



## CUSTOMER SATISFACTION

### REPORT DEI RISULTATI E BENCHMARK NAZIONALE – ANNUALITÀ 2021 – (indagine SI.CAMERA)

<b>OBIETTIVO:</b>	misurare il livello di Customer Satisfaction espresso da imprese e stakeholder nei confronti dei servizi offerti dalle CCIAA.
<b>METODOLOGIA:</b>	interviste CATI e CAWI a 500 imprese iscritte al Registro delle imprese della CCIAA di Pordenone Udine (campione significativo che soddisfa il livello di confidenza al 95%, inteso come grado di certezza del risultato, con margine di errore al 5%).
<b>SEDE AZIENDE:</b>	65% Udine e 35% Pordenone.
<b>SETTORI ECONOMICI:</b>	Servizi alla persona o alle imprese (27,4%), Commercio (20,8%), Manifatturiero e Industria (17,6%), Costruzioni (13,8%), Alloggio e Ristorazione* (7,8%), Agricoltura* (7,8%), Altro settore* (4,4%), Minerali ed Energia* (0,4%).
<b>CLASSE DI ADDETTI:</b>	da 1 a 9 addetti (72%), 10 o più addetti (21,6%), nessun addetto* (6,4%).
<b>FORMA GIURIDICA:</b>	società di persone (43,6%), società di capitali (38,4%), imprese individuali (15,2%), altre forme* (2,8%).

Nota: \*Base campionaria bassa.

## 1. CONTATTO E INTERAZIONE CON LA CCIAA

### Frequenza di contatto

**Report:** Poco più della metà delle imprese (53,4%) ha contattato la CCIAA di Pordenone Udine nell'ultimo anno solo all'occorrenza, il 40,2% non ha avuto rapporti diretti nell'ultimo anno (di cui il 53,2% perché non ne ha avuto bisogno mentre il 46,8% ha utilizzato professionisti/consulenti/associazioni di categoria/società di servizi), il 4,6% ha avuto almeno un contatto al mese, l'1,8% uno a settimana.

**Considerazioni:** I valori sono migliori di quelli medi nazionali ma, a livello italiano, le imprese che non hanno preso contatti con la CCIAA lo hanno fatto principalmente perché non ne avevano bisogno (il 77,2%) mentre solo il 22,8% delle imprese si è rivolto a consulenze esterne. Dai dati emerge che le imprese si rivolgono a professionisti, consulenti, associazioni di categoria e società di servizi in misura superiore rispetto alla media nazionale.

### Modalità di contatto

**Report:** Nell'ultimo anno il contatto è avvenuto principalmente a distanza (74,9%) attraverso telefono/call center, email, sito e piattaforme on line, per il 25,1% persona.

**Considerazioni:** Non si notano significative differenze nelle modalità di contatto tra i settori economici.

### Interazione con il personale

**Report:** L'interazione tra imprese e personale della CCIAA è molto positiva, il grado di soddisfazione degli utenti raggiunge il 100% in "chiarezza delle informazioni fornite" e in media il 99/98% negli aspetti "cortesia e rispetto verso l'utente" e "preparazione tecnica". Solo lo 0,8% delle imprese reputa l'interazione insufficiente (dato comunque migliore rispetto a quello medio italiano).



## 2. IMPATTO DELL'EMERGENZA SANITARIA "COVID-19" E INIZIATIVE CAMERALI PER FRONTEGGIARLA

**Report:** I servizi più conosciuti, tra quelli messi a disposizione dalla CCIAA per fronteggiare l'emergenza sanitaria, sono: "Interventi a supporto del credito e liquidità", "Sviluppo di servizi, strumenti e pratiche digitali", "Servizi info-formativi". Non sono comunque così noti perché il 50/60% delle imprese non conosce questi servizi, il 20/25% invece li conosce ma non li utilizza. L'80% delle imprese intervistate (le quali non sappiamo però se effettuino o meno attività di export) di fatto ancora non conosce i "Servizi di sostegno all'internazionalizzazione" e i "Servizi di assistenza per la gestione di business online", il 18% circa li conosce ma non li utilizza, solo un 1,5% medio di utenti li utilizza effettivamente.

**Considerazioni:** Non paiono esserci problemi specifici connessi al servizio erogato perché la soddisfazione degli utenti per questi aspetti è piuttosto alta, si potrebbe cercare quindi di pubblicizzarli di più, soprattutto tra le imprese che si occupano di export. Questa criticità in ogni caso emerge anche a livello nazionale anche se i servizi sono leggermente più utilizzati.

**Report:** Il livello di soddisfazione per i servizi erogati è nel complesso molto buono.

**Considerazioni:** Andrebbe però compreso meglio perché il servizio "Interventi a supporto del credito e della liquidità" raccoglie il 30,6% di utenti poco o per niente soddisfatti (la media nazionale è molto più bassa ossia pari al 6%).

## 3. CONOSCENZA, UTILIZZO E VALUTAZIONE DEI SERVIZI EROGATI

### Conoscenza e utilizzo dei servizi

**Report:** I servizi più conosciuti sono "Registro delle imprese e servizio qualifiche professionali", "Servizi specifici per la digitalizzazione", "Pratiche ambientali varie". I meno conosciuti sono invece i servizi di "Transizione dalla scuola al mondo del lavoro", "Qualificazione delle imprese, filiere e produzioni", "Metrologia legale". La classifica è molto simile in termini di utilizzo. Rispetto alla media nazionale sono significativamente meno conosciuti i servizi "Transizione dalla scuola al mondo del lavoro" (22,6% vs 61,5%) e "Qualificazione delle imprese, filiere e produzioni" (22,6% vs 40,4%).

**Considerazioni:** Questi servizi, se più conosciuti, si tradurrebbero in maggiori percentuali di utilizzo (come avviene a livello nazionale). Ciò si deriva, salvo piccole eccezioni, dalla quasi perfetta correlazione lineare tra conoscenza e utilizzo dei servizi.

**Report:** Il livello di soddisfazione per i servizi utilizzati è alto (20,6% degli utenti molto soddisfatto e 70,6% abbastanza soddisfatto) ma di qualche punto inferiore a quello medio nazionale.

**Considerazioni:** I dati sono però significativi solo se valutati riguardo ai "Servizi di Registro Imprese", "Servizi specifici per la digitalizzazione" e "Pratiche ambientali" (si noti che tutti e tre gli aspetti raccolgono utenti poco soddisfatti in misura maggiore rispetto al risultato medio nazionale).

## 4. SERVIZI ON-LINE OFFERTI DALLE CCIAA

### Vantaggi e svantaggi dei servizi online

**Report:** Vantaggi: rapidità, asincronicità e multicanalità. Svantaggi: impersonalità.

**Considerazioni:** Vantaggi e svantaggi sono in generale quelli attesi.



### Conoscenza e utilizzo

Report: Le imprese, soprattutto se di medio-grande dimensione, sono quasi pienamente a conoscenza del fatto che le CCIAA possono offrire i propri servizi on-line attraverso piattaforme digitali e conoscono questi servizi di più rispetto al livello medio nazionale (84,6% vs 66,7%).

Considerazioni: I servizi online sono più conosciuti tra le imprese dai 10 addetti in su.

Report: Quasi la metà delle imprese li ha anche effettivamente utilizzati (44,2% vs 20,9%, più del doppio rispetto alla media nazionale).

Considerazioni: I servizi online sono però meno utilizzati tra le imprese piccole e del settore Agricoltura.

## 5. KPI DI QUALITÀ PERCEPITA – ottica prospettica

### IDP - Indice Di Periodo (miglioramento della qualità dei servizi offerti nell'ultimo anno)

Report: La prestazione offerta è o rimasta invariata (53,5%) o migliorata (39,4%). C'è più miglioramento nell'ultimo anno rispetto alla media nazionale.

IDP: +36,6%, ossia chi ritiene che la qualità sia migliorata sopravanza di 36,6 punti percentuali chi ha ravvisato un peggioramento (media nazionale +12,2%).

### IDR - Indice Di Riutilizzo (probabilità che l'anno prossimo le imprese continuino a rivolgersi all'Ente)

Report: L'88,4% delle imprese si rivolgerà di nuovo alla CCIAA con certezza o probabilmente.

IDR: +0,8% ossia solo lo 0,8% delle imprese, se non obbligato, non riutilizzerà i servizi della CCIAA (la maggior parte nel settore manifattura/industria).

Considerazioni: La soglia critica di attenzione è lontana perché è pari al 3%.

### CPS - Camera Promoter Score (propensione a promuovere la CCIAA ad amici e colleghi)

Report: La probabilità che gli utenti consiglino ad amici e colleghi di rivolgersi alla CCIAA è alta, il CPS è pari a +22,2% (si calcola per differenza tra chi raccomanderebbe la CCIAA ad amici e colleghi, ossia il 35,2%, e chi non la raccomanderebbe, ossia il 13%).

Considerazioni: I maggiori detrattori si ravvisano nei settori della Manifattura/Industria e Servizi e nelle classi dimensionali più piccole.