

# SODDISFAZIONE DELLA CLIENTELA

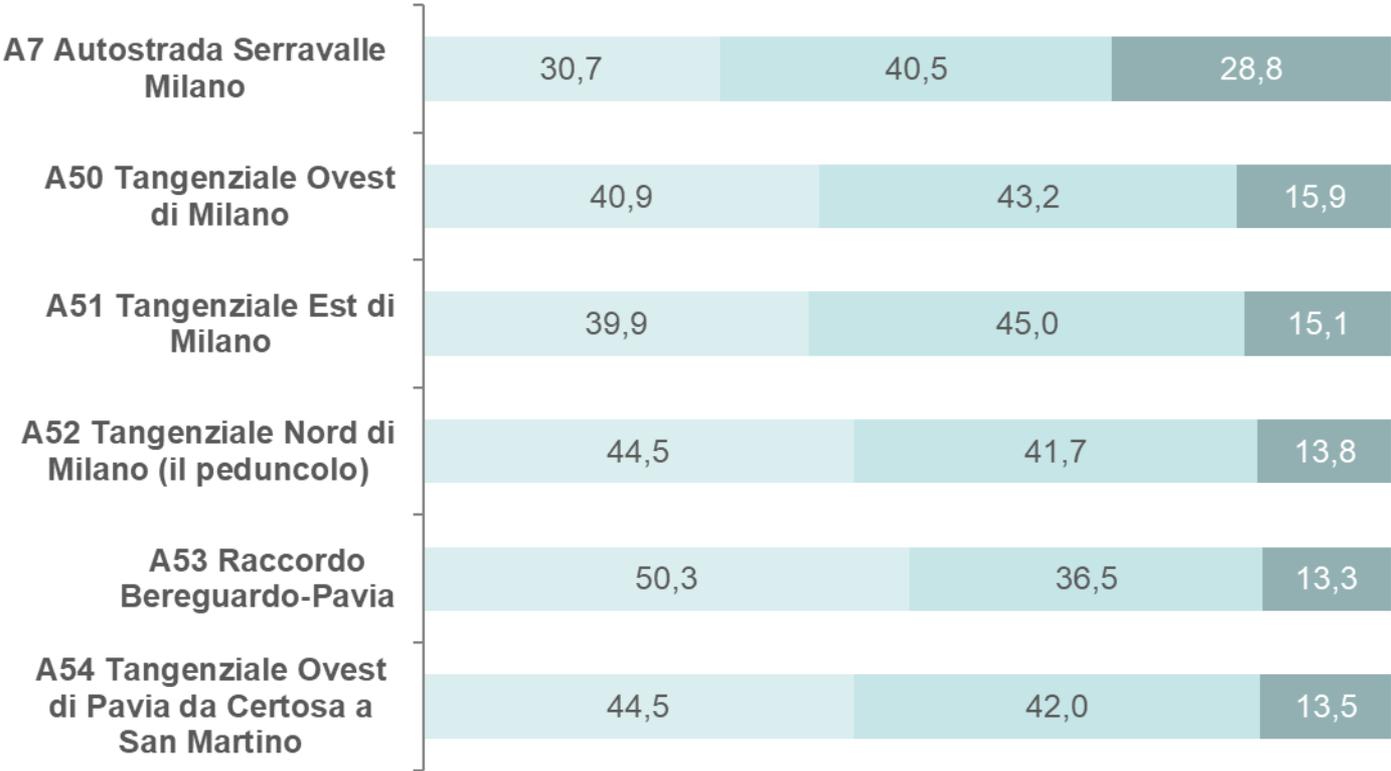
*RISULTATI GENERALI 2021*

Fieldwork: dal 26 febbraio all'8 marzo 2021

# CARATTERISTICHE DELLA CLIENTELA INTERVISTATA

## FREQUENZA DI UTILIZZO

■ più volte a settimana   ■ 1-4 volte al mese   ■ meno di 1 volta al mese



## CARATTERISTICHE DELLA CLIENTELA INTERVISTATA

TARGET (auto definizione)	%
Pendolare, per andare/tornare al/dal lavoro/scuola o per motivi personali	16,4
Per lavoro ma non pendolare	20,5
Per turismo/vacanze	21,9
Per motivi personali diversi dal turismo (svago/tempo libero/visite a parenti/amici, cultura, shopping, eventi)	42,7
Per svolgere il mio lavoro (autotrasportatore, servizio bus)	14,2
Occasionale (meno di 3 volte al mese)	17,2
Base (casi)	(1.000)

## CARATTERISTICHE DELLA CLIENTELA PER TRATTA

TARGET (auto definizione)	A7	A50	A51	A52	A53	A54
Pendolare, per andare/tornare al/dal lavoro/scuola o per motivi personali	17,4	19,0	17,8	18,6	24,3	26,0
Per lavoro ma non pendolare	22,7	23,2	23,6	26,7	27,1	25,5
Per svolgere il mio lavoro, autotrasportatore	17,8	17,9	17,1	23,8	32,0	29,5
Per turismo/vacanze	27,7	19,3	19,2	18,6	16,6	17,5
Per motivi personali diversi dal turismo (svago/tempo libero/visite parenti/ amici, cultura, shopping, eventi)	40,3	43,4	45,8	42,1	27,6	30,5
Occasionale (meno di 3 volte al mese)	11,6	16,3	15,9	10,5	7,2	10,0
Base (casi)	(528)	(680)	(662)	(420)	(181)	(200)

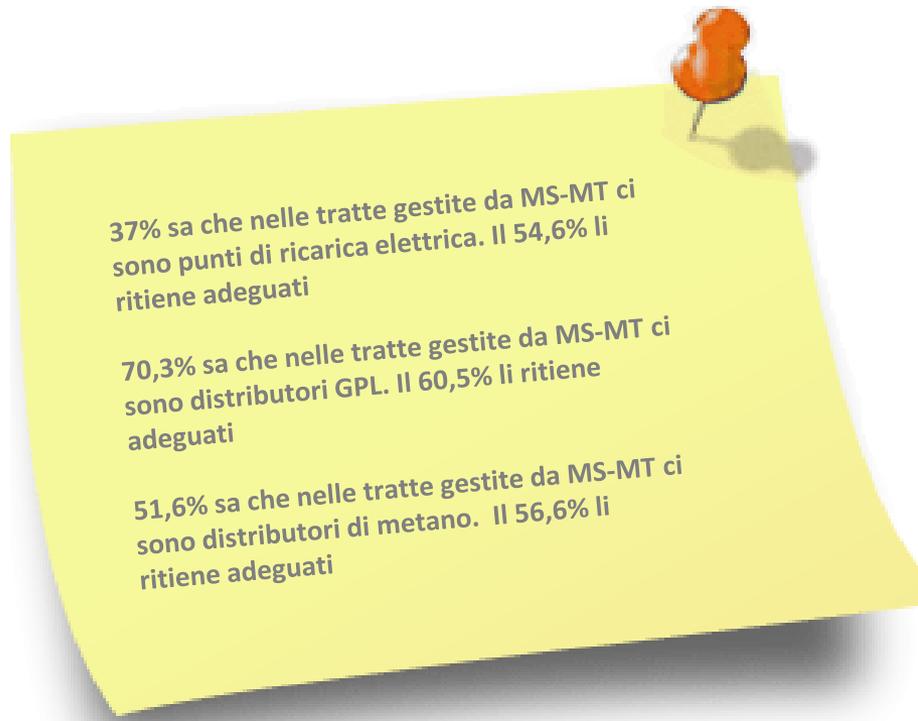
# CARATTERISTICHE DELLA CLIENTELA INTERVISTATA

## TIPO DI VEICOLO UTILIZZATO

Autovettura	87,2%
Furgone, furgoncino	1,3%
Camion, autocarro, camioncino	9,8%
Camper	0,1%
Pullman, bus	1,4%
Motociclo	0,2%

## ALIMENTAZIONE VEICOLO UTILIZZATO

Benzina (non ibrida)	46,7%
Diesel (non ibrida)	34,8%
GPL (non ibrida)	12,8%
Metano (non ibrida)	1,5%
Ibrida (plug in)	1,3%
Ibrida (senza ricarica a presa)	2,8%
Elettrica pura	0,1%



37% sa che nelle tratte gestite da MS-MT ci sono punti di ricarica elettrica. Il 54,6% li ritiene adeguati

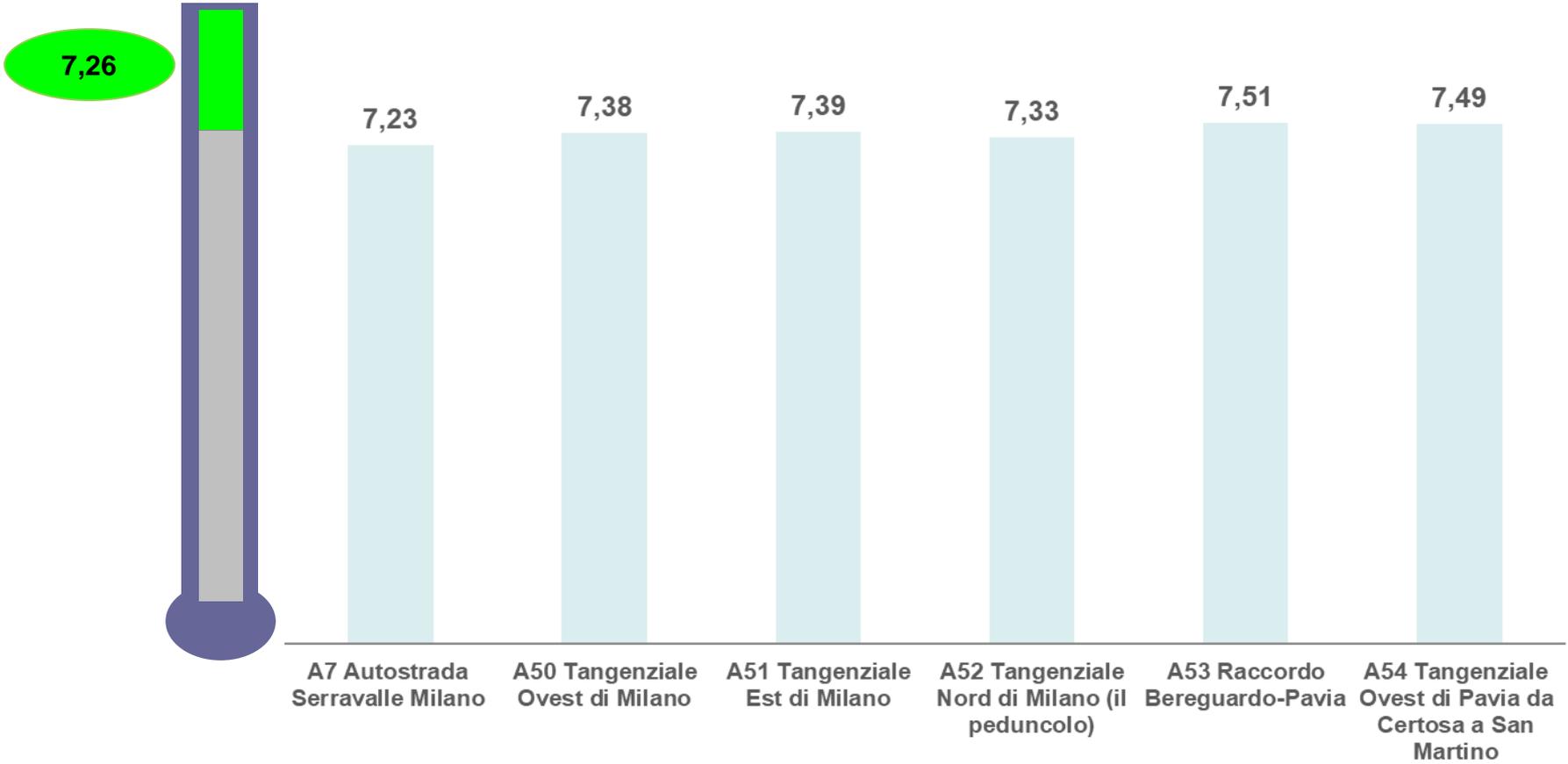
70,3% sa che nelle tratte gestite da MS-MT ci sono distributori GPL. Il 60,5% li ritiene adeguati

51,6% sa che nelle tratte gestite da MS-MT ci sono distributori di metano. Il 56,6% li ritiene adeguati

# SODDISFAZIONE E MACRO-COMPONENTI DELLA QUALITA'

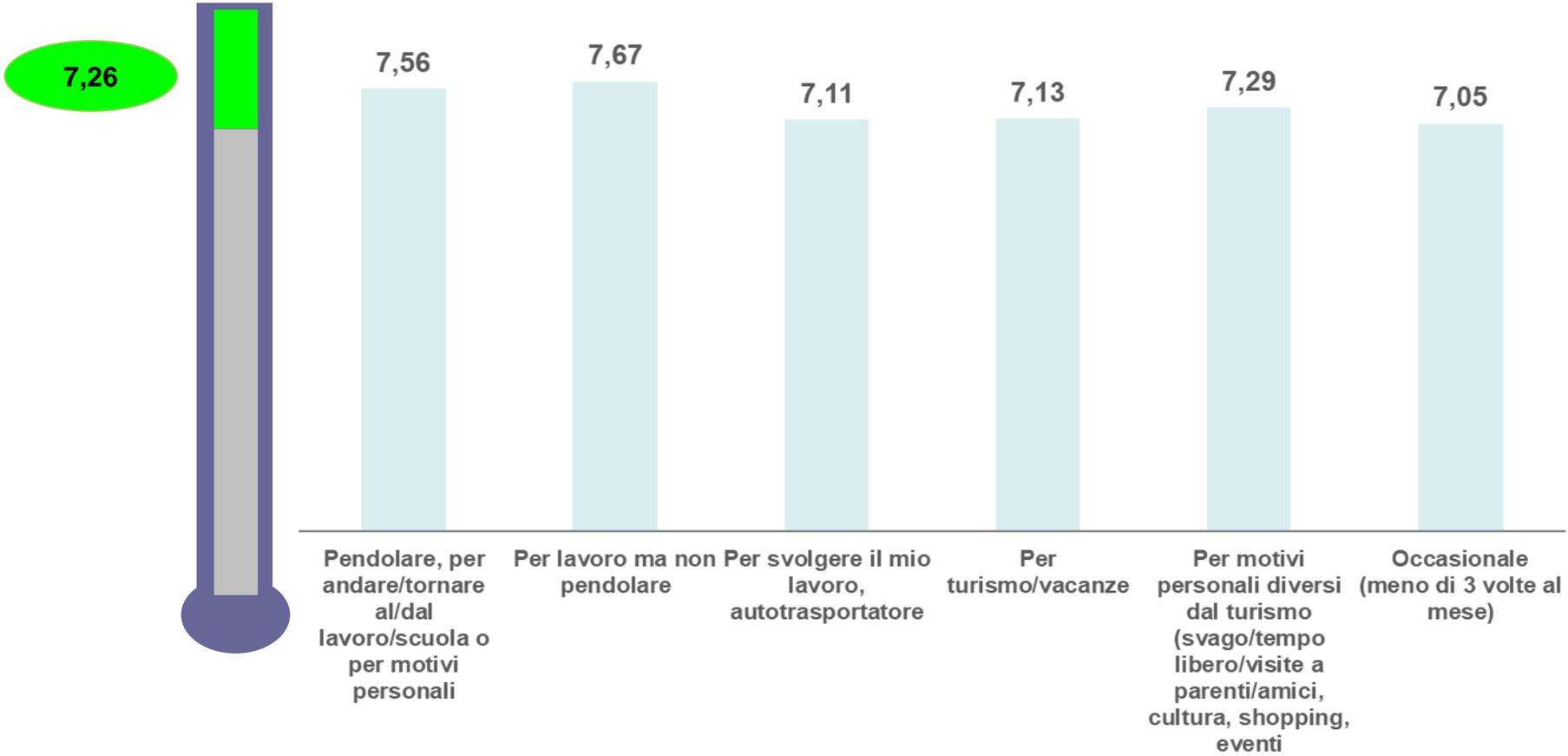
# CSI - Soddisfazione generale dei clienti

[Voto medio; Scala 1:10]



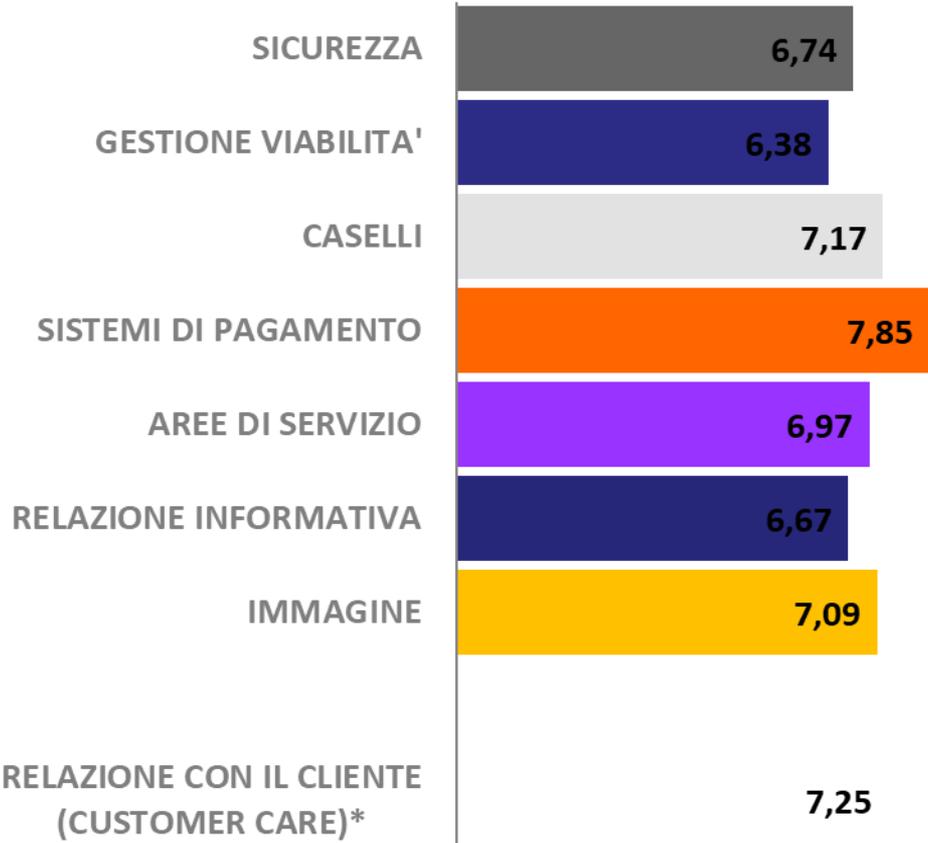
# CSI - Soddisfazione generale dei clienti

[Voto medio; Scala 1:10]



# CSI – COMPONENTI PRINCIPALI DELLA QUALITA'

## PUNTEGGI MEDI DELLE MACRO-



**CSI**  
**Soddisfazio**  
**ne generale**  
**7,26**

IMPATTO	
(PESO SUL CSI – scala 0-1)	
SICUREZZA	0,14
GESTIONE VIABILITA'	0,12
CASELLI	0,16
SISTEMI DI PAGAMENTO	0,16
AREE DI SERVIZIO	0,20
RELAZIONE INFORMATIVA	0,13
IMMAGINE	0,09

## IL MODELLO ELABORATO

- Per l'analisi della soddisfazione sono state prese in considerazione le **COMPONENTI PRINCIPALI DELLA QUALITÀ** individuate\* (Sicurezza, Gestione Viabilità, Caselli, Sistemi di Pagamento, Aree di Servizio, Informazione, Immagine e, *solo a livello di giudizio della clientela*, Relazione con il Cliente)
- Ciascuna Componente Principale - espressa su una scala da 1 a 10 - è stata misurata sulla base delle **COMPONENTI SECONDARIE /INDICATORI** che la descrivono (media dei singoli item)
- Attraverso un'analisi di regressione multipla è stato valutato il **Peso Relativo (impatto)\*\*** di ogni Componente Principale nella costruzione della soddisfazione complessiva (CSI-Customer Satisfaction Index)
- Ciascuna componente della qualità
  - è descritta attraverso un punteggio su scala 1-10
  - è misurata come indice sintetico degli indicatori (attributi) – media degli item – che la descrivono

\* Analisi fattoriale preliminare

\*\* impatto, ossia un indice di importanza non chiesto agli intervistati ma estrapolato dall'analisi (coefficiente di regressione). Gli impatti ci indicano dove si concentrano le attese della clientela per il miglioramento della soddisfazione/qualità percepita, senza chiederlo direttamente agli intervistati.

Un basso impatto non significa che qualcosa non è importante, significa che i miglioramenti/cambiamenti in un'area sono meno importanti, rilevanti di miglioramenti in altre aree

# IL MODELLO - AREE E INDICATORI DI PERFORMANCE

