

Linee guida sulla qualità dei beni e dei servizi ICT per la definizione ed il governo dei contratti della Pubblica Amministrazione

Manuale operativo

# Dizionario delle Forniture ICT

Classe di Fornitura

# Misura della Customer Satisfaction

---

# MCS

Numero d'Oggetto/Part Number	Ed./Issue	Data/Date	Com. Mod./Ch. Notice	
MANUALE 4	2.0	19.05.2008	---	4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction

---

**INDICE**

1.	GENERALITÀ SUL DOCUMENTO.....	3
2.	DESCRIZIONE DELLA CLASSE DI FORNITURA.....	4
3.	MODALITÀ DI DEFINIZIONE DELLA FORNITURA .....	4
3.1.	OBIETTIVI.....	5
3.2.	UTENZA.....	5
3.3.	DIMENSIONE.....	5
3.4.	VINCOLI E REQUISITI .....	6
3.5.	STANDARD E NORME .....	6
4.	MODALITÀ DI STIMA DEI COSTI ANCHE IN FUNZIONE DELLA QUALITÀ RICHIESTA .....	7
5.	DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ E DEI PRODOTTI.....	9
5.1	ANALISI DEI REQUISITI.....	9
5.2	PROGETTAZIONE. ....	10
5.3	REALIZZAZIONE.....	10
5.4	GESTIONE.....	11
6.	DESCRIZIONE DEI PROFILI PROFESSIONALI COINVOLTI.....	12
7.	INDICATORI / MISURE DI QUALITÀ .....	16

## 1. GENERALITÀ SUL DOCUMENTO

Questo documento descrive uno dei lemmi del Manuale operativo “Dizionario delle forniture ICT” delle Linee guida sulla qualità dei beni e dei servizi ICT per la definizione ed il governo dei contratti della Pubblica Amministrazione. Ogni lemma del Dizionario rappresenta una classe di fornitura ICT elementare. Il Dizionario contiene tutte le classi di forniture che si sono ritenute necessarie per rappresentare compiutamente i contratti ICT delle pubbliche amministrazioni. Ogni lemma del Dizionario è autoconsistente e indipendente; esso prevede:

- **la descrizione della classe di fornitura ICT elementare**, che ha lo scopo di definirne univocamente l’ambito di applicazione;
- **l’esplicitazione di “regole” per l’uso della classe di fornitura**, utile a proporre al lettore suggerimenti sull’uso del lemma per la stesura dell’oggetto contrattuale;
- **la descrizione delle attività** relative alla classe di fornitura e dei relativi prodotti, utile al lettore come traccia riutilizzabile per scrivere contratti e capitolati tecnici;
- **una tabella che riassume attività, prodotti e indicatori di qualità**, utile al lettore come quadro sinottico che riassume il legame tra attività e relativi prodotti da queste realizzati ed identifica, in relazione ad entrambi, gli indicatori di qualità adottati per la classe di fornitura;
- **una scheda per ogni indicatore di qualità** (presente nella tabella di cui sopra), utile al lettore come traccia riutilizzabile, per scrivere contratti e capitolati tecnici;
- **un glossario** (ove necessario) specifico per la classe di fornitura.

Nell’ambito della complessa attività di scrittura di contratti e capitolati tecnici, i lemmi possono essere intesi come “ricette contrattuali” di immediato utilizzo mediante processi di copia e incolla, per rappresentare le esigenze della stazione appaltante.

Nell’ottica del riuso, particolare attenzione dovrà essere prestata alle imprescindibili e necessarie attività di specificazione e taratura delle classi di fornitura ICT elementari utilizzate e, successivamente, all’integrazione delle diverse classi di fornitura scelte in un unico e coerente contratto ICT.

La versione digitale di ogni lemma è singolarmente scaricabile dal sito CNIPA in formato editabile (.doc) che ne permette il riutilizzo anche parziale.

Per maggiori informazioni sull’utilizzo integrato delle classi di fornitura e dei processi trasversali si rimanda agli esempi contenuti nel Manuale applicativo “Esempi di applicazione”.

---

Numero d'Oggetto/Part Number	Ed./Issue	Data/Date	Com. Mod./Ch. Notice	
MANUALE 4	2.0	19.05.2008	---	4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction

## 2. DESCRIZIONE DELLA CLASSE DI FORNITURA

La Misura della Customer Satisfaction (MCS) è un servizio finalizzato all'organizzazione di misure dirette della soddisfazione degli utenti realizzate dai fornitori o da terzi avendo come punto di riferimento le forniture elementari contrattualizzate. La bontà dei risultati ottenuti dal rapporto contrattuale può essere misurata quindi rilevando periodicamente la qualità percepita dall'utente dei servizi o dei prodotti. Per fornitura del servizio MCS si intende un insieme di attività finalizzate a misurare tale qualità percepita.

Le attività prevalenti del servizio sono

- pianificazione della misura,
- progettazione della misura,
- realizzazione della misura,
- produzione dei risultati della misura.

Gli elementi di fornitura sono costituiti da:

- i documenti di progettazione della misura,
- la documentazione raccolta durante le interviste,
- il rapporto di misura.

La misura sarà individuata e temporalmente posizionata nel Piano della Qualità del progetto.

## 3. MODALITÀ DI DEFINIZIONE DELLA FORNITURA

La MCS si effettua attraverso rilevazione diretta del giudizio formulato dagli utenti in relazione agli aspetti ritenuti di maggior rilievo per il prodotto / servizio. Un elenco non esaustivo degli aspetti da prendere in considerazione è ad esempio:

- importanza del prodotto / servizio per le attività che l'utente deve svolgere;
- benefici primari conseguenti all'utilizzo del prodotto/servizio;
- facilità d'uso;
- facilità d'apprendimento;
- qualità e livello di difettosità / disservizi;
- affidabilità;
- facilità di installazione / attivazione;
- facilità di personalizzazione per il soddisfacimento di requisiti specifici;
- prestazioni;
- caratteristiche tecniche (occupazione di memoria, compatibilità con altri sistemi...);

---

- qualità dell'assistenza tecnica e applicativa;
- caratteristiche del personale di contatto;
- qualità della formazione, dei manuali utente, dell'help;
- qualità dell'output;
- funzionalità;
- supporto commerciale;
- prezzo;

- posizionamento rispetto ai prodotti / servizi omologhi di altri fornitori;
- valutazione personale dell'utente assegnata al prodotto / servizio;
- natura e frequenza d'uso del prodotto / servizio;
- precedenti modalità di svolgimento dell'attività.

Le valutazioni raccolte relativamente agli aspetti rilevanti suindicati forniscono, opportunamente correlate, il livello corrente di Customer Satisfaction e consentono l'individuazione degli interventi necessari ai fini del miglioramento.

### 3.1. OBIETTIVI

Il servizio MCS si prefigge di:

- definire i tempi e le periodicità della misura;
- definire i punti dell'organizzazione dell'Amministrazione su cui effettuare la misura;
- definire le modalità di validazione del progetto di misura da parte dell'Amministrazione;
- definire le tecniche di rilevazione;
- definire i livelli di visibilità dei risultati della misura;
- definire la reportistica che raccoglie i risultati della misura;
- effettuare la misura;
- elaborare i risultati della misura;
- predisporre il report con i risultati della misura;
- presentare i risultati della misura.

### 3.2. UTENZA

Il servizio è riferito a diverse popolazioni di destinatari, tra le quali possono identificarsi:

- il personale dell'Amministrazione in quanto committente che stipula l'accordo contrattuale;
- il personale dell'Amministrazione in quanto utente che utilizza i prodotti / servizi realizzati dal fornitore (es: il servizio informatica, il servizio anagrafe, il servizio ragioneria nelle vesti del o dei responsabili);
- l'utente finale: colui che riceve i benefici dei prodotti servizi realizzati (il cittadino, l'impresa).

### 3.3. DIMENSIONE

Le variabili che impattano su costi, rischi e qualità di questo processo di misura sono essenzialmente:

- la dimensione dei bacini di utenza su cui effettuare le misure;
- il campionamento dei bacini di utenza su cui effettuare fisicamente le rilevazioni;
- la distribuzione delle attività di misura in funzione:
  - del tempo a disposizione;

- del canale utilizzato per la rilevazione dei dati (telefono, fax, internet, interviste personali, ecc.).

### 3.4. VINCOLI E REQUISITI

Il vincolo principale è quello della tempificazione perché la misura della customer satisfaction coinvolge gli utenti e quindi è vincolata alle loro disponibilità di tempo. La pianificazione deve tener conto di opportuni margini che permettano di assorbire eventuali disdette di appuntamenti e ritardi.

La precisione della rilevazione è funzione della numerosità del campione su cui si sono effettuate le rilevazioni di soddisfazione.

La misura di customer satisfaction deve essere ripetuta periodicamente in modo da poter controllare la qualità percepita sui servizi misurati; la frequenza è funzione della durata del contratto relativo ai servizi sotto misura; la misura deve essere effettuata non prima che il servizio da misurare sia a regime (tipicamente a 6 mesi - un anno dal suo avvio) e si deve ripetere periodicamente (in genere annualmente) fino a conclusione del contratto.

Se le attività da misurare sono relative ad un progetto di sviluppo software la misura viene effettuata una sola volta a collaudi avvenuti; se al contrario le attività da controllare sono di esercizio le campagne di misura si ripetono periodicamente.

Le campagne di misura devono essere effettuate utilizzando sempre lo stesso questionario e mantenendo costanti per quanto possibile le condizioni di misura. Con questo accorgimento i risultati saranno confrontabili tra loro per controllare le evoluzioni del servizio nel tempo.

Anche le attività necessarie per effettuare queste misurazioni devono poter essere controllate mediante appositi indicatori di qualità.

Per la trattazione delle modalità di monitoraggio dei livelli di servizio si rimanda alla classe di fornitura specifica.

### 3.5. STANDARD E NORME

UNI 11098 (dicembre 2003) - Linee guida per la rilevazione della soddisfazione del cliente e per la misurazione degli indicatori del relativo processo.

---

Numero d'Oggetto/Part Number	Ed./Issue	Data/Date	Com. Mod./Ch. Notice	
MANUALE 4	2.0	19.05.2008	---	4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction

#### 4. MODALITÀ DI STIMA DEI COSTI ANCHE IN FUNZIONE DELLA QUALITÀ RICHIESTA

Le attività previste dalla presente classe di fornitura hanno una natura del tutto atipica rispetto alle attività descritte nelle altre classi di fornitura.

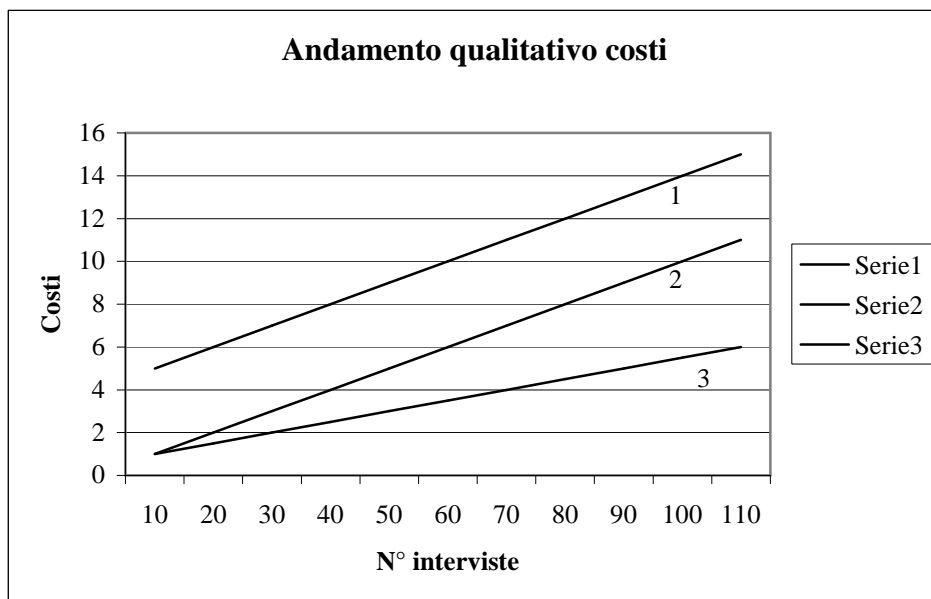
Come sempre comunque i costi sono funzione della qualità richiesta. Detta qualità è funzione di diversi fattori che in ordine di rilevanza sono:

- Numerosità delle interviste: le interviste possono essere più o meno numerose per due motivi:
  - La precisione che si desidera ottenere nella misura (si veda per questo la norma UNI 11098);
  - La grandezza della popolazione su cui indagare: il costo complessivo è molto influenzato da questo fattore e aumenta linearmente col numero delle interviste.
- Lunghezza del questionario: Il questionario può prevedere un diverso numero di domande in funzione della capillarità della rilevazione; se la rilevazione è effettuata per diversi servizi, o diversi prodotti le domande tendono ad aumentare. Il costo complessivo è poco influenzato dalla lunghezza del questionario che può far variare solo il tempo necessario alla somministrazione (compilazione).
- Modalità di somministrazione del questionario: la localizzazione delle interviste può far variare di molto il costo della misura, infatti è diverso se le persone da intervistare sono tutte nello stesso sito o se sono distribuite in vari siti più o meno lontani tra loro:
  - La localizzazione è un concetto da tenere in considerazione se le interviste sono personali, telefoniche o postali. Il costo complessivo è molto influenzato dalla localizzazione della misura, i costi possono raddoppiare o triplicare se le persone da intervistare non sono concentrate ma distribuite sul territorio.
  - La localizzazione è un concetto non applicabile se la rilevazione è effettuata per posta elettronica o mediante applicazioni web.
  - Il sistema di rilevazione può essere di vario tipo:
    - intervista personale;
    - questionario somministrato via web o posta elettronica o posta convenzionale;
    - telefonico.

Il costo legato al sistema di rilevazione influenza molto il costo complessivo: i costi sono bassi per questionari compilati dagli intervistati autonomamente mentre sono più alti nel caso di ricorso a intervistatori telefonici e ancor più nel caso di interviste personali.

- Riutilizzo di tecniche e strumenti esistenti:
  - Se la campagna di misura è effettuata per la prima volta la progettazione della misura incide sensibilmente sui costi.
  - Per le campagne successive non è necessario rifare la progettazione e quindi il relativo costo è nullo a meno di costi di pianificazione e restano solo i costi di realizzazione e gestione della misura.

Un andamento qualitativo dei costi può essere così rappresentato:



dove:

- serie 1 riguarda il caso di nuova rilevazione che necessita di progettazione, con siti dove fare le interviste, di tipo personale, distribuiti;
- serie 2 riguarda il caso di rilevazione successiva alla prima (senza progettazione), sempre con siti distribuiti e interviste personali;
- serie 3 riguarda il caso di rilevazione successiva alla prima (senza progettazione, ma con siti concentrati e interviste telefoniche).

## 5. DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ E DEI PRODOTTI

Le attività ed i prodotti relativi ai processi organizzativi e di supporto (processi trasversali), e cioè per esempio quelli relativi a gestione, documentazione, gestione della configurazione e assicurazione della qualità non sono descritti nella classe, per la loro descrizione si rimanda alle classi specifiche. Nel caso in cui attività o prodotti relativi a questi processi abbiano particolare rilevanza o criticità per la classe, essi sono comunque richiamati, evidenziando gli aspetti rilevanti o critici, rimandando per le caratteristiche generali alla classe del processo.

La realizzazione di un servizio MCS richiede l'espletamento delle attività descritte nel seguito e riepilogate nella tabella seguente insieme ai prodotti cui esse danno luogo.

Per ciascuna attività sono inoltre indicati:

- i profili professionali EUCIP responsabili dell'esecuzione dell'attività;
- una stima indicativa del peso percentuale di ciascuna attività fatto cento la quantità di lavoro (effort) totale richiesta da tutte le attività di natura progettuale componenti la classe di fornitura

Attività	Effort %	Input	Output	Profilo Professionale Responsabile
Analisi dei requisiti	5	Documentazione contrattuale	Specificazione dei requisiti	Responsabile Commerciale
Progettazione	20	Specificazione dei requisiti	Progetto della MCS	Supervisore di un Centro di Assistenza
Realizzazione	10	Progetto della MCS	Piano delle attività	Supervisore di un Centro di Assistenza
Gestione	65	Piano delle attività	Analisi della Customer Satisfaction	Supervisore di un Centro di Assistenza

Le stime di effort indicate in tabella ipotizzano indagini basate su interviste telefoniche a campioni significativi di utenti (orientativamente 100-200 utenti) e interviste personali di approfondimento e verifica con i committenti ed alcuni utenti. Nel caso si utilizzino altre tecniche, in particolare questionari on-line, l'effort delle attività di progettazione e soprattutto di realizzazione potrebbe essere significativamente superiore e quello dell'attività di gestione inferiore.

### 5.1 ANALISI DEI REQUISITI.

Lo sviluppo e la gestione della Customer Satisfaction passano attraverso la costante misura del giudizio dei clienti o, in senso più ampio, attraverso "l'ascolto della clientela" che consente di seguire nel tempo l'evoluzione delle esigenze, delle attese e delle percezioni.

È necessario far riferimento ad un sistema integrato di rilevazione, in grado di fornire un quadro di riferimento aggiornato sulle attese, sulla qualità dell'offerta globale, sui fattori di

soddisfazione e insoddisfazione e sulle criticità emergenti per individuare nuove possibili aree di intervento.

Il modello deve pertanto prevedere:

- controllo della performance percepita dagli *utenti committenti* (secondo la definizione data al punto 2.2. Utenza) attraverso domande generali *sulla soddisfazione complessiva* e sulle singole aree di servizio per l'analisi dell'impatto relativo alle azioni di medio / lungo termine;
- misurazione del livello di servizio offerto (livello specifico) e/o percepito attraverso *survey periodiche sui servizi* rivolte ai *clienti utilizzatori* (secondo la definizione data al punto 2.2. Utenza) per la verifica dell'impatto delle azioni a breve termine.

L'analisi dei requisiti della misura si concretizza in un documento **Specifica dei requisiti** che deve mettere in evidenza:

- i committenti della misura;
- gli utenti su cui misurare;
- i requisiti della misura in termini di tempo;
- i vincoli economici;
- la precisione attesa dalla misura;
- vincoli organizzativi per l'effettuazione della misura.

Il documento **Specifica dei requisiti** deve essere validato dall'Amministrazione prima dell'avvio della fase successiva.

## 5.2 PROGETTAZIONE.

A seguito della definizione ed approvazione dei requisiti della misura si procede alla progettazione vera e propria che si concretizza nel documento **Progetto della MCS** che raccoglie:

- riepilogo dei requisiti su cui si basa la progettazione della MCS,
- pianificazione delle attività;
- organizzazione della MCS;
- questionario per la MCS;
- algoritmi per l'elaborazione dei risultati;
- individuazione dei rapporti da produrre.

Si mette in evidenza che il questionario deve contenere una o più domande finalizzate a rilevare il gradimento dell'intervistato per questa tecnica di rilevazione della sua soddisfazione: in concreto si tratta di misurare anche la qualità di questo processo di misura.

## 5.3 REALIZZAZIONE.

Numero d'Oggetto/Part Number	Ed./Issue	Data/Date	Com. Mod./Ch. Notice	
MANUALE 4	2.0	19.05.2008	---	4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction

Questa fase è finalizzata a produrre tutto quanto necessario per effettuare la misura: stampa dei questionari, predisposizione delle liste delle persone da intervistare, predisposizione degli archivi ove registrare i risultati, attrezzaggio dei posti di lavoro.

È costituita dai compiti di acquisizione, integrazione e documentazione di:

- Strumenti tecnologici necessari;
- Software per la gestione della banca dati;
- Costruzione di dati per effettuare le prove ed effettuazione delle prove;
- Registrazione dei risultati delle prove.

La fase prevede la realizzazione del documento **Piano delle attività** che documenta tutto ciò che si realizza.

#### 5.4 GESTIONE

Questa fase è scomposta in attività elementari i cui risultati saranno concretizzati nel documento **Analisi della Customer Satisfaction**.

Le attività sono:

- attuazione del processo;
- gestione operativa;
- acquisizione dati;
- elaborazione dati;
- produzione reportistica;
- distribuzione.

##### Attuazione del processo

Questa attività operativa è quella in cui si rilevano le risposte presso gli intervistati.

A seconda delle modalità con cui la misura è effettuata, l'intervistato può essere raggiunto di persona, telefonicamente, via posta elettronica, via posta convenzionale, via web.

Ogni differente modalità ha le sue problematiche, ma un punto in comune a tutte è la necessità di disturbare l'attività corrente dell'intervistato il meno possibile: ogni intervista deve essere effettuata con le condizioni al contorno il più possibile simili tra loro, omogenee e ripetibili. Ad esempio se si effettua una rilevazione telefonica si devono concentrare le telefonate in archi temporali ben definiti, in una fascia oraria che presumibilmente sia la più favorevole per l'intervistato. Tutti gli intervistatori quindi devono effettuare le interviste nei medesimi intervalli temporali.

##### Gestione operativa

Nell'effettuare le interviste gli intervistatori (se previsti) devono curare le modalità relazionali, rilevare le risposte sul questionario predisposto allo scopo, alla fine rileggere le risposte date all'intervistato per una sua validazione.

Al fine di uniformare il più possibile la rilevazione è bene ridurre il più possibile il numero degli intervistatori.

Numero d'Oggetto/Part Number	Ed./Issue	Data/Date	Com. Mod./Ch. Notice	
MANUALE 4	2.0	19.05.2008	---	4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction

Se la rilevazione è effettuata con modalità on line deve essere controllata la finestra di apertura e chiusura dell'applicazione che consente di rilevare le risposte. Il tempo di rilevazione deve essere prefissato per non correre il rischio di non chiudere mai la fase.

### Acquisizione dati

Completate le interviste, o finito il tempo previsto per la raccolta delle risposte, inizia l'attività di acquisizione dei dati.

Se la rilevazione è effettuata on line i risultati sono già disponibili in formato elaborabile e l'attività serve solo a controllare l'integrità e la duplicazione di sicurezza dei dati.

### Elaborazione dati

Sulla base degli algoritmi progettati si elaborano i risultati.

### Produzione reportistica

I risultati della misura devono essere presentati in una forma sintetica, utile alla comprensione. L'output dell'attività è il documento **Analisi della Customer Satisfaction** contenente delle considerazioni sulla misura, i risultati di sintesi e una serie di grafici esplicativi.

Deve contenere i seguenti argomenti:

- requisiti della misura;
- piano temporale della misura;
- considerazioni sullo svolgimento della misura;
- questionario utilizzato per la misura;
- risultato di sintesi della misura;
- risultati di dettaglio della misura;
- raffronto con serie storiche.

Il documento comprende anche dei consuntivi che riepilogano lo stato di avanzamento dei lavori e l'avanzamento dei costi. Se la misura si concentra in un arco temporale limitato (un mese o poco più) la rendicontazione può essere unica.

Se le attività si svolgono in un periodo più lungo (diversi mesi) la rendicontazione sarà periodica, secondo quanto contrattualmente stabilito.

### Distribuzione

Il documento contenente i risultati della misura deve essere distribuito secondo la lista di distribuzione individuata e convenuta in fase di progettazione.

## 6. DESCRIZIONE DEI PROFILI PROFESSIONALI COINVOLTI

Nella tabella seguente (Matrice di Responsabilità Attività – Profilo Professionale) sono riportati per ciascuna attività i profili professionali EUCIP tipicamente coinvolti nello svolgimento dell'attività stessa e nel rilascio dei relativi prodotti, qualificati in termini di:

- responsabile (**R**), è il profilo professionale che esegue l'attività, coordina gli eventuali contributi di altri profili professionali ed è responsabile primario della qualità dei prodotti dell'attività;

Numero d'Oggetto/Part Number	Ed./Issue	Data/Date	Com. Mod./Ch. Notice	
MANUALE 4	2.0	19.05.2008	---	4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction

- contributore (C), è il profilo professionale che contribuisce con competenze specialistiche allo svolgimento di elementi dell'attività e può gestire in autonomia, in accordo con il responsabile, specifiche sotto-attività; i contributori sono suddivisi in due categorie:
  - contributore tipico (Ct), il suo contributo all'attività è richiesto nella quasi totalità delle istanze di fornitura, una sua eventuale assenza dovrebbe essere considerata un'eccezione e le relative motivazioni dovrebbero essere esplicitate (peculiarità tecniche od organizzative dell'istanza di fornitura);
  - contributore specifico (Cs), il suo contributo all'attività è legato alle specificità dell'istanza di fornitura, la sua presenza, anche se frequente, non può essere considerata tipica.

Nella classe di fornitura Misura della Customer Satisfaction i profili impegnati sono quelli che hanno competenze nella gestione del rapporto con il cliente/utente e nella valutazione dei livelli di servizio. In quest'ottica il responsabile dell'attività di analisi dei requisiti è il profilo del Responsabile commerciale, che ha una conoscenza diretta del cliente (o comunque conoscenze generali di gestione del cliente nel caso di assegnazione della fornitura a terzi) e quindi una competenza nel definire le modalità di rilevazione e misura della soddisfazione più appropriate per ogni specifico cliente/utente e agisce condividendo le strategie con i vari organi direttivi aziendali (funzione qualità, management,..).

Il profilo Supervisore di un Centro di Assistenza, che ha competenza generali in materia di rapporti con gli utenti e specifiche di indagini di customer satisfaction e sui servizi, interviene come responsabile nella progettazione delle tecniche di rilevazione e misurazione e poi nella realizzazione e gestione del servizio.

Il personale esecutivo che interviene come contributore tipico (Ct) nelle fasi di Realizzazione e Gestione, è costituito da tutti gli operatori che hanno competenza nel far funzionare il sistema di misurazione (intervistatori, operatori di call center, personale di segreteria,...) per tutti quei compiti operativi descritti ai paragrafi 5.3 e 5.4.

Intervengono come contributori tipici nell'attività di realizzazione della fornitura (ed eventualmente nella gestione) il Responsabile di basi di dati ed il Sistemista multiplatforma per la predisposizione della infrastruttura informatica necessaria alla raccolta e successiva elaborazione statistica dei dati rilevati in sede d'indagine.

Nella tabella che segue è indicata per ciascun profilo professionale, responsabile (R) o contributore tipico (Ct), un'ipotesi di massima del suo impegno (quantità di lavoro, "effort") nell'attività. Tale impegno è espresso come percentuale, fatto 100 l'impegno totale richiesto dall'attività, ed è quindi una stima del "peso" relativo del profilo professionale nell'esecuzione dell'attività.

---

Numero d'Oggetto/Part Number	Ed./Issue	Data/Date	Com. Mod./Ch. Notice	4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction
MANUALE 4	2.0	19.05.2008	---	

Profilo professionale	Attività			
	Analisi dei requisiti	Progettazione	Realizzazione	Gestione
3 – Responsabile Commerciale	R 80%	Ct 10%		
16 – Responsabile di Basi di Dati			Ct 10%	Cs
19 – Sistemista Multiplatforma			Ct 10%	Cs
20 – Supervisore di un Centro di Assistenza	Ct 20%	R 90%	R 20%	R 20%
- Personale esecutivo -			Ct 60%	Ct 80%
% di effort - totale	100%	100%	100%	100%

Si tratta di stime di larga massima, ipotizzate a partire da un'astratta istanza di fornitura ritenuta tipica e che non tengono conto della presenza di eventuali contributori specifici.

Il peso percentuale dell'effort del personale esecutivo è strettamente correlato alle modalità di indagine (tipologia e numerosità delle interviste). Le stime indicate in tabella ipotizzano indagini basate su interviste telefoniche a campioni significativi di utenti (100-200) e interviste personali di approfondimento e verifica con i committenti ed alcuni utenti. Nel caso si utilizzino altre tecniche, in particolare questionari on-line, l'effort del personale esecutivo potrebbe essere marginale.

I profili professionali di riferimento sono quelli definiti dallo schema EUCIP (European Certification of Informatics Professionals) sviluppato dal CEPIS (Council of European Professional Informatics Societies) che, per ciascun profilo, indica le attività tipiche ed il dettaglio delle competenze possedute.

Le sintesi delle competenze dei profili professionali coinvolti nelle attività di questa classe di fornitura sono le seguenti (tra parentesi l'identificativo del profilo):

**(3) Responsabile Commerciale (Client Manager).** Un responsabile verso il cliente secondo lo standard EUCIP deve abbinare ad una vasta conoscenza dell'ICT e dei sistemi informativi anche la padronanza di concetti avanzati di marketing, pianificazione e gestione del cliente. Fra le competenze fondamentali rientrano la capacità di negoziare e convincere, come anche la quella di controllare la qualità dei prodotti e servizi forniti al cliente, tanto per singoli progetti quanto per contratti di servizio continuativi, fino ai casi di ASP.

**(16) Responsabili di Basi di Dati (Database Manager).** Un responsabile di basi di dati secondo lo standard EUCIP assume un ruolo centrale tanto nella progettazione di strutture di dati quanto nella gestione ordinaria dei DB; tra i requisiti figurano dunque una profonda competenza in tutti gli aspetti delle tecnologie dei DB, un approccio collaborativo ai contesti di progetto, esperienza nelle tecniche di modellazione dei dati, ma anche l'efficacia nel definire e applicare le procedure e nell'organizzare le operazioni ordinarie.

**(19) Sistemista Multipiattaforma (X-Systems Engineer).** Un sistemista multipiattaforma secondo lo standard EUCIP deve avere una particolare competenza su vari sistemi operativi e sui rispettivi metodi per affrontare i problemi, sull'ottimizzazione delle prestazioni, sulla programmazione a livello di sistema e sull'integrazione tra piattaforme diverse; l'attitudine alla diagnosi e alla risoluzione dei problemi è richiesta per dare supporto su sistemi proprietari o aperti e su configurazioni ibride.

**(20) Supervisore di un Centro di Assistenza (Help Desk Supervisor).** Un supervisore di un centro di assistenza secondo lo standard EUCIP deve essere efficace nel fornire supporto tecnico; ciò richiede competenza di una tecnologia specifica (legata al contesto, es. servizi in rete), ma anche dimestichezza con contratti SLA, consapevolezza delle priorità operative nell'attività del cliente e delle problematiche tipiche degli utenti, così come un atteggiamento positivo nel reagire ai problemi e nel rapportarsi con il cliente.

- **Personale esecutivo** - (non è compreso nello schema di profili professionali EUCIP).

Intervistatore, Operatore di call center, ha competenze nelle tecniche di contatto e gestione della comunicazione con i clienti/utenti, ha nozioni generali sulle tematiche oggetto d'indagine ed è stato addestrato alla somministrazione dello specifico questionario.

Personale di segreteria, ha competenze operative in attività segretariali quali stampa dei questionari, data entry, etc.

---

Numero d'Oggetto/Part Number	Ed./Issue	Data/Date	Com. Mod./Ch. Notice	
MANUALE 4	2.0	19.05.2008	---	4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction

**7. INDICATORI / MISURE DI QUALITÀ**

In questo paragrafo sono definiti gli indicatori atti a descrivere i livelli di qualità della fornitura. La tabella Attività/Prodotti/Indicatori associa ad ogni attività e/o prodotto della fornitura gli indicatori di pertinenza descritti nelle schede successive.

Attività	Prodotto	Indicatore di qualità				Processo trasversale		
		Caratteristica	Sottocaratt.	acro IQ	Denominazione IQ	cod PT	acro PT	Denominazione PT
Analisi dei requisiti		Efficienza	Efficienza temporale	RSC	Rispetto della scadenza contrattuale	6.2.1	PGE	Gestione
Analisi dei requisiti	Specifica dei requisiti	Funzionalità	Accuratezza	RSD	Rispetto degli standard documentali	6.1.1	PGD	Documentazione
Progettazione		Efficienza	Efficienza temporale	RSC	Rispetto della scadenza contrattuale	6.2.1	PGE	Gestione
Progettazione	Progetto della MCS	Funzionalità	Accuratezza	RSD	Rispetto degli standard documentali	6.1.1	PGD	Documentazione
Realizzazione		Efficienza	Efficienza temporale	RSC	Rispetto della scadenza contrattuale	6.2.1	PGE	Gestione

Attività	Prodotto	Indicatore di qualità				Processo trasversale		
		Caratteristica	Sottocaratt.	acro IQ	Denominazione IQ	cod PT	acro PT	Denominazione PT
Realizzazione	Progetto della MCS	Funzionalità	Accuratezza	RSD	Rispetto degli standard documentali	6.1.1	PGD	Documentazione
Gestione		Efficienza	Efficienza temporale	RSC	Rispetto della scadenza contrattuale	6.2.1	PGE	Gestione
Gestione	Analisi della Customer Satisfaction	Funzionalità	Accuratezza	RSD	Rispetto degli standard documentali	6.1.1	PGD	Documentazione
Gestione		Funzionalità	Accuratezza	CEA	Correttezza dell'esecuzione delle attività schedulate standard			
Gestione		Soddisfazione		SOD	Soddisfazione dell'utente			

Numero d'Oggetto/Part Number

Ed./Issue

Data/Date

Com. Mod./Ch. Notice

4.1.3 MCS Misura della customer satisfaction

MANUALE 4

2.0 19.05.2008

---

<b>Classe di fornitura</b>	MISURA DELLA CUSTOMER SATISFACTION
<b>Caratteristica/ Sottocaratteristica</b>	Funzionalità / Accuratezza
<b>Indicatore/Misura</b>	Correttezza della esecuzione delle attività schedate standard - <b>CEA</b>
<b>Sistema di gestione delle misure</b>	La misura sarà effettuata rilevando il numero delle ripianificazioni di interviste la cui causa sia da ricondurre non a responsabilità dell'intervistato. La presente metrica si applica solo se le interviste prevedono interazione tra intervistato ed intervistatore
<b>Metodi e strumenti di misura</b>	Misura manuale
<b>Unità di misura</b>	Percentuale
<b>Dati elementari da rilevare</b>	Numero di interviste da effettuare Numero interviste ripianificate
<b>Periodo di riferimento</b>	La misura deve essere effettuata entro 2 giorni dalla fine delle interviste.
<b>Frequenza esecuzione misure</b>	Alla fine di ciascuna campagna di misura
<b>Regole di campionamento</b>	N.A.
<b>Formula di calcolo</b>	$CEA = (\text{Numero interviste ripianificate} / \text{Numero di interviste da effettuare}) * 100$
<b>Regole di arrotondamento</b>	Il risultato è un numero intero compreso tra 0 ed 100 arrotondato all'intero più vicino.
<b>Obiettivi, valori soglia</b>	Obiettivi: $CEA \leq$ valore obiettivo Valore obiettivo = da 0% a 30%.
<b>Azioni contrattuali</b>	Per ogni punto percentuale in più rispetto al valore obiettivo (definito a livello contrattuale in funzione del disagio o della logistica coinvolte), si applica una penale di importo tra lo 0,1 e lo 0,5 % del corrispettivo del prezzo della misura, in funzione dell'importanza che l'attività di misura riveste per il controllo del servizio.
<b>Eccezioni</b>	N.A.

<b>Classe di fornitura</b>	MISURA DELLA CUSTOMER SATISFACTION
<b>Caratteristica /Sottocaratteristica</b>	Soddisfazione
<b>Indicatore/Misura</b>	Soddisfazione dell'utente - <b>SOD</b>
<b>Sistema di gestione delle misure</b>	I questionari di rilevazione della soddisfazione, oltre a domande che indagano sul grado di soddisfazione nei confronti dei servizi / prodotti che il fornitore ha erogato devono prevedere specifiche domande per catturare la soddisfazione nei confronti della misura di Customer Satisfaction. La misura sarà quindi effettuata rilevando dai questionari delle interviste le risposte (valori numerici in una scala da 1 a 10) fornite alle specifiche domande sulla soddisfazione dell'intervistato rispetto alla rilevazione.
<b>Metodi e strumenti di misura</b>	Misura manuale
<b>Unità di misura</b>	Percentuale
<b>Dati elementari da rilevare</b>	Valori forniti in risposta alle domande specifiche
<b>Periodo di riferimento</b>	La misura deve essere effettuata entro 2 giorni dalla fine delle interviste.
<b>Frequenza esecuzione misure</b>	Alla fine di ciascuna campagna di misura
<b>Regole di campionamento</b>	N.A.
<b>Formula di calcolo</b>	$\text{SOD} = (x * 100) / y$ dove: x = N° delle risposte positive (risposte con valore > 5) y = N° delle domande
<b>Regole di arrotondamento</b>	N.A.
<b>Obiettivi (valori soglia)</b>	Obiettivo: <b>SOD &gt; 75</b>
<b>Azioni contrattuali</b>	Nel caso di non raggiungimento del valore di soglia prefissato si dovrà intervenire nuovamente sulla progettazione per la successiva campagna di misura.
<b>Eccezioni</b>	N.A.