



ANALISI DELLA CUSTOMER SODDISFAZIONE HOTELA 2006

SONDAGGIO

L'analisi della customer soddisfazione condotta on-line da HOTELA in ottobre 2006 ha suscitato grande interesse. Sono circa 500 (approssimativamente il 22% dei destinatari) le aziende che hanno risposto al sondaggio.

CATEGORIE DI DESTINATARI E ADESIONE

Sia i destinatari degli oltre 2000 questionari inviati per posta elettronica che le risposte pervenute rispecchiano la varietà delle relazioni intrattenute da HOTELA. I risultati, quindi, possono considerarsi sufficientemente rappresentativi.

I nostri clienti sono stati interpellati sugli aspetti dei servizi e prodotti, immagine, orientamento alla clientela e Internet.

RISULTATI

L'indice di soddisfazione (CSI, customer soddisfazione indice) globale rilevato, pari a 75 (su una scala il cui valore massimo è 100), denota un miglioramento di 5 punti rispetto all'ultimo studio condotto nel 2000. Circa il 96% delle aziende interpellate si è dichiarato generalmente soddisfatto di HOTELA. L'indice di fedeltà (CLI, customer loyalty indice) rilevato si attesta a quota 95, il che significa che il 95% dei clienti consiglierebbero ad altri di avvalersi dei servizi offerti da HOTELA.

Il modo di porsi dei nostri collaboratori (disponibilità, cordialità) è l'ambito che ha ottenuto il punteggio più elevato (80) all'interno del sondaggio. Ciò dimostra che i valori fondamentali vissuti in HOTELA vengono percepiti anche dalla clientela. Nel frattempo, è emerso che certi aspetti tale la frequenza dei contatti e le modalità di gestione in alcuni settori potrebbero essere migliorati.

La nostra clientela ha apprezzato anche gli aspetti di carattere qualitativo (qualità delle risposte e della consulenza) nonché l'utilizzazione della nostra piattaforma Internet per i servizi e le informazioni.

PROSPETTIVE

L'86% dei partecipanti al sondaggio ritiene che negli ultimi tre anni i servizi, i prodotti e l'assistenza offerti da HOTELA siano migliorati. Anche la notorietà del principio concetto in cui si ispira HOTELA (la gestione di tutte le assicurazioni sociali ad opera di un unico interlocutore) è passata dal 60% a un buon 80%.

Il desiderio di accrescere il valore aggiunto insito nei nostri principi si concretizza oggi nella nostra nuova piattaforma di servizi MIRELA. Ulteriori informazioni sono disponibili su www.mirela.ch.

Ringraziamo i nostri clienti per l'interesse dimostrato e per il costruttivo scambio di opinioni. I risultati del sondaggio sono uno stimolo a migliorare continuamente la qualità dei nostri prodotti e servizi, per rispondere sempre meglio alle esigenze della nostra clientela.