



Indagini di Customer Satisfaction

Museo della Civiltà Romana

8 – 13 Ottobre 2013

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 13/1/2014*

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 2012-2013
- Come è venuto a conoscenza del Museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato la Roma Pass
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi fattoriale e cluster
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario 2013 *somministrato nei Musei del Sistema*

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 221 questionari distribuiti a campione e auto-compilati dal 22 al 27 ottobre 2013 presso il Museo della Civiltà Romana (gli intervistati rappresentano il 30% degli ingressi totali al museo).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 4,45\%$.

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.

Durante l'indagine non era in corso nessuna mostra temporanea.

Sintesi dei risultati

Il livello medio di soddisfazione dell'esperienza generale è di **2,49**, con una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 87%. Al di sopra della media sull'esperienza generale sono i servizi che hanno una media di soddisfazione elevata: **pulizia degli spazi (2,68)**, **guardaroba (2,67)**, **collezione (2,65)**, **personale in libreria (2,62)**, **personale in biglietteria (2,60)**, **libreria (2,53)**.

Gli aspetti che non raggiungono lo standard di 2,10 sono anche quegli aspetti che raccolgono il numero maggiore di suggerimenti: posti a sedere che mancano (media 2,10, 33 suggerimenti), supporti digitali che mancano o non funzionano (media 1,63 e 30 suggerimenti), all'apertura anche nel pomeriggio (media 2,08, 30 suggerimenti).

Dalla mappa delle priorità solo la **libreria**, è l'aspetto più importante e soddisfacente mentre non emergono aspetti da migliorare (cfr. p. 19). Nella correlazione emergono come elementi più importanti per la soddisfazione finale il personale in libreria, la libreria, la collezione, la pulizia degli spazi e il personale in sala (cfr. p. 18).

Il profilo del visitatore è costituito soprattutto da **turisti stranieri** (73% soprattutto francesi e tedeschi), **maschi** (55%), di età compresa tra **40 e 64 anni** (il 47%) **impiegati** (34%) e **studenti** (21%). Il 66% del campione ha conseguito un titolo di **laurea o superiore**. Il 26% del pubblico intervistato è venuto al museo in coppia o con famiglia o con la scuola (entrambe le voci rappresentano il 21% del campione). Il 13% consiglierebbe il museo. Il 67% dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo e di aver visitato oltre 3 musei nell'ultimo anno (82%). Il 3% ha utilizzato la Roma Pass per entrare al museo.

Sono venuti a conoscenza del museo soprattutto attraverso "scuola/università" (30%), e il "web" (23%).

Tabella riassuntiva

ICS Museo della Civiltà Romana 2013	Media	Mediana	Casi Validi	Mancanti	Deviazione std.	servizio non utilizzato	% Deliziati (molto sodd.)	% per niente sodd	% molto+abb. Sodd
Segnaletica esterna	2,22	2	195	26	,778	10%	42%	2%	83%
Orari di apertura	2,08	2	216	5	,823	0%	37%	1%	73%
Personale in biglietteria	2,60	3	213	8	,529	3%	62%	0%	98%
Materiale all'accoglienza	2,18	2	155	66	,871	29%	43%	6%	81%
Guardaroba	2,67	3	122	99	,521	44%	70%	0%	98%
Personale in sala	2,42	3	177	44	,773	16%	56%	3%	89%
Segnaletica interna	2,30	2	202	19	,800	6%	49%	3%	85%
Posti a sedere	2,10	2	189	32	,908	13%	41%	5%	74%
Supporti informativi	2,35	3	213	8	,796	2%	53%	2%	85%
Supporti digitali	1,63	2	133	88	,957	37%	23%	11%	52%
Pulizia degli spazi	2,68	3	219	2	,498	0%	69%	0%	99%
Personale in libreria	2,62	3	97	124	,509	51%	63%	0%	99%
Libreria	2,53	3	111	110	,536	43%	55%	0%	98%
Collezione	2,65	3	220	1	,597	0%	71%	0%	95%
Esperienza generale	2,49	3	219	2	,586	0%	53%	0%	96%

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

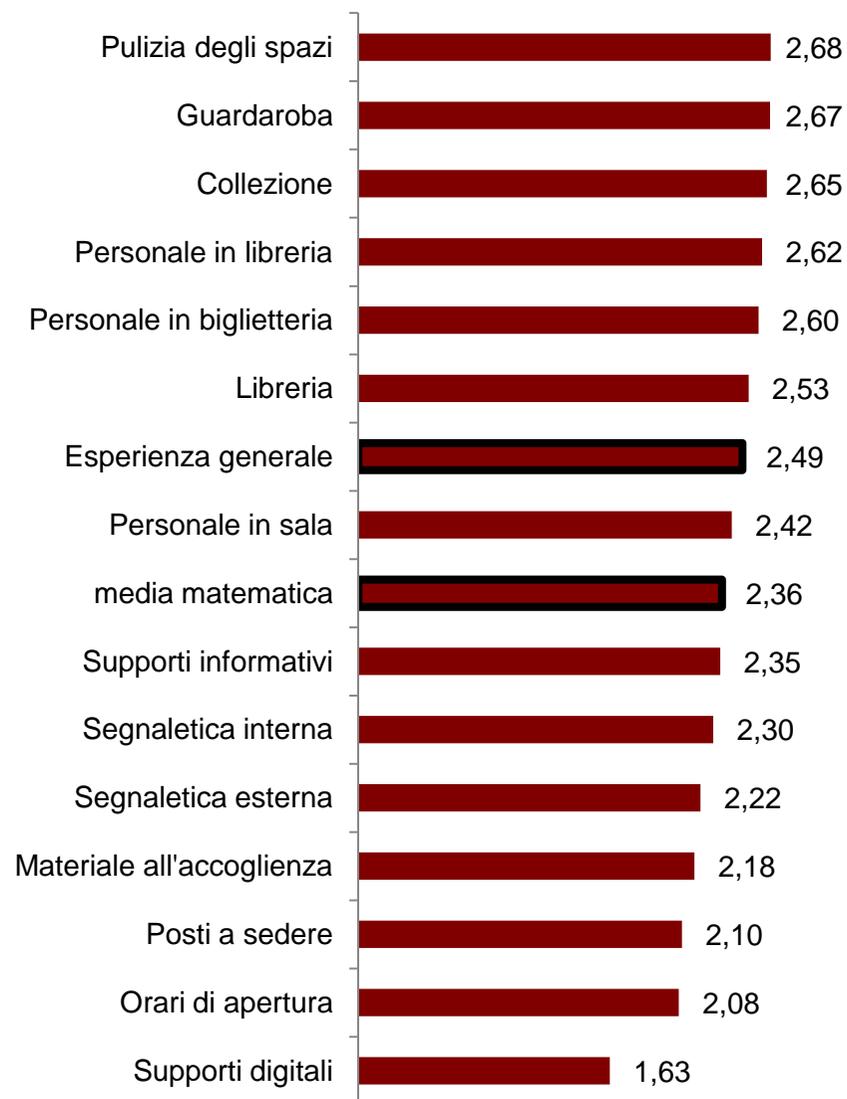
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,36).

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.

Tutte le medie sono al di sopra dello standard fissato a 2,10, tranne gli orari di apertura e i supporti digitali.

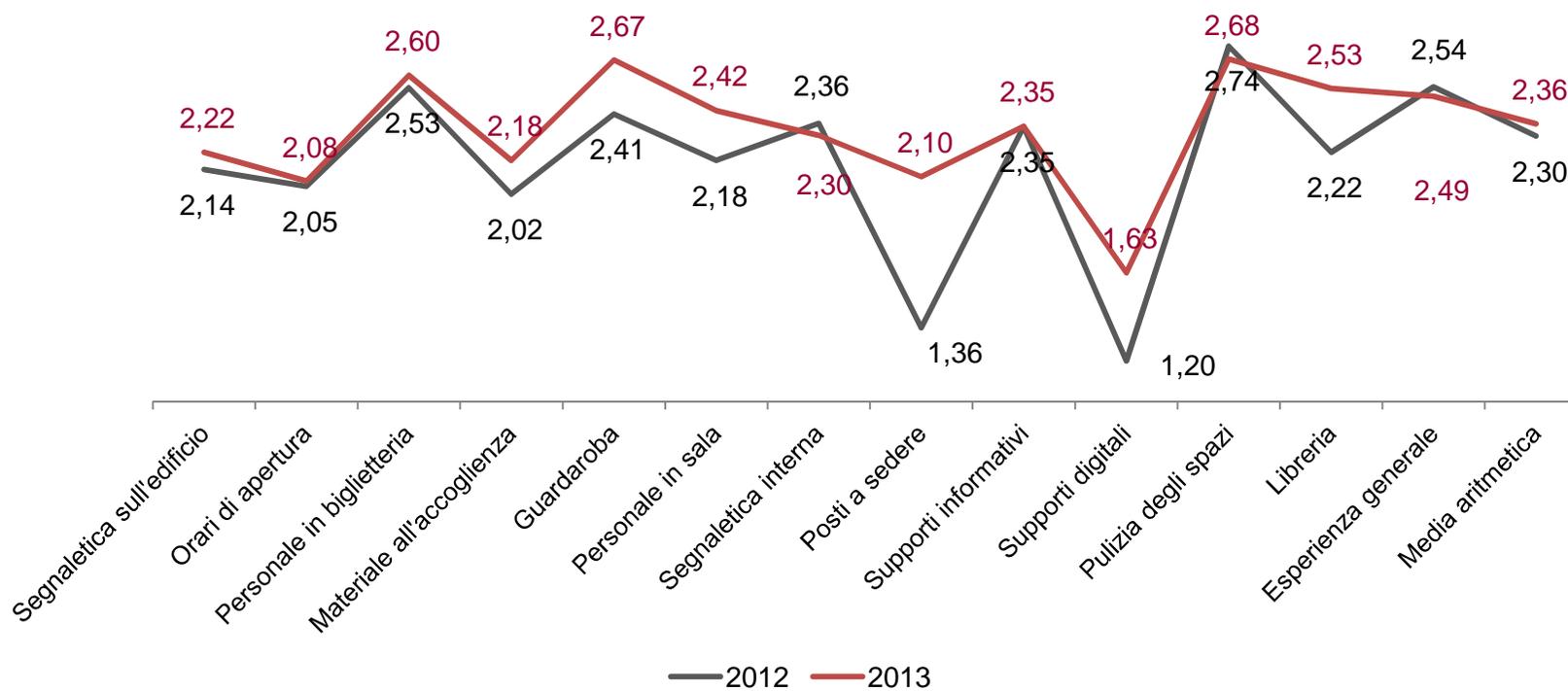
Al di sopra della media sull'esperienza generale sono i servizi che hanno una media di soddisfazione molto elevata: **pulizia degli spazi, guardaroba, collezione, personale in libreria, personale in biglietteria, libreria.**



Analisi del trend 2012-2013

Il trend risulta costante tra i due anni ma si rileva un miglioramento su tutti gli aspetti soprattutto i posti a sedere, la libreria e i supporti digitali.

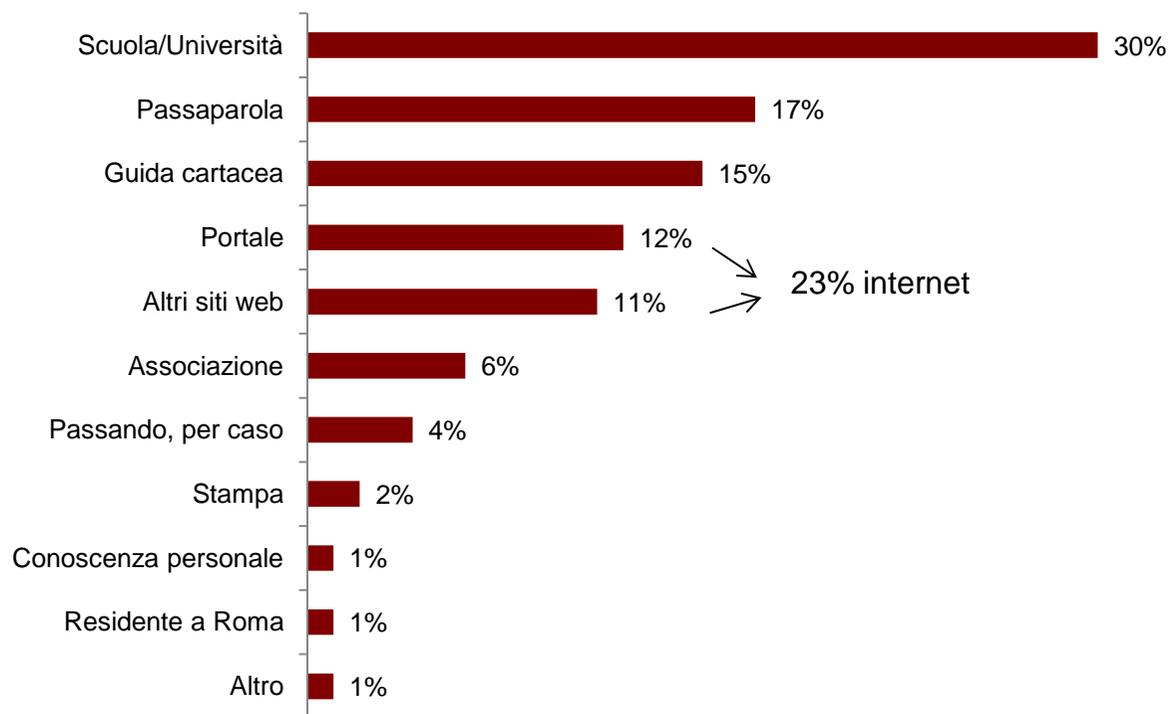
Questi ultimi però rimangono sotto lo standard di 2,10.



Come è venuto a conoscenza del Museo

Gli intervistati indicano di essere venuti a conoscenza del museo soprattutto attraverso “scuola/università” (30%, nel 2012 era 22%), “passaparola” (17%, nel 2012 era 20%), “guida cartacea” (15%, nel 2012 era 25%). Il “web” in totale cresce al 23% rispetto al 9% del 2012.

Rispetto alla provenienza, oltre alla “scuola/università”, i turisti sono venuti a conoscenza del museo tramite il “passaparola” e la “guida cartacea” e per i turisti stranieri e impiegati risulta importante il “web”; per i cittadini romani risultano le “associazioni” (soprattutto per i pensionati), il “passaparola” e la “stampa” e il “web”.

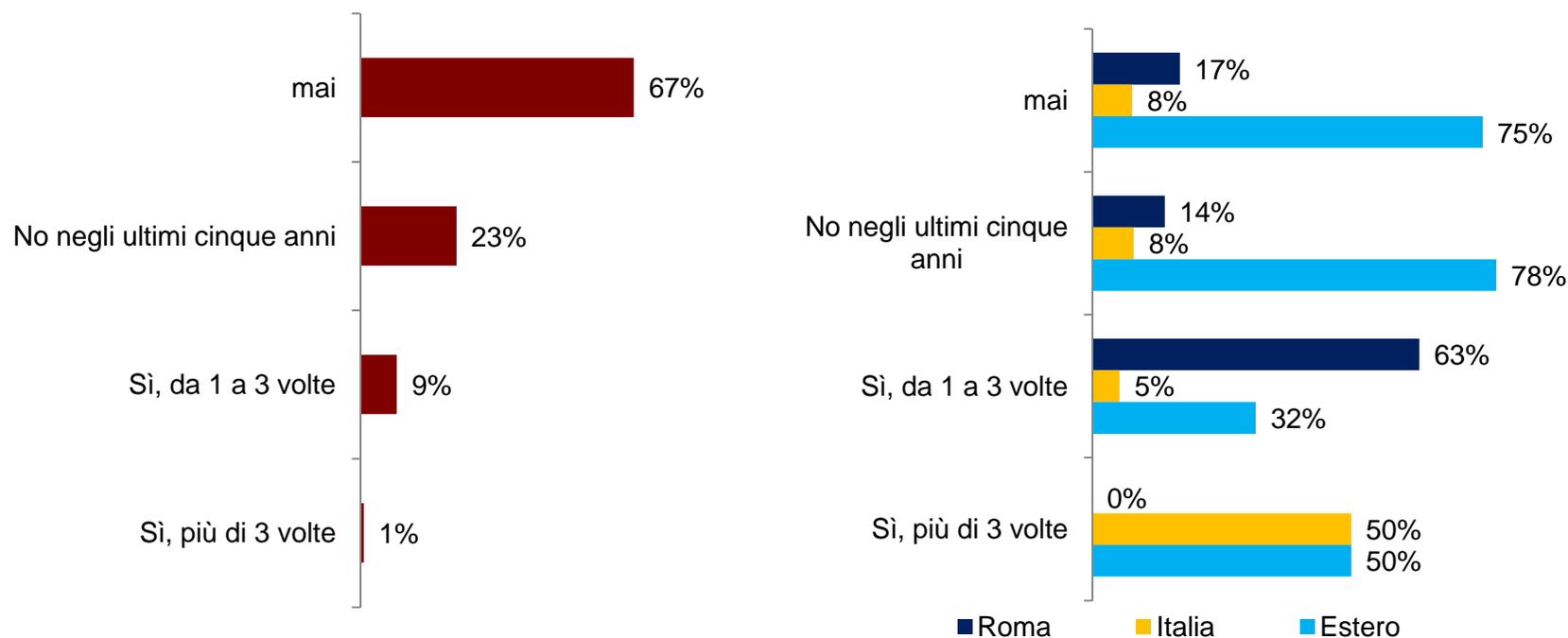


Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 67% dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo, mentre il 10% è già venuto nell'ultimo anno.

Chi non è mai venuto è giunto soprattutto in coppia, con la famiglia o con la scuola; si tratta soprattutto di impiegati, studenti e pensionati e la loro esperienza è stata superiore alle aspettative.

Rispetto alla provenienza del visitatore, il turista straniero si reca al museo per la prima volta (75%), mentre il 63% dei cittadini romani lo ha già visitato più di tre volte.

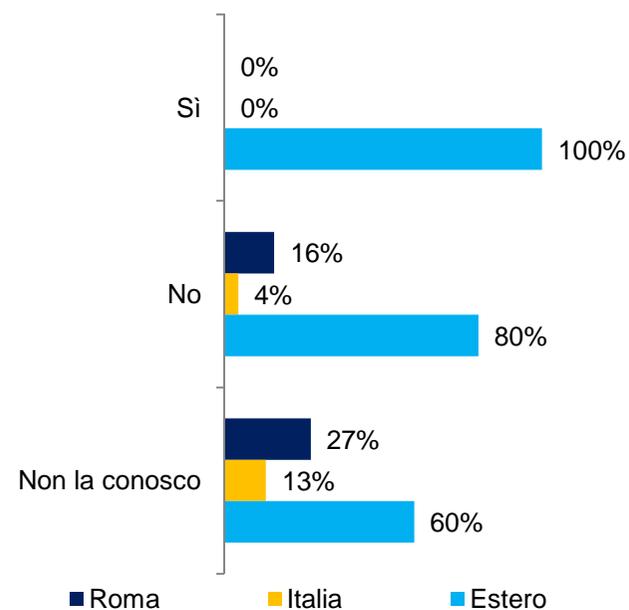
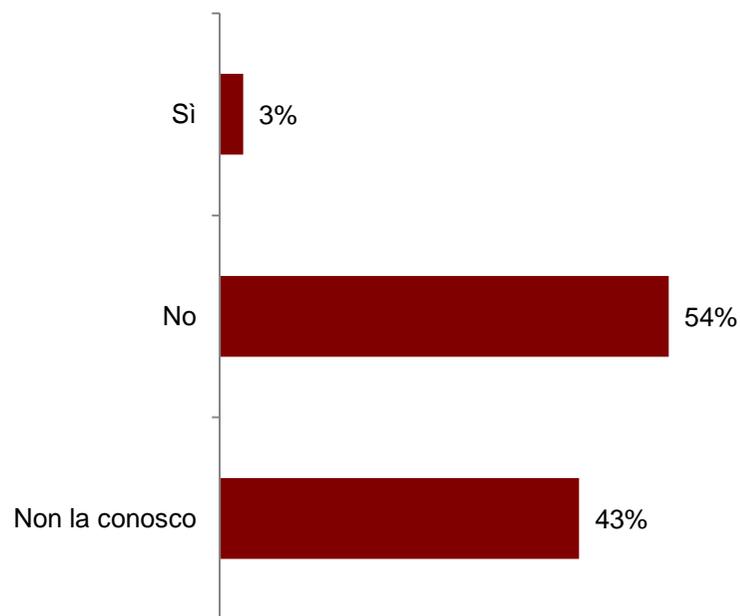


Ha usato la Roma Pass?

A tale domanda è risultato che il 3% l'ha utilizzata per entrare al museo; il 54% del campione intervistato non ha usato la card *Roma Pass* ma la conosce, il 43% non la conosce.

Coloro che hanno usato la Roma Pass sono turisti stranieri (100%).

Chi l'ha utilizzata ha un'età compresa tra i 40 e i 54 anni ed è giunto al museo soprattutto in coppia, con la famiglia o con il gruppo organizzato.

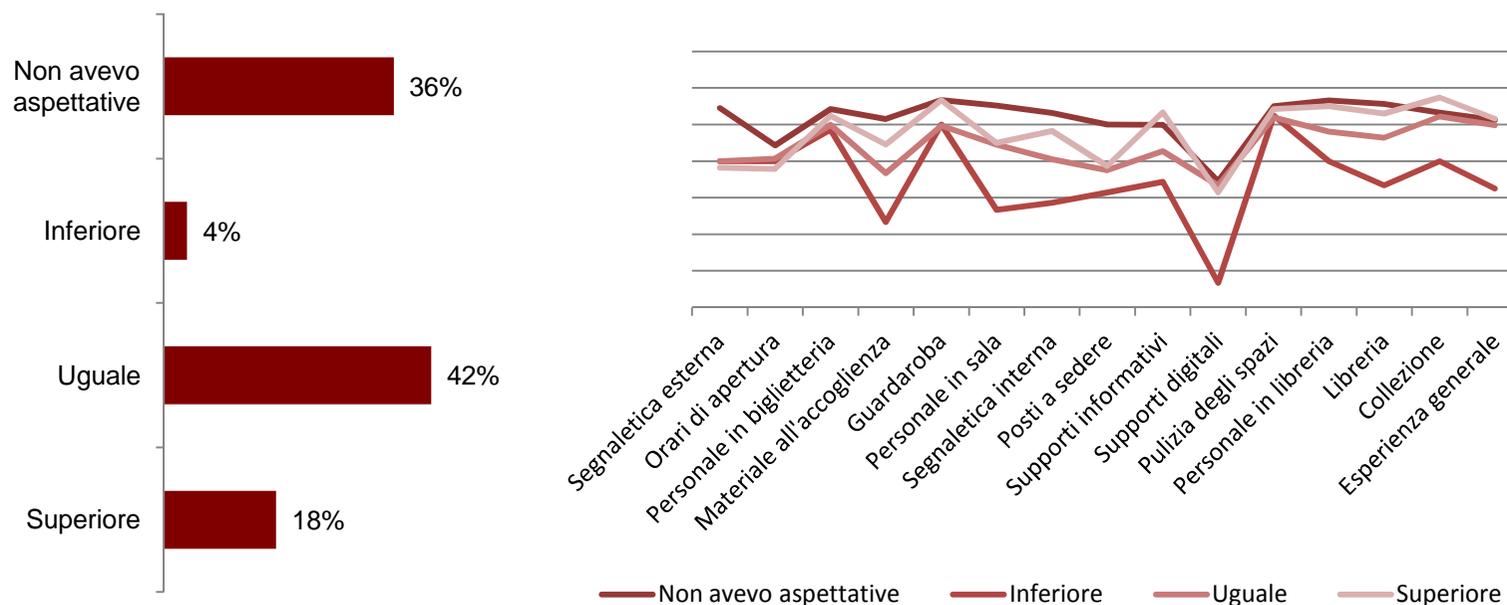


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 18% dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo sia stata "superiore alle aspettative" (nel 2012 era il 36%), per il 42% è stata "uguale" (nel 2012 era il 61%), mentre per il 4% è stata inferiore alle aspettative (nel 2012 era il 4%).

Rispetto al profilo degli utenti, risulta che il gradimento sia superiore se sono impiegati, studenti e pensionati, giunti in coppia, con la famiglia o con la scuola; i più critici sono i liberi professionisti e dirigenti e se l'età è tra i 26 e i 44 anni giunti al museo da soli.

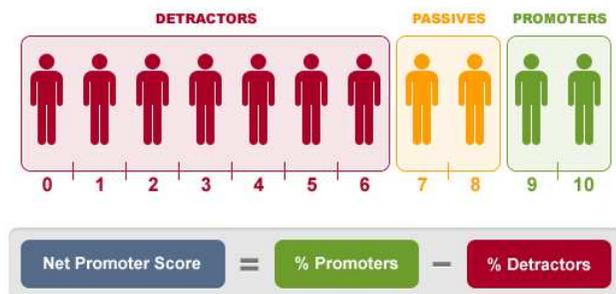
Gli aspetti che sono stati maggiormente apprezzati da coloro che hanno indicato "superiore" sono il guardaroba, i supporti informativi, la libreria e la collezione.



Con quale probabilità consiglierebbe questo museo ad un amico?

La fedeltà è l'elemento su cui si deve puntare, e questo indicatore contiene al suo interno la relazione tra fedeltà e raccomandazione. Chiedendo all'intervistato di rispondere alla domanda "Consiglierebbe questo museo un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottiene che la differenza tra la percentuale dei promotori (cioè di coloro che si ritengono soddisfatti/molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10) e i detrattori (utenti insoddisfatti con valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà questo museo è pari al **13%**.



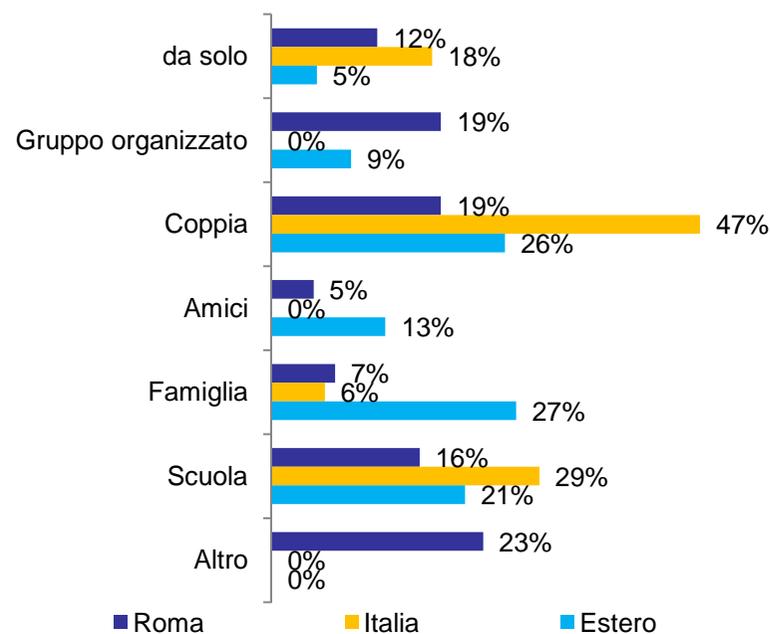
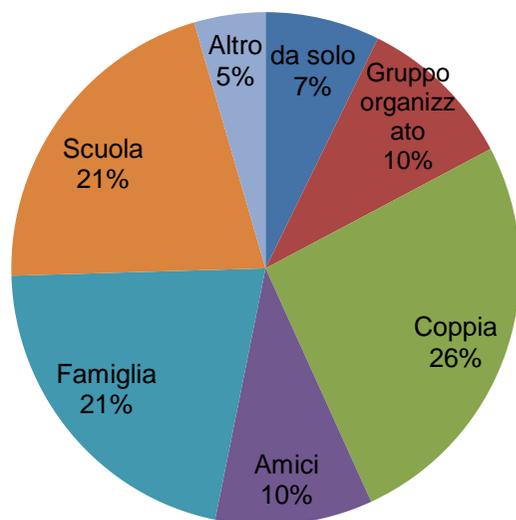
Consiglierebbe ad un amico questo museo?

NET PROMOTER SCORE										
Museo della Civiltà Romana 2013										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	2	8	23	55	69	38	24
DETRATTORI =							PASSIVI =	PROMOTORI =		
34							124	62		
15%							56%	28%		
% PROMOTORI - % DETRATTORI =							13%			

Con chi ha visitato il Museo?

Il 26% del pubblico intervistato viene al museo in coppia, il 21% con la scuola e famiglia, e il 10% in gruppo o con amici.

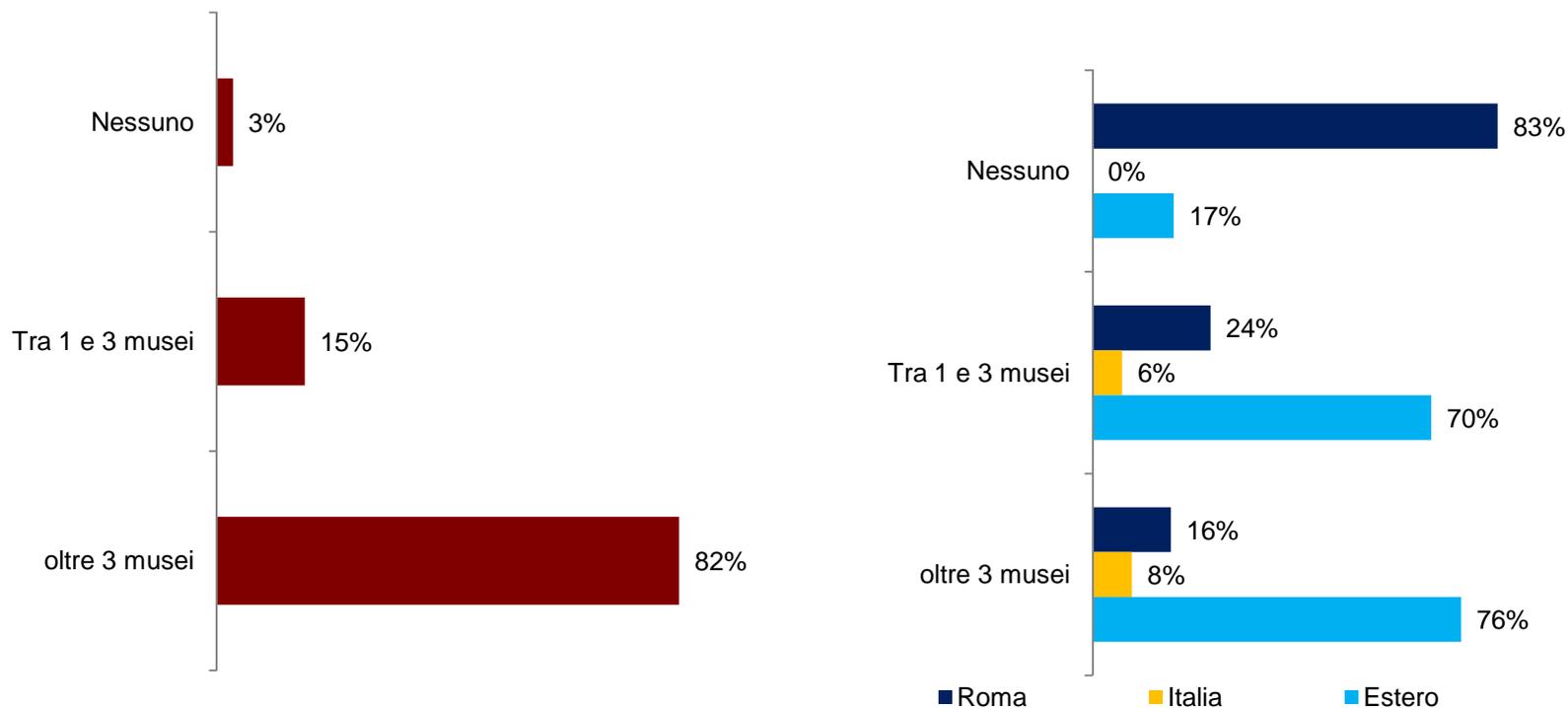
Rispetto alla provenienza i turisti italiani giungono soprattutto in coppia (47%) e con la scuola (29%) mentre i turisti stranieri in famiglia (27%), coppia (26%) e con la scuola (21%). Chi viene da solo ha un'esperienza inferiore rispetto alle aspettative.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato?

L'82% degli intervistati dichiara di aver visitato oltre 3 musei nell'ultimo anno. Solo il 15% tra 1 e 3 musei all'anno e 3% nessuno.

Risulta significativo che chi è maggiore frequentatore di musei sia turista, dai 45 ai 74 anni, laureato.

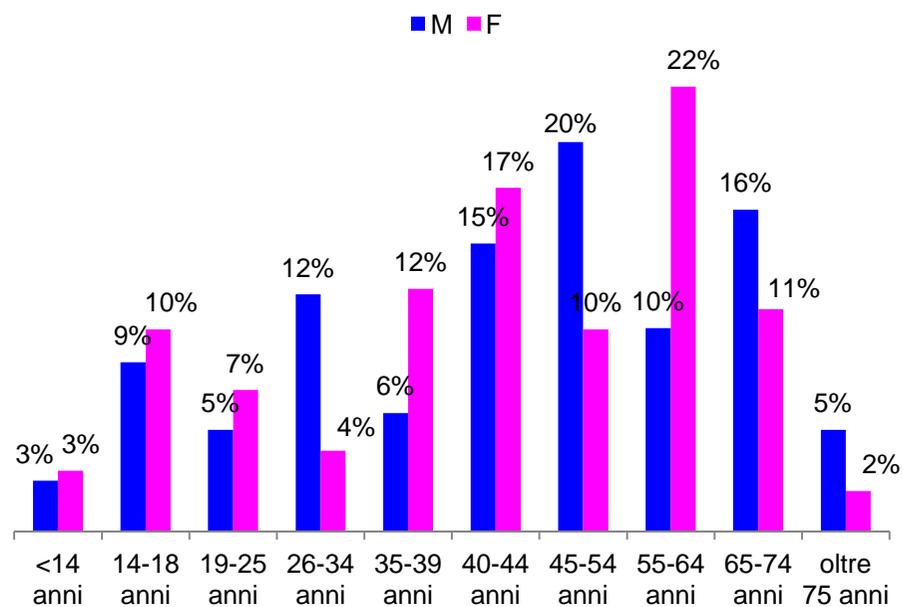
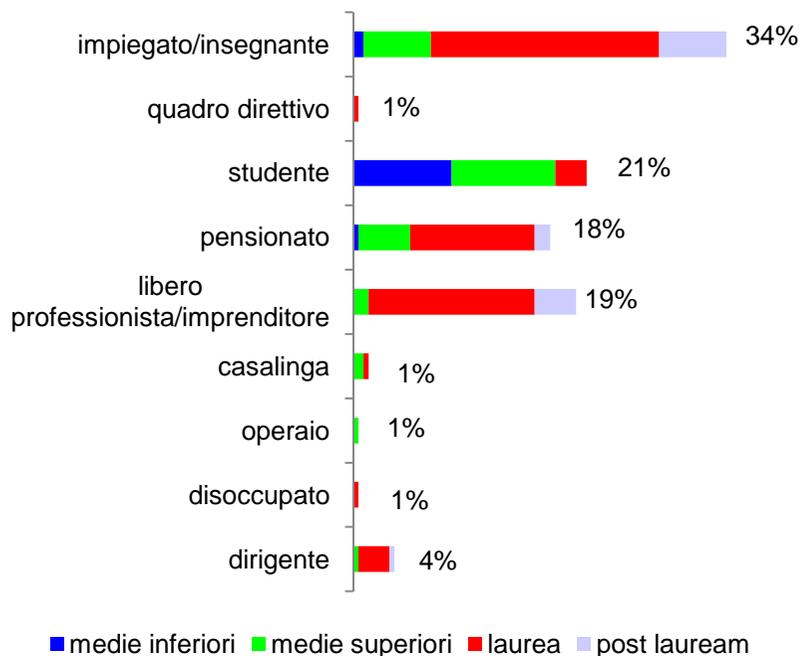


Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Confermato il dato in cui risulta maggiore la presenza di pubblico maschile (55%, nel 2012 il 53%).
Le fasce di età più rappresentate sono quelle comprese tra 40 e 64 anni (il 47% sul campione totale; nel 2012 essi rappresentavano il 43%).

Prevale la presenza di impiegati e insegnanti (34%, 31% nel 2012) e studenti (21%, nel 2012 erano 26%).

Il 66% del campione totale ha conseguito un titolo di laurea o superiore (53% nel 2012).

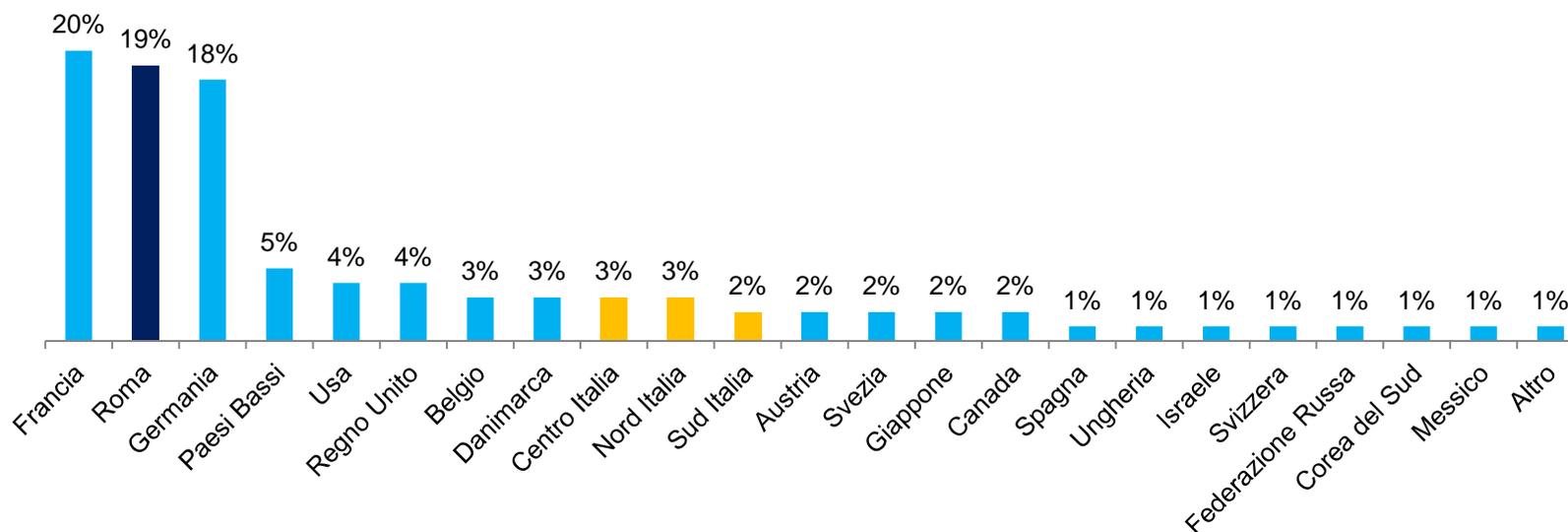
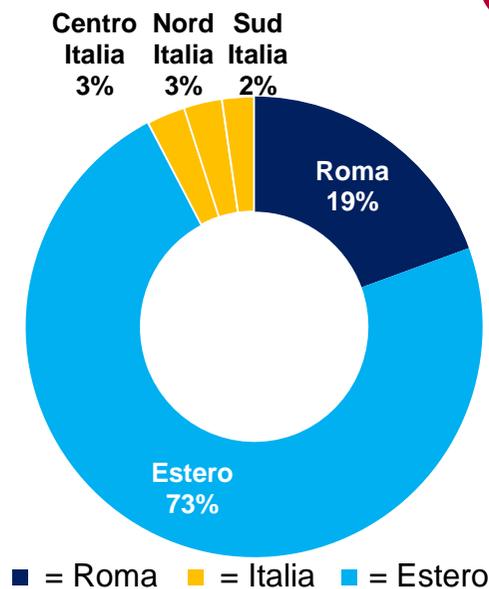


Analisi socio-demografica (provenienza)

Il Museo della Civiltà Romana è frequentato prevalentemente da turisti stranieri (73%, 68% del 2012). I turisti italiani rappresentano l'8% (6% nel 2012), mentre scende la percentuale di cittadini rispetto all'anno precedente (19%, nel 2012 erano il 25%).

Tra le nazionalità prevalgono quella francese e tedesca (rispettivamente 20% e 18%; in aumento rispetto al 9% di entrambe le nazionalità nel 2012).

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Correlazione di Spearman 1/2

I coefficienti delle variabili risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

ICS Museo della Civiltà Romana - Correlazione di Spearman 2014	Segnaletica esterna	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Supporti informativi	Supporti digitali	Pulizia degli spazi	Personale in libreria	Libreria	Collezione	Esperienza generale
Segnaletica esterna	1	,437**	,383**	,422**	,297**	,483**	,401**	,468**	,182*	,120	,244**	,481**	,487**	,155*	,281**
Orari di apertura	,437**	1	,299**	,383**	,284**	,334**	,242**	,247**	,238**	,276**	,281**	,240*	,202*	,100	,116
Personale in biglietteria	,383**	,299**	1	,383**	,490**	,522**	,414**	,337**	,432**	,020	,510**	,509**	,483**	,359**	,334**
Materiale all'accoglienza	,422**	,383**	,383**	1	,424**	,581**	,511**	,283**	,465**	,321**	,142	,167	,189	,091	,182*
Guardaroba	,297**	,284**	,490**	,424**	1	,545**	,595**	,431**	,475**	,129	,426**	,516**	,413**	,461**	,314**
Personale in sala	,483**	,334**	,522**	,581**	,545**	1	,710**	,414**	,574**	,363**	,272**	,310**	,318**	,235**	,363**
Segnaletica interna	,401**	,242**	,414**	,511**	,595**	,710**	1	,391**	,576**	,330**	,357**	,409**	,409**	,290**	,330**
Posti a sedere	,468**	,247**	,337**	,283**	,431**	,414**	,391**	1	,172*	,131	,304**	,610**	,596**	,401**	,352**
Supporti informativi	,182*	,238**	,432**	,465**	,475**	,574**	,576**	,172*	1	,492**	,357**	,270**	,195*	,253**	,295**
Supporti digitali	,120	,276**	,020	,321**	,129	,363**	,330**	,131	,492**	1	-,001	-,079	-,061	,163	,216*
Pulizia degli spazi	,244**	,281**	,510**	,142	,426**	,272**	,357**	,304**	,357**	-,001	1	,696**	,539**	,339**	,437**
Personale in libreria	,481**	,240*	,509**	,167	,516**	,310**	,409**	,610**	,270**	-,079	,696**	1	,925**	,586**	,735**
Libreria	,487**	,202*	,483**	,189	,413**	,318**	,409**	,596**	,195*	-,061	,539**	,925**	1	,585**	,704**
Collezione	,155*	,100	,359**	,091	,461**	,235**	,290**	,401**	,253**	,163	,339**	,586**	,585**	1	,465**
Esperienza generale	,281**	,116	,334**	,182*	,314**	,363**	,330**	,352**	,295**	,216*	,437**	,735**	,704**	,465**	1

*** 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 di Spearman 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 complessiva del museo (cioè quelli che presentavano il doppio o singolo asterisco).

Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi, tranne gli orari di apertura.

Al Museo della Civiltà romana gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: il **personale in libreria**, la **libreria**, la **collezione**, la **pulizia degli spazi** e il **personale in sala**.

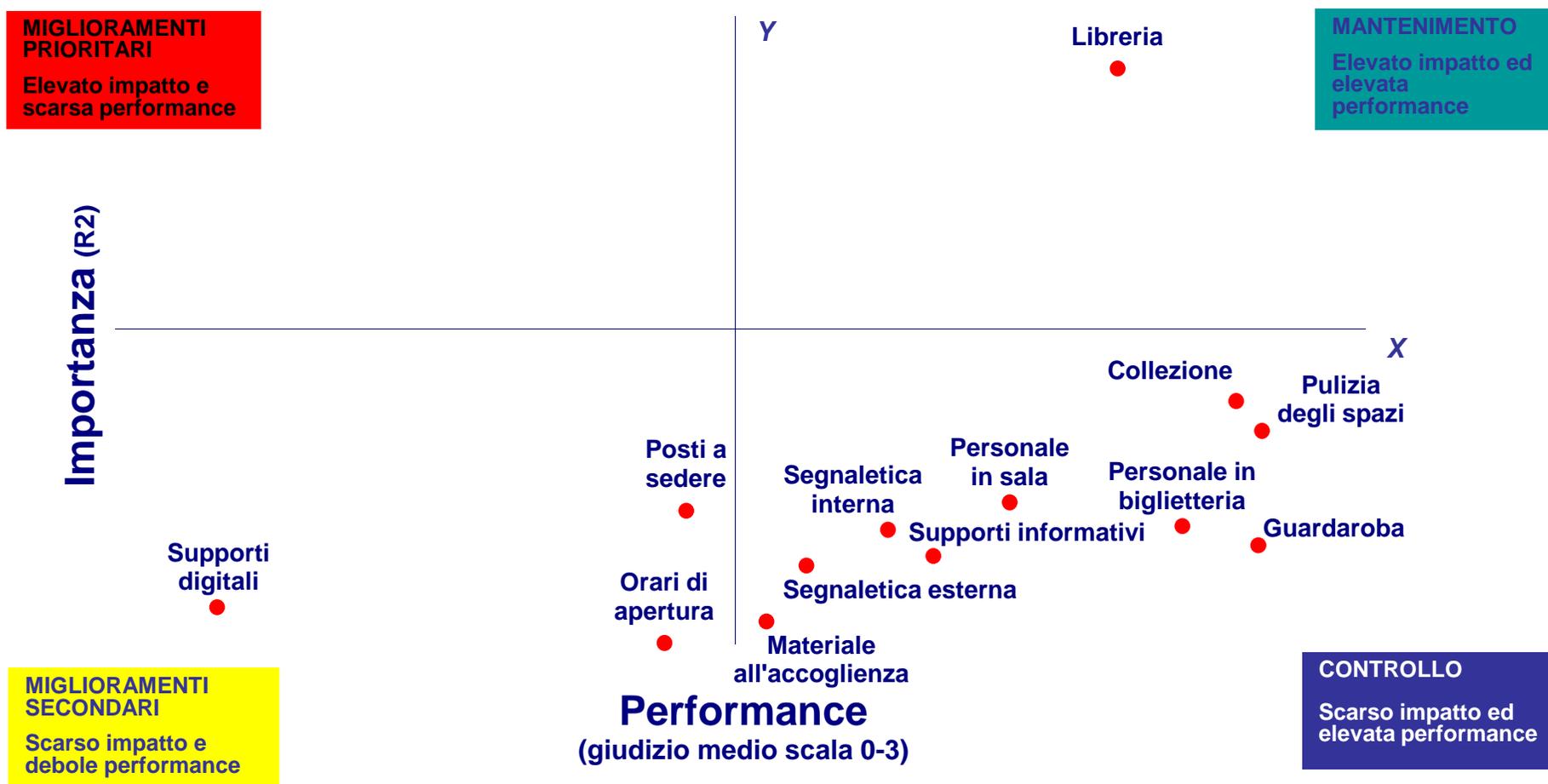
Nessuno degli aspetti oggetto d'indagine ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficiente di correlazione Rho di Spearman sul giudizio complessivo Museo della Civiltà Romana 2013	
Personale in libreria	0,735
Libreria	0,704
Collezione	0,465
Pulizia degli spazi	0,437
Personale in sala	0,363
Posti a sedere	0,352
Personale in biglietteria	0,334
Segnaletica interna	0,330
Guardaroba	0,314
Supporti informativi	0,295
Segnaletica esterna	0,281
Supporti digitali	0,216
Materiale all'accoglienza	0,182

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **libreria** è l'aspetto ritenuto più importante e soddisfacente. Non ci sono aspetti considerati importanti e migliorabili (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.

Cluster Analysis

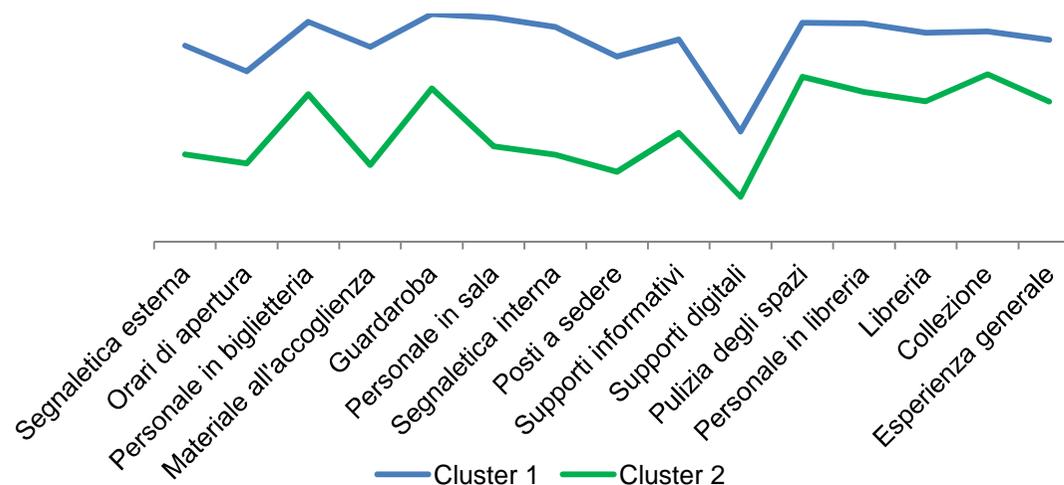
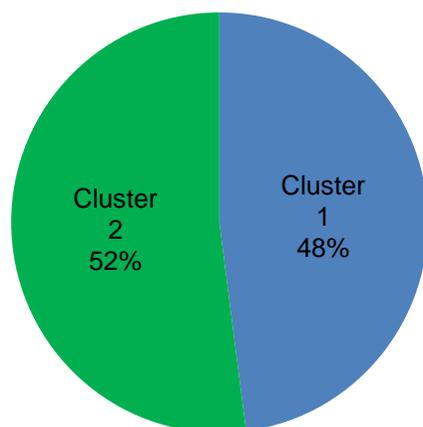
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (con circa 100 casi in ciascun cluster).

Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia sono i **Deliziati** cioè hanno un giudizio complessivo molto buono rispetto al 2 cluster dei **Soddisfatti** che presentano un livello più basso di soddisfazione.

I Cluster

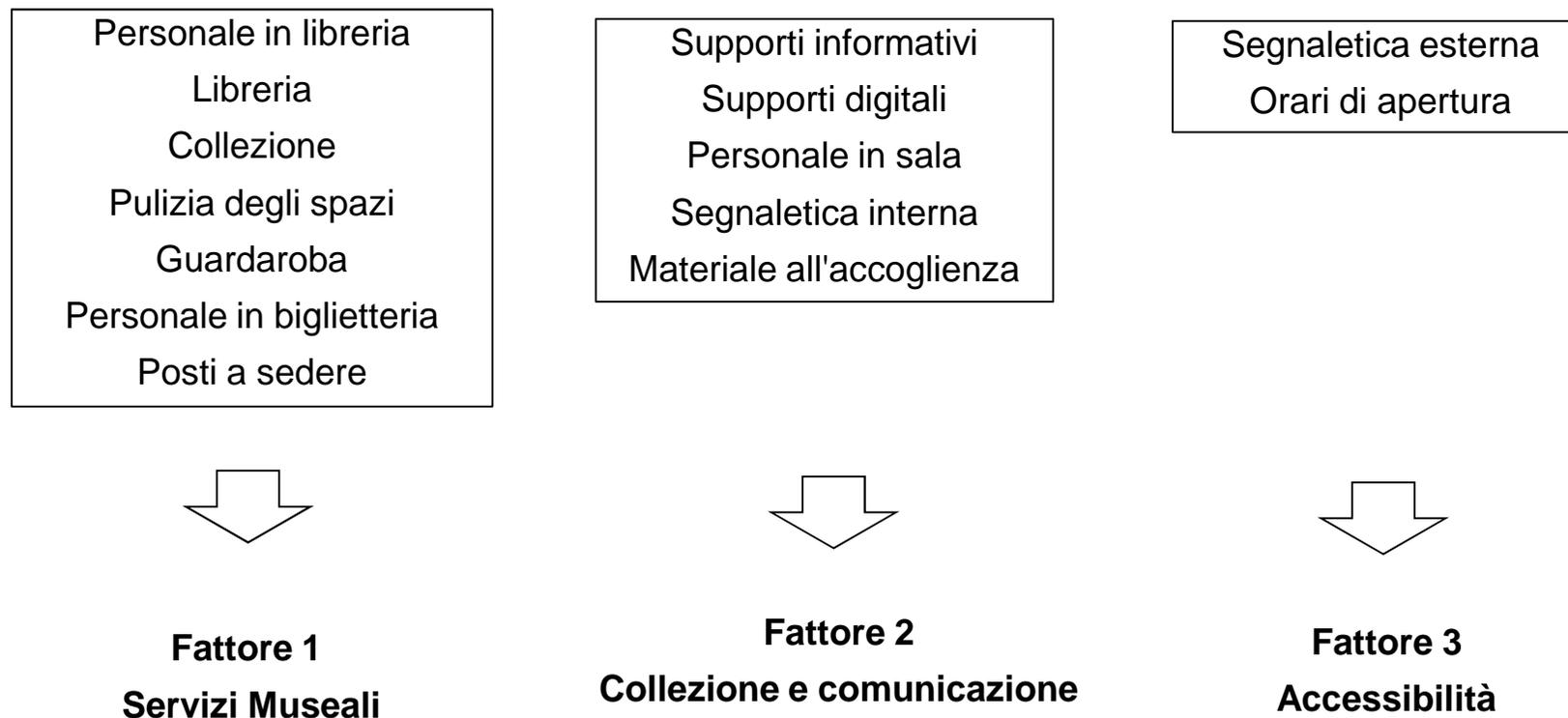
- Cluster 1** Deliziati, di età meno 25 anni, studenti o liberi professionisti, già stati al museo, giunti con la scuola o gruppo organizzato, venuti a conoscenza tramite scuola o altri siti web;
- Cluster 2** Soddisfatti, adulti oltre i 40 anni, impiegati o pensionati, prima volta al museo, visita con la famiglia, amici o in coppia; venuti a conoscenza tramite guida, portale web, associazione o per caso.



Analisi Fattoriale

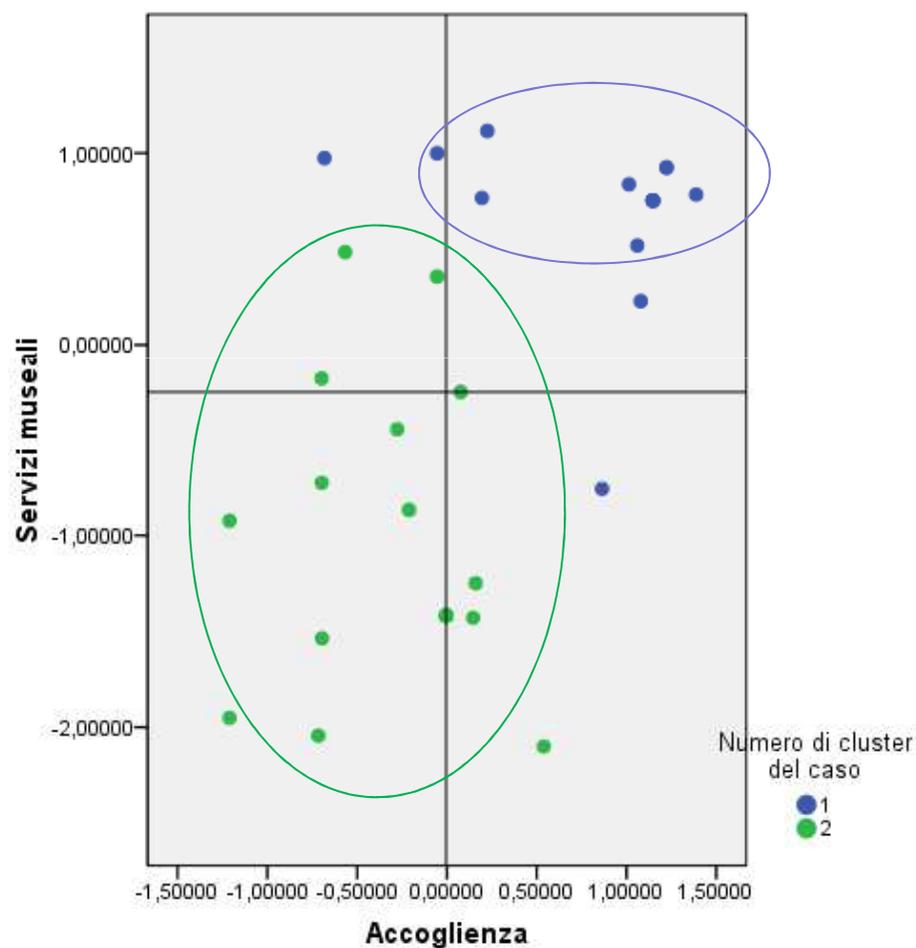
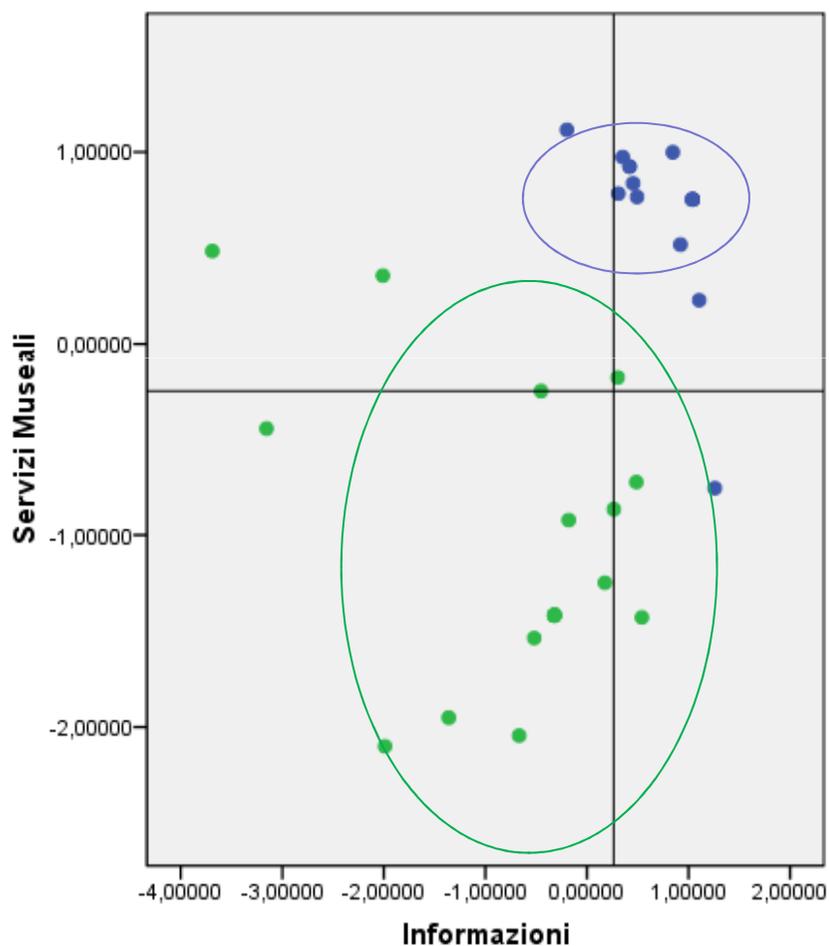
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori:



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico, il Cluster 1 dei “Deliziati” mostra un grande apprezzamento per i servizi museali, e per l’accoglienza, mentre il Cluster 2 dei “Soddisfatti” è più critico rispetto a tutti i fattori.



APPREZZAMENTI

MUSEO stupendo, ritornerò

5

Niente da migliorare

102

SUGGERIMENTI

SUPPORTI DIDATTICI in altre lingue (26), altro (9). **TOTALE 35 suggerimenti.**

SUPPORTI DIGITALI pochi, mancano (16), non funzionano, poco tecnologici (14), altro (3). **TOTALE 33 suggerimenti.**

POSTI A SEDERE da aumentare, mancano. **TOTALE 33 suggerimenti.**

SEGNALETICA INTERNA anche in altre lingue (16), anche per i bagni e il plastico, fare una mappa del museo anche lungo il percorso (8), percorso poco chiaro (8). **TOTALE 32 suggerimenti.**

ORARI DI APERTURA aprire anche di pomeriggio, chiude troppo presto. **TOTALE 30 suggerimenti.**

SEGNALETICA ESTERNA museo difficile da trovare, segnaletica anche dalla metro (14); sull'edificio poco visibile (10). **TOTALE 24 suggerimenti.**

DEPLIANT manca, non visto, non consegnata in biglietteria (6), altro (6). **TOTALE 12 suggerimenti.**

CAFFETTERIA manca . **TOTALE 11 suggerimenti.**

ASSISTENZA IN SALA assente, non visto. **TOTALE 7 suggerimenti.**

COLLEZIONE opere finte e poche. **TOTALE 5 suggerimenti.**

ALTRO. **TOTALE 18 suggerimenti.**

204 TOTALE Suggerimenti
Museo della Civiltà Romana 2013.

22. **Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?**
 Da solo/ *By myself* Gruppo organizzato/ *Group Tour* Coppia/ *Partner-Companion* Amici/ *Friends*
 Famiglia/ *Family* Scuola/ *School* Altro/ *Other*.....

23. **Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?**
 Nessuno/ *None* Tra 1 e 3 musei / *1-3 museums* Oltre 3 musei / *More than 3 museums*

24. **Aspetti da migliorare/ Features to improve** niente/ *nothing*

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:

Età/ Age: <14 14 -18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 75 e più/ *75 and more*

Sesso/ Gender: M F

Titolo di studio/ Education: scuola dell'obbligo/ *primary school* diploma superiore/ *high school*
 laurea/ *degree* specializzazione post laurea/ *postgraduate*

Professione/ Job:

<input type="checkbox"/> impiegato-insegnante/ <i>employee-teacher</i>	<input type="checkbox"/> coadiuvante/ <i>family helper</i>
<input type="checkbox"/> dirigente/ <i>manager</i>	<input type="checkbox"/> apprendista/ <i>apprentice</i>
<input type="checkbox"/> direttivo-quadro/ <i>executive</i>	<input type="checkbox"/> casalinga/ <i>housewife</i>
<input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i>	<input type="checkbox"/> operaio/ <i>workman</i>
<input type="checkbox"/> pensionato/ <i>retired</i>	<input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ <i>unemployed-first job seeker</i>
<input type="checkbox"/> libero professionista-imprenditore/ <i>freelance-businessman</i>	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i>
<input type="checkbox"/> altro/other _____	

Provenienza/ Provenance: Roma/ *Rome*
 Altra provincia italiana/ *Other Italian province (specificare)* _____
 Altra nazionalità/ *Other nationality (specify)* _____