UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
FACOLTÀ DI INGEGNERIA

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN INGEGNERIA GESTIONALE
DIPARTIMENTO DI TECNICA E GESTIONE DEI SISTEMI INDUSTRIALI

TESI DI LAUREA TRIENNALE

Il monitoraggio continuo della soddisfazione dei clienti di un centro sportivo polifunzionale

RELATORE: PROF. LUIGI SALMASO
CORRELATORE: Dott.ri Massimo Donà, Cinzia Rampazzo, Caterina Borgato
LAUREANDO: STEFANO TURRINA

ANNO ACCADEMICO 2012-2013

Indice

Sommario

Introduzione

CAPITOLO 1: Le normative pag.9

CAPITOLO 2: Il questionario pag.11

CAPITOLO 3: Analisi descrittiva riguardante le “attività libere” per un campione di 202 clienti pag.13

3.1.Informazioni generali pag.13
3.2.Servizio di segreteria e bar pag.16
3.3.Organizzazione attività pag.18
3.4.Svolgimento attività pag.20

CAPITOLO 4: Analisi stratificata per tipo di attività pag.23

4.1.Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint pag.23

4.2.Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint pag.24
4.3.Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni pag.25
4.4.Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante pag.26
4.5.Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi pag.27
4.6. Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca visione globale pag.28
4.7.Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi pag.29
4.8.Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza pag.30
4.9.Adeguatezza degli attrezzi pag.31
4.10.Gradimento sul Centro Estetico/Sauna pag.32
4.11.Divertimento nello svolgimento dell'attività pag.33
4.12.Esperienza consigliabile ad altri pag.34
4.13.Soddisfazione complessiva per l'esperienza pag.35

CAPITOLO 5: Analisi stratificata per fascia oraria pag.37

5.1.Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint pag.37
5.2.Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint pag.38
5.3.Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni pag.39
5.4.Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante pag.40
5.5.Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi pag.41

5.6. Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca visione globale pag.42
5.7.Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi pag.43
5.8.Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza pag.44
5.9.Adeguatezza degli attrezzi pag.45
5.10.Gradimento sul Centro Estetico/Sauna pag.46
5.11.Divertimento nello svolgimento dell'attività pag.47
5.12.Esperienza consigliabile ad altri pag.48
5.13.Soddisfazione complessiva per l'esperienza pag.49

CAPITOLO 6: Analisi descrittiva riguardante Il "nuoto accelerato" per un campione di 100 clienti pag.51

6.1.Informazioni generali pag.51
6.2.Servizio di segreteria e bar pag.54
6.3.Organizzazione attività pag.56
6.4.Svolgimento attività pag.58

CAPITOLO 7: Analisi descrittiva riguardante i "centri estivi" per un campione di 29 clienti

7.1.Informazioni generali pag.61
7.2.Servizio di segreteria e bar pag.65
7.3.Organizzazione attività pag.67
7.4.Svolgimento attività pag.69
7.5.Visione Globale (punteggi medi) pag.71

CAPITOLO 8: Analisi criticità pag.73

8.1.Attività libere pag.74

8.2.Stratificazione per attività pag.75

8.3.Stratificazione per fascia oraria pag.78

8.4.Centri estivi e nuoto accelerato pag.81

Bibliografia pag.83

Introduzione

Il centro sportivo OASI 2000 in collaborazione con il Gruppo di Ricerca “Metodi non parametrici per la valutazione di prodotti e servizi“ dell’Università di Padova, ha promosso questa indagine statistica al fine di conoscere il gradimento degli iscritti ai corsi organizzati dal centro stesso. È stato rivolto un questionario ai clienti durante il periodo di tempo compreso tra il **18 maggio 2011 e il giorno 29 dello stesso mese**. I giudizi espressi da tali clienti sono utili per poter migliorare i servizi offerti dal centro sportivo. Lo scopo dell’indagine è quello di trovare un metodo di valutazione che tenga conto non solo degli aspetti tecnici ma anche relazionali al fine di ottimizzare la qualità del servizio.

CAPITOLO 1

Le normative

Con la sigla ISO 9000 si identifica una serie di normative e linee guida sviluppate dall'Organizzazione Internazionale per la normazione, le quali definiscono i requisiti per l'implementazione di un sistema di gestione della qualità in un'organizzazione al fine di condurre i processi aziendali, migliorare l'efficacia e l'efficienza nella realizzazione del prodotto e nell'erogazione del servizio.

Le norme della serie ISO 9000 sono le seguenti:

- ISO 9000, dal titolo *Sistemi di gestione per la qualità - Fondamenti e vocabolario*: emessa nel 2000; ultima revisione del 2005 (ISO 9000:2005) recepita nello stesso anno dall'UNI (UNI EN ISO 9000:2005); la norma descrive il vocabolario ed i principi essenziali dei sistemi di gestione per la qualità e della loro organizzazione;
- ISO 9001, dal titolo *Sistemi di gestione per la qualità - Requisiti*: emessa nel 1994, revisionata sostanzialmente nel 2000; ultima revisione nel 2008 (ISO 9001:2008), recepita nello stesso anno dall'UNI (UNI EN ISO 9001:2008); la norma definisce i requisiti di un sistema di gestione per la qualità per un'organizzazione. I requisiti espressi sono di "carattere generale" e possono essere implementati da ogni tipologia di organizzazione.
- ISO 9004, dal titolo *Gestire un'organizzazione per il successo durevole - L'approccio della gestione per la qualità*: emessa nel 1994, sostanzialmente revisionata nel 2000; ultima revisione del 2009 (ISO 9004:2009) recepita nello stesso anno dall'UNI (UNI EN ISO 9004:2009); il documento non è una norma ma una linea guida per favorire in un'organizzazione il conseguimento del successo durevole per mezzo della gestione per la qualità.

L'attenzione delle ultime versioni della norma ISO 9000 si è spostata sull'efficacia e sul miglioramento continuo dei processi aziendali. Si è passati ad un approccio gestionale integrato in cui il coinvolgimento di tutto il personale, la pianificazione, la documentazione dell'attività e l'atteggiamento volto al miglioramento continuo diventano i cardini del nuovo modello di gestione. La qualità diventa una vera e propria strategia competitiva, parte della missione aziendale, e quindi il fine di un processo produttivo e progettuale.

La norma ISO 9000 del 2005 (Fondamenti e Terminologia) definisce la Qualità: “Grado in cui un insieme di caratteristiche intrinseche soddisfano i requisiti". Questo è un concetto applicabile a tutte le realtà aziendali. Per garantire un miglioramento della qualità devono essere tenuti sotto stretta sorveglianza diversi fattori (l'acquisizione dei desideri dei clienti, il processo di promozione e vendita, il processo di analisi e miglioramento delle performance, ecc.) e teoricamente dovrebbe essere coordinato e controllato ogni processo per farlo lavorare al meglio. Bisogna elaborare una strategia organizzativa e definire gli obiettivi, basandosi sulle esigenze dell'utilizzatore finale. Deve essere questo il punto di partenza dello sviluppo di ogni prodotto o servizio. Per essere utile la qualità relativa ad un prodotto, processo o servizio deve poter essere misurata. La misura della qualità consiste nel valutare quanto un prodotto è lontano da quello ideale: per farlo occorre quindi considerare le caratteristiche richieste dal cliente e costruire un metodo che permetta di misurarle. La statistica è un mezzo sofisticato per mantenere, verificare ed eventualmente migliorare la qualità perché mette a disposizione procedure di importanza strategica per testare la qualità finale. La norma ISO 9001 specifica i requisiti di un sistema di gestione della qualità per un'organizzazione che desidera accrescere la soddisfazione del cliente. Devono essere applicati metodi adeguati per monitorare e misurare sia i processi che il servizio. Questi metodi devono dimostrare la loro capacità di ottenere i risultati pianificati. Qualora i risultati pianificati non siano ottenuti, devono essere intraprese azioni correttive.

CAPITOLO 2

Il questionario

Il questionario di indagine è lo strumento di misura designato a raccogliere le informazioni sulle variabili qualitative e quantitative, oggetto di indagine. Al tempo stesso è uno strumento di comunicazione finalizzato a facilitare l'interazione fra il ricercatore, il rilevatore (se presente) e il rispondente. Il questionario consente la standardizzazione dell'osservazione; domande e comunicazione devono essere identiche per tutti i rispondenti affinché le informazioni raccolte siano confrontabili fra loro.

L'utilizzo del questionario risulta essere molto utile in quanto:

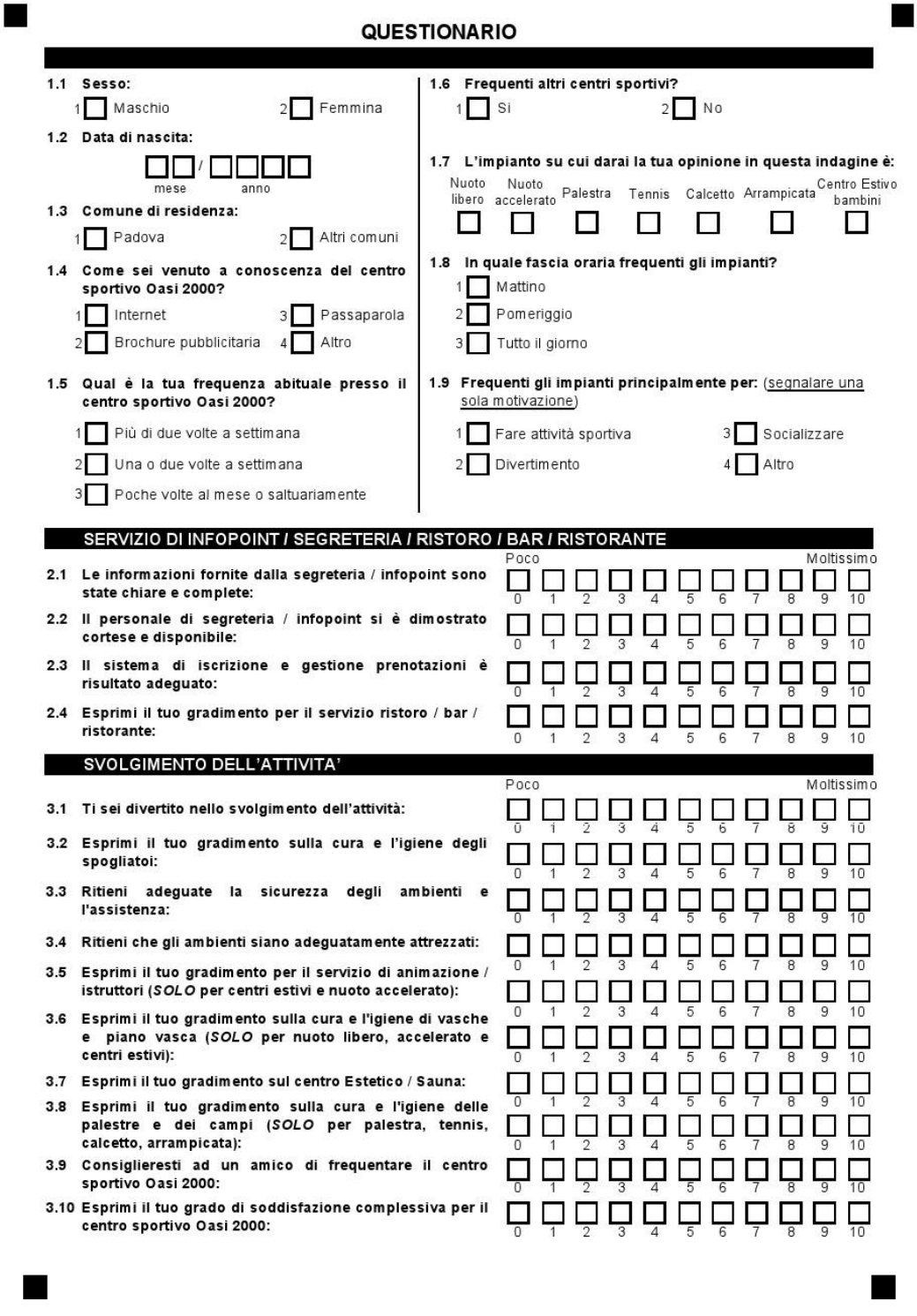
- si chiedono direttamente ai soggetti che ci interessano risposte a domande mirate che coprono gli aspetti da analizzare;
- le risposte di coloro che compilano il questionario (campione), che rappresentano un sottoinsieme della totalità dei clienti (popolazione) del centro sportivo, vengono trasformate in dati numerici per elaborare successivamente delle statistiche

I questionari rivolti ai clienti sono strutturati in 3 categorie di domande:

1. Informazioni generali sulla persona iscritta al corso (sesso, data di nascita, comune di residenza, metodo conoscenza del centro sportivo, tipo di corso scelto, fascia oraria, ecc.): servono a fornire un'indicazione del soggetto analizzato per avere successivamente delle possibili variabili di classificazione/standardizzazione;

2. Servizio di segreteria e bar (chiarezza informazioni fornite, cortesia e preparazione del personale, brochure, bar): viene richiesta una valutazione da 0 a 10 (poco-moltissimo) riguardo ai servizi di segreteria e bar;

3. Svolgimento del corso (chiarezza insegnamenti, disponibilità e cortesia degli istruttori, piano vasca, igiene, divertimento, ecc.): viene richiesta anche in questi quesiti una valutazione da 0 a 10 riguardo allo svolgimento del corso, al divertimento durante le lezioni, alla sicurezza e all'attrezzamento dell'ambiente palestra/piscina e alla soddisfazione complessiva.



QUESTIONARIO

1.1 Sesso:
1 ☐ Maschio 2 ☐ Femmina

1.2 Data di nascita:
☐☐/☐☐☐☐
mese anno

1.3 Comune di residenza:
1 ☐ Padova 2 ☐ Altri comuni

1.4 Come sei venuto a conoscenza del centro sportivo Oasi 2000?
1 ☐ Internet 3 ☐ Passaparola
2 ☐ Brochure pubblicitaria 4 ☐ Altro

1.5 Qual è la tua frequenza abituale presso il centro sportivo Oasi 2000?
1 ☐ Più di due volte a settimana
2 ☐ Una o due volte a settimana
3 ☐ Poche volte al mese o saltuariamente

1.6 Frequenti altri centri sportivi?
1 ☐ Si 2 ☐ No

1.7 L'impianto su cui darai la tua opinione in questa indagine è:
Nuoto libero ☐ Nuoto accelerato ☐ Palestra ☐ Tennis ☐ Calcetto ☐ Arrampicata ☐ Centro Estivo bambini ☐

1.8 In quale fascia oraria frequenti gli impianti?
1 ☐ Mattino
2 ☐ Pomeriggio
3 ☐ Tutto il giorno

1.9 Frequenti gli impianti principalmente per: (segnalare una sola motivazione)
1 ☐ Fare attività sportiva 3 ☐ Socializzare
2 ☐ Divertimento 4 ☐ Altro

SERVIZIO DI INFOPOINT / SEGRETERIA / RISTORO / BAR / RISTORANTE

	Poco 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Moltissimo
2.1 Le informazioni fornite dalla segreteria / infopoint sono state chiare e complete:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
2.2 Il personale di segreteria / infopoint si è dimostrato cortese e disponibile:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
2.3 Il sistema di iscrizione e gestione prenotazioni è risultato adeguato:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
2.4 Esprimi il tuo gradimento per il servizio ristoro / bar / ristorante:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA'

	Poco 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Moltissimo
3.1 Ti sei divertito nello svolgimento dell'attività:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.2 Esprimi il tuo gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.3 Ritieni adeguate la sicurezza degli ambienti e l'assistenza:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.4 Ritieni che gli ambienti siano adeguatamente attrezzati:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.5 Esprimi il tuo gradimento per il servizio di animazione / istruttori (*SOLO* per centri estivi e nuoto accelerato):	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.6 Esprimi il tuo gradimento sulla cura e l'igiene di vasche e piano vasca (*SOLO* per nuoto libero, accelerato e centri estivi):	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.7 Esprimi il tuo gradimento sul centro Estetico / Sauna:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.8 Esprimi il tuo gradimento sulla cura e l'igiene delle palestre e dei campi (*SOLO* per palestra, tennis, calcetto, arrampicata):	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.9 Consiglieresti ad un amico di frequentare il centro sportivo Oasi 2000:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3.10 Esprimi il tuo grado di soddisfazione complessiva per il centro sportivo Oasi 2000:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

*Figura 2.**Errore. Nel documento non esiste testo dello stile specificato.**.1*: Questionario dato ai clienti del centro sportivo OASI 2000

CAPITOLO 3

Analisi descrittiva riguardante le “attività libere” per un campione di 202 clienti

3.1.Informazioni generali

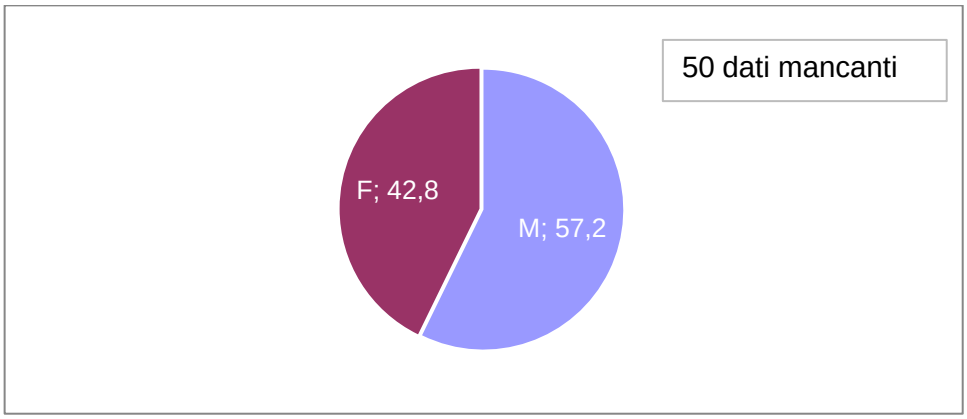


Figura 3.1.1: Grafico relativo alla differenziazione per sesso del campione intervistato

Il campione analizzato risulta composto maggiormente da clienti di sesso maschile anche se è presente comunque una parte significativa di clienti donne.

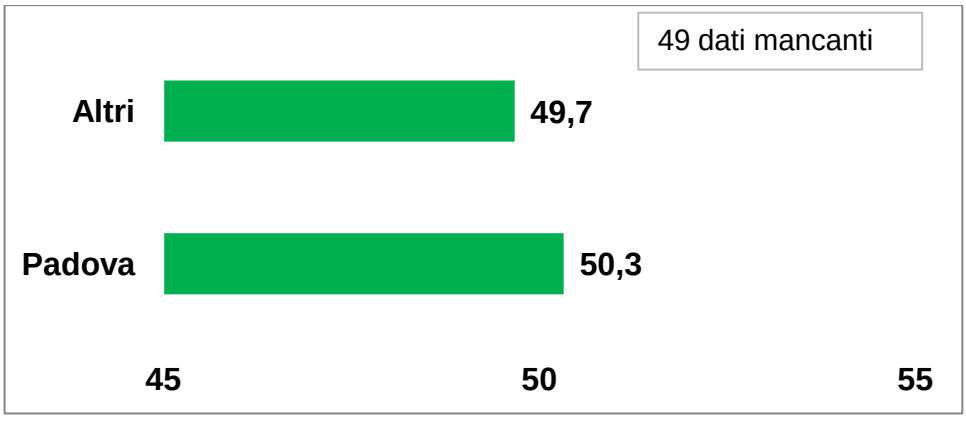


Figura 3.1.2: Grafico relativo alla differenziazione per comune di residenza del campione intervistato

Per quanto riguarda la provenienza delle persone che frequentano il centro sportivo, il grafico evidenzia che coloro che abitano a Padova sono in parte circa uguale a quelli che, invece, vengono dalla provincia.

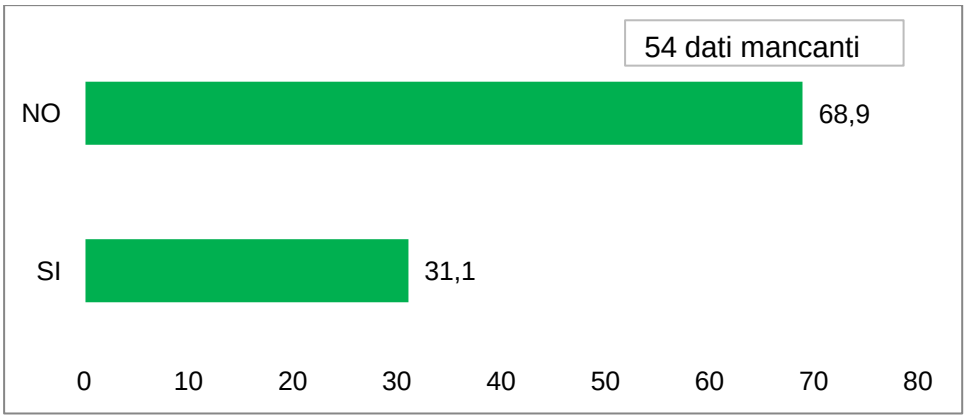


Figura 3.1.3: Grafico relativo all'iscrizione in altri centri sportivi

Il 68.9% dei clienti afferma che non ha in passato o comunque non sta frequentando adesso altri centri sportivi oltre a quello preso in esame.

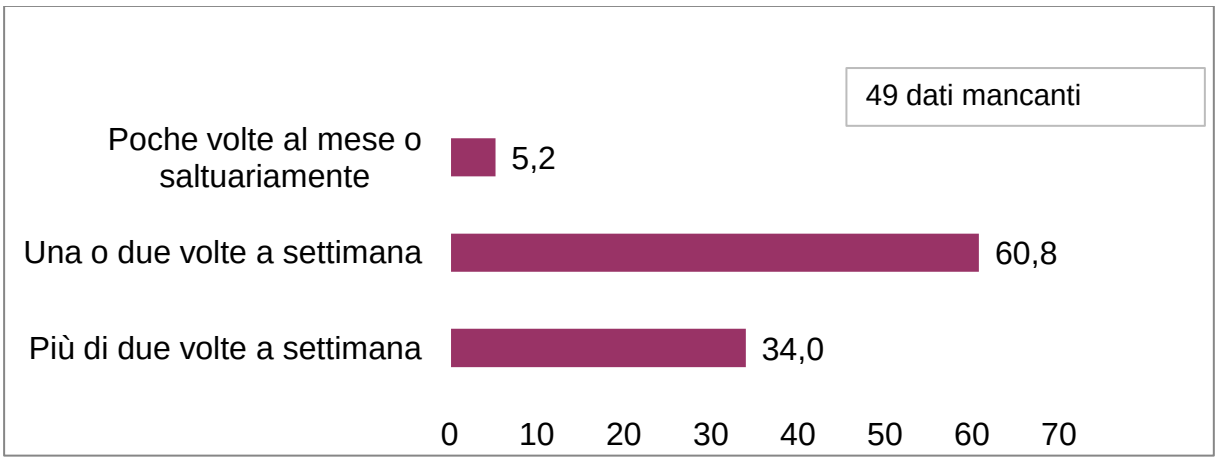


Figura 3.1.4: Grafico relativo alla frequenza abituale presso centro sportivo Oasi 2000

Quasi la totalità delle persone decide di frequentare il centro frequentemente a differenza di una piccola percentuale (5.2%) che decide di recarcisi poche volte al mese.

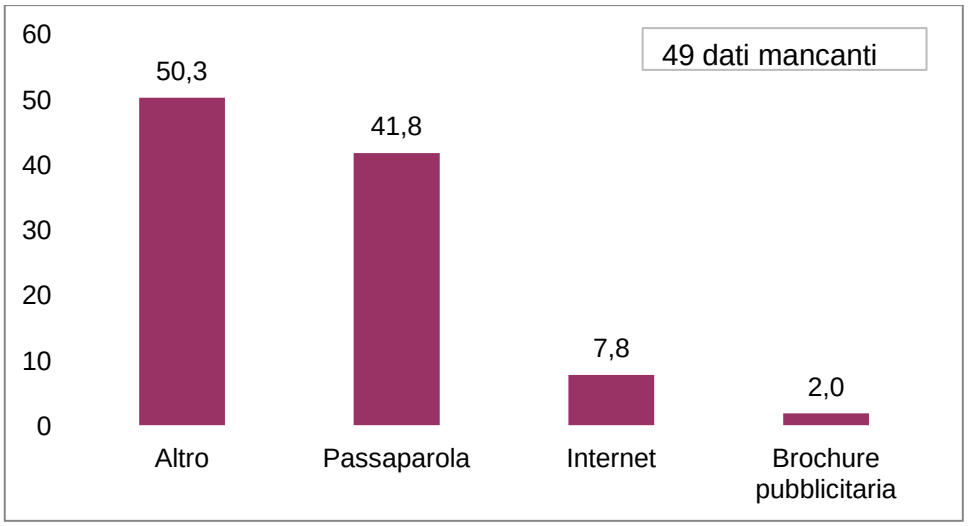


Figura 3.1.5: Grafico relativo alla modalità di conoscenza del centro sportivo

I motivi principali che hanno spinto i clienti all'iscrizione sono stati il "passaparola" fatto da conoscenti e amici e quelli riguardanti la categoria "altro". In percentuali nettamente minori l'iscrizione è dovuta alla brochure pubblicitaria e all'internet (10% circa complessivo),

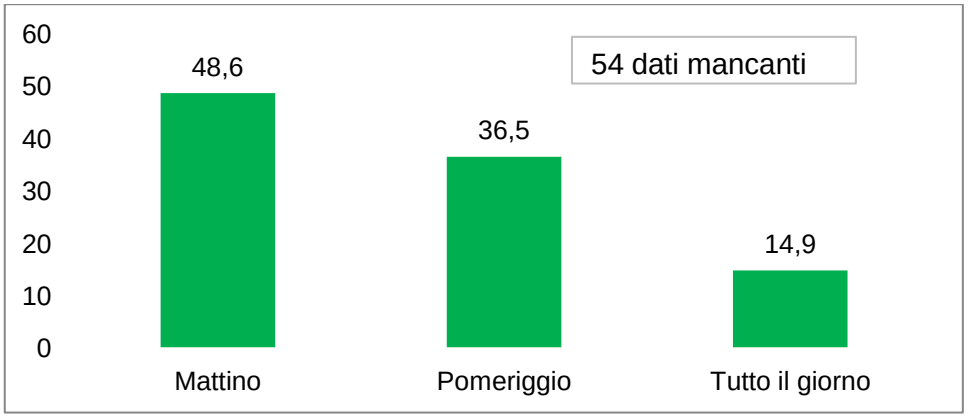


Figura 3.1.6: Grafico relativo all'orario di frequenza del centro

Questa tabella evidenzia che i clienti preferiscono frequentare Oasi 2000 nelle ore del mattino (48.6%) oppure nel (36.5% delle risposte date) nel pomeriggio. Significativo anche il fatto che circa il 15% decida di recarsi presso il centro per tutta la durata della giornata.

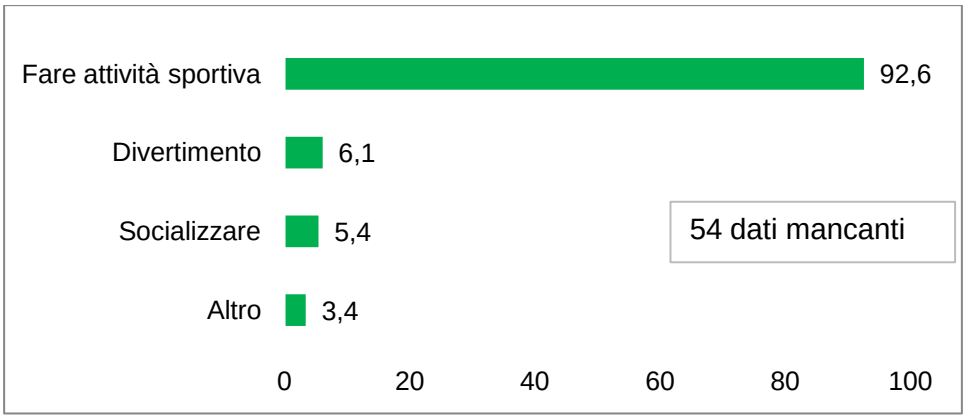


Figura 3.1.7: Grafico relativo alla differenziazione per motivo di iscrizione

Il grafico mostra che più di 9 clienti su 10 si è iscritto presso il centro sportivo per fare attività fisica. Le restanti opzioni (divertimento, socializzare e altro) sono abbastanza bilanciate tra loro.

3.2.Servizio di segreteria e bar

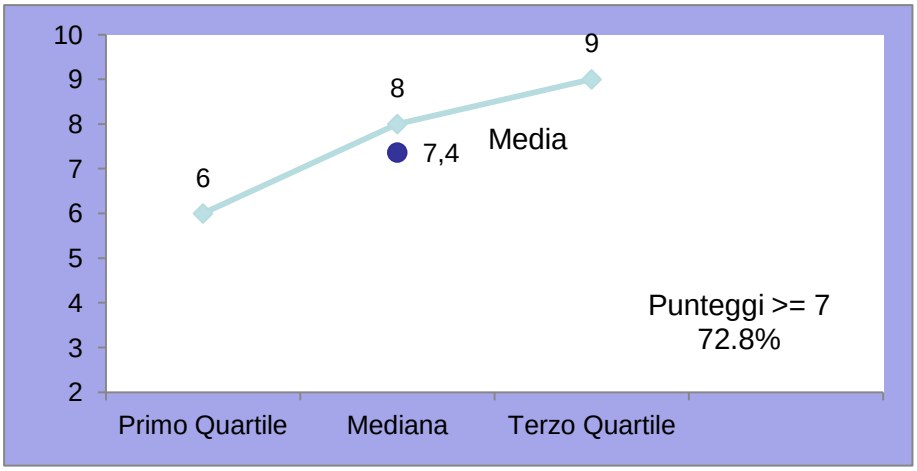


Figura 3.2.1: Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint

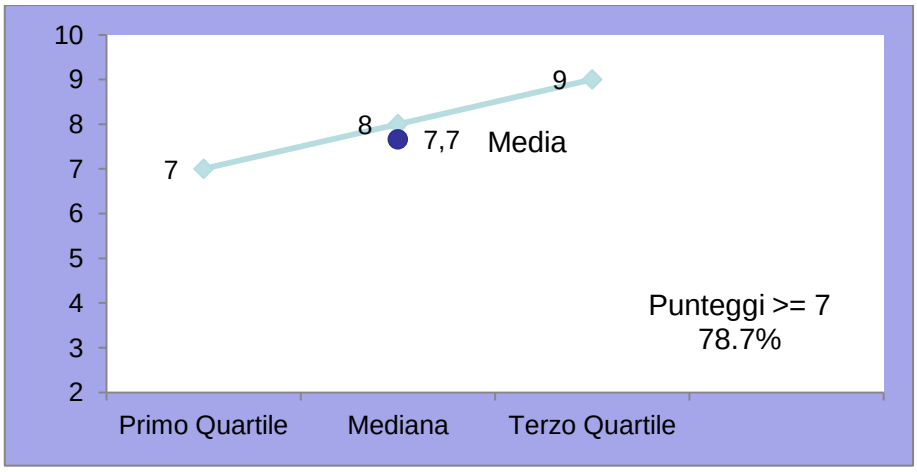


Figura 3.2.2: Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint

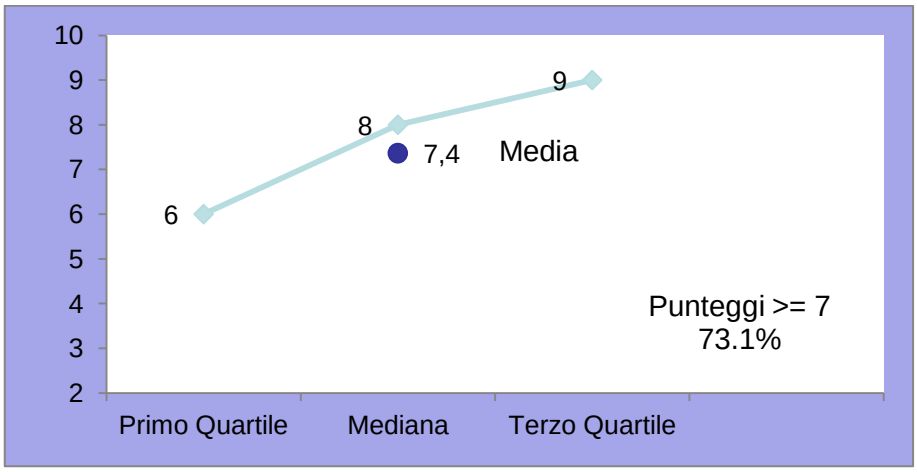


Figura 3.2.3: Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni

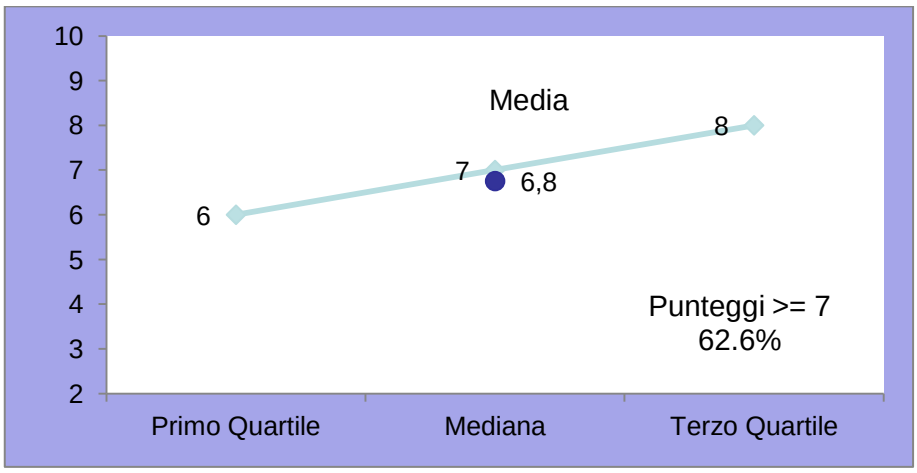


Figura 3.2.4: Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante

Le tabelle sopra riportate mostrano che gli aspetti analizzati riguardanti il servizio di segreteria e bar non sono completamente soddisfacenti per i clienti. Questo è messo in evidenza che la percentuale di voti dati maggiori o uguali a 7 non raggiunge l'80% (quindi almeno 2 clienti su 10 danno massimo 6) e anche dal fatto che i valori del primo quartile sono prevalentemente 6. Queste voci devono poi essere prese in esame per quanto riguarda l'analisi delle criticità.

3.3.Organizzazione attività

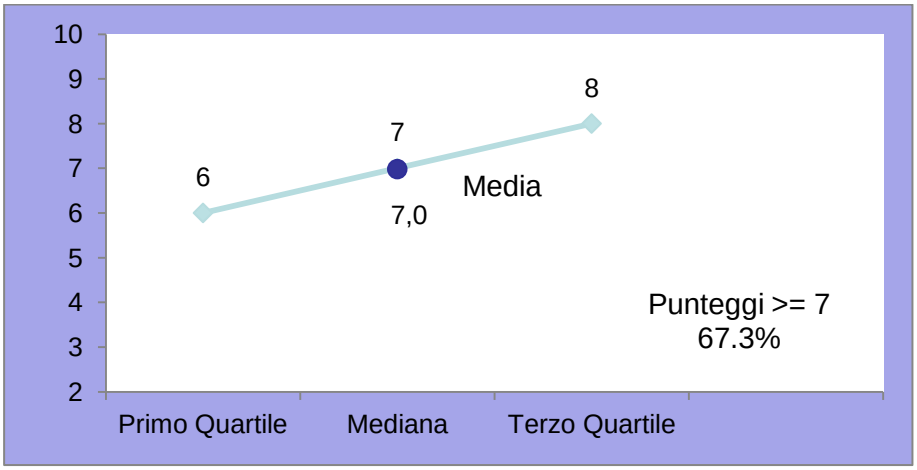


Figura 3.3.1: Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi

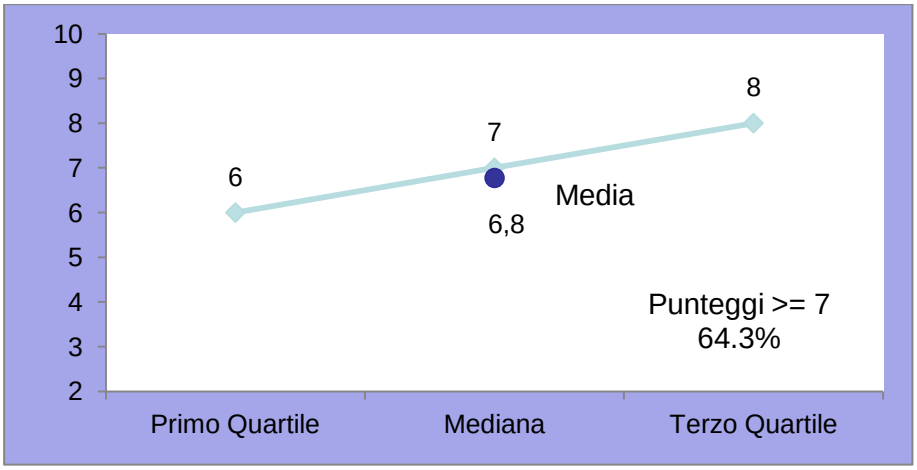


Figura 3.3.2: Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca

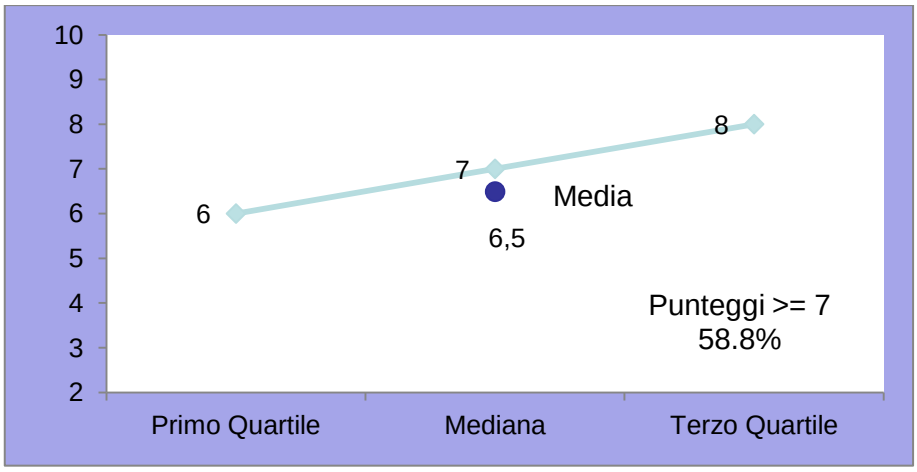


Figura 3.3.3: Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi

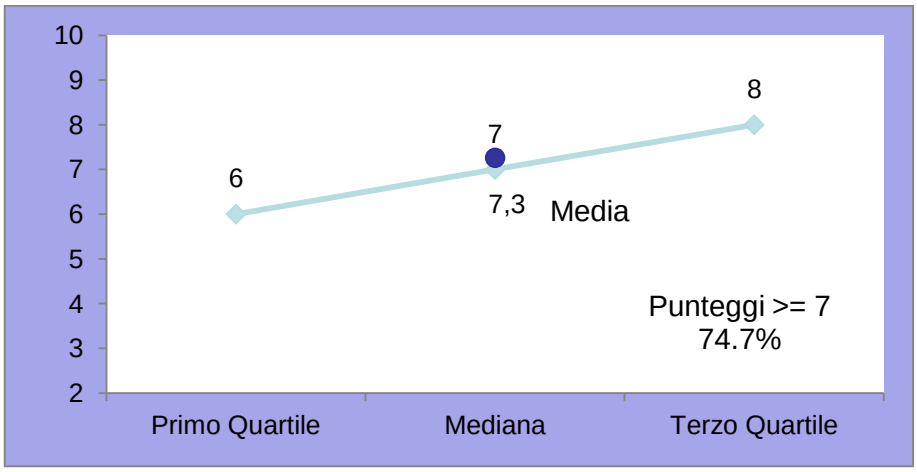


Figura 3.3.4: Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza

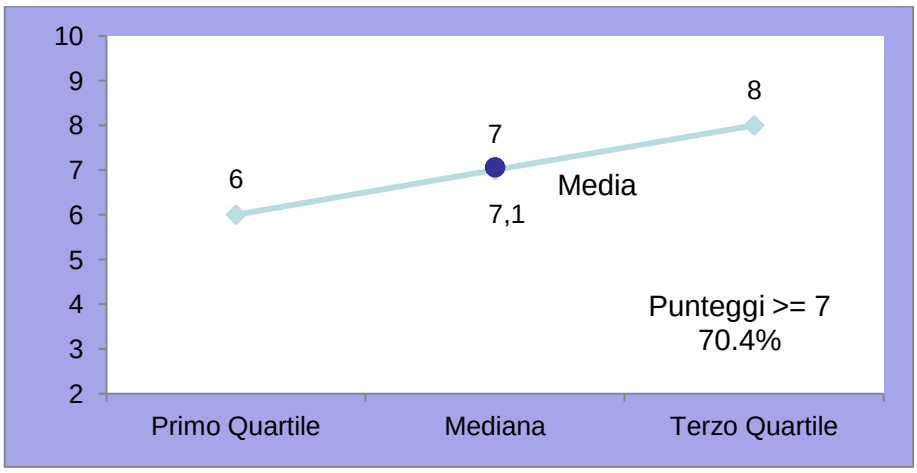


Figura 3.3.5: Adeguatezza degli attrezzi

Anche in questo caso la valutazione complessiva data dagli utenti non è del tutto positiva. La percentuale dei voti >=7 raggiunge nel migliore dei casi il 74.7%. Anche il fatto che la media sia cosi bassa deve attirare l'attenzione dei gestori degli aspetti monitorati. Per quanto riguarda il valore del primo quartile pure in questi casi gli organizzatori devono porre rimedio intervenendo sui possibili elementi che possono aver portato i clienti a dare valutazioni cosi basse.

3.4.Svolgimento attività

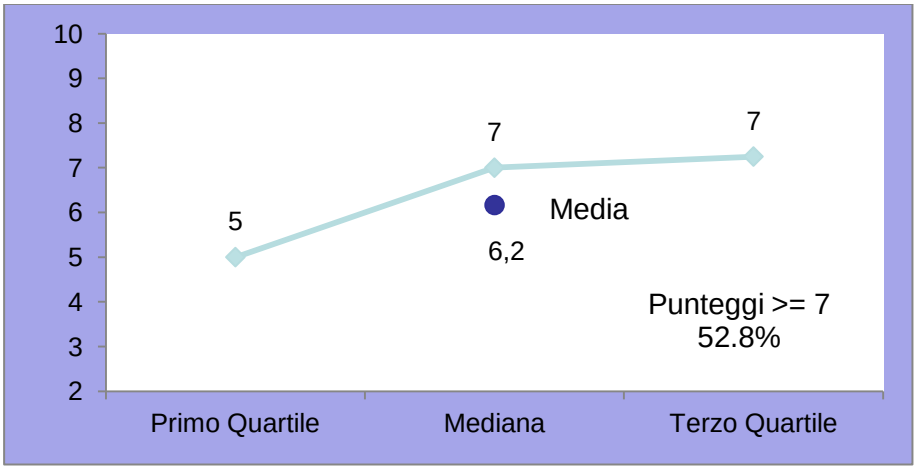


Figura 3.4.1: Gradimento sul Centro Estetico/Sauna

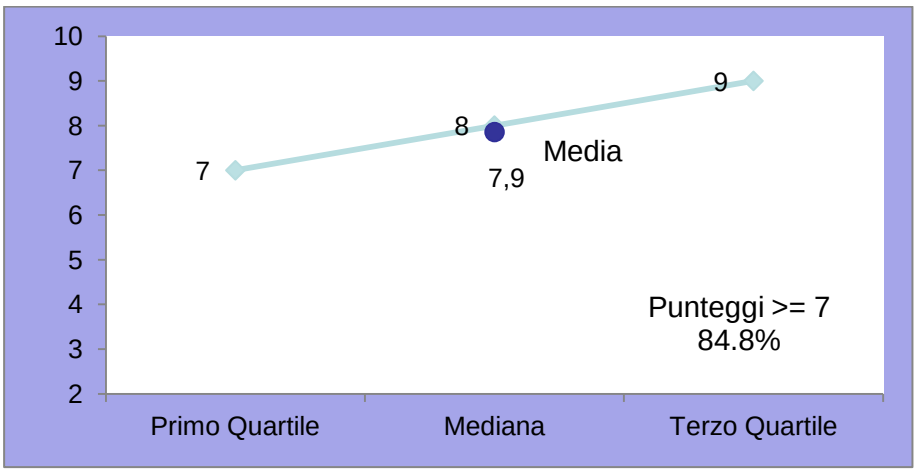


Figura 3.4.2: Divertimento nello svolgimento dell'attività

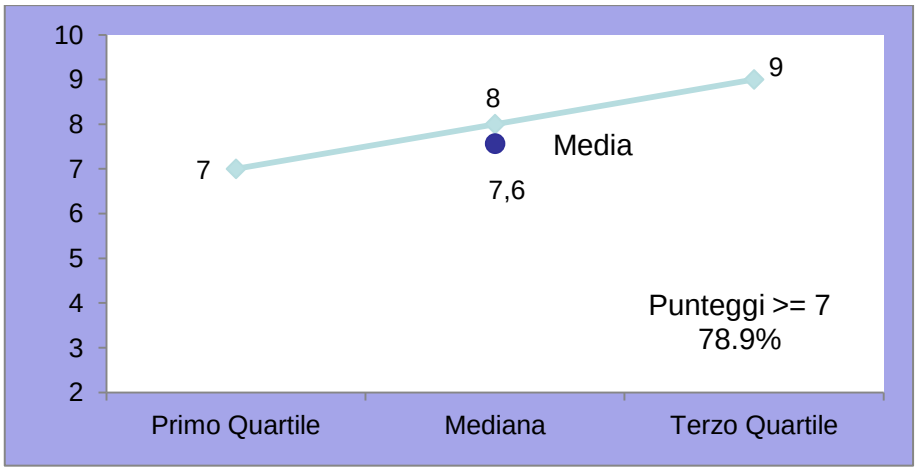


Figura 3.4.3: Esperienza consigliabile ad altri

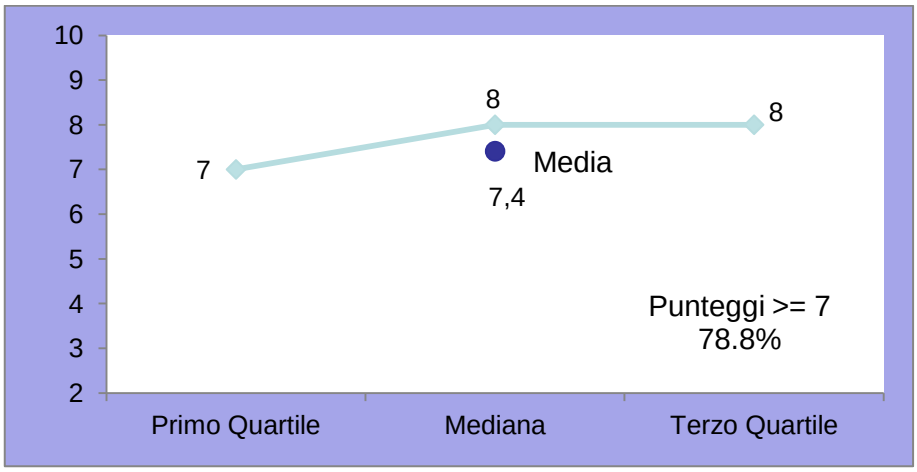


Figura 3.4.4: Soddisfazione complessiva per l'esperienza

Per quanto riguarda il gradimento dello svolgimento delle attività, per quanto riguarda il nuoto libero ci si può ritenere complessivamente soddisfatti. Si hanno valori di primo quartile sempre uguali a 7 e di conseguenza pure le medie e le percentuali di valutazioni >=7 sono anch'esse soddisfacenti. L'aspetto negativo da analizzare è il fatto che il parere dato dai clienti a riguardo del centro estetico/sauna è negativo in quanto ci si trova con una criticità grave e anche i punti di interesse per una valutazione complessiva danno un parere negativo. Bisogna però tenere in considerazione che coloro che si iscrivono al nuoto libero non necessariamente devono far uso della sauna e del centro estetico.

CAPITOLO 4

Analisi stratificata per tipo di attività

Nuoto libero n = 96

Palestra n = 22

Tennis n = 42

Quella che segue è un'analisi fatta per distinzione di attività tra nuoto libero, palestra e tennis. L'obiettivo è quello di poter capire quale tra le 3 attività risulta essere la migliore per aspetto analizzato e in quale invece sarebbe opportuno intervenire per migliorarne la soddisfazione complessiva

4.1.Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint

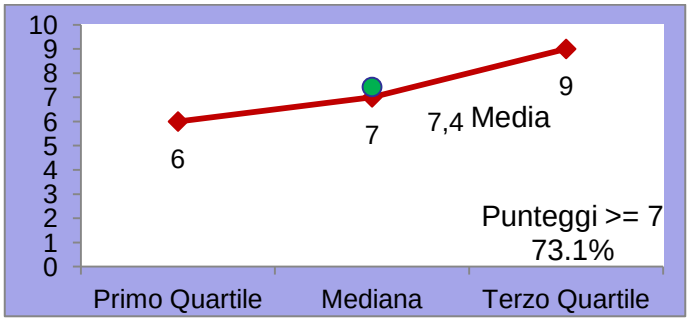


Figura 4.1.1: Nuoto libero

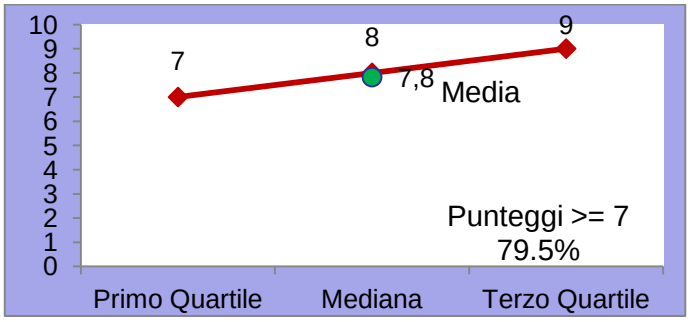


Figura 4.1.2: Tennis

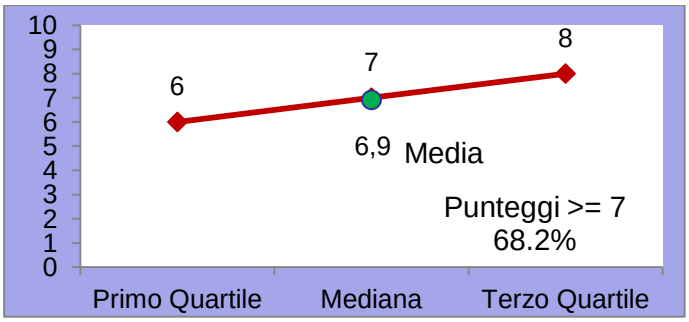


Figura 4.1.3: Palestra

Come si può vedere dai 3 grafici, per quanto riguarda la chiarezza e la completezza delle informazioni fornite dalla segreteria, l'attività che risulta essere più soddisfacente delle 3 è il tennis. Infatti a differenza delle altre ha tutti i valori più alti, sia per quanto riguarda la media (7.8), sia le valutazioni >=7 (79.5%), sia il primo quartile. La palestra invece sotto questo aspetto sembra essere la peggiore secondo quanto raccolto dai pareri dei clienti in quanto ha, a differenza del tennis, i 3 valori più bassi.

4.2.Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint

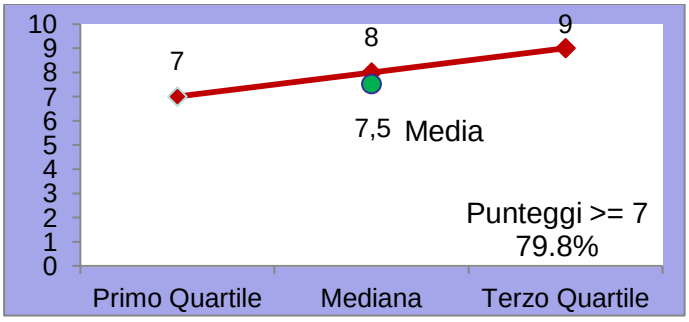


Figura 4.2.1: Nuoto libero

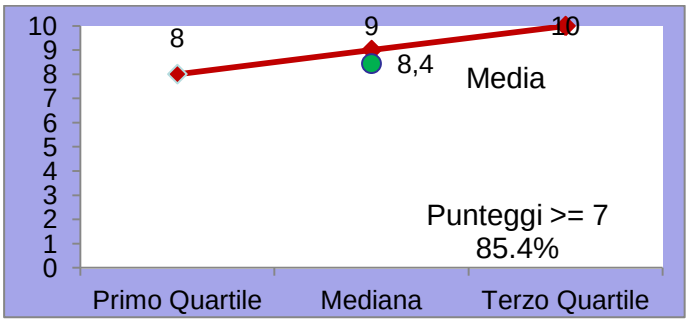


Figura 4.2.2: Tennis

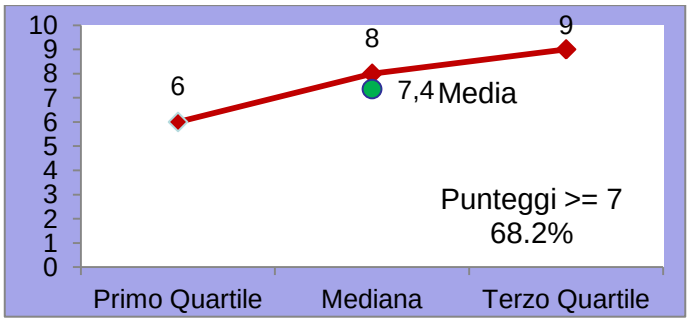


Figura 4.2.3: Palestra

Come successo in precedenza, anche in questo caso, in riferimento alla cortesia e disponibilità del personale, la palestra risulta essere la peggiore in relazione alle altre due, mentre il tennis anche in riferimento a questo aspetto monitorato, ha raccolto pareri migliori. Pure per quanto riguarda il nuoto libero, nel complesso si può affermare che i dati raccolti ci segnalino una soddisfazione complessiva a riguardo del personale della segreteria.

4.3. Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni

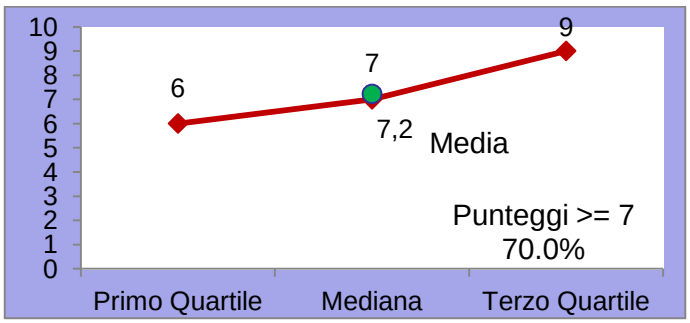


Figura 4.3.1: Nuoto libero

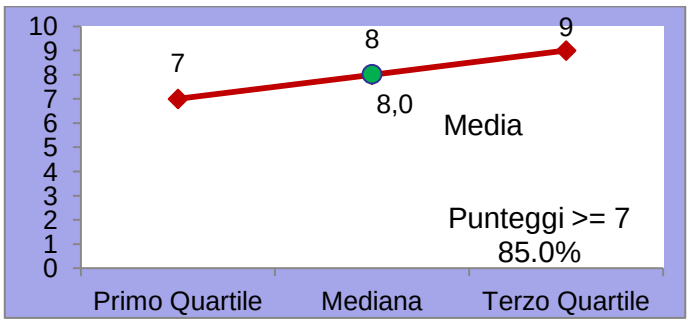


Figura 4.3.2: Tennis

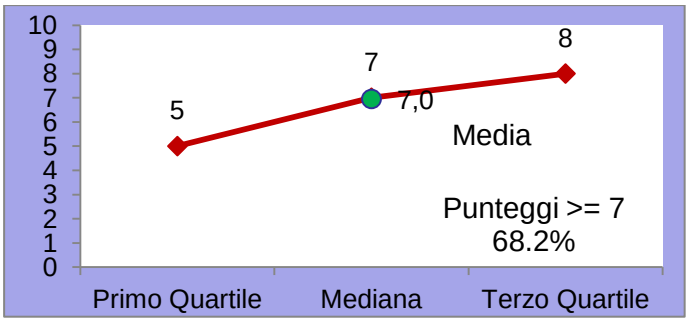


Figura 4.3.3: Palestra

Nuovamente ci si trova nelle stesse condizioni dei due casi analizzati in precedenza, per quanto concerne l'adeguatezza del sistema iscrizioni, il tennis ha raccolto le valutazioni migliori contrariamente alla palestra. Pure il nuoto libero andrebbe migliorato sotto questo aspetto visto che la media è discreta ma solo 7 persone su 10 danno un punteggio almeno uguale a 7 e ci si trova in presenza di una criticità lieve che andrebbe monitorata.

4.4.Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante

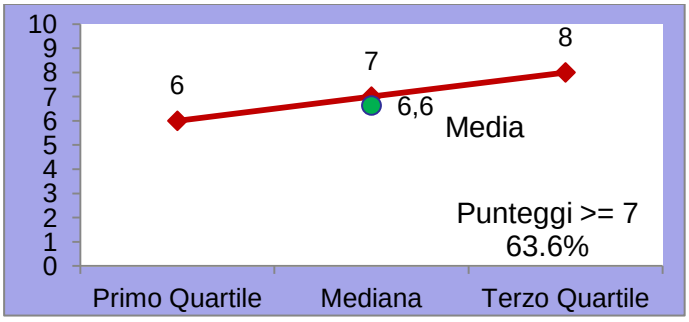


Figura 4.4.1: Nuoto libero

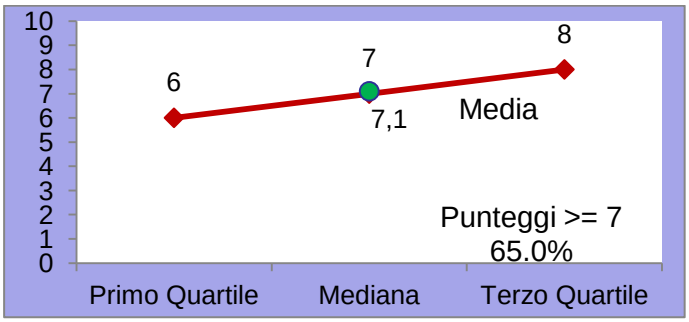


Figura 4.4.2: Tennis

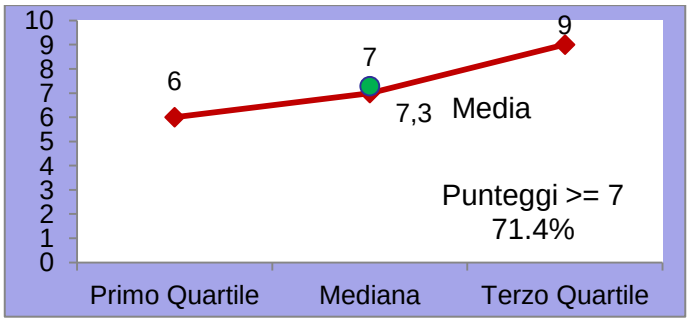


Figura 4.4.3: Palestra

A differenza dei casi precedenti, questa volta è la palestra a dare risultati relativamente soddisfacenti a discapito degli altri due. Nonostante ciò la valutazione del servizio di ristoro è nel complesso discreta dal momento che solo con la palestra le valutazioni >=7 raggiungono il 70%. Pure i valori del primo quartile sono in tutti e tre i casi poco gratificanti. Sicuramente il personale deve cercare di migliorare per dare un servizio migliore ai clienti

4.5.Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi

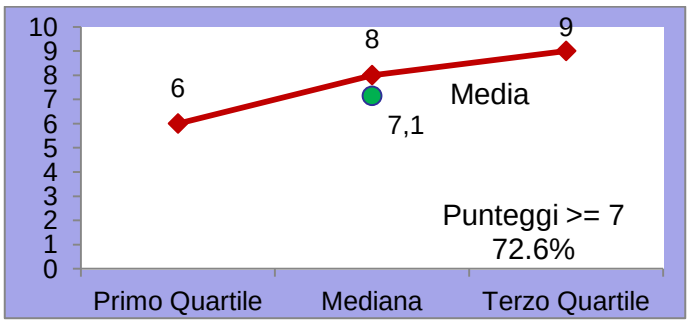


Figura 4.5.1: Nuoto libero

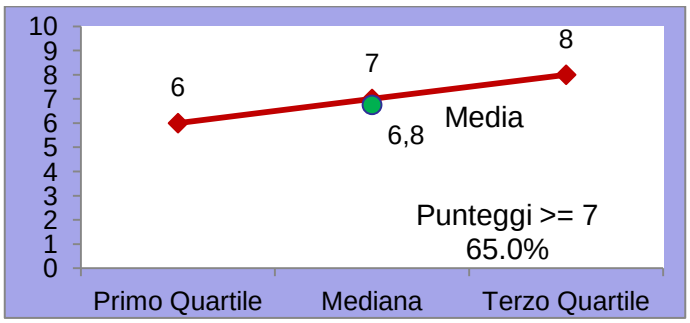


Figura 4.5.2: Tennis

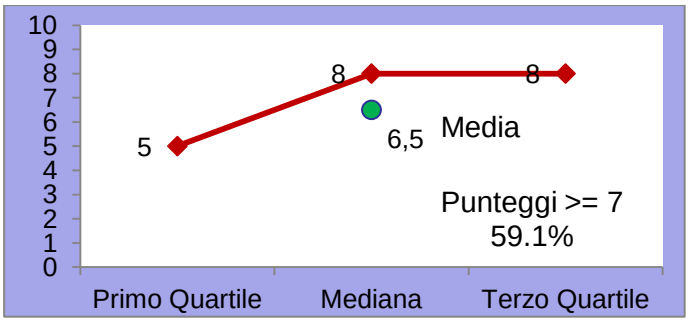


Figura 4.5.3: Palestra

Per quanto riguarda la cura e l'igiene degli spogliatoi, la palestra ritorna ad essere il campo che riceve le valutazioni peggiori. Nonostante ciò anche i punteggi del nuoto libero e del tennis non possono considerarsi totalmente positivi perché, indipendentemente dal fatto che le medie si aggirino sul 7, solamente 7 persone su 10 (nel migliore dei casi) danno una piena sufficienza a riguarda dell'igiene.

4.6.Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca

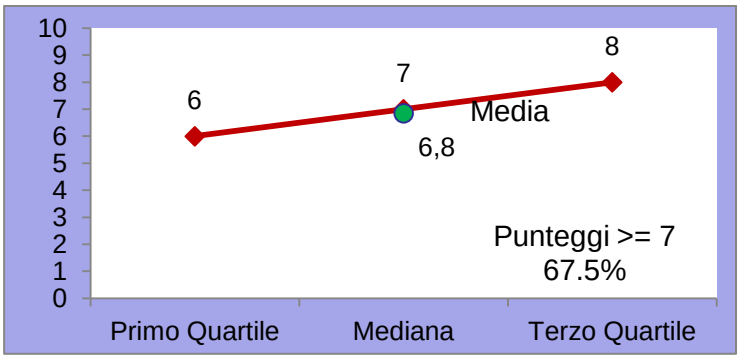


Figura 4.6.1: Nuoto libero

Chiaramente qui possiamo analizzare l'igiene delle vasche e del piano vasca dei clienti che sono iscritti al nuoto libero. Nel complesso la valutazione è sufficiente, la criticità è lieve, il punteggio medio leggermente inferiore alla mediana (6.8), aspetto dovuto al fatto che solo il 67.5% risponde a riguardo con un punteggio maggiore o uguale a 7.

4.7.Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi

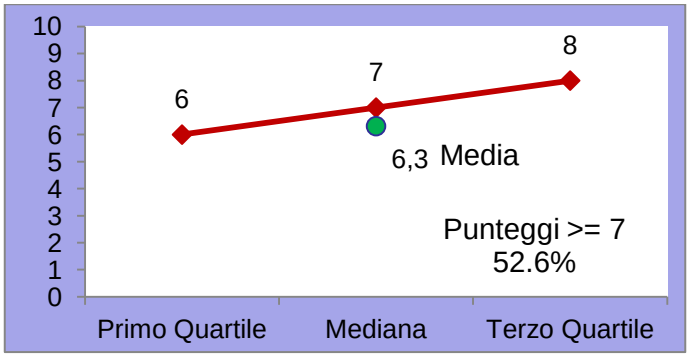


Figura 4.7.1: Palestra

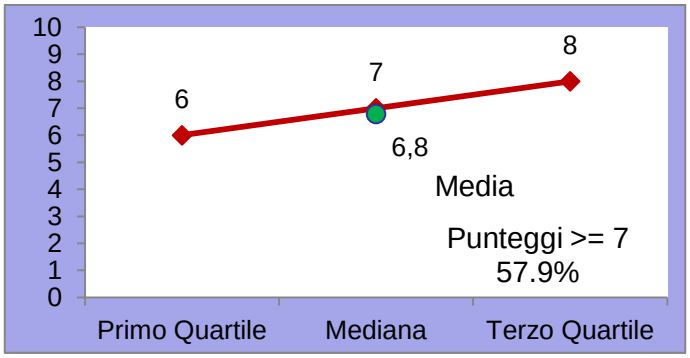


Figura 4.7.2: Tennis

Valutazioni molto simili sono state date sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi. Come si vede nei grafici, sia per la palestra che per il tennis i valori sono circa uguali: il primo quartile è 6 in entrambi i casi, la media passa da 6.3 a 6.8 e i voti complessivi >=7 non raggiungono il 60%. Complessivamente è possibile affermare che i clienti non sono totalmente soddisfatti di questa voce, è quindi il caso di migliorare il lavoro fatto dal personale della pulizia e della manutenzione.

4.8.Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza

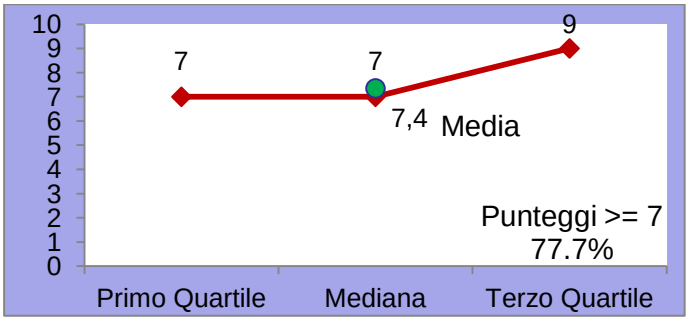


Figura 4.8.1: Nuoto libero

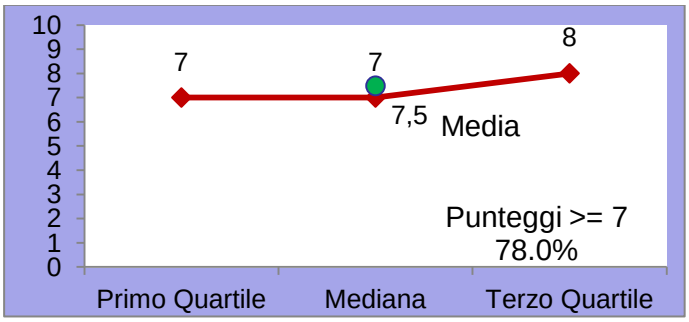


Figura 4.8.2: Tennis

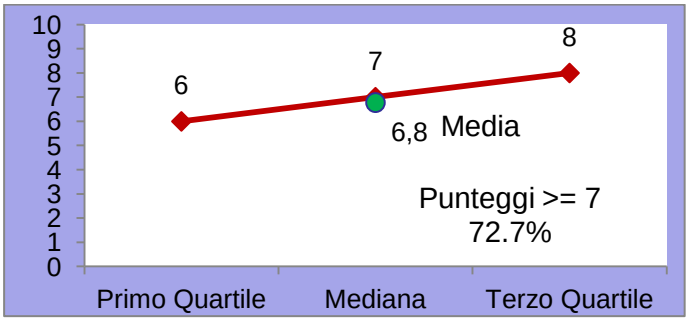


Figura 4.8.3: Palestra

Diversamente qui le persone che frequentano il centro possono ritenersi complessivamente soddisfatte. I valori medi vanno nel peggiore dei casi dal 6.8 della palestra al 7.5 del tennis. Un'osservazione va fatta sulla criticità nel 3 grafico che chiaramente abbassa quello che la valutazione media e la % dei punteggi. Il parere migliore viene dato a riguardo del tennis anche se pure quello del nuoto libero è pressoché identico.

4.9.Adeguatezza degli attrezzi

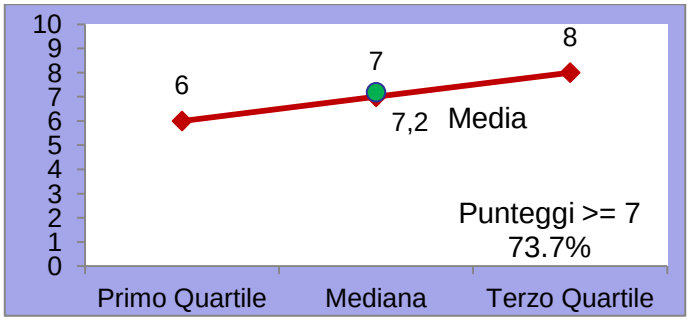


Figura 4.9.1: Nuoto libero

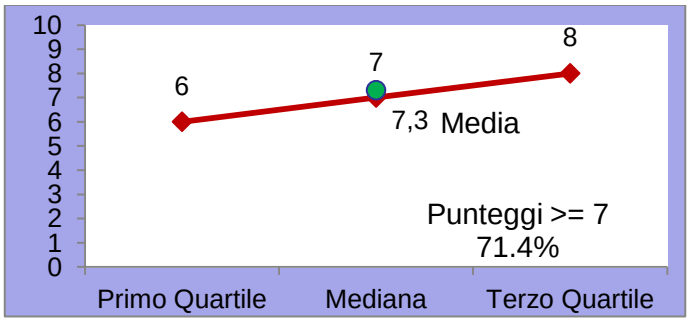


Figura 4.9.2: Tennis

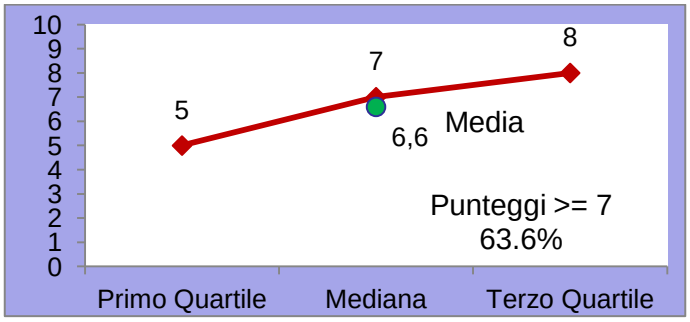


Figura 4.9.3: Palestra

Anche in questo caso, come nel precedente, la situazione analizzata ci mostra che nuoto libero e tennis ricevono opinioni positive e molto simili tra loro a differenza della palestra che è inferiore alle altre 2 in tutti e 3 gli aspetti presi in esame. Ci si trova infatti in condizione di criticità grave e un valore medio di poco sufficiente. Aspetto molto grave se si pensa che il 25% dei clienti che ha dato un punteggio l'ha fatto a riguardo degli attrezzi che si presume siano molto importanti nella palestra.

4.10.Gradimento sul Centro Estetico/Sauna

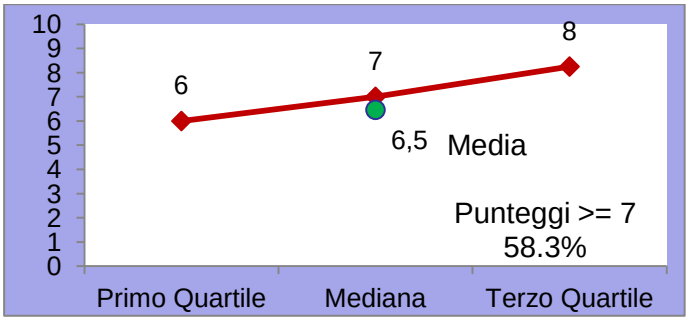


Figura 4.10.1: Nuoto libero

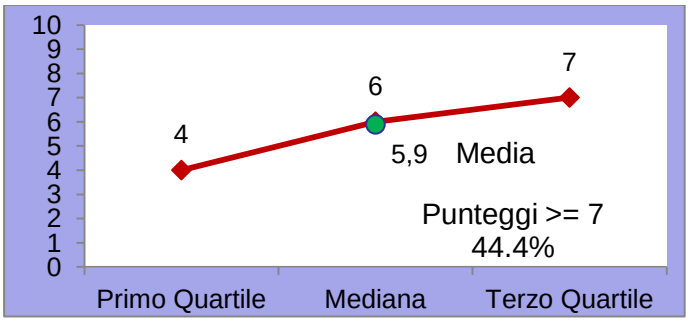


Figura 4.10.2: Tennis

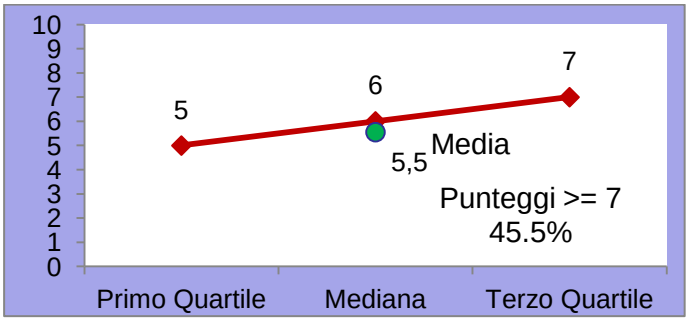


Figura 4.10.3: Palestra

Come era facile prevedere dall'analisi generale, i giudizi dati sul gradimento del centro estetico e sauna sono poco soddisfacenti. I clienti iscritti al nuoto libero hanno dato una valutazione appena sufficiente contrariamente a quelli della palestra e del tennis. Analizzando le diversificazioni nel dettaglio si nota che i valori medi sono del tutto insufficienti, fatto facilmente pronosticabile vedendo i punteggi dei primi quartili (si è infatti in presenza di criticità grave). Nonostante il nuoto libero sia appena sufficiente solo 6 persone su 10 danno una valutazione di almeno 7, sinonimo che l'aspetto monitorato non è bel valutato dai clienti del centro. Sicuramente c'è da intervenire.

4.11.Divertimento nello svolgimento dell'attività

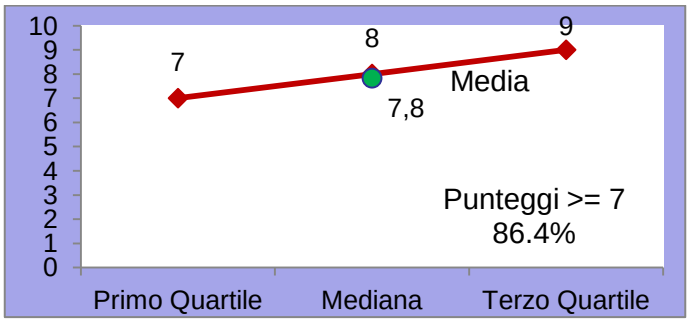


Figura 4.11.1: Nuoto libero

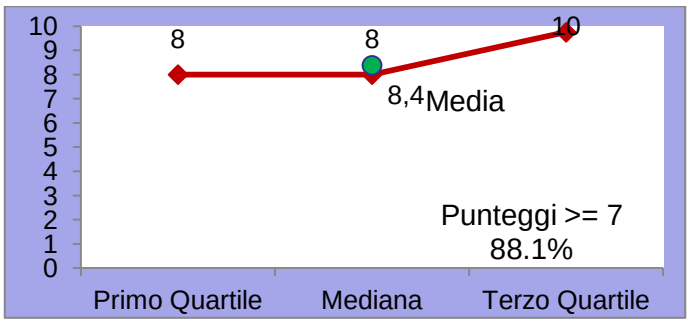


Figura 4.11.2: Tennis

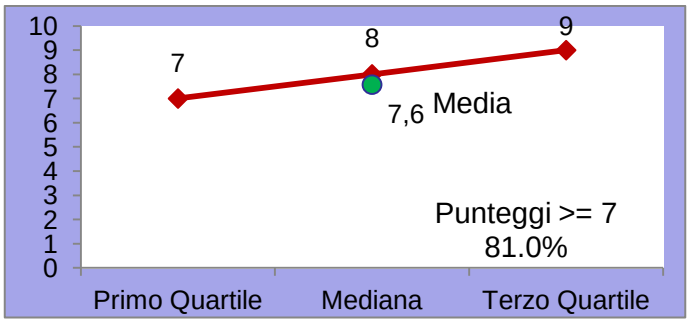


Figura 4.11.3: Palestra

Totalmente soddisfacente è il punteggio relativo al divertimento nello svolgimento delle attività. Anche nel caso peggiore riferito all'ultima tabella, la media è molto buona (7.6) con valore di primo quartile che non desta preoccupazione e ben 4 persone su 5 da un punteggio >=7. Migliori sono le risposte date dai clienti del tennis dove la media è alta (8.4) cosi come il primo quartile. Importante anche il fatto che circa l'88% dei clienti valuti positivamente l'aspetto in questione.

4.12.Esperienza consigliabile ad altri

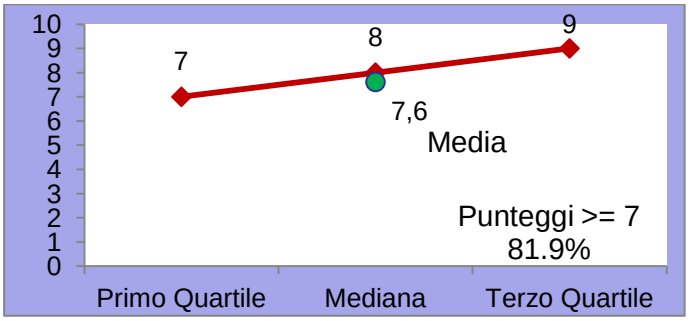


Figura 4.12.1: Nuoto libero

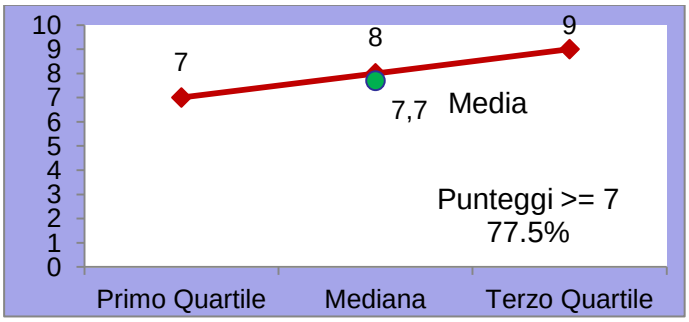


Figura 4.12.2: Tennis

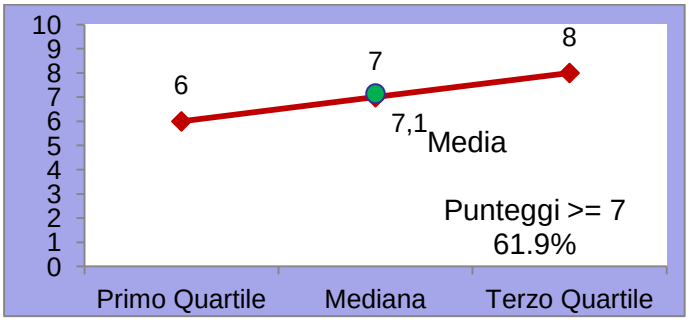


Figura 4.12.3: Palestra

Come evidenziato nell'analisi generale, 2 persone su 5 sono venute a conoscenza del centro sportivo Oasi 2000 mediante il passaparola, quindi è importante che i dati relativi al fatto che possano poi consigliare l'esperienza ad altri è importante. Dai grafici si può vedere che in linea di massima la maggior parte dei clienti è soddisfatta dal momento che i valori medi sono sempre superiori a 7 nonostante la percentuale dei clienti che da una valutazione di almeno 7 non sia molto alta (l'81.9% nel caso migliore). Anche in questo caso la palestra è l'attività che riceve le valutazioni più basse anche se comunque non sono preoccupanti.

4.13.Soddisfazione complessiva per l'esperienza

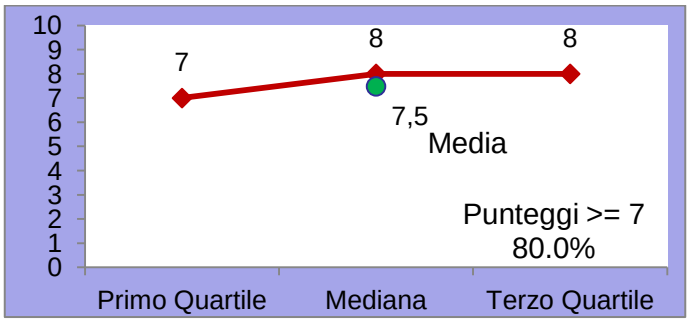


Figura 4.13.1: Nuoto libero

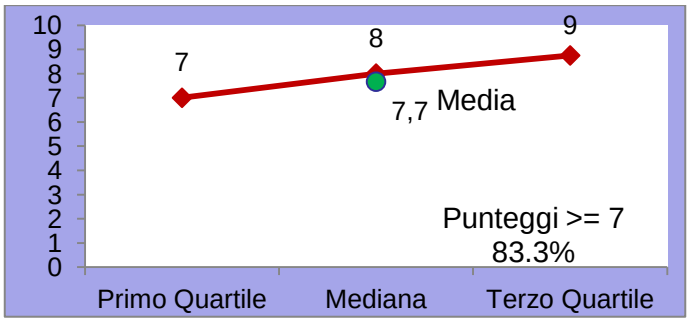


Figura 4.13.2: Tennis

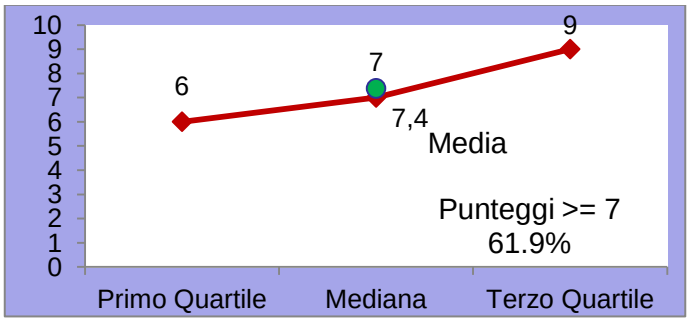


Figura 4.13.3: Palestra

In conclusione, per quanto riguarda la soddisfazione complessiva, i clienti sembrano comunque contenti del servizio a disposizione visto che i valori tra le diverse attività si avvicinano molto tra loro. Chiaramente l'analisi degli aspetti precedenti ha mostrato che la palestra è l'ambiente che nel peggiore dei casi è quello valutato peggio rispetto a tennis e nuoto libero, quindi anche di conseguenza la soddisfazione relativa è la peggiore nonostante la media sia di 7.4 e ci sia una criticità lieve. Bisogna prendere in esame le singole voci del questionario e cercare di intervenire per migliorare quindi la

percezione dei servizi di questa attività in modo da alzarne il punteggio nell'analisi successiva.

CAPITOLO 5

Analisi stratificata per fascia oraria

Mattino n = 72

Pomeriggio n = 54

Tutto il giorno n = 22

Le seguenti tabelle ci danno delle indicazioni su quelle che sono le valutazioni complessive dei vari aspetti monitorati e quelle invece specifiche riguardanti le fasce orarie di frequentazione del corso. Si cercherà di capire se la soddisfazione del cliente è maggiore in determinati orari oppure se è non condizionata dalle fasce studiate.

5.1.Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint

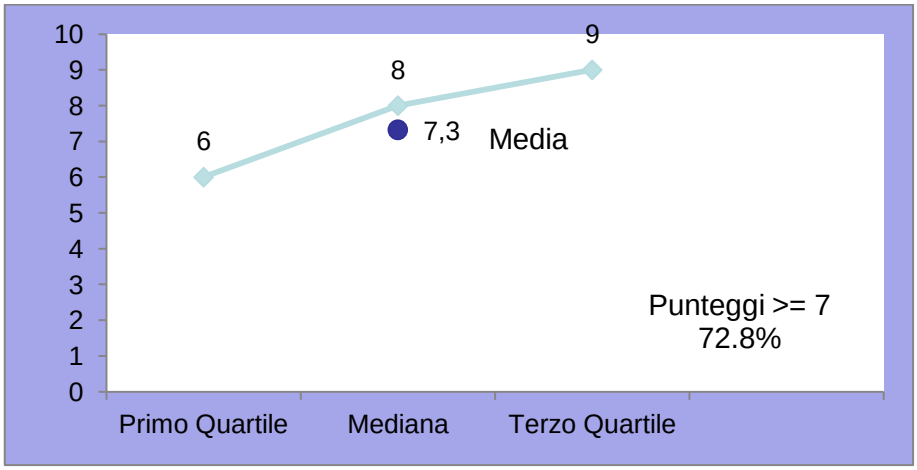


Figura 5.1.1: Analisi generale

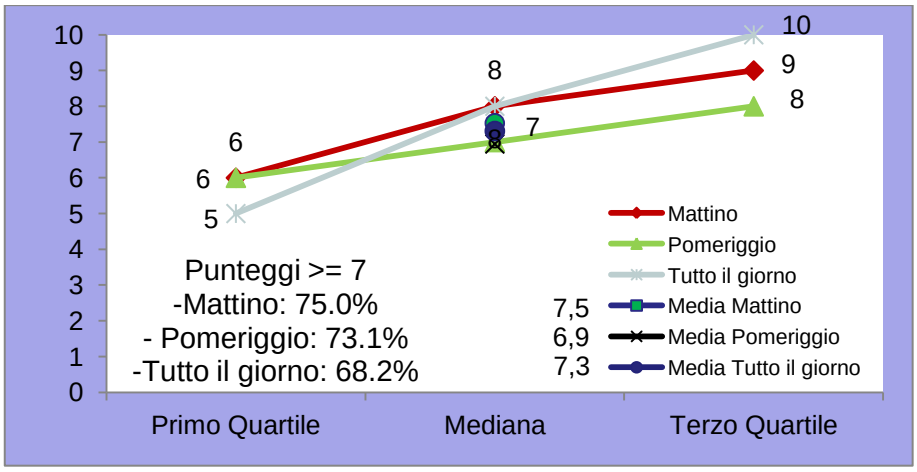


Figura 5.1.2: Analisi stratificata per fascia oraria

La valutazione complessiva è da considerarsi relativamente soddisfacente in quanto ci si trova in condizioni di criticità lieve e circa solo 7 clienti su 10 danno alla chiarezza e completezza delle informazioni una valutazione maggiore o uguale a 7. Se ci si concentra sulla diversificazione per fascia, si nota che la peggiore, nonostante i valori dei 3 periodi esaminati non siano totalmente positivi, è quella relativa a “tutto il giorno” (nonostante abbia mediana e terzo quartile elevati, il primo è una criticità grave).

5.2.Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint

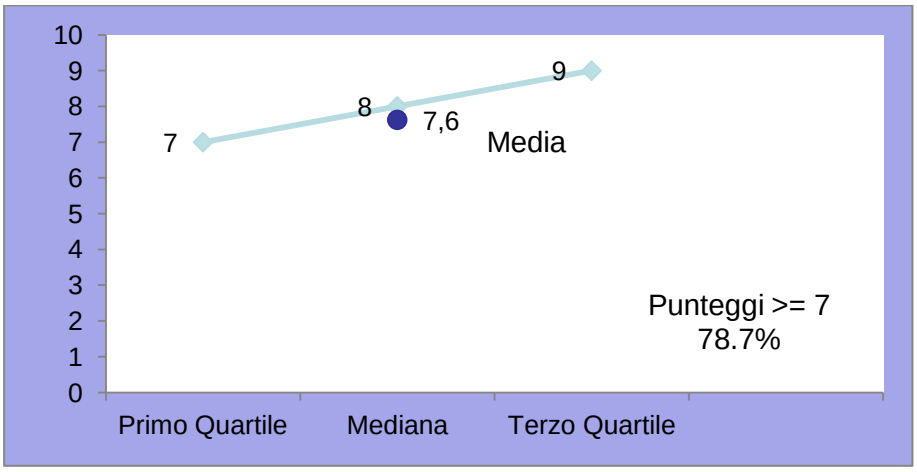


Figura 5.2.1: Analisi generale

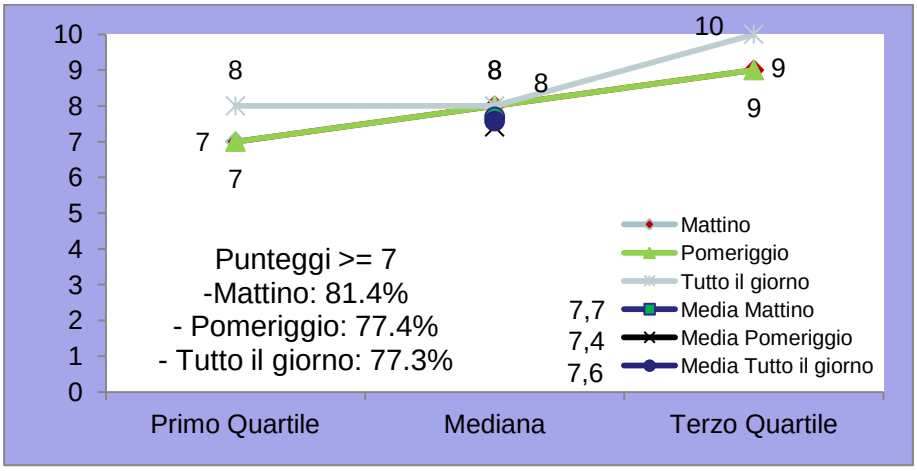


Figura 5.2.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Per quanto riguarda la cortesia e disponibilità del personale, le valutazioni date dai clienti del centro sportivo possono ritenersi soddisfacenti. I valori dei quartili cosi come le medie sono da considerarsi buone in tutte e tre le fasce analizzate. Non ci sono da

segnalare interventi di miglioramento di un servizio che risulta comunque essere funzionale.

5.3. Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni

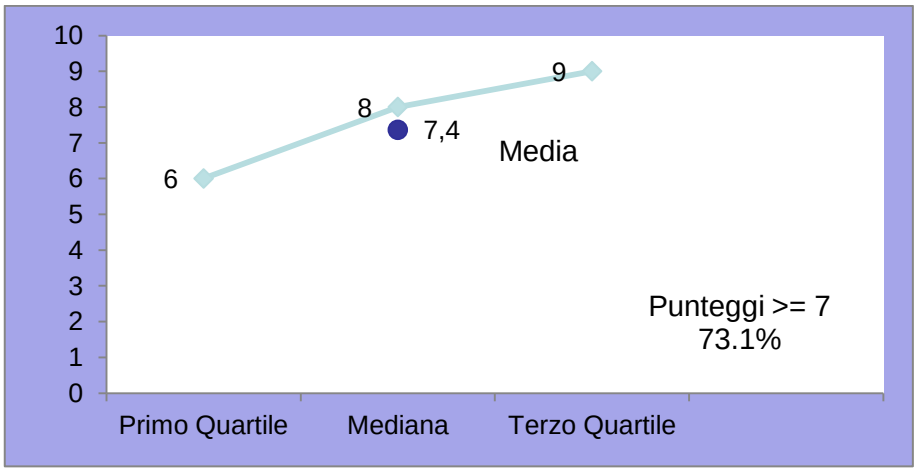


Figura 5.3.1: Analisi generale

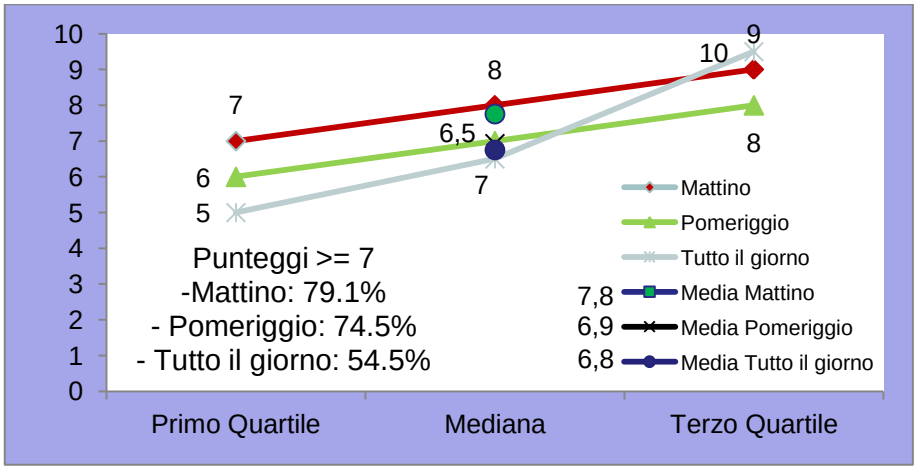


Figura 5.3.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Se si osserva la seconda tabella, si può notare che la fascia che penalizza la valutazione complessiva è quella che si riferisce a “tutto il giorno”. I valori di riferimento della linea grigia sono tutti negativi se messi in relazione a quelli relativi alle altre due linee: la media è la più bassa, i clienti che hanno dato una valutazione >= a 7 sono poco più della metà (54.5%) e ci si trova con una criticità grave. Positivi i pareri delle persone frequentanti il centro relative al personale che lavora al turno di mattina: media, primo quartile e valutazione generale hanno i valori più elevati.

5.4.Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante

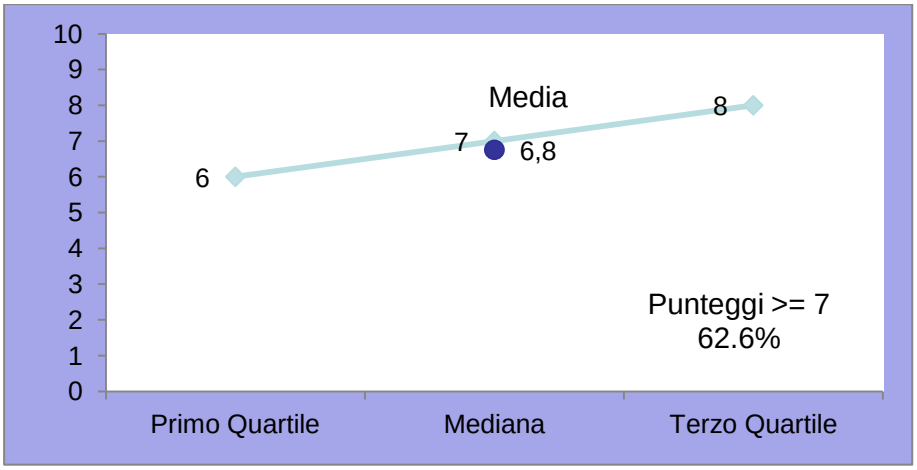


Figura 5.4.1: Analisi generale

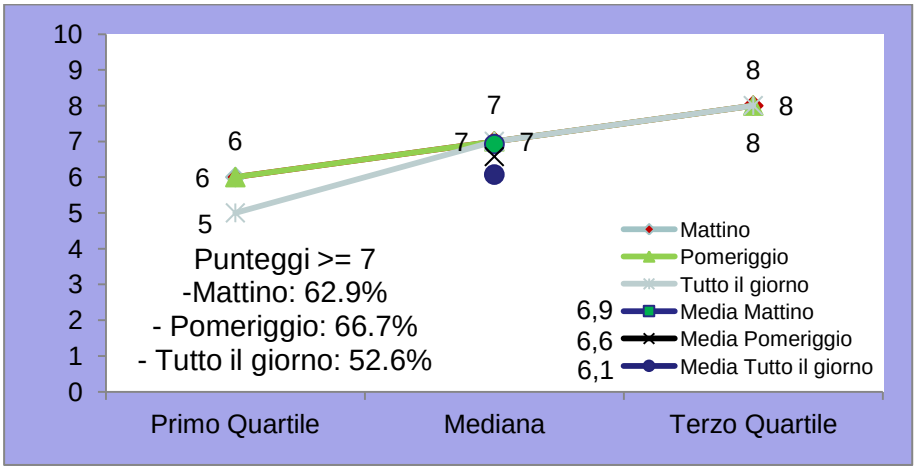


Figura 5.4.2: Analisi stratificata per fascia oraria

A riguardo del gradimento dei servizi di ristoro, il parere dei clienti non è totalmente positivo. Sicuramente si potrebbe intervenire per apportare qualche miglioria dal momento che la media è discreta per coloro che frequentano il centro o la mattina o il pomeriggio. Coloro che trascorrono la giornata intera invece danno un'opinione peggiore. Certamente c'è da capire quali aspetti migliorare per aumentare il grado di soddisfazione complessivo.

5.5.Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi

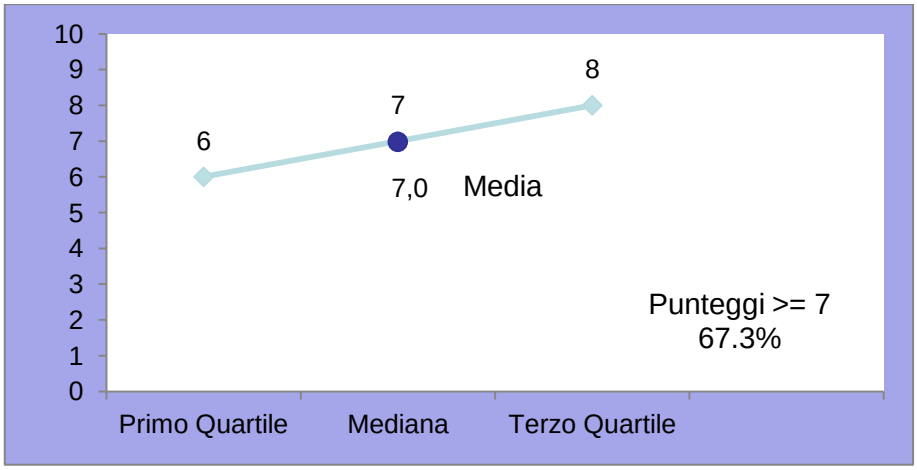


Figura 5.5.1: Analisi generale

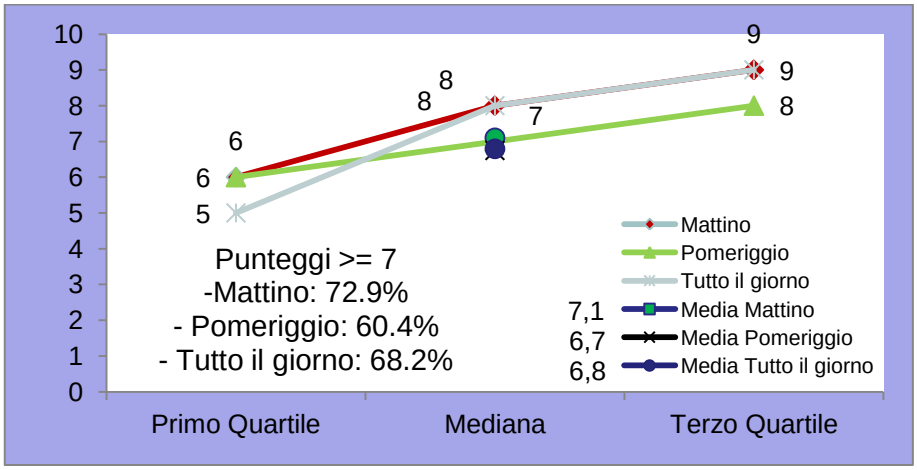


Figura 5.5.2: Analisi stratificata per fascia oraria

La soddisfazione dei clienti riguardo la cura e l'igiene degli spogliatoi è moderata. Dai dati raccolti risulta che coloro che frequentano il centro la mattina diano giudizi più positivi, forse questo è dovuto alle pulizie fatte e quindi gli spogliatoi la mattina si trovano in condizioni migliori rispetto al pomeriggio. Complessivamente la media attribuita si aggira sul 7, con valutazioni >=7 che va dal 72.9% della mattina al 60.4% del pomeriggio.

5.6.Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca

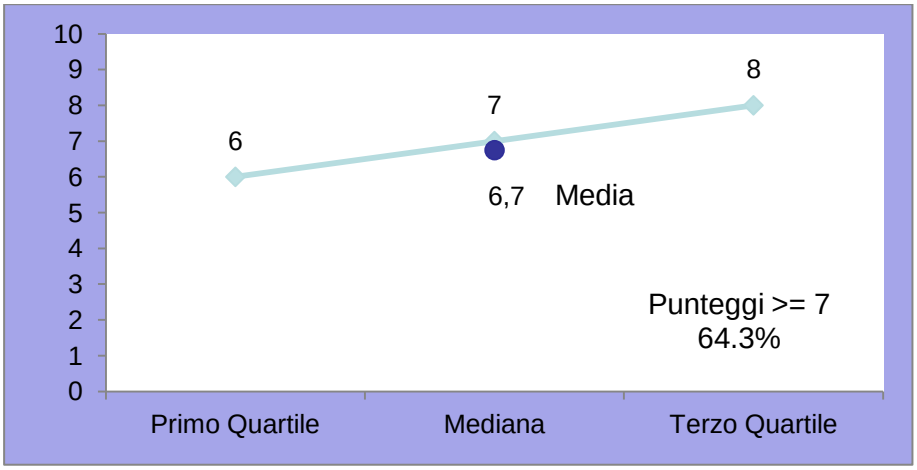


Figura 5.6.1: Analisi generale

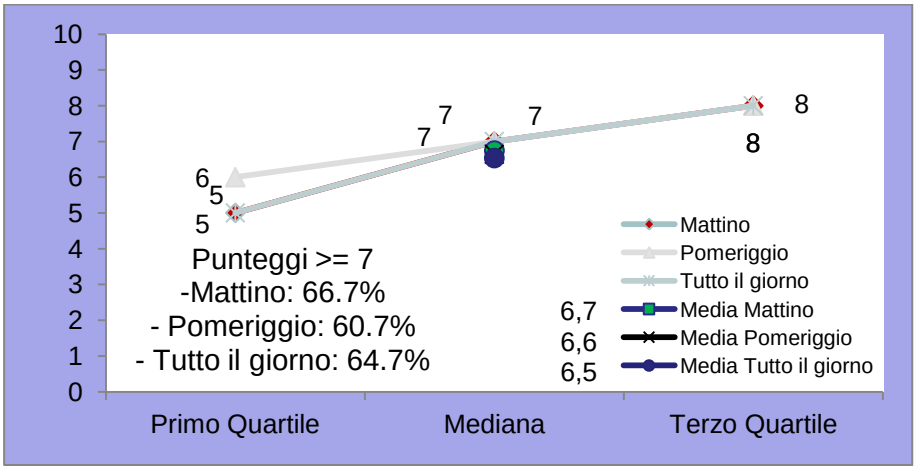


Figura 5.6.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Per quanto riguarda l'igiene del piano vasca e delle vasche, a differenza di quello che succede con gli spogliatoi, risultano più soddisfatti i clienti del pomeriggio, anche se questa soddisfazione è relativa in quanto, da come si può vedere dalla figura in basso, il primo quartile mostra una grave criticità. Bisognerebbe quindi prendere provvedimenti a riguardo e cercare di tenere in condizioni migliori (o comunque più puliti) gli ambienti relativi alle vasche per avere un aumento del grado di soddisfazione delle persone che vi si recano. Anche i valori medi di conseguenza non sono elevati in quanto si aggirano intorno al 6,5. Nel complesso si può dire che questo aspetto deve

essere decisamente migliorato perché i clienti non sembrano essere del tutto contenti a riguardo.

5.7.Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi

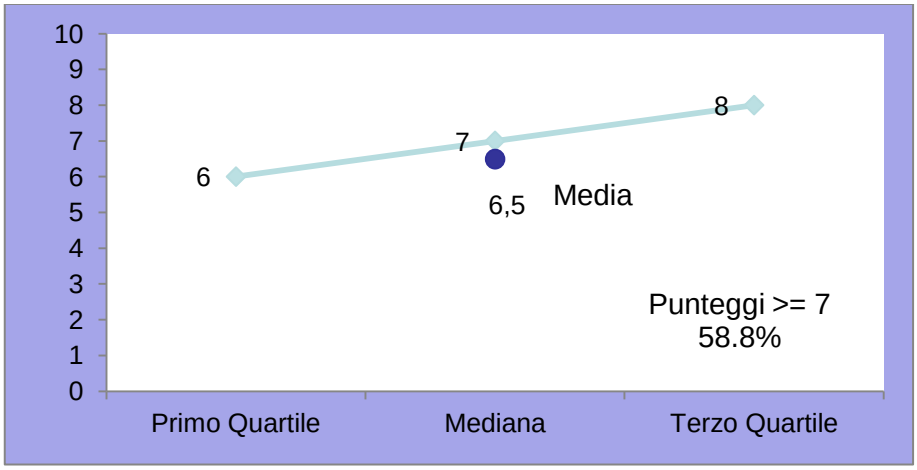


Figura 5.7.1: Analisi generale

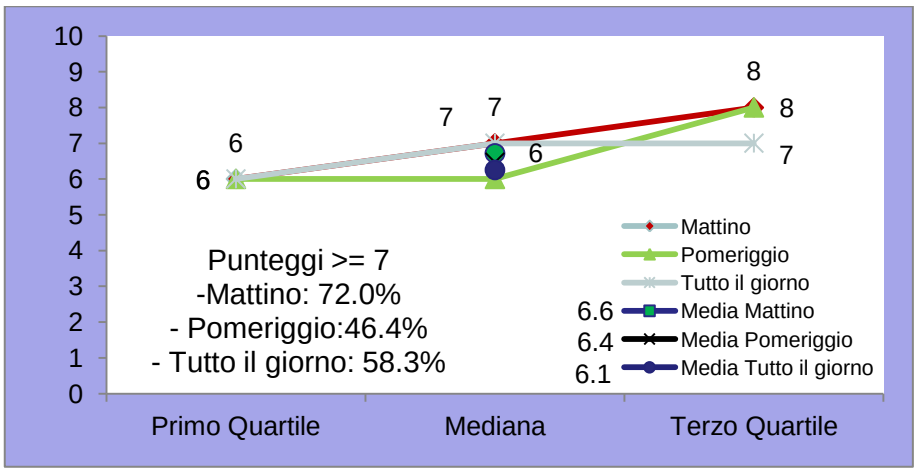


Figura 5.7.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Peggiore è la valutazione fatta da coloro che frequentano la palestra e i campi del centro polisportivo. In linea di massima non c'è una grande distinzione tra le valutazioni fatte per fascia oraria: il livello generale di gradimento è appena sufficiente, il 72% dei clienti della mattina da una valutazione >=7 mentre con il passare delle ore i punteggi dati si abbassano notevolmente fino ad arrivare la 46.4% del pomeriggio e al 58.3% su

tutto il giorno. Nonostante questo non si hanno criticità gravi (come nel caso delle vasche e del piano vasca) ma lievi che devono però essere sicuramente prese in esame per abbassare il rischio che le valutazioni nei mesi possano peggiorare e poter alzare, di conseguenza, il voto medio dato all'aspetto in esame.

5.8. Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza

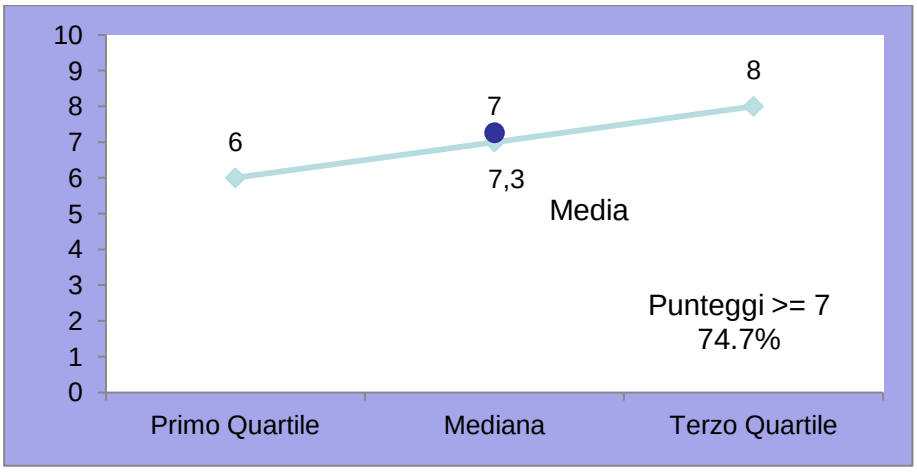


Figura 5.8.1: Analisi generale

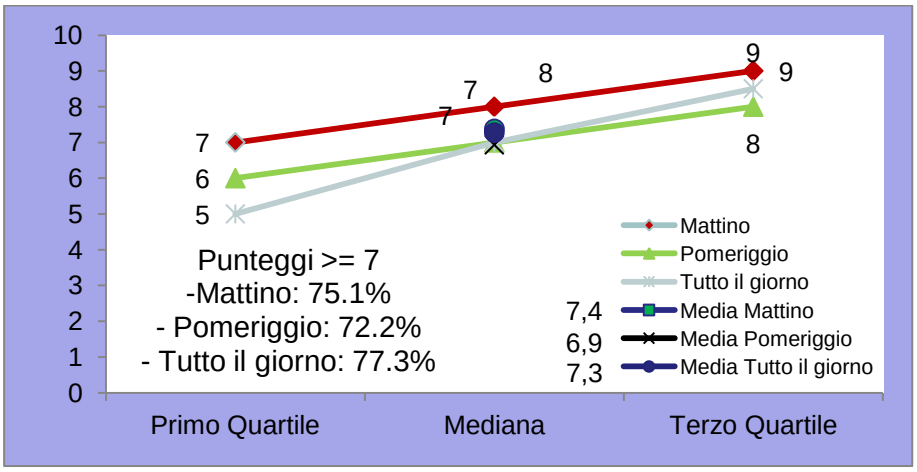


Figura 5.8.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Relativamente soddisfacente è il parere espresso a riguardo della sicurezza degli ambienti de dell'assistenza. Il valore medio è di 7.3 con 3 clienti su 4 che da una valutazione maggiore o superiore a 7. In dettaglio si vede che il punteggio migliore è

dato da coloro che si recano al centro nella fascia mattutina dove si può notare che la media dei voti è la migliore, il primo quartile è 7 (quindi positivo). Bisognerebbe capire perché il quartile relativo alla fascia giornaliera totale sia cosi basso a differenza degli altri due casi dove comunque la criticità è nel peggiore dei casi lieve.

5.9.Adeguatezza degli attrezzi

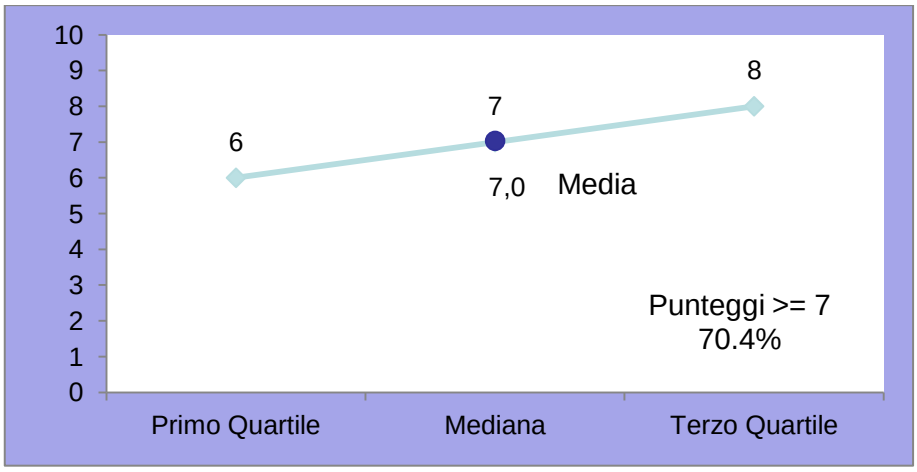


Figura 5.9.1: Analisi generale

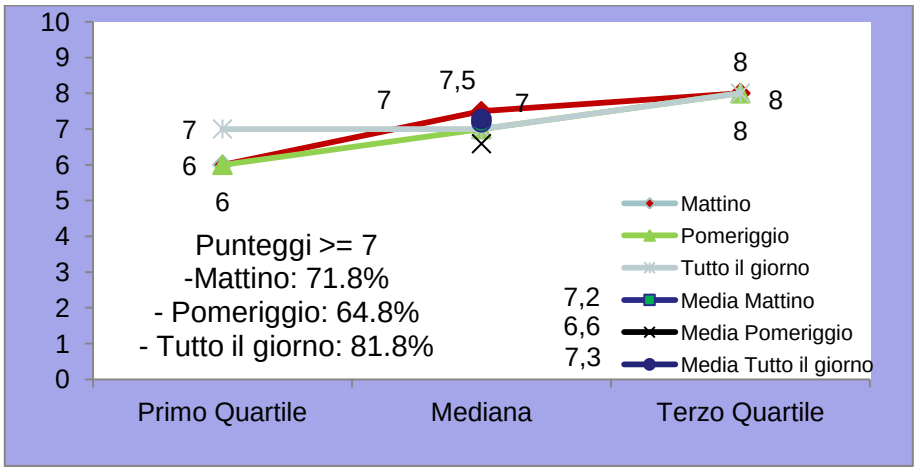


Figura 5.9.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Più complicata è la situazione che si può considerare analizzando i dati relativi alle risposte sul quesito riguardante l'adeguatezza degli attrezzi. La valutazione fatta nell'arco della giornata intera risulta essere migliore rispetto a quella della mattina e del

pomeriggio. La media infatti è la maggiore cosi come non ci si trova in condizioni di criticità e ben 8 persone su 10 hanno dato una valutazione >=7. Diversamente sembra che i clienti che frequentano il centro nel pomeriggio non siano dello stesso parere dal momento che tutti e 3 i valori presi in esame sono notevolmente più bassi (cosa che si verifica anche per coloro che si recano al centro la mattina, anche se in misura minore).

5.10.Gradimento sul Centro Estetico/Sauna

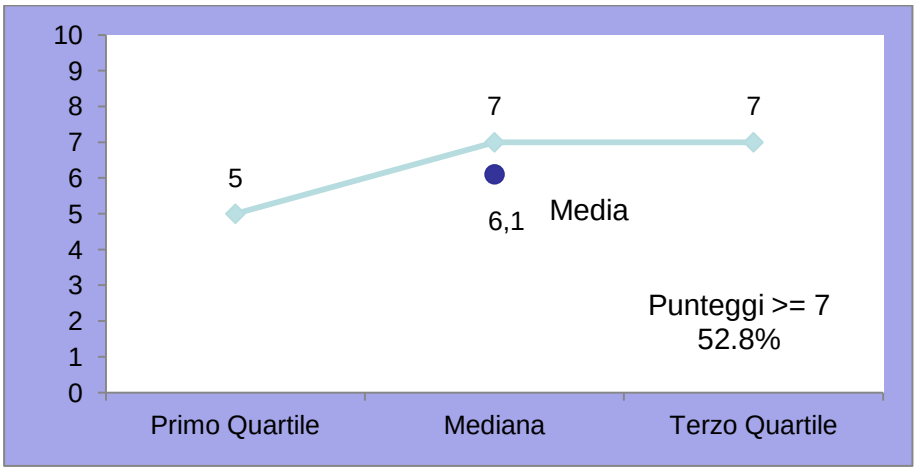


Figura 5.10.1: Analisi generale

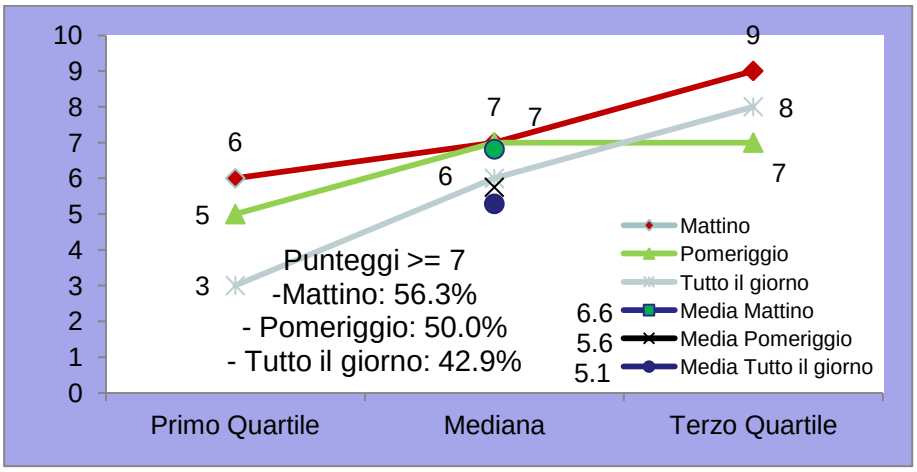


Figura 5.10.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Non soddisfacente la valutazione generale riguardante il centro estetico e la sauna. Come si vede dalla prima tabella, il voto medio è appena sufficiente con quasi la metà dei clienti che fruiscono del servizio che non da una voto di almeno 7. Anche il valore del primo quartile denota una grave criticità. Scendendo nel dettaglio notiamo che i clienti che appartenenti alla fascia azzurra sono completamente insoddisfatti del servizio. La media è pienamente insufficiente ma quello che preoccupa di più è il 3 associato al primo quartile. Anche i voti relativi alla mattina e al pomeriggio sono negativi (più nel secondo caso). Sicuramente bisogna intervenire per migliorare questo aspetto.

5.11.Divertimento nello svolgimento dell'attività

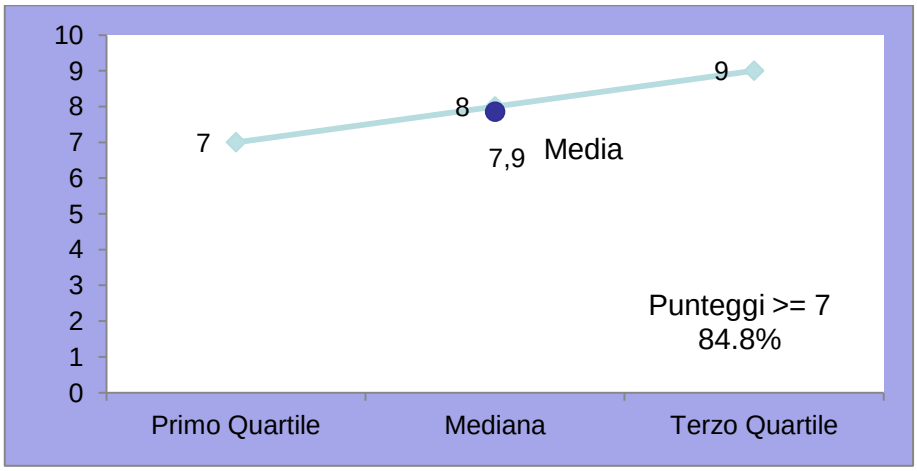


Figura 5.11.1: Analisi generale

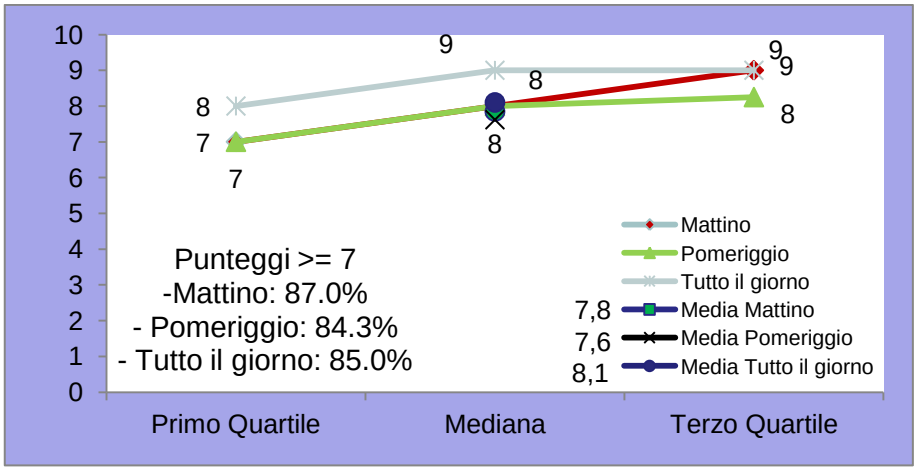


Figura 5.11.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Decisamente migliore il parere dato a riguardo del divertimento nel svolgere le attività. Qui tutti i parametri analizzati danno una soddisfazione complessiva marcata dal fatto che le criticità non sussistono, molto buoni i valori medi e significativo il fatto che quasi l'85% del campione analizzato dica che l'aspetto analizzato è più che sufficiente. Non ci sono da segnalare particolari interventi o migliorie da applicare.

5.12.Esperienza consigliabile ad altri

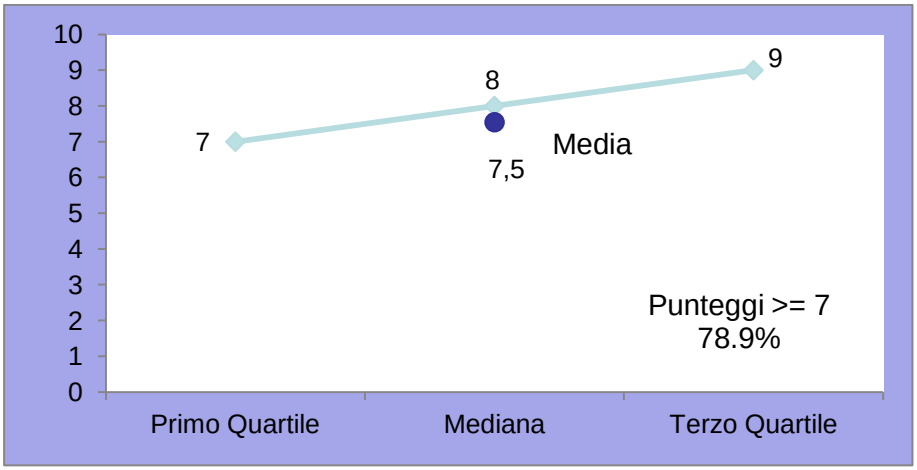


Figura 5.12.1: Analisi generale

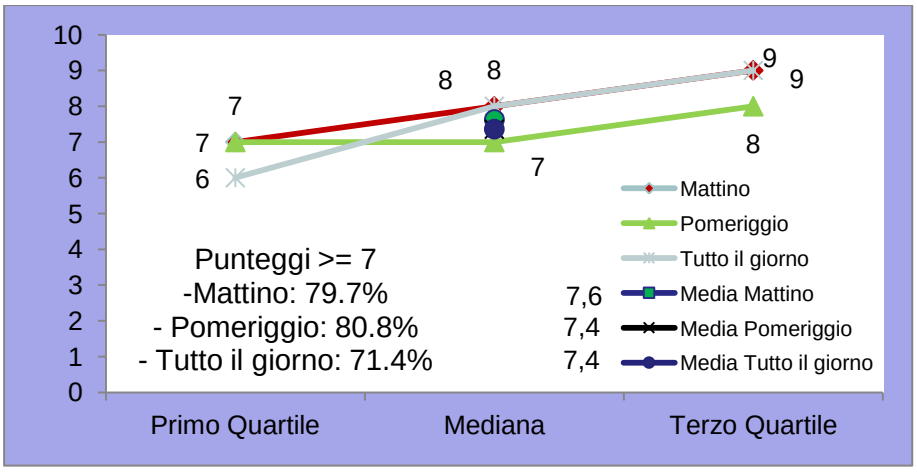


Figura 5.12.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Questo è un aspetto molto importante da analizzare perché dall'analisi generale si è visto che più del 40% dei clienti è venuto a conoscenza del centro Oasi 2000

passaparola, quindi è fondamentale che le persone che lo frequentano poi ne parlino bene ad amici e conoscenti. Dai grafici ci si può considerare nel complesso soddisfatti dal momento che non si ha una grave criticità e i valori medi cosi come quelli relativi al punteggio 7 sono buoni. Magari ci sarebbe da capire il perché della valutazione di 6 dato nel primo quartile dai clienti che si recano al centro per tutta la giornata, anche se poi la linea di riferimento segue l'andamento generale quindi non desta particolare preoccupazione.

5.13.Soddisfazione complessiva per l'esperienza

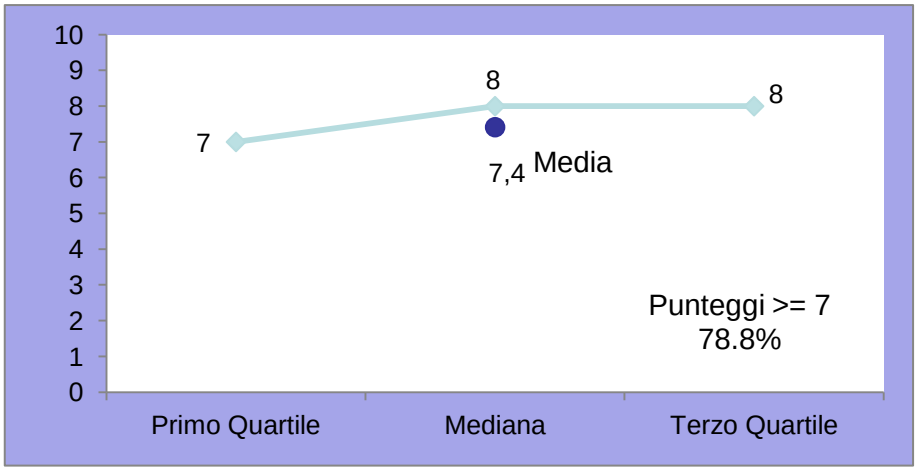


Figura 5.13.1: Analisi generale

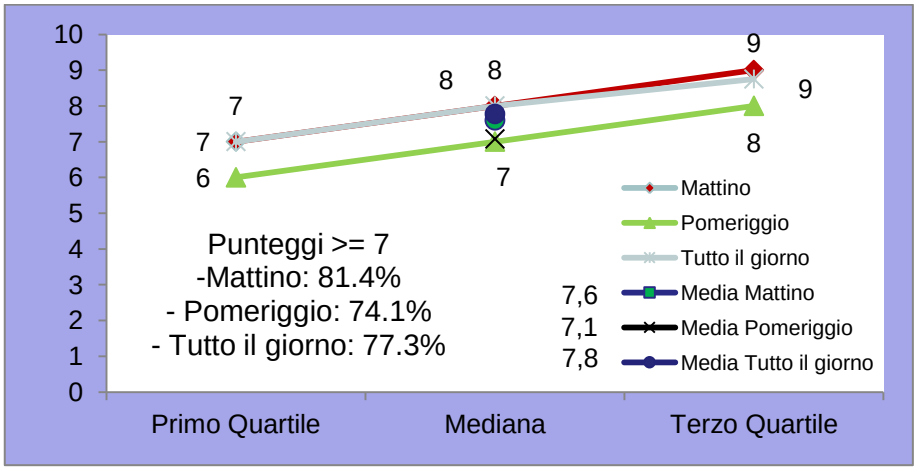


Figura 5.13.2: Analisi stratificata per fascia oraria

Il resoconto finale riguardante la soddisfazione complessiva ci da una situazione in cui i clienti danno comunque una buona valutazione al centro, indipendentemente dalla fascia di frequentazione scelta. Questo è un aspetto importante per stabilire che l'ambiente è nel complesso apprezzato. La media va dal 7.1 del pomeriggio al 7.8 di tutto il giorno, in prossimità della media più bassa c'è una criticità lieve e sarebbe opportuno intervenire. Per il resto i dati raccolti sono buoni.

CAPITOLO 6

Analisi descrittiva riguardante il “nuoto accelerato” per un campione di 100 clienti

6.1.Informazioni generali

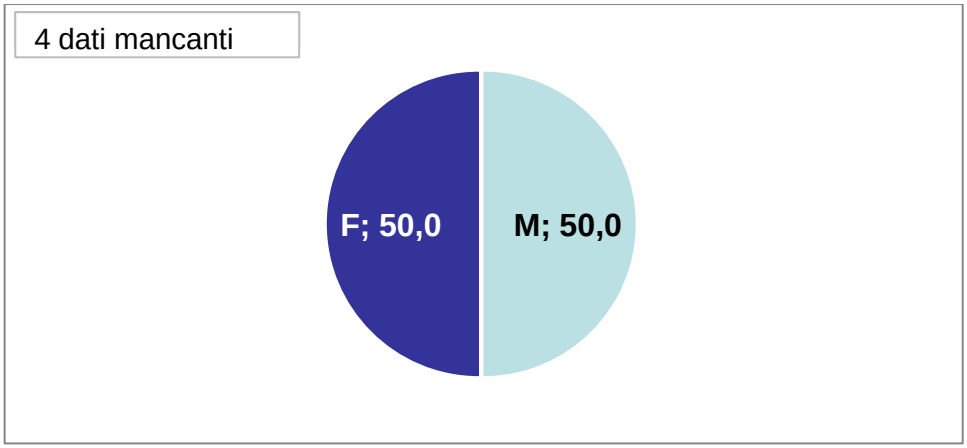


Figura :6.1.1 Grafico relativo alla differenziazione per sesso del campione intervistato

Il campione analizzato risulta composto di due parti uguali di sesso maschile e femminile

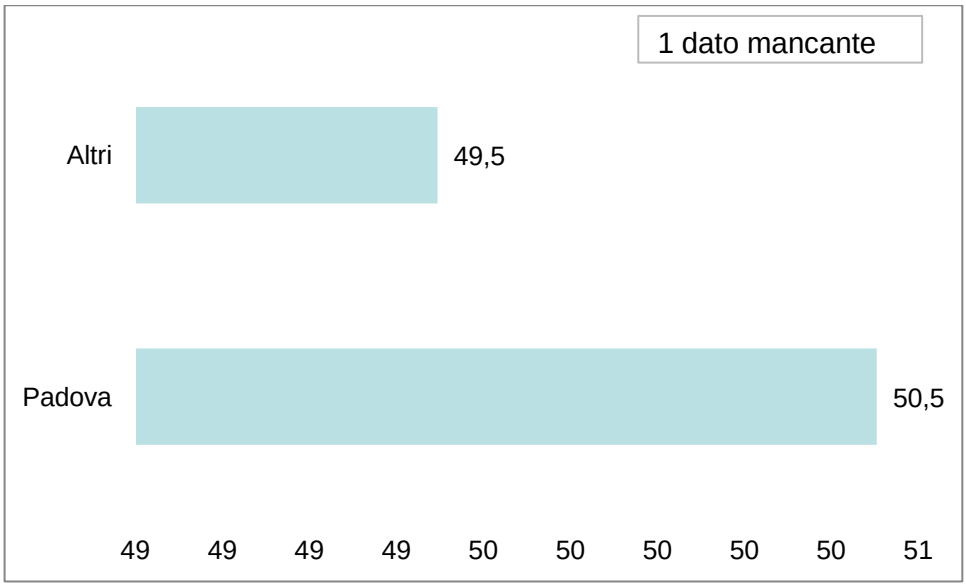


Figura 6.1.2: Grafico relativo alla differenziazione per comune di residenza del campione intervistato

Il grafico evidenzia che i clienti sottoposti al questionario provengono per la metà da Padova per la restante parte dai comuni limitrofi.

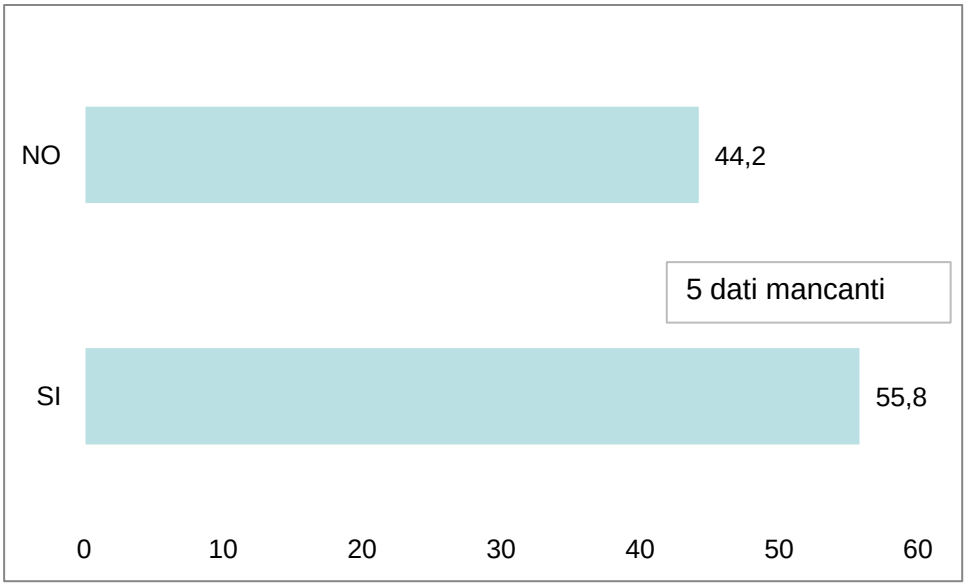


Figura 6.1.3: Grafico relativo all'iscrizione in altri centri sportivi

Come si nota dal grafico la maggioranza afferma di frequentare o ha frequentato in passato altri centri oltre ad Oasi 2000 (55.8%) mentre circa il 44% ha scelto di frequentare solo questo.

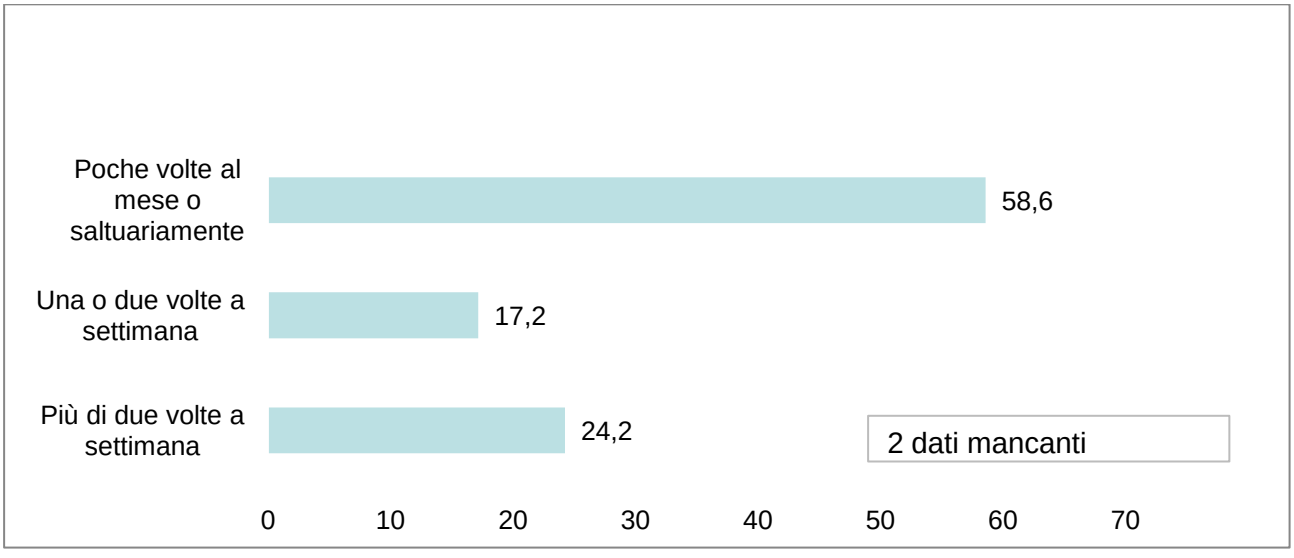


Figura 6.1.4: Grafico relativo alla frequenza abituale presso centro sportivo Oasi 2000

Da questo prospetto si evidenza che circa il 60% dei clienti si reca presso il centro poche volte al mese, seguito da circa ¼ del campione che invece viene più di due volte a settimana. La restante parte si reca presso Oasi 2000 una o due volte per settimana.

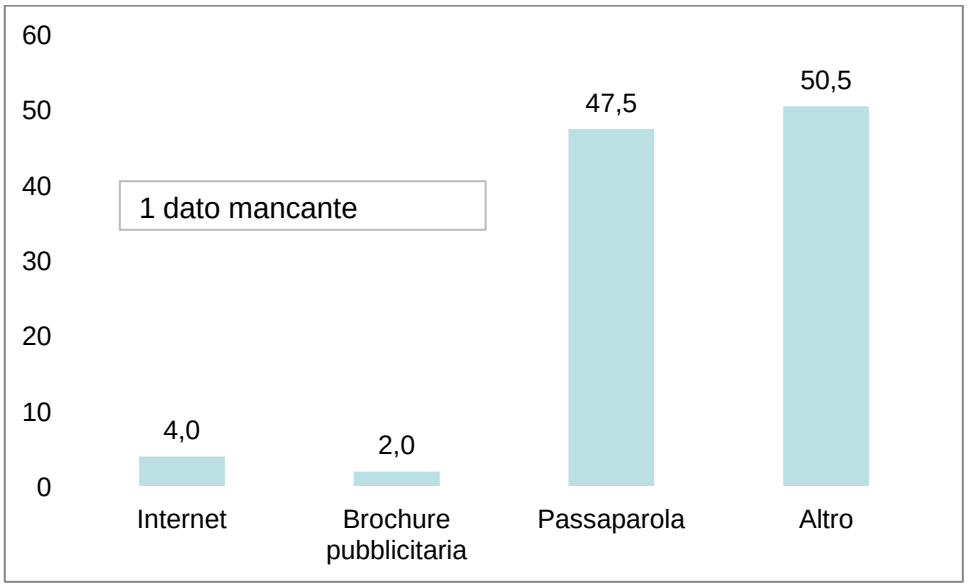


Figura 6.1.5: Grafico relativo alla modalità di conoscenza del centro sportivo

Il grafico evidenzia che quasi la totalità dei clienti è venuta a conoscenza del centro mediante passaparola di conoscenti e/o famigliari (47.5%) oppure mediante "altro" (50.5%). Il restante 6% è diviso tra internet e brochure pubblicitaria.

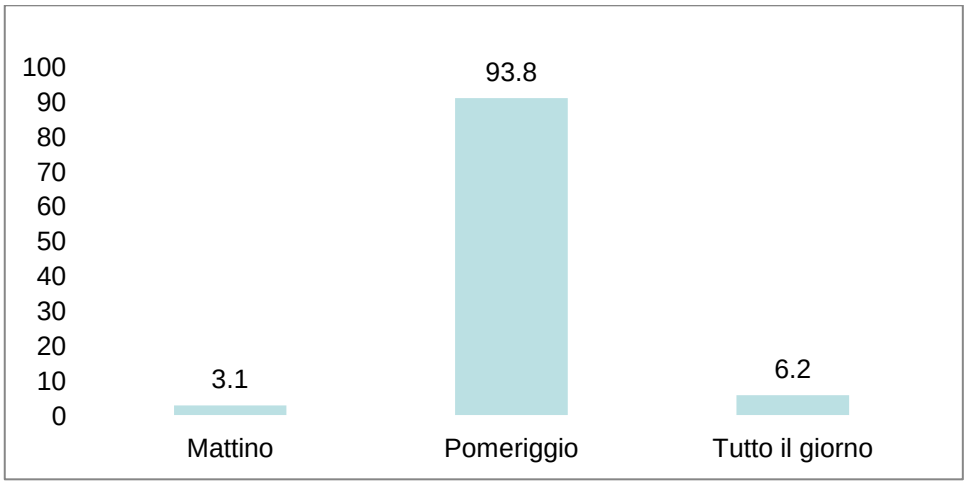


Figura 6.1.6: Grafico relativo all'orario di frequenza del centro

Circa la totalità dei clienti del centro sportivo sceglie di frequentarlo nella fascia pomeridiana (93.8%)

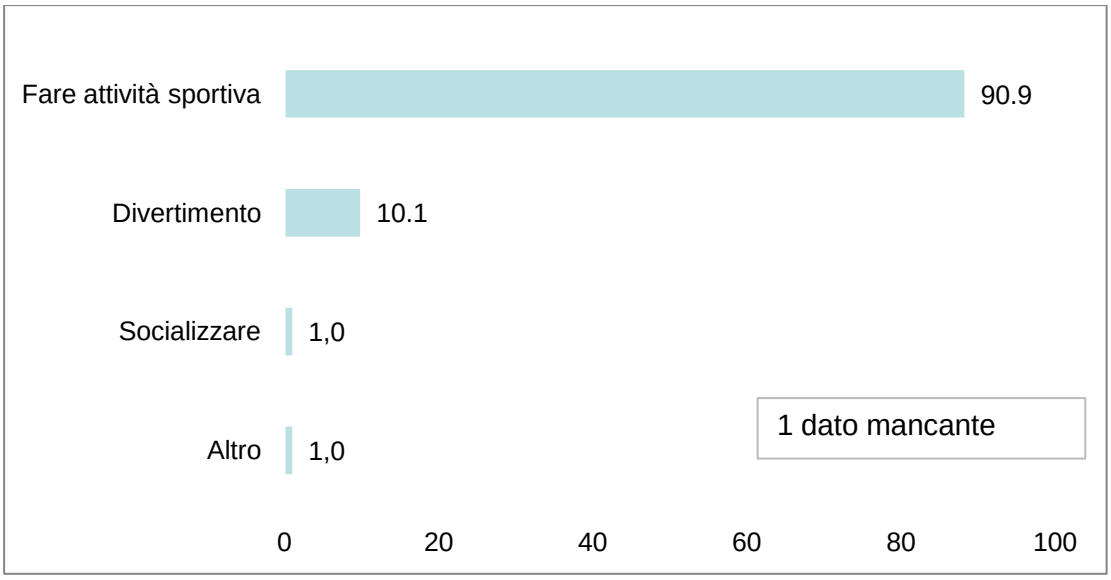


Figura 6.1.7: Grafico relativo alla differenziazione per motivo di iscrizione

Questo grafico ci mostra che il 91% delle persone che hanno risposto al questionario frequentano il centro sportivo Oasi 2000 per fare attività sportiva, la seconda risposta che è stata scelta è quella riguardante i divertimento. Il fatto che i clienti abbiano risposto in questa maniera era facilmente prevedibile visto che sono stati sottoposti al sondaggio coloro che sono iscritti ai corsi di nuoto accelerato e quindi il fatto di fare sport ne è una diretta conseguenza.

6.2.Servizio di segreteria e bar

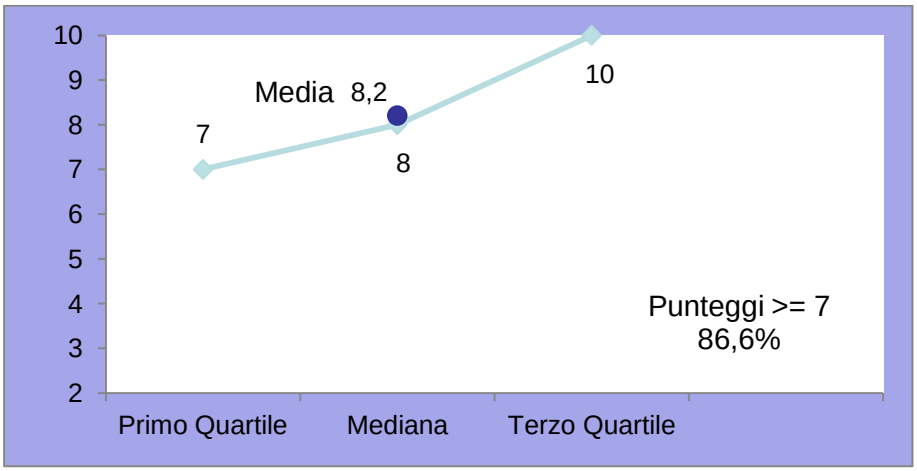


Figura 6.2.1: Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint

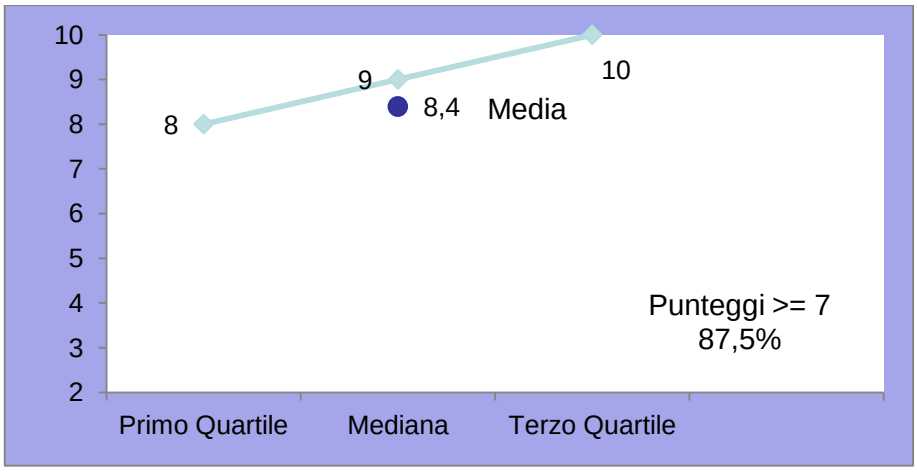


Figura 6.2.2: Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint

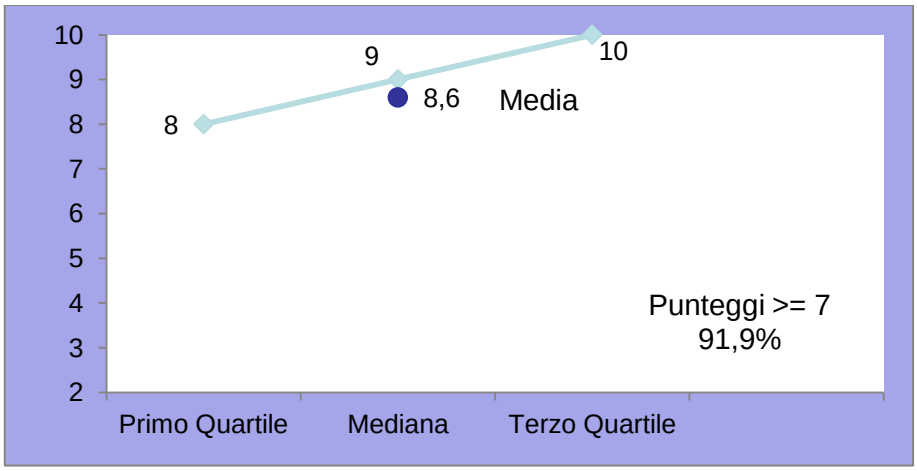


Figura 6.2.3: Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni

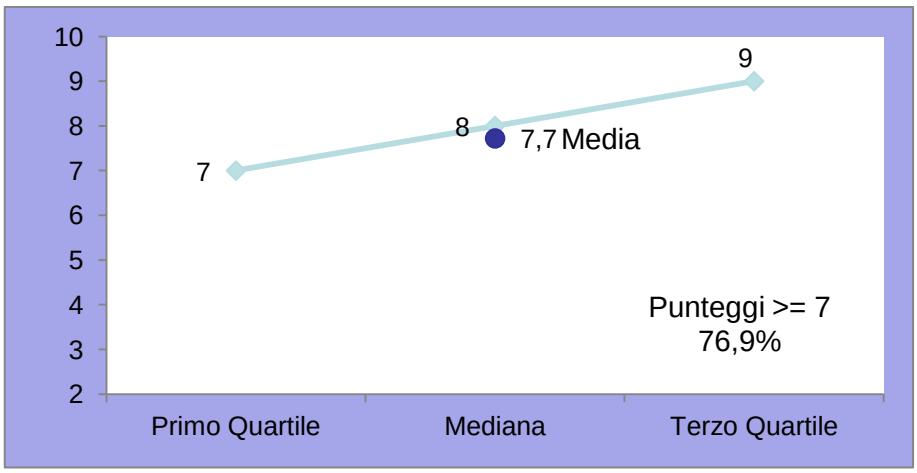


Figura 6.2.4: Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante

Con questi 4 grafici si può notare che per quanto riguarda chiarezza e completezza delle informazioni, cortesia e disponibilità del personale, adeguatezza sistema e iscrizioni e prenotazioni e gestione punti ristoro, i valori medi sono soddisfacenti in quanto si va da 7.7 nel caso peggiore fino a raggiungere 8.6. Significativo è il fatto che la percentuale di valutazioni >=7 è sempre sopra il 77%. Dato molto importante è il valore assunto dal primo quartile che in tutti e 4 gli aspetti sotto analisi è maggiore di 7, questo sta a significare che i clienti che hanno risposto alle domande relative il servizio di segreteria e bar hanno dato nel complesso una valutazione positiva, quindi questi aspetti sono a loro soddisfacenti.

6.3.Organizzazione attività

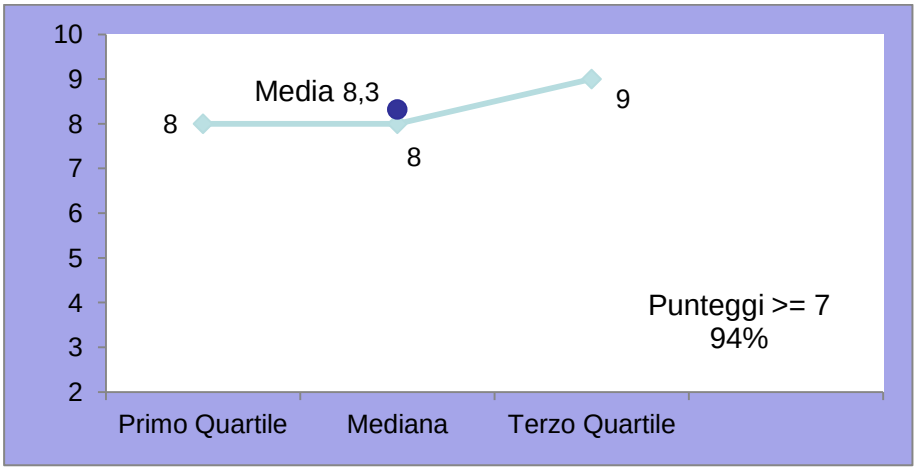


Figura 6.3.1: Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi

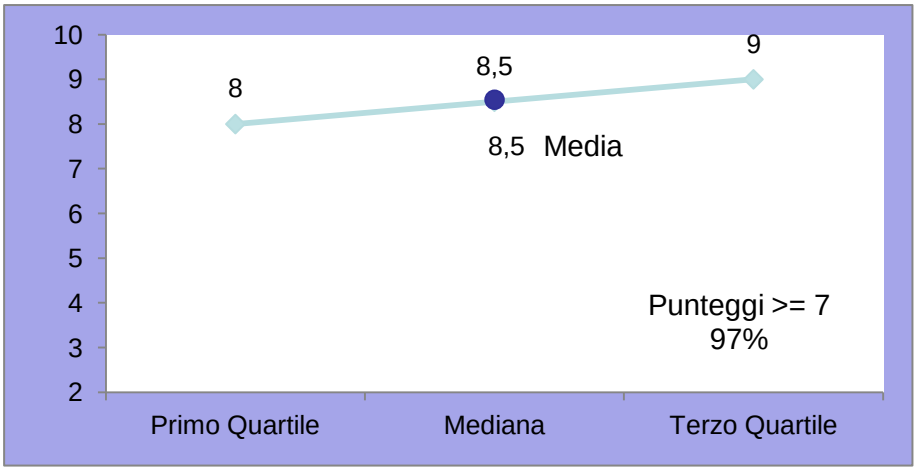


Figura 6.3.2: Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca

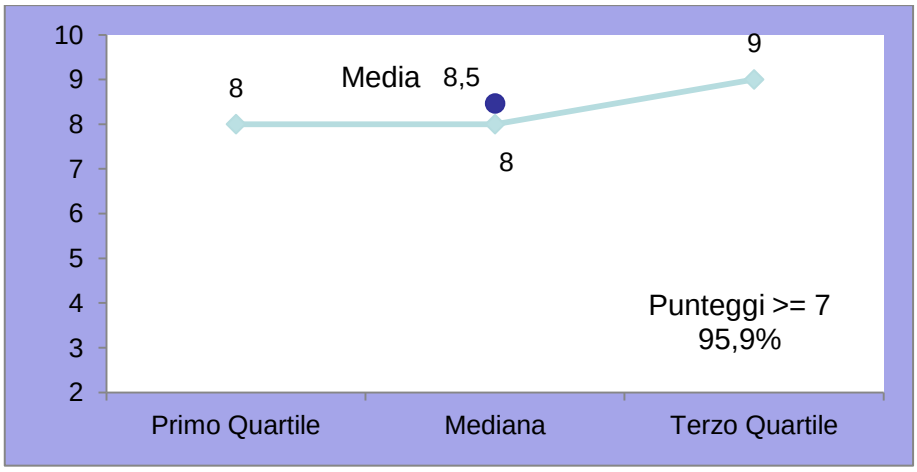


Figura 6.3.3: Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza

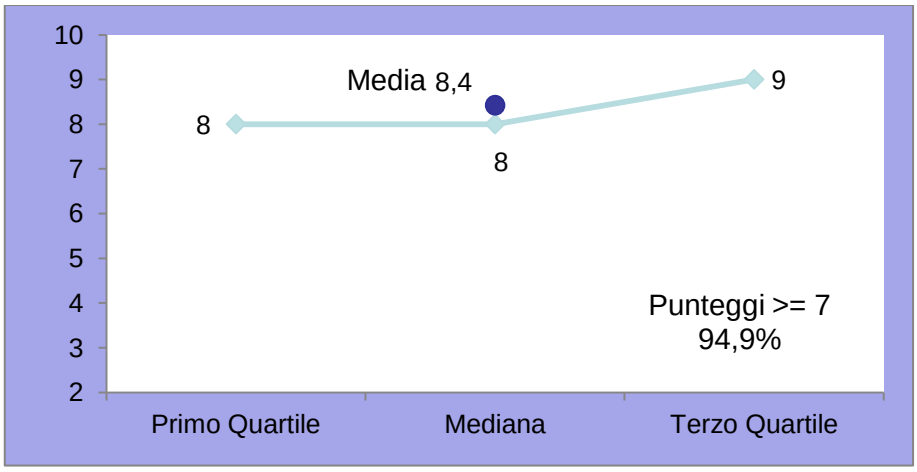


Figura 6.3.4: Adeguatezza degli attrezzi

Come si può notare per quanto riguarda le valutazioni fatte su igiene, cura, sicurezza degli ambienti e adeguatezza degli attrezzi, i clienti hanno dato prevalentemente valutazioni molto positive in quanto i valori medi sono sempre >= 8, percentuale di risposte >=7 nel peggiore dei casi pari al 94% dei campioni analizzati. Anche il valore del primo quartile è estremamente soddisfacente visto che in tutti i casi è 8. Questo sta a significare che tutti i frequentanti del centro sportivo sono soddisfatti a riguardo dell'organizzazione delle attività, questo vuol dire che si potrebbe anche non intervenire per apportare migliorie sui 4 aspetti presi in esame.

6.4.Svolgimento attività

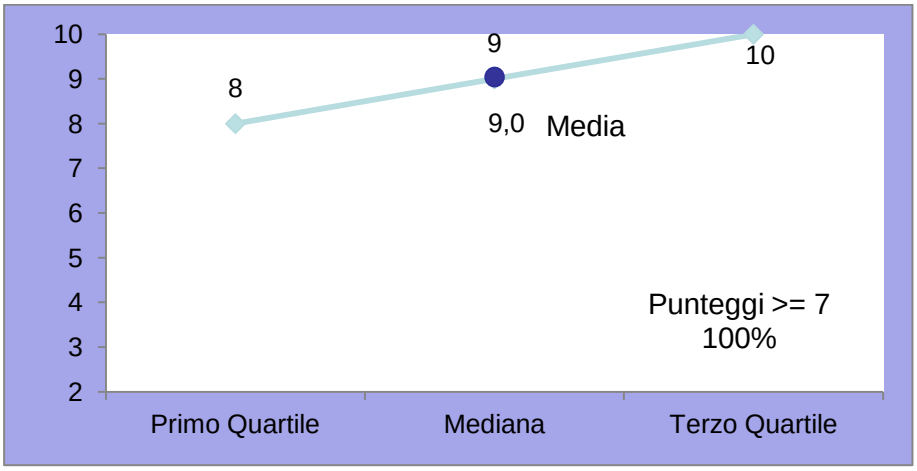


Figura 6.4.1: Gradimento del servizio di animazione/ istruttori

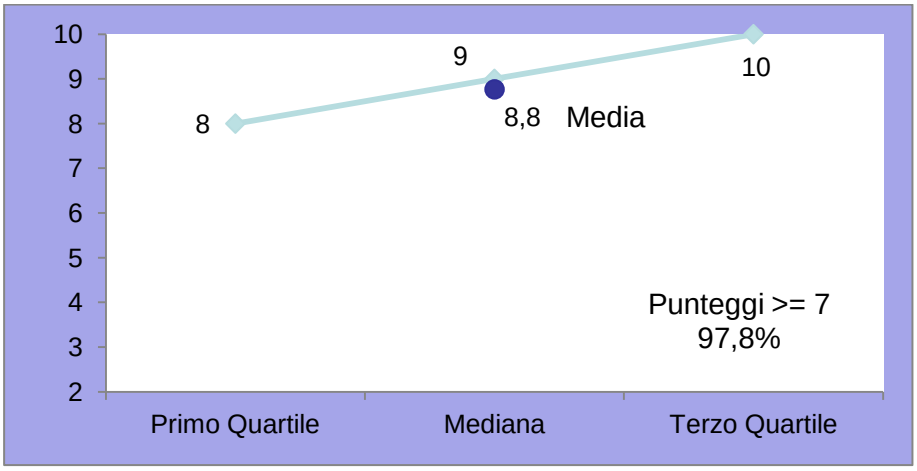


Figura 6.4.2: Divertimento nello svolgimento dell'attività

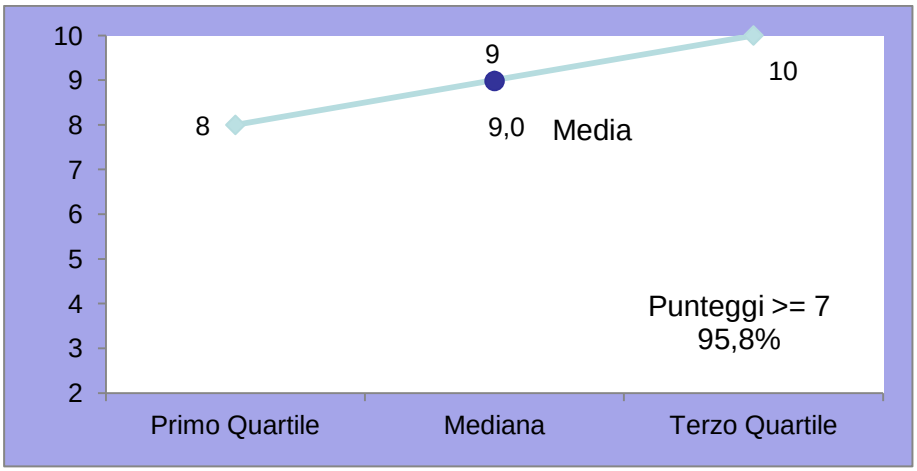


Figura 6.4.3: Consiglio ad un amico

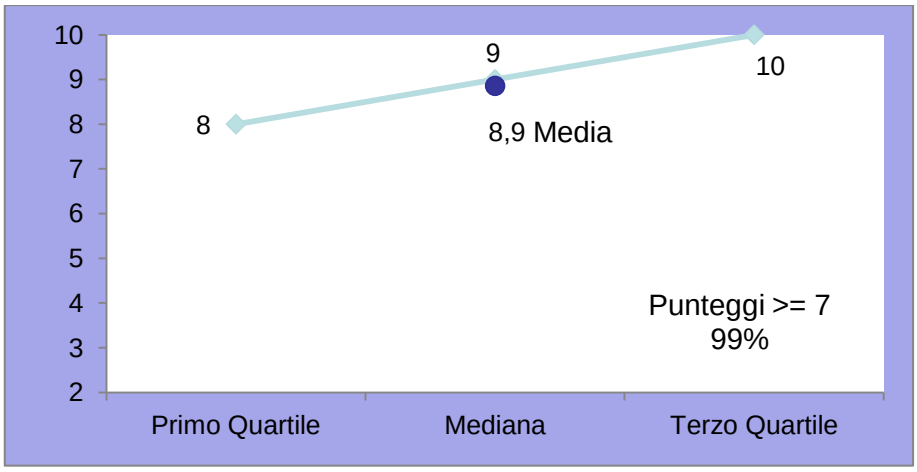


Figura 6.4.4: Soddisfazione complessiva per l'esperienza

Osservando i grafici è possibile notare che in linea di massima la maggior parte dei clienti del centro sportivo Oasi 2000 sia soddisfatta. Questo si evince dal fatto che la percentuale delle valutazioni >=7 è nel peggiore dei casi circa il 95% del campione analizzato con quartile inferiore che assume come valore 8. Molto significative sono gli ultimi due grafici in quanto precedentemente si è visto che circa il 47% dei clienti e è venuto a conoscenza del centro tramite passaparola e l'analisi ha evidenziato che, nella maggior parte, tutti consiglierebbero la frequentazione ad un amico. Importante anche che quasi la totalità dei frequentanti abbia dato una valutazione >=7 per quanto riguarda la soddisfazione complessiva.

CAPITOLO 7

Analisi descrittiva riguardante i “centri estivi” per un campione di 29 clienti

7.1.Informazioni generali

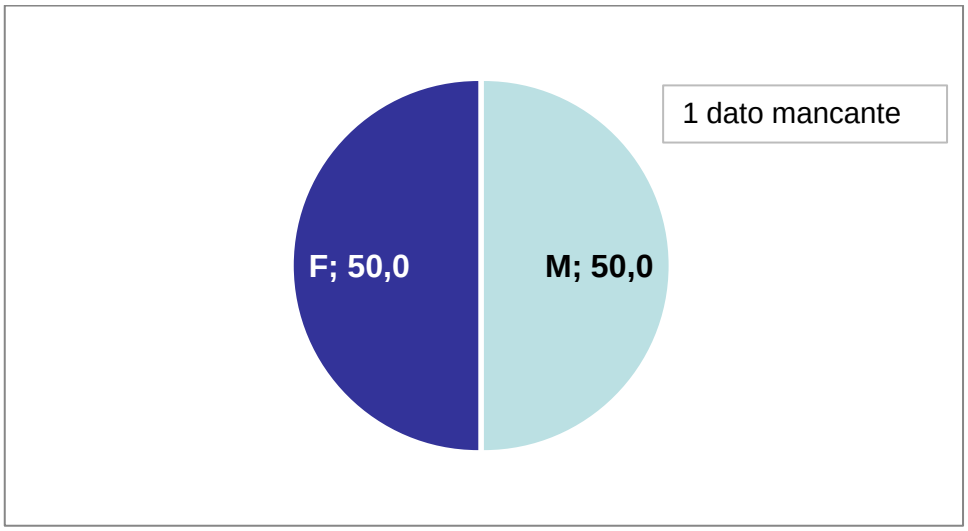


Figura 7.1.1: Grafico relativo alla differenziazione per sesso del campione intervistato

Il campione analizzato risulta composto di due parti uguali di sesso maschile e femminile

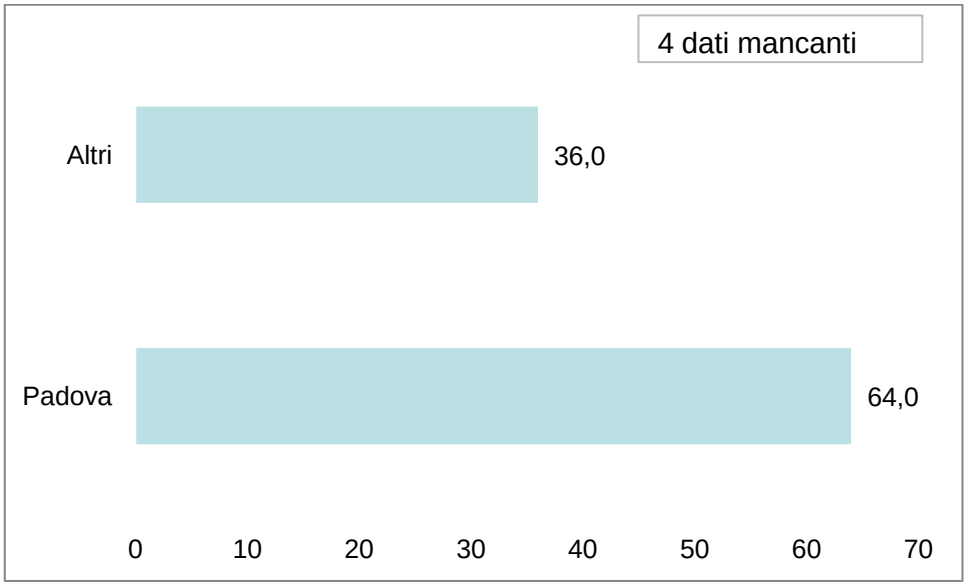


Figura 7.1.2: Grafico relativo alla differenziazione per comune di residenza del campione intervistato

Da questo grafico è possibile evidenziare che il campione analizzato è principalmente composto da clienti residenti a Padova, come era facile prevedere vista l'ubicazione del centro sportivo.

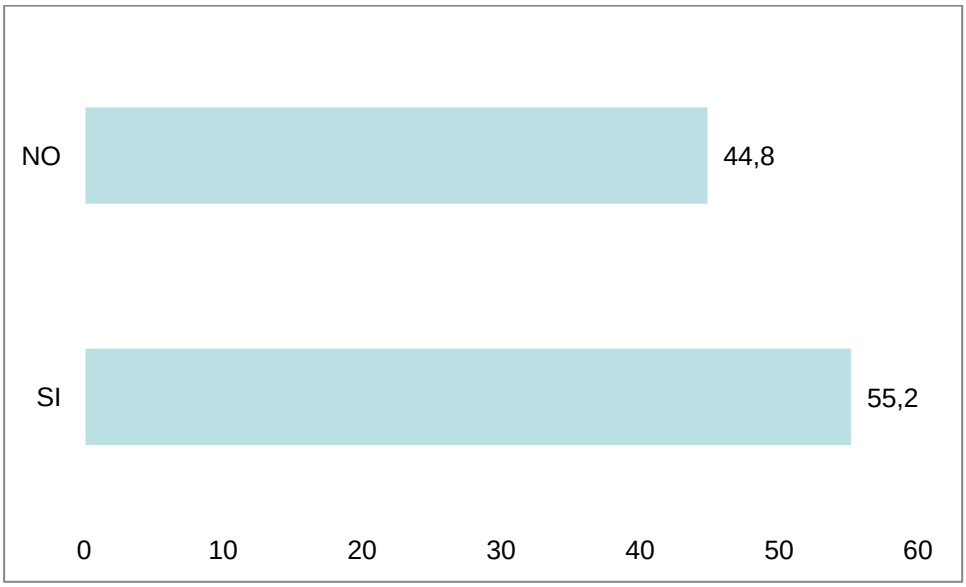


Figura 7.1.3: Grafico relativo all'iscrizione in altri centri sportivi

Come si può notare da questo grafico risulta che circa il 55% dei clienti sottoposti al sondaggio frequentano o hanno frequentato altri centri sportivi mentre la restante parte frequenta solamente il centro OASI 2000.

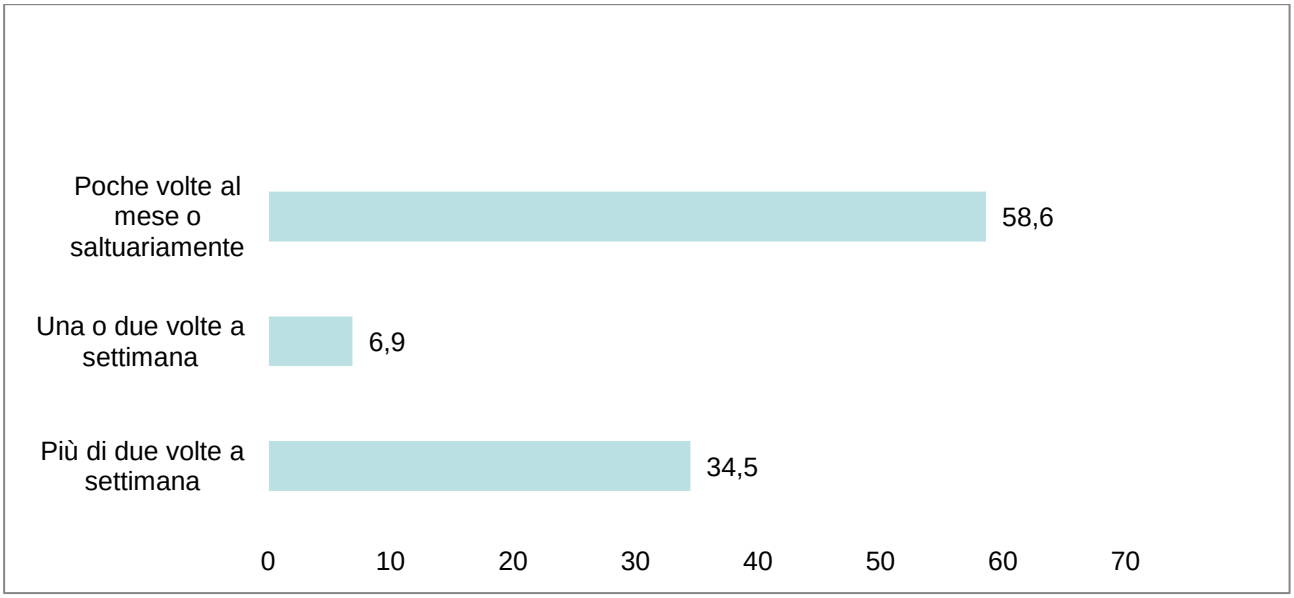


Figura 7.1.4: Grafico relativo alla frequenza abituale presso centro sportivo Oasi 2000

Il grafico evidenzia che la maggior parte del campione analizzato frequenta il centro poche volte al mese (58.6%) seguito da un'importante percentuale (34.5%) che invece si reca più volte alla settimana mentre la restante parte lo frequenta massimo due volte per settimana.

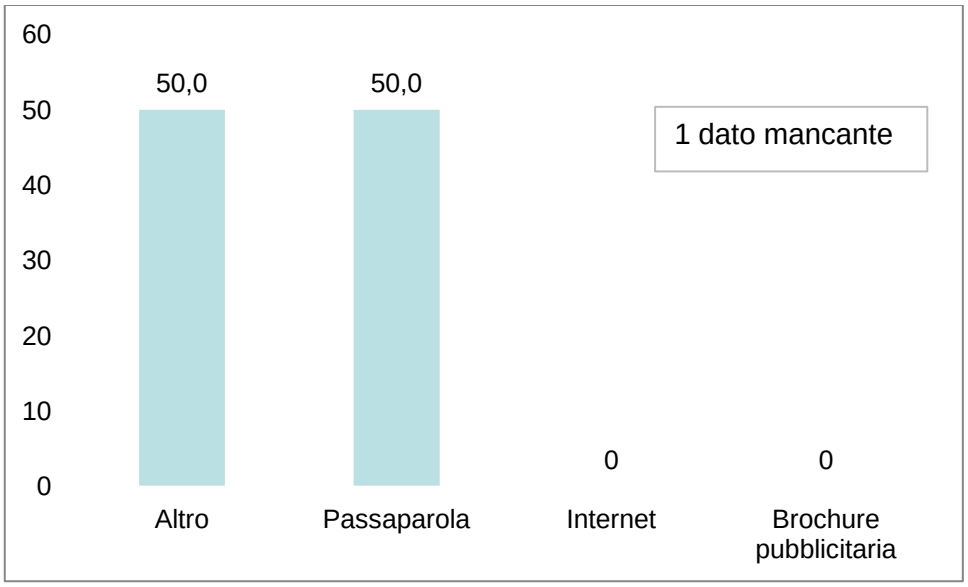


Figura 7.1.5: Grafico relativo alla modalità di conoscenza del centro sportivo

Per quanto riguarda la modalità con la quale i clienti sono venuti a conoscenza del centro sportivo, questa è ugualmente suddivisa tra la categoria "altro" e "passaparola" di conoscenti e/o familiari. Nessuno dei clienti che ha risposto al questionario ha sentito parlare dell'Oasi 2000 attraverso internet o brochure pubblicitaria.

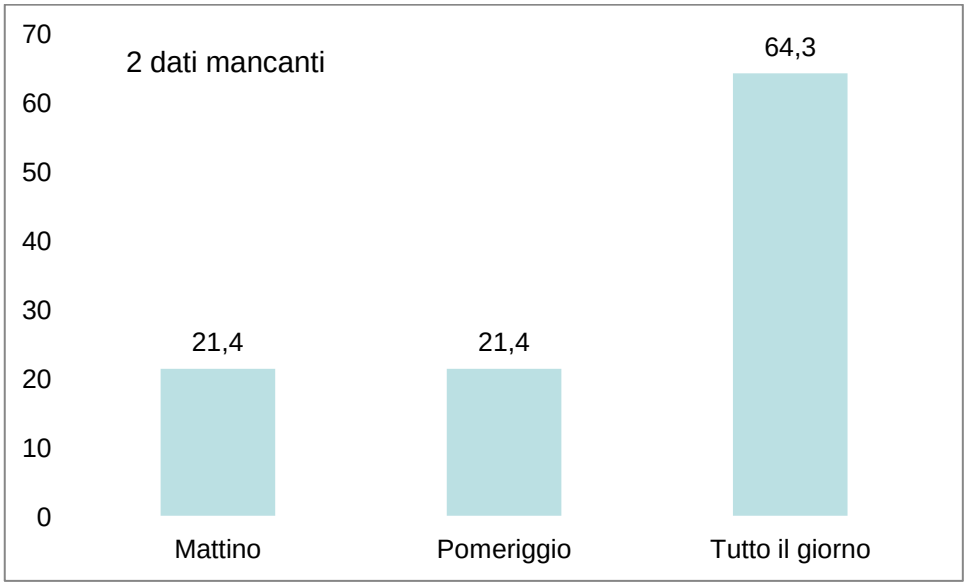


Figura 7.1.6: Grafico relativo all'orario di frequenza del centro

Con questo grafico si può evidenziare il fatto che quasi il 2/3 del campione analizzato (64.3%) sceglie di frequentare il centro tutto il giorno mentre la restante parte è divisa in parti uguali tra chi sceglie di recarsi presso Oasi 2000 la mattina o il pomeriggio.

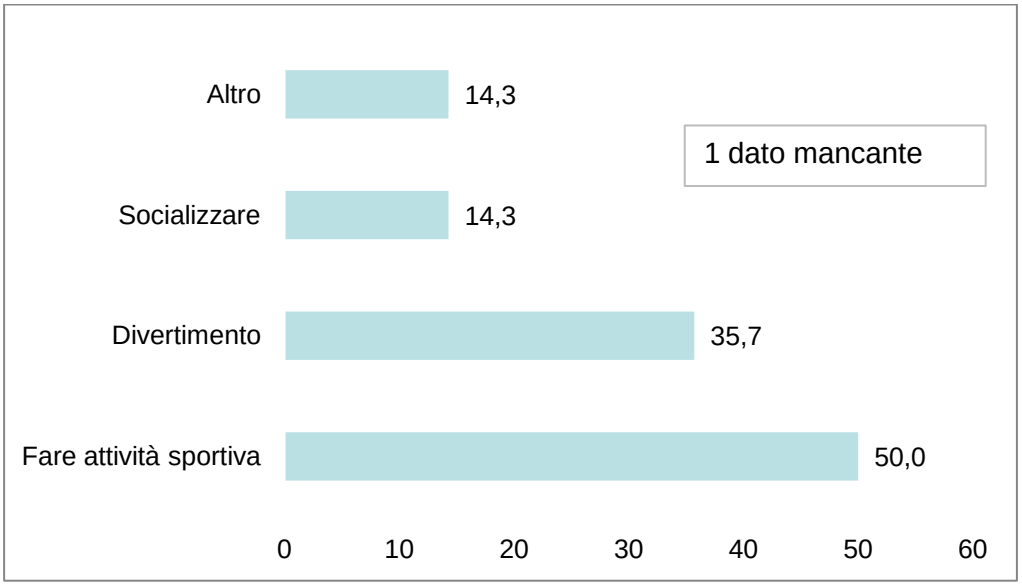


Figura 7.1.7: Grafico relativo alla differenziazione per motivo di iscrizione

Il motivo principale di iscrizione al centro è quello per fare attività sportiva (50%), seguito dal divertimento mentre il socializzare e altro sono quelli meno rilevanti con circa il 14%.

7.2.Servizio di segreteria e bar

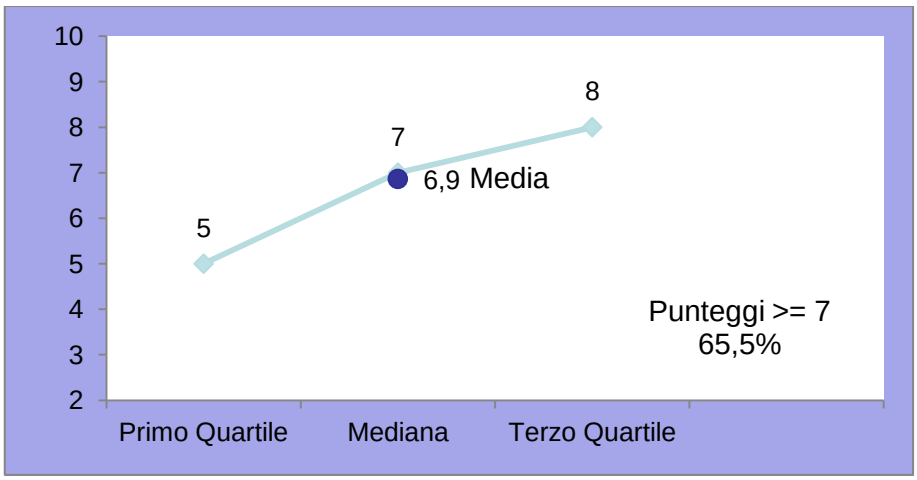


Figura 7.2.1: Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint

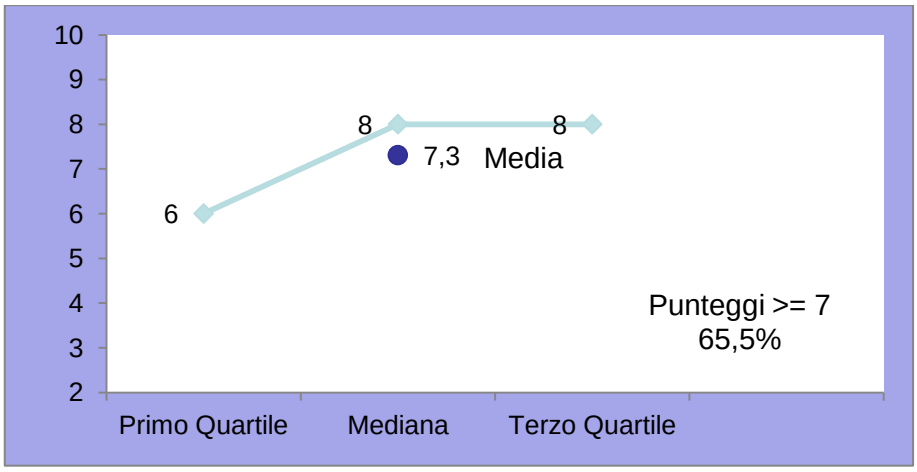


Figura 7.2.2: Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint

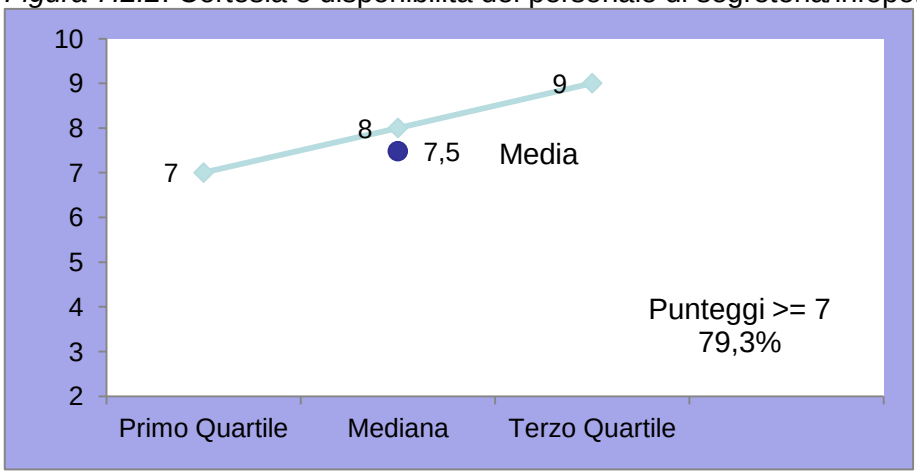


Figura 7.2.3: Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni

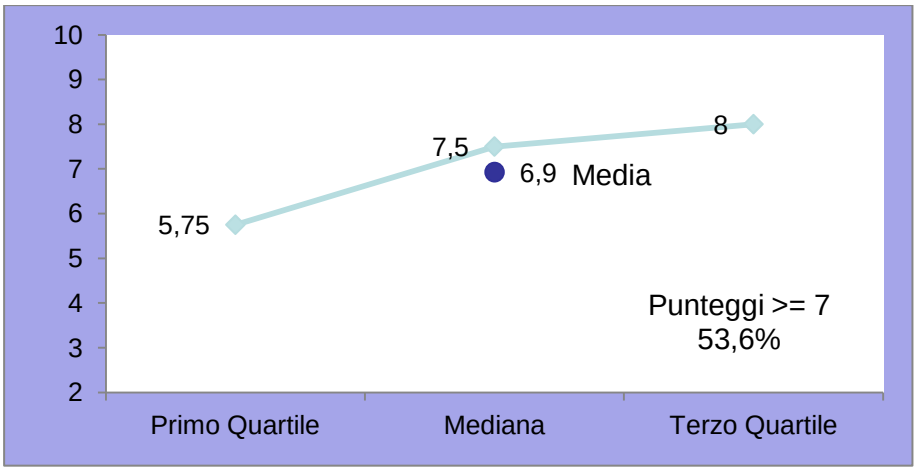


Figura 7.2.4: Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante

Con questi grafici si può notare che per quanto riguarda chiarezza e completezza delle informazioni, cortesia e disponibilità del personale, adeguatezza sistema e iscrizioni e prenotazioni e gestione punti ristoro, i valori medi delle risposte dei clienti vanno nel peggiore dei casi da una valutazione 6.9 al 7.5. Aspetto molto importante da analizzare è quello relativo al valore del primo quartile dove, in grafico 8 e 11, si osserva che la valutazione è insufficiente. Quello che ci si impegna a fare è quindi cercare di alzare il primo quartile in modo da avere almeno la sufficienza in modo da avere tutti i clienti del centro sportivo soddisfatti del servizio a loro disposizione. Positivo il fatto che in tutti e 4 i grafici oltre il 50% delle persone frequentanti il centro abbiano dato valutazione >=7, anche se sicuramente bisogna fare attenzione, tra gli aspetti presi in esame, a quello relativo al servizio ristoro/bar/ristorante in quanto ha la percentuale di valutazioni maggiori o uguali a 7 minori di almeno 10 punti percentuali rispetto agli altri.

7.3.Organizzazione attività

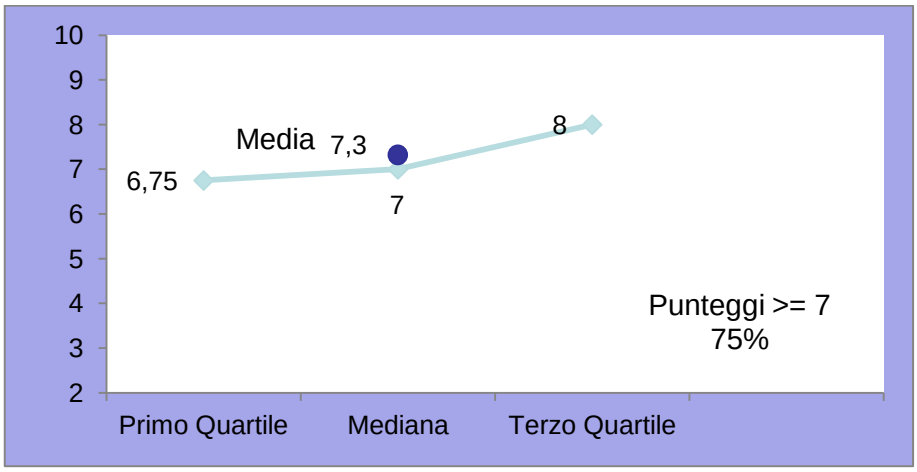


Figura 7.3.1: Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi

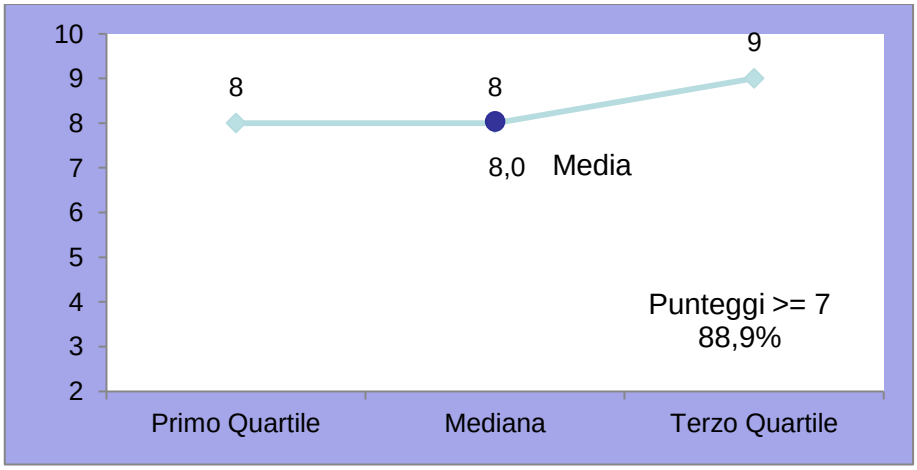


Figura 7.3.2: Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca

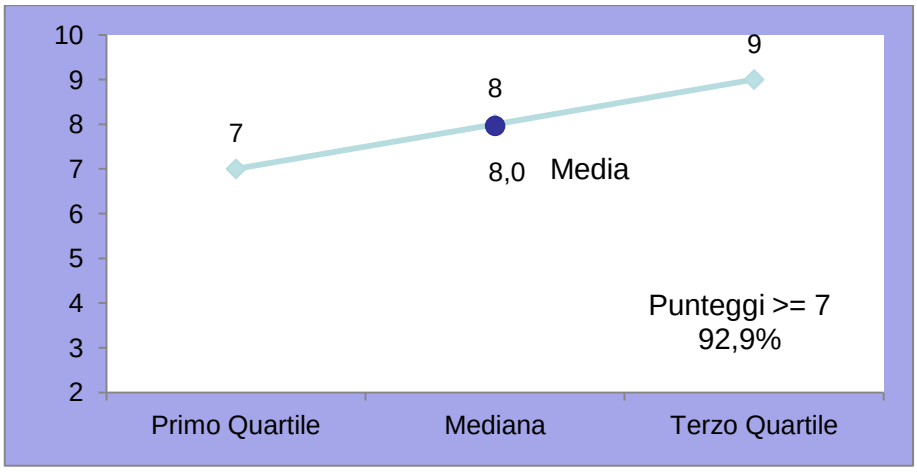


Figura 7.3.3: Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza

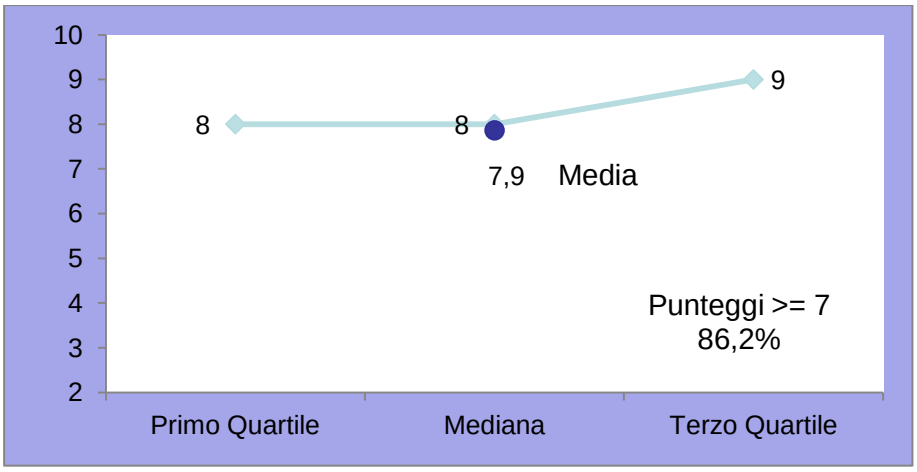


Figura 7.3.4: Adeguatezza degli attrezzi

Come si può notare per quanto riguarda le valutazioni fatte su igiene, cura, sicurezza degli ambienti e adeguatezza degli attrezzi, i clienti hanno dato prevalentemente valutazioni molto positive in quanto i valori medi vanno da 7 ad 8, percentuale di risposte >=7 nel peggiore dei casi pari al 75% dei campioni analizzati. Da sottolineare il fatto che in tutti e 4 gli aspetti presi in considerazione il valore del primo quartile è sempre maggiore o uguale a 6.75, questo è un aspetto significativo del fatto che tutti i clienti frequentanti il centro sportivo sono soddisfatti di quello che concerne l'organizzazione delle attività.

7.4.Svolgimento attività

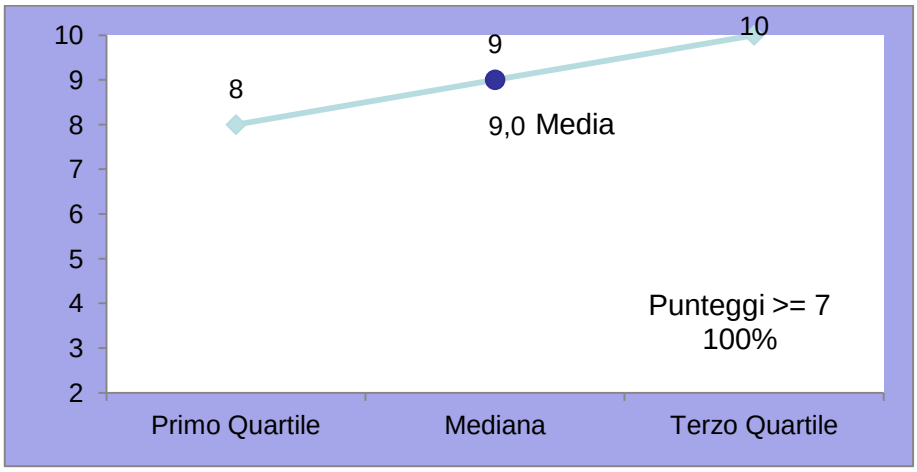


Figura 7.4.1: Gradimento del servizio di animazione/ istruttori

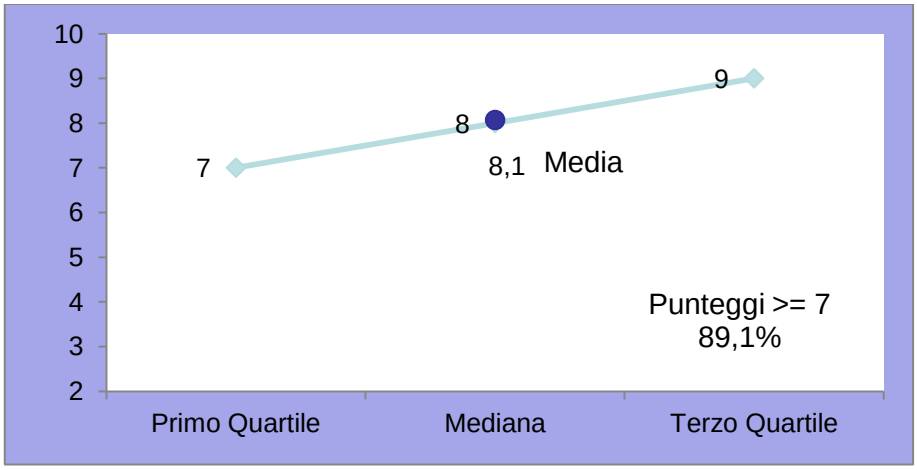


Figura 7.4.2: Divertimento nello svolgimento dell'attività

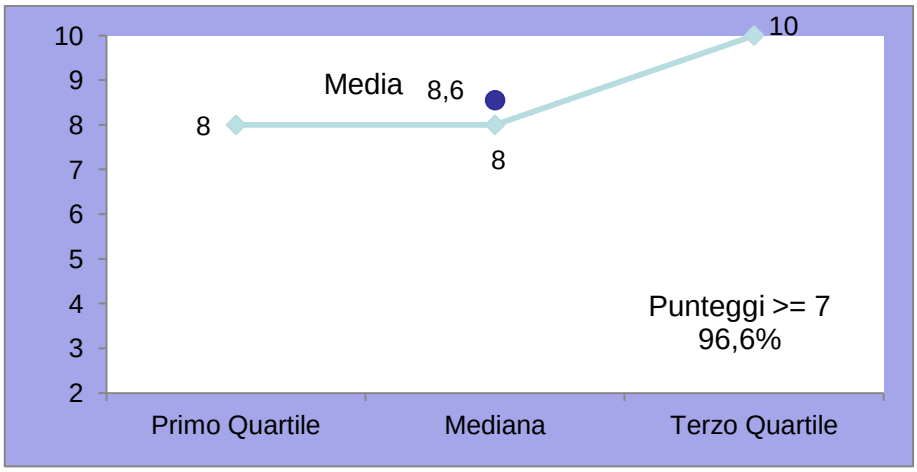


Figura 7.4.3: Consiglio ad un amico

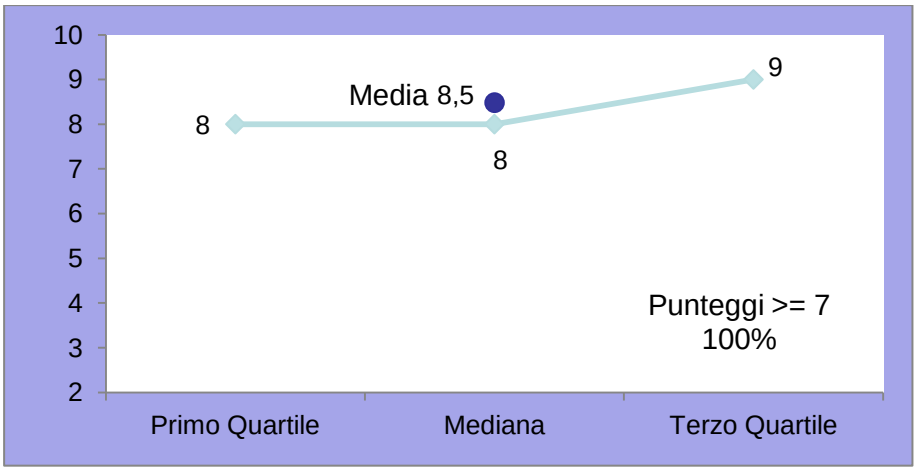


Figura 7.4.4: Soddisfazione complessiva per l'esperienza

Osservando i grafici è possibile notare che in linea di massima la maggior parte dei clienti del centro sportivo Oasi 2000 sia soddisfatta. Questo si evince dal fatto che la percentuale delle valutazioni >=7 è nel peggiore dei casi circa il 90% del campione analizzato con quartile inferiore che assume come valore 7. Molto significative sono gli ultimi due grafici in quanto precedentemente si è visto che il 50% dei clienti e è venuto a conoscenza del centro tramite passaparola e l'analisi ha evidenziato che praticamente tutti consiglierebbero la frequentazione ad un amico, importante anche che la totalità dei frequentanti abbia dato una valutazione >=7 per quanto riguarda la soddisfazione complessiva.

7.5.Visione Globale (punteggi medi)

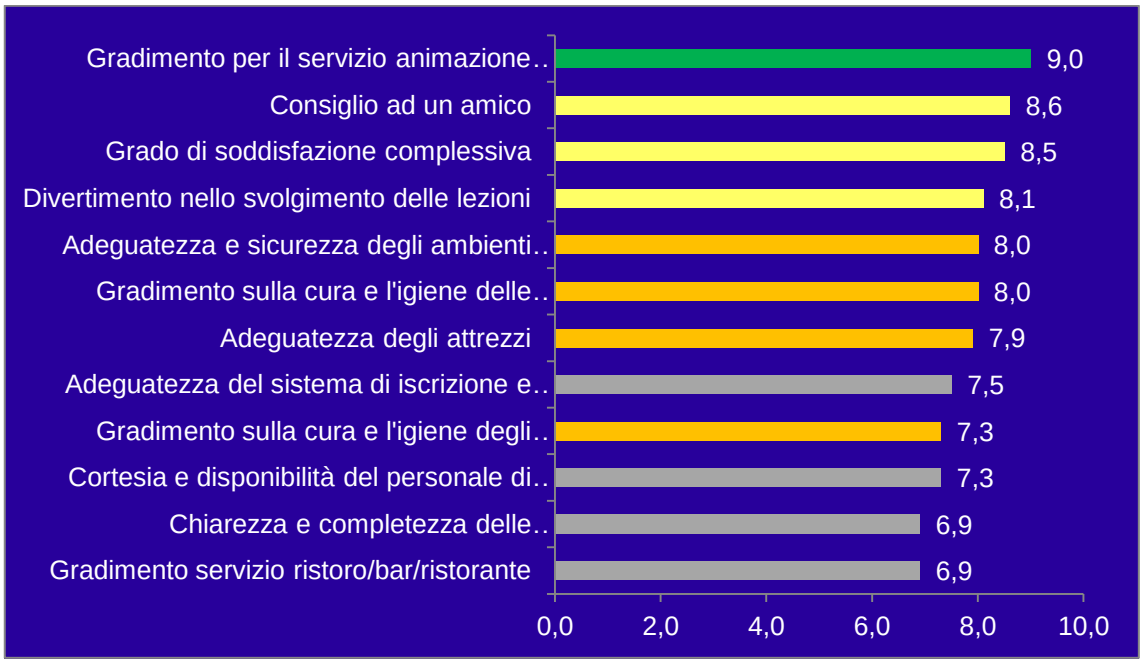


Figura 7.5.1: Visione globale centri estivi

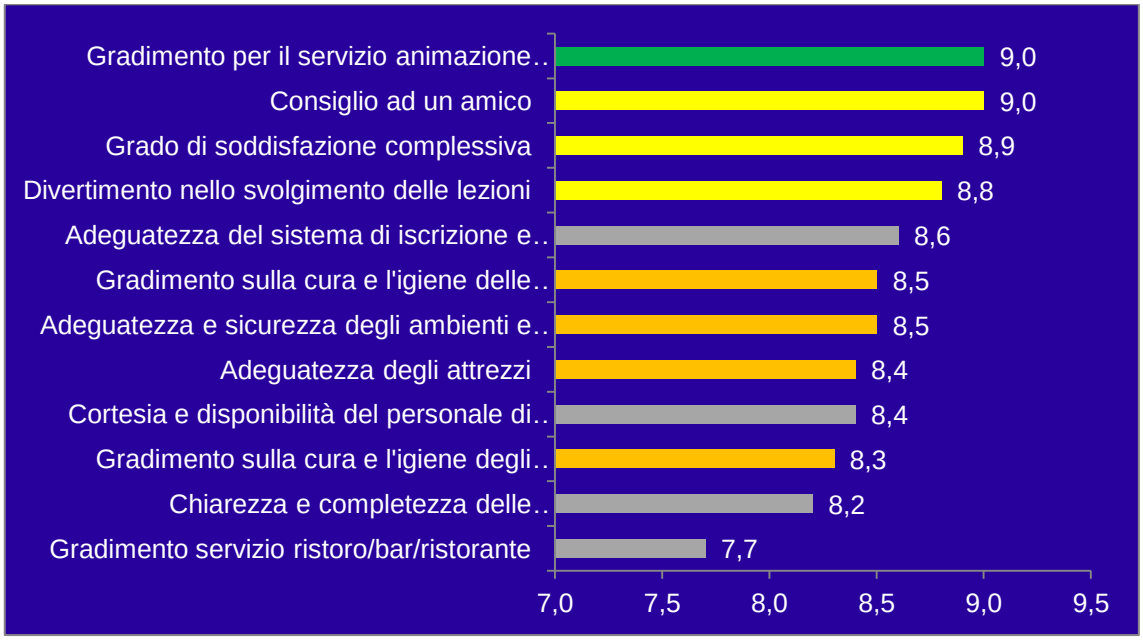


Figura 7.5.2: Visione globale corsi accelerati

Per quanto riguarda queste tabelle, rappresentano un riepilogo delle valutazioni medie date per singola voce dai clienti del centro. Può essere interessante sapere quali siano gli aspetti che più hanno soddisfatto le persone che hanno risposto ai questionari,

anche se una media alta non corrisponde ad un grado di soddisfazione generale elevato. Ci si può trovare nel caso in cui le persone rispondono tendenzialmente con punteggi elevati a fronte di altre che invece danno valutazioni totalmente negative, non facendo quindi variare quella che è la media complessiva a discapito del valore del primo quartile, indice dell'analisi di criticità. E' particolare vedere che in entrambe le tabelle di riepilogo, le voci sono quasi tutte nello stesso ordine. Questo sta a significare che la valutazione data da coloro che partecipano alle diverse tipologie di corsi è comunque omogenea (cambia il voto medio assegnato ma gli aspetti più soddisfacenti e quelli meno sono comunque gli stessi)

CAPITOLO 8

Analisi criticità

Lo studio di criticità è fondamentale per capire quali sono i punti da tenere in considerazione e quali sono dove intervenire per fare in modo che nell'analisi successiva lo stesso aspetto possa ottenere una valutazione soddisfacente.
Quello che si va a monitorare con questa tipologia di analisi è il valore assunto dal primo quartile ovvero vedere quale è il voto attributo dal 25% dei clienti che hanno dato il punteggio peggiore.
Ci si può trovare in diverse condizioni:

- criticità grave (valore <=5) : è fondamentale intervenire perché in queste casi la voce di riferimento ha avuto una valutazione estremamente negativa
- criticità lieve (valore 6) : caso non ottimale anche se è meglio cercare di alzare comunque il valore in modo che il cliente sia soddisfatto a riguardo della voce in questione
- criticità buona (valore >=7) : caso ottimale, non è necessario intervenire perché l'aspetto considerato è da considerarsi già soddisfacente.

L'aspetto che a noi interessa è analizzare le voci che soddisfano il primo punto e avvisare i gestori del centro sportivo Oasi 2000 in modo tale che poi vengano organizzati dei focus group nei quali i direttori o responsabili delle voci imputate si riuniscono per capire quali accorgimenti prendere per fare in modo che la valutazione complessiva nell'analisi seguente possa essere migliore.
Per quanto riguarda i settori monitorati, dalle tabelle sottostanti è possibile avere un resoconto delle singole voci e il valore di riferimento che è stato estrapolato dai risultati dei questionari consegnati.

8.1.Attività libere

Se andiamo a fare un riepilogo di quelli che sono i valori del primo quartile associati alle singole voci monitorate con i questionari, ci si ritrova con questi risultati:

Voce analizzata	5	6	7
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint		x	
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint			x
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni		x	
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi		x	
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza		x	
Adeguatezza degli attrezzi		x	
Gradimento sul Centro Estetico/Sauna	x		
Divertimento nello svolgimento dell'attività			x
Esperienza consigliabile ad altri			x
Soddisfazione complessiva per l'esperienza			x

Figura 8.1.1: Tabella analisi criticità attività libere

Come si può vedere, la maggior parte degli elementi analizzati ha come valore del primo quartile 6. Questo non è un bene perché ci si trova nella condizione di criticità lieve. Bisogna fare attenzione perché potrebbe risultare che al prossimo monitoraggio il valore si abbassi entrando quindi nel caso dove la criticità è grave (come succedere per il centro estetico/sauna). Si può risolvere questo problema riunendo i gestori dei singoli reparti e cercare di pensare quali sono gli aspetti che hanno portato i clienti a non essere completamente soddisfatti del servizio fornito. Con l'analisi che verrà fatta il semestre seguente si potrà arrivare alla conclusione se questi focus group sono riusciti ad identificare il problema oppure no.

8.2.Stratificazione per attività

Riepilogando i dati appena analizzati, è possibile fare un confronto per vedere quale attività risulta essere la più soddisfacente per i clienti del centro sportivo e quale, invece, la peggiore.

Voce analizzata (Nuoto libero)	6	7
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint	x	
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint		x
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni	x	
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante	x	
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi	x	
Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca	x	
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza		x
Adeguatezza degli attrezzi	x	
Gradimento sul Centro Estetico/Sauna	x	
Divertimento nello svolgimento dell'attività		x
Esperienza consigliabile ad altri		x
Soddisfazione complessiva per l'esperienza		x

Figura 8.2.1: Tabella analisi criticità nuoto libero

A riguardo del nuoto libero, come si può vedere dalla tabella, non risultano esserci criticità gravi ma solamente lievi. Questo vuol dire che non ci sono aspetti totalmente negativi a detta dei clienti ma soltanto alcune voci che andrebbero sicuramente migliorate per dare una percezione migliore del servizio alle persone. Nonostante ciò è comunque opportuno intervenire per alzare i livelli del primo quartile in modo da allontanare il pericolo che questi possano peggiorare col tempo.

Voce analizzata (Tennis)	4	5	6	7	8
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint				x	
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint					x
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni				x	
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante			x		
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi			x		
Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi			x		
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza				x	
Adeguatezza degli attrezzi			x		
Gradimento sul Centro Estetico/Sauna	x				
Divertimento nello svolgimento dell'attività				x	
Esperienza consigliabile ad altri				x	
Soddisfazione complessiva per l'esperienza				x	

Figura 8.2.2: Tabella analisi criticità tennis

Diversamente considerando il tennis, risulta esserci una sola criticità grave in corrispondenza del centro estetico/sauna. Per quanto riguarda gli altri aspetti la situazione è simile a quella che concerne il nuoto libero, con la sola eccezione che è presente anche un 8 sotto la voce "cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint". Come consigliato precedentemente ci sarebbe comunque da intervenire per alzare il valore delle criticità lievi.

Voce analizzata (Palestra)	5	6	7
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint		x	
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint		x	
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni	x		
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi	x		
Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi		x	
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza		x	
Adeguatezza degli attrezzi	x		
Gradimento sul Centro Estetico/Sauna	x		
Divertimento nello svolgimento dell'attività			x
Esperienza consigliabile ad altri		x	
Soddisfazione complessiva per l'esperienza		x	

Figura 8.2.3: Tabella analisi criticità palestra

Come era facile intuire seguendo l'analisi dettagliata fatta in precedenza, la palestra è l'attività che viene maggiormente criticata dai frequentanti del centro sportivo Oasi 2000. In questo caso bisogna assolutamente intervenire per migliorare almeno le voci riguardanti:

- adeguatezza sistema di iscrizione
- cura e igiene spogliatoi
- adeguatezza degli attrezzi
- centro estetico/sauna

Solo considerando il divertimento nello svolgimento dell'attività non ci si deve preoccupare perché il dato è buono, ma per quanto riguarda tutti i restanti punti bisogna porre rimedio perché le persone non sono soddisfatte del servizio a disposizione.

8.3.Stratificazione per fascia oraria

Se facciamo un resoconto dei valori del primo quartile per ogni singola voce analizzata ci troviamo con questi risultati:

Voce analizzata (mattina)	5	6	7
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint		x	
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint			x
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni			x
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca	x		
Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi		x	
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza			x
Adeguatezza degli attrezzi		x	
Gradimento sul Centro Estetico/Sauna		x	
Divertimento nello svolgimento dell'attività			x
Esperienza consigliabile ad altri			x
Soddisfazione complessiva per l'esperienza			x

Figura 8.3.1: Tabella analisi criticità mattino

Solo in riferimento alla cura e l'igiene delle vasche è stata rilevata una criticità grave mentre in quasi la metà dei casi abbiamo criticità lievi. In particolar modo sembra che la valutazione fatto a riguardo l'organizzazione delle attività non sia soddisfacente per il clienti del centro sportivo. Bisogna puntare a migliorare quindi le voci relative a:

- chiarezza e completezza delle informazioni
- servizio ristoro/bar/ristorante
- cura e igiene degli spogliatoi
- cura e igiene dei campi
- adeguatezza degli attrezzi
- centro estetico/sauna

Voce analizzata (pomeriggio)	5	6	7
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint		x	
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint			x
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni		x	
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca		x	
Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi		x	
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza		x	
Adeguatezza degli attrezzi		x	
Gradimento sul Centro Estetico/Sauna	x		
Divertimento nello svolgimento dell'attività			x
Esperienza consigliabile ad altri			x
Soddisfazione complessiva per l'esperienza		x	

Figura 8.3.2: Tabella analisi criticità pomeriggio

Decisamente più preoccupante è la situazione che si ricava dalle risposte di coloro che frequentano il centro di pomeriggio. Quasi tutte le voci presentano una criticità anche se lieve, bisogna quindi capire perché le valutazioni si abbassano in questa maniera passando a considerare la seconda fascia giornaliera. Le criticità buone si hanno solo in corrispondenza di:

- cortesia e disponibilità del personale
- divertimento nello svolgimento attività
- esperienza consigliabile agli altri

Per quanto riguarda tutti gli aspetti rimanenti vanno sicuramente migliorati.

Voce analizzata (tutto il giorno)	3	4	5	6	7	8
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint			X			
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint						X
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni			X			
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante			X			
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi			X			
Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca			X			
Gradimento sulla cura e l'igiene della palestra e dei campi				X		
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza			X			
Adeguatezza degli attrezzi					X	
Gradimento sul Centro Estetico/Sauna	X					
Divertimento nello svolgimento dell'attività						X
Esperienza consigliabile ad altri				X		
Soddisfazione complessiva per l'esperienza					X	

Figura 8.3.3: Tabella analisi criticità tutto il giorno

Analizzando i dati relativi alla terza fascia, numerose sono le criticità gravi (addirittura c'è un 3 in corrispondenza del centro estetico/sauna). Nel dettaglio si possono riscontrare in:

- chiarezza e completezza delle informazioni
- adeguatezza sistema iscrizioni
- servizio ristoro/bar/ristorante
- cura e igiene spogliatoi
- cura e igiene vasche
- sicurezza ambienti
- centro estetico/sauna

Bisogna quindi riunire dei focus group per vedere che modifiche poter apportare per fare in modo che nella prossima analisi questo non si verifichi nuovamente. E' grave il fatto che il 70% degli aspetti monitorati siano insoddisfacenti per le persone iscritte al centro.

8.4.Centri estivi e nuoto accelerato

Voce analizzata	5	5.75	6	6.75	7	8
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint	x					
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint			x			
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni					x	
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante		x				
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi				x		
Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca						x
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza					x	
Adeguatezza degli attrezzi						x
Gradimento del servizio di animazione/ istruttori						x
Divertimento nello svolgimento dell'attività					x	
Consiglio ad un amico						x
Soddisfazione complessiva per l'esperienza						X

Tabella 8.4.1: Tabella analisi criticità centri estivi

Voce analizzata	7	8
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint	x	
Cortesia e disponibilità del personale di segreteria/infopoint		x
Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazioni		x
Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante	x	
Gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi		x
Gradimento sulla cura e l'igiene delle vasche e piano vasca		x
Adeguatezza della sicurezza degli ambienti e dell'assistenza		x
Adeguatezza degli attrezzi		x
Gradimento del servizio di animazione/ istruttori		x
Divertimento nello svolgimento dell'attività		x
Consiglio ad un amico		x
Soddisfazione complessiva per l'esperienza		x

Tabella 8.4.2: Tabella analisi criticità nuoto accelerato

Come si può facilmente notare, solo nella prima delle due tabelle ci sono dei punti da tenere monitorati in quanto ci sono dei casi di criticità gravi, a differenza della tabella 2 dove, nel peggiore dei casi, il valore più basso del quartile inferiore si ha in corrispondenza del punto 1 e 4 (valore 7 quindi totalmente soddisfacente).

Diversamente invece nella figura 1 dove due aspetti ("Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria/infopoint" e "Gradimento del servizio ristoro/bar/ristorante) hanno una valutazione negativa e quindi questo è un campanello d'allarme per i gestori del centro che devono cercare delle soluzioni per ovviare a

questo problema. Criticità che risulta essere più lieve in corrispondenza delle voci riguardanti la cortesia e disponibilità e la cura/igiene degli spogliatoi (ma da tenere comunque monitorata).

Bibliografia

-Gottardelli Paolo, 2012, *Valutazione della Customer Satisfaction di un impianto sportivo polifunzionale con particolare riferimento al nuoto e all'acquafitness*

-Norma europea UNI EN ISO 9001 (2008)

-Cagalli Pietro, 2010, *Valutazione statistica della bontà dei servizi offerti da una Scuola di Sci: una nuova prospettiva per il monitoraggio delle attività sportive*