

Data 13/02/2013

Indagini di Customer Satisfaction

Macro Testaccio

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 *Macro Testaccio 2012*

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 172 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette dal 9 al 14 ottobre 2012 presso il Macro Testaccio (gli intervistati rappresentano il 15% degli ingressi totali, con un incremento del 32% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea *“FOTOGRAFIA Festival Internazionale di Roma (XI edizione - Work)”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione dell'85%, un margine di errore di stima di $\pm 5,35\%$. 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 buono, con una media di **2,37** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 95%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono il personale in biglietteria (2,75) e la pulizia degli spazi (2,46).

Tra i vari aspetti oggetto d'indagine il materiale disponibile all'accoglienza, la segnaletica interna e la libreria hanno una media al di sotto dello standard minimo di 2,10, anche se non risultano molto correlati all'esperienza generale. Solo il materiale e la segnaletica (sia interna che esterna sull'edificio) si collocano tra i miglioramenti prioritari nella mappa (cfr. pp. 17-18). La media relativa ai posti a sedere è al di sotto dello standard minimo, in quanto è pari a 1,07 e sono molti i visitatori che ne richiedono la presenza (n. 107 suggerimenti).

Non sono state realizzate azioni migliorative.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in buona parte da cittadini romani (57%, in discesa rispetto al 68% del 2011; gli stranieri passano da 9% a 17%), occupati dipendenti e liberi professionisti (32% per entrambe le categorie), in possesso di un titolo di laurea o superiore (64%), appartenenti alle fasce di età giovane compresa tra i 19 e i 39 anni (60%, in lieve discesa dal 67% del 2011).

Tra i mezzi di comunicazione si conferma il passaparola il più efficace (31%; nel 2011 era 39%), ma rispetto all'anno scorso aumenta la percentuale dei visitatori romani che affermano di conoscere il museo perché abitano in zona (da 0% a 10%), ma anche quella di chi lo scopre "passando per caso" (da 5% a 9%), soprattutto i turisti stranieri.

Tabella riassuntiva

Macro Testaccio 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana*	Deviazione standard**	Molto+Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,10	155	17	2,00	,731	82%
Orari di apertura	2,17	170	2	2,00	,822	82%
Personale in biglietteria	2,75	166	6	3,00	,473	98%
Materiale all'accoglienza	1,93	127	45	2,00	,910	71%
Personale in sala	2,37	131	41	2,00	,725	90%
Segnaletica interna	2,00	166	6	2,00	,696	76%
Supporti informativi	2,12	164	8	2,00	,817	77%
Pulizia degli spazi	2,46	172	0	3,00	,606	94%
Libreria	2,02	111	61	2,00	,646	84%
Esperienza generale	2,37	172	0	2,00	,593	95%

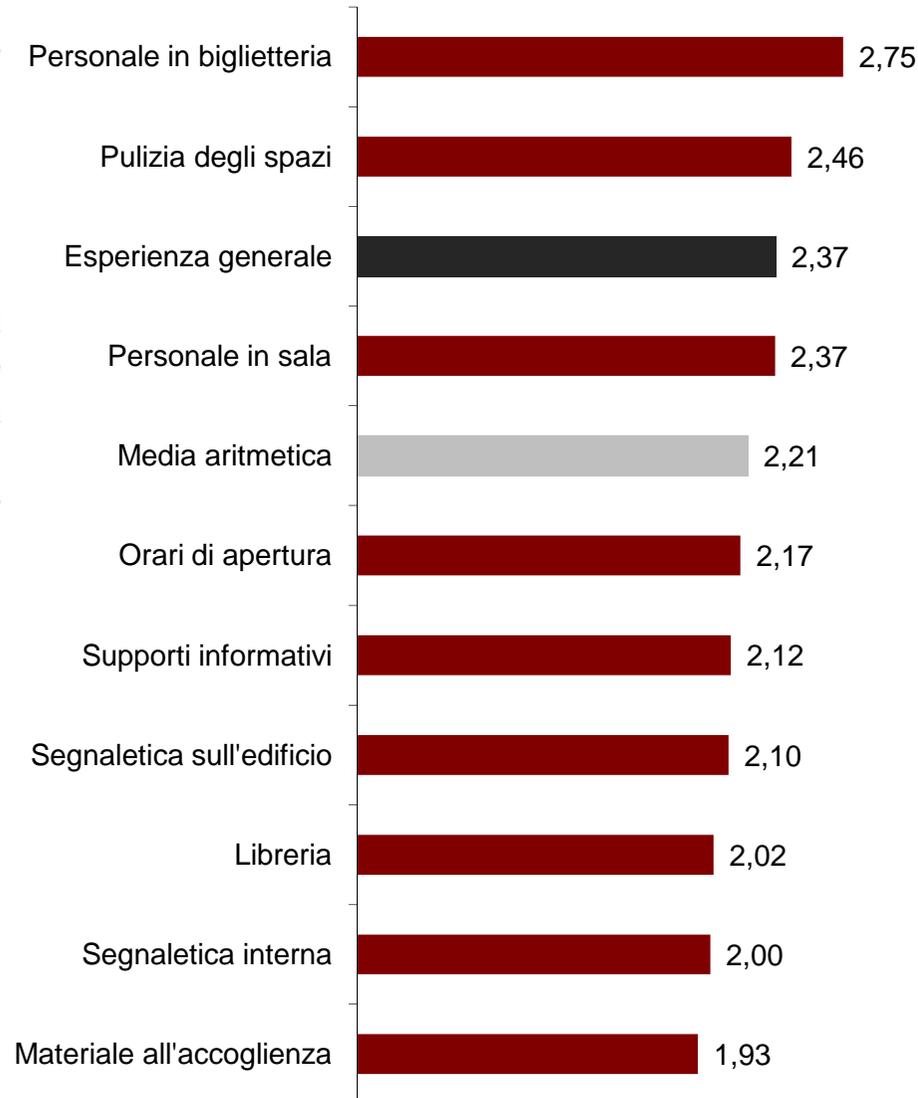
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,21).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

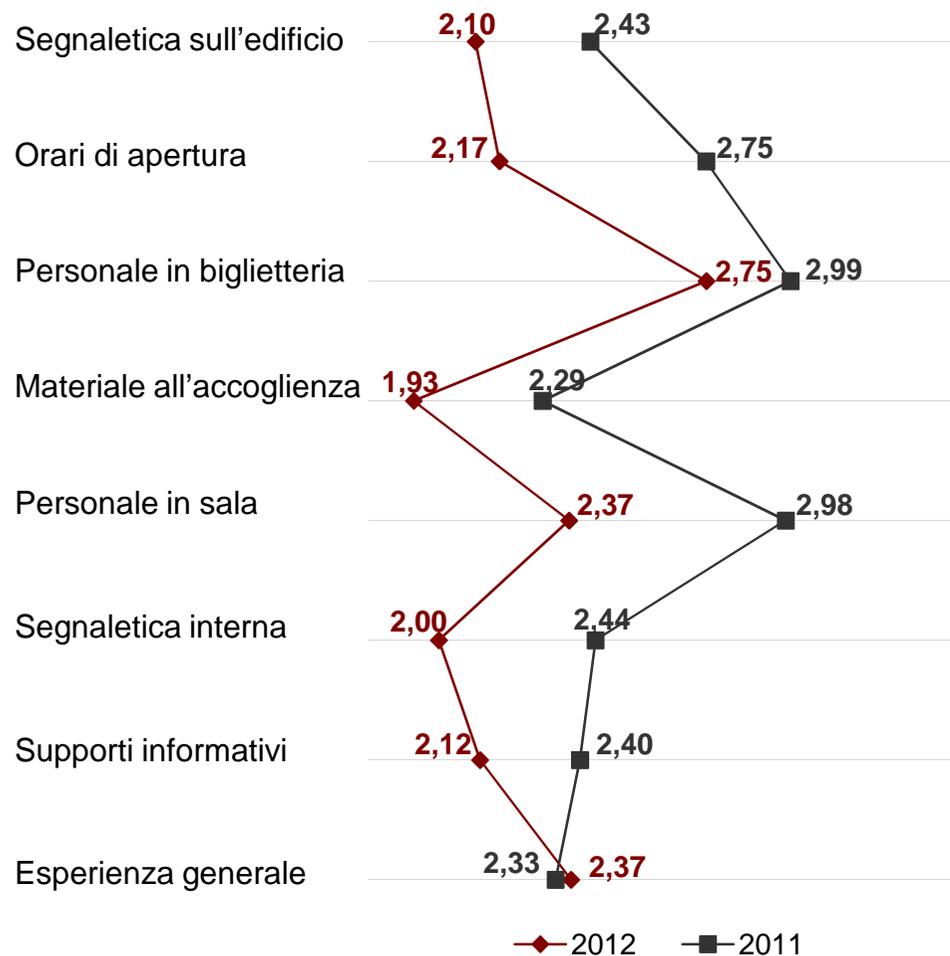
Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Al di sopra della media sull'esperienza generale vi sono il personale in biglietteria e la pulizia degli spazi, ovvero gli aspetti che registrano il più alto livello di soddisfazione.



Analisi del trend 2011-2012

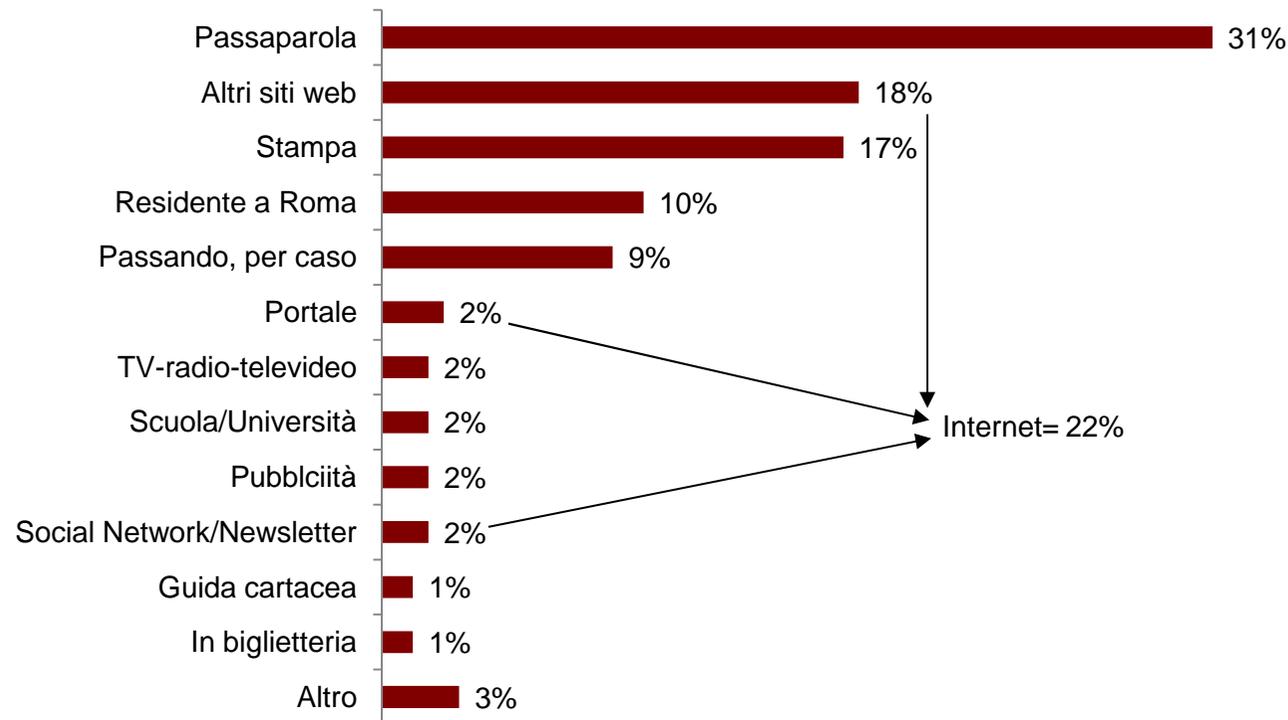
Il trend risulta piuttosto costante, ma si denota una flessione generale dei giudizi rispetto allo scorso anno. Nonostante ciò il dato positivo è che l'esperienza complessiva registra un aumento del livello medio di soddisfazione, indice che la mostra temporanea, ospitata durante il periodo di indagine, sia piaciuta al campione intervistato.



Come è venuto a conoscenza del Museo

Si conferma il passaparola il principale mezzo attraverso cui i visitatori intervistati sono venuti a conoscenza del museo (39% nel 2011), seguono il canale web (sale da 20% a 22%) e la stampa (scende da 24% a 17%).

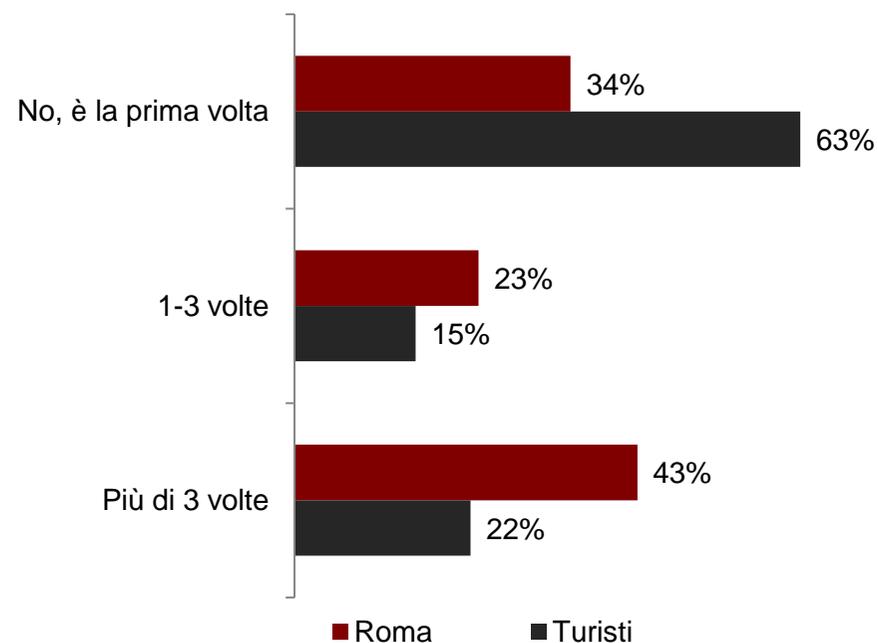
Risulta significativo che i visitatori italiani siano venuti a sapere del museo principalmente col passaparola (30%) e la stampa (19%), mentre la percentuale del passaparola sale al 38% per i turisti stranieri e passando per caso al 17%.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Circa la metà degli intervistati dichiara di avere già visitato il museo negli ultimi cinque anni (54%), mentre il 46% non vi è stato.

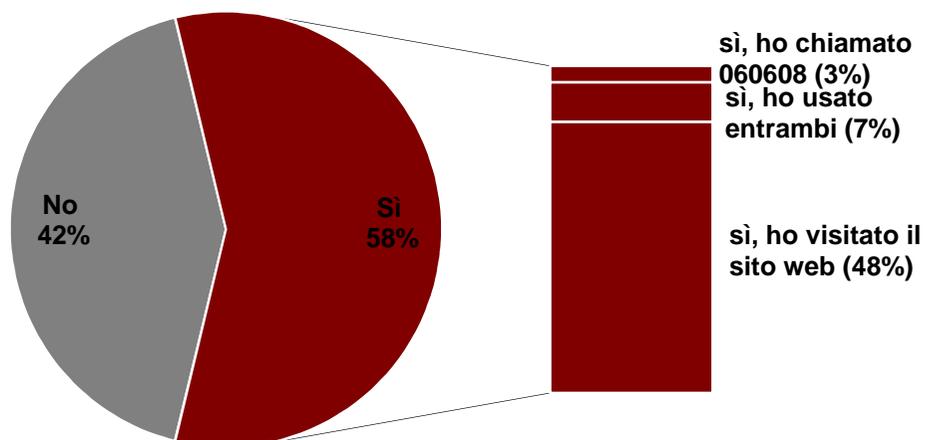
Risulta che la maggior parte dei turisti (63%) si è recata al museo per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre sono molti i cittadini romani che già lo hanno visitato, soprattutto più di 3 volte (43%).



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

Il 58% dei visitatori intervistati dichiara di essersi avvalso dei servizi informativi prima della visita (di cui ben il 48% utilizzando il sito web del museo, un 3% il Contact Center 060608 e un 7% risponde entrambi).

Il 58% degli intervistati ha rilasciato un giudizio sul sito web del museo (media di 1,70), mentre il 12% che ha risposto sul Contact Center 060608 non rappresenta una base statistica valida.



Macro Testaccio 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana	Deviazione standard	Molto+Abbastanza soddisfatti
Sito web del museo	1,70	100	72	2,00	,745	65%

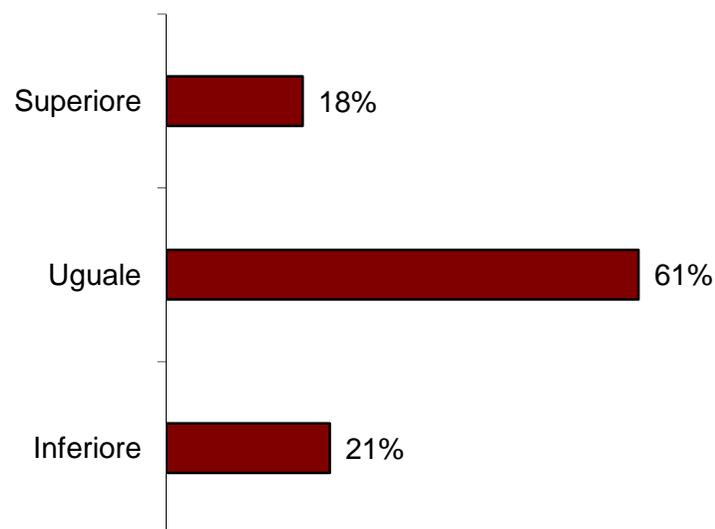
Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo visitato sia stata uguale alle aspettative (61%), per il 18% è stata superiore, mentre per il 21% il giudizio è stato inferiore rispetto alle attese.

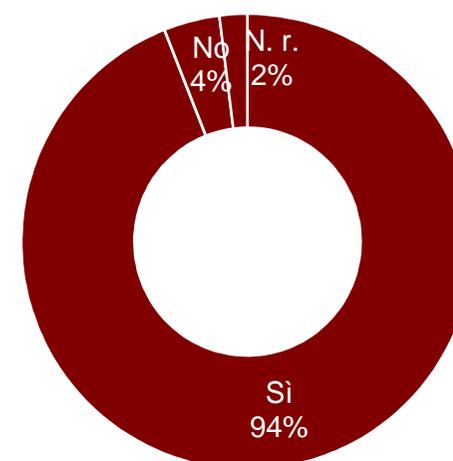
Risulta significativo l'incrocio con la provenienza, dove è da considerare che ben il 65% dei cittadini romani afferma di avere un giudizio uguale alle aspettative (58% per i turisti), mentre la percentuale di chi dichiara di avere un giudizio superiore alle attese è più alta per i turisti rispetto ai romani (rispettivamente 26% e 11%).

La quasi totalità del campione intervistato dichiara che consiglierebbe il museo visitato ad un amico (94%), mentre solo il 4% non lo farebbe; il restante 2% non risponde.

Giudizio rispetto alle aspettative

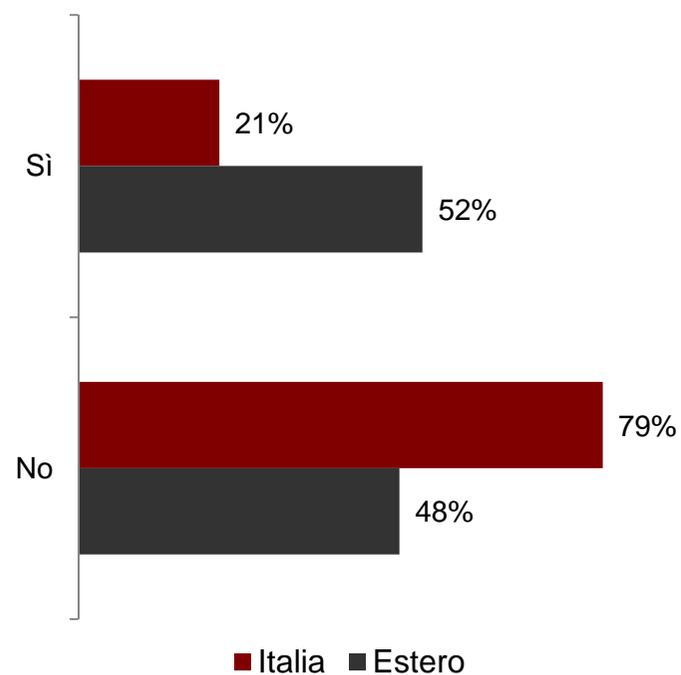


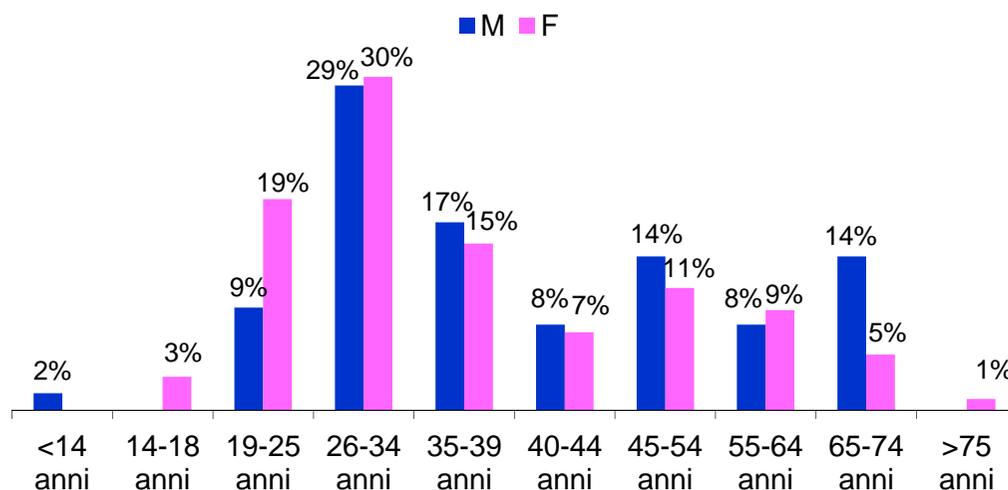
Consiglierebbe questo museo ad un amico



Conosce la Roma Pass

A tale domanda è risultato che il 26% del campione intervistato conosce la card *Roma Pass*. Gli stranieri sono quelli che risultano conoscere di più la card (52%), mentre i visitatori italiani la conoscono molto meno (79%).





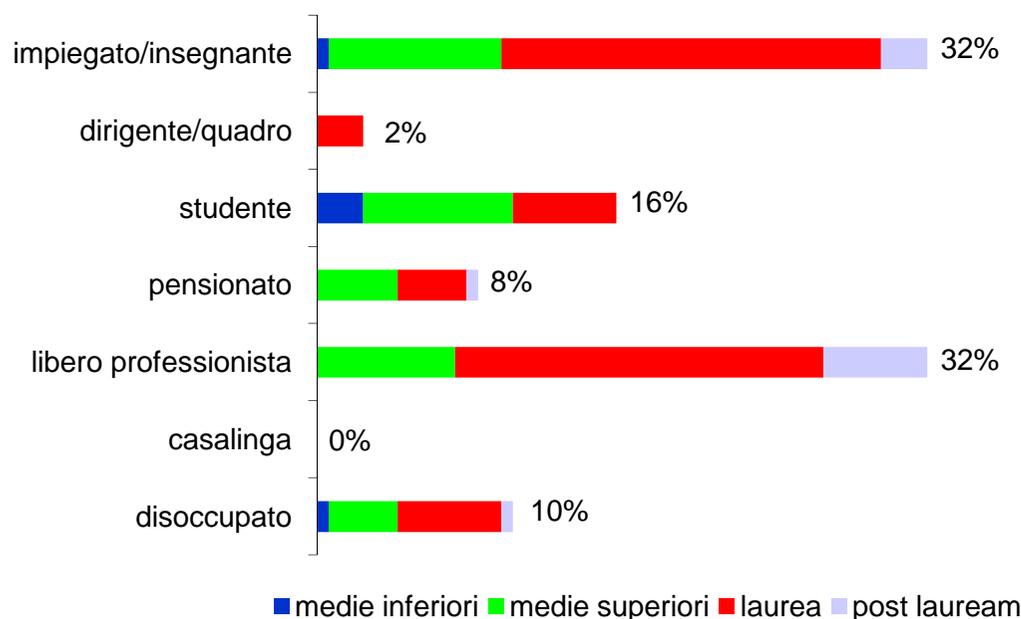
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il genere femminile (61%, nel 2011 era 54%), soprattutto per la fascia 19-25 anni, mentre gli uomini sono più numerosi nelle fasce 35-39, 45-54 e 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età giovane tra i 19 e i 39 anni, che raggiungono complessivamente il 60% sul totale (in lieve discesa dal 67% dell'anno scorso).

Le categorie professionali più rappresentate sono quelle degli occupati dipendenti e liberi professionisti con un 32% per entrambi (nel 2011 erano rispettivamente 44% e 29%).

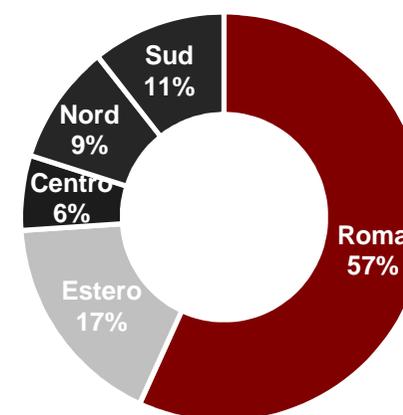
Il 64% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o superiore (in discesa dal 71% del 2011).



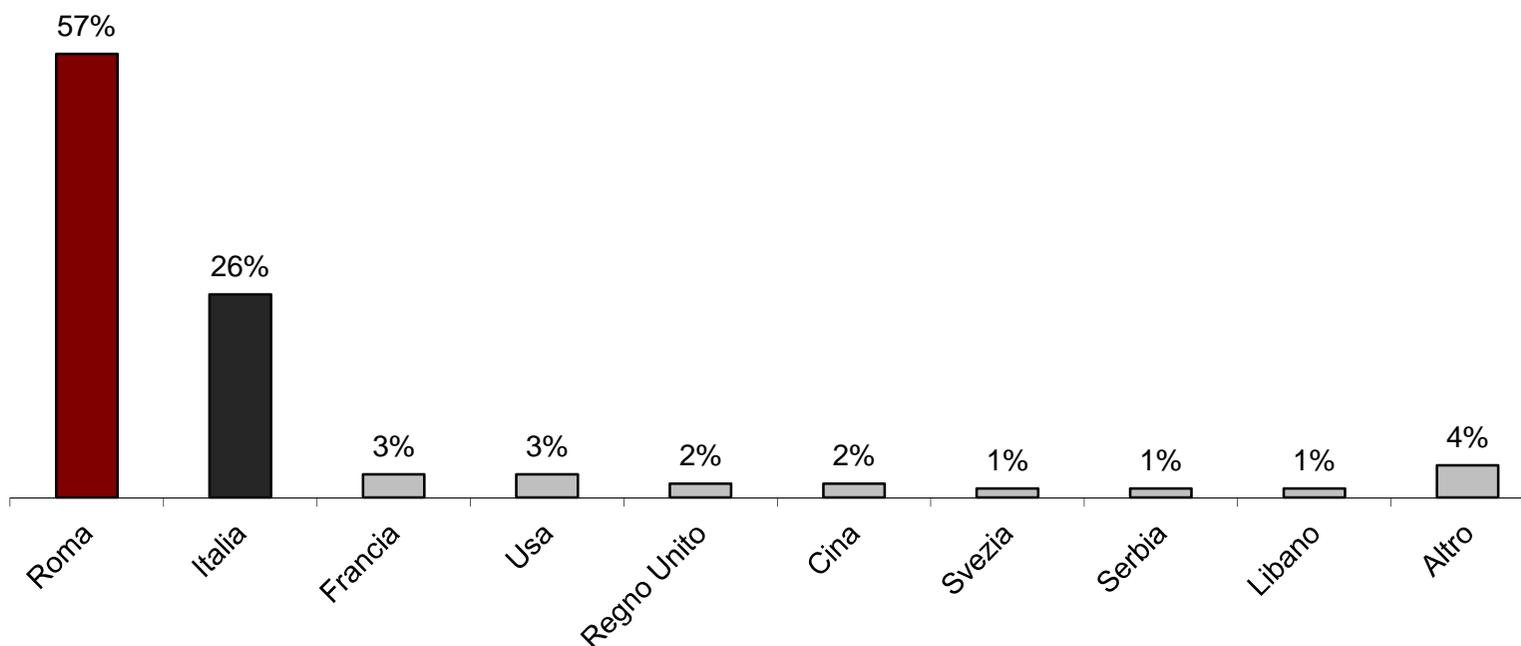
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il Macro Testaccio è frequentato prevalentemente da cittadini romani (57% in discesa rispetto al 68% del 2011), seguono i turisti italiani (26%, erano il 23% nel 2011) e stranieri (passano da 9% a 17%, probabilmente per la presenza di una mostra di richiamo internazionale).

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



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



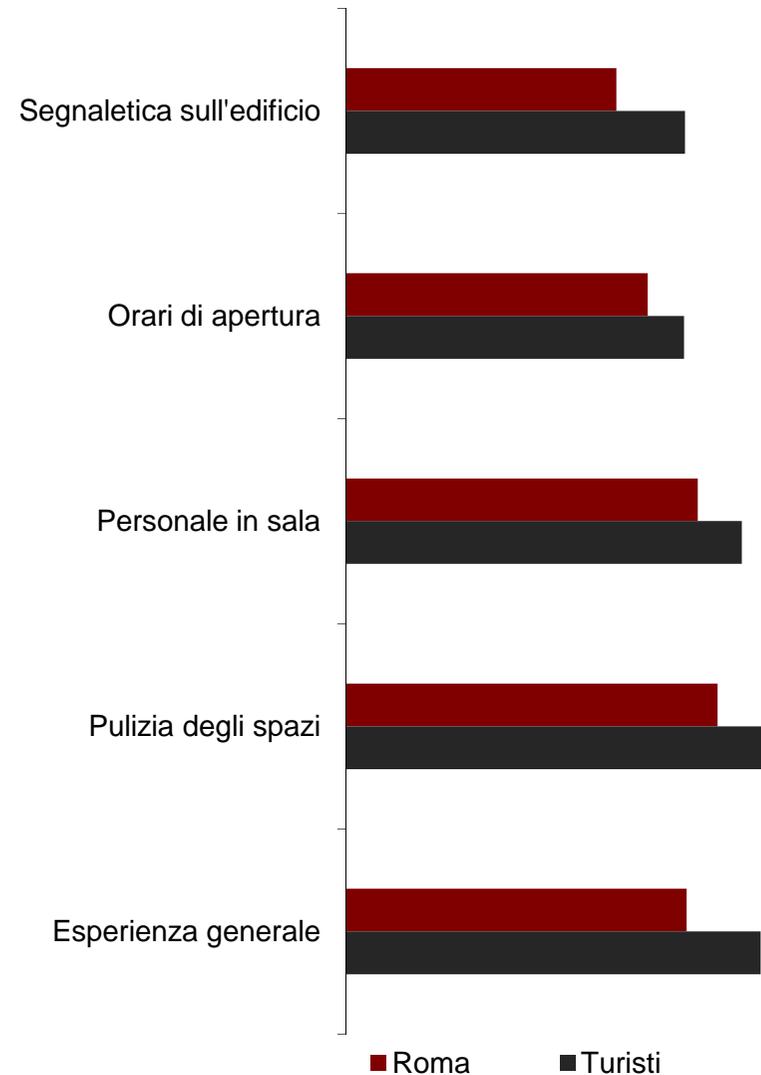
Analisi univariate

Risulta significativo per alcuni aspetti l'incrocio con la provenienza dei visitatori.

Dal grafico laterale si rileva una maggiore soddisfazione da parte dei turisti su tutti gli aspetti risultati significativi.

Rispetto al titolo di studio coloro che hanno una specializzazione post laurea sono mediamente i più soddisfatti sui seguenti aspetti: personale (in biglietteria e in sala), materiale all'accoglienza, pulizia degli spazi ed esperienza generale.

La fascia 45-54 anni è quella meno soddisfatta sia sulla segnaletica sull'edificio (aspetto più soddisfacente per la fascia 19-25 anni) che sul materiale disponibile all'accoglienza (gradito di più dai visitatori di età adulta 65-74 anni).



Correlazione 1/2

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

Le variabili tra loro più correlate risultano essere il personale in biglietteria con l'assistenza in sala, ma anche gli orari di apertura con la segnaletica sull'edificio.

Dalla tabella sottostante si denota come il personale in biglietteria abbia un coefficiente di correlazione di segno negativo (seppure minimo e non significativo) rispetto ai supporti informativi e alla libreria.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Personale in sala	Segnaletica interna	Supporti informativi	Pulizia degli spazi	Libreria	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,327**	,136	,103	,225*	,274**	,063	,055	,290**	,202*
Orari di apertura	,327**	1,000	,272**	,290**	,145	,162*	,086	,201**	,082	,075
Personale in biglietteria	,136	,272**	1,000	,204*	,363**	,182*	-,035	,152	-,006	,147
Materiale all'accoglienza	,103	,290**	,204*	1,000	,111	,240**	,080	,071	,268*	,210*
Personale in sala	,225*	,145	,363**	,111	1,000	,224*	,204*	,251**	,272**	,220*
Segnaletica interna	,274**	,162*	,182*	,240**	,224*	1,000	,281**	,232**	,233*	,208**
Supporti informativi	,063	,086	-,035	,080	,204*	,281**	1,000	,083	,243*	,132
Pulizia degli spazi	,055	,201**	,152	,071	,251**	,232**	,083	1,000	,202*	,213**
Libreria	,290**	,082	-,006	,268*	,272**	,233*	,243*	,202*	1,000	,123
Esperienza generale	,202*	,075	,147	,210*	,220*	,208**	,132	,213**	,123	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).

Non tutti coefficienti delle variabili sono risultati significativi, per tale motivo nella tabella laterale sono stati esclusi gli orari di apertura, il personale in biglietteria, i supporti informativi e la libreria.

Al *Macro Testaccio* gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono il personale in sala e la pulizia degli spazi.

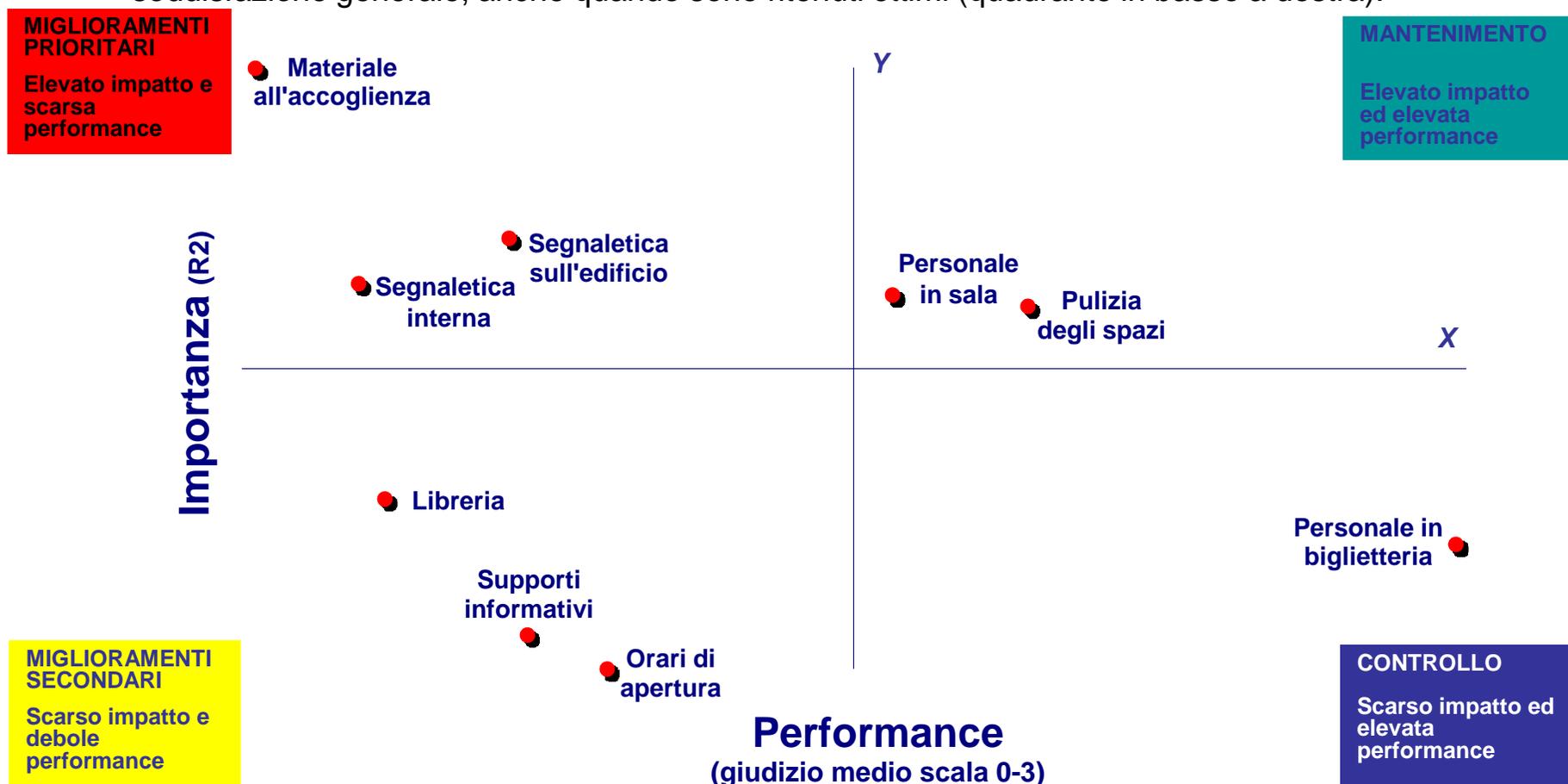
Nessuno degli aspetti oggetto d'indagine ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza generale	
Personale in sala	,220
Pulizia degli spazi	,213
Materiale all'accoglienza	,210
Segnaletica interna	,208
Segnaletica sull'edificio	,202

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il personale in sala e la pulizia degli spazi sono gli aspetti ritenuti più soddisfacenti e importanti. Tra gli aspetti prioritari da migliorare vi sono il materiale disponibile all'accoglienza, la segnaletica interna e sull'edificio (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

NIENTE da migliorare. **Totale 31.**

POSTI A SEDERE da aggiungere (65), mancano (42). **Totale 107.**

SEGNALETICA INTERNA poco chiara, confusa (37), da aumentare (5), altro (2). **Totale 44.**

ACCOGLIENZA più materiale. **Totale 34.**

PANNELLI non visibili, mal posizionati (14), più informazioni (8), poco chiari (7), altro (4). **Totale 33.**

SITO WEB non è di facile utilizzo, confuso (26), poche informazioni ed alcune inesatte (5), altro (1). **Totale 32.**

ORARI DI APERTURA aprire anche la mattina, da ampliare. **Totale 28.**

ASSISTENZA IN SALA poco personale, assente in alcune sale (11), altro (2). **Totale 13.**

LIBRERIA poco fornita. **Totale 13.**

CAFFETTERIA manca. **Totale 9.**

PULIZIA dell'area esterna, inadeguata. **Totale 6.**

ALTRO. **Totale 24.**

Allegato 1 - QUESTIONARIO MACRO TESTACCIO

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"/> 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: _____