

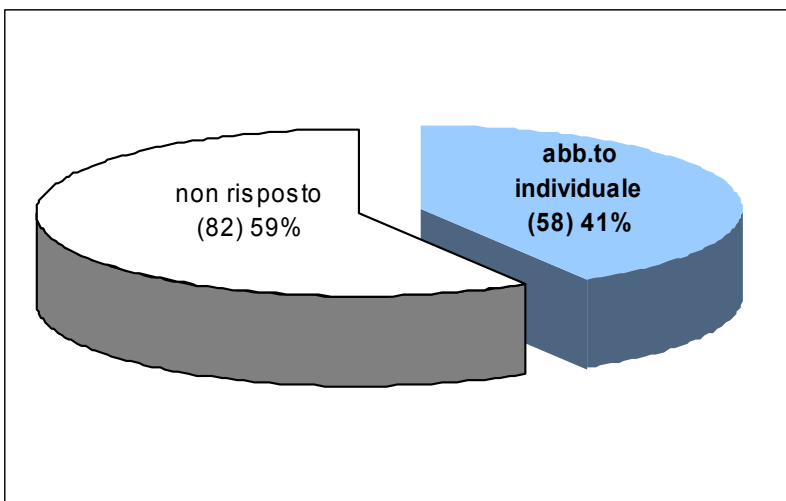
Dati 04-02-2010

Il questionario è stato somministrato via e-mail, pubblicato sulla rivista (n. 5-2009) e reso disponibile sul sito internet dall'inizio di novembre a fine gennaio 2010

Dagli abbonati sono pervenuti **140 questionari in totale** (dei quali 23 [16,4%] per FAX, il restante dal sito internet) Per ciascuna domanda esiste una variabile (a volte non trascurabile) di "non risposto".

Questionario di valutazione della soddisfazione dei clienti 2010

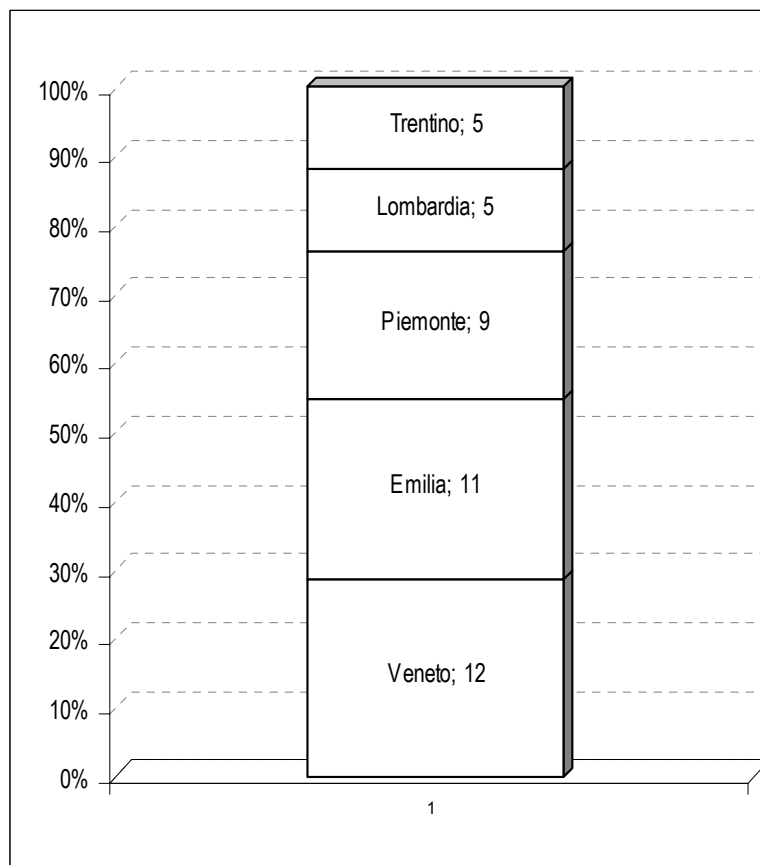
1. Il mio abbonamento è:

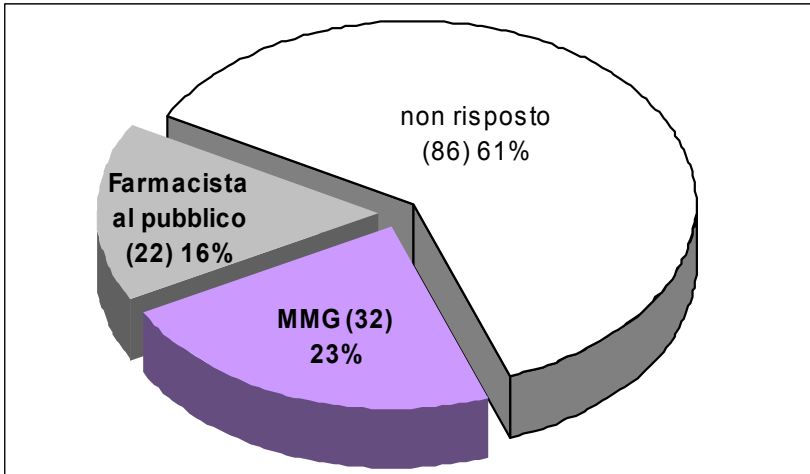


In termini di fatturato gli **abbonamenti individuali costituiscono il 4,6% del nostro fatturato** e la risposta ai questionari è stata rappresentata maggiormente da questa categoria. Probabilmente il compilatore era facilitato in questa opzione mentre nell'altra doveva anche qualificare l'Azienda. Bisogna pensare che molti non sanno a che titolo ricevono i nostri prodotti?

La distribuzione per Regione delle risposte non può essere rappresentativa poiché il numero degli intervistati che dichiara di essere abbonato alla rivista rappresenta solo l'1,26% del totale degli abbonati 2009 e per il Prontuario lo 0,88%.

Vista la distribuzione per Regione è facile presumere una sovra-rappresentazione degli abbonati individuali nel campione degli intervistati. Non sembra infatti esserci altra interpretazione poiché nelle vendite totali del 2009 il VENETO copre + del 61%, l'EMILIA solo lo 0,71% e il PIEMONTE il 9,6%.





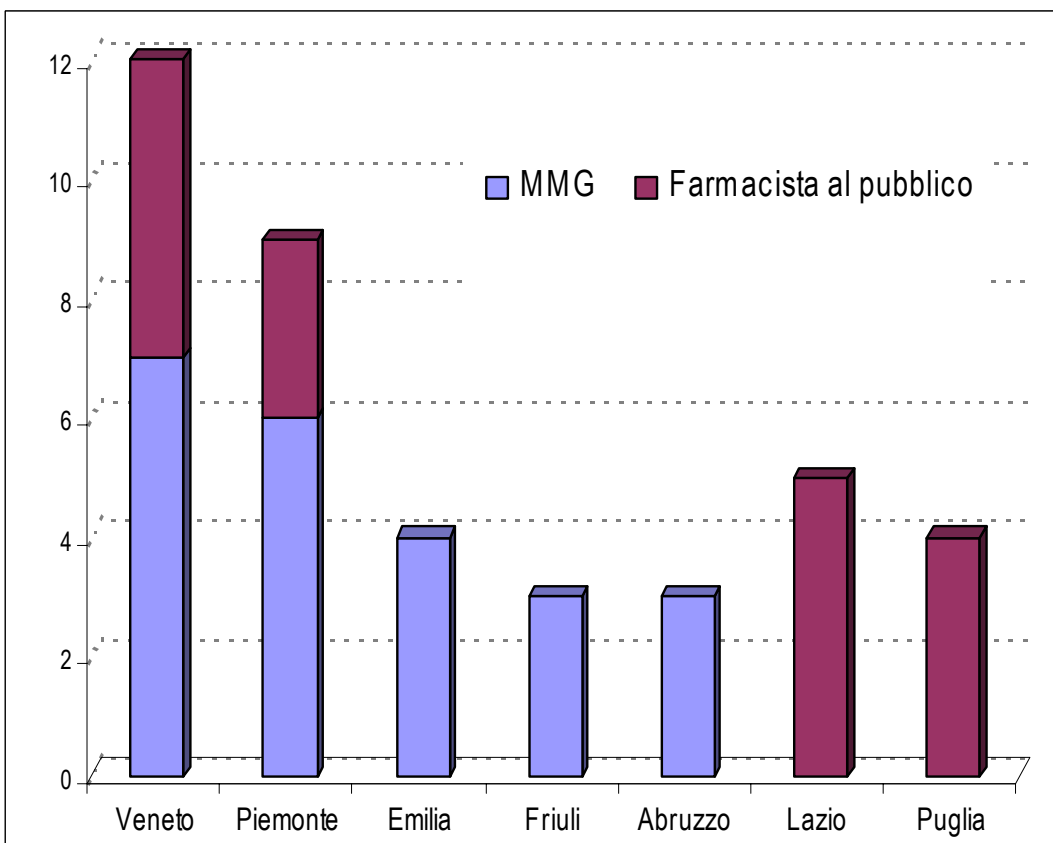
2. La mia professione è:

E' facile presumere che gli abbonamenti INDIVIDUALI presenti in questo campione siano stipulati da una delle due categorie professionali (39%: MMG/Farmacisti al pubblico), tra chi non ha risposto si contano infatti altri operatori sanitari che ricevono l'abbonamento tramite l'Azienda.

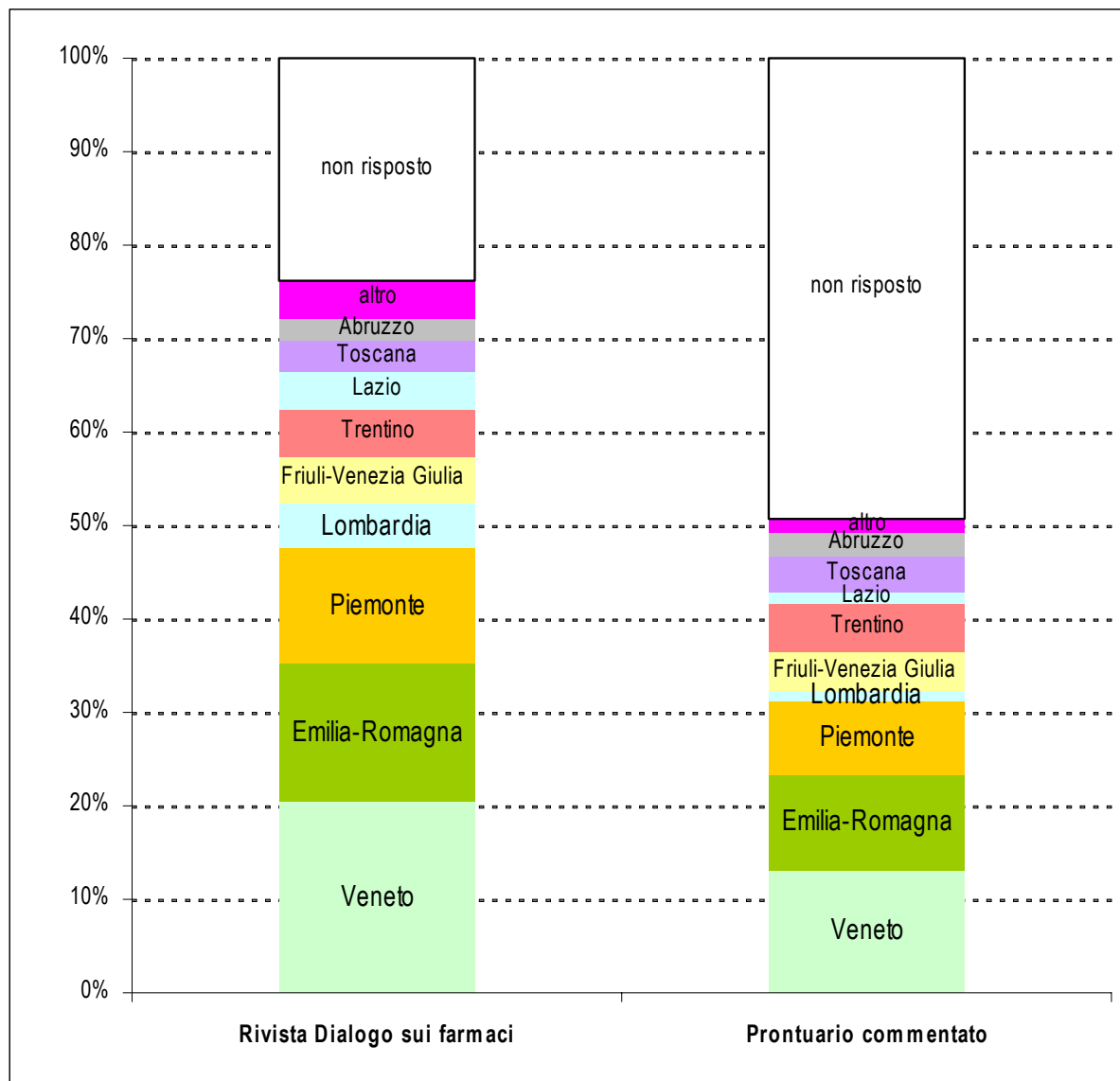
La distribuzione geografica conferma la presenza di un dato MISTO (non solo abbonamenti individuali, soprattutto in

Veneto e in Piemonte) in cui il lettore INDIVIDUALE è rappresentato più di quanto non lo sia nelle statistiche delle vendite (dove invece l'abbonamento tramite ASL è dominante).

Distribuzione delle risposte per professione e per Regione

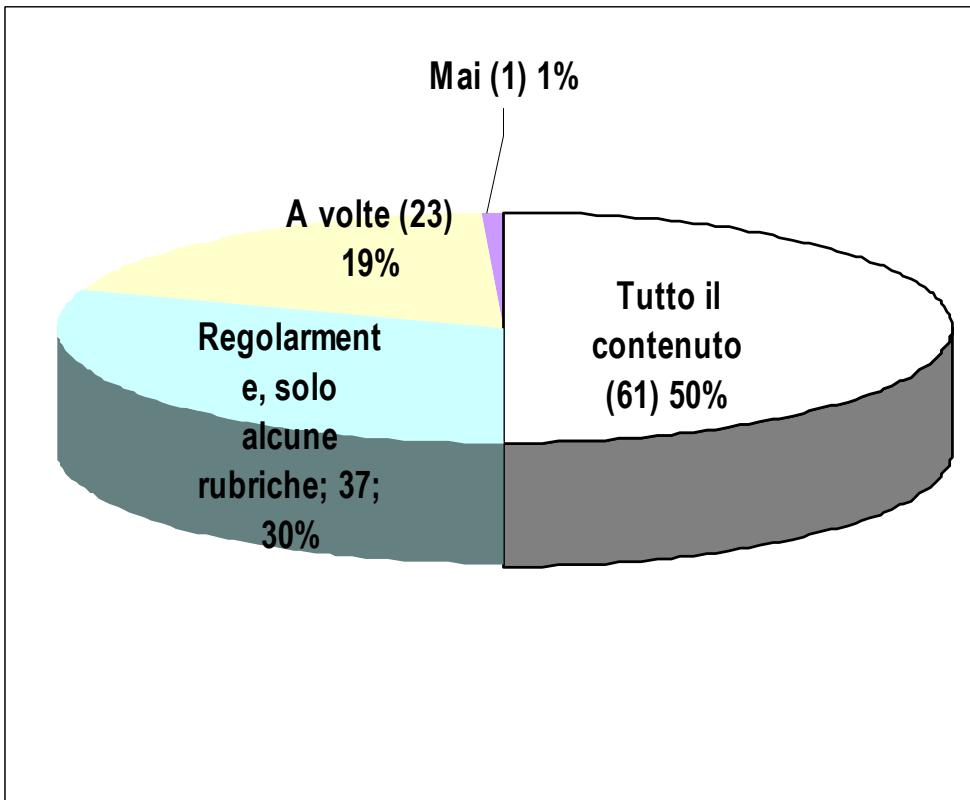


3. Sono abbonato a....



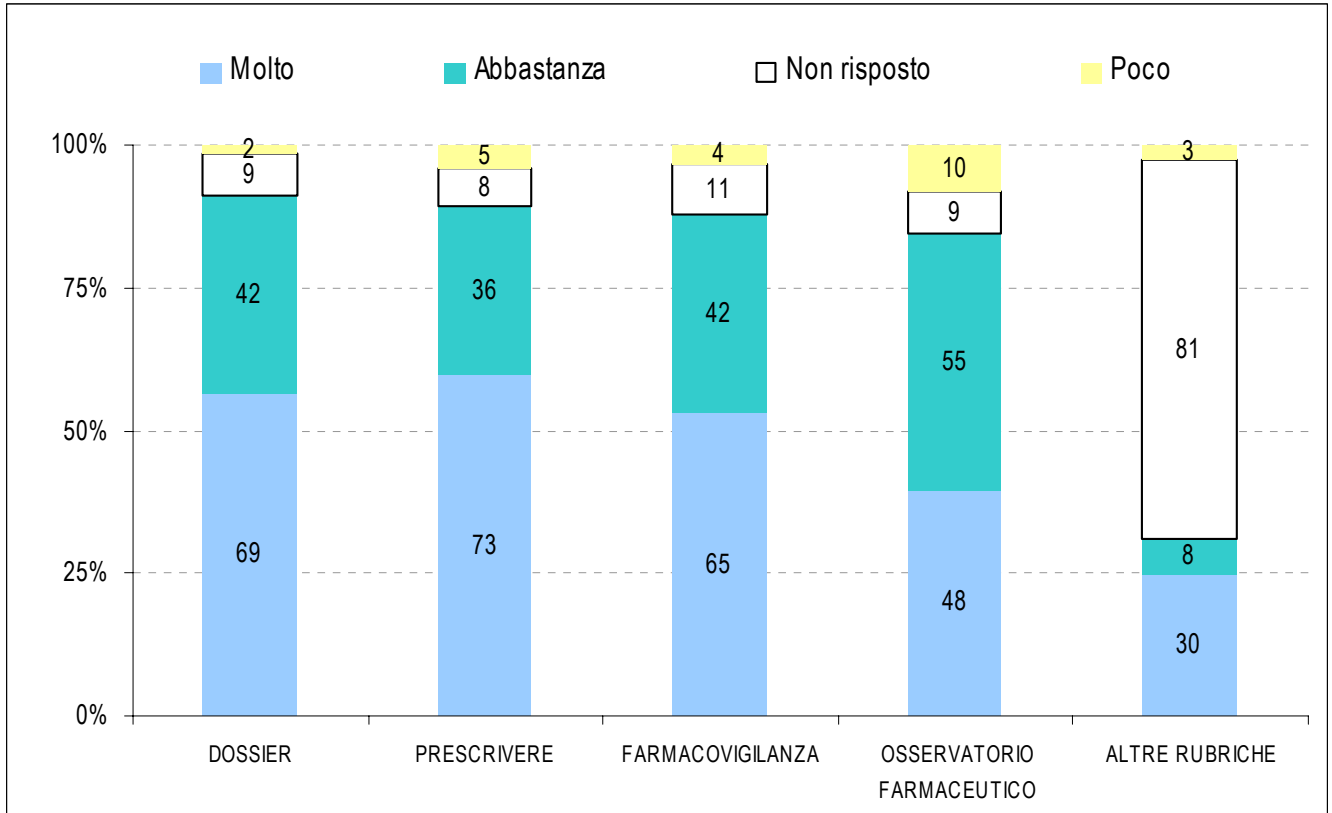
Ancora una volta non è facile comprendere la tipologia del lettore, probabilmente come nel 2008 l'abbonato "individuale" è presente più di quanto lo sia sul totale delle vendite. Veneto, Emilia e Piemonte sono le Regioni più rappresentate sebbene in Emilia non vi siano ASL abbonate.

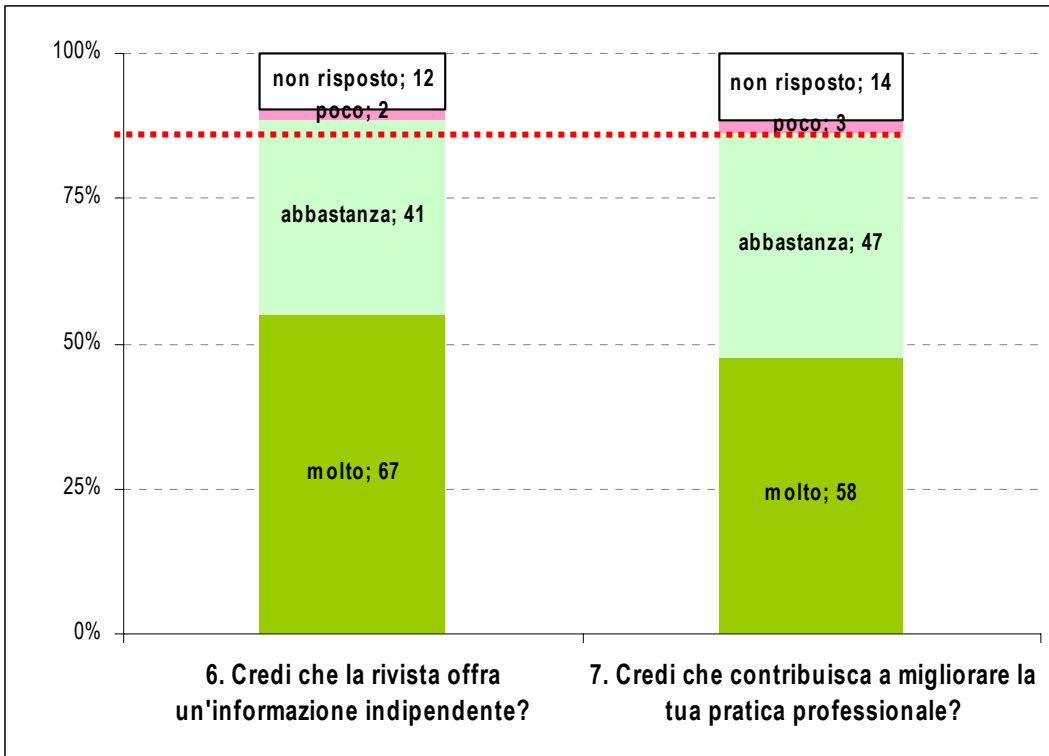
4. Leggi la rivista?



Ben il 50% degli intervistati è un lettore che regolarmente legge tutto il contenuto (il 30% solo alcune rubriche). Tutti gli intervistati del campione hanno risposto. Per l'utilità delle rubriche è interessante considerare che mancano risposte "per niente/no", il giudizio complessivo è molto positivo se consideriamo le "non risposte" come una dimenticanza e non come un indice di non-gradimento (esisteva infatti l'opzione negativa). Le 3 rubriche oggetto del questionario hanno avuto una valutazione molto positiva.

5. Indica il grado di utilità della rubrica:

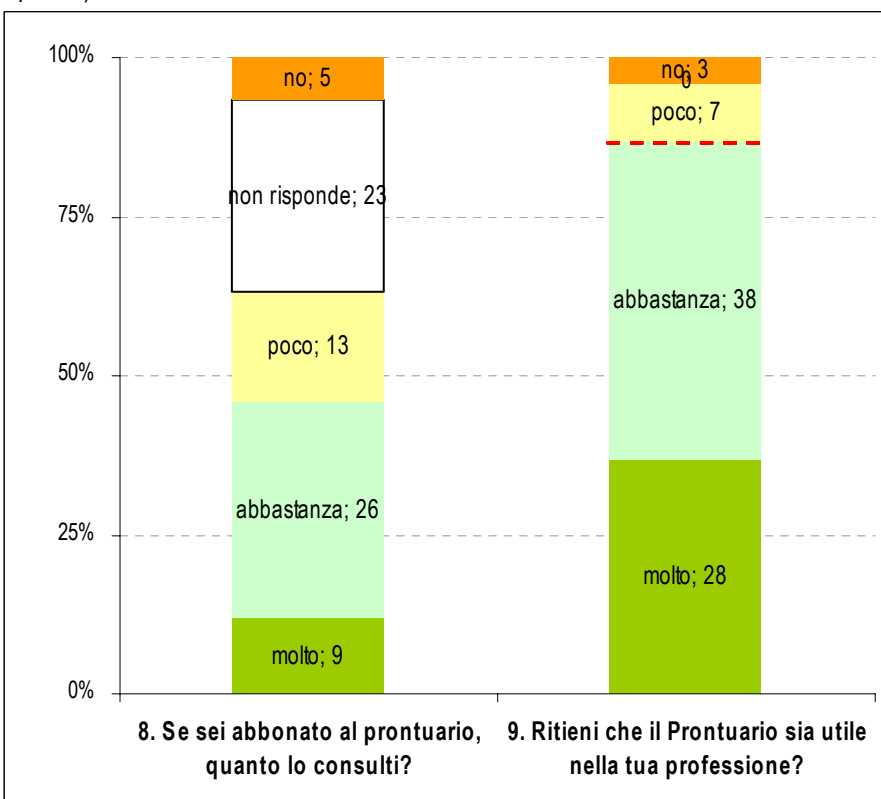




Anche per le domande 6 e 7 esiste una percentuale del campione di lettori della rivista (122) che **non risponde** (il 9,8% per la prima e l'11,5% per la seconda), fatto questo che si allinea con il resto degli esiti, e nessuno sceglie l'opzione "no, per niente".

Come nel 2008, queste due domande hanno avuto un gradimento positivo superiore all'85%: dell'88,5% per la domanda 6 (vs il'89,8% del 2008) e l'86% per la domanda 7 (vs l'88,4%).

Se il campione è composto da lettori di provenienza "mista" significa che la percezione generale sulla politica editoriale della rivista e sull'indirizzo a cui i contenuti tendono è comune e conosciuta (a prescindere dal tipo di abbonamento stipulato).



Degli intervistati (140) il 54% è abbonato al Prontuario. Il dato non corrisponde a quanto risulta dalle vendite degli abbonamenti individuali/istituzionali (dove il dato è maggiore: 73%).

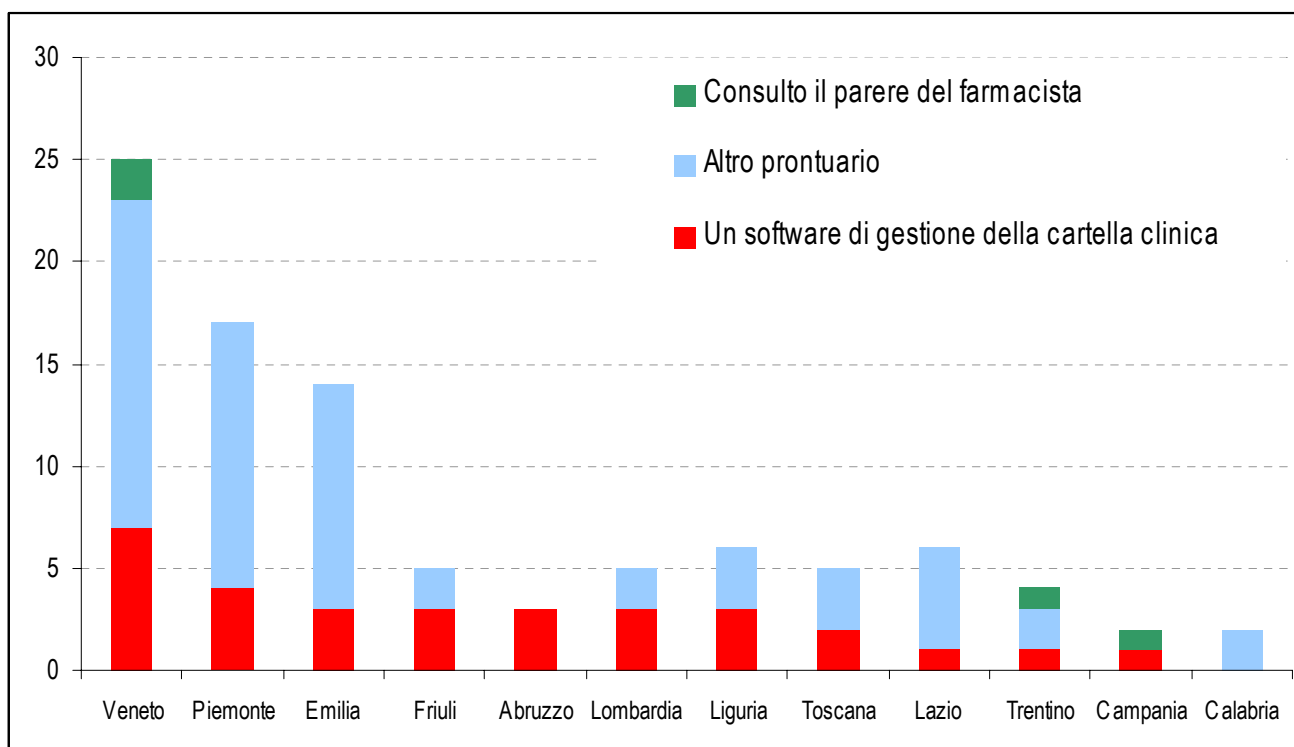
Questo conferma che **tra gli intervistati vi siano anche i lettori delle Aziende ULSS abbonate** (i risultati infatti provengono da tutta Italia ma in misura maggiore da Veneto e Piemonte). Il gradimento del prodotto (anche se non molto consultato) si attesta sopra all'85% e non ha avuto giudizi negativi.

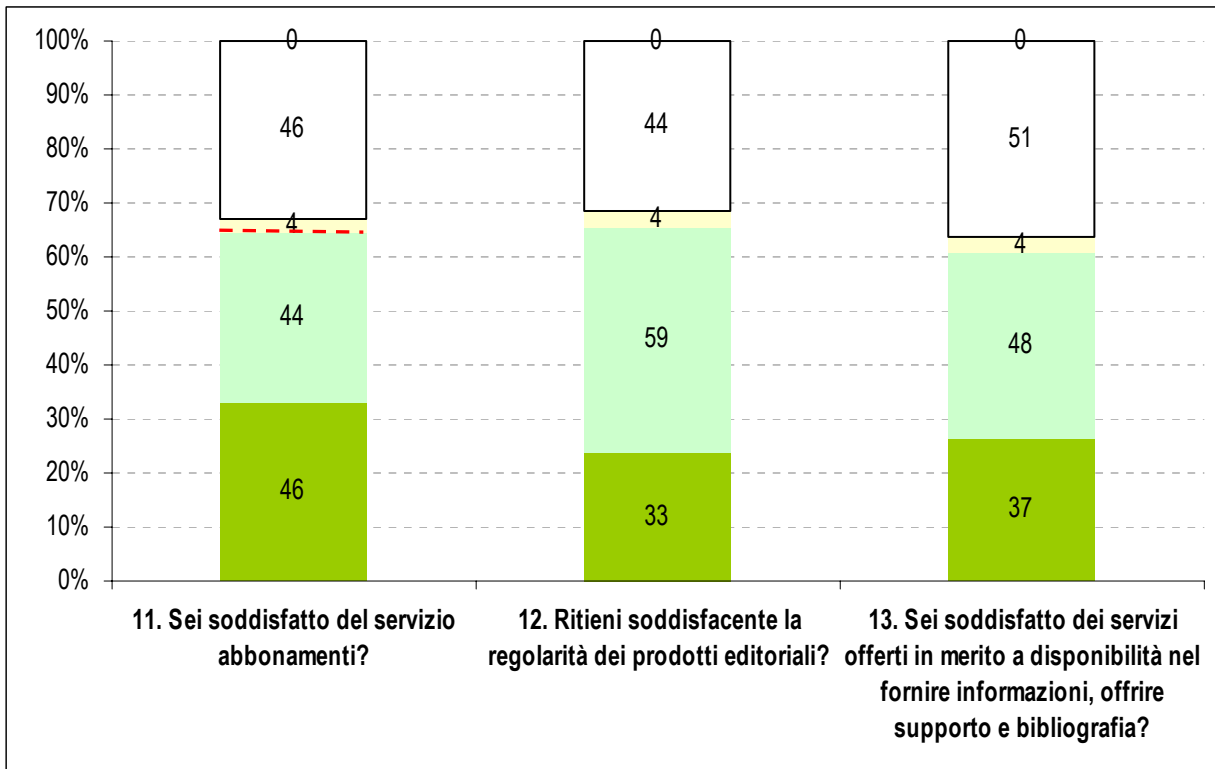
10. Quali sono le fonti che abitualmente usi per conoscere le modalità di prescrizione dei farmaci?

Del totale degli intervistati solo 94 hanno risposto a questa domanda (il **67,14% del campione**).

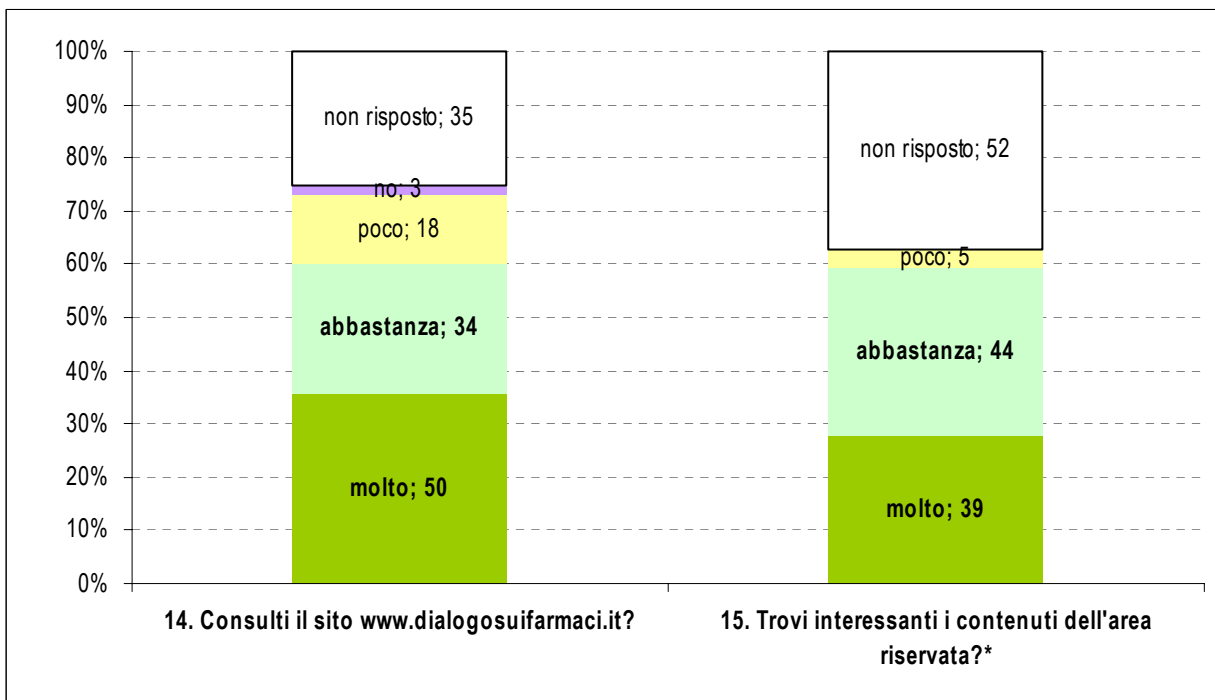
Escluse le 46 persone che non hanno risposto (tra i quali ci saranno anche coloro che non sono abbonati al prontuario e che hanno ritenuto di non dover rispondere), la distribuzione geografica evidenzia ancora la predominanza di 3 Regioni (Veneto, Piemonte ed Emilia) ma il dato complessivo è comunque utile per fare delle considerazioni.

La presenza di "una altro prontuario" o di "un software di gestione" sono le fonti più diffuse per Medici e Farmacisti, quindi la produzione del Prontuario Commentato non è da considerarsi esaurita e senza mercato.





Anche il queste 3 domande non ci sono risposte negative, chi ha risposto (circa il 66,4% degli intervistati) lo ha fatto in misura maggiore per esprimere la sua soddisfazione. Il "non risposto" oscilla tra il 30 e il 40%.



*Consideriamo, come denominatore per la domanda n. 15, il totale dei questionari pervenuti (N=140) poiché non era specificato che l'intervistato dovesse essere un utente pagante del sito. I dati non sono interpretabili in modo indipendente, se confrontati con le visite delle sezioni a pagamento le risposte confermerebbero che gli utenti gradiscono molto il servizio (83/88).

Per quello che riguarda la **frequentazione del sito internet**, ben un 60% del campione dichiara di visitarlo molto/abbastanza e un 17% poco. I dati fanno presumere che il Sito Internet non si sostituisce al prodotto della rivista cartacea. Considerato questo campione (lettori particolarmente attenti e zelanti), quasi un 80% attinge al sito e lo trova un complemento interessante.