



CUSTOMER HOSPICE

Ospiti e familiari

Custodiamo la vita  sempre
HOSPICE IL NIDO
— Dai valori dell'Istituto La Provvidenza

ANALISI RILEVAZIONE
SU ANNO 2025

03/03/2026

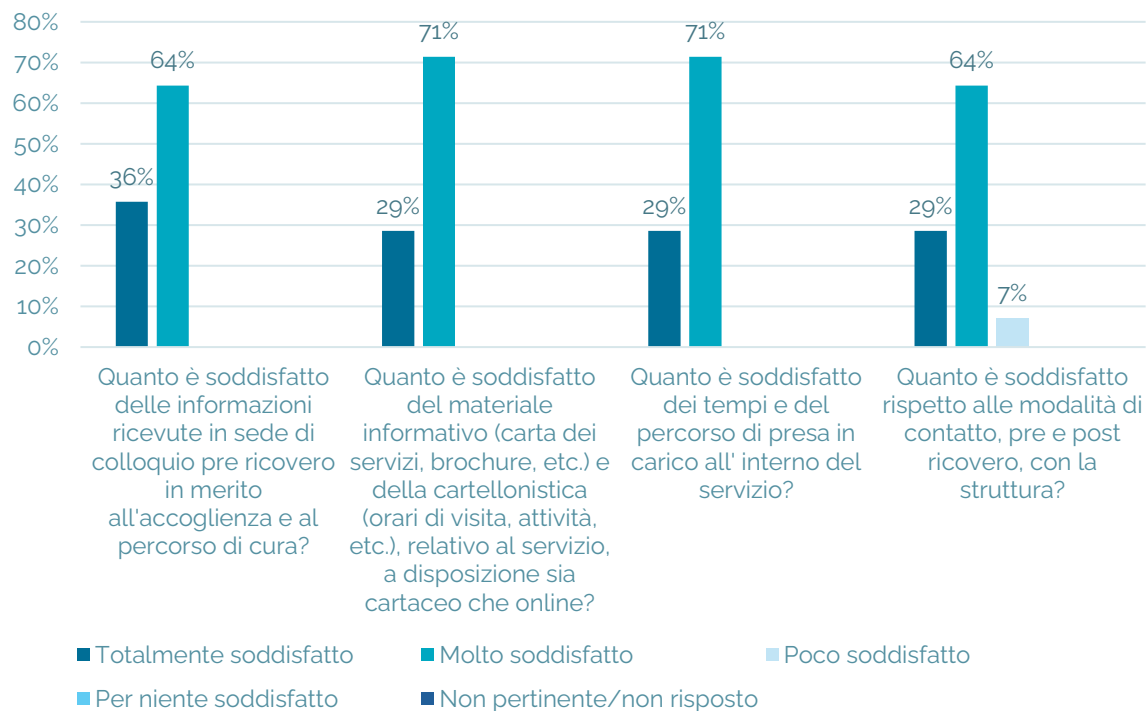
Questionari rientrati

2025	2024	2023
0 da utenti	0 da utenti	//
14 da familiari	12 da familiari	//
14 totali	12 totali	//

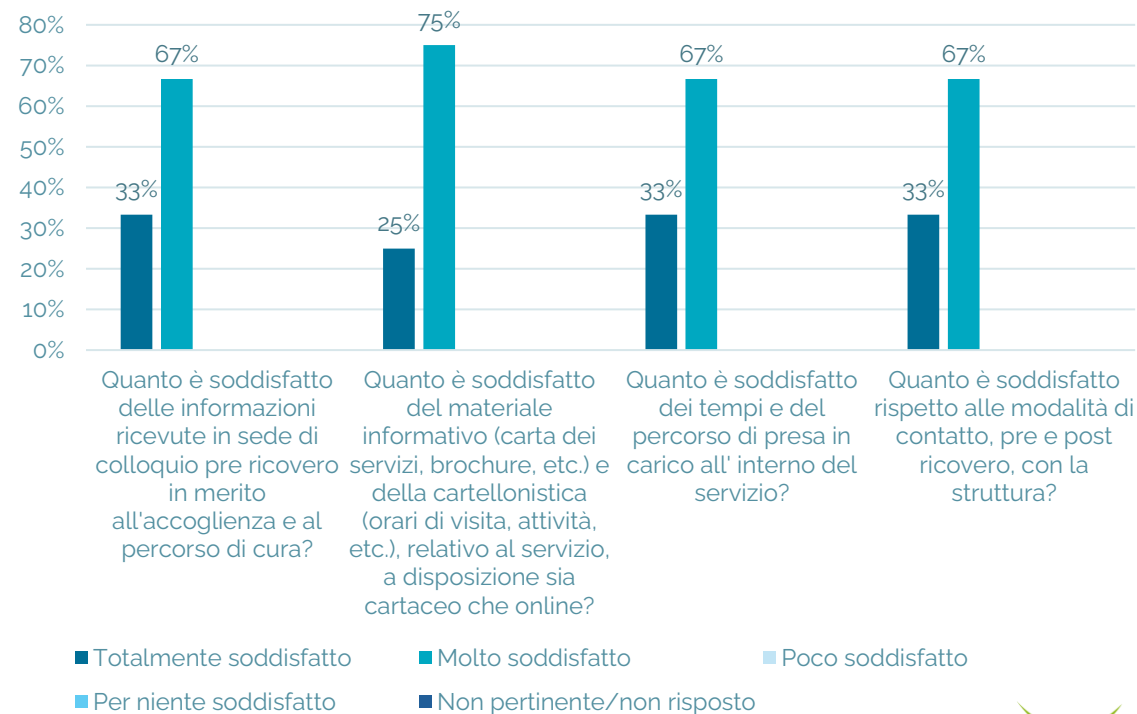


Programmazione del ricovero, accoglienza all'ingresso e servizi segreteria (utenti/familiari/AdS)

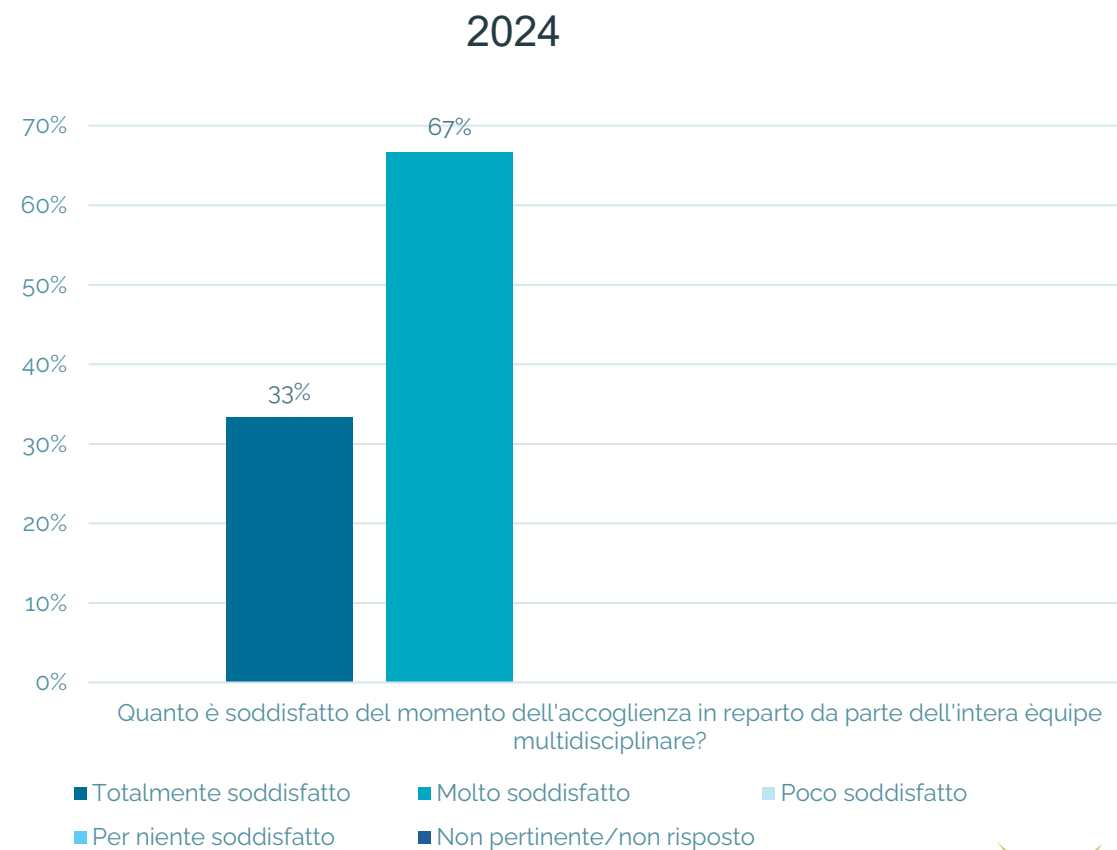
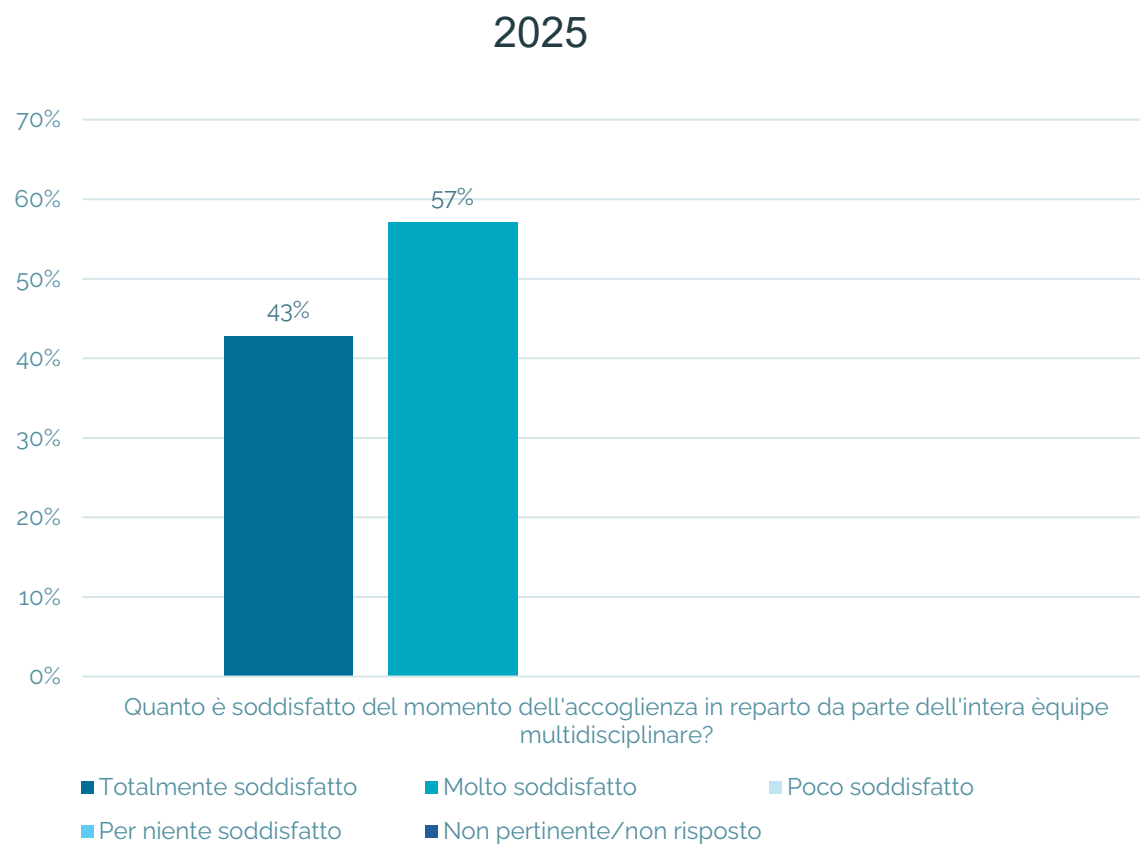
2025



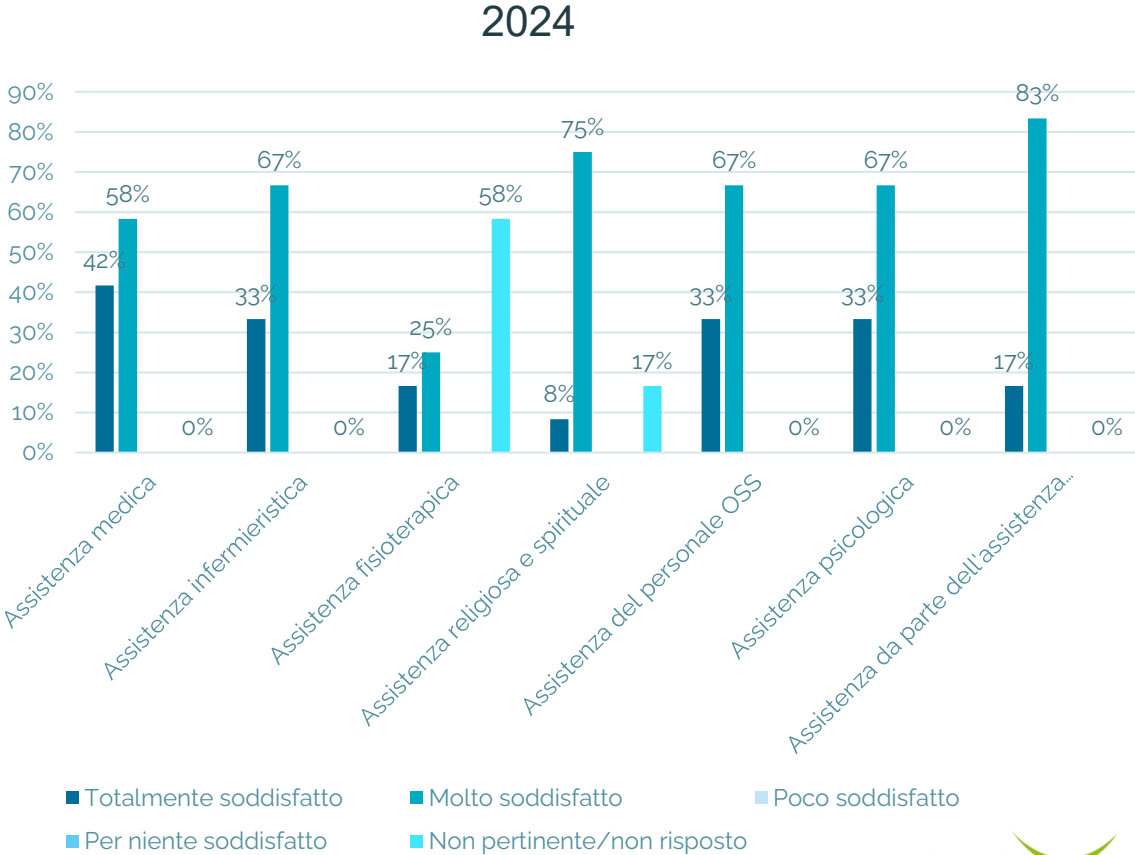
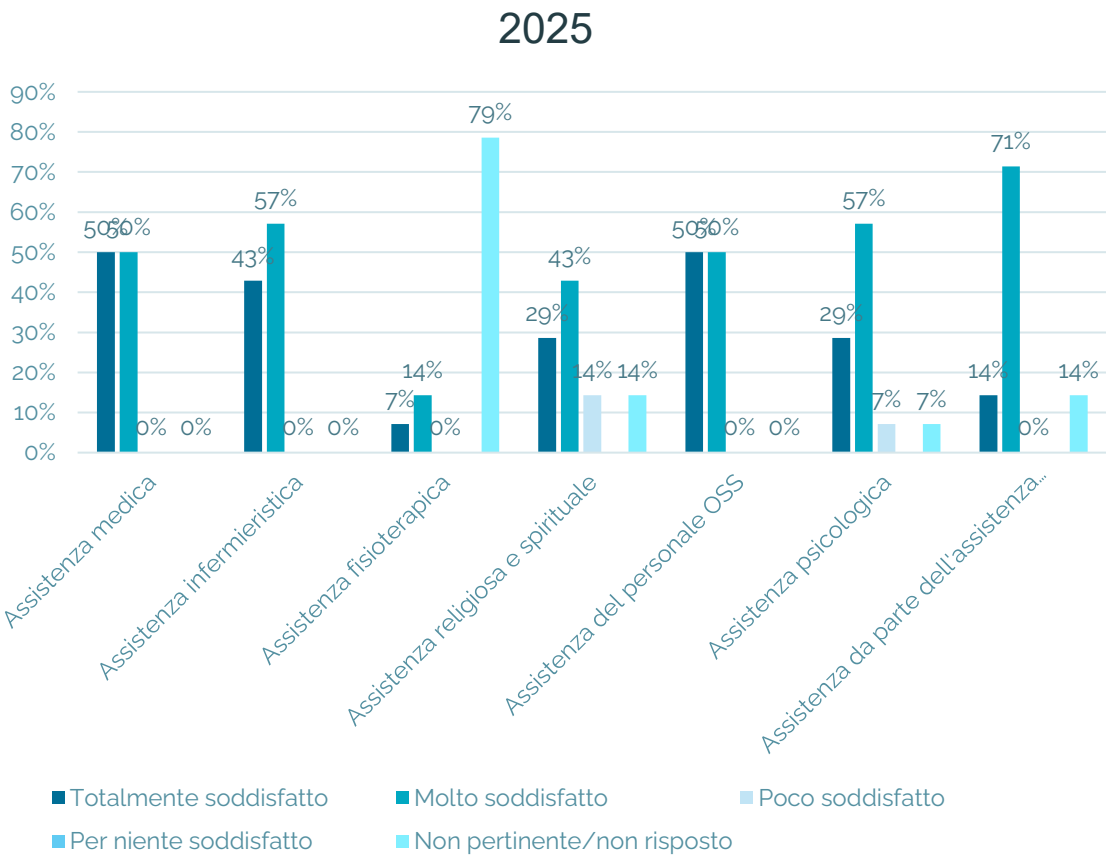
2024



Accoglienza in reparto da parte dell'equipe multidisciplinare (utenti/familiari/AdS)



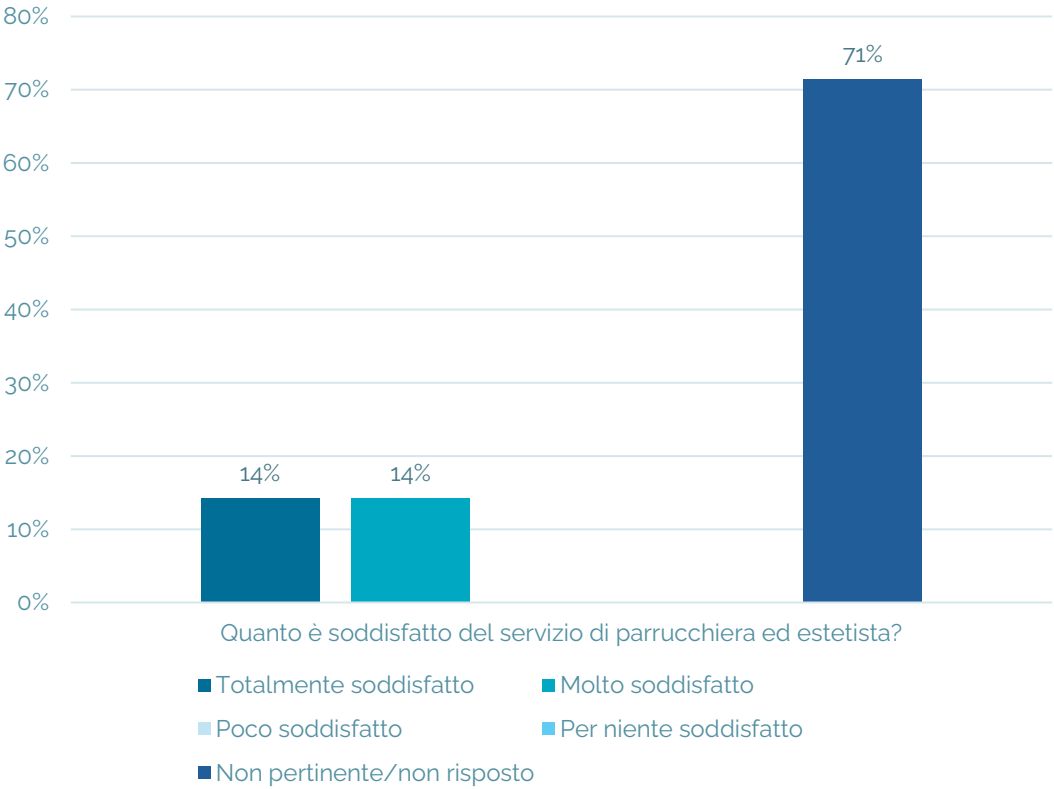
Assistenza ricevuta (utenti/familiari/AdS)



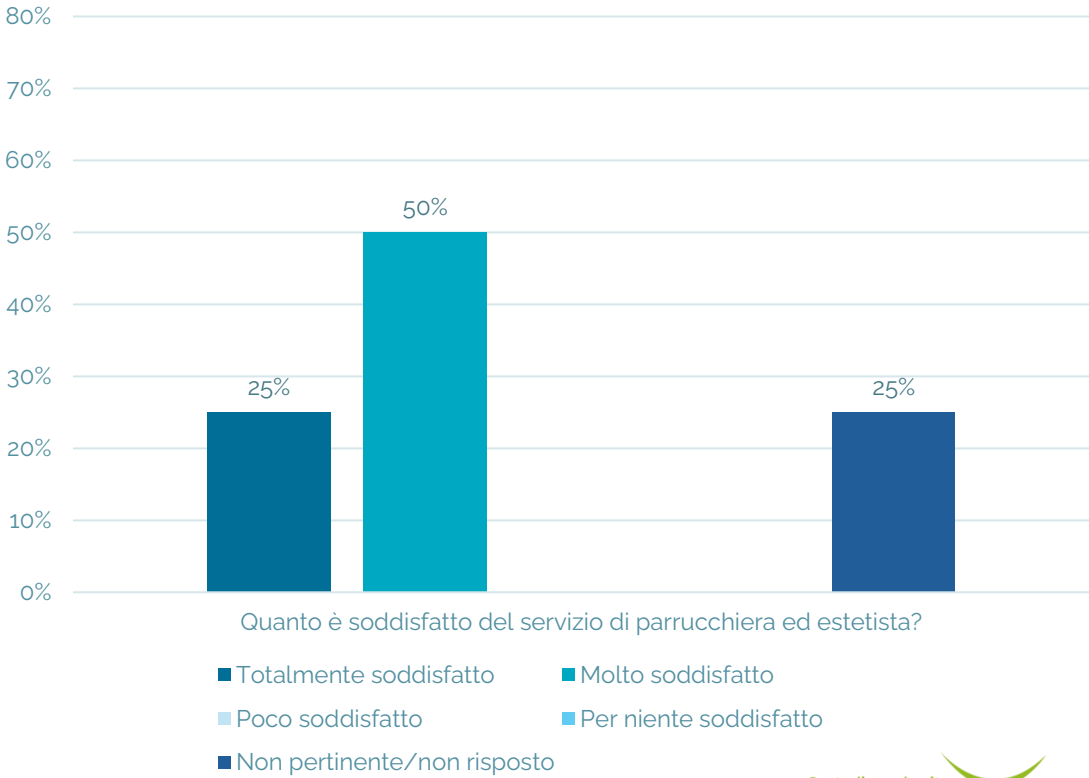
Servizio estetico

(utenti/familiari/AdS)

2025



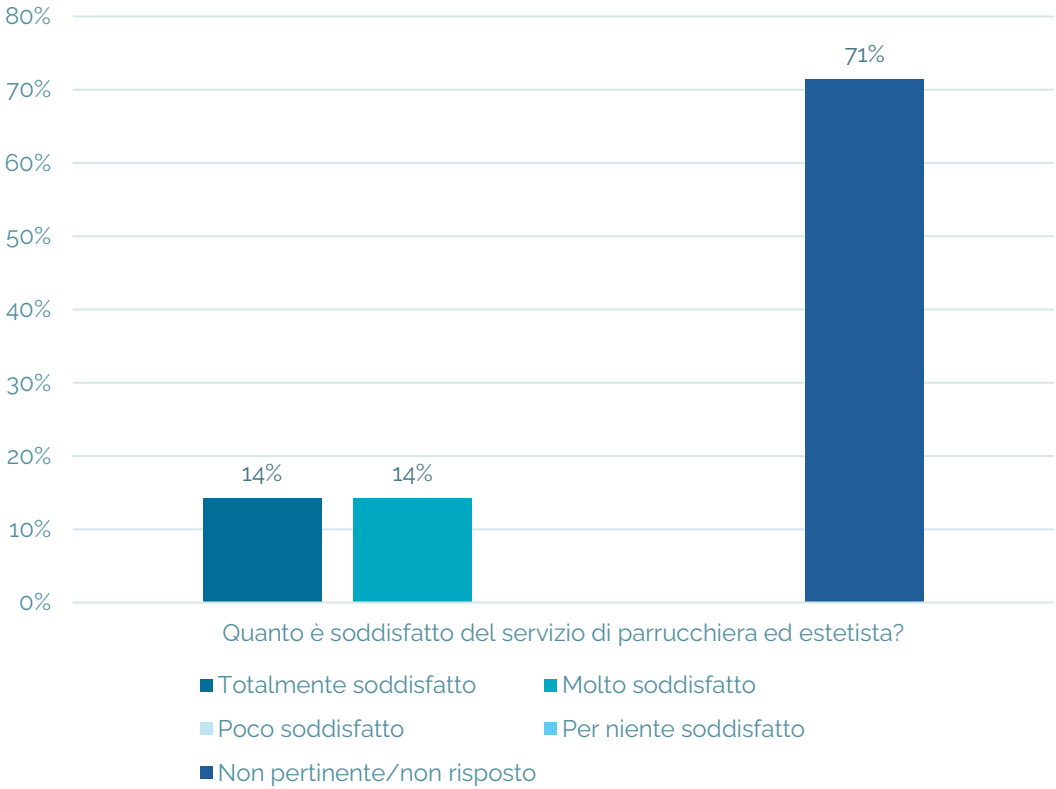
2024



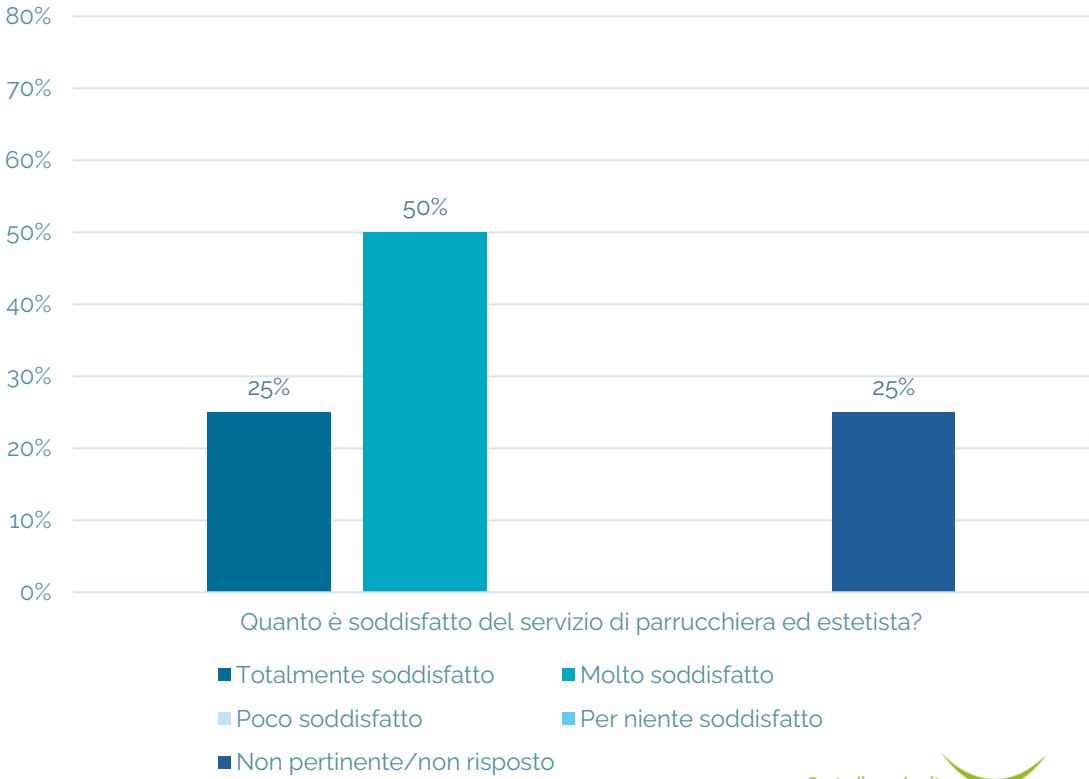
Servizio estetico

(utenti/familiari/AdS)

2025

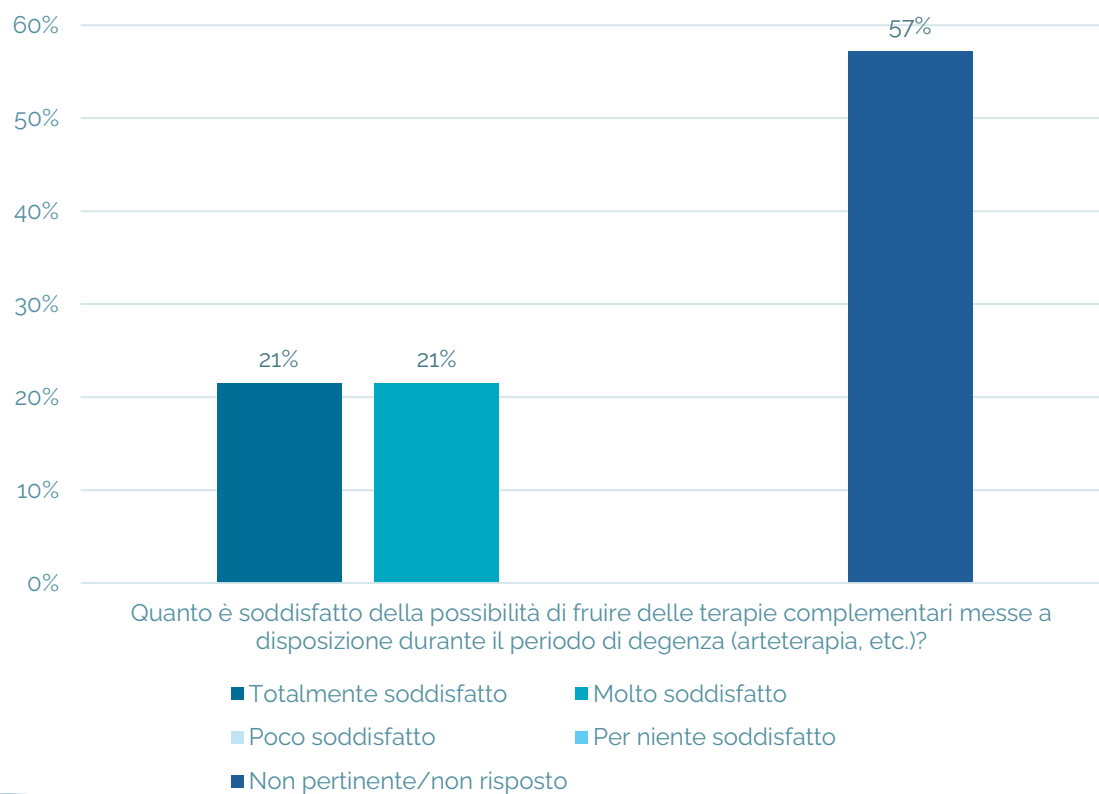


2024

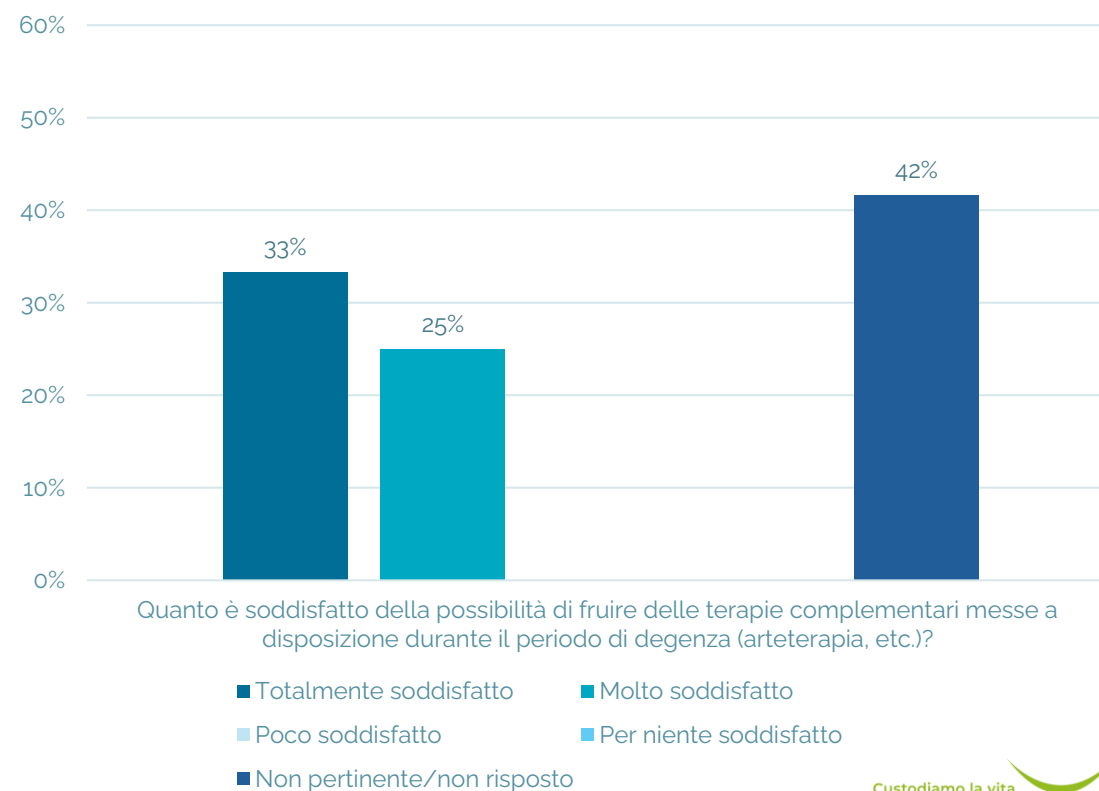


Terapie complementari (utenti/familiari/AdS)

2025



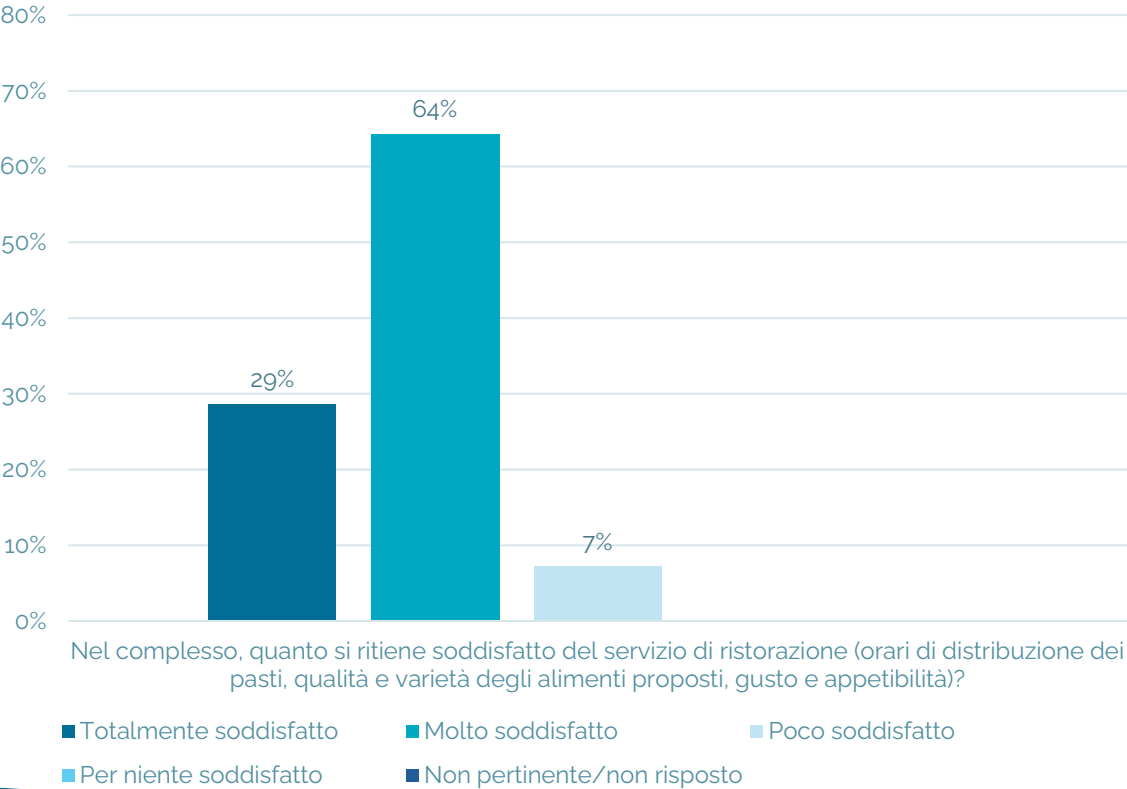
2024



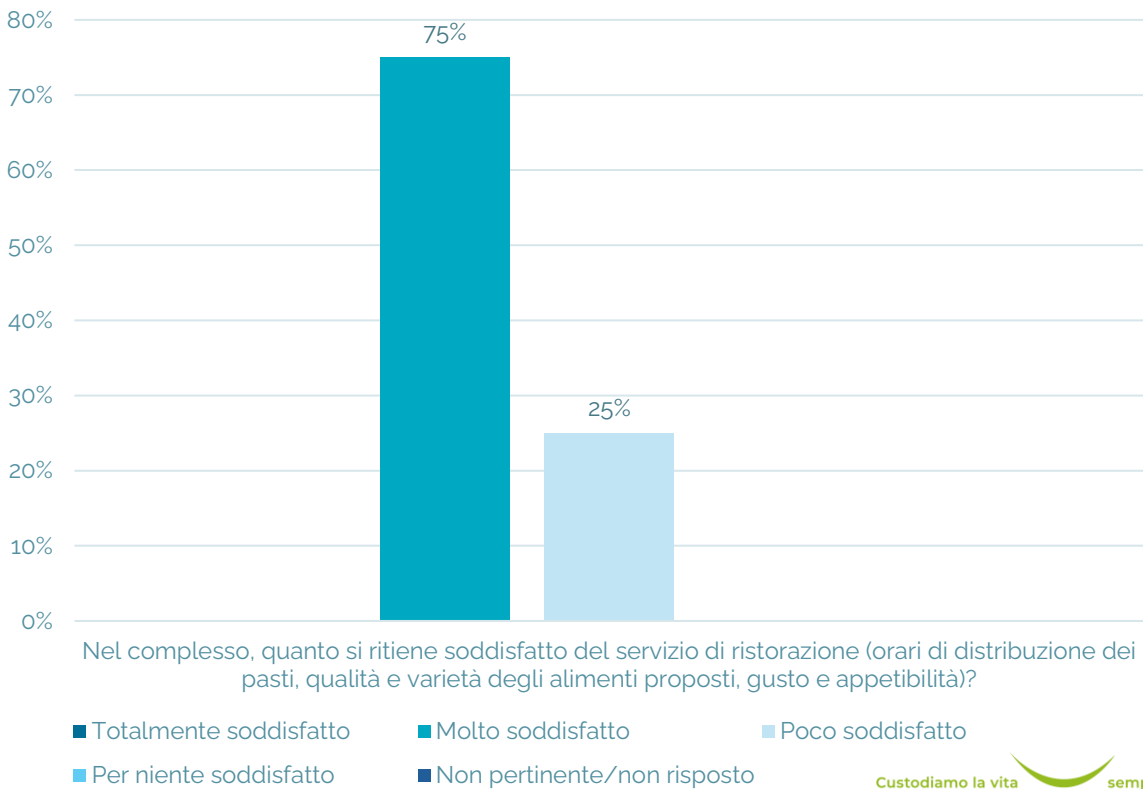
Servizio ristorazione

(utenti/familiari/AdS)

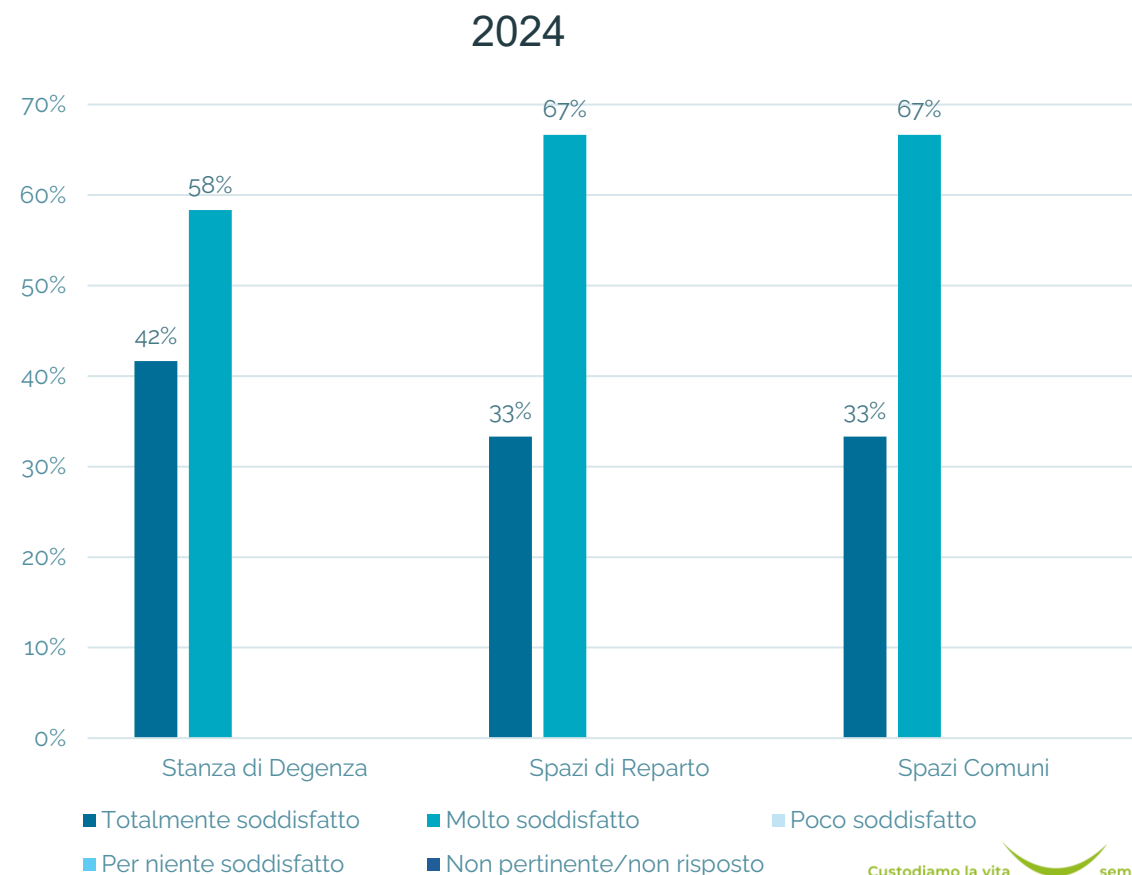
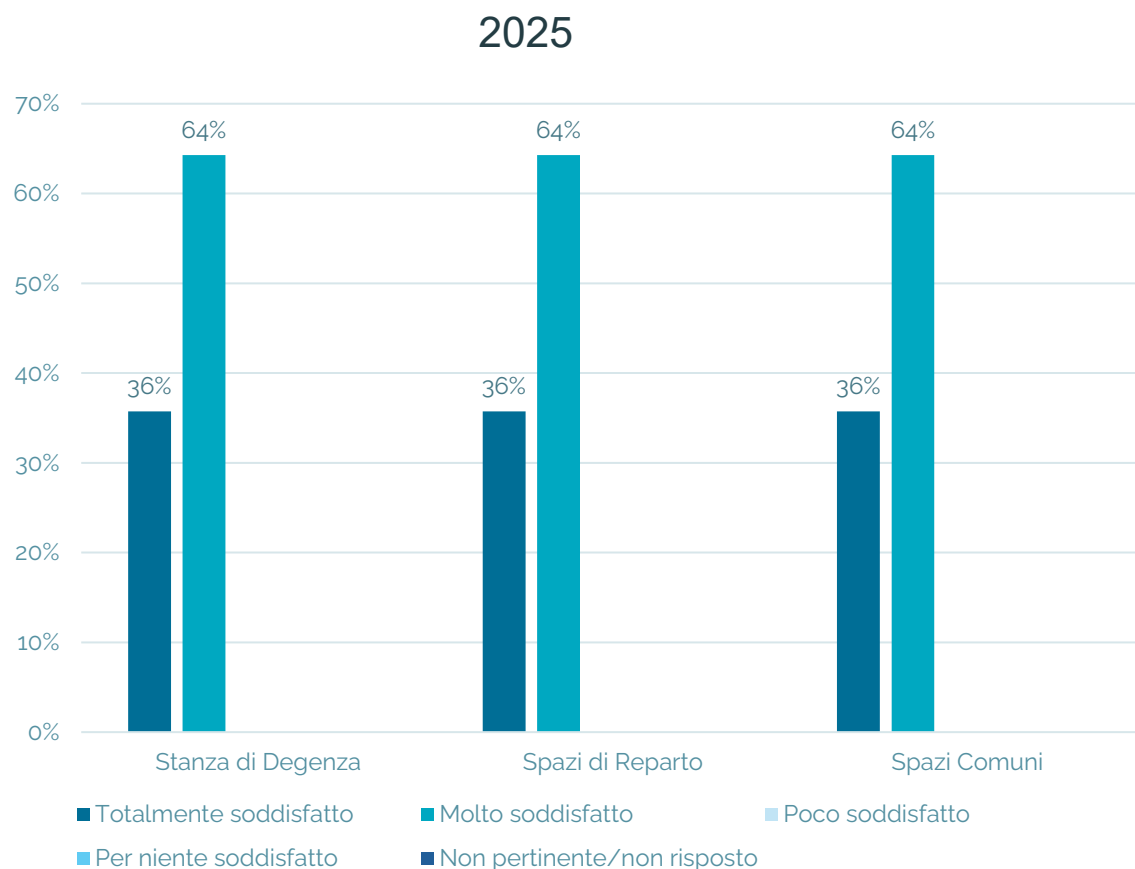
2025



2024

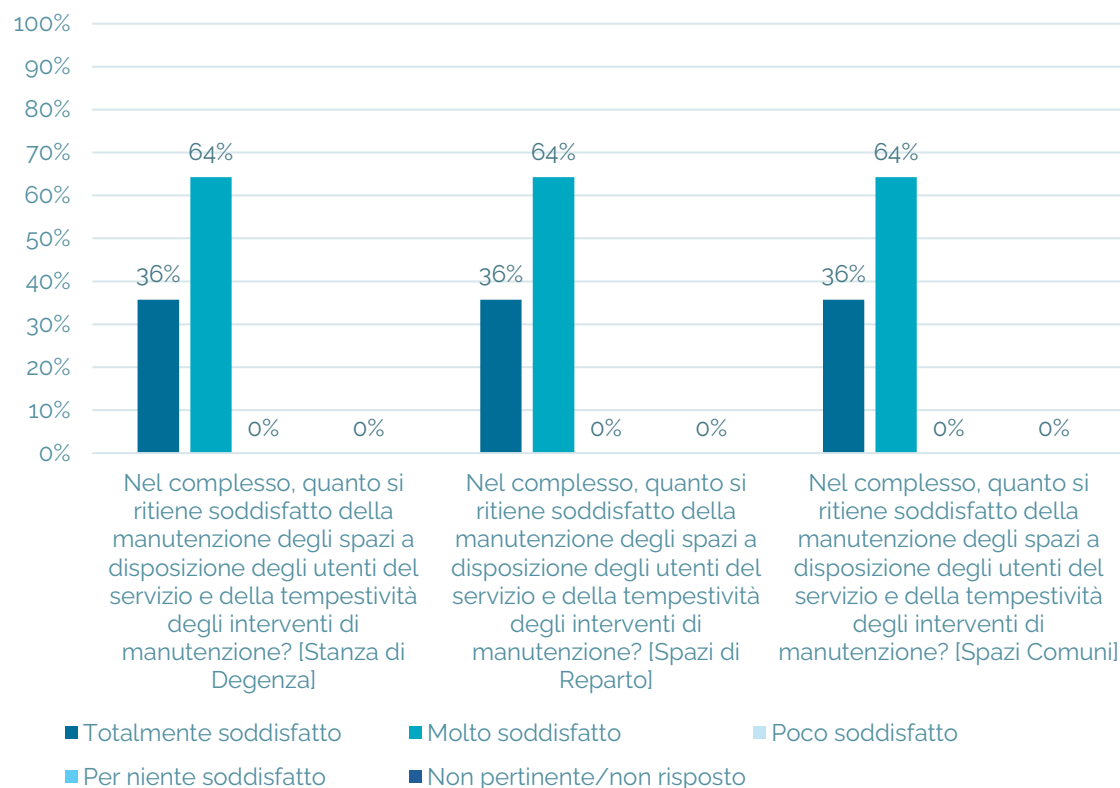


Arredi e pulizia degli spazi a disposizione dei parenti e dei familiari (utenti/familiari/AdS)

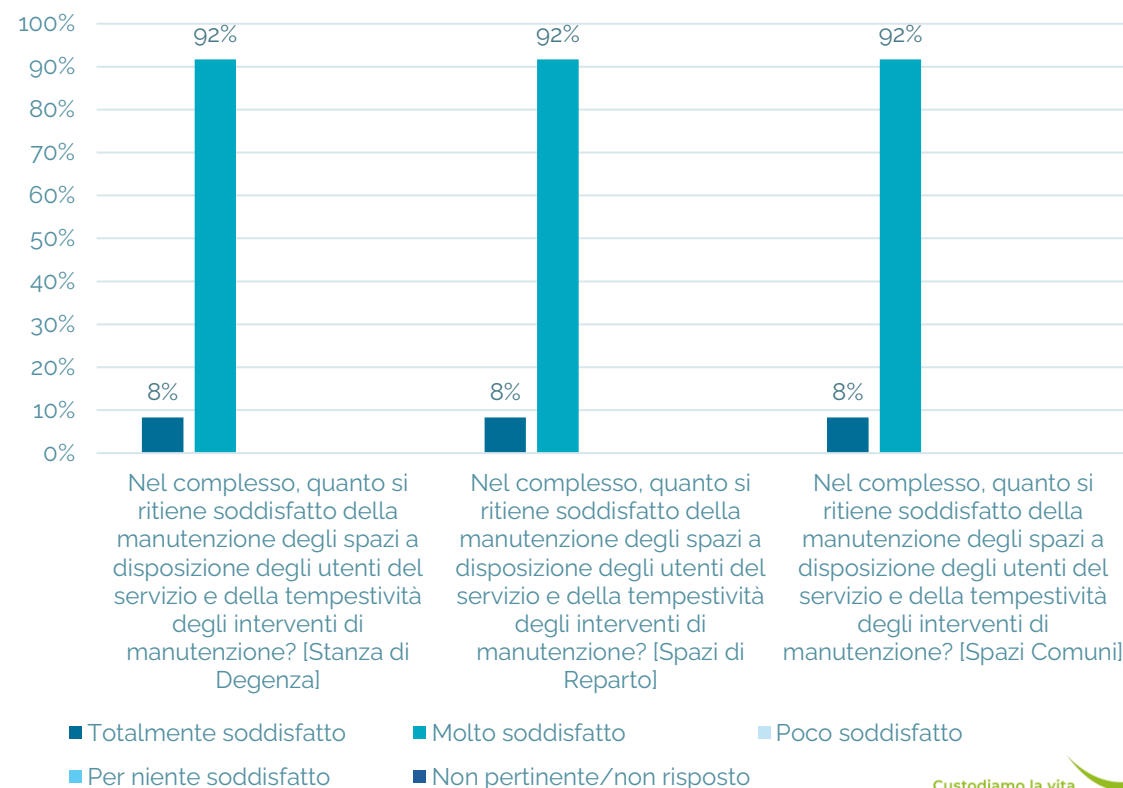


Manutenzione degli spazi a disposizione degli utenti e tempestività degli interventi (utenti/familiari/AdS)

2025

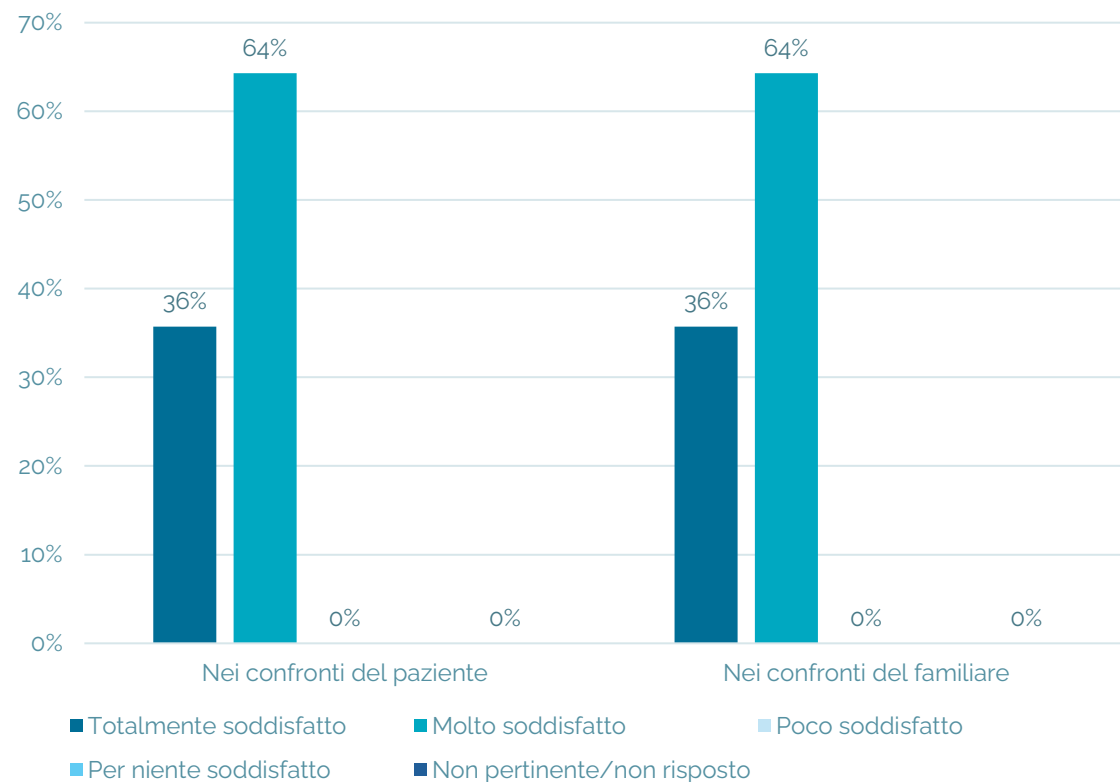


2024

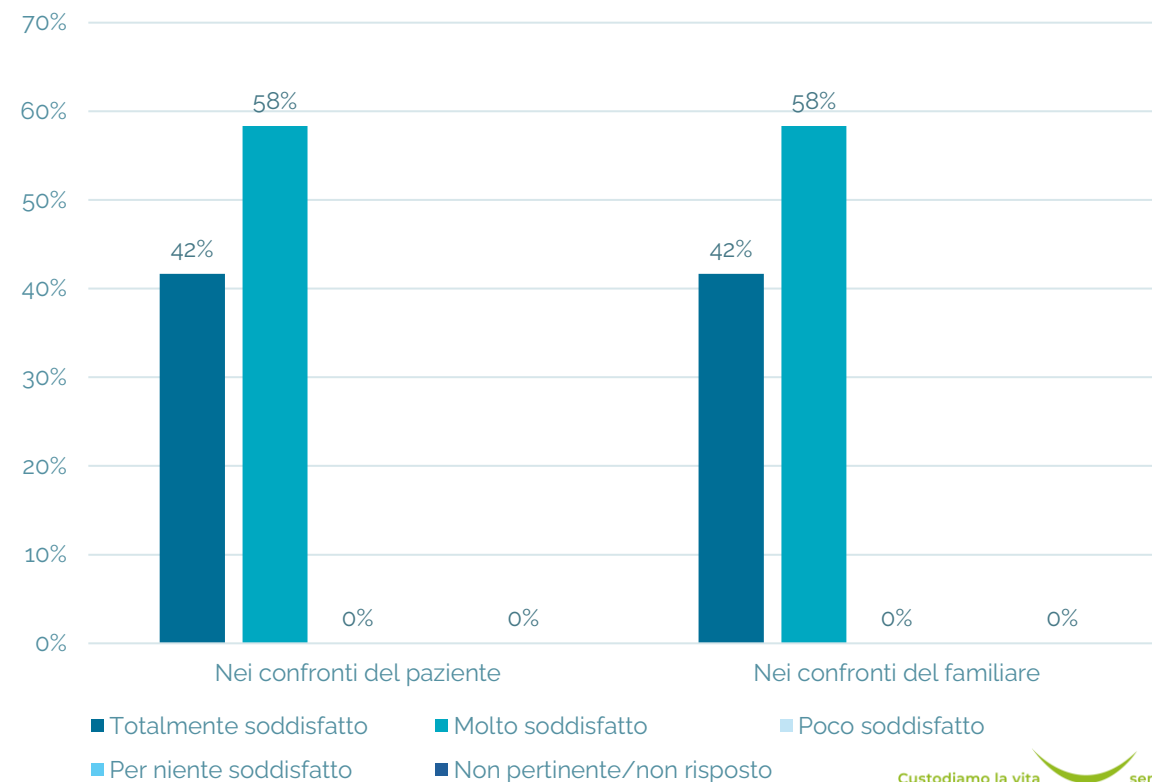


Attenzione e relazione da parte dell'intera équipe multiprofessionale (utenti/familiari/AdS)

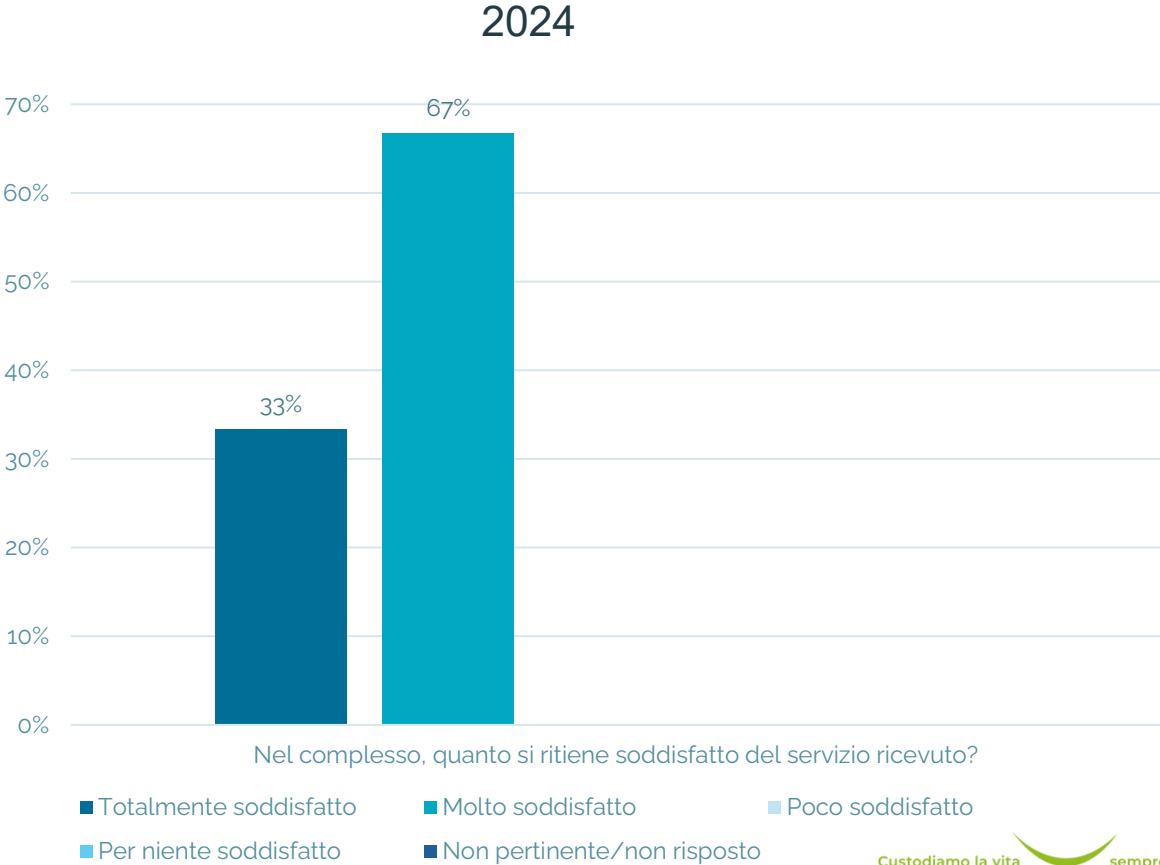
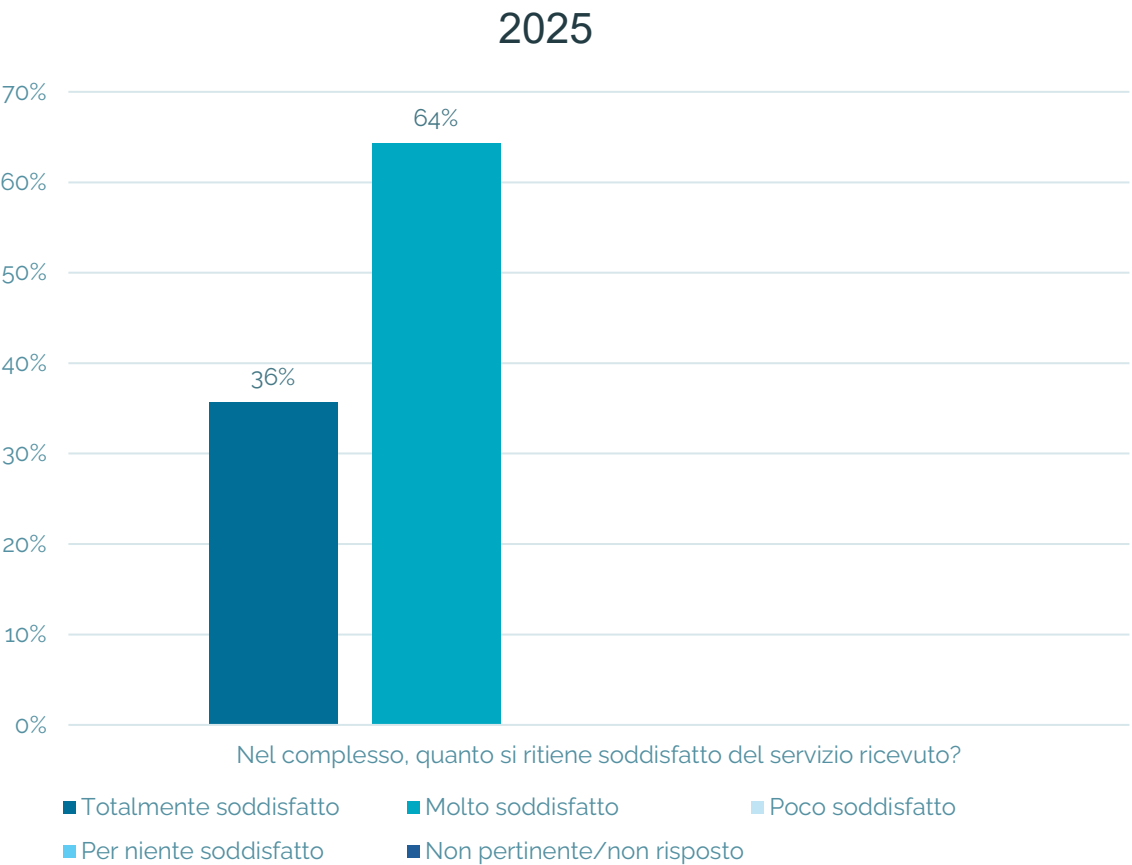
2025



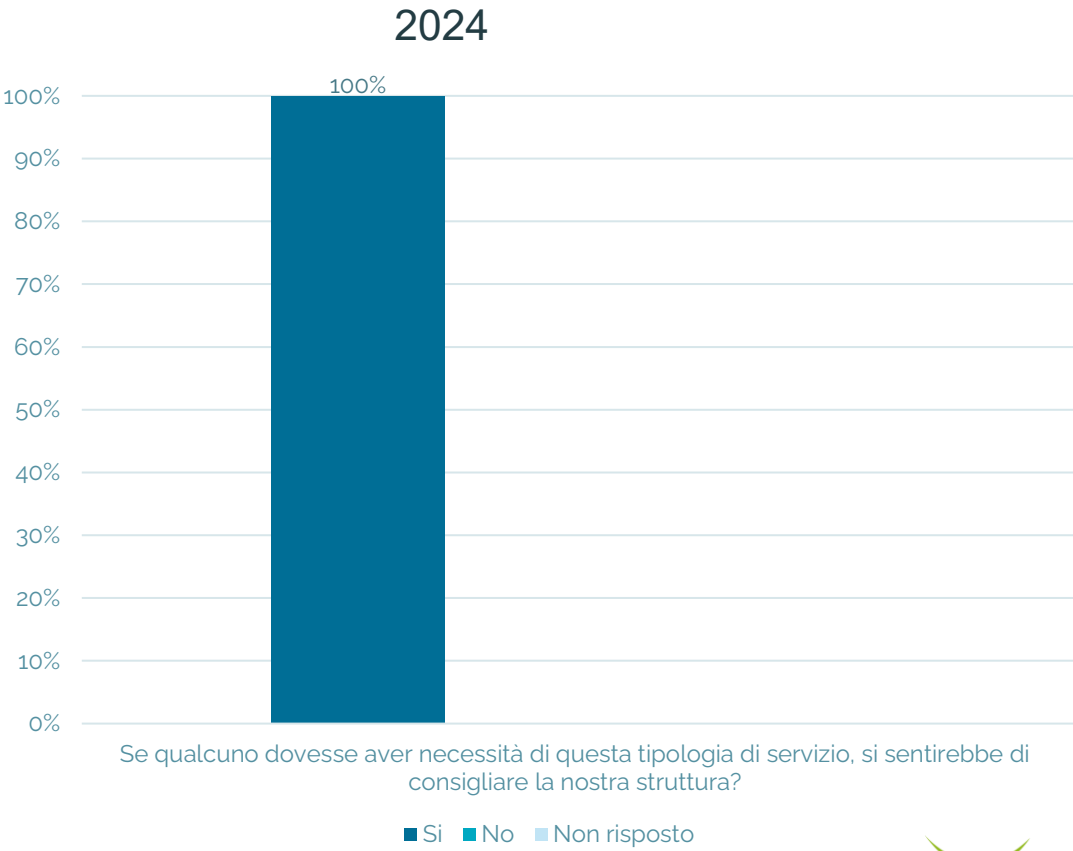
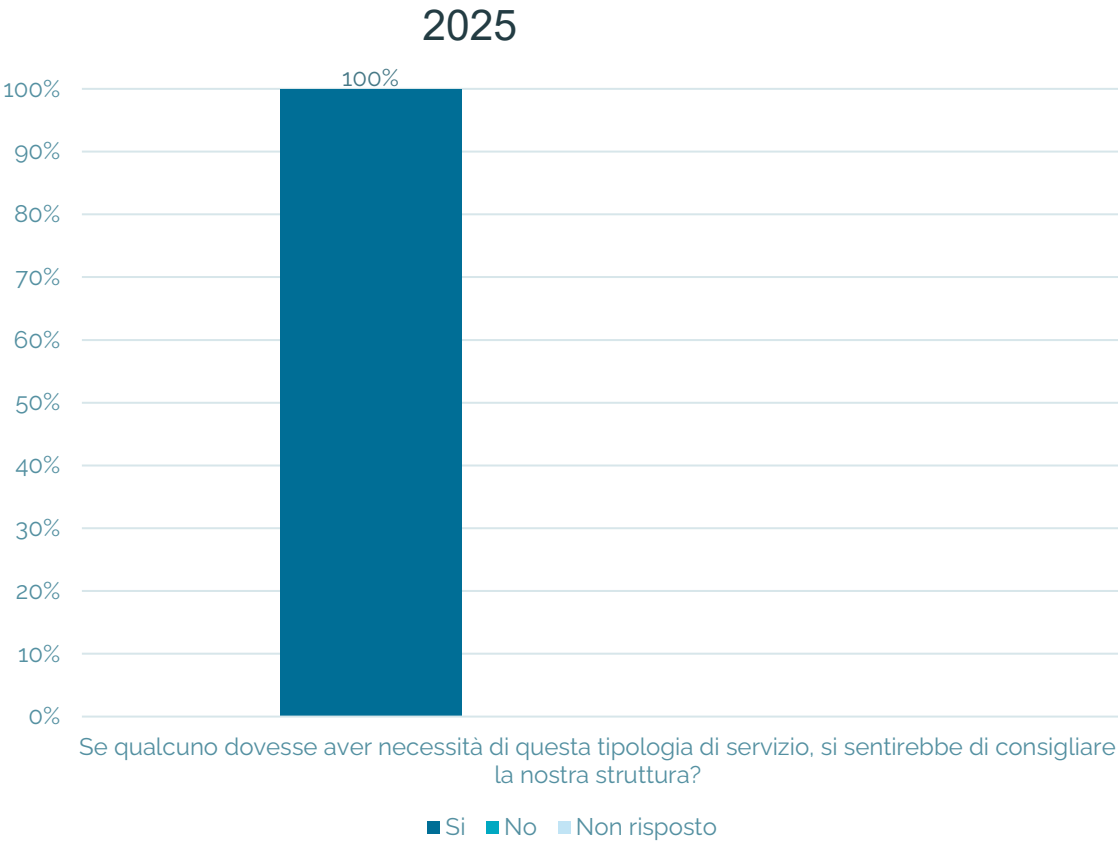
2024



Soddisfazione complessiva (utenti/familiari/AdS)



Reputazione (utenti/familiari/AdS)



Conclusioni

CONSIDERAZIONI FINALI:

Dall'analisi si rileva un livello di soddisfazione complessivo medio-alto, non si rilevano particolari criticità, tuttavia, si individua la seguente area di miglioramento.

CRITICITÀ:

- Difficoltà da parte dei familiari/pazienti ad esprimere una valutazione sul gradimento del servizio.
- Ridotta percezione relativamente alle terapie complementari proposte.+

AZIONI DI MIGLIORAMENTO:

- Invio di comunicazione mirata per favorire la raccolta dei dati in merito al gradimento del servizio offerto.
- Campagna di informazione e sensibilizzazione sulle terapie complementari proposte.

Grazie