



## Presentazione indagine annuale sulla qualità dei servizi di TPL

Mystery Client ASSTRA 2021

Franco Gazzotti

Bergamo, settembre 2021



# Partecipazione al panel MC

L' Ing. Franco Gazzotti con il patrocinio ed il supporto di ASSTRA, svolge le indagini annuali di Mystery Client dal 2010 e dal 2014 in partnership con LemTTA e IRTECO,

Le diverse edizioni hanno visto complessivamente la partecipazione al panel MC di:

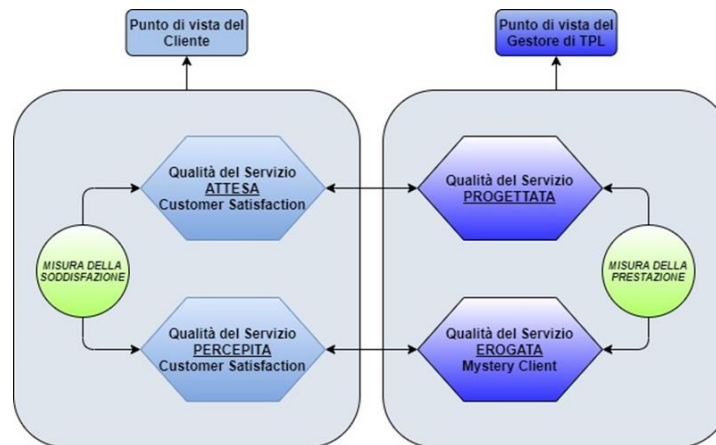
- 90 Operatori distribuiti su tutto il territorio nazionale
- 2 Agenzie del TPL
- Nelle 6 passate edizioni sono stati monitorati:
  - 195 servizi di TPL:
  - 88 ambiti urbani
  - 70 ambiti extraurbani
  - 19 servizi ferroviari
  - 15 servizi di navigazione
  - 8 servizi di metropolitana

All'edizione 2021 hanno aderito 9 Operatori, per complessivi 25 diversi servizi monitorati

# Mystery Client e Customer Satisfaction

Il **Mystery Client** è uno strumento di indagine e di valutazione della qualità del **servizio erogato** complementare alle indagini di **Customer Satisfaction** (servizio percepito e atteso):

- non è influenzato dalla **soggettività del giudizio** (percezione e non dato reale);
- non risente dell'**effetto memoria** (esperienza pregressa del cliente);
- non risente della **diversa sensibilità del cliente**;
- non è influenzato dal **momento in cui viene fatta la rilevazione** (es: stato d'animo del cliente intervistato, influenza “del sentito dire”).



# Cos'è il mystery client?

Le attività di **Mystery Client** sono condotte al fine di monitorare in modo *anonimo* il servizio erogato dall'azienda attraverso le osservazioni di rilevatori esperti e formati, che si comportano come *normali clienti*.

Il **Cliente Misterioso**, nel fruire del servizio, interagisce con gli operatori ed **osserva** una numerosità rilevante di situazioni: per ciascuna ne **valuta diversi parametri** assegnando loro un punteggio su una scheda appositamente progettata.

Il **Cliente Misterioso è un rilevatore** che riceve una formazione specifica e risulta idoneo alla misurazione oggettiva dei parametri da osservare, riportando i singoli risultati su schede di valutazione appositamente predisposte.

Le schede di indagine riportano tutti gli indicatori ed i riferimenti utili ad esprimere la valutazione **nel modo più oggettivo possibile**.

Il **Cliente Misterioso** valuta ciascun indicatore su una scala graduata 1-10, per la quale sono definite esattamente le corrispondenze tra valutazione e osservazione.

# A chi è rivolto

La campagna nazionale di indagine Mystery Client è patrocinata da ASSTRA e rivolta a tutti gli operatori associati (e non), nonché a tutti gli Enti Regulatori.

Enti Regulatori (Regioni, Agenzie, Enti di Governo, Province, Comuni)			Operatori					
Monitoraggio periodico della qualità erogata	Verifica dello stato di fatto nell'ottica della definizione dei livelli di qualità per l'affidamento dei servizi in gara	Posizionamento e confronto rispetto a un benchmark su scala nazionale	Individuazione dei punti di forza e di debolezza	Monitoraggio periodico della qualità erogata da terza parte	Monitoraggio addizionale per la certificazione UNI EN 13816:2002	Monitoraggio negli anni dell'evoluzione delle proprie prestazioni	Posizionamento e confronto rispetto a un benchmark su scala nazionale	Comunicare ai Clienti i risultati raggiunti, osservati da parte terza

# Aspetti della qualità

Le indagini di **Mystery Client** sono in grado di monitorare parallelamente diversi aspetti della qualità dei servizi:

- **Qualità delle infrastrutture a supporto** (comfort, pulizia, stato di manutenzione);
- **Qualità del servizio di trasporto offerto** (organizzazione, regolarità, comfort, pulizia, stato di manutenzione, sicurezza);
- **Qualità del rapporto con il cliente** (personale di terra e personale viaggiante);
- **Qualità delle informazioni offerte al cliente** (alle fermate, agli approdi, a bordo mezzo, online, real time, ecc.).

# Indicatori monitorati

Gli indicatori rilevati per il servizio automobilistico che concorrono all'indagine sono 65.

Tutti gli item compongono l'indice sintetico per tipologia di servizio (urbano, extraurbano, ferrovia, navigazione) e sono stati raggruppati nei 5 ambiti di indagine (Punti vendita, Fermate, Linee, Call Center, e Sito Web/APP) ciascuno con il proprio indice sintetico di area.

L'indice sintetico rappresenta la valutazione media di un servizio e consente di realizzare un confronto tra i diversi partecipanti.

Area	Ambito	Item
Punti vendita	a1. Visibilità Insegna	1
	a2. Attesa	1
	a4. Pulizia e Ordine	3
	a5. Cortesia e Competenza	5
Fermate	b1. Visibilità	1
	b2. Stato	1
	b3. Comunicazione	1
	b4. Pulizia e ordine	2
	b5. Fruibilità fermata	1
Linee	c1. Puntualità	2
	c2. Stato esterno	2
	c3. Pulizia mezzo	3
	c4. Stato interno	7
	c5. Comunicazione	1
	c6. Personale	3
	c7. Sicurezza	3
Call Center	d1. Attesa	3
	d3. Cortesia e competenza	5
Sito Web	e1. Sito Web: impatto grafico	2
	e4. Sito Web: Contenuti	11
App	f1. APP: impatto grafico	2
	f4. APP: contenuti	5

# Mystery Client 2021

Le attività di **Mystery Client** sono condotte al fine di monitorare in modo *anonimo* il servizio erogato dall'azienda attraverso le osservazioni di rilevatori esperti e formati, che si comportano come *normali clienti*.

Il **Cliente Misterioso** è un rilevatore che, in fase di progettazione dell'indagine, riceve una formazione specifica e risulta idoneo alla misurazione oggettiva dei parametri predisposti e da osservare, riportando sulle schede di valutazione di cui è dotato durante i monitoraggi sul campo, i singoli risultati.

URBANO	MC 2021
Numero singole corse monitorate	40
Numero singole fermate monitorate	16
Numero osservazioni Punti Vendita (U)	11
Numero chiamate call center	20
Numero osservazioni indipendenti WEB+APP (U)	4+4
<b>Totale Osservazioni</b>	<b>108</b>



## Servizi oggetto di indagine – Linee e punti vendita

L'attività di indagine del Mystery Client 2021, per il servizio urbano di Bergamo, ha riguardato le linee e punti vendita riportati nelle tabelle. L'indagine è stata fatta tra il 24/05 e l'11/06.

LINEA	AMBITO	RILEVAZIONI
5	U	11
6	U	10
8	U	11
C	U	8
TOTALE		40

PUNTO VENDITA	RILEVAZIONI
BERGAMO-ATB POINT LARGO PORTA NUOVA 16	6
BERGAMO-STAZIONE AUTOLINEE PIAZZALE STAZIONE	5
BERGAMO-TABACCHI STAZIONE PIAZZA MARCONI 11	5

# Servizio oggetto di indagine - Fermate

DATA	AZIENDA	AMBITO	LINEA	FERMATA	RILEVAZIONI
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	5	GUZZANICA 104	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	5	PORTA NUOVA	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	5	TORRE BOLDONE VIA REICH	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	5	DALMINE VIA LOCATELLI 57	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	5	DALMINE VIA LOCATELLI 71	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	8	SERiate VIALE LOMBARDIA	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	8	BORGO PALAZZO TEB	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	8	VIA BORGO PALAZZO PORTONE DEL DIAVOLO	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	C	LORETO	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	C	PORTA NUOVA	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	C	PIAZZA LIBERTA'	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	C	VIA XXIV MAGGIO	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	C	OSPEDALE	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	C	VIA PETRARCA 12 BANCA D'ITALIA	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	6	COLOGNOLA	1
MC 2021	BERGAMO - ATB	U	6	S COLOMBANO	1

# Criteri di valutazione

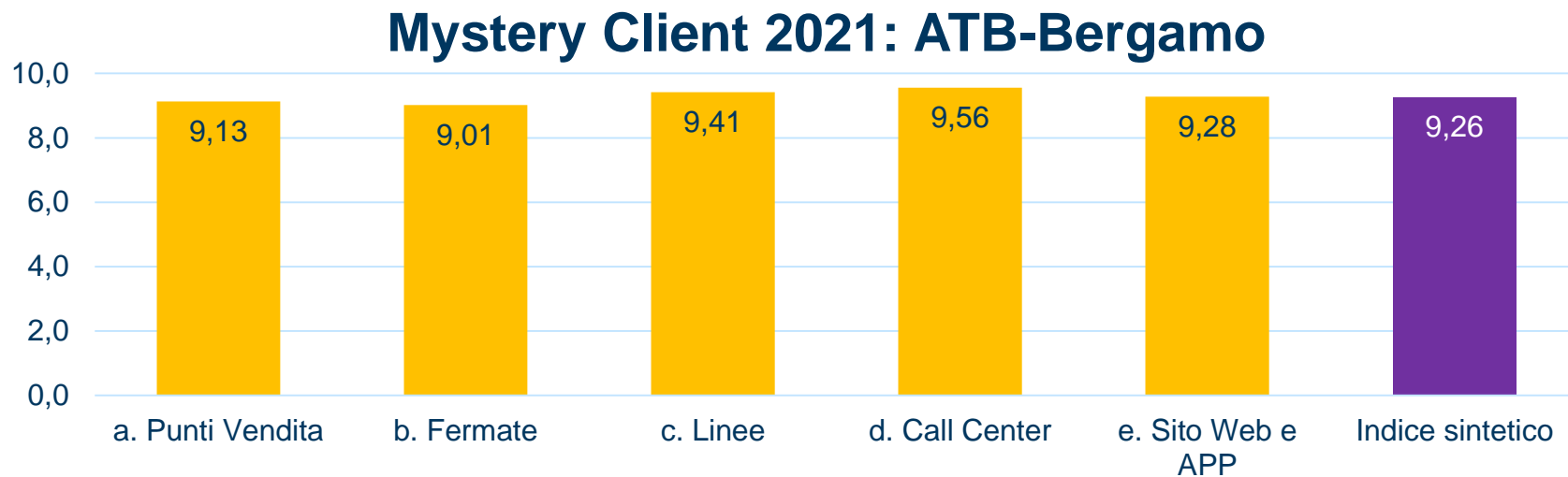
La valutazione degli ambiti di indagine prevede l'attribuzione di un voto da 1-10 per gli item considerati nella media, applicando il modello di pesatura presentato.

ATB Bergamo ottiene relativamente al bacino urbano una valutazione pari a **9,26**.

2021		
AREA	AMBITO	ATB BERGAMO <i>Urbano</i>
a. Punti Vendita	a1. Visibilità Insegna	10,00
	a2. Attesa	9,50
	a4. Pulizia e Ordine	8,37
	a5. Cortesia e Competenza	8,84
	<b>MEDIA</b>	<b>9,13</b>
b. Fermate	b1. Visibilità	10,00
	b2. Stato	10,00
	b3. Pulizia e ordine	8,82
	b4. Comunicazione	9,38
	b5. Fruibilità fermata	7,38
<b>MEDIA</b>	<b>9,01</b>	
c. Linee	c1. Puntualità e regolarità	10,00
	c2. Stato esterno	9,23
	c3. Stato interno	9,41
	c4. Pulizia mezzo	8,13
	c5. Comunicazione	10,00
	c6. Personale	9,26
	c7. Sicurezza	9,58
<b>MEDIA</b>	<b>9,41</b>	
d. Call Center	d1. Attesa	9,88
	d3. Cortesia e competenza	9,08
	<b>MEDIA</b>	<b>9,56</b>
e. Sito Web e APP	e1. Sito Web: Contenuti	9,27
	e4. Sito Web: Impatto grafico	9,25
	f1. APP: Contenuti	9,20
	f4. APP: Impatto grafico	9,41
	<b>MEDIA</b>	<b>9,28</b>
<b>Media complessiva</b>		<b>9,26</b>

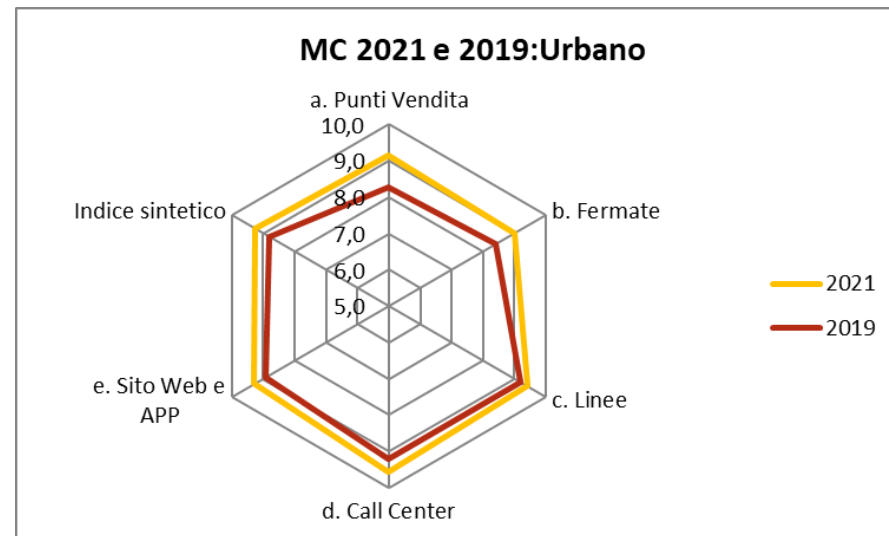
# Valutazione sintetica

L'indice sintetico di ATB risulta essere circa 9,3; tutte le aree analizzate risultano eccellenti.



# Confronto edizioni 2021-2019

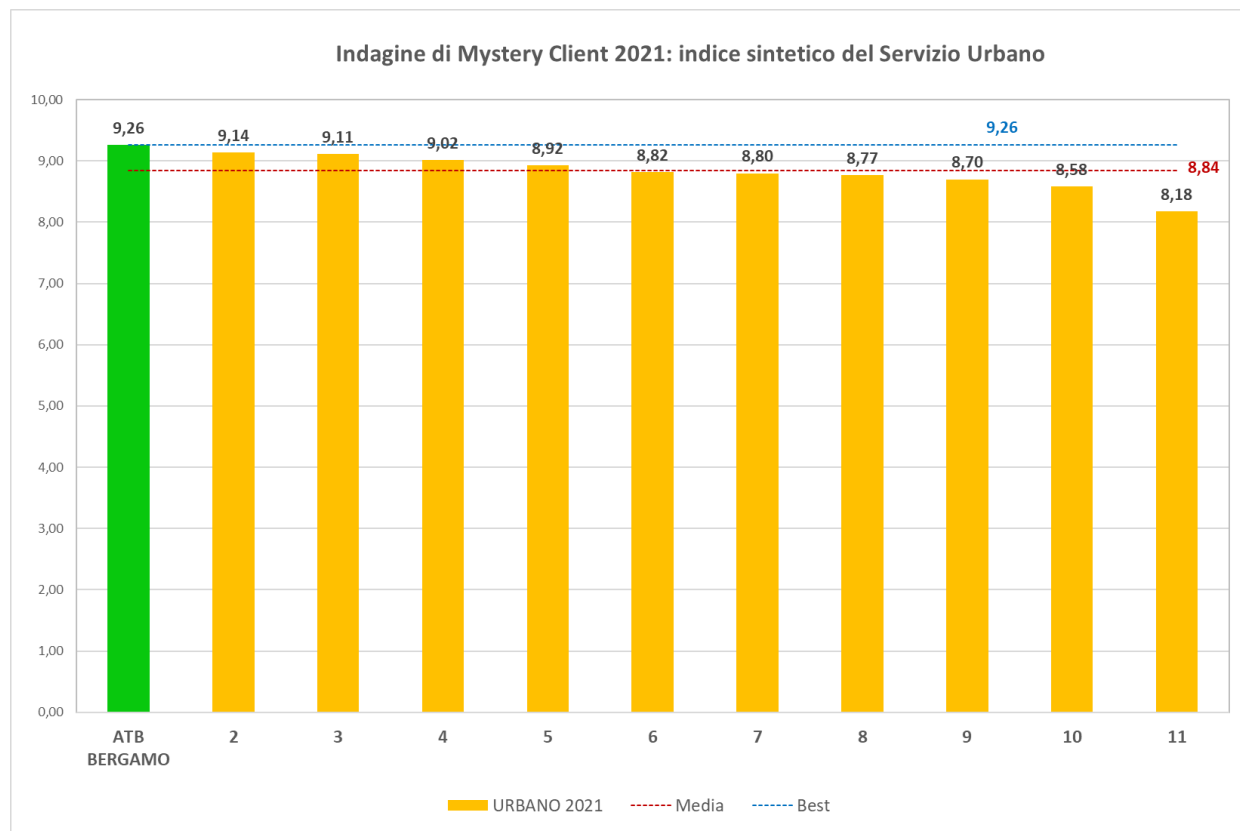
Rispetto alla passata edizione del Mystery Client ATB migliora le sue prestazioni rispetto ad ogni area. In particolare, il miglior margine di miglioramento è relativo alla sezione punti vendita e alle fermate.



# Valutazione dell'azienda

AREA	AMBITO	2021		
		ATB BERGAMO	MEDIA PANEL	BEST PANEL
		<i>Urbano</i>	<i>Urbano</i>	<i>Urbano</i>
a. Punti Vendita	a1. Visibilità Insegna	10,00	9,92	10,00
	a2. Attesa	9,50	9,34	10,00
	a4. Pulizia e Ordine	8,37	8,53	8,79
	a5. Cortesia e Competenza	8,84	8,25	9,15
	<b>MEDIA</b>	<b>9,13</b>	<b>8,87</b>	<b>9,13</b>
b. Fermate	b1. Visibilità	10,00	9,55	10,00
	b2. Stato	10,00	9,61	10,00
	b3. Pulizia e ordine	8,82	7,80	8,82
	b4. Comunicazione	9,38	9,19	10,00
	b5. Fruibilità fermata	7,38	8,25	9,63
	<b>MEDIA</b>	<b>9,01</b>	<b>8,84</b>	<b>9,32</b>
c. Linee	c1. Puntualità e regolarità	10,00	10,00	10,00
	c2. Stato esterno	9,23	8,40	9,23
	c3. Stato interno	9,41	9,24	9,41
	c4. Pulizia mezzo	8,13	7,53	8,13
	c5. Comunicazione	10,00	9,98	10,00
	c6. Personale	9,26	8,65	9,26
	c7. Sicurezza	9,58	9,39	9,58
	<b>MEDIA</b>	<b>9,41</b>	<b>9,12</b>	<b>9,41</b>
d. Call Center	d1. Attesa	9,88	9,78	9,92
	d3. Cortesia e competenza	9,08	8,18	9,43
	<b>MEDIA</b>	<b>9,56</b>	<b>9,14</b>	<b>9,65</b>
e. Sito Web e APP	e1. Sito Web: Contenuti	9,27	8,02	9,27
	e4. Sito Web: Impatto grafico	9,25	8,59	9,50
	f1. APP: Contenuti	9,20	6,24	9,20
	f4. APP: Impatto grafico	9,41	8,89	9,75
	<b>MEDIA</b>	<b>9,28</b>	<b>7,95</b>	<b>9,28</b>
<b>Media complessiva</b>		<b>9,26</b>	<b>8,84</b>	<b>9,26</b>

# Posizionamento dell'azienda: servizio urbano



# Confronto edizioni 2021-2019: fermate e linee

		URBANO		URB
		2021	2019	Δ
<b>Totale complessivo</b>		<b>9,26</b>	<b>8,84</b>	<b>0,42</b>
AREA	AMBITO	URBANO		URB
		2021	2019	Δ
<b>b. Fermate</b>	b1. Visibilità	10,00	9,38	▲0,63
	b2. Stato	10,00	9,38	▲0,63
	b3. Pulizia e ordine	8,82	8,45	▲0,37
	b4. Comunicazione	9,38	9,38	▬0,00
	b5. Fruibilità fermata	7,38	6,25	▲1,13
	<b>TOTALE</b>	<b>9,01</b>	<b>8,41</b>	<b>▲0,61</b>
<b>c. Linee</b>	c1. Puntualità	10,00	8,83	▲1,17
	c2. Stato esterno	9,23	9,69	▼0,46
	c3. Stato interno	9,41	9,42	▼0,01
	c4. Pulizia mezzo	8,13	8,70	▼0,57
	c5. Comunicazione	10,00	10,00	▬0,00
	c6. Personale	9,26	9,69	▼0,43
	c7. Sicurezza	9,58	9,20	▲0,38
	<b>TOTALE</b>	<b>9,41</b>	<b>9,20</b>	<b>▲0,21</b>



# Confronto edizioni 2021-2019: punti vendita, call center, sito e app

AREA	AMBITO	2021	2019	URB △
a. Punti Vendita	a1. Visibilità Insegna	10,00	10,00	0,0
	a2. Attesa ed emettitrici	9,50	10,00	-0,5
	a4. Pulizia e Ordine	8,37	7,00	1,4
	a5. Cortesia e Competenza	8,84	6,96	1,9
	<b>TOTALE</b>	<b>9,13</b>	<b>8,27</b>	<b>0,9</b>
d. Call Center	d1. Attesa	9,88	9,82	0,1
	d3. Cortesia e competenza	9,08	8,25	0,8
	<b>TOTALE</b>	<b>9,56</b>	<b>9,19</b>	<b>0,4</b>
e. Sito Web e APP	e1. Sito Web: Contenuti	9,27	8,88	0,4
	e4. Sito Web: Impatto grafico	9,25	9,38	-0,1
	f1. APP: Contenuti	9,20	8,02	1,2
	f4. APP: Impatto grafico	9,41	9,48	-0,1
	<b>TOTALE</b>	<b>9,28</b>	<b>8,92</b>	<b>0,4</b>

# Confronto sugli ultimi 5 anni

Area	2017		2018		2019		2020		2021	
	Indice	Posizionamento	Indice	Posizionamento	Indice	Posizionamento	Indice	Posizionamento	Indice	Posizionamento
a. Punti Vendita	7,97	2	7,23	1	8,27	1			9,13	1
b. Approdi	8,56		8,70		8,41		9,01			
c. Linee	8,85		8,72		9,20		9,41			
d. Call Center	9,12		9,08		9,19		9,56			
e. Sito Web e API	7,73		9,01		8,92		9,28			
Indice sintetico	<b>8,49</b>		<b>8,55</b>		<b>8,84</b>		<b>9,26</b>			