

CUSTOMER SATISFACTION 2016



Camera di Commercio
Cosenza



OBIETTIVI DELL'INDAGINE

La Camera di commercio di Cosenza ha svolto l'indagine di «Customer Satisfaction 2016» con l'obiettivo prioritario di:

- rilevare il **livello di soddisfazione dei servizi** che offre alle imprese;
- misurare il **livello di gradimento dei propri utenti**;
- raccogliere elementi utili per **azioni di miglioramento** dei servizi
- rilevare il **livello di percezione delle imprese sul processo di rinnovamento della Camera (#OpenCameraCosenza)**.

Con l'occasione, sono state proposte alcune domande finalizzate a conoscere le esigenze delle imprese su specifiche tematiche.

MODALITA' DI RILEVAZIONE E INTERVALLO TEMPORALE

- somministrazione di un questionario - composto da **10 domande** - **agli utenti che si sono recati agli sportelli** camerale dal 7 al 25 novembre 2016 [Q1]
- invito alla compilazione del **questionario online** spedito ai contatti presenti sul DB di **Ciao Impresa, il CRM** della Camera di commercio di Cosenza. L'invito è stato spedito il 28/11/2016 a n. 2026 contatti. Sono stati aperte n. 689 mail. Un reminder è stato inviato il 12/12/2016 a n. 1971 contatti. Sono state aperte n. 631 mail. Il questionario è composto da 17 domande [Q2]
- pubblicazione dell'invito alla compilazione del questionario sulla **pagina Facebook della Camera di commercio** il 13 dicembre 2017. Il questionario è composto da **17 domande** [Q3].

RISULTATI: QUESTIONARI CON ESITO POSITIVO

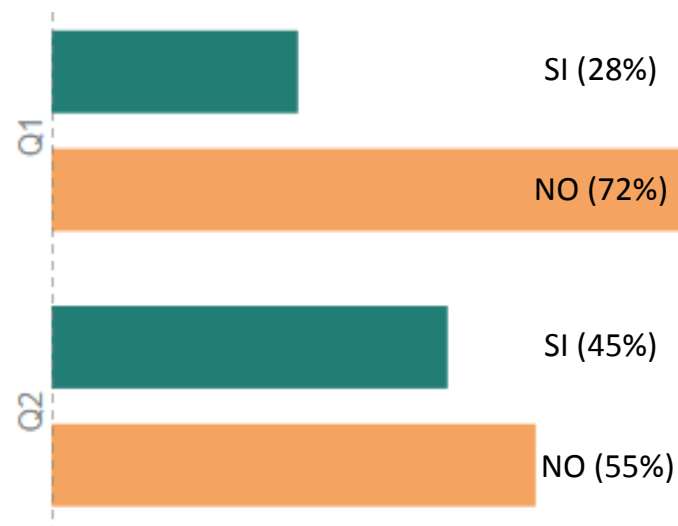
Complessivamente **285 questionari**, di cui:

- [Q1]: 224 questionari in presenza, presso gli sportelli della Camera di commercio di Cosenza, di cui 61 presso la sede distaccata
- [Q2]: 55 questionari on line, in seguito a invio con CRM Ciao Impresa. Di questi: il 20% non ha mai avuto la necessità di rivolgersi Camera di commercio; il 25% delega il commercialista; il 33% usufruisce almeno una volta alla settimana dei servizi a sportello e il 22% più volte all'anno
- [Q3]: 6 utenti Facebook

SPID

Coerentemente con il tipo di servizio lo **Spid è conosciuto fra gli utenti «internauti» (45%)**, mentre è meno noto fra coloro che hanno minore dimestichezza con il web (28%).

Abbastanza elevata è la percentuale di **utenti che hanno attivato il servizio (40%)**, anche in considerazione del fatto che si tratta di un servizio recentemente attivato e non ancora a pieno regime.



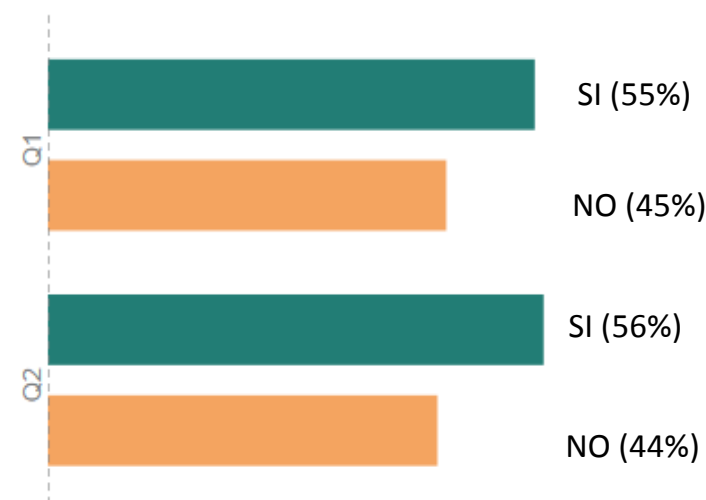


CONTRIBUTI E FINANZIAMENTI

Pur trattandosi di un'attività «tradizionale», **molti sono gli utenti che non sono a conoscenza dei finanziamenti erogati dalla Cdc (44-45%).**

Significativa è anche **l'alta percentuale (84%) degli utenti che non hanno mai usufruito dei finanziamenti** pur essendone a conoscenza, in quanto fa presupporre che non ci sia stata coincidenza fra le esigenze delle imprese e l'operato della Camera.

Supposizione avvalorata anche **dalla percentuale (75%) di utenti che sono interessati a ricevere informazioni in merito.**



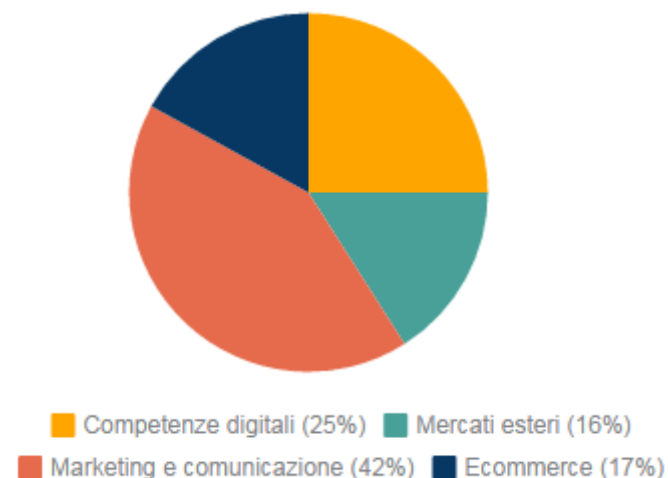
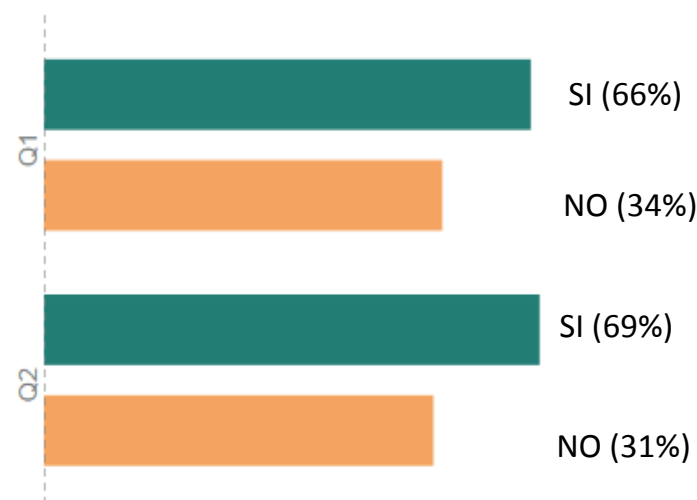
INIZIATIVE DI FORMAZIONE

Una percentuale molto elevata di intervistati, sia a sportello (66%) che online (69%) ha dichiarato di essere a conoscenza delle attività di formazione erogate dalla Camera di commercio.

Degli intervistati che conoscono il servizio, **1/3 (32%) ha partecipato almeno una volta** alle iniziative promosse dalla Camera di commercio.

Tra coloro che hanno affermato di non conoscere il servizio **l'82% è interessato a ricevere informazioni.**

I **temi di maggior interesse** (da considerare per la programmazione di interventi formativi della Camera) sono **marketing e comunicazione (45%) e competenze digitali (25%).**

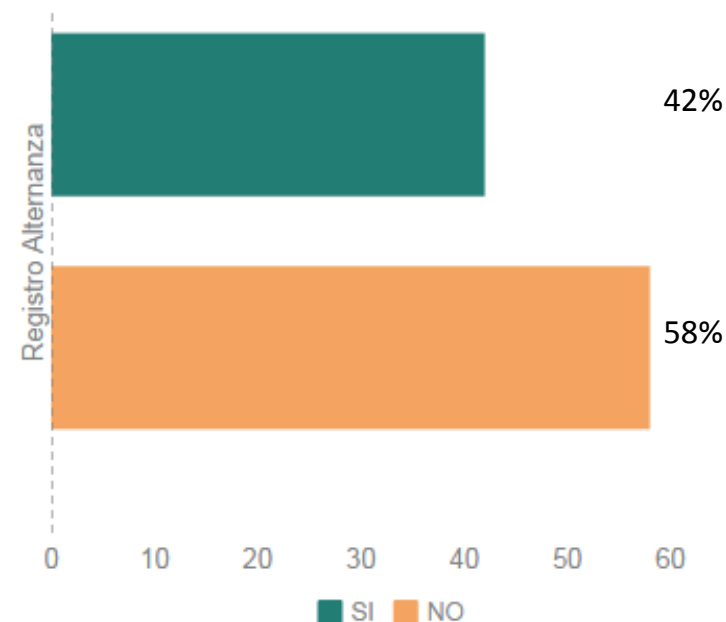




REGISTRO ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

Il servizio, di recente attivazione, è conosciuto dal **42% degli intervistati**. Tra le imprese che hanno dichiarato di essere informati sulle opportunità previste dal Registro Alternanza Scuola Lavoro, **solo il 13% si è iscritto**.

Tra coloro che hanno affermato di non conoscere il servizio il **63% è interessato a ricevere queste informazioni**

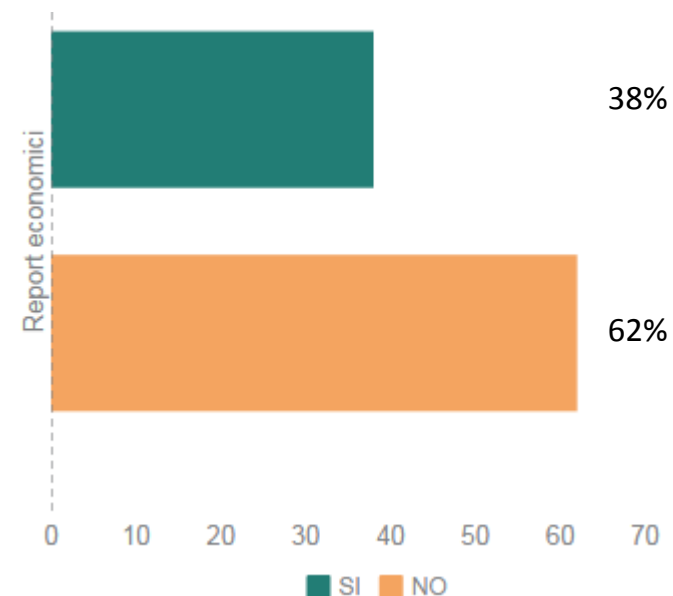


REPORT ECONOMIA PROVINCIALE

Il **62% degli intervistati** NON conosce le attività della Camera di commercio di elaborazione di studi e report economici.

Tra coloro che hanno affermato di conoscere il servizio **solo il 10% acquisisce le informazioni e i report** forniti dalla Camera di commercio.

Invece, con riferimento al 62% degli intervistati che ignora questa attività, si evidenzia che il **65% è interessato a ricevere queste informazioni**



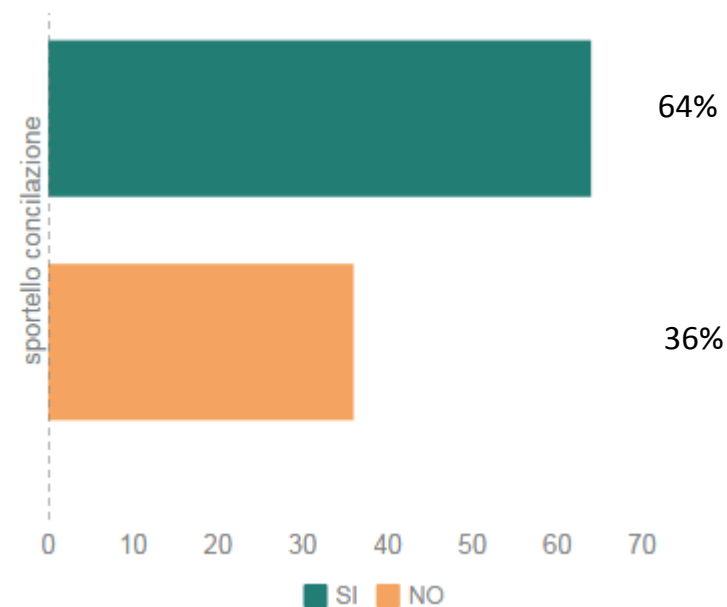
SPORTELLO CONCILIAZIONE

Il servizio di conciliazione della Camera è conosciuto del **64% degli intervistati**.

Tra coloro che hanno affermato di conoscere il servizio:

-il 20% non ha mai usufruito di questo servizio perché si è rivolto ad altri Enti

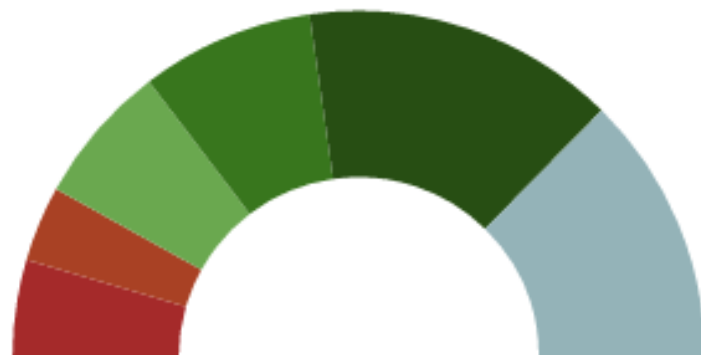
-l'80% non ha mai avuto la necessità di ricorrere alla conciliazione



FIRMA DIGITALE

Il servizio di rilascio della Firma digitale della Camera ottiene un **giudizio estremamente positivo dal 45% degli intervistati via mail**, anche se 1 azienda su 4 dichiara di non averne mai usufruito. Gli **intervistati su Facebook**, invece, usufruiscono o conoscono il servizio e sono anche **più critici nel giudizio**.

Questionario 2 (EMAIL)



■ Insufficiente (9.09%) ■ Mediocre (7.07%) ■ Medio (13.13%)
■ Molto buono (16.16%) ■ Ottimo (29.29%) ■ Non so (25.25%)

Questionario 3 (FACEBOOK)

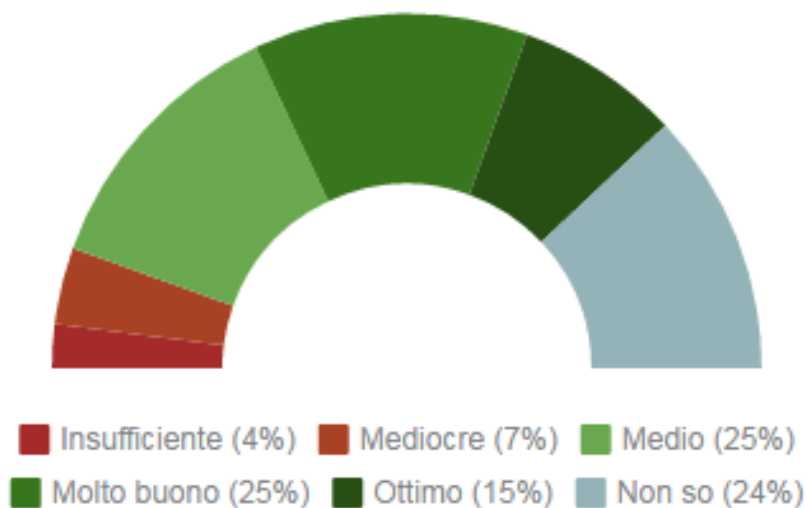


■ Insufficiente (17%) ■ Mediocre (17%) ■ Medio (33%)
■ Molto buono (0%) ■ Ottimo (33%) ■ Non so (0%)

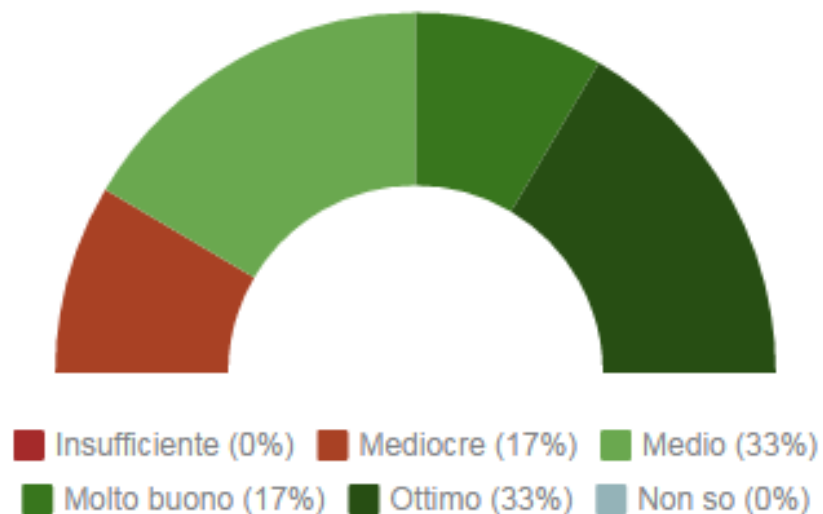
REGISTRO IMPRESE

Il servizio del Registro Imprese della Camera ottiene un **giudizio positivo** da parte degli intervistati via mail (40%) e dagli intervistati via Facebook. Un dato interessante che può apparire sorprendente, vista le caratteristiche del servizio, è rappresentato dal **24% che non esprime un giudizio sul Registro Imprese**.

Questionario 2 (EMAIL)



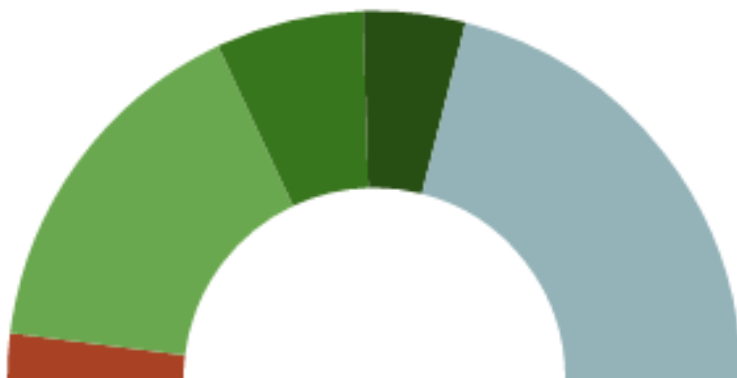
Questionario 3 (FACEBOOK)



FASCICOLO DI IMPRESA

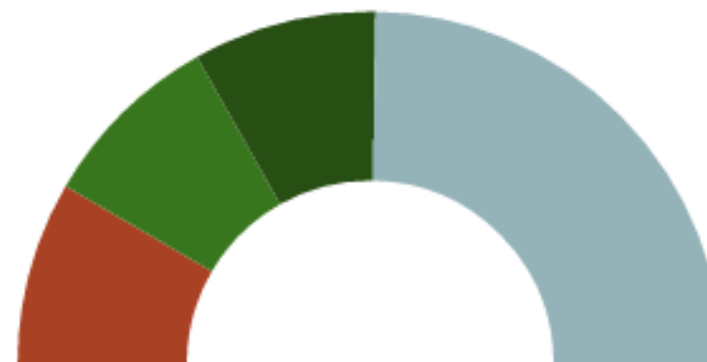
Il dato più significativo che emerge sul fascicolo di impresa è la **mancata fruizione del servizio** da parte delle imprese (**42% e 49,5%**). Per coloro che hanno usufruito del servizio il riscontro invece è positivo: la «curva medio-ottimo è superiore al 50% per gli intervistati via mail.

Questionario 2 (EMAIL)



■ Insufficiente (0%) ■ Mediocre (4%) ■ Medio (32%)
■ Molto buono (13%) ■ Ottimo (9%) ■ Non so (42%)

Questionario 3 (FACEBOOK)



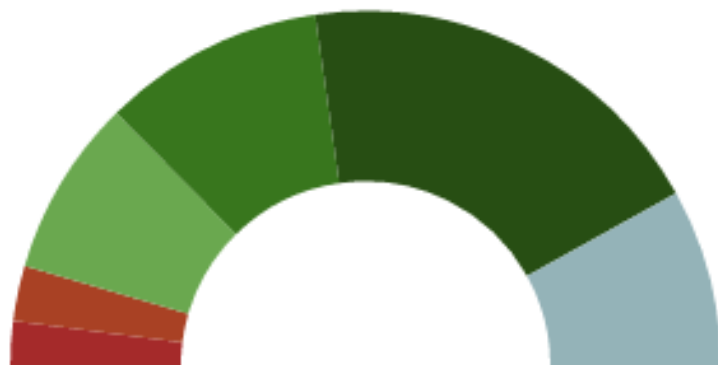
■ Insufficiente (0%) ■ Mediocre (16.83%) ■ Medio (0%)
■ Molto buono (16.83%) ■ Ottimo (16.83%) ■ Non so (49.50%)

CERTIFICATI E VISURE

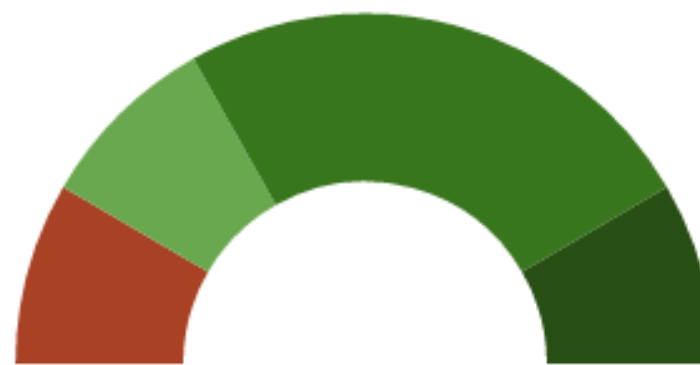
Il servizio di rilascio ottiene un **giudizio positivo** da una percentuale molto elevata di intervistati (59% e 66%).

Il servizio è **tendenzialmente utilizzato da «tutte» le imprese.**

Questionario 2 (EMAIL)



Questionario 3 (FACEBOOK)



■ Insufficiente (4.04%) ■ Mediocre (5.05%) ■ Medio (16.16%) ■ Molto buono (20.20%) ■ Ottimo (38.38%) ■ Non so (16.16%)

■ Insufficiente (0%) ■ Mediocre (16.83%) ■ Medio (16.83%) ■ Molto buono (49.50%) ■ Ottimo (16.83%) ■ Non so (0%)

CERTIFICATI E VISTI PER L'ESTERO

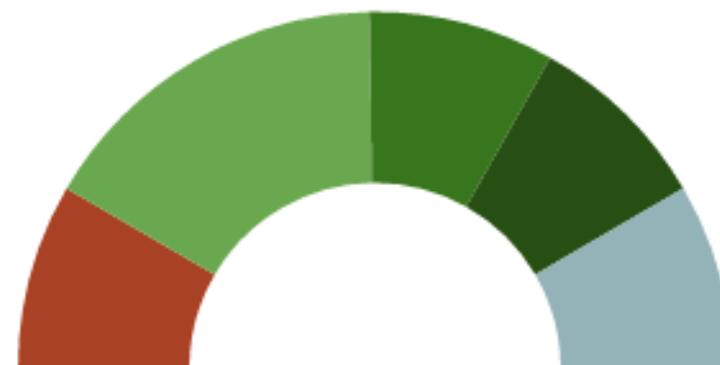
Il servizio di rilascio dei certificati **tendenzialmente non è utilizzato** da parte delle imprese, con un picco del **78%** che fa riferimento agli intervistati via mail. Nei casi in cui le imprese usufruiscono del servizio, **esprimono un giudizio positivo**.

Questionario 2 (EMAIL)



■ Insufficiente (2%) ■ Mediocre (0%) ■ Medio (9%)
■ Molto buono (7%) ■ Ottimo (4%) ■ Non so (78%)

Questionario 3 (FACEBOOK)

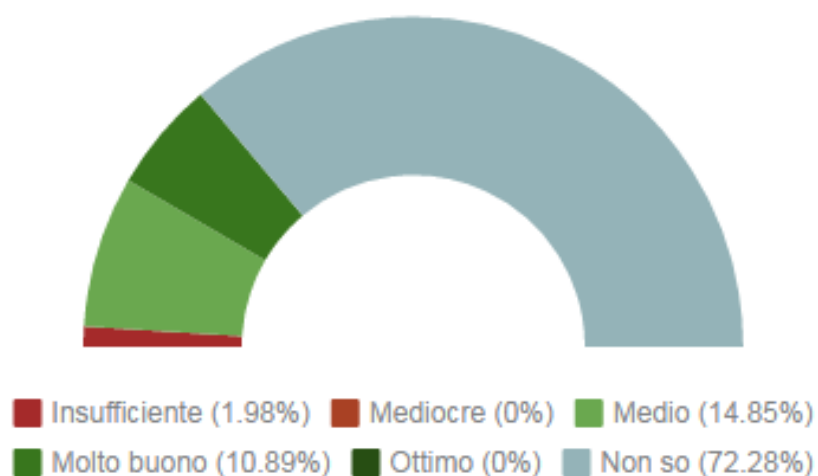


■ Insufficiente (0%) ■ Mediocre (16.83%) ■ Medio (32.67%)
■ Molto buono (16.83%) ■ Ottimo (16.83%) ■ Non so (16.83%)

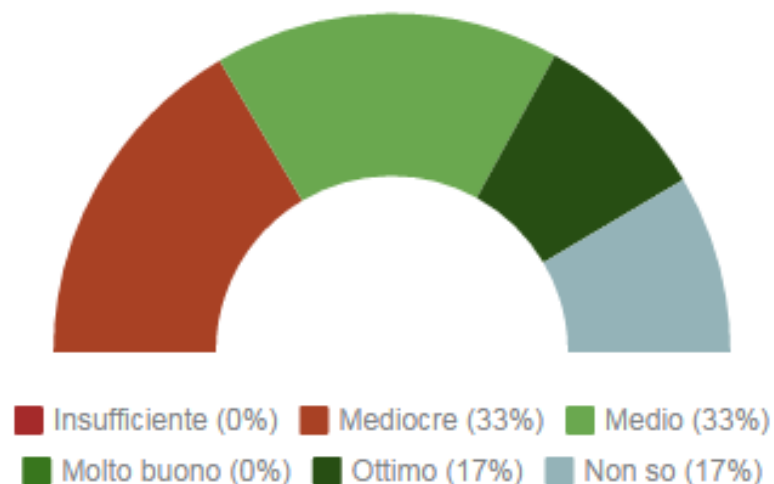
SPORTELLO AMBIENTE

Il servizio è **poco richiesto** dalle imprese, con un picco del **72%** che fa riferimento agli intervistati via mail. Gli utenti di Facebook che hanno risposto al questionario esprimono una valutazione tendenzialmente nella media.

Questionario 2 (EMAIL)



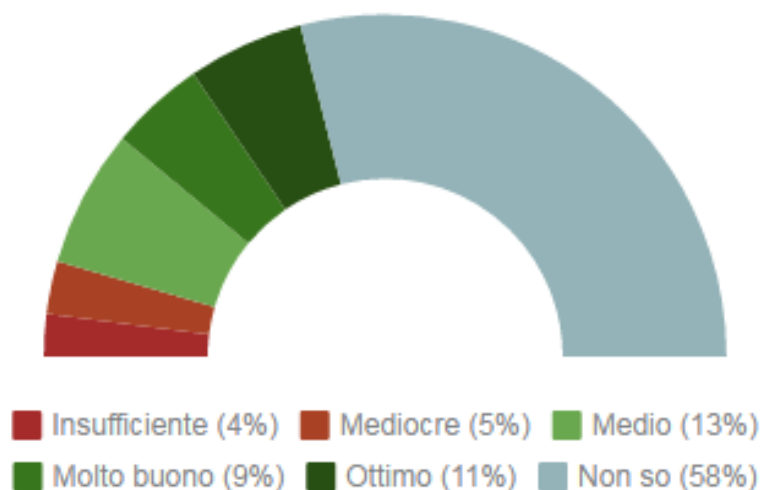
Questionario 3 (FACEBOOK)



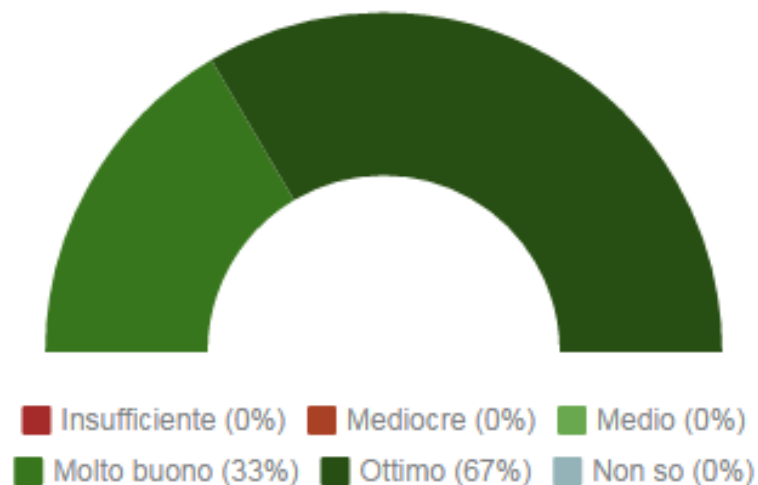
MARCHI E BREVETTI

Anche in questo caso il servizio erogato dalla Camera risulta **poco utilizzato dalle imprese intervistate (58%)**. Tuttavia, anche se il dato non è quantitativamente significativo, è interessante riscontrare il **giudizio positivo da parte degli utenti «social» intervistati**

Questionario 2 (EMAIL)



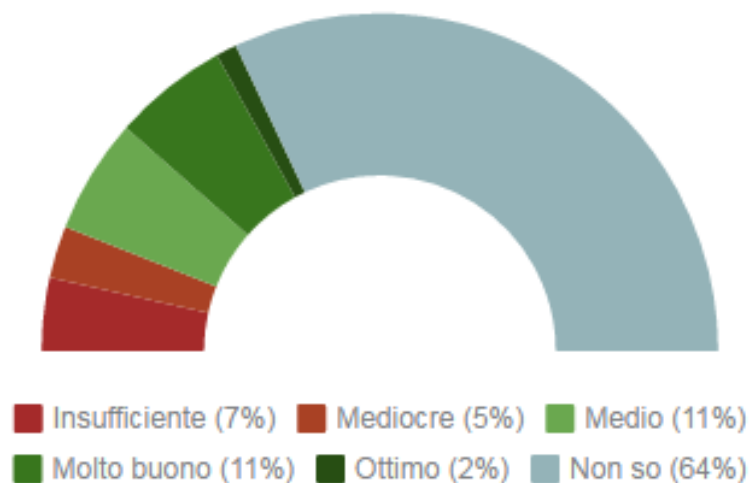
Questionario 3 (FACEBOOK)



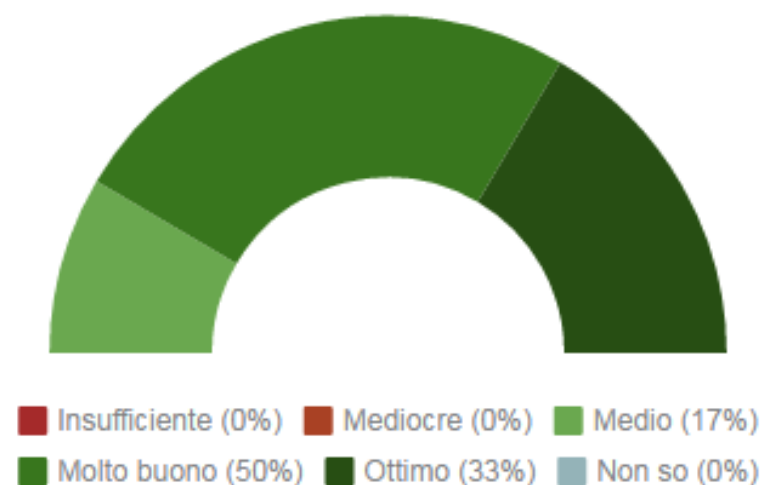
CONTRIBUTI E ACCESSO AL CREDITO

Su questo servizio emergono due dati rilevanti: **2 aziende su 3 non ne hanno mai usufruito** (dove per fruizione si intende almeno la possibilità di accedere a un finanziamento), quindi evidentemente c'è una **distonia tra «domanda» e «offerta»**. **Se al servizio si accede il parere espresso è unicamente positivo.**

Questionario 2 (EMAIL)



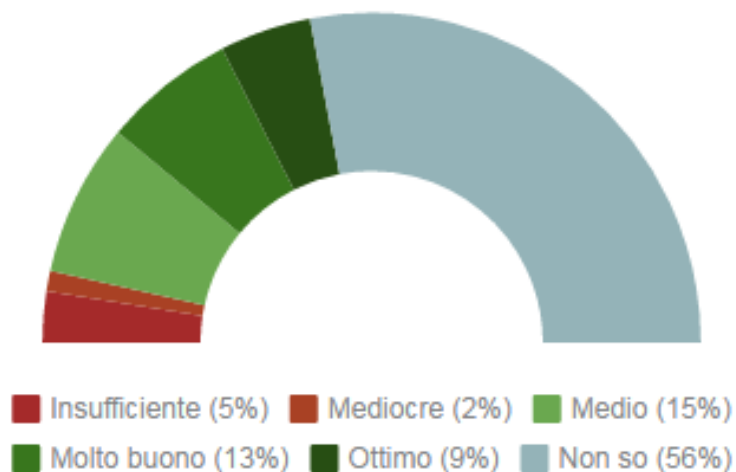
Questionario 3 (FACEBOOK)



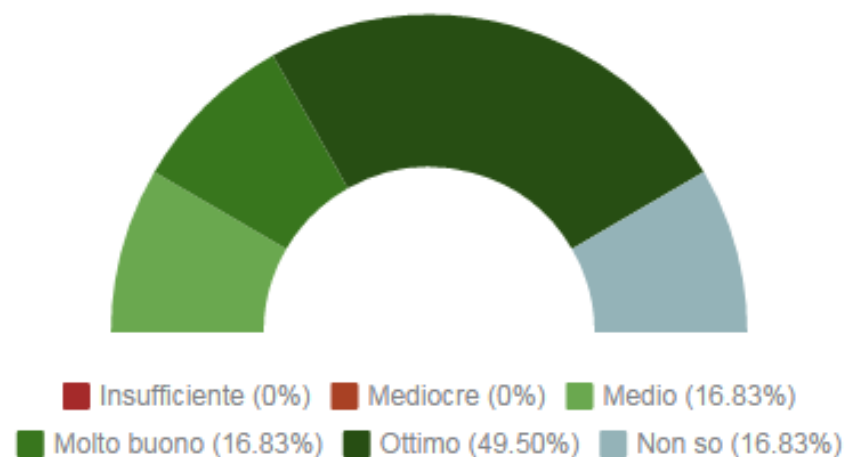
FORMAZIONE

Come per altri servizi anche le attività formative della Camera di commercio rappresentano un **servizio poco utilizzato** dalle imprese (56%), pur evidenziando che **nei casi di fruizione la valutazione è tendenzialmente positiva**.

Questionario 2 (EMAIL)



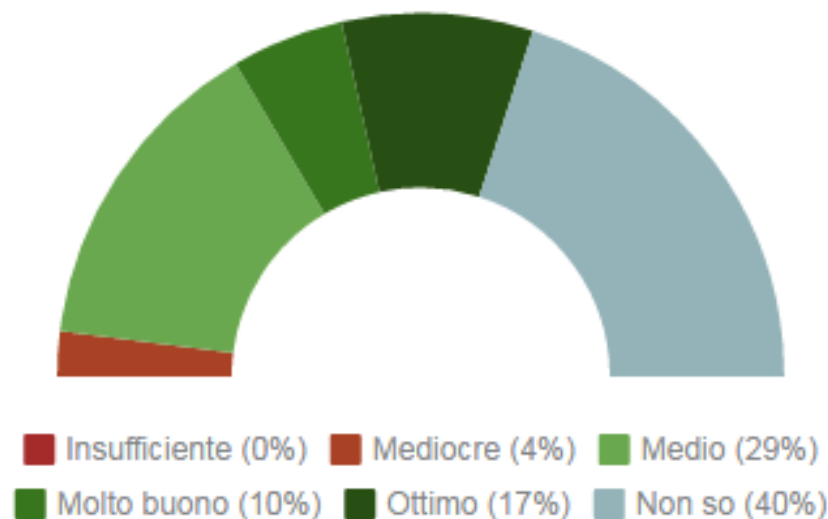
Questionario 3 (FACEBOOK)



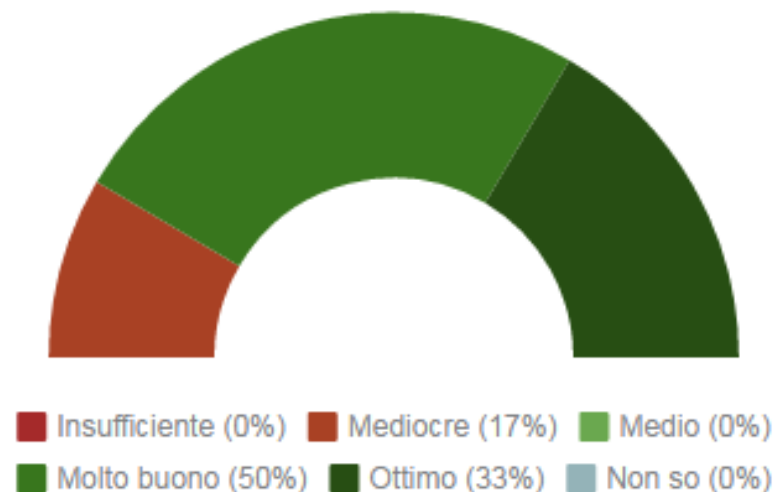
SERVIZI DIGITALI

I servizi digitali offerti dalla Camera ottengono un **giudizio positivo dal 27% degli intervistati** (molto buono 10%, ottimo 17%), mentre il **40% delle imprese** non possono esprimere un giudizio perché **non ne hanno mai usufruito**. Gli utenti «social» invece, conoscono l'offerta della Camera di Commercio di Cosenza.

Questionario 2 (EMAIL)



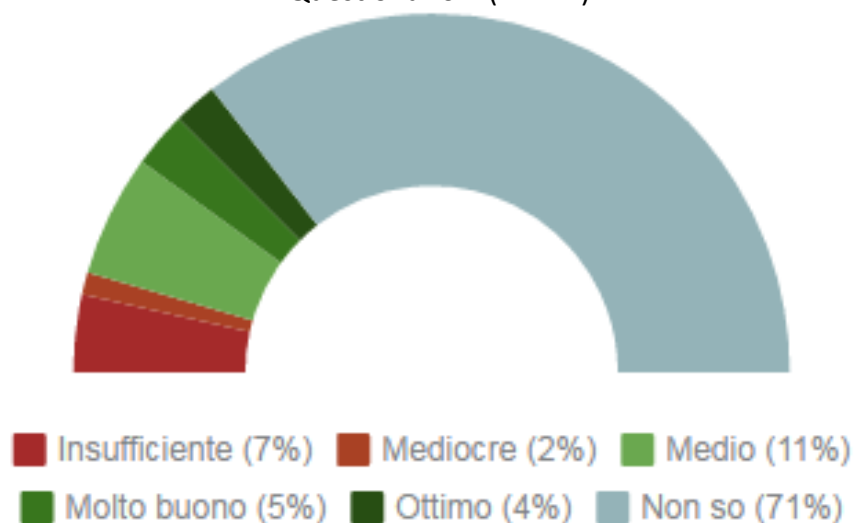
Questionario 3 (FACEBOOK)



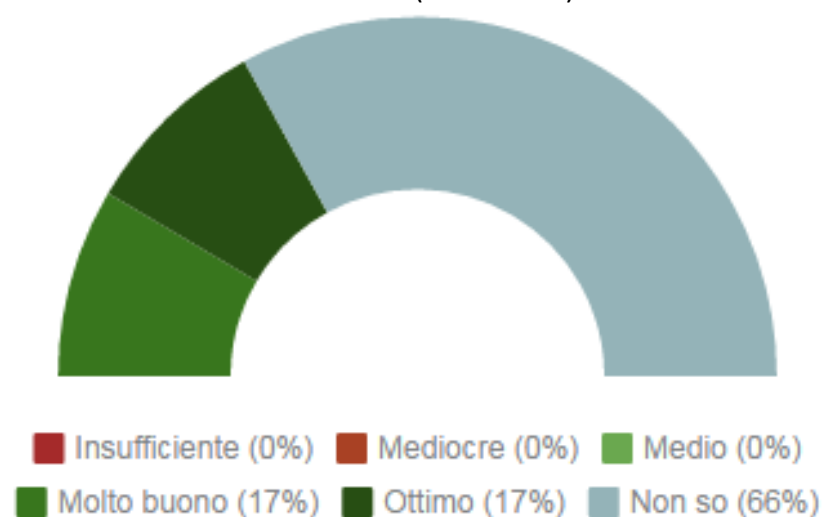
UFFICIO METRICO

L'Ufficio Metrico è **poco utilizzato** dagli utenti intervistati, ma le imprese che hanno usufruito del servizio esprimono un **parere positivo**.

Questionario 2 (EMAIL)

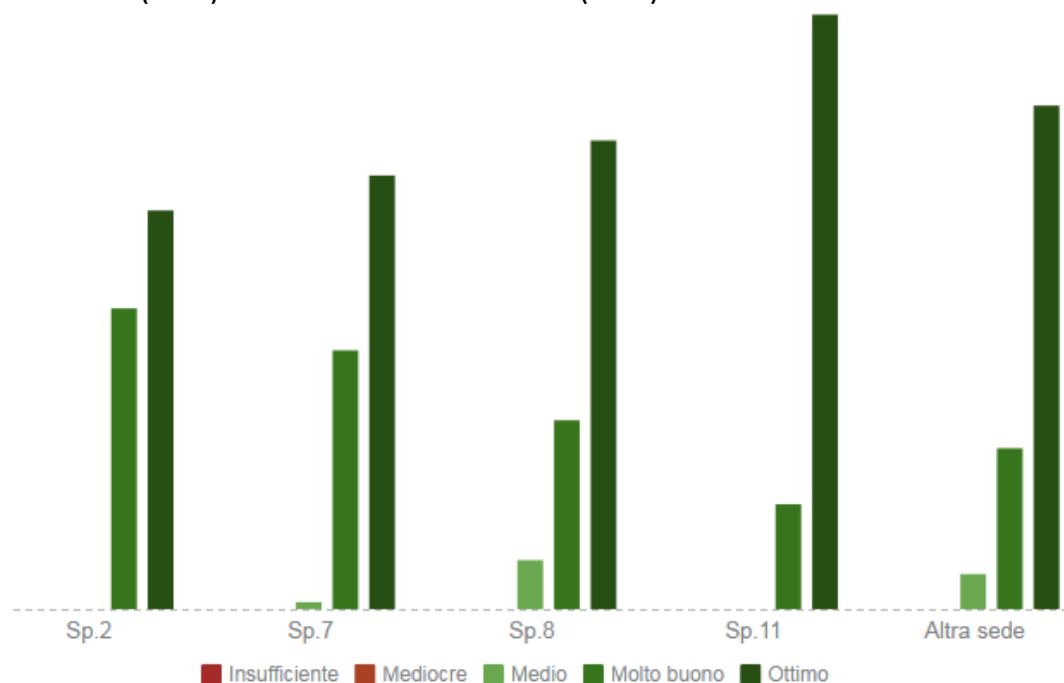


Questionario 3 (FACEBOOK)



GIUDIZIONE SERVIZIO EROGATO «A SPORTELLO»

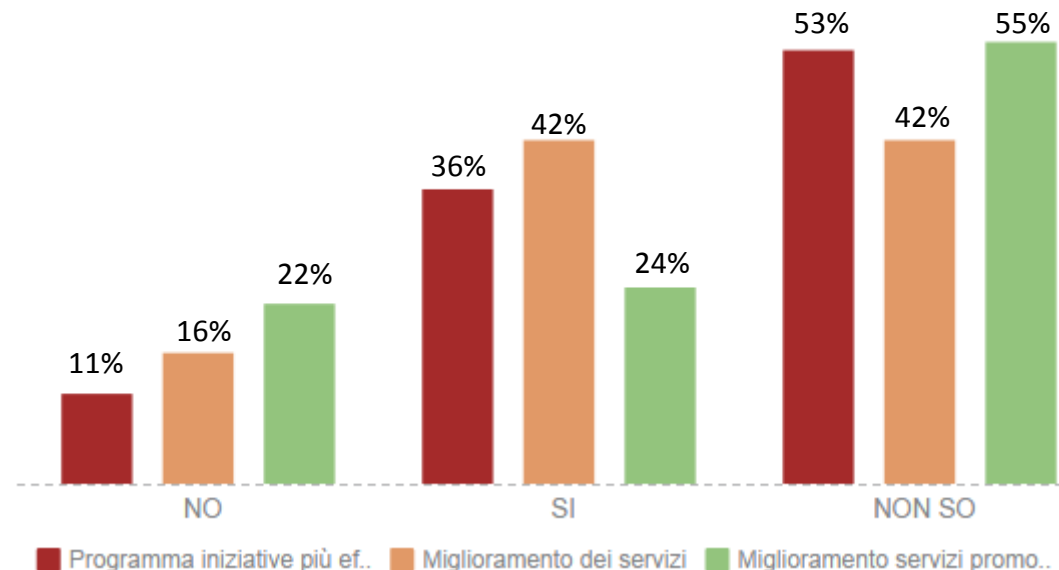
In questo caso il grafico dei risultati si commenta da solo: nessun «segno rosso». **Per tutti gli sportelli e per la sede distaccata** il giudizio espresso dagli utenti neanche in un caso ha un valore insufficiente o mediocre e la **valutazione più ricorrente è quella dell'eccellenza** (ottimo), con l'85% nel caso dello **sportello 11**. I servizi più ricorrenti sono la firma digitale (22%), il rilascio certificati (12%) e la vidimazione dei libri (11%).



VALUTAZIONE GENERALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO

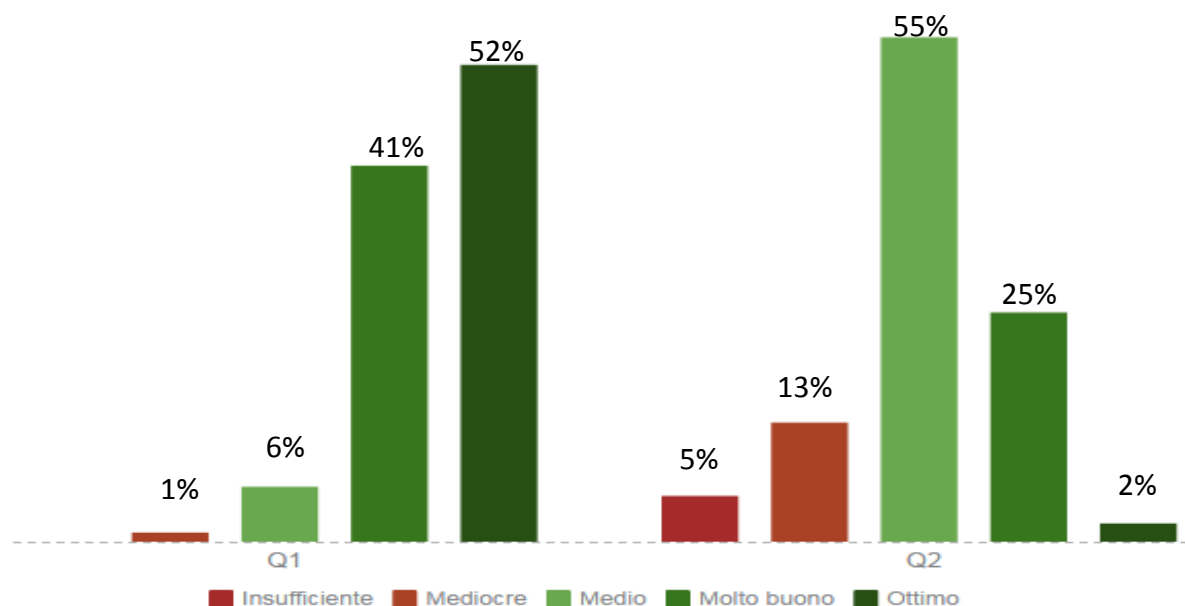
In linea generale le **imprese percepiscono un miglioramento** nella gestione delle attività da parte della Camera di commercio **rispetto al passato ed in particolare un miglioramento dei servizi.**

Tuttavia è necessario rilevare che la maggior parte delle imprese non esprimono un giudizio rispetto al passato: tale aspetto è da ricondurre, come visto anche dai dati precedentemente forniti, che **numerosi servizi della Camera non sono utilizzati dalle imprese del territorio.**



VALUTAZIONE GENERALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO

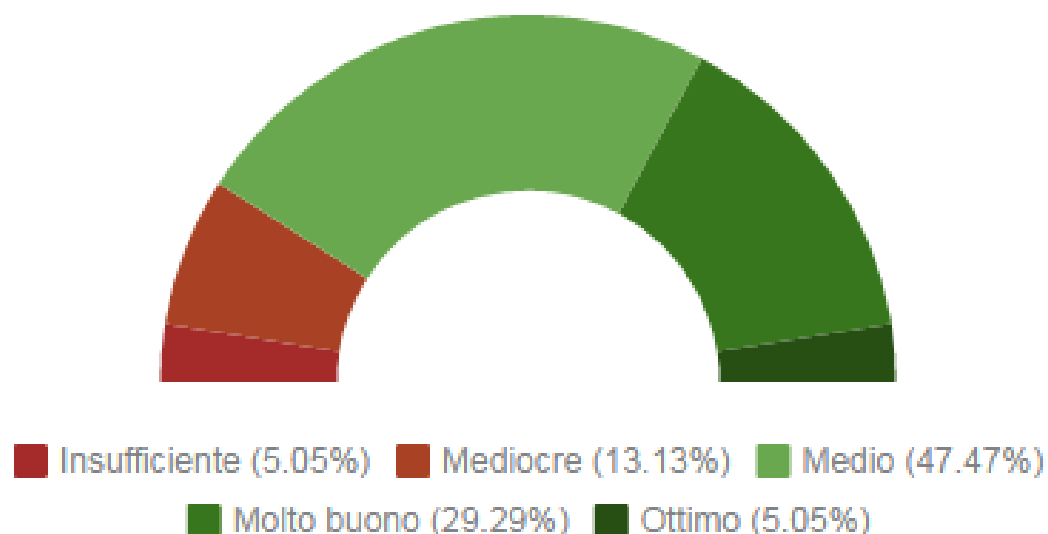
Un **giudizio fortemente positivo** (99% = 6% Medio + 41% Molto Buono + 52% Ottimo) è espresso dagli utenti che hanno avuto un rapporto «in presenza» con la Camera di commercio, mentre coloro che hanno espresso un giudizio via mail **hanno valutato la Camera in modo assolutamente positivo**, ma con percentuali di gradimento inferiori, soprattutto **non individuando le punte di eccellenza** (il 27%: molto buono e ottimo) **evidenziate dalle imprese che hanno un contatto diretto con l'Ente.**



TEMPI DI EVASIONE DELLE PRATICHE

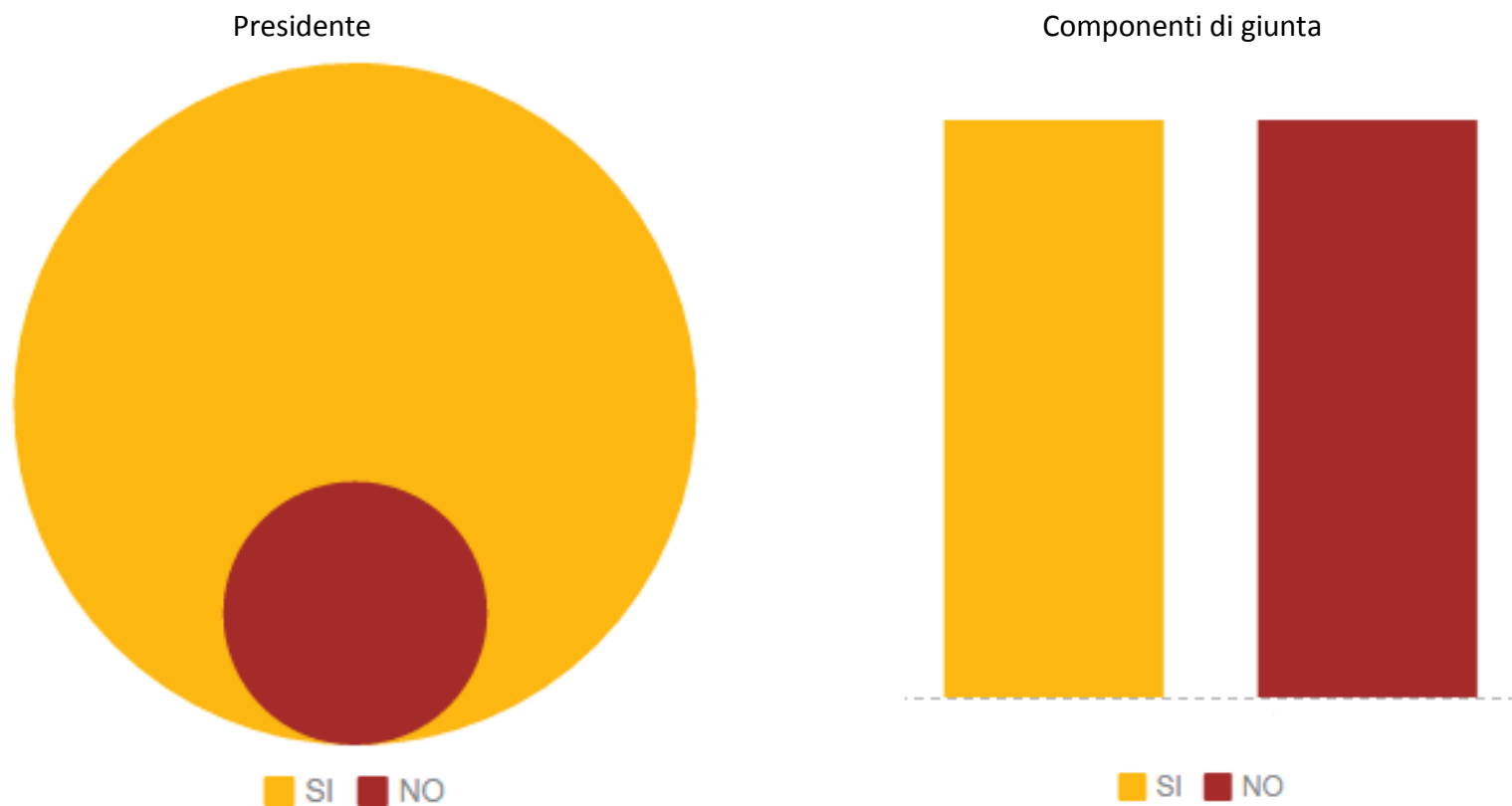
Le imprese sono soddisfatte dei tempi di evasione delle pratiche: **1 su 3 esprime un giudizio molto positivo (34%)**. L'insoddisfazione è contenuta (18%).

Si riscontrano margini di miglioramento vista **l'ampia percentuale che esprime un giudizio nella «media» (47%)**



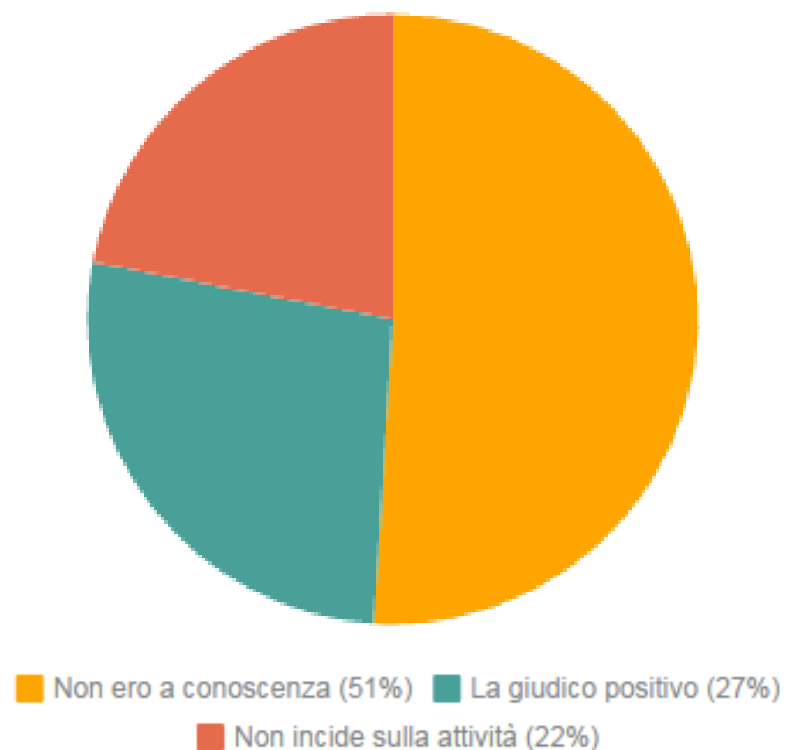
NOTORIETA' SUL TERRITORIO

L'87% degli intervistati dichiara di conoscere il Presidente Klaus Algieri e il 50% i componenti della Giunta.



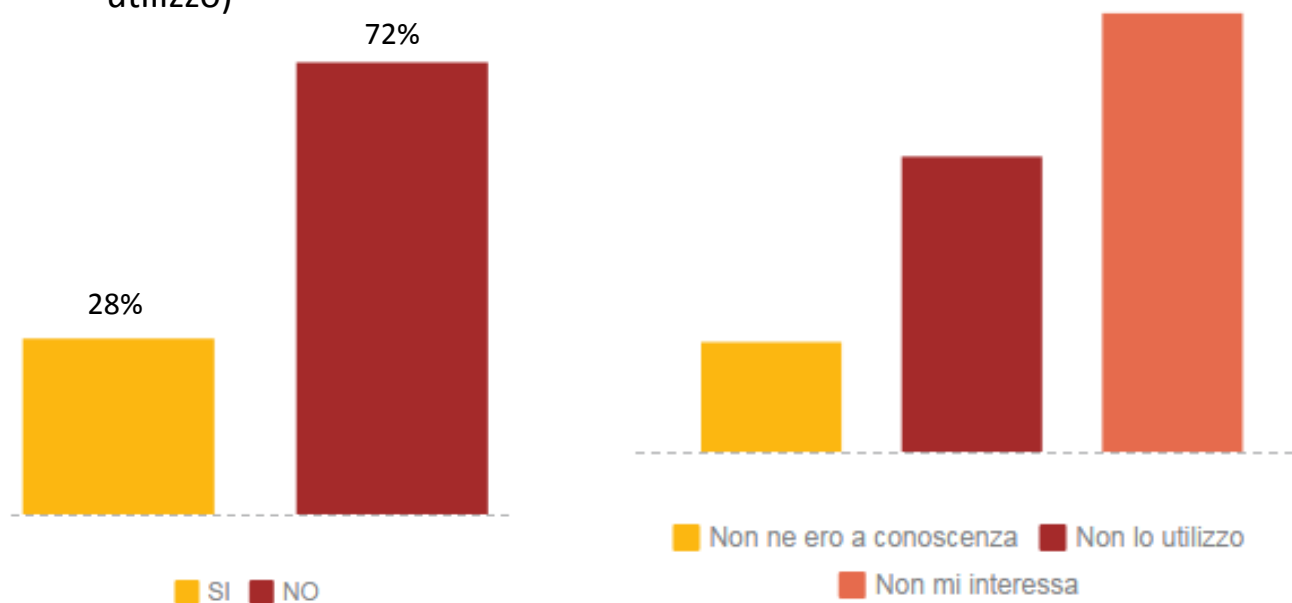
LA RIFORMA DELLE CAMERE DI COMMERCIO

Il 51% delle imprese NON è a conoscenza della Riforma delle Camere di commercio e solo il 27% la giudica in modo positivo.



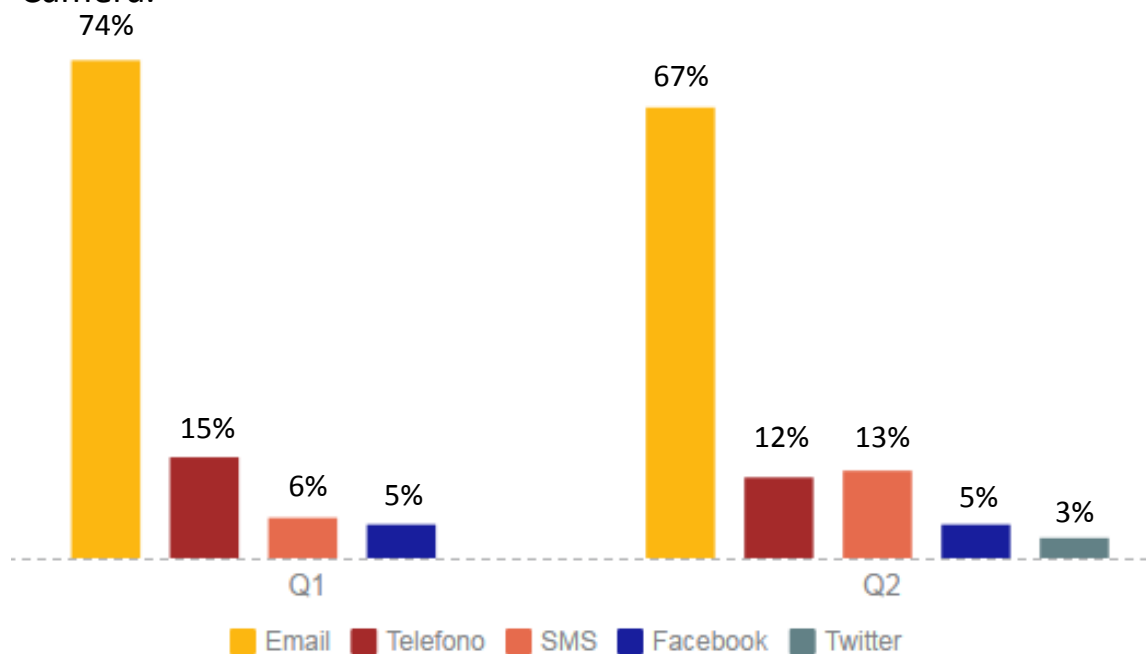
CONOSCENZA E ISCRIZIONE PAGINA FB CAMERA DI COMMERCIO

Il **78%** degli intervistati presso la sede della Camera di commercio **NON conosce la pagina Facebook dell'Ente**. Il 100% degli intervistati (via mail) **NON** è iscritto alla **pagina Facebook** della Camera di commercio. E' opportuno tuttavia evidenziare il **DISINTERESSE DIFFUSO AL SOCIAL NETWORK** (52%: non mi interessa; 35% non lo utilizzo)



MODALITA' DI CONTATTO CHE SI RICHIEDE ALLA CAMERA

La **mail rappresenta il canale preferito dalle imprese**: 74% degli intervistati a sportello e 67% degli intervistati con questionario on line. Tra gli intervistati on line il **13%** dichiara di voler essere informato **via sms**. Si riscontra una **scarsissima propensione all'utilizzo dei social network** come canale di contatto con la Camera.





CONOSCENZA E ISCRIZIONE PAGINA FB CAMERA DI COMMERCIO*

Gli utenti Facebook che hanno risposto al questionario:

- Utilizzano FB tutti giorni (50%) o più volte alla settimana (50%)
- **il 33% lo utilizza per motivi professionali**
- ritengono che la Camera dovrebbe utilizzare Facebook per fornire **aggiornamenti** (33%) o indicare le **scadenze** (33%)
- **Il 50% visita il profilo della Camera per essere aggiornato su contributi e finanziamenti**
- **Il 50%** ha condiviso i post della Camera in più occasioni e nel 17% dei casi ha scritto una recensione
- Vorrebbero informazioni su eventi, attività di formazione e finanziamenti
- nel 67% dei casi seguirebbero la Camera anche su Twitter

* Visto l'esiguo numero di risposte i dati devono essere interpretati come «spunti di riflessione»

Elaborazione dati e produzione report a cura di Si.Camera

Via Nerva, 1
00187 Roma

direzione@sicamera.camcom.it

sicamera.camcom.it
SiCameraSocial 