

# **RISULTATI DELLE INDAGINI DI CUSTOMER SATISFACTION ANNO 2014** *(art. 35, co. 1, lett. n, d. lgs. N. 33/2013)*

*a cura della Direzione Generale  
Servizio Controllo di Gestione e Valutazione  
febbraio 2015*

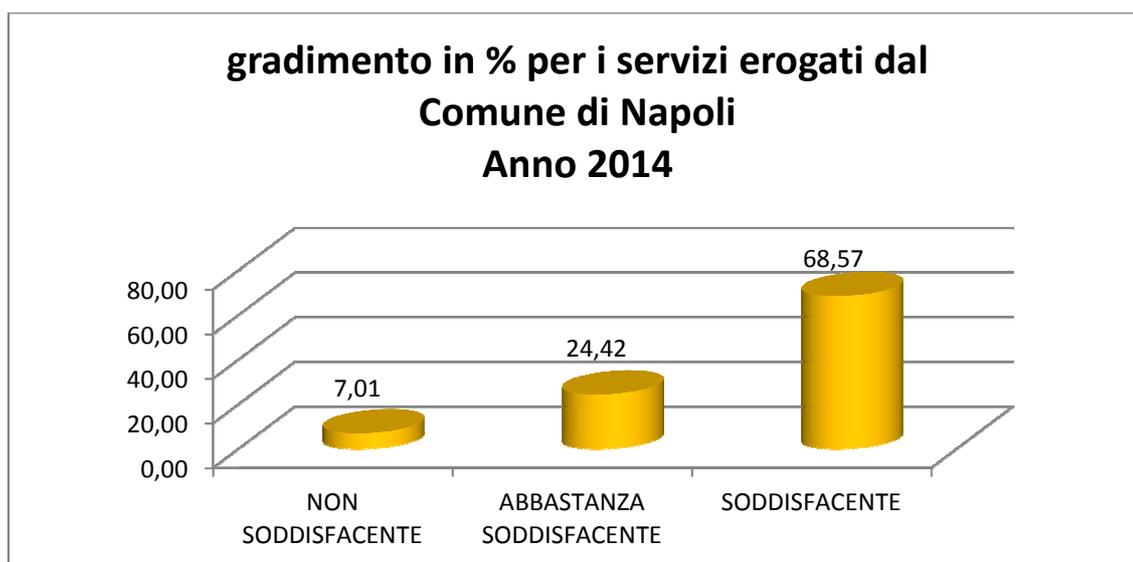
## IL MONITORAGGIO DISPOSTO DALLA PREFETTURA DI NAPOLI

La Prefettura – Ufficio Territoriale del Governo di Napoli ha avviato nel 2012 un monitoraggio di ampio respiro sulla qualità dei servizi pubblici a livello provinciale mediante una scheda di rilevazione sintetica, predisposta dal Ministero dell’Interno e messa a disposizione sul sito web istituzionale dell’Ente.

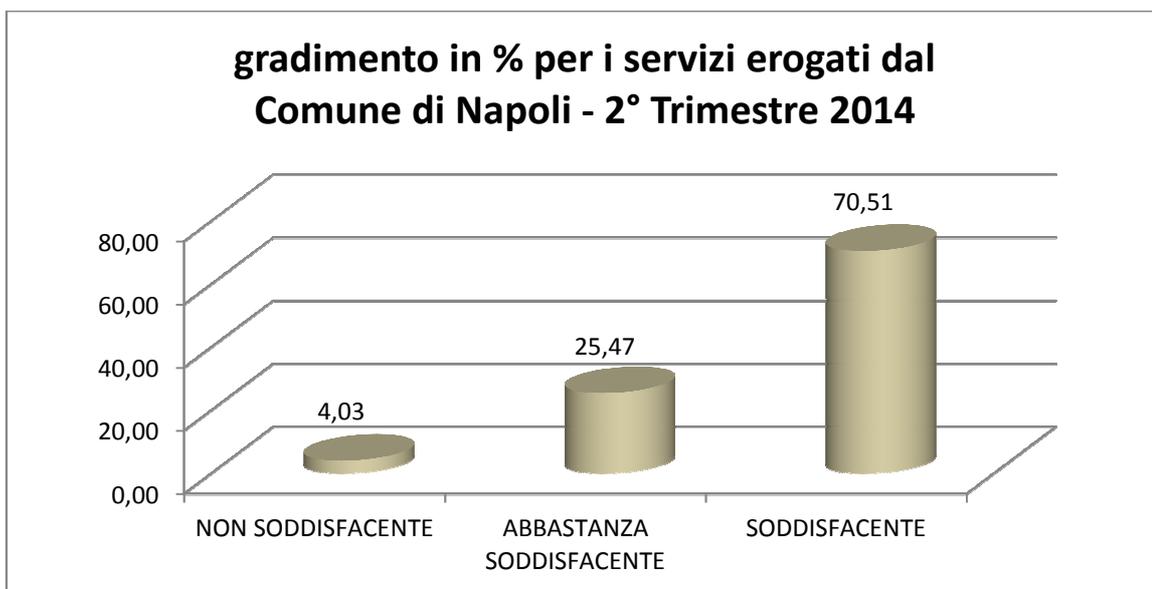
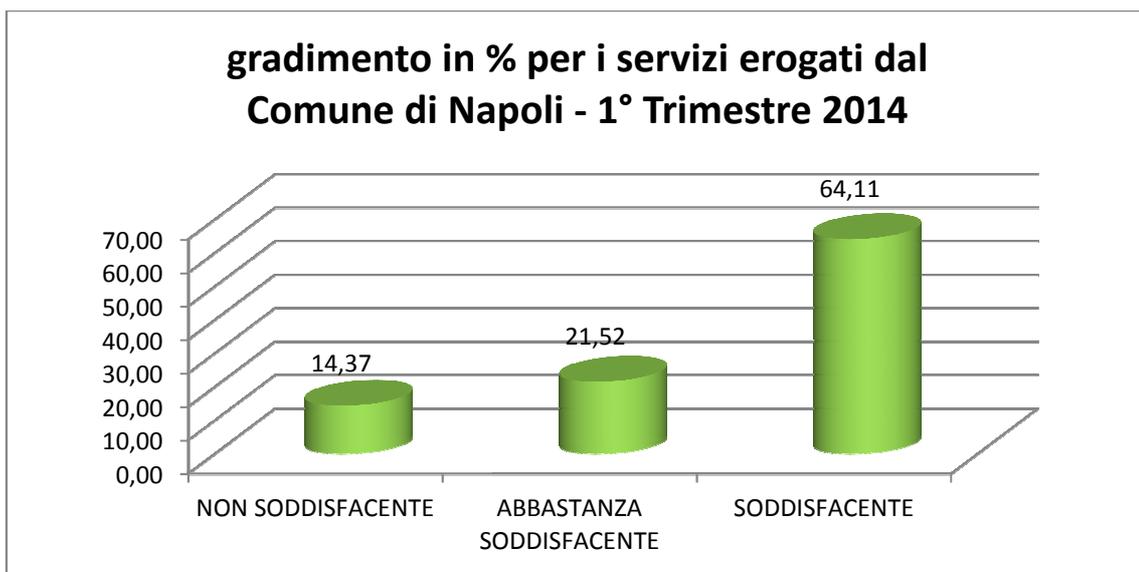
Per l’anno 2014 la rilevazione, ha riguardato l’attività di quei servizi dell’Ente le cui competenze prevedono attività di apertura al pubblico (*cd. front office*) ai cui dirigenti è stato richiesto di mettere in campo un’opera di sensibilizzazione degli utenti sull’iniziativa, anche provvedendo ad acquisire il modello di questionario on line e proponendone la compilazione.

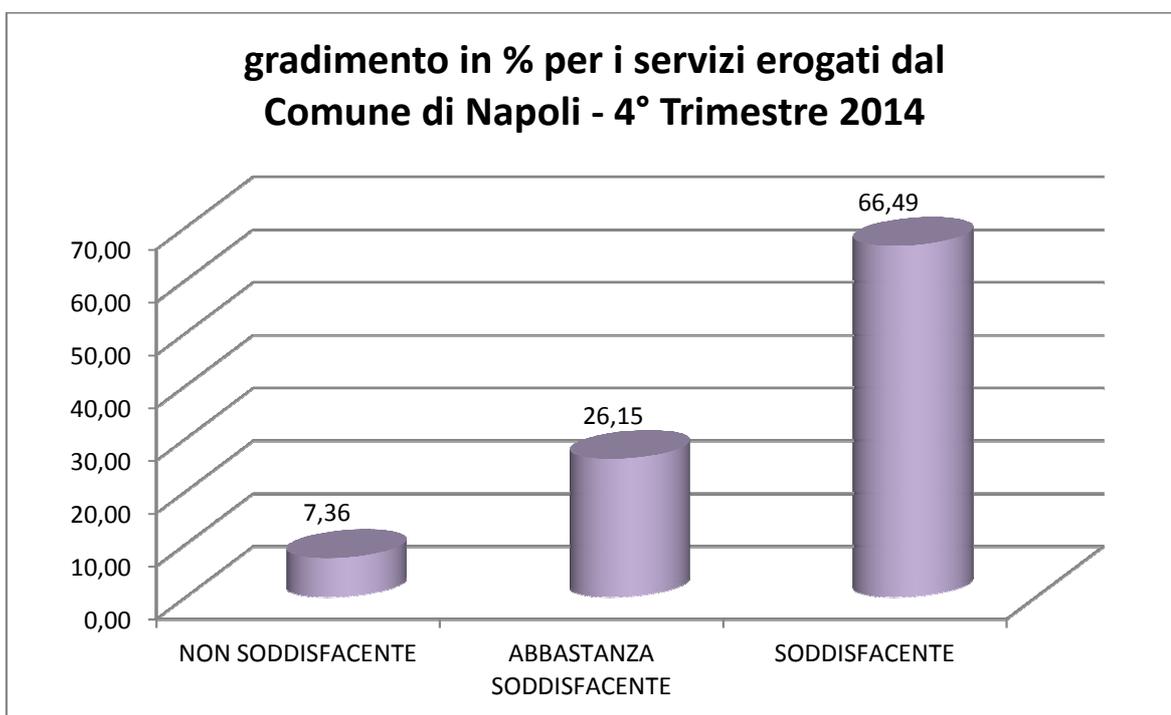
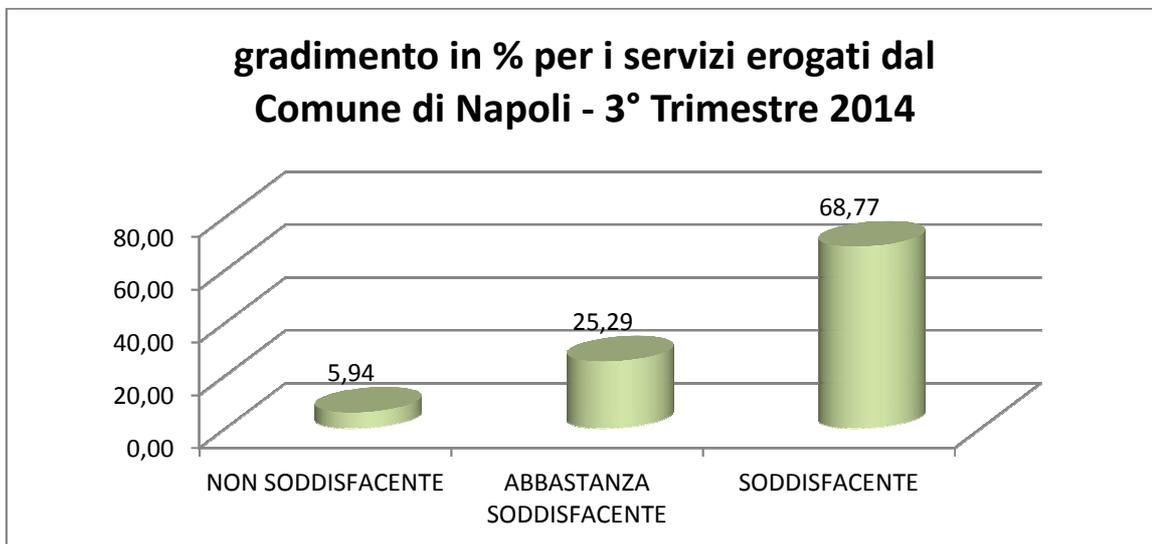
La valutazione complessiva del servizio offerto viene espressa dall’utente mediante un giudizio sintetico utilizzando i parametri “soddisfacente”, “abbastanza soddisfacente” e “non soddisfacente” e, eventualmente, anche con l’espressione di osservazioni e/o criticità.

Per l’anno 2014 il numero di questionari distribuiti è stato di 8.658 e quelli restituiti sono stati 5.062 con una percentuale di restituzione pari al 58,47%.



L'andamento della distribuzione è stato costante nei quattro trimestri del 2014 con valori compresi tra il 6% e l'8% per il non soddisfacente, tra il 20% e il 26% per l'abbastanza soddisfacente e tra il 66% e il 73% per il soddisfacente.



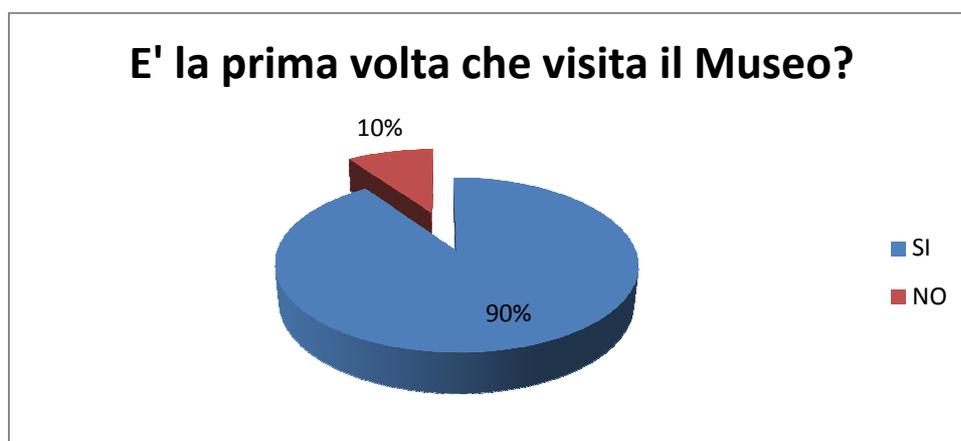


## LE INDAGINI PREVISTE NEGLI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE DELL'ENTE

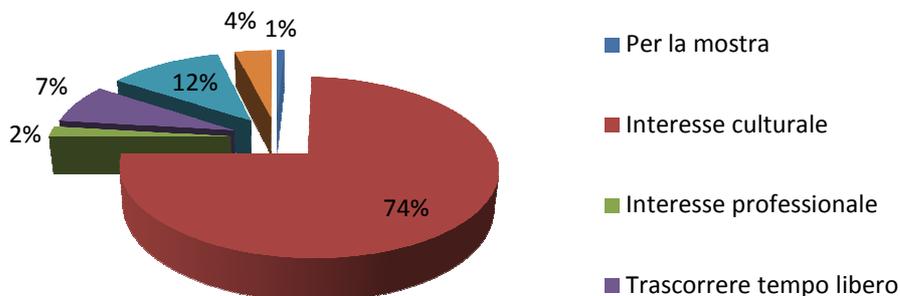
Negli strumenti di programmazione dell'ente ed in particolare, nel P.P.O. (*Piano Provvisorio degli Obiettivi*) e nel P.O.S. (*Piano degli Obiettivi Strategici*) sono ogni anno, nell'ambito degli obiettivi assegnati alle singole strutture dell'Ente, individuati alcuni indicatori specifici relativi al monitoraggio sul gradimento di determinati servizi erogati dall'Ente. Per l'anno 2013 (dati al momento disponibili) troviamo rilevazioni di customer satisfaction relative al Museo di Castel Nuovo, alle Rete delle Biblioteche comunali ed ai Centri di Servizio Sociale Territoriali (CSST).

### LA RILEVAZIONE SUL MUSEO DI CASTEL NUOVO

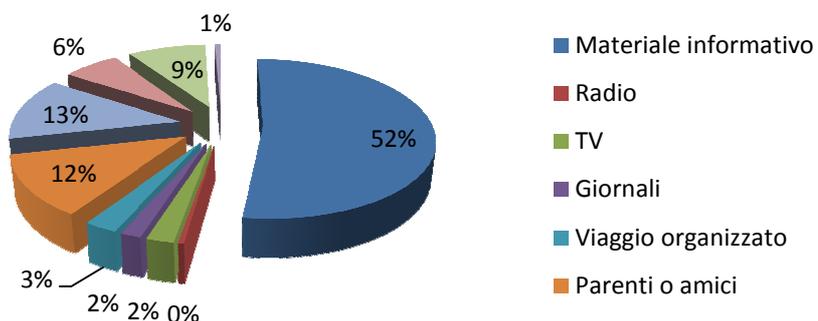
Sono stati distribuiti 670 questionari, di cui 633 sono stati quelli riconsegnati e 600 quelli scelti perché ritenuti idonei per la rilevazione, in quanto non riportanti evidenti incongruenze tali da invalidare l'affidabilità delle risposte. Sulla base dei questionari è stato possibile tracciare un profilo degli utenti che lo visitano, ricevere suggerimenti sulle migliorie da apportare, delineare un quadro chiaro dei mezzi di comunicazione da adottare per promuoverlo presso il target di riferimento.



### Perché lo sta visitando?



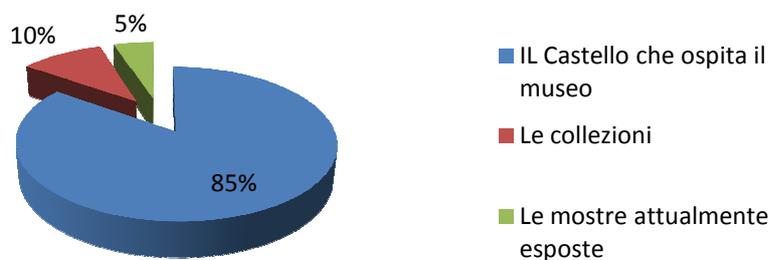
### E' venuto a conoscenza del Museo tramite:



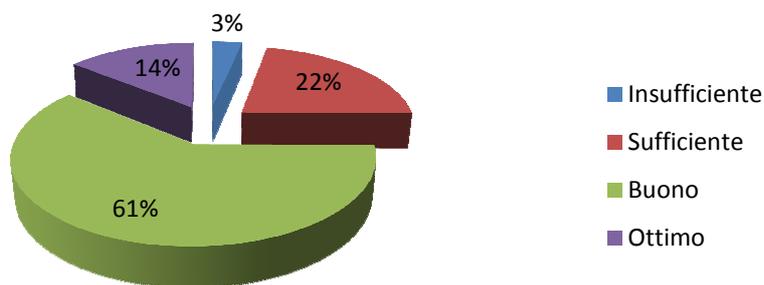
### Cosa ha utilizzato a supporto della sua visita?



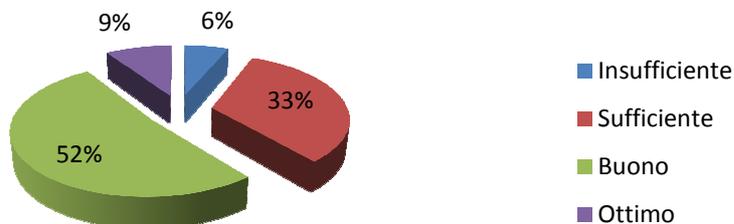
### Cosa ha trovato più interessante in questo Museo?



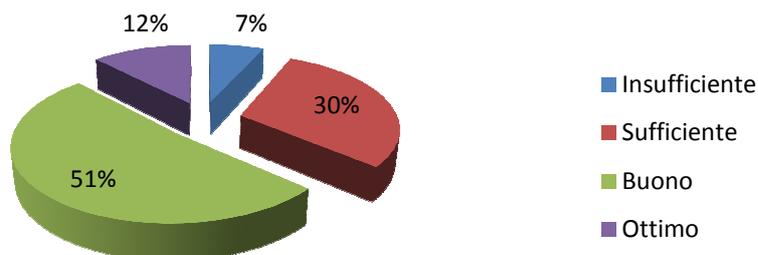
### Valuti il Museo relativamente a: *Depliant illustrativo dedicato*



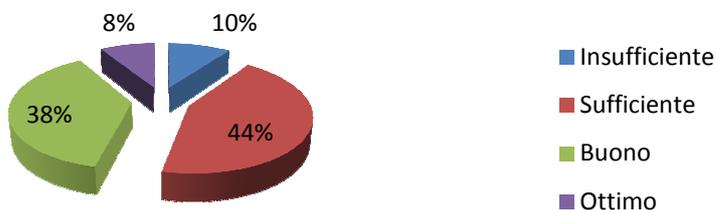
### Valuti il Museo relativamente a: *Segnaletica museale*



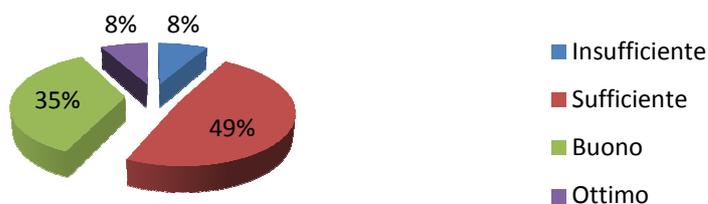
**Valuti il Museo relativamente a:  
*Didascalia delle opere esposte***



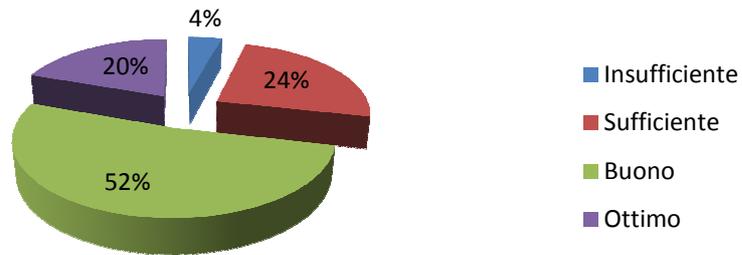
**Valuti il Museo relativamente a:  
*Postazione multimediale  
(Rete dei musei napoletani)***



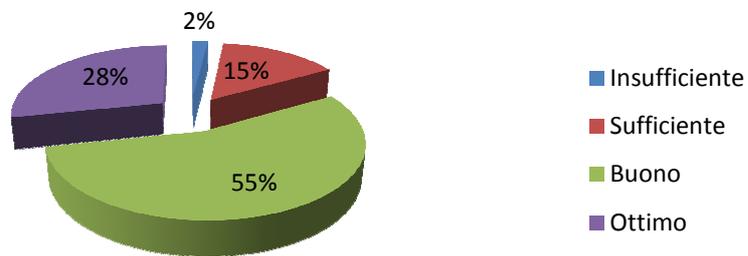
**Valuti il Museo relativamente a:  
*Schedatura multimediale delle opere  
museali***



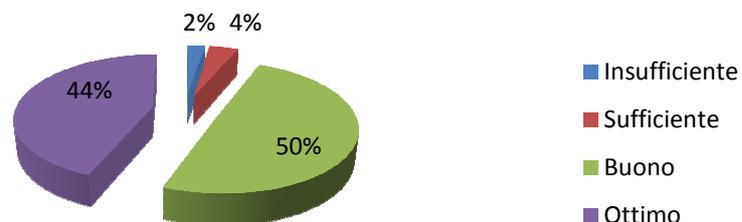
**Valuti il Museo relativamente a:**  
*Interesse delle collezioni*



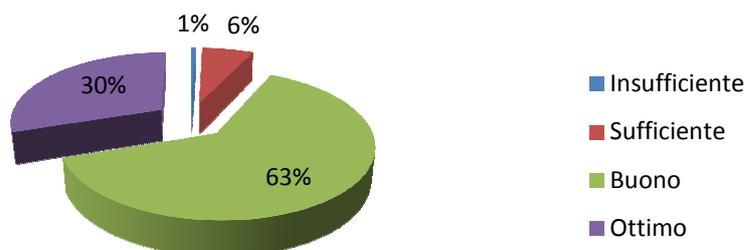
**Valuti il Museo relativamente a:**  
*Biglietteria*



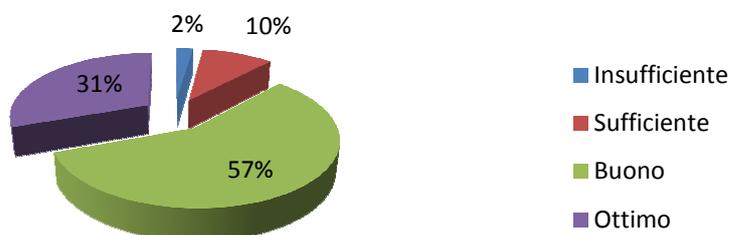
**Valuti il Museo relativamente a:**  
*Accoglienza*



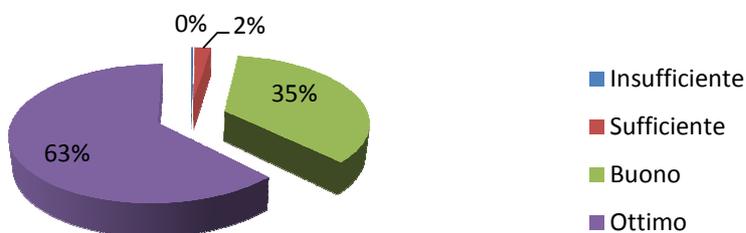
**Valuti il Museo relativamente a:  
*Orario di apertura/chiusura***



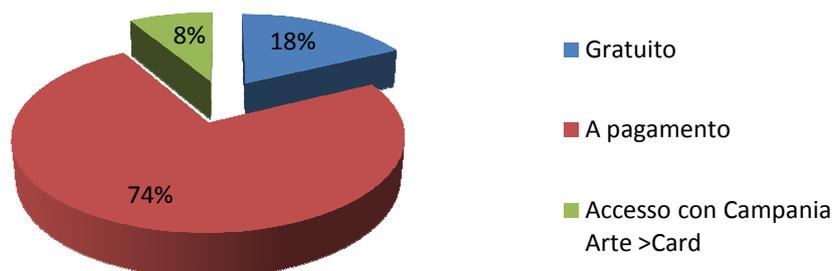
**Valuti il Museo relativamente a:  
*Percorso di visita***



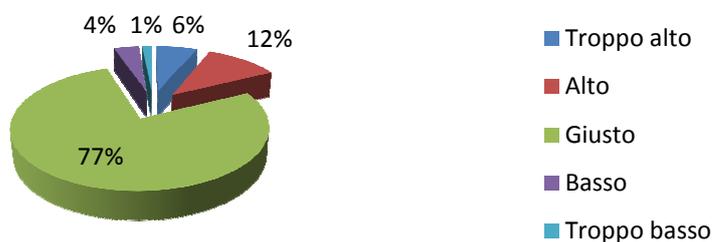
**Valuti il Museo relativamente a:  
*Cortesia e disponibilità del personale***



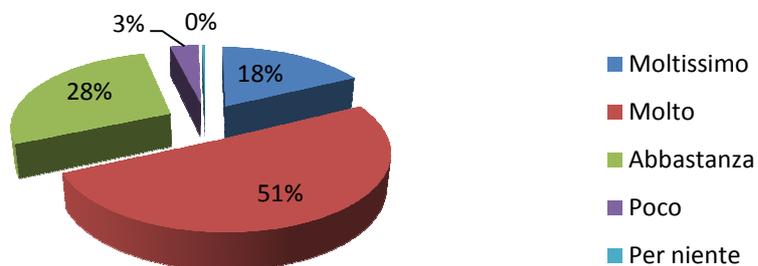
### L'ingresso al Museo è stato:



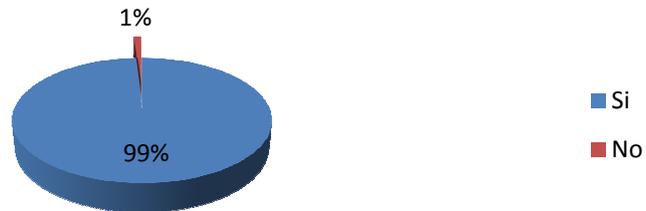
### Se ha pagato, secondo lei il prezzo del biglietto è:



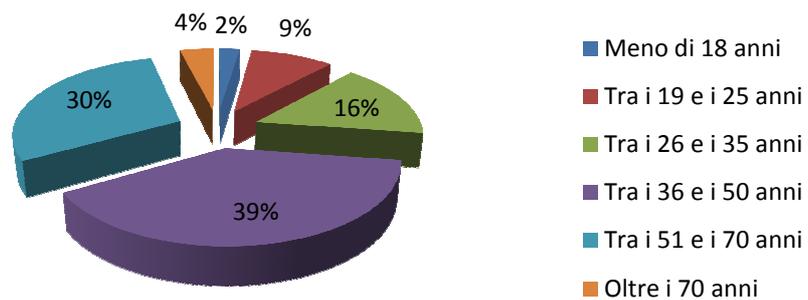
### Quanto è soddisfatto di questa visita:



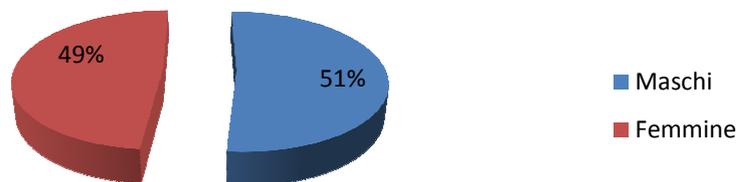
### Consiglierebbe la visita di questo Museo:

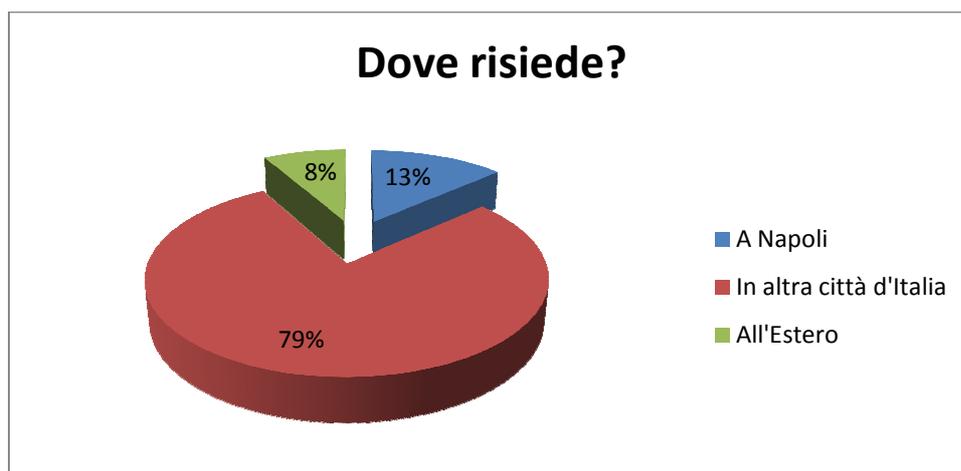
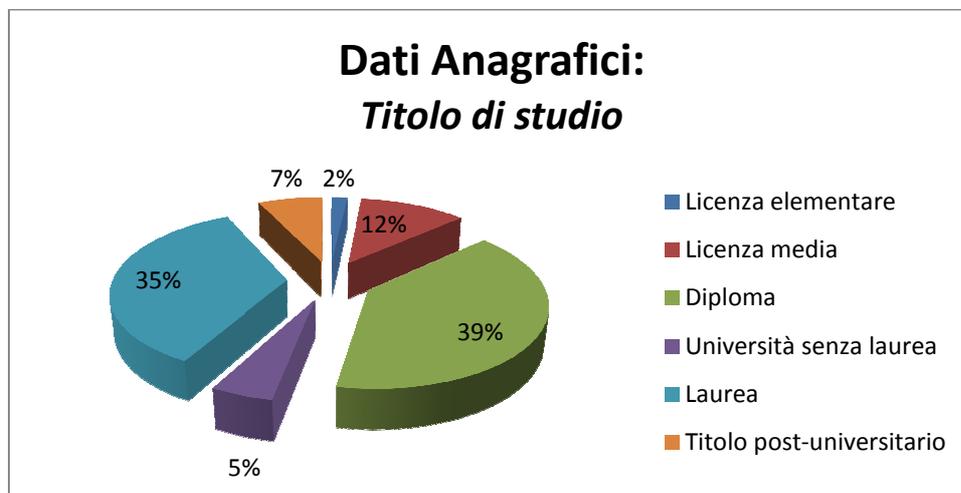


### Dati Anagrafici: Età



### Dati Anagrafici: Sesso

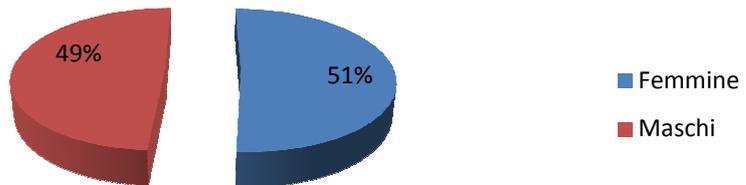




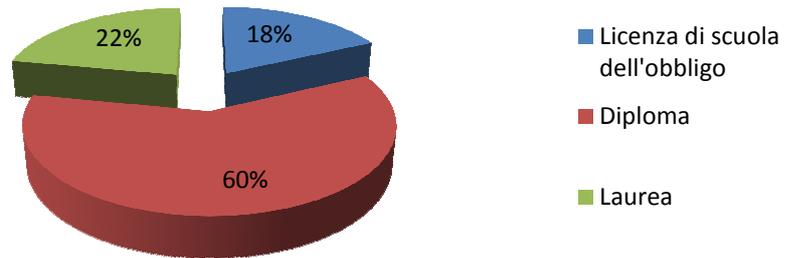
## LA RILEVAZIONE SULLA RETE DELLE BIBLIOTECHE COMUNALI

Per la rilevazione si è fatto ricorso ad un questionario distribuito alle singole Biblioteche, le quali hanno curato la somministrazione agli utenti e il ritiro. Gli intervistati sono stati un numero compreso tra 100 e 150 per ciascuna Biblioteca. Dall'analisi delle risposte date alle domande poste nei questionari distribuiti all'utenza, caratteristiche dell'utente, modalità di utilizzo del servizio, frequenza di presenze, tipologia di biblioteca utilizzata, esigenze dell'utente e soddisfazione complessiva, sono emersi i seguenti risultati.

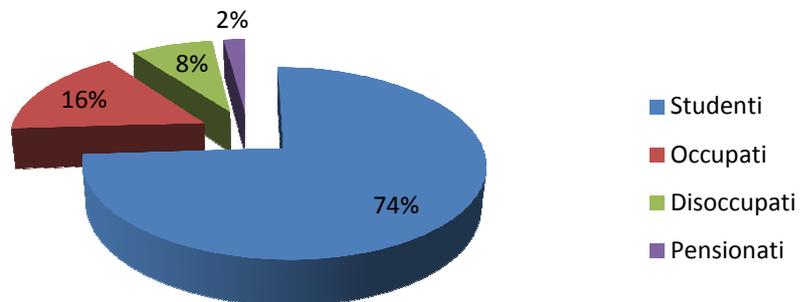
### Sesso dell'utente



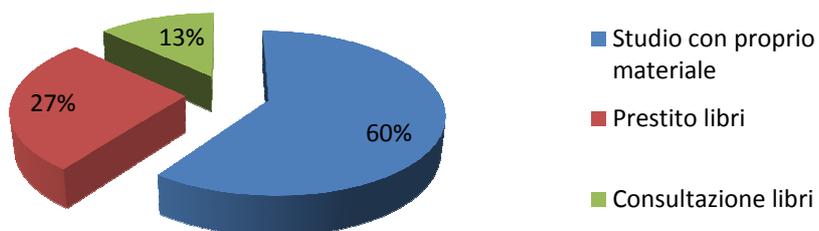
### Livello di istruzione dell'utente



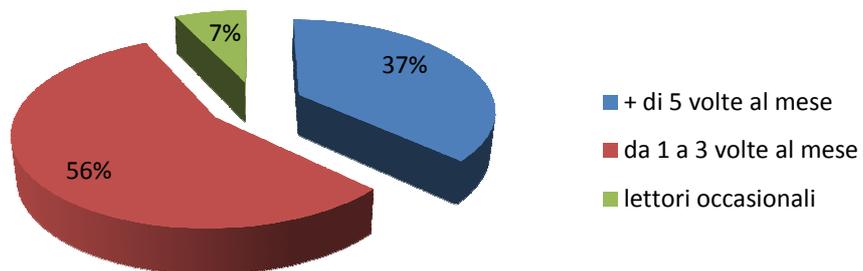
### Professione dell'utente



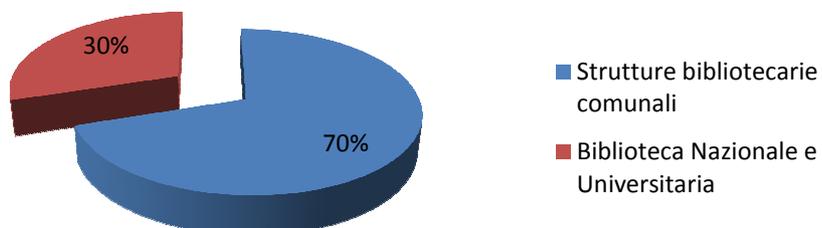
### Modalità di utilizzo Biblioteche



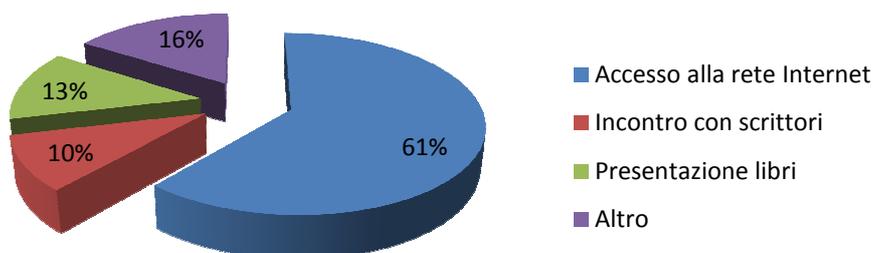
### Frequenza di utilizzo



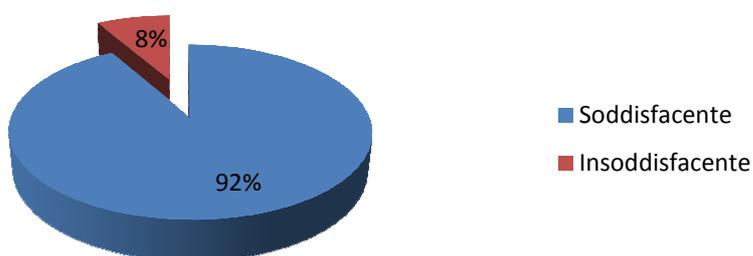
### Tipologia di biblioteca utilizzata



### Esigenze dei lettori



### Soddisfazione complessiva



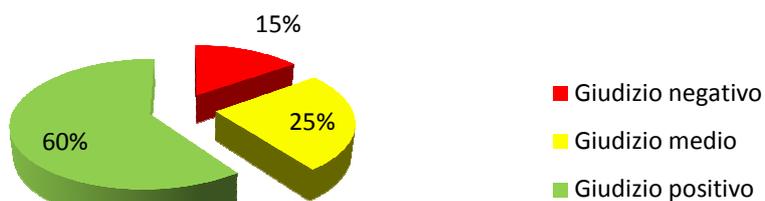
## LA RILEVAZIONE SUI CENTRI DI SERVIZI SOCIALI TERRITORIALI

Il questionario è stato articolato sulla base di due aree principali: A) **Organizzazione** B) **Gestione**. E' stato poi strutturato a Scala di rilevazione (1 – per niente soddisfatto; 2 – poco soddisfatto; 3 – mediamente soddisfatto; 4 – piuttosto soddisfatto; 5 – molto soddisfatto) ed è stato distribuito ai Referenti Istituzionali che abitualmente hanno contatti con i CSS (ASL, GPA e Presidenti della Consulta del Terzo Settore). In totale sono pervenuti 51 questionari compilati correttamente. Il giudizio complessivo globale ha fornito un risultato

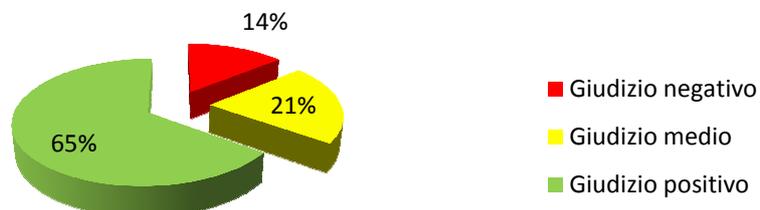
generalmente positivo. Le classi di giudizio contigue sono state accorpate: i giudizi 1 e 2 sono stati uniti in un unico livello di soddisfazione negativa, il 3 rappresenta media soddisfazione e 4 e 5 in uno di alta soddisfazione. Nello specifico:

Classi	Emoticon/Colore	Giudizio di soddisfazione
1-2		Giudizio negativo
3		Giudizio medio
4-5		Giudizio positivo

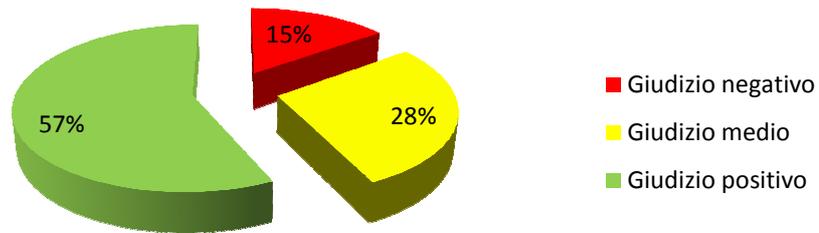
### ***Efficienza del lavoro svolto dagli operatori del CSS***



### ***Efficacia del lavoro svolto dagli operatori del CSS***



***Soddisfazione espressa dagli enti  
istituzionali in merito alla gestione del CSS***



***Giudizio complessivo sulla qualità  
dell'organizzazione e gestione dell'UTC***

