



**mettiamoci  
la faccia**

# Comune di Parma

*La rilevazione della  
CS tramite emoticon*

## Gli emoticon come strumento per conoscere la soddisfazione dei cittadini

**Il Comune di Parma ha cominciato ad occuparsi di Customer Satisfaction con il progetto Emoticon nell'aprile 2009.**



**La Customer Satisfaction diventa lo strumento di valutazione della pubblica amministrazione, che è pronta per essere giudicata dal cittadino/utente.**

## Risultati specifici raggiunti

- Siamo partiti con la rilevazione ad aprile 2009 con soli 5 sportelli e con la valutazione sulla sola emissione di certificati.
- Dopo qualche mese di test abbiamo ampliato la rilevazione a tutte le attività'.
- Nell'estate 2010 abbiamo esteso a tutti e 40 sportelli la rilevazione emoticon.

2

2009	8 mesi 5 sport	2010	4 mesi
3.529 utenti	98,30%	25.654 utenti	97,26%
	1,36%		2,27%
	0,34%		0,47%
23.290 utenti	97,0%	23.290 utenti	97,0%
	2,63%		2,63%
	0,36%		0,36%



*“Dall’inizio dell’attività di rilevazione tramite emoticon, più di 50.000 utenti hanno espresso un giudizio sull’operato del Comune di Parma”.*





## Front Office: customer satisfaction

Il progetto emoticon ha trovato in questi anni una completa applicazione nel Front Office del Comune di Parma ed ha avuto come obiettivo quello di sostenere l'amministrazione nel misurare il grado di soddisfazione degli utenti, nell'ottica di capire dove migliorare i servizi stessi.

Dai risultati ottenuti, è certamente importante sottolineare la soddisfazione prevalente da parte dei cittadini.

Dall'avvio della rilevazione il 97,23% degli utenti ha espresso un parere positivo sull'operato del Comune, il 2,36% un parere di moderata soddisfazione e lo 0,42% un parere negativo.



**MA NON CI SI PUO' FERMARE, OCCORRE ANALIZZARE QUEL 2,36% DI GIUDIZI DI MODERATA SODDISFAZIONE, PER CAPIRE DOVE MIGLIORARE.**



## Contact center: customer satisfaction

Nel Contact Center è stata sviluppata e sta per essere avviata una procedura di CS che comporta l'utilizzo di un questionario dove vengono poste semplici domande atte a definire in modo selettivo e preciso gli ambiti di interesse dei cittadini.



Questo questionario può essere collegato a livelli di classificazione diversi partendo dall'accesso alle singole strutture dei procedimenti del Comune sino ad ambiti più estesi di classificazione. In questo modo i questionari potranno vertere su livelli diversi di specificità per incontrare le diverse esigenze di approfondimento.

4

## Virtual Teller: customer satisfaction

Lo sportello remoto ha aperto un nuovo approccio nei rapporti tra utenza e pubblica amministrazione in cui il cittadino è al centro e la pubblica amministrazione si muove verso di lui.

I vantaggi sono concreti, a cominciare dal risparmio di tempo e denaro per gli utenti, alle minori code agli sportelli, alla realizzazione del paradigma del Km 0.

Tutte le postazioni dei Virtual Teller sono state implementate da subito con gli emoticon.



5

# PARAMETRI ORGANIZZATIVI PER UN corretto utilizzo della CUSTOMER SATISFACTION

## Il “Comitato”

Per poter utilizzare correttamente i risultati delle rilevazioni occorre prevedere una organizzazione di supporto alla CS costituita da un “tavolo” permanente e trasversale, una sorta di steering committee, in grado di intervenire, per potere e competenze, modificando iter, modulistica, regolamenti e procedure.



*La Customer Satisfaction e l’ascolto dell’utenza sono diventati lo spunto di riflessione per una valutazione della qualità dei servizi erogati e per una eventuale rimodulazione degli stessi.*



# Catalogazione DI TUTTI i PROCEDIMENTI per consentire di effettuare il “tuning”

## L’inventario

Il Comune di Parma ha “*inventariato*” tutti i procedimenti erogati all’interno di un Database Organizzativo (DBO) in cui vengono registrati, in una Scheda Prodotto, tutti i riferimenti organizzativi, le modalità di erogazione dei servizi, l’iter, la modulistica, gli allegati da presentare, i referenti e i responsabili di procedura. Solo in questo modo è possibile intervenire sui singoli procedimenti e semplificarli.



Se impreparati ad effettuare interventi mirati la CS potrebbe rivelarsi un boomerang tale da evidenziare un’incapacità a prendere provvedimenti a seguito delle valutazioni critiche a cui ci si è sottoposti.

“Nel 2010 sono state erogate 180.000 pratiche al Front Office”.



## LA VALUTAZIONE DEI CITTADINI

*“L’affidarsi alle valutazioni degli utenti ha il merito di evitare di creare false illusioni su quelle che sono le reali aspettative dei cittadini. Può capitare infatti che un responsabile di procedimento ritenga che l’aver abbassato i tempi di rilascio di una pratica da 30 a 15 gg. sia un buon risultato per ottenere il quale si dovrà anche impegnare a fondo. In realtà l’utenza vorrebbe non dover piu’ presentare la pratica oppure vorrebbe vedersela rinnovata automaticamente.”*

Occorre, come innovatori, avere la capacita’ di analizzare e considerare i procedimenti nel contesto del mondo reale e non da un punto di vista interno che risentira’ sempre dei vincoli del ruolo.



## Marketing stakeholder

La Customer Satisfaction è un modo per rinnovare la PA partendo dagli stakeholder.

Bisogna ricordare come sia importante verificare i criteri di valutazione ma anche e soprattutto trovare soluzioni.

In caso contrario nessun risultato potrebbe considerarsi soddisfacente poiché privo di reale fondamento.



Il cittadino, coinvolto tramite la Customer, è al centro di decisioni che riguardano la modifica dei criteri di accesso attraverso una rete continua di segnalazioni.

# Gestire l'ascolto in profondità'

## II CRM

1/2

Il Comune di Parma ha ritenuto di procedere non solo verso la misurazione del livello di gradimento del cittadino ma di andare in maggiore **profondità** nel rapporto con l'utenza prevedendo una serie di contatti e relazioni che si realizzano nel CRM. Si ritiene che il processo di misurazione possa dimostrare ancor più la sua utilità attraverso la raccolta di una ulteriore serie d'informazioni sulle esigenze, preferenze e caratteristiche individuali dei cittadini/aziende con cui il Comune opera e dialoga. Questa modalità ci consente di avviare iniziative ed eventi basati sulla conoscenza dei desideri e del gradimento dell'utenza.



10



## Il cittadino al centro

### II CRM

2/2

Attraverso la molteplicità e la multicanalità dei contatti con l'utenza tramite Contact Center, Tutor, operatori polifunzionali, portale e newsletter si sono gettate le basi per un rapporto stabile fatto di conoscenza reciproca e di contatti tramite e-mail e SMS.

Sviluppare queste nuove modalità di gestione dei contatti con gli utenti vuol dire acquisire la capacità di identificare con maggiore chiarezza il destinatario del servizio, realizzando un'adeguata mappatura delle principali tipologie di bisogni in relazione a specifici segmenti d'utenza.



11

## Privacy e customer satisfaction

Con la scelta di instaurare un rapporto relazionale approfondito e reiterato col cittadino il Comune di Parma ha maturato la necessità di regolamentare, attraverso la richiesta del consenso, il trattamento dei dati di contatto. Il vantaggio di una comunicazione "ad personam" su canali quali le e-mail e gli SMS consente di far sentire più vicina l'amministrazione al cittadino, informandolo "in tempo reale" anche delle proprie iniziative.



Per poter utilizzare questi dati di contatto, il Comune si è dunque posto il problema di raccogliarli, trattarli e conservarli correttamente.

E' nato per questi motivi un progetto trasversale, condiviso anche con gli uffici del Garante della Privacy, che ha generato un regolamento ed una serie di strumenti per garantire al cittadino trasparenza, visibilità e la possibilità di opporsi al trattamento stesso.

12

## Ulteriori margini di miglioramento

La rilevazione del gradimento “tout court” non e' sufficiente a garantire corretti margini di miglioramento. Occorre porre in relazione il giudizio espresso col procedimento in atto. Solo in questo modo possiamo valutare su quali procedimenti vi sia la possibilita' di intervenire per semplificarne l'iter.

Gli Emoticon, grazie alla relazione col sistema di rilascio di pratiche al FO, ci consentono di valutare non solo le macro aree ma anche i singoli procedimenti su cui è stato espresso il giudizio del cittadino.



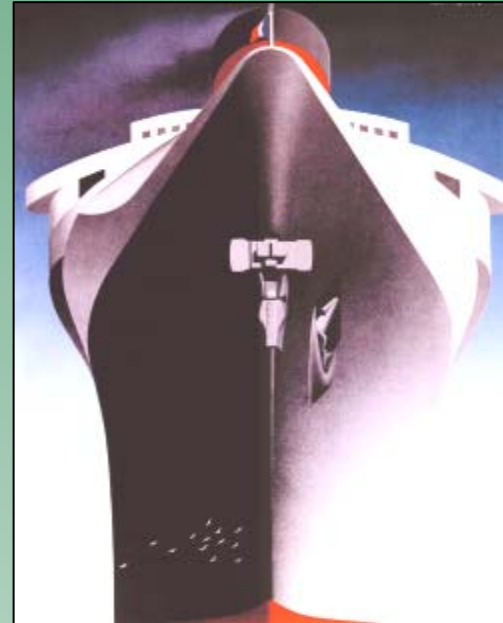


## Riflessioni conclusive

Avviare percorsi di rilevamento della Customer Satisfaction consente alle Pubbliche Amministrazioni di uscire dalla propria autoreferenzialità, aiutandole a relazionarsi in modo egualitario con i propri utenti.

Permette inoltre di conoscere e comprendere sempre meglio i bisogni dei destinatari ultimi delle proprie attività e di riprogettare, di conseguenza, sia le politiche pubbliche che il sistema di erogazione dei servizi.

Questo senza dimenticare che la CS consente al cittadino di esprimere un giudizio solo su quello che e' in essere e che se anche questa valutazione fosse positiva non ci si puo' arrestare nella marcia verso il miglioramento.



1  
4