

Istituto di Istruzione Superiore "J.C. Maxwell"

Customer Satisfaction
(Processo di Assicurazione Qualità)

Codice PQ 005

Modalità di distribuzione

- Copia non controllata
- Copia controllata numero _____
- consegnata a _____
- in data _____

Composizione documento

Pagine di guardia numero	01
Pagine di indice numero	02
Pagine di testo numero	06
Totale pagine numero	09

Redatto da P.Migliavacca	Controllato da Team di lavoro	Approvato da Giuseppe Sammartino	Edizione -3rev2-	Data 08/01/2009	Pagina 1 di 6
-----------------------------	----------------------------------	--	---------------------	--------------------	------------------

PQ 005	CUSTOMER SATISFACTION	REVISIONE		
		Edizione -3rev2-	Data 08/01/2009	Pagina 2 di 6

INDICE

PQ 005	CUSTOMER SATISFACTION	REVISIONE		
	INDICE	Edizione -3rev2-	Data 08/01/2009	Pagina 3 di 6

CUSTOMER SATISFACTION

- 1.1 OBIETTIVO
- 1.2 CAMPO D'APPLICAZIONE
- 1.3 RESPONSABILITÀ
- 1.4 INDICATORI QUALITATIVI
- 1.5 METODOLOGIE DI INCHIESTA E MISURAZIONE
- 1.6 GESTIONE RECLAMI
- 1.7 DOCUMENTI DI REGISTRAZIONE

PQ 005	CUSTOMER SATISFACTION	REVISIONE		
		Edizione -3 rev2-	Data 08/01/2009	Pagina 4 di 6

1.1 OBIETTIVO

Scopo della seguente procedura è definire come deve essere effettuato il controllo della Customer Satisfaction, quali sono gli elementi di cui si necessita avere un riscontro, le metodologie utilizzate per l'analisi e la metodologia di misurazione.

Uno degli obiettivi che l'Istituto di Istruzione Superiore "J.C. Maxwell" si è posto per operare in un regime di qualità è l'attivazione di un programma di Customer Satisfaction, cioè la soddisfazione delle esigenze e delle aspettative dell'utenza a cui si rivolge intesa come studenti, famiglie e territorio.

1.2 CAMPO D'APPLICAZIONE

Questa procedura deve essere attivata per valutare le esigenze e la soddisfazione degli studenti, famiglie e territorio.

1.3 RESPONSABILITÀ

La Direzione ha delegato la gestione del programma di Customer Satisfaction al RSO, che attiva il programma secondo un piano stabilito all'inizio di ogni anno scolastico o al termine di progetti implementati particolari.

Il RSO, a sua scelta, può attivare inchieste finalizzate a obiettivi più generici di analisi delle aspettative del servizio da parte degli utenti anche dopo la valutazione di reclami o suggerimenti presentati sia dalle famiglie sia dagli studenti.

È compito della Direzione e del RSO valutare una volta all'anno l'attualità dei questionari utilizzati.

1.4 INDICATORI QUALITATIVI

Il punto di partenza per la realizzazione di un servizio formativo di qualità è la definizione dei suoi utenti, esterni e interni, e delle loro aspettative.

Gli **UTENTI ESTERNI** dell'Istituto possono essere distinti in utenti diretti e utenti indiretti.

Come **utenti diretti** viene riconosciuto dall'Istituto di Istruzione Superiore "J.C. Maxwell" lo studente, principale fruitore del servizio didattico-formativo; l'interfaccia tra la scuola e le famiglie si manifesta principalmente mediante il rapporto con gli studenti.

Come **utenti indiretti** la scuola considera le famiglie degli studenti e l'intero territorio.

Tra i **UTENTI INTERNI** va annoverato tutto il corpo insegnante e il personale tecnico amministrativo. Per quanto riguarda l'analisi della soddisfazione del personale dell'Istituto si rimanda alla procedura di Gestione del personale che contempla anche questo aspetto.

In questa procedura vengono presi in esame esclusivamente utenti esterni, diretti e indiretti.

PQ 005	CUSTOMER SATISFACTION	REVISIONE		
		Edizione -3 rev2-	Data 08/01/2009	Pagina 5 di 6

Sulla base delle **caratteristiche** e degli **indicatori** che verranno definiti in funzione della tipologia di Customer Satisfaction attivata devono essere sviluppati **questionari** per la rilevazione della Customer Satisfaction. I questionari utilizzati devono essere registrati nel documento apposito **Elenco questionari di indagine, mod. n° 150**, dove devono essere annotati anche i questionari cosiddetti esplorativi per rilevare esigenze e richieste degli utenti.

L'Istituto deve eseguire almeno una volta all'anno una indagine indirizzata alle famiglie e al corpo insegnante.

È sempre a discrezione del RSO, o per espressa richiesta della Direzione, far eseguire un numero di interviste anche con una tempificazione differente da quella prestabilita. Questo può accadere per motivazioni eccezionali, quali un elevato numero di reclami registrati in un periodo temporale breve, un calo sensibile delle iscrizioni, la rilevazione di valutazioni dell'apprendimento non in linea con gli obiettivi.

In questi casi dovrà essere redatto un verbale al termine della valutazione eseguita sui risultati ottenuti contenente le osservazioni del caso e se ritenuto indispensabile mettere in atto azioni correttive o preventive sul Sistema di gestione per la Qualità.

Nel caso di interviste eseguite da società esterna dovranno essere definiti preventivamente durante il **briefing** con la società gli obiettivi che si devono raggiungere con l'azione messa in atto.

1.5 METODOLOGIE DI INCHIESTA E MISURAZIONE

La metodologia da adottare dipende da quali informazioni la Direzione dell'Istituto di Istruzione Superiore "J.C. Maxwell" vuole ottenere dalla utenza.

I **questionari** vengono consegnati dal RSO agli allievi o alle famiglie; è da considerare la metodologia standard di indagine molto mirata al servizio appena erogato e diretta alle persone interessate.

Le **interviste dirette e personali** vengono attivate su progetti impegnativi dove la Direzione dell'Istituto decide, per la delicatezza e l'importanza dell'argomento, di non gestire in prima persona l'attività.

La **misurazione del grado di Customer Satisfaction** degli utenti deve tenere conto del fatto che ogni utente ha esigenze diverse e diverse percezioni della qualità. Per questo le risposte vengono codificate con una scala convenzionale da 1 (= molto insoddisfatto) a 5 (= molto soddisfatto), che permette di quantificare il grado di insoddisfazione / soddisfazione dell'utente.

Tutti i dati vengono raccolti in una **Matrice Questionario, mod.151**, contabilizzati moltiplicando il numero di risposte per ogni domanda per il peso assegnato alla caratteristica corrispondente. La sommatoria dei risultati ottenuti e inseriti in tabella deve essere diviso per il numero totale delle risposte ottenute. Si ottiene in questo modo il valore complessivo di soddisfazione o insoddisfazione dell'utente.

PQ 005	CUSTOMER SATISFACTION	REVISIONE		
		Edizione -3 rev2-	Data 08/01/2009	Pagina 6 di 6

1.6 GESTIONE RECLAMI

Nell'ottica di un continuo miglioramento del servizio offerto, è importante saper cogliere dagli utenti tutte le segnalazioni di eventuali disfunzioni, i reclami e i loro suggerimenti.

In particolare i **Reclami** sono un elemento importante per attuare il miglioramento continuo di un servizio che vuole essere adeguato alle richieste dei ragazzi e delle famiglie.

Ogni reclamo deve essere registrato sul modulo **Gestione non conformità, mod. n° 120**, da cui far scaturire un'azione che consenta la soluzione del problema.

1.7 DOCUMENTI DI REGISTRAZIONE

Sono documenti di registrazione per la presente procedura:

- 120 – Gestione non conformità
- 150 – Elenco questionari d'indagine
- 151 – Matrice questionario

A questa Procedura sono collegati gli Indicatori 012 e 021 del MOD. 450 Elenco Indicatori