

## Il cliente: aspetti psicologici della formazione delle aspettative e della qualità realmente percepita

3<sup>a</sup> Edizione  
2010/11

Ricercatore:

**Matteotti Roberto**

Nato il: 08/01/1986

Residente a:

**Dro (Tn)**

Titolo di studio:

**Laurea in psicologia sociale, del lavoro e della comunicazione**

Area tematica  
**Marketing e comunicazione**

### Il progetto e gli obiettivi

Per un'azienda di servizi come le Terme di Comano assume una grande rilevanza monitorare il grado di soddisfazione dei propri clienti perché tramite questo indicatore è possibile migliorare la propria offerta, renderla sempre più rispondente alle richieste e alle aspettative degli ospiti, prevenire lamentele e ottenere la fiducia dei clienti.

Tenendo in considerazione questo elemento chiave, il progetto si è concentrato, in particolar modo, sull'analisi delle aspettative che il cliente delle Terme si crea riguardo ai servizi prettamente curativi ma anche, più in generale, al suo soggiorno nella località termale. La rispondenza o meno di queste aspettative rispetto all'esperienza concretamente vissuta dagli ospiti, infatti, determina la percezione della qualità del prodotto-servizio fruito e quindi, di conseguenza, il grado di soddisfazione e la decisione di tornare, o meno, nella località di soggiorno e cura.

### Fasi operative e metodologia

L'analisi ha preso il via da alcune ricerche sulla letteratura scientifica riferita a questo argomento a cui ha fatto seguito la progettazione di uno strumento - un questionario realizzato *ad hoc* - utile per indagare la dimensione psicologica del cliente, le sue aspettative verso la vacanza e la località prescelta e le motivazioni che lo spingono a tornare o a preferire altre mete dopo un soggiorno. I fattori presi in considerazione e analizzati nel questionario, in particolare, sono stati: la motivazione che spinge ad intraprendere una vacanza curativa, la scelta delle Terme di Comano piuttosto che altri centri termali, l'immagine della destinazione, la soddisfazione o meno delle aspettative, le emozioni o gli stati d'animo provati durante il soggiorno e, infine, le intenzioni future di ritorno o l'idea di raccomandare la località a parenti ed amici.

La somministrazione del questionario è avvenuta nei mesi di maggior affluenza alle Terme, ossia durante la stagione estiva, in particolar modo nel periodo che va da giugno a settembre. Grazie ad una costante presenza, sono stati raccolti 509 questionari validi poi codificati e analizzati mediante il software statistico SPSS, un programma che ha consentito di ottenere interessanti indicazioni rispetto alla domanda di ricerca.

Dai risultati emersi, infatti, si è potuto notare come il cliente delle Terme cerchi, e si aspetti, una tipologia di vacanza principalmente curativa, durante la quale, però, sia possibile rigenerarsi, rilassarsi e dedicare tempo a sé stessi, ossia recuperare il proprio benessere psico-fisico a tutto tondo. Risultano essere in secondo piano divertimenti, sport ed eventi culturali. Altri fattori che agiscono sulle aspettative

sono la buona capacità di gestione delle strutture ricettive e curative unitamente alle caratteristiche naturali e paesaggistiche della località che fanno sì che la scelta del turista ricada sulle Terme di Comano piuttosto che su altre destinazioni.

Al termine dell'elaborazione dei dati, è possibile affermare che la soddisfazione rilevata sia risultata molto buona per tutti gli aspetti presi in considerazione con punte di eccellenza per quanto riguarda la qualità dell'ambiente naturale e in particolare per il parco termale. Le emozioni che maggiormente e più frequentemente vengono vissute dai turisti sono tutte positive; queste stesse sensazioni concorrono in modo significativo al ricordo della vacanza-cura e quindi giocano un ruolo fondamentale sia nella fidelizzazione del cliente sia nel passaparola positivo che rappresenta un potente mezzo di promozione.

Pur avendo registrato dati molto positivi, è giusto sottolineare come risultino peccare un poco la visita medica e la ricchezza/varietà di possibilità di svago e divertimento in generale, anche se questi fattori, tutto sommato, non sono determinanti per la scelta della località o per la decisione relativa alla prenotazione di un nuovo soggiorno. È da rilevare, comunque, come le iniziative e le escursioni che trovano il maggior gradimento da parte dei turisti estivi sono quelle pensate per i bambini accompagnati dai genitori.

### Risultati, valutazione e prospettive

Grazie a questa ricerca ci si potrà avvalere di risultati nuovi per capire meglio quali fattori e servizi incidono realmente sulla soddisfazione del cliente, fattori che sono stati suddivisi in varie categorie per facilitare anche un processo di risposta. Comunità e territorio avranno la possibilità di avvalersi di dati esaustivi a supporto di qualsiasi attività che presuppone uno studio esplorativo preliminare.

Questo studio, infine, potrebbe rivelarsi utile all'azienda Terme di Comano per poter innalzare la qualità dei propri servizi andando a lavorare sulla formazione e sulla gestione delle aspettative degli ospiti in un continuo processo di accompagnamento e ascolto del cliente.

### Partner Territoriale

#### AZIENDA CONSORZIALE TERME DI COMANO



Le Terme di Comano, le cui acque erano già note agli antichi Romani, furono rilanciate all'inizio dell'Ottocento sino a divenire oggi il motore economico dell'intera Val Giudicarie Esteriori (TN).

Le sue acque bicarbonatocalcio-magnesiache sono uniche in Europa per la cura della pelle.

Il centro termale tratta problematiche cutanee quali psoriasi, dermatiti atopiche e seborroiche ed eczemi come pure allergie dei bambini.

Completano l'offerta termale le cure inalatorie per le affezioni alle vie respiratorie, gli idromassaggi per vasculopatie, i massaggi, un moderno centro di dermatologia estetica correttiva, la linea cosmetica "Salus per Aquam" e il Grand Hotel Terme.