



STRATEGICA
dritti all'obiettivo ●

Chi siamo

Cosa facciamo

Customer Satisfaction

Monitoraggio di customer satisfaction
A cosa serve la realizzazione di una customer satisfaction?
Customer satisfaction e indagine di mercato
L'importanza dell'interviste faccia a faccia
Conoscere ed interpretare le opinioni degli utenti
Tecnica e metodologia d'analisi
CSI-customer satisfaction index
Numero verde pronto intervento
Brand awarnes - misurazione
Trend annuale

Analisi del Clima Aziendale

Ascoltare i propri collaboratori
Obiettivi
In sintesi
Strumenti
Metodo

DBMS: trasparenza e gestione intelligente dei dati aziendali

Che cos'è
Come funziona

Altri Servizi

Gestione di Governo / Citizen Satisfaction
Valutazione del Brand
Mappa di Posizionamento
Art & Quality



— CHI SIAMO —

Strategica è una squadra di professionisti associati che si integra a misura per fare ricerca di mercato e Analisi di Customer Satisfaction per le aziende di servizi pubblici – Servizio Idrico Integrato, Servizio Ambientale e Aziende Multiservizi, private o a partecipazione pubblica, e per Associazioni di categorie che offrono i propri servizi in un'area d'influenza determinata, che desiderano crescere o spandersi e devono innanzitutto migliorare la percezione della qualità dei servizi offerti.

Strategica nasce in Abruzzo nel 2012 per coprire un vuoto di mercato. Le Piccole e Medie Imprese e le aziende pubbliche, miste o private che offrono un servizio pubblico in un determinato territorio, molto spesso accedono solo a versioni standardizzate del servizio che non tengono in conto le caratteristiche del territorio né del proprio servizio.

Lavoriamo per capire i bisogni delle aziende ed offrire soluzioni possibili a problemi concreti.

Con una squadra che si compone e progetta soluzioni a misura del cliente, Strategica opera già in sei regioni d'Italia e attualmente è in costante espansione.



— COSA FACCIAMO —

CUSTOMER SATISFACTION

I servizi che offriamo alle aziende pubbliche, private ed associazioni di categorie sono strutturalmente integrati nei business plan delle grandi multinazionali. Considerando le minacce e le opportunità del mercato odierno noi dotiamo le Aziende di servizio di strumenti per rendersi altamente competitivi, con lavori e preventivi a misura.

Strategica effettua sondaggi di opinione e ricerche di mercato per capire le abitudini e le tendenze dei consumatori e conoscere il grado di soddisfazione dei clienti ed utenti dei prodotti e servizi offerti, creando in linea con le normative vigenti, il Piano d'Interventi Correttivi per il costante miglioramento della qualità percepita.

WELFARE AZIENDALE

Verso l'interno Strategica offre il servizio di Analisi del Clima Aziendale per la creazione di un Piano di Benessere Organizzativo. Grazie alla sinergia tra professionisti accreditati nell'ambito della Statistica e della Psicologia, e in sincronia con le rappresentazioni sindacali presenti all'interno dell'Azienda, Strategica offre un servizio globale e integrato per rendere competitive le PMI, garantire la soddisfazione dei suoi clienti/utenti e per migliorare il clima aziendale e la produttività.



ELABORAZIONE PIANO CAMPIONARIO E PROGETTAZIONE DELL'INDAGINE

Pianificazione a misura della realtà aziendale e del territorio.

Crediamo che il lungo percorso di una strategia vincente debba iniziare con le domande giuste.

Un piano campionario standard e una progettazione superficiale dell'indagine vanificano gli sforzi di raccolta dati e portano a conclusioni inconsistenti.

La spesa fatta apparirà come un costo in più, non come un investimento essenziale che offre visione e pianificazione strategica.

Realizzazione del lavoro in campo – Sondaggio di Customer Satisfaction

Nel processo di raccolta dati si gioca la qualità dei mattoni con cui si costruirà l'edificio. La Customer Satisfaction è un'attività di ASCOLTO scientifico. Per ascoltare il cliente si bisogna di tempo. E di un Team d'intervistatori allenati ad avere un atteggiamento recettivo e attento a quanto viene detto.

Report: Metodologia di svolgimento dell'analisi - Linee guida Piano Interventi Correttivi e di Comunicazione.

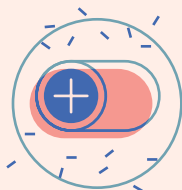
Una volta caricati nel sistema la montagna di dati ricavati in campo, vengono disaggregati in base alle ipotesi sviluppate nella progettazione dell'indagine e posteriormente analizzati complessivamente e in profondità per l'elaborazione del Report finale.

Opzione qualitativa Interviste faccia a faccia

La realizzazione di una percentuale di interviste in modalità faccia a faccia è importante per garantire l'alta qualità nel processo di raccolta dei dati. Il percorso nelle diverse aree geografiche per la raccolta dati in modalità faccia a faccia ci permette anche di osservare il clima sociale e le reazioni non verbali degli utenti di fronte all'argomento, per un'analisi più certa ed approfondita.

Customer Satisfaction Uffici Tecnici Comunali, Analisi dati e Piano Interventi correttivi.

I Comuni serviti sono i principali stakeholders del sistema.



PIÙ QUALITÀ – PIÙ SERVIZI

Servizio di consulenza annuo in supporto del management aziendale.

Per tutto il periodo compreso dalla fine del lavoro all'inizio della prossima Customer Satisfaction, Strategia offre, incluso nel costo della contrattazione:

Formazione tecnica permanente sulla attività di Customer Satisfaction.

Rielaborazione dei dati ad-hoc (a richiesta del cliente) di fronte a nuove sfide.

Analisi di criticità impreviste e soluzioni di comunicazioni aziendali.

Percorso storico e aggiornamento della legislazione e normativa di riferimento

A COSA SERVE LA REALIZZAZIONE DI UNA CUSTOMER SATISFACTION?

Valutare la qualità del servizio percepita dagli utenti per un costante miglioramento dei servizi erogati.

Individuazione delle aree di intervento correttivo, cuore del sistema di valutazione della qualità percepita dall'utenza.

Agevolare il management della società offrendo una precisa fotografia della situazione e gli orientamenti strategici in base a un'accurata lettura dei dati.

Aumentare l'efficienza nella gestione aziendale e generare risparmio nel rapporto con l'utente.

Conoscere i punti di forza e di debolezza dell'Azienda nella percezione degli utenti.

Ascoltare in profondità gli utenti mediante figure professionali specializzate in psicologia della comunicazione di qualità.

Avere una base scientifica per un piano marketing e di comunicazione istituzionale orientato all'utente.

Rendere utile e scientificamente valido il servizio realizzando la Customer Satisfaction secondo le Linee Guida ufficiali del Dipartimento della Funzione Pubblica, in accordo con i decreti legislativi e in linea con l'esigenza normativa di ARERA.



MODELLO STRATEGICA

Report: Analisi dati statistici e Linee Guida per Piano di Interventi Correttivi e di Comunicazione Aziendale

Alta professionalità nell'analisi statistico e di approfondimento delle positività e criticità prelievati.

Time to listen: Disponibilità al Momento di Ascoltare. Operatori specialisti che fanno solo interviste di Customer Satisfaction.



MODELLO CALL CENTER

Una montagna di **solidi numeri e percentuali** di difficile comprensione.

Analisi statistica e di approfondimento in base ai **dati poco affidabili**. Valorizzazione estrema della quantità, rapidità ed economicità.

Operatori stressati da un Clima Aziendale che **non valorizza** il bisogno di prendersi il tempo per ascoltare in profondità all'utente.

CUSTOMER SATISFACTION E INDAGINE DI MERCATO

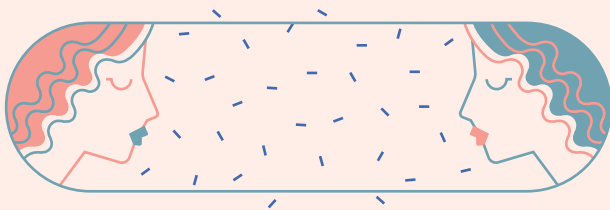
La CS è, innanzitutto, una procedura di ascolto scientifico dell'utente e dei clienti. Alla fine del processo l'azienda avrà acquisito le Linee Guida di un Piano di Marketing e Comunicazione che si sosterrà nella corretta lettura ed analisi dei dati ricavati. La strategia aziendale e alcune decisioni di alto impatto verranno quindi sostenute dai dati della realtà, ricavati con rigore scientifico. Tutta questa operazione strategica non si può fondare su una scarsa qualità dei dati ricavati.

TIME TO LISTEN – MOMENTO DI ASCOLTARE:

Gli intervistatori di STRATEGICA sono esperti e veri specialisti nella tecnica dell'intervista qualitativa. Allenati all'ascolto dai nostri psicologi, sono in parte giovani neo-laureati in psicologia della Università di Chieti-Pescara.

NON APPARTENGONO AD UN CALL CENTER.

Fanno interviste di Customer Satisfaction solo per conto dei nostri clienti, garantendo la qualità dell'ascolto e dei dati ricavati.



L'IMPORTANZA DELL'INTERVISTE FACCIA A FACCIA

La realizzazione di una percentuale di interviste in modalità faccia a faccia è importante per garantire l'alta qualità nel processo di raccolta dei dati. Il percorso nelle diverse aree geografiche per la raccolta dati in modalità faccia a faccia ci permette anche di osservare il clima sociale e le reazioni non verbali degli utenti di fronte all'argomento, per un'analisi più certa ed approfondita.

LO STATISTICO E L'ANALISTA SENIOR

Sono le due figure professionali che definiscono in sé, dopo la raccolta dati, la qualità finale del lavoro. Da loro dipende la Pianificazione del Piano Campionario, essenziale per ottenere una visione strategica in base ai bisogni e le particolarità di ogni cliente.

Figure professionali altamente qualificate per la realizzazione di un'analisi complessiva dei dati che porterà chiarezza e darà coerenza ed efficacia all'ulteriori interventi correttivi per migliorare la qualità percepita del servizio.

CONOSCERE ED INTERPRETARE LE OPINIONI DEGLI UTENTI

Strategica consegna, insieme ai freddi risultati statistici, un Report dettagliato che rappresenta un Piano di Interventi Correttivi e le Linee Guida di un Piano di Marketing e Comunicazione che, insieme al management aziendale, aiuterà a prendere decisioni fondate sui dati della realtà.

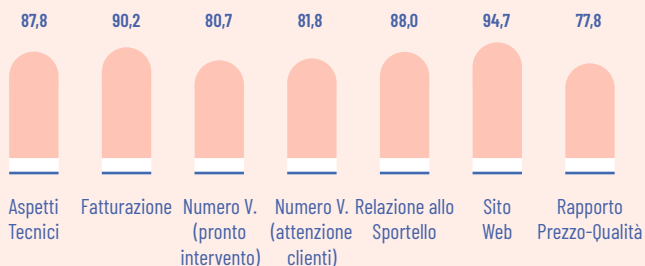
TECNICA E METODOLOGIA D'ANALISI

Per costruire un indice di Customer Satisfaction del Servizio offerto dalla propria azienda si deve operare sui singoli indicatori che, a sua volta, verranno disgregati in subfattori. Lo schema permette di ottenere una fotografia generale e focalizzare le criticità, aumentando il potere d'analisi ed interpretazione.

A CSI-CUSTOMER SATISFACTION INDEX // Fotografia generale

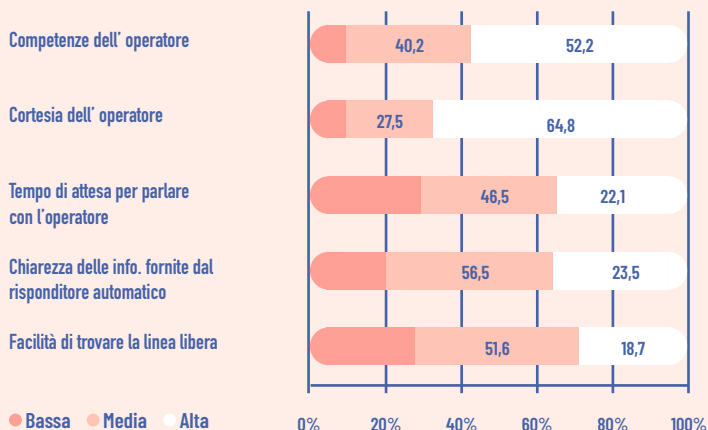
Ogni indicatore viene a sua volta diviso in sub-indicatori che verranno valutati dall'utente. Questo ci permette di comprendere in dettaglio su quali aree intervenire.

Media ponderata degli INDICATORI = 85,8



B NUMERO VERDE PRONTO INTERVENTO

Una volta identificati gli Indicatori generali del sistema che destano meno soddisfazione, si procede con l'analisi all'interno di ogni uno di essi. L'Azienda allora avrà chiarezza su quali Sub-Indicatori si dovrà posteriormente procedere con interventi correttivi.



C BRAND AWARNES - MISURAZIONE

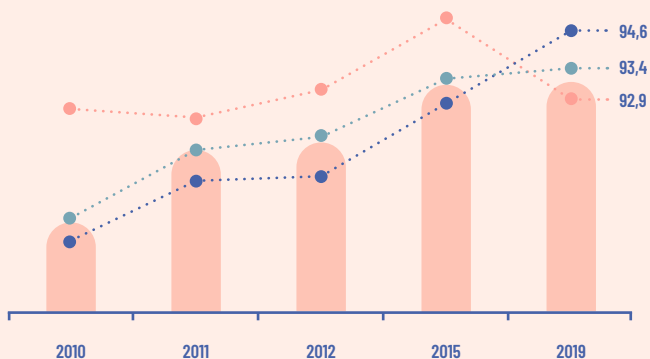
L'**INDICE GENERALE DI SODDISFAZIONE** (Overall) → **90,7%**
è la risposta a una domanda unica.

L'**INDICE SINTETICO** è la media ponderata dove → **85,8%**
ogni singolo fattore ha un peso relativo all'interno dell'insieme in base alla sua importanza.

Se L'**INDICE GENERALE** è superiore a quello → **+4,9**
SINTETICO allora il **BRAND** aziendale genera un valore aggiunto rispetto alla performance diretta del servizio.

D TREND ANNUALE

Permette di avere un controllo sull'andamento e capire se le misure adottate in passato hanno dato il risultato sperato.





ASCOLTARE I PROPRI COLLABORATORI

L'Analisi del Clima Aziendale permetterà di ottenere le Linee Guida per mettere in atto un Piano di Benessere Organizzativo. Per benessere organizzativo si intende l'insieme dei nuclei culturali, dei processi e delle pratiche organizzative che animano la dinamica della convivenza nei contesti di lavoro promuovendo, mantenendo e migliorando la qualità della vita e il grado di benessere fisico, psicologico e sociale della comunità lavorativa (Avallone 2003). L'Analisi del Clima intende sostenere la capacità dell'azienda di attivarsi per raggiungere obiettivi di efficacia e di produttività.

OBIETTIVI

L'analisi di clima è uno strumento metodologico che permette ad una organizzazione di valutare oggettivamente il benessere al suo interno e la sua reale percezione da parte di tutte le risorse umane che vi operano e dalla quale sono fortemente influenzate.

È uno dei presupposti del miglioramento in quanto è il punto di partenza per indirizzare il cambiamento individuando gli strumenti più efficaci per intervenire.

Rappresenta un segnale di ascolto da parte dell'organizzazione verso i suoi collaboratori.

IN SINTESI

Il benessere organizzativo è un fattore centrale per il successo strategico e permette di:

Incrementare le performance

- Sviluppare la creatività/innovazione
- Aumentare capacità adattive e di gestione del cambiamento
- Promuovere resilienza sia a livello individuale che collettivo
- Migliorare le relazioni fra i collaboratori e porre le premesse per una effettiva integrazione organizzativa
- Ridurre l'instabilità dei sistemi organizzativi
- Adottare un sistema premiante basato sulla meritocrazia
- Rivedere i ussi di comunicazione interna
- Sviluppare il lavoro in team

STRUMENTI

- 1. Questionario anonimo**
- 2. Intervista costruita ad hoc**
- 3. Focus group**

Le interviste vengono condotte dagli psicologi dello staff di strategica. Il questionario SLC14, con scale likert di valutazione a 3 e a 5 punti, indaga la percezione soggettiva del benessere organizzativo e 13 aree di rischio "stress lavoro-correlato".

Ci prefiggiamo così, lo scopo di mettere in evidenza gli aspetti positivi dell'organizzazione in cui opera, ma anche di portare alla luce eventuali tensioni e criticità.

METODO

Analisi dei dati attraverso tecniche descrittive.



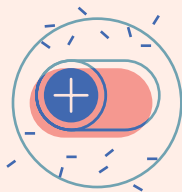
Un servizio ideale per aziende di servizi pubblici ed associazioni di categoria che permette di offrire ai diversi portatori di interessi tutta l'informazione pubblica del proprio database in rappresentazioni grafiche e concettuali.

CHE COS'È

Insieme di tecniche che permettono di individuare e valutare le strutture contenute in un set di dati (anche molto complesso). Lo scopo è quello di caratterizzare l'azienda o l'organizzazione utilizzando i dati già presenti all'interno di essa. Con un accesso ai database aziendali (mediante opportune tecniche che preservino la privacy) attraverso la visualizzazione e l'analisi esplorativa dei dati, è possibile costruire resoconti e comunicare i risultati tramite rappresentazioni comprensibili da colleghi e responsabili decisionali.

COME FUNZIONA

Per gestire basi di dati complesse condivise da più applicazioni, si utilizzano appositi sistemi software detti "sistemi per la gestione di database" (in inglese "Database Management System" o "DBMS"). Uno dei vantaggi di questi sistemi è la possibilità di non agire direttamente sui dati, ma di vederne una rappresentazione concettuale con la creazione di un website accessibile agli associati, ai portatori d'interesse e al pubblico in generale.



Valutazione del Brand

Misuriamo il potere e il posizionamento attraverso un modello statistico che valuta la singolarità, l'importanza, la reputazione e la confidenza del proprio Brand.

Mappa di Posizionamento

Il posizionamento è il luogo che occupa un marchio nella mente del consumatore, da questo derivano le decisioni che condizionano la strategia del marchio e del prodotto, del packaging e del prezzo.

Altri servizi

Design di Corporate Identity, restyling del Immagine Aziendale, Grafica e Packaging. Progettazione e design grafico di campagne di comunicazione in base ai dati statistici ricavati.

(es: per promuovere il consumo d'acqua da parte di un azienda *servizio idrico; Opuscolo informativo sulla raccolta differenziata *aziende servizio ambientale.)

GESTIONE DI GOVERNO / CITIZEN SATISFACTION

La Customer Satisfaction nella Pubblica Amministrazione.

La misurazione della qualità dei servizi è un processo ormai fondamentale e strategica per le amministrazioni pubbliche, poiché consente di verificare il livello di efficienza ed efficacia di un servizio così come lo percepisce l'utente, in un'ottica di riprogettazione e di miglioramento delle performance.

**Strategica SRLS**

Amministratore unico - David Buccini

Sede Legale

Via Borgo Forno, 31 (66010) Miglianico (CH)
CF: 02739110696 - P.IVA: 02739110696

www.strategicaweb.com

Area Commerciale

Massimiliano Scioli

Public Relations

Enrico Giancristofaro

Team Leader

Simona Assogna

Nodo Arese, Milano

Dott.ssa Illia Pergoli

Nodo Appiano, Trentino Alto Adige

Dott. Stefano Di Gaspero

Grafica

Dott. Yael Fierro