



# INDAGINE CUSTOMER SATISFACTION, 2015

## Servizio: BIKE SHARING

Vendite Indirette e Customer Service  
Direzione Vendite e Controlli

per conto di AVM S.p.A.



# INDAGINE CUSTOMER - BIKE SHARING

Genere	n.	%
Femmina	32	30%
Maschio	76	70%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

Fascia d'età	n.	%
Meno di 31 anni	16	15%
31-40 anni	20	19%
41-50 anni	30	28%
51-60 anni	26	24%
Più di 60 anni	15	14%
nd	1	1%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

Professione	n.	%
Casalinga	1	1%
Disoccupato	2	2%
Occupato	90	83%
Pensionato	8	7%
Studente	5	5%
nd	2	2%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

Istruzione	n.	%
Altro	3	3%
Media inferiore	1	1%
Media superiore	42	39%
Università	60	56%
nd	2	2%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

Comune di residenza/domicilio	n.	%
Comune di Venezia	68	63%
Padova	6	6%
Altro comune in Veneto/Friuli	3	3%
Mogliano veneto	3	3%
Treviso	3	3%
Preganziol	2	2%
Altro in provincia di Venezia	11	10%
Altro	12	11%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

Campione	n.	%
Compilati	108	33%
Non compilati	224	68%
<b>Anagrafica</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

su un totale di 332 soggetti presenti in anagrafica, circa un terzo ha compilato il questionario di customer satisfaction, con un tasso di risposta (redemption) molto elevato pari al 33% dell'universo

tale numerosità - pur esigua in termini assoluti - permette di considerare i dati registrati come attendibili e rappresentativi

in termini di **profilo di clientela** si evidenzia un set di polarizzazioni, il cliente bike sharing è infatti:

- principalmente maschio
- tra i 41 e i 60 anni di età
- occupato ed istruito
- residente a Venezia

# INDAGINE CUSTOMER - BIKE SHARING

d1. Come ha conosciuto il servizio?	n.	%
Passaparola	35	32%
Opuscoli/Manifesti	34	31%
Internet	18	17%
Stampa e/o Altri media	18	17%
Eventi	3	3%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

d2. Con quale frequenza utilizza mediamente il servizio in un mese?	n.	%
Circa 2/3 volte al mese	18	17%
Circa una volta al mese	8	7%
Raramente (meno di una volta al mese)	23	21%
Una volta alla settimana o più	59	55%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

d3. I suoi spostamenti mediamente riguardano perlopiù percorsi:	n.	%
Brevi (<= 2 km)	61	56%
Medi (> 2 km e <= 5 km)	37	34%
Lunghi (> 5 km)	10	9%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

d4. Per quale motivazione utilizza maggiormente il servizio?	n.	%
Lavoro	35	32%
Commissioni personali	31	29%
Turismo/visita	25	23%
Pendolarismo sistematico	15	14%
Altro: Tempo libero	2	2%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

il passaparola si conferma - rispetto ad altri servizi - il principale **strumento di diffusione della conoscenza** da parte della clientela (da qui anche l'importanza di assicurare una ottimale esperienza di fruizione)

notevole è, ad ogni modo, il livello raggiunto da strumenti cartacei quali opuscoli e manifesti

si evidenzia l'**uso** frequente del servizio da parte della maggior parte della clientela, essenzialmente per tratti di breve-media **percorrenza** legati a **spostamenti** di tipo sistematico (lavoro, pendolarismo, ecc.), anche se una connotazione da tempo libero è comunque fortemente presente

# INDAGINE CUSTOMER - BIKE SHARING

d5. Ha incontrato dei problemi nell'utilizzo del servizio?	n.	%
Sì, non ho trovato bici in alcune occasioni	35	32%
Sì, ho incontrato delle difficoltà nel prelievo della bici	27	25%
Sì, ho incontrato delle difficoltà nella restituzione della bici	17	16%
Sì, ho trovato tutte le colonnine occupate in alcune occasioni	10	9%
No, nessun problema	8	7%
Altro	11	10%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

d6. Come ha risolto gli eventuali problemi con il servizio?	n.	%
Ho risolto il problema con gli operatori	29	27%
Ho risolto il problema in altro modo	23	21%
Nessun problema	3	3%
Non ho risolto il problema	53	49%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

l'accesso al servizio viene percepito dalla clientela come tendenzialmente poco agevole nella sua gestione - sia in fase di prelievo che in fase di rilascio

al di là della **Stazione FS di Mestre**, non si evidenziano particolari picchi di domanda localizzati

la dispersione territoriale e la numerosità delle **ciclo-stazioni** potrebbe rappresentare un vincolo alla gestione ottimale del servizio

d10. Quali ciclo stazioni utilizza solitamente?	prelievo	rilascio
Stazione di Mestre	54	53
P.le S.Maria Elisabetta	30	28
P.le Candiani	24	13
P.le Donatori di Sangue	24	28
Corso del Popolo	19	18
San Girolamo - Angolo via Pio X	19	16
P.le Leonardo da Vinci	17	14
V.le Ancona	16	14
Via Circonvallazione	14	14
Via Candia (Palazzo del Cinema)	13	16
Via Ulloa (Stazione)	10	5
Piazzale Cialdini	9	10
V.le S. Marco	9	9
P.zza Carpenedo	7	5
Piazza del Municipio (Marghera)	7	5
Parcheggio Scambiatore Castellana	5	4
Via Casona	5	4
Via S. M. dei Battuti	5	5
<b>Totale</b>	<b>287</b>	<b>261</b>

# INDAGINE CUSTOMER - BIKE SHARING

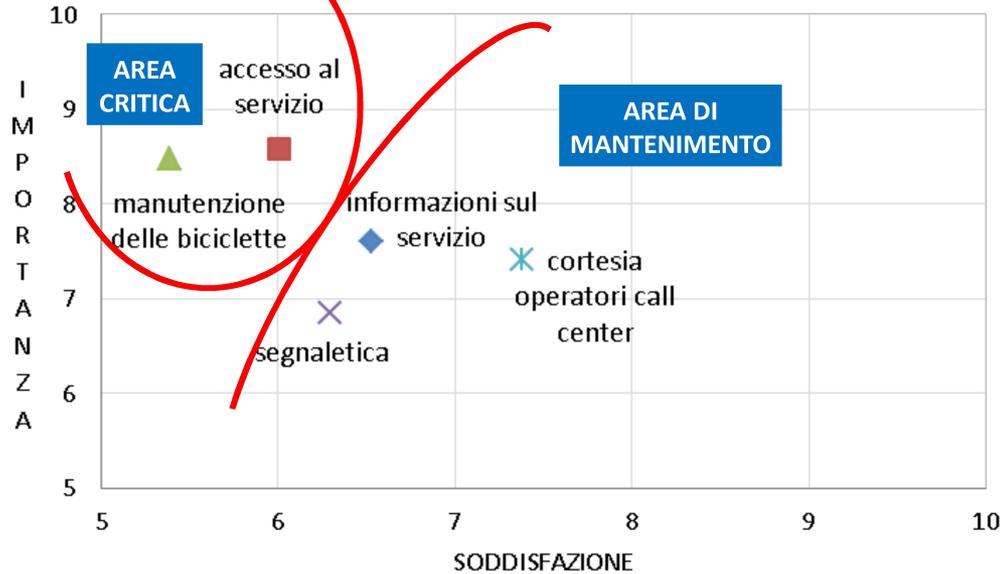
d7/8. In una scala da 1 a 10 quanto si ritiene soddisfatto (s.) rispetto a/quanto ritiene importante (i.) i seguenti servizi:

punteggio	cortesia operatori call center				informazioni sul servizio				accesso al servizio				manutenzione delle biciclette				segnaletica			
	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%
1	3	3%	2	2%	5	5%	2	2%	7	6%	2	2%	7	6%	3	3%	5	5%	4	4%
2	3	3%	0	0%	4	4%	2	2%	5	5%	0	0%	5	5%	0	0%	4	4%	1	1%
3	1	1%	2	2%	4	4%	0	0%	4	4%	1	1%	11	10%	3	3%	6	6%	2	2%
4	3	3%	4	4%	4	4%	3	3%	10	9%	1	1%	9	8%	1	1%	2	2%	7	6%
5	5	5%	9	8%	11	10%	4	4%	15	14%	6	6%	13	12%	6	6%	16	15%	10	9%
6	17	16%	14	13%	18	17%	14	13%	13	12%	5	5%	28	26%	4	4%	18	17%	10	9%
7	9	8%	16	15%	19	18%	19	18%	16	15%	8	7%	18	17%	8	7%	19	18%	23	21%
8	28	26%	30	28%	21	19%	28	26%	24	22%	15	14%	14	13%	9	8%	21	19%	30	28%

tra le caratteristiche indagate, è la sola «cortesia degli operatori call center» a registrare contemporaneamente - un livello di **soddisfazione** ed una **importanza** più che positiva

al contrario, per gli altri fattori si registrano voti medi sulla linea della sufficienza anche laddove lo stesso viene percepito dalla clientela come tendenzialmente determinante

# INDAGINE CUSTOMER - BIKE SHARING



pur rilevando un **livello medio di soddisfazione sufficiente**, si evidenzia la necessità di investire in particolare su due principali fattori (fattori a cui la clientela attribuisce un'elevata importanza): **la manutenzione delle biciclette e le modalità di accesso al servizio**

	soddisfazione	importanza
cortesia operatori call center	7,4	7,4
informazioni sul servizio	6,5	7,6
accesso al servizio	6,0	8,6
manutenzione delle biciclette	5,4	8,5
segnaletica	6,3	6,8
servizio Bike Sharing - media dichiarata	6,2	
<b>servizio Bike Sharing - media ponderata</b>	<b>6,3</b>	

d8. In una scala da 1 a 10 quanto si ritiene soddisfatto complessivamente del servizio?	n.	%
1	3	3%
2	3	3%
3	6	6%
4	10	9%
5	10	9%
6	15	14%
7	28	26%
8	25	23%
9	5	5%
10	2	2%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

# INDAGINE CUSTOMER - BIKE SHARING

d9. Ha suggerimenti o commenti per migliorare il servizio?	n.	%
migliorare la manutenzione delle biciclette e delle colonnine	23	22%
incrementare il numero di biciclette presenti	18	17%
incrementare il numero di ciclo-stazioni	17	16%
migliorare il meccanismo di rilascio/restituzione bici	10	10%
migliorare la videosorveglianza contro il vandalismo	7	7%
migliorare la comunicazione verso al clientela	6	6%
migliorare il presidio al Lido	5	5%
allargare la rete commerciale a tutti i punti VELA e all'on line	5	5%
migliorare la logistica e la distribuzione delle biciclette	3	3%
personalizzare le bici sia in termini di colori che di modelli	2	2%
ciclo-stazioni coperte per migliore mantenimento mezzi	2	2%
creare offerte per incentivare l'uso frequente del servizio	2	2%
altro	5	5%
<b>Totale</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

d12. Conosce la Carta della Qualità dei Servizi AVM?	n.	%
No	78	72%
Sì	30	28%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

d11. Quanto è probabile che Lei raccomandi l'uso del servizio Bike Sharing ad un suo amico o ad un suo conoscente?	n.	%
1	3	3%
2	2	2%
3	4	4%
4	5	5%
5	6	6%
6	12	11%
7	17	16%
8	20	19%
9	14	13%
10	25	23%
<b>Totale</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

la **probabilità che un cliente raccomandi ad un amico o a un parente l'uso del servizio Bike Sharing** può essere usato come proxy del livello reale di soddisfazione - al di là di quanto di chiarato - ed in questo caso il giudizio sembra più che lusinghiero con il 70% della clientela che indica un valore uguale o superiore al 7

interessanti anche i **suggerimenti** evidenziati dalla clientela - con un focus particolare su manutenzioni, ampiezza e capillarità dell'offerta e modalità di accesso al servizio

# INDAGINE CUSTOMER - BIKE SHARING

## Conclusioni:

- il livello di soddisfazione espresso dalla clientela che utilizza il Bike Sharing è certamente positivo ma non eccelso, tuttavia si registra un certo gap tra il percepito ed il dichiarato - evidenziato sia dal risultato della media ponderata (ovvero pesata rispetto all'importanza attribuita ad ogni singolo fattore) sia dalla domanda sulla probabilità di raccomandazione del servizio ad altri
- la mappa di posizionamento - d'altra parte - mostra ampi margini di miglioramento, in particolare sui due fattori maggiormente percepiti come importanti dalla clientela (accesso al servizio e manutenzione di mezzi e strutture)
- i suggerimenti raccolti confermano la necessità di investimenti sia in termini di capillarità delle ciclo-stazioni sia in termini di flotta e impianti - evidenze confermate anche nella parte dell'indagine dedicata alla risoluzione dei problemi



**Direzione Commerciale AVM Holding**