

Una strategia multi-modale di contatto delle imprese: tempi, strumenti e risultati

Marilena Angela Ciarallo, Graziella Spera, Rossana Renzi

Seminario: “Innovazioni metodologiche e di processo in una rilevazione multi-source su imprese e istituzioni: la Struttura delle retribuzioni e del costo del lavoro 2012”

Istat – Aula Magna, 17 febbraio 2015

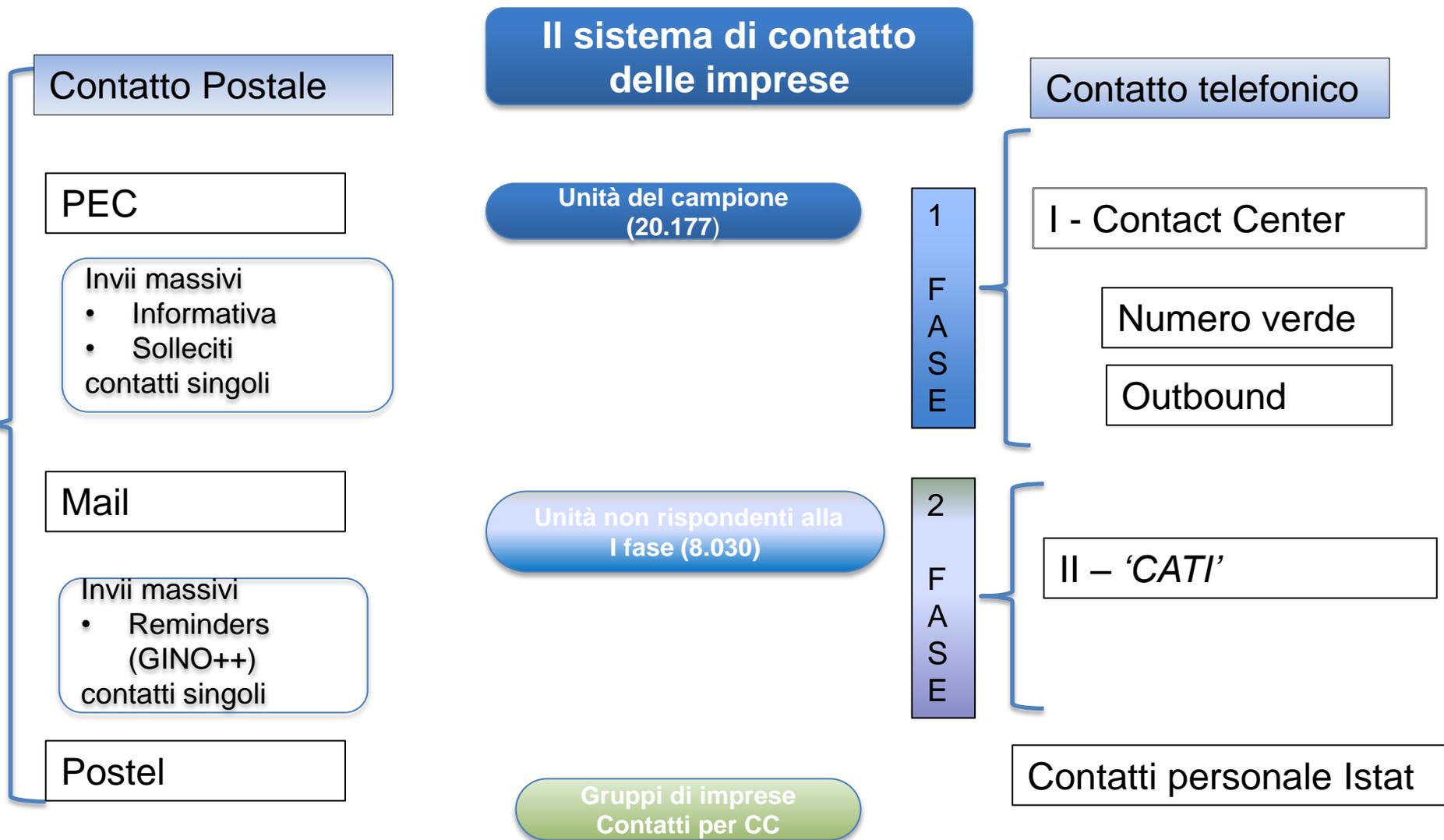
Indice

- ✓ La RCL: il settore Privato
- ✓ Il processo di raccolta: aspetti organizzativi, tempi, soggetti coinvolti e flussi informativi
- ✓ L'insieme delle modalità di contatto delle imprese: il Contact Center
- ✓ Il numero verde: intensità del contatto
- ✓ Il contatto delle imprese: la 'CATI'
- ✓ Il contatto postale personalizzato tramite PEC e Mail
- ✓ Gli effetti della strategia di contatto sul tasso di risposta

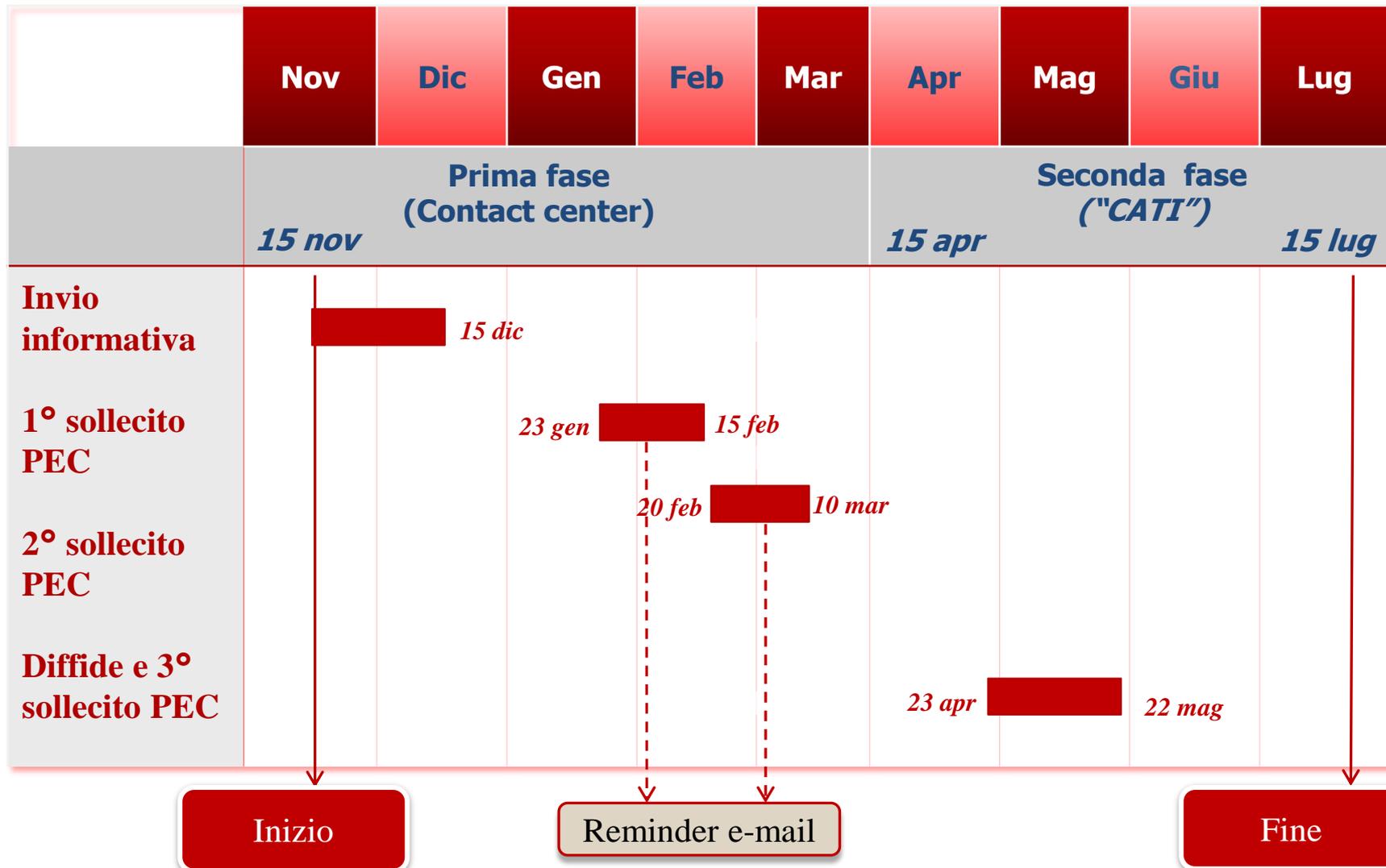
LA RCL: Il settore privato

- **Tipologia di indagine:** Rilevazione diretta - campionaria per imprese con meno di 250 addetti, censuaria per quelle di maggiore dimensione
- **Unità di rilevazione:** circa 20.177 imprese con almeno 10 dipendenti operanti nel settore privato (ad esclusione dell' Agricoltura)
- **Campo di osservazione:** circa 180.000 imprese con almeno 10 dipendenti operanti nel settore privato (ad esclusione dell' Agricoltura)
- **Tecnica di indagine prevalente:** CAWI (questionario sviluppato in GINO++ disponibile sul sito INDATA)

Il processo di raccolta dei dati: aspetti organizzativi

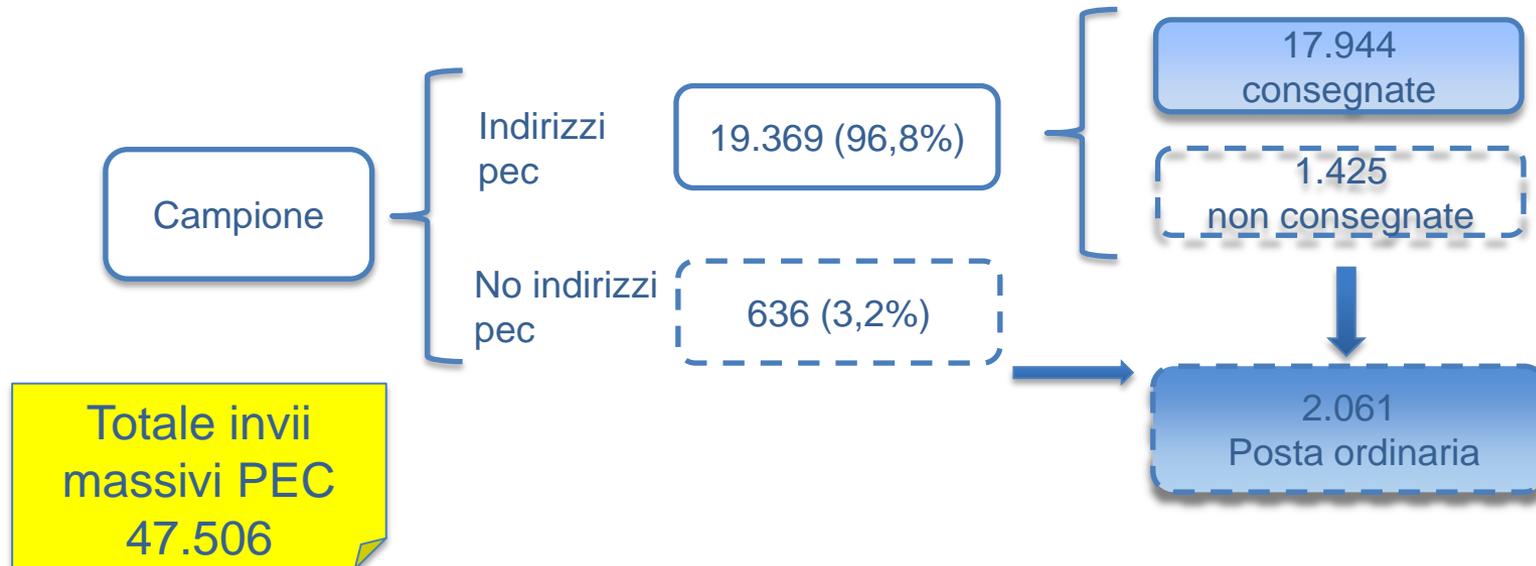


Il processo di raccolta dei dati : I tempi

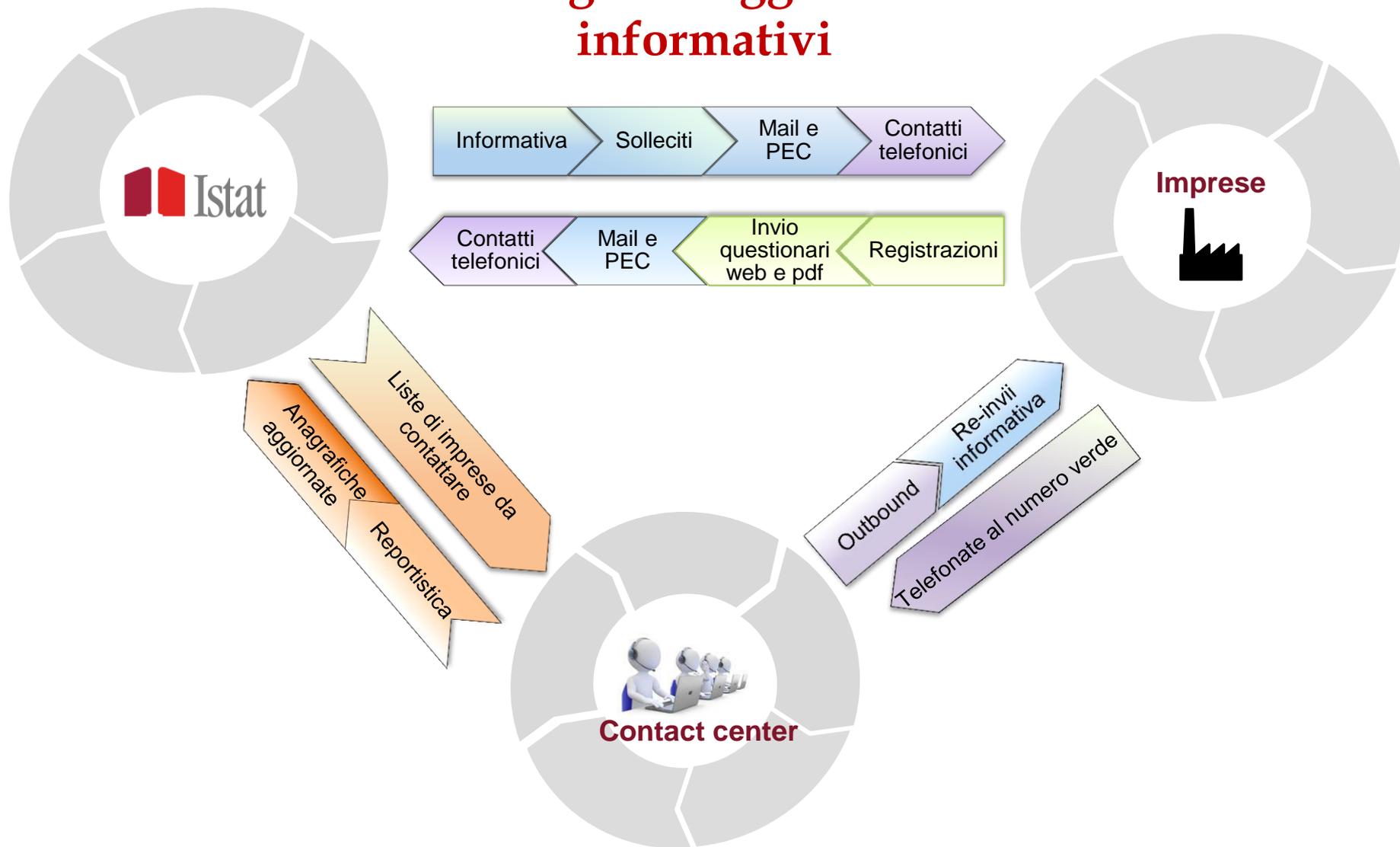


L'insieme delle modalità di contatto tramite l'invio massivo PEC

- PEC, nuovo strumento di contatto. RCL prima indagine Istat utilizzatrice dall'invio dell'informativa.
- Vantaggi Pec: Tempestività, Sicurezza e Valore Legale, Risparmio economico, Semplicità.
- Svantaggi: qualche ritardo e malfunzionamento iniziale del nuovo sistema PEC, ha determinato uno slittamento nell'invio informativa.
- Ruolo della PEC nel primo invio massivo dell'informativa.



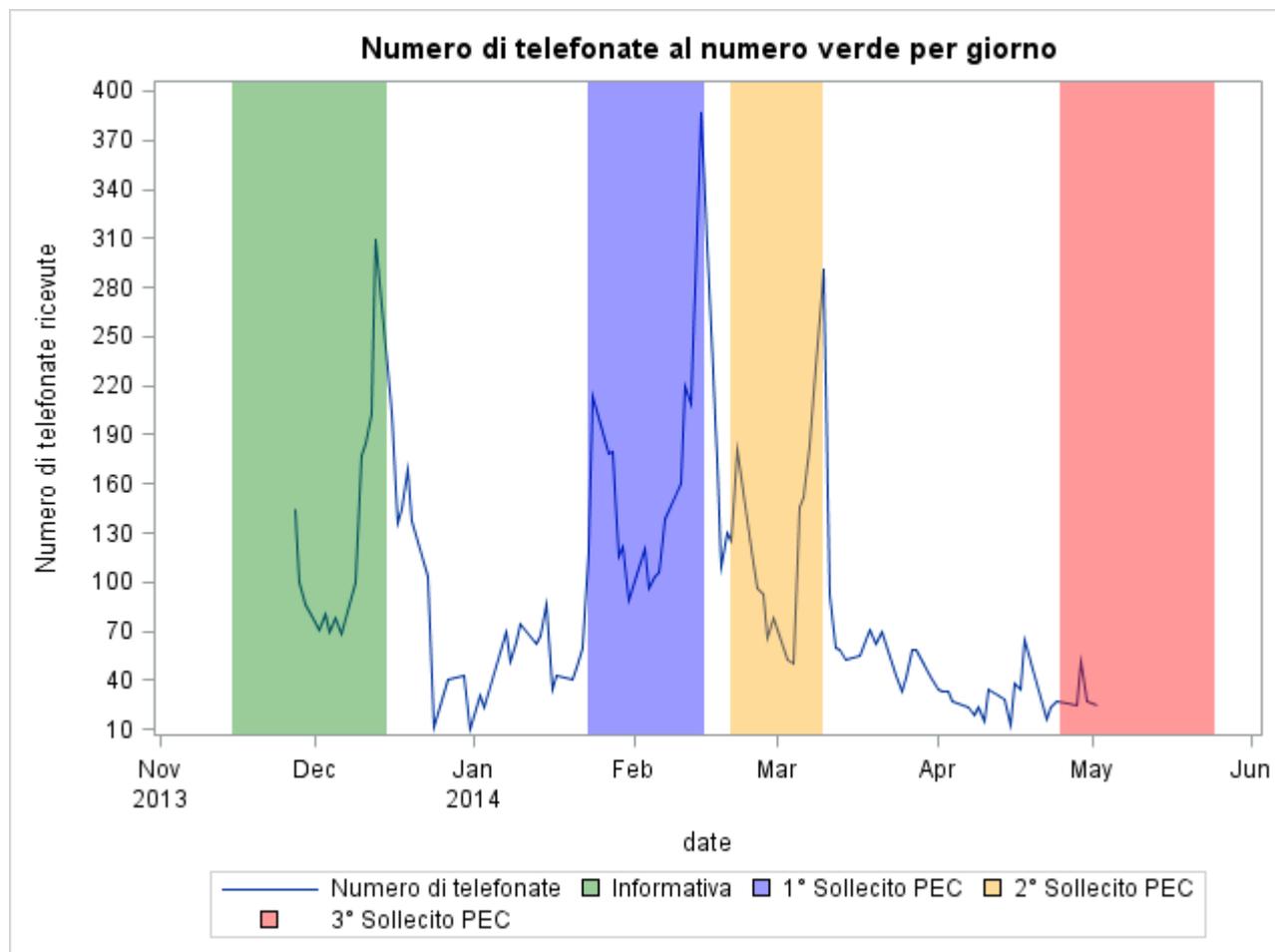
Il Processo di indagine: soggetti coinvolti e flussi informativi



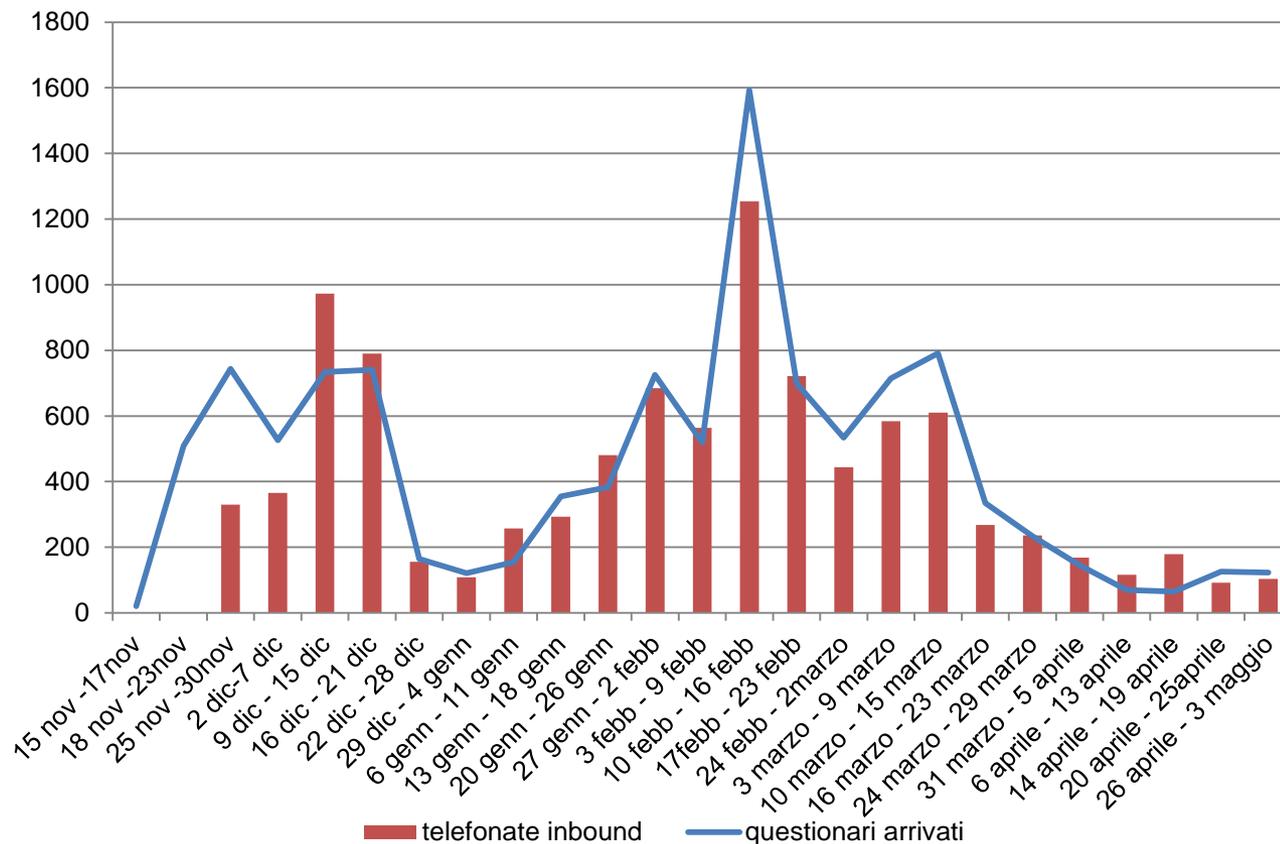
L'insieme delle modalità di contatto delle imprese: il Contact Center



Il numero verde: intensità del contatto (1 di 2)



Il numero verde: intensità del contatto (2 di 2)



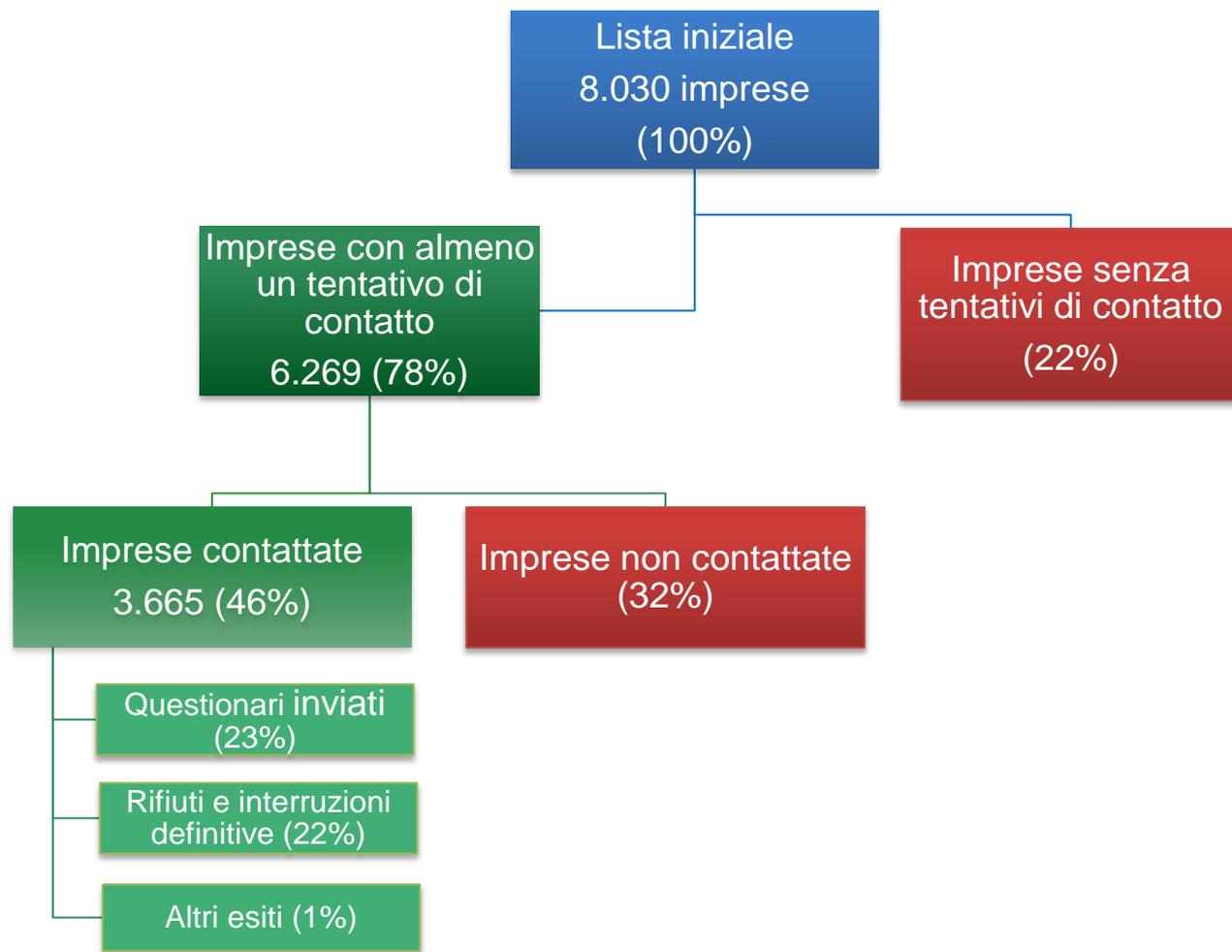
L'insieme delle modalità di contatto delle imprese: la "CATI"

LA SECONDA FASE

Periodo: Fine aprile – metà giugno
Giorni dedicati alla rilevazione: 34
Numero di intervistatori formati: 17



L'insieme delle modalità di contatto delle imprese - il contatto telefonico: la seconda fase (la "CATI")

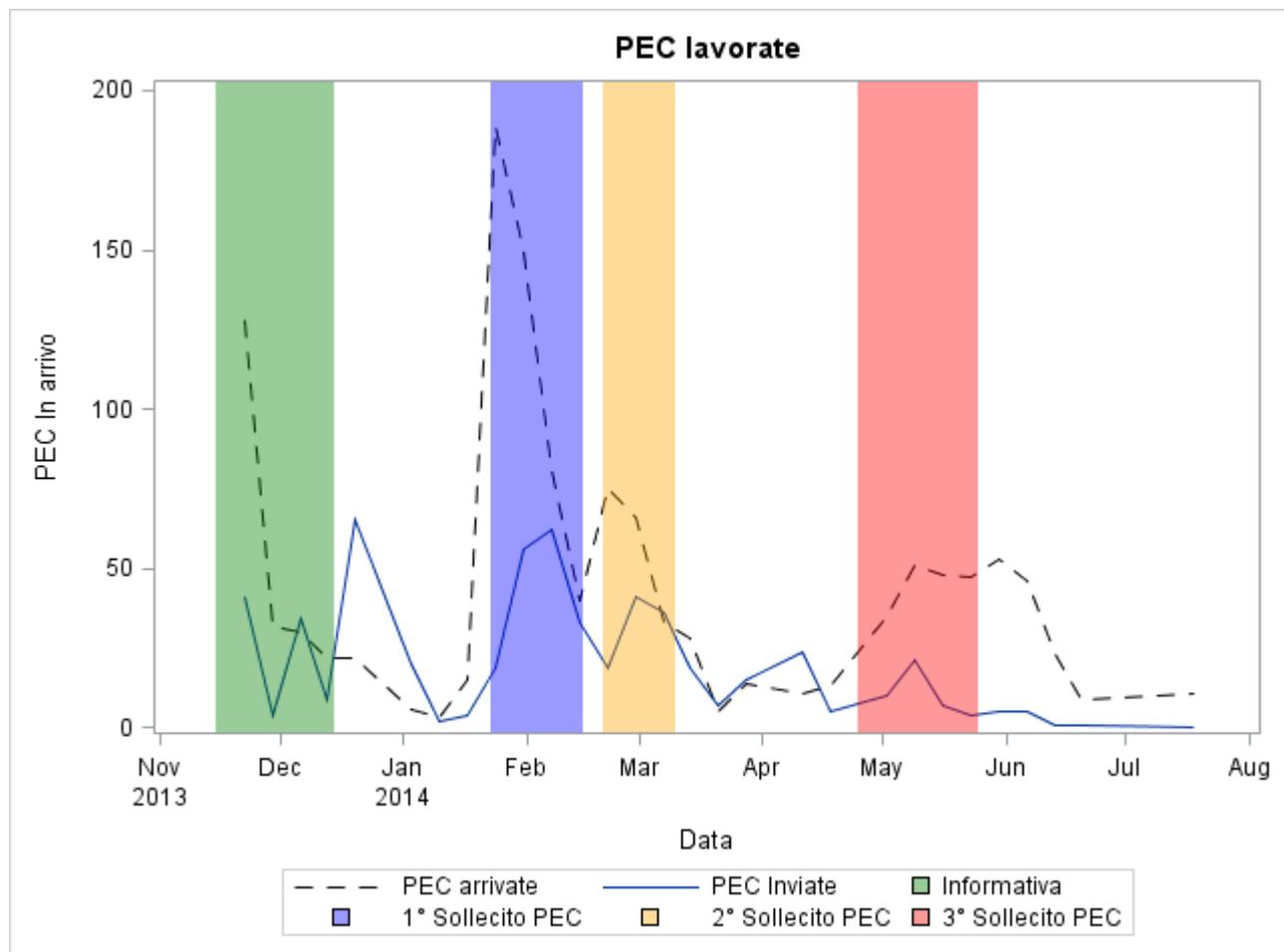


Il contatto postale personalizzato tramite PEC e Mail

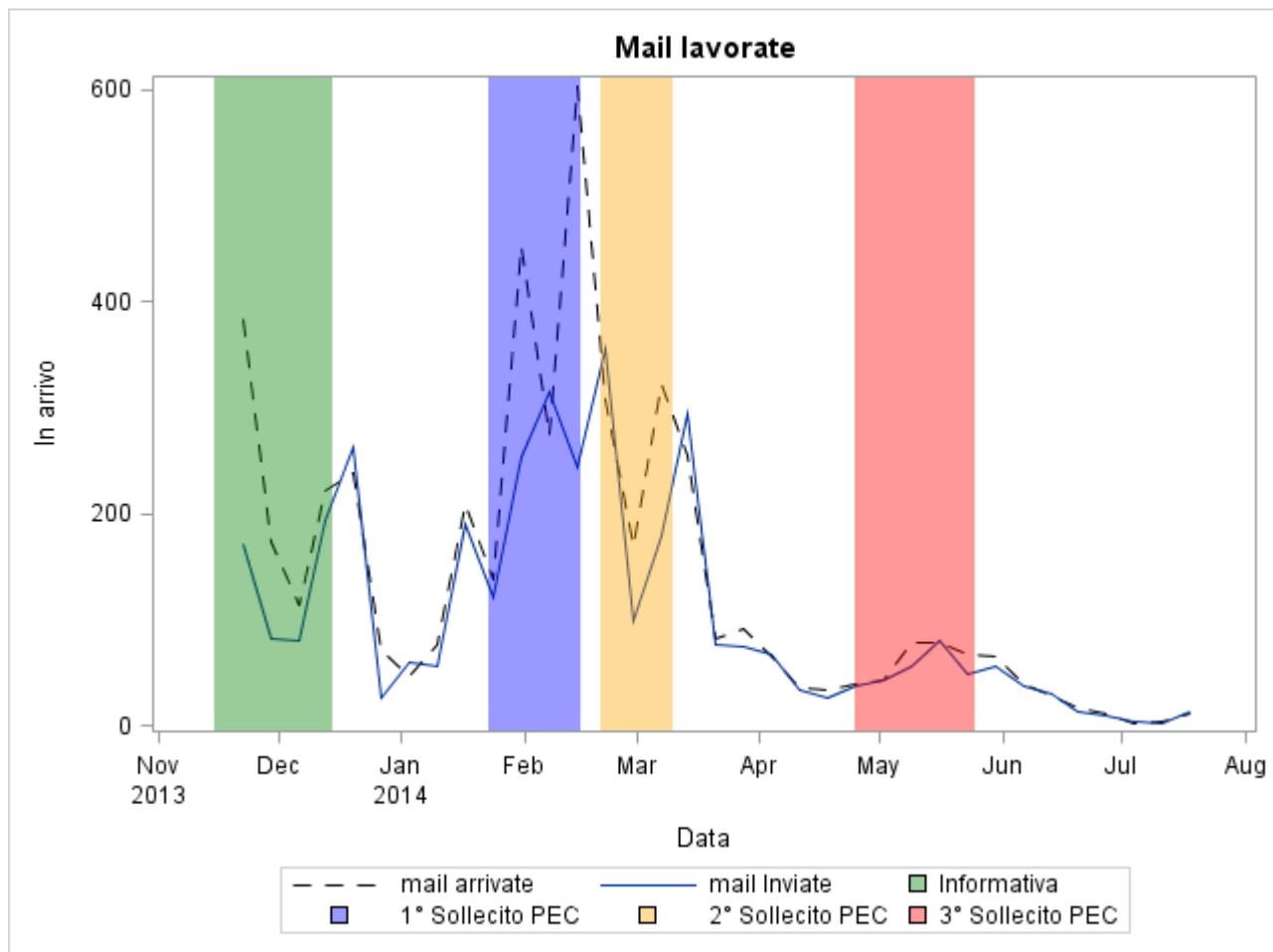
- Utilizzo della PEC anche per comunicazioni ad hoc con i rispondenti
- Picchi di messaggi PEC e Mail in concomitanza agli invii di solleciti e scadenze
- La gestione del numero verde da parte del Contact center ha consentito al personale Istat di evadere con particolare accuratezza le numerose richieste delle imprese

	Ricevute	Inviare	Totale
Mail	4792	3779	8571
PEC	1290	627	1917
Totale	6082	4406	10488

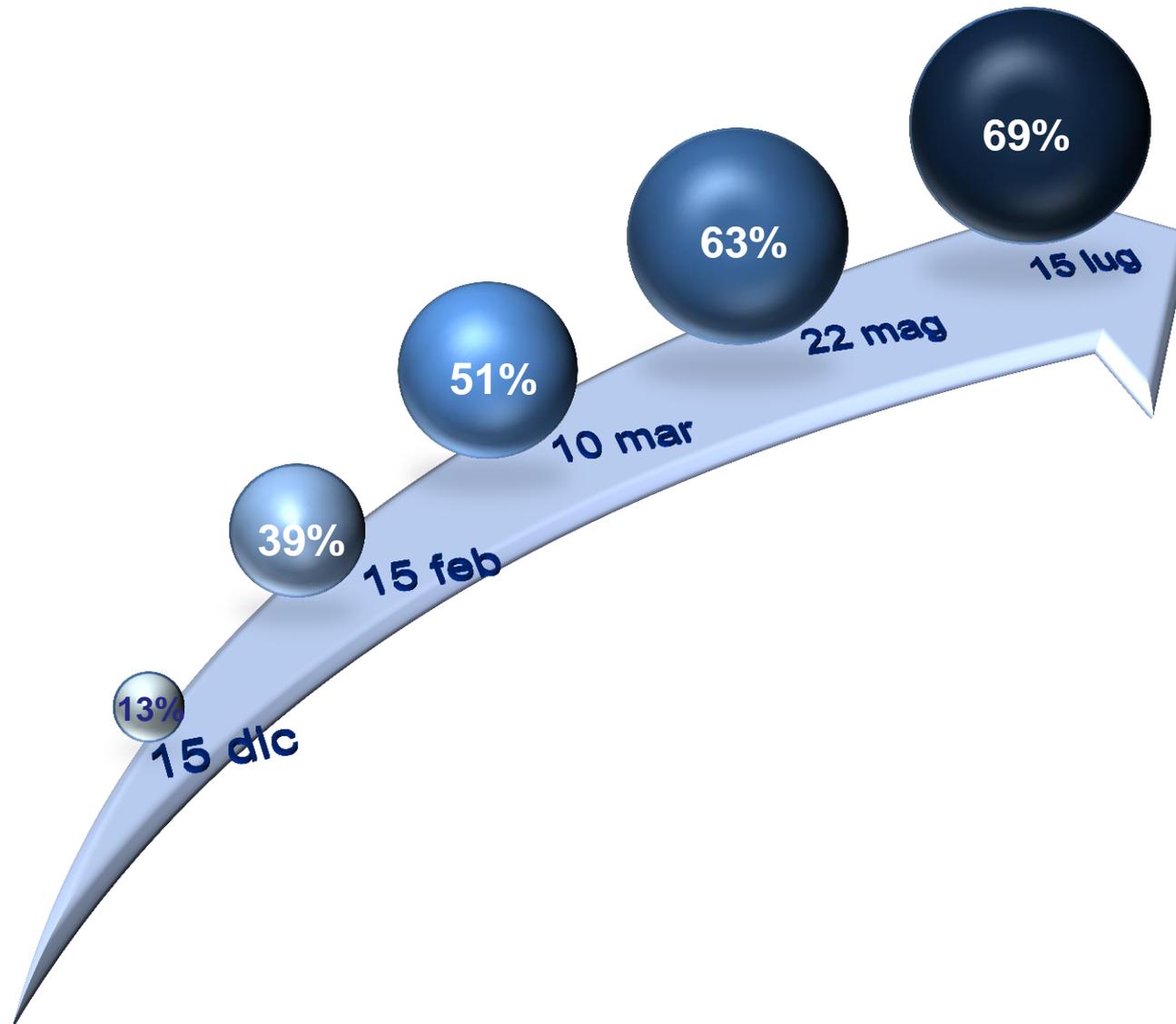
Il contatto postale tramite PEC



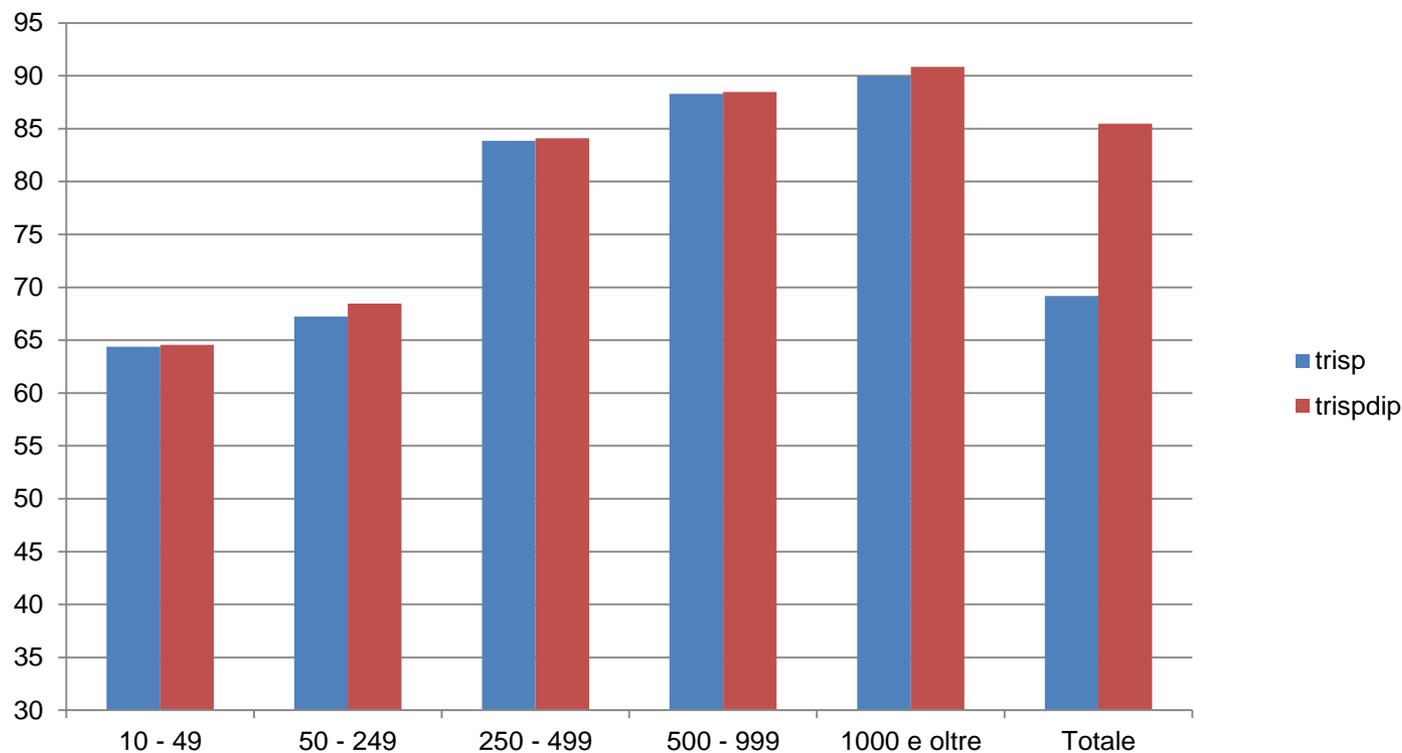
Il contatto postale tramite Mail



Tasso di risposta



Tasso di risposta per classe dimensionale



Riflessioni conclusive

Ottimi risultati della strategia adottata → 69% tasso di risposta

Fattori che hanno influito:

- ✓ efficacia dell'organizzazione e del multimodale
- ✓ ruolo chiave del contact center nella gestione del servizio 'Numero verde'
- ✓ PEC strumento molto positivo → Flessibilità
- ✓ ruolo importante del timing dei solleciti
- ✓ ruolo positivo anche delle diffide
 - ✓ Diffidate 958 imprese sopra i 250 dipendenti
 - ✓ Di cui 568 rispondenti
 - ✓ Importante il ruolo della 'CATI' per le diffidate'

Cosa va migliorato:

- ✓ programmazione gare
- ✓ gestione dell'outbound da parte del contact center
- ✓ i tempi della raccolta dati potrebbero essere ulteriormente ridotti

Grazie
per l'attenzione