

# Customer Satisfaction Survey

raport realizat de:

Doru Petruți - [doru.petruti@imas.md](mailto:doru.petruti@imas.md)

[www.imas.md](http://www.imas.md)



**imas**

# metodologie

Studiul de față a vizat călătorii de pe Aeroportul Internațional Chișinău, călători aflați la terminalul "Plecări" (în "zona sterilă"). O primă etapă metodologică a vizat numărarea traficului de călători care ajungeau în această zonă a aeroportului.

Numărarea tuturor pasagerilor care au trecut de zona de control al pașapoartelor s-a făcut utilizând **numărătoare manuale** de tipul celor indicate în imagi. Atunci când au afișat cifra 4, 8, 12, 16 etc., colaboratorul [imas] s-a apropiat de acele persoane pentru a le înmîna "o brățară IMAS" și a le explica pe scurt obiectivele și procesul de interviuare.



Au fost utilizate două numără-toare manuale, unul pentru evidența femeilor, altul pentru cea a bărbaților.

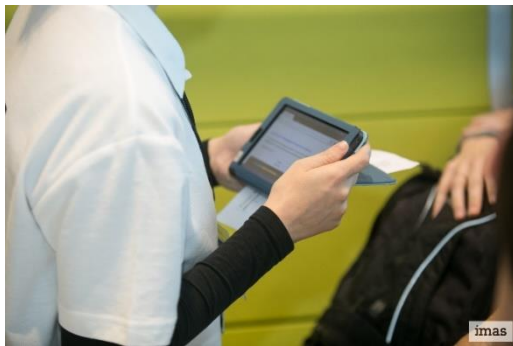
Numărarea și interviuarea călătorilor s-a derulat în trei schimburi de măsurare continuă (fără pauze), timp de 6 zile (19-24 octombrie, 2016), după cum urmează: 08:00 - 11:59, 12:00 – 16:59, 17:00 – 22:00, asigurînd în acest fel o reprezentativitate a călătorilor care zboară către diverse destinații.

# metodologie

Operatorii de interviu care au încercat să identifice vizual, după cel puțin 10-15 minute de la pătrunderea lor în zona de așteptare, persoanele care au primit brățara IMAS.

Intervievare pe tablete, soft specializat, date transmise într-un format criptat și în timp real pe unul din serverele companiei IMAS.

Un interviu a durat circa 15 minute și s-a derulat în limbile română, rusă sau engleză, atât la etajul I, cât și la etajul II al zonei de așteptare.



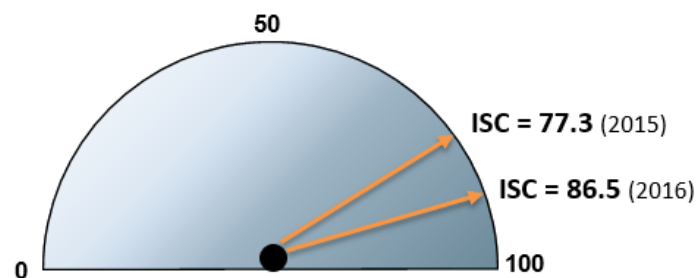
# metodologie

variabila	grup	nr. persoane	procent
gen	masculin	510	45,2%
	feminin	619	54,8%
vârstă	18-29 ani	341	30,2%
	30-44 ani	406	36,0%
	45-59 ani	277	24,5%
	peste 60 ani	105	9,3%
educație	studii medii incomplete	49	4,3%
	șc. generală sau profesională	169	15,0%
	liceu/șc. postliceală/colegiu	246	21,8%
	studii superioare	654	57,9%
	nu răspunde	11	1,0%
limba	română	635	56,2%
	rusă	433	38,4%
	engleză	61	5,4%
tip călător	călător cu experiență de zbor	886	78,5%
	a mai zburat, dar prima oară pe AIC	171	15,1%
	călător la primul zbor cu avionul	72	6,4%
total		1129	100,0%

# Indicatori de performanță (KPI)

Anul	Extrem de proastă	→	→	→	→	→	→	→	→	Extrem de bună	NȘ/ NR
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
2016	1.0	0.3	0.7	0.4	4.3	4.7	12.2	27.3	22.9	25.9	0.3
2015	0.4	0.8	1.6	1.1	7.8	7.8	18.6	27.8	16.2	17.5	0.3
Diferență 2016 - 2015	+0.6	-0.5	-0.9	-0.7	-3.5	-3.1	-6.4	-0.5	<b>+6.7</b>	<b>+8.4</b>	0.0

Satisfacție SCĂZUTĂ 0-69	Satisfacție MEDIE 70-80	Satisfacție RIDICATĂ 81-100
--------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------

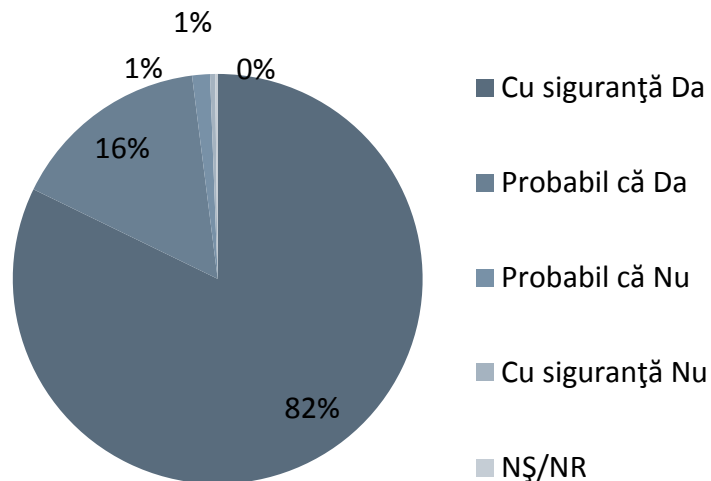


Indicele de Satisfacție a Călătorilor

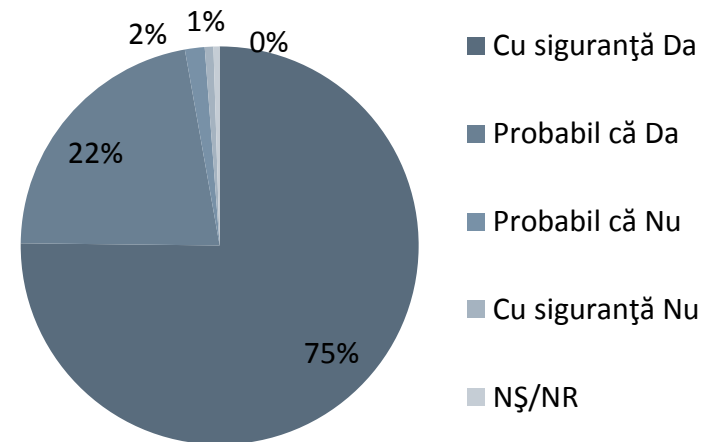
**Top Box:** circa jumătate (48.8%) dintre călători au plecat de pe AIC cu o experiență excelentă (o creștere semnificativă față de ponderea înregistrată în studiul din 2015 - 33.7%). Unul din marile câștiguri față de 2015 este faptul că evaluările nu mai diferă pe diferite segmente de călători, ele s-au uniformizat. Totuși, tendința este ca persoanele de gen feminin să acorde evaluări mai ridicate.

# Indicatori de performanță (KPI)

**Utilizarea repetitivă - Pe viitor, v-ați dori să mai utilizați Aeroportul Internațional Chișinău?**



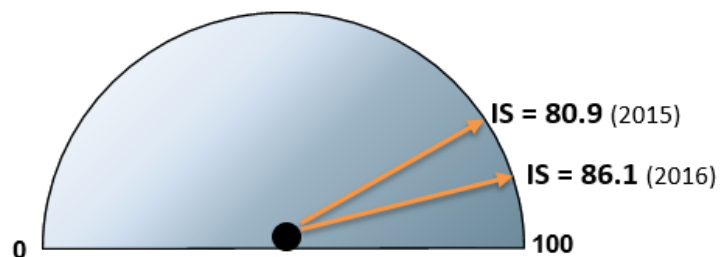
**Recomandarea serviciilor - Având în vedere experiența trăită astăzi aici, ați recomanda acest aeroport și cunoștințelor, prietenilor?**



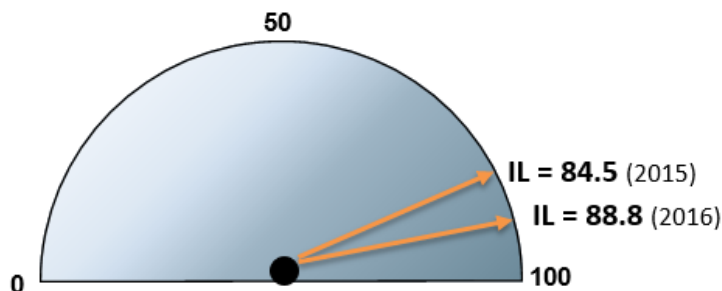
**Indicele de Loialitate** a luat în calcul răspunsurile la întrebările G5 (utilizare repetitivă) și G6 (recomandarea serviciilor). În cazul scalei utilizate de noi (în patru trepte), IL este calculat sub forma mediei răspunsurilor în care răspunsul "Cu siguranță Da" primește = 100 puncte, "Probabil că Da" = 50 puncte, "Probabil că Nu" = 25 puncte, iar "Cu siguranță Nu" = 0 puncte.

# Indicatori de performanță (KPI)

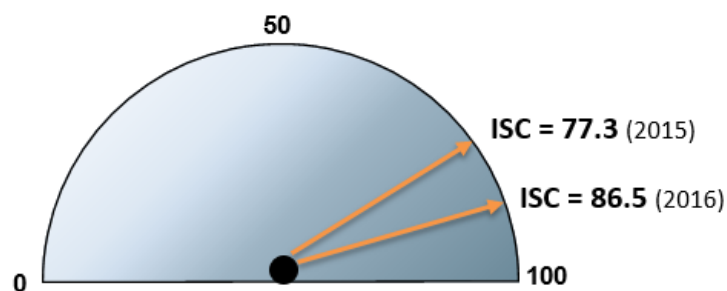
<b>Satisfacție SCĂZUTĂ</b> 0-69	<b>Satisfacție MEDIE</b> 70-80	<b>Satisfacție RIDICATĂ</b> 81-100
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------



Indicele de stabilitate



Indicele de Loialitate



Indicele de Satisfacție a Călătorilor

Indicii principali măsurați au înregistrat creșteri semnificative față de studiul din 2015 și au marcat intrarea în zona de percepție a satisfacției ridicate (cu valori între 80 și 100 de puncte). Astfel, **Indicele de Satisfacție a Clientului (ISC) = 86.5** (față de 77.3 în 2015), **Indicele de Loialitate (IL) = 88.5** (față de 84.5 în 2015) și **Indicele de Stabilitate (IS) = 86.1** (față de 80.9 în 2015).

# Net Promoter Score



$$\text{Net Promoter Score} = \% \text{ Promoters} - \% \text{ Detractors}$$

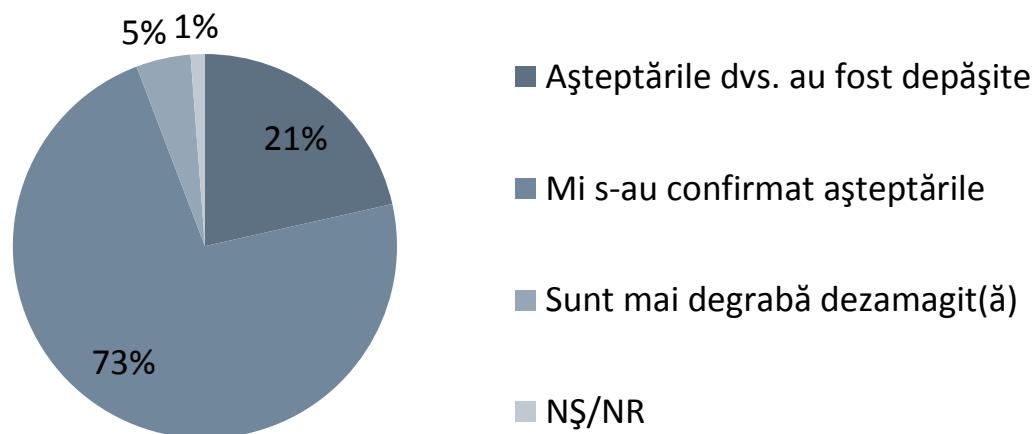
**Net Promoter Score (NPS)** pentru acest val de măsurare este de Promoteri (48.8%) – Detractori (11.4%) = **37.4%**, iar asta sugerează necesitatea de a îmbunătăți serviciile și experiența trăită de circa patru din zece călători care trec prin AIC (39.6% acordă note de 7 și 8). NPS înregistrat în 2016 a înregistrat și el o creștere semnificativă față de valoarea aceluiași indicator în 2015 – 14.2%.



# Indicatori de performanță (KPI)

## Modelul confirmare infirmare

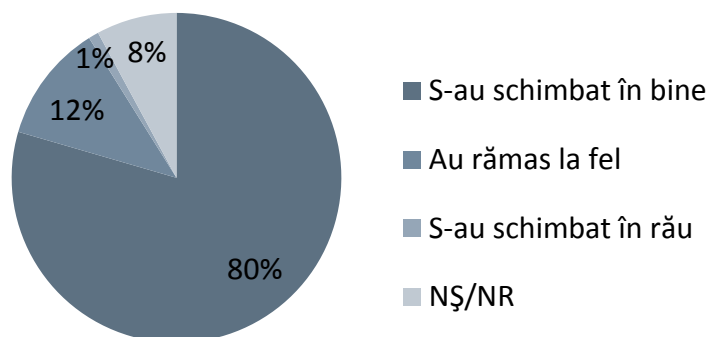
Cum apreciați serviciile oferite de Aeroportul Internațional Chișinău în comparație cu așteptările pe care le-ați avut?



Așteptările reprezintă un concept central; ele sunt comparate cu prestația efectivă a furnizorului de servicii. Pentru circa trei sferturi dintre călători (73%), **așteptările sunt confirmate** și putem vorbi și despre un **avantaj considerabil** pe raportul dintre cei cărora AIC le-a depășit așteptările și celor pe care mai degrabă i-a dezamăgit (21% versus 5%). În sondajul din 2015, acest raport a fost mult mai apropiat: 13% versus 11%.

# Indicatori de performanță (KPI)

În ultimul an, considerați că lucrurile ... ?



75.0% din participanții la sondaj au apreciat AIC mai mult decât alte aeroporturi cu note bune (7 sau 8 – 43.2%) sau foarte bune (9 sau 10 – 31.8%). 53.2% apreciau mai mult AIC decât alte aeroporturi pe care au fost în anul 2015.

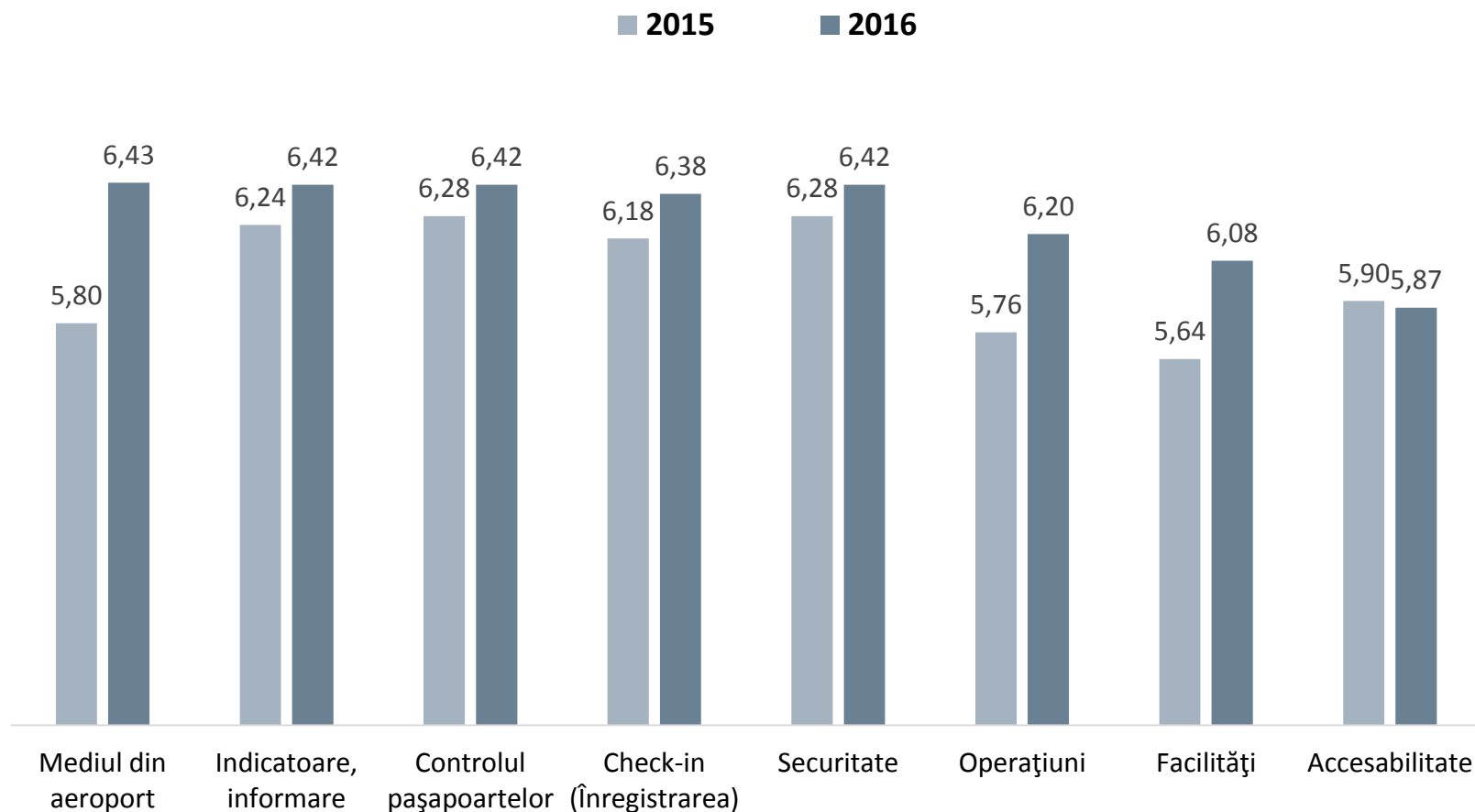
**Net Promoter Score în 2016** = Promoteri (31.8%) – Detractori (24.4%) = +7.4%

**Net Promoter Score în 2015** = Promoteri (16.1%) – Detractori (42.1%) = -26.0%.

Distribuția în procente a răspunsurilor privind care este cel mai bun aeroport vizitat (AIC versus alte aeroporturi).

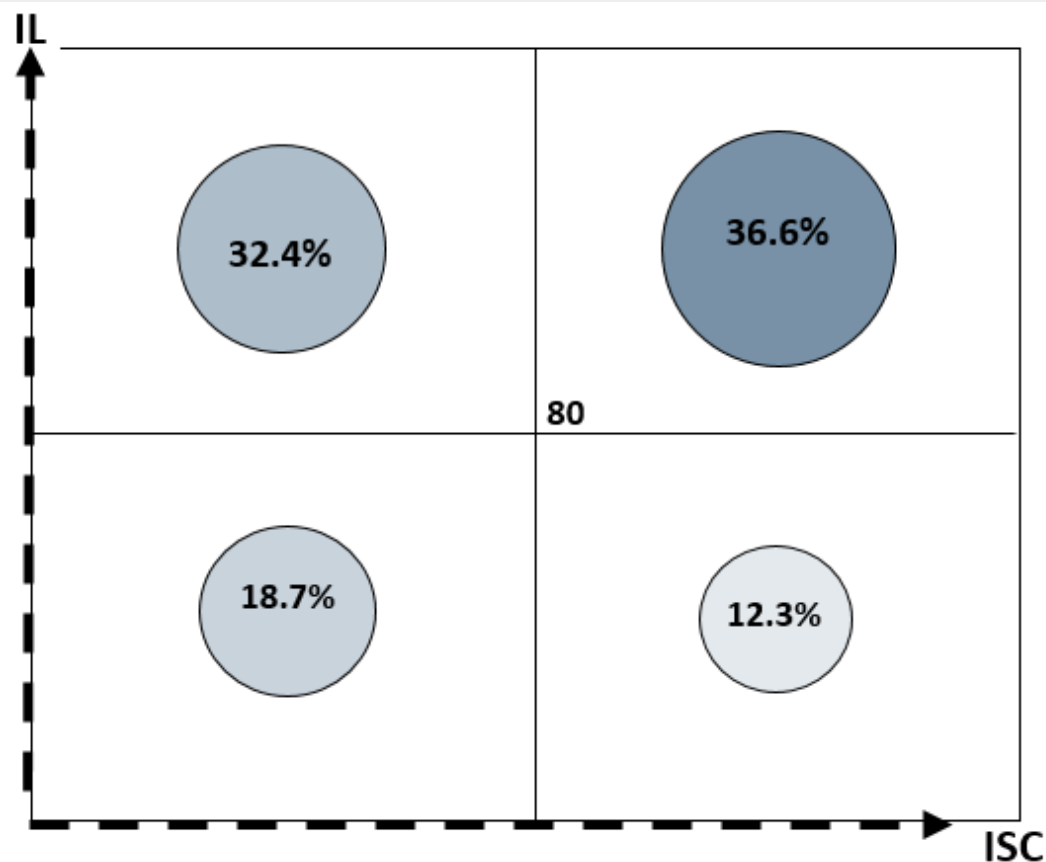
Anul	Extrem de proastă	→	→	→	→	→	→	→	→	Extrem de bună	NȘ/NR
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
2016	0.3	0.8	2.0	2.2	8.0	11.1	19.0	24.2	16.7	15.1	0.6
2015	1.9	3.0	5.3	6.5	13.6	11.8	18.7	18.4	9.4	6.7	4.7
Diferență 2016 - 2015	-1.6	-2.2	-3.3	-4.3	-5.6	-0.7	+0.3	<b>+5.8</b>	<b>+7.3</b>	<b>+8.4</b>	-4.1

# Evaluarea satisfacției față de serviciile oferite



**Pentru aproape toate etapele** pe care le parcurge un pasager s-au obținut evaluări în privința satisfacției semnificativ mai mari decât cele înregistrate în studiul din 2015. Cea mai importantă creștere a vizat **”mediul din aeroport”** – o creștere a valorii medii cu 0.63 puncte (în condițiile în care măsurările s-au făcut pe scală de 7 trepte).

## Evaluarea satisfacției față de serviciile oferite

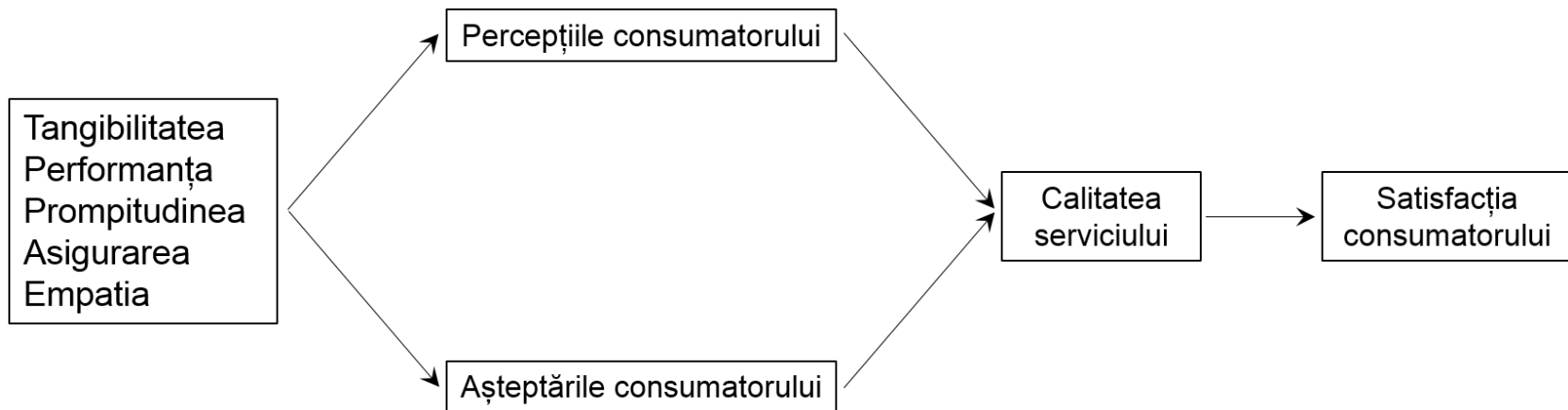


**Matricea Satisfacție - Loialitate**

**Mai bine de o treime (36.6%)** din călătorii intervievați au acordat un scor mare sub aspectul experienței trăite în aeroport și prezintă o disponibilitate de a rămâne fideli; clienți care au o părere foarte bună despre aeroport, dar nu se consideră neapărat atât de atașați de acesta (12.3% dintre respondenți); 32.4% sunt atașați de aeroport, l-ar utiliza și recomanda, dar calitatea serviciilor oferite nu îi entuziasmează; 18.7% au raportat experiențe care se situează sub pragul de 80 de satisfacție și sub 80 pe cel ce ține de loialitate (acest segment l-am regăsit preponderent în rîndul cetățenilor străini).

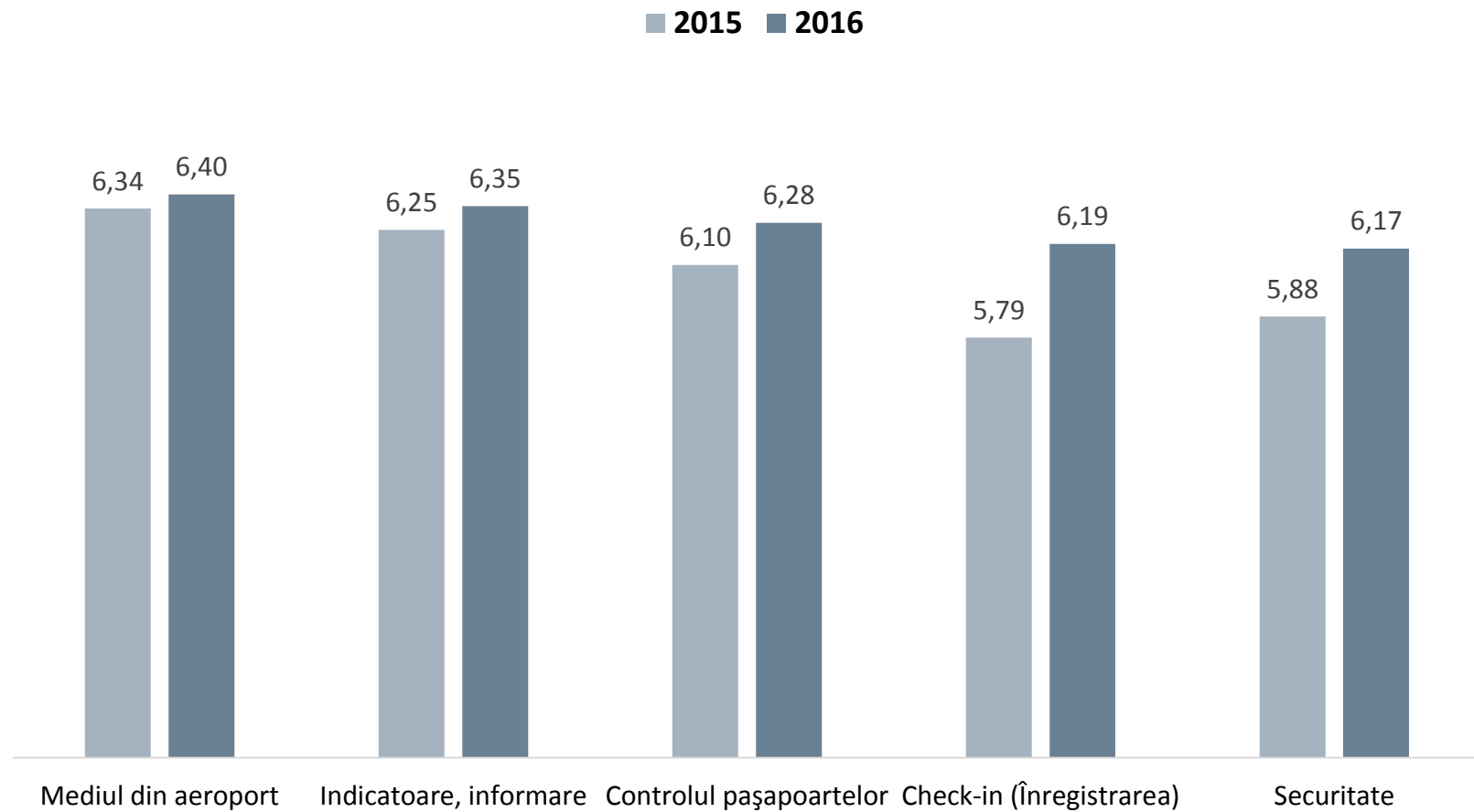
# Evaluarea satisfacției față de serviciile oferite

## SERVQUAL – modelul satisfacției serviciilor



- **Tangibilitatea** – echipamente și facilități moderne vizibile, spațiul în care se desfășoară serviciul, aspectul atrăgător, curat al personalului și spațiului (clădiri, echipamente, materiale de comunicare, înfățișarea personalului etc.).
- **Performanța demnă de încredere (reliability)** – se referă la încrederea consumatorului în nivelul, constanța, corectitudinea, eficiența performanței. Cu alte cuvinte, capacitatea de a oferi servicii fiabile, exact cum au fost ele promise.
- **Promptitudinea** – definește derularea serviciului în conformitate cu promisiunile temporale și cu evitarea totală a pierderilor de timp din partea clienților.
- **Asigurarea** – vizează competența, curtoazia și securitatea operațiunilor din cadrul serviciului. Asigurarea indică faptul că personalul are cunoștințe profesionale și se comportă cu amabilitate, politicos, pentru a câștiga încrederea clienților.
- **Empatia** – capacitatea companiei și a personalului de a se transpune în situația clientului, de a înțelege nevoile sale și de a acorda clientului o atenție individualizată.

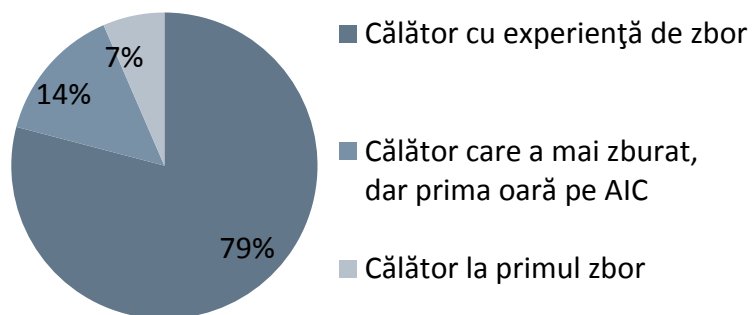
## Evaluarea satisfacției față de serviciile oferite



# Propunerile călătorilor

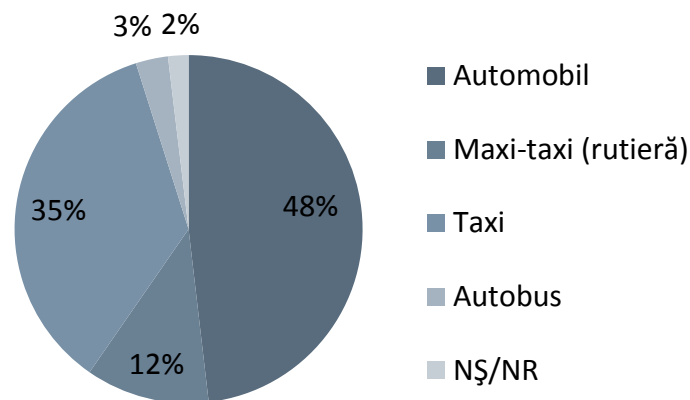
- Majoritatea solicitărilor menționate de respondenți vizează **facilitățile** pe care le-ar putea oferi aeroportul: dacă în studiul anterior principala revendicare ținea de un aspect foarte comun și general valabil (confortul oferit de scaune), acum solicitările sunt îndreptate spre publicuri cu preferințe foarte specifice: magazine cu haine, salon de frumusețe, punct farmaceutic etc.
- Alte solicitări formulate de unii călători (loc de joacă pentru copii, asistența medicală, cafenele) vizează lucruri deja existente în aeroport, dar care nu au putut fi găsite de către călători, iar din acest punct de vedere este necesară o mai bună informare (prin afișaj sau altă metodă) legat de facilitățile existente în aeroport.
- O categorie aparte de solicitări se îndreaptă în direcția serviciilor ce sunt disponibile în zona aflată imediat după intrarea în aeroport, servicii care nu se mai regăsesc în zona sterilă: birou de informare, birou de schimb valutar, chioșc cu ziare etc.
- Ultima categorie de solicitări este una ce ține de detalii: calitatea anunțurilor în difuzoare, ecrane mai mari, televizoare pe care să ruleze unele programe (pentru a evita plictiseala), indicatoare care să fie plasate după controlul de securitate și altele.

# Informații despre pasageri



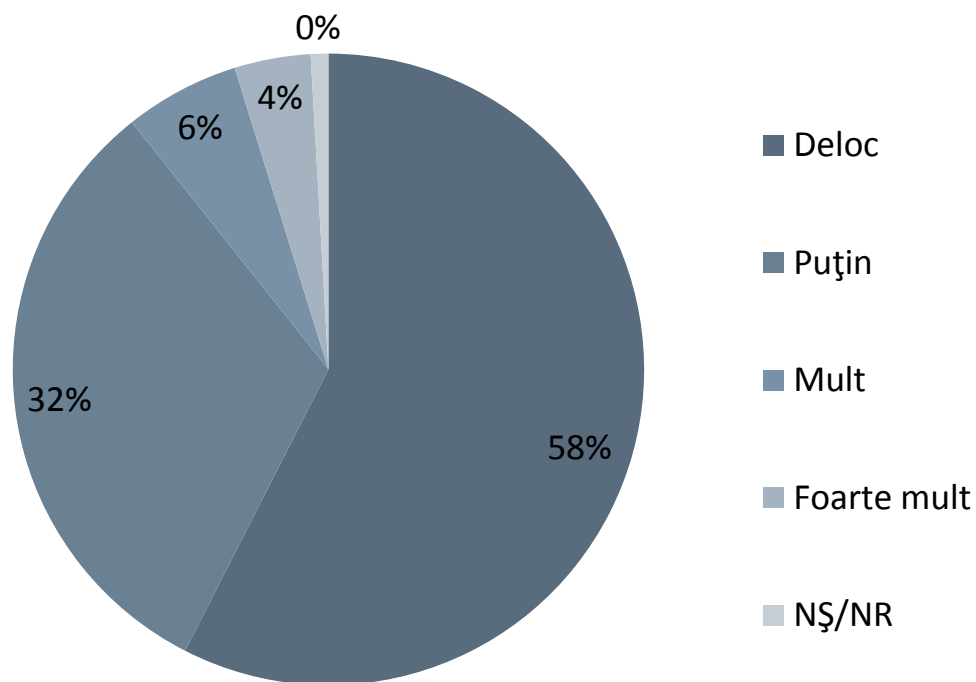
Despre o persoană care zboară prima oară am putea spune că îi este specific faptul că scopul călătoriei este dictat de dorința de a vizita o rudă aflată peste hotare. În același timp, cei care au mai zburat de pe alte aeroporturi, dar sunt prima oară pe AIC, scopul călătoriei este mai degrabă legat de turism (odihnă).

**Grafic 7. Cu ce mijloc de transport ați ajuns la aeroport?**





## Cît de mult vă temeți să zburați cu avionul?



denumirea completă

**IMAS Invest SRL**

denumirea scurtă

**imas**

director general

**Doru Petruți**

office@imas.md

www.imas.md

t/f: (+373 22) 260 096

m: (+373) 79 705 501

**imas**