



MiglioraPA

LA CUSTOMER SATISFACTION PER LA
QUALITÀ DEI SERVIZI PUBBLICI

STRUMENTO N°4C

MYSTERY SHOPPING

COS'È

È uno strumento utilizzato per valutare la qualità dei servizi.

Attraverso il mystery shopping l'amministrazione può rilevare e valutare in modo anonimo, attraverso "utenti addestrati", la qualità dei servizi erogati dai propri uffici e valutare il comportamento dei propri dipendenti.

All'amministrazione spetta quindi di definire gli elementi di valutazione e formare gruppi di utenti a realizzare le indagini recandosi presso l'ufficio per effettuare specifiche richieste.

Le tecniche di mystery shopping risultano particolarmente adatte per:

- Monitorare e misurare le prestazioni dei servizi
- Migliorare il trattenimento dei clienti (*customer retention*)
- Rendere consapevoli i collaboratori rispetto a ciò che è veramente importante per i clienti
- Ottenere un riscontro dalle operazioni di *front-line*
- Garantire la qualità dei prodotti/servizi erogati
- Identificare i fabbisogni formativi del personale
-

Per la realizzazione di una campagna di mystery shopping è fondamentale:

1. Definire in modo chiaro ed esplicito gli obiettivi dell'indagine
2. Definire il programma delle attività di rilevazione
3. Mettere a punto il piano degli elementi di rilevazione (es. tempi del servizio, tempi di attesa, etc.)
4. Modalità di predisposizione del report

Tali elementi devono essere resi noti agli "shopper" che dovranno effettuare l'indagine sul campo in modo da assicurare l'omogeneità delle rilevazioni.

MYSTERY SHOPPING

Scheda pianificazione

Questa scheda costituisce un supporto alla pianificazione delle attività di mystery shopping attraverso l'esplicitazione dei seguenti elementi:

- Fase del servizio da indagare
- Modalità di rilevazione (cioè se con accesso allo sportello fisico, on line o al telefono)
- Elemento di valutazione (es. tempo di attesa in fase di accesso al servizio, etc)
- Numero di rilevazioni da effettuare
- Data e ora di rilevazione (la qualità di un servizio può infatti variare nell'arco della giornata)
- Luogo di rilevazione (qualora lo stesso servizio sia erogato presso più sedi)

Ente:

Processo:

Fase del servizio	Modalità di realizzazione (front, telefono, email, etc.)	Elemento di valutazione	N° di rilevazioni	Data e orario	Luogo
1.....					
2.....					

Scheda sintesi risultati

La scheda di sintesi dei risultati serve a sintetizzare, per ciascuna fase del servizio oggetto di indagine, i risultati delle diverse rilevazioni.

Report rilevazione					
Fase del servizio		Elemento di valutazione	Esito valutazione	Data e orario	Luogo
1.....	Rilevazione 1				
	Rilevazione 2				
	Rilevazione...				
	Rilevazione n				

Report rilevazione					
Fase del servizio		Elemento di valutazione	Esito valutazione	Data e orario	Luogo
2...	Rilevazione 1				
	Rilevazione 2				
	Rilevazione...				
	Rilevazione n				

Report rilevazione					
Fase del servizio		Elemento di valutazione	Esito valutazione	Data e orario	Luogo
n	Rilevazione 1				
	Rilevazione 2				
	Rilevazione...				
	Rilevazione n				