

Sondaggio sulla soddisfazione 2019 29.8.2019, 16:58

Giro di feedback

I clienti aziendali svizzeri assegnano in media ai loro operatori ICT voti più che positivi. Il sondaggio sulla soddisfazione di Computerworld presenta i più amati del settore.



(Fonte: Fotolia/sean824)

La vera insoddisfazione è un'altra cosa. È quanto induce a pensare l'indagine sul più recente sondaggio sulla soddisfazione di Computerworld ormai giunto alla sua settima edizione.

Per questo sondaggio, nel periodo compreso dal 12 marzo al 16 luglio 2019, oltre 100 responsabili di PMI e grandi imprese hanno valutato i loro fornitori di hardware e software e di servizi di telecomunicazione, Internet e rete su una scala da 0 (per nulla importante/del tutto negativo) a 100 (molto importante/molto positivo).

Sebbene nei tre settori del comparto ICT svizzero sia stato individuato, non a sorpresa, del grande potenziale di miglioramento, in quasi tutti i casi le aziende utilizzatrici si sono mostrate ancora una volta più che soddisfatte dei loro produttori e Service Partner.

I partecipanti al sondaggio hanno valutato i loro fornitori in sei diverse categorie:

qualità del prodotto o del servizio, prezzo, orientamento al cliente, know-how di settore, consulenza preliminare e assistenza post-vendita.

La qualità in primo piano

Esigenze

Vorrebbe realizzare un progetto con un'impresa ICT. Quali criteri sono importanti per lei?



Valutazioni. 0 = per nulla importante. 100 = molto importante

Periodo del sondaggio: 12 marzo–16 luglio 2019. n = 129

Fonte: Sondaggio sulla soddisfazione di Computerworld 2019



Iniziando a osservare un po' più da vicino la soddisfazione degli utilizzatori aziendali, ci si accorge che la qualità richiesta ai produttori e ai fornitori è cresciuta ancora. Con 92 punti (l'anno precedente erano 89), la qualità risulta in assoluto il criterio più importante nella realizzazione di progetti ICT.

Considerate le prime nuvole all'orizzonte dello sviluppo economico, si tratta di un risultato assolutamente degno di nota. Ma questa confermata attenzione alla qualità ha stupito anche perché i progetti di digitalizzazione nelle imprese non di rado sono soggetti a una considerevole pressione in termini di costi.

Più comprensibile invece è l'elevata importanza che continua a essere attribuita all'assistenza, che nell'ultimo sondaggio occupa stabilmente con 86 punti la seconda posizione sulla scala d'importanza. Ormai da tempo qualsiasi interruzione è un'interruzione di troppo e la rapidità dell'assistenza contrapposta alle code d'attesa è uno dei criteri decisivi nella scelta di un prodotto o servizio.

Un peso leggermente maggiore viene poi attribuito all'orientamento al cliente di produttori e fornitori, che

rispetto all'anno precedente ha guadagnato due punti raggiungendo quota 83. Pressoché invariati in termini di importanza per i progetti ICT rimangono la consulenza preliminare (con 78 punti) e il know-how di settore dei fornitori (con 75 punti). Resta da chiedersi per quanto tempo ancora il prezzo (72 punti) rimarrà all'ultimo posto tra le priorità delle aziende.

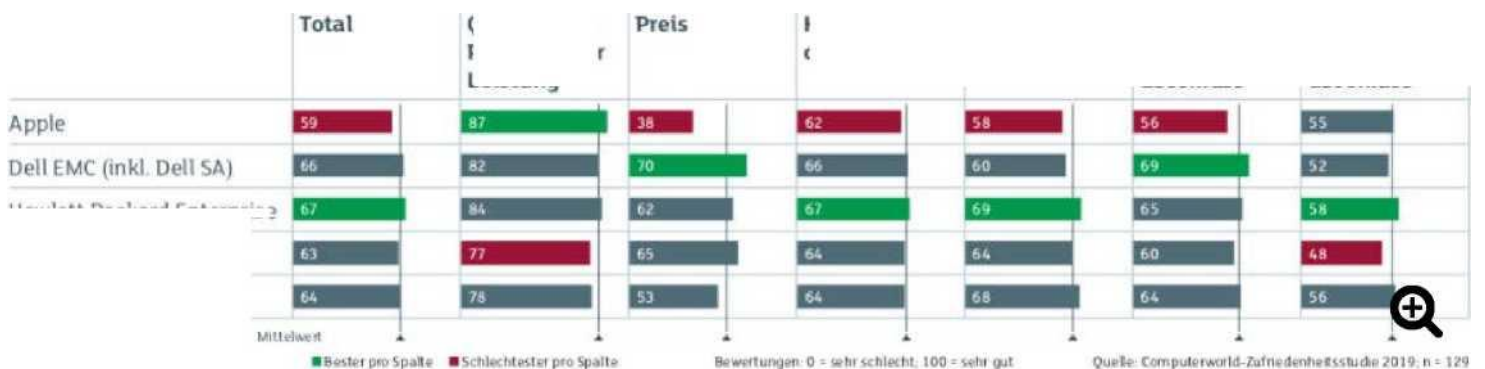
Alla domanda circa le esperienze concrete con le rispettive fonti di approvvigionamento, le valutazioni delle aziende utilizzatrici svizzere tuttavia raramente corrispondono alle aspettative, che chiaramente puntano un po' in alto. In generale, sia i produttori sia i rivenditori e gli operatori di telecomunicazioni nella realtà restano al di sotto delle esigenze della loro clientela. Ciò nonostante, questo conciso riassunto non può nascondere il fatto che i clienti in Svizzera sono in media sempre più che soddisfatti dei loro fornitori.

SULLA METODOLOGIA

Computerworld ha condotto l'indagine per il sondaggio sulla soddisfazione 2019 tra il 12 marzo e il 16 luglio 2019, mediante un questionario online cui hanno risposto 129 partecipanti. I risultati sono attualissimi e rispecchiano le tendenze nel panorama svizzero dei clienti ICT. Con una quota appena sotto il 25 % ciascuna, sono fortemente rappresentate l'industria svizzera e le medie imprese con 100 fino a 249 collaboratori. Ma al sondaggio hanno partecipato, con tassi di risposta statisticamente rilevanti, anche aziende grandi e piccole dai più diversi settori: finanze e assicurazioni, pubblica amministrazione, sanitario e servizi sociali, commercio o circolazione e trasporti. Nella maggior parte dei casi al sondaggio hanno risposto i dirigenti: il 45 % dei questionari restituiti proveniva da un membro del comitato direttivo. Più di un intervistato su due (52 %) ha potere decisionale in ambito IT (CIO/direttore informatico).

Hardware: buoni voti per i produttori Valutazione: fornitori hardware

HPE e Dell EMC dominano il campo dei produttori di hardware più amati. Apple ottiene punti grazie al design e alla lavorazione degli apparecchi.



Fonte: Sondaggio sulla soddisfazione di Computerworld 2019

È evidente che questi risultati piacciono ai fornitori. Tra i produttori di hardware con il risultato complessivo più simile, ad esempio, si spartiscono le prime posizioni HPE (67 punti), Dell EMC (66 punti) e HP (63 punti).

Dell EMC Svizzera: «Il duro lavoro paga»

Frank Thonüs, General Manager Enterprise di Dell EMC Svizzera, è soddisfatto «di avere ottenuto anche quest'anno un risultato così positivo nel sondaggio sulla soddisfazione di Computerworld». Ciò conferma il lavoro quotidiano che vede sempre i clienti al centro. «Dedichiamo molto tempo a comprendere le loro sfide individuali e a sviluppare insieme soluzioni che vi si adattino alla perfezione.»

Alla domanda circa una motivazione per i punteggi meno positivi nel know-how di settore, Thonüs indica la «crescita straordinaria dello scorso anno». L'azienda ha investito in nuovi collaboratori in misura molto al di sopra della media, formandoli con programmi di formazione mirati e appositamente sviluppati, al fine di trasmettere loro non solo la conoscenza della tecnologia ma anche il necessario know-how di settore.

«Tuttavia», aggiunge Thonüs, «questa formazione ha richiesto anche del tempo. Siamo molto fiduciosi che i nostri clienti lo sapranno riconoscere e che l'anno prossimo ci posizioneranno tra i primi anche in questa categoria.»



“Wir investieren massiv in unsere Mitarbeitenden,,

Frank Thonüs, Dell EMC

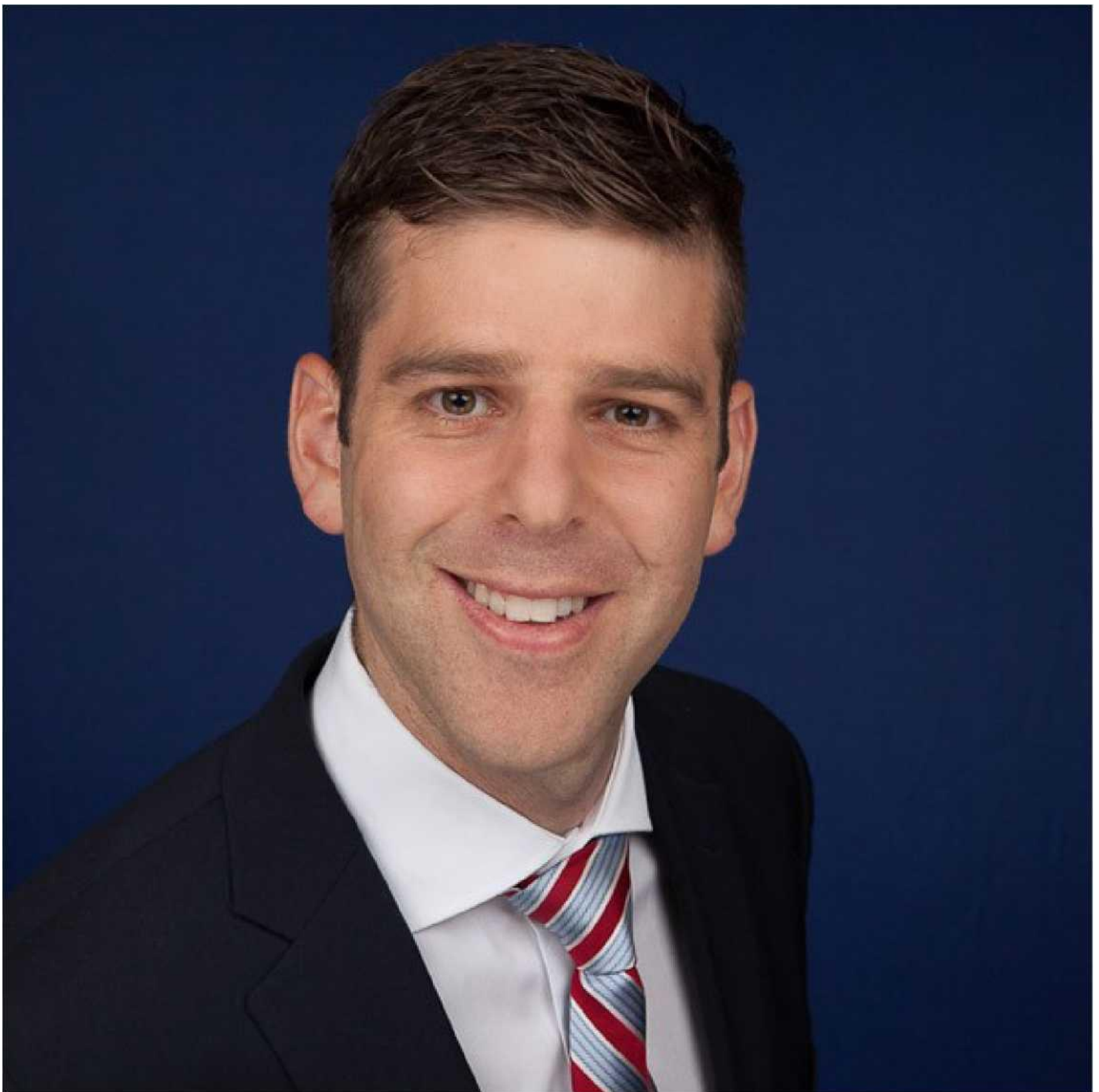
Pur ritenendo che le valutazioni nel complesso rispecchino la realtà, Thonüs non è completamente d'accordo con il risultato relativo all'assistenza (52 punti). «In questa categoria il risultato del sondaggio non coincide con quanto vediamo internamente. Dopo ogni caso di assistenza interroghiamo i clienti sul grado di soddisfazione per il lavoro fornito e da diversi trimestri questo Customer Satisfaction Rate è relativamente stabile tra il 92 e il 95 % di soddisfazione della clientela.» Anche Thonüs tuttavia non nega che si possa migliorare.

Nonostante gli ottimi voti per la qualità, «continuiamo a lavorare a pieno ritmo per accelerare l'integrazione delle differenti linee di prodotti di tutte le aziende del gruppo Dell Technologies, dunque di Dell, Dell EMC, VMware, Pivotal, Virtustream, RSA e SecureWorks». L'obiettivo è «sviluppare soluzioni implementabili e gestibili ancora più facilmente, affinché i nostri clienti siano ancora più agili e possano ridurre ulteriormente i costi».

HP Svizzera: «La formazione nell'assistenza ci ha ripagato»

Con 63 punti appena al di sotto di Dell EMC, HP Svizzera è riuscita ad aggiudicarsi voti positivi soprattutto nelle categorie Prezzo (65 punti), Orientamento al cliente (64 punti) e Know-how di settore (64 punti). Stefan Nünlist, Computing Category Manager presso HP Svizzera, ricorda per cominciare che oggi un computer su due negli uffici svizzeri è un computer HP.

«Lavoriamo a stretto contatto e con ottimi risultati con una rete di partner esperti e molto professionali per garantire un'assistenza personale dei clienti sul posto», così Nünlist spiega il successo ottenuto. «Il continuo scambio con i nostri interlocutori e l'affidabilità dei nostri prodotti ci permettono di fare punti non solo in questo studio», aggiunge.



«La nostra formazione nell'assistenza ci ha ripagato»

Stefan Nünlist, HP Svizzera

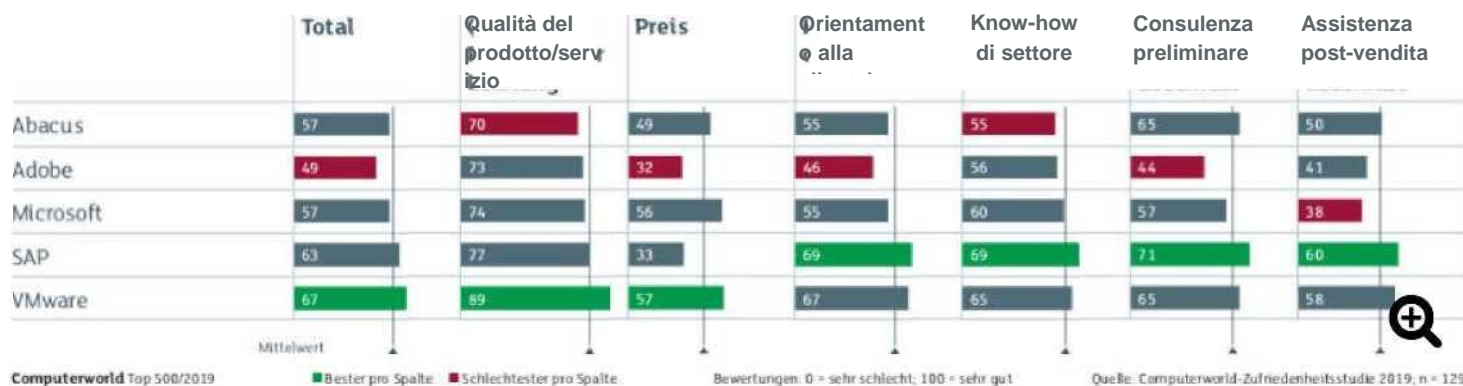
In generale per il successo di HP è decisiva la qualità dei prodotti. L'obiettivo è dunque «rendere il lavoro di ogni cliente un po' più facile grazie al nostro hardware», prosegue Nünlist. Per questo i dispositivi Business HP sono sottoposti a test molto severi. «I notebook per uso professionale ad esempio sono certificati in conformità con i rigidi Military Standard. Contemporaneamente, i tre anni di garanzia del produttore danno ai clienti un'elevata sicurezza.»

L'azienda lavora inoltre a stretto contatto con clienti e partner nei negozi specializzati. I loro feedback confluiscono nello sviluppo del prodotto, continua Nünlist. Il fatto che l'azienda abbia ottenuto addirittura i punteggi migliori alla domanda specifica circa la soddisfazione per l'assistenza viene spiegato dal Computing Category Manager di HP con «i corsi di formazione intensivi predisposti per i numerosi collaboratori addetti all'assistenza», uno sforzo dai risultati «evidenti».

Non va tuttavia dimenticato, aggiunge, che «in molti casi l'assistenza post-vendita non avviene tramite il contatto diretto con HP in qualità di produttore, bensì tramite i rivenditori specializzati», che in questo sondaggio non sono stati presi in considerazione. Perciò lo studio rispecchierebbe «soltanto in parte il quadro di mercato che viene delineato dalle nostre osservazioni, dai nostri studi e dal feedback diretto di clienti e partner», fa notare Nünlist.

Software: SAP supera Abacus Valutazione: fornitori software

SAP è riuscita a riguadagnare il favore dei clienti e a superare Abacus dopo anni. VMware, vincitore nella categoria Qualità, consolida il suo primato.



Fonte: Sondaggio sulla soddisfazione di

Critiche al sondaggio vengono anche dai fornitori di software: il produttore di software di San Gallo Abacus, che l'anno scorso con 71 punti era ancora il netto vincitore del test, questa volta, con 57 punti, ha dovuto cedere il passo a SAP, che nell'indagine precedente era il fanalino di coda. Nel 2018 il gigante del software internazionale aveva ottenuto solo 54 punti, questa volta è arrivato a 63.

Secondo Martin Riedener del comitato direttivo di Abacus è impossibile che in un anno i risultati relativi al know-how di settore ad esempio crollino dal valore massimo di 73 a soli 55 punti. «Il know-how di settore può essere acquisito solo in molti anni», non lo si perde nell'arco di un solo anno. Inoltre «per Abacus è discutibile che nello stesso sondaggio vengano inclusi prodotti come Adobe e VMware, che non sono paragonabili con Abacus». Inoltre nel caso di SAP e Microsoft non è chiaro quali prodotti siano stati valutati, aggiunge Riedener.



“Branchen-Know-how kann nur innerhalb vieler Jahre aufgebaut werden,,

Martin Riedener, Abacus Research

Riedener si chiede anche se i sondaggi ripetuti seguendo sempre lo stesso schema prima o poi non siano destinati a morire. «Se a questo sondaggio ha partecipato lo 0,3 % dei 4000 clienti di Abacus, oltre a essere arbitrario», il risultato non è certo rappresentativo, protesta Riedener.

Non stupisce che le reazioni ai risultati del sondaggio espresse da SAP Svizzera siano di tutt'altro tenore. Simon Hammer, membro del direttivo aziendale di SAP Svizzera e responsabile dei rapporti con la media impresa del produttore di software, è soddisfatto del fatto che questa volta l'azienda abbia ottenuto punteggi elevati in ben quattro categorie: «Mettiamo il cliente al centro, lo ascoltiamo. Ne vale la pena», conclude.



“Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt, hören zu. Das zahlt sich aus,”

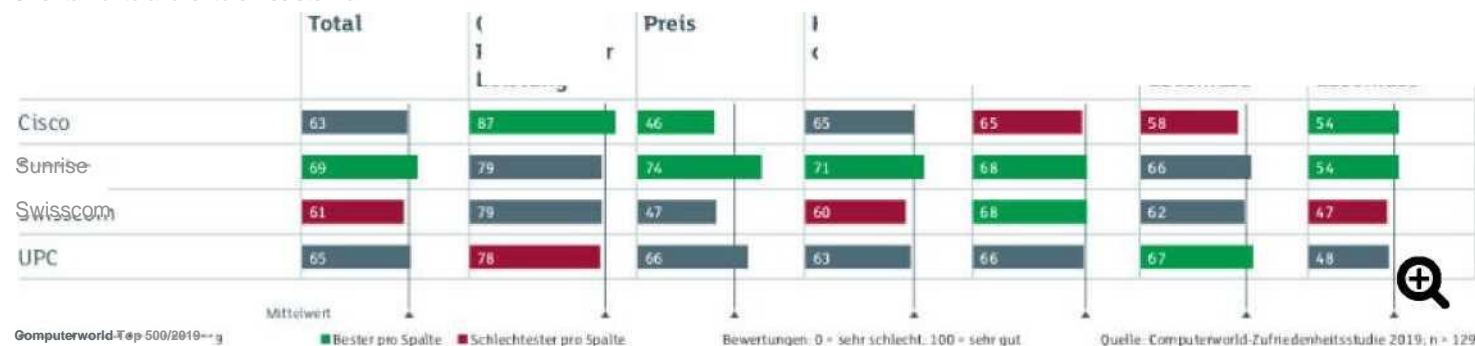
Simon Hammer, SAP

Particolarmente gratificante è l’eccezionale risultato nelle categorie Soddisfazione della clientela e Know-how di settore, in cui l’azienda ha ottenuto i punteggi migliori del gruppo in esame. Se si pensa poi che «la maggior parte degli intervistati sono ascrivibili alla media impresa, questo risultato rispecchia ciò che constatiamo già da tempo: le piccole e medie imprese sono motori di innovazione e in quanto tali hanno bisogno di un partner forte.»

Provider e rete: le aziende amano Sunrise

Valutazione: fornitori di servizi di telecomunicazione/Internet/rete

Quest'anno Sunrise risplende in modo particolare. Il fornitore di servizi di telecomunicazione conquista i clienti B2B soprattutto nelle categorie Prezzo, Orientamento al cliente e Assistenza.



Fonte: Sondaggio sulla soddisfazione di

Anche tra i fornitori di servizi di telecomunicazione, Internet e rete regna una generale soddisfazione. Secondo Robert Wigger, Chief Business Officer di Sunrise, la riconquista della prima posizione nel sondaggio sulla soddisfazione si spiega con «l'attuazione coerente, che perseguiamo da anni, della strategia dell'azienda, semplice quanto efficace: migliore rete, soluzioni e servizi innovativi e un servizio di assistenza clienti eccezionale».

I clienti commerciali apprezzano la priorità attribuita al core business con soluzioni di telecomunicazione così come il «vasto ecosistema di partner per soluzioni integrate come ad esempio l'Unlimited Mobile Workplace», aggiunge. Non è invece molto soddisfatto del risultato nella categoria Assistenza, perché anche in questo caso l'azienda avrebbe voluto dimostrare la sua superiorità. «Chiaramente non riusciamo ancora abbastanza ad adottare appieno anche in questo ambito il nostro approccio concentrato su servizio e qualità.»



«La consulenza e l'assistenza ai nostri clienti hanno sempre la massima importanza»

Robert Wigger, Sunrise

«Ci impegneremo a farlo ancora meglio in futuro», promette Wigger. In ogni caso, aggiunge, vale sempre il detto: «Chi smette di migliorare ha smesso di fare bene. Miglioriamo costantemente la nostra rete, le nostre offerte e i nostri processi, affinché la qualità dei nostri servizi continui ad aumentare in ogni settore. In questo, la consulenza ai clienti e l'assistenza hanno sempre una grande importanza.»

In ogni caso, i risultati dell'azienda e anche i clienti business acquisiti come Nestlé, la Posta Svizzera, Axpo, P&G, Swiss International Airlines e molti altri, così come altre classifiche, dimostrano che il primato di Sunrise non è ingiustificato.

Swisscom ottiene punti con il know-how di settore

La reazione del competitor dominante Swisscom è invece più contenuta. Questo nonostante anche quest'anno le aziende utilizzatrici di Swisscom confermino punteggi da buoni a molto buoni sia per la qualità dei prodotti

e dei servizi sia per il know-how di settore e la consulenza.

Anche le ottime valutazioni in quattro categorie su sei nella categoria Assistenza dimostrano un riconoscimento simile. «Il sondaggio è molto generico e non precisa quali sono i prodotti o i servizi acquistati dai clienti dei fornitori a confronto», fa riflettere Urs Lehner, Direttore Clienti Commerciali presso Swisscom. I risultati sarebbero pertanto solo difficilmente paragonabili e con un quantitativo di base di 129 partecipanti il sondaggio ha una valenza solo limitata.



«I clienti aziendali apprezzano i loro referenti nonché l'assistenza fornita, ritengono Swisscom un operatore affidabile e apprezzano l'ampia gamma di prodotti offerti e l'efficienza complessiva»

Urs Lehner, Swisscom

Soprattutto perché ai clienti commerciali vengono offerte decine di prodotti talvolta molto complessi e molto specifici per cliente o settore. «I clienti in full outsourcing ad esempio hanno tutt'altre esigenze e aspettative rispetto ai clienti che acquistano servizi isolati», distingue Lehner. Sono questi e altri punti che hanno reso difficile il confronto con altri fornitori. I risultati dei sondaggi possono pertanto «dar luogo a travisamenti, sia in positivo che in negativo».

A prescindere da ciò, la maggioranza dei clienti aziendali è soddisfatta, sottolinea Lehner: «Apprezzano i loro referenti nonché l'assistenza fornita, ritengono Swisscom un operatore affidabile e apprezzano l'ampia gamma di prodotti offerti e l'efficienza complessiva.» Quanto meno sono questi i fattori che rendono i clienti soddisfatti secondo i sondaggi interni. Ciò vale tra l'altro anche per il mercato delle PMI, in cui «il grado di soddisfazione e di raccomandazione rimane stabile ed elevato».

I partner Cisco creano qualità

Soddisfatto del buon risultato e «dell'elevata valutazione di qualità e assistenza, che si sostengono a vicenda» si mostra Roman Schmid, responsabile dell'organizzazione dei partner e del comparto PMI presso Cisco Svizzera. È convinto che in questo caso siano stati determinanti «il completo rinnovamento del nostro portafoglio e i nostri sforzi verso la massima qualità». E anche Schmid sottolinea l'importanza nei negozi specializzati dei «partner locali e degli EcoPartner», i quali apportano qualità elevata alle soluzioni delle aziende.

Le valutazioni positive sono da attribuire a loro quanto «ai nostri ingegneri e sviluppatori». Lo scarso risultato ottenuto da Cisco nella categoria Prezzo si spiega secondo Schmid con il fatto che la migliore tecnologia non è ottenibile a prezzi stracciati: «Il prezzo di acquisto viene sì percepito come elevato, ma proprio per questo spesso i nostri prodotti sono ancora in uso quando il loro costo è da tempo ammortizzato», minimizza Schmid.



*“Wir ermitteln mit Big Data und KI, wo unseren Kunden der Schuh drückt,
«Rileviamo i problemi dei nostri clienti ricorrendo a Big
Data e IA»*

Roman Schmid, Cisco

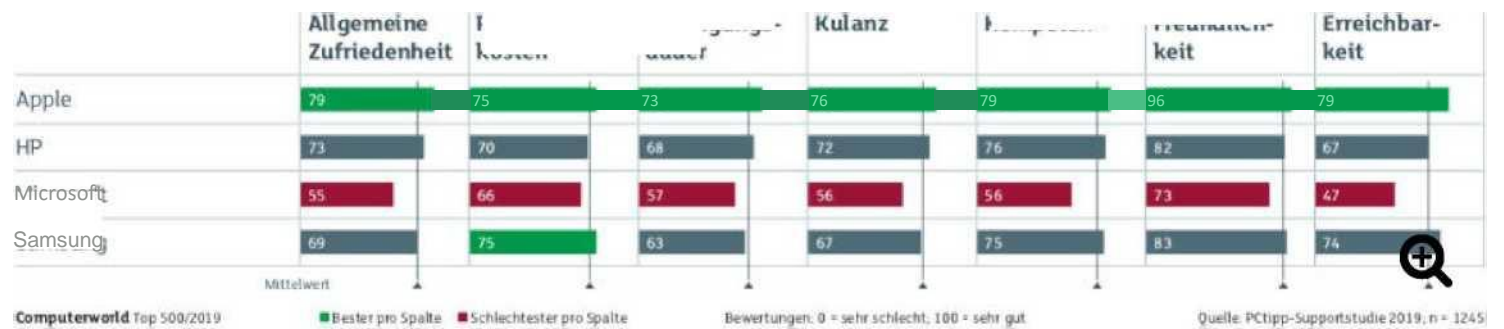
Occorre inoltre sapere che anche la «classica consulenza non è così centrale per un provider di rete che non si rivolge a settori specifici». Per questo siamo «tanto più orgogliosi della nostra rete di partner svizzeri, i quali consigliano i clienti su come utilizzare al meglio la nostra tecnologia nel loro ambiente ICT al fine di migliorare i processi aziendali, per proteggersi dagli attacchi e poter prendere decisioni efficaci per l'azienda grazie a dati migliori».

Schmid afferma anche che «Cisco si sente valutata in modo realistico». Tuttavia, nonostante i buoni risultati, non ci si può mai dire totalmente soddisfatti, aggiunge, «perché solo così si punta a una qualità ancora migliore». Non da ultimo per questo motivo «rileviamo i problemi dei nostri clienti ricorrendo a Big Data e

intelligenza artificiale. Inoltre mettiamo costantemente i nostri partner nelle condizioni di essere un passo avanti agli sviluppi tecnologici».

Sondaggio sull'assistenza di PCTipp: perché nei negozi specializzati il prezzo non è tutto Soddisfazione per l'assistenza ricevuta: produttori

Mentre HP riceve buoni voti dai clienti B2B e B2C, Apple si distingue nel mercato dei clienti finali e viene bocciata dai clienti aziendali.



Fonte: Sondaggio sulla soddisfazione di

A integrazione del sondaggio sulla soddisfazione di Computerworld presentiamo anche i risultati del sondaggio sull'assistenza condotto dai nostri colleghi della rivista PCTipp tra il 6 febbraio e il 6 marzo di quest'anno. I loro lettori hanno valutato la qualità dell'assistenza dei maggiori produttori e rivenditori di computer nonché delle società di telecomunicazioni.

In questo sondaggio sono così confluite le indicazioni di poco più di 1200 lettori di PCTipp che nei 12 mesi precedenti avevano avuto bisogno di assistenza. I partecipanti dovevano valutare i servizi di assistenza di produttori, rivenditori e società di telecomunicazioni assegnando un voto in sette categorie: risoluzione del problema, costi dell'assistenza, tempi di assistenza, correttezza, competenza, cortesia e reperibilità. Gli intervistati potevano assegnare un voto da 1 (negativo) a 5 (molto positivo).

Soddisfazione per l'assistenza ricevuta: fornitori di servizi di telecomunicazione

I team di assistenza di Sunrise e Swisscom conquistano i clienti B2C con cortesia e reperibilità.



Fonte: Sondaggio sulla soddisfazione di Computerworld 2019

Anche in questo caso l'assistenza del settore ICT si presenta in un quadro generalmente favorevole. Solo in pochi casi infatti è stato assegnato il voto 3 (normale), mentre nella maggior parte dei casi produttori, rivenditori specializzati e società di telecomunicazioni sono stati valutati con voti da buoni a molto buoni.

Vi è sempre del potenziale di miglioramento

Il fatto che Brack, tra i rivenditori specializzati, occupi incontrastato la prima posizione per la settima volta consecutiva è «dovuto all'impegno instancabile dei nostri team nel servizio di assistenza clienti nonché nel reparto vendite B2B», afferma Daniel Rei, capo comunicazioni di Brack. Si sono «votati alla causa del miglioramento continuo, perché c'è sempre del potenziale di miglioramento», aggiunge. «Adagiarsi sugli allori comporta il rischio di venire raggiunti dai concorrenti, sia nazionali che internazionali.»



«Il nostro primato è dovuto all'impegno instancabile dei nostri team nel servizio di assistenza clienti nonché nel reparto vendite B2B»

Daniel Rei, brack.ch

Non si tratta chiaramente solo di marketing. Secondo Rei infatti il netto vantaggio rispetto alla concorrenza è da ricondurre anche al fatto che i risultati dettagliati di sondaggi come questo nonché dei sondaggi interni tra i clienti e dei loro feedback vengono presi come occasione «per ottimizzare costantemente gli aspetti valutati in modo meno positivo».

Da Digitec, che anche questa volta ha ottenuto valutazioni elevate in tutte le categorie collocandosi dietro a Brack per l'assistenza, si rimanda innanzitutto alla situazione particolare. Se si cresce con un ritmo nettamente più veloce rispetto al mercato, aumenta anche in misura spropositata la quantità di e-mail e chiamate dei clienti. A dispetto della «difficoltà di stare al passo con questo aumento, ottenere risultati così positivi è una soddisfazione per noi», sintetizza infine anche il PR Manager Rico Schüpbach.



“Schweizer Händler heben sich auch durch den Support von der ausländischen Konkurrenz ab,,

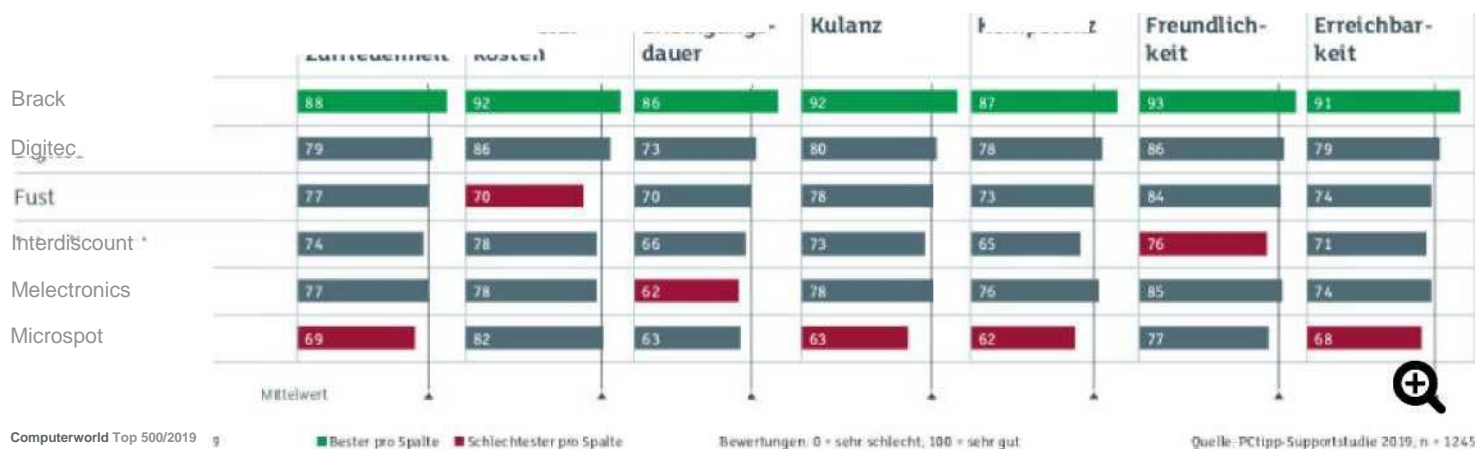
«I rivenditori svizzeri si distinguono dai concorrenti esteri anche per l’assistenza»

Rico Schüpbach, Digitec

Il fatto che Digitec sia riuscita a trionfare anche nella categoria Prezzo dimostra l’importanza di questo fattore per la soddisfazione della clientela, anche se la posizione di Digitec sul mercato non è dovuta principalmente al prezzo, aggiunge Schüpbach. Ciò che è essenziale è che «i nostri clienti acquistino da noi con comodità, efficienza e a prezzi sempre bassi».

Soddisfazione per l'assistenza ricevuta: rivenditori

Quest'anno nessuno sorpassa Brack. Il negozio online convince la clientela in tutte le categorie.



Fonte: Sondaggio sulla soddisfazione di

Ma è anche importante un buon servizio di assistenza clienti: «Di tanto in tanto i rivenditori svizzeri si distinguono dai concorrenti esteri per l'assistenza fornita.» Inoltre un buon servizio di assistenza ripaga con la fedeltà dei clienti. «Per mantenere la qualità elevata della nostra assistenza, analizziamo costantemente la soddisfazione della clientela e individuiamo con esattezza dove risiedono i problemi», puntualizza Schüpbach, aggiungendo: «Lavoriamo poi con atteggiamento autocritico a ognuna delle problematiche individuate». Perché anche in Digitec si sa che si può sempre migliorare. «Diamo il massimo per stare al passo e anticipare gli sviluppi più importanti», afferma Schüpbach di Digitec.

AUTORE

Volker Richert

giornalista economico e specialista di tecnologie originario di Zurigo.

www.richertmedia.ch

La fonte con l'articolo originale e tutte le immagini sono disponibili all'indirizzo:
http://www.computerworld.ch/zufriedenheit_2019



Autore
Volker Richert

