

## **Travel & Business: la misurazione della Customer Satisfaction**

Frantoni, era stato da poco nominato Direttore della catena di Agenzie di Viaggio "Travel & Business, dislocate nelle principali città italiane, e aveva deciso immediatamente di valutare il livello di soddisfazione della clientela in alcune delle più grandi Agenzie appartenenti alla catena.

In tal senso aveva incaricato una nota società di consulenza per stabilire le modalità attraverso cui contattare la clientela e soprattutto per definire, nel modo più coerente possibile, i contenuti del questionario.

Dopo una serie di riunioni si era deciso di predisporre un questionario di due pagine 1) da consegnare al momento del ritiro dei biglietti/voucher, 2) da somministrare attraverso personale specializzato direttamente dopo la fruizione dei servizi e 3) da somministrare attraverso qualche intervista telefonica soprattutto con la clientela "business".

Dopo circa 1 settimana di somministrazione Frantoni era riuscito a raccogliere 210 questionari dai circa 400 clienti che avevano acquistato servizi nel periodo in esame.

Dall'analisi dei risultati era emerso un generale apprezzamento nei confronti dei servizi erogati dalle agenzie presenti nella Catena soprattutto per quanto riguardava la biglietteria e i servizi di prenotazione di alberghi, autonoleggio, eccetera (i dati di dettaglio sono riportati nella tabella 1). Ciononostante Frantoni riteneva che si potesse ulteriormente migliorare il livello di soddisfazione dei clienti; aveva, quindi, richiesto ai consulenti di effettuare un'analisi più approfondita:

1. per valutare il livello di importanza dei singoli servizi elementari sulla soddisfazione complessiva manifestata nei confronti delle Agenzie;
2. per valutare il livello di importanza dei fattori d'offerta nei confronti dei singoli servizi elementari.

I risultati relativi a queste analisi sono riportati nelle tabelle 2 e 3.

A questo punto Frantoni disponeva di tutte le informazioni necessarie per costruire le cosiddette "Matrici di priorità della Customer Satisfaction" e per individuare quali dovessero essere i fattori da migliorare per aumentare la soddisfazione della clientela.

Tabella 1: La Customer Satisfaction delle Agenzie Travel & Business (valori medi in una scala da 1 a 5 dove 5 = molto soddisfatto)

<b>SODDISFAZIONE GENERALE</b>	<b>4,68</b>
<b>Soddisfazione sulla BIGLIETTERIA</b>	<b>4,85</b>
Correttezza prenotazione	4,83
Correttezza biglietti	4,89
Problem solving	4,8
Cortesìa del personale	4,89
Efficacia nel fornire informazioni	3,2
<b>Soddisfazione sui servizi VIAGGIO</b>	<b>4,4</b>
Rapporto qualità prezzo	4,5
Progettazione viaggio	4
Rispetto del programma	4,2
Mezzi di trasporto	4,6
Pernottamenti	4,6
Vitto	4,3
Problem solving	4,5
<b>Soddisfazione sui servizi di PRENOTAZIONE</b>	<b>4,6</b>
Correttezza prenotazione	4,7
Cortesìa e professionalità personale	4,7
<b>Soddisfazione sulla AMMINISTRAZIONE</b>	<b>4,5</b>
Correttezza importi	4,6
Tempestività resoconti mensili	4,5
Chiarezza resoconti mensili	4,7
Cortesìa personale amministrativo	4,6

Tabella 2: L'importanza dei servizi elementari sulla Customer Satisfaction (dove 0= poco importante)

SODDISFAZIONE GENERALE		<b>4,68</b>
<b>Importanza della BIGLIETTERIA</b>	<b>0,36</b>	<b>4,85</b>
<b>Importanza dell'ORGANIZZAZIONE VIAGGI</b>	<b>0,56</b>	<b>4,4</b>
<b>Importanza dei servizi di PRENOTAZIONE</b>	<b>0,22</b>	<b>4,6</b>
<b>Importanza dei servizi di AMMINISTRAZIONE</b>	<b>0,12</b>	<b>4,5</b>

Tabella 3: L'importanza dei fattori d'offerta sui singoli servizi elementari (dove 0= poco importante)

<b>BIGLIETTERIA</b>	
Correttezza prenotazione	0,1
Correttezza biglietti	0,4
Problem solving	0,23
Cortesia del personale	0,44
Efficacia nel fornire informazioni	0,2
<b>ORGANIZZAZIONE VIAGGI</b>	
Rapporto qualità prezzo	0,5
Progettazione viaggio	0,32
Rispetto del programma	0,4
Mezzi di trasporto	0,46
Pernottamenti	0,2
Vitto	0,58
Problem solving	0,34
<b>SERVIZI PRENOTAZIONE</b>	
Correttezza prenotazione	0,58
Cortesia e professionalità personale	0,43
<b>AMMINISTRAZIONE</b>	
Correttezza importi	0,6
Tempestività resoconti mensili	0,5
Chiarezza resoconti mensili	0,62
Cortesia personale amministrativo	0,4

