



Risultati di Customer Satisfaction I semestre 2025

AdF

Indice

	Pag.
La Customer Satisfaction in Acea	3
Metodologia	4
Risultati Generalista	10
Risultati Call Back	
• Segnalazione Guasti	34
• Intervento Tecnico	40
• Numero Verde Commerciale	45
• Area Riservata Web	54
• Sportello	64
Profilo	76

La Customer Satisfaction in Acea

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 Acqua 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 e Geal](#), mentre per il settore Energia: [Acea Energia](#) e [Areti](#) (servizi distribuzione energia elettrica e illuminazione pubblica).

Dal secondo semestre 2024, Ipsos è il nuovo fornitore per la realizzazione delle indagini, della raccolta dati e dell'analisi dei risultati.

L'attività di coordinamento all'interno di Acea è svolta dalla Funzione Communication Officer - Unità Stakeholder & Customer, in costante collaborazione con le Società interessate.

Il presente documento restituisce i risultati dell'indagine di Customer Satisfaction rispetto al servizio offerto dalla Società con riferimento al [I semestre 2025](#).

Metodologia e target

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

La raccolta dei dati è avvenuta da gennaio a luglio 2025, tramite rilevazioni mensili e trimestrali.

La raccolta dei dati avviene può avvenire in 2 modalità:

- C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interview) per le indagini telefoniche
- C.A.W.I. (Computer Assisted Web Interviewing) con l'invio di mail

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.

A partire dal IV trimestre 2024 il fornitore che realizza le interviste è cambiato: il cambiamento di fornitore influisce inevitabilmente sulla confrontabilità dei dati anche in ragione di alcune modifiche intervenute nei flussi e nella formulazioni delle domande.

Nel IV trimestre 2024, le basi erano ridotte perché la rilevazione comprendeva i mesi da novembre 2024 a gennaio 2025.

Sono inserite le differenze significative rispetto ai risultati del IV trim 2024 ( )

Struttura delle indagini

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

- Q 602 interviste rivolte a clienti domestici con utenza diretta (indagine **Generalista** – rilevazione CATI/CAWI mensile) *
- Q 152 interviste rivolte a un campione di clienti che hanno chiamato il Numero Verde segnalazione guasti (**call back Segnalazione guasti** – rilevazione CATI mensile)
- Q 134 interviste rivolte a un campione di clienti che hanno ricevuto un Intervento tecnico (**call back Intervento Tecnico** – rilevazione CATI mensile **)
- Q 150 interviste rivolte a clienti che hanno chiamato il Numero Verde Commerciale (**call back NV Commerciale** – rilevazione CATI mensile)
- Q 230 interviste rivolte a un campione di clienti che si sono registrati all'Area Riservata Web (**call back Area Riservata Web** – rilevazione CATI/CAWI mensile)
- Q 121 interviste rivolte a un campione di clienti che si sono rivolti al Consulente/sportello digitale (**call back Sportello** – rilevazione CATI mensile)

* Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate sul campione generale di 602 casi è pari a +/- 3,98 punti percentuali, al 95% di probabilità.

** Nel I sem 2025 si sono realizzate pochissime indagini CAWI

Customer Satisfaction Index (CSI)

In questo report è presente il calcolo del CSI: rispetto al passato, vengono utilizzate le importanze indirette calcolate dal modello di regressione.

→ CSI PARZIALI

Sono calcolati come media ponderata delle percentuali di soddisfazione (voti 6-10) tenendo conto delle importanze indirette per ogni aspetto rispetto alla soddisfazione overall.

→ CSI COMPLESSIVO

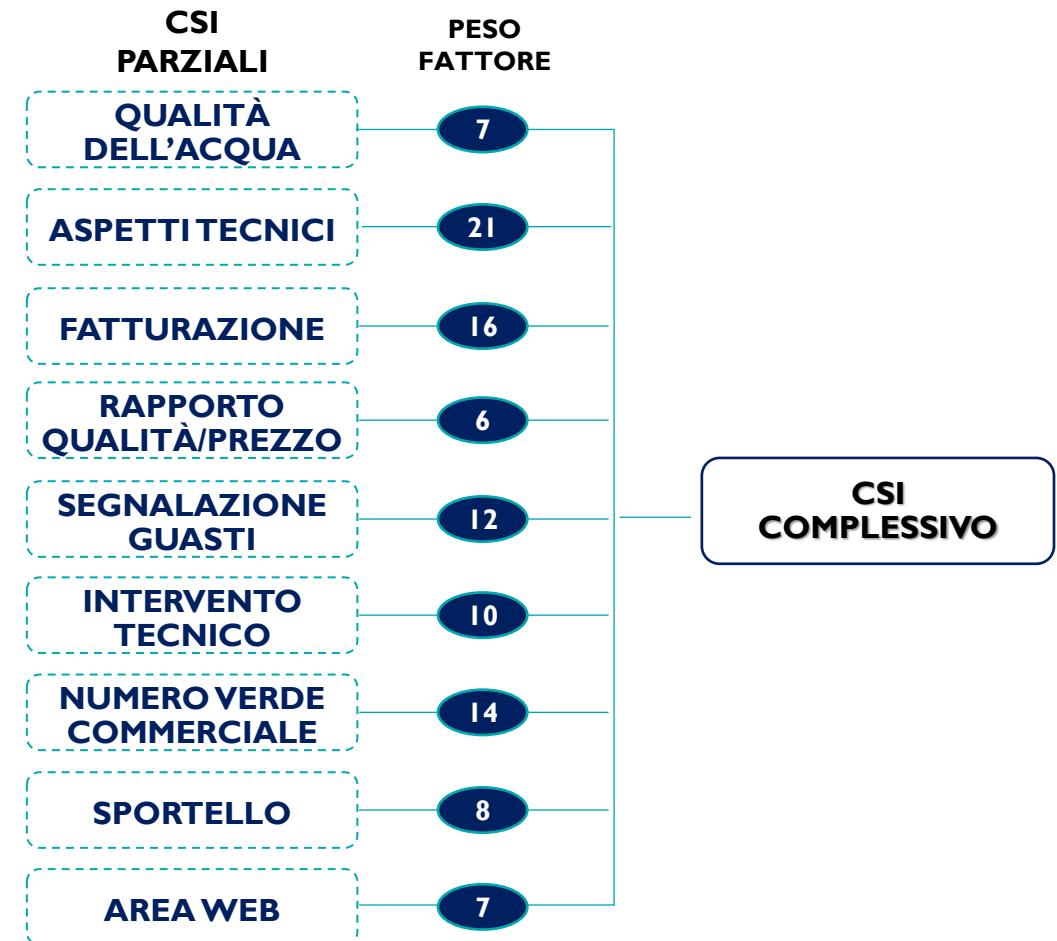
Media ponderata fra i CSI parziali. I pesi sono stati modificati a partire dal primo semestre 2023, a seguito di un progetto di ridefinizione del modello di calcolo, che ha coinvolto clienti e rappresentanti delle società campione.

In formula:

$$\frac{\sum_{i=1}^7 CSI\ PARZIALE_i \times PESO\ FATTORE_i}{\sum_{i=1}^7 PESO\ FATTORE_i}$$

TRANSIZIONE ALL'IMPORTANZA INDIRETTA

Al fine di costruire «un ponte» con il passato, nel presente report sono riportati i CSI parziali e complessivi del I semestre 2024 ottenuti utilizzando le importanze indirette calcolate sui dati del I semestre 2025.



CSI – Customer Satisfaction Index – lettura metodologica

100

95

90

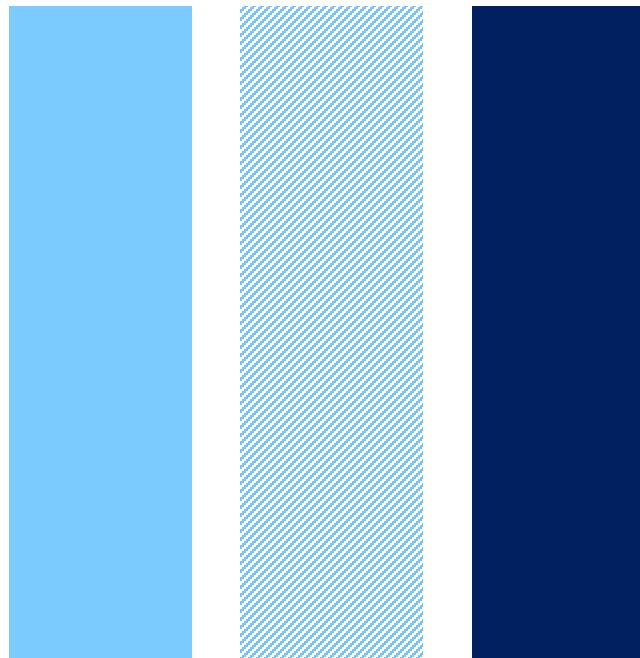
85

80

75

70

TRANSIZIONE ALL'IMPORTANZA INDIRETTA



I sem 2024



Dato consolidato del I sem 2024 calcolato utilizzando le **importanze dichiarate (da questionario)**

I sem 2024 con
importanza
indiretta



Dato del I sem 2024 **ricalcolato** utilizzando le **importanze indirette** derivate dal modello di regressione del I sem 2025

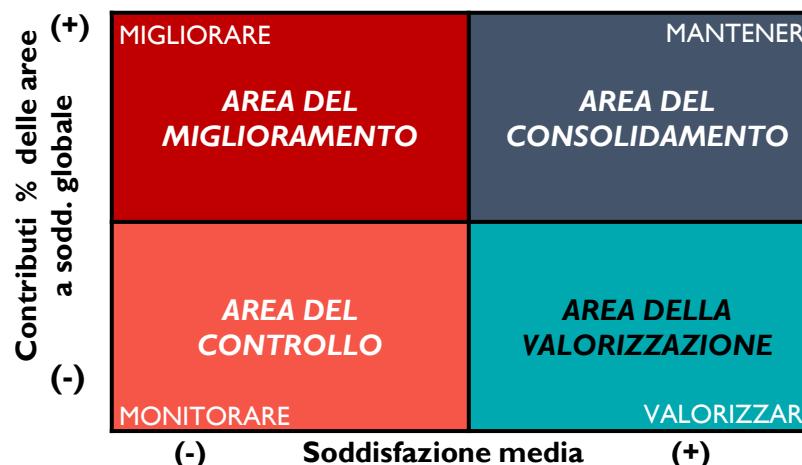
I sem 2025



Dato del I sem 2025 calcolato utilizzando le **importanze indirette** derivate dal modello di regressione

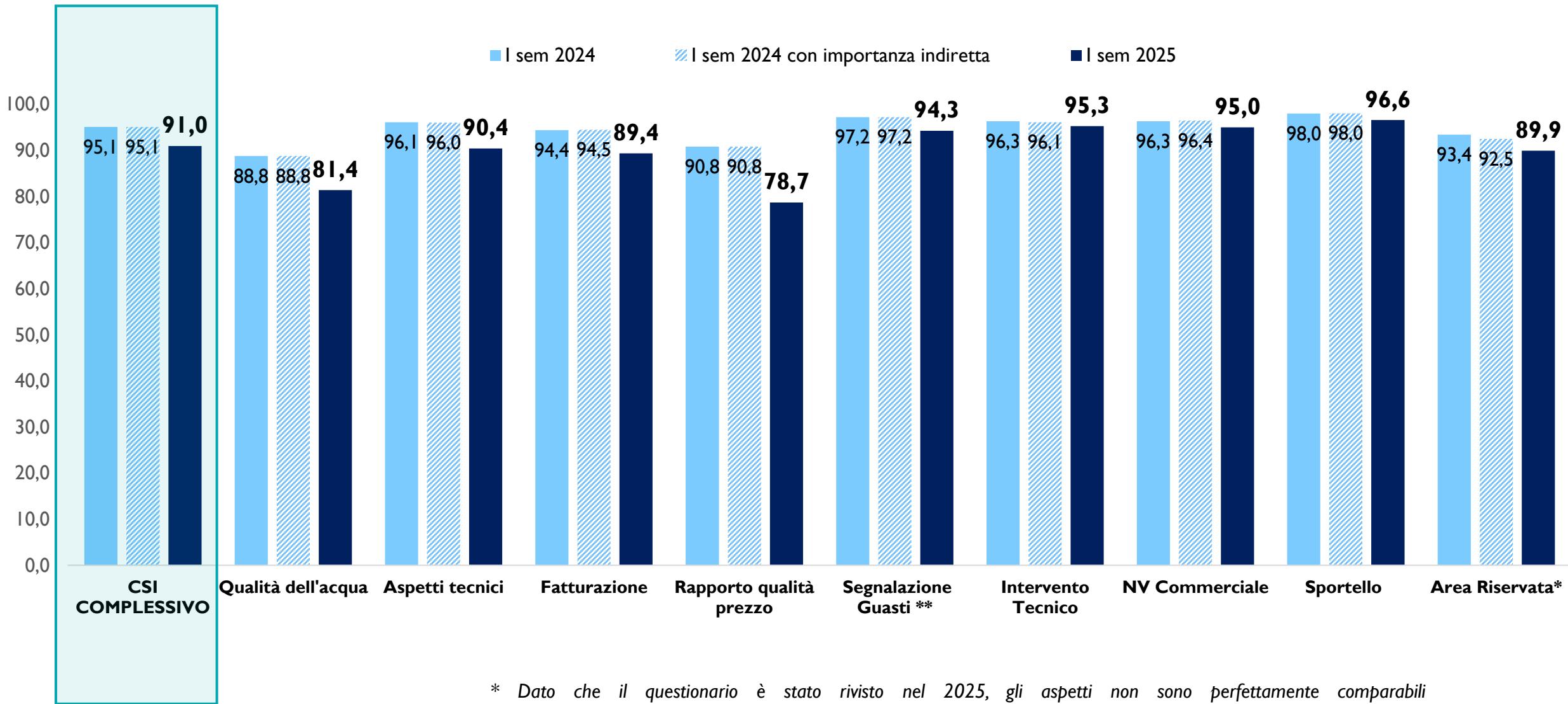
Modello di regressione: dall'importanza diretta a quella indiretta

- Per calcolare l'importanza degli aspetti sulla soddisfazione complessiva del cliente è stato utilizzato un modello statistico che permette di quantificare l'importanza relativa di una variabile indipendente (“predittore”) rispetto ad una variabile dipendente (“obiettivo”). L'analisi permette di determinare il peso relativo (coefficiente Beta) che diversi elementi hanno contemporaneamente sulla metrica aziendale di riferimento, in questo caso la Soddisfazione complessiva.
- Il modello è utile soprattutto nelle indagini di Customer Satisfaction, dove uno dei principali obiettivi è quello di capire in che modo gli aspetti specifici del servizio contribuiscono alla valutazione overall di soddisfazione. I clienti/utenti, nel momento in cui valutano il livello globale di soddisfazione, considerano tutti gli aspetti dell'esperienza ma chiedere direttamente agli intervistati l'importanza di un aspetto può portare a risposte influenzate da bias anche inconsci da parte del cliente.
- Combinando gli impatti dei singoli item con il punteggio di soddisfazione media ottenuto da ciascuno di essi, si ottiene una matrice di priorità che:
 - ✓ Offre una lettura sintetica dei risultati;
 - ✓ Mostra quali siano le priorità di intervento;
 - ✓ Mostra quali elementi rappresentano punti di forza da consolidare.



- ✓ **Area del miglioramento:** elementi che richiedono azioni di sviluppo (hanno una soddisfazione sotto media e un impatto sulla soddisfazione globale sopra media)
- ✓ **Area del consolidamento:** elementi che richiedono strategie di mantenimento (soddisfazione e impatto sopra media)
- ✓ **Area del controllo:** elementi che richiedono strategie di monitoraggio (soddisfazione e impatto sotto media)
- ✓ **Area della valorizzazione:** elementi che richiedono interventi di sostegno (hanno una soddisfazione sopra media e un impatto sotto media)

CSI – Customer Satisfaction Index



* Dato che il questionario è stato rivisto nel 2025, gli aspetti non sono perfettamente comparabili

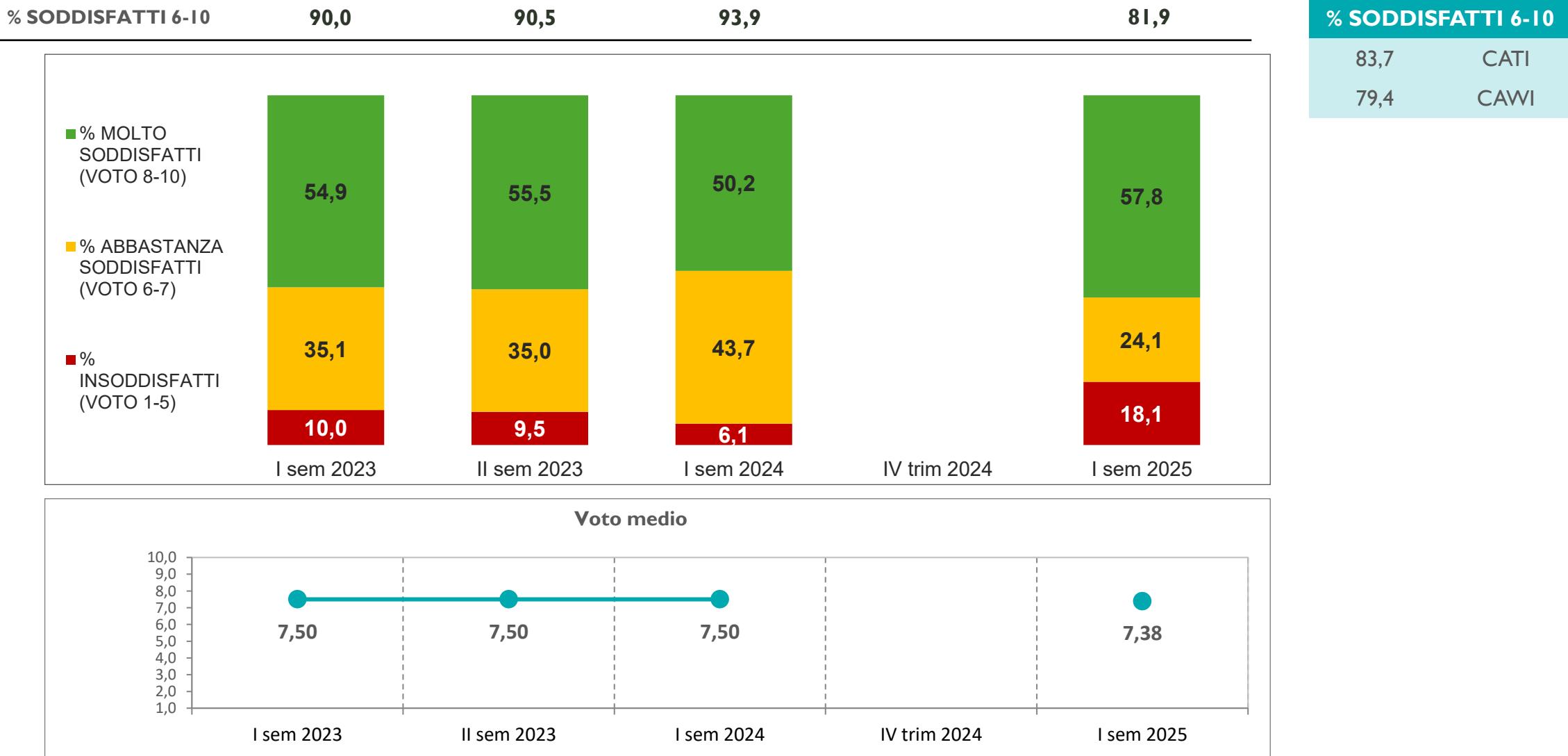
** Non è stato considerato l'item «La facilità di seguire le indicazioni / comunicazioni date dal risponditore automatico»

Generalista

KPI Principali

Generalista - Giudizio complessivo (overall)

Pensando agli ultimi 6 mesi, qual è il suo giudizio globale su AdF? Scala 1-10



Generalista - Qualità dell'acqua - Soddisfazione

Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, quanto è soddisfatto di AdF? Scala 1-10

% SODDISFATTI 6-10

85,2

90,4

88,8

81,4

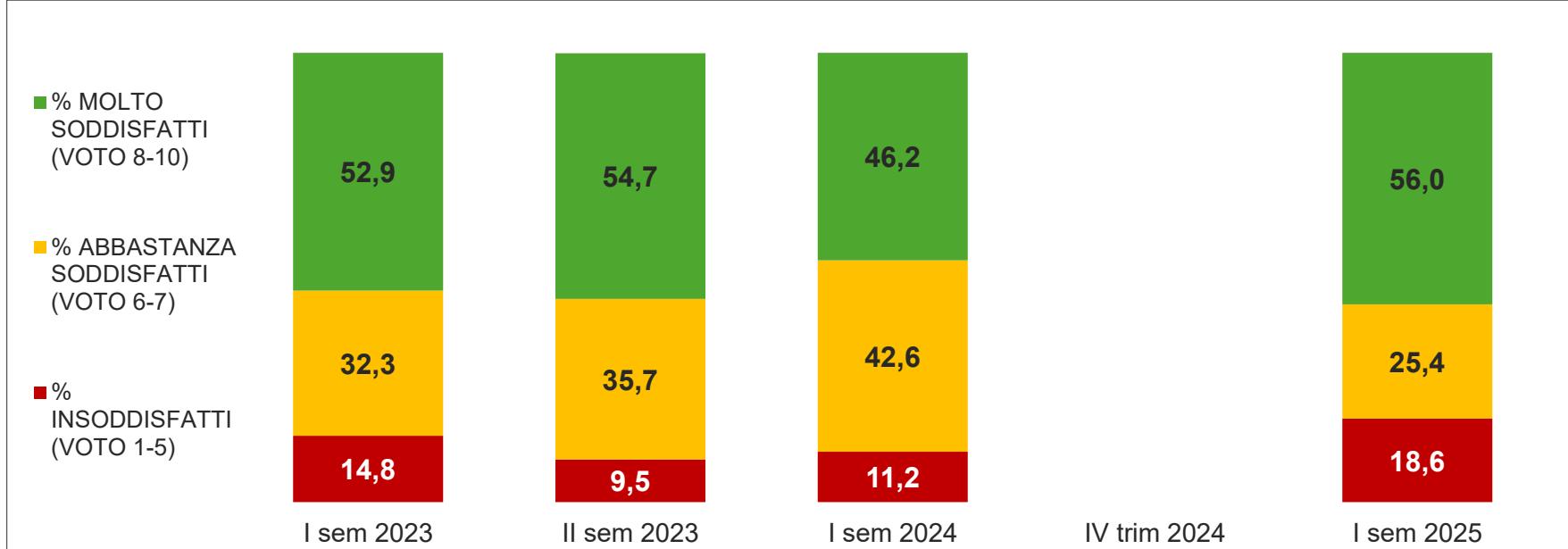
% SODDISFATTI 6-10

84,0

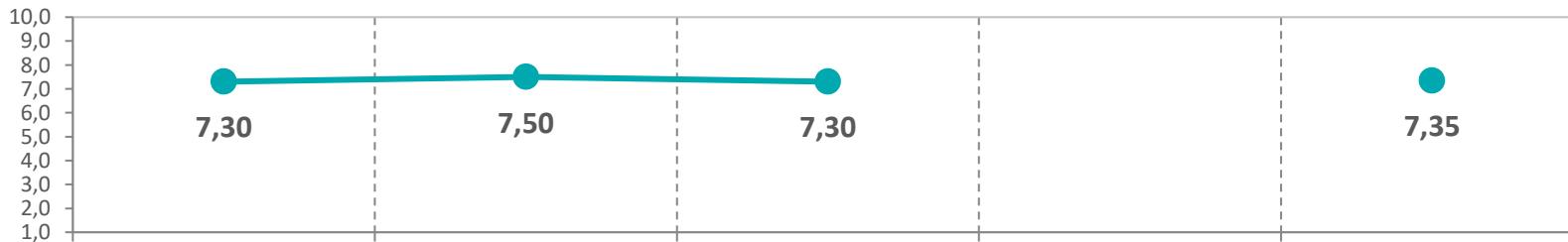
CATI

77,8

CAWI



Voto medio



Generalista - Aspetti tecnici del servizio - Soddisfazione

Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio negli ultimi 6 mesi, quanto è soddisfatto di AdF? Scala 1-10

% SODDISFATTI 6-10

96,5

95,8

97,0

90,9

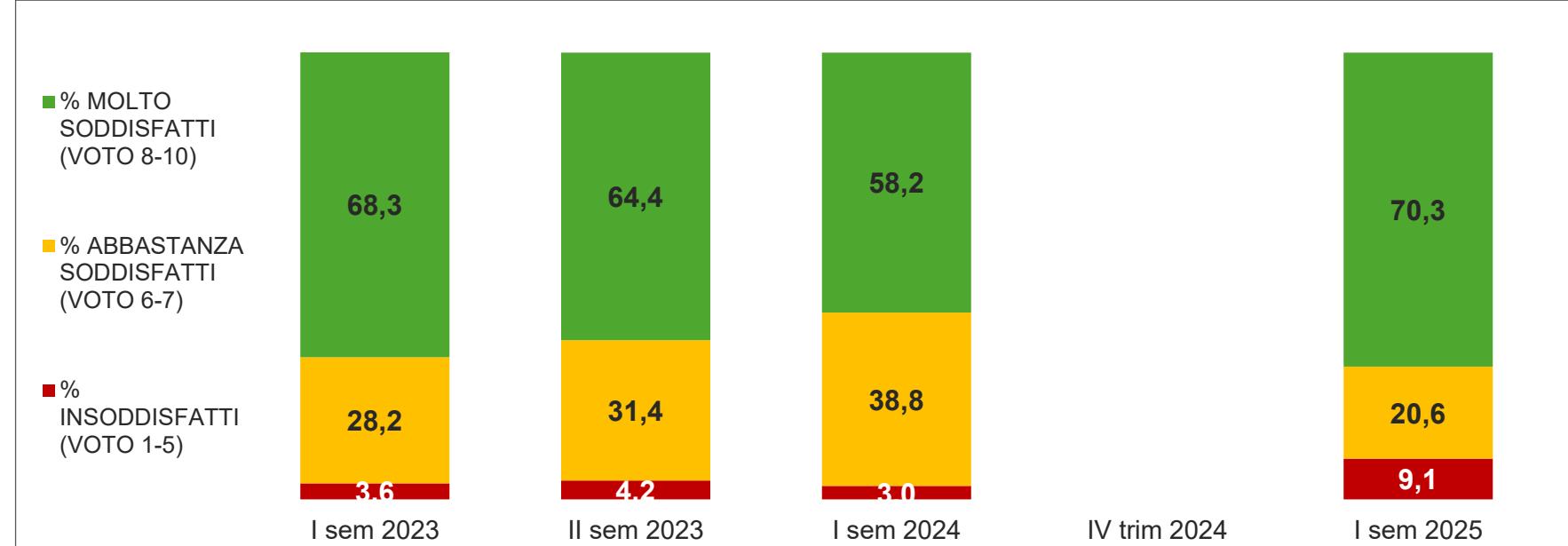
% SODDISFATTI 6-10

94,3

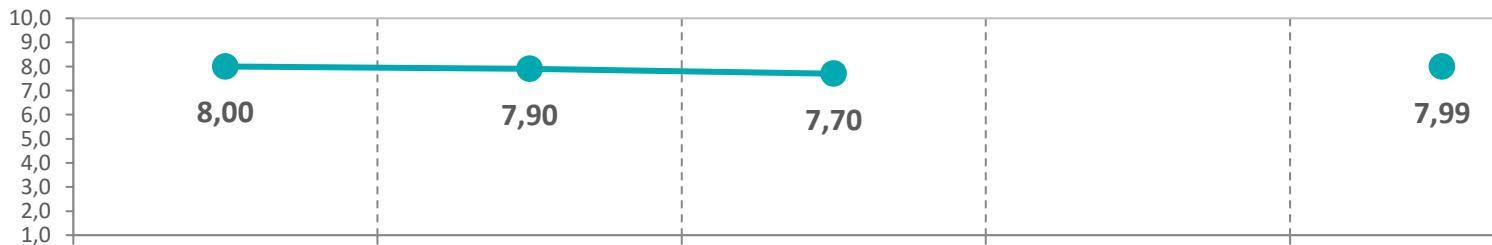
CATI

86,1

CAWI

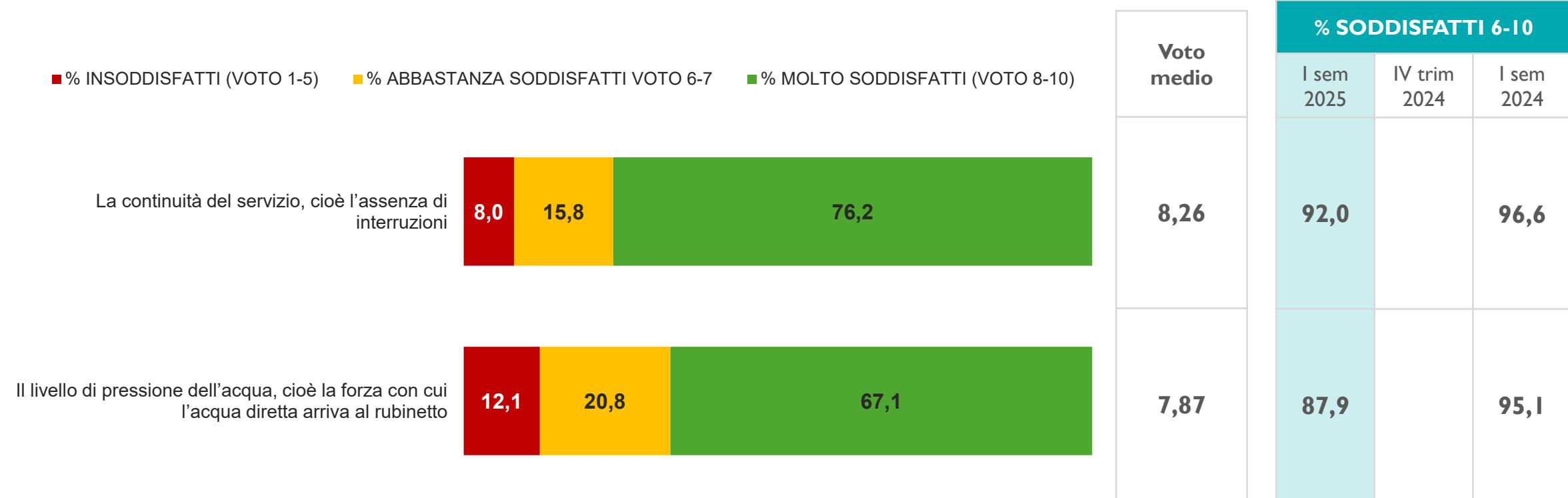


Voto medio



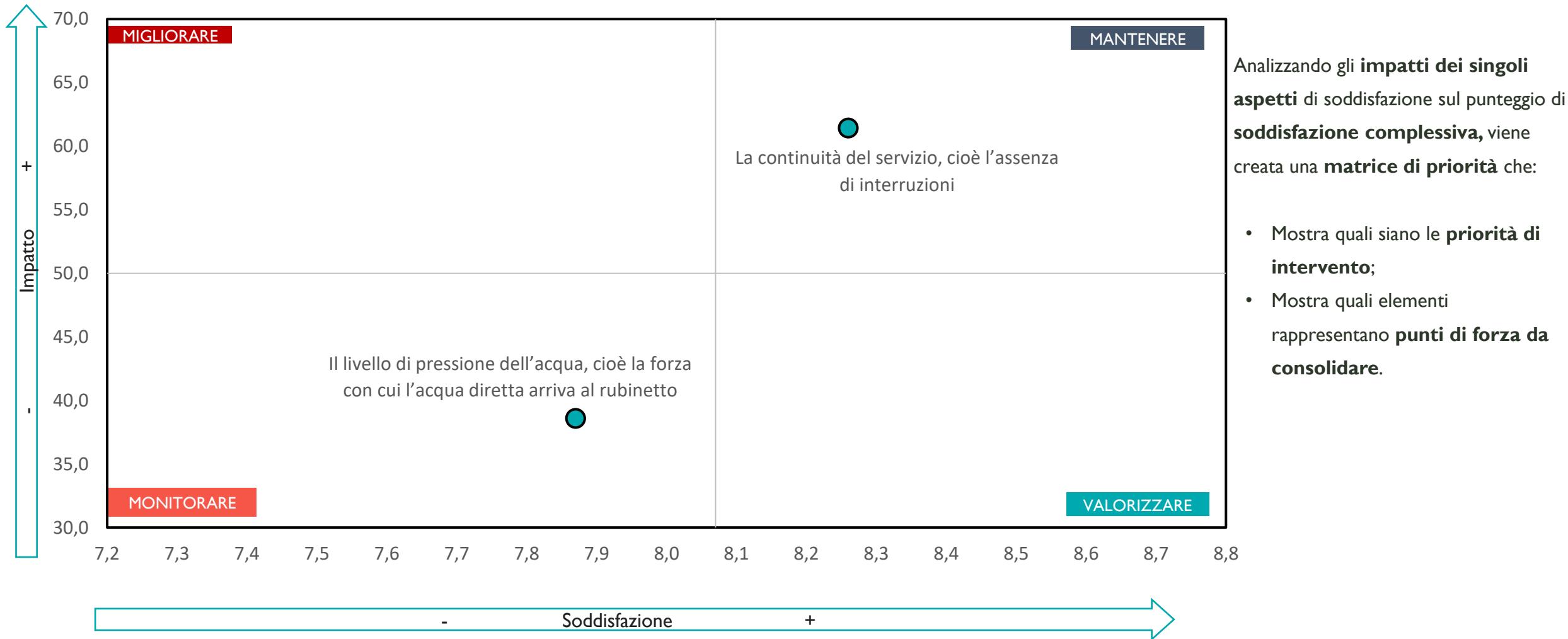
Generalista - Aspetti tecnici del servizio - Aspetti valutati

Pensando ora agli aspetti TECNICI relativi al servizio dell'acqua potabile quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10



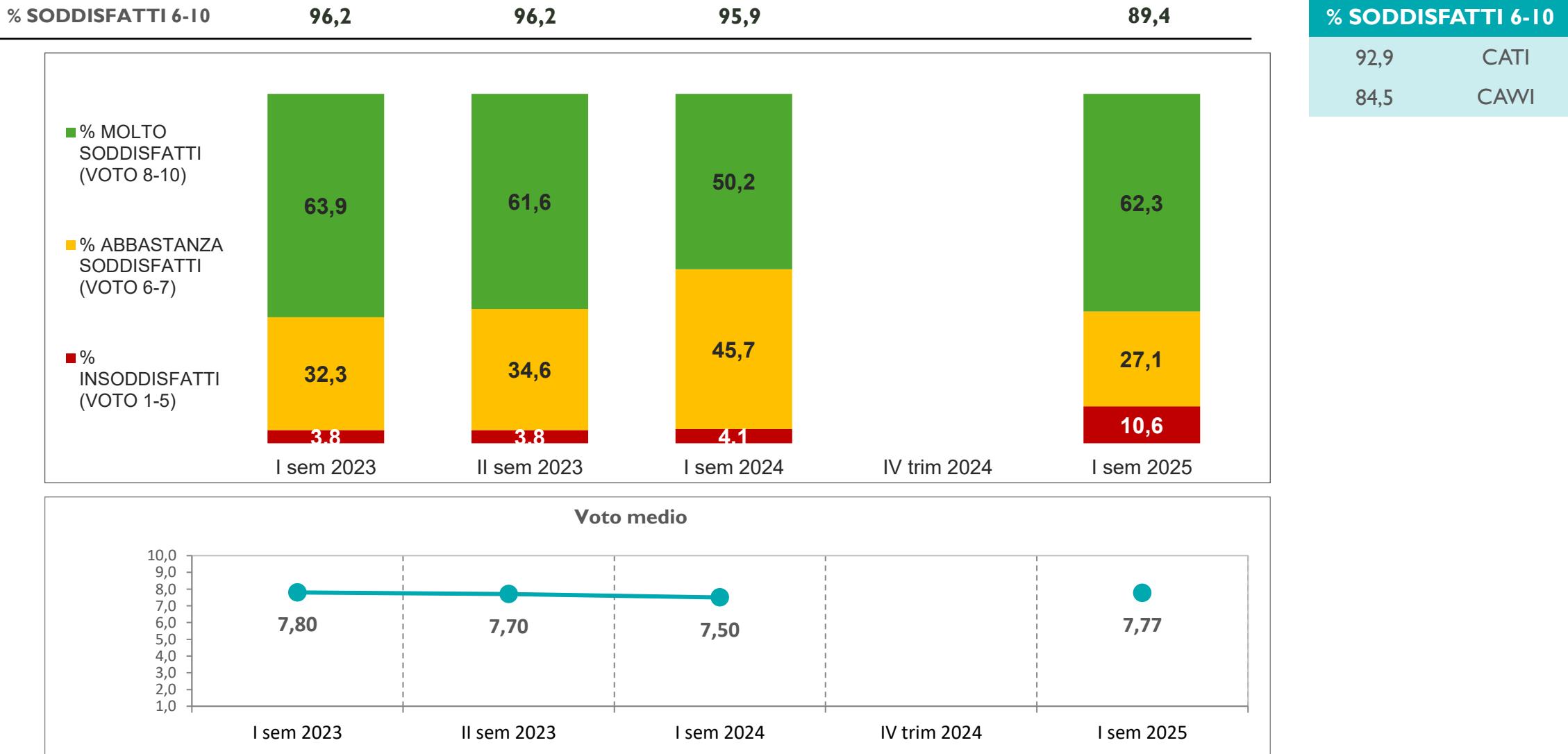
Generalista - Aspetti tecnici del servizio

Mappa delle priorità



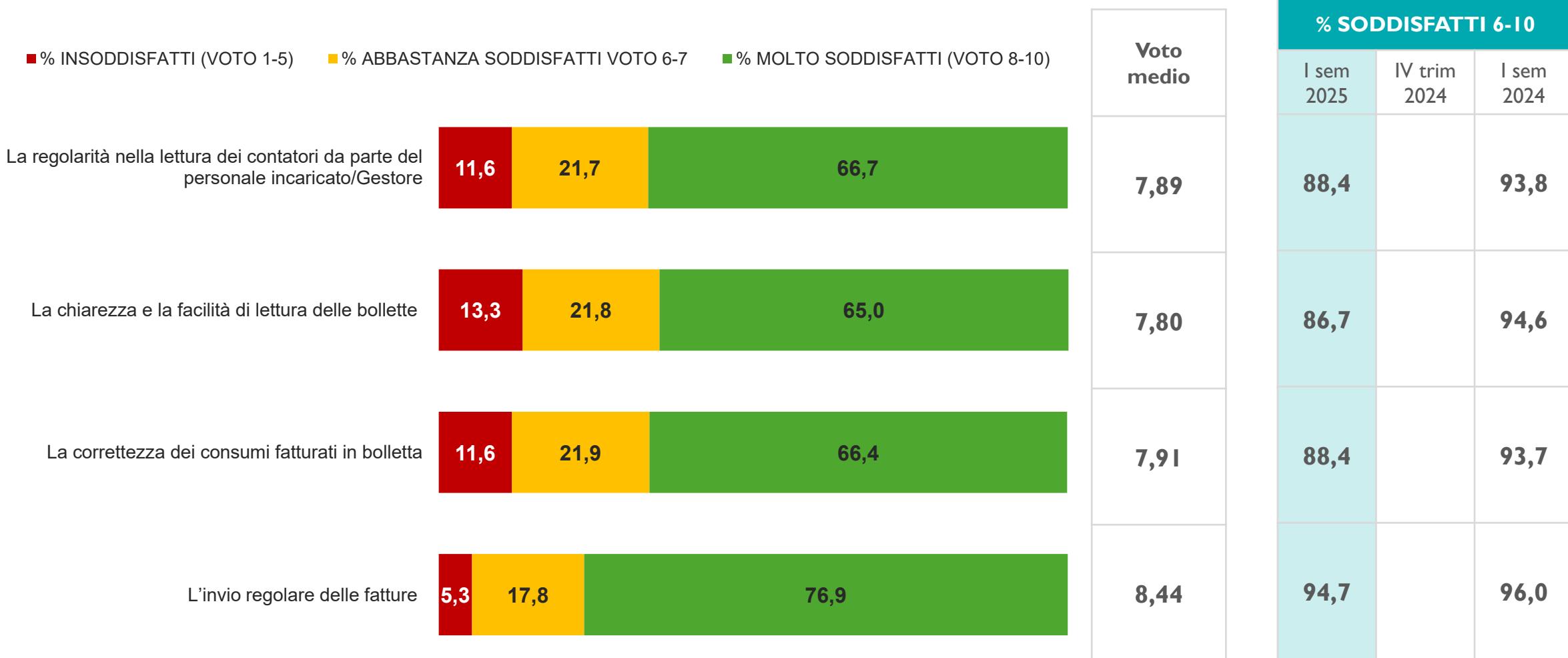
Generalista - Fatturazione - Soddisfazione

Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione negli ultimi 6 mesi, quanto è soddisfatto di AdF? Scala 1-10



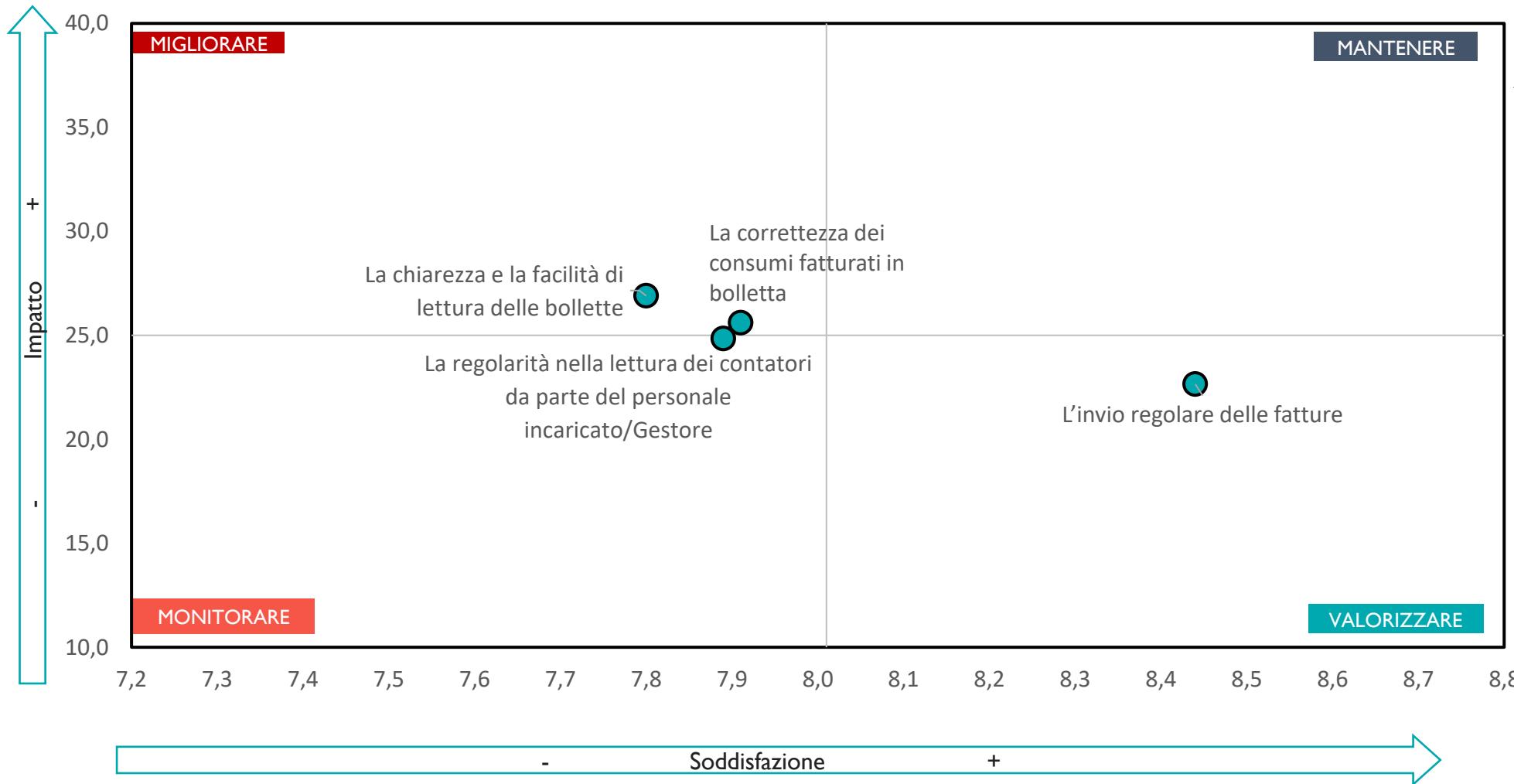
Generalista - Fatturazione - Aspetti valutati

Pensando ora agli aspetti relativi alla FATTURAZIONE, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10



Generalista - Fatturazione

Mappa delle priorità



Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Generalista - Rapporto qualità/prezzo - Soddisfazione

Complessivamente quanto è soddisfatto della qualità del servizio offerto da AdF rispetto al costo sostenuto? Scala 1-10

% SODDISFATTI 6-10

87,9

90,1

90,8

78,7

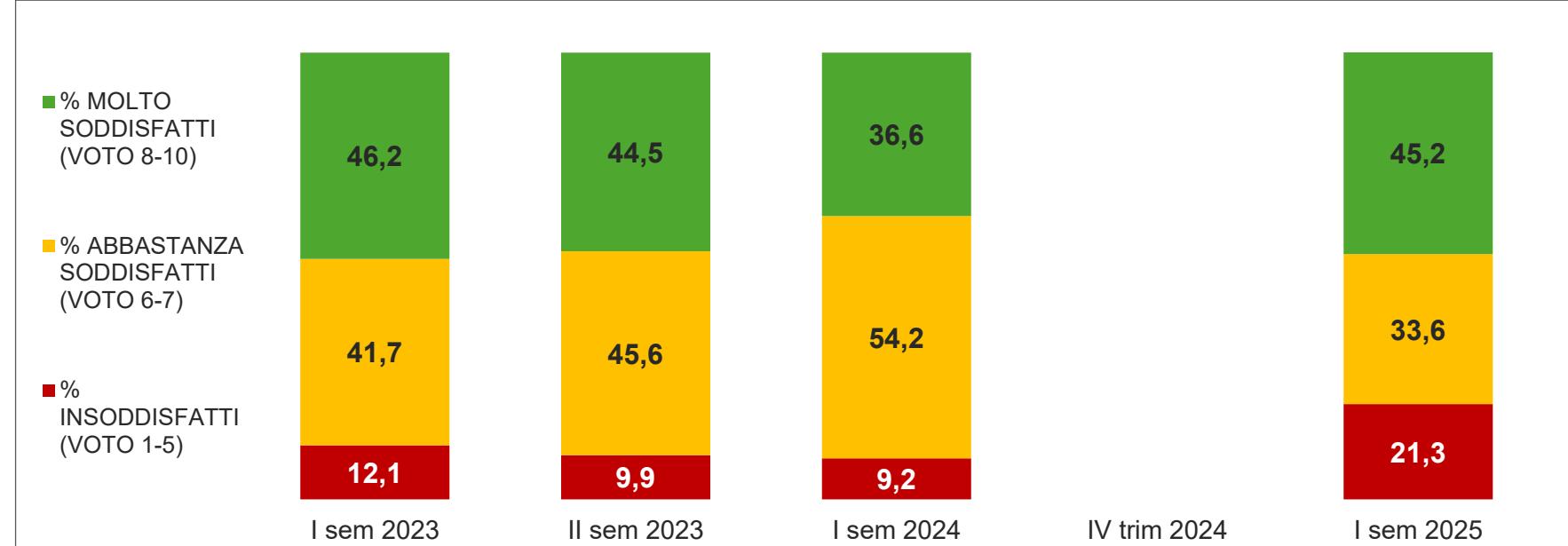
% SODDISFATTI 6-10

82,0

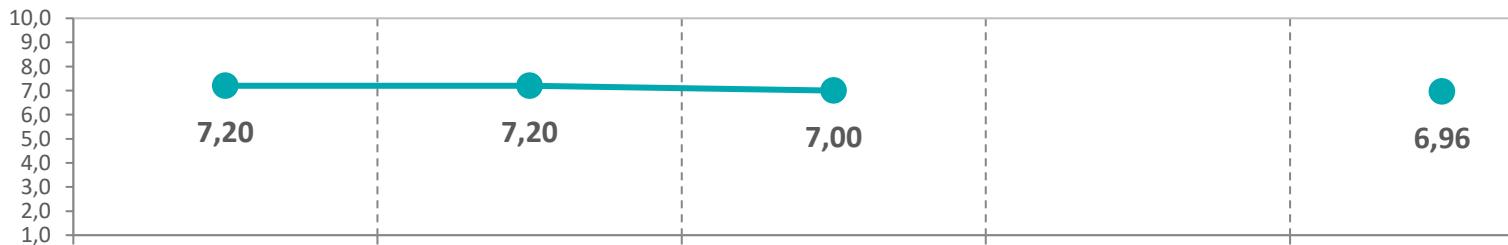
CATI

74,2

CAWI



Voto medio



Generalista - Confronto Risultati CATI - CAWI

% SODDISFATTI 6-10		
	CATI	CAWI
Base	350	252
GIUDIZIO COMPLESSIVO	83,7	79,4
QUALITÀ DELL'ACQUA	84,0	77,8
ASPETTI TECNICI	94,3	86,1
Continuità del servizio	93,1	90,5
Livello di pressione	92,0	82,1
FATTURAZIONE	92,9	84,5
Regolarità lettura contatori	93,4	82,4
Chiarezza e facilità lettura	90,3	81,7
Correttezza dei consumi fatturati in bolletta	90,0	86,1
Invio regolare fatture	95,4	93,7
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	82,0	74,2

Generalista

Approfondimenti

Generalista - Conoscenza protagonisti del servizio idrico

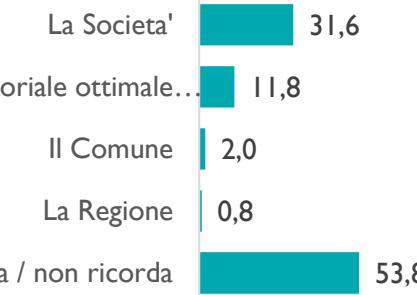
Sa indicarmi il nome dell'azienda o ente che eroga l'acqua potabile nel suo comune?

N=350 - CATI



Lei sa qual è il soggetto che determina la tariffa del servizio idrico nella zona in cui vive?

N=602



Il 80,6% del campione
sa che AdF gestisce anche
il servizio di fognatura e depurazione

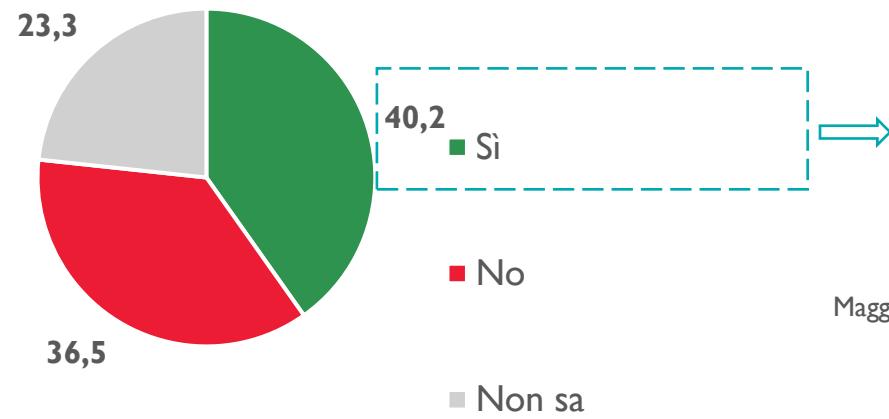
Base: servizio idrico integrato N=340

I sem 2024

54,6%

Generalista - Aspettative

Ci sono aspetti del servizio di erogazione dell'acqua potabile che ritiene debbano essere migliorati?



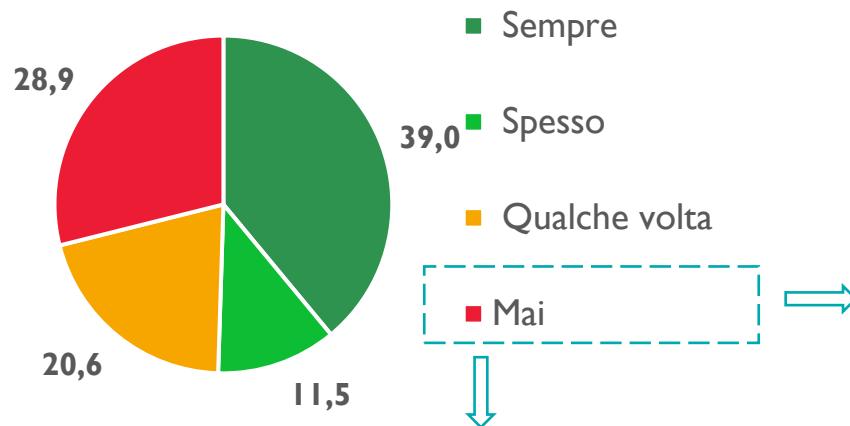
Quali? – risposta multipla

Base: Ritiene che ci siano aspetti del servizio di erogazione dell'acqua potabile che debbano essere migliorati N=242



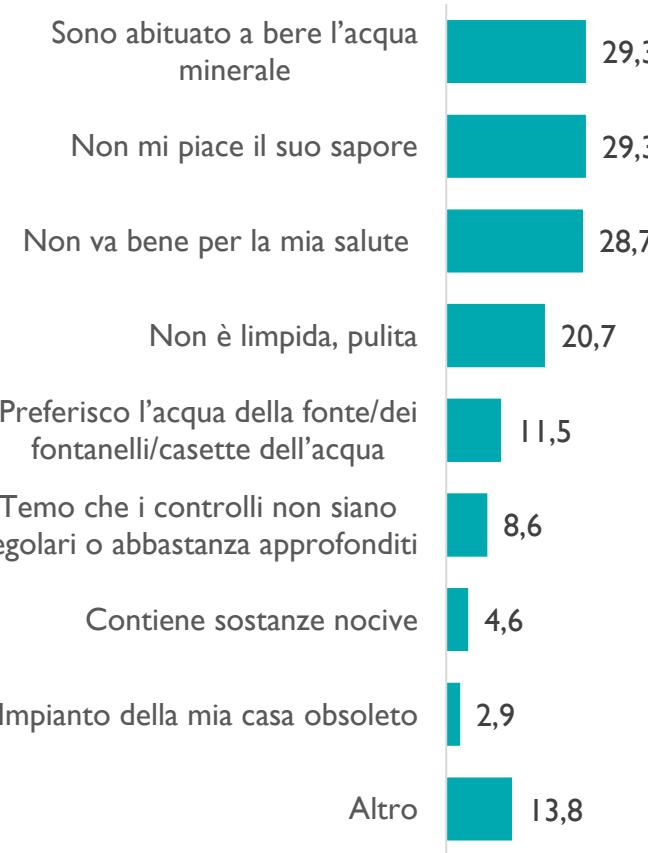
Generalista - Utilizzo dell'acqua potabile

Con che frequenza beve l'acqua del rubinetto?

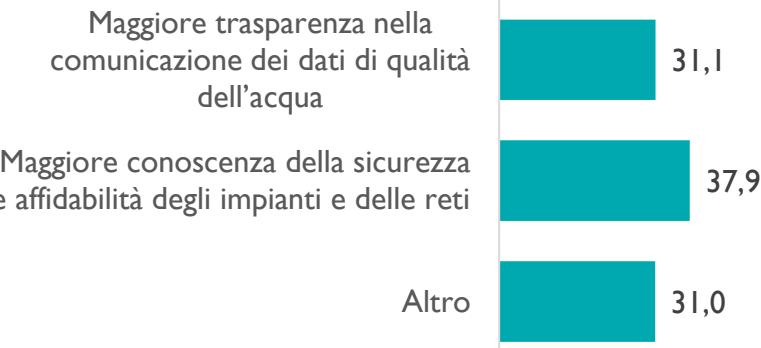


Perché non beve mai l'acqua del rubinetto? – risposta multipla

Base: Non beve mai l'acqua del rubinetto N=174



Cosa potrebbe invogliarla a bere l'acqua del rubinetto?

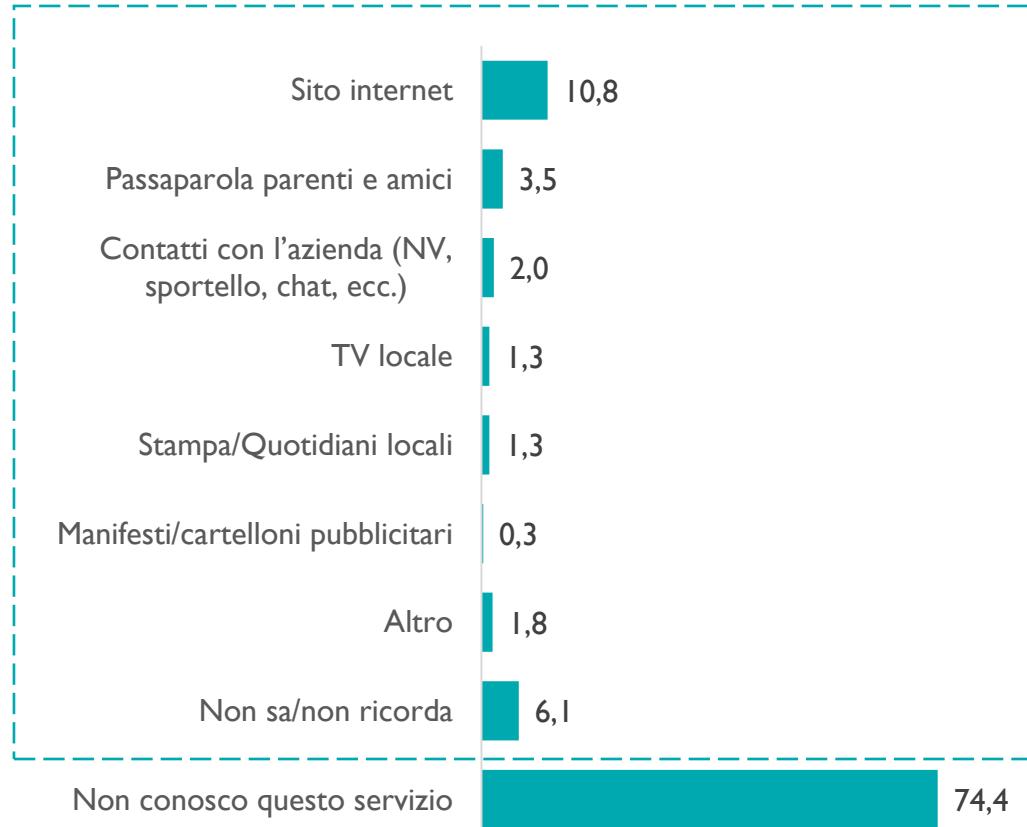


Generalista

Sezione Open

Generalista – Videochiamata - Conoscenza e contatto

Ha mai sentito parlare di questo servizio? Se sì attraverso quali canali è venuto a conoscenza del servizio di videochiamata?

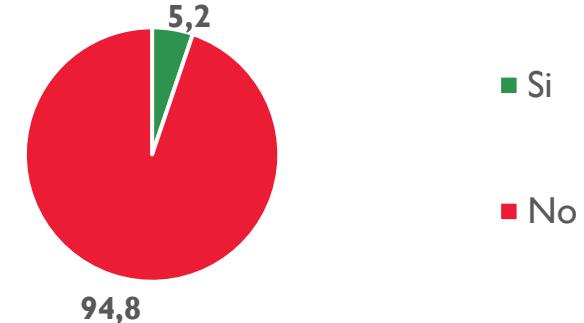


I sem 2024

81,4%

Le è capitato di chiamarlo negli ultimi 6 mesi?

Base: Conosce il servizio di videochiamata N=154



■ Si

■ No

Generalista - Videochiamata - Soddisfazione e NPS

Soddisfazione

Complessivamente quanto è soddisfatto del servizio di videochiamata?

- % INSODDISFATTI (VOTO 1-5)
- % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7
- % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto
medio

7,50

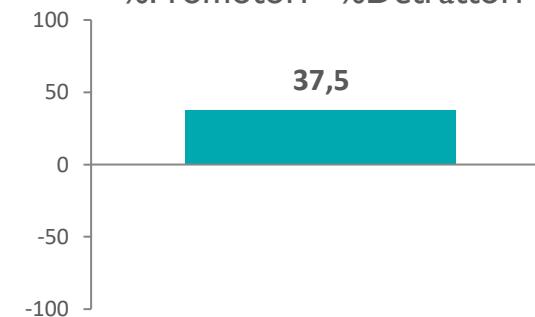
NPS

Quanto consiglierebbe il servizio di videochiamata di AdF ad amici e parenti?

- % PROMOTORI (9-10)
- % NEUTRALI (7-8)
- % DETRATTORI (0-6)

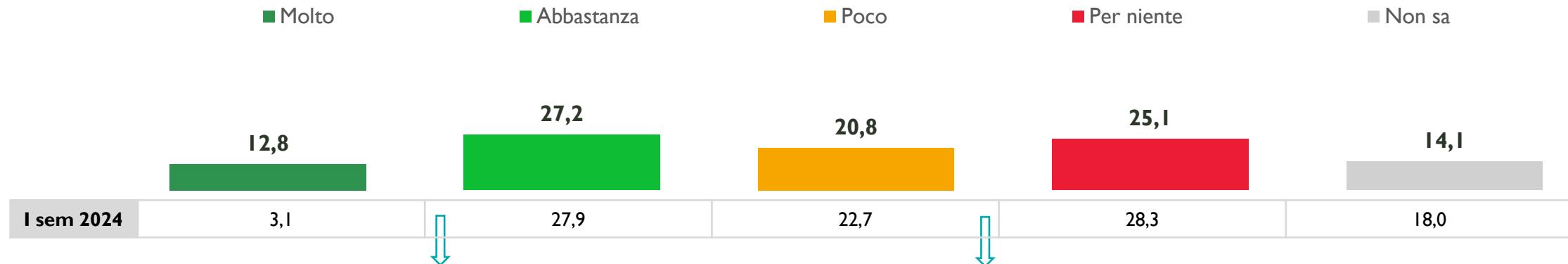


NPS
%Promotori - %Detrattori



Generalista - Videochiamata - Motivi di utilizzo e non utilizzo

Nel caso avesse bisogno di contattare la società nei prossimi mesi, quanto ritiene probabile che lei usi il servizio di videochiamata?



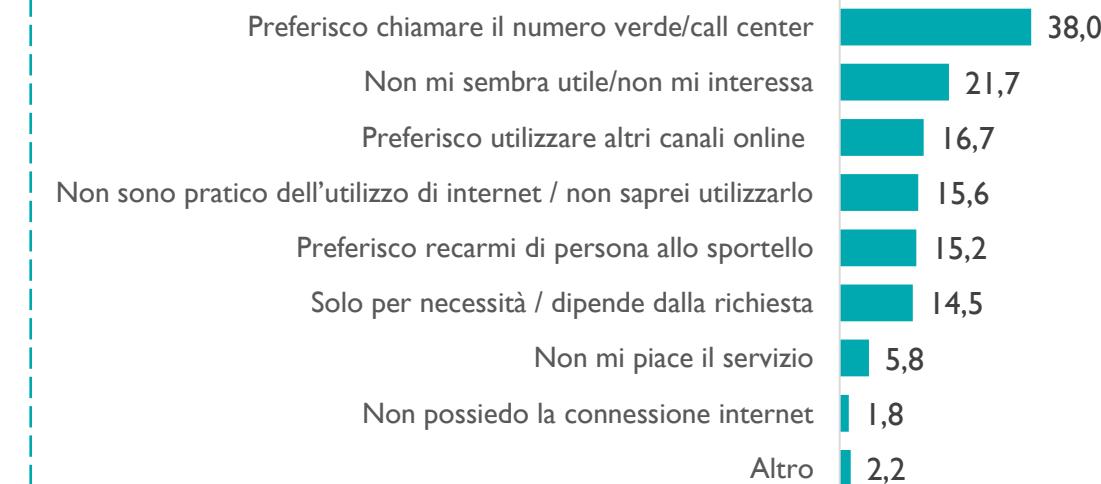
Base: Ritiene Molto/Abbastanza probabile che usi il servizio di videochiamata nei prossimi mesi
N=241

Molto – Abbastanza



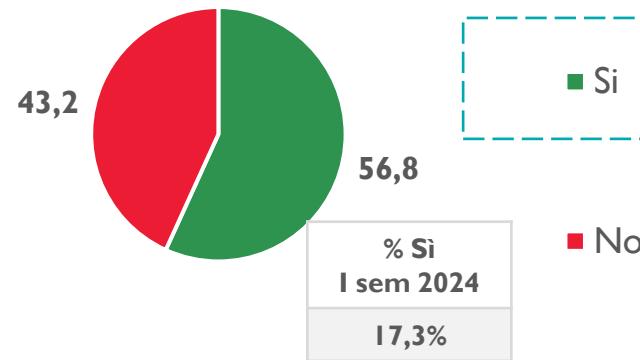
Base: Ritiene Poco/Per niente probabile che usi il servizio di videochiamata nei prossimi mesi
N= 276

Poco – Per niente



Generalista - Comunicazione interruzioni programmate – Fonti

Lei ricorda di aver visto o sentito comunicazioni?

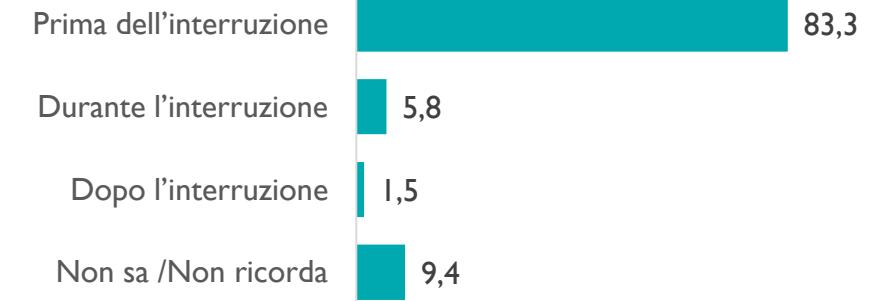


■ Si

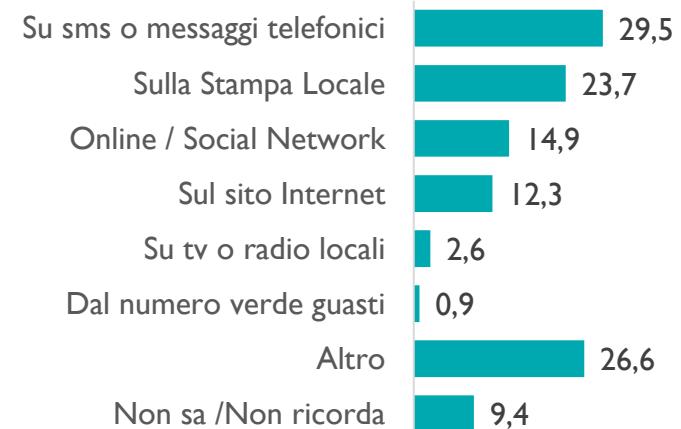
■ No

Si ricorda se il messaggio l'ha ricevuto ... ?

Base: Ricorda di aver visto o sentito comunicazioni N=342

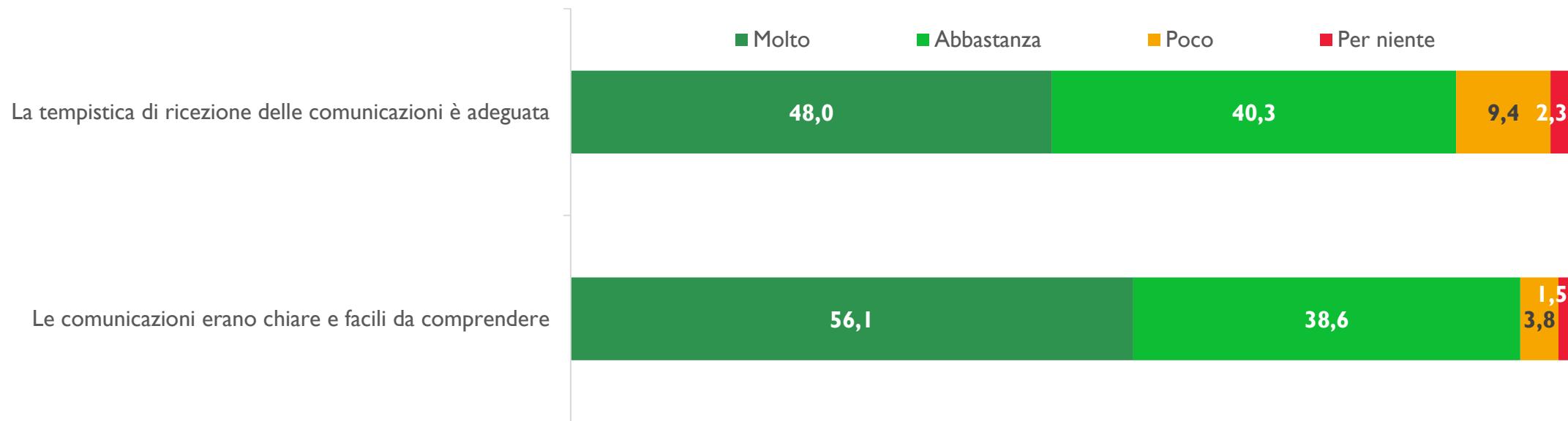


Dove ha visto o sentito queste comunicazioni? – risposta multipla



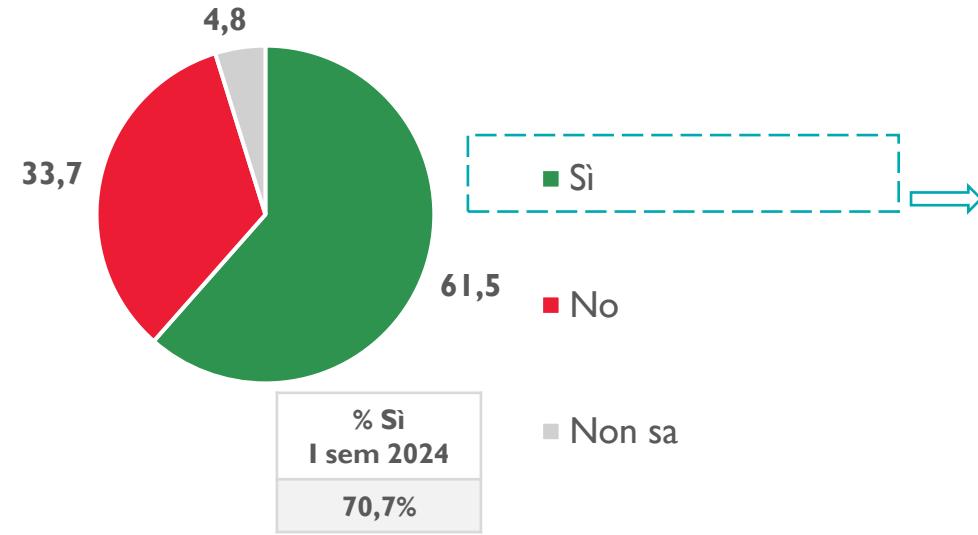
Generalista - Comunicazione interruzioni programmate - Informazioni

Sempre pensando alle informazioni ricevute da AdF per le interruzioni del servizio programmate, quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni?



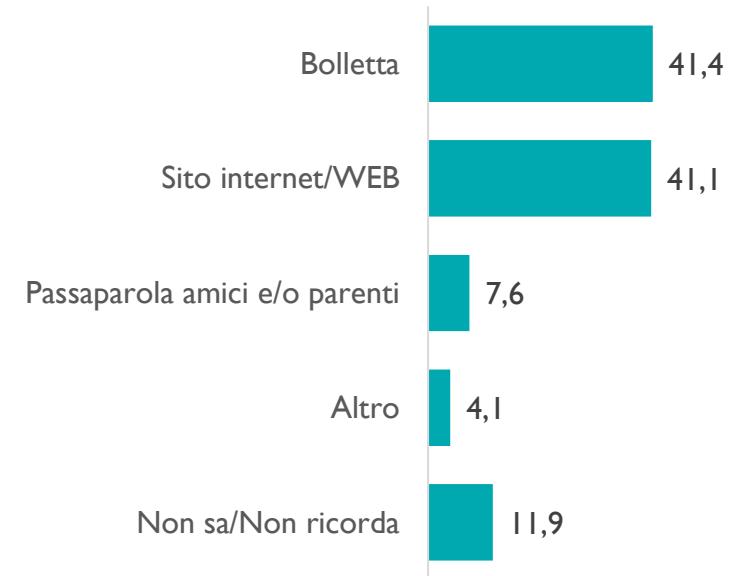
Generalista - APP

Lei sa che AdF ha attivato un'APP (applicazione) che consente di scaricare la fattura, pagare la bolletta, visualizzare i consumi, inviare l'autolettura e visualizzare il proprio estratto conto e segnalare guasti e disservizi?



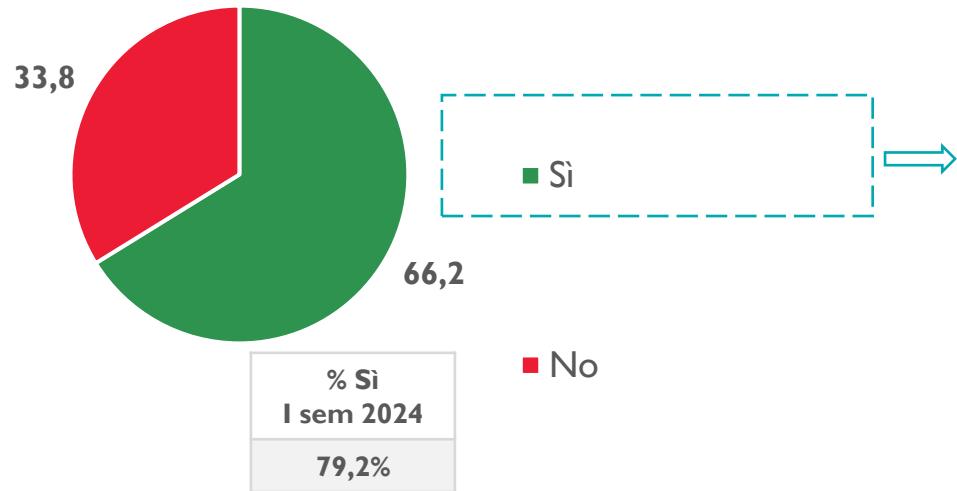
Tramite quale canale è venuto a conoscenza della App di AdF? – risposta multipla

Base: Chi è a conoscenza dell'APP N=370



Generalista - APP

Le è capitato di utilizzare la APP?



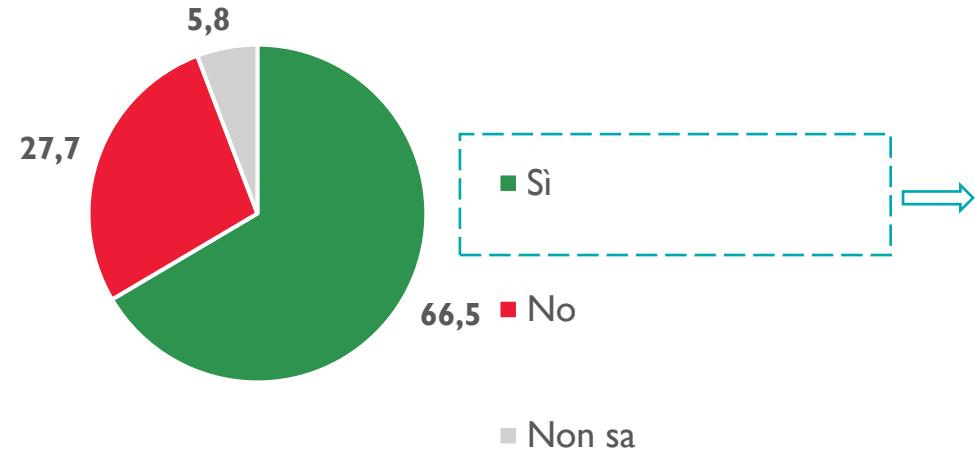
Complessivamente quanto è soddisfatto della APP di AdF?

Base: Chi utilizza l'APP N=245



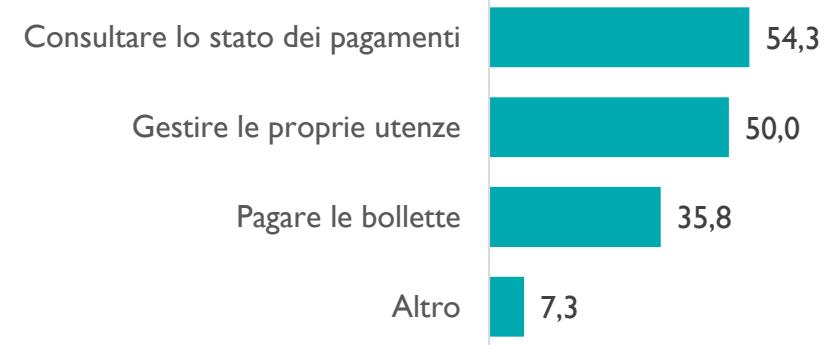
Generalista – Approfondimento Area Clienti

Lei sa che AdF ha una Area Clienti (MyFiora), accessibile dal sito fiora.it, che consente di perfezionare pratiche commerciali, gestire le proprie utenze, consultare le fatture ed effettuare i pagamenti?

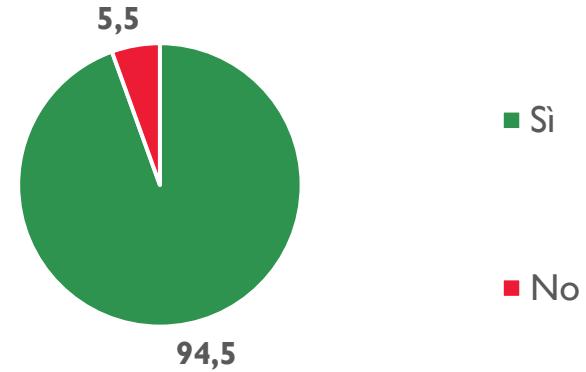


Quale servizio ritiene più utile tra quelli presenti all'interno dell'area clienti MyFiora?

Base: Chi utilizza l'Area clienti = 400



Consiglierebbe a qualcun altro di utilizzare l'area clienti MyFiora per la gestione delle proprie utenze?



Call Back

Numero Verde Segnalazione Guasti

Segnalazione Guasti - Soddisfazione

Considerando la conversazione telefonica, come valuta complessivamente la sua esperienza con il Numero Verde Segnalazione Guasti? Scala 1-10

% SODDISFATTI 6-10

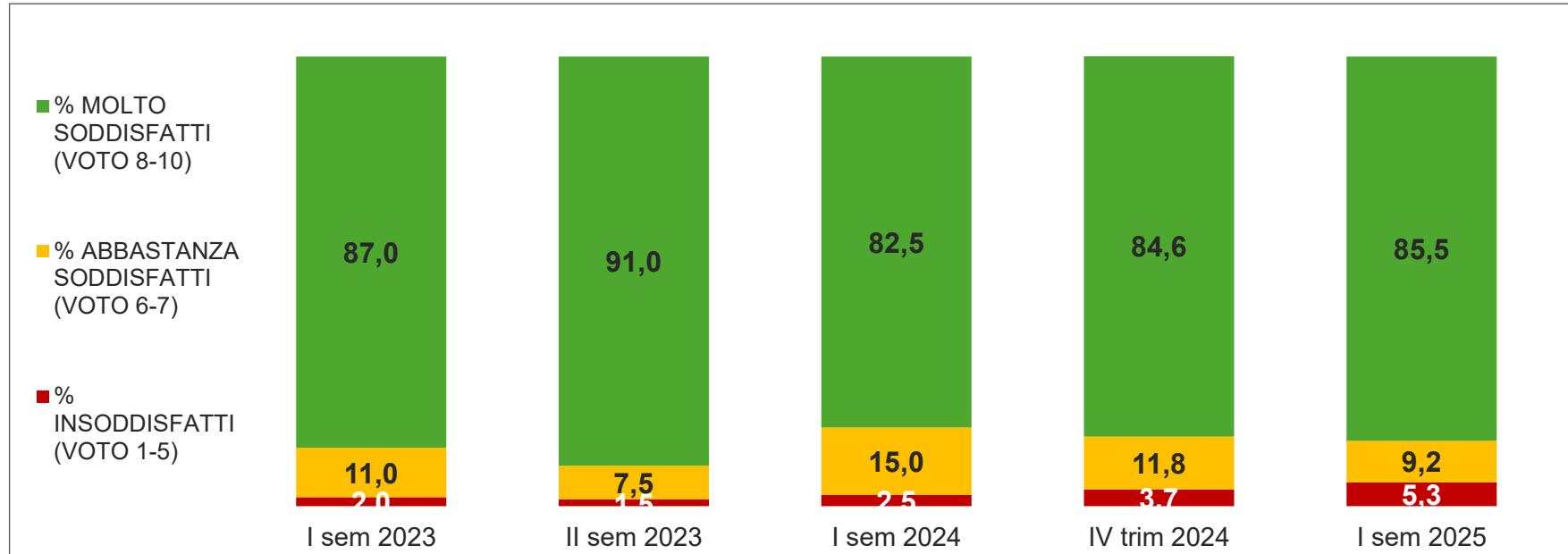
98,0

98,5

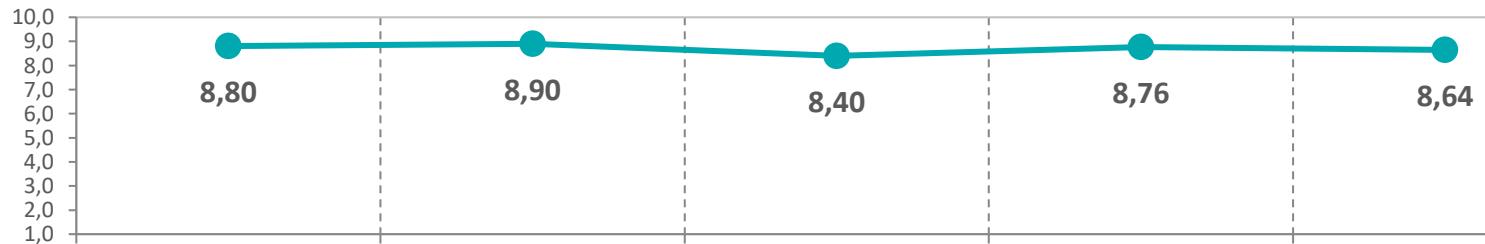
97,5

96,3

94,7

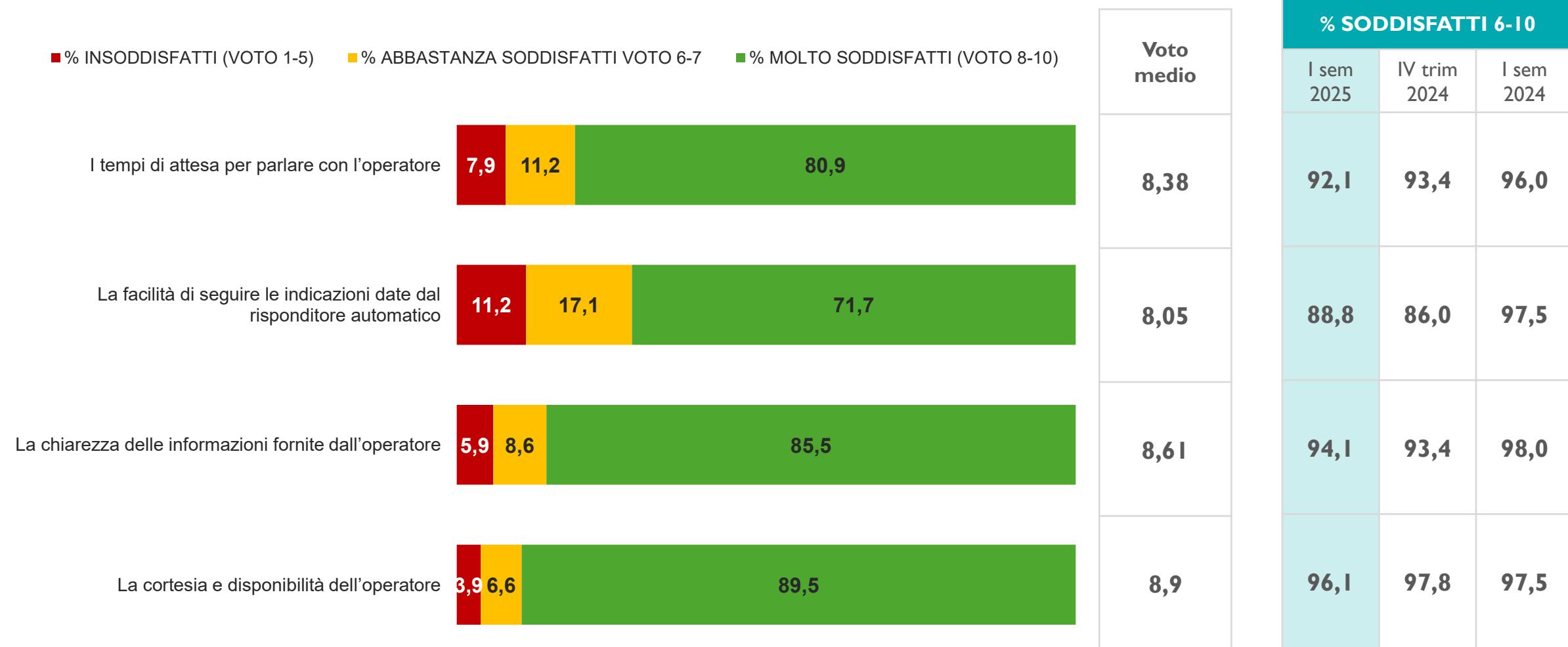


Voto medio



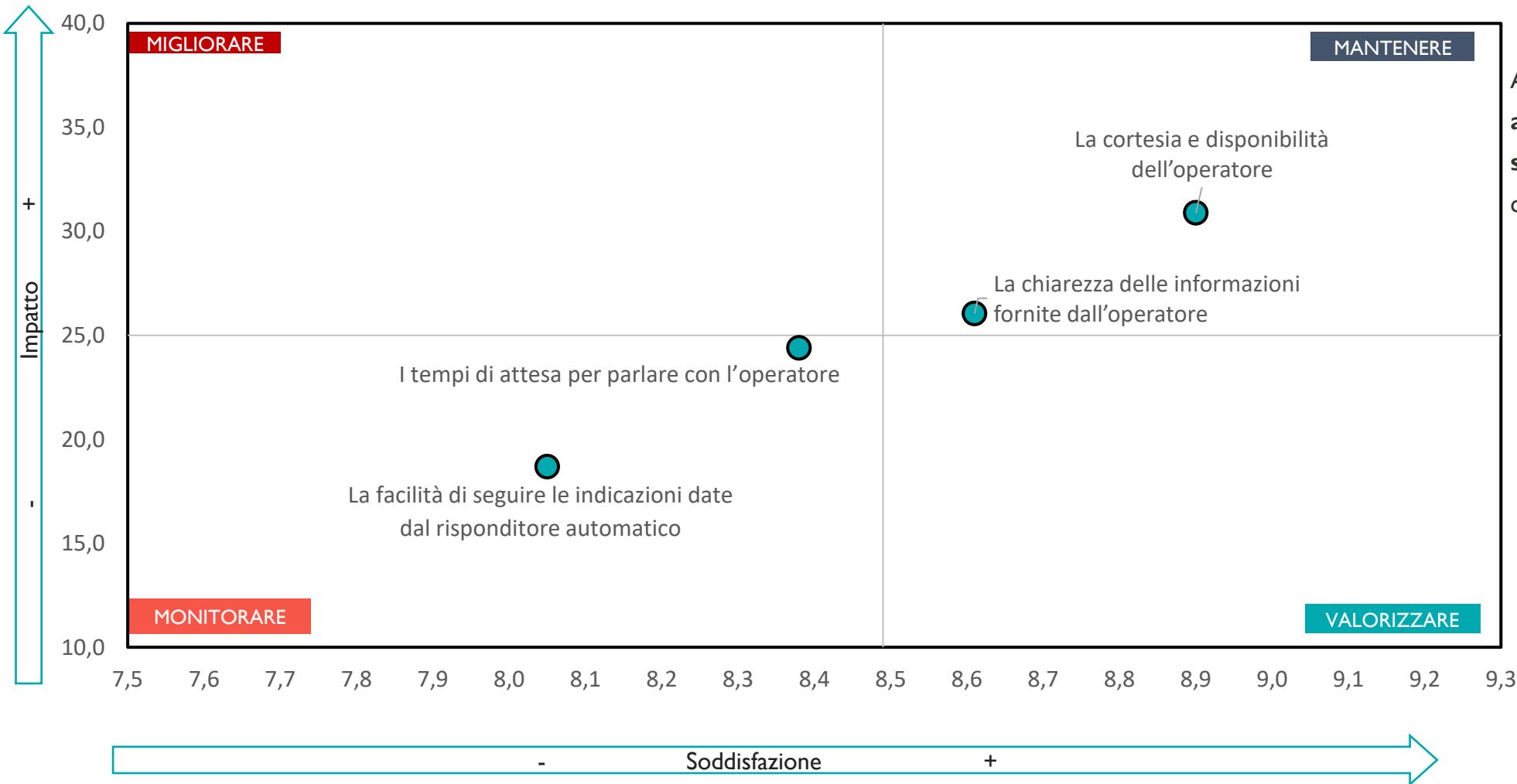
Segnalazione Guasti - Aspetti valutati

In merito alla sua chiamata al Numero Verde Segnalazione Guasti, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10



Segnalazione Guasti

Mappa delle priorità

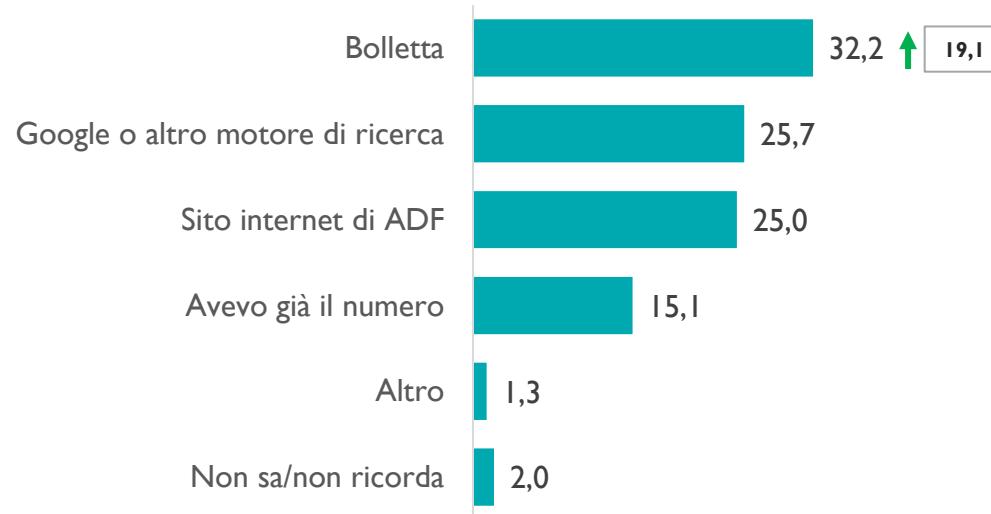


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

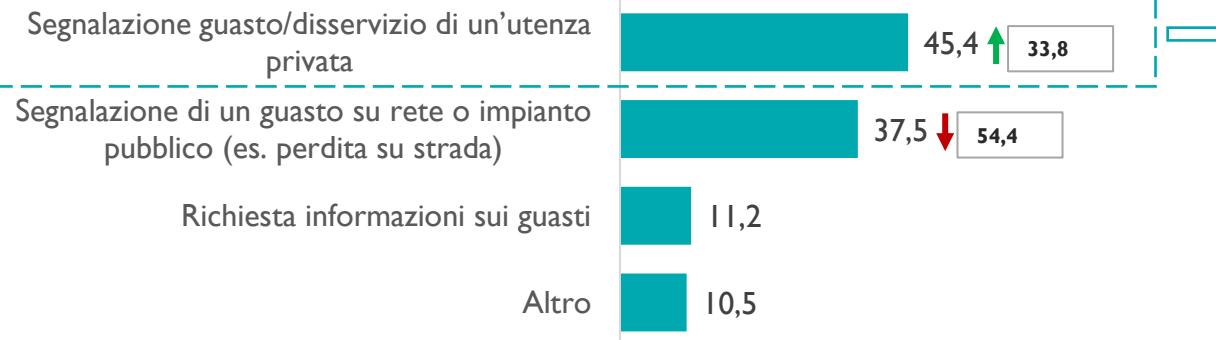
Segnalazione Guasti - Conoscenza, motivi di contatto e risoluzione

Dove ha reperito il numero verde Segnalazione Guasti? – risposta multipla

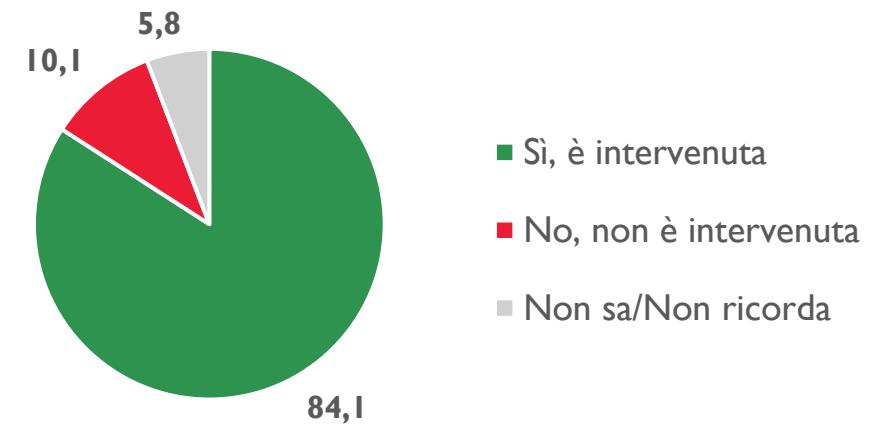


Ricorda se a seguito della sua ultima segnalazione, AdF è intervenuta per risolvere il problema e ripristinare il servizio?

Per quali motivi ha chiamato il Numero Verde Segnalazione Guasti? – risposta multipla

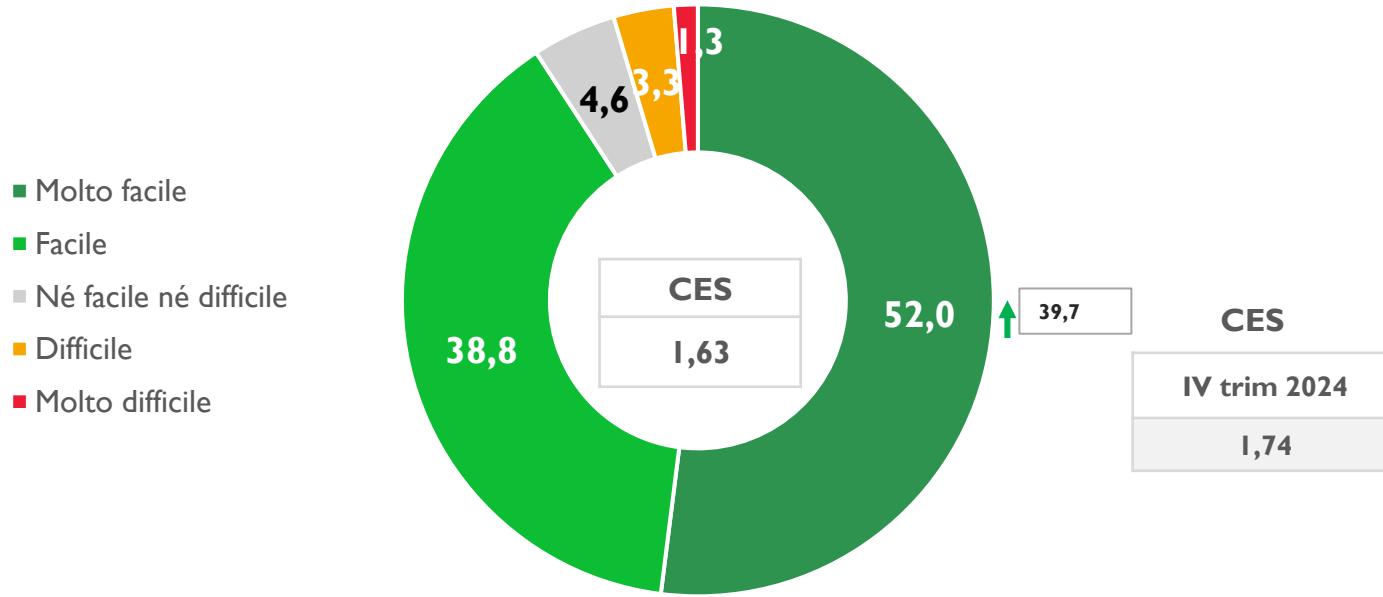


Base: ha segnalato guasti di un'utenza privata N=69



Segnalazione Guasti - Customer Effort Score

Complessivamente quanto è stato facile effettuare la segnalazione?



Call Back

Intervento Tecnico

Intervento Tecnico - Soddisfazione

Come valuta complessivamente l'intervento tecnico ricevuto? Scala 1-10

% SODDISFATTI 6-10

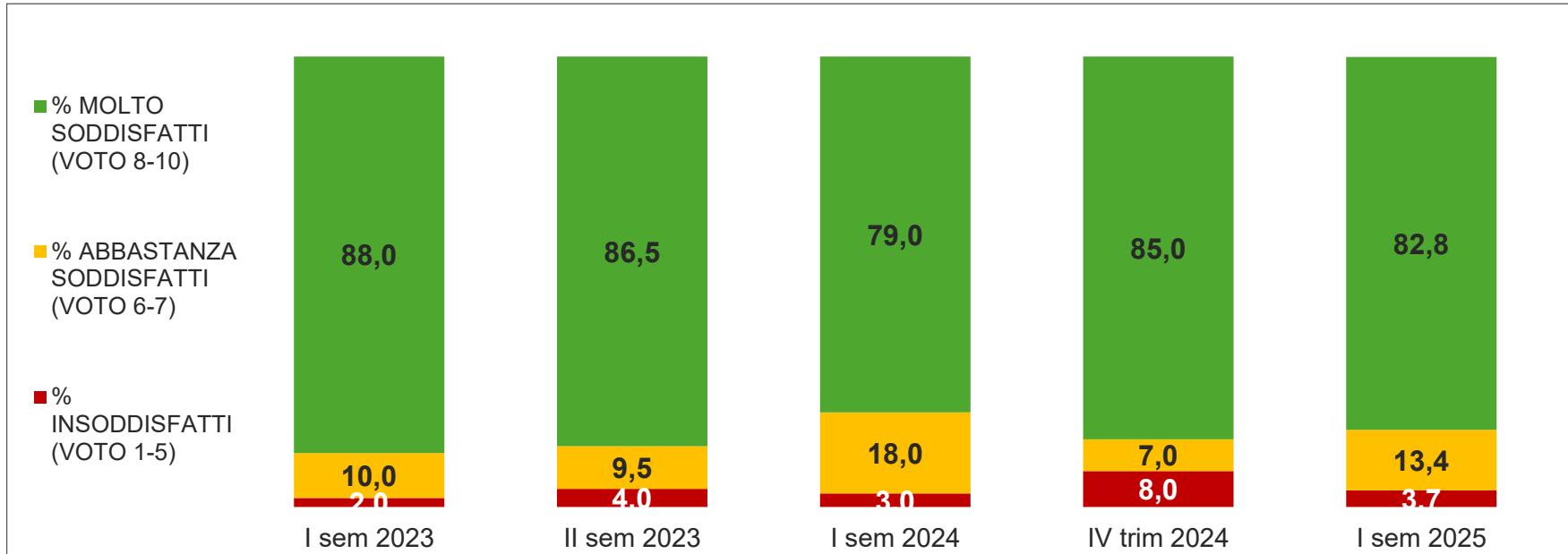
98,0

96,0

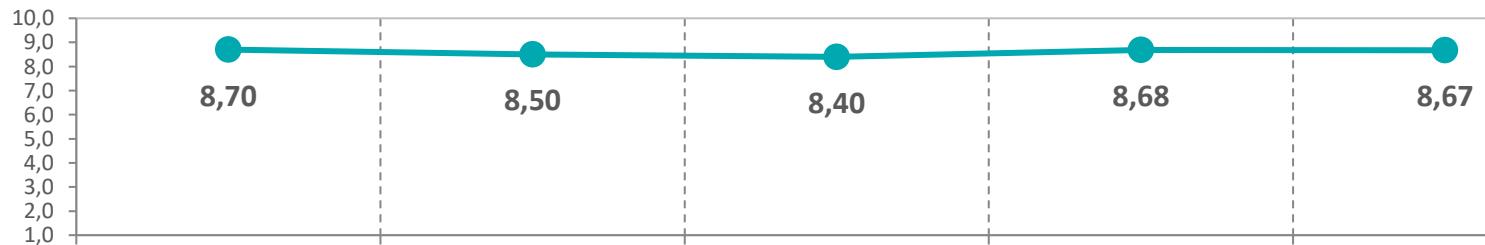
97,0

92,0

96,3

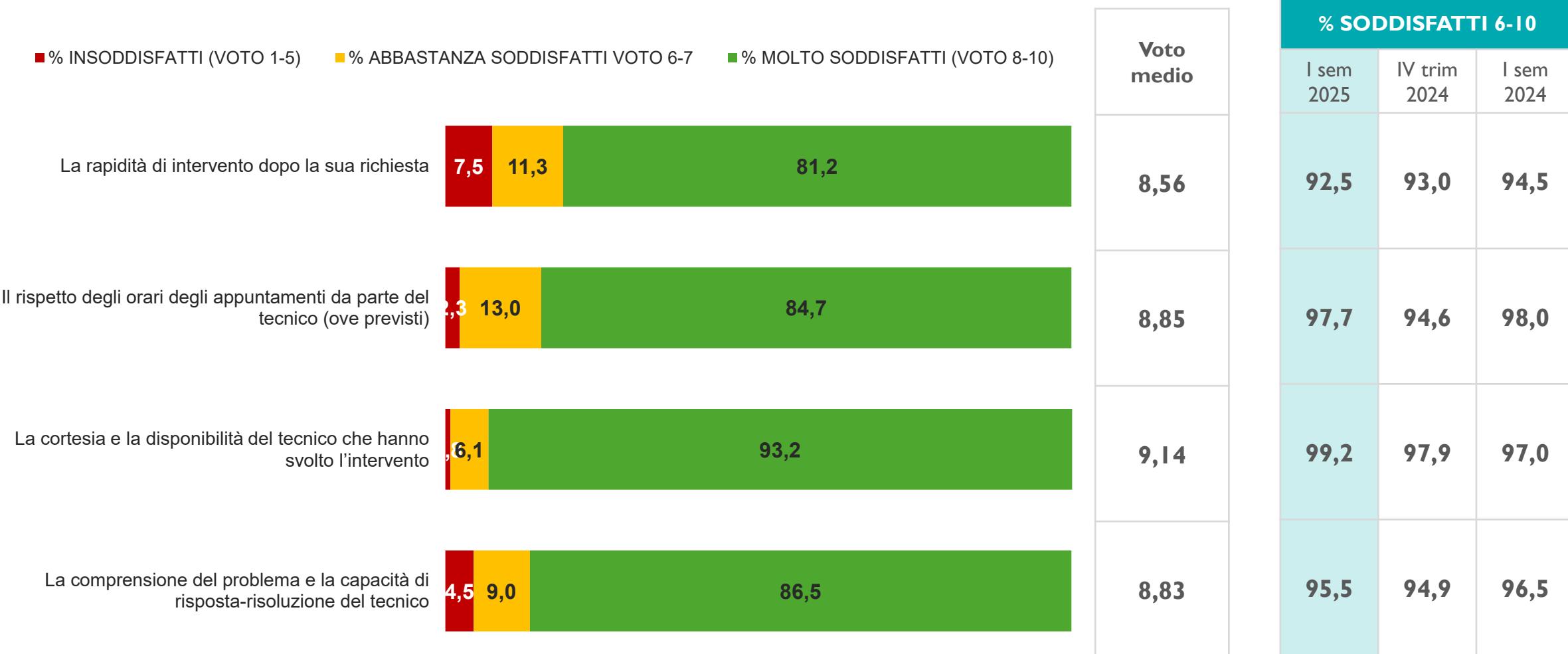


Voto medio



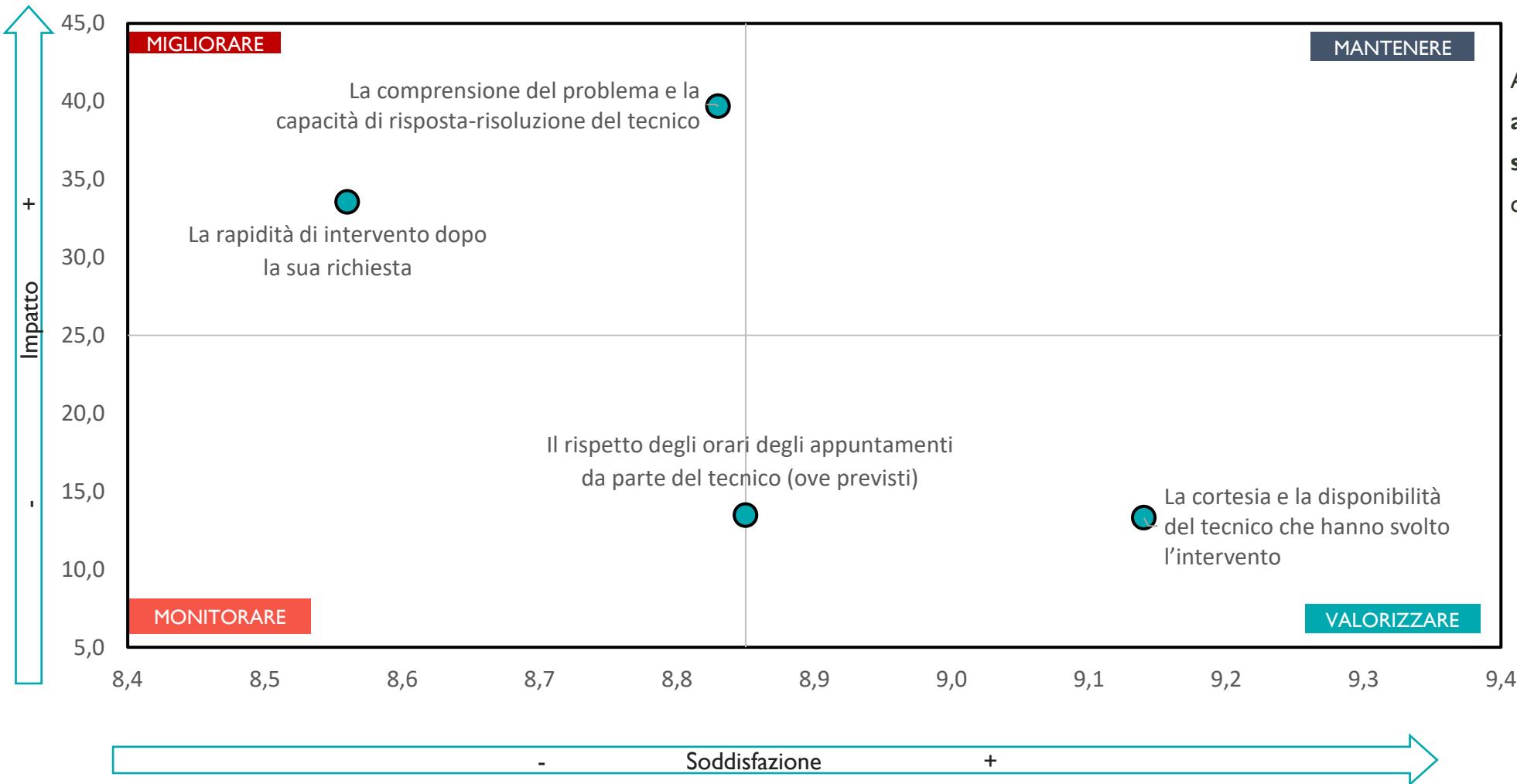
Intervento Tecnico - Aspetti valutati

Pensando sempre all'intervento tecnico ricevuto, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10



Intervento Tecnico

Mappa delle priorità

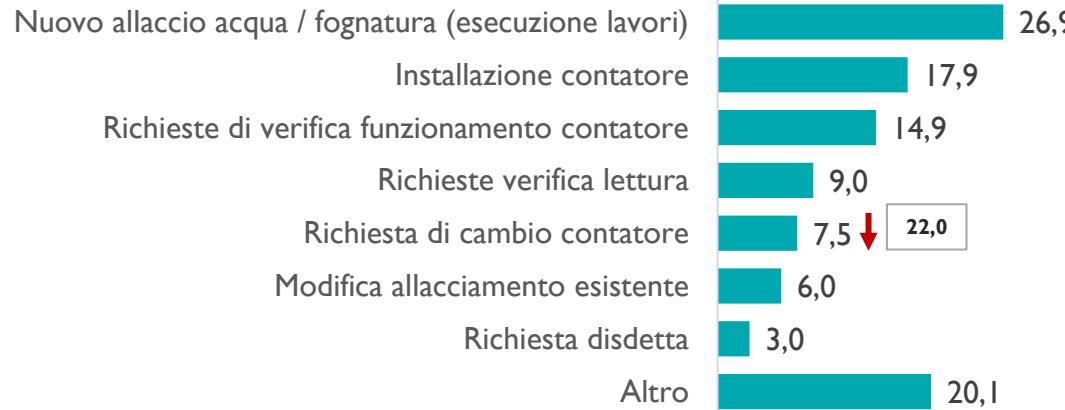


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

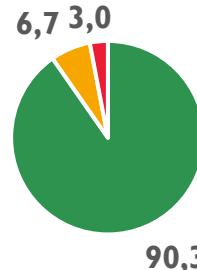
- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Intervento Tecnico - Motivi di contatto e Risoluzione

Per quale/i motivi ha richiesto un intervento tecnico? – risposta multipla



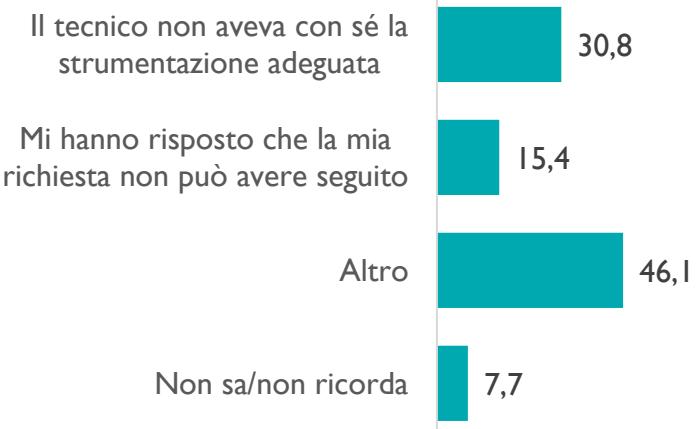
Con l'intervento del tecnico è riuscito a soddisfare la sua richiesta?



- Si, del tutto
- Si, in parte, il tecnico deve tornare
- No

Per quali motivi non è riuscito a soddisfare la sua richiesta?

Base: Non è riuscito a soddisfare la sua richiesta N=13



Call Back
Numero Verde Commerciale

Numero Verde Commerciale - Soddisfazione

Come valuta complessivamente la sua esperienza con il numero verde? Scala 1-10

% SODDISFATTI 6-10

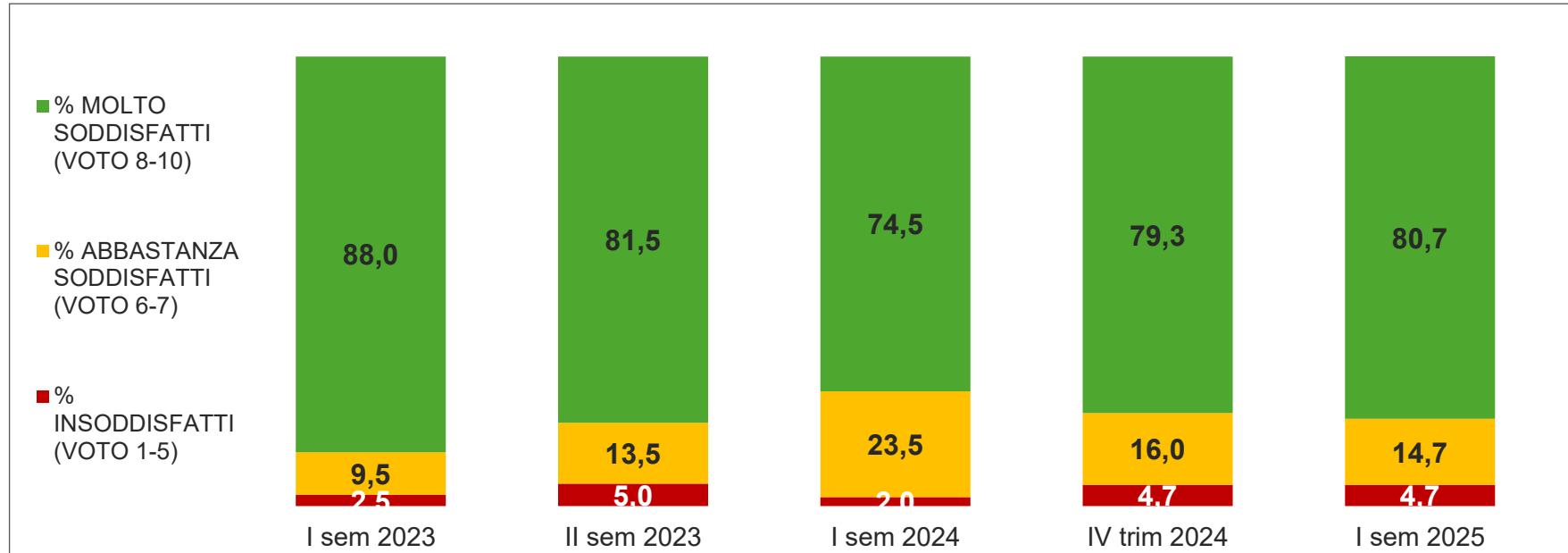
97,5

95

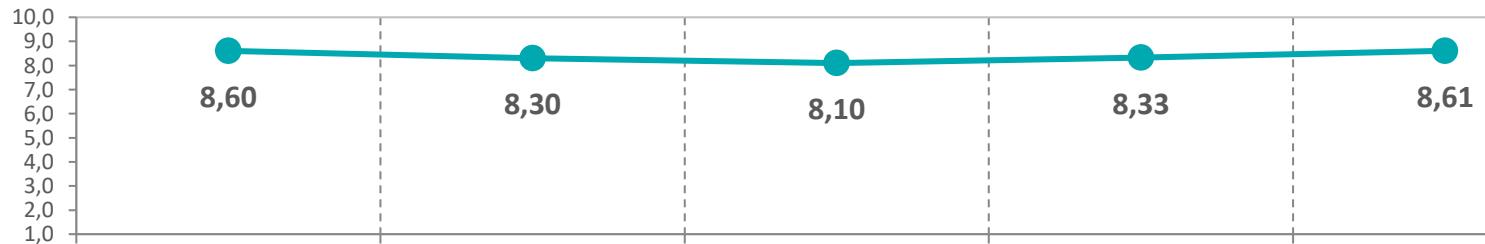
98

95,3

95,3

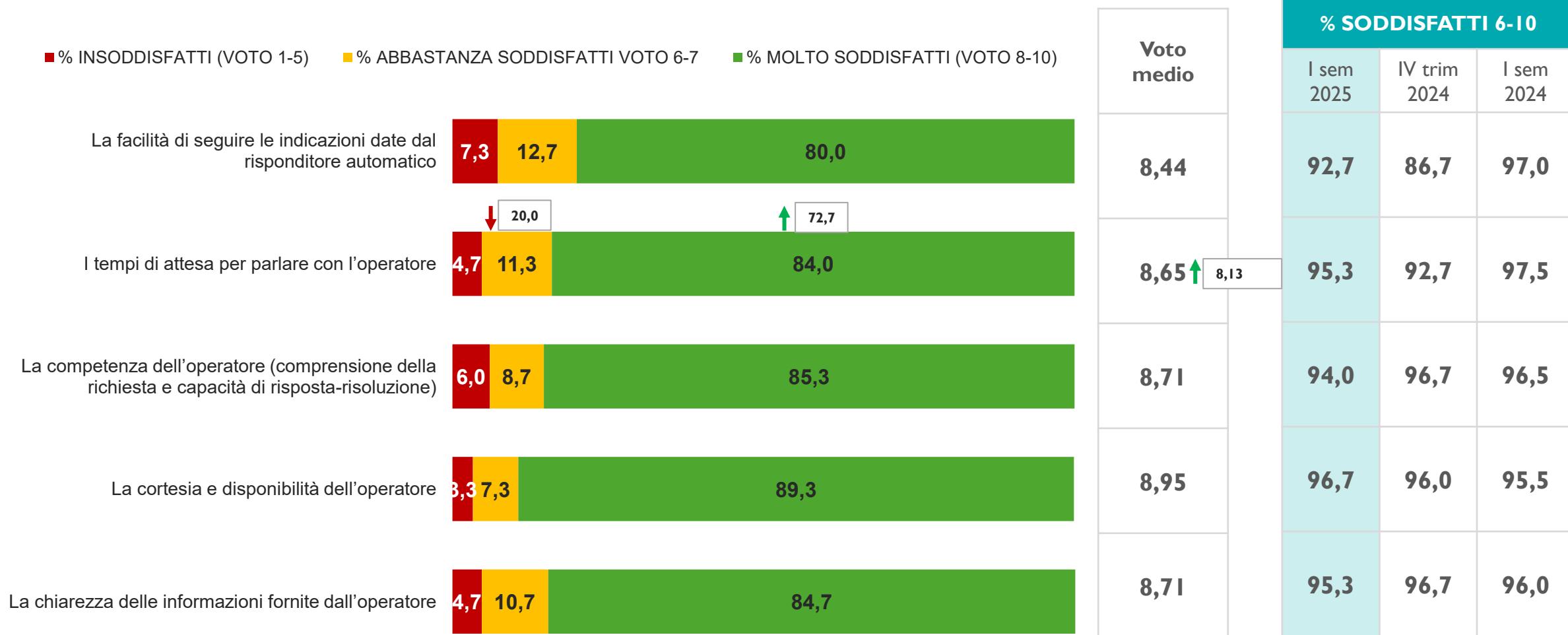


Voto medio



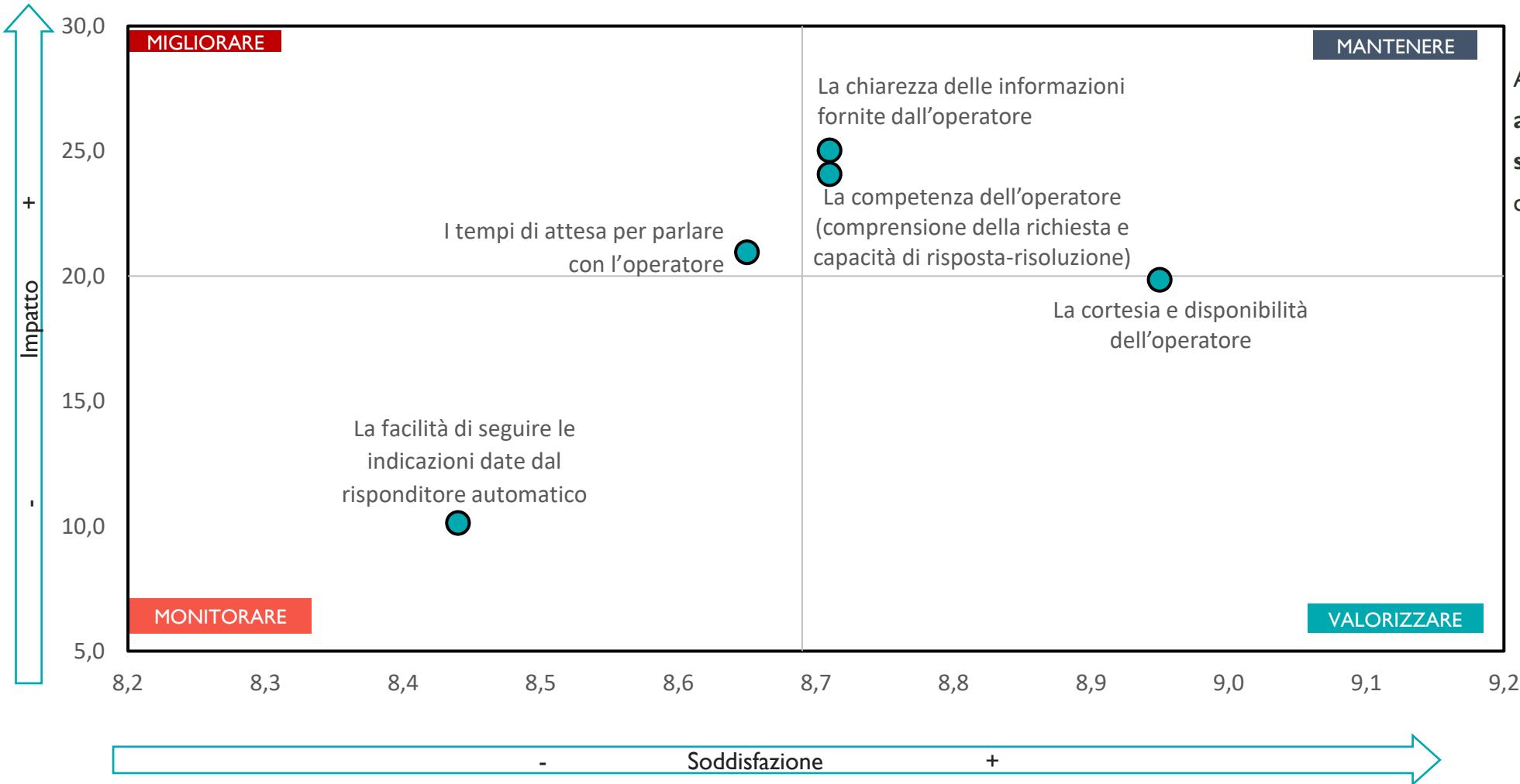
Numero Verde Commerciale - Aspetti valutati

Pensando sempre all'ultima volta che ha contattato il numero verde, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10



Numero Verde Commerciale

Mappa delle priorità

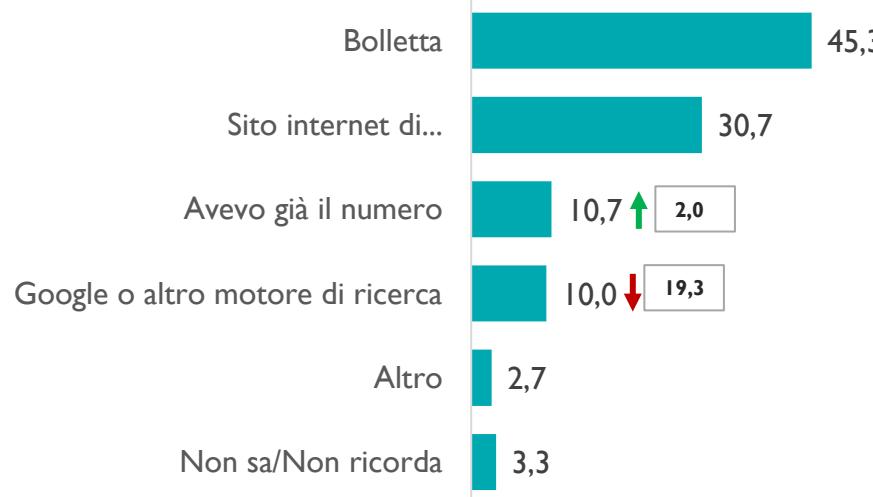


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

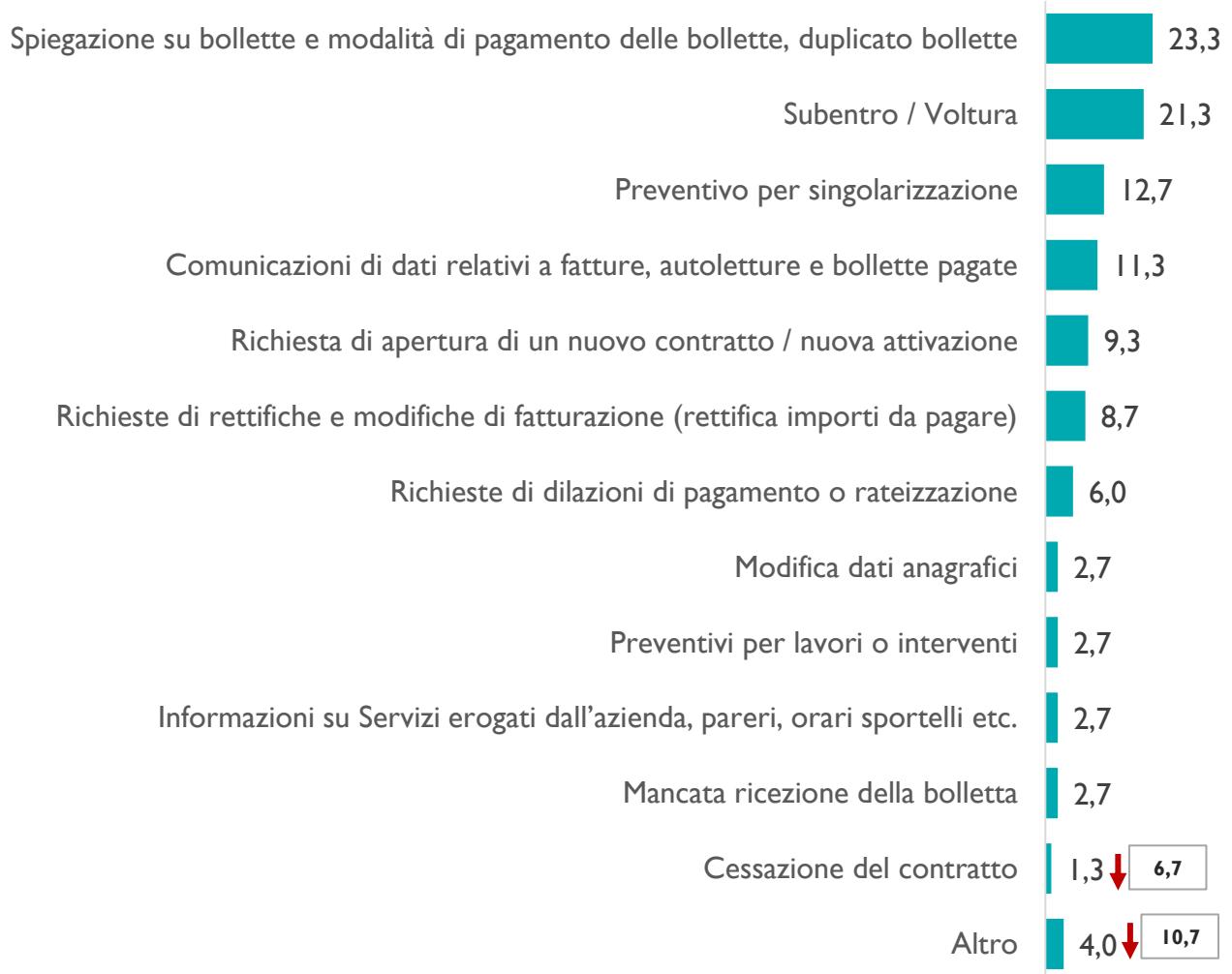
- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Numero Verde Commerciale - Conoscenza e motivo di contatto

Dove ha reperito il numero verde? – risposta multipla



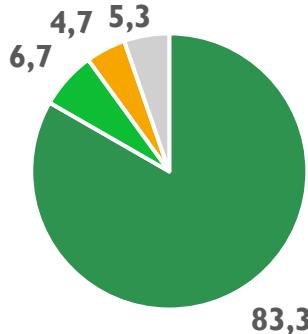
Per quali motivi ha chiamato il Numero Verde? – risposta multipla



Numero Verde Commerciale - Accessibilità e One Call Solution

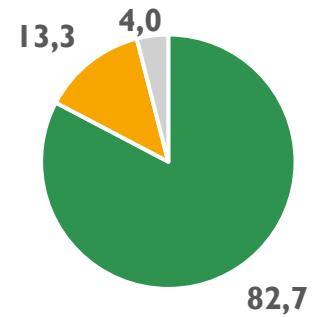
Ricorda quante volte ha dovuto chiamare il numero verde, prima di trovare la linea libera e parlare con l'operatore?

- Una (linea subito libera)
- Due
- Più di due volte
- Non sa/Non ricorda



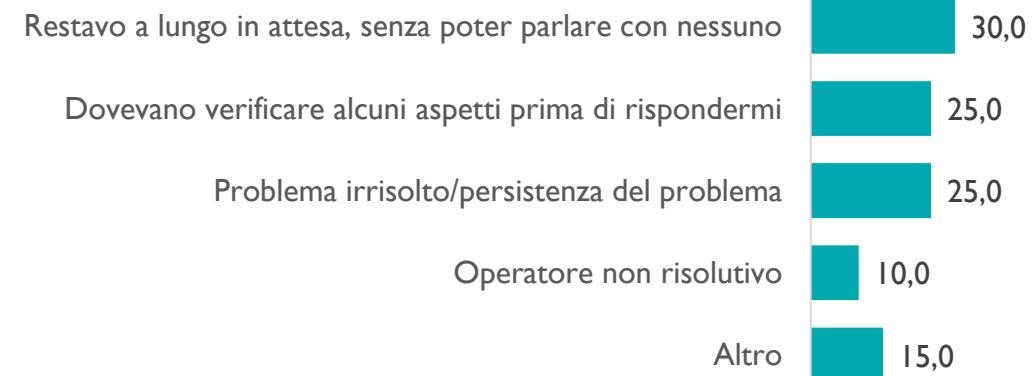
Relativamente alla specifica richiesta per cui ha telefonato al Numero verde, ha chiamato una sola volta o più volte?

- Prima chiamata
- Chiamata successiva
- Non sa/Non ricorda



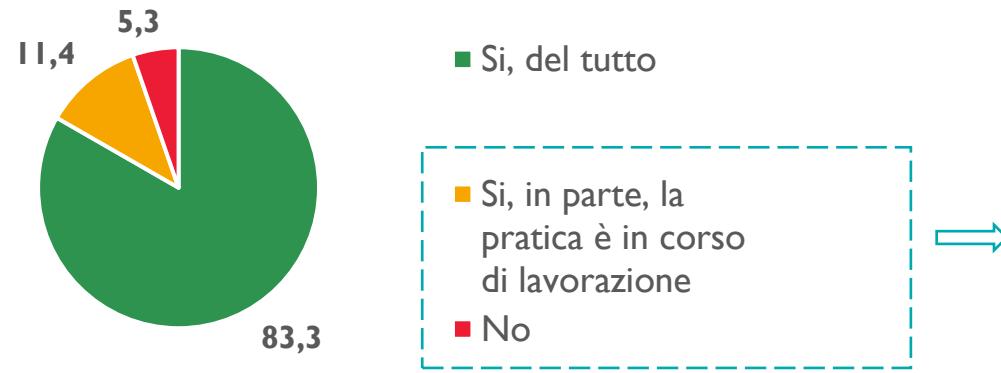
Perché ha dovuto richiamare più volte? – risposta multipla

Base: Ha telefonato più volte al Numero verde N=20



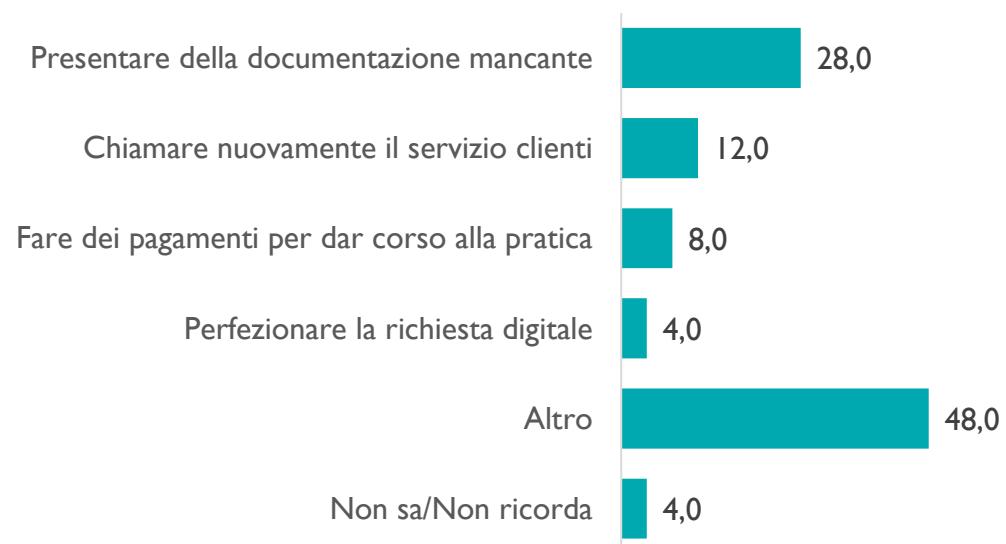
Numero Verde Commerciale - Risoluzione

Pensando sempre all'ultima telefonata al numero verde è riuscito a soddisfare la sua richiesta?



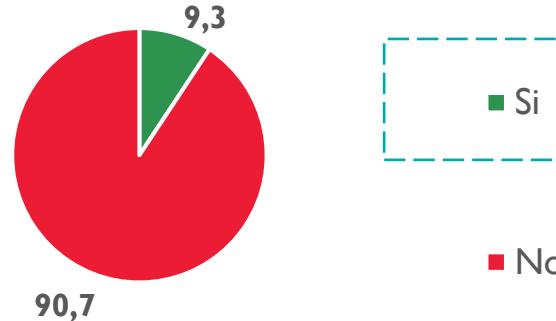
Cosa dovrà fare ancora?

Base: Non è riuscito a soddisfare la sua richiesta del tutto N=25



Numero Verde Commerciale - Altro canale contattato

Oltre a telefonare al numero verde, ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo?

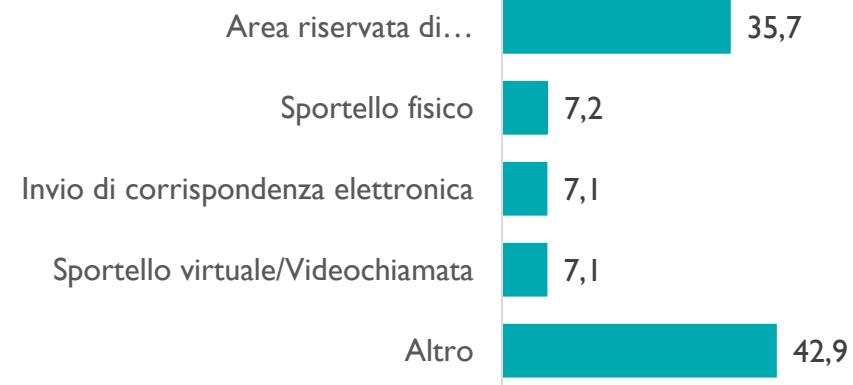


■ Si

■ No

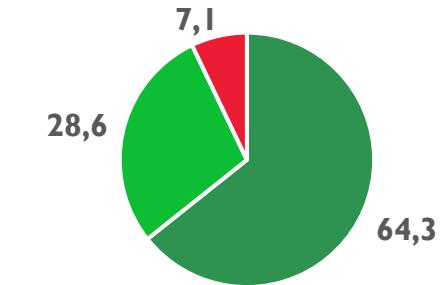
Quali canali ha contattato?

Base: Ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo N=14 – Base Esigua



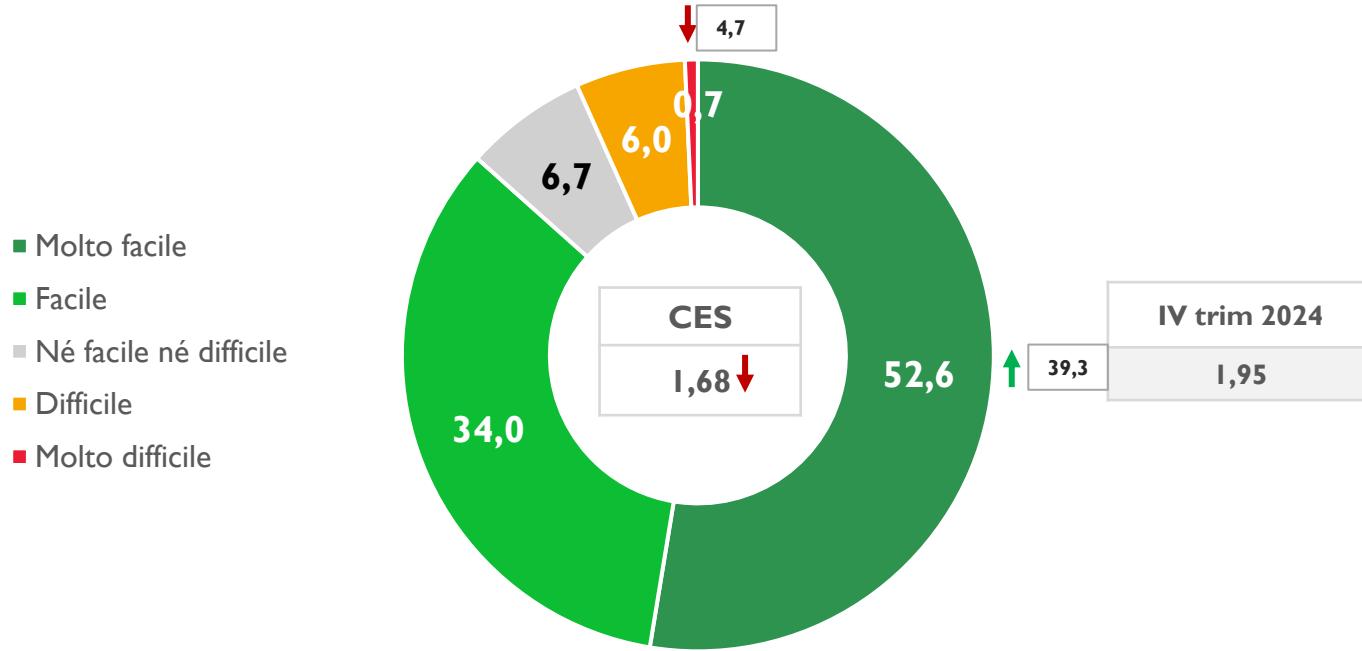
Le informazioni che ha ricevuto nei diversi contatti erano coerenti tra loro?

- Del tutto
- Abbastanza
- Poco
- Per niente
- Non sa/non ricorda



Numero Verde Commerciale - Customer Effort Score

Complessivamente quanto è stato facile ottenere una risposta alla sua richiesta?

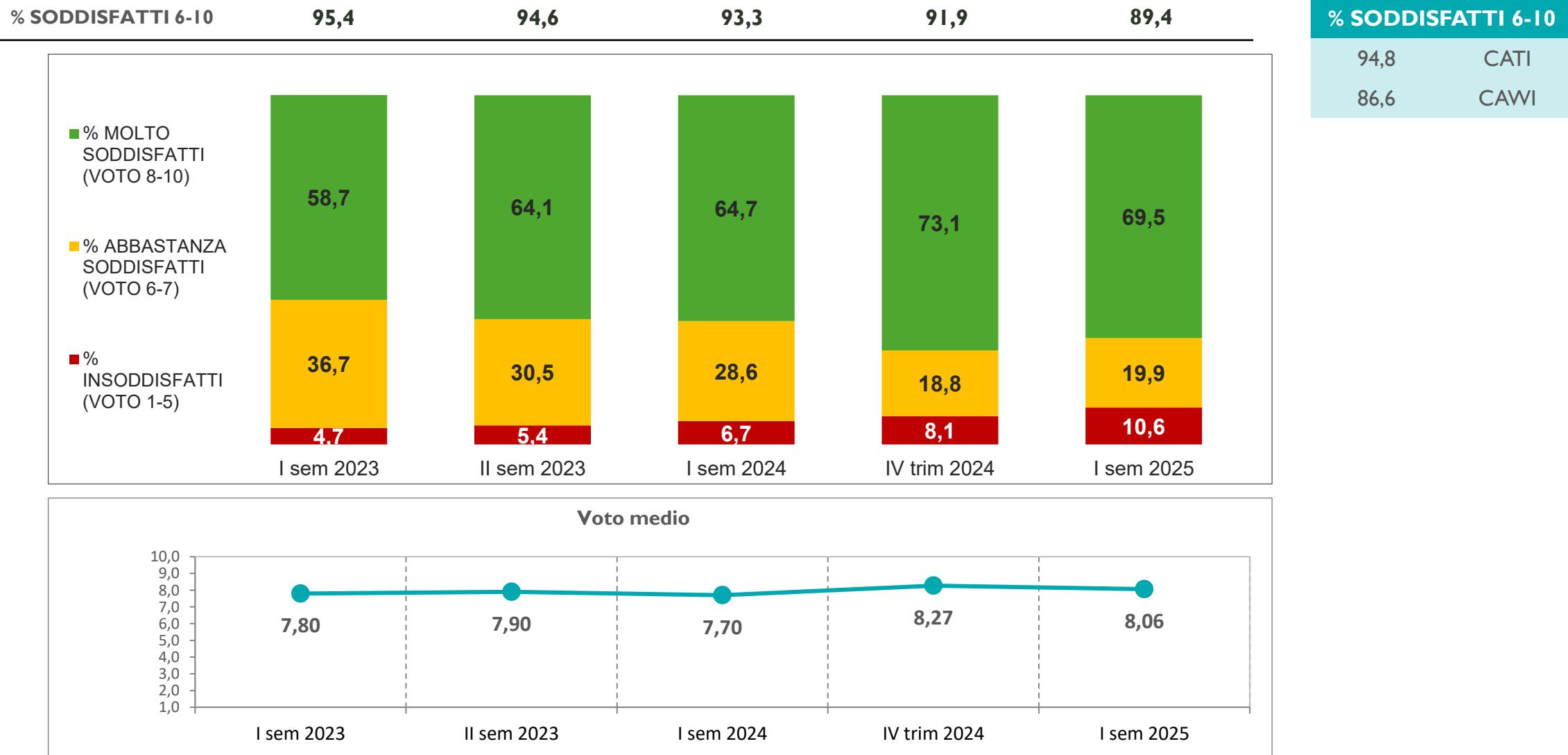


Call Back

Area Riservata Web

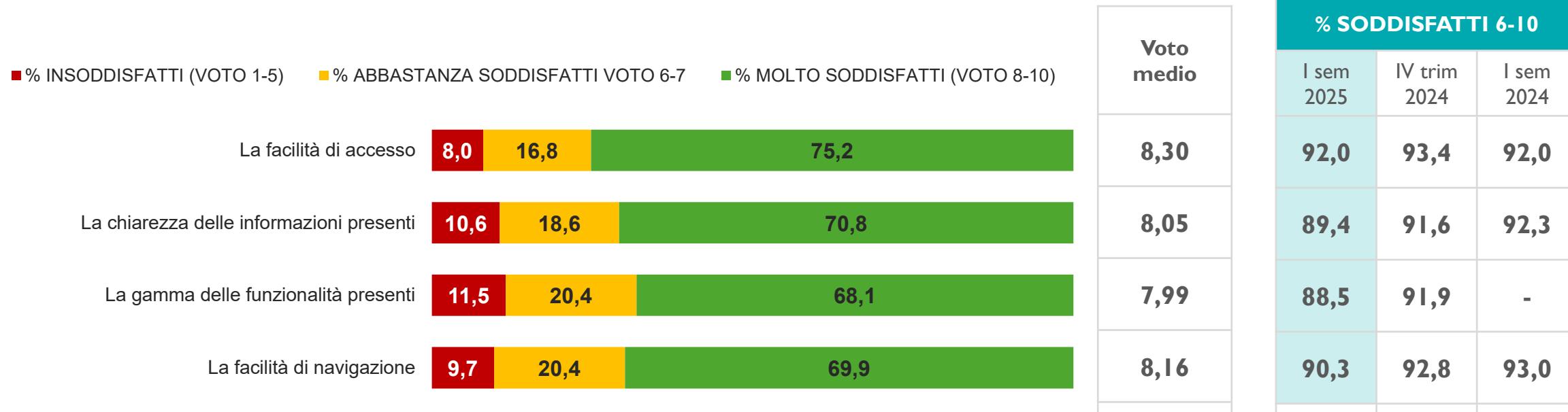
Area Riservata Web - Soddisfazione

Complessivamente quanto è soddisfatto dell'Area Clienti? Scala 1-10

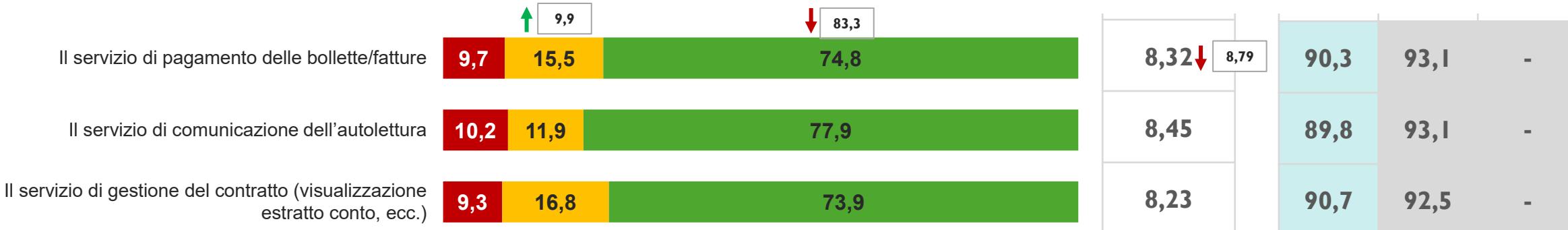


Area Riservata Web - Aspetti valutati

Pensi sempre all'ultima volta che ha utilizzato l'Area Clienti, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

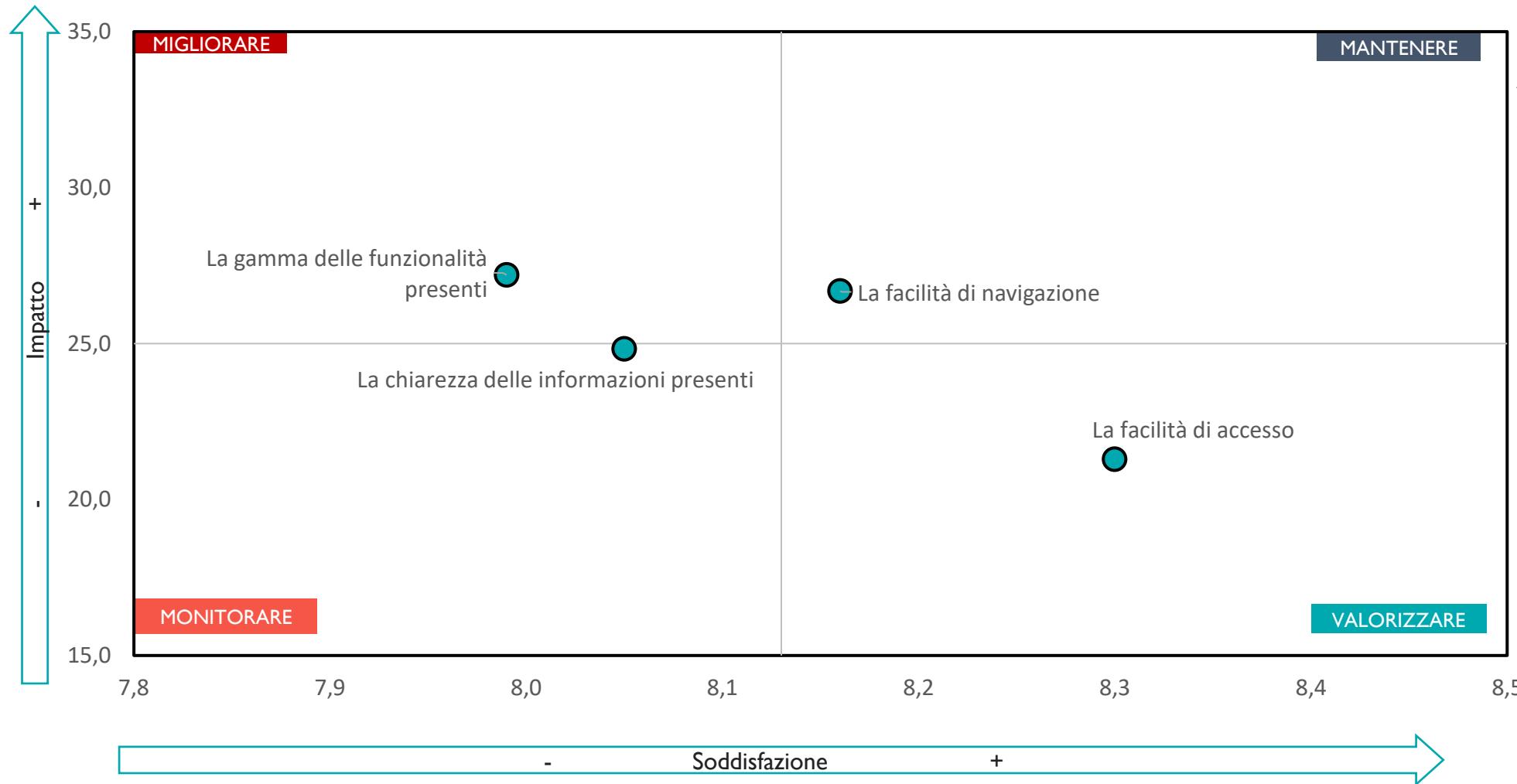


Quanto trova utile la possibilità di usufruire dei seguenti servizi all'interno dell'Area Clienti? Scala 1-10



Area Riservata Web

Mappa delle priorità

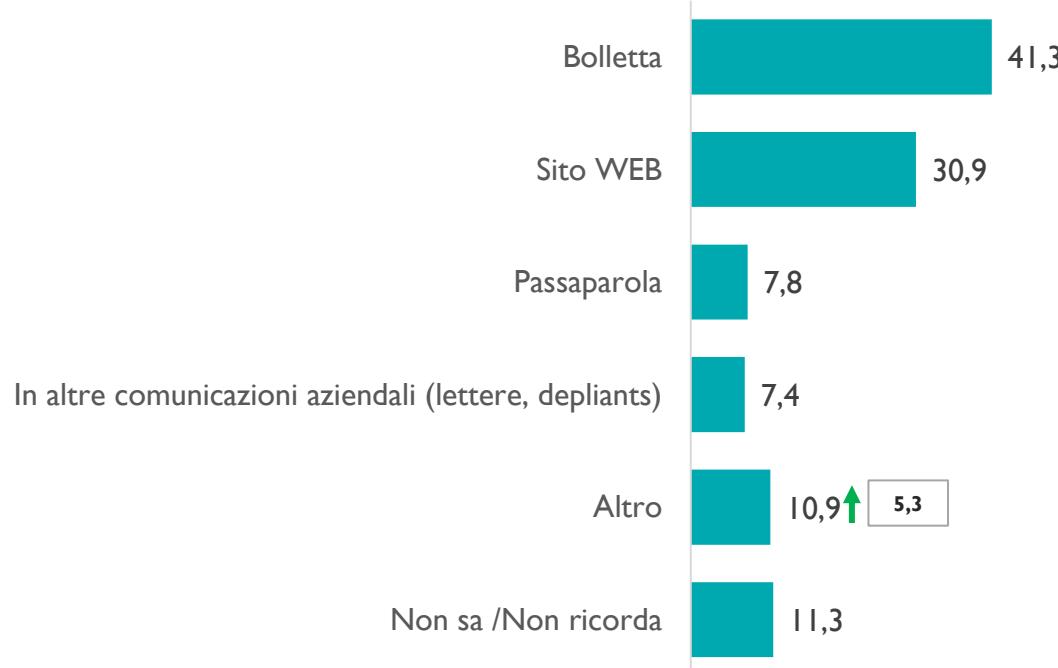


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Area Riservata Web - Conoscenza e motivi di utilizzo

Come è venuta/o a conoscenza dell'Area Clienti? – risposta multipla

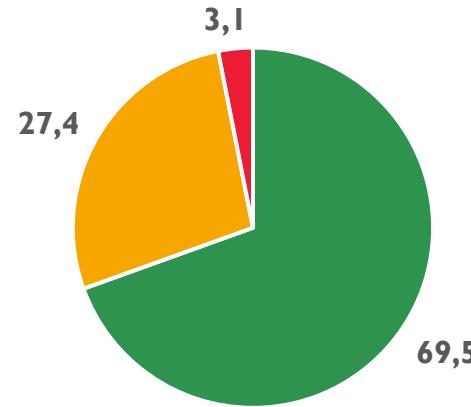


Con riferimento all'ultima volta che è entrato nell'Area Clienti, quale servizio ha utilizzato? – risposta multipla



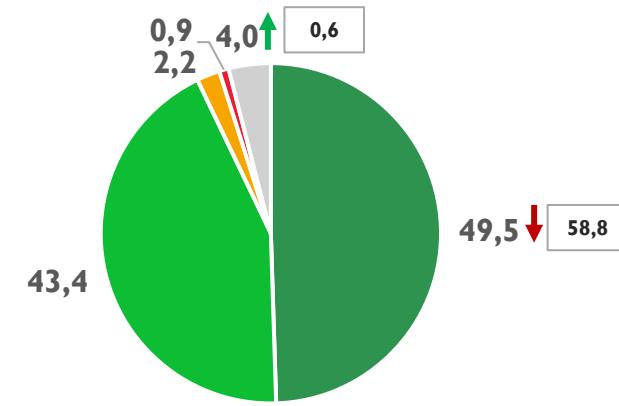
Area Riservata Web - Funzionalità ed accessibilità

In generale, utilizzando l'Area Clienti riesce a trovare risposte alle sue esigenze?



- Si, del tutto
- Si, in parte, alcune funzionalità sono carenti o mancano
- No

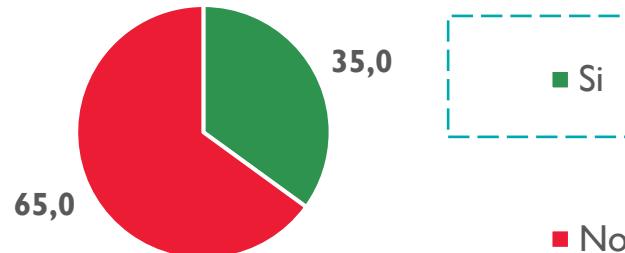
In generale, quando cerca di accedere all'Area Clienti, la trova sempre disponibile e funzionante?



- Si, sempre funzionante
- Quasi sempre funzionante
- Quasi mai funzionante
- Non funziona mai
- Non sa/non ricorda

Area Riservata Web - Altro canale contattato

Oltre all'Area Clienti, le è capitato di utilizzare qualche altro canale di contatto con AdF per la stessa tipologia di operazione/attività?

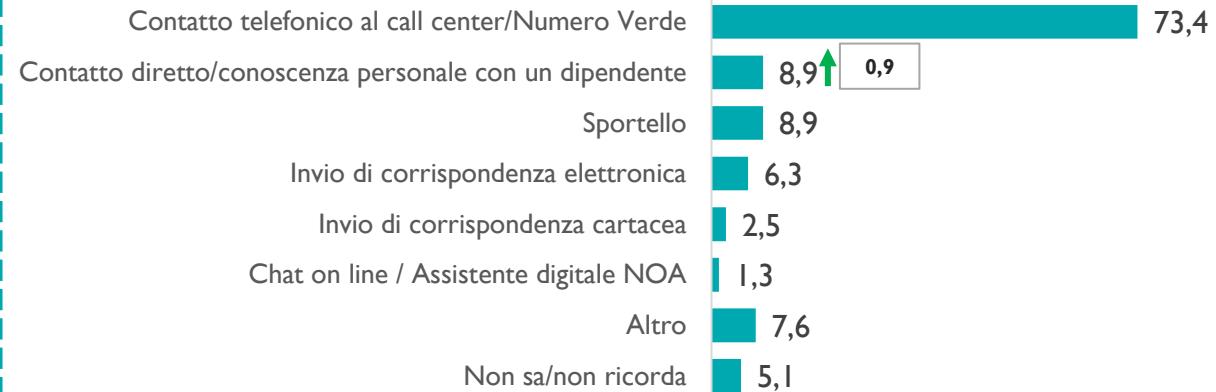


■ Si

■ No

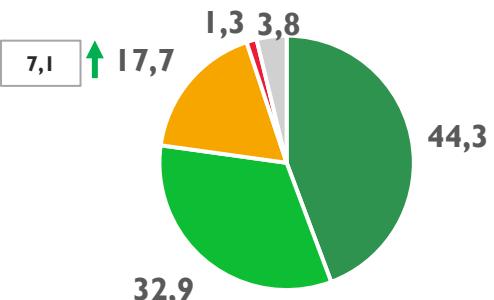
Quali canali ha contattato?

Base: E' entrato nell'Area Clienti e in qualche altro canale di contatto N=79



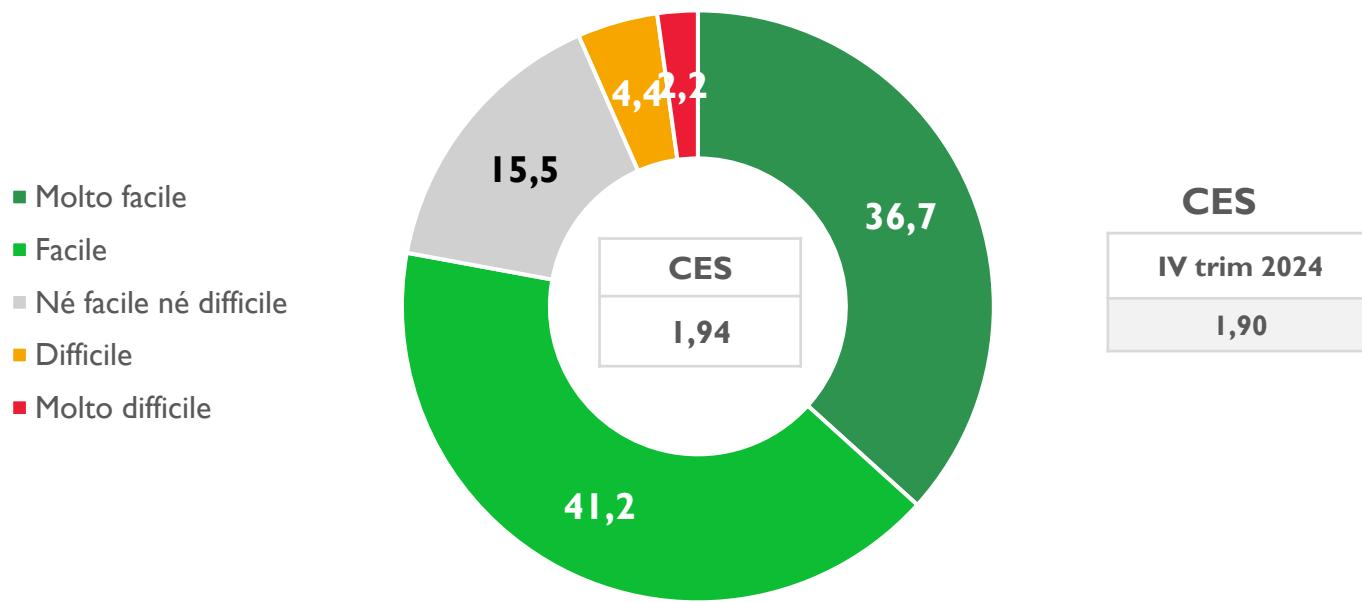
Le informazioni che ha ricevuto nei diversi contatti erano coerenti tra loro?

- Del tutto
- Abbastanza
- Poco
- Per niente
- Non sa/non ricorda



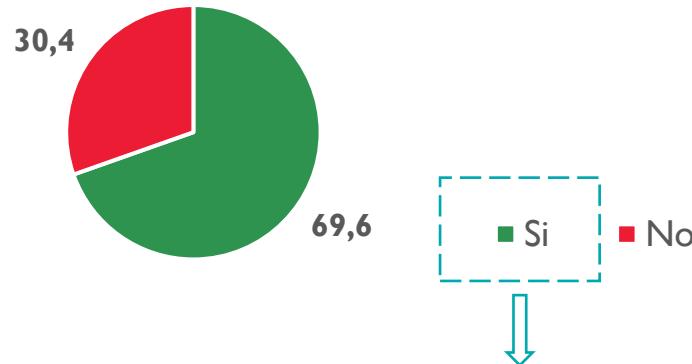
Area Riservata Web - Customer Effort Score

Complessivamente quanto è stato facile effettuare le operazioni?



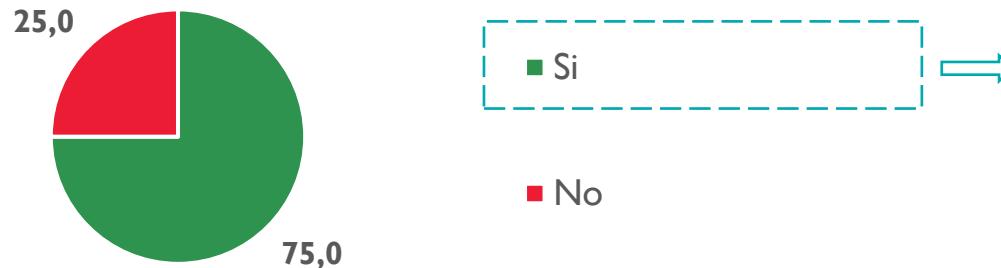
Area Riservata App - Conoscenza, utilizzo e soddisfazione

Lei è a conoscenza che alcune funzionalità dell'Area Clienti sono disponibili anche sull'applicazione scaricabile gratuitamente?



Le è capitato di utilizzare l'applicazione suo smartphone/tablet?

Base: E' a conoscenza che alcune funzionalità dell'Area Clienti sono disponibili anche sull'applicazione scaricabile gratuitamente N=160



Complessivamente quanto è soddisfatto dell'applicazione?

Base: Ha utilizzato l'applicazione dal suo smartphone/tablet N= 120

- % INSODDISFATTI (VOTO 1-5)
- % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7
- % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)

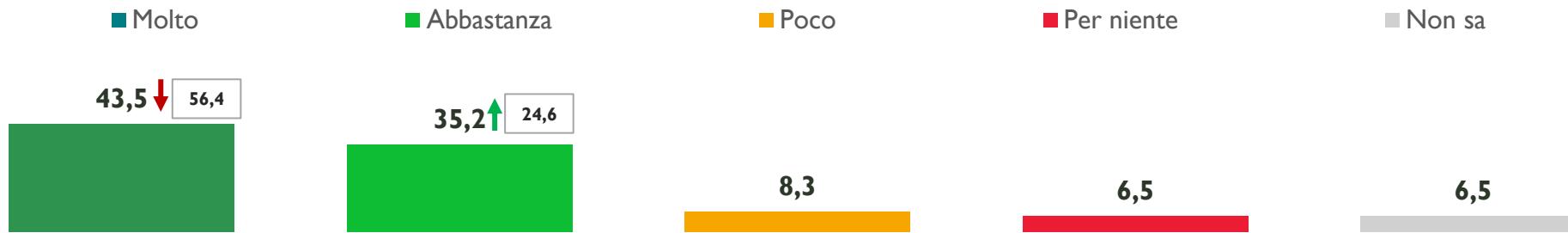


Voto medio

8,54

Area Riservata App - Gradimento multicanalità

In generale, quanto gradisce la possibilità di potere effettuare alcune delle operazioni dell'Area Clienti utilizzando l'applicazione direttamente dal suo smartphone/tablet?



Call Back

Sportello

Sportello - Soddisfazione

Come valuta complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello di AdF? Scala 1-10

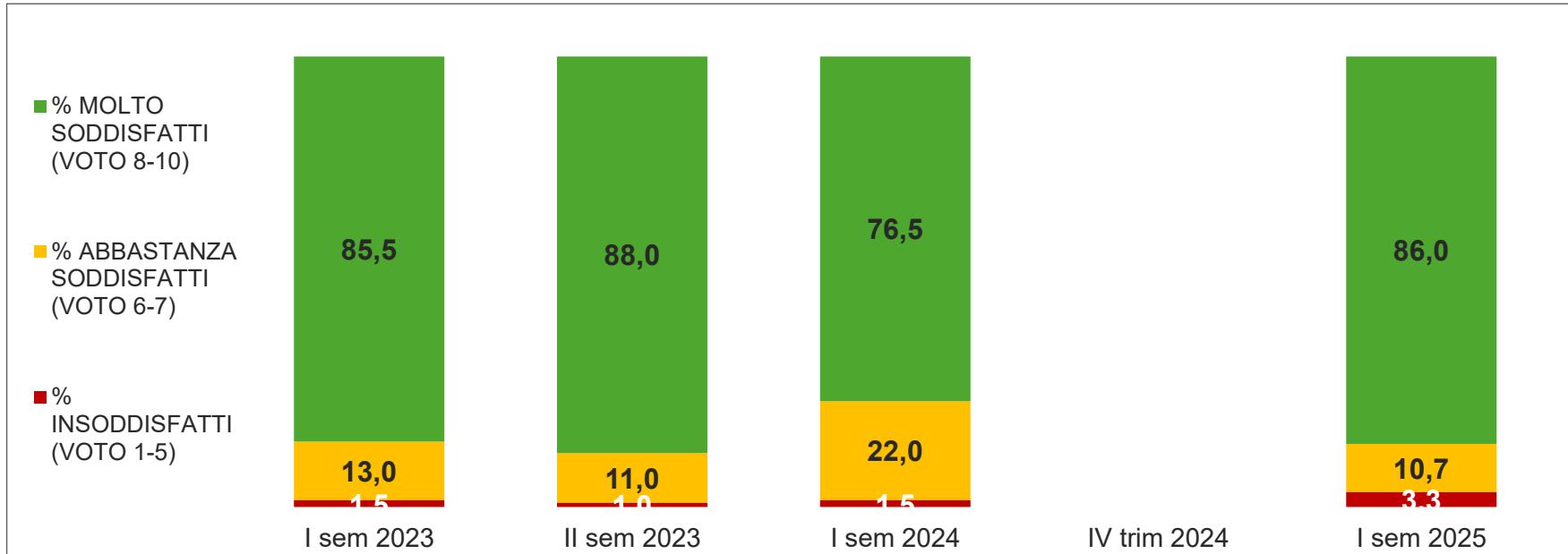
% SODDISFATTI 6-10

98,5

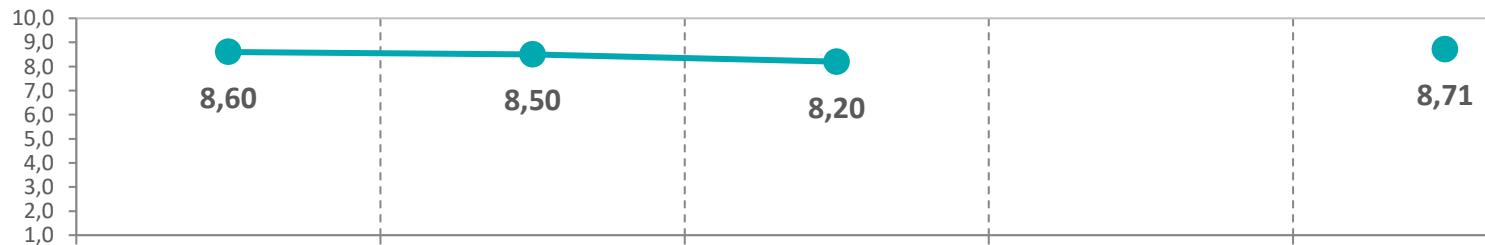
99,0

98,5

96,7



Voto medio



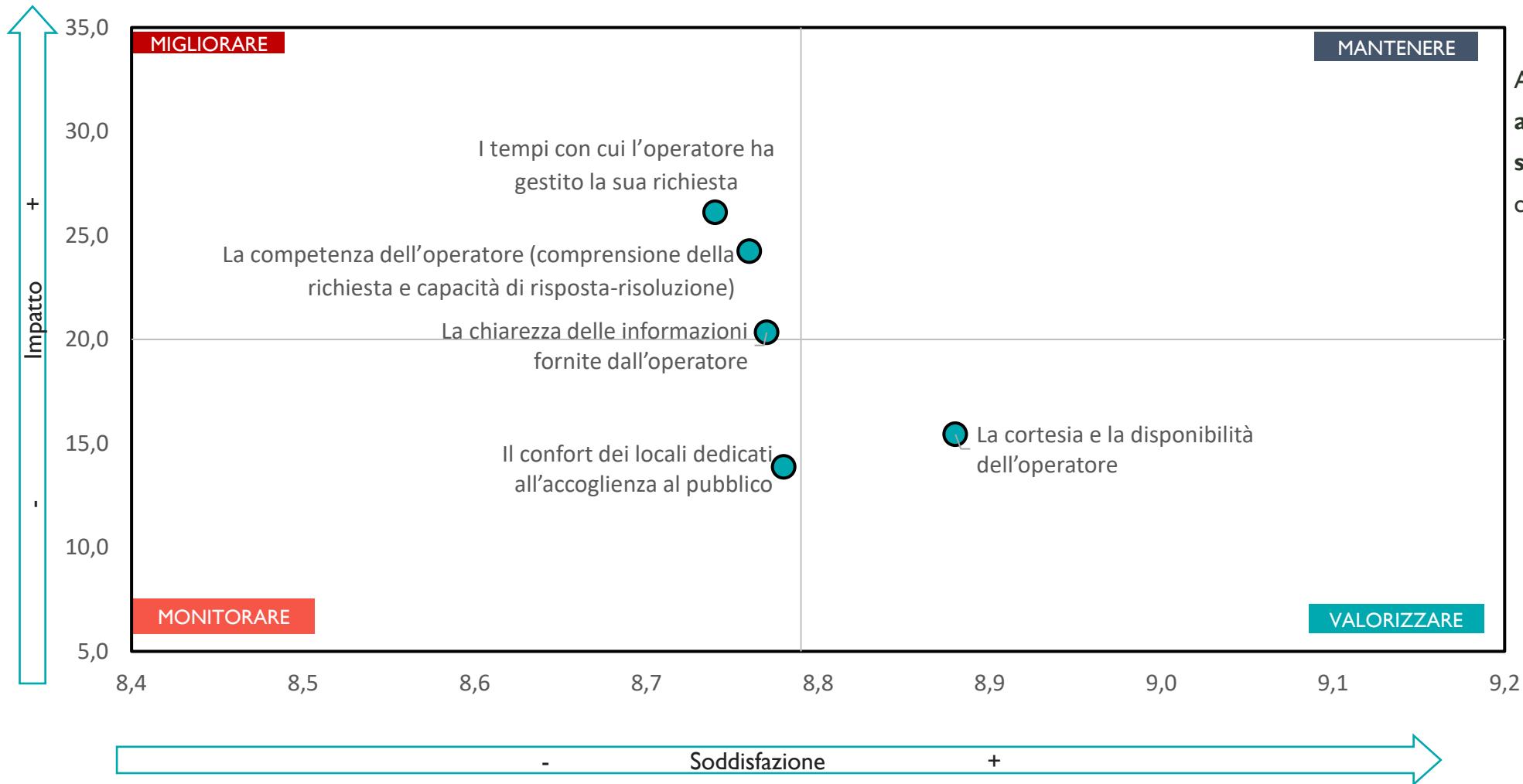
Sportello - Aspetti valutati

Sempre con riferimento al servizio che ha ricevuto l'ultima volta che si è recato allo sportello di AdF, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti?
Scala 1-10



Sportello

Mappa delle priorità



Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

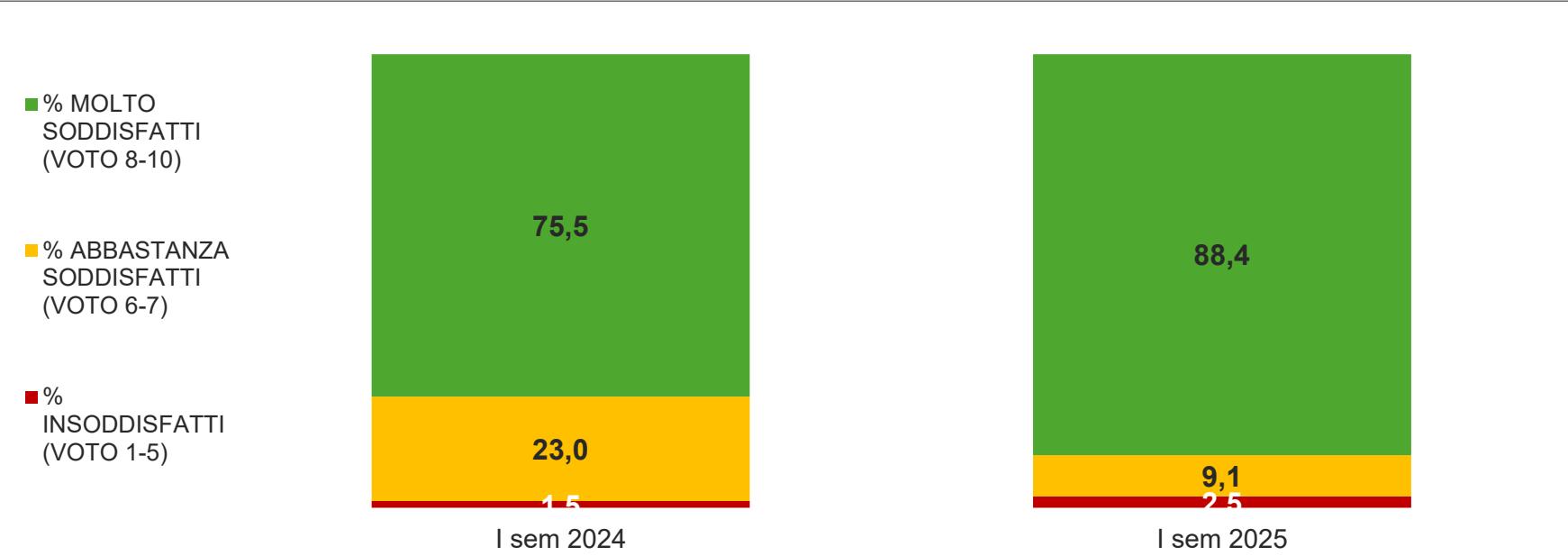
Sportello - Tempi di attesa per parlare con l'operatore

Quanto è soddisfatto dei tempi di attesa per parlare con l'operatore? Scala 1-10

% SODDISFATTI 6-10

98,5

97,5



Voto medio



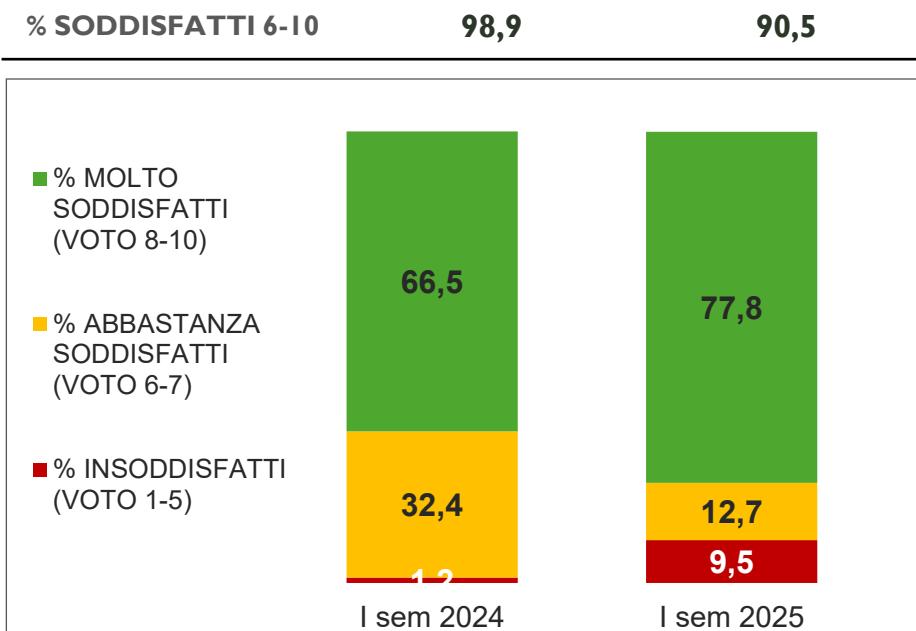
I sem 2024

I sem 2025

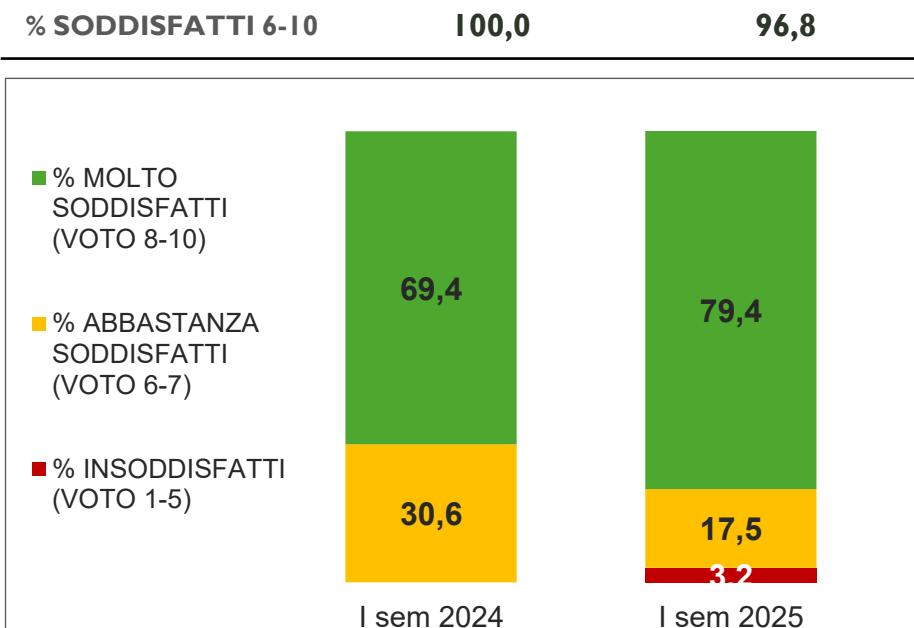
Sportello - Appuntamento

IL 52,1% DEGLI UTENTI HA PRESO APPUNTAMENTO PER ACCEDERE ALLO SPORTELLO

Complessivamente come valuta il servizio di prenotazione allo sportello? Scala 1-10



Sempre con riferimento all'ultima volta che si è recato allo sportello, come valuta il tempo di attesa tra la data in cui ha effettuato la prenotazione e la data fissata per recarsi allo sportello? Scala 1-10



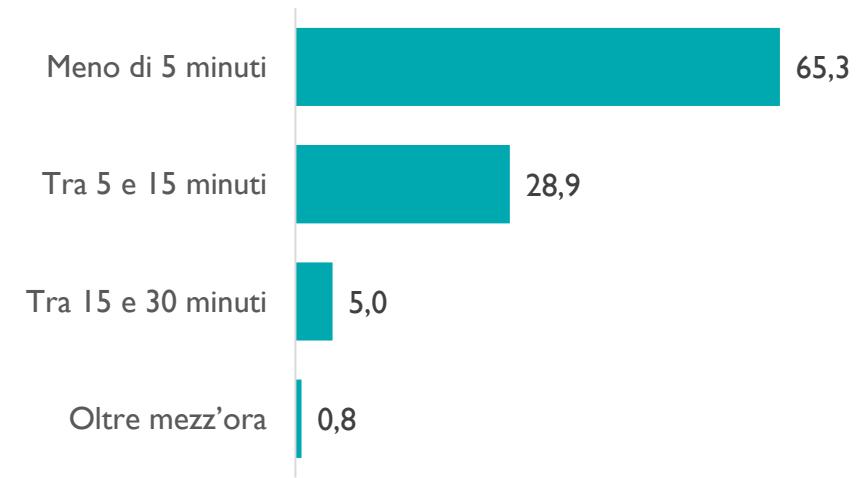
Sportello – Appuntamento – Motivi di soddisfazione/insoddisfazione

Per quale motivo è di questa opinione? Pensi al motivo principale.

Base: ha preso appuntamento per accedere allo sportello N= 63

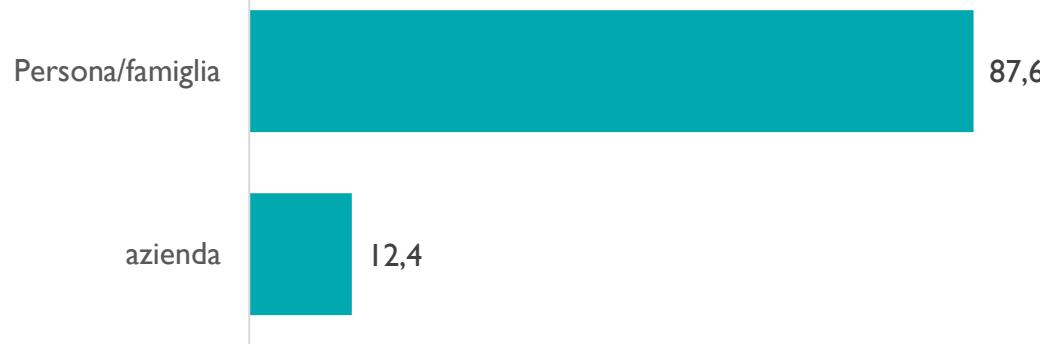


Una volta che si è recato allo sportello, ricorda quanto ha dovuto attendere prima di essere chiamato dall'operatore (rispetto all'orario prefissato)?



Sportello – Motivi di contatto

Lei si è recato presso lo sportello del servizio clienti di AdF per questioni relative a servizi che riguardano la sua utenza o quella di un familiare oppure l'Azienda/ditta in cui lavora o di cui è titolare?

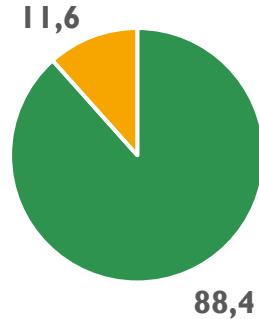


Per quali motivi si è recato presso lo sportello di AdF? – risposta multipla



Sportello - Numero di visite

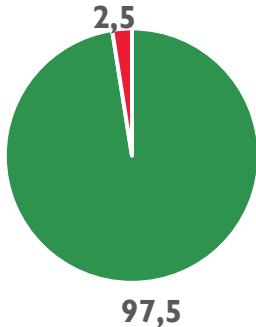
E sempre con riferimento al motivo dell'ultima visita, può dirci se si trattava della prima visita o di visite successive?



■ Prima visita allo sportello

■ Visita successiva ad altre sempre allo sportello

È stato facile raggiungere lo sportello di AdF?

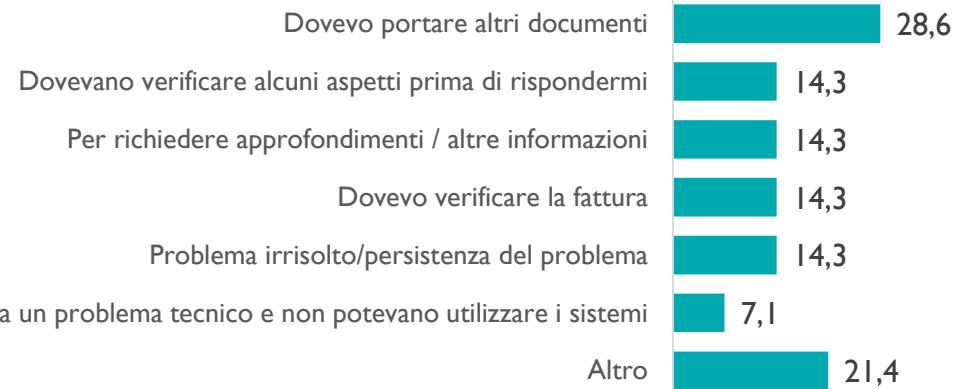


■ Si

■ No

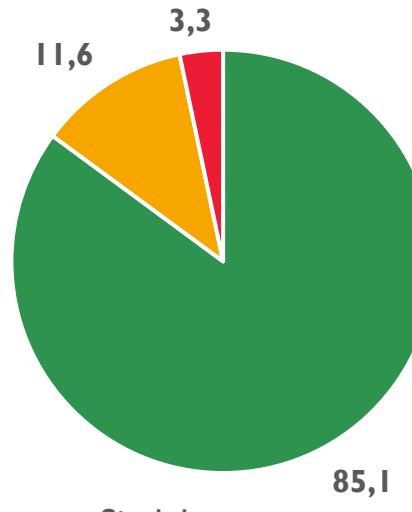
Perché si è dovuto recare più volte?

Base: Ha dovuto recarsi più volte N=14



Sportello - Risoluzione

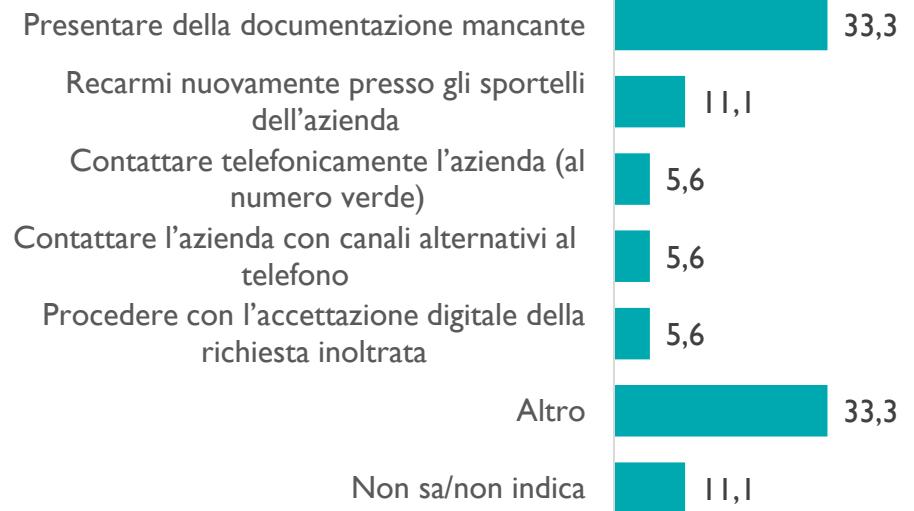
Grazie all'assistenza ricevuta allo sportello, è riuscito a risolvere la sua esigenza?



- Si, del tutto
- Si, in parte, il tecnico deve tornare
- No

Cosa dovrà fare ancora?

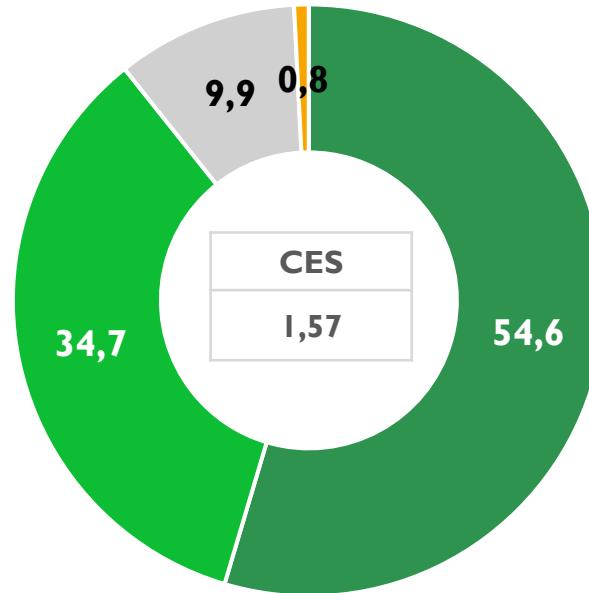
Base: Non è riuscito a soddisfare la sua richiesta del tutto N=18



Sportello - Customer Effort Score

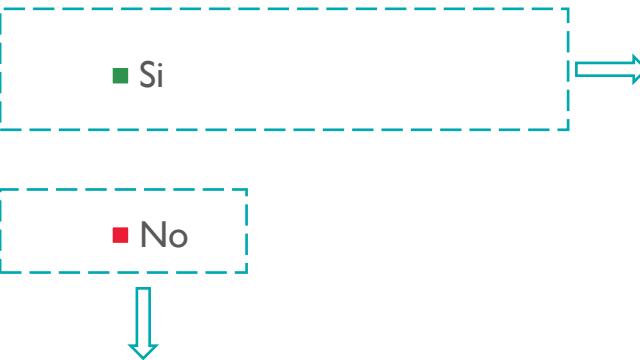
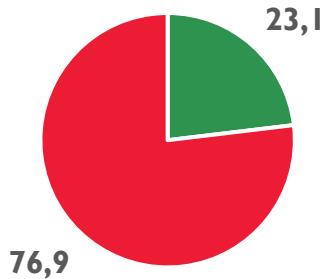
Complessivamente quanto è stato facile ottenere una risposta alla sua richiesta presso lo sportello di AdF?

- Molto facile
- Facile
- Né facile né difficile
- Difficile
- Molto difficile



Sportello - Altro canale contattato

Oltre a recarsi presso gli sportelli, ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo?



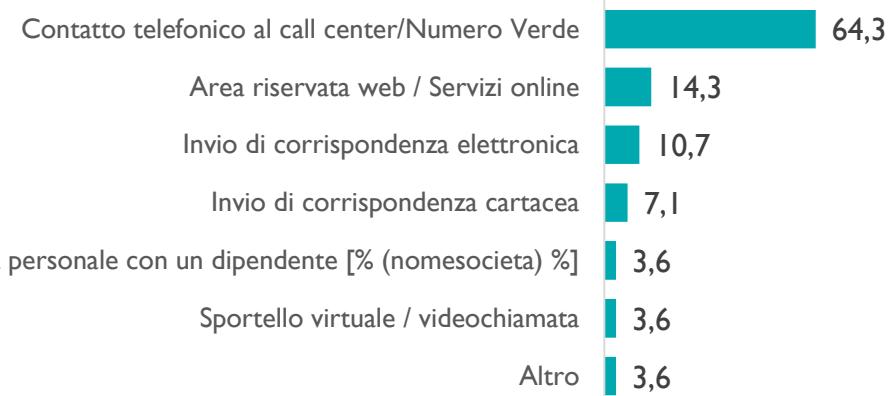
Per quali motivi ha scelto di recarsi presso gli Sportelli di AdF invece che contattare il numero verde o rivolgersi al consulente digitale? – risposta multipla

Base: NON ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo N=93

Per me è più comodo recarmi presso gli sportelli	36,6
Il problema/richiesta era troppo complessa per essere risolta al telefono	20,4
Non mi fido delle risposte telefoniche, preferisco andare di persona	17,2
Per abitudine	11,8
Dovevo presentare della documentazione	7,5
Non sapevo dove trovare il numero di telefono	3,2
Non sapevo dell'esistenza di un numero di telefono cui rivolgermi	3,2
Altro	6,5
Non sa/non ricorda	6,5

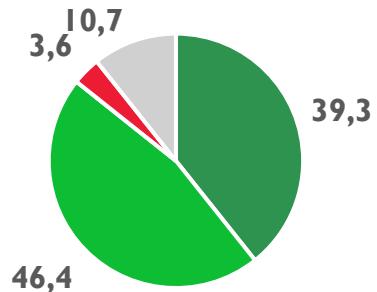
Quali canali ha contattato?

Base: Ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo N=28



Le informazioni che ha ricevuto nei diversi contatti erano coerenti tra loro?

- Del tutto
- Abbastanza
- Poco
- Per niente
- Non sa/non ricorda



Profilo

Dettaglio Per indagine

%	GENERALISTA	CB SEGNALAZION E GUASTI	CB INTERVENTO TECNICO	CB NUM. VERDE COMMERCIALE	CB AREA RISERVATA WEB	SPORTELLO
Base	602	152	134	150	230	121
Uomo	57,7	62,9	65,4	51,3	64,9	63,6
Donna	42,3	37,1	34,6	48,7	35,1	36,4
Da 18 a 24 anni	0,2	0,7	3,7	0,6	0,4	0,8
Da 25 a 34 anni	2,5	5,3	11,9	2,0	6,5	10,8
Da 35 a 44 anni	7,0	15,1	14,2	12,7	10,9	15,7
Da 45 a 54 anni	20,4	19,7	22,4	26,7	20,9	14,9
Da 55 a 64 anni	26,4	23,7	18,7	28,0	29,6	15,7
Da 65 a 74 anni	25,9	24,3	18,7	21,3	22,6	23,1
75 anni e oltre	16,1	6,6	8,9	6,7	7,4	13,2
Non indica	1,5	4,6	1,5	2,0	1,7	5,8
Operaio	10,3	5,9	9,0	9,3	7,0	20,7
Impiegato/quadro	23,9	27,6	29,1	22,7	24,3	19,0
Insegnante/docente universitario	2,0	-	4,5	3,4	5,6	1,6
Dirigente	2,3	2,6	-	0,7	5,7	-
Imprenditore	2,3	7,3	6,7	6,7	3,0	8,3
Consulente/libero professionista	6,8	7,9	9,0	11,3	8,7	5,0
Commerciale	1,3	3,3	6,0	3,3	0,9	-
Artigiano	0,7	2,6	2,2	2,0	0,9	1,6
Agricoltore	0,5	3,3	1,5	1,3	1,7	1,6
Altro autonomo	0,7	3,3	1,5	4,0	0,9	-
Disoccupato/in cerca di prima occupazione	0,7	1,3	0,7	1,3	-	0,8
Casalinga	4,5	4,6	3,7	5,3	2,2	3,3
Pensionato	40,7	25,0	24,6	24,0	30,9	30,6
Altro, in condizione non professionale	0,3	0,7	-	0,7	1,7	1,7
Non indica	3	4,6	1,5	4,0	6,5	5,8

 **GRAZIE**



Funzione Communication Officer - Unità Stakeholder & Customer