



12.2009

SONDAGGIO TRA I CLIENTI HOTELA 2009

Durante il mese di settembre 2009 – a tre anni di distanza dalla precedente indagine, condotta nell'ottobre 2006 – abbiamo lanciato un nuovo sondaggio sulla soddisfazione dei clienti.

All'iniziativa hanno partecipato attivamente circa 660 aziende su un totale di 2'375 clienti contattati: ciò corrisponde ad un tasso di risposta del 28% circa (in confronto al 22% registrato nel 2006). I risultati sono rappresentativi sia in termini qualitativi che quantitativi.

L'indice di soddisfazione (CSI, customer soddisfazione indice) rilevato denota un ulteriore miglioramento di due punti rispetto all'indagine del 2006, attestandosi a quota 77 (su una scala il cui valore massimo è 100). Questa evoluzione è tanto più positiva se si considera che il contesto attuale, a differenza di quanto accadeva tre anni fa, è reso più cupo dai postumi della crisi economica e finanziaria. Anche l'indice di fedeltà (CLI, customer loyalty indice), d'un livello già elevato, è migliorato ulteriormente, passando dai 95 punti nel 2006 agli attuali 96.

Come nel precedente sondaggio, anche in questa occasione l'atteggiamento dei nostri collaboratori (cordialità, disponibilità ecc.) ha ottenuto la valutazione più elevata (84); a tale riguardo, va inoltre evidenziato l'ulteriore progresso compiuto rispetto al 2006, quando il valore conseguito era stato di 80. Ciò è la prova che il nostro orientamento alla clientela è percepito in misura tangibile dagli intervistati: alla luce di questo fatto, vogliamo esprimere tutto il nostro orgoglio e la nostra riconoscenza a chi applica concretamente tale principio nella propria attività quotidiana, vale a dire tutti i nostri collaboratori.

In generale, i clienti hanno dato risalto agli aspetti qualitativi in tutti i settori. È stato rilevato un miglioramento in ogni categoria d'indagine. L'89% dei nostri clienti reputa che negli ultimi tre anni HOTELA abbia nuovamente registrato un'evoluzione positiva.

Il sondaggio del 2006 aveva evidenziato, in particolare, un margine di miglioramento in relazione alle modalità di gestione. Le misure introdotte a tale scopo si sono dimostrate efficaci: nel 2009 il valore di soddisfazione relativo a questo aspetto è salito da 71 a 76.

Molto soddisfacenti sono anche i valori emersi dalle risposte dei nostri clienti MIRELA. In tutte le categorie d'indagine il grado di soddisfazione è ampiamente superiore alla media. Ciò dimostra che, per i clienti, il valore aggiunto rappresentato da MIRELA costituisce un vantaggio evidente.

A giudicare dal sondaggio, il fatto di centralizzare presso un unico partner tutte le assicurazioni di persone riscuote tuttora un grande interesse. Nei prossimi anni ci concentreremo prevalentemente sull'ottimizzazione delle sinergie e la semplificazione della gestione amministrativa. Un ulteriore ed importante fattore apprezzato dai nostri clienti è l'offerta di servizi chiaramente destinati alle esigenze specifiche del settore.

Desideriamo ringraziare di cuore tutte le persone e le aziende coinvolte nel sondaggio. I numerosi input ricevuti ci aiuteranno a perseguire anche in futuro il nostro proposito di puntare all'eccellenza nella qualità dei servizi forniti. I risultati dell'indagine hanno per noi il valore di un riconoscimento per quanto finora compiuto, ma rappresentano nel medesimo tempo un impegno da onorare in un'ottica di crescita costante.

Abbiamo provveduto ad informare personalmente i vincitori del nostro concorso.