



**MYSTERY CLIENT  
AZIENDE TRASPORTO PUBBLICO LOCALE  
2012**



# EXECUTIVE SUMMARY – SERVIZIO URBANO

## I risultati generali

- La media complessiva delle valutazioni è pari a 6,6 pt
- La forte eterogeneità delle dimensioni delle aziende e della collocazione geografica fa sì che i risultati generali oscillino in un range di 1,1 pt (da 7,1 a 6,0)

## I risultati di AMI Ferrara

- AMI Ferrara consegue una valutazione media complessiva di 6,6 pt, pari al campione, e si posiziona al 19° posto rispetto alle 34 aziende analizzate per il servizio urbano (56° percentile)
- Le aree fermate, linee e call center fanno segnare la medesima valutazione rispetto al campione:
  - ✓ Per l'area fermate (6,2), superiore rispetto al campione è l'ambito stato (7,3 vs 6,7); da monitorare, in quanto insufficienti ed inferiori rispetto al campione, gli ambiti comunicazione (4,7 vs 5,3) e fruibilità fermata (5,5, vs 5,7). L'area consegue una valutazione maggiore di 0,3 pt rispetto al 2011 (6,2 vs 5,9)
  - ✓ Per l'area linee (6,8) maggiormente performanti rispetto al campione sono in particolare gli ambiti stato esterno (7,1 vs 6,8) e sicurezza (8,0 vs 7,7); quest'ultimo costituisce la best practice. Inferiori rispetto al campione in particolare gli ambiti pulizia mezzo (6,3 vs 6,6) e comunicazione (5,9 vs 6,1). L'area consegue una valutazione inferiore di 0,1 pt rispetto al 2011 (6,8 vs 6,9)
  - ✓ Per l'area call center (6,9) il tempo d'attesa risulta essere inferiore rispetto al campione, e costituisce la best practice (8,0 vs 7,6). L'area registra una buona crescita rispetto al 2011 (6,9 vs 6,3)
- Le aree punti vendita e sito web sono invece inferiori rispetto al campione:
  - ✓ L'area punto vendita registra una valutazione inferiore di 0,2 punti rispetto al campione (6,4 vs 6,6). Inferiori rispetto al campione sono gli ambiti pulizia ed ordine (6,2 vs 6,5) e cortesia e competenza (6,3 vs 6,5). L'area segna una valutazione inferiore di 0,1 pt rispetto al 2011 (6,4 vs 6,5)
  - ✓ L'area sito web consegue una valutazione leggermente insufficiente ed inferiore di 0,6 pt rispetto al campione (5,9 vs 6,5). La minor valutazione è dovuta agli ambiti contenuti (5,8 vs 7,0) ed usabilità (5,5 vs 6,3), entrambi insufficienti. Non si registrano differenze rispetto al 2011

## EXECUTIVE SUMMARY – SERVIZIO EXTRAURBANO

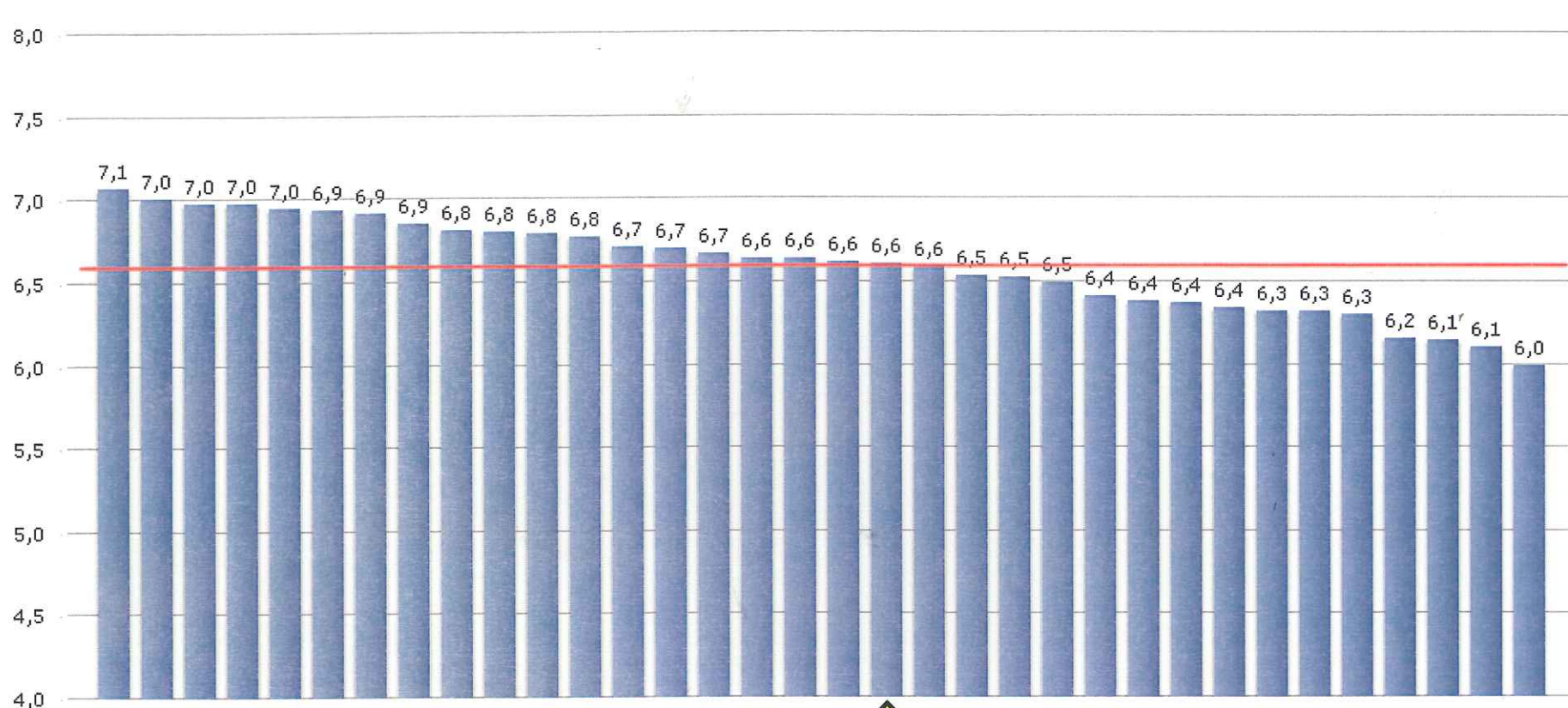
### I risultati generali

- La media complessiva delle valutazioni è pari a 6,5 pt
- La forte eterogeneità delle dimensioni delle aziende e della collocazione geografica fa sì che i risultati generali oscillino in un range di 1,0 pt (da 6,9 a 5,9)

### I risultati di AMI Ferrara

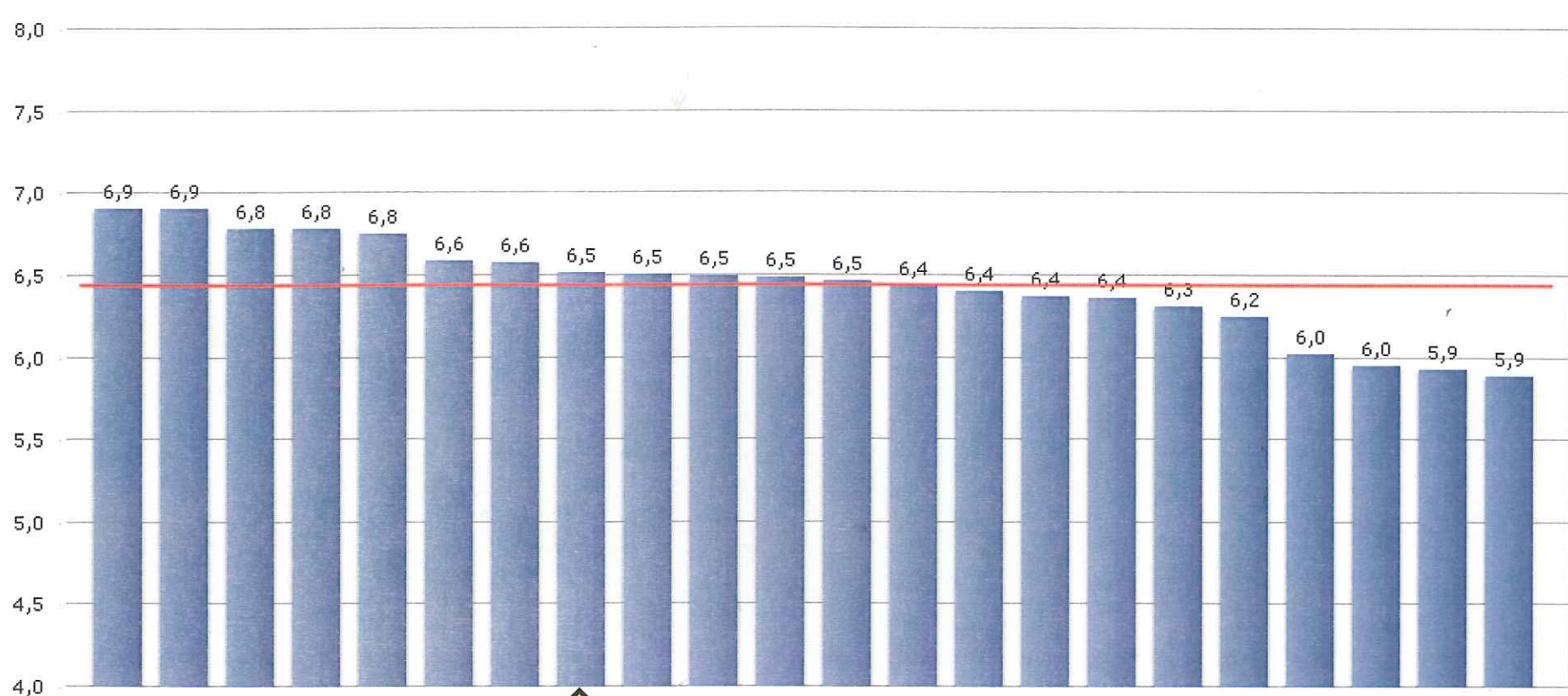
- AMI Ferrara consegue una valutazione media complessiva di 6,5 pt, pari al campione, e si posiziona all' 8° posto rispetto alle 22 aziende analizzate per il servizio extraurbano (36° percentile)
- L'area fermate consegue una valutazione di 0,2 pt superiore rispetto al campione (6,2 vs 6,0). La miglior valutazione è dovuta agli ambiti visibilità (7,2 vs 6,7) e comunicazione (5,5 vs 5,1)
- Le aree punti vendita, linee e call center conseguono la medesima valutazione del campione:
  - ✓ Per i punti vendita (6,5), superiori sono soprattutto gli ambiti comunicazione (7,3 vs 6,5) ed attesa ed emettitrici (7,3 vs 7,0); conseguono invece valutazioni inferiori gli ambiti visibilità insegna (6,3 vs 6,8) e pulizia ed ordine (6,2 vs 6,5)
  - ✓ Per l'area linee (6,7 vs 6,7) maggiormente performanti sono gli ambiti comunicazione (6,2 vs 5,7) e puntualità (7,8 vs 7,4). Migliorabile è invece lo stato esterno (6,0 vs 6,3)
  - ✓ Per l'area call center (6,9) il tempo d'attesa risulta essere inferiore rispetto al campione, e costituisce la best practice (8,0 vs 7,7)
- L'area sito web consegue una valutazione insufficiente ed inferiore di 0,6 pt rispetto al campione (5,7 vs 6,3). Tutti gli ambiti risultano essere insufficienti e meno performanti del campione

# SERVIZIO URBANO – POSIZIONAMENTO PER INDICE SINTETICO



**AMI**  
**19° su 34**  
**56° percentile**

## SERVIZIO EXTRAURBANO – POSIZIONAMENTO PER INDICE SINTETICO



**AMI**  
**8° su 22**  
**36° percentile**