

Themis ha sviluppato una consistente attività di ricerca sui temi della citizen satisfaction, del marketing sociale e territoriale e dell'analisi dell'ambiente socio-economico.

[[■] Reference List Attivita di Ricerca Intervento 2003-2010.pdf](#)

LA CITIZEN SATISFACTION

Questo tipo di ricerca porta a monitorare il livello di gradimento dei servizi da parte dei cittadini/utenti. Si parte dalla costruzione del profilo del servizio e da una autovalutazione dell'ambiente interno per arrivare a una valutazione da parte degli utenti (ambiente esterno). La valutazione è relativa all'importanza dei fattori, che costituiscono il profilo del servizio, e al valore attribuito ai fattori stessi.

Si arriva a due matrici – importanza/valore dei fattori – che definiscono una gerarchia di priorità di intervento. Una matrice è determinata dalle valutazioni interne e l'altra dalle valutazioni esterne.

Confrontando le differenti valutazioni, si costruisce un piano di miglioramento continuo che ha la caratteristica del massimo consenso (o minore conflitto), tempo di attuazione rapido e costo compatibile con le risorse a disposizione. I miglioramenti afferiscono sia all'aspetto strategico, ovvero le politiche di servizio, sia all'aspetto organizzativo, ovvero il processo di erogazione del servizio.

Il metodo deriva più da un approccio logistico di servizio al cliente che da un approccio di marketing.

[[■] Qualita Percepita Biblioteche 1 fase.pdf](#)

[[■] Qualita Percepita Biblioteche 2 fase.pdf](#)

[[■] Qualita Percepita Musei 1 fase.pdf](#)

[!\[\]\(529949c2c3dadbaa4e538e8c643454bc_img.jpg\) Qualità Percepita Musei 2 fase.pdf](#)

[!\[\]\(3dfb8d66e81160ad61421a3452093d1b_img.jpg\) Analisi Prerequisiti Musei 2 fase.pdf](#)

[!\[\]\(99f58673407353e96a019fbca558fd72_img.jpg\) Qualità Percepita Ristorazione Scolastica.pdf](#)

[!\[\]\(0f848bbd71cef6b345273b16f905912a_img.jpg\) Qualità Percepita Servizi Demografici.pdf](#)

[!\[\]\(339a16584d5da0f0a3ca4e9ec17bf6a1_img.jpg\) Qualità Percepita 06.pdf](#)

MARKETING SOCIALE E TERRITORIALE

L'attività di ricerca analizza i valori e gli interessi prevalenti in un dato ambito territoriale o sociale, o derivanti dalla sovrapposizione dei due contesti, al fine di tarare le politiche degli enti che governano tali ambiti.

Anche in questo caso si parte dall'esistente, ovvero dalle politiche e dalle prassi messe in atto dal committente, e lo si confronta con le attese – esplicite e/o implicite – del campione.

L'output è la definizione di politiche di servizio o di politiche tout court di un ente territoriale che siano coerenti con le aspettative del territorio e dei segmenti sociali che lo caratterizzano.

L'approccio è sicuramente di marketing dei servizi, seppure derivante dai paradigmi innovativi e relazionali della scuola nordica piuttosto che dai paradigmi più tradizionali della 'scuola di Kotler'.

[!\[\]\(6a9b39b98eb945faa14c645ec99e4eaa_img.jpg\) Progetto Genova e il suo Ateneo.zip](#)

[!\[\]\(9c2e8d1b5bd77cb5c9f83b7a9cff79fd_img.jpg\) Conoscenza e immagini dei musei cittadini per i genovesi.pdf](#)

[!\[\]\(e3275251d0893157c3584e20c81dc3ba_img.jpg\) Genova e la sua offerta museale per i residenti del Nord-Ovest.pdf](#)

[!\[\]\(f60b7a900783ac3fd531bfd9c111be6d_img.jpg\) I Musei cittadini per gli studenti genovesi delle scuole secondarie.pdf](#)

[!\[\]\(f1c5da15572e3e09d343161be98f508d_img.jpg\) I Musei cittadini per gli universitari genovesi.pdf](#)

[!\[\]\(235bfe13ebf007ce2eea9e689707fac7_img.jpg\) Le Biblioteche Civiche di Genova clienti reali e potenziali.pdf](#)

[!\[\]\(eabd9f9ababee93effadc3b380fe65fd_img.jpg\) Le Biblioteche per gli studenti genovesi delle scuole secondarie.pdf](#)

[[■]
Le Biblioteche per gli universitari genovesi.pdf](#)

[[■]
Percezione Citta Giovanitaliani.pdf](#)

[[■]
Percezione Citta Liceali.pdf](#)

[[■]
Percezione Citta Universitari.pdf](#)

ANALISI DELL'AMBIENTE SOCIO-ECONOMICO

La ricerca applica il tradizionale approccio sistemico/olistico, che vede le capacità di sopravvivenza e sviluppo di una organizzazione complessa strettamente legate all'interazione tra l'organizzazione e l'ambiente in cui opera.

L'output porta alla conoscenza delle dinamiche sociali ed economiche del territorio analizzato al fine di razionalizzare i processi decisionali strategici.

Si tratta di utilizzare gli strumenti e le metodologie della ricerca socio-economica integrate con le competenze di analisi strategica. Quest'ultima nella visione dei sistemi decisionali strategici più che nelle visioni del long range planning e della business analysis.

[[■]
Analisi del Clima Socio Organizzativo del Comune di Genova 2003.pdf](#)

ELEMENTI COMUNI

In tutte e tre le tipologie di ricerca:

- L'obiettivo primario è di costruire un Osservatorio Permanente presso l'Ente cliente. Ovvero di costruire una capacità autonoma di proseguire l'attività di monitoraggio continuo (formazione on the job).

- Si fornisce un software gestionale.
- Si costruisce una cultura del monitoraggio condivisa (formazione tradizionale in aula).
- Si individuano indicatori di efficienza e di efficacia dell'attività di erogazione degli enti coinvolti nel processo.