



## RELAZIONE FINALE SULLA RILEVAZIONE DELLA QUALITÀ PERCEPITA (CUSTOMER SATISFACTION) DEL PORTALE EUROINFOSICILIA

### Premessa

L'indagine di *customer satisfaction* trae origine dalla necessità di porre in essere e diffondere una sistematica attività di ascolto dell'Utenza volta a verificare la qualità dei servizi erogati ed a promuovere le azioni migliorative. Solo partendo da tale conoscenza, infatti, è possibile per le amministrazioni pubbliche svolgere in modo più efficace la propria funzione, mettendo in atto le azioni necessarie al miglioramento della qualità dei servizi forniti.

L'indagine di customer satisfaction effettuata annualmente dall'U.R.P. dipartimentale, mira alla misurazione della qualità del servizio offerto da questa Amministrazione attraverso il sito Euroinfosicilia.

Questo, infatti, è il principale *medium* con cui si relaziona il Dipartimento con gli utenti, attraverso il quale vengono veicolate le possibilità offerte dal P.O. F.E.S.R. Sicilia 2007-2013.

L'indagine svolta nel corso di quest'anno appare particolarmente rilevante, considerato che nel mese di Novembre 2012 è stato posto *on line* il nuovo portale Euroinfosicilia, completamente rivisto sotto il profilo grafico e contenutistico e tenendo conto anche dei risultati delle precedenti rilevazioni di customer satisfaction.

Per completezza di informazione, sempre nel mese di Novembre 2012 (quindi in concomitanza con la messa *on-line* del nuovo sito) era stata effettuata un'indagine di valutazione del nuovo sito; i risultati emersi, però, sono apparsi poco attendibili (e in alcuni casi anche incoerenti).

Ciò è stato causato, probabilmente, dal fatto che questa Amministrazione si relaziona, nella maggior parte dei casi, con una utenza fidelizzata che, al momento della rilevazione, era certamente ancora non usa al nuovo portale.

Lo strumento della rilevazione è stato un questionario *on-line*, veicolato e pubblicizzato tramite il nuovo portale, messo a disposizione degli utenti nel periodo 15 Giugno/15 Settembre 2013.

Allo scopo di raggiungere il maggior numero possibile di partecipanti, alla luce delle esperienze non sempre positive di precedenti indagini, è stato trasmesso per posta elettronica un apposito messaggio di invito a quei cittadini, imprese, associazioni ecc. che hanno interagito con l'URP nell'ultimo anno.

I risultati sono di seguito riportati.

## Rispondenti alle indagini di customer satisfaction negli ultimi anni

|             |           |
|-------------|-----------|
| 2010        | 26        |
| 2011        | 340       |
| 2012        | 120       |
| <b>2013</b> | <b>36</b> |

La scarsa partecipazione dei cittadini può essere stata determinata dalla ripetizione della stessa indagine anno per anno, che potrebbe avere esaurito la voglia di collaborazione da parte degli Utenti.

Tuttavia, i 36 questionari ottenuti possono fornire utili informazioni sulle scelte effettuate e per orientare l'ufficio sulle iniziative da intraprendere per migliorare il rapporto con l'Utenza.

Nei prossimi paragrafi sono presentati i risultati dell'indagine.

### Parte prima – Chi sono i nostri utenti

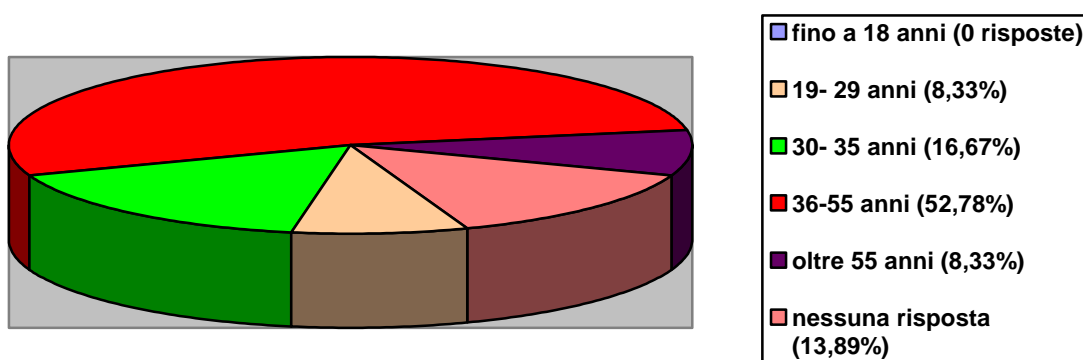
La prima parte dell'indagine mira alla conoscenza della tipologia degli utenti con cui il Dipartimento si relaziona. Parte delle informazioni riportate tengono conto anche delle autonome rilevazioni effettuate dall'URP sulla base dei contatti del sito.

Nello specifico, si riepilogano i risultati.

#### 1 – L'età degli Utenti

I risultati ottenuti confermano che i nostri interlocutori sono in maggioranza persone di età compresa tra 36 e 55 anni, che quindi utilizzano il sito quale fonte di informazioni utili alla propria professione.

Scarsa è, invece, la consultazione da parte dei giovani e assente quella dei giovanissimi, cioè dei soggetti in cerca di lavoro.



## 2 – Utilità del sito

Il sito ha confermato il suo ruolo di primario strumento di informazione e comunicazione diretta con i cittadini e le istituzioni. Infatti, nell'ultimo anno (Ottobre 2012 / Settembre 2013), si registra un numero di accessi pari a 216.991; i visitatori, nello stesso periodo, sono stati 96.795. Il numero medio di pagine visitate è pari a 3,59, segno questo della qualità delle visite e del comportamento dei nostri visitatori che non si limitano alla semplice lettura dei titoli delle news riportati sulla home page.

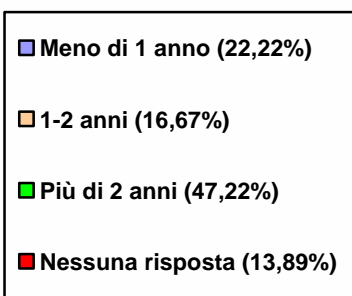
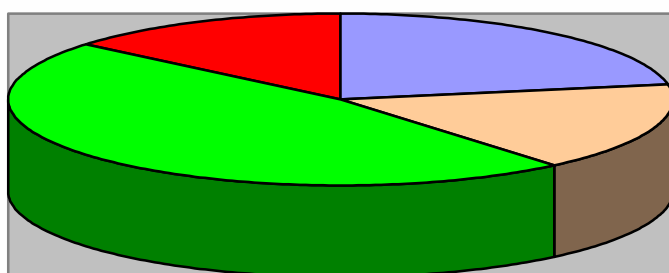
## 3 – Provenienza degli utenti

La tabella sottostante riporta le principali città di provenienza dei visitatori del sito. Come si può notare, tra le prime città spiccano alcune al di fuori dell'ambito strettamente regionale.

|    |               |        |
|----|---------------|--------|
| 1. | Palermo       | 75.345 |
| 2. | Catania       | 51.257 |
| 3. | <b>Roma</b>   | 15.651 |
| 4. | <b>Milano</b> | 10.396 |
| 5. | Messina       | 6.760  |
| 6. | Siracusa      | 4.764  |
| 7. | <b>Napoli</b> | 3.725  |
| 8. | Sciacca       | 2.146  |
| 9. | Ragusa        | 1.849  |

## 4 - Conoscenza del sito Euroinfoscilia

La domanda mira a costatare da quanto tempo gli utenti conoscono il nostro sito. Essa rivela conseguentemente anche il grado di conoscenza del sito e, quindi, la qualità e l'attendibilità dei giudizi espressi.



Dalle risposte pervenute, appare evidente che i nostri interlocutori sono “vecchi” utilizzatori del nostro sito (solo il 22% lo consulta da meno di 1 anno). Tale risultato, peraltro coerente coi risultati delle precedenti indagini, conferma una platea di cittadini che consulta da tempo e abitualmente il sito Euroinfoscilia, considerato quale strumento utile per la propria attività.

## Parte seconda - Il giudizio sul sito Euroinfoscilia

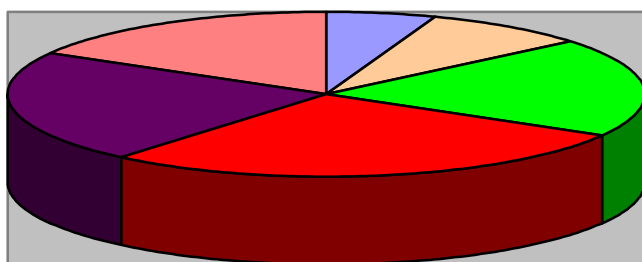
I grafici successivi rappresentano i giudizi espressi sulla qualità del nuovo sito Euroinfoscilia.

Per ogni dimensione valutata, prevalgono i **giudizi positivi** in particolare quelli relativi alla **Raggiungibilità**, alla **Affidabilità** ed alla **Gradevolezza estetica**.

Tra le dimensioni che hanno meno riscontrato il favore degli utenti, segnaliamo la **Chiarezza** (39% circa di giudizi scarsi/mediocri), e la **Modulistica scaricabile** (25% degli utenti ha dato una valutazione scarsa a questo segmento).

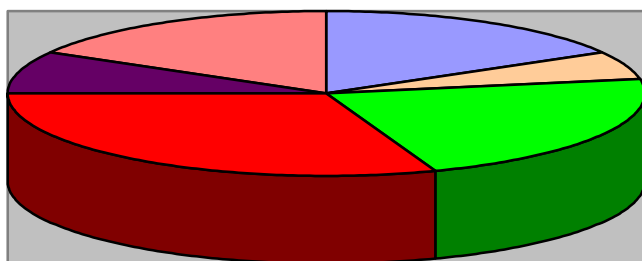
I grafici di seguito rappresentano le valutazioni espresse.

### 3 – Raggiungibilità (tramite Internet)



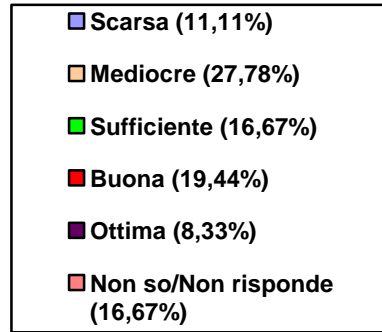
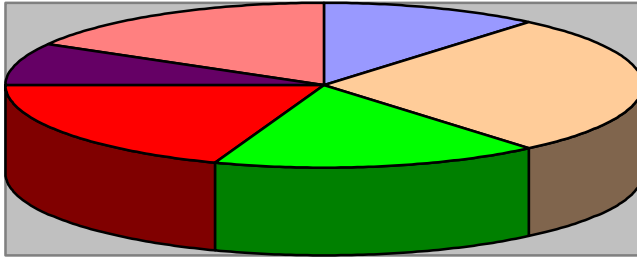
|                                |
|--------------------------------|
| ■ Scarsa (5,56%)               |
| ■ Mediocre (8,33%)             |
| ■ Sufficiente (19,44%)         |
| ■ Buona (27,78%)               |
| ■ Ottima (22,22%)              |
| ■ Non so/Non risponde (16,67%) |

### 4 - Facilità d'uso (navigabilità)

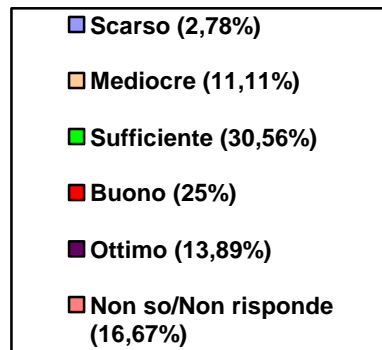
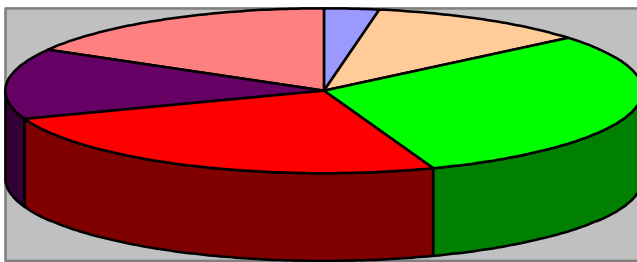


|                                |
|--------------------------------|
| ■ Scarsa (16,67%)              |
| ■ Mediocre (5,56%)             |
| ■ Sufficiente (22,22%)         |
| ■ Buona (30,56%)               |
| ■ Ottima (8,33%)               |
| ■ Non so/Non risponde (16,67%) |

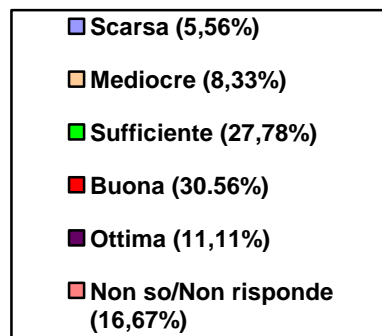
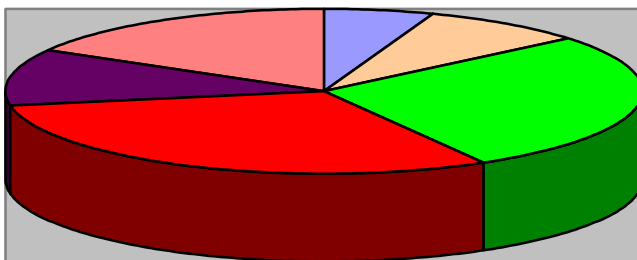
## 5 - Chiarezza



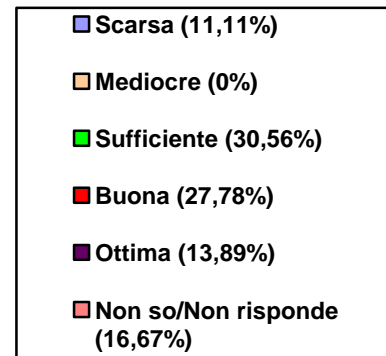
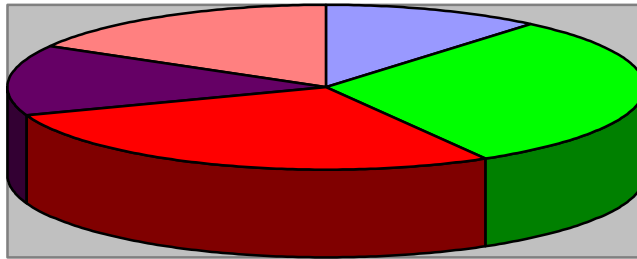
## 6 - Aggiornamento



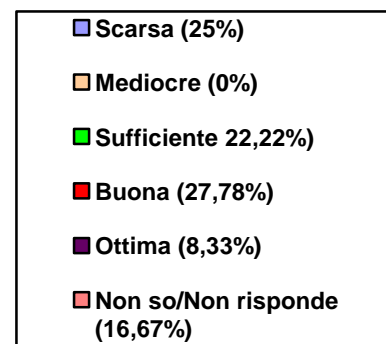
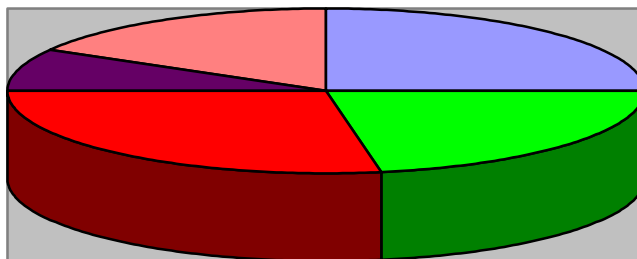
## 7 - Affidabilità



## 8 - Gradevolezza (estetica)



## 9 - Modulistica scaricabile

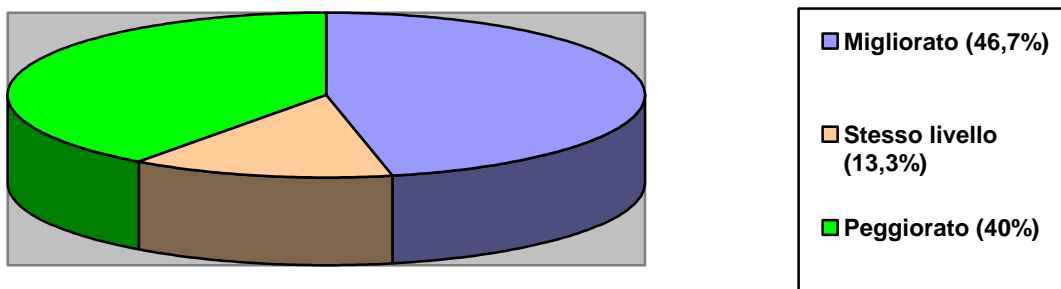


## Parte terza - Il nuovo Euroinfosicilia a confronto con la versione precedente

Avendo verificato nel corso delle precedenti rilevazioni che il sito Euroinfosicilia viene consultato in massima parte da un pubblico di utenti abituali e ormai fidelizzato, abbiamo chiesto se il nuovo Euroinfosicilia, rispetto alla versione precedente, risulta:

- Migliorato;
- Pari livello;
- Peggiorato.

Per ogni opzione, abbiamo inoltre chiesto di motivarne il giudizio. Il grafico sotto rappresentato fornisce i dati rilevati.



Per i nostri utenti, il sito è:

- **Migliorato nel 46,7% dei casi**, in particolare per la grafica utilizzata, per l'aspetto estetico, perché le informazioni risultano più chiare, perché la navigabilità è ora più intuitiva;
- **Analogo al precedente nel 13,3% dei casi**;
- **Peggiorato nel 40% dei casi**, perché risulta lento, più confuso, gli allegati a volte non risultano scaricabili, manca la newsletter, la grafica è peggiorata, i titoli sono generici e costringono gli utenti a scaricare gli allegati per capire se risultano di interesse o meno.

#### Parte quarta – Le indicazioni emerse dall'indagine

I giudizi raccolti confermano, sostanzialmente, le impressioni “a caldo” fornite dagli utenti nell'ultima rilevazione, pur in presenza di piccole differenze sulle quali occorre fare alcune riflessioni.

##### 1. Allargare la platea degli utenti

Il portale Euroinfoscilia rimane uno strumento di indubbia validità per l'accesso alle opportunità del P.O. Fesr 2007-2013, ma continua ad essere prevalentemente utilizzato da una platea di “addetti ai lavori”, ovvero da persone che conoscono il sito già da tempo e svolgono un'attività lavorativa in proprio.

Nel contempo, però, risulta snobbato dai giovani e, soprattutto, dai giovanissimi che non lo considerano un veicolo di informazioni utili per chi cerca un lavoro o un nuovo lavoro.

Si ritiene di suggerire, pertanto, che nel caso in cui bandi e avvisi pubblici siano destinati, tra gli altri, anche ai giovani in cerca di occupazione, le azioni pubblicitarie eventualmente svolte dall'ente attuatore miri anche al coinvolgimento delle strutture scolastiche/universitarie, nonché di quelle associazioni prevalentemente operanti nei settori giovanili.

##### 2. Migliorare la qualità delle informazioni

Se sostanzialmente positivi sono i giudizi sul sito Euroinfoscilia, appare comunque necessario rimodulare le modalità di pubblicazione delle news sulle esigenze rappresentate dagli utenti.

In particolare, è necessario che i Referenti della Comunicazione (soggetti che richiedono le pubblicazioni sul portale), e soprattutto il personale del Dipartimento addetto a pubblicare le notizie (a cui è demandato il compito di rivedere -se necessario- le bozze) adottino procedure atte ad assicurare:

- titoli brevi delle news, dai quali possa esserne immediatamente desunto il contenuto,;
- un testo di accompagnamento alle news chiaro, privo di linguaggio burocratico, ridondanze, acronimi e tecnicismi;
- allegati perfettamente scaricabili, eventualmente anche di diverso formato elettronico.

### **3. Assistere gli utenti durante la navigazione nel sito**

Alcuni utenti hanno lamentato difficoltà durante la navigazione nel sito, in quanto lo ritengono confuso. Al fine di fornire loro una migliore e più assistenza, abbiamo già incluso nel format di contatto con il Dipartimento (che consente agli utenti di scrivere sostanzialmente un messaggio di posta elettronica all'URP), anche i riferimenti telefonici e di fax del medesimo ufficio, in modo da assicurare un contatto più immediato col Dipartimento.

### **4. La newsletter**

Come già indicato nelle premesse, il portale è utilizzato sostanzialmente da utenti fidelizzati. Parte di essi erano già usi al vecchio portale Euroinfoscilia del POR Sicilia 2000-2006, dove sussisteva la possibilità di iscriversi ad una *newsletter* sui temi e argomenti selezionati dall'utente.

Anche il nuovo portale consente di ricevere una *newsletter* di carattere, però, generalista, che potrà essere ottimizzata in futuro con l'ausilio di un'assistenza tecnica dedicata. La registrazione ad Euroinfoscilia permette, d'altra parte, una navigazione personalizzata; aspetto, questo, assolutamente innovativo rispetto al passato.