



Risultati di Customer Satisfaction II semestre 2025

Umbra Acque

Indice

	Pag.
La Customer Satisfaction in Acea	3
Metodologia	4
Risultati Generalista	10
Risultati Call Back	
• Segnalazione Guasti	33
• Intervento Tecnico	40
• Numero Verde Commerciale	46
• Area Riservata Web	56
• Sportello	67
Profilo	80

La Customer Satisfaction in Acea

Acea ha fatto della strategia dell'attenzione verso il cliente un processo fondamentale dell'agire d'impresa sviluppando una politica di ascolto dei propri clienti attraverso rilevazioni periodiche di Customer Satisfaction.

Le Società oggetto d'indagine in Italia per l'area *Acqua* sono: [Acea Ato 2 Roma](#) (Roma e Fiumicino e i Comuni acquisiti nella Provincia di Roma), [Acea Ato 5](#), [GORI](#), [Umbra Acque](#), [Sii](#), [Acque](#), [Publiacqua](#) e [Acea Molise](#), mentre per il settore *Energia*: [Acea Energia](#) e [Areti](#) (servizi distribuzione energia elettrica e illuminazione pubblica).

Dal secondo semestre 2024, Ipsos Doxa è il nuovo fornitore per la realizzazione delle indagini, della raccolta dati e dell'analisi dei risultati.

L'attività di coordinamento all'interno di Acea è svolta dalla Funzione Chief Communication Officer - Unità Stakeholder & Customer, in costante collaborazione con le Società interessate.

Il presente documento restituisce i risultati dell'indagine di [Customer Satisfaction](#) rispetto al servizio offerto dalla Società con riferimento al [II semestre 2025](#): sono inoltre rappresentati i dati cumulati dei principali KPI per [l'anno 2025](#)

Metodologia e target

L'analisi di Customer Satisfaction ha previsto la realizzazione di interviste a campioni rappresentativi dei clienti di **Umbra Acque**

La raccolta dei dati è avvenuta da luglio 2025 a gennaio 2026, tramite rilevazioni mensili e trimestrali.

La raccolta dei dati avviene in 2 modalità:

- C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interview) per le indagini telefoniche
- C.A.W.I. (Computer Assisted Web Interviewing) con l'invio di mail

L'intervista è stata somministrata alla persona in famiglia che si occupa maggiormente dei rapporti con il fornitore dell'acqua e/o ha contattato l'azienda per segnalazioni/richieste.

Il presente documento riporta i dati del II semestre 2025 a confronto con i risultati dei precedenti semestri e i dati riferiti all'anno 2025.

Sono inoltre inserite le differenze significative del II semestre rispetto ai risultati del I semestre 2025 (*↑ il dato è significativamente maggiore al I sem 2025, ↓ il dato è significativamente inferiore rispetto al I sem 2025*).

A partire dal II semestre 2024 il Fornitore è cambiato e questo influisce inevitabilmente sulla confrontabilità dei dati anche in ragione di alcune modifiche intervenute nei flussi e nella formulazioni delle domande nei questionari.

Nel II semestre 2024, le basi erano ridotte perché la rilevazione comprendeva i mesi da ottobre 2024 a dicembre 2025 (IV trimestre 2024).

Struttura delle indagini

L'impianto di ricerca è articolato in diverse rilevazioni campionarie:

	N II sem 2025	N Anno 2025	
	598	1200	interviste rivolte a clienti domestici con utenza diretta (indagine Generalista – rilevazione CATI/CAWI mensile) *
	151	301	interviste rivolte a un campione di clienti che hanno chiamato il Numero Verde segnalazione guasti (call back Segnalazione guasti – rilevazione CATI mensile)
	130	261	interviste rivolte a un campione di clienti che hanno ricevuto un Intervento tecnico (call back Intervento Tecnico – rilevazione CATI mensile)
	150	300	interviste rivolte a clienti che hanno chiamato il Numero Verde Commerciale (call back NV Commerciale – rilevazione CATI mensile)
	133	263	interviste rivolte a un campione di clienti che si sono registrati all'Area Riservata Web (call back Area Riservata Web – rilevazione CATI/CAWI mensile)
	119	240	interviste rivolte a un campione di clienti che si sono rivolti al Consulente/sportello digitale (call back Sportello – rilevazione CATI mensile)

* Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate sul campione generale di 1200 casi (tot 2025) è pari a +/- 2,81 punti percentuali, al 95% di probabilità.

Customer Satisfaction Index (CSI)

In questo report è presente il calcolo del CSI: rispetto al passato, vengono utilizzate le importanze indirette calcolate dal modello di regressione.

→ **CSI PARZIALI**

Sono calcolati come media ponderata delle percentuali di soddisfazione (voti 6-10) tenendo conto delle **importanze indirette** per ogni aspetto rispetto alla soddisfazione overall.

→ **CSI COMPLESSIVO**

Media ponderata fra i CSI parziali. I pesi sono stati modificati a partire dal primo semestre 2023, a seguito di un progetto di ridefinizione del modello di calcolo, che ha coinvolto clienti e rappresentanti delle società campione.

In formula:

$$\frac{\sum_{i=1}^7 CSI\ PARZIALE_i \times PESO\ FATTORE_i}{\sum_{i=1}^7 PESO\ FATTORE_i}$$

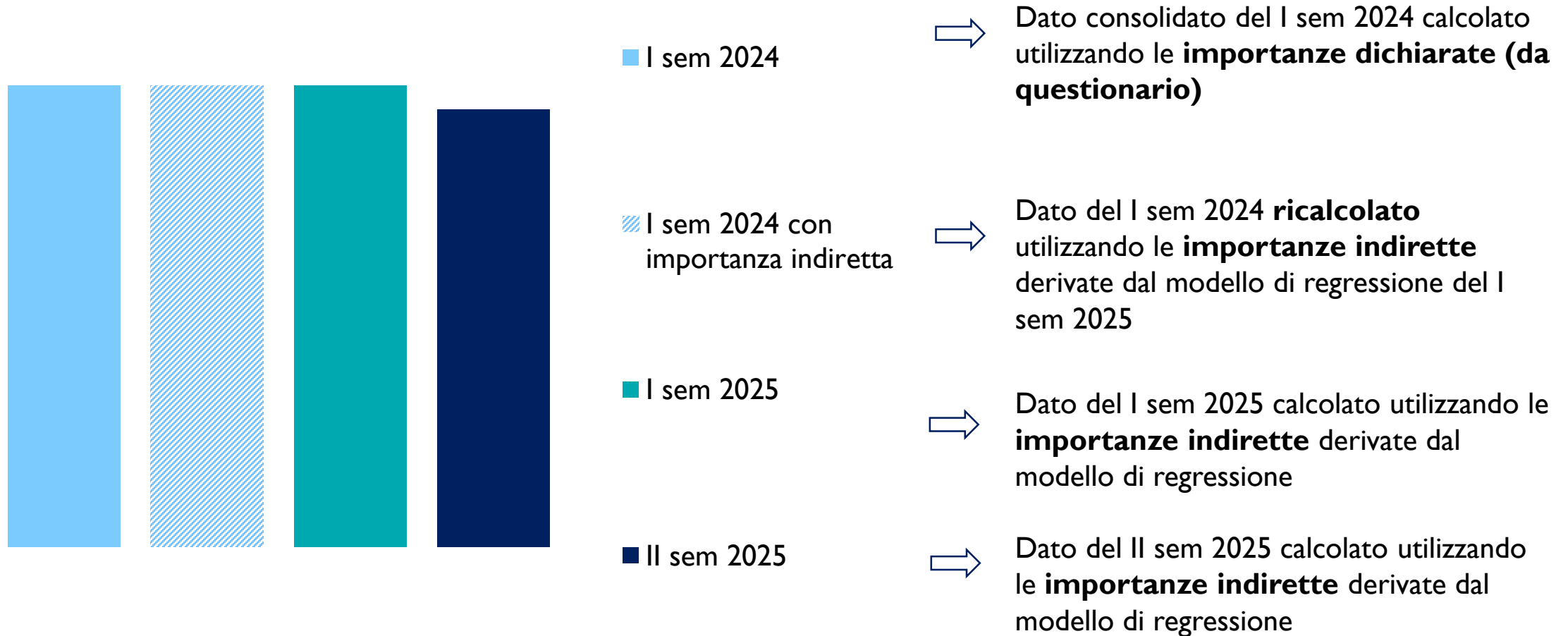
TRANSIZIONE ALL'IMPORTANZA INDIRETTA

Al fine di costruire «un ponte» con il passato, nel presente report sono riportati i CSI parziali e complessivi del I semestre 2024 ottenuti utilizzando le importanze indirette calcolate sui dati del I semestre 2025.



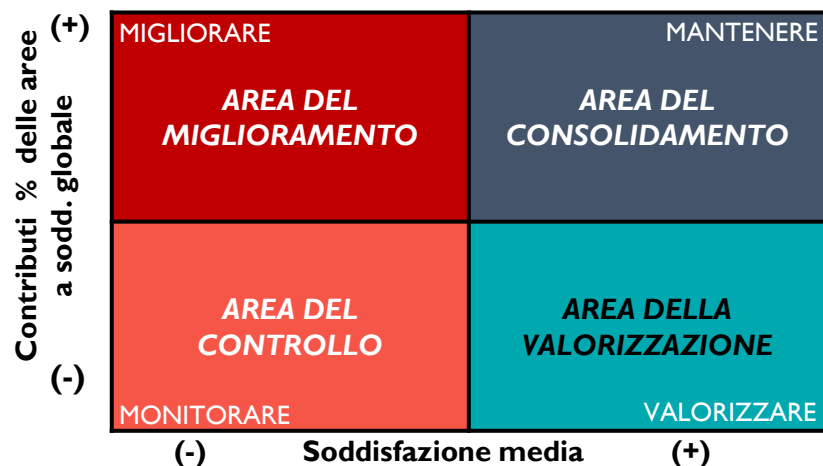
CSI – Customer Satisfaction Index – lettura metodologica

TRANSIZIONE ALL'IMPORTANZA INDIRETTA



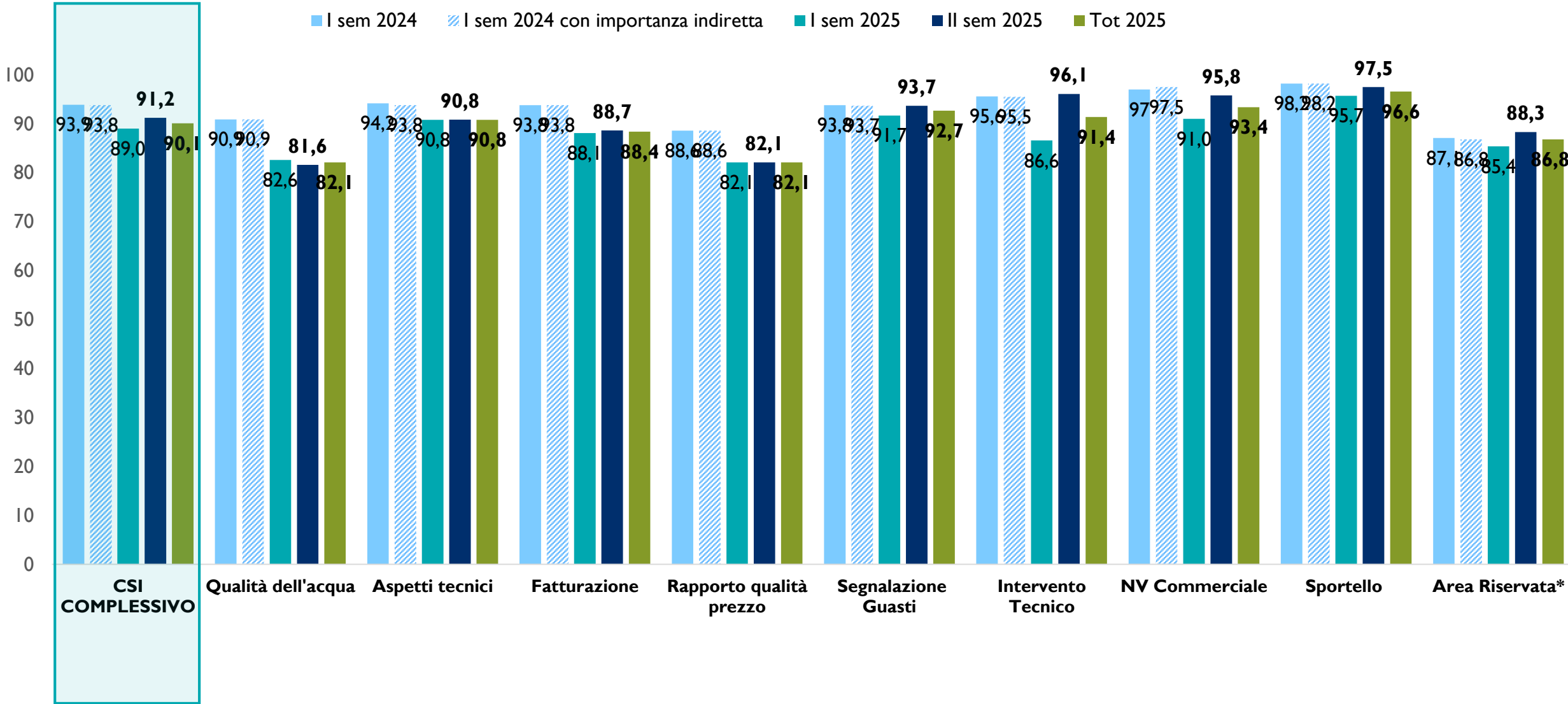
Modello di regressione: dall'importanza diretta a quella indiretta

- Per calcolare l'importanza degli aspetti sulla soddisfazione complessiva del cliente è stato utilizzato un modello statistico che permette di quantificare l'importanza relativa di una variabile indipendente (“predittore”) rispetto ad una variabile dipendente (“obiettivo”). L'analisi permette di determinare il peso relativo (coefficiente Beta) che diversi elementi hanno contemporaneamente sulla metrica aziendale di riferimento, in questo caso la Soddisfazione complessiva.
- Il modello è utile soprattutto nelle indagini di Customer Satisfaction, dove uno dei principali obiettivi è quello di capire in che modo gli aspetti specifici del servizio contribuiscono alla valutazione overall di soddisfazione. I clienti/utenti, nel momento in cui valutano il livello globale di soddisfazione, considerano tutti gli aspetti dell'esperienza ma chiedere direttamente agli intervistati l'importanza di un aspetto può portare a risposte influenzate da bias anche inconsci da parte del cliente.
- Combinando gli impatti dei singoli item con il punteggio di soddisfazione media ottenuto da ciascuno di essi, si ottiene una matrice di priorità che:
 - ✓ Offre una lettura sintetica dei risultati;
 - ✓ Mostra quali siano le priorità di intervento;
 - ✓ Mostra quali elementi rappresentano punti di forza da consolidare.



- ✓ **Area del miglioramento:** elementi che richiedono azioni di sviluppo (hanno una soddisfazione sotto media e un impatto sulla soddisfazione globale sopra media)
- ✓ **Area del consolidamento:** elementi che richiedono strategie di mantenimento (soddisfazione e impatto sopra media)
- ✓ **Area del controllo:** elementi che richiedono strategie di monitoraggio (soddisfazione e impatto sotto media)
- ✓ **Area della valorizzazione:** elementi che richiedono interventi di sostegno (hanno una soddisfazione sopra media e un impatto sotto media)

CSI – Customer Satisfaction Index



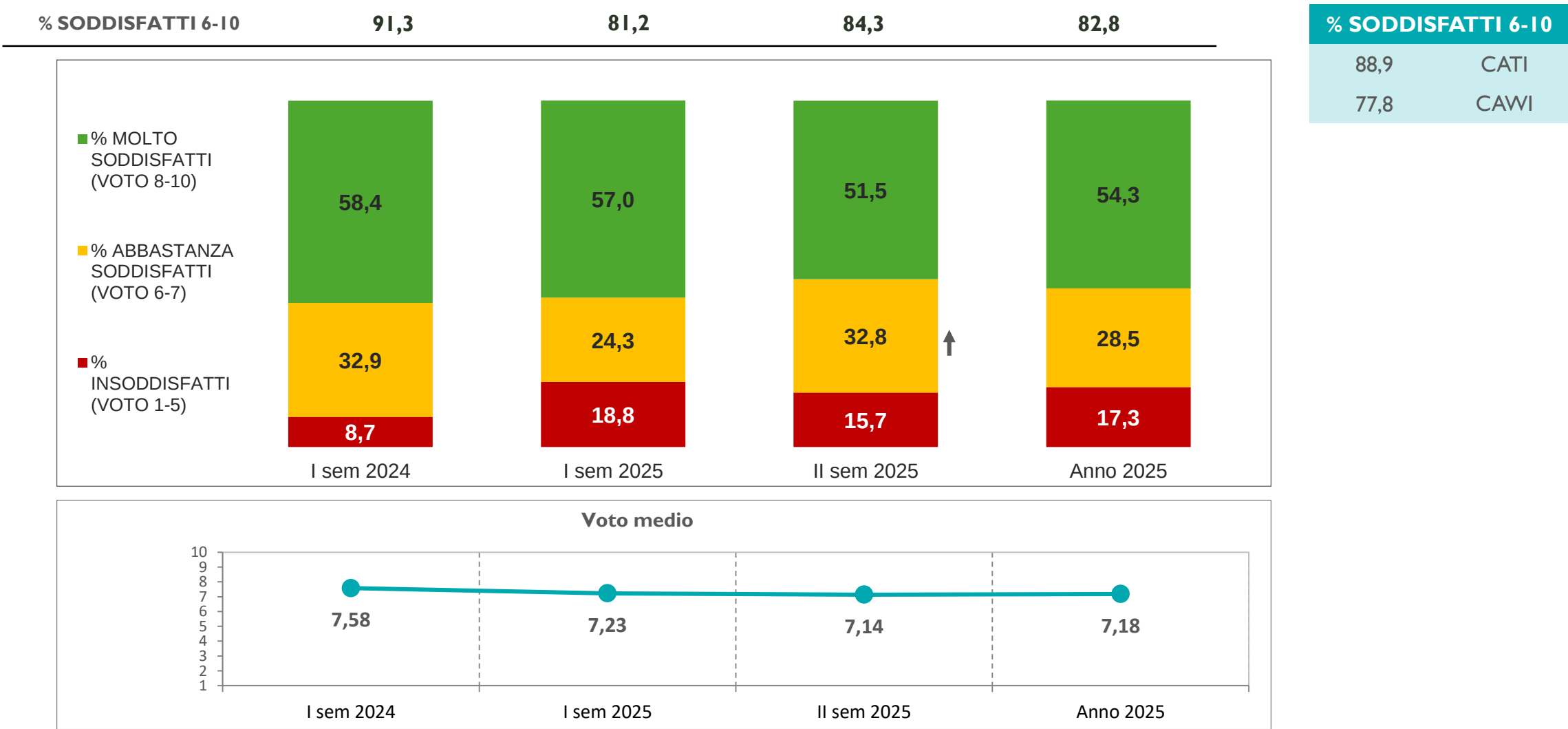
* Dato che il questionario è stato rivisto nel 2025, gli aspetti del 2024 non sono perfettamente comparabili con il 2025

Generalista

KPI Principali

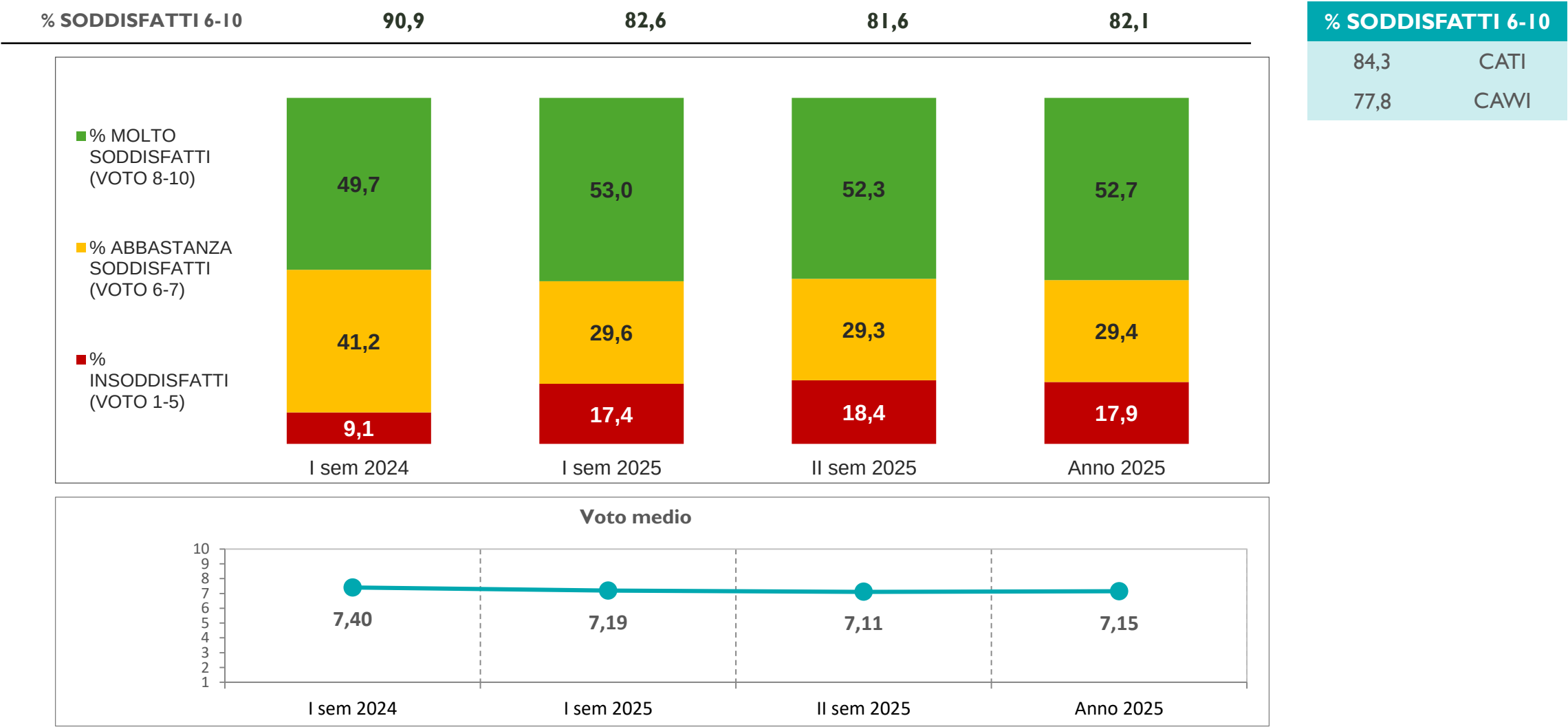
Generalista - Giudizio complessivo (overall)

Pensando agli ultimi 6 mesi, qual è il suo giudizio globale su Umbra Acque? Scala 1-10



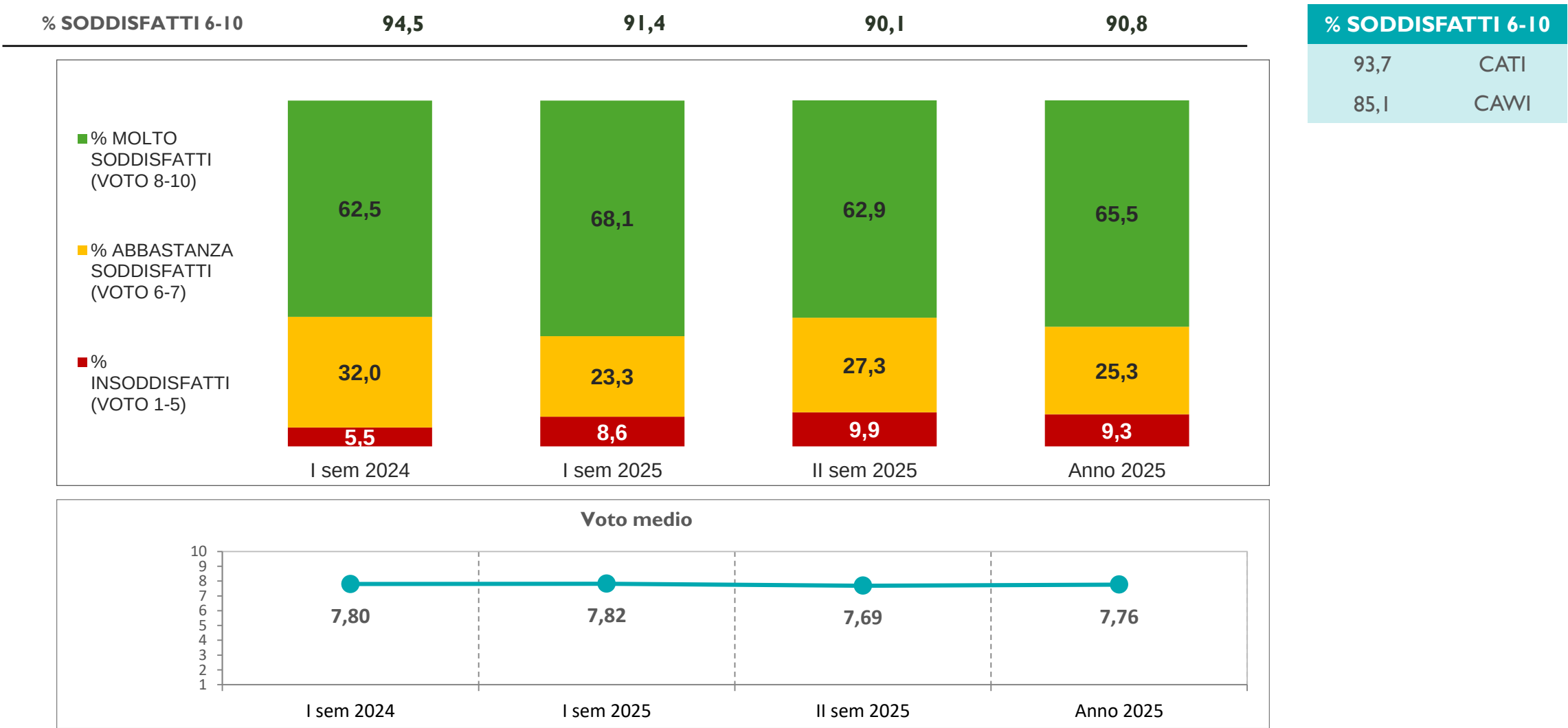
Generalista - Qualità dell'acqua - Soddisfazione

Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, quanto è soddisfatto di Umbra Acque? Scala 1-10



Generalista - Aspetti tecnici del servizio - Soddisfazione

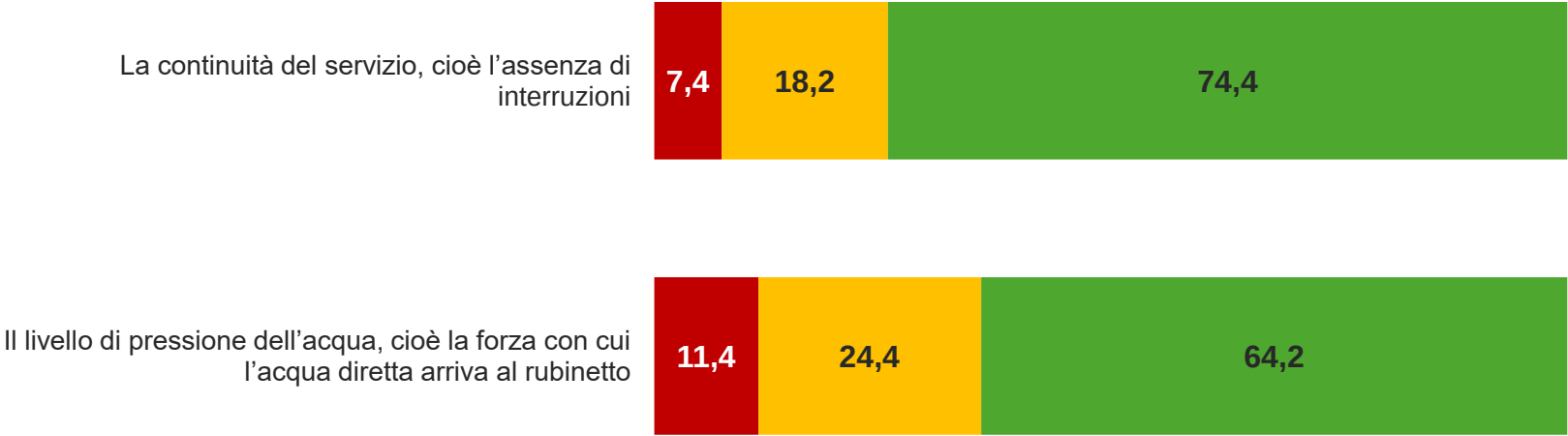
Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio negli ultimi 6 mesi, quanto è soddisfatto di Umbra Acque? Scala 1-10



Generalista - Aspetti tecnici del servizio - Aspetti valutati

Pensando ora agli aspetti TECNICI relativi al servizio dell'acqua potabile quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)

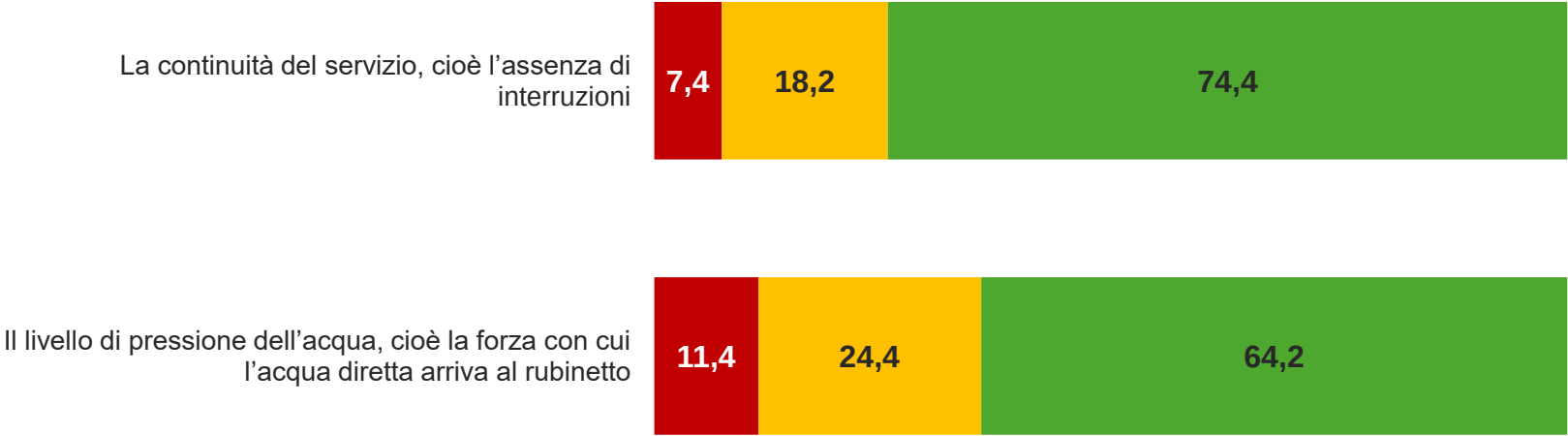


Voto medio	% SODDISFATTI 6-10		
	II sem 2025	I sem 2025	I sem 2024
8,17	92,6	92,5	95,6
7,67	88,6	89,0	91,8

Generalista - Aspetti tecnici del servizio - Importanza indiretta

Pensando ora agli aspetti TECNICI relativi al servizio dell'acqua potabile quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

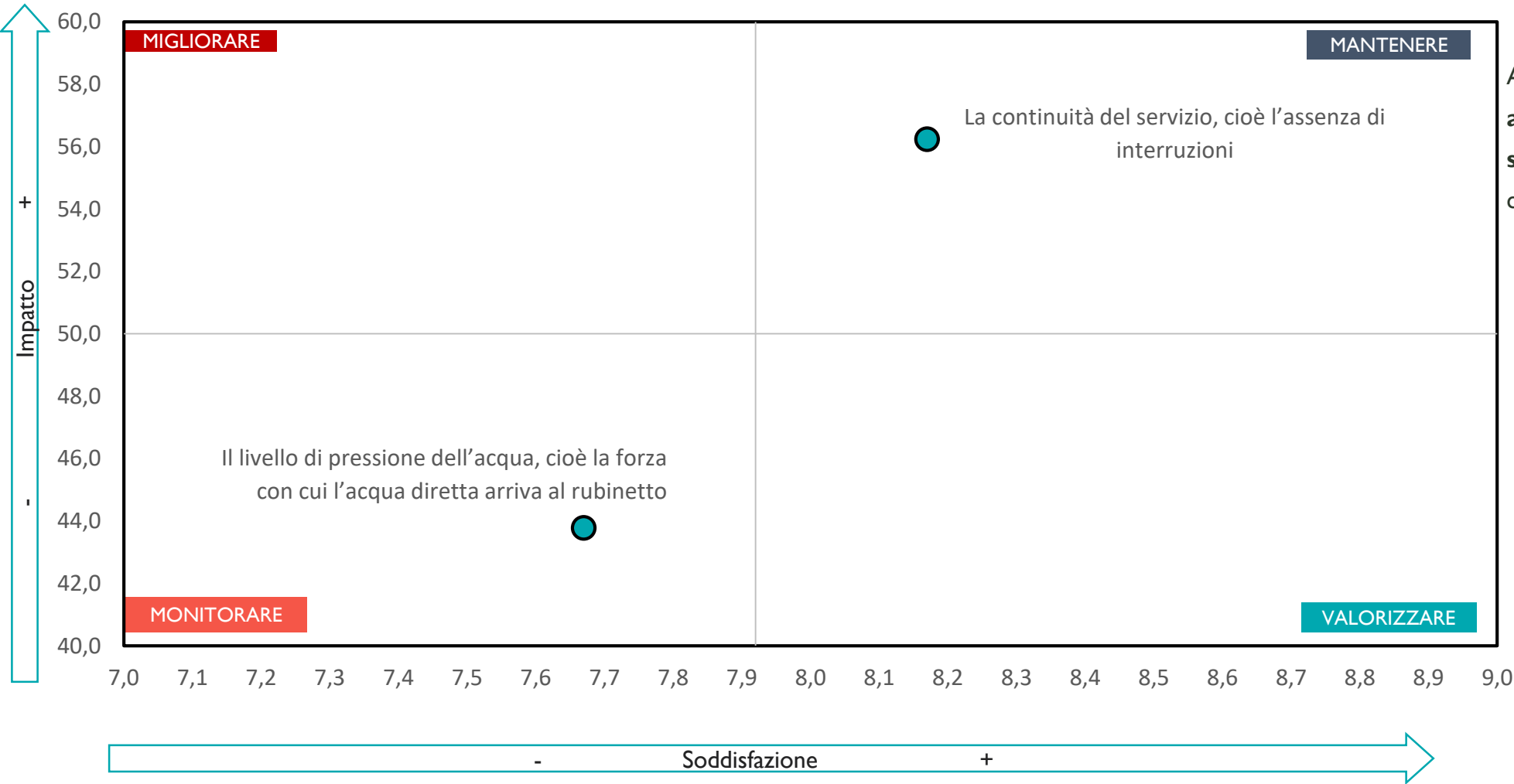
■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio	Importanza Indiretta
8,17	56,2
7,67	43,8

Generalista - Aspetti tecnici del servizio

Mappa delle priorità

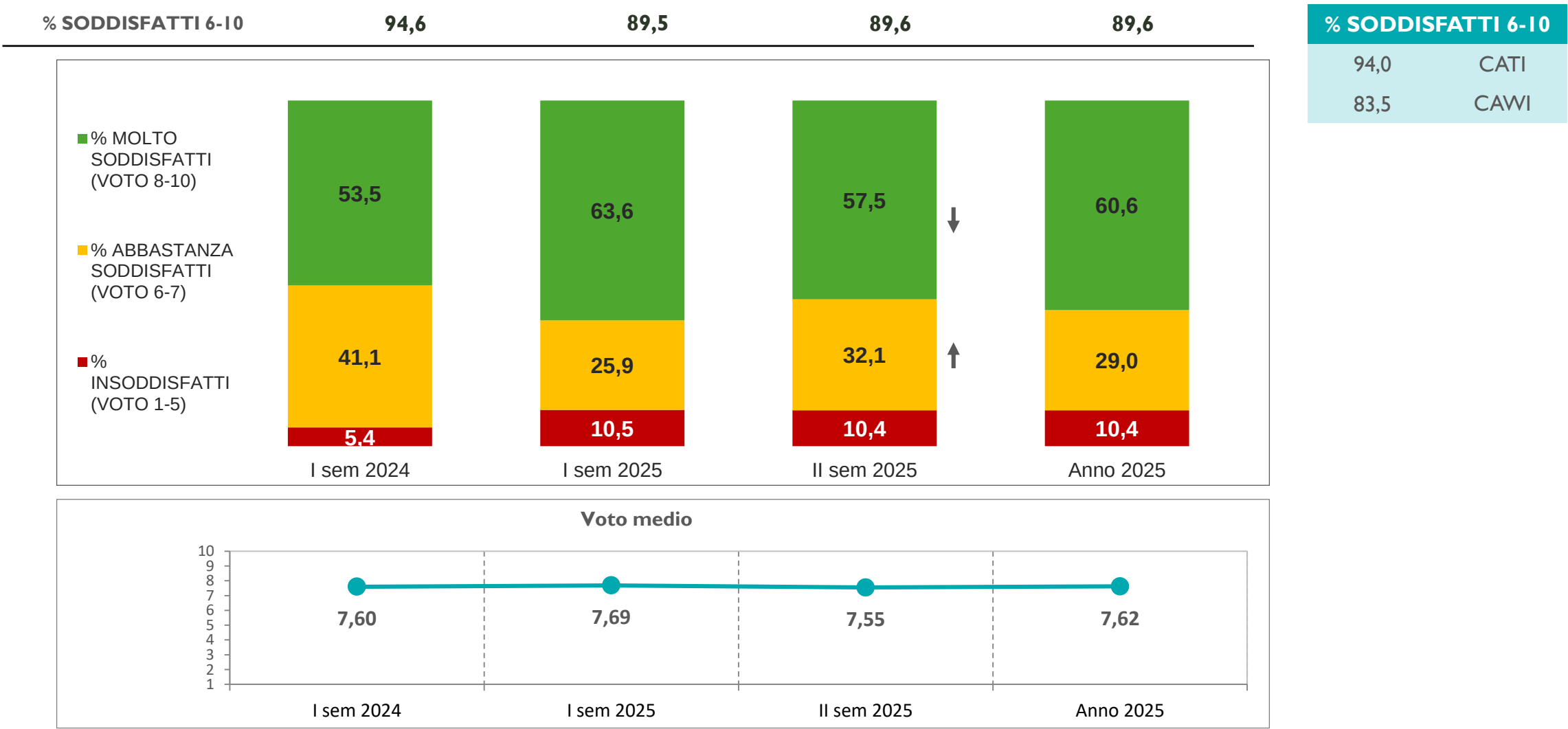


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Generalista - Fatturazione - Soddisfazione

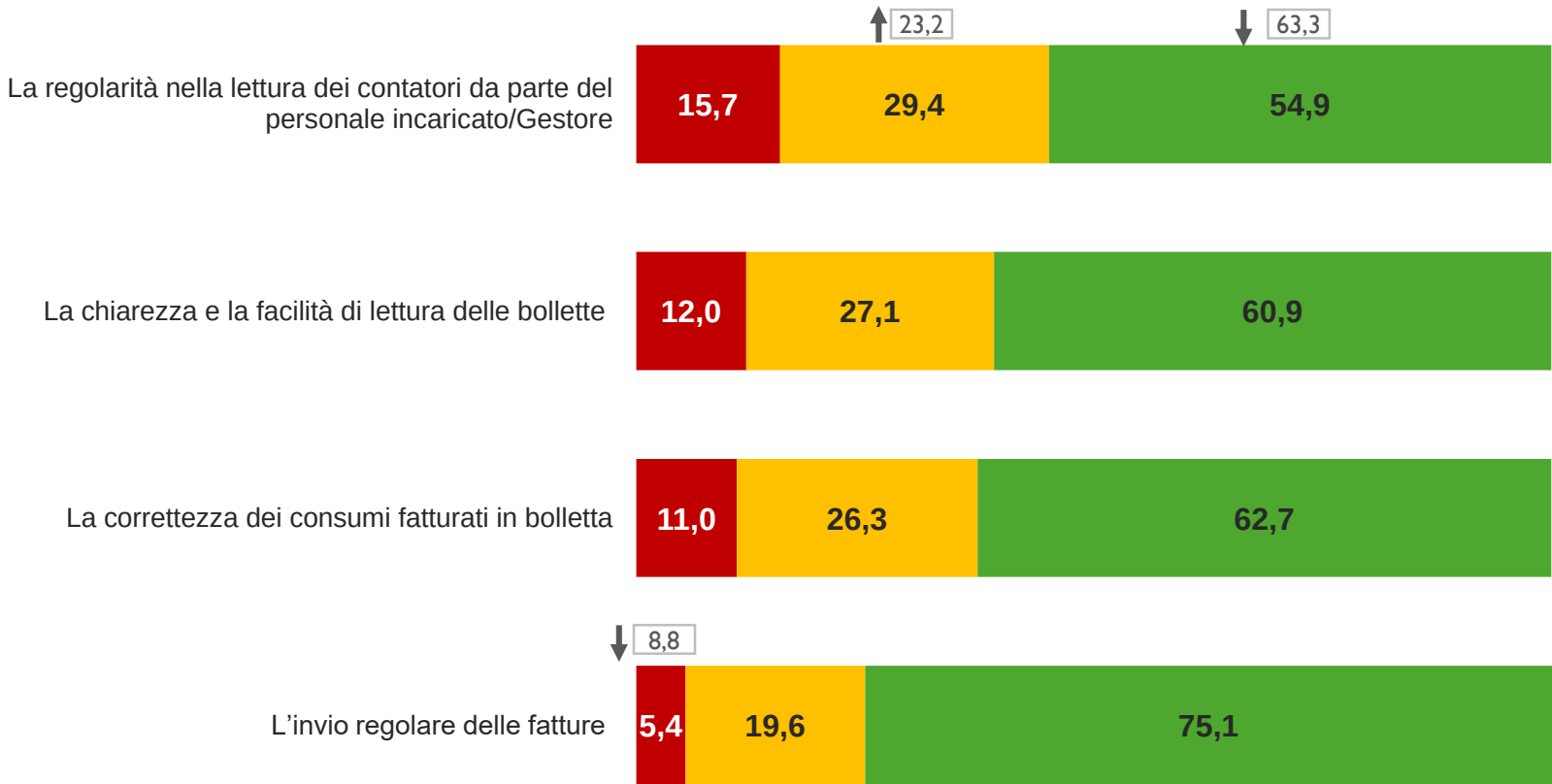
Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione negli ultimi 6 mesi, quanto è soddisfatto di Umbra Acque? Scala 1-10



Generalista - Fatturazione - Aspetti valutati

Pensando ora agli aspetti relativi alla FATTURAZIONE, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



↑ 23,2 ↓ 63,3

↓ 8,8

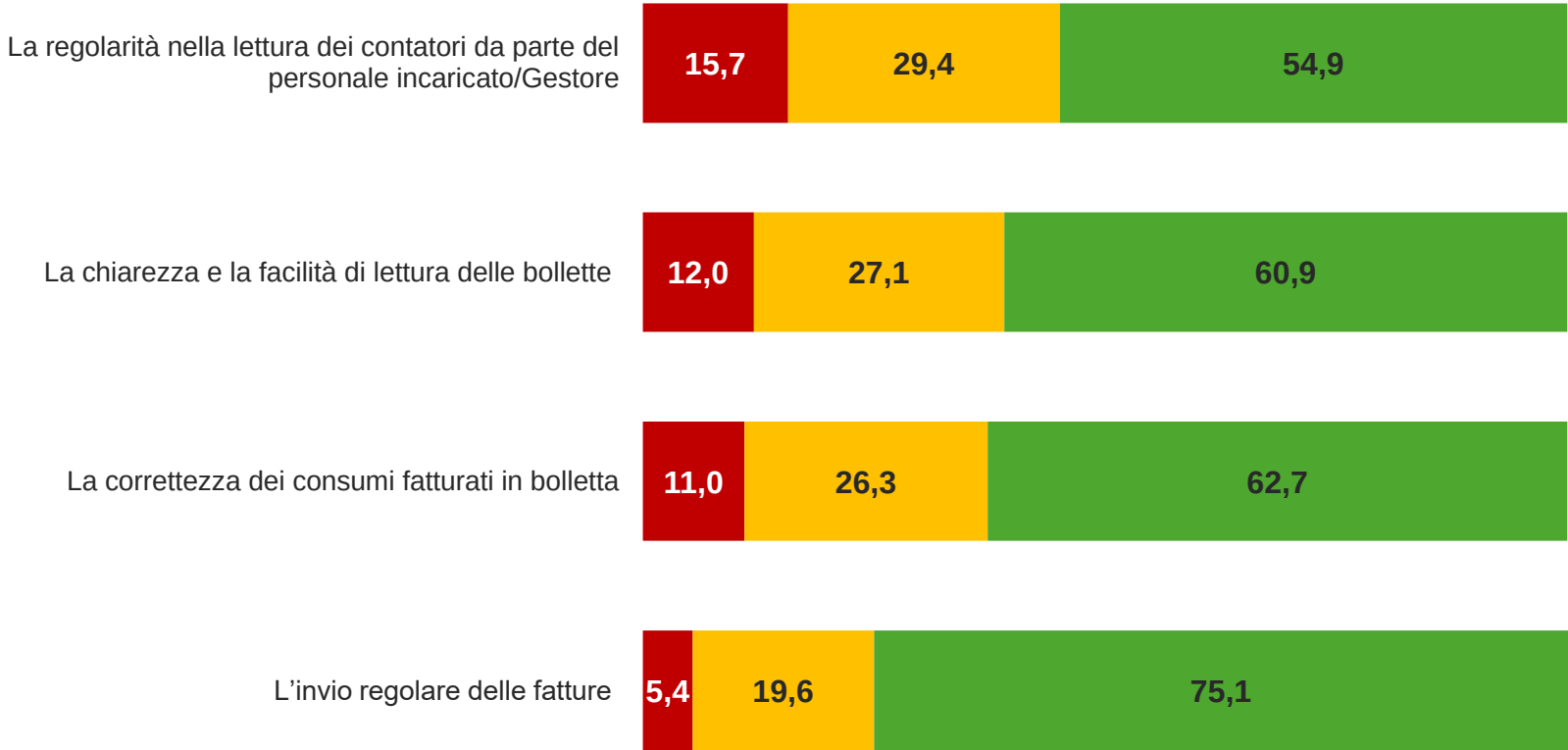
Voto medio
7,35 ↓ 7,63
7,62
7,64
8,30

% SODDISFATTI 6-10		
II sem 2025	I sem 2025	I sem 2024
84,3	86,5	92,4
88,0	87,0	94,1
89,0	87,5	93,0
94,6 ↑	91,2	95,7

Generalista - Fatturazione - Aspetti valutati - Importanza indiretta

Pensando ora agli aspetti relativi alla FATTURAZIONE, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

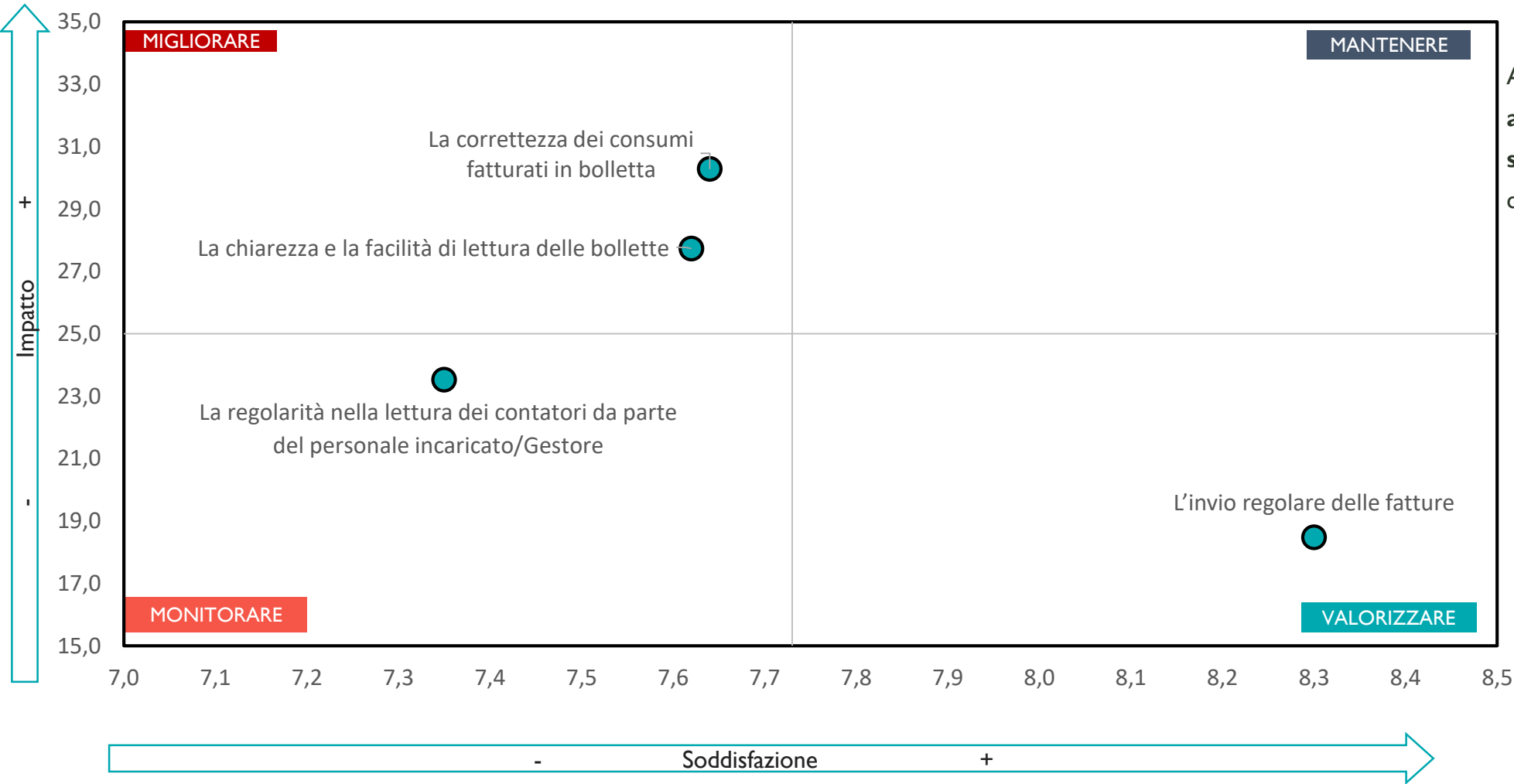
■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio	Importanza Indiretta
7,35	23,5
7,62	27,7
7,64	30,3
8,30	18,5

Generalista - Fatturazione

Mappa delle priorità

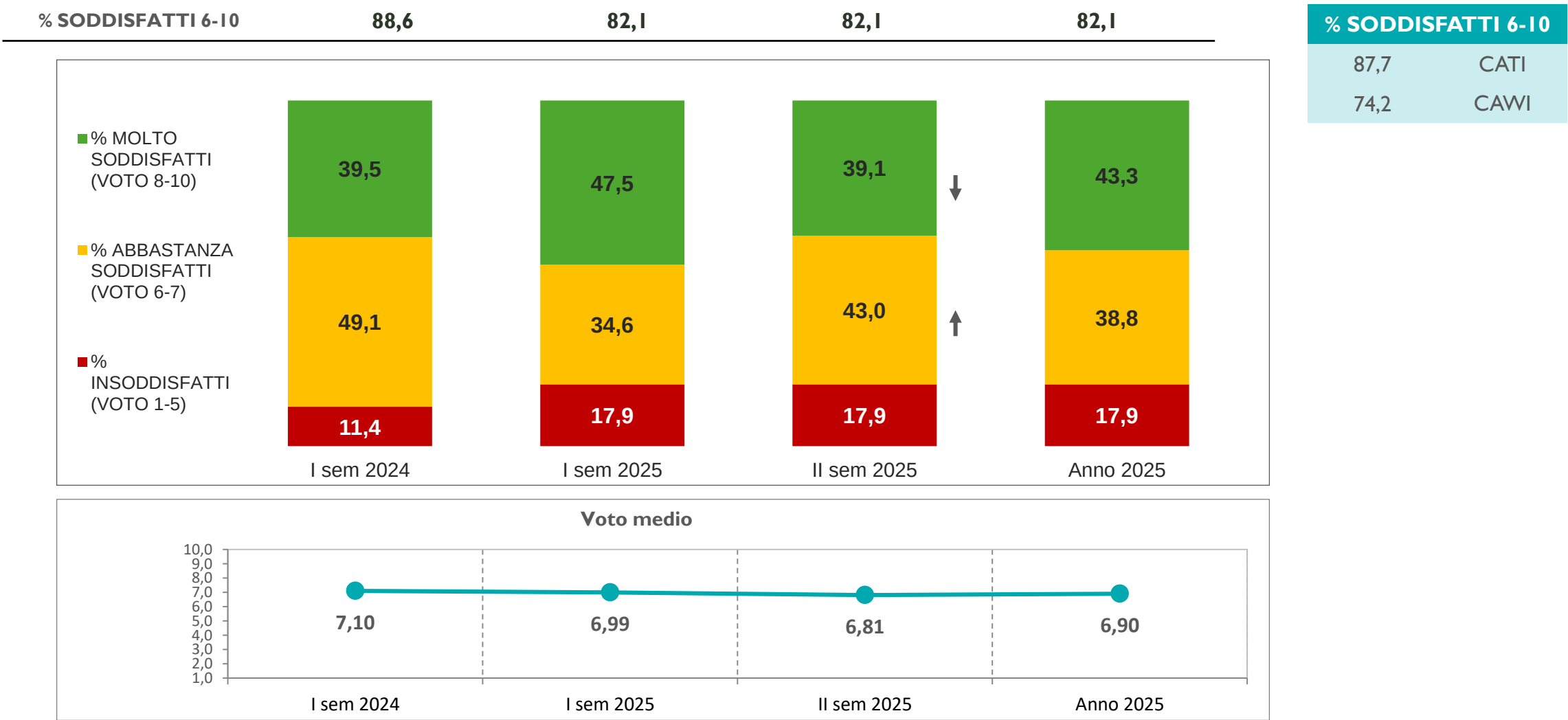


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Generalista - Rapporto qualità/prezzo - Soddisfazione

Complessivamente quanto è soddisfatto della qualità del servizio offerto da Umbra Acque rispetto al costo sostenuto? Scala 1-10



Generalista - Confronto Risultati CATI - CAWI

% SODDISFATTI 6-10 II sem. 2025			Anno 2025	
	CATI	CAWI	CATI	CAWI
Base	350	248	700	500
GIUDIZIO COMPLESSIVO	88,9	77,8	85,9	78,4
QUALITÀ DELL'ACQUA	84,3	77,8	84,9	78,2
ASPETTI TECNICI	93,7	85,1	93,4	87,0
Continuità del servizio	94,9	89,5	94,6	89,8
Livello di pressione	93,1	82,3	92,4	83,8
FATTURAZIONE	94,0	83,5	93,6	84,0
Regolarità lettura contatori	87,8	80,0	88,4	81,6
Chiarezza e facilità lettura	92,3	81,9	91,0	82,6
Correttezza dei consumi fatturati in bolletta	92,9	83,5	91,4	83,8
Invio regolare fatture	96,0	92,7	94,1	91,2
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	87,7	74,2	86,0	76,6

Generalista - Confronto Risultati CATI – CAWI con I sem. 2024

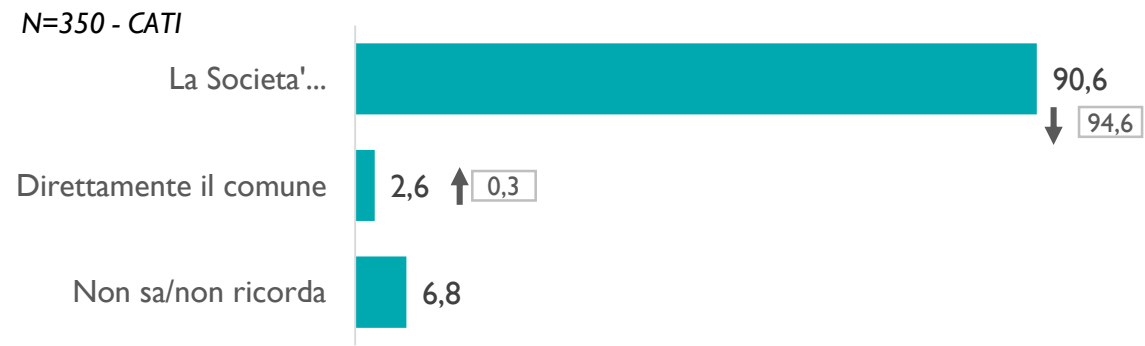
% SODDISFATTI 6-10 I sem.2024			Anno 2025	
	CATI	CAWI	CATI	CAWI
Base	700	201	700	500
GIUDIZIO COMPLESSIVO	94,0	82,4	85,9	78,4
QUALITÀ DELL'ACQUA	93,1	83,9	84,9	78,2
ASPETTI TECNICI	95,8	90,5	93,4	87,0
Continuità del servizio	96,1	94	94,6	89,8
Livello di pressione	93,9	84,9	92,4	83,8
FATTURAZIONE	97,5	85,4	93,6	84,0
Regolarità lettura contatori	97,4	74,7	88,4	81,6
Chiarezza e facilità lettura	97,2	84,4	91,0	82,6
Correttezza dei consumi fatturati in bolletta	96,9	80,4	91,4	83,8
Invio regolare fatture	97,3	90,5	94,1	91,2
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	92,0	77,9	86,0	76,6

Generalista

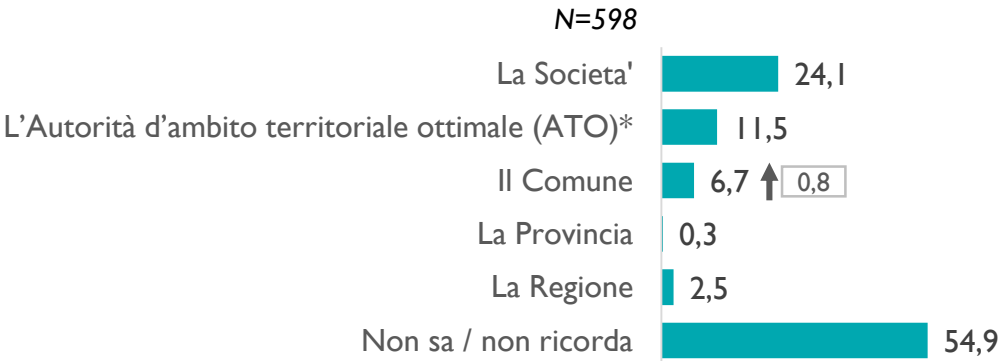
Approfondimenti

Generalista - Conoscenza protagonisti del servizio idrico

Sa indicarmi il nome dell'azienda o ente che eroga l'acqua potabile nel suo comune?



Lei sa qual è il soggetto che determina la tariffa del servizio idrico nella zona in cui vive?

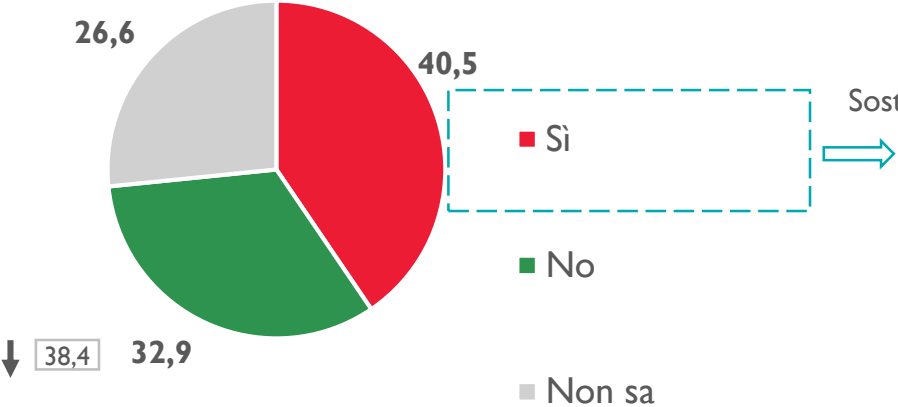


*L'Autorità d'ambito territoriale ottimale (ATO)/L'Ente di Governo d'Ambito/EGA

Il **79,9%** del campione
sa che *Umbra Acque* gestisce anche
il servizio di fognatura e depurazione
Base servizio idrico integrato n=364

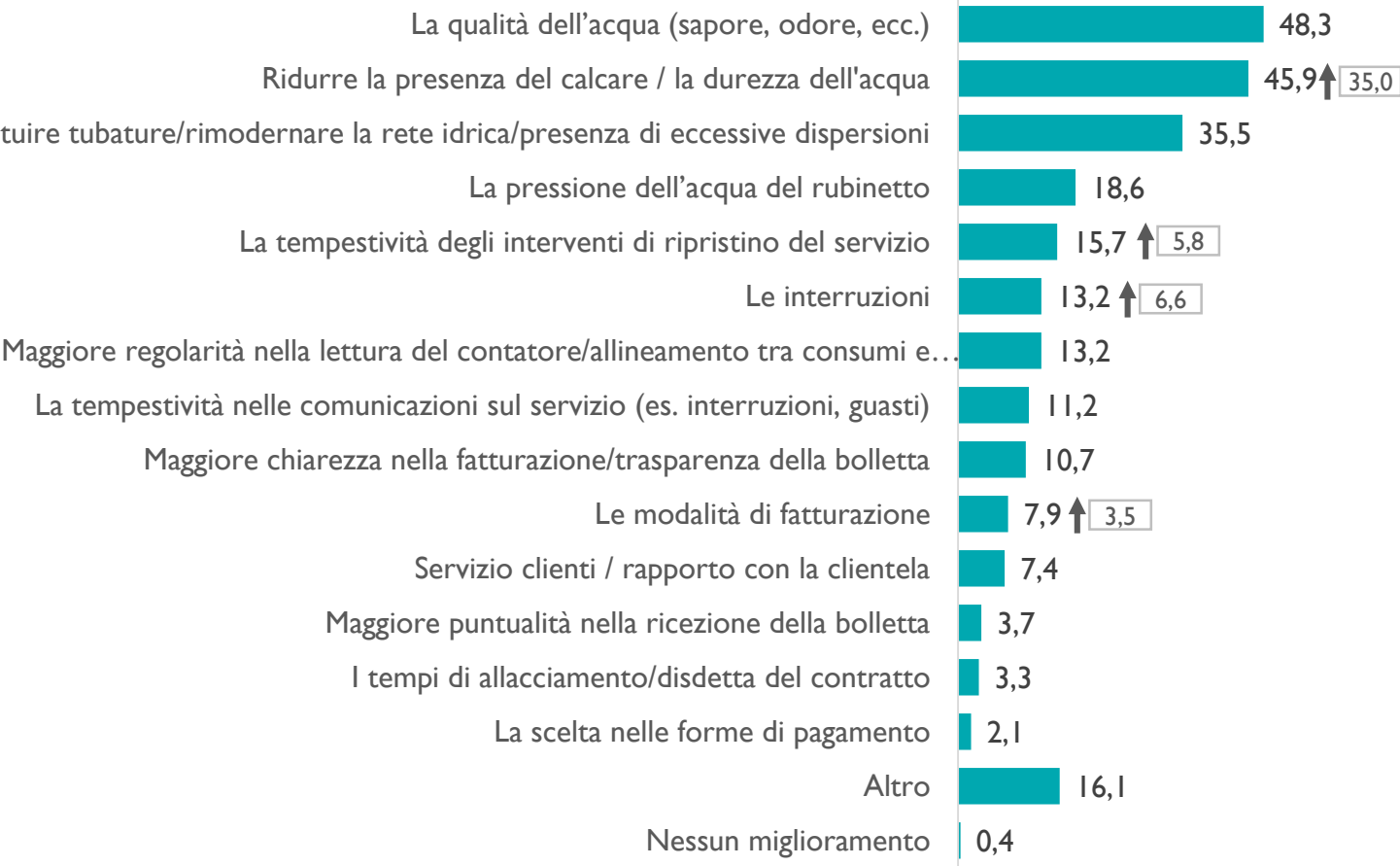
Generalista - Aspettative

Ci sono aspetti del servizio di erogazione dell'acqua potabile che ritiene debbano essere migliorati?



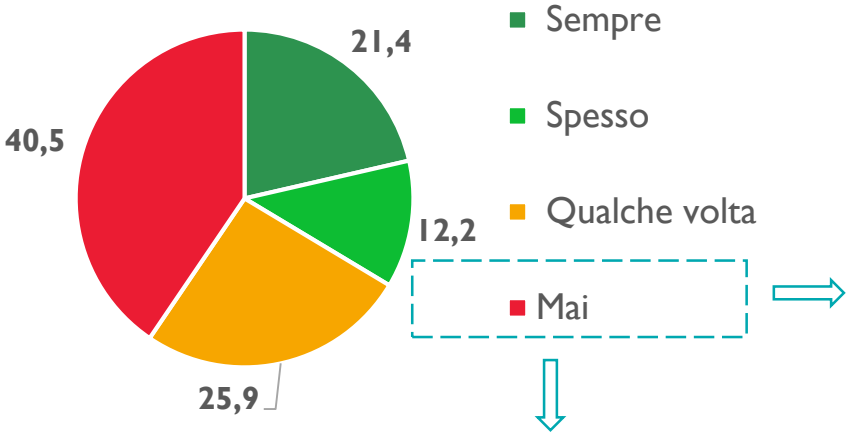
Quali? – risposta multipla

Base: Ritiene che ci siano aspetti del servizio di erogazione dell'acqua potabile che debbano essere migliorati N=242



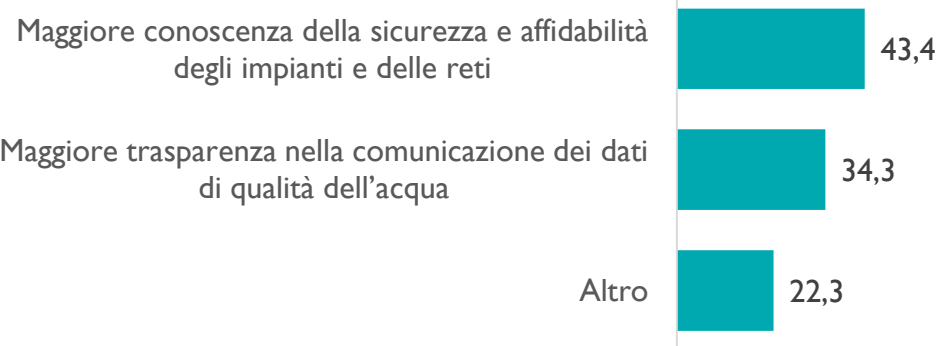
Generalista - Utilizzo dell'acqua potabile

Con che frequenza beve l'acqua del rubinetto?



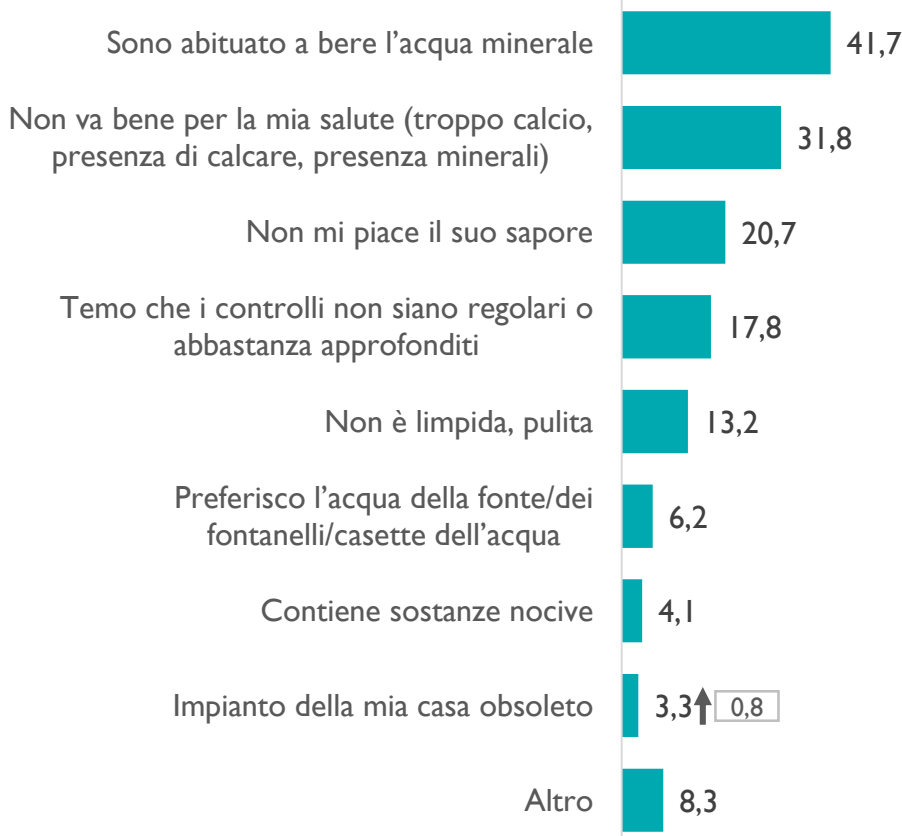
Cosa potrebbe invogiarla a bere l'acqua del rubinetto?

Base: Non beve mai l'acqua del rubinetto N=242



Perché non beve mai l'acqua del rubinetto? – risposta multipla

Base: Non beve mai l'acqua del rubinetto N=242



Generalista
Sezione Open

Generalista – Bolletta web – Motivi e Soddisfazione Utenti Bolletta web

Lei è a conoscenza del servizio bolletta web? **Sì 86,1%**



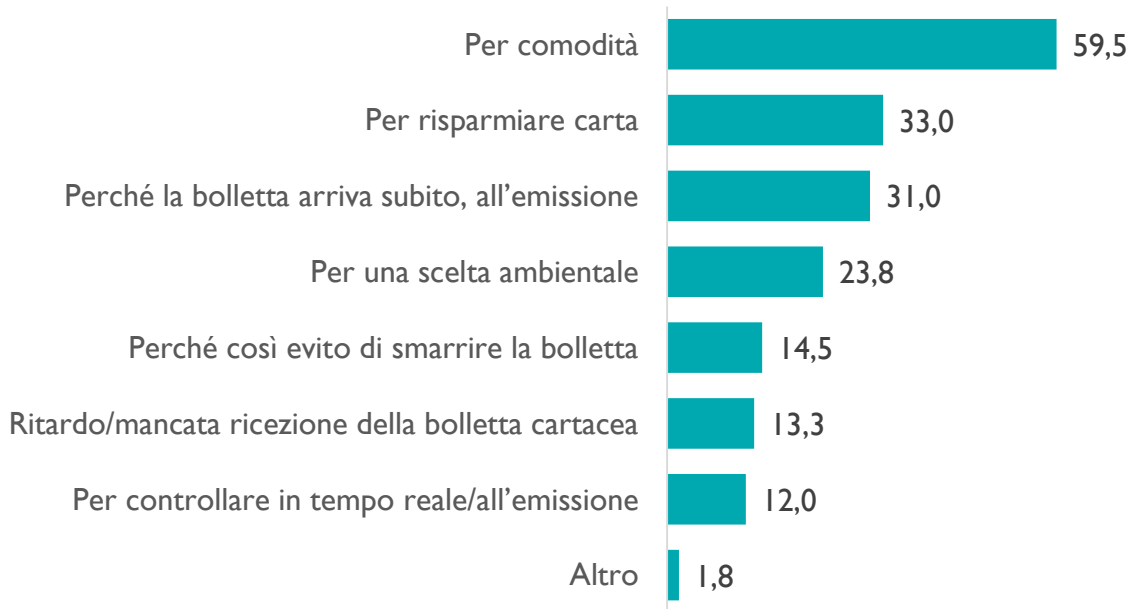
(base: è a conoscenza del servizio bolletta web N=515) Lei riceve già la bolletta per posta elettronica? **Sì 77,7%**



Utenti Bolletta web

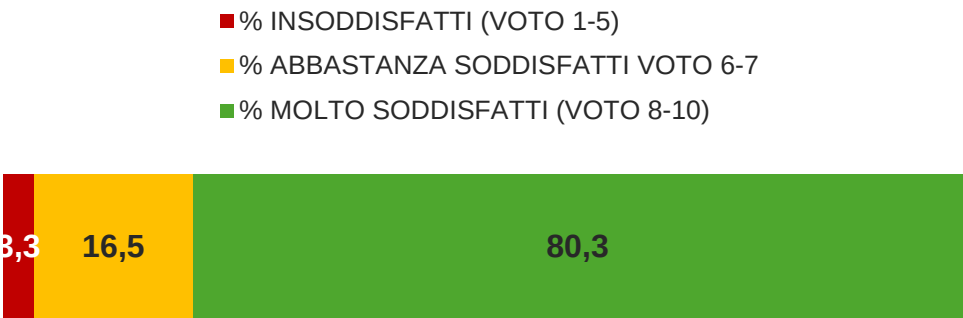
Per quale ragione ha scelto di passare dalla bolletta cartacea a quella web?

Chi riceve già la bolletta per posta elettronica N=400



Complessivamente quanto è soddisfatto del servizio bolletta web?

Chi riceve già la bolletta per posta elettronica N=400



Voto medio

8,50

Generalista – Bolletta web – Motivi ed intenzione futura Non utenti bolletta web

Lei è a conoscenza del servizio bolletta web? **Sì 86,1%**



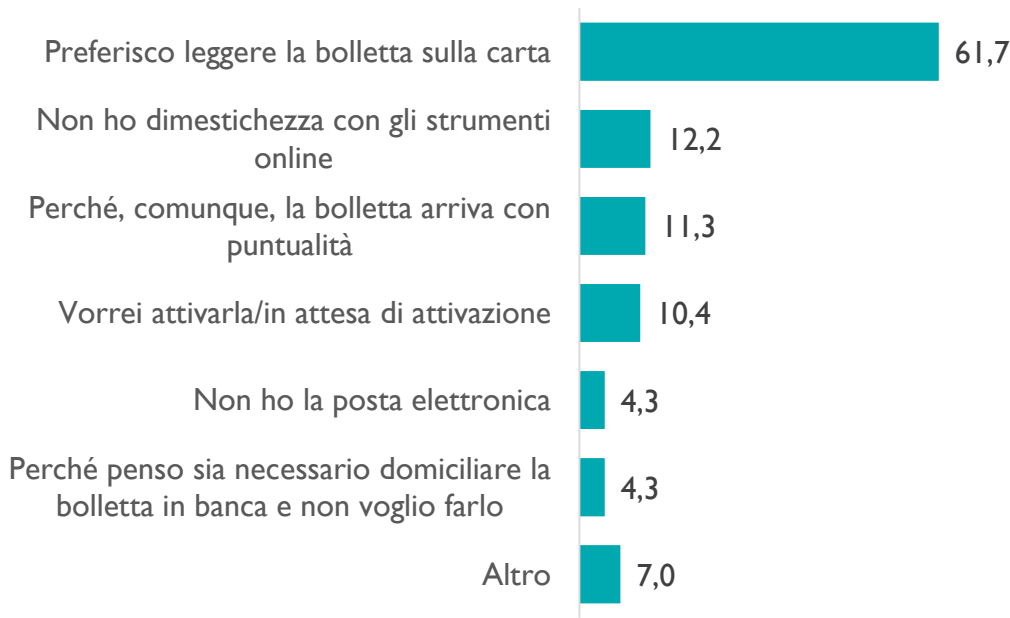
(base: è a conoscenza del servizio bolletta web N=515) Lei riceve già la bolletta per posta elettronica? **No 22,3%**



NON Utenti Bolletta web

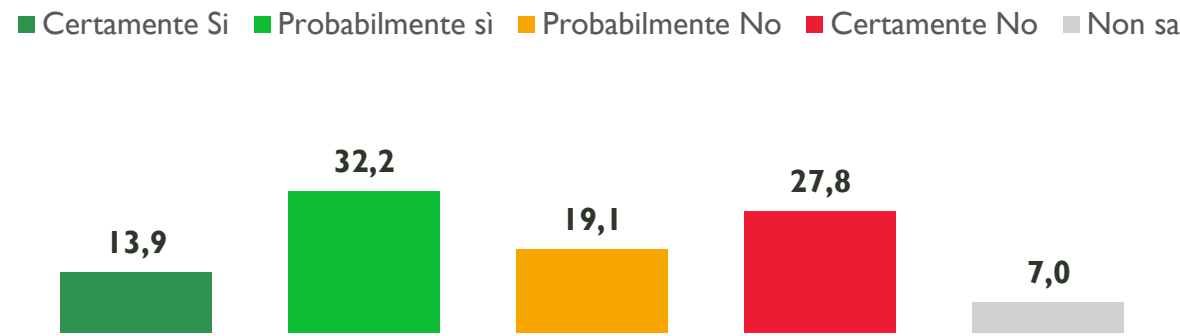
Per quale motivo preferisce continuare a ricevere la bolletta in forma cartacea?

Chi NON riceve la bolletta per posta elettronica N=115



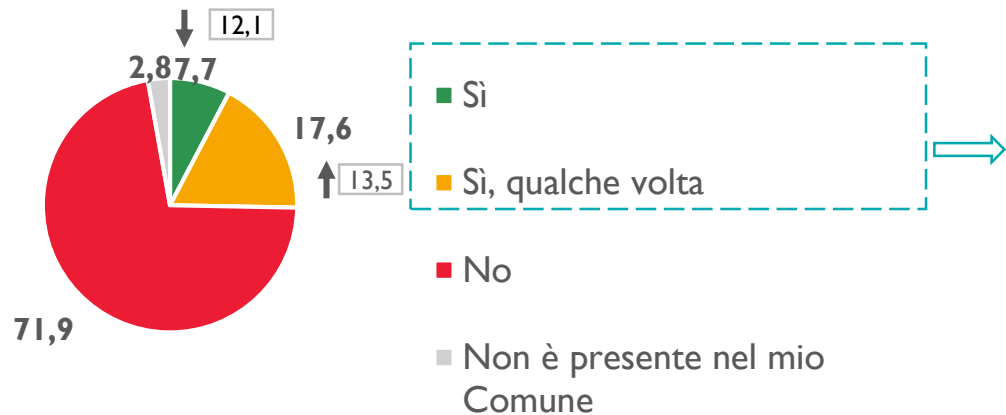
Lei pensa che in futuro prenderà in considerazione la possibilità di passare alla bolletta web?

Chi NON riceve la bolletta per posta elettronica N=115



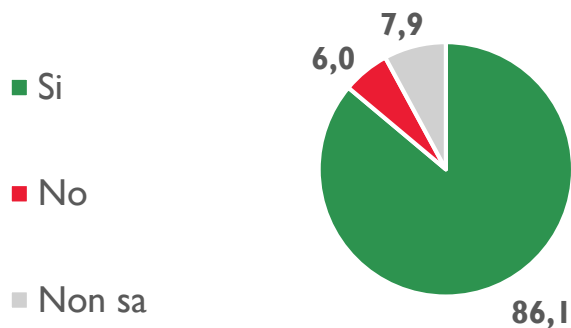
Generalista – Fontanelli alta qualità/casette dell’acqua

Lei si rifornisce ai fontanelli di alta qualità/case dell’acqua?



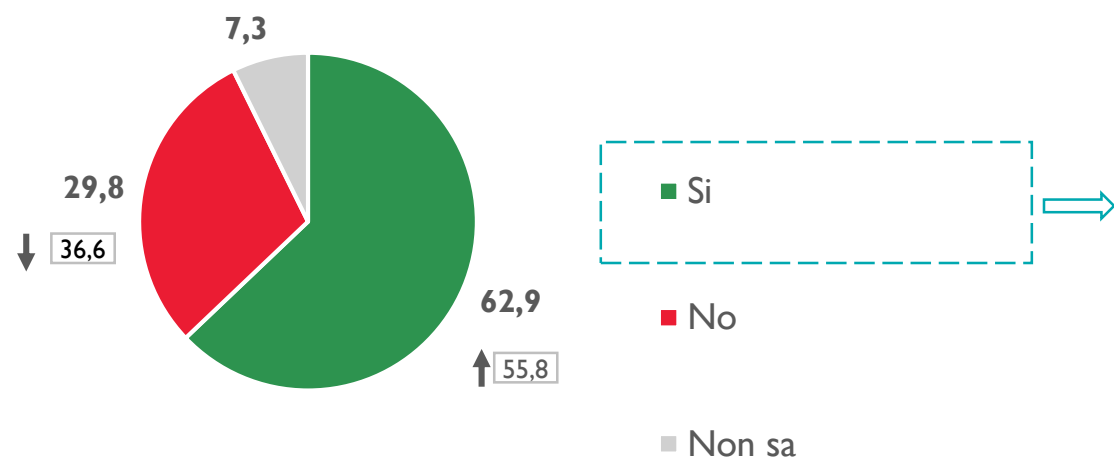
Le piace la QUALITÀ dell’acqua (sapore, odore, purezza, limpidezza) erogata presso i fontanelli di alta qualità/case dell’acqua?

Base: Si rifornisce ai fontanelli di alta qualità/case dell’acqua N=151



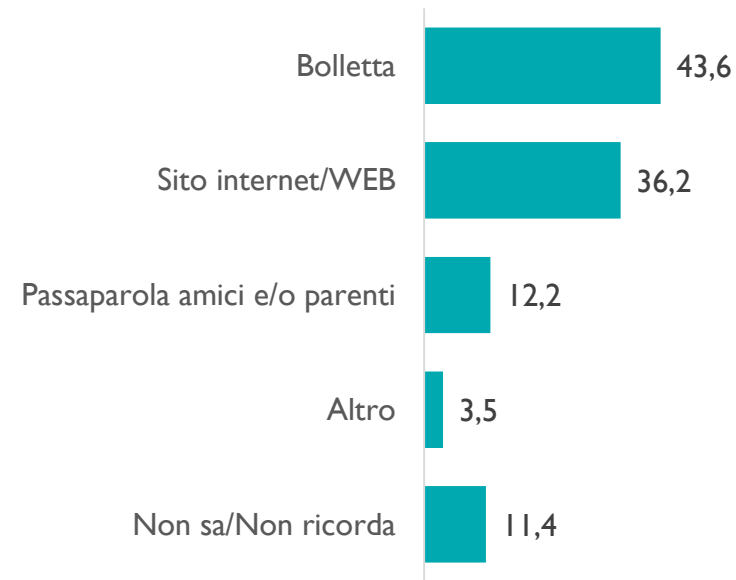
Generalista - APP

Lei sa che Umbra Acque ha attivato un'APP (applicazione) che consente di scaricare la fattura, pagare la bolletta, visualizzare i consumi, inviare l'autolettura e visualizzare il proprio estratto conto e segnalare guasti e disservizi?



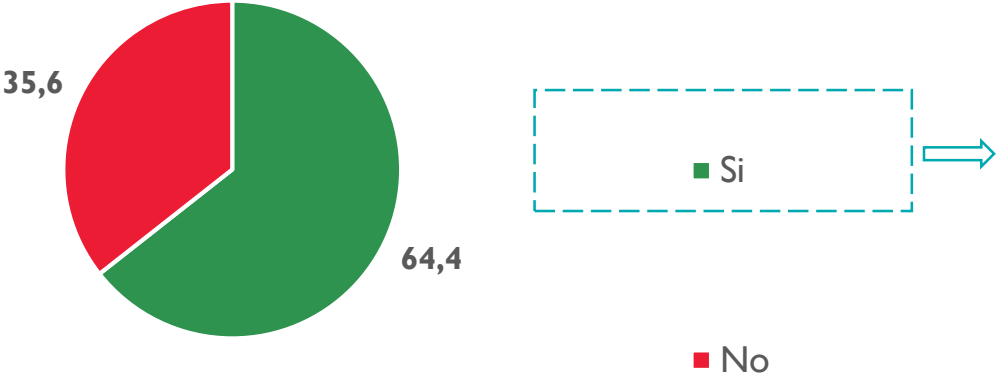
Tramite quale canale è venuto a conoscenza della App di Umbra Acque? – risposta multipla

Base: Chi è a conoscenza dell'APP N=376



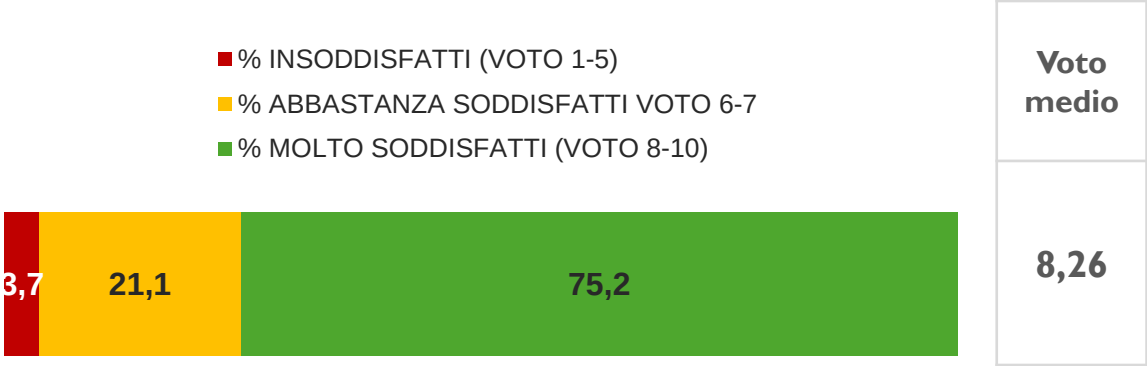
Generalista - APP

Le è capitato di utilizzare la APP?



Complessivamente quanto è soddisfatto della APP di Umbra Acque?

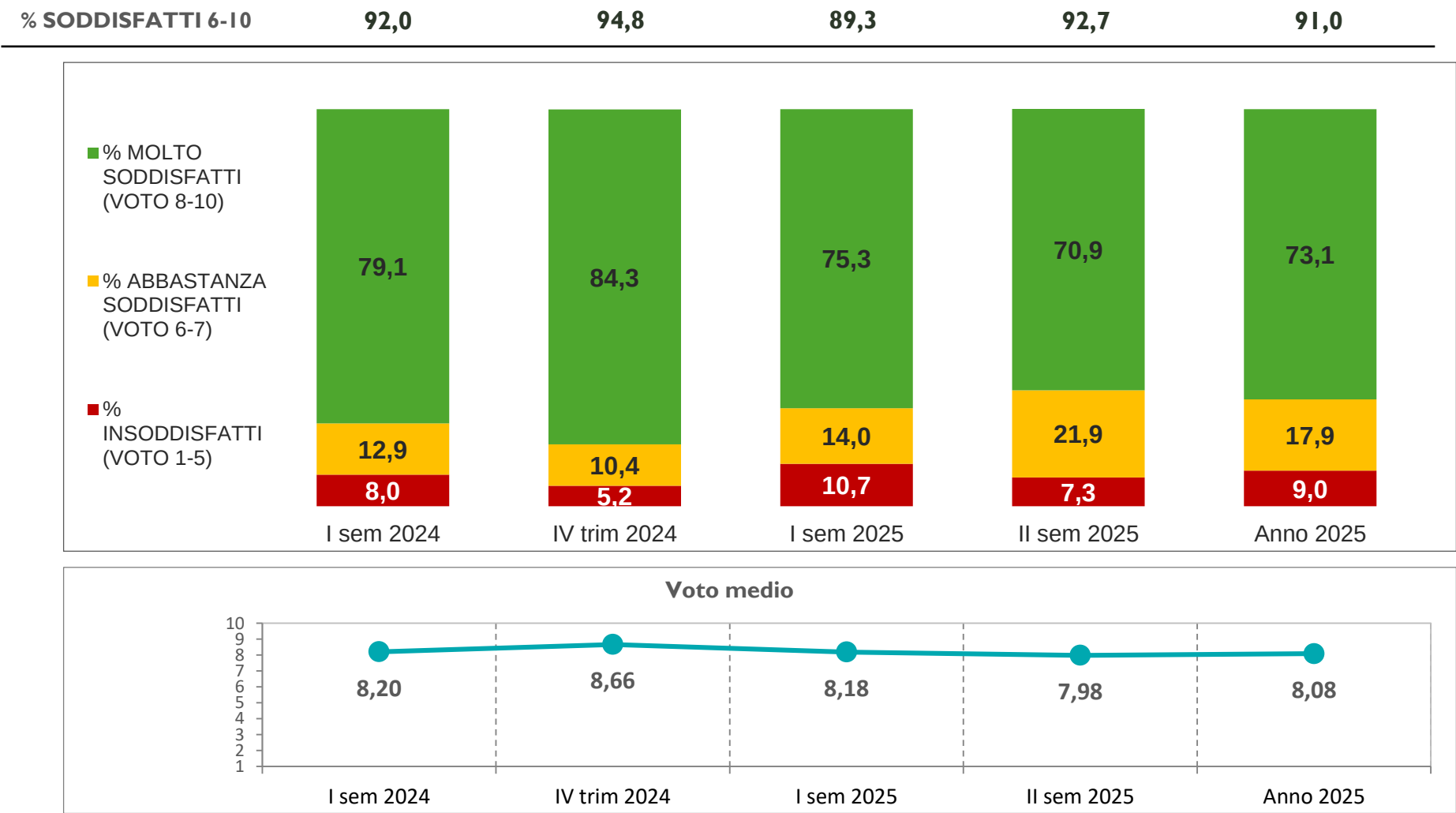
Base: Chi utilizza l'APP N=242



Call Back
Numero Verde Segnalazione Guasti

Segnalazione Guasti - Soddisfazione

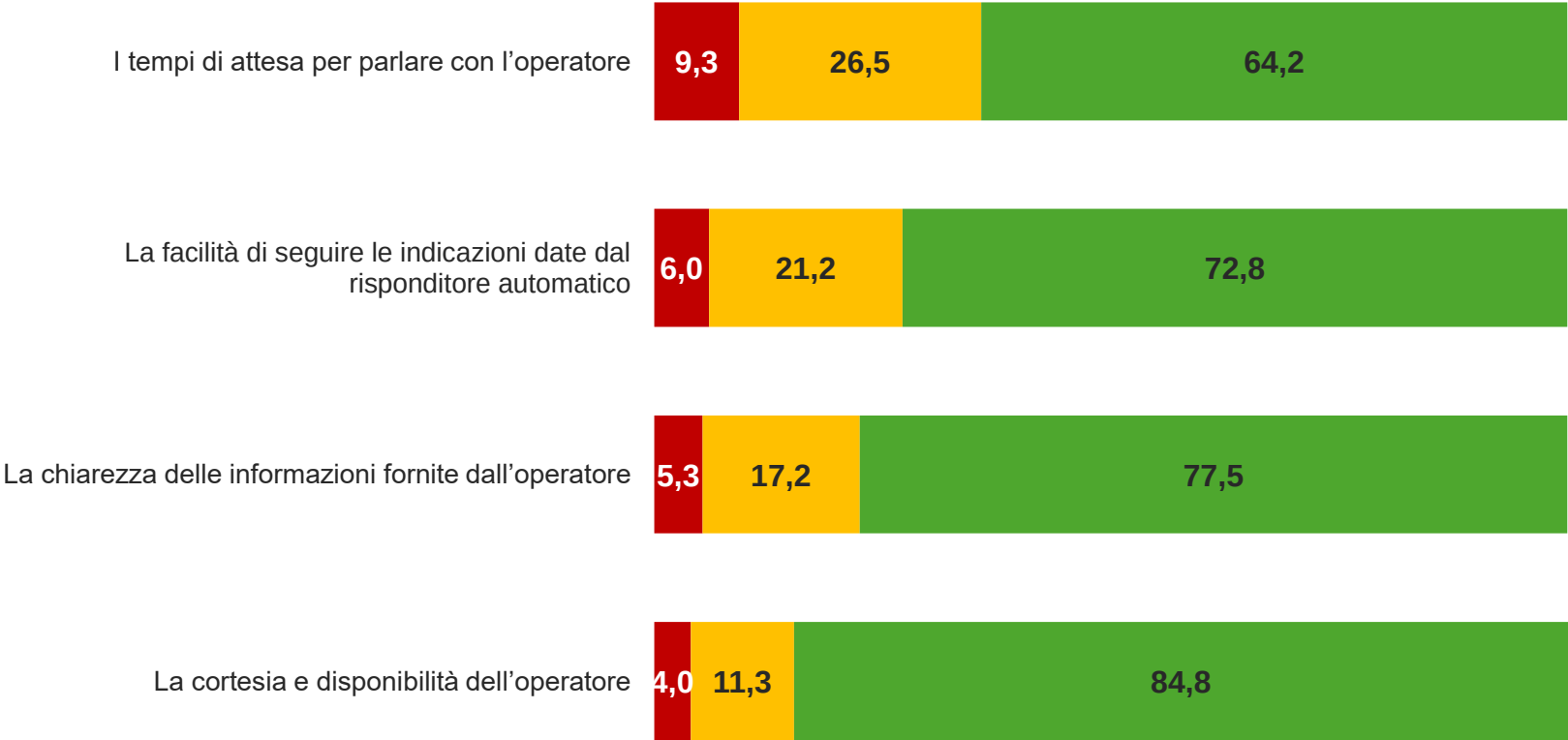
Considerando la conversazione telefonica, come valuta complessivamente la sua esperienza con il Numero Verde Segnalazione Guasti? Scala 1-10



Segnalazione Guasti - Aspetti valutati

In merito alla sua chiamata al Numero Verde Segnalazione Guasti, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



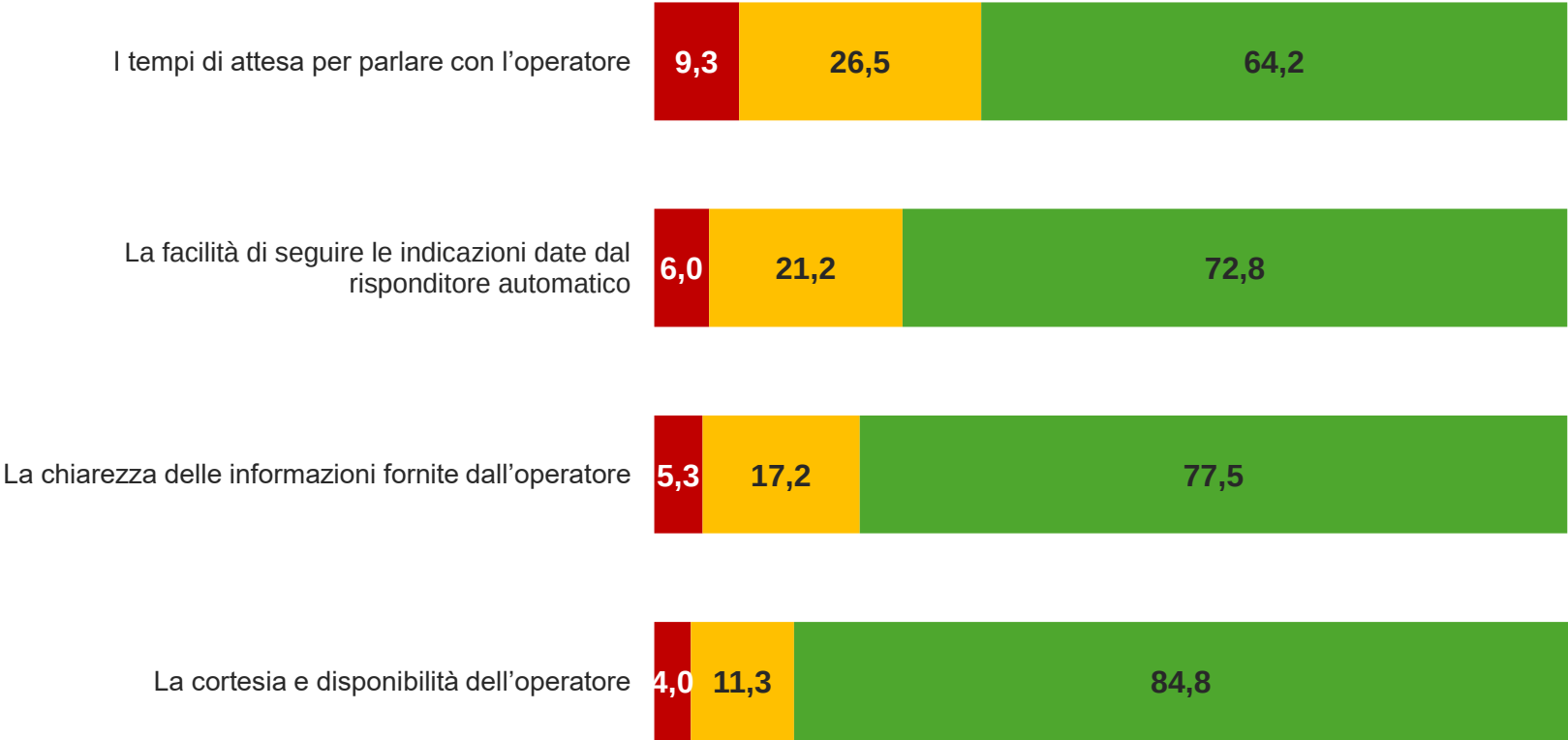
Voto medio
7,72
8,10
8,24
8,44

% SODDISFATTI 6-10		
II sem 2025	I sem 2025	IV trim 2024
90,7	91,3	93,0
94,0	90,0	93,0
94,7	92,0	94,8
96,0	92,7	97,4

Segnalazione Guasti - Aspetti valutati - Importanza indiretta

In merito alla sua chiamata al Numero Verde Segnalazione Guasti, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

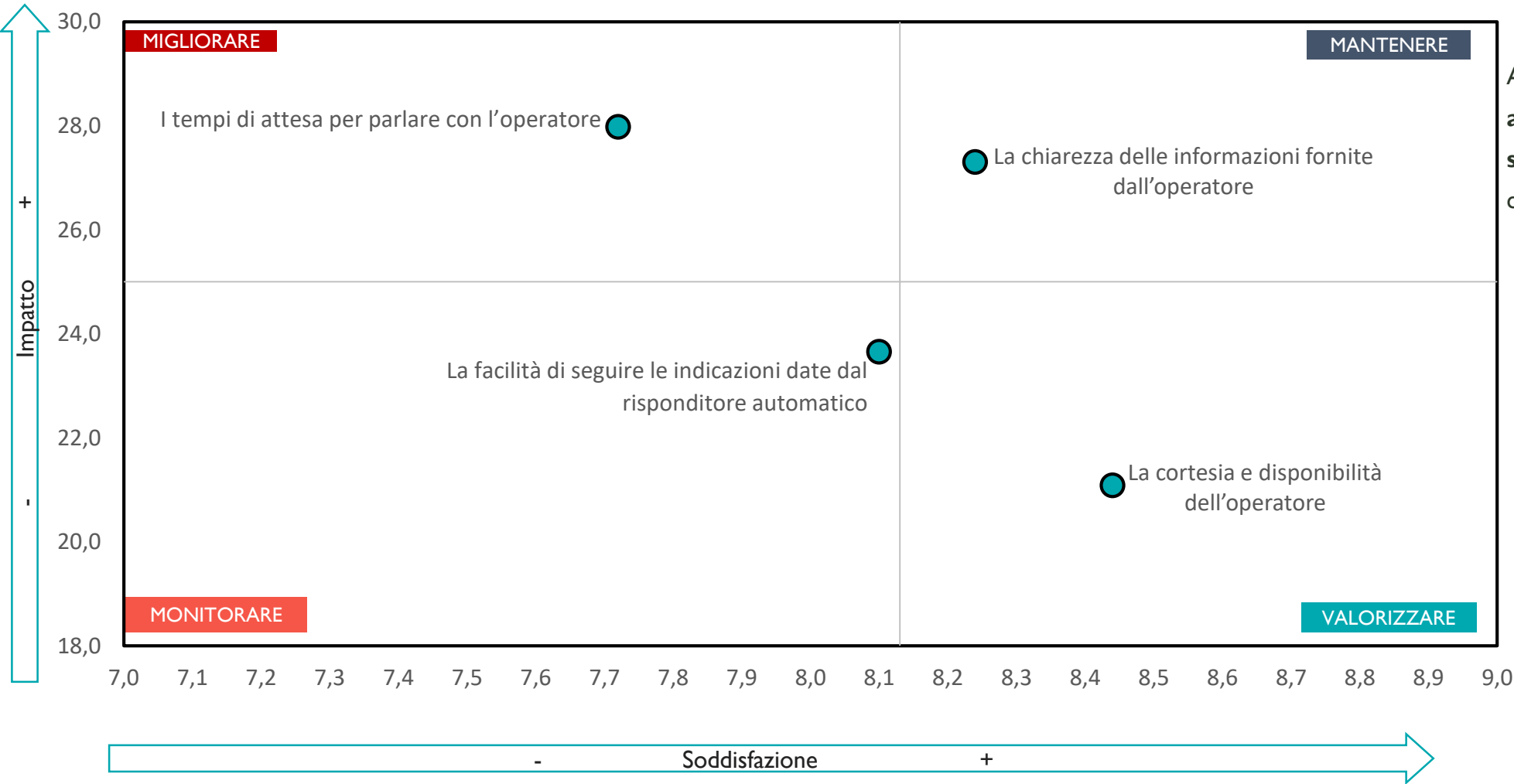
■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio	Importanza Indiretta
7,72	28,0
8,10	23,7
8,24	27,3
8,44	21,1

Segnalazione Guasti

Mappa delle priorità

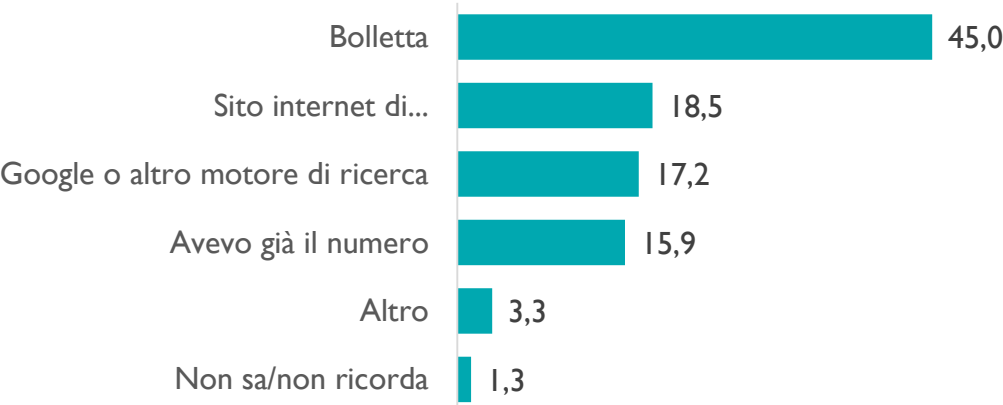


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

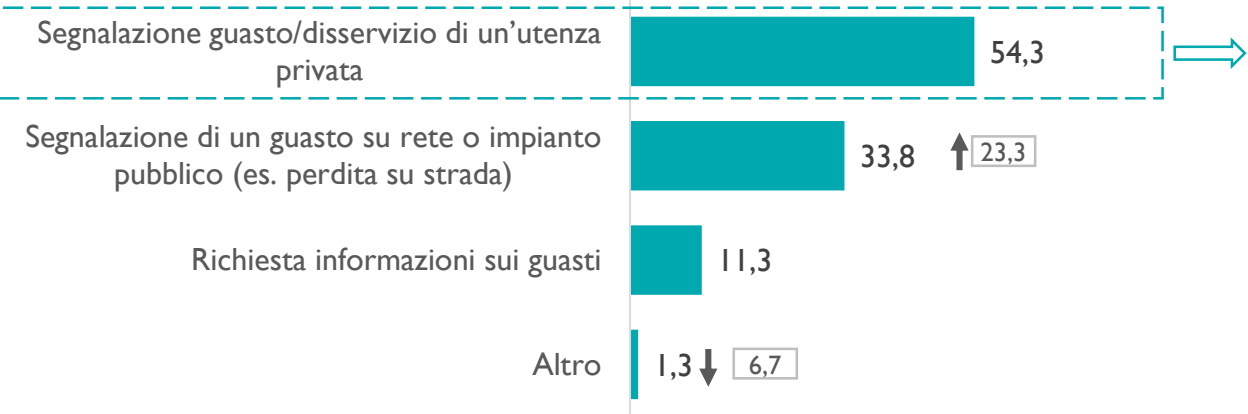
- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Segnalazione Guasti - Conoscenza, motivi di contatto e risoluzione

Dove ha reperito il numero verde Segnalazione Guasti? – risposta multipla

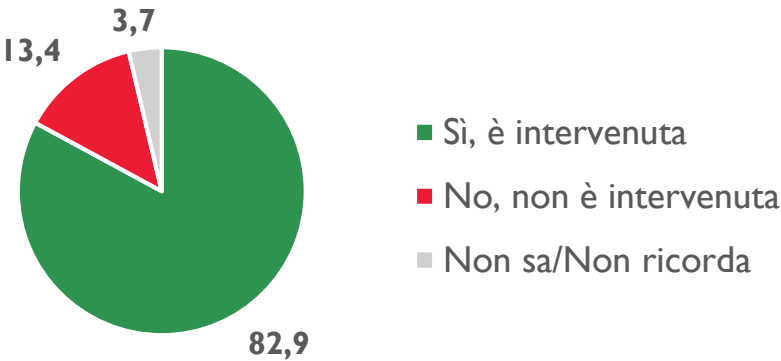


Per quali motivi ha chiamato il Numero Verde Segnalazione Guasti? – risposta multipla

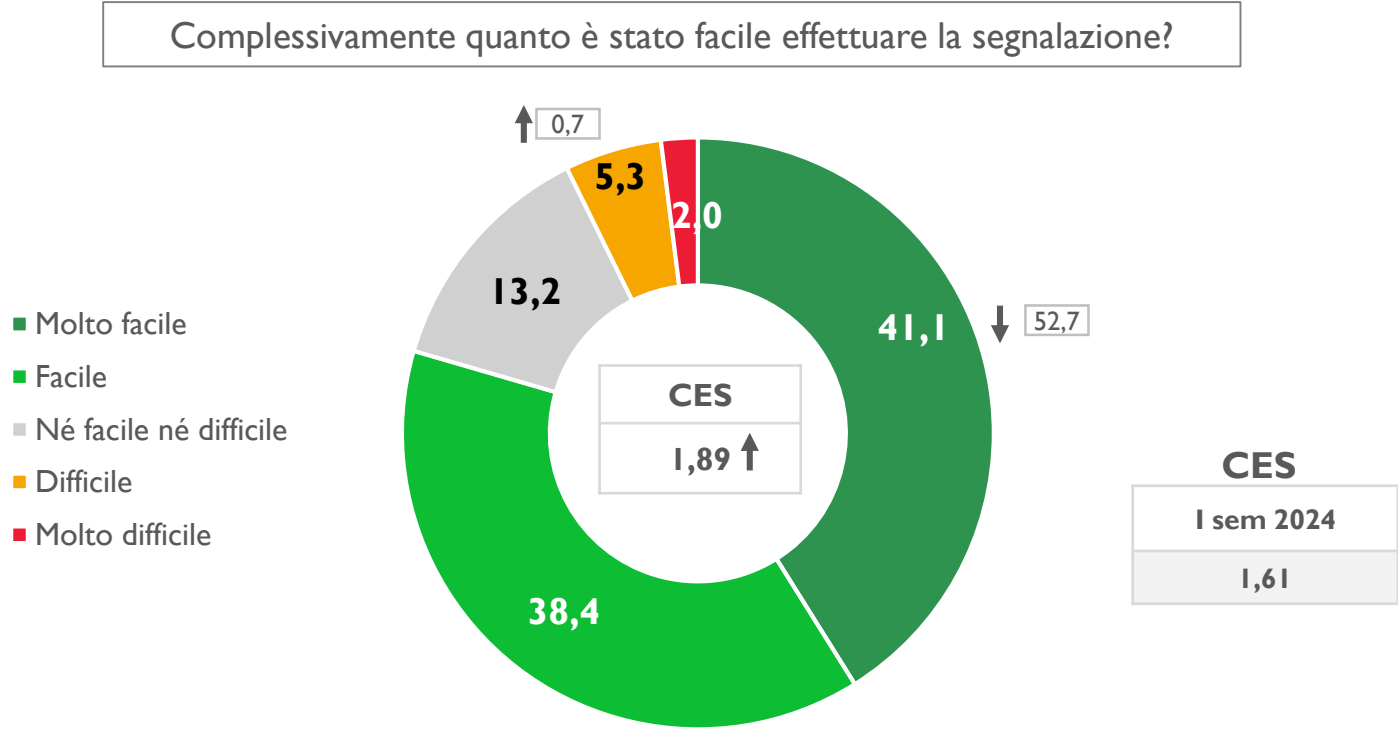


Ricorda se a seguito della sua ultima segnalazione, Umbra Acque è intervenuta per risolvere il problema e ripristinare il servizio?

Base: ha segnalato guasti di un'utenza privata N=82



Segnalazione Guasti - Customer Effort Score



Call Back
Intervento Tecnico

Intervento Tecnico - Soddisfazione

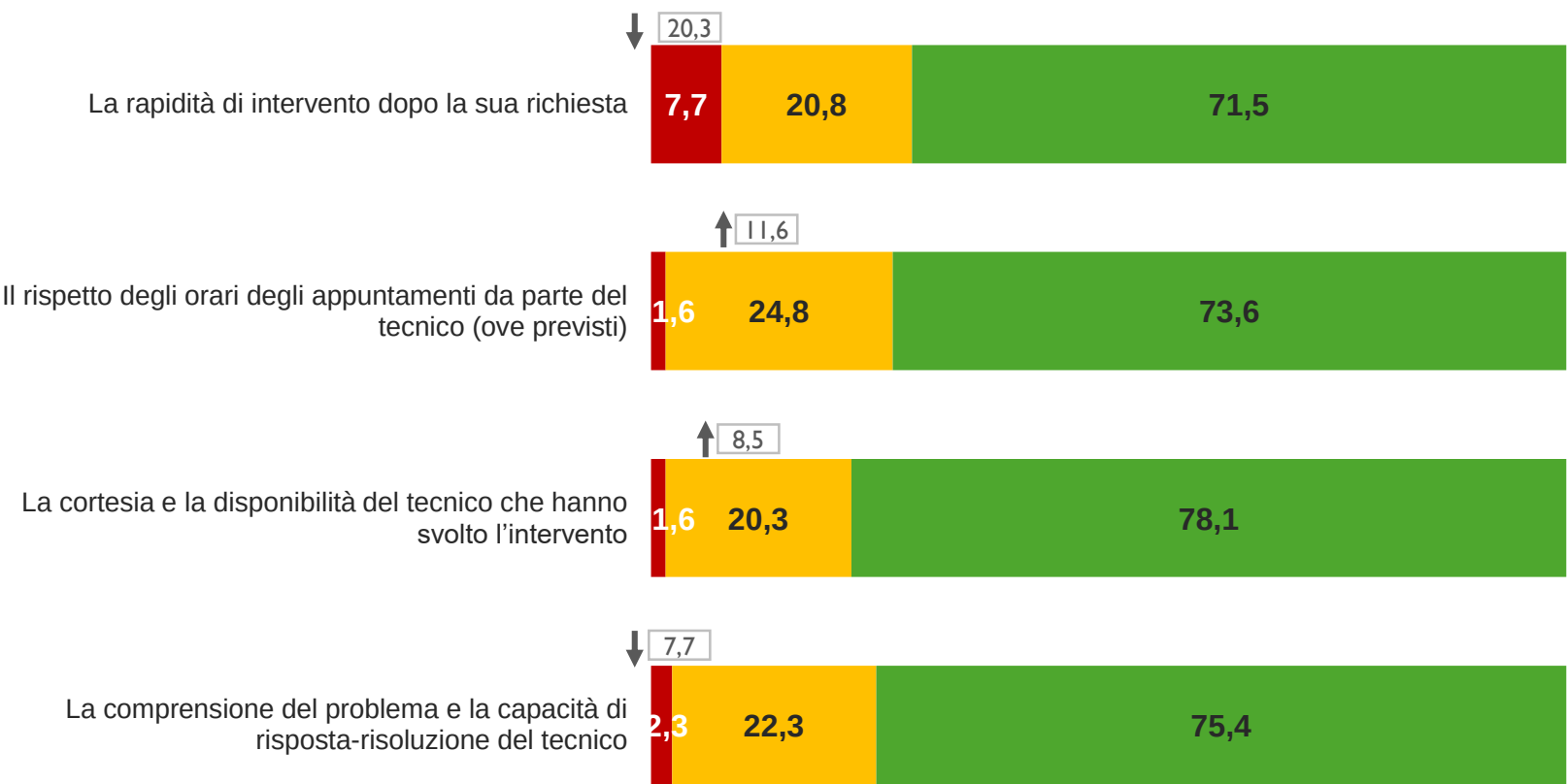
Come valuta complessivamente l'intervento tecnico ricevuto? Scala 1-10



Intervento Tecnico - Aspetti valutati

Pensando sempre all'intervento tecnico ricevuto, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



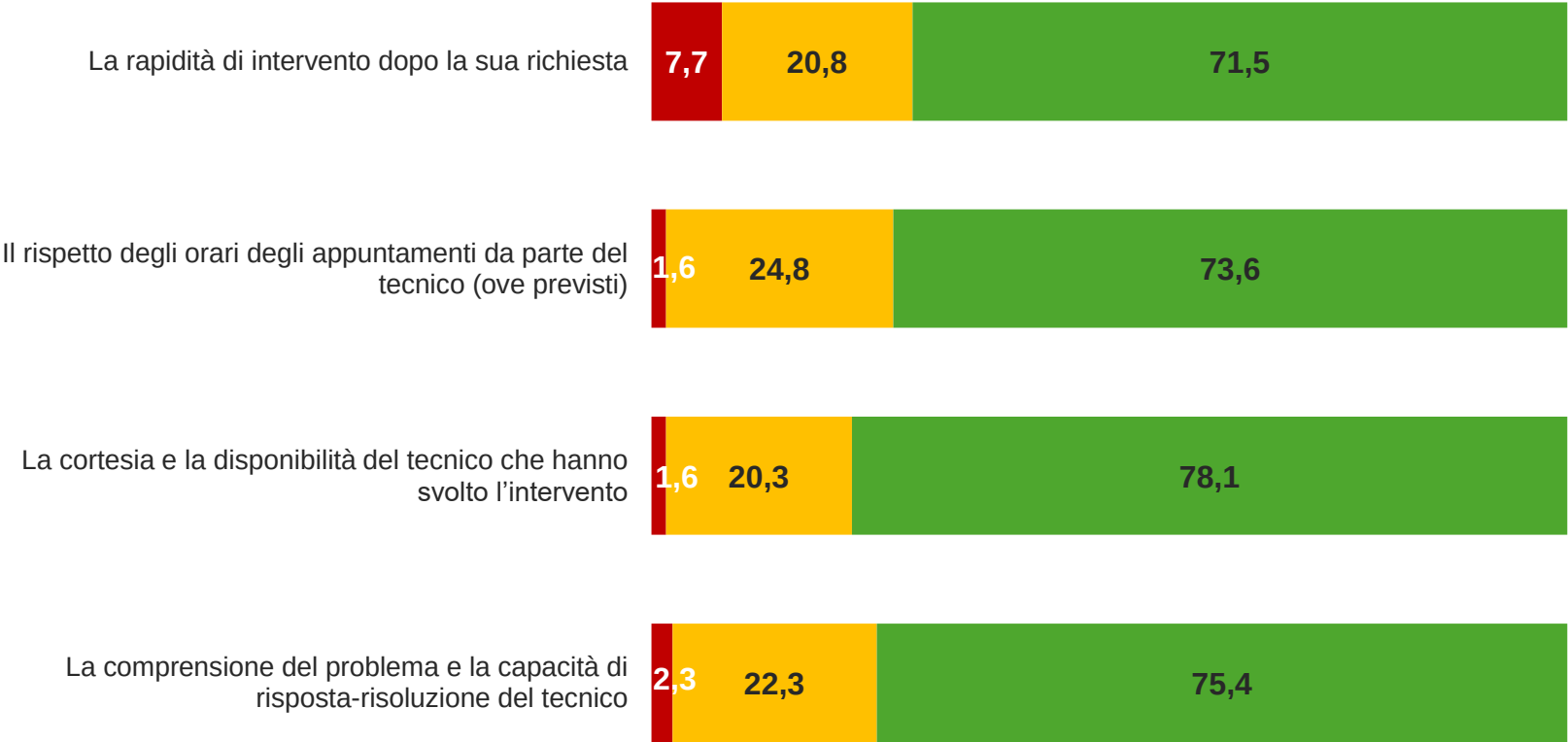
Voto medio
7,98
8,37
8,46
8,40

% SODDISFATTI 6-10		
II sem 2025	I sem 2025	IV trim 2024
92,3 ↑	79,7	78,6
98,4	93,8	96,4
98,4	94,6	96,4
97,7 ↑	92,3	91,1

Intervento Tecnico - Aspetti valutati - Importanza indiretta

Pensando sempre all'intervento tecnico ricevuto, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

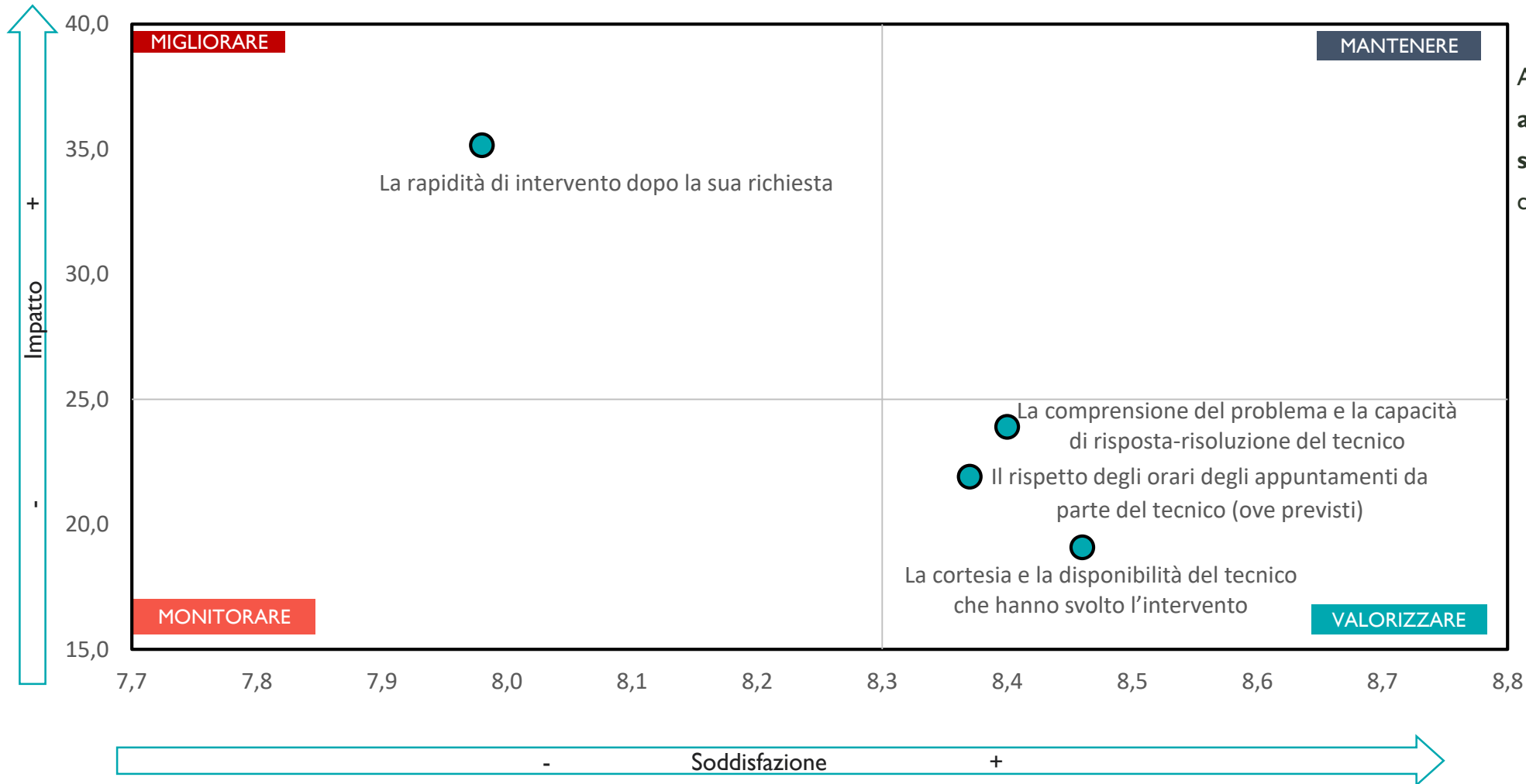
■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio	Importanza Indiretta
7,98	35,2
8,37	21,9
8,46	19,1
8,40	23,9

Intervento Tecnico

Mappa delle priorità

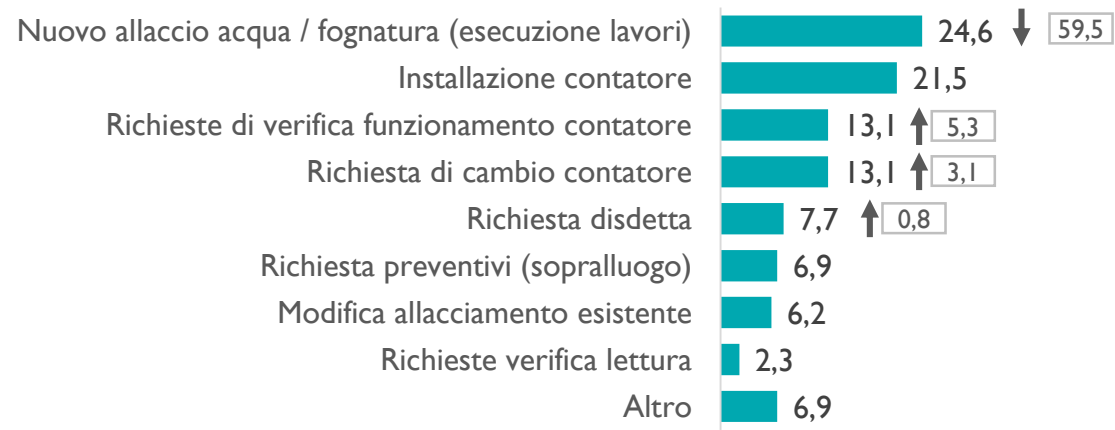


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

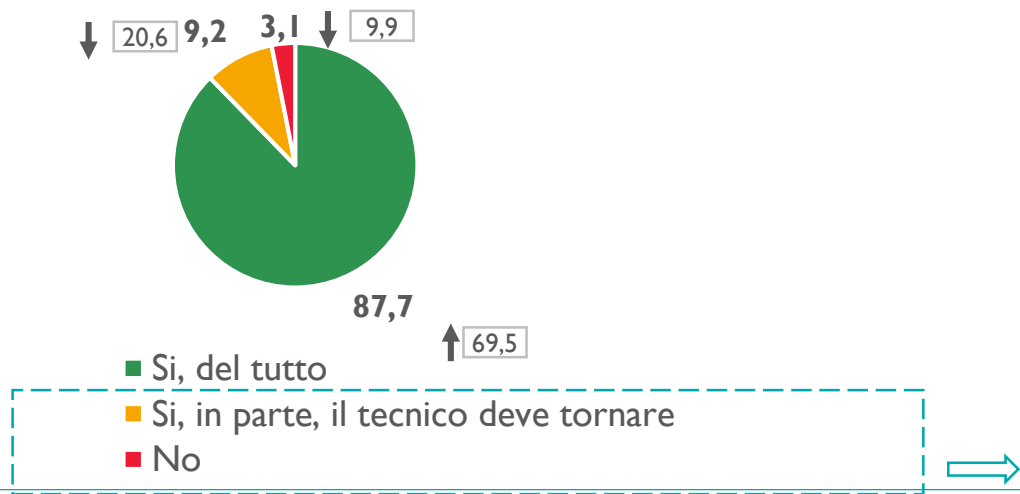
- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Intervento Tecnico - Motivi di contatto e Risoluzione

Per quale/i motivi ha richiesto un intervento tecnico? – risposta multipla

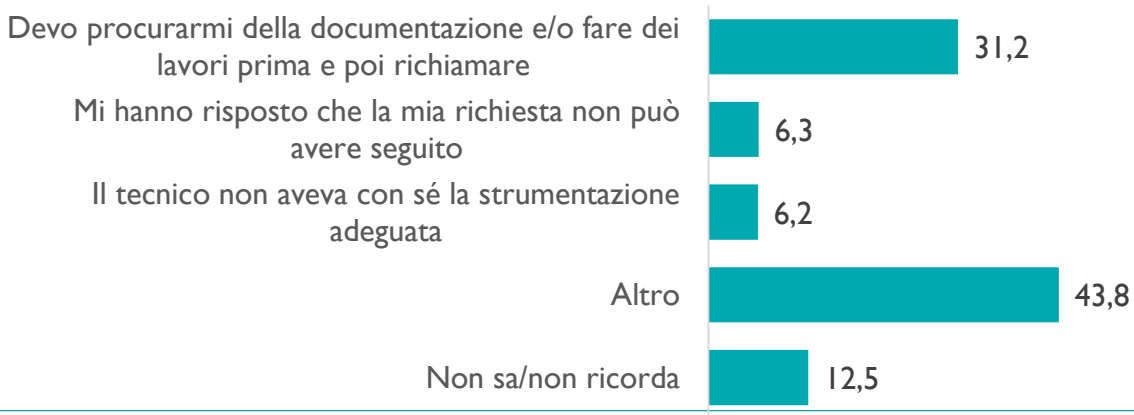


Con l'intervento del tecnico è riuscito a soddisfare la sua richiesta?



Per quali motivi non è riuscito a soddisfare la sua richiesta?

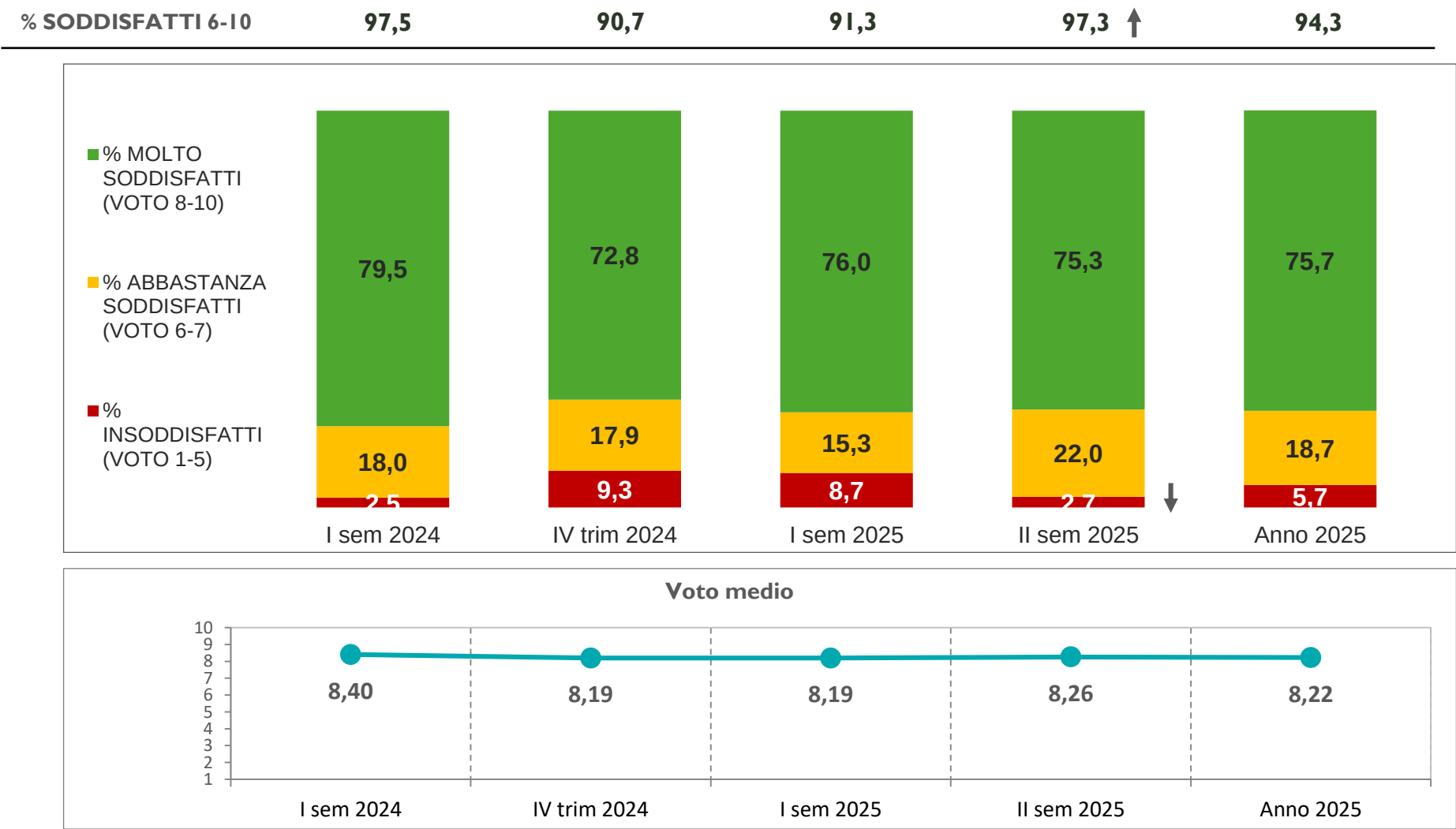
Base: Non è riuscito a soddisfare la sua richiesta N=16



Call Back
Numero Verde Commerciale

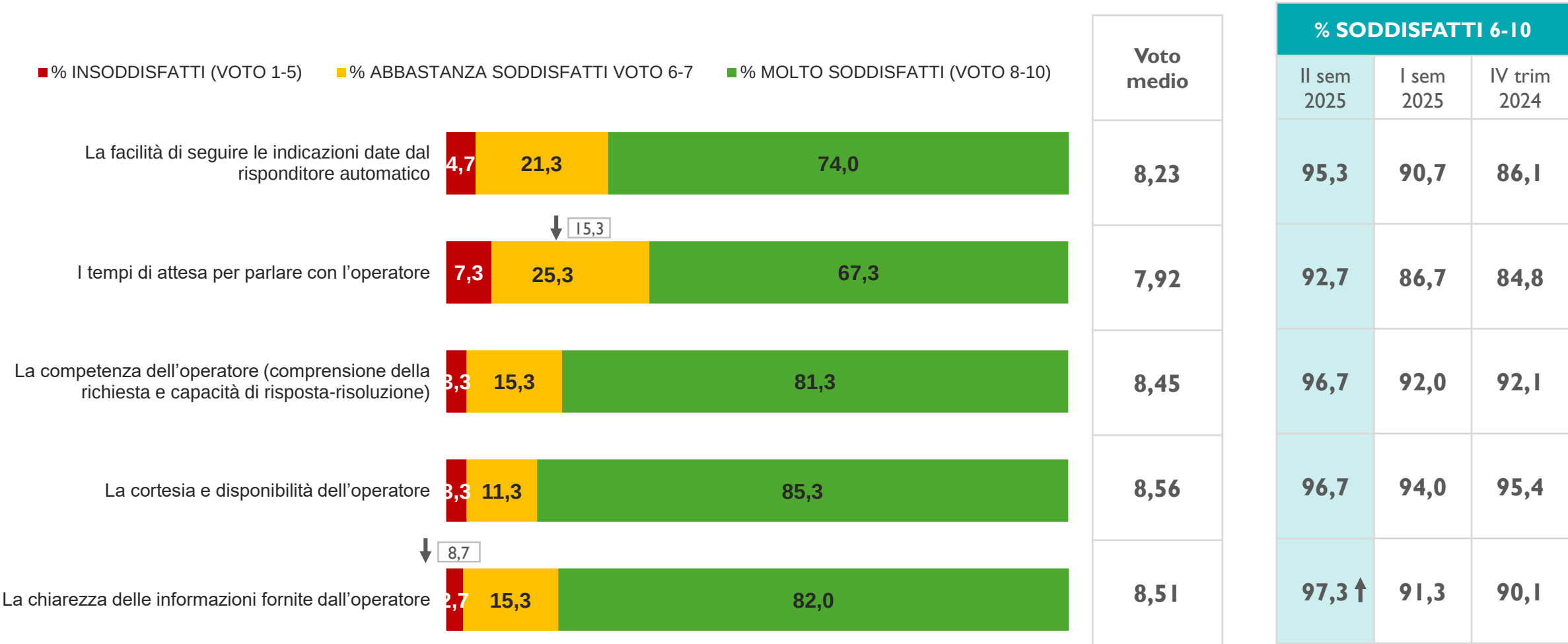
Numero Verde Commerciale - Soddisfazione

Come valuta complessivamente la sua esperienza con il numero verde? Scala 1-10



Numero Verde Commerciale - Aspetti valutati

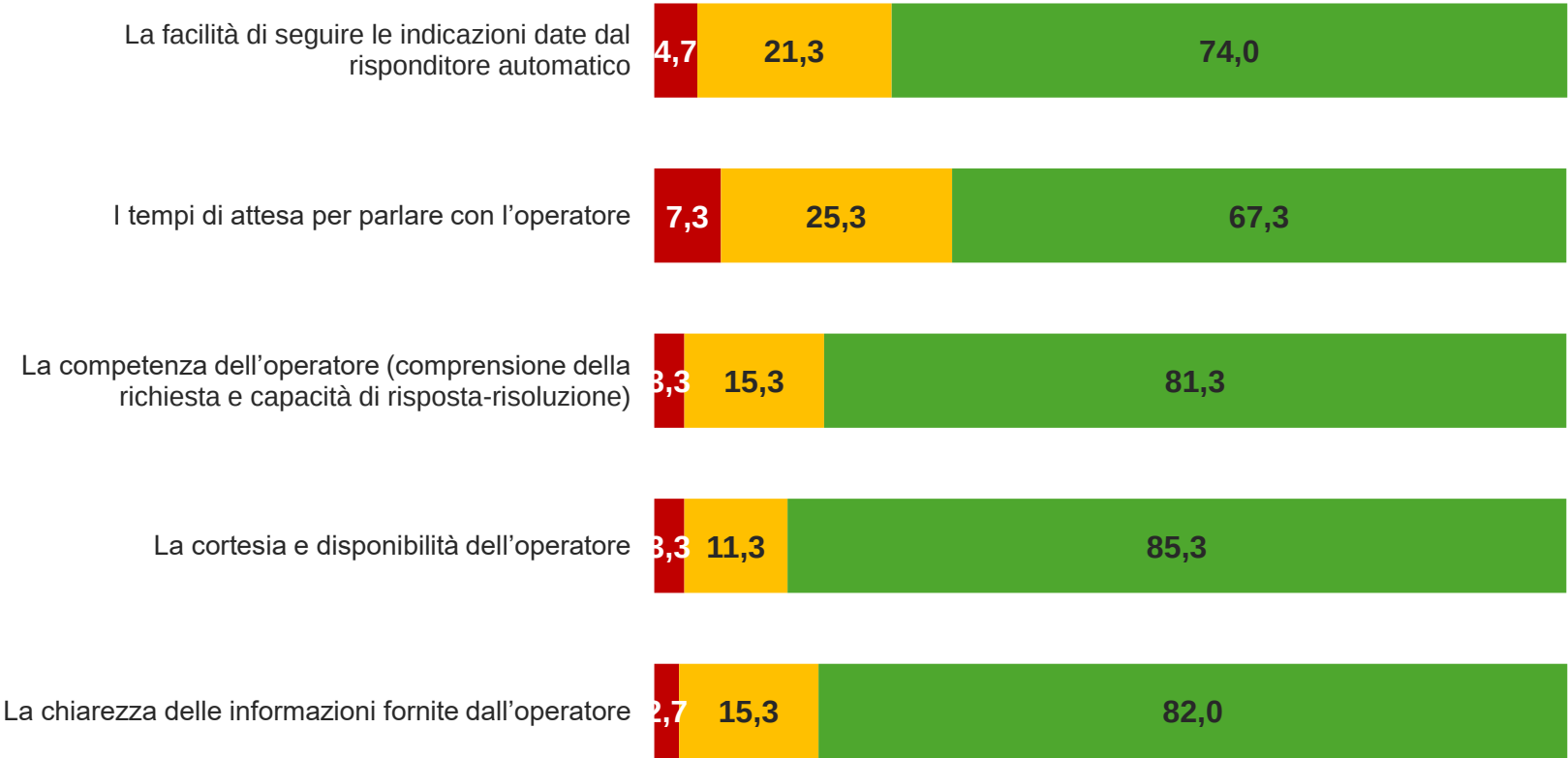
Pensando sempre all'ultima volta che ha contattato il numero verde, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10



Numero Verde Commerciale - Aspetti valutati - Importanza indiretta

Pensando sempre all'ultima volta che ha contattato il numero verde, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

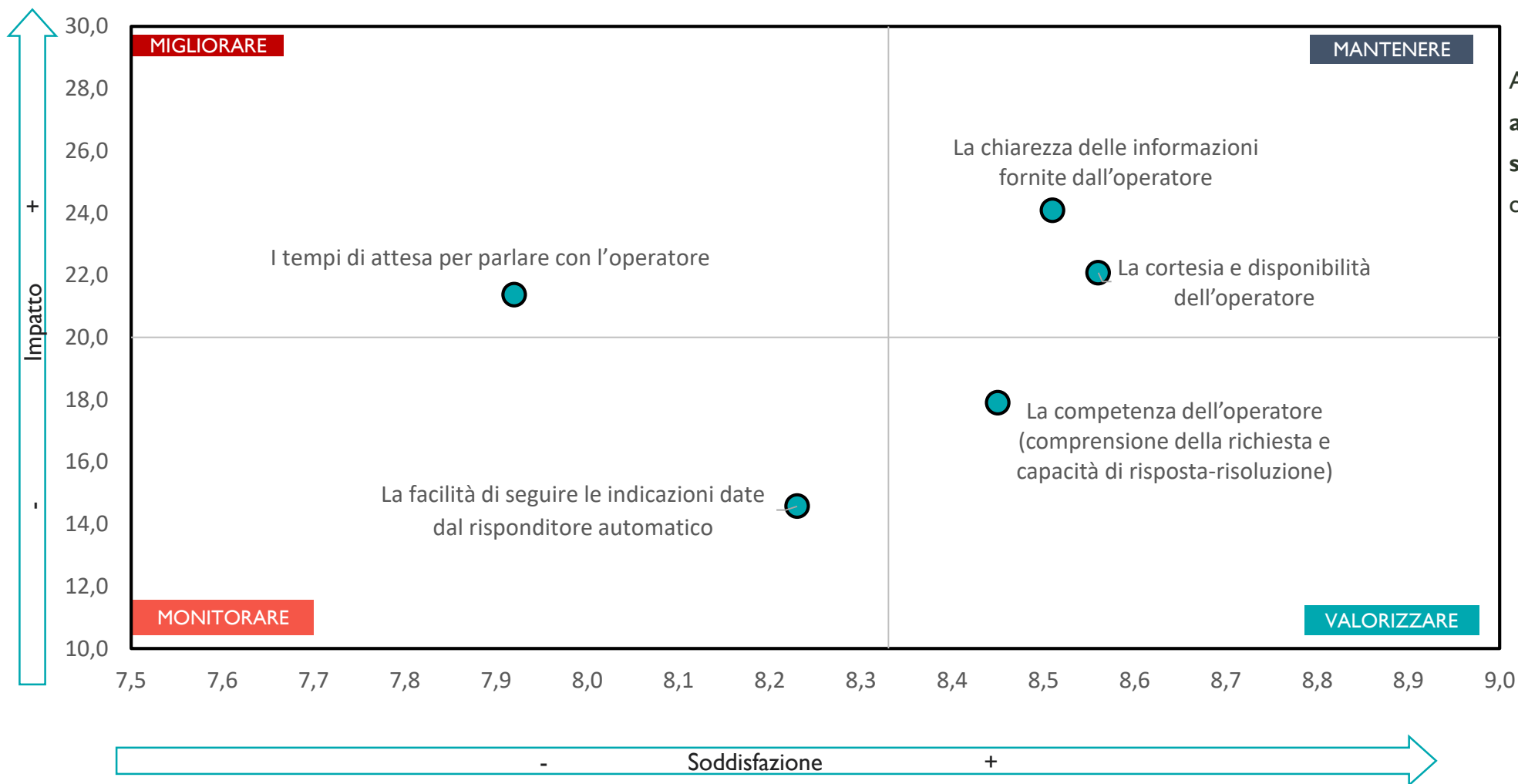
■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio	Importanza Indiretta
8,23	14,6
7,92	21,4
8,45	17,9
8,56	22,1
8,51	24,1

Numero Verde Commerciale

Mappa delle priorità

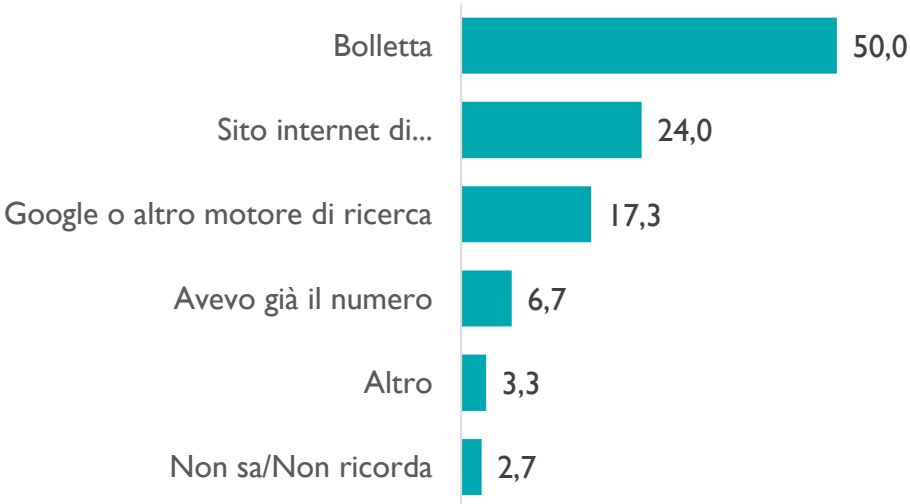


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

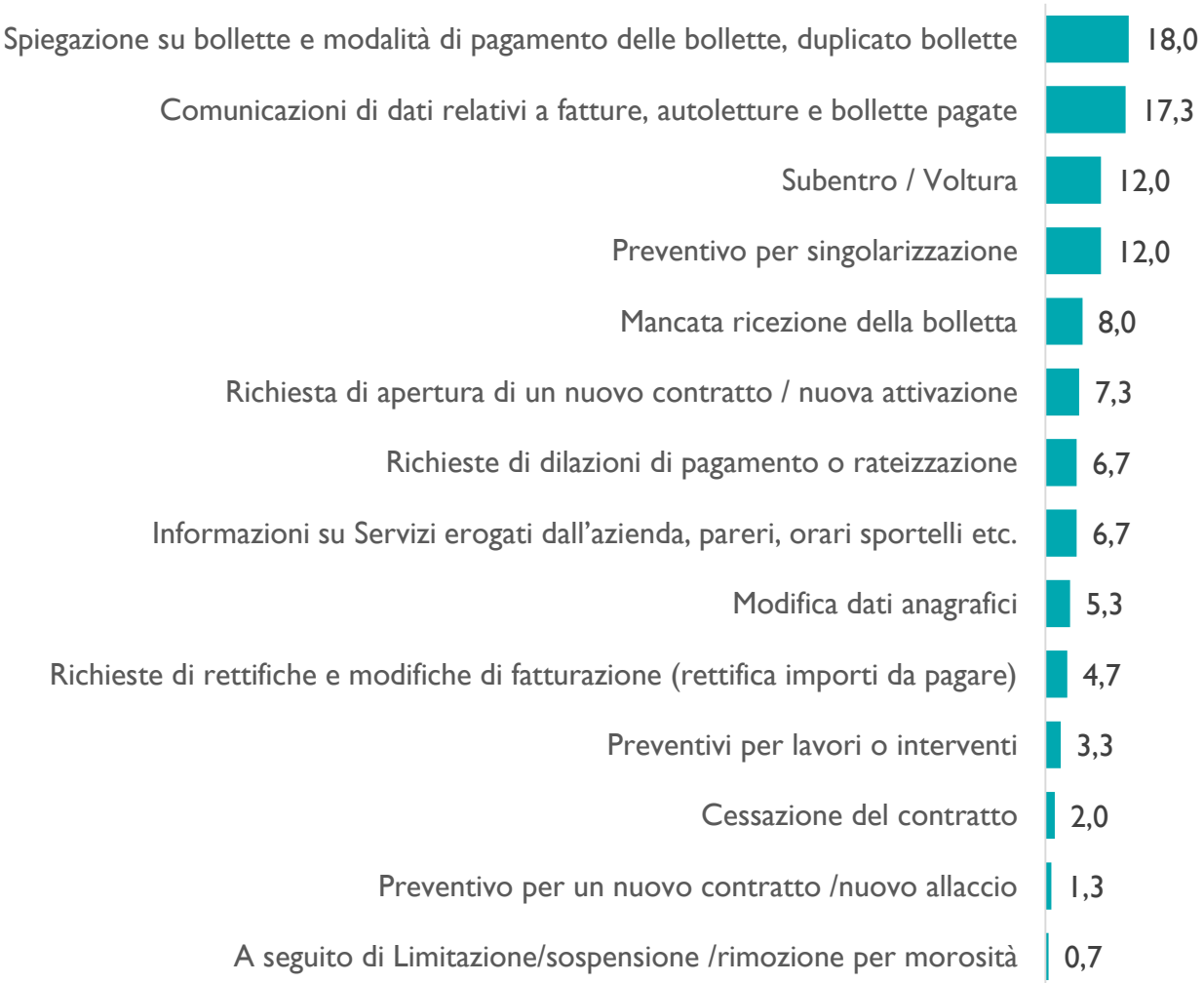
- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Numero Verde Commerciale - Conoscenza e motivo di contatto

Dove ha reperito il numero verde? – risposta multipla

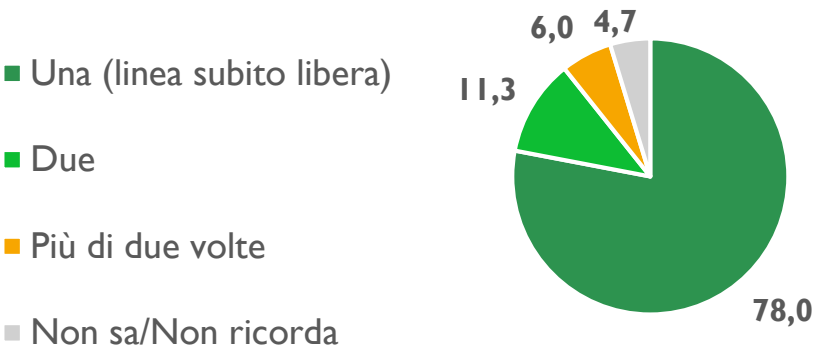


Per quali motivi ha chiamato il Numero Verde? – risposta multipla

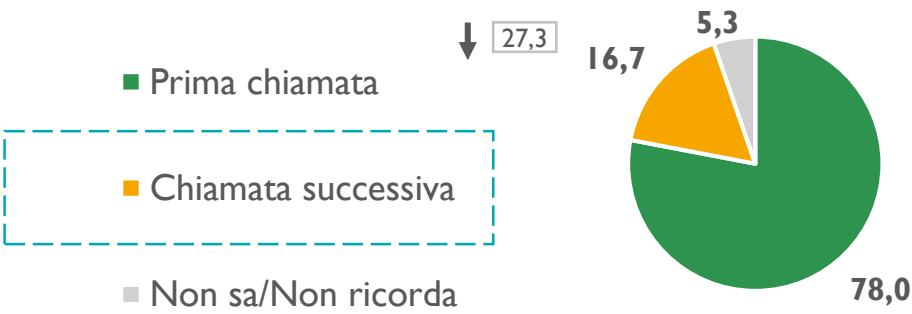


Numero Verde Commerciale - Accessibilità e One Call Solution

Ricorda quante volte ha dovuto chiamare il numero verde, prima di trovare la linea libera e parlare con l'operatore?

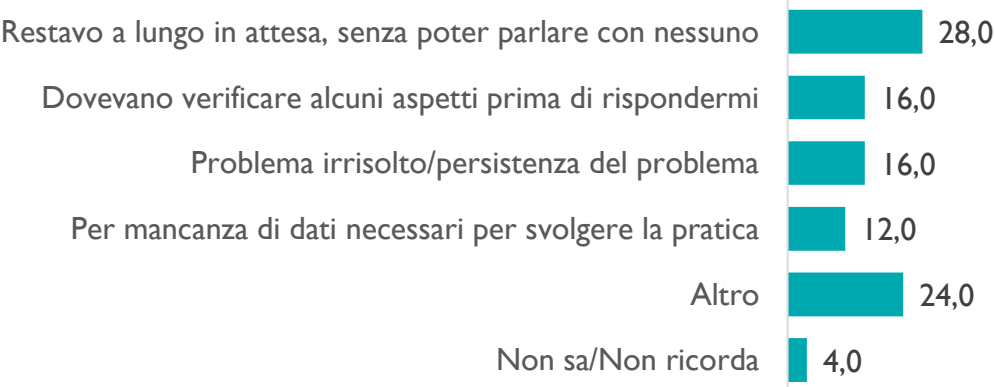


Relativamente alla specifica richiesta per cui ha telefonato al Numero verde, ha chiamato una sola volta o più volte?



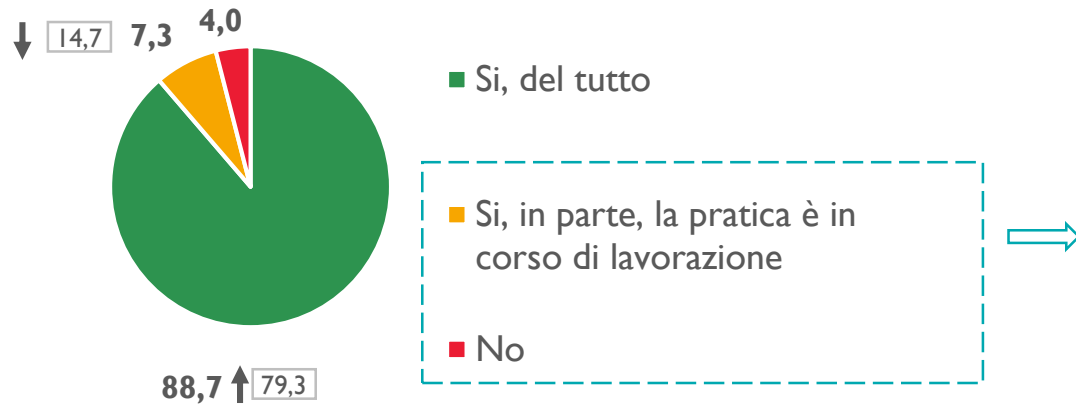
Perché ha dovuto richiamare più volte? – risposta multipla

Base: Ha telefonato più volte al Numero verde N=25 – Attenzione base esigua



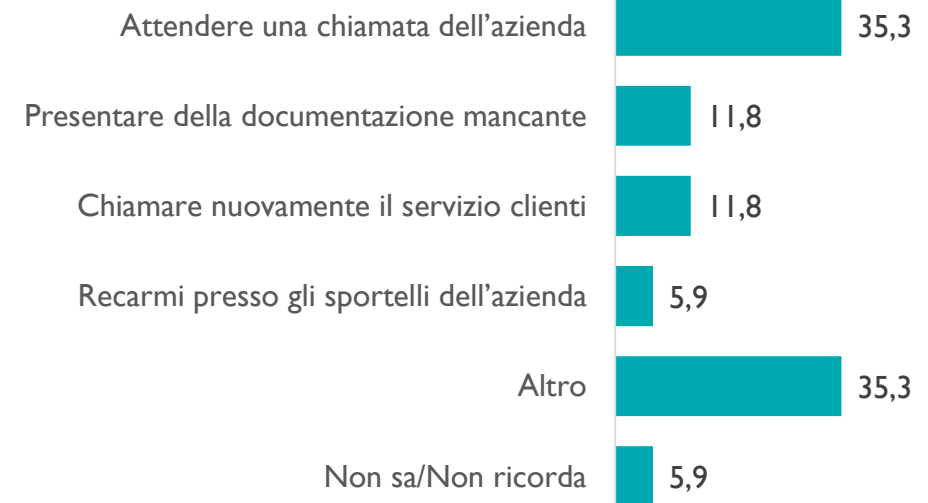
Numero Verde Commerciale - Risoluzione

Pensando sempre all'ultima telefonata al numero verde è riuscito a soddisfare la sua richiesta?



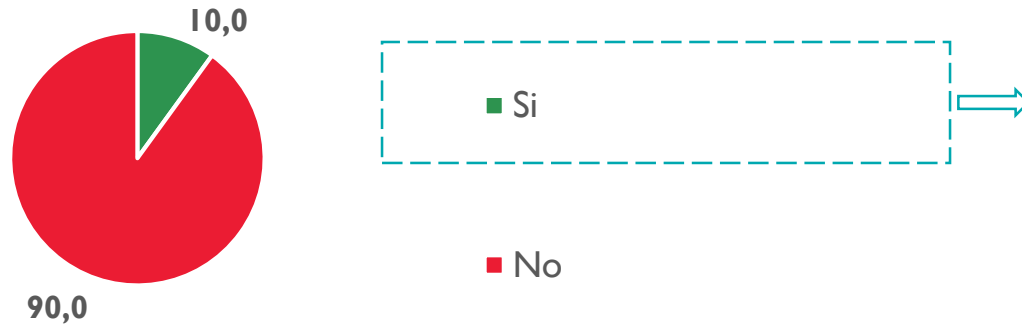
Cosa dovrà fare ancora?

Base: Non è riuscito a soddisfare la sua richiesta del tutto o in parte N=17



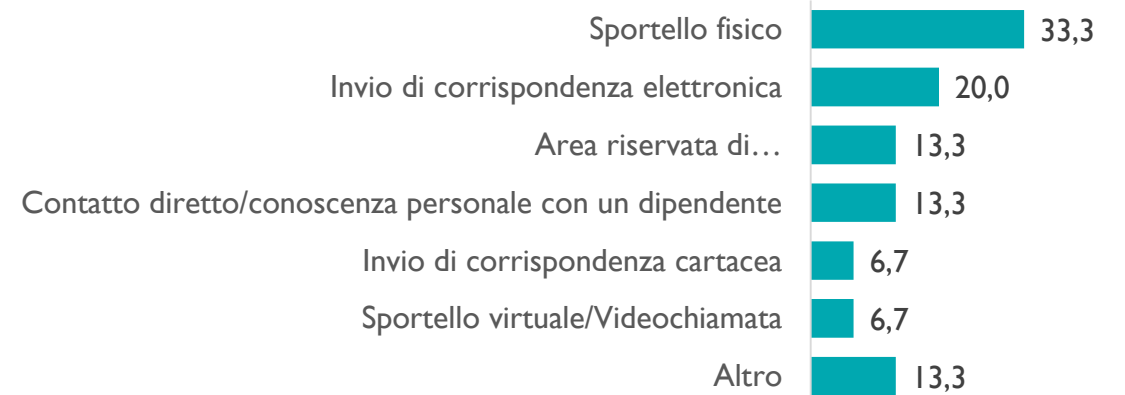
Numero Verde Commerciale - Altro canale contattato

Oltre a telefonare al numero verde, ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo?

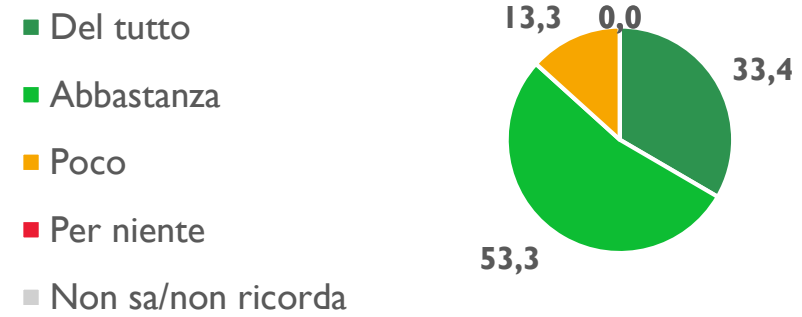


Quali canali ha contattato?

Base: Ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo N=15 – Base Esigua

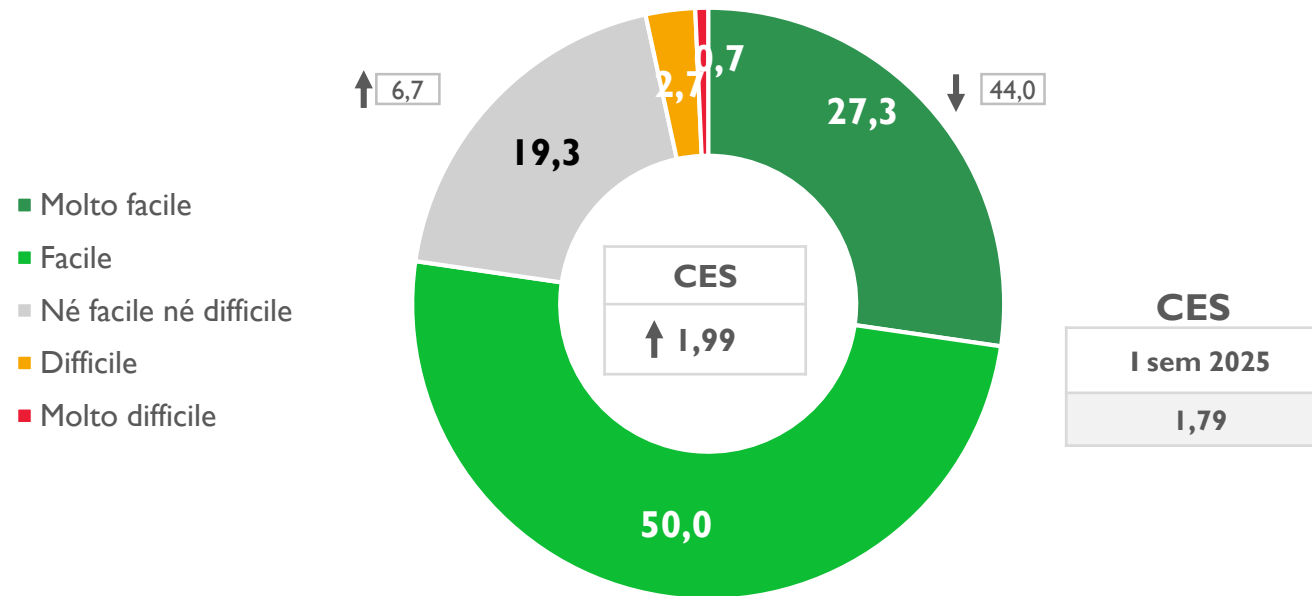


Le informazioni che ha ricevuto nei diversi contatti erano coerenti tra loro?



Numero Verde Commerciale - Customer Effort Score

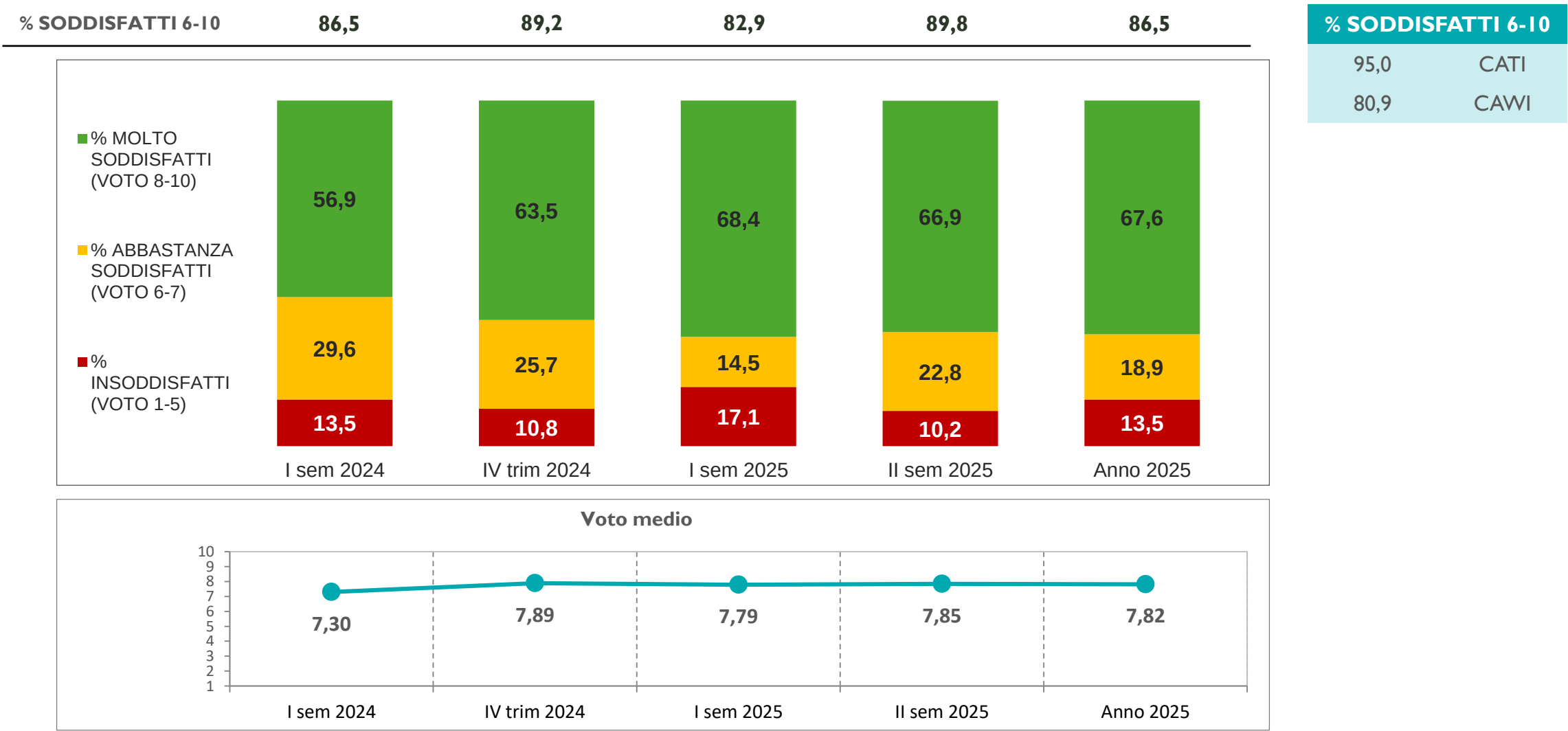
Complessivamente quanto è stato facile ottenere una risposta alla sua richiesta?



Call Back
Area Riservata Web

Area Riservata Web - Soddisfazione

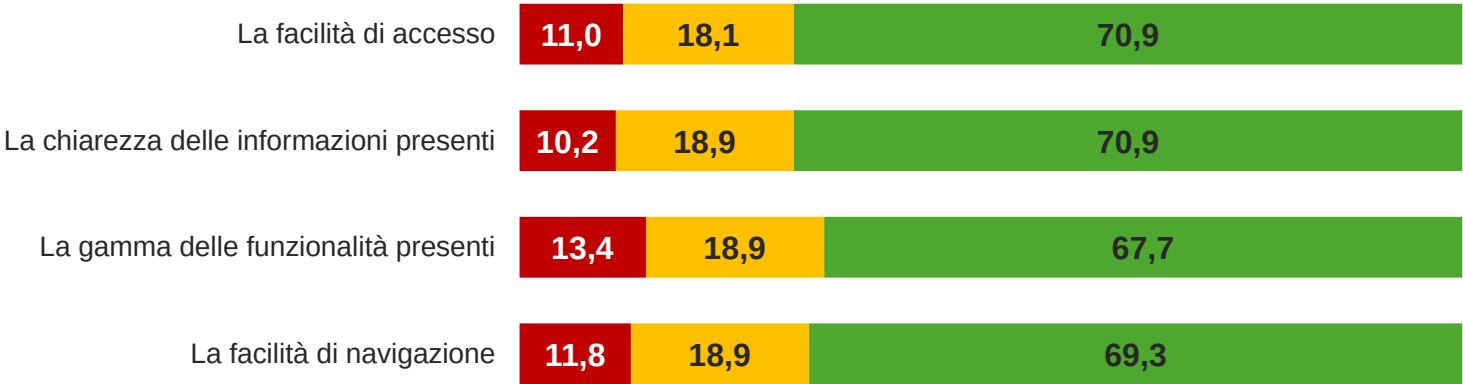
Complessivamente quanto è soddisfatto dell'Area Clienti? Scala 1-10



Area Riservata Web - Aspetti valutati

Pensi sempre all'ultima volta che ha utilizzato l'Area Clienti, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

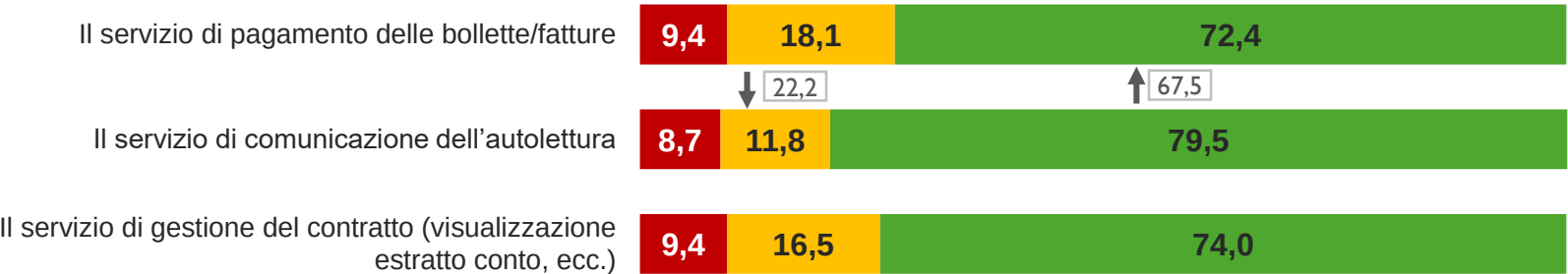
■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio
7,93
7,88
7,72
7,88

% SODDISFATTI 6-10		
II sem 2025	I sem 2025	IV trim 2024
89,0	86,3	91,9
89,8	85,5	82,4
86,6	87,2	86,5
88,2	82,9	86,5

Quanto trova utile la possibilità di usufruire dei seguenti servizi all'interno dell'Area Clienti? Scala 1-10



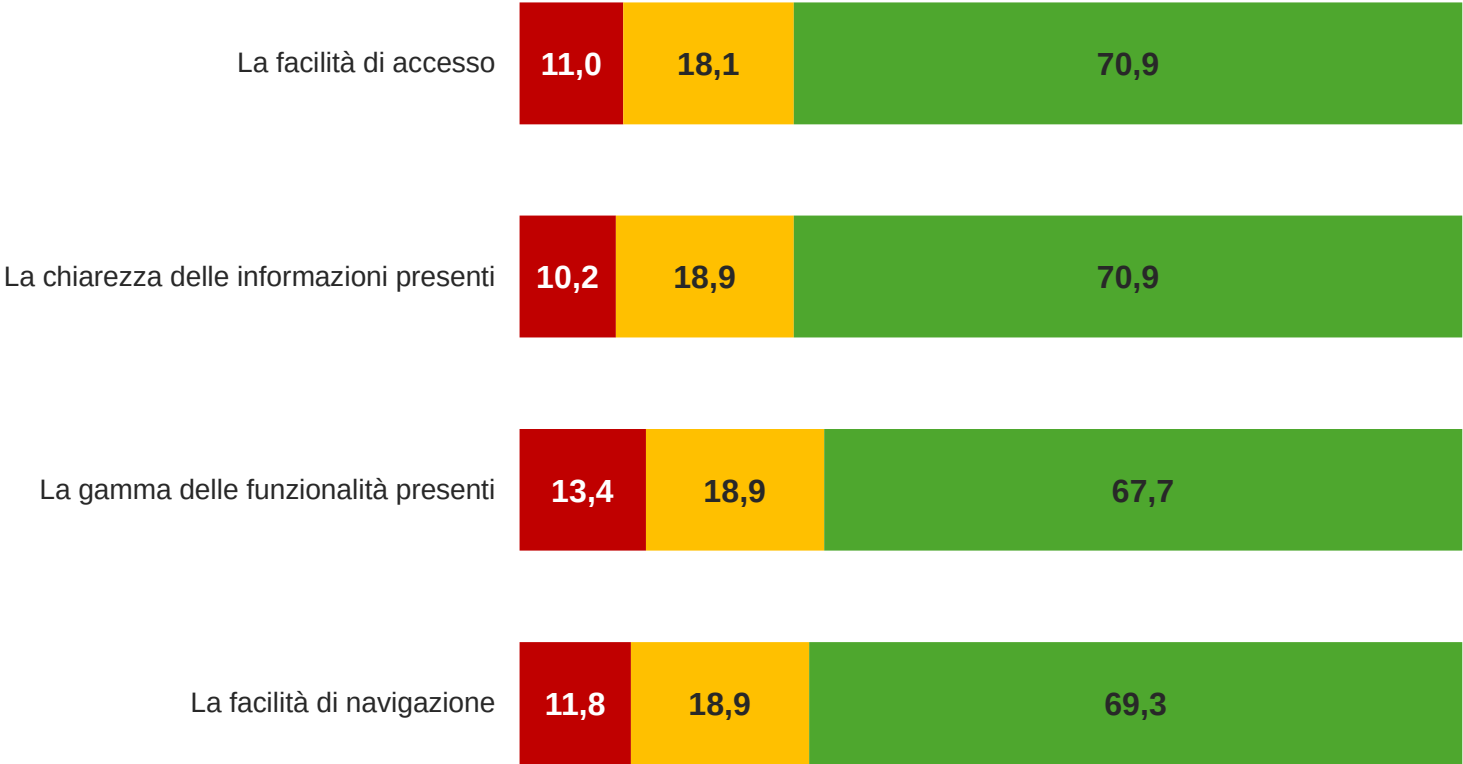
8,09
8,38
8,23

90,6	83,8	90,5
91,3	89,7	75,7
90,6	85,5	93,2

Area Riservata Web - Aspetti valutati - Importanza indiretta

Pensi sempre all'ultima volta che ha utilizzato l'Area Clienti, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti? Scala 1-10

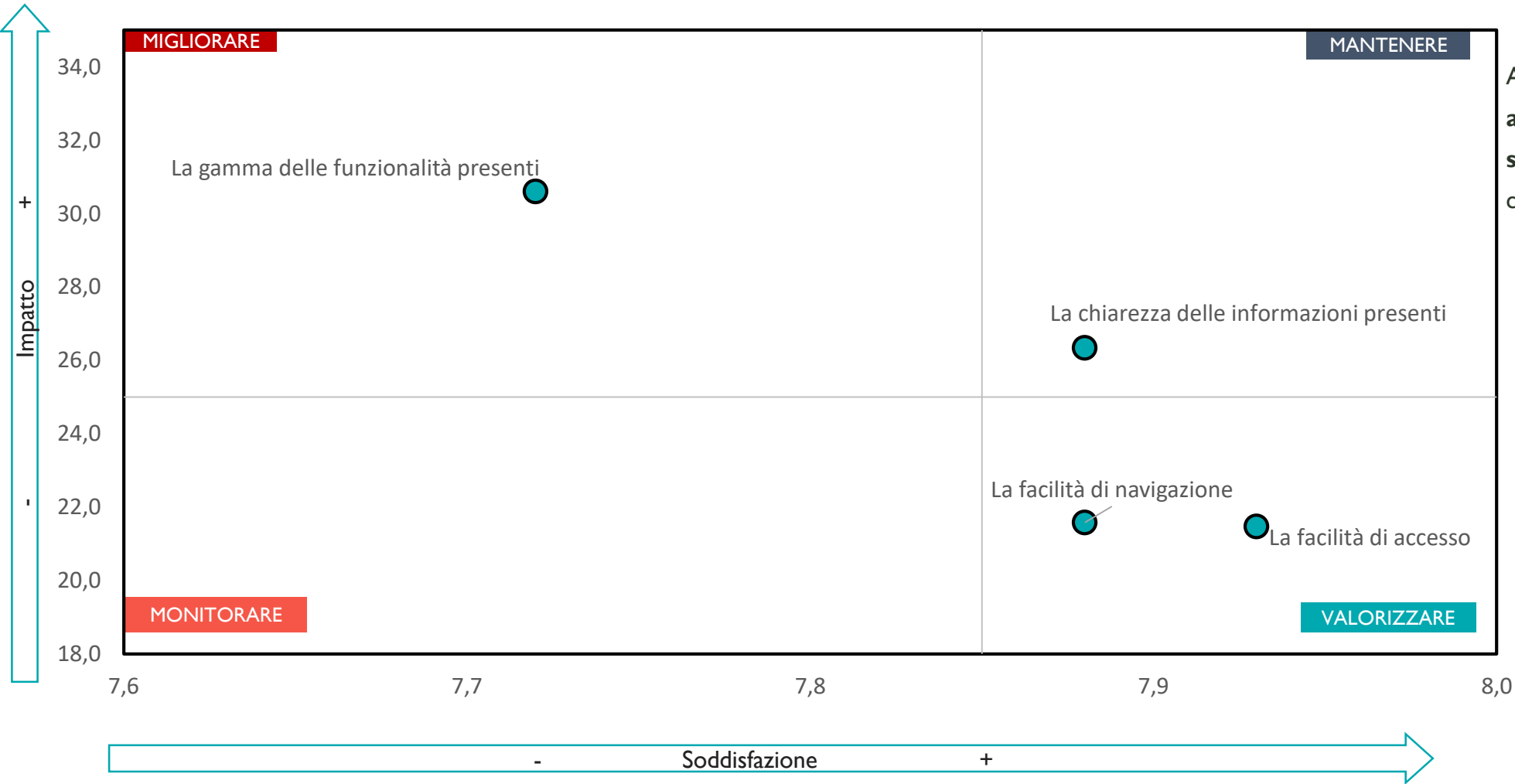
■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio	Importanza Indiretta
7,93	21,5
7,88	26,3
7,72	30,6
7,88	21,6

Area Riservata Web

Mappa delle priorità

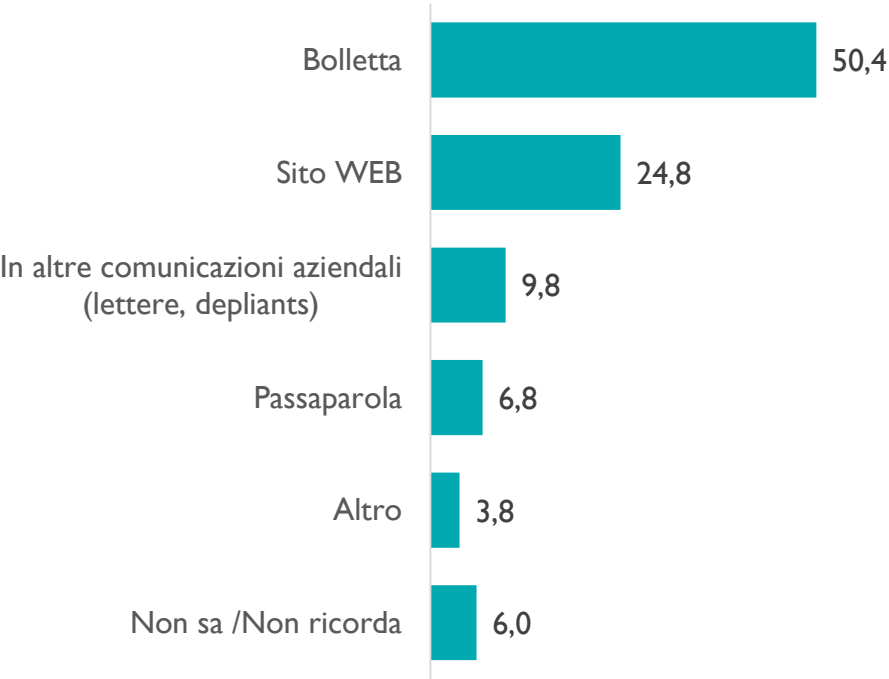


Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Area Riservata Web - Conoscenza e motivi di utilizzo

Come è venuta/o a conoscenza dell'Area Clienti? – risposta multipla

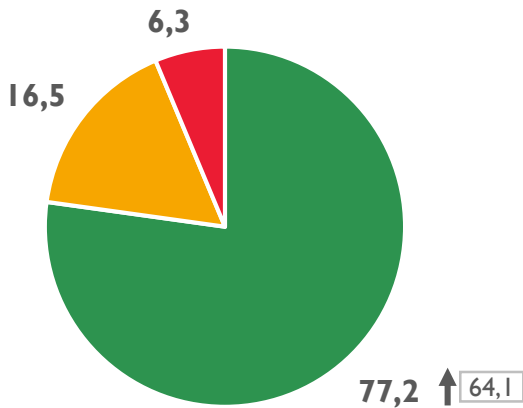


Con riferimento all'ultima volta che è entrato nell'Area Clienti, quale servizio ha utilizzato? – risposta multipla



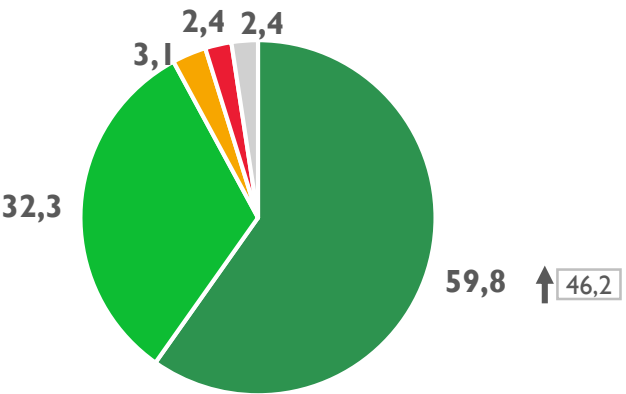
Area Riservata Web - Funzionalità ed accessibilità

In generale, utilizzando l'Area Clienti riesce a trovare risposte alle sue esigenze?



- Si, del tutto
- Si, in parte, alcune funzionalità sono carenti o mancano
- No

In generale, quando cerca di accedere all'Area Clienti, la trova sempre disponibile e funzionante?



- Sì, sempre funzionante
- Quasi sempre funzionante
- Quasi mai funzionante

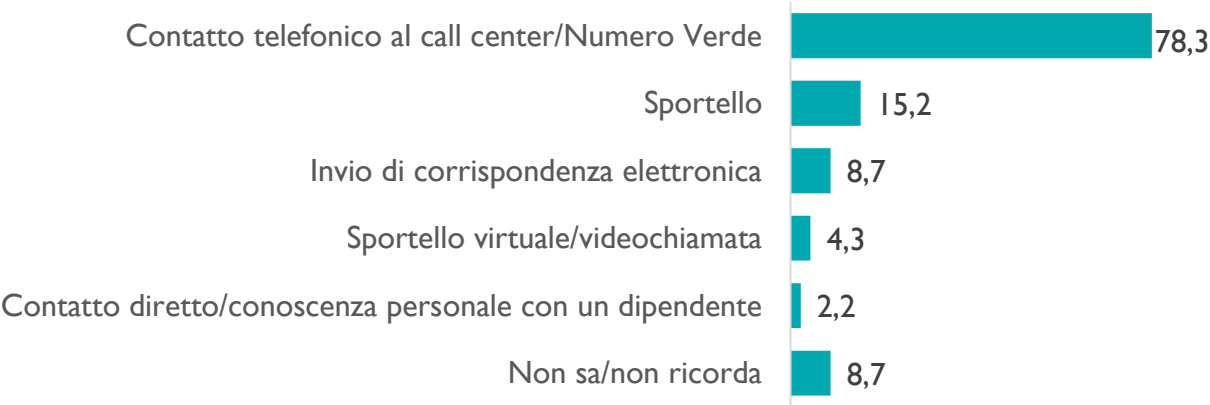
Area Riservata Web - Altro canale contattato

Oltre all'Area Clienti, le è capitato di utilizzare qualche altro canale di contatto con Umbra Acque per la stessa tipologia di operazione/attività?



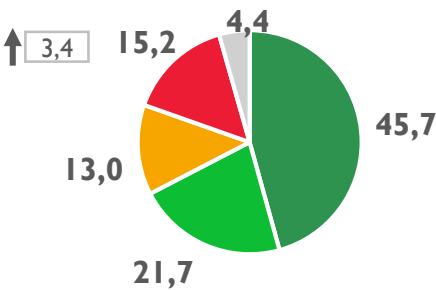
Quali canali ha contattato?

Base: E' entrato nell'Area Clienti e in qualche altro canale di contatto N=46



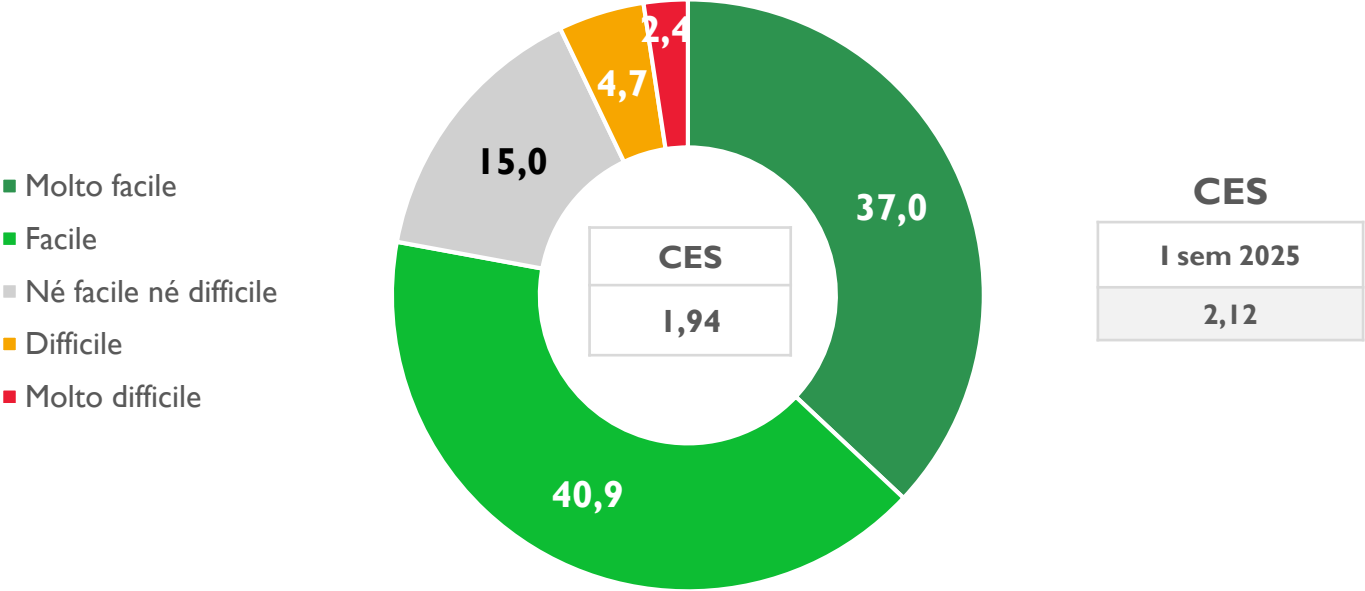
Le informazioni che ha ricevuto nei diversi contatti erano coerenti tra loro?

- Del tutto
- Abbastanza
- Poco
- Per niente
- Non sa/non ricorda



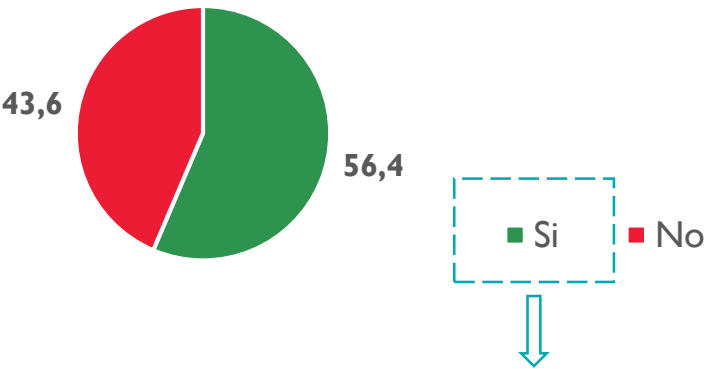
Area Riservata Web - Customer Effort Score

Complessivamente quanto è stato facile effettuare le operazioni?



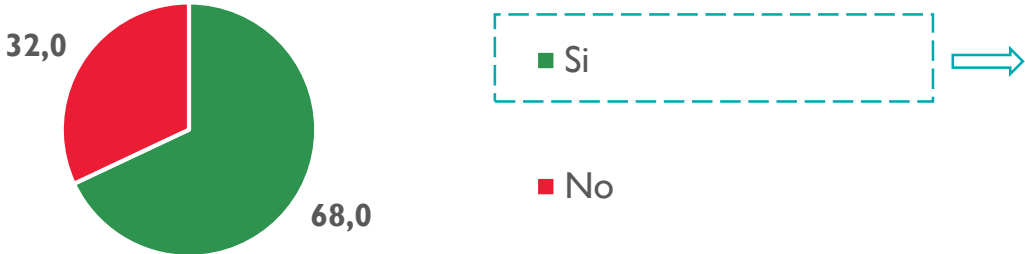
Area Riservata App - Conoscenza, utilizzo e soddisfazione

Lei è a conoscenza che alcune funzionalità dell'Area Clienti sono disponibili anche sull'applicazione scaricabile gratuitamente?



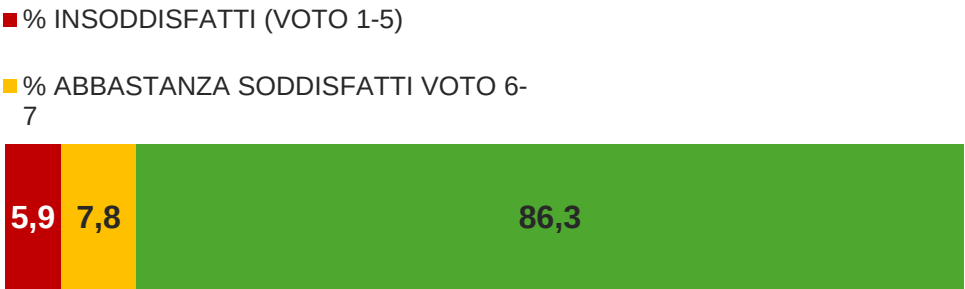
Le è capitato di utilizzare l'applicazione sul suo smartphone/tablet?

Base: E' a conoscenza che alcune funzionalità dell'Area Clienti sono disponibili anche sull'applicazione... scaricabile gratuitamente N=75



Complessivamente quanto è soddisfatto dell'applicazione?

Base: Ha utilizzato l'applicazione dal suo smartphone/tablet N= 51



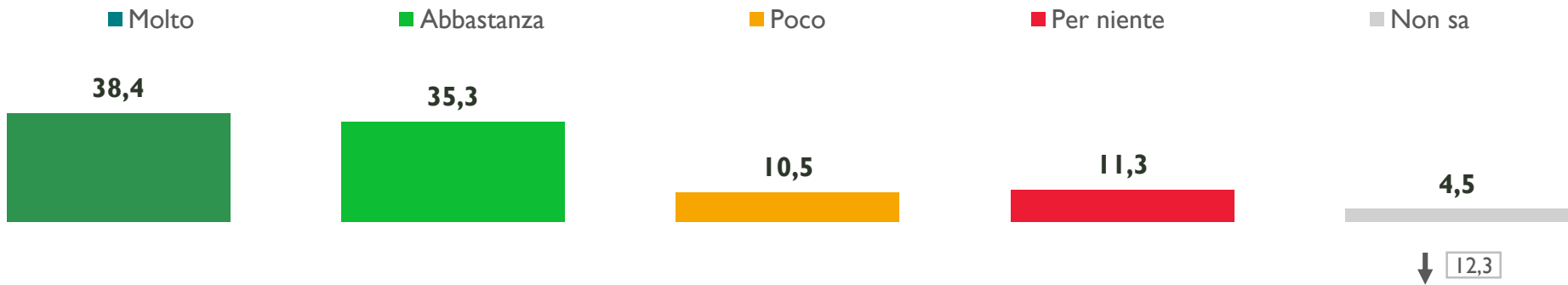
Voto medio

8,73

↑ 7,96

Area Riservata App - Gradimento multicanalità

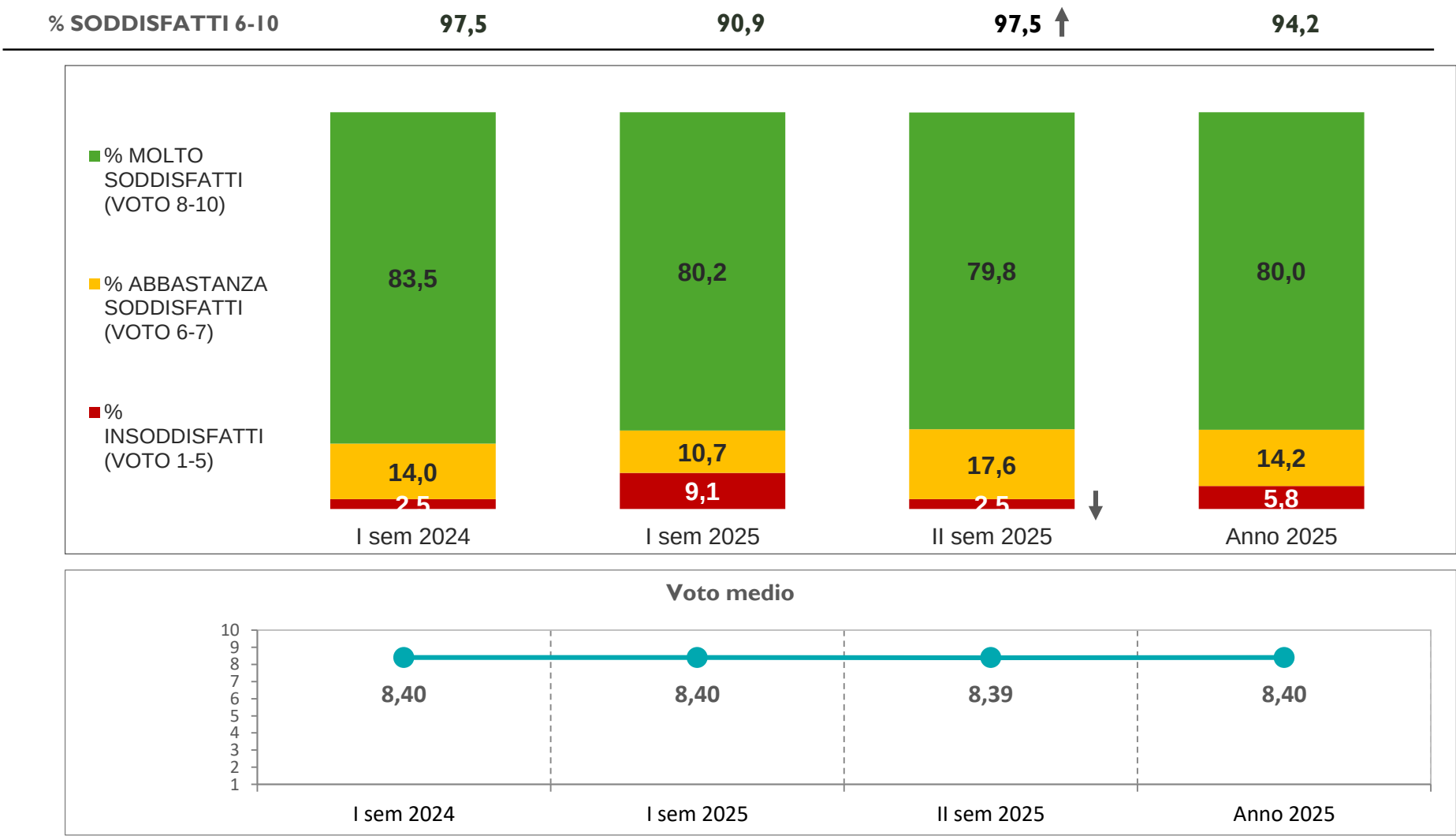
In generale, quanto gradisce la possibilità di potere effettuare alcune operazioni dell'Area Clienti utilizzando l'applicazione direttamente dal suo smartphone/tablet?



Call Back
Sportello

Sportello - Soddisfazione

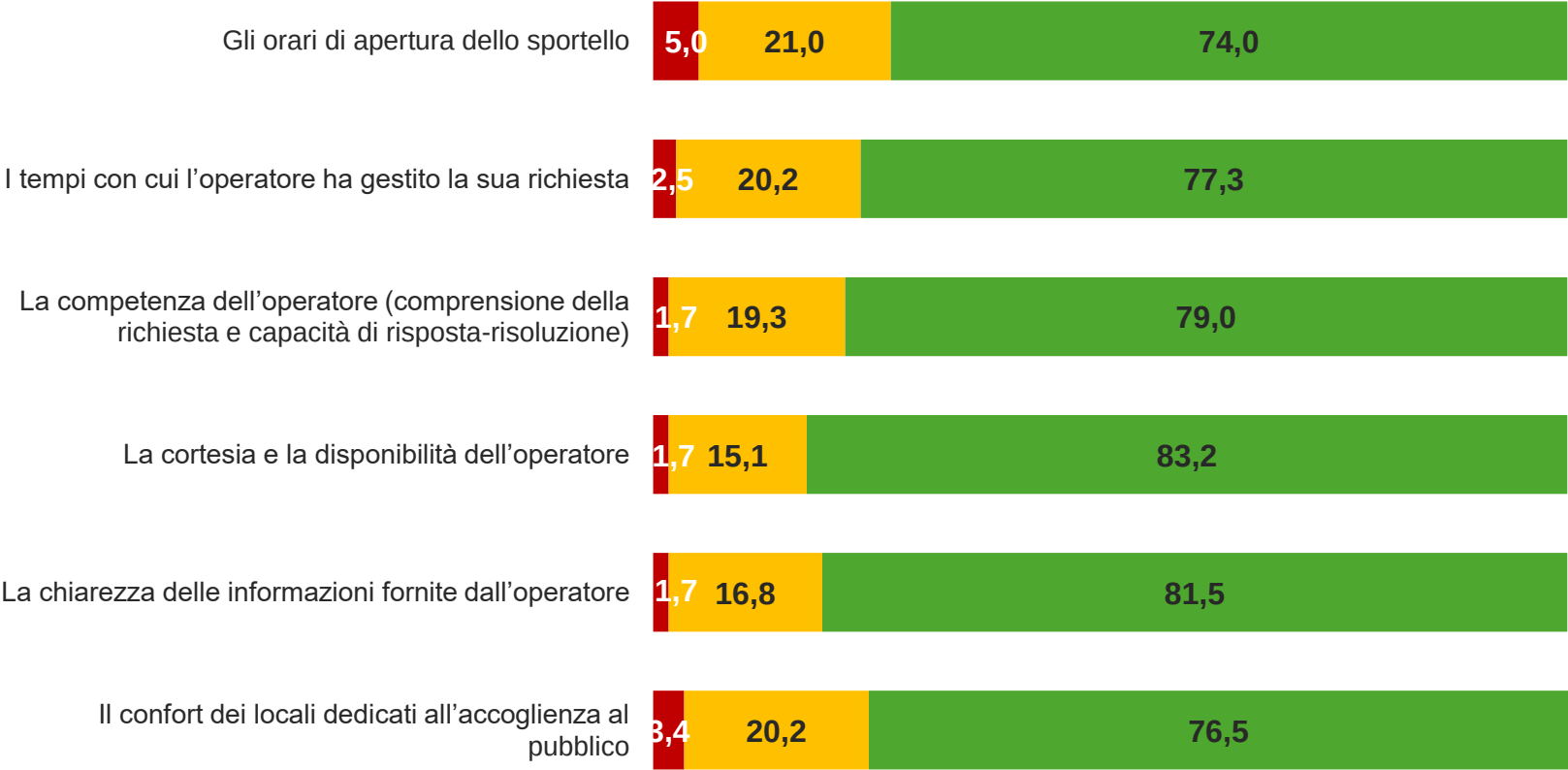
Come valuta complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello di Umbra Acque? Scala 1-10



Sportello - Aspetti valutati

Sempre con riferimento al servizio che ha ricevuto l'ultima volta che si è recato allo sportello di Umbra Acque, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti?
Scala 1-10

■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio
8,19 ↓ 8,33
8,39
8,49
8,68
8,57
8,33

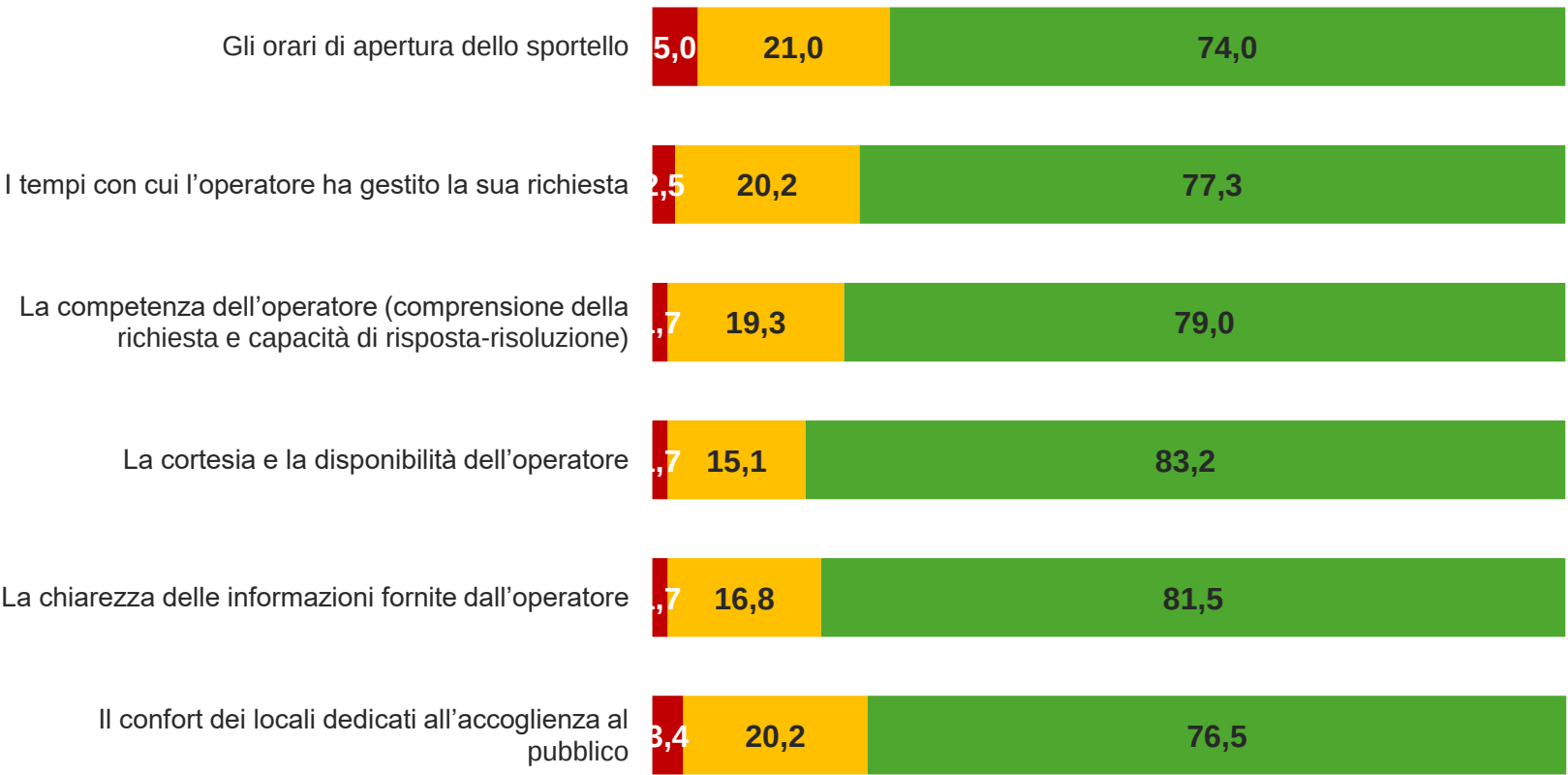
% SODDISFATTI 6-10		
II sem 2025	I sem 2025	I sem 2024
95,0	99,1	99,0
97,5	96,7	97,5
98,3	95,9	97,5
98,3	96,7	99,0
98,3	93,4	98,0
96,6	95,0	99,5

Sportello - Aspetti valutati - Importanza indiretta

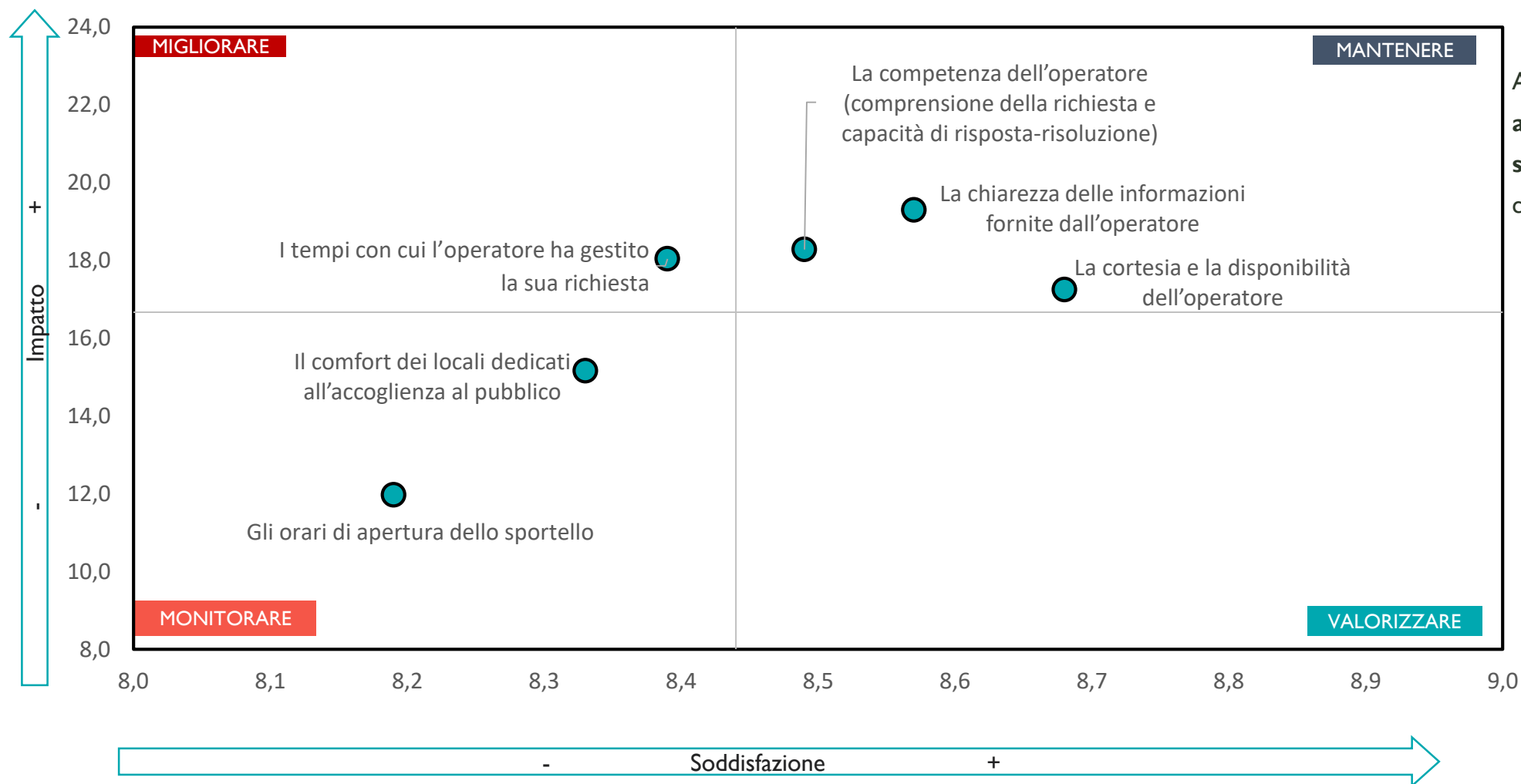
Sempre con riferimento al servizio che ha ricevuto l'ultima volta che si è recato allo sportello di Umbra Acque, quanto è stato soddisfatto dei seguenti aspetti?

Scala 1-10

■ % INSODDISFATTI (VOTO 1-5) ■ % ABBASTANZA SODDISFATTI VOTO 6-7 ■ % MOLTO SODDISFATTI (VOTO 8-10)



Voto medio	Importanza Indiretta
8,19	12,0
8,39	18,0
8,49	18,3
8,68	17,3
8,57	19,3
8,33	15,2



Analizzando gli **impatti dei singoli aspetti** di soddisfazione sul punteggio di **soddisfazione complessiva**, viene creata una **matrice di priorità** che:

- Mostra quali siano le **priorità di intervento**;
- Mostra quali elementi rappresentano **punti di forza da consolidare**.

Sportello - Tempi di attesa per parlare con l'operatore

Quanto è soddisfatto dei tempi di attesa per parlare con l'operatore? Scala 1-10

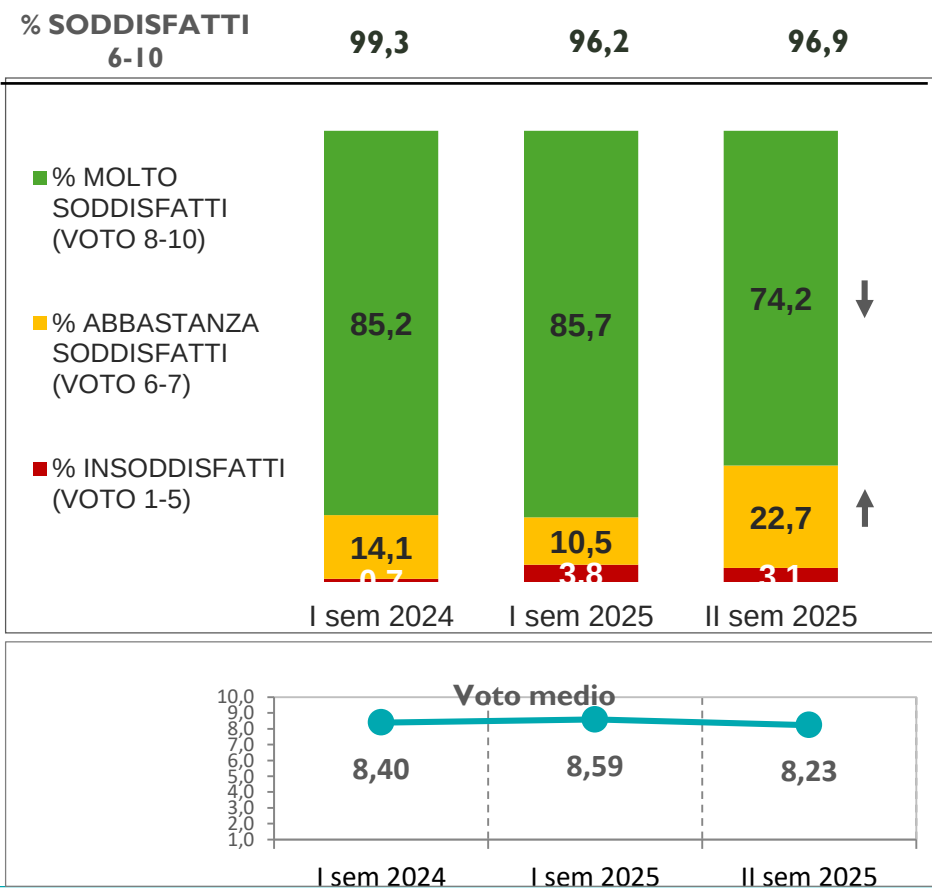
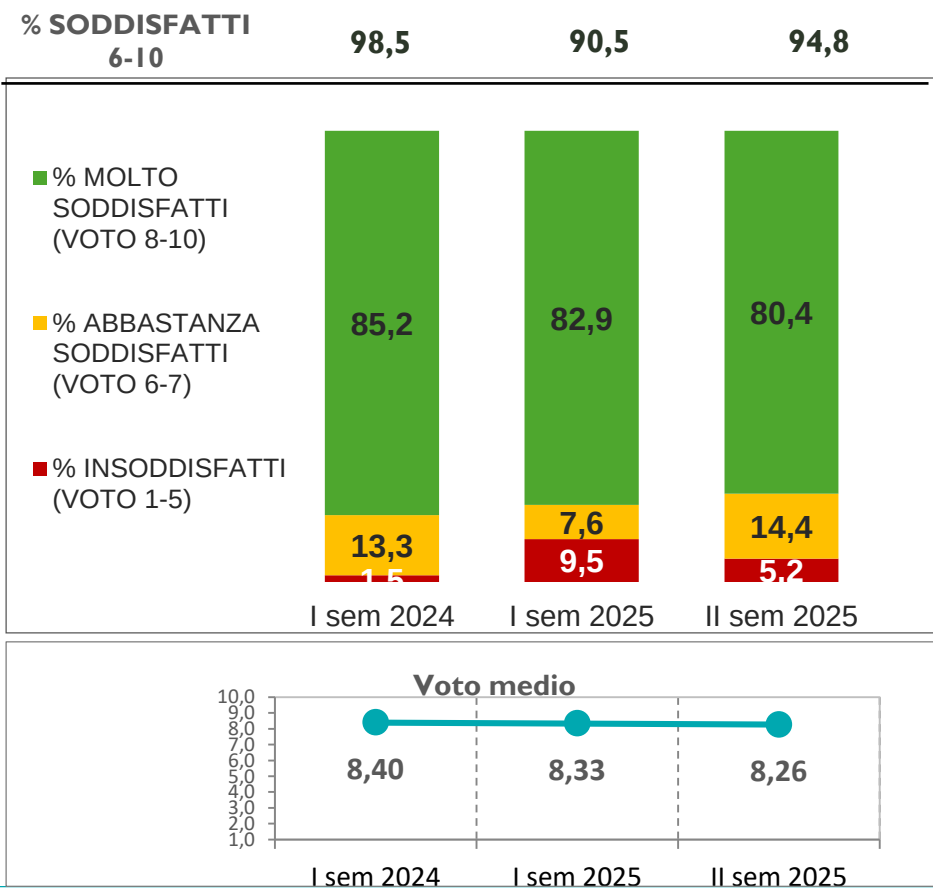


Sportello - Appuntamento

IL 81,5% DEGLI UTENTI HA PRESO APPUNTAMENTO PER ACCEDERE ALLO SPORTELLO

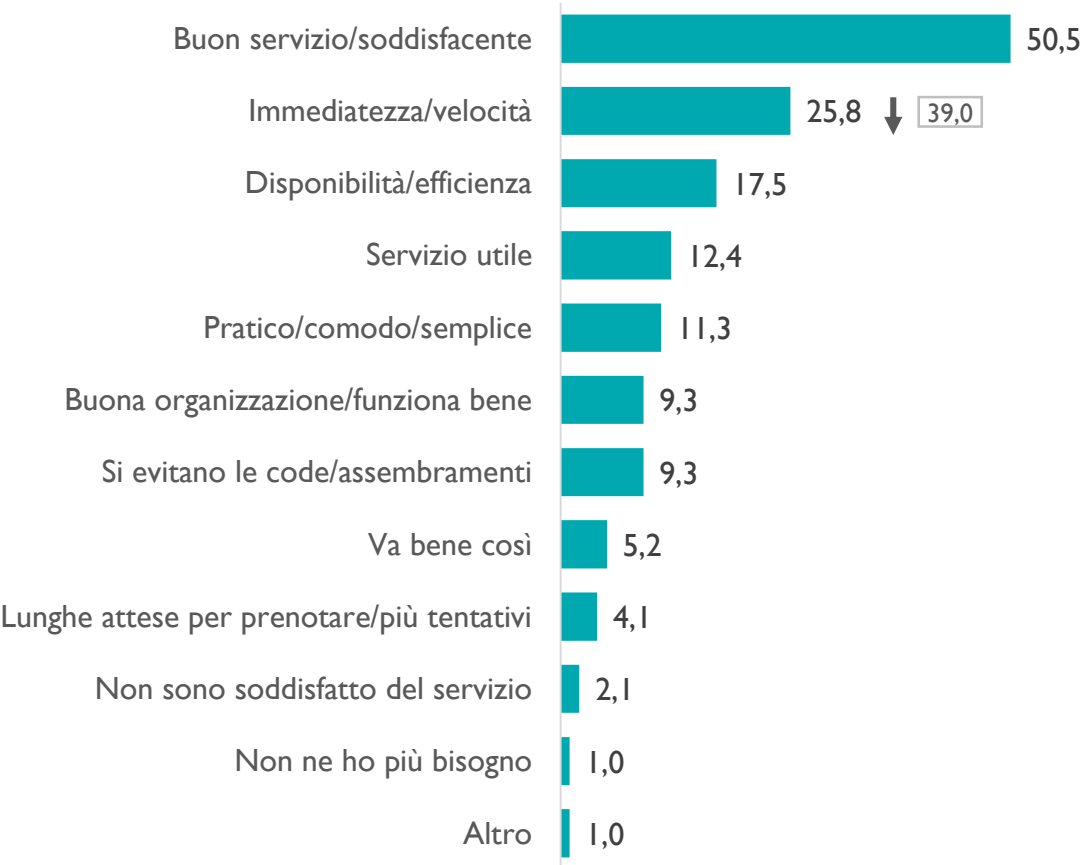
Complessivamente come valuta il servizio di prenotazione allo sportello? Scala 1-10

Sempre con riferimento all'ultima volta che si è recato allo sportello, come valuta il tempo di attesa tra la data in cui ha effettuato la prenotazione e la data fissata per recarsi allo sportello? Scala 1-10

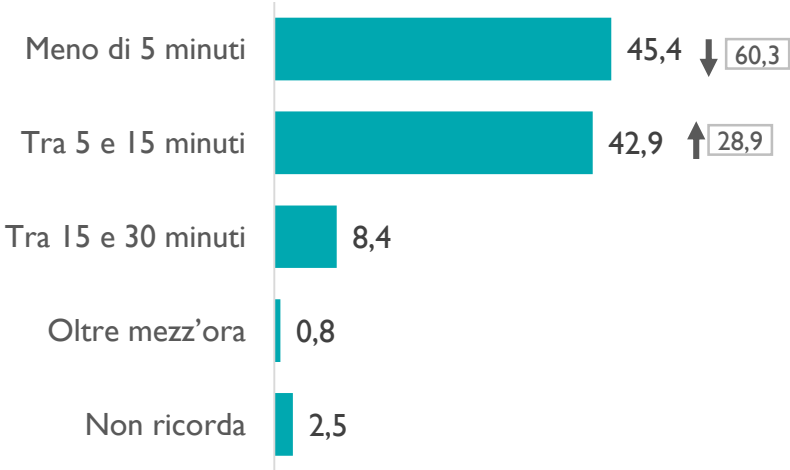


Sportello – Appuntamento – Motivi di soddisfazione/insoddisfazione

Per quale motivo è di questa opinione? Pensi al motivo principale.

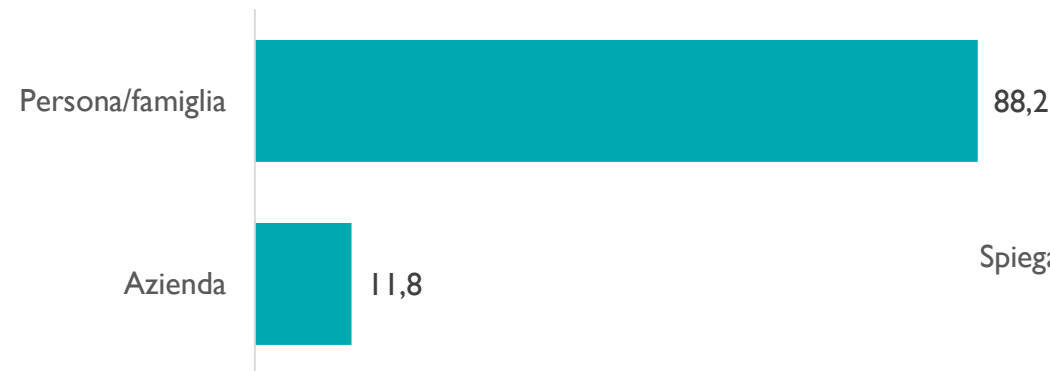


Una volta che si è recato allo sportello, ricorda quanto ha dovuto attendere prima di essere chiamato dall'operatore (rispetto all'orario prefissato)?

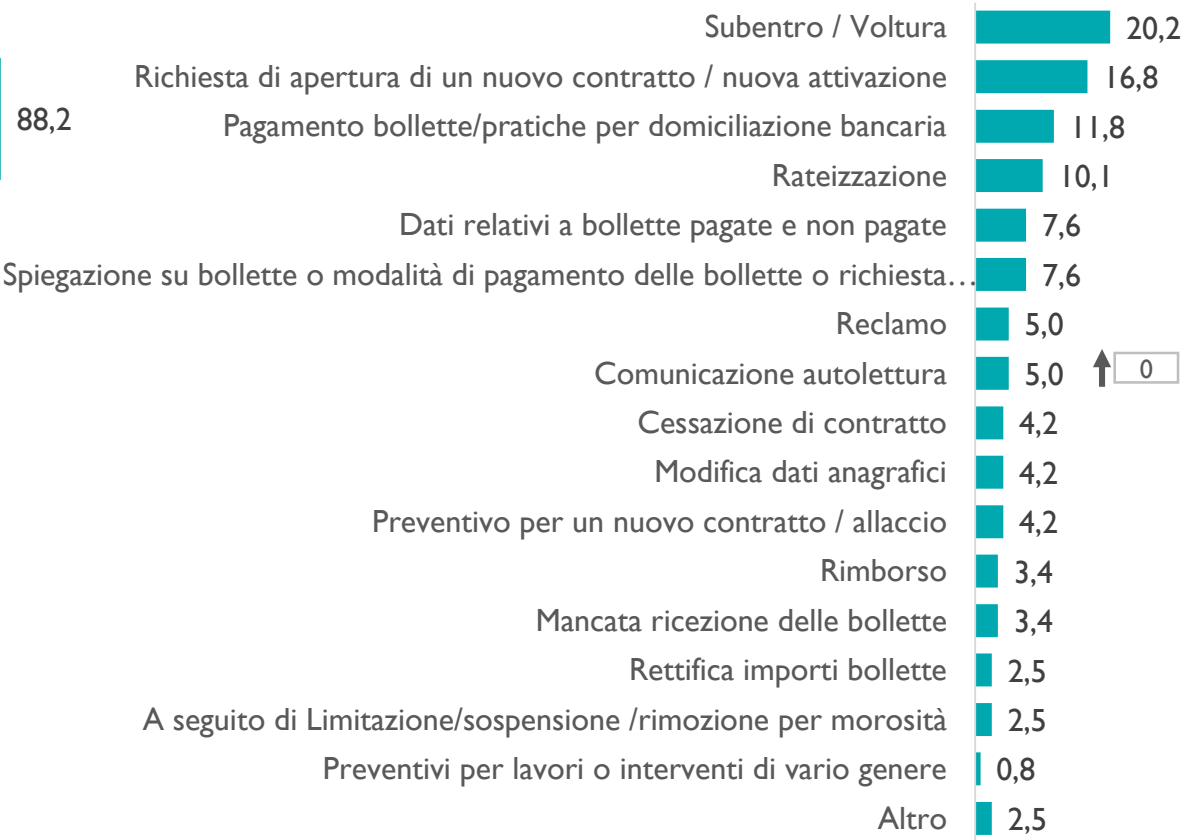


Sportello – Motivi di contatto

Lei si è recato presso lo sportello del servizio clienti di Umbra Acque per questioni relative a servizi che riguardano la sua utenza o quella di un familiare oppure l'Azienda/ditta in cui lavora o di cui è titolare?

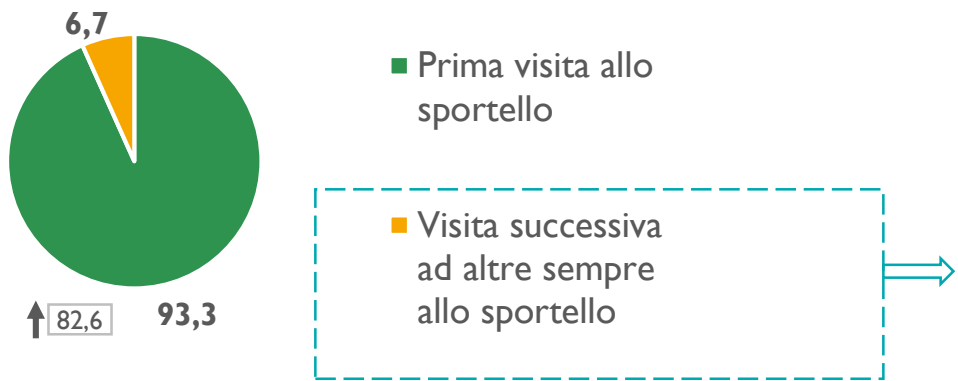


Per quali motivi si è recato presso lo sportello di Umbra Acque? – risposta multipla

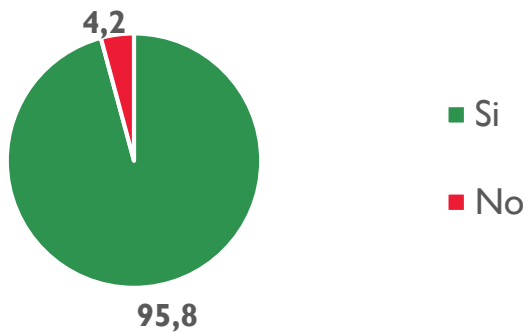


Sportello - Numero di visite

E sempre con riferimento al motivo dell'ultima visita, può dirci se si trattava della prima visita o di visite successive?

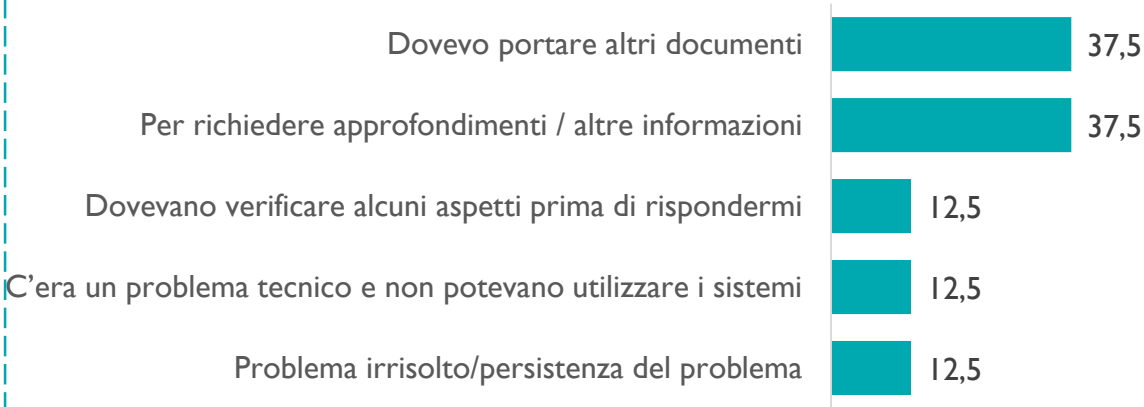


È stato facile raggiungere lo sportello di Umbra Acque?



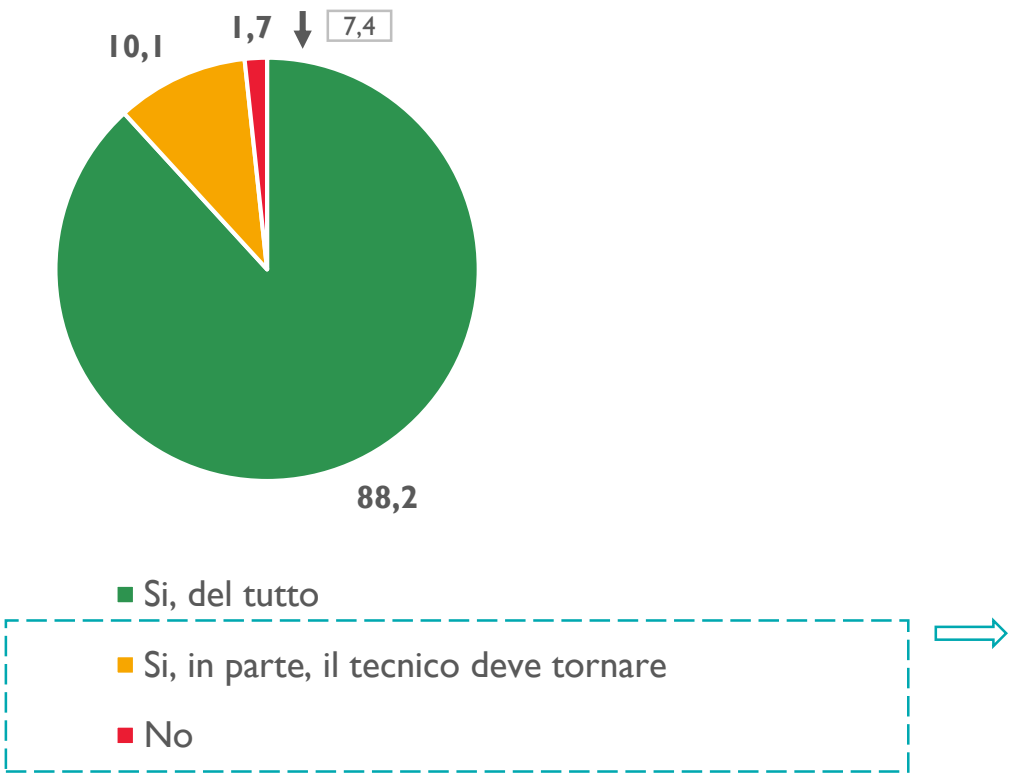
Perché si è dovuto recare più volte?

Base: Ha dovuto recarsi più volte N=8



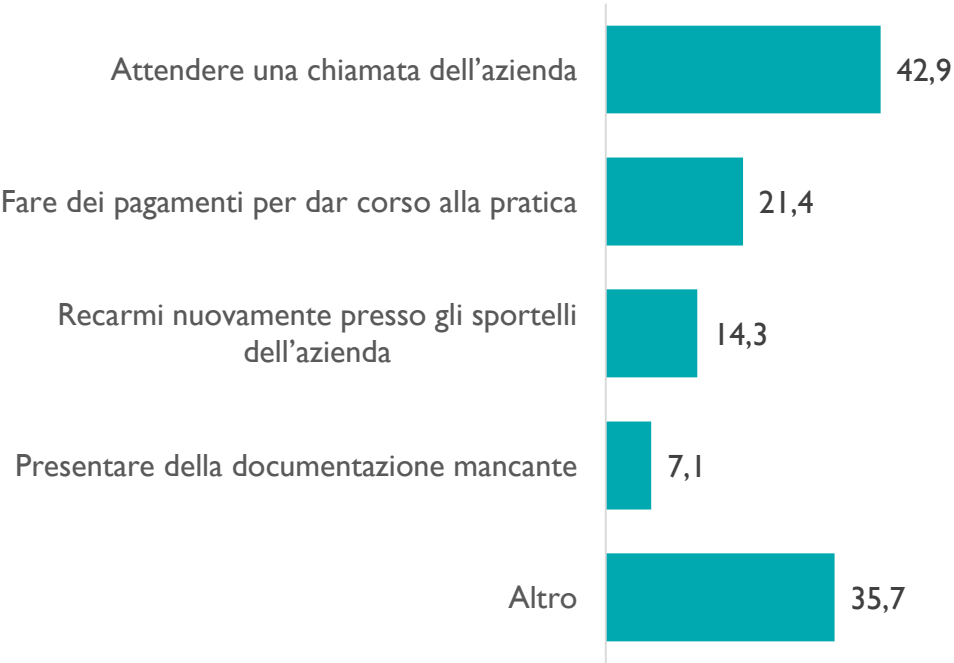
Sportello - Risoluzione

Grazie all'assistenza ricevuta allo sportello, è riuscito a risolvere la sua esigenza?



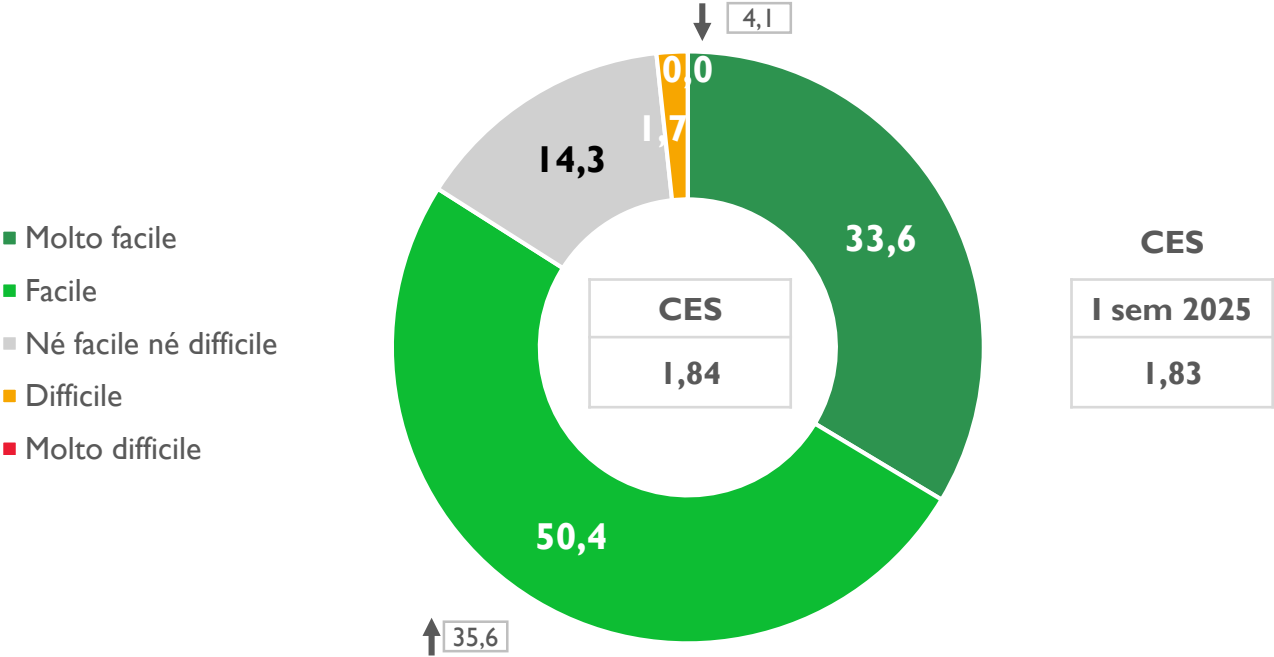
Cosa dovrà fare ancora?

Base: Non è riuscito a soddisfare la sua richiesta del tutto o in parte N=14



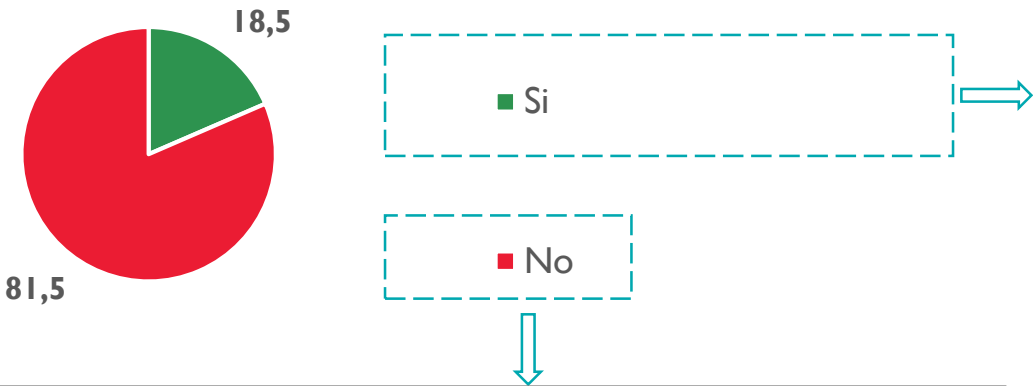
Sportello - Customer Effort Score

Complessivamente quanto è stato facile ottenere una risposta alla sua richiesta presso lo sportello di Umbra Acque?



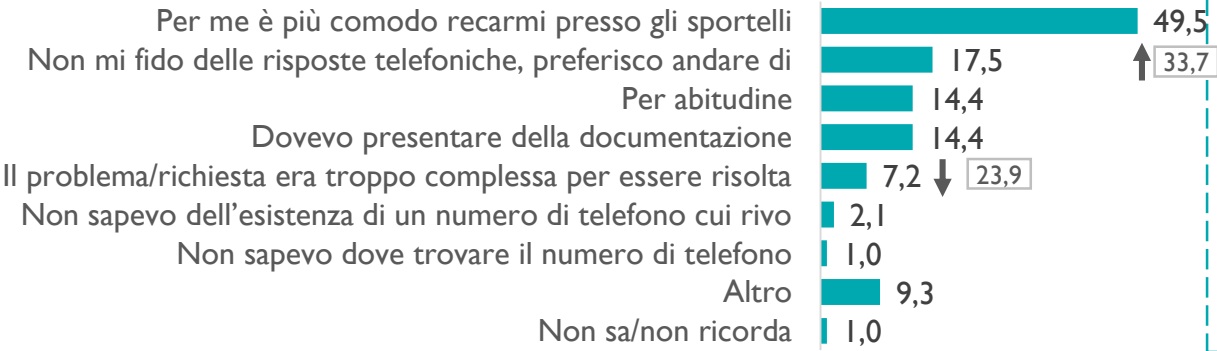
Sportello - Altro canale contattato

Oltre a recarsi presso gli sportelli, ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo?



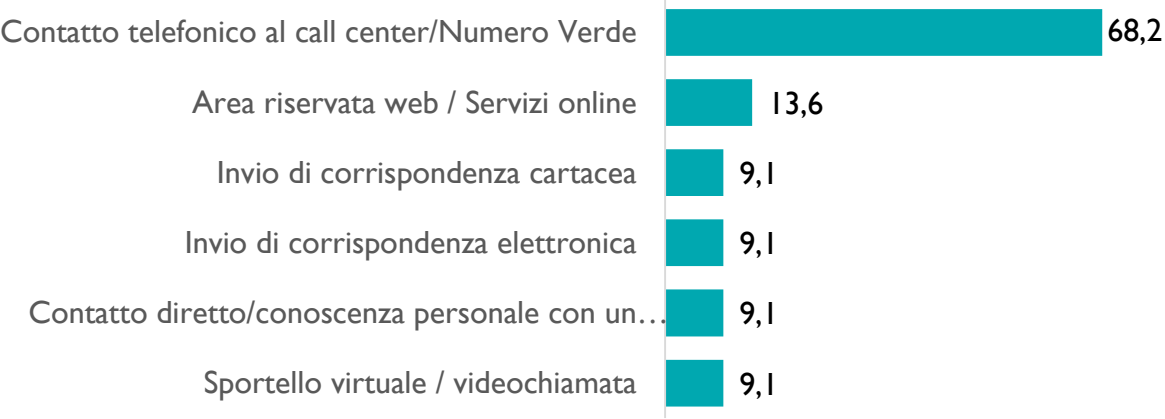
Per quali motivi ha scelto di recarsi presso gli Sportelli di Umbra Acque invece che contattare il numero verde o rivolgersi al consulente digitale? – risposta multipla

Base: Non Ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo N=97

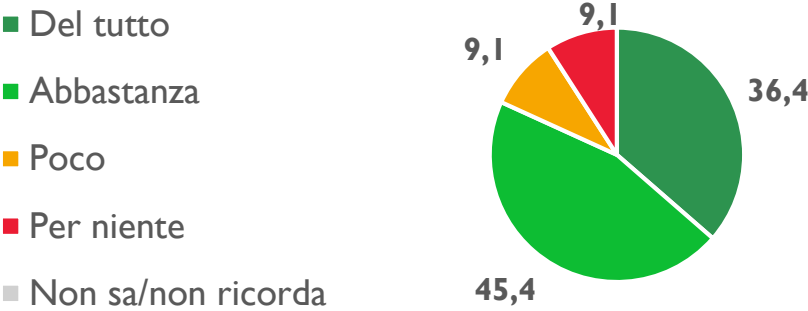


Quali canali ha contattato?

Base: Ha utilizzato qualche altro canale di contatto per lo stesso specifico motivo N=22



Le informazioni che ha ricevuto nei diversi contatti erano coerenti tra loro?



Sintesi mappe di priorità

Mappa delle priorità: azioni prioritarie e punti di forza



		% INSODD. (voti 1-5)
Generalista	Correttezza dei consumi fatturati in bolletta	11,0%
Generalista	Chiarezza e facilità di lettura delle bollette	12,0%
Segnalazione Guasti	Tempi di attesa per parlare con un operatore	9,3%
Intervento Tecnico	Rapidità di intervento	7,3%
NV Comm.	Tempi di attesa per parlare con un operatore	7,3%
Area riservata web	Gamma funzionalità	13,4%
Sportello	Tempi di gestione richiesta	2,5%

		% SODD. (voti 6-10)
Generalista	Continuità del servizio	92,6%
Segnalazione Guasti	Chiarezza delle informazioni fornite	94,7%
NV Comm.	Chiarezza delle informazioni fornite	97,3%
NV Comm.	Cortesia e disponibilità dell'operatore	96,7%
Area riservata web	Chiarezza delle informazioni presenti	89,8%
Sportello	Competenza dell'operatore	98,3%
Sportello	Chiarezza delle informazioni fornite	98,3%
Sportello	Cortesia e disponibilità dell'operatore	98,3%

Profilo

Dettaglio Per indagine

	%	GENERALISTA	CB SEGNALAZIONI E GUASTI	CB INTERVENTO TECNICO	CB NUM. VERDE COMMERCIALE	CB AREA RISERVATA WEB	SPORTELLLO
Base		598	151	130	150	133	119
Uomo	59,3		58,3	61,5	50,0	57,4	64,7
Donna	40,7		41,7	38,5	50,0	42,6	35,3
Da 18 a 24 anni	0,2		0,7	0,8	2,0	1,5	2,5
Da 25 a 34 anni	3,4		5,9	13,8	6,0	9,0	10,1
Da 35 a 44 anni	12,0		14,6	26,2	23,3	15,8	17,7
Da 45 a 54 anni	20,7		30,5	25,4	18,7	23,3	26,9
Da 55 a 64 anni	24,9		20,5	12,3	21,3	26,3	18,5
Da 65 a 74 anni	23,4		17,2	17,7	12,0	15,8	14,3
75 anni e oltre	13,4		9,9	3,8	15,4	4,5	9,2
Non indica	2,0		0,7	0	1,3	3,8	0,8
Operaio	8,9		7,9	16,9	14,0	17,3	21,0
Impiegato/quadro	22,2		27,8	34,6	26,0	23,3	18,5
Insegnante/docente universitario	4,4		2,0	3,1	2,0	1,5	3,3
Dirigente	2,5		1,3	3,1	0	2,3	0,8
Imprenditore	3,0		4,6	6,1	5,3	7,5	10,1
Consulente/libero professionista	9,0		10,6	5,4	8,0	9,0	5,9
Commerciante	2,0		5,3	2,3	3,4	3,0	1,7
Artigiano	2,3		4,0	0	2,0	30,	0,8
Agricoltore	0		0,7	0,8	0	0	1,7
Altro autonomo	1,2		0,7	3,1	1,3	2,3	3,3
Disoccupato/in cerca di prima occupazione	0,2		2,7	1,5	1,3	0	1,7
Casalinga	5,5		6,6	6,2	8,0	6,8	7,6
Pensionato	34,0		23,8	14,6	24,0	18,0	20,2
Altro, in condizione non professionale	0,3		0,7	0,8	2,0	0,7	1,7
Non indica	4,5		1,3	1,5	2,7	5,3	1,7

Profilo – Anno 2025

	%	GENERALISTA	CB SEGNALAZIONI E GUASTI	CB INTERVENTO TECNICO	CB NUM. VERDE COMMERCIALE	CB AREA RISERVATA WEB	SPORTELLLO
Base		1200	301	261	300	263	240
Uomo		61,1	62,1	61,5	49,3	54,7	61,2
Donna		38,9	37,9	38,5	50,7	45,3	38,8
Da 18 a 24 anni		0,2	0,3	0,8	1,3	1,5	2,1
Da 25 a 34 anni		4,3	5,6	12,3	10,0	9,1	8,7
Da 35 a 44 anni		12,0	12,3	24,1	20,7	17,9	19,2
Da 45 a 54 anni		20,1	26,6	24,5	20,7	24,7	20,4
Da 55 a 64 anni		24,2	19,6	14,9	18,7	22,8	16,7
Da 65 a 74 anni		23,3	20,3	14,2	11,0	16,4	16,7
75 anni e oltre		14,3	12,3	8,4	15,3	3,4	12,1
Non indica		1,6	3,0	0,8	2,3	4,2	4,1
Operaio		8,7	8,0	15,3	13,3	16,3	19,2
Impiegato/quadro		23,6	22,6	28,0	23,3	21,7	17,1
Insegnante/docente universitario		4,0	2,3	3,8	2,0	2,3	2,5
Dirigente		2,0	1,3	1,9	0	1,9	0,8
Imprenditore		2,8	6,3	8,8	8,3	6,5	8,3
Consulente/libero professionista		8,6	12,6	6,9	9,0	11,0	9,2
Commerciante		2,0	2,7	2,3	3,0	2,6	2,5
Artigiano		2,2	3,0	1,6	2,0	2,7	2,1
Agricoltore		0,2	0,3	0,4	0	1,5	0,8
Altro autonomo		1,7	1,3	2,3	1,7	2,7	2,9
Disoccupato/in cerca di prima occupazione		0,6	1,7	1,9	1,7	0,4	1,2
Casalinga		4,8	4,7	6,5	8,3	6,5	5,4
Pensionato		35,0	30,6	17,6	23,0	17,5	24,2
Altro, in condizione non professionale		0,2	0,3	1,2	1,7	1,5	1,7
Non indica		3,6	2,3	1,5	2,7	4,9	2,1



Funzione Communication Officer - Unità Stakeholder & Customer