

Survey e Ricerche di mercato

 GEOCOM ITALIA

ATTEG
DIGITA
Mutatis Mut



INDICE

01 Il ruolo
delle Survey

02 Il catalogo Survey
25 e la tipologia di
soluzioni:

- Descrittiva
- Pesata
- Competitiva

03 Alcuni
Esempi
elaborati

04 Il Report

05 Flusso



SURVEY 2025



Le Aziende hanno sempre più bisogno di **dati certi** su cui basare le proprie **decisioni**.



Il ruolo delle Survey

SURVEY 2022



Le **indagini** o **Survey** sono uno strumento fondamentale per:



Comprendere il percepito di Clienti/Business Partner



Indirizzare gli investimenti



Perfezionare il prodotto /servizio



Verificare l'impatto delle iniziative intraprese



Monitorare il processo di miglioramento continuo



Aree tematiche



Partendo dalle esigenze di mercato, oltre a disegnare progetti specifici, Geocom, ha individuato quattro aree tematiche più ricorrenti



CSA: Customer Satisfaction Analysis

Soddisfazione Cliente



- Qualità del prodotto / servizio erogato
- Processi di prevendita vendita e post vendita
- Completezza della gamma
- Soddisfazione dei bisogni

VANTAGGI:

- Aiuta nel processo di miglioramento continuo definendo le priorità di intervento e i vantaggi poco percepiti dai clienti.
- Fondamentale per le aziende certificate o alla ricerca di una maggiore efficienza



AFTS: Servizi After sales

Assistenza tecnica | Manutenzione



- Qualità servizio di Assistenza tecnica
- Qualità del servizio di manutenzione programmata/non programmata

VANTAGGI:

- Permette di focalizzare gli sforzi per recuperare efficienza e per soddisfare meglio il cliente
- Aiuta a modificare i processi e a recuperare margine





Aree tematiche



BSNP: Business partner

Soddisfazione clienti Intermedi
(Filiere Commerciale/Installatori)

- Offerta
- Marketing
- Formazione di prodotto
- Eventi e sistemi di supporto allo sviluppo

VANTAGGI:

- Permette di capire se l'azienda sta soddisfacendo e quindi fidelizzando i partner strategici
- Consente un confronto fra le aspettative dei partner e il supporto offerto dall'azienda



PTP: Performance Training Program

Monitoraggio Iniziative Formative

- Qualità del programma di formazione erogato
- Docenza
- Materiali
- Simulazioni ed esercitazioni

VANTAGGI:

- Permette di capire quali iniziative funzionano, di comprendere il vero valore per il cliente modificando i progetti e valorizzando i plus della formazione di prodotto



TIPOLOGIE DI SOLUZIONI

Catalogo Survey 2022

SURVEY 2022



Descrittiva



Pesata



Competitiva

GIUDIZIO



RILEVANZA



CONFRONTO
CONCORRENZA



Survey Descrittiva



Si misurano solo prestazioni. Vengono indagate una o più Macro aree per raccogliere il giudizio specifico degli intervistati sul prodotto/servizio e su singoli aspetti e individuare i macro temi di miglioramento.

UTILIZZO

- Primo round di indagine
- Indagini semplici
- Per il mantenimento

Es. 5 Macro aree di indagine

Area Pre-vendita

Area Vendita

Area Prodotti - Offerta

Area Post-Vendita

Area Comunicazione

Es. Esplosione Area Prodotti

ITEM	Giudizio
Qualità media	7
Ampiezza Gamma	5
Performance di prodotto	9
Packaging	4



Survey Pesata



Si misurano le prestazioni e la loro rilevanza per l'intervistato. È l'indagine che permette di guidare il cambiamento definendo le priorità di intervento sulla base dell'importanza assegnata dai clienti ed aiutando ad individuare le aree in cui ridurre il focus perché considerate poco rilevanti

UTILIZZO

- Indagini di dettaglio su argomenti strategici
- A supporto di scelte di investimenti
*(invio i ricambi con corriere o col mio tecnico?
lancio nuovo prodotto)*

Es. 5 Macro aree di indagine

Area Pre-vendita

Area Vendita

Area Prodotti - Offerta

Area Post-Vendita

Area Comunicazione

Es. Esplosione Area Prodotti

ITEM	Giudizio	Rilevanza
Innovatività	7	6
Ampiezza Gamma	8	9
Performance	8	7,5
Formazione	10	6



Survey Competitiva



Si misurano le prestazioni, la loro rilevanza per l'intervistato e si confrontano con la concorrenza.

Permette di comprendere meglio il valore percepito dall'intervistato, guidando le scelte di: Allocations Budget e Investimenti, Miglioramento della marginalità su aree specifiche, Ridisegno attività comunicazione, Investimenti formativi sul personale, etc

Es. 5 Macro aree di indagine

Area Pre-vendita

Area Vendita

Area Prodotti - Offerta

Area Post-Vendita

Area Comunicazione

UTILIZZO

- Indagini di dettaglio su argomenti strategici in ambienti competitivi complessi

Es. Esplosione Area Prodotti

ITEM	Giudizio	Rilevanza	Concorrenza*
Innovatività	7	6	Meglio
Ampiezza Gamma	8	9	Uguale
Performance	8	7,5	Peggior
Formazione	10	6	Meglio

**Come sono percepito rispetto alla concorrenza*





ALCUNE APPLICAZIONI

SURVEY 2022



Geocom Italia Srl – Via A. Benucci 45 Pesaro - T. 0721 202953 - info@geocomitalia.it - www.geocomitalia.it



Customer Satisfaction Analysis

SURVEY 2022



QUESTIONARIO
PESATO (Esempio)



PREVENDITA
Facilità di ottenere informazioni sui prodotti/servizi

Soddisfazione	1 2 3 4 5 6 7 8	Importanza	1 2 3 4
Poco	<input type="radio"/>	Poco	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Moito		Moito

Completezza e celerità delle offerte

Soddisfazione	1 2 3 4 5 6 7 8	Importanza	1 2 3 4
Poco	<input type="radio"/>	Poco	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Moito		Moito

Aggiornamento sui nuovi prodotti/servizi

Soddisfazione	1 2 3 4 5 6 7 8	Importanza	1 2 3 4
Poco	<input type="radio"/>	Poco	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Moito		Moito

Preparazione personale tecnico-commerciale

Soddisfazione	1 2 3 4 5 6 7 8	Importanza	1 2 3 4
Poco	<input type="radio"/>	Poco	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Moito		Moito

GESTIONE ORDINI
Aggiornamento sullo stato degli ordini

Soddisfazione	1 2 3 4 5 6 7 8	Importanza	1 2 3 4
Poco	<input type="radio"/>	Poco	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Moito		Moito

Gestione urgenze

Soddisfazione	1 2 3 4 5 6 7 8	Importanza	1 2 3 4
Poco	<input type="radio"/>	Poco	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Moito		Moito

Servizio di installazione

Soddisfazione	1 2 3 4 5 6 7 8	Importanza	1 2 3 4
Poco	<input type="radio"/>	Poco	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Moito		Moito

Rispetto dei tempi di consegna

Soddisfazione	1 2 3 4 5 6 7 8	Importanza	1 2 3 4
Poco	<input type="radio"/>	Poco	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Moito		Moito



Customer Satisfaction Analysis

SURVEY 2022



QUESTIONARIO
PESATO (Esempio)



PRODOTTO
Della formazione di prodotto

Soddisfazione								Importanza						
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4			
Poco	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto						

Dell'affidabilità del prodotto

Soddisfazione								Importanza						
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4			
Poco	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto						

Del rapporto qualità prezzo

Soddisfazione								Importanza						
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4			
Poco	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto						

Chiarezza/completzza manuali

Soddisfazione								Importanza						
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4			
Poco	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto						



Survey After Sales

SURVEY 2022



QUESTIONARIO
PESATO (Esempio)



Quant'è soddisfatto della facilità di contatto dell'After Sales?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Reputa sufficienti le modalità di contatto After Sales disponibili?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

È soddisfatto dei tempi di attesa per l'appuntamento?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Qual è il suo livello di soddisfazione dell'organizzazione manutenzione ordinaria?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Mediamente è soddisfatto del supporto da remoto?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

La puntualità del tecnico corrisponde alle sue aspettative?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

È soddisfatto della competenza del tecnico incaricato?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Quant'è soddisfatto della cortesia e disponibilità del tecnico After Sales?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

I tempi di risoluzione della problematica hanno corrisposto alle sue aspettative?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Ha reputato adeguati i tempi di consegna delle parti di ricambio?

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto



Survey Business Partner

SURVEY 2022



QUESTIONARIO
PESATO (Esempio)



Aggiornamento su nuovi prodotti/servizi

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Offerta formativa

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Servizi offerti per gli Authorized Integrator

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Supporto allo sviluppo offerto ai Certified Business Partner

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Qualità del supporto tecnico

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Tempi di risposta dell'assistenza

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Delle risposte dell'area amministrativa

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Dei materiali di vendita (brochure, cataloghi)

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Eventi organizzati per i clienti - Demo prodotti

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Visite Factory

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Supporto nella gestione di problematiche sul cliente

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto

Supporto nello sviluppo di offerte ad hoc per il cliente

Soddisfazione	Importanza
1 2 3 4	1 2 3 4
Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto	Poco <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Molto



Performance training program

SURVEY 2022



QUESTIONARIO
vs CONCORRENZA
(Esempio)



Ampiezza cataloghi corsi

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Azienda vs Concorrenza

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Peggior Miglior

Facilità iscrizione

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Azienda vs Concorrenza

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Peggior Miglior

Capacità di coinvolgere i partecipanti nei corsi online

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Azienda vs Concorrenza

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Peggior Miglior

Durata Corsi/Sessioni

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Azienda vs Concorrenza

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Peggior Miglior

Livello approfondimento contenuti

Soddisfazione

1 2 3 4

Poco Molto

Importanza

1 2 3 4

Poco Molto

Azienda vs Concorrenza

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Peggior Miglior



Performance training program

SURVEY 2022



QUESTIONARIO
vs CONCORRENZA
(Esempio)



Fascia oraria dei corsi

Soddisfazione				Importanza					
1	2	3	4	1	2	3	4		
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto

Azienda vs Concorrenza

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Peggior	<input type="radio"/>	Migliore								

Rispondenza alle sue aspettative

Soddisfazione				Importanza					
1	2	3	4	1	2	3	4		
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto

Azienda vs Concorrenza

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Peggior	<input type="radio"/>	Migliore								

Immediata applicabilità dei contenuti/metodologie appresi

Soddisfazione				Importanza					
1	2	3	4	1	2	3	4		
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto

Azienda vs Concorrenza

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Peggior	<input type="radio"/>	Migliore								

Qualità e completezza dei materiali

Soddisfazione				Importanza					
1	2	3	4	1	2	3	4		
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto

Azienda vs Concorrenza

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Peggior	<input type="radio"/>	Migliore								

Possibilità di follow up personalizzati

Soddisfazione				Importanza					
1	2	3	4	1	2	3	4		
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto	Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molto

Azienda vs Concorrenza

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Peggior	<input type="radio"/>	Migliore								





REPORT

SURVEY 2022



Geocom Italia Srl – Via A. Benucci 45 Pesaro - T. 0721 202953 - info@geocomitalia.it - www.geocomitalia.it



Customer Satisfaction



SURVEY PESATA

I NUMERI DEL PROGETTO

- **315** questionari somministrati
- **210** risposte ricevute
- **193** interviste telefoniche
- **17** interviste dirette

- A. Comunicazione
- B. Org. Tec.-commerciale
- C. Offerta
- D. Evasione ordine
- E. Consegna
- F. Prodotto
- G. Riparazione
- H. Post-vendita



PRIORITÀ CLIENTI

GRANDI CLIENTI

- Aggiornamento tecnologico prodotti
- Presenza nei capitolati
- Rivendibilità del marchio

PICCOLI CLIENTI

- Presentazioni nuovi prodotti
- Gestione urgenze
- Modalità pagamento



PUNTI DI DEBOLEZZA

- Riparazioni
- Presenza nei capitolati
- Processo evasione ordine/servizi connessi alla gestione dell'ordine

ELEMENTI DI ATTENZIONE

Si suggerisce di intervenire con massima priorità nell'area **riparazioni**, in particolare sul rispetto dei **tempi**. In seconda battuta è necessario migliorare i materiali di approfondimento dei prodotti e la **manualistica** rendendola più fruibile per i clienti, e intervenire sulla proattività nell'area **consegna**, in cui i clienti lamentano di dover sempre sollecitare risposte e coinvolgere i commerciali perché vengano trovate soluzioni



Survey After Sales

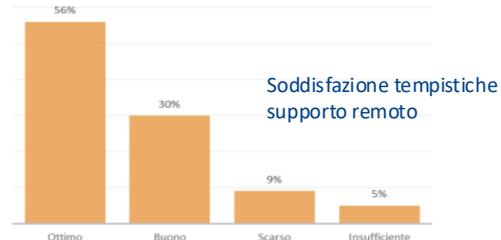
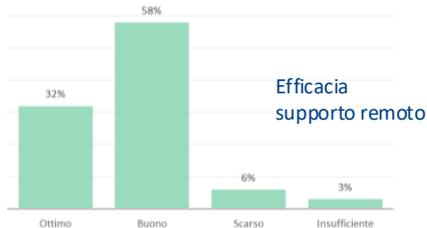
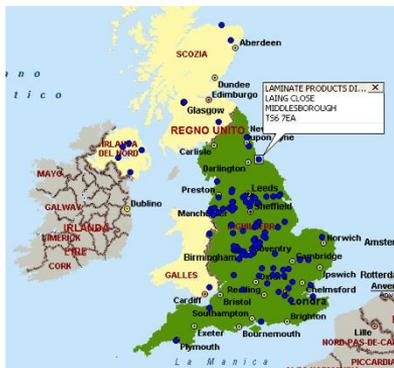


SURVEY DESCRITTIVA

I NUMERI DEL PROGETTO

- **200** clienti target da intervistare
- **159** interviste completate

GEOREFERENZIAZIONE INTERVISTE RILASCIATE



PRIORITÀ CLIENTI



- Tempistica supporto
- Preparazione tecnica personale

PUNTI DEBOLEZZA



- Tempistiche di supporto
- Supporto remoto poco più che sufficiente

ELEMENTI DI ATTENZIONE

La **rilevanza della puntualità dell'intervento**, richiede analisi dei tempi per tipologia di intervento per un'adeguata programmazione, presa appuntamenti georeferenziata per ottimizzare i trasferimenti. **14% dei clienti totalmente insoddisfatti delle tempistiche del supporto remoto** richiede intervento sulle tempistiche di supporto verificando i tempi dei diversi canali di contatto. **L'area più critica sembra quella del contatto telefonico, prevedere team dedicato per fascia oraria specifica.**



Survey After Sales

SURVEY 2022



SURVEY PESATA – MATRICE DI INTERVENTO



Survey After Sales



SURVEY COMPETITIVA – MATRICE DI INTERVENTO



- A. Manuali
- B. Video Tutorial
- C. Competenza del tecnico
- D. Puntualità dell'intervento
- E. Supporto remoto

Il colore esprime il rapporto vs. concorrenza:

-  Meglio della concorrenza
-  Simile alla concorrenza
-  Peggio della concorrenza

ELEMENTI DI ATTENZIONE

Si suggerisce di intervenire con massima priorità sui **video tutorial**, rafforzando anche la parte **digital** dell'azienda, il budget può essere recuperato dai manuali. In seconda battuta è necessario migliorare il **supporto remoto**, tema molto importante per i clienti ma dove la prestazione è inferiore alla concorrenza. Vanno mantenuti i **corsi di formazione** per consolidare le competenze dei tecnici.





FASI DEL PROCESSO

SURVEY 2022

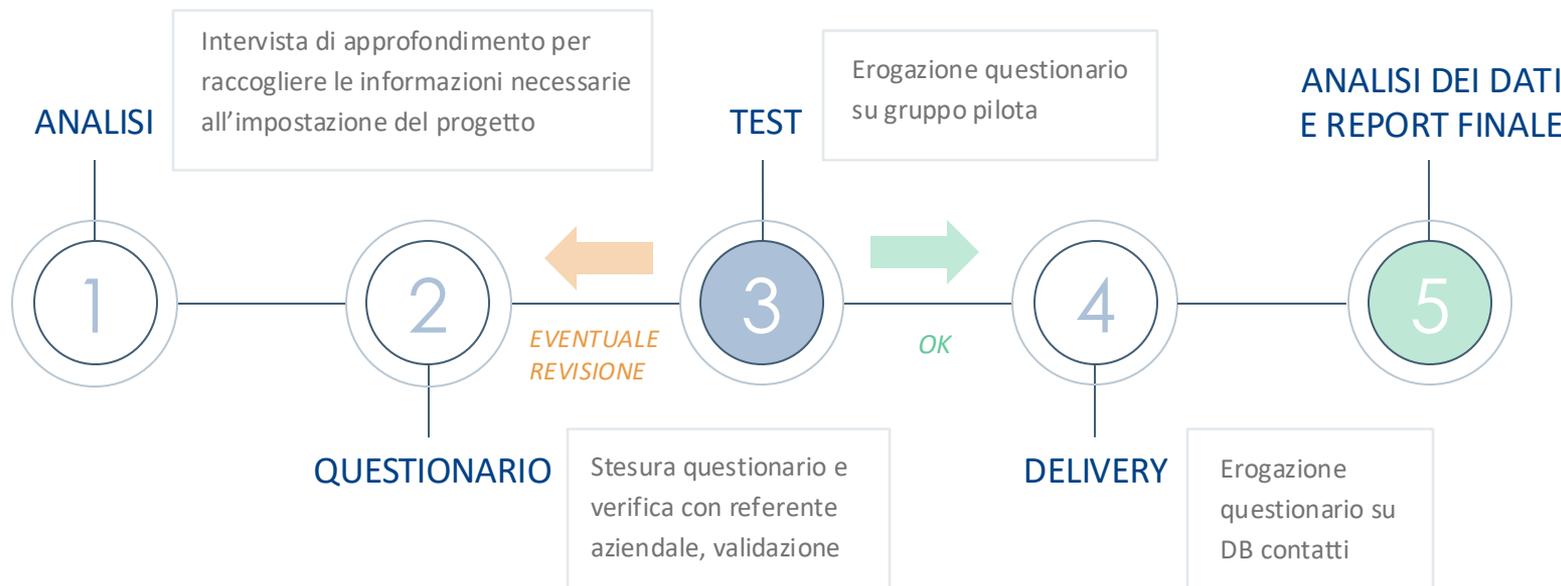


Geocom Italia Srl – Via A. Benucci 45 Pesaro - T. 0721 202953 - info@geocomitalia.it - www.geocomitalia.it



Fasi del Processo

SURVEY 2022



Ciclo di aggiornamento Survey:

Il processo di monitoraggio – rilevazione risultati -, dev'essere periodicamente aggiornato (es 6 mesi, 1 o 2 anni, ogni 100 macchine)





ATTEGGIAMENTO DIGITALE SB Srl

Giancarlo Dell'Aquila

Co- Founder

è Partner di



+39 338 9910882



g.dellaquila@atteggiamentodigitale.com