



Camera di Commercio
Salerno



INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION:

SALERNO STAKEHOLDER

Dati provinciali

Gruppo CLAS



Dicembre 2014



SISTEMA CAMERALE SERVIZI



SOMMARIO

- PRESENTAZIONE
- NOTA METODOLOGICA
- RISULTATI: IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI
- RISULTATI: SERVIZI EROGATI
- RISULTATI: MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA





PRESENTAZIONE

Il Sistema di **Customer satisfaction delle Camere di commercio italiane** nasce da un **progetto di sistema** che ha l'obiettivo di indagare presso le imprese, i professionisti, le Associazioni di categoria e la Pubblica Amministrazione:

- l'immagine percepita delle Camere di commercio;
- il grado di soddisfazione in merito ai servizi erogati;
- il grado di soddisfazione relativo agli aspetti del funzionamento e dell'organizzazione delle Camere di commercio.

I suoi **risultati sono utili** per:

- analizzare il punto di vista degli utenti camerali;
- verificare il livello dei servizi in un'ottica di miglioramento futuro;
- raccogliere informazioni utili alla pianificazione e programmazione;
- fare azioni di comunicazione e rendicontazione interna ed esterna;
- rispondere alle esigenze di misurazione, analisi e miglioramento indicate dal sistema per la gestione della qualità (ISO 9001:2000).

Le interviste sono state condotte con metodologia CATI dall'Istituto di ricerca Almaviva Contact e supervisionate da Gruppo CLAS.

I dati qui illustrati si riferiscono all'universo delle imprese come descritto nella nota metodologica.





PRESENTAZIONE

I risultati presentati nel rapporto sono il frutto delle distribuzioni di frequenze campionarie, non essendo stato possibile realizzare il riporto all'universo, per via di una esigua base e impreciso universo di riferimento.

Si mette in evidenza che non è possibile, per tale ragione, ricalcolare in maniera automatica i risultati dell'indagine esposti in percentuale sulla base delle consistenze campionarie presentate in ogni slide.

Nota per la lettura dei dati



Indica che i risultati sono caratterizzati da minore significatività per la bassa numerosità dei rispondenti



Indica che una o più domande sul tema in slide, hanno subito lievi variazioni di forma rispetto al questionario della precedente rilevazione. Ove possibile è stata mantenuta la serie storica in quanto non gravemente compromessa dalla variazione





NOTA METODOLOGICA

ISTITUTI DI RICERCA

Gruppo CLAS spa - ricerche di mercato.

OBIETTIVI DELL'INDAGINE

Indagine campionaria telefonica sugli stakeholder (studi legali, studi contabili, associazioni ed Enti della PA) della provincia di **Salerno**, per rilevare il livello di soddisfazione dell'utenza sui servizi erogati dalle Camere di commercio e per la messa a disposizione di strumenti di elaborazione dei risultati.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate dalla società Almaviva Contact spa sede di Roma, con il Sistema Cati (Computer aided telephone interview).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato concordato con la Committente.

PERIODO DI RILEVAZIONE DELLE INTERVISTE

Novembre-Dicembre 2014.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel pieno rispetto del Codice deontologico e di quanto previsto dalla Legge sulla Privacy n. 196/03.





NOTA METODOLOGICA

UNIVERSO E CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo di imprese con addetti attive al 31/12/2013 della provincia di **Salerno** da considerarsi **STAKEHOLDERS** ai fini della presente indagine: tale universo è stato individuato attraverso una selezione delle Ateco di interesse (85.4, 85.5, 85.6 e 69), realizzata anche e soprattutto alla luce dell'effettiva disponibilità di nominativi di imprese reclutabili per le interviste.

- Fonti utilizzate per l'identificazione e la caratterizzazione dell'universo di riferimento: Registro delle Imprese, opportunamente integrato con altre fonti (es. INPS)
- Fonte utilizzata per l'estrazione delle anagrafiche telefoniche: Registro delle Imprese, opportunamente integrato con altre fonti (es. Telextra)
- Tecnica utilizzata per l'estrazione delle anagrafiche: campionamento stratificato.

Per la costruzione del campione di anagrafiche, e per il suo successivo trattamento in corso d'opera, sono stati realizzati dei "trenini" di anagrafiche, ciascuno costituito da un'impresa titolare e fino a 4 riserve, utilizzate per tutte le eventuali sostituzioni delle anagrafiche "titolari" cadute per "rifiuto di intervista" o comunque per impossibilità di procedere con la rilevazione (es. numeri errati).

- Numerosità campionaria: **160 casi** (interviste a buon fine).
- Durata media dell'intervista: **dodici minuti**.





IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI





IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

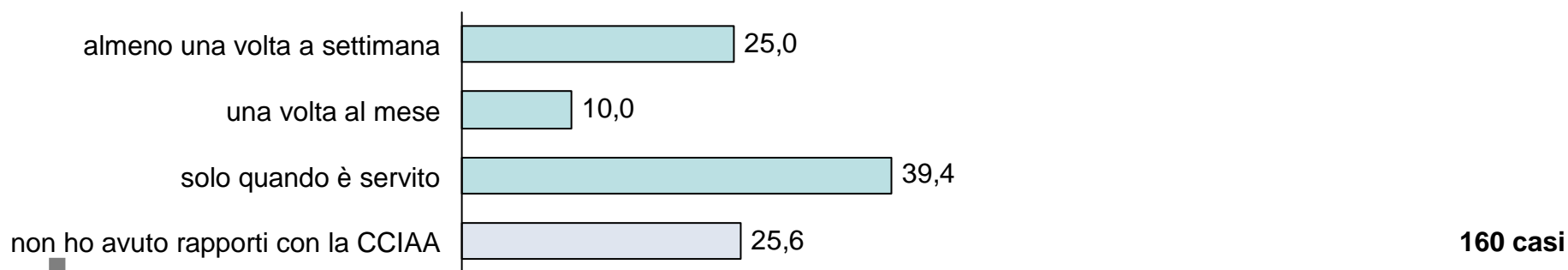
> Frequenza dei rapporti con la Camera di commercio nell'ultimo anno

Dati espressi in %

“CON QUALE FREQUENZA, NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO, LEI O I SUOI COLLABORATORI AVETE AVUTO RAPPORTI CON LA CAMERA DI COMMERCIO?”

Rapporti con la Camera di commercio

2014



“NON HO AVUTO RAPPORTI CON LA CAMERA DI COMMERCIO, PERCHÉ? ”

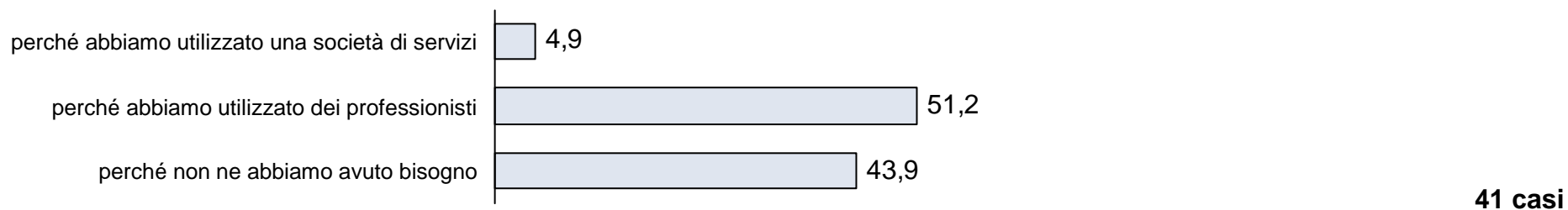




IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

> Modalità dei rapporti

> Natura della Camera di commercio secondo l'opinione delle imprese

Dati espressi in %

“CON QUALE MODALITÀ HA AVUTO RAPPORTI CON LA CAMERA DI COMMERCIO NELL'ULTIMO ANNO?”

Modalità dei rapporti con la Camera di commercio

2014

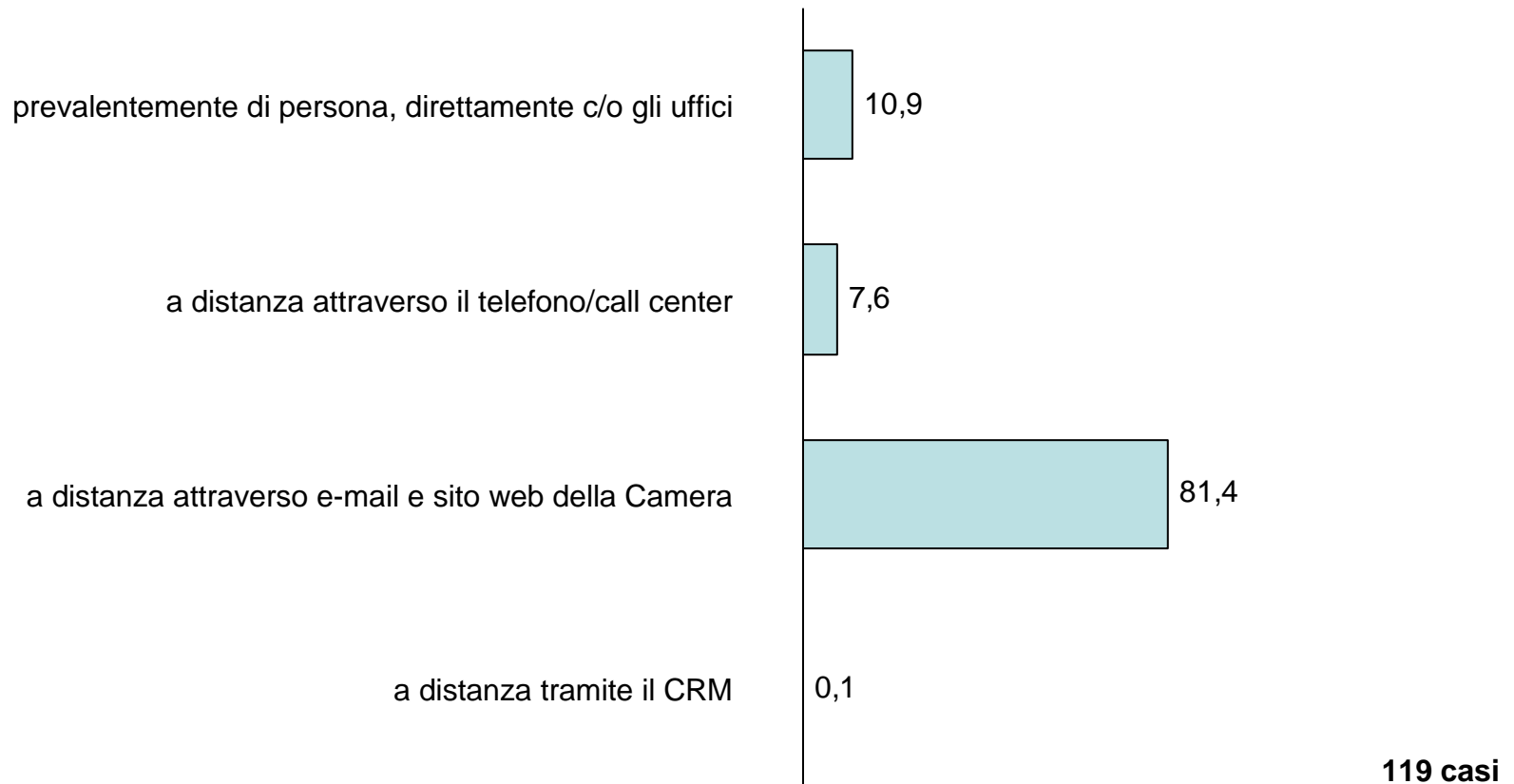




IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

> Funzione principale della Camera di commercio secondo l'opinione delle imprese

Dati espressi in %

“QUALE PENSA SIA LA FUNZIONE PRINCIPALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

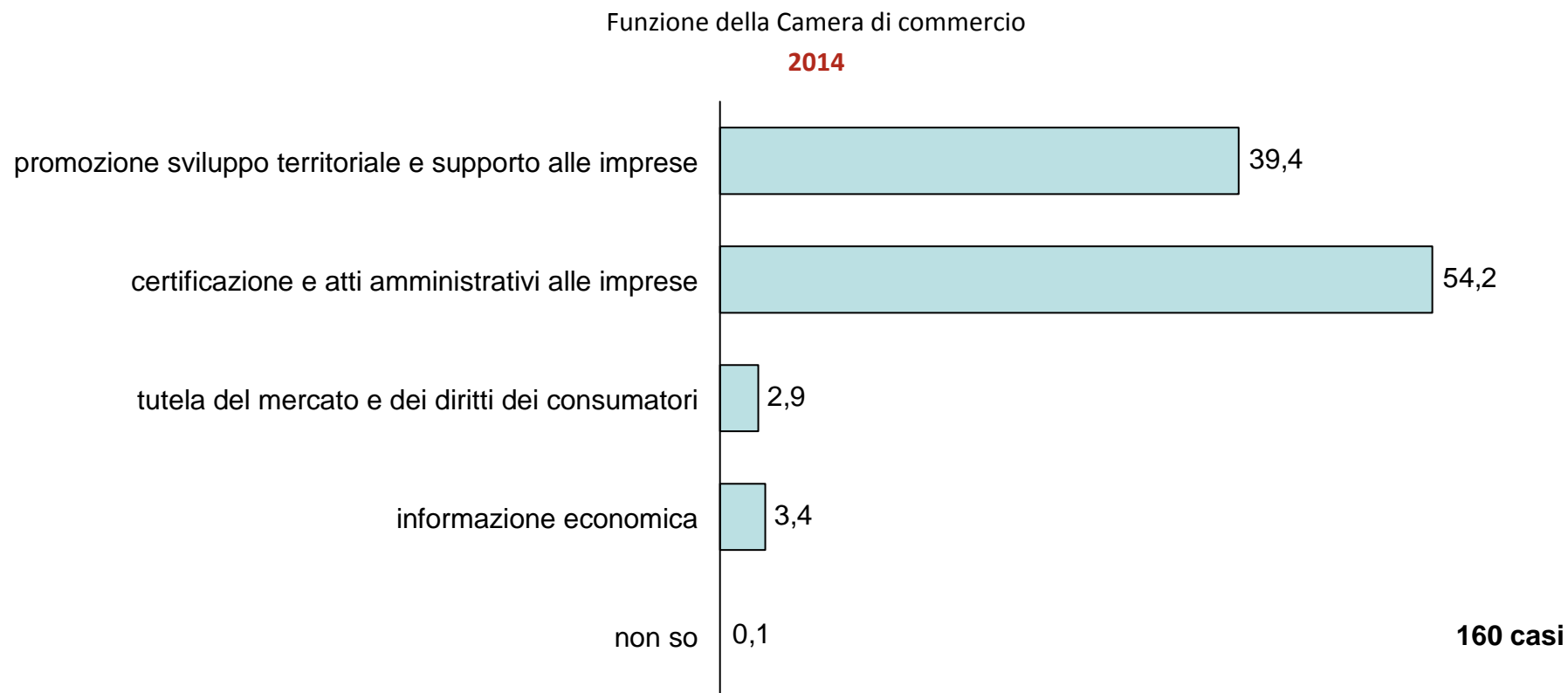




IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

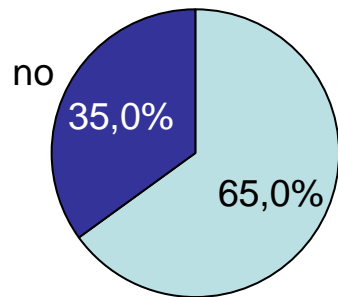
- > L'informazione sui servizi e le attività offerti
- > L'efficacia della comunicazione della Camera di commercio

Dati espressi in %

“LEI È INFORMATO SUI SERVIZI E LE ATTIVITÀ OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Comunicazione della Camera di commercio

2014

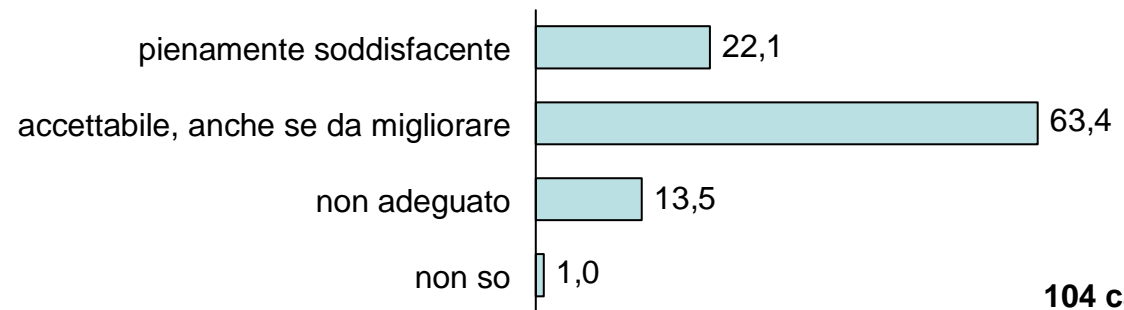


160 casi

“SECONDO LEI LA CAMERA DI COMMERCIO COMUNICA I SERVIZI CHE OFFRE IN MODO?”

Comunicazione della Camera di commercio

2014



104 casi



Camera di Commercio
Salerno



IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

> L'efficacia della comunicazione della Camera di commercio



Dati espressi in %

“CONOSCE E COME GIUDICA I SEGUENTI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE UTILIZZATI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Strumento	Lo conosce? Sì 2014	Lo conosce? Sì 2013	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014	
e-mail	68,1%	93,8%	83,2%	109 casi
PEC (posta/fax)	61,3%	45,6%	81,5%	98 casi
Sito web Camerale	84,4%	96,3%	82,0%	135 casi
Rivista della Camera	8,1%	12,5%	66,7%	13 casi
Sportelli info: comunica e impresattiva	48,1%	58,8%	85,3%	77 casi
newsletter	23,1%	22,5%	88,6%	37 casi





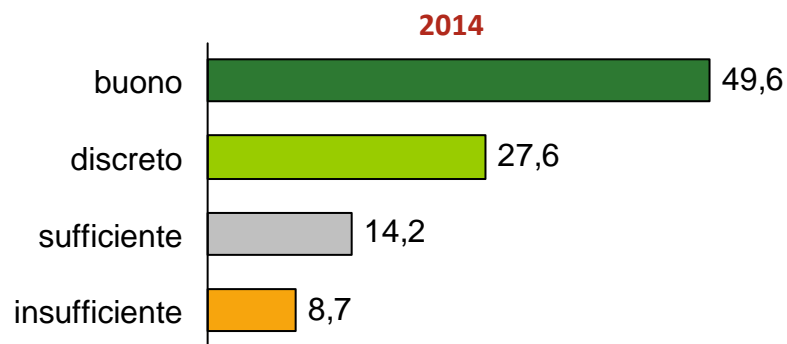
IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

- > Giudizio generale sugli strumenti di comunicazione della Camera
- > Livello di informazione sui servizi e le attività camerali

Dati espressi in %

“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

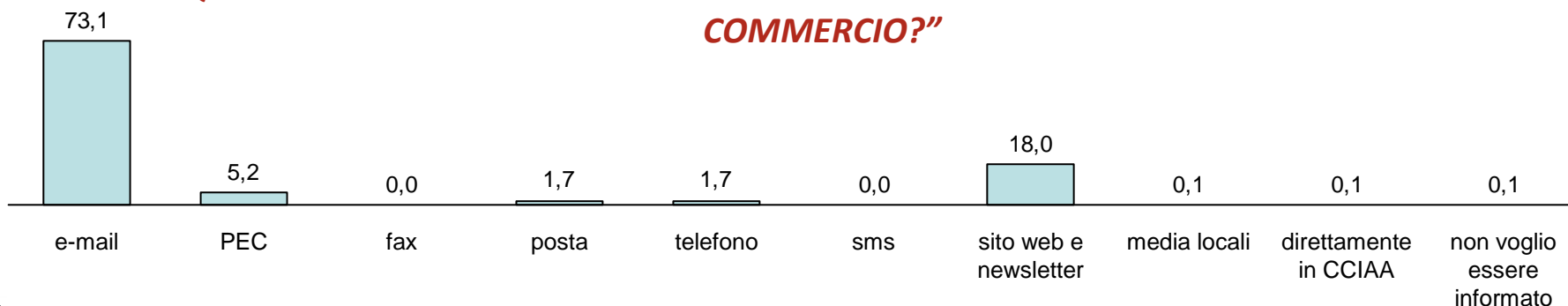
Strumenti di comunicazione della Camera di



Indice di soddisfazione



“CON QUALI MODALITÀ RITIENE PIÙ UTILE ESSERE INFORMATO SUI SERVIZI DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”





SERVIZI EROGATI

Per la maggior parte dei servizi indagati le numerosità campionarie si sono rivelate scarse (meno di 30 casi), quindi si consiglia una lettura più di contesto





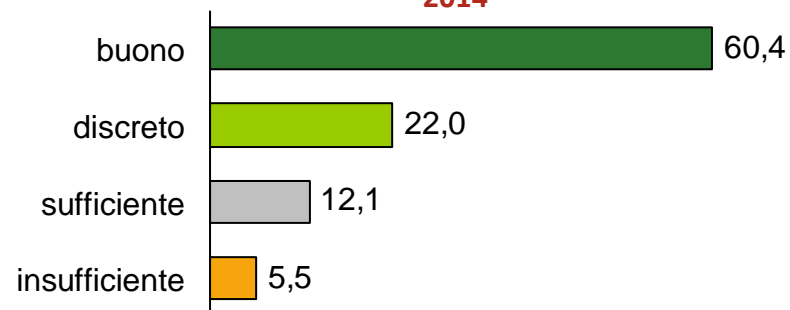
SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale sui servizi amministrativi e di regolazione offerti dalla Camera di commercio

“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI E DI REGOLAZIONE OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Giudizio generale servizi amministrativi e regolazione

2014



Indice di soddisfazione

2014

91 casi



Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».





SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale dei servizi di supporto alle imprese offerti dalla Camera di commercio

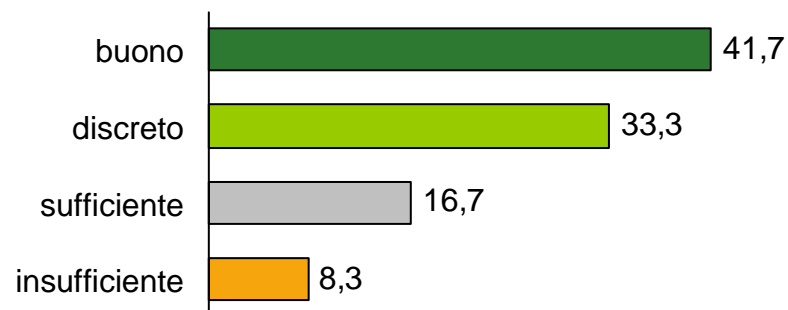
Dati espressi in %



“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUI SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Giudizio generale servizi di supporto alle imprese

2014



Indice di soddisfazione

2014

24 casi

buono + discreto



Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».





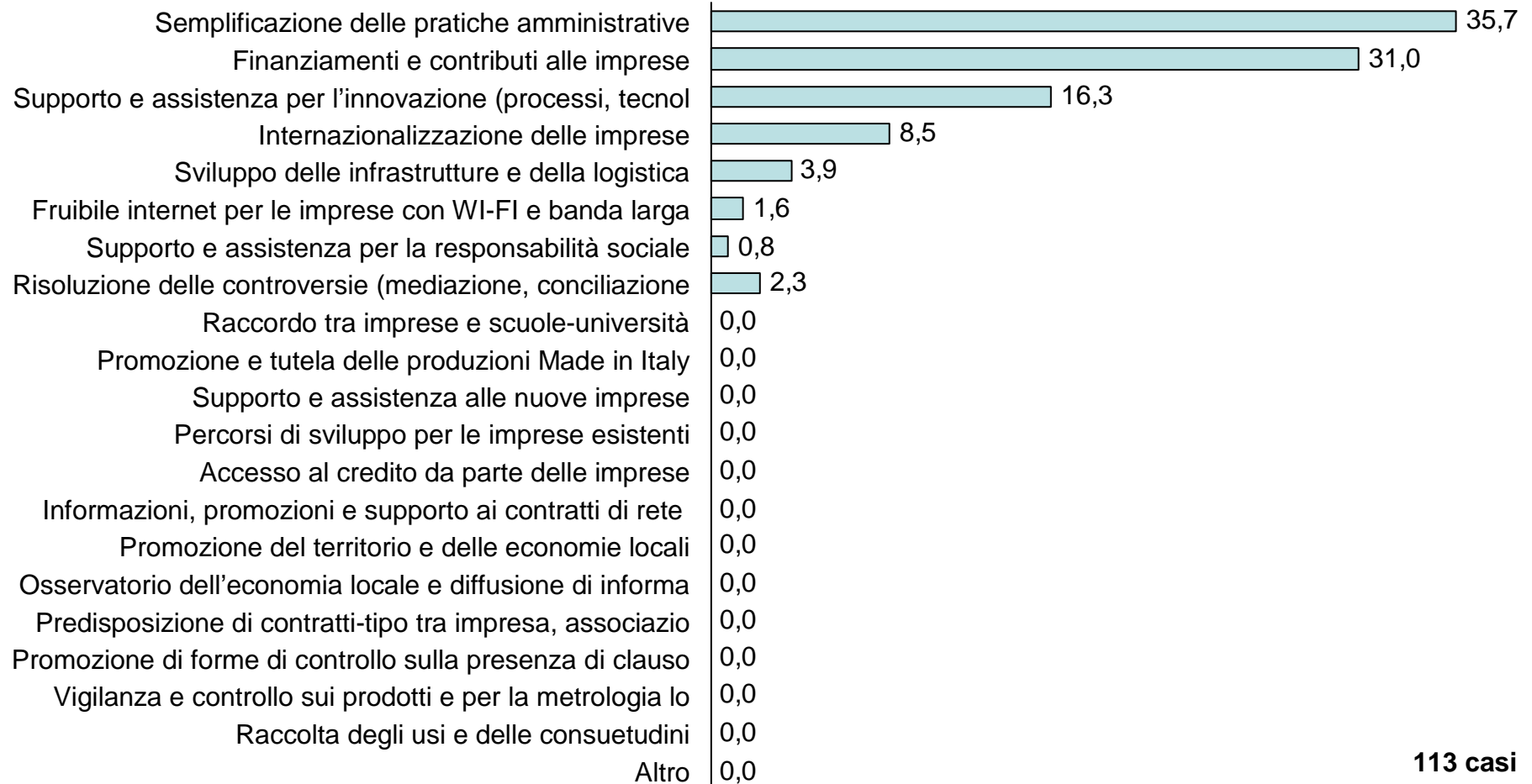
SERVIZI EROGATI

> Attese delle imprese rispetto all'attività della Camera di commercio

Dati espressi in %



“SU QUALI, TRA LE SEGUENTI TEMATICHE, RITIENE CHE LA CAMERA DI COMMERCIO DEBBA IMPEGNARSI MAGGIORMENTE PER IL FUTURO?”



113 casi





SERVIZI EROGATI

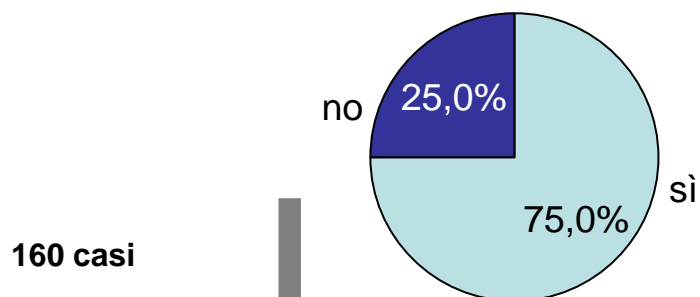
> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

Dati espressi in %

“NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO HA UTILIZZATO IL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

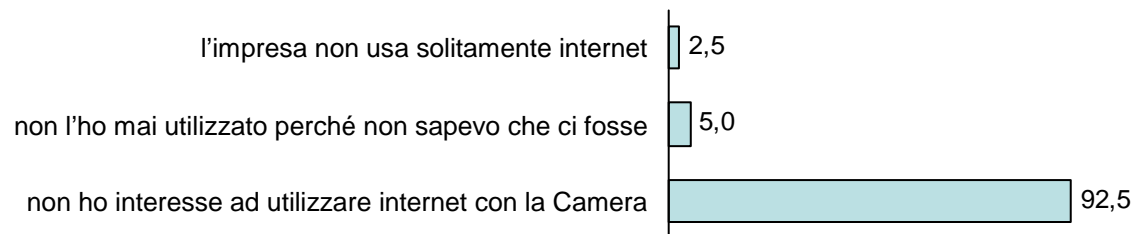
Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

2014



“PER QUALI RAGIONI NON HA UTILIZZATO IL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

NON utilizzo del sito Internet della Camera di commercio 2014



40 casi



Camera di Commercio
Salerno



SERVIZI EROGATI

> Il sito Internet della Camera: ragioni utilizzo

Dati espressi in %

“Per quali ragioni avete utilizzato il sito internet della Camera di commercio nel corso dell’ultimo anno?”

PER LE PRATICHE
OBBLIGATORIE E
SERVIZI
AMMINISTRATIVI (ES
TELEMACO, IMPRESA
IN UN GIORNO, ETC...)

53,7

PER ACCEDERE A
CONTRIBUTI, SERVIZI
ACCOMPAGNAMENTO
E CERCARE
INFORMAZIONI SUL
MERCATO

13,3

PER REPERIRE LA
MODULISTICA DEI
SERVIZI DELLA
CAMERA

30,9

PER ISCRIZIONE
ON-LINE A CORSI,
CONVEGNI, SEMINARI

2,1

120 casi





SERVIZI EROGATI

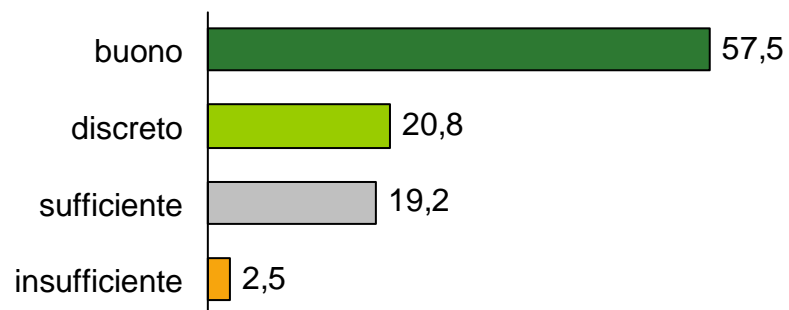
> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio: overall CS

Dati espressi in %

“IN GENERALE, COME VALUTA IL SITO WEB CAMERALE?”

Valutazione generale sito web Camerale

2014



Indice di soddisfazione

2014



120 casi

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».





SERVIZI EROGATI

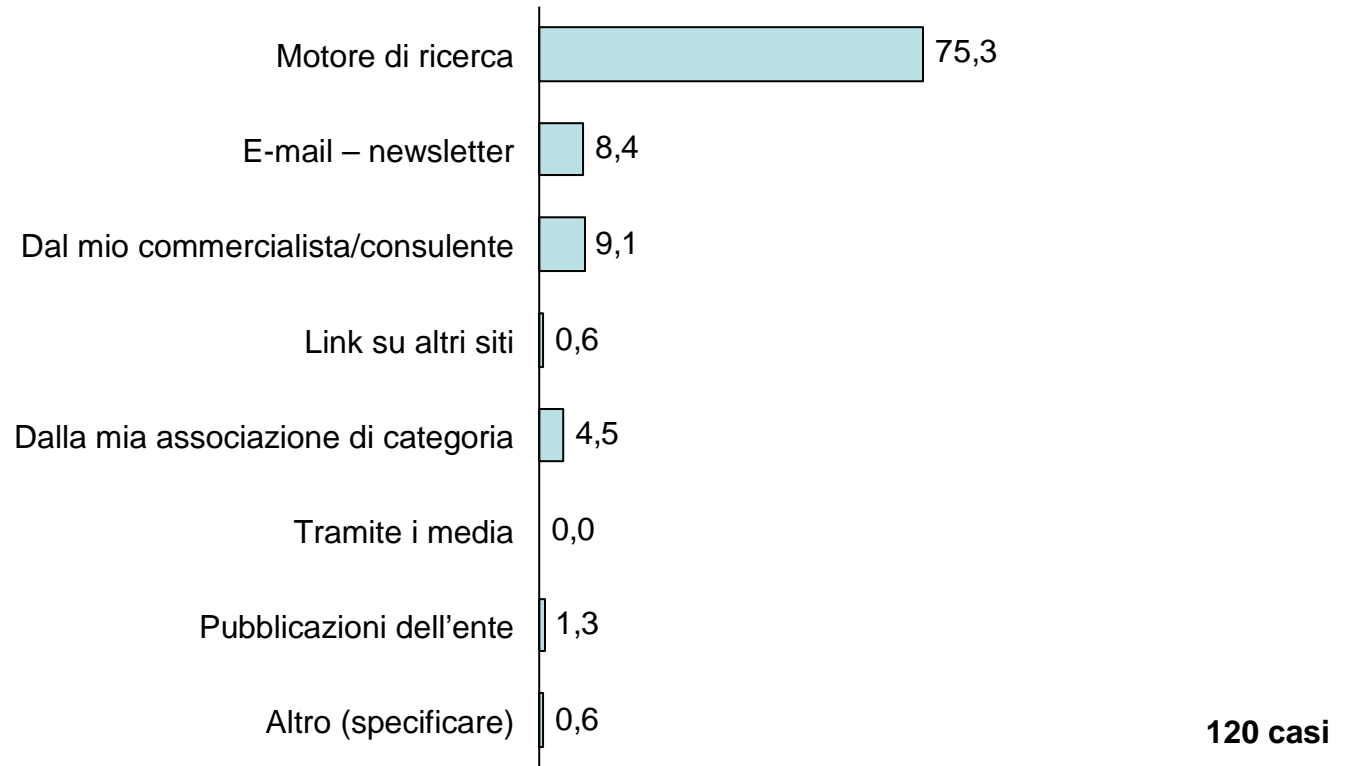
> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

Dati espressi in %

“COM'È VENUTO A CONOSCENZA DEL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

2014





MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO





MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA

- > Sedi maggiormente frequentate
- > Raggiungibilità degli uffici della Camera di commercio

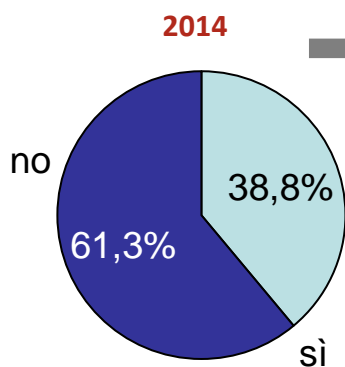
Dati espressi in %



“SI È RECATO PERSONALMENTE NEGLI UFFICI DELLA CAMERA DI COMMERCIO NEGLI ULTIMI 12 MESI?”

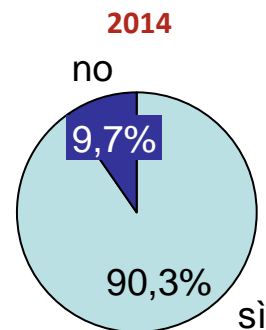
Visita presso gli uffici della Camera di commercio

160 casi



“RITIENE CHE GLI UFFICI DELLA CAMERA DI COMMERCIO SIANO FACILMENTE RAGGIUNGIBILI?”

Facile raggiungibilità degli uffici della Camera di commercio



62 casi



Camera di Commercio
Salerno



SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale ambienti dalla Camera di commercio

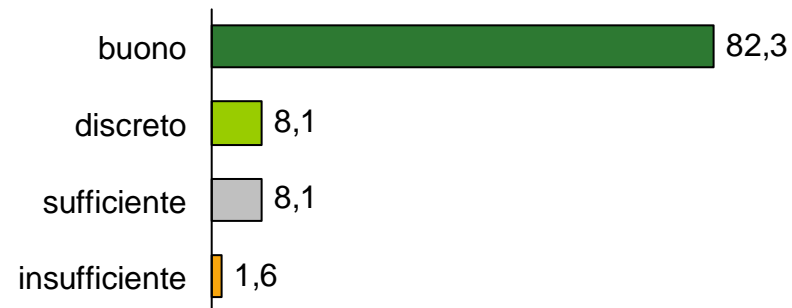
Dati espressi in %



“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUGLI AMBIENTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Giudizio generale ambienti della Camera

2014



Indice di soddisfazione

2014



62 casi

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».





SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale sul personale dalla Camera di commercio (sportello)

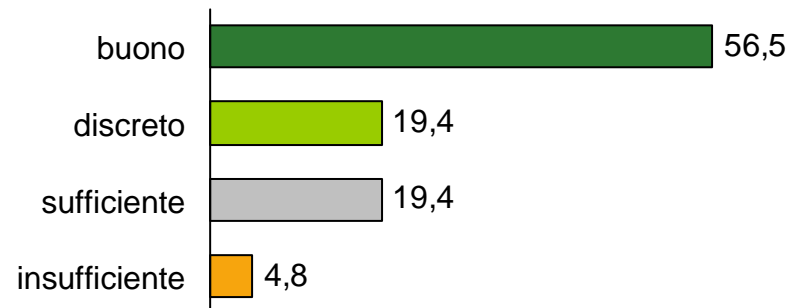
Dati espressi in %



“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE VERSO IL PERSONALE DALLA CAMERA DI COMMERCIO PER IL SERVIZIO ALLO SPORTELLO?”

Giudizio generale personale della Camera

2014



Indice di soddisfazione

2014



62 casi

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».





MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA

> Aspetti connessi al rapporto con gli uffici

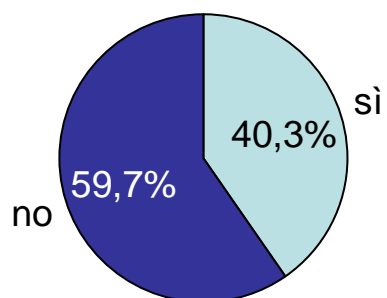
Dati espressi in %



“SECONDO LEI CI SONO ASPETTI, CONNESSI AL RAPPORTO CON GLI UFFICI, CHE POTREBBERO ESSERE MIGLIORATI?”

Ci sono aspetti da migliorare?

2014

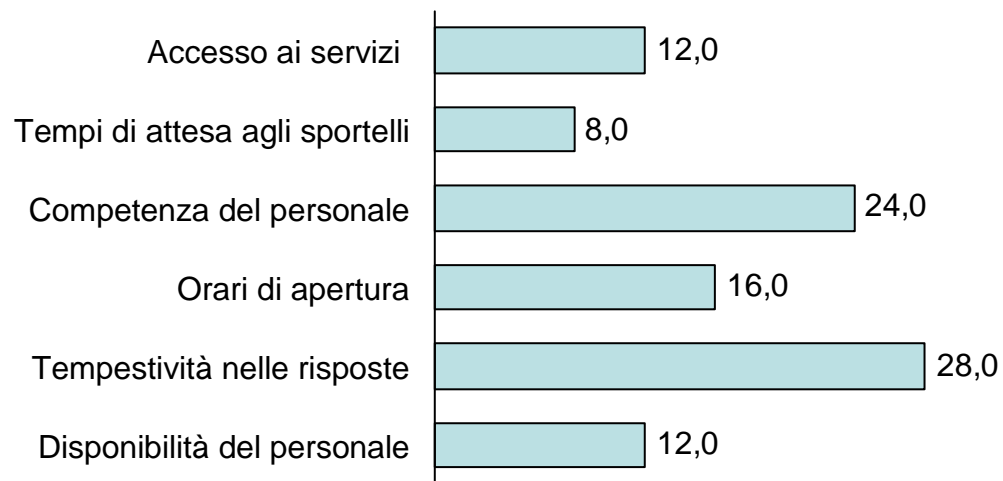


62 casi

“QUALI ASPETTI VORREBBE MIGLIORARE?”

Lista degli aspetti

2014





MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

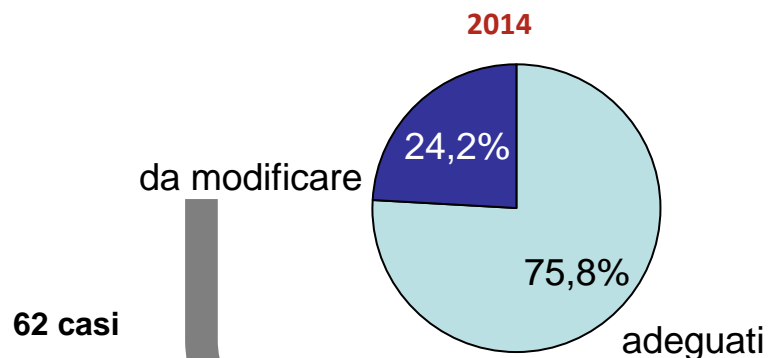
> Adeguatezza degli orari di apertura al pubblico

Dati espressi in %

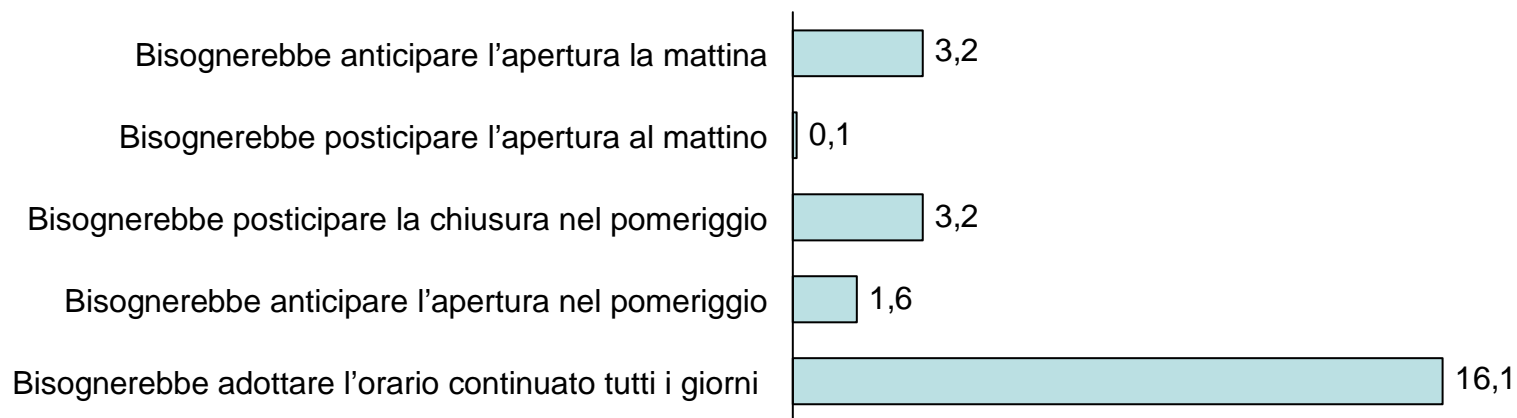


“Ritiene che gli orari di apertura al pubblico siano ...”

Orari di apertura della Camera di commercio



“Nel caso in cui siano da modificare, in che maniera?”





MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

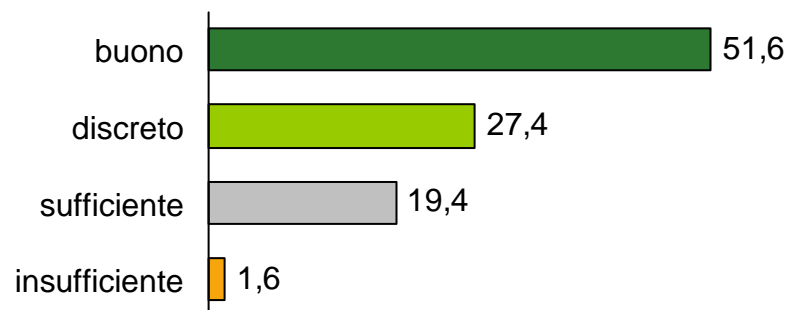
> Soddisfazione overall servizio allo sportello

Dati espressi in %

**“IN GENERALE QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREbbe SUL LIVELLO DEI SERVIZI CHE LA
CAMERA DI COMMERCIO EROGA ALLO SPORTElLO?”**

Giudizio generale servizio allo sportello

2014



Indice di soddisfazione

2014



62 casi

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».





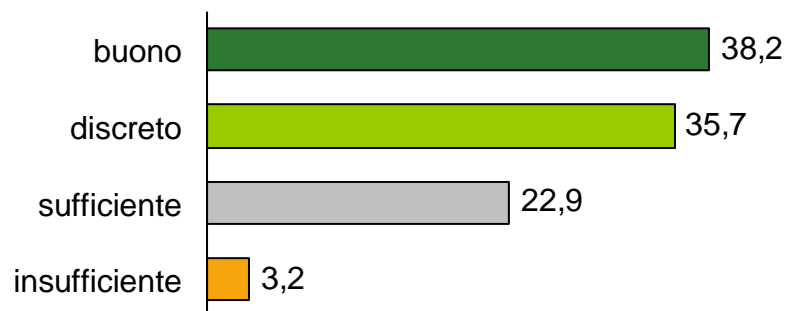
MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Soddisfazione generale della Camera di commercio

Dati espressi in %

“CONSIDERANDO L'INSIEME DEI SERVIZI EROGATI NELLE DIVERSE MODALITÀ, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUL FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Customer Satisfaction Index dalla Camera di commercio **2014**



Indice di soddisfazione **2014**



Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi “buono” e “discreto”, tralasciando il «sufficiente».





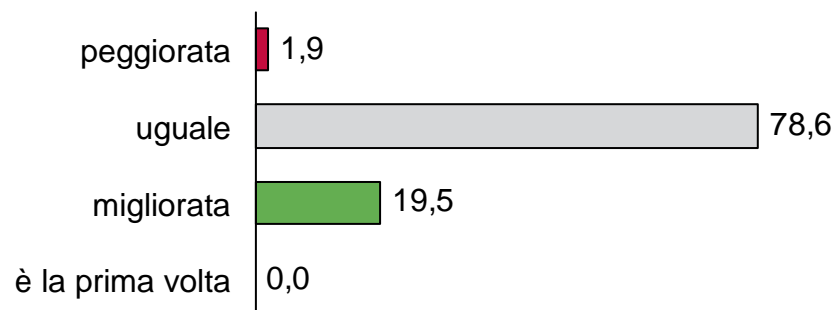
MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Qualità nel tempo della prestazione offerta dalla Camera

Dati espressi in %

**“SE HA GIÀ UTILIZZATO NEGLI ULTIMI 12 MESI I SERVIZI DELLA CAMERA DI COMMERCIO,
RITIENE CHE LA QUALITÀ DELLA PRESTAZIONE OFFERTA SIA ...”**

Qualità dalla prestazione della Camera di commercio
2014



Indice di periodo (IDP)

2014

migliore - peggiore



160 casi

Indice di periodo (IDP): tale indice vuole identificare il livello di qualità prodotto dalla Camera nel tempo, non come fotografia dello status quo frutto di una analisi matematica, ma come confronto generale realizzato dagli utenti sulla totalità dei servizi offerti. L'auspicio è di leggere un IDP positivo (differenza tra promotori e detrattori), in quanto sarebbe la prova di un miglioramento continuo della prestazione offerta.





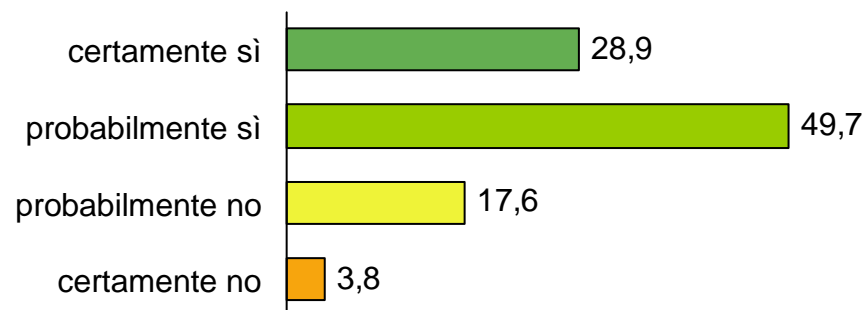
MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Riutilizzo/Partecipazione alle iniziative della Camera di commercio

Dati espressi in %

“FAREBBE NUOVAMENTE RICORSO AI SERVIZI, OVE NON OBBLIGATO PER LEGGE, O PARTECIPEREBBE ALLE INIZIATIVE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Partecipazione alle iniziative della Camera di
commercio **2014**



Indice di riutilizzo (IDR)

2014



160 casi

Indice di riutilizzo (IDR): Questo indicatore è applicabile limitatamente all'insieme dei servizi che le Camere offrono ponendosi nei confronti dell'utenza come interlocutori "alternativi" rispetto ad altri operatori della sfera pubblica o privata. Servizi e iniziative, cioè, per i quali l'utente non è "obbligato" a rivolgersi alla Camera di commercio e per i quali è ragionevole ipotizzare la dimensione del "riutilizzo". L'IDR prende in considerazione il valore di massima negatività, cioè l'opzione di risposta «certamente no», per il quale si consiglia di puntare a mantenere questa valutazione entro una forbice tra 0% e 3%. Valori più alti rappresenterebbero un chiaro segnale di "sofferenza".

