

POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020
ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)
Corso ITS VII Ciclo “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle
Produzioni Locali di Qualità”
(Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY)

Docente: Dott. Onofrio Scoppio

AREA: VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI

UF: Marketing territoriale



LA MISURAZIONE DELLA CUSTOMER SATISFACTION

A cura di Rino Scoppio

www.rinoscoppio.com

**Ogni azienda deve costantemente
monitorare il proprio tasso di
Customer Satisfaction**

**Molto spesso questo non
avviene.**

Perché?

Le aziende, per pigrizia mentale, per malafede, per presunte ristrettezze di budget.....

.....non solo non conoscono chi sono i propri clienti

.....ma ignorano completamente la loro opinione sui prodotti e sui servizi offerti.

GLI EFFETTI DELL' INSODDISFAZIONE



QUANDO IL CLIENTE E' UN KILLER OCCULTO

Soltanto il 4% dei clienti insoddisfatti reclama. Gli altri non si lamentano direttamente con l'azienda.

Ma lo fanno con i loro amici, generando ciascuno oltre 10 contatti negativi. Che "uccidono" la reputazione dell'azienda

Come introdurre in azienda un sistema di
misurazione del tasso di Customer
Satisfaction?

1) Briefing con la direzione per determinare:

- Obiettivi del progetto

- Tempi di realizzazione

- Metodologia di lavoro

- Utilizzo dei risultati

- Budget a disposizione

- Risorse umane disponibili per il progetto

- Margine di autonomia

- Grado di pubblicità da dare al progetto

**2) Valutazione delle aspettative
“ideali” dei clienti nei confronti del
prodotto e del servizio**

**3) Analisi del livello attuale
di customer satisfaction**

4) Analisi dello Scostamento fra:

- Aspettative “ideali” dei clienti:
- Percezione effettiva da parte del cliente della qualità del prodotto/servizio erogato

5) Misurazione del tasso di Fidelizzazione

6) Misurazione del Numero e della tipologia dei reclami;

7) Studio del livello di Customer
Satisfaction erogato dalla concorrenza

8) Analisi del livello attuale di Employee Satisfaction

9) Elaborazione dei risultati.

10) Proposte operative di risoluzione.

11) Presentazione dei risultati:

- Alla dirigenza;
- A tutti i dipendenti.

7) Condivisione con tutto il personale delle scelte strategiche ed operative future per incrementare il livello di customer satisfaction.

8) Implementazione

9) Controllo dei risultati

10) Miglioramento continuo.....