



AGENZIA DELLE DOGANE E DEI MONOPOLI

1.4 QUESTIONARIO VALUTAZIONE SITO INTERNET

Gentile Utente, l'Agencia delle Dogane e dei Monopoli sta realizzando un sondaggio per valutare il grado di soddisfazione per l'utilizzo del proprio sito internet e individuare eventuali azioni per migliorarne la qualità. A tale scopo, indichi quanto è d'accordo con le seguenti 16 affermazioni e quanto ritiene importanti i relativi argomenti dando un voto secondo la seguente scala:

6 assolutamente, 5 molto, 4 abbastanza, 3 sufficiente, 2 poco, 1 per niente

		VALUTAZIONE	IMPORTANZA
USABILITA'	Il sito è facilmente raggiungibile	☺	
	Il sito è semplice da navigare		☹
	L'aspetto grafico del sito è gradevole	☺	
	La mappa del sito è ben organizzata	☺	
	Riesco a localizzare le informazioni di cui ho bisogno con pochi click		
	Le sezioni del sito sono bene organizzate		
FUNZIONALITA' TECNICHE	I tempi di caricamento del sito sono ragionevoli		
	I link presenti sul sito sono funzionanti		
	Riesco a scaricare facilmente software e/o documenti di interesse		
	Il motore di ricerca dà risultati soddisfacenti		
	Trovo utile il servizio RSS		
CONTENUTI	Il sito contiene informazioni aggiornate		
	Eventuale commento per valutazione <= 3		
	Il sito contiene informazioni complete		
	Eventuale commento per valutazione <= 3		
	Trovo che utilizzare il sito sia più vantaggioso rispetto ad altre modalità (telefono, sportello, fax, etc.)		
	Le FAQ sono un valido supporto		
Ritengo che il sito internet sia complessivamente soddisfacente			

Sesso	
Età	
Professione	
Nazionalità	

Indagine di customer satisfaction per la
valutazione del sito internet dell'Agencia

Sommario

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INDAGINE	3
1.1 OBIETTIVO DELL'INDAGINE	3
1.2 MODALITÀ DI DEFINIZIONE DEL CAMPIONE	3
1.3 MODALITÀ DI DEFINIZIONE DEL QUESTIONARIO.....	4
1.4 QUESTIONARIO VALUTAZIONE SITO INTERNET	5
1.5 MODALITÀ DI SOMMINISTRAZIONE DEL QUESTIONARIO.....	6
ESITO DELL'INDAGINE	7
1.6 DATI STATISTICI.....	7
1.7 LIVELLO DI SODDISFAZIONE COMPLESSIVA DEL SERVIZIO.....	9
1.8 IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE DEGLI UTENTI RISPETTO ALLE DIMENSIONI DEL SERVIZIO ...	10
1.8.1 Usabilità.....	10
1.8.2 Funzionalità tecniche	11
1.8.3 Contenuti	12
1.9 MAPPA DELLE PRIORITÀ DI INTERVENTO	13

Modalità di svolgimento dell'indagine

L'indagine è stata realizzata nel rispetto delle linee guida per l'applicazione del modello di valutazione della CUSTOMER SATISFACTION elaborate dal Dipartimento della Funzione Pubblica.

1.1 Obiettivo dell'indagine

Obiettivo dell'indagine è la rilevazione della qualità percepita dagli utenti nella fruizione del sito internet istituzionale anche ai fini di un miglioramento degli standard operativi.

Con l'indagine in oggetto si intende rilevare:

- la qualità delle informazioni e dell'organizzazione del sito
- la facilità di ricerca delle informazioni all'interno del sito
- l'accessibilità da parte di tutti gli utenti alle informazioni
- eventuali criticità del servizio al fine di proporre azioni di miglioramento
- eventuali fabbisogni non ancora rilevati dall'amministrazione

1.2 Modalità di definizione del campione

1. **Universo** di riferimento: tutti gli utenti che hanno visitato il sito internet nel periodo di riferimento (dal 05/10/2015 al 13/11/2015 sono state registrate 1.692.819 visite)
2. **Fonte**: contatore accessi al sito internet
3. Livello di confidenza suggerito: 85%
4. Errore massimo accettato: 5%
5. **Campione**: individuato in base a tabelle statistiche

La numerosità del campione è stata determinata attraverso la tabella riportata alla pagina seguente individuando il valore corrispondente al seguente incrocio:

- Colonna: 5%
- Riga: la riga che meglio approssima la dimensione della popolazione

Considerando un universo di 1,7 milioni di utenti, il campione per l'indagine deve essere costituito da **207** soggetti (nei fatti il campione utilizzato è stato pari a **220** soggetti).

Numerosità Popolazione (N)	Margine d'errore (ε)			
	3%	5%	7%	10%
250	175	114	75	43
500	268	147	87	47
750	326	163	93	49
1.000	366	172	96	49
1.500	416	182	99	50
2.000	447	188	100	51
3.000	483	194	102	51
4.000	503	197	103	51
5.000	516	199	104	51
10.000	544	203	105	52
20.000	560	205	105	52
50.000	569	206	106	52
100.000	572	207	106	52
500.000	575	207	106	52
1.000.000	575	207	106	52
5.000.000	576	207	106	52

1.3 Modalità di definizione del questionario

Il questionario utilizzato, che si riporta di seguito, è stato predisposto con il supporto del servizio di comunicazione e relazioni esterne (Area Dogane e Area Monopoli) dell’Agenzia e dell’Ufficio Centrale Pianificazione Strategica.

La costruzione del questionario ha previsto una serie di domande per le quali è stato chiesto di esprimere il giudizio di percezione dei servizi erogati attraverso il sito internet dell’Agenzia e le attese dei clienti (giudizio di importanza), permettendo di avere una misura del gap di qualità riconosciuta.

Nella costruzione del questionario, al fine di agevolare la compilazione e la successiva analisi, si è scelto di utilizzare domande a risposta chiusa, lasciando la possibilità in soli due casi di specificare eventuali commenti nel caso di giudizio insufficiente. Si è posta inoltre particolare attenzione a limitare il numero delle domande (complessivamente 16) e a utilizzare un linguaggio semplice e diretto.

1.4 QUESTIONARIO VALUTAZIONE SITO INTERNET

Gentile Utente, l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli sta realizzando un sondaggio per valutare il grado di soddisfazione per l'utilizzo del proprio sito internet e individuare eventuali azioni per migliorarne la qualità. A tale scopo, indichi quanto è d'accordo con le seguenti 16 affermazioni e quanto ritiene importanti i relativi argomenti dando un voto secondo la seguente scala:

6 assolutamente, 5 molto, 4 abbastanza, 3 sufficiente, 2 poco, 1 per niente

		VALUTAZIONE	IMPORTANZA
USABILITA'	Il sito è facilmente raggiungibile		
	Il sito è semplice da navigare		
	L'aspetto grafico del sito è gradevole		
	La mappa del sito è ben organizzata		
	Riesco a localizzare le informazioni di cui ho bisogno con pochi click		
	Le sezioni del sito sono bene organizzate		
FUNZIONALITA' TECNICHE	I tempi di caricamento del sito sono ragionevoli		
	I link presenti sul sito sono funzionanti		
	Riesco a scaricare facilmente software e/o documenti di interesse		
	Il motore di ricerca dà risultati soddisfacenti		
	Trovo utile il servizio RSS		
CONTENUTI	Il sito contiene informazioni aggiornate		
	<i>Eventuale commento per valutazione <= 3</i>		
	Il sito contiene informazioni complete		
	<i>Eventuale commento per valutazione <= 3</i>		
	Trovo che utilizzare il sito sia più vantaggioso rispetto ad altre modalità (telefono, sportello, fax, etc.)		
	Le FAQ sono un valido supporto		
Ritengo che il sito internet sia complessivamente soddisfacente			

Sesso	
Età	
Professione	
Nazionalità	

1.5 Modalità di somministrazione del questionario

Il questionario è stato somministrato attraverso l'invio di email, nel periodo dal 5 ottobre al 13 novembre, ad utenti iscritti al servizio telematico doganale, a quello dell'area Monopoli nonché ad utilizzatori dell'URP telematico dell'Area dogane.

Sono pervenuti 220 questionari compilati. Tale numero risulta leggermente superiore a quello previsto (almeno 207) per assicurare un margine di errore (ϵ) del 5% (vedi sopra § 1.3).

Nelle pagine successive si riportano gli esiti della rielaborazione dei dati relativi all'indagine.

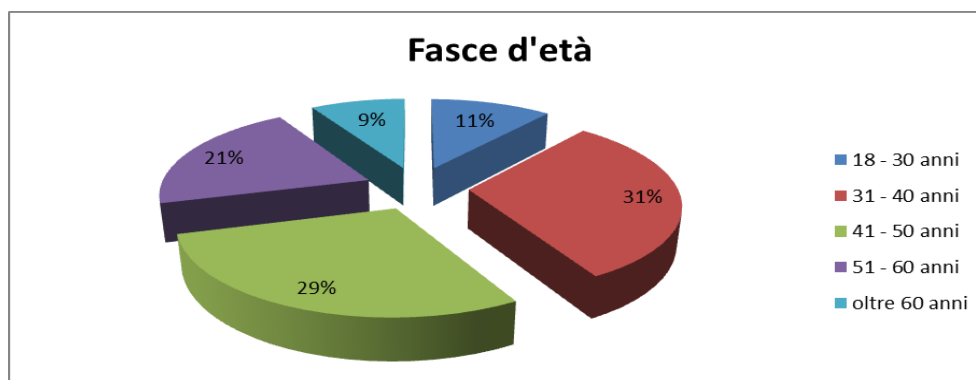
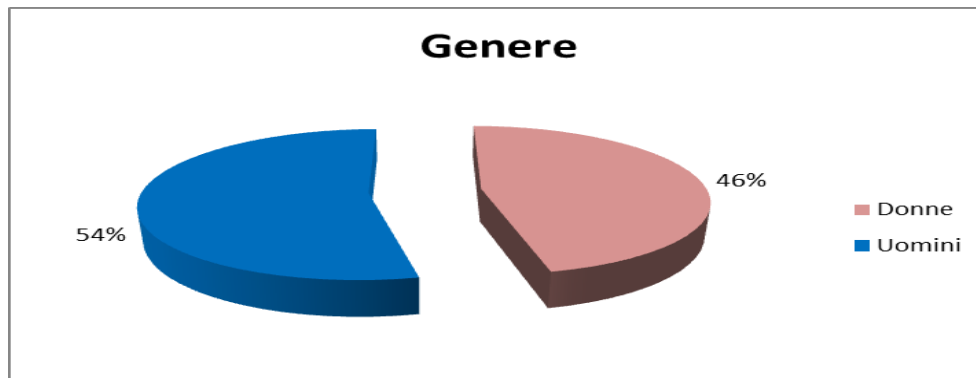
ESITO DELL'INDAGINE

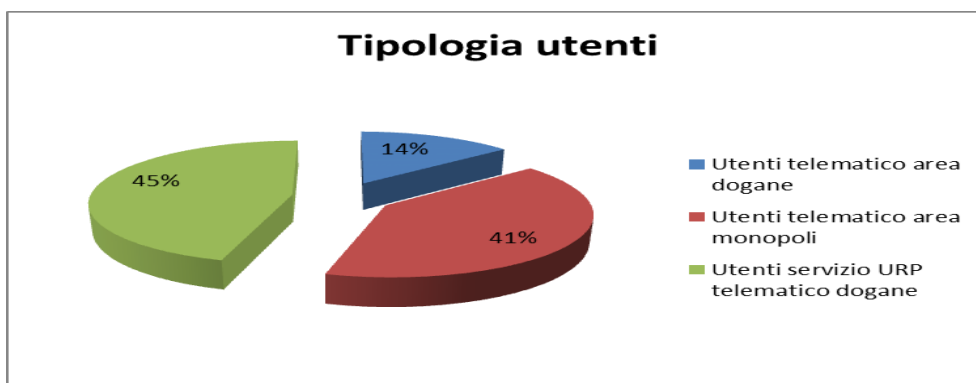
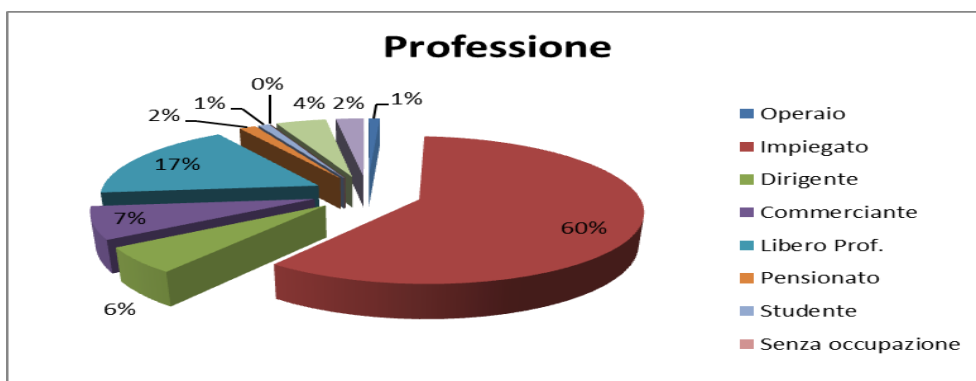
In base ai risultati dell'indagine sono stati considerati i seguenti aspetti che costituiscono dunque oggetto di analisi:

- Dati statistici sugli utenti che hanno compilato il questionario
- Livello di soddisfazione complessiva nei confronti del servizio
- Livello di soddisfazione degli utenti intervistati rispetto alle componenti elementari del sito
 1. Usabilità
 2. Funzionalità tecniche
 3. Contenuti
- Giudizio di importanza che gli intervistati esprimono sulle dimensioni del servizio

Di seguito si presentano i dettagli di tali aspetti.

1.6 Dati statistici





Al questionario hanno risposto, come detto, 220 utenti.

La distribuzione per genere si presenta abbastanza equilibrata: il 54% del campione, corrispondente a 118 individui, è di sesso maschile, mentre il restante 46%, corrispondente a 102 individui, è di sesso femminile.

Oltre il 60 % dei soggetti ha un'età compresa tra i 31 e i 50 anni e svolge la professione di impiegato.

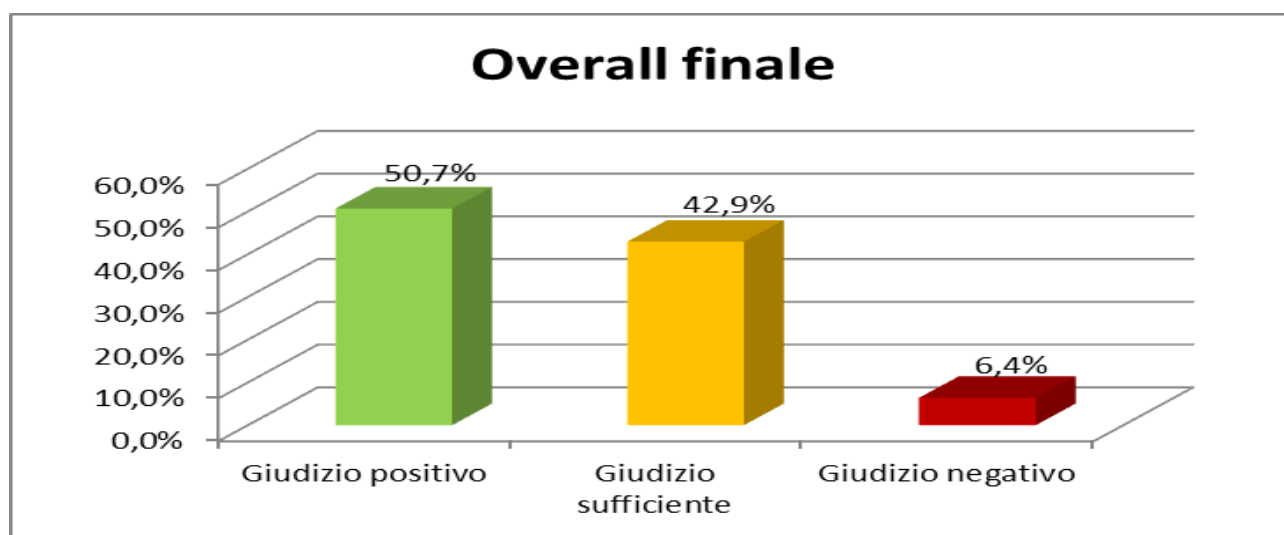
I giudizi di soddisfazione indagati tramite il modello sono misurati con una scala a 6 livelli.

Le classi di giudizio contigue sono state accorpate. Seguendo questa logica i giudizi 1 e 2 sono stati uniti in un unico livello di soddisfazione negativa, 3 e 4 in uno di media soddisfazione e 5 e 6 in uno di alta soddisfazione. Associando a ogni nuova classe un emoticon/colore, come nella tabella successiva, è possibile visualizzare immediatamente il giudizio degli utenti.

Classi	Emoticon/Colore	Giudizio di soddisfazione
1-2	🔴	Giudizio negativo
3-4	🟡	Giudizio sufficiente
5-6	🟢	Giudizio positivo

1.7 Livello di soddisfazione complessiva del servizio

Questo dato è stato rilevato come ultima domanda del questionario, nell'intento di cogliere un giudizio maggiormente ponderato, per ottenere una valutazione istintiva, alla luce delle risposte fornite in precedenza.

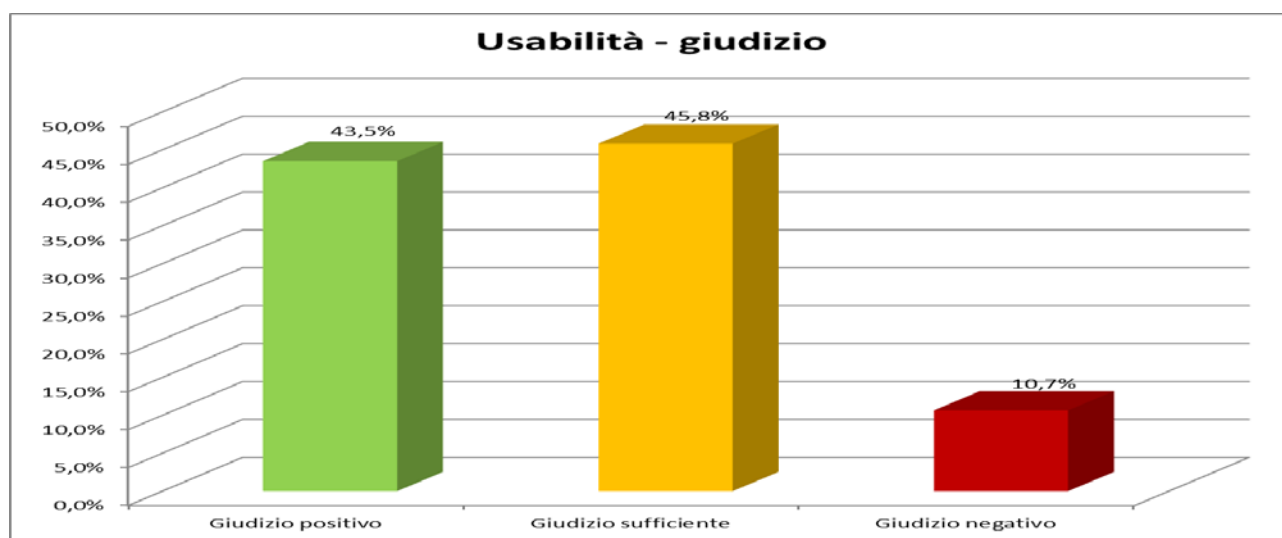


I giudizi sul servizio sono in grande maggioranza favorevoli: il 93% del campione esprime una valutazione di apprezzamento (assolutamente o molto soddisfatto 50,7% - abbastanza o sufficientemente soddisfatto 42,9%). Solo il 6,4% esprime, quindi, una valutazione complessivamente negativa (poco o per nulla soddisfatto).

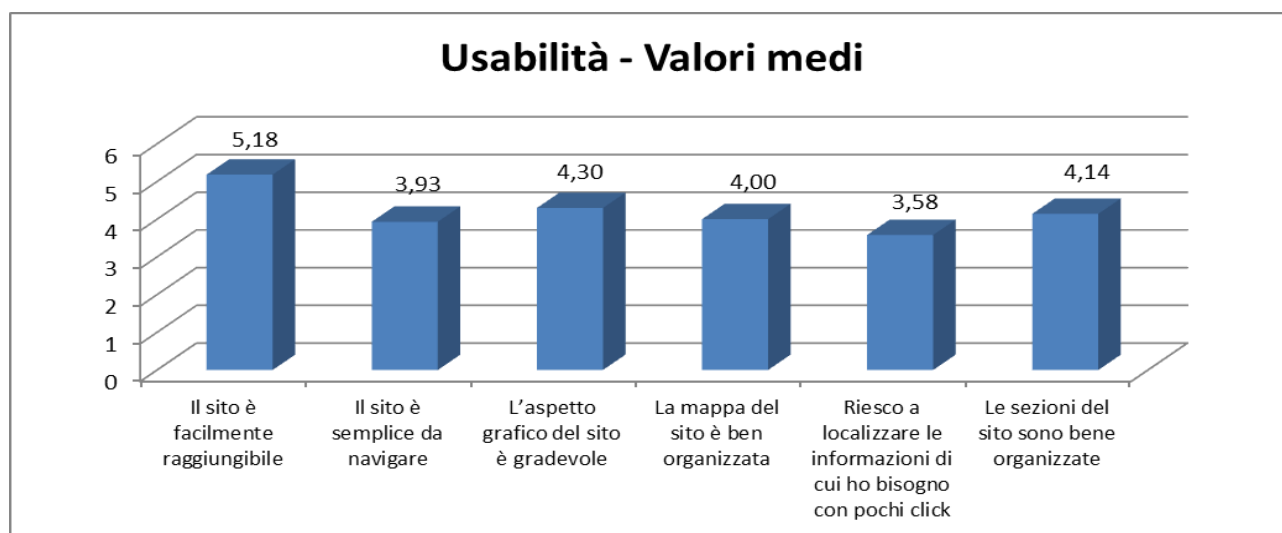
1.8 Il livello di soddisfazione degli utenti rispetto alle dimensioni del servizio

Di seguito per ciascuna dimensione del questionario, si riporta il relativo grafico e ed un breve commento di spiegazione dei dati risultanti dalle indagini.

1.8.1 Usabilità

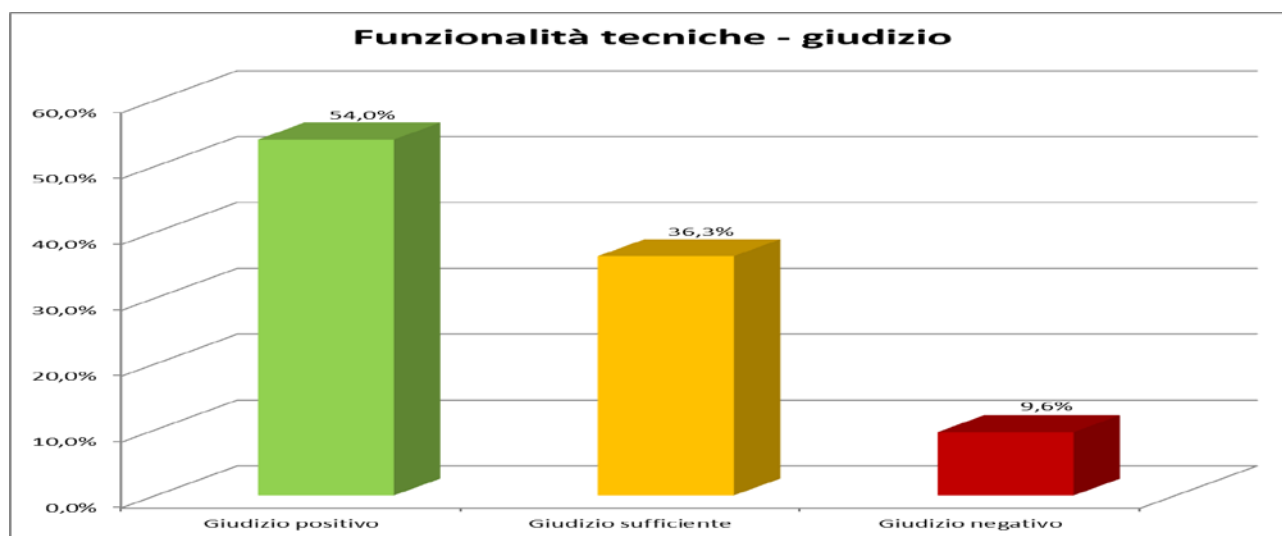


Anche l'usabilità registra in complessivo giudizi largamente favorevoli (oltre 89%), tuttavia la percentuale dei soggetti che esprimono una valutazione negativa è la più alta rispetto alle dimensioni indagate (Usabilità: 10,7%; Funzionalità tecniche: 9,6% e Contenuti: 8,3%).

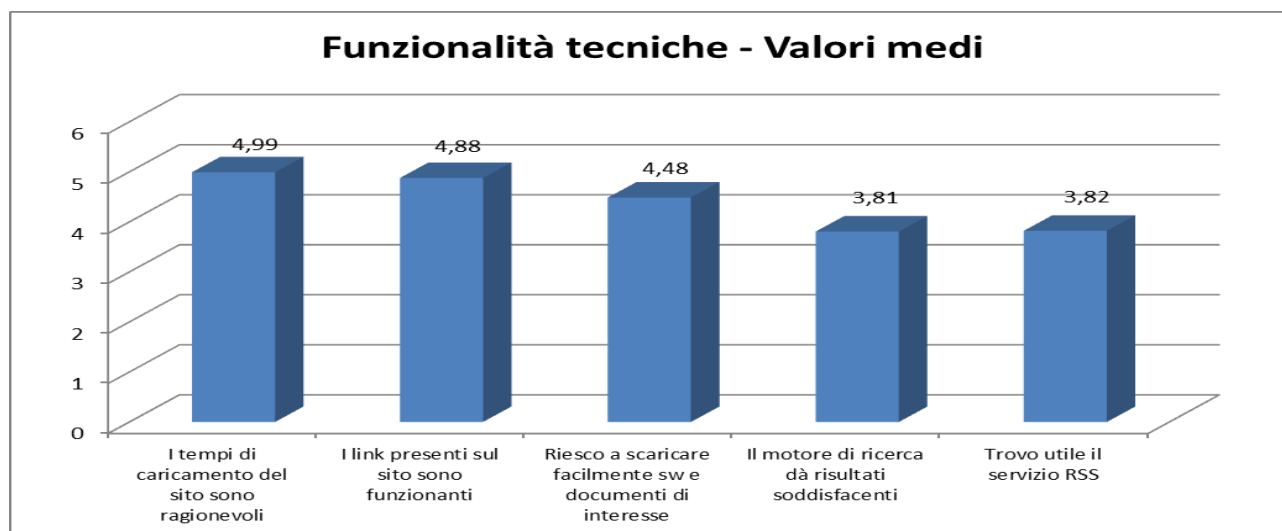


I due valori più bassi del grafico, seppure favorevoli, sono riferiti alle componenti elementari "facilità di navigazione" ovvero alla capacità di "localizzare con pochi click le informazioni ricercate". Tale aspetto, messo in relazione con il più basso valore in assoluto delle dimensioni indagate (Usabilità), evidenzia come i due attributi, seguendo un approccio paretiano, siano quelli che richiedono prioritariamente un intervento di miglioramento.

1.8.2 Funzionalità tecniche



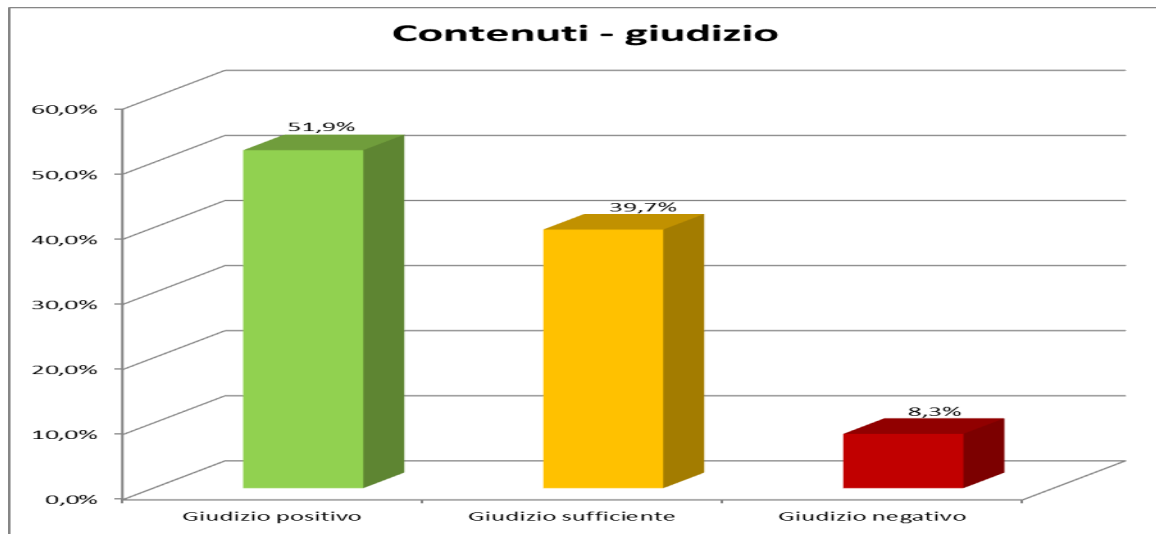
L'analisi delle risposte fornite ha fatto registrare per la dimensione "Funzionalità tecniche" la più alta percentuale di giudizi positivi (54%) tra quelle indagate (Usabilità - Funzionalità tecniche - Contenuti).



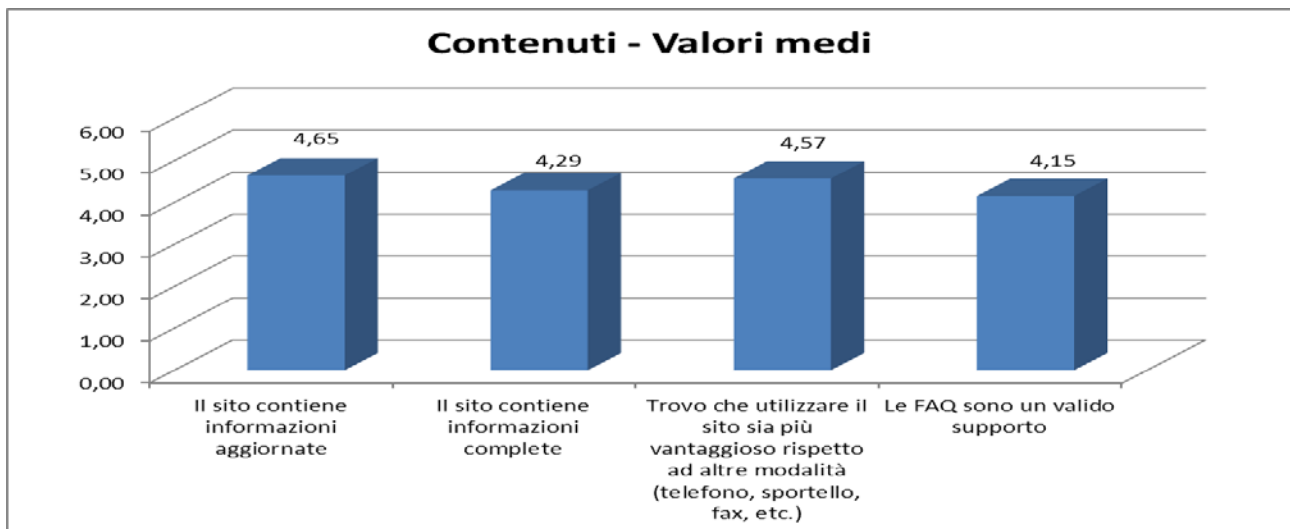
La componente elementare valutata con minor favore è quella relativa all'apprezzamento riservato al motore di ricerca. La valutazione del servizio RSS¹, che si attesta a valori di poco superiori, è stata espressa, nell'ambito del campione formato da 220 utenti, solamente da 134 soggetti (utilizzatori del servizio), aumentando di conseguenza il relativo margine di errore sulla qualità del dato rilevato.

¹ il servizio RSS (Really Simple Syndication), consente di ricevere sul proprio computer o su un dispositivo palmare, automaticamente e immediatamente, senza bisogno di collegarsi ogni volta al sito stesso, tutti i nuovi aggiornamenti relativi a una o più sezioni del sito.

1.8.3 Contenuti



La dimensione "Contenuti" è stata quella che ha riscosso il maggior apprezzamento da parte del campione che ha partecipato alla customer. Oltre il 96% ha espresso valutazioni favorevoli (assolutamente soddisfatto o molto soddisfatto: 51,9% - abbastanza soddisfatto o sufficientemente soddisfatto: 39,7%).



I valori medi relativi a tutte le componenti elementari si attestano oltre la valutazione 4 rafforzando pertanto l'interpretazione, in precedenza illustrata, relativa alla valutazione della dimensione.

1.9 Mappa delle priorità di intervento

Al fine di individuare le principali aree di miglioramento e di indirizzare gli interventi verso gli aspetti del servizio ritenuti più importanti e allo stesso tempo meno soddisfacenti, si traccia la mappa delle priorità di intervento, ottenuta dalla valutazione integrata dell'indice di soddisfazione e dell'importanza dei fattori di qualità che incidono sulla customer satisfaction.

Gli assi della mappa sono rispettivamente costituiti:

- asse orizzontale dal livello di soddisfazione medio (riferito alla singola dimensione considerata), misurata nella scala 1-6
- asse verticale dall'importanza media della dimensione cui ogni componente elementare appartiene, misurata anch'essa in scala 1-6

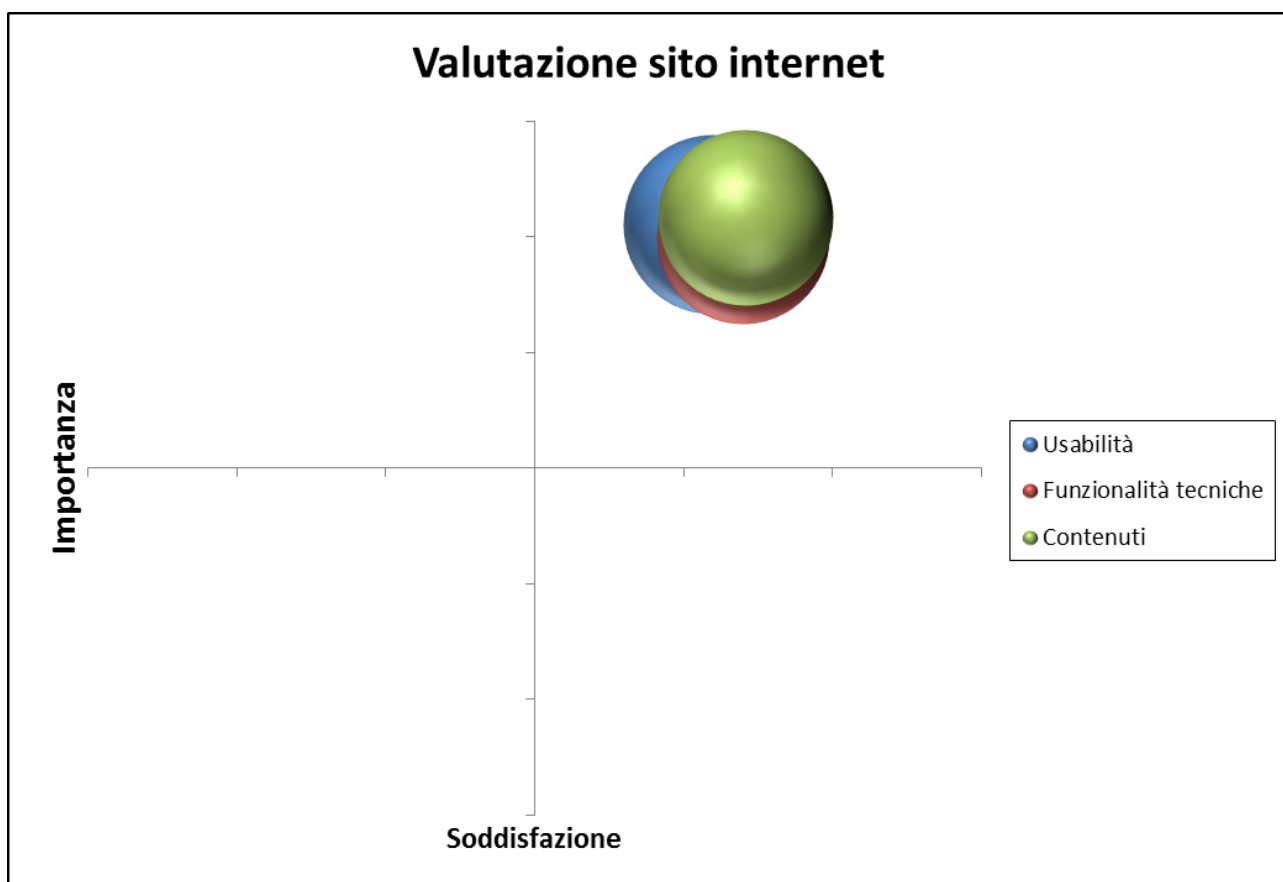
Tale rappresentazione grafica individua quattro quadranti a seconda della combinazione tra "importanza" di una dimensione del servizio e "soddisfazione" espresse dell'utenza. In tal modo è possibile capire qual è il posizionamento della dimensione rispetto a soddisfazione e importanza.

Le quattro aree in cui può essere letta la mappa sono le seguenti:

- area in alto a sinistra "**delle criticità**" - bassa soddisfazione e alta importanza – **Priorità alta** indica gli elementi del servizio su cui intervenire con priorità e maggiormente suscettibili di miglioramento
- area in basso a sinistra "**del monitoraggio**" – bassa soddisfazione e bassa importanza – **Priorità media** indica gli elementi del servizio da controllare nel tempo, per verificare che le aspettative riposte in essi dagli utenti non crescano
- area in alto a destra "**della competitività**" – alta soddisfazione e alta importanza – **Priorità alta** comprende gli elementi che qualificano il valore del servizio in modo positivo e devono essere mantenuti
- area in basso a destra "**delle illusioni**" – alta soddisfazione e bassa importanza – **Priorità media** la quale induce a ritenere che sulle relative componenti del servizio si stia approfondendo un impegno inutile nell'assicurare agli utenti standard elevati di qualità; si potrebbe pertanto considerare di dirottare risorse nell'accrescere il livello di soddisfazione di altri aspetti.

La mappa rappresenta un primo strumento di analisi che fornisce una immediata e chiara rappresentazione del posizionamento delle dimensioni e consente di orientare il processo di decisione con particolare riferimento agli aspetti del servizio a maggiore fabbisogno di attenzione.

Per una maggiore visibilità e distribuzione dei risultati l'incrocio degli assi corrisponde al valore medio per la soddisfazione (valore medio; asse x) e l'importanza (valore medio; asse y).



Il grafico mostra come il giudizio espresso per tutte le dimensioni, alle quali viene riconosciuta grande importanza, manifesta un alto grado di soddisfazione. Come detto poco prima il quadrante in alto a destra **“della competitività”** – alta soddisfazione e alta importanza – comprende gli elementi che qualificano il valore del servizio in modo positivo e devono essere mantenuti.

Da ciò consegue che non sono necessari interventi urgenti e che le politiche di sviluppo del sito sono state ben impostate. L’Agenzia, comunque, aspira a migliorare il servizio reso attraverso il proprio sito internet e quindi, grazie a questa indagine di customer satisfaction, intende individuare le azioni prioritarie, ancorché non urgenti, da adottare a tale scopo.

Per individuare queste linee di azione, attraverso i dati raccolti, è stata redatta una graduatoria (**ranking**) delle componenti elementari a più elevata priorità di intervento. Per fare questo si è utilizzato un coefficiente dato dal rapporto tra giudizio medio di importanza (I) dell’item considerato e giudizio medio di soddisfazione (S) dello stesso. Un quoziente I/S elevato denota un indicatore per il quale è stato registrato un giudizio di importanza considerevole cui si contrappone un giudizio di soddisfazione inadeguato. Pertanto, maggiore è il valore del rapporto, più critico va considerato quello specifico aspetto del servizio.

Dimensione	Componente elementare	Soddisfazione	Importanza	I/S
USABILITA'	Riesco a localizzare le informazioni di cui ho bisogno con pochi click	3,58	5,34	1,49
	Il sito è semplice da navigare	3,93	5,46	1,39
	La mappa del sito è ben organizzata	4,00	5,05	1,26
	Le sezioni del sito sono bene organizzate	4,14	5,20	1,25
	Il sito è facilmente raggiungibile	5,18	5,46	1,05
	L'aspetto grafico del sito è gradevole	4,30	4,19	0,97
FUNZIONALITA' TECNICHE	Il motore di ricerca dà risultati soddisfacenti	3,81	5,09	1,34
	Riesco a scaricare facilmente sw e documenti di interesse	4,48	5,31	1,18
	Trovo utile il servizio RSS	3,82	4,21	1,10
	I link presenti sul sito sono funzionanti	4,88	5,21	1,07
	I tempi di caricamento del sito sono ragionevoli	4,99	5,19	1,04
CONTENUTI	Il sito contiene informazioni complete	4,29	5,36	1,25
	Il sito contiene informazioni aggiornate	4,65	5,41	1,16
	Trovo che utilizzare i servizi di questo sito sia più vantaggioso rispetto ai canali tradizionali (telefono, sportello, fax, etc.)	4,57	5,22	1,14
	Le FAQ sono un valido supporto	4,15	4,67	1,13

Le componenti elementari che registrano un rapporto Importanza/Soddisfazione superiore a 1,3 sono:

- capacità a localizzare le informazioni con pochi click;
- semplicità della navigazione;
- risultati del motore di ricerca.

Le prime due componenti appartengono alla dimensione "Usabilità", la terza pur appartenendo alla dimensione "Funzionalità tecniche" è però strettamente connessa alle prime due in quanto di ausilio per la localizzazione dei dati/navigazione nel sito.

Nei piani di sviluppo del sito, da attuare nell'anno 2016, sarà pertanto riservata particolare attenzione a migliorarne l'organizzazione, facilitandone di conseguenza la navigazione, valutando anche la possibilità di intervenire sui parametri del motore di ricerca ovvero di adottarne uno nuovo.

Completate queste attività, sarà valutata l'opportunità di ripetere l'indagine di customer satisfaction.