

FORUM DEI PUBBLICI UFFICIALI — BARI, 17 APRILE 2026

Strumenti e questionari per misurare *la Customer Satisfaction nella PA*

Costruzione del questionario · scale di misurazione · dalla carta al dato

Prof. Andrea Troisi

Università degli Studi di Bari Aldo Moro · DiRIUM

Intervento tecnico-metodologico

Partecipa ora

Un esempio, in diretta

Prima di iniziare, prendete il telefono: risponderete a una breve rilevazione e a fine intervento ne vedremo insieme i risultati.

ESEMPIO DI ITEM IN FORMATO LIKERT

«Nella mia amministrazione, la Customer Satisfaction viene utilizzata come leva reale per migliorare i servizi»

1	2	3	4	5
Per nulla	Poco	Neutro	D'accordo	Del tutto

5 punti simmetrici · ancoraggi speculari · punto neutro dichiarato · un solo concetto per item

Le stesse regole che vedremo nelle prossime slide — applicate a una rilevazione reale.

INQUADRA IL QR



customerpa.it/Live

i risultati in tempo reale, sul proiettore

Perché misurare

Il mandato normativo della misurazione

La rilevazione della qualità percepita non è un'opzione: è un **obbligo di metodo** per ogni amministrazione che voglia orientare i servizi al cittadino-utente.

Il ciclo performance–trasparenza–partecipazione richiede evidenze misurabili, non percezioni aneddotiche.

RIFERIMENTI ESSENZIALI

D.Lgs 150/2009

Ciclo della performance, misurazione e valutazione

D.Lgs 33/2013

Trasparenza e diritto di accesso civico

D.Lgs 74/2017

Revisione della performance, partecipazione dei cittadini

D.Lgs 82/2005

Codice dell'Amministrazione Digitale (CAD)

Prima del questionario

Cosa misuriamo davvero

La soddisfazione non è un concetto unico: è il risultato del confronto tra aspettative e percezioni.

01



ASPETTATIVE

Cosa il cittadino si attende dal servizio:
standard impliciti, esperienze precedenti,
comunicazione ricevuta.

02



PERCEZIONI

Come il cittadino vive concretamente
l'erogazione: tempi, cortesia, chiarezza,
accessibilità, esito.

03



GAP = SODDISFAZIONE

La distanza tra attese e percezioni. Se
positiva → soddisfazione; se negativa →
area di intervento.

Modello di riferimento: paradigma della disconferma delle aspettative (Oliver, 1980) — ampiamente applicato nella letteratura sulla qualità dei servizi.

Le forme del questionario

Due chiavi di lettura principali: la struttura delle domande e la modalità di somministrazione.

PER STRUTTURA

Strutturato

Domande chiuse, risposte predefinite. Alta comparabilità, bassa ricchezza.

Semi-strutturato

Mix di chiuse e aperte. Equilibrio tra standardizzazione e profondità.

Non strutturato

Domande aperte, guide narrative. Bassa comparabilità, alta ricchezza.

PER MODALITÀ DI SOMMINISTRAZIONE

CAWI

Computer-Assisted Web Interview — online. Basso costo, velocità, autoselezione.

CATI / CAPI

Telefonica / in presenza con supporto digitale. Maggior controllo, costo più alto.

PAPI / Self-administered

Carta o scheda autocompilata allo sportello. Semplicità, rischi di non risposta.

Le 5 fasi di costruzione del questionario

Un buon questionario nasce prima di scrivere la prima domanda.



Wording: cosa fare, cosa evitare

La qualità di una rilevazione dipende in larga misura dalla formulazione di ogni singola domanda.



REGOLE D'ORO

- Una domanda = un solo concetto
- Linguaggio semplice, frasi brevi
- Termini concreti, evitare il gergo amministrativo
- Neutralità: no domande che suggeriscono una risposta
- Scale coerenti in tutto il questionario
- Ordine dal generale al particolare
- Pilot test sempre, prima del lancio



ERRORI TIPICI DA EVITARE

Double-barreled: «È soddisfatto di cortesia e competenza?» (due domande in una)

Leading question: «Non trova che il servizio sia migliorato?»

Gergo tecnico: «Come valuta il workflow del front-office?»

Scale miste: Passare da 1-5 a 1-10 senza ragione metodologica

Domande troppo lunghe: Periodi ipotetici, subordinate, doppie negazioni

Assenza di «non so»: Forzare una risposta dove il rispondente non ha elementi

Le quattro scale di misurazione

La scala determina cosa possiamo calcolare. Sbagliare livello = analisi scorrette a valle.

Scala	Cosa esprime	Esempi in PA	Statistiche ammesse
Nominale	Categorie senza ordine	Genere, sede, tipo di servizio	<i>Frequenze, moda, χ^2</i>
Ordinale	Categorie con ordine, distanze non costanti	Titolo di studio, fasce d'età, Likert	<i>Mediana, quartili, test non parametrici</i>
Intervallo	Distanze costanti, zero convenzionale	Temperatura, scala Celsius, indici CS	<i>Media, deviazione standard</i>
Rapporto	Distanze costanti, zero assoluto	Tempi d'attesa, età, importi	<i>Tutte, incluse le ragioni tra valori</i>

Nella CS si lavora quasi sempre su scale ordinali (Likert) trattate come intervallari — una scelta convenzionalmente accettata, ma da dichiarare.

La scala Likert

Rensis Likert, 1932 — lo standard de facto per misurare atteggiamenti e soddisfazione.

«Ritengo che il servizio ricevuto sia stato adeguato alle mie esigenze»



5 vs 7 punti

7 punti offre più granularità ma è più faticoso; 5 è lo standard per la PA, buon compromesso affidabilità-usabilità.

Dispari vs pari

Dispari → punto neutro (rischio risposta di fuga).
Pari → forza la polarizzazione. Scelta da motivare per iscritto.

Ancoraggi simmetrici

Le etichette agli estremi devono essere speculari per intensità. Evitare asimmetrie che inducono bias di risposta.

Oltre la Likert

Altre scale utili nella PA

Ogni scala risponde a una domanda diversa: non esiste una scala universalmente migliore.



Semantico differenziale

Coppie di aggettivi opposti (utile–inutile, chiaro–confuso) su 7 punti.

Quando: Indagini percettive, branding del servizio, immagine dell'ente.



Net Promoter Score

Una sola domanda 0–10:
«Raccomanderebbe...?» → Promotori / Passivi / Detrattori.

Quando: KPI sintetico, benchmarking, tracking longitudinale.



CSI — Customer Satisfaction Index

Indice composito che pesa la soddisfazione sulle singole dimensioni per la loro importanza.

Quando: Restituzione di un unico indicatore gestionale; confronto tra uffici/anni.

Dalla carta al dato

Il flusso operativo di una rilevazione

Il questionario è un quarto del lavoro. Il resto è ingegneria del processo.



01 • Raccolta

Somministrazione multicanale (sportello, web, QR, email, telefonica). Tracciamento del tasso di risposta e controllo della copertura del campione.



02 • Pulizia dei dati

Controllo di validità, gestione dei missing, verifica della coerenza interna, esclusione dei questionari straight-line o incompleti oltre soglia.



03 • Analisi

Statistiche descrittive, indici sintetici (CSI), segmentazione per categorie, analisi bivariata per identificare le dimensioni critiche.



04 • Restituzione

Report direzionale, dashboard per il management, pubblicazione in Amministrazione Trasparente, azioni correttive misurabili sul ciclo successivo.

Applicazione

Quando il metodo diventa strumento

CustomerPA · la piattaforma che automatizza il ciclo completo della rilevazione

Una piattaforma dedicata alla Pubblica Amministrazione che copre l'intero flusso: **progettazione del questionario, somministrazione multicanale, raccolta, analisi e pubblicazione.**

Non sostituisce il metodo: lo rende scalabile.

Pensata per ridurre i tempi di implementazione e garantire l'integrità metodologica della rilevazione, con esportazione diretta dei dati in formati aperti per Amministrazione Trasparente.



Editor guidato

Template validati per CS nella PA



Dashboard real-time

Monitoraggio delle risposte in corso



Analisi automatica

Indici, grafici, confronti periodici



Conformità

GDPR, trasparenza, dati aperti

IN SINTESI

Tre messaggi da portare a casa

01

Il metodo prima dello strumento

Nessuna piattaforma, per quanto evoluta, compensa un questionario mal costruito. La metodologia viene prima.

02

La scala è una scelta, non un dettaglio

Scegliere e motivare la scala è parte integrante del disegno di ricerca. Dichiararla è un dovere di trasparenza.

03

Misurare serve a decidere

La Customer Satisfaction ha senso se orienta scelte gestionali concrete. Diversamente, è un esercizio di stile.

Grazie per l'attenzione