



INDAGINE CUSTOMER SATISFACTION, 2015

Servizio: CAR SHARING

Vendite Indirette e Customer Service
Direzione Vendite e Controlli

per conto di AVM S.p.A.



INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

Genere	n.	%
Maschio	172	70%
Femmina	66	27%
nd	6	2%
Totale	244	100%

Fascia d'età	n.	%
Meno di 31 anni	9	4%
31-40 anni	46	19%
41-50 anni	100	41%
51-60 anni	60	25%
Più di 60 anni	24	10%
nd	5	2%
Totale	244	100%

Campione	n.	%
Compilati	244	19%
Non compilati	1.019	81%
Anagrafica	1.263	100%

Istruzione	n.	%
Università	129	53%
Media superiore	94	39%
Media inferiore	10	4%
Altro	6	2%
nd	5	2%
Totale	244	100%

Comune di residenza/domicilio	n.	%
Comune di Venezia	231	95%
Altro comune in Veneto/Friuli	7	3%
Altro comune in Italia	3	1%
nd	3	1%
Totale	244	100%

Professione	n.	%
Occupato	214	88%
Pensionato	11	5%
Disoccupato	6	2%
Casalinga	4	2%
Studente	2	1%
nd	7	3%
Totale	244	100%

su un totale di 1.263 soggetti presenti in anagrafica, circa un quinto ha compilato il questionario di customer satisfaction, con un tasso di risposta (redemption) più che significativo pari al 19% dell'universo

tale numerosità - e la copertura che garantisce - permette di considerare i dati registrati come attendibili e rappresentativi

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

- principalmente maschio
- tra i 31 e i 60 anni di età
- occupato ed istruito
- residente a Venezia

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

d1. Come ha conosciuto il servizio?	n.	%
Passaparola	146	60%
Stampa e/o Altri media	55	23%
Opuscoli/Manifesti	18	7%
Internet	17	7%
Eventi	5	2%
nd	3	1%
Totale	244	100%

d3. Rispetto agli anni scorsi il suo utilizzo del servizio è aumentato o diminuito?	n.	%
È diminuito	89	36%
È rimasto pressoché inalterato	80	33%
È aumentato lievemente	33	14%
Non ero abbonato	30	12%
È aumentato di molto	12	5%
Totale	244	100%

d2. Con quale frequenza utilizza mediamente il servizio?	n.	%
Raramente (meno di una volta al mese)	121	50%
Circa una volta al mese	57	23%
Circa 2/3 volte al mese	38	16%
Una volta alla settimana o più	23	9%
nd	5	2%
Totale	244	100%

D3.1. Nel caso abbia risposto che il suo utilizzo è diminuito, le chiediamo gentilmente di indicarci le motivazioni:	n.	%
Stile di vita	27	30%
Incremento tariffe	26	29%
Disponibilità auto	17	19%
Modalità di pagamento	7	8%
Composizione flotta	1	1%
Altro	10	11%

il passaparola si conferma il principale **strumento di diffusione della conoscenza** da parte della clientela (da qui anche l'importanza di assicurare una ottimale esperienza di fruizione) si evidenzia l'**uso occasionale** del servizio da parte della quasi totalità della clientela

circa ^{1/3}

dei clienti ha indicato una **diminuzione nell'utilizzo del servizio**, principalmente per motivazioni intrinseche all'offerta (anche se non manca una forte

componente endogena)

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

d4. I suoi spostamenti mediamente riguardano percorsi:	n.	%
Brevi (<= 30 km)	125	51%
Medi (> 30 km e <= 70 km)	95	39%
Lunghi (> 70 km)	21	9%
nd	3	1%
Totale	244	100%

d5. Per quanto tempo mediamente utilizza il mezzo per singolo spostamento?	n.	%
Da 1 a 4 ore	154	63%
Oltre le 4 ore	66	27%
Fino a 1 ora	21	9%
nd	3	1%
Totale	244	100%

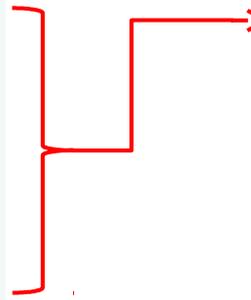
d6. Per quale motivazione utilizza maggiormente il servizio?	n.	%
Commissioni personali	157	64%
Lavoro	53	22%
Turismo/visita	17	7%
Pendolarismo sistematico	4	2%
Altro	12	5%
nd	1	0%
Totale	244	100%

la clientela utilizza principalmente il servizio Car Sharing per **percorsi di breve/media lunghezza e durata** (il 90% dei viaggi avviene entro i 70 km in a/r e le 4 ore di fruizione)

in termini di **motivazione**, la componente tempo libero (commissioni personali e turismo/visita) risulta preponderante, ma si evidenzia come interessante anche la quota relativa agli spostamenti occasionali per lavoro

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

d7. Ha incontrato dei problemi nell'utilizzo del servizio?	n.	%
No, nessun problema	91	37%
Sì, ho incontrato delle difficoltà nella prenotazione	61	25%
Sì la pulizia delle vetture è insufficiente	31	13%
Sì, ho trovato l'auto in riserva	21	9%
Sì, ho incontrato delle difficoltà per il rilascio	19	8%
Sì, non ho trovato l'auto adeguata alle mie esigenze	12	5%
Altro - problemi di tipo amministrativo	8	3%
nd	1	0%
Totale	244	100%



d8. Come ha risolto gli eventuali problemi con il Servizio?	n.	%
Ho risolto il problema con gli operatori	105	68%
Non ho risolto il problema	67	25%
Ho risolto il problema in altro modo	34	22%

d9. Quali punti di prelievo/ rilascio di norma utilizza?	p.	r.
Autorimessa Comunale - P.le Roma	216	212
Aeroporto Marco Polo	30	34
P.le Leonardo da Vinci	26	17
Parcheggio P.le Candiani	15	25
P.le del Municipio	9	5
Gran Viale S. Maria Elisabetta	8	7
Via Torino	6	6
V.le Garibaldi	6	5
Via Sansovino	5	5
V.le S. Marco	2	5
Ospedale all'Angelo	1	2
Via Triestina	1	1
Via Ulloa	1	1
nd	1	1
Totale	327	326

l'**utilizzo del servizio** viene percepito dalla clientela come poco agevole nella gestione della prenotazione (telefonate a pagamento, rigidità della APP, ecc.) e carente nella manutenzione - in senso ampio (pulizia e rifornimento) - dell'autovettura

l'Autorimessa di P.le Roma si caratterizza quale **nodo centrale per il servizio Car Sharing**, mentre altre importanti polarità sono: l'Aeroporto Marco Polo, P.le Leonardo da Vinci ed il Parcheggio di P.le Candiani

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

i fattori che determinano la soddisfazione della clientela in termini di esperienza del servizio (1/2)

d11. In una scala da 1 a 10 quanto si ritiene soddisfatto (s.) rispetto a/quanto ritiene importante (i.) i seguenti servizi:

punteggio	facilità d'uso sistema prenotazioni tramite sito web				cortesia operatori call center				capacità operatori di dare indicazioni in caso di necessità/emergenza				capacità operatori di illustrare in modo adeguato le procedure				informazioni sul servizio			
	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%
1	9	4%	3	1%	1	0%	0	0%	7	3%	1	0%	4	2%	0	0%	6	2%	2	1%
2	5	2%	2	1%	0	0%	2	1%	1	0%	1	0%	1	0%	1	0%	0	0%	3	1%
3	1	0%	2	1%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%	1	0%	4	2%	2	1%
4	7	3%	4	2%	2	1%	2	1%	9	4%	4	2%	7	3%	4	2%	10	4%	3	1%
5	21	9%	11	5%	10	4%	8	3%	14	6%	4	2%	7	3%	7	3%	12	5%	7	3%
6	21	9%	11	5%	12	5%	19	8%	22	9%	13	5%	28	11%	15	6%	42	17%	26	11%
7	37	15%	22	9%	35	14%	27	11%	32	13%	17	7%	30	12%	25	10%	40	16%	35	14%
8	50	20%	35	14%	60	25%	52	21%	60	25%	41	17%	69	28%	45	18%	50	20%	54	22%
9	34	14%	37	15%	49	20%	39	16%	42	17%	47	19%	40	16%	47	19%	35	14%	34	14%

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

i fattori che determinano la soddisfazione della clientela in termini di esperienza del servizio (2/2)

tendenzialmente
positivo il livello
di **soddisfazione**
importanza
scarsamente
distribuita
tra i
fattori

d11. In una scala da 1 a 10 quanto si ritiene soddisfatto (s.) rispetto a/quanto ritiene importante (i.) i seguenti servizi:

punteggio	preavviso massimo prenotazione telefonica				disponibilità autovetture				manutenzione autovetture				pulizia autovetture			
	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%	s.	%	i.	%
1	16	7%	4	2%	5	2%	3	1%	5	2%	2	1%	9	4%	1	0%
2	5	2%	1	0%	6	2%	2	1%	4	2%	2	1%	6	2%	5	2%
3	7	3%	4	2%	13	5%	3	1%	5	2%	2	1%	12	5%	3	1%
4	19	8%	4	2%	21	9%	9	4%	12	5%	6	2%	17	7%	7	3%
5	31	13%	11	5%	20	8%	8	3%	16	7%	11	5%	25	10%	12	5%
6	32	13%	21	9%	46	19%	14	6%	35	14%	12	5%	33	14%	18	7%
7	34	14%	28	11%	42	17%	13	5%	44	18%	18	7%	34	14%	25	10%
8	36	15%	39	16%	45	18%	25	10%	54	22%	33	14%	47	19%	44	18%
9	15	6%	39	16%	24	10%	31	13%	34	14%	42	17%	32	13%	28	11%

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

	soddisfazione	importanza
facilità d'uso sistema prenotazioni <small>tramite sito web</small>	7,4	8,4
cortesia <small>operatori call center</small>	8,3	8,3
capacità operatori di <small>dare indicazioni in caso di necessità/emergenza</small>	7,7	8,7
capacità operatori di <small>illustrare in modo adeguato le procedure</small>	7,8	8,4
informazioni sul servizio	7,3	7,9
preavviso massimo <small>prenotazione telefonica</small>	6,4	8,0
disponibilità <small>autovetture</small>	6,5	8,5
manutenzione <small>autovetture</small>	7,1	8,4
pulizia <small>autovetture</small>	6,6	8,0
servizio Car Sharing - media dichiarata	7,5	
servizio Car Sharing - media ponderata	7,3	

per quanto aggregati, la clientela evidenzia come **fattori maggiormente importanti**: l'interlocuzione con gli operatori, la disponibilità delle autovetture ed il sistema di prenotazione

d12. In una scala da 1 a 10 quanto si ritiene soddisfatto complessivamente del servizio?	n.	%
1	1	0%
2	2	1%
3	5	2%
4	6	2%
5	13	5%
6	24	10%
7	55	23%
8	60	25%
9	57	23%
10	14	6%
nd	7	3%
Totale	244	100%

a livello generale la **soddisfazione** registrata raggiunge un livello molto elevato (7,3 in media ponderata - ovvero pesata sull'importanza attribuita) con oltre il 77% della clientela che da un voto sopra il 7

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING



pur all'interno di un contesto generale comunque positivo, si evidenziano tre **criticità** su cui intervenire: la disponibilità di autovetture (uno dei fattori maggiormente importante per la clientela) la pulizia delle autovetture ed i tempi necessari per la prenotazione telefonica emerge l'importanza attribuita ed il livello di soddisfazione associati a fattori che hanno all'interno una forte **componente umana** (capacità, competenza e cortesia degli operatori)

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

d10. Sa che è possibile prenotare, oltre che tramite il call center o via web, anche avvalendosi dell'apposita APP?	n.	%
Sì	180	74%
No	62	25%
nd	2	1%
Totale	244	100%

d15. Quanto è probabile che Lei raccomandi l'uso del servizio Car Sharing ad un suo amico o ad un suo conoscente?	n.	%
1	3	1%
2	1	0%
3	8	3%
4	8	3%
5	10	4%
6	14	6%
7	33	14%
8	42	17%
9	60	25%
10	59	24%
nd	6	2%
Totale	244	100%

d14. Gradirebbe che le auto Car Sharing fossero maggiormente riconoscibili mediante una personalizzazione più evidente?	n.	%
No, non gradisco si capisca che l'auto non è di mia proprietà	112	46%
Sì, semplicemente con un logo del servizio più evidente	82	34%
Sì, con una forte personalizzazione della carrozzeria (loghi e colori)	14	6%
Sì, mettendo a disposizione auto dai colori più sgargianti	13	5%
nd	23	9%
Totale	244	100%

la conoscenza della **APP** è molto diffusa
 in termini di **personalizzazione** si denota una certa polarizzazione tra i due estremi

d16. Conosce la Carta della Qualità dei servizi di AVM S.p.A ?	n.	%
No	189	77%
Sì	50	20%
nd	5	2%
Totale	244	100%

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

si propongono
quattro **temi**
principali:
1. manutenzione
2. prenotazione
3. disponibilità
4. tariffe

d13. Ha suggerimenti o commenti per migliorare il servizio?	n.	%
diminuire le tariffe (in particolare per spostamenti di media-lunga portata)	33	23%
incrementare la disponibilità di autovetture e garantirne la presenza (in particolare al di fuori di Venezia)	22	15%
migliorare il sistema di prenotazione via web e mobile (compresa l'APP)	13	9%
eliminare i costi fissi (quota annuale) o renderli variabili in base all'uso	12	8%
sanzionare chi non lascia l'autovettura in condizioni non idonee (pulizia)	12	8%
call center dedicato in ogni città e telefonate gratuite	11	8%
liberalizzare maggiormente le possibilità di rilascio (one way)	7	5%
migliorare il sistema di alimentazione delle auto elettriche e diminuire le tariffe d'uso	6	4%
maggiore capienza mezzi per famiglie e trasporti eccezionali (traslochi)	5	3%
migliorare la segnaletica, l'assistenza e la comunicazione verso la clientela	5	3%
rendicontare in modo maggiormente puntuale e dettagliata	4	3%
migliorare il rapporto con la clientela da parte degli uffici amministrativi	4	3%
scontare dal costo chilometrico il tratto del Ponte della Libertà	2	1%
introdurre meccanismi premianti per gli utilizzatori frequenti	2	1%
rendere maggiormente flessibile il sistema di prelievo/rilascio	2	1%
dotare la autovetture di telepass	1	1%
offrire servizi aggiuntivi a pagamento come armadietti di deposito e soggiolini per bimbi	1	1%
introdurre servizio di sharing anche per gli scooter	1	1%
Totale	143	100%

INDAGINE CUSTOMER - CAR SHARING

Conclusioni:

- il livello di soddisfazione espresso dalla clientela è ampiamente positivo nonostante il recente incremento delle tariffe
- da valutare (in termini di costi-benefici) la possibilità di investire maggiormente in terraferma sia con riferimento ai due terminal aeroportuali di Venezia e Treviso sia per quanto concerne l'area urbana di prima e seconda cintura
- sia la mappa di posizionamento che l'analisi dei suggerimenti individua una serie di elementi su cui intervenire per migliorare ulteriormente il servizio - in particolare
 - sistema complessivo di prenotazione ed interazione con la clientela
 - logistica e distribuzione delle autovetture (disponibilità garantita)
 - manutenzione delle autovetture sia in termini di pulizia che di carburante
 - provare ad intervenire sul sistema tariffario con parametrizzazione in base all'uso



Direzione Commerciale AVM Holding