

LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

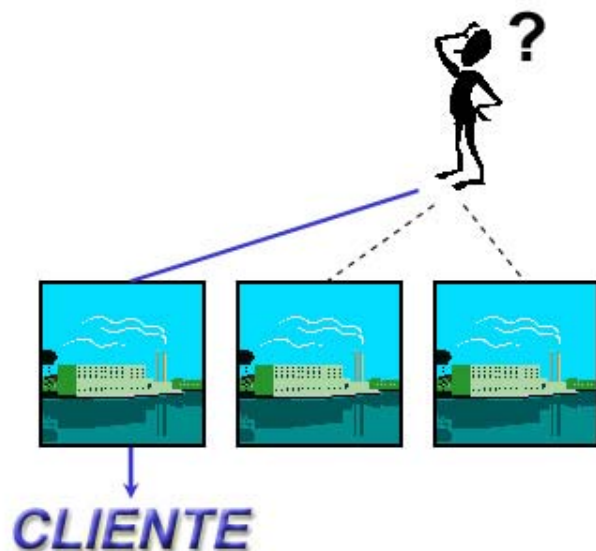
un Elemento Strategico per la Pubblica Amministrazione



Fabio Prestopino

Ferrara - Ridotto del Teatro Comunale, 29 marzo 2004

BONFIGLIOLI  CONSULTING



Nel mondo delle imprese,
l'esigenza di monitorare e gestire
la CS nasce da due esigenze:

- Aumentare il numero di clienti
- Estromettere dal mercato i concorrenti



COMPETITIVITA'

Nel mondo della PA:

- La natura della transazione è di tipo impositivo e regolatorio
- Il cliente non è libero di scegliere se avvalersi o meno del servizio



SERVIZIO PUBBLICO



La natura del Servizio Pubblico

- ▶ Rispondere a bisogni e problemi
- ▶ Fornire ai cittadini quei servizi che permettono al Paese di mantenere determinati livelli di funzionamento
- ▶ Assicurare condizioni di soddisfazione e sviluppo
- ▶ Migliorare la qualità della vita



Per fare questo è necessario:

- ▶ Saper ascoltare e comprendere a fondo i bisogni che il cittadino esprime
- ▶ Porre costante attenzione al suo giudizio
- ▶ Sviluppare e migliorare la propria capacità di dialogo e di relazione
- ▶ Migliorare continuamente la qualità del servizio

Qualità nei servizi e servizi di qualità

“La Qualità di un servizio è la globalità degli aspetti e delle caratteristiche che centrano l’obiettivo di soddisfare completamente un dato bisogno”

$$\text{Qualità di un servizio} = \frac{\text{prestazioni dell'Ente}}{\text{bisogni del cittadino}}$$



Si passa dal concetto di “fedeltà” al concetto di “fiducia”, che è uno degli obiettivi più importanti per una PA perché dalla fiducia discende:

- coinvolgimento
- partecipazione
- sostegno

Cosa richiede un sistema di CS

- ▶ **Coinvolgimento sostanziale e forte impegno del vertice decisionale** dell'ente, a livello sia politico che manageriale. Il vertice è:
 - il primo destinatario dei risultati sull'efficacia delle prestazioni
 - il primo responsabile della definizione degli obiettivi di miglioramento dei servizi
 - il primo responsabile dell'allocazione delle risorse necessarie a raggiungerli.
- ▶ Lo sviluppo diffuso di una cultura del servizio e della qualità deve costituire un preciso impegno da trasmettere a **tutta l'organizzazione**. L'attenzione all'ascolto del cittadino e alla valutazione del suo grado di soddisfazione costituiscono leve di cambiamento organizzativo, gestionale e culturale.
- ▶ L'indagine deve avere carattere di **continuità e di strumento sistematico**. L'ascolto deve diventare una funzione permanente, pianificata, organizzata e governata.
- ▶ E' necessario assicurare la **coerenza tra bisogni e attese dei cittadini e sistemi decisionali e gestionali** dell'Ente (programmazione e controllo, valutazione, premiante) - in questo modo la CS assume dimensione strategica.

Rappresentare ed evidenziare
bisogni e attese della comunità

Favorire la comprensione
dei bisogni latenti

Aiutare a cogliere idee, spunti
e suggerimenti



Progettare i sistemi di erogazione dei servizi

Dimensionare le caratteristiche tecniche del servizio,
rendendolo a misura di cliente/utente

Definire e valutare l'efficacia delle politiche pubbliche

Supportare verifica e comprensione dell'efficacia delle politiche

L'uso sistematico di indagini di CS ha ricadute interne che riguardano tutti i processi di erogazione dei servizi, su più livelli.

CULTURALE

- Orienta la cultura interna al servizio del cittadino
- Sfata il mito che la qualità nei servizi non sia misurabile
- Favorisce il superamento dell'autoreferenzialità
- Favorisce il passaggio dalle sensazioni alla misura, dalla cultura delle sensazioni alla cultura del risultato
- Motiva le persone: non solo front-office, anche back-office

ORGANIZZATIVO

- Favorisce il passaggio dalla logica delle funzioni a quella dei processi
- Favorisce l'arricchimento delle mansioni

GESTIONALE

- Permette di estrarre tra tutti gli indicatori di prestazione del sistema quelli che rivestono una maggiore criticità, per un controllo di gestione consapevole ed efficace
- Costituisce uno strumento di supporto strategico al "decision making"