



SWG

Maggio 2021

Indagine di Customer Satisfaction sui servizi erogati dall'azienda COTRAL



Premessa

La misura della Customer Satisfaction costituisce **un momento conoscitivo d'importanza fondamentale, sia come metro di valutazione per l'efficienza dei prodotti o servizi, sia in quanto punto di partenza** per le azioni future che un'azienda deciderà di effettuare con lo scopo di **ottenere un vantaggio competitivo nel medio-lungo periodo.**



In ottemperanza alle Linee Guida per la rilevazione della soddisfazione del Cliente e per la misurazione degli indicatori relativi nei servizi pubblici locali (UNI 11098) e alla norma UNI EN 13816 «Definizione, obiettivi e misurazione della qualità del servizio per il trasporto Pubblico dei Passeggeri, La Società **Cotral S.p.A.** ha inteso dotarsi di un impianto di riferimento per condurre una rilevazione annuale e disporre di indicatori di customer satisfaction a cui eventualmente correlare future politiche di gestione degli obiettivi.

Con questa finalità Cotral S.p.A. ha avviato una richiesta di offerta per individuare un istituto di ricerca in grado di supportare l'Azienda nello svolgimento della rilevazione della customer satisfaction 2020 sui servizi resi.

Cotral S.p.A. ha conferito tale incarico all'istituto di ricerca SWG S.p.A..

Obiettivi dell'indagine

Obiettivo di questa indagine è misurare non solo il livello di soddisfazione dei clienti Cotral, ma anche analizzare, valutare ed approfondire ulteriori servizi offerti da Cotral.

A tal fine il questionario presentava le seguenti sezioni:

1. Sezione 1: Modalità di utilizzo. Obiettivo di questa prima sezione è quello di delineare un profilo del cliente Cotral: fidelizzazione ai servizi Cotral, frequenza di utilizzo dei servizi, orari e motivazioni che spingono ad utilizzare il servizio Cotral.
2. Sezione 2: Spostamento in atto: mediante la somministrazione di alcune domande si è cercato di ricostruire i movimenti effettuati ed i mezzi utilizzati dall'utente per arrivare al capolinea, le motivazioni che lo hanno spinto ad effettuare lo spostamento.
3. Sezione 3: Customer Satisfaction: questa sezione mira alla costruzione di un indicatore di performance di Cotral, nonché alla costruzione di mappe di posizionamento dei vari fattori analizzati ed alla misurazione del livello di soddisfazione globale degli utenti verso i servizi Cotral.
4. Sezione 4: Titoli di viaggio: obiettivo è raccogliere informazioni sulla tipologia di titolo di viaggio posseduto, a misurare e valutare la capillarità della rete vendita e a misurare quali sono i canali di vendita maggiormente utilizzati dagli utenti Cotral.
5. Sezione 5: Informazioni: In questa sezione saranno presi in esame tutti i canali messi a disposizione da Cotral per fornire informazioni ai propri utenti e valutarne il grado di soddisfazione
6. Sezione 6: Dati strutturati volti a delineare il profilo degli utenti intervistati e verificare la tenuta del piano di campionamento

La metodologia di rilevazione

METODOLOGIA

- CAPI (*Computer Assisted personal Interview*)

PERIODO DI RILEVAZIONE

- Marzo-Aprile 2021

ORARI DI RILEVAZIONE

- Dalle 06.30 alle 19.30

CAMPIONE

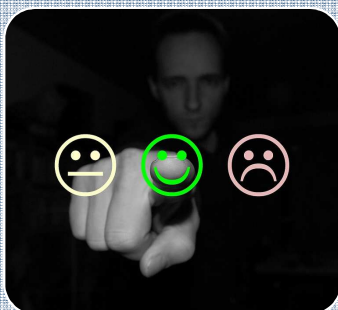
Utilizzatori dei servizi Cotral. Sono state realizzate 2746 interviste distribuite secondo quote campionarie nei 4 bacini di utenza (Frosinone, Latina, Rieti e Viterbo) e sui 10 capolinea (Anagnina, Laurentina, Cornelia, Ponte Mammolo, Saxa Rubra, Tiburtina, Frosinone, Viterbo, Latina, Rieti)

UNIVERSO

- Utenti dei servizi Cotral aventi più di 15 anni di età

Il modello di customer satisfaction adottato

Un modello che consente di...



**Misurare la
soddisfazione
percepita**



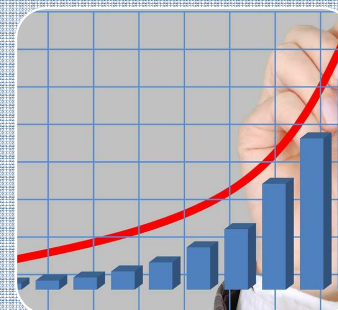
**Rilevare
le aspettative
degli utenti
in forma
indiretta
(con tecniche
di analisi
statistica)**



**Verificare
lo scarto
tra aspettative
e
soddisfazione
espressa**



**Individuare le
strategie
prioritarie di
intervento per
ottenere un
migliore
allineamento
del servizio
alle attese del
cliente**



**Costruire
un indice
di prestazione
complessivo
per ciascun
servizio offerto**

La metrica utilizzata per rilevare la soddisfazione degli utenti

Il questionario si è basato sulla rilevazione:

- ✓ della soddisfazione complessiva per i servizi offerti da Cotral: tale dato è stato rilevato sia all'inizio che alla fine del questionario per valutare in prima battuta l'opinione spontanea e "di pancia" e in fase finale per pervenire a una valutazione più razionale e sedimentata alla luce di tutti gli aspetti che sono stati valutati nel corso dell'intervista;
- ✓ della soddisfazione complessiva per ciascun servizio offerto da Cotral;
- ✓ della soddisfazione di dettaglio sui singoli aspetti di ciascun servizio;
- ✓ il giudizio globale/soddisfazione del servizio alla luce di tutti gli aspetti valutati.

Tutti i giudizi richiesti sono stati espressi con la medesima scala. La scala che è stata adottata è quella scolastica da 1 a 10. È stata prevista l'opzione di risposta "Non sa/non risponde".

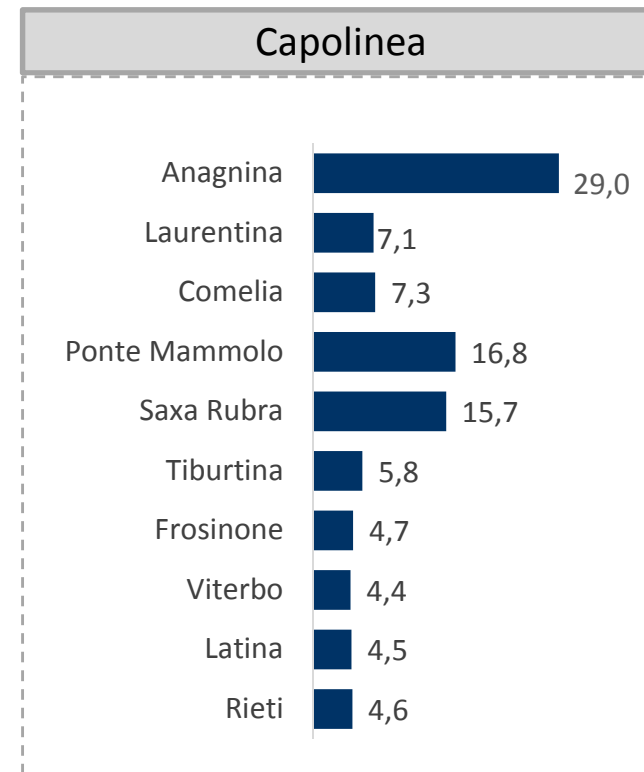
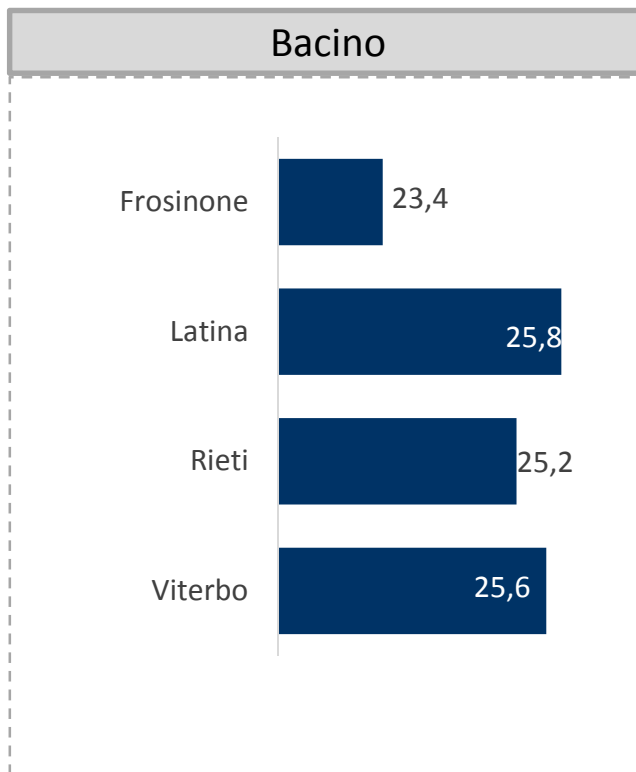
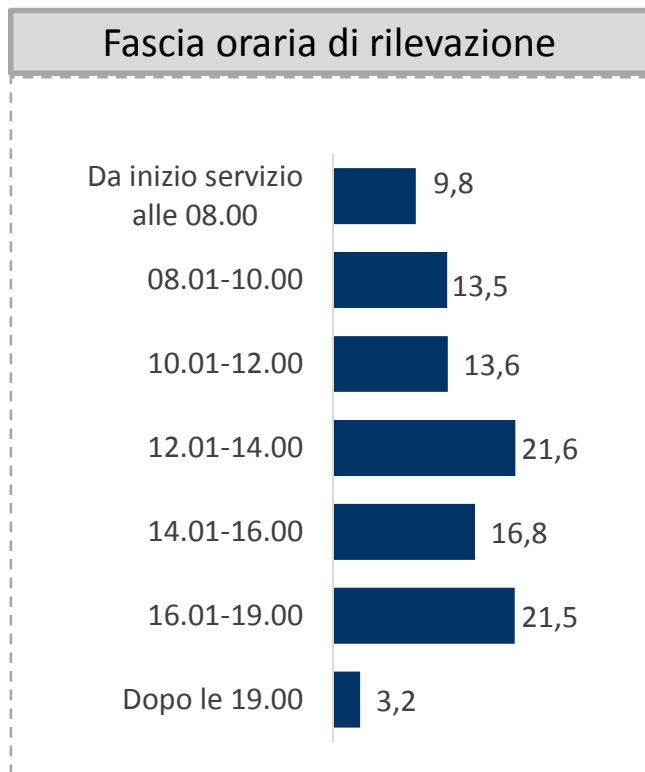
La scelta della scala da 1 a 10 ha permesso di accorpate i giudizi espressi in 3 classi:





Dati sulla rilevazione

Dati della rilevazione



	TOTALE
Frosinone	23,4%
Latina	25,8%
Rieti	25,2%
Viterbo	25,6%

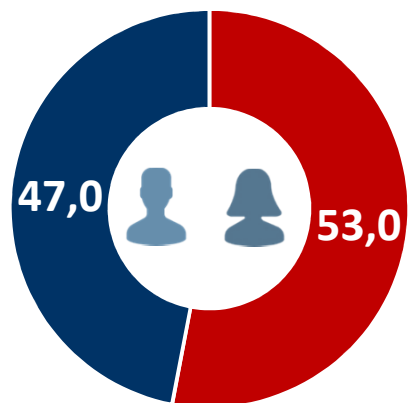
Dettaglio Capolinea									
Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
51,0%	0,0%	0,0%	22,9%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
49,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
0,0%	0,0%	0,0%	77,1%	12,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	88,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%



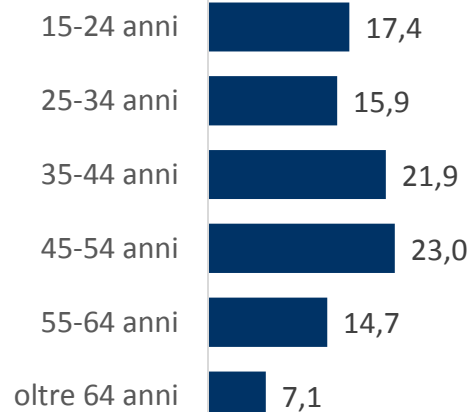
Profilo dei rispondenti

Profilo dei rispondenti

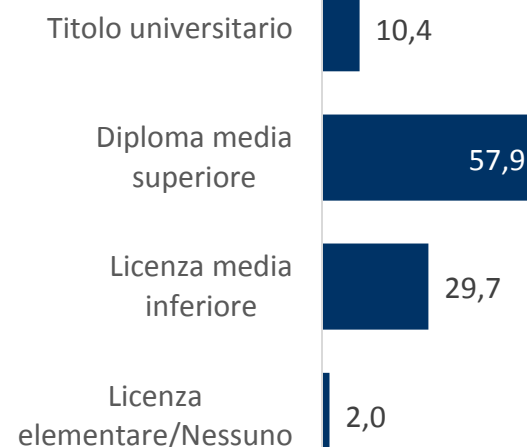
Genere



Età



Livello di istruzione



Il campione intervistato è rappresentato in misura maggiore da donne, persone aventi tra i 35 e i 54 anni e da soggetti con un titolo di studio superiore di secondo grado. Sono principalmente di nazionalità italiana e residente nel comune o nella provincia di Roma.

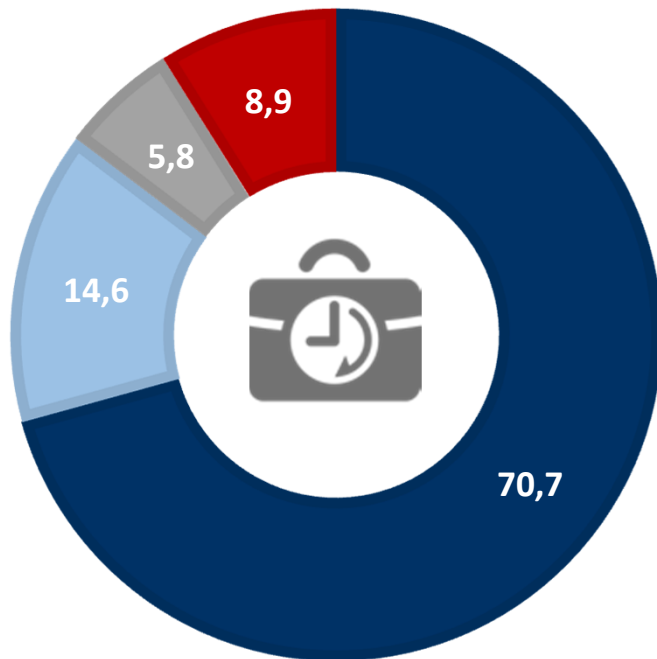
Durante questa rilevazione c'è da precisare che l'identificazione delle persone da intervistare è stata leggermente condizionata dalla attuale emergenza COVID-19 che ha visto alternarsi periodi in zone rosse e relativi lockdown. Rispetto alle indagini precedenti, premesso i motivi di cui sopra, il campione giovani e studenti è leggermente sotto rappresentato così come gli over 64 anni.

Profilo dei rispondenti

	TOTALE	TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Maschio	47,0%	48,1%	49,9%	43,7%	46,2%	49,6%	51,5%	56,7%	41,6%	41,9%	47,5%	44,6%	43,8%	47,2%	49,6%
Femmina	53,0%	51,9%	50,1%	56,3%	53,8%	50,4%	48,5%	43,3%	58,4%	58,1%	52,5%	55,4%	56,2%	52,8%	50,4%
15-24 anni	17,4%	18,7%	16,1%	23,5%	11,4%	17,8%	2,0%	8,5%	13,4%	13,7%	16,3%	34,6%	9,9%	26,0%	62,4%
25-34 anni	15,9%	17,9%	12,6%	14,4%	18,9%	16,0%	10,2%	29,4%	13,9%	15,0%	15,6%	24,6%	15,7%	8,9%	12,0%
35-44anni	21,9%	23,1%	19,2%	20,9%	24,6%	23,0%	17,9%	22,4%	24,0%	24,5%	23,1%	23,8%	26,4%	8,9%	8,8%
45-54anni	23,0%	23,4%	22,6%	21,1%	24,9%	25,0%	26,5%	20,9%	26,6%	25,7%	18,1%	10,8%	28,9%	11,4%	9,6%
55-64anni	14,7%	12,0%	15,7%	15,3%	15,7%	11,2%	25,5%	14,9%	20,1%	15,3%	14,4%	5,4%	17,4%	15,4%	4,8%
over64anni	7,1%	5,0%	14,0%	4,8%	4,4%	7,0%	17,9%	4,0%	1,9%	5,8%	12,5%	0,8%	1,7%	29,3%	2,4%
Titolo Universitario	10,4%	12,1%	13,8%	10,4%	5,3%	16,6%	8,7%	9,0%	9,1%	4,9%	12,5%	5,4%	0,8%	7,3%	14,4%
Diploma media superiore	57,9%	57,0%	54,3%	59,9%	60,4%	56,5%	63,3%	73,1%	64,7%	59,5%	72,5%	51,5%	39,7%	36,6%	29,6%
Licenza media inferiore	29,7%	28,7%	29,8%	28,9%	31,3%	25,3%	25,0%	17,9%	25,8%	33,3%	13,1%	40,0%	50,4%	51,2%	55,2%
Licenza elementare/Nessuno	2,1%	2,2%	2,1%	0,9%	3,0%	1,6%	3,0%	0,0%	0,4%	2,3%	1,9%	3,1%	9,1%	4,9%	0,8%

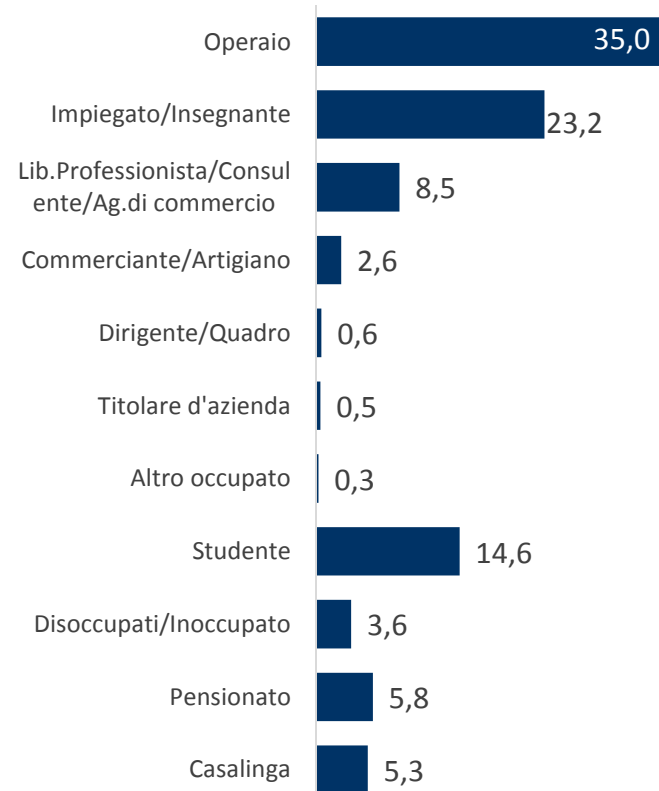
Profilo dei rispondenti

Condizione professionale



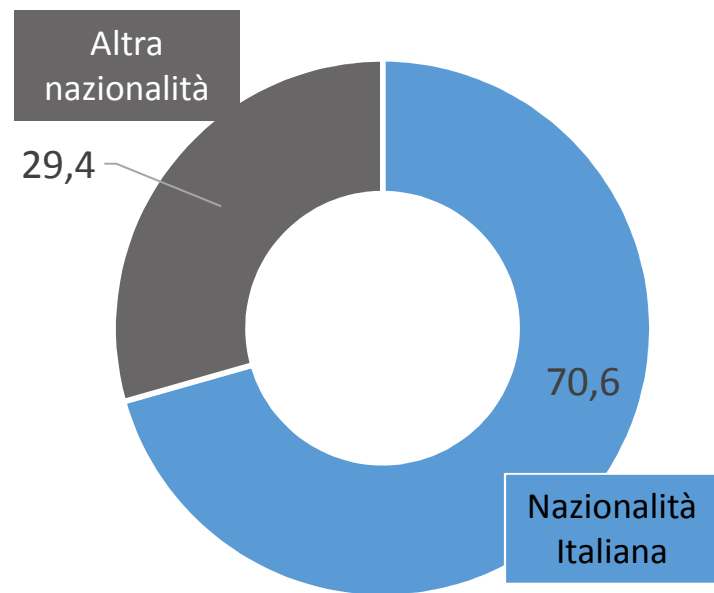
■ Lavoratore ■ Studente ■ Pensionato ■ Non occupato (casalinga/disoccupato)

Dettaglio professione

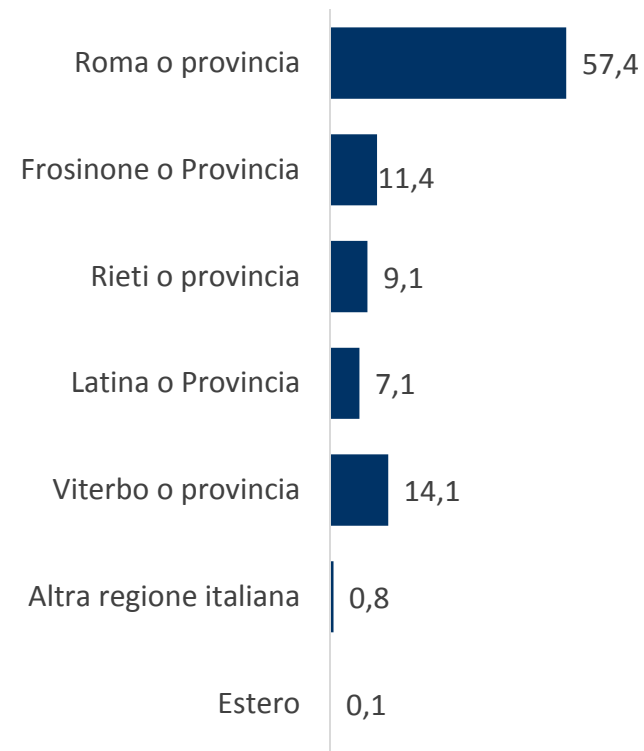


Profilo dei rispondenti

NAZIONALITA'



Comune di residenza



Profilo dei rispondenti

	TOTALE
Lavoratore	70,7%
Studente	14,6%
Non occupato	8,9%
Pensionato	5,8%
Italiana	70,6%
Altra	29,4%
Roma o provincia	57,3%
Frosinone o provincia	11,4%
Rieti o provincia	9,1%
Latina o provincia	7,1%
Viterbo o provincia	14,1%
Altra regione italiana	0,8%
Roma o provincia	57,3%

TARGET														
Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
69,7%	64,8%	68,6%	79,7%	70,1%	79,0%	91,5%	85,9%	75,2%	61,9%	46,1%	70,2%	29,9%	32,8%	
15,3%	12,6%	22,1%	8,8%	13,7%	1,0%	4,5%	11,0%	10,9%	18,1%	30,8%	9,9%	23,6%	59,2%	
10,8%	12,3%	5,4%	7,4%	9,4%	11,2%	1,5%	1,7%	7,9%	8,8%	23,1%	19,0%	23,6%	5,6%	
4,4%	10,3%	4,0%	4,1%	6,8%	8,7%	2,5%	1,3%	6,0%	11,3%	0,0%	0,8%	22,8%	2,4%	
74,8%	73,9%	66,4%	67,8%	79,3%	60,7%	68,2%	58,0%	63,4%	68,8%	66,2%	80,2%	85,4%	90,4%	
25,2%	26,1%	33,6%	32,2%	20,7%	39,3%	31,8%	42,0%	36,6%	31,3%	33,8%	19,8%	14,6%	9,6%	
49,8%	70,7%	63,3%	44,6%	64,6%	92,3%	90,0%	94,4%	34,7%	40,6%	0,0%	11,6%	17,9%	8,0%	
47,4%	1,0%	0,0%	0,3%	22,4%	0,0%	0,0%	0,4%	0,2%	0,0%	99,2%	0,8%	1,6%	0,0%	
0,0%	0,0%	35,6%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	5,2%	5,1%	55,6%	0,0%	0,8%	0,0%	91,2%	
0,8%	26,9%	0,0%	0,0%	10,2%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	80,5%	0,0%	
0,3%	0,3%	0,1%	54,6%	0,5%	0,0%	10,0%	0,0%	59,7%	0,6%	0,0%	86,8%	0,0%	0,0%	
1,6%	0,8%	0,9%	0,1%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	
0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	



Abitudini di utilizzo

Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

L'utente intervistato si può considerare «fidelizzato» poiché nel 76% dei casi è una persona che utilizza sempre la stessa linea. Il 49% utilizza i mezzi Cotral da oltre 5 anni e circa il 70% li utilizza in maniera assidua (almeno 3-4 volte a settimana).

Questi primi dati sono molto importanti poiché la valutazione del servizio viene fatta da una percentuale di utenti «esperti» ed «assidui», che oltre a valutare lo spostamento in atto sono in grado di valutare ed esprimere dei giudizi sui cambiamenti e le innovazioni apportate da Cotral nel corso degli anni.

L'utilizzo dei mezzi Cotral avviene principalmente nell'arco della mattinata, in misura prevalente tra le 7.00 e le 8.00 del mattino per ragioni essenzialmente legate al fattore lavoro, (andare/tornare da lavoro 65%) o di studio (andare e tornare da scuola/università 12,5%). Va ricordato che il dato relativo allo spostamento da e per la scuola/università rispetto agli anni precedenti è fortemente influenzato dal periodo in cui i ragazzi erano in DAD.

Principalmente il motivo che porta alla scelta di utilizzare i mezzi Cotral per i propri spostamenti risiede nel «mezzo», ovvero il 60% circa degli intervistato preferisce il bus perché comodo, capillare (va ovunque) e si viaggia in tranquillità.

Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

Il 38% del campione preferisce acquistare i titoli di viaggio presso le biglietterie Cotral o Infopoint, mentre un ulteriore 35% si reca presso i tabaccai.

Molto bassa la percentuale di soggetti che utilizza mezzi online, come ad esempio il sito Cotral per l'acquisto dei titoli di viaggio.

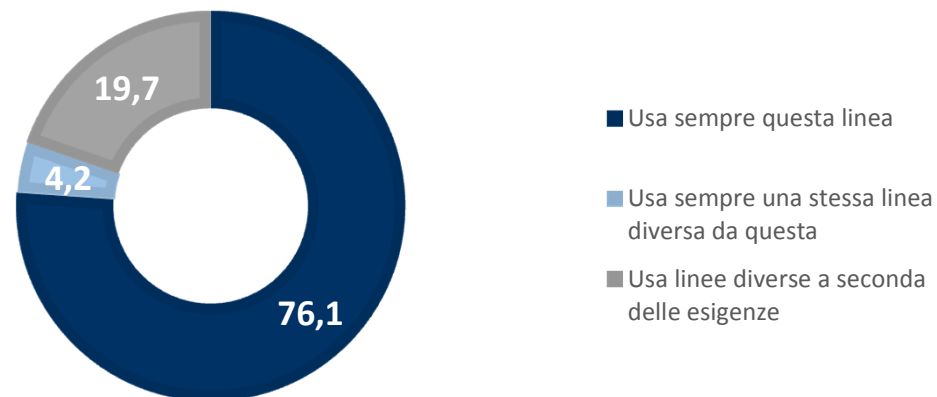
1/3 degli intervistati per i propri spostamenti utilizza il biglietto mentre un 65% preferisce l'abbonamento (mensile il 41% e annuale il 24%).

Tra i titolari di un abbonamento è alta la percentuale di coloro che hanno una tessera elettronica ricaricabile, circa il 72%.

I motivi che portano a scegliere di acquistare l'abbonamento cartaceo sono principalmente legati ad un fattore personale, alla non conoscenza dell'alternativa o alla difficoltà di attivazione e ricarica dell'abbonamento.

Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

Pensando al Suo utilizzo delle linee Cotral lei si definirebbe una persona che:

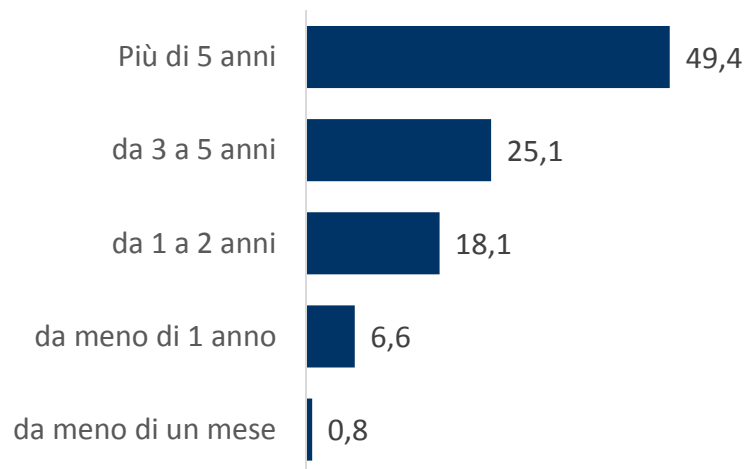


	TOTALE
Usa sempre questa linea	76,1%
Usa sempre una stessa linea diversa da questa	4,2%
Usa linee diverse a seconda delle esigenze	19,7%

TARGET														
Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
74,1%	68,8%	88,0%	73,5%	84,2%	47,4%	63,2%	87,0%	80,8%	95,0%	28,5%	62,0%	60,2%	88,8%	
3,6%	1,1%	1,4%	10,7%	2,3%	1,0%	20,4%	0,2%	9,3%	0,0%	6,9%	2,5%	0,8%	0,8%	
22,3%	30,0%	10,5%	15,8%	13,6%	51,5%	16,4%	12,8%	10,0%	5,0%	64,6%	35,5%	39,0%	10,4%	

Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

Da quanto tempo utilizza i mezzi Cotral?

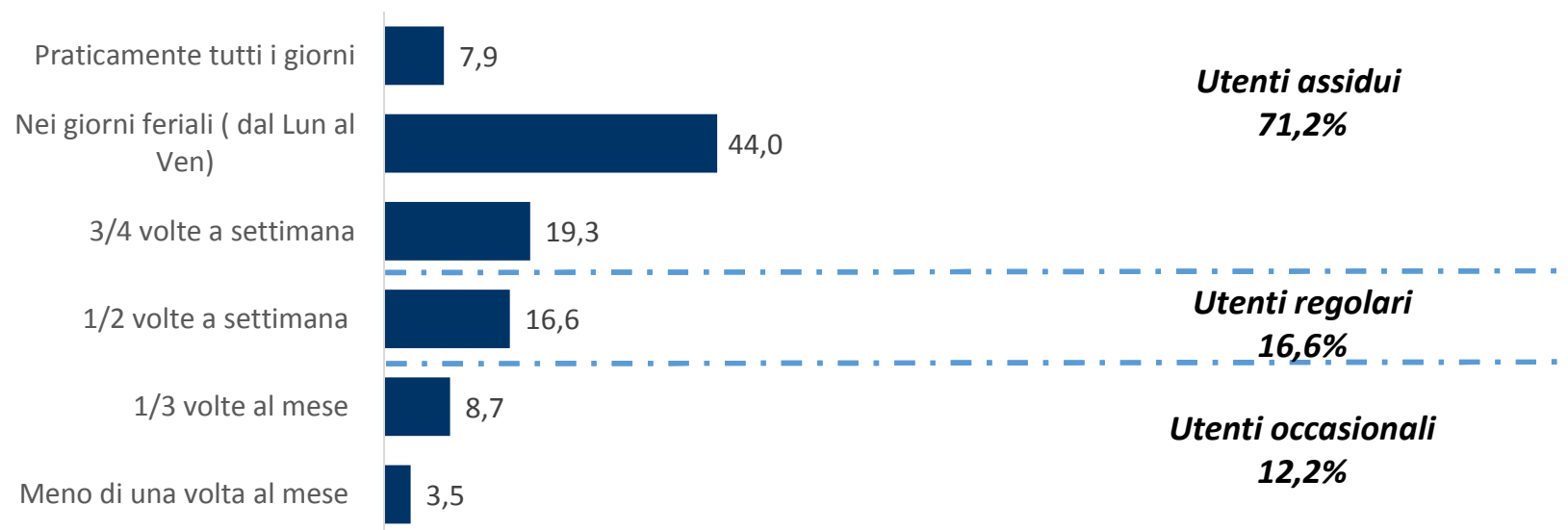


	TOTALE
Più di 5 anni	49,4%
Da 3-5 anni	25,1%
Da 1-2 anni	18,1%
Da meno di 1 anno	6,6%
Da meno di un mese	0,8%

TARGET														
Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
48,3%	65,9%	51,5%	31,6%	59,2%	85,7%	9,0%	57,1%	40,0%	50,0%	10,0%	43,8%	52,0%	41,6%	
23,8%	17,2%	28,3%	31,1%	22,2%	8,7%	33,8%	35,5%	30,8%	17,5%	17,7%	24,0%	17,9%	22,4%	
18,7%	10,2%	11,3%	32,5%	10,7%	4,6%	53,7%	6,1%	23,8%	15,6%	51,5%	25,6%	18,7%	15,2%	
8,7%	6,3%	6,9%	4,6%	7,5%	1,0%	3,5%	1,3%	4,9%	11,9%	20,8%	6,6%	8,9%	16,0%	
0,5%	0,4%	2,0%	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	5,0%	0,0%	0,0%	2,4%	4,8%	

Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

Ed in particolare con quale frequenza utilizza questa linea?



Trend	2020	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2011	2010	2009
Utenti assidui (da 3 volte a settimana a tutti i giorni)	71	68	73	70	72	68	66	61	62	65
Utenti regolari (1 - 2 volte a settimana)	17	14	14	17	18	21	17	17	15	14
Utenti occasionali (meno di una volta a settimana)	12	18	13	13	10	11	17	22	22	21

* Per la lettura del dato di trend si precisa che nelle edizioni fino al 2013 la domanda faceva riferimento all'uso dell'autobus COTRAL in generale e non ad una linea.

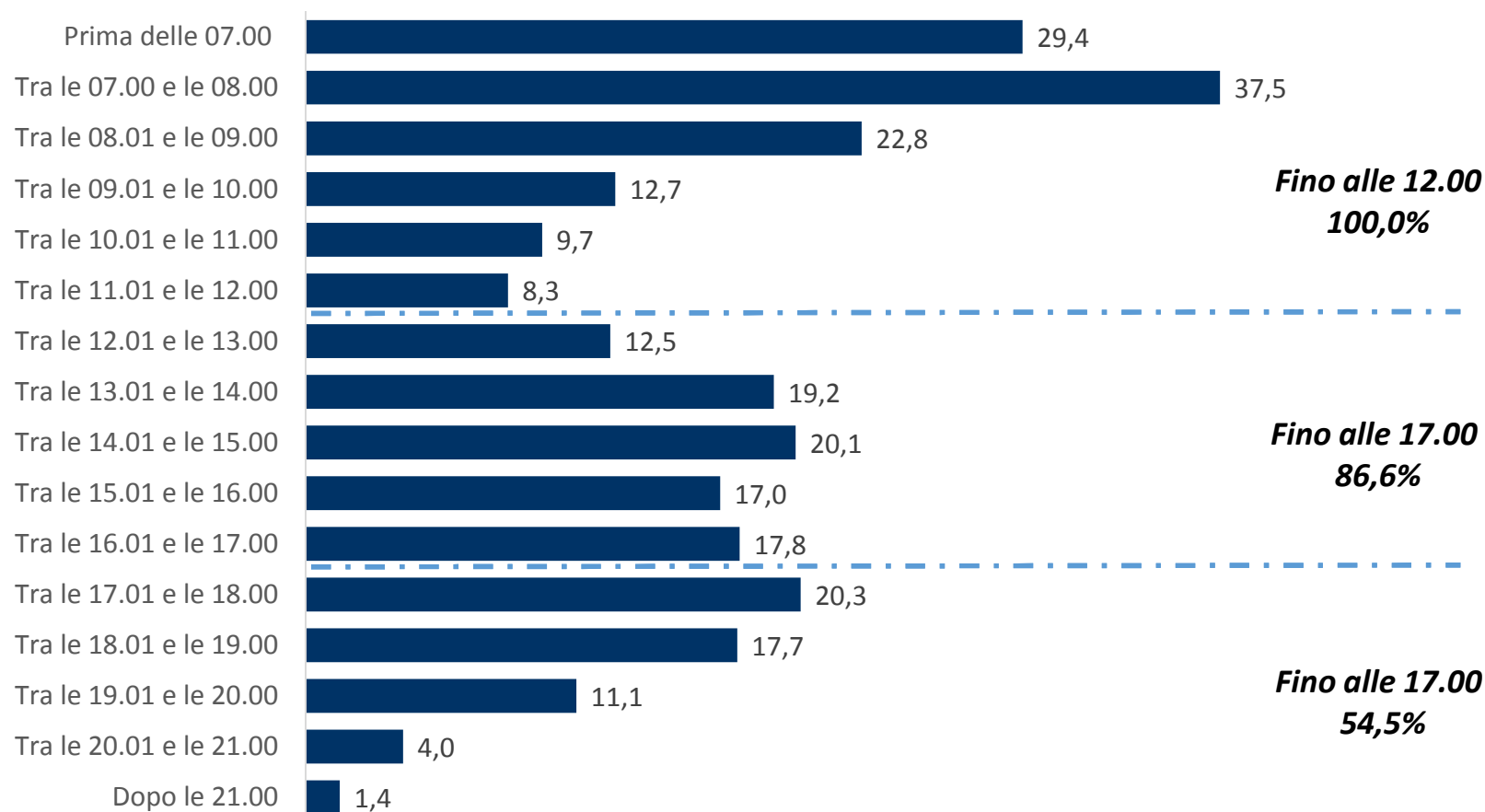
Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

Ed in particolare con quale frequenza utilizza questa linea?

		TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
TOTALE		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Praticamente tutti i giorni	7,9%	3,7%	5,1%	15,3%	7,1%	3,8%	6,1%	5,5%	9,7%	9,3%	9,4%	1,5%	6,6%	8,1%	34,4%
Nei giorni feriali (dal Lun al Ven)	44,0%	48,9%	42,6%	41,3%	43,6%	50,9%	41,8%	18,9%	56,7%	54,9%	38,1%	28,5%	43,0%	15,4%	12,0%
3/4 volte a settimana	19,3%	19,0%	17,2%	22,2%	18,7%	19,7%	11,2%	28,9%	26,2%	15,7%	9,4%	23,1%	9,1%	11,4%	26,4%
1/2 volte a settimana	16,6%	17,0%	17,5%	9,7%	22,6%	13,8%	14,8%	43,8%	6,3%	11,6%	15,0%	31,5%	22,3%	38,3%	11,2%
1/3 volte al mese	8,7%	8,6%	10,3%	8,7%	7,3%	7,8%	12,8%	2,5%	1,1%	7,9%	18,8%	14,6%	18,2%	17,9%	12,0%
Meno di una volta al mese	3,5%	2,8%	7,3%	2,8%	0,7%	4,0%	13,3%	0,4%	0,0%	0,6%	9,3%	0,8%	0,8%	8,9%	4,0%
Utenti assidui	71,1%	71,6%	64,9%	78,8%	69,4%	74,4%	59,2%	53,2%	92,6%	79,8%	56,9%	53,1%	58,7%	35,0%	72,8%
Utenti regolari	16,7%	17,0%	17,5%	9,7%	22,6%	13,8%	14,8%	43,8%	6,3%	11,6%	15,0%	31,5%	22,3%	38,2%	11,2%
Utenti occasionali	12,2%	11,4%	17,6%	11,5%	8,0%	11,8%	26,0%	3,0%	1,1%	8,6%	28,1%	15,4%	19,0%	26,8%	16,0%

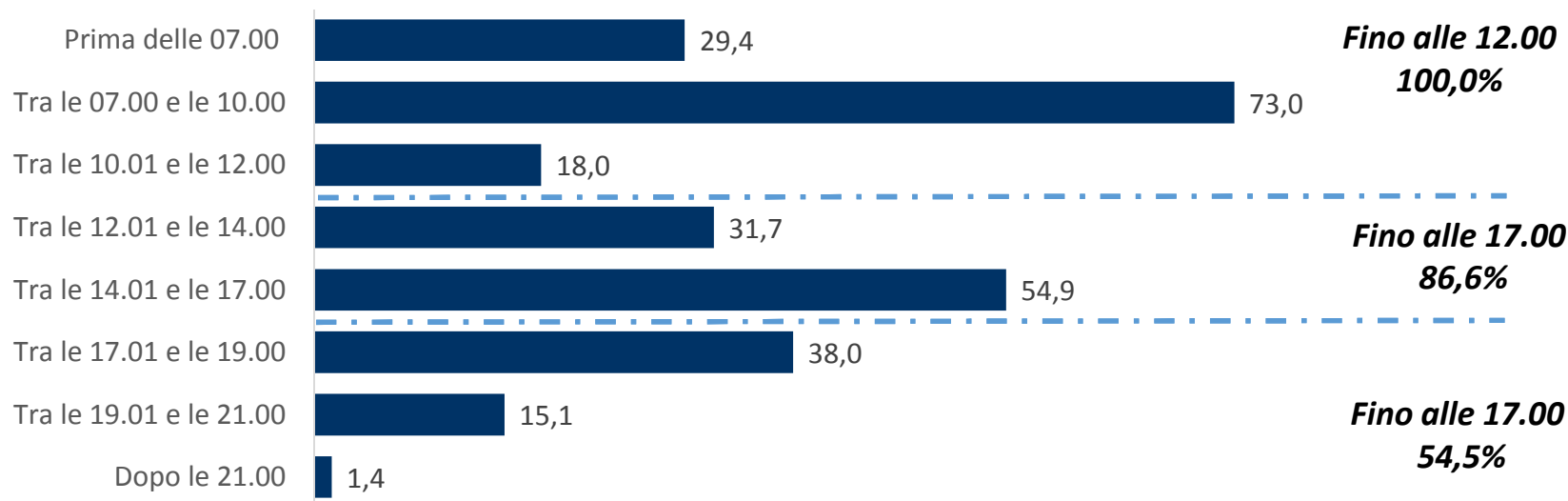
Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

In una giornata tipo in quali fasce orarie utilizza il servizio Cotral ?



Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

In una giornata tipo in quali fasce orarie utilizza il servizio Cotral ?



Trend	2020	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2011	2010	2009
Mattina (fino alle 12.00)	100	100	100	100	99	100	99	90	87	100
Pomeriggio (dalle 12.00 alle 17.00)	87	95	59	56	52	48	69	73	68	81
Sera (dopo le 17.00)	55	60	49	54	61	64	52	55	52	48

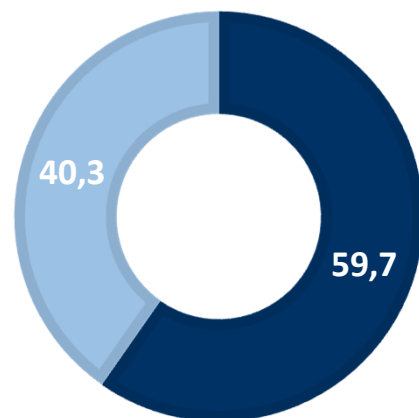
Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

In una giornata tipo in quali fasce orarie utilizza il servizio Cotral ?

	TOTALE	TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Prima delle 07.00	29,4%	20,1%	18,9%	37,5%	40,3%	20,0%	26,0%	12,4%	32,9%	59,0%	41,3%	3,1%	24,8%	8,1%	43,2%
Tra le 07.00 e le 08.00	37,5%	36,6%	35,8%	42,4%	35,2%	36,8%	37,2%	51,7%	51,1%	29,2%	32,5%	16,2%	27,3%	37,4%	36,8%
Tra le 08.01 e le 09.00	22,8%	27,3%	26,5%	22,4%	15,4%	30,9%	13,8%	14,9%	23,4%	17,1%	25,0%	23,1%	11,6%	29,3%	16,8%
Tra le 09.01 e le 10.00	12,7%	14,5%	13,8%	13,4%	9,1%	16,1%	10,2%	6,0%	10,2%	10,6%	19,4%	10,8%	7,4%	19,5%	13,6%
Tra le 10.01 e le 11.00	9,7%	11,2%	10,4%	9,4%	8,0%	11,3%	6,6%	6,0%	7,4%	9,0%	14,4%	14,6%	9,9%	16,3%	4,0%
Tra le 11.01 e le 12.00	8,3%	10,7%	9,0%	6,1%	7,5%	10,1%	3,6%	7,0%	6,9%	7,9%	10,0%	10,8%	9,1%	11,4%	4,8%
Tra le 12.01 e le 13.00	12,5%	11,4%	11,3%	14,1%	13,2%	10,2%	7,1%	10,0%	14,1%	15,5%	22,5%	12,3%	15,7%	14,6%	6,4%
Tra le 13.01 e le 14.00	19,2%	11,8%	17,9%	24,1%	22,2%	12,4%	14,3%	16,9%	20,1%	27,3%	23,8%	13,1%	19,0%	34,1%	27,2%
Tra le 14.01 e le 15.00	20,1%	15,9%	17,2%	26,7%	20,2%	17,7%	9,7%	15,9%	22,3%	25,0%	22,5%	9,2%	14,9%	26,0%	40,0%
Tra le 15.01 e le 16.00	17,0%	14,3%	13,5%	23,2%	16,7%	15,6%	4,6%	12,9%	18,6%	20,4%	32,5%	6,9%	16,5%	21,1%	20,8%
Tra le 16.01 e le 17.00	17,8%	16,5%	17,9%	20,5%	16,4%	20,1%	15,3%	12,9%	17,7%	16,4%	28,7%	6,2%	23,1%	13,0%	18,4%
Tra le 17.01 e le 18.00	20,3%	19,6%	19,2%	20,1%	22,4%	21,0%	17,3%	16,9%	19,0%	23,6%	23,1%	6,2%	27,3%	26,8%	17,6%
Tra le 18.01 e le 19.00	17,7%	11,5%	16,6%	17,5%	24,6%	11,6%	20,9%	25,4%	19,5%	23,8%	17,5%	11,5%	20,7%	24,4%	8,8%
Tra le 19.01 e le 20.00	11,1%	8,3%	8,9%	9,4%	17,7%	8,5%	10,2%	20,9%	7,8%	15,7%	10,0%	6,9%	17,4%	10,6%	9,6%
Tra le 20.01 e le 21.00	4,0%	6,2%	1,8%	2,5%	5,8%	4,4%	0,0%	5,5%	2,2%	5,1%	1,9%	10,8%	7,4%	1,6%	4,0%
Dopo le 21.00	1,4%	0,8%	1,1%	2,2%	1,6%	1,5%	0,0%	2,0%	1,5%	0,7%	0,6%	0,0%	3,3%	0,0%	6,4%

Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

Quale è la ragione principale per cui utilizza il servizio COTRAL?



- Ragioni legate al mezzo (non ho problema guida/parcheggio, economico, posso andare ovunque, viaggio più tranquillo, etc.)
- Ragioni legate alla persona (non ho mezzo, non ho patente, non amo guidare)

		TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
TOTALE		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Ragioni legate al mezzo (non ho problema guida/parcheggio, economico, posso andare ovunque, viaggio più tranquillo, etc.)	59,7%	55,8%	44,0%	59,3%	79,3%	54,1%	45,4%	83,6%	51,3%	76,4%	52,5%	53,8%	77,7%	18,7%	89,6%
Ragioni legate alla persona (non ho mezzo, non ho patente, non amo guidare)	40,3%	44,2%	56,0%	40,7%	20,7%	45,9%	54,6%	16,4%	48,7%	23,6%	47,5%	46,2%	22,3%	81,3%	10,4%



Abitudini di utilizzo- Motivi dello spostamento in atto

Abitudini di utilizzo: Lo spostamento in atto

Quale è la ragione principale per cui utilizza il servizio COTRAL?

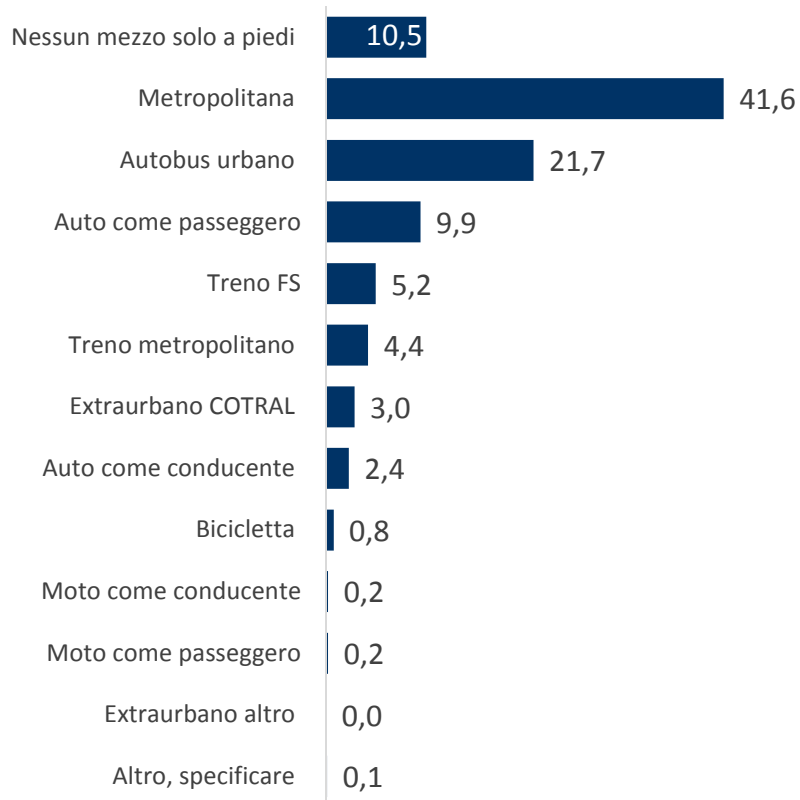


	TOTALE
Andare/tornare dal posto di lavoro	65,0%
Andare/tornare da scuola/università	12,5%
Visita a parenti/amici	7,5%
Commissioni personali (viste mediche, pratiche)	7,0%
Affari/impegni di lavoro	6,0%
Tempo libero/Svago (eventi sportivi, spettacoli, visite culturali)	1,5%
Acquisti	0,3%
Altro, specificare	0,3%

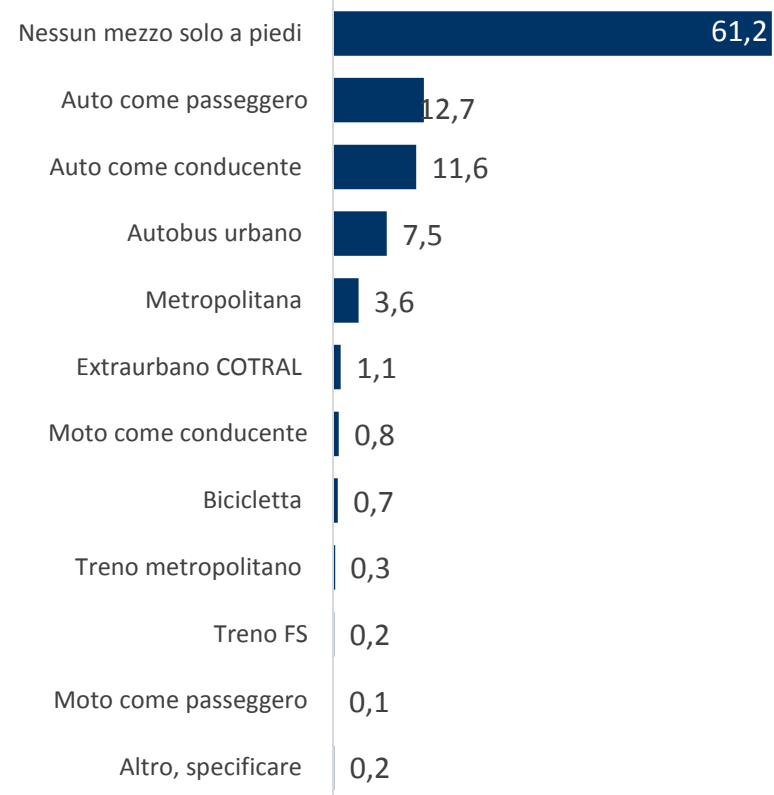
TARGET														
Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
65,0%	60,4%	64,8%	69,8%	67,2%	70,4%	69,2%	85,3%	72,5%	53,1%	37,7%	57,0%	22,0%	28,0%	
14,0%	10,2%	19,5%	6,6%	11,8%	1,0%	1,5%	10,6%	9,7%	10,6%	28,5%	5,8%	17,9%	56,0%	
5,0%	12,3%	6,8%	5,8%	7,2%	9,7%	6,5%	0,6%	4,6%	19,4%	6,2%	10,7%	28,5%	6,4%	
7,6%	9,6%	4,8%	5,8%	7,5%	8,2%	1,0%	1,1%	6,5%	12,5%	8,5%	12,4%	24,4%	3,2%	
6,5%	5,9%	2,2%	9,3%	5,2%	9,2%	20,9%	2,4%	5,1%	1,3%	14,6%	4,1%	2,4%	0,8%	
1,6%	0,7%	1,4%	2,3%	0,9%	0,5%	1,0%	0,0%	1,2%	1,3%	4,6%	8,3%	0,8%	5,6%	
0,0%	0,8%	0,0%	0,4%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	1,7%	4,1%	0,0%	
0,3%	0,1%	0,6%	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

Abitudini di utilizzo: Lo spostamento in atto

Oggi con quale mezzo di trasporto è arrivato a questo capolinea?



E con quale mezzo di trasporto pensa di lasciare la fermata/capolinea una volta sceso da questo mezzo?



Abitudini di utilizzo: Lo spostamento in atto

Oggi con quale mezzo di trasporto è arrivato a questo capolinea?

		TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
TOTALE		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Nessun mezzo solo a piedi	10,5%	5,6%	12,7%	16,0%	7,4%	2,9%	2,0%	8,0%	0,2%	0,9%	8,1%	15,4%	26,4%	64,2%	77,6%
Metropolitana	41,6%	54,4%	54,9%	44,6%	13,5%	66,5%	64,8%	46,8%	71,9%	0,2%	36,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Autobus urbano	21,7%	16,7%	19,7%	27,7%	22,2%	16,1%	25,5%	22,9%	27,3%	25,2%	41,3%	19,2%	11,6%	17,1%	8,0%
Auto come passeggero	9,9%	13,1%	6,6%	2,2%	17,8%	5,8%	6,6%	16,9%	0,2%	10,2%	1,9%	40,0%	43,0%	16,3%	4,8%
Treno FS	5,2%	0,2%	0,0%	3,8%	16,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	30,8%	5,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,8%
Treno metropolitano	4,4%	0,0%	0,3%	3,5%	13,4%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	6,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Extraurbano COTRAL	3,0%	4,0%	4,5%	1,3%	2,1%	7,0%	0,0%	0,0%	0,2%	3,9%	0,6%	0,8%	0,0%	0,0%	4,8%
Auto come conducente	2,4%	2,6%	0,7%	0,9%	5,6%	0,6%	0,5%	2,5%	0,0%	3,0%	0,0%	10,8%	18,2%	1,6%	4,0%
Bicicletta	0,8%	2,5%	0,3%	0,0%	0,6%	0,6%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,8%	0,0%	0,0%
Moto come conducente	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%	0,4%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Moto come passeggero	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%	0,3%	0,1%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,8%	0,0%
Extraurbano altro	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Altro, specificare	0,1%	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Abitudini di utilizzo: Lo spostamento in atto

E con quale mezzo di trasporto pensa di lasciare la fermata/capolinea una volta sceso da questo mezzo?

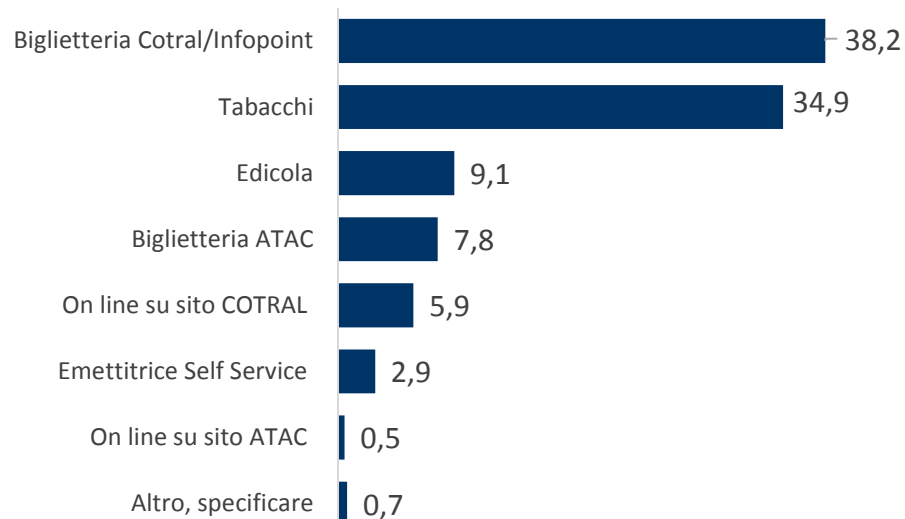
		TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
TOTALE		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Nessun mezzo solo a piedi	61,2%	51,9%	75,0%	63,9%	53,1%	68,8%	66,8%	32,3%	68,8%	72,0%	61,9%	6,2%	26,4%	88,6%	48,0%
Auto come passeggero	12,7%	8,4%	9,7%	13,7%	18,8%	8,8%	19,9%	21,9%	7,6%	10,0%	13,1%	3,1%	43,8%	2,4%	30,4%
Auto come conducente	11,6%	15,9%	7,5%	11,1%	12,4%	16,2%	1,0%	17,4%	13,6%	7,9%	16,3%	0,0%	17,4%	1,6%	5,6%
Autobus urbano	7,5%	8,1%	4,8%	6,2%	11,0%	3,3%	9,7%	24,4%	6,9%	3,9%	6,3%	25,4%	10,7%	1,6%	4,0%
Metropolitana	3,6%	12,1%	1,0%	1,9%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	60,0%	0,8%	5,7%	9,6%
Extraurbano COTRAL	1,1%	1,4%	0,6%	1,2%	1,3%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
Moto come conducente	0,8%	0,5%	1,1%	0,4%	1,3%	0,6%	2,6%	2,0%	0,6%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bicicletta	0,7%	0,3%	0,3%	1,2%	0,9%	0,4%	0,0%	2,0%	1,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%
Treno metropolitano	0,3%	1,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	5,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Treno FS	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
Moto come passeggero	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Altro, specificare	0,2%	0,2%	0,0%	0,1%	0,4%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%



Titoli di viaggio

Titoli di viaggio

Generalmente in quale punto vendita acquista il titolo di viaggio?



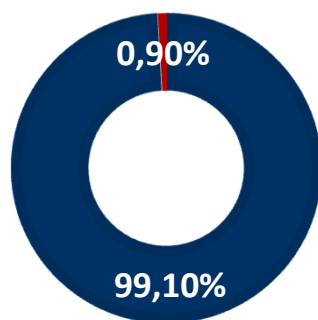
	TOTALE
Biglietteria Cotral/Infopoint	38,2%
Tabacchi	34,9%
Edicola	9,1%
Biglietteria ATAC	7,8%
On line su sito COTRAL	5,9%
Emettitrice Self Service	2,9%
On line su sito ATAC	0,5%
Altro, specificare	0,7%

TARGET														
Dettaglio Bacino					Dettaglio Capolinea									
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT		Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
37,9%	38,4%	18,0%	58,1%		35,1%	73,0%	45,8%	15,4%	63,7%	6,3%	53,8%	57,9%	4,1%	26,4%
28,7%	34,4%	51,9%	24,4%		31,4%	6,1%	31,3%	61,5%	23,4%	45,0%	2,3%	18,2%	82,1%	40,8%
5,1%	7,6%	16,0%	7,3%		6,2%	10,7%	10,4%	11,5%	1,6%	27,5%	1,5%	20,7%	3,3%	18,4%
10,1%	9,4%	8,7%	3,3%		14,3%	1,0%	2,5%	6,9%	4,6%	18,8%	0,0%	0,0%	5,7%	4,0%
11,5%	5,6%	2,5%	4,3%		9,4%	1,0%	6,5%	3,2%	3,5%	0,6%	25,4%	3,3%	0,8%	1,6%
4,4%	3,2%	2,7%	1,4%		1,0%	8,2%	3,5%	1,5%	1,2%	1,3%	15,4%	0,0%	3,3%	8,8%
0,9%	0,8%	0,0%	0,3%		1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	1,5%	0,0%	0,8%	0,0%
1,4%	0,4%	0,1%	1,0%		1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Titoli di viaggio

Quanto è soddisfatto della capillarità della rete di vendita di biglietti ed abbonamenti?

- Area di soddisfazione (voto 6-10)
- Area di insoddisfazione (voto 1-5)



Voto medio
7,76



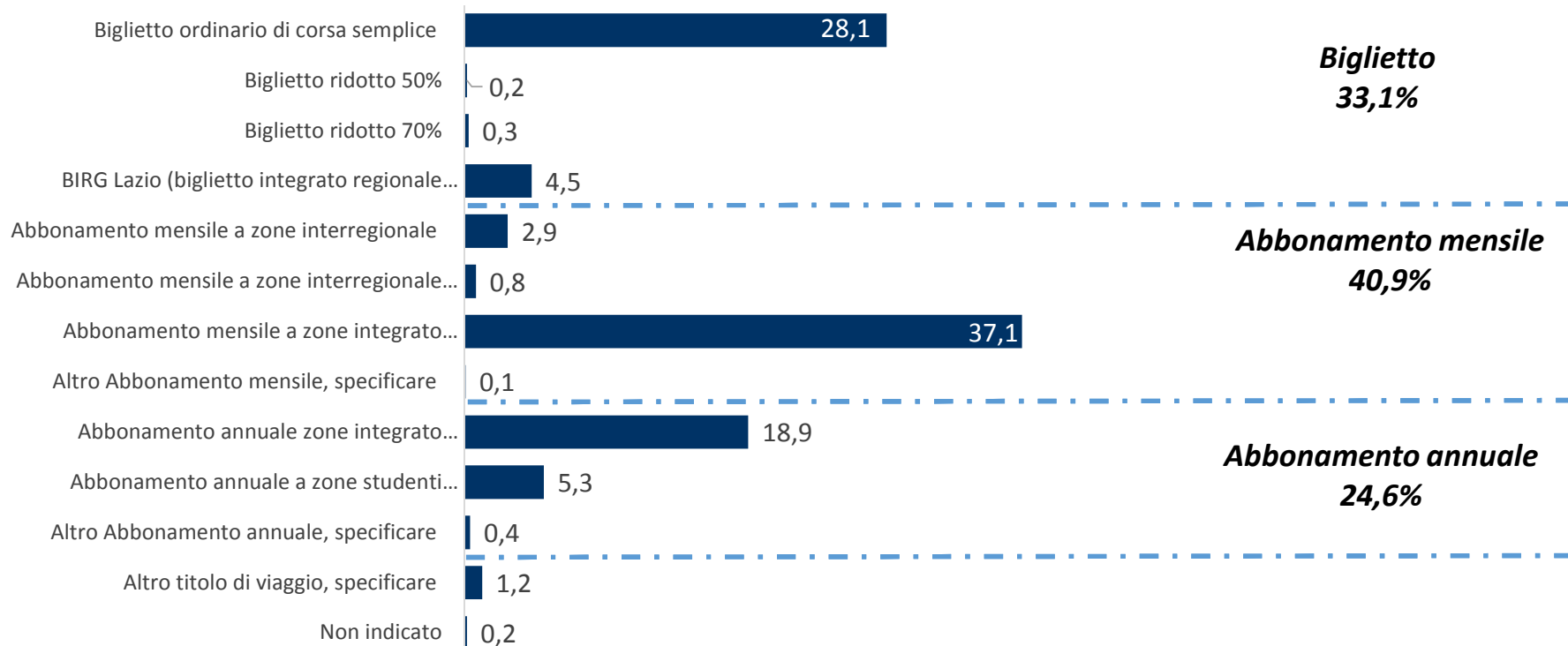
+ 0,36
rispetto al
2018

	TOTALE
1 (per nulla soddisfatto)	0,1%
3	0,1%
4	0,1%
5	0,6%
Area di insoddisfazione	0,9%
6	4,4%
7	32,1%
8	46,8%
9	11,0%
10 (molto soddisfatto)	4,8%
Area di soddisfazione	99,1%

TARGET														
Dettaglio Bacino					Dettaglio Capolinea									
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%
0,0%	0,0%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
0,0%	0,0%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
0,3%	0,1%	1,4%	0,6%	0,1%	0,0%	0,0%	0,9%	0,9%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%
0,3%	0,1%	2,2%	1,0%	0,1%	0,0%	0,0%	1,1%	1,6%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	8,8%
6,7%	3,1%	3,5%	4,6%	3,3%	0,0%	3,0%	2,2%	1,9%	4,4%	23,8%	14,9%	4,9%	7,2%	
37,2%	24,1%	27,7%	39,7%	28,4%	17,3%	45,8%	32,5%	23,8%	21,9%	69,2%	81,8%	22,0%	20,0%	
43,9%	57,8%	46,6%	38,3%	56,7%	72,4%	41,3%	44,4%	47,9%	53,8%	4,6%	3,3%	35,8%	44,8%	
7,6%	9,9%	14,0%	12,4%	6,5%	10,2%	9,5%	13,4%	18,1%	13,8%	0,0%	0,0%	24,4%	16,0%	
4,2%	4,9%	5,9%	4,0%	5,0%	0,0%	0,5%	6,5%	6,7%	6,3%	0,8%	0,0%	13,0%	3,2%	
99,6%	99,8%	97,7%	99,0%	99,9%	99,9%	100,0%	99,0%	98,4%	100,2%	98,4%	100,0%	100,0%	91,2%	

Titoli di viaggio

Quale titolo di viaggio utilizza con maggior frequenza



Dettaglio trend tipologia	2020	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2011	2010	2009
Biglietti	33	36	34	37	33	32	41	47	49	38
Abbonamenti Mensili	41	31	39	36	42	41	34	32	35	38
Abbonamenti Annuali	25	32	26	25	24	26	20	19	12	17

Titoli di viaggio

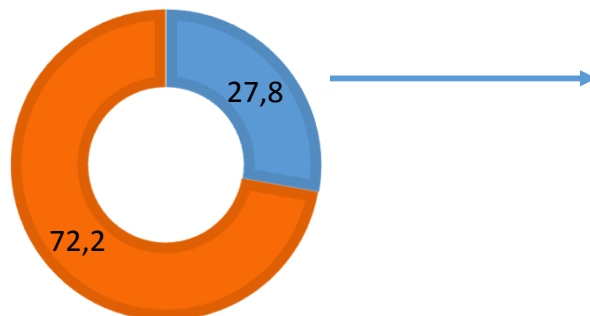
Quale titolo di viaggio utilizza con maggior frequenza

	TOTALE	TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Biglietto ordinario di corsa semplice	28,1%	28,7%	32,9%	29,0%	21,9%	29,9%	21,4%	15,9%	13,2%	32,9%	43,8%	36,2%	0,8%	63,4%	48,8%
Biglietto ridotto 50%	0,2%	0,0%	0,6%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	0,8%
Biglietto ridotto 70%	0,3%	0,3%	0,0%	0,4%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	1,9%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
BIRG Lazio (biglietto integrato regionale giornaliero)	4,5%	3,3%	2,1%	1,4%	11,0%	2,3%	6,6%	10,4%	0,0%	1,9%	2,5%	3,8%	39,7%	0,0%	4,8%
Biglietto	33,1%	32,3%	35,6%	30,9%	33,3%	32,3%	28,0%	26,3%	13,2%	35,5%	48,2%	40,8%	40,5%	66,7%	54,4%
Abbonamento mensile a zone interregionale	2,9%	5,5%	2,7%	1,2%	2,4%	2,9%	2,0%	4,5%	0,4%	0,7%	0,0%	18,5%	5,0%	1,6%	4,8%
Abbonamento mensile a zone interregionale al 50/70%	0,8%	0,6%	1,6%	0,1%	0,9%	1,6%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	4,1%	0,8%	0,8%
Abbonamento mensile a zone integrato (Metrebus)	37,1%	35,0%	31,9%	45,7%	35,9%	30,0%	37,8%	41,3%	66,9%	29,6%	38,1%	30,0%	42,1%	21,1%	8,0%
Altro Abbonamento mensile, specificare	0,1%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Abbonamento Mensile	40,9%	41,3%	36,2%	47,3%	39,2%	34,6%	39,8%	46,3%	67,5%	30,3%	38,7%	49,3%	51,2%	23,5%	13,6%
Abbonamento annuale zone integrato (Metrebus)10	18,9%	19,2%	22,3%	14,1%	19,9%	24,1%	31,1%	24,4%	16,0%	23,1%	11,9%	5,4%	3,3%	2,4%	8,0%
Abbonamento annuale a zone studenti integrato (Metrebus)	5,3%	4,0%	4,5%	6,5%	6,1%	5,0%	1,0%	3,0%	3,2%	8,1%	0,0%	4,6%	5,0%	6,5%	22,4%
Altro Abbonamento annuale, specificare	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Abbonamento annuale	24,6%	23,7%	27,2%	21,0%	26,3%	29,9%	32,1%	27,4%	19,2%	32,4%	11,9%	10,0%	8,3%	8,9%	30,4%

Titoli di viaggio

Il Suo abbonamento è su carta o possiede una tessera elettronica ricaricabile?

- Abbonamento cartaceo
- Tessera elettronica ricaricabile



Rispondenti: 1800-Possessori di un abbonamento Valori %

Perché non utilizza la tessera elettronica ricaricabile?	
Preferisco la carta	43,60%
Non sapevo che esistesse la tessera ricaricabile elettronica	34,60%
Troppo complicata l'attivazione	9,60%
Troppo complicata la ricarica	6,80%
Si smagnetizza	6,80%
No mi da' sicurezza rilasciare i miei dati	2,40%
Ho sentito feedback negativi	0,60%
Altro	5,40%

	TOTALE
Abbonamento cartaceo	27,8%
Tessera elettronica ricaricabile	72,2%

TARGET														
Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
31,4%	15,1%	46,2%	17,8%	17,1%	5,7%	21,6%	48,6%	11,1%	65,4%	50,6%	31,9%	37,5%	30,9%	
68,6%	84,9%	53,8%	82,2%	82,9%	94,3%	78,4%	51,4%	88,9%	34,6%	49,4%	68,1%	62,5%	69,1%	



La Customer Satisfaction

Considerazioni generali

Obiettivo dell'indagine di Customer Satisfaction è quello di misurare l'efficienza dei prodotti e/o dei servizi offerti da un'azienda alla propria clientela, di conseguenza tutte le indicazioni che emergono dall'indagine devono essere lette come spunti per un miglioramento continuo del servizio offerto al fine di allineare i bisogni dei propri utenti con le prestazioni reali aziendali.

BISOGNI DEI CLIENTI



PRESTAZIONI REALI AZIENDALI

L'azienda Cotral è molto attenta ai bisogni dei proprio utenti e pertanto dal 2009 ogni anno effettua la rilevazione di customer satisfaction con l'obiettivo di percepire i bisogni dei propri utenti, valutarne il grado di soddisfazione e soprattutto, porre in atto misure ed azioni volte alla soddisfazione dei propri utenti.

Considerazioni generali

A causa dell'emergenza sanitaria COVID-19, lo scorso anno COTRAL ha deciso di non dare avvio all'indagine di customer satisfaction, pertanto in tutte le analisi non sarà presente il raffronto con l'annualità 2019.

Quest'anno, proprio a causa della situazione di emergenza sanitaria, oltre alle domande di customer, si è cercato di capire mediante l'inserimento di alcune domande focus, come Cotral ha affrontato l'emergenza COVID-19, se gli utenti hanno apprezzato tutte le misure adottate dall'azienda al fine di garantire l'espletamento del servizio nella totale sicurezza e rispetto della normativa e come hanno giudicato tutte le misure attuate dall'azienda.

Elemento fondamentale per una customer satisfaction non è solo rilevare quantitativamente il livello di soddisfazione, ma anche capire cosa l'utente vorrebbe che gli venisse offerto e come giudica il grado di reattività e preparazione dell'azienda nell'affrontare un'emergenza improvvisa.

Per i motivi sopra menzionati, l'indagine di quest'anno dovrebbe essere vista come la base sulla quale fare dei ragionamenti ed orientare le proprie attività strategiche di marketing e comunicazione, nonché capire in modo preciso e puntuale quali sono gli elementi di maggiore criticità sui quali Cotral deve intervenire prioritariamente.

Considerazioni generali

La **serietà e l'affidabilità** sono caratteristiche che contraddistinguono l'azienda Cotral. In questi anni si sono evidenziati continui miglioramenti su molti fattori dovuti alla professionalità ed al continuo monitoraggio e attenzione che Cotral mette nell'erogazione del servizio.

Per una migliore lettura dei dati e una più facile comprensione dei macro fattori di soddisfazione (e insoddisfazione), il "servizio" di Cotral è stato suddiviso in 5 macro aree di riferimento: la Organizzazione del servizio, Comfort del viaggio, Attenzione verso il cliente, Aspetti relazionali del personale e Attenzione alle problematiche ambientali. Cinque macro aree che vanno a costituire la modalità con la quale Cotral si interfaccia con i propri utenti e di conseguenza la fonte di soddisfazione/insoddisfazione verso l'azienda.

Al fine di poter meglio dettagliare i risultati dell'indagine, i dati sono stati disaggregati per Bacino di utenza e per Capolinea. Questa disaggregazione permette di cogliere eventuali criticità o punti di eccellenza in modo dettagliato e puntuale e fornisce dei dati sulle singole aree spendibili al management aziendale.

Per poter avere una fotografia più dettagliata del servizio offerto, il campione è stato ulteriormente suddiviso in tre sub-campioni: **utenti assidui**, composto da tutti coloro che utilizzano il servizio almeno 3-4 volte a settimana, **utenti regolari**, composto da utilizzatori che usufruiscono del servizio almeno 1-2 volte a settimana e **utenti occasionali**, ovvero quell'utenza che prende l'autobus meno di una volta a settimana.

Considerazioni generali

Come precedentemente indicato un'indagine di Customer Satisfaction costituisce ***un momento conoscitivo d'importanza fondamentale, sia come metro di valutazione per l'efficienza dei prodotti o servizi, sia in quanto punto di partenza*** per le azioni future che un'azienda deciderà di effettuare con lo scopo di ***ottenere un vantaggio competitivo nel medio-lungo periodo.***

Proprio per questo i risultati devono essere letti ed analizzati sotto un duplice aspetto:

- **GLOBALE:** mettendo in correlazione tutti gli elementi che costituiscono il servizio offerto dall'azienda;
- **DETTAGLIO:** mettendo in correlazione i singoli elementi all'interno del loro macro fattore.

Questa doppia chiave di lettura permette di capire come i singoli item che compongono il servizio si posizionano all'interno della mappa se messi in correlazione tra loro evidenziando punti di forza e di debolezza del servizio e, soprattutto, come si posizionano all'interno del loro macro settore che meglio identifica il loro posizionamento.

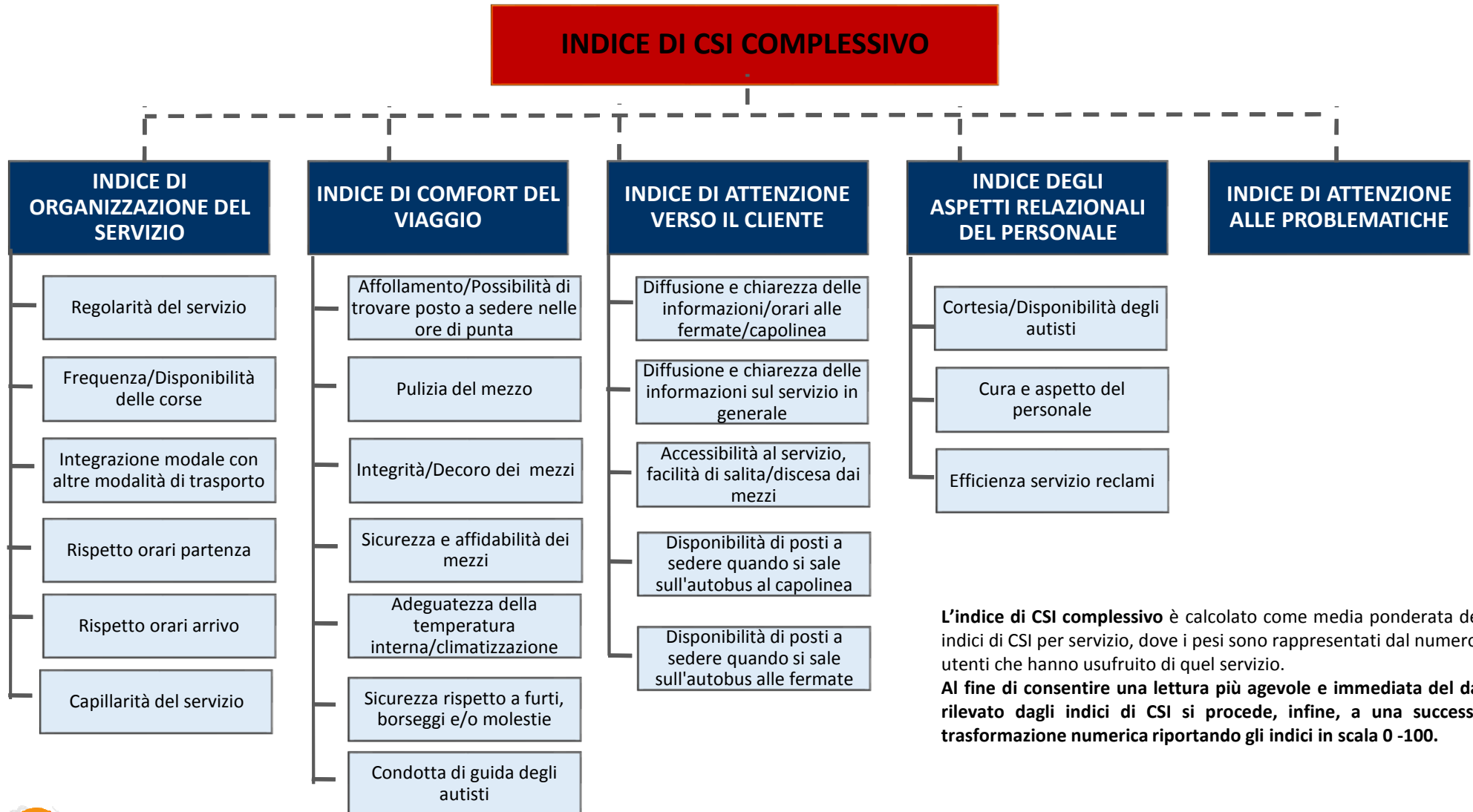
Premesso questo va sottolineato come il servizio offerto da Cotral ha un indice complessivo di soddisfazione molto alto 76,1 così come è alta la soddisfazione dichiarata dagli utenti 97,7%, pertanto quando si parla, in particolar modo, di azioni di intervento prioritario dobbiamo sempre considerare questi due elementi nella nostra analisi.



Gli indicatori di performance

Gli indici di Performance

Un set composito di indicatori per tipologia di servizio offerto.



L'indice di CSI complessivo è calcolato come media ponderata degli indici di CSI per servizio, dove i pesi sono rappresentati dal numero di utenti che hanno usufruito di quel servizio.

Al fine di consentire una lettura più agevole e immediata del dato rilevato dagli indici di CSI si procede, infine, a una successiva trasformazione numerica riportando gli indici in scala 0 -100.

Gli indici di Performance

L'indice di CSI complessivo e le sue componenti di servizio.

INDICE DI CSI COMPLESSIVO

76,10

INDICE DI ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO

75,73

INDICE DI COMFORT DEL VIAGGIO

75,75

INDICE DI ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE

75,70

INDICE DEGLI ASPETTI RELAZIONALI DEL PERSONALE

79,39

INDICE DI ATTENZIONE ALLE PROBLEMATICHE

73,40



Le Mappe- Quadrant Analysis

La mappa delle priorità

Costruzione e modello di lettura

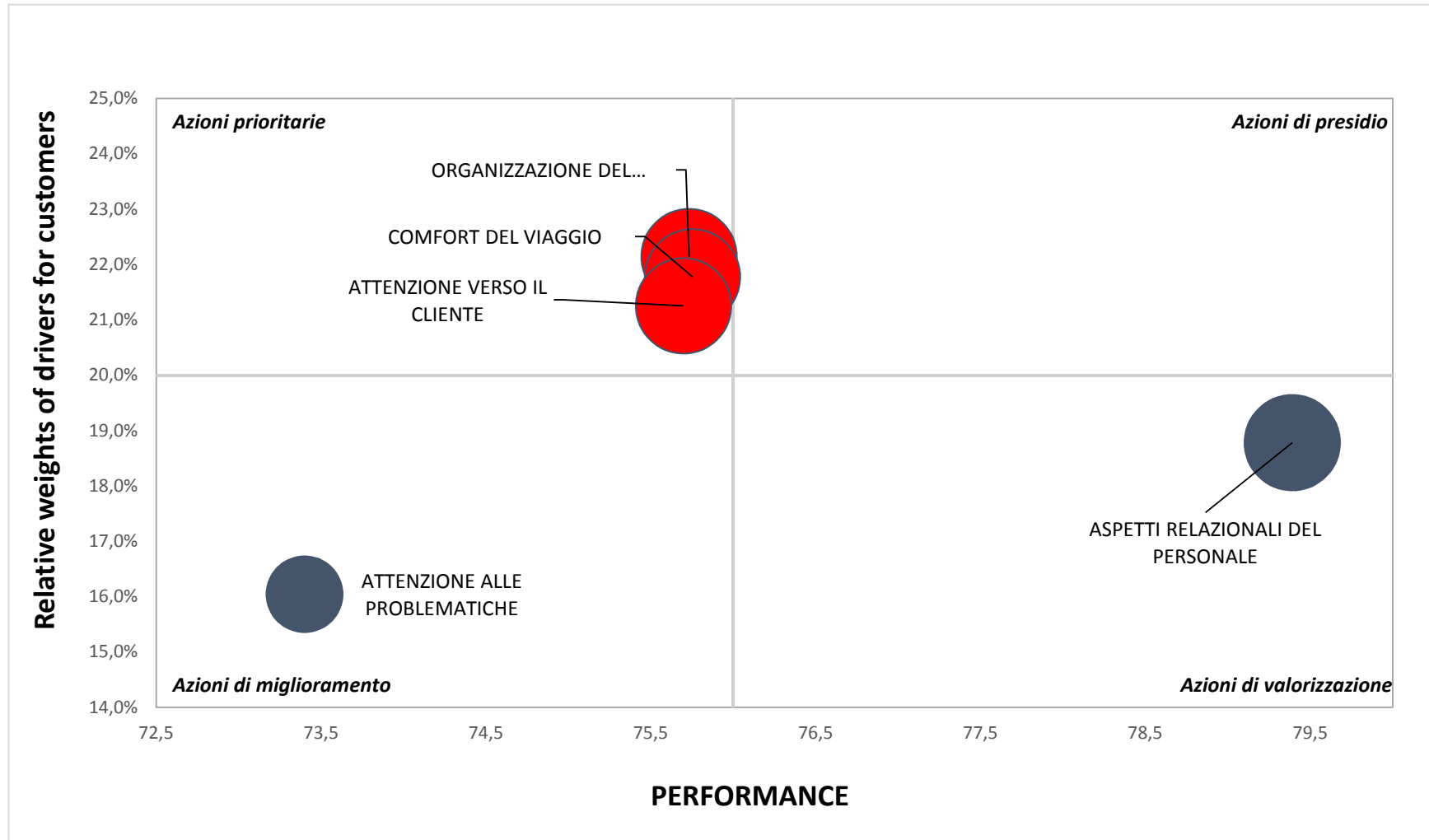
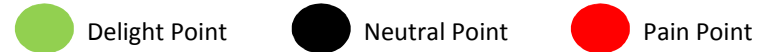
Al fine di “fotografare” il posizionamento percettivo di Cotral rispetto a caratteristiche tangibili o intangibili accomunate idealmente dal servizio reso da Cotral , il risultato dell’analisi è stato “tradotto” in una rappresentazione su assi cartesiani (mappa delle priorità) del posizionamento di Cotral rispetto alle diverse caratteristiche della sua offerta.

In particolare sull’asse verticale sarà rappresentato il giudizio di soddisfazione dichiarato riscaldato rispetto alla media, mentre sull’asse orizzontale verrà rappresentata la correlazione tra l’indice di CSI complessivo e la valutazione del singolo aspetto, sempre riscaldato rispetto alla media (definita come importanza latente).

A ogni quadrante del grafico corrisponde un’azione diversa che può essere messa in atto da SASA.

- ✓ Il quadrante **in alto a sinistra** è caratterizzato da un basso grado di soddisfazione e un elevato grado d’importanza.
→ Compito del management sarà di intervenire attraverso azioni prioritarie.
- ✓ Il quadrante in **basso a sinistra**, è caratterizzato da aspetti con soddisfazione inferiore alla media, ma non ritenuti eccessivamente importanti, pertanto l’azienda potrà agire con azioni volte al miglioramento seppur con un ordine marginale di priorità.
→ Compito del management sarà di intervenire attraverso azioni di miglioramento ma senza una priorità alta.
- ✓ Le caratteristiche nel quadrante **in alto a destra** rappresentano i punti di forza e sono fattori caratterizzati da un livello di soddisfazione e da una elevata importanza. In questo caso bisogna procedere con azioni di presidio volte al mantenimento della situazione.
→ compito del management è quello di presidiare queste caratteristiche al fine di mantenere i fattori che rientrano in questa area in una situazione ottimale
- ✓ Nel quadrante in **basso a destra**, invece, sono posizionate quei fattori caratterizzati da un elevato grado di soddisfazione, ma non da rilevante importanza; in questo quadrante si collocano tutti quegli aspetti che devono essere valorizzati sensibilizzando gli utenti a ritenerlo di maggiore importanza.
- ✓ → compito del management è quello di valorizzare, anche mediante delle azioni di comunicazione queste caratteristiche

Mappa Indici Macro Fattori



La mappa delle priorità

I risultati

Dalla rappresentazione su mappa degli indicatori di CSI possiamo delineare quali sono le «priorità» per Cotral.

A ogni quadrante del grafico corrisponde un'azione diversa che può essere messa in atto dall'azienda.

- ✓ Nel quadrante in **alto a sinistra**, si posizionano quelle caratteristiche aventi un basso grado di soddisfazione e un elevato grado d'importanza. Il comfort del viaggio, l'attenzione verso il cliente e l'organizzazione del servizio sono elementi molto importanti ma che al momento evidenziano un gap tra i bisogni espressi dalla clientela e le prestazioni reali dell'azienda.



Compito del management → INTERVENIRE IN MANIERA TEMPESTIVA attraverso azioni prioritarie

La mappa delle priorità

I risultati

- ✓ Il quadrante **in basso a destra** è caratterizzato da un elevato grado di soddisfazione, ma non da rilevante importanza; in questo quadrante si collocano tutti quegli aspetti che devono essere valorizzati sensibilizzando gli utenti a ritenerlo di maggiore importanza. Gli item inerenti agli aspetti relazionali del personale sono elementi che dovrebbero essere maggiormente valorizzati, in quanto al momento sono dati un po' «per scontati» o le cui potenzialità non sono al momento valorizzate dall'azienda. Il primo impatto solitamente è quello che coinvolge maggiormente a livello irrazionale e per gli utenti di Cotral avere del personale cortese, disponibile e curato è molto soddisfacente e infonde sicurezza, elemento in questo momento molto importante e quindi da valorizzare.

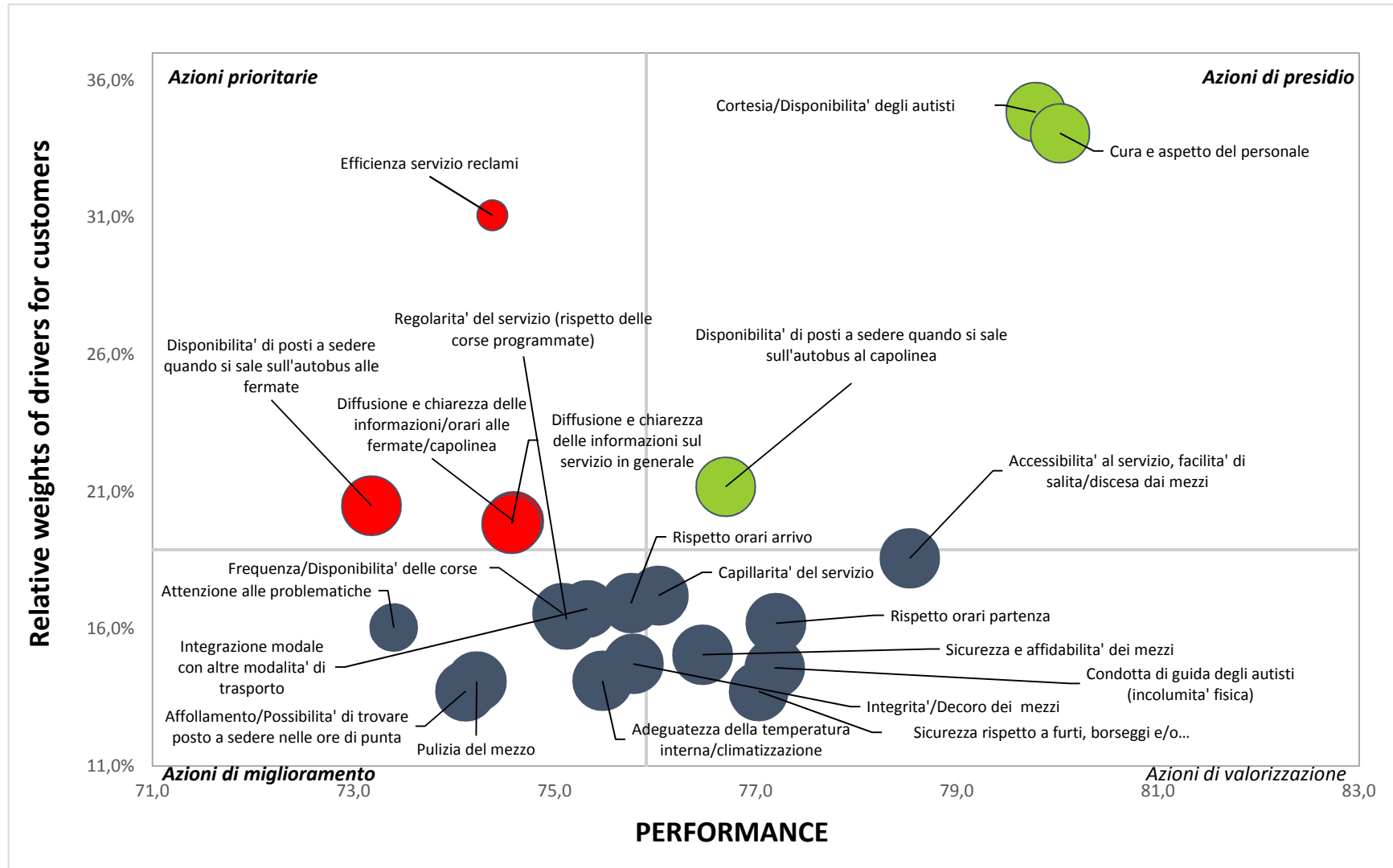
Compito del management → PROMUOVERE E VALORIZZARE

- ✓ Il quadrante **in basso a sinistra**, è caratterizzato da aspetti con soddisfazione inferiore alla media e non ritenuti eccessivamente importanti, pertanto l'azienda potrà agire con azioni volte al miglioramento seppur con un ordine marginale di priorità. All'interno di questo quadrante si posiziona l'attenzione verso le problematiche ambientali, tema questo che purtroppo ancora oggi sembra non coinvolgere ed attirare l'attenzione delle persone.

Compito del management → MIGLIORARE IL SERVIZIO ma non in modo prioritario

Mappa Indici Overall

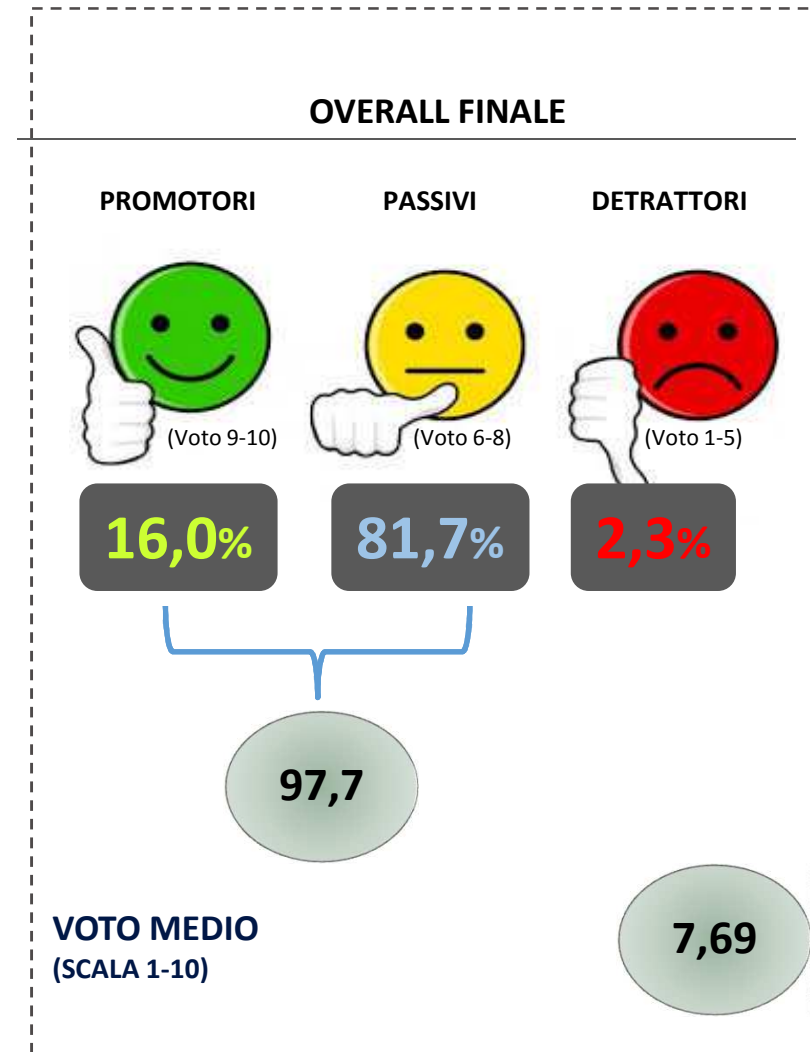
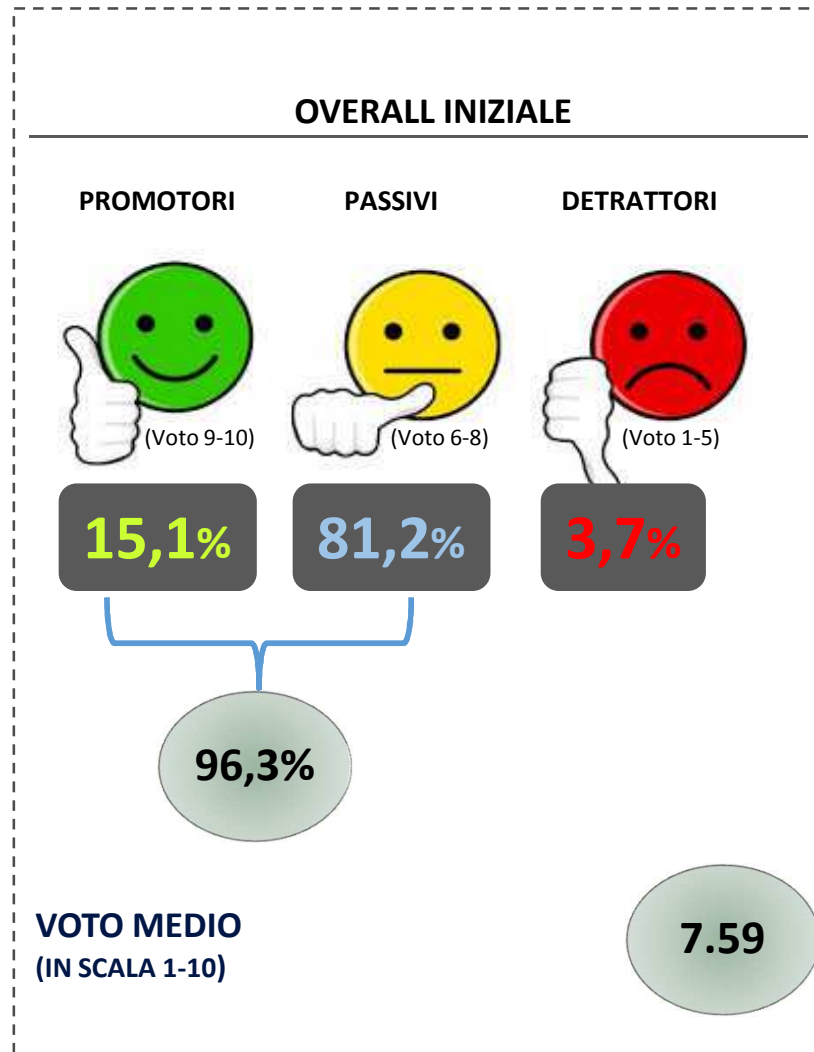
● Delight Point
 ● Neutral Point
 ● Pain Point





Le Mappe- I dati di dettaglio

La soddisfazione overall iniziale e finale a confronto



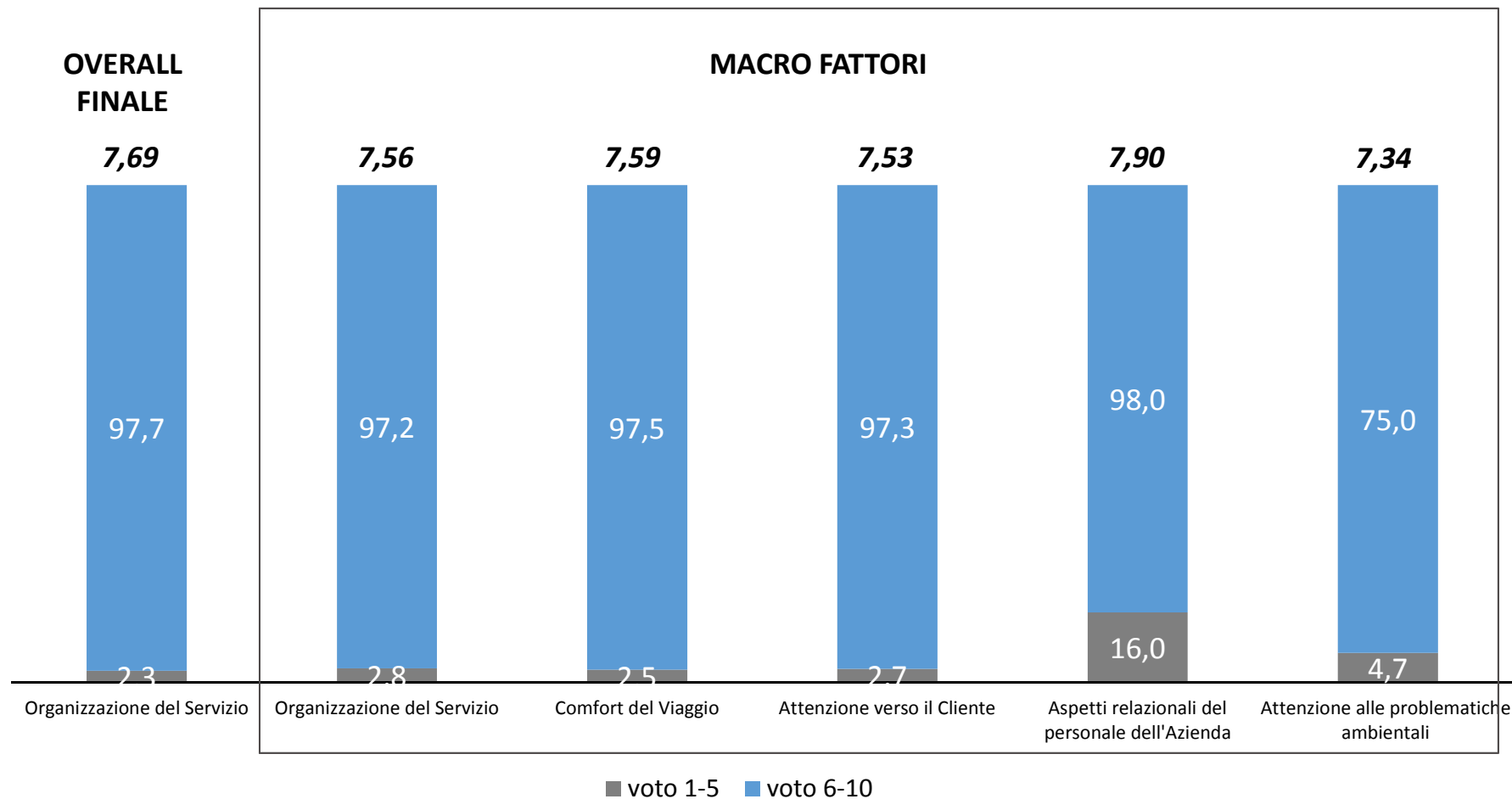
La soddisfazione overall iniziale e finale a confronto

		TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Overall iniziale	TOTALE														
Area di soddisfazione (voto 6-10)	96,4%	97,7%	97,2%	94,1%	96,5%	96,6%	99,5%	99,5%	95,0%	94,1%	97,0%	100,0%	98,3%	98,4%	88,8%
Voto medio (scala 1-10)	7,59	7,58	7,67	7,59	7,5	7,7	7,26	7,69	7,49	7,68	8,21	6,93	6,62	8,54	7,12
Overall finale															
Area di soddisfazione (voto 6-10)	97,7%	98,6%	99,1%	95,6%	97,7%	98,8%	99,5%	100,0%	94,3%	96,4%	99,4%	100,0%	98,3%	99,9%	94,4%
Voto medio (scala 1-10)	7,69	7,69	7,75	7,71	7,61	7,9	7,3	7,75	7,5	7,85	8,33	6,98	6,6	8,18	7,51

La soddisfazione overall finale

		TARGET														
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
Utenti assidui	TOTALE															
	Area di soddisfazione (voto 6-10)	97,5%	99,0%	99,1%	95,2%	97,0%	99,2%	100,0%	100,0%	94,6%	95,9%	98,9%	100,0%	97,1%	100,1%	94,6%
	Voto medio (scala 1-10)	7,68	7,71	7,71	7,68	7,64	7,89	7,22	7,87	7,51	7,8	8,41	6,94	6,56	8,19	7,57
Utenti regolari	Area di soddisfazione (voto 6-10)	98,7%	98,2%	99,9%	95,6%	99,4%	99,0%	100,0%	99,9%	89,5%	98,0%	99,9%	100,0%	100,0%	99,9%	92,9%
	Voto medio (scala 1-10)	7,65	7,62	7,9	7,6	7,5	8,07	7,28	7,57	7,31	7,92	8,21	6,98	6,59	8,11	6,93
Utenti occasionali	Area di soddisfazione (voto 6-10)	98,2%	97,2%	98,4%	98,8%	98,2%	96,7%	98,0%	100,0%	100,0%	97,3%	99,9%	100,0%	100,0%	99,9%	95,0%
	Voto medio (scala 1-10)	7,77	7,66	7,72	8,04	7,64	7,72	7,49	8,33	7,8	8,22	8,24	7,15	6,7	8,27	7,65

La soddisfazione- Macro fattori



La soddisfazione- Macro fattori

		2020	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2011	2010	2009
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Sicurezza e affidabilità dei mezzi</i>	96	82	79	76	63	72	86	87	90	87
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Sicurezza rispetto a furti, borseggi e/o molestie</i>	94	86	80	65	58	74	77	76	85	85
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Rispetto orari partenza</i>	96	81	81	77	84	84	78	79	86	77
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Rispetto orari arrivo</i>	96	80	78	71	79	80	77	77	84	77
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Regolarità del servizio (rispetto delle corse programmate)</i>	94	83	79	74	81	80	82	82	87	76
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Frequenza/Disponibilità delle corse</i>	92	77	77	64	71	74	80	80	84	72
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Capillarità del servizio</i>	95	80	78	64	80	80	82	82	85	78
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Pulizia del mezzo</i>	93	76	70	55	45	40	57	59	60	62
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Integrità/Decoro dei mezzi</i>	95	78	74	69	53	61	68	66	67	71
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Adeguatezza della temperatura interna/climatizzazione</i>	95	83	78	62	57	76	74	73	76	79
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Accessibilità al servizio, facilità di salita/discesa dai mezzi</i>	97	88	90	88	87	80	76	77	84	81
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Affollamento/Possibilità di trovare posto a sedere nelle ore di punta</i>	93	67	68	59	68	62	58	58	66	56
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus alle fermate</i>	92	75	71	60	75	67	60	60	64	61
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus al capolinea</i>	97	89	91	80	86	76	69	67	70	76
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Integrazione modale con altre modalità di trasporto (cioè coincidenza di orari, fermate, ecc.)</i>	92	80	82	81	78	84	77	79	82	77
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Diffusione e chiarezza delle informazioni/orari alle fermate/capolinea</i>	92	63	69	75	80	74	74	76	81	56
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Diffusione e chiarezza delle informazioni sul servizio in generale</i>	93	68	77	83	80	80	75	75	81	53
ASPETTI RELAZIONALI DEL PERSONALE	<i>Cortesìa/Disponibilità degli autisti</i>	97	86	88	93	90	93	82	81	90	85
ASPETTI RELAZIONALI DEL PERSONALE	<i>Cura e aspetto del personale</i>	98	92	94	89	91	92	88	89	92	88
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Condotta di guida degli autisti (incolumità fisica)</i>	97	87	91	91	90	89	90	89	93	90
ATTENZIONE ALLE PROBLEMATICHE AMBIENTALI	<i>Attenzione alle problematiche ambientali</i>	75	86	84	62	53	49	62	60	61	71
ASPETTI RELAZIONALI DEL PERSONALE	<i>Efficienza servizio reclami</i>	93*	67	48	34	51	36	-	-	-	-

La soddisfazione- Macro fattori

		2020	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2011	2010	2009
ASPETTI RELAZIONALI DEL PERSONALE	<i>Cortesia/Disponibilità degli autisti</i>	7,9	7,1	7,2	7,3	6,9	6,9	7,0	6,9	6,7	7,0
ASPETTI RELAZIONALI DEL PERSONALE	<i>Cura e aspetto del personale</i>	8,0	7,5	7,4	7,3	6,8	6,8	7,4	7,3	6,7	7,3
ASPETTI RELAZIONALI DEL PERSONALE	<i>Efficienza servizio reclami</i>	7,4	6,0	6,6	5,8	5,7	5,3				
ATTENZIONE ALLE PROBLEMATICHE AMBIENTALI	<i>Attenzione alle problematiche ambientali</i>	7,3	7,0	6,5	6,2	5,3	5,4	5,5	5,6	5,7	6,2
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Accessibilità al servizio, facilità di salita/discesa dai mezzi</i>	7,8	7,1	7,3	6,8	6,6	6,5	6,8	6,5	6,7	6,7
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus alle fermate</i>	7,3	6,4	6,3	5,7	6,1	5,7	5,6	5,7	6,7	5,8
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus al capolinea</i>	7,6	7,3	7,4	6,8	6,8	6,4	6,8	6,2	6,7	6,5
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Diffusione e chiarezza delle informazioni/orari alle fermate/capolinea</i>	7,4	5,9	6,4	6,4	6,3	6,1	6,5	6,5	6,7	5,6
ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE	<i>Diffusione e chiarezza delle informazioni sul servizio in generale</i>	7,4	6	6,6	6,6	6,3	6,3	6,5	6,4	6,7	5,5
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Sicurezza e affidabilità dei mezzi</i>	7,6	6,8	6,6	6,2	5,6	6,0	7,0	7,1	7,6	7
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Sicurezza rispetto a furti, borseggi e/o molestie</i>	7,7	7,3	7,1	6,5	5,9	6,3	6,9	6,7	7,6	7,1
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Pulizia del mezzo</i>	7,4	6,4	6,2	5,4	5,1	4,9	5,8	5,7	6,8	5,8
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Integrità/Decoro dei mezzi</i>	7,5	6,5	6,3	6	5,3	5,6	6,1	6	6,7	6,2
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Adeguatezza della temperatura interna/climatizzazione</i>	7,5	6,8	6,5	5,7	5,4	6,2	6,5	6,4	7,6	6,6
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Affollamento/Possibilità di trovare posto a sedere nelle ore di punta</i>	7,4	6,2	6,2	5,9	5,9	5,8	5,5	5,6	6,7	5,6
COMFORT DEL VIAGGIO	<i>Condotta di guida degli autisti (incolumità fisica)</i>	7,7	7,2	7,3	7,1	6,8	6,7	7,5	7,4	6,7	7,3
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Rispetto orari partenza</i>	7,7	7,0	6,8	6,6	6,6	6,5	6,9	6,7	6,9	6,5
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Rispetto orari arrivo</i>	7,5	6,8	6,7	6,3	6,4	6,4	6,6	6,5	6,8	6,5
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Regolarità del servizio (rispetto delle corse programmate)</i>	7,5	6,8	6,7	6,4	6,4	6,4	7,1	6,8	7	6,5
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Frequenza/Disponibilità delle corse</i>	7,5	6,5	6,6	5,9	6,1	6,1	6,8	6,7	6,8	6,3
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Capillarità del servizio</i>	7,6	6,7	6,6	5,9	6,2	6,2	6,8	6,9	5,7	6,6
ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO	<i>Integrazione modale con altre modalità di trasporto (cioè coincidenza di orari, fermate, ecc.)</i>	7,5	6,7	6,9	6,5	6,2	6,5	6,7	6,6	6,7	6,4



I dati di dettaglio - Organizzazione del servizio

I dati di dettaglio- Organizzazione del servizio

I risultati

L'organizzazione del servizio comprende la valutazione di tutti gli aspetti che riguardano la puntualità degli orari, la capillarità e la regolarità del servizio, la frequenza delle corse e l'integrazione modale.

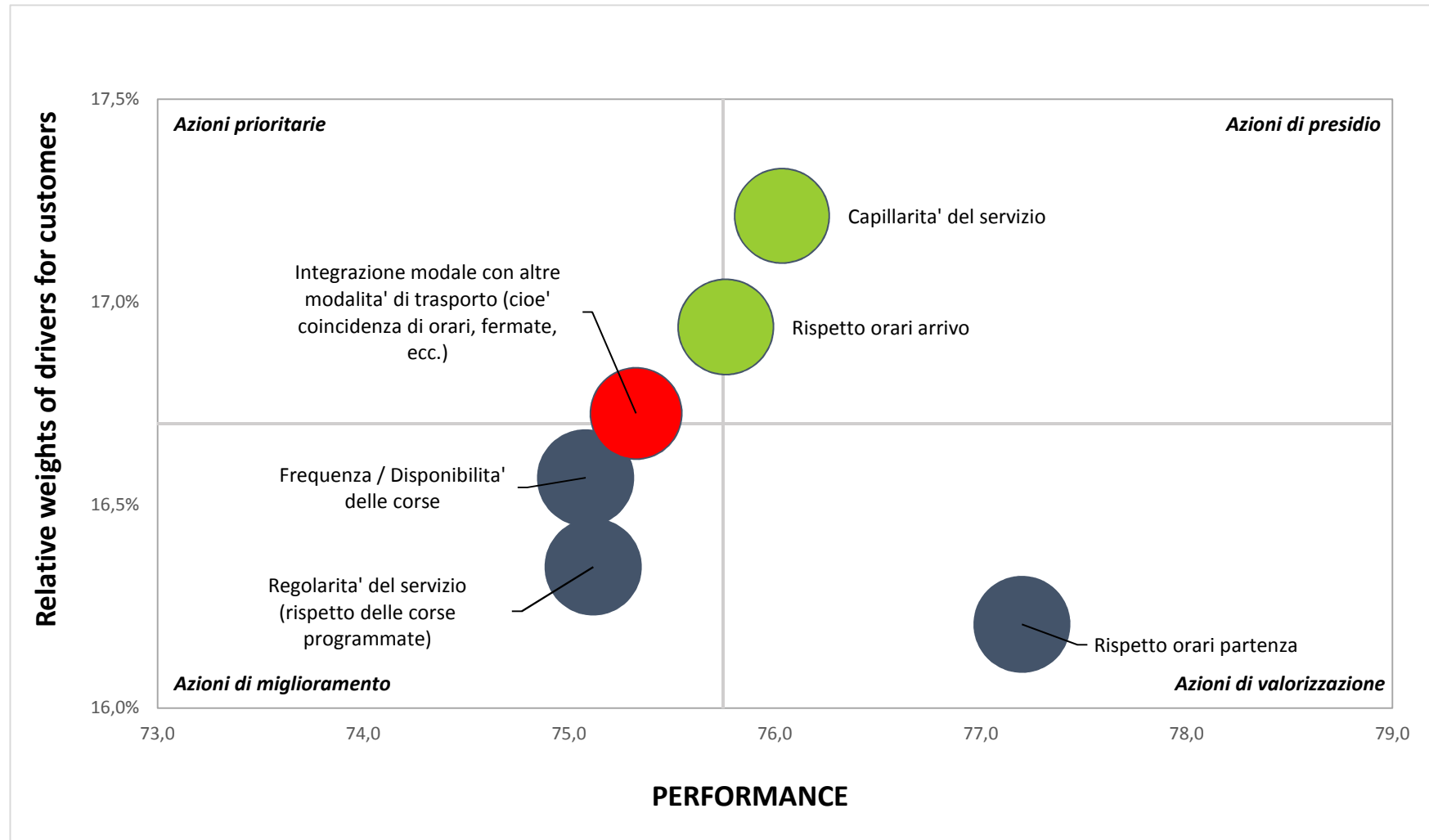
Analizzando la mappa la capillarità del servizio ed il rispetto degli orari di arrivo possono essere visti come i punti di forza di questa area.

L'integrazione modale è uno dei fattori cruciali di questa area. Infatti notiamo che si trova in una situazione centrale tra le azioni di miglioramento e le azioni di presidio. La soddisfazione è sottomediana ma riveste una buona importanza poiché elemento fondamentale per chi si trova a dover effettuare dei cambi per arrivare alla propria destinazione.

Sulla disponibilità delle corse e la regolarità del servizio l'utenza esprime una soddisfazione abbastanza alta, ma allo stesso tempo non è investita di grande importanza. Questi devono essere visti come elementi sui quali porre un po' di attenzione e cercare di migliorare e soprattutto promuoverli maggiormente in modo da fargli acquisire maggiore importanza.

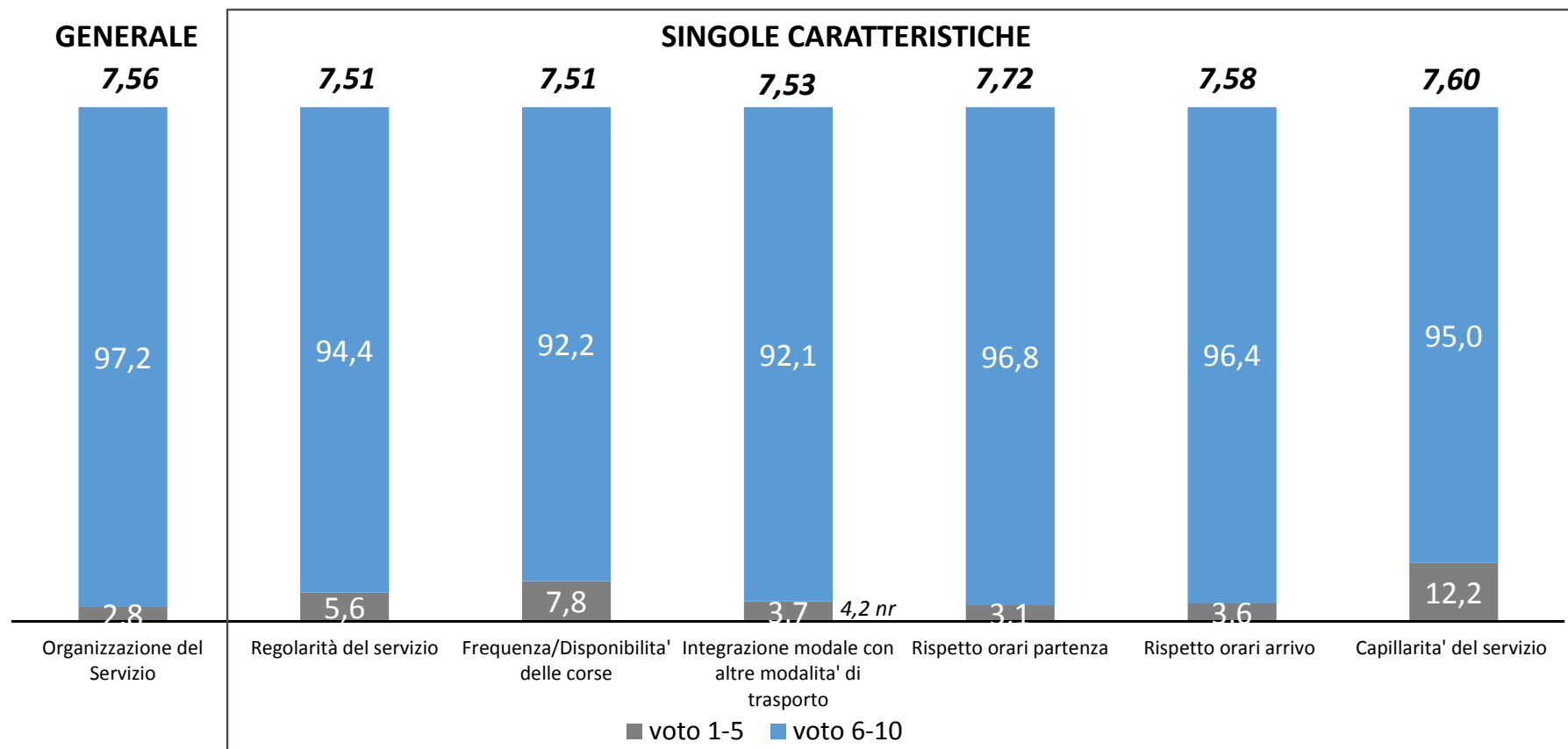
Mappa: Organizzazione del servizio

● Delight Point
 ● Neutral Point
 ● Pain Point



I dati di dettaglio - Organizzazione del servizio

Quanto direbbe di essere soddisfatto della **Regolarità del servizio (rispetto delle corse programmate)**?
 Utilizzi una scala da 1 a 10 dove 1 significa "per niente soddisfatto" e 10 "molto soddisfatto"



I dati di dettaglio- Organizzazione del servizio

VALORI % (raggruppamento 6-10)	TOTALE	TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Frosinone	Latina	Rieti	Viterbo	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Regolarità del servizio	94,4	94,3%	94,0%	94,1%	95,4%	91,2%	99,0%	99,0%	93,2%	91,9%	99,5%	98,5%	100,0%	100,0%	92,0%
Frequenza/Disponibilità delle corse	92,2	94,2%	89,3%	92,8%	92,9%	91,0%	89,8%	100,0%	92,6%	89,3%	99,4%	98,5%	90,1%	89,4%	88,8%
Integrazione modale	92,1	98,0%	84,9%	90,4%	95,3%	95,9%	95,4%	98,1%	97,2%	93,1%	99,4%	98,5%	97,6%	38,3%	60,8%
Rispetto orari partenza	96,8	97,4%	98,6%	95,8%	96,0%	96,8%	100,0%	99,5%	96,1%	92,8%	99,4%	98,5%	100,0%	100,0%	94,4%
Rispetto orari arrivo	96,4	98,1%	97,2%	95,2%	94,9%	98,2%	93,9%	98,6%	96,9%	92,3%	100,0%	98,5%	95,1%	98,4%	88,8%
Capillarità del servizio	95,0	98,7%	96,2%	93,8%	91,9%	97,5%	95,8%	99,1%	96,9%	87,7%	98,2%	99,2%	94,3%	96,8%	81,6%
Organizzazione del Servizio	97,1	98,8%	97,7%	95,6%	96,6%	98,1%	99,0%	99,5%	95,7%	94,9%	99,5%	99,2%	97,5%	98,4%	91,2%
VALORI MEDI (scala 1-10)															
Regolarità del servizio	7,51	7,51	7,58	7,56	7,40	7,58	6,96	7,55	7,31	7,51	8,24	6,88	6,7	9,08	7,60
Frequenza/Disponibilità delle corse	7,51	7,51	7,56	7,63	7,34	7,52	7,68	7,58	7,47	7,54	8,27	6,96	6,22	7,96	7,48
Integrazione modale	7,53	7,56	7,56	7,63	7,39	7,67	7,5	7,47	7,54	7,61	8,23	6,91	6,48	7,55	7,17
Rispetto orari partenza	7,72	7,72	8,00	7,71	7,45	7,90	7,48	7,63	7,55	7,56	8,36	6,88	6,69	9,45	7,65
Rispetto orari arrivo	7,58	7,66	7,69	7,66	7,30	7,86	6,74	7,48	7,58	7,47	8,28	6,8	6,41	8,92	7,31
Capillarità del servizio	7,60	7,62	7,91	7,71	7,18	7,83	7,57	7,46	7,61	7,26	8,25	6,8	6,44	8,79	7,62
Organizzazione del Servizio	7,56	7,60	7,65	7,60	7,4	7,73	7,30	7,59	7,50	7,53	8,18	6,88	6,59	8,31	7,36



I dati di dettaglio - Comfort
del viaggio

I dati di dettaglio- Comfort del viaggio

I risultati

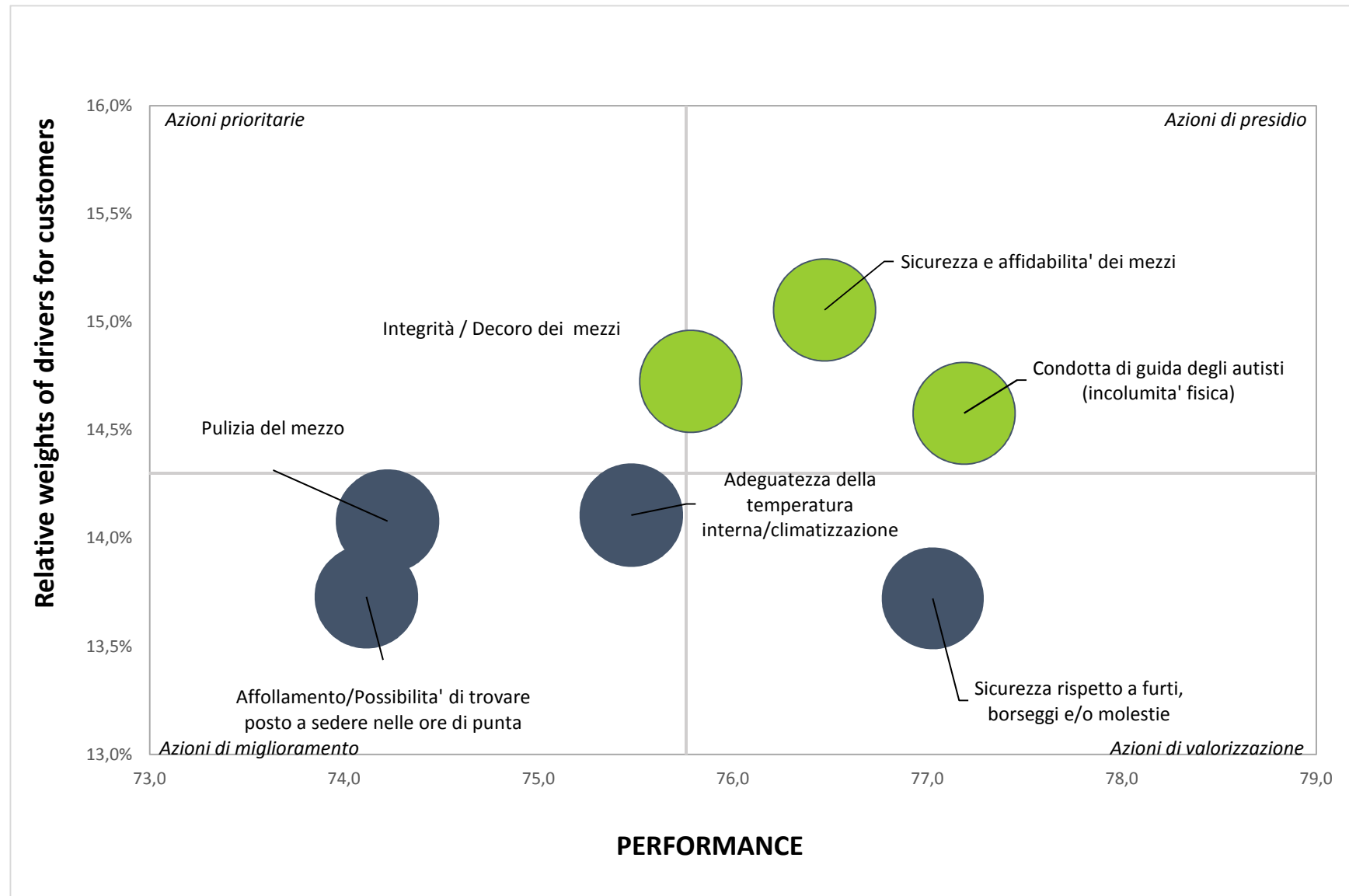
Il comfort del viaggio comprende la valutazione di tutti gli aspetti che riguardano la Possibilità di trovare posto a sedere nelle ore di punta, la Pulizia del mezzo, l'Integrità/Decoro dei mezzi, la Sicurezza e affidabilità dei mezzi, l'Adeguatezza della temperatura interna/climatizzazione, la Sicurezza rispetto a furti, borseggi e/o molestie e la Condotta di guida degli autisti.

La prima cosa che emerge è che all'interno di questo macro settore NON vi sono criticità, ma solo miglioramenti e aree da presidiare.

Punti di forza sono la sicurezza e l'affidabilità dei mezzi, la condotta di guida degli autisti e l'integrità dei mezzi. Questi tre elementi sono molto importanti e devono assolutamente essere valorizzati poiché affrontare un viaggio, per breve che sia, in piena sicurezza è fondamentale.

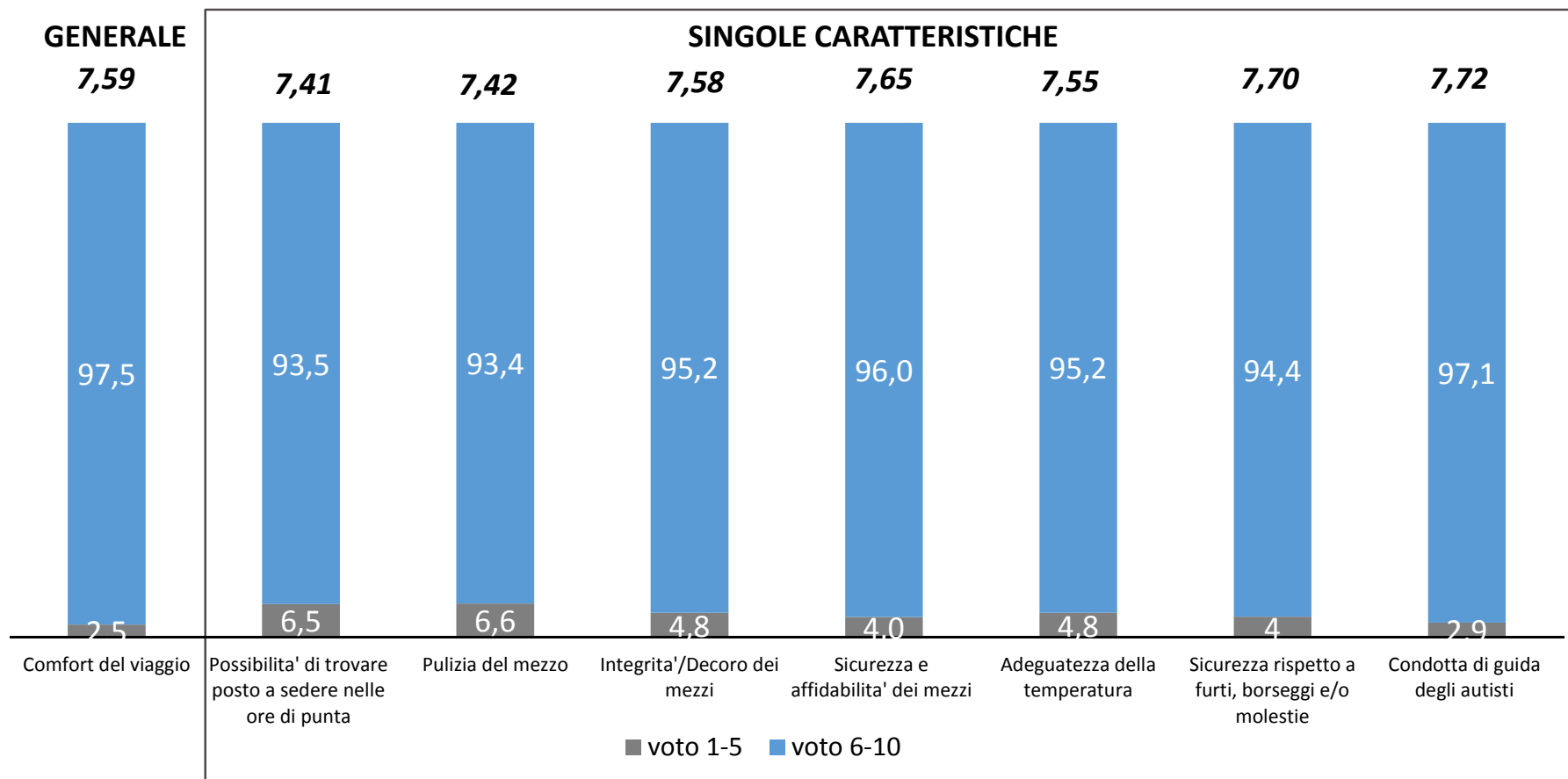
Da prestare una maggiore attenzione alla pulizia dei mezzi all'affollamento degli stessi nelle ore di punta.

Mappa: Comfort del viaggio



I dati di dettaglio- Comfort del viaggio

Quanto direbbe di essere soddisfatto del Comfort del viaggio?
 Utilizzi una scala da 1 a 10 dove 1 significa "per niente soddisfatto" e 10 "molto soddisfatto"



I dati di dettaglio- Comfort del viaggio

VALORI % (raggruppamento 6-10)	TOTALE	TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Frosinone	Latina	Rieti	Viterbo	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Possibilità di trovare posto a sedere nelle ore di punta	93,5	96,8%	95,2%	90,3%	91,5%	97,5%	95,9%	90,1%	90,7%	95,3%	95,1%	93,8%	83,5%	91,0%	81,6%
Pulizia del mezzo	93,4	94,3%	95,8%	91,0%	92,3%	94,5%	96,9%	94,0%	92,3%	94,7%	95,6%	94,6%	83,5%	98,3%	79,2%
Integrità/Decoro dei mezzi	95,2	96,2%	97,3%	92,9%	94,5%	96,4%	99,0%	98,0%	94,4%	94,8%	98,7%	93,8%	87,7%	100,1%	80,8%
Sicurezza e affidabilità dei mezzi	96,0	95,8%	98,4%	94,9%	94,5%	97,3%	100,0%	98,0%	94,4%	94,4%	99,4%	91,5%	90,9%	99,1%	89,6%
Adeguatezza della temperatura interna/climatizzazione	95,2	95,5%	97,9%	93,2%	94,3%	96,1%	100,0%	99,0%	94,8%	91,5%	96,9%	93,8%	97,6%	99,2%	84,0%
Sicurezza rispetto a furti, borseggi e/o molestie	94,4	97,0%	97,9%	91,0%	91,9%	97,0%	99,4%	84,6%	95,9%	97,3%	99,4%	96,9%	87,6%	99,2%	64,0%
Condotto di guida degli autisti	97,1	96,7%	98,8%	95,1%	97,4%	97,8%	99,9%	99,0%	95,7%	96,1%	97,6%	93,1%	98,4%	99,1%	92,0%
Comfort del Viaggio	97,6	98,4%	99,3%	94,8%	97,5%	99,2%	100,0%	99,6%	94,5%	98,2%	96,9%	97,7%	92,6%	100,0%	92,0%
VALORI MEDI (scala 1-10)															
Possibilità di trovare posto a sedere nelle ore di punta	7,41	7,54	7,5	7,28	7,33	7,92	6,59	7,18	7,03	7,86	7,83	6,53	5,98	7,8	7,04
Pulizia del mezzo	7,42	7,43	7,6	7,43	7,24	7,76	6,76	7,16	7,35	7,71	8,01	6,55	5,93	8,34	6,67
Integrità/Decoro dei mezzi	7,58	7,57	7,82	7,54	7,37	7,92	7,22	7,4	7,48	7,77	8,16	6,58	6,06	8,39	6,90
Sicurezza e affidabilità dei mezzi	7,65	7,63	7,9	7,65	7,4	7,98	7,46	7,37	7,52	7,82	8,11	6,57	6,14	8,37	7,40
Adeguatezza della temperatura interna/climatizzazione	7,55	7,49	7,81	7,54	7,34	7,84	7,29	7,42	7,44	7,62	8,03	6,64	6,36	8,32	7,18
Sicurezza rispetto a furti, borseggi e/o molestie	7,70	7,73	7,91	7,74	7,44	8,13	6,83	6,87	7,58	8,17	8,16	6,62	6,02	8,9	7,53
Condotto di guida degli autisti	7,72	7,59	8,06	7,69	7,53	7,93	7,83	7,38	7,48	7,98	8,06	6,54	6,26	8,86	7,81
Comfort del Viaggio	7,59	7,61	7,74	7,55	7,45	7,90	7,13	7,46	7,39	7,85	8,00	6,70	6,12	8,34	7,42



I dati di dettaglio -
Attenzione verso il cliente

I dati di dettaglio - Attenzione verso il cliente

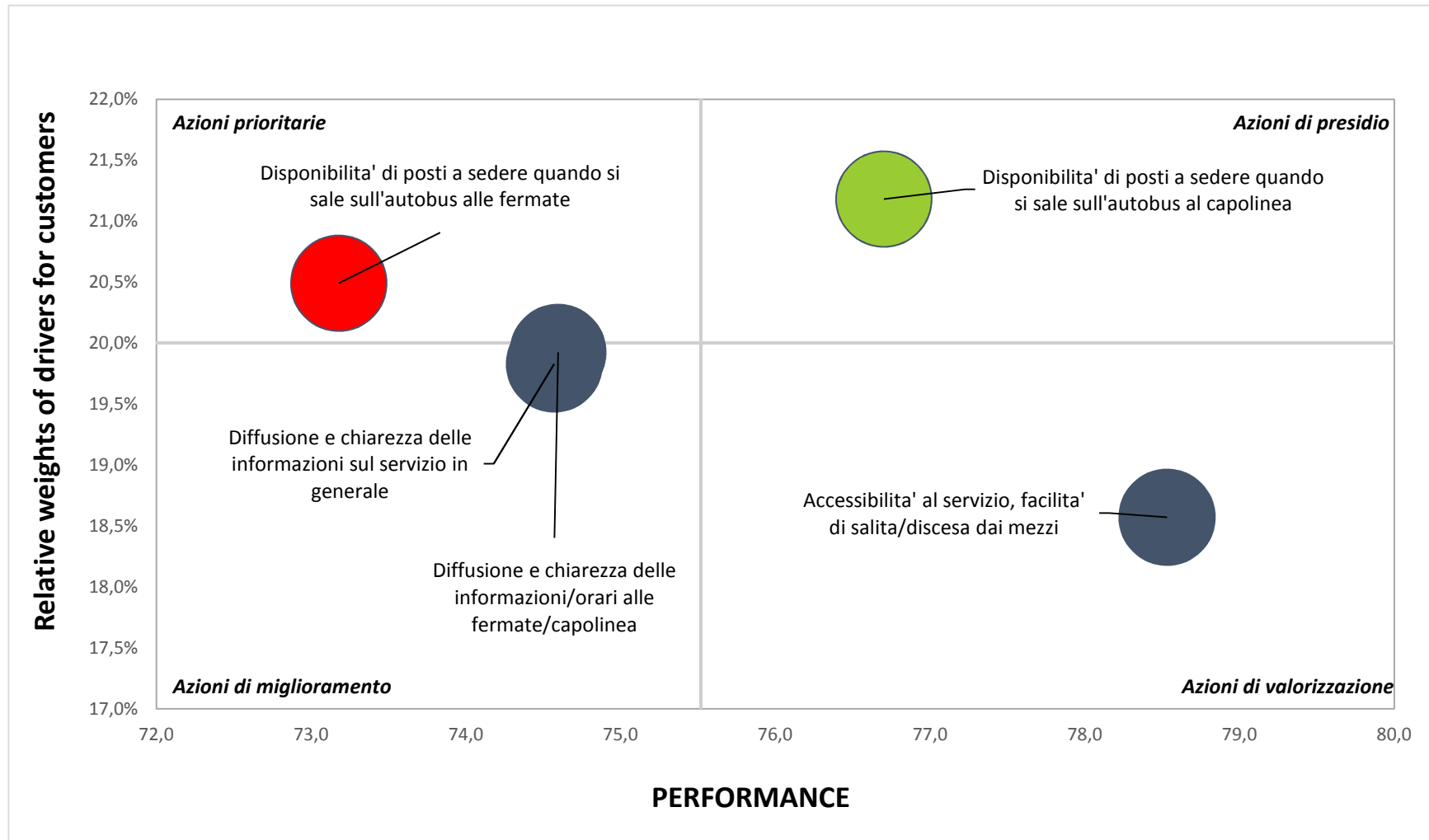
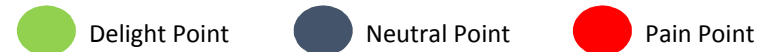
I risultati

L'Attenzione verso il cliente comprende la valutazione di tutti gli aspetti che riguardano la **Diffusione e chiarezza delle informazioni**, la Diffusione e chiarezza delle informazioni sul servizio in generale, l'Accessibilità al servizio, facilità di salita/discesa dai mezzi, la Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus al capolinea, la Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus alle fermate.

Un primo elemento, che poi è anche l'unico elemento di criticità che si evince è quello inerente alla disponibilità di posti a sedere quando si sale alle fermate. Questo elemento è strettamente correlato all'item visto precedentemente sull'affollamento degli autobus che come abbiamo indicato sarebbe da migliorare e indirettamente si andrebbe anche a migliorare la disponibilità dei posti a sedere.

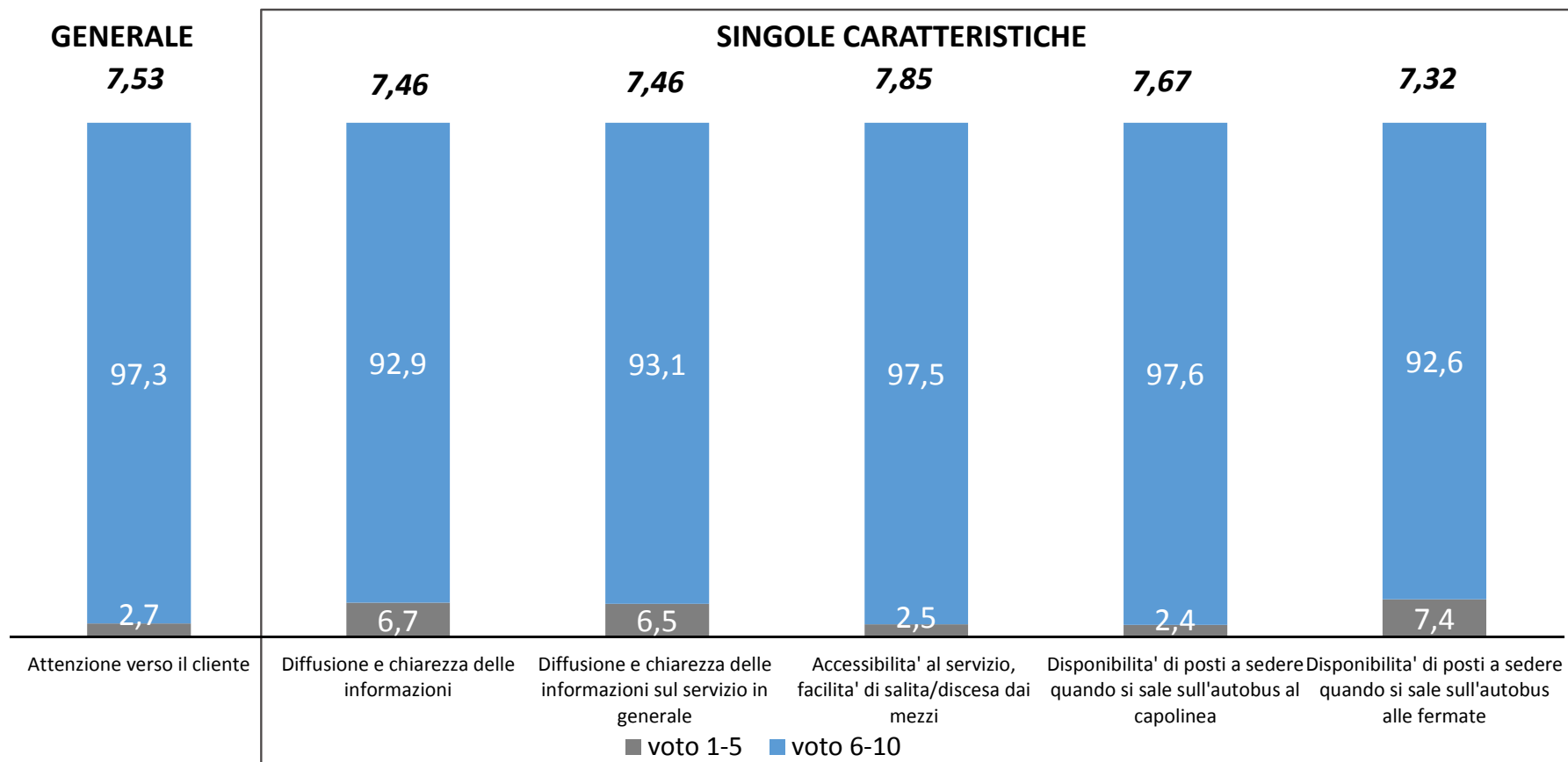
Da prestare attenzione in quanto sono due elementi che potrebbero a breve passare tra gli elementi critici è la diffusione delle informazioni, sia a livello generale ma anche riferita alle informazioni alle fermate e/o ai copolinea . Al momento la soddisfazione verso questi elementi è sotto media ma l'importanza attribuitagli tende ad aumentare. Ricevere informazioni precise, puntuali e in tempo reale è essenziale al fine di organizzare al meglio il proprio viaggio.

Mappa: Attenzione verso il cliente



I dati di dettaglio- Attenzione verso il cliente

Quanto direbbe di essere soddisfatto del Comfort del viaggio?
 Utilizzi una scala da 1 a 10 dove 1 significa "per niente soddisfatto" e 10 "molto soddisfatto"



I dati di dettaglio- Attenzione verso il cliente

	TOTALE	TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Frosinone	Latina	Rieti	Viterbo	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
VALORI % (raggruppamento 6-10)	Totale														
Diffusione e chiarezza delle informazioni	92,9%	92,5%	90,8%	92,4%	95,5%	98,4%	100,0%	95,5%	95,2%	94,6%	95,7%	70,0%	100,0%	53,6%	78,4%
Diffusione e chiarezza delle informazioni sul servizio in generale	93,1%	91,9%	91,6%	92,9%	96,4%	98,6%	96,5%	98,5%	95,2%	94,7%	94,5%	65,3%	100,0%	64,2%	82,4%
Accessibilità al servizio, facilità di salita/discesa dai mezzi	97,5%	97,3%	99,2%	95,6%	97,7%	98,8%	99,9%	99,1%	95,8%	96,6%	97,5%	93,1%	99,2%	99,1%	92,8%
Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus al capolinea	97,6%	98,4%	99,3%	94,7%	98,1%	99,7%	99,4%	99,4%	93,5%	97,0%	98,8%	96,9%	99,2%	99,2%	92,0%
Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus alle fermate	92,5%	96,6%	87,2%	92,4%	94,1%	96,3%	66,9%	94,6%	92,7%	96,3%	95,0%	97,8%	88,4%	94,4%	85,6%
Attenzione verso il Cliente	97,3%	97,1%	99,3%	95,2%	98,0%	99,8%	99,0%	99,6%	94,1%	96,5%	99,5%	89,2%	100,0%	100,0%	92,0%
VALORI MEDI (scala 1-10)															
Diffusione e chiarezza delle informazioni	7,46	7,62	7,25	7,54	7,45	8,06	6,89	7,44	7,36	7,68	8,06	6,22	6,70	5,47	7,34
Diffusione e chiarezza delle informazioni sul servizio in generale	7,46	7,57	7,22	7,65	7,41	7,96	6,63	7,34	7,53	7,68	8,07	6,12	6,70	6,02	7,46
Accessibilità al servizio, facilità di salita/discesa dai mezzi	7,85	7,73	8,37	7,69	7,61	8,1	8,57	7,58	7,56	7,9	8,13	6,52	6,66	8,95	7,62
Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus al capolinea	7,67	7,65	7,87	7,55	7,60	8,03	7,18	7,58	7,18	7,9	8,22	6,65	6,70	8,63	7,67
Disponibilità di posti a sedere quando si sale sull'autobus alle fermate	7,32	7,42	7,15	7,41	7,31	7,68	5,86	7,22	7,15	7,73	7,97	6,53	6,17	7,74	7,32
Attenzione verso il Cliente	7,53	7,58	7,58	7,48	7,50	7,94	7,02	7,45	7,28	7,76	7,99	6,42	6,69	7,56	7,39



I dati di dettaglio - Aspetti relazionali
del personale dell'azienda

I dati di dettaglio - Aspetti relazionali del personale dell'azienda

I risultati

Gli Aspetti relazionali comprende la valutazione di tutti gli aspetti che riguardano la Cortesia/Disponibilità degli autisti, la Cura e aspetto del personale e l'Efficienza servizio reclami.

Come precedentemente indicato questo è il macro fattore maggiormente performante; infatti notiamo che oltre a non essere presente alcun elemento di criticità, vi sono due elementi su tre nell'area da presidiare che equivale ad un'alta importanza e ad un'alta soddisfazione.

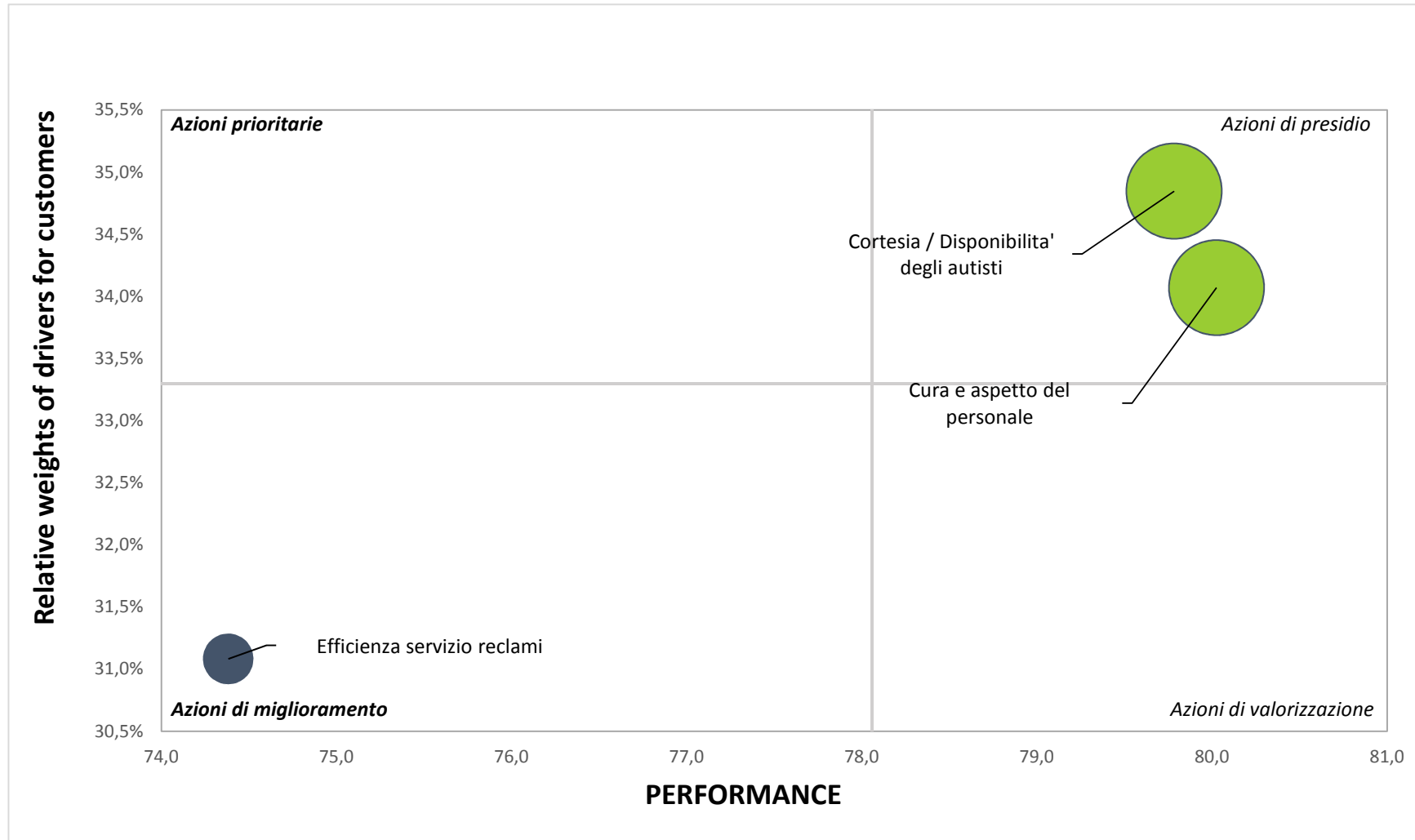
Il servizio reclami è stato utilizzato da circa metà del campione intervistato. Questo primo dato è sicuramente significativo e soprattutto positivo poiché evidenzia l'efficienza generale dei servizi Cotral, soprattutto se consideriamo che gli utilizzatori del servizio hanno una soddisfazione pari al 92,8%.

Come possiamo notare nelle slide precedenti, il servizio reclami negli ultimi anni ha registrato un trend positivo. Sicuramente Cotral in un'ottica di miglioramento sta puntando su questo servizio e gli utenti ne evidenziano gli sforzi e i risultati positivi.

La soddisfazione di questo item è alta ma inferiore rispetto alla media del macro settore in generale, di conseguenza Cotral, in futuro, deve continuare con la politica migliorativa attuata all'interno di questo servizio e, soprattutto promuovere in misura maggiore questo servizio.

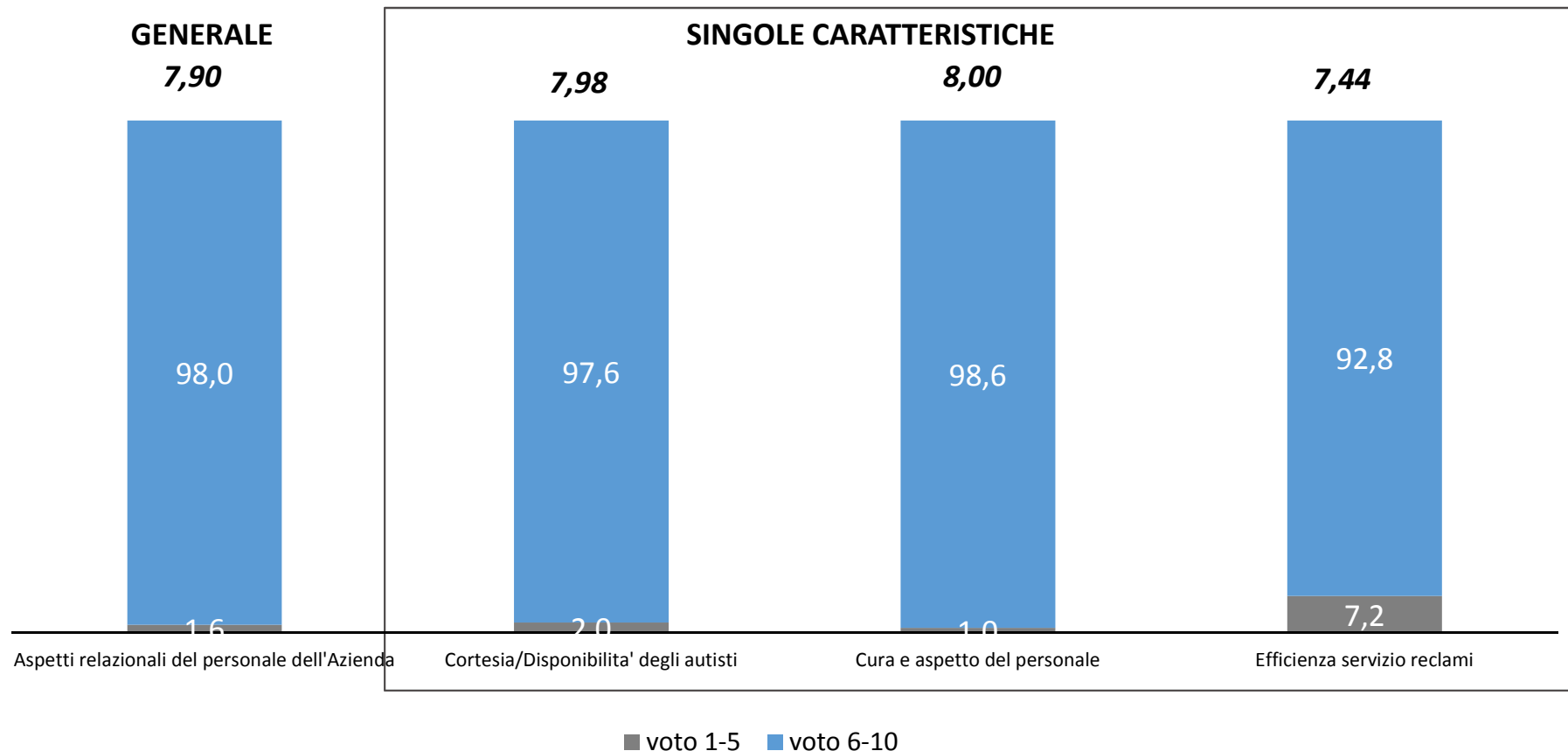
Mappe: Aspetti relazionali del personale dell'azienda

● Delight Point ● Neutral Point ● Pain Point



I dati di dettaglio- Aspetti relazionali del personale dell'azienda

Quanto direbbe di essere soddisfatto del Comfort del viaggio?
Utilizzi una scala da 1 a 10 dove 1 significa "per niente soddisfatto" e 10 "molto soddisfatto"



I dati di dettaglio- Aspetti relazionali personale dell'azienda

		TARGET														
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
VALORI % (raggruppamento 6-10)		TOTALE	Frosinone	Latina	Rieti	Viterbo	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
		Totale														
Cortesia/Disponibilità degli autisti		97,5%	97,5%	96,9%	97,0%	98,7%	96,1%	100,0%	100,0%	98,8%	97,9%	97,0%	96,1%	100,0%	100,0%	91,2%
Cura e aspetto del personale		98,7%	98,9%	98,9%	98,4%	98,1%	98,8%	100,0%	98,6%	98,8%	97,7%	98,9%	97,6%	100,0%	100,0%	96,0%
Efficienza servizio reclami		92,8%	92,5%	92,1%	91,3%	94,3%	89,8%	100,0%	96,5%	92,3%	94,9%	96,2%	93,8%	90,7%	76,5%	73,5%
Aspetti relazionali del personale dell'Azienda		98,0%	98,1%	98,9%	96,8%	98,5%	98,8%	99,9%	100,0%	97,2%	97,3%	96,3%	96,9%	100,0%	99,2%	94,4%

VALORI MEDI (scala 1-10)

Cortesia/Disponibilità degli autisti		7,98	7,78	8,27	7,94	7,9	8,06	8,27	7,74	7,85	8,33	8,09	6,78	6,83	8,93	7,91
Cura e aspetto del personale		8,00	7,84	8,32	7,98	7,85	8,16	8,24	7,54	7,85	8,33	8,16	6,77	6,82	8,92	8,14
Efficienza servizio reclami		7,44	7,20	7,46	7,64	7,45	7,48	7,51	7,62	7,72	7,87	7,91	6,67	6,42	7,00	6,80
Aspetti relazionali del personale dell'Azienda		7,90	7,77	8,16	7,86	7,8	8,07	8,03	7,66	7,78	8,19	8,02	6,78	6,79	8,65	7,86



I dati di dettaglio - Attenzione
all'ambiente

I dati di dettaglio - Attenzione all'ambiente

		TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
VALORI % (raggruppamento 6-10)	TOTALE	Frosinone	Latina	Rieti	Viterbo	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
	Totale														
Attenzione alle problematiche ambientali	75,0%	64,8%	60,0%	84,8%	89,3%	44,4%	82,6%	99,0%	90,3%	87,1%	97,0%	99,3%	78,6%	83,0%	55,2%
VALORI MEDI (scala 1-10)															
Attenzione alle problematiche ambientali	7,34	7,22	7,01	7,57	7,45	7,10	6,73	7,88	7,41	7,54	8,00	7,02	6,16	7,64	7,45

L'aspetto relativo all'attenzione verso l'ambiente è valutato in modo sicuramente positivo.

Da considerare però che circa $\frac{1}{4}$ del campione non ha saputo esprimere un giudizio inerente a questo fattore.

Quest'ultimo dato deve far riflettere sul fatto che Cotral, dato gli investimenti che ha fatto negli ultimi anni (oltre 400 bus ecologici, certificazione ambientale, monitoraggio dei rumori, ecc..) dovrebbe spingere maggiormente questo elemento nella sua comunicazione.



Focus “emergenza COVID-19”

Considerazioni generali

Nonostante l'attuale emergenza che stiamo vivendo, anche quest'anno la rilevazione di customer satisfaction ha confermato il buon lavoro che Cotral sta svolgendo.

La soddisfazione complessiva è molto alta 97,7% facendo registrare un aumento del gradimento di 8,9 punti percentuali rispetto all'indagine precedente ed una valutazione media pari a 7,69 (+0,69 rispetto al 2018).

In generale, quasi tutti gli item di customer presi in considerazione nella presente indagine hanno rilevato dei miglioramenti.

Dai primi dati emerge che gli utenti, nonostante livelli di prestazione alti di Cotral, continuano a notare e cogliere elementi migliorativi nell'erogazione del servizio.

Tema della sicurezza

Si evince una dedizione di Cotral nei confronti della proprio utenza, non solo nell'erogazione dei servizi ma anche nella vicinanza che la stessa azienda mostra nei confronti dei suoi utenti. Quest'anno in particolar modo il tema della sicurezza è stato un elemento molto importante e sul quale Cotral ha deciso di effettuare un focus mediante l'inserimento di alcune domande volte a misurare e verificare le azioni e le politiche attuate per far fronte all'emergenza COVID-19.

Anche su questo aspetto Cotral ha lavorato molto bene. I dati registrano una soddisfazione nell'operato durante l'emergenza COVID-19 molto alta pari al 95,2% e un voto medio pari a 7,57.

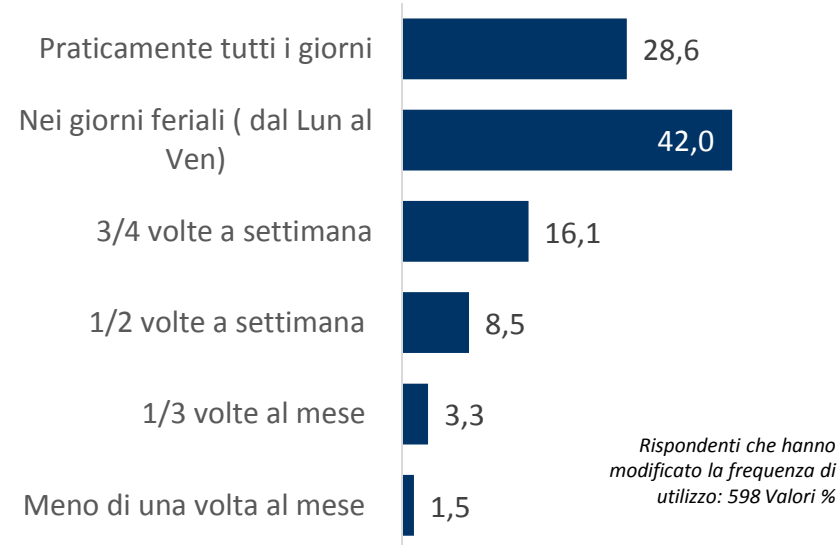
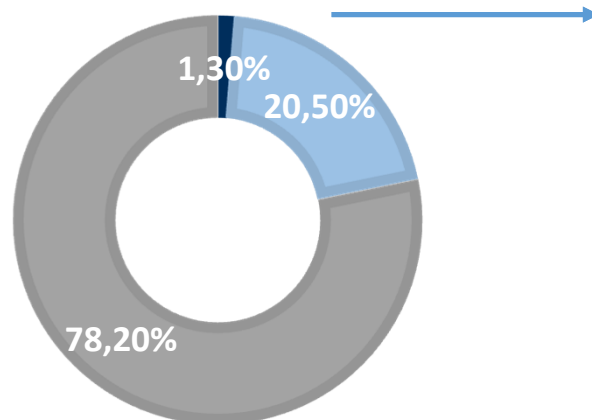
Questo dato è significativo ed è importante come, in una situazione generale di incertezza ed insicurezza, Cotral sia stata in grado di gestirla ed affrontarla in modo positivo, trasmettendo un senso di sicurezza e protezione ai propri utenti.

Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

L'emergenza sanitaria COVID-19 ha modificato la frequenza di utilizzo di questa linea?

Ed in particolare con quale frequenza utilizzava questa linea?

- Sì, ho aumentato la frequenza di utilizzo
- Sì, ho diminuito la frequenza di utilizzo
- No, Non si e' modificata

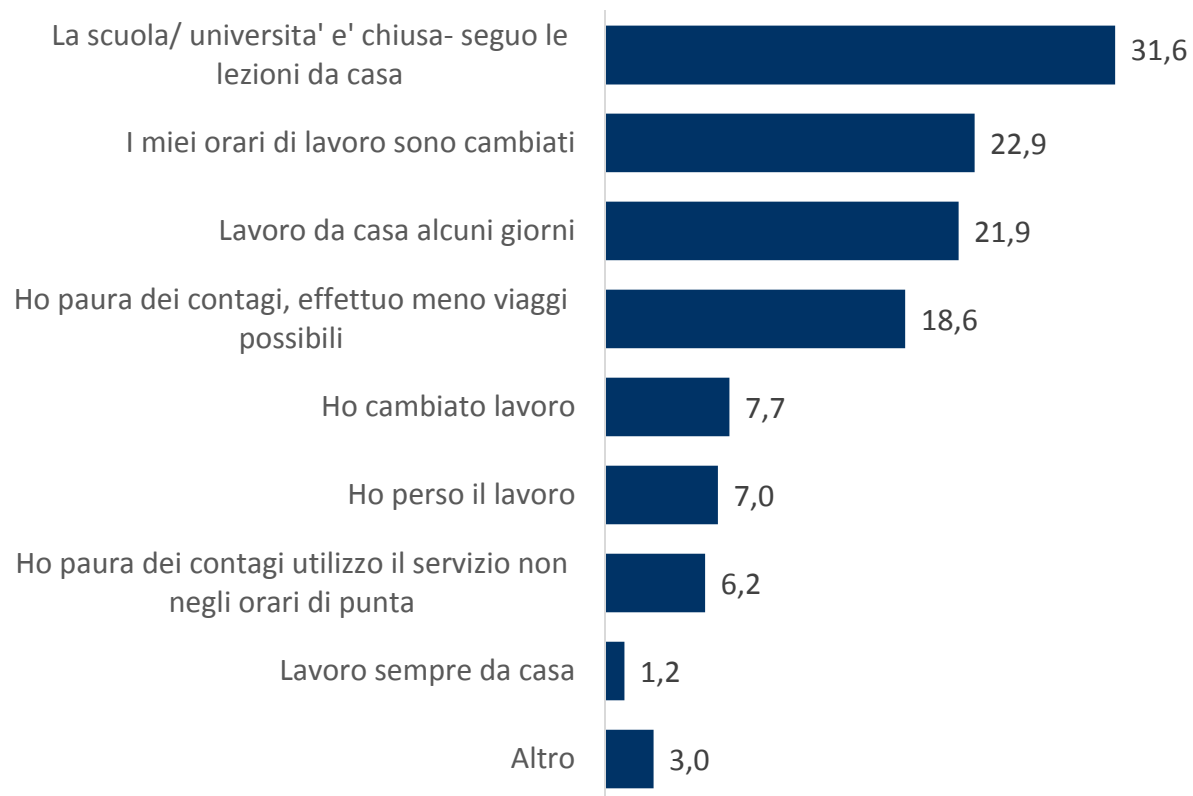


	TOTALE
Sì, ho aumentato la frequenza di utilizzo	1,3%
Sì, ho diminuito la frequenza di utilizzo	20,5%
No, non si e' modificata	78,2%

TARGET														
Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
1,6%	0,1%	2,3%	1,1%	1,0%	0,0%	1,0%	1,7%	2,1%	4,4%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
24,5%	15,9%	26,1%	16,0%	14,1%	14,3%	13,4%	22,7%	19,4%	31,9%	60,8%	10,7%	26,0%	25,6%	
74,0%	83,9%	71,6%	82,9%	84,9%	85,7%	85,6%	75,5%	78,5%	63,7%	38,5%	89,3%	74,0%	74,4%	

Abitudini di utilizzo: La linea utilizzata

Potrebbe indicarci per quali ragioni è cambiato il suo utilizzo dei servizi Cotral?



La soddisfazione- EMERGENZA covid-19

		TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Overall finale	TOTALE														
Area di soddisfazione (voto 6-10)	97,7%	98,6%	99,1%	95,6%	97,7%	98,8%	99,5%	100,0%	94,3%	96,4%	99,4%	100,0%	98,3%	99,9%	94,4%
Voto medio (scala 1-10)	7,69	7,69	7,75	7,71	7,61	7,9	7,3	7,75	7,5	7,85	8,33	6,98	6,6	8,18	7,51

Soddisfazione sull'operato di Cotral durante l'emergenza COVID-19

Area di soddisfazione (voto 6-10)	95,2%	96,5%	97,9%	95,1%	91,5%	96,6%	100,0%	100,1%	94,9%	96,5%	98,9%	97,8%	62,9%	99,3%	88,0%
Voto medio (scala 1-10)	7,57	7,6	7,6	7,61	7,48	7,86	7,16	7,55	7,44	7,98	8,12	6,87	5,76	7,51	7,36

Motivi di insoddisfazione

Rispondenti: 2746 Valori %

Mezzi troppo affollati	52,2%	38,4%	30,4%	69,1%	58,4%	46,0%	0,0%	10,0%	78,6%	43,3%	75,0%	6,9%	66,3%	23,1%	62,5%
Poco distanziamento	40,7%	42,5%	41,3%	35,3%	42,3%	57,1%	0,0%	40,0%	40,5%	16,7%	0,0%	17,2%	50,5%	46,2%	33,3%
Poche corse a disposizione	22,2%	17,8%	34,8%	36,8%	13,1%	19,0%	100,0%	0,0%	57,1%	33,3%	25,0%	10,3%	8,9%	23,1%	20,8%
Poca pulizia dei mezzi	13,6%	8,2%	21,7%	22,1%	9,5%	23,8%	0,0%	60,0%	9,5%	10,0%	25,0%	0,0%	4,0%	7,7%	37,5%
Comunicazioni non chiare	9,6%	27,4%	2,2%	5,9%	4,4%	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	26,7%	0,0%	65,5%	0,0%	0,0%	8,3%
Mancato rispetto degli orari di partenza/arrivo	6,8%	13,7%	2,2%	4,4%	5,8%	3,2%	0,0%	0,0%	4,8%	26,7%	12,5%	31,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Altro specificare	5,2%	5,5%	13,0%	4,4%	2,9%	9,5%	0,0%	0,0%	4,8%	16,7%	12,5%	0,0%	0,0%	15,4%	4,2%

La soddisfazione- EMERGENZA covid-19

	TOTALE
Quanto si sente sicuro nel prendere il bus	
Area di soddisfazione (voto 6-10)	91,8%
Voto medio (scala 1-10)	7,40

TARGET														
Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
92,8%	94,3%	91,9%	88,6%	94,2%	100,0%	99,6%	91,9%	97,5%	93,8%	92,3%	42,9%	84,5%	84,0%	
7,45	7,40	7,39	7,37	7,81	7,02	7,50	7,07	7,89	8,1	6,72	5,49	6,70	7,12	

Rispondenti: 2746 Valori %

Motivi di insoddisfazione

Distanziamento non rispettato	40,8%	43,5%	41,5%	33,9%	43,8%	56,5%	--	0,0%	35,1%	63,6%	50,0%	40,0%	40,6%	21,1%	20,0%
Non tutti indossano correttamente la mascherina	37,2%	50,0%	53,7%	46,4%	15,0%	39,1%	--	100,0%	70,3%	36,4%	10,0%	20,0%	10,1%	78,9%	45,0%
Troppe persone sui mezzi	34,1%	23,9%	22,0%	37,5%	43,8%	37,0%	--	0,0%	24,3%	36,4%	70,0%	10,0%	44,9%	0,0%	35,0%
Poco controllo sulle regole COVID-19	24,7%	8,7%	17,1%	41,1%	26,3%	6,5%	--	0,0%	32,4%	18,2%	20,0%	0,0%	29,0%	21,1%	60,0%
Scarsa circolazione dell'aria	19,3%	17,4%	9,8%	8,9%	32,5%	15,2%	--	0,0%	10,8%	0,0%	10,0%	20,0%	37,7%	10,5%	5,0%
Non mi fido degli altri passeggeri	10,3%	17,4%	12,2%	12,5%	3,8%	6,5%	--	0,0%	10,8%	9,1%	10,0%	60,0%	2,9%	21,1%	10,0%
Poca pulizia dei mezzi	7,6%	6,5%	19,5%	3,6%	5,0%	21,7%	--	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%	4,3%	5,3%	10,0%
Evito di stare in luoghi chiusi con sconosciuti	2,2%	8,7%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	--	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%

85



Informazioni

Informazioni- i canali

Obiettivo di Cotral è quello di offrire ai propri utenti un servizio efficiente ed aggiornato. Al fine di perseguire questo scopo ha attuato un piano di comunicazioni e di divulgazione delle informazioni a 360°.

L'utente Cotral ha a disposizione una vasta gamma di canali di informazioni: da quelli più tradizionali come ad esempio il numero verde e/o l'APP a quelli più recenti e social (Twitter e Instagram) conosciuti ed utilizzati questi ultimi soprattutto dai più giovani.

Il trend degli ultimi anni denota una crescita nella conoscenza dei vari canali di comunicazione, ad eccezione del profilo Instagram la cui notorietà scende di quasi 10 punti percentuali. Sarebbe da verificare insieme a Cotral se negli ultimi due anni ci sono stati degli elementi che hanno portato ad una riduzione della notorietà di questo canale oppure se il dato potrebbe essere influenzato dal numero minore dei giovani intervistati.

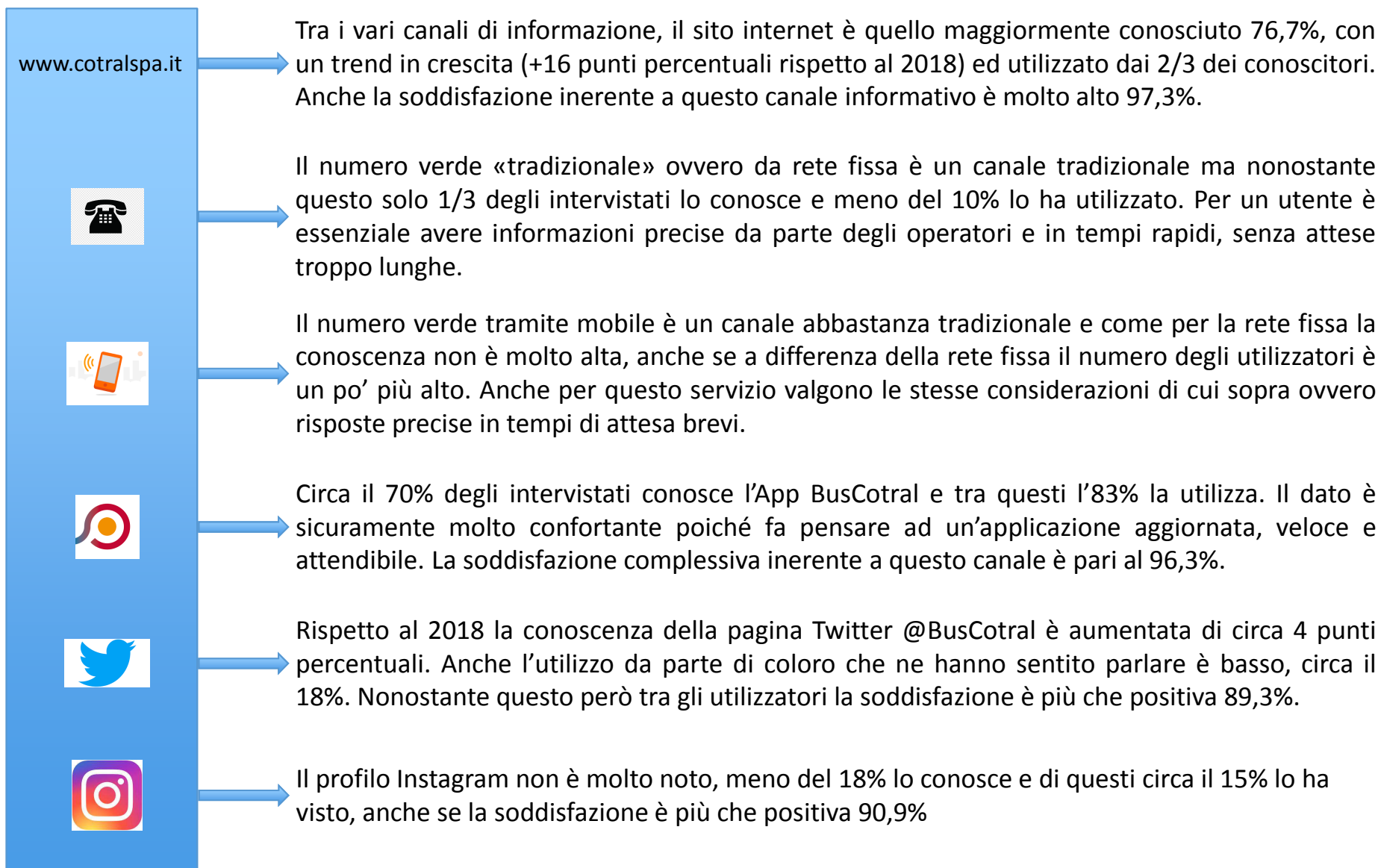


→ L'APP BusCotral 98,1%, il sito internet 96,3% e le informazioni alle fermate 94,1% sono le fonti maggiormente utilizzate per richiedere informazioni sugli orari dei bus.

→ Considerando il tipo di richiesta, le rivendite/tabaccherie 96,0% e gli Sportelli al pubblico/InfoPoint sono quelli maggiormente utilizzati.

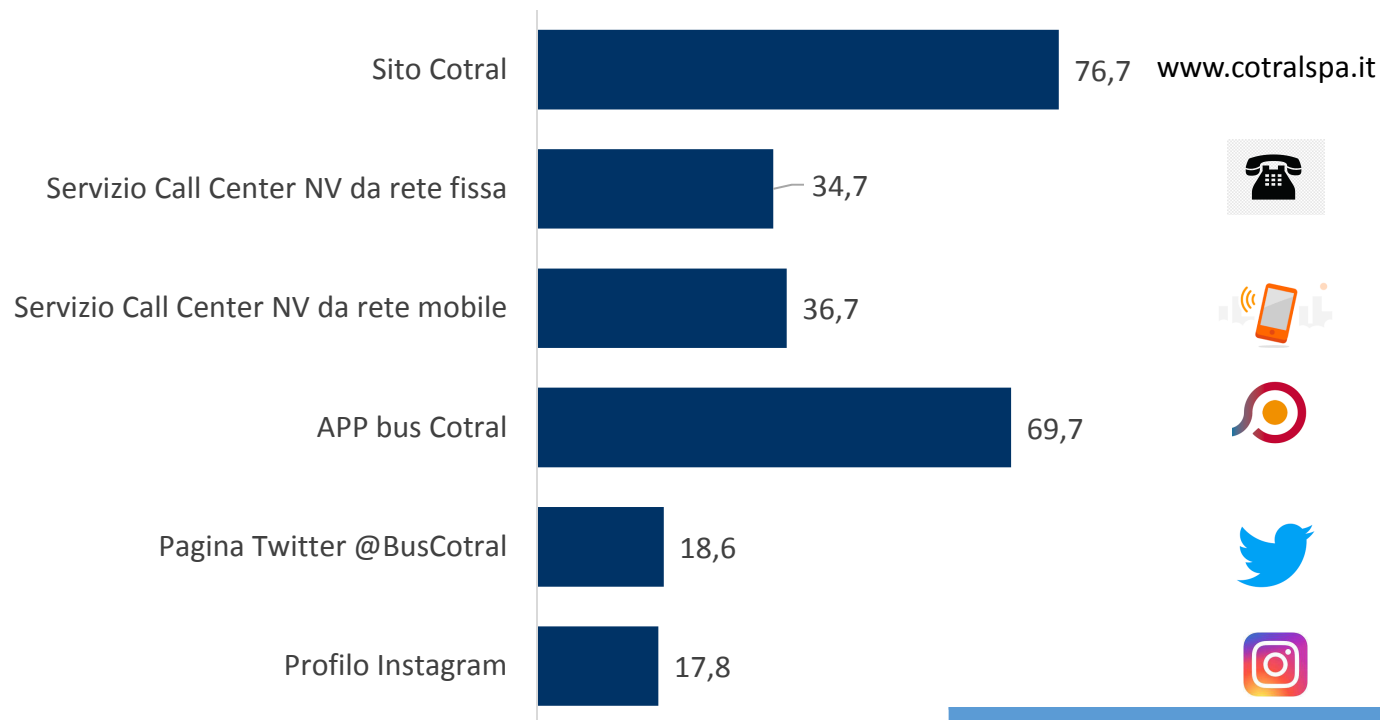
→ Per avere informazioni sui tragitti, le fonti maggiormente consultate sono l'APP BusCotral 92,2%, il sito internet 90,2%

Informazioni- i canali



Informazioni- conoscenza dei canali di informazione

Conoscenza dei canali messi a disposizione da Cotral per fornire informazioni ai propri utenti



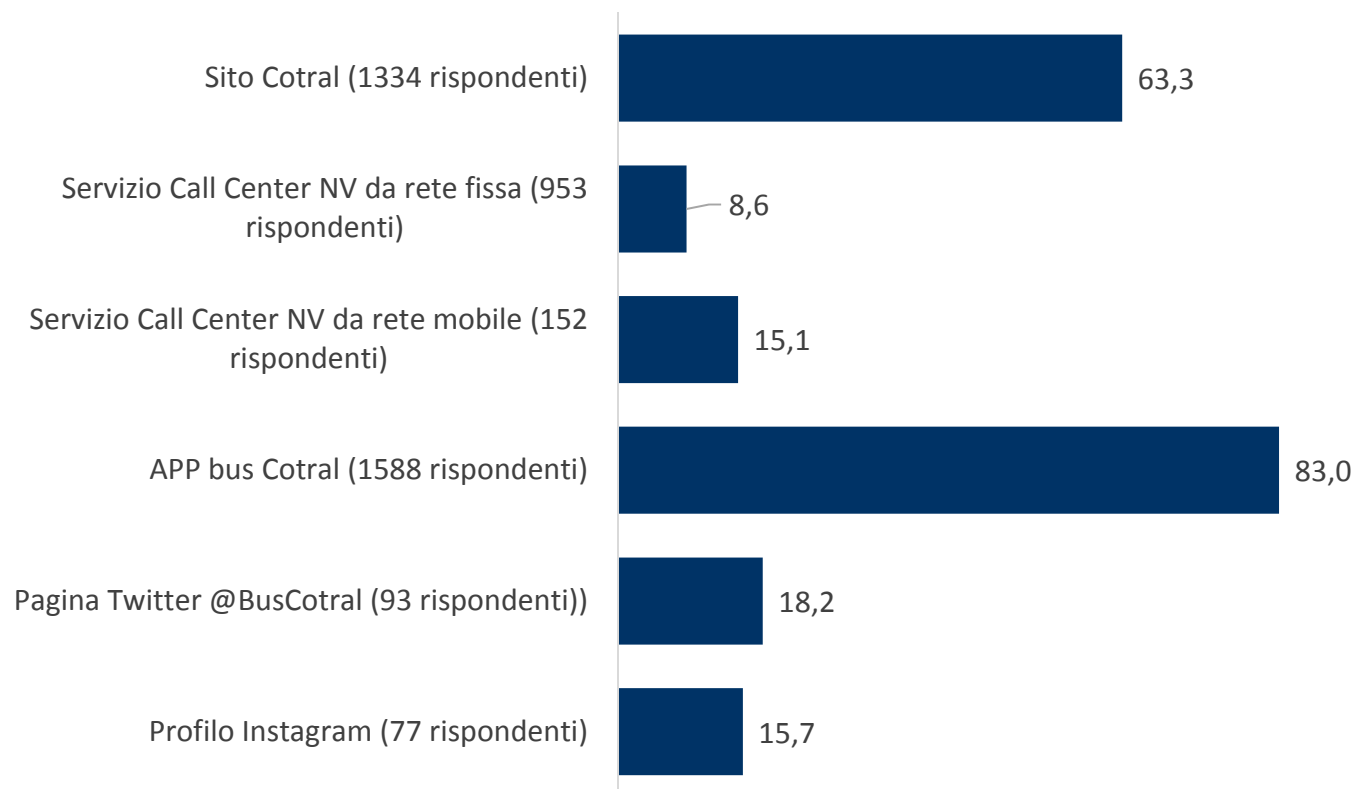
	2020	2018	2017	2016
Sito Cotral	76,7	60,7	62,8	67,9
APP bus Cotral	69,7	69,7	67,5	66,2
Call Center NV da rete fissa	34,7	21,2	16,5	18,3
Call Center NV da rete mobile	36,7	20,6	16,3	16,4
Pagina Twitter @BusCotral	18,6	14,3	7,2	4,0
Profilo Instagram	17,8	28,0	11,9	4,8

Informazioni- conoscenza dei canali di informazione

	TOTALE	TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Sito Cotral	76,7%	73,1%	67,7%	81,4%	84,5%	77,0%	70,9%	97,5%	91,8%	78,0%	67,5%	38,5%	82,6%	40,7%	71,2%
APP bus Cotral	69,7%	68,1%	61,2%	70,7%	78,8%	76,9%	35,2%	95,0%	84,6%	66,0%	51,2%	30,0%	84,3%	52,8%	62,4%
Servizio Call Center NV da rete mobile	36,7%	33,5%	26,1%	36,8%	50,4%	37,4%	9,2%	55,7%	49,4%	43,1%	25,6%	10,0%	56,2%	18,7%	17,6%
Servizio Call Center NV da rete fissa	34,7%	28,7%	25,5%	34,9%	49,3%	34,5%	9,2%	52,7%	46,3%	43,5%	21,9%	7,7%	55,4%	16,3%	16,0%
Pagina Twitter @BusCotral	18,6%	13,2%	22,6%	15,3%	22,9%	16,3%	38,3%	36,8%	21,4%	13,2%	8,1%	1,5%	28,1%	14,6%	8,0%
Profilo Instagram	17,8%	14,0%	17,2%	17,9%	21,9%	15,2%	24,0%	33,3%	16,0%	13,4%	16,9%	4,6%	27,3%	15,4%	30,4%

Informazioni- utilizzo dei canali di informazione

Utilizzo dei canali messi a disposizione da Cotral per fornire informazioni ai propri utenti

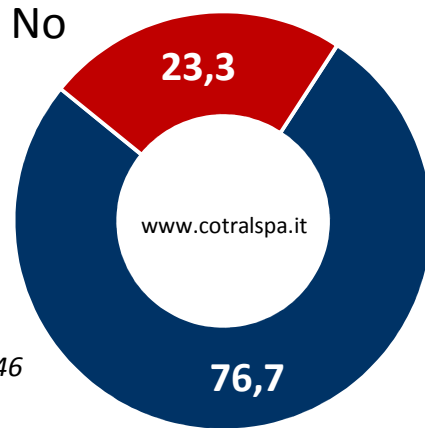


Informazioni- utilizzo dei canali

	TOTALE	TARGET													
		Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea									
		Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
Sito Cotral	63,3%	62,7%	55,6%	61,9%	71,5%	56,4%	53,2%	85,2%	64,2%	71,2%	75,9%	92,0%	42,0%	60,0%	39,3%
APP bus Cotral	83,0%	89,0%	82,3%	84,3%	77,6%	90,4%	33,3%	81,2%	89,0%	71,6%	76,8%	89,7%	88,2%	92,3%	73,1%
Servizio Call Center NV da rete mobile	15,1%	16,7%	13,0%	12,9%	16,7%	13,4%	22,2%	17,9%	9,2%	19,4%	31,7%	69,2%	7,4%	13,0%	4,5%
Servizio Call Center NV da rete fissa	8,6%	8,2%	8,8%	9,1%	8,4%	7,6%	11,1%	9,4%	4,2%	9,6%	25,7%	50,0%	6,0%	10,0%	10,0%
Pagina Twitter @BusCotral	18,2%	16,5%	24,4%	17,9%	13,0%	7,7%	49,3%	23,0%	18,2%	0,0%	46,2%	0,0%	11,8%	0,0%	10,0%
Profilo Instagram	15,7%	5,6%	6,6%	38,7%	10,4%	8,3%	2,1%	10,4%	24,3%	10,3%	48,1%	16,7%	9,1%	0,0%	47,4%

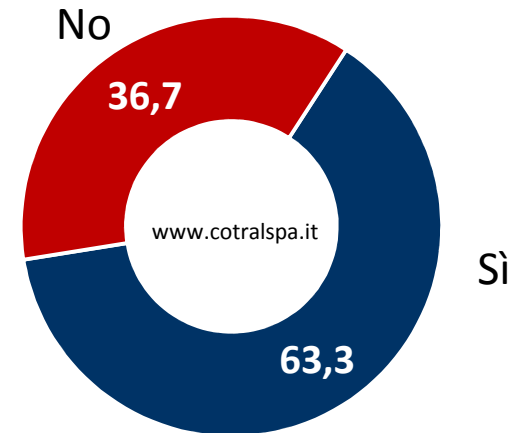
Informazioni- conoscenza dei canali

Conoscenza del sito Cotral:



Rispondenti: 2746
Valori %

Utilizzo del sito Cotral:



Rispondenti: 2106
Valori %

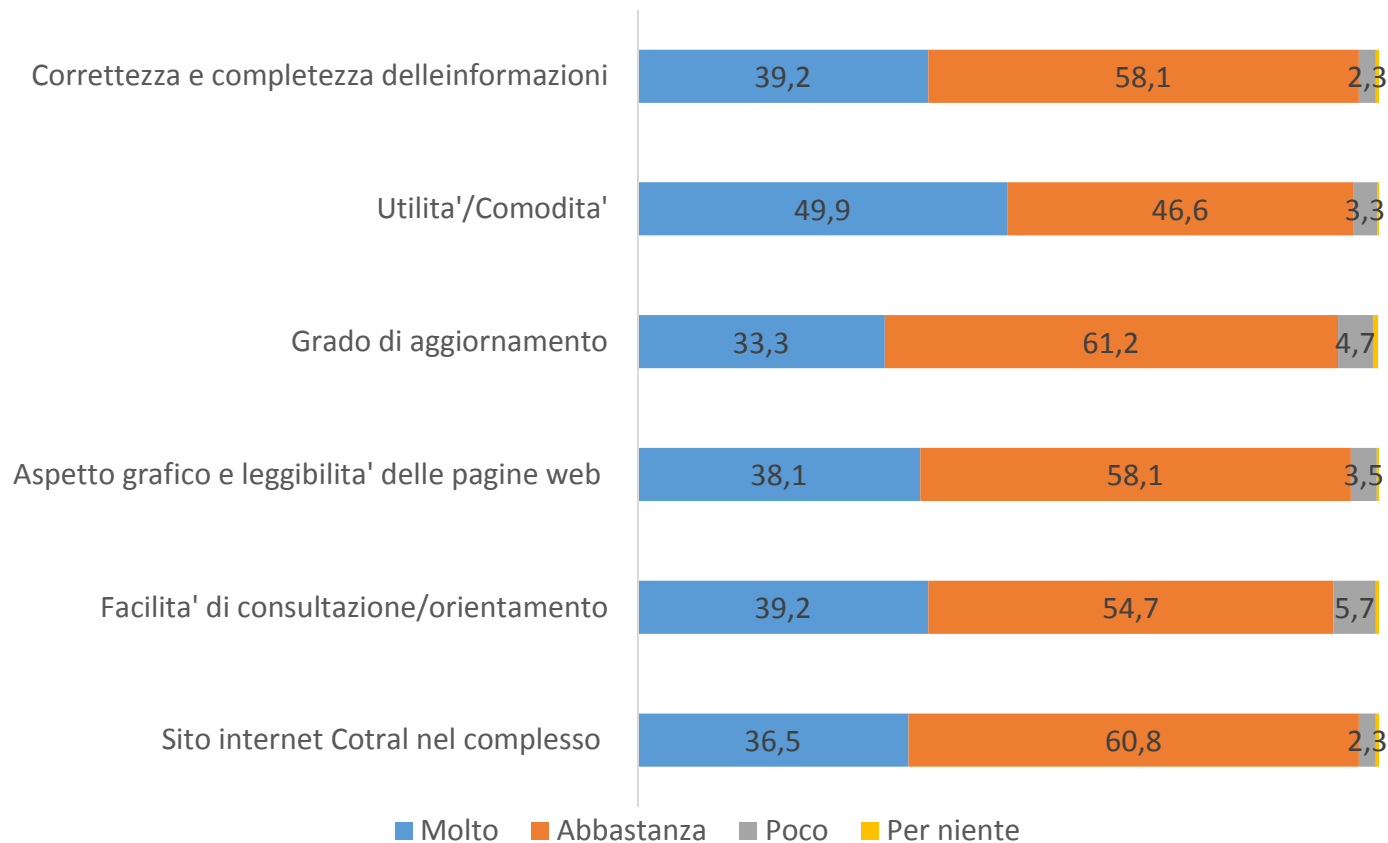
	TOTALE
Molto	31,9%
Abbastanza	64,9%
Poco	2,8%
Per niente	0,4%

Soddisfazione del sito Cotral														
Dettaglio Bacino					Dettaglio Capolinea									
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT		Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
24,1%	13,1%	37,5%	44,3%		19,1%	8,1%	46,1%	46,7%	51,7%	3,7%	0,0%	0,0%	33,3%	34,3%
73,8%	84,6%	56,7%	53,1%		79,5%	89,2%	53,9%	49,6%	44,6%	86,6%	95,7%	95,2%	60,0%	57,1%
2,0%	2,2%	4,9%	2,1%		1,4%	2,7%	0,0%	3,7%	2,9%	6,1%	4,3%	4,8%	6,7%	8,6%
0,0%	0,0%	0,9%	0,5%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Rispondenti: 1334 Valori %

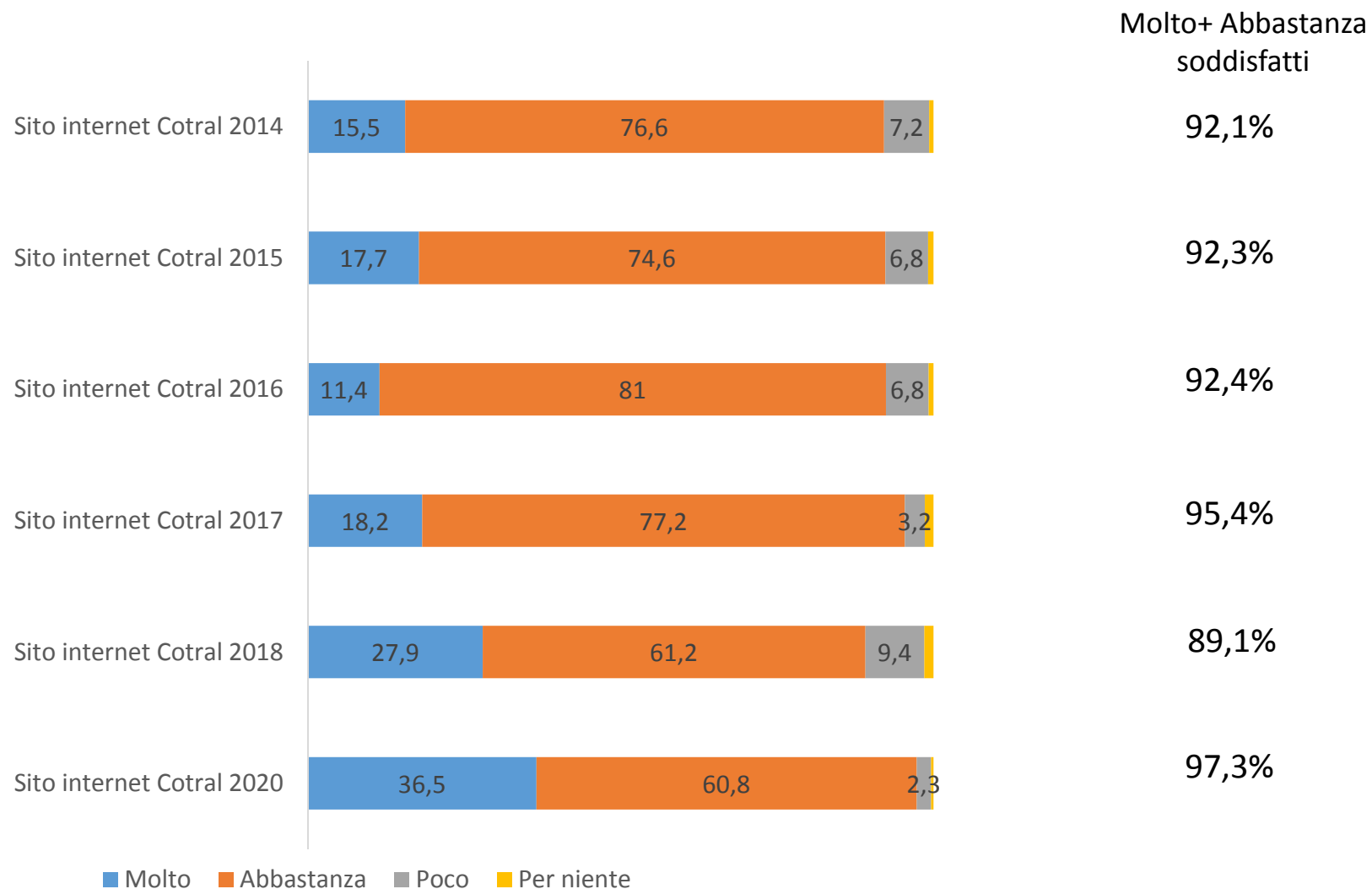
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione del Sito Cotral



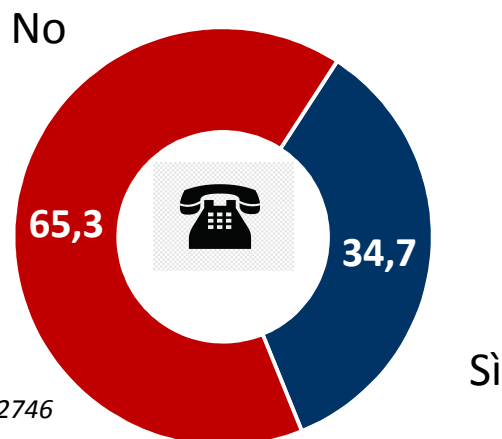
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione del Sito Cotral -TREND



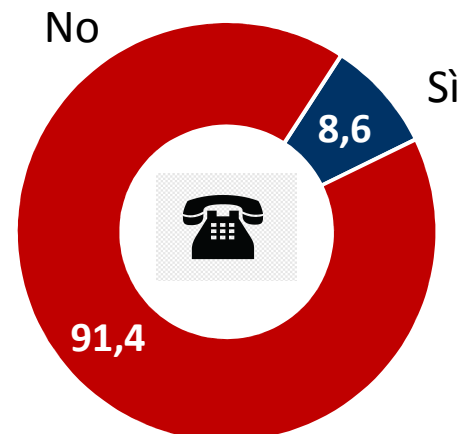
Informazioni- conoscenza dei canali

Conoscenza del servizio Call Center di Cotral con numero verde da rete fissa



Rispondenti: 2746
Valori %

Utilizzo del servizio Call Center di Cotral con numero verde da rete fissa



Rispondenti: 953
Valori %

Soddisfazione del servizio Call Center di Cotral con numero verde da rete fissa

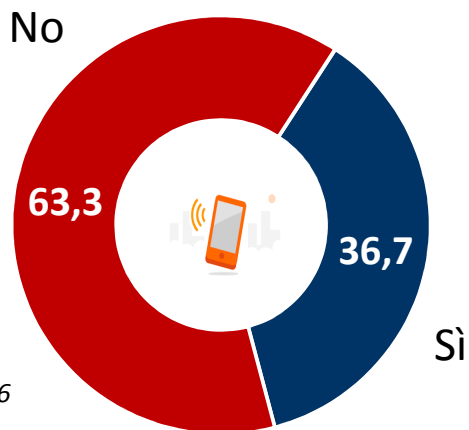
	TOTALE
Molto	31,7%
Abbastanza	46,3%
Poco	15,9%
Per niente	6,1%

Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
13,3%	18,8%	27,3%	51,7%	14,3%	0,0%	50,0%	33,3%	66,7%	22,2%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
73,3%	56,3%	54,5%	20,7%	71,4%	50,0%	30,0%	44,4%	11,1%	66,7%	60,0%	50,0%	50,0%	50,0%	
6,7%	18,8%	13,6%	20,7%	9,5%	50,0%	20,0%	22,2%	11,1%	11,1%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	
6,7%	6,3%	4,5%	6,9%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	50,0%	

Rispondenti: 82 Valori %

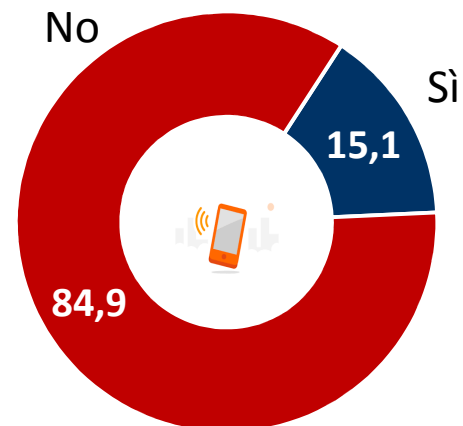
Informazioni- conoscenza dei canali

Conoscenza del servizio Call Center di Cotral con numero verde da rete mobile



Rispondenti: 2746
Valori %

Utilizzo del servizio Call Center di Cotral con numero verde da rete mobile



Rispondenti: 1009
Valori %

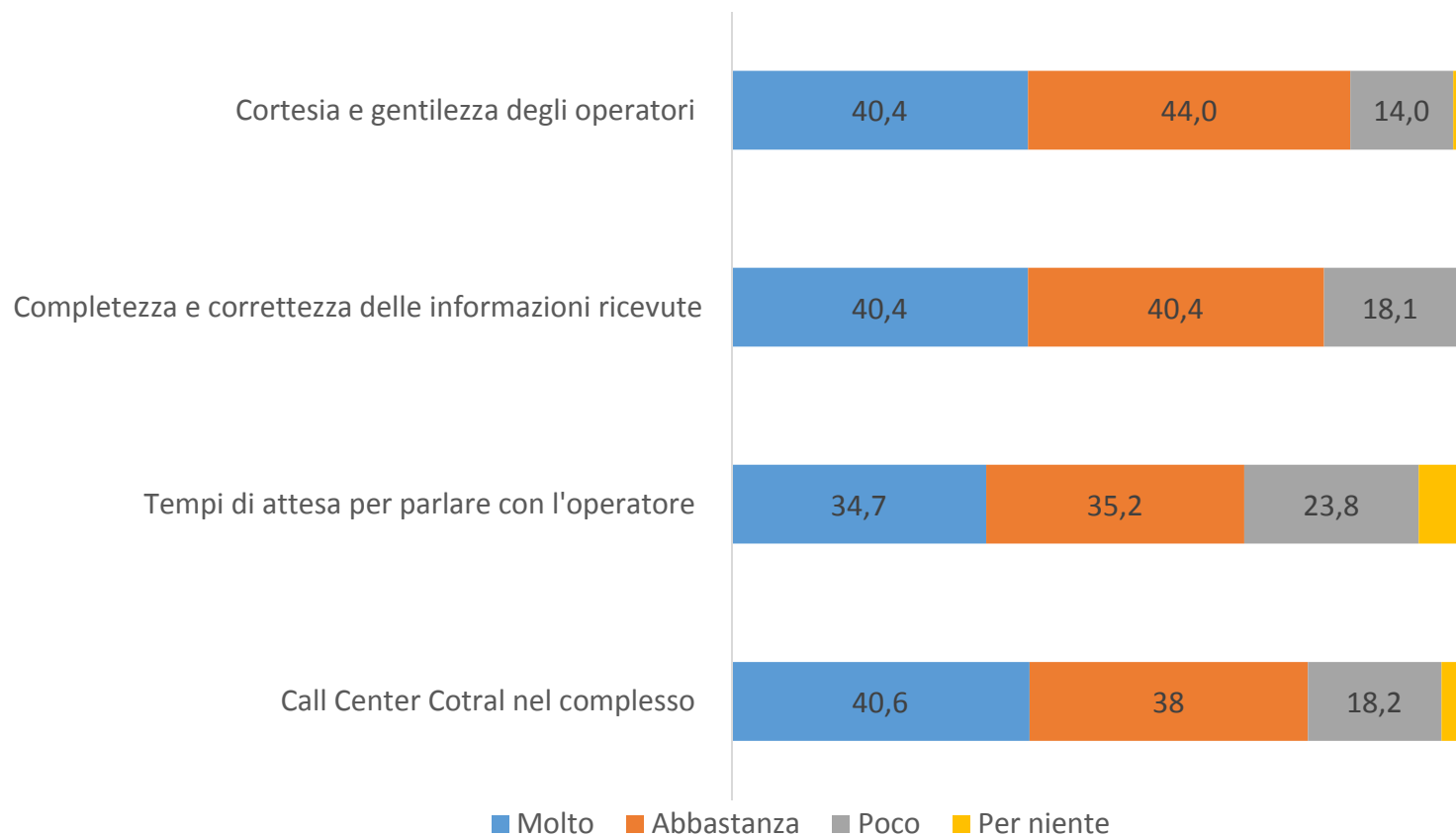
	TOTALE
Molto	37,5%
Abbastanza	41,4%
Poco	13,2%
Per niente	7,9%

Soddisfazione del servizio Call Center di Cotral con numero verde da rete mobile														
Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
11,1%	25,0%	48,5%	52,5%	17,5%	0,0%	60,0%	61,9%	55,6%	38,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
63,9%	29,2%	45,5%	30,5%	52,5%	0,0%	35,0%	33,3%	27,8%	61,5%	66,7%	40,0%	66,7%	0,0%	0,0%
16,7%	29,2%	3,0%	10,2%	15,0%	100,0%	5,0%	4,8%	5,6%	0,0%	33,3%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%
8,3%	16,7%	3,0%	6,8%	15,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%	0,0%

Rispondenti: 152 Valori %

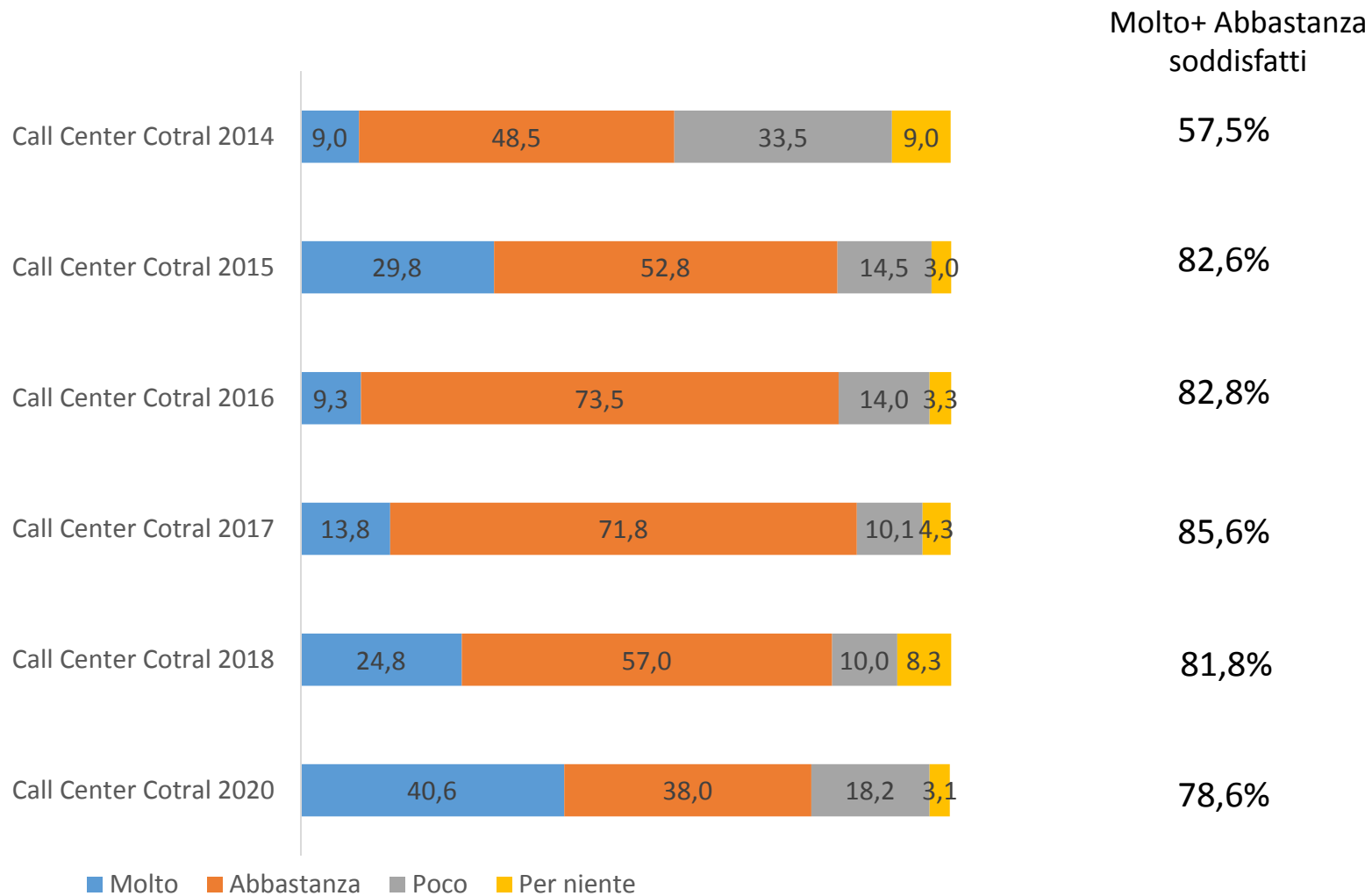
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione del servizio Call Center di Cotral con numero verde da rete fissa e/o mobile



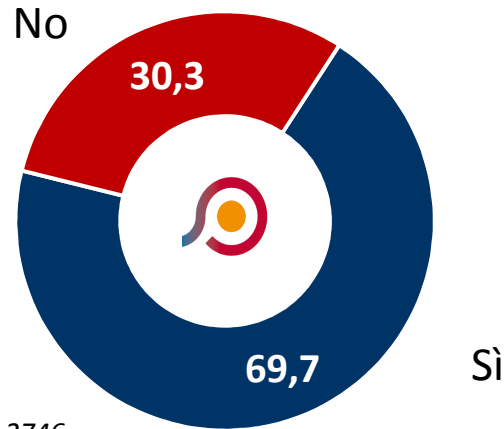
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione Call Center di Cotral con numero verde da rete fissa e/o mobile-TREND



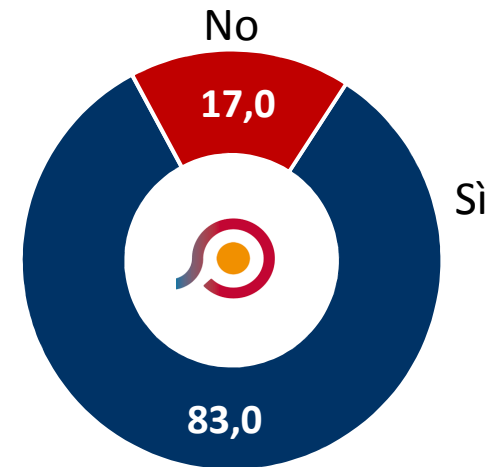
Informazioni- conoscenza dei canali

Conoscenza dell'APP BusCotral



Rispondenti: 2746
Valori %

Utilizzo dell'APP BusCotral



Rispondenti: 1914
Valori %

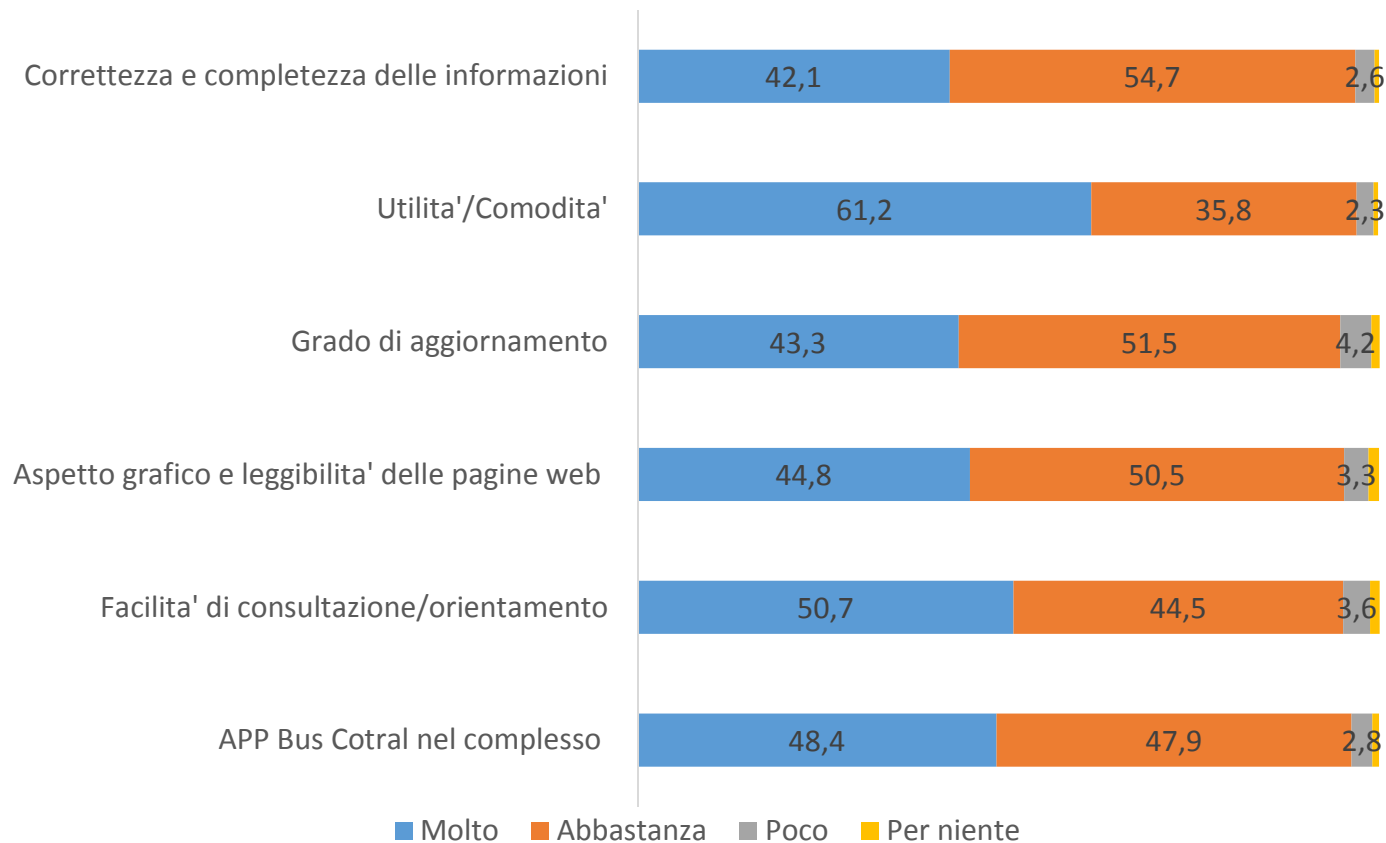
	TOTALE
Molto	43,5%
Abbastanza	53,3%
Poco	2,4%
Per niente	0,8%

Soddisfazione dell'APP BusCotral														
Dettaglio Bacino					Dettaglio Capolinea									
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT		Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
39,6%	37,3%	50,8%	45,0%		36,9%	8,7%	44,5%	61,2%	56,9%	7,9%	5,7%	22,2%	56,7%	43,9%
58,1%	59,9%	42,4%	54,1%		60,6%	91,3%	55,5%	35,1%	41,7%	66,7%	94,3%	76,7%	43,3%	49,1%
1,8%	2,5%	4,6%	0,7%		2,4%	0,0%	0,0%	2,9%	1,0%	14,3%	0,0%	1,1%	0,0%	5,3%
0,5%	0,3%	2,2%	0,2%		0,2%	0,0%	0,0%	0,9%	0,5%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%

Rispondenti: 1588 Valori %

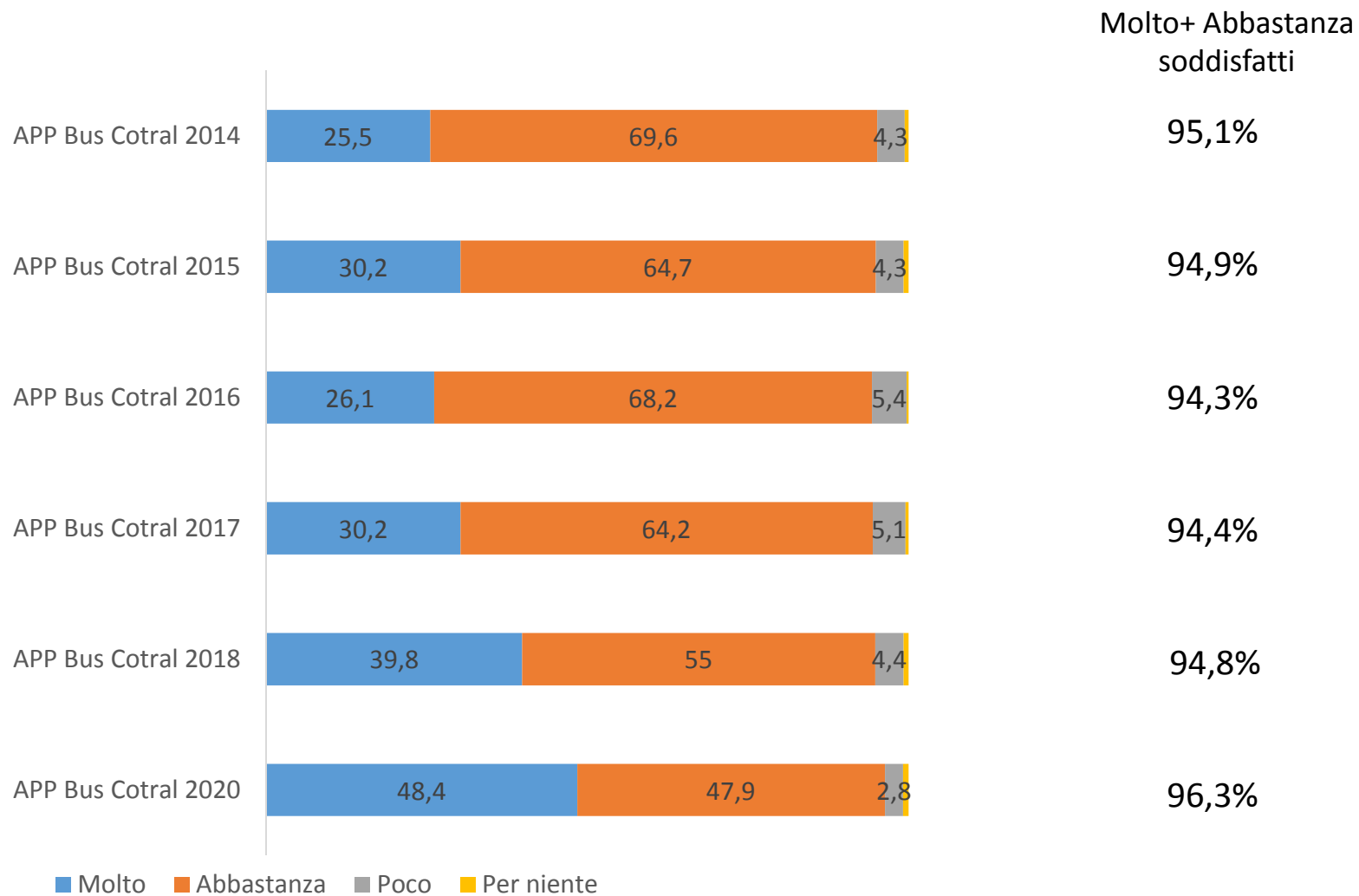
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione dell'APP BusCotral



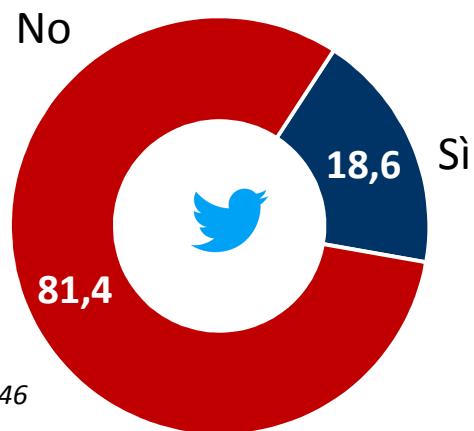
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione dell'APP BusCotral- TREND



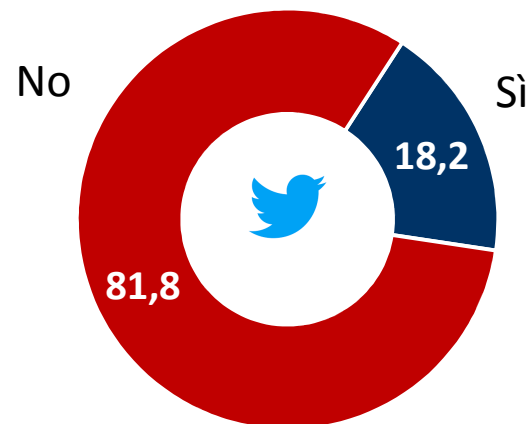
Informazioni- conoscenza dei canali

Conoscenza della pagina Twitter



Rispondenti: 2746
Valori %

Utilizzo della pagina Twitter



Rispondenti: 512
Valori %

Soddisfazione della pagina Twitter

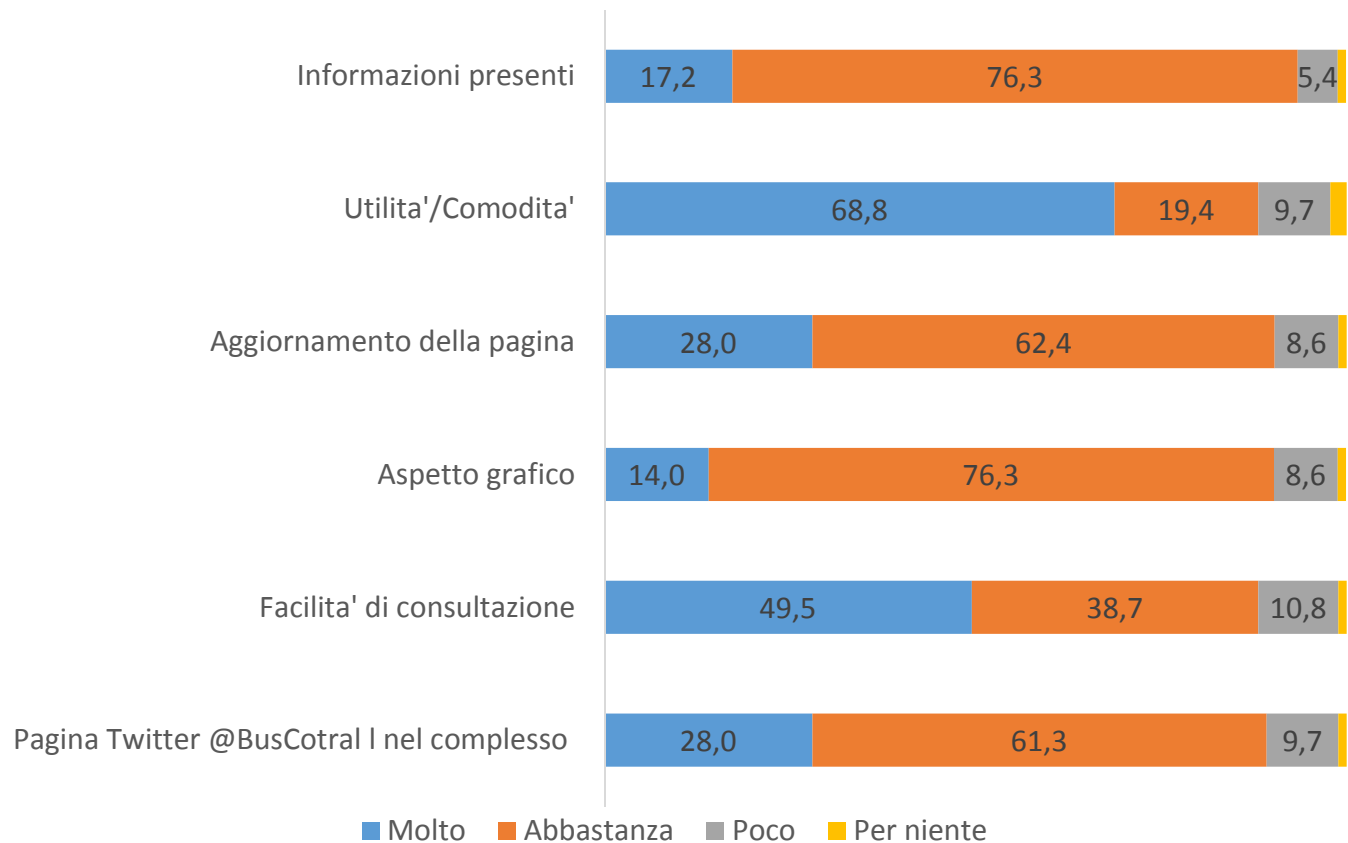
	TOTALE
Molto	24,7%
Abbastanza	68,8%
Poco	6,5%

Dettaglio Bacino		Dettaglio Capolinea												
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
42,9%	5,1%	42,1%	33,3%	30,0%	5,4%	35,3%	55,6%	--	16,7%	--	25,0%	--	0,0%	
50,0%	94,9%	42,1%	57,1%	60,0%	94,6%	58,8%	38,9%	--	50,0%	--	50,0%	--	100,0%	
7,1%	0,0%	15,8%	9,5%	10,0%	0,0%	5,9%	5,6%	--	33,3%	--	25,0%	--	0,0%	

Rispondenti: 93 Valori %

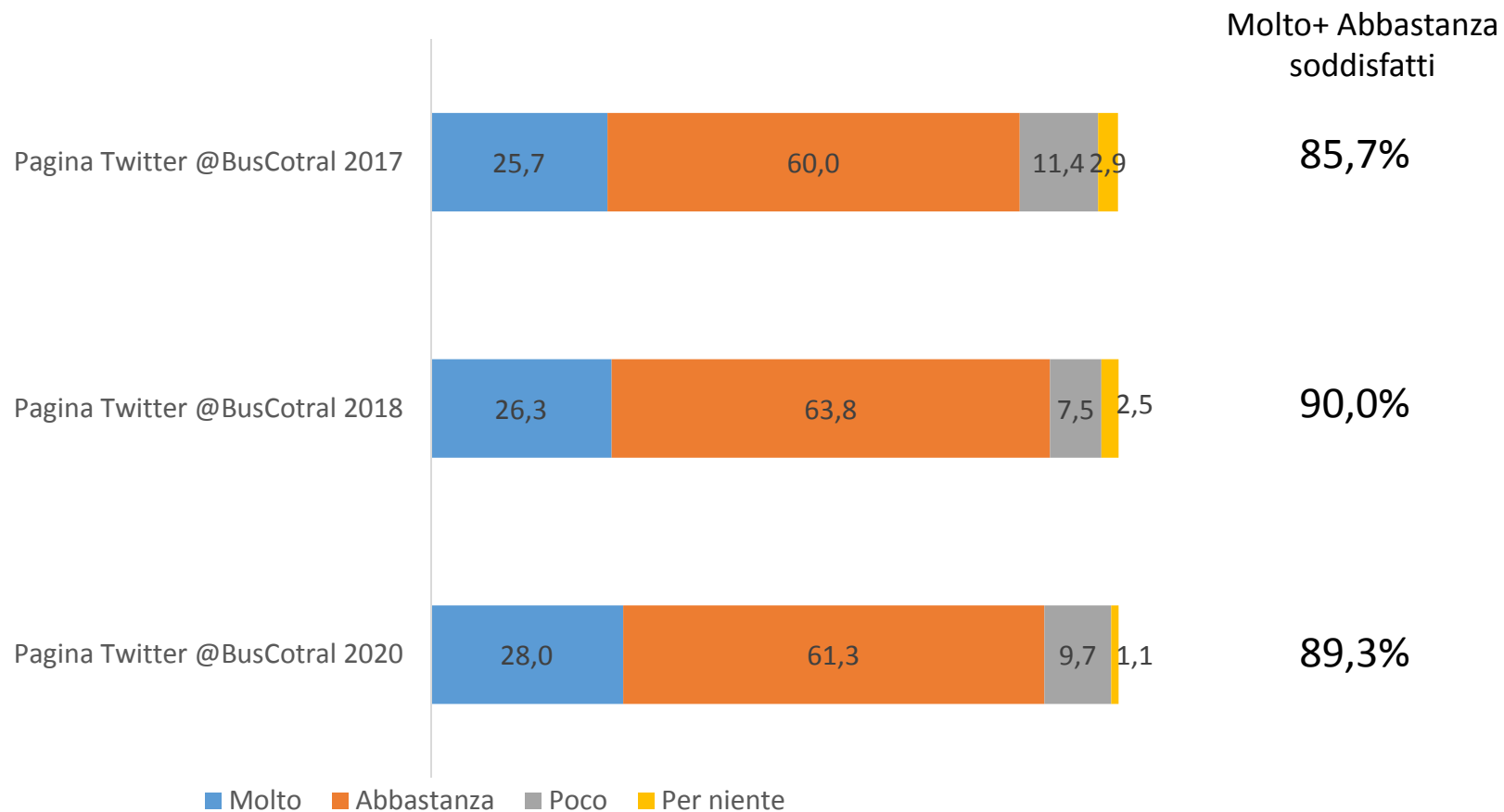
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione della pagina Twitter



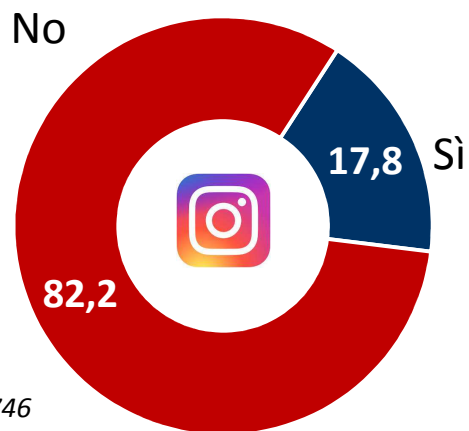
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione della pagina Twitter - TREND



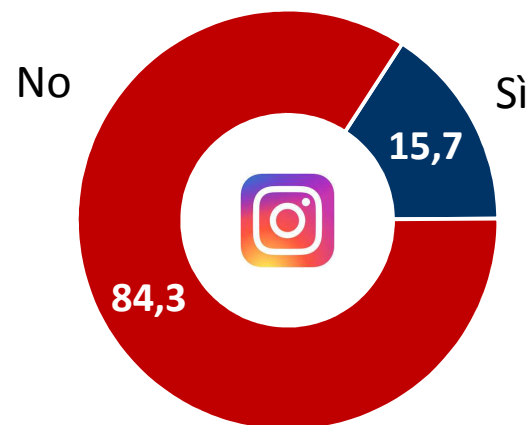
Informazioni- conoscenza dei canali

Conoscenza del profilo Instagram di Cotral



Rispondenti: 2746
Valori %

Utilizzo del profilo Instagram di Cotral



Rispondenti: 490
Valori %

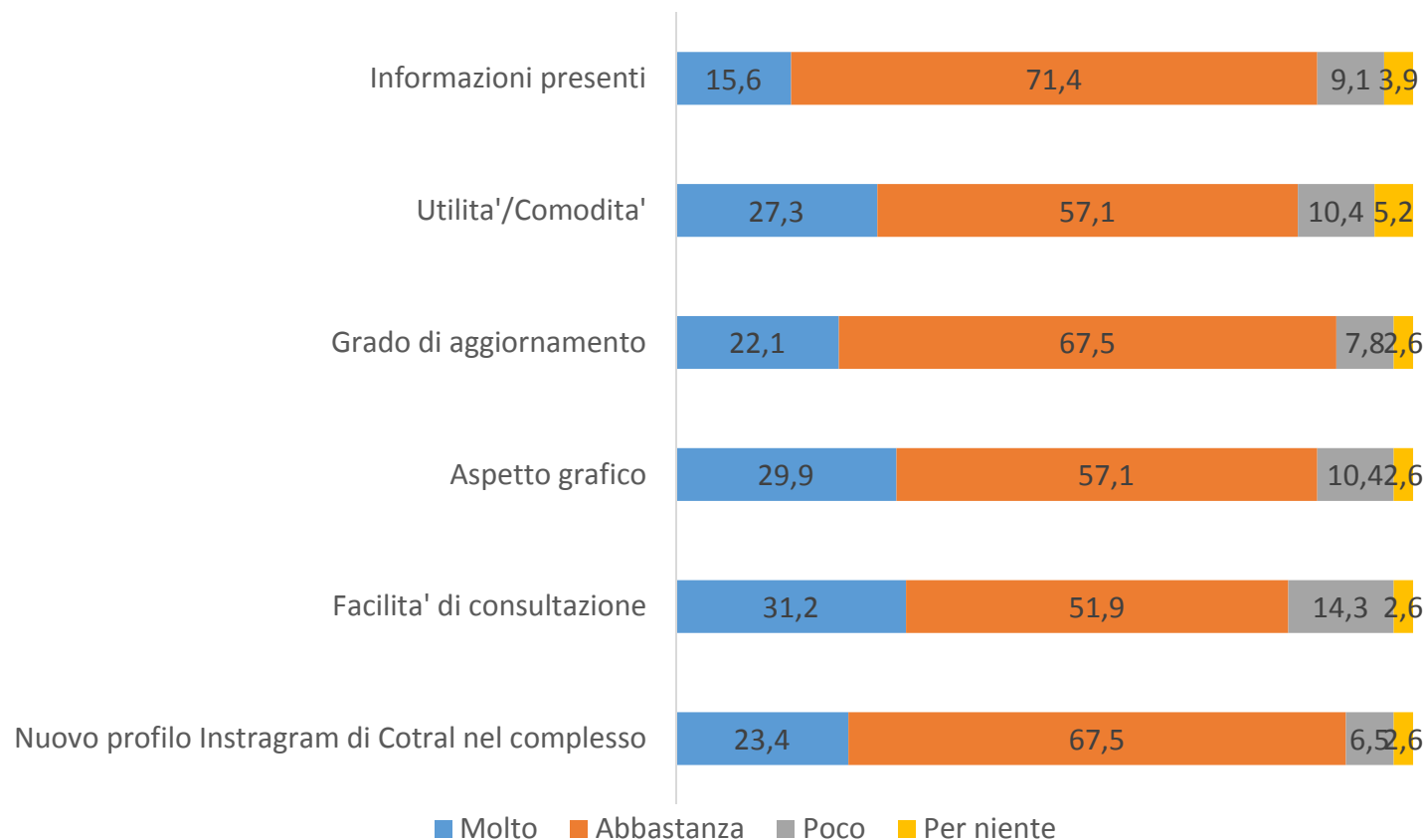
	TOTALE
Molto	27,3%
Abbastanza	63,6%
Poco	7,8%
Per niente	1,3%

Soddisfazione del profilo Instagram di Cotral														
Dettaglio Bacino					Dettaglio Capolinea									
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT		Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti
20,0%	37,5%	31,3%	12,5%		40,0%	0,0%	28,6%	27,8%	0,0%	15,4%	0,0%	0,0%	--	44,4%
60,0%	50,0%	64,6%	68,8%		50,0%	0,0%	57,1%	72,2%	83,3%	69,2%	100,0%	66,7%	--	55,6%
20,0%	12,5%	2,1%	18,8%		10,0%	100,0%	14,3%	0,0%	16,7%	7,7%	0,0%	33,3%	--	0,0%
0,0%	0,0%	2,1%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	--	0,0%

Rispondenti: 77 Valori %

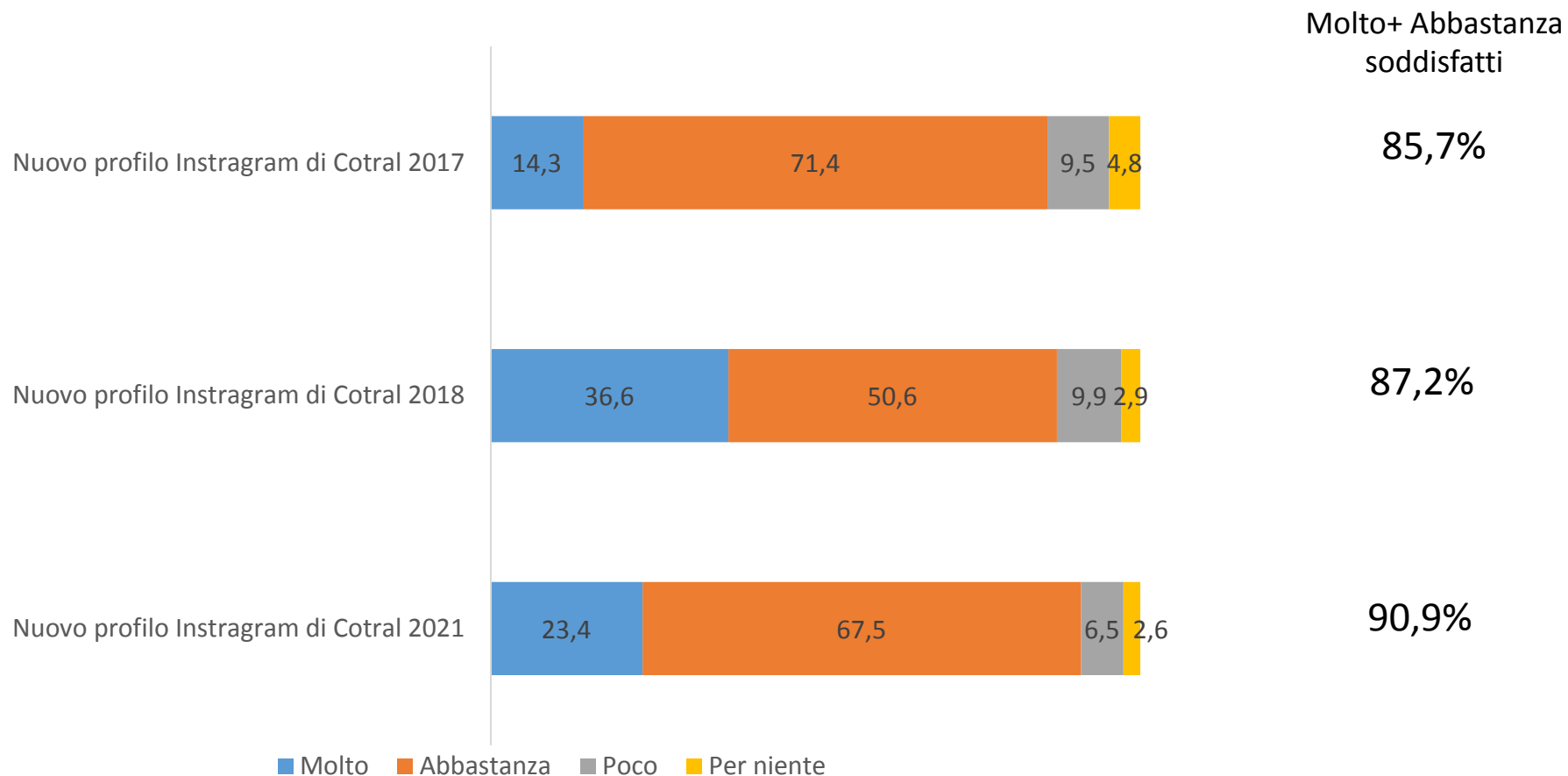
Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione del profilo Instagram di Cotral



Informazioni- Soddisfazione dei singoli canali

Soddisfazione del profilo Instagram di Cotral TREND





Informazioni - Come richiederle

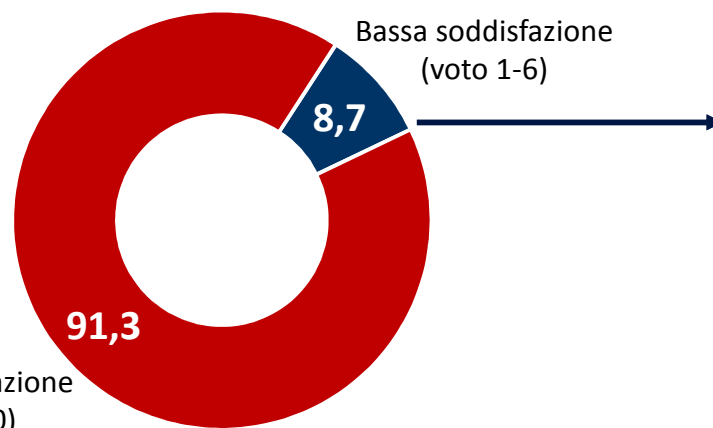
Informazioni- Fonti utilizzate per avere informazioni



Fonte	Informazioni sugli Orari	Informazioni sugli Titoli	Informazioni sui Tragitti
Sito Cotral <i>(rispondenti 1274)</i>	96,3	62,4	90,2
Call Center <i>(rispondenti 105)</i>	87,6	36,2	58,1
APP BusCotral <i>(rispondenti 1506)</i>	98,1	37,6	92,2
Sportelli al pubblico/InfoPoint <i>(rispondenti 618)</i>	27,2	95,3	25,9
Rivendite/tabaccherie <i>(rispondenti 1426)</i>	16,2	96,0	12,8
Affissioni al capolinea <i>(rispondenti 1003)</i>	91,5	6,7	65,0
Informazioni alle paline/fermata <i>(rispondenti 778)</i>	94,1	5,8	61,7
Autisti <i>(rispondenti 507)</i>	76,3	11,4	60,2
Passa parola <i>(rispondenti 265)</i>	82,6	34,7	50,9
Profilo Twitter @BusCotral <i>(rispondenti 52)</i>	90,4	7,7	71,2
Altro (moovit, city maper, ecc..) <i>(rispondenti 59)</i>	66,1	52,5	67,8
Non indica <i>(rispondenti 83)</i>	6,0	94,0	31,3

Informazioni- Soddisfazione sulla comunicazione di Cotral

Soddisfazione sulle comunicazioni di Cotral relative alle nuove disposizioni imposte dall'emergenza COVID-19



Perché non ha comunicato bene:	
Difficoltà a reperire le informazioni	34,60%
Informazioni non visibili	29,50%
Informazioni non aggiornate	22,80%
Informazioni non complete	21,10%
Informazioni discordanti	10,50%
Altro specificare	1,30%

Rispondenti: 2746

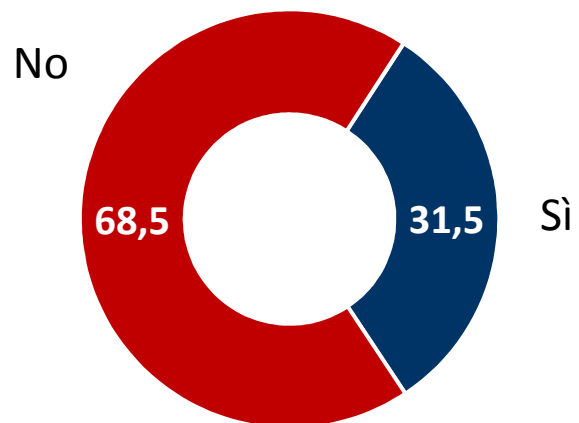
Soddisfazione del profilo Instagram di Cotral

	TOTALE
Difficoltà a reperire le informazioni	34,6%
Informazioni non visibili	29,5%
Informazioni non aggiornate	22,8%
Informazioni non complete	21,1%
Informazioni discordanti	10,5%
Altro specificare	1,3%

Dettaglio Bacino		Dettaglio Capolinea												
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
71,2%	18,8%	15,2%	29,9%	23,5%	0,0%	0,0%	3,8%	45,0%	16,7%	90,0%	28,2%	15,0%	25,0%	
7,7%	68,8%	56,5%	16,8%	17,6%	100,0%	0,0%	50,0%	25,0%	50,0%	0,0%	15,3%	95,0%	75,0%	
13,5%	9,4%	23,9%	30,8%	23,5%	0,0%	33,3%	34,6%	25,0%	25,0%	10,0%	31,8%	0,0%	8,3%	
17,3%	9,4%	30,4%	22,4%	29,4%	0,0%	66,7%	50,0%	45,0%	8,3%	10,0%	15,3%	5,0%	16,7%	
5,8%	3,1%	4,3%	17,8%	5,9%	0,0%	0,0%	3,8%	20,0%	0,0%	5,0%	18,8%	0,0%	8,3%	
0,0%	3,1%	2,2%	0,9%	5,9%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

Campagne informative

Cotral ha recentemente realizzato alcune importanti campagne informative. Ne ricorda qualcuna?



Soddisfazione del profilo Instagram di Cotral

	TOTALE
Sì	31,5%
No	68,5%

Dettaglio Bacino				Dettaglio Capolinea										
Roma-FR	Roma-LT	Roma-RI	Roma-VT	Anagnina	Laurentina	Cornelia	Ponte Mammolo	Saxa Rubra	Tiburtina	Frosinone	Viterbo	Latina	Rieti	
38,5%	26,5%	17,7%	43,6%	36,6%	27,0%	45,3%	27,3%	47,7%	5,0%	43,8%	19,8%	6,5%	0,0%	
61,5%	73,5%	82,3%	56,4%	63,4%	73,0%	54,7%	72,7%	52,3%	95,0%	56,2%	80,2%	93,5%	100,0%	