



Data 10/02/2013

Indagini di Customer Satisfaction

Galleria d'Arte Moderna

2 Ottobre – 4 Novembre 2012

Zètema
progetto cultura

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Come è venuto a conoscenza del Museo
- Ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato il sito web del Museo o il Contact Center 060608 per ricevere informazioni prima della visita
- Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico
- Conosce la Roma Pass
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario *Galleria d'Arte Moderna 2012*

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 106 questionari autocompilati dai visitatori dal 2 ottobre al 4 novembre 2012 presso la Galleria d'Arte Moderna (gli intervistati rappresentano il 10% degli ingressi totali, con un incremento del 6% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea *“100 SGUARDI SU ROMA dalla collezione d'Arte di BNL Gruppo BNP Paribas”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione del 96%, un margine di errore di stima di $\pm 3,75\%$.

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0.

Nel presente documento non è stato possibile effettuare un'analisi del trend e dei relativi paragoni rispetto all'anno precedente, in quanto questa è la prima indagine sui servizi del museo effettuata dopo la riapertura a novembre 2011 della Galleria.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono il personale in biglietteria (2,91), la pulizia degli spazi (2,80), il personale in sala (2,62), la segnaletica interna (2,56) e sull'edificio (2,54).

Tutte le medie dei servizi oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,10. Nonostante abbiano raggiunto un buon livello di soddisfazione, gli orari di apertura e il guardaroba rappresentano gli aspetti maggiormente correlati all'esperienza generale e si collocano tra i miglioramenti prioritari nella mappa (cfr. pp. 16-17).

La media sui posti a sedere è al di sotto dello standard minimo, in quanto è pari a 2,01.

Nel 2012 sono state aggiunte delle panche come azione migliorativa spinte dalle numerose richieste dei visitatori.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da italiani (81%, di cui il 67% sono cittadini romani), pensionati (31%), in possesso di un titolo di laurea o superiore (70%), appartenenti alle fasce di età compresa tra i 55 e i 74 anni (50% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione il passaparola risulta essere il principale mezzo attraverso cui una buona parte dei visitatori intervistati viene a conoscenza del museo (27% sul totale); tale dato è indice di apprezzamento del sito. Risulta che i romani vengano a sapere del museo principalmente tramite il passaparola (34%) e la stampa (28%), mentre i turisti soprattutto col portale (21%), passaparola o passando per caso (15% per entrambi).

Tabella riassuntiva

Galleria d'Arte Moderna 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana*	Deviazione standard**	Molto+Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,54	80	26	3,00	,572	96%
Orari di apertura	2,49	90	16	3,00	,604	94%
Personale in biglietteria	2,91	99	7	3,00	,289	100%
Materiale all'accoglienza	2,49	94	12	3,00	,618	96%
Guardaroba	2,46	54	52	3,00	,840	89%
Personale in sala	2,62	92	14	3,00	,571	96%
Segnaletica interna	2,56	94	12	3,00	,578	96%
Supporti informativi	2,44	96	10	3,00	,629	93%
Pulizia degli spazi	2,80	98	8	3,00	,405	100%
Esperienza generale	2,51	84	22	3,00	,630	98%

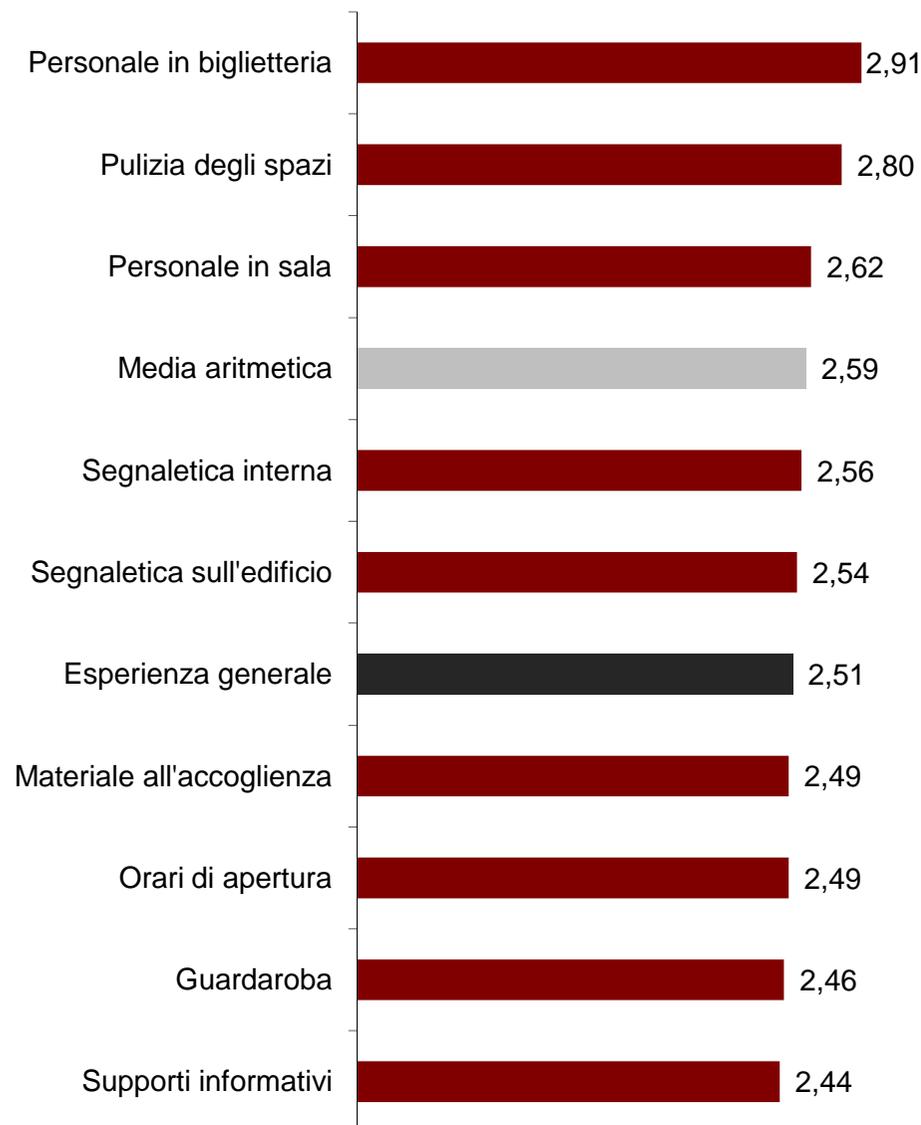
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,59).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

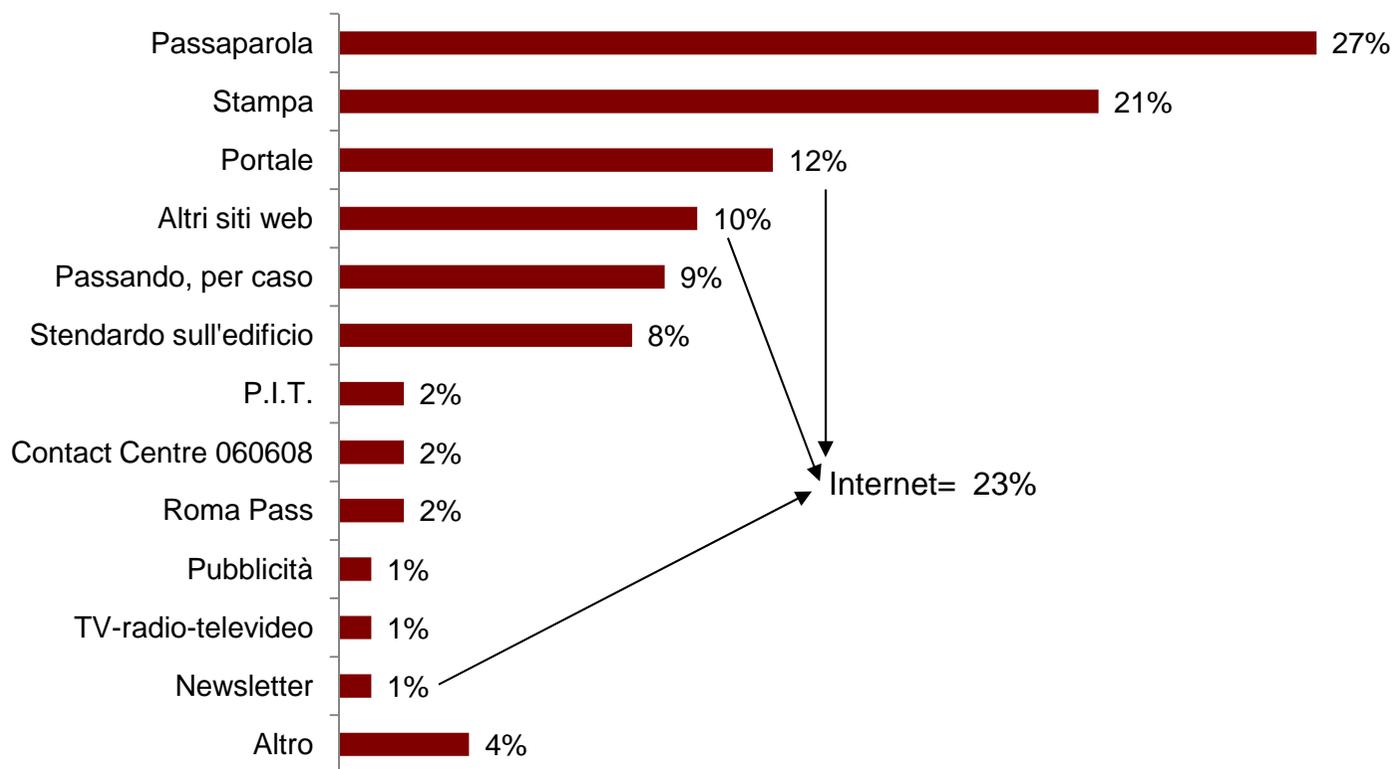
Al di sopra della media sull'esperienza generale vi sono il personale in biglietteria, la pulizia degli spazi, il personale in sala, la segnaletica interna e sull'edificio, oltre che la media aritmetica dei servizi.



Come è venuto a conoscenza del Museo

Il passaparola risulta essere il principale mezzo attraverso cui una buona parte dei visitatori intervistati (27% sul campione totale) viene a sapere del museo, seguono il canale web (23%) e la stampa (21%).

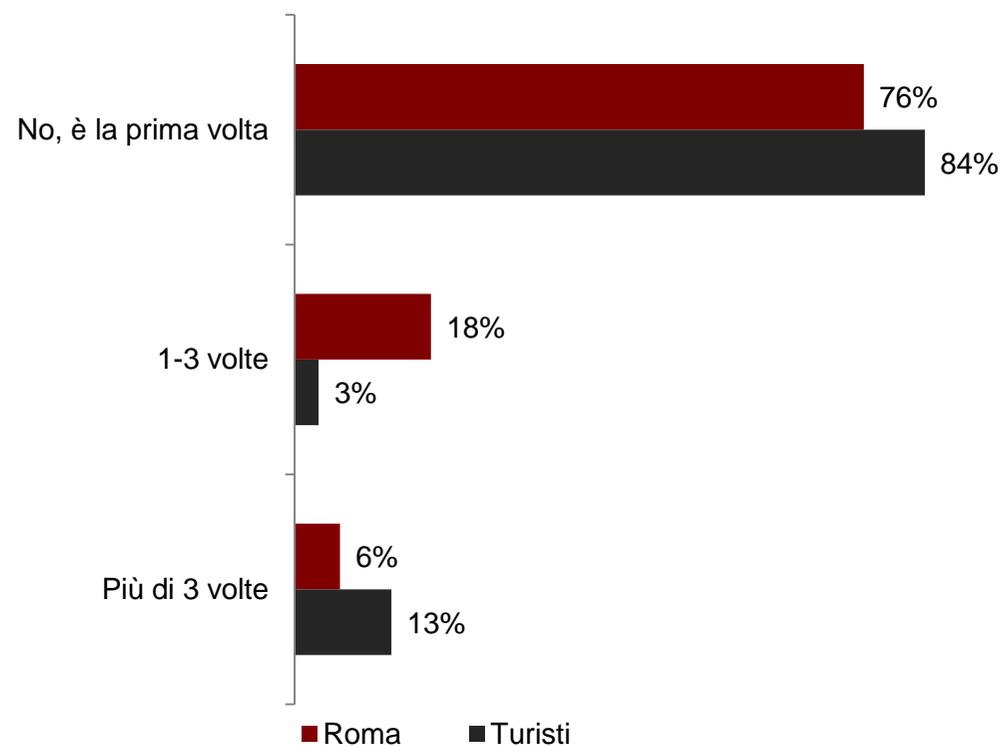
Risulta significativo che i romani siano venuti a sapere del museo principalmente tramite il passaparola (34%) e la stampa (28%), mentre i turisti soprattutto col portale (21%), passaparola o passando per caso (15% per entrambi).



Ha già visitato questo museo

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo (78%), mentre chi l'ha già frequentato rappresenta il 22%.

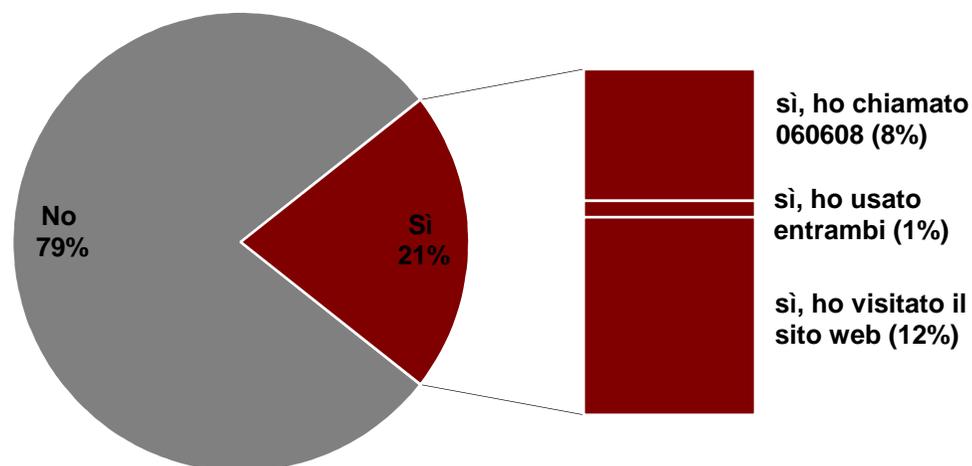
Risulta che tra i turisti prevalgono coloro che si sono recati al museo per la prima volta (84%), mentre il 31% dei romani lo ha già visitato, soprattutto da 1 a 3 volte.



Ha utilizzato il sito web del Museo o il Contact Center 060608 per ricevere informazioni prima della visita

Il 21% dei visitatori intervistati dichiara di essersi avvalso dei servizi informativi prima della visita (di cui il 12% utilizzando il sito web del museo, l'8% il Contact Center 060608 e un 1% risponde entrambi).

Il 40% degli intervistati ha rilasciato un giudizio sul sito web del museo (media di 2,17), mentre il 24% che ha risposto sul Contact Center 060608 non è rappresentativo statisticamente.



Galleria d'Arte Moderna 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana	Deviazione standard	Molto+Abbastanza soddisfatti
Sito web del museo	2,17	42	64	2,00	,794	86%

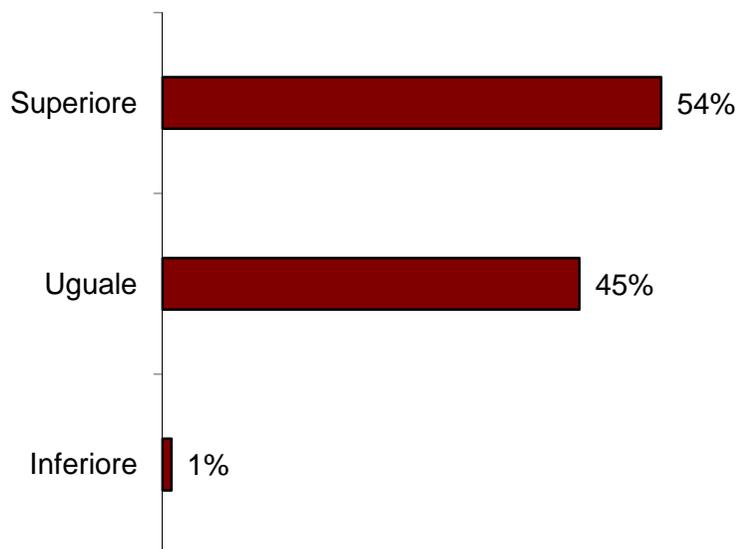
Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico

Poco più della metà dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo visitato sia stata superiore alle aspettative (54%), per il 45% è stata uguale, mentre solo per un 1% il giudizio è stato inferiore rispetto alle attese.

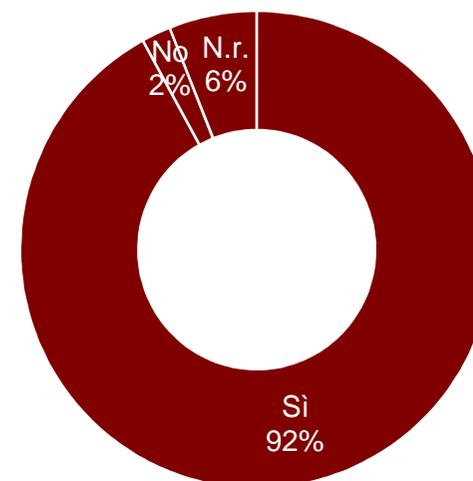
Risulta significativo solo l'incrocio con l'esperienza generale, dove è deducibile ma da considerare che il 70% di chi si ritiene molto soddisfatto rilascia un giudizio superiore alle attese, mentre il 55% di chi è abbastanza soddisfatto, ha un giudizio uguale alle attese.

La maggior parte del campione intervistato dichiara che consiglierebbe il museo visitato ad un amico (92%), mentre solo il 2% non lo farebbe; il restante 6% non risponde.

Giudizio rispetto alle aspettative

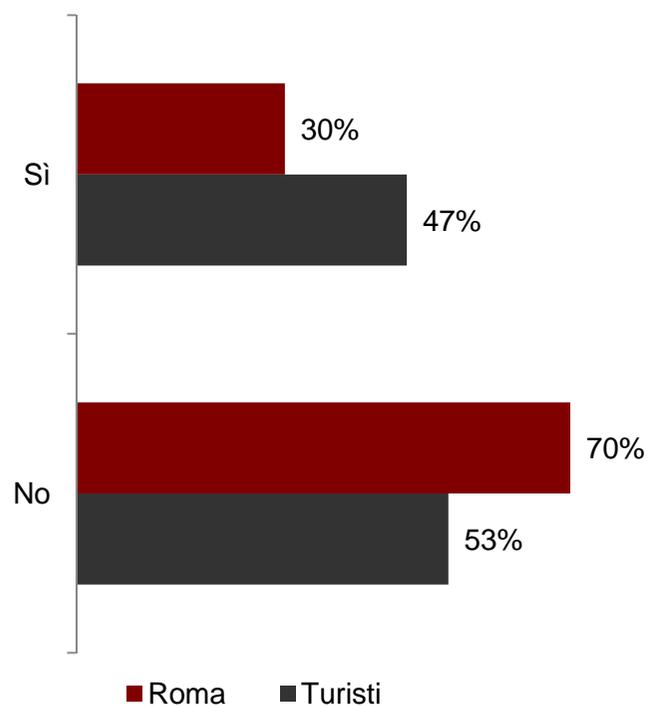


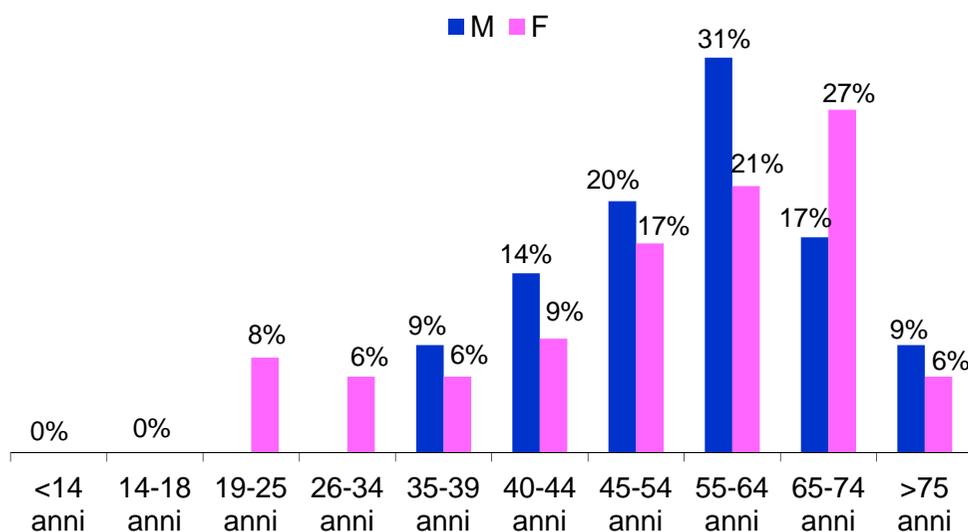
Consiglierebbe questo museo ad un amico



Conosce la Roma Pass

A tale domanda è risultato che il 36% del campione intervistato conosce la card *Roma Pass*. Risulta significativo che il 47% dei turisti sia già a conoscenza della card, mentre tra i romani prevalgono coloro che non la conoscono (70%).





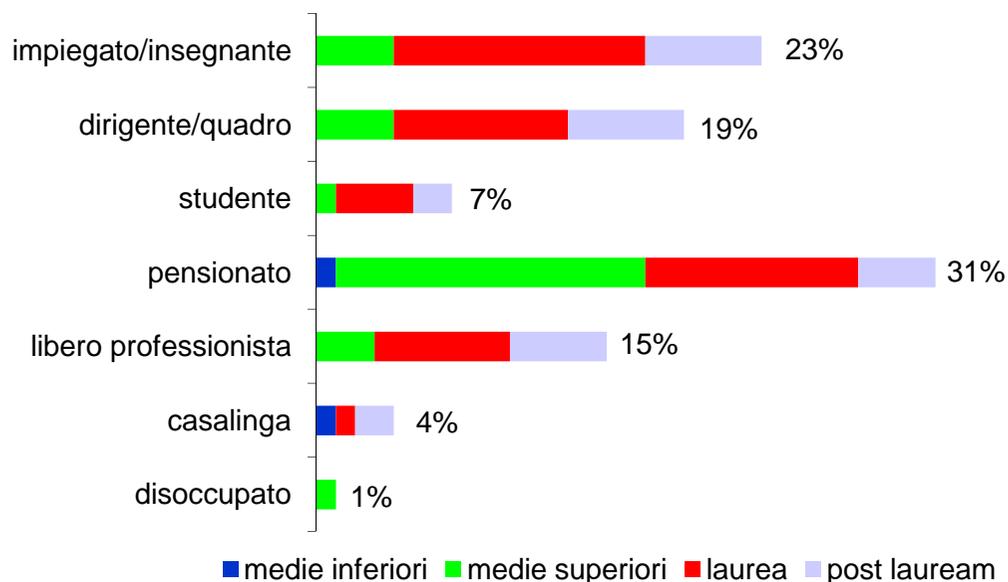
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Prevale il genere femminile (66% sul totale), soprattutto nella fascia 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta tra i 55 e i 74 anni, che raggiungono complessivamente il 50%.

Il 70% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o superiore.

Le categorie professionali più rappresentate sono quelle dei pensionati (31%) e degli occupati dipendenti, ovvero impiegati e insegnanti (23%).

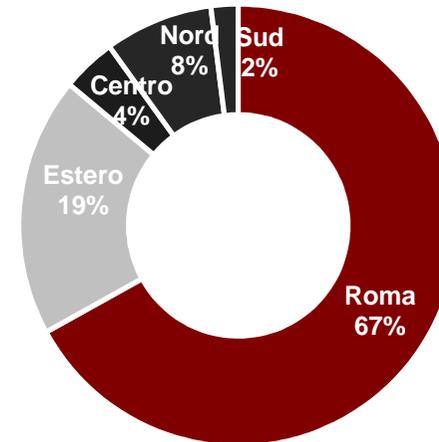


Analisi socio-demografica (provenienza)

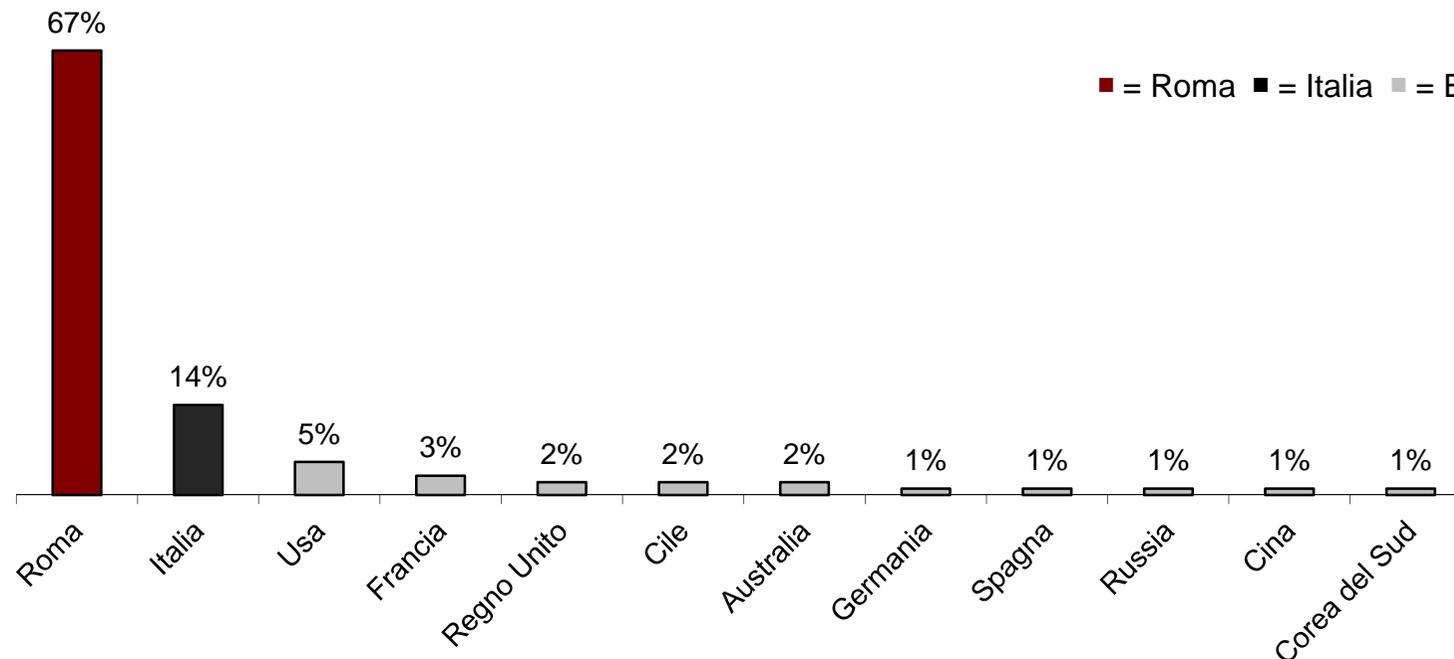
La Galleria d'Arte Moderna è frequentata prevalentemente da visitatori romani (67%), poi seguono i turisti stranieri (19%) e quelli che giungono da altre province italiane (14%, di cui l'8% giunge dal Nord Italia).

Tra le nazionalità prevale quella americana (5%).

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero

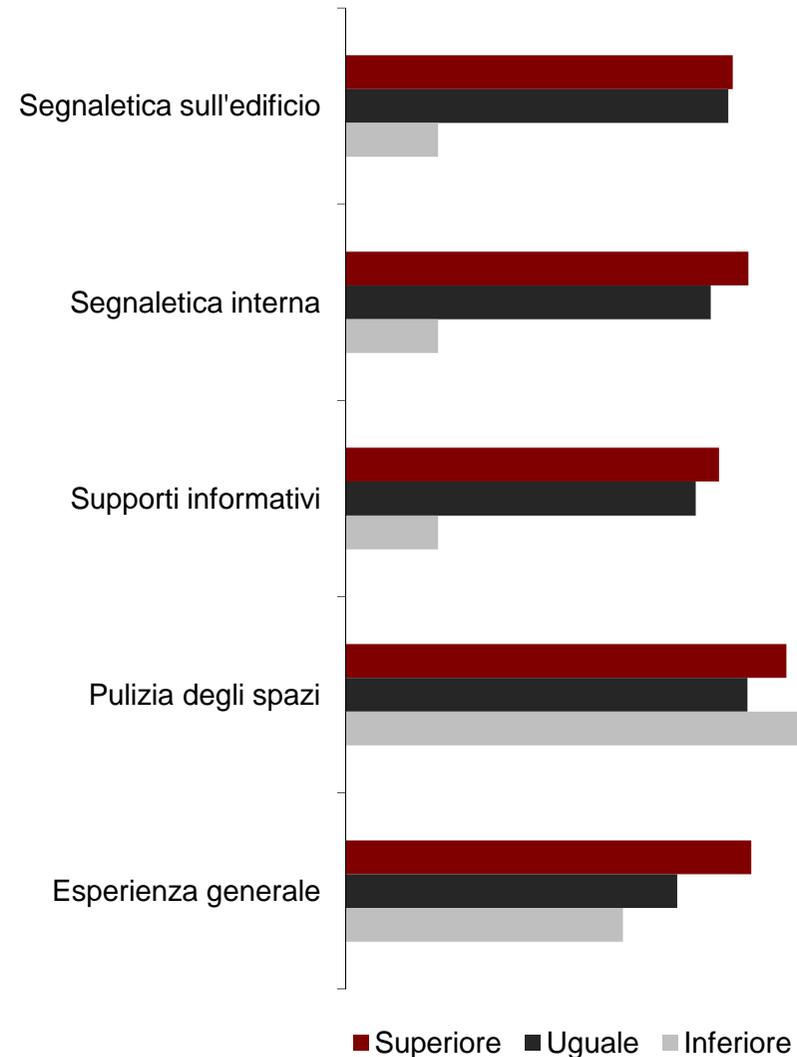


Analisi univariate

Risulta significativo per alcuni aspetti indagati l'incrocio col giudizio rispetto alle aspettative (cfr. grafico laterale): chi ha un giudizio inferiore alle attese, è decisamente meno soddisfatto della segnaletica (esterna e interna) e dei supporti informativi. La segnaletica sull'edificio raggiunge una media quasi coincidente tra chi ha un giudizio superiore o uguale alle proprie attese.

Rispetto alla provenienza i visitatori romani gradiscono di più l'esperienza generale, mentre i turisti gli orari di apertura.

Il servizio di guardaroba risulta più soddisfacente per i laureati, ma meno per chi ha un titolo di scuola media inferiore.



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

Le variabili tra loro più correlate risultano essere la segnaletica sull'edificio con gli orari, il materiale disponibile all'accoglienza, la segnaletica interna e i supporti informativi (questi vari aspetti sono molto correlati anche reciprocamente), il guardaroba col materiale, la pulizia e la segnaletica interna, che a sua volta risulta correlata al personale in sala.

Correlazione bivariata <i>Rho</i> di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Personale in sala	Segnaletica interna	Supporti informativi	Pulizia degli spazi	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,422**	,254*	,372**	,345*	,224	,472**	,414**	,219	,419**
Orari di apertura	,422**	1,000	,341**	,428**	,397**	,231*	,422**	,430**	,388**	,660**
Personale in biglietteria	,254*	,341**	1,000	,293**	,452**	,248*	,340**	,241*	,317**	,274*
Materiale all'accoglienza	,372**	,428**	,293**	1,000	,549**	,309**	,523**	,453**	,372**	,386**
Guardaroba	,345*	,397**	,452**	,549**	1,000	,218	,426**	,316*	,491**	,535**
Personale in sala	,224	,231*	,248*	,309**	,218	1,000	,401**	,269*	,358**	,304**
Segnaletica interna	,472**	,422**	,340**	,523**	,426**	,401**	1,000	,597**	,261*	,577**
Supporti informativi	,414**	,430**	,241*	,453**	,316*	,269*	,597**	1,000	,313**	,474**
Pulizia degli spazi	,219	,388**	,317**	,372**	,491**	,358**	,261*	,313**	1,000	,471**
Esperienza generale	,419**	,660**	,274*	,386**	,535**	,304**	,577**	,474**	,471**	1,000

*** L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile

Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale del museo (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Alla *Galleria d'Arte Moderna* gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: gli **orari di apertura**, la **segnaletica interna** e il **guardaroba**.

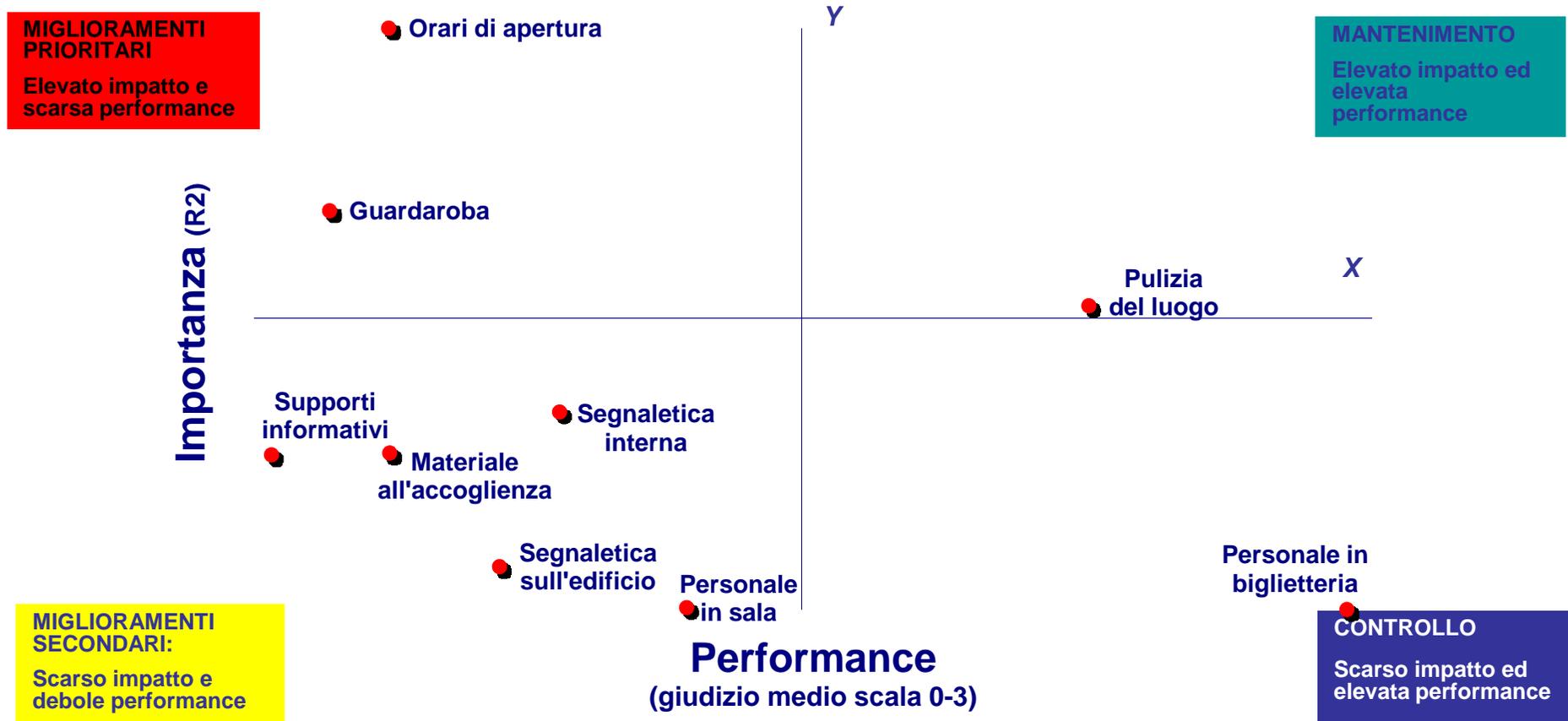
Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi e nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza generale	
Orari di apertura	,660
Segnaletica interna	,577
Guardaroba	,535
Supporti informativi	,474
Pulizia degli spazi	,471
Segnaletica sull'edificio	,419
Materiale all'accoglienza	,386
Personale in sala	,304
Personale in biglietteria	,274

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La pulizia degli spazi è in una posizione *borderline*, ma risulta l'aspetto più importante e soddisfacente. Tra gli aspetti prioritari da migliorare invece vi sono gli orari di apertura e il guardaroba (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche quando sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

Suggerimenti

ELOGI museo di grande bellezza, perfetto. **Totale 3.**

NIENTE da migliorare. **Totale 62.**

SUPPORTI INFORMATIVI pannello introduttivo sull'arte contemporanea e paragone con altri paesi europei, didascalie su tutte le opere, aggiornare le schede di sala con le mostre temporanee. **Totale 8.**

PUBBLICITÀ da aumentare, anche nelle scuole. **Totale 7.**

ALTRO. **Totale 35.**

Allegato 1 - QUESTIONARIO GALLERIA D'ARTE MODERNA

MUSEO:

DATA: __/__/____

ORA: __/____

1. Ha già visitato questo museo? No, è la prima volta 1-3 volte più di 3 volte

2. La prima volta, attraverso quale canale è venuto a conoscenza del museo?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> contact centre 060608 |
| <input type="checkbox"/> www.museincomune.it e sito del museo | <input type="checkbox"/> depliant/locandina |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> passaparola |
| <input type="checkbox"/> stendardo esterno | <input type="checkbox"/> pubblicità |
| <input type="checkbox"/> passando, per caso | <input type="checkbox"/> Tv/radio/televideo |
| <input type="checkbox"/> P.I.T. | <input type="checkbox"/> scuola/università |
| <input type="checkbox"/> newsletter | <input type="checkbox"/> altro..... |

3. Ha utilizzato il sito web del museo o Contact center 060608 per ricevere informazioni prima della visita?

- No Sì, ho usato entrambi Sì, chiamato lo 060608 Sì, ho visitato il sito web

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala sottostante:

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
4. Sito web del museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Contact center 060608	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Segnaletica esterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Orari di apertura del museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Materiale all'accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Guardaroba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Personale di assistenza in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Posti a sedere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Pulizia degli spazi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Libreria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Caffetteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. ESPERIENZA GENERALE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. **Rispetto alle aspettative il suo giudizio complessivo è:** Superiore Uguale Inferiore

21. **Consiglierebbe questo museo ad un amico?** Sì No

22. **Conosce la card Roma Pass?** Sì No

23. **Secondo Lei cosa potremmo migliorare per aumentare il Suo gradimento:** niente

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI

Età: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 75 e più

Sesso: M F

Titolo di studio: scuola dell'obbligo (fino alle medie) studi superiori (diploma) laurea post laurea

Professione: impiegato/insegnante dirigente-quadro direttivo studente pensionato

libero professionista-imprenditore casalinga non occupato-in cerca di prima occupazione

Provincia italiana di residenza:..... **Nazionalità straniera:**.....

Ci autorizza a ricevere informazioni sulle iniziative del Museo attraverso l'invio della newsletter?

In questo caso Le chiediamo di lasciarci cortesemente:

E-mail: _____

La informiamo che i suoi dati verranno trattati nel rispetto della normativa della privacy (D.Lgs. 196/2003).

Autorizzo *Zètema Progetto Cultura* S.r.l. ad inviarmi la newsletter.

FIRMA: _____

DATA: _____