



Mediacom

Customer Operations Process

BU Indagini Statistiche & Ricerche di Mercato

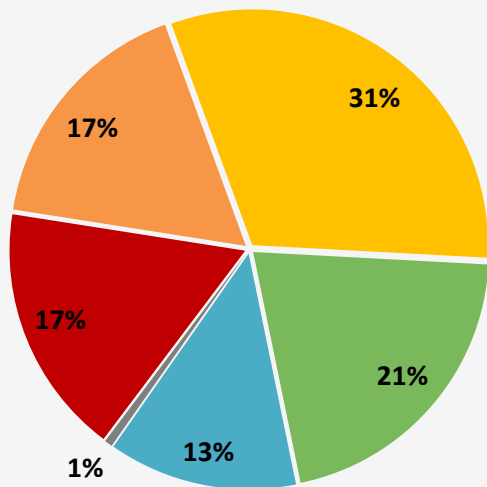
- **Titolo:** *Indagine di Customer Satisfaction – Caltaqua, Acque di Caltanissetta S.P.A.*
- **Settore:** *Servizio Idrico*
- **Periodo di riferimento:** *Anno 2021*



Customer Satisfaction – Caltaqua

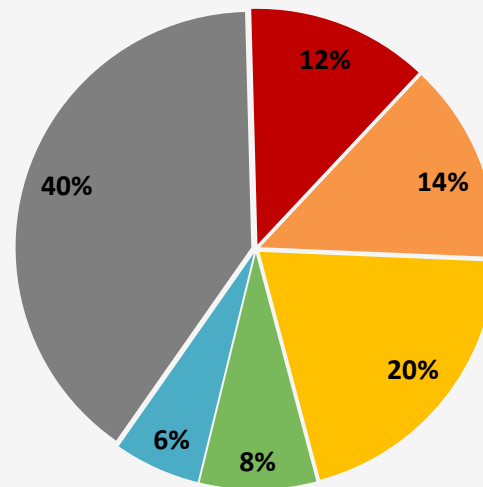
Valutazione complessiva (1/4)

Come valuta in generale il servizio idrico erogato da Caltaqua?



■ Non sa ■ Pessimo ■ Regolare ■ Buono ■ Molto buono ■ Eccellente

Come valuta in generale il servizio idrico erogato da Caltaqua rispetto ad altri gestori?



■ Non sa ■ Pessimo ■ Regolare ■ Buono ■ Molto buono ■ Eccellente



Customer Satisfaction – Caltaqua

Valutazione complessiva (2/4)

Suddivisione per comune valutazione complessiva

Comune	Non sa	1 Pessima	2 Regolare	3 Buona	4 Molto Buona	5 Eccellente
Acquaviva Platani			11,1%	22,2%	55,6%	11,1%
Bompensiere				40,0%	20,0%	40,0%
Butera		16,7%	10,0%	20,0%	33,3%	20,0%
Caltanissetta	,8%	9,0%	16,9%	34,2%	26,7%	12,4%
Campofranco		17,6%	17,6%	47,1%	11,8%	5,9%
Delia		5,6%	22,2%	27,8%	22,2%	22,2%
Gela		36,7%	18,1%	30,2%	8,0%	7,0%
Marianopoli				33,3%	33,3%	33,3%
Mazzarino		36,2%	14,5%	26,1%	17,4%	5,8%
Milena		6,7%	13,3%	13,3%	33,3%	33,3%
Montedoro			11,1%	22,2%	44,4%	22,2%
Mussomeli		9,7%	17,7%	29,0%	27,4%	16,1%
Niscemi		21,6%	22,7%	33,0%	12,4%	10,3%
Resuttano		7,1%	7,1%	28,6%	50,0%	7,1%



Customer Satisfaction – Caltaqua

Valutazione complessiva (3/4)

Suddivisione per comune valutazione complessiva

Comune	Non sa	1 Pessima	2 Regolare	3 Buona	4 Molto Buona	5 Eccellente
Riesi	1,9%	11,1%	22,2%	31,5%	25,9%	7,4%
S.Cat. Villamosa	3,2%	3,2%	3,2%	35,5%	32,3%	22,6%
S.Cataldo		12,5%	19,6%	32,1%	19,6%	16,1%
Serradifalco		9,1%	9,1%	40,9%	27,3%	13,6%
Sommatino		10,0%	6,7%	53,3%	13,3%	16,7%
Sutera	9,1%	27,3%	18,2%	18,2%	18,2%	9,1%
Vallelunga		6,3%	37,5%	12,5%	12,5%	31,3%
Villalba	11,1%		11,1%	11,1%	22,2%	44,4%

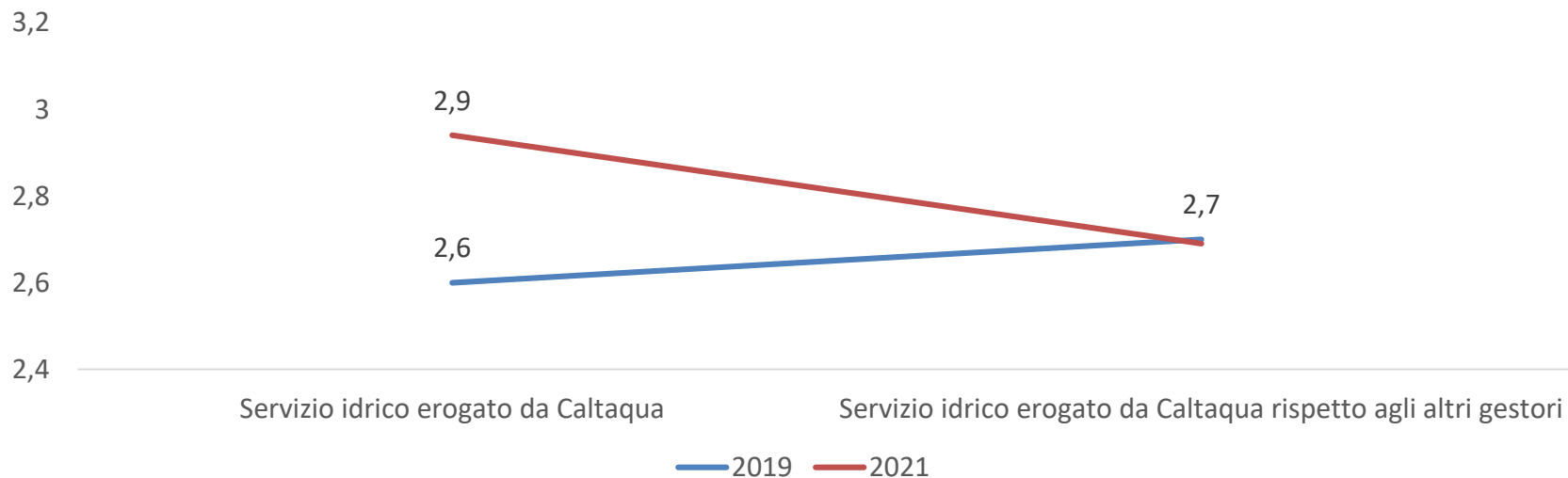


Customer Satisfaction – Caltaqua

Valutazione complessiva (4/4)

Calcolando gli indici di valor medio e confrontandoli con gli stessi ottenuti nel 2019 si può notare come il giudizio complessivo sul **Servizio idrico erogato da Caltaqua** sia migliorato nel 2021 mentre la valutazione del **Confronto rispetto agli altri gestori** è rimasta uguale negli anni.

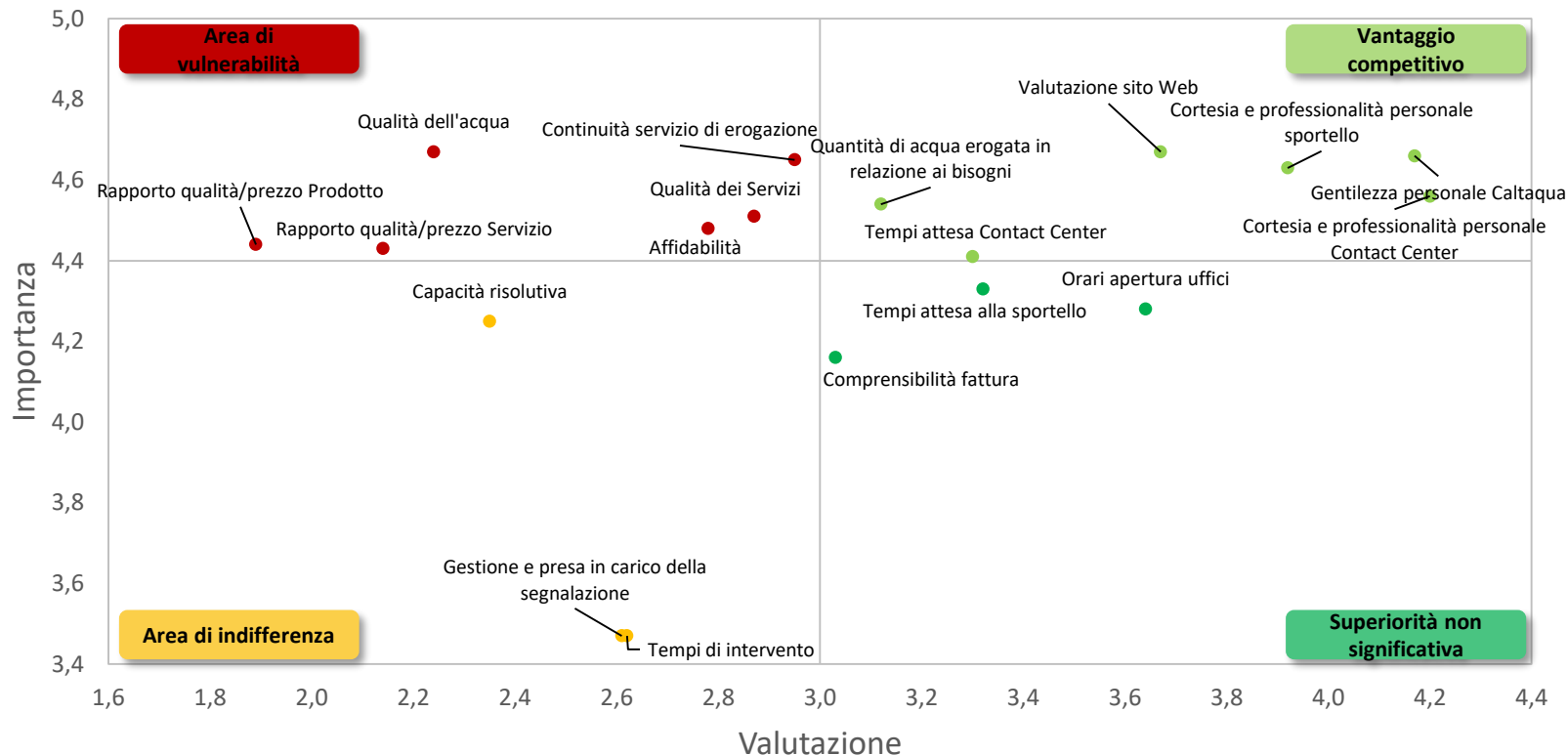
Raffronto 2019 - 2021





Customer Satisfaction – Caltaqua

Mappa di posizionamento





Abbassare i
prezzi

Migliorare
continuità del
servizio

Migliorare qualità
dell'acqua

Migliorare il
servizio in
generale

Ascoltare di
più i cittadini

Migliorare
tempestività
interventi

Rapporto
qualità/prezzo
pessimo

Migliorare
comunicazione ai
cittadini



- Gli aspetti più positivi e giudicati in modo favorevole dall'utenza risultano essere quelli relativi ai canali di contatto sia fisici che non. Infatti **gli Orari di apertura degli uffici**, i **Tempi di attesa alla sportello**, la **Cortesìa e professionalità del personale allo sportello**, i **Tempi di attesa del Contact Center**, la **Cortesìa e professionalità del personale Contact Center**, la **Valutazione sito Web** e la **Gentilezza del personale Caltaqua** riscontrano **tutti una valutazione superiore** alla valutazione media generale **pari a 3**. Nella **mappa di posizionamento** questi aspetti si posizionano nei quadranti positivi e cioè sono fattori che portano **«Vantaggio competitivo»** o che rilevano comunque **una superiorità** però non significativa **data da una minor importanza percepita** dai cittadini.
- Aspetti che invece sarebbero da migliorare con valori **simili o poco al di sotto della media** sono **Qualità dei servizi**, **Affidabilità**, **quantità di acqua erogata in relazione ai bisogni** e **continuità del servizio di erogazione**. Tutti questi aspetti **sono molto importanti per i cittadini** e infatti analizzando **la mappa di posizionamento** li ritroviamo, anche se di poco, tutti nell'area di **vulnerabilità**.
- Gli aspetti **più critici** del servizio risultano essere **la qualità dell'acqua**, **il rapporto qualità/prezzo sia in base al prodotto che al servizio**, e **la risoluzione delle problematiche**. Qui i cittadini hanno **dato valutazioni molto basse** rispetto alla media e, mentre per la risoluzione delle problematiche l'importanza non è elevata ed infatti si posiziona nell'area di indifferenza, i fattori riguardanti la qualità dell'acqua, il rapporto qualità/prezzo e la qualità dei servizi **riscontrano tutte un'importanza elevata** e quindi vanno a posizionarsi nelle aree di **vulnerabilità**.
- **Avere una maggior comunicazione con il cittadino**, **abbassare i prezzi** e **migliorare la qualità dell'acqua** le richieste maggiori fatte dai rispondenti e che rispecchiano anche le valutazioni date sui diversi fattori di servizio e **su cui l'Azienda potrebbe lavorare per migliorare la soddisfazione**.

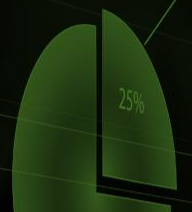
Projected sales of main products in 2013



Mediacom
Customer Operations Process

Product	Sale	Buy	%
Gold	\$501.00	\$488.19	32.20%
Copper	\$370.00	\$516.03	3.00%
Steel	\$491.00	\$517.26	39.80%
Beryllium	\$371.00	\$643.21	31.00%
Manganese	\$205.00	\$455.59	22.80%
Aluminum	\$539.00	\$240.26	17.20%
Chromi	\$592.00	\$678.06	25.80%
Nickel	\$574.00	\$820.81	38.60%
Bauxite	\$369.00	\$697.88	21.60%
Cotton	\$190.00	\$597.74	37.40%
Flax	\$280.00	\$297.22	3.40%
Textiles	\$107.00	\$116.63	9.00%
Wool	\$135.00	\$192.19	23.40%
Fur	\$280.00	\$316.40	13.60%
Sateen	\$181.00	\$197.85	9.20%
Silk	\$188.00	\$198.53	6.0%
Oil	\$204.00	\$1105.85	30.0%

Share of market activity



Changes in the activity of the active and passive market is uncertain. Established positive trends in various market segments.



N FEB



ISO 27001 REGISTERED



© Mediacom Srl
All Rights Reserved

www.soluzionimediacom.com

