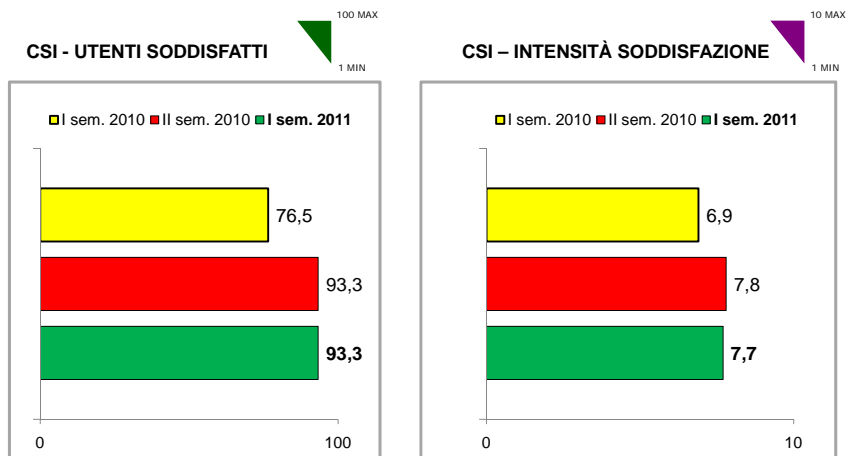
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CONTATTATO IL NUMERO VERDE
PER LA SEGNALAZIONE DEI GUASTI (154 CASI AD HOC)



40

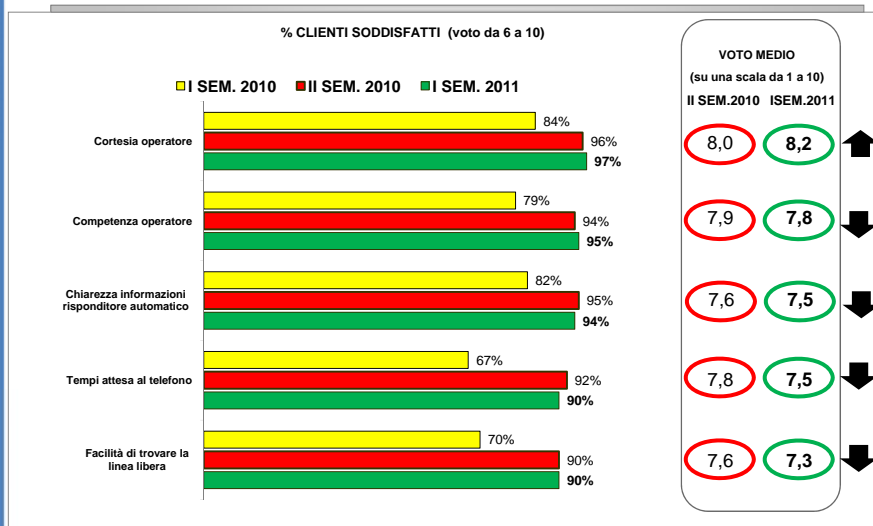
I CSI PARZIALI SUL SERVIZIO DI SEGNALAZIONE GUASTI 1° SEMESTRE 2011



Istituto Piepoli



LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 220.000 UTENZE
BASE: HANNO CONTATTATO IL NUMERO VERDE PER LA SEGNALAZIONE DEI GUASTI
(154 CASI AD HOC)



LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

ASPETTI DI RELAZIONE NUMERO VERDE SEGNALAZIONE GUASTI	I SEMESTRE 2010				II SEMESTRE 2010				I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio
Cortesia operatore	5%	11%	84%	7,5	3%	1%	96%	8,0	1%	2%	97%	8,2
Competenza operatore	10%	11%	79%	7,0	4%	2%	94%	7,9	3%	2%	95%	7,5
Chiarezza informazioni risponditore automatico	16%	2%	82%	7,0	1%	4%	95%	7,6	3%	3%	94%	7,8
Tempi attesa al telefono	18%	15%	67%	6,4	3%	5%	92%	7,8	5%	5%	90%	7,5
Facilità di trovare la linea libera	15%	15%	70%	6,6	3%	7%	90%	7,6	3%	7%	90%	7,3



Istituto Piepoli

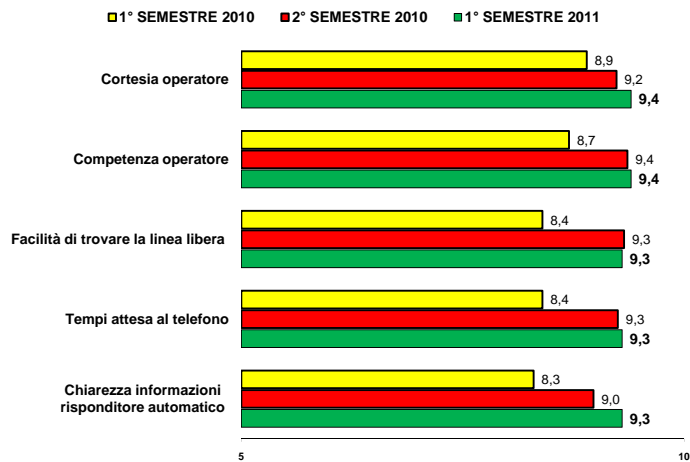
UNIVERSO: 220.000 UTENZE
BASE: HANNO CONTATTATO IL NUMERO VERDE PER LA SEGNALAZIONE DEI GUASTI (154 CASI AD HOC)



43

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DEGLI ASPETTI DI SEGNALAZIONE GUASTI - 1° SEMESTRE 2011

☞ Quanto considera importante l'aspetto relativo al servizio telefonico di segnalazione guasti che lei ha contattato, su una scala da 1 a 10 dove 1 esprime per nulla importante e 10 assolutamente importante?



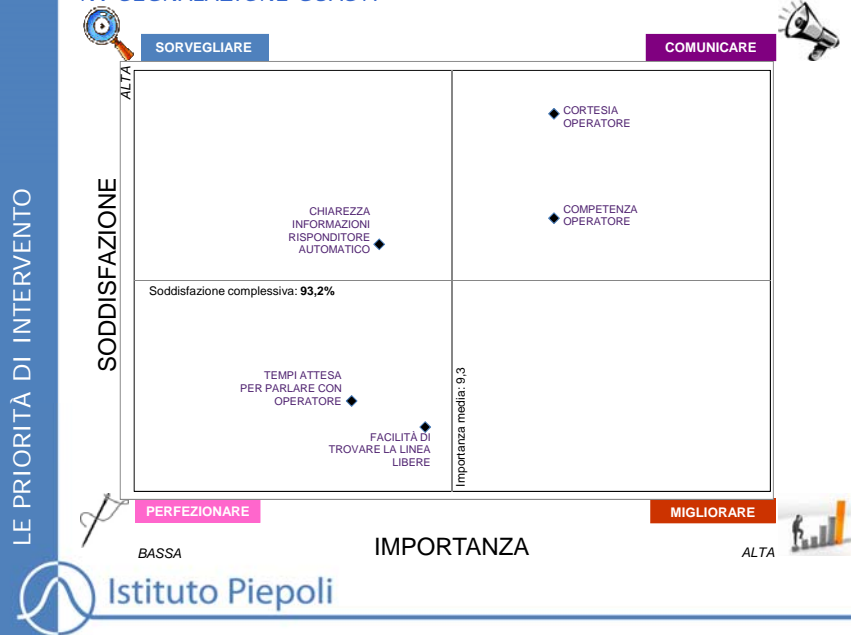
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 220.000 UTENZE
BASE: HANNO CONTATTATO IL NUMERO VERDE PER LA SEGNALAZIONE DEI GUASTI (154 CASI AD HOC)



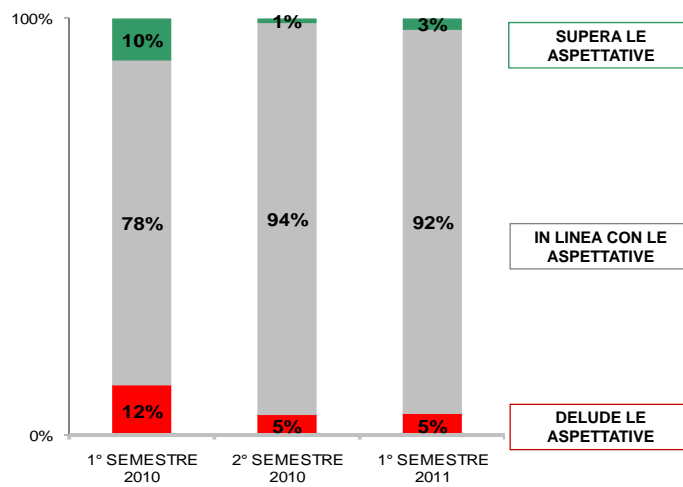
44

LA MAPPA DELLE PRIORITÀ – CONTATTO CON LA CLIENTELA NV SEGNALAZIONE GUASTI



LE ASPETTATIVE SUL SERVIZIO DI SEGNALAZIONE GUASTI 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando gli aspetti di relazione telefonica per la segnalazione guasti, ritiene che il servizio...



NV SEGNALAZIONE GUASTI
Aspettative

Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CONTATTATO IL NUMERO VERDE
PER LA SEGNALAZIONE DEI GUASTI (154 CASI AD HOC)

ACQUE

IL SERVIZIO DI FATTURAZIONE

ITEM INDAGATI

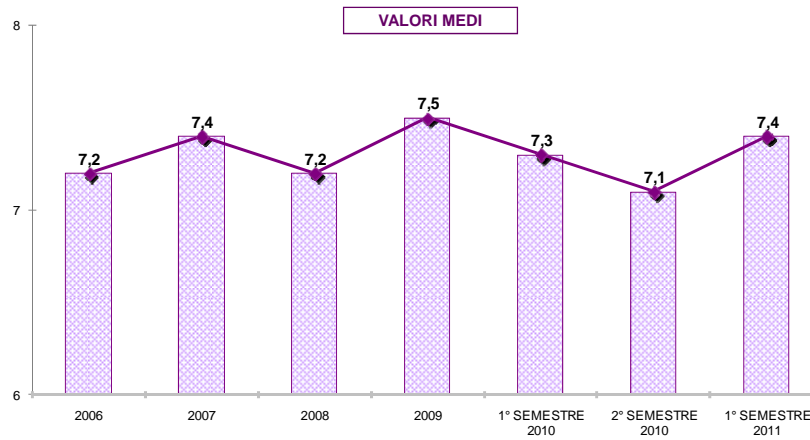
FATTURAZIONE

- La regolarità nelle lettura dei contatori da parte del personale incaricato
- La chiarezza e la facilità di lettura delle bollette
- La correttezza degli importi riportati nelle bollette



IL GIUDIZIO SUL SERVIZIO DI FATTURAZIONE TREND

- ☉ Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10, dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



IL GIUDIZIO SUL SERVIZIO DI FATTURAZIONE 1° SEMESTRE 2011 – PER ZONA

☞ Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10, dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)							
	TOTALE CAMPIONE	ZONA 1 EMPOLI	ZONA 2 LUCCHESE	ZONA 3 PISA	ZONA 4 PONTEDERA	ZONA 5 VALDINIEVOLE	ZONA 6 VALDELSA
Eccellenza (voti 9 e 10)	9%	10%	11%	9%	8%	9%	8%
Bontà (Voto 8)	37%	32%	37%	44%	37%	33%	29%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	50%	55%	50%	43%	51%	54%	58%
Insufficienza (Voti 1-5)	4%	3%	2%	4%	4%	4%	5%
Media	7,4	7,4	7,5	7,5	7,3	7,3	7,2

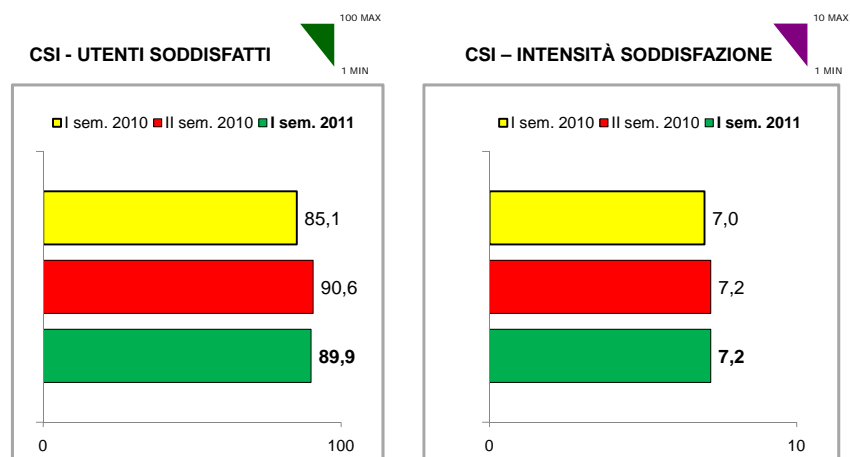


Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



I CSI PARZIALI SUL SERVIZIO DI FATTURAZIONE 1° SEMESTRE 2011

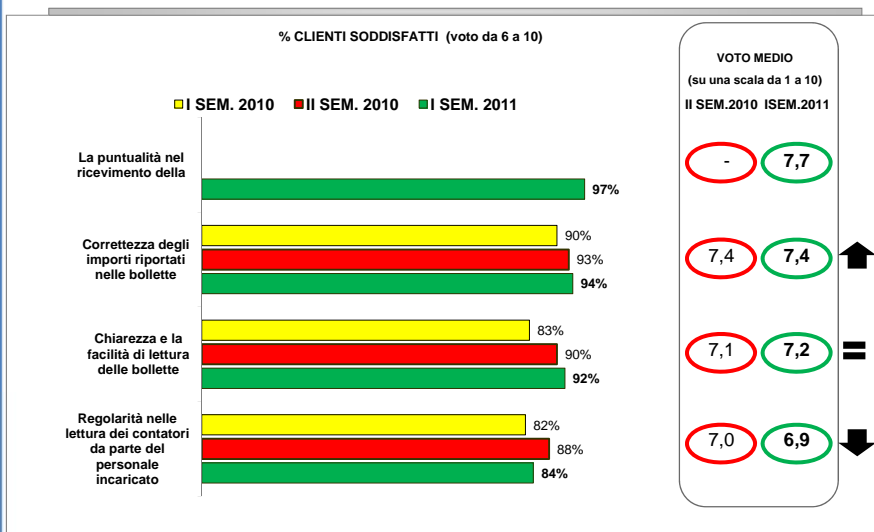


Istituto Piepoli



L'AREA DELLA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

FATTURAZIONE
% clienti soddisfatti e voto medio



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



51

L'AREA DELLA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

FATTURAZIONE
% clienti soddisfatti, insoddisfatti e voto medio

ASPETTI DELLA FATTURAZIONE	I SEMESTRE 2010				II SEMESTRE 2010				II SEMESTRE 2010				
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	
La puntualità nel ricevimento della bolletta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1%	2%	97%	7,7
Correttezza degli importi riportati nelle bollette	3%	7%	90%	7,3	2%	5%	93%	7,4	2%	4%	94%	7,4	
Chiarezza e la facilità di lettura delle bollette	8%	9%	83%	6,9	4%	6%	90%	7,1	2%	6%	92%	7,2	
Regolarità nelle letture dei contatori da parte del personale incaricato	6%	12%	82%	6,8	4%	8%	88%	7	2%	14%	84%	6,9	



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE

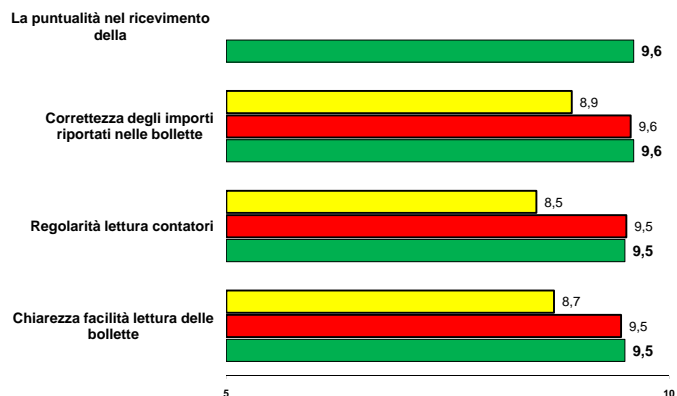


52

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DEGLI ASPETTI DI FATTURAZIONE - 1° SEMESTRE 2011

☞ Quanto considera importante l'aspetto relativo alla fatturazione, su una scala da 1 a 10, dove 1 esprime per nulla importante e 10 assolutamente importante?

■ 1° SEMESTRE 2010 ■ 2° SEMESTRE 2010 ■ 1° SEMESTRE 2011



FATTURAZIONE
Importanza



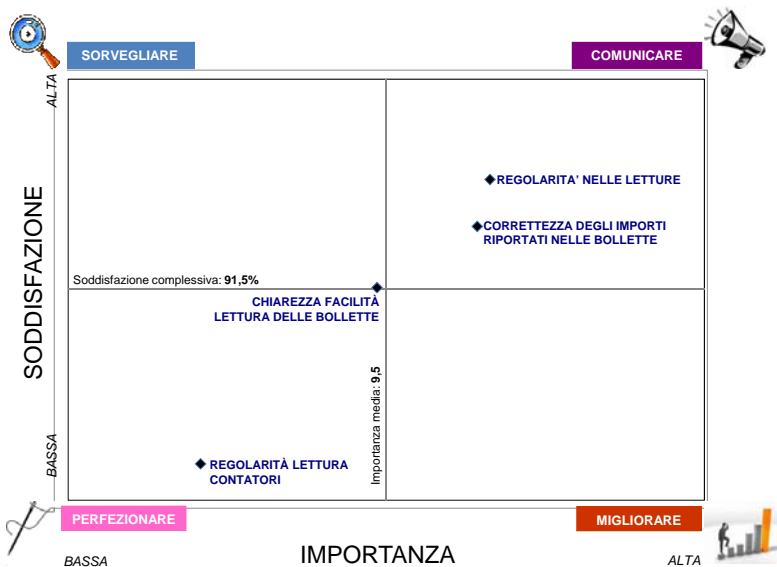
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



53

LA MAPPA DELLE PRIORITÀ - FATTURAZIONE



LE PRIORITÀ DI INTERVENTO

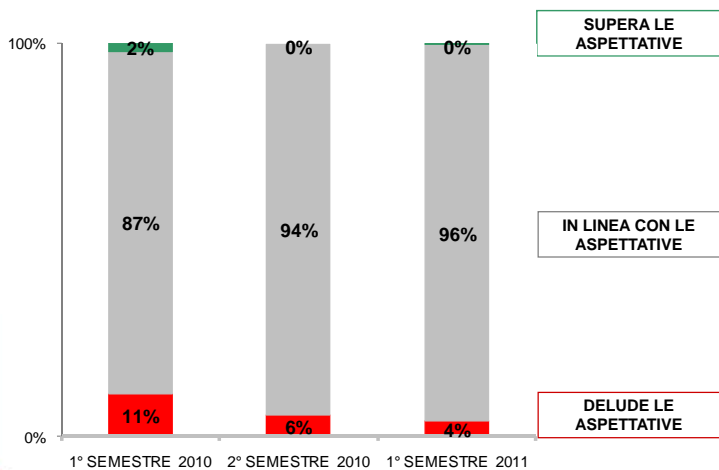


Istituto Piepoli



LE ASPETTATIVE SUL SERVIZIO DI FATTURAZIONE 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando gli aspetti di fatturazione, ritiene che il servizio ..



FATTURAZIONE
Aspettative



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



55

IL NUMERO VERDE COMMERCIALE

ITEM INDAGATI

NUMERO VERDE COMMERCIALE

- La facilità di trovare la linea libera
- La chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico
- I tempi di attesa al telefono per parlare con l'operatore
- La competenza dell'operatore che ha risposto al telefono
- La cortesia dell'operatore che ha risposto al telefono

NUMERO VERDE COMMERCIALE
Item indagati



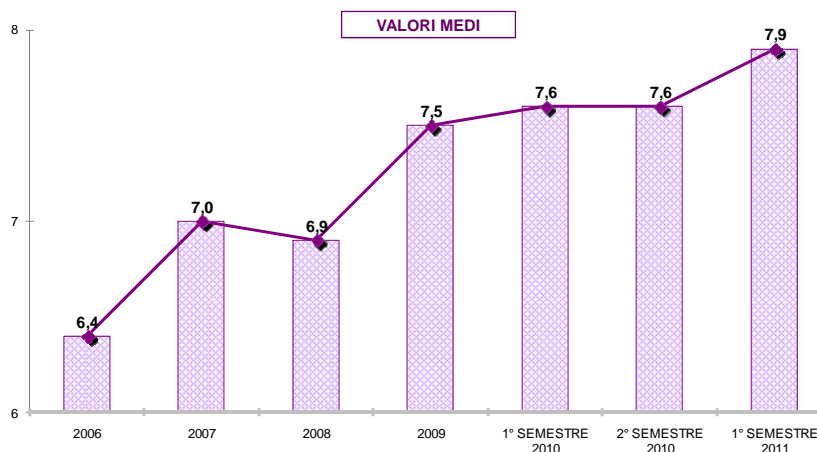
Istituto Piepoli



56

IL GIUDIZIO SUL NUMERO VERDE COMMERCIALE TREND

☞ Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde commerciale, che voto dà a Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CHIAMATO IL NUMERO VERDE COMMERCIALE
NEI GIORNI PRECEDENTI ALL'INTERVISTA (150 CASI AD HOC)



57

IL GIUDIZIO SUL NUMERO VERDE COMMERCIALE 1° SEMESTRE 2011

☞ Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde commerciale, che voto dà a Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)	
	TOTALE CAMPIONE
Eccellenza (voti 9 e 10)	30%
Bontà (Voto 8)	37%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	28%
Insufficienza (Voti 1-5)	5%
Media	7,9



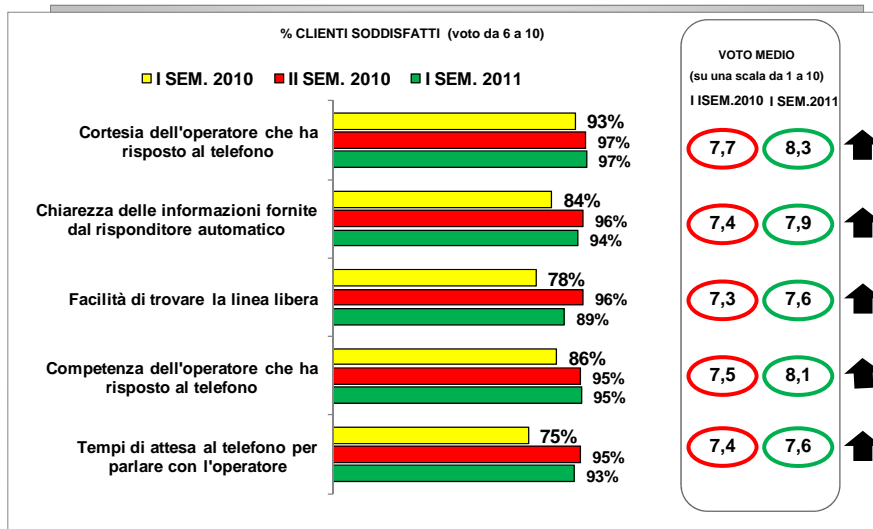
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CHIAMATO IL NUMERO VERDE COMMERCIALE
NEI GIORNI PRECEDENTI ALL'INTERVISTA (150 CASI AD HOC)



58

LA SODDISFAZIONE 1° e 2° SEMESTRE 2010



NUMERO VERDE COMMERCIALE
% clienti soddisfatti e voto medio



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CHIAMATO IL NUMERO VERDE COMMERCIALE
NEI GIORNI PRECEDENTI ALL'INTERVISTA (150 CASI AD HOC)



59

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

ASPETTI DI RELAZIONE NUMERO VERDE COMMERCIALE	I SEMESTRE 2010				II SEMESTRE 2010				I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio
Cortesia dell'operatore che ha risposto al telefono	5%	2%	93%	8,4	1%	2%	97%	7,7	1%	2%	97%	8,3
Chiarezza delle informazioni fornite dal risponditore automatico	11%	5%	84%	7,3	1%	3%	96%	7,4	1%	5%	94%	7,9
Facilità di trovare la linea libera	15%	7%	78%	7,1	2%	2%	96%	7,3	5%	6%	89%	7,6
Competenza dell'operatore che ha risposto al telefono	9%	5%	86%	7,6	2%	3%	95%	7,5	3%	2%	95%	8,1
Tempi di attesa al telefono per parlare con l'operatore	16%	9%	75%	6,8	2%	3%	95%	7,4	3%	4%	93%	7,6

NUMERO VERDE COMMERCIALE
% clienti soddisfatti, insoddisfatti e voto medio



Istituto Piepoli

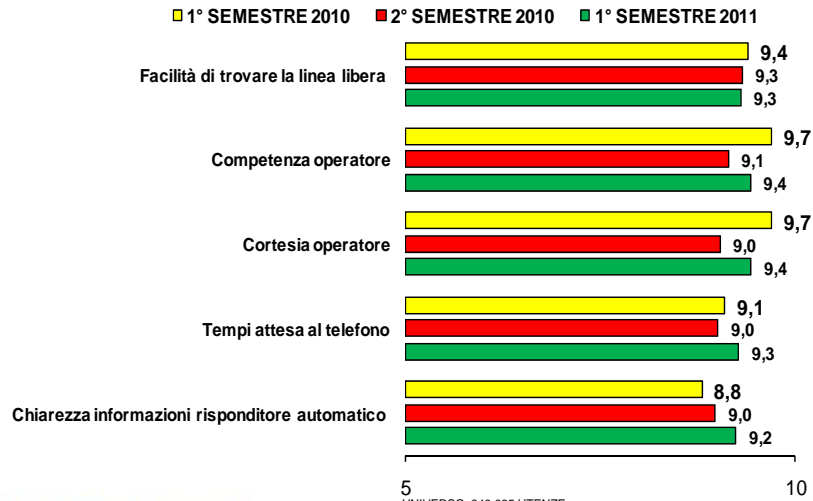
UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CHIAMATO IL NUMERO VERDE COMMERCIALE
NEI GIORNI PRECEDENTI ALL'INTERVISTA (150 CASI AD HOC)



60

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DEL NUMERO VERDE COMMERCIALE - 1° SEMESTRE 2011

☞ Quanto considera importante l'aspetto relativi al servizio fornito dal Numero Verde commerciale di Acque che lei ha contattato, su una scala da 1 a 10 dove 1 esprime per nulla importante e 10 assolutamente importante?

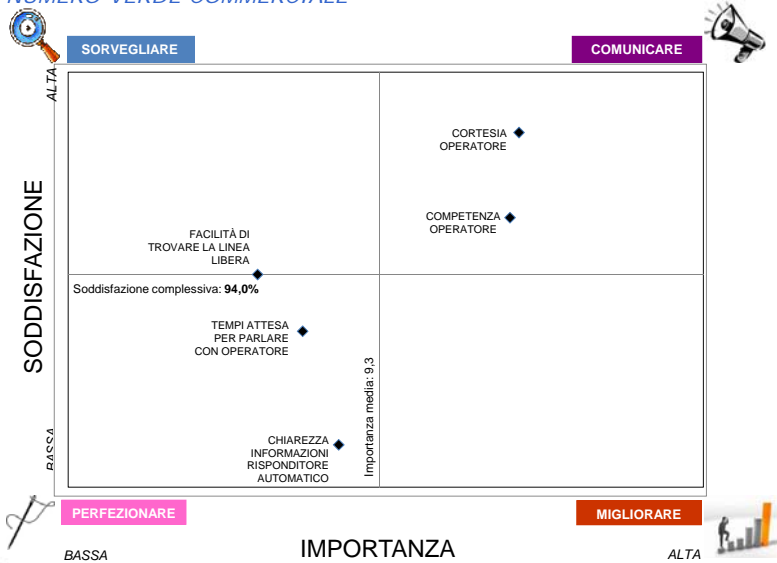


Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CHIAMATO IL NUMERO VERDE COMMERCIALE
NEI GIORNI PRECEDENTI ALL'INTERVISTA (150 CASI AD HOC)



LA MAPPA DELLE PRIORITÀ – CONTATTO CON LA CLIENTELA NUMERO VERDE COMMERCIALE

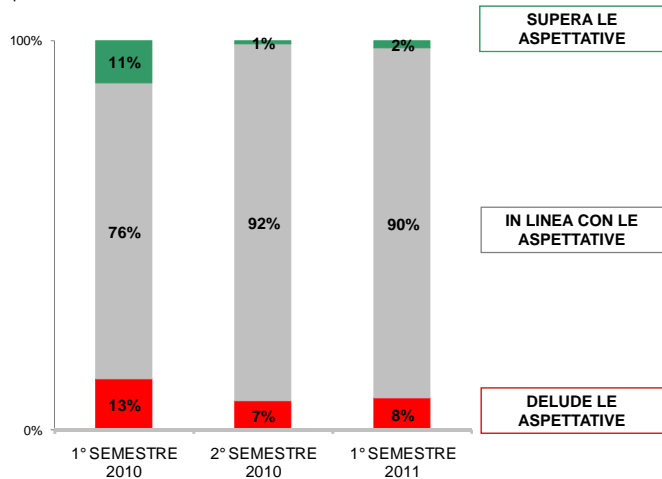


Istituto Piepoli



LE ASPETTATIVE SUL NUMERO VERDE COMMERCIALE 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando gli aspetti di relazione attraverso il Numero Verde ritiene che il servizio offerto da Acque...



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: HANNO CHIAMATO IL NUMERO VERDE COMMERCIALE
NEI GIORNI PRECEDENTI ALL'INTERVISTA (150 CASI AD HOC)



63

RELAZIONE ALLO SPORTELLLO

ITEM INDAGATI

RELAZIONE ALLO SPORTELLLO

- Orari di apertura dello sportello
- I tempi di attesa per parlare con l'operatore
- I tempi con cui l'operatore ha gestito le sue richieste
- La competenza dell'operatore
- La cortesia dell'operatore
- La facilità di raggiungere lo sportello più vicino
- L'adeguatezza e il confort dei locali degli uffici commerciali dedicati all'accoglienza del pubblico



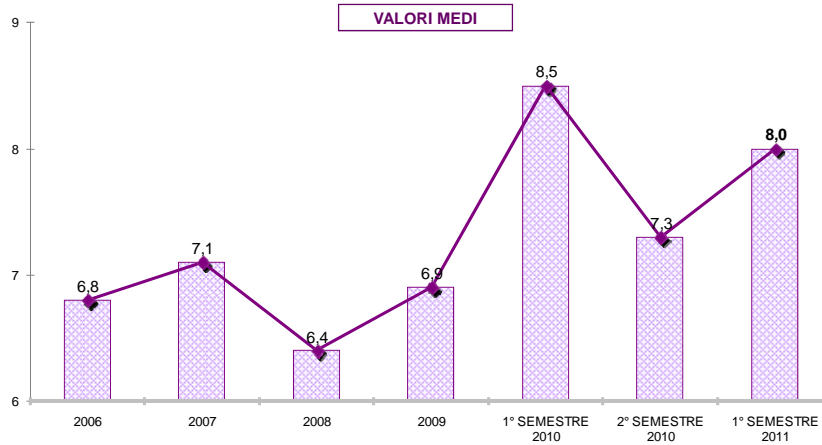
Istituto Piepoli



64

IL GIUDIZIO SULLA RELAZIONE ALLO SPORTELLLO TREND

Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello, che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI ACQUE SPA NEI
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (154 CASI AD HOC)



65

IL GIUDIZIO SULLA RELAZIONE ALLO SPORTELLLO 1° SEMESTRE 2011

Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello, che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)	
	TOTALE CAMPIONE
Eccellenza (voti 9 e 10)	32%
Bontà (Voto 8)	29%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	36%
Insufficienza (Voti 1-5)	3%
Media	8,0



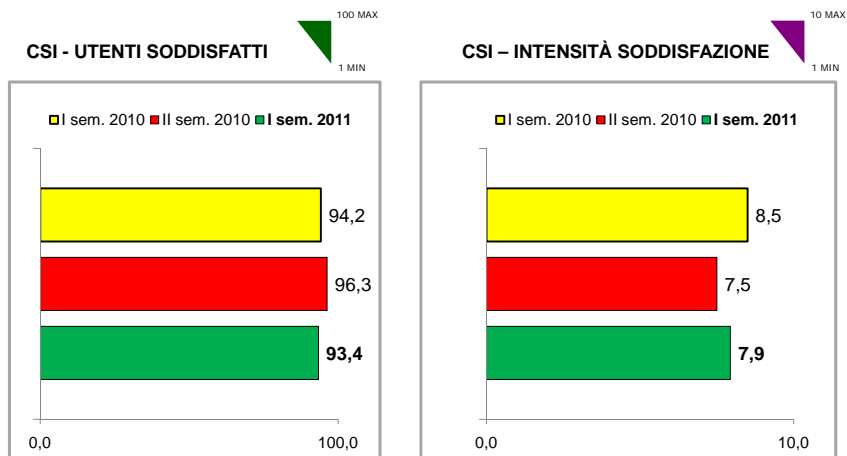
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI ACQUE SPA NEI
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (154 CASI AD HOC)

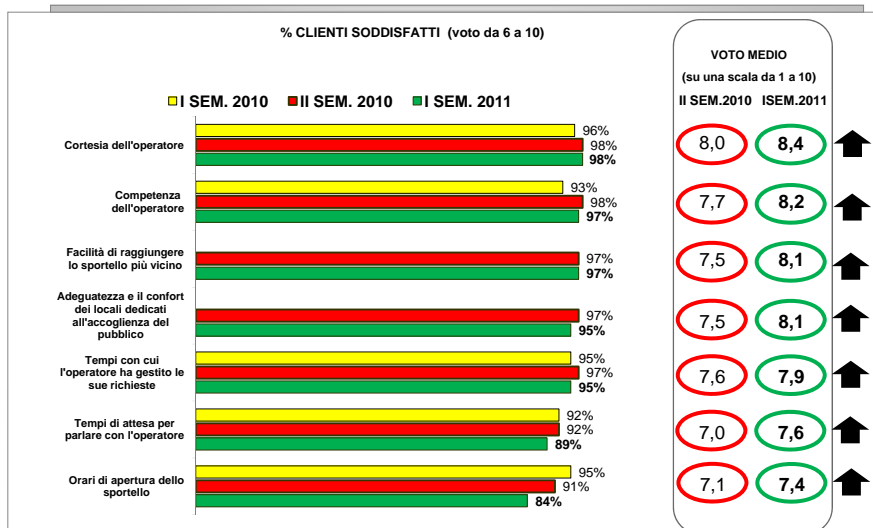


66

I CSI PARZIALI DELLA RELAZIONE ALLO SPORTELLO 1° SEMESTRE 2011



LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011



LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

RELAZIONE ALLO SPORTELLO
% clienti soddisfatti, insoddisfatti e voto medio

ASPETTI DI RELAZIONE ALLO SPORTELLO	I SEMESTRE 2010				II SEMESTRE 2010				I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insodd isfatti (1-4)	Insodd isfatti (5)	Soddisf atti (6-10)	Val ore Med io	Grav. Insodd isfatti (1-4)	Insodd isfatti (5)	Soddisf atti (6-10)	Val ore Med io	Grav. Insodd isfatti (1-4)	Insodd isfatti (5)	Soddisf atti (6-10)	Val ore Med io
Cortesia dell'operatore	3%	1%	96%	8,9	1%	1%	98%	8,0	1%	1%	98%	8,4
Competenza dell'operatore	3%	4%	93%	8,8	1%	1%	98%	7,7	1%	2%	97%	8,2
Facilità di raggiungere lo sportello più vicino	-	-	-	-	1%	2%	97%	7,5	2%	1%	97%	8,1
Adeguatezza e il confort dei locali dedicati alla accoglienza del pubblico	-	-	-	-	1%	2%	97%	7,5	3%	2%	95%	8,1
Tempi con cui l'operatore ha gestito le sue richieste	3%	2%	95%	8,5	1%	2%	97%	7,6	1%	4%	95%	7,9
Tempi di attesa per parlare con l'operatore	5%	3%	92%	8,3	3%	5%	92%	7,0	5%	6%	89%	7,6
Orari di apertura dello sportello	3%	2%	95%	8,1	2%	7%	91%	7,1	5%	11%	84%	7,4



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI ACQUE SPA NEI
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (154 CASI AD HOC)

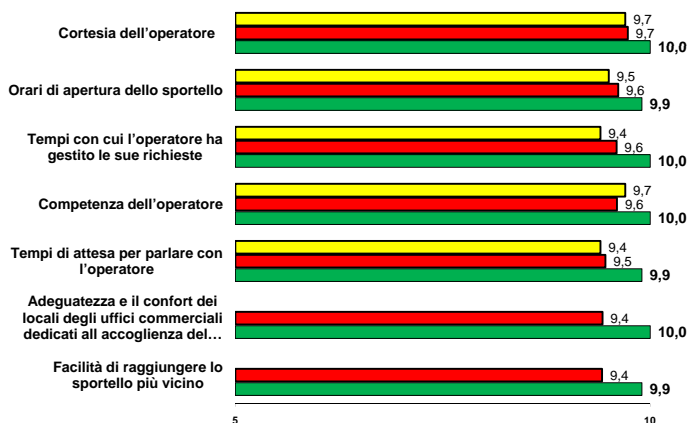


69

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DELLA RELAZIONE ALLO SPORTELLO - 1° SEMESTRE 2011

☞ Quanto considera importante l'aspetto relativo al servizio fornito dallo sportello in cui si è recato, su una scala da 1 a 10, dove 1 esprime per nulla importante e 10 assolutamente importante?

■ 1° SEMESTRE 2010 ■ 2° SEMESTRE 2010 ■ 1° SEMESTRE 2011



RELAZIONE ALLO SPORTELLO
Importanza



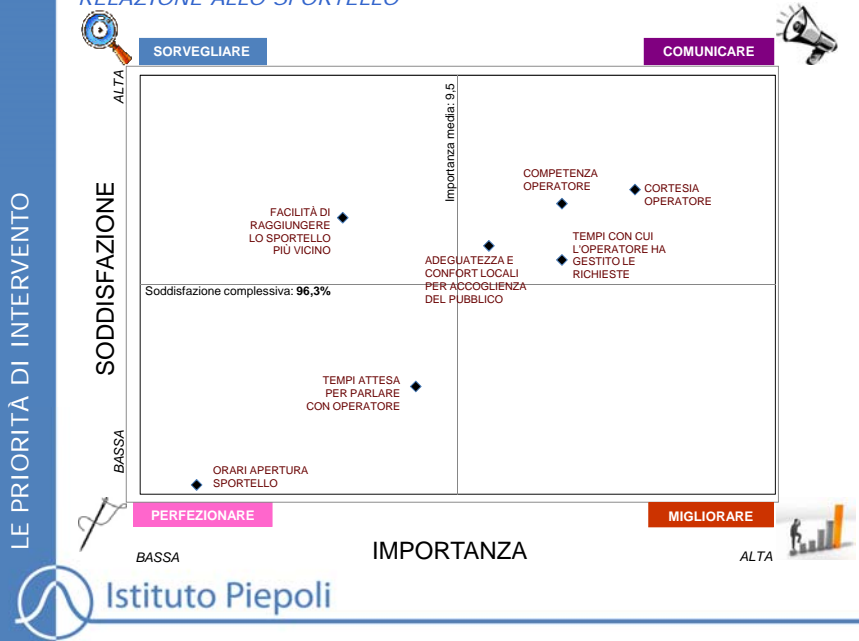
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI ACQUE SPA NEI
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (154 CASI AD HOC)



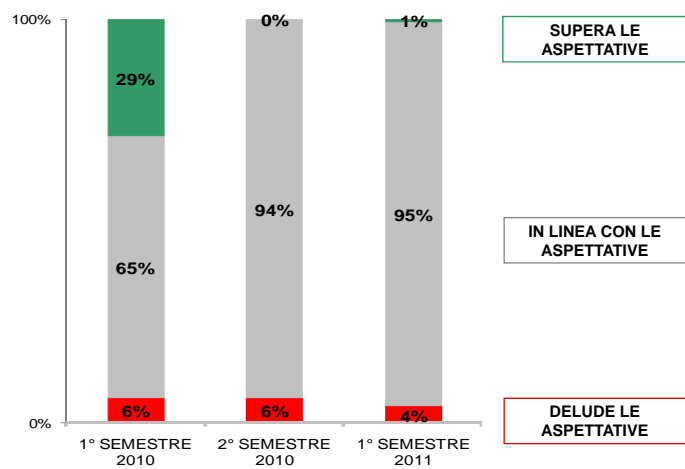
70

LA MAPPA DELLE PRIORITÀ – CONTATTO CON LA CLIENTELA RELAZIONE ALLO SPORTELLO



LE ASPETTATIVE SULLA RELAZIONE ALLO SPORTELLO 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando il servizio ricevuto allo sportello, ritiene che il servizio ...



RELAZIONE ALLO SPORTELLO
Aspettative

Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI ACQUE SPA NEI
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (154 CASI AD HOC)

ACQUE

INTERVENTO TECNICO

ITEM INDAGATI

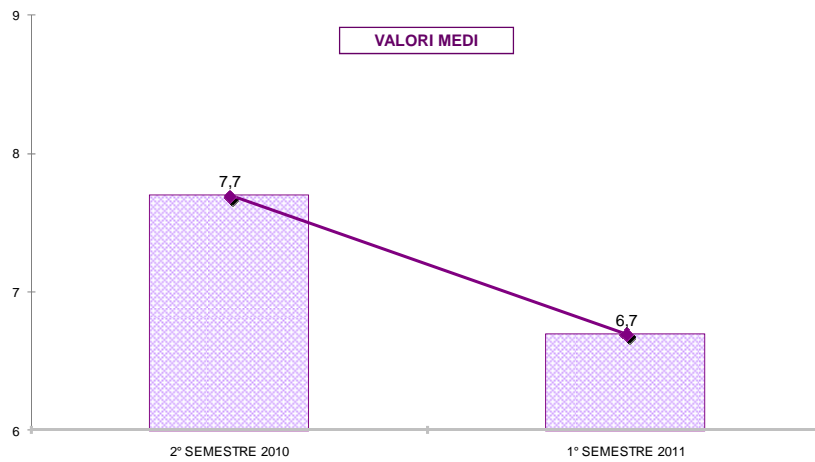
INTERVENTO TECNICO

- La rapidità con cui Acque ha effettuato l'intervento dopo la sua richiesta
- Il rispetto degli orari degli appuntamenti da parte dei tecnici
- La cortesia dei tecnici che hanno svolto l'intervento
- La risolutività dell'intervento



IL GIUDIZIO SULL'INTERVENTO TECNICO TREND

☉ Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello, che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



IL GIUDIZIO SULL'INTERVENTO TECNICO 1° SEMESTRE 2011

☞ Considerando complessivamente l'intervento tecnico, che voto dà a ACQUE, negli ultimi 6 mesi, su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (229.490)	
	TOTALE CAMPIONE
Eccellenza (voti 9 e 10)	13%
Bontà (Voto 8)	22%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	38%
Insufficienza (Voti 1-5)	27%
Media	6,7



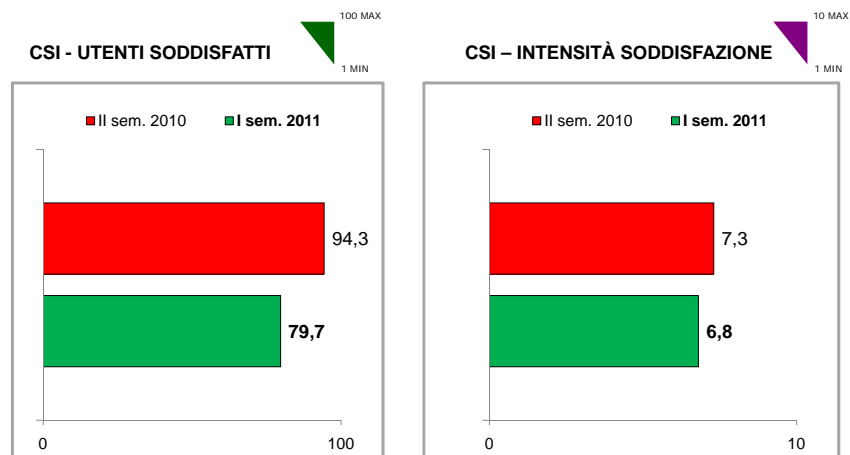
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: PERSONE CHE HANNO RICEVUTO PERSONALE TECNICO PER DAR SEGUITO ALL'INTERVENTO (5%)



75

I CSI PARZIALI DELL'INTERVENTO TECNICO 1° SEMESTRE 2011

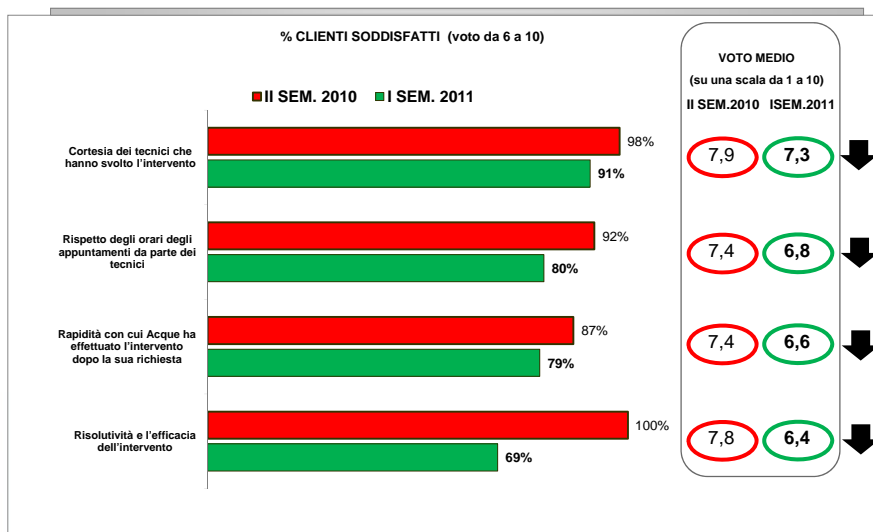


Istituto Piepoli



76

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: PERSONE CHE HANNO RICEVUTO PERSONALE TECNICO PER DAR SEGUITO ALL'INTERVENTO (5%)



77

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

ASPETTI DI INTERVENTO TECNICO	II SEMESTRE 2010				I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio
<i>Cortesia dei tecnici che hanno svolto l'intervento</i>	0%	2%	98%	7,9	0%	9%	91%	7,3
<i>Rispetto degli orari degli appuntamenti da parte dei tecnici</i>	0%	8%	92%	7,4	9%	11%	80%	6,8
<i>Rapidità con cui ACQUE ha effettuato l'intervento dopo la sua richiesta</i>	8%	5%	87%	7,4	14%	7%	79%	6,6
<i>Risolutività e l'efficacia dell'intervento</i>	0%	0%	100%	7,8	20%	11%	69%	6,4



Istituto Piepoli

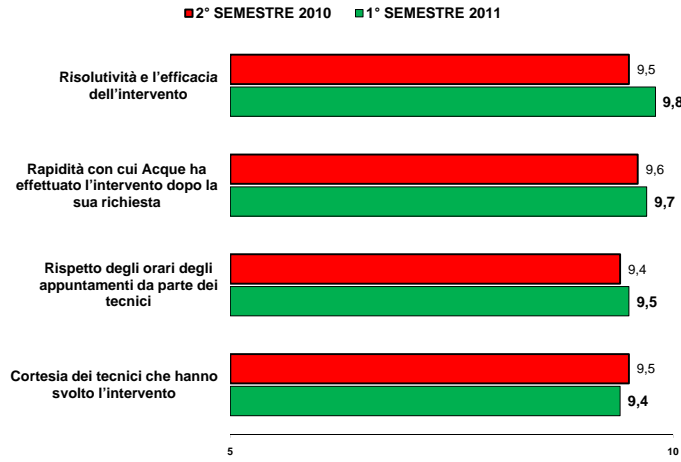
UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: PERSONE CHE HANNO RICEVUTO PERSONALE TECNICO PER DAR SEGUITO ALL'INTERVENTO (5%)



78

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DELL' INTERVENTO TECNICO - 1° SEMESTRE 2011

☞ Quanto considera importante l'aspetto relativo all'intervento tecnico, su una scala da 1 a 10, dove 1 significa per nulla importante e 10 assolutamente importante?



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: PERSONE CHE HANNO RICEVUTO PERSONALE TECNICO PER DAR SEGUITO ALL'INTERVENTO (5%)



LA MAPPA DELLE PRIORITÀ – CONTATTO CON LA CLIENTELA INTERVENTO TECNICO

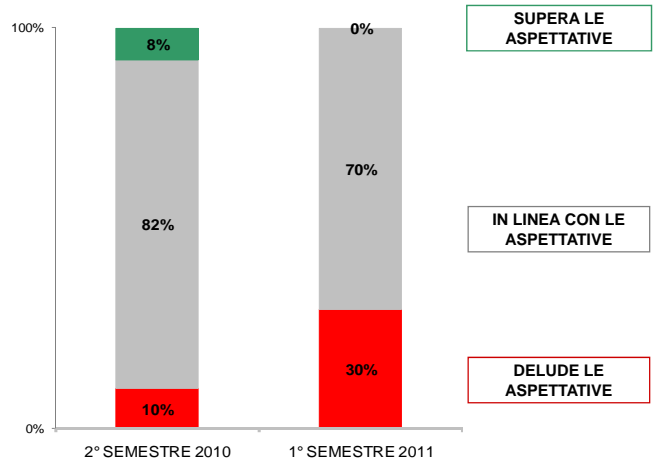


Istituto Piepoli



LE ASPETTATIVE SULL'INTERVENTO TECNICO 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando gli aspetti di intervento tecnico, ritiene che il servizio...



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: PERSONE CHE HANNO RICEVUTO PERSONALE TECNICO PER DAR
SEGUITO ALL'INTERVENTO (5%)



Parte Terza

Altri temi rilevanti



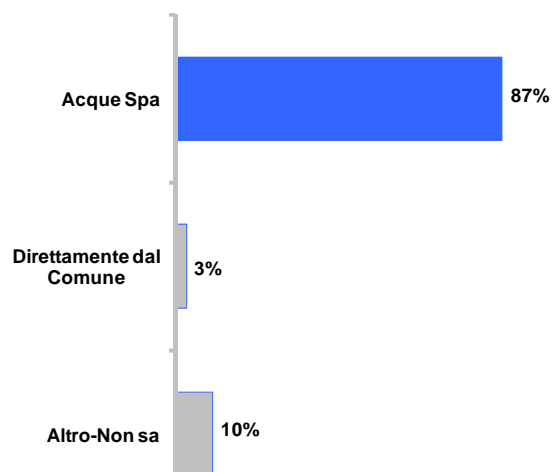
Istituto Piepoli



La società fornitrice del servizio e le tariffe

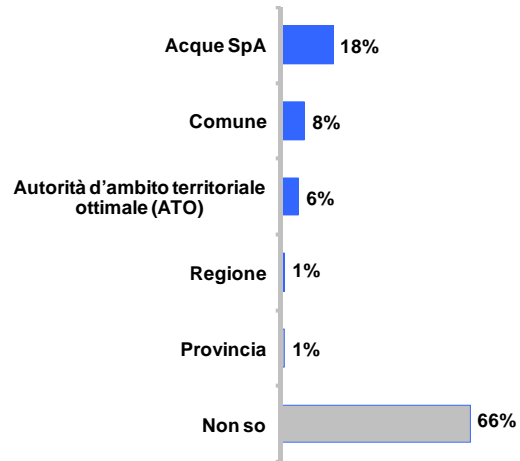
NOTORIETÀ DELLE SOCIETÀ FORNITRICE DEL SERVIZIO

☞ Sa indicarmi il nome dell'azienda o ente che eroga l'acqua potabile nel suo Comune? (risposta spontanea)



SOGGETTO CHE DETERMINA LE TARIFFE

☞ Lei sa qual è il soggetto che determina la tariffa del servizio idrico nella zona in cui vive?



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE

85

La qualità e l'uso dell'acqua



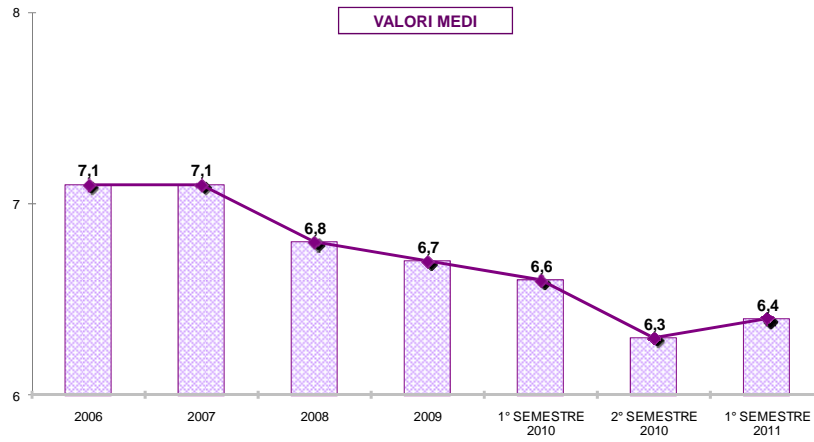
Istituto Piepoli



86

IL GIUDIZIO GLOBALE SULLA QUALITÀ DELL'ACQUA TREND

☼ Considerando complessivamente l'odore, il sapore, la limpidezza dell'acqua potabile distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto da ad Acque da 1 a 10, dove 1 significa pessimo e 10 ottimo?



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



87

IL GIUDIZIO GLOBALE SULLA QUALITÀ DELL'ACQUA 1° SEMESTRE 2011 – PER ZONA

☼ Considerando complessivamente l'odore, il sapore, la limpidezza dell'acqua potabile distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto da ad Acque da 1 a 10, dove 1 significa pessimo e 10 ottimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)							
	TOTALE CAMPIONE	ZONA 1 EMPOLI	ZONA 2 LUCCHESI	ZONA 3 PISA	ZONA 4 PONTEDERA	ZONA 5 VALDINIEVOLE	ZONA 6 VALDELSA
Eccellenza (voti 9 e 10)	8%	6%	11%	9%	6%	10%	8%
Bontà (Voto 8)	19%	27%	22%	16%	16%	18%	17%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	44%	41%	45%	43%	43%	47%	53%
Insufficienza (Voti 1-5)	29%	26%	22%	32%	35%	25%	22%
Media	6,4	6,5	6,7	6,2	6,1	6,6	6,6



Istituto Piepoli

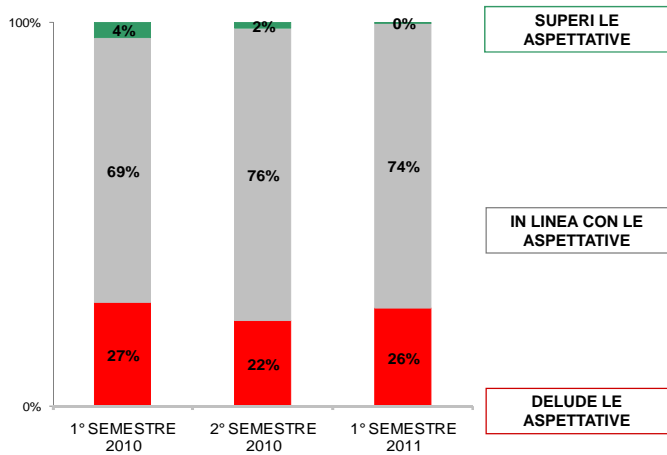
UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



88

LE ASPETTATIVE SULLA QUALITÀ DELL'ACQUA 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando gli aspetti di qualità dell'acqua (sapore, odore, colore), ritiene che il servizio ...



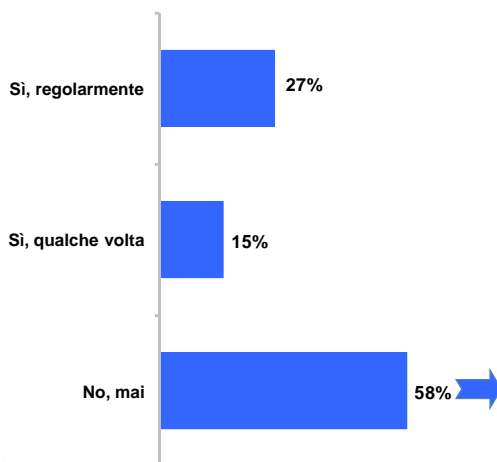
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



USO DELL'ACQUA 1° SEMESTRE 2011

☞ Parliamo dell'utilizzo dell'acqua potabile. Lei beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?



☞ Perché non beve mai l'acqua del rubinetto? (risposta multipla)

Sono abituato a bere l'acqua minerale	39%
Non mi piace il suo sapore	38%
Non mi fido degli aspetti igienici	35%
Altro	8%



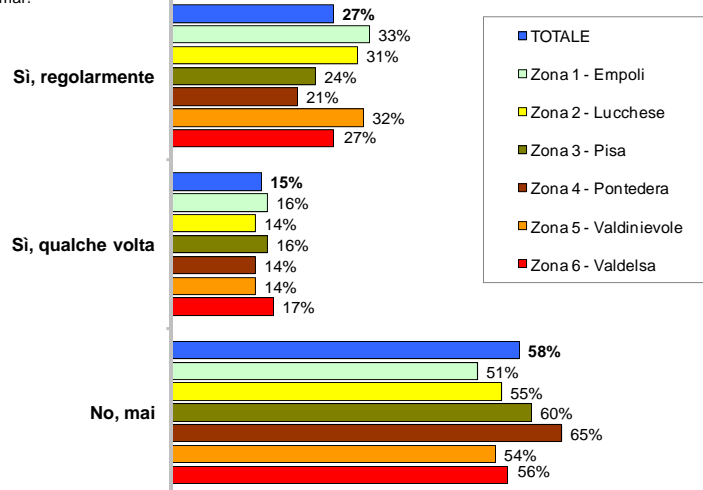
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: TOTALE CAMPIONE



USO DELL'ACQUA 1° SEMESTRE 2011 – PER ZONA

Parliamo dell'utilizzo dell'acqua potabile. Lei beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?



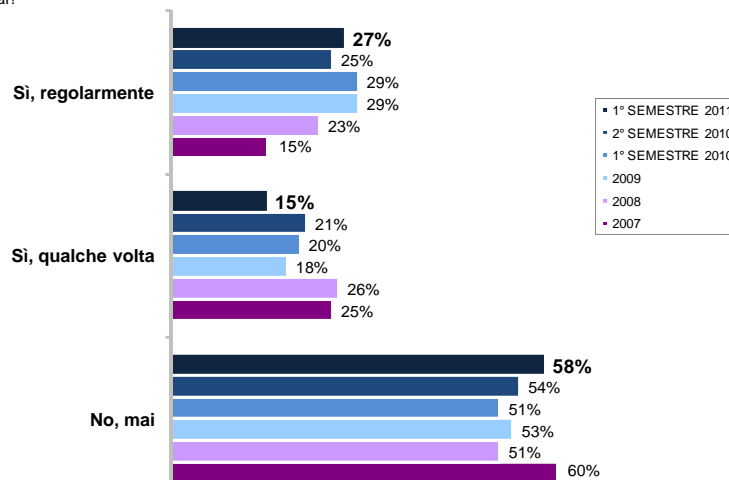
Istituto Piepoli



91

USO DELL'ACQUA TREND

Parliamo dell'utilizzo dell'acqua potabile. Lei beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?



Istituto Piepoli

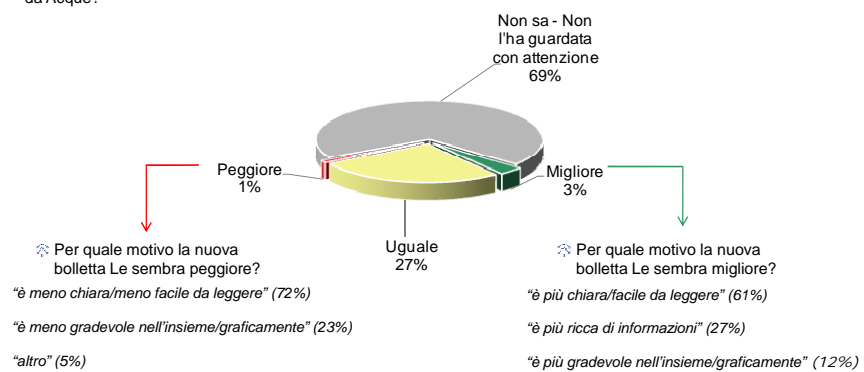


92

La bolletta

LA NUOVA BOLLETTA

La nuova bolletta le sembra migliore, uguale o peggiore rispetto alla bolletta che Le arrivava precedentemente da Acque?



SALDO
(% MIGLIORE - % PEGGIORE)
+ 2%

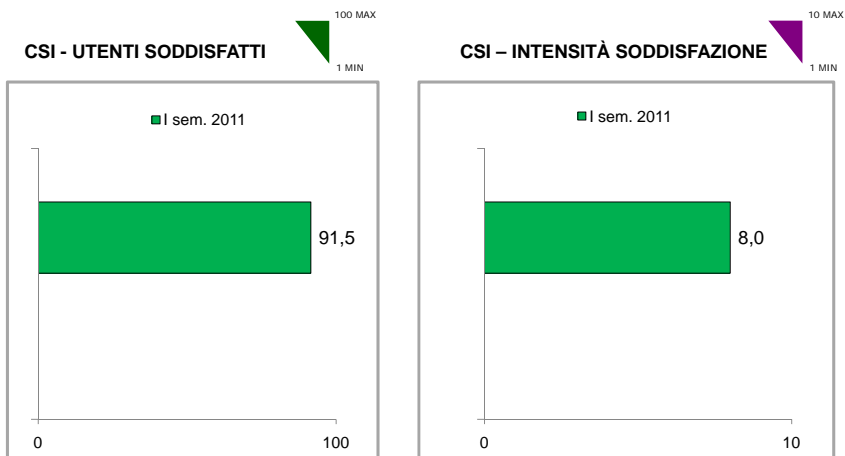
La bolletta via e-mail

IL GIUDIZIO SULLA BOLLETTA ON LINE 1° SEMESTRE 2011

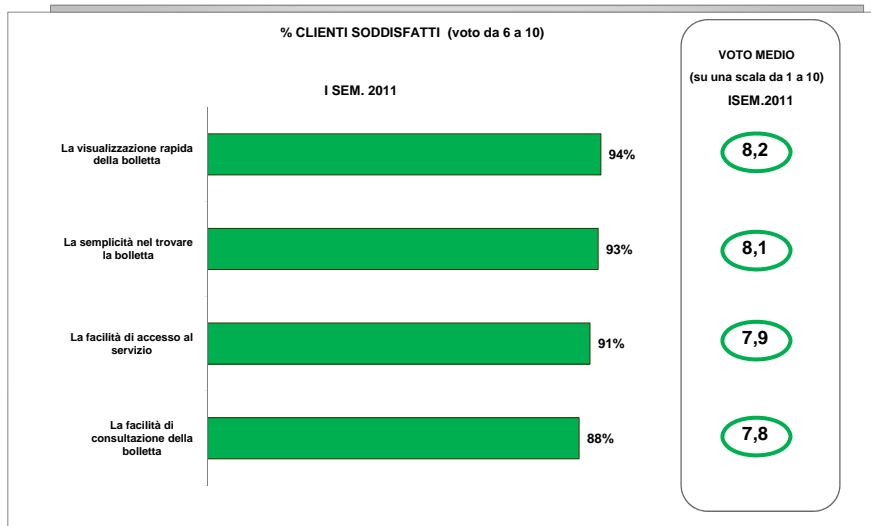
☞ Considerando complessivamente il servizio della bolletta via mail offerto che voto dà ad Acque S.p.A. su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)	
	TOTALE CAMPIONE
Eccellenza (voti 9 e 10)	43%
Bontà (Voto 8)	25%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	25%
Insufficienza (Voti 1-5)	7%
Media	8,0

I CSI PARZIALI DELLA RELAZIONE SULLA BOLLETTA VIA MAIL - 1° SEMESTRE 2011



LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011



LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

ASPETTI DELLA BOLLETTA VIA E-MAIL	I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio
La visualizzazione rapida della bolletta	5%	1%	94%	8,2
La semplicità nel trovare la bolletta	5%	2%	93%	8,1
La facilità di accesso al servizio	6%	3%	91%	7,9
La facilità di consultazione della bolletta	8%	4%	88%	7,8

BOLLETTA VIA MAIL
Soddisfazione sub-overall



Istituto Piepoli

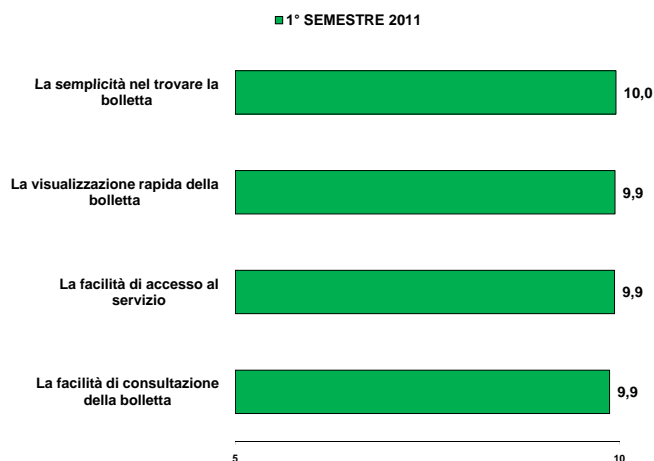
UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: COLORO CHE RICEVONO LA BOLLETTA VIA MAIL (155 CASI AD HOC)



99

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DELLA BOLLETTA VIA MAIL- 1° SEMESTRE 2011

Quanto considera importante l'aspetto relativo al servizio con la bolletta via e-mail, su una scala da 1 a 10, dove 1 significa per nulla importante e 10 assolutamente importante?



BOLLETTA VIA MAIL
Il livello di importanza



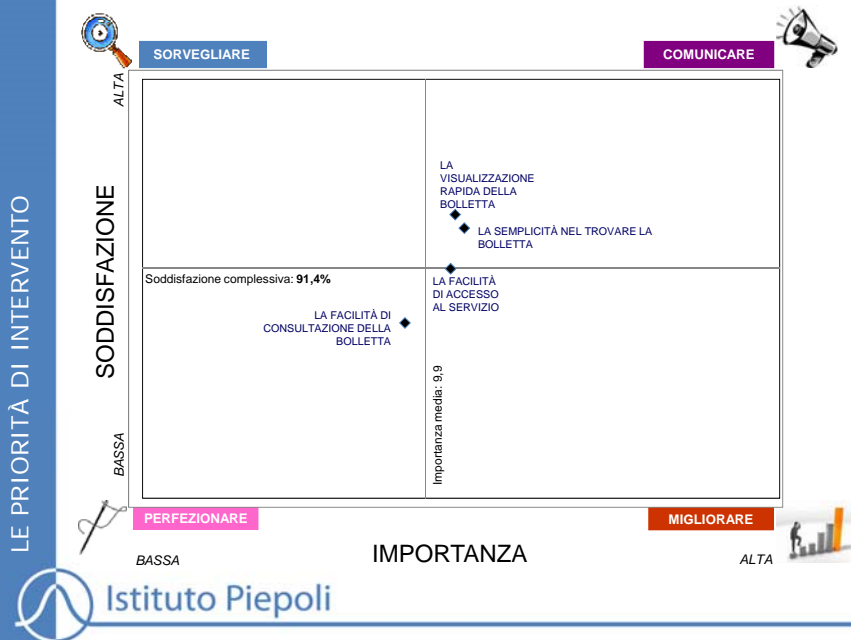
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: COLORO CHE RICEVONO LA BOLLETTA VIA MAIL (155 CASI AD HOC)



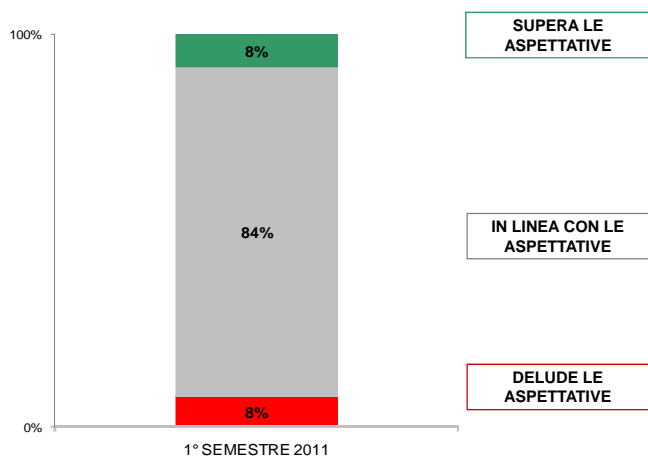
100

LA MAPPA DELLE PRIORITÀ – BOLLETTA VIA MAIL



LE ASPETTATIVE SULLA BOLLETTA VIA MAIL 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando la bolletta via mail, ritieni che il servizio...



BOLLETTA VIA MAIL
Le aspettative

Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: COLORO CHE RICEVONO LA BOLLETTA VIA MAIL (155 CASI AD HOC)

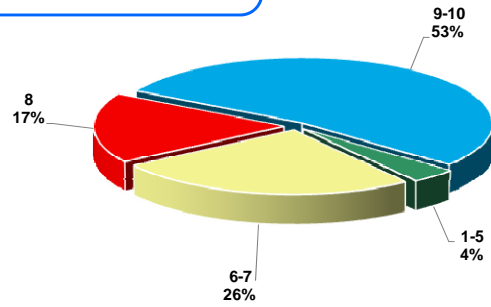
ACQUE

102

LA CONSIGLIABILITA' DEL SERVIZIO 1° SEMESTRE 2011

☉ Su una scala da 1 a 10, quanto CONSIGLIEREBBE il servizio della bolletta via mail ai suoi amici o colleghi?
Dove 1 significa "improbabile" e 10 significa "molto probabilmente"

**IL 96% DEGLI INTERVISTATI
CONGLIEREBBE
IL SERVIZIO DELLA BOLLETTA VIA MAIL**



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: COLORO CHE RICEVONO LA BOLLETTA VIA MAIL (155 CASI AD HOC)



103

Lo Sportello PUNTO ACQUE



Istituto Piepoli



104

LO SPORTELLO PUNTO ACQUE

ITEM INDAGATI

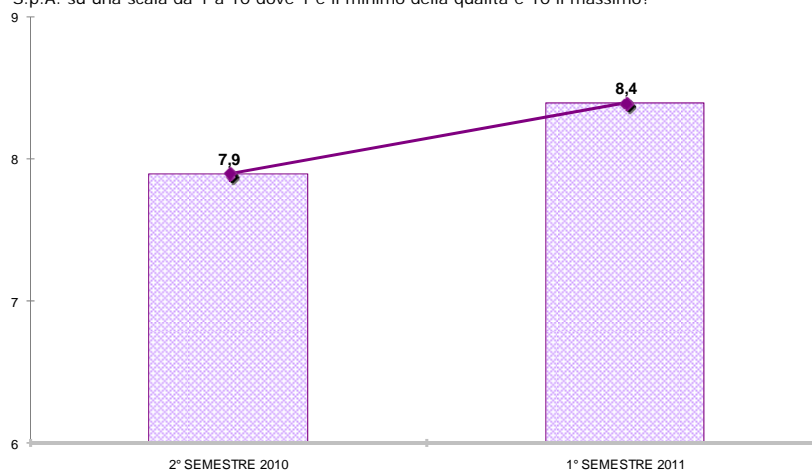
SPORTELLO PUNTO ACQUE

- L'orario di apertura
- La facilità di raggiungere il Punto Acque
- I tempi di attesa per parlare con l'operatore ed essere serviti
- La possibilità di acquistare diversi prodotti (come le caraffe filtranti, i prodotti per ridurre i consumi di acqua) e servizi personalizzati (come la vuotatura delle fosse biologiche)



IL GIUDIZIO SULLO SPORTELLO PUNTO ACQUE TREND

☞ Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso il Punto Acque, che voto dà ad Acque S.p.A. su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



IL GIUDIZIO SULLO SPORTELLO PUNTO ACQUE 1° SEMESTRE 2011

☞ Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso il Punto Acque, che voto dà ad Acque S.p.A. su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)	
TOTALE CAMPIONE	
Eccellenza (voti 9 e 10)	45%
Bontà (Voto 8)	41%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	13%
Insufficienza (Voti 1-5)	1%
Media	8,4



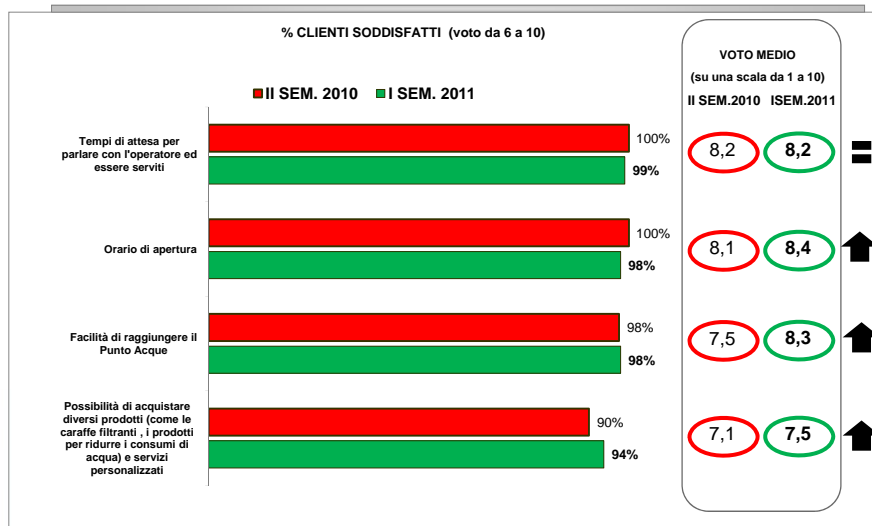
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI PUNTO ACQUE
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (124 CASI AD HOC)



107

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI PUNTO ACQUE
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (124 CASI AD HOC)



108

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

ASPETTI DI RELAZIONE ALLO SPORTELLLO DEL PUNTO ACQUE	II SEMESTRE 2010				I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio
Tempi di attesa per parlare con l'operatore ed essere serviti	0%	0%	100%	8,2	0%	1%	99%	8,2
Orario di apertura	0%	0%	100%	8,1	0%	2%	98%	8,4
Facilità di raggiungere il Punto Acque	0%	2%	98%	7,5	0%	2%	98%	8,3
Possibilità di acquistare diversi prodotti e servizi personalizzati	2%	8%	90%	7,1	0%	6%	94%	7,5

PUNTO ACQUE
Soddisfazione sub-overall



Istituto Piepoli

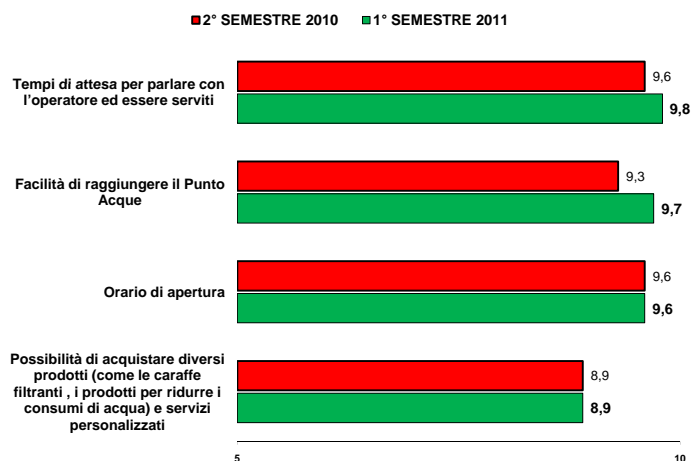
UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI PUNTO ACQUE
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (124 CASI AD HOC)



109

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DEL PUNTO ACQUE – 1° SEMESTRE 2011

Quanto considera importante l'aspetto relativo al servizio ricevuto presso il Punto Acque, su una scala da 1 a 10, dove 1 significa per nulla importante e 10 assolutamente importante?



PUNTO ACQUE
Soddisfazione sub-overall



Istituto Piepoli

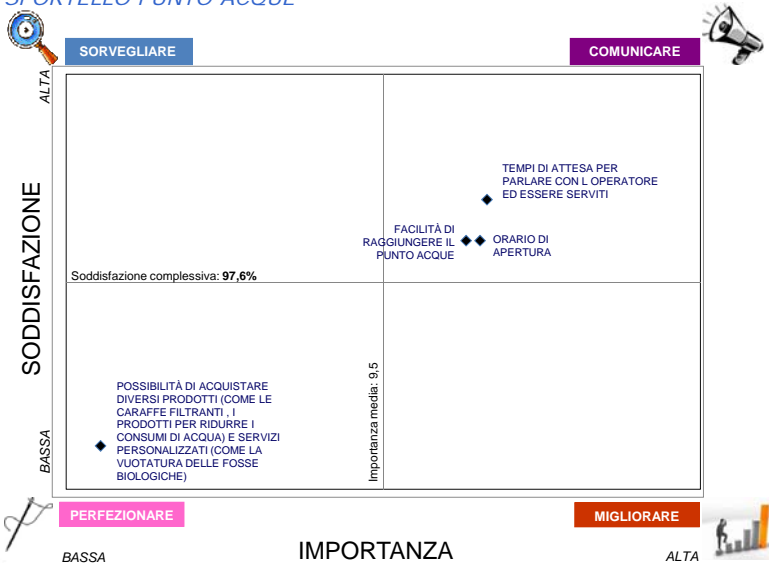
UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI PUNTO ACQUE
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (124 CASI AD HOC)



110

LA MAPPA DELLE PRIORITÀ – CONTATTO CON LA CLIENTELA SPORTELLO PUNTO ACQUE

LE PRIORITÀ DI INTERVENTO

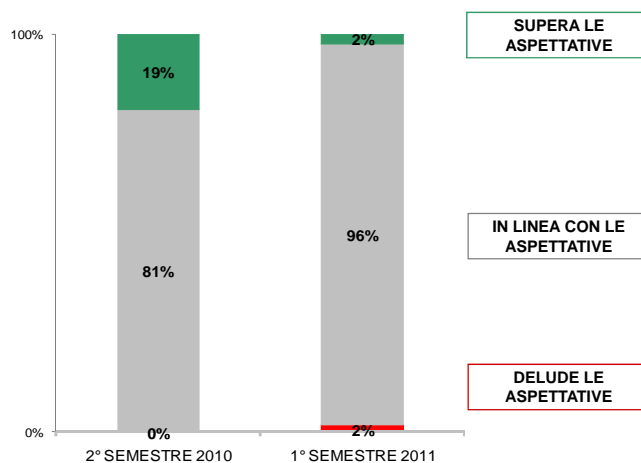


Istituto Piepoli

ACQUE

LE ASPETTATIVE SULLO SPORTELLO PUNTO ACQUE 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando il Punto Acque, ritiene che il servizio...



PUNTO ACQUE
Soddisfazione sub-overall

Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO RECATI AGLI SPORTELLI PUNTO ACQUE
GIORNI PRIMA DELL'INTERVISTA (124 CASI AD HOC)

ACQUE

112

Il sito internet

IL SITO INTERNET DI ACQUE

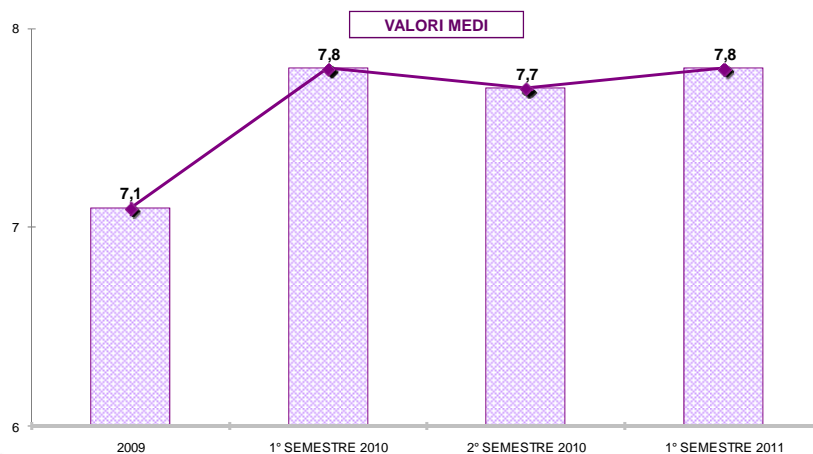
ITEM INDAGATI

SITO INTERNET

- La reperibilità dell'indirizzo internet
- La facilità di navigazione all'interno del sito
- La ricchezza delle informazioni presenti sul sito
- La gamma di operazioni che si possono svolgere sul sito

IL GIUDIZIO SUL SITO INTERNET TREND

Considerando complessivamente il sito Internet di Acque, che voto dà su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



BASE: SI SONO COLLEGATI AL SITO INTERNET DI ACQUE
(81 CASI: 54% DELLE PERSONE CHE SI SONO REGISTRATE ALLO SPORTELLLO ONLINE)



Istituto Piepoli



115

IL GIUDIZIO SUL SITO INTERNET 1° SEMESTRE 2011

Considerando complessivamente il sito Internet di Acque, che voto dà su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)	
	TOTALE CAMPIONE
Eccellenza (voti 9 e 10)	27%
Bontà (Voto 8)	36%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	33%
Insufficienza (Voti 1-5)	4%
Media	7,8

BASE: SI SONO COLLEGATI AL SITO INTERNET DI ACQUE
(81 CASI: 54% DELLE PERSONE CHE SI SONO REGISTRATE ALLO SPORTELLLO ONLINE)



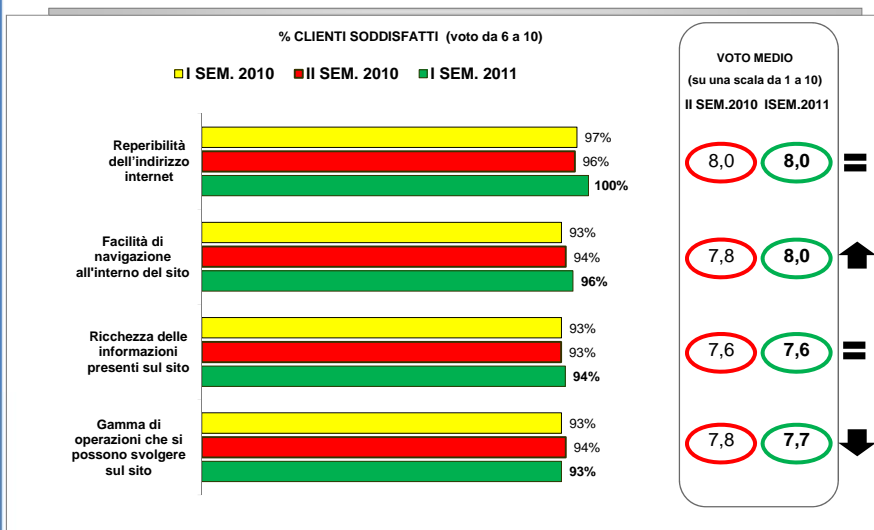
Istituto Piepoli



116

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

SITO INTERNET
% clienti soddisfatti e voto medio



Istituto Piepoli

BASE: SI SONO COLLEGATI AL SITO INTERNET DI ACQUE
(81 CASI: 54% DELLE PERSONE CHE SI SONO REGISTRATE ALLO SPORTELLO ONLINE)



117

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

SITO INTERNET
% clienti soddisfatti e voto medio

ASPETTI DEL SITO INTERNET	I SEMESTRE 2010				II SEMESTRE 2010				I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio
Reperibilità dell'indirizzo internet	3%	0%	97%	7,9	1%	3%	96%	8	0%	0%	100%	8,0
Facilità di navigazione all'interno del sito	3%	4%	93%	7,6	0%	6%	94%	7,8	3%	1%	96%	8,0
Ricchezza delle informazioni presenti sul sito	3%	4%	93%	7,7	2%	5%	93%	7,6	3%	3%	94%	7,6
Gamma di operazioni che si possono svolgere sul sito	3%	4%	93%	7,2	2%	4%	94%	7,8	1%	6%	93%	7,7



Istituto Piepoli

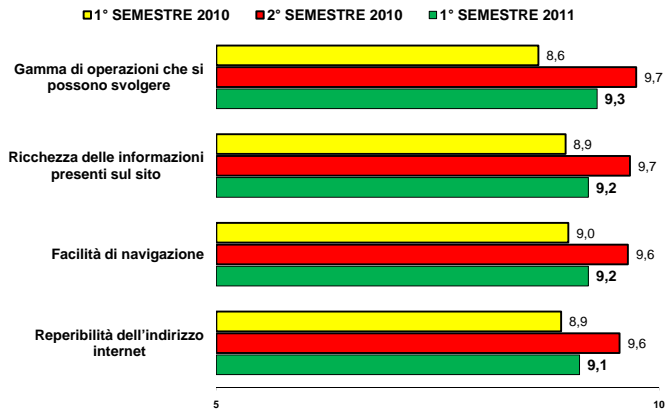
BASE: SI SONO COLLEGATI AL SITO INTERNET DI ACQUE
(81 CASI: 54% DELLE PERSONE CHE SI SONO REGISTRATE ALLO SPORTELLO ONLINE)



118

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DEGLI ASPETTI DEL SITO INTERNET - 1° SEMESTRE 2011

☞ Quanto considera importante questo aspetto relativo al sito Internet di ACQUE, su una scala da 1 a 10, dove 1 esprime per nulla importante e 10 assolutamente importante?



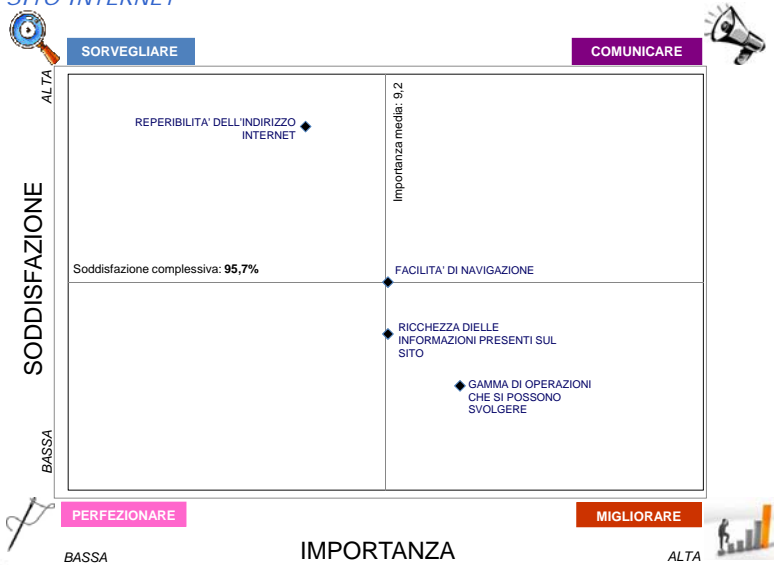
BASE: SI SONO COLLEGATI AL SITO INTERNET DI ACQUE
(81 CASI: 54% DELLE PERSONE CHE SI SONO REGISTRATE ALLO SPORTELLLO ONLINE)



Istituto Piepoli



LA MAPPA DELLE PRIORITÀ – CONTATTO CON LA CLIENTELA SITO INTERNET

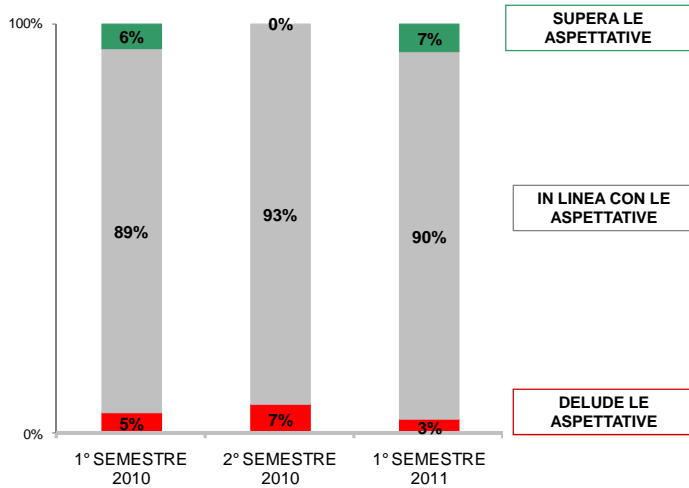


Istituto Piepoli



LE ASPETTATIVE SUL SITO INTERNET 1° SEMESTRE 2011

☞ Sempre considerando gli aspetti del sito Internet, ritiene che il servizio ...



BASE: SI SONO COLLEGATI AL SITO INTERNET DI ACQUE
(81 CASI: 54% DELLE PERSONE CHE SI SONO REGISTRATE ALLO SPORTELLLO ONLINE)



Istituto Piepoli



Lo sportello on line

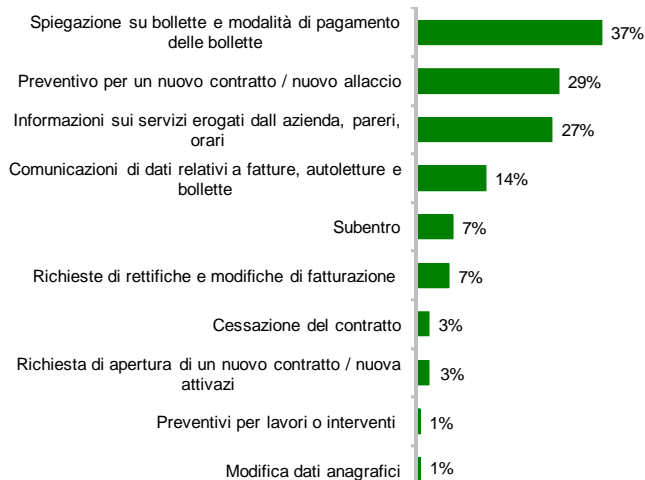


Istituto Piepoli



MOTIVI E MODALITÀ DELLA REGISTRAZIONE /1

Per quali motivi si è registrato allo sportello online? (risposta multipla)



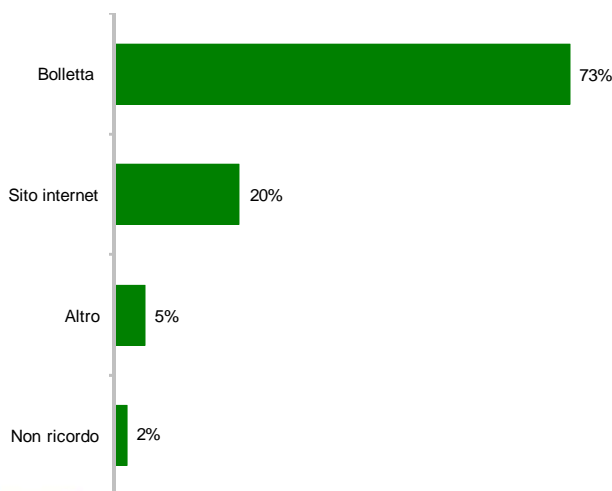
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLI ON LINE
(151 CASI AD HOC)



MOTIVI E MODALITÀ DELLA REGISTRAZIONE /2

Dove ha reperito l'indirizzo dello sportello online di Acque? (risposta multipla)



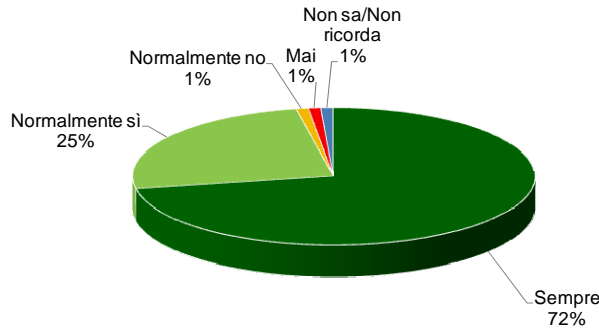
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLI ON LINE
(151 CASI AD HOC)



MOTIVI E MODALITÀ DELLA REGISTRAZIONE /3

Quando ha cercato di accedere allo sportello online lo ha sempre trovato disponibile e funzionante?



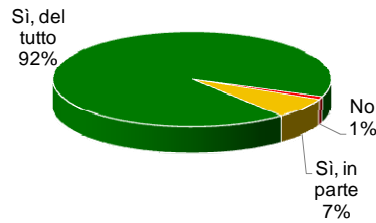
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLI ON LINE
(151 CASI AD HOC)



MOTIVI E MODALITÀ DI CONTATTO /4

Operando attraverso lo sportello online riesce a trovare una risposta alle sue esigenze?



UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLI ON LINE
(151 CASI AD HOC)

Quali sono le carenze che riscontra nelle funzionalità dello sportello online? (risposta multipla)

Le risposte alle mie richieste/reclami non arrivano	40%
Devo aspettare di essere richiamato per fissare un appuntamento	9%
Devo aspettare della documentazione per chiudere la pratica	9%
Altro	46%
Non sa	18%

BASE: HANNO TROVATO SOLO IN PARTE UNA RISPOSTA ALLE LORO ESIGENZE (7%)

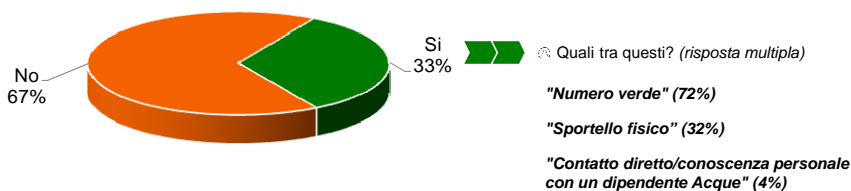


Istituto Piepoli



PRECEDENTE ESPERIENZA /1

☞ Oltre a usare lo sportello online, ha utilizzato qualche altro canale di contatto con Acque SpA?



CALL BACK SPORTELLO ON LINE
Precedente esperienza



Istituto Piepoli

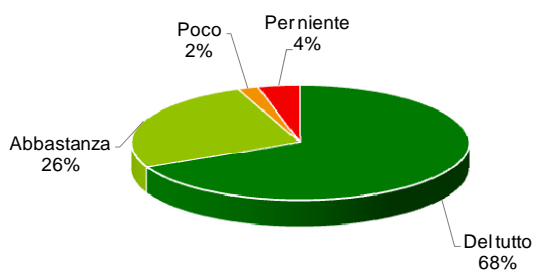
UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLO ON LINE
(151 CASI AD HOC)



127

PRECEDENTE ESPERIENZA /2

☞ Le informazioni che ha ricevuto nei diversi contatti erano coerenti tra loro?



**LE INFORMAZIONI
ERANO DEL TUTTO
O ABBASTANZA
COERENTI TRA LORO
94%**

CALL BACK SPORTELLO ON LINE
Precedente esperienza



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLO ON LINE
(151 CASI AD HOC)



128

I FATTORI DI SODDISFAZIONE DELLO SPORTELLO ON LINE

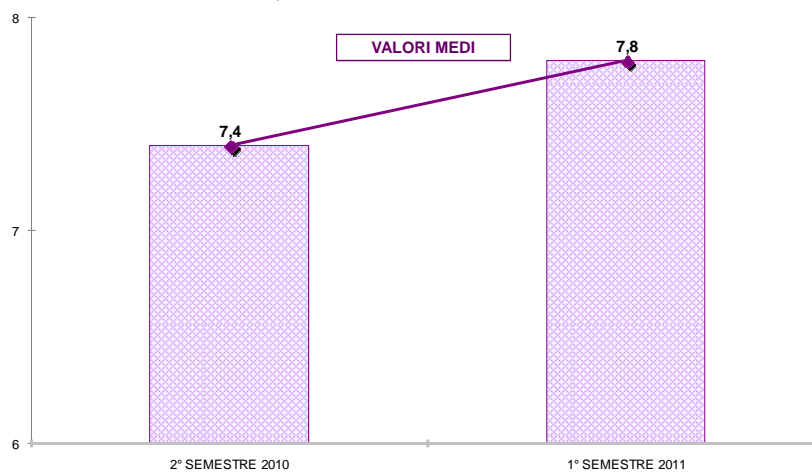
ITEM INDAGATI

SPORTELLO ON LINE

- La facilità di registrazione allo sportello on line
- La chiarezza dei contenuti presenti nello sportello on line
- La completezza delle risposte ai quesiti / reclami
- La velocità di risposta ai quesiti / reclami
- La possibilità di consultare letture e bollette
- Il numero delle operazioni che è possibile fare
- L'efficienza del servizio di pagamento online delle bollette

IL GIUDIZIO SULLO SPORTELLO ON LINE TREND

☉ Considerando complessivamente il servizio ricevuto dallo sportello online che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?



IL GIUDIZIO SULLO SPORTELLO ON LINE 1° SEMESTRE 2011

☞ Considerando complessivamente il servizio ricevuto dallo sportello online che voto dà ad Acque su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo della qualità e 10 il massimo?

Totale universo utenze domestiche (249.835)	
TOTALE CAMPIONE	
Eccellenza (voti 9 e 10)	25%
Bontà (Voto 8)	28%
Sufficienza (Voti 6 e 7)	45%
Insufficienza (Voti 1-5)	2%
Media	7,8



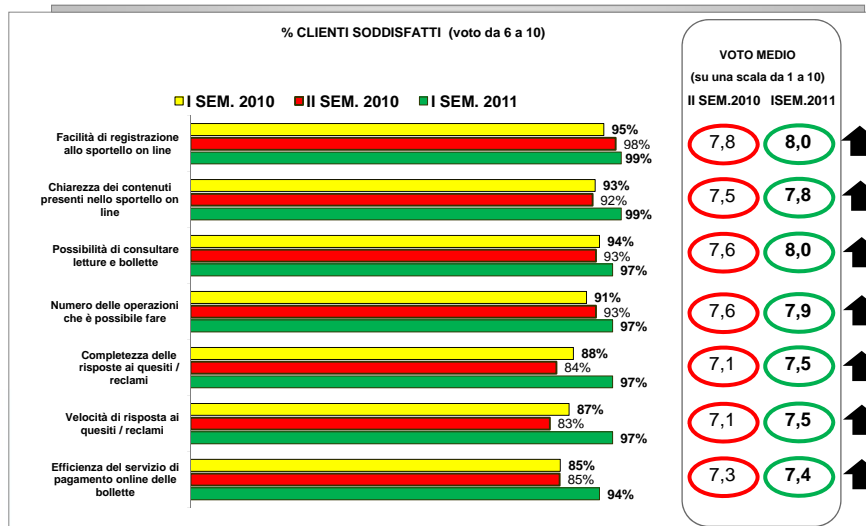
Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLO ON LINE
(151 CASI AD HOC)



131

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011



Istituto Piepoli

UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLO ON LINE
(151 CASI AD HOC)



132

LA SODDISFAZIONE 1° SEMESTRE 2011

ASPETTI DELLO SPORTELLLO ON LINE	I SEMESTRE 2010				II SEMESTRE 2010				I SEMESTRE 2011			
	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio	Grav. Insoddisfatti (1-4)	Insoddisfatti (5)	Soddisfatti (6-10)	Valore Medio
Facilità di registrazione allo sportello on line	1%	4%	95%	8,1	1%	1%	98%	7,8	0%	1%	99%	8,0
Chiarezza dei contenuti presenti nello sportello on line	2%	5%	93%	7,8	2%	6%	92%	7,5	0%	1%	99%	7,8
Possibilità di consultare letture e bollette	3%	3%	94%	8,2	4%	3%	93%	7,6	1%	2%	97%	8,0
Numero delle operazioni che è possibile fare	3%	6%	91%	7,6	2%	5%	93%	7,6	1%	2%	97%	7,9
Completezza delle risposte ai quesiti / reclami	6%	6%	88%	7,3	4%	12%	84%	7,1	1%	2%	97%	7,5
Velocità di risposta ai quesiti / reclami	6%	7%	87%	7,4	4%	13%	83%	7,1	2%	1%	97%	7,5
Efficienza del servizio di pagamento online delle bollette	5%	10%	85%	7,3	3%	12%	85%	7,3	1%	5%	94%	7,4

CALL BACK SPORTELLLO ON LINE
Item indagati



Istituto Piepoli

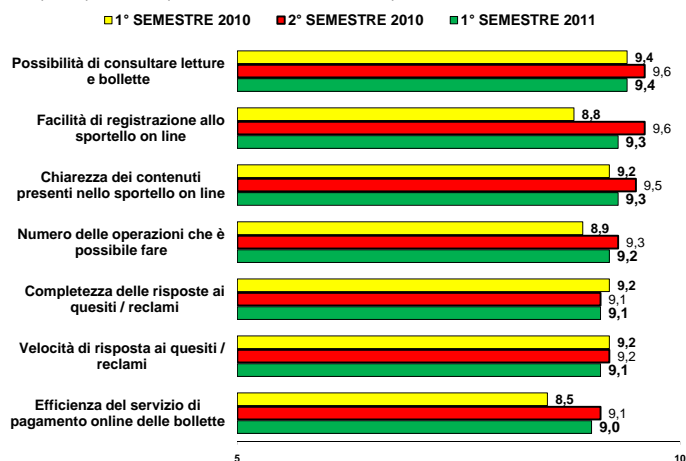
UNIVERSO: 249.835 UTENZE
BASE: SI SONO REGISTRATI AL SERVIZIO DI SPORTELLLO ON LINE
(151 CASI AD HOC)



133

IL LIVELLO DI IMPORTANZA DEGLI ASPETTI DELLO SPORTELLLO ON LINE - 1° SEMESTRE 2011

☉ Quanto considera importante questo aspetto relativo allo Sportello Online di ACQUE, su una scala da 1 a 10, dove 1 esprime per nulla importante e 10 assolutamente importante?



CALL BACK SPORTELLLO ON LINE
Item indagati



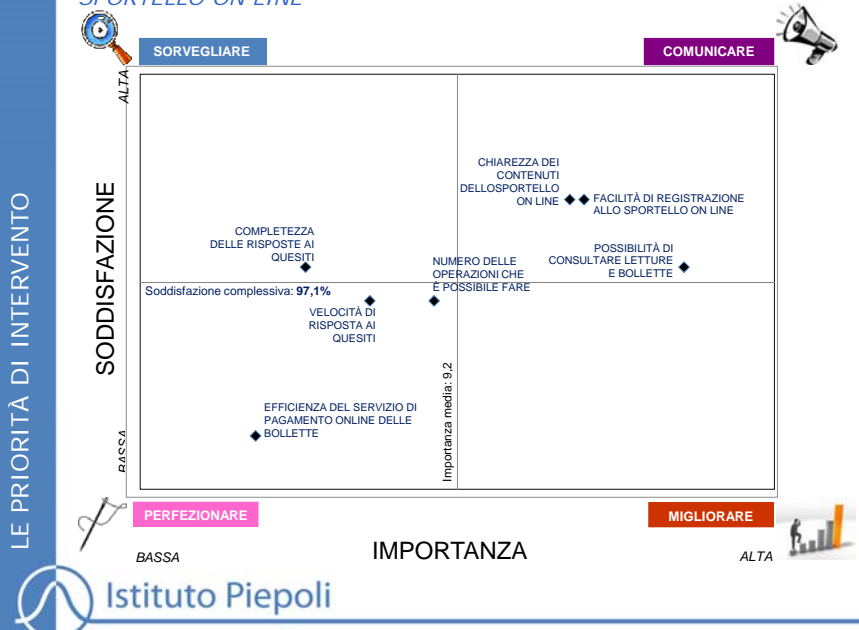
Istituto Piepoli

UNIVERSO 220.000 UTENZE
BASE: SI SONO COLLEGATI AL SITO INTERNET DI ACQUE
(150 CASI AD HOC)



134

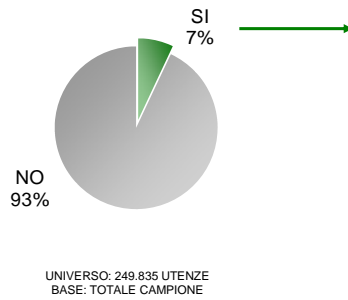
LA MAPPA DELLE PRIORITÀ – *CONTATTO CON LA CLIENTELA*
 SPORTELLO ON LINE



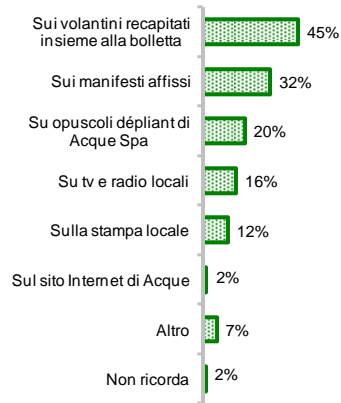
La comunicazione dell'azienda

LA COMUNICAZIONE DELL'AZIENDA /1

Parliamo ora dei messaggi di comunicazione forniti da Acque, quali ad esempio quelli relativi al risparmio idrico, alla qualità dell'acqua o promozione dei nuovi canali di contatto con l'azienda. Lei si ricorda di avere visto o sentito qualche messaggio di Acque?



Dove ha visto o sentito questi messaggi di comunicazione di Acque? (risposta multipla)



BASE: COLORO CHE HANNO VISTO O SENTITO MESSAGGI DI COMUNICAZIONE DI ACQUE SPA (7%)

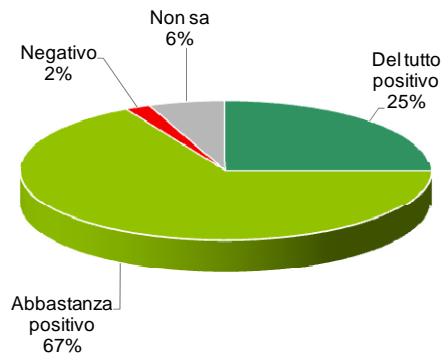


Istituto Piepoli



LA COMUNICAZIONE DELL'AZIENDA /2

Il giudizio che Lei dà di queste informazioni per quanto riguarda la loro facilità di lettura e comprensione, è ...



BASE: COLORO CHE HANNO VISTO O SENTITO MESSAGGI DI COMUNICAZIONE DI ACQUE SPA (5%)



Istituto Piepoli

