

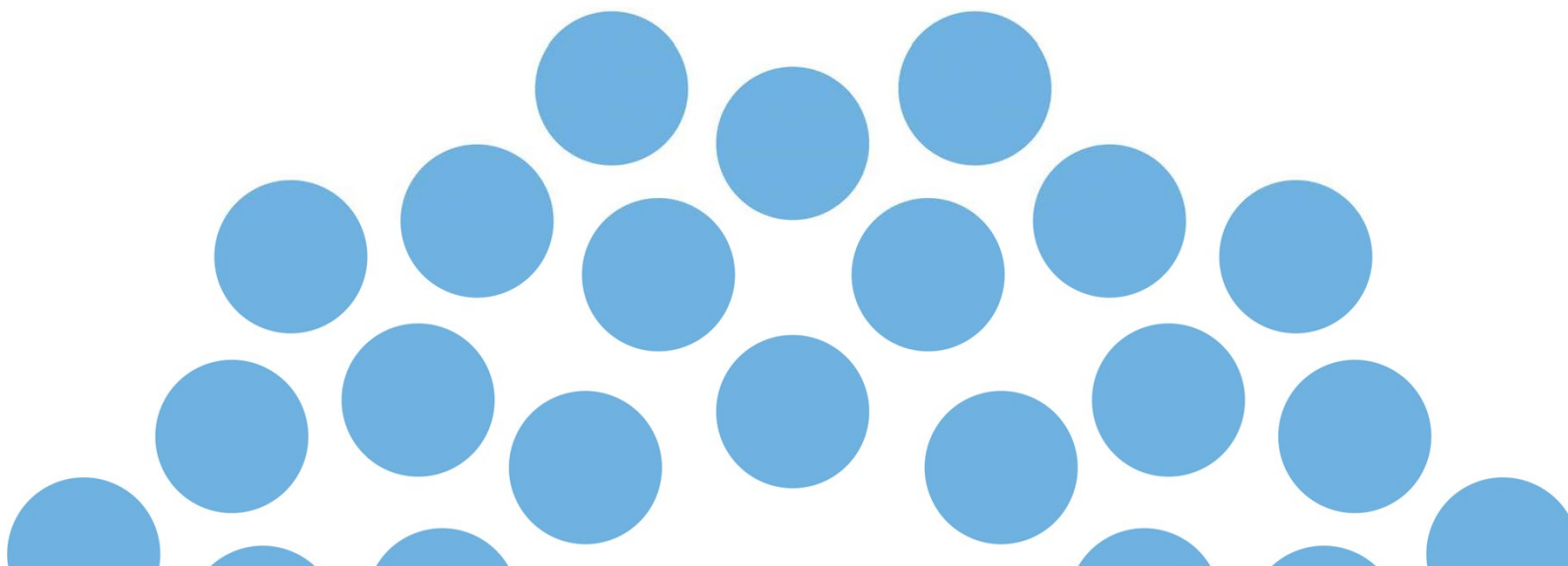


Innovare è Crescere

*Servizi del Registro Imprese di Firenze*

# **Indagine sulla soddisfazione dell'utenza – marzo 2018**

Aprile 2018



# l'indagine



## composizione del campione e criteri di rilevazione



Il campione è stato individuato tra gli utenti, che hanno spedito pratiche nel corso del 2017 (gennaio-settembre). Le utenze sono state suddivise in funzione del numero di pratiche inviate, definendo otto classi (A, B, C,D,E,F,G,H), ciascuna delle quali corrisponde ad un determinato numero di pratiche inviate, come mostra la seguente tabella:

CLASSE	UTENZE SUDDIVISE PER CLASSE				PRATICHE INVIATE
	che inviano		pari a		
A	che inviano	più di 250 pratiche	pari a	12	4411
B	che inviano	da 100 a 249 pratiche	pari a	57	8359
C	che inviano	da 51 a 100 pratiche	pari a	165	11709
D	che inviano	da 26 a 50 pratiche	pari a	282	10111
E	che inviano	da 11 a 25 pratiche	pari a	545	9065
F	che inviano	da 6 a 10 pratiche	pari a	493	3793
G	che inviano	da 3 a 5 pratiche	pari a	814	3041
H	che inviano	fino a due pratiche	pari a	2487	3266
			totali	4855	53755

# composizione del campione e criteri di rilevazione



Da questo elenco, sono stati estrapolati due campioni distinti:

- 1) campione di utenti rappresentativo dell'universo delle otto classi individuate, che chiameremo **campione1**;
- 2) campione di utenti individuato in funzione della numerosità di pratiche inviate, che chiameremo **campione2**:

CAMPIONE 1		
classi	user per classi	numero di user estratte
A	12	0
B	57	2
C	165	5
D	282	9
E	545	17
F	493	15
G	814	25
H	2487	77
totali	4855	150

CAMPIONE 2		
classi	pratiche per classi	numero di user estratte
A	4411	12
B	8359	23
C	11709	33
D	10111	28
E	9065	25
F	3793	11
G	3041	8
H	3266	9
totali	53755	150

Le utenze sono state scelte casualmente e non si ripetono nei due campioni.

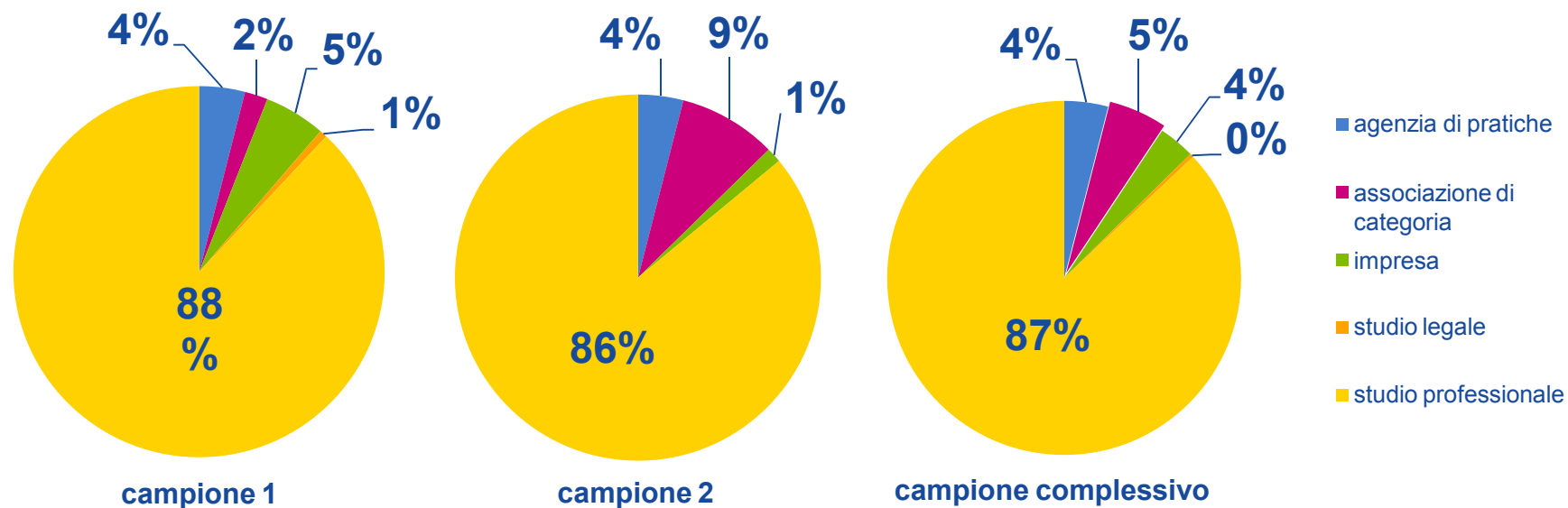
## composizione del campione e criteri di rilevazione



Per ciascun campione, sono state raccolte 150 interviste, per un totale di 300, utili a fornire una rappresentazione distinta ed una complessiva delle interviste.

Le interviste sono state condotte in modalità CATI ((Computer-Assisted Telephone Interviewing)), da intervistatori di InfoCamere specializzati in attività di rilevazione outbound.

Al termine della rilevazione, il campione risulta composto da diverse categorie di utenti, come mostrano i seguenti grafici:



## contenuti dell'indagine

cosa abbiamo chiesto agli intervistati?

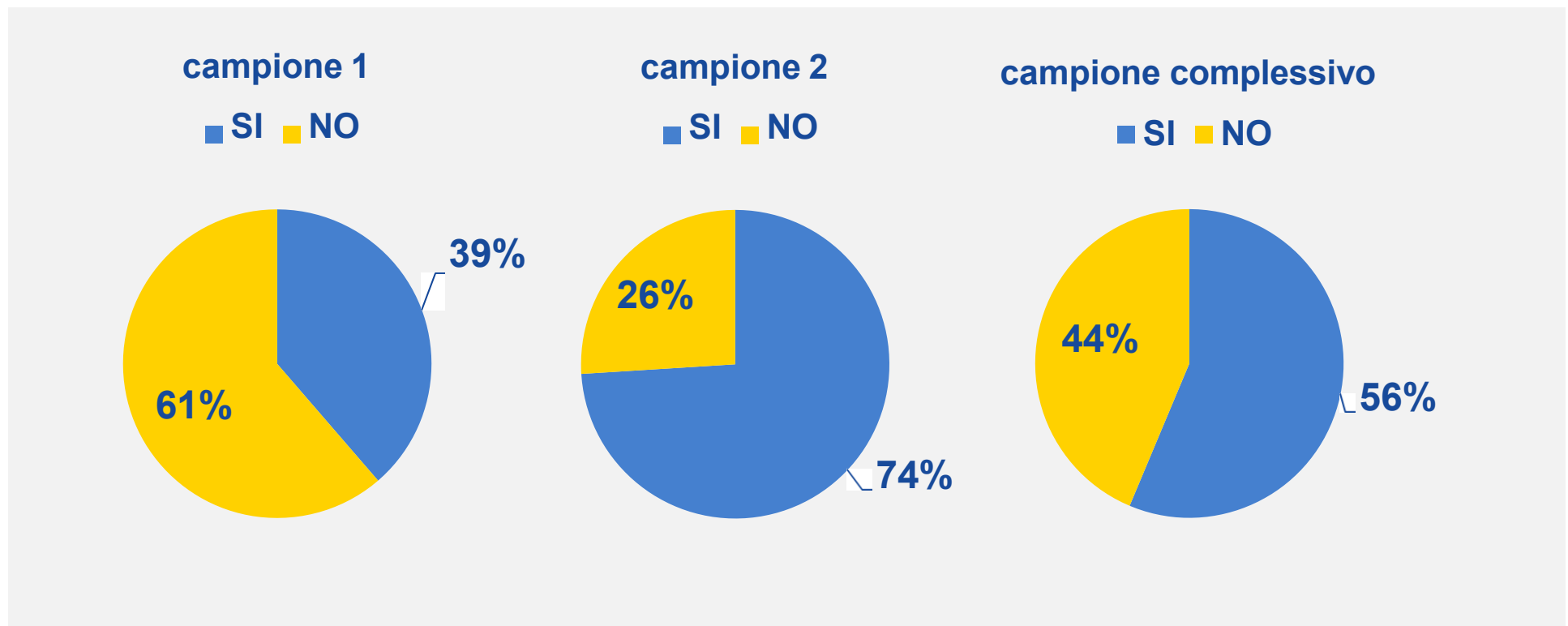


✓ se richiedono informazioni via email al Registro Imprese

✓ come valutano il servizio

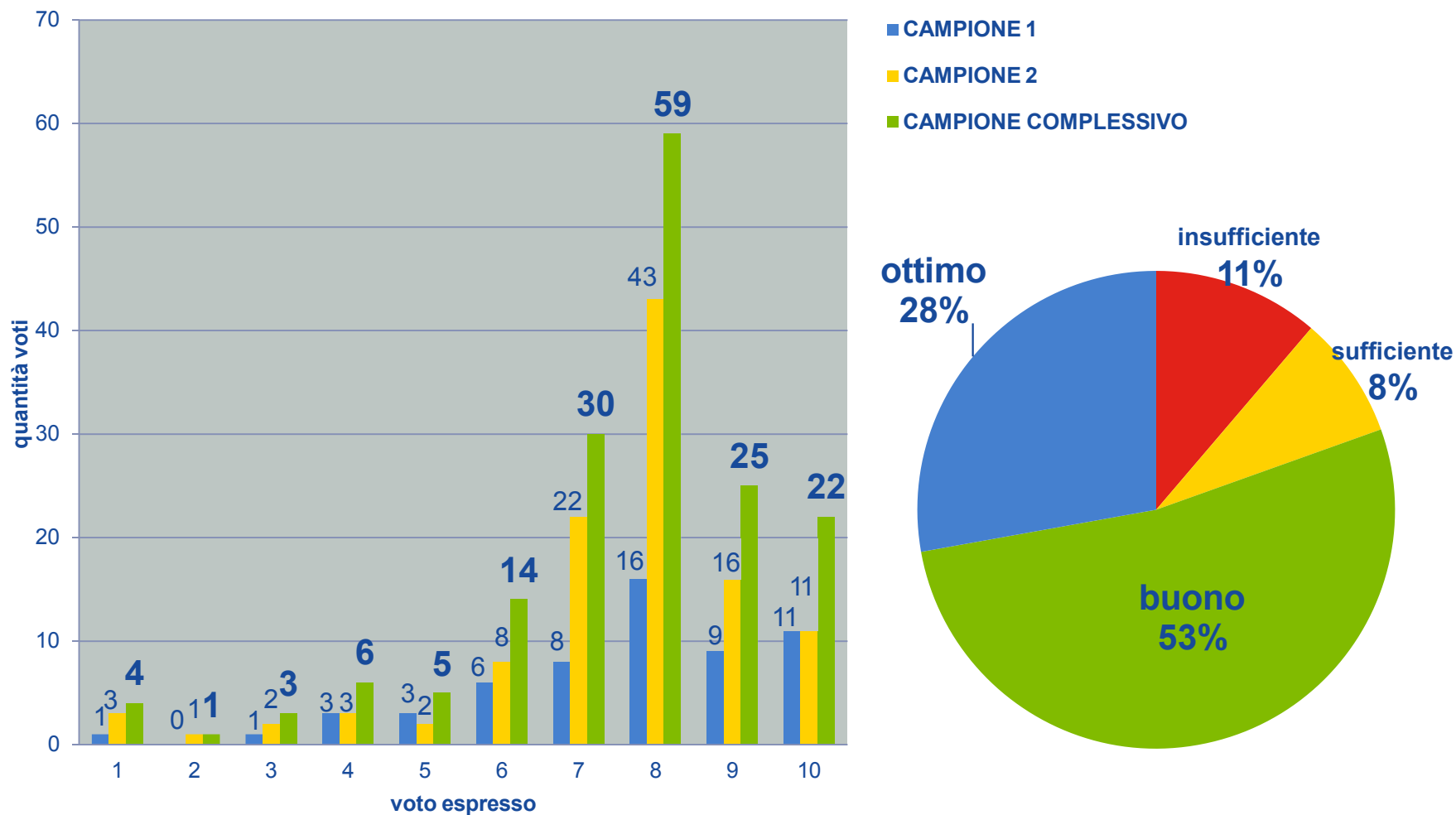
ha richiesto informazioni tramite la casella e-mail [registro.impresefi.camcom.it](mailto:registro.impresefi.camcom.it)?

le risposte sono state di tipo affermativo o negativo, come rappresentano i grafici:



## come giudica le risposte ricevute da [registro.imprese@fi.camcom.it](mailto:registro.imprese@fi.camcom.it)

Il giudizio è stato espresso da chi ha chiesto informazioni via e-mail (169 utenti), utilizzando una scala da 1 a 10, come rappresenta il seguente grafico:

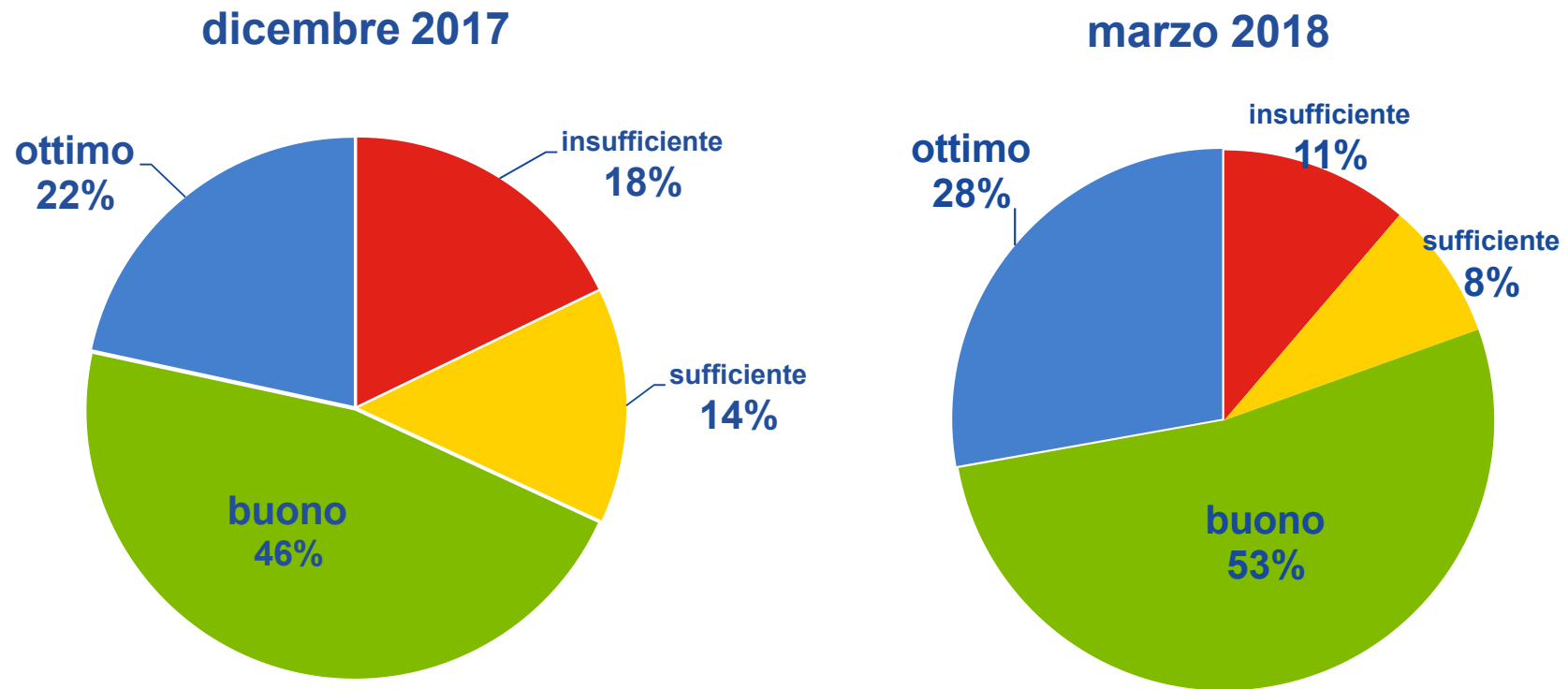


voto da 1 a 5 = insufficiente; voto 6 = sufficiente; voto da 7 a 8 = buono; voto da 9 a 10 = ottimo



## confronto con l'indagine di dicembre 2017

mettiamo a confronto i giudizi espressi sulle risposte ricevute via email, con l'intervista del dicembre scorso:



voto da 1 a 5 = insufficiente; voto 6 = sufficiente; voto da 7 a 8 = buono; voto da 9 a 10 = ottimo

## suggerimenti per il miglioramento del servizio



abbiamo raccolto alcuni suggerimenti per il miglioramento del servizio di assistenza via e-mail del Registro Imprese, che abbiamo così riassunto:

- 1** velocizzare i tempi di risposta
- 2** fornire risposte più esaustive, meno generiche e standardizzate
- 3** contatto diretto per i casi più critici



InfoCamere

Innovare è Crescere

[infocamere.it](http://infocamere.it)



[twitter.com/infocamere](https://twitter.com/infocamere)

