

Data 8/02/2013

Indagini di Customer Satisfaction

Villa di Massenzio

3 Ottobre – 4 Novembre 2012



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 *Villa di Massenzio 2012*

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 107 questionari autocompilati dai visitatori dal 3 ottobre al 4 novembre 2012 a Villa di Massenzio (gli intervistati rappresentano il 13% degli ingressi totali nel periodo d'indagine, con un incremento del 7% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine). Non erano presenti mostre temporanee.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione dell'87%, un margine di errore di stima di $\pm 6,40\%$. 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 piuttosto buono, con una media di **2,47** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 94%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono il personale in biglietteria (2,77), la pulizia degli spazi (2,59) e il personale in sala (2,47) .

Le medie dei servizi oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,10, ad eccezione della segnaletica sull'edificio (media di 2,06), degli orari di apertura (media di 2,06) e dei supporti informativi (media di 1,61, n.14 suggerimenti). Questi tre aspetti risultano molto correlati all'esperienza complessiva, ciò nonostante solo la segnaletica esterna si colloca tra i miglioramenti prioritari nella mappa (cfr. p. 17-18).

All'ulteriore domanda sui posti a sedere i visitatori intervistati rilasciano un giudizio medio di 1,36, al di sotto dello standard di 2,10.

Non sono state realizzate azioni migliorative durante il 2012, ma si è provveduto a sollecitare la Sovrintendenza per una maggiore pulizia dei servizi igienici, in quanto l'anno precedente risultava essere poco soddisfacente.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da cittadini romani (64%, in forte aumento rispetto al 37% del 2011, probabilmente più presenti per il ponte del 1 novembre), occupati dipendenti (42%), diplomati (53%), soprattutto appartenenti alle fasce di età compresa tra i 55 e 74 anni (42% sul campione totale; nel 2011 rappresentavano il 32%). Rispetto al 2011 aumentano i pensionati (da 22% a 29%).

Tra i mezzi di comunicazione si conferma "passando, per caso" la modalità più frequente (40%, nel 2011 era 35%), ma rispetto all'anno scorso aumenta notevolmente il passaparola (da 6% a 19%), indice di apprezzamento del sito soprattutto da parte dei visitatori italiani.

Tabella riassuntiva

Villa di Massenzio 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana*	Deviazione standard**	Molto+Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,06	85	22	2,00	,696	86%
Orari di apertura	2,06	87	20	2,00	,688	82%
Personale in biglietteria	2,77	103	4	3,00	,489	99%
Materiale all'accoglienza	2,09	90	17	2,00	,647	88%
Personale in sala	2,47	81	26	2,00	,726	94%
Supporti informativi	1,61	56	51	2,00	,888	63%
Pulizia degli spazi	2,59	80	27	3,00	,630	95%
Esperienza generale	2,47	77	30	2,00	,699	94%

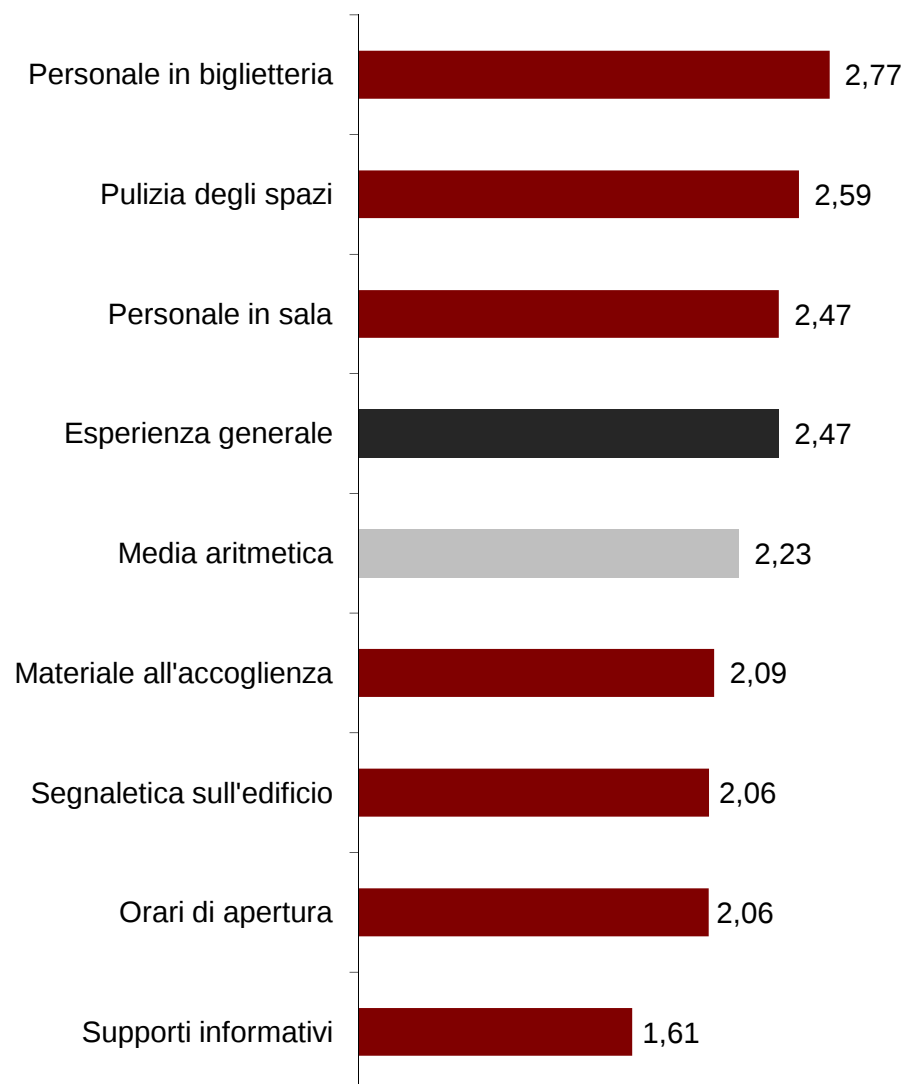
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,23).

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.

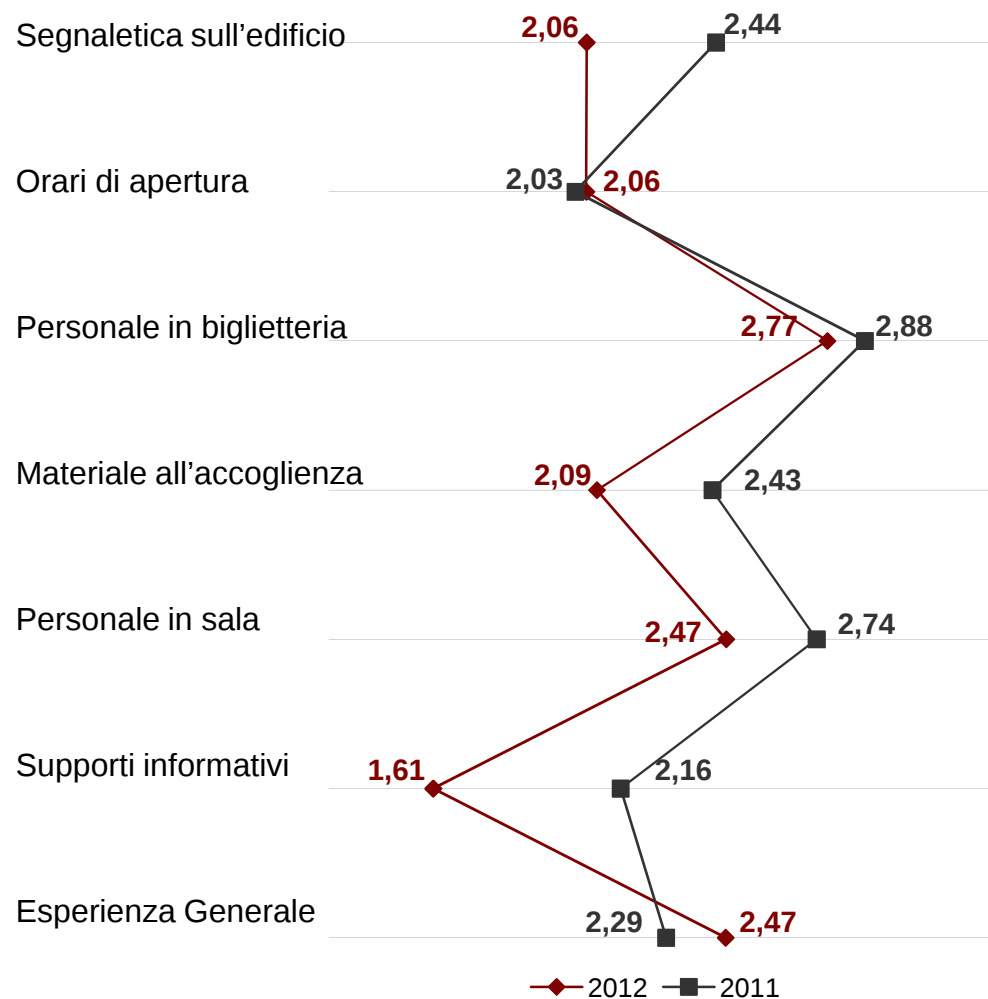
Al di sopra dell'esperienza generale sono collocati i servizi che hanno una media di soddisfazione elevata: personale in biglietteria, pulizia degli spazi, personale in sala.



Analisi del trend 2011-2012

Il trend risulta piuttosto costante, ma si denota una flessione generale dei giudizi rispetto allo scorso anno (ciò è probabilmente dovuto al fatto che nel 2011 l'indagine era stata anticipata a livello temporale, includendo anche le *Giornate Europee del Patrimonio*, un'iniziativa ad ingresso gratuito nei musei del Sistema).

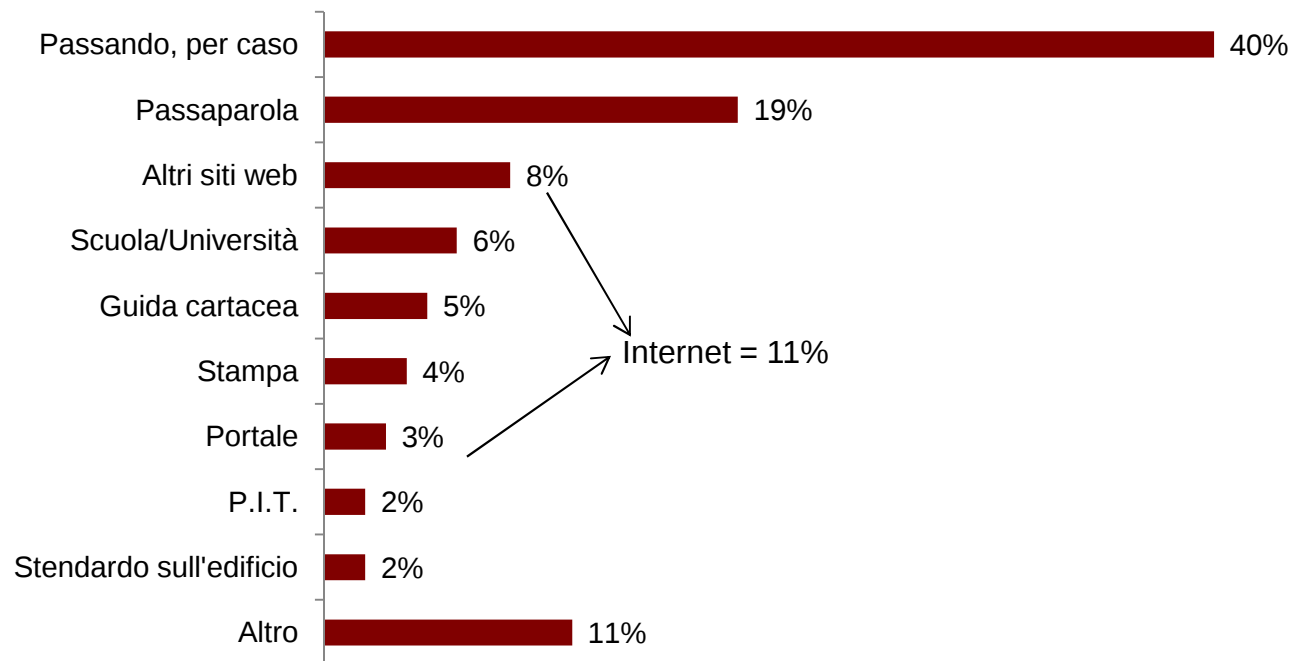
Sono in aumento gli orari di apertura (restando però al di sotto dello standard di 2,10) e l'esperienza generale, che invece risulta soddisfacente.



Come è venuto a conoscenza del Museo

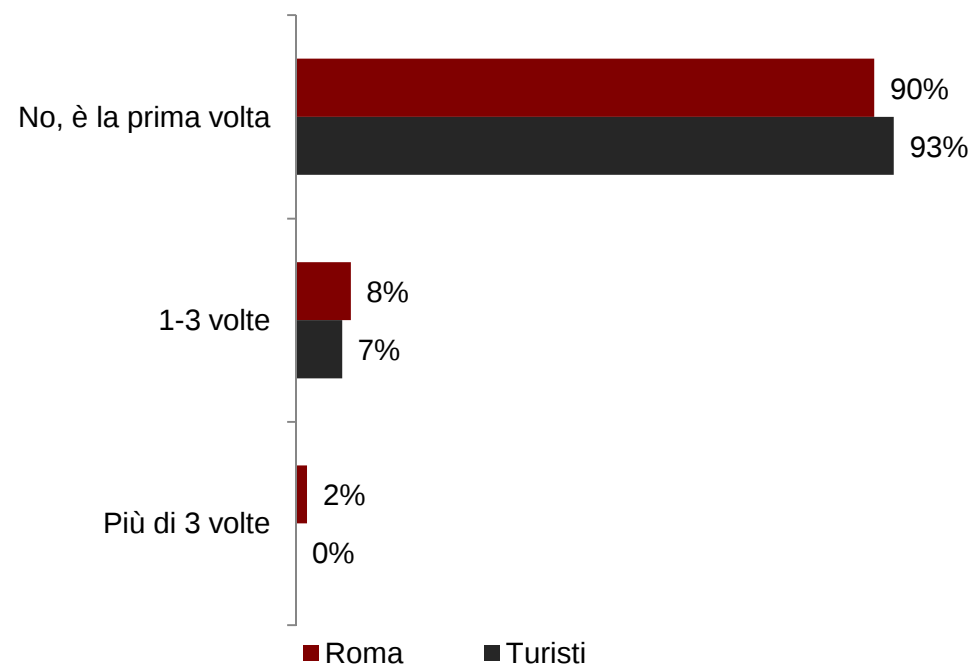
Rispetto al 2011 aumenta la percentuale relativa a passando, per caso (da 35% a 40%), confermandosi la modalità più frequente per conoscere il museo. Aumenta notevolmente il passaparola (da 6% a 19%), mentre scuola/università diminuisce da 13% a 6%.

Risulta significativo che gli stranieri vengano a sapere del museo soprattutto attraverso la guida cartacea (33%) e i P.I.T. (22%), mentre gli italiani lo conoscono casualmente (43%) e tramite il passaparola (19%).



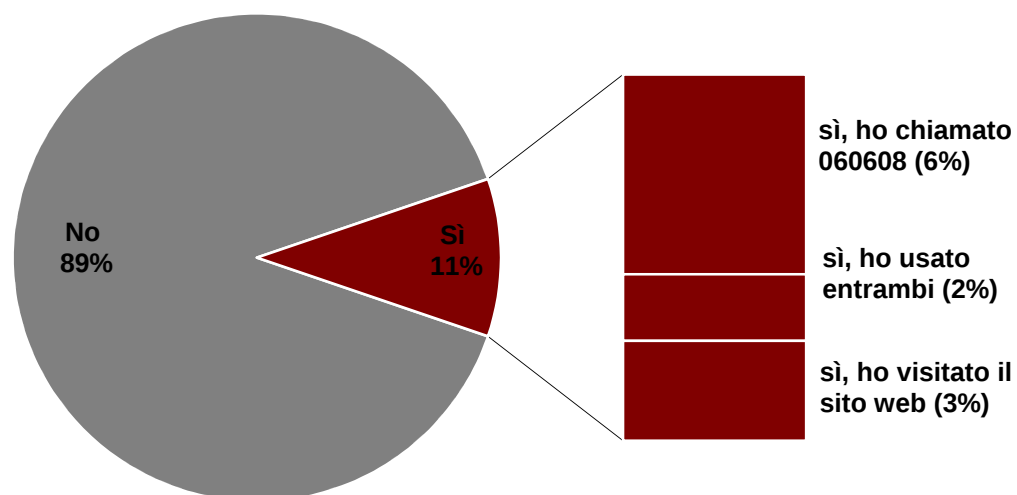
Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La quasi totalità dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo (91%). Risulta che la maggior parte dei turisti sia venuta per la prima volta al museo (93% sul totale), mentre il 10% dei romani lo ha già visitato negli ultimi cinque anni, soprattutto da 1 a 3 volte.



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

L'11% dei visitatori intervistati dichiara di essersi avvalso dei servizi informativi prima della visita (di cui il 6% utilizzando il Contact Center 060608, il 3% il sito web del museo e il 2% risponde entrambi).

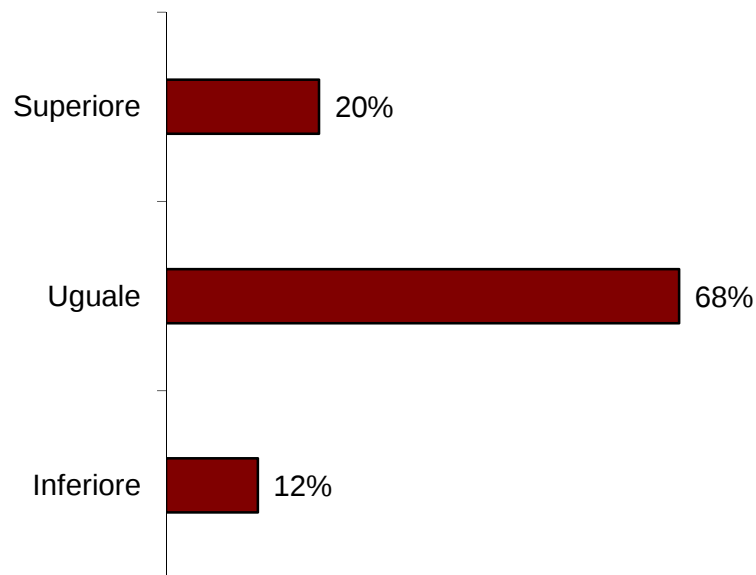


Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico

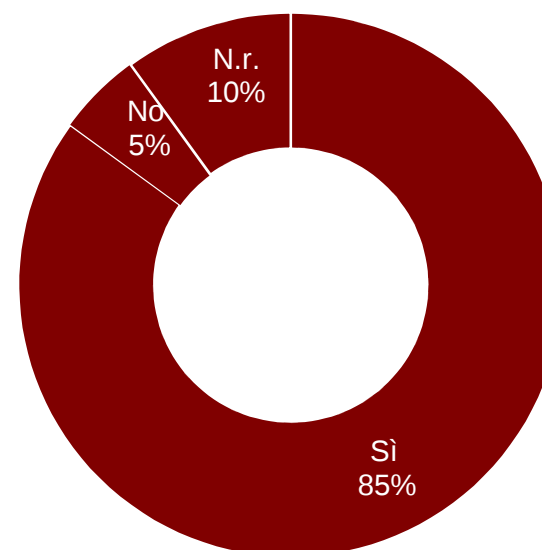
La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo visitato sia stata uguale alle aspettative (68%), per il 20% è stata superiore, mentre per il 12% è stata inferiore alle aspettative.

Tra i vari incroci, risulta significativo solo che chi si ritiene abbastanza soddisfatto dell'esperienza generale ha un giudizio uguale alle aspettative (60%), come anche chi è molto soddisfatto (40%). La maggior parte del campione intervistato dichiara che consiglierebbe il museo visitato ad un amico (85%), mentre solo il 5% non lo farebbe; il 10% non risponde.

Giudizio rispetto alle aspettative

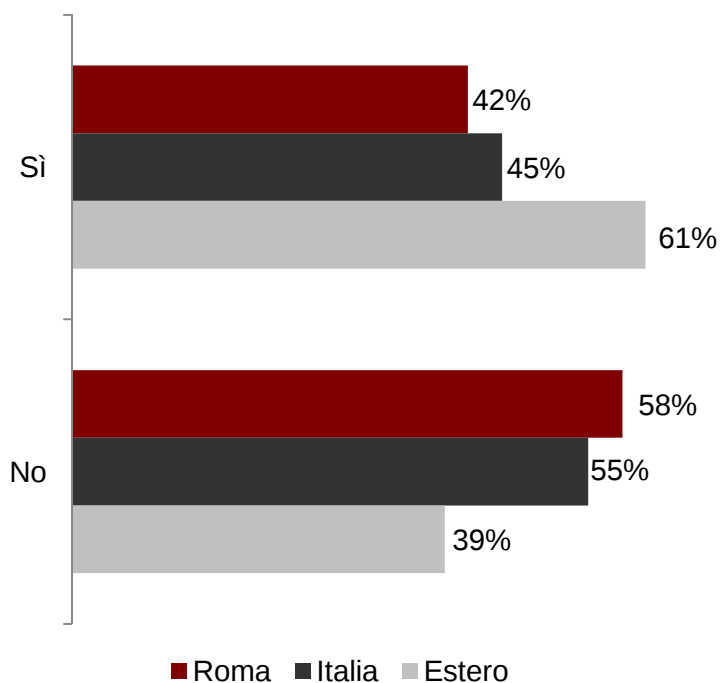


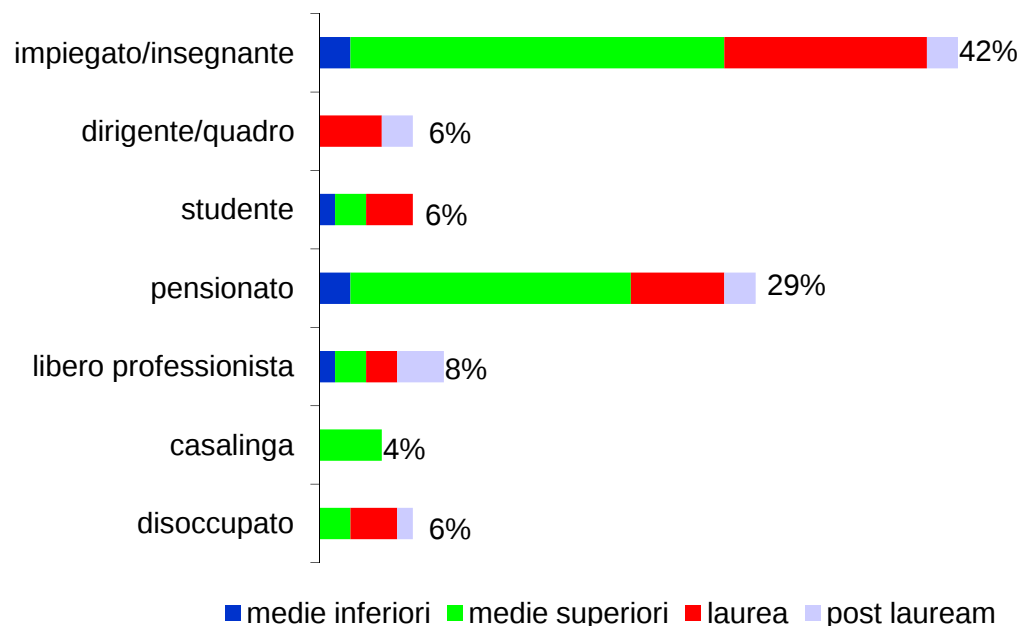
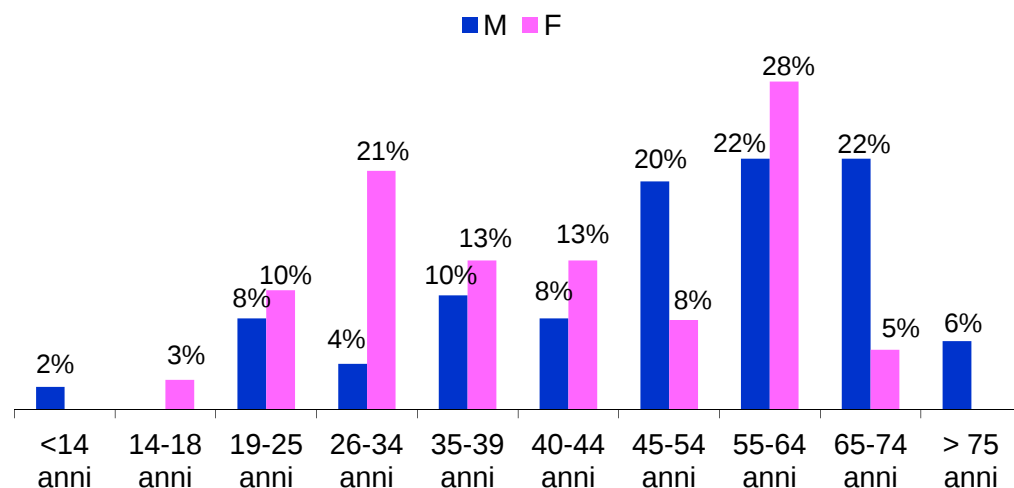
Consiglierebbe questo museo ad un amico



Conosce la Roma Pass

A tale domanda è risultato che il 43% del campione intervistato conosce la card *Roma Pass*. Si ritiene importante considerare che sono i turisti stranieri a conoscere di più la Roma Pass (61% sul totale), mentre i romani la conoscono meno (58% sul totale), discostandosi leggermente dai turisti italiani (55%).





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

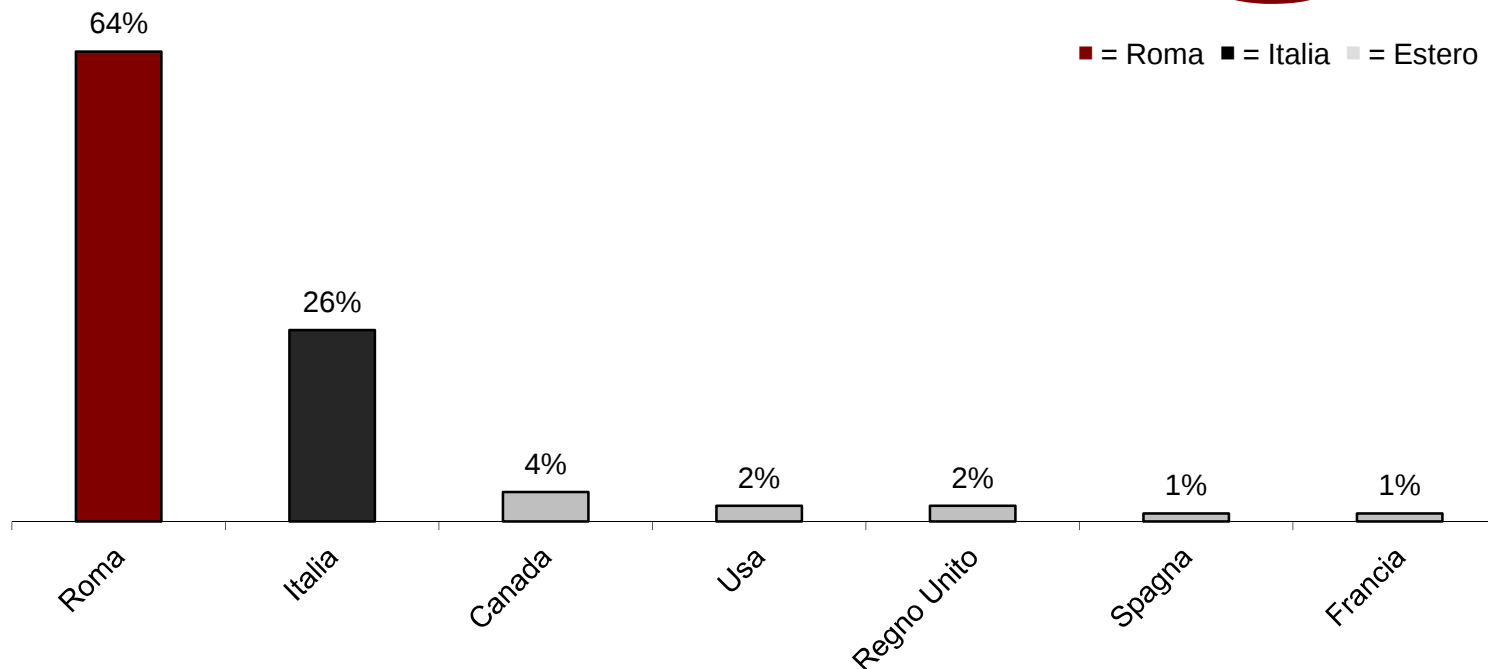
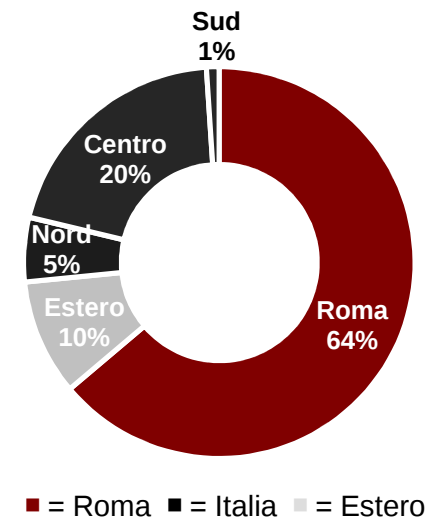
Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i 55 e 74 anni, che da 32% nel 2011 salgono a 42%; diminuiscono i giovani tra i 26 e i 34 anni (da 22% a 14%; con una maggioranza di donne per tale fascia).

Prevale il genere maschile (59%, in aumento dal 57% nel 2011; soprattutto per le fasce 45-54 e oltre i 65 anni).

Diminuiscono i diplomati (da 61% nel 2011 a 53%), mentre restano pressoché uguali gli occupati dipendenti (da 41% a 42%), e i pensionati salgono da 22% a 29%.

Analisi socio-demografica (provenienza)

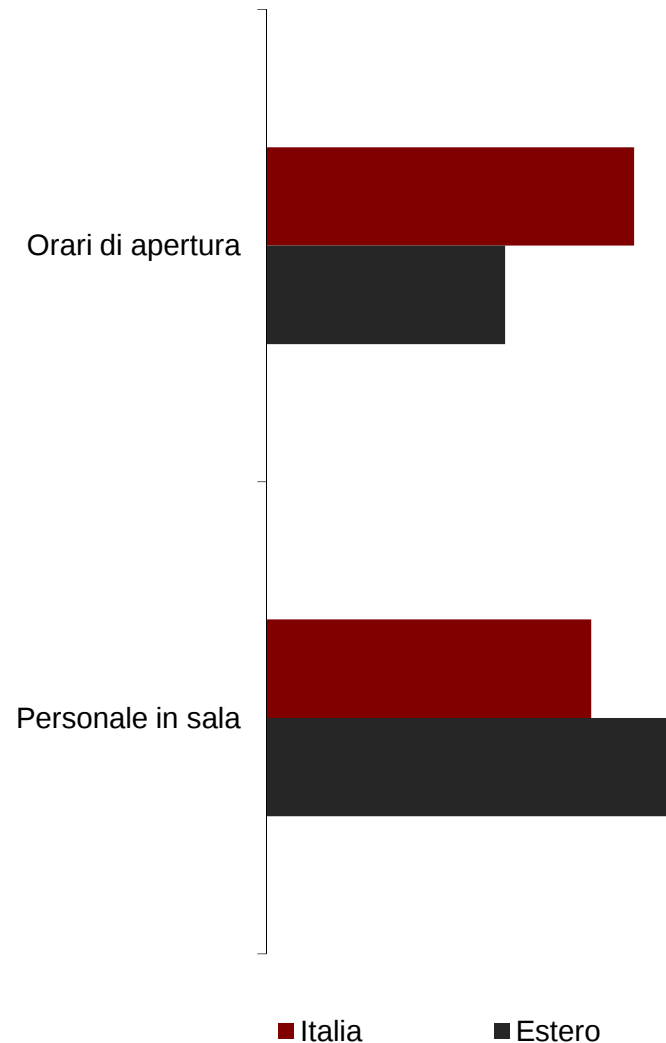
Villa di Massenzio è frequentata prevalentemente da romani (64%, in aumento rispetto al 37% del 2011), seguiti dagli italiani (da 21% a 26%) e dai turisti stranieri (in notevole discesa da 42% a 10%). La maggiore presenza di visitatori italiani potrebbe essere dipesa dal ponte del 1 novembre. Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



Analisi univariate

Risulta significativo l'incrocio con la provenienza rispetto agli orari apertura e personale in sala: i visitatori italiani sono più soddisfatti degli orari, mentre gli stranieri apprezzano di più l'assistenza in sala.

Unico altro incrocio significativo è quello tra la segnaletica sull'edificio e gli orari di apertura col giudizio rispetto alle aspettative, dove ad essere nettamente più soddisfatti su questi due aspetti sono coloro che dichiarano di avere un giudizio superiore alle proprie attese, mentre è rilevante che ad essere meno soddisfatti sugli orari sono quelli che hanno un giudizio uguale, piuttosto che inferiore.



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi. Il doppio asterisco indica una maggiore significatività tra i vari aspetti. Le variabili tra loro più correlate risultano essere i supporti informativi con il materiale all'accoglienza e la segnaletica esterna, quest'ultima anche con gli orari di apertura.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Personale in sala	Supporti informativi	Pulizia degli spazi	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,570**	,432**	,465**	,308*	,635**	,336**	,512**
Orari di apertura	,570**	1,000	,328**	,509**	,298*	,457**	,361**	,393**
Personale in biglietteria	,432**	,328**	1,000	,290**	,359**	,416**	,375**	,495**
Materiale all'accoglienza	,465**	,509**	,290**	1,000	,356**	,630**	,427**	,258*
Personale in sala	,308*	,298*	,359**	,356**	1,000	,440**	,421**	,532**
Supporti informativi	,635**	,457**	,416**	,630**	,440**	1,000	,433**	,458**
Pulizia degli spazi	,336**	,361**	,375**	,427**	,421**	,433**	1,000	,583**
Esperienza generale	,512**	,393**	,495**	,258*	,532**	,458**	,583**	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).

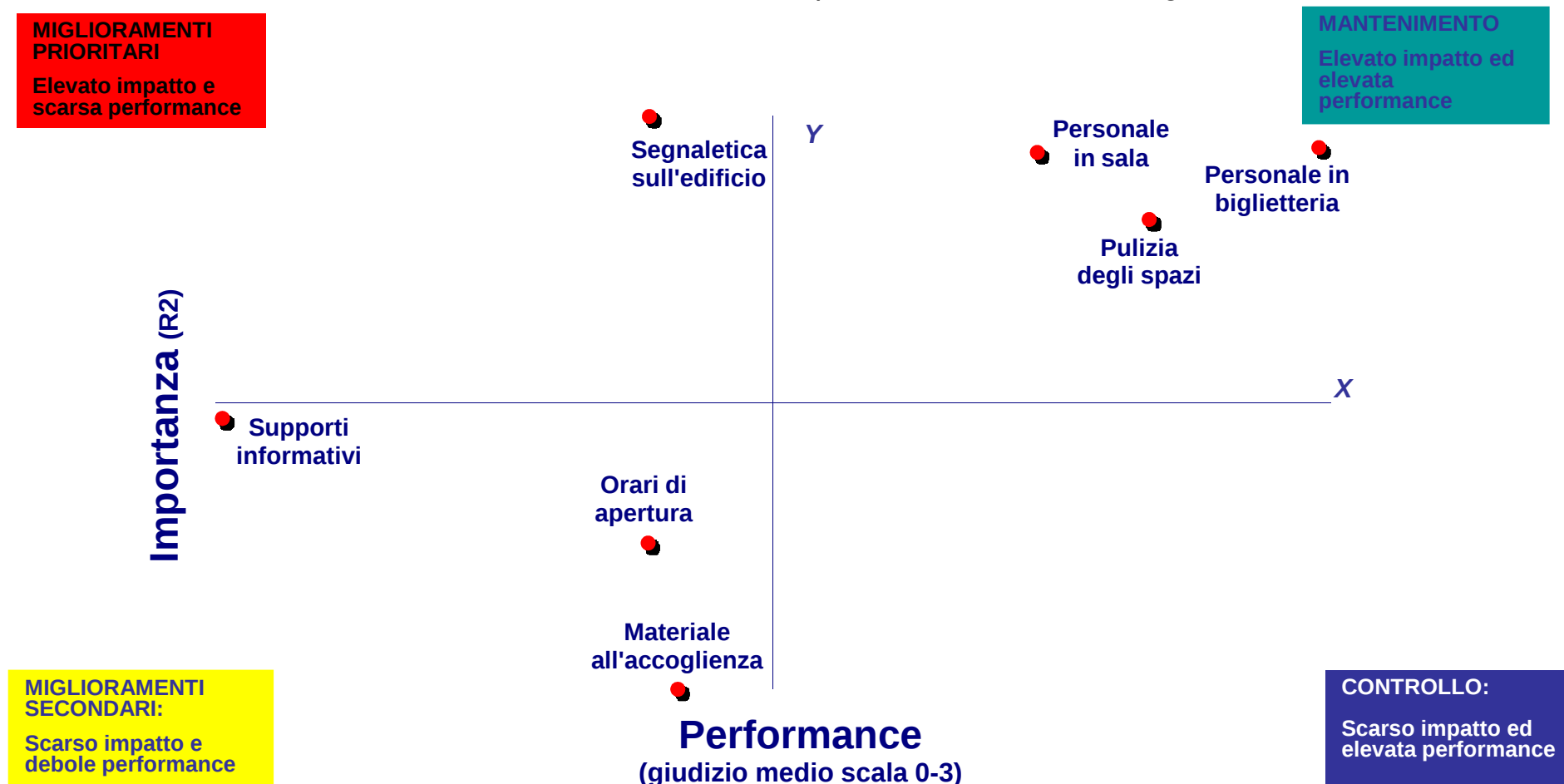
A *Villa di Massenzio* gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza generale sono i seguenti: la **pulizia degli spazi**, il **personale in sala** e la **segnaletica esterna**.

Tutti gli aspetti hanno un elevato coefficiente di correlazione e nessuno ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione complessiva.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza generale	
Pulizia degli spazi	0,583
Personale in sala	0,532
Segnaletica sull'edificio	0,512
Personale in biglietteria	0,495
Supporti informativi	0,458
Orari di apertura	0,393
Materiale all'accoglienza	0,258

Mappa delle priorità*

Il personale (sia in biglietteria che in sala) e la pulizia degli spazi sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti. La segnaletica sull'edificio è considerato invece un 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.



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

Suggerimenti

ELOGI tutto molto bello. **Totale 1.**

NIENTE da migliorare. **Totale 76.**

SUPPORTI INFORMATIVI – PANNELLI da aumentare (8), altro (6). **Totale 14.**

BIGLIETTO costoso, includere catacombe o altri musei, prevedere riduzioni se ci sono aree chiuse. **Totale 9.**

SEGNALETICA INTERNA manca una mappa, anche per il percorso. **Totale 6.**

ALTRO. **Totale 21.**

Allegato 1 - QUESTIONARIO VILLA DI MASSENZIO

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?

- ☐ stampa (quotidiani/riviste)
- ☐ www.museincomune.it e sito del museo
- ☐ altri siti internet
- ☐ stendardo esterno
- ☐ passando, per caso
- ☐ P.I.T.
- ☐ newsletter

- ☐ contact centre 060608
- ☐ depliant/locandina
- ☐ passaparola
- ☐ pubblicità
- ☐ Tv/radio/televideo
- ☐ scuola/università
- ☐ 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	☐	☐	☐	☐
5. Contact center 060608	☐	☐	☐	☐
6. Segnaletica esterna	☐	☐	☐	☐
7. Orari di apertura del museo	☐	☐	☐	☐
8. Personale di biglietteria	☐	☐	☐	☐
9. Materiale all'accoglienza	☐	☐	☐	☐
10. Guardaroba	☐	☐	☐	☐
11. Personale di assistenza in sala	☐	☐	☐	☐
12. Segnaletica interna	☐	☐	☐	☐
13. Posti a sedere	☐	☐	☐	☐
14. Supporti informativi	☐	☐	☐	☐
15. Supporti digitali	☐	☐	☐	☐
16. Pulizia degli spazi	☐	☐	☐	☐
17. Libreria	☐	☐	☐	☐
18. Caffetteria	☐	☐	☐	☐
19. ESPERIENZA GENERALE	☐	☐	☐	☐

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: _____