

Data 7/02/2013

Indagini di Customer Satisfaction

Museo delle Mura

2 Ottobre – 1 Novembre 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 delle Mura 2012*

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 103 questionari autocompilati dai visitatori dal 2 ottobre al 1 novembre 2012 presso il Museo delle Mura (gli intervistati rappresentano il 23% degli ingressi totali nel periodo d'indagine, con un incremento del 3% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine). Durante l'indagine è presente la mostra temporanea *“Le armi dei romani - Ricostruzioni dalla fine del I secolo d.C. al IV d.C.”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione dell'89%, un margine di errore di stima di $\pm 6,07\%$.

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 **2,31** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 96%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono il personale in biglietteria (2,61), la pulizia degli spazi (2,57), il personale in sala (2,40) e la segnaletica interna (2,37).

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 2,06) e del materiale disponibile all'accoglienza (media di 1,89) che dalle analisi indirette risultano gli aspetti più correlati all'esperienza generale, e solo il materiale si trova tra i miglioramenti prioritari nella mappa (cfr. pp. 17-18).

I visitatori hanno rilasciato soprattutto suggerimenti relativi alla riapertura del camminamento esterno (n.18).

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 1,76, al di sotto dello standard di 2,10.

Nel 2012 non sono state realizzate azioni migliorative.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da cittadini romani (59%, in aumento dal 46% nel 2011, probabilmente più richiamati dalla mostra temporanea; i turisti stranieri diminuiscono da 48% a 34%); prevalgono gli occupati dipendenti (36%, erano il 51% nel 2011; i liberi professionisti invece salgono da 9% a 19%), in possesso di un titolo di laurea o superiore (55%), soprattutto appartenenti alle fasce di età compresa tra i 45 e 74 anni (54% sul totale; stesse fasce prevalse nel 2011 col 51% sul campione totale).

I principali mezzi di comunicazione attraverso cui buona parte dei visitatori intervistati viene a conoscenza del Museo sono scuola/università e stampa (16% per entrambe le categorie e in aumento rispetto al 2011; la prima prevale più per i turisti, mentre la seconda per i romani).

Tabella riassuntiva

Museo delle Mura 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana*	Deviazione standard**	Molto+Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,21	86	17	2,00	,635	91%
Orari di apertura	2,06	95	8	2,00	,712	82%
Personale in biglietteria	2,61	96	7	3,00	,489	100%
Materiale all'accoglienza	1,89	81	22	2,00	,837	74%
Personale in sala	2,40	86	17	2,00	,691	93%
Segnaletica interna	2,37	90	13	2,00	,694	88%
Supporti informativi	2,18	90	13	2,00	,743	80%
Pulizia degli spazi	2,57	93	10	3,00	,519	99%
Esperienza generale	2,31	83	20	2,00	,583	96%

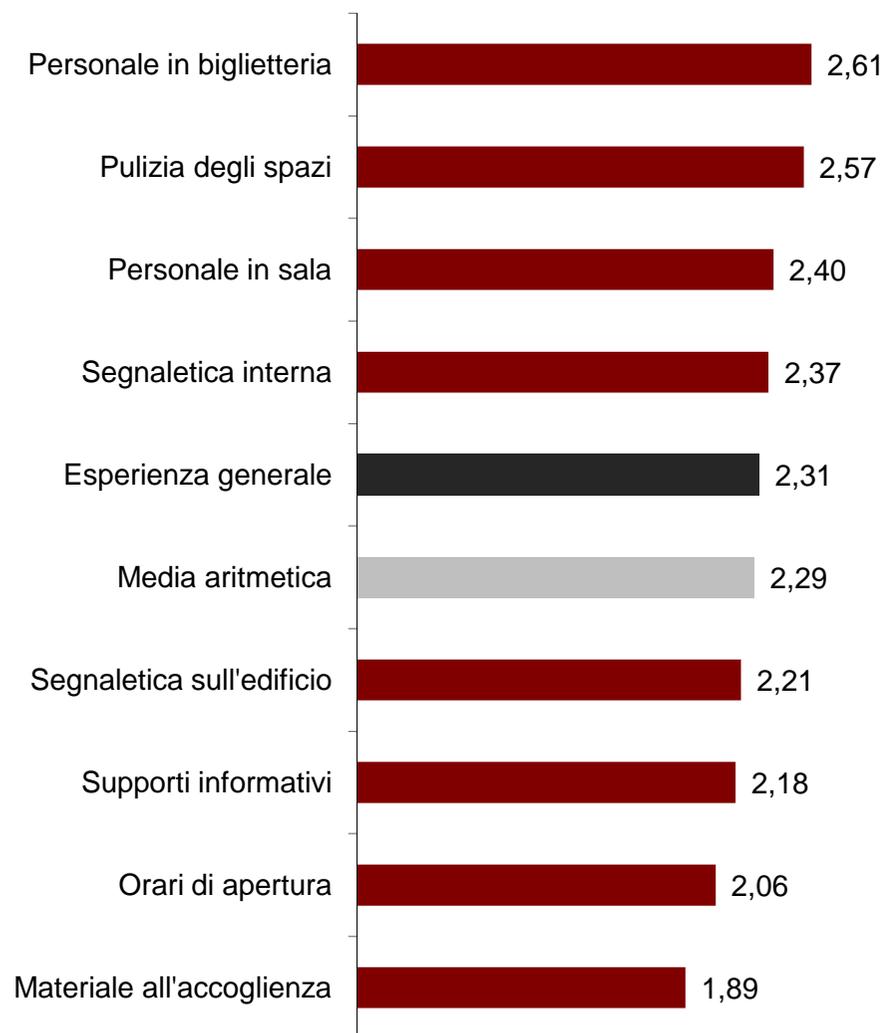
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,29).

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.

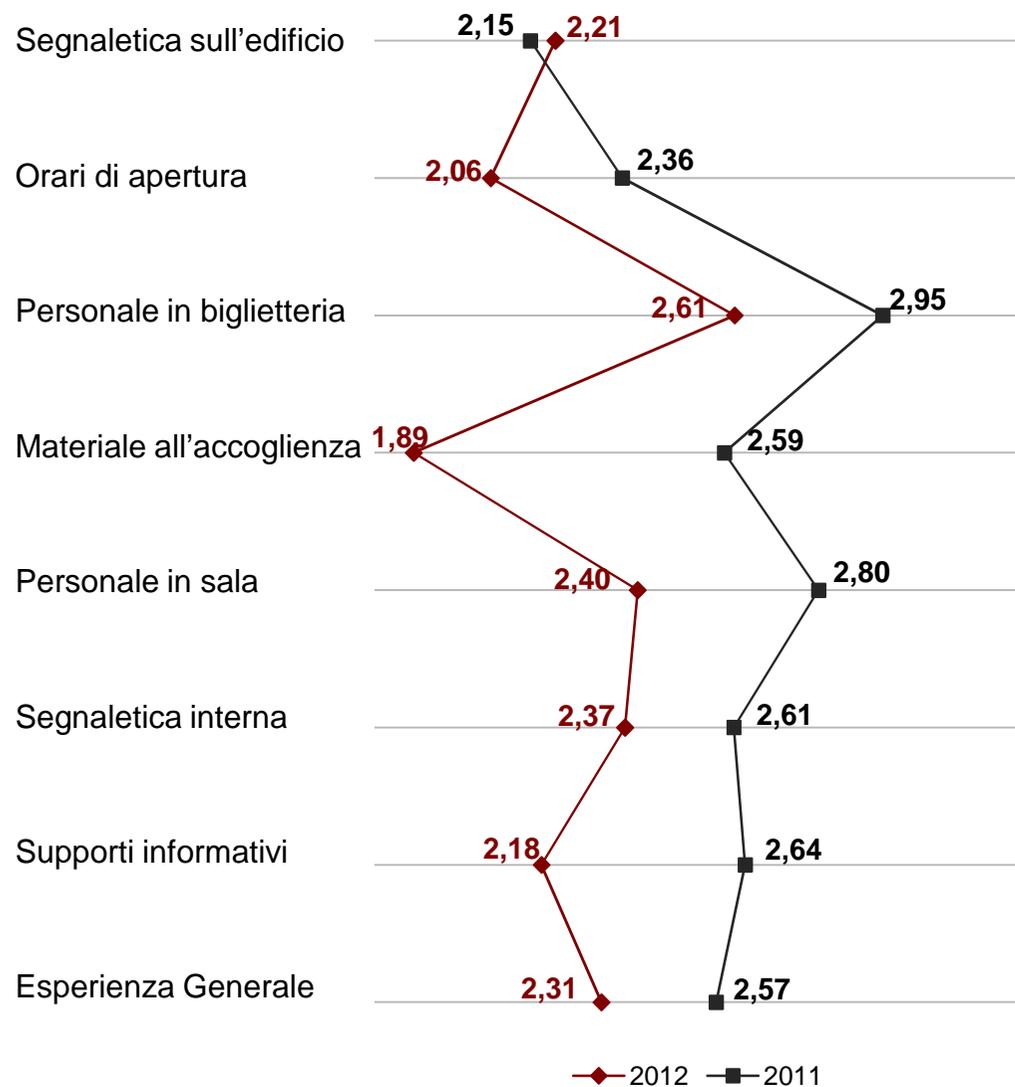
Al di sopra della media sull'esperienza generale sono i servizi che hanno una media di soddisfazione molto elevata: personale in biglietteria, pulizia degli spazi, personale in sala, segnaletica interna.



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 nel 2011 l'indagine è stata anticipata a livello temporale, includendo anche le *Giornate Europee del Patrimonio*, un'iniziativa ad ingresso gratuito nei musei del Sistema).

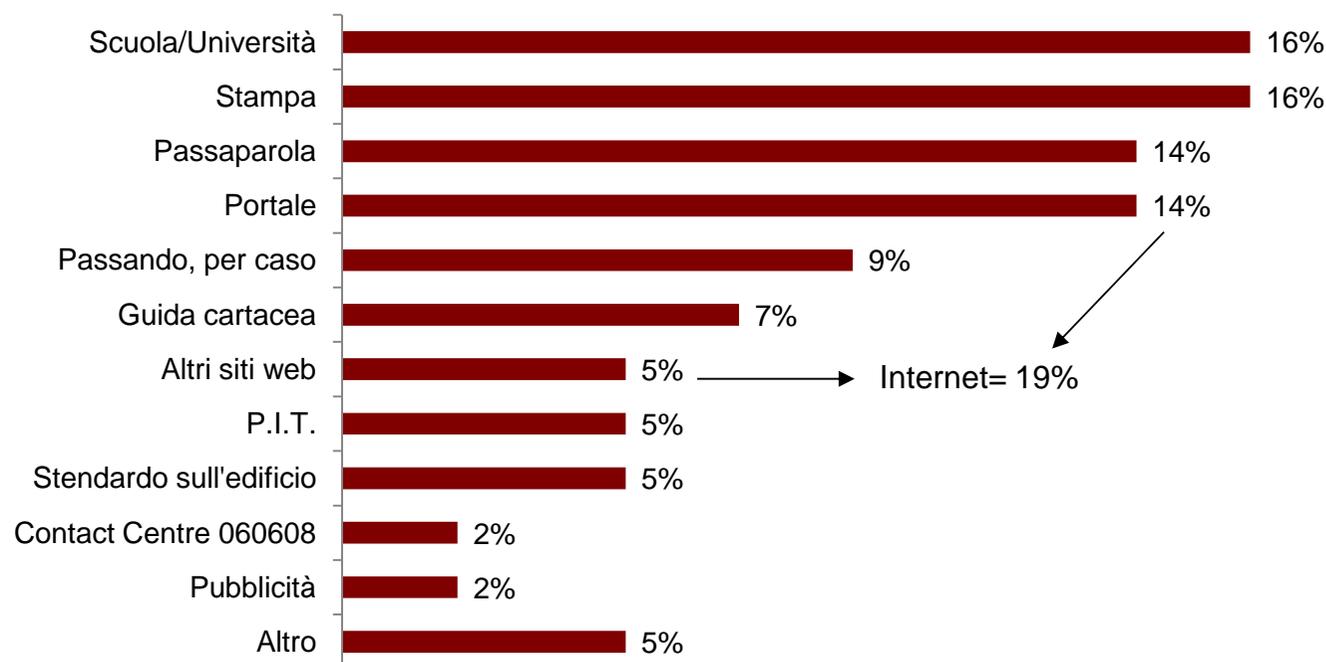
La segnaletica esterna è l'unico aspetto che aumenta rispetto all'anno precedente, mentre il materiale all'accoglienza registra una diminuzione del livello medio di soddisfazione al di sotto dello standard di 2,10.



Come è venuto a conoscenza del Museo

Rispetto al 2011 aumentano le percentuali relative a scuola/università (da 7% a 16%; probabilmente dovuto al periodo di indagine posticipato nel 2012, con una maggiore presenza di scolaresche) e stampa (da 9% a 16%, aumento dovuto ai tamburini della mostra), risultando i principali mezzi di comunicazione. Seguono internet (che scende da 23% a 19%) e passaparola (in diminuzione da 20% nel 2011 a 14%).

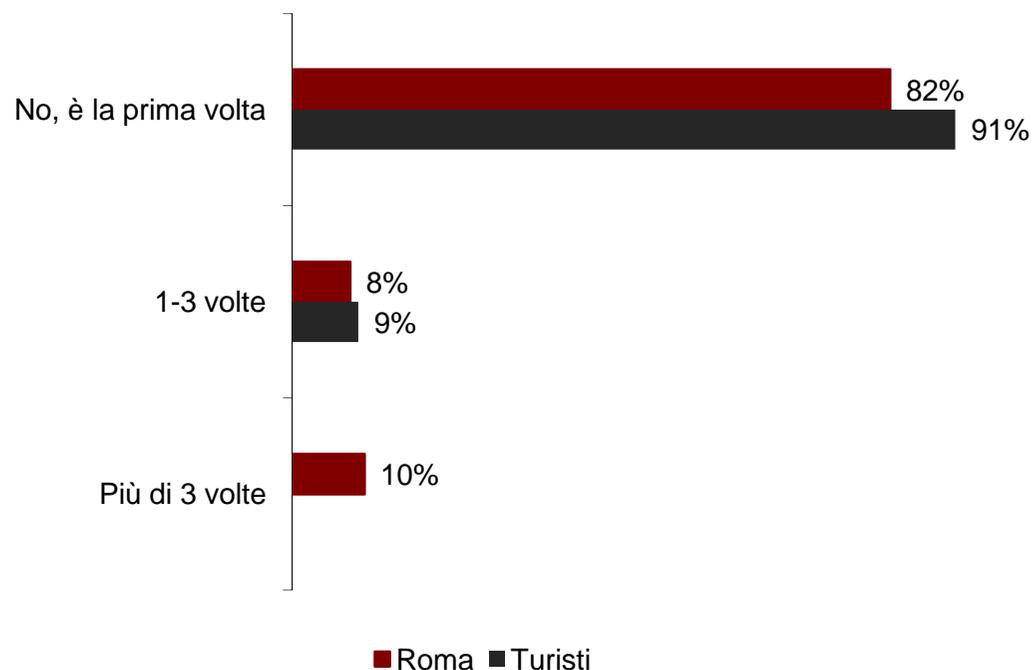
Risulta significativo che i turisti vengano a conoscenza del museo principalmente tramite scuola/università (28%) e guida cartacea (16%), mentre i romani soprattutto attraverso il canale web (26%) e la stampa (18%).



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo (85%), mentre chi l'ha già frequentato raggiunge il 15%.

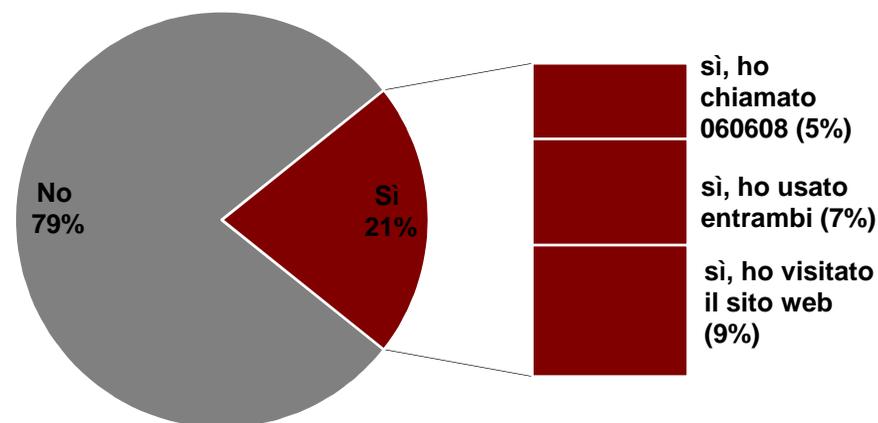
Risulta che la maggior parte dei turisti abbia visitato per la prima volta il museo negli ultimi cinque anni (91% sul totale), mentre il 18% dei romani afferma di esservi già stato.



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 9% utilizzando il sito web del museo, il 5% il Contact Center 060608 e il 7% risponde entrambi).

Il 42% degli intervistati ha rilasciato un giudizio sul sito web del museo (media di 2,12), mentre il 37% ha risposto sul Contact Center 060608 (media di 2,13).



Museo delle Mura 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana	Deviazione standard	Molto+Abbastanza soddisfatti
Sito web del museo	2,12	43	60	2,00	,697	81%
Contact Center 060608	2,13	38	65	2,00	,811	84%

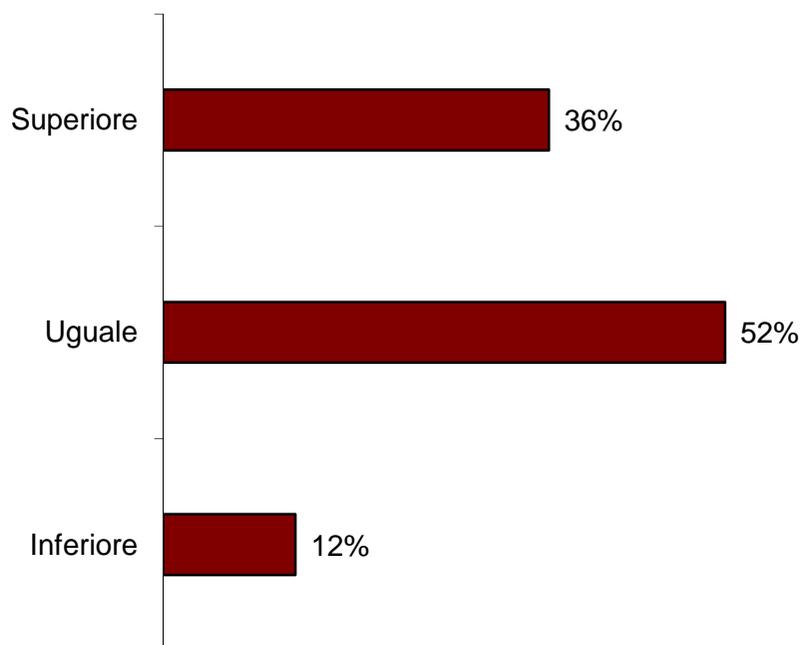
Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo visitato sia stata uguale alle aspettative (52%), per il 6% è stata superiore, mentre per il 12% è stata inferiore alle attese.

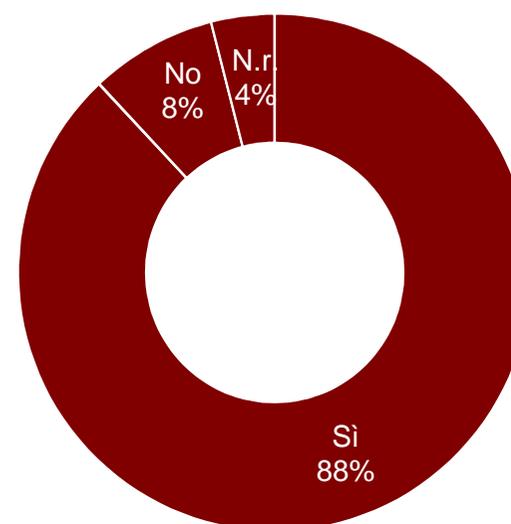
Risulta significativo solo l'incrocio con l'esperienza generale sul museo: la maggior parte di chi è abbastanza soddisfatto rilascia un giudizio uguale alle aspettative (40%), mentre chi è molto soddisfatto ha un giudizio superiore (57%) o uguale (40%) alle proprie attese.

L'88% del campione intervistato dichiara che consiglierebbe il museo visitato ad un amico, mentre l'8% non lo farebbe.

Giudizio rispetto alle aspettative

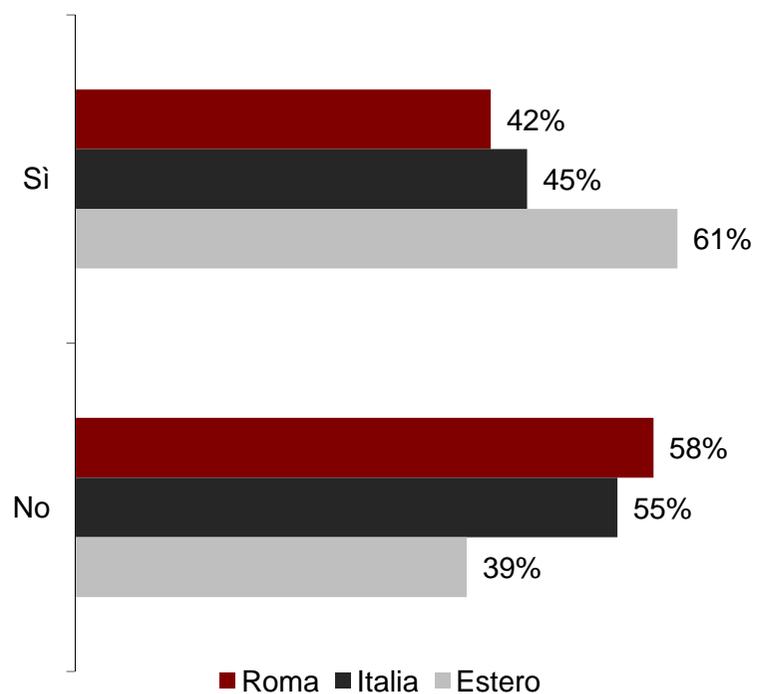


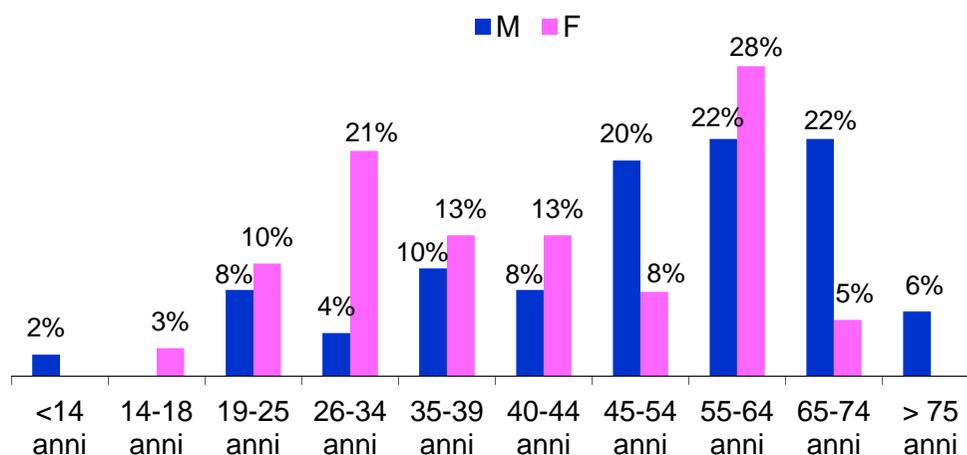
Consiglierebbe questo museo ad un amico



Conosce la Roma Pass

A tale domanda è risultato che il 49% del campione intervistato conosce la card *Roma Pass*. E' interessante evidenziare che la percentuale di chi conosce la Roma Pass è più alta per i turisti stranieri (61% sul totale).



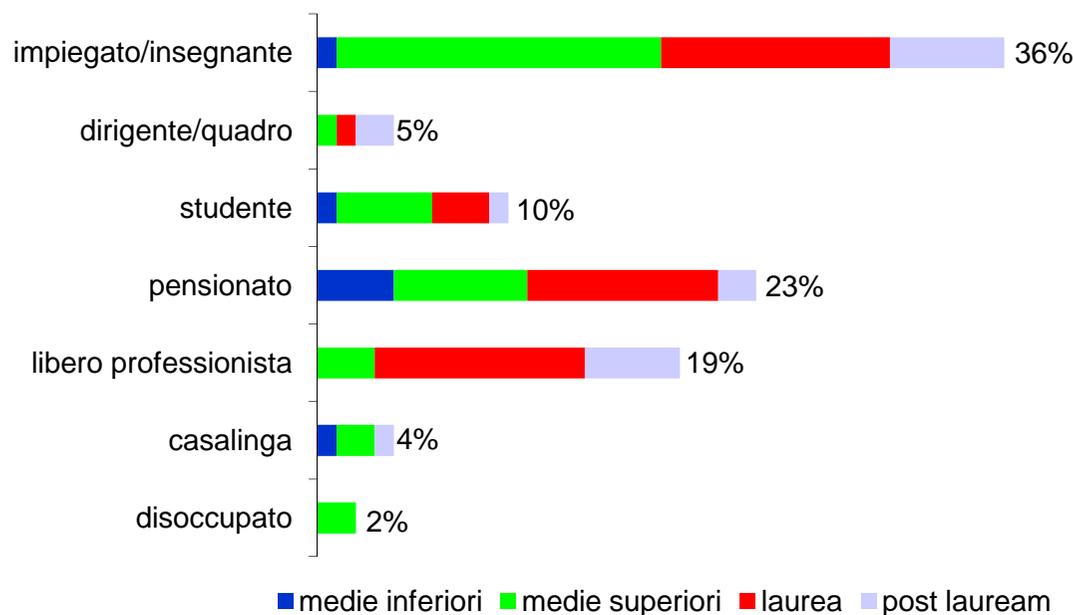


Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i 45 e 74 anni, che da 51% nel 2011 aumentano a 54%; scende invece la fascia 26-34 anni (da 22% a 10%).

Prevale il genere maschile (57%; nel 2011 era 55%) e chi dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o superiore (passa da 55% nel 2011 a 56%).

Gli occupati dipendenti diminuiscono da 51% a 36%, mentre sono in aumento i pensionati (da 19% a 23%) e i liberi professionisti (da 9% a 19%).

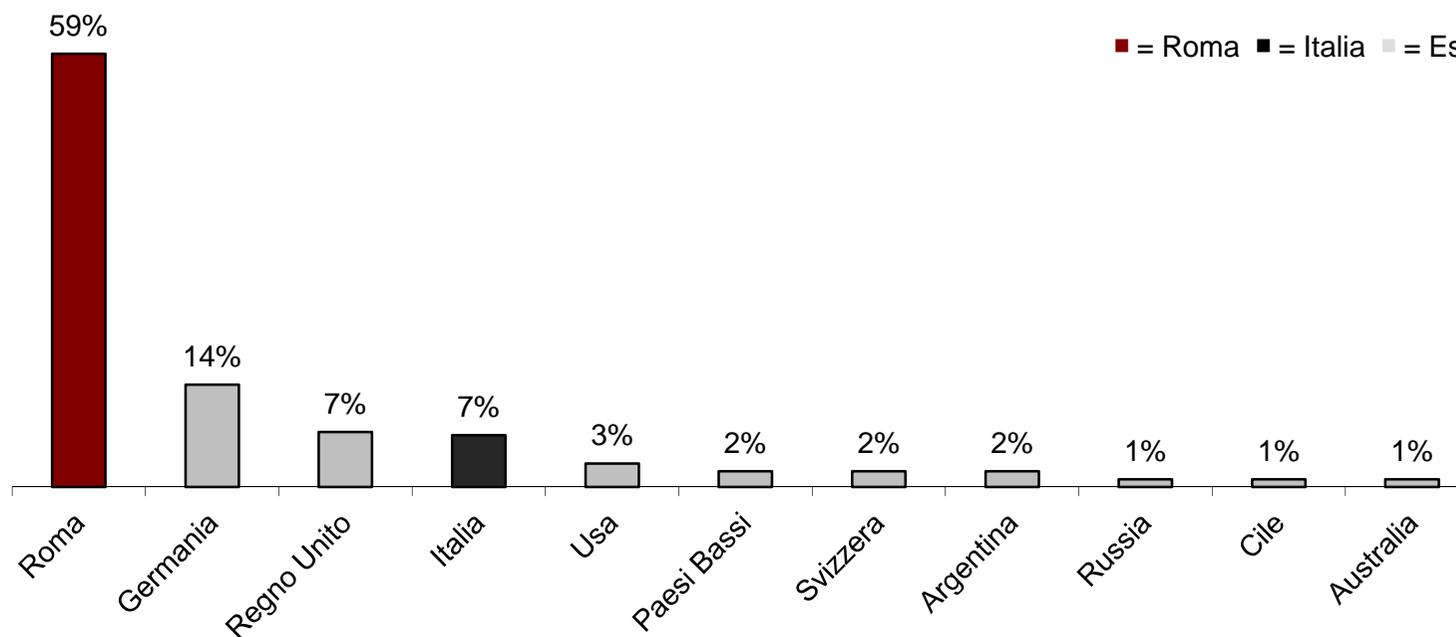
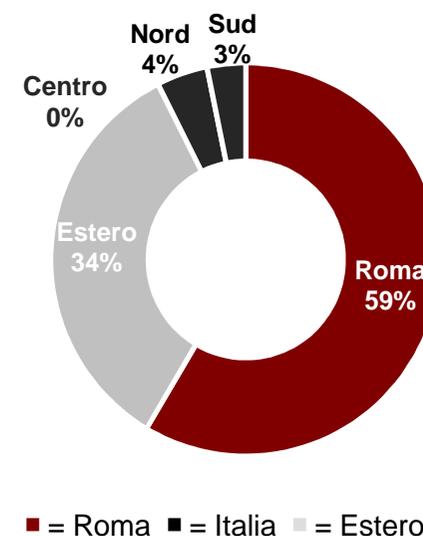


Analisi socio-demografica (provenienza)

Il Museo delle Mura è frequentato prevalentemente da romani (59%, in aumento dal 46% del 2011), seguiti dai turisti stranieri (34%; nel 2011 erano il 48%) e italiani (7%, in discesa dal 12% del 2011). Quest'anno i romani potrebbero essere stati maggiormente richiamati dalla presenza della mostra temporanea durante il periodo d'indagine.

Tra le nazionalità prevale quella tedesca (14%).

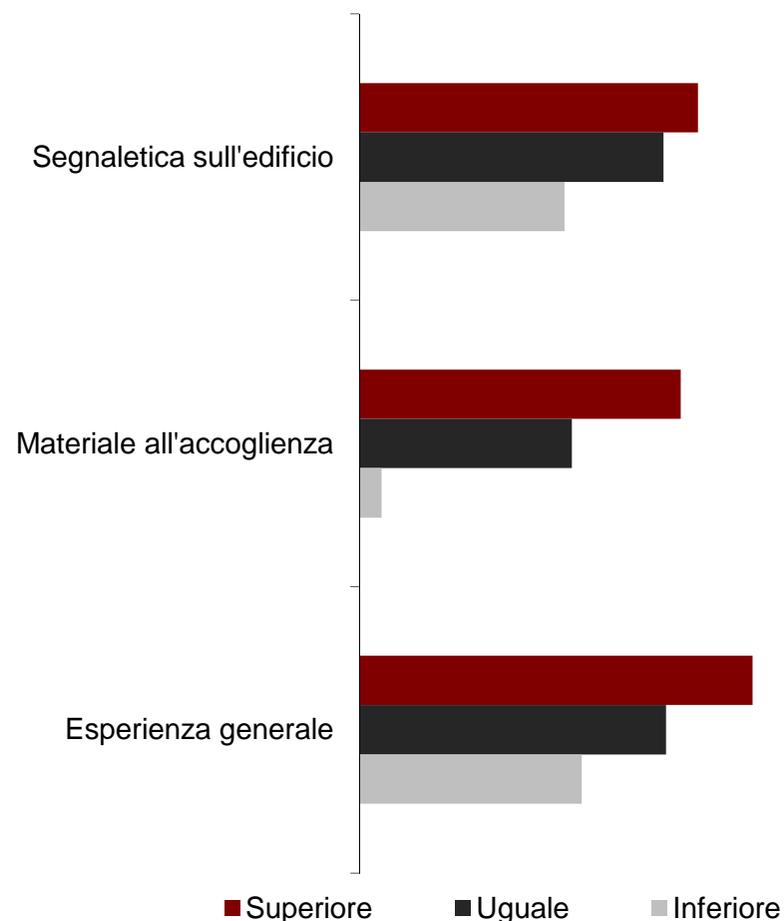
Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



Analisi univariate

Risulta significativa una maggiore soddisfazione da parte di chi ha un giudizio superiore alle aspettative rispetto alla segnaletica sull'edificio e alla esperienza generale (aspetti più graditi dai visitatori stranieri), mentre chi ha un giudizio inferiore alle attese apprezza molto meno il materiale all'accoglienza.

Inoltre si rileva che il materiale è più gradito dalla fascia 19-25 anni, mentre i supporti informativi sono più apprezzati dalla fascia 45 -54 anni.



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi, in particolare modo quelli evidenziati col doppio asterisco. Le variabili tra loro più correlate risultano essere la segnaletica interna con i supporti informativi, la pulizia e la segnaletica esterna, correlata anche con il personale in sala. Quest'ultimo ha un alto coefficiente di correlazione anche con il materiale all'accoglienza.

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	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,418**	,362**	,421**	,516**	,512**	,414**	,347**	,397**
Orari di apertura	,418**	1,000	,247*	,425**	,300**	,308**	,189	,180	,528**
Personale in biglietteria	,362**	,247*	1,000	,608**	,407**	,466**	,457**	,274**	,454**
Materiale all'accoglienza	,421**	,425**	,608**	1,000	,541**	,471**	,346**	,201	,463**
Personale in sala	,516**	,300**	,407**	,541**	1,000	,466**	,350**	,253*	,335**
Segnaletica interna	,512**	,308**	,466**	,471**	,466**	1,000	,591**	,505**	,321**
Supporti informativi	,414**	,189	,457**	,346**	,350**	,591**	1,000	,505**	,414**
Pulizia degli spazi	,347**	,180	,274**	,201	,253*	,505**	,505**	1,000	,333**
Esperienza generale	,397**	,528**	,454**	,463**	,335**	,321**	,414**	,333**	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 solo agli aspetti indagati che sono correlati alla soddisfazione generale del museo (cioè che presentavano uno o due asterischi).

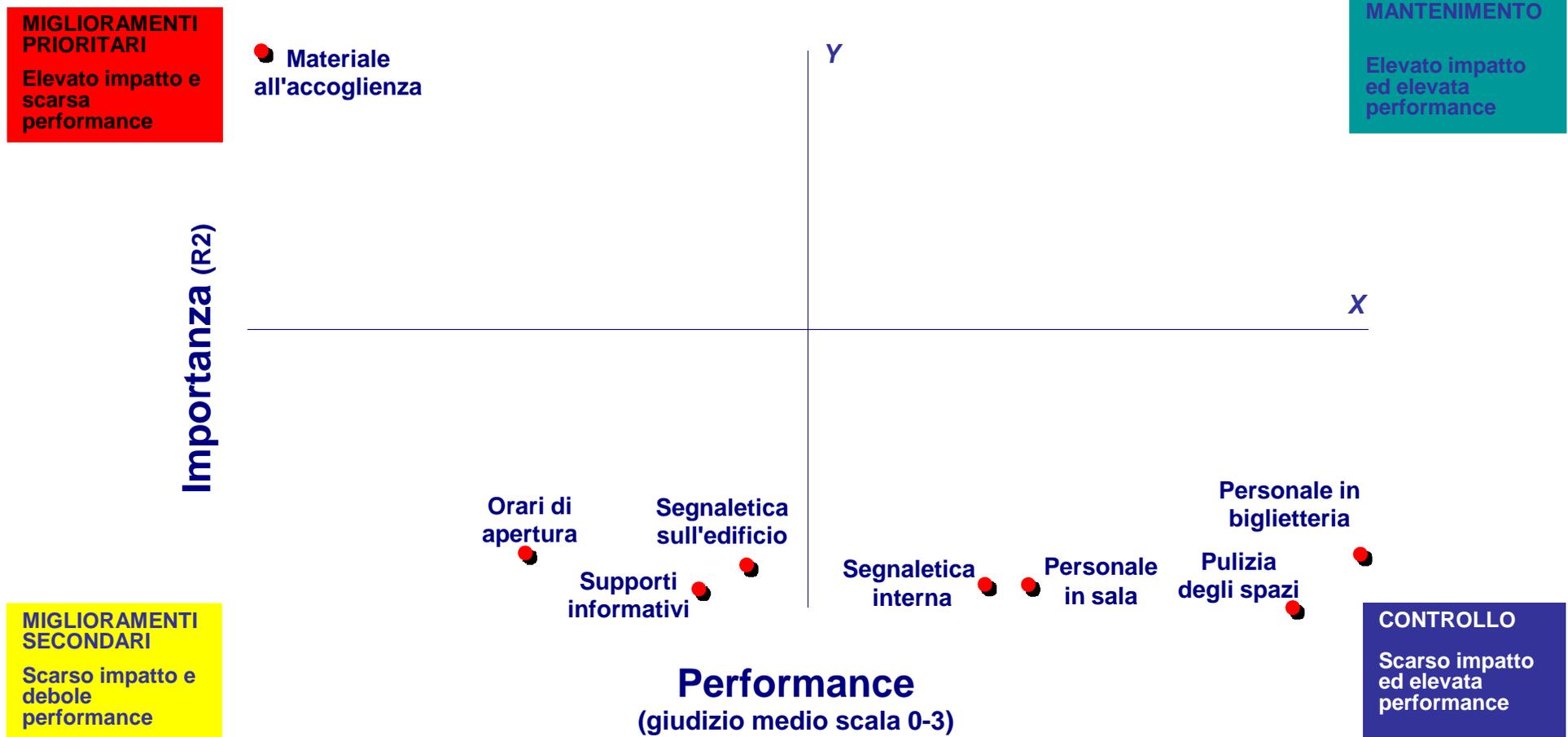
Al *Museo delle Mura* gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: gli **orari di apertura**, il **materiale all'accoglienza** e il **personale in biglietteria**.

Tutte le variabili oggetto d'indagine hanno una correlazione significativa e non ci sono aspetti che hanno un'incidenza negativa sull'esperienza complessiva.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza generale	
Orari di apertura	,528
Materiali all'accoglienza	,463
Personale in biglietteria	,454
Supporti informativi	,414
Segnaletica sull'edificio	,397
Personale in sala	,335
Pulizia degli spazi	,333
Segnaletica interna	,321

Mappa delle priorità*

Il materiale all'accoglienza è ritenuto 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

NIENTE da migliorare. **Totale 57.**

AMBIENTE NON VISITABILE riaprire il camminamento. **Totale 18.**

SUPPORTI INFORMATIVI – DIDASCALIE: più informazioni, anche in inglese. *Totale didascalie 6.*

PANNELLI: poche informazioni, anche in lingua. *Totale pannelli 4.* **Totale Supporti informativi 10.**

ALTRO. **Totale 27.**

Allegato 1 - QUESTIONARIO MUSEO DELLE MURA

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: _____