

Customer Satisfaction Analysis 2017: ecco cosa pensano di noi i nostri clienti

Come ogni anno Utilità valuta la bontà del proprio operato svolgendo un'analisi tra le aziende proprie clienti. Ecco cosa ne pensate di noi.

Come ogni anno Utilità misura, attraverso un'accurata indagine che per quest'ultima edizione ha previsto oltre 10.000 interviste, la soddisfazione della propria clientela.

La Customer Satisfaction Analysis costituisce infatti uno strumento prezioso con cui sondare con precisione il livello di soddisfazione dei propri clienti, analizzando nello specifico le diverse aree costitutive del servizio fornito.

Vediamo nel dettaglio gli ambiti oggetto d'indagine ed i risultati raggiunti:

Numeri e Modalità

Come anticipato l'analisi si è estesa ad un campione costituito da oltre 10.000 aziende comprensive di liberi professionisti, pmi, grandi aziende e condomini.

Le modalità di erogazione hanno previsto una diffusione online ed hanno visto la partecipazione sia di clienti in fornitura (in percentuale pari a circa il 90%) che di clienti che nel corso dello scorso anno hanno deciso di cambiare fornitore (in percentuale residuale pari al 10%).

La clientela intervistata ha visto poi una composizione per servizi erogati con un 43% in fornitura con solo energia, nel 20% per il gas e nel rimanente 37% per gas ed energia elettrica.

Rapporto con il personale commerciale

Il tema di apertura dell'indagine si concentrava su una tematica fondamentale: l'operato del personale di vendita sia nella fase antecedente alla stipulazione del contratto che in corso di fornitura. L'analisi, con una scala di valutazione da 1 a 10, si proponeva di sondare la capacità del personale di comprendere le specifiche necessità del cliente, fornire informazioni chiare e complete, offrire un concreto supporto al processo decisionale e dimostrarsi corretto, disponibile, cortese, professionale e competente. La valutazione raccolta è buona, attestandosi su un valore di media pari ad 8.

Fattura e servizio di fatturazione online

Il secondo tema su cui Utilità ha voluto interpellare la propria clientela è costituito dalla fatturazione, con un focus specifico sul servizio di fattura online.

I dati raccolti riportano con evidenza il riconoscimento delle caratteristiche di chiarezza, completezza e trasparenza, attribuendo una valutazione media pari ad 8 per le caratteristiche di facilità nel reperire le informazioni ed agevole comprensione delle voci di costo.

Il servizio di fatturazione online, utilizzato ed apprezzato da oltre l'80% della clientela, ha poi ottenuto il voto massimo previsto, pari a 10, per il 48% dei clienti.

Il servizio clienti di Utilità

Un altro tema al centro dell'indagine è stato la percezione del servizio clienti di Utilità. La clientela ha assegnato una valutazione media del 7 e riconosciuto una risoluzione immediata delle problematiche proposte nel 55% dei casi. Le rimanenti problematiche sono state risolte per lo più entro pochi giorni.

Utilizzo del sito web di Utilità e dei servizi On-line

Un ulteriore tema di sondaggio è stato costituito dai servizi online. Il 70% degli intervistati ha dichiarato di utilizzare il sito web e di questi oltre il 70% lo fa con frequenza mensile. I visitatori digitali hanno poi specificato che il proprio scopo di visita, nel 90% dei casi, è rivolto all'Area Riservata, che trovano semplice da navigare, funzionale e comoda. In proposito si sono espressi in tema di facilità di registrazione, semplicità nell'utilizzo delle funzionalità ivi presenti, gradevolezza estetica, grafica ed utilità dei servizi offerti. La valutazione media è stata pari ad 8.

Ulteriore tema di indagine in ambito digital è stato costituito dal servizio di newsletter, che ha ricevuto un buon apprezzamento in tema di contenuti e grafica ricevendo un giudizio medio pari ad 8.

Valutazione complessiva

In chiusura d'indagine ai clienti è stato chiesto di esprimere un giudizio sintetico e globale. Tale valore costituisce infatti un indicatore in grado di riassumere la percezione dell'azienda in termini di professionalità, correttezza, vicinanza al cliente ed eticità. Anche in questo caso l'indagine riporta un dato molto positivo, con un giudizio medio pari ad 8 e la disponibilità, da parte dell'84% delle aziende, a consigliare Utilità ad altre aziende.

In conclusione Utilità non può che dirsi estremamente soddisfatta dei giudizi raccolti, un quadro più che positivo che rappresenta il migliore riconoscimento dell'impegno profuso per l'erogazione di un servizio di alta qualità.

A ringraziamento abbiamo provveduto ad inviare a tutti gli intervistati il calendario Utilità 2018 *"Insieme più forti"*. Un piccolo gesto che ci auguriamo vi accompagni in un 2018 ricco di successi e spunti di crescita.

Grazie da tutto lo staff di Utilità.