

A papà

“Un ringraziamento particolare al Professor Luigi Salmaso, per la grande disponibilità e gentilezza, per i consigli e le indicazioni datemi durante la stesura di questo lavoro.

Desidero ringraziare, inoltre, il centro sportivo Oasi 2000 di Padova, e i responsabili Cinzia Rampazzo, Maurizio Lazzaroni, Denis Zoppello, Davide Grigolon, Anna Bocchio e Lorena Marchi, per il prezioso tempo dedicatomi.

Grazie, infine, alla mia famiglia per l’amore e le possibilità che mi ha dato, per avermi sostenuto sempre, negli alti e bassi, e aver creduto in me.”

INDICE

PREFAZIONE	9
CAPITOLO 1: Le normative e i precedenti	11
1.1 Le normative ISO 9000 europee e il concetto di qualità	11
1.2 I precedenti	14
1.2.1 <i>Valutazione della Customer Satisfaction di un impianto sportivo polifunzionale con particolare riferimento al nuoto e all'acquafitness</i>	
1.2.2 <i>Ski Center Latemar</i>	
1.2.3 <i>Valutazione statistica della bontà dei servizi offerti da una Scuola di Sci: una nuova prospettiva per il monitoraggio delle attività sportive</i>	
1.2.4 <i>High Performance Sport Centers (HPSC) in Canada</i>	
1.2.5 <i>Mazamas Nordic Ski School</i>	
1.2.6 <i>Definizione della qualità: gli educatori dei programmi di sport management dovrebbero interessarsi dell'accREDITamento?</i>	
CAPITOLO 2: Qualità del servizio, Customer Satisfaction e questionario	27

CAPITOLO 3: Analisi dei risultati	33
3.1 Nuoto: analisi descrittiva per il campione di 620 clienti	33
3.2 Palestra: analisi descrittiva per il campione di 91 clienti	48
3.3 Tennis: analisi descrittiva per il campione di 134 clienti	63
CAPITOLO 4: Analisi delle criticità e focus group	79
4.1 Le criticità	79
4.2 I focus group	81
4.2.1 <i>Nuoto</i>	
4.2.2 <i>Palestra</i>	
4.2.3 <i>Tennis</i>	
BIBLIOGRAFIA	95

Prefazione

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 mese di maggio 2012.

I giudizi espressi da tali clienti sono utili per eliminare le criticità e migliorare i servizi offerti dal centro sportivo. Lo scopo dell’indagine è 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.

Inizialmente saranno introdotte le normative ISO, con particolare attenzione alla norma ISO 9001, che spiega cosa si intende col termine “qualità”, e verranno descritti i precedenti studi (e alcuni questionari) per il monitoraggio di servizi relativi a varie attività sportive.

In seguito verrà presentato il questionario contenente la serie di domande rivolte ai frequentatori del centro OASI 2000, verranno esposti gli esiti e commentate le analisi svolte.

Infine si presenteranno gli indicatori di qualità ottenuti dai risultati, atti ad evidenziare le criticità. Verranno esposte le analisi e le soluzioni, emerse durante i focus group con i responsabili del centro sportivo.

CAPITOLO 1

Le normative e i precedenti

1.1 Le normative ISO 9000 europee e il concetto di qualità

La sigla ISO è l'acronimo di "Organizzazione Internazionale per la Normazione" (*International Organization for Standardization*). Fondata a Ginevra, in Svizzera, nel 1947, è la più importante organizzazione a livello mondiale per la definizione delle norme tecniche.

I membri dell'ISO sono gli organismi nazionali di standardizzazione di 162 Paesi nel mondo. In Italia le norme ISO sono recepite, ordinate ed emanate dall'UNI (Ente Nazionale Italiano di Unificazione), associazione privata senza scopo di lucro, che partecipa in rappresentanza dell'Italia all'attività normativa dell'ISO.

La sigla ISO 9000, in particolare, identifica una serie di normative, regolamentazioni e linee guida, atte ad indicare le caratteristiche ed i requisiti, in una organizzazione, per la realizzazione di un sistema di gestione della qualità. Tutto ciò al fine di condurre i processi aziendali, di migliorare l'efficacia e l'efficienza nella realizzazione del prodotto e nell'erogazione del servizio, di ottenere e incrementare la soddisfazione del cliente.

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'ISO 9001 è l'unica norma della famiglia ISO 9000 per cui un'azienda può essere certificata. Le altre sono solo guide opzionali, che aiutano a definire ed applicare correttamente i principi del sistema qualità.

Le norme della serie ISO 9000, sono universali e la loro applicabilità prescinde dalla dimensione o dal settore dell'attività: esse definiscono i principi generici che l'azienda deve seguire, ma non indicano le modalità con cui realizzare determinati prodotti o servizi: per questo sono applicabili solo all'azienda. L'ISO 9001, quindi, garantisce il controllo e l'efficacia del processo produttivo (o del servizio), ma non la sua efficienza.

Nelle ultime versioni della norma ISO 9000, l'attenzione si è spostata sul continuo miglioramento e sull'efficacia delle procedure aziendali, per arrivare a un approccio della gestione integrato, in cui la pianificazione, la documentazione, il coinvolgimento del personale e la spinta al continuo miglioramento, divengono i pilastri del nuovo modello di gestione. La qualità diventa così una strategia

competitiva, parte fondamentale della *mission* aziendale, e fine di un processo prima progettuale, quindi produttivo.

La norma ISO 9000 del 2005 definisce la Qualità come segue: “*Grado in cui un insieme di caratteristiche intrinseche soddisfa i requisiti*”. Questo concetto, anche se molto generale, è universale e confacente a tutte le realtà aziendali. E' necessario, dunque, monitorare ogni processo per farlo lavorare al meglio, tenendo sotto controllo diversi fattori, come per esempio l'acquisizione dei desideri dei clienti, il metodo di promozione e di vendita, il processo di analisi, sviluppo e perfezionamento delle performance. Tutti gli aspetti devono essere esaminati fino a quando il prodotto (o il servizio) è consegnato al cliente.

La misura del livello di qualità consiste nel determinare quanto un prodotto è diverso da quello ideale; è chiaro che, per far ciò, è necessario conoscere le caratteristiche e le proprietà richieste dal cliente e realizzare un metodo che permetta di misurarle: qui entra in gioco la statistica, uno strumento che, con le sue procedure, è in grado di accertare, conservare e rendere migliore la qualità.

Nella norma ISO 9001 viene sottolineata l'importanza del monitoraggio e il miglioramento della qualità, in particolare si suggeriscono i metodi per effettuare l'analisi dei prodotti (o dei servizi); Le fasi principali sono l'osservazione e la stima, in cui il livello di soddisfazione del cliente svolge un compito fondamentale. Per far ciò sono necessari studi statistici che permettano di stabilire il valore di gradimento del prodotto fornito o del servizio realizzato. Devono essere applicati metodi che ottengano i risultati prefissati: se ciò non dovesse avvenire, è necessario intraprendere correzioni. Il fine è di cercare un continuo miglioramento.

1.2 I precedenti

Prima di presentare i casi precedenti, c'è da dire che le analisi di questo tipo sono certamente utili a valutare il livello di qualità dei servizi e dei corsi di un impianto sportivo, ma al loro interno devono considerare anche gli aspetti relazionali e umani, e non solo tecnici: un frequentatore di un centro sportivo, deve poter trovare un ambiente gradevole, divertente e stimolante, in grado di produrre esperienze soddisfacenti anche a livello umano, in una struttura adeguata e sicura. Non è frequente trovare un centro sportivo di questo tipo, che al suo interno sia anche attrezzato per offrire diverse attività, dando la possibilità di praticare le più svariate discipline sportive, come nel caso di OASI 2000: per questo le ricerche atte a migliorare la qualità dei servizi offerti da questa tipologia di struttura non sono molte.

Il lavoro più significativo, che si avvicina molto all'analisi condotta è, tuttavia, quello svolto da Paolo Gottardelli nella propria tesi intitolata *“Valutazione della Customer Satisfaction di un impianto sportivo polifunzionale con particolare riferimento al nuoto e all'acquafitness”*.

Un secondo riferimento importante è dato dalla tesi di Pietro Cagalli intitolata *“Valutazione statistica della bontà dei servizi offerti da una Scuola di Sci: una nuova prospettiva per il monitoraggio delle attività sportive”*. Di quest'ultimo lavoro, molto interessanti sono i casi precedenti studiati: l'indagine effettuata per lo sviluppo del modello *dell'High Performance Sport Centers (HPSC)* in Canada, il questionario della *Mazamas Nordic Ski School* di Portland, il caso dello *Ski Center Latemar* della val di Fiemme, e in parte il lavoro intitolato *“Definizione della qualità: gli educatori dei programmi di sport management dovrebbero interessarsi dell'accreditamento?”*.

Nei paragrafi successivi sono riportati i lavori di Paolo Gottardelli e di Pietro Cagalli, quest'ultimo comprensivo dei casi sopra citati.


1.2.1 Valutazione della Customer Satisfaction di un impianto sportivo polifunzionale con particolare riferimento al nuoto e all'acquafitness

Questo lavoro tratta di un'indagine statistica riguardante la valutazione e il monitoraggio della qualità del servizio offerto dal centro sportivo OASI 2000 di Padova. L'indagine è stata fatta per creare un modello di riferimento che aiuti il miglioramento del prodotto venduto dall'azienda. È stato rivolto un questionario ai clienti, nel quale inizialmente erano richieste informazioni come l'età, il sesso, il comune d'appartenenza, l'orario di utilizzo della struttura, il tipo di corso; successivamente una parte del questionario in cui era richiesto di dare una valutazione (da 1 a 10) alle attività e al personale. E' stato dato maggior rilievo alle discipline sportive del nuoto, dell'acquafitness e della palestra, nonché ai servizi di segreteria e di ristorazione: i giudizi espressi dai clienti sono stati utili per migliorare le attività offerte dal centro sportivo. Lo scopo dell'indagine è stato 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.

1.2.2 Ski Center Latemar

Lo Ski Center Latemar della val di Fiemme, per mezzo del Mountain Quality Check Inn, ha preparato un questionario riguardante tutti i servizi offerti dal comprensorio (impianti / piste, divertimento e azione / collaboratori, gastronomia / servizi noleggio / scuole sci) soffermandosi solo brevemente sulle scuole di sci, e più esattamente con tre domande: informazioni e offerte delle scuole, efficacia dell'insegnamento, divertimento e svago durante le lezioni sciistiche; ad ogni domanda deve essere assegnato un voto, dove 1 e 10 corrispondono rispettivamente al minimo e massimo livello di gradimento.

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



La vostra opinione è preziosa...

Grande sondaggio sul comprensorio 2009/10

Potete vincere...
 1 Skipass stagionale, 3 Skipass settimanali
 10 Skipass giornalieri per lo Ski Center Latemar

La vostra opinione per noi è importante!
 Cari appassionati di sport invernali aiutateci, facendoci conoscere le vostre opinioni, a rendere in futuro ancora più piacevole il nostro comprensorio. È necessario verificare costantemente i nostri servizi e le nostre prestazioni per rendere i giorni più belli dell'anno ancora più piacevoli e ricchi di esperienze per i nostri ospiti.

Vi preghiamo di rispondere sinceramente alle seguenti domande. Come ringraziamento parteciperete automaticamente ad un sorteggio che avrà luogo al termine della stagione, e potrete vincere fantastici premi.
 Vi ringraziamo per la collaborazione.

1. IMPIANTI / PISTE

	- insufficiente										- ottimo +									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.1 ORGANIZZAZIONE PARCHEGGI																				
1.2 TEMPI DI ATTESA ALLE CASSE (acquisto dello Skipass)																				
1.3 SISTEMA DI CONTROLLO SKIPASS																				
1.4 TEMPI DI ATTESA AGLI IMPIANTI DI RISALITA																				
1.5 COMFORT IMPIANTI																				
1.6 ORIENTAMENTO / INDICAZIONI NEL COMPRESORIO																				
1.7 VARIETÀ DELL'OFFERTA DELLE PISTE																				
1.8 DIMENSIONI DEL COMPRESORIO																				
1.9 PREPARAZIONE DELLE PISTE - cura delle piste																				
1.10 GARANZIA NEVE - offerta di piste innevate																				
1.11 SICUREZZA SULLE PISTE - disponibilità di spazi																				
1.12 RAPPORTO COSTI SKIPASS / PRESTAZIONI IMPIANTI																				

2. DIVERTIMENTO E AZIONE / COLLABORATORI

	- insufficiente										- ottimo +									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.1 FUN- / SNOWBOARDPARK - proposte per patiti di snowboard																				
2.2 PISTE E PARCHI GIOCO PER BAMBINI - proposte per bambini nel comprensorio sciistico																				
2.3 PISTE PERMANENTI DA GARA (da compilare solo se si utilizzano)																				
2.4 DIVERTIMENTO NEL COMPRESORIO - après ski, bar sotto il tendone, rifugi																				
2.5 ATTIVITÀ ALTERNATIVE - pista per slittini, sentieri per escursioni invernali, eventi																				
2.6 PISTE A CUNETTE / ZONE RISERVATE AL FREERIDE																				
2.7 PROPOSTE PER SPORT NOTTURNO - piste notturne / per slittini																				
2.8 DIVERTIMENTO E ALTRE ATTIVITÀ																				
2.9 ASPETTO - degli addetti agli impianti																				
2.10 GENTILEZZA DEI COLLABORATORI																				
2.11 QUALITÀ DELLE INFORMAZIONI RICEVUTE																				
2.12 DISPONIBILITÀ																				

3. GASTRONOMIA / SCUOLE DI SCI / SERVIZIO NOLEGGIO

	- insufficiente										- ottimo +									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.1 CAPACITÀ POSTI A SEDERE																				
3.2 AMBIENTE / ATMOSFERA / COMFORT																				
3.3 QUALITÀ DEI CIBI																				
3.4 VARIETÀ DEI CIBI E DELLE BEVANDE OFFERTI																				
3.5 PREZZI DEI CIBI																				
3.6 PREZZI DELLE BEVANDE																				
3.7 INFORMAZIONI E OFFERTE DELLE SCUOLE DI SCI E DI SNOWBOARD																				
3.8 *EFFICACIA DELL' INSEGNAMENTO																				
3.9 *DIVERTIMENTO E SVAGO NEI CORSI E LEZIONI PRIVATE																				
3.10 ACCESSO A NOLEGGIO / ASSISTENZA / DEPOSITO DELL' ATTREZZATURA																				
3.11 *SCELTA E QUALITÀ DELL' ATTREZZATURA A NOLEGGIO																				
3.12 *MODALITÀ ORGANIZZATIVE																				

* da compilare solo se si utilizza

4. DOMANDE SPECIFICHE

4.1. QUAL È LA SUA STAZIONE DI RIFERIMENTO?
 Obereggen Pampeago Predazzo

4.2. CONOSCE L' ATTRAZIONE "ALPINE COASTER GARDONE" DI PREDAZZO?
 Sì Sì, già provata No

4.3. QUALI SONO SECONDO LEI GLI ASPETTI POSITIVI E NEGATIVI DELLO SKI CENTER LATEMAR?

4.4. QUANDO NON SCIA DA NOI, QUALI ALTRE LOCALITÀ SCEGLIE?

4.5. VUOLE RICEVERE ULTERIORI INFORMAZIONI SULLA NOSTRA ZONA SCIISTICA VIA E-MAIL?
 Sì No

4.6. COME È VENUTO A CONOSCENZA DEL NOSTRO COMPRESORIO SCIISTICO?
 Internet Consiglio di amici Articolo giornale Pubblicità Altro

5. SODDISFAZIONE

5.1 SODDISFAZIONE IN GENERALE
 - insufficiente - ottimo +
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5.2 IL PROSSIMO INVERNO O IN QUELLO SUCCESSIVO TORNERETE NEL NOSTRO COMPRESORIO?
 No Di preferenza no Forse Sì

5.3 SUGGERIMENTI / RICHIESTE

Indicazioni personali: Uomo Donna
 Età: 12-19 20-34 35-49 50-64 65+
 Ski / Carving Snowboard Altro
 Per la prima volta nel centro sciistico Già più volte nel centro sciistico
 Ospite giornaliero Ospite settimanale / del week-end
 Skipass stagionale
 Desidera partecipare ad altri sondaggi di questo genere?
 Sì No

Per il concorso:
 COGNOME / NOME: _____
 INDIRIZZO: _____
 CODICE POSTALE, LOCALITÀ: _____
 NAZIONE: _____
 E-MAIL: _____

Figura 1.1 Questionario del Ski Center Latemar, appena descritto.

1.2.3 Valutazione statistica della bontà dei servizi offerti da una Scuola di Sci: una nuova prospettiva per il monitoraggio delle attività sportive

L'indagine è stata rivolta alle persone iscritte ai corsi della scuola durante le settimane comprese nel periodo dal 5 marzo all'11 aprile dell'anno 2010.

Le opinioni di tali 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 ai clienti adulti e il secondo ai bambini. Lo scopo è quello di trovare un metodo di costruire un sistema di qualità, rivolto alle attività sportive agonistiche e non (la scuola di sci nel nostro caso), che possa assicurare al cliente un elevato livello di soddisfazione, sia a livello tecnico che socio-umano, e che permetta alla società di monitorare il livello delle loro strutture e di intervenire dove questo risulti troppo basso o non adeguato.

1. Informazioni generali:

1.1 Sesso del bambino: F M 1.2 Data di nascita del bambino: / /

1.3 Nazionalità del bambino: 1.4 Provincia di residenza (se Italiano):

1.5 E' la prima volta che visiti il comprensorio sciistico di Sesto Dolomiti / Alta Pusteria: SI NO

1.6 Come sei venuto a conoscenza del comprensorio sciistico di Sesto Dolomiti / Alta Pusteria:

Internet	<input type="checkbox"/>	Azienda di promozione turistica	<input type="checkbox"/>	Altro	<input type="checkbox"/>
Amici/parenti	<input type="checkbox"/>	Agenzia di viaggio	<input type="checkbox"/>		

1.7 E' la prima volta che iscrivi il tuo bambino o un altro componente della tua famiglia ad un corso della scuola di Sesto/Moso: SI NO

1.8 Il corso che ha frequentato il tuo bambino e su cui darai la tua opinione in questa indagine è stato:

	Sci	Snowboard	Fondo
Lezioni Collettive	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lezioni Private	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.9 Hai iscritto il tuo bambino al corso principalmente per: (segnala una sola motivazione)

Imparare la tecnica di base	<input type="checkbox"/>	Affidarlo ad una guida esperta sulla pista / tracciato	<input type="checkbox"/>
Migliorare il livello	<input type="checkbox"/>	Acquisire sicurezza sulle piste / tracciati	<input type="checkbox"/>

1.10 Nella tua famiglia ci sono adulti che praticano uno o più sport invernali (sci / snowboard / fondo): SI NO

Figura 1.2 Prima parte del questionario della Scuola Sci di Sesto Moso (BZ)

2. Servizio di prenotazione del corso presso la sede della scuola:												
	Poco									Moltissimo		
2.1	L'orario di apertura del servizio è adeguato:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.2	Le brochure informative sono chiare e complete:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.3	Le informazioni fornite dal personale sono risultate chiare e complete:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.4	Il personale si è dimostrato cortese e disponibile:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Svolgimento del corso:												
	Poco											Moltissimo
3.1	Il tuo bambino ha dimostrato di seguire con facilità gli insegnamenti del maestro:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.2	Il maestro si è dimostrato cortese e disponibile:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.3	Le piste e gli impianti utilizzati durante le lezioni sono risultati adeguati:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.4	Ritieni che lo svolgimento delle lezioni si sia svolto in sicurezza per il tuo bambino:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.5	Il tuo bambino si è divertito nello svolgimento delle lezioni:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.6	Il corso ha ulteriormente appassionato il tuo bambino all'attività sciistica:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.7	Consigliaresti ad altri genitori di far fare questa esperienza ai loro bambini:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.8	Il livello del gruppo dopo la selezione è risultato omogeneo (per corsi collettivi):	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.9	Il tuo bambino si è trovato a suo agio nel gruppo in cui è stato inserito (per corsi collettivi):	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.10	Il tuo grado di soddisfazione complessiva per questa esperienza è:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Per il miglioramento dei corsi offerti dalla scuola:												
4.1	Scegli tra i seguenti, <u>due</u> aspetti che consiglieresti di potenziare (punti deboli) e <u>due</u> aspetti che ritieni attualmente di eccellenza (punti di forza):											
		PUNTI DEBOLI					PUNTI DI FORZA					
	Efficacia dell'insegnamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Divertimento e svago nelle lezioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Modalità organizzative dei corsi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Sicurezza e cura piste e tracciati dove si sono svolte le lezioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Manifestazioni previste nei corsi (fiaccolate, gare, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Allestimento piste per le lezioni (gonfiabili, sculture di neve, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Figura 1.3 Seconda parte del questionario della Scuola Sci di Sesto Moso (BZ)

1.2.4 High Performance Sport Centers (HPSC) in Canada

Un'importante valutazione è stata effettuata per lo sviluppo del modello dell'High Performance Sport Centers (HPSC) in Canada. È stato utilizzato il "modello a 4 fasi di Groot", che comprende valutazione, analisi, classificazione e spiegazione. Il fine era quello di valutare e migliorare la qualità delle strutture e del personale di vari centri sportivi per mezzo dell'HPSC, diminuendo in questo modo i costi. Questo va leggermente al di fuori dal nostro campo di interesse, in quanto, soprattutto nelle fasi finali, l'HPSC riguarda la pianificazione dei programmi, delle facilities e la ricerca di diminuire i costi. Il tutto però avviene contemporaneamente alla ricerca, dopo un'attenta valutazione, del raggiungimento di determinati livelli di qualità delle strutture e dell'insegnamento, rivolto sia ad atleti di livello amatoriale sia a livello professionistico (il Canada National Sport Organization ha partecipato a questo progetto e vi ha investito molto, al fine di migliorare il livello delle sue strutture di allenamento e dei suoi atleti). Nella prima fase del modello (valutazione) sono stati raccolti i dati e le opinioni riguardo alle passate pratiche di valutazione e le nuove proposte per poter sviluppare un primo modello preliminare, che poi verrà analizzato nella seconda fase (analisi). Nella terza fase (classificazione) vengono identificate quattro componenti integranti di ogni modello di valutazione: il ruolo della valutazione in tutta la vita del programma, il ruolo e le responsabilità del valutatore e di chi prende le decisioni, l'utilizzazione dei risultati di valutazione, la valutazione totale e formativa. Infine nel quarto step (sviluppo del modello) è stato sviluppato un modello di valutazione HPSC sulla base di integrazioni logiche di approcci e modelli di valutazione selettiva.

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

1.2.5 Mazamas Nordic Ski School

La Mazamas Nordic Ski School di Portland, OR, USA, ha steso un questionario per la valutazione di un periodo di insegnamento dello sci da fondo, composto da una lezione serale orientativa, una serie di quattro lezioni sulla neve e tre serate facoltative inerenti alla programmazione delle uscite. Il questionario comprende, oltre ad informazioni generali come numero classe di appartenenza, livello di difficoltà, nome dell'istruttore e assistente della classe, anche domande riguardanti alcune caratteristiche dell'istruttore, che ne indicano la competenza, le condizioni di sicurezza in cui si svolge l'insegnamento, la creazione da parte dell'istruttore di un'atmosfera costruttiva e l'adeguata scelta di luoghi di insegnamento idonei alle lezioni; a queste caratteristiche devono poi venir assegnati giudizi come ottimo, buono e imparziale. Il questionario comprende inoltre domande riguardanti la classe di appartenenza dell'iscritto, come il numero di appartenenti a tale classe (cioè la grandezza del gruppo), il numero totale delle classi esistenti (se troppe o di numero adeguato), se la classe sia caratterizzata da un'atmosfera divertente e se essa rispetti le aspettative dei clienti; a queste, come in precedenza, vengono assegnati dei giudizi di gradimento. Al termine del questionario sono presenti tre domande dove è possibile suggerire eventuali cambiamenti, indicare aspetti positivi del corso e dare un giudizio sintetico sulla Mazamas Nordic Ski School.

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

**MAZAMAS NORDIC SKI SCHOOL
CLASS EVALUATION FORM**

Please complete this form as soon as possible after the class ends and return it to the address below.

Class No. _____ Level _____

Instructor's Name _____

Assistant's Name _____

Instructor

Was your instructor competent? Yes No
 Did your instructor teach safely? Yes No
 Did he/she provide a constructive atmosphere? Yes No
 Did he/she select appropriate sites for the class? Yes No

In summary,

Was your instructor Excellent Good Fair
 Was the assistant Excellent Good Fair

Class

Was the class size Just Right Too Large
 Was the number of classes Just Right Too Many
 Was the length of each class Just Right Too Long
 Was the class fun? Yes No
 Did the class meet your expectations? Yes No

In summary,

Was the class Excellent Good Fair Poor

What should we change?

What should we keep the same?

How did you find out about the Mazamas Nordic ski school?

Figura 1.4 Questionario della Mazamas Nordic Ski School, appena descritto.

1.2.6 Definizione della qualità: gli educatori dei programmi di sport management dovrebbero interessarsi dell'accREDITAMENTO?

E' stato condotto uno studio per misurare l'importanza dell'accREDITAMENTO in relazione ai programmi di gestione sportiva. L'accREDITAMENTO e le sue alternative sono trattate, oltre alla questione della responsabilità professionale, per garantire la qualità educativa. Molti aspetti vengono confrontati con gli obiettivi sulla formazione professionale proposti da Virgil Hancher nel 1944. Egli assunse che ogni studente professionista dovrebbe possedere quattro fondamentali attributi dopo la laurea: una conoscenza minima delle basi e dei fondamenti, un normale bagaglio culturale dei membri di una determinata professione, la capacità di usare abilmente i materiali di base in aggiunta ad un proprio corpo di conoscenze acquisite in precedenza, la capacità di pensare, analizzare e agire in presenza di nuove e imprevedibili situazioni ed infine un'attitudine etica verso gli usi in cui un membro di una professione deve porre la sua conoscenza e capacità. Hancher definì così la qualità educativa, concetto che rimane valido ancor oggi. Agenzie accreditate quali AACSB (American Assembly of Collegiate Schools of Business), NCATE (National Council for Accreditation of Teacher Education), ecc., hanno sviluppato procedure di valutazione facendo paragoni con gli obiettivi proposti da Hancher. Gli obiettivi di Hancher sulla qualità educativa possono anche essere applicati nello sviluppo di emergenti programmi educativi professionali quale la gestione dello sport. Successivamente sono stati proposti anche altri programmi educativi nel campo della gestione dello sport: per esempio nel 1986 NASPE (North American Society for Sport Management) organizzò una task force per stabilire le linee guida per i programmi della gestione dello sport pre o post laurea. La qualità dell'istruzione risulta essere una responsabilità professionale. La responsabilità di garantire la qualità dell'educazione può essere accettata su vari livelli. Singoli professionisti, per esempio, potrebbero prendersi la responsabilità di garantire la qualità dell'educazione della gestione dello sport presso le loro università. Un secondo livello di responsabilità potrebbe includere iniziative già presenti in altri dipartimenti che rientrano nel piano in atto nell'università, come

potrebbe essere l'istituzione di un comitato che monitori la qualità dei programmi. Commissioni di Stato per l'istruzione superiore costituiscono un terzo livello di responsabilità professionale. Le associazioni di accreditamento regionali costituiscono un quarto livello e le agenzie di accreditamento nazionali, tipo NCATE, sono il quinto livello. Anche negli anni '90 la domanda per l'accREDITAMENTO e la valutazione dei programmi di istruzione superiore non hanno mostrato segni di diminuzione. Tutt'oggi il bisogno di valutazione rappresenta un'esigenza poiché organismi di accreditamento, le direzioni degli stati e le legislature sono unite nel sostenere che l'organizzazione dei programmi di gestione dello sport dei collegi americani e delle università necessita di essere valutata e rivista (Spanghel, 1987). Queste pressioni esterne per la qualità dell'educazione e per la responsabilità hanno influenzato la permanenza dell'accREDITAMENTO e della valutazione all'interno della sfera dell'istruzione. Ciò significa che la valutazione si svolgerà ad un certo livello (come programma individuale, presso università, a livello statale, regionale o nazionale) e sarà diretto da un qualche gruppo. Lo scopo di chi valuterà e il tipo di livello è un importante punto chiave. L'accREDITAMENTO riconosciuto a livello nazionale da un organismo di accREDITAMENTO composto da educatori professionali all'interno di un campo particolare, costituisce il più alto livello di valutazione. Ciò implica che l'appartenenza professionale ad un settore, come la gestione dello sport, deve comprendere il fatto di accettare la responsabilità per garantire la qualità dell'insegnamento oltre al fatto di poter essere considerato responsabile della qualità dei propri laureati. Perché ciò sia accettato devono essere risolte tre questioni fondamentali: i membri del campo del management dello sport devono concordarsi riguardo a quanto costituisce la qualità dell'educazione. I quattro obiettivi di Hancher sull'educazione professionale sembrerebbero un eccellente punto di partenza per definire il processo; i membri dell'ambito della gestione dello sport devono concordarsi circa le necessità di valutazione della qualità dell'educazione. Se per esempio l'ampia maggioranza dei programmi di sport management coincidono con gli obiettivi di Hancher in questo caso ci sembrerebbe essere una piccola necessità per i membri di questo campo di essere coinvolti

nella valutazione; i membri del campo dello sport management devono concordarsi di come valutare la qualità dell'educazione e che cosa fare dei programmi che non riportano gli standard di qualità definiti. L'intento di questo studio è quello di analizzare le questioni di cui si è parlato precedentemente concernenti l'accreditamento. E' stata condotta un'indagine suddivisa in tre parti: una parte che raccoglie dati demografici, una parte costituita dalle opinioni professionali sulla qualità dei programmi e una parte in cui vengono raccolte le opinioni professionali a proposito dell'accreditamento. L'indagine ha coinvolto 216 accademie di sport management di 109 collegi e università negli Stati Uniti e in Canada. Hanno risposto 81 professionisti, rappresentando un totale di 64 università. Solo i dati riguardanti i programmi universitari sono stati riportati nei risultati dell'indagine.

Nella prima parte dell'indagine è stato chiesto ai partecipanti di fare una lista di tutti i dipartimenti delle facoltà con responsabilità a tempo pieno nel programma della gestione dello sport e di fornire ulteriori informazioni riguardanti il dipartimento di facoltà permanente con responsabilità a tempo parziale in quel programma. I risultati di questa prima parte indicavano che i programmi di gestione dello sport sono troppo scarsi in confronto al numero degli studenti, la mancanza di competenza e di esperienza, ecc. Inoltre risulta che la determinazione di quali siano i compiti e la conoscenza utili agli studenti dipende da altri dipartimenti scolastici primariamente finanziati. La seconda parte del sondaggio consiste in domande che potrebbero essere tipicamente chieste prima che un nuovo programma universitario abbia inizio. Si richiedeva agli intervistati perché il programma fosse necessario, che cosa tale programma preparasse gli studenti a fare, quali competenze fossero necessarie per ottenere risultati soddisfacenti e quale corso facilitasse maggiormente l'acquisizione di queste competenze.

La terza parte è stata progettata con riferimento a problemi relativi all'accreditamento. Essa inizia ponendo ai partecipanti due tipi di domande: relative a testare la conoscenza degli intervistati su ciò che attualmente costituisce l'accreditamento; volte a focalizzare gli obiettivi specifici coinvolti nell'accreditamento.

I risultati della terza parte rivelano che c'è una piccola concordanza tra gli intervistati circa la necessità di valutare i programmi attraverso un sistema di accreditamento personale. Inoltre questa parte rivela che molti educatori dello sport management sono interessati all'accREDITamento. L'ultima parte dell'indagine riporta i risultati emersi dal sondaggio. Il perno dello studio ruota attorno alla domanda: "dovrebbero gli educatori di sport management essere interessati all'accREDITamento?". L'accREDITamento se concepito correttamente porta certamente ad alcuni vantaggi. Essendo l'accREDITamento un processo che sottolinea l'importanza di obiettivi ben definiti rilevanti per diversi tipi e livelli di offerta formativa, esso fornisce l'opportunità per i professionisti di incontrarsi, discutere e cercare un accordo sulle competenze essenziali. Ogni processo che comprende programmi di analisi self-study volti a raggiungere specifici obiettivi, fornendo allo stesso tempo l'opportunità di confronto tra diversi professionisti all'interno dello stesso settore, è utile in quanto contribuisce all'accrescimento della qualità educativa. L'accREDITamento potrebbe però essere anche un'arma a doppio taglio in quanto impone standard ben definiti e una definizione ristretta della preparazione professionale che potrebbero rappresentare una minaccia per la crescita professionale dei laureati andando contro il programma di integrità e creatività educativa.

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

CAPITOLO 2

Qualità del servizio, Customer Satisfaction e questionario

Il servizio è definito come una prestazione volta a soddisfare i bisogni e desideri dei consumatori. Durante questa prestazione, possono essere forniti anche beni tangibili ma sono solo un elemento accessorio, poiché è la prestazione in sé che costituisce l'obiettivo dell'attività.

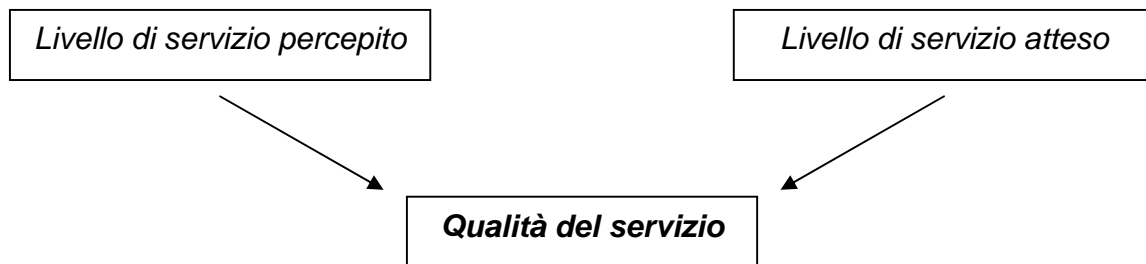
La stima della qualità di un servizio presenta molteplici difficoltà: anzitutto perché il concetto stesso di "qualità del servizio" non è semplice da definire, in quanto fa riferimento a costruzioni mentali astratte non direttamente osservabili; in secondo luogo, ma altrettanto importante, perché il servizio erogato da un'azienda presenta delle caratteristiche profondamente diverse da quelle di un prodotto, tra cui:

- *Intangibilità o standardizzabilità limitata*: il servizio consiste in prestazioni ed esperienze, ovvero in una prestazione immateriale per cui raramente si possono stabilire specifiche di produzione per ottenere una qualità uniforme.
- *Contestualità*: l'attività di produzione del servizio e quella di consumo da parte del cliente sono simultanee.
- *Eterogeneità*: la presenza del fattore umano (lavoratore, cliente) rende il servizio fortemente influenzabile dalle condizioni e dal contesto nel quale ogni volta viene erogato.

(Negro, 1996) (Quartapelle, 1994)

In letteratura vengono presentati differenti modelli per la misurazione della Customer Satisfaction nei servizi: l'implementazione di tutti questi approcci avviene sempre seguendo le fasi di un'indagine campionaria.

La rilevazione della Customer Satisfaction si ottiene confrontando il livello di servizio atteso con quello percepito; inoltre il medesimo servizio, può essere valutato in modo diverso da parte di ciascun cliente.



Tramite un'indagine statistica, quindi, si misura il livello di servizio percepito: questo, successivamente, viene confrontato con ciò che il rispondente desidererebbe che il servizio offrisse.

L'analisi delle aspettative dei clienti, in realtà, dovrebbe essere effettuata prima dell'erogazione del servizio: in questo modo, l'analisi dei reali bisogni dei clienti consentirebbe interventi a monte, riducendo così i costi dovuti all'insoddisfazione e permettendo di fornire un servizio efficace, anche in termini di tempo.

Il questionario è uno strumento di misura atto a raccogliere informazioni sulle variabili quantitative e qualitative, oggetto dell'indagine, ma è anche uno strumento di comunicazione, utile a semplificare l'interazione fra il ricercatore e il rispondente. Esso consente la standardizzazione dell'osservazione: le domande devono essere uguali per tutti gli appartenenti al campione, in modo che le informazioni raccolte possano essere confrontabili tra loro.

Risulta utile utilizzare un questionario, in primo luogo perché vengono formulate ai rispondenti domande precise sugli aspetti da analizzare, in secondo luogo poiché le risposte, ottenute dal campione intervistato, possono essere convertite in dati analitici su cui applicare gli strumenti statistici.

Per ciascuna delle 3 tipologie di sport (nuoto, palestra e tennis) è stato creato questionario diverso, ma avente la medesima struttura, e consistente in 3 gruppi di domande:

- 1) *Informazioni generali sull'iscritto al corso* (data di nascita, sesso, comune di residenza, tipo di corso scelto - per esempio nel caso della palestra: sala o corsi -, fascia oraria di frequentazione, ecc...): forniscono delle caratteristiche del soggetto analizzato, per avere successivamente delle eventuali variabili di classificazione;
- 2) *Servizio di segreteria e bar* (chiarezza delle informazioni, cortesia del personale, servizio bar): è chiesta una valutazione da 0 a 10 (da poco a moltissimo) circa i servizi di segreteria e bar;
- 3) *Svolgimento del corso* (chiarezza degli insegnamenti, disponibilità degli istruttori, igiene del piano vasca igiene, divertimento, ecc...): è chiesta anche in queste domande una valutazione da 0 a 10 (da poco a moltissimo) sullo svolgimento del corso, sulla sicurezza e dell'ambiente e sulla soddisfazione complessiva.

In seguito sono riportati i 3 questionari sottoposti ai clienti del centro Oasi 2000, riguardanti le attività di nuoto, palestra e tennis.

QUESTIONARIO NUOTO

INFORMAZIONI GENERALI

- | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|--------------------------|-------------|-----------|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|---|--|---|---|----------------------------------|
| <p>1.1 Sesso:
 1 <input type="checkbox"/> Maschio 2 <input type="checkbox"/> Femmina</p> <p>1.2 Data di nascita:
 <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/><input type="text"/><input type="text"/><input type="text"/>
 <small> mese anno</small></p> <p>1.3 Comune di residenza:
 1 <input type="checkbox"/> Padova 2 <input type="checkbox"/> Altri comuni</p> <p>1.4 E' la prima volta che partecipi all'indagine statistica sul gradimento degli iscritti ai corsi di Oasi 2000?
 1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No</p> <p>1.5 Come sei venuto a conoscenza del centro sportivo Oasi 2000?
 1 <input type="checkbox"/> Internet 3 <input type="checkbox"/> Passaparola
 2 <input type="checkbox"/> Brochure pubblicitaria 4 <input type="checkbox"/> Altro</p> <p>1.6 E' la prima volta che ti iscrivi ad un corso presso il centro sportivo Oasi 2000?
 1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No</p> | <p>1.7 Hai frequentato corsi analoghi in altri centri sportivi?
 1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No</p> <p>1.8 Il corso su cui darai la tua opinione in questa indagine è:</p> <table border="0" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td></td> <td>Nuoto</td> <td>Aquafitness</td> <td>Neonatale</td> </tr> <tr> <td>Lezioni Private</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Lezioni Collettive</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>1.9 In quale fascia oraria si svolge il tuo corso?
 1 <input type="checkbox"/> 8-12 3 <input type="checkbox"/> 15-19
 2 <input type="checkbox"/> 12-15 4 <input type="checkbox"/> 19-22</p> <p>1.10 Ti sei iscritto al corso principalmente per: (segnalare una sola motivazione)</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>1 <input type="checkbox"/> Imparare l'acquaticità</td> <td>4 <input type="checkbox"/> Divertimento</td> </tr> <tr> <td>2 <input type="checkbox"/> Perfezionamento tecnico</td> <td>5 <input type="checkbox"/> Socializzare</td> </tr> <tr> <td>3 <input type="checkbox"/> Fare attività sportiva</td> <td>6 <input type="checkbox"/> Altro</td> </tr> </table> | | Nuoto | Aquafitness | Neonatale | Lezioni Private | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Lezioni Collettive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> Imparare l'acquaticità | 4 <input type="checkbox"/> Divertimento | 2 <input type="checkbox"/> Perfezionamento tecnico | 5 <input type="checkbox"/> Socializzare | 3 <input type="checkbox"/> Fare attività sportiva | 6 <input type="checkbox"/> Altro |
| | Nuoto | Aquafitness | Neonatale | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lezioni Private | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lezioni Collettive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 <input type="checkbox"/> Imparare l'acquaticità | 4 <input type="checkbox"/> Divertimento | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 <input type="checkbox"/> Perfezionamento tecnico | 5 <input type="checkbox"/> Socializzare | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 <input type="checkbox"/> Fare attività sportiva | 6 <input type="checkbox"/> Altro | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

SERVIZIO DI SEGRETERIA E BAR

- | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| | Poco | Moltissimo | | | | | | | | | |
| 2.1 Le informazioni fornite dalla segreteria sono state chiare e complete: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 2.2 Il personale di segreteria si è dimostrato cortese e disponibile: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 2.3 Il sistema di iscrizione e gestione prenotazioni delle lezioni è risultato adeguato: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 2.4 Esprimi il tuo gradimento per il servizio bar: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |

SVOLGIMENTO DEL CORSO

- | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| | Poco | Moltissimo | | | | | | | | | |
| 3.1 Gli insegnamenti dell'istruttore sono stati chiari: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.2 L'istruttore si è dimostrato cortese e disponibile: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.3 Il materiale didattico/attrezzi durante le lezioni è risultato adeguato (per Nuoto e Aquafitness): | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.4 Ti sei sentito seguito nello svolgimento dell'attività durante le lezioni: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.5 Ti sei divertito nello svolgimento delle lezioni: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.6 Il corso ti ha ulteriormente appassionato all'attività: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.7 Consigliaresti ad un amico di fare questa esperienza: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.8 Esprimi il tuo gradimento sulla cura e l'igiene di vasche, piano vasca, spogliatoi: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.9 Ritieni adeguate la sicurezza degli ambienti e l'assistenza in piscina: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.10 Ritieni che l'offerta delle attività di nuoto libero e corsi sia adeguata alle tue esigenze: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| 3.11 Esprimi il tuo grado di soddisfazione complessiva per questa esperienza: | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |

QUESTIONARIO PALESTRA

INFORMAZIONI GENERALI

- 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 E' la prima volta che partecipi all'indagine statistica sul gradimento degli iscritti ai corsi di Oasi 2000?**
 1 Si 2 No
- 1.5 Come sei venuto a conoscenza del centro sportivo Oasi 2000?**
 1 Internet 3 Passaparola
 2 Brochure pubblicitaria 4 Altro
- 1.6 E' la prima volta che ti iscrivi ad un corso presso il centro sportivo Oasi 2000?**
 1 Si 2 No

- 1.7 Hai frequentato corsi analoghi in altri centri sportivi?**
 1 Si 2 No
- 1.8 Il corso su cui darai la tua opinione in questa indagine è:**
- | | Pilates /
Biopostural | Yoga | Walking | Push up | Step /
Tone | Palestra sala |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Lezioni Private | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lezioni Collettive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
- 1.9 In quale fascia oraria si svolge il tuo corso?**
 1 8-12 3 15-19
 2 12-15 4 19-22
- 1.10 Ti sei iscritto al corso principalmente per: (segnalare una sola motivazione)**
- | | |
|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Ricerca del benessere fisico | 4 <input type="checkbox"/> Divertimento |
| 2 <input type="checkbox"/> Perfezionamento tecnico | 5 <input type="checkbox"/> Socializzare |
| 3 <input type="checkbox"/> Fare attività sportiva | 6 <input type="checkbox"/> Altro |

SERVIZIO DI INFOPOINT / RISTORO

- | | | Poco | | Moltissimo |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 2.1 Le informazioni fornite dalla segreteria/infopoint sono state chiare e complete: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.2 Il personale di segreteria/infopoint si è dimostrato cortese e disponibile: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.3 Il sistema di iscrizione e gestione prenotazioni delle lezioni è risultato adeguato: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.4 Esprimi il tuo gradimento per il servizio ristoro: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SVOLGIMENTO DEL CORSO

- | | | Poco | | Moltissimo |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 3.1 Gli insegnamenti dell'istruttore sono stati chiari: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.2 L'istruttore si è dimostrato cortese e disponibile: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.3 Le sale utilizzate durante le lezioni sono risultate adeguate: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.4 Ti sei sentito seguito nello svolgimento dell'attività durante le lezioni: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.5 Ti sei divertito nello svolgimento delle lezioni: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.6 Il corso ti ha ulteriormente appassionato all'attività: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.7 Esprimi il tuo gradimento sul Centro Estetico/Sauna: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.8 Esprimi il tuo gradimento sulla cura e l'igiene degli spogliatoi e delle sale: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.9 Ritieni adeguate la sicurezza degli ambienti e l'assistenza: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.10 Ritieni che gli ambienti siano adeguatamente attrezzati: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.11 Esprimi il tuo grado di soddisfazione complessiva per questa esperienza: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

QUESTIONARIO TENNIS

INFORMAZIONI GENERALI

- | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--------------------------|--------------------------|-------------------|-------------|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|---|--|---|---|----------------------------------|
| <p>1.1 Sesso:
 1 <input type="checkbox"/> Maschio 2 <input type="checkbox"/> Femmina</p> <p>1.2 Data di nascita:
 □□ / □□□□
 <small> mese anno</small></p> <p>1.3 Comune di residenza:
 1 <input type="checkbox"/> Padova 2 <input type="checkbox"/> Altri comuni</p> <p>1.4 E' la prima volta che partecipi all'indagine statistica sul gradimento degli iscritti ai corsi di Oasi 2000?
 1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No</p> <p>1.5 Come sei venuto a conoscenza del centro sportivo Oasi 2000?
 1 <input type="checkbox"/> Internet 3 <input type="checkbox"/> Passaparola
 2 <input type="checkbox"/> Brochure pubblicitaria 4 <input type="checkbox"/> Altro</p> <p>1.6 E' la prima volta che ti iscrivi ad un corso presso il centro sportivo Oasi 2000?
 1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No</p> | <p>1.7 Hai frequentato corsi analoghi in altri centri sportivi?
 1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No</p> <p>1.8 Il corso su cui darai la tua opinione in questa indagine è:</p> <table border="0" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td></td> <td>Tennis
ADULTI</td> <td>Tennis
BAMBINI</td> <td>Arrampicata</td> </tr> <tr> <td>Lezioni Private</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Lezioni Collettive</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>1.9 In quale fascia oraria si svolge il tuo corso?
 1 <input type="checkbox"/> 8-12 3 <input type="checkbox"/> 15-19
 2 <input type="checkbox"/> 12-15 4 <input type="checkbox"/> 19-22</p> <p>1.10 Ti sei iscritto al corso principalmente per: (segnalare una sola motivazione)</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>1 <input type="checkbox"/> Imparare un nuovo sport</td> <td>4 <input type="checkbox"/> Divertimento</td> </tr> <tr> <td>2 <input type="checkbox"/> Perfezionamento tecnico</td> <td>5 <input type="checkbox"/> Socializzare</td> </tr> <tr> <td>3 <input type="checkbox"/> Fare attività sportiva</td> <td>6 <input type="checkbox"/> Altro</td> </tr> </table> | | Tennis
ADULTI | Tennis
BAMBINI | Arrampicata | Lezioni Private | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Lezioni Collettive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> Imparare un nuovo sport | 4 <input type="checkbox"/> Divertimento | 2 <input type="checkbox"/> Perfezionamento tecnico | 5 <input type="checkbox"/> Socializzare | 3 <input type="checkbox"/> Fare attività sportiva | 6 <input type="checkbox"/> Altro |
| | Tennis
ADULTI | Tennis
BAMBINI | Arrampicata | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lezioni Private | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lezioni Collettive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 <input type="checkbox"/> Imparare un nuovo sport | 4 <input type="checkbox"/> Divertimento | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 <input type="checkbox"/> Perfezionamento tecnico | 5 <input type="checkbox"/> Socializzare | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 <input type="checkbox"/> Fare attività sportiva | 6 <input type="checkbox"/> Altro | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

SERVIZIO DI SEGRETERIA, BAR E RISTORANTE

- | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Poco | | Moltissimo | | | | | | | |
| 2.1 Le informazioni fornite dalla segreteria sono state chiare e complete: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.2 Il personale di segreteria si è dimostrato cortese e disponibile: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.3 Il sistema di iscrizione e gestione prenotazioni delle lezioni è risultato adeguato: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.4 Esprimi il tuo gradimento per il servizio bar/ristorante: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SVOLGIMENTO DEL CORSO

- | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Poco | | Moltissimo | | | | | | | |
| 3.1 Gli insegnamenti dell'istruttore sono stati chiari: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.2 L'istruttore si è dimostrato cortese e disponibile: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.3 I campi e sale corsi utilizzati durante le lezioni sono risultati adeguati: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.4 Ti sei sentito seguito nello svolgimento dell'attività durante le lezioni: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.5 Ti sei divertito nello svolgimento delle lezioni: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.6 Il corso ti ha ulteriormente appassionato all'attività: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.7 Consigliaresti ad un amico di fare questa esperienza: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.8 Esprimi il tuo gradimento sulla cura e l'igiene di campi, sale corsi e spogliatoi: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.9 Ritieni adeguate la sicurezza degli ambienti e l'assistenza: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.10 Ritieni che gli ambienti siano adeguatamente attrezzati: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.11 Esprimi il tuo grado di soddisfazione complessiva per questa esperienza: | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

CAPITOLO 3

Analisi dei risultati

3.1 Nuoto: analisi descrittiva per il campione di 620 clienti

3.1.1 Informazioni generali

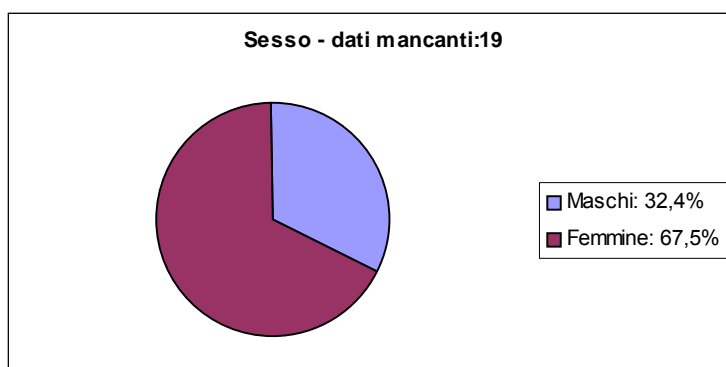


Figura 3.1.1 - Grafico relativo alla differenziazione per sesso

Il campione analizzato è composto per circa 2/3 da clienti di sesso femminile e per circa 1/3 da clienti maschi.

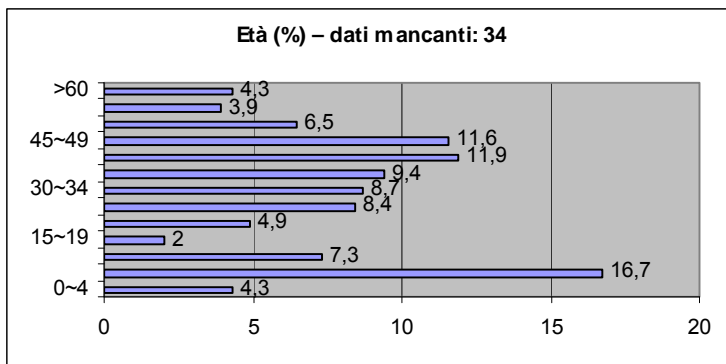


Figura 3.1.2 - Grafico relativo alla differenziazione per età

Notiamo che esistono due “blocchi d’età” entro i quali cadono circa il 70% degli intervistati: un primo blocco che va dai 0 ai 14 anni (30%) e un secondo blocco, più corposo, dai 35 ai 50 anni (40%).



Figura 3.1.3 - Grafico relativo alla differenziazione per comune di residenza

Il grafico evidenzia che i clienti sono quasi equamente distribuiti tra residenti nel comune di Padova e residenti in altri comuni (principalmente limitrofi). Notiamo tuttavia una leggera maggioranza di residenti fuori Padova, segno che il servizio di piscina del centro sportivo serve anche altri comuni situati nelle vicinanze.



Figura 3.1.4 - Grafico relativo alla prima partecipazione all'indagine

Notiamo da questo grafico che più di 3/4 dei clienti che si sono sottoposti all'indagine lo facevano per la prima volta. I restanti (meno del 25%) avevano già compilato un questionario simile l'anno precedente (relativo all'indagine del 2011).



Figura 3.1.5 - Grafico relativo alla prima iscrizione al centro

I clienti che si sono sottoposti al test non sono nuovi alla frequentazione del centro Oasi 2000: solo per un intervistato su 4, infatti, è la prima iscrizione presso il centro, i restanti 3/4 avevano già avuto modo, in passato, di seguire un corso all'interno dell'impianto sportivo.



Figura 3.1.6 - Grafico relativo alla partecipazione a corsi analoghi in altri centri

Dal diagramma vediamo che solo 4 persone su 10 hanno avuto modo di prendere parte a corsi di nuoto presso altri centri sportivi, segno che c'è una buona percentuale di clientela (6 su 10), che invece continua ad iscriversi al centro Oasi 2000, o che ha scelto il centro per iniziare un corso per la prima volta.

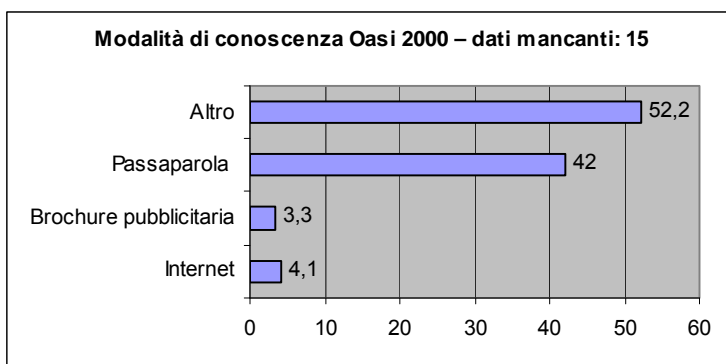


Figura 3.1.7 - Grafico relativo alla modalità con cui si è conosciuto il centro (possibili risposte multiple)

La prima cosa che si può notare dal grafico, è la bassa percentuale di clienti che sono venuti a conoscenza dell'impianto tramite i comuni metodi di comunicazione, come internet o brochure (insieme non toccano nemmeno il 10%) e come invece buona parte dei rispondenti al questionario abbia conosciuto il centro grazie al

passaparola con amici e conoscenti, segno evidente dell'importanza della soddisfazione del cliente.

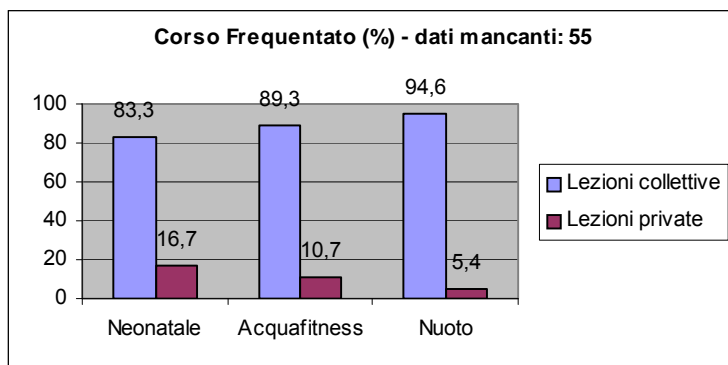


Figura 3.1.8 - Grafico relativo alle modalità di frequentazione del corso (possibili risposte multiple)

La maggior parte dei clienti predilige lezioni comuni: in particolare nei corsi di nuoto la quasi totalità (circa 95%), svolge un corso collettivo. Per quanto riguarda il corso neonatale, una percentuale non trascurabile (circa 1/6 dei clienti), si affida a lezioni private.

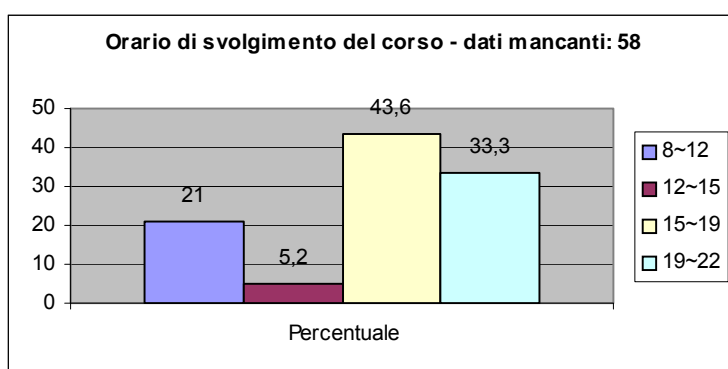


Figura 3.1.9 - Grafico relativo all'orario di svolgimento del corso (possibili risposte multiple)

Notiamo che circa 3/4 dei clienti frequentano il centro il pomeriggio e la sera, in particolare 1/3 degli intervistati nell'orario tra le 19 e le 22, e quasi la metà nell'orario tra le 15 e le 19.

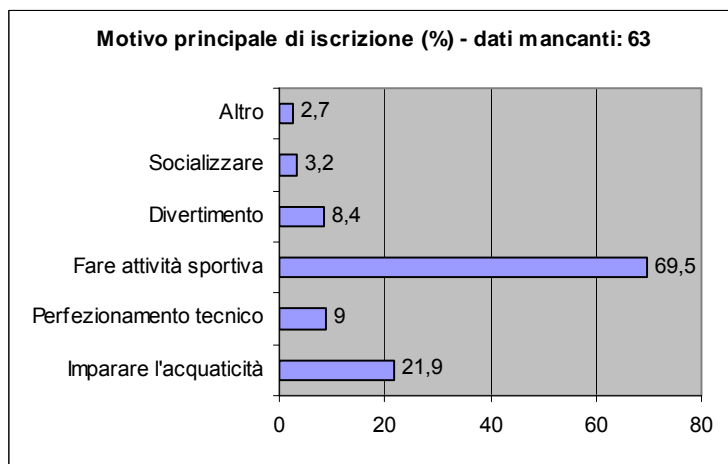


Figura 3.1.10 - Grafico relativo al motivo principale di iscrizione al centro (possibili risposte multiple)

Dal grafico è chiaro che il motivo principale di iscrizione ai corsi, è il fare attività sportiva, con ben 7 persone su 10 che hanno risposto in questo modo. Seguono più di 1/5 dei rispondenti che si iscrivono per imparare l'acquaticità.

3.1.2 Servizio di segreteria e bar

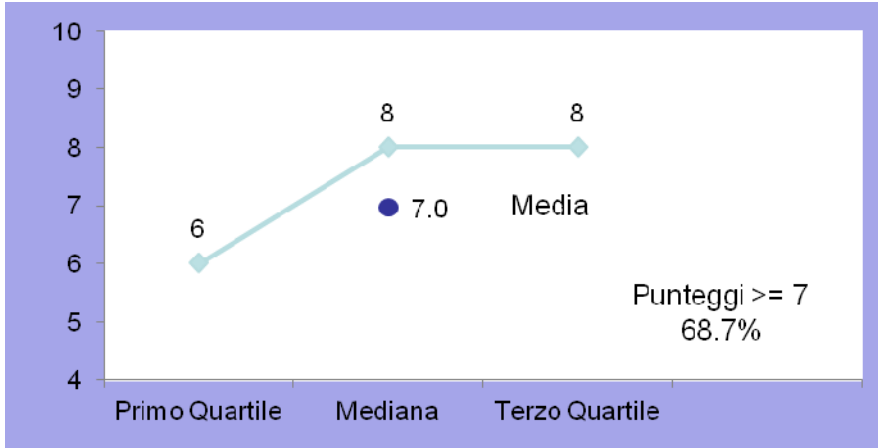


Figura 3.1.11 Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria

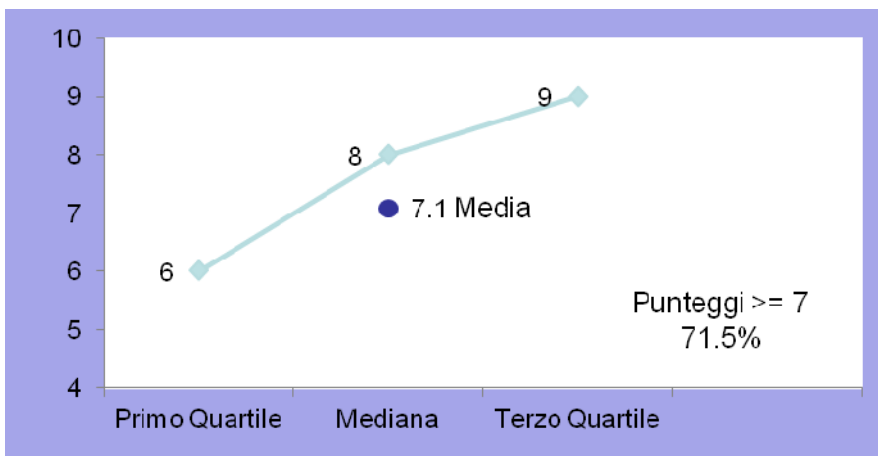


Figura 3.1.12 Cortesia e disponibilità del personale della segreteria

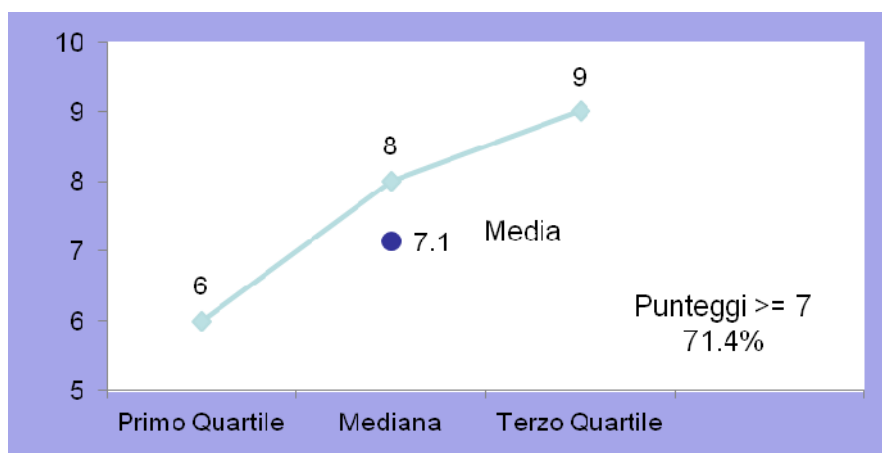


Figura 3.1.13 Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazione

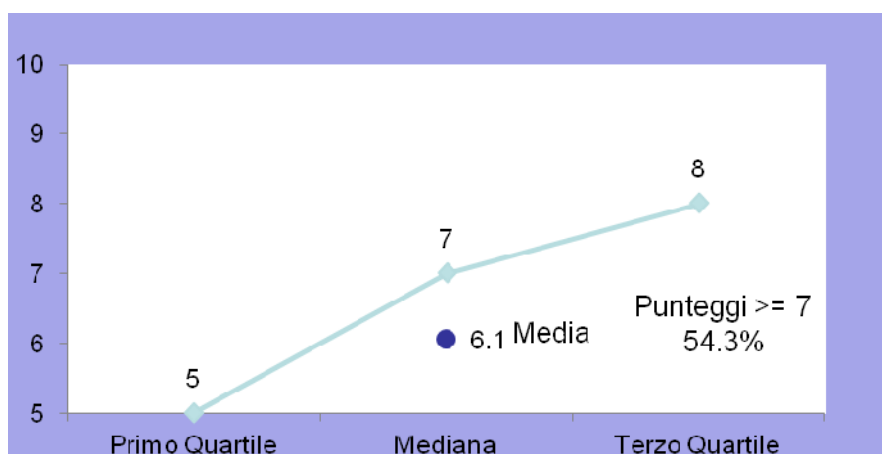


Figura 3.1.14 Gradimento del servizio bar

Possiamo notare, dai grafici sopra riportati, che la valutazione media per quanto riguarda i primi 3 punti (chiarezza e completezza delle informazioni, cortesia e disponibilità del personale della segreteria, adeguatezza del sistema di iscrizione e prenotazione), si attesta intorno a 7, quindi più che sufficiente; più bassa, invece, quella relativa al servizio bar, con un valore di 6,1.

Da fare attenzione al valore del primo quartile nei 4 casi, cioè il valore entro il quale ricadono le valutazioni del 25% degli intervistati: nei primi 3 casi, il primo quartile ha un valore di 6, quindi appena sufficiente, ma comunque critico, nel caso di servizio bar, ancora una volta è più basso, con valore 5: diventa, quindi, necessario adottare delle soluzioni per alzare il primo quartile, riportandolo ad un livello di sufficienza.

Un buon risultato è il fatto che, nei primi 3 casi, il 70% degli intervistati abbia dato una valutazione superiore o uguale a 7, e che nel caso del servizio bar questa percentuale, seppur più bassa, sia comunque superiore al 50%.

3.1.3 Organizzazione attività

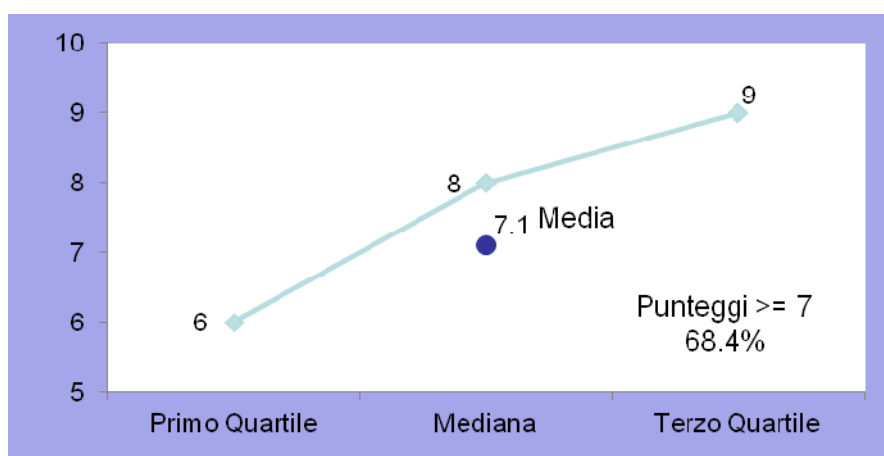


Figura 3.1.15 Gradimento di cura e igiene degli ambienti

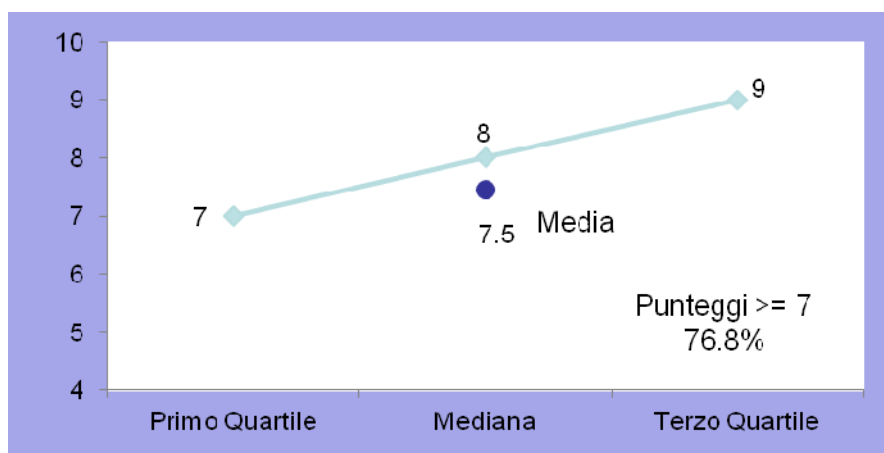


Figura 3.1.16 Adeguatezza e sicurezza degli ambienti e assistenza in piscina

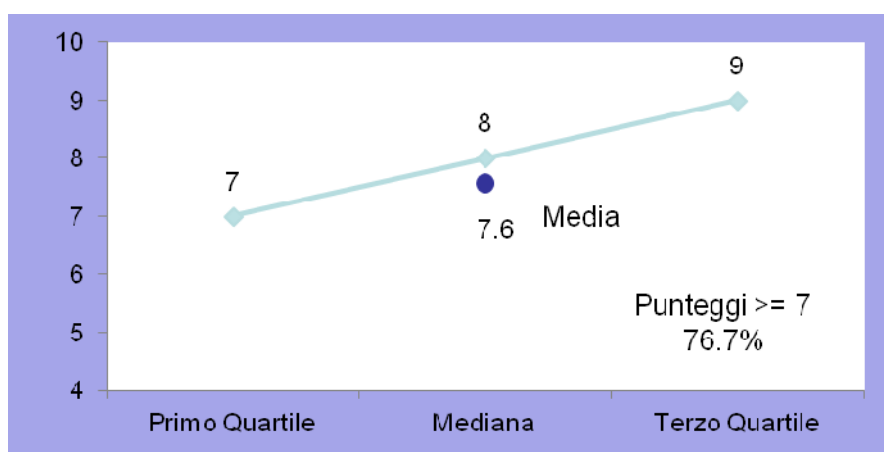


Figura 3.1.17 Adeguatezza del materiale didattico e degli attrezzi

Dai grafici notiamo, per quanto riguarda l'organizzazione dell'attività, che le valutazioni sono positive. I 3/4 degli intervistati hanno dato un voto superiore o uguale a 7, e le medie in tutti i casi superano il 7. I primi quartili, danno una valutazione più che sufficiente, con l'unica eccezione alla voce "cura e igiene degli ambienti" che si attesta sul 6, migliorabile, ma comunque sufficiente.

3.1.4 Svolgimento attività

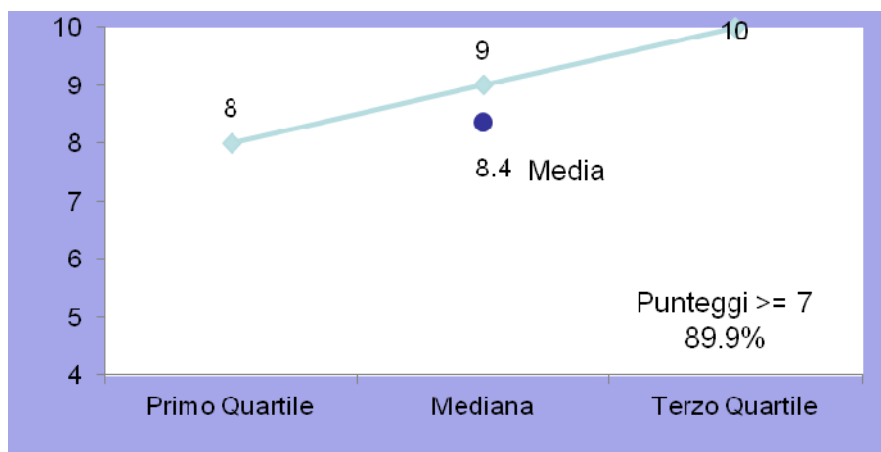


Figura 3.1.18 Chiarezza degli insegnamenti

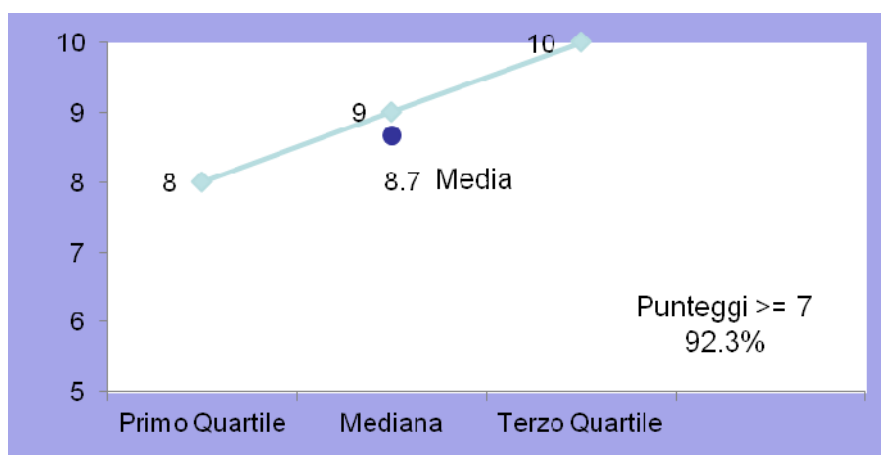


Figura 3.1.19 Cortesia e disponibilità dell'istruttore

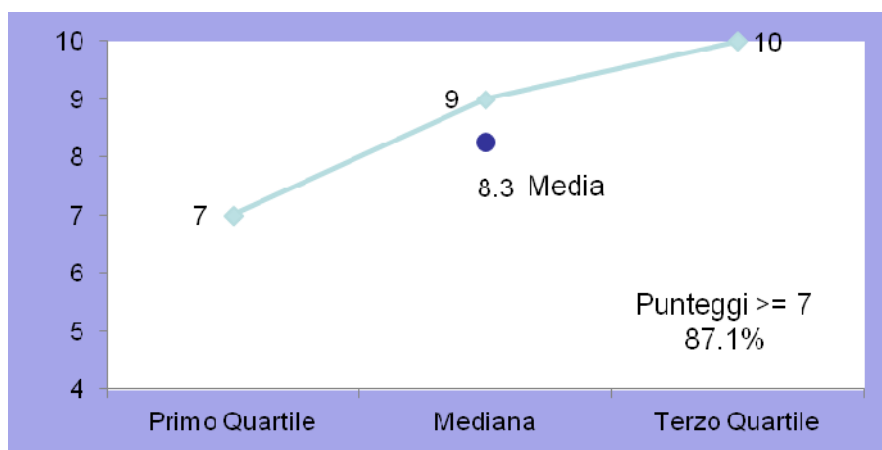


Figura 3.1.20 Sensazione di essere seguito durante le lezioni

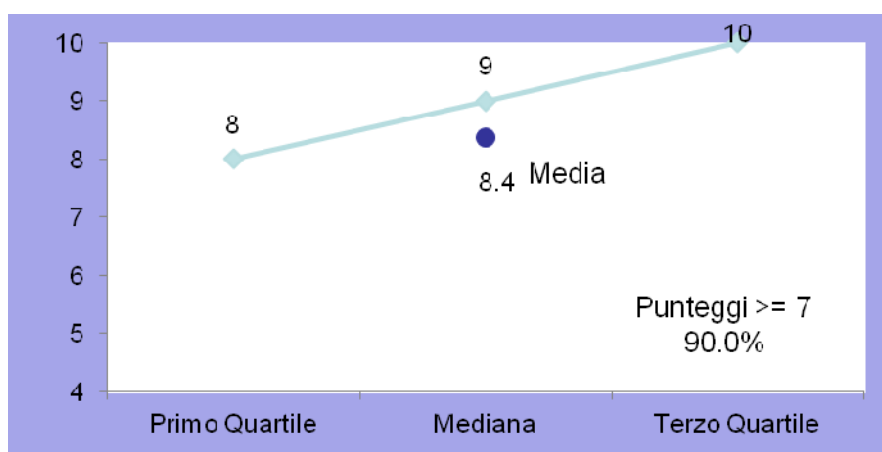


Figura 3.1.21 Divertimento durante le lezioni

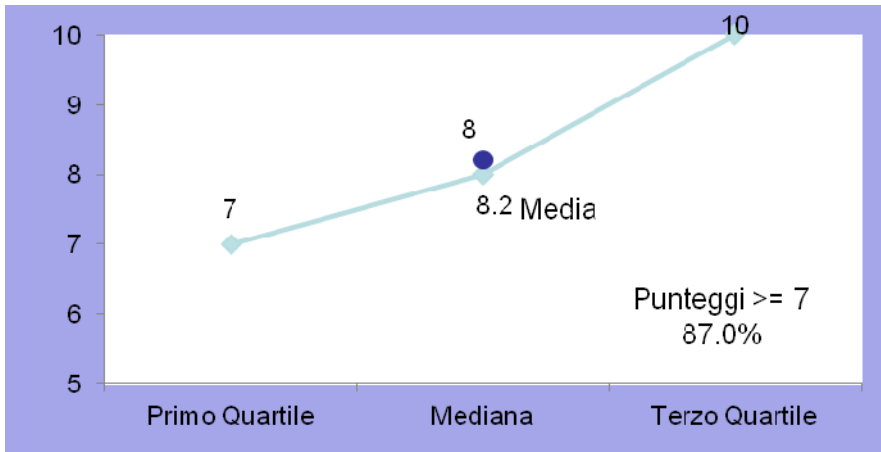


Figura 3.1.22 Accrescimento passione per l'attività

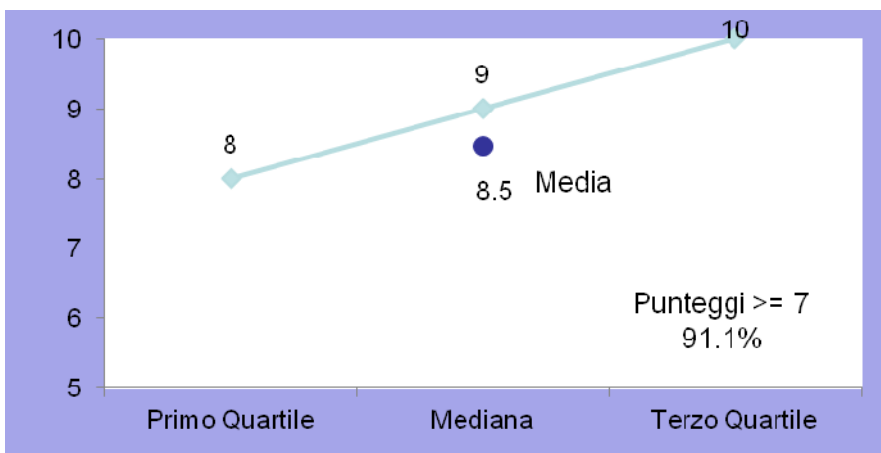


Figura 3.1.23 Esperienza consigliabile ad un amico

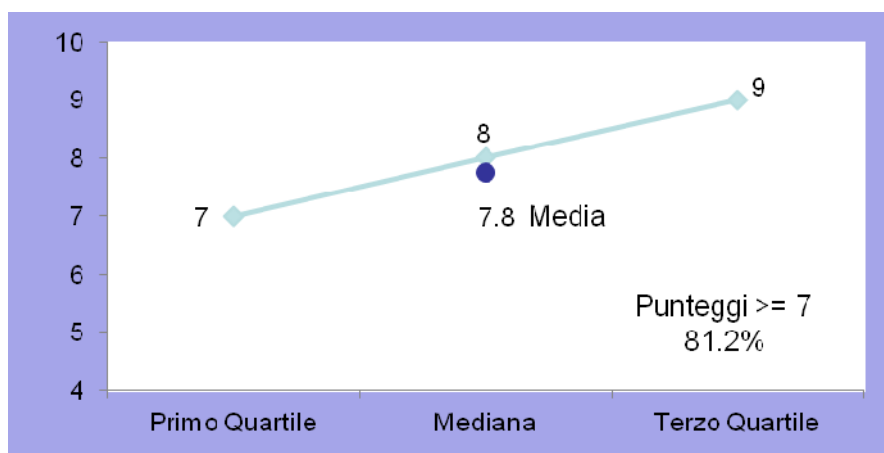


Figura 3.1.24 Adeguatezza dell'offerta delle attività di nuoto libero e corsi

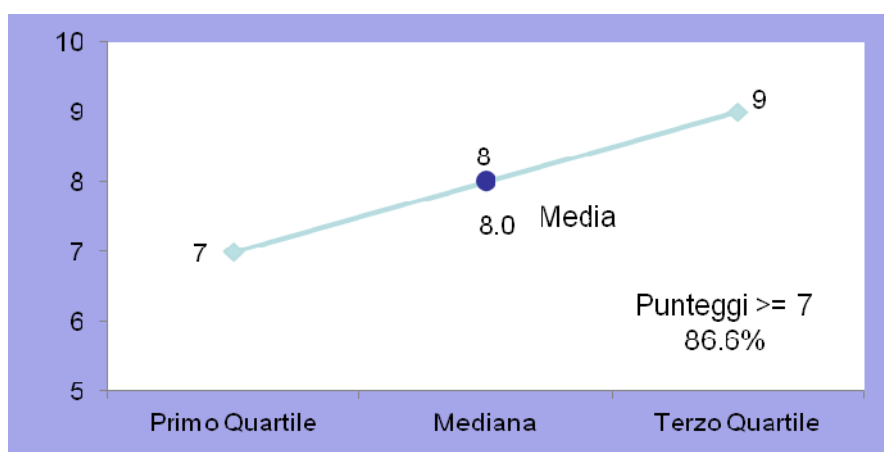


Figura 3.1.25 Soddisfazione complessiva per l'esperienza

Notiamo da questi grafici (da fig. 3.1.18 a fig. 3.1.25) che la soddisfazione complessiva dei clienti, per le modalità in cui si è svolta l'attività, è molto alta. Osservando i risultati vediamo che praticamente il 90% dei clienti da una valutazione superiore o uguale a 7, con una leggera flessione (80%) per quanto riguarda l'offerta delle attività nuoto e corsi.

Andando a guardare le medie, vediamo che sono molto alte, superiori o vicine all'8, e i primi quartili sono tutti fissati sul 7 e sull'8, segno evidente che i rispondenti al questionario sono contenti dell'esperienza. In particolare la voce "Esperienza consigliabile ad una amico" registra voti molto alti, un ottimo segno visto che, nel caso del nuoto molti clienti sono venuti a conoscenza del centro sportivo Oasi 2000 grazie al passaparola.



3.2 Palestra: analisi descrittiva per il campione di 91 clienti

3.2.1 Informazioni generali

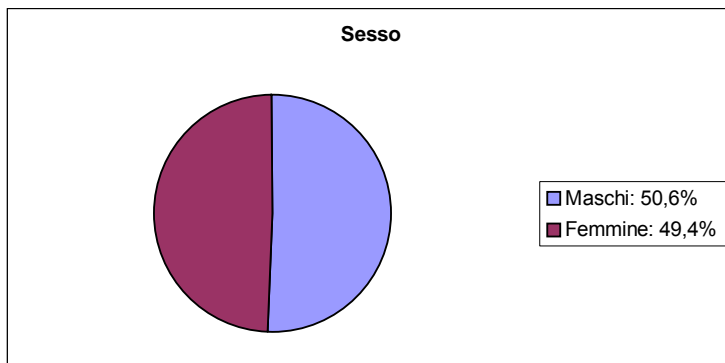


Figura 3.2.1 - Grafico relativo alla differenziazione per sesso

La proporzione uomini/donne è equilibrata, infatti i rispondenti al test sono per metà di sesso maschile e per metà di sesso femminile.

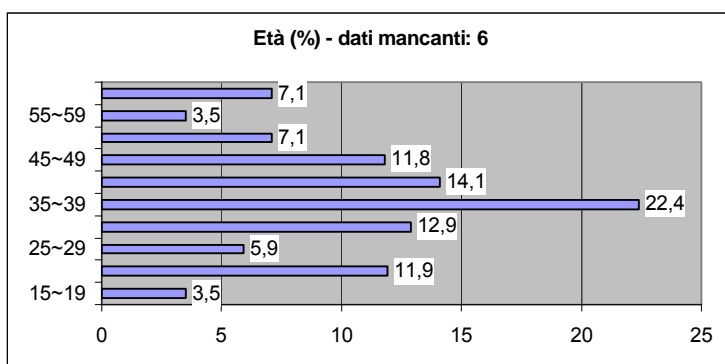


Figura 3.2.2 - Grafico relativo alla differenziazione per età

Notiamo che il più del 60% dei rispondenti cade entro il “blocco d’età” che va dai 30 ai 50 anni, con un picco rilevante tra i 35 e i 39 anni (più di 1/5 del campione).

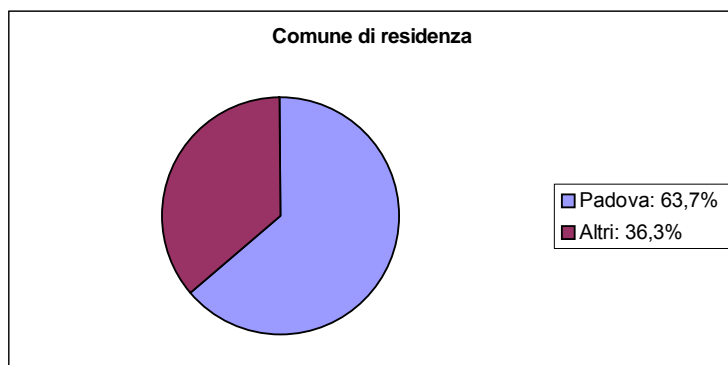


Figura 3.2.3 - Grafico relativo alla differenziazione per comune di residenza

Dal grafico si nota che i clienti sono in prevalenza residenti nel comune di Padova, circa i 2/3, i restanti risiedono in altri comuni, principalmente limitrofi la città.

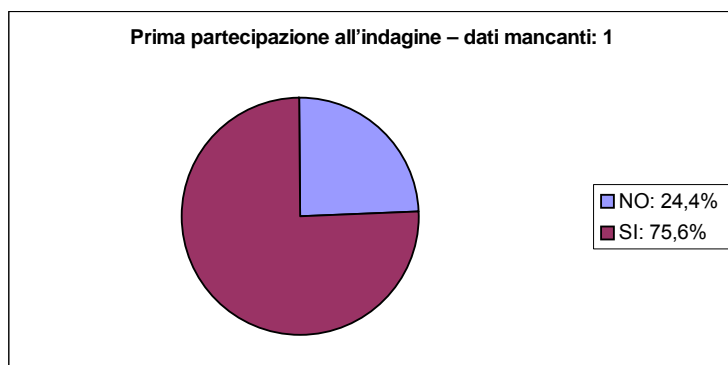


Figura 3.2.4 - Grafico relativo alla prima partecipazione all'indagine

Notiamo che più di 3/4 dei clienti che si sono sottoposti all'indagine lo facevano per la prima volta. Il restante quarto aveva già avuto modo di compilare un questionario simile l'anno precedente (relativo all'indagine del 2011).



Figura 3.2.5 - Grafico relativo alla prima iscrizione al centro

Il campione intervistato non è nuovo alla frequentazione del centro Oasi 2000: solo 1/3 dei rispondenti si è iscritto per la prima volta presso il centro, i restanti 2/3 avevano già avuto modo, in passato, di seguire un corso all'interno dell'impianto sportivo.



Figura 3.2.6 - Grafico relativo alla partecipazione a corsi analoghi in altri centri

Dal diagramma vediamo che una buona maggioranza degli intervistati (circa il 75%) ha avuto modo di frequentare la palestra (sala e corsi) presso altri centri sportivi, segno che c'è una buona percentuale di clientela che ha preferito dare fiducia al centro Oasi 2000, piuttosto che ad altre strutture, anche in relazione al grafico precedente dove i 2/3 degli intervistati non erano nuovi al centro. Il restante

quarto del campione non fa che confermare questa tendenza, visto che continua ad iscriversi al centro Oasi 2000, senza cercare altre palestre.

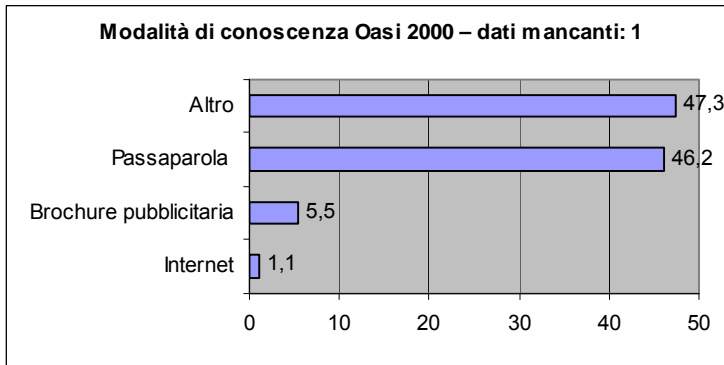


Figura 3.2.7 - Grafico relativo alla modalità con cui si è conosciuto il centro (possibili risposte multiple)

Ancora una volta, la prima cosa che si nota, è la bassa percentuale di clienti che sono venuti a conoscenza dell'impianto tramite i comuni metodi di comunicazione, come internet o brochure (nemmeno il 7%) e come, anche per la palestra, buona parte dei clienti (quasi la metà) abbia conosciuto il centro grazie al passaparola con amici e conoscenti.

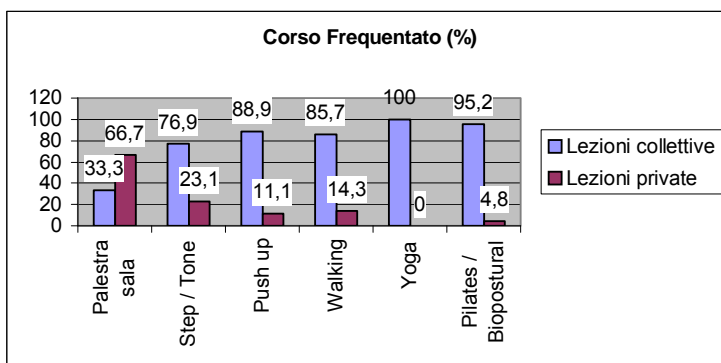


Figura 3.2.8 - Grafico relativo alle modalità di frequentazione del corso (possibili risposte multiple)

Dal grafico notiamo che c'è una sostanziale differenza tra i clienti che frequentano la palestra per i corsi, e quelli che la frequentano per la sala. Vediamo che la maggior parte dei clienti che frequentano i corsi, predilige lezioni comuni: in particolare nei corsi di yoga la totalità svolge un corso collettivo, e nei corsi di pilates la quasi totalità (più del 95%). Interessante la situazione per quanto riguarda i corsi di step/tone, dove seppur si prediligano i corsi collettivi, vi è una non trascurabile percentuale di clientela (circa il 25%) che preferisce lezioni private. In decisa controtendenza, come abbiamo detto, i clienti che frequentano la sala della palestra: qui solamente 1/3 delle persone segue lezioni collettive. La maggioranza degli intervistati (esattamente i 2/3) preferiscono lezioni individuali. Questo è dovuto certamente alla diversa tipologia di attività fisica (in sala pesi solitamente si lavora da soli), ma anche al fatto che alcuni clienti si fanno seguire da personal trainer.

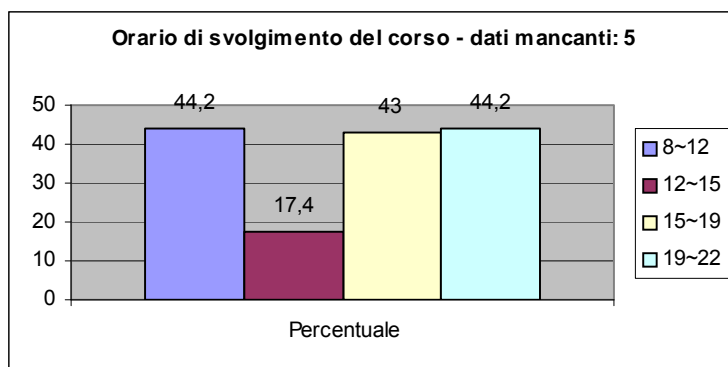


Figura 3.2.9 - Grafico relativo all'orario di svolgimento del corso (possibili risposte multiple)

Notiamo che, per quanto riguarda la palestra, i clienti sono equamente distribuiti durante la giornata (da ricordare che per palestra si intende sala e corsi). Vi è un ovvio calo di affluenza durante le ore centrali del giorno (dalle 12 alle 15).

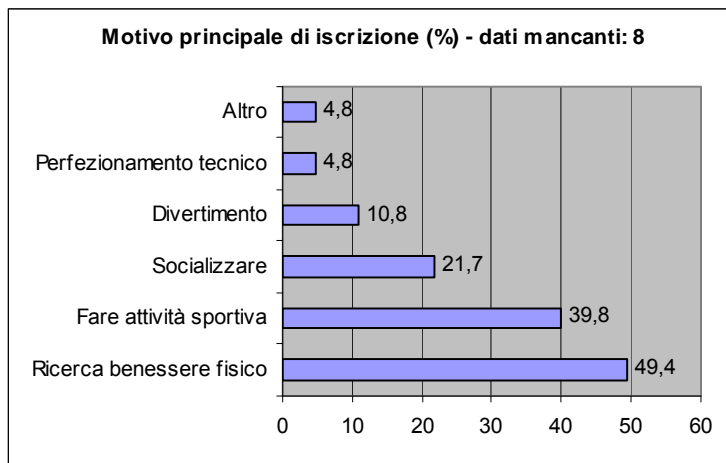


Figura 3.2.10 - Grafico relativo al motivo principale di iscrizione al centro (possibili risposte multiple)

Dal grafico possiamo notare che il motivo principale di iscrizione in palestra, è per ricercare il benessere fisico e fare attività sportiva: infatti queste motivazioni spingono quasi il 90% dei clienti. Assolutamente da tenere in considerazione la percentuale che si iscrive in palestra per divertimento e per socializzare (circa 1/3), quindi per motivazioni che potremmo definire “sociali e umane”.

3.2.2 Servizio di segreteria e bar

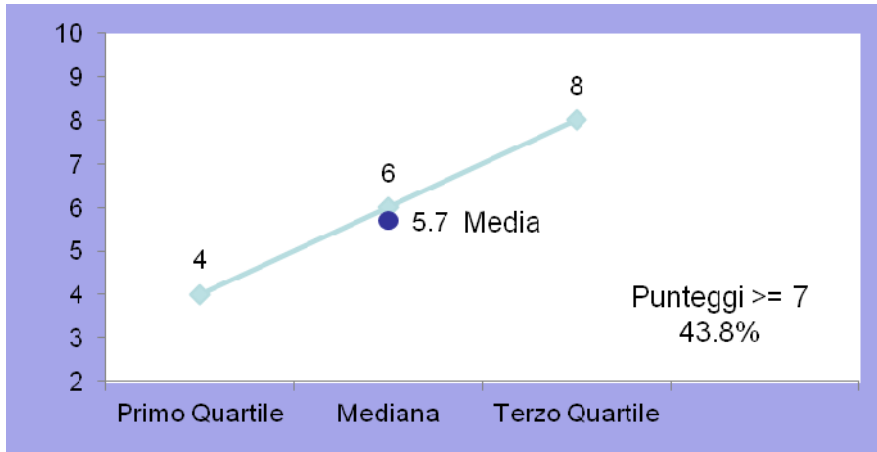


Figura 3.2.11 Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria

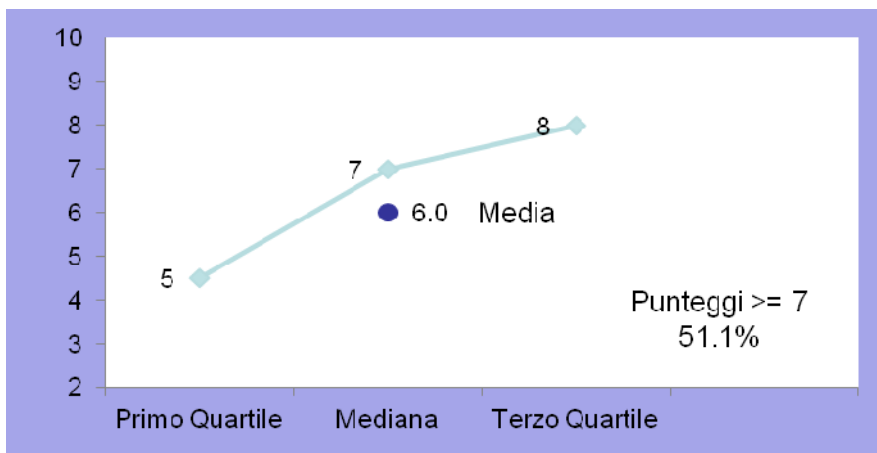


Figura 3.2.12 Cortesìa e disponibilità del personale della segreteria

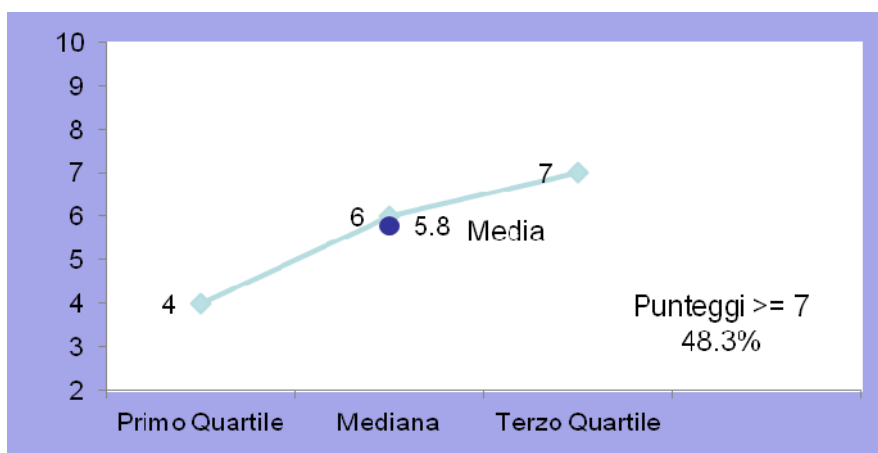


Figura 3.2.13 Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazione

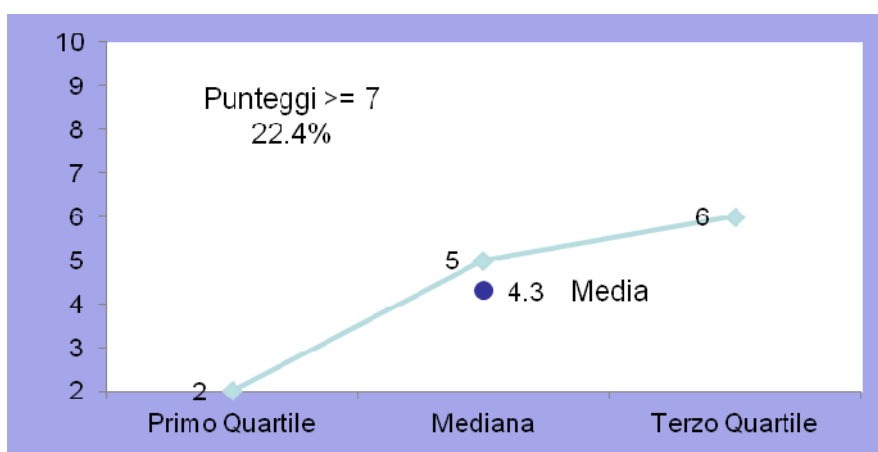


Figura 3.2.14 Gradimento del servizio bar

Possiamo notare, dai grafici sopra riportati, che la valutazione media, per quanto riguarda chiarezza e completezza delle informazioni, cortesia e disponibilità del personale della segreteria, adeguatezza del sistema di iscrizione e prenotazione, e gradimento del servizio bar, non supera mai la sufficienza, in particolar modo la media del gradimento del servizio bar è molto critica con un valore di 4,3.

Negativi sono anche i valori dei primi quartili, che raccolgono voti molto bassi (rispettivamente 4, 5, 4, 2). Ciò significa che almeno il 25% dei clienti dà una valutazione bassa o pessima del servizio di segreteria e ristorazione, dati avallati anche dal numero dei rispondenti al questionario che dà una valutazione superiore a 7: tale percentuale supera la metà (51%) solo alla domanda sulla cortesia della segreteria; per gli altri 3 punti non viene superata la percentuale del 50%. Particolarmente negativo, ancora una volta, il dato relativo al servizio bar, al quale solamente 1 persona su 5 da un giudizio superiore o uguale a 7.

3.2.3 Organizzazione attività

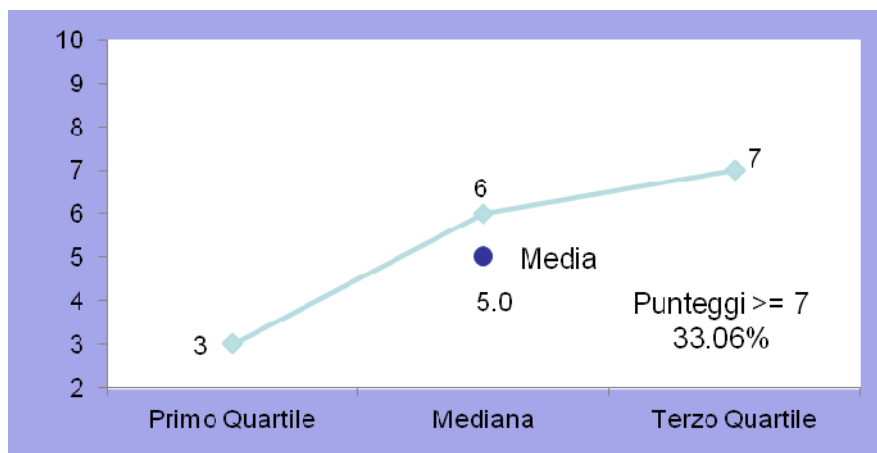


Figura 3.2.15 Adeguatezza degli attrezzi

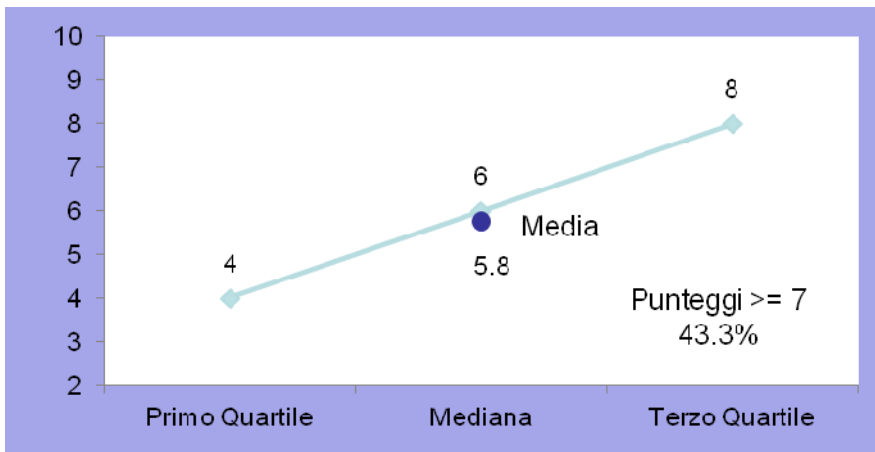


Figura 3.2.16 Adeguatezza degli ambienti

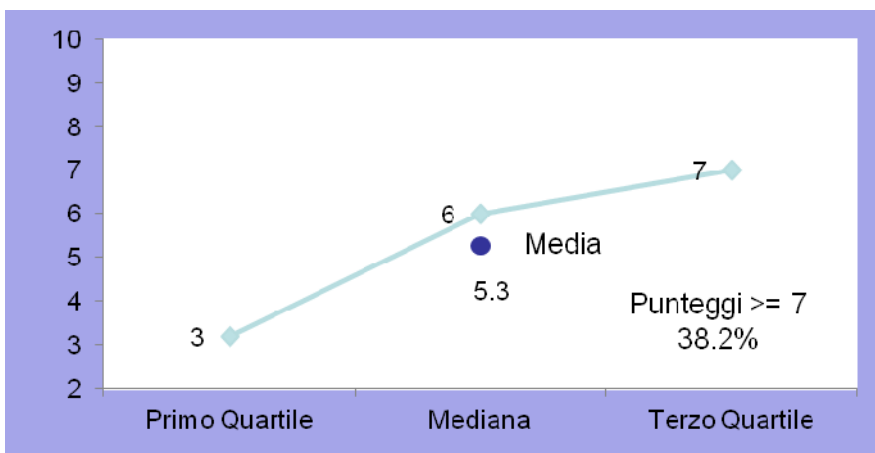


Figura 3.2.17 Gradimento di cura e igiene di spogliatoi e sale

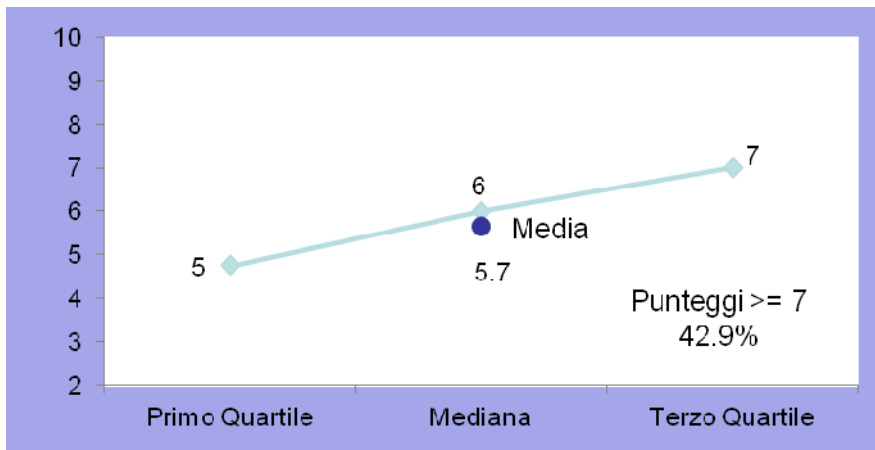


Figura 3.2.18 Adeguatezza e sicurezza ambienti e assistenza

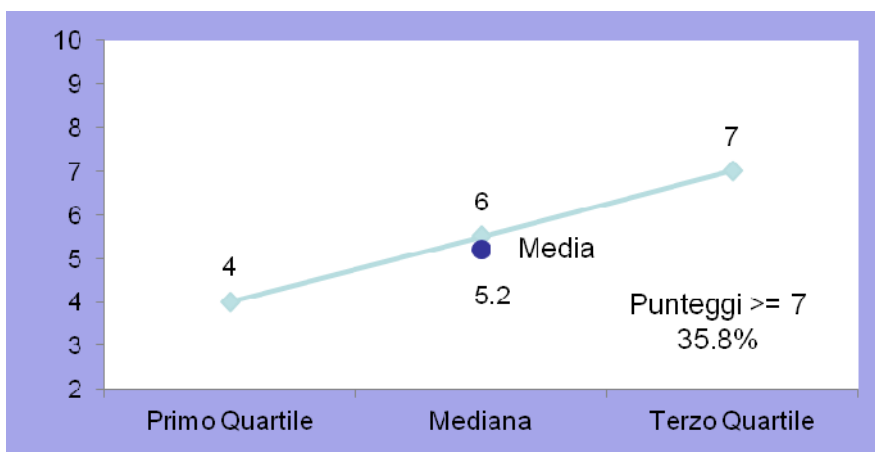


Figura 3.2.19 Gradimento centro estetico e sauna

Dai grafici notiamo, per quanto riguarda l'organizzazione dell'attività e il gradimento degli ambienti, che le valutazioni non sono positive. Solamente il 35-40% degli intervistati hanno dato un voto superiore o uguale a 7, e le medie in tutti i punti non superano la sufficienza (la media più alta è 5,8), evidente segno della non soddisfazione dei clienti. I primi quartili, danno anch'essi una valutazione decisamente bassa (rispettivamente 3, 4, 3, 5, 4): significa che almeno il 25% degli

intervistati ritiene molto critica la situazione per quanto riguarda l'organizzazione delle attività e l'adeguatezza degli ambienti.

3.2.4 Svolgimento attività

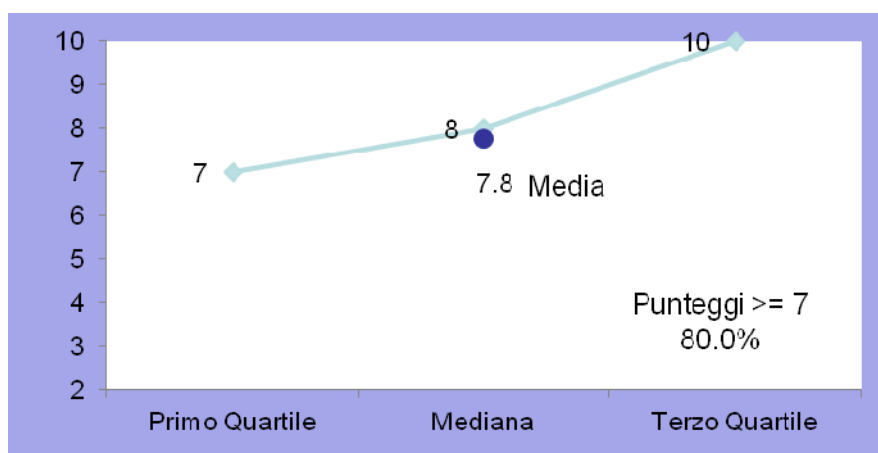


Figura 3.2.20 Chiarezza degli insegnamenti

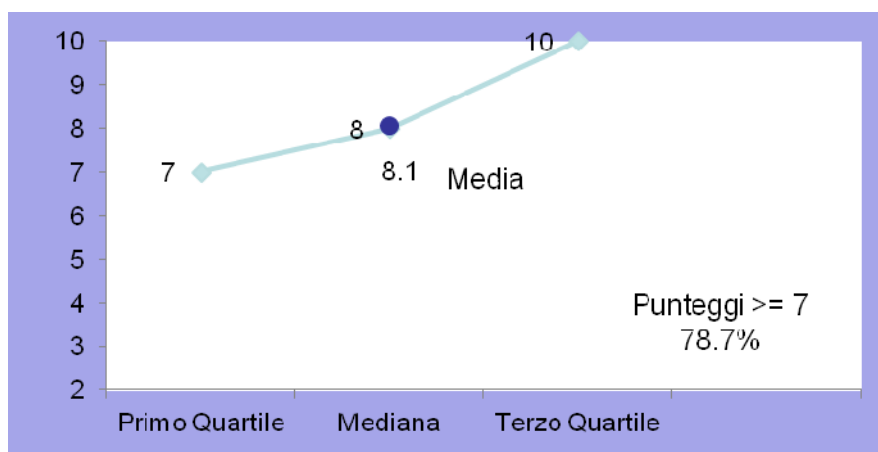


Figura 3.2.21 Cortesia e disponibilità dell'istruttore

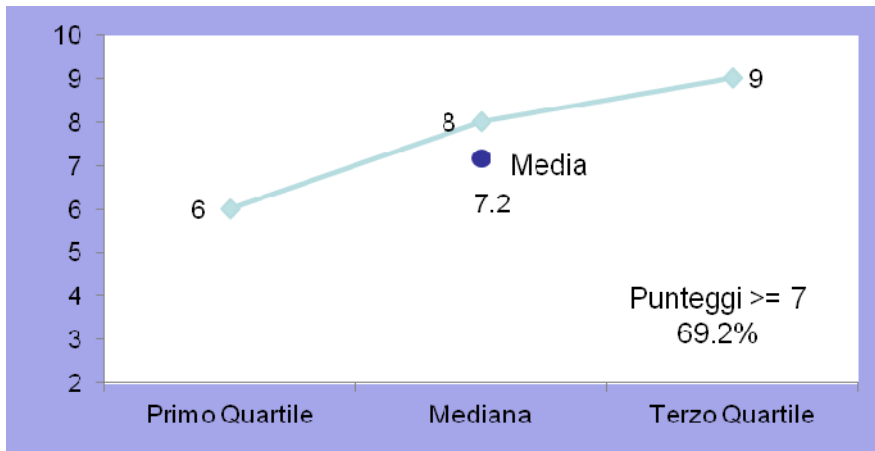


Figura 3.2.22 Sensazione di essere seguito durante le lezioni

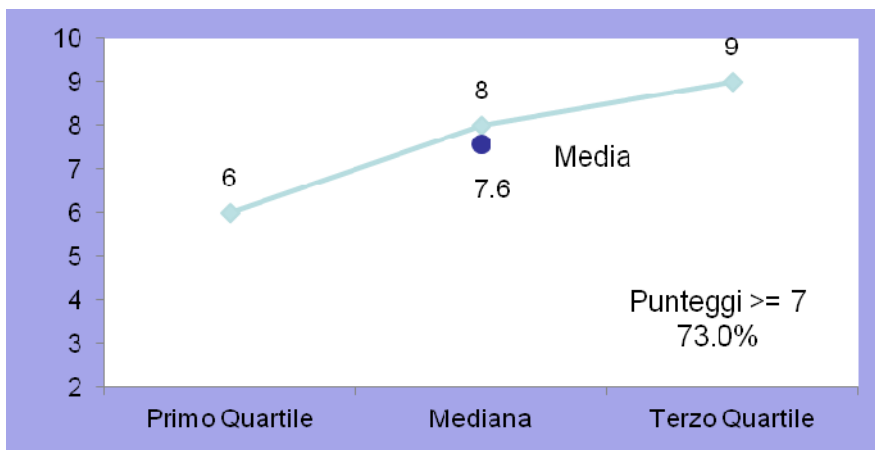


Figura 3.2.23 Divertimento durante le lezioni

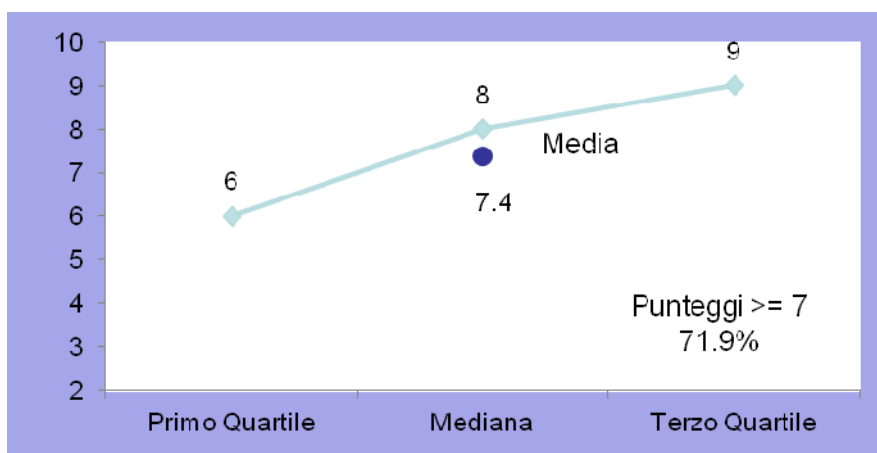


Figura 3.2.24 Accrescimento passione per l'attività

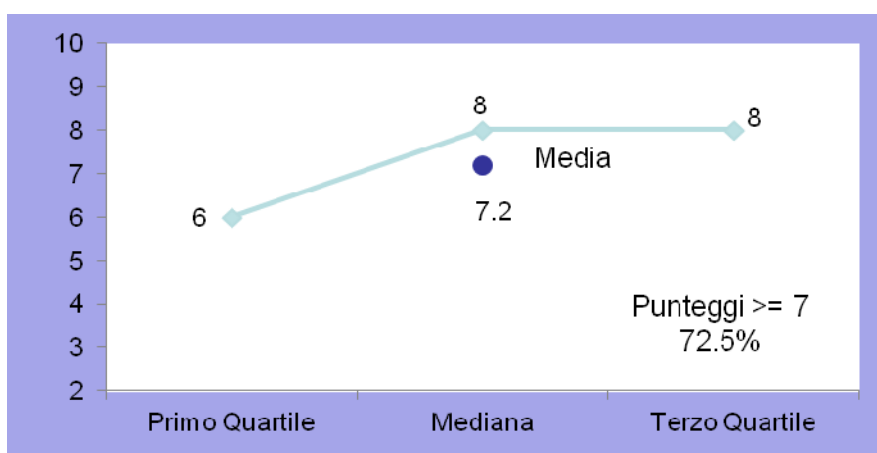


Figura 3.2.25 Soddisfazione complessiva per l'esperienza

Notiamo da questi grafici (da fig. 3.1.20 a fig. 3.1.25) che la soddisfazione complessiva dei clienti, per le modalità in cui si è svolta l'attività, è alta.

Osservando i risultati notiamo che i clienti, che danno una valutazione superiore o uguale a 7, sono, nel caso peggiore, il 70%, con un picco (80%) per quanto riguarda la chiarezza degli insegnamenti.

Andando a guardare le medie, vediamo che sono molto alte, tutte superiori al 7 o vicine all'8, chiaro segnale che i rispondenti al questionario sono mediamente

contenti dell'esperienza. In particolare la voce "Cortesia e disponibilità dell'istruttore" detiene una media molto alta (8,1). Per quanto riguarda i primi quartili, i punti relativi all'insegnamento registrano un discreto 7, mentre è rilevata una leggera criticità, assolutamente migliorabile, alle voci "divertimento", "aumento passione" e "soddisfazione complessiva".



3.3 Tennis: analisi descrittiva per il campione di 134 clienti

3.3.1 Informazioni generali

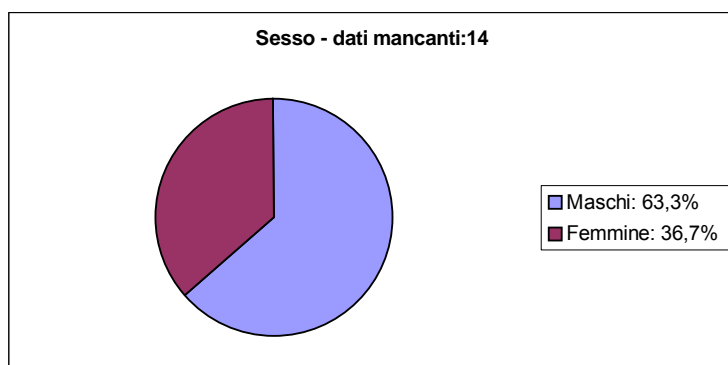


Figura 3.3.1 - Grafico relativo alla differenziazione per sesso

Il campione analizzato è composto per circa 2/3 da clienti di sesso maschile e per circa 1/3 da clienti femmine.

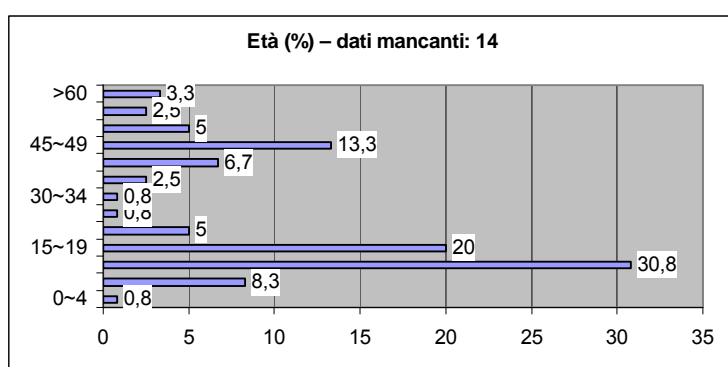


Figura 3.3.2 - Grafico relativo alla differenziazione per età

Notiamo che il 60% dei rispondenti cade entro il “blocco d’età” che va dai 5 ai 19 anni, con un picco rilevante tra i 10 e i 14 anni (1/3 del campione). I clienti tra i 40 e i 54 anni risultano essere, invece circa 1/4 del campione.

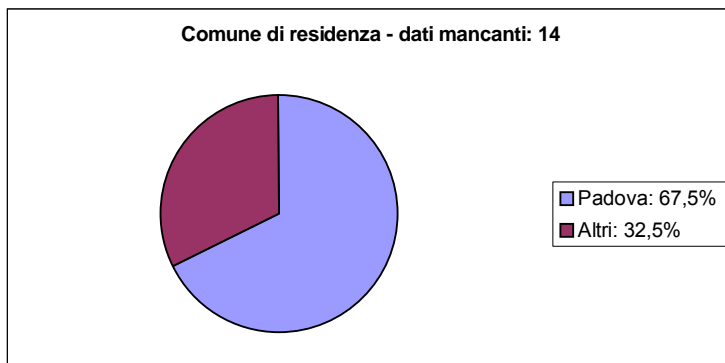


Figura 3.3.3 - Grafico relativo alla differenziazione per comune di residenza

Dal grafico si nota che i clienti sono in prevalenza residenti nel comune di Padova, circa i 2/3, i restanti risiedono in altri comuni, principalmente limitrofi la città.



Figura 3.3.4 - Grafico relativo alla prima partecipazione all'indagine

Notiamo che quasi la totalità (90%) dei clienti che si sono sottoposti all'indagine lo facevano per la prima volta. Il restante 10% aveva già avuto modo di compilare un questionario simile l'anno precedente (relativo all'indagine del 2011).

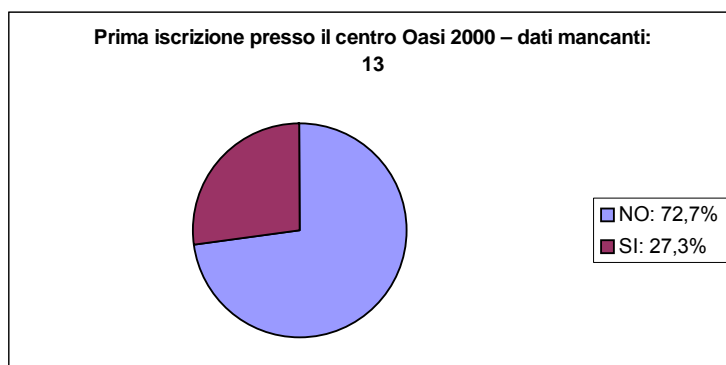


Figura 3.3.5 - Grafico relativo alla prima iscrizione al centro

Il campione intervistato non è nuovo alla frequentazione del centro Oasi 2000: solo 1/4 dei rispondenti si è iscritto per la prima volta presso il centro; i 3/4 avevano già avuto modo, in passato, di seguire un corso, o comunque di praticare uno sport all'interno dell'impianto sportivo.



Figura 3.3.6 - Grafico relativo alla partecipazione a corsi analoghi in altri centri

Dal diagramma vediamo che circa la metà degli intervistati ha avuto modo di partecipare ad un'esperienza simile (corsi di tennis o di arrampicata) presso altri centri sportivi, mentre l'altra metà non ha esperienze in centri diversi, e, o continua ad iscriversi al centro Oasi 2000, o è la prima volta che si cimenta con questa tipologia di attività sportiva.

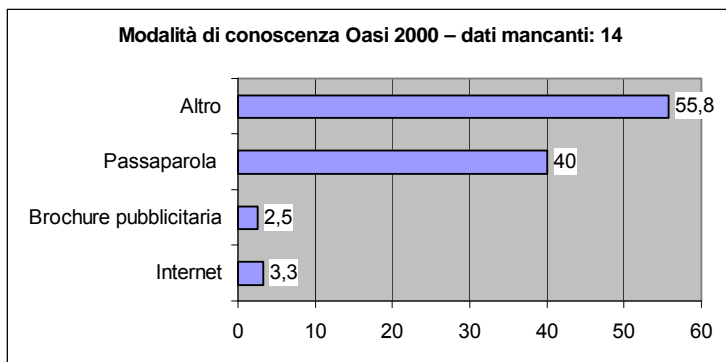


Figura 3.3.7 - Grafico relativo alla modalità con cui si è conosciuto il centro (possibili risposte multiple)

Come nei casi precedenti notiamo la bassa percentuale di clienti che sono venuti a conoscenza dell'impianto tramite i comuni metodi di comunicazione, come internet o brochure (meno del 6%) e come invece un buon 40% dei clienti abbia conosciuto il centro grazie al passaparola con parenti, amici e conoscenti. La maggioranza, tuttavia, ha "scoperto" il centro tramite altre modalità.

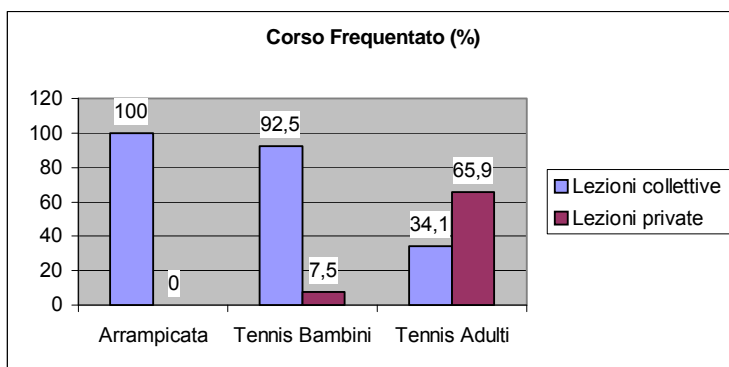


Figura 3.3.8 - Grafico relativo alle modalità di frequentazione del corso (possibili risposte multiple)

Dal grafico notiamo che c'è una sostanziale differenza, in base all'età, tra i clienti che praticano il tennis. Vediamo che la maggior parte dei clienti giovani (più del 90%) predilige lezioni comuni - questo, probabilmente, perché ai bambini si devono

ancora insegnare i fondamentali dello sport -, mentre i 2/3 degli adulti preferisce prendere lezioni private, essendo probabilmente più interessati a migliorare tecnicamente. Per quanto riguarda l'arrampicata, la totalità della clientela prende parte a corsi collettivi.

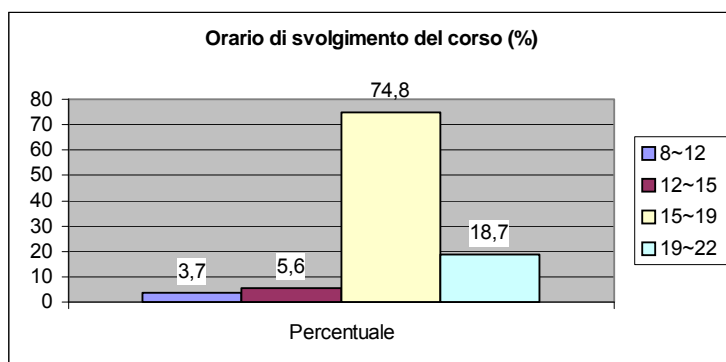


Figura 3.3.9 - Grafico relativo all'orario di svolgimento del corso (possibili risposte multiple)

Notiamo che, per quanto riguarda tennis e arrampicata, i 3/4 dei clienti frequentano il centro di pomeriggio (ciò è sicuramente dovuto al fatto che la maggior parte di essi, come abbiamo visto precedentemente, hanno un'età compresa tra i 5 e i 14 anni). Vi è quasi 1/5, invece, che frequenta il centro la sera dopo le 19.

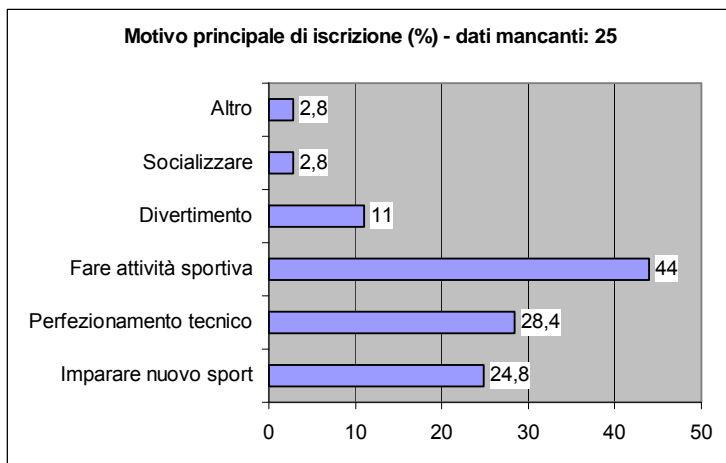


Figura 3.3.10 - Grafico relativo al motivo principale di iscrizione al centro (possibili risposte multiple)

Dal grafico possiamo notare, ancora una volta, che il motivo principale di iscrizione, con quasi il 50%, è fare attività sportiva. Chi invece vuole imparare un nuovo sport o perfezionarsi supera la metà. Ancora da tenere in considerazione la percentuale che si iscrive per divertimento e per socializzare.

3.3.2 Servizio di segreteria e bar

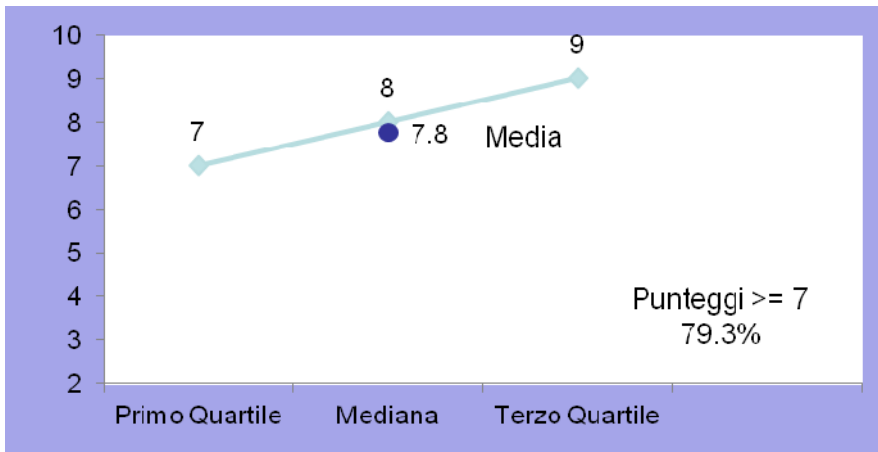


Figura 3.3.11 Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dalla segreteria

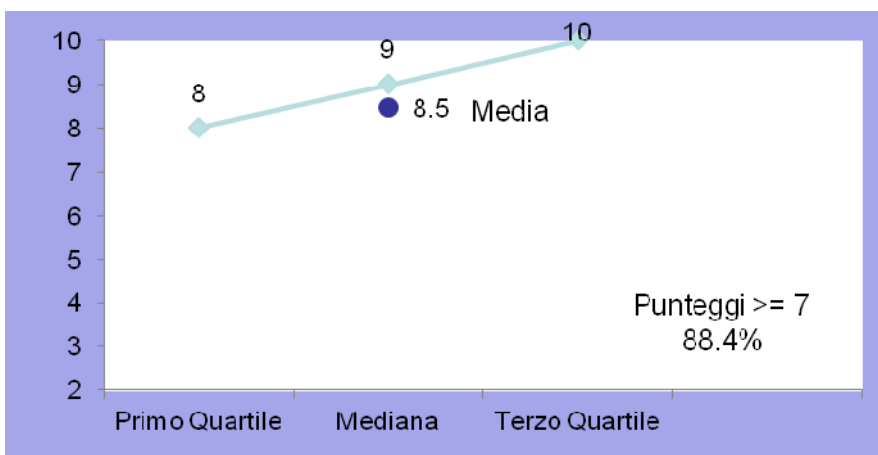


Figura 3.3.12 Cortesia e disponibilità del personale della segreteria

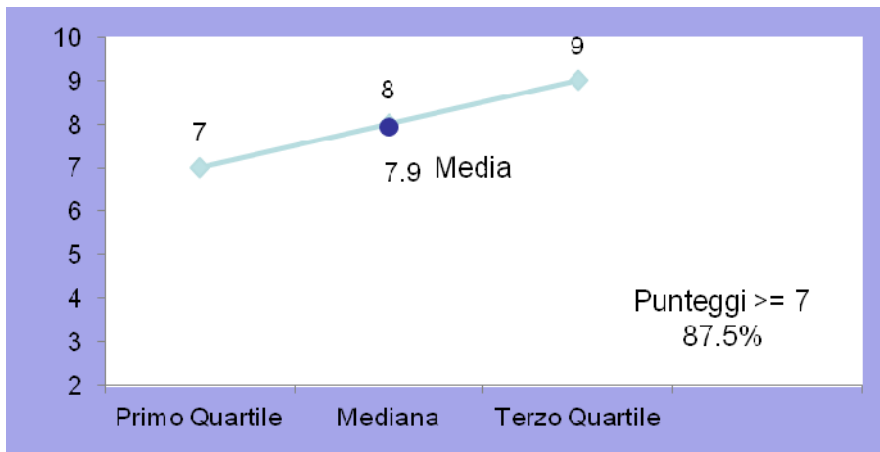


Figura 3.3.13 Adeguatezza del sistema di iscrizione e gestione prenotazione

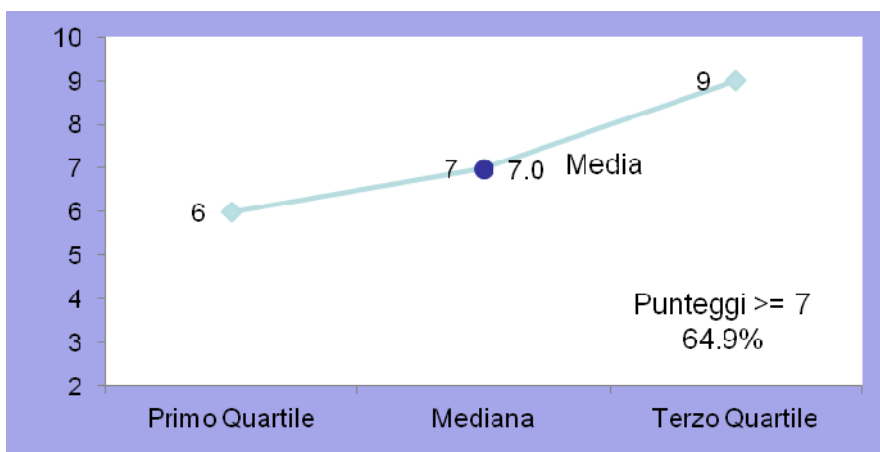


Figura 3.3.14 Gradimento del servizio bar

Possiamo notare, dai grafici sopra riportati, che la valutazione media, per quanto riguarda i servizi di segreteria, è abbondantemente maggiore di 7 (intorno a 8) quindi più che discreta; leggermente più bassa, ma comunque buona, invece, quella relativa al servizio bar, con un valore di 7.

Il valore del primo quartile, cioè il voto entro il quale ricadono le valutazioni del 25% dei rispondenti al questionario, è, nei primi 3 casi, maggiore o uguale a 7, quindi

più che soddisfacente, nel caso di servizio bar, invece, ancora una volta è più basso, con valore appena sufficiente, ma comunque considerato leggermente critico: c'è dunque da fare attenzione che questo non si abbassi ulteriormente.

Un buon risultato è il fatto che, nei primi 3 casi, gli intervistati che hanno dato una valutazione superiore o uguale a 7, sono compresi tra l'80% e il 90%. Anche per quanto riguarda la ristorazione, il risultato è soddisfacente, con una percentuale, del 65%.

3.3.3 Organizzazione attività

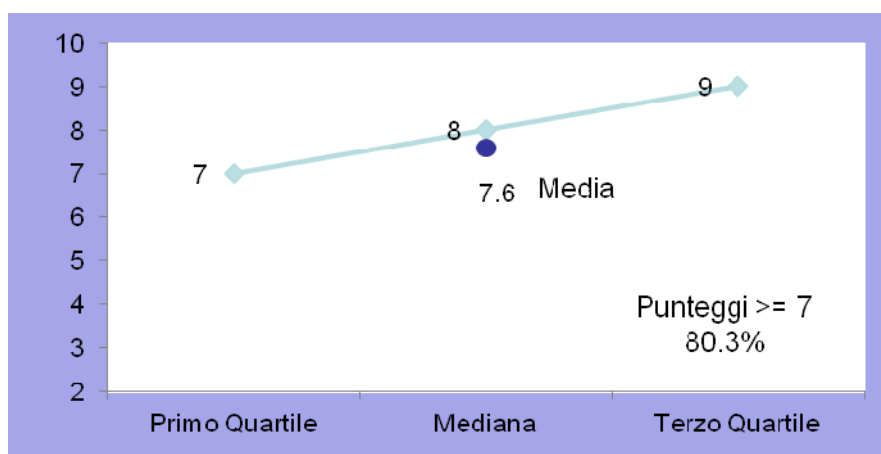


Figura 3.3.15 Gradimento di cura e igiene degli ambienti

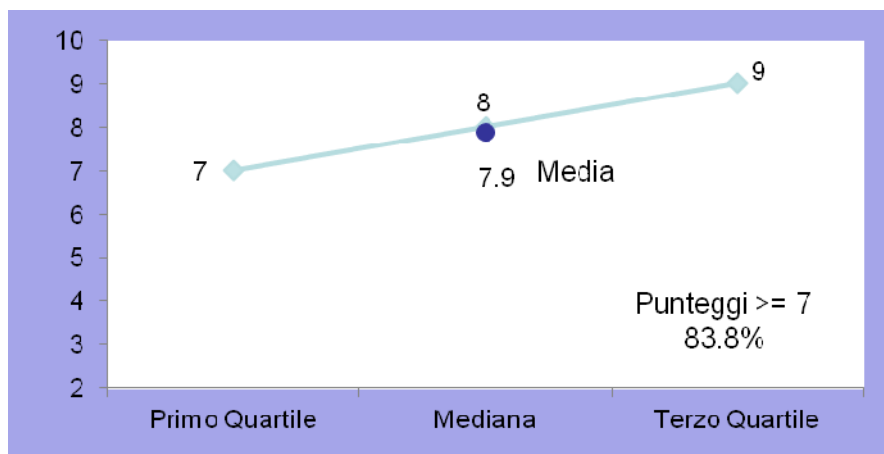


Figura 3.3.16 Adeguatezza e sicurezza degli ambienti e assistenza

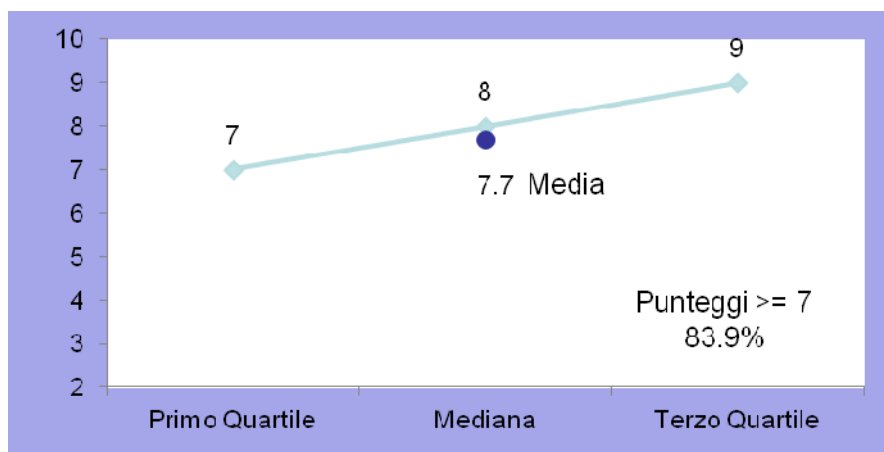


Figura 3.3.17 Adeguatezza dei campi e delle sale corsi

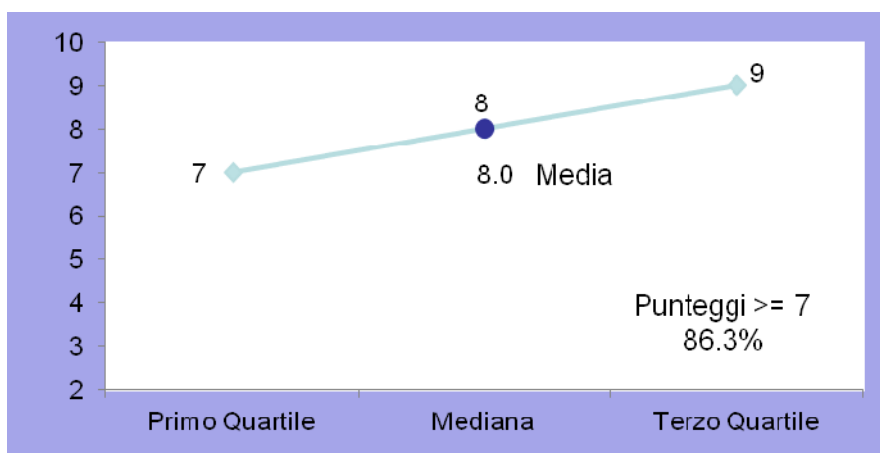


Figura 3.3.18 Adeguatezza del materiale didattico e degli attrezzi

Dai grafici vediamo che, per quanto riguarda l'organizzazione dell'attività e l'adeguatezza degli ambienti, le valutazioni sono tutte positive. Più dell'80% degli intervistati ha dato un voto superiore o uguale a 7, e le medie, in tutti i casi, si attestano tra il 7 e l'8. I primi quartili, danno una valutazione più che sufficiente, con un discreto 7 in tutte le domande.

3.1.4 Svolgimento attività

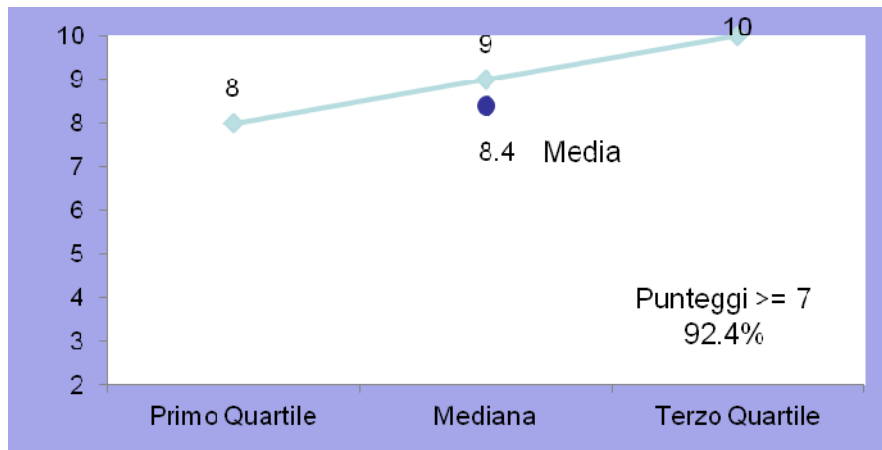


Figura 3.3.19 Chiarezza degli insegnamenti

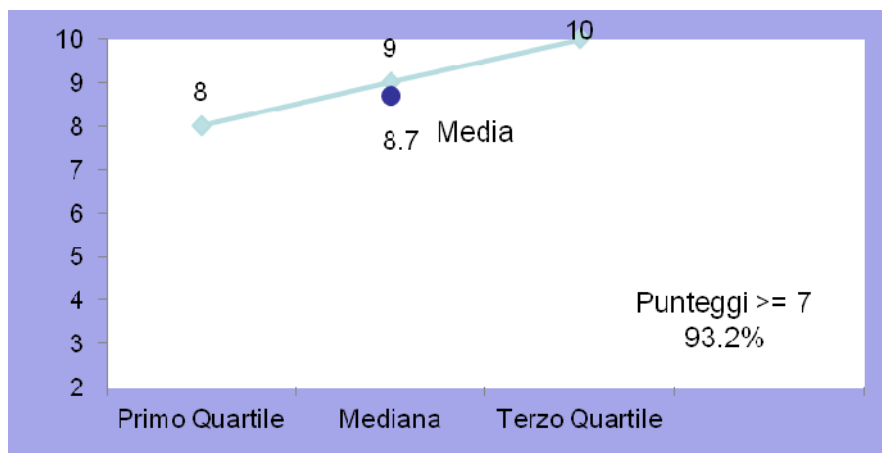


Figura 3.3.20 Cortesia e disponibilità dell'istruttore

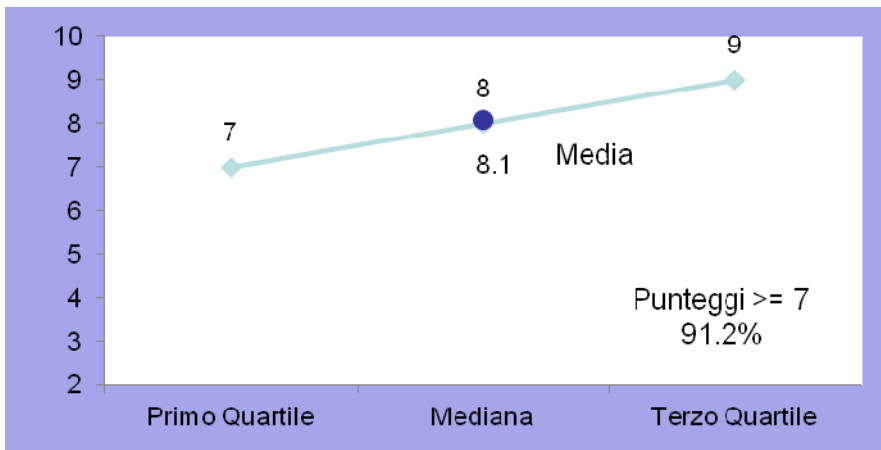


Figura 3.3.21 Sensazione di essere seguito durante le lezioni

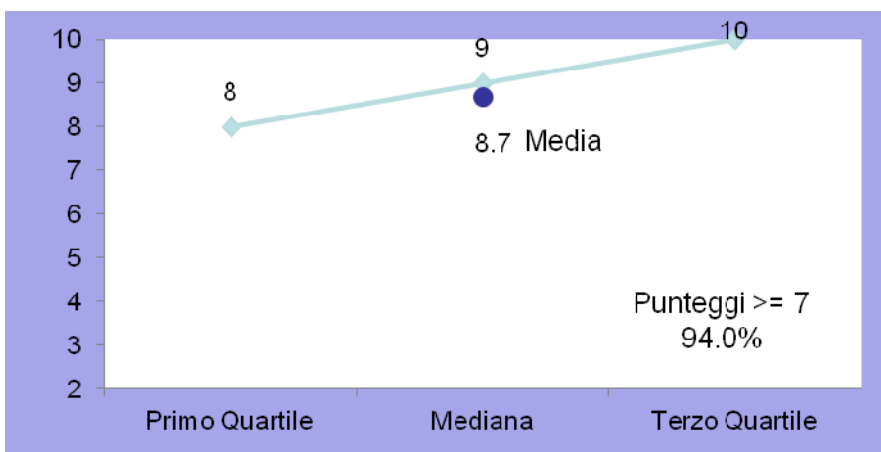


Figura 3.3.22 Divertimento durante le lezioni

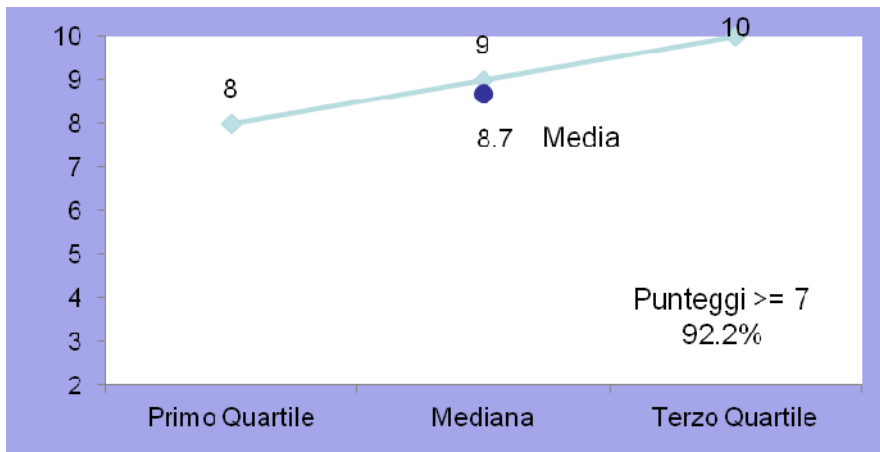


Figura 3.3.23 Accrescimento passione per l'attività

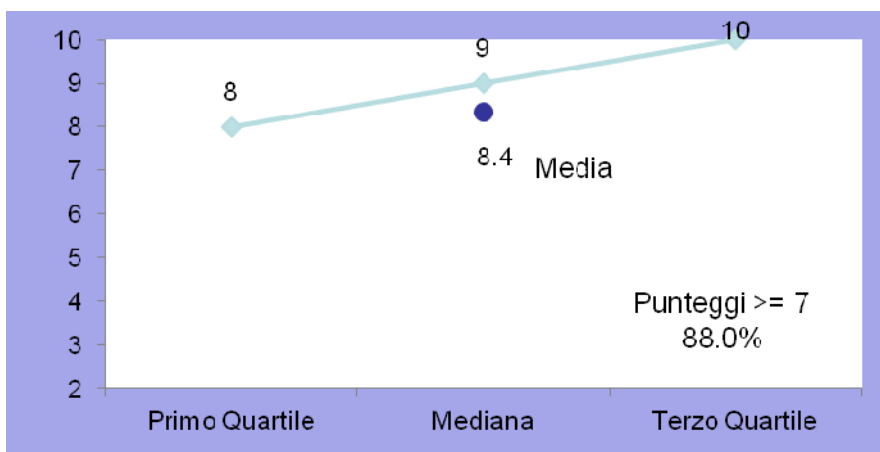


Figura 3.3.24 Esperienza consigliabile ad un amico

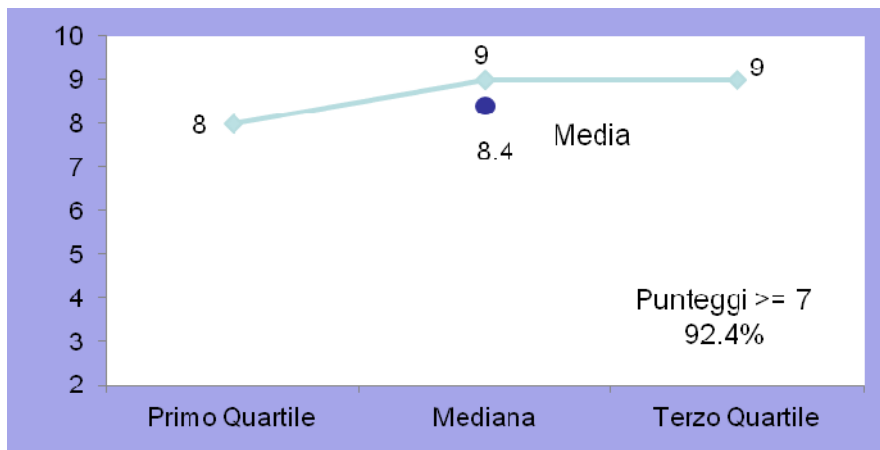


Figura 3.3.25 Soddisfazione complessiva per l'esperienza

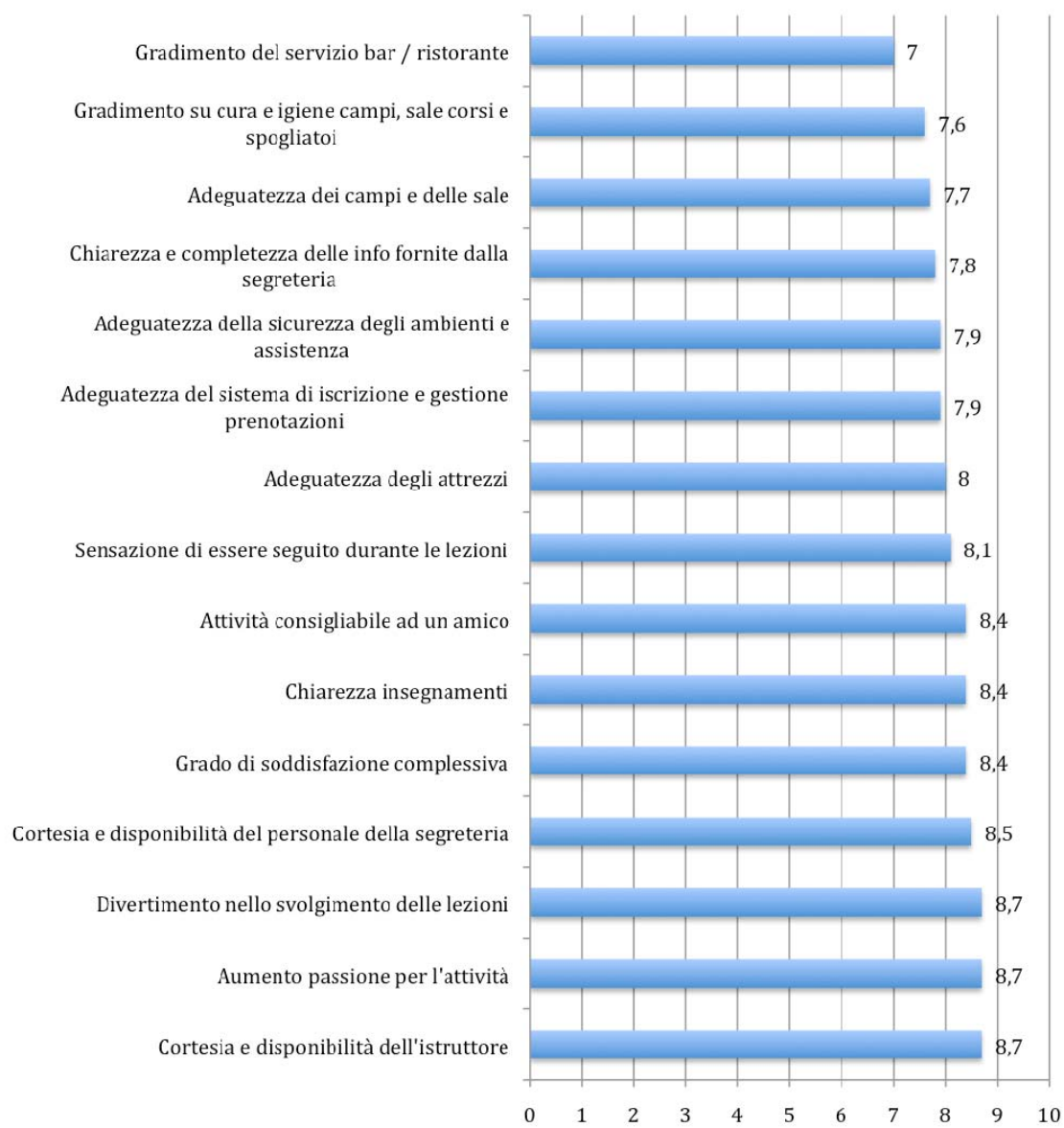
Notiamo da questi grafici (da fig. 3.3.19 a fig. 3.3.25) che la soddisfazione complessiva dei clienti, per le modalità in cui si è svolta l'attività, è molto alta.

Osservando i risultati vediamo che più del 90% dei clienti da una valutazione superiore o uguale a 7, con punte del 94% alla voce "divertimento".

Per quanto riguarda le medie, vediamo che sono molto alte, superiori all'8, e in alcuni casi vicine al 9, segno evidente che gran parte della clientela è soddisfatta.

I primi quartili sono tutti fissati sul 7 e sull'8, segno che davvero pochissime persone hanno dato un giudizio negativo o appena sufficiente. In particolare le voci "divertimento e accrescimento interesse" e "cortesia da parte dell'istruttore" registrano livelli di soddisfazione molto elevati.

Una visione d'insieme (punteggi medi)



CAPITOLO 4

Analisi delle criticità e focus group

4.1 Le criticità

Dal capitolo precedente abbiamo visto come i dati sono stati analizzati e sono stati creati dei grafici che descrivono la situazione per ogni aspetto.

I grafici visti finora, però, descrivono solamente la situazione in modo generale. In realtà è stata fatta anche una analisi stratificata per tipologia di corso e per fascia oraria, che divide i clienti in “gruppi” in base, o alla tipologia di corso frequentato di una determinata attività, o all’orario di frequentazione del centro sportivo: ecco che per l’attività del nuoto, per esempio, abbiamo sia i risultati per i corsi, l’acquafitness e il neonatale, sia i risultati in base all’orario, dalle 08 alle 12, dalle 12 alle 15, dalle 15 alle 19, dalle 19 alle 22.

Tutto ciò permette di compiere un’analisi più approfondita sulle criticità che sono emerse: tale studio di criticità deve essere visto come una risorsa da parte dell’azienda, dell’ente o della società, che ha ordinato la ricerca statistica, in quanto vengono evidenziati i punti sui quali è meglio intervenire il più brevemente ed efficacemente possibile, correggendo la situazione, e facendo sì che il miglioramento sia percepibile per il cliente.

Per analizzare le criticità, si va a vedere il valore del primo quartile, che è il voto massimo attribuito dal 25% degli intervistati (se per esempio il valore del primo quartile è 6, significa che 1/4 degli intervistati hanno dato un voto inferiore o uguale a 6).

Abbiamo dato 3 livelli di gravità alle criticità:

- Voto minore di 6 (escluso): criticità grave (colore rosso);
- Voto tra 6 (compreso) e 7 (escluso): criticità lieve (colore giallo);
- Voto superiore a 7 (compreso): nessuna criticità (colore verde).

Nel primo caso la criticità è grave: è necessario intervenire il prima possibile, poiché la valutazione è decisamente negativa, e il cliente non è per nulla soddisfatto.

Nel secondo caso la criticità è lieve: sarebbe bene intervenire perché significa che il cliente non è completamente soddisfatto del servizio offerto, e dà appena la sufficienza.

Nel terzo caso non esiste criticità: semaforo verde, il cliente è discretamente o completamente soddisfatto del servizio offerto, bisogna soltanto impegnarsi a mantenere la situazione così com'è, evitando che peggiori.

Questo capitolo si occupa proprio dell'analisi di queste criticità: abbiamo quindi tralasciato tutte quelle voci che non presentano problemi, e ci siamo concentrati, invece, su quegli aspetti più sensibili, lievi o gravi.

Sono stati organizzati in collaborazione con il centro Oasi 2000, con la direzione e i responsabili delle attività, dei *focus group* mirati, nei quali si sono analizzati i risultati negativi voce per voce, cercando una spiegazione, e successivamente una strategia per porvi rimedio.

Il *modus operandi* è stato quello di mostrare ad ogni responsabile le criticità riguardanti la propria attività, per poi proporre le seguenti domande:

1. Eravate a conoscenza di questo problema?
2. A cosa può essere dovuto?
3. Avete pensato di risolvere il problema? Se sì, come? Se no, avete delle idee per risolverlo?

Nel paragrafo successivo verranno presentate le criticità, per attività, con quanto emerso dai *focus group*.

4.2 I focus group

Legenda:

Valutazione < 6	Criticità grave
6 ≤ Valutazione < 7	Criticità lieve
Valutazione ≥ 7	Nessuna criticità

4.2.1 Nuoto

Tabella delle criticità emerse per il nuoto, per tipologia di attività

Domande \ Tipologia attività	Corsi	Aq.fit	Neo
2.1 Chiarezza e completezza info segreteria	6	5	6
2.2 Cortesia e disponibilità segreteria	6	5	7
2.3 Adeguatezza sistema iscrizione e prenotazione	6	5	7
2.4 Gradimento servizio bar	5	5	6
3.1 Cura e igiene di vasche, piano vasca e spogliatoi	6	6	7
3.2 Adeguatezza e sicurezza ambienti, e assistenza	7	6	7
3.6 Adeguatezza di materiale didattico e attrezzi	7	6	/

Tabella delle criticità emerse per il nuoto, per fascia oraria

Domande \ Fasce orarie	08~12	12~15	15~19	19~22
2.1 Chiarezza e completezza info segreteria	6	2	6	6
2.2 Cortesia e disponibilità segreteria	6	2	6	6
2.3 Adeguatezza sistema iscrizione e prenotazione	6	4	7	5,25
2.4 Gradimento servizio bar	5	2	6	0
3.1 Cura e igiene di vasche, piano vasca e spogliatoi	6	5	7	5
3.2 Adeguatezza e sicurezza ambienti, e assistenza	7	5	7	6
3.6 Adeguatezza di materiale didattico e attrezzi	6	5	7	6

3.10 Adeguatezza dell'offerta delle attività nuoto	8	6	7	6
3.11 Soddisfazione complessiva	7	5	7	7

Le tabelle sopra riportate danno una panoramica delle criticità emerse nell'attività del nuoto. Le domande che non presentavano criticità sono state eliminate, in modo da concentrare l'attenzione in quelli che sono i problemi riscontrati.

Abbiamo analizzato queste tabelle con la responsabile dei corsi nuoto, la sig. Lorena Marchi.

Notiamo fin da subito che, in entrambe le tabelle, sono emersi problemi sul gruppo delle prime 4 domande, quelle riguardanti il servizio di segreteria e ristorazione.

Partendo dal primo punto, la responsabile era a conoscenza delle lamentele dovute alla chiarezza e completezza delle informazioni della segreteria. Il problema è dovuto al fatto che il personale della segreteria, seppur conosca bene i regolamenti e le informazioni da dare al cliente, spesso non può essere preciso nei dettagli, cosa che sarebbe possibile solo se segreteria e attività in piano vasca fossero strettamente collegate. Per risolvere il problema, da quest'anno, per il cliente, c'è la possibilità di provare una lezione, in modo che questi possa realmente rendersi conto della tipologia di attività che si andrà a svolgere durante l'anno. Questa possibilità, stando ai primi dati, ha limitato molto la perdita di clienti.

Per quanto riguarda la cortesia e la disponibilità della segreteria, invece, il discorso è leggermente diverso: la responsabile anche questa volta è a conoscenza del problema, ma la motivazione di questa criticità è dovuta in buona parte alla soggettività del cliente. Il problema non è quindi oggettivo, o dovuto a particolari mancanze da parte del personale della segreteria, ma è dovuto alla risposta che il cliente si aspetta: esiste un regolamento ben preciso del centro, tuttavia se il personale della segreteria è permissivo rispetto a questo, allora il responso da parte del cliente è positivo, ma se il personale si attiene rigidamente alle regole,

ecco che il cliente interpreta questo comportamento come scortesie e mancanza di disponibilità. Per cercare, comunque, di arginare il problema, si è iniziato da quest'anno ad essere un po' più elastici, per quanto possibile, in base alle situazioni (come per esempio i tempi di pagamento).

Alla domanda sull'adeguatezza del sistema di iscrizione e prenotazione, la criticità è fondamentalmente dovuta all'orario di chiusura della segreteria. La soluzione migliore, richiesta anche dai responsabili, sarebbe certamente quella di tenere aperta la segreteria fino all'orario di chiusura del centro sportivo: così facendo si darebbe modo ai clienti di avere più tempo per le iscrizioni. Un'alternativa potrebbe essere quella di organizzare aperture extra della segreteria, durante i periodi di iscrizione o di rinnovamento dell'iscrizione ai corsi.

Il problema delle prenotazioni invece è stato risolto riorganizzando tutto il sistema: precedentemente la direzione aveva delegato una persona addetta al servizio prenotazione, ma questa dedicava poco tempo alla faccenda, e ciò comportava un disservizio per il cliente.

Alla domanda sul servizio di ristorazione, vediamo dalle tabelle che la criticità peggiora leggermente. C'è da fare una precisazione: all'interno di Oasi 2000 sono presenti 2 bar e 1 ristorante, e la criticità qui riportata riguarda il servizio bar all'interno della zona piscina. Questo è un problema conosciuto da tutti all'interno del centro: ciò che offre il bar è un servizio che col passare del tempo diventa sempre più scarso, soprattutto nella stagione invernale. In estate il discorso migliora leggermente perché il servizio di ristorazione si sposta all'esterno, e grazie al maggior afflusso di persone, dovuto in buona parte ai centri estivi, ci sono meno problemi. La criticità, secondo la gestione del bar, è dovuta al fatto che, nel momento in cui viene ampliata l'offerta, non vi è una risposta soddisfacente da parte dei clienti, che giustificano lo sforzo fatto per cercare di migliorare la situazione. Alcune possibili soluzioni, per risolvere il problema, possono essere quelle di pubblicizzare maggiormente il servizio (per esempio con lavagne, cartelloni, ecc...), di posticipare l'orario di chiusura di qualche ora (attualmente chiude alle

19), ma soprattutto rischiando di più in determinati momenti, come per esempio durante i molti eventi organizzati e promossi dal centro sportivo.

Nel blocco di domande circa l'organizzazione e lo svolgimento delle attività, notiamo che i punti più sensibili sono quelli riguardanti gli ambienti, la cura e l'igiene di questi, e l'adeguatezza del materiale didattico e degli attrezzi.

Presentando il problema, circa la cura e l'igiene degli ambienti, alla responsabile dei corsi, registriamo che non si era totalmente a conoscenza del problema. All'interno dei locali e degli ambienti vi è una pulizia continua da parte del personale, e buona parte del livello di pulizia dipende anche dall'educazione di chi usufruisce di tali ambienti. Certamente un maggior rispetto, per chi è addetto alle pulizie e per gli altri clienti del centro, permetterebbe un miglioramento sensibile della situazione. Un secondo punto è dovuto all'apparenza: il centro necessiterebbe di una ristrutturazione, cosa attualmente non possibile per mancanza di fondi. Alcuni componenti e parti strutturali della piscina, essendo vecchi, danno l'impressione di scarsa pulizia: in realtà è una condizione normale, che non pregiudica né la sicurezza, né la pulizia effettiva del centro.

Alla criticità dovuta all'adeguatezza del materiale didattico e degli attrezzi, troviamo un riscontro da parte dei responsabili: si è certamente a conoscenza del problema. In effetti il materiale (soprattutto l'attrezzatura per l'acquagym) non è tenuto in modo adeguato, e una parte andrebbe sostituita perché vecchia e inadeguata: purtroppo ciò non è possibile attualmente, ancora una volta per problemi di budget. Un problema particolarmente fastidioso risulta essere il fatto che il materiale, poiché conservato in modo inadeguato in contenitori di plastica ermetici, al momento dell'utilizzo è ancora bagnato: una soluzione al problema potrebbe essere l'acquisto di griglie sulle quali appendere il materiale, facendo sì che si asciughi velocemente e non si crei muffa.

Ora che abbiamo analizzato le criticità voce per voce, possiamo esaminare i problemi per fascia d'orario.

Notiamo immediatamente che le criticità si concentrano principalmente nell'orario tra le 12 e le 15: l'unico corso presente in questo periodo è l'acquafitness, quindi le criticità emerse sono dovute totalmente ai partecipanti di questo corso.

I problemi emersi dovuti al materiale, come abbiamo già avuto modo di spiegare precedentemente, sono dovuti soprattutto agli attrezzi usati dall'acquafitness: ecco spiegate le criticità in questa fascia d'orario. Per quanto riguarda il servizio di segreteria, notiamo una difficoltà maggiore, da parte del personale, nel dare spiegazioni soddisfacenti, perché un corso di acquafitness è certamente meno conosciuto e più complesso, rispetto ad un classico corso di nuoto. Alla voce "soddisfazione complessiva" troviamo una valutazione di 5: ciò è certamente un voto che riassume le criticità appena descritte.

Il secondo troncone di criticità gravi è nella fascia d'orario che va dalle 19 alle 22: notiamo che i problemi principali si trovano nel servizio di ristorazione e di segreteria, ma, come spiegato prima, questi sono servizi che chiudono ben prima dell'orario di chiusura del centro, e che, quindi, non possono far altro che registrare un fisiologico basso grado di soddisfazione.

4.2.2 Palestra

Tabella delle criticità emerse per la palestra, per tipologia di attività

Domande \ Tipologia attività	Pilate	Yoga	Walk	P. up	Sala	Step
2.1 Chiarezza e completezza info segreteria	5	5	4	5	4	6
2.2 Cortesia e disponibilità segreteria	5	5	4	5	4	6
2.3 Adeguatezza sistema iscrizione e prenotaz.	5	4	4	3	4	4
2.4 Gradimento servizio bar	4	2	4	4	2	4
3.1 Cura e igiene di spogliatoi e sale	4	0	3	3	4	4
3.2 Adeg. e sicurezza ambienti, e assistenza	5	2	4	4	5	5
3.3 Adeguatezza delle sale	5	0	4	3	5	4
3.4 Adeguatezza degli attrezzi	4	2	4	6	5	6
3.5 Gradimento centro estetico / sauna	6	6	5	4	4	4
3.8 Sensazione essere seguito durante lezioni	7	7	7	7	5	7
3.9 Divertimento durante le lezioni	8	8	7	7	6	7
3.10 Accrescimento passione per l'attività	7	8	6	6	6	6
3.11 Soddisfazione complessiva	7	6	7	8	7	6

Tabella delle criticità emerse per la palestra, per fascia oraria

Domande \ Fasce orarie	08 ~ 15	15 ~ 22
2.1 Chiarezza e completezza info segreteria	4	5
2.2 Cortesia e disponibilità segreteria	4	5
2.3 Adeguatezza sistema di iscrizione e di prenotazione	4	4
2.4 Gradimento servizio bar	3	1
3.1 Cura e igiene di spogliatoi e sale	5	3
3.2 Adeguatezza e sicurezza degli ambienti, e assistenza	3	3
3.3 Adeguatezza delle sale	6	3
3.4 Adeguatezza degli attrezzi	5	2
3.5 Gradimento centro estetico / sauna	4	4

3.6 Chiarezza insegnamenti	7	6
3.7 Cortesia e disponibilità istruttore	7	6
3.8 Sensazione di essere seguito durante le lezioni	7	5
3.9 Divertimento durante le lezioni	6	6
3.10 Accrescimento passione per l'attività	7	6
3.11 Soddisfazione complessiva	8	5

Le tabelle mostrate sopra danno una visione più specifica delle criticità emerse nell'attività della palestra. Come prima, le domande che non presentavano criticità sono state eliminate, così da focalizzare l'attenzione in quelli che sono i problemi riscontrati.

Abbiamo analizzato separatamente queste tabelle: prima con i responsabili della sala pesi, il sig. Denis Zoppello e il sig. Davide Grigolon, e successivamente con la responsabile dei corsi, la sig. Anna Bocchio.

Iniziamo la nostra analisi trattando le criticità della sala pesi.

Vediamo fin da subito che, in entrambe le tabelle, sono emersi, nuovamente, problemi sul gruppo delle prime 4 domande, quelle riguardanti il servizio di segreteria e ristorazione.

Alle domande riguardanti la segreteria, i responsabili hanno confermato di essere a conoscenza del problema: la motivazione principale è il fatto che il prezzario non era per niente chiaro, e di conseguenza la chiarezza, la completezza delle informazioni fornite, l'adeguatezza del sistema di iscrizione faceva registrare voti bassissimi, risultando così per niente soddisfacente. Tutto questo portava anche ad una condizione di risentimento nei confronti del personale della segreteria. Il problema è già stato risolto riportando prezzi chiari, uguali per tutti.

Un altro punto che ha determinato la scarsa soddisfazione, è il fatto che al bancone della segreteria della palestra, manca personale: una soluzione potrebbe essere quella di unire le segreterie di tennis e palestra, portandole a metà strada,

in modo da dare al cliente un servizio migliore, evitando di utilizzare altri soldi per assumere nuovo personale.

Per quanto riguarda il servizio di ristorazione e bar, i responsabili fanno notare che sono ben consapevoli del problema, e ammettono che la clientela ha giustamente di che lamentarsi. Il bar che si trova nell'area tennis ha cambiato gestione, e ora sembra funzionare molto meglio, ci sono più prodotti, e il servizio è decisamente migliorato. Il servizio ristorazione dell'area piscina, invece, come descritto nel paragrafo precedente, lascia parecchio a desiderare: secondo i responsabili, manca totalmente il lato commerciale, per esempio l'offerta di prodotti che siano congrui alla tipologia di attività sportiva svolta (integratori, frutta fresca, frullati di frutta, ecc...).

Passando alle criticità trovate nella parte riguardante l'organizzazione e lo svolgimento delle attività, notiamo che, per la sala pesi, i problemi principali sono relativi agli ambienti e agli attrezzi.

Alle domande relative alla cura e all'igiene degli spogliatoi e all'adeguatezza degli ambienti, notiamo delle criticità abbastanza gravi: i responsabili sono al corrente della situazione, e sottolineano il fatto che gli spogliatoi sono piccoli e inadatti e sono scarsi di arredamento, come per esempio di armadietti: le condizioni degli spogliatoi femminili sono accettabili, mentre i problemi principali si hanno in quelli maschili, che in totale sono 2. Nel primo spogliatoio gran parte degli armadietti sono bloccati con lucchetti, e altri sono rotti. Nel secondo spogliatoio gli armadietti sono scarsi. Si è già pensato di risolvere il problema liberando gli armadietti chiusi dai lucchetti, e sostituendo quelli rotti, aumentando allo stesso tempo il numero totale. In generale la cosa migliore sarebbe quella di ristrutturare gli spogliatoi, facendoli nuovi, cosa che per il momento non è fattibile per un discorso di budget.

Per quanto riguarda la domanda sull'adeguatezza delle sale, i responsabili fanno notare che la questione principale che scontenta i clienti è la tipologia stessa

dell'ambiente: la sala si presenta tutta chiusa, con poche finestre e scarsità di luce, fattori che comportano una sensazione di soffocamento. La soluzione ideale potrebbe essere quella di trasferire l'intera sala pesi nel posto ora occupato dagli spogliatoi estivi, un luogo ugualmente grande e arioso, con molta luce, e usare il posto ora occupato dalla sala pesi, come sala ideale per fare yoga.

L'adeguatezza degli attrezzi è un altro punto dolente: alcuni macchinari sono rotti o non funzionano bene: è stata chiamata l'assistenza, ma è costosa e richiede tempi lunghi. Il problema tuttavia dovrebbe andar risolto entro breve.

La criticità dovuta al gradimento del centro estetico è conosciuta: l'estetista è sicuramente molto brava, e svolge il suo lavoro ottimamente e con grande professionalità. Il motivo per lo scarso gradimento è dovuto ancor una volta alla struttura vecchia (anni '80) e agli strumenti e macchinari ormai superati. Inoltre è di dimensioni molto ridotte (solamente 2 stanze) e la concorrenza all'esterno del centro è molto forte e provvista di strumenti di lavoro all'avanguardia.

L'unica strada percorribile per migliorare la situazione sarebbe quella di rinnovare i macchinari e gli attrezzi di lavoro e spostare il centro estetico: o sopra la struttura del tennis, in un posto più ampio, oppure spostando gli spogliatoi, in un'ottica di ristrutturazione generale, riuscendo così a portare il centro estetico in mezzo a questi.

Alla voce "sensazione di essere seguiti", i responsabili avevano già individuato il problema e si sono già mossi per risolverlo: le difficoltà principali si avevano soprattutto verso la sera (come conferma la tabella per fascia d'orario), in quanto era presente solo un istruttore per tutta la sala. Attualmente dalle 18 in poi sono presenti 2 persone per seguire i clienti. Un secondo problema era dovuto alla presenza di un istruttore che si occupava di più a fare il personal trainer, piuttosto che seguire tutte le persone allo stesso modo, facendo così più gli interessi personali che quelli del centro sportivo. Il problema ora dovrebbe essere stato risolto.

Le ultime criticità, lievi però, le troviamo alle voci “divertimento” e “accrescimento passione”: questo è un problema fisiologico delle palestre, nel senso che a poche persone piace fare gli esercizi in serie, tipici di una sala pesi. Talvolta gli istruttori cercano di far crescere un po’ l’entusiasmo ai clienti, aumentando il numero di percorsi a circuito, privilegiando esercizi di tipo aerobico-cardio.

Differenziando l’indagine per fascia oraria ci accorgiamo che tutti i punti, fino a quello riguardante il gradimento del centro estetico, presentano criticità gravi, segno che i problemi affrontati prima, erano indipendenti rispetto all’orario.

Come sottolineato nell’analisi precedente le criticità che si manifestano durante la seconda parte della giornata, mentre nella prima parte non sono presenti, erano dovute al fatto che era presente un solo istruttore, problema, come detto, già risolto.

Proseguiamo l’analisi delle criticità della palestra relative ai corsi.

Notiamo ancora una volta delle gravi criticità sui servizi relativi alla segreteria: secondo Anna Bocchio, responsabile dei corsi, tale problema è certamente dovuto alla scarsa comunicazione tra gli insegnanti e la segreteria. Per risolvere il problema, il personale dovrebbe interessarsi di più dell’aspetto pratico dei corsi, in modo da essere in grado di fornire informazioni più chiare e dettagliate, adeguando anche il servizio di iscrizione e prenotazione ai corsi.

La criticità del bar, abbiamo capito essere un problema trasversale. Ancora una volta il servizio fornito dal bar del centro tennis, sembra essere abbastanza soddisfacente, mentre il gestore del bar della piscina, come negli altri casi, dovrebbe adoperarsi per migliorare l’offerta, soprattutto di prodotti congrui alle attività sportive svolte (frullati e centrifughe di frutta, ecc...).

Per quanto riguarda l’adeguatezza degli ambienti e degli attrezzi, la responsabile è, anche questa volta, a conoscenza della criticità, e spiega che il problema

principale è l'età della struttura e lo scarso budget a disposizione da investire, per migliorare la situazione. Sarebbe necessario trovare delle sponsorizzazioni, o un investitore esterno, in grado di impegnare del capitale per ristrutturare e rinnovare i locali. Un ambiente che per esempio andrebbe assolutamente migliorato, o spostato, è la sala walking: priva di ricambio di aria e troppo calda per il tipo di attività svolto.

Alla voce igiene, viene confermato che non sempre gli ambienti si trovano in buone condizioni, tuttavia non si giustificano delle valutazioni così basse: ciò è dovuto, nuovamente, al fatto che una struttura grande, e in parte vecchia, è difficile da gestire e da pulire in modo adeguato. Questo conferma la tesi che sarebbe necessario rinnovare i locali, rendendoli più congrui al tipo di attività svolta.

Per quanto riguarda la sauna e il centro estetico, le risposte sono state le medesime dei responsabili della sala pesi.

Passando alla diversificazione per orario, notiamo, anche per i corsi, un peggioramento la sera. La responsabile spiega che, durante le ore serali, la qualità si è abbassata: la programmazione non è stata fatta a dovere, e questo ha portato alla creazione di buchi d'orario. Ciò è dovuto ad un ritardo nell'organizzazione e pianificazione dei corsi, sviluppata a settembre dello scorso anno, anziché a maggio. Tale problema è già stato risolto, e si prevede per il prossimo maggio, l'organizzazione dei corsi invernali 2013/2014: pianificando i corsi, verrà senz'altro migliorata l'offerta al cliente, e verrà guardata, con un occhio di riguardo, la situazione relativa agli attrezzi.

4.2.3 Tennis

Tabella delle criticità emerse per il tennis, per tipologia di attività

Domande \ Tipologia attività	Adulti	Bambini	Arrampicata
2.1 Chiarezza e completezza info segreteria	7	7	6
2.4 Gradimento servizio bar	5	6	6
3.1 Cura e igiene di campi, sale corsi e spogliatoi	6	7	5
3.2 Adeguatezza e sicurezza ambienti, e assistenza	6	7	8
3.3 Adeguatezza degli attrezzi	6	8	7
3.4 Adeguatezza di sale corsi e campi	6	7	5

Tabella delle criticità emerse per il tennis, per fascia oraria

Domande \ Fasce orarie	08 ~ 19	19 ~ 22
2.4 Gradimento servizio bar	6	5
3.1 Cura e igiene di campi, sale corsi e spogliatoi	5	2
3.2 Adeguatezza e sicurezza ambienti, e assistenza	6	7
3.4 Adeguatezza di sale corsi e campi	7	3
3.10 Esperienza consigliabile ad altri	8	4

Sopra sono riportate le tabelle relative alle criticità emerse nell'attività del tennis e dell'arrampicata. Ancora una volta, le domande che non presentavano criticità sono state tolte, così da concentrare l'attenzione sui problemi riscontrati.

Le tabelle sono state analizzate con il responsabile tennis, il sig. Maurizio Lazzaroni.

Immediatamente ci accorgiamo che il tennis presenta un numero di criticità inferiore, e soprattutto di entità lieve.

Per quanto riguarda la segreteria, notiamo esserci solamente una lieve criticità, sollevata dai clienti che praticano l'arrampicata. Il responsabile era a conoscenza della questione, e sottolinea il fatto che a volte manca un po' la comunicazione tra chi dirige il corso e la segreteria: il maestro dovrebbe spendere più tempo per interessarsi alle questioni della segreteria e viceversa. Per ovviare a questo problema, che riguarda l'arrampicata, sarebbe necessario inserire una persona che faccia da tramite tra segreteria e istruttori, come invece accade nel tennis (il responsabile ha anche l'incarico di far ciò).

La criticità relativa al servizio bar, era ben nota, ed è già stata risolta, come ricordavamo prima, con un cambio di gestione del bar del centro tennis. Avremo un responso più preciso con la prossima indagine.

Sulle criticità riguardanti l'adeguatezza, la cura e l'igiene degli ambienti, è emerso che da tempo si cerca di combattere il problema: la motivazione principale è che l'organizzazione degli orari di pulizia e manutenzione non è adeguata. Questo è un problema che persiste da anni, dovuto ad una errata gestione precedente.

Il personale addetto alla manutenzione è presente solo in determinati orari, al di fuori dei quali non è reperibile. Le pulizie vengono fatte solamente la mattina, anche queste senza un'adeguata organizzazione per le ore pomeridiane e serali. Questa situazione è confermata anche andando a guardare quali sono le criticità per fascia d'orario: notiamo che nelle ore serali vi è un sostanziale peggioramento della situazione. La soluzione, che si sta pensando di mettere in pratica, per quanto riguarda il servizio di pulizia, sarebbe quella di dare in gestione il servizio ad una ditta esterna, che mantenga lo stesso personale, ma che al tempo stesso garantisca una distribuzione d'orario più equilibrata rispetto al flusso di clienti: tale soluzione purtroppo non può essere attuata per il servizio di manutenzione.

Un altro problema, presente soprattutto la sera, è la contemporaneità di tennis e calcetto che usano le stesse strutture: bisognerebbe provare a dividere le 2 attività, e vedere se, facendo ciò, vi è anche un ritorno in termini di miglioramento della qualità percepita.

Alla criticità riguardante l'adeguatezza di sale corsi e campi, la motivazione data dal responsabile, ancora una volta conscio del disagio, è quella dell'età delle strutture. Le coperture, per esempio, sono vecchie: per dare l'idea, poco tempo fa un pallone pressostatico è scoppiato. Un altro pallone, questa volta nuovo, ha continui problemi con la caldaia.

La soluzione, in questo caso, sarebbe un investimento per apportare migliorie all'impianto: è stata anche fatta una stima delle risorse che andrebbero investite, e si parlava di circa 300 mila euro, somma che al momento non è disponibile.

Bibliografia

- 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.
- Lawrence W. Fielding, Brenda G. Pitts and Lori K. Miller, University of Montana (1991), *Defining quality: should educators in sport management programs be concerned about accreditation?*, Journal of Sport Management, 5,1-17.
- Pietro Cagalli, 2010, *Valutazione statistica della bontà dei servizi offerti da una Scuola di Sci: una nuova prospettiva per il monitoraggio delle attività sportive*.
- Paolo Gottardelli, 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).
- Alberto Quartapelle (1994), *Customer Satisfaction*, McGraw-Hill.
- Giuseppe Negro (1996), *Organizzare la qualità nei servizi*, Il Sole 24 Ore Libri.