



# SATISFACTION SET

---

**BRIX**  
smart research

# La ricerca



- Tipologia committente: AGENZIA DI MARKETING
- Tipologia azienda oggetto di indagine: PICCOLA CATENA DI NEGOZI DI FERRAMENTA
- Brix utilizzati: SATISFACTION SET

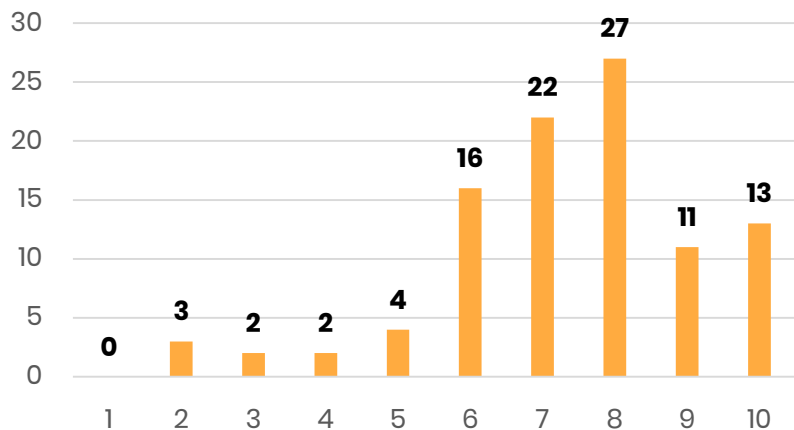
Periodo di rilevazione: dal 08/05/2017 al 10/05/2017

Numero di interviste: 300

Metodologia: CATI – INTERVISTE TELEFONICHE

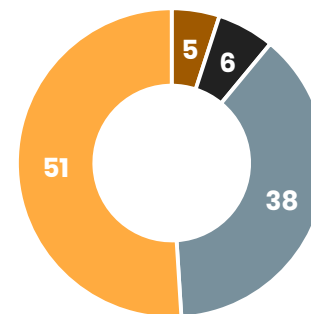
Area di intervento: TRIVENETO – ESTRAZIONE CLIENTI CON PARTITA IVA DAL GESTIONALE DELLA CATENA –  
ESTRAZIONE CASUALE SEMPLICE

## Potrebbe dare una valutazione, con un voto da 1 a 10, alla sua soddisfazione come cliente di «Nome Azienda»?



**Voto medio: 7,4**

**Voto espresso con maggiore frequenza: 8**



■ Molto insoddisfatto

■ Abbastanza insoddisfatto

■ Abbastanza soddisfatto

■ Molto soddisfatto

### Soddisfazione della clientela

Quasi il 90% dei rispondenti ha affermato di essere molto o abbastanza soddisfatto.



## Quali sono i motivi di soddisfazione e di insoddisfazione?

### Motivi di Insoddisfazione

*In generale per tutti i punti vendita:*

- Non poter fare ordini via telefono o mail
- A volte occorre fare un po' di fila per essere serviti
- Orario di apertura limitato il sabato mattina

*Per il punto vendita con incasso in difficoltà:*

- Scarsità di parcheggio nelle vicinanze
- Tempi di reperimento prodotti mancanti non sempre rispettati

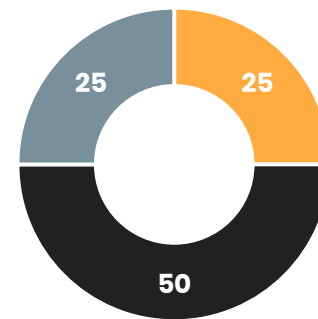
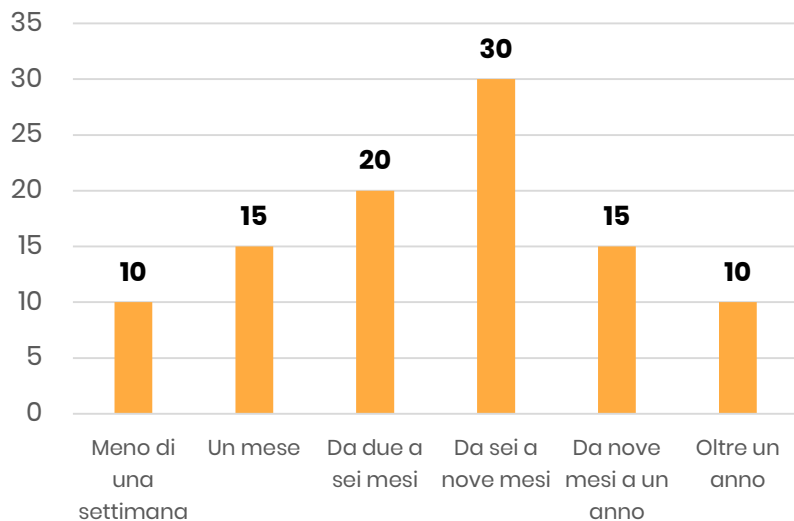
### Motivi di Soddisfazione

*Per tutti:*

- Precisione nella valutazione del preventivo
- Gentilezza e cortesia del personale
- Disponibilità a cercare prodotti particolari



## Potrebbe dirmi quanto tempo è trascorso dall'ultima volta che si è servito da «Nome Azienda»?

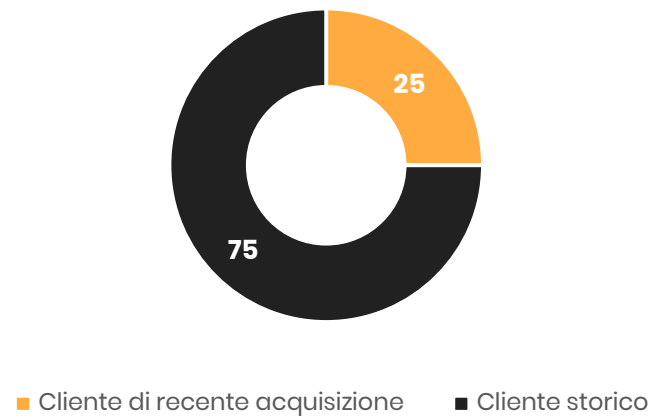
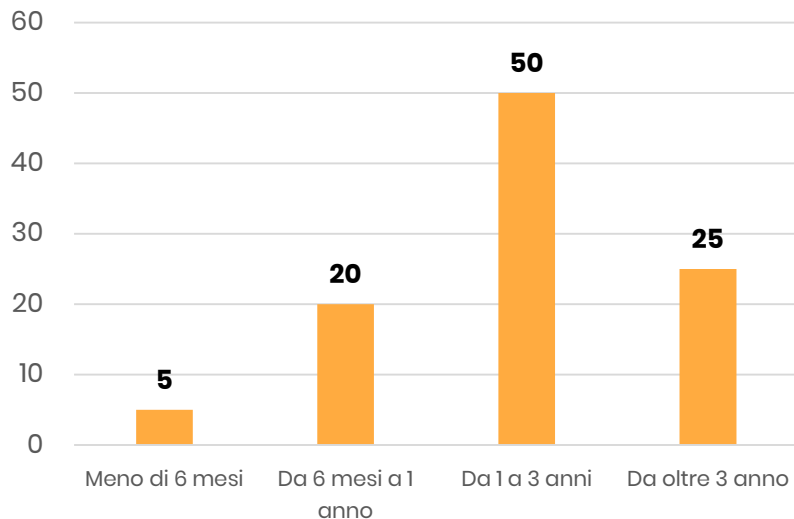


■ Ricordo recente ■ Ricordo medio ■ Ricordo lontano

I clienti intervistati hanno, in generale, una buona frequentazione dei punti vendita. Quasi la metà si sono serviti dei negozi negli ultimi 6 mesi, quindi il loro ricordo è fresco.



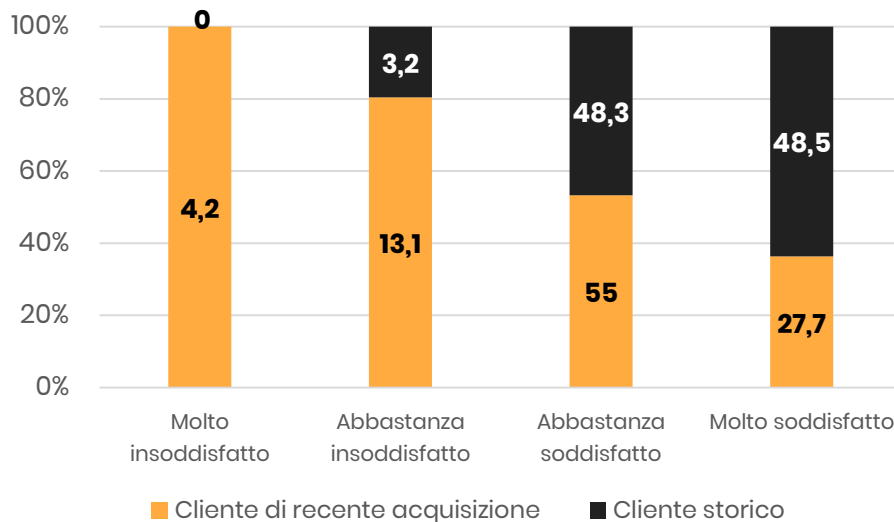
## Potrebbe dirmi da quanto tempo è cliente di «Nome Azienda»?



**3 intervistati su 4 sono clienti storici**, ovvero si dichiarano clienti da oltre un anno.



## Incrocio tra soddisfazione come cliente di «Nome Azienda» e anzianità di relazione



La forza della catena risiede nella **fidelizzazione**. I **clienti insoddisfatti** sono, quasi esclusivamente, di **recente acquisizione**. La soddisfazione aumenta con il passare del tempo e, probabilmente, con la conoscenza delle esigenze e dinamiche reciproche.

## Come «La Ferramenta» potrebbe per migliorare le proprie performances nel servire la propria clientela?



- Trovare una **soluzione per il parcheggio** (per i clienti del punto vendita che ha questo problema)
- Studiare un **sistema di scontistica** per i clienti consolidati (raccolta punti/omaggio)
- **Avvertire tempestivamente** quando un prodotto ordinato è in ritardo
- Elasticità negli **orari**
- Poter fare **ordini via mail** o messaggistica

### Note qualitative aggiuntive:

A livello qualitativo qualche cliente ha suggerito di applicare uno sconto (o effettuare un rimborso) pari al costo del parchimetro per i clienti consolidati.

Alcuni clienti vorrebbero poter ordinare via mail o messaggistica alcuni prodotti da ritirare, poi, presso il punto vendita. Si rilevano dei problemi legati ai ritmi dei cantieri.