

*Un elemento chiave per la gestione  
della qualità delle organizzazioni*

# **Soddisfazione della clientela**

**Descrizione del prodotto**



## **Perché misurare la soddisfazione?**

I clienti soddisfatti ritornano e sono la migliore pubblicità: queste sono le ragioni principali che fanno della soddisfazione del cliente un indicatore significativo della vitalità di un'azienda e, allo stesso tempo, anche uno strumento importante della gestione aziendale. La misurazione della soddisfazione dei clienti sui prodotti e sui servizi rappresenta quindi un elemento essenziale della gestione stessa. Imparare dai clienti significa conoscere meglio la propria azienda. Negli ultimi decenni l'importanza della soddisfazione del cliente è aumentata anche all'interno dell'amministrazione pubblica diventando un fattore propulsivo nell'attività di riforme.

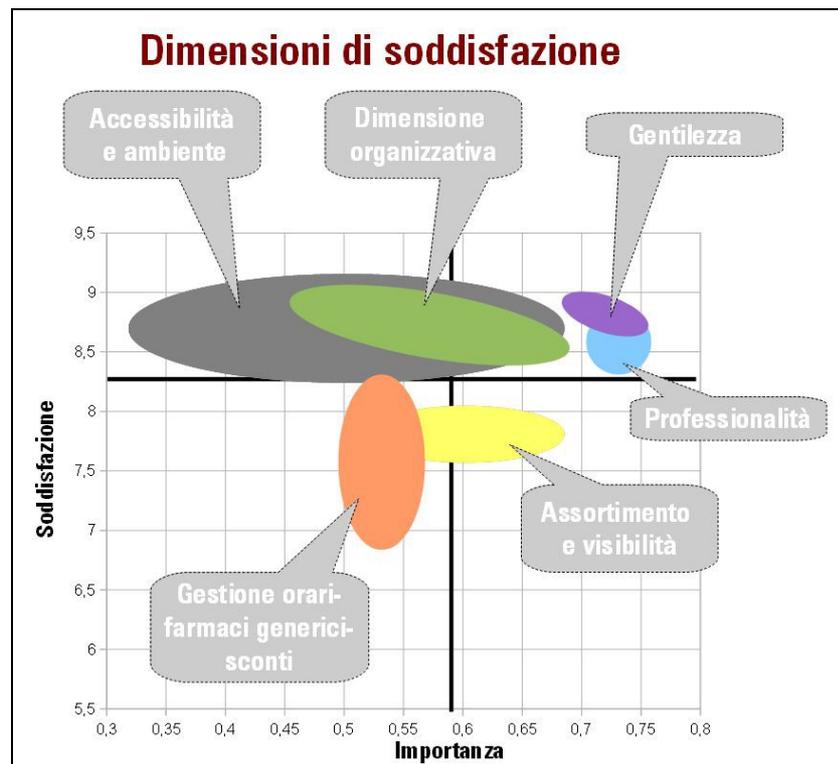
## **Come si misura la soddisfazione?**

La ricerca di mercato empirica supporta la misurazione della soddisfazione del cliente attraverso una serie di metodi validati. Il metodo più comunemente impiegato è l'intervista diretta a clienti che può avvenire di persona, per telefono oppure online.

Alla base di queste misurazioni vi è un modello che deriva dalla psicologia sociale. Tale modello presuppone che la soddisfazione nasca dal confronto che ciascuno di noi opera tra le aspettative e le esperienze reali, il cui risultato ci porta poi alla valutazione di un prodotto o di un servizio. Ad essere spesso trascurato però è l'approfondimento delle aspettative. Il secondo aspetto per la comprensione della soddisfazione

del cliente è l'analisi dei singoli elementi del prodotto (o del servizio) in ordine di importanza, che porta alla distinzione tra fattori di base, fattori di qualità e fattori di entusiasmo. Soltanto la comprensione di questi due aspetti (le aspettative e l'importanza di ciascun elemento) permette un'interpretazione dei valori misurati e di conseguenza lo sviluppo di azioni concrete.

*Esempio di analisi di diverse dimensioni che incidono sulla soddisfazione dei clienti delle farmacie comunali (apollis 2012)*



## Misurare la soddisfazione con apollis

**apollis** conduce dal 1995 indagini sulla soddisfazione dei clienti e dai numerosi studi condotti in quasi vent'anni per organizzazioni private e pubbliche ha elaborato tre linee guida per la qualità del proprio lavoro:

- I prodotti standard non riescono a soddisfare le aspettative dei clienti. Ogni organizzazione, ogni servizio e ogni prodotto ha

caratteristiche specifiche che richiedono un adattamento sia dei metodi che degli strumenti.

- **Benchmarking:** il confronto tra diversi gruppi di clienti o tra diverse organizzazioni è un approccio efficace ma risulta valido solo se si conoscono gli aspetti tecnici del campionamento e vi si dedica la massima attenzione.
- La misurazione della soddisfazione del cliente può essere uno strumento essenziale nella gestione della qualità dell'azienda. Per raggiungere questo obiettivo l'accento deve essere posto sull'efficacia. Un'indagine è efficace solo se dall'interpretazione dei risultati si possono gettare le basi per lo sviluppo di azioni concrete, che nascono dalla collaborazione tra chi conosce l'azienda e chi sa leggere i dati.

## Contatto

Non esitate a contattarci, discuteremo insieme a voi volentieri e senza alcun impegno. I nostri recapiti:

**apollis**

Istituto di Ricerca sociale & Demoscopia  
Piazza Domenicani 35  
39100 Bolzano

Tel: +39-0471-970115

Mail: [info@apollis.it](mailto:info@apollis.it)

Fax: +39-0471-978245

Web: [www.apollis.it](http://www.apollis.it)