

ISBN 978-88-6611-797-1



9 788866 117971

€ 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](http://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](mailto: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