

2 MINUTI PER NOI...

Questionario sull'Ufficio

Relazioni con il Pubblico

5-16 novembre 2018

REPORT DI PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

PREMESSA

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico della Città metropolitana di Torino dedica grande attenzione all'ascolto dei propri utenti, allo scopo di erogare un servizio sempre più vicino alle loro esigenze.

In questa ottica è stata realizzata un'indagine mirata a raccogliere le opinioni degli utenti che hanno contattato il nostro Ufficio in un periodo determinato (2 settimane, dal 5 al 16 novembre 2018).

L'attività è stata anche prevista come obiettivo PEG per l'anno 2018.

OBIETTIVI

Scopo principale dell'indagine è quello di conoscere l'opinione degli utenti rispetto alcuni indicatori dell'attività dell'URP, e nello specifico:

- Chiarezza e precisione della risposta ricevuta
- Cortesia e disponibilità del personale
- Facilità di accedere o di contattare l'URP
- Informazioni disponibili sulla pagine web dell'URP

Inoltre, l'indagine si proponeva di raccogliere informazioni ulteriori sul contatto con l'URP (motivo del contatto, canale utilizzato, frequenza di contatto).

Accanto alle attività dell'URP, sono state inserite due domande finalizzate a misurare la conoscenza del sito Internet della Città metropolitana di Torino in generale e dei canali social in particolare.

Infine, sono state richieste informazioni su genere, età e comune di residenza.

IL QUESTIONARIO

Per la ricerca è stato predisposto un apposito questionario (allegato), somministrato agli utenti attraverso tutti i canali utilizzati dall'URP nello svolgimento della propria attività, e quindi sportello, telefono, e-mail, sito web.

Il questionario è stato formulato in modo da consentire una lettura semplice e scorrevole ed una **compilazione rapida** (tempo stimato: 2 minuti), utilizzando la piattaforma Google Moduli, che consente di ottenere uno strumento compilabile direttamente online.

In base al canale di contatto, il questionario è stato proposto agli utenti con diverse modalità:

- sportello: compilazione del questionario cartaceo da parte degli utenti che hanno aderito all'invito

- telefono: compilazione del questionario da parte dell'operatore, a seguito della lettura delle domande agli utenti che hanno aderito all'invito
- e-mail: inserimento di un breve testo introduttivo e link al questionario in tutte le e-mail indirizzate agli utenti nel periodo di rilevazione
- sito web: notizia pubblicata nella home page dell'URP per tutta la durata della rilevazione (rilanciata anche tramite i canali social dell'Ente)

DESTINATARI

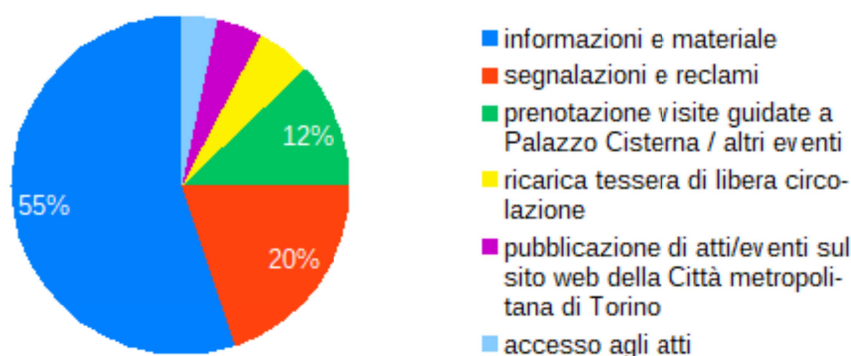
L'indagine ha coinvolto potenzialmente tutti gli utenti che nelle due settimane hanno avuto contatti con il nostro Ufficio. Durante il periodo d'indagine è stato condotto anche un monitoraggio sistematico dell'utenza (per una settimana), proprio per avere un raffronto tra popolazione reale e campione d'indagine.

Facendo una stima, possiamo dire che nelle due settimane d'indagine il nostro Ufficio è entrato in contatto complessivamente con 240 utenti. Di questi, 116 hanno compilato il questionario che è stato loro proposto, con un **tasso di risposta pari al 48%**, che può dirsi assolutamente soddisfacente.

RISULTATI

1. Per quale motivo si è rivolto all'URP?

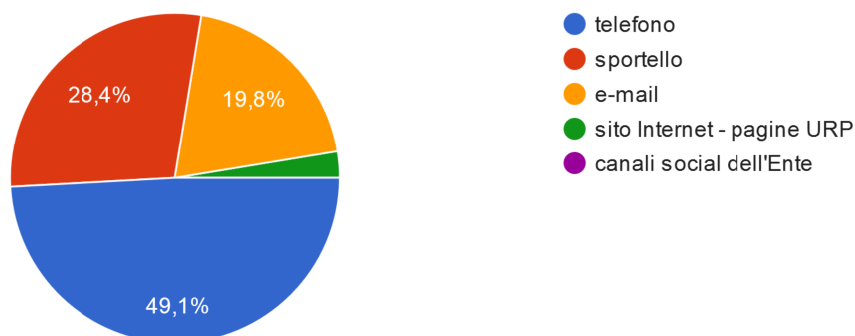
115 risposte



La richiesta di informazioni si conferma come principale motivo di contatto dell'URP. Precisiamo che tra queste richieste sono incluse anche le informazioni non di competenza dell'Ente, alle quali comunque l'Ufficio fornisce una risposta esaustiva, suggerendo agli utenti le strade corrette da intraprendere per trovare risposta.

2. Come ha contattato l'URP?

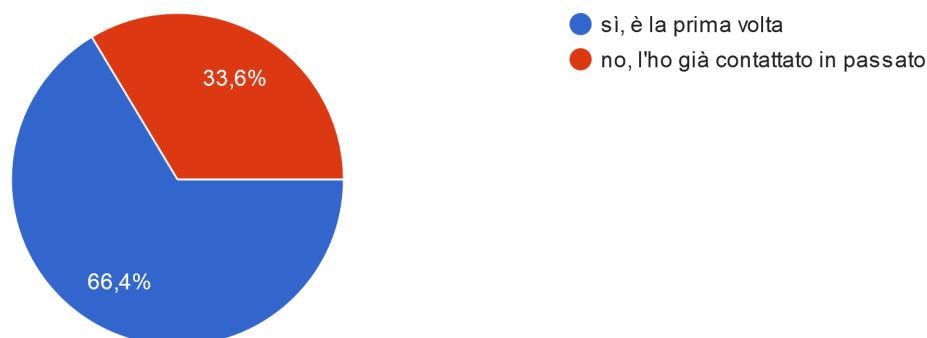
116 risposte



Il telefono continua ad essere la modalità più rapida di contatto con l'URP. A questo proposito preme segnalare che il nostro Ufficio è organizzato in modo da dedicare la massima attenzione alle telefonate, in modo da non “perderne” nessuna e garantire quindi una risposta agli utenti. Diversi utenti ci hanno fatto notare che **il nostro Ufficio “risponde sempre”**, a differenza di altri.

3. E' la prima volta che contatta l'URP?

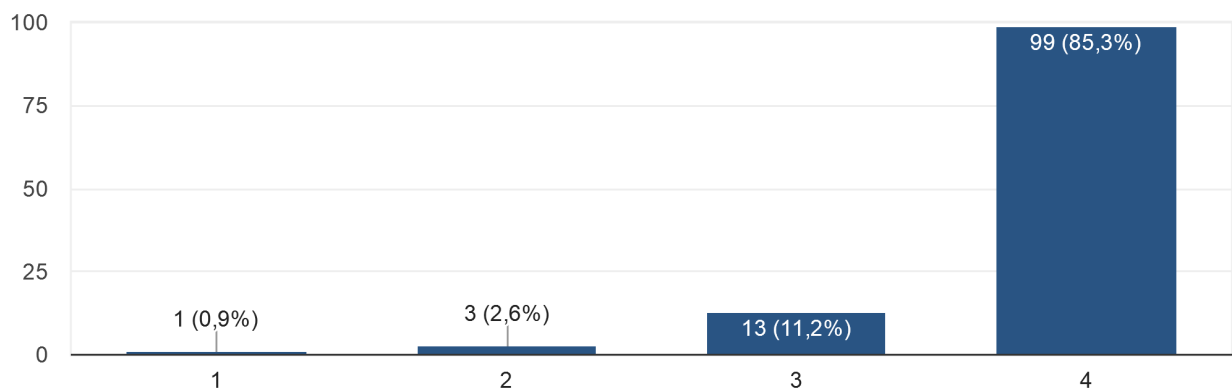
116 risposte



Entrando nel merito della valutazione vera e propria, gli utenti hanno espresso le loro valutazioni su una **scala da 1 a 4**, dove 1 vuol dire “per nulla soddisfatto” e 4 “molto soddisfatto”. La scelta di utilizzare una scala “pari” è stata fatta proprio per spingere gli utenti ad esprimersi in un senso o nell’altro, lasciando da parte giudizi indifferenti che non sarebbero utili ai fini della nostra indagine. Possiamo infatti dire che i valori 1 e 2 sono “negativi”, mentre 3 e 4 rappresentano una valutazione “positiva”.

4.1 Chiarezza e precisione della risposta ricevuta

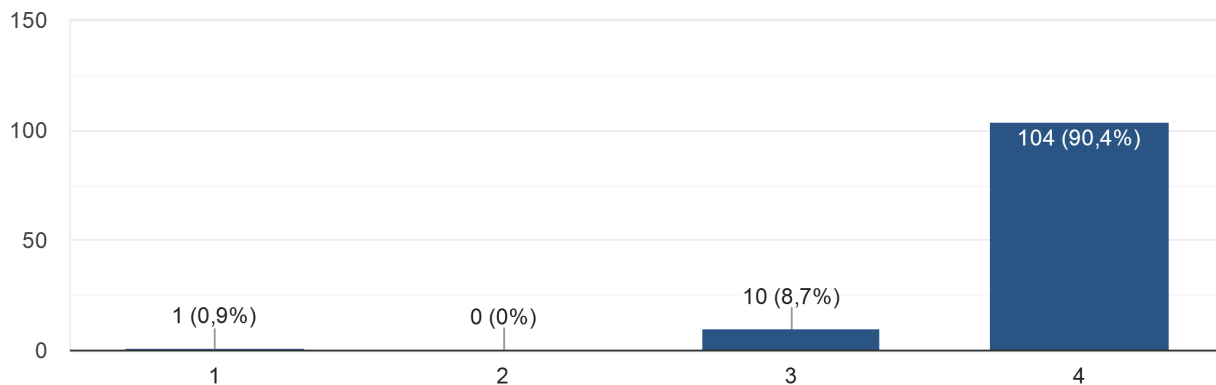
116 risposte



Il risultato estremamente positivo (96% di persone soddisfatte) premia lo sforzo dell'URP di utilizzare sempre un linguaggio semplice, e di fornire un riscontro chiaro sulle richieste ricevute, anche quando non sono di competenza dell'Ente.

4.2 Cortesia e disponibilità del personale

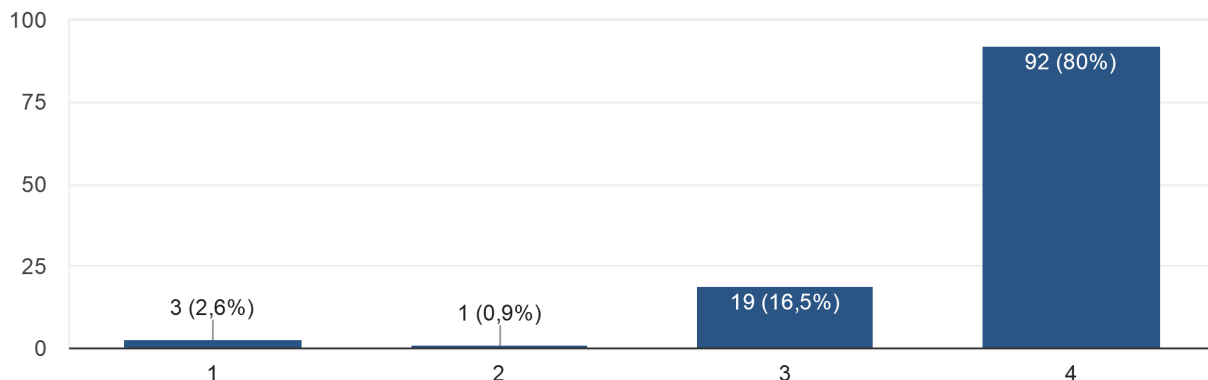
115 risposte



Questo indicatore è il vero punto di forza del nostro Ufficio: l'atteggiamento accogliente e di **piena disponibilità** verso l'utenza è stato giustamente apprezzato dagli utenti, che si sono mostrati soddisfatti nel 99% dei casi.

4.3 Facilità di accedere o di contattare l'URP

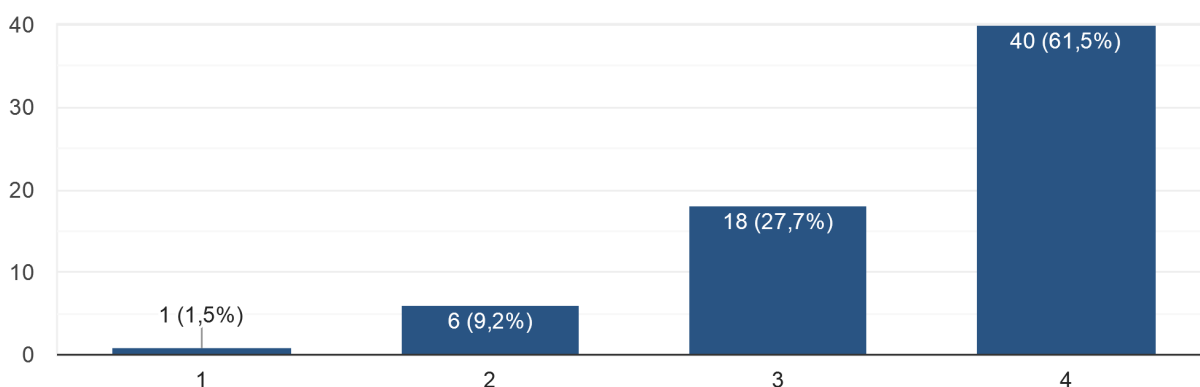
115 risposte



Anche questo indicatore è stato giudicato positivamente (96%), grazie al nostro orario di apertura piuttosto ampio (con anche due giorni di orario continuato fino alle 17), e grazie anche alla **multi-canalità**, con la quale garantiamo a tutti gli utenti di accedere utilizzando la modalità preferita, nessuna esclusa.

4.4 Se ha navigato nelle pagine Internet dell'URP (<http://www.cittametropolitana.torino.it/cms/urp>), quanto è soddisfatto delle informazioni disponibili?

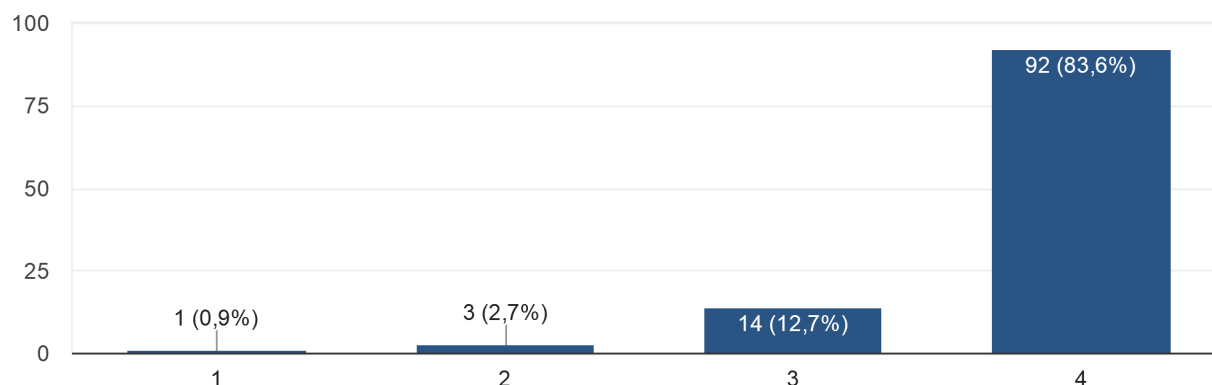
65 risposte



Solo la metà dei rispondenti conosce le pagine web curate dall'URP. Di questi, l'88% le giudica positivamente per quanto riguarda i contenuti disponibili. Tuttavia, rispetto agli altri indicatori, emerge un aspetto che merita certamente un approfondimento. Infatti, "solo" il 61% dei rispondenti si è detto "molto soddisfatto", rispetto a percentuali ben più elevate riscontrate negli altri indicatori. Si potrebbe cercare di **andare più a fondo nell'analisi** con un ulteriore questionario, dedicato solo a questo aspetto, da somministrare esclusivamente sul sito, quindi ad utenti consapevoli.

4.5 Complessivamente, come valuta il servizio ricevuto dall'URP?

110 risposte

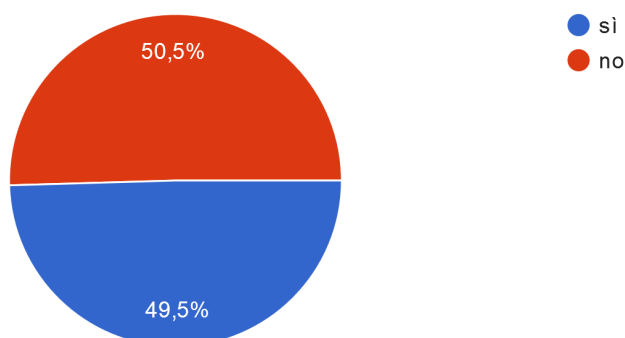


La **sintesi** fatta dagli utenti corrisponde appieno alle precedenti valutazioni, tutte decisamente positive. In particolare sono più soddisfatti gli utenti che hanno avuto la possibilità di avere un contatto diretto e personale con l'URP, tramite sportello o telefono; sono invece relativamente meno soddisfatti gli utenti che hanno utilizzato la posta elettronica o il sito Internet. **Sono quindi le persone a fare la differenza:** i canali di comunicazione a distanza (email, sito) sono sì più efficienti, ma non compensano la qualità del rapporto interpersonale che, in particolare per l'URP, è caratterizzato da empatia, disponibilità all'ascolto e attenzione per tutti gli utenti.

Un'apposita sezione del questionario è stata dedicata a misurare la conoscenza del sito web e dei canali social della Città metropolitana di Torino.

5. Ha mai navigato nel sito Internet della Città metropolitana di Torino (www.cittametropolitana.torino.it)?

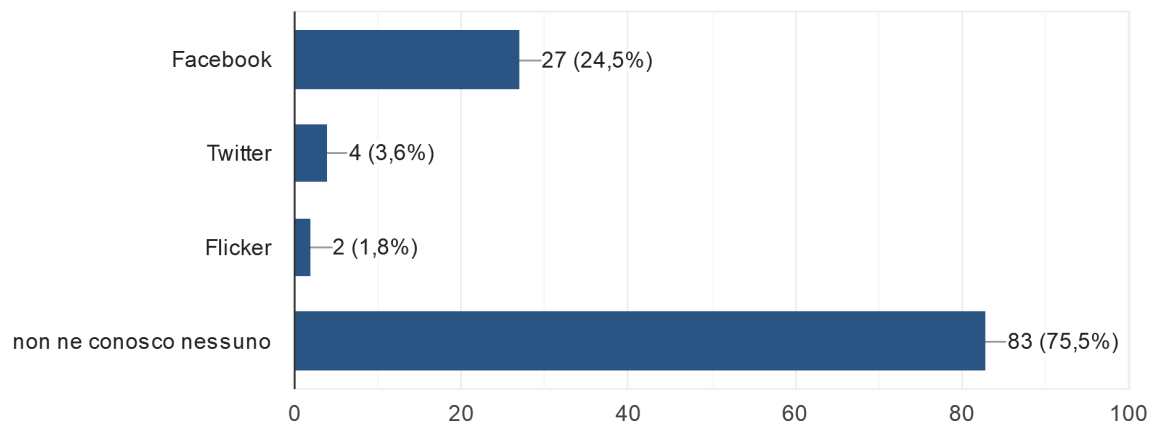
109 risposte



In linea con quanto emerso per le pagine web dell'URP, anche il **sito dell'Ente** considerato nella sua complessità è conosciuto solo dalla metà degli utenti.

6. Quali canali social della Città metropolitana di Torino conosce?

110 risposte

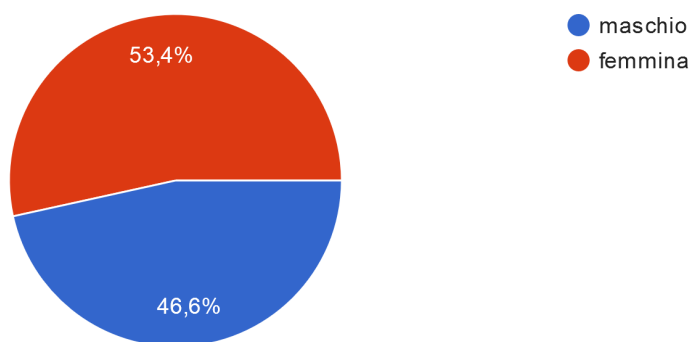


Non sono particolarmente noti neppure i **canali social** della Città metropolitana, sconosciuti al 75% delle persone.

Per quanto riguarda le **caratteristiche delle persone** che hanno risposto al questionario, notiamo una equa distribuzione tra maschi e femmine, con una predominanza di adulti (35-65 anni), residenti a Torino nel 41% dei casi.

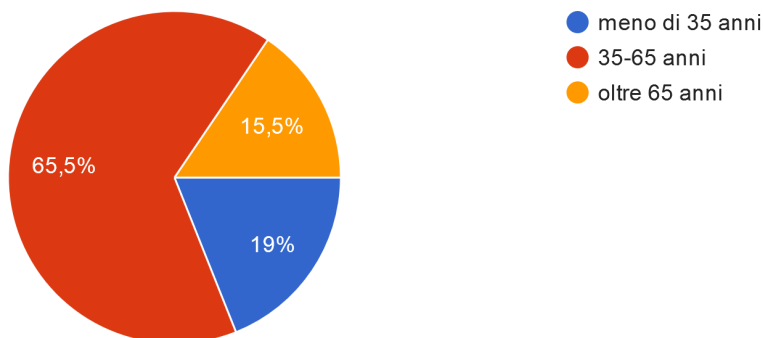
7. Genere

116 risposte



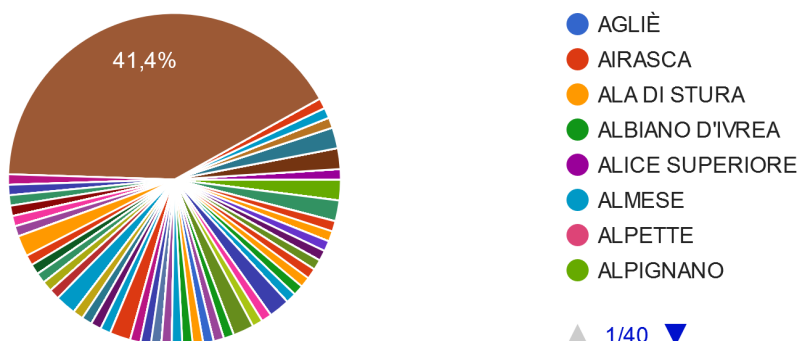
8. Età

116 risposte

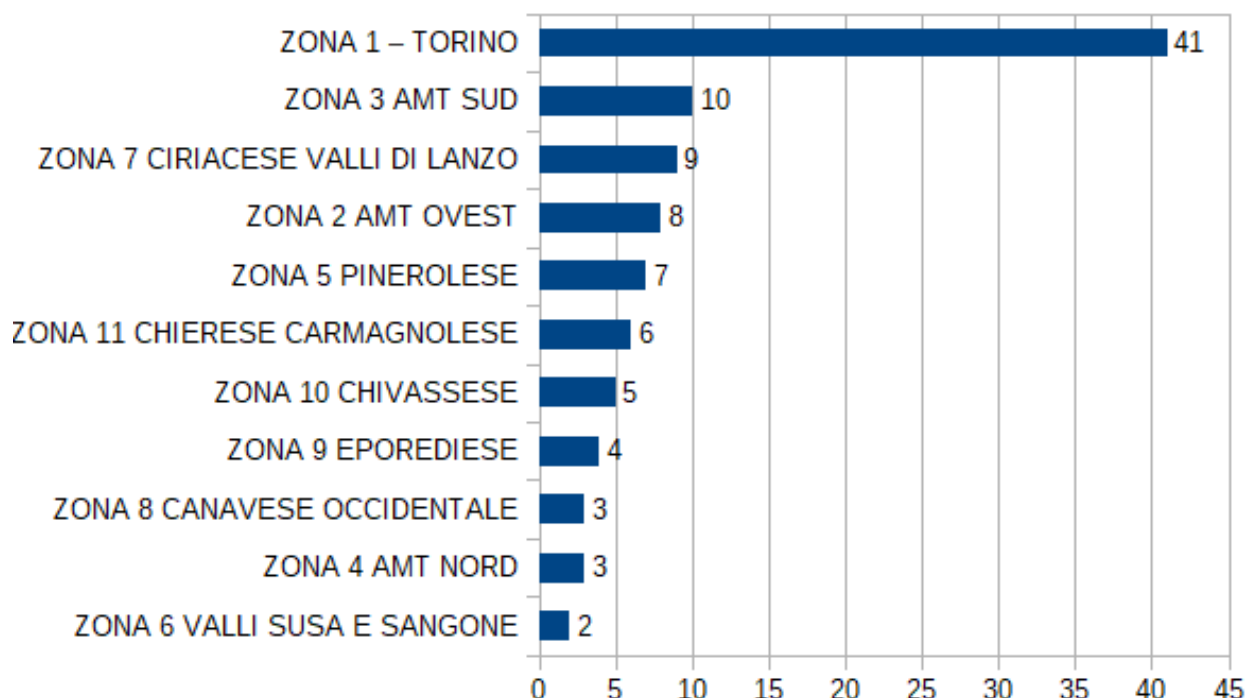


9. Comune di residenza (solo per area metropolitana di Torino)

99 risposte



Prendendo in esame il comune di residenza, abbiamo rilevato una netta predominanza di residenti nella città di Torino (41%). Gli altri rispondenti appartengono prevalentemente alla **zona omogenea 3** (Area Metropolitana Torino Sud) con un 10%, seguita dalla Zona 7 Ciriacese-Valli di Lanzo con il 9% dei rispondenti. Di seguito è disponibile il dettaglio di tutte le zone e relativi valori numerici (in totale, 99 risposte).



Da segnalare che 11 rispondenti provenivano da zone al di fuori dell'area metropolitana. Il 45% comunque appartiene alla Regione Piemonte, mentre gli altri provengono da Lombardia, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Marche e Sicilia.

Poche persone hanno indicato **proposte o suggerimenti** per il miglioramento dei servizi (6 in tutto). Per quanto ridotte, le osservazioni fornite rappresentano comunque per noi uno spunto interessante di riflessione sul lavoro svolto, e sulle possibilità di intervenire concretamente per lavorare sempre meglio.

Potrebbe essere utile cercare di approfondire alcuni dei temi proposti, magari con delle rilevazioni più qualitative, ad esempio dei focus group, su settori specifici di utenza, ad esempio quella on-line.

CONCLUSIONI

La realizzazione di un'indagine di customer satisfaction costituisce sempre un momento molto delicato per chi si trova ad essere oggetto della ricerca. L'indagine presuppone infatti sapersi mettere in discussione, e non temere di doversi confrontare anche con risultati diversi da quelli attesi (o sperati). Le osservazioni degli utenti e le valutazioni non sempre positive rappresentano una spinta al miglioramento, e devono essere lette come critiche costruttive e come opportunità. In questo senso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, pur avendo ottenuto **risultati eccellenti** in termini di soddisfazione dell'utenza servita, ritiene utile cercare di approfondire gli elementi che si sono rilevati meno forti, per cercare di allineare le performance in tutti gli ambiti. In particolare verrà dedicata ancora **più attenzione alle pagine web dell'Ufficio**, curando al massimo la qualità dei contenuti e il loro aggiornamento.

2 MINUTI PER NOI...

QUESTIONARIO SULL'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO

Stiamo raccogliendo le opinioni dei nostri utenti per migliorare la qualità del servizio offerto. Le chiediamo di dedicarci due minuti del suo tempo per compilare il questionario che trova qui sotto. L'indagine è realizzata in forma anonima.

Grazie!

Introduzione

1. 1. Per quale motivo si è rivolto all'URP?

Contrassegna solo un ovale.

- ☐ informazioni e materiale
- ☐ segnalazioni e reclami
- ☐ accesso agli atti
- ☐ prenotazione visite guidate a Palazzo Cisterna / altri eventi
- ☐ ricarica tessera di libera circolazione
- ☐ pubblicazione di atti/eventi sul sito web della Città metropolitana di Torino
- ☐ Altro: _____

2. 2. Come ha contattato l'URP?

Contrassegna solo un ovale.

- ☐ telefono
- ☐ sportello
- ☐ e-mail
- ☐ sito web - canale URP
- ☐ canali social dell'Ente

3. 3. E' la prima volta che contatta l'URP?

Contrassegna solo un ovale.

- ☐ sì, è la prima volta
- ☐ no, l'ho già contattato in passato

Come valuta l'URP?

4. 4.1 Chiarezza e precisione della risposta ricevuta

Contrassegna solo un ovale.

	1	2	3	4	
per nulla soddisfatto	☐	☐	☐	☐	molto soddisfatto

5. 4.2 Cortesia e disponibilità del personale

Contrassegna solo un ovale.

	1	2	3	4	
per nulla soddisfatto	☐	☐	☐	☐	molto soddisfatto

6. 4.3 Facilità di accedere o di contattare l'URP*Contrassegna solo un ovale.*

	1	2	3	4	
per nulla soddisfatto	☐	☐	☐	☐	molto soddisfatto

7. 4.4 Se ha navigato nelle pagine Internet dell'URP (<http://www.cittametropolitana.torino.it/cms/urp>), quanto è soddisfatto delle informazioni disponibili?*Contrassegna solo un ovale.*

	1	2	3	4	
per nulla soddisfatto	☐	☐	☐	☐	molto soddisfatto

8. 4.5 Complessivamente, come valuta il servizio ricevuto dall'URP?*Contrassegna solo un ovale.*

	1	2	3	4	
per nulla soddisfatto	☐	☐	☐	☐	molto soddisfatto

Web e social

9. 5. Ha mai navigato nel sito Internet della Città metropolitana di Torino (www.cittametropolitana.torino.it)?*Contrassegna solo un ovale.*

- ☐ sì
☐ no

10. 6. Quali canali social della Città metropolitana di Torino conosce?*Seleziona tutte le voci applicabili.*

- ☐ Facebook
☐ Twitter
☐ Flickr
☐ non ne conosco nessuno

Altre informazioni

11. 7. Genere*Contrassegna solo un ovale.*

- ☐ maschio
☐ femmina

12. 8. Età*Contrassegna solo un ovale.*

- ☐ meno di 35 anni
☐ 35-65 anni
☐ oltre 65 anni

13. 9. Comune di residenza

E per finire...

14. 10. Ha suggerimenti o proposte per migliorare il servizio offerto dall'URP?

Powered by
 Google Forms