

## **CANTIERI: UNA GUIDA ALLA COMPILAZIONE dei questionari di *customer satisfaction***

Per realizzare in modo adeguato una qualunque indagine di customer satisfaction occorre, anzitutto, preparare la rilevazione: definire gli obiettivi, le risorse, gli attori coinvolti, ecc. Dopo di ch , per focalizzare il problema, occorre procedere ad un'attivit  preliminare di raccolta di altre indagini gi  realizzate dall'amministrazione oppure di informazioni relative al tema oggetto di indagine attraverso altre fonti (altri uffici dell'ente, Istat, altre indagini, ecc.), pu  essere utile, ancora, realizzare focus group o interviste. A questo punto, con le idee pi  chiare sul problema da indagare, pu  essere utile stendere il cosiddetto "albero della qualit " per classificare gli aspetti del servizio che possono determinare la qualit  percepita dall'utente. E' solo dopo avere progettato l'indagine e dopo avere chiarito quali siano gli oggetti di indagine che si potr  procedere alla stesura del questionario che dovr  essere adeguatamente collaudato prima di essere distribuito a tutto l'universo oppure al campione selezionato. Se, poi, il questionario sar  compilato da intervistatori   necessario coinvolgere e formare gli stessi per avere omogeneit  nell'approccio all'indagine e nella raccolta delle risposte.

Il "kit" nato all'interno del Cantiere di innovazione dedicato al tema della customer satisfaction e dedicato, in modo particolare, alle modalit  di rilevazione della customer satisfaction,   composto da:

- Schema di progetto
- Esempi di calcolo della dimensione del campione
- Alberi della qualit 
- Schema standard di questionario autocompilato
- Processo standard per creare e collaudare il questionario da autocompilare
- Schema standard di questionario con intervista
- Processo standard per creare e collaudare il questionario con intervista

Di seguito si presentano i due processi definiti per la creazione ed il collaudo di questionari in autocompilazione e con intervista insieme ai relativi schemi standard per l'organizzazione delle domande.

### **PROCESSO STANDARD PER CREARE IL QUESTIONARIO, COLLAUDARLO E RACCOGLIERE I DATI**

Ecco di seguito come procedere per creare, collaudare e somministrare il questionario quando si distribuisce allo sportello.

Questa procedura vale sia quando abbia ad oggetto lo sportello fisico sia quando abbia ad oggetto il servizio telefonico.

#### **STEP 1 – IL DISEGNO DELL'INDAGINE**

E' necessario, anzitutto, disegnare l'indagine progettando bene quali sono gli obiettivi, gli attori coinvolti, le fasi e tempi di realizzazione, gli strumenti di indagine, l'eventuale numerosit  del campione, ecc.

Il disegno di indagine pu  essere realizzato sulla base di uno degli strumenti messi a disposizione: lo **schema di progetto**. Inoltre, se si decide di realizzare un'indagine su campione   possibile consultare gli **esempi di calcolo della dimensione del campione**.

## STEP 2 - COLLOQUI PRELIMINARI

Per definire in modo più preciso quali siano le domande da inserire nel questionario è utile organizzare qualche colloquio preliminare (focus group o intervista individuale in profondità).<sup>1</sup>

Se non è possibile realizzare colloqui preliminari, fare molta attenzione a chiarire quali sono gli obiettivi conoscitivi dell'indagine tenendo conto non tanto di quello che sarebbe bello, in generale, capire dalla voce degli utenti ma piuttosto di ciò che realmente è utile chiedere e sapere per procedere al miglioramento del servizio oggetto dell'indagine. In questa valutazione vanno tenuti in considerazione i reali margini di miglioramento e cambiamento che possono essere realizzati anche in funzione delle risorse e delle leve organizzative realmente disponibili.

Ai colloqui preliminari può essere affiancata una fase di attenta osservazioni di come viene erogato il servizio, del comportamento dell'utente, ecc.

## STEP 3 – STRUTTURARE IL QUESTIONARIO

Per strutturare il questionario utilizzare lo **schema-standard** proposto facendo attenzione a tutti gli accorgimenti indicati. In modo particolare nella terza parte, dedicata alla rilevazione della soddisfazione, è necessario utilizzare la modalità indicata nello schema per formulare le domande e la scala di valori scelta inserendo sia la scala numerica (da 1 a 5) sia quella semantica (da *Per niente soddisfatto* a *Molto soddisfatto*). Per scegliere gli elementi del servizio da indagare consultare gli **“alberi della qualità”**.

## STEP 4 - COLLAUDARE IL QUESTIONARIO

Prima di procedere alla raccolta dei dati è fondamentale collaudare il questionario.

Come? Anzitutto scegliere almeno un rappresentante per ogni diversa categoria di utenti che si intende intervistare (gli utenti possono essere distinti per età, per modalità di fruizione dei servizi, per professione, ecc.). A questo punto si possono adottare diverse modalità che si consiglia di affiancare l'una all'altra:

1. riprodurre esattamente la situazione nella quale verrà distribuito e compilato il questionario per capire se eventuali condizioni, per esempio ambientali, possono incidere sulla tranquillità di chi risponde;
2. chiedere alle “cavie” di autocompilare il questionario segnalando, poi, eventuali incomprensioni, incoerenze, ecc. che richiedono modifiche allo strumento.
3. effettuare qualche intervista di persona, che può fornire ulteriori spunti rispetto alle tecniche precedenti, pur nella consapevolezza che l'indagine vera e propria verrà svolta in autocompilazione.

## STEP 5 – DISTRIBUIRE E RACCOGLIERE IL QUESTIONARIO

Dopo aver collaudato il questionario e dopo aver fatto le relative modifiche, si deve procedere alla distribuzione.

Si può decidere di lasciare il questionario in vista così che gli utenti del servizio possano prenderne una copia, compilarla e restituirla. In questo caso, però, il rischio è che il ritorno sia molto basso (cioè che siano in pochi a restituirlo), inoltre non si controlla CHI lo ritira e CHI lo restituisce. Questo crea problemi rispetto alla rappresentatività delle informazioni ottenute in quanto non si può sapere che caratteristiche hanno coloro che rispondono (sono, per esempio, quelli che tendono ad essere soddisfatti del servizio e, quasi fosse un ringraziamento, compilano il questionario, oppure sono prevalentemente quelli che non sono soddisfatti e cercano un canale per comunicarlo... ).

Per evitare che il campione si autoselezioni in misura eccessiva e per incentivare la restituzione del questionario compilato, consigliamo di consegnarlo direttamente agli utenti chiedendo di compilarlo e restituirlo prima di lasciare l'ufficio. La consegna e il ritiro possono essere fatti da un collega, da uno stagista, da un obiettore, ecc. prevedendo, eventualmente, un box nel quale depositare i questionari compilati.

---

<sup>1</sup> Si veda a cura di G. Negro, A. Gramigna, A. Tanese, “La *customer satisfaction* nelle amministrazioni pubbliche”, pagg. 42 – 50. Il manuale si può scaricare all'indirizzo [www.cantieripa.it/allegati/Customer.pdf](http://www.cantieripa.it/allegati/Customer.pdf)

Attenzione: se si adotta questa modalità non è possibile inserire domande relative alla soddisfazione di un servizio che, di fatto, non è ancora stato erogato (per es.: “Quanto è soddisfatto dei tempi di rilascio della concessione edilizia?” non è una domanda da porre a chi abbia appena richiesto informazioni oppure abbia giustappunto avviato la pratica allo sportello).

Tutte le volte che il campione si autoseleziona occorre tenere in considerazione che le informazioni raccolte, per quanto importanti e utili, **NON** rappresentano l'intero universo di riferimento cioè non si può dire, attraverso i dati raccolti, che quella sia esattamente l'opinione dell'universo degli utenti utilizzatori del servizio.

Se, invece, il questionario viene distribuito **online** (messo a disposizione su un sito Web oppure via posta elettronica) la procedura è la seguente:

#### **STEP 1 – IL DISEGNO DELL’INDAGINE**

E’ necessario, anzitutto, disegnare l’indagine progettando bene quali sono gli obiettivi, gli attori coinvolti, le fasi e tempi di realizzazione, gli strumenti di indagine, l’eventuale numerosità del campione, ecc.

Il disegno di indagine può essere realizzato sulla base di uno degli strumenti messi a disposizione: lo **schema di progetto**. Inoltre, se si decide di realizzare un’indagine su campione è possibile consultare gli **esempi di calcolo della dimensione del campione**.

#### **STEP 2 - COLLOQUI PRELIMINARI**

Anche in questo caso per definire in modo più preciso quali siano le domande da inserire nel questionario è utile organizzare qualche colloquio preliminare (focus group o intervista individuale in profondità). Se non è possibile realizzare colloqui preliminari, fare molta attenzione a chiarire quali sono gli obiettivi conoscitivi dell’indagine tenendo conto non tanto di quello che sarebbe bello, in generale, capire dalla voce degli utenti ma piuttosto di ciò che realmente è utile chiedere e sapere per procedere al miglioramento del servizio oggetto dell’indagine. In questa valutazione vanno tenuti in considerazione anche i reali margini di miglioramento e cambiamento che possono essere realizzati anche in funzione delle risorse e delle leve organizzative realmente disponibili.

#### **STEP 3– STRUTTURARE IL QUESTIONARIO**

Per strutturare il questionario utilizzare lo **schema-standard** proposto facendo attenzione a tutti gli accorgimenti indicati. In modo particolare nella terza parte, dedicata alla rilevazione della soddisfazione, è necessario utilizzare la modalità indicata nello schema per formulare le domande e la scala di valori scelta inserendo sia la scala numerica (da 1 a 5) sia quella semantica (da *Per niente soddisfatto* a *Molto soddisfatto*). Per scegliere gli elementi del servizio da indagare consultare gli **“alberi della qualità”**.

#### **STEP 4 – DEFINIRE IL CANALE PER LA RACCOLTA DEI DATI**

Occorre decidere, a questo punto, se il questionario verrà inviato attraverso la posta elettronica oppure se, invece, pubblicarlo online. Nel primo caso si dovrà inviare come allegato chiedendo di compilarlo e restituirlo o nuovamente via e-mail oppure via fax. Nel caso in cui si possa circoscrivere il gruppo di utenti a cui inviare il questionario (per esempio tutti coloro che sono iscritti ad una newsletter oppure un gruppo di cui si conosca l’indirizzo di posta elettronica) può essere utile inviare, attraverso la posta elettronica, l’indirizzo al quale si trova il questionario senza renderlo disponibile direttamente sul sito. L’alternativa è quella di pubblicare il questionario online rendendolo disponibile a chiunque acceda al sito per la compilazione.

#### **STEP 5 PREDISPORRE LA BANCA DATI**

Nel caso in cui il questionario sia pubblicato online è necessario, prima di procedere al collaudo, che sia creata una banca dati ovvero un applicativo che consenta la gestione dei dati così che ogni questionario compilato venga, automaticamente inserito nella banca dati. Se, invece, viene previsto che la riconsegna del questionario avvenga attraverso il fax oppure come documento allegato ad un messaggio di posta elettronica, la banca dati può essere creata anche in un secondo momento.

#### **STEP 6 COLLAUDARE IL QUESTIONARIO**

Prima di procedere alla raccolta dei dati è fondamentale collaudare il questionario.

Come? Anzitutto scegliere almeno un rappresentante per ogni diversa categoria di utenti che si intende intervistare (gli utenti possono essere distinti per età, per modalità di fruizione dei servizi, per professione, ecc.). A questo punto si possono adottare tre modalità che non sono necessariamente alternative l’una all’altra:

1. riprodurre esattamente la situazione nella quale verrà distribuito e compilato il questionario anche per verificare il funzionamento dell'applicativo che consente la gestione della banca dati (nel caso in cui il questionario venga pubblicato online);
2. chiedere alle "cavie" di autocompilare il questionario segnalando, poi, eventuali incomprensioni, incoerenze, ecc. che richiedono modifiche allo strumento.
3. effettuare qualche intervista di persona, che può fornire ulteriori spunti rispetto alle tecniche precedenti, pur nella consapevolezza che l'indagine vera e propria verrà svolta in autocompilazione.

#### **STEP 7 – DISTRIBUIRE E RACCOGLIERE IL QUESTIONARIO**

Dopo aver collaudato il questionario si deve procedere all'invio dello stesso:

- come documento allegato agli indirizzi di posta elettronica che sono stati selezionati,
- pubblicandolo sul sito;
- oppure, ancora, inviando, attraverso la posta elettronica, non il documento ma l'indirizzo al quale si trova il questionario pubblicato online.

Quando si lascia il questionario pubblicato sul sito il rischio è che il ritorno sia molto basso (cioè che siano in pochi a restituirlo), inoltre non si controlla CHI lo ritira e CHI lo consegna. Questo crea problemi rispetto alla rappresentatività delle informazioni ottenute in quanto non si può sapere che caratteristiche hanno coloro che rispondono (sono, per esempio, quelli che tendono ad essere soddisfatti del servizio e, quasi fosse un ringraziamento, compilano il questionario, oppure sono prevalentemente quelli che non sono soddisfatti e cercano un canale per comunicarlo... ).

Tutte le volte che il campione si autoseleziona occorre tenere in considerazione che le informazioni raccolte, per quanto importanti e utili, **NON** rappresentano l'intero universo di riferimento cioè non si può dire, attraverso i dati raccolti, che quella sia esattamente l'opinione dell'universo degli utenti utilizzatori del servizio.

## LO SCHEMA-STANDARD DI QUESTIONARIO

Lo schema-standard di questionario è composto da quattro parti:

<p style="text-align: center;"><b>1° parte Introduzione</b></p> <p>Qui deve essere inserita una breve e cortese introduzione che dica a che cosa serve il questionario ma che non dica troppo! Infatti: non è utile dare troppe indicazioni perché altrimenti la presentazione non verrà letta e, secondo poi, occorre evitare di influenzare coloro che dovranno rispondere.</p>
<p style="text-align: center;"><b>2° parte (eventuale)</b> <b>Conoscenza del servizio; Frequenza; Tipologia di richieste; ecc.</b></p> <p>Questa seconda parte è eventuale e deve essere inserita solamente se è necessario ottenere informazioni relative alle tipologie di servizi richiesti, alla frequenza presso gli uffici, ecc. Le indicazioni date di seguito rispetto alle domande inserite sono solamente esemplificative.</p>
<p style="text-align: center;"><b>3° parte</b> <b>Soddisfazione</b></p> <p>In questa sezione vanno inserite le domande attraverso le quali si intende comprendere la soddisfazione relativa al servizio. Per rendere più semplice all'utente l'espressione di un giudizio rispetto al servizio, si è scelto di utilizzare una doppia scala: numerica (da 1 a 5) accompagnata da una scala semantica (da <i>Per niente soddisfatto</i> a <i>Molto soddisfatto</i>). La scala dispari è più corretta dal punto di vista statistico<sup>2</sup>. Gli elementi del servizio che possono essere oggetto di indagine sono tutti quelli indicati negli alberi della qualità. Gli alberi della qualità possono essere utilizzati come "menù" dai quali scegliere sulla base degli obiettivi conoscitivi di ogni singola indagine. <b>La formulazione della domanda indicata sotto non è solo esemplificativa ma fa parte dello standard definito.</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>4° parte</b> <b>Anagrafica</b></p> <p>L'ultima è la parte anagrafica ovvero la parte in cui si chiedono dati relativi al rispondente. Si è deciso di inserirla in coda al questionario (anche se non è un errore clamoroso inserirla in testa) in quanto queste domande richiedono uno sforzo di attenzione praticamente nullo, inoltre alcune domande personali poste all'inizio possono infastidire l'intervistato. <b>Attenzione: i dati anagrafici NON servono per monitorare l'utenza del servizio oggetto di indagine; sono, invece, possibili chiavi di lettura delle informazioni raccolte nelle altre parti del questionario. Per questa ragione quando non si è programmato di leggere le informazioni secondo particolari criteri di segmentazione non è necessario richiedere informazioni di tipo anagrafico. Se non mi serve riorganizzare le risposte in funzione delle classi di età dei rispondenti è inutile chiedere l'età; se non intendo dare una lettura "di genere" ai miei dati non ha senso chiedere se chi risponde è un uomo oppure una donna, ecc.</b></p>

<sup>2</sup> La scelta della scala pari (per esempio da 1 a 4 oppure da 1 a 10) non è una scelta sbagliata. In genere viene utilizzata per obbligare chi rispondere a prendere una posizione che non sia intermedia ma che chiaramente sia tra i giudizi positivi oppure tra quelli negativi.

## LE DOMANDE

### 1° parte - Introduzione

#### Esempi

##### ***Sportello***

- Gentile signore/a, stiamo facendo un'indagine su incarico della Provincia di XXX. Le chiediamo un minuto di tempo per compilare questa scheda. E' importante per noi conoscere il Suo parere, per migliorare i nostri servizi.
- Gentile Signora/e,  
il Comune di XXX sta conducendo un'indagine per valutare la soddisfazione dei servizi offerti alla cittadinanza relativamente ai SERVIZI DEMOGRAFICI E URP (Ufficio Relazioni con il Pubblico).  
La Sua opinione è per noi preziosa. Vorremmo pertanto chiederLe di rispondere alle domande contenute in questo questionario.  
La preghiamo di restituire il questionario entro il ..... nelle apposite cassette predisposte presso gli uffici comunali.  
La informiamo che il seguente questionario non deve essere firmato e che le risposte ottenute saranno ritenute strettamente confidenziali.

##### ***Sito Internet***

- Gentile visitatore stiamo conducendo un'indagine per migliorare i servizi offerti. Le chiediamo cortesemente la Sua collaborazione nella compilazione del seguente questionario.<sup>3</sup>

##### ***Telefono***<sup>4</sup>

- L'Asl di XXX sta valutando il servizio di informazione telefonica offerto. La ringraziamo della collaborazione che vorrà fornire rispondendo alle seguenti domande.

---

<sup>3</sup> La parola "navigatore" è sconsigliata perché, specie per i siti istituzionali, non è detto che chi utilizza il sito come canale informativo sia realmente un navigatore della Rete e conosca la terminologia che normalmente si utilizza (navigare e navigatore; *download*; usabilità e accessibilità; *weblog*, forum e *chat*, ecc.).

<sup>4</sup> Il gruppo di lavoro che si è occupato del telefono ha scelto di creare un questionario da distribuire allo sportello facendo riferimento ai servizi erogati attraverso il telefono.

## 2° parte - Frequenza; Tipologia di richieste; ecc. (eventuale)

Esempi<sup>5</sup>

### ***Sportello e Sito Internet***

**1. E' la prima volta che utilizza questo servizio (oppure che si collega a questo sito)?**

- [1] Sì (se sì vai alla domanda 2)
- [2] No (se no vai alla domanda 4)

**2. Come è venuto a conoscenza di questo servizio/sito?**

*(barrare al massimo 2 risposte)*

- [1] Internet
- [2] Volantini/manifesti
- [3] Quotidiani/ riviste
- [4] Altri uffici
- [5] Passaparola
- [6] Non so
- [7] Altro

**3. Per quali di questi motivi è venuto in questo ufficio?**

*(barrare al massimo 2 risposte)*

- [1] ottenere informazioni relative a ...
- [2] ottenere un certificato
- [3] rilascio carta di identità
- [4] ecc.

*PASSARE ALLA SEZIONE SUCCESSIVA (N. XXX)*

**4. Con quale frequenza si rivolge a questo ufficio?**

*(barrare una sola casella)*

- [1] uno o più volte alla settimana
- [2] 2-3 volte al mese
- [3] 1 volta al mese
- [4] 1 volta ogni 2- 3 mesi
- [5] più raramente
- [6] non so, non quantificabile

**5. Quando viene in questo ufficio, per quali di questi motivi viene, principalmente?**

*(barrare al massimo 2 risposte)*

- [1] ottenere informazioni relative a ...
- [2] ottenere un certificato
- [3] rilascio carta di identità
- [4] ecc.

### ***Telefono***

• **Quante volte ha telefonato all'ufficio XXX nell'ultima settimana?**

- [1] Mai
- [2] Una volta
- [3] Più di una volta

<sup>5</sup> Tutte queste domande vanno personalizzate. Occorre personalizzare anche le risposte: per quanto riguarda le domande riferite alle *frequenze d'uso* dei servizi occorre considerare i flussi medi e decidere qual è il tempo medio di riferimento (la settimana, il mese, l'anno, ecc.). Attenzione a non inserire intervalli temporali nei quali una risposta comprende l'altra: *almeno una volta all'anno; almeno una volta ogni sei mesi; almeno una volta al mese*. Per quanto riguarda, invece, la *tipologia di servizio* occorre individuare quali servizi eroga lo sportello e il livello di dettaglio che ognuno ha la necessità di approfondire.



3° parte - Soddisfazione

**Quanto è soddisfatto del servizio? Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 (se è poco soddisfatto) a 5 (molto soddisfatto)**

Se non è in grado di indicare la sua soddisfazione su alcuni aspetti la preghiamo di non indicare nessun numero

<u>Quanto è soddisfatto:</u>	<i>Per niente soddisfatto</i>	<i>Poco soddisfatto</i>	<i>Mediamente soddisfatto</i>	<i>Piuttosto soddisfatto</i>	<i>Molto soddisfatto</i>
• della cortesia del personale;	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
• chiarezza delle informazioni ricevute	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
• dell'accoglienza dei locali	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
• della tempestività della risposta	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
• degli orari di apertura dell'ufficio	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
• ecc.					
• ecc.					
• del servizio XXX in generale <sup>6</sup>	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

*(Eventuale domanda aperta)*

**Oltre alle indicazioni che ci ha già dato, ha qualche altro consiglio per migliorare il servizio<sup>7</sup>?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

<sup>6</sup> La domanda relativa alla soddisfazione generale serve per correlare il punteggio dato a ognuno dei punteggi dati alle altre domande. Il voto generale di soddisfazione espresso alla fine non è rappresentativo dell'universo degli utilizzatori, in quanto viene raccolto dopo una riflessione stimolata dettagliatamente sui singoli parametri della qualità. Risulta però utile per correlare il punteggio di ogni dimensione della qualità con quello della soddisfazione complessiva. L'entità della correlazione fra ciascun parametro e la soddisfazione generale degli utenti, riflette l'importanza e il contributo di ciascuna dimensione della qualità nel raggiungere un buon livello di soddisfazione complessiva. Tanto più elevato è l'indice di correlazione, tanto più quel determinato parametro è importante per soddisfare i clienti. Si veda a cura di G. Negro, A. Gramigna, A. Tanese, "La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche", pag. 81.

<sup>7</sup> Se viene inserita questa domanda aperta occorre far sì che lo spazio sia sufficiente per poter scrivere eventuali suggerimenti e consigli. Inoltre occorre classificare, a posteriori, le risposte date per ottenere informazioni di tipo quantitativo.

#### 4° parte - Anagrafica

Sesso	<input type="checkbox"/> [1] Uomo <input type="checkbox"/> [2] Donna
Titolo di studio	<input type="checkbox"/> [1] Elementare <input type="checkbox"/> [2] Media inferiore <input type="checkbox"/> [3] Media superiore <input type="checkbox"/> [4] Università <input type="checkbox"/> [5] Altro (specificare.....)
Professione <sup>8</sup>	<input type="checkbox"/> [1] Lavoratore dipendente <input type="checkbox"/> [2] Lavoratore autonomo <input type="checkbox"/> [3] Imprenditore <input type="checkbox"/> [4] Disoccupato <input type="checkbox"/> [5] Pensionato <input type="checkbox"/> [6] Altro (specificare.....)
	<i>oppure</i>
	<input type="checkbox"/> [1] Agricoltore <input type="checkbox"/> [2] Artigiano <input type="checkbox"/> [3] Casalinga <input type="checkbox"/> [4] Commerciante <input type="checkbox"/> .....
Età	<input type="checkbox"/> [1] fino a 25 anni <input type="checkbox"/> [2] da 26 a 35 anni <input type="checkbox"/> [3] da 36 a 45 anni <input type="checkbox"/> [4] da 46 a 55 anni <input type="checkbox"/> [5] oltre 55 anni

<sup>8</sup> La classificazione varia a seconda delle esigenze. Se, per esempio, la classificazione serve ad un Centro per l'impiego per incrociare le risposte date da coloro che non hanno un'occupazione con coloro che, invece, sono occupati e sono in cerca di un'alternativa la classificazione sarà differente da quella utilizzata da uno Sportello unico che potrebbe avere la necessità di incrociare le risposte date da imprenditori oppure da professionisti con altre informazioni relative alla soddisfazione dei servizi.

## **PROCESSO STANDARD**

### **PER CREARE IL QUESTIONARIO, COLLAUDARLO E RACCOGLIERE I DATI**

Ecco di seguito come procedere per creare, testare e somministrare il questionario nel caso in cui venga realizzata un'intervista.

#### **STEP 1 – IL DISEGNO DELL'INDAGINE**

E' necessario, anzitutto, disegnare l'indagine progettando bene quali sono gli obiettivi, gli attori coinvolti, le fasi e tempi di realizzazione, gli strumenti di indagine, l'eventuale numerosità del campione, ecc.

Il disegno di indagine può essere realizzato sulla base di uno degli strumenti messi a disposizione: lo **schema di progetto**.

Inoltre, se si decide di realizzare un'indagine su campione è possibile consultare gli **esempi di calcolo della dimensione del campione**.

#### **STEP 2 - COLLOQUI PRELIMINARI**

Per definire in modo più preciso quali siano le domande da inserire nel questionario è utile organizzare qualche colloquio preliminare (focus group o intervista individuale in profondità).<sup>9</sup>

Se non è possibile realizzare colloqui preliminari, fare molta attenzione a chiarire quali sono gli obiettivi conoscitivi dell'indagine tenendo conto non tanto di quello che sarebbe bello, in generale, capire dalla voce degli utenti ma piuttosto di ciò che realmente è utile chiedere e sapere per procedere al miglioramento del servizio oggetto dell'indagine. In questa valutazione vanno tenuti in considerazione i reali margini di miglioramento e cambiamento che possono essere realizzati anche in funzione delle risorse e delle leve organizzative realmente disponibili.

Ai colloqui preliminari può essere affiancata una fase di attenta osservazioni di come viene erogato il servizio, del comportamento dell'utente, ecc.

#### **STEP 3 – STRUTTURARE IL QUESTIONARIO**

Per strutturare il questionario utilizzare lo **schema-standard** proposto facendo attenzione a tutti gli accorgimenti indicati. In particolare, nella terza parte relativa alla rilevazione dell'importanza e nella quarta relative alla rilevazione della soddisfazione, è necessario utilizzare la modalità indicata sopra per formulare le domande. Inoltre va utilizzata la scala di valori indicata cioè quella da 1 a 5.

Per scegliere gli elementi del servizio da indagare consultare gli **“alberi della qualità”**.

#### **STEP 4 - COLLAUDARE IL QUESTIONARIO**

Prima di procedere alla raccolta dei dati è fondamentale collaudare il questionario.

Come? Anzitutto scegliere almeno un rappresentante per ogni diversa categoria di utenti che si intende intervistare (gli utenti possono essere distinti per età, per modalità di fruizione dei servizi, per professione, ecc.). A questo punto:

1. considerato che, per la raccolta dei dati vengono impiegati intervistatori, il collaudo dovrà avvenire nelle stesse condizioni dell'intervista. In particolare, se si intende fare le interviste in strada è sconsigliato fare il collaudo in un ambiente chiuso, ad esempio a casa dell'intervistato, perché in questo modo non si verificheranno i possibili imprevisti della strada (rumore, pioggia, fretta, ecc.) e non emergeranno le eventuali imperfezioni del questionario;
2. è sufficiente realizzare il collaudo con una decina di persone che non potranno però essere intervistate nuovamente una volta avviata l'indagine;
3. raccogliere tutte le segnalazioni provenienti dagli intervistati che mettono in risalto eventuali incomprensioni, incoerenze, ecc. che richiedono modifiche allo strumento.

---

<sup>9</sup> Si veda a cura di G. Negro, A. Gramigna, A. Tanese, “La *customer satisfaction* nelle amministrazioni pubbliche”, pagg. 42 – 50. Il manuale si può scaricare all'indirizzo [www.cantieripa.it/allegati/Customer.pdf](http://www.cantieripa.it/allegati/Customer.pdf)

## **STEP 5 – FORMAZIONE DEGLI INTERVISTATORI**

Prima di procedere alla raccolta dei dati è necessario formare le persone che dovranno condurre le interviste. Ci sono diversi aspetti da tenere sotto controllo per garantire il corretto lavoro degli intervistatori e di conseguenza il buon esito di un'intervista e questi aspetti devono essere definiti e comunicati a tutti gli intervistatori.

1. Innanzitutto, l'intervistatore deve attenersi al testo del questionario ed evitare improvvisazioni (ad esempio nella formulazione delle domande);
2. si deve prevedere una lettura univoca delle possibili risposte da parte dell'intervistato, ad esempio se la domanda prevede una risposta in una scala da 1 a 5 e l'intervistato risponde 2,5 tutti gli intervistatori devono assegnare lo stesso punteggio (2 o 3);
3. l'intervistatore non deve esprimere alcun giudizio o commento che possa condizionare la risposta dell'intervistato;
4. l'intervistatore, al momento della compilazione del questionario, deve utilizzare solamente gli spazi previsti per le risposte; la precisione nella compilazione è importante per non complicare il lavoro successivo di elaborazione dei dati;
5. l'intervistatore deve evitare atteggiamenti e comportamenti sgradevoli che possono infastidire l'intervistato;
6. è utile che l'intervistato presti particolare attenzione all'abbigliamento che non deve essere però né troppo formale né troppo trasandato.

Consigliamo di consegnare agli intervistatori un elenco di regole da tenere in considerazione per realizzare le interviste, soprattutto se si tratta di intervistatori non professionali.

Il percorso formativo si completerà, poi, con prove di intervista sia in aula che, successivamente, nella stessa condizione in cui si realizzeranno le interviste. Può essere utile che siano gli stessi intervistatori a collaudare il questionario.

## **STEP 6 – DISTRIBUIRE E RACCOGLIERE IL QUESTIONARIO**

Dopo aver collaudato il questionario si deve procedere alla raccolta dei dati attraverso l'intervista<sup>10</sup>.

Si consiglia di realizzare l'intervista nei pressi dello sportello o dell'ufficio presso il quale viene erogato il servizio oggetto di indagine.

E' necessario prestare molta attenzione alla durata dell'intervista. Un'intervista troppo lunga, infatti, determina "impazienza" sia nell'intervistato che nell'intervistatore. Il primo infatti non è disposto a perdere troppo tempo soprattutto se le condizioni ambientali dell'intervista non sono abbastanza confortevoli (ad esempio l'intervistato viene fermato per strada in una giornata di pioggia). Anche l'intervistatore però può "annoiarsi" a condurre l'intervista (e soprattutto può avvertire la sensazione di impazienza dell'intervistato), e questo può indurlo a tralasciare le regole acquisite in fase di formazione. Ovviamente, il problema della durata dell'intervista deve essere affrontato nella fase di stesura del questionario.

---

<sup>10</sup> Per approfondimenti si veda a cura di G. Negro, A. Gramigna, A. Tanese "La Customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche", pag. 53.

## LO SCHEMA-STANDARD DI QUESTIONARIO

Lo schema-standard di questionario è composto da cinque parti:

<p style="text-align: center;"><b>1° parte Introduzione</b></p> <p>Qui deve essere inserita una breve e cortese introduzione che dica a che cosa serve il questionario ma che non dica troppo! Infatti: non è utile dare troppe indicazioni perché altrimenti la presentazione non verrà letta e, secondo poi, occorre evitare di influenzare coloro che dovranno rispondere.</p>
<p style="text-align: center;"><b>2° parte (eventuale)</b> <b>Conoscenza del servizio; Frequenza; Tipologia di richieste; ecc.</b></p> <p>Questa seconda parte è eventuale e deve essere inserita solamente se è necessario ottenere informazioni relative alle tipologie di servizi richiesti, alla frequenza presso gli uffici, ecc. Le indicazioni date di seguito sono solamente esemplificative.</p>
<p style="text-align: center;"><b>3° parte</b> <b>Importanza</b></p> <p>In questa parte devono essere inserite tutte le domande sull'importanza cioè quelle domande che hanno lo scopo di conoscere le attese nei confronti di un servizio. Gli elementi del servizio che possono essere oggetto di indagine sono tutti quelli indicati negli alberi della qualità che possono essere utilizzati come "menù" dai quali scegliere, sulla base degli obiettivi conoscitivi di ogni singola indagine. Le domande che mirano ad ottenere informazioni riguardo a quanto gli utenti ritengano importanti alcuni elementi del servizio devono essere formulate in questo modo: "Quanto è importante, per lei...". <b>La formulazione della domanda indicata sotto non è solo esemplificativa ma fa parte dello standard definito.</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>4° parte</b> <b>Soddisfazione</b></p> <p>In questa sezione vanno inserite le domande attraverso le quali si intende comprendere la soddisfazione relativa al servizio. Tutte le domande relative all'importanza devono essere trasformate in domande riferite alla soddisfazione. La formulazione di queste domande è: "Quanto è soddisfatto di...?" Si è scelto di utilizzare la scala numerica (da 1 a 5). La scala dispari è più corretta dal punto di vista statistico<sup>11</sup>. <b>Anche in questo caso la formulazione della domanda indicata sotto non è solo esemplificativa ma fa parte dello standard definito.</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>5° parte</b> <b>Anagrafica</b></p> <p>L'ultima è la parte anagrafica ovvero la parte in cui si chiedono dati relativi al rispondente. Si è deciso di</p>

<sup>11</sup> La scelta della scala pari (per esempio da 1 a 4 oppure da 1 a 10) non è una scelta sbagliata. In genere viene utilizzata per obbligare chi rispondere a prendere una posizione che non sia intermedia ma che chiaramente sia tra i giudizi positivi oppure tra quelli negativi.

inserirli in coda al questionario (anche se non è un errore clamoroso inserirli in testa) in quanto queste domande richiedono uno sforzo di attenzione praticamente nullo, inoltre alcune domande personali poste all'inizio possono infastidire l'intervistato.

**Attenzione: i dati anagrafici NON servono per monitorare l'utenza del servizio oggetto di indagine; sono, invece, possibili chiavi di lettura delle informazioni raccolte nelle altre parti del questionario. Per questa ragione quando non si è programmato di leggere le informazioni secondo particolari criteri di segmentazione non è necessario richiedere informazioni di tipo anagrafico. Se non mi serve riorganizzare le risposte in funzione delle classi di età dei rispondenti è inutile chiedere l'età; se non intendo dare una lettura "di genere" ai miei dati non ha senso chiedere se chi risponde è un uomo oppure una donna, ecc.**

## LE DOMANDE

### Introduzione

#### Esempi

#### *Sportello*

- Gentile signore/a, stiamo facendo un'indagine su incarico della Provincia di XXX. Le chiediamo qualche minuto di tempo per un'intervista. E' importante per noi conoscere il Suo parere, per migliorare i nostri servizi.
- Gentile Signora/e, sto facendo un'indagine per conto del Comune di XXX per valutare la soddisfazione dei servizi offerti alla cittadinanza relativamente al servizio XXX.  
Le posso fare qualche domanda?

**1° parte - Frequenza; Tipologia di richieste; ecc.** (eventuale)  
(le risposte non sono da leggere, sono riportate solo per comodità dell'intervistatore)

Esempi<sup>12</sup>

**6. E' la prima volta che utilizza questo servizio?**

- [1] Sì (se sì vai alla domanda 2)
- [2] No (se no vai alla domanda 4)

**7. Come è venuto a conoscenza di questo servizio?**

(barrare al massimo 2 risposte)

- [1] Internet
- [2] Volantini/manifesti
- [3] Quotidiani/ riviste
- [4] Altri uffici
- [5] Passaparola
- [6] Non so
- [7] Altro

**8. Per quali motivi è venuto in questo ufficio,?**

(barrare al massimo 2 risposte)

- [1] ottenere informazioni relative a ...
- [2] ottenere un certificato
- [3] rilascio carta di identità
- [4] ecc.

*PASSARE ALLA SEZIONE SUCCESSIVA (N. XXX)*

**9. Con quale frequenza si rivolge a questo ufficio?** (barrare una sola casella)

- [1] uno o più volte alla settimana
- [2] 2-3 volte al mese
- [3] 1 volta al mese
- [4] 1 volta ogni 2- 3 mesi
- [5] più raramente
- [6] non so, non quantificabile

**10. Quando viene in questo ufficio, per quali motivi viene, principalmente?** (barrare al massimo 2 risposte)

- [1] ottenere informazioni relative a ...
- [2] ottenere un certificato
- [3] rilascio carta di identità
- [4] ecc.

<sup>12</sup> Tutte queste domande vanno personalizzate. Occorre personalizzare anche le risposte: per quanto riguarda le domande riferite alle *frequenze d'uso* dei servizi occorre considerare i flussi medi e decidere qual è il tempo medio di riferimento (la settimana, il mese, l'anno, ecc.). Attenzione a non inserire intervalli temporali nei quali una risposta comprende l'altra: *almeno una volta all'anno; almeno una volta ogni sei mesi; almeno una volta al mese*. Per quanto riguarda, invece, la *tipologia di servizio* occorre individuare quali servizi eroga lo sportello e il livello di dettaglio che ognuno ha la necessità di approfondire.



### 3° parte – importanza

Ora le rivolgerò alcune domande per conoscere quale importanza lei dà a diversi aspetti di un servizio tipo xxx. Dovrebbe rispondermi con un giudizio che può andare da 1 a 5, dove 1 vuol dire “per niente importante” e 5 vuol dire “molto importante”.

**Quanto è importante per lei:**

La facilità di accesso all'ufficio	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
La cortesia del personale	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
L'accoglienza degli ambienti	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
La chiarezza delle informazioni ricevute	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
La chiarezza dei moduli	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
La competenza del personale	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
La tempestività della risposta	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Gli orari di apertura	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
La facilità di individuare il personale di servizio	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Il rispetto della riservatezza	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Ecc.....	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

*(se relativamente a un certo aspetto non risponde, o non è in grado di rispondere, non barrare nessuna casella)*

#### 4° parte – soddisfazione

Ora le rivolgerò un altro gruppo di domande che servono per capire che cosa ne pensa del servizio xxx sulla base dell'esperienza fatta. Anche in questo caso dovrà rispondermi con un giudizio che può andare da 1 a 5 e, come prima, 1 vuol dire “per niente soddisfatto” e 5 vuol dire “molto soddisfatto”.

**Quanto è soddisfatto:**

Della facilità di accesso all'ufficio:

[1] [2] [3] [4] [5]

Della cortesia del personale

[1] [2] [3] [4] [5]

Dell'accoglienza degli ambienti

[1] [2] [3] [4] [5]

Della chiarezza delle informazioni ricevute

[1] [2] [3] [4] [5]

Della chiarezza dei moduli

[1] [2] [3] [4] [5]

Della competenza del personale

[1] [2] [3] [4] [5]

Della tempestività della risposta

[1] [2] [3] [4] [5]

Degli orari di apertura

[1] [2] [3] [4] [5]

Della facilità di individuare

[1] [2] [3] [4] [5]

il personale di servizio

Del rispetto della riservatezza

[1] [2] [3] [4] [5]

Ecc.....

[1] [2] [3] [4] [5]

*(se relativamente a un certo aspetto non risponde, o non è in grado di rispondere, non barrare nessuna casella)*

## 5° parte - Anagrafica

Sesso	<input type="checkbox"/> [1] Uomo <input type="checkbox"/> [2] Donna
Titolo di studio	<input type="checkbox"/> [1] Elementare <input type="checkbox"/> [2] Media inferiore <input type="checkbox"/> [3] Media superiore <input type="checkbox"/> [4] Università <input type="checkbox"/> [5] Altro (specificare.....)
Professione <sup>13</sup>	<input type="checkbox"/> [1] Lavoratore dipendente <input type="checkbox"/> [2] Lavoratore autonomo <input type="checkbox"/> [3] Imprenditore <input type="checkbox"/> [4] Disoccupato <input type="checkbox"/> [5] Pensionato <input type="checkbox"/> [6] Altro (specificare.....)
	<i>oppure</i>
	<input type="checkbox"/> [1] Agricoltore <input type="checkbox"/> [2] Artigiano <input type="checkbox"/> [3] Casalinga <input type="checkbox"/> [4] Commerciante <input type="checkbox"/> .....
Età	<input type="checkbox"/> [1] fino a 25 anni <input type="checkbox"/> [2] da 26 a 35 anni <input type="checkbox"/> [3] da 36 a 45 anni <input type="checkbox"/> [4] da 46 a 55 anni <input type="checkbox"/> [5] oltre 55 anni

<sup>13</sup> La classificazione varia a seconda delle esigenze. Se, per esempio, la classificazione serve ad un Centro per l'impiego per incrociare le risposte date da coloro che non hanno un'occupazione con coloro che, invece, sono occupati e sono in cerca di un'alternativa la classificazione sarà differente da quella utilizzata da uno Sportello unico che potrebbe avere la necessità di incrociare le risposte date da imprenditori oppure da professionisti con altre informazioni relative alla soddisfazione dei servizi.