



## LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE (Giorgio Facchetti)

Il tema della soddisfazione del cliente – già trattato in un articolo di oltre un anno fa – richiede forse di tornare sull'argomento, non tanto per puntualizzare i concetti che hanno portato a introdurre quest'importantissima novità nella UNI EN ISO 9001: 2000, ma questa volta per proporre un modello utilizzabile per monitorare proprio la customer satisfaction.

Rispetto ad altri questionari in uso, questo presenta una qualche particolarità, volendo soprattutto evitare di aggiungersi ai tanti documenti già esistenti che intasano i fax dei clienti senza normalmente trovare alcuna risposta. Innanzitutto permette di pesare non solo la soddisfazione del cliente circa le caratteristiche del prodotto (o del servizio) acquistato, ma punta a individuare per prima cosa quanto lo specifico aspetto sia giudicato dal cliente più o meno importante. Solo così è possibile dare un senso al peso successivamente espresso. Ad esempio, fornire certificati di analisi del lotto prodotto in modo non sistematico, da parte di un produttore di compound o di un rigeneratore di materiali plastici, può portare magari a "deliziare" il cliente a cui non interessa ricevere alcun certificato, mentre un altro cliente che ritiene l'aspetto di fondamentale importanza per il proprio processo di trasformazione, potrebbe valutare questa mancanza di sistematicità in modo fortemente negativo. Infatti, il livello di qualità percepito può essere valutato solo in rapporto al livello di qualità atteso.

Inoltre, nell'utilizzare l'esempio proposto per la customer satisfaction, il suggerimento è di simulare le risposte che potrebbe dare il cliente prima che ritorni il questionario compilato. Confrontando le risposte ottenute, il responsabile commerciale (o della qualità) dell'organizzazione che sta valutando questo aspetto potrebbe verificare la propria capacità di definire le priorità assegnate dai diversi clienti circa agli aspetti di qualità di prodotto e servizio acquistati. In questo modo – a fronte di "giustificate capacità" sarà nell'individuare le esigenze della clientela sarà anche possibile interpolare le risposte raccolte e prevedere quelle non date dai clienti che non hanno risposto al questionario.

Il consiglio – per quanti pensano di gestire il requisito al punto 8.2.1 della ISO 9001 utilizzando un questionario – rimane comunque quello di creare un documento semplice, con poche domande dirette, che non porti all'unico risultato di stufare il cliente (e in questo senso assume particolare valore l'ultima domanda), allo stesso modo in cui si è fatto fino a pochi anni fa nei confronti dei fornitori con i questionari di valutazione.

È ovvio, comunque, che l'importante non è tanto l'indice della soddisfazione della clientela, ma le azioni che ne conseguono, come cioè l'organizzazione intende operare per correggere i propri punti di debolezza e valorizzare quelli di forza: una norma che punta al miglioramento continuo, non potrebbe infatti avere alcun altro obiettivo.

## QUESTIONARIO DI SODDISFAZIONE

Gentile Cliente,  
le chiediamo pochi minuti per esprimere un giudizio sul livello qualitativo dei nostri prodotti e servizi; ci servirà per migliorarci e poterla soddisfare in modo maggiore.  
Grazie per la collaborazione.

*timbro e firma*

AZIENDA \_\_\_\_\_

compilatore \_\_\_\_\_ data \_\_\_\_\_

CARATTERISTICHE OGGETTO DI VALUTAZIONE	Indicare l'importanza che viene da voi attribuita alla relativa caratteristica. POCA → MOLTA	Indicare, rispetto a quanto atteso, il nostro livello di qualità da voi riscontrato.
<b>Caratteristiche commerciali</b>		
1. Completezza di contenuti delle offerte ricevute	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
2. Documentazione di ritorno a fronte di ordini	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
3. Prezzo di acquisto dei nostri prodotti	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
<b>Caratteristiche dei prodotti</b>		
4. Livello qualitativo dei nostri prodotti	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
5. Caratteristiche fisico-meccaniche degli articoli prodotti	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
6. Rispetto dei requisiti dimensionali	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
7. Modalità d'imballaggio dei prodotti finiti	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
8. Identificazione dell'imballo e dei prodotti forniti	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
<b>Caratteristiche del servizio</b>		
9. Documentazione sulla conformità della produzione	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
10. Rispetto dei tempi di consegna	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
11. Flessibilità nell'evasione di ordini urgenti	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
12. Rapporti comunicativi con la nostra organizzazione	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
13. Assistenza per la soluzione di problematiche	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺
14. Capacità nello studio e realizzazione di nuovi articoli	☞☞ ☞ ⇔ ↗ ↗↗	☹ • ☺ • ☺

CON IL PATROCINIO DI: UNIONPLAST, ASSOCOMAPLAST,  
UNIONE INDUSTRIALI DI BERGAMO,  
TORINO, TREVISO E VARESE,  
APILOMBARDA, ASSOCIAZIONE E  
UNIONE ARTIGIANI DI BERGAMO

CESAP S.r.l. CONSORTILE  
VIA VIENNA 56 – 24040 ZINGONIA (BG) – TEL 035 884600 – FAX 035 884431  
e-mail: [info@cesap.com](mailto:info@cesap.com)  
[www.cesap.com](http://www.cesap.com)



15. Le ha dato disturbo ricevere il presente questionario di soddisfazione?



Altre caratteristiche che – a suo giudizio – andrebbero monitorate

SI PREGA DI RESTITUIRE VIA FAX AL NUMERO ...