

ZONA 5

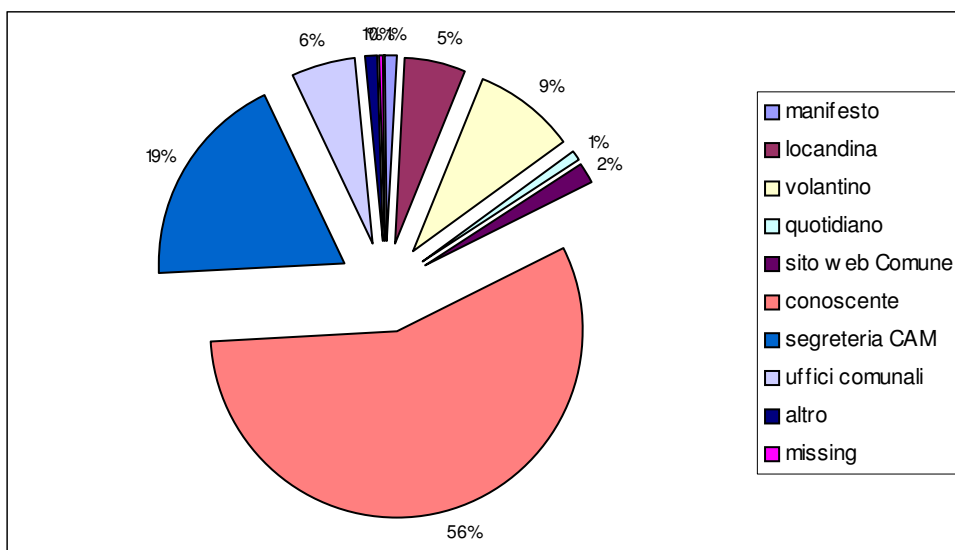
CENTRO AGGREGATIVO MULTIFUNZIONALE

Customer satisfaction Analisi preliminare

LA COMUNICAZIONE

Passaparola e segreteria

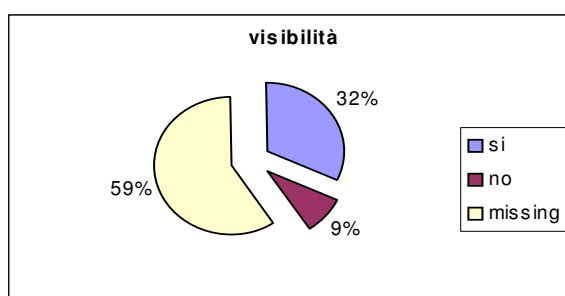
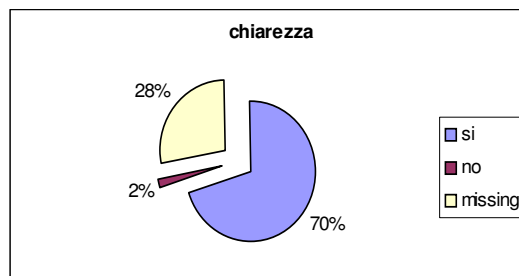
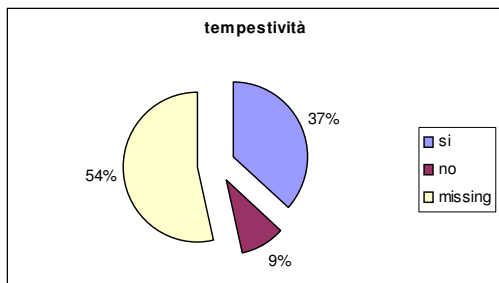
Nonostante la Zona abbia attivato molti canali per pubblicizzare le attività promosse dalle diverse sedi del Centro Aggregativo Multifunzionale, i cittadini, per conoscere le iniziative e/o per avere informazioni, si sono affidati principalmente a chi già frequenta i centri (56%). Il 19% si è rivolto alla segreteria CAM, il 9% ha frequentato le attività grazie all'informazione ricevuta attraverso le locandine e il 6% grazie al supporto di uffici comunali presenti sul territorio zonale. I



L'informazione

In merito alla comunicazione sulle iniziative del CAM, la popolazione di riferimento, per la maggioranza, ha considerato l'informazione ricevuta chiara (70%). Rispetto invece alla tempestività ed alla visibilità delle iniziative, il 54% del campione nel primo caso ed il 59% nel secondo non ha risposto.

Questo dato non deve preoccupare particolarmente, infatti il numero molto alto di risposte mancanti è una costante che si ripropone in tutte le Zone di Decentramento, è importante e utile, per ridurre la percentuale delle non risposte, cercare di riformulare la domanda per renderla più chiara ed immediata.



L'INIZIATIVA, alcune caratteristiche

La batteria di domande, che viene analizzata di seguito, vuole indagare l'iniziativa promossa dai CAM, attraverso alcuni elementi caratteristici che si riferiscano ad ambiti e livelli diversi, per avere un'informazione ampia e variegata che possa aiutare, qualora fosse necessario, a ripensare alle attività promosse o a parte di esse.

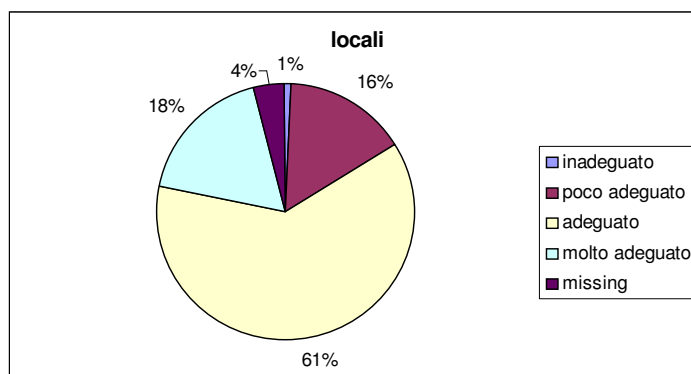
Gli items possono essere divisi in tre filoni:

- 1) struttura nel suo complesso (i locali e la strumentazione utilizzata);
- 2) momento temporale in cui si svolge l'evento (giorno e ora);
- 3) capacità relazionale di animatori ed esperti nei confronti del pubblico (capacità professionale e disponibilità e cortesia del personale).

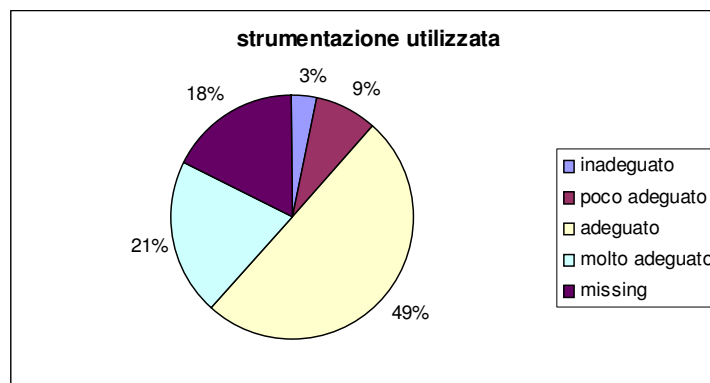
Nel caso specifico l'analisi svolta porta ai seguenti risultati:

• **Struttura nel suo complesso**

I locali scelti per le attività sono all'altezza delle aspettative degli utenti; infatti il 79% del campione considera i luoghi idonei per l'iniziativa proposta. Per l'esattezza il 61% ritiene i locali adeguati ed il 18% molto adeguati; mentre il 16% non è soddisfatto della struttura.

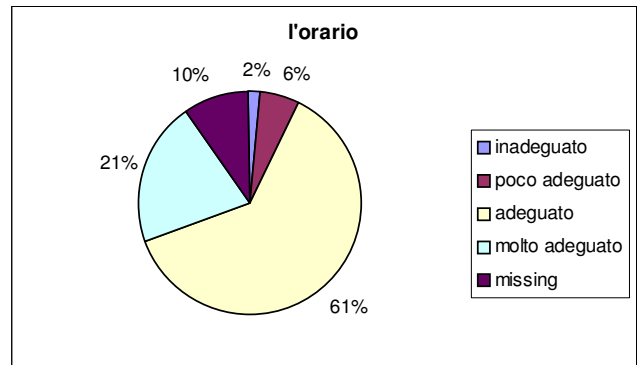
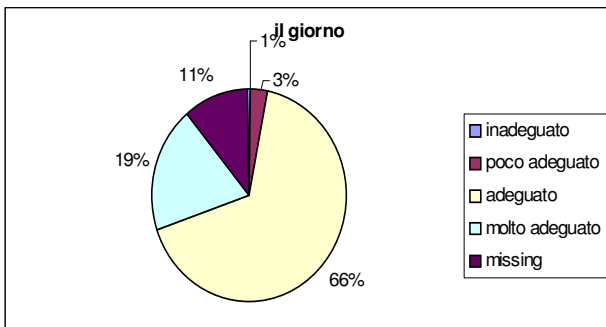


La strumentazione è considerata adeguata o molto adeguata per il 70% della popolazione intervistata (49% soddisfatto e 21% molto soddisfatto). I centri presenti sul territorio si presentano all'utenza con locali e strumentazione adeguati ed idonei.



- **Momento temporale**

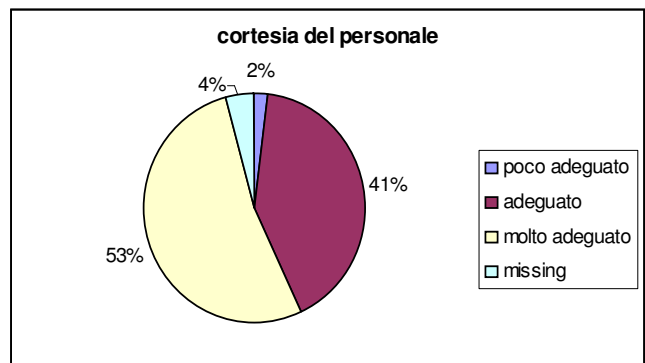
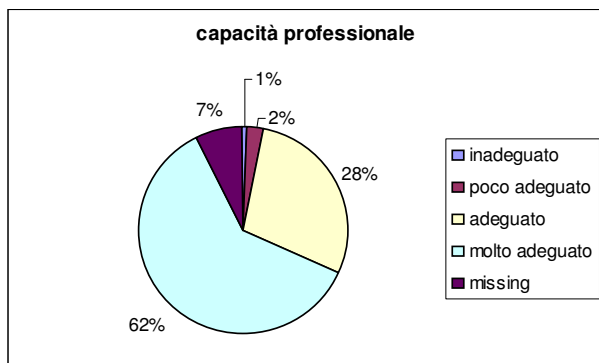
Sia nel caso del giorno che dell'orario proposti una percentuale molto alta della popolazione a cui è stato somministrato il questionario (85% nel primo e 82% nel secondo caso) è soddisfatta; 66% in riferimento al giorno e 61% in riferimento all'orario) o molto soddisfatta (19% nel primo e 21% nel secondo caso).



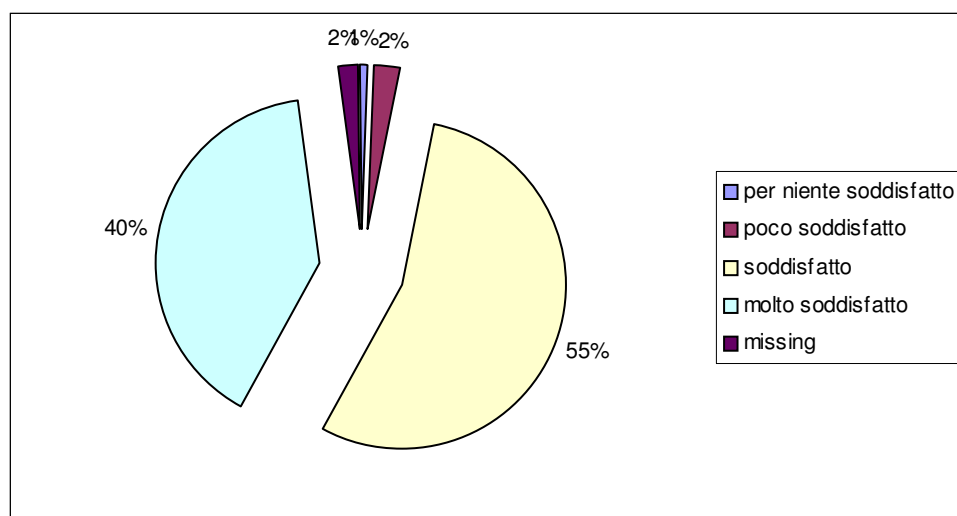
- **Capacità relazionale**

In questo filone si sono racchiusi elementi che riguardano la capacità dell'esperto o dell'animatore di condurre la lezione o gli incontri e la disponibilità e la cortesia del personale nel dare informazioni: elementi fondamentali nell'erogazione di servizi alla persona.

I risultati che emergono sono eccellenti: l'adeguatezza degli esperti raggiunge il 90% (28% adeguata e 62% molto adeguata); le capacità di relazione e di ascolto dei dipendenti è valutata in modo positivo dal 94% del campione di riferimento (41% adeguata e 53% molto adeguata).



Soddisfazione in merito all'iniziativa



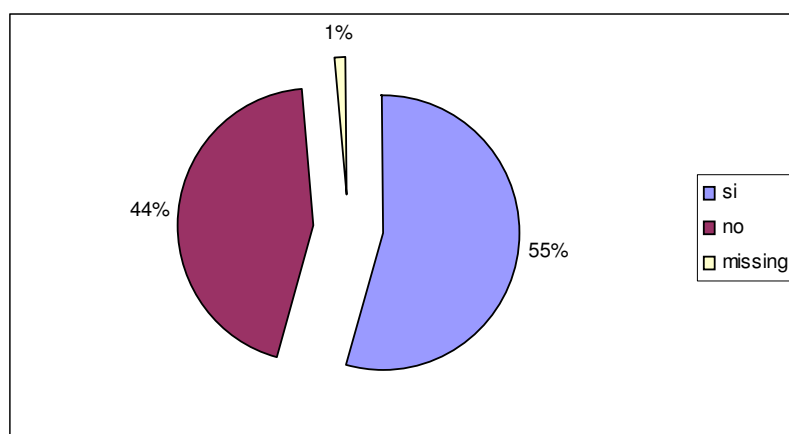
In generale, le attività promosse, dalle diverse sedi del Centro Aggregativo Multifunzionale di Zona 5, trovano consenso tra la popolazione che si ritiene per il 55% soddisfatta e per il 40% molto soddisfatta. Questa valutazione nasce da una domanda di verifica e controllo sulla coerenza delle risposte date in precedenza; nel caso specifico il risultato conferma l'apprezzamento degli utenti nei confronti dell'iniziativa vista nel suo complesso.

LA PARTECIPAZIONE: retrospezione e prospettiva

Le domande relative alla partecipazione aiutano a capire se le iniziative promosse vengono seguite principalmente da chi, in passato, ha già frequentato il centro e che tipo di corso ha frequentato, o se raggiungono una nuova utenza; inoltre permettono di programmare le nuove attività sulla base delle richieste che vengono portate avanti dalla popolazione di riferimento.

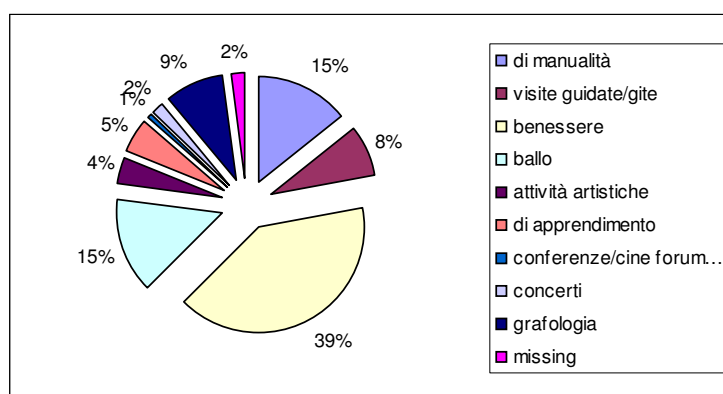
Partecipazione ad altre attività

il 55% ha già frequentato una delle sedi del Centro Aggregativo presenti sul territorio; il 44% invece, ha frequentato per la prima volta un'iniziativa promossa dal CAM. Le attività proposte riescono a mantenere un senso di legame tra la popolazione e il centro, ma nello stesso tempo permettono un ricambio di persone utile a evitare una pericolosa chiusura su se stessa dell'utenza.



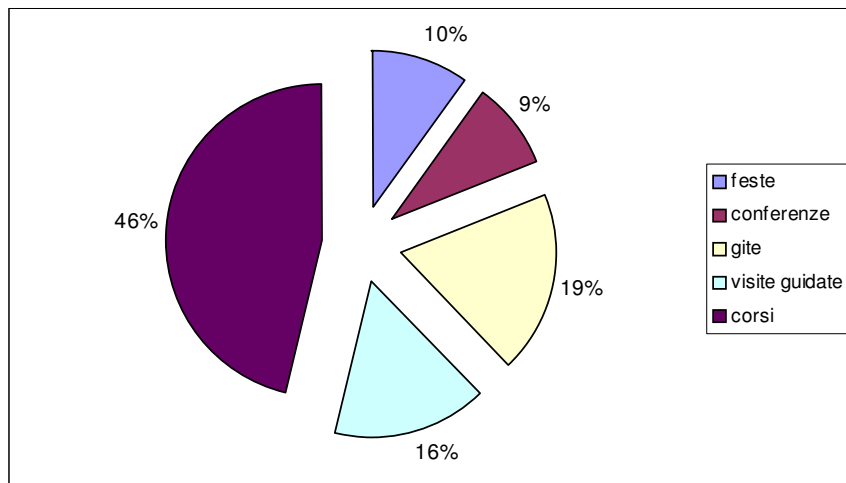
Corsi frequentati	Frequenze	%
Manualità	54	15
Gite/visite guidate	28	8
Benessere	150	39
Ballo	55	15
Attività artistiche	14	4
Apprendimento	19	5
Conferenze	4	1
Concerti	6	2
Grafologia	33	9
Missing	8	2
		100

In riferimento al 55% della popolazione che ha già frequentato il CAM, tra i corsi e le iniziative promosse sono stati scelti:



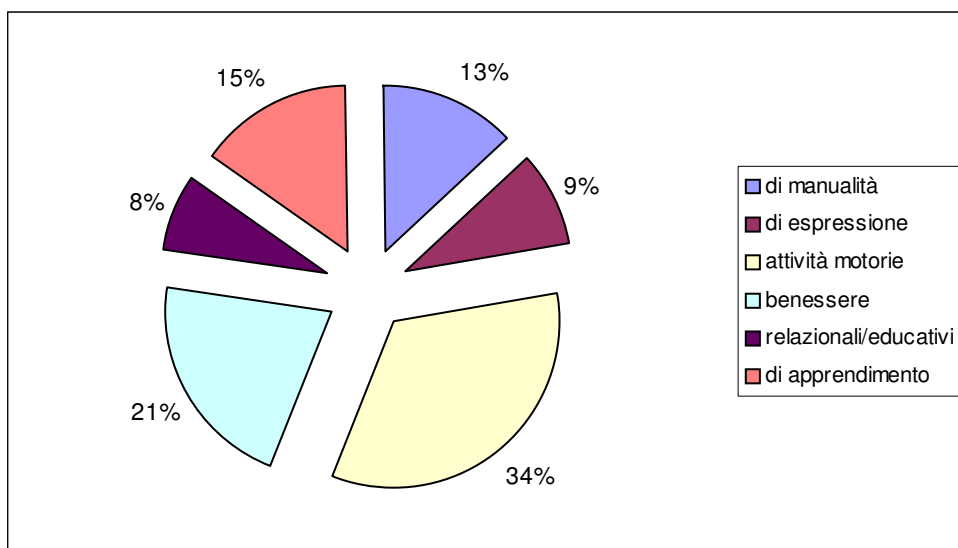
Iniziative interessanti

Gli utenti hanno espresso interesse verso alcune iniziative: i corsi rappresentano il 46% delle preferenze, il 19% della popolazione di riferimento vorrebbe partecipare a delle gite, il 16% alle visite guidate, mentre il 10% è interessato alle feste e il 9% alle conferenze.



Corsi da attivare, potenziare, mantenere

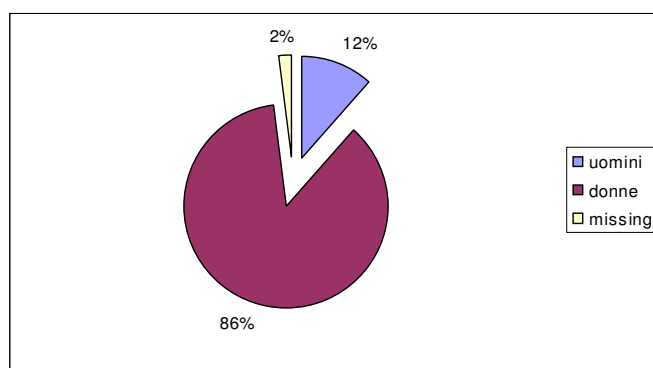
I corsi che hanno ottenuto maggiore successo, in prospettiva, sono quelli legati all'attività motoria: ginnastica, ballo... (34%); troviamo poi quelli relativi al benessere alimentazione, cura della persona, massaggi... (21%); seguono quelli di apprendimento (computer, lingue...) che rappresentano il 15% delle preferenze. Il 13% vorrebbe che venissero attivati, mantenuti o potenziati corsi di manualità (bricolage, cucito...); il 9% invece preferisce attività legate all'espressività come fotografia, disegno, canto, teatro... I corsi relazionali/educativi rappresentano l'8% delle preferenze.



GLI UTENTI, alcune informazioni

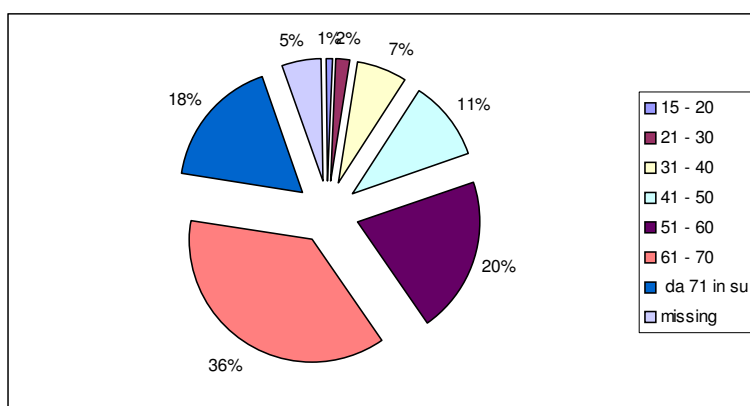
Sesso

Le donne rappresentano l'86% dell'utenza, un trend che viene confermato in tutte le Zone di Decentramento cittadino, dato che andrebbe studiato più a fondo per capire questo profondo gap tra donne e uomini.



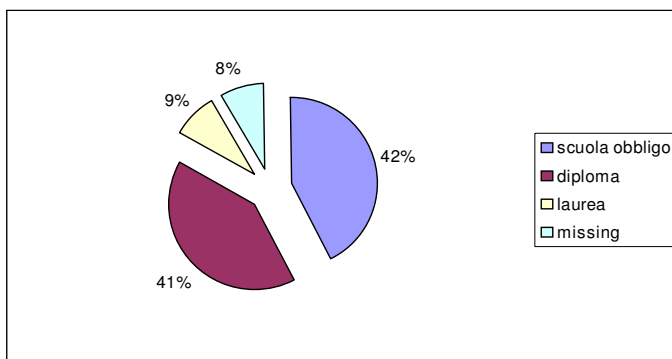
Età

Gli utenti che partecipano alle iniziative promosse sono principalmente adulti e anziani; le persone che hanno dai 51 anni in su rappresentano infatti il 74% del campione. Le attività coinvolgono anche adolescenti e giovani (10% in totale).



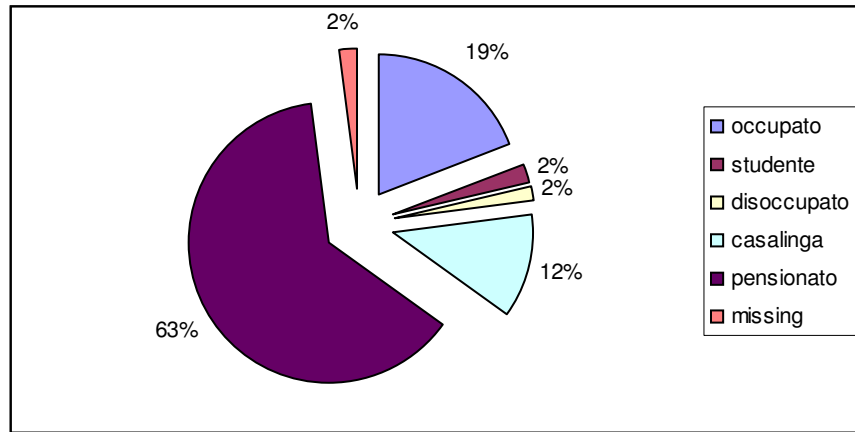
Titolo di studio

Per quanto riguarda il titolo di studio, troviamo una percentuale praticamente uguale di persone che hanno conseguito il diploma 41% o hanno terminato la scuola dell'obbligo 42%. Il 9% ha ottenuto il diploma di laurea, mentre l'8% non ha risposto alla domanda.



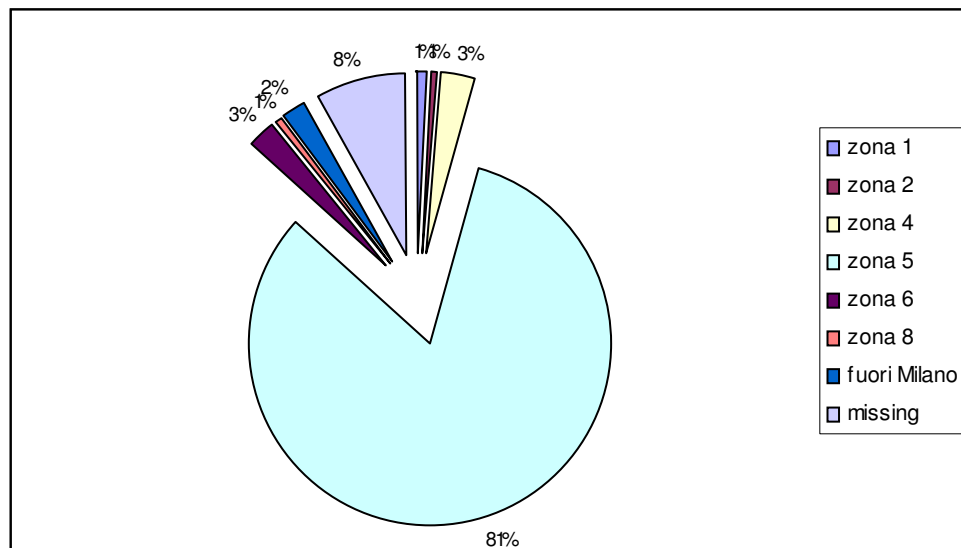
Professione

Il servizio è utilizzato principalmente da persone che sono ritirate dal lavoro (63%), il dato aumenta del 12%, se aggiungiamo le casalinghe, raggiungendo il 75% del campione. Coloro che lavorano sono il 19%; ciò significa che parte delle attività sono organizzate in modo da tenere in conto le esigenze di chi, durante il giorno, non può essere libero di frequentare le sedi CAM. Gli studenti, i disoccupati e chi non ha risposto alla domanda rappresentano il 6%.



Zona di provenienza

L'81% di chi frequenta le attività vive in Zona 5; il 3% arriva sia dalla Zona 4 che dalla Zona 6; il 2% abita fuori Milano probabilmente o lavora o ha degli amici, con cui frequenta un centro, in Zona. L'1% proviene dalla Zona 1, dalla Zona 2 e dalla Zona 8; l'8% del campione non ha risposto alla domanda.



Sono stati elaborati 542 questionari