

Anno XXXVIII / Volume 38 dal / since 1972

3 **2009**
Maggio / Giugno
May / June

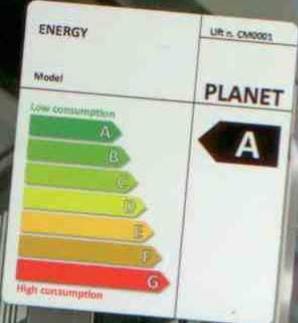
elevatori

THE EUROPEAN ELEVATOR MAGAZINE

I.S.S.N. 1121-7995
Volpe Editore Srl - 20060 Vignate (MI, Italy) - Via Di Vittorio, 21A

lift travelling is a matter of **class...**

GRUPPO MILLEPIANI chooses CLASS A, Low energy consumption technology.



(In Italia) Speciazione in a.p. 70% - Filiale di Milano

GRUPPO MILLEPIANI S.p.A.

www.gruppomillepiani.it

 **VOYPE EDITORE**

Organo ufficiale
Official gazette:
ANICA, EFESME & IAEE

Attualità / Topical subjects
Asansör 2009: contro tutte le avversità
Asansör 2009: against all odds

Tecnica / Techniques
Classificazione dell'efficienza energetica degli ascensori
Lift energy efficiency classification

Attualità
Topical subjects

Ascensori: manutenzione e livelli di sicurezza

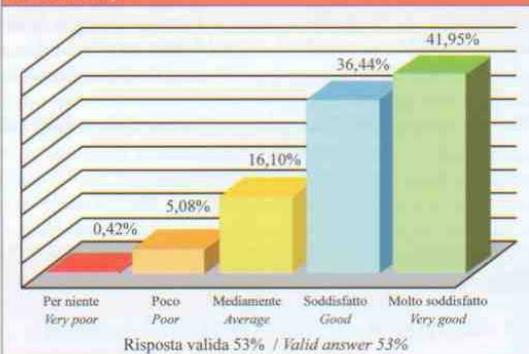
Lifts: maintenance and safety levels

Dr Antonio Mattiello

Nel bimestre settembre/ottobre 2008, Mediacom, società specializzata in consulenza alle società del comparto ascensoristico, ha realizzato un'indagine dal titolo "Ascensore con vista" presentata durante il convegno: "Mercati nazionali ed internazionali: situazioni e tendenze" tenutosi presso Fiera Milano in occasione di Lift 2008. L'obiettivo dell'indagine è stato di rilevare il grado di soddisfazione degli utenti degli ascensori e dei relativi servizi. Nell'analisi dei dati l'impianto progettuale intendeva porre attenzione su tre aree:

- l'impianto ascensoristico: percezioni, punti di forza e debolezza;
 - i servizi: l'assistenza telefonica e l'assistenza tecnica;
 - le diversità di atteggiamenti fra condomini e amministratori.
- Un valido punto di partenza alla descrizione dei risultati della ricerca viene fornito dalle risposte alle domande che riguardano i servizi offerti:

Tabella 1 - Quale è il suo grado di soddisfazione circa l'efficacia del servizio di assistenza tecnica?
Table 1 - What is your degree of satisfaction concerning technical service efficacy?



Il servizio di manutenzione è chiaramente sentito come un servizio efficace e tempestivo (il valore della soddisfazione si aggira intorno al 78,39% e al 83,21%), ma ciò che emerge con forte incisività da tutte e tre le domande è rappresentato dal tasso di risposta valida (massimo 59%): tale dato sta a indicare come il servizio di manutenzione, pur essendo riconosciuto valido nelle sue espressioni, goda comunque di scarsa attenzione da parte dell'utente finale il quale non sa esprimersi.

Analoghe considerazioni possono essere fatte anche in relazione al servizio di assistenza telefonica in cui il tasso di risposta valida diminuisce ancora di più (mediamente il 30%).

In the September/October 2008 period, Mediacom, a specialised company in the field of consulting for the lift industry sector, carried out a survey titled "Lift with a view".

The research has been presented at the "National and international markets: situation and trends", that took place in Fiera Milano on the occasion of the Lift 2008 expo.

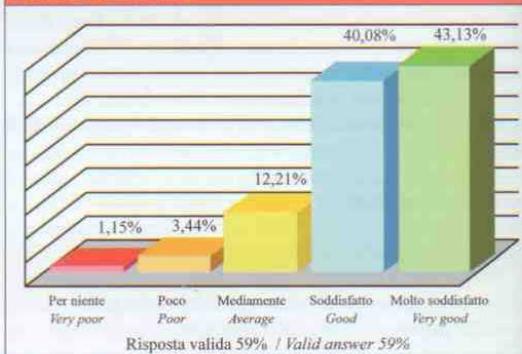
The aim of the research was to discover the degree of satisfaction of the final users of lifts and related services.

The structure of the analysis was mainly focused on three areas:

- lifts: perception, strengths and weaknesses;
- services: assistance telephone service and technical service;
- comparison between building managers and co-owners attitude.

A valid starting point for the description of the final results of the survey is provided by the answers to the questions on services offered.

Tabella 2 - Quale è il suo grado di soddisfazione circa la tempestività del servizio di assistenza tecnica?
Table 2 - What is your degree of satisfaction concerning the timeliness of the technical service?



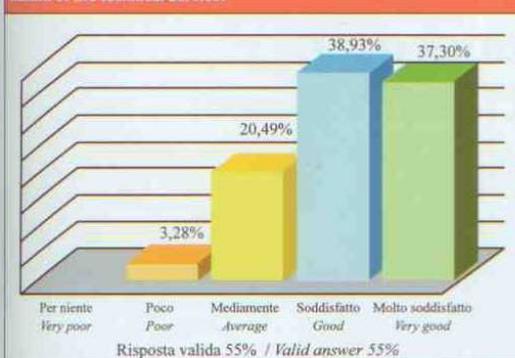
The maintenance service is clearly felt as an efficient and timely service (satisfaction values between 78,39% and 83,21%). But the most important aspect which strongly emerged from the survey from all the three questions is represented by the high valid answer rate (maximum 59%).

This datum means that, even if the maintenance service is recognised as an important factor in its different aspects, final users still do not pay a lot of attention to it and are not able to express an opinion.

Similar considerations might apply to the assistance by telephone with an even lower valid answer rate (averagely 30%).

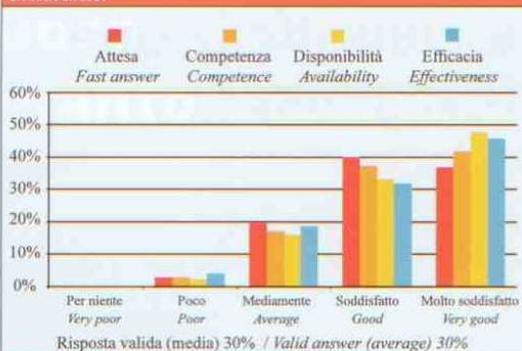
Attualità
Topical subjects

Tabella 3 - Quale è il suo grado di soddisfazione circa la professionalità del servizio di assistenza tecnica?
Table 3 - What is your degree of satisfaction concerning the professionalism of the technical service?



Questa posizione, per così dire quasi "agnostica" del condomino ci porta una prima considerazione che molto probabilmente si lega alla ripetitività con cui questo strumento viene adoperato. L'ascensore è ormai un mezzo di trasporto entrato nel quotidiano al punto da essere adoperato quasi automaticamente con la convinzione che debba funzionare sempre, senza disturbare o non troppo e riceve interesse da parte dell'utilizzatore probabilmente nei soli casi di guasto o fermo macchina. L'ascensore, in realtà, è una macchina complessa composta da un insieme di sistemi meccanici, elettrici ed elettronici, che interagiscono tra loro istante, per istante il cui funzionamento è disciplinato da norme e direttive che pongono le basi ai diversi momenti di contatto che un'azienda manuttrice può o deve avere in un determinato periodo di tempo: visite semestrali, manutenzione programmata, visite ispettive biennali. Rivalutare il valore della comunicazione per questo settore rappresenta, oltre che un'attività straordinariamente adeguata alle esigenze odierne, dove conservazione dell'ambiente e della qualità di vita sono sempre più coordinate fondamentali del vivere moderno, un'esigenza sempre più sentita da parte degli utenti. La comunicazione interattiva, ad esempio, con mezzi e modalità quali contact center, SMS, e-mail, oppure periodici recall che superano le barriere della tradizionale comunicazione e avvicinano l'utente con risposte personalizzate rappresenterebbe una preziosa leva competitiva alla luce degli inevitabili cambiamenti sociali e tecnologici in atto nei mercati e avvicinerebbe maggiormente l'azienda all'utente finale permettendole di monitorare e diffondere un maggiore senso di fiducia e di presenza. ■

Tabella 4 - Quale è il suo grado di soddisfazione del servizio di assistenza telefonica in termini di attesa, competenza, disponibilità ed efficacia?
Table 4 - What is your degree of satisfaction concerning telephone assistance service, in terms of a fast answer, competence, availability and effectiveness?



Such an "agnostic" position on the co-owners side, leads us to a first consideration, mostly probably related to the repetitiveness of the lift use. The lift is considered a daily transportation device, and therefore is used nearly automatically, with the idea that it must always work, without or little disturbance and that is only taken into consideration by the final user in the case of a breakdown or if it is out of order. Actually, the lift is a complex machine made up of a number of interacting mechanical, electric and electronic systems, working together instant by instant. Their operation is disciplined by standards and directives and these dictate the basis of the different moments in which maintenance companies might or must have in a certain period of time: six monthly inspections, programmed maintenance and biannual inspections. Then the reconsideration of the value of correct communication represents a more and more felt need by final users. This derives both from today's environment protection and quality of life exigencies: two aspects that are more and more strictly coordinated. A good example might be interactive communication through different means such as a contact centre, SMS, e-mail and periodic recalls. Such means overcome traditional communication barriers and provide personalised answers for the users. Moreover they might also represent a new competition field, in the light of the social and technological changes present in the market. Such means might also be useful for companies to get closer to final users monitoring their feelings and providing them with a deeper sense of trust and confidence. ■

Translated by Fabio Liberali