

Report sulla Customer Satisfaction

Anno 2017

Indice

Premessa.....	pag. 2
Formazione.....	pag. 6
Consulenza.....	pag. 14
Orientamento.....	pag. 21



1. Premessa e analisi soddisfazione generale

L'indagine di Customer Satisfaction¹, relativa all'anno solare 2017 sui fruitori dei servizi di Ciessevi, Centro Servizi per il Volontariato nella Città Metropolitana di Milano, ha avuto l'obiettivo di valutare la qualità del servizio erogato anche al fine di individuare eventuali punti critici, pianificare le azioni di miglioramento e stabilire i futuri obiettivi in maniera più mirata alle esigenze dei propri utenti.

I servizi per i quali sono stati predisposti la rilevazione sono:

- ↳ La consulenza
- ↳ La formazione
- ↳ L'orientamento
- ↳ L'organizzazione di eventi
- ↳ La logistica (affitto spazi)

In totale sono stati raccolti ed elaborati n° **834** questionari distribuiti come illustrato dalla tabella seguente.

Tabella 1

Servizio erogato	2013	2014	2015	2016	2017
Formazione	401	360	831	659	691
Eventi	0	218	7	12	0
Consulenza	69	77	23	108	64
Orientamento	32	72	36	47	76
Logistica	1	1	0	2	3

Da una prima analisi dei dati raccolti, la formazione rappresenta il servizio che coinvolge al meglio gli utenti nella valutazione della prestazione ricevuta, seguiti dall'orientamento e consulenza. Si registra un aumento nei numeri di questionari raccolti per il servizio di orientamento, mentre la consulenza vede un forte calo dei questionari raccolti rispetto all'anno precedente, rimangono marginali i questionari raccolti riguardanti gli eventi e la logistica.

Entrando nel merito dei risultati, la soddisfazione poteva essere espressa su una scala da **1** (per niente soddisfatto) a **6** (molto soddisfatto). Per comprendere meglio la distribuzione delle risposte sarà tenuta in considerazione anche la suddivisione **1-3** (per niente / poco soddisfatto) e la suddivisione **4-6** (abbastanza / molto soddisfatto) per meglio comprendere se il gradimento ha una connotazione negativa o positiva.

Una prima importante considerazione da sottolineare è la presenza di un'elevata soddisfazione per tutti i servizi offerti. Infatti, la soddisfazione media su tutti i servizi analizzati si colloca nella fascia 4-6.

Tabella 2

¹ La soddisfazione del cliente (in lingua inglese **customer satisfaction**), in economia, indica l'insieme di tecniche e comportamenti da adottare per massimizzare la soddisfazione della clientela.

Servizio Erogato	Soddisfazione media 2015	Soddisfazione media 2016	Soddisfazione media 2017
Formazione	5,3	5,4	5,4
Eventi	5,8	5,2	Np
Consulenza	5,4	5,6	5,7
Orientamento	5,6	5,7	5,8
Logistica	Np	Np	Np
Documentazione	Np	Np	Np
Media Ponderata	5,4	5,4	5,5

Tabella 3

Competenza degli operatori	Soddisfazione media 2015	Soddisfazione media 2016	Soddisfazione media 2017
Formazione	5,4	5,4	5,5
Eventi	Np	5,2	Np
Consulenza	5,7	5,9	5,9
Orientamento	5,6	5,8	5,9
Logistica	Np	Np	Np
Documentazione	Np	Np	Np
Media Ponderata	5,6	5,5	5,6

In particolare in tutti i servizi erogati troviamo un livello di soddisfazione molto alto. La competenza degli operatori della consulenza e degli orientatori è riconosciuta e sentita quanto l'accoglienza e cortesia degli operatori negli orientamenti. Appena sotto la valorizzazione della stessa dagli utenti² di formazione.

Tabella 4

Accoglienza e cortesia degli operatori	Soddisfazione media 2015	Soddisfazione media 2016	Soddisfazione media 2017
Formazione	5,5	5,6	5,6
Eventi	5,4	5,4	Np
Consulenza	5,4	5,7	5,8
Orientamento	5,7	5,9	5,9
Logistica	Np	Np	Np
Documentazione	Np	Np	Np
Media Ponderata	5,5	5,6	5,6

Al contrario i materiali consegnati hanno riscosso minor soddisfazione, anche se comunque la soddisfazione media ha una valenza positiva.

Tabella 5

Materiali Consegnati	Soddisfazione media 2015	Soddisfazione media 2016	Soddisfazione media 2017
Formazione	4,9	5,1	5,2
Eventi	5,6	4,6	Np
Consulenza	4,3	5,2	5,2

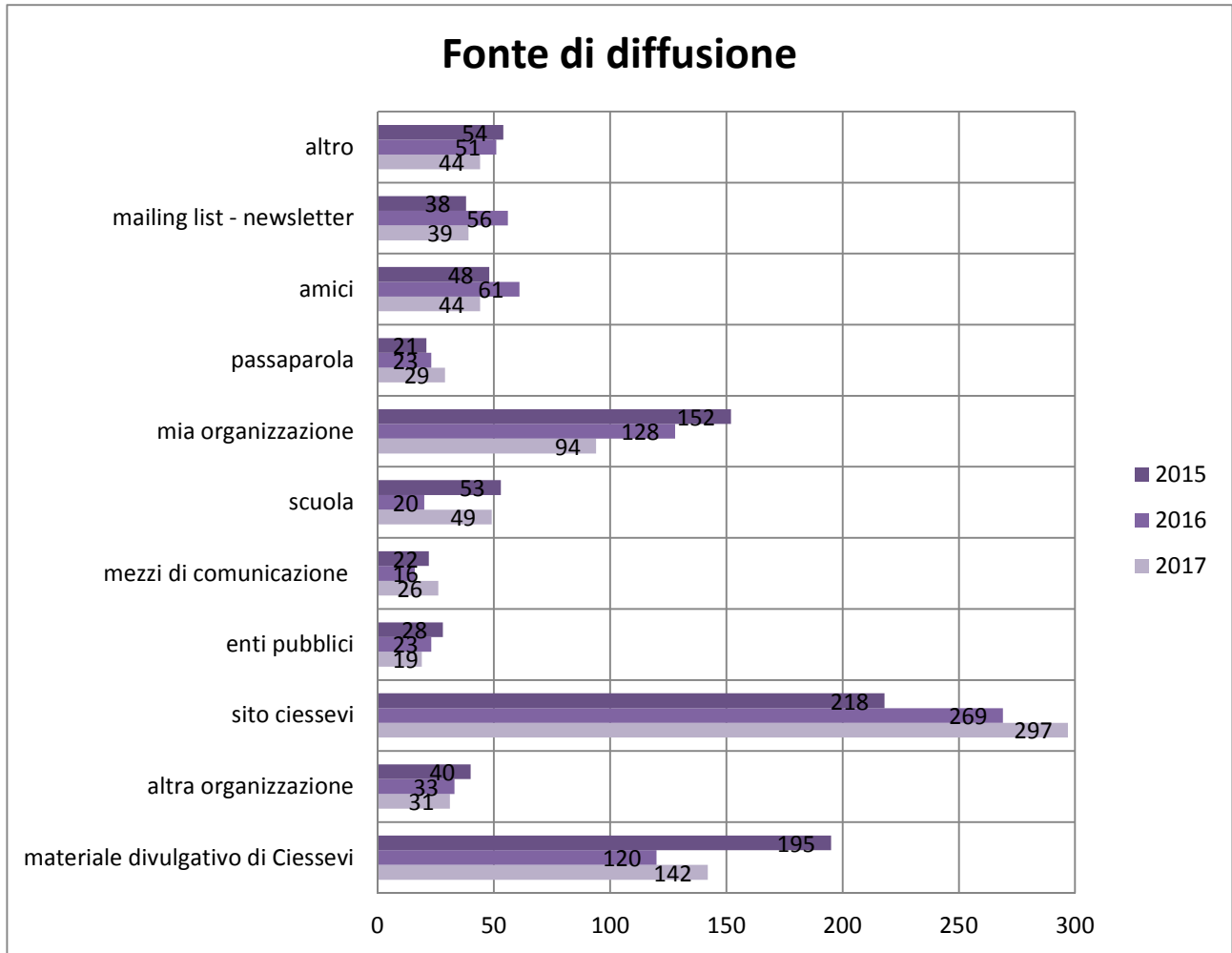
² L'utente è colui che usufruisce di un bene o di un servizio

Orientamento	domanda non presente		
Logistica	domanda non presente		
Documentazione	domanda non presente		
Media Ponderata	4,6	4,9	5,2

Per quanto riguarda la principale fonte di diffusione delle attività offerte, il materiale divulgativo di Ciessevi e il sito istituzionale rappresentano un canale importante. Dal grafico però si evince come anche la risposta "mia organizzazione" sia una variabile significativa. Ha registrato un notevole incremento la voce "Mailing list³ - Newsletter⁴".

Grafico

1



Gli utenti che principalmente hanno usufruito dei servizi offerti appartengono a Organizzazioni di Volontariato iscritte al registro⁵ (328), seguiti dalle associazioni senza scopo di lucro⁶ (121), dalle associazioni di promozione sociale⁷ e da altro (86).

³ La **mailing list** è un servizio/strumento che si può offrire verso vari utenti e costituito da un sistema organizzato per la partecipazione di più persone ad una discussione o per la distribuzione di informazioni utili agli interessati/iscritti attraverso l'invio di email ad una lista di indirizzi di posta elettronica.

⁴ La **newsletter** è un notiziario scritto o per immagini diffuso periodicamente per posta elettronica.

⁵ Le **associazioni di volontariato** sono enti che prestano attività di volontariato e sono disciplinate alla legge-quadro sul volontariato n. 266/1991.

⁶ Una **associazione senza scopo di lucro** è un ente che, non avendo scopi di lucro e, non essendo destinata alla realizzazione di profitti, reinveste gli utili interamente per gli scopi organizzativi.

Tabella 6

Utenti	Formazione	Consulenza	Orientamento	Totale
Odv iscritta al registro	312	15	1	328
Odv non iscritta al registro	38	6	0	44
O.N.G.	8	1	0	9
Ass. Promozione Sociale	77	7	2	86
Ass. senza scopo di lucro	106	15	0	121
Pro Loco	1	0	0	1
Gruppo informale	2	3	0	5
Ente Pubblico	10	1	0	11
Coop Sociale	8	1	0	9
Ente ecclesiastico	3	1	0	4
Ente profit	6	2	0	8
Fondazione	14	0	1	15
Scuola	10	1	1	12
Altro	82	2	2	86
Nessun ente	33	6	19	58
TOTALE	710	61	26	797

Nei paragrafi successivi saranno analizzati i dati raccolti per singolo servizio erogato.

⁷ Per **associazioni di promozione sociale** in diritto si intendono delle associazioni riconosciute e non riconosciute, movimenti, e le altre aggregazioni sociali costituite al fine di svolgere attività di utilità sociale a favore di associati o terzi, senza finalità di lucro

2. Formazione

Università del Volontariato® è un progetto nato nel 2012 in **Ciessevi** a Milano.

L'Università del volontariato® è anche un esempio virtuoso di rete e di servizi è un progetto appoggiato e promosso anche dalla rete nazionale dei Centri di Servizio al Volontariato CSVnet e condiviso con altri CSV italiani.

Nel 2014 a **Treviso** e **Bologna** nascono le prime due sedi, mentre dal 2016 sono state inaugurate le sedi di **Salerno** e **Cosenza** e infine **Bari** e **Ferrara**. Tutte le sedi condividono con Milano non solo l'impianto didattico, ma anche le possibili innovazioni e le ipotesi di miglioramento, vedendo i rispettivi Centri Servizi per il Volontariato (**Volontarinsieme Treviso, Volabo Bologna, Sodalis Salerno, Volontà Solidali Cosenza, San Nicola Bari e Agire Sociale Ferrara**) creare territorialmente con le Università locali l'offerta formativa più pertinente ai propri territori.

L'università del volontariato si articola in un **percorso universitario** (riservato a volontari e aspiranti volontari; i corsisti selezionati dovranno frequentare tre corsi base obbligatori e tre corsi specialistici a libera scelta. Inoltre dovranno svolgere uno stage finale e l'elaborazione di una tesina. Il percorso porta al rilascio del Diploma dell'Università del volontariato, che attesta una preparazione seria e corposa sui temi del volontariato e dell'operare nelle organizzazioni del Terzo Settore.), **corsi tematici** (sono corsi aperti a tutti, innovativi, divertenti, pratici, spendibili nell'organizzazione d'appartenenza o per cultura personale, distribuiti in tutto l'anno accademico



COM'È STRUTTURATA L'UNIVERSITÀ DEL VOLONTARIATO®?



Alcuni dati

5 anni accademici conclusi
8.361 volontari corsisti
3.356 ore di formazione erogati
252 corsi di formazione realizzati
35 enti partner



Percorso universitario completo

max 25 corsisti
3 corsi obbligatori (32 ore totali: 3 sabati 9.00/18.00, 2 domeniche 9.00/13.00)
3 corsi specialistici a libera scelta
20 ore stage in un Ente del Terzo Settore
1 tesina conclusiva



Corsi specialistici

Sono corsi di monte ore variabile, aperti a tutti, innovativi, divertenti, pratici, spendibili nell'organizzazione d'appartenenza o per cultura personale, distribuiti in tutto l'anno accademico e frequentabili in orario serale o nei fine settimana.



Master Univol

Sono stati attivati 4 tipologie:
- Per dirigenti del terzo settore (45 ore)
- "Diventa formatore d'eccellenza" (40 ore)
- Coordinare e gestire volontari e personale dipendente (2016/17)
- Master di progettazione (36 ore + FAD)



Seminari d'approfondimento

Sono incontri su temi specifici e convegni aperti agli studenti dell'Università del Volontariato ed a tutti coloro (volontari o aspiranti volontari) che sono interessati ad approfondire alcune tematiche d'attualità.



Corsi tematici o co-progettati

Sono realizzati su richiesta di reti territoriali o in collaborazione con alcuni partner dell'Università del volontariato.



Per informazioni:

www.univol.it
formazione@ciessevi.org
02 45475855

dell'Università, e per lo più frequentabili in orario serale o nei fine settimana), **seminari e serate di approfondimento** (nel corso dell'anno accademico saranno proposti seminari su temi specifici e convegni aperti agli studenti dell'Università ed a tutti quei dirigenti di organizzazioni, collaboratori, volontari interessati a parteciparvi), **formazione alle reti tematiche o territoriali** (in alcune sedi, accanto alle proposte di corsi specialistici realizzati presso la sede, è possibile programmare corsi sui diversi territori in qualsiasi momento dell'anno, a seguito di richieste di reti di volontariato locale o di organizzazioni in partnership).

In tutta Italia **Università del Volontariato** mantiene le proprie caratteristiche:

- Prende l'avvio da una **analisi dei bisogni formativi** del territorio
- Realizza **partnership** con Università ed enti di formazione di comprovata esperienza
- Utilizza **metodologie didattiche laboratoriali** che valorizzino l'esperienza
- Prevede **orari e giornate che favoriscano la partecipazione dei volontari**
- Affianca ai volontari **tutor individuali** che accompagnino il percorso
- **Valuta il percorso** in tutte le sue fasi

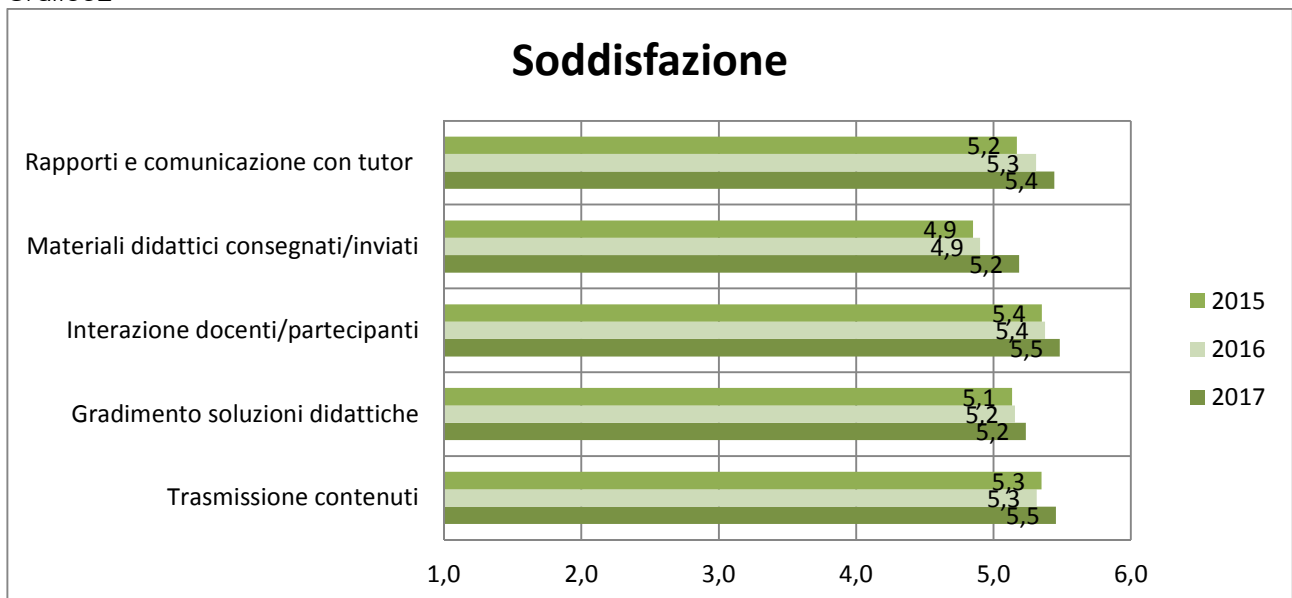
E' raggiungibile al sito internet <http://www.univol.it>

In questa sezione sono stati analizzati i dati emersi dai questionari di customer satisfaction circa le attività di formazione erogate da Ciessevi. In totale sono stati raccolti **691** questionari.

Complessivamente è stato espresso un alto livello di gradimento circa le attività. Alla domanda "Complessivamente quanto ti senti soddisfatto del servizio" la **media del gradimento è di 5,4**.

I grafici di seguito riportati mostrano il valore medio sul totale dei questionari.

Grafico2



Di seguito il grafico illustra la percentuale di utenti che si è dichiarato soddisfatto sui diversi item (raggruppamento frequenze 4, 5, 6)

Grafico 2bis

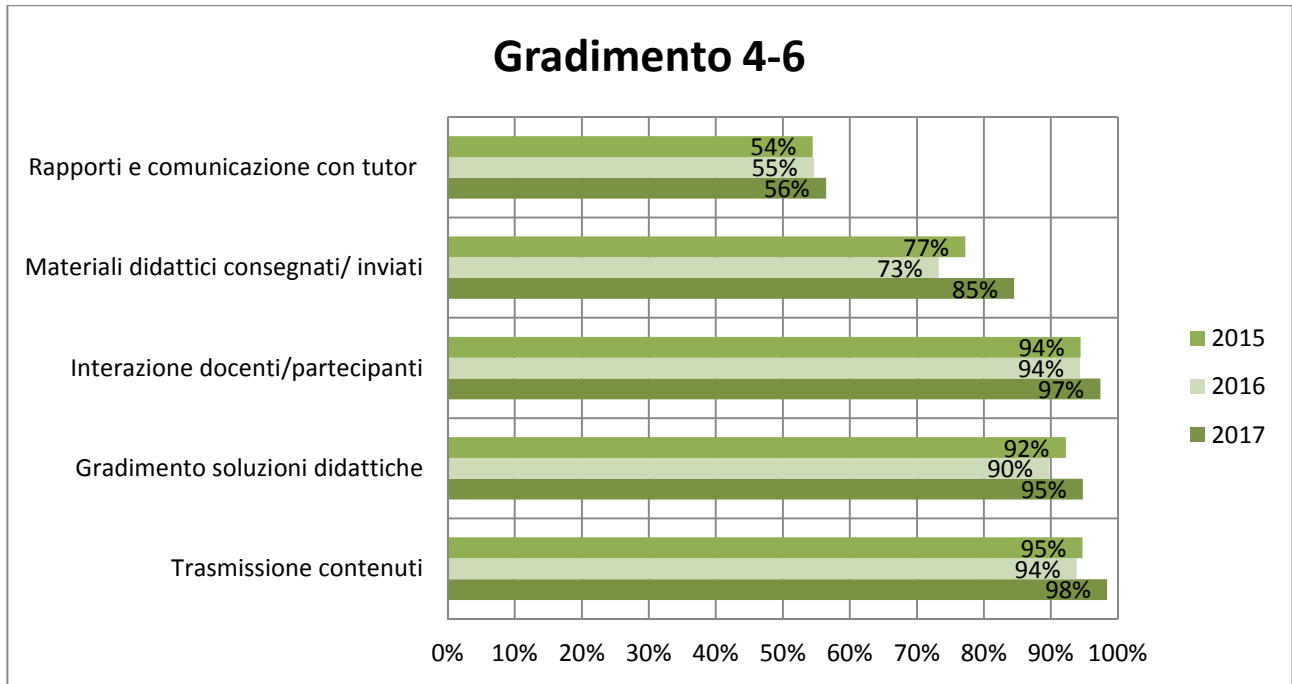
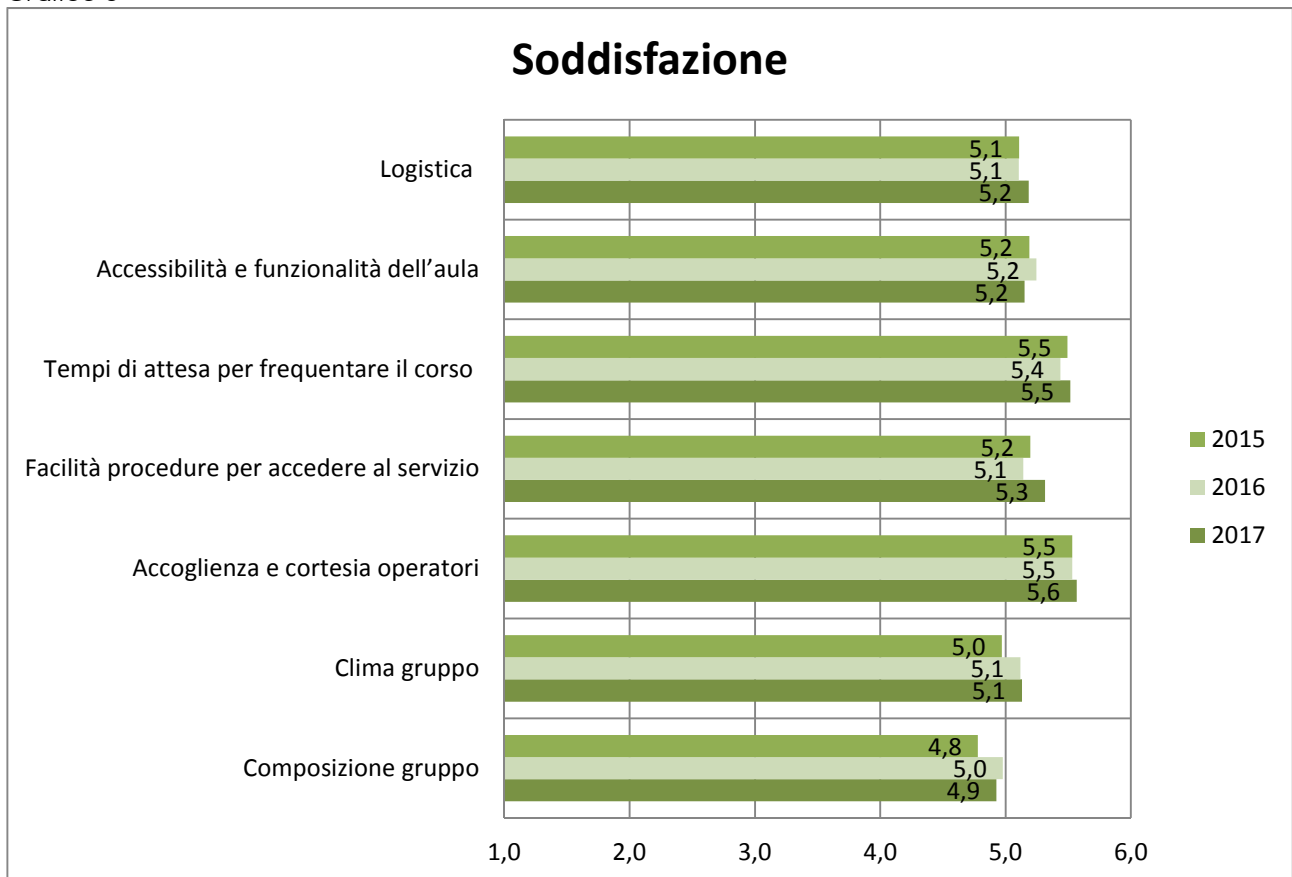
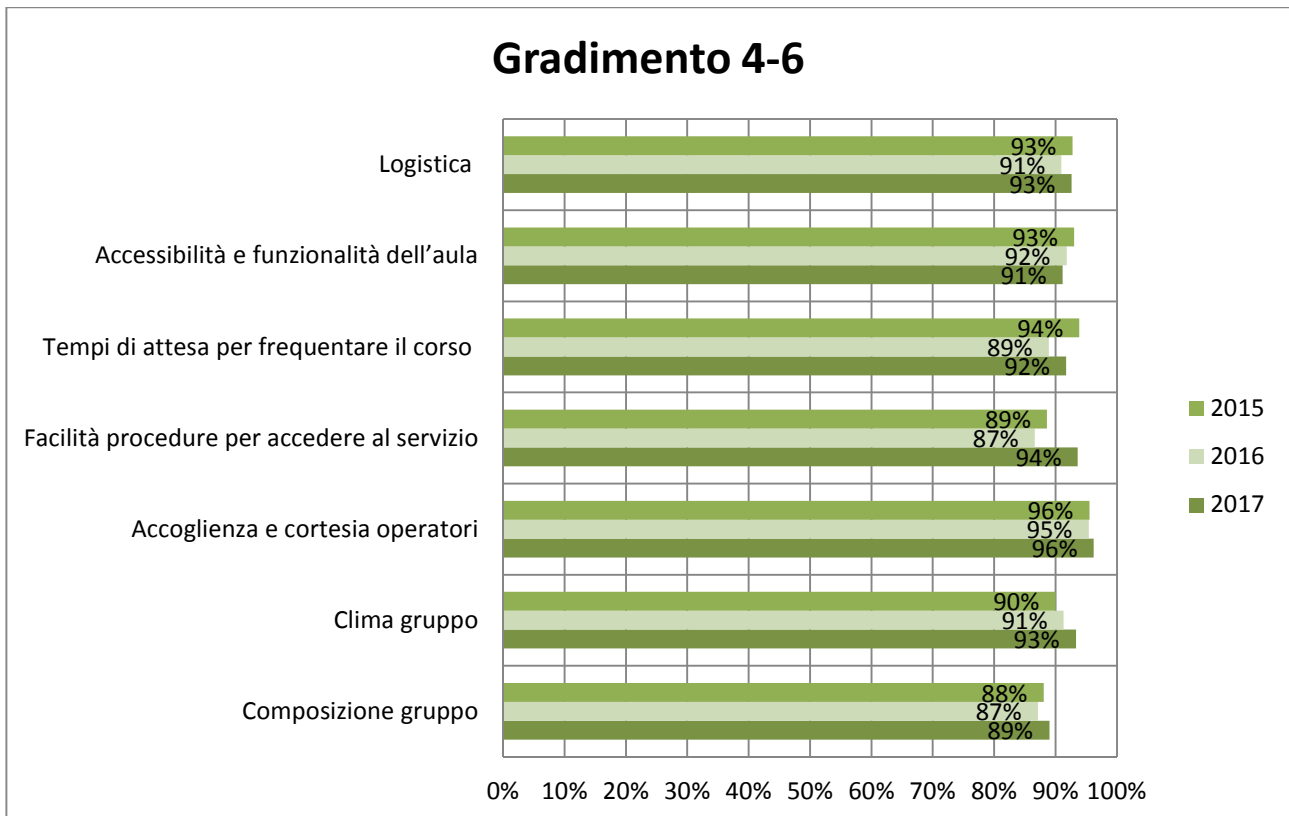


Grafico 3



Di seguito il grafico illustra la percentuale di utenti che si è dichiarato soddisfatto sui diversi item (raggruppamento frequenze 4, 5, 6)

Grafico 3bis



Riassumendo i dati delle due tabelle, l'elemento con il minor grado di soddisfazione è la composizione del gruppo (4,9) seguito dal clima del gruppo (5,1), dalla logistica (5,2) e dall'accessibilità e funzionalità dell'aula (5,2), mentre ciò che è stato particolarmente gradito sono accoglienza e cortesia degli operatori (5,6) e i tempi di attesa per frequentare il corso (5,5).

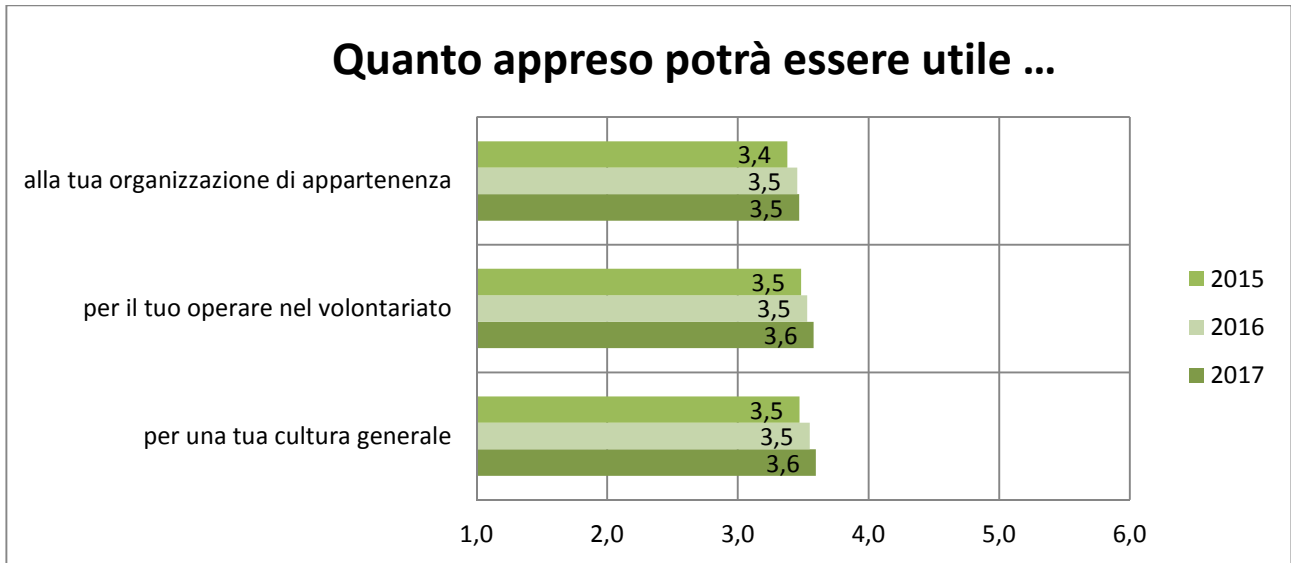
"Composizione del gruppo" (89%) e "accessibilità e funzionalità dell'aula" (91%), sono le voci che evidenziano minore soddisfazione; seguiti da "tempi di attesa per frequentare il corso" (92%)

Elevata invece la soddisfazione circa l'accoglienza e la cortesia da parte degli operatori (96%) e la facilità procedure per accedere al servizio (94%) seguiti dalla logistica (93%) e dal clima del gruppo (93%).

Si evidenzia, comunque, una leggera crescita di positività in quasi tutte le voci rispetto agli anni precedenti.

Su una scala da 1 a 4 i corsi hanno una ricaduta leggermente a vantaggio del livello individuale come mostra il grafico sottostante. Globalmente i corsisti mostrano che i contenuti del corso sono stati di reale utilità.

Grafico 4



Il canale prevalente di conoscenza del servizio è costituito dai mezzi comunicativi di Ciessevi. In particolare il sito internet (246), dal materiale divulgativo Ciessevi (192) e dalla mia organizzazione (144)

Grafico 5

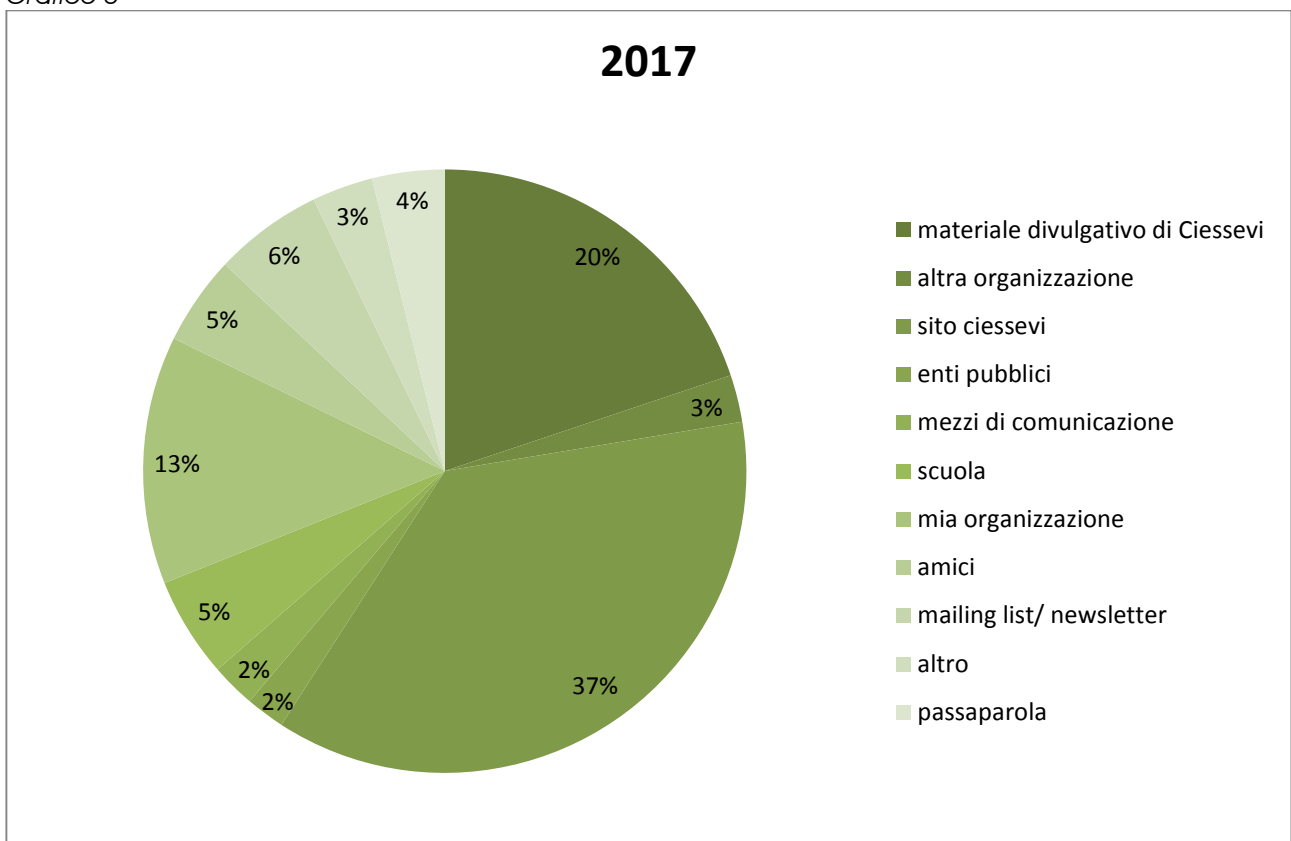
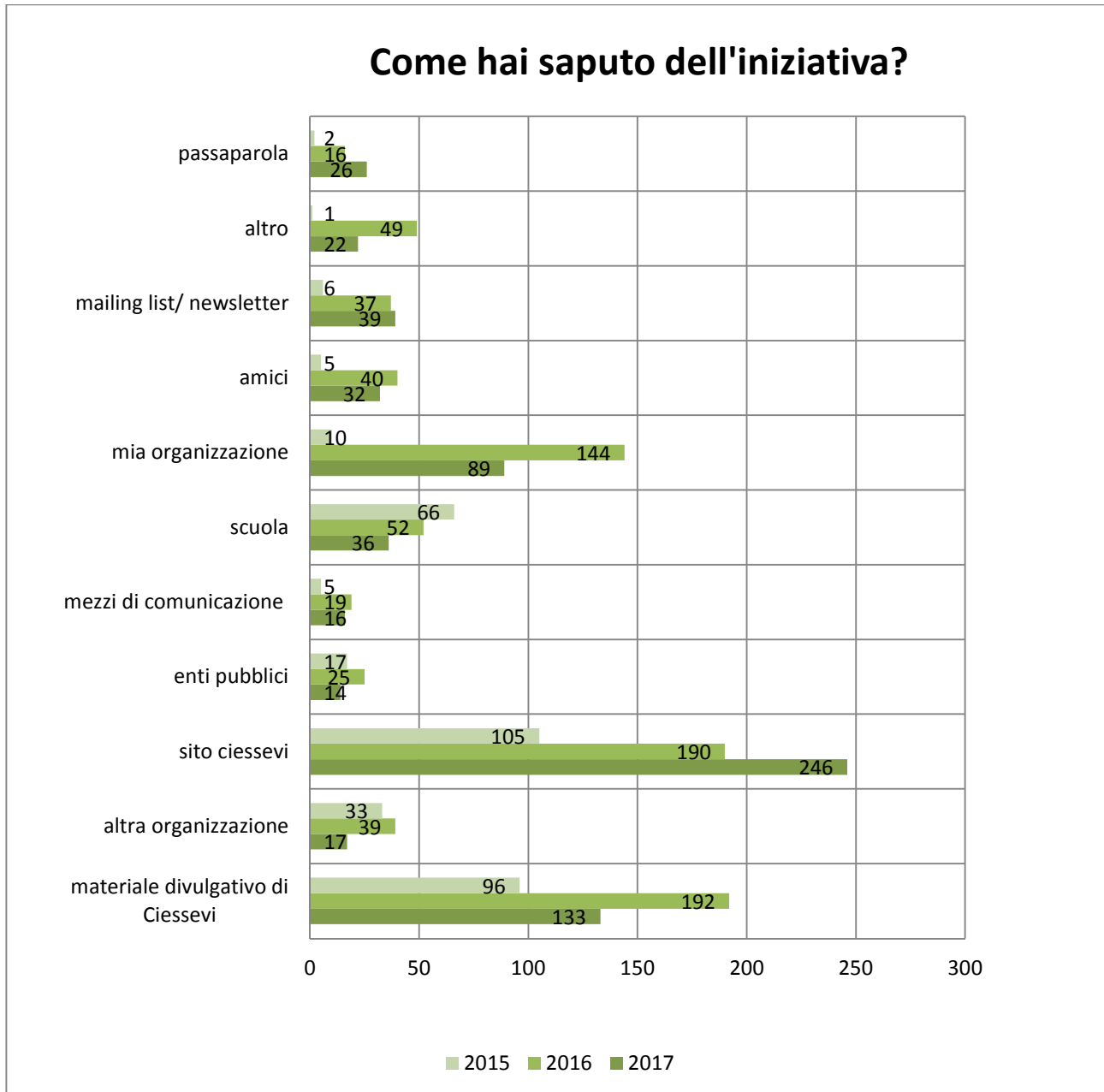


Grafico 6



Il servizio è stato usufruito principalmente a contributo parziale (299) e gratuitamente (185), non si discosta molto quello a pagamento (173) come mostra la tabella sottostante.

Tabella 7

Il servizio è stato usufruito	
A pagamento	173
Contributo parziale	299
Gratuitamente	185

Circa le aspettative, la maggior parte dei corsisti ha visto soddisfatte le proprie aspettative.

Grafico 7

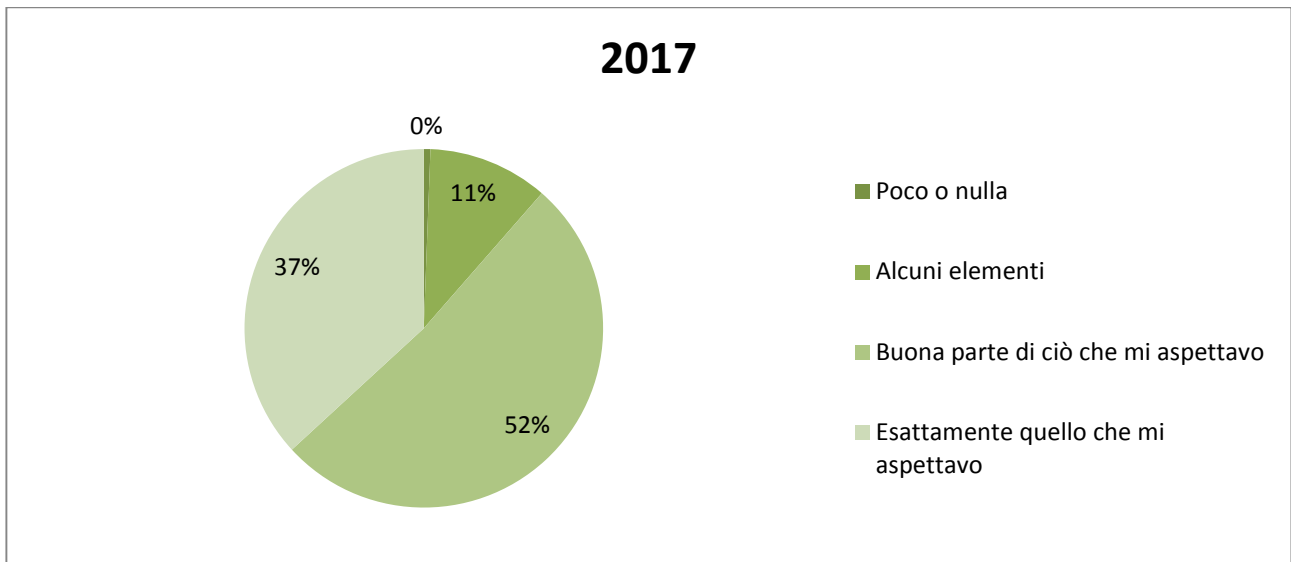
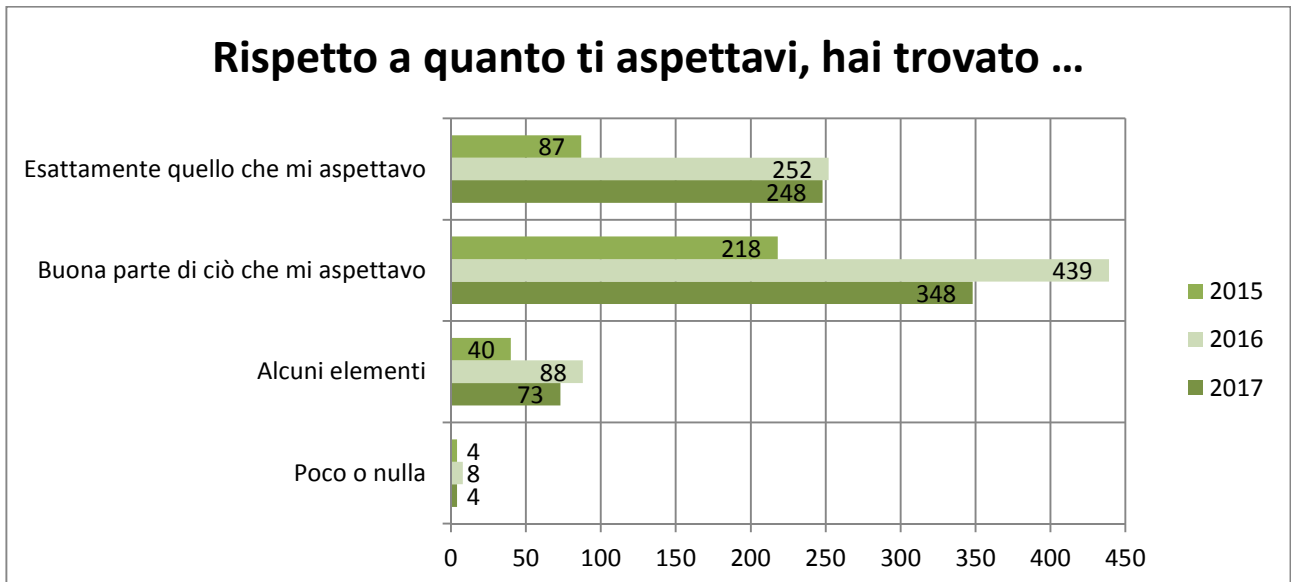


Grafico 8



Anagrafica del campione

Tabella 8

Sesso	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
M	287	237	235
F	498	368	401

Tabella 9

Cittadino	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
Aspirante volontario	36	34	52
Volontario	488	337	358
Dipendente odv	32	27	49
Dirigente odv	123	84	71
Volontario non odv	15	19	14
Studente	14	17	28
Altro	52	72	39

Tabella 10

Ente di appartenenza	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
Odv iscritta al registro	312	202	216
Odv non iscritta al registro	38	31	13
O.N.G.	8	9	10
Ass. Promozione Sociale	77	73	61
Ass. senza scopo di lucro	106	65	99
Pro Loco	1	0	3
Gruppo informale	2	8	5
Ente Pubblico	10	3	3
Coop Sociale	8	4	11
Ente ecclesiastico	3	10	5
Ente profit	6	4	0
Fondazione	14	12	14
Scuola	10	13	14
Altro	82	100	72
Nessun ente	33	14	23

3. Consulenza

Di seguito sono analizzati i dati emersi dai questionari di customer satisfaction circa i servizi di consulenza erogati da Ciessevi. In totale sono stati raccolti e analizzati **64** questionari.

Complessivamente è stato espresso un alto livello di gradimento circa le consulenze fornite (**media gradimento 5,7**)



Di seguito il grafico illustra la percentuale di utenti che si è dichiarato soddisfatto sui diversi item (raggruppamento frequenze 4, 5, 6)

Grafico 9

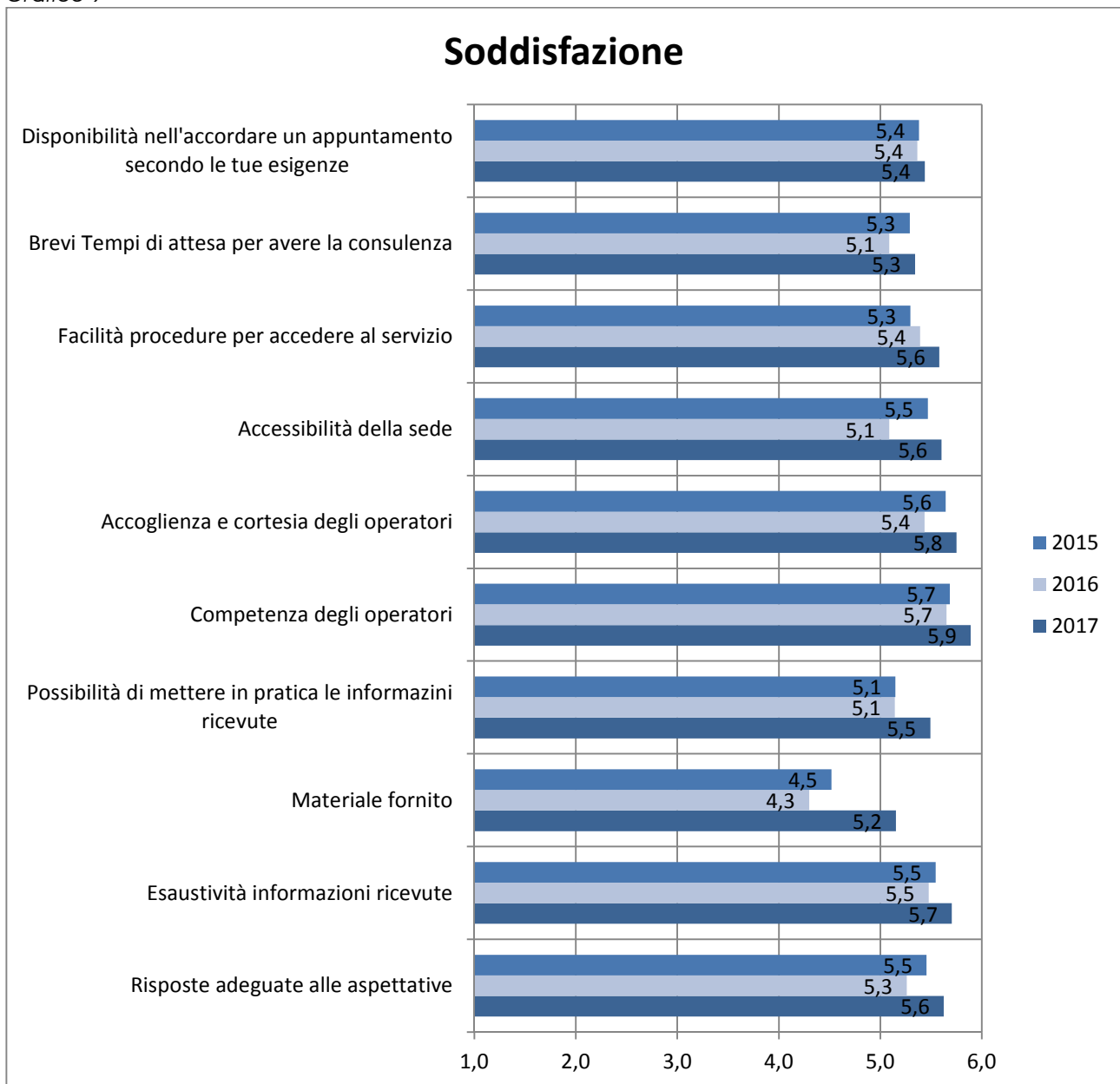
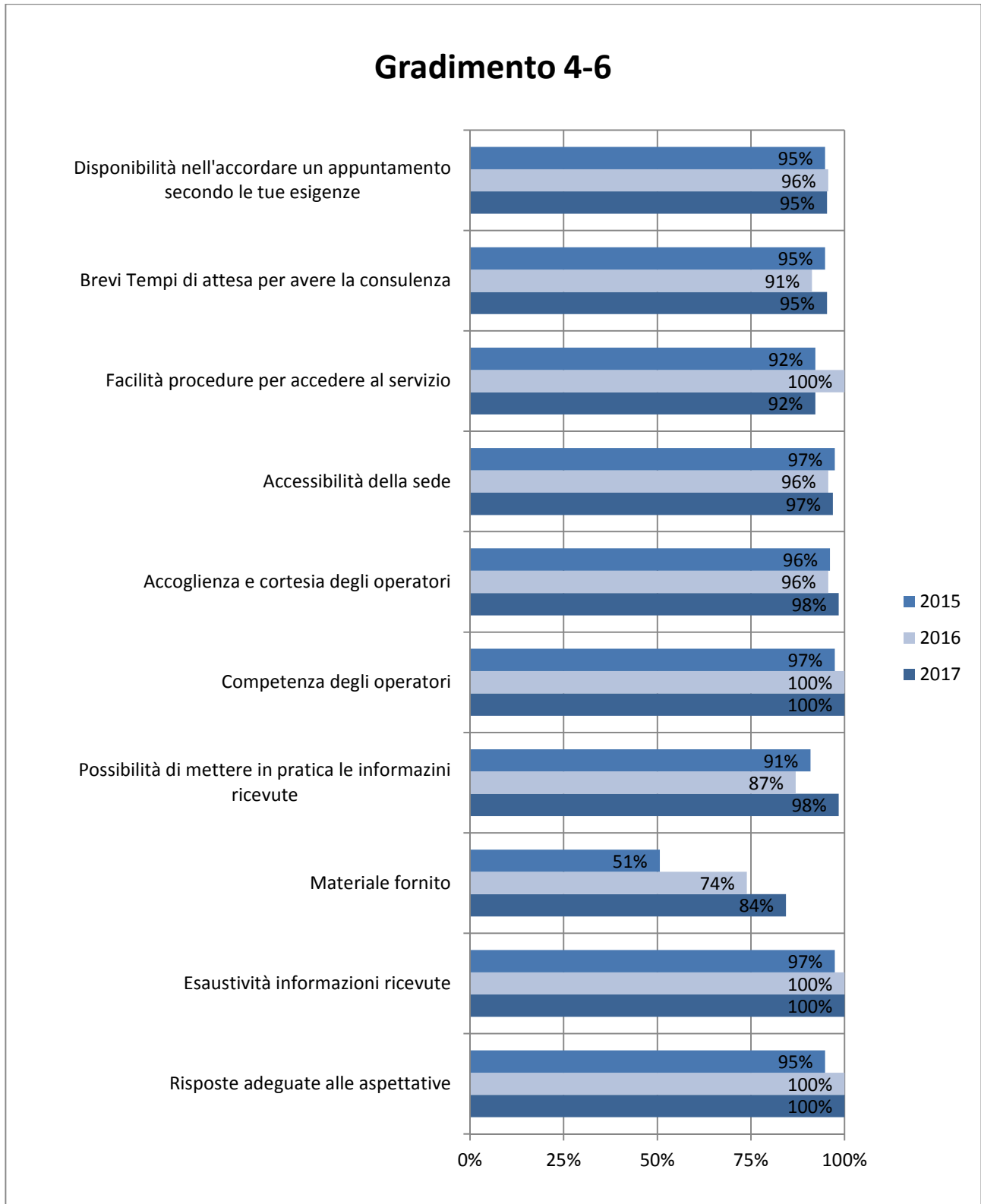


Grafico 9bis



Gli elementi con il minor grado di soddisfazione sono rispettivamente il materiale fornito (5,2) e i brevi tempi di attesa per avere la consulenza (5,3) mentre ciò che è stato particolarmente gradito sono la competenza degli operatori (5,9), unita alla accoglienza e cortesia degli operatori (5,8) e alla esaustività delle risposte ricevute (5,7).

La principale fonte di diffusione del servizio sono il sito internet di Ciessevi (24) seguito dagli amici (12). Nessun utente è venuto a conoscenza dei servizi di consulenza tramite il servizio di mailing list/newsletter.

Grafico 10

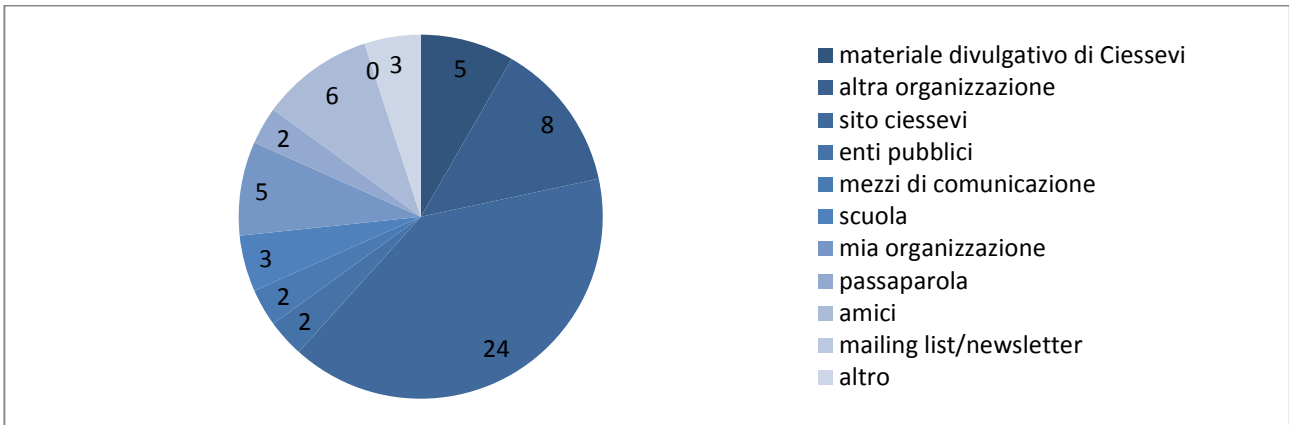
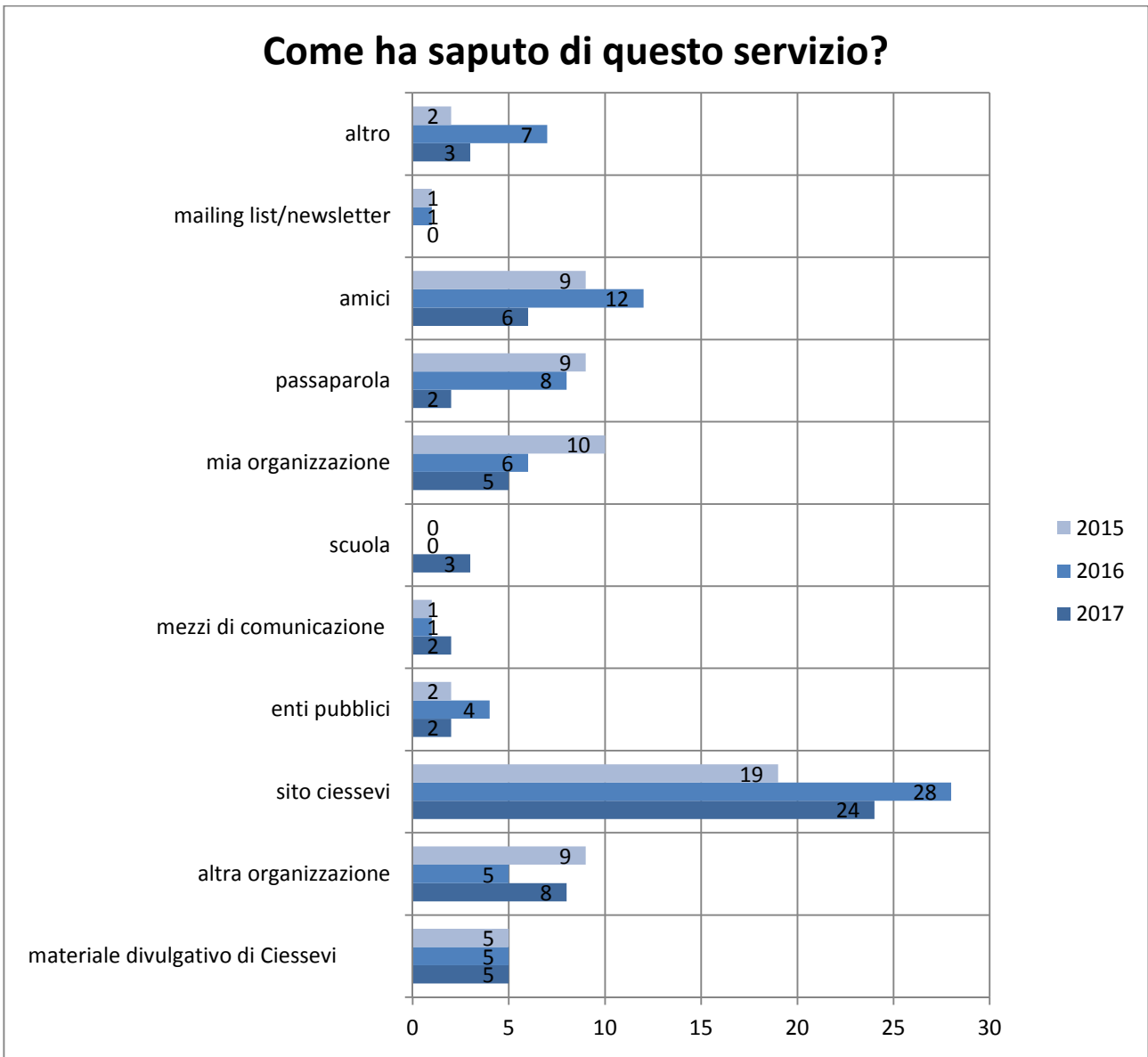


Grafico 11



Il servizio è stato principalmente usufruito gratuitamente come mostra la tabella sottostante.

Tabella 11

Il servizio è stato usufruito	
A pagamento	18
Contributo parziale	0
Gratuitamente	42

La tipologia di consulenza maggiormente censita è quella giuridica legale notarile (40) seguita da altro (14) e da quella fiscale (7).

Tabella 12

Tipologia di consulenza	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
Progettazione	3	3	1
Organizzativa	1	5	1
Giuridica legale notarile	8	29	40
Amministrativa gestionale	4	13	2
Fiscale	3	12	7
Formazione	0	2	0
Comunicazione	0	0	0
Finanziamenti	1	1	0
Giuslavoristica	1	2	2
Tutoring gestionale	0	2	2
Assicurativa	1	1	0
Promozione	0	3	0
Servizio volontario europeo	0	3	0
Consulenza d'indirizzo	Np	22	3
Altro	1	5	14

Nella voce altro non sono state fornite ulteriori specifiche informazioni.

La soddisfazione emerge anche dal fatto che **63** utenti consiglierebbero ad altri di usufruire del servizio, solamente **1** utente non ha fornito alcun tipo di risposta alla domanda.

Anagrafica del campione

Tabella 13

Sesso	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
M	14	43	23
F	7	64	40

Si registra una netta prevalenza di femmine tra gli utenti che hanno compilato il questionario.

Tabella 14

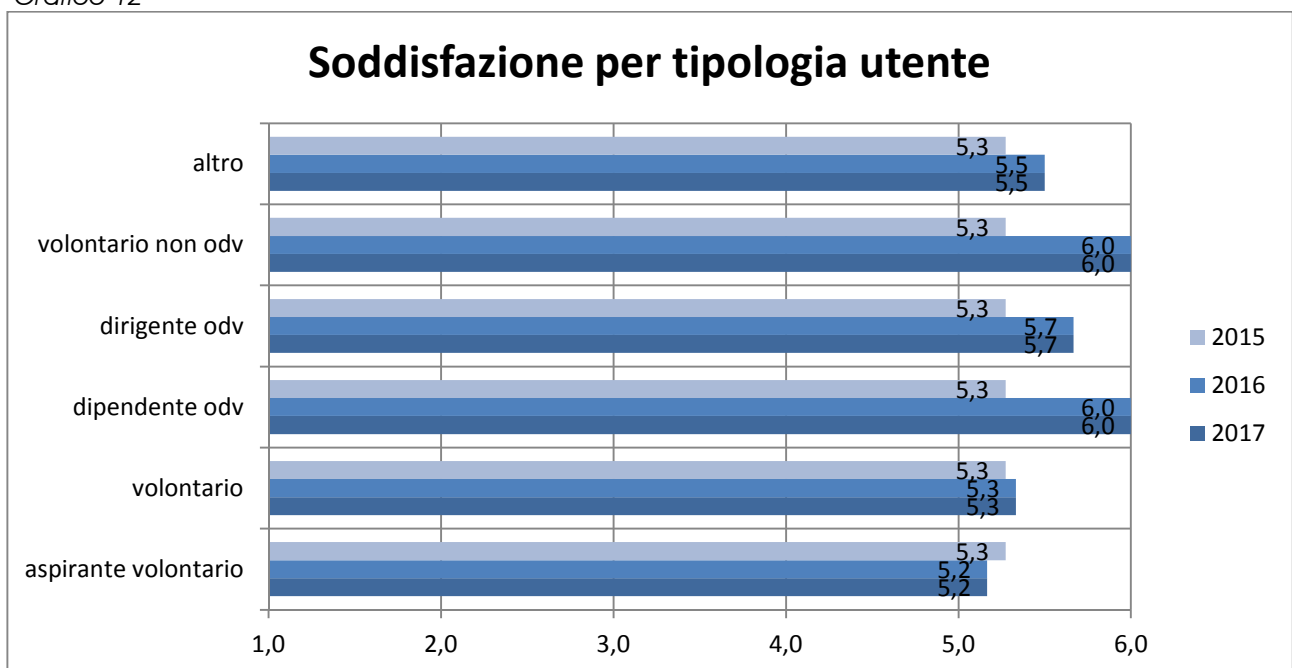
Cittadino	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
Aspirante volontario	6	20	8
Volontario	6	29	17
Dipendente odv	1	0	2
Dirigente odv	3	19	15
Volontario non odv	1	1	1
Altro	4	30	16

Tabella 15

Ente di appartenenza	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
Odv iscritta al registro	5	16	15
Odv non iscritta al registro	2	10	6
O.N.G.	1	1	1
Ass. Promozione Sociale	1	11	7
Ass. senza scopo di lucro	3	14	15
Pro Loco	0	0	0
Gruppo informale	2	8	3
Ente Pubblico	0	0	1
Coop Sociale	1	1	1
Ente ecclesiastico	1	0	1
Ente profit	1	3	2
Fondazione	0	2	0
Scuola	0	2	1
Altro	0	12	2
Nessun ente	6	23	6

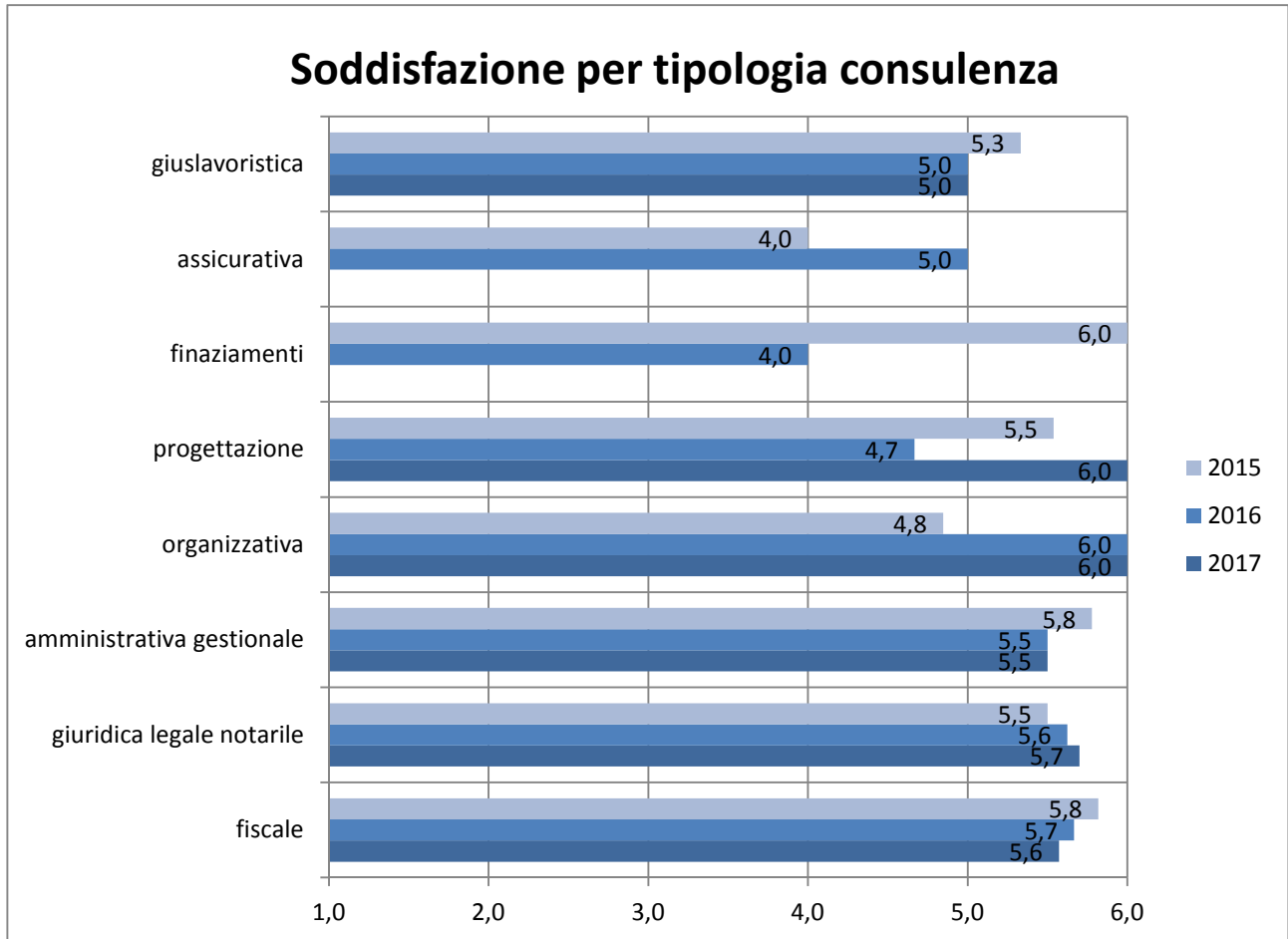
Sono rimasti estremamente soddisfatti i dipendenti odv e i volontari non odv (6,0), seguiti da dirigente odv (5,7). I meno soddisfatti sono gli aspiranti volontari (5,2).

Grafico 12



E' stata espressa alta soddisfazione sulla consulenza di tipo assicurativa e di progettazione (6,0), seguite da quella giuridico legale notarile (5,7); la consulenza con minor gradimento è quelli sui finanziamenti (4,0).

Grafico 13



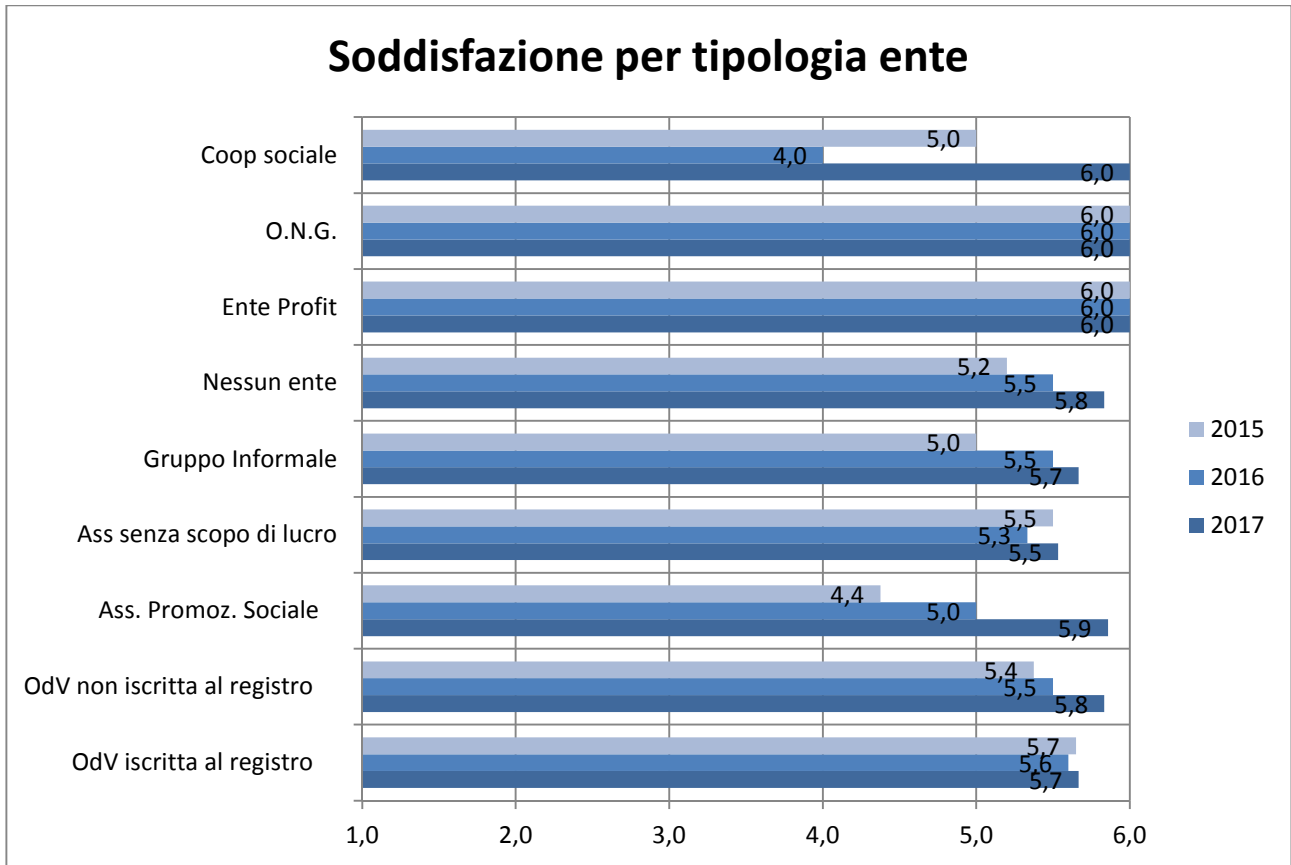
Gli utenti che hanno usufruito a contributo parziale sono molto soddisfatti (5,8), seguiti da quelli che ne hanno usufruito a pagamento (5,3). Non sono stati raccolti questionari di utenti che ne hanno usufruito a titolo gratuito.

Tabella 16

Livello di soddisfazione per tipologia di accesso	
A pagamento	5,3
Contributo parziale	5,8
Gratuitamente	Np

Nel grafico sottostante è importante sottolineare che gli utenti delle cooperative sociali e degli enti profit sono molto soddisfatti del servizio (6,0), seguiti associazioni di promozione sociale (5,9), dalle Odv non iscritte al registro e da chi non appartiene ad alcun ente (5,8). Il minor gradimento è stato registrato dalle associazioni senza scopo di lucro (5,5). La soddisfazione risulta comunque molto alta.

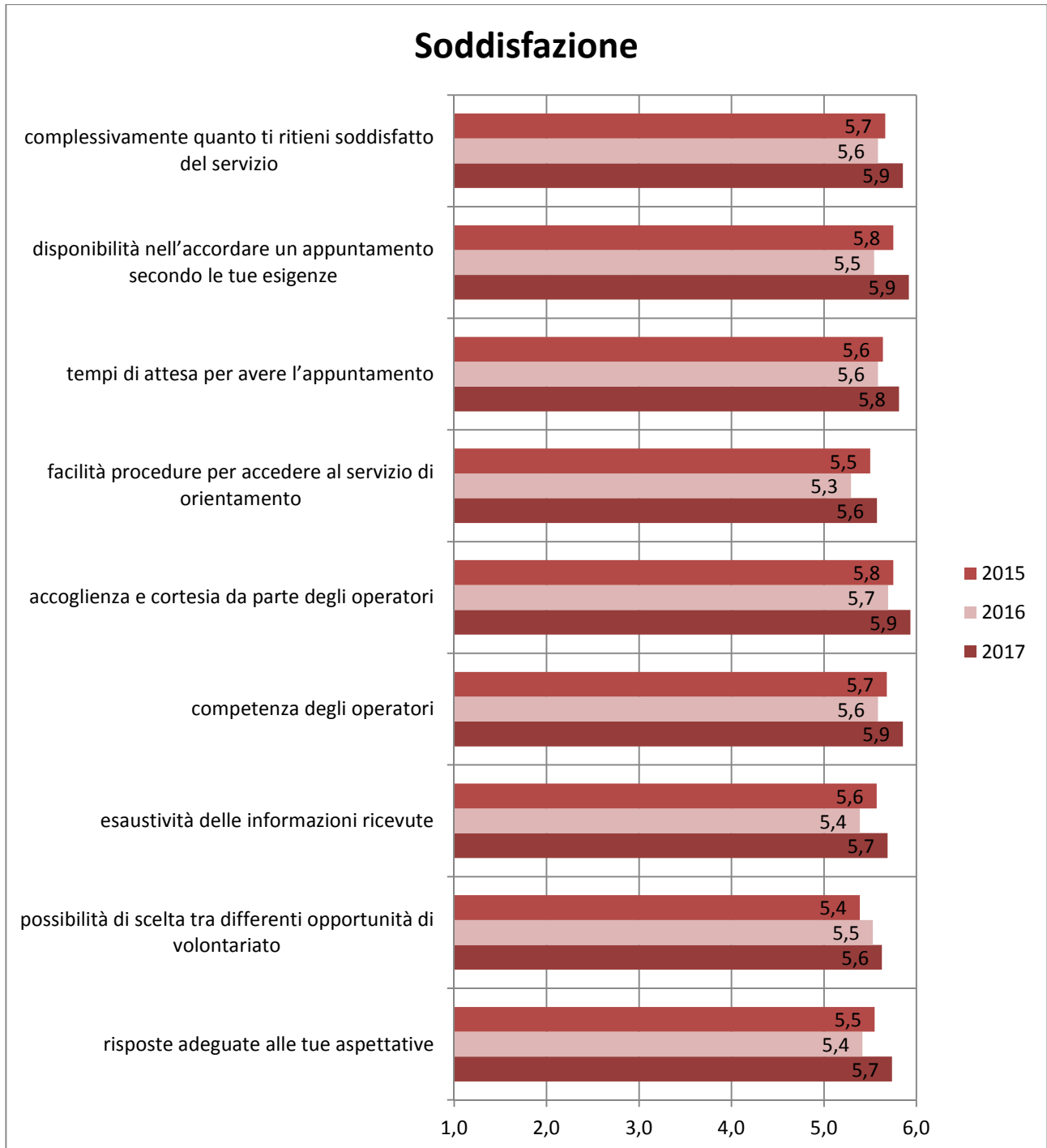
Grafico 14



4. Orientamento

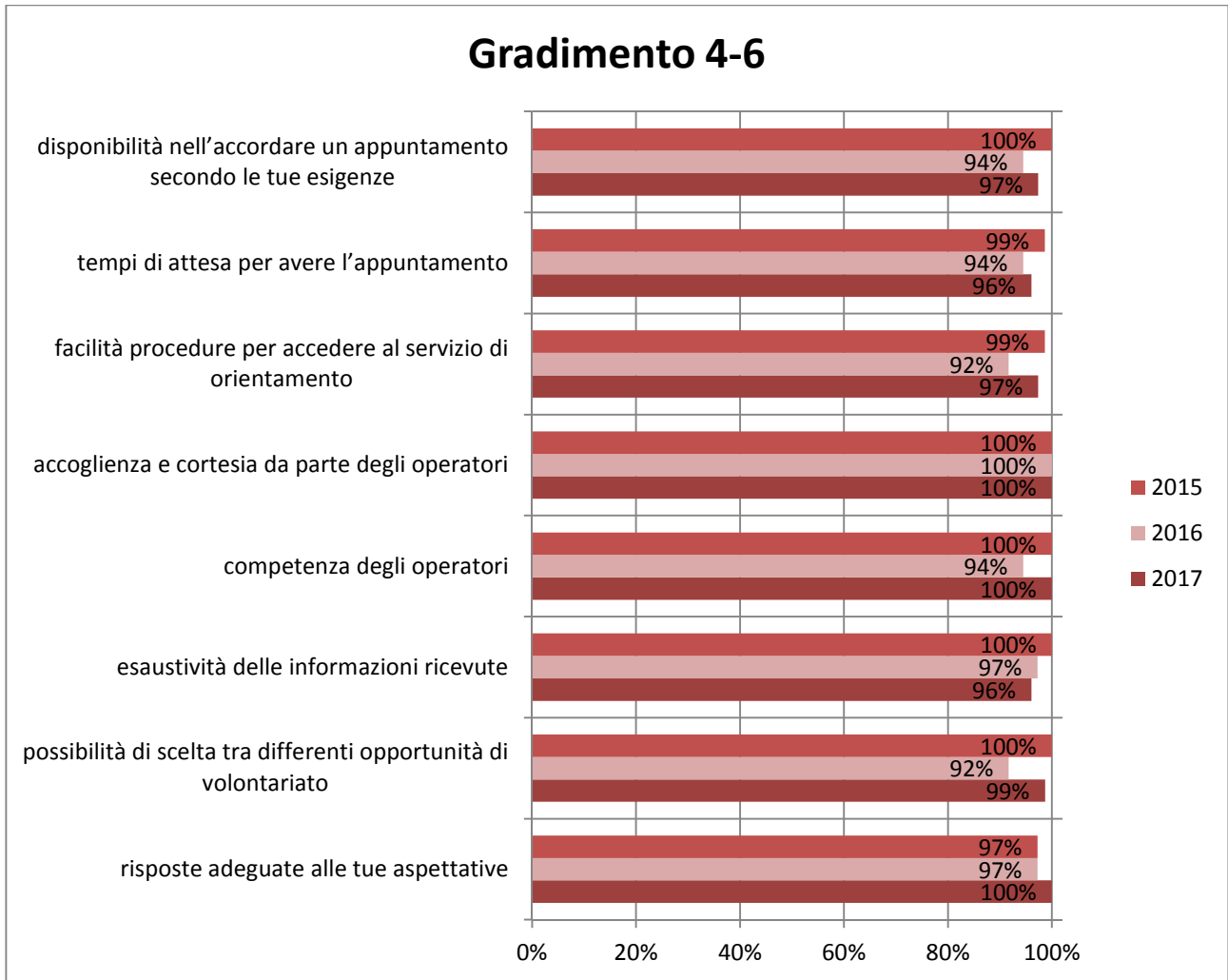
Di seguito i dati emersi dai questionari di customer satisfaction circa i servizi di orientamento erogati da Ciessevi. In totale sono stati raccolti **76** questionari. Complessivamente è stato espresso un alto livello di gradimento circa i colloqui di orientamento (**soddisfazione complessiva = 5,8**).

Grafico 15



Di seguito il grafico illustra la percentuale di utenti che si è dichiarato soddisfatto sui diversi item (raggruppamento frequenze 4, 5, 6)

Grafico 15bis



L'elevato apprezzamento del servizio fornito si evince anche dalla moda che su quasi tutti gli item si colloca sul valore "6".

Dai questionari risulta che è il sito Ciessevi (27) il canale attraverso il quale le persone vengono maggiormente a conoscenza del servizio, seguito da scuola (10) e da altro (9).

Grafico 16

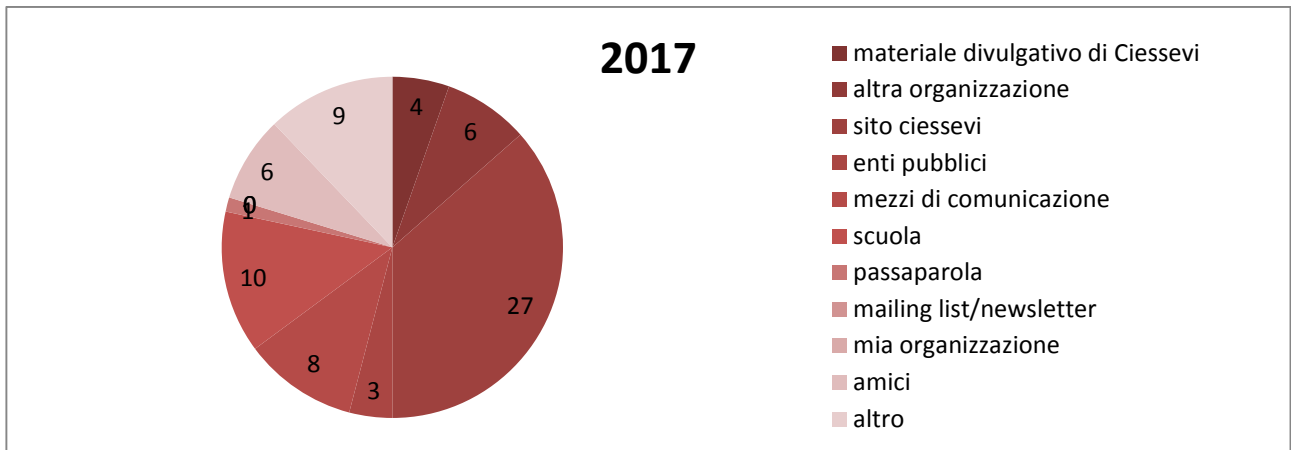
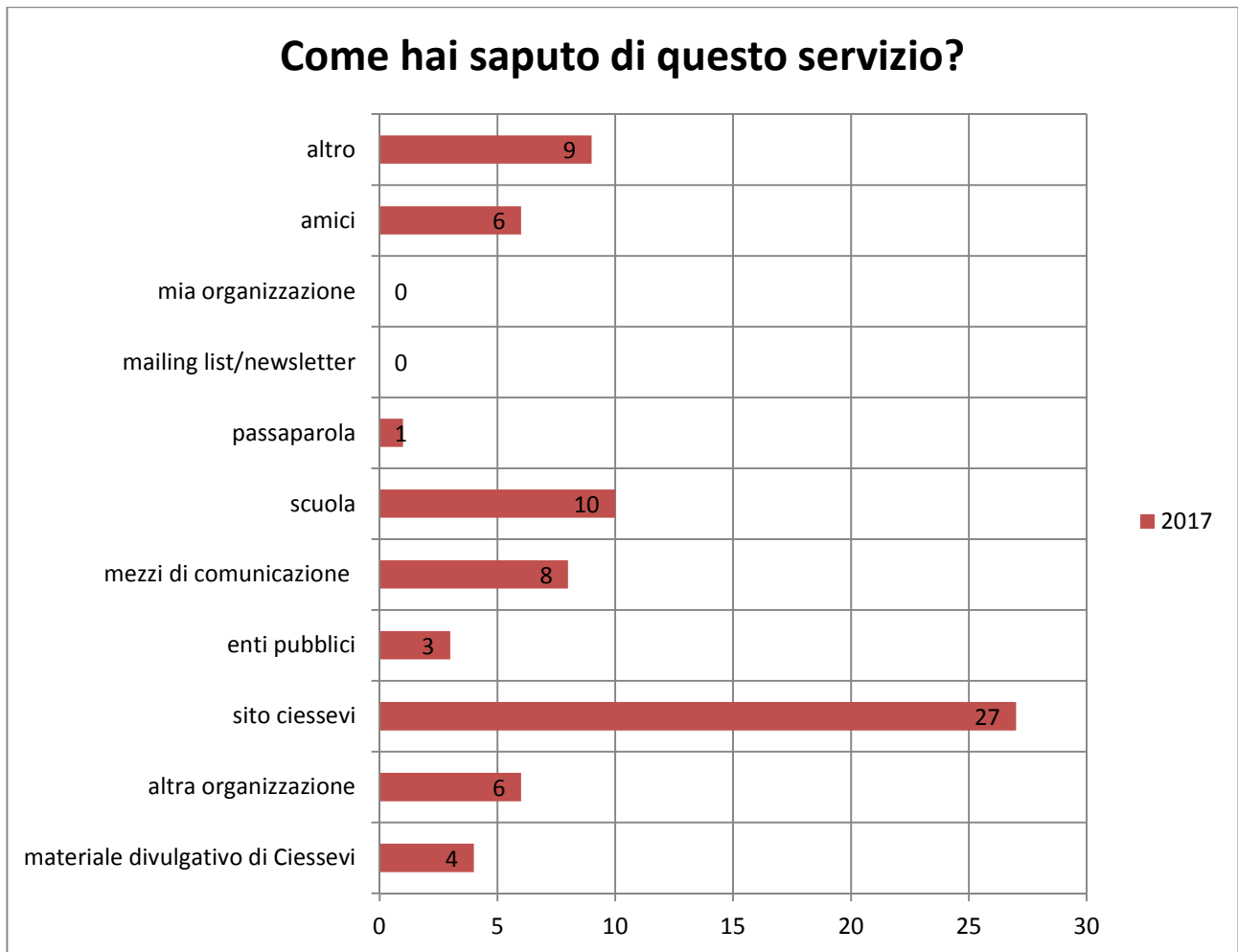


Grafico 17



La soddisfazione emerge anche dal fatto che quasi la totalità del campione consiglierebbe ad altri di usufruire del servizio (75).

Anagrafica del campione

Ad accedere al servizio sono in prevalenza femmine (49).

Tabella 17

Sesso	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
M	11	12	25
F	23	31	49

Tabella 18

Cittadino	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
Aspirante volontario	29	40	69
Volontario	5	2	5
Dipendente odv	0	0	0
Dirigente odv	0	0	0
Volontario non odv	0	0	0
Altro	0	0	0

Tabella 19

Ente di appartenenza	Frequenza 2015	Frequenza 2016	Frequenza 2017
Odv iscritta al registro	1	0	1
Odv non iscritta al registro	0	0	0
O.N.G.	0	0	0
Ass. Promozione Sociale	2	0	2
Ass. senza scopo di lucro	0	0	0
Pro Loco	0	0	0
Gruppo informale	0	0	0
Ente Pubblico	0	0	0
Coop Sociale	0	0	0
Ente ecclesiastico	0	0	0
Ente profit	0	0	0
Fondazione	1	0	1
Scuola	1	0	1
Altro	12	4	2
Nessun ente	19	21	19