



€ 20,00



A. Troisi G. Raffaele S. Gravili UN MODELLO STATISTICO PER L'ANALISI DELLA CUSTOMER SATISFACTION NELLA P. A.

Andrea Troisi Giuseppe Raffaele Silvia Gravili

Un modello statistico per l'analisi della Customer Satisfaction nella Pubblica Amministrazione

CACUCCI  EDITORE
BARI

Andrea Troisi è Amministratore Unico di Troisi Ricerche s.r.l. Ha una decennale esperienza in qualità di responsabile di studi e ricerche di carattere qualitativo e quantitativo, che unisce ad un consolidato background nella Customer Satisfaction. Ricercatore senior esperto nella progettazione, monitoraggio e valutazione di politiche pubbliche e programmi di sviluppo economico-territoriale, svolge attività di docenza presso scuole di alta formazione e corsi universitari sui temi del marketing research e della statistica sociale. È autore di articoli e pubblicazioni scientifiche sui temi dei trasporti pubblici locali ed è co-autore di monografie sui temi dell'impresa virtuosa e degli eventi culturali.

Giuseppe Raffaele è Dottore di Ricerca in Scienze Economiche e Matematico-Statistiche, specializzato in Data Mining, Analisi demografiche e GIS (Geographic Information System). In qualità di Presidente dell'Istituto Scientifico Gea Statistics, si occupa inoltre di Analisi spazio-tempo, Serie storiche e Geostatistica per il monitoraggio di dati territoriali. Vanta una lunga esperienza didattica e di ricerca presso Atenei italiani e stranieri, tra cui l'Università Carlo Bo, l'Università della Calabria e l'Ecole Des Etudes Sociales de Paris.

Silvia Gravili è Dottore di Ricerca in Economia aziendale, specializzata in Comunicazione d'Impresa, Marketing e Sostenibilità. Ha una lunga collaborazione con enti didattici e di ricerca, tra cui l'Università del Salento, il CNR, il Rosen College of Hospitality Management di Orlando (Florida, USA) e la Financial University Under the Government of the Russian Federation (Mosca, CSI). È autrice e co-autrice di articoli e pubblicazioni scientifiche sui temi del marketing e del management, con particolare riferimento ai servizi, allo sviluppo territoriale e alla gestione delle destinazioni turistiche.

www.troisiricerche.it

Andrea Troisi - Giuseppe Raffaele - Silvia Gravili

**Un modello statistico per l'analisi della
Customer Satisfaction
nella Pubblica Amministrazione**

CACUCCI  EDITORE
BARI

PROPRIETÀ LETTERARIA RISERVATA

© 2018 Cacucci Editore – Bari
Via Nicolai, 39 – 70122 Bari – Tel. 080/5214220
<http://www.cacuccieditore.it> – e-mail: info@cacucci.it
Ai sensi della legge sui diritti d'Autore e del codice civile
è vietata la riproduzione di questo libro o di parte di esso
con qualsiasi mezzo, elettronico, meccanico, per mezzo di
fotocopie, microfilms, registrazioni o altro, senza il con-
senso dell'autore e dell'editore.

INDICE

CAPITOLO PRIMO

LA CUSTOMER SATISFACTION

1. Paradigmi sulla <i>Customer Satisfaction</i>	pag.	9
2. Analisi delle percezioni e delle <i>performance</i>	»	18
3. Analisi delle aspettative	»	24
4. <i>Disconfirmation Analysis</i>	»	29
5. <i>Expectancy Disconfirmation Model</i> (EDM)	»	31

CAPITOLO SECONDO

QUALITÀ VS CUSTOMER SATISFACTION

1. Approcci teorici sulla qualità	»	37
2. Relazione tra qualità e <i>Customer Satisfaction</i>	»	41
3. Relazione tra <i>Need Fulfillment</i> e <i>Customer Satisfaction</i>	»	55
4. Componenti legate alla <i>Customer Satisfaction</i>	»	60

CAPITOLO TERZO

LA CUSTOMER SATISFACTION NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

1. Il settore pubblico e la <i>Customer Satisfaction</i>	»	65
2. Principi di <i>marketing</i> nella PA	»	71
3. La soddisfazione del cittadino	»	72

4. Il Paradigma del <i>Producer-Customer</i> rispetto al modello di <i>Government-Citizen</i>	»	74
5. La <i>Customer Satisfaction</i> in ambito internazionale	»	76
6. La <i>Customer Satisfaction</i> in ambito nazionale	»	78

CAPITOLO QUARTO

**METODOLOGIE STATISTICHE PER LA MISURA DELLA
CUSTOMER SATISFACTION**

1. Misurare la <i>Customer Satisfaction</i>	»	83
2. Piani di campionamento	»	87
3. Tecniche di rilevazione dei dati	»	93
4. Questionario per la rilevazione della CS	»	95
5. Lo <i>scaling</i>	»	97
6. Norme per l'intervistatore	»	106
7. Modelli per la misurazione della <i>Customer Satisfaction</i>	»	107
8. Modello CUB e modelli per la valutazione dei servizi on-line	»	121

CAPITOLO QUINTO

**TECNICHE DI VALIDAZIONE DELLE
SCALE DI MISURAZIONE**

1. Analisi delle componenti principali (ACP)	»	127
2. KMO Index	»	130
3. Test di sfericità di Bartlett	»	131
4. Alpha di Cronbach	»	131

CAPITOLO SESTO

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS

1. Customer Satisfaction Index (CSI)	»	135
2. <i>Test per l'indi</i>	»	137
3. <i>SWOT Analysis</i>	»	138
4. Test sull'indipendenza	»	142
5. Cograduazione <i>D</i> di Somers	»	143
6. ANOVA	»	144

CAPITOLO SETTIMO

***CITIZEN SATISFACTION NEL TPL DI TRIESTE
TRASPORTI: DISEGNO DI RICERCA***

1. Finalità della ricerca	»	147
2. Le dimensioni e la misura della qualità nel TPL	»	148
3. Questionario per la stima della <i>Citizen Satisfaction</i>	»	150
4. Formazione degli intervistatori	»	154
5. Realizzazione dei <i>pre-test</i> delle rilevazioni	»	155
6. Popolazione e piano di campionamento	»	157
7. Dimensioni ottimali ed effettive dei campioni	»	160
8. Indicatori di qualità del processo di indagine	»	164
9. Analisi preliminare diagnostica ed esplorativa dei dati	»	167
10. Rilevazione, registrazione e analisi dei dati	»	168
Allegato A	»	171
Riferimenti Bibliografici	»	177