

Data 9/02/2013

---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma

23 – 28 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 *Museo di Roma 2012*

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 137 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette dal 23 al 28 ottobre 2012 presso il Museo di Roma (gli intervistati rappresentano il 19% degli ingressi totali, con un incremento del 37% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea *“Ombre e luci 1920-1960. Volti del Cinema nei ritratti di Manlio Villoresi”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione del 93%, un margine di errore di stima di  $\pm 4,29\%$ .

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 molto buono, con una media di **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 93%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono la maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine, probabilmente perché i visitatori intervistati sono molto soddisfatti dei servizi disponibili e dai suggerimenti a risposta aperta si rileva che si aspettavano più opere esposte, soprattutto sulla città di Roma (n. 24).

Tutte le medie dei servizi oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,10, ad eccezione dei supporti informativi (2,05), correlati alla soddisfazione generale e ritenuti un miglioramento prioritario nella mappa delle priorità, insieme alla segnaletica interna (cfr. pp. 17-18).

Tra i vari aspetti il materiale all'accoglienza e i supporti informativi sono quelli che registrano una flessione più ampia rispetto al 2011, poiché sono numerosi i visitatori stranieri che ne richiedono una traduzione in più lingue (rispettivamente n. 18 e n. 69 suggerimenti).

La media sui posti a sedere è al di sopra dello standard minimo, in quanto è pari a 2,23. Sono comunque 21 i suggerimenti rilasciati su tale aspetto, in quanto si richiede l'aggiunta di sedute. Nel 2012 erano state proposte delle azioni migliorative relative alla segnaletica interna e al rifacimento dell'audioguida rimandate al 2013 (quest'ultima rimandata per mancanza di fondi).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da turisti stranieri (69% sul totale, in discesa rispetto all'88% nel 2011), occupati dipendenti (31%; in discesa dal 51% dell'anno scorso), in possesso di una laurea (66%), appartenenti alle fasce di età compresa tra i 45 e 74 anni (62%). Aumentano i visitatori italiani (da 12% a 31%) rispetto agli stranieri, forse più richiamati dalla mostra temporanea ospitata durante il periodo d'indagine.

Tra i mezzi di comunicazione si conferma "passando, per caso" la modalità più frequente (59%, nel 2011 era 66%), ma rispetto all'anno scorso aumenta il passaparola (da 2% a 9%), indice di apprezzamento del sito soprattutto da parte dei visitatori italiani.

## Tabella riassuntiva

Museo di Roma 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana*	Deviazione standard**	Molto+Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,71	112	25	3,00	,548	96%
Orari di apertura	2,90	137	0	3,00	,304	100%
Personale in biglietteria	2,81	135	2	3,00	,414	99%
Materiale all'accoglienza	2,22	83	54	2,00	,716	83%
Guardaroba	2,91	32	105	3,00	,390	97%
Personale in sala	2,66	127	10	3,00	,523	98%
Segnaletica interna	2,44	133	4	3,00	,802	86%
Supporti informativi	2,05	133	4	2,00	,903	69%
Pulizia degli spazi	2,94	135	2	3,00	,237	100%
Libreria	2,62	90	47	3,00	,510	99%
Caffetteria	2,82	60	77	3,00	,390	100%
Esperienza generale	2,51	136	1	3,00	,667	93%

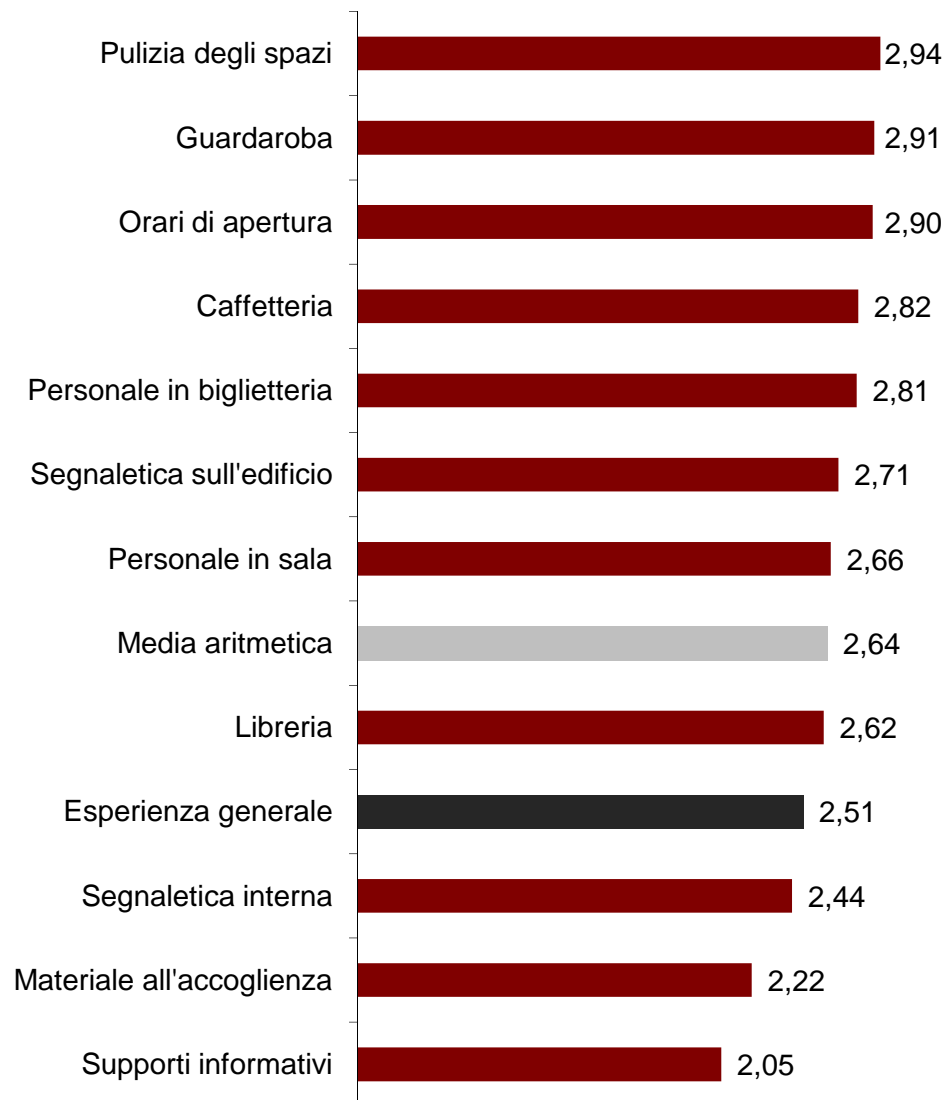
\* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

\*\*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 (2,64).

## 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 collocano sia la media aritmetica dei servizi che la maggior parte degli aspetti oggetto di indagine, ovvero la pulizia degli spazi, il guardaroba, gli orari di apertura, la caffetteria, il personale in biglietteria, la segnaletica sull'edificio, il personale in sala e la libreria.

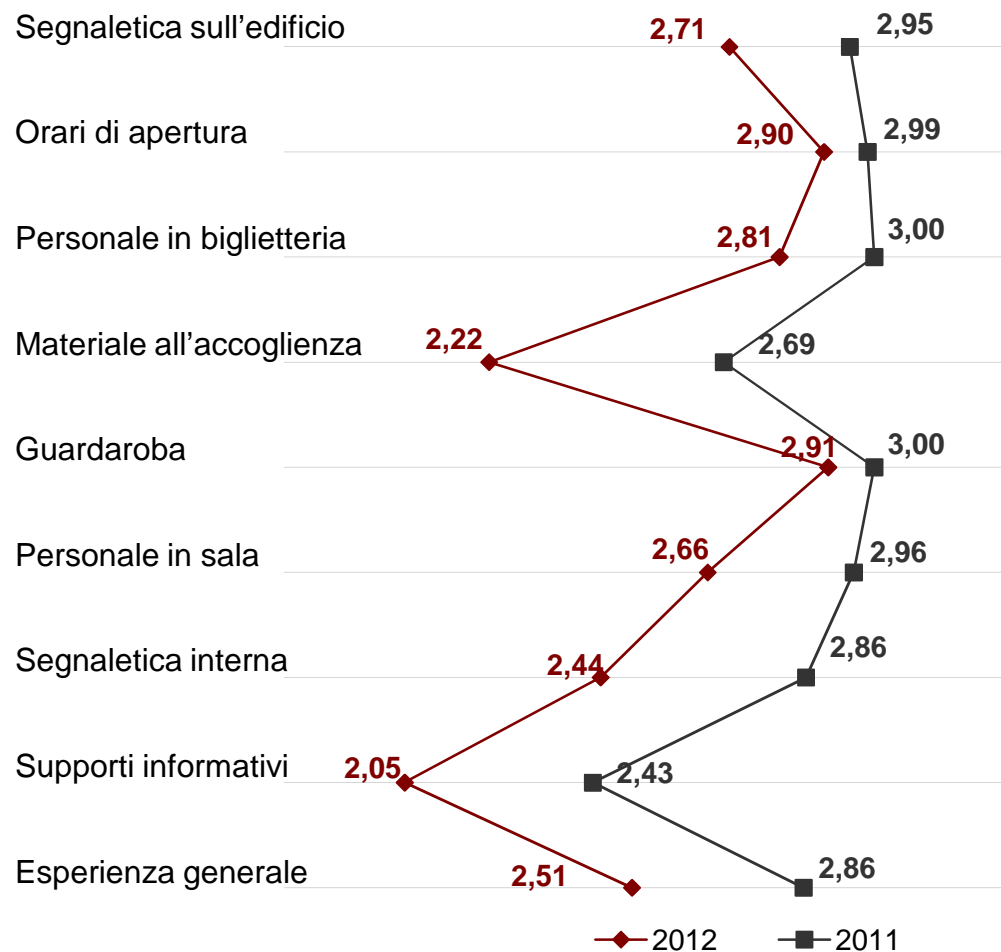


## Analisi del trend 2011-2012

Il trend risulta piuttosto costante, ma si denota una lieve flessione generale dei giudizi rispetto allo scorso anno, mantenendo comunque un livello medio di soddisfazione molto buono.

Tra i vari aspetti oggetto d'indagine solo i supporti informativi scendono al di sotto dello standard minimo di 2,10, ma è il materiale all'accoglienza a registrare il maggiore scostamento.

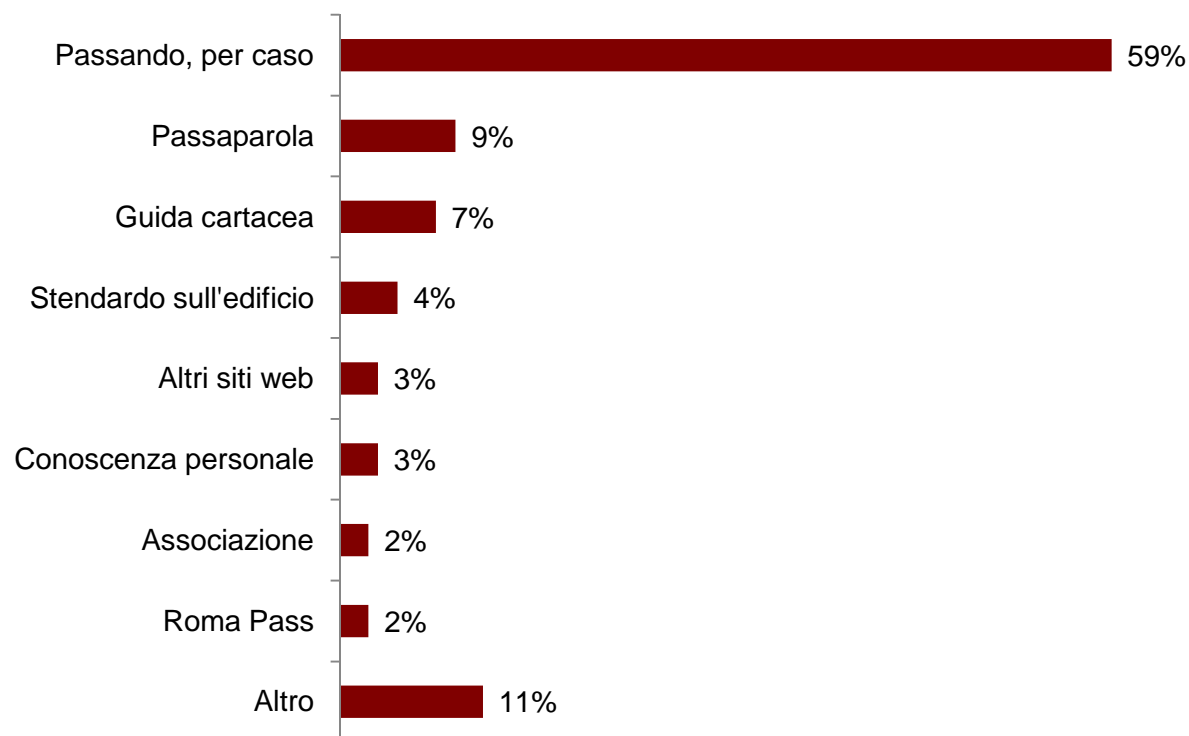
Nel 2012 aggiunte nella segnaletica interna indicazioni per guardaroba e uffici della direzione museale.



## Come è venuto a conoscenza del Museo

Rispetto al 2011 viene confermato il dato per cui la maggior parte dei visitatori intervistati viene a sapere del museo “passando, per caso” (in lieve discesa da 66% a 59%). Aumenta la percentuale relativa al passaparola (dal 2% al 9%), mentre scende la guida cartacea (da 16% a 7%).

Risulta significativo che gli italiani siano venuti a sapere del museo principalmente passando per caso (31%) e tramite passaparola (19%), mentre viene raddoppiata la percentuale per gli stranieri che lo scoprono casualmente (71%) , ma anche attraverso la guida cartacea (10%).

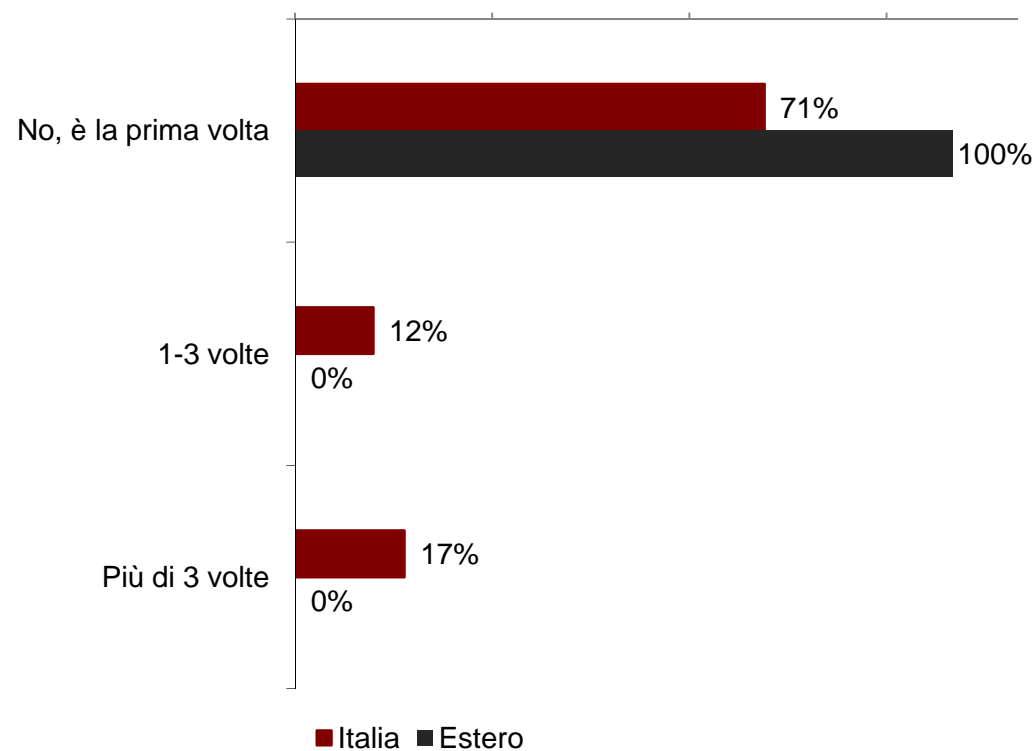




## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo (91%), mentre chi l'ha già frequentato rappresenta il 9%.

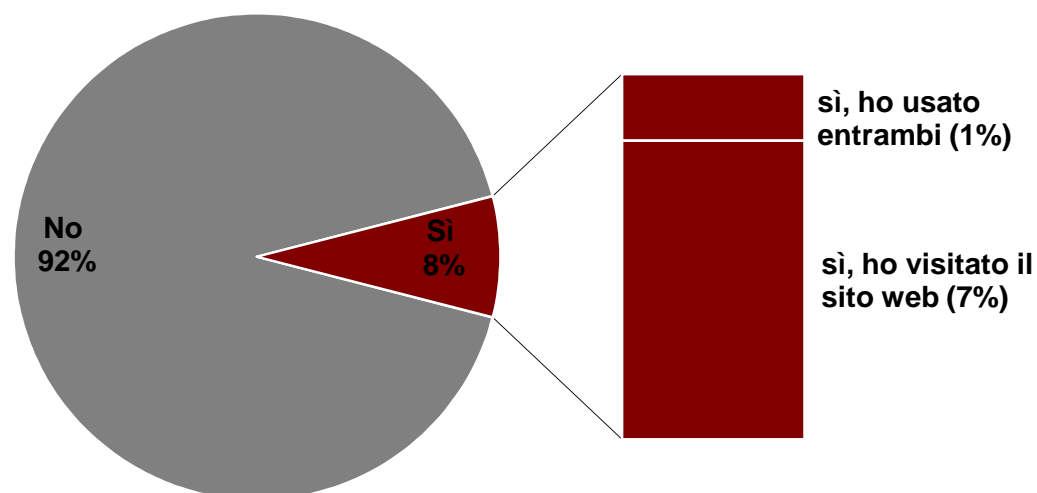
Risulta che tutti i visitatori stranieri si sono recati al museo per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre tra gli italiani prevalgono quelli che già vi sono stati più di 3 volte (17%; di cui la quasi totalità è costituita dai cittadini romani).



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

L'8% dei visitatori intervistati dichiara di essersi avvalso dei servizi informativi prima della visita (di cui il 7% utilizzando il sito web del museo, mentre un 1% sia il sito internet che il Contact Center 060608).

Sono pochi i giudizi rilasciati dagli intervistati sul sito web del museo e sul Contact Center 060608 , pertanto non assumono valore statistico.



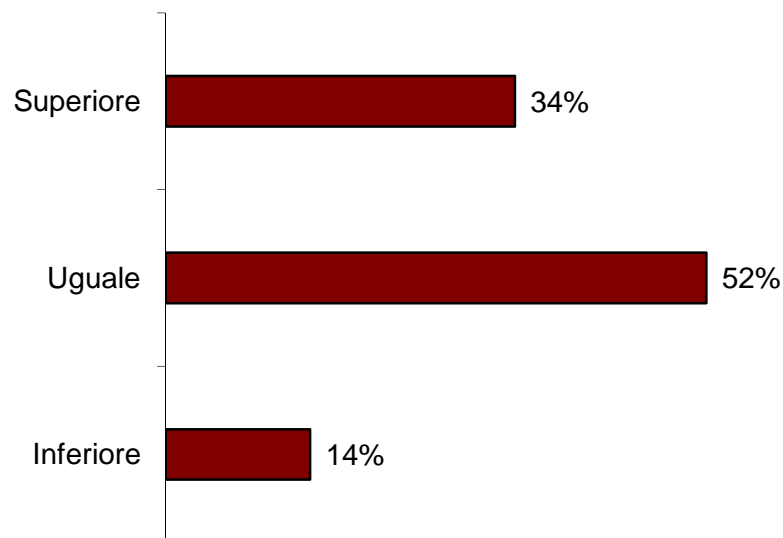
## Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico

Circa la metà dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo visitato sia stata uguale alle aspettative (52%), per il 34% è stata superiore, mentre per il 14% il giudizio è stato inferiore rispetto alle attese.

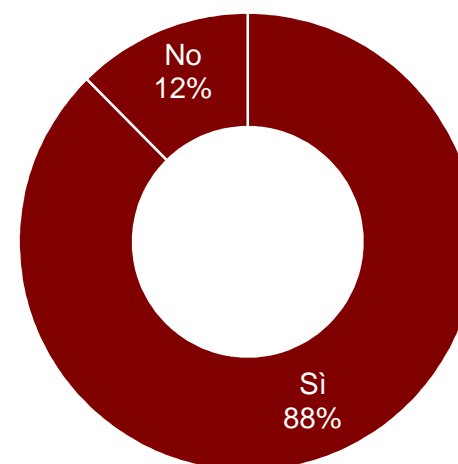
Risulta significativo che il 52% degli stranieri abbia un giudizio uguale alle aspettative, mentre per il 28% è stato superiore e per il 20% inferiore. Gli italiani si distribuiscono diversamente: il 55% risponde "uguale" e il 45% "superiore", mentre per nessuno è stato inferiore alle attese.

La maggior parte del campione intervistato dichiara che consiglierebbe il museo visitato ad un amico (88%), mentre solo il 12% non lo farebbe.

**Giudizio rispetto alle aspettative**

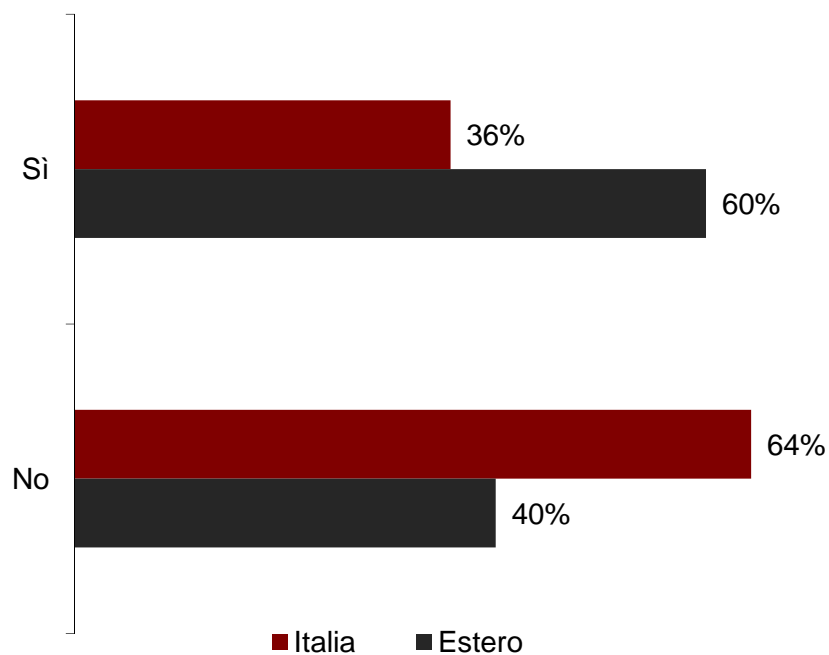


**Consiglierebbe questo museo ad un amico**

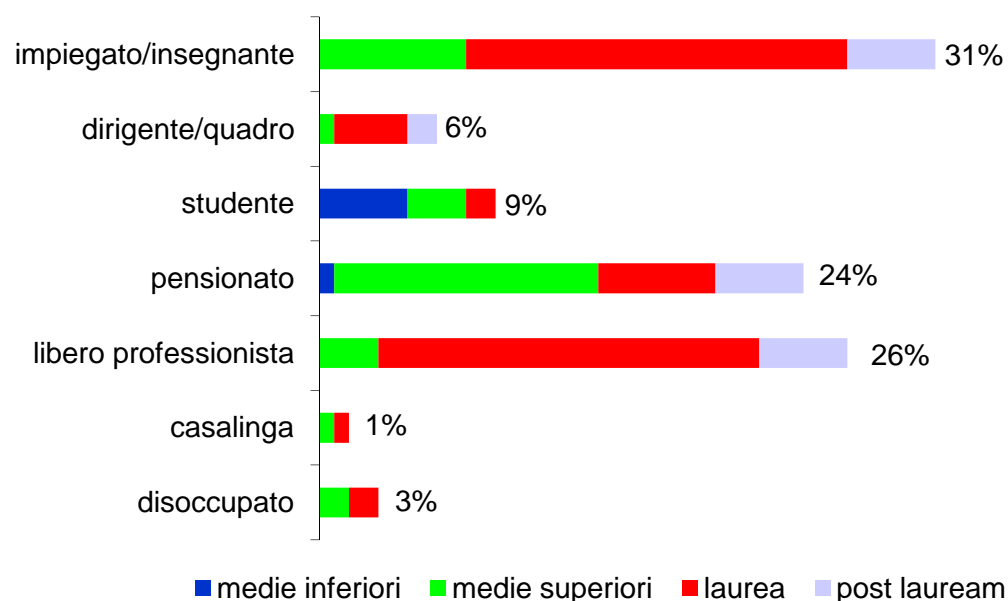
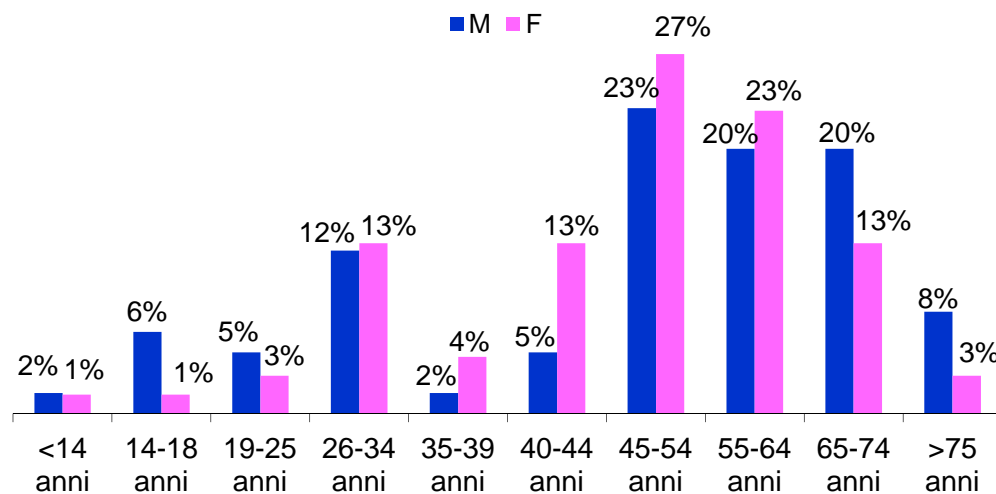


## Conosce la Roma Pass

A tale domanda è risultato che il 53% del campione intervistato conosce la card *Roma Pass*. Gli stranieri sono quelli che risultano conoscere di più la card (60%), mentre i visitatori italiani la conoscono meno (36%), soprattutto i cittadini romani.



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



Quest'anno prevale leggermente il genere femminile (52%; le donne sono più numerose soprattutto nelle fasce 40-64 anni, mentre gli uomini nelle fasce oltre i 65 anni).

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta tra i 45 e i 74 anni, che raggiungono complessivamente il 62% sul totale.

Il 31% del campione intervistato è rappresentato dagli occupati dipendenti, ovvero impiegati e insegnanti (51% nel 2011).

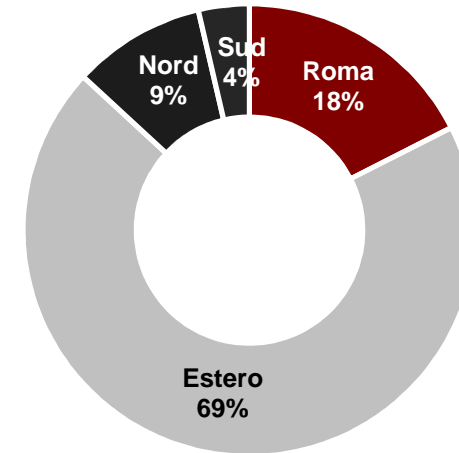
Il 66% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o superiore (in discesa dal 79% del 2011).

## Analisi socio-demografica (provenienza)

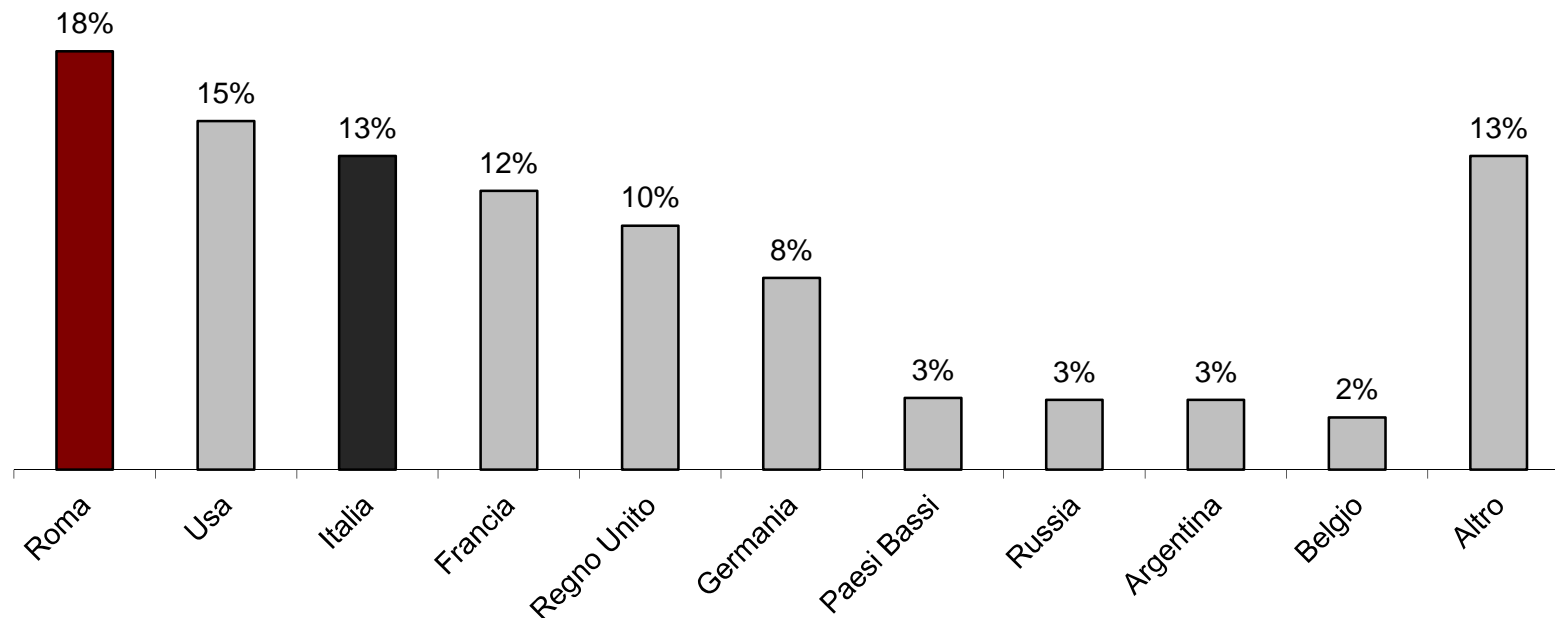
Il Museo di Roma è frequentato prevalentemente da stranieri (69% in discesa rispetto all'88% del 2011), nonostante ciò rispetto all'anno scorso aumentano i turisti italiani (da 2% a 13%) e i cittadini romani (da 10% a 18%), probabilmente richiamati dalla mostra temporanea esposta nel museo.

Tra le nazionalità prevalgono quella americana (15%), francese (12%) e inglese (10%).

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



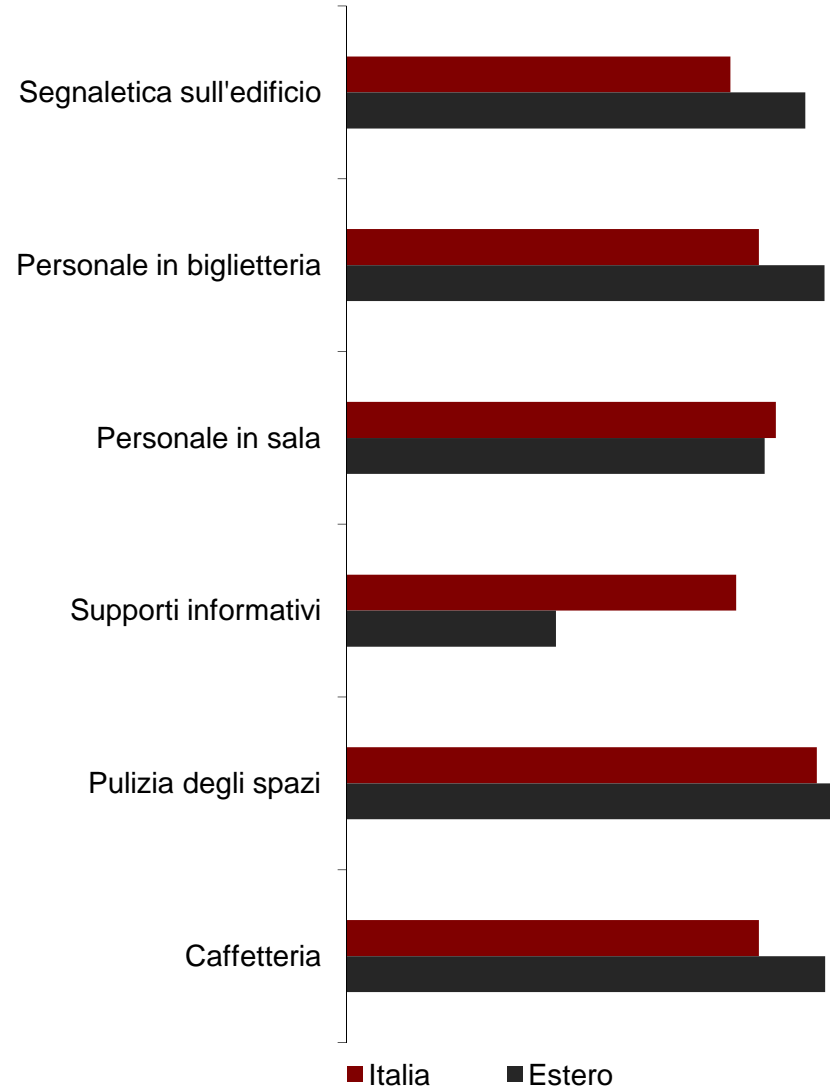
■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



## Analisi univariate

Risulta significativa per alcuni aspetti oggetto d'indagine la provenienza dei visitatori: dal grafico laterale si rileva un livello medio di soddisfazione più alto da parte dei turisti stranieri, tranne che per i supporti informativi e il personale in sala.

Riguardo ai restanti incroci col profilo degli intervistati, risulta significativa l'associazione tra alcune variabili (materiale all'accoglienza, personale in sala e supporti informativi) e il titolo di studio (sono più soddisfatti coloro che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore o superiore, mentre i laureati rilasciano giudizi più bassi soprattutto sul materiale e i supporti informativi), ma anche tra le fasce d'età rispetto al materiale disponibile all'accoglienza (più gradito dalle fasce più adulte oltre i 75 anni) e ai supporti informativi (più apprezzati dai ragazzi di età 14-25 anni).



## Correlazione 1/2

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

Le variabili tra loro più correlate risultano essere gli orari di apertura col guardaroba; il personale in biglietteria con la pulizia, la libreria e la caffetteria; la segnaletica interna col materiale disponibile all'accoglienza, il personale in sala e i supporti informativi

Dalla tabella sottostante si denota come la segnaletica esterna abbia un coefficiente di correlazione di segno negativo (seppure minimo e non significativo) rispetto alla segnaletica interna, 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	Guardaroba	Personale in sala	Segnaletica interna	Supporti informativi	Pulizia degli spazi	Libreria	Caffetteria	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,244**	,070	,036	,239	,256**	-,102	-,070	,152	-,019	,110	,113
Orari di apertura	,244**	1,000	,148	,194	,683**	,314**	,316**	,200*	,237**	,050	,250	,236**
Personale in biglietteria	,070	,148	1,000	,232 <sup>†</sup>	,305	,290**	,193 <sup>†</sup>	-,154	,452**	,418**	,443**	,111
Materiale all'accoglienza	,036	,194	,232 <sup>†</sup>	1,000	,116	,288 <sup>†</sup>	,545**	,376**	,168	,319 <sup>†</sup>	,144	,389**
Guardaroba	,239	,683**	,305	,116	1,000	,503**	,352 <sup>†</sup>	,168	,718**	,247	1,000**	,371 <sup>†</sup>
Personale in sala	,256**	,314**	,290**	,288 <sup>†</sup>	,503**	1,000	,435**	,323**	,307**	,329**	,307 <sup>†</sup>	,299**
Segnaletica interna	-,102	,316**	,193 <sup>†</sup>	,545**	,352 <sup>†</sup>	,435**	1,000	,434**	,148	,206	,294 <sup>†</sup>	,477**
Supporti informativi	-,070	,200 <sup>†</sup>	-,154	,376**	,168	,323**	,434**	1,000	,098	,048	,129	,417**
Pulizia degli spazi	,152	,237**	,452**	,168	,718**	,307**	,148	,098	1,000	,213 <sup>†</sup>	,672**	,205 <sup>†</sup>
Libreria	-,019	,050	,418**	,319 <sup>†</sup>	,247	,329**	,206	,048	,213 <sup>†</sup>	1,000	,081	,362**
Caffetteria	,110	,250	,443**	,144	1,000**	,307 <sup>†</sup>	,294 <sup>†</sup>	,129	,672**	,081	1,000	,314 <sup>†</sup>
Esperienza generale	,113	,236**	,111	,389**	,371 <sup>†</sup>	,299**	,477**	,417**	,205 <sup>†</sup>	,362**	,314 <sup>†</sup>	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). Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi, ad eccezione della segnaletica sull'edificio e del personale in biglietteria, per tale motivo sono stati esclusi nella tabella laterale.

Al *Museo di Roma* gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: la **segnaletica interna** e i **supporti informativi**.

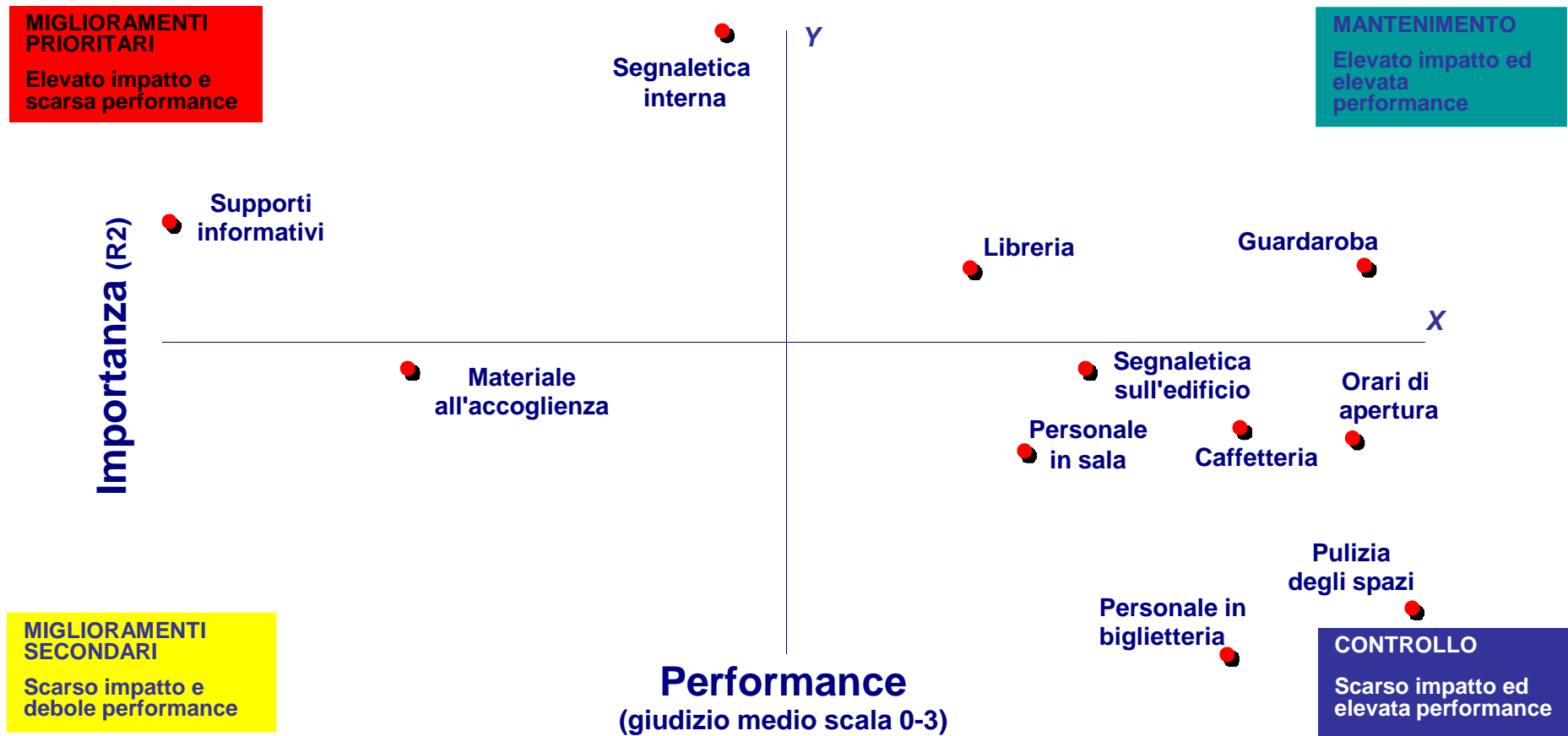
Nessuno degli aspetti oggetto d'indagine ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza generale	
Segnaletica interna	,477
Supporti informativi	,417
Materiale all'accoglienza	,389
Guardaroba	,371
Libreria	,362
Caffetteria	,314
Personale in sala	,299
Orari di apertura	,236
Pulizia degli spazi	,205

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il guardaroba e la libreria sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti. Tra gli aspetti prioritari da migliorare (quadrante in alto a sinistra) vi sono invece i supporti informativi e la segnaletica interna.

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 1/2

**ELOGI** ottimo così, bellissimo, mi piace la caffetteria, segnaletica esterna attraente, bella la collezione su Ippolito Caffi. **Totale 9.**

**NIENTE** da migliorare. **Totale 26.**

---

**SUPPORTI INFORMATIVI - PANNELLI:** manca la traduzione in inglese (27), in altre lingue (17), altro (2). *Totale pannelli 46.* **DIDASCALIE** tradotte in inglese/francese e posizionate accanto alle opere. *Totale didascalie 25.*

**Totale Supporti informativi 71.**

**SEGNALETICA INTERNA** di percorso poco chiara (8), più visibile per ascensore (5) e toilette (5), altro (7). **Totale 25.**

**COLLEZIONE** poche opere esposte, soprattutto sulla città di Roma (12), mi aspettavo di più (10), altro (2). **Totale 24.**

**POSTI A SEDERE** da aggiungere (18), altro (3). **Totale 21.**

**BROCHURE** tradotta in francese, spagnolo e tedesco (13), manca la mappa (5). **Totale 18.**

**ILLUMINAZIONE** a volte troppo bassa (11), altro (5). **Totale 16.**

**AUDIOGUIDA** disponibile anche in francese e spagnolo (10), altro (2). **Totale 12.**

**BIGLIETTO** costoso (7), altro (2). **Totale 9.**

**PERCORSO** poco chiaro, non far tornare indietro per uscire. **Totale 9.**

**PUBBLICITÀ** da aumentare. **Totale 7.**



## **Suggerimenti 2/2**

**AMBIENTE** claustrofobico, aprire le finestre. **Totale 6.**

**SUPPORTI DIGITALI** inserire supporti audiovisivi in lingua inglese. **Totale 5.**

**ALTRO.** Totale 24.

### Allegato 1 - QUESTIONARIO MUSEO DI ROMA

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"/> <a href="http://www.museincomune.it">www.museincomune.it</a> 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. <b>ESPERIENZA GENERALE</b>	<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: \_\_\_\_\_