

Indagine di Customer Satisfaction

1° semestre 2023

report



realizzata da



Funzione Segreteria del
Consiglio di Amministrazione -
Unità Relazioni con gli Stakeholder
– Customer listening



	Pag.
💧 La Customer Satisfaction in Acea	3
💧 Metodologia	4
💧 Profilo utenza e utilizzatori dei canali	7
💧 Caratteristiche immobile	8

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 9

SEZIONE CUSTOMER SATISFACTION 11 (aree d'indagine comuni a tutte le società del Gruppo Acea)

💧 Giudizio "di pancia" sul servizio idrico	12
💧 Qualità dell'acqua	15
💧 Aspetti tecnici del servizio	17
💧 Fatturazione	20
💧 Rapporto qualità prezzo	25
💧 Segnalazione guasti	27
💧 Intervento tecnico	30
💧 Numero Verde Commerciale	33
💧 Sportello	37
💧 Area Clienti My Fiora	41
💧 Sito internet	44

SEZIONE OPEN 47 (aree di approfondimento su temi d'interesse della società)

💧 Aspetti da migliorare	48
💧 Servizio di videochiamata	49
💧 Numero Verde Commerciale	50
💧 Sportello	51
💧 Scelta dello sportello rispetto al NV	52
💧 Area Clienti My Fiora	53
💧 App My Fiora	54
💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico	55
💧 Utilizzo dell'acqua potabile	56
💧 Comunicazione da parte dell'azienda	58
💧 Temi e canali di comunicazione	59

APPROFONDIMENTO PARAMETRICO 60

Pag.

Il Gruppo Acea ha fatto della strategia dell'attenzione verso il cliente un processo fondamentale dell'agire d'impresa sviluppando una politica di ascolto dei propri clienti attraverso rilevazioni periodiche di Customer Satisfaction.

Le Società oggetto d'indagine in Italia per l'area *Idrico* sono: **ACEA ATO 2 Roma** (Roma e Fiumicino e i Comuni acquisiti nella **Provincia di Roma**), **ACEA ATO 5, Gori, Umbra Acque, SII, AdF, Acque, Publiacqua, Acea Molise, Gesesa** e **Geal**, mentre per il settore *Energia*: **ACEA Energia** e **Areti** (servizi distribuzione energia elettrica e illuminazione pubblica).

Ogni annualità prevede circa 72.000 interviste su territorio nazionale - con cadenza di rilevazione semestrale.

Per il biennio 2022-2023, **CSA Research** si occuperà dell'impostazione tecnica della ricerca, della raccolta dati e dell'analisi dei risultati.

L'attività di coordinamento all'interno di ACEA è svolta dalla Funzione Segreteria del Consiglio di Amministrazione - Unità Relazioni con gli Stakeholder – Customer listening, in costante collaborazione con le Società interessate.

Il presente documento restituisce i risultati dell'indagine di **Customer Satisfaction** rispetto al servizio offerto dalla Società **AdF SpA**, con riferimento al **primo semestre 2023**.

L'analisi di Customer Satisfaction ha previsto la realizzazione di interviste a **campioni rappresentativi** dei clienti di AdF.

Hanno partecipato all'indagine **2.002 clienti** della società: la raccolta dei dati è avvenuta dall'1 febbraio all'8 luglio 2023 con rilevazioni mensili.

Le popolazioni di riferimento sono rappresentate:

- ❑ **DALLE UTENZE DOMESTICHE DIRETTE PRESENTI NEI COMUNI RICADENTI NELL'AMBITO TERRITORIALE OTTIMALE – TOSCANA OMBRONE;**
- ❑ **DAI CLIENTI CHE NEL PERIODO PRECEDENTE LA RILEVAZIONE HANNO CONTATTATO ADF PER SEGNALAZIONI O RICHIESTE.**

La raccolta dei dati avviene in modalità:

- **C.A.T.I.** (Computer Assisted Telephone Interview) per le indagini di call back
- integrata **C.A.T.I.** - **C.A.W.I.** (Computer Assisted Web Interviewing) per l'indagine generalista e il call back sportello online

L'intervista è stata somministrata alla persona in famiglia che si occupa maggiormente dei rapporti con il fornitore dell'acqua, e/o ha contattato l'azienda per segnalazioni/richieste.

Il presente documento riporta i dati dell'indagine a confronto con i risultati dei precedenti semestri. Nel confronto si tenga conto che a partire dal primo semestre 2022 i risultati analizzati e presentati considerano congiuntamente le interviste realizzate con la differente tecnica di raccolta dati (CATI/CAWI).

L'impianto di ricerca è articolato in diverse rilevazioni campionarie:

- Q **901** interviste rivolte a **clienti domestici con utenza diretta**, 700 in modalità CATI e 201 CAWI (**indagine generale**)
 - Q **200** interviste rivolte a clienti che **hanno chiamato il Numero Verde Commerciale** (**call back NV Commerciale**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno chiamato il Numero Verde segnalazione guasti** (**call back NV segnalazione guasti**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono recati presso gli sportelli** (**call back sportelli fisici**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno ricevuto un intervento tecnico** (**call back intervento tecnico**)
 - Q **301** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono registrati all'Area Clienti My Fiora**, 201 in modalità CATI e 100 CAWI (**call back Area Clienti My Fiora**)
- *Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate CATI sul campione generale di 900 casi è pari a +/- 3,27 punti percentuali, al 95% di probabilità.*

Per la definizione del campione di clienti domestici con utenza diretta sono state prese in considerazione 3 aree territoriali. I campioni territoriali sono rappresentativi del peso effettivo di ciascuna zona (n° utenze).

L'elenco delle utenze è stato fornito da AdF.



AREA CLIENTI domestici	CAMPIONE n° interviste	% AREA
AREA COSTA	353	39,2
AREA MONTANA	171	19,0
AREA SENESE	377	41,8

I campioni di clienti utilizzatori dei canali di contatto sono stati estratti casualmente dagli elenchi forniti da AdF.

Profilo utenza e utilizzatori dei canali



%

**UTENZA
GENERALE**

**SEGNALAZIONE
GUASTI**

**INTERVENTO
TECNICO**

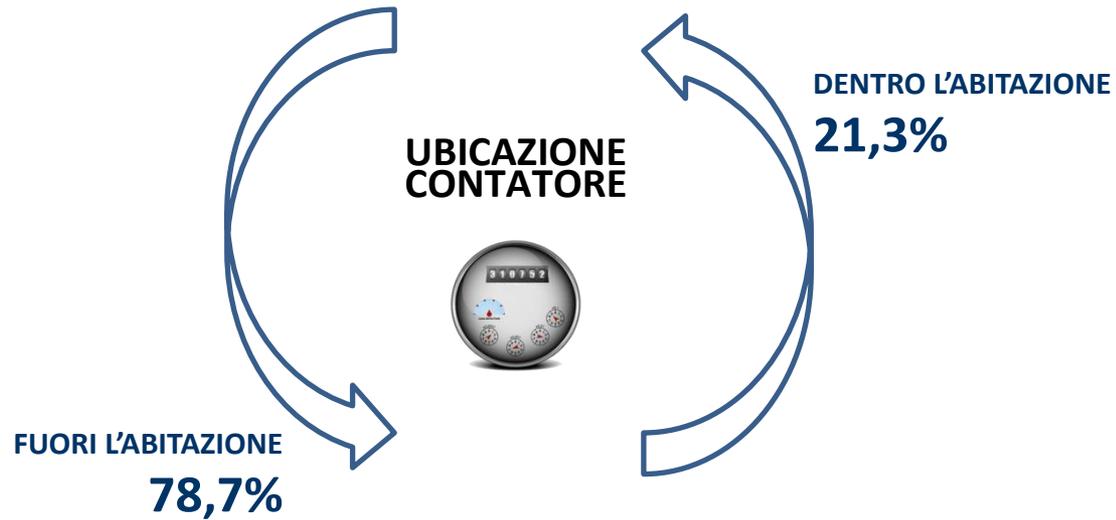
**NUMERO VERDE
COMMERCIALE**

SPORTELLO

**AREA CLIENTI
MY FIORA**

UOMO	53,5	56,0	62,5	51,0	50,0	63,1
DONNA	46,5	44,0	37,5	49,0	50,0	36,9
18-34 ANNI	3,0	3,7	5,3	7,4	9,3	7,9
35-44 ANNI	10,8	16,8	24,3	15,8	20,8	18,2
45-54 ANNI	20,5	31,4	32,8	34,7	31,7	42,3
55-64 ANNI	19,5	19,9	18,5	16,8	14,8	18,6
65 + ANNI	46,2	28,3	19,0	25,3	23,5	13,1
ISTRUZIONE SUPERIORE	59,2	65,6	74,3	75,5	75,0	90,3
ISTRUZIONE INFERIORE	40,8	34,4	25,7	24,5	25,0	9,7
LAVORATORE DIPENDENTE	33,8	44,4	50,5	47,4	51,5	63,7
LAVORATORE AUTONOMO	10,3	15,3	22,7	17,5	14,5	15,9
DISOCCUPATO – IN CERCA	0,9	1,0	0,0	1,5	1,0	0,3
PENSIONATO	45,4	26,0	16,0	20,1	21,5	13,8
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	9,7	13,3	10,8	13,4	11,5	6,2

UBICAZIONE IMMOBILE



→ CSI PARZIALI

Sono calcolati come media ponderata della % di soddisfazione tenendo conto dell'importanza attribuita a ciascun aspetto.

→ CSI COMPLESSIVO

Media ponderata fra i CSI parziali. I pesi sono stati modificati a partire dal primo semestre 2023, a seguito di un progetto di ridefinizione del modello di calcolo, che ha coinvolto clienti e rappresentanti delle società campione.

$$\text{In formula: } \frac{\sum_{i=1}^n \text{CSI PARZIALE}_i \times \text{PESO FATTORE}_i}{\sum_{i=1}^n \text{PESO FATTORE}_i}$$

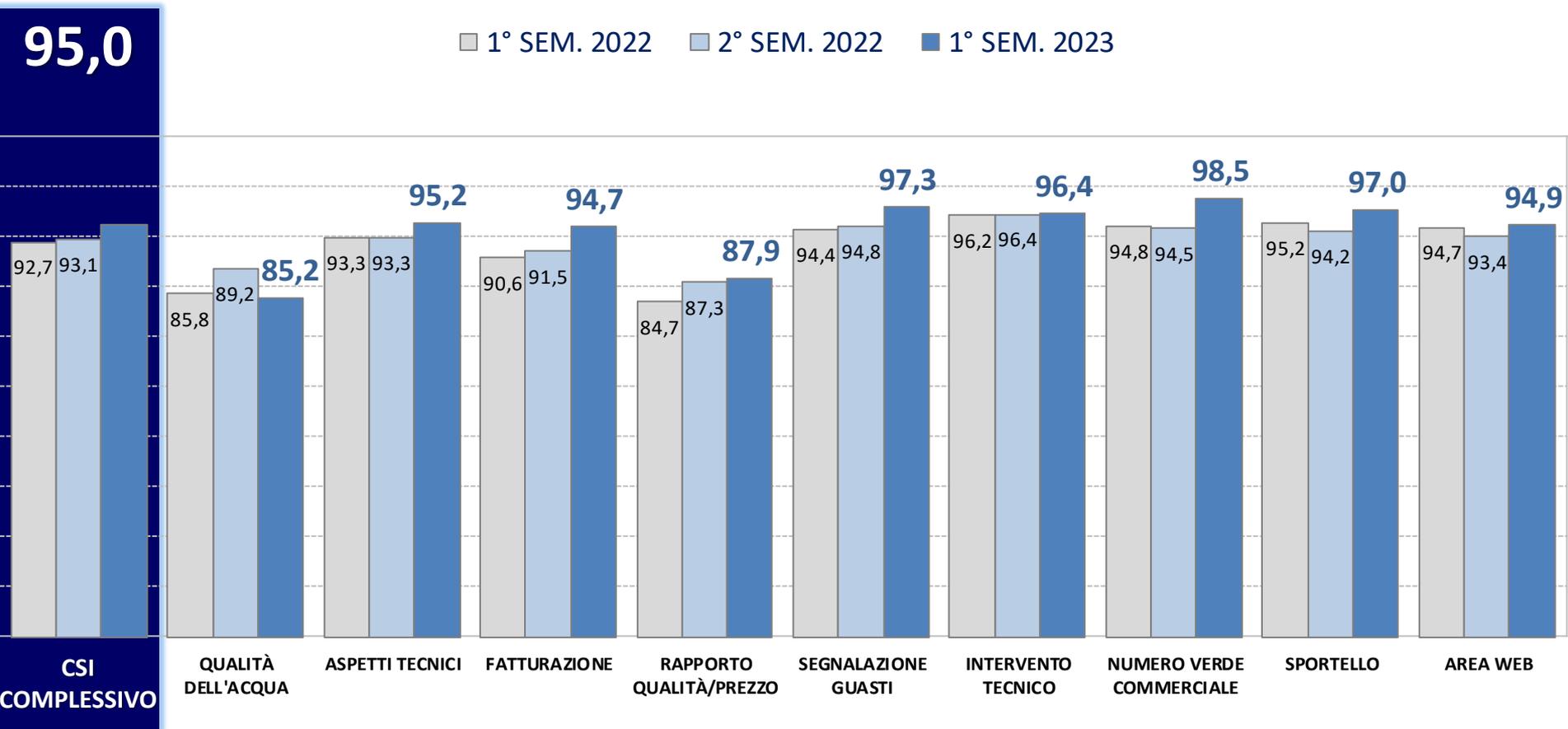
CSI in uso fino al 31/12/2022

CSI PARZIALI	PESO FATTORE
ASPETTI TECNICI	25
FATTURAZIONE	20
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	10
SEGNALAZIONE GUASTI	10
INTERVENTO TECNICO	10
NUMERO VERDE COMMERCIALE	15
SPORTELLO	10

CSI in uso dal 01/01/2023

CSI PARZIALI	PESO FATTORE
QUALITÀ DELL'ACQUA	7
ASPETTI TECNICI	20
FATTURAZIONE	16
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	6
SEGNALAZIONE GUASTI	12
INTERVENTO TECNICO	10
NUMERO VERDE COMMERCIALE	14
SPORTELLO	8
AREA WEB	7

CSI – Customer Satisfaction Index



95,4
(CSI fino al 2022)

Sezione Customer Satisfaction

- Servizio idrico nel complesso
- Qualità dell'acqua
- Aspetti generali del servizio
- Canali di contatto

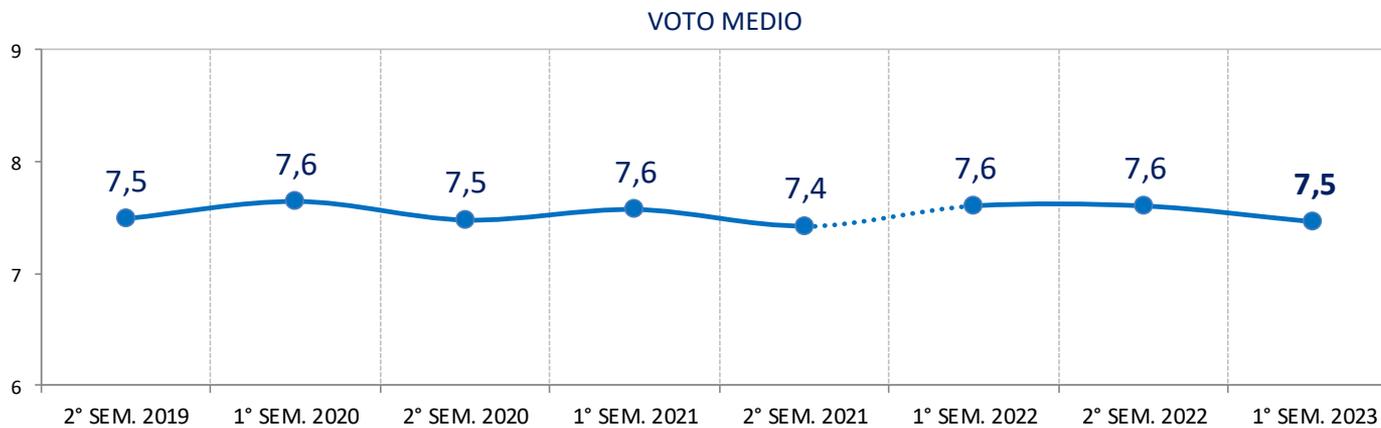
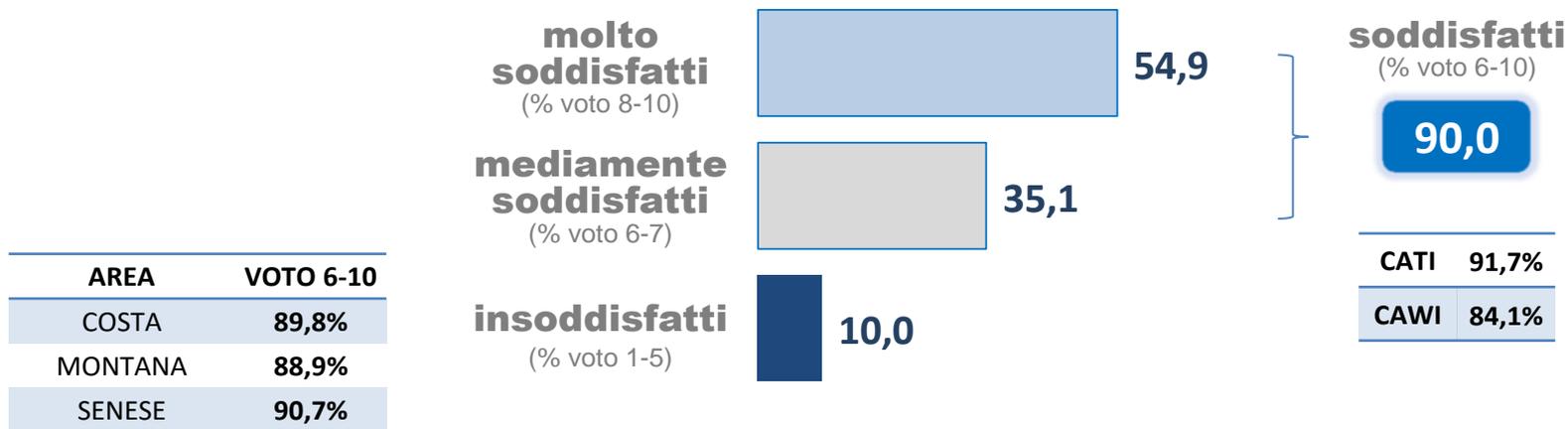
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **GIUDIZIO COMPLESSIVO**: giudizio dell'utente sul servizio fornito da AdF espresso con un voto da 1 a 10 dove 1 significa pessimo e 10 ottimo
- **GIUDIZIO SUGLI ASPETTI**: giudizi degli utenti sui singoli aspetti costituenti il servizio espresso con un voto da 1 a 10 dove 1 significa pessimo e 10 ottimo.

Gli utenti **Soddisfatti** esprimono un voto **6-10**.

Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

“Per cominciare, può esprimere il suo giudizio globale su AdF, pensando agli ultimi 6 mesi, dando un voto da 1 a 10?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

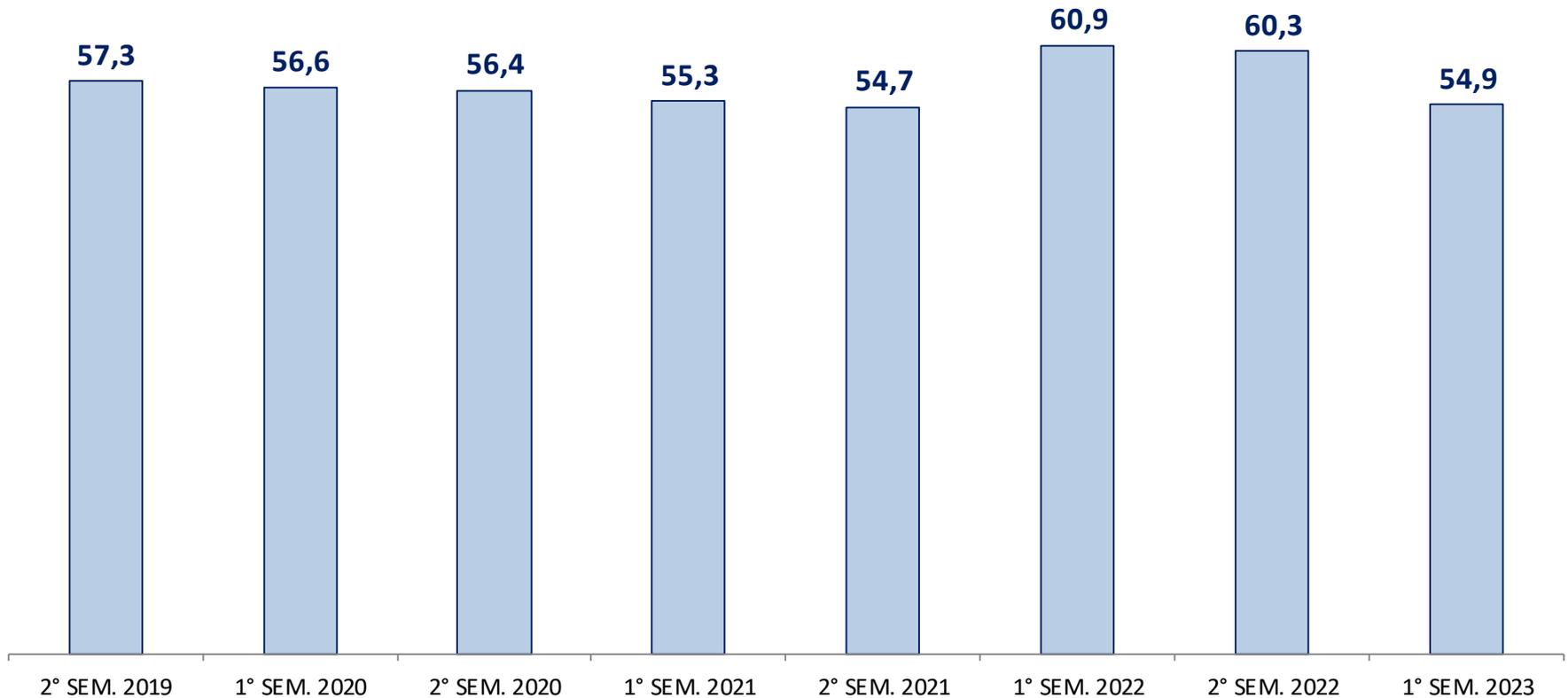


CATI	7,5
CAWI	7,3

Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

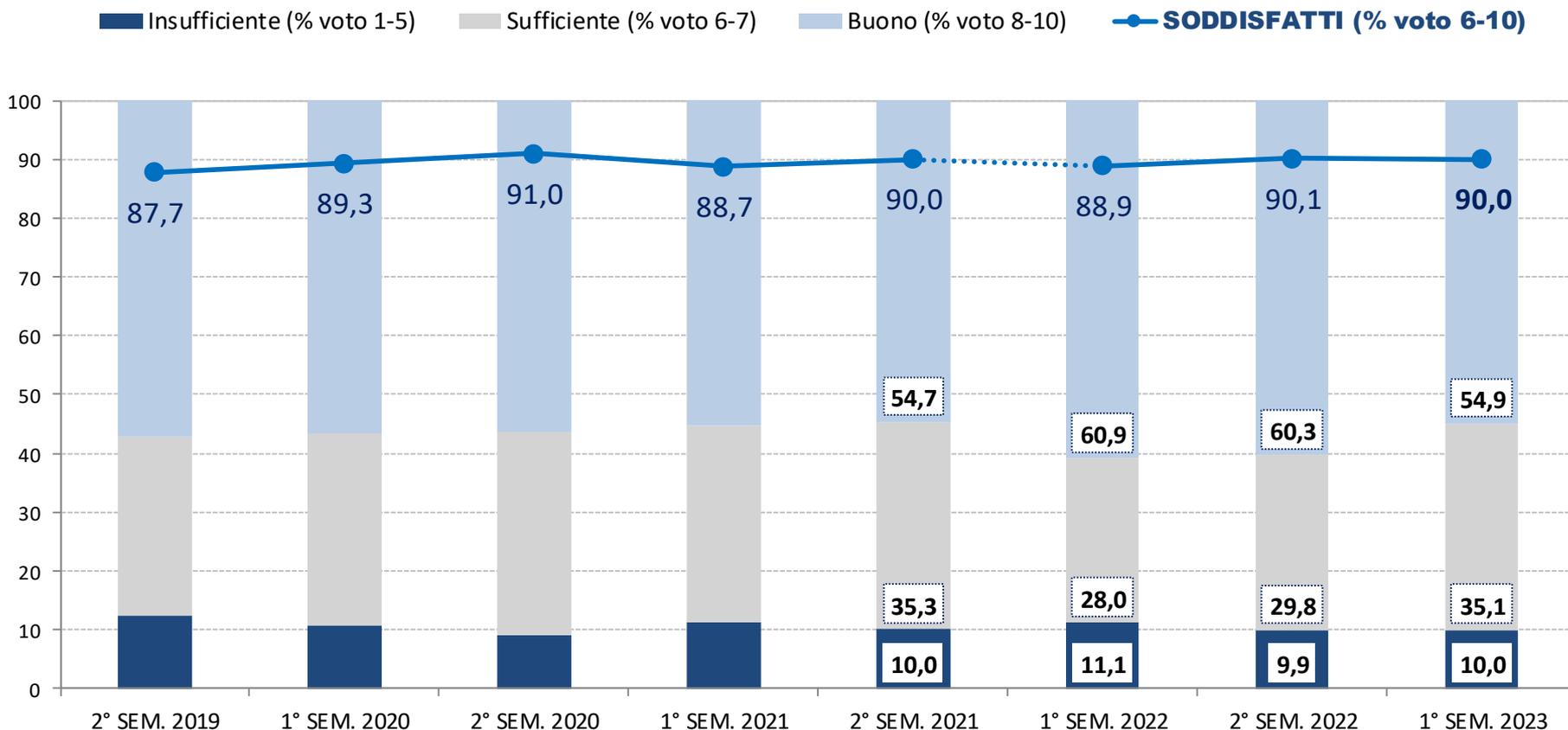
“Per cominciare, può esprimere il suo giudizio globale su AdF, pensando agli ultimi 6 mesi, dando un voto da 1 a 10?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

molto soddisfatti (% voto 8-10)



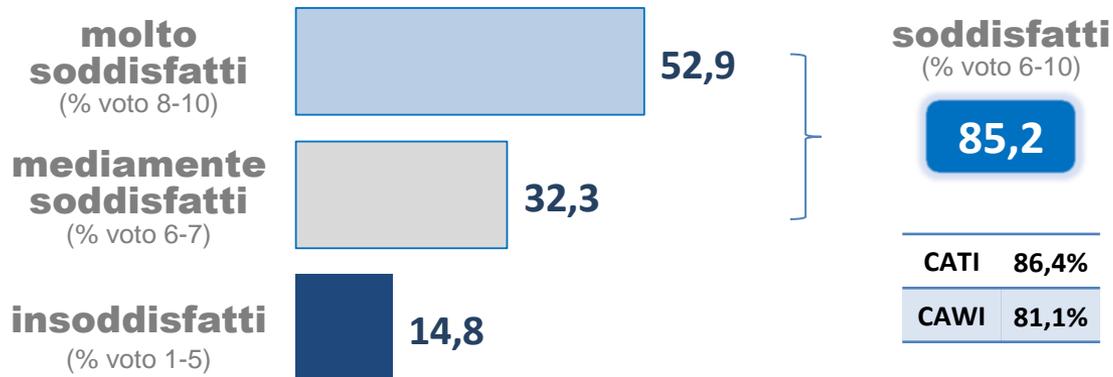
Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

“Per cominciare, può esprimere il suo giudizio globale su AdF, pensando agli ultimi 6 mesi, dando un voto da 1 a 10?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



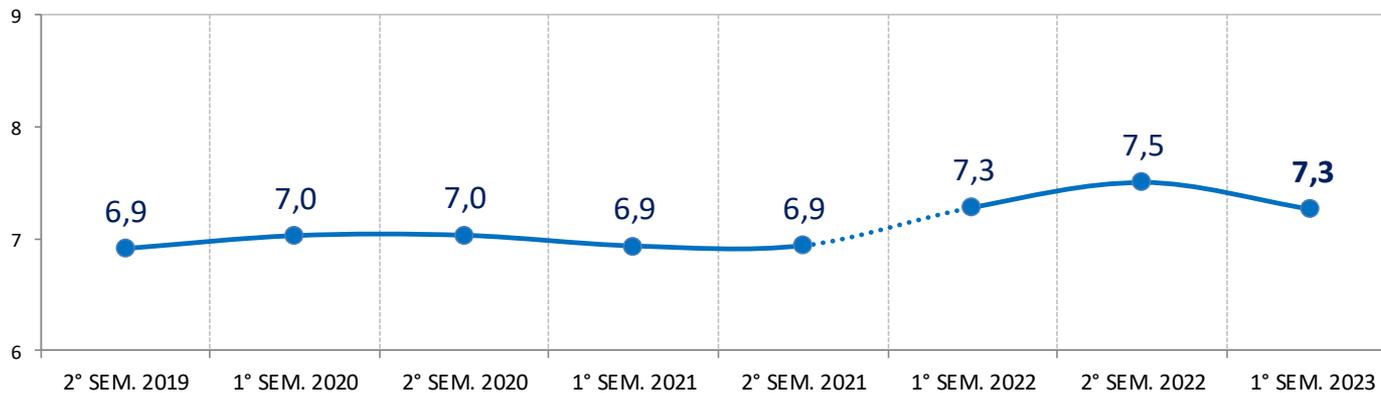
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? Nella valutazione sarebbe opportuno che lei non tenesse in considerazione eventi sporadici derivanti da guasti” [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

CONSUMO DI ACQUA	VOTO 8-10
Regolare	71,0%
Mai	29,0%



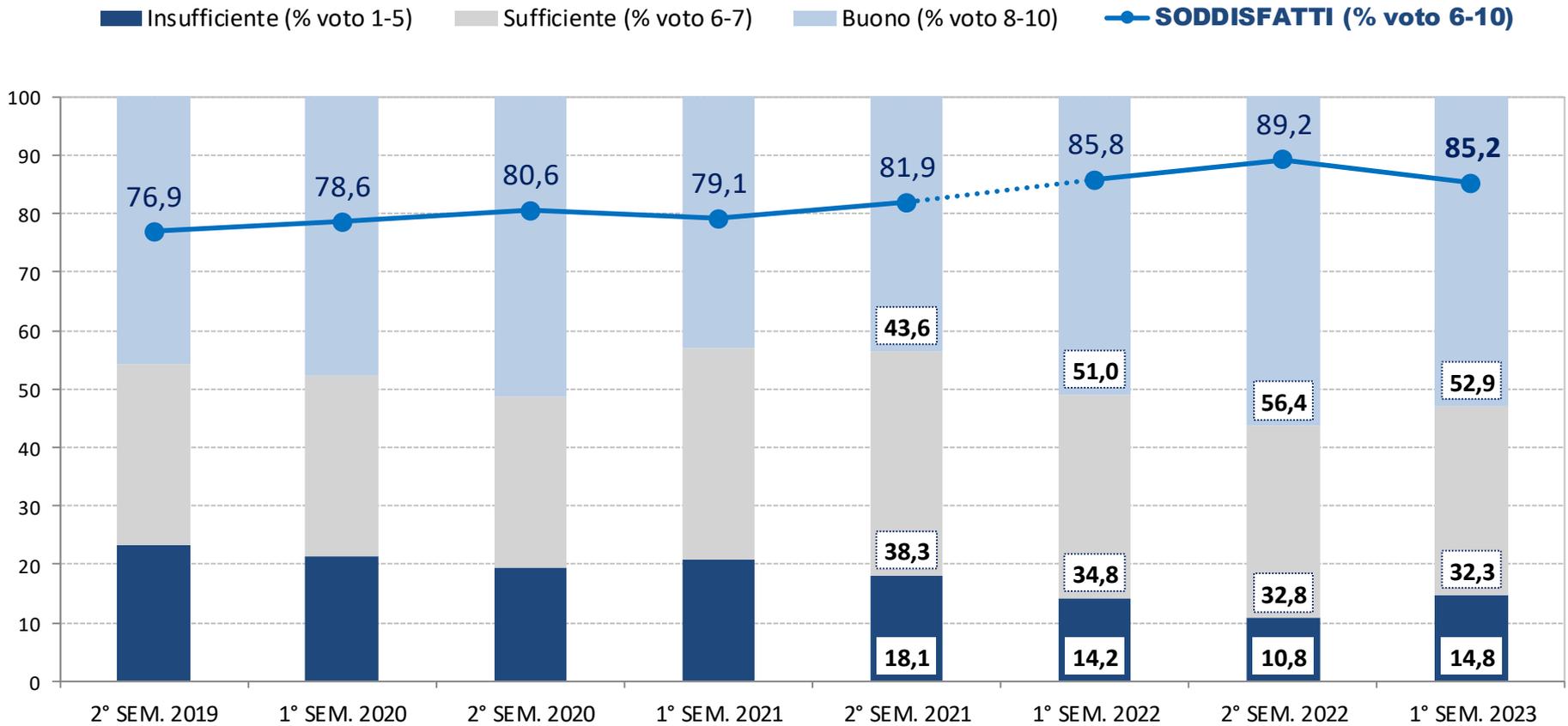
CATI	86,4%
CAWI	81,1%

VOTO MEDIO

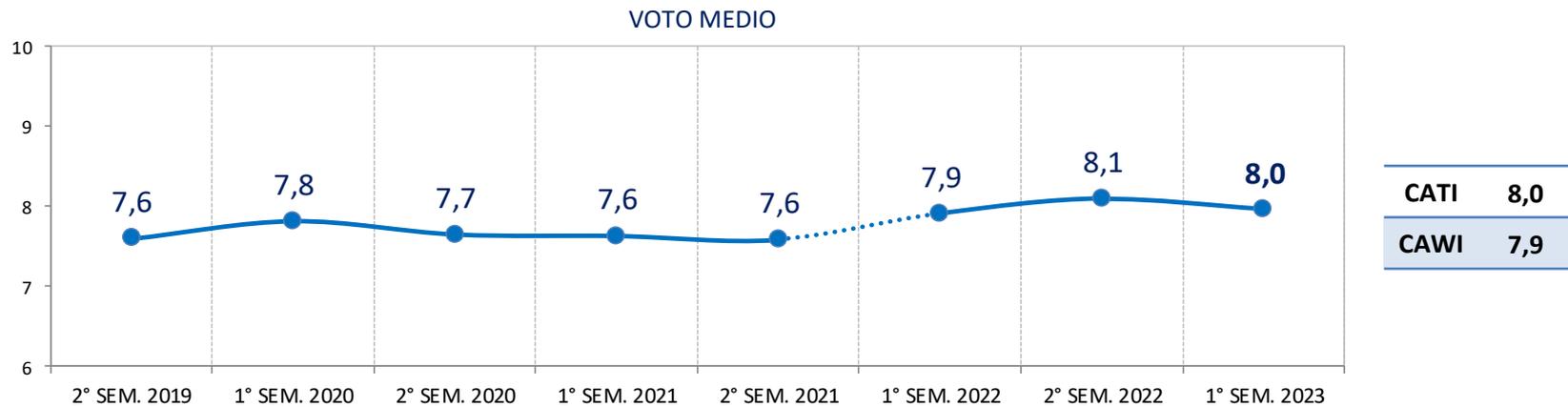
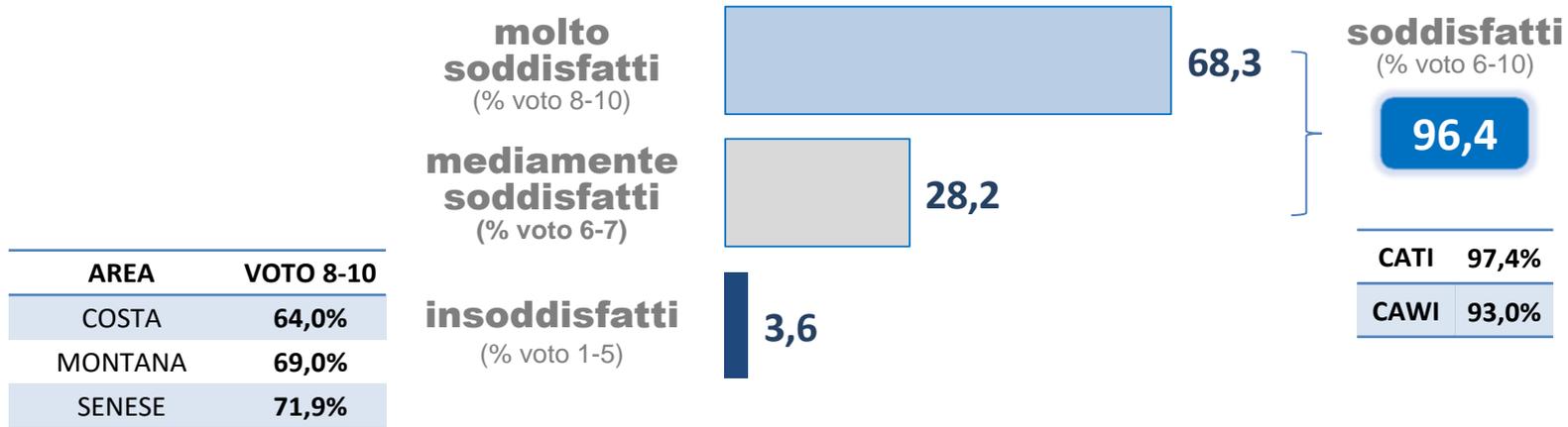


CATI	7,3
CAWI	7,2

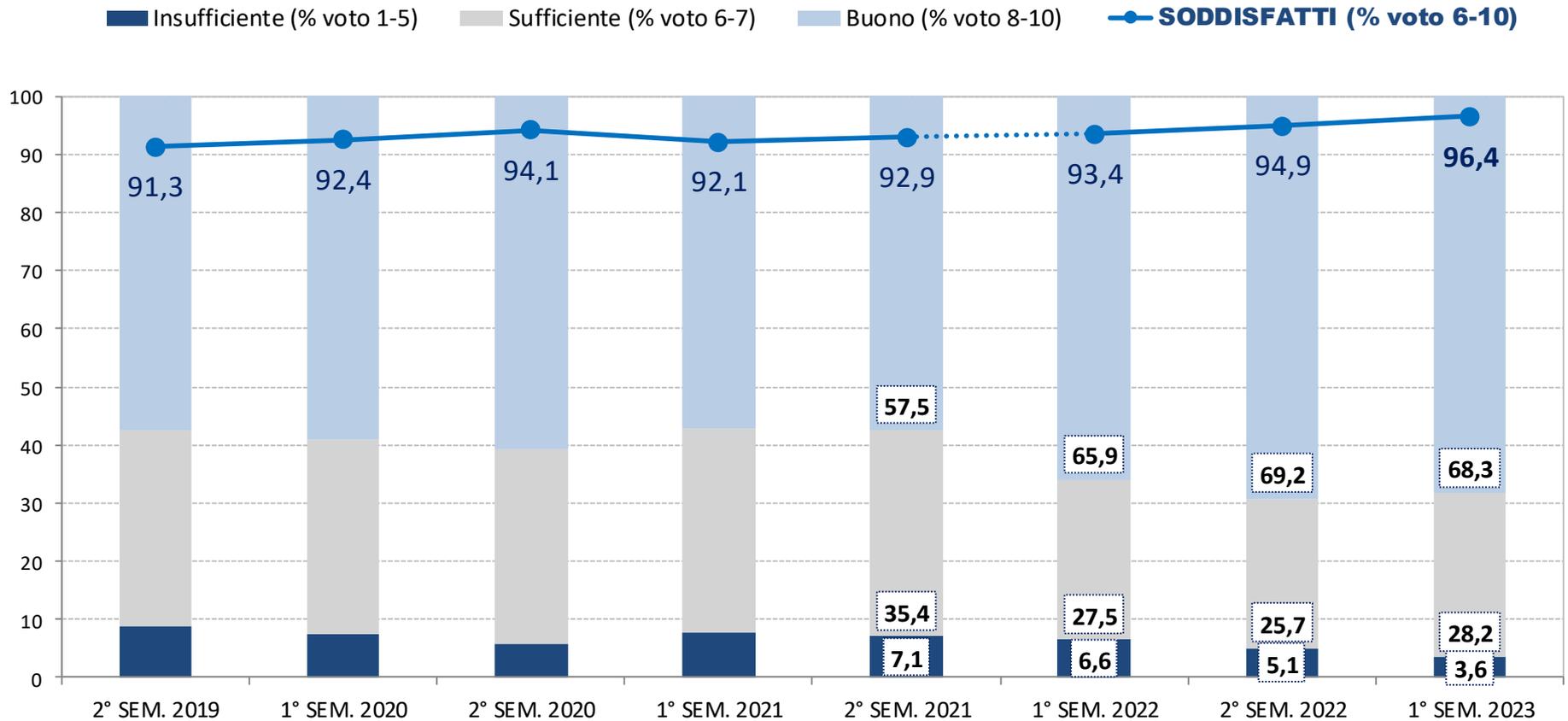
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]”



“Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF?
Nella valutazione sarebbe opportuno che lei non tenesse in considerazione eventi sporadici derivanti da guasti.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



“Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

“Nella valutazione sarebbe opportuno che lei non tenesse in considerazione eventi sporadici derivanti da guasti”

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

CONTINUITÀ
DEL SERVIZIO



8,1

72,0

LIVELLO DI
PRESSIONE ACQUA



7,8

28,0

CONDOMINIO



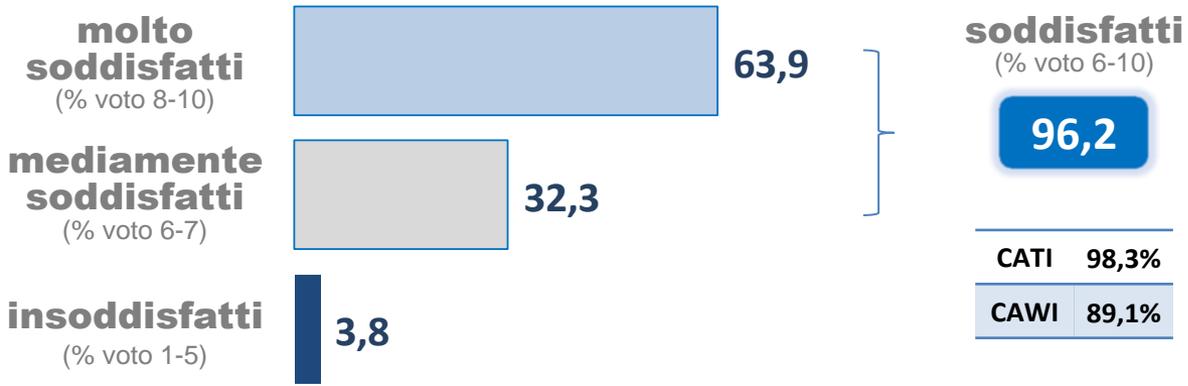
92,9%

UNITÀ INDIPENDENTE



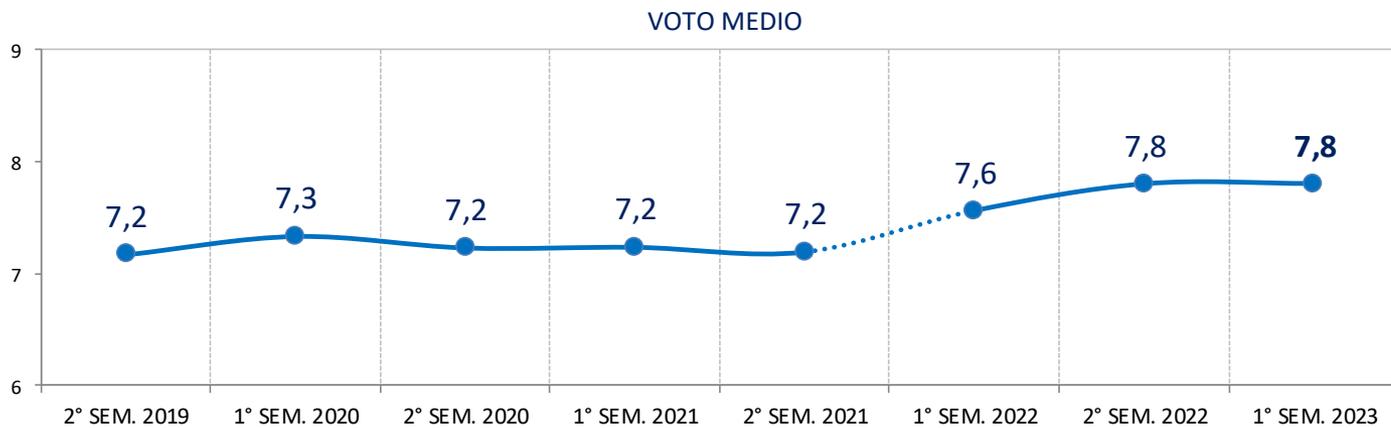
96,4%

“Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



GENERE	VOTO 6-10
UOMO	94,8%
DONNA	97,9%

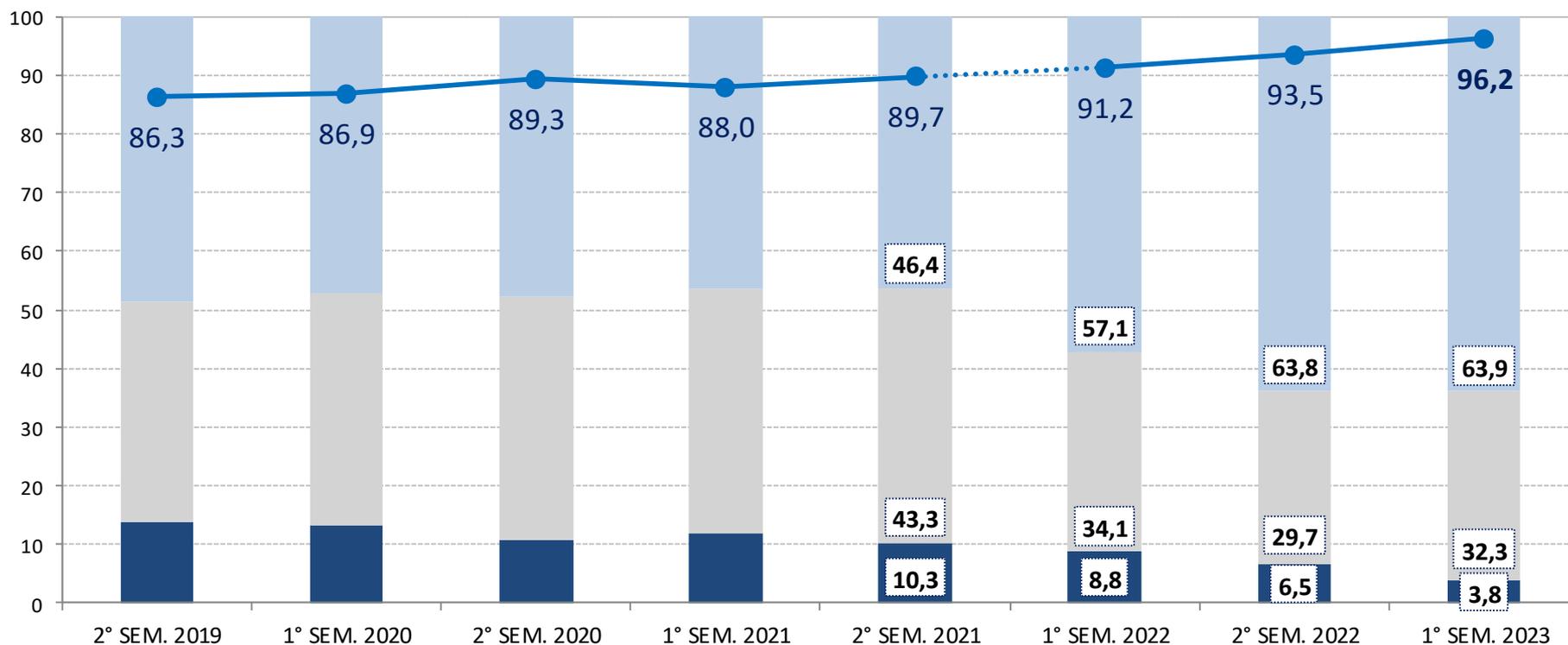
CATI	98,3%
CAWI	89,1%



CATI	7,9
CAWI	7,6

“Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

Insufficiente (% voto 1-5)
 Sufficiente (% voto 6-7)
 Buono (% voto 8-10)
 —● SODDISFATTI (% voto 6-10)



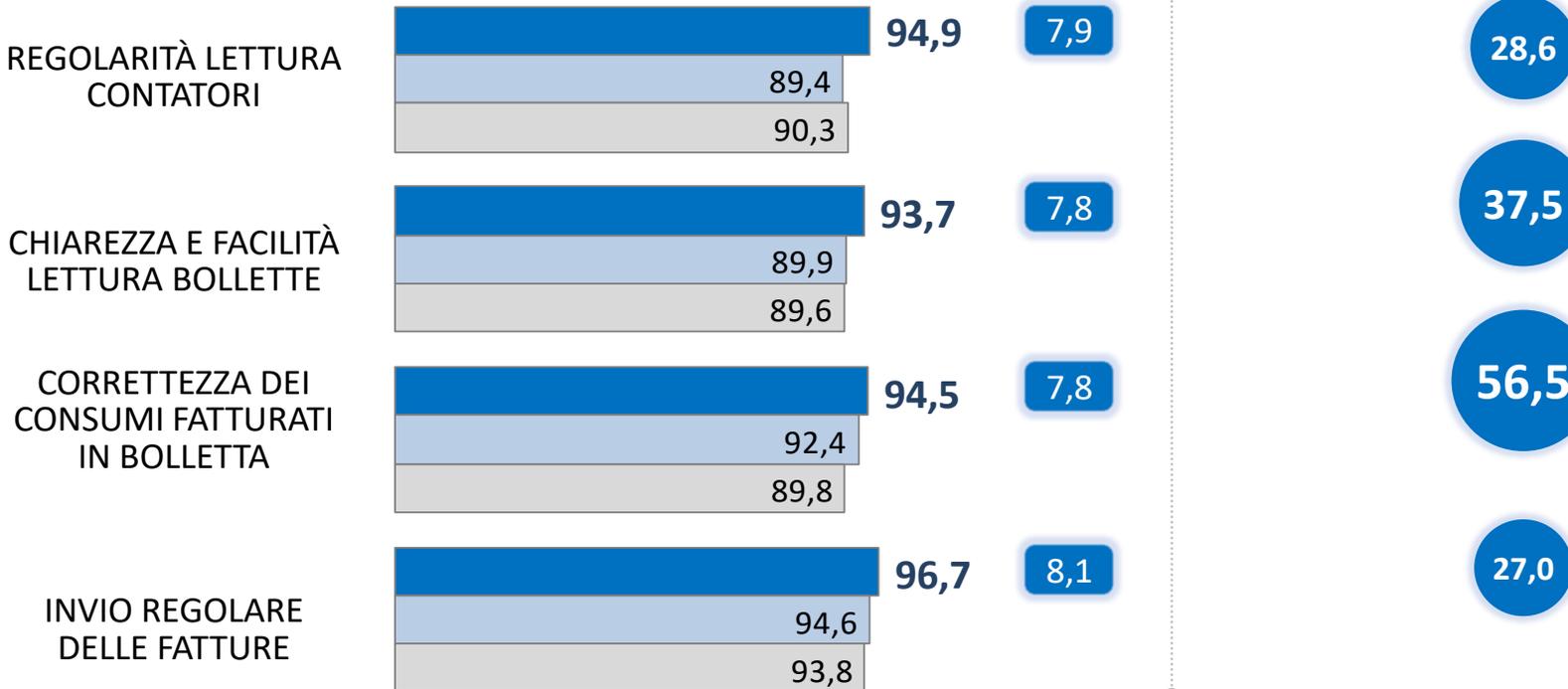
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

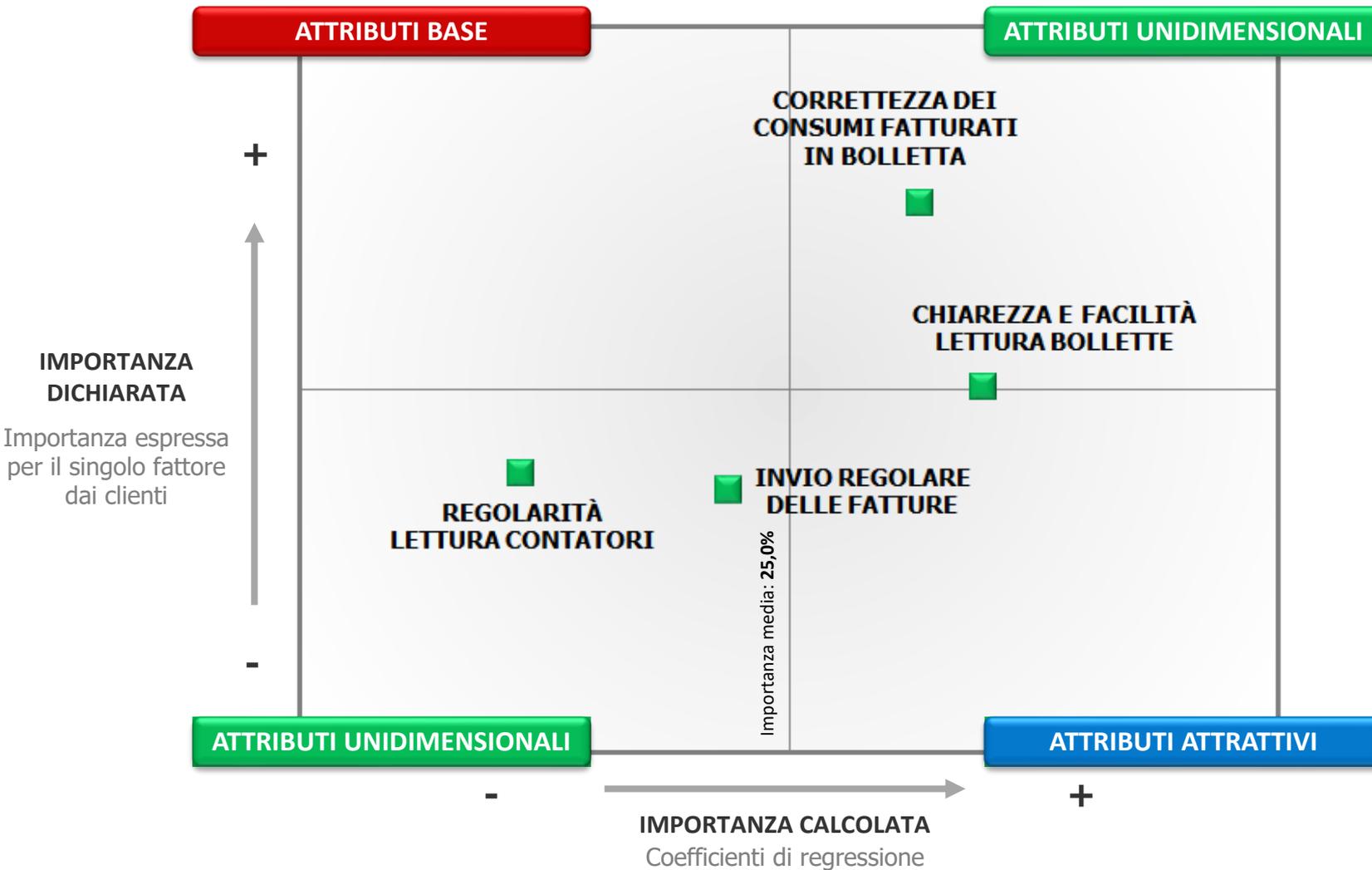
VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)



“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)





- **Attributi di base:** costituiscono prerequisiti del servizio non richiesti esplicitamente, se non sono soddisfatti generano insoddisfazione
- **Attributi Unidimensionali o Lineari:** richiesti dai clienti, il livello di soddisfazione è proporzionale al livello di appagamento
- **Attributi Attrattivi:** se offerti aumentano più che proporzionalmente la soddisfazione, ma non sono causa di insoddisfazione se assenti perché non richiesti

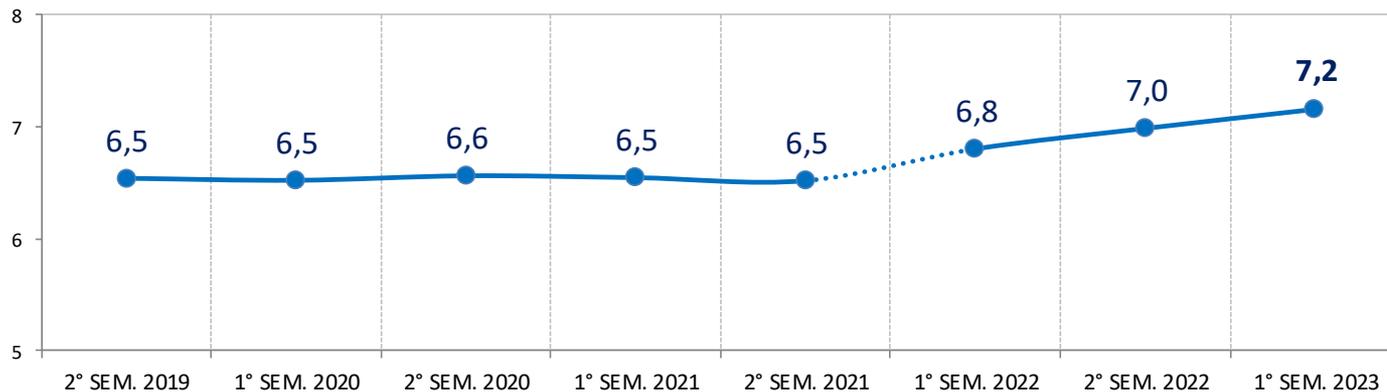
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



GENERE	VOTO 6-10
UOMO	86,1%
DONNA	90,0%

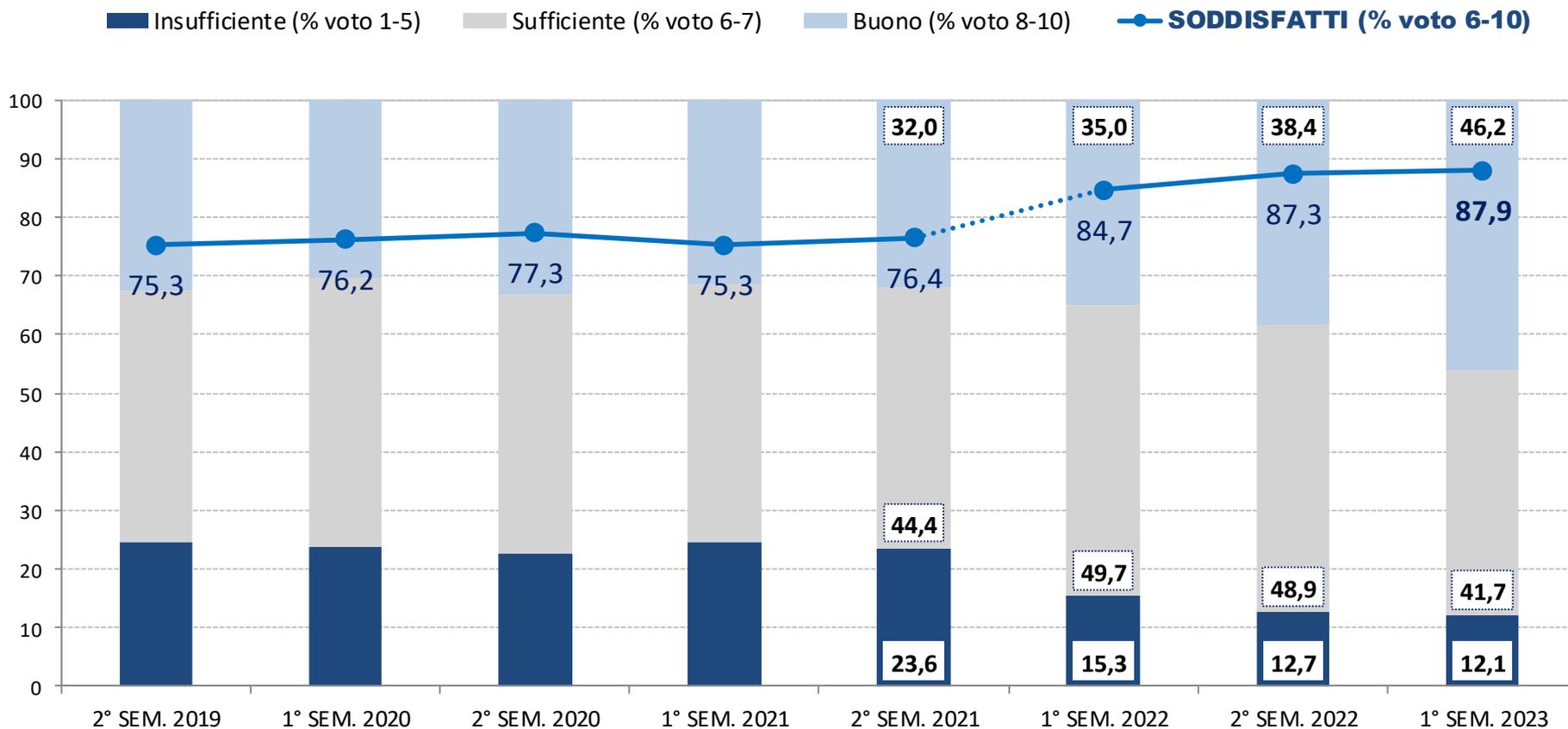
CATI	90,6%
CAWI	78,6%

VOTO MEDIO



CATI	7,3
CAWI	6,8

“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

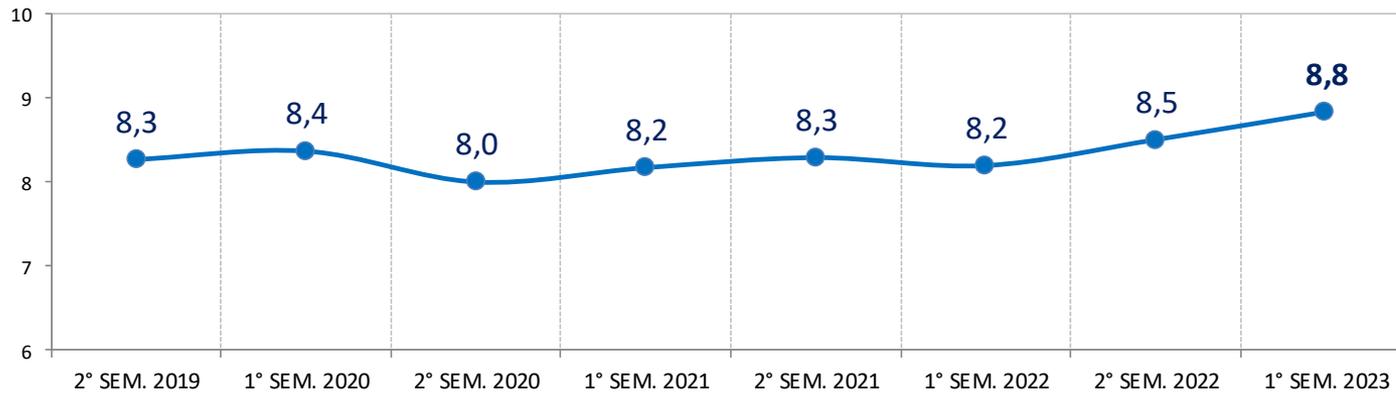


“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Guasti di AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

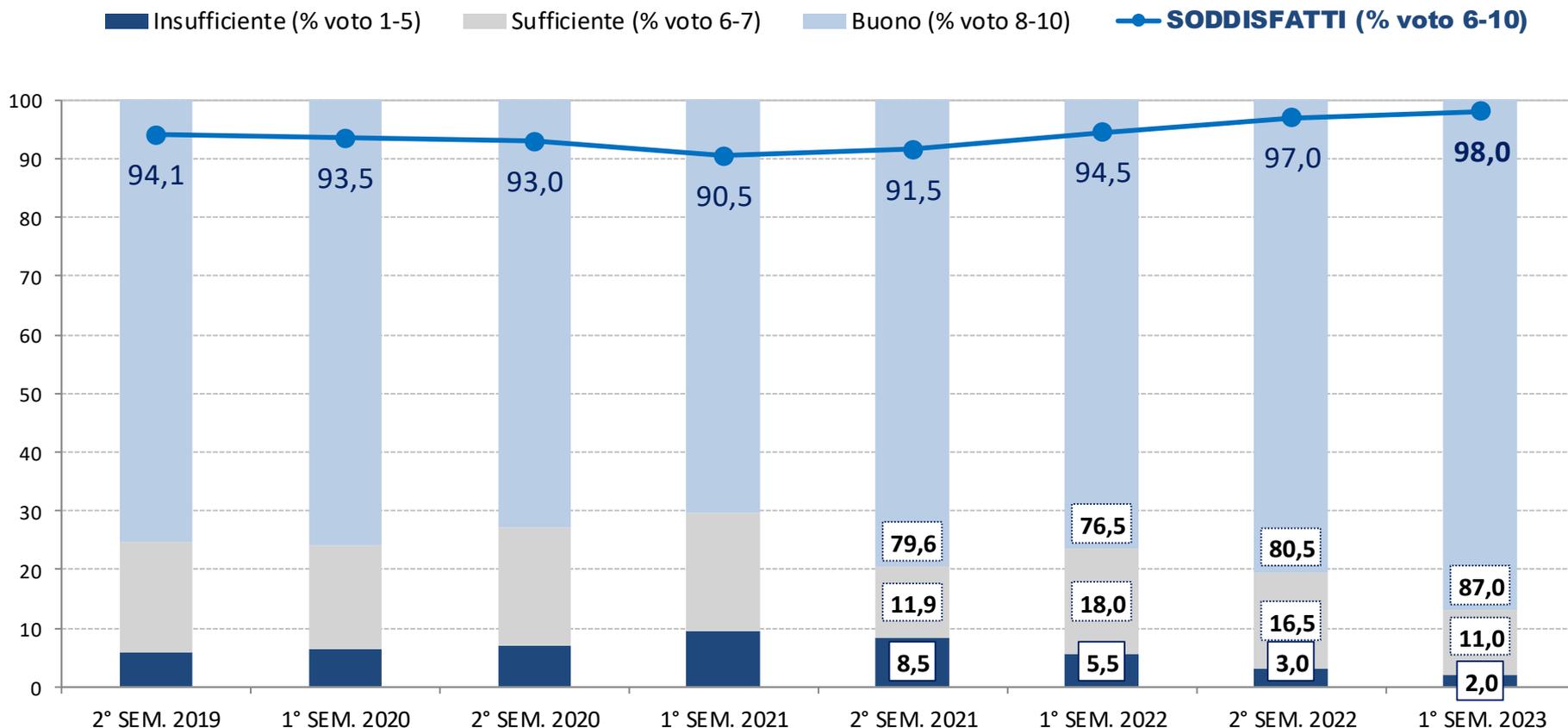


Nell'**89,1%** delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio
[85,7%, 2° SEM. 2022]

VOTO MEDIO



“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Guasti di AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

TEMPI DI ATTESA
PER PARLARE CON
L'OPERATORE TELEFONICO



98,0

8,7

30,5

FACILITÀ DI SEGUIRE
LE COMUNICAZIONI DATE
DAL RISPONDITORE
AUTOMATICO



97,0

8,6

21,0

CHIAREZZA
INFORMAZIONI FORNITE
DALL'OPERATORE
TELEFONICO



97,0

8,8

63,5

CORTESIA E
DISPONIBILITÀ
OPERATORE TELEFONICO

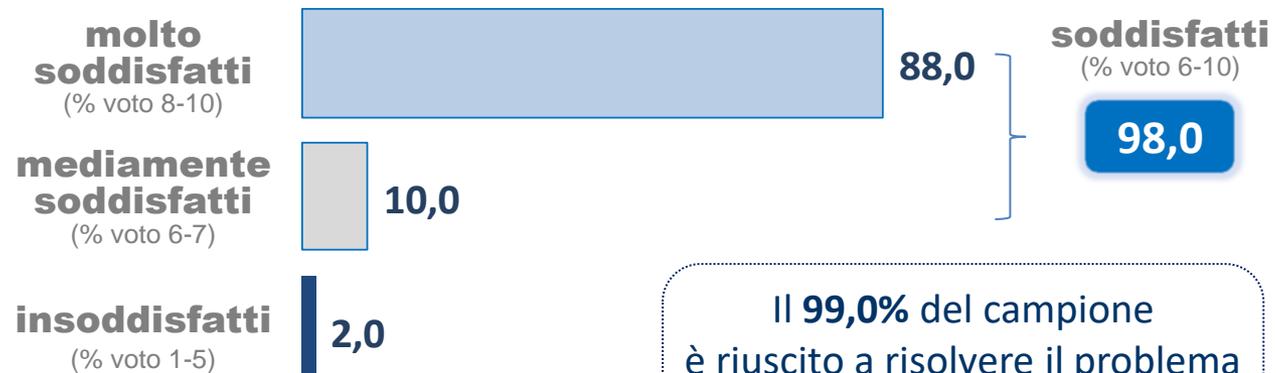


97,5

8,9

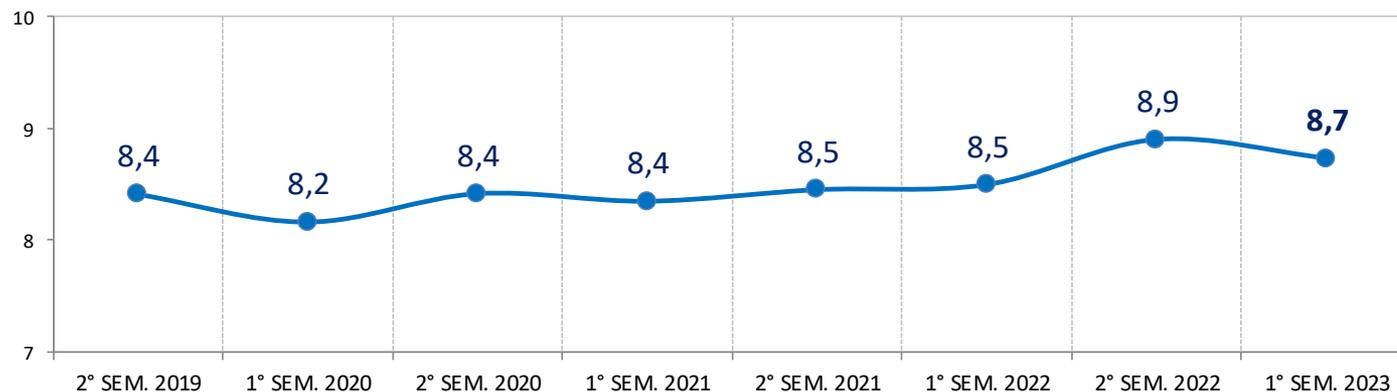
49,5

“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

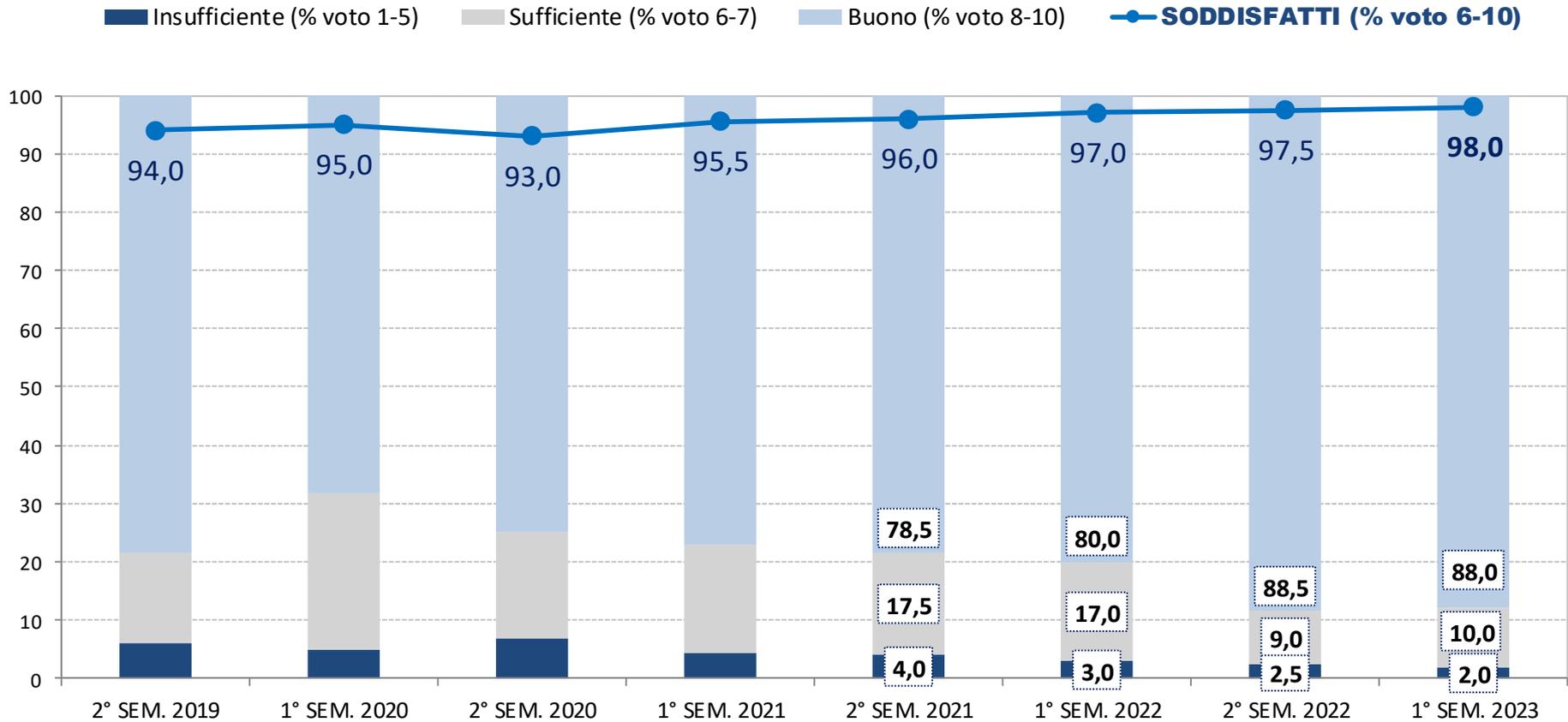


Il **99,0%** del campione è riuscito a risolvere il problema tramite l'intervento tecnico
[96,5%, 2° SEM. 2022]

VOTO MEDIO



“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO

“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

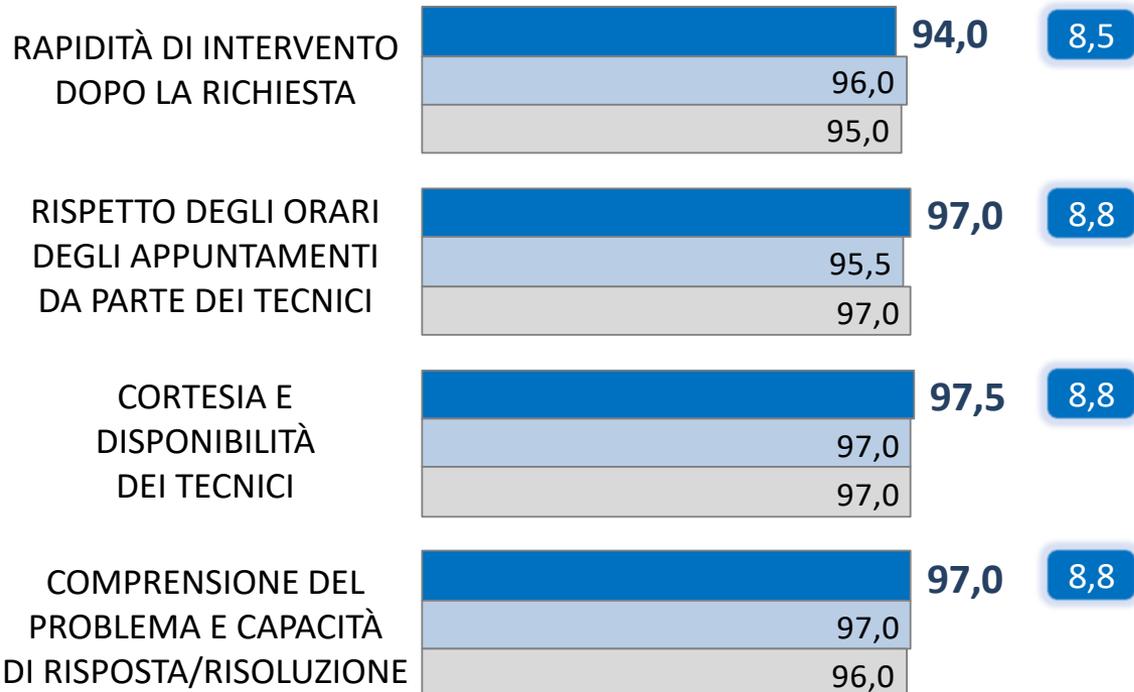
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

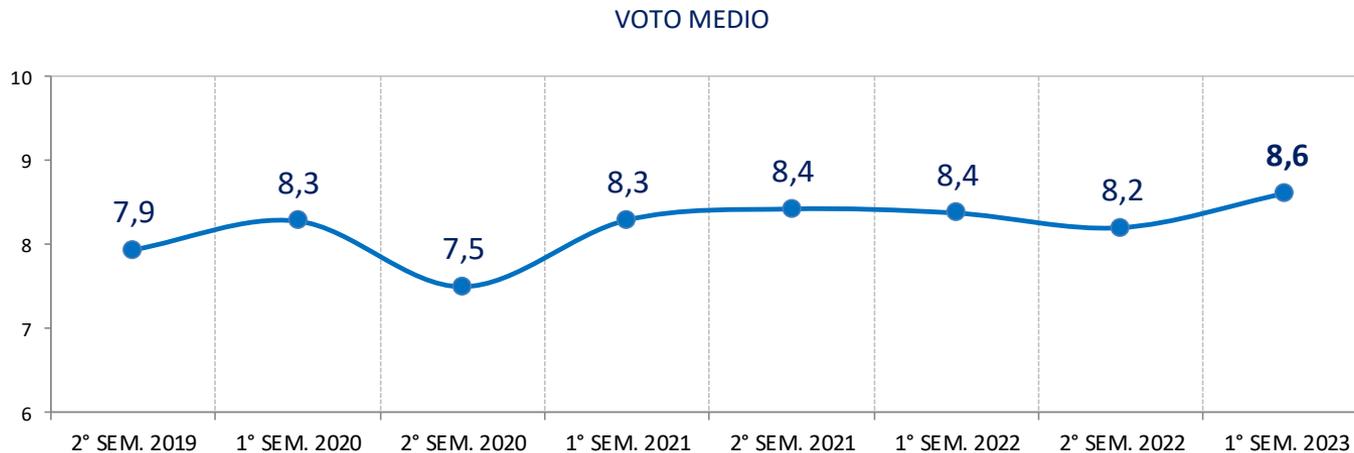
VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)



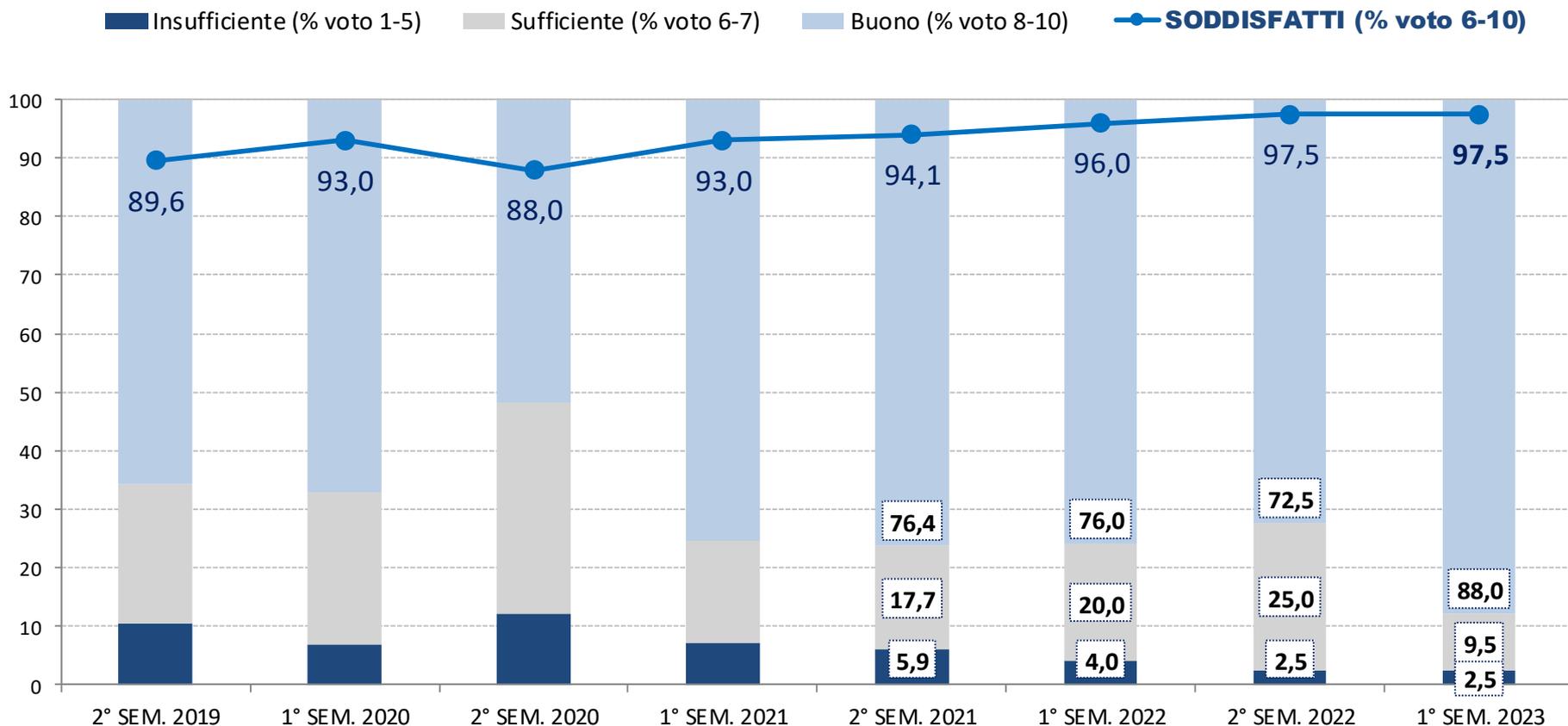
Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO

“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Commerciale di AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Numero Verde Commerciale

“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Commerciale di AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

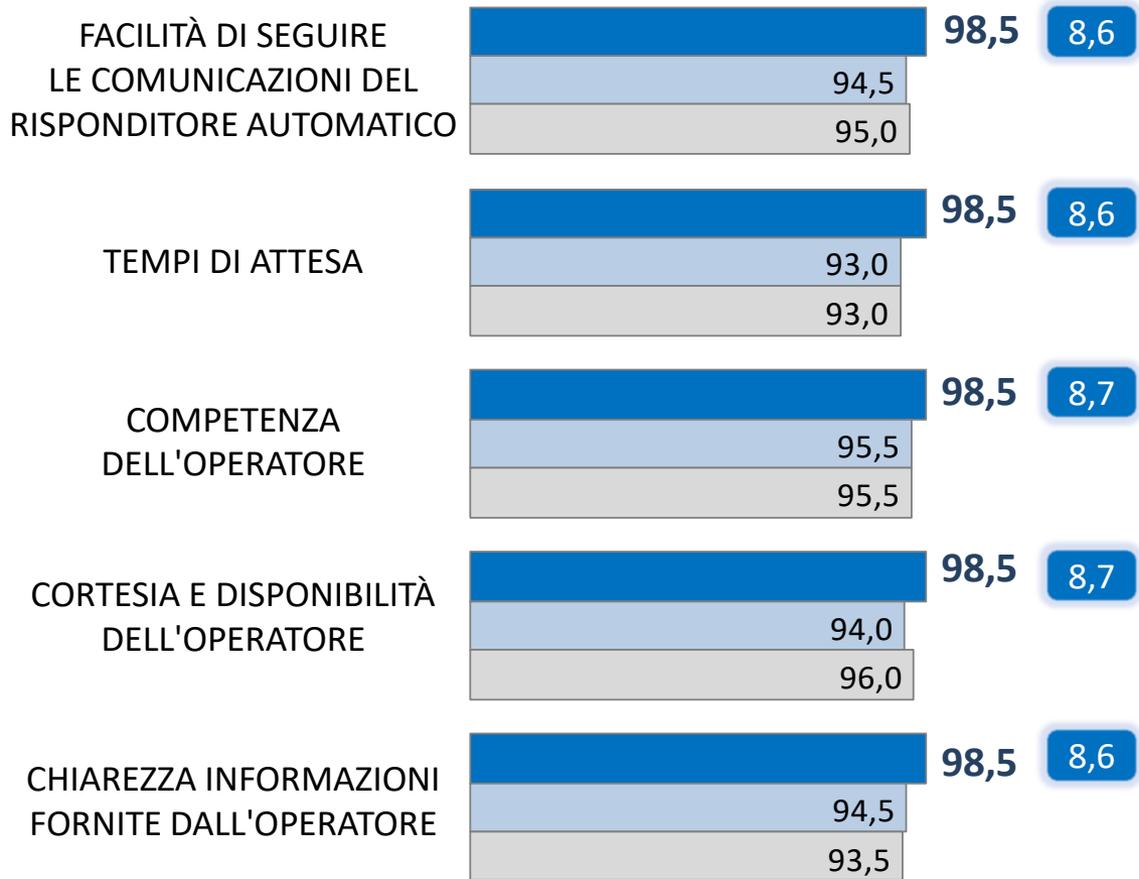


“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO



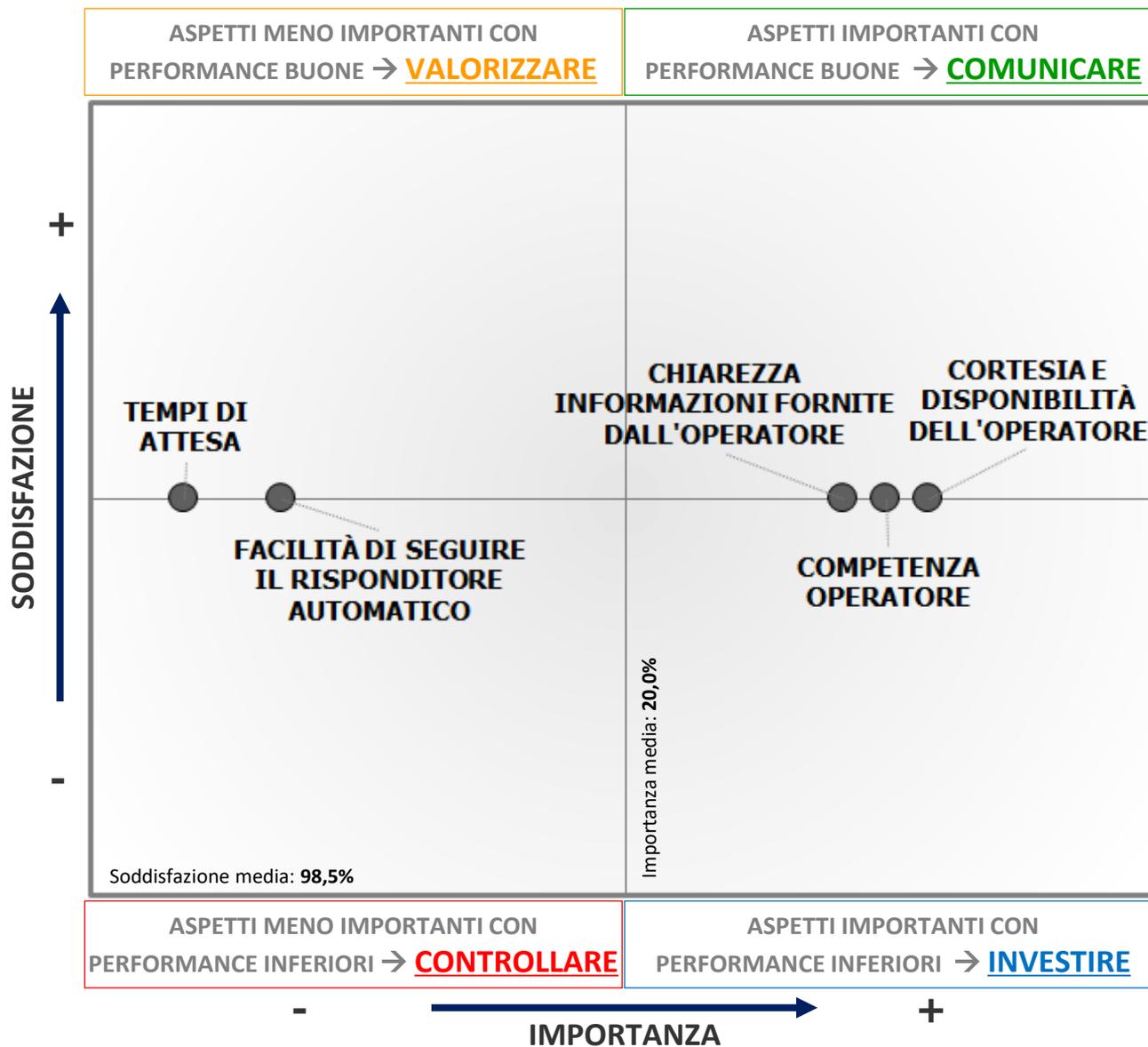
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

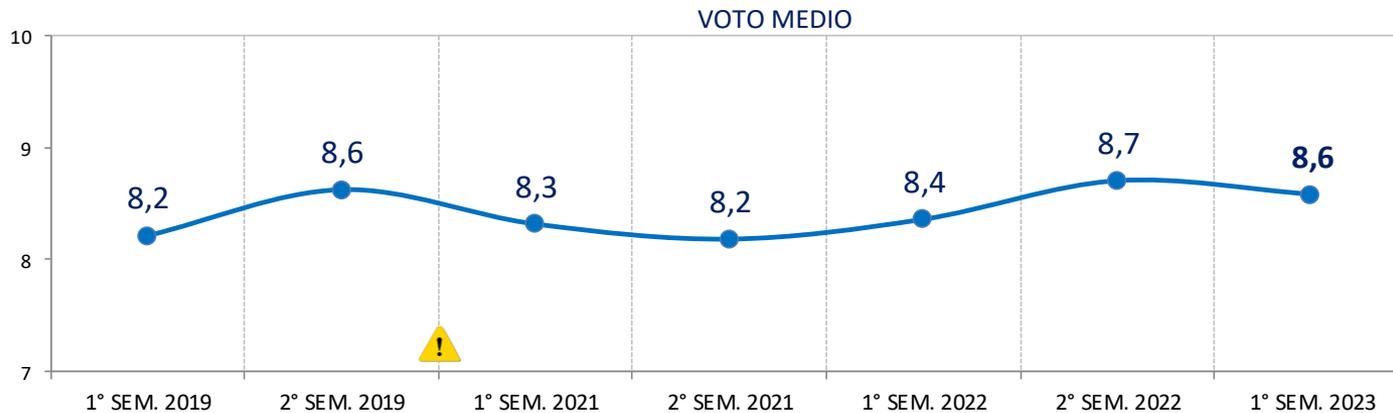




Punti di forza e priorità di intervento

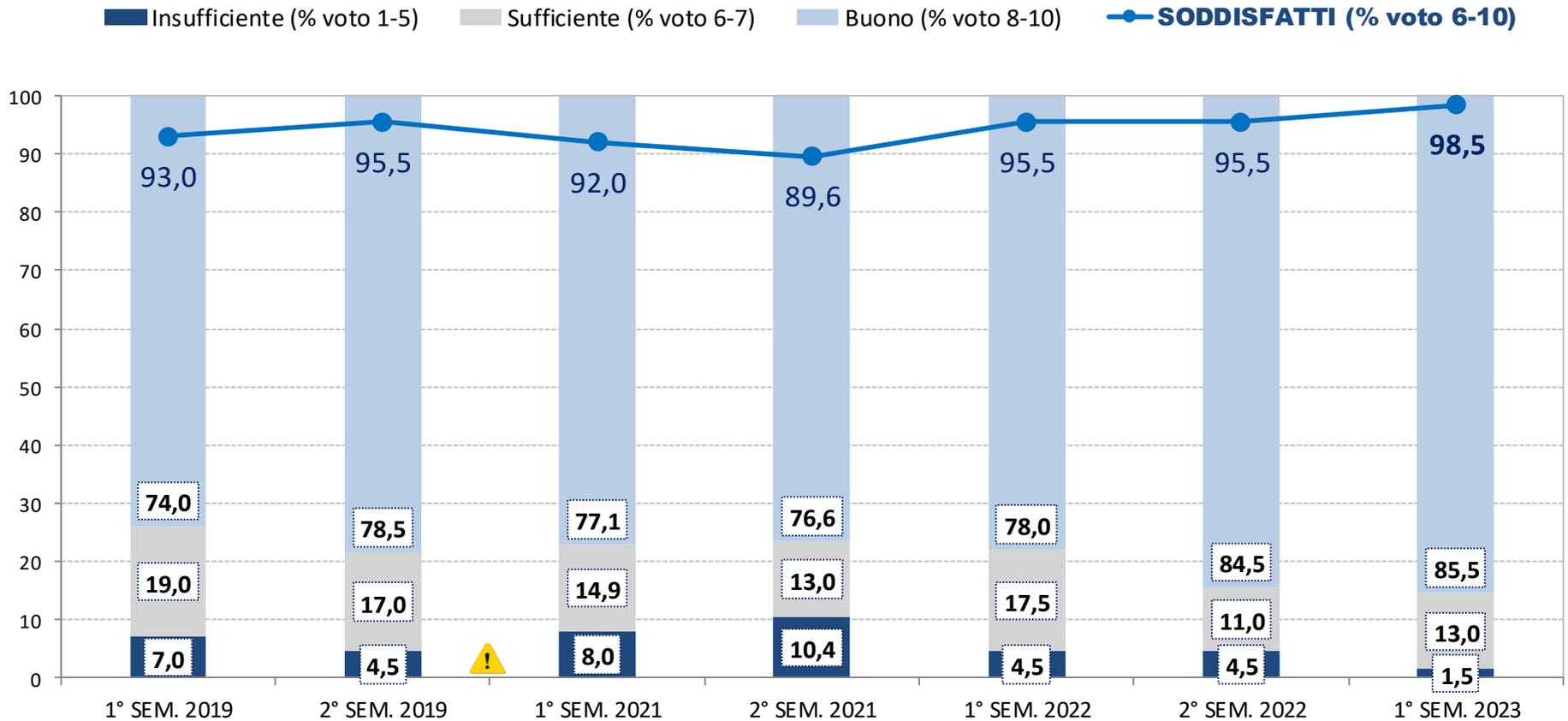


“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso l’AdF Point, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



! Non rilevato nell'anno 2020

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso l’AdF Point, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



! Non rilevato nell'anno 2020

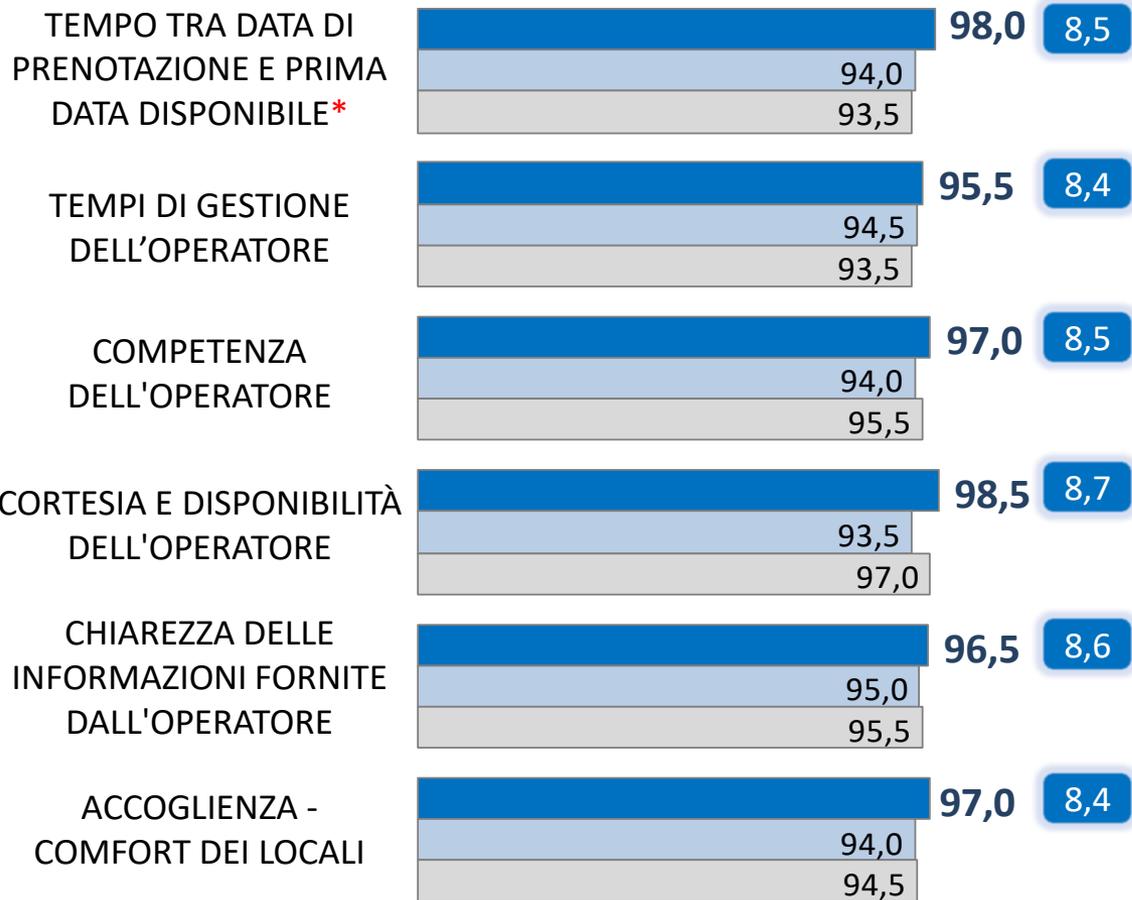
Sportello - indicatori di performance

“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO



“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

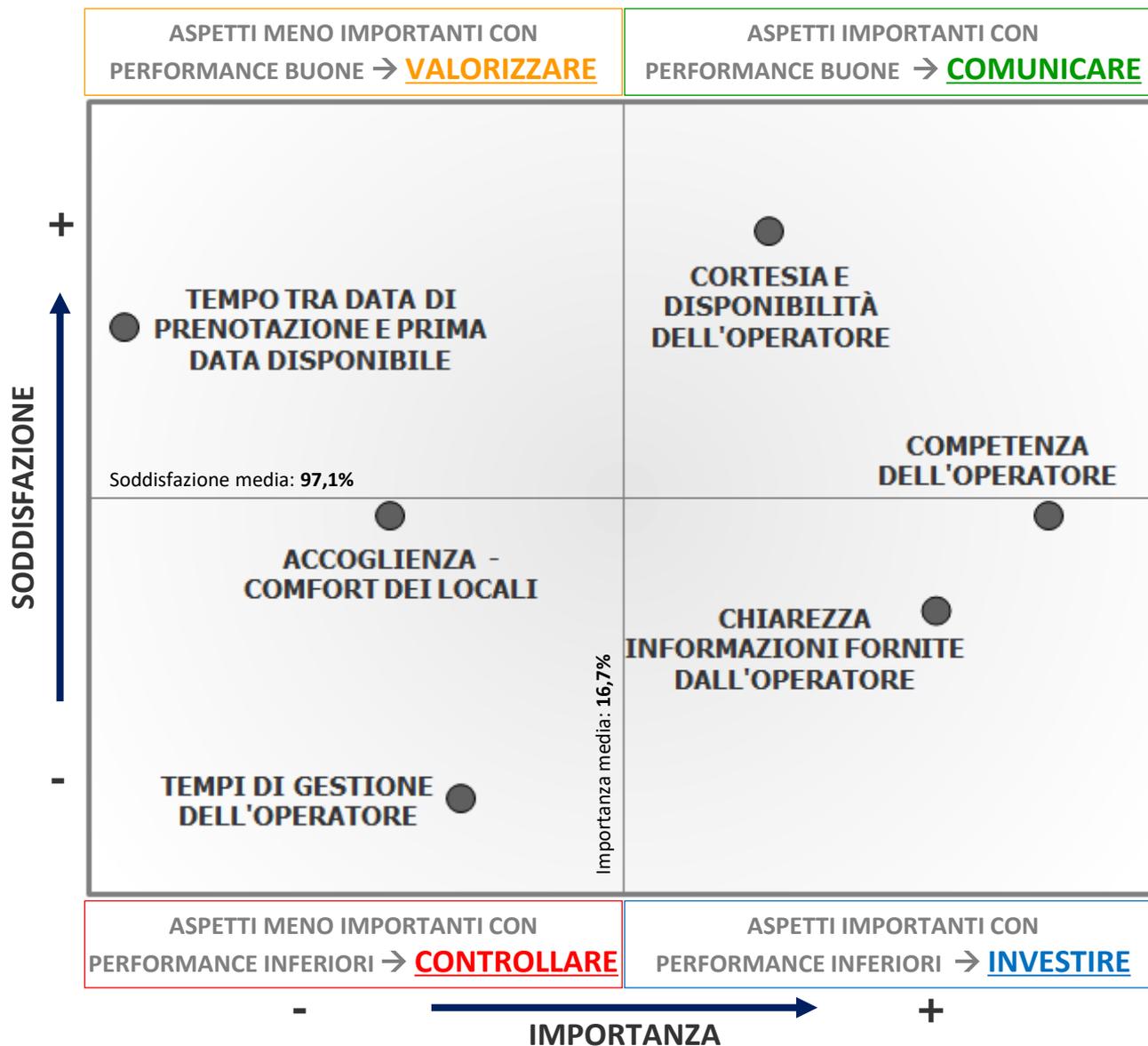
IMPORTANZA (% di citazione)



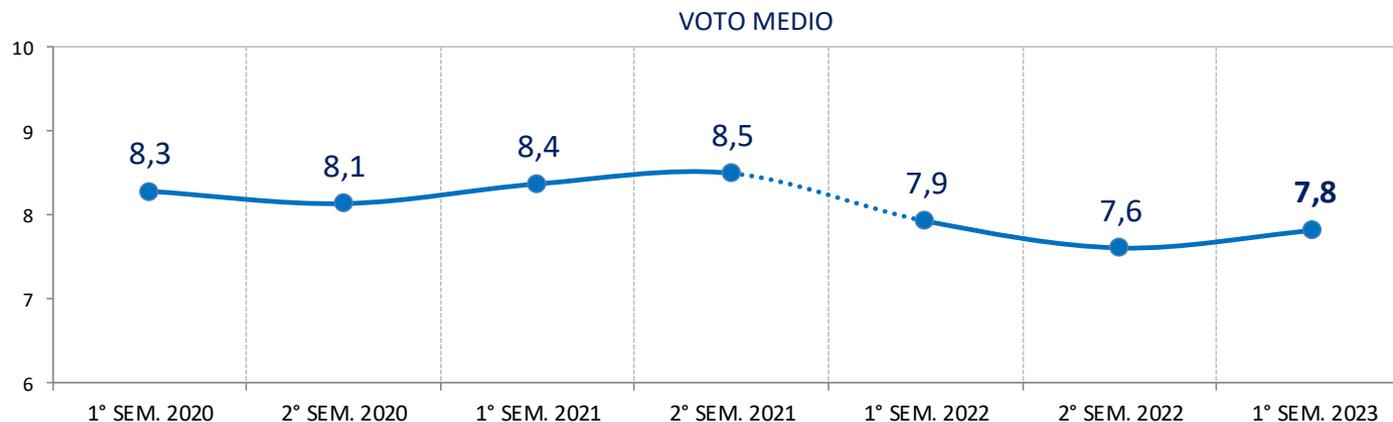
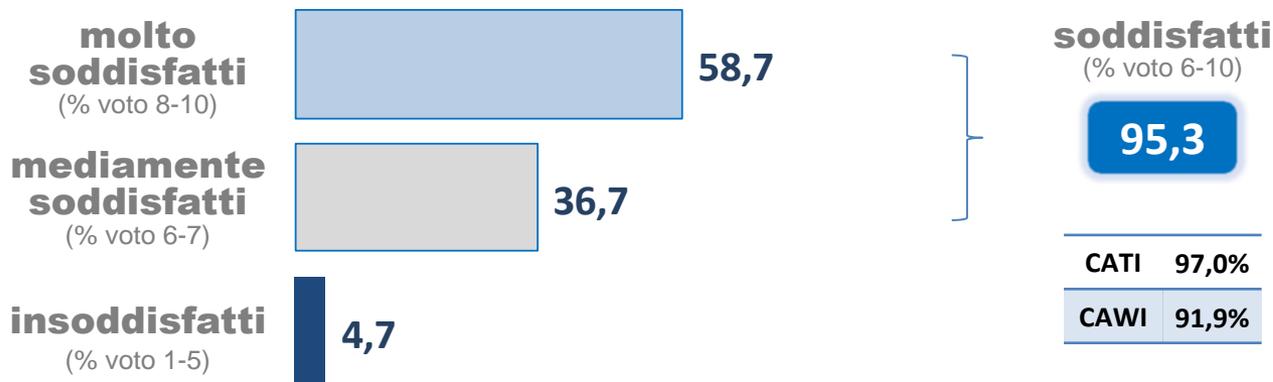
* Fino al 2022 rilevato come “Tempo intercorrente tra la data di prenotazione dell’appuntamento e la data fissata per recarsi all’AdF Point”



Punti di forza e priorità di intervento

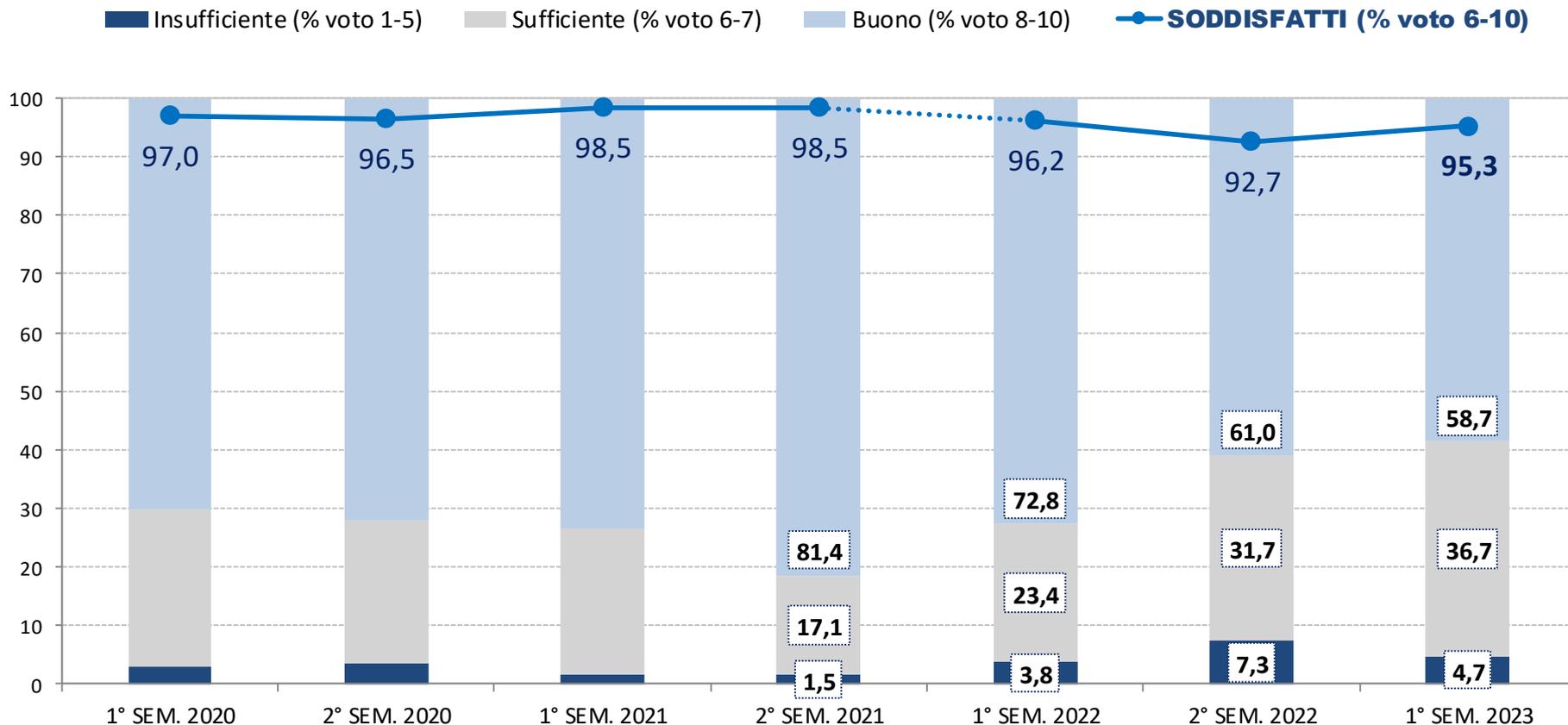


“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso My Fiora online che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



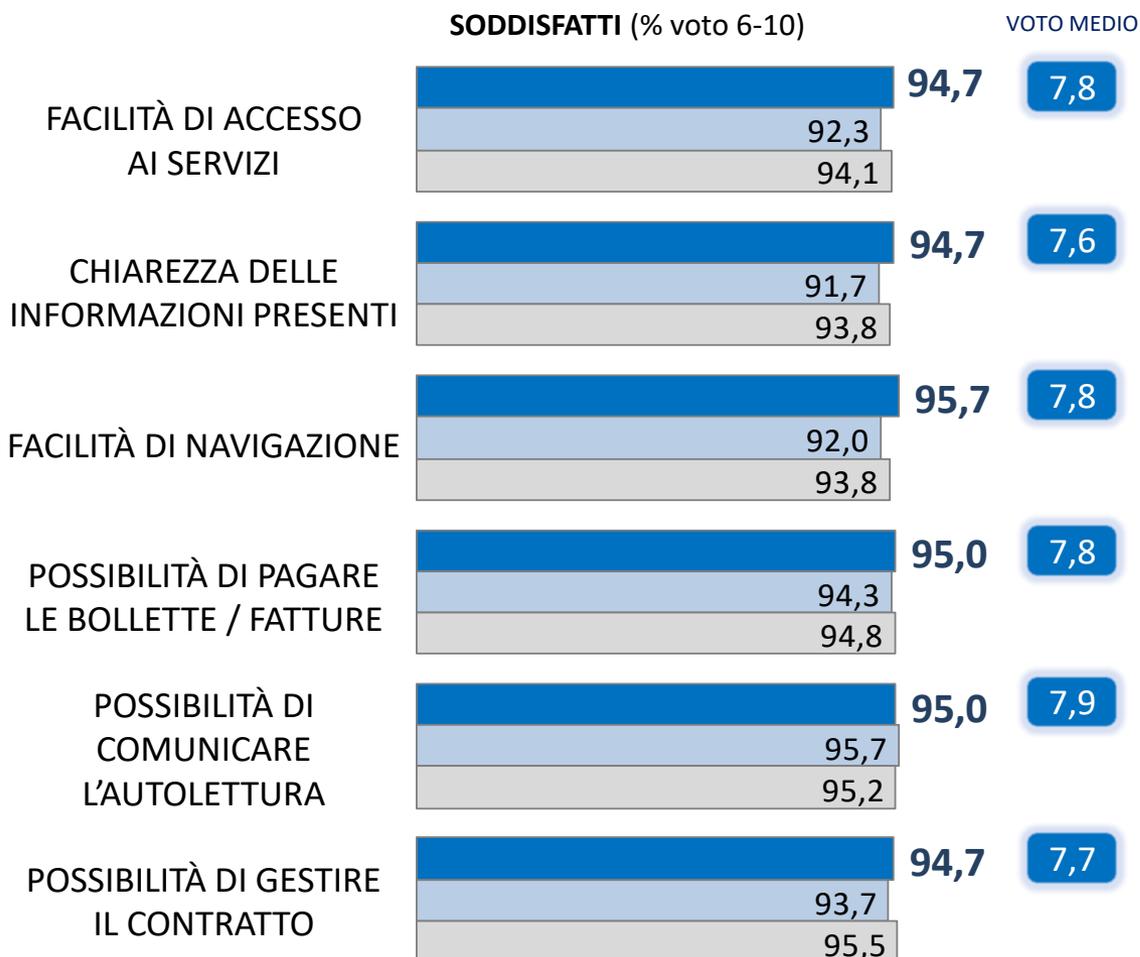
CATI	7,7
CAWI	8,0

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso My Fiora online che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

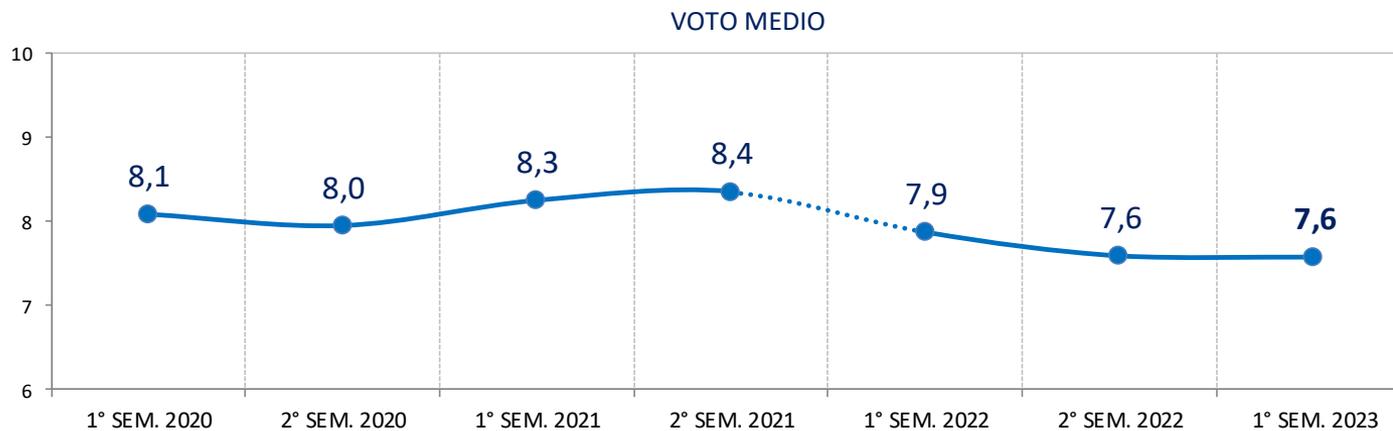
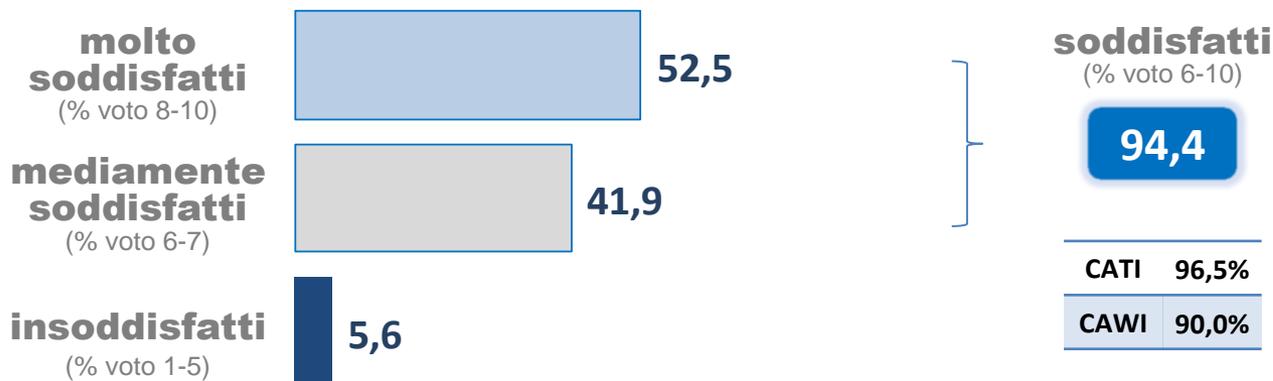


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

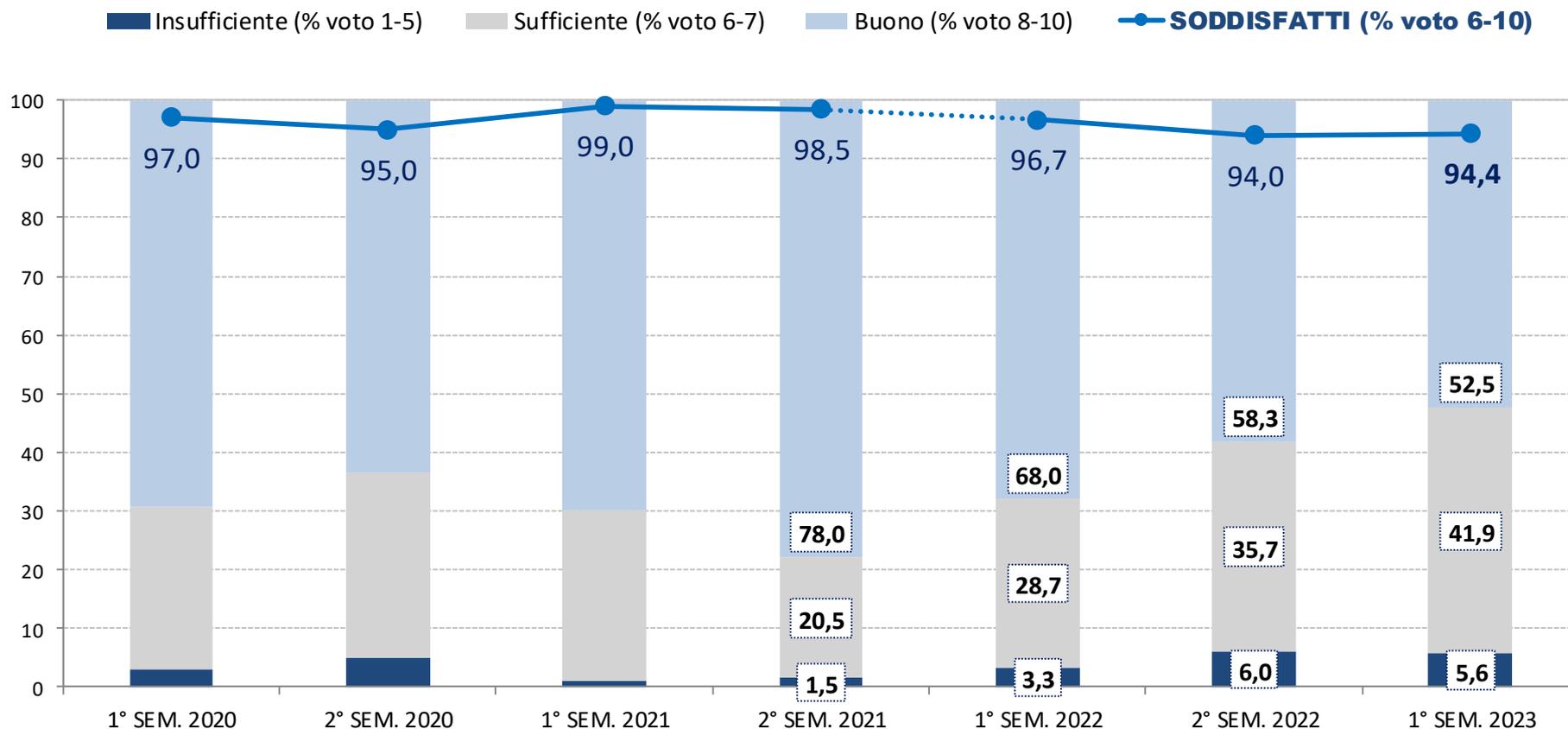


“Considerando complessivamente il sito Internet di AdF, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



CATI	7,5
CAWI	7,7

“Considerando complessivamente il sito Internet di AdF, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

REPERIBILITÀ
INDIRIZZO INTERNET



93,7

7,6

29,9

FACILITÀ DI NAVIGAZIONE
ALL'INTERNO DEL SITO



94,0

7,5

60,8

RICCHEZZA INFORMAZIONI
PRESENTI SUL SITO



94,7

7,5

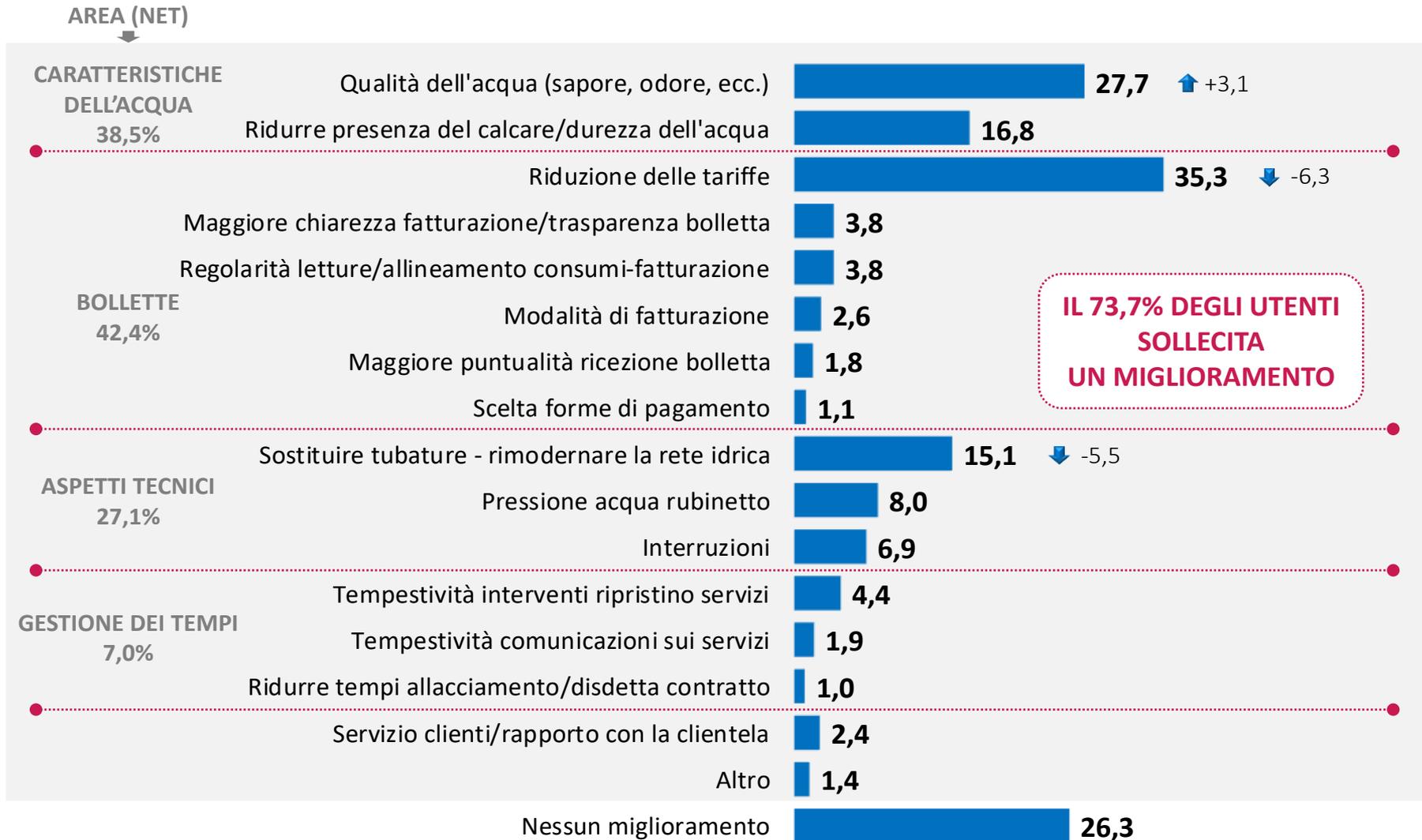
43,2

Sezione Open: altri temi

- Aspettative sul servizio
- Canali di contatto
- Protagonisti del servizio idrico
- Acqua dal rubinetto
- Comunicazioni



“Quali aspetti del servizio idrico fornito ritiene che debbano essere migliorati?” (risposta multipla)
%

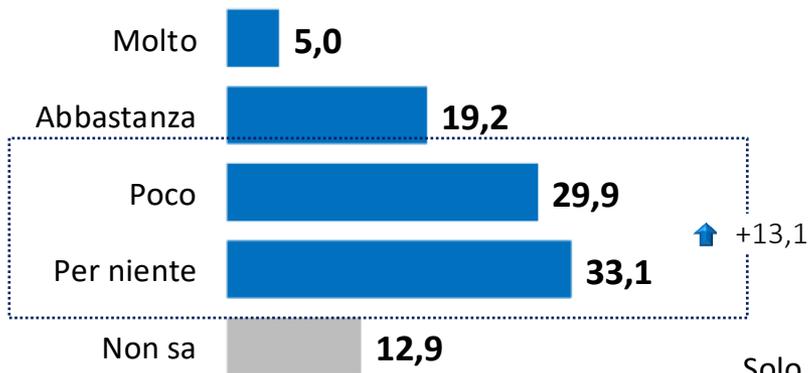


IL 10,7% HA GIÀ SENTITO PARLARE DEL NUOVO SERVIZIO DI VIDEOCHIAMATA

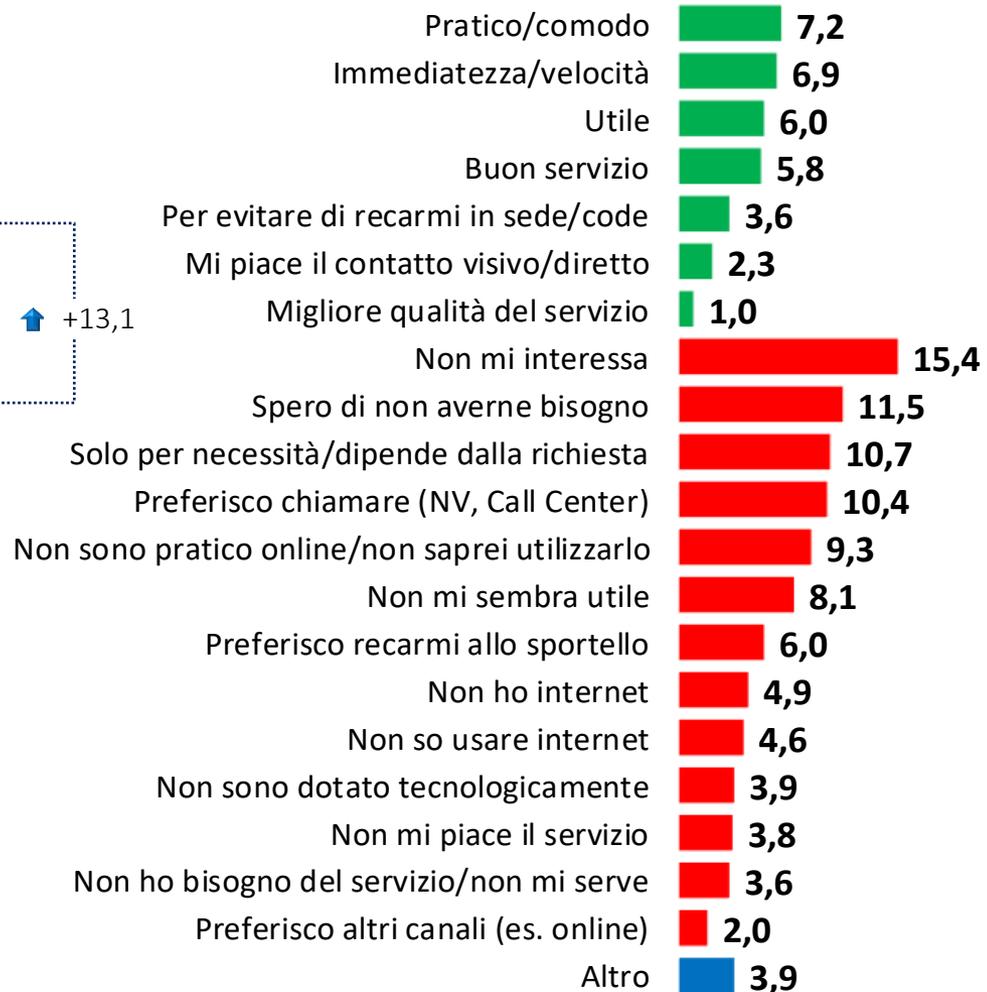
↓ -2,0

“Quanto ritiene probabile che lei usi il servizio di videochiamata nei prossimi mesi, nel caso avesse bisogno di contattare la società?”

%



Per quale motivo? (risposta spontanea)
%



DRIVER
32,7%

BARRIERE
94,1%

Dove ha reperito il numero?

BOLLETTA GOOGLE/INTERNET



51,0%

Google

24,5%

Linea subito libera 63,5%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **94,5%**

chiamata successiva **3,5%**

*“Non riusciva ad accedere al servizio”
“Operatore non risolutivo”
“Restavo a lungo in attesa, senza poter parlare con nessuno”
“Problema irrisolto, persistenza”*

altro canale contattato **6,0%**

*Il **33,3%** ha tentato di risolvere il problema tramite email o sito web/portale self service*

Principali motivi di chiamata

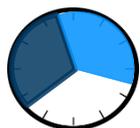
- Informazioni su bollette 38,0%
- Voltura / subentro 23,0%
- Rateizzazione 8,0%
- Rettifica bollette o richieste di duplicato 7,5%
- Richiesta di un nuovo contratto/variazione, disdetta 6,5%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

 **19 RISPOSTE**

- del tutto 47,4%
- abbastanza 47,4%

Durata della chiamata



- meno di 2' 15,5%
- tra 2' e 5' 56,5%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **94,5%**



Non risolve, perché...



*“Rimandato a più persone non è riuscito a risolvere”
“Deve andare di persona all'ufficio competente”
“Deve procurarsi della documentazione e ricontattarli”*

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **92,5%**
visita successiva **7,0%**

altro canale contattato **11,0%**

*“Verificare alcuni aspetti per valutare la richiesta”
“Problema irrisolto, persistenza”
“Restava a lungo in attesa”
“Assente l'operatore informato”
“Doveva presentare della documentazione mancante”*



Il 72,7% ha tentato di risolvere il problema contattando il Call Center/Numero Verde

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 33 RISPOSTE

- del tutto 36,4%
- abbastanza 39,4%

Principali motivi di visita

- Richiesta nuovo contratto/variazione, disdetta 44,5%
- Informazioni su bollette 15,0%
- Richiesta nuovo allaccio o interventi su contatore 12,0%
- Modifica dati anagrafici 8,5%
- Mancata ricezione della bolletta 6,0%

Cosa non era chiaro? ! 30 RISPOSTE

- 33,3% - La suddivisione del consumo in scaglioni ad importi differenziati
- 16,7% - La competenza di interessi di mora e spese di recupero del credito
- 13,3% - La detrazione dell'acconto nella bolletta a conguaglio
- 13,3% - Difficoltà a scaricare la bolletta ricevuta via mail

Permanenza allo sportello



- meno di 5' 14,5%
- tra 5' e 15' 65,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **95,5%**



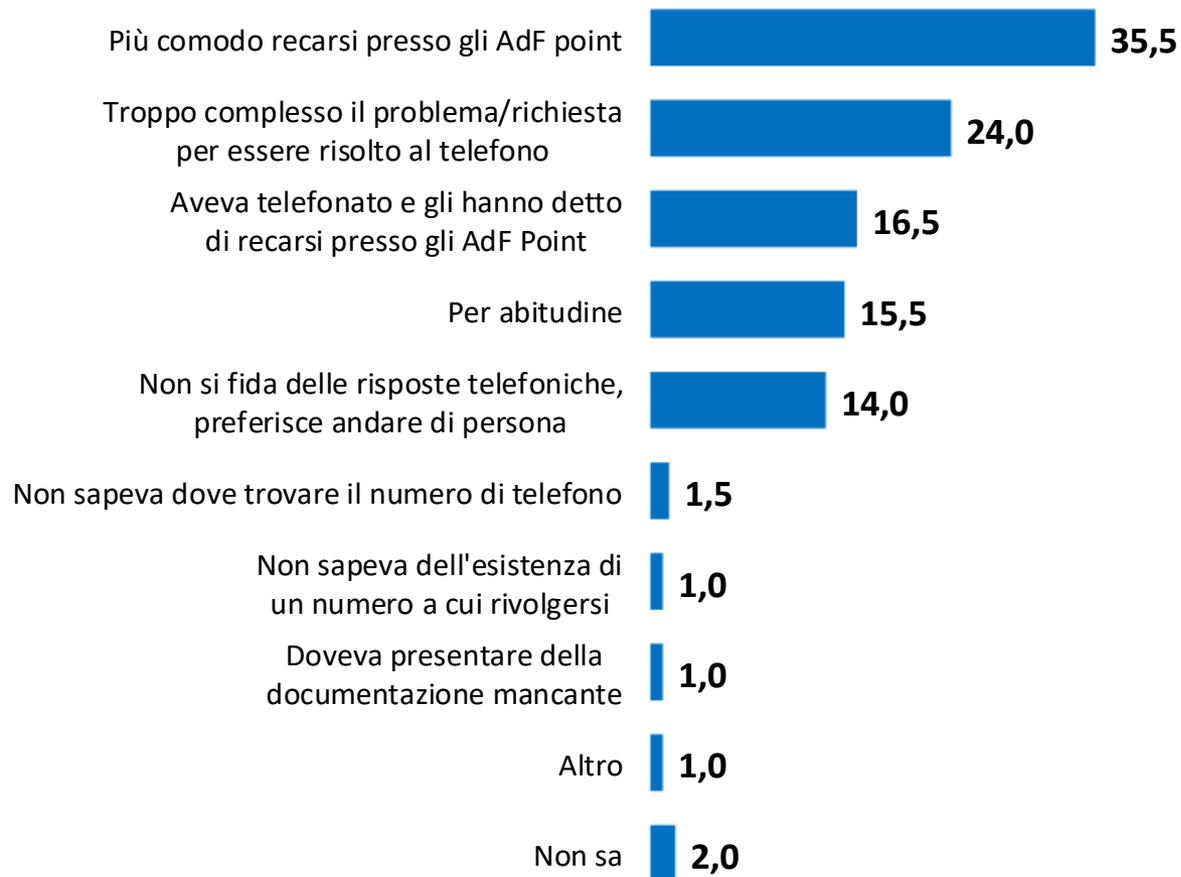
Non risolve, perché...



*“Il personale non ha saputo dare una risposta esaustiva”
“Deve procurarsi della documentazione e poi ricontattarli”*

Scelta dello sportello rispetto al NV

“Per quali motivi ha scelto di recarsi presso gli AdF Point invece che contattare il Call Center?”
(risposta spontanea e multipla)
%





Come è venuto a conoscenza dell'Area Clienti My Fiora?

BOLLETTA

SITO INTERNET



57,3%



36,7%

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 33,3%

Tramite l'Area Clienti



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **83,3%**



Alcune funzionalità sono carenti **15,0%**



"Difficoltà/criticità di navigazione"

"Non sempre riesce a visualizzare le fatture"

"Problemi nel registrare l'autolettura"

"Per concludere la pratica ha dovuto contattare il NV"

Principali motivi di utilizzo

- Comunicazione autolettura 57,8%
- Pagamento della bolletta / fattura 53,5%
- Visualizzazione estratto conto 25,9%
- Attivazione domiciliazione bancaria / bolletta web 11,3%
- Segnalazione guasti 10,3%
- Inserimento di pratiche commerciali 9,0%



L'1,7% ha riscontrato difficoltà nella registrazione a My Fiora

"Non arrivava il link di conferma"
"Non accettava il numero di telefono"

18,3% ha utilizzato altri canali, quali...

Informazioni coerenti nei diversi contatti

- del tutto 25,5%
- abbastanza 58,2%



! 55 RISPOSTE



76,4%



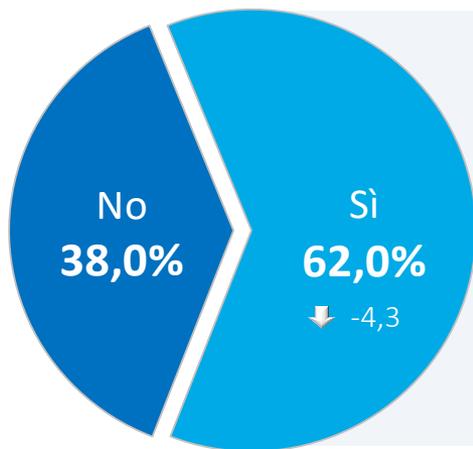
23,6%



20,0%

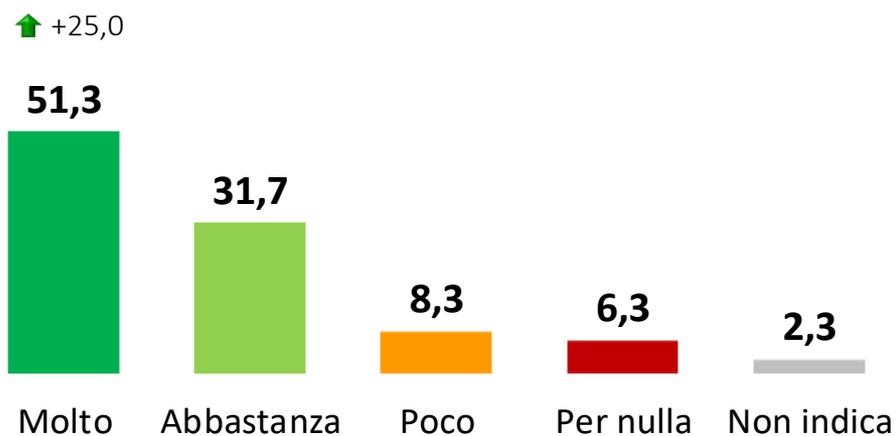


“Lei sa che esiste l’App My Fiora scaricabile gratuitamente sullo smartphone dove è possibile effettuare le principali operazioni dell’Area Clienti, come consultare lo stato dei pagamenti, inviare l’autolettura, etc?”



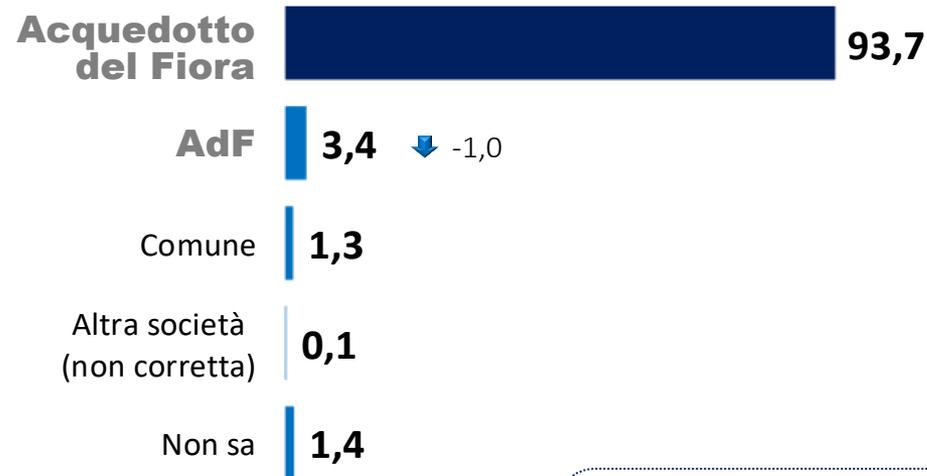
Al **66,1%** è capitato di utilizzare l’App MyFiora dal proprio smartphone

“Quanto gradisce in generale la possibilità di potere effettuare le stesse operazioni dello sportello online attraverso l’App My Fiora direttamente dal suo smartphone?”



Base = UTENTI AREA CLIENTI

“Sa indicarmi il nome dell’azienda o ente che eroga l’acqua potabile nel suo Comune?” (risposta spontanea)*
%



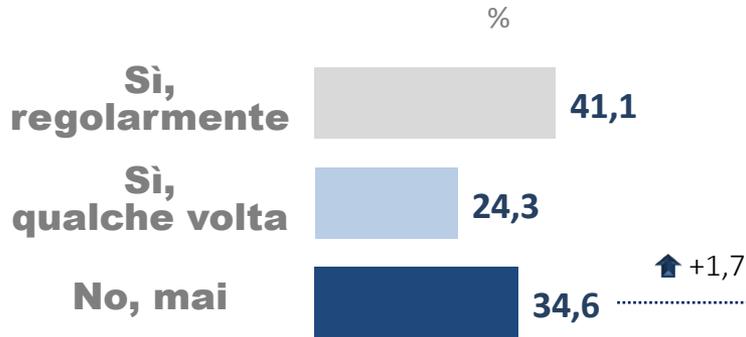
* Rispondenti solo CATI

Il **55,2%** del campione
sa che AdF gestisce anche
il servizio di fognatura e depurazione
[64,7%; 2° SEM. 2022]

Utilizzo dell'acqua potabile



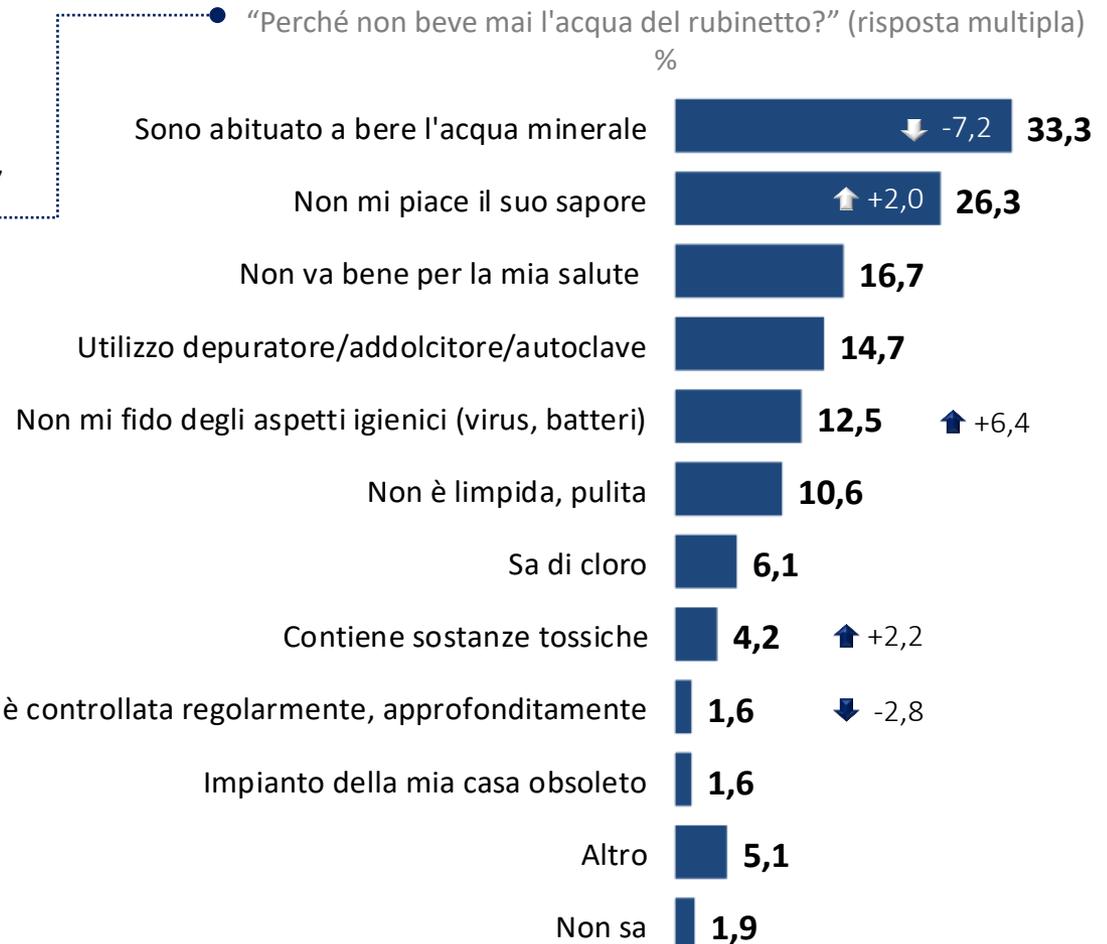
“Beve l’acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”



AREA		
COSTA (353)	MONTANA (171)	SENESE (377)
33,7	47,4	45,1
23,8	25,7	24,1
42,5	26,9	30,8

Il 53,9% del campione sa che l’acqua erogata dal pubblico acquedotto è regolarmente controllata dall’azienda sanitaria locale

[65,1%; 2° SEM. 2022]



Utilizzo dell'acqua potabile



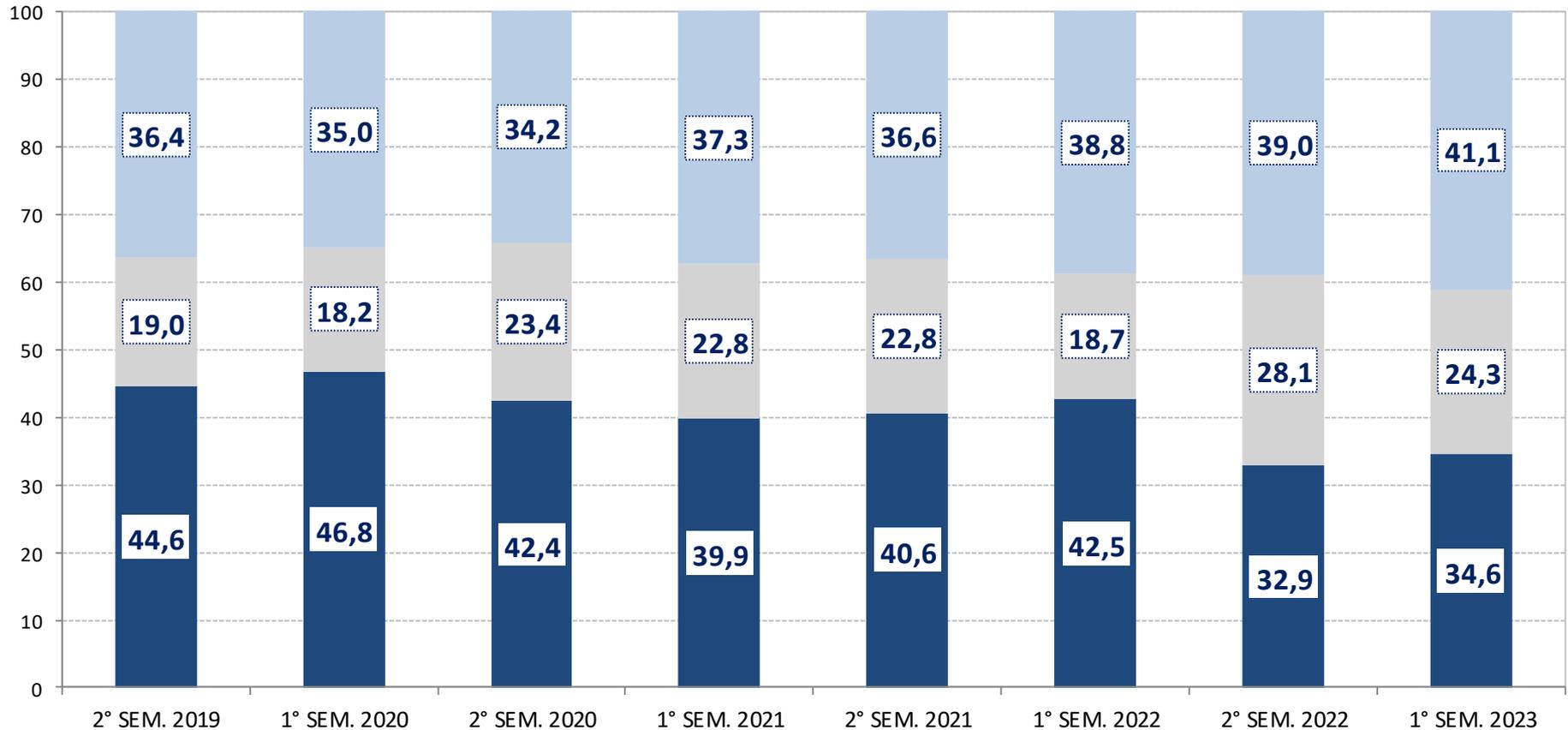
“Beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”

%

■ No, mai

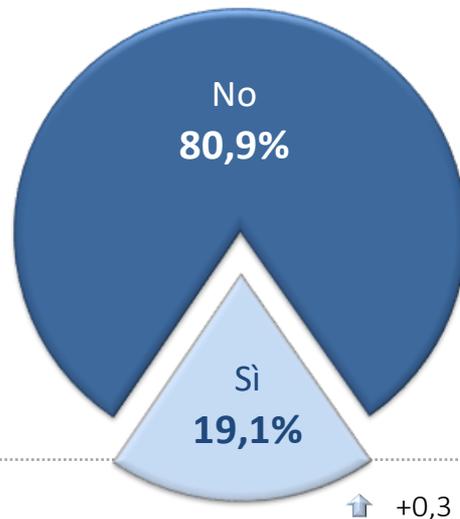
■ Sì, qualche volta

■ Sì, regolarmente



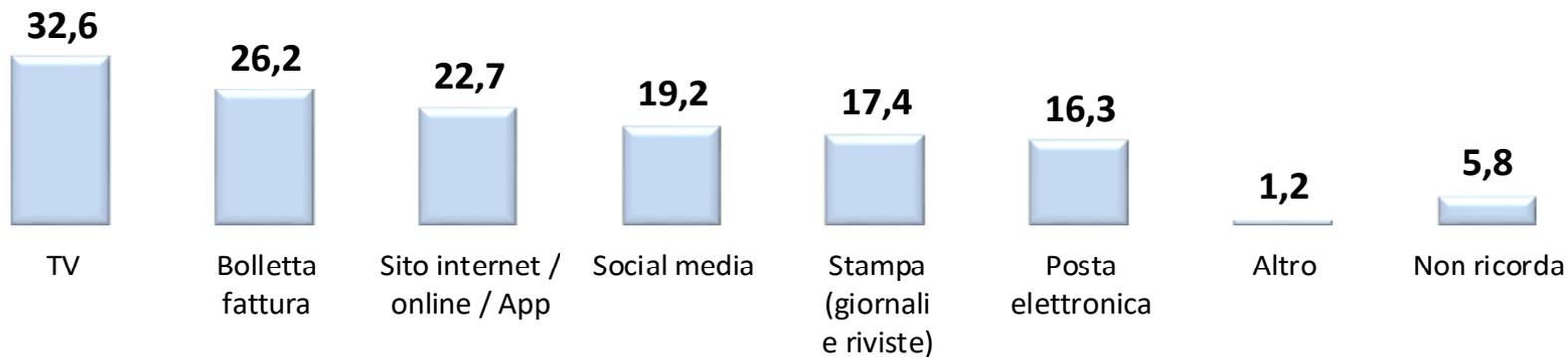
Base = UTENZE DOMESTICHE DIRETTE

“Parliamo della comunicazione di AdF, ricorda di aver visto pubblicità riguardo canali, strumenti e servizi digitali?”



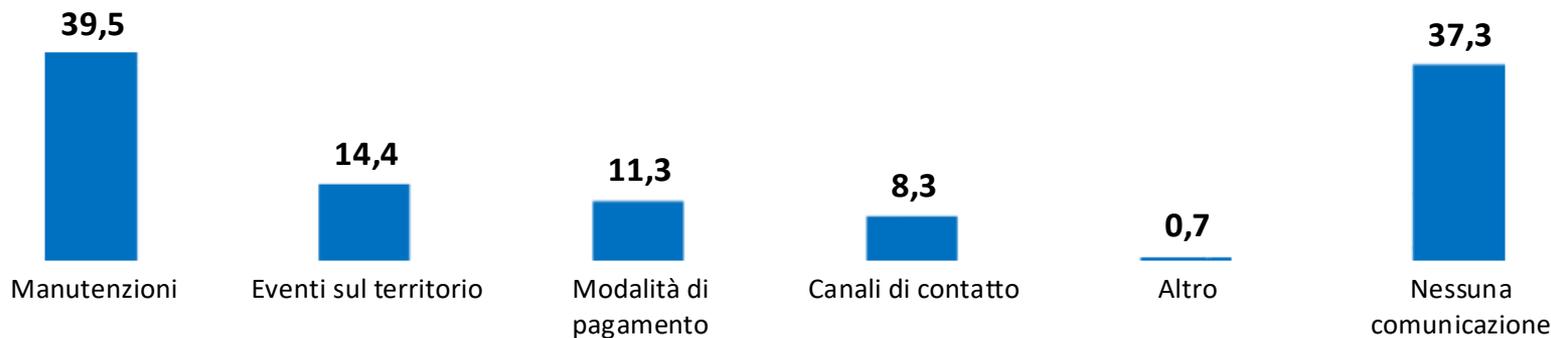
↑ +0,3

“Dove ha visto queste comunicazioni?” (risposta multipla)
%

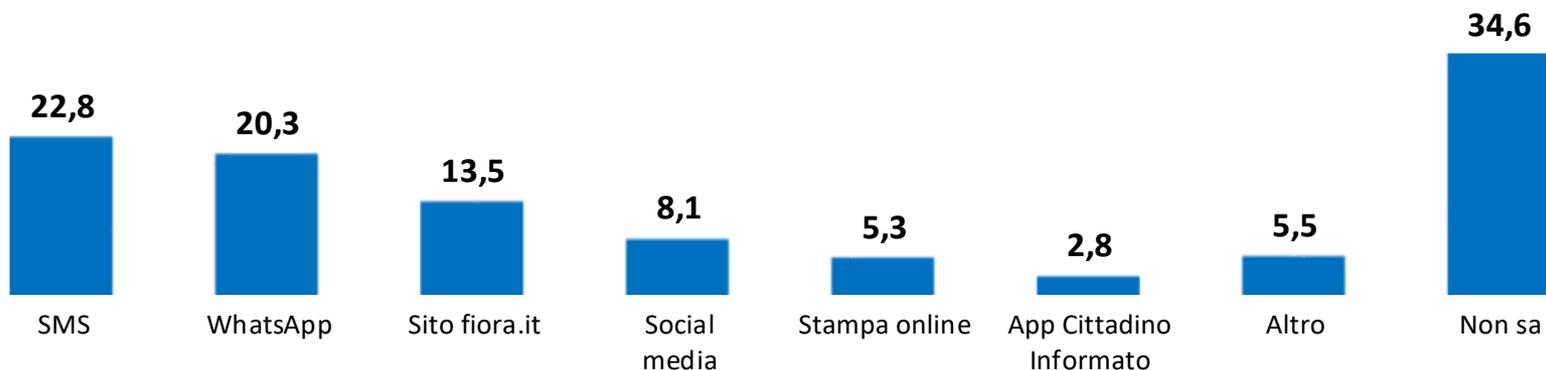


Temi e canali di comunicazione

“Quali sono le tematiche sulle quali vorrebbe essere informato?” (risposta multipla)
%



“Tramite quali canali digitali preferirebbe ricevere le comunicazioni da AdF?” (risposta multipla)
%



Approfondimento parametrico

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO		base	CATI (700)	CAWI (201)
SESSO	UOMO		50,0%	65,7%
	DONNA		50,0%	34,3%
ETÀ	18-44 ANNI		13,7%	14,0%
	45-54 ANNI		21,0%	19,0%
	55 + ANNI		65,3%	67,0%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE		52,8%	80,7%
	INFERIORE		47,2%	19,3%



SODDISFAZIONE		base	CATI (700)	CAWI (201)
GIUDIZIO COMPLESSIVO	voto 6-10		91,7%	84,1%
QUALITÀ DELL'ACQUA	voto 6-10		86,4%	81,1%
ASPETTI TECNICI	voto 6-10		97,4%	93,0%
	<i>Continuità del servizio</i>		96,3%	93,5%
	<i>Livello di pressione</i>		96,3%	86,1%
FATTURAZIONE	voto 6-10		98,3%	89,1%
	<i>Regolarità lettura contatori</i>		96,8%	87,7%
	<i>Chiarezza e facilità lettura</i>		96,3%	84,6%
	<i>Correttezza dei consumi fatturati in bolletta</i>		95,6%	90,5%
	<i>Invio regolare fatture</i>		97,4%	94,0%
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	voto 6-10		90,6%	78,6%





Società del Gruppo **i**ntersistemi



Sede Legale

Firenze
Via Atto Vannucci, 7
50134 Firenze
055 470374

Sedi Operative

Roma
Via dei Galla e Sidama, 23
00199 Roma
06 89924900

Firenze
Via Gianni 4r, 39
50134 Firenze
055 470374

Milano
Viale Brianza, 24
20127 Milano
06 89924900



Ricerca. Conoscenza. Futuro.

