

CUSTOMER EXPERIENCE 2017

Analisi del dato Nazionale

Indice

A) Premessa

pag. 2

- 1) La metodologia di Customer Experience
- 2) Lo strumento di rilevazione
- 3) Estrazione degli utenti e somministrazione del questionario
- 4) Collettivo di riferimento
- 5) Elaborazioni effettuate

B) I risultati nazionali

pag. 9

- 1) Composizione dei rispondenti
- 2) I 4 indici di Customer Experience
- 3) Le fasi del "viaggio"
- 4) I giudizi sui canali durante le fasi del viaggio
 - 4.1) Il patronato
 - 4.2) Il portale web
 - 4.3) il contact center
 - 4.4) lo sportello fisico di sede
- 5) La soddisfazione globale sull'esperienza con INPS
- 6) I fattori che influenzano il giudizio globale

C) Alcuni risultati regionali: gli indici di sede e di soddisfazione

pag. 27

A) Premessa

La rilevazione di Customer Experience 2017 è stata progettata, oltre che per valutare il gradimento degli utenti rispetto ai servizi erogati dall'Istituto, anche con lo scopo di costruire un indicatore di sede, integrabile all'interno del Cruscotto Direzionale ad uso della D.C. Pianificazione e Controllo di gestione, in grado di misurare la qualità percepita rispetto ai servizi erogati dagli sportelli fisici sul territorio.

L'indagine illustrata nel presente Report non rappresenta l'unica fonte di informazione relativa al gradimento dell'utenza effettuata nel 2017, ma si evidenzia che è stata sperimentata anche una campagna di rilevazione della soddisfazione dell'"utente professionale" con riguardo alle interazioni sul "Cassetto Bidirezionale delle Aziende con dipendenti". Nel 2018 sarà inoltre avviata un'indagine relativa al servizio di consulenza erogato dall'Istituto tramite "Agenda Appuntamenti".

1) La metodologia di "Customer Experience"

Con la rilevazione di Customer Experience 2017, realizzata tramite un questionario, è stata valutata l'intera esperienza dell'utente con l'Istituto, ripercorrendo tutte le fasi del "viaggio", dal momento della ricerca informazioni, alla presentazione della domanda di prestazione o dell'istanza, ai contatti presi durante l'iter della pratica, alla liquidazione della prestazione stessa.

Per ciascuna tappa del «viaggio», con domande di taglio specifico, è stato chiesto all'utente quale dei 4 canali principali di accesso ai servizi INPS ha utilizzato (Sportello fisico di sede, contact center, portale web e patronato) e di esprimere un giudizio di soddisfazione per i servizi usufruiti.

A chiusura del questionario è stato chiesto all'utente di fornire un giudizio complessivo rispetto alla totalità dell'esperienza effettuata con INPS.

L'output della rilevazione risulta, quindi, così strutturato:

- **Un giudizio globale di gradimento** della totalità dell'esperienza avuta con INPS.
- **Quattro indici di Customer Experience**, ciascuno relativo ai canali di accesso ai servizi.

I 4 indici sintetizzano i giudizi forniti dagli utenti nelle diverse fasi del viaggio rispetto ai diversi canali di contatto:

- INDICE DI SEDE
- INDICE WEB
- INDICE CONTACT CENTER
- INDICE PATRONATO

Gli indici relativi al gradimento dei *canali web, contact center e patronato* sono analizzati soltanto a livello nazionale; *l'indice di sede* (e i relativi punteggi di gradimento che lo compongono) è rappresentato a livello regionale e provinciale. Per ciascuna Direzione

Regionale/Coordinamento Metropolitano, e per ciascuna Direzione Provinciale, viene messo a disposizione un report che contiene rispettivamente le statistiche regionali e le statistiche aggregate a livello provinciale.

- **Una serie di informazioni relative al comportamento dell'utente** e alla risposta dell'Istituto per ciascuna fase del viaggio e per ciascun canale utilizzato.

Le schede permettono di avere indicazioni sul comportamento dell'utente che, insieme ai giudizi da lui espressi, forniscono elementi alle strutture territoriali per la formulazione **dei piani di miglioramento regionale e provinciali, al fine di colmare le eventuali criticità emerse.**

2) Lo strumento di rilevazione

Il questionario utilizzato, come si è detto, è stato costruito per permettere all'utente di ripercorrere tutte le fasi del "viaggio" con l'INPS.

È necessario precisare che esiste una forte variabilità sia nell'utilizzo dei canali di interazione (c'è chi li utilizza tutti, chi alcuni, chi soltanto uno) che nelle fasi del viaggio (non per tutti gli utenti si è reso necessario un contatto successivo alla presentazione della domanda), proprio perché trattasi di "viaggio" individuale e commisurato alle esigenze del singolo utente e alla conseguente risposta dell'Istituto per soddisfare la sua richiesta. Giova, altresì, ribadire che la presentazione di una domanda può avvenire solo telematicamente tramite sito web o intermediari qualificati (Patronato) e, pertanto, i canali di interazione/accesso non sono comparabili ma risultano spesso complementari.

Il questionario è costruito "ad albero": se infatti la fase di presentazione della domanda e quella di liquidazione della prestazione hanno riguardato tutti gli utenti, le altre due fasi (ricerca informazioni e contatti presi durante l'iter della pratica) non hanno interessato la totalità dei rispondenti (il 72% di essi ha ricercato informazioni e il 52% ha effettuato contatti durante l'iter della pratica).

L'utente visualizza quindi soltanto le domande atte a rilevare solo i contatti con i canali utilizzati ed inoltre, non essendo prevista l'obbligatorietà di risposta, non tutti i giudizi richiesti sono stati forniti.

Conseguentemente, la costruzione degli indici relativi ai 4 canali è effettuata tenendo conto della numerosità dei giudizi effettivamente forniti attribuendo un peso diverso a seconda della numerosità dei giudizi per ogni fase.

3) Estrazione degli utenti e somministrazione del questionario

Per definire il collettivo degli utenti da intervistare, che permettesse di costruire un indice sintetico di gradimento della sede, è stato individuato un set di prodotti presente in tutte le sedi e quindi generalmente rappresentativo dei servizi offerti dall'Istituto su tutto il territorio.

Per la rilevazione 2017 quindi, sono stati estratti gli utenti che avevano ricevuto la prestazione (o conclusa positivamente l'istanza) nel periodo 1/8/2017 – 31/10/2017 relativamente a:

- PENSIONI (Assegno sociale, Pensione di Vecchiaia AGO e ex INPDAP, Pensione di reversibilità AGO ed ex INPDAP)
- PRESTAZIONI A SOSTEGNO DEL REDDITO (ASDI e NASPI)
- CREDITO (Piccolo prestito e Prestito Pluriennale)
- VERSAMENTI VOLONTARI (AGO ed ex INPDAP)

La modalità di rilevazione ha previsto l'invio di una email con un link al questionario di soddisfazione. Si precisa che tale invio è potuto avvenire solo per una parte degli utenti beneficiari delle prestazioni poiché molti di essi non risultavano avere un indirizzo email oppure, dopo opportune verifiche, tale indirizzo non è stato considerato valido (ad esempio si riferiva al patronato che aveva seguito l'utente nella richiesta di prestazione).

Nel prospetto seguente viene riportato il collettivo di utenti che ha ricevuto la prestazione nel periodo di osservazione ed il sottogruppo utilmente raggiunto con email, che costituisce il collettivo generale di riferimento dell'indagine stessa.

Mediamente tale sottogruppo risulta pari al 58% di coloro che hanno ricevuto la prestazione nel periodo di osservazione, ma la distribuzione degli utenti per prodotto è estremamente differenziata (si va dal 13% di richiedenti prestazioni pensionistiche che sono risultati con indirizzo email valido al 96% dei beneficiari del credito).

Al fine di superare tale fenomeno, che vede un sottodimensionamento di alcune categorie di utenti (come i richiedenti pensione) non raggiungibili tramite email, è attualmente in via di sperimentazione una modalità di somministrazione del questionario attraverso l'invio del link via sms.

PRODOTTO (Prestazione/istanza)	N. utenti che hanno ricevuto la prestazione/concluso l'istanza nel periodo 1/8/2017 – 31/10/2017	di cui: con email valida (Link inviati)	% di utenti con email valida
Assegni sociali	10.139	715	7%
Pensioni di vecchiaia (ex INPDAP)	6.563	2.047	31%
Pensioni di reversibilita' (ex INPDAP)	7.571	1.477	20%
Pensioni di reversibilita' (AGO)	37.688	2.767	7%
Pensioni di vecchiaia (AGO)	18.695	3.081	16%
TOTALE PENSIONI	80.656	10.087	13%
ASDI	3.273	1.606	49%
NASPI	436.080	285.902	66%
TOTALE PRESTAZIONI A SOSTEGNO DEL REDDITO	439.353	287.508	65%
Piccolo prestito	18.520	17.681	95%
Prestito Pluriennale Diretto	1.257	1.233	98%
TOTALE CREDITO	19.777	18.914	96%
Versam.ti volontari (AGO)	7.737	1.582	20%
Contrib.ne volontaria (ex INPDAP)	125	46	37%
TOTALE VERSAMENTI VOLONTARI	7.862	1.628	21%
COMPLESSO	547.648	318.137	58%

4) Collettivo di riferimento: i rispondenti

Come risulta evidente dal prospetto che segue, il numero dei rispondenti (33.828) è pari al 10,6% del Collettivo generale di riferimento (318.137); tale percentuale si può senz'altro considerare rappresentativa trattandosi, peraltro, di una indagine che non prevede obbligatorietà di partecipazione. Inoltre, osservando la distribuzione percentuale per tipo di prestazione/istanza, si registra una adeguata rispondenza della tipologia degli utenti intervistati rispetto al collettivo di provenienza.

Prestazione/istanza	Collettivo generale di riferimento (link inviati)	%	Totale rispondenti	%
1) PENSIONI	10.087	3,2%	1.475	4,4%
2) PRESTITI PLURIENNALI E PICCOLI PRESTITI	18.914	5,9%	2.516	7,4%
3) NASPI -ASDI	287.508	90,4%	29.514	87,2%
4) VERSAMENTI VOLONTARI	1.628	0,5%	323	1,0%
Totale	318.137	100%	33.828	100%

La percentuale di adesione all'indagine del 10,6% risulta notevolmente differenziata per area geografica. La regione con la maggior percentuale di riscontri è la Liguria con il 14,2% mentre quella per la quale si registra una percentuale minima è la Campania, che ha aderito in misura pari al 6,7%.

REGIONE	NUMERO MAIL INVIATE	NUMERO UTENTI CHE HANNO COMPILATO IL QUESTIONARIO	Percentuale di adesione all'indagine per regione
ABRUZZO	8.446	799	9,5%
BASILICATA	3.524	266	7,5%
CALABRIA	10.419	836	8,0%
CAMPANIA*	32.677	2.189	6,7%
EMILIA ROMAGNA	24.433	2.857	11,7%
FRIULI VENEZIA GIULIA	6.812	952	14,0%
LAZIO*	26.892	2.906	10,8%
LIGURIA	9.406	1.334	14,2%
LOMBARDIA*	42.843	5.511	12,9%
MARCHE	7.360	824	11,2%
MOLISE	1.564	136	8,7%
PIEMONTE	16.936	2.230	13,2%
PUGLIA	22.566	1.882	8,3%
SARDEGNA	15.720	1.428	9,1%
SICILIA	28.659	2.295	8,0%
TOSCANA	22.578	2.599	11,5%
TRENTINO ALTO ADIGE	5.609	657	11,7%
UMBRIA	3.942	463	11,7%
VALLE D'AOSTA	766	78	10,2%
VENETO	26.985	3.586	13,3%
TOTALE	318.137	33.828	10,6%

* Compresi gli utenti delle Direzioni di Coordinamento Metropolitano rispettivamente di NAPOLI, ROMA e MILANO

Nel complesso, gli utenti che hanno compilato il questionario appartengono al bacino di utenza di 115 strutture (di cui 103 sedi provinciali e 12 strutture operanti nelle Direzioni di Coordinamento Metropolitano di Roma, Napoli e Milano).

Nel prospetto che segue, per ciascuna regione del territorio (le Direzioni di Coordinamento Metropolitano sono inserite nella regione di riferimento), sono calcolate le medie di rispondenti all'indagine che, come risulta evidente, si differenziano molto a livello geografico: si passa infatti da 366 utenti medi per Sede al Nord, ad una media di 252 utenti al Centro e di 240 al Sud.

regione/ripartizione	Numero sedi		Numero utenti		Media utenti per sede
EMILIA ROMAGNA	9		2.857		317
FRIULI VENEZIA GIULIA	4		952		238
LIGURIA	4		1.334		334
LOMBARDIA	12		5.511		459
PIEMONTE	8		2.230		279
TRENTINO ALTO ADIGE	2		657		329
VALLE D'AOSTA	1		78		78
VENETO	7		3.586		512
Totale NORD	47	41%	17.205	51%	366
LAZIO	10		2.906		291
MARCHE	5		824		165
TOSCANA	10		2.599		260
UMBRIA	2		463		232
Totale CENTRO	27	23%	6.792	20%	252
ABRUZZO	4		799		200
BASILICATA	2		266		133
CALABRIA	5		836		167
CAMPANIA	9		2.189		243
MOLISE	2		136		68
PUGLIA	6		1.882		314
SARDEGNA	4		1.428		357
SICILIA	9		2.295		255
Totale SUD	41	36%	9.831	29%	240
TOTALE	115	100%	33.828	100%	294

5) Elaborazioni effettuate

Le elaborazioni sono state effettuate a livello nazionale, regionale e provinciale. Non si sono effettuate elaborazioni complete a livello di singola agenzia, ma ci si è attenuti ad un aggregato a livello provinciale o di Filiale metropolitana, anche se i dati relativi alle agenzie sono stati elaborati in termini di indici di sede e di gradimento complessivo.

Per rendere più chiaro il processo di calcolo utilizzato per la costruzione degli indici, nel prospetto che segue sono raccolte tutte le domande che concorrono alla costruzione degli indici nazionali di sede, di internet, di contact e di patronato: i giudizi medi calcolati per ogni risposta sono ovviamente ponderati con la numerosità delle risposte stesse che nel prospetto non vengono espone per semplificare la visualizzazione.

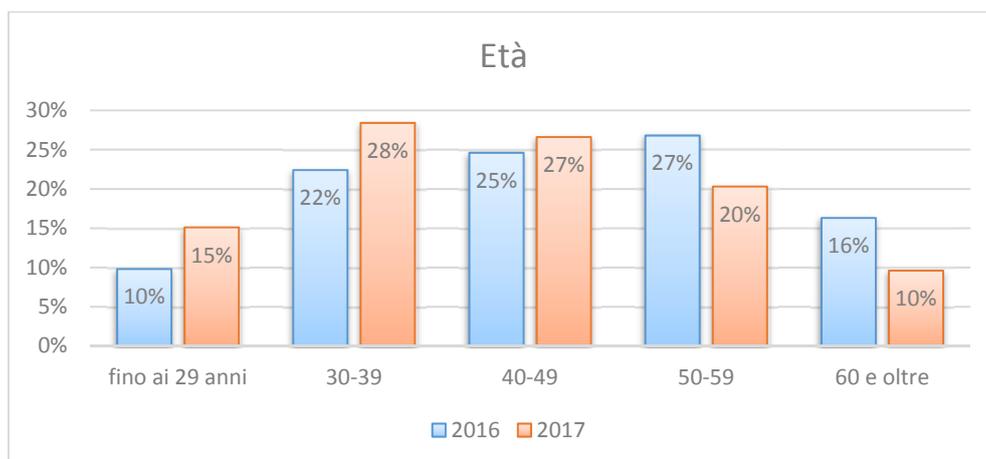
CUSTOMER EXPERIENCE 2017: Costruzione degli indici nazionali

SEDE		internet		contact		Patronato	
D2) Pensando al momento in cui ha presentato la domanda in sede come giudica:		Presentazione domanda		D4) Pensando al momento in cui ha chiamato il contact center per presentare la domanda/la tua, come giudica:		D5) Pensando al momento in cui ha presentato la domanda al patronato, come giudica:	
CE2016	CE2016	CE2016	CE2016	CE2016	CE2016	CE2016	CE2016
2,78	3,00	2,90	3,02	3,04	2,96	3,28	3,30
2,71	2,96	2,90	2,98	3,34	3,39	3,28	3,30
2,84	3,06	3,04	3,06	3,09	3,13	3,28	3,30
3,09	3,24	2,85	2,94	3,00	3,10	Media	3,18
2,65	2,99	2,92	3,01	3,02	3,08		
2,66	2,79	3,14	3,21	3,16	3,21		
Media	3,01	Media	3,04	Media	3,11		
Ricerca informazioni		Ricerca informazioni		Ricerca informazioni		Ricerca informazioni	
D10) Come giudica le informazioni ricevute su internet rispetto a:	D10) Come giudica le informazioni ricevute su internet rispetto a:	D12) Come giudica le informazioni ricevute al contact center rispetto a:	D12) Come giudica le informazioni ricevute al contact center rispetto a:	D13) Come giudica le informazioni ricevute al patronato rispetto a:	D13) Come giudica le informazioni ricevute al patronato rispetto a:		
2,85	2,94	2,83	2,91	2,73	2,78	3,22	3,29
2,80	2,90	2,78	2,86	2,66	2,69	3,18	3,26
2,83	2,92	2,76	2,84	2,61	2,65	3,27	3,38
3,00	3,08	2,54	2,66	2,92	2,92	3,22	3,29
3,09	3,14	2,86	2,91	3,09	3,23	Media	3,30
2,52	2,69	2,75	2,84	2,87	2,92		
Media	2,94	Media	-	Media	2,81		
Contatti		Contatti		Contatti		Contatti	
D21) Come giudica l'utilità del suo contatto con la sede INPS rispetto a:	D21) Come giudica l'utilità del suo contatto con la sede INPS rispetto a:	D23) Come giudica l'utilità del suo contatto con il contact center rispetto a:	D23) Come giudica l'utilità del suo contatto con il contact center rispetto a:	D30) Come giudica il suo contatto con il Patronato rispetto a:	D30) Come giudica il suo contatto con il Patronato rispetto a:		
2,20	2,34	2,56	2,62	3,17	3,15	3,16	3,16
2,66	2,70	2,40	2,38	3,15	3,15	3,26	3,28
2,89	2,95	2,48	2,47	2,76	2,91	3,11	3,12
2,77	2,80	2,37	2,32	2,54	2,69	Media	3,19
2,72	2,82	Media	2,42	3,11	3,20		
2,80	2,83	2,46	2,42	2,55	2,68		
2,45	2,59	2,93	2,84	Media	2,83		
2,66	2,71	2,74	2,60				
2,53	2,57	2,66	2,48				
2,54	2,64	2,77	2,64				
2,47	2,57	Media					
2,64	2,66						
Media	2,68						
Appuntamento		Appuntamento		Appuntamento		Appuntamento	
D33) Come giudica l'appuntamento in sede rispetto a:	D33) Come giudica l'appuntamento in sede rispetto a:						
2,78	2,82						
2,98	3,01						
3,15	3,22						
3,09	3,17						
2,99	3,14						
2,93	3,03						
Media	3,06						
Liquidazione		Liquidazione		Liquidazione		Liquidazione	
D34) Ora che ha ricevuto la prestazione/ concluso l'istanza come giudica:	D34) Ora che ha ricevuto la prestazione/ concluso l'istanza come giudica:						
2,71	2,85						
2,75	2,92						
2,73	2,89						
Media	2,82						
Indice di sede		Indice internet		Indice contact		Indice patronato	
2,72	2,82	2,83	2,92	2,78	2,87	3,20	3,27

B) I risultati nazionali

1) Composizione dei rispondenti

I rispondenti si distribuiscono come segue:

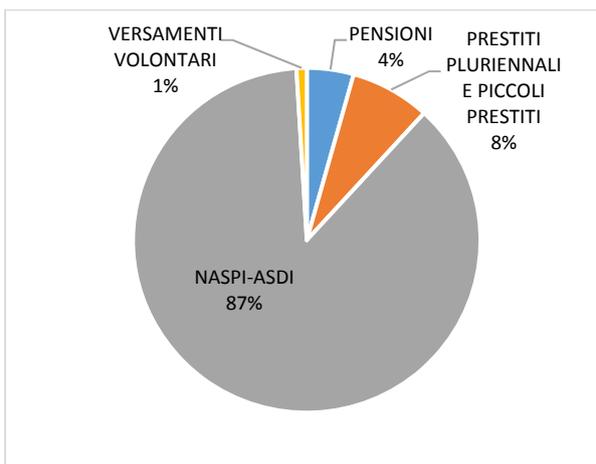


Rispetto alla condizione lavorativa è stata effettuata, accanto ad una analisi per tipo di prestazione ricevuta, un'analisi per *profilo utente*. In particolare sono stati ricavati 4 profili di utente sulla base delle risposte fornite alla domanda n. 41 nella quale si chiedeva di scegliere la condizione lavorativa alla quale l'utente riteneva di appartenere.

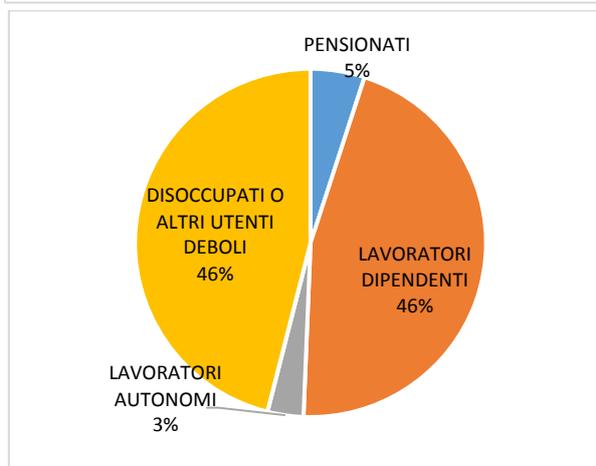
I 14 item previsti per la risposta alla domanda 41 sono stati ricondotti per semplicità a 4 profili di utente così come indicato nel prospetto che segue:

PENSIONATO	Pensionato settore privato	Pensionato settore pubblico	Pensionato settore sport/spett.		
LAVORATORE DIPENDENTE	Lav.dip settore privato	Lav.dip settore pubblico	Lav.dip settore sport/spett.	lavoratore agricolo	lavoratore domestico
LAVORATORE AUTONOMO	lavoratore autonomo	datore di lavoro	parasub.to		
DISOCCUPATO O ALTRO UTENTE DEBOLE	disoccupato	invalido civile	altro		

prodotto	totale utenti	%
PENSIONI	1.475	4%
PRESTITI PLURIENNALI E PICCOLI PRESTITI	2.516	8%
NASPI-ASDI	29.514	87%
VERSAMENTI VOLONTARI	323	1%
totale prodotti	33.828	100%



profilo utente	totale utenti	%
PENSIONATI	1.683	5%
LAVORATORI DIPENDENTI	15.448	46%
LAVORATORI AUTONOMI	1.119	3%
DISOCCUPATI O ALTRI UTENTI DEBOLI	15.578	46%
totale profili	33.828	100%



Per quanto riguarda la composizione degli utenti che hanno aderito all'indagine, classificati per profilo, i due aggregati di maggiore entità risultano i *lavoratori dipendenti* ed i *disoccupati* (o altri utenti deboli) con una percentuale di presenza nel collettivo dei rispondenti pari al 46% ciascuno, mentre i *pensionati* rappresentano il 5% e i *lavoratori autonomi* il 3% del totale dei rispondenti.

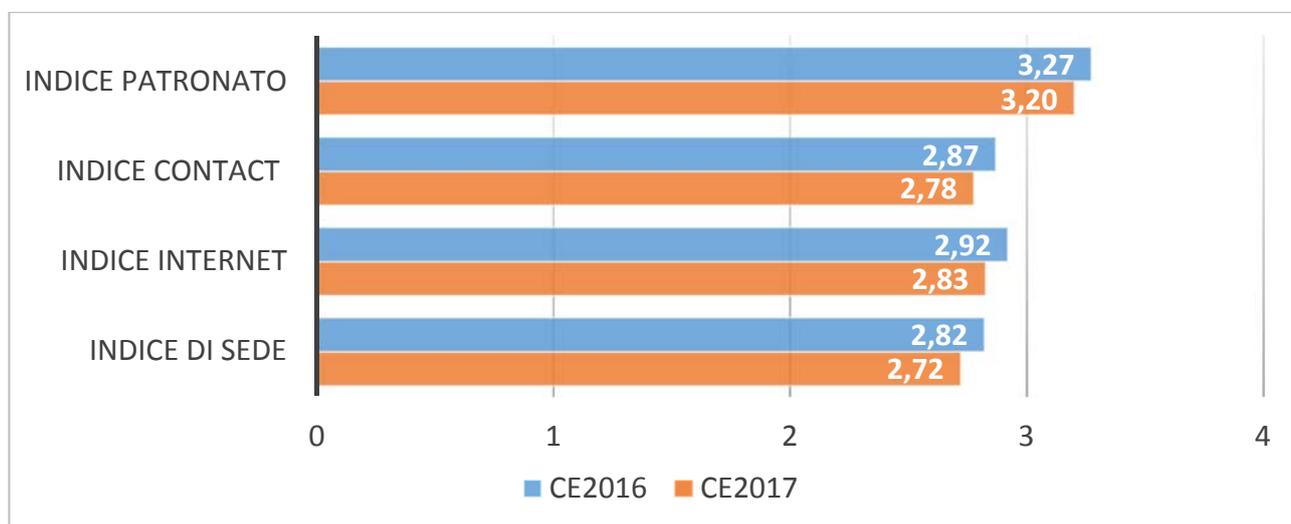
È importante precisare, per una corretta interpretazione dei risultati, che il "prodotto" erogato ha rappresentato il criterio di estrazione degli utenti, ma l'obiettivo prevalente della rilevazione era quello di pervenire ad una valutazione da parte dell'utenza della

qualità delle interazioni effettuate nelle diverse fasi del viaggio e attraverso i 4 canali di contatto.

2) I quattro indici di Customer Experience

Per ciascuno dei canali utilizzati dall'utente (sportello fisico, contact center, sito web e patronato), è stato calcolato un *indice*, composto da tutti i giudizi forniti relativamente a quel canale, nel corso delle fasi del "viaggio": la ricerca informazioni, la presentazione della domanda, i contatti presi con l'Istituto nel corso dell'iter della pratica, la liquidazione della prestazione. Il punteggio va da 1 (per nulla soddisfatto), 2 (poco soddisfatto) 3 (abbastanza soddisfatto) a 4 (molto soddisfatto).

Tutti gli indici risultano in lieve calo rispetto al 2016 (in media circa 0,10 punti)



Come si vede dal grafico, il giudizio complessivo migliore è stato attribuito alle interazioni avute tramite il canale patronato, segue poi il portale web, il contact center e infine il canale costituito dallo sportello fisico di sede.

Rispetto al **prodotto erogato** gli indici mostrano tuttavia una certa variabilità come si può osservare nel prospetto seguente.

		Indice di Sede: NAZIONALE		INDICE INTERNET		INDICE CONTACT		INDICE PATRONATO	
		Totale fattori valutati per ciascun prodotto: 32 in 5 domande		21 in 5 domande		18 in 3 domande		11 in 3 domande	
33.828	TOTALE PRODOTTI	indice medio	2,72	indice medio	2,83	indice medio	2,78	indice medio	3,20
		numero giudizi	173.445	numero giudizi	178.583	numero giudizi	76.905	numero giudizi	106.281
1.475	1) PENSIONI	indice medio	2,81	indice medio	2,79	indice medio	2,76	indice medio	3,30
		numero giudizi	6.978	numero giudizi	6.573	numero giudizi	2.518	numero giudizi	4.629
2.516	2) PRESTITI PLURIENNALI E PICCOLI PRESTITI	indice medio	3,07	indice medio	2,93	indice medio	2,88	indice medio	3,14
		numero giudizi	11.646	numero giudizi	11.420	numero giudizi	3.868	numero giudizi	1.151
29.514	3) NASPI -ASDI	indice medio	2,69	indice medio	2,82	indice medio	2,77	indice medio	3,20
		numero giudizi	152.556	numero giudizi	158.995	numero giudizi	69.790	numero giudizi	99.193
323	4) VERSAMENTI VOLONTARI	indice medio	2,80	indice medio	2,73	indice medio	2,83	indice medio	3,05
		numero giudizi	2.265	numero giudizi	1.595	numero giudizi	729	numero giudizi	1.308

Si osserva che i percettori dei prodotti di credito esprimono giudizi migliori per quasi tutti i canali, mentre i percettori di Naspi/ASDI mostrano indici di gradimento minori per quanto riguarda i servizi offerti in sede. I richiedenti prestazioni pensionistiche, invece, mostrano il giudizio peggiore riguardo ai servizi loro offerti dal contact center, ed il migliore con riferimento all'operato del Patronati.

È utile precisare, al fine di interpretare correttamente il significato degli indici in termini di qualità percepita dei 4 canali che, nell'indagine, l'utente ha espresso il proprio giudizio articolato lungo le diverse fasi del viaggio in maniera indipendente per ciascun canale utilizzato e non in termini comparativi.

Per un'analisi più dettagliata, per ciascun canale di interazione sono stati esaminati i giudizi degli utenti per ogni fase del viaggio.

3) Le fasi del "viaggio"

Sono state prese in considerazione le seguenti fasi del "viaggio" con l'Inps:

1. Ricerca informazioni
2. Presentazione domanda
3. Comunicazioni ricevute da INPS
4. Contatti presi nel corso dell'Iter della pratica
5. Liquidazione prestazione e sintesi finale

L'analisi comprende, oltre ai giudizi individuali di gradimento per ciascun canale e fase, che concorrono alla formazione degli indici globali descritti nel paragrafo precedente, anche una descrizione del comportamento degli utenti e della risposta dell'Istituto per ciascun canale e sede. Di seguito viene riportata una sintesi di tali giudizi e comportamenti, anche con riguardo al prodotto e al segmento di utenza), dai quali è

possibile desumere indicazioni utili per lo sviluppo/miglioramento dei servizi in relazione ai comportamenti messi in atto dagli utenti ed alle preferenze espresse.

In generale si possono delineare una serie di "comportamenti":

- ❖ La maggior parte degli utenti tende a ricercare informazioni prima di presentare la domanda di prestazione (74% del totale dei rispondenti), mentre la metà esatta dei rispondenti riceve comunicazioni da parte dell'INPS e poco meno della metà (47%) ha preso contatti con l'istituto durante l'iter della pratica.
- ❖ Soltanto 2.651 utenti (pari al 7,8% dei rispondenti) hanno presentato la domanda e ricevuto la prestazione senza ulteriori contatti, né per ricercare informazioni né per avere notizie della propria pratica.
- ❖ Gli utenti che hanno attraversato tutte le fasi del viaggio sono invece 12.142 pari al 35% del totale dei rispondenti. Tali utenti hanno ricercato informazioni prima di presentare la domanda, hanno poi effettuato la domanda stessa, e hanno contattato l'Istituto durante l'iter della pratica prima di riceverne la liquidazione.

In ogni fase del "viaggio" gli utenti tendono ad utilizzare di preferenza un diverso canale di interazione:

- Durante la **ricerca di informazioni prima di presentare la domanda si servono per lo più del portale web** (il 79% degli utenti ha ricercato almeno una volta informazioni sul portale INPS prima di effettuare la domanda di prestazione);
- Per **presentare la domanda tendono a servirsi in maggioranza del patronato** (52%, + 3% rispetto al 2016). Cresce la % di utenti che presentano autonomamente la domanda su internet (33%, +5% rispetto al 2016) e anche quelli che si recano in sede presso la postazione self service (+5%); diminuiscono coloro i quali presentano la domanda presso la loro amministrazione di appartenenza o tramite il portale NOI PA;
- Per **contattare l'Istituto durante l'iter della pratica** l'utente **utilizza per lo più il contact center** (41%, leggermente in aumento dal 2016) **o lo sportello fisico** (33%, leggermente in diminuzione rispetto al 2016).

Si ricorda, per una corretta interpretazione di tali dati, che la presentazione della domanda può essere effettuata solo telematicamente tramite sito web o intermediari qualificati e che le informazioni sullo stato di lavorazione vengono fornite prevalentemente agli sportelli.

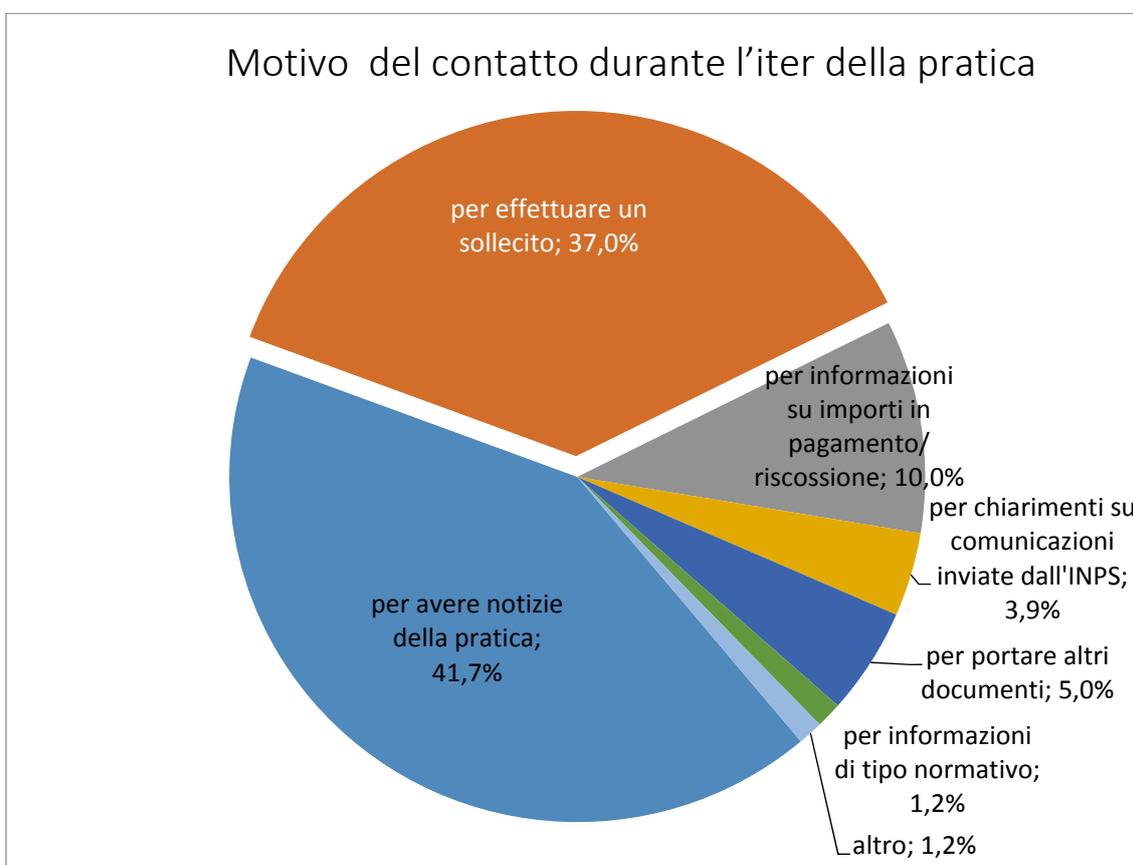
È stato altresì calcolato **il giudizio di gradimento degli utenti per ogni fase del viaggio**, ossia le medie dei giudizi forniti per le interazioni su tutti i canali per ciascuna fase.

La fase di presentazione della domanda risulta quella in cui i giudizi complessivi sulle

interazioni effettuate tramite tutti i canali utilizzati risultano migliori, mentre quella dei contatti presi durante l'iter della pratica rappresenta la fase con i giudizi peggiori.

- Presentazione domanda 3,04
- Ricerca informazioni 2,88
- Contatti durante l'iter 2,68
- Liquidazione 2,73

È stato, inoltre, chiesto agli utenti il motivo per cui avevano contattato l'Inps durante l'iter della pratica: la maggioranza degli utenti (41,7%) lo ha fatto per avere notizie dello stato della lavorazione, seguiti dal 37% che ha effettuato un sollecito (in forte aumento dal 2016 quando erano il 22%).



4) I giudizi sui canali durante le fasi del viaggio

4.1) Il giudizio sul Patronato durante le fasi del viaggio

Le interazioni avute con il patronato vengono giudicate tutte con punteggi di soddisfazione superiori al 3.

Gli utenti ricorrono al patronato prevalentemente in fase di presentazione della domanda quando non possono o non vogliono presentare l'istanza sul web. In questa

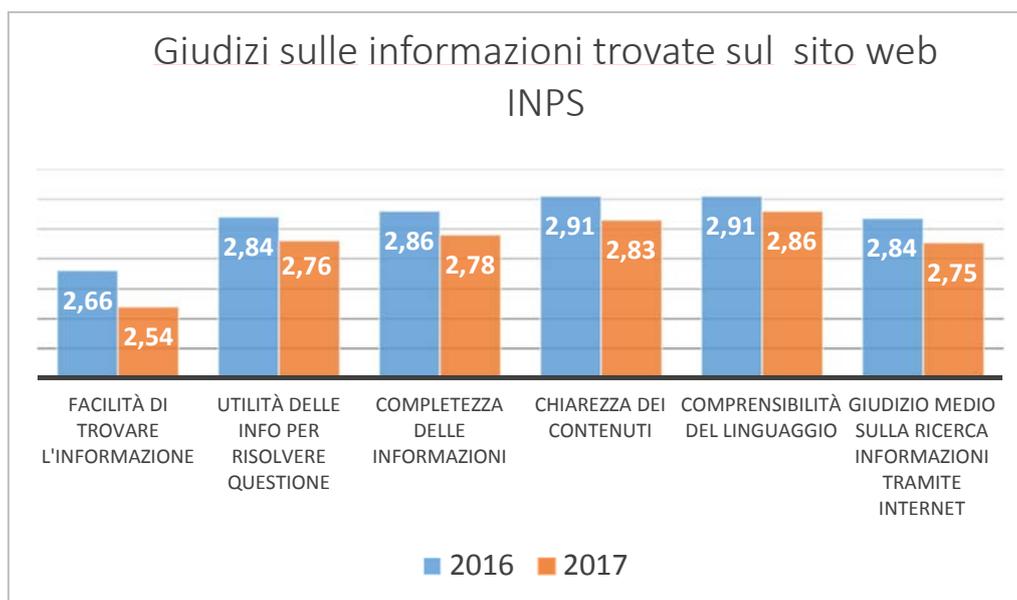
fase il giudizio positivo per i servizi offerti (un punteggio di 3,18) viene principalmente determinato dai giudizi positivi forniti dagli utenti sulle interazioni intercorse, indipendentemente dal canale utilizzato, nella fase del viaggio di presentazione della domanda. Anche nelle altre fasi (ricerca informazioni, contatti durante l'iter della pratica) per le quali il patronato viene utilizzato in maniera molto inferiore, i giudizi risultano, comunque, superiori al 3.

Il giudizio positivo formulato sui Patronati, peraltro, conferma la validità della scelta effettuata di avvalersi del loro servizio in qualità di intermediari con funzione complementare e non concorrenziale rispetto al canale di contatto della sede.

4.2) Il giudizio sul portale web durante le fasi del viaggio

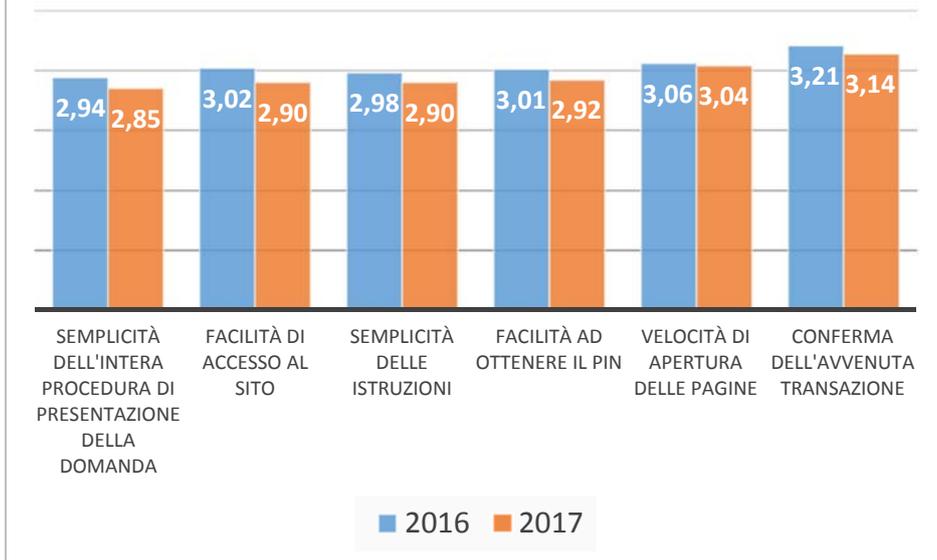
Il portale web è utilizzato in massa dagli utenti nel momento in cui, prima di presentare la domanda, ricercano informazioni.

In questa fase, il giudizio medio degli utenti è 2,75 (in diminuzione rispetto al 2016 quando era 2,84). Il fattore in flessione e maggiormente critico è quello relativo alla **facilità di trovare subito l'informazione desiderata** (da 2,66 del 2016 a 2,54 nel 2017).



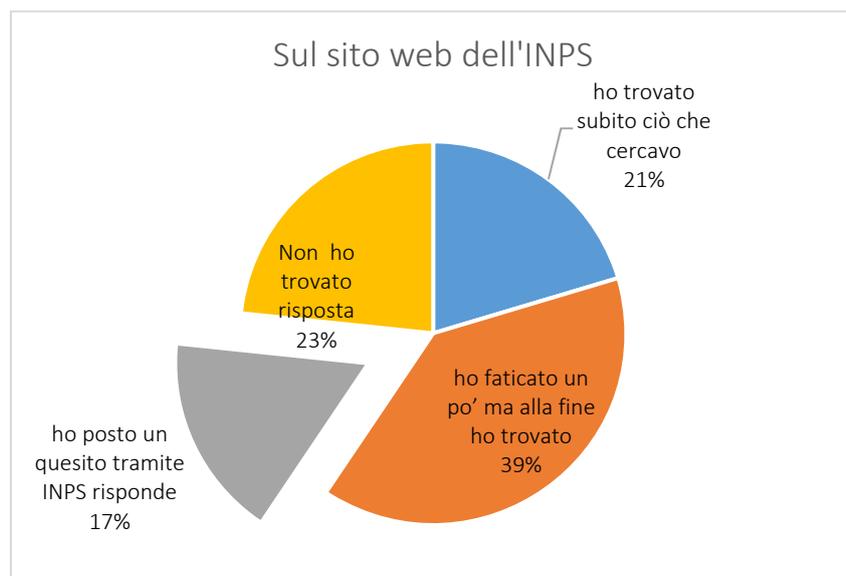
La domanda di prestazione è effettuata autonomamente sul web dal 33% degli utenti (in aumento rispetto al 2016). In questa fase i giudizi degli utenti sono migliori rispetto alla fase di ricerca delle informazioni. Risultano, tuttavia, leggermente in calo rispetto al 2016.

Giudizio sulla presentazione della domanda sul sito web dell'INPS



Soltanto il 9% degli utenti ha cercato di contattare l'INPS tramite il sito web **durante l'iter della pratica**.

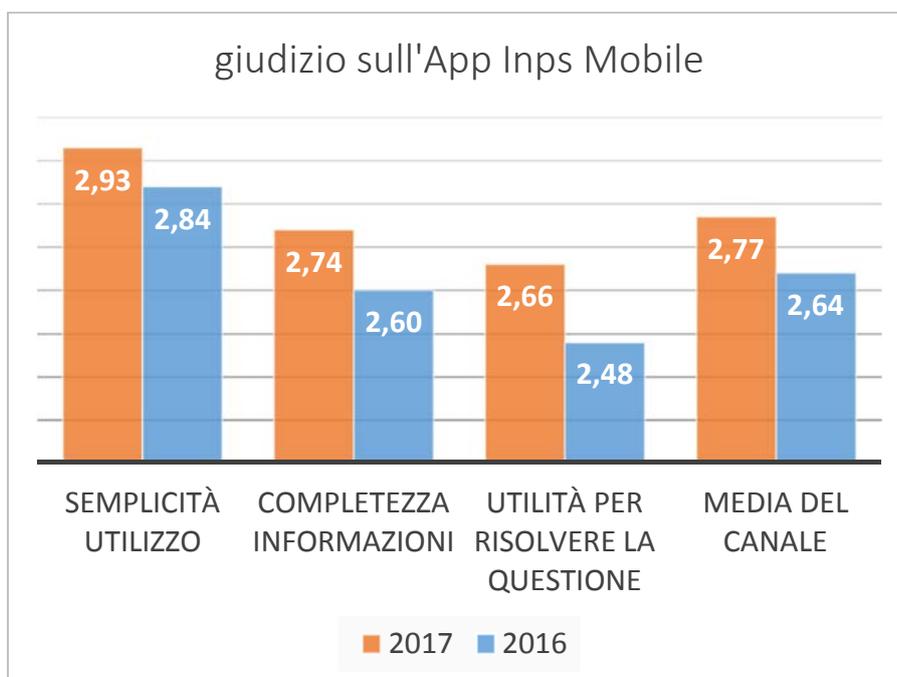
Di questi il 60% ha trovato risposta (subito o dopo qualche tentativo), il 23% non ha trovato risposta al quesito in alcun modo e **il 17% ha posto il quesito tramite l'applicazione «INPS RISPONDE»** che permette di inviare quesiti tramite il portale web.



Il giudizio sui fattori di qualità della risposta ottenuta su «INPS RISPONDE» sono tutti in leggero miglioramento rispetto al 2016.



Sebbene residuali in termini di numerosità, anche i giudizi relativi all'utilizzo dell'App INPS mobile presentano un miglioramento rispetto al 2016



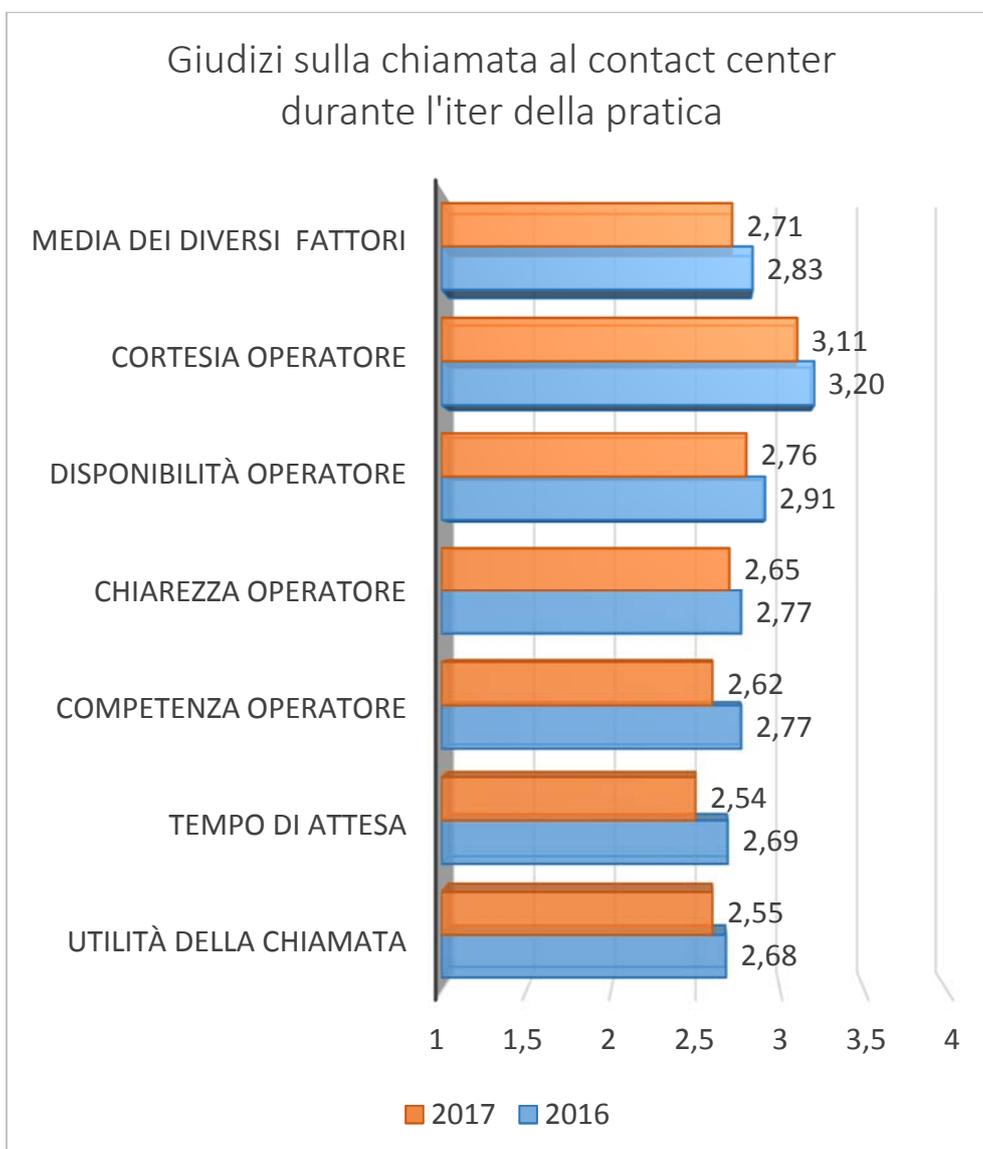
Si nota, in definitiva un miglioramento del giudizio degli utenti rispetto ad alcune applicazioni web (INPS risponde e App Mobile) e una flessione nel giudizio sull'utilizzo

del portale istituzionale per la non immediatezza nel trovare le informazioni necessarie.

4.3) Il giudizio sul Contact Center durante le fasi del viaggio

Come si è visto, il giudizio sulle interazioni tramite Contact Center mostra un leggero peggioramento rispetto al 2016.

Il canale viene principalmente utilizzato dagli utenti per contattare l'Inps durante l'iter della pratica. La criticità che emerge è relativa alla percezione di poca utilità della chiamata al contact per la risoluzione del problema, oltre che al tempo di attesa per parlare con l'operatore.



Gli utenti che hanno chiamato il contact center per contattare l'Istituto durante l'iter della pratica e che **hanno dichiarato di non aver risolto la questione in alcun modo sono il 48%**, in aumento di 10 punti percentuali rispetto al 2016.

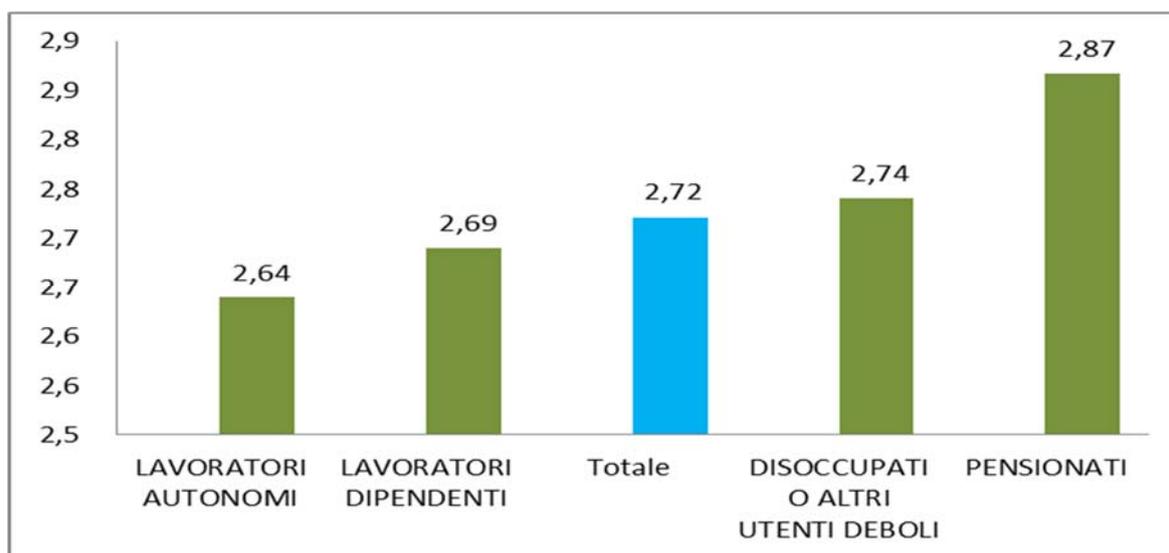
Nelle altre fasi del viaggio, l'utilizzo da parte degli utenti di questo canale è residuale e non influenza, di conseguenza, l'indice globale di gradimento del canale stesso.

4.4) Il giudizio sullo sportello fisico di sede durante le fasi del viaggio

L'indice di sede, oltre che a livello nazionale, assume una particolare valenza a livello locale, in quanto consente di evidenziare le criticità delle singole strutture e individuare appropriate azioni di miglioramento.

A livello nazionale si registra un lieve peggioramento dell'indice medio, da 2,82 a 2,72, sempre su una scala da 1 a 4.

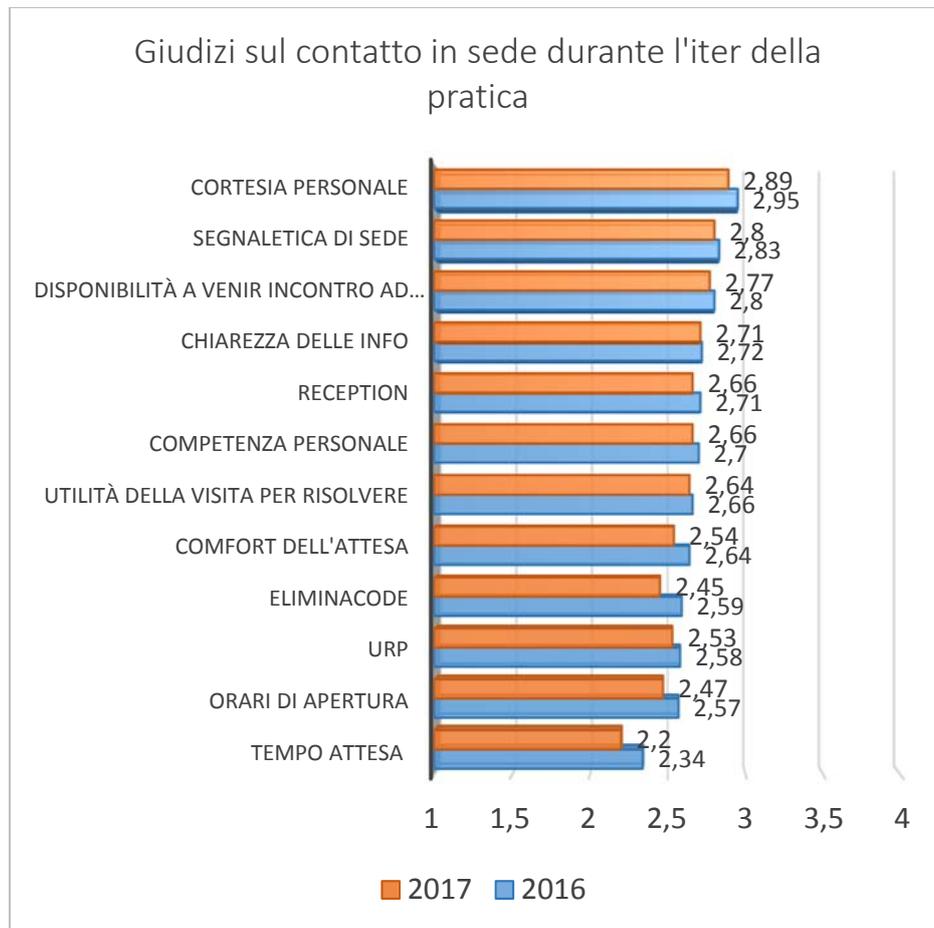
L'indice di sede medio per profilo utente a livello nazionale, pur senza grandi differenziazioni, evidenzia una maggiore soddisfazione circa l'operato della sede da parte dei pensionati (2,87) ed un gradimento inferiore da parte dei lavoratori autonomi (2,64).



Come già evidenziato, gli utenti tendono a recarsi in sede soprattutto durante l'iter della pratica, chiedere informazioni sullo stato della stessa o per effettuare un sollecito.

In questa fase i giudizi forniti dagli utenti evidenziano criticità nel tempo di attesa agli sportelli, (con un giudizio medio di 2,2) e con riguardo a tutti i fattori "logistici" (orari di apertura, URP, eliminacode, comfort dell'attesa), mentre mostrano una sostanziale

stabilità con riferimento ai fattori "relazionali" (cortesia, disponibilità a venir incontro alle proprie esigenze) così come l'utilità della visita per la risoluzione del problema.

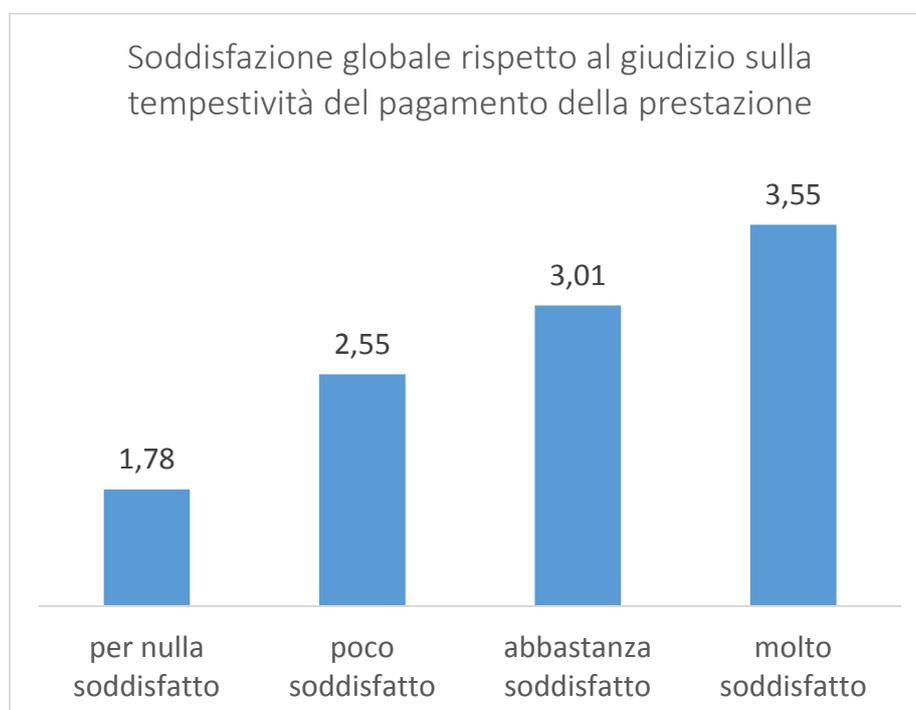


È opportuno evidenziare che alla formazione dell'indice di sede concorrono anche i due giudizi relativi **alla tempestività della prestazione e al rispetto degli impegni temporali**, riferiti alla qualità percepita della prestazione erogata e non immediatamente al giudizio sul canale di contatto. Tali punteggi risultano in diminuzione rispetto al 2016: in particolare il punteggio medio relativo alla tempestività della prestazione passa da 2,85 a 2,71, sempre su di una scala da 1 a 4.

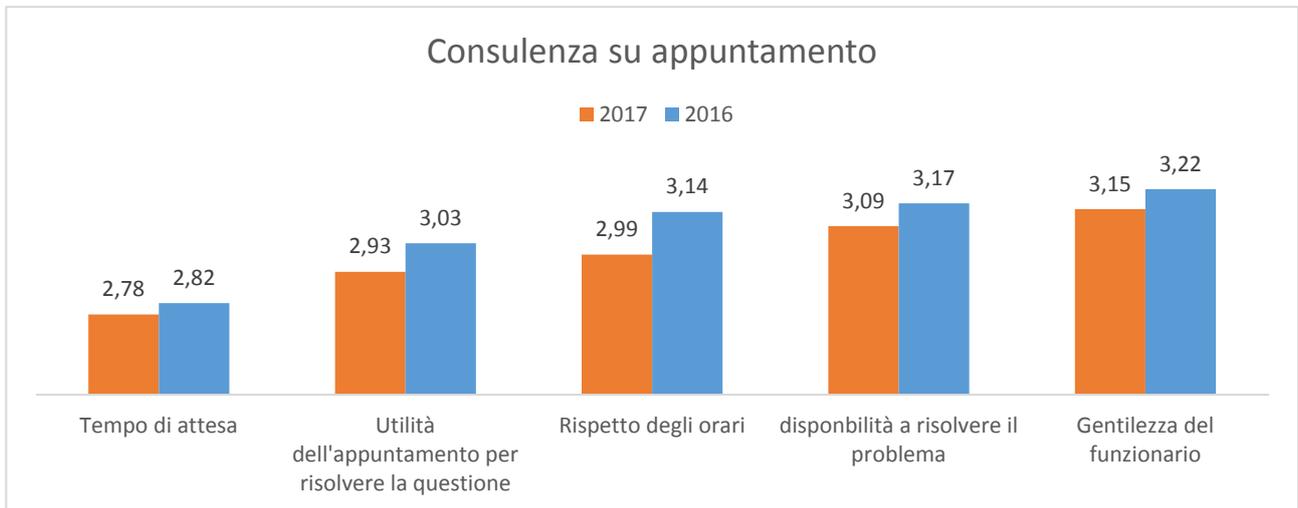


Si evidenziano differenze significative nei due giudizi fra i diversi prodotti: per quelli del credito e per le pensioni i giudizi relativi alla tempestività della prestazione sono molto buoni, mentre scendono per le NASPI e, soprattutto, per i versamenti volontari.

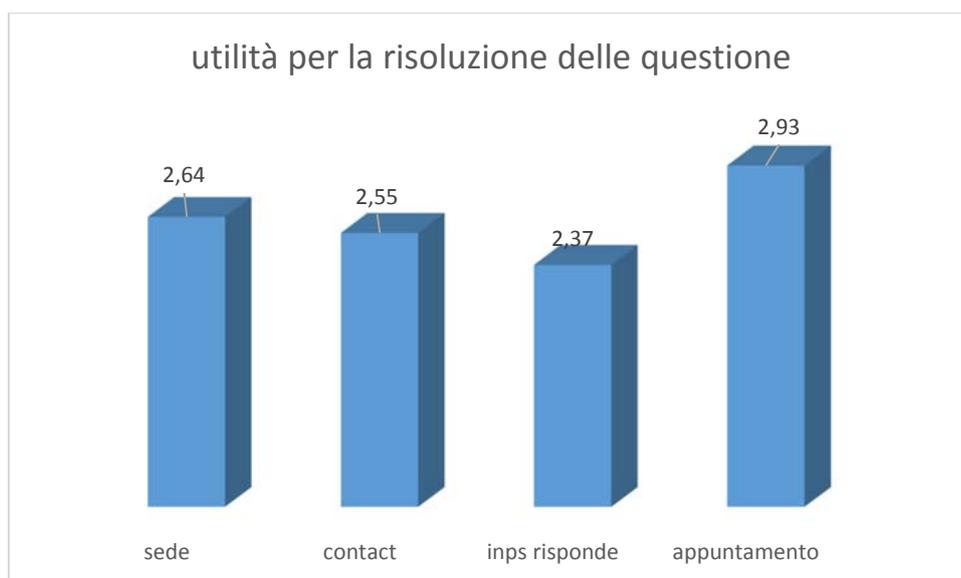
Nel grafico seguente, coloro i quali si dichiarano per nulla soddisfatti rispetto alla tempestività con cui gli è stata erogata la prestazione/, esprimono un giudizio globale sull'esperienza avuta con INPS molto basso (1,78 su di una scala da 1 a 4); coloro i quali si dichiarano molto soddisfatti rispetto alla tempestività, esprimono anche un elevato livello di soddisfazione globale sull'esperienza avuta con INPS (3,55)



La percezione degli utenti risulta abbastanza soddisfacente riguardo alla consulenza su appuntamento, sebbene, anche in questo caso si nota un lieve peggioramento dei giudizi rispetto al 2016; solo gli aspetti relazionali (la gentilezza del funzionario e la sua disponibilità a risolvere il problema) si attestano ad un valore superiore al 3 («abbastanza soddisfatto»).



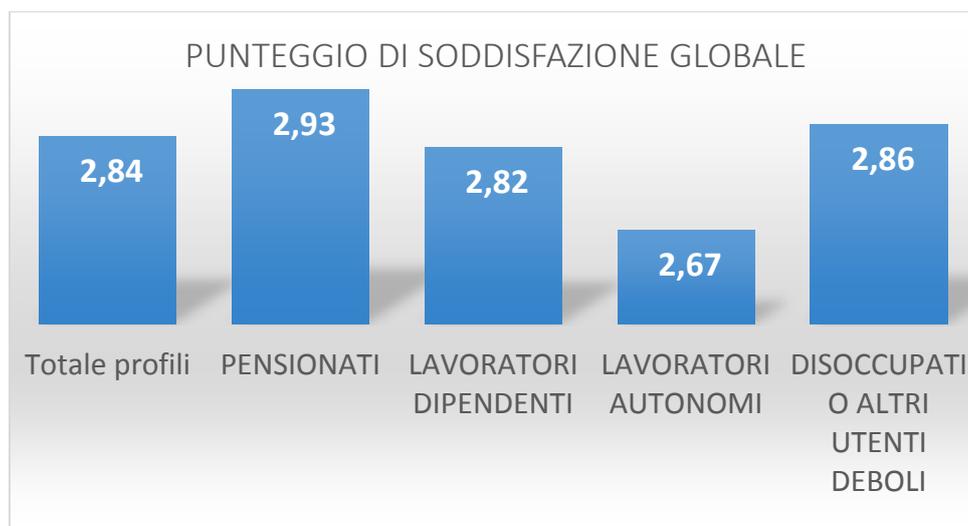
Dal grafico sottostante emerge la maggiore utilità attribuita dagli utenti alla consulenza per appuntamento **per la risoluzione della questione** rispetto agli altri canali; segue il contatto allo sportello, quello al contact center e, per ultimo, quello relativo a INPS risponde.



5) La soddisfazione globale sull'esperienza con INPS

Il **livello di soddisfazione globale** sull'intera esperienza avuta con l'Istituto si attesta in media a 2,84 (scala da 1 a 4), in lieve calo rispetto al 2016 quando raggiungeva un valore pari a 3.

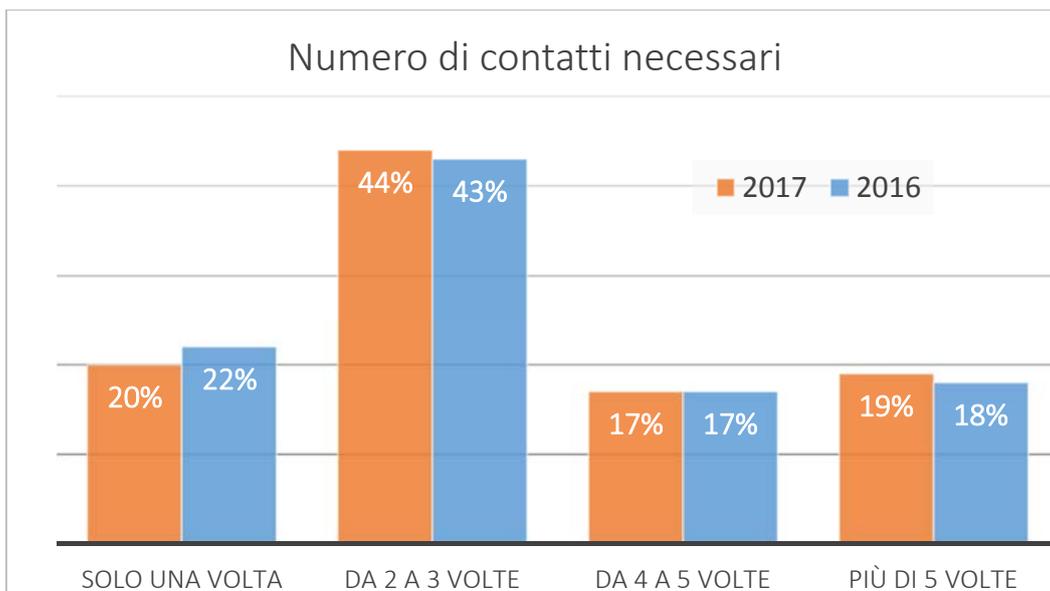
Al termine del questionario all'utente viene richiesto di formulare un giudizio complessivo sull'esperienza con INPS, tenuto conto di tutte le interazioni avute nel corso del "viaggio" su tutti i canali di accesso utilizzati. **Rispetto alla categoria di utenti** si nota il **minor livello di soddisfazione** dei **lavoratori autonomi** rispetto agli altri (2,67) e un maggior livello di soddisfazione per i pensionati (2,93).



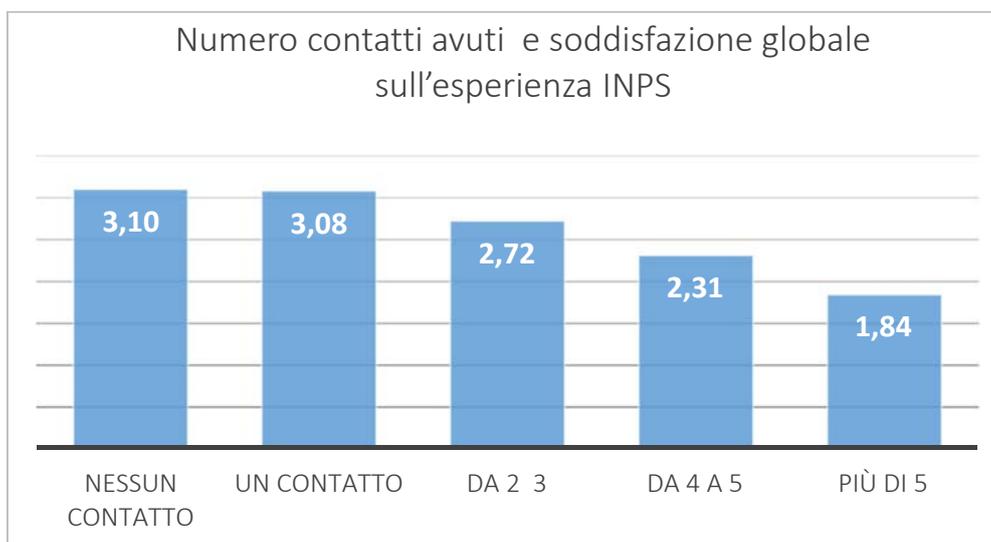
6) I fattori che influenzano il giudizio globale

Al fine di innalzare il livello di soddisfazione globale degli utenti rispetto all'esperienza con INPS, è importante evidenziare i fattori che ne influenzano il giudizio, tra cui sembra avere una grande importanza il **numero di contatti necessari per risolvere il problema**.

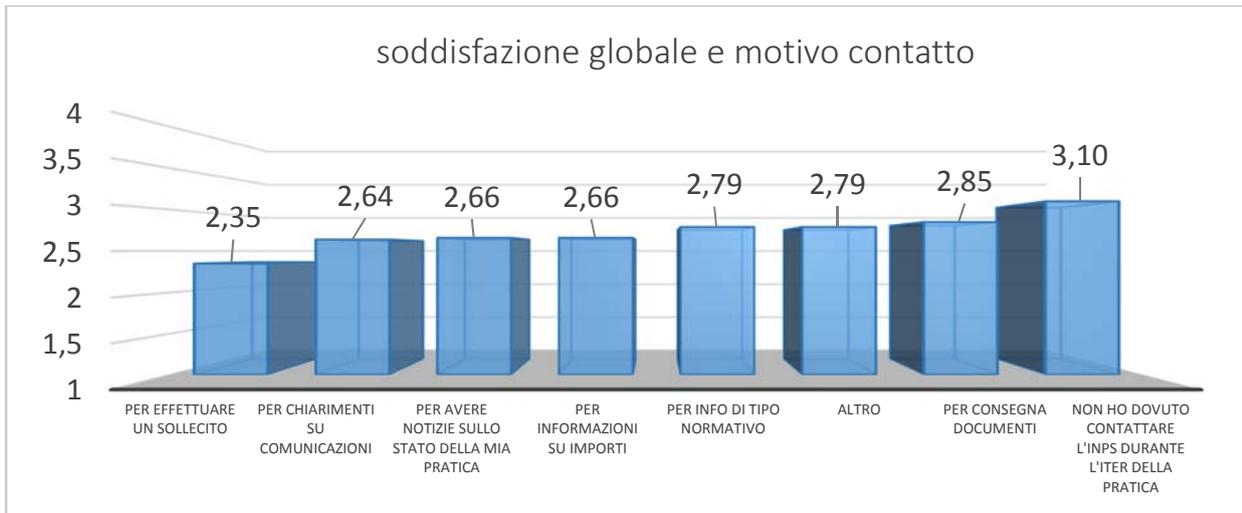
La rilevazione ha messo, infatti, in evidenza **l'elevato numero di utenti che necessitano di più di un contatto con l'Istituto per risolvere le problematiche** insorte durante l'iter della pratica. Il 44% (praticamente invariato dal 2016) di utenti che ha contattato l'Istituto ha effettuato da 2 a 3 contatti e il 19% addirittura più di 5 contatti, prima di risolvere la questione.



Il numero di contatti influenza in maniera inversamente proporzionale il livello di soddisfazione globale espressa dall'utente. Si va da 3,10 per gli utenti che non hanno avuto bisogno di contattare l'INPS, o hanno effettuato un solo contatto, fino a 1,84 per gli utenti costretti a contattare più di 5 volte l'Istituto.



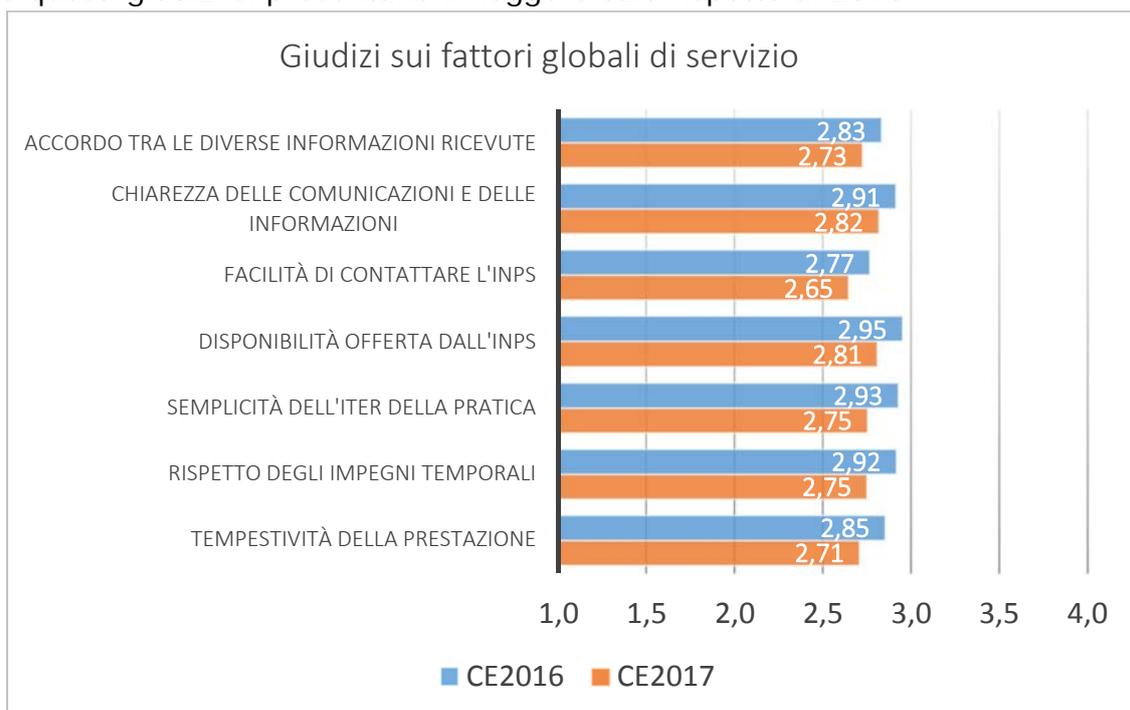
Anche **la motivazione che spinge l'utente** a contattare l'INPS è fondamentale nel determinarne la soddisfazione; **chi contatta l'Istituto per effettuare un sollecito** mostra un livello di soddisfazione globale (2,35) notevolmente inferiore a chi ha contattato l'Inps solo per portare documenti (2,85).



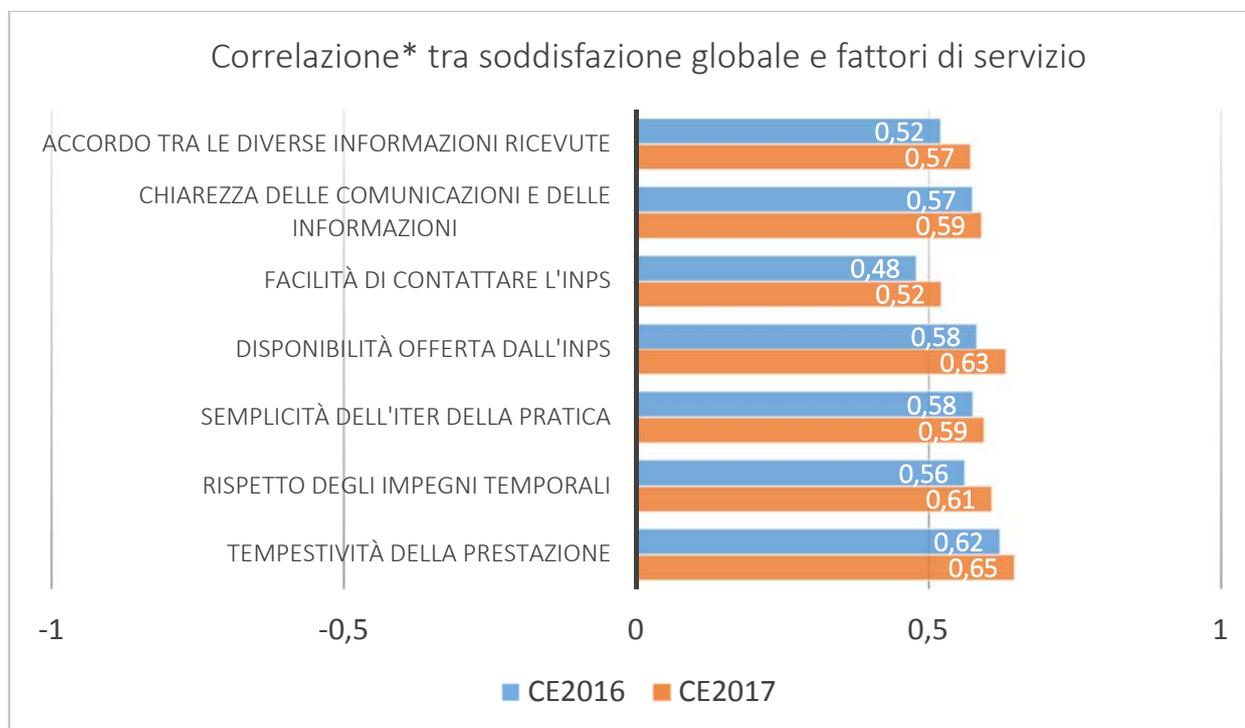
Prima di fornire il giudizio di valutazione globale gli utenti hanno espresso i loro giudizi su **alcuni fattori relativi all'esperienza complessiva del «viaggio» effettuato** che comprende:

- la tempestività con cui hanno ricevuto la prestazione;
- il rispetto degli impegni temporali presi con l'Istituto;
- la disponibilità globale offerta dall'Istituto;
- la semplicità dell'iter necessario per giungere alla definizione della pratica;
- la facilità di contattare l'Istituto;
- la chiarezza di tutte le informazioni ricevute
- l'accordo (coerenza) fra le diverse informazioni ricevute su canali diversi e/o momenti diversi del viaggio.

Anche questi giudizi si presentano in leggero calo rispetto al 2016.

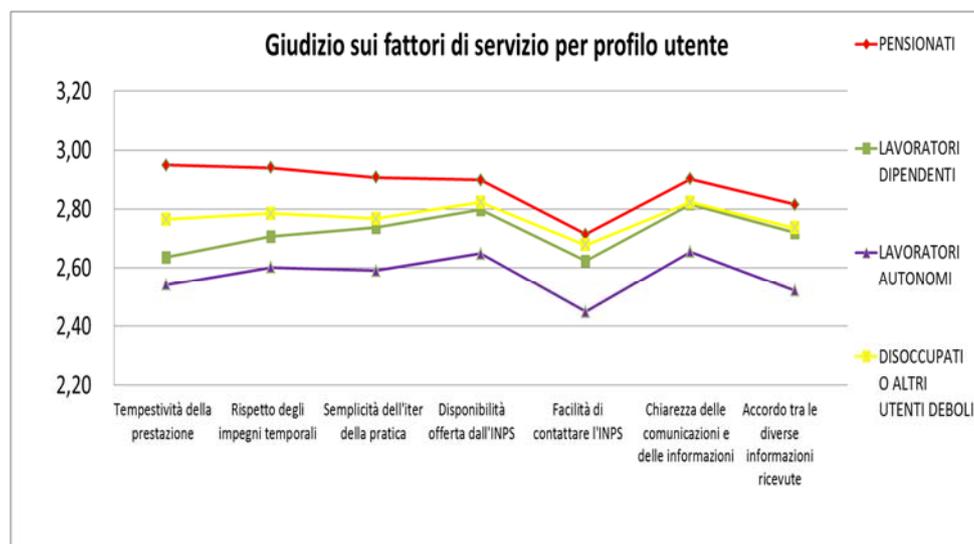


In ultima analisi è stato **effettuato il calcolo del coefficiente di correlazione** tra il livello di soddisfazione globale e alcuni fattori di servizio, Il fattore maggiormente correlato **(0,65)** si conferma la **tempestività della prestazione**; salgono in ordine di importanza **la disponibilità globale offerta dall'INPS (0,63)** e il **rispetto degli impegni temporali concordati (0,61)**.



*L'indice utilizzato è quello di Pearson che va da -1 (correlazione massima negativa) a +1 (correlazione massima positiva)

Il giudizio sui fattori di servizio globali mostra alcune differenze considerando il profilo utente: i pensionati tendono a valutare in maniera migliore tutti i fattori di servizio, mentre i lavoratori autonomi mostrano giudizi meno favorevoli.



C) Alcuni risultati regionali: gli indici di sede e di soddisfazione globale

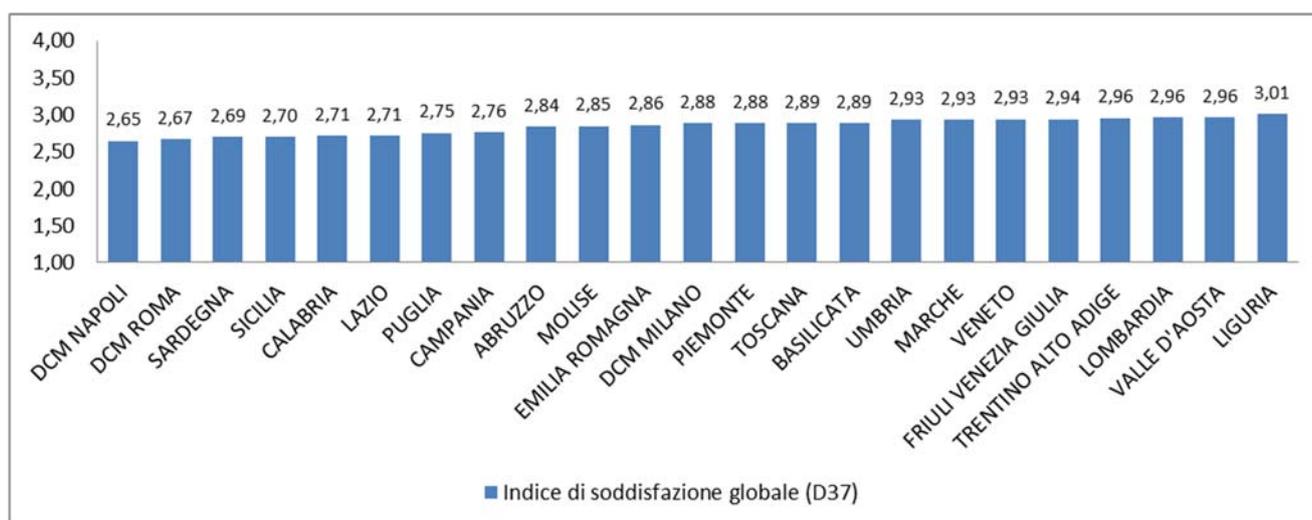
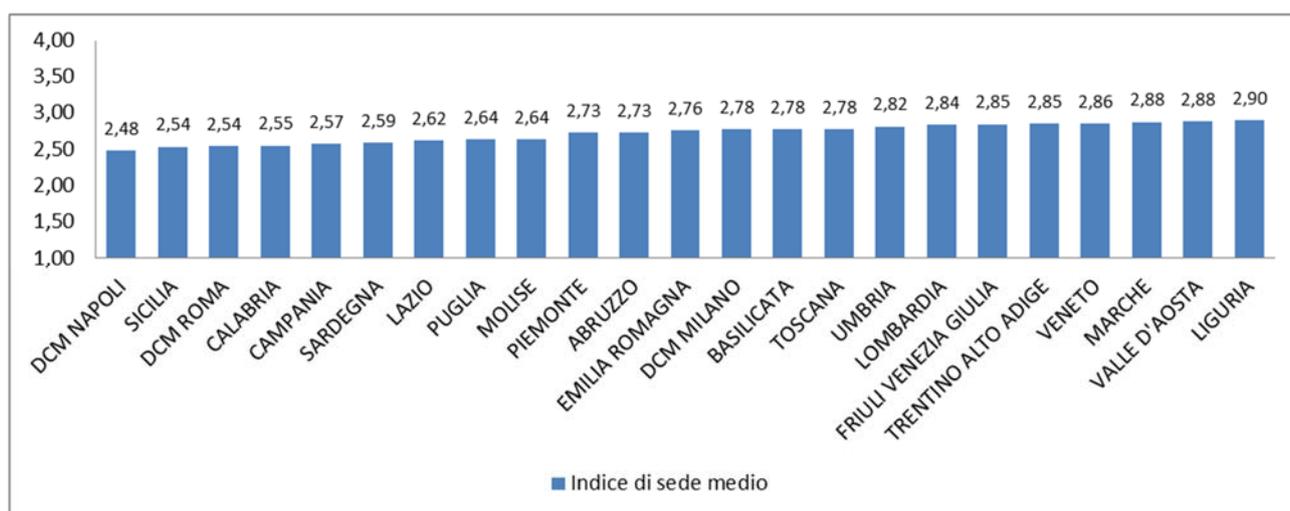
Nei grafici che seguono vengono riportate le Regioni/Direzioni di Coordinamento Metropolitano (DCM) ordinate in base ai valori crescenti rispettivamente dell'indice di sede e dell'indice di soddisfazione globale sull'esperienza INPS.

L'indice di sede risulta generalmente inferiore a quello di soddisfazione globale (richiesto nella domanda 37), ma i due indici sono fortemente correlati.

Le regioni con valori medi degli indici di sede più bassi sono le stesse che presentano i minori indici di soddisfazione globale e lo stesso si verifica per le regioni più virtuose.

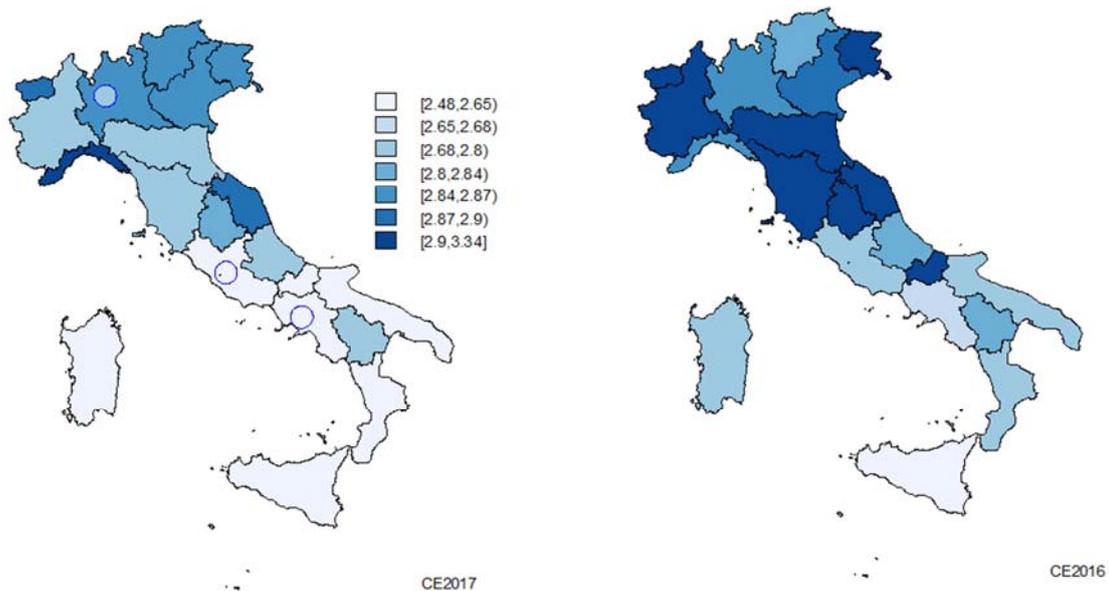
In entrambe le graduatorie la DCM Napoli ha la media degli indici di sede più bassi e la Liguria la media più alta.

È da considerare, per l'interpretazione di questo dato, che gli utenti, nel formulare il giudizio globale sull'esperienza con INPS, prendono in considerazione tutte le interazioni effettuate all'interno del loro "viaggio", relative a tutti i canali di contatto con l'Istituto.



Si nota, inoltre, una preponderanza di indici positivi nelle regioni del Nord e del Centro (ad esclusione del Lazio) rispetto a quelle del Sud: la Basilicata risulta la regione del Sud con la migliore media degli indici di sede, come evidente nella cartina che segue, dove vengono posti a confronto i valori medi regionali dell'indice di sede con quanto rilevato nella precedente indagine

Medie regionali degli indici di sede nelle due indagini di Customer Experience



Nota bene: nell'indagine 2016 le tre Direzioni di Coordinamento Metropolitano di Roma, Milano e Napoli non erano ancora operative e quindi i loro utenti risultavano inclusi nelle tre regioni di appartenenza