

La soddisfazione degli utenti del TPL nella Provincia di Modena

Agenzia per la Mobilità di Modena



Metodologia

01

POLEIS

Metodologia

La ricerca si è svolta attraverso la conduzione di **700 interviste face-to-face**, a cura della società SWG, tra il 14 aprile e l'8 maggio 2023.

I contatti hanno avuto luogo presso **17 fermate** individuate dalla committenza, distribuite tra Modena, Carpi, Sassuolo, Mirandola, Finale Emilia, Vignola, Maranello, Pavullo, Castelfranco Emilia.

Il campione è stato ottenuto attraverso una **selezione casuale semplice** degli utenti SETA e aventi almeno 15 anni di età, **a partire da quote fornite dal committente** sulla base del titolo di viaggio (biglietto, abbonamento mensile o annuale), della tratta urbana o extra-urbana, e, per quanto riguarda i soli abbonati, per genere e classe d'età.

Metodologia

Riepilogo contatti

	N	%
Numero di interviste realizzate	700	68
Rifiuti	196	19
Fuori quota	84	8
Cadute	46	4
<i>Totale</i>	<i>1026</i>	<i>100</i>

Al termine della campagna di intervista, sono stati effettuati **controlli telefonici** sull'operato dei rilevatori con un'incidenza **pari al 10%**.

Descrizione del campione

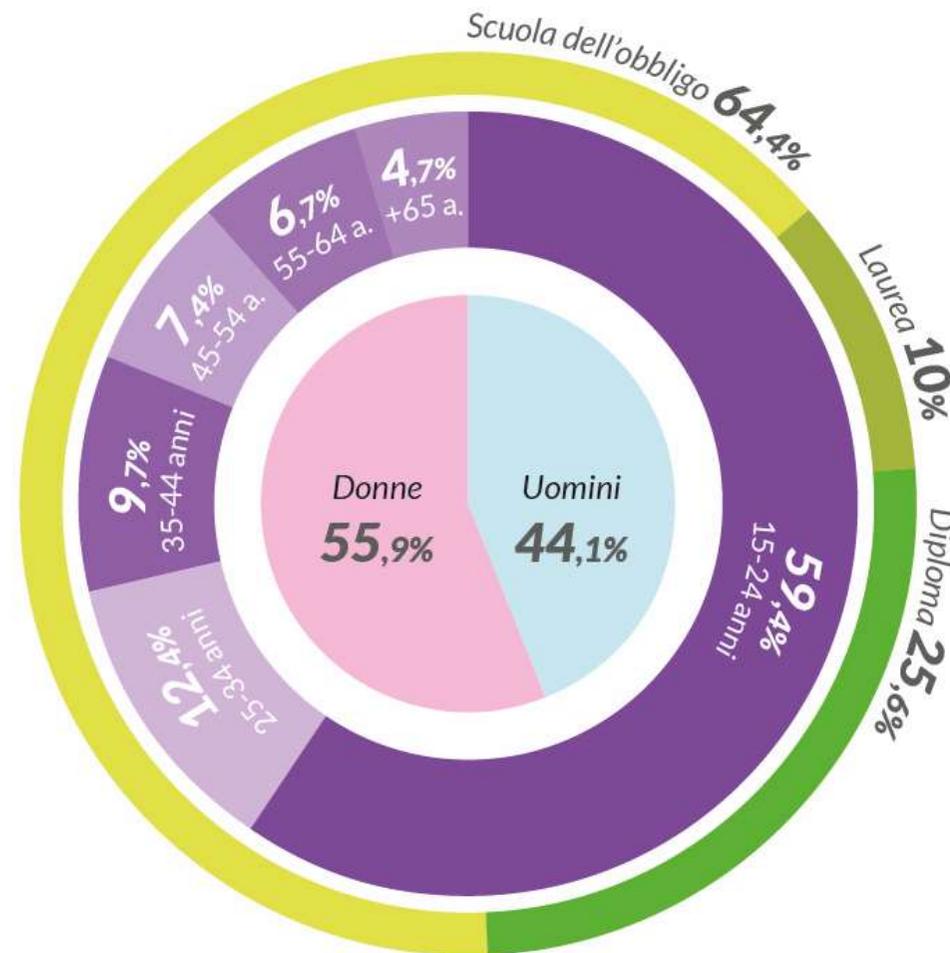
02

POLEIS

Descrizione del campione

Tra i **700 intervistati**:

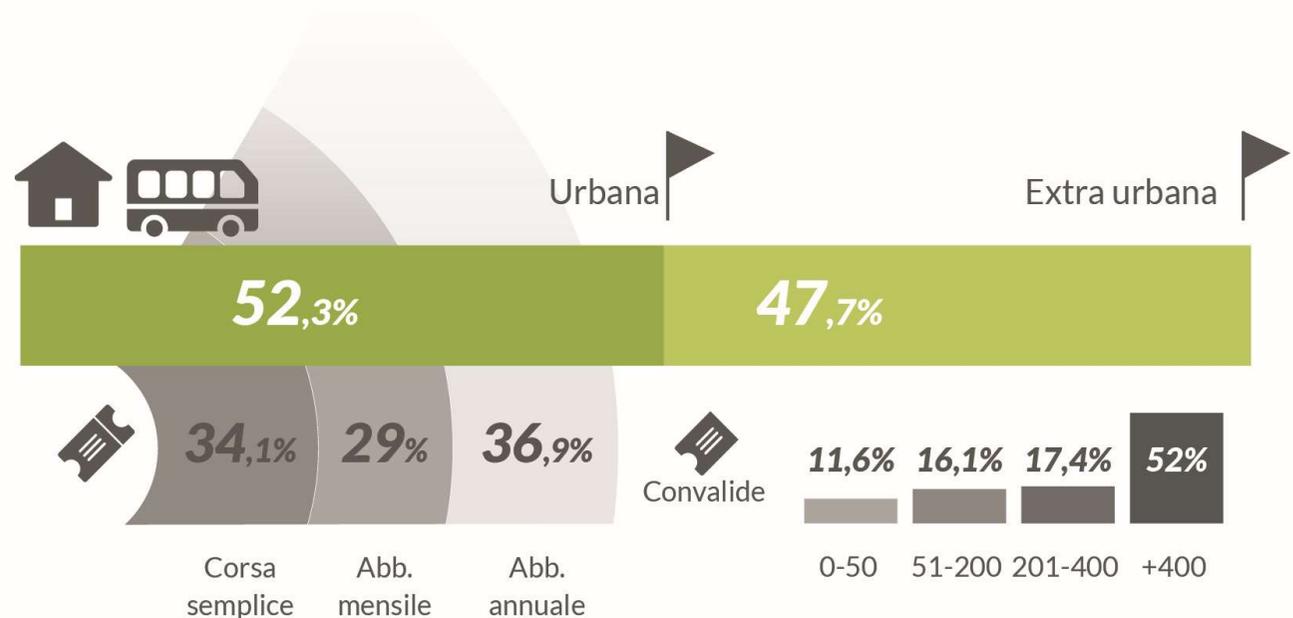
- Prevalgono le donne (55,9%) sugli uomini (44,1%).
- Il 59,4% è costituito da giovani tra i 15 ed i 24 anni, nella quasi totalità studenti.
- Lo conferma la distribuzione del campione per titolo di studio (per il 64,4% dei rispondenti l'ultimo titolo, o quello più recente, è di scuola dell'obbligo).
- Oltre al 54,1% di studenti, si osserva un 24,4% di lavoratori dipendenti, un 11,1% di non occupati ed un 5,9% di pensionati.



Descrizione del campione

Tra i **700 intervistati**:

- Il 52,3% si muove su linea urbana.
- I titolari di abbonamento annuale sono il 36,9%; il 29% dispone di un abbonamento mensile; il 34,1% si muove con biglietti di corsa semplice o multicorsa.
- Più della metà degli intervistati (364 su 700) è un utente assiduo con oltre 400 convalide all'anno.



Descrizione del campione

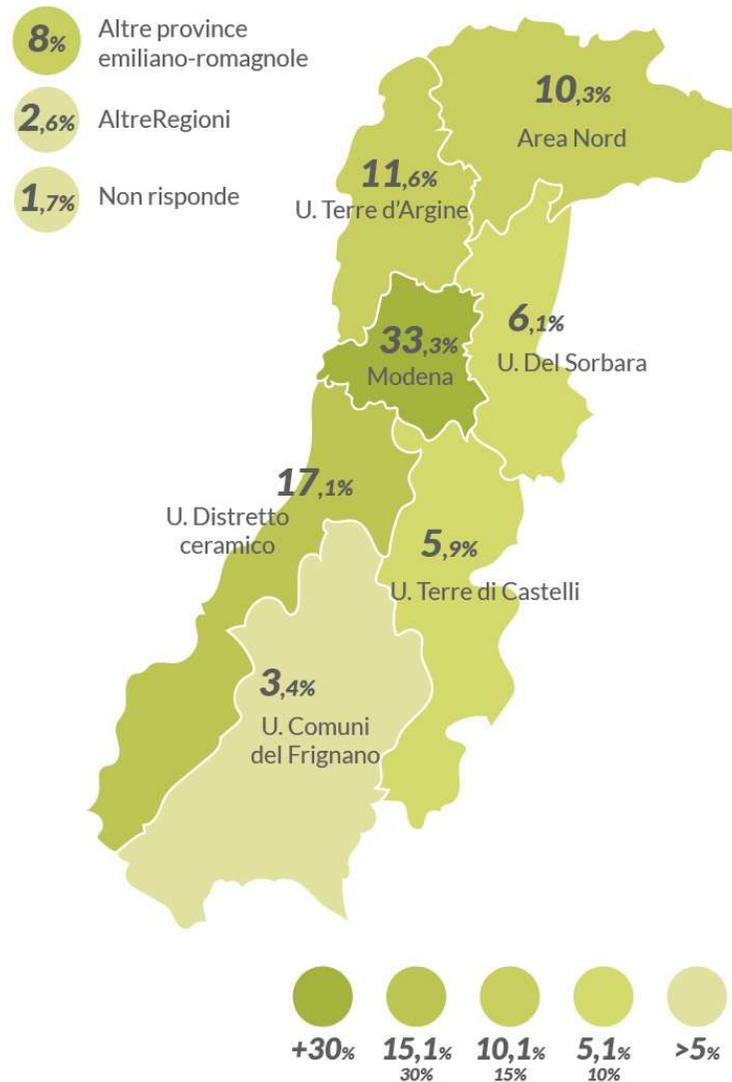
Cenni rispetto alla stratificazione del campione:

- Sono state mantenute le quote previste per ciò che concerne il *titolo di viaggio* (biglietto di corsa singola o multicorsa, abbonamento mensile, abbonamento annuale).
- Vi è una leggera sovra-rappresentazione degli utenti del *trasporto extraurbano* (47,7%, +4,8% rispetto alla quota prevista) a discapito di quelli dell'*urbano*.
- Guardando ai marginali, il sottocampione degli abbonati è rappresentativo della popolazione di riferimento per classe d'età; vede una leggera sovra-rappresentazione degli abbonati extraurbani (+5,9% rispetto alla popolazione), nonché delle donne (+3,6%). I possessori di titolo mensile risultano l'8% in più della quota prevista.

Non sono state effettuate ponderazioni, disponendo di dati 2019 (dunque non necessariamente rispondenti alla platea di utenti attuale) sulla ripartizione per titolo e tratta.

Descrizione del campione

La mappa raffigura la distribuzione del campione per Unione di residenza.



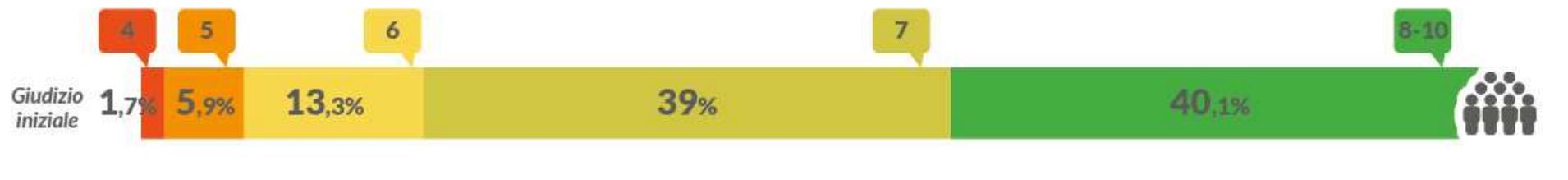
02

03

Il giudizio complessivo iniziale

Il giudizio complessivo iniziale

Il questionario si apriva con la richiesta di esprimere un giudizio complessivo sul servizio di trasporto pubblico, prima di inoltrarsi in una disamina più dettagliata sui suoi vari aspetti. Obiettivo è quello di ottenere una valutazione istintiva e non ponderata.



Giudizio complessivo iniziale medio: 7,2

Deviazione Standard: 1,15

% risposte insufficienti (fino a 5): 7,6%

% risposte 8-10: 40,1%

Il giudizio complessivo iniziale

Incrociando il giudizio iniziale con le diverse variabili socio-demografiche (genere, classe d'età, scolarità, condizione professionale) o con quelle che definiscono il profilo degli utenti, non individuiamo relazioni statisticamente significative ($\eta^2 < 0,02$).

Detto questo:

- Dai giovani (15-24 anni) arriva il voto medio più basso: 7,1.
- Sopra la media laureati (7,4) e lavoratori autonomi (7,6).
- Chi viaggia con biglietto singolo dà giudizi leggermente oltre la media (7,4), mentre la valutazione cala al crescere del numero di convalide (pur rimanendo entro uno scarto di 3 decimi)

**Organizzazione del servizio:
soddisfazione e importanza**

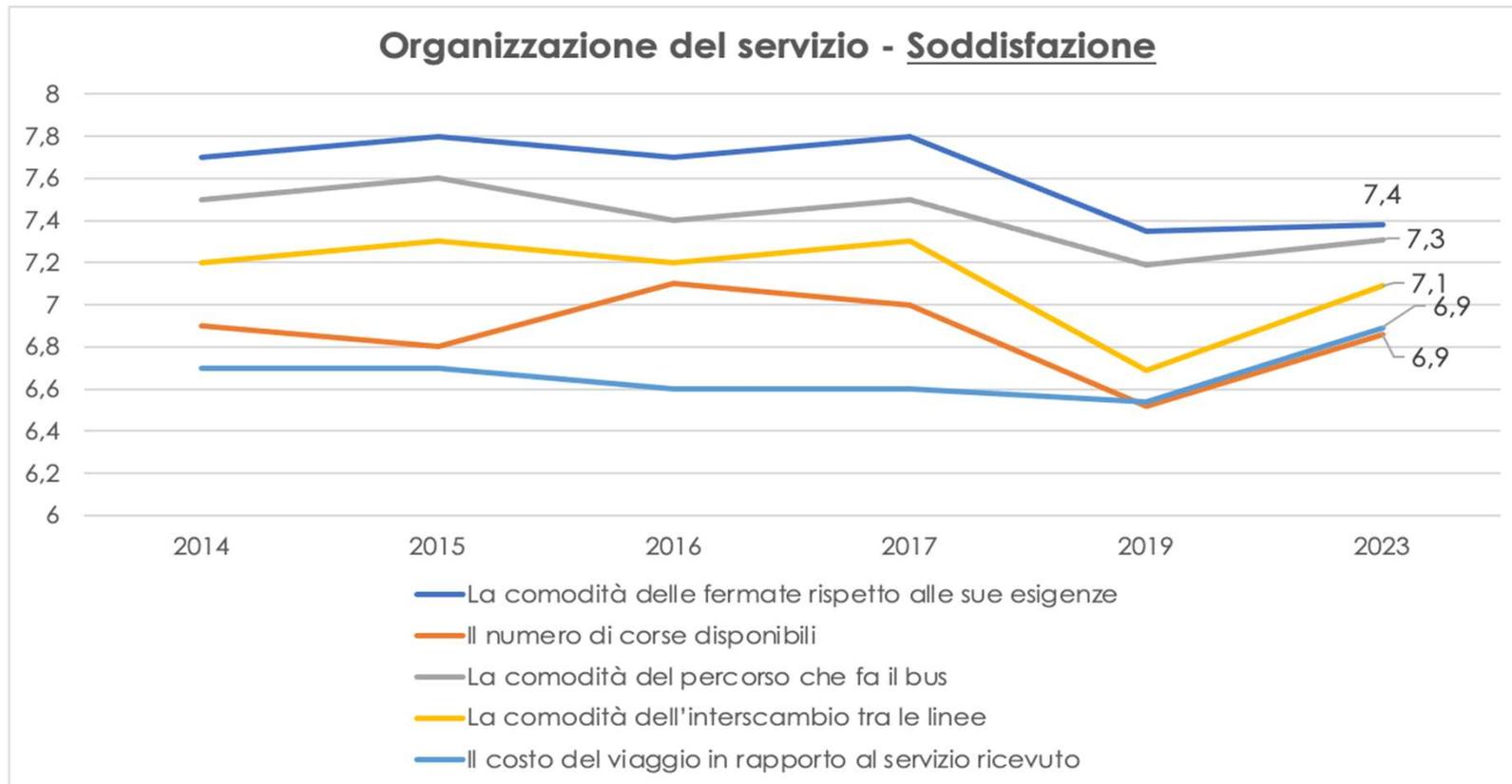
04

POLEIS

Organizzazione del servizio: soddisfazione e importanza

Soddisfazione	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	% NS/NR	Media	St.Dev
La comodità delle fermate rispetto alle sue esigenze	4,0	4,9	13,4	27,3	50,4		7,4	1,57
Il numero di corse disponibili	9,9	9,7	16,0	22,7	41,7		6,9	1,82
La comodità del percorso che fa il bus	4,3	6,0	12,9	26,9	50,0		7,3	1,56
La comodità dell'interscambio tra le linee	5,3	6,7	13,1	25,1	39,9	9,9	7,1	1,56
Il costo del viaggio in rapporto al servizio ricevuto	8,9	10,7	14,9	25,9	39,7		6,9	1,81

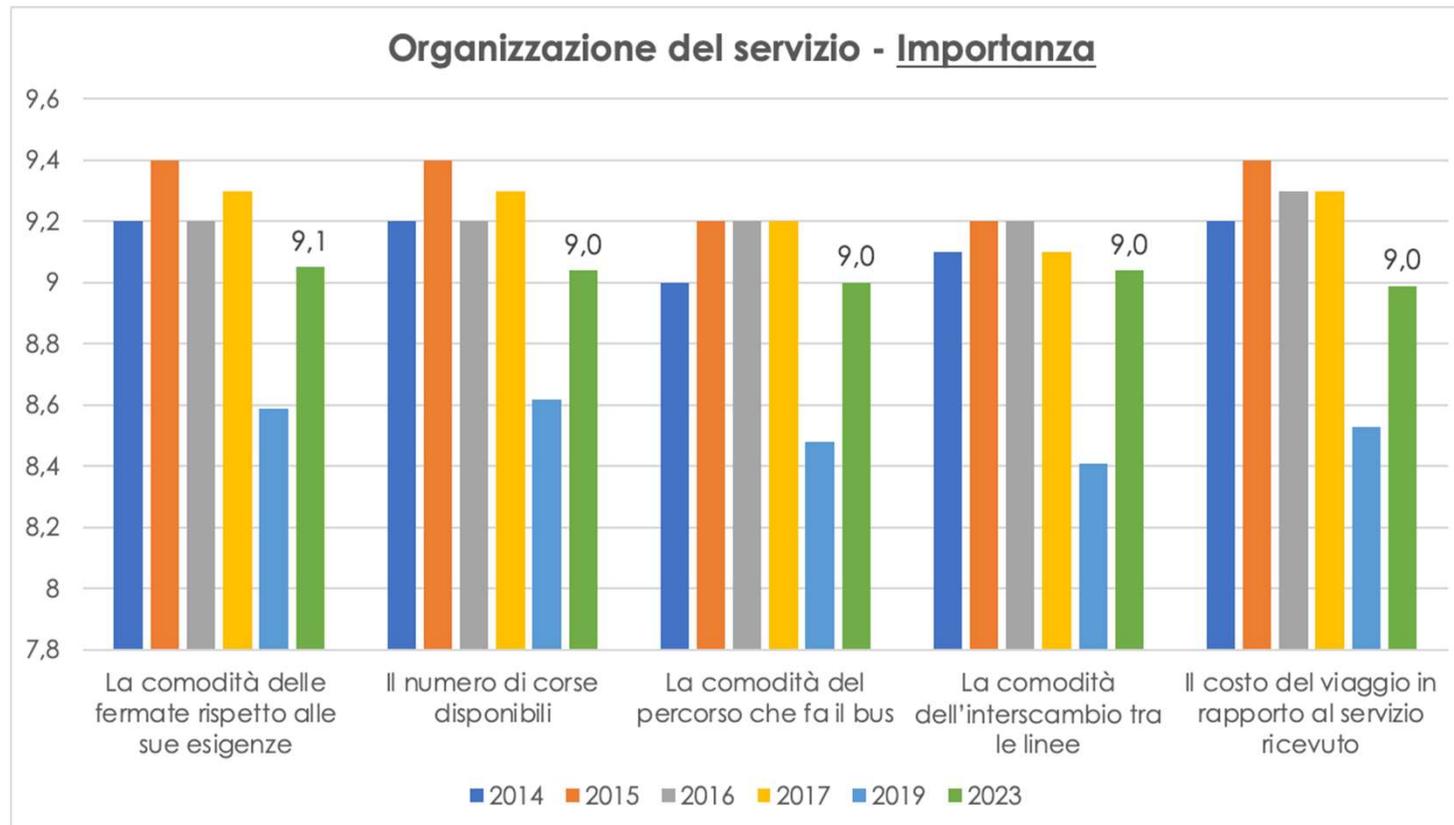
Organizzazione del servizio: soddisfazione e importanza



Organizzazione del servizio: soddisfazione e importanza

Importanza	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
La comodità delle fermate rispetto alle sue esigenze	0,3	0,6	0,7	5,1	93,3	9,1	1,03
Il numero di corse disponibili	0,3	0,9	1,9	4,7	92,3	9,0	1,09
La comodità del percorso che fa il bus	0,4	0,6	1,1	4,9	93,0	9,0	1,04
La comodità dell'interscambio tra le linee	0,3	1,0	1,6	4,4	92,7	9,0	1,06
Il costo del viaggio in rapporto al servizio ricevuto	0,1	1,3	2,3	4,9	91,4	9,0	1,13

Organizzazione del servizio: soddisfazione e importanza



05

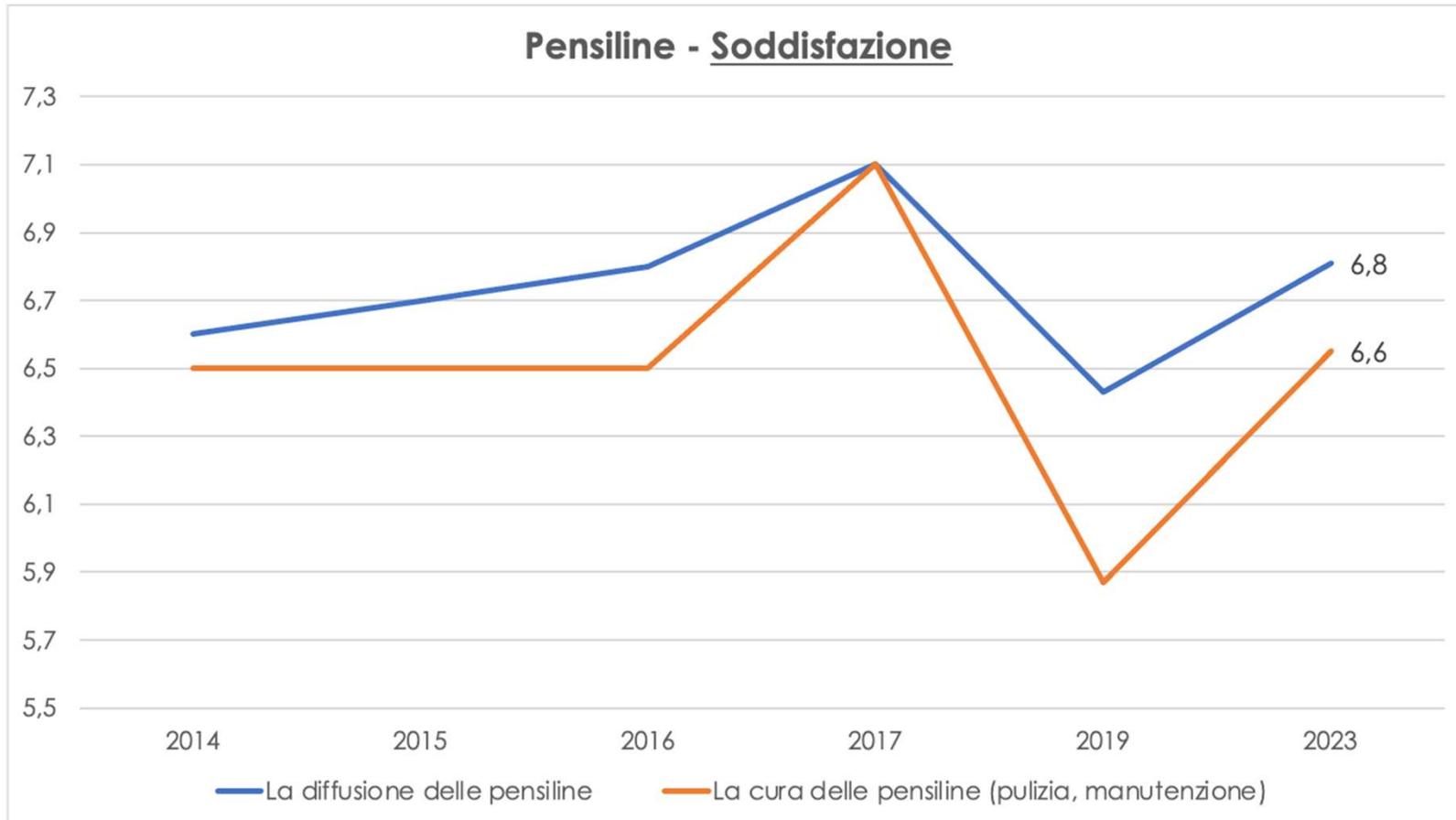
Pensiline: soddisfazione e importanza

Pensiline: soddisfazione e importanza

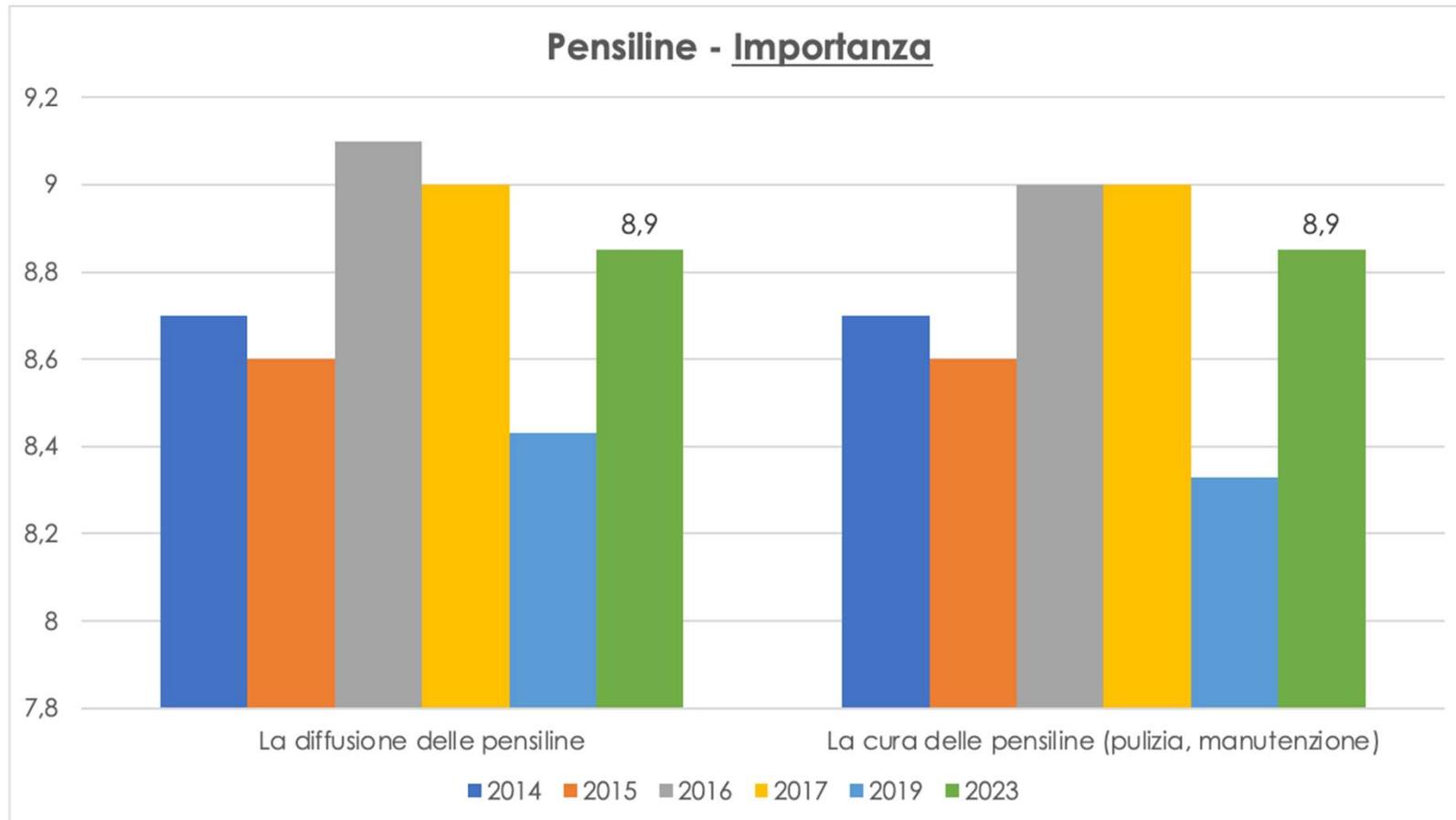
Soddisfazione	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	% NS/NR	Media	St.Dev
La diffusione delle pensiline	8,6	9,7	16,4	36,9	37,4	1	6,8	1,65
La cura delle pensiline (pulizia, manutenzione)	12,3	11,7	17,1	26,4	32,4		6,6	1,86

Importanza	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	% NS/NR	Media	St.Dev
La diffusione delle pensiline	0,6	1,0	1,9	6,6	89,9		8,9	1,21
La cura delle pensiline (pulizia, manutenzione)	0,4	1,3	3,0	7,1	88,2		8,9	1,23

Pensiline: soddisfazione e importanza



Pensiline: soddisfazione e importanza



**Affidabilità del servizio:
soddisfazione e importanza**

06

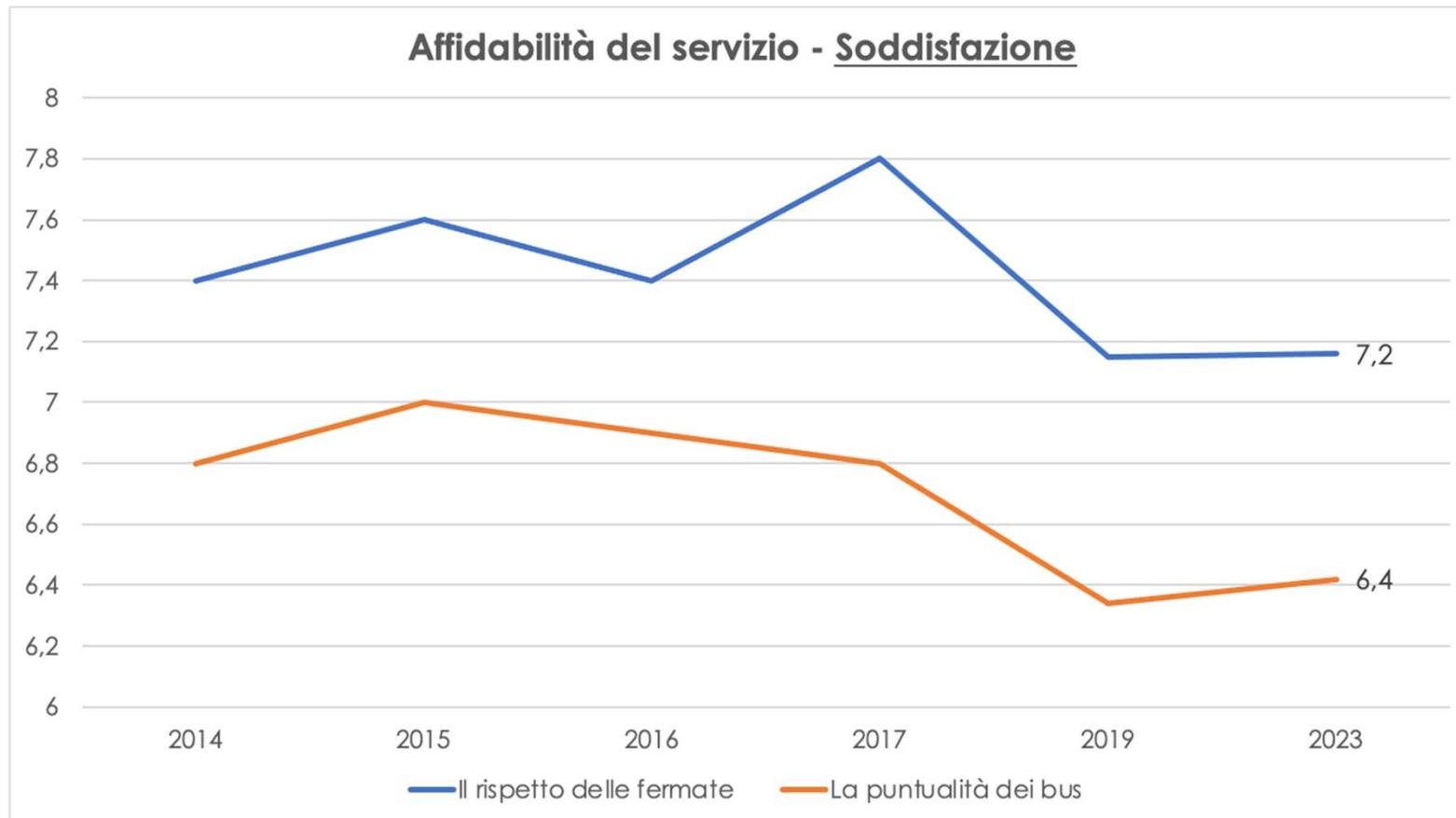
POLEIS

Affidabilità del servizio: soddisfazione e importanza

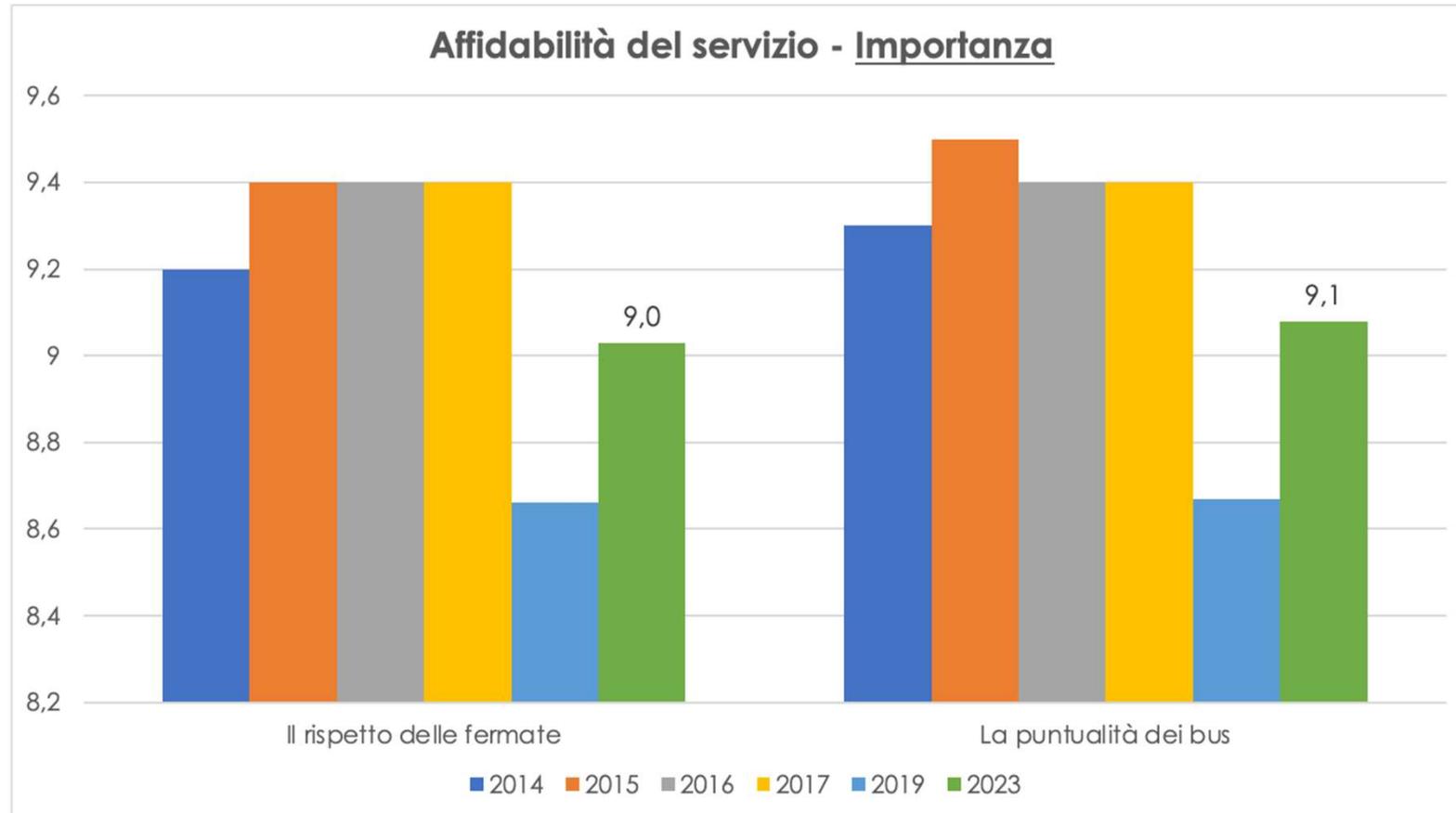
Soddisfazione	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
Il rispetto delle fermate	6,0	7,1	14,6	25,4	46,9	7,2	1,65
La puntualità dei bus	13,6	12,4	19,0	21,6	33,4	6,4	1,90

Importanza	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
Il rispetto delle fermate	0,6	0,4	1,9	4,9	92,2	9,0	1,13
La puntualità dei bus	0,6	0,7	1,3	4,3	93,1	9,1	1,15

Affidabilità del servizio: soddisfazione e importanza



Affidabilità del servizio: soddisfazione e importanza



Qualità del viaggio:
soddisfazione e importanza

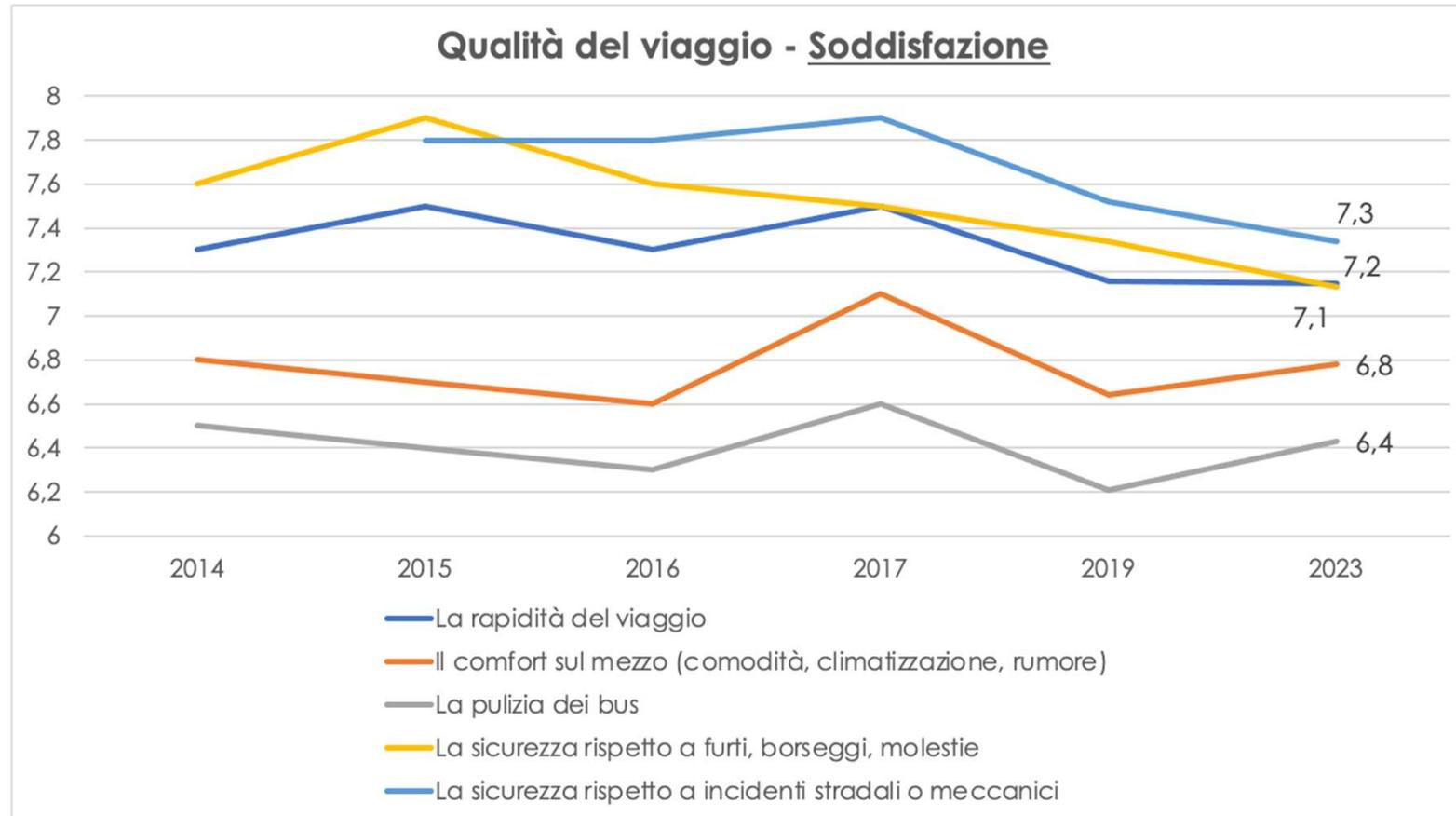
07

POLEIS

Qualità del viaggio: soddisfazione e importanza

Soddisfazione	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	% NS/NR	Media	St.Dev
La rapidità del viaggio	4,4	7,4	17,0	26,4	43,7	1	7,2	1,58
Il comfort sul mezzo (comodità, climatizzazione, rumore)	8,6	11,9	17,0	25,9	36,7		6,8	1,76
La pulizia dei bus	13,3	10,3	21,1	27,6	27,7		6,4	1,85
La sicurezza rispetto a furti, borseggi, molestie	7,4	5,6	12,1	25,1	41,9	7,9	7,1	1,76
La sicurezza rispetto a incidenti stradali o meccanici	4,3	6,1	11,9	26,1	47,7	3,9	7,3	1,65

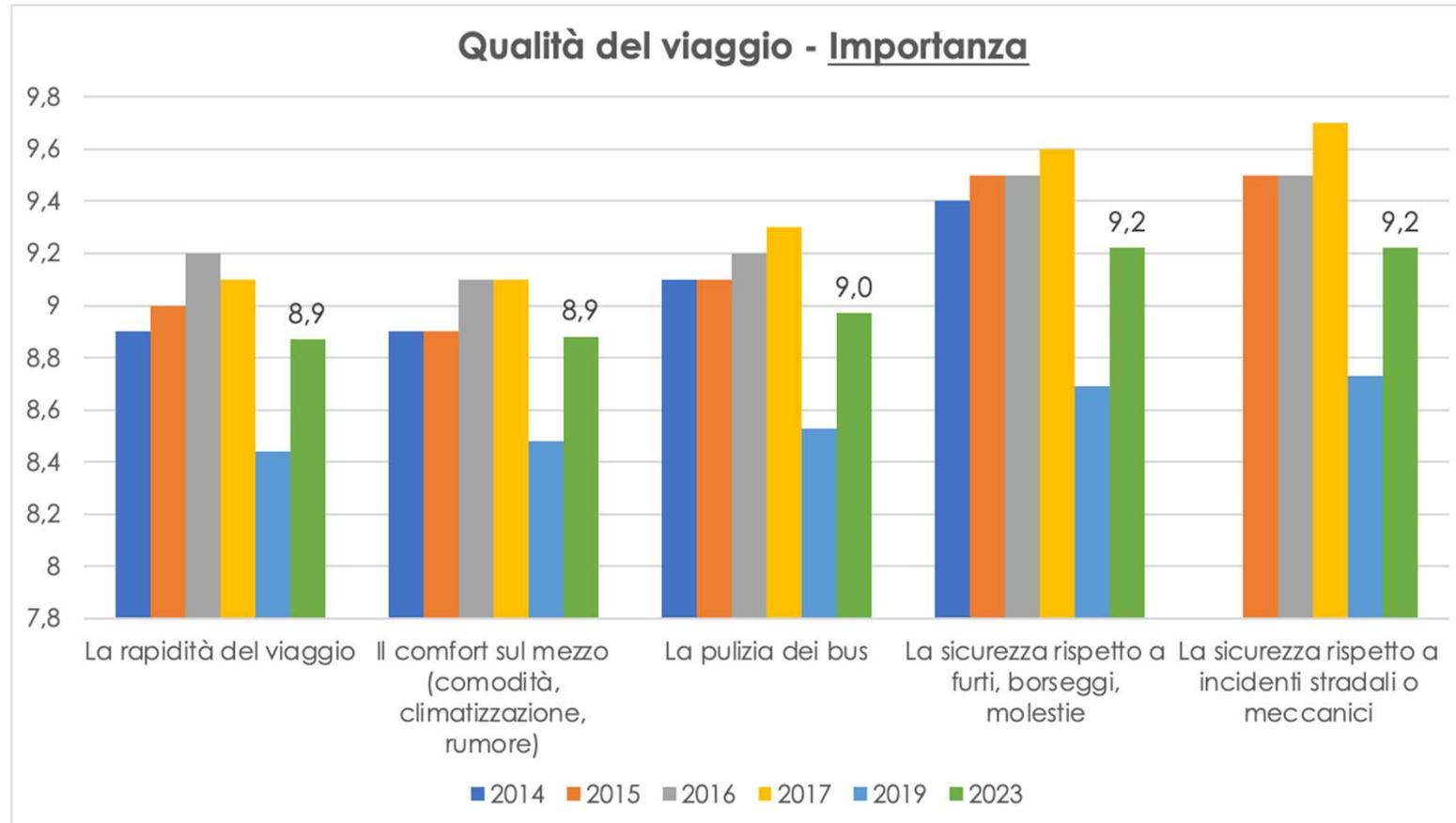
Qualità del viaggio: soddisfazione e importanza



Qualità del viaggio: soddisfazione e importanza

Importanza	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
La rapidità del viaggio	0,4	0,7	2,1	7,3	89,5	8,9	1,14
Il comfort sul mezzo (comodità, climatizzazione, rumore)	0,6	0,7	2,3	8,7	87,7	8,9	1,20
La pulizia dei bus	0,3	1,1	2,4	4,9	91,3	9,0	1,15
La sicurezza rispetto a furti, borseggi, molestie			1,4	2,6	96,0	9,2	0,89
La sicurezza rispetto a incidenti stradali o meccanici	0,1		1,6	2,9	95,4	9,2	0,92

Qualità del viaggio: soddisfazione e importanza



**Professionalità del personale:
soddisfazione e importanza**

08

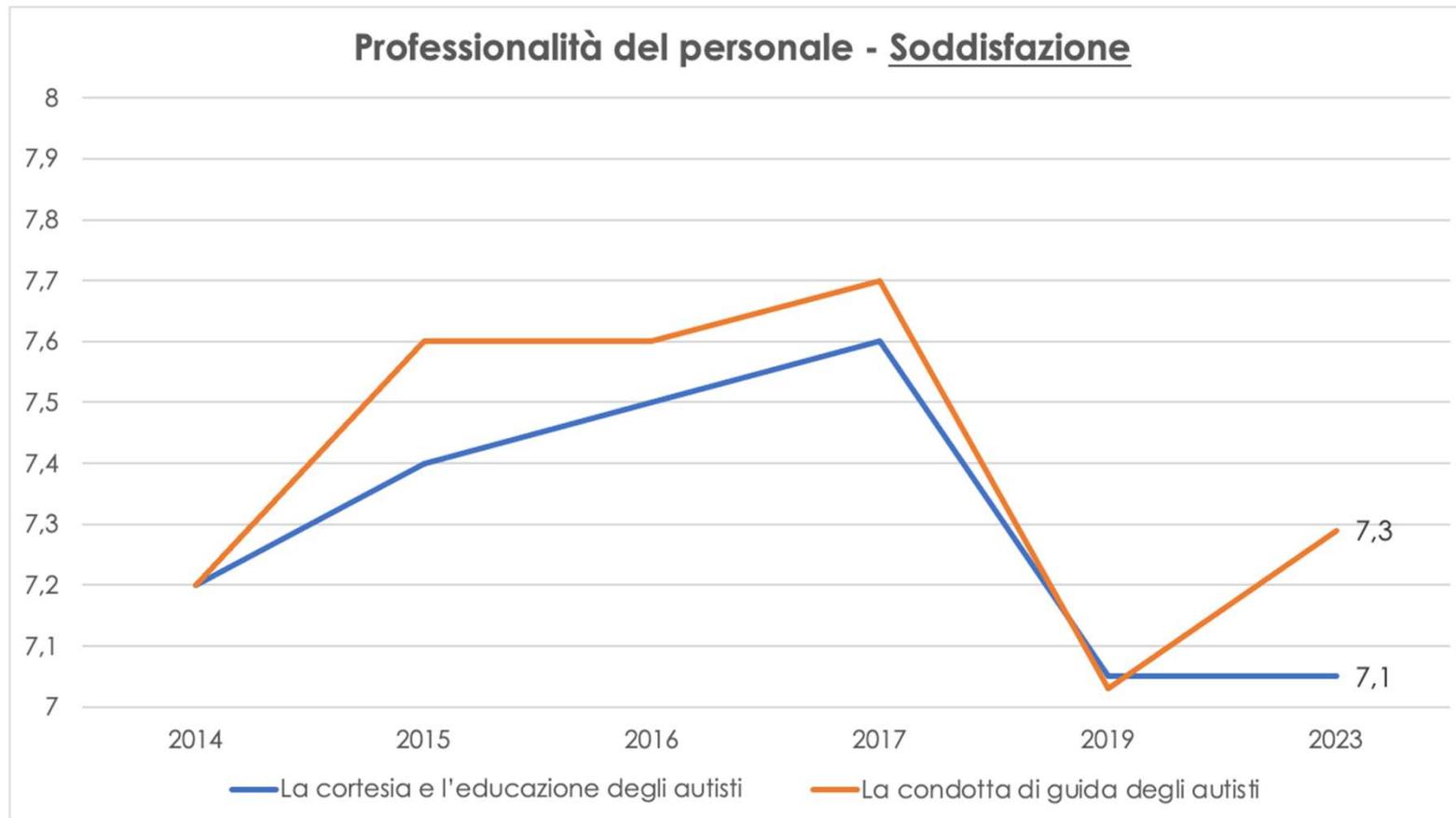
POLEIS

Professionalità del personale: soddisfazione e importanza

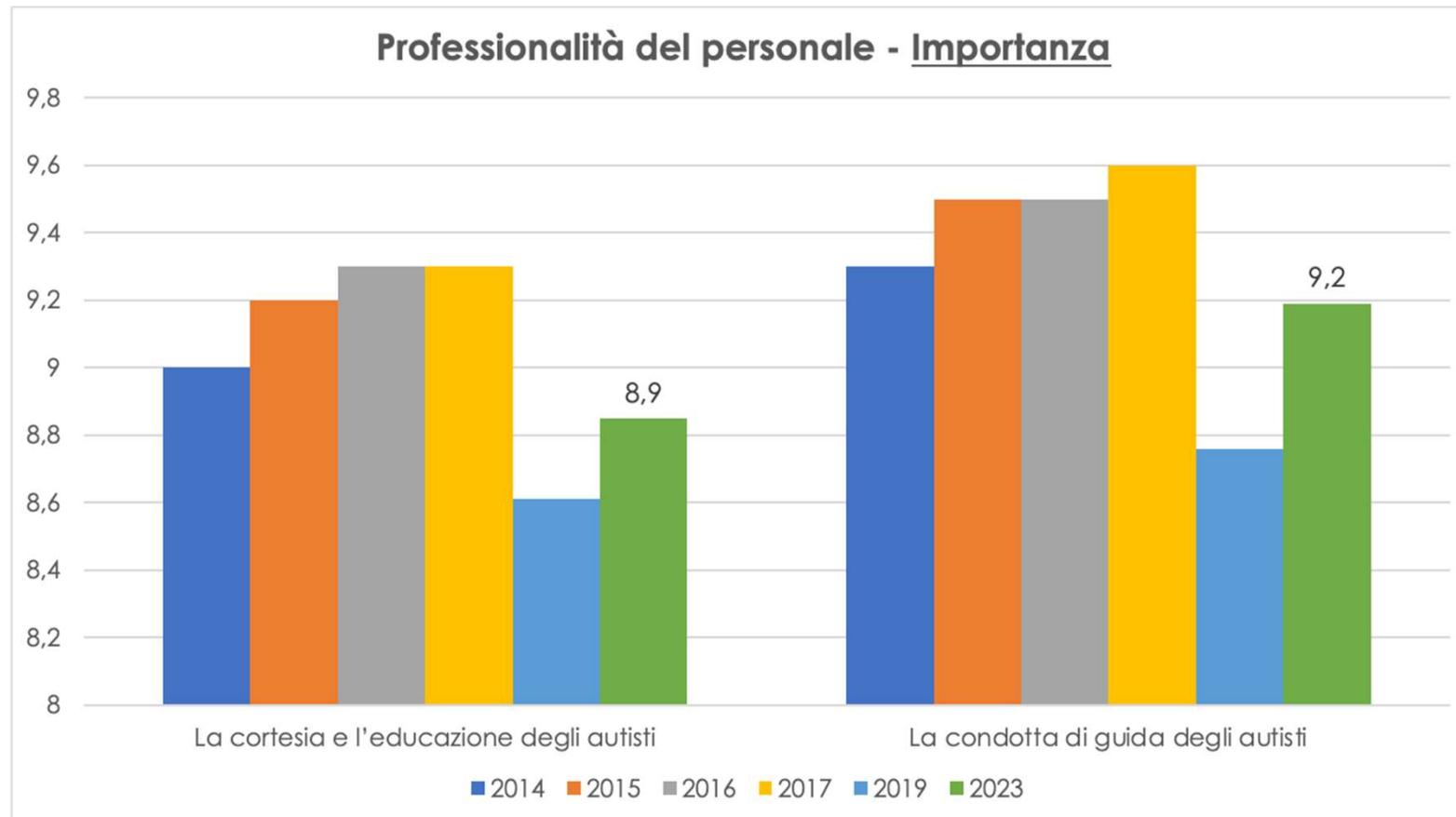
Soddisfazione	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
La cortesia e l'educazione degli autisti	7,3	8,6	16,3	24,0	43,9	7,1	1,80
La condotta di guida degli autisti	5,3	5,7	15,3	22,7	51,0	7,3	1,63

Importanza	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
La cortesia e l'educazione degli autisti	0,3	0,6	2,4	10,9	85,8	8,9	1,21
La condotta di guida degli autisti				4,0	96,0	9,2	0,88

Professionalità del personale: soddisfazione e importanza



Professionalità del personale: soddisfazione e importanza



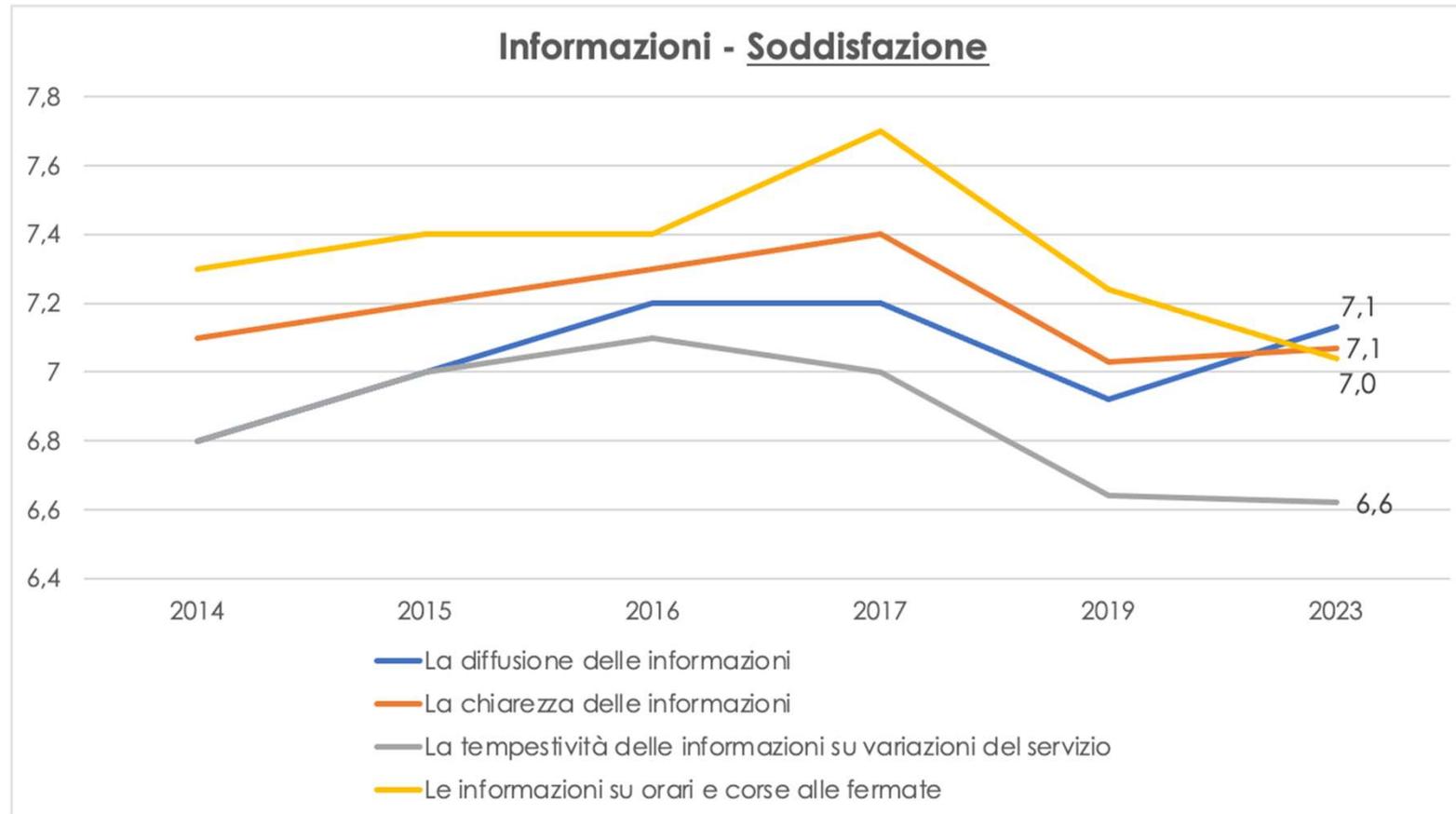
**Informazioni:
soddisfazione e importanza**

09

POLEIS

Soddisfazione	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	% NS/NR	Media	St.Dev
La diffusione delle informazioni	6,0	8,7	12,6	25,3	43,9	3,6	7,1	1,67
La chiarezza delle informazioni	7,7	7,9	13,1	24,9	46,4		7,1	1,74
La tempestività delle informazioni su variazioni del servizio	12,0	10,4	16,0	22,1	34,3	5,1	6,6	1,96
Le informazioni su orari e corse alle fermate	8,3	7,9	12,1	25,4	44,3	2	7,0	1,78

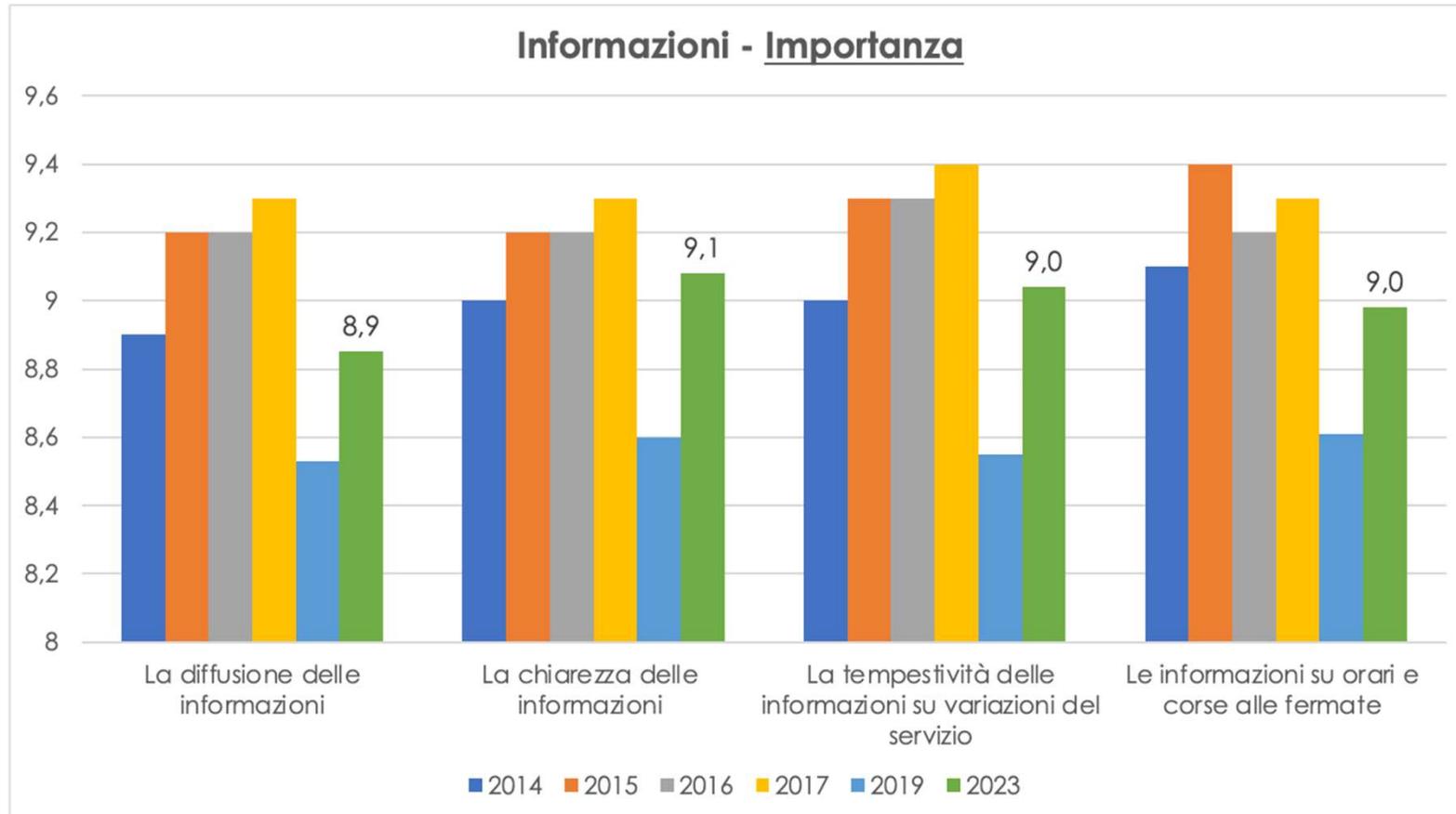
Informazioni: soddisfazione e importanza



Informazioni: soddisfazione e importanza

Importanza	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
La diffusione delle informazioni	0,4	0,9	1,4	8,4	88,9	8,9	1,13
La chiarezza delle informazioni			0,3	6,4	93,3	9,1	0,93
La tempestività delle informazioni su variazioni del servizio	0,1	0,4	1,3	6,0	92,2	9,0	1,01
Le informazioni su orari e corse alle fermate		0,1	1,1	5,4	93,4	9,0	0,97

Informazioni: soddisfazione e importanza



Controlli: soddisfazione e importanza

10

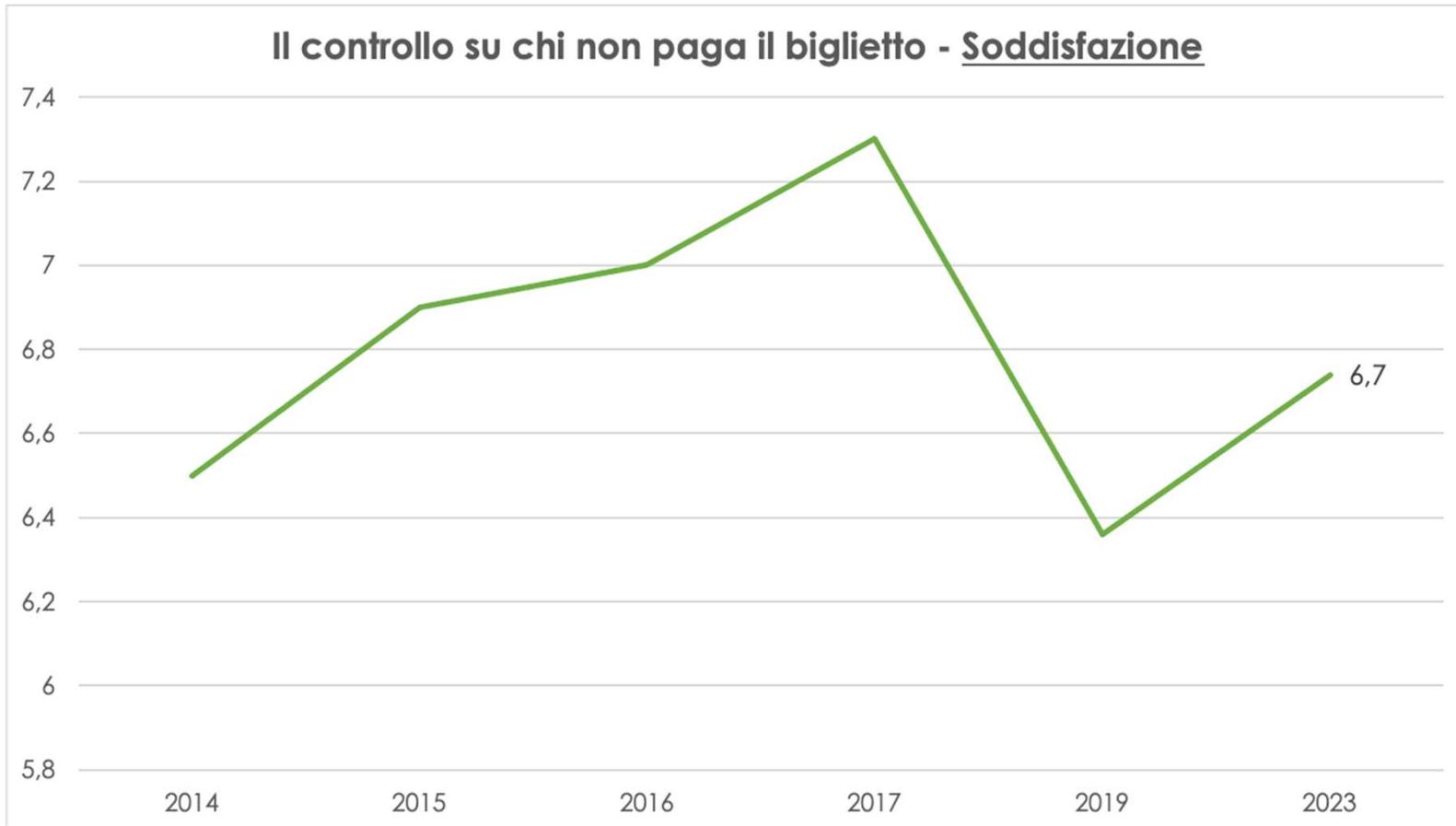
POLEIS

Controlli: soddisfazione e importanza

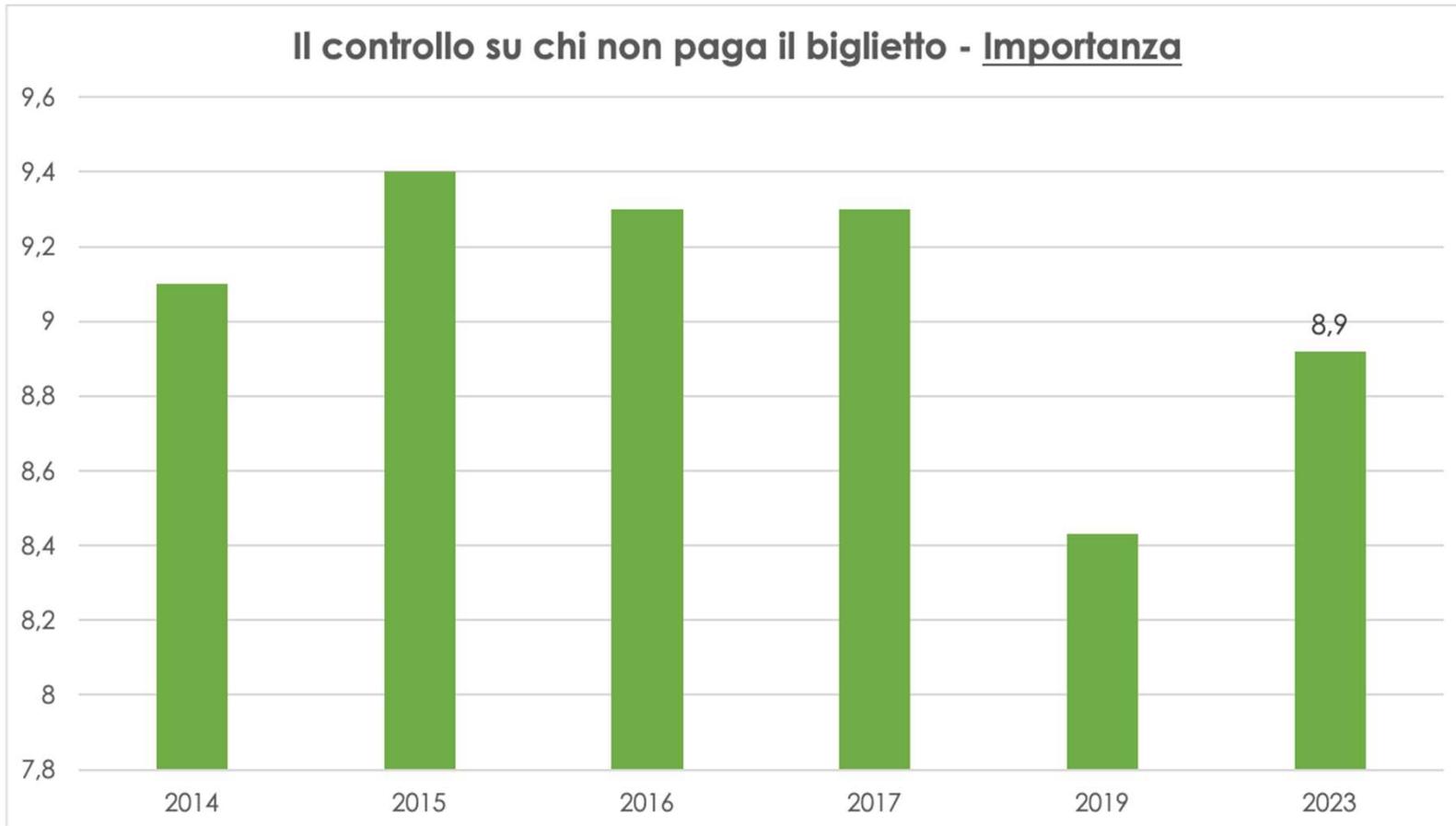
Soddisfazione	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
Il controllo su chi non paga il biglietto	8,7	8,9	22,1	25,9	34,4	6,7	1,77

Importanza	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
Il controllo su chi non paga il biglietto			2,0	9,3	88,7	8,9	1,06

Controlli: soddisfazione e importanza



Controlli: soddisfazione e importanza



**Reperimento dei biglietti:
soddisfazione e importanza**

11

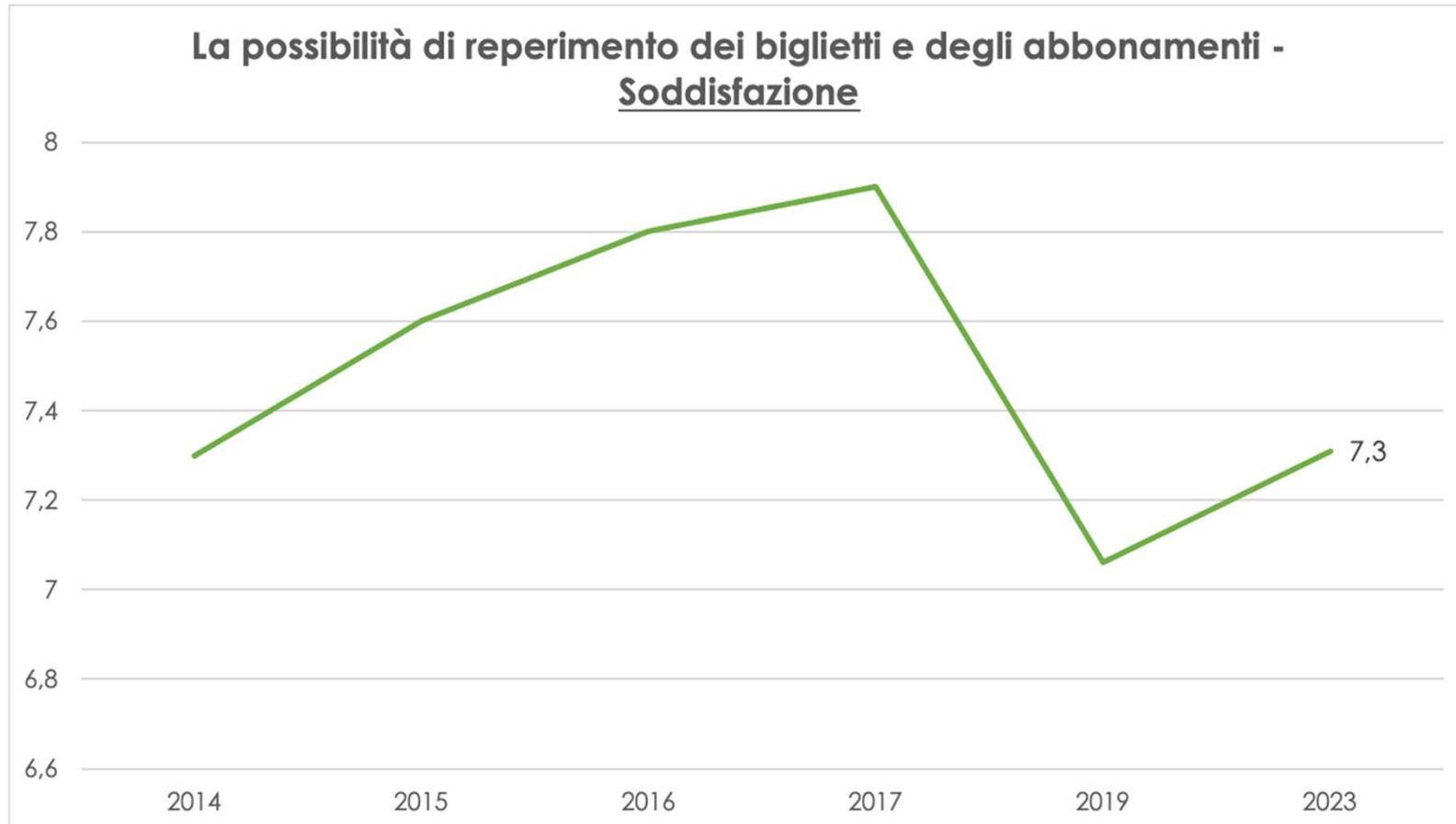
POLEIS

Reperimento dei biglietti: soddisfazione e importanza

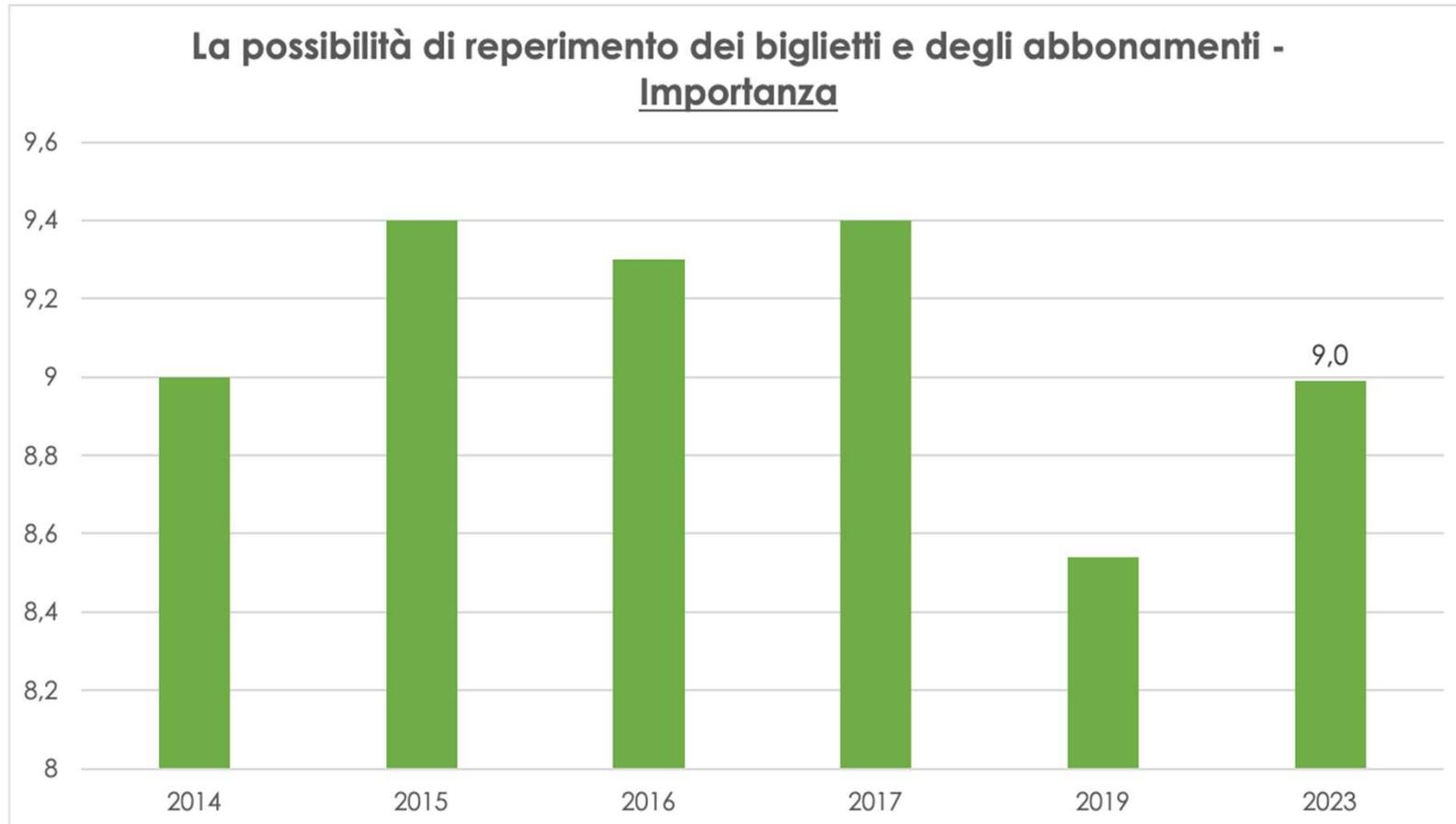
Soddisfazione	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
La possibilità di reperimento dei biglietti e degli abbonamenti	4,6	6,7	13,3	23,1	52,3	7,3	1,56

Importanza	% voto 1-4	% voto 5	% voto 6	% voto 7	% voto 8-10	Media	St.Dev
La possibilità di reperimento dei biglietti e degli abbonamenti			0,4	7,4	92,2	9,0	0,95

Reperimento dei biglietti: soddisfazione e importanza



Reperimento dei biglietti: soddisfazione e importanza



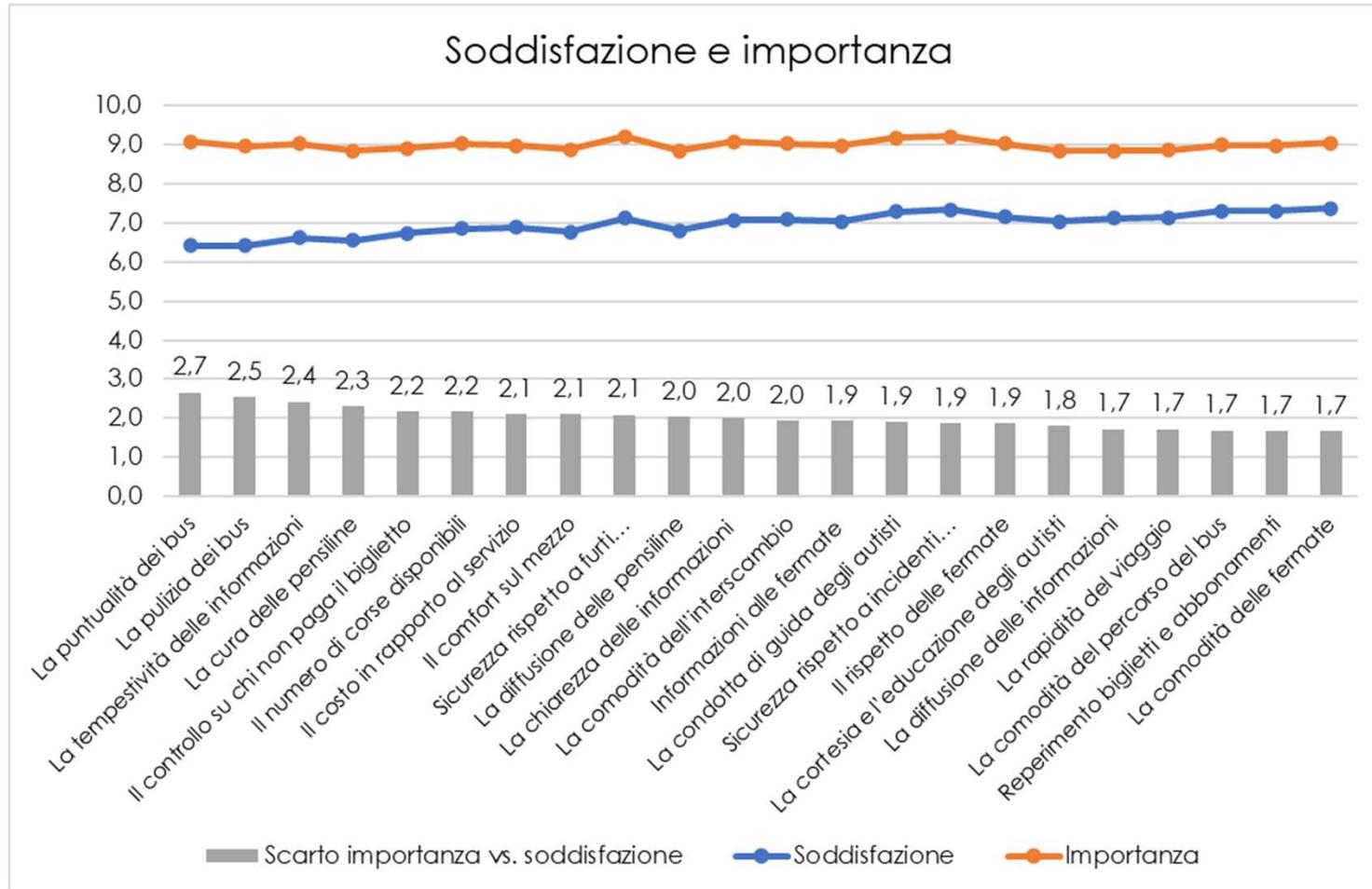
Soddisfazione e importanza: un riepilogo

12

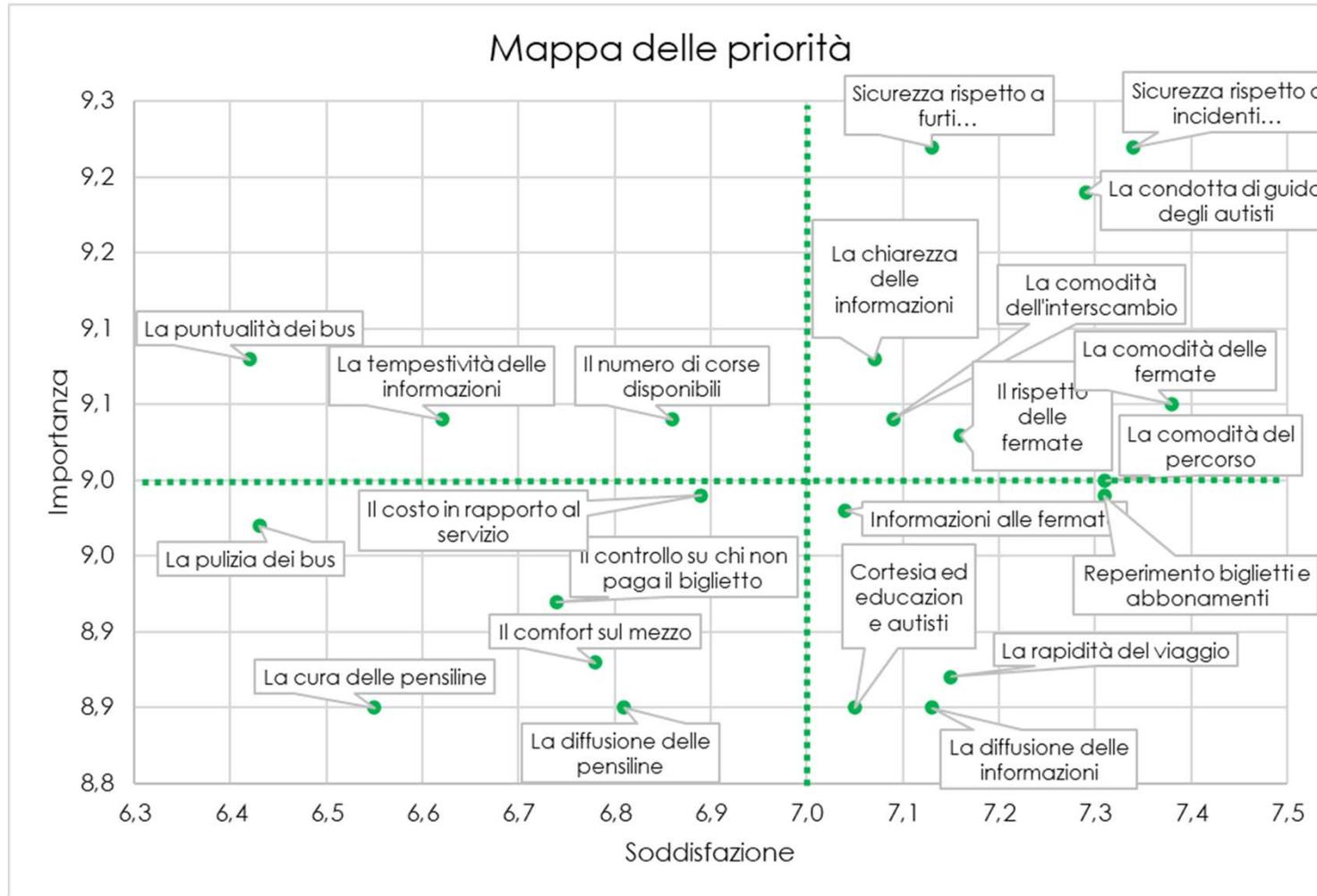
Reperimento dei biglietti: soddisfazione e importanza

	Soddisfazione	Importanza	Scarto importanza vs. soddisfazione
La puntualità dei bus	6,4	9,1	2,7
La pulizia dei bus	6,4	9,0	2,5
La tempestività delle informazioni	6,6	9,0	2,4
La cura delle pensiline	6,6	8,9	2,3
Il controllo su chi non paga il biglietto	6,7	8,9	2,2
Il numero di corse disponibili	6,9	9,0	2,2
Il costo in rapporto al servizio	6,9	9,0	2,1
Il comfort sul mezzo	6,8	8,9	2,1
Sicurezza rispetto a furti...	7,1	9,2	2,1
La diffusione delle pensiline	6,8	8,9	2,0
La chiarezza delle informazioni	7,1	9,1	2,0
La comodità dell'interscambio	7,1	9,0	2,0
Informazioni alle fermate	7,0	9,0	1,9
La condotta di guida degli autisti	7,3	9,2	1,9
Sicurezza rispetto a incidenti...	7,3	9,2	1,9
Il rispetto delle fermate	7,2	9,0	1,9
La cortesia e l'educazione degli autisti	7,1	8,9	1,8
La diffusione delle informazioni	7,1	8,9	1,7
La rapidità del viaggio	7,2	8,9	1,7
La comodità del percorso del bus	7,3	9,0	1,7
Reperimento biglietti e abbonamenti	7,3	9,0	1,7
La comodità delle fermate	7,4	9,1	1,7

Reperimento dei biglietti: soddisfazione e importanza



Reperimento dei biglietti: soddisfazione e importanza



Il giudizio complessivo finale

13

POLEIS

Il giudizio complessivo finale

Dopo aver espresso valutazioni di soddisfazione e di importanza a proposito dei molteplici aspetti del servizio di trasporto, il giudizio complessivo cresce di 2 decimi rispetto a quello rilevato inizialmente. Diminuiscono le frequenze dei voti 4, 5 e 6 a vantaggio dei punteggi più favorevoli.



Giudizio complessivo finale medio: 7,4

Deviazione Standard: 1,11

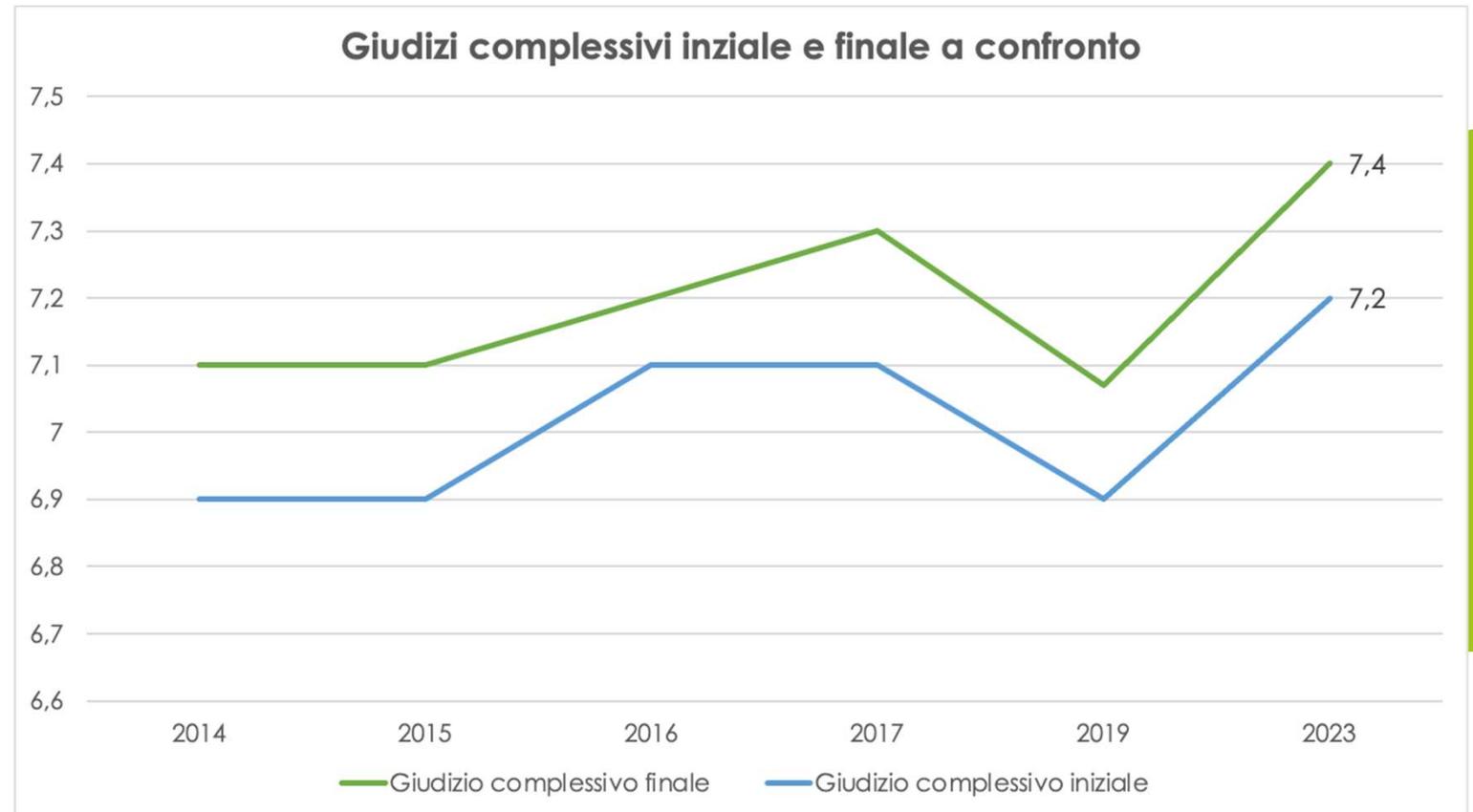
% risposte insufficienti (fino a 5): 5,4%

% risposte 8-10: 43,9%

Il giudizio complessivo finale

Osservando l'andamento in serie storica dei giudizi complessivi iniziale e finale, notiamo:

- Un miglioramento di 3 decimi, rispetto al 2019, per entrambi i punteggi.
- Escludendo il 2016, il giudizio finale migliora sempre di circa 2 decimi quello iniziale.
- I due giudizi sono chiaramente molto correlati: coefficiente r di Pearson = 0,7. (dato 2023)

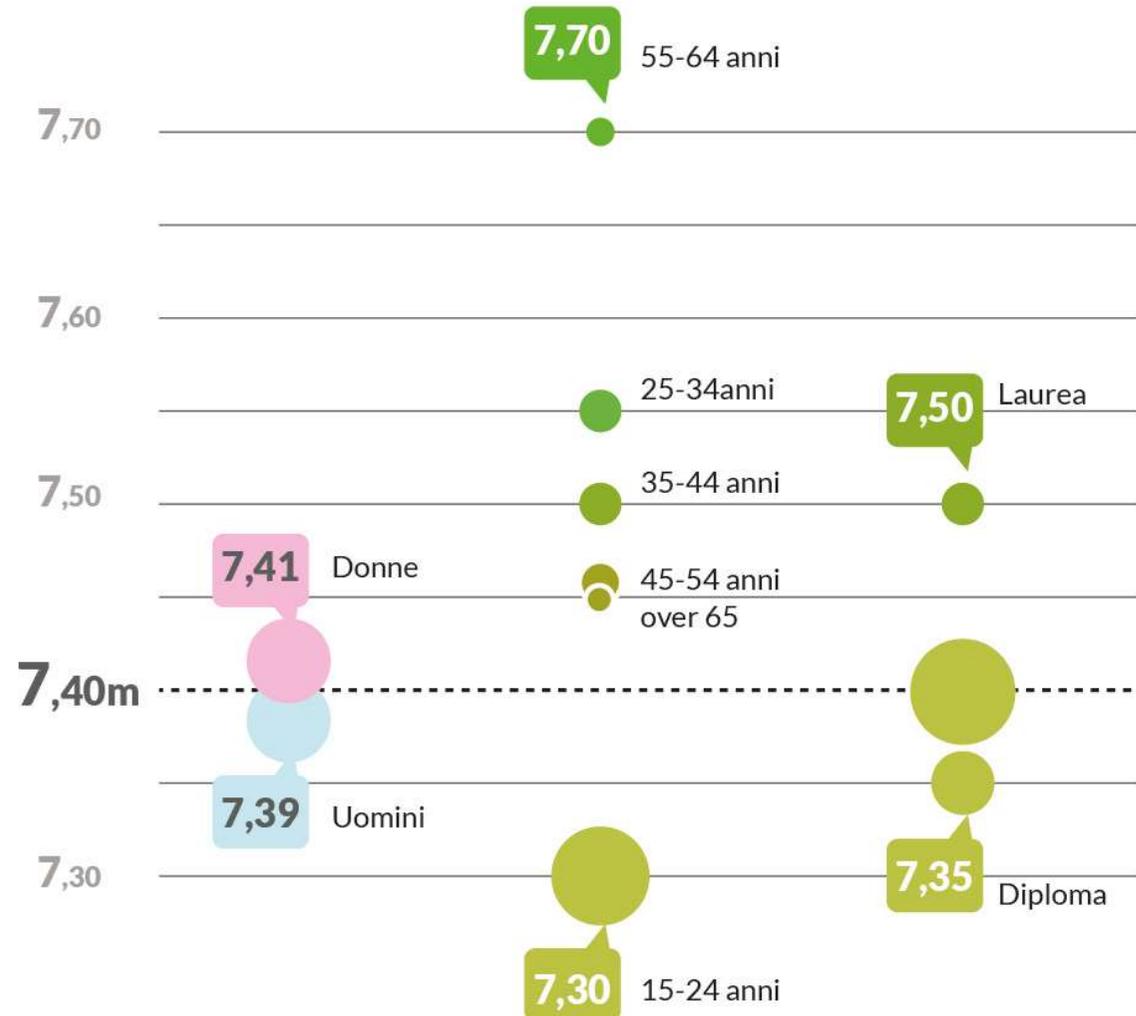


Il giudizio complessivo finale

Come avveniva per il giudizio complessivo iniziale, anche in questo caso non si rilevano correlazioni statisticamente significative con le principali variabili socio-demografiche.

A fianco sono riportati i punteggi medi attribuite per genere, classe d'età e scolarità. L'ampiezza degli indicatori riflette la numerosità di ciascuna classe.

Segnaliamo soltanto che anche in questo caso la valutazione più bassa giunge dai 416 giovanissimi intervistati (per quanto ci si discosti dall'ampiamente positiva media generale di un solo decimo).

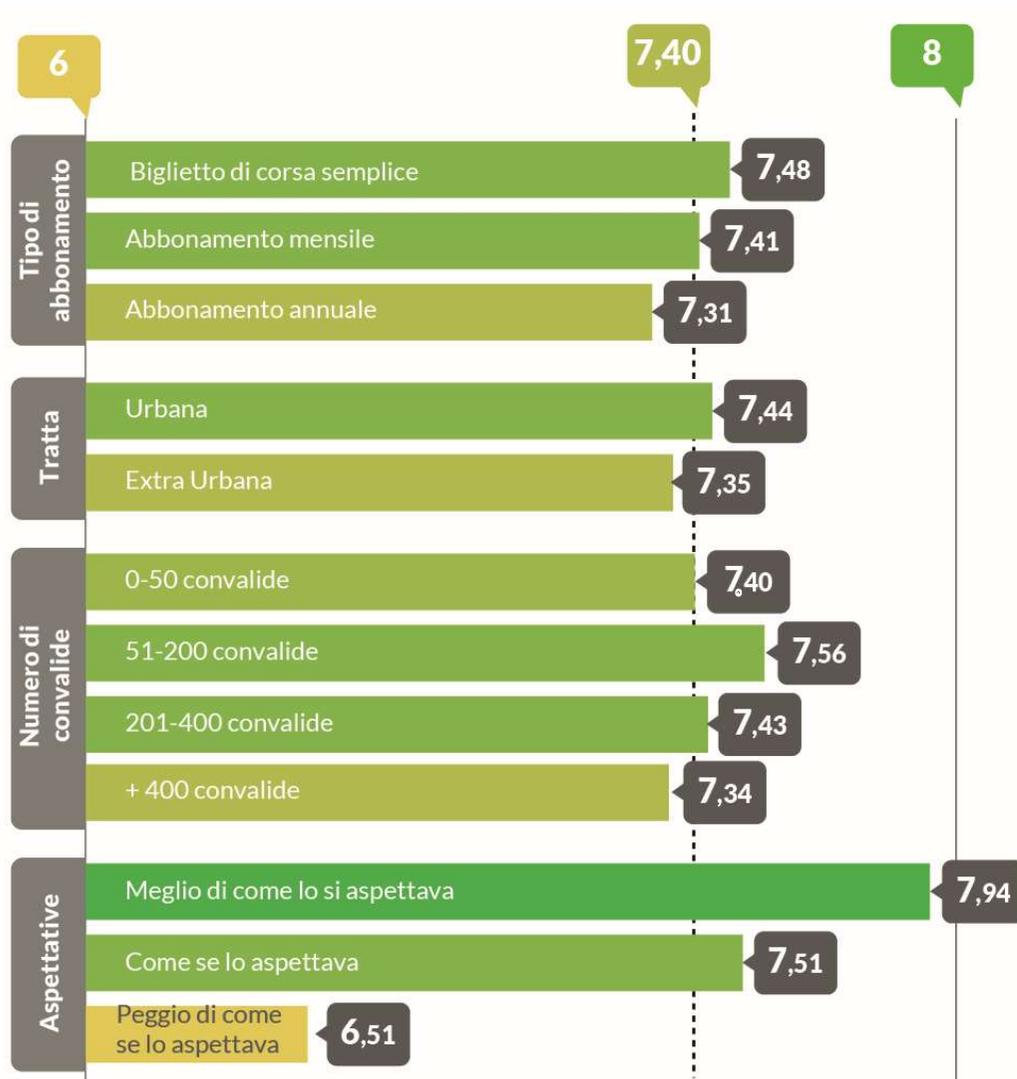


Il giudizio complessivo finale

Incrociando il giudizio complessivo finale con le variabili che descrivono la tipologia di utente, verificiamo una sola relazione significativa, ossia quella che ha per variabile indipendente le aspettative pregresse sul servizio (per cui rimandiamo alla prossima sezione).

Chi valuta il servizio di TPL migliore delle attese dà un voto medio di 7,94; chi lo ha trovato esattamente «come se lo aspettava» dà, in media, 7,51. Più critici quelli che hanno visto deluse le proprie aspettative (6,51).

Il coefficiente di correlazione η^2 è pari a 0,57.



Il giudizio complessivo finale

Quali fattori contribuiscono maggiormente al giudizio complessivo finale?

Il questionario richiedeva agli intervistati di esprimere, attraverso una scala da 1 a 10, quanto fossero importanti i vari fattori sottoposti a giudizio (come la sicurezza, la puntualità, la chiarezza delle informazioni...).

Come abbiamo visto in precedenza tutti i 22 fattori raccoglievano valutazioni medie comprese tra 8,9 e 9,2 (con oltre nove casi su dieci che attribuivano un voto pari o superiore a 8).

Peraltro, se andiamo a studiare quanto ciascuna di queste variabili sia correlata con il giudizio complessivo finale, raccogliamo coefficienti r di Pearson raramente superiori a 0,2 (segno della presenza sì di una relazione, ma piuttosto debole).

Paradossalmente, non è (soltanto) l'importanza dichiarata a indicarci quanto, effettivamente, quali aspetti concorrono maggiormente alla valutazione finale.

Il giudizio complessivo finale

Stimare la rilevanza dei fattori tramite i giudizi di soddisfazione

Se l'importanza dichiarata non chiarisce definitivamente quali aspetti del servizio influiscano di più sulla valutazione generale, possiamo allora studiare la correlazione tra quest'ultima e gli specifici giudizi di soddisfazione.

Abbiamo dunque applicato tre diversi metodi statistici:

- Lo studio della correlazione tra ciascun giudizio di soddisfazione ed il giudizio complessivo finale (metodo che, però, non tiene conto delle «interferenze» presenti tra i vari giudizi di soddisfazione).
- Lo studio dei Minimi Quadrati Parziali (PLS), una tecnica di regressione multivariata che limita le «interferenze» tra i vari giudizi di soddisfazione (considerati contemporaneamente come variabili indipendenti del modello).
- Lo studio dei coefficienti Beta di un modello di regressione lineare multivariata (che, allo stesso modo, ha come variabili indipendenti i giudizi di soddisfazione specifici). *Questa tecnica è alla base del metodo di calcolo tradizionalmente applicato per ottenere l'indice di customer satisfaction complessivo.*

Il giudizio complessivo finale

Stimare la rilevanza dei fattori tramite i giudizi di soddisfazione

Pur con alcune variazioni, *i due modelli interpretativi* (PLS e Regressione lineare multipla) *restituiscono risultati molto coerenti*. La correlazione tra i coefficienti PLS e Beta delle diverse variabili indipendenti (i giudizi di soddisfazione specifici) è alta: r di Pearson=0,78; $R^2=0,61$.

Per mostrare quali siano gli aspetti più importanti nel determinare la soddisfazione finale, utilizzeremo i coefficienti Beta della Regressione Lineare Multipla, poiché saranno poi utilizzati nel calcolo degli Indici di Customer Satisfaction.

Il giudizio complessivo finale

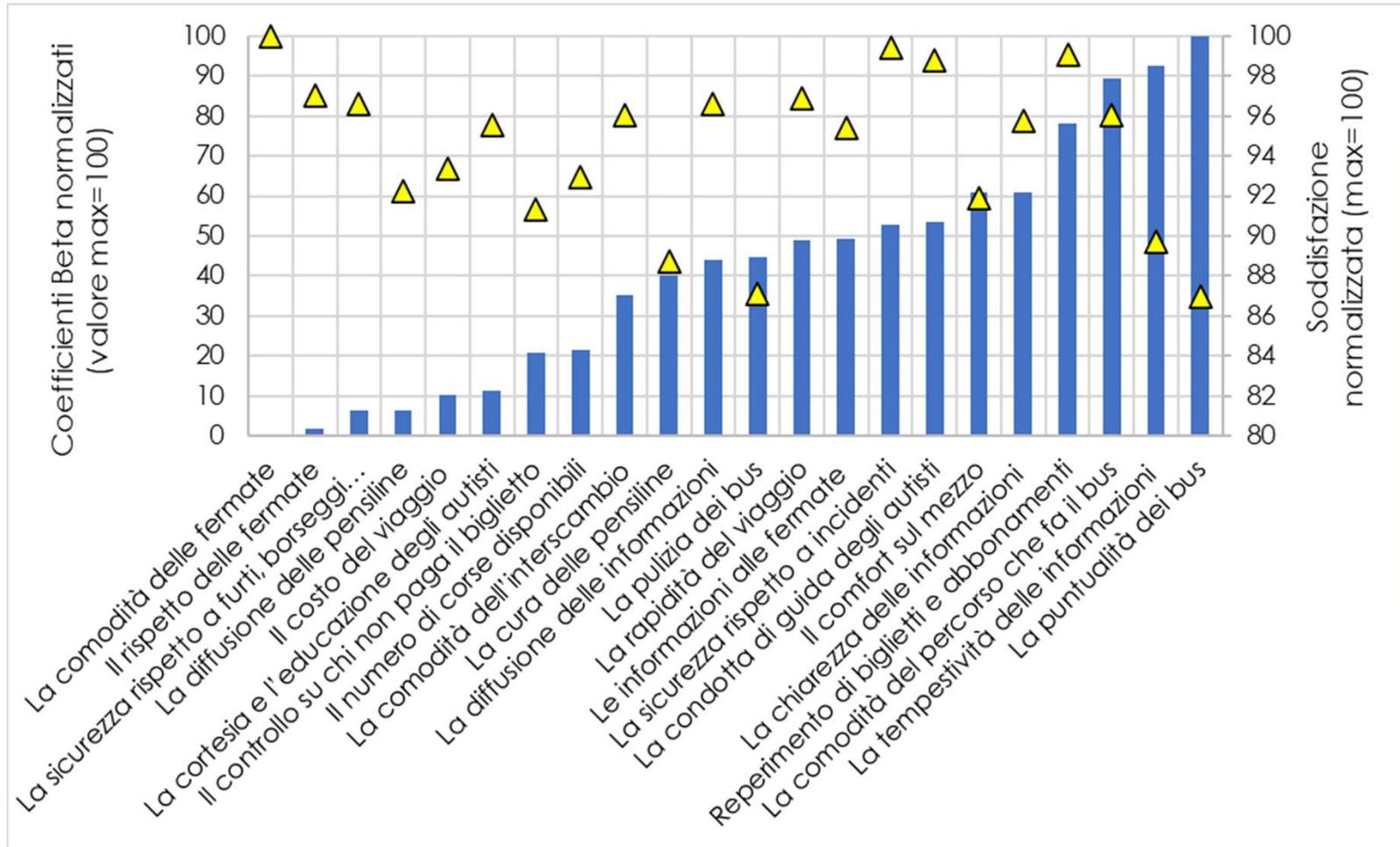
Stimare la rilevanza dei fattori tramite i giudizi di soddisfazione

Pur con alcune variazioni, *i due modelli interpretativi* (PLS e Regressione lineare multipla) *restituiscono risultati molto coerenti*. La correlazione tra i coefficienti PLS e Beta delle diverse variabili indipendenti (i giudizi di soddisfazione specifici) è alta: r di Pearson=0,78; $R^2=0,61$.

Per mostrare quali siano gli aspetti più importanti nel determinare la soddisfazione finale, utilizzeremo i coefficienti Beta della Regressione Lineare Multipla, poiché saranno poi utilizzati nel calcolo degli Indici di Customer Satisfaction.

Il giudizio complessivo finale

I fattori più importanti, secondo i coefficienti di regressione lineare multipla Beta (in blu) e i voti attribuiti loro (in verde).

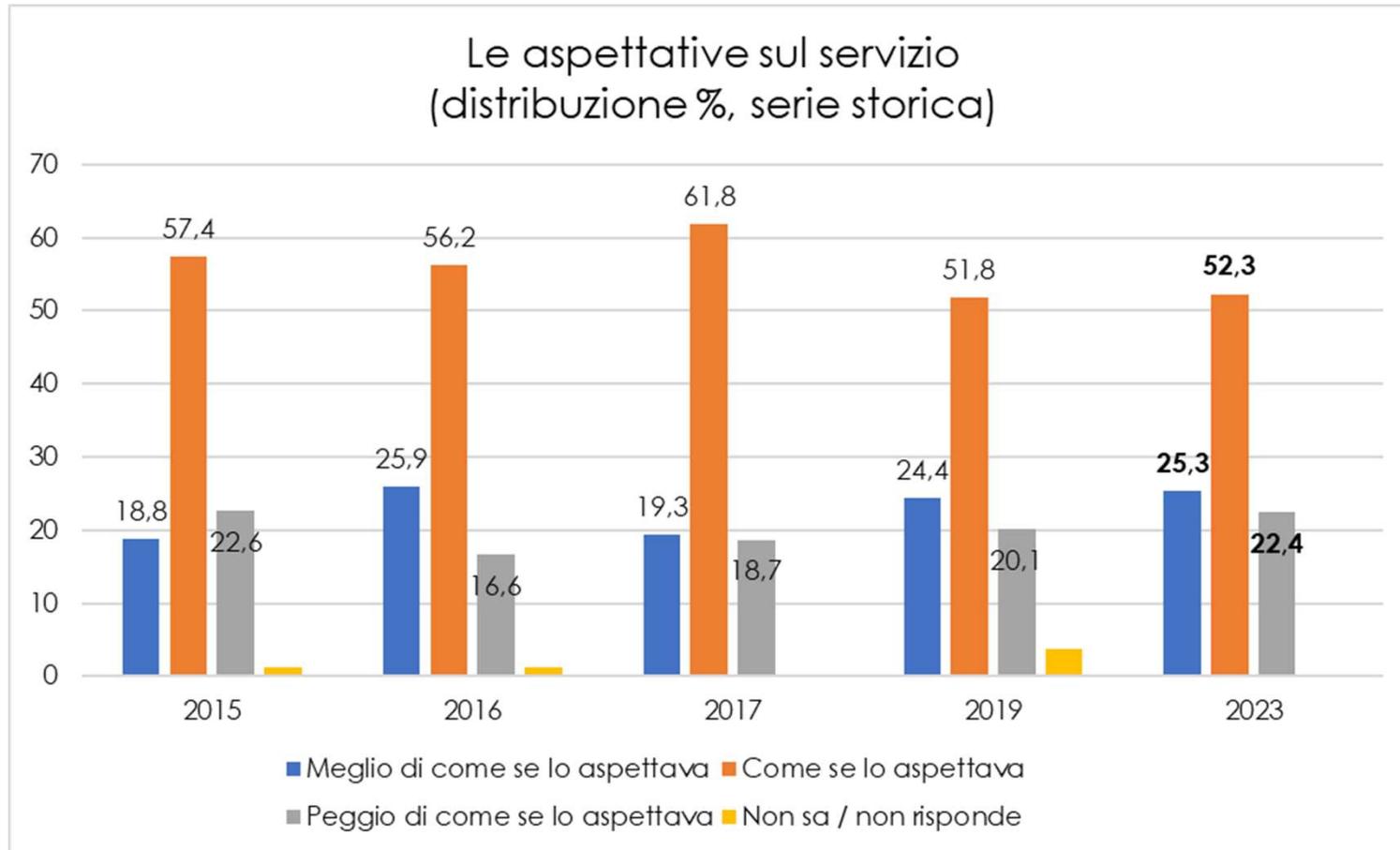


Le aspettative sul servizio

14

POLEIS

Le aspettative sul servizio



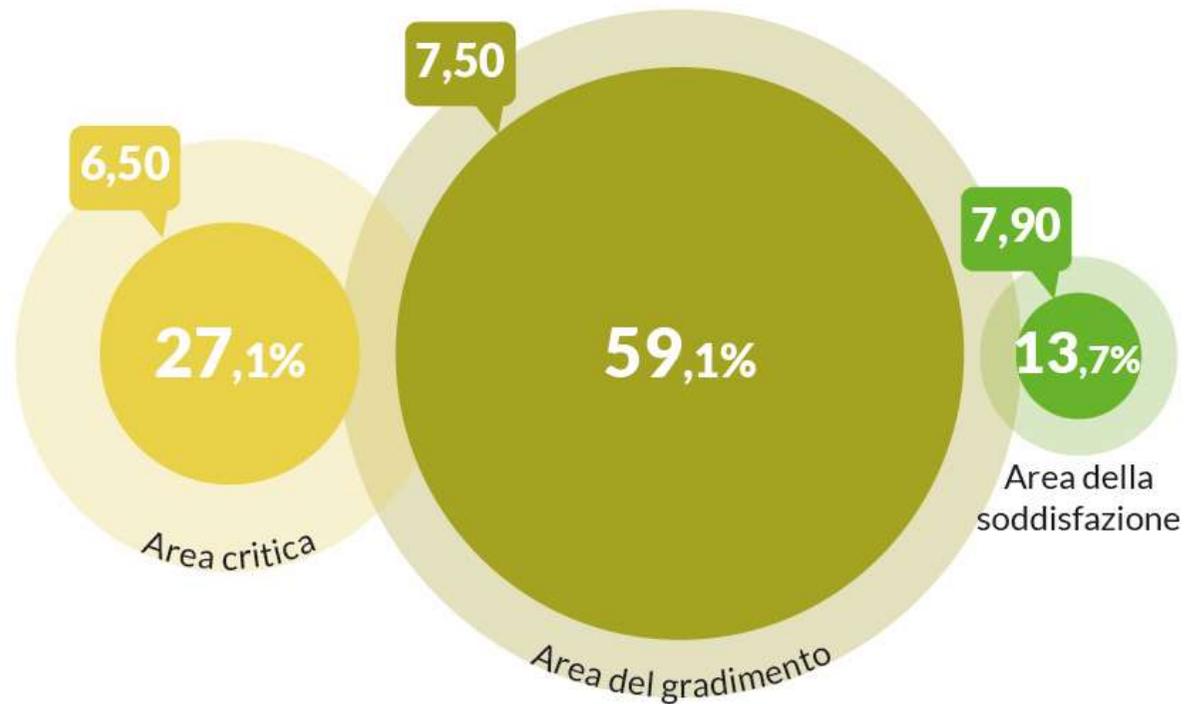
Le aspettative sul servizio

Come già avveniva nelle precedenti edizioni dell'indagine, abbiamo costruito una tipologia degli utenti incrociando due variabili: le aspettative e il giudizio finale.

L'**area critica** è composta da quanti hanno trovato il servizio peggiore delle attese e/o hanno dato un voto complessivo fino a 6.

L'**area del gradimento** è data da quanti hanno trovato conferma o miglioramento rispetto alle aspettative e dato un voto di 7 o 8.

L'**area della soddisfazione** è costituita da chi ha confermato o migliorato le proprie attese e attribuito un voto da 9 a 10.



Nell'infografica è riportata l'ampiezza percentuale delle tre aree, nonché il giudizio complessivo finale medio attribuito da ciascuna di esse (con una forte correlazione, $\eta^2=0,57$).

Le aspettative sul servizio

L'identikit dell'area critica:

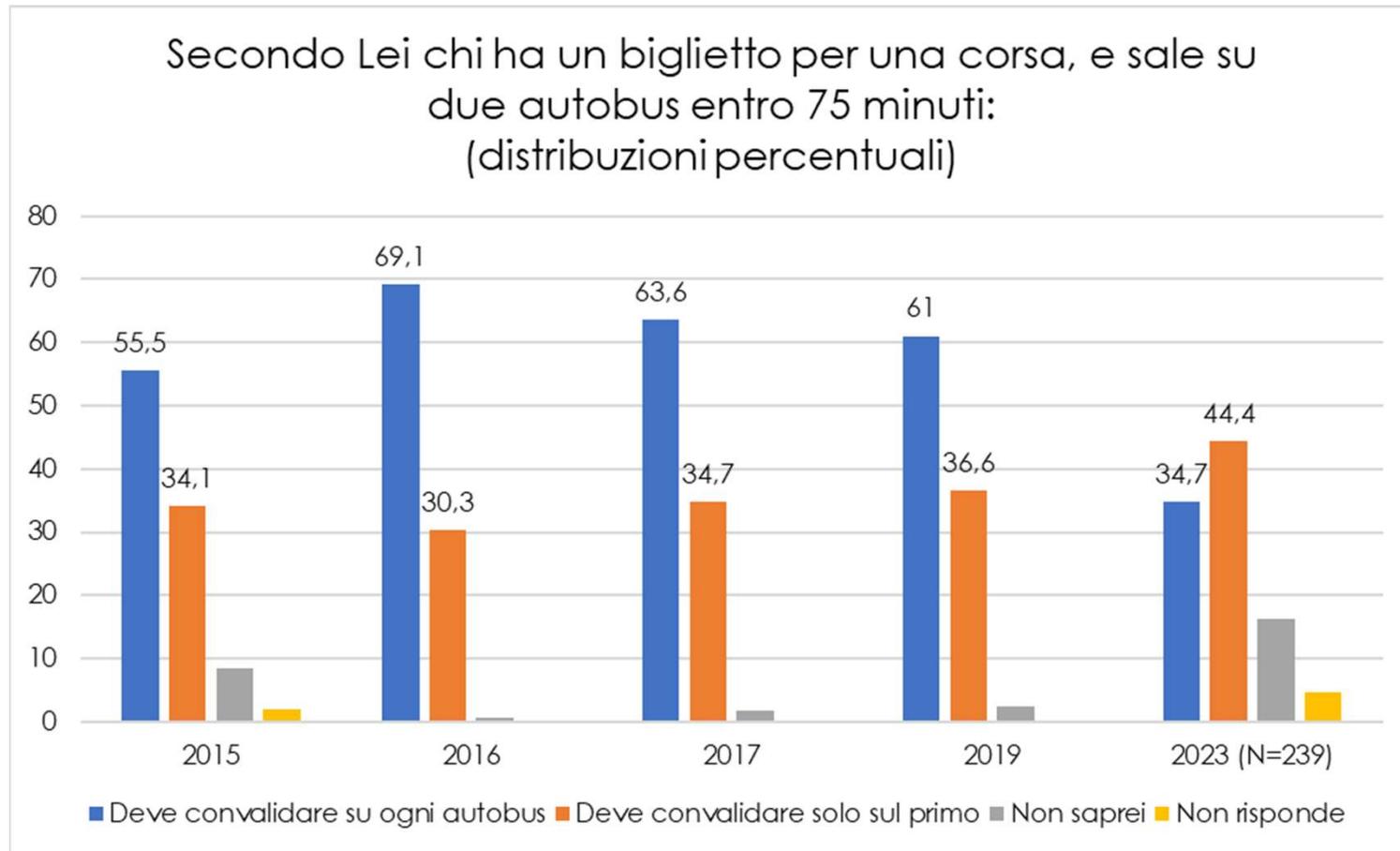
- Una maggiore incidenza degli abbonati annuali (+5,2%).
- Una maggiore incidenza degli utenti extra-urbani (+5,5%).
- Sono leggermente più presenti gli utenti assidui, con oltre 200 convalide annue (+3,2%).
- Età media, scolarità e genere sono invece pressoché sovrapponibili a quanto registrato nel campione generale.

La convalida di biglietti e
abbonamenti

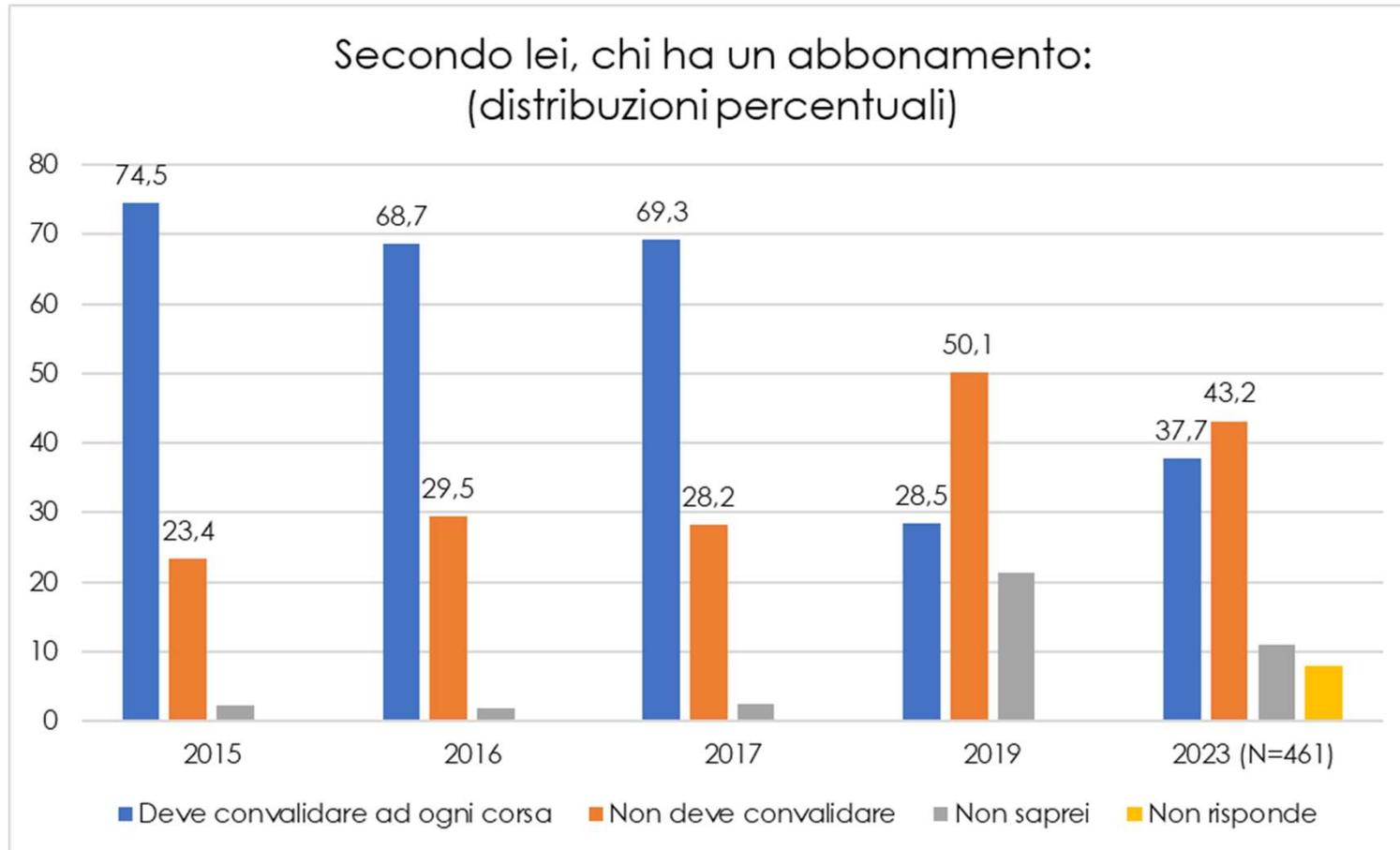
15

POLEIS

La convalida di biglietti e abbonamenti



La convalida di biglietti e abbonamenti



Le risposte aperte

16

POLEIS

Le risposte aperte

Al termine dell'intervista, gli utenti avevano la possibilità di indicare suggerimenti per il miglioramento del servizio. Di seguito proponiamo uno stralcio della classificazione operata sulle **391 risposte fornite**, classificate per analogia semantica e ricondotte alle diverse aree di valutazione già previste nel questionario.

CLASSIFICAZIONE SUGGERIMENTI FINALI	MACRO-AREE QUESTIONARIO	N
Più corse	Organizzazione del servizio	63
Maggiore pulizia	Qualità del viaggio	57
Rispettare maggiormente gli orari	Affidabilità del servizio	43
Eccessivo costo biglietti/abbonamenti	Organizzazione del servizio	25
Aumentare il comfort (sedili, finestrini, aria condizionata)	Qualità del viaggio	25
Chiarezza nelle informazioni/aggiornare gli orari sul sito	Informazioni	20
Professionalità/gentilezza autisti	Professionalità	18
Maggiore cura delle pensiline	Pensiline	17
Più posti a sedere	Qualità del viaggio	13
Aumentare tratte	Organizzazione del servizio	11
Più controlli	Controlli	11
Rinnovare parco veicoli	Qualità del viaggio	11
Aumentare corse durante festivi/la sera	Organizzazione del servizio	10
Maggiore manutenzione	Qualità del viaggio	10

Gli indici di customer satisfaction

17

POLEIS

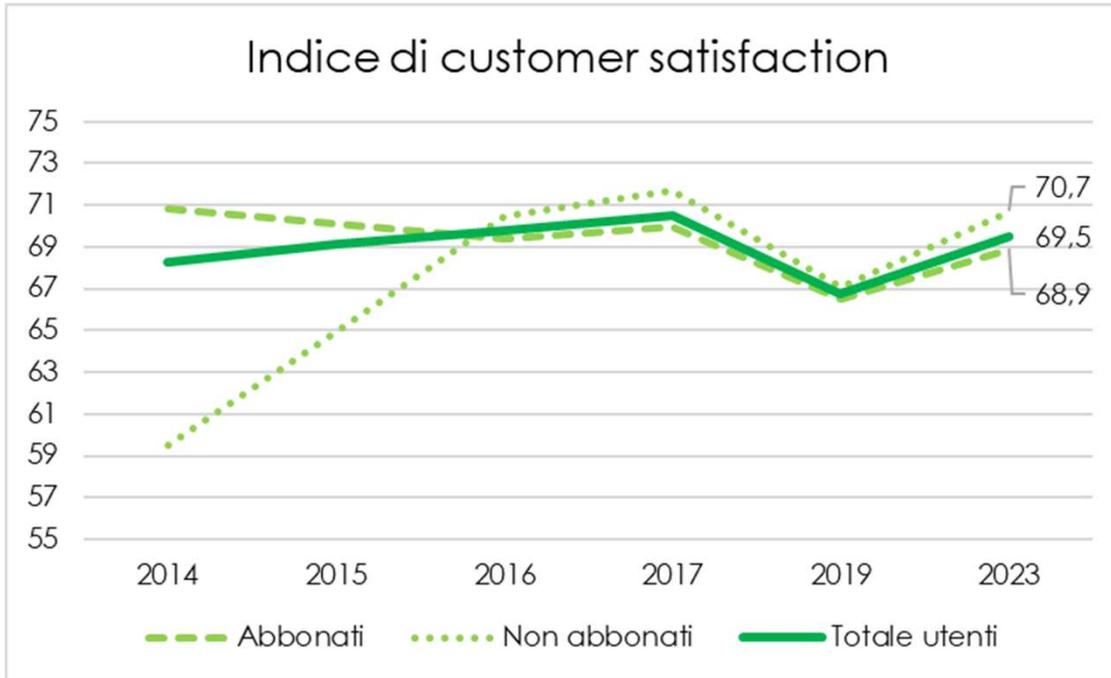
Gli indici di customer satisfaction

Presentiamo ora i risultati degli indici di customer satisfaction, elaborazioni da tempo utilizzate con l'obiettivo di sintetizzare in un unico valore il gradimento espresso dagli utenti a proposito del servizio.

In breve, l'indice di customer satisfaction è così ottenuto:

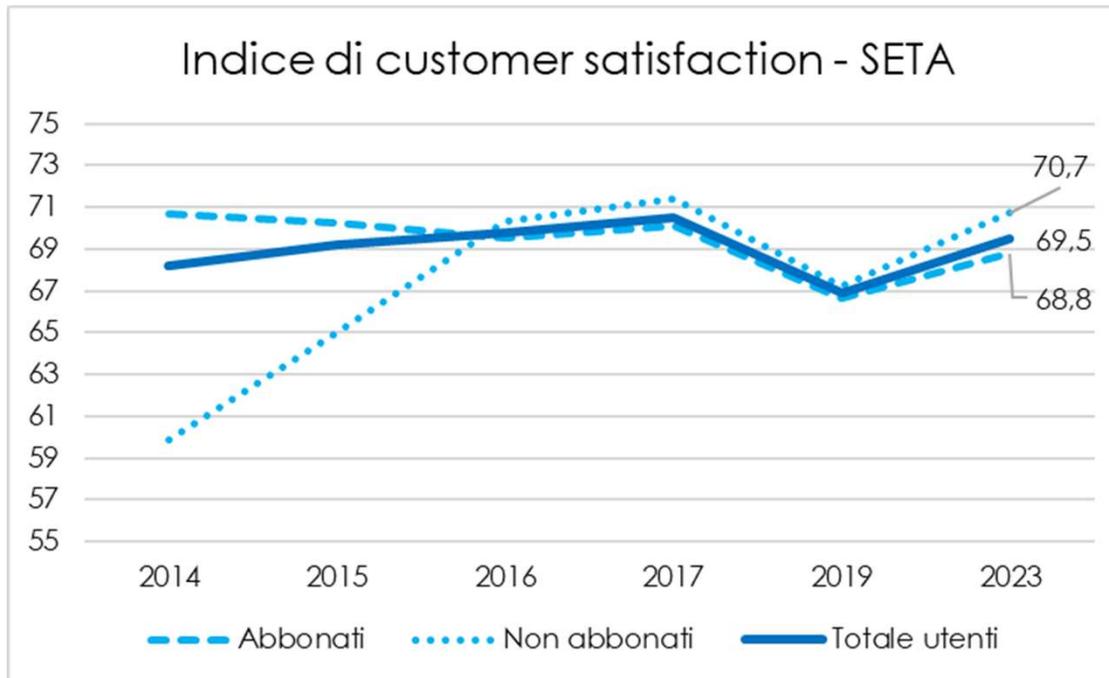
- Calcolo della media tra giudizio complessivo iniziale e finale (**giudizio espresso**);
- Normalizzazione in scala 0-100 del punteggio così ottenuto;
- Regressione lineare multipla tra i fattori di soddisfazione specifici (indipendenti) e il giudizio complessivo finale (dipendente): *il coefficiente Beta di ciascuna indipendente ne determina l'importanza latente*;
- Calcolo di un coefficiente di importanza (**importanza complessiva**) per ciascun fattore specifico, dato dal voto di **importanza dichiarata** per la rispettiva **importanza latente**;
- Ponderazione dei giudizi di soddisfazione specifici per il relativo coefficiente di importanza (**giudizio totale**);
- Media tra la somma del **giudizio totale** di ogni fattore specifico e la somma dell'**importanza complessiva** sugli stessi (**giudizio ricavato**);
- **Indice di customer satisfaction: media tra giudizio espresso e giudizio ricavato.**

Gli indici di customer satisfaction



	Abbonati	Non abbonati	Viaggiatori
Casi	461	293	700
ICS TOT	68,88	70,69	69,50
Deviazione standard	10,08	9,60	9,93
margine d'errore +/-	0,92	1,10	0,74
Voto medio fattori	6,92	7,09	6,98
Deviazione standard	1,12	1,16	1,09
margine d'errore +/-	0,10	0,13	0,08

Gli indici di customer satisfaction

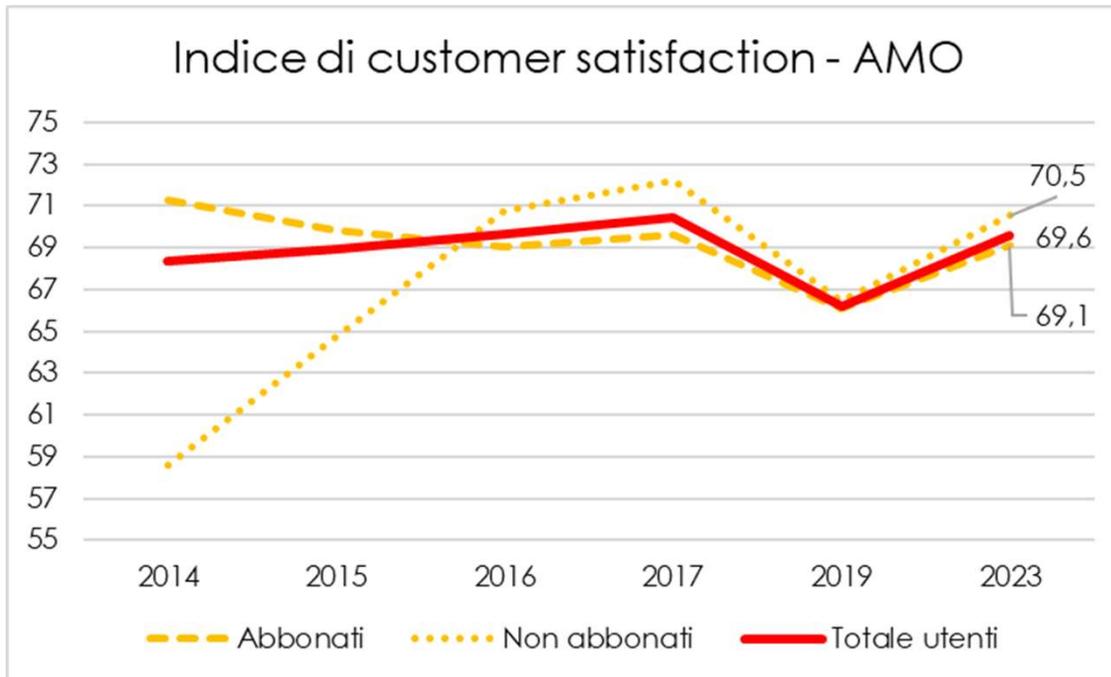


	Abbonati	Non abbonati	Viaggiatori
Casi	461	293	700
ICS TOT	68,79	70,74	69,47
Deviazione standard	10,39	9,73	10,18
margin e d'errore +/-	0,95	1,11	0,75
Voto medio fattori	6,90	7,11	6,97
Deviazione standard	1,18	1,09	1,15
margin e d'errore +/-	0,11	0,12	0,09

I fattori considerati nell'ICS-Seta sono:

Il costo del viaggio in rapporto al servizio ricevuto; il rispetto delle fermate; la puntualità dei bus; la rapidità del viaggio; il comfort sul mezzo; la pulizia dei bus; la sicurezza rispetto a furti, borseggi, molestie; la sicurezza rispetto a incidenti stradali o meccanici; la cortesia e l'educazione degli autisti; la condotta di guida degli autisti; la diffusione delle informazioni; la chiarezza delle informazioni; la tempestività delle informazioni su variazioni del servizio; le informazioni su orari e corse alle fermate; il controllo su chi non paga il biglietto; la possibilità di reperimento dei biglietti e degli abbonamenti.

Gli indici di customer satisfaction



	Abbonati	Non abbonati	Viaggiatori
Casi	461	293	700
ICS TOT	69,10	70,53	69,56
Deviazione standard	10,03	10,09	10,07
margine d'errore +/-	0,92	1,16	0,75
Voto medio fattori	6,92	7,03	6,99
Deviazione standard	1,12	1,16	1,17
margine d'errore +/-	0,10	0,13	0,09

I fattori considerati nell'ICS-AMO sono:

La comodità delle fermate; il numero di corse disponibili; la comodità del percorso che fa il bus; la comodità dell'interscambio tra le linee; il costo del viaggio in rapporto al servizio ricevuto; la diffusione delle pensiline; la cura delle pensiline (pulizia, manutenzione).