

# **Indagine Customer Satisfaction Bici Park - People Mover - Car Sharing**

Rapporto di ricerca



**1 Marzo 2012**



## **Indagine Customer Satisfaction Bici Park**



## **Metodo**

---



Sono state effettuate 181 interviste face to face ai clienti che usufruiscono del servizio di parcheggio delle biciclette.

Le interviste sono state effettuate all'interno del parcheggio Bici Park presso la stazione ferroviaria di Mestre, nei giorni 7-8 Novembre 2011.

Si è preferito effettuare le interviste durante l'intera giornata, in modo da avere un campione più diversificato.



## Sintesi dei risultati (1/3)

- Il Bici Park di Mestre è utilizzato prevalentemente da utenti **abbonati** (82%) che lo frequentano una volta alla settimana o più di (87%).
- **Il flusso di spostamento** è caratterizzato sia da persone che provengono dalla provincia di Venezia o da altre provincie del Veneto (49%), sia da utenti che provengono da Mestre (35%). La **destinazione principale** è Mestre (58%) insieme a Venezia centro storico (13%).
- In particolare il Bici Park viene utilizzato soprattutto come **"interscambio" tra la bicicletta e il treno**, in misura minore come interscambio tra la bici e l'autobus.
- Non si sono rilevate difficoltà nell'uso del servizio.
- All'interno del Bici Park sarebbe apprezzato un servizio di **assistenza/manutenzione delle biciclette** (meccanico, acquisto pezzi di ricambio) e un bagno (4%).

## Sintesi dei risultati (2/3)

- Il “**passaparola**” è il mezzo di comunicazione principale attraverso cui si è venuti a conoscenza del servizio (57%). Questo dato si correla alla buona percentuale di promotori (40% che consiglierebbe il servizio ad un amico).
- Il livello medio di **soddisfazione** è buono (voto medio 8). Le aree che ottengono una migliore valutazione sono quelle relative alla procedura del parcheggio, all’efficienza e cortesia degli operatori. Sono risultate meno soddisfacenti la segnaletica interna e la pulizia degli ambienti.
- L’indice **Net Promoter Score**, che esprime il grado di soddisfazione nei confronti del servizio, è molto buono (33%). Questo dato indica la propensione dell’utente a farsi promotore del servizio distinguendo i veri promotori (voto 9-10) dagli utilizzatori più indifferenti/passivi (voto 7-8). Non sono stati reperiti in bibliografia dei valori medi di riferimento di NPS (che variano per settore) confrontabili con questa tipologia di servizi. Si è rilevato per le imprese USA un valore medio di NPS inferiore a 10%, così come un valore di NPS per imprese di diversa tipologia all’inizio dell’attività che varia dal 27% al 52%.

## Sintesi dei risultati (3/3)

- Non sono emerse particolari **osservazioni critiche** sul servizio Bici Park, alcuni utenti hanno dato dei suggerimenti per migliorare l'ambiente ritenuto un po' "vecchiotto" da rinnovare/ristrutturare, insieme ad una richiesta di un maggior numero di spazi per le biciclette.
- **Il campione** è composto in misura lievemente superiore da donne (54%), le fasce di età più rappresentate sono quella sotto i 30 anni (36%) e quella tra i 40 e i 50 anni (31%). Il campione ha un livello di scolarità medio-alto (54% diploma, 36% laurea). E' composto soprattutto da lavoratori (68%) o studenti (25%).

## AZIONI INDIVIDUATE PER LA SOLUZIONE DELLE PRINCIPALI PROBLEMATICHE SOLLEVATE

Entro l'estate 2012 il Bici Park verrà trasferito in via Trento (sempre in prossimità della stazione ferroviaria di Mestre) in un **NUOVA costruzione** avente una capienza di **1000 posti**.

La struttura sarà **agevolmente accessibile**, oltre che opportunamente indicata con **idonea segnaletica** di avvicinamento.

Non è previsto al momento un servizio di assistenza/manutenzione biciclette.



## **Indagine Customer Satisfaction People Mover**





## **Metodo**

---



Sono state effettuate 400 interviste face to face agli utenti (italiani e stranieri) che usufruiscono del servizio. In particolare sono state effettuate

- 285 interviste ad utenti italiani (105 abbonati, 180 occasionali)
- 115 interviste ad utenti stranieri.

Le interviste face to face sono state effettuate presso le stazioni di partenza e di arrivo del People Mover, nei giorni 21-22-24 ottobre 2011 (People Mover).

Si è preferito effettuare le interviste durante l'intera giornata, in modo da avere un campione più diversificato.



## Sintesi dei risultati

### Abbonati

- Gli utenti abbonati utilizzano il servizio di People Mover con una **frequenza** settimanale (82% una volta la settimana o più).
- **La conoscenza del servizio** è avvenuta soprattutto attraverso il passaparola (41% degli abbonati) o attraverso il servizio di segnaletica (13%).
- Le **stazioni più frequentate** sono il Tronchetto e Piazzale Roma.
- **Il biglietto** viene acquistato soprattutto presso le biglietterie Vela/ACTV (55%) o presso le casse automatiche (44%).
- Alcuni utenti abbonati (10%) segnalano qualche **problematica** nell'uso del servizio.

In particolare gli elementi criticati sono:

- La lentezza/i tempi di attesa tra una corsa e l'altra
- L'orario di apertura limitato
- L'aver trovato il People Mover fuori servizio
- La mancanza di un orario fisso di partenza.

## Sintesi dei risultati

- **Nuovi servizi** che sarebbero apprezzati dagli utenti abbonati sono una biglietteria con il personale (26%), distributori automatici di bibite e snack (7%).
- Gli utenti abbonati sono i più critici rispetto al servizio (com'era prevedibile visto l'uso più frequente), infatti esprimono un livello di **soddisfazione** più basso (voto medio 7,5) rispetto agli altri due sub-campioni.

Gli aspetti che ricevono la valutazione più bassa sono:

- l'orario di apertura dell'impianto
- i tempi di attesa tra le corse.

Le aree che ottengono una migliore valutazione sono quelle relative a:

- la pulizia di vetture e stazioni
- il sistema di biglietteria automatica
- le informazioni sul servizio
- l'efficienza degli operatori in caso di necessità.

## Sintesi dei risultati

- L'indice **Net Promoter Score** (15%) è inferiore alla media (34%) e conferma un minore livello di soddisfazione nei confronti del servizio rispetto agli altri due target.
- Emergono delle indicazioni per migliorare il servizio, il 21% degli abbonati propone qualche **suggerimento**, in particolare si richiede:
  - Un prolungamento dell'orario di apertura (10%)
  - La possibilità di integrare l'abbonamento People Mover con l'imob ACTV (4%)
  - Una biglietteria con personale (2%).

## Sintesi dei risultati



### Occasionali italiani e stranieri

- Gli utenti occasionali italiani e stranieri del People Mover presentano delle caratteristiche piuttosto simili.
- Il servizio di People Mover è utilizzato soprattutto in modo occasionale (meno di una volta al mese), c'è una parte degli utenti occasionali italiani (25%) che utilizza il servizio da 2-3 volte al mese a una volta al mese.
- **La conoscenza del servizio** è avvenuta:
  - per gli occasionali italiani attraverso il passaparola (29%), la segnaletica (29%) o internet (11%)
  - per gli occasionali stranieri invece soprattutto attraverso la segnaletica (48%), internet (15%) e l'agenzia viaggi/tour operator (14%).
- **Le stazioni** che vengono più frequentate dagli occasionali italiani sono il Tronchetto e Piazzale Roma. Il campione degli occasionali stranieri è quello che, rispetto agli italiani, utilizza in misura maggiore la stazione marittima/porto.



## Sintesi dei risultati

- Gli utenti occasionali acquistano **il biglietto** soprattutto alle casse automatiche (99% italiani, 77% stranieri).
- Gli utenti occasionali non evidenziano **problematiche** nell'uso del servizio, tranne una piccola percentuale di occasionali italiani che riporta dei problemi con le casse automatiche (non funzionanti) e l'orario di apertura limitato.
- **I nuovi servizi** a cui sono più interessati gli utenti occasionali sono: una biglietteria con il personale (italiani 13%, stranieri 23%), distributori automatici di bibite e snack (italiani 8%, stranieri 15%), dei pannelli informativi su Venezia (italiani 27%, stranieri, 11%).
- Il livello medio di **soddisfazione** è molto buono (italiani voto medio 8,3), gli utenti stranieri sono i più soddisfatti del servizio (voto medio 8,7).  
Le aree che ottengono una migliore valutazione sono: la pulizia di vetture e stazioni e la segnaletica.

## **AZIONI INDIVIDUATE PER LA SOLUZIONE DELLE PRINCIPALI PROBLEMATICHE SOLLEVATE**

- **In caso di impianto fuori servizio, disponibile da tempo navetta di collegamento sostitutivo Actv;**
- **Prossima installazione distributori automatici di bibite e snack;**
- **Istituito abbonamento annuale** (per i soli titolari di tessera Imob che acquistino simultaneamente l'abbonamento annuale Actv per la rete urbana (navigazione e/o automobilistico) **con risparmio di una mensilità;**
- **Introdotta acquisto biglietto corsa singola on line** con pagamento anticipato tramite carta di credito.

### **Al momento non sono invece previsti:**

- modifiche dell'orario di apertura dell'impianto e delle frequenze delle corse;
- l'allestimento di una biglietteria con personale.



## **Indagine Customer Satisfaction Car Sharing**





## ***Metodo***

---



Sono stati raccolti 90 questionari di utenti che usufruiscono del servizio.

I questionari, inviati agli utenti insieme alla fatturazione e resi disponibili all'interno delle autovetture, sono stati compilati personalmente dagli utenti nei mesi di dicembre 2011 e gennaio 2012.



## Sintesi dei risultati (1/5)

- Il servizio di Car Sharing risulta utilizzato in prevalenza con una modalità "occasionale", quasi la metà degli utenti (42%) lo utilizza con una **frequenza** di circa 2/3 volte al mese e, il 21% degli utenti lo utilizza circa una volta al mese.
- **La conoscenza del servizio** è avvenuta soprattutto attraverso il passaparola (67%) o attraverso i media (stampa/radio/TV: 18%).
- **Lo spostamento** si effettua su brevi percorsi - fino a 30 km - (49%) o medi percorsi - da 31 a 70 km - (44%). Per ogni singolo spostamento il mezzo viene utilizzato mediamente da 1 a 4 ore (59%).
- Per quanto riguarda **le aree sia di prelievo che di rilascio**, è maggiormente utilizzata l'Autorimessa Comunale di P.le Roma a Venezia (91%).

## Sintesi dei risultati (2/5)

- Gli utenti del servizio di Car Sharing evidenziano alcune criticità, infatti circa la metà (52%) degli utenti ha rilevato **dei problemi nell'uso del servizio**.

In particolare gli elementi critici evidenziati sono:

- La mancanza di autovetture disponibili
- La non adeguata pulizia dell'auto o il mal funzionamento (es. del computer di bordo, tergicristalli, piccoli guasti)
- La mancanza di carburante al momento del prelievo (auto in riserva, difficoltà soprattutto con le auto a gas)
- La difficoltà nel mettersi in comunicazione con il call center
- La tessera non funzionante.

## Sintesi dei risultati (3/5)

- Il livello medio di **soddisfazione** è discreto (voto medio 7,3).

Gli aspetti che ricevono la valutazione più bassa sono:

- I tempi di prenotazione
- La disponibilità delle autovetture
- La pulizia delle auto.

Le aree che ottengono una migliore valutazione sono quelle relative a:

- La cortesia degli operatori
- La capacità degli operatori di illustrare in modo adeguato le procedure
- La capacità degli operatori di dare indicazioni in caso di necessità/emergenza.

## Sintesi dei risultati (4/5)

- L'indice di **Net Promoter Score** è comunque molto buono (35%): il 51% degli utenti, infatti, consiglierebbe il servizio di Car Sharing ad un amico o ad un conoscente. Questo dato viene confermato sia dalla conoscenza del servizio attraverso il passaparola, sia dalla richiesta di aumentare il numero delle auto disponibili e dei punti di prelievo e rilascio.
- Sono emerse **numerose indicazioni per migliorare** sul servizio Car Sharing.

Le aree di miglioramento riguardano:

- **Un ampliamento del servizio** con la richiesta di aumentare il numero di vetture disponibili (in particolare quelle di piccole dimensioni) e aumentare il numero di auto presso i punti di prelievo e rilascio (in particolare aeroporto).
- Il **servizio di call-center** e le **modalità di prenotazione** (riuscire a contattare il call center più facilmente, migliorare la prenotazione via internet, migliorare l'usabilità del sito, dare un tempo di prenotazione più ampio, ...)
- **I costi** del servizio (diminuzione dei costi ma anche tariffe agevolate per chi utilizza il servizio più spesso o su lunghe percorrenze).

## Sintesi dei risultati (5/5)

- **Il campione** è composto prevalentemente da uomini (86%), di età tra i 40 e i 60 anni (70%).  
Il livello di scolarità è alto (52% laurea).  
Gli utenti del servizio sono soprattutto persone che lavorano (85%).  
La maggior parte degli utenti del servizio (70%) risiede a Venezia Centro Storico.

# AZIONI INDIVIDUATE PER LA SOLUZIONE DELLE PRINCIPALI PROBLEMATICHE SOLLEVATE

•**Prossima attivazione ulteriori n. 2 p.le di sosta in prossimità della stazione ferroviaria di Mestre:**

a) V.le Venezia (fronte civico n.5) vicino stazione ferroviaria Mestre – Venezia

b) Via Ulloa (angolo via Berchet) vicino sottopasso ferroviario Marghera - Venezia

•**Recente acquisto di n. 1 vettura elettrica (Citroen C-0);**

•**Progressivo svecchiamento della flotta mediante sostituzione dei mezzi più obsoleti;**

•**Intensificazione della pulizia dei mezzi tramite affidamento del servizio (in via sperimentale) ad una società esterna;**

•**Disponibilità nella fascia oraria 07:30-20:00 di un call center locale di supporto**

•**Prossima attivazione area riservata clienti car sharing sul sito internet [www.avmspa.it](http://www.avmspa.it) per scaricamento pdf fatture e consultazione dettaglio corse.**

## **CI PREME EVIDENZIARE CHE:**

a) Il sistema non consente di ampliare il margine temporale di preavviso (attuali 15 minuti) per effettuare la prenotazione al call center.

b) La scarsa pulizia delle vetture, così come il rilascio dei mezzi in riserva di carburante sono da imputarsi all'utilizzo poco rispettoso del servizio da parte di alcuni clienti che non manchiamo di richiamare.

c) Il mancato funzionamento delle tessere è da attribuirsi perlopiù ad una custodia non adeguata delle stesse da parte del cliente.