

Data 13/02/2013

Indagini di Customer Satisfaction

Museo della Repubblica Romana e memoria garibaldina

6 Ottobre – 25 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
- 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 Repubblica Romana e memoria garibaldina 2012*

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 109 questionari autocompilati dai visitatori a campione dal 6 ottobre al 25 novembre 2012 presso il Museo della Repubblica Romana e memoria garibaldina (gli intervistati rappresentano il 58% degli ingressi totali, con un incremento del 9% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine). Durante l'indagine non era presente alcuna mostra temporanea.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione dell'80%, un margine di errore di stima di $\pm 7,54\%$.

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 sufficiente, con una media di **2,10** (coincidente allo standard) e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 79%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono il personale in biglietteria (2,57) e in sala (2,47), la pulizia degli spazi (2,34), la segnaletica interna (2,28), i supporti digitali (2,26) e informativi (2,20), ma anche la media aritmetica dei servizi indagati, il cui valore è 2,24.

Tra i vari aspetti oggetto d'indagine la segnaletica sull'edificio, gli orari di apertura e il materiale disponibile all'accoglienza hanno una media al di sotto dello standard minimo di 2,10. Ma è il materiale l'aspetto più correlato all'esperienza complessiva ed insieme ai supporti informativi si colloca 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 1,00 e tra i suggerimenti a risposta aperta i visitatori ne richiedono la presenza nelle sale (n. 15).

Nel 2012 come azione migliorativa è stata aggiunta una vela con il nome del museo in una lunetta dell'edificio.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito quasi totalmente da cittadini romani (91%, nel 2011 erano l'86% sul totale), pensionati (41%), in possesso di un titolo di laurea o superiore (47%), appartenenti alle fasce di età adulta oltre i 65 anni (47%, in lieve aumento dal 44% del 2011).

Tra i mezzi di comunicazione si conferma "passando, per caso" la modalità più frequente attraverso cui i visitatori vengono a conoscenza del museo (28%; nel 2011 era 24%), seguono la stampa (20%) e il passaparola (17%), come risultava anche dall'indagine precedente.

Tabella riassuntiva

Museo della Repubblica Romana e memoria garibaldina 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana*	Deviazione standard**	Molto+Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	1,94	97	12	2,00	,864	68%
Orari di apertura	2,01	104	5	2,00	,919	68%
Personale in biglietteria	2,57	108	1	3,00	,659	93%
Materiale all'accoglienza	2,05	102	7	2,00	,849	71%
Personale in sala	2,47	108	1	2,00	,703	90%
Segnaletica interna	2,28	103	6	2,00	,821	83%
Supporti informativi	2,20	108	1	2,00	,904	79%
Supporti digitali	2,26	106	3	2,00	,919	79%
Pulizia degli spazi	2,34	106	3	2,00	,803	85%
Esperienza generale	2,10	90	19	2,00	,808	79%

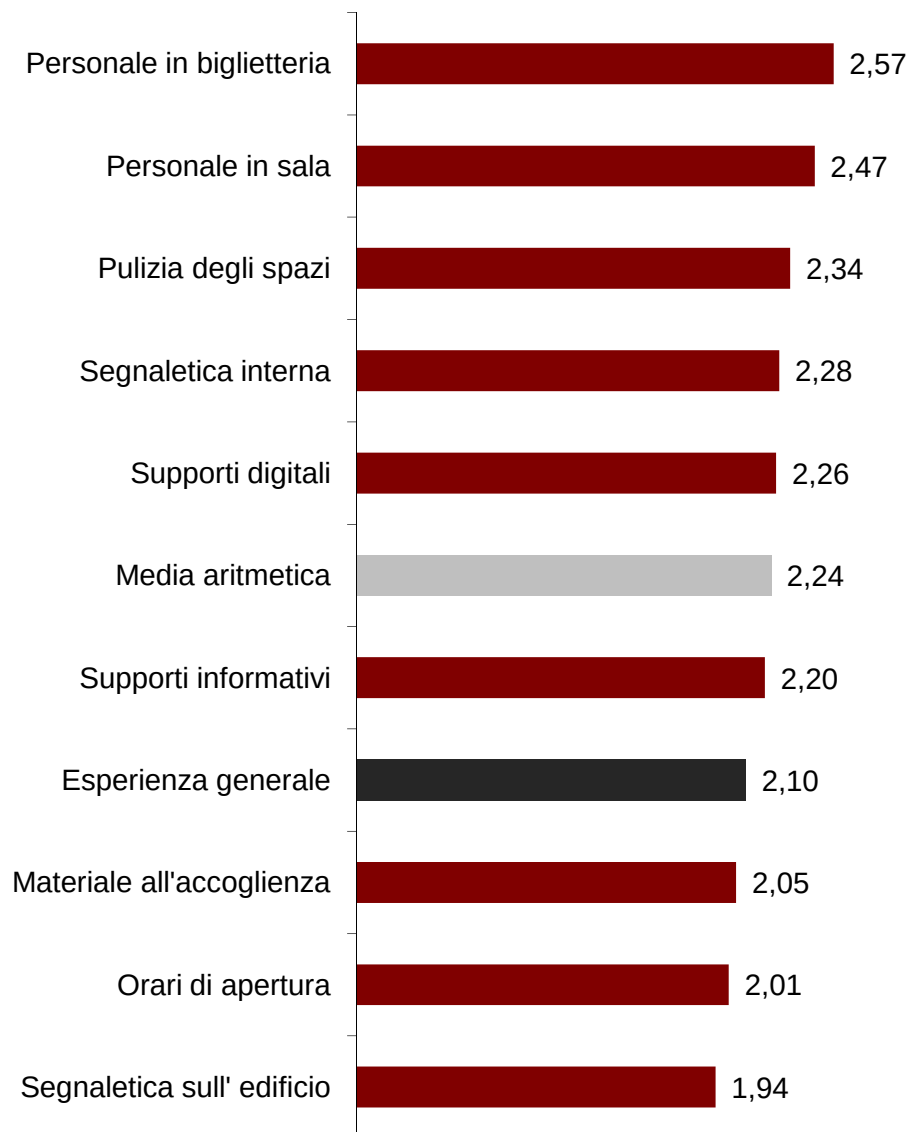
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,24).

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 si colloca la maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine: il personale in biglietteria e in sala, la pulizia degli spazi, la segnaletica interna, i supporti digitali e informativi, oltre che la media aritmetica dei servizi indagati.

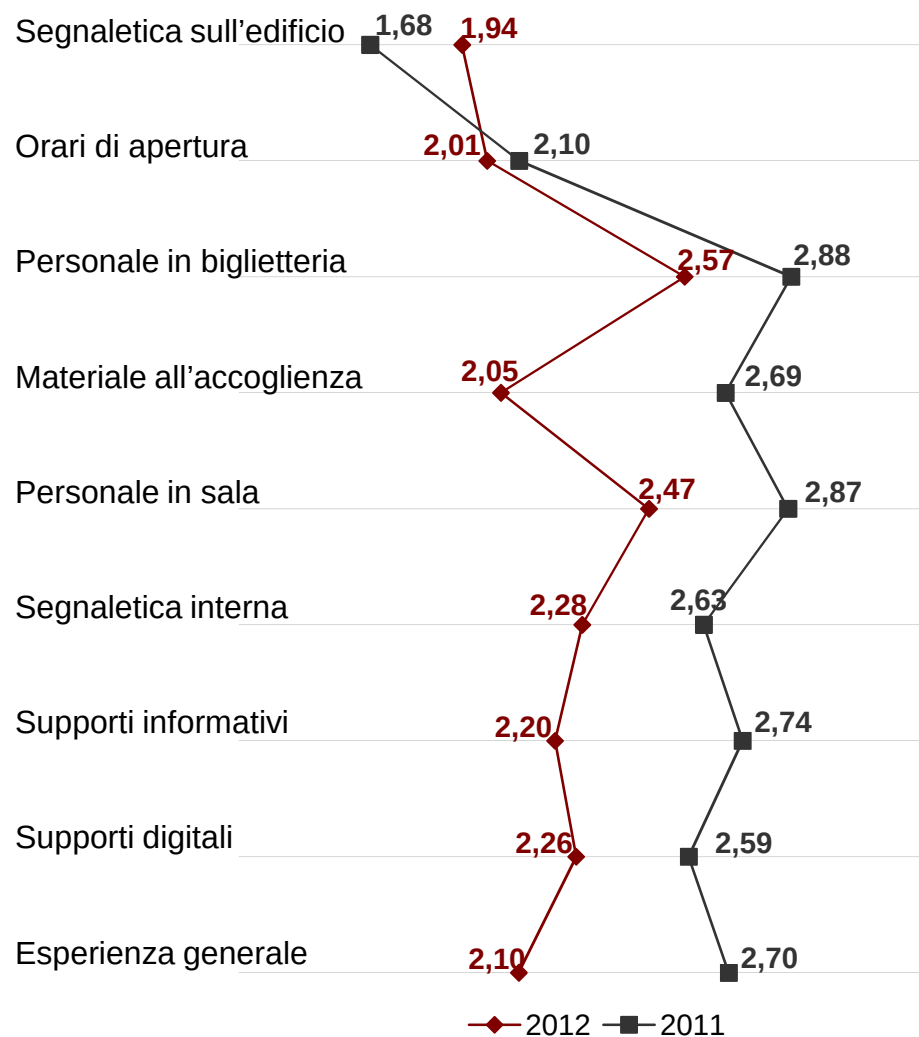


Analisi del trend 2011-2012

Il trend risulta piuttosto costante, ma si denota una flessione generale dei giudizi rispetto al 2011.

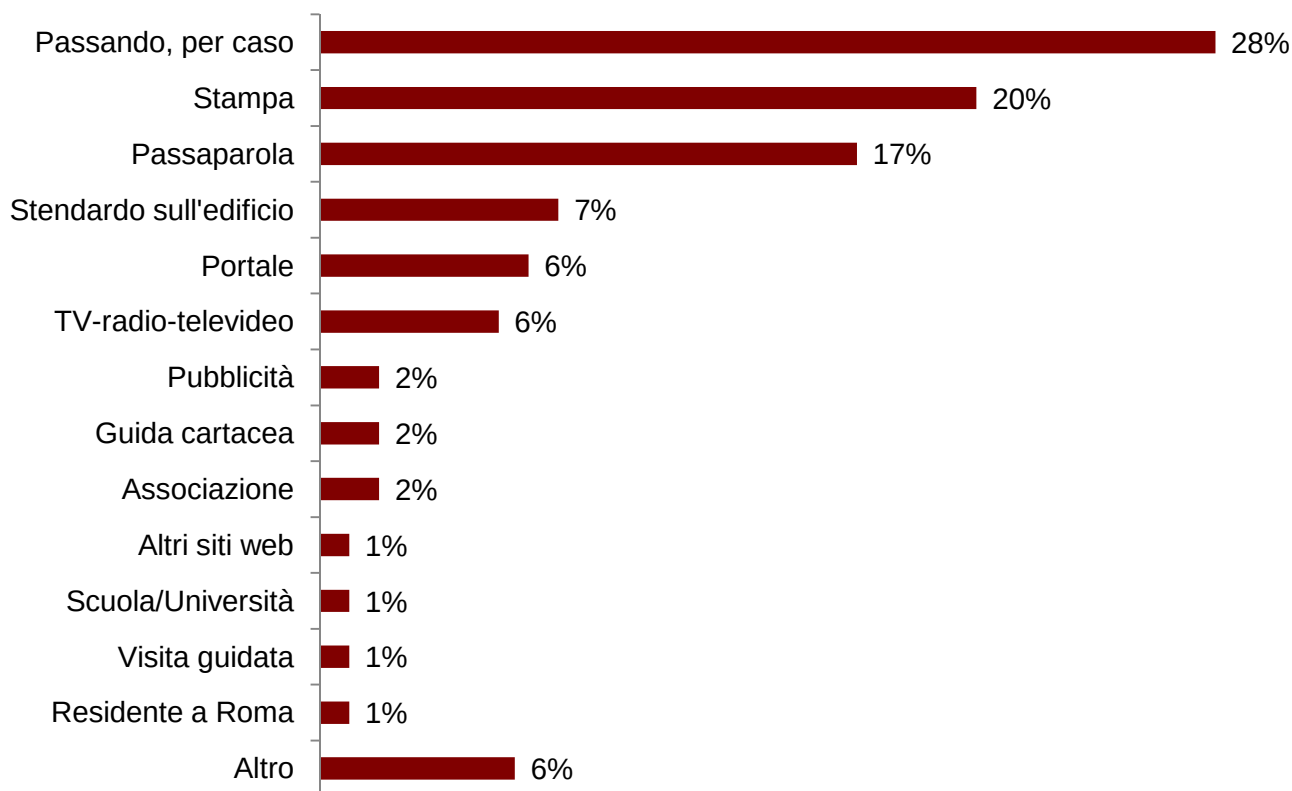
Ciò potrebbe dipendere dalla presenza durante l'indagine dell'anno scorso, dell'iniziativa *Le Giornate Europee del Patrimonio* che permetteva l'ingresso gratuito, ma anche dal fatto che il museo era stato inaugurato da qualche mese.

La segnaletica sull'edificio è l'unico aspetto che registra un aumento del livello medio di soddisfazione, dopo l'aggiunta di una vela con il nome del museo, ma la media è ancora al di sotto dello standard minimo, in quanto è pari a 1,94. Anche gli orari e il materiale disponibile all'accoglienza sono al di sotto di 2,10, mentre la media dell'esperienza generale ha un valore corrispondente ad esso.



Come è venuto a conoscenza del Museo

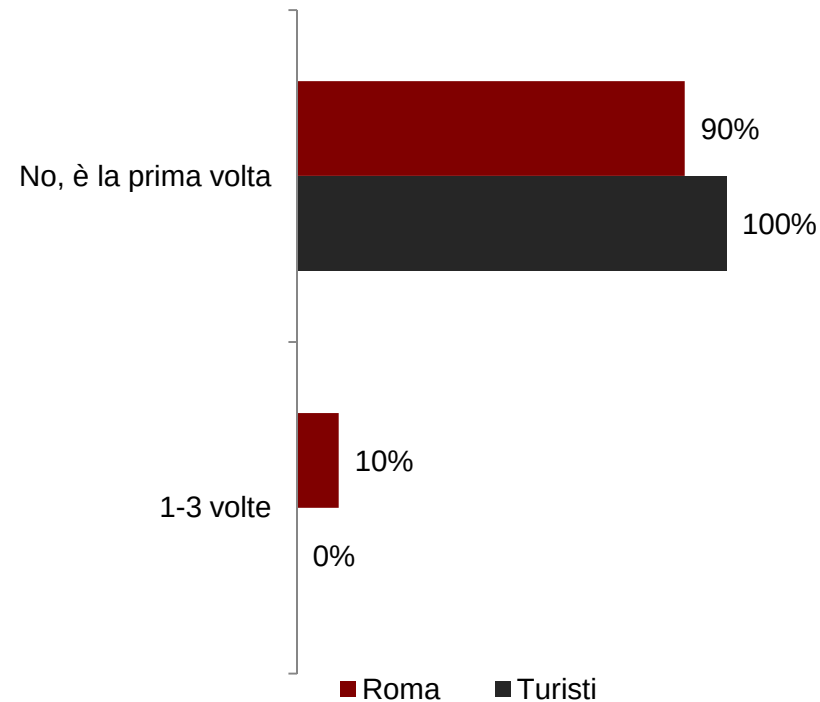
Si conferma “passando, per caso” la modalità più frequente attraverso cui i visitatori intervistati sono venuti a conoscenza del museo (28%, nel 2011 era 24%), la stampa (passa da 21% a 20%) e il passaparola (in lieve discesa da 19% a 17%). Rispetto all'anno scorso aumenta leggermente sia la percentuale relativa allo standardo (da 4% a 7%) che al portale (da 4% a 6%). Risulta significativo che i visitatori italiani siano venuti a sapere del museo principalmente passando per caso (30%) e attraverso la stampa (22%), mentre il campione ristretto di stranieri solo tramite il canale web o col passaparola.



Ha già visitato questo museo

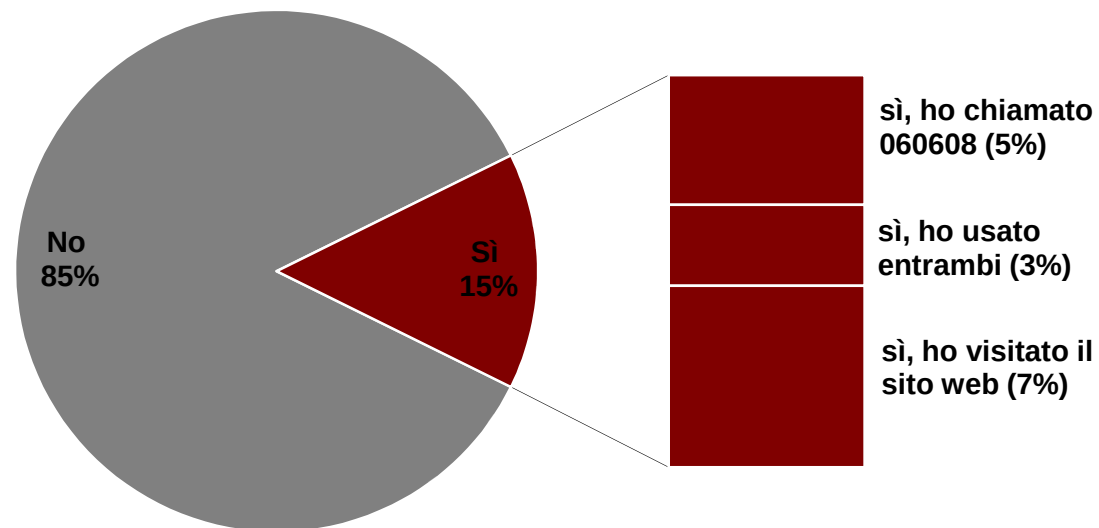
La quasi totalità degli intervistati (91%) dichiara di essersi recata al museo per la prima volta, mentre il 9% già vi è stato.

Risulta che il campione totale dei turisti (100%) non ha mai visitato prima il museo, mentre il 10% dei romani vi si è recato da 1 a 3 volte.



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

Il 15% dei visitatori intervistati dichiara di essersi avvalso dei servizi informativi prima della visita (di cui il 7% utilizzando il sito web del museo, un 5% il Contact Center 060608 e un 3% risponde entrambi).



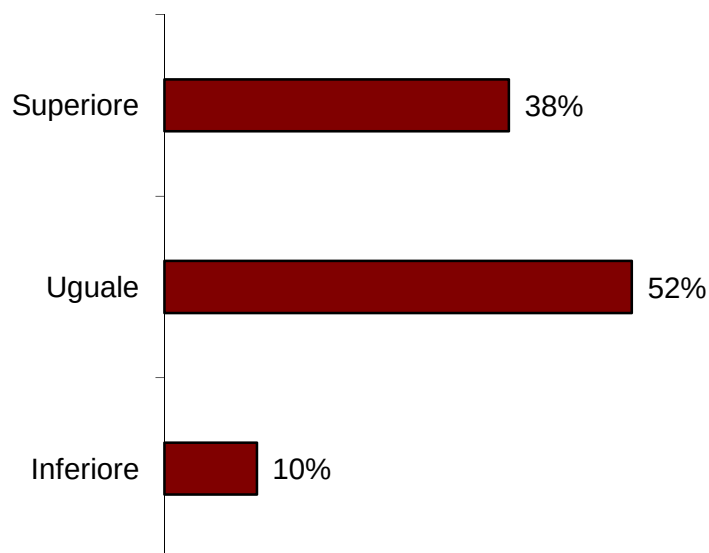
Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico

Poco più della metà dei visitatori intervistati (52%) dichiara che l'esperienza complessiva al museo visitato sia stata uguale alle aspettative, per il 38% è stata superiore, mentre per il 10% il giudizio è stato inferiore rispetto alle attese.

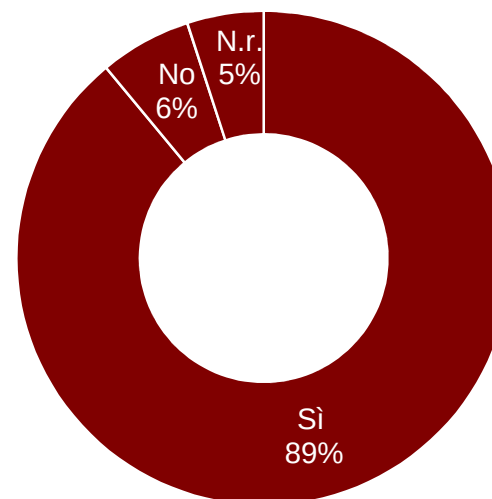
Risulta significativo l'incrocio con il titolo di studio, dove è da considerare che ad avere un giudizio superiore alle aspettative sono soprattutto i laureati o post laureati (rispettivamente 57% e 64%), mentre è uguale per la quasi totalità di chi ha un titolo di scuola media inferiore (84%).

L'89% del campione intervistato dichiara che consiglierebbe il museo visitato ad un amico, mentre solo il 6% non lo farebbe; il restante 5% non risponde.

Giudizio rispetto alle aspettative

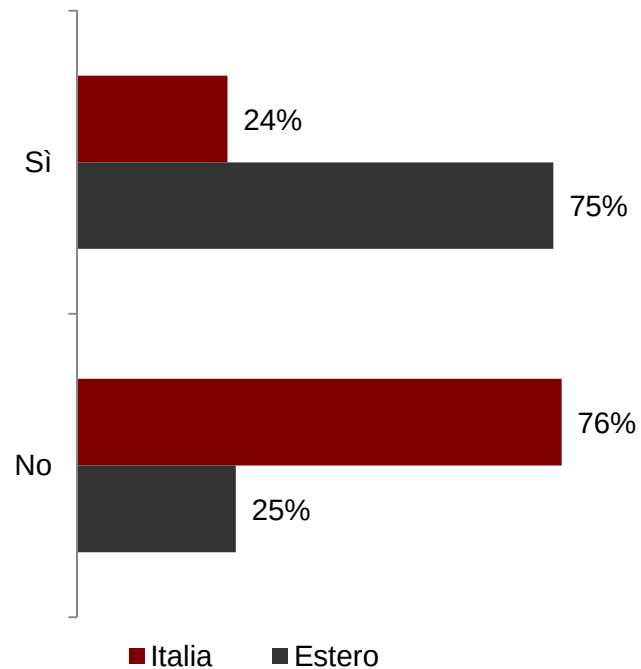


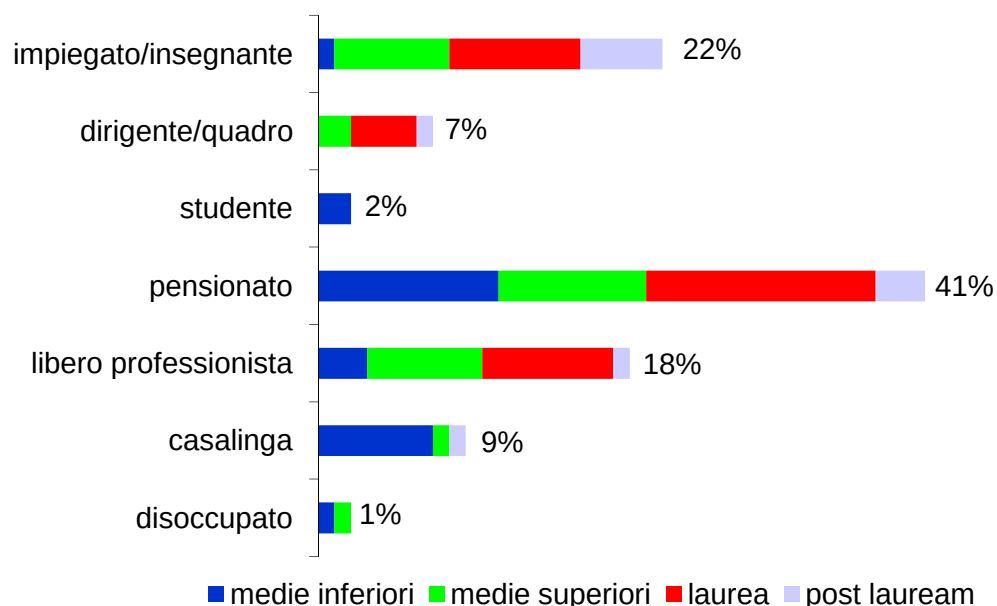
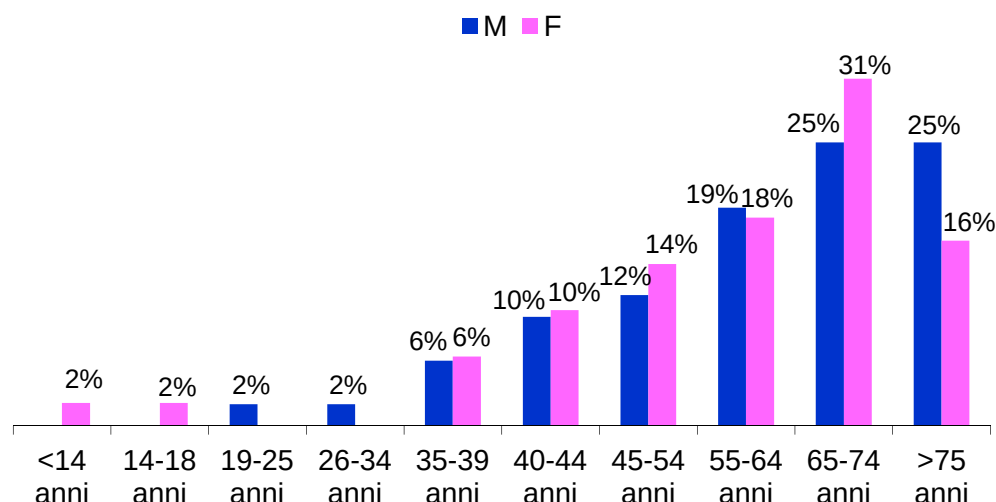
Consiglierebbe questo museo ad un amico



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 (75%), mentre tra gli italiani prevalgono coloro che non ne sono a conoscenza (76%).





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

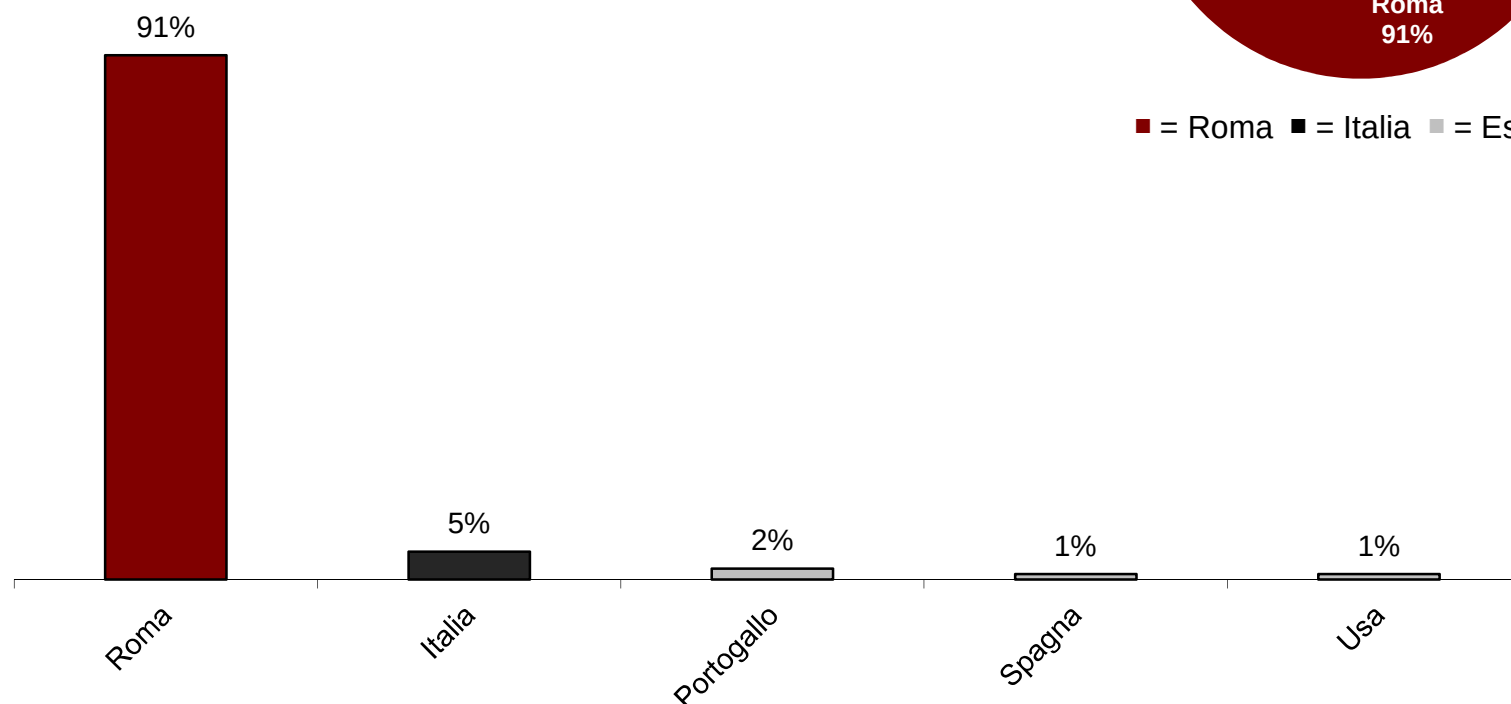
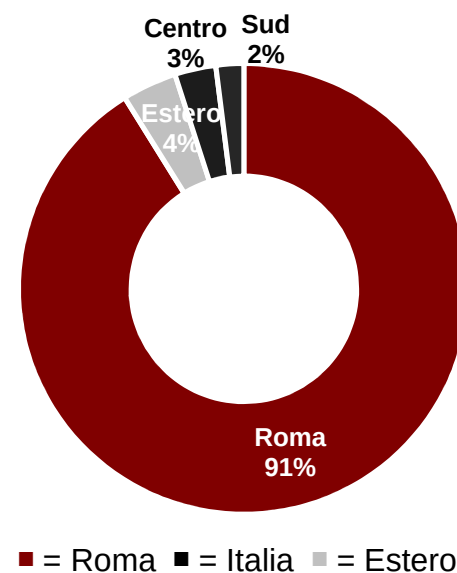
Quest'anno il campione risulta equamente ripartito tra genere maschile e femminile (50% per ciascuno; nel 2011 prevalevano gli uomini col 57% sul totale), anche se le donne sono più numerose nella fascia 65-74 anni e gli uomini in quella oltre i 75 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta oltre i 65 anni, che raggiungono complessivamente il 47% sul totale (in lieve aumento dal 44% dell'anno scorso).

Il 47% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o superiore (in discesa dal 53% del 2011). Tra le categorie professionali prevalgono i pensionati con il 41% sul totale complessivo (nel 2011 erano il 43%).

Analisi socio-demografica (provenienza)

Il Museo della Repubblica Romana e memoria garibaldina è frequentato prevalentemente da cittadini romani (91% in aumento rispetto all'86% del 2011), seguono i turisti italiani (5%, in discesa dal 12% nel 2011) e stranieri (passano da 2% a 4%). Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



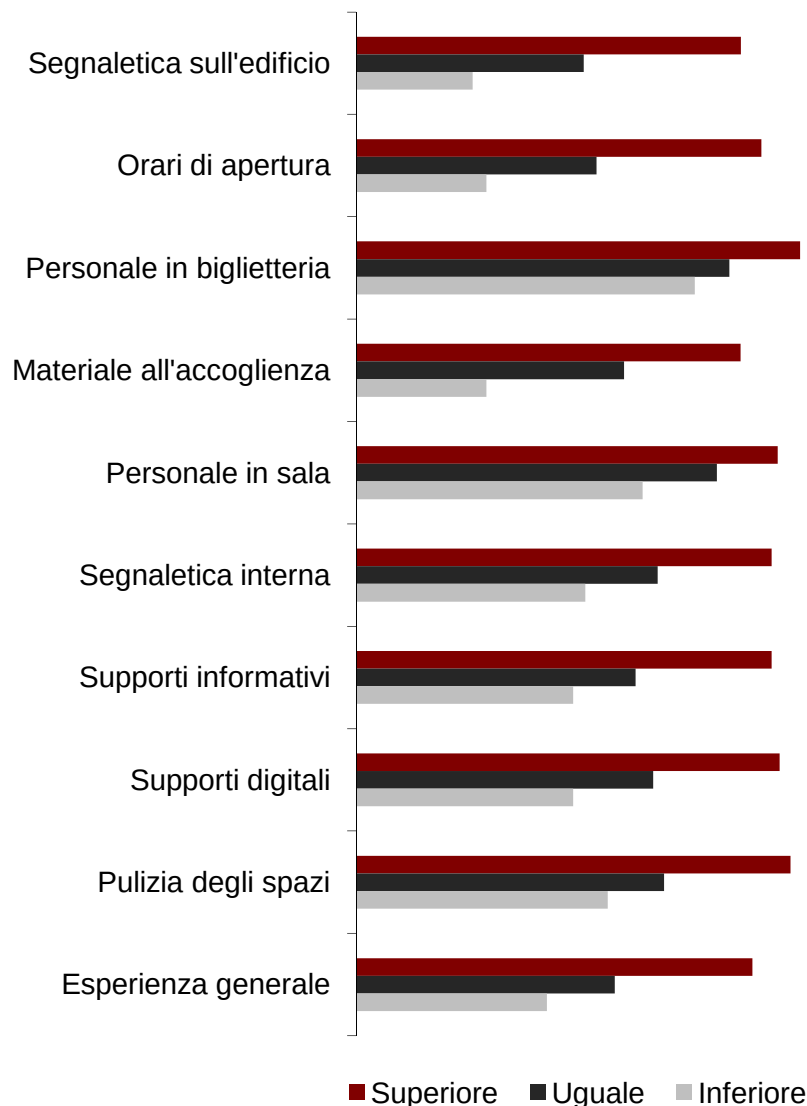
Analisi univariate

Risulta significativo per molti 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 sull'edificio, degli orari e del materiale disponibile all'accoglienza.

Rispetto al livello d'istruzione sono più soddisfatti i laureati o post laureati sulle seguenti variabili oggetto d'indagine: segnaletica sull'edificio, orari, personale in biglietteria, materiale disponibile all'accoglienza e pulizia degli spazi (aspetti invece meno soddisfacenti per chi ha un titolo di scuola media inferiore).

La fascia 55-64 anni è quella mediamente più soddisfatta sugli orari, sul materiale, sui supporti digitali e sulla pulizia degli spazi, che invece sono meno graditi dai visitatori più adulti (oltre i 65 anni).

Le donne apprezzano maggiormente la pulizia degli spazi, mentre gli uomini la segnaletica interna.



Correlazione 1/2

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

Le variabili più correlate risultano essere la segnaletica sull'edificio con gli orari di apertura e il materiale disponibile all'accoglienza, questi ultimi due aspetti sono correlati anche tra di loro e con la pulizia degli spazi, il personale in biglietteria con quello in sala e gli orari di apertura, i supporti informativi con quelli digitali e la segnaletica interna.

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	Supporti digitali	Pulizia degli spazi	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,837**	,465**	,776**	,441**	,593**	,566**	,482**	,633**	,660**
Orari di apertura	,837**	1,000	,623**	,763**	,560**	,545**	,542**	,365**	,704**	,627**
Personale in biglietteria	,465**	,623**	1,000	,658**	,736**	,449**	,285**	,211*	,554**	,491**
Materiale all'accoglienza	,776**	,763**	,658**	1,000	,599**	,572**	,453**	,398**	,685**	,717**
Personale in sala	,441**	,560**	,736**	,599**	1,000	,478**	,377**	,326**	,584**	,485**
Segnaletica interna	,593**	,545**	,449**	,572**	,478**	1,000	,699**	,669**	,589**	,634**
Supporti informativi	,566**	,542**	,285**	,453**	,377**	,699**	1,000	,844**	,663**	,656**
Supporti digitali	,482**	,365**	,211*	,398**	,326**	,669**	,844**	1,000	,529**	,677**
Pulizia degli spazi	,633**	,704**	,554**	,685**	,584**	,589**	,663**	,529**	1,000	,716**
Esperienza generale	,660**	,627**	,491**	,717**	,485**	,634**	,656**	,677**	,716**	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).

Al Museo della Repubblica Romana e memoria garibaldina gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono il **materiale disponibile all'accoglienza e la pulizia degli spazi**.

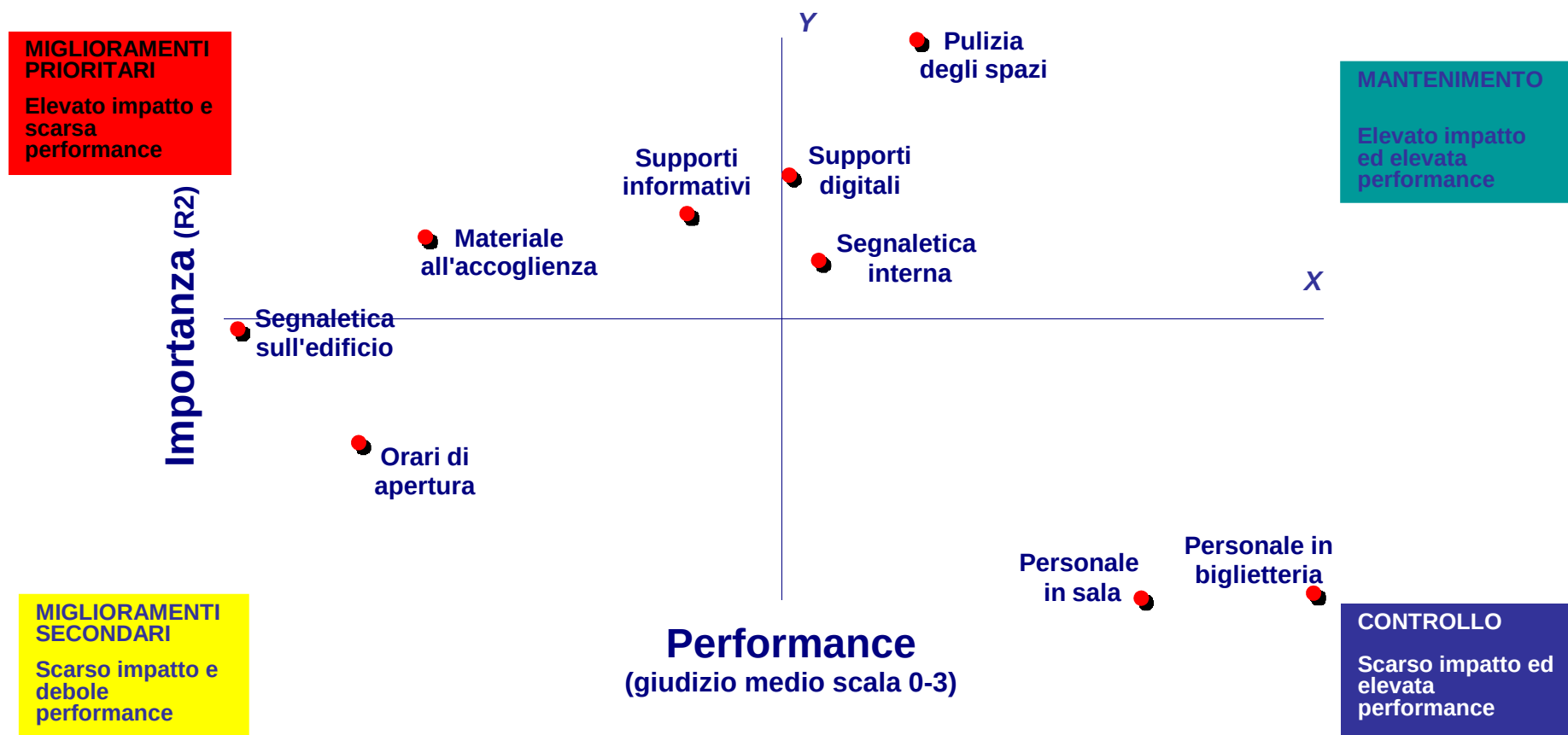
Tutti coefficienti delle variabili sono risultati significativi e nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza generale	
Materiale all'accoglienza	,717
Pulizia degli spazi	,716
Supporti digitali	,677
Segnaletica sull'edificio	,660
Supporti informativi	,656
Segnaletica interna	,634
Orari di apertura	,627
Personale in biglietteria	,491
Personale in sala	,485

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La pulizia degli spazi, i supporti digitali e la segnaletica interna sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti. Tra gli aspetti prioritari da migliorare vi sono invece il materiale disponibile all'accoglienza e i supporti informativi (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 eccellente, molto originale. **Totale 2.**

NIENTE da migliorare. **Totale 73.**

POSTI A SEDERE da aggiungere. **Totale 15.**

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

ALTRO. **Totale 23.**

Allegato 1 - QUESTIONARIO MUSEO DELLA REPUBBLICA ROMANA E MEMORIA GARIBALDINA

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?**

- | | |
|--|--|
| ☐ stampa (quotidiani/riviste) | ☐ contact centre 060608 |
| ☐ www.museincomune.it e sito del museo | ☐ depliant/locandina |
| ☐ altri siti internet | ☐ passaparola |
| ☐ standard esterno | ☐ pubblicità |
| ☐ passando, per caso | ☐ Tv/radio/televideo |
| ☐ P.I.T. | ☐ scuola/università |
| ☐ newsletter | ☐ 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: _____