



INDAGINE SODDISFAZIONE CLIENTI Anno 2025



PRESENTAZIONE	3
IL QUESTIONARIO.....	4
ANALISI DATI INDAGINE FARMACIA COMUNALE 1.....	7
ANALISI DATI INDAGINE FARMACIA COMUNALE 2	13
ANALISI DATI INDAGINE FARMACIA COMUNALE 3	19
ANALISI COMPARATIVA INDAGINE	25
PROFILO DELLA FREQUENZA E INDICE DI FIDELIZZAZIONE.....	26
ANALISI DELLA QUALITÀ DEL SERVIZIO E PERSONALE.....	27
SERVIZI AGGIUNTIVI E DOMANDA INESPRESSA.....	31
VALUTAZIONE GENERALE DELL'ESPERIENZA	34
RIEPILOGO DEI DATI - DASHBOARD.....	35
VALUTAZIONE DEI DATI.....	36

PRESENTAZIONE

La società **Farmacie Comunali S.r.l.** ha avviato nel corso dell'anno 2025 una campagna di ascolto dell'utenza, sottoponendo ai clienti della società una serie di quesiti fruibili in maniera rapida e snella al momento dell'accesso ad una delle farmacie comunali presenti sul territorio comunale di Porto Sant'Elpidio. Essendo la prima volta che la società effettua questa indagine, possiamo ritenerci soddisfatti del riscontro che la stessa ha avuto verso l'utenza che ha frequentato le nostre tre sedi.

Un primo ringraziamento è doveroso nei confronti di tutti coloro che hanno fornito la loro risposta permettendo alla società **Farmacie Comunali S.r.l.** di svolgere una prima valutazione e misurazione delle prestazioni fornite.

Un secondo ringraziamento, non meno importante, è doveroso verso i tre direttori di farmacie e verso il personale che nelle nostre sedi opera con professionalità e disponibilità, senza la loro collaborazione non saremmo riusciti di certo a poter portare a conclusione tale indagine-

Il nostro intento è quello di migliorare le capacità di ascolto dei clienti e di valutare la qualità dei servizi erogati per consentire alla nostra organizzazione di poter fornire, anche mediante i suggerimenti forniti, un valore aggiunto nell'ambito di un pubblico servizio importante, come quello da noi erogato. Sicuramente uno modello di riferimento per attuare il miglioramento è la misurazione della soddisfazione dell'utente (customer satisfaction).

Le farmacie comunali di Porto Sant'Elpidio gestite dalla società **Farmacie Comunali S.r.l.** hanno effettuato l'indagine di "customer satisfaction 2025", con lo scopo di capire il livello di soddisfazione dell'utenza, misurando al contempo punti di qualità e punti di criticità dei servizi resi. Ciò allo scopo di attuare quelle iniziative che permettano un costante miglioramento dei servizi, fino al raggiungimento di elevati standard di qualità.

Il personale delle farmacie svolge un'attività di pubblico servizio erogando farmaci su prescrizione medica, farmaci da banco, servizi vari (misurazione della pressione, ecg, ed altre prestazioni erogabili dalla cosiddetta "farmacia di servizi") ma soprattutto si pone come punto di riferimento per quanto riguarda la tutela e la prevenzione della salute della persona.

Obiettivo dell'indagine è quello di valutare il grado di soddisfazione e la qualità del servizio erogato dalle **Farmacie Comunali S.r.l.** in maniera tale da apportare tutte le migliorie possibili, anche a fronte dei suggerimenti forniti.

L'indagine consente di conoscere i bisogni e le attese degli utenti e si rivela un utile supporto per la definizione e la realizzazione degli obiettivi di miglioramento dei servizi erogati dalle farmacie comunali.

IL QUESTIONARIO

Il questionario è lo strumento di base che viene utilizzato per l'effettuazione della indagine. Si tratta di un insieme di domande che mirano a raccogliere le informazioni oggetto di indagine e dà l'opportunità di ottenere una classificazione omogenea delle informazioni raccolte.

Il questionario utilizzato è strutturato nel seguente modo:

- una parte iniziale di carattere generale;
- una seconda parte relativa a valutazioni sulla erogazione dei farmaci ed in generale dei prodotti da banco e dei servizi
- sono anche disponibili due domande a risposta aperta per la raccolta di eventuali suggerimenti forniti dal cliente.

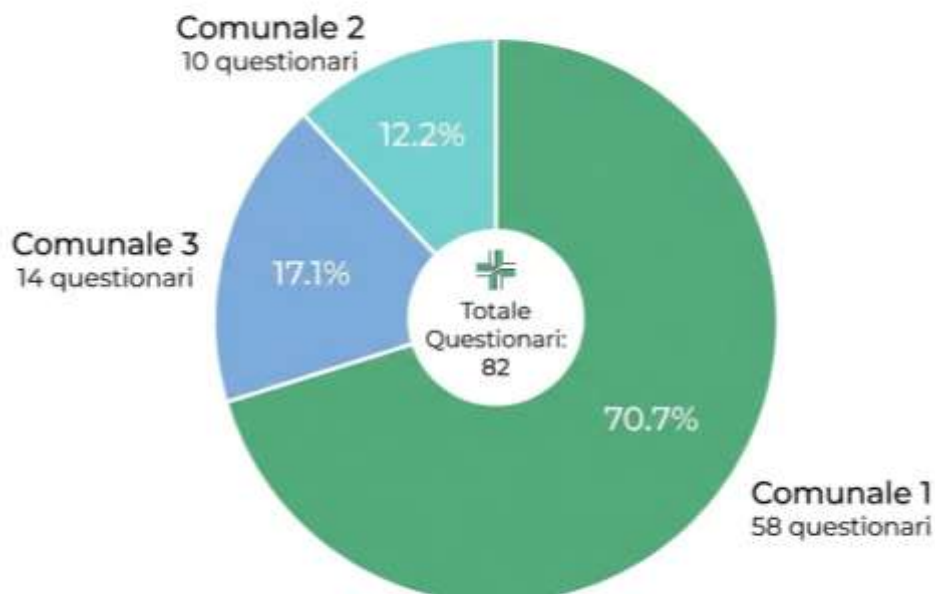
Le risposte si avvalgono della seguente scala di valutazione mista che ha, in ogni caso l'obiettivo di valutare la qualità in ogni risposta fornita.

I questionari di soddisfazione clienti sono stati messi a disposizione nelle tre farmacie comunali del territorio nel periodo maggio / luglio 2025.

L'indagine è stata condotta attraverso la somministrazione di questionari di gradimento ai clienti delle tre sedi comunali con l'obiettivo di valutare la qualità percepita del servizio.

Il campione totale raccolto è di **82 questionari**, così ripartiti:

Distribuzione Questionari per Farmacia



Di seguito viene riportato il questionario proposto agli utenti di tutte le strutture gestite dalla società **Farmacie Comunali S.r.l.**

QUESTIONARIO DI SODDISFAZIONE CLIENTI

*Grazie per dedicarci qualche minuto
per migliorare il nostro servizio!
Le sue risposte resteranno anonime.*



1. Quale sede frequenta abitualmente?

- Sede 1
- Sede 2
- Sede 3

2. Con quale frequenza visita la nostra farmacia?

- Tutti i giorni
- 1-2 volte a settimana
- 1-2 volte al mese
- Raramente

3. Come valuta la cortesia e la disponibilità del personale?

- Eccellente
- Buona
- Sufficiente
- Insufficiente

4. Come valuta i tempi di attesa per essere servito?

- Molto brevi
- Accettabili
- Troppo lunghi

5. Trova facilmente i prodotti di cui ha bisogno?

- Sì, sempre
- Spesso sì
- Qualche volta no
- No, spesso non li trovo

**6. Come giudica la chiarezza delle informazioni ricevute
(es. uso dei farmaci, consigli, ecc.)?**

- Molto chiare
- Abbastanza chiare
- Poco chiare
- Confuse

**7. Ha mai usufruito di servizi aggiuntivi
(es. misurazione pressione, test)?**

- Sì
- No

Se sì, come valuta la sua esperienza?

- Molto soddisfacente
- Soddisfacente
- Poco soddisfacente

8. C'è qualcosa che vorrebbe trovare in farmacia che oggi manca?
(Spazio per risposta aperta)

9. In generale, come valuta la sua esperienza nella nostra farmacia?

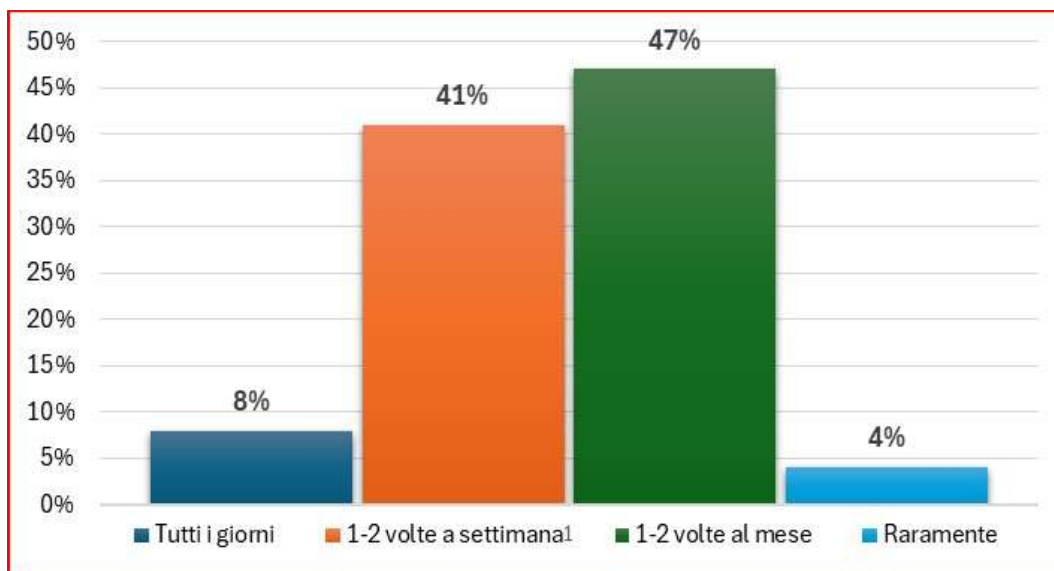
- Molto positiva
- Positiva
- Neutra
- Negativa

10. Ha suggerimenti o commenti da lasciarci?
(Spazio per risposta aperta)

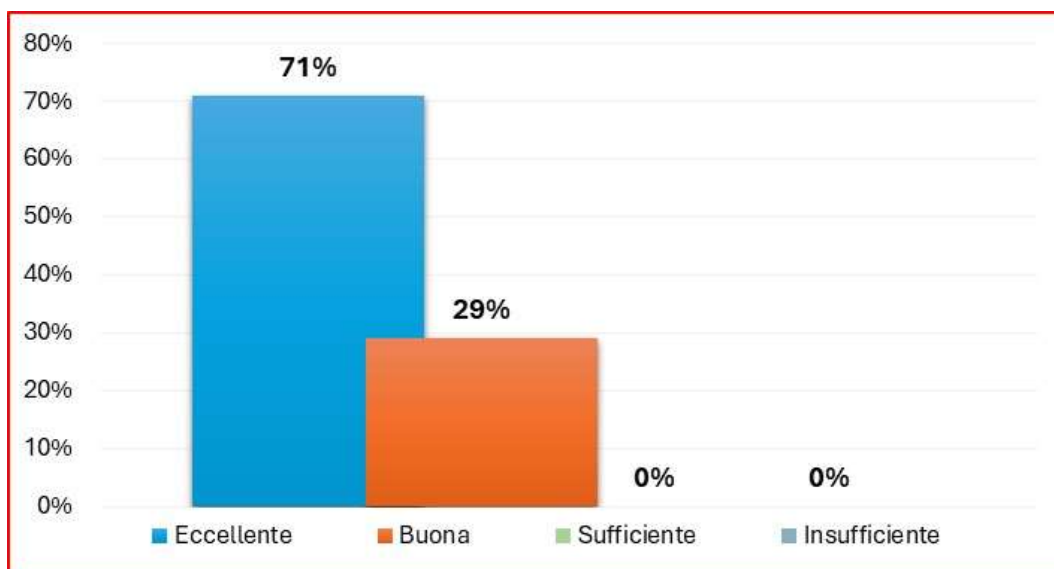
ANALISI DATI INDAGINE FARMACIA COMUNALE 1

Totale questionari ricevuti: **Nr. 58**

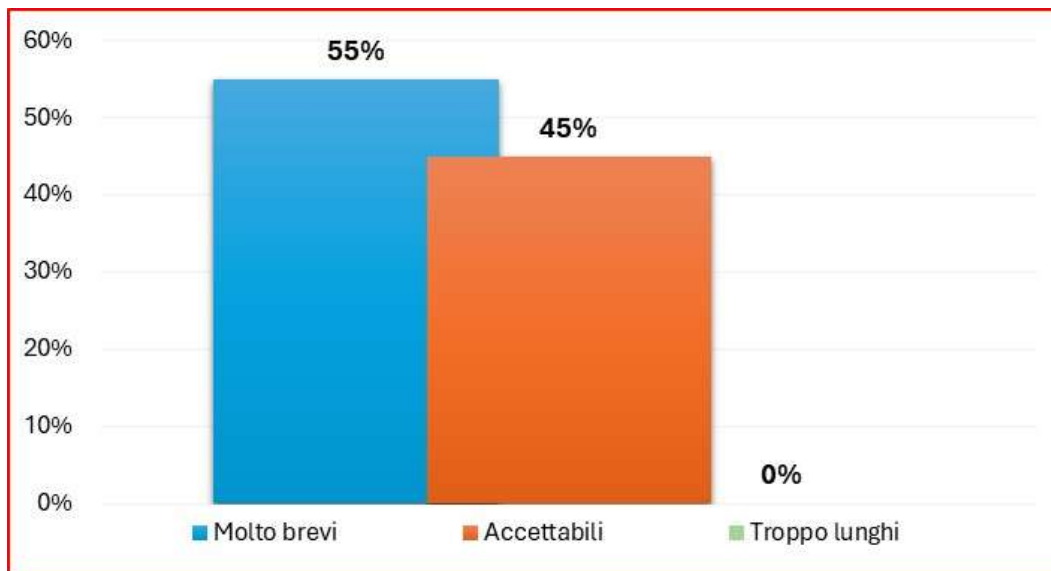
2) Con quale frequenza visita la nostra farmacia	Tutti i giorni	1-2 volte a settimana	1-2 volte al mese	Raramente
	8%	41%	47%	4%
	5	24	27	2



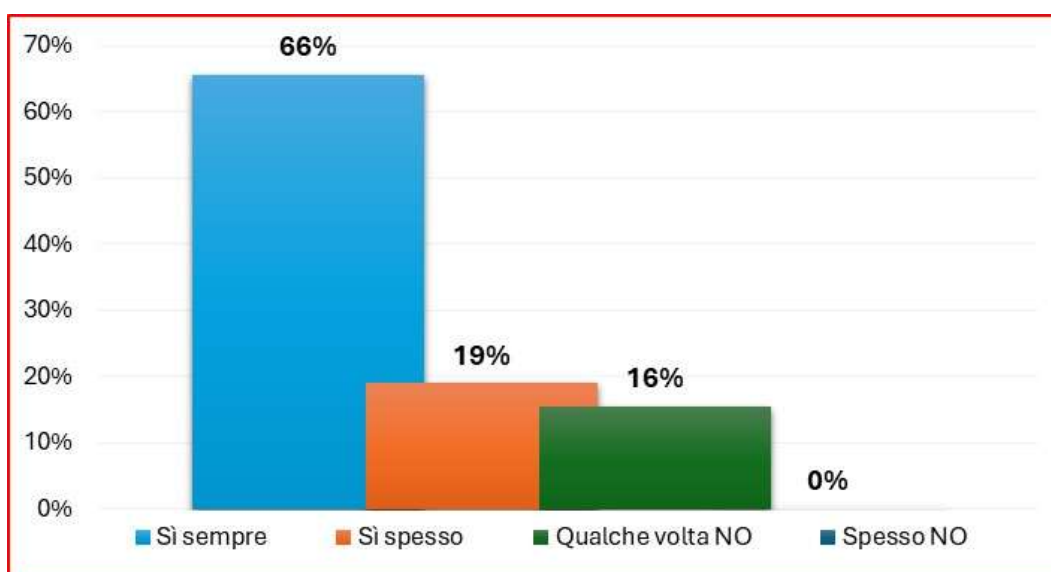
3) Come valuta la cortesia e disponibilità del personale	Eccellente	Buona	Sufficiente	Insufficiente
	71%	29%	0%	0%
	41	17	-	-



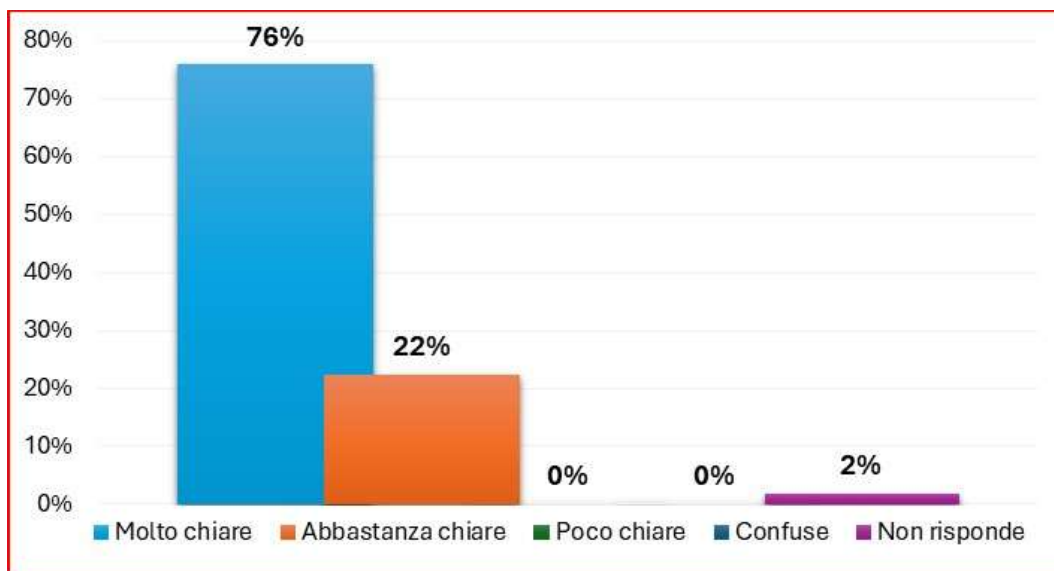
4) Come valuta i tempi di attesa per essere servito	Molto brevi	Accettabili	Troppo lunghi
	55%	45%	0%
	32	26	-



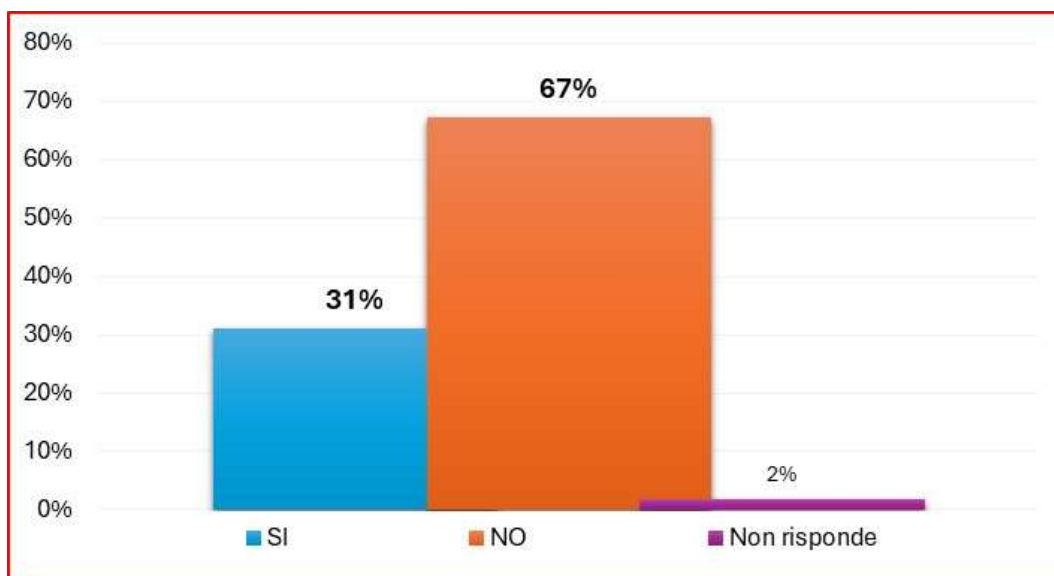
5) Trova facilmente i prodotti di cui ha bisogno	Sì sempre	Sì spesso	Qualche volta NO	Spesso NO
	66%	19%	16%	0%
	38	11	9	0



6) Come giudica la chiarezza delle informazioni ricevute	Molto chiare	Abbastanza chiare	Poco chiare	Confuse	Non risponde
	76%	22%	0%	0%	2%
	44	13	0	0	1

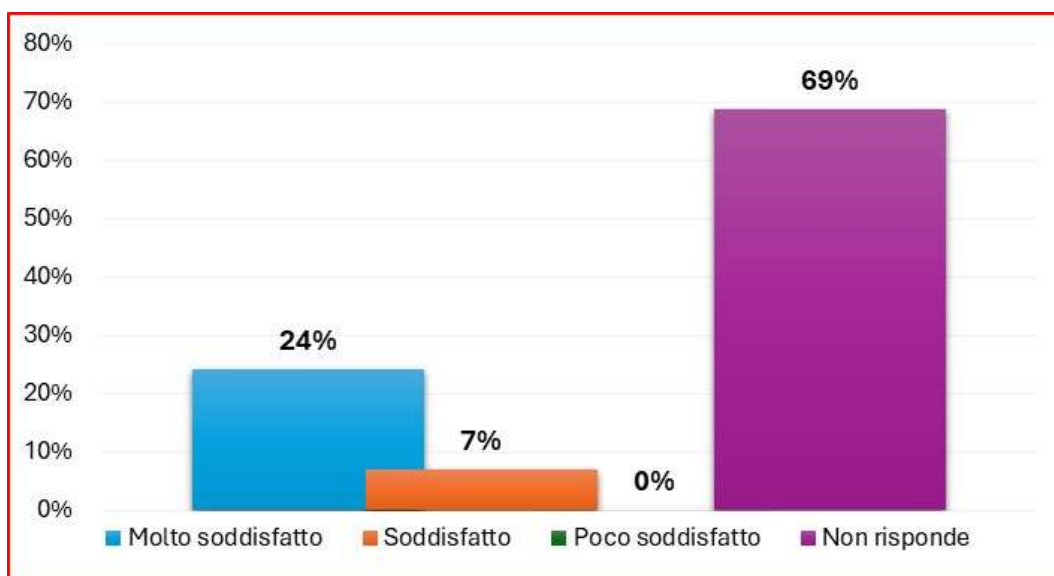


7) Ha mai usufruito dei servizi aggiuntivi	SI	NO	Non risponde
	31%	67%	2%
	18	39	1

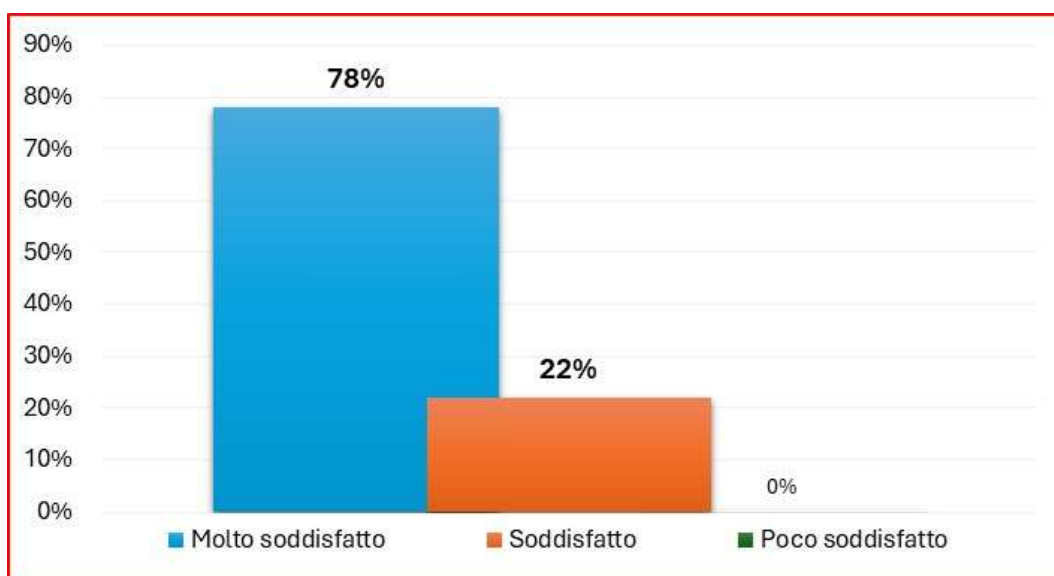


Tenuto conto della risposta precedente

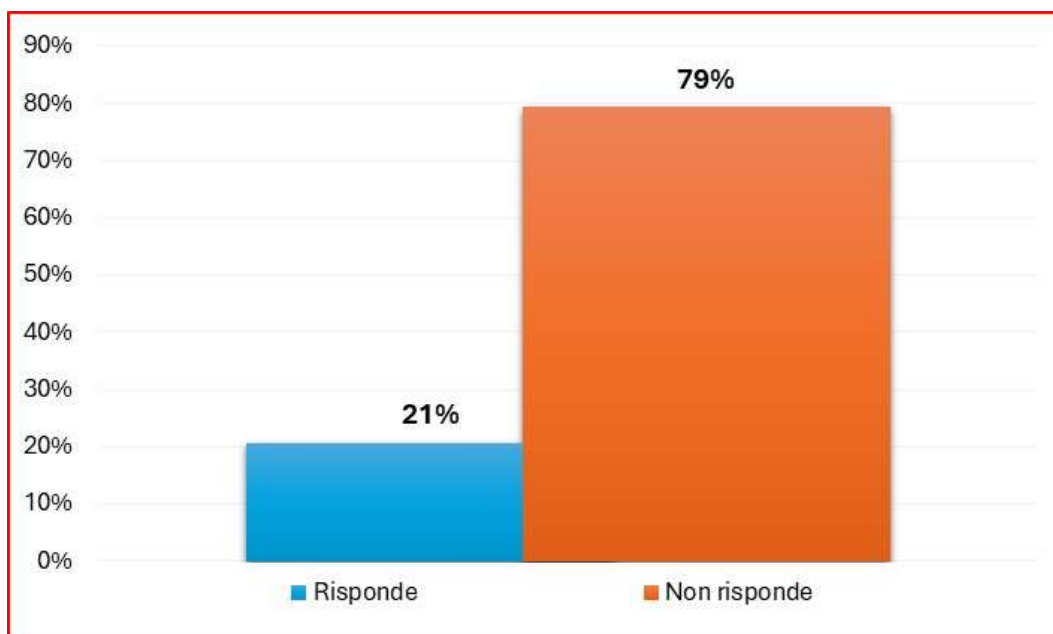
	Molto soddisfatto	Soddisfatto	Poco soddisfatto	Non risponde
7bis) Se si come valuta la sua esperienza	24%	7%	0%	69%
	14	4	0	40



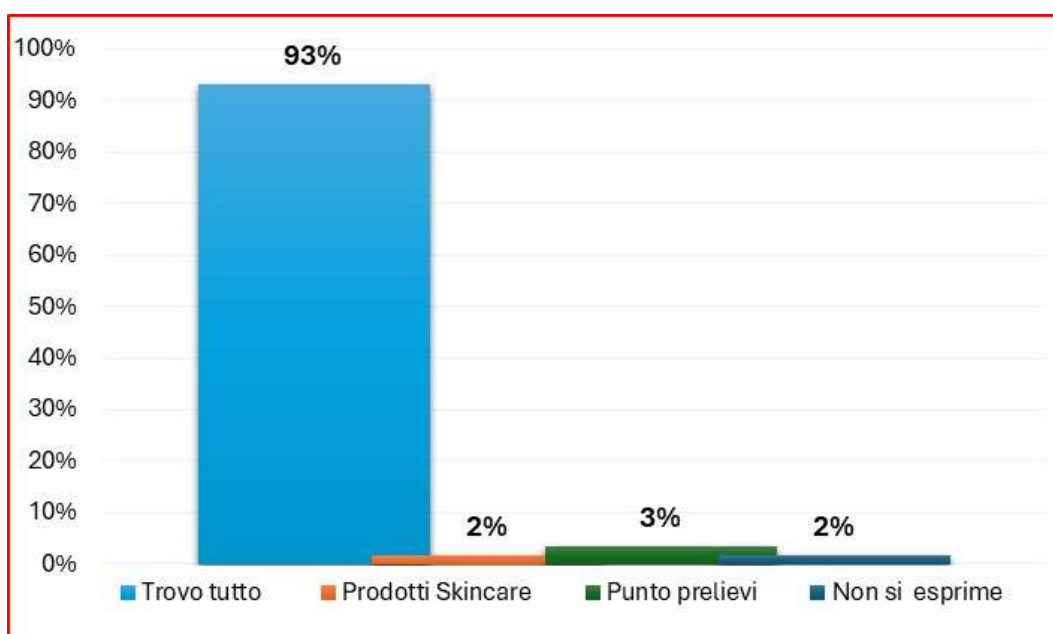
Solo 18 clienti hanno fornito una risposta, tenendo conto solo delle risposte fornite il 78% si dichiara “Molto soddisfatto” ed il restante 22% “Soddisfatto”, nessun utente esprime un livello di insoddisfazione.



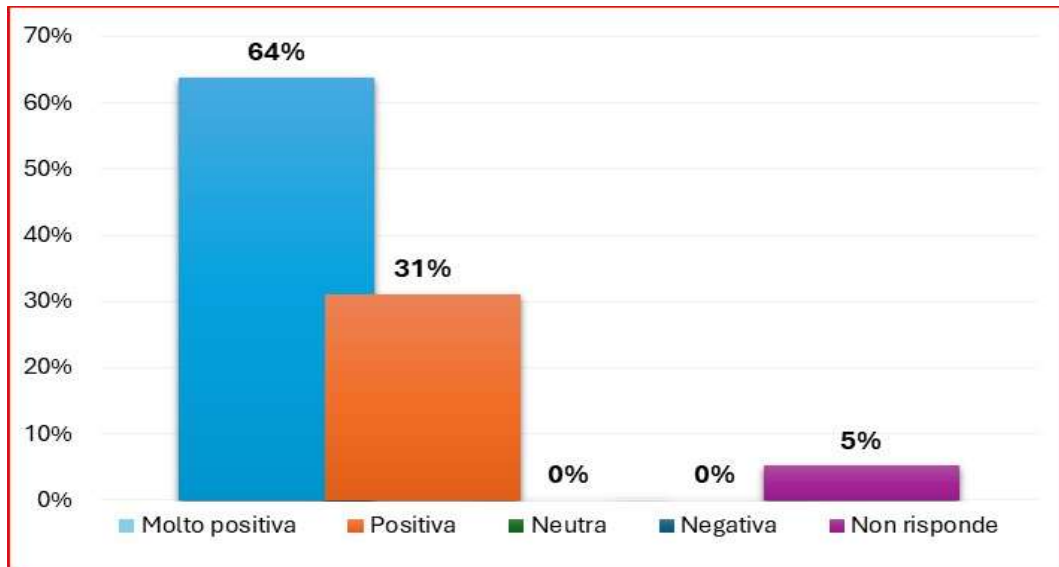
8) C'è qualcosa che vorrebbe trovare in farmacia che oggi manca	Risponde	Non risponde
	21%	79%
	12	46



Abbiamo assunto la mancata risposta equivalente al fatto che non ci siano cose che mancano all'interno della farmacia da segnalare. Alla luce di tale assunto e tenuto conto della indicazioni fornite dalle risposte descrittive possiamo fare la seguente classificazione.

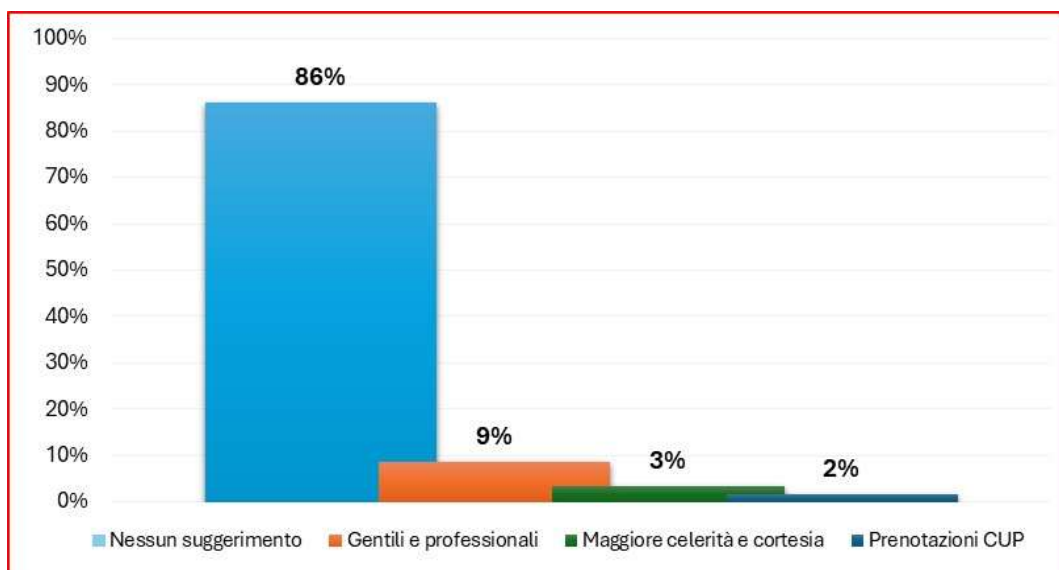


9) In generale come valuta la sua esperienza nella nostra farmacia	Molto positiva	Positiva	Neutra	Negativa	Non Risponde
	64%	31%	0%	0%	5%
	37	18	0	0	3



Il livello di soddisfazione è al 95% anche tenendo conto del 5% di risposte “non classificabili” in quanto non fornite

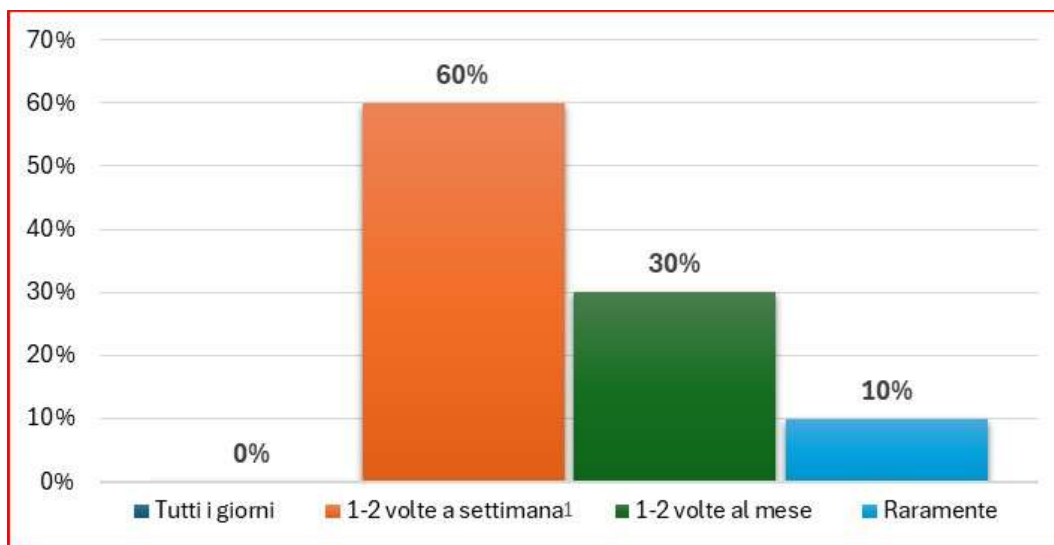
10) Hai dei suggerimenti o commenti da lasciarci	Nessun suggerimento	Gentilezza e disponibilità	Maggiore celerità e cortesia	Prenotazione CUP
	86%	9%	3%	2%
	50	5	2	1



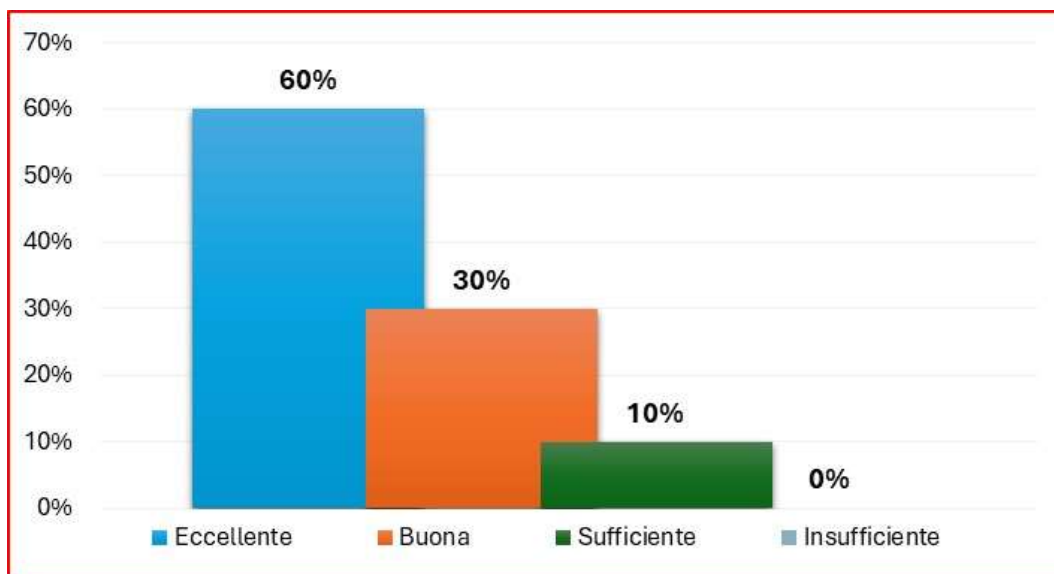
ANALISI DATI INDAGINE FARMACIA COMUNALE 2

Totale questionari ricevuti: **Nr. 10**

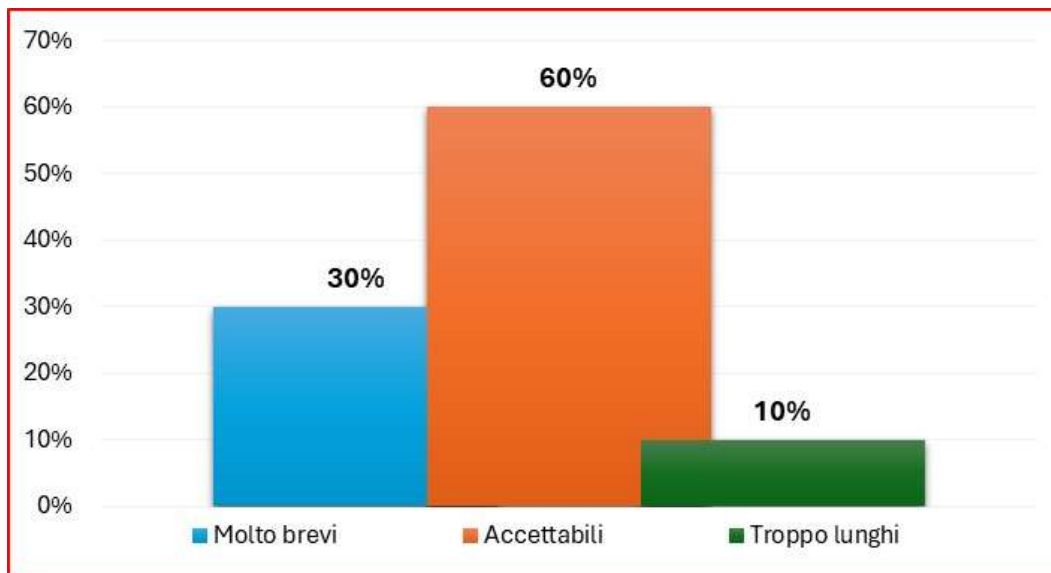
2) Con quale frequenza visita la nostra farmacia	Tutti i giorni	1-2 volte a settimana	1-2 volte al mese	Raramente
	0%	60%	30%	10%
	0	6	3	1



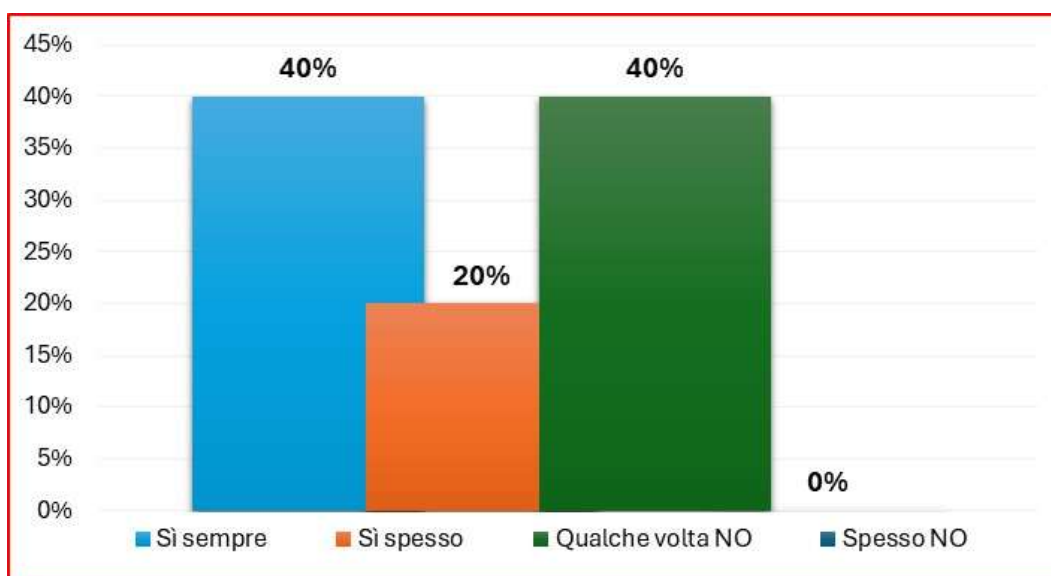
3) Come valuta la cortesia e disponibilità del personale	Eccellente	Buona	Sufficiente	Insufficiente
	60%	30%	10%	0%
	6	3	1	0



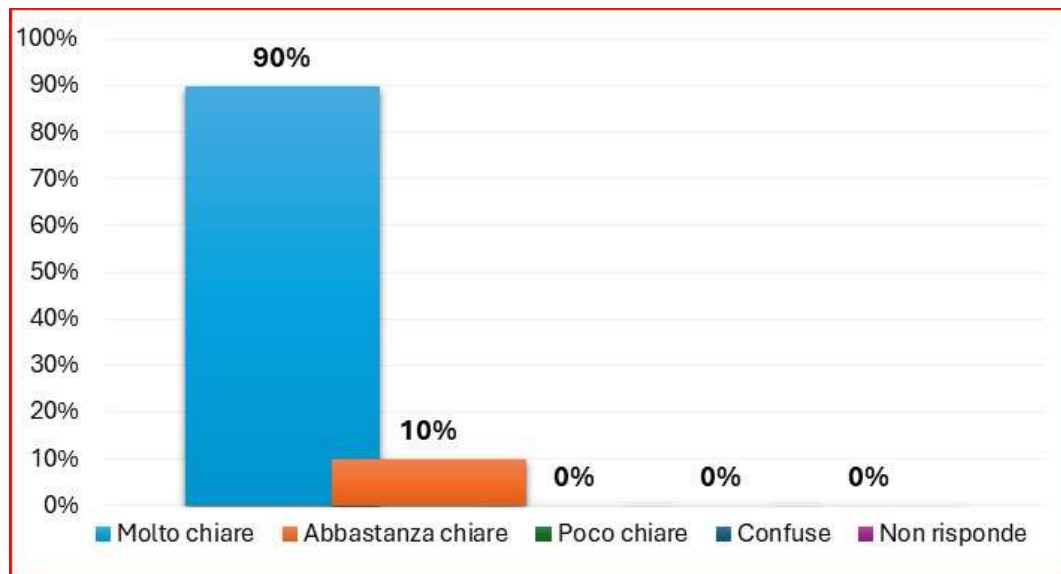
4) Come valuta i tempi di attesa per essere servito	Molto brevi	Accettabili	Troppo lunghi
	30%	60%	10%
	3	6	1



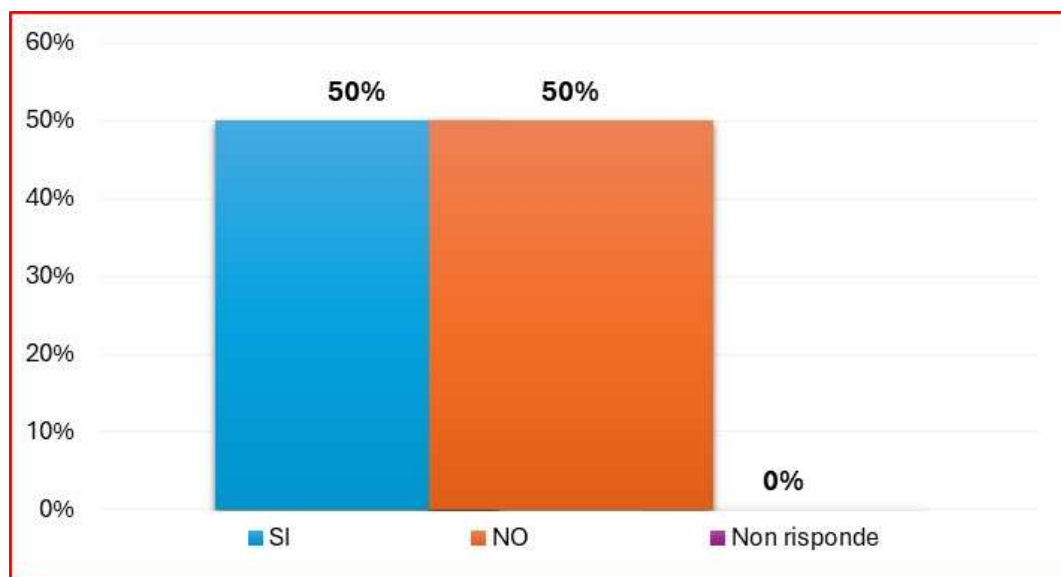
5) Trova facilmente i prodotti di cui ha bisogno	Sì sempre	Sì spesso	Qualche volta NO	Spesso NO
	40%	20%	40%	0%
	4	2	4	0



6) Come giudica la chiarezza delle informazioni ricevute	Molto chiare	Abbastanza chiare	Poco chiare	Confuse	Non risponde
	90%	10%	0%	0%	0%
	9	1	0	0	0

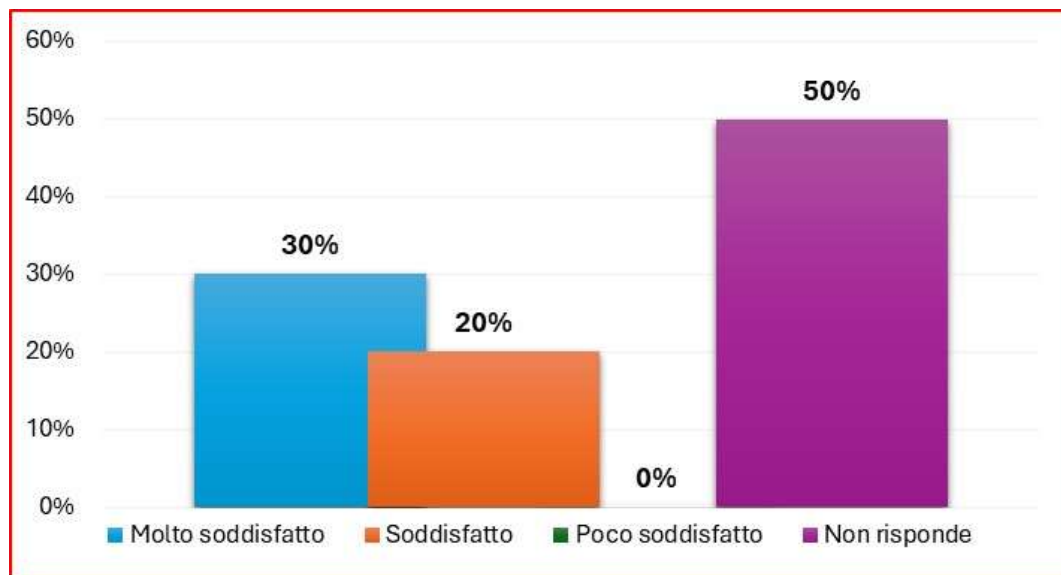


7) Ha mai usufruito dei servizi aggiuntivi	SI	NO	Non risponde
	50%	50%	0%
	5	5	0

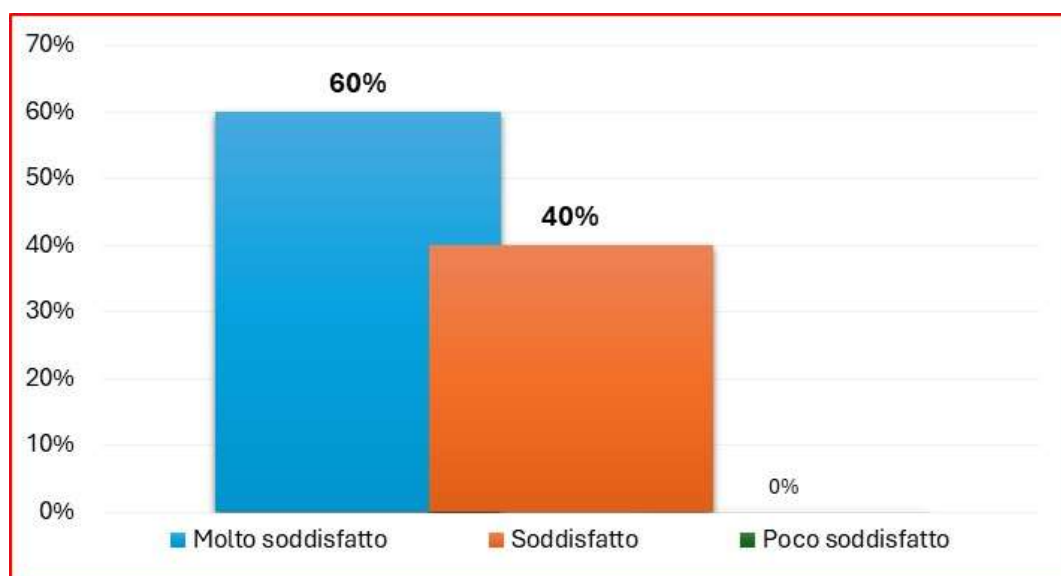


Tenuto conto della risposta precedente

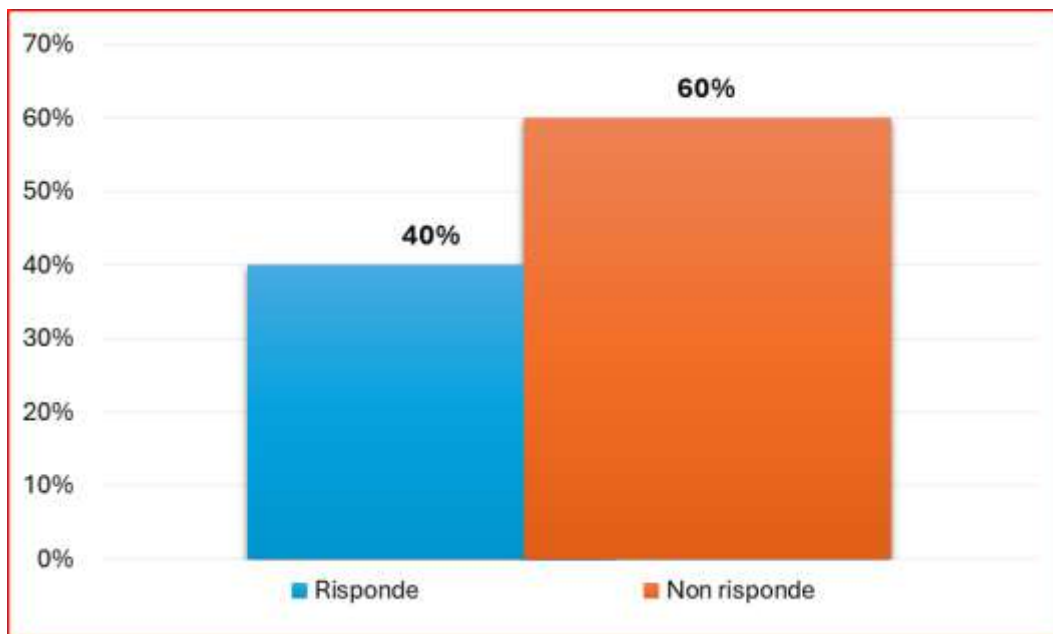
	Molto soddisfatto	Soddisfatto	Poco soddisfatto	Non risponde
7bis) Se si come valuta la sua esperienza	24%	7%	0%	69%
	14	4	0	40



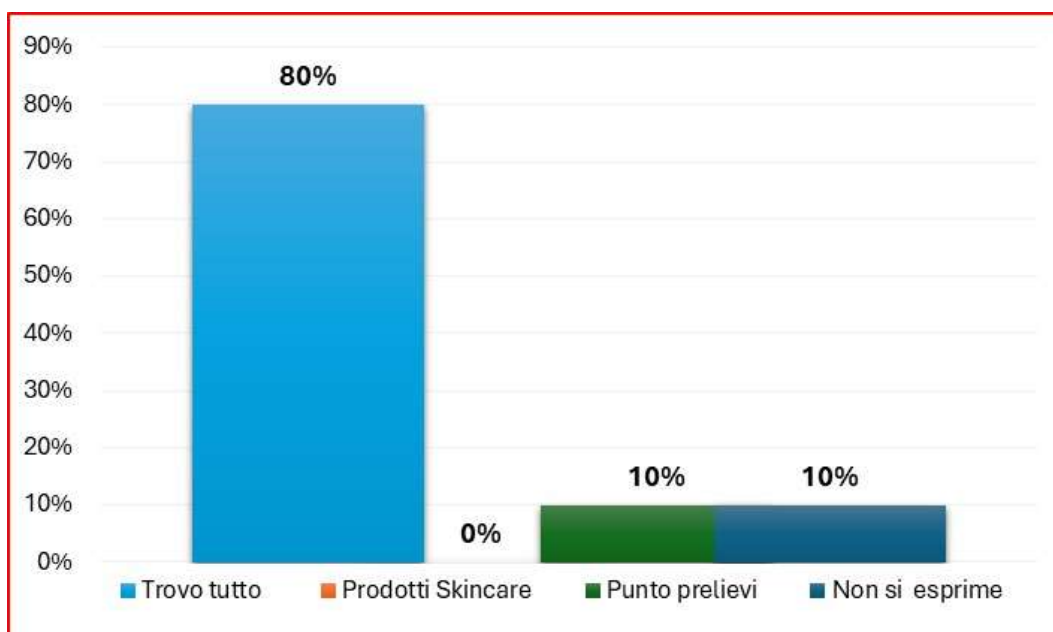
Solo 5 clienti hanno fornito una risposta, tenendo conto solo delle risposte fornite il 60% si dichiara “Molto soddisfatto” ed il restante 40% “Soddisfatto”, nessun utente esprime un livello di insoddisfazione.



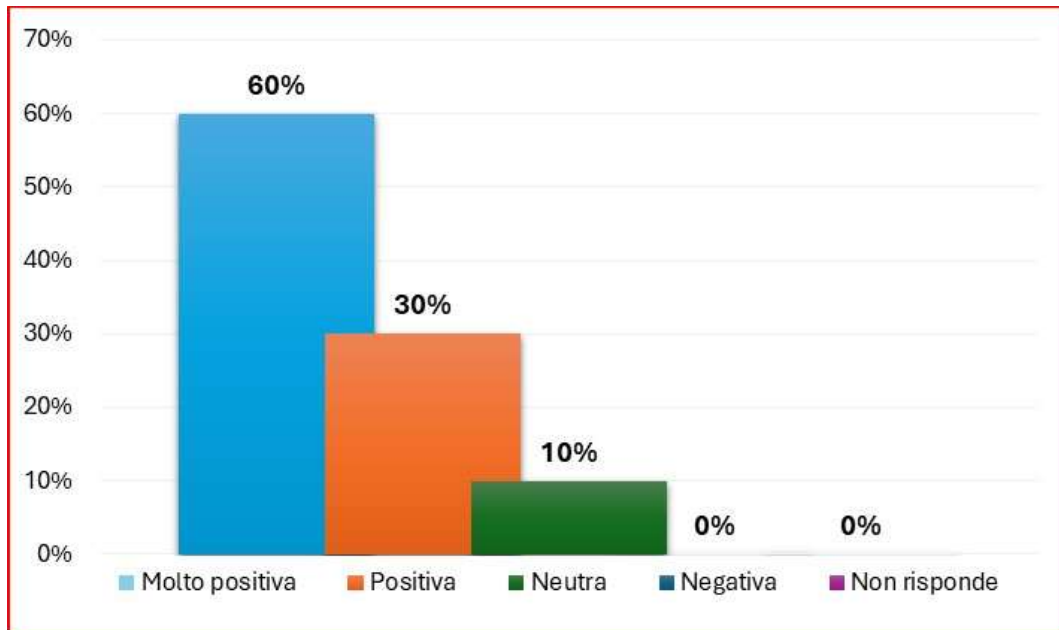
8) C'è qualcosa che vorrebbe trovare in farmacia che oggi manca	Risponde	Non risponde
	40%	60%
	4	6



Abbiamo assunto la mancata risposta equivalente al fatto che non ci siano cose che mancano all'interno della farmacia da segnalare. Alla luce di tale assunto e tenuto conto delle indicazioni fornite dalle risposte descrittive possiamo fare la seguente classificazione.

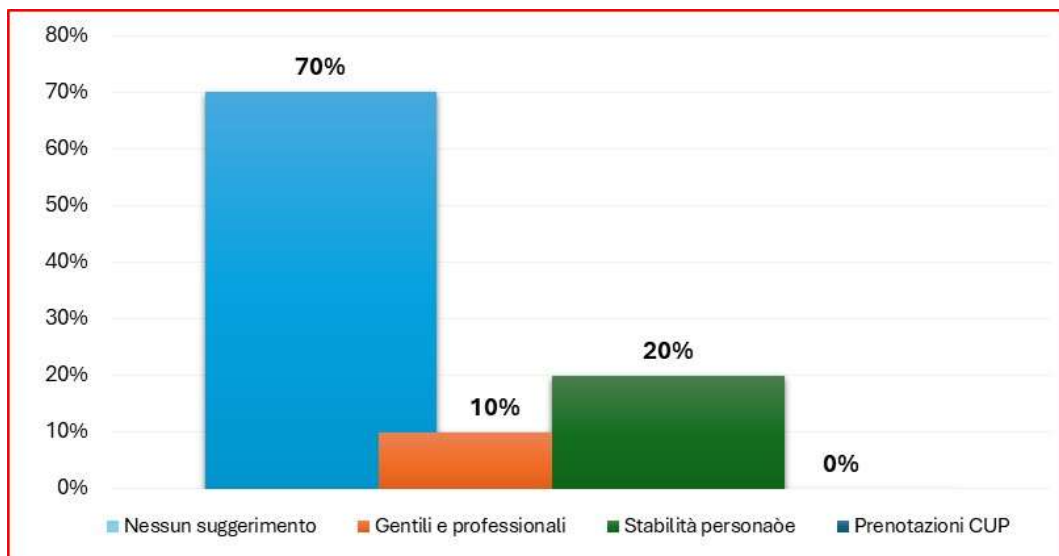


9) In generale come valuta la sua esperienza nella nostra farmacia	Molto positiva	Positiva	Neutra	Negativa	Non Risponde
	60%	30%	10%	0%	0%
	6	3	1	0	0



Il livello di soddisfazione è al 90%

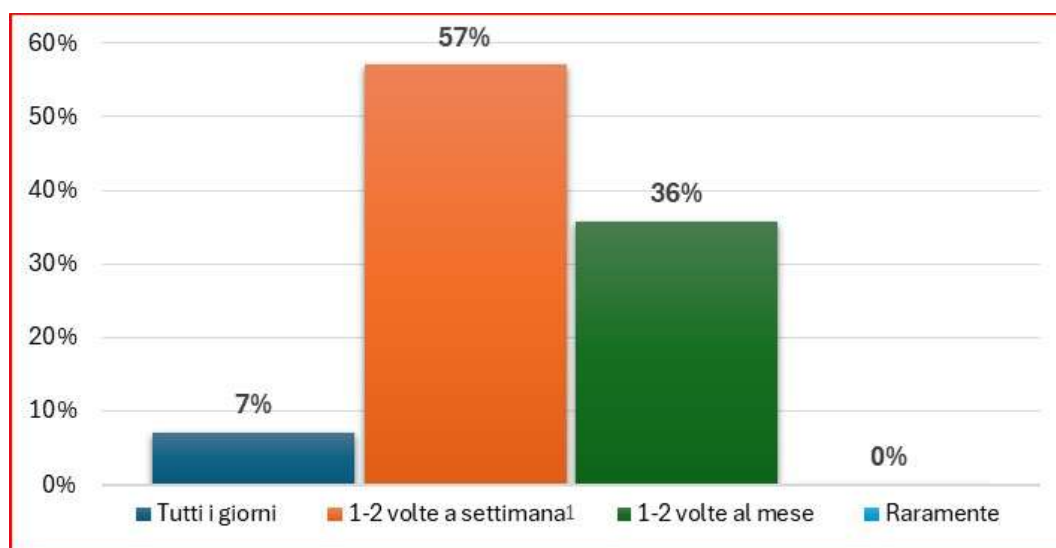
10) Hai dei suggerimenti o commenti da lasciarci	Nessun suggerimento	Gentilezza e disponibilità	Stabilità del personale	Prenotazione CUP
	70%	10%	20%	0%
	7	1	2	0



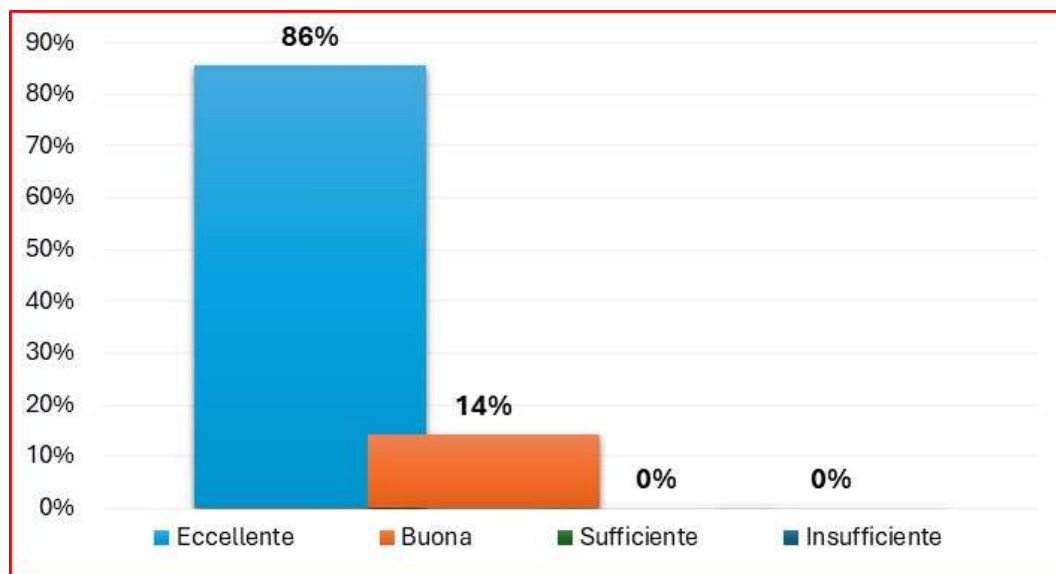
ANALISI DATI INDAGINE FARMACIA COMUNALE 3

Totale questionari ricevuti: **Nr. 14**

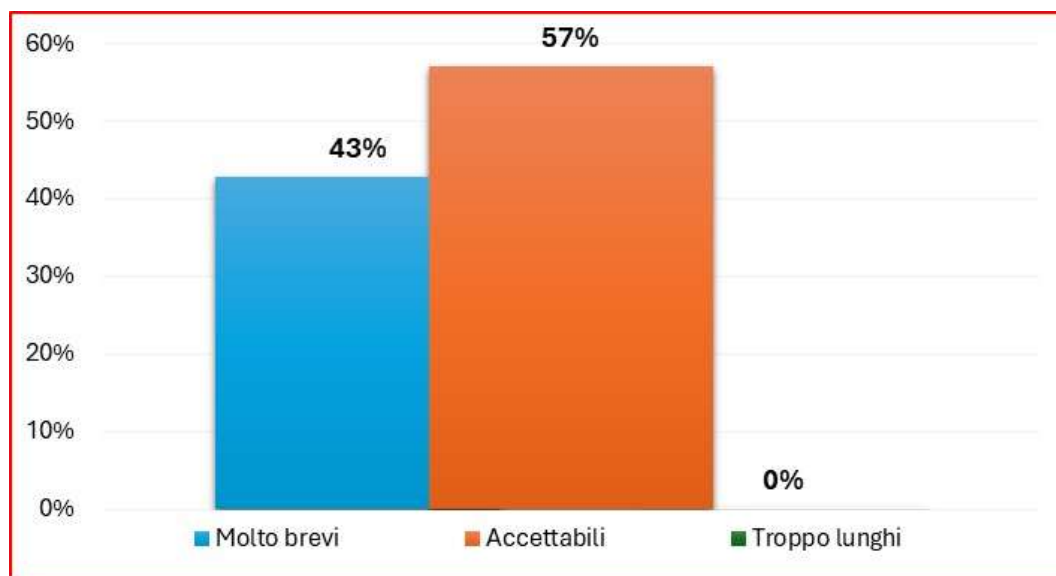
2) Con quale frequenza visita la nostra farmacia	Tutti i giorni	1-2 volte a settimana	1-2 volte al mese	Raramente
	7%	57%	26%	0%
	1	8	5	0



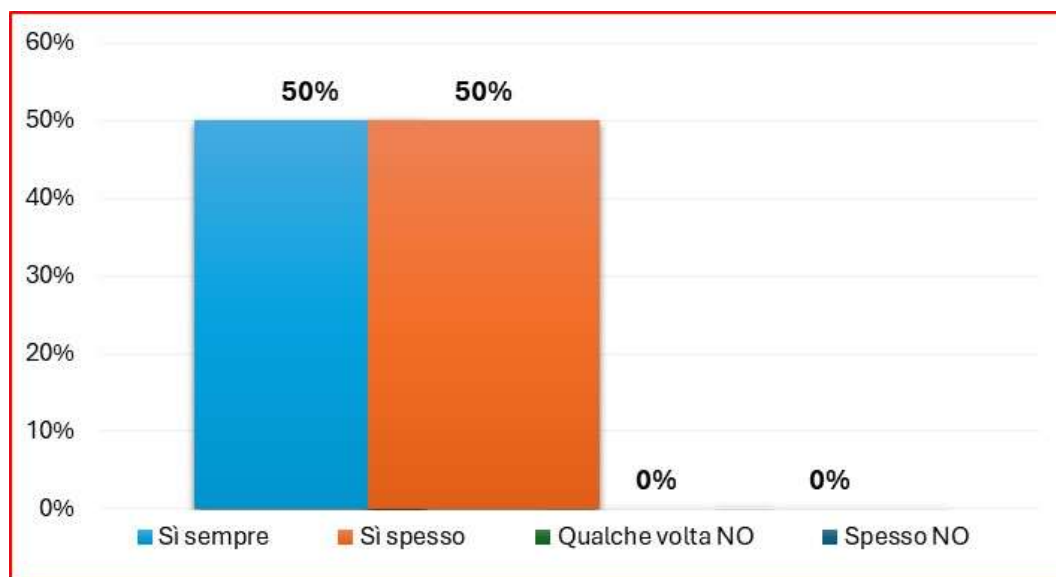
3) Come valuta la cortesia e disponibilità del personale	Eccellente	Buona	Sufficiente	Insufficiente
	86%	14%	0%	0%
	12	2	0	0



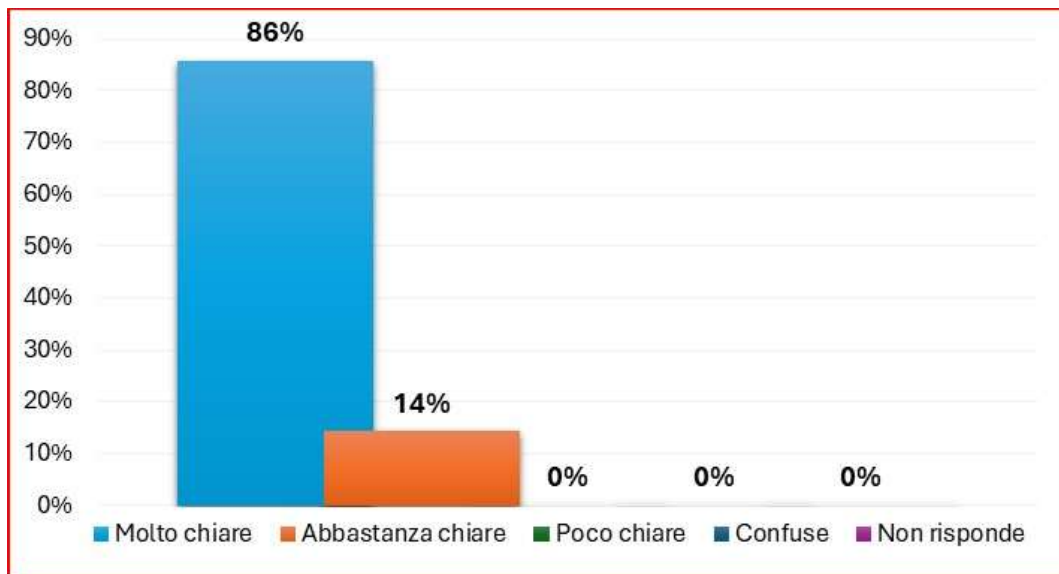
4) Come valuta i tempi di attesa per essere servito	Molto brevi	Accettabili	Troppo lunghi
	43%	57%	0%
	6	8	0



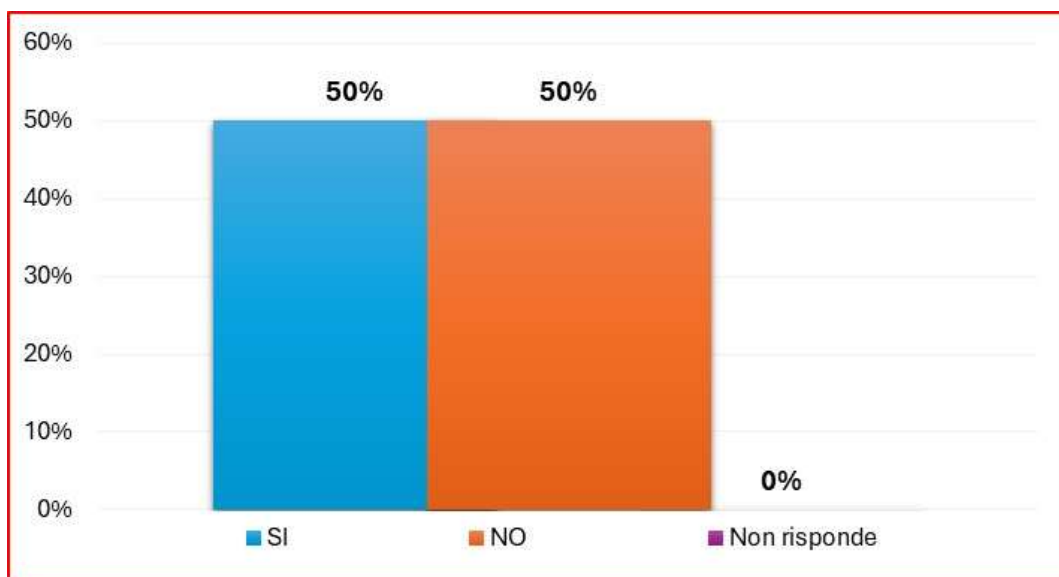
5) Trova facilmente i prodotti di cui ha bisogno	Sì sempre	Sì spesso	Qualche volta NO	Spesso NO
	50%	50%	0%	0%
	7	7	0	0



6) Come giudica la chiarezza delle informazioni ricevute	Molto chiare	Abbastanza chiare	Poco chiare	Confuse	Non risponde
	86%	14%	0%	0%	0%
	12	2	0	0	0

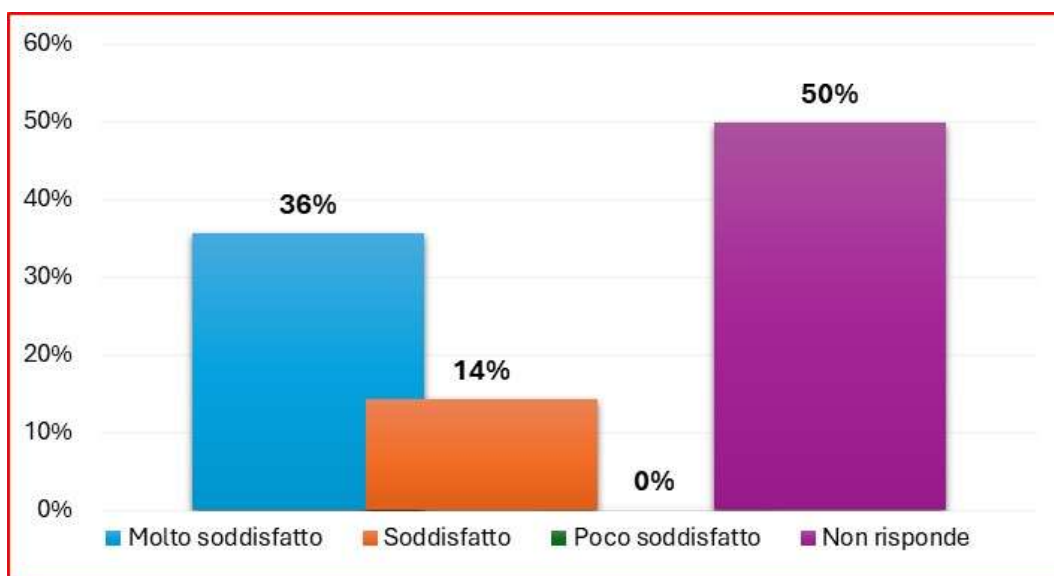


7) Ha mai usufruito dei servizi aggiuntivi	SI	NO	Non risponde
	50%	50%	0%
	7	7	0

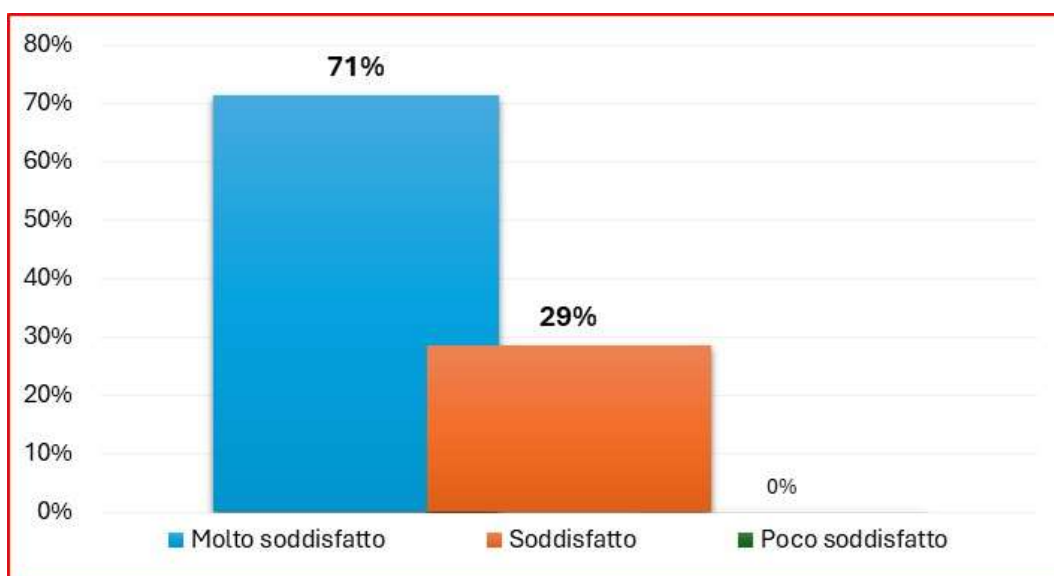


Tenuto conto della risposta precedente

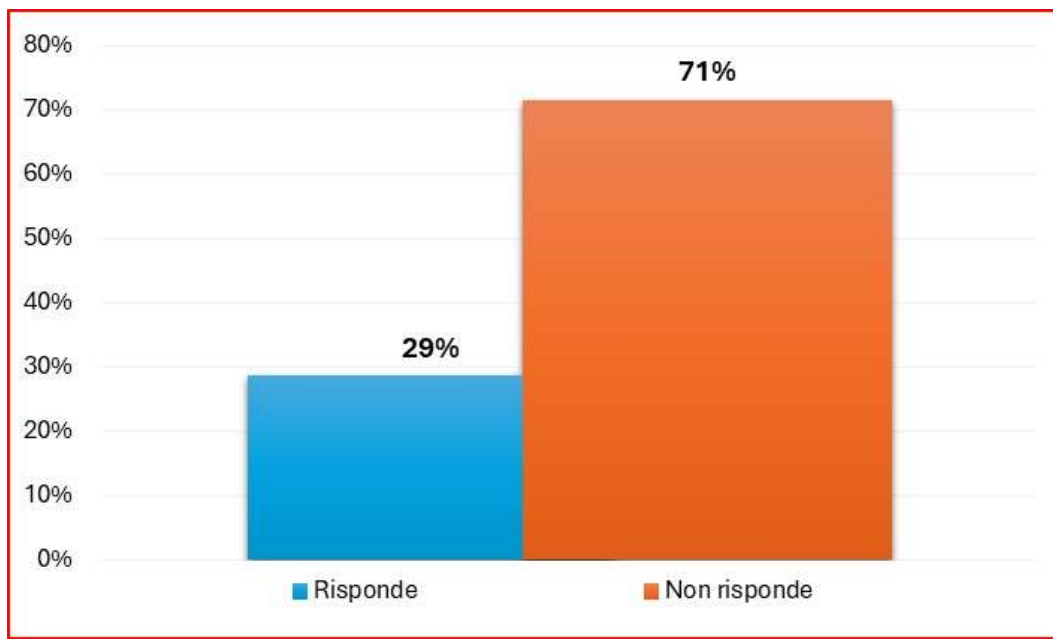
	Molto soddisfatto	Soddisfatto	Poco soddisfatto	Non risponde
7bis) Se si come valuta la sua esperienza	36%	14%	0%	50%
	5	2	0	7



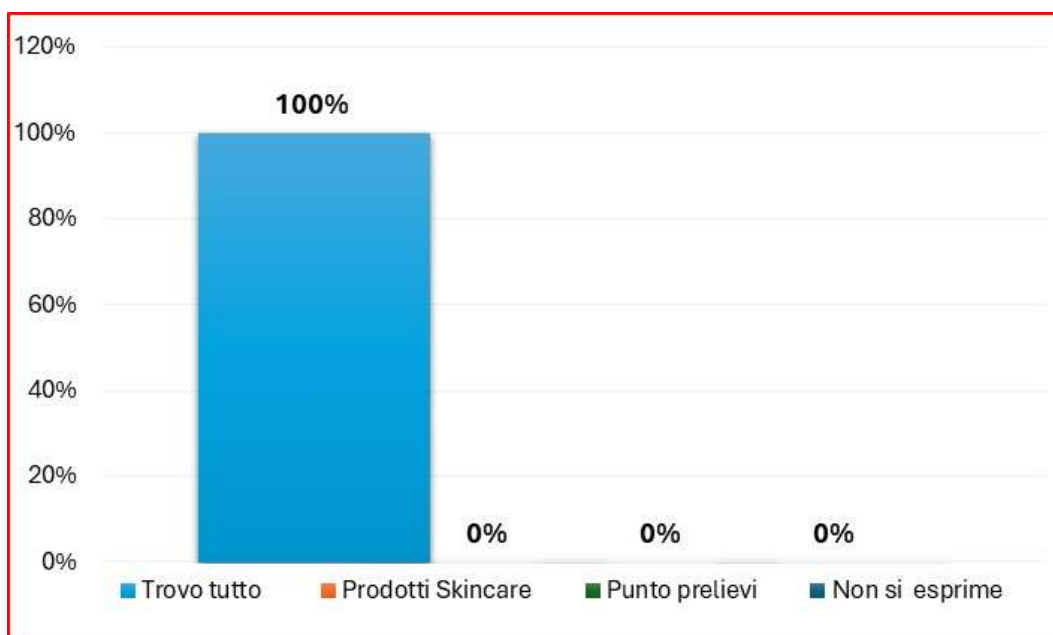
Solo 7 clienti hanno fornito una risposta, tenendo conto solo delle risposte fornite il 71% si dichiara “Molto soddisfatto” ed il restante 29% “Soddisfatto”, nessun utente esprime un livello di insoddisfazione.



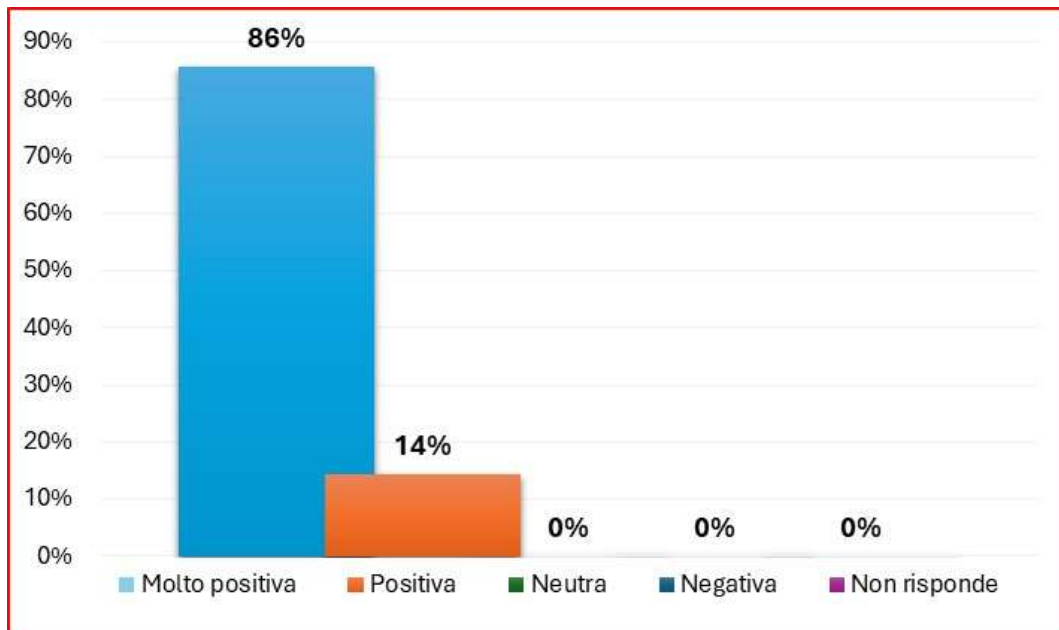
8) C'è qualcosa che vorrebbe trovare in farmacia che oggi manca	Risponde	Non risponde
	29%	71%
	4	10



Abbiamo assunto la mancata risposta equivalente al fatto che non ci siano cose che mancano all'interno della farmacia da segnalare. Alla luce di tale assunto e tenuto conto delle indicazioni fornite dalle risposte descrittive possiamo fare la seguente classificazione.

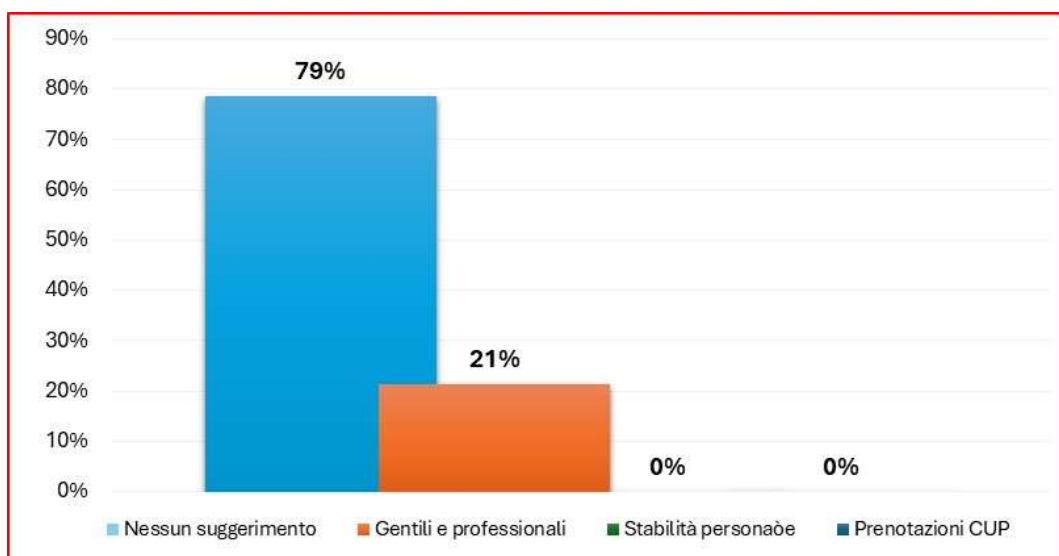


9) In generale come valuta la sua esperienza nella nostra farmacia	Molto positiva	Positiva	Neutra	Negativa	Non Risponde
	86%	14%	0%	0%	0%
	12	2	0	0	0



Il livello di soddisfazione è al 100%

10) Hai dei suggerimenti o commenti da lasciarci	Nessun suggerimento	Gentilezza e disponibilità	Stabilità del personale	Prenotazione CUP
	79%	21%	0%	0%
	11	3	0	0



ANALISI COMPARATIVA INDAGINE

Domanda	Comunale 1	Comunale 2	Comunale 3
1) Quale sede frequenta abitualmente	71%	12%	17%
2) Con quale frequenza visita la nostra farmacia	47%	60%	57%
	1-2 volte al mese	1-2 volte a settimana	1-2 volte a settimana
3) Come valuta la cortesia e disponibilità del personale	71%	60%	86%
	Eccellente	Eccellente	Eccellente
4) Come valuta i tempi di attesa per essere servito	55%	60%	57%
	Molto brevi	Accettabili	Accettabili
5) Trova facilmente i prodotti di cui ha bisogno	66%	40%	50%
	Sì sempre	Sì sempre	Sì sempre
6) Come giudica la chiarezza delle informazioni ricevute	76%	90%	86%
	Molto chiare	Molto chiare	Molto chiare
7) Ha mai usufruito dei servizi aggiuntivi	67%	50%	50%
	NO	NO	NO
7Bis) Se sì come valuta la sua esperienza	78%	60%	71%
	Molto soddisfacente	Molto soddisfacente	Molto soddisfacente
8) C'è qualcosa che vorrebbe trovare in farmacia che oggi manca	79%	60%	71%
	Non risponde	Non risponde	Non risponde
Trova tutto	93%	80%	100%
9) In generale come valuta la sua esperienza nella nostra farmacia	64%	60%	86%
	Molto positiva	Molto positiva	Molto positiva
10) Ha dei suggerimenti e commenti da lasciarci	86%	70%	79%
	Nessun suggerimento	Nessun suggerimento	Nessun suggerimento
Gentilezza e professionalità	9%	10%	21%

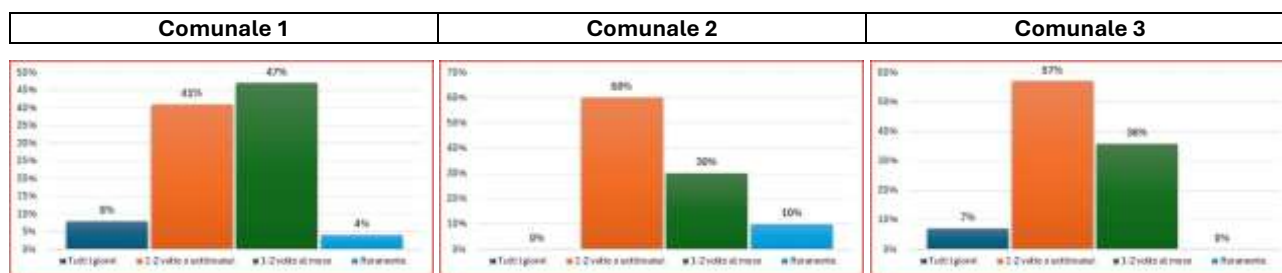
PROFILO DELLA FREQUENZA E INDICE DI FIDELIZZAZIONE

1. FREQUENZA UTILIZZO FARMACIA

La frequenza di visita mostra dinamiche differenti tra le sedi:

- ❗ **Comunale 1:** Presenta una base di utenti abituale che raggiunge complessivamente il **96%** del campione, con un **49%** che usufruisce dei servizi con frequenza settimanale.
- ❗ **Comunale 2:** Presenta una base di utenti abituale che raggiunge complessivamente il **90%** del campione, con un **60%** che usufruisce dei servizi con frequenza settimanale.
- ❗ **Comunale 3:** Presenta una base di utenti abituale che raggiunge complessivamente il **totale** del campione, con un **64%** che usufruisce dei servizi con frequenza settimanale.

La farmacia Comunale 1 risulta essere la più frequentata giornalmente (8%), mentre la comunale 2 e 3 mostrano una marcata frequenza settimanale. L'indice di fidelizzazione medio ponderato è del **95,96%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Per calcolare l'indice di fidelizzazione medio ponderato, si è proceduto ad analizzare "cosa stiamo pesando".

In statistica, il peso viene dato alla "numerosità" o all'importanza del gruppo che ha espresso il dato. In questo caso, i tuoi pesi sono le percentuali di risposta (la distribuzione del campione):

- **Farmacia 1:** 71% (0,71)
- **Farmacia 2:** 12% (0,12)
- **Farmacia 3:** 17% (0,17)

Il Calcolo della Media Ponderata

La formula applicata è: **Indice = (Valore_1 * Peso_1) + (Valore_2 * Peso_2) + (Valore_3 * Peso_3)**

Farmacia	Fidelizzazione (Valore)	Peso (Campione)	Calcolo
1	96%	0,71	0,6816
2	90%	0,12	0,1080
3	100%	0,17	0,1700
TOTALE		1,00	0,9596

L'indice di fidelizzazione medio ponderato è il **95,96%**.

Analisi del risultato

Il numero è molto vicino al valore del **1** (96%) perché quel locale rappresenta la stragrande maggioranza del tuo campione (il 71%).

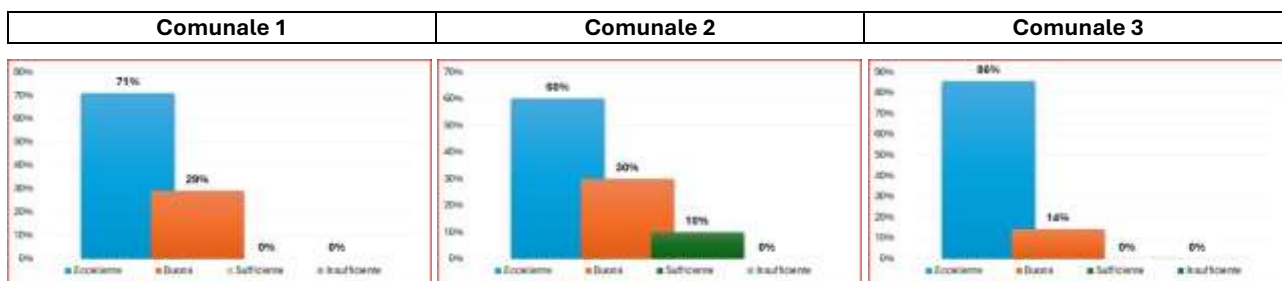
- L'eccellenza del **3** (100% di fidelizzazione) non riesce ad alzare di molto la media perché riguarda solo il 17% degli intervistati.
- Allo stesso modo, il dato più basso del **2** (90%) ha un impatto minimo perché pesa solo per il 12%.

ANALISI DELLA QUALITÀ DEL SERVIZIO E PERSONALE

1. CORTESIA E DISPONIBILITÀ

- ❗ **Comunale 1:** presenta una percezione di qualità del servizio erogato con un livello **totale** di soddisfazione, il **71%** del campione reputa il servizio eccellente.
- ❗ **Comunale 2:** presenta una percezione di qualità del servizio erogato con un livello **totale** di soddisfazione, il **60%** del campione reputa il servizio eccellente.
- ❗ **Comunale 3:** presenta una percezione di qualità del servizio erogato con un livello **totale** di soddisfazione, l'**86%** del campione reputa il servizio eccellente.

Il livello di cortesia e disponibilità del personale è valutato complessivamente come eccellente, ed il livello di soddisfazione è al massimo, non avendo ricevuto nessun giudizio negativo in tutte le strutture. L'indice medio ponderato della cortesia e disponibilità rispetto al livello di "eccellente" è del **72,33%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Per calcolare l'indice di cortesia e disponibilità medio ponderato (classe "eccellente"), utilizziamo la distribuzione delle risposte come "peso" per determinare l'impatto di ogni locale sul risultato finale.

Il Calcolo della Media Ponderata

La formula consiste nel moltiplicare la valutazione di ogni locale per la sua quota di rispondenti:

$$\text{Indice} = (\text{Cortesia}_1 * \text{Peso}_1) + (\text{Cortesia}_2 * \text{Peso}_2) + (\text{Cortesia}_3 * \text{Peso}_3)$$

Farmacia	Cortesia (Dato)	Peso (Rispondenti)	Calcolo parziale
1	71% (0,71)	71% (0,71)	0,5041
2	60% (0,60)	12% (0,12)	0,0720
3	86% (0,86)	17% (0,17)	0,1462
TOTALE		100%	0,7223

L'indice di cortesia e disponibilità medio ponderato (classe eccellente) è il **72,23%**.

Analisi del risultato

Il valore **72,23%** tiene conto della massa critica del campione:

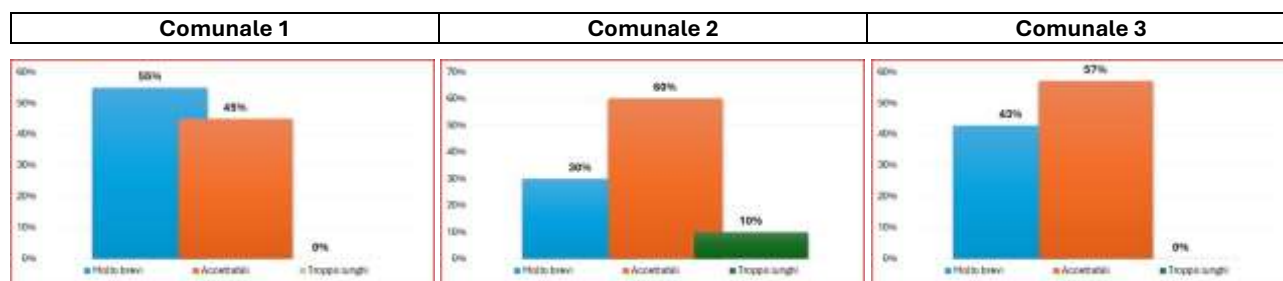
- La **1** ha una cortesia del 71%, che è quasi identica alla media finale. Essendo il locale con più risposte, la sua performance "ancora" il risultato globale.
- La **3**, nonostante l'ottima cortesia (86%), incide poco sul totale perché rappresenta solo una piccola fetta dei clienti (17%).
- La **2** incide pochissimo, evitando che il suo 60% abbassi eccessivamente il giudizio complessivo dell'azienda.

Il valore 72,23% rappresenta l'esperienza di cortesia e disponibilità "tipica" che un cliente ha ricevuto considerando tutti i locali insieme.

2. TEMPI DI ATTESA

- ❗ **Comunale 1:** presenta una percezione di soddisfazione **totale** non rilevando nel campione nessun valore sulla matrice “troppo lunghi”, il **55%** del campione reputa il tempo di attesa “Molto breve”.
- ❗ **Comunale 2:** presenta una percezione di soddisfazione del **90%**, il **30%** del campione reputa il tempo di attesa “Molto breve”.
- ❗ **Comunale 3:** presenta una percezione di soddisfazione **totale** non rilevando nel campione nessun valore sulla matrice “troppo lunghi”, il **43%** del campione reputa il tempo di attesa “Molto breve”.

Il tempo di attesa è valutato nel complesso soddisfacente. L'indice medio ponderato del tempo di attesa rispetto al livello di “molto breve” è del **49,96%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Seguendo la stessa logica statistica dei calcoli precedenti, utilizziamo la distribuzione dei rispondenti come peso per determinare l'impatto reale di ogni locale sulla media complessiva dei tempi di attesa.

Il Calcolo della Media Ponderata

Moltiplichiamo la performance di ogni farmacia per la sua quota di rispondenti (il peso):

$$\text{Indice} = (\text{Tempo}_1 * \text{Peso}_1) + (\text{Tempo}_2 * \text{Peso}_2) + (\text{Tempo}_3 * \text{Peso}_3)$$

Farmacia	Tempo di Attesa (Dato)	Peso (Rispondenti)	Calcolo parziale
1	55% (0,55)	71% (0,71)	0,3905
2	30% (0,30)	12% (0,12)	0,0360
3	43% (0,43)	17% (0,17)	0,0731
TOTALE		100%	0,4996

L'indice di tempo di attesa medio ponderato è il **49,96%** (arrotondabile al **50%**).

Analisi del risultato

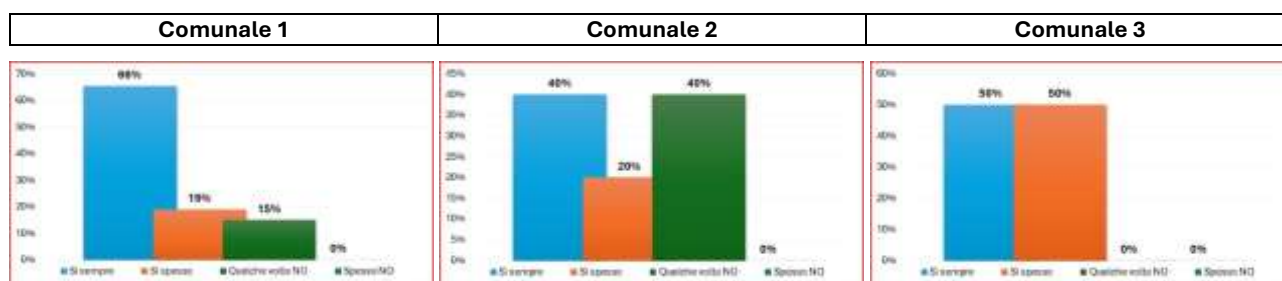
La 1 ha il grado di velocità di erogazione del servizio migliore di tutti (55%). Poiché la 1 rappresenta il 71% del campione, questo dato "positivo" trascina l'intera media aziendale, portandola al 50% circa. In pratica, l'efficienza spinta dalla 1 incide su dato da migliorare delle altre due farmacie.

3. REPERIBILITÀ DEI PRODOTTI

La grado di soddisfazione nelle tre sedi è il seguente:

- ‡ **Comunale 1:** il livello di reperibilità dei prodotti è soddisfacente nel **85%** delle situazioni, la soddisfazione totale (reperibilità sempre garantita) risulta al **66%** per la matrice "Sì, sempre".
- ‡ **Comunale 2:** il livello di reperibilità dei prodotti è soddisfacente nel **60%** delle situazioni, la soddisfazione totale (reperibilità sempre garantita) risulta al **40%** per la matrice "Sì, sempre".
- ‡ **Comunale 3:** il livello di reperibilità dei prodotti è soddisfacente nel **totale** delle situazioni, la soddisfazione totale (reperibilità sempre garantita) risulta al **50%** per la matrice "Sì, sempre".

La capacità risposta alla reperibilità "istantanea" di prodotti presenta un discreto livello di soddisfazione, si sottolinea come in ogni caso la disponibilità del farmaco presso la singola farmacia sia di norma garantita entro il giorno successivo. L'indice medio ponderato rispetto alla reperibilità totale del prodotto è del **60,16%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Per calcolare l'indice di **reperibilità medio ponderato** (Classe "Sì, sempre"), abbiamo ancora una volta utilizzato le percentuali di risposta come pesi. Questo ci permette di capire quale sia la disponibilità dei prodotti percepita dal cliente "medio" della tua intera rete di locali (rispetto alla classe "Sì, sempre").

Il Calcolo della Media Ponderata

Applichiamo la formula moltiplicando la reperibilità di ogni locale per il suo peso specifico (la quota di intervistati):

$$\text{Indice} = (\text{Reperibilità}_1 * \text{Peso}_1) + (\text{Reperibilità}_2 * \text{Peso}_2) + (\text{Reperibilità}_3 * \text{Peso}_3)$$

Farmacia	Reperibilità "Sì Sempre"	Peso (Rispondenti)	Calcolo parziale
1	66% (0,66)	71% (0,71)	0,4686
2	40% (0,40)	12% (0,12)	0,0480
3	50% (0,50)	17% (0,17)	0,0850
TOTALE		100%	0,6016

L'indice di reperibilità medio ponderato è il **60,16%**.

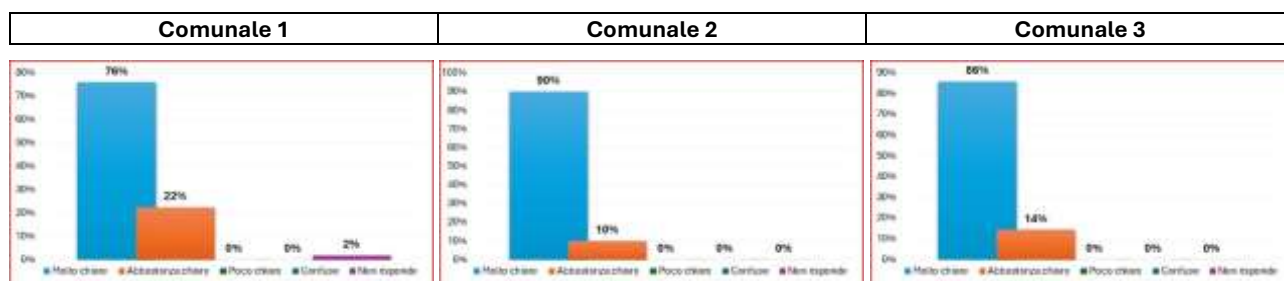
Analisi del risultato

Il **60,16%** è un dato fortemente influenzato dalla 1. Nota come la performance molto bassa della 2 (40%) e quella della 3 (50%) avrebbero abbassato drasticamente la media se le farmacie avessero avuto lo stesso numero di questionari/utenti della 1. Il fatto che la 1 sia anche quello dove i prodotti si trovano più facilmente (66%) è un'ottima notizia per la tenuta del business, ma indica una gestione del magazzino non omogenea tra i vari punti vendita.

4. CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI/EFFICACIA COMUNICATIVA

- † **Comunale 1:** la chiarezza della informazioni / efficacia comunicativa è ad un indice di soddisfazione globale del **98%**, con un livello “molto chiare” del **76%**. Si precisa che il tale struttura il 2% del campione non ha risposto a questa domanda (motivo del 98% di livello di soddisfazione).
- † **Comunale 2:** la chiarezza della informazioni / efficacia comunicativa è ad un indice di soddisfazione globale **totale**, con un livello “molto chiare” del **90%**.
- † **Comunale 3:** la chiarezza della informazioni / efficacia comunicativa è ad un indice di soddisfazione globale **totale**, con un livello “molto chiare” del **86%**.

La chiarezza delle informazioni e capacità comunicativa è molto soddisfacente, ciò significa che il personale è competente e riesce a farsi capire dall'utenza. L'indice medio ponderato rispetto alla voce “molto chiare” è del **79,38%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Per calcolare l'indice medio ponderato riferito alla **chiarezza delle informazioni/efficacia comunicativa** per la classe “Molto chiare”, applichiamo ancora una volta i pesi derivanti dalla distribuzione del campione, delle tre diverse farmacie, alle performance specifiche di ogni unità locale.

Il Calcolo della Media Ponderata

Ecco i passaggi matematici per determinare l'efficacia comunicativa globale:

$$\text{Indice} = (\text{Chiarezza}_1 * \text{Peso}_1) + (\text{Chiarezza}_2 * \text{Peso}_2) + (\text{Chiarezza}_3 * \text{Peso}_3)$$

Farmacia	Info "Molto Chiare"	Peso (Rispondenti)	Calcolo parziale
1	76% (0,76)	71% (0,71)	0,5396
2	90% (0,90)	12% (0,12)	0,1080
3	86% (0,86)	17% (0,17)	0,1462
TOTALE		100%	0,7938

L'indice di chiarezza delle informazioni medio ponderato è il **79,38%**.

Analisi del risultato

In questo caso specifico, notiamo un fenomeno interessante:

- La 2 e la 3 sono **molto più efficaci** dal punto di vista comunicativo (90% e 86%) rispetto alla farmacia 1 (76%).
- Tuttavia, poiché la 1 pesa per il 71% sul totale, la media ponderata finale (79,38%) rimane molto più vicina al punteggio della 1, "smorzando" l'eccellenza degli altri due.

SERVIZI AGGIUNTIVI E DOMANDA INESPRESSA

1. UTILIZZO DEI SERVIZI AGGIUNTIVI

- **Comunale 1:** solo il **31%** del campione dichiara di aver usufruito dei servizi aggiuntivi.
- **Comunale 2:** solo il **50%** del campione dichiara di aver usufruito dei servizi aggiuntivi.
- **Comunale 3:** solo il **50%** del campione dichiara di aver usufruito dei servizi aggiuntivi.

L'uso dei servizi aggiuntivi è ancora in generale molto limitato, tenuto conto che è di recente introduzione e che gli stessi servizi sono in fase di ampliamento rispetto all'offerta complessiva. L'indice medio ponderato di utilizzo dei servizi aggiuntivi è del **36,51%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Per calcolare l'indice medio ponderato dell'**utilizzo dei servizi aggiuntivi**, applichiamo i pesi basati sulla distribuzione del campione (71%, 12%, 17%) alle percentuali di utilizzo rilevate in ogni farmacia.

Il Calcolo della Media Ponderata

Ecco lo sviluppo del calcolo per determinare l'indice globale:

$$\text{Indice} = (\text{Utilizzo}_1 * \text{Peso}_1) + (\text{Utilizzo}_2 * \text{Peso}_2) + (\text{Utilizzo}_3 * \text{Peso}_3)$$

Farmacia	Utilizzo Servizi	Peso (Rispondenti)	Calcolo parziale
1	31% (0,31)	71% (0,71)	0,2201
2	50% (0,50)	12% (0,12)	0,0600
3	50% (0,50)	17% (0,17)	0,0850
TOTALE		100%	0,3651

L'indice medio ponderato di utilizzo dei servizi aggiuntivi è il **36,51%**.

Analisi dei Risultati

C'è un divario netto tra la 2 e la 3 e la farmacia 1:

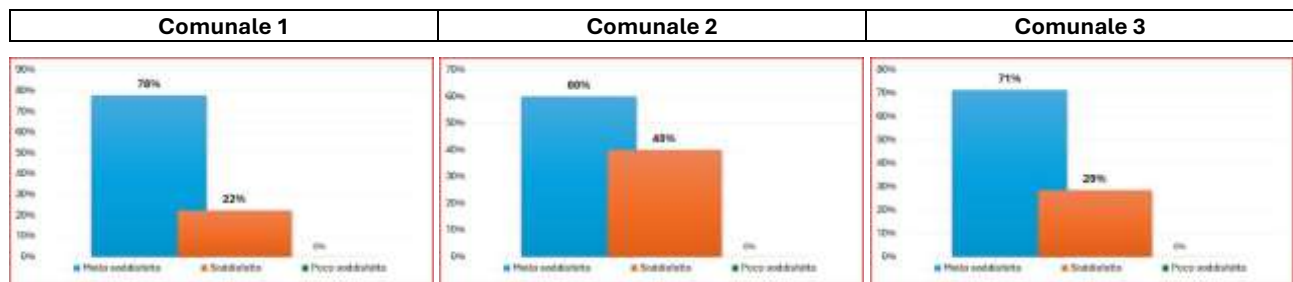
- Nella **2** e **3**, esattamente la metà dei clienti (50%) utilizza i servizi aggiuntivi.
- Nella **1**, l'utilizzo è molto più basso (31%).

Essendo la 1 quello che ospita la maggior parte della clientela (71%), il risultato globale viene "trascinato" verso il basso, assestandosi al 36,51%. Senza la ponderazione, la media semplice sarebbe stata del 43,6%, ma quel dato sarebbe stato ingannevole perché non avrebbe tenuto conto del fatto che la maggior parte dei clienti frequenta la farmacia 1 dove si usano meno i servizi.

2. VALUTAZIONE DELL'ESPERIENZA DI UTILIZZO DEI SERVIZI AGGIUNTIVI

- **Comunale 1:** il **78%** del campione si dichiara “Molto soddisfatto”; complessivamente l'intero campione di utenti che ha usufruito dei servizi è soddisfatto.
- **Comunale 2:** il **60%** del campione si dichiara “Molto soddisfatto”; complessivamente l'intero campione di utenti che ha usufruito dei servizi è soddisfatto.
- **Comunale 3:** il **71%** del campione si dichiara “Molto soddisfatto”; complessivamente l'intero campione di utenti che ha usufruito dei servizi è soddisfatto.

L'indice medio ponderato della classe “molto soddisfatto, rispetto ai servizi aggiuntivi utilizzati è del **74,65%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Per calcolare l'indice medio ponderato della **soddisfazione dei clienti rispetto all'utilizzo dei servizi aggiuntivi** (classe "Molto Soddisfatto"), utilizziamo i pesi del campione applicandoli alle percentuali di soddisfazione di ciascuna farmacia.

Il Calcolo della Media Ponderata

Ecco i passaggi per determinare la soddisfazione globale basata sul volume di risposte:

$$\text{Indice} = (\text{Soddisfazione}_1 * \text{Peso}_1) + (\text{Soddisfazione}_2 * \text{Peso}_2) + (\text{Soddisfazione}_3 * \text{Peso}_3)$$

Farmacia	Molto Soddisfatto	Peso (Rispondenti)	Calcolo parziale
1	78% (0,78)	71% (0,71)	0,5538
2	60% (0,60)	12% (0,12)	0,0720
3	71% (0,71)	17% (0,17)	0,1207
TOTALE		100%	0,7465

L'indice medio ponderato di soddisfazione "molto soddisfatto" è il **74,65%**.

Analisi dei risultati

Questo parametro mostra una situazione molto positiva per la farmacia 1:

- La **1** non solo è quello con il campione più vasto, ma è anche quello dove la soddisfazione è più alta (**78%**).
- La **2**, che avevamo visto avere un alto tasso di utilizzo dei servizi (50% nel calcolo precedente), mostra qui la soddisfazione più bassa (**60%**).

3. RICHIESTE ESPLICITE DEGLI UTENTI:

Comunale 1: il **93%** del campione che ha risposto dichiara “trovo tutto”.

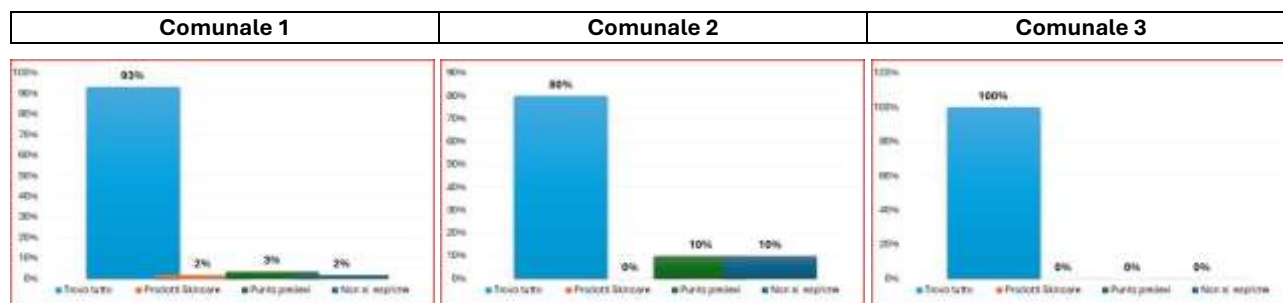
Comunale 2: l'**80%** del campione che ha risposto dichiara “trovo tutto”.

Comunale 3: il **100%** del campione che ha risposto dichiara “trovo tutto”.

Tra i suggerimenti pervenuti dall'utenza che ha partecipato all'indagine, si rilevano suggerimenti rispetto a:

- **Prodotti Skincare**
- **Servizio CUP**
- **Punto Prelievi ed ECG**

L'indice medio ponderato di percezione rispetto alla capacità della farmacia di rendere tutto ciò che serve all'utente disponibile è del **92,63%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Per calcolare l'indice medio ponderato di **percezione di "trovare tutto"**, applichiamo i pesi del campione alle percentuali di risposta di ogni singola farmacia.

Il Calcolo della Media Ponderata

Ecco i passaggi per determinare la percezione globale basata sulla distribuzione degli intervistati:

$$\text{Indice} = (\text{Percezione}_1 * \text{Peso}_1) + (\text{Percezione}_2 * \text{Peso}_2) + (\text{Percezione}_3 * \text{Peso}_3)$$

Farmacia	Percezione "Trovare Tutto"	Peso (Rispondenti)	Calcolo parziale
1	93% (0,93)	71% (0,71)	0,6603
2	80% (0,80)	12% (0,12)	0,0960
3	100% (1,00)	17% (0,17)	0,1700
TOTALE		100%	0,9263

L'indice medio ponderato di percezione di "trovare tutto" è il **92,63%**.

Analisi Incrociata: Reperibilità Reale vs Percezione

C'è un dato molto interessante che emerge confrontando questo risultato con quello calcolato in precedenza (la reperibilità "Sì Sempre" che era al **60,16%**):

- **Reperibilità Reale (Sì sempre):** 60,16%
- **Percezione di trovare tutto:** 92,63%

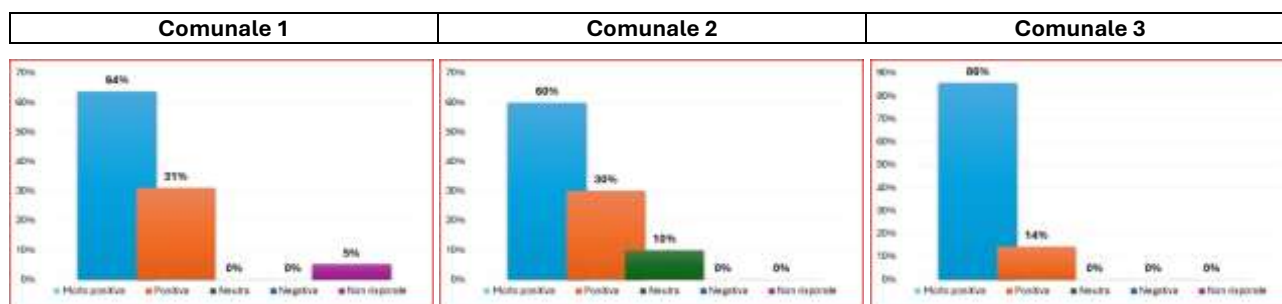
Cosa significa? C'è un fortissimo **scarto positivo** (circa +32%) tra la disponibilità effettiva e la percezione del cliente. Anche se i prodotti non sono "sempre" disponibili, i clienti percepiscono comunque l'assortimento come completo. Questo accade spesso quando il personale è bravo a proporre alternative o quando le mancanze riguardano prodotti non essenziali.

VALUTAZIONE GENERALE DELL'ESPERIENZA

Il dato aggregato sulla "Esperienza Molto Positiva" conferma il trend:

- ❗ **Comunale 1:** il livello complessivo di giudizio "molto positivo" è al **64%**, nel complesso il livello di soddisfazione generale è del **95%**, ma lo stesso raggiunge la totalità della soddisfazione se consideriamo che un 5% dell'utenza non fornisce risposta.
- ❗ **Comunale 2:** il livello complessivo di giudizio "molto positivo" è al **60%**, nel complesso il livello di soddisfazione generale è del **90%**.
- ❗ **Comunale 3:** il livello complessivo di giudizio "molto positivo" è al **86%**, nel complesso il livello di soddisfazione generale è **totale**.

L'indice medio ponderato di giudizio "molto positivo" è del **67,26%**.



METODOLOGIA DI ANALISI E VALUTAZIONE

Per calcolare l'indice medio ponderato di giudizio "Molto Positivo", rispetto all'esperienza generale svolta dall'utente nella farmacia; applichiamo i pesi del campione alle percentuali di risposta di ogni singola farmacia.

Il Calcolo della Media Ponderata

Ecco il calcolo dell'indice medio ponderato di giudizio "Molto Positivo":

$$\text{Indice} = (\text{Giudizio}_1 * \text{Peso}_1) + (\text{Giudizio}_2 * \text{Peso}_2) + (\text{Giudizio}_3 * \text{Peso}_3)$$

Farmacia	Giudizio "Molto Positivo"	Peso (Rispondenti)	Calcolo parziale
1	64% (0,64)	71% (0,71)	0,4544
2	60% (0,60)	12% (0,12)	0,0720
3	86% (0,86)	17% (0,17)	0,1462
TOTALE		100%	0,6726

L'indice medio ponderato di giudizio "Molto Positivo" è il **67,26%**.

Analisi dei Risultati

L'indice si attesta su un valore discreto (circa 2 clienti su 3 sono molto soddisfatti). Confrontando i dati si può notare che:

- La **3** si conferma come la farmacia con la qualità percepita più alta (86%), ma la sua bassa numerosità (17% del campione) non permette di alzare drasticamente la media aziendale.
- La **1**, pur avendo un giudizio inferiore (64%), è quello che "comanda" il risultato finale. Se la 1 dovesse scendere anche solo di pochi punti, la media totale crollerebbe.

RIEPILOGO DEI DATI - DASHBOARD

Riportiamo di seguito la tabella dei dati di riepilogo definitiva con l'aggiunta della valutazione di carattere generale.

La tabella riporta gli indicatori di prestazione KPI in ordine decrescente dal migliore al peggiore:

Parametro	Media Ponderata	Stato
Fidelizzazione	95,96%	 Eccellente
Percezione di trovare tutto	92,63%	 Eccellente
Chiarezza Informazioni	79,38%	 Ottima
Soddisfazione Servizi	74,65%	 Molto Buona
Cortesia del Servizio	72,23%	 Buona
Giudizio esperienza "Molto Positivo"	67,26%	 Buona
Reperibilità dei prodotti	60,16%	 Discreta
Tempo di Attesa	49,96%	 Critica
Utilizzo Servizi	36,51%	 Bassa

VALUTAZIONE DEI DATI

L'indagine evidenzia un'azienda con una **base clienti estremamente solida**, ma con alcune **criticità operative** che frenano il potenziale di crescita.

Il dato complessivo risente fortemente delle performance della **Farmacia Comunale 1**, che rappresentando il **71% del campione**, agisce da traino (o da zavorra) per tutti gli indicatori.

1. I Punti di Forza (Asset Strategici)

- **Fidelizzazione (95,96%)**: È il dato più alto. I clienti sono legati al brand e tendono a tornare.
- **Percezione di Assortimento (92,63%)**: Nonostante la reperibilità reale sia più bassa, la percezione è eccellente. Significa che il marketing e l'immagine dei locali trasmettono un senso di completezza molto forte.
- **Chiarezza Comunicativa (79,38%)**: L'efficacia nel trasmettere informazioni è di alto livello, specialmente nei locali minori (Locale 2 e 3).

2. Aree di Attenzione (Margini di Miglioramento)

- **Qualità del Servizio e Cortesia (72,23%)**: Pur essendo un dato positivo, non brilla. Il divario tra il Locale 3 (86%) e il Locale 2 (60%) suggerisce che non esiste uno standard di accoglienza uniforme.
- **Giudizio Esperienza (67,26%)**: Solo due terzi dei clienti definiscono l'esperienza "molto positiva". È un segnale che l'emozionalità del servizio può essere elevata.

3. Criticità Urgenti (Interventi Necessari)

- **Logistica e Reperibilità (60,16%)**: La difficoltà nel trovare "sempre" i prodotti è un rischio per la fidelizzazione a lungo termine.
- **Efficienza Operativa (49,96%)**: Il tempo di attesa è il "tallone d'Achille". Con un indice del 50%, metà della clientela percepisce lentezza. Poiché il Locale 1 è il peggiore in questo (55%), l'impatto sulla massa critica è pesante.
- **Servizi Aggiuntivi (Utilizzo 36,51%)**: C'è un forte potenziale inespresso. I servizi sono poco usati nel locale principale (31%) rispetto ai piccoli (50%).