

Data 6/02/2013

---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo della Civiltà Romana

9 – 14 Ottobre 2012

Zè

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
- Analisi del trend 2011-2012
- Come è venuto a conoscenza del Museo
- Negli ultimi cinque anni 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 *Museo della Civiltà Romana 2012*

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 140 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette dal 9 al 14 ottobre 2012 presso il Museo della Civiltà Romana (gli intervistati rappresentano il 23% degli ingressi totali nel periodo d'indagine, con un incremento del 40% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine). Durante l'indagine è presente la mostra temporanea *“Raccontare l'Antico. Terra, Acqua e Fuoco”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione dell'84%, un margine di errore di stima di  $\pm 6,09\%$ .

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.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,54** e una percentuale di “molto/abbastanza soddisfatti” pari a 96%.

Al di sopra dell’esperienza generale si colloca la pulizia degli spazi (2,74).

Le medie dei servizi oggetto d’indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,10, ad eccezione degli orari di apertura (media di 2,02, n. 43 suggerimenti) e materiale disponibile all’accoglienza (media di 2,05, n.17 suggerimenti), ciò nonostante non si collocano tra i miglioramenti prioritari nella mappa (cfr. p. 18), anche se il materiale risulta molto correlato all’esperienza generale. Tra i suggerimenti prevalgono anche quelli relativi ai supporti informativi e digitali (rispettivamente n.39 e n.33).

In seguito alla richiesta degli utenti di aggiungere posti a sedere all’interno dei musei è stata inserita una domanda relativa alla valutazione di tale servizio, in cui risulta una media di soddisfazione di 1,36, al di sotto dello standard di 2,10. Sono 32 i suggerimenti rilasciati dai visitatori sulla possibilità di aggiungere delle sedute durante il percorso museale.

Non sono state realizzate azioni migliorative durante il 2012.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da turisti stranieri (68% rispetto al 47% del 2011; diminuiscono notevolmente i romani da 47% a 25%, più presenti l’anno scorso per l’iniziativa gratuita *Ludi Romani*), occupati dipendenti (31%), in possesso di un titolo di laurea o superiore (53%), soprattutto appartenenti alle fasce di età compresa tra i 45 e 74 anni (44% sul totale). Rispetto al 2011 aumentano gli studenti (da 21% a 26%) di età inferiore ai 18 anni (da 19% a 22%); ciò è dovuto ad una maggiore presenza di scolaresche.

La guida cartacea si conferma il principale mezzo di comunicazione attraverso cui buona parte dei visitatori intervistati (25% sul campione totale, in aumento dal 20% del 2011) viene a conoscenza del museo; sale la percentuale di chi conosce il museo tramite scuola/università (da 15% nel 2011 a 22%).

### Tabella riassuntiva

Museo della Civiltà Romana 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana*	Deviazione standard**	Molto+Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,14	125	15	2,00	,836	79%
Orari di apertura	2,05	131	9	2,00	,897	70%
Personale in biglietteria	2,53	129	11	3,00	,729	92%
Materiale all'accoglienza	2,02	64	76	2,00	,968	73%
Guardaroba	2,41	32	108	3,00	,712	88%
Personale in sala	2,18	100	40	2,00	,809	81%
Segnaletica interna	2,36	130	10	3,00	,797	82%
Supporti informativi	2,35	133	7	3,00	,954	81%
Pulizia degli spazi	2,74	138	2	3,00	,558	97%
Libreria	2,22	50	90	2,00	,616	90%
<b>Esperienza generale</b>	<b>2,54</b>	<b>137</b>	<b>3</b>	<b>3,00</b>	<b>,582</b>	<b>96%</b>

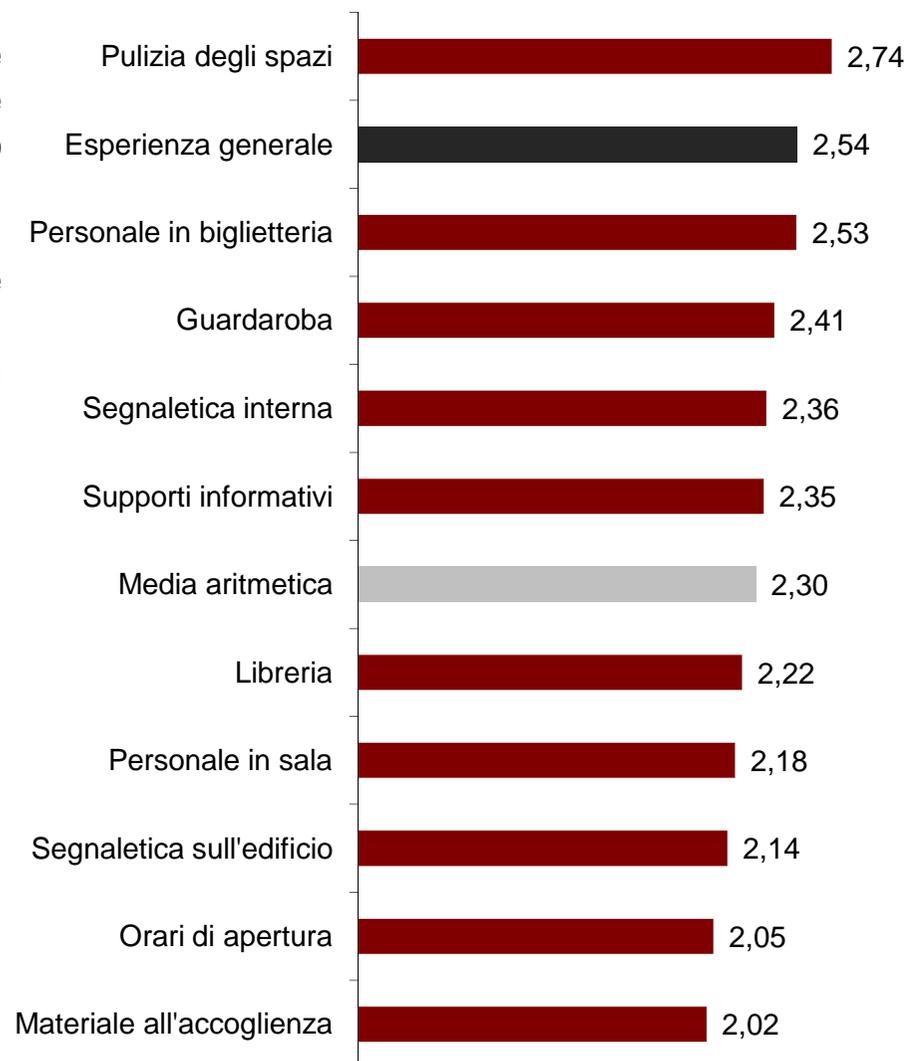
\* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

\*\*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 (2,30).

## 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 dell'esperienza generale si colloca la pulizia degli spazi, aspetto che ha una media di soddisfazione molto elevata.

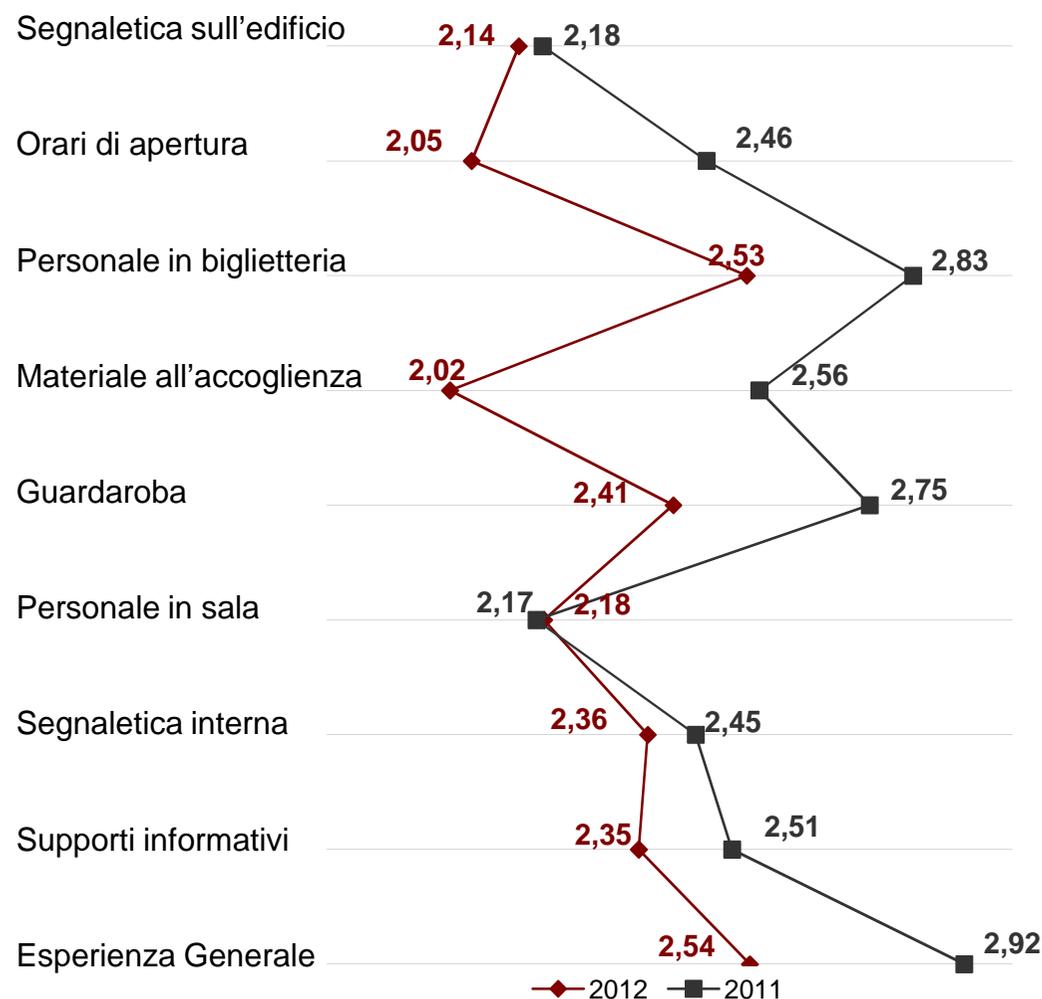


## Analisi del trend 2011-2012

Il trend risulta piuttosto costante, ma si denota una flessione generale dei giudizi rispetto al 2011 (ciò è probabilmente dovuto al fatto che l'anno scorso l'indagine è stata effettuata in occasione dei *Ludi Romani*, un'iniziativa ad ingresso gratuito).

Gli orari di apertura e il materiale all'accoglienza sono gli aspetti che registrano una diminuzione del livello medio di soddisfazione, giungendo con la media al di sotto dello standard di 2,10.

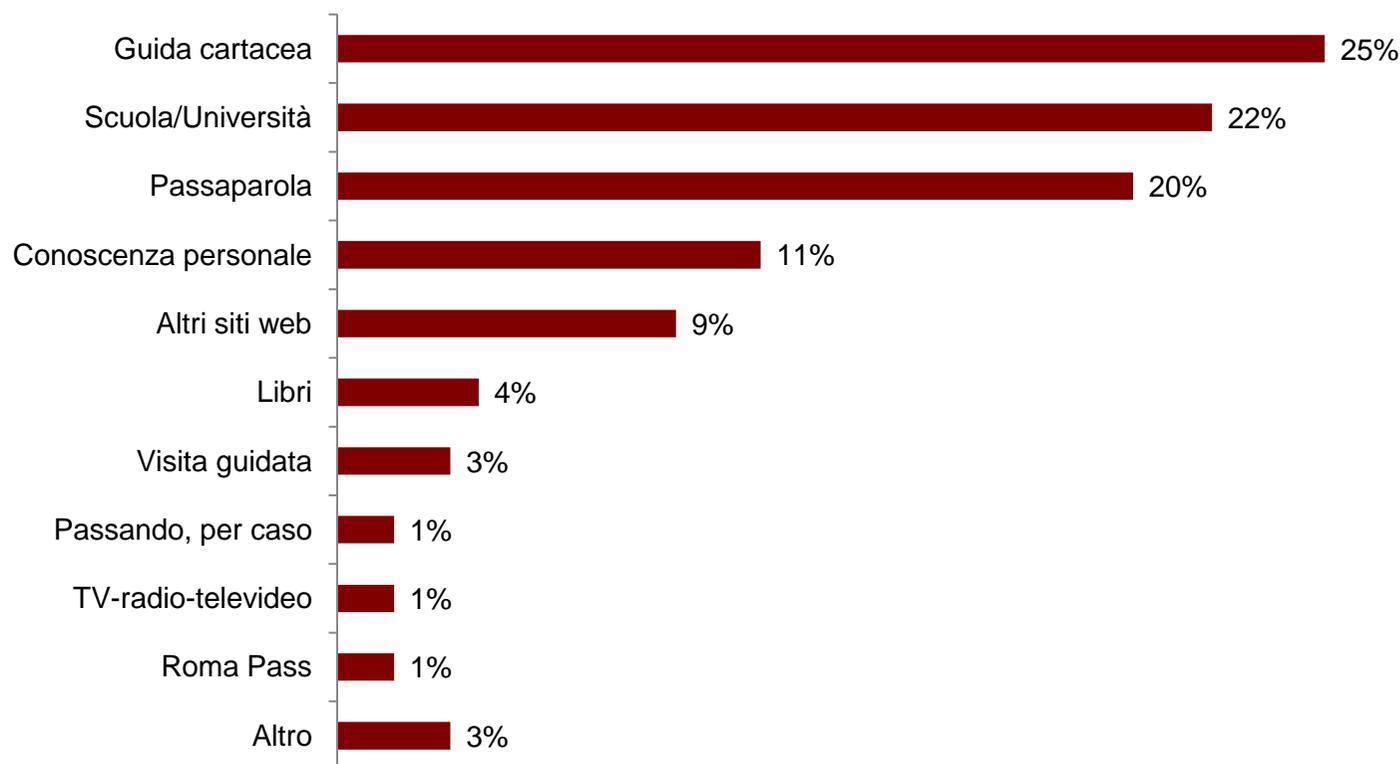
Nel 2011 durante i *Ludi Romani* l'orario del museo era stato posticipato alle ore 19 nel fine settimana e il materiale disponibile all'accoglienza includeva anche dei depliant e cartelle stampa sull'iniziativa in corso.



## Come è venuto a conoscenza del Museo

Rispetto al 2011 aumenta la percentuale relativa alla guida cartacea (da 20% a 25%), seguita da scuola/università (da 15% a 22%), passaparola (che resta invariata a 20%).

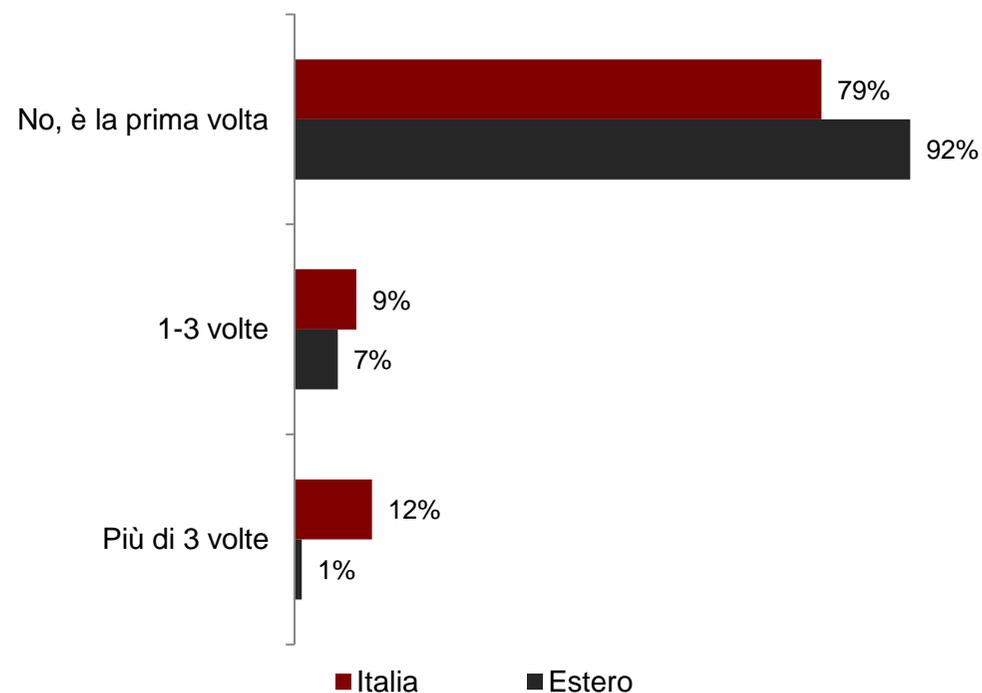
Risulta significativo che gli stranieri vengano a conoscenza del museo soprattutto attraverso la guida cartacea (37%) e scuola/università (25%), mentre gli italiani tramite conoscenza personale e passaparola (33% entrambi), ma anche scuola/università (19%).



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

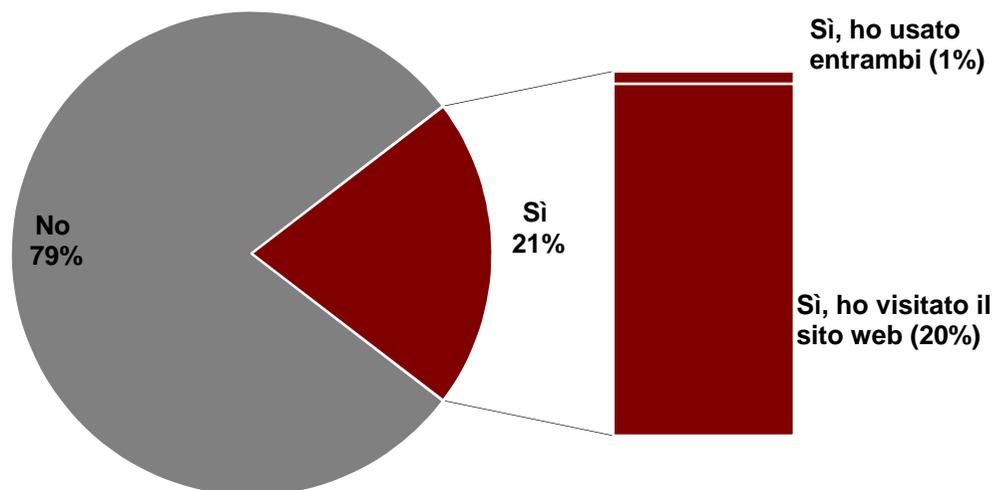
La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo (88%), mentre chi l'ha già frequentato raggiunge il 12%.

Risulta che la maggior parte dei visitatori stranieri sia venuta per la prima volta al museo (92% sul totale), mentre gli italiani lo hanno già visitato, soprattutto più di 3 volte (12%).



## 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 20% utilizzando il sito web del museo e l'1% risponde entrambi).



## Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico

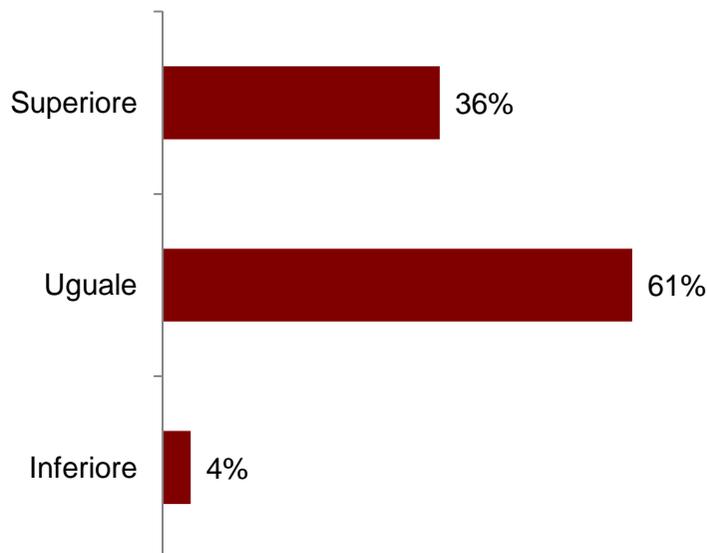
La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo visitato sia stata uguale alle aspettative (61%), per il 36% è stata superiore, mentre solo per il 4% è stata inferiore alle aspettative.

Non risultano significativi gli incroci rispetto al profilo dei visitatori, mentre è significativo solo che chi si ritiene abbastanza soddisfatto dell'esperienza generale abbia un giudizio uguale alle aspettative (71%), mentre chi è molto soddisfatto rilascia un giudizio superiore (55%).

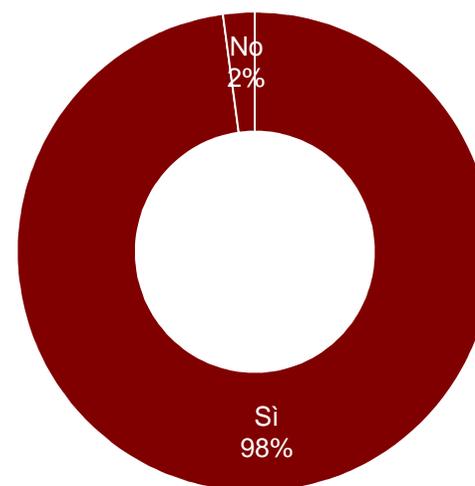
La percentuale di chi risponde che è inferiore aumenta notevolmente per i poco soddisfatti (20%).

La quasi totalità del campione intervistato dichiara che consiglierebbe il museo visitato ad un amico (98%), mentre solo il 2% non lo farebbe.

**Giudizio rispetto alle aspettative**

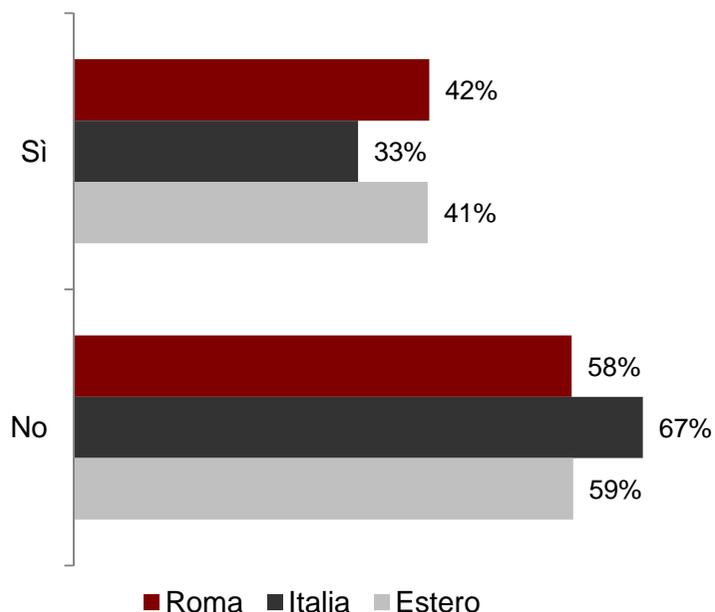


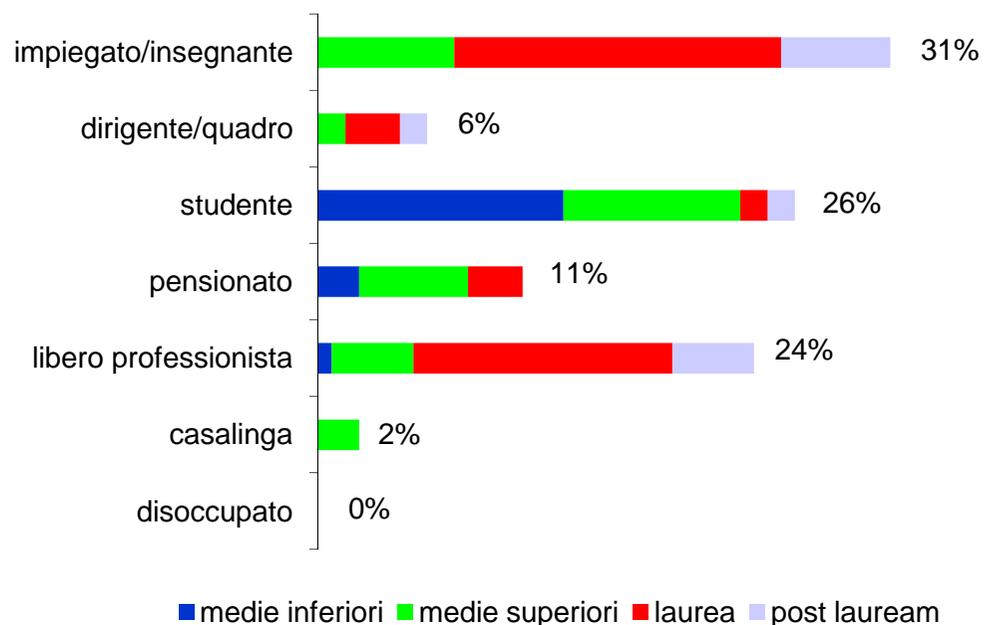
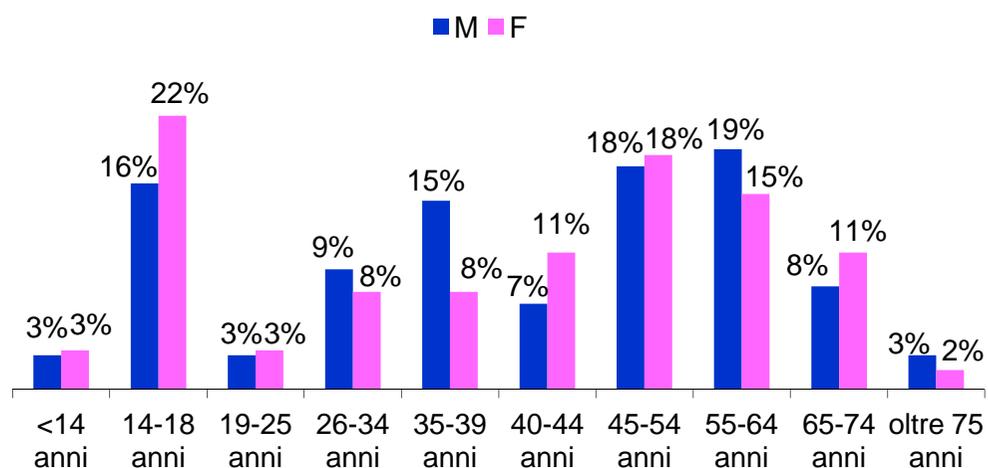
**Consiglierebbe questo museo ad un amico**



## Conosce la Roma Pass

A tale domanda è risultato che il 41% del campione intervistato conosce la card *Roma Pass*. Si ritiene importante considerare la provenienza degli intervistati, da cui si deduce che sono i cittadini romani a conoscere di più la Roma Pass (42% sul totale), i quali differiscono leggermente dagli stranieri (41%), mentre gli italiani la conoscono un po' meno (33% sul totale).





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

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i 45 e 74 anni, che da 43% nel 2011, salgono a 44%; aumentano invece i minorenni (da 19% a 22%).

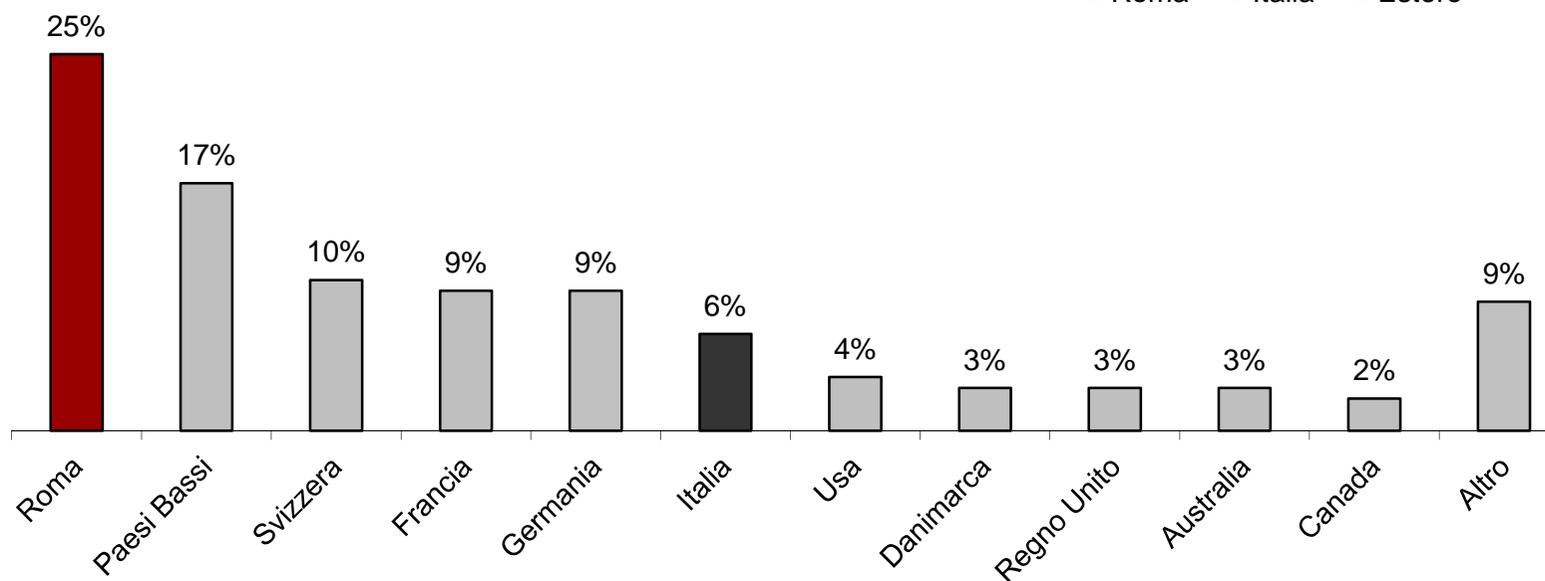
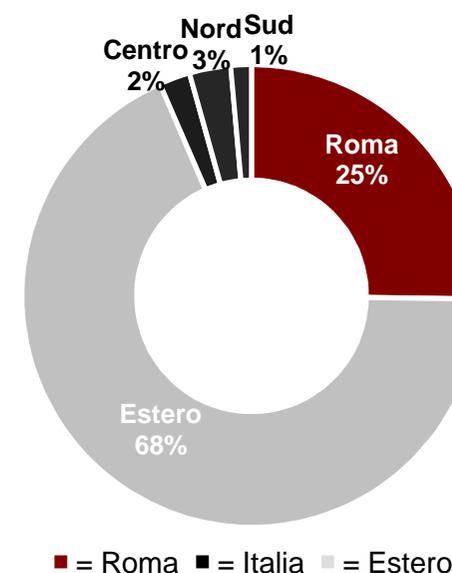
Prevale il genere maschile (53%, aumento dal 48% nel 2011) e chi dichiara di avere un titolo di laurea o superiore (passa da 54% nel 2011 a 53%).

Gli occupati dipendenti scendono da 48% a 31%, mentre gli studenti salgono da 21% a 26%.

## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il Museo della Civiltà Romana è frequentato prevalentemente da turisti stranieri (68%, in aumento rispetto al 47% del 2011), seguiti dai romani (diminuiscono da 47% a 25% probabilmente perché nel 2011 l'iniziativa *Ludi Romani* aveva richiamato molti cittadini romani nel fine settimana) e i turisti italiani (pressoché invariati, da 7% a 6%).

Tra le nazionalità prevalgono gli olandesi (17%) e gli svizzeri (10%). Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



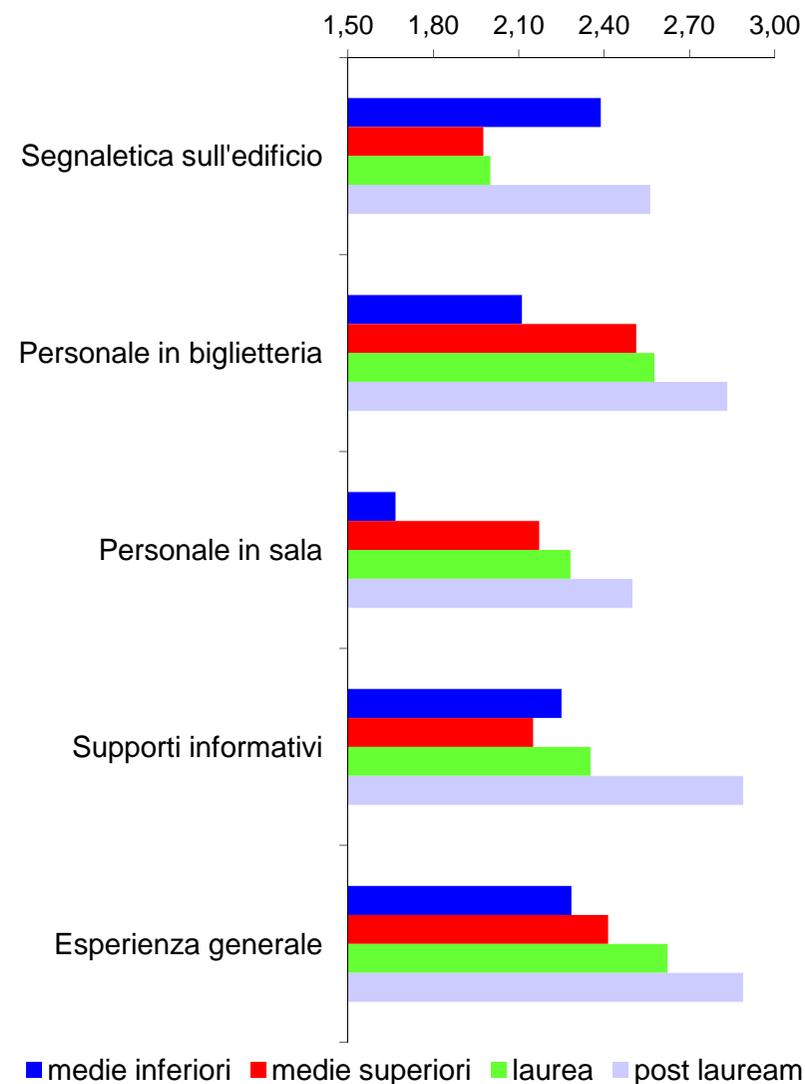
## Analisi univariate

Risulta significativo per alcuni aspetti l'incrocio con il titolo di studio.

Si denota una maggiore soddisfazione da parte degli intervistati con un titolo post laurea. Coloro che hanno frequentato solo le scuole medie inferiori apprezzano meno il personale in sala.

Dall'incrocio con le varie fasce d'età si rileva che la fascia 40-44 anni apprezza maggiormente la segnaletica esterna e il personale in sala, mentre il personale di biglietteria è l'aspetto più soddisfacente per la fascia 55-64 anni.

Gli stranieri sono invece i più soddisfatti sulla segnaletica esterna, orari di apertura, personale in sala e supporti informativi.



## Correlazione 1/2

Il doppio asterisco indica una maggiore significatività tra i vari aspetti. Le variabili tra loro più correlate risultano essere il materiale di accoglienza con il personale di biglietteria, il guardaroba, il personale in sala, i supporti informativi e la segnaletica interna, e quest'ultima anche con il guardaroba, la pulizia e i supporti informativi.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Personale in sala	Segnaletica interna	Supporti informativi	Pulizia degli spazi	Libreria	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,035	,094	,265	-,072	,105	,197*	,284**	,090	-,107	,273**
Orari di apertura	,035	1,000	-,028	,015	-,103	,015	,058	-,096	,092	,220	-,066
Personale in biglietteria	,094	-,028	1,000	,450**	,119	,366**	,248**	,237**	,081	-,100	,369**
Materiale all'accoglienza	,265	,015	,450**	1,000	,532*	,431**	,574**	,509**	,273*	,090	,459**
Guardaroba	-,072	-,103	,119	,532*	1,000	,051	,408*	,169	-,037	-,144	,251
Personale in sala	,105	,015	,366**	,431**	,051	1,000	,223*	,218*	,325**	-,007	,308**
Segnaletica interna	,197*	,058	,248**	,574**	,408*	,223*	1,000	,477**	,314**	-,040	,433**
Supporti informativi	,284**	-,096	,237**	,509**	,169	,218*	,477**	1,000	,180*	,056	,462**
Pulizia degli spazi	,090	,092	,081	,273*	-,037	,325**	,314**	,180*	1,000	,346*	,391**
Libreria	-,107	,220	-,100	,090	-,144	-,007	-,040	,056	,346*	1,000	,169
Esperienza generale	,273**	-,066	,369**	,459**	,251	,308**	,433**	,462**	,391**	,169	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 presentavano il doppio o singolo asterisco).

Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi, ad eccezione degli orari di apertura (coefficiente con segno negativo, seppure minimo), del guardaroba e della libreria, per tale motivo sono stati esclusi nella tabella laterale.

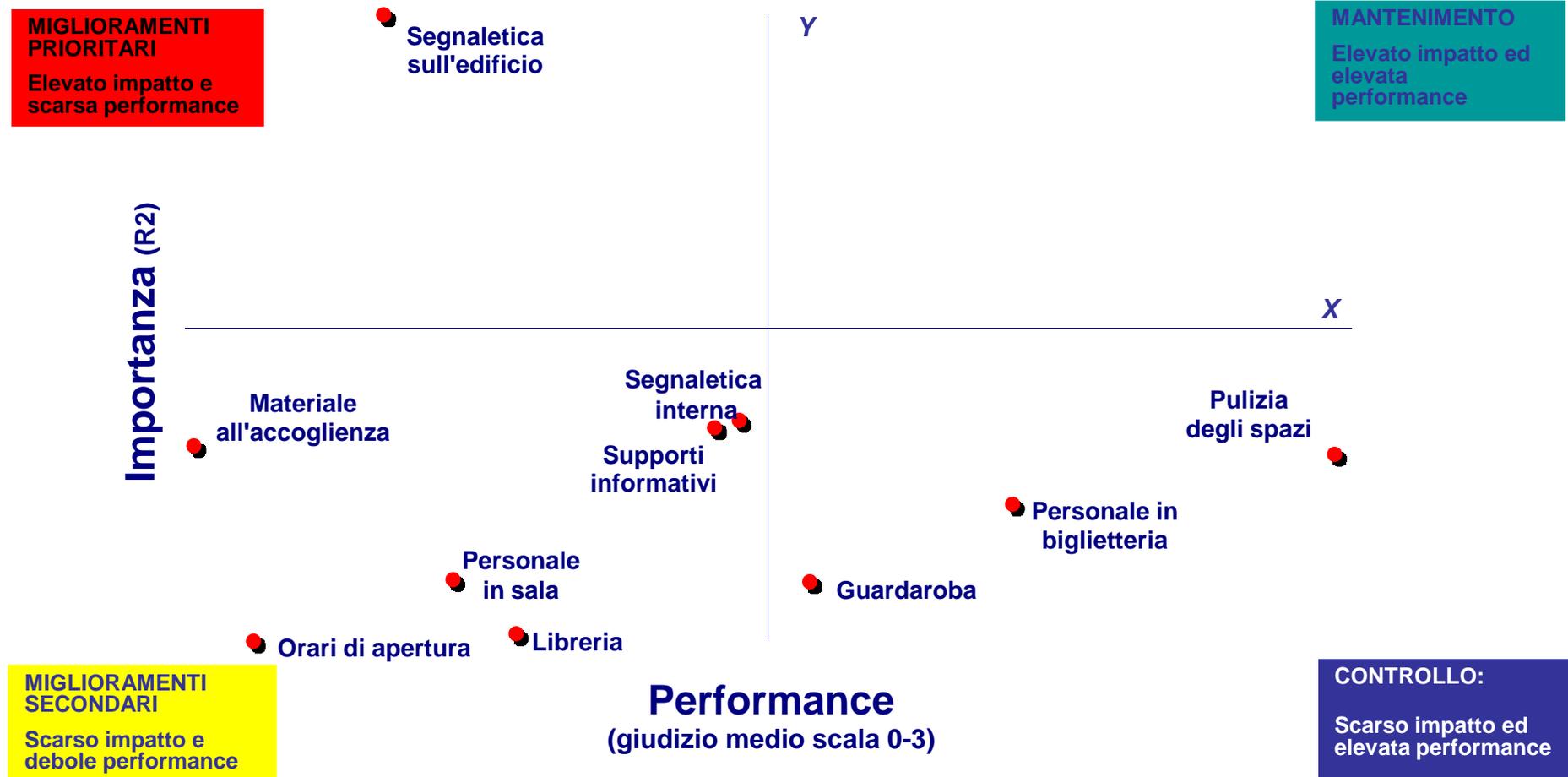
Al *Museo della Civiltà Romana* gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza generale sono i seguenti: i **supporti informativi**, il **materiale disponibile all'accoglienza** e la **segnaletica interna**.

Non ci sono aspetti che hanno un'incidenza negativa sull'esperienza complessiva.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza generale	
Supporti informativi	0,462
Materiale all'accoglienza	0,459
Segnaletica interna	0,433
Pulizia degli spazi	0,391
Personale in biglietteria	0,369
Personale in sala	0,308
Segnaletica sull'edificio	0,273

## Mappa delle priorità\*

La segnaletica sull'edificio è l'unico aspetto prioritario da migliorare (quadrante in alto a sinistra).  
Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece 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 1/2

**ELOGI** mi sono piaciuti molto i modellini delle case romane. **Totale 1.**

**NIENTE** da migliorare. **Totale 28.**

---

**ORARI DI APERTURA** da prolungare nel pomeriggio (41), altro (2). **Totale 43.**

**SUPPORTI INFORMATIVI - DIDASCALIE:** manca traduzione in lingua (13), più informazioni sulle opere (8). *Totale didascalie 21.* **PANNELLI:** più informazioni (9), mancano in francese (6), altro (3). *Totale pannelli 18.* **Totale Supporti informativi 39.**

**SUPPORTI DIGITALI** non funzionanti (14), poco interattivi (7), più dettagliati (5), altro (7). **Totale 33.**

**POSTI A SEDERE** da aggiungere durante il percorso. **Totale 32.**

**SEGNALETICA ESTERNA** da aumentare, poco visibile, difficile raggiungere il museo (22), altro (1). **Totale 23.**

**BROCHURE** manca la mappa del museo (13), altro (4). **Totale 17.**

**SEGNALETICA INTERNA** poca, non molto chiara, anche per il percorso, manca la mappa del museo, segnalare meglio la biglietteria. **Totale 17.**

**PUBBLICITÀ** promuovere maggiormente il museo, anche nelle scuole. **Totale 15.**

**AUDIOGUIDA** manca, anche in lingua. **Totale 9.**

**PERCORSO** confuso (5), altro (2). **Totale 7.**



## **Suggerimenti 2/2**

**ASSISTENZA IN SALA** parla al telefono, assente. **Totale 7.**

**CAFFETTERIA** manca. **Totale 6.**

**SITO INTERNET** navigazione non facile, non c'è collegamento con il sito del Planetario. **Totale 6.**

**ALTRO.** **Totale 26.**

### Allegato 1 - QUESTIONARIO MUSEO DELLA CIVILTÀ ROMANA

MUSEO: .....

DATA: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

ORA: \_\_/\_\_\_\_

1. Negli ultimi cinque anni 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"/> <a href="http://www.museincomune.it">www.museincomune.it</a> 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. <b>ESPERIENZA GENERALE</b>	<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: \_\_\_\_\_