

Modalità e processo di rilevazione della *customer satisfaction* in Inail

PREMESSA

L'Inail da sempre fonda la sua attività su una cultura aziendale che pone l'utente al centro del proprio sistema organizzativo; in linea con questo valore, la soddisfazione delle esigenze dell'utenza costituisce un obiettivo costante delle scelte strategiche dell'Istituto.

In coerenza con tali orientamenti e in anticipo sulla normativa in materia, l'Ente ha adottato, negli anni '90, un approccio basato sui principi di gestione aziendale della qualità (TQM, Total Quality Management), che ha nella soddisfazione del cliente e nel miglioramento continuo dei servizi, in funzione delle esigenze del cliente stesso, i suoi capisaldi.

L'INDAGINE PERIODICA SUI SERVIZI DI SEDE

Partendo da questi due principi e dal loro naturale "corollario", relativo all'esigenza di utilizzare – con il necessario rigore metodologico - idonei strumenti di ascolto per adeguare costantemente i servizi erogati alle legittime attese dei destinatari dei servizi stessi, l'Istituto si è dotato dei suddetti strumenti, tra cui in primo luogo di un sistema per la rilevazione periodica (annuale) del grado di soddisfazione dell'utenza (*customer satisfaction*), da utilizzare quale input primario per il miglioramento.

Il sistema è stato progettato e sperimentato nel corso del 2002-2003, ed implementato a regime a partire dal 2004, in particolare sui servizi erogati presso le Sedi locali.

Dal 2002 al 2009 è stato selezionato un campione di Sedi da coinvolgere nelle rilevazioni, con un totale di 146 (di cui 12 reiterate) .

Dal 2010 la rilevazione coinvolge annualmente tutte le Sedi del territorio nazionale attraverso l'attivazione di ulteriori canali di raccolta dati.

Dal 2012, nell'ambito del percorso di integrazione ai sensi del Decreto Legge 78/2010, convertito con modificazioni nella Legge 30 luglio 2010 n.122, l'indagine periodica ha ricompreso anche il Settore Ricerca e il Settore Navigazione

Metodologia

La metodologia adottata consiste in un articolato processo, nel quale intervengono e sono coinvolte, anche in ottica partecipativa/motivazionale, tutte le strutture interessate, in relazione al rispettivo ambito di competenza e all'oggetto dell'indagine.

Al fine di assicurare la massima oggettività e significatività dei risultati, il processo si sviluppa attraverso alcune principali fasi, secondo modalità e criteri organizzativi standardizzati e condivisi su tutto il territorio.

La metodologia, pur essendo "tarata" sulle rilevazioni presso gli sportelli fisici, è valida e può essere utilizzata, con i necessari adeguamenti, per ogni tipologia di indagine.

I risultati ottenuti rafforzano le scelte operate e dimostrano come gli utenti apprezzino l'impegno dell'Istituto per il miglioramento dei servizi, prevalentemente in un'ottica di adeguamento alle loro reali esigenze.

Modalità

Obiettivo della rilevazione è conoscere/misurare il grado di soddisfazione dell'utenza riguardo ai servizi erogati dall'Inail, sia sugli aspetti generali, sia relativamente a tre **servizi** specifici:

- prestazioni sanitarie (per i lavoratori)
- prestazioni economiche (per i lavoratori)
- rapporti con le aziende

La Scala di **valutazione** adottata è una scala Likert secondo i seguenti valori:

1. Per niente soddisfatto
2. Poco soddisfatto
3. Abbastanza soddisfatto
4. Molto soddisfatto
0. Non so (giudizio non espresso che viene elaborato come dato mancante).

Il Valore Obiettivo da raggiungere (o livello minimo atteso di giudizio riguardo agli aspetti sottoposti ad indagine) è un giudizio medio corrispondente di norma ad "abbastanza soddisfatto".

L'indagine è estesa a tutto il territorio nazionale ed è rivolta, su base campionaria, agli **utenti** che hanno usufruito dei servizi erogati presso le sedi Inail nel periodo preso a riferimento, appartenenti ad una delle seguenti tipologie e relative categorie:

- "Lavoratori":

- Infortunato
- Affetto da malattia professionale
- Affetto da malattia comune
- Lavoratrice/ lavoratore in congedo di maternità/parentale
- Titolare di rendita
- Patronato

- "Aziende":

- Azienda/Datore di lavoro
- Consulente del lavoro
- Associazione di categoria

La rilevazione dei giudizi dell'utenza viene effettuata attraverso i seguenti **canali**:

- Sportello fisico presso le Sedi dirigenziali dell'Istituto: il campione è costituito dagli utenti che si presentano in Sede durante il periodo di rilevazione;
- Mail-Web : il campione è costituito dagli utenti "Aziende" delle Sedi dirigenziali e rispettive Sedi dipendenti, registrati nel Portale per l'utilizzo dei servizi *on line*, o dei quali comunque si dispone dell'indirizzo di posta elettronica, e che nell'anno precedente all'inizio delle operazioni di rilevazione hanno avuto almeno un "contatto" con la Sede;
- Contact Center (C.C.): il campione è costituito dagli utenti "Lavoratori" delle Sedi dirigenziali e rispettive Sedi dipendenti, estrapolati tra gli utenti di cui si dispone del recapito telefonico e che nell'anno precedente all'inizio delle operazioni di rilevazione hanno avuto almeno un "contatto" con la Sede;
- Posta: mediante la spedizione del questionario in formato cartaceo agli utenti, unitamente ad una busta preaffrancata da rispedire con il questionario compilato. Questo canale è stato attivato, in alternativa allo sportello, per la peculiarità degli utenti del Settore Navigazione .

Quanto alla durata dell'indagine, si prevede, in linea generale, una settimana, con possibilità di una proroga fino al raggiungimento del target stabilito, e comunque fino ad un massimo di ulteriori tre settimane.

La rilevazione si svolge in un **periodo** lavorativo "standard", tra il 1 e il 31 ottobre, di diversa durata e articolazione tra i diversi canali e specificatamente nel 2012 è stata così organizzata:

- per i canali Sportello, mail-web e contact center nella settimana dal 01 al 05 ottobre, con proroghe fino al 19 ottobre per il canale Sportello e fino al 31 ottobre per i restanti due canali a seconda della partecipazione dell'utenza locale.
- per il canale postale la raccolta dei questionari è proseguita fino al 19 novembre.

Lo **strumento** di raccolta dei dati è rappresentato da un Questionario strutturato parzialmente diversificato in funzione della tipologia di utenza, "Aziende" e "Lavoratori" (e compilato in forma anonima, nel rispetto della privacy).

La raccolta e l'inserimento dei dati nell'applicativo informatico avvengono con modalità parzialmente diverse, rispettivamente:

- Sportello fisico: i questionari vengono compilati dall'utenza (con o senza assistenza) su copia cartacea, ed inseriti a cura del personale di Sede nel suddetto applicativo, quindi verificati a campione a livello regionale e centrale;
- Mail-Web : il questionario viene ricevuto dall'utente tramite link ad una mail inviata al suo indirizzo elettronico, e quindi direttamente dallo stesso utente compilato ed inserito on line nell'applicativo;
- Contact Center (C.C.): i dati del questionario sono raccolti mediante intervista telefonica all'utente da parte degli operatori del C.C., ed inseriti dagli operatori stessi nell'applicativo;
- Posta: inserimento dei dati nell'applicativo a cura dell'Ufficio che riceve il plico con il questionario.

A titolo esemplificativo, il **numero degli utenti contattati** nel 2012 è stato così rilevato:

- per il canale sportello, gli utenti Aziende e Lavoratori che si presentano nelle Sedi dirigenziali;
- per il canale mail-web, tutti gli utenti Aziende di cui si dispone dell'indirizzo: al riguardo, si è deciso di non fare estrapolazione campionaria in considerazione della percentuale di "adesione" riscontrata in indagine sperimentale;

- per il canale C.C., gli utenti Lavoratori tra quelli estratti (a cura della competente struttura, la Consulenza Statistico-Attuariale-CSA) per ogni Sede dirigenziale;
- per il canale postale, gli utenti Lavoratori tra quelli estratti (a cura della competente struttura, la Consulenza Statistico-Attuariale-CSA) per ogni Sede compartimentale e Centro operativo del Settore Navigazione.

Nel 2012 il campione è stato incrementato con riferimento agli utenti del Settore Ricerca e del Settore Navigazione, strutturando però una rilevazione separata di tali settori – e quindi un campionamento separato - al fine di consentire un’elaborazione distinta dei dati. Tale suddivisione della rilevazione per tipologie di servizi erogati, determinata dalle norme contrattuali e dagli accordi sindacali che non consentono l’applicazione al Settore Ricerca e al Settore Navigazione, ai fini dell’erogazione di una quota del salario accessorio (performance organizzativa), degli stessi criteri utilizzati per le restanti Sedi di Istituto, consente di ottenere una maggiore efficacia ai fini delle azioni di miglioramento.

Da questi contatti si è ottenuta la seguente quantità di Questionari:

- per canale sportello, da 100 a 300 per ciascuna sede interessata;
- per canale mail-web, tutti quelli che sono pervenuti;
- per canale C.C., quelli ottenuti ripartiti per tipologia di Sede (dirigenziale, struttura dipendente) come specificato dalla Consulenza Statistica Attuariale (CSA) dell’Istituto;
- per canale postale, tutti quelli che sono pervenuti.

Concluso l’inserimento dei questionari, **i dati vengono aggregati e quindi elaborati statisticamente** dalla CSA secondo il metodo più appropriato a livello di singola Sede, di Regione e di Istituto.

I dati del Settore Ricerca e del Settore Navigazione, invece, sono aggregati separatamente ed elaborati a livello di Istituto, considerato che a livello di Sede l’esiguità del campione non consentirebbe risultati statisticamente significativi

Gli elaborati vengono poi analizzati e sintetizzati in Report a livello territoriale e di Istituto.

L’intero processo di rilevazione si conclude con l’individuazione degli aspetti di criticità evidenziati dalle valutazioni dell’utenza (vale a dire giudizi inferiori al valore obiettivo prima definito) che vengono assunti quali input per la progettazione di servizi più aderenti alle esigenze dell’utenza stessa, attraverso la messa a punto delle

opportune iniziative di miglioramento, sia a livello locale che centrale, per le problematiche emerse a livello di Istituto.

La pianificazione e realizzazione delle azioni di miglioramento costituiscono infatti il momento focale, senza il quale l'intero processo di rilevazione si tradurrebbe in un dispendio di risorse umane ed economiche.

Oltre all'informativa nella fase iniziale, viene data infine anche ampia informativa sui risultati emersi, ispirata alla massima trasparenza della gestione dell'Ente nei confronti di tutti gli *stake-holders*.

LA RILEVAZIONE TRAMITE "EMOTICON"

Il quadro delle iniziative in materia di rilevazioni di customer satisfaction va completato con l'ulteriore modalità delle "emoticons" ; al riguardo, è bene precisare che la rilevazione di customer satisfaction non è alternativa, né si sovrappone ad Emoticon, presentando, ciascuna delle due modalità, caratteristiche peculiari, che la differenziano dall'altra.

L'impianto di rilevazione della soddisfazione dell'utenza è dunque articolato in due strumenti distinti e integrati:

- **l'indagine periodica** (annuale) sui principali servizi erogati dalle Sedi, sopra descritta;
- **il progetto "Mettiamoci la faccia" basato sulle *emoticon***, introdotto in Inail nel 2009.

L'Istituto ha aderito infatti al progetto "Emoticons", iniziativa pilota promossa e coordinata dal Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione, al fine di rilevare in maniera sistematica, attraverso l'utilizzo di "emoticons", la soddisfazione di cittadini ed utenti rispetto ai servizi erogati attraverso gli sportelli fisici, il canale telefonico ed il canale web.

L'Inail ha ritenuto il progetto coerente con la strategia generale dell'Istituto di gestione della *customer satisfaction* e capace di integrarsi – per la sua specificità – con le indagini periodiche sui servizi di Sede già effettuate.

L'introduzione del progetto è avvenuta su più canali di rilevazione:

- *Contact Center* Multicanale (servizi telefonici);
- *Contact Center* integrato Superabile (servizi telefonici);
- Portale internet dell'Istituto per gli utenti abilitati (servizi *on line*);

- Monitor (*touchscreens* e pc) installati - dal 31 dicembre 2012 - in tutte le Sedi Inail (servizi di sportello amministrativi).

I risultati della rilevazione sono monitorati costantemente con un portale di gestione e monitoraggio dei giudizi (c.d. "cruscotto"). Tale portale consente di visionare i giudizi in tempo reale, raccogliere informazioni immediate sull'accesso ai servizi e sui livelli di erogazione, intercettare i primi segnali di criticità emergenti.

I dati della rilevazione sono trasmessi mensilmente al Dipartimento della Funzione Pubblica. Una reportistica essenziale è pubblicata, con la descrizione del progetto, sul portale internet dell'Istituto.

Le caratteristiche principali che differenziano la rilevazione mediante l'indagine periodica (Customer Satisfaction) da quella mediante *emoticon* sono:

- l'indagine periodica, anche se utilizza diversi canali di rilevazione, riguarda i servizi erogati dalle Sedi, mentre la rilevazione tramite *emoticon* riguarda tutti i servizi erogati dall'Istituto (essendo la rilevazione del giudizio tendenzialmente contestuale all'erogazione del servizio, i canali di rilevazione dei giudizi corrispondono ai principali canali di erogazione dei servizi);
- l'indagine periodica è un'indagine strutturata, che richiede un coinvolgimento attento dell'utente, mentre il sistema delle *emoticon* consente ai cittadini di poter esprimere in maniera semplice ed immediata il giudizio sul servizio utilizzato;
- la valutazione rilevata con l'indagine periodica è sul medio-lungo periodo, riferita all'esperienza pregressa dell'utente e/o ad un rapporto consolidato, mentre la valutazione rilevata con *emoticon* è riferita al singolo "servizio" erogato (inteso nell'accezione più elementare di prestazione/transazione) e, in particolare, è adatta ai servizi a domanda individuale e a bassa complessità, erogabili attraverso un'unica interazione fra utente e amministrazione;
- la valutazione rilevata con l'indagine periodica è diretta in larga misura a risolvere problematiche strutturali e sistemiche, mentre quella rilevata con *emoticon* è diretta a monitorare in tempo reale e continuo la soddisfazione degli utenti, per intervenire con tempestività sulle aree critiche evidenziate da eventuali giudizi negativi, in funzione soprattutto di situazioni contingenti.