

L'utilizzo delle emoticon con altri strumenti di customer satisfaction

Relatore Susi Ribon
Capo Settore Servizi all'Utenza



L'Agenzia delle Entrate

La sua funzione strategica, a servizio dei cittadini e a presidio della legalità tributaria, è quella di garantire il recupero di risorse per l'intera collettività, secondo criteri di efficienza, economicità ed efficacia nel rispetto dei principi di legalità, imparzialità e trasparenza.



La missione istituzionale: perseguire il massimo livello di adesione spontanea agli obblighi fiscali (tax compliance)



L'Agenzia delle Entrate

Direttore Agenzia

7 Direzioni centrali e un settore comunicazione

21 Direzioni regionali

111 Direzioni Provinciali

374 Uffici
Territoriali

7 Centri di
Assistenza
Multicanale

2 Centri operativi



L'Agenzia e il contribuente: alcuni obiettivi di breve periodo in tema di servizi

- Potenziare e migliorare le comunicazioni al cittadino, rendendole più chiare, dirette e accessibili (revisione della modulistica e delle comunicazioni, sviluppo servizi online, revisione del sito ...);
- Aumentare la capacità di risposta, intesa come capacità di rispettare gli impegni presi e di conquistare la fiducia dei contribuenti;
- Migliorare la tempestività nel dare risposte alle esigenze e alle richieste degli utenti;
- Migliorare l'accessibilità e la fruibilità dei servizi.



Il progetto Mettiamoci La Faccia (MLF)

Perché?

- è un buon strumento di misurazione della qualità percepita, che consente di rilevare la soddisfazione dei contribuenti in modo costante e continuo;
- consente di realizzare azioni immediate sul servizio, sulla gestione della relazione e sulle modalità di comunicazione scelte;
- contribuisce a migliorare la gestione delle risorse dedicate ai servizi monitorati;
- rappresenta uno stimolo al miglioramento dei livelli qualitativi dei servizi.



Mettiamoci La Faccia: Tempi/Servizi

Gennaio 2010 – avvio rilevazione in 9 uffici territoriali dell’Agenzia delle Entrate (servizio di sportello)



Novembre 2010 – estensione della rilevazione al servizio di web-mail e ad alcuni servizi online (servizio webmail e servizio internet)



Mettiamoci La faccia: risultati 2011

Servizi	N° Utenti	N° Votanti	%	Giudizio positivo	Giudizio negativo
sportello	152.000	1.526	1,0%	95,61%	1,64%
online	787.000	17.234	2,2%	84,95%	6,11%
webmail	51.000	2.934	5,7%	64,18%	21,78%

Servizi	Aspetti negativi segnalati
sportello	tempi di attesa
online	difficoltà di utilizzo e dati non aggiornati o poco chiari
webmail	dati non aggiornati o poco chiari



MLF: l'affidabilità della rilevazione

L'affidabilità della rilevazione è garantita dal fatto che il giudizio del cittadino viene espresso:

- con il ticket eliminacode, utilizzando il dispositivo eliminacode posizionato lontano dallo sportello, solo se il servizio è stato effettivamente erogato (servizi allo sportello);



- sui servizi soggetti ad autenticazione solo dopo aver ricevuto il servizio (servizi online);
- solo dopo aver ricevuto la risposta al quesito inviato (servizio di webmail).



Mettiamoci La Faccia: i servizi web

I servizi online su cui oggi è attiva la rilevazione sono:

- Versare con il modello F24;
- Dichiarare con Unico PF;
- Versare con il modello F24 da Unico PF;
- Registrare i contratti di locazione;
- Pagare l'imposta di registro;
- Comunicare emissione fatture da parte del cliente o terzo residente all'estero;
- Variare i dati dei soggetti diversi dalla persone fisiche (mod. AA5/6).



Il Sistema di gestione della relazione con il contribuente



... ed altre parti interessate

... ed altre parti interessate

23 aprile 2012

Gli strumenti di ascolto

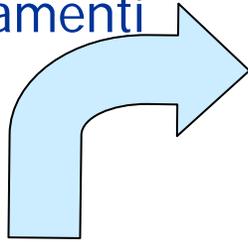
Gli strumenti che l'Agenzia delle entrate utilizza per ascoltare il cittadino sono di tipo:

Continuo	Periodico
Segnalazioni e suggerimenti	Customer satisfaction
Reclami	
Mettiamoci La Faccia	



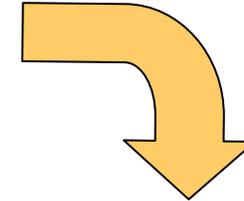
La Customer Satisfaction

Individuazione
dei miglioramenti



Pianificazione obiettivi CS
Individuazione servizi
Pianificazione risorse, strumenti,
tempi e modalità
Gestione della comunicazione
al pubblico

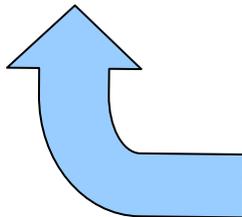
Pianificazione



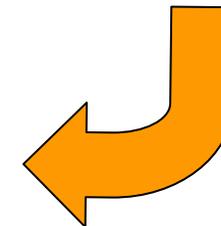
Individuazione delle azioni correttive e
delle azioni preventive
Individuazione delle aree di
miglioramento e dei relativi piani

Esecuzione dell'indagine
Esecuzione delle misurazioni

Analisi
dei dati



Analisi dei risultati delle misurazioni
Confronto dei risultati con gli obiettivi
pianificati



Esecuzione



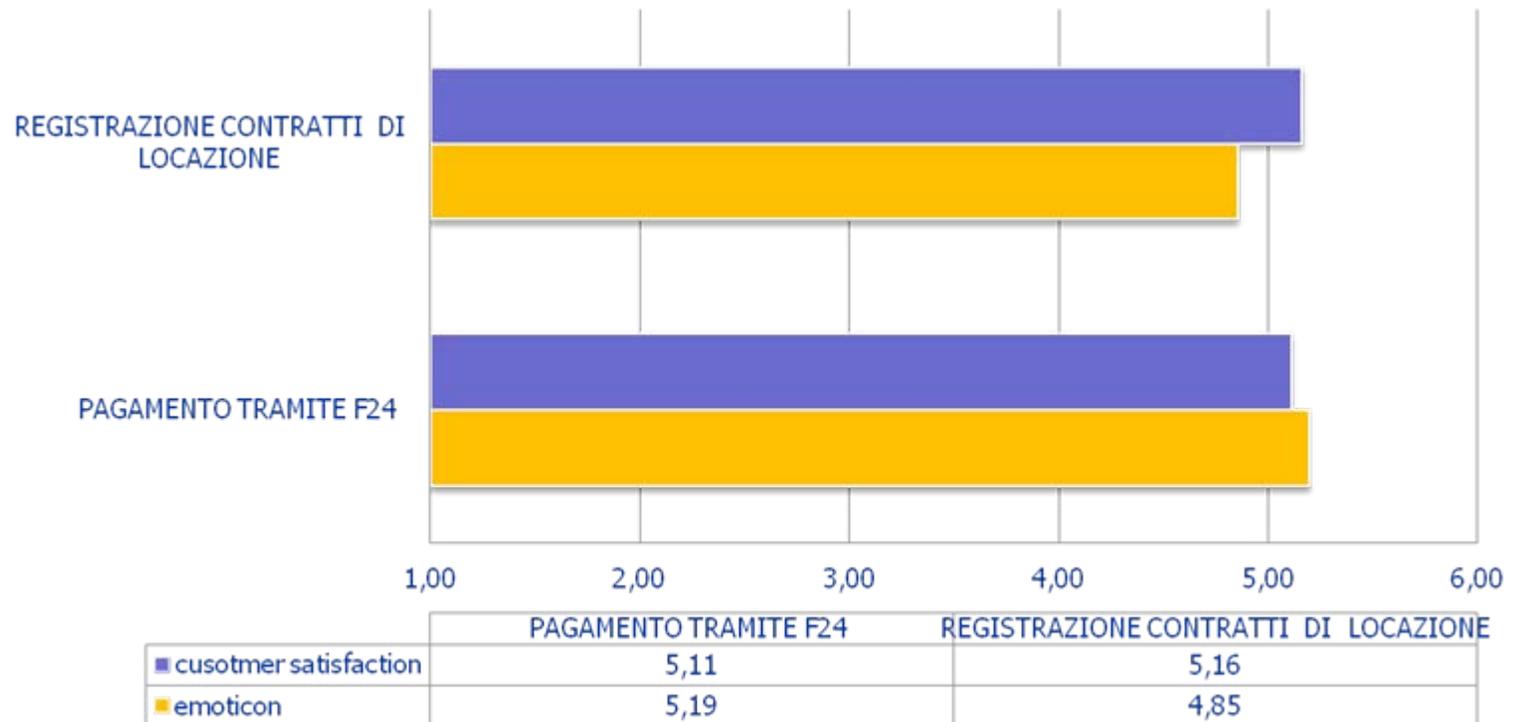
Rilevazioni MLF e CS: confronto risultati 1/2

SERVIZIO	RILEVAZIONE DELLA SODDISFAZIONE			
	TRAMITE EMOTICON			TRAMITE CS - OVERALL FINALE (SCALA DA 1 A 6)
				
PAGAMENTO TRAMITE F24	87.9%	8.9%	3.2%	5,11
REGISTRAZIONE CONTRATTI LOCAZIONE	79.4%	8.8%	11.7%	5,16



Rilevazioni MLF e CS: confronto risultati 2/2

Riportando i valori rilevati da Emoticon nella stessa scala (1-6) il giudizio medio è sostanzialmente in linea



F24 web: aree di miglioramento 1/2

Customer Satisfaction 2011 realizzata sul servizio

Riassunto rapporto I/S					
Codice	Item	Rapporto I/S	Soddisfazione Rilevata (Frequenza %)		
					
A13	Riesco a localizzare le informazioni sul servizio F24 web con pochi click	1.084	7.24%	27.65%	65.10%
R210	Le istruzioni per utilizzare il servizio F24 web sono complete	1.058	4.36%	26.42%	69.22%
I15	Le istruzioni per utilizzare il servizio F24 web sono chiare	1.049	6.26%	26.50%	67.24%
.....				

L'indice I/S consente di ordinare gli indicatori e individuare rapidamente le priorità di intervento: maggiore è il valore assoluto, maggiore è la criticità ad esso associata.



F24 web: aree di miglioramento 2/2

Mappa delle priorità

