



*“Un ringraziamento particolare al Professor Salmaso, la Dott.sa Arboretti, e il Professor Corain per i consigli e le indicazioni forniti durante la stesura di questo lavoro, sempre tempestivi, esaurienti e molto disponibili.”*

# INDICE

**Introduzione** - Pag.5

**CAPITOLO 1** - Pag.6

## **Analisi descrittiva:**

**1.1 Il Questionario**

**1.2 Analisi del campione di bambini**

1.1.1 Informazioni generali

1.1.2 Servizio di prenotazione del corso presso la sede della scuola

1.1.3 Svolgimento del corso

**1.3 Analisi del campione di adulti**

1.2.1 Informazioni generali

1.2.2 Servizio di prenotazione del corso presso la sede della scuola

1.2.3 Svolgimento del corso

## **CAPITOLO 2**

- Pag.37

### **Confronti con le indagini precedenti**

#### **2.1 Confronto relativo ai bambini**

2.1.1 Servizio di prenotazione del corso presso la sede della scuola

2.1.2 Svolgimento del corso

#### **2.2 Confronto relativo agli adulti**

#### **2.3 Confronto complessivo**

2.3.1 Confronto con le altre scuole

2.3.2 Confronto tra adulti e bambini

## **Conclusioni**

- Pag.52

## **Bibliografia**

- Pag.53

# Introduzione

Questa tesi di laurea tratta un'analisi statistica sulla valutazione e il monitoraggio della qualità del servizio offerto da una scuola di sci, e più precisamente dalla Scuola di Sci & Snowboard di Sesto – Moso in Alta Pusteria. L'indagine, svolta per la terza stagione nella stessa scuola, permetterà anche la definizione di linee guida e metodi atti a monitorare i progressi, o i peggioramenti, nella fornitura del servizio.

Inizialmente sarà descritto il questionario posto ai clienti della Scuola di Sci & Snowboard di Sesto–Moso per poi andare a presentare, analizzare e confrontare alcune delle poche ricerche effettuate nella storia per il monitoraggio dei servizi relativi alle attività sportive. Inoltre verrà consultata la normativa ISO 9001, la quale specifica il concetto di qualità e l'insieme delle manovre o strategie atte a monitorarla e migliorarla.

Si passerà poi ai risultati ottenuti nella nostra indagine per i campioni di 281 bambini e 29 adulti. Tali risultati saranno poi divisi in classi: soddisfazione e insoddisfazione generale degli utenti, soddisfazione e insoddisfazione degli utenti sull'organizzazione dei corsi, soddisfazione e insoddisfazione degli utenti sulla sicurezza, soddisfazione e insoddisfazione degli utenti sull'efficacia dell'insegnamento, soddisfazione degli utenti sulla prenotazione nella scuola. Inoltre per quanto riguarda il campione di bambini sarà possibile effettuare anche un'analisi descrittiva separata per italiani e tedeschi, le due nazionalità di clienti maggiormente presenti nella scuola.

Andremo successivamente a confrontare i dati relativi alla stagione 2009-2010 e 2010-2011 con quelli raccolti nella stagione 2011-2012, applicando dapprima un'analisi descrittiva basata sul confronto delle medie delle valutazioni espresse dai clienti per ciascun punto del questionario, per poi applicare metodi di analisi statistica, come il *T di Student* e il confronto tra proporzioni, per valutare se ci sono state differenze significative con le stagioni precedenti.

## Presentazione

La Scuola di Sci & Snowboard di Sesto–Moso ha promosso, per la terza stagione, l'indagine statistica SESTO Survey al fine di conoscere il gradimento dei propri iscritti ai corsi collettivi o individuali di Sci / Snowboard / Fondo. L'indagine è stata rivolta alle persone iscritte ai corsi della scuola durante le settimane comprese nel periodo dal 26 Dicembre 2011 al 25 Febbraio 2012. Le opinioni degli iscritti sono

preziose per poter migliorare i servizi offerti dalla Scuola e rendere il soggiorno nel comprensorio sciistico di Sesto Dolomiti / Alta Pusteria sempre più piacevole. L'indagine è divisa in 2 questionari, il primo rivolto agli adulti e il secondo ai bambini, al quale comunque risponderanno i genitori. Lo scopo è quello di trovare un metodo per costruire un sistema di controllo della qualità, rivolto alle attività sportive agonistiche e non (la scuola di sci nel nostro caso), che non solo possa assicurare al cliente un elevato livello di soddisfazione dal punto di vista sia tecnico che umano, ma che permetta anche alla società di monitorare il livello delle proprie strutture e di intervenire dove questo risulti troppo basso o non adeguato in riferimento al target prefissato in base anche all'andamento del livello di stagione in stagione.

## **CAPITOLO 1**

### **Analisi descrittiva:**

#### **1.1 Il Questionario**

Il questionario è uno strumento di raccolta delle informazioni, definito come un insieme strutturato di domande e relative categorie di risposta definite a priori da chi lo costruisce, ovvero di domande cosiddette "chiuse" dove all'intervistato (inteso come colui che risponde alle domande scritte del questionario) viene richiesto di individuare tra le risposte presentate quella che più si avvicina alla propria posizione, e/o di domande "aperte", che non prevedono cioè delle risposte predeterminate. L'utilizzo del questionario risulta molto utile in quanto: si chiede direttamente ai soggetti ciò che interessa (non si osserva "dall'esterno" e si hanno risposte chiare e dirette), di norma non si fa uso di strumenti di indagine quali il colloquio clinico o altri strumenti diagnostici (come ad es. test proiettivi), le persone intervistate appartengono tutte alla categoria che ci interessa intervistare, sono considerate come campione e rappresentano una parte del numero totale dei soggetti con una determinata caratteristica (popolazione) e infine le risposte vengono trasformate in dati numerici per elaborare successivamente delle statistiche.

I questionari, rivolti ad adulti e bambini, sono stati strutturati in 3 categorie di domande:

1. *informazioni generali* (età, sesso, metodo conoscenza della scuola, tipo di corso scelto, e motivazione iscrizione al corso, ecc.): non vengono richieste valutazioni. Sono







## 1.2 Analisi del campione di bambini

### 1.2.1 Informazioni generali

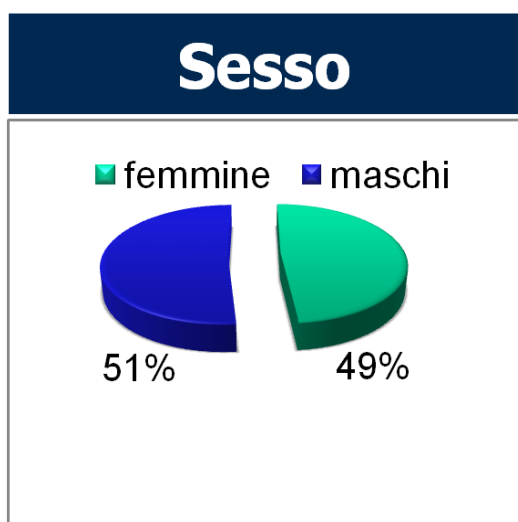


Grafico 1.2.1 :

Grafico relativo alla differenziazione per sesso del campione intervistato

Il campione è stato analizzato per lo studio delle variabili demografiche, che risultano distribuite in modo pressappoco equivalente tra maschi e femmine, suggerendo che lo sport esaminato non sia prettamente maschile.

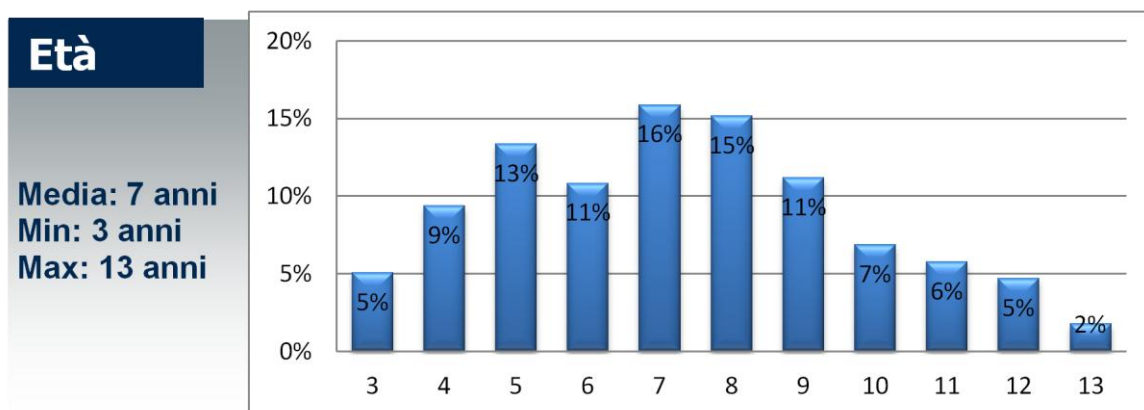


Tabella 1.2.2:

Tabella riguardante la distribuzione delle classi di età dei bambini che frequentano la scuola di sci.

Per quanto riguarda la distribuzione dell'età all'interno del campione, l'età media risulta di 7,0 anni. Sebbene il campione comprenda bambini da un minimo di 3 anni ad un massimo di 13, i più rappresentati sono di età compresa tra i 5 ed i 10 anni.

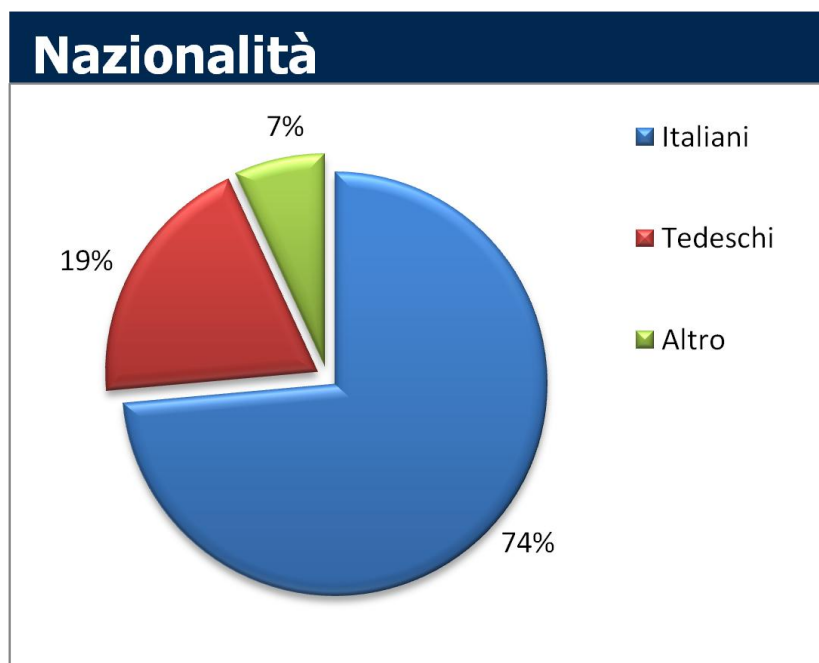
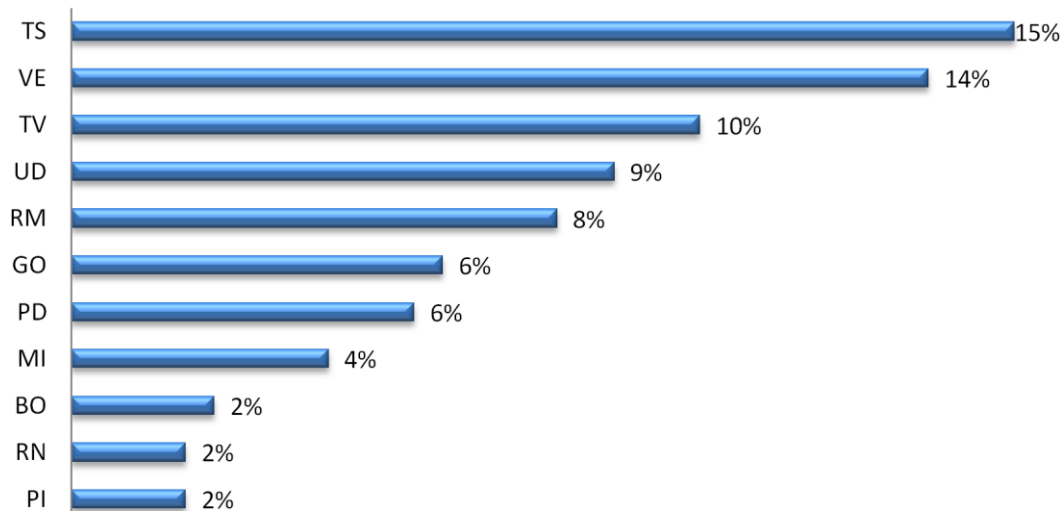


Grafico 1.2.3:  
Istogramma della nazionalità

Molti provengono da famiglie di nazionalità italiana, ma si ritrova un'alta percentuale di tedeschi rispetto alle altre nazionalità straniere, in accordo con il fatto che tale studio è stato svolto in Alto Adige, zona italiana in cui la comunità di origine tedesca ha più peso rispetto alle altre regioni. Inoltre altre popolazioni, quali per esempio austriaci, turchi, belgi e danesi nonostante ultimamente si vedano spesso sulle piste italiane, non hanno l'abitudine di rivolgersi a maestri di sci locali, in quanto spesso hanno accompagnatori connazionali.

Analizzando più a fondo la provenienza del sottocampione di origine italiana, i bambini risultano maggiormente residenti nella provincia di Trieste e di Venezia.

## Provincia di residenza (italiani)



+ 33 province con frequenze inferiori al 2%

Grafico 1.2.4:

Istogramma sulla frequenza delle province di residenza rappresentate dai clienti della scuola di sci.

## Presenza di adulti in famiglia che praticano sport invernali

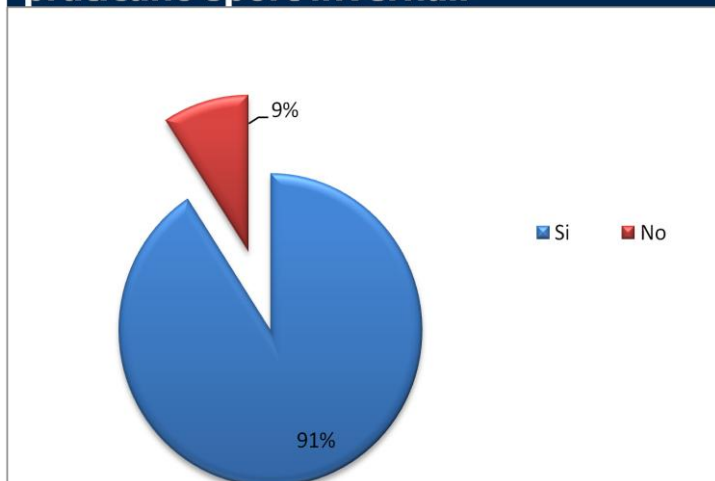


Grafico 1.2.5:

Grafico a torta sulla presenza di adulti in famiglia che praticano sport invernali

Tale grafico mostra che i bambini in esame provengono quasi tutti da famiglie di sciatori, che probabilmente utilizzano la scuola sia per far acquisire la tecnica di base ai figli o per migliorare la tecnica, ma anche come scusa per avere qualche ora libera e poter andare a sciare in piste più difficili.

### Prima iscrizione a corsi di sport invernali:

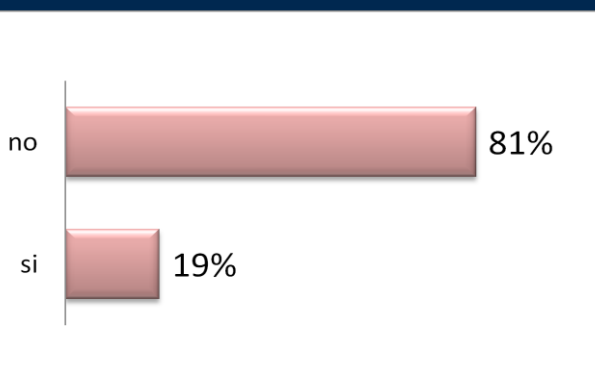


Grafico 1.2.6:  
Percentuale di bambini alla prima esperienza con la scuola di sci Sesto

Circa un quinto dei soggetti intervistati si trovava alla prima iscrizione presso la scuola di sci in esame.

### Corso frequentato dal bambino:

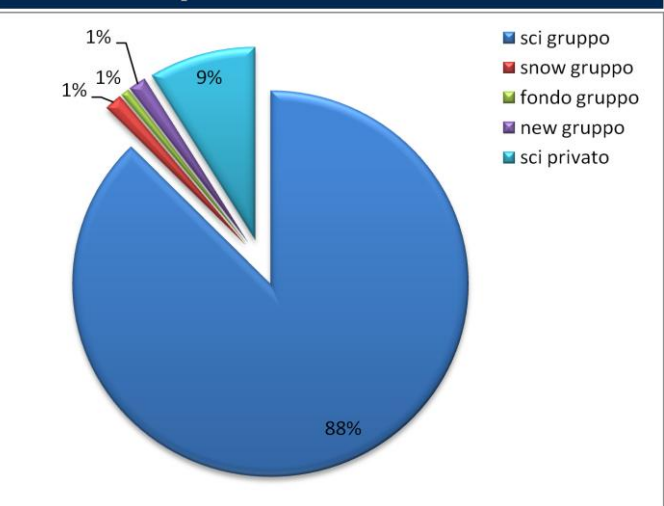


Grafico 1.2.7:  
Grafico relativo ai corsi frequentati dai bambini iscritti alla scuola di sci.

La stragrande maggioranza vi si è iscritta per corsi di sci collettivi, un dato che implica la necessità da parte della scuola di avere un'ampia disponibilità di maestri di sci.

## Motivo principale di iscrizione

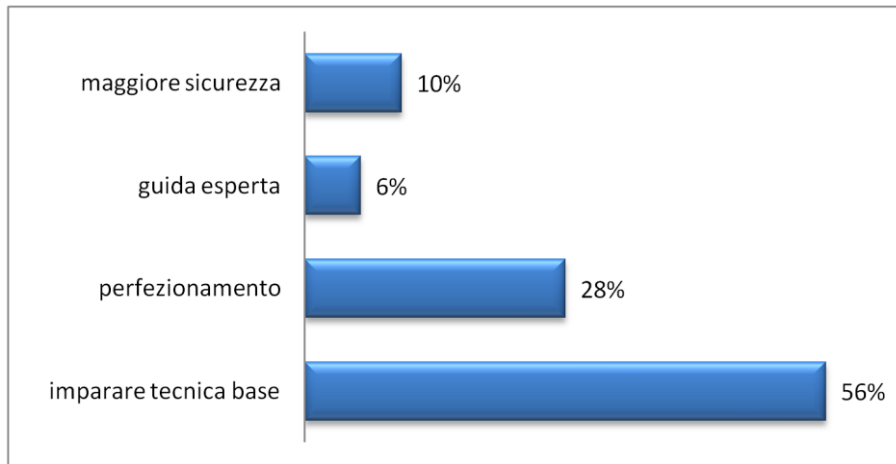


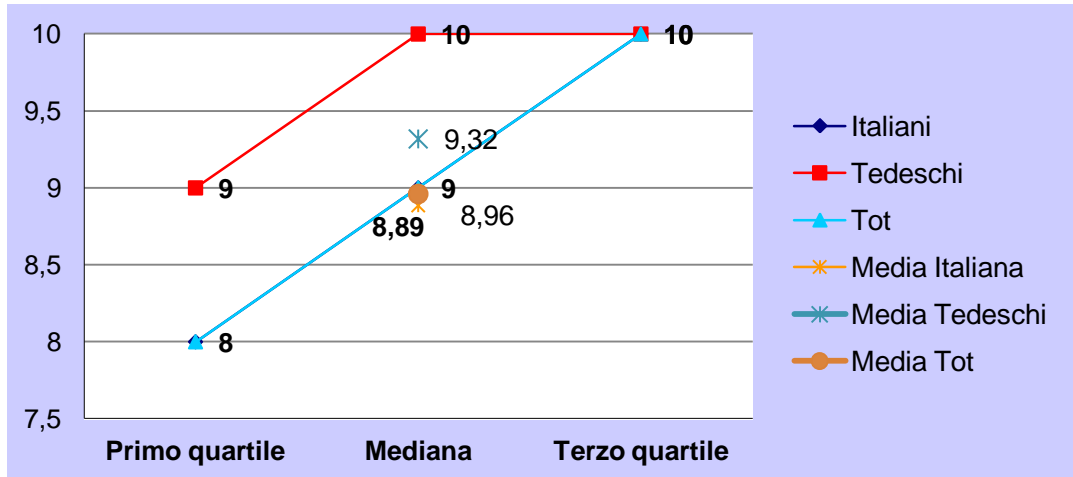
Grafico 1.2.8:

Istogramma relativo al motivo principale dell'iscrizione alla scuola.

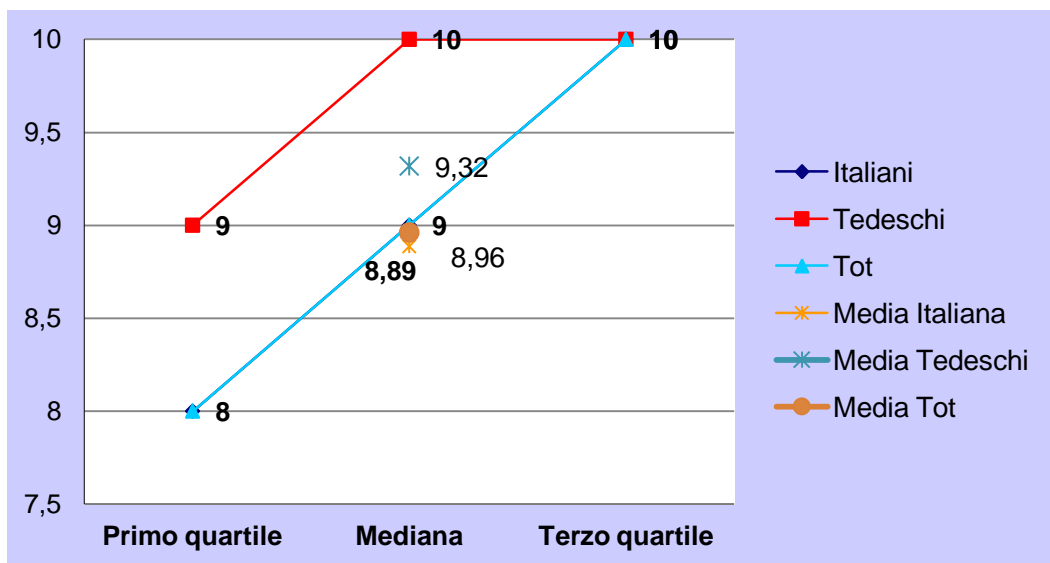
Tale grafico ci indica che la maggior parte dei clienti, probabilmente anche a causa della loro giovane età, sono principianti, infatti, si rivolgono alla scuola per acquisire la tecnica di base (56%). Abbastanza importante (circa 28%) è anche la presenza dei bambini che vogliono migliorare il proprio stile; ciò sta ad indicare che hanno già acquisito la tecnica basilare e che si trovano ad un livello intermedio o addirittura elevato.

### 1.2.2 Servizio di prenotazione del corso presso la sede della scuola

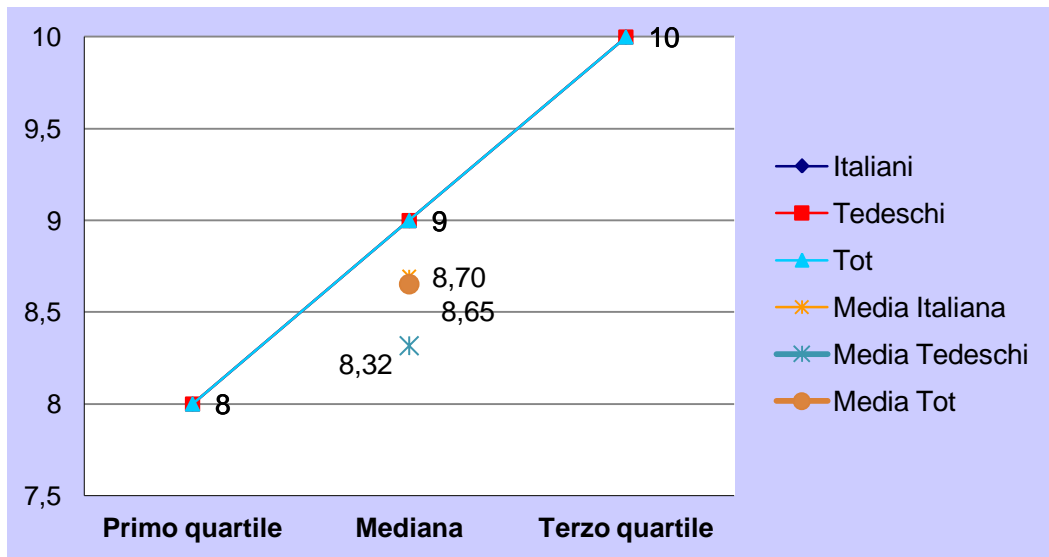
#### a) Orario adeguato di apertura



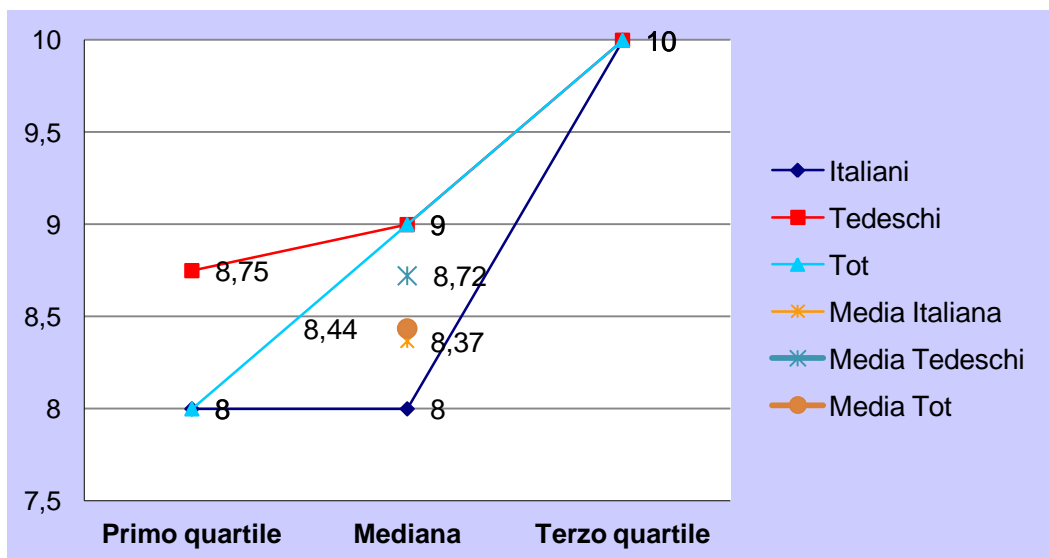
#### b) Chiarezze e completezza brochure



c) Chiarezza info personale



d) Completezza e chiarezza sito internet



Grafici 1.2.9:

La figura mostra gli andamenti della curva primo quartile, mediana , terzo quartile e media rispettivamente di:

- a) orario adeguato di aperture; b) chiarezza e completezza brochure;  
 c) chiarezza info personale; d) completezza e chiarezza sito internet.

Da questi grafici si intuisce che il livello di soddisfazione dei clienti è abbastanza alto, ma è comunque sempre possibile migliorare.

Osservando i valori medi si vede come questi siano allineati intorno all'8,8, mentre per quanto riguarda il range dei quartili varia sempre tra 8 e 10 .

Nel caso della differenziazione dell'analisi tra tedeschi e italiani, si nota un posizionamento più alto dei valori medi espressi dai tedeschi in tre dei quattro quesiti, le informazioni del personale sono leggermente inferiori, probabilmente per una competenza linguistica del personale meno elevata rispetto alla lingua madre.

I range tra quartili varia da italiani e tedeschi , dato che questi ultimi hanno il primo quartile solitamente più elevato rispetto a quello degli italiani, tranne nella chiarezza di informazioni del personale che resta uguale

Da notare, similmente alla valutazione generale, è la bassa percentuale relativa alla chiarezza del sito internet che dovrebbe perciò essere più curata.

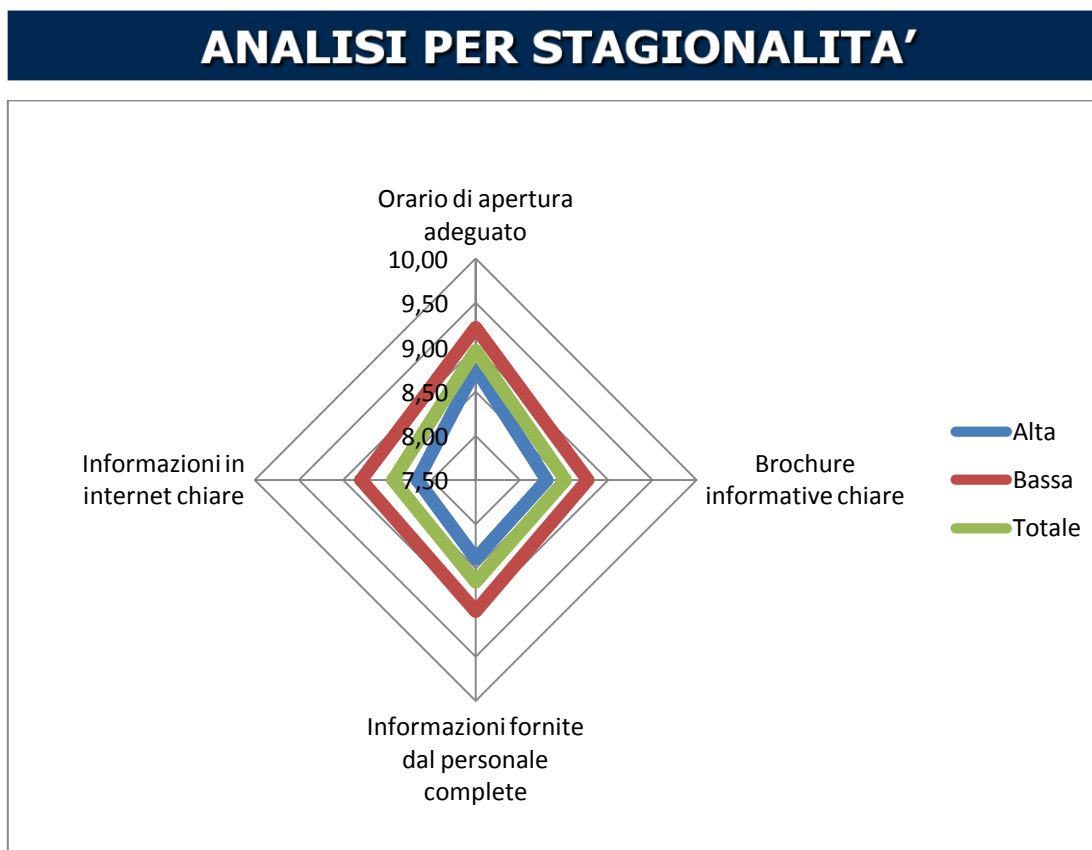


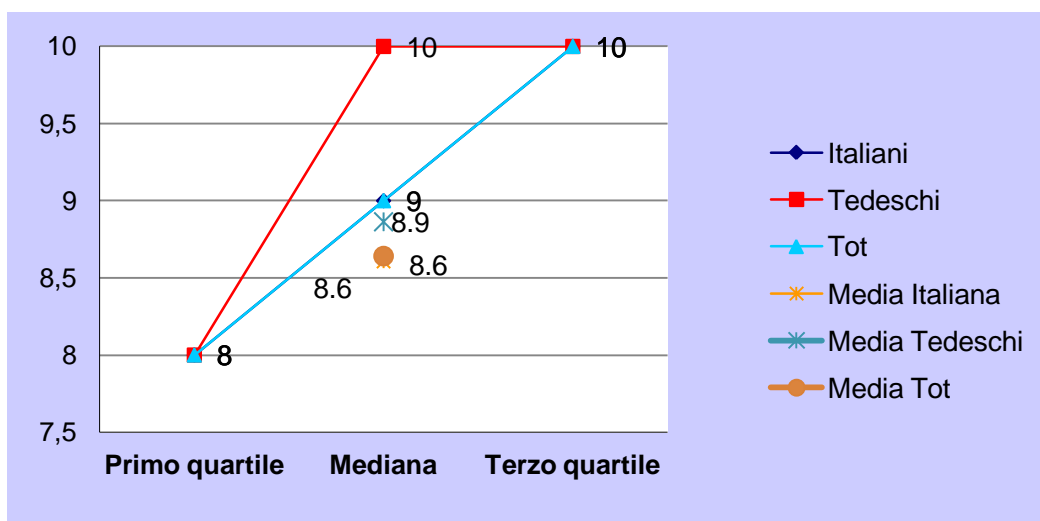
Grafico 1.2.10:  
Grafico spider relativo all'analisi di stagionalità.



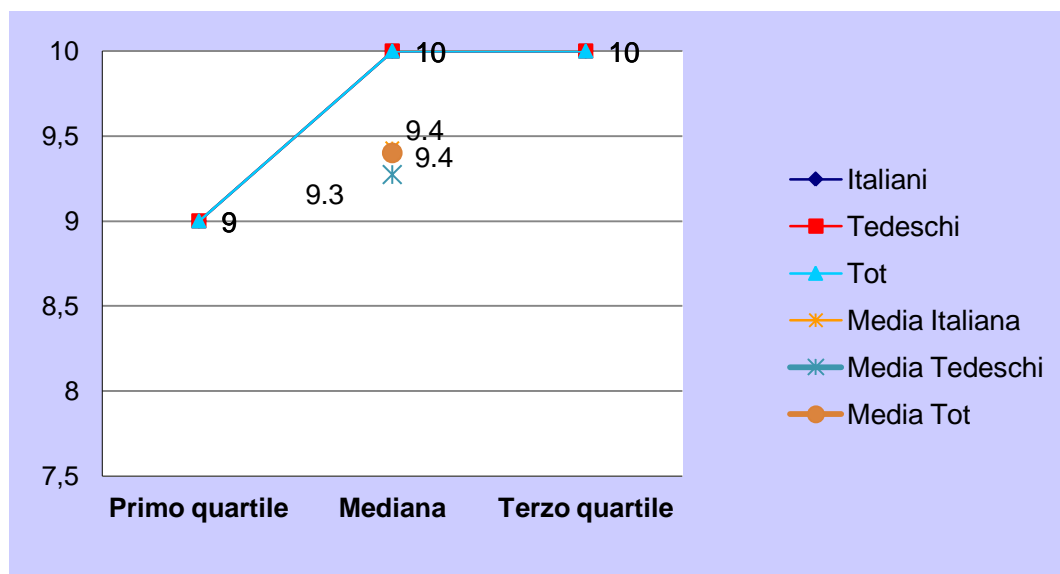
Da questo grafico si riesce a vedere come nella bassa stagione i voti sono mediamente più elevati rispetto a quelli della bassa stagione poiché chiaramente in alta stagione c'è un maggiore afflusso di persone quindi la gestione risulta più difficile e quindi meno efficiente.

### 1.2.3 Svolgimento del corso

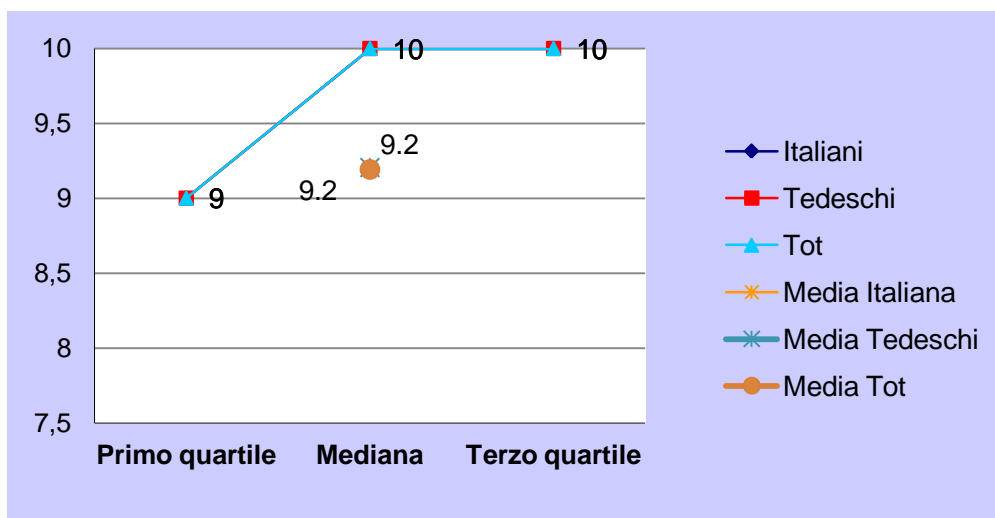
#### a) *Progresso capacità sciistiche*



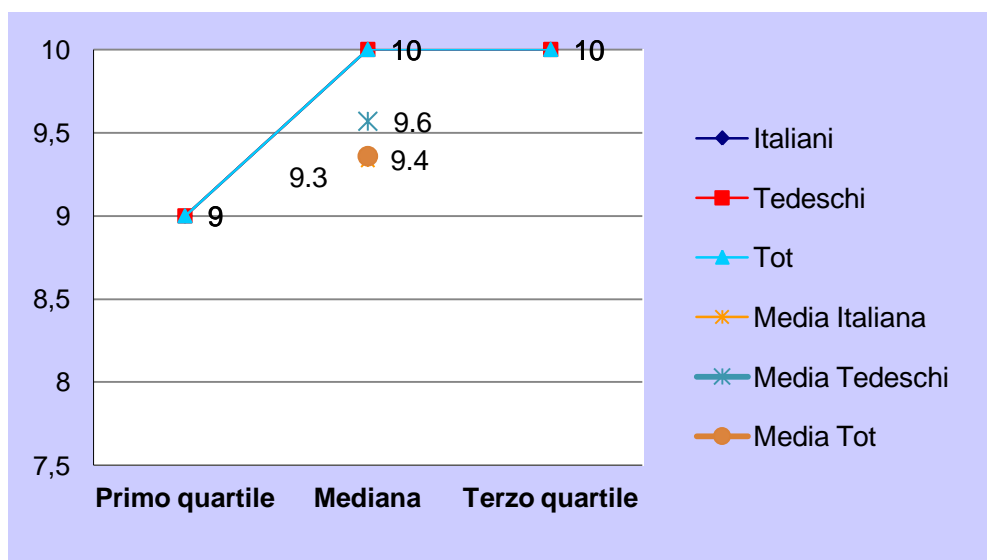
#### b) *Cortesia e disponibilità maestro*



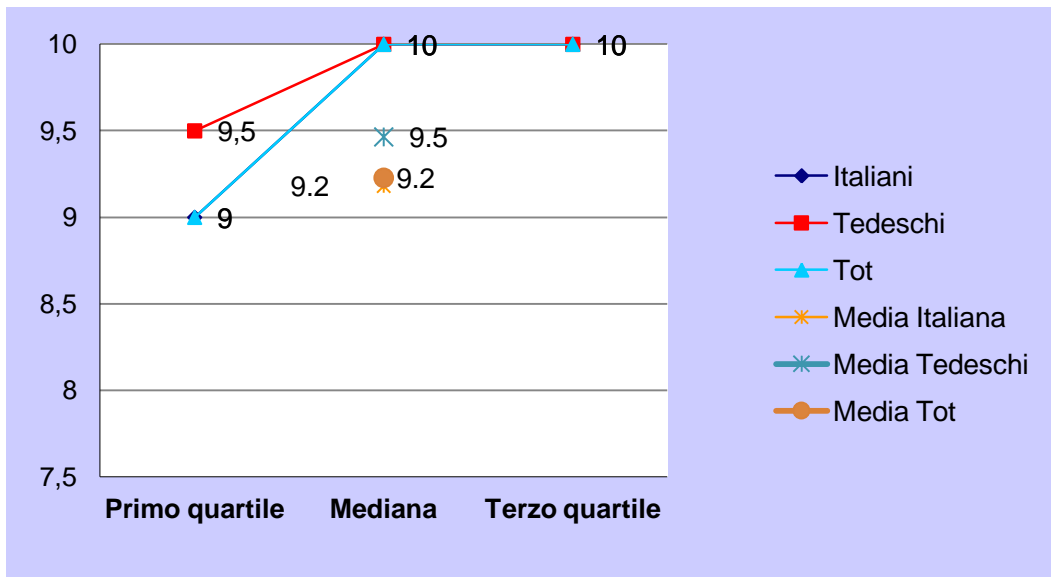
c) *Adeguatezza delle piste e degli impianti*



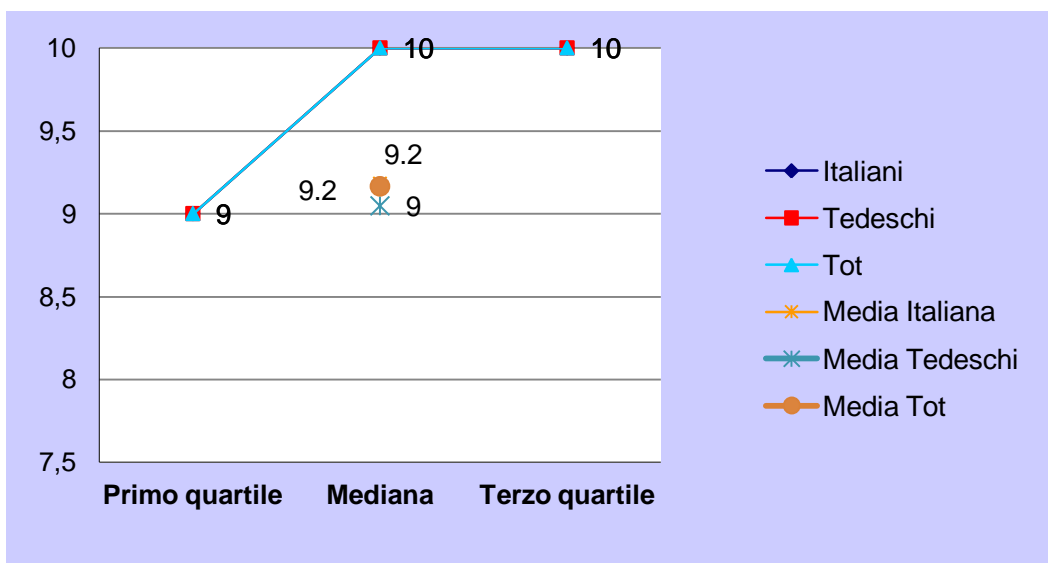
d) *Svolgimento delle lezioni in sicurezza*



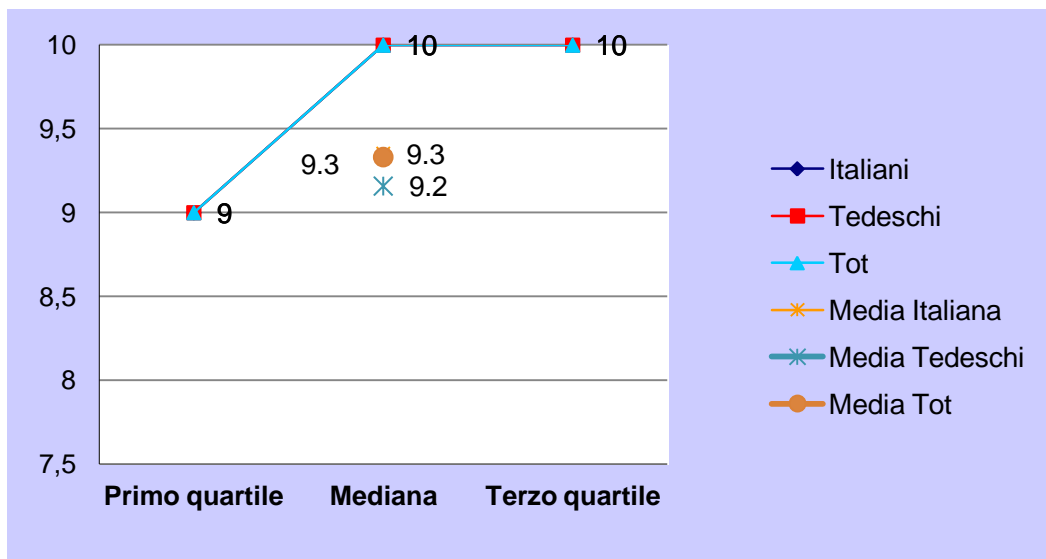
e) *Divertimento durante le lezioni*



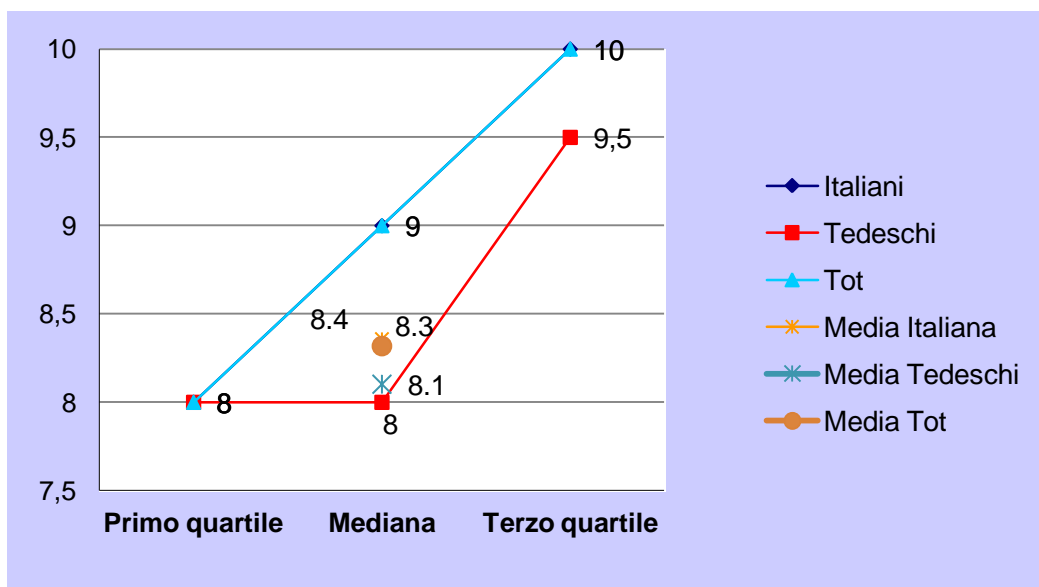
f) *Accrescimento passione per l'attività sciistica*



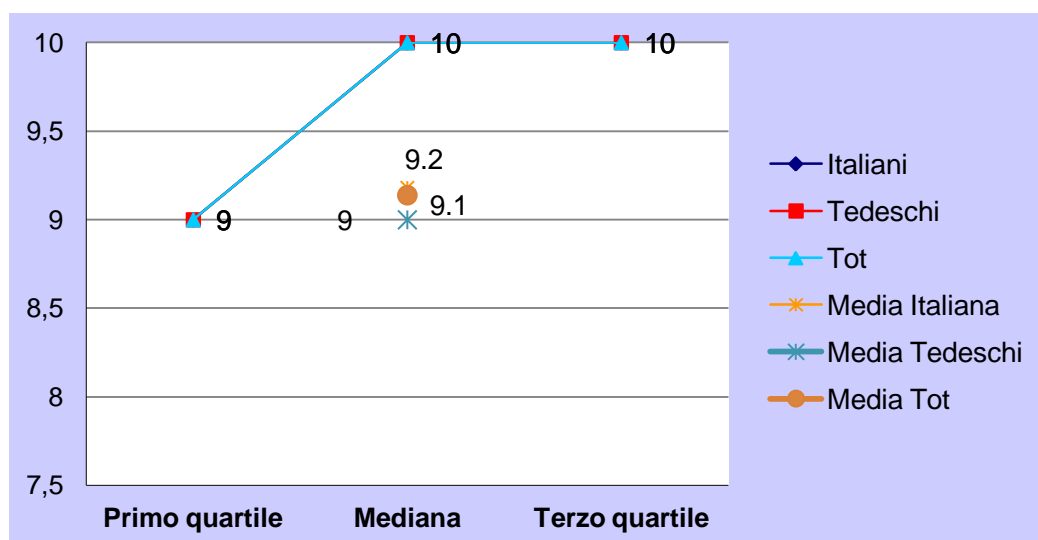
g) *Esperienza consigliabile ad altri*



h) *Omogeneità del livello del gruppo dopo la selezione*



i) Soddisfazione complessiva



Grafici 1.2.11:

La figura mostra gli andamenti della curva primo quartile, mediana , terzo quartile e media rispettivamente per:

a) progresso capacità sciistiche; b) disponibilità e cortesia del maestro; c) adeguatezza piste e impianti utilizzati; d) sicurezza durante le lezioni; e) divertimento durante le lezioni; f) accrescimento passione sciistica; g) esperienza consigliabile ad altri; h) omogeneità del livello del gruppo; i) soddisfazione complessiva;

La terza parte del questionario presenta per la quasi totalità dei quesiti una media superiore al 9 e comunque non inferiore all'8,0 .

Le medie inferiori al 9 sono state rilevate nel progresso delle capacità sciistiche (8,6) e nella omogeneità del livello del gruppo (8,1).

Viene lodata invece la cortesia e la disponibilità del maestro e la sicurezza degli impianti e delle piste che spiccano con un 9,4.

Gli altri quesiti ricoprono valori tra il 9 e il 9,3 di media quindi nel complesso valori elevati.

Per quanto riguarda invece il confronto tra italiani e tedeschi, è risultato che i quartili generalmente combaciano e spesso combaciano anche le medie.

Analizziamo più in dettaglio:

Progresso delle capacità sciistiche i tedeschi risultano mediamente più soddisfatti avendo la mediana pari a 10 e la media 8,9 rispetto agli italiani che hanno mediana pari a 9 e media 8,6.

Lo svolgimento in sicurezza delle lezioni ha come quartili gli stessi sia per italiani che per i tedeschi ma c'è una variazione non indifferente tra le medie poiché i tedeschi risultano più soddisfatti con una media di 9,6 rispetto al 9,3 degli italiani.

Il divertimento durante le lezioni ha anch'esso un risultato migliore per i tedeschi che nel primo quartile hanno 9,5 rispetto al 9 degli italiani e una media di 9,5 rispetto al 9,2.

Per quanto riguarda l'omogeneità del livello del gruppo gli italiani risultano più soddisfatti, infatti la mediana e il terzo quartile sono rispettivamente per gli italiani di 9 e 10 mentre per i tedeschi di 8 e 9,5, mentre la differenza tra le medie risulta per gli italiani 8,4 e per i tedeschi 8,1.

Complessivamente quindi i tedeschi risultano più soddisfatti rispetto agli italiani.

## VISIONE D' INSIEME BAMBINI: punteggi medi

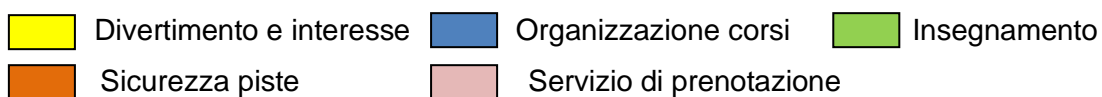
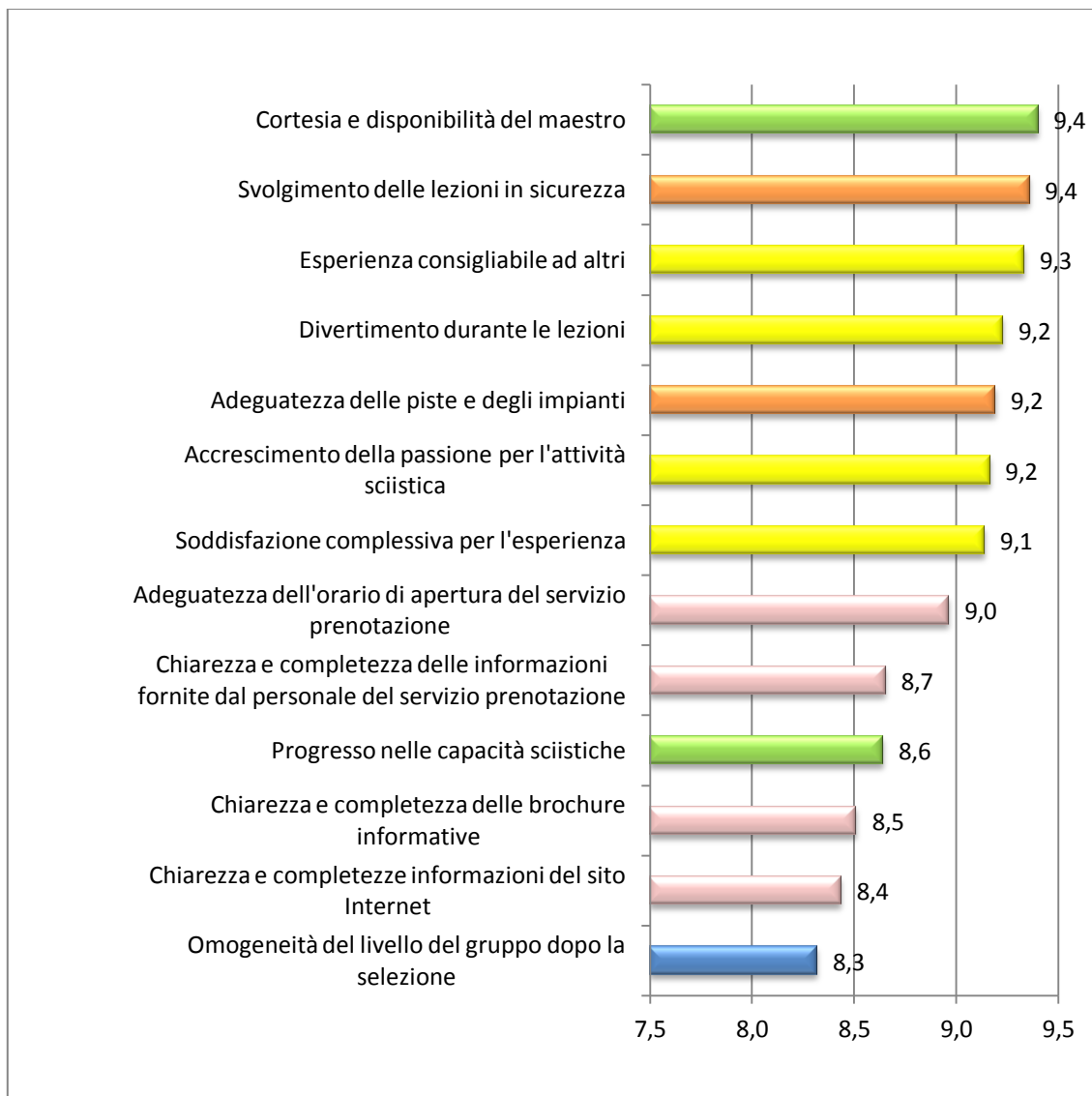


Grafico 1.2.12:

Grafico relativo alla visione complessiva delle medie.

## ANALISI PER STAGIONALITA'

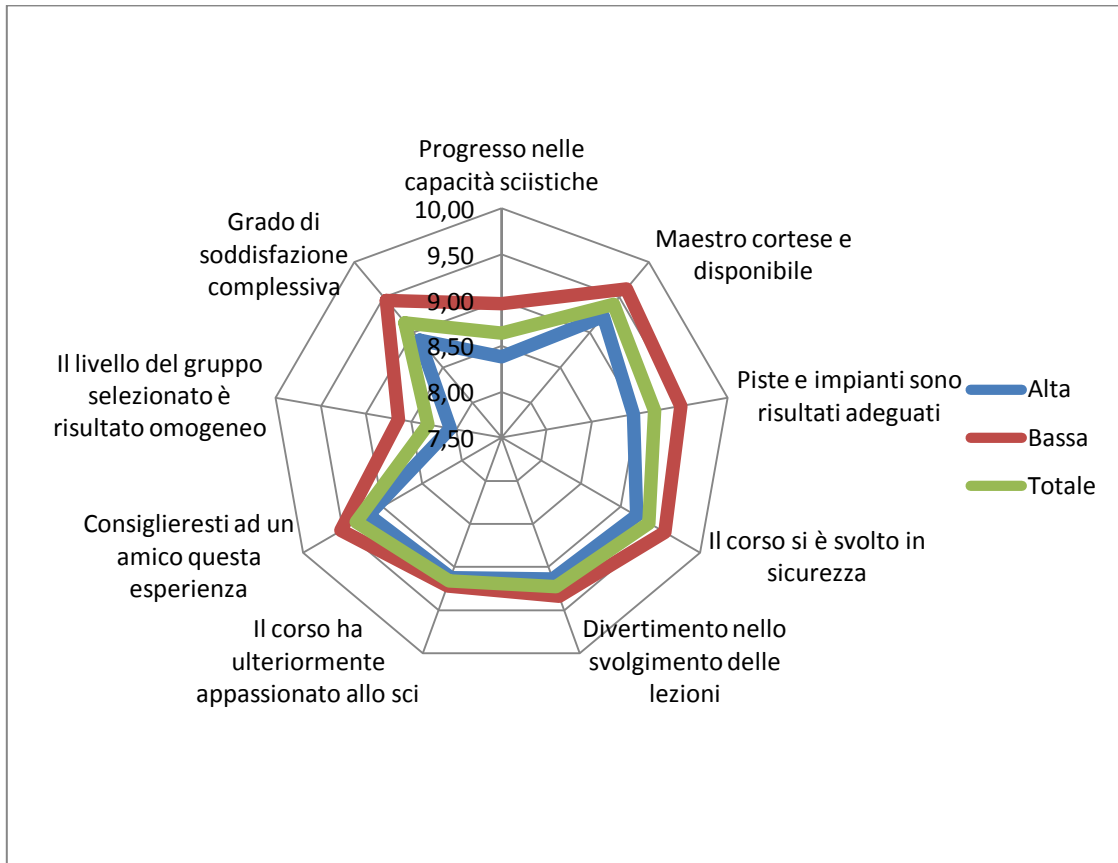


Grafico 1.2.13:  
Grafico spider relativo all'analisi di stagionalità.

Come detto anche in precedenza è chiaro che durante il periodo di alta stagione il servizio sia di più difficile gestione rispetto a un periodo di bassa stagione e i risultati mostrati nel grafico ce lo confermano.



## 1.3 Analisi del campione di adulti

### 1.3.1 Informazioni generali

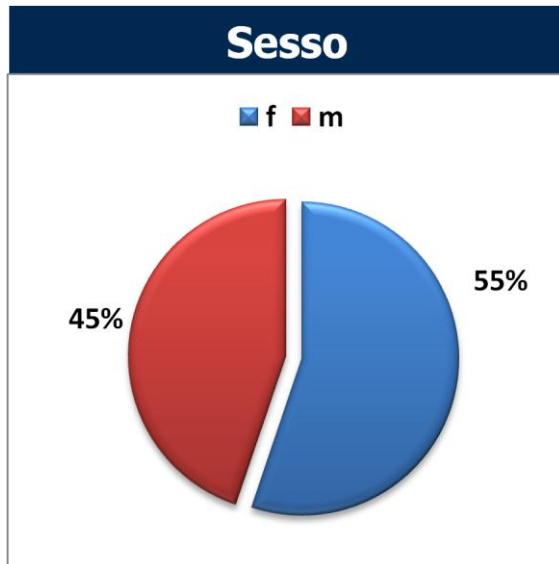


Grafico 1.3.1 :

Grafico relativo alla differenziazione per sesso del campione intervistato

Come risulta dal grafico c'è una leggera maggioranza di donne che segue il corso ma in linea di massima risulta che lo scii è uno sport praticato da tutti, sia donne che uomini.

## Età

Media: 32.7 anni  
Min: 13 anni  
Max: 62 anni

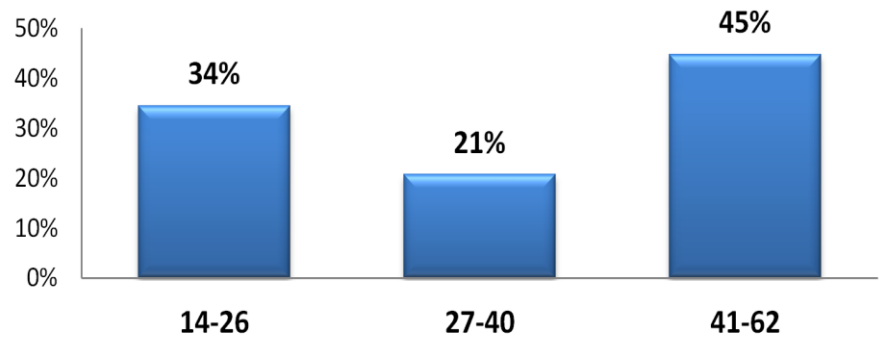


Grafico 1.3.2 :

Grafico relativo alla differenziazione per età del campione intervistato

Risulta dal grafico che c'è una distribuzione di persone iscritte soprattutto in età adulta (45%) mentre l'altro 55% si divide tra i giovani 34% e dai 27 ai 40 anni con una media del 21% , quindi il corso coinvolge allo scii non solo ragazzi ma anche adulti.

## Nazionalità

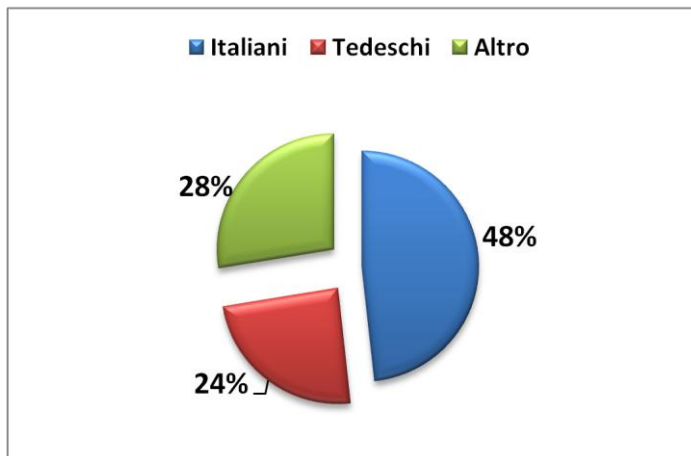


Grafico 1.3.3 :

Grafico relativo alla differenziazione per nazionalità del campione intervistato

Come per i bambini anche per gli adulti c'è una maggioranza di italiani ma più della metà è straniera, ed un quarto risulta essere tedesca vista la zona in cui è situata la pista, come detto in precedenza.

La provincia da cui arrivano maggiormente gli italiani per il corso di scii è Venezia, poi c'è Milano e Treviso.

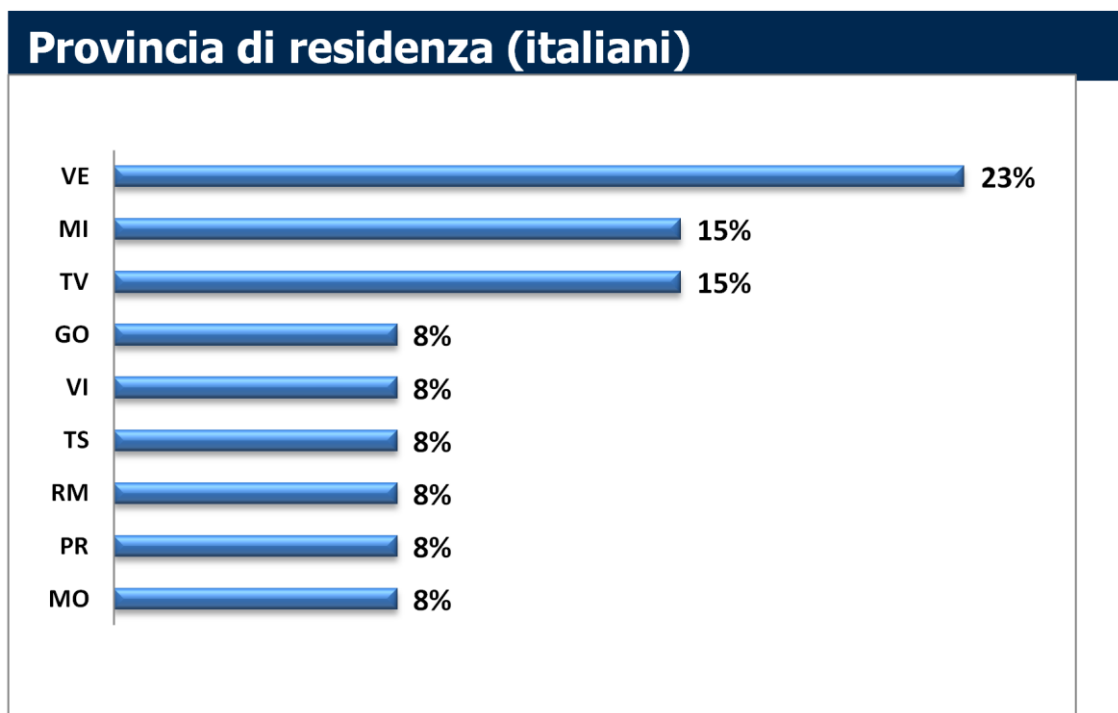


Grafico 1.3.4 :

Grafico relativo alla differenziazione per provincia degli italiani

## Prima volta in visita nel comprensorio sciistico di Sesto Dolomiti / Alta Pusteria

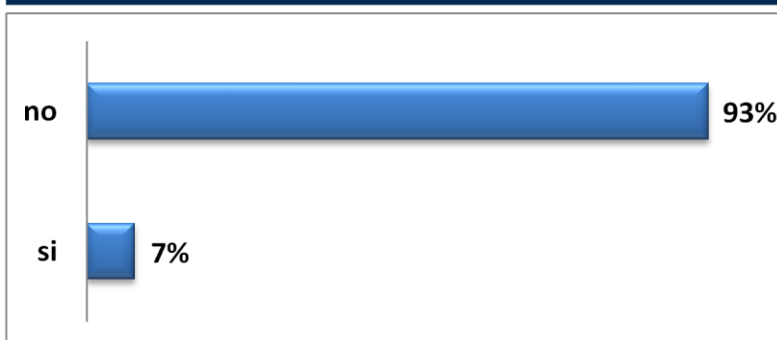


Grafico 1.3.5 :

Grafico riguardante la prima iscrizione alla scuola di scii

Il grafico ci mostra come i clienti apprezzano il servizio reso in precedenza e sono contenti di tornare e che c'è comunque affluenza di nuovi clienti.

## Corso frequentato

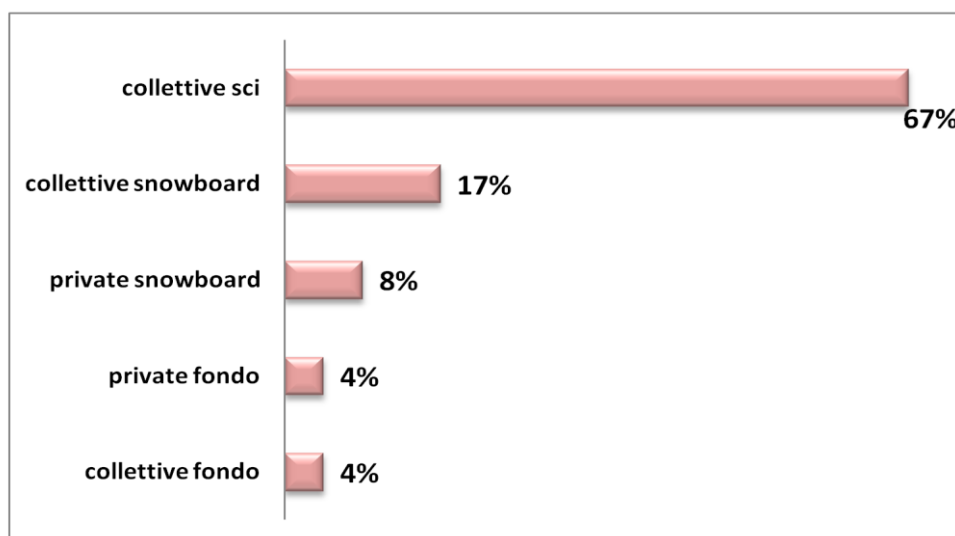


Grafico 1.3.6 :

Grafico a barre riguardante il tipo di corso frequentato

Il corso scelto dalla maggior parte delle persone è il corso collettivo di scii ma anche lo snowboard è abbastanza rilevante.

## Motivo principale di iscrizione

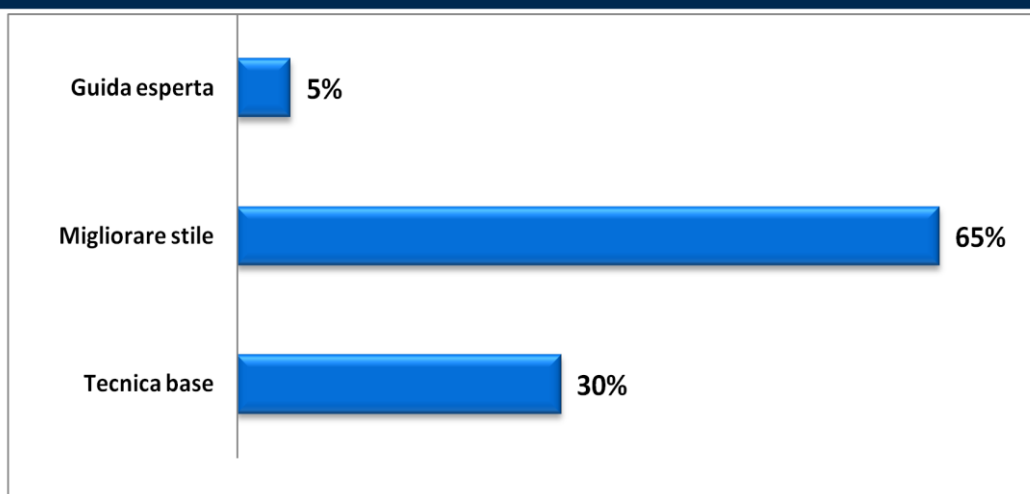


Grafico 1.3.7 :

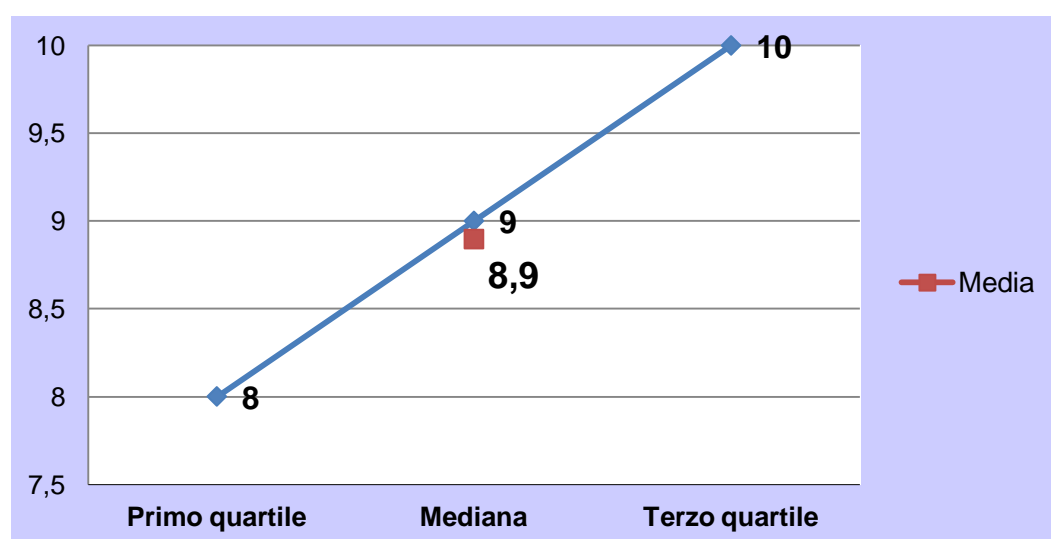
Grafico a barre riguardante il tipo di corso frequentato

Come ci si poteva aspettare gli adulti si sono iscritti principalmente per migliorare lo stile dato che probabilmente la tecnica di base l'avranno imparata da bambini.

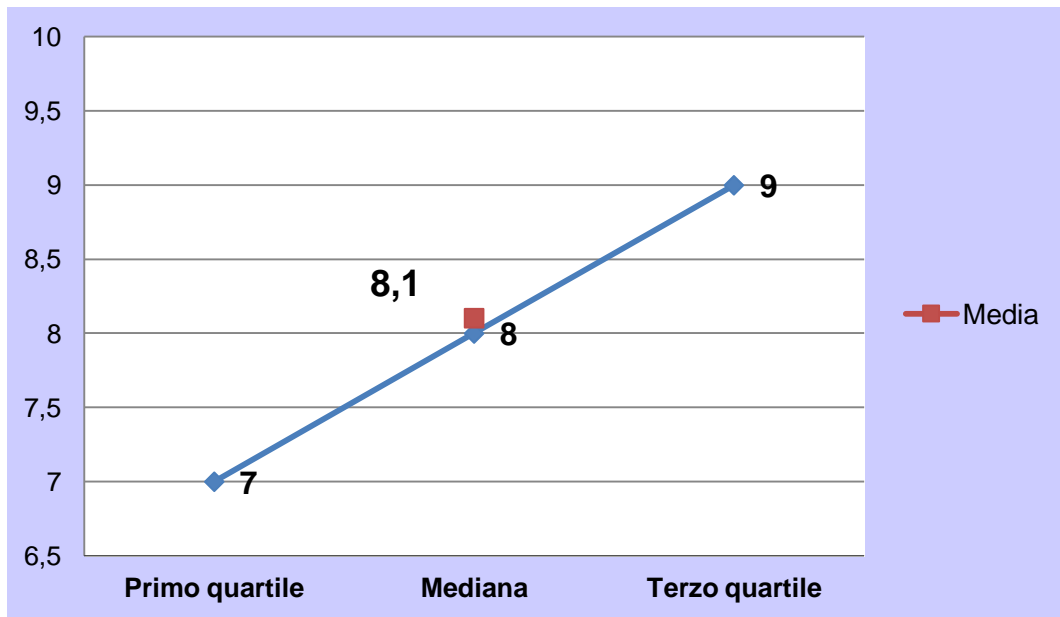
Per chi invece si è appassionato solo in età adulta allo sport necessita di imparare la tecnica di base infatti circa un terzo si è iscritto proprio per tale motivo.

### 1.3.2 Servizio di prenotazione del corso presso la sede della scuola

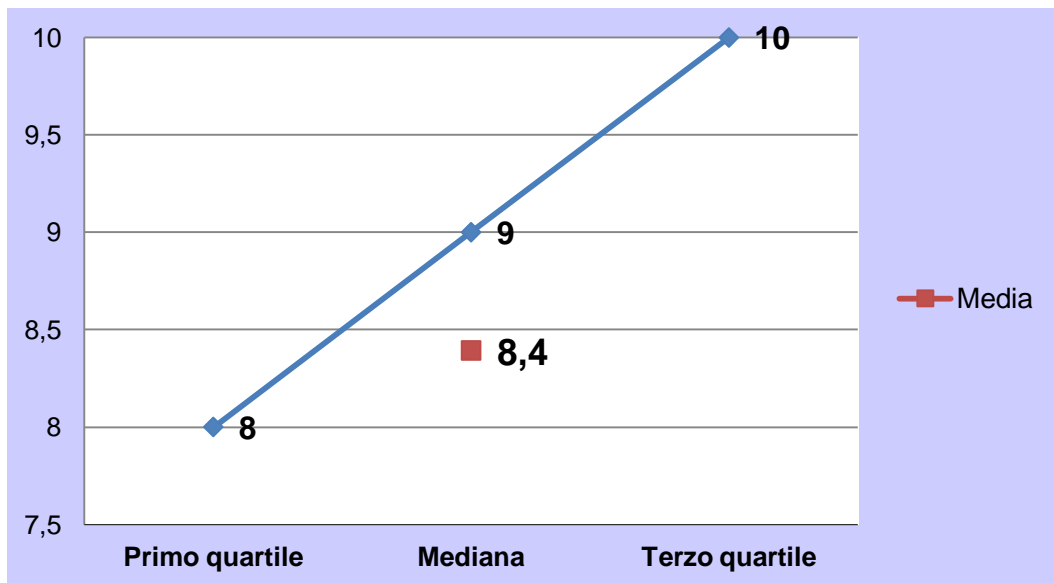
#### a) *Orario adeguato di apertura*



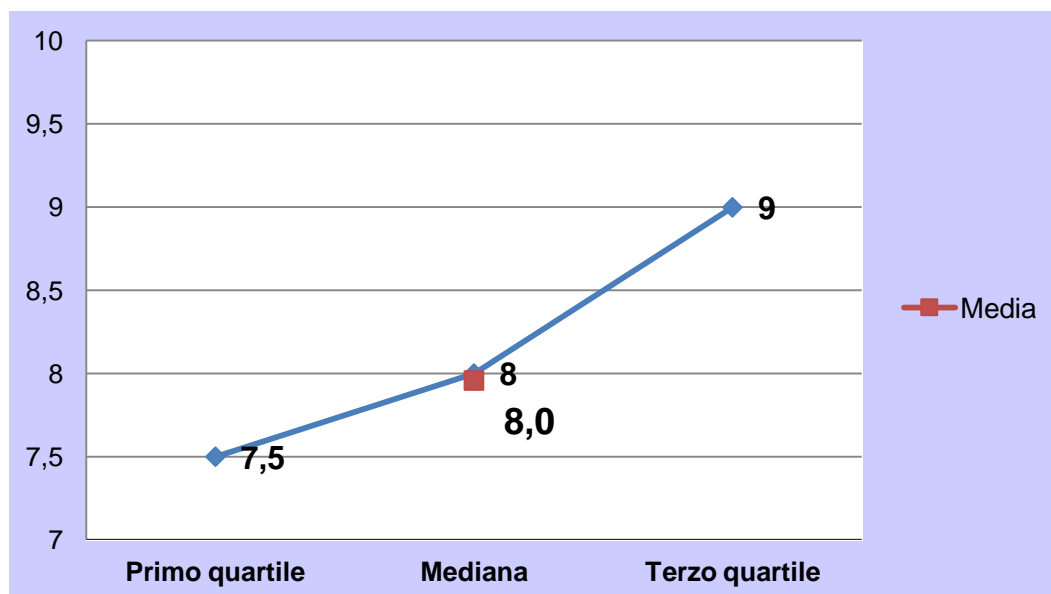
b) Chiarezze e completezza brochure



c) Chiarezza info personale



d) *Completezza e chiarezza sito internet*



*Grafici 1.3.8:*

La figura mostra gli andamenti della curva primo quartile, mediana , terzo quartile e media rispettivamente di:

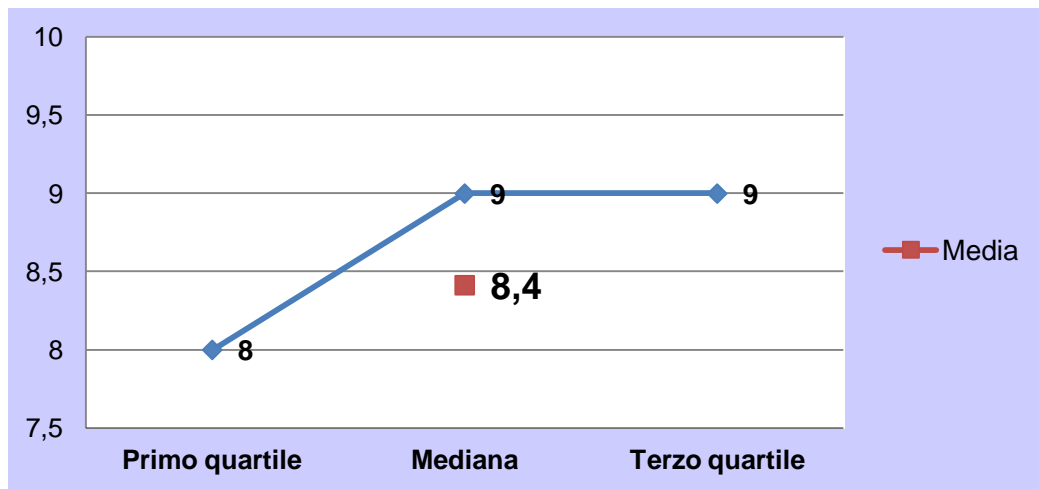
- a) orario adeguato di aperture;
- b) chiarezza e completezza brochure;
- c) chiarezza info personale;
- d) completezza e chiarezza sito internet.

Dai grafici si nota una scarsa adeguatezza e completezza delle brochure illustrative e altrettanto si può dire del sito internet, quindi il cliente per avere le informazioni sufficientemente adeguate è costretto a rivolgersi al personale.

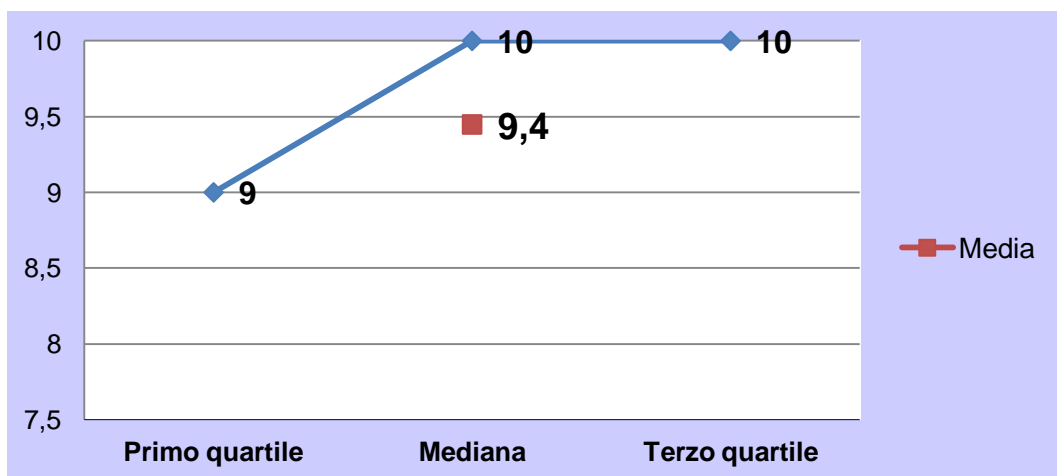
Per quanto riguarda quindi il servizio di informazione reso dal personale è buono e lo stesso si può dire del l'orario di apertura delle piste.

### 1.3.3 Svolgimento del corso

a) *Progresso capacità sciistiche*

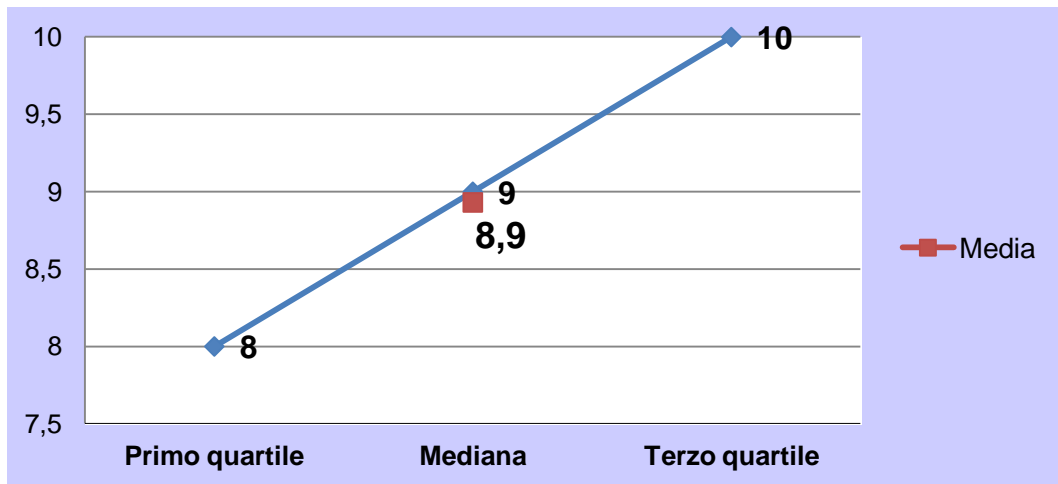


b) *Cortesia e disponibilità maestro*

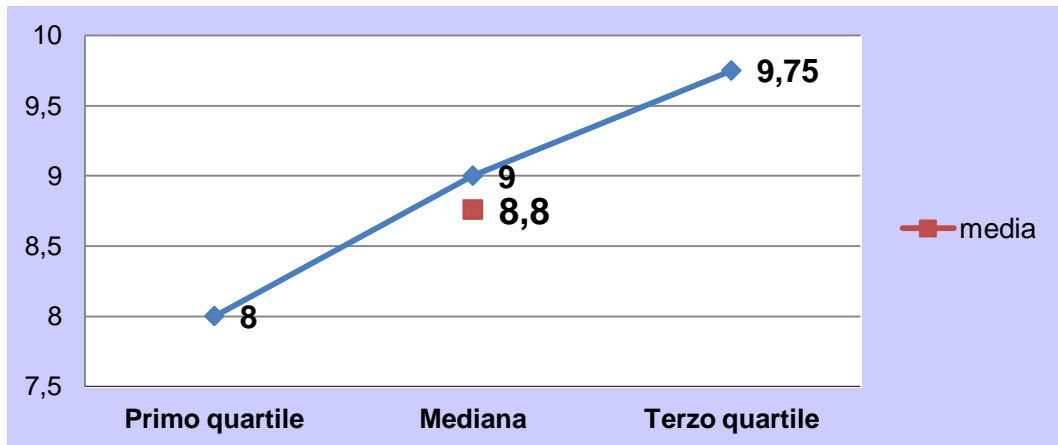




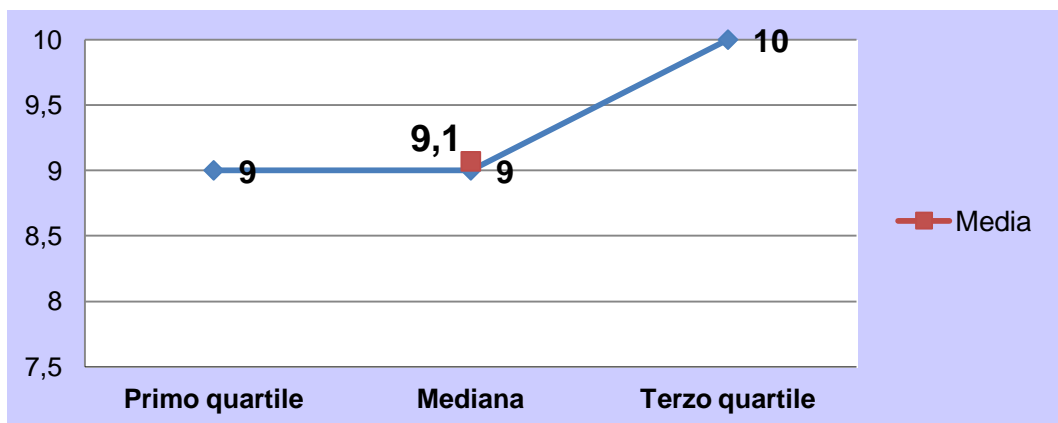
c) *Adeguatezza delle piste e degli impianti*



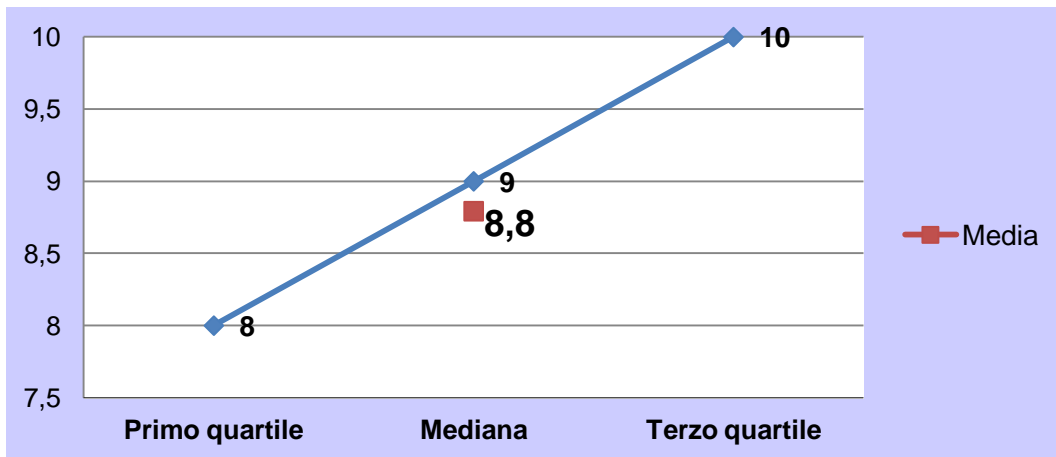
d) *Svolgimento delle lezioni in sicurezza*



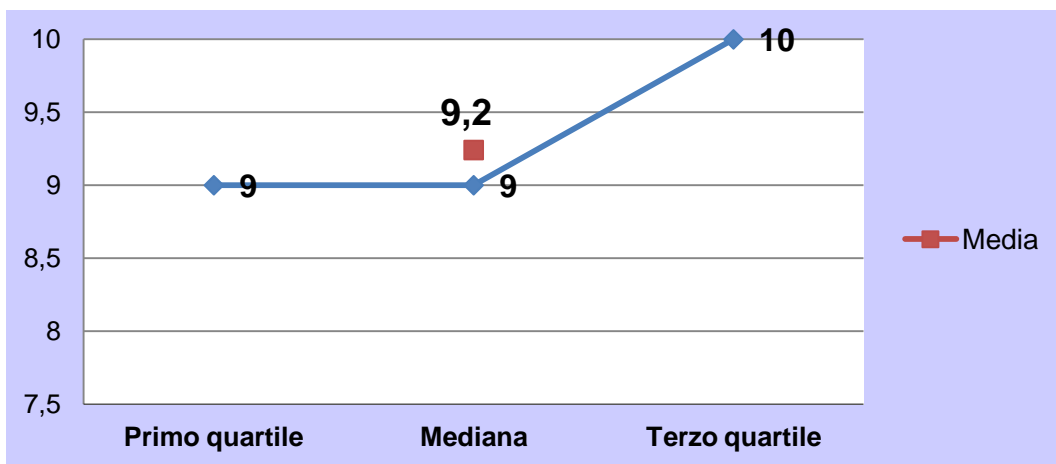
e) *Divertimento durante le lezioni*



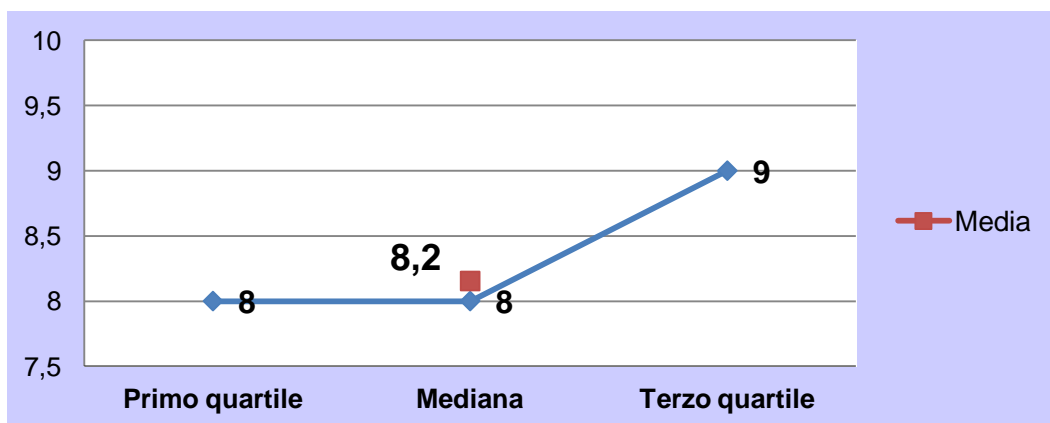
f) *Accrescimento passione per l'attività sciistica*



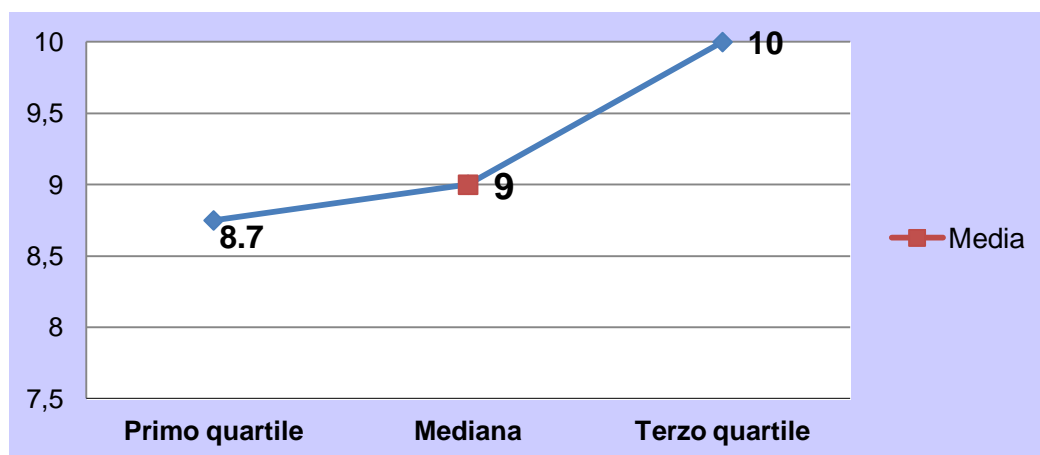
g) *Esperienza consigliabile ad altri*



h) *Omogeneità del livello del gruppo dopo la selezione*



i) *Soddisfazione complessiva*



Grafici 1.3.9:

La figura mostra gli andamenti della curva primo quartile, mediana , terzo quartile e media rispettivamente per:

a) progresso capacità sciistiche; b) disponibilità e cortesia del maestro; c) adeguatezza piste e impianti utilizzati; d) sicurezza durante le lezioni; e) divertimento durante le lezioni; f) accrescimento passione sciistica; g) esperienza consigliabile ad altri; h) omogeneità del livello del gruppo; i) soddisfazione complessiva;

Analizzando i grafici riscontriamo che nel complesso si sono ottenuti dei buoni risultati essendo la media mai inferiore all'8.

Ciò che lascia più a desiderare è l'omogeneità del gruppo e il progresso delle capacità sciistiche con una media rispettivamente di 8,2 e 8,4.

Per quanto riguarda gli altri aspetti del corso sono risultati abbastanza soddisfacenti raggiungendo una media comunque intorno al 9.

Spicca invece tra tutti la cortesia e la disponibilità del maestro con 9,4.

## VISIONE D' INSIEME ADULTI: punteggi medi e tendenze

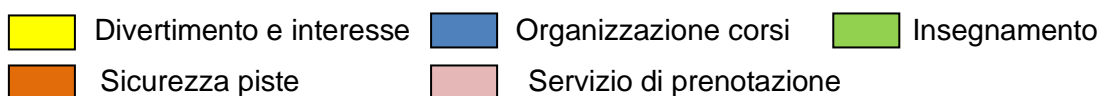
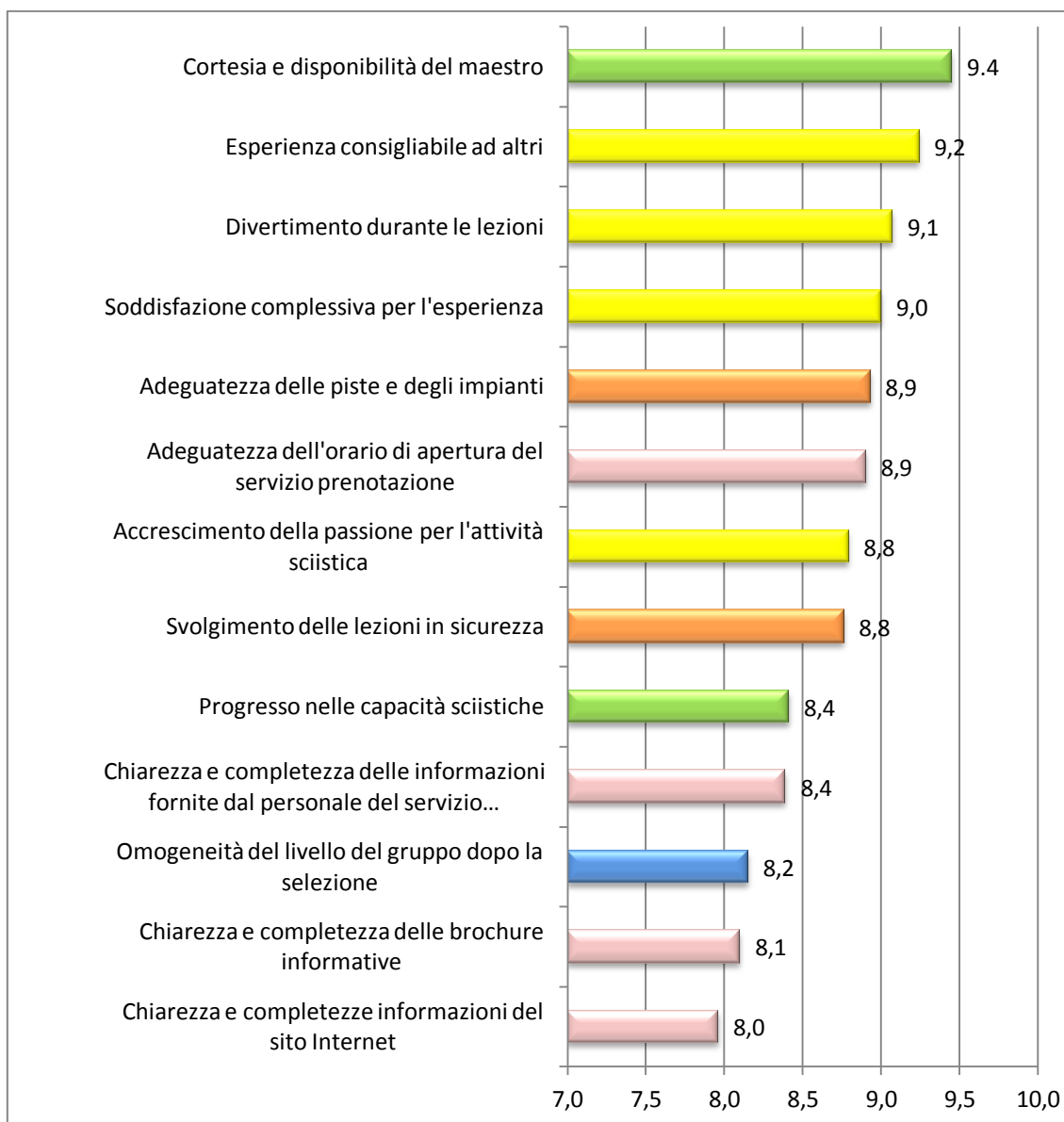


Grafico 1.3.12:

Grafico relativo alla visione complessiva delle medie.

## CAPITOLO 2

### Confronti con le indagini precedenti

#### 2.1 Confronto relativo ai bambini

##### 2.1.1 Servizio di prenotazione del corso presso la sede della scuola

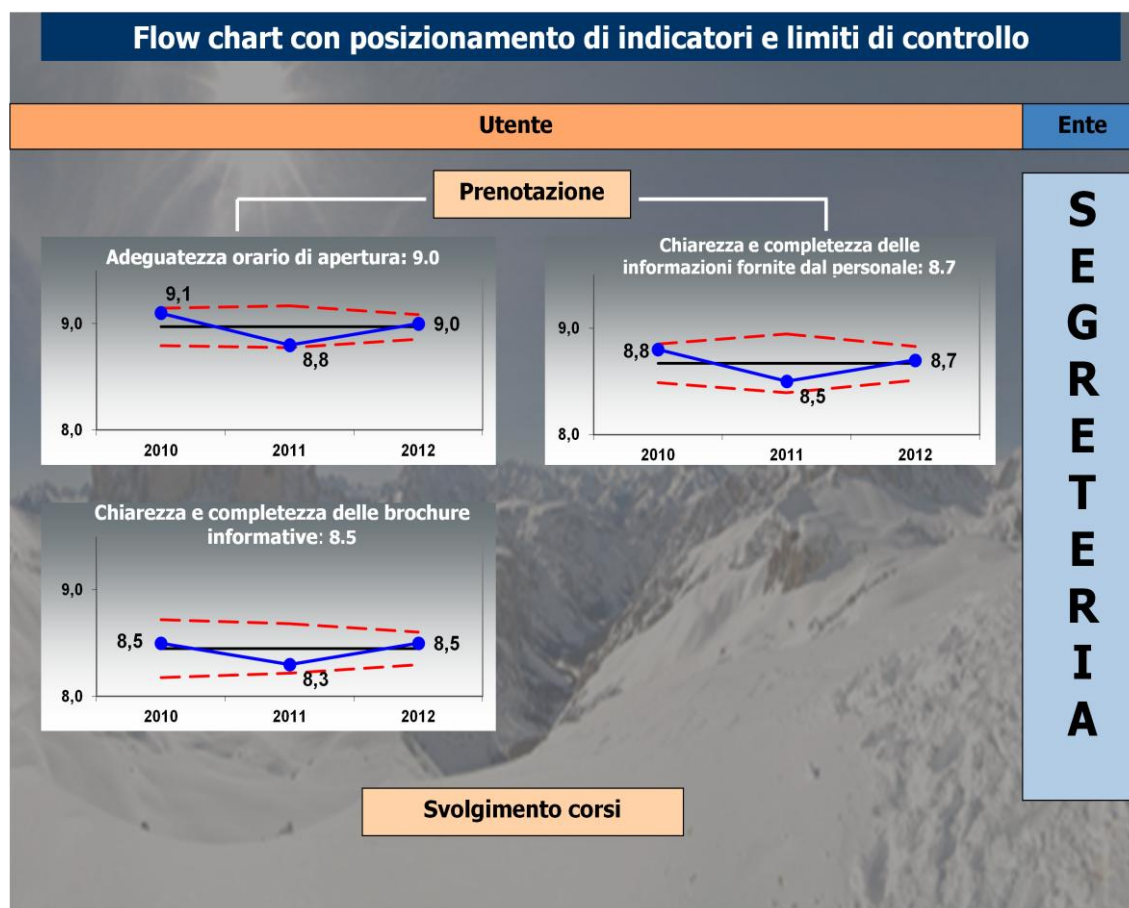


Grafico 2.1.1:

Grafico flow chart con posizionamento di indicatori e limiti di controllo del servizio prenotazioni.

Analizzando i grafici flow chart riguardanti il servizio di prenotazioni si evidenzia un andamento costante entro i limiti di controllo su tutti i punti in questione. Ciò significa che se sono stati apportati dei cambiamenti negli anni non hanno sortito alcun effetto significativo né positivo ma neanche negativo.

## 2.1.2 Svolgimento del corso

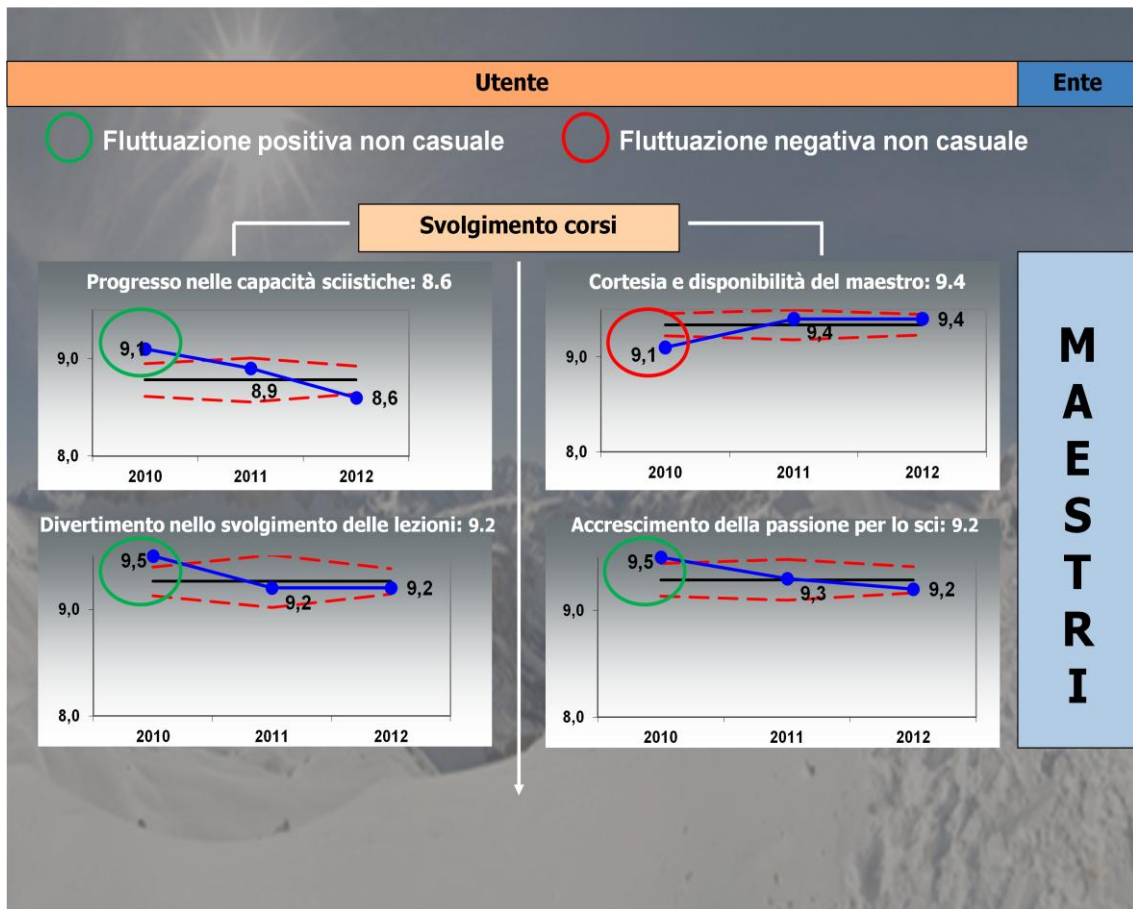


Grafico 2.1.2:

Grafico flow chart con posizionamento di indicatori e limiti di controllo del servizio fornito dai maestri .

Nell'anno 2010 si registrano tre fluttuazioni positive e una fluttuazione negativa, ciò significa che si è peggiorati per quanto riguarda il progresso delle capacità sciistiche , il divertimento durante le lezioni e l'accrescimento della passione per lo sci mentre la cortesia del maestro è migliorata.

Nel 2011 gli indicatori di controllo si sono mantenuti entro i limiti di controllo evidenziando una stabilità nelle opinioni espresse dai clienti .

Nel 2012 gli indicatori relativi alle dimensioni del progresso delle capacità sciistiche raggiungono il limite inferiore di controllo evidenziando una tendenza di criticità.

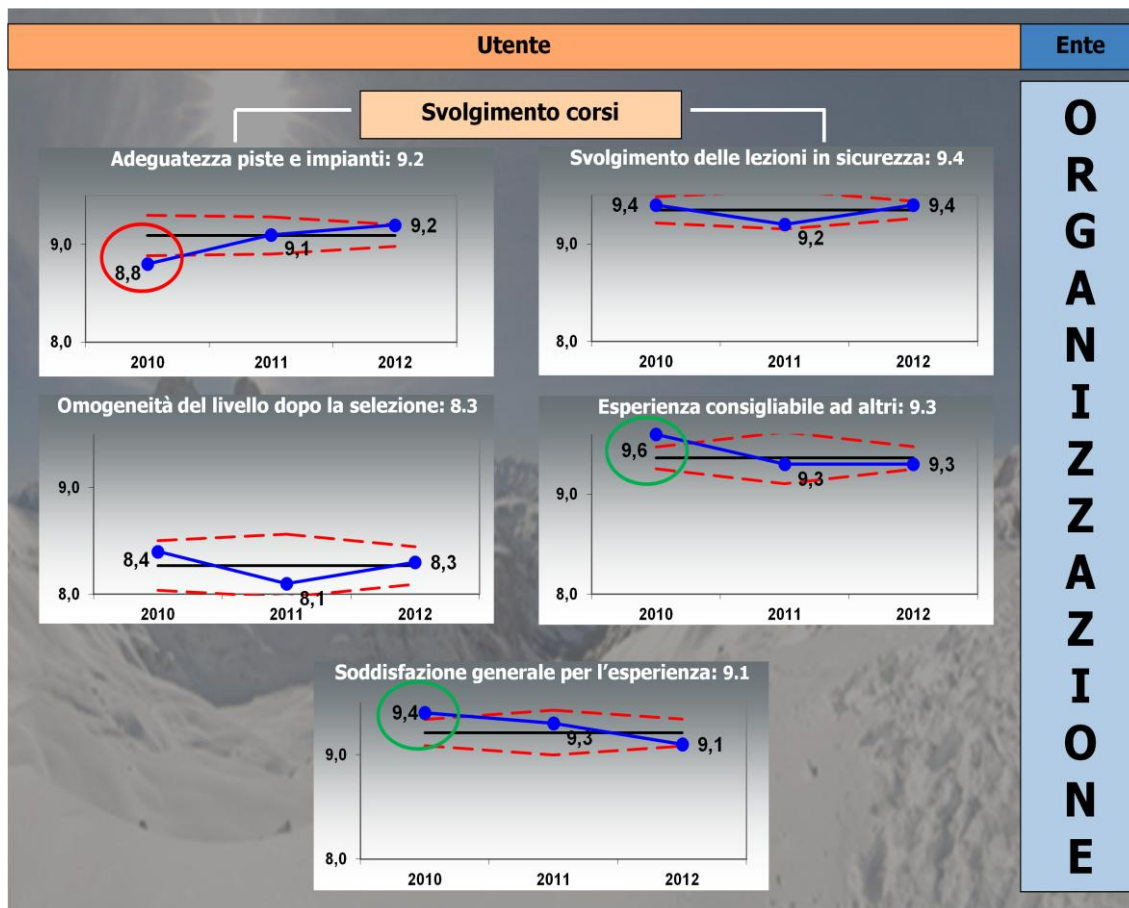


Grafico 2.1.3:  
Grafico flow chart con posizionamento di indicatori e limiti di controllo riguardante l'organizzazione.

Per quanto riguarda l'organizzazione sempre nel 2010 si registrano due fluttuazioni positive e una fluttuazione negativa.

Quindi dal 2010 si è abbassata la soddisfazione generale e la possibilità che risulti un'esperienza consigliabile agli altri mentre gli impianti risultano più sicuri e adeguati.

Nel 2011 gli indicatori di controllo si sono mantenuti entro i limiti di controllo evidenziando una stabilità nelle opinioni espresse dai clienti.

Nel 2012 gli indicatori relativi alle dimensioni dell'accrescimento della passione per lo scii e la soddisfazione generale raggiungono il limite inferiore di controllo evidenziando una tendenza di criticità.

## 2.1 Confronto relativo agli adulti

<i>Indicatore MEDIA3.1</i>	Media 2011	Media 2012
<b>Progressi capacità sciistiche</b>	<b>9.3</b>	<b>8.4</b>
	Tendenza:  <b>peggioramento</b>	
<i>Indicatore MEDIA3.2</i>	Media 2011	Media 2012
<b>Cortesia e disponibilità del maestro</b>	<b>9.6</b>	<b>9.4</b>
	Tendenza:  <b>costante</b>	
<i>Indicatore MEDIA3.3</i>	Media 2011	Media 2012
<b>Adeguatezza delle piste e degli impianti</b>	<b>8.7</b>	<b>8.9</b>
	Tendenza:  <b>miglioramento</b>	
<i>Indicatore MEDIA3.4</i>	Media 2011	Media 2012
<b>Svolgimento delle lezioni in sicurezza</b>	<b>9.3</b>	<b>8.8</b>
	Tendenza:  <b>peggioramento</b>	



<i>Indicatore</i> MEDIA3.5	Media 2011	Media 2012
<b>Divertimento durante le lezioni</b>	<b>9.4</b>	<b>9.1</b>
Tendenza: ↓ peggioramento		
<i>Indicatore</i> MEDIA3.6	Media 2011	Media 2012
<b>Accrescimento passione per l'attività sciistica</b>	<b>9.2</b>	<b>8.8</b>
Tendenza: ↓ peggioramento		
<i>Indicatore</i> MEDIA3.7	Media 2011	Media 2012
<b>Esperienza consigliabile ad altri</b>	<b>9.5</b>	<b>9.2</b>
Tendenza: ↓ peggioramento		
<i>Indicatore</i> MEDIA3.8	Media 2011	Media 2012
<b>Omogeneità del livello dopo la selezione</b>	<b>8.3</b>	<b>8.2</b>
Tendenza: — costante		



Grafico 2.2:  
Confronto delle medie .

Dal confronto si vede come la maggior parte dei punti analizzati hanno un risultato inferiore rispetto all'anno precedente tranne che per l'adeguatezza e la sicurezza delle piste e la soddisfazione complessiva anche se ciò sembra discordante.

## 2.3 Confronto complessivo

### Applicazione del monitoraggio sulla soddisfazione del cliente

T2B: Top-two-Box percentage							No. of	LEGENDA
Period	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	respond.	
09/01/2012 - 21/01/2012	74%	92%	83%	85%	77%	77%	53	Y_1 Progresso nelle capacità sciistiche
27/12/2010 - 09/01/2011	58%	82%	60%	78%	70%	74%	50	Y_2 Maestro cortese e disponibile
14/02/2011 - 20/02/2011	69%	89%	80%	81%	87%	81%	84	Y_3 Piste e impianti sono risultati adeguati
19/12/2011 - 01/01/2012	60%	92%	75%	87%	87%	86%	95	Y_4 Il corso si è svolto in sicurezza
06/02/2012 - 12/02/2012	62%	96%	93%	93%	86%	83%	71	Y_5 Divertimento nello svolgimento delle lezioni
20/02/2012 - 25/02/2012	29%	65%	63%	70%	63%	68%	63	Y_6 Il corso ha ulteriormente appassionato allo sci
TOT	59%	87%	76%	83%	80%	79%	416	

Grafico 2.3.1:  
Grafico top-two-Box.

Il grafico mostra le percentuali dei due voti più alti per ogni quesito, da questo si può avere una visione più dettagliata capendo l'andamento dei voti rispetto i periodi di alta o bassa stagione e come si può vedere i periodi di alta stagione hanno percentuali più basse.

## Applicazione del monitoraggio per periodi

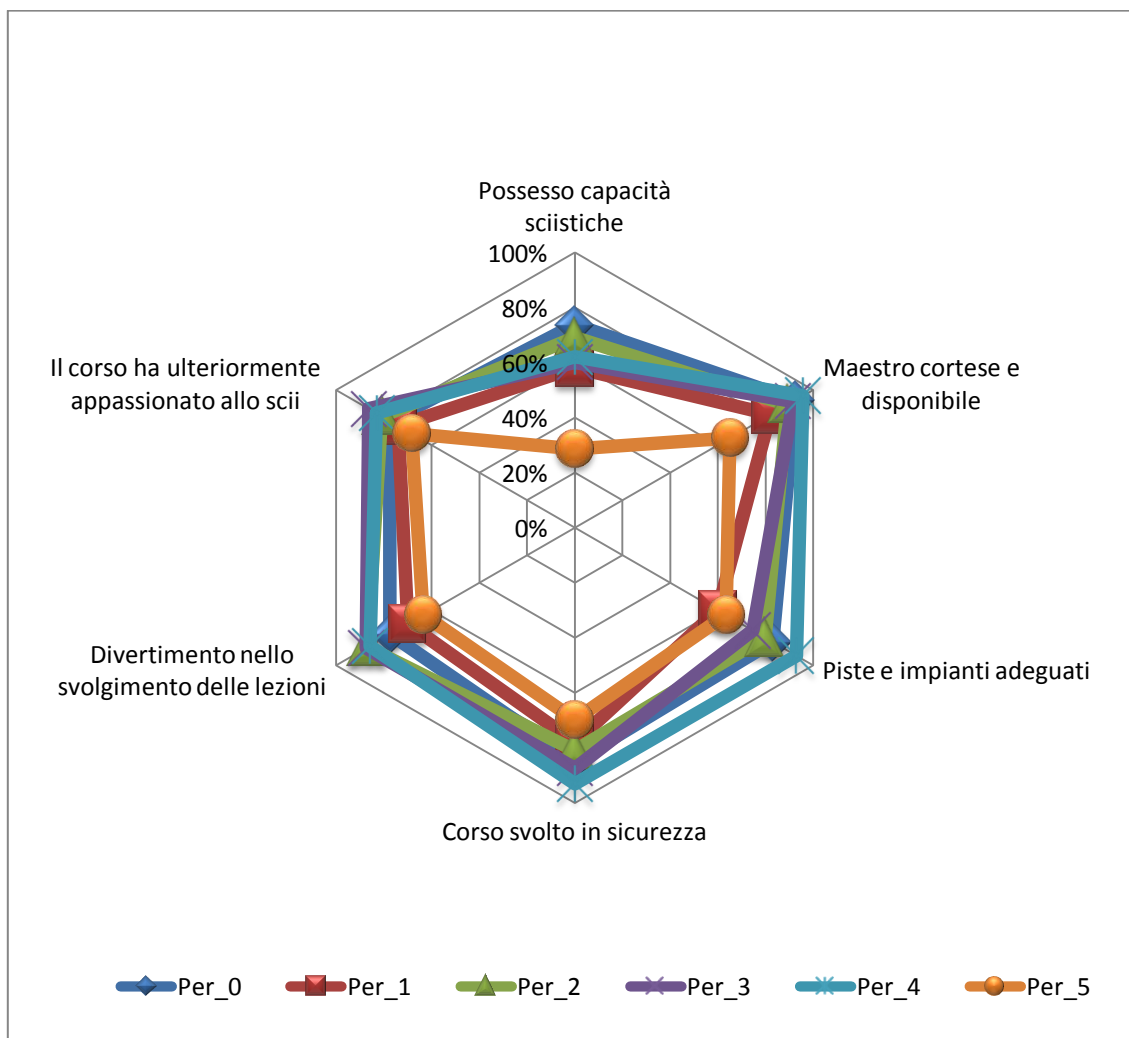
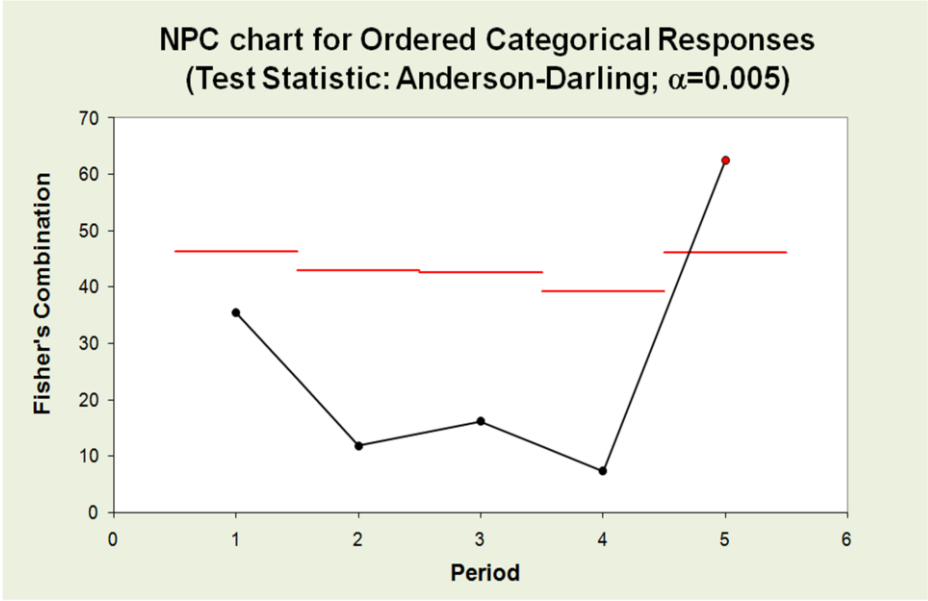


Grafico 2.3.2:  
Grafico spider rispetto ai periodi.

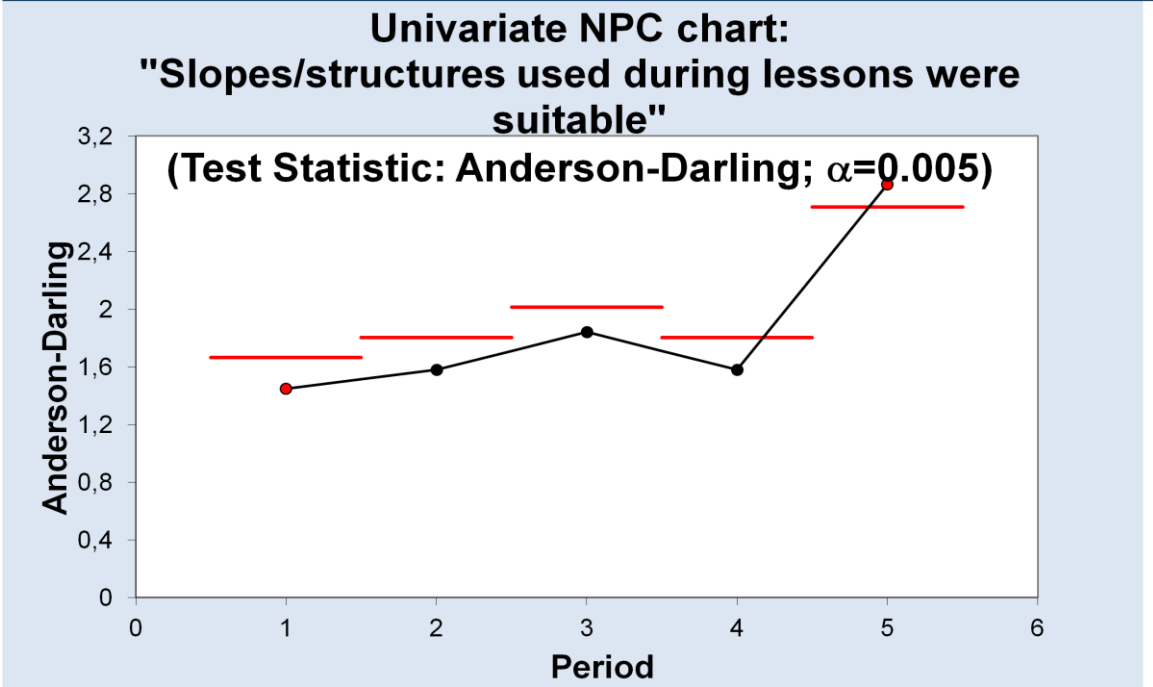
Il grafico ci mostra come i periodi 1 e 5 abbiano riscontrato votazioni nettamente più basse rispetto agli altri periodi, questo è normale poiché i periodi in questione sono periodi di alta stagione.

## Applicazione del monitoraggio sulla soddisfazione del cliente



Univariate and Multivariate P-values (A-D test statistic)							P-Glob.
Period	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	(Fisher)
27/12/2010 - 09/01/2011	,1188	,0783	<b>,0015</b>	,0299	,0978	,5035	<b>,0180</b>
14/02/2011 - 20/02/2011	,2141	,4167	,6023	,1377	,4366	,8194	,4250
19/12/2011 - 01/01/2012	,1282	,2605	,1008	,1482	,6707	,9396	,2440
06/02/2012 - 12/02/2012	,1941	,4591	,6078	,7999	,7201	,8268	,6650
20/02/2012 - 25/02/2012	<b>,0005</b>	<b>,0005</b>	<b>,0020</b>	,0105	,0220	,2450	<b>,0000</b>

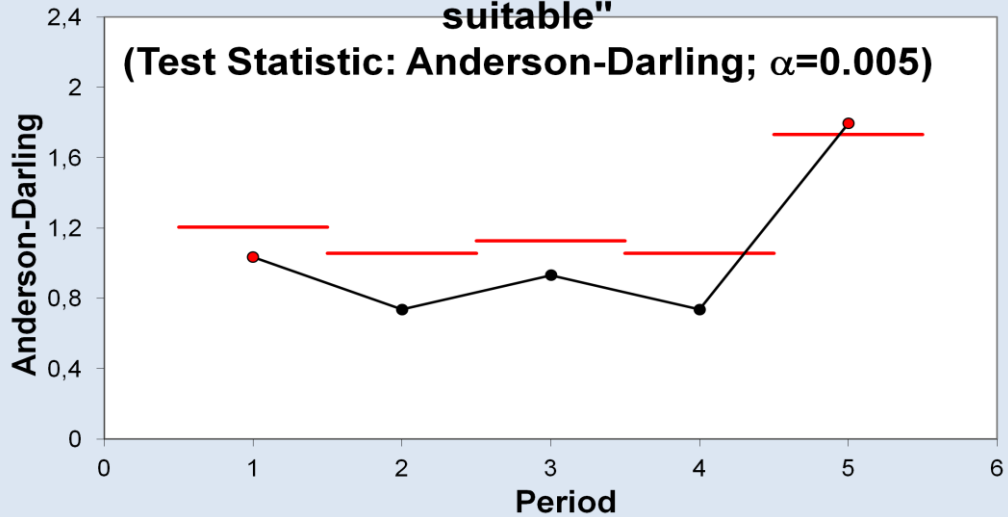
## Possesso capacità sciistiche



**Maestro cortese e disponibile**

**Univariate NPC chart:  
"Slopes/structures used during lessons were  
suitable"**

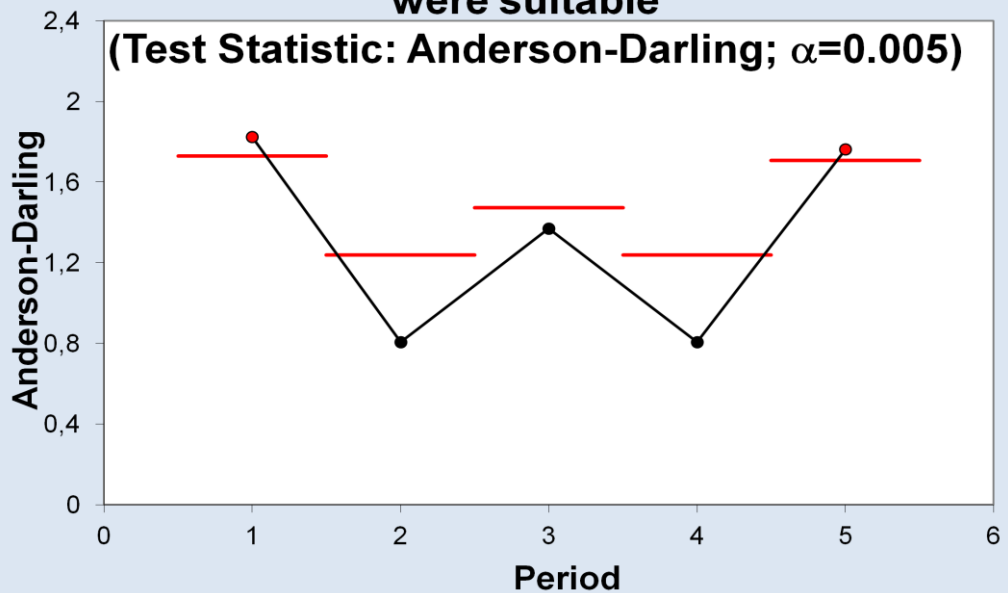
**(Test Statistic: Anderson-Darling;  $\alpha=0.005$ )**



**Piste e impianti adeguati**

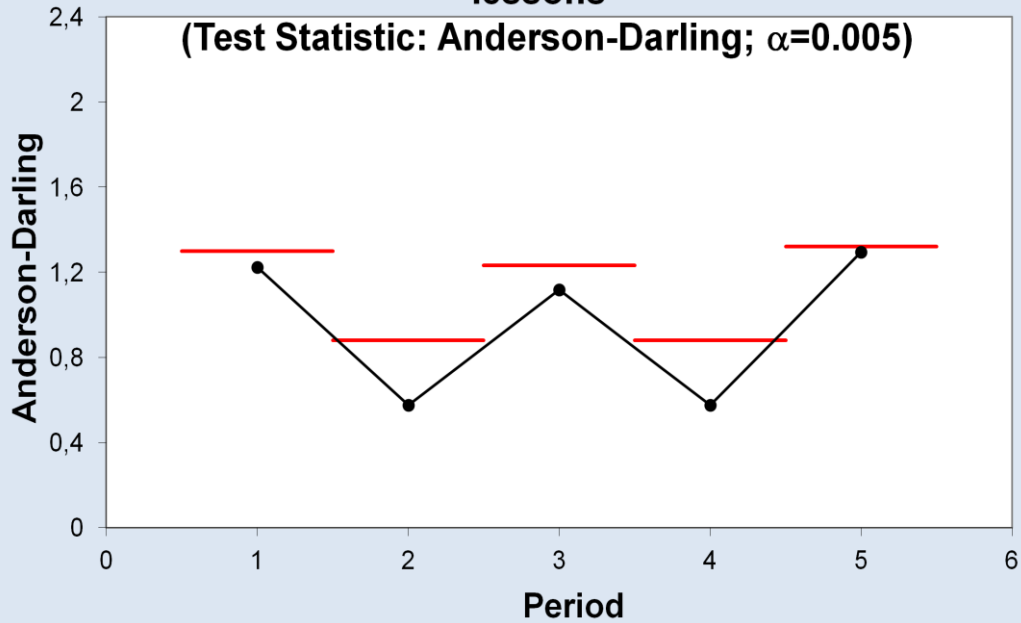
**Univariate NPC chart:  
"Slopes/structures used during lessons  
were suitable"**

**(Test Statistic: Anderson-Darling;  $\alpha=0.005$ )**



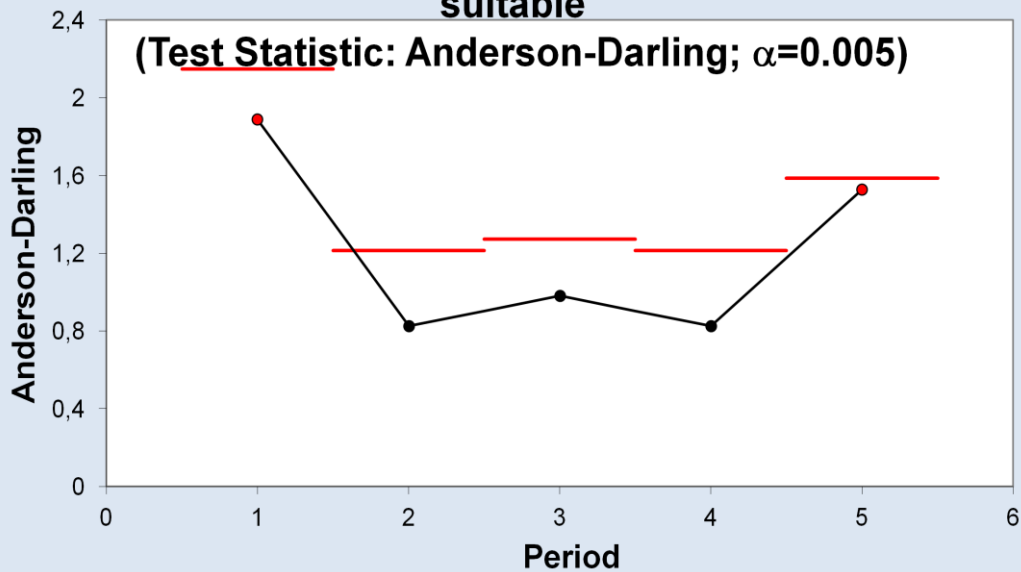
### Corso svolto in sicurezza

Univariate NPC chart:  
"You felt safe doing the various activities during lessons"



### Divertimento nelle lezioni

Univariate NPC chart:  
"Slopes/structures used during lessons were suitable"



**Il corso ha ulteriormente appassionato allo scii**

**Univariate NPC chart:  
"Slopes/structures used during lessons were  
suitable"**

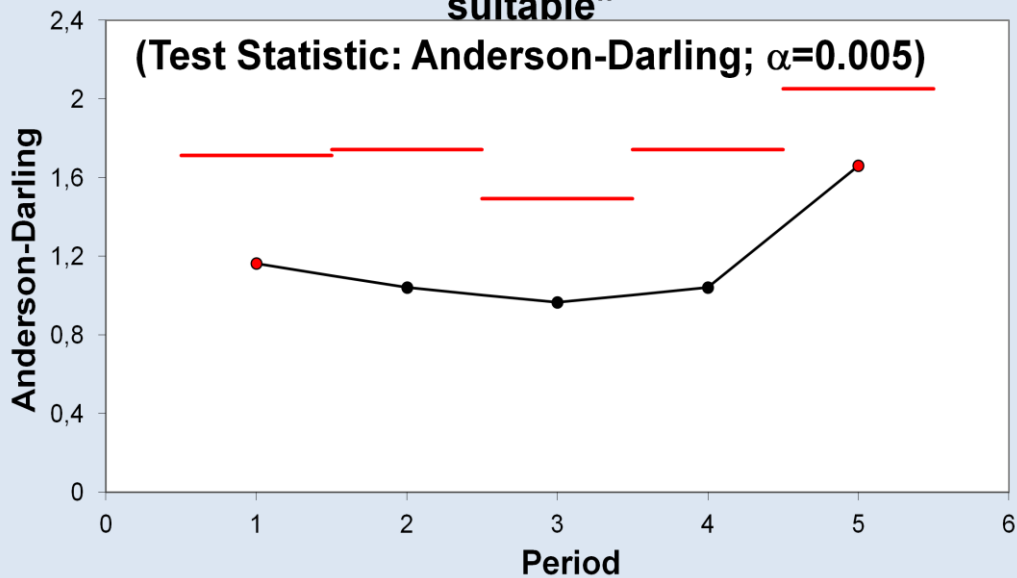


Grafico 2.3.3:

Grafico NCP chart for ordered categorical responses.

Come riscontrato anche dai due grafici precedenti anche qui si può notare come il periodo 1 e 5 siano oltre il livello limite ( linea rossa orizzontal).



### 2.3.1 Confronto con le altre scuole

CONFRONTO DESCRITTIVO BAMBINI, PUNTEGGI MEDI SESTO / TOTALE SCUOLE			
	SESTO (n=160)		Totale Scuole (n=2970)
Chiarezza e completezza delle informazioni sul sito Internet	8.3	↓	8.6
Adeguatezza dell'orario di apertura del servizio	9.0	↑	8.9
Chiarezza e completezza delle brochure informative	8.5	↓	8.6
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dal personale	8.5	↓	8.8
Progressi nelle capacità sciistiche	8.8	—	8.8
Cortesìa e disponibilità del maestro	9.4	—	9.4
Adeguatezza delle piste e degli impianti	9.0	↓	9.1
Svolgimento delle lezioni in sicurezza	9.2	—	9.2
Divertimento durante le lezioni	9.3	↑	9.2
Accrescimento passione per l'attività sciistica	9.0	↓	9.1
Esperienza consigliabile agli altri	9.2	—	9.2
Omogeneità del livello dopo la selezione	8.4	↓	8.5
Soddisfazione complessiva per l'esperienza	9.1	↓	9.2

↓ Inferiore alla media      — Uguale alla media      ↑ Superiore alla media

Grafico 2.3.4:

Grafico sul confronto con bambini delle altre scuole.

I bambini della scuola di sestò sono complessivamente meno soddisfatti rispetto i bambini delle altre scuole di scii.

Il dato non è allarmante dato che i punteggi sono vicini alla media, ma fa riflettere dato che i clienti principali sono proprio i bambini.

CONFRONTO DESCRITTIVO ADULTI, PUNTEGGI MEDI SESTO / TOTALE SCUOLE			
	SESTO (n=36)		Totale Scuole (n=1227)
Chiarezza e completezza delle informazioni sul sito Internet	8.3	↓	8.7
Adeguatezza dell'orario di apertura del servizio	9.0	↑	8.9
Chiarezza e completezza delle brochure informative	8.4	↓	8.7
Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dal personale	8.9	↓	9.0
Progressi nelle capacità sciistiche	8.9	↑	8.8
Cortesìa e disponibilità del maestro	9.8	↑	9.4
Adeguatezza delle piste e degli impianti	9.3	↑	9.0
Svolgimento delle lezioni in sicurezza	9.4	↑	9.0
Divertimento durante le lezioni	9.5	↑	9.2
Accrescimento passione per l'attività sciistica	9.3	↑	9.1
Esperienza consigliabile agli altri	9.5	↑	9.2
Omogeneità del livello dopo la selezione	8.5	↑	8.4
Soddisfazione complessiva per l'esperienza	9.5	↑	9.2

↓ Inferiore alla media     
— Uguale alla media     
↑ Superiore alla media

Grafico 2.3.5:  
Grafico sul confronto con adulti delle altre scuole.

Gli adulti della scuola di sesto sono molto più soddisfatti per quanto riguarda l'attività sciistica, ma non si può dire lo stesso per quanto riguarda il servizio prenotazione che è comunque di poco inferiore alla media.

### 2.3.2 Confronto tra adulti e bambini



Grafico 2.3.6:  
Grafico sul confronto con tra adulti e bambini.

Il grafico ci mostra come ci siano ben 6 punti concordanti e solo un punto completamente discordante cioè la soddisfazione complessiva, poiché si passa da un peggioramento a un miglioramento.

Il dato risultava strano anche nelle analisi precedenti.

Per quanto riguardano gli altri punti la tendenza è simile cioè si passa da costante a miglioramento o peggioramento.

## Conclusione

Un sistema di gestione qualità ha l'obiettivo di aumentare la soddisfazione del cliente o quantomeno mantenerla.

A tale scopo dopo un'analisi delle valutazioni fatte dal cliente si possono trarre conclusioni sul come migliorare gli aspetti fondamentali del corso.

Dai dati analizzati quest'anno le valutazioni dei bambini sono complessivamente rimaste costanti per quanto riguarda il servizio di prenotazione mentre per lo svolgimento del corso si è migliorata la cortesia dei maestri e l'adeguatezza delle piste anche se è calata di poco la soddisfazione complessiva e l'accrescimento della passione sciistica e i relativi progressi.

Per quanto riguarda il nuovo dato cioè la chiarezza delle informazioni del sito internet è stato registrato un voto relativamente basso 8,44.

I dati riguardanti gli adulti invece sono quasi tutti peggiorati ma nonostante questo restano comunque più elevati rispetto ai dati medi rilevati dalle altre scuole, anche in questo caso il sito internet è risultato incompleto totalizzando una votazione media di 8. Da ciò che abbiamo potuto notare quindi complessivamente bisogna migliorare il sito internet rendendolo più intuitivo e organizzandolo in modo meno complesso e migliorare i progressi raggiunti in modo tale che i clienti si sentano stimolati a voler apprendere sempre di più con il conseguente accrescimento della passione per lo scii. Per questo motivo sarebbe opportuno che i maestri riuscissero a trasmettere in maniera migliore i loro insegnamenti cercando di mantenere la cortesia e la loro disponibilità.

Si è potuto inoltre notare che dal confronto tra i periodi di alta e bassa stagione i risultati cambiano in maniera significativa, ciò è sicuramente dovuto al flusso atipico di clienti che può mandare in tilt l'organizzazione.

Per ovviare a questo problema una soluzione potrebbe essere l'assunzione di più personale perché così i clienti si sentono più seguiti e meno trascurati, quindi anche se si aumentano le spese del personale è un buon investimento poiché il cliente felice è più predisposto a tornare e se è davvero soddisfatto sarà in grado di consigliarlo ai suoi amici, che risulta essere uno dei metodi di pubblicità più efficaci.

In questo modo si riuscirà ad aumentare il prestigio del corso e quindi la sua visibilità.

# Bibliografia

## Testo :

Bereson L. Mark, Krehbiel C. Timothy, Levine M. David, 2010, STATISTICA quinta edizione, Pearson Prentice Hall.

Davis B. Klenosky, Charles E. Gengler, Michael S. Mulvey (1993), *Understanding the Factors Influencing Ski Destination Choice: A Means-End Analytic Approach*, Journal of Leisure Research, vol. 25, No. 4, pp. 362-379.

Alison J. Armstrong University of Western Ontario, Hal Hansen and Roger Gauthier University of Ottawa (1991), *Development of a Model for Evaluating High Performance Sport Centers in Canada*, Journal of Sport Management, 5,153-176.