



---

Indagini di Customer Satisfaction

**Contact Center 060608**

15 – 22 Maggio 2017

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 07/06/2017*

**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 2016-2017
- Come è venuto a conoscenza del *Contact Center 060608*
- Tipologia di informazione richiesta
- Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo servizio ad un amico
- Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma
- Analisi socio-demografica
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

Il presente documento illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 378 questionari somministrati a campione attraverso interviste telefoniche rivolte agli utenti che hanno usufruito del *Contact Center 060608* dal 15 al 22 maggio 2017 (gli intervistati rappresentano il 5% delle chiamate totali nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Per effettuare l'indagine è stato scelto tale periodo in concomitanza dell'evento "*Notte dei Musei*" di sabato 20 maggio.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,41\%$ .

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

Nel 2017, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale degli utenti intervistati è ottimo, con una media di **2,74** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la cortesia (2,93) e competenza degli operatori (2,85), il servizio vendita di biglietti (2,80) e la capacità di problem solving (2,77).

Tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20. La capacità di problem solving, la competenza dell'operatore e la completezza delle informazioni ricevute sono gli elementi ritenuti più importanti e soddisfacenti nella mappa delle priorità, ma anche quelli più correlati al giudizio generale (cfr. pp. 17-19).

Tra i suggerimenti prevalgono le indicazioni rilasciate dagli utenti sulle informazioni, che dovrebbero essere più complete ed approfondite, soprattutto sulla “*Notte dei Musei*” (33 suggerimenti) e consigliano di prolungare gli orari di apertura del servizio (32 suggerimenti).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito in prevalenza da cittadini romani (84%), occupati dipendenti (42%) e pensionati (25%), in possesso di un titolo di laurea o post laurea (53%), soprattutto appartenenti alle fasce di età adulta oltre i 45 anni (complessivamente raggiungono il 68% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui i visitatori vengono a conoscenza del *Contact Center 060608* prevalgono “altri siti web” (45%) e lo 060606 (15%), mentre il 22% non sa o non ricorda. Risulta significativo che “altri siti web” sia la voce predominante tra i turisti, di età compresa tra i 19 e i 54 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi fruitori, privi di aspettative e non hanno effettuato visite culturali a Roma nell'ultimo anno. Invece coloro che rispondono “non so/non ricordo” oppure lo conoscono tramite lo 060606 sono soprattutto romani, di età adulta oltre i 55 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, che hanno già usufruito di tale servizio, pertanto hanno delle aspettative a priori e nell'ultimo anno hanno visitato oltre tre musei/monumenti/siti archeologici della città.

## Tabella riassuntiva

Contact Center 060608	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Deliziati	Per niente soddisfatti	% Molto+Abbastanza soddisfatti
Orario di apertura	2,66	3,00	367	11	0,508	3%	67%	0%	99%
Tempi di attesa	2,76	3,00	378	0	0,458	0%	77%	0%	99%
Operatore - Cortesia	2,93	3,00	378	0	0,253	0%	93%	0%	100%
Operatore - Competenza	2,85	3,00	378	0	0,407	0%	87%	0%	98%
Capacità problem solving	2,77	3,00	337	41	0,533	11%	82%	1%	96%
Completezza informazioni ricevute	2,74	3,00	376	2	0,529	1%	77%	1%	97%
Servizio vendita biglietti	2,80	3,00	60	318	0,403	84%	80%	0%	100%
www.060608.it	2,48	3,00	92	286	0,602	76%	53%	0%	95%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,74</b>	<b>3,00</b>	<b>378</b>	<b>0</b>	<b>0,486</b>	<b>0%</b>	<b>76%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

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

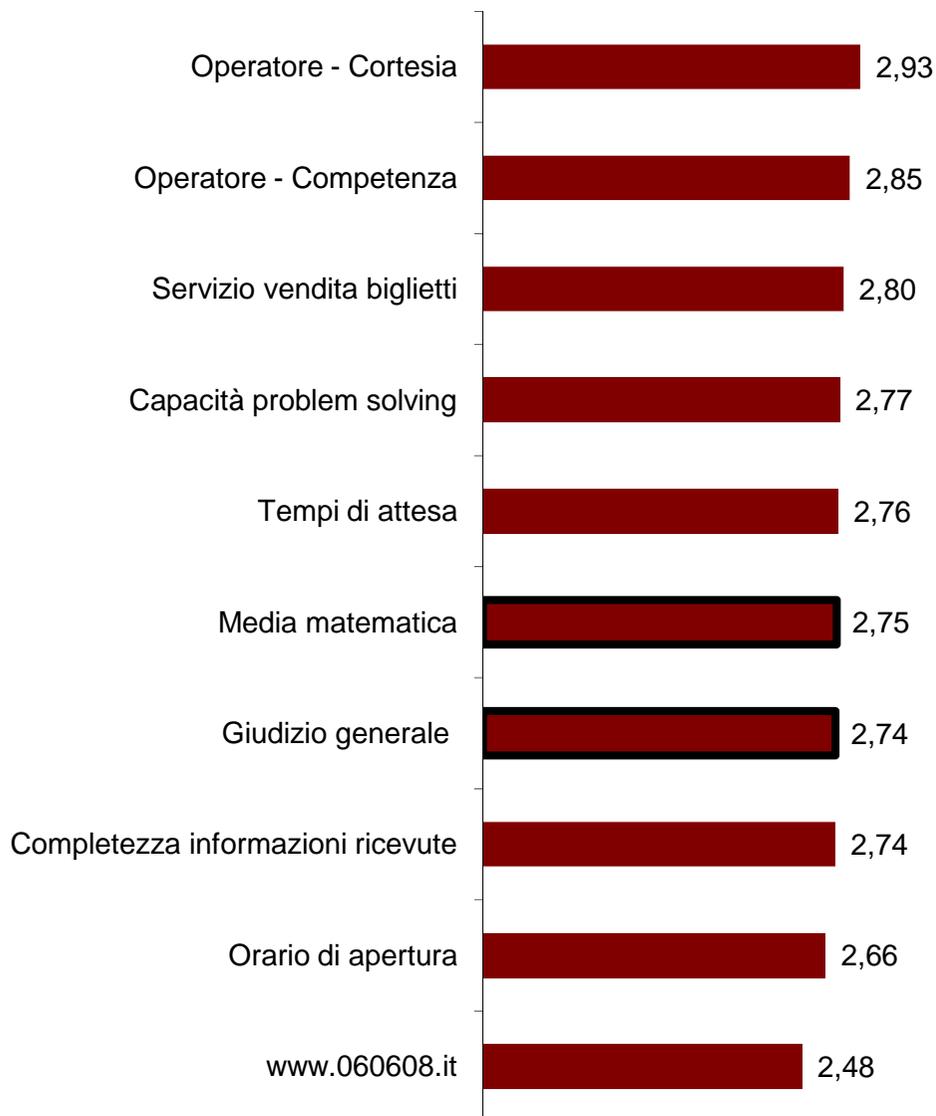
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,75).

## 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.

Gli aspetti oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi sono quelli riguardanti gli operatori (**cortesia, competenza e capacità di problem solving**), ma anche il **servizio vendita dei biglietti** e i **tempi di attesa**.

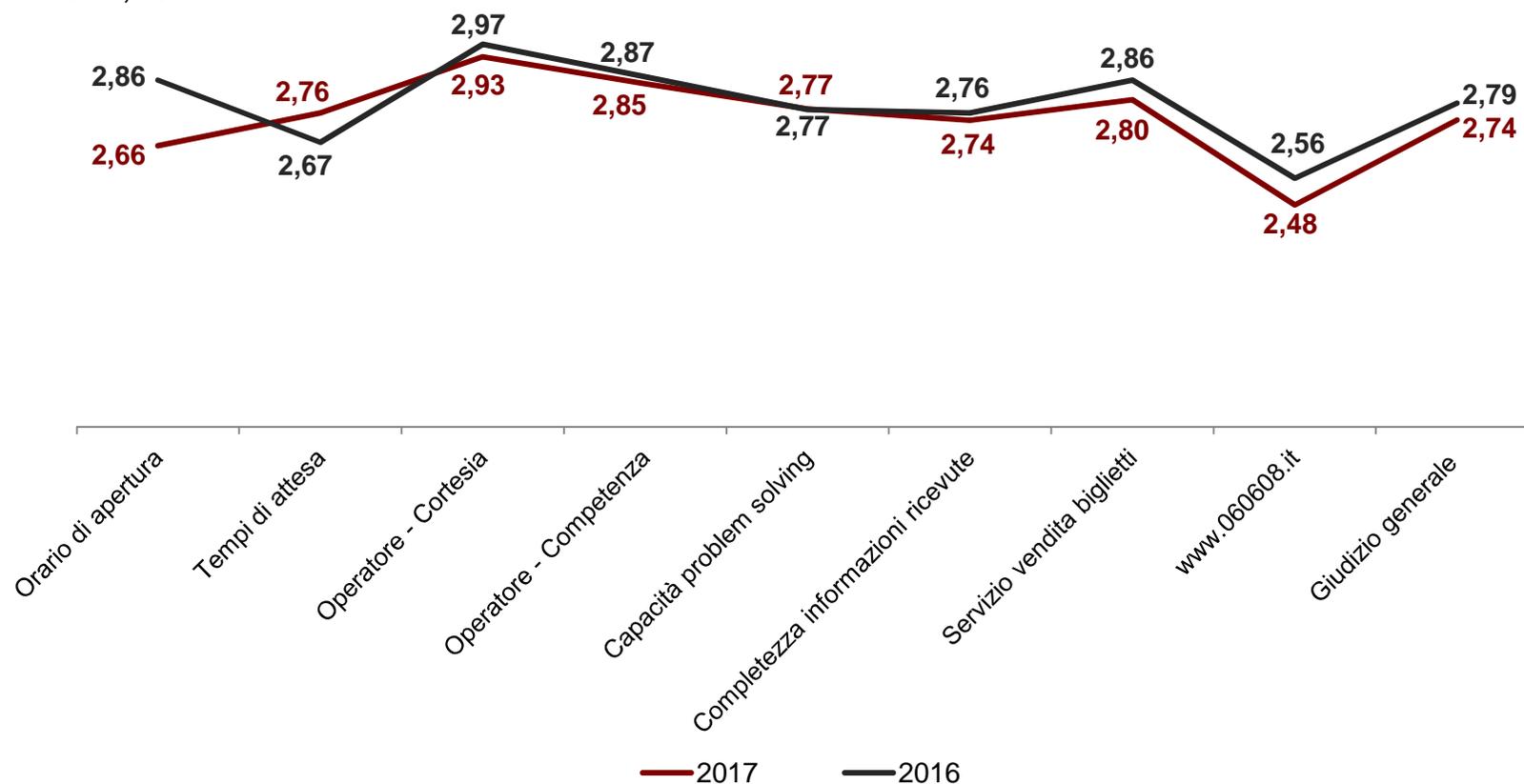
Da evidenziare che solo il 16% degli utenti intervistati ha utilizzato il servizio di vendita biglietti, mentre il sito [www.060608.it](http://www.060608.it) è stato usato dal 24%.



## Analisi del trend 2016-2017

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante, anche se si registra un lieve calo generale del livello medio di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Si evidenzia un incremento significativo sui tempi di attesa, mentre diminuisce la media degli orari di apertura (probabilmente dovuto all'orario di chiusura del servizio, che è stato anticipato dalle 21:00 alle 19:00). Tutti i valori si mantengono nettamente superiori allo standard minimo di 2,20.

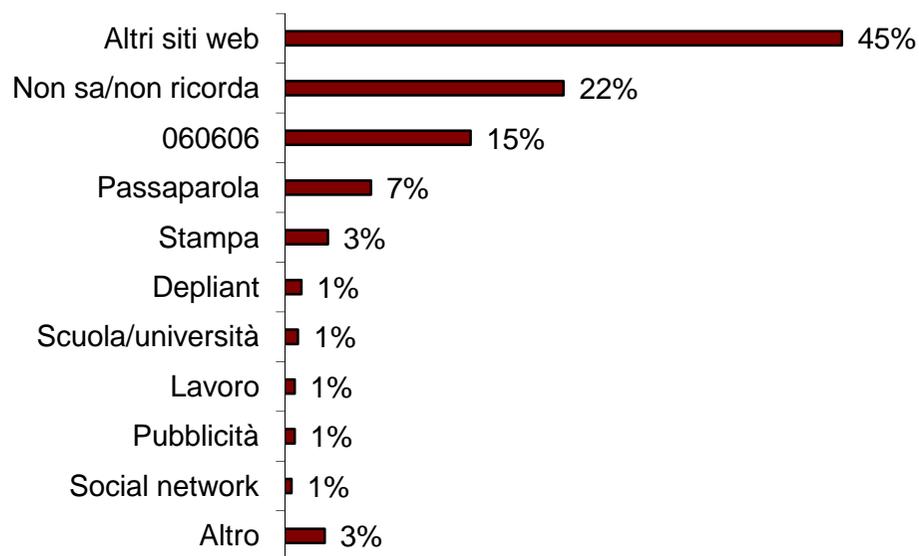


## Come è venuto a conoscenza del *Contact Center 060608*

Il 45% degli intervistati dichiara di essere venuto a conoscenza del *Contact Center 060608* attraverso “altri siti web” (38% nel 2016), il 15% tramite lo “060606” (in aumento rispetto al 12% del 2016) e il 7% col “passaparola” (16% nel 2016).

Rispetto allo scorso anno raddoppia la percentuale degli intervistati che “non sa/ricorda” (passa da 11% a 22%) poiché sono fruitori abituali del servizio da diversi anni.

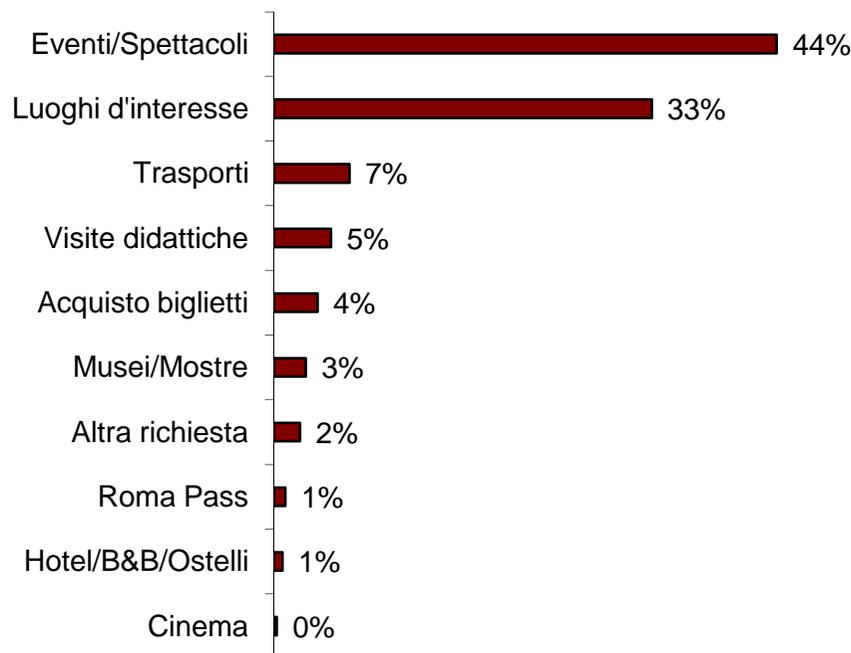
Risulta significativo che sono venuti a sapere di tale servizio attraverso “altri siti web” principalmente i turisti, di età compresa tra i 19 e i 54 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi fruitori, privi di aspettative e non hanno effettuato visite culturali a Roma nell’ultimo anno. Invece coloro che rispondono “non so/non ricordo” oppure lo conoscono tramite lo 060606 sono soprattutto romani, di età adulta oltre i 55 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, che hanno già usufruito di tale servizio, pertanto hanno delle aspettative a priori e nell’ultimo anno hanno visitato oltre tre musei/monumenti/siti archeologici della città.



## Tipologia di informazione richiesta

Analizzando la tipologia di informazione richiesta, come si evidenzia dal grafico sottostante, prevalgono le categorie “Eventi/Spettacoli” (44%, di cui oltre la metà si riferisce alla “Notte dei Musei” del 20 maggio; nel 2016 era 42%) e “Luoghi di interesse” (33%; in aumento dal 22% dell’indagine precedente). Inoltre si registra un lieve incremento delle richieste relative ai “Trasporti”, che passano da 4% nel 2016 a 7%.

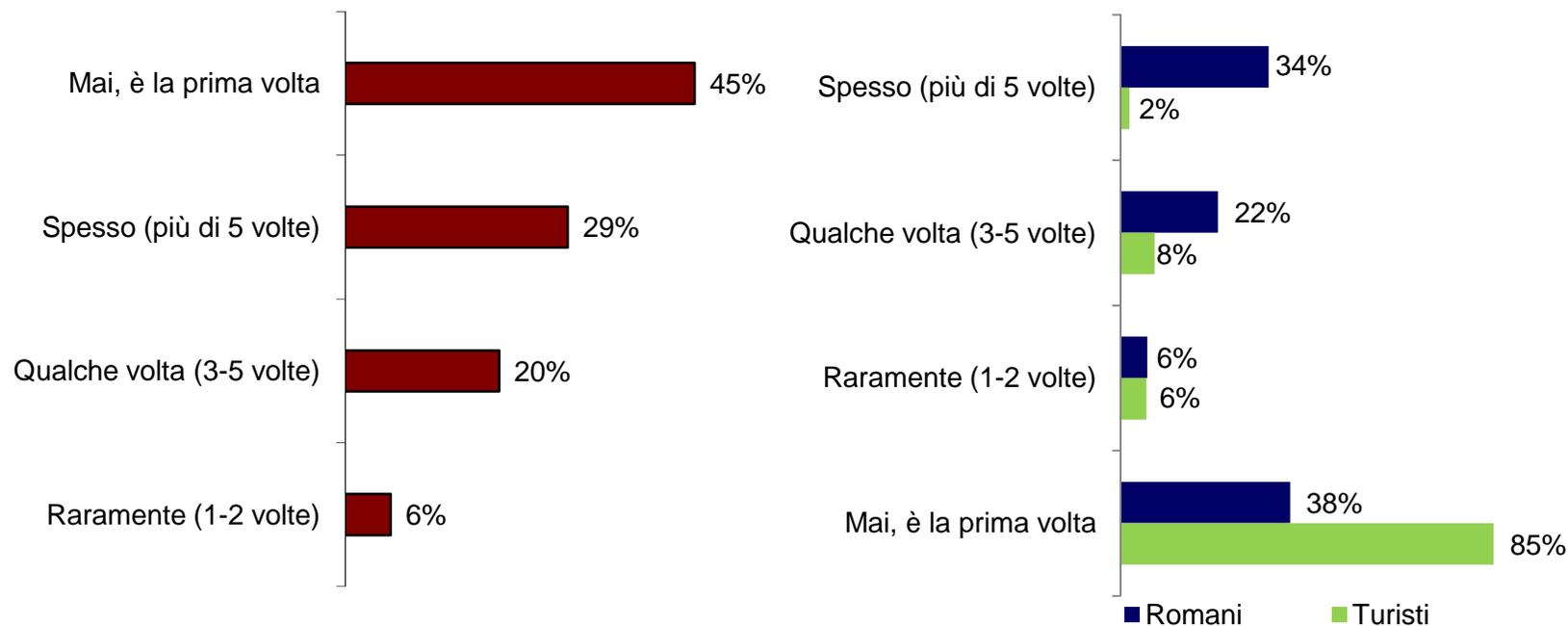
È rilevante che ad essere maggiormente interessati agli eventi/spettacoli siano uomini e donne equamente ripartiti, di età adulta oltre i 65 anni, con un titolo di scuola media inferiore e superiore, che hanno visitato tra uno e tre musei/monumenti di Roma nell’ultimo anno. Invece a richiedere informazioni sui luoghi d’interesse sono in prevalenza le donne, di età compresa tra i 40 e i 64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, che nell’ultimo anno hanno effettuato più di tre visite culturali a Roma.



## Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio

Il 55% degli intervistati dichiara di avere già utilizzato il servizio nell'ultimo anno (il 29% "Spesso, più di cinque volte", il 20% "Qualche volta, da tre a cinque volte" e il 6% "Raramente, da una a due volte"), mentre il 45% ne usufruisce per la prima volta.

Risulta significativo che ad avere già utilizzato il servizio siano soprattutto gli utenti romani (cfr. grafico sottostante a destra), con un giudizio superiore o uguale alle aspettative, che hanno visitato oltre tre musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno, ma mentre coloro che lo utilizzano spesso hanno un'età superiore ai 65 anni, chi lo usa qualche volta appartiene alle fasce d'età 45-64 anni. Invece i nuovi fruitori sono prevalentemente turisti, di età giovane tra i 26 e i 44 anni, privi di attese a priori, che non hanno effettuato visite culturali a Roma nell'ultimo anno.

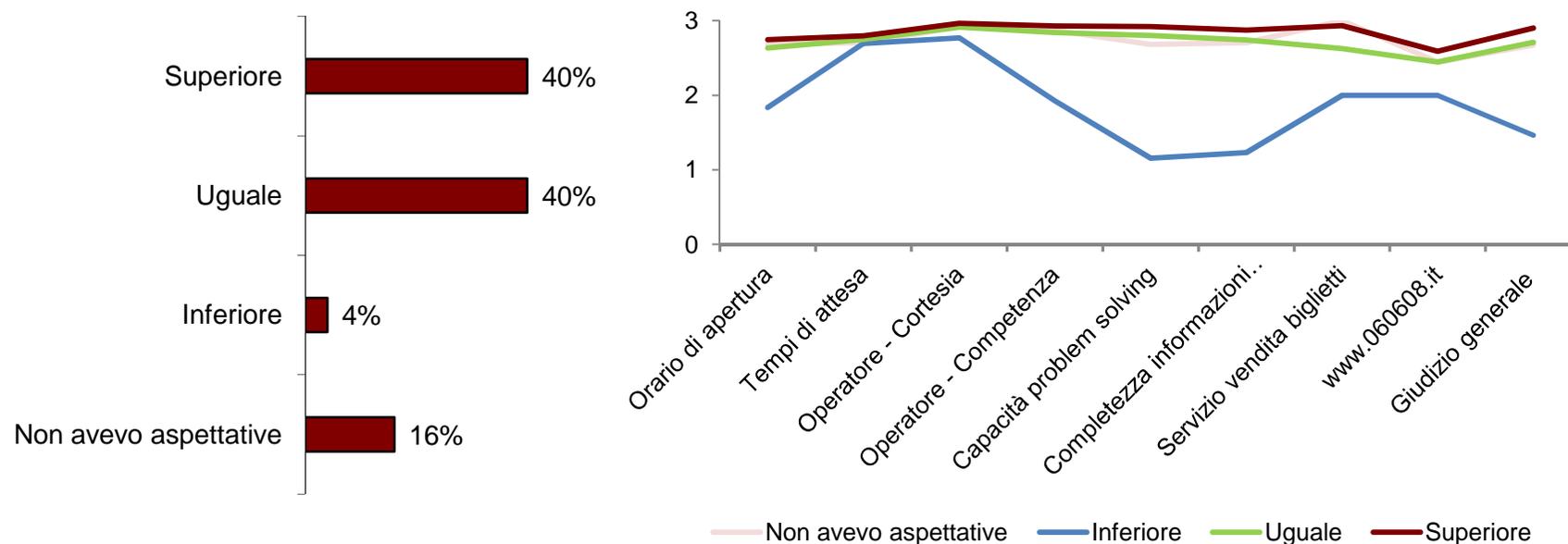


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 16% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della fruizione del servizio. Coloro che affermano di avere un giudizio sia superiore che uguale alle proprie attese raggiungono il 40% sul campione totale, mentre solo per il 4% il giudizio è inferiore alle aspettative.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle proprie attese siano in particolare gli utenti che hanno già utilizzato il servizio qualche volta e si ritengono in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle aspettative soprattutto per i fruitori abituali del servizio, abbastanza soddisfatti della loro esperienza. A non avere aspettative a priori sono principalmente i nuovi fruitori, il cui giudizio complessivo è abbastanza soddisfacente.

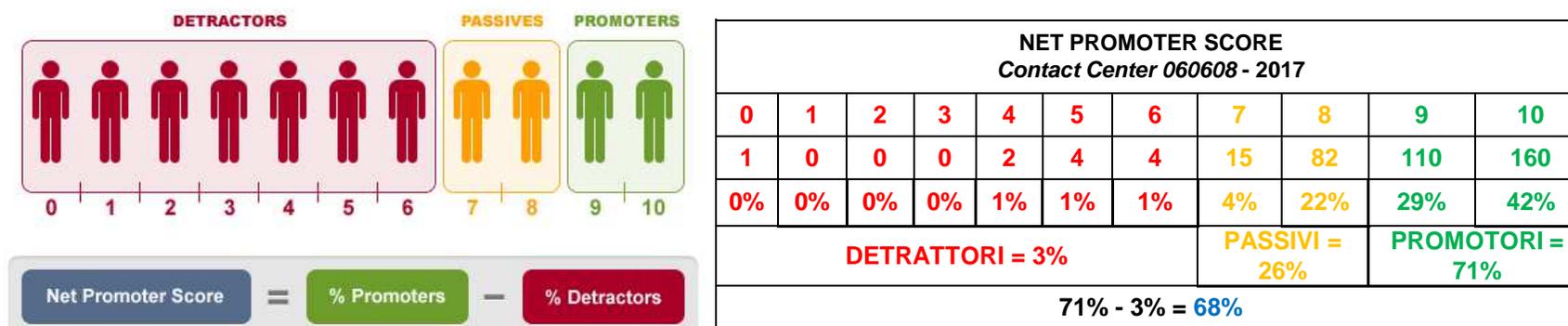
Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



## Consiglierebbe questo servizio 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 servizio ad 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 *Contact Center 060608*.

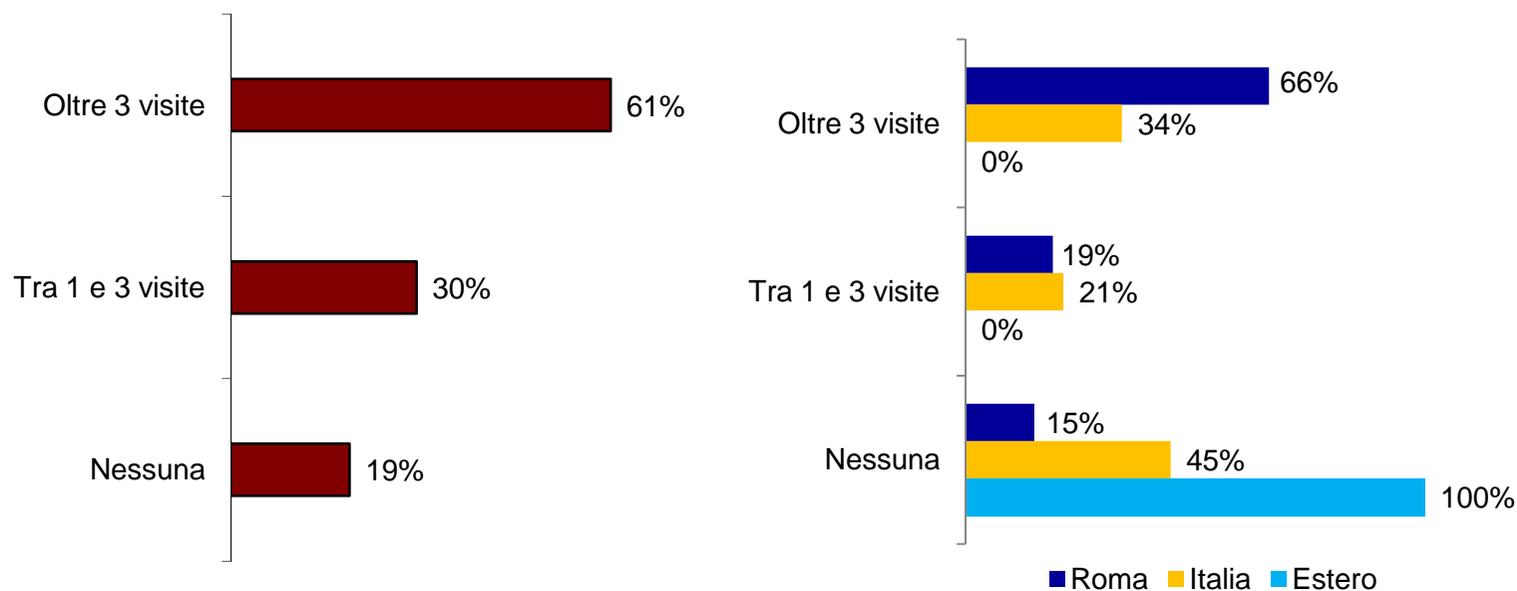
In questo caso la percentuale di utenti che consiglierà tale servizio è pari al **68%**; il 26% degli utenti intervistati ha una posizione neutrale (rilascia valori 7 e 8), mentre solo il 3% corrisponde all'esigua percentuale dei "detrattori".



## Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma

Ben il 91% degli intervistati dichiara di avere visitato musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno (61% "oltre tre visite" e 30% "da una a tre visite"), mentre il 19% non vi si è recato.

È significativo che ad avere effettuato più di tre visite a Roma nell'ultimo anno siano soprattutto i romani (*cf.* grafico sottostante a destra), di età oltre i 45 anni, laureati o con un titolo di specializzazione post laurea, che nell'ultimo anno hanno utilizzato spesso il *Contact Center 060608*. Tra coloro che hanno visitato tra uno e tre musei/monumenti a Roma troviamo gli italiani, appartenenti alle fasce d'età 19-34 e 45-64 anni, diplomati, che non hanno mai utilizzato il servizio. Invece tra chi non ha effettuato alcuna visita culturale a Roma troviamo soprattutto i turisti, in prevalenza stranieri, di età giovane tra i 35 e i 44 anni, diplomati e che utilizzano tale servizio per la prima volta.



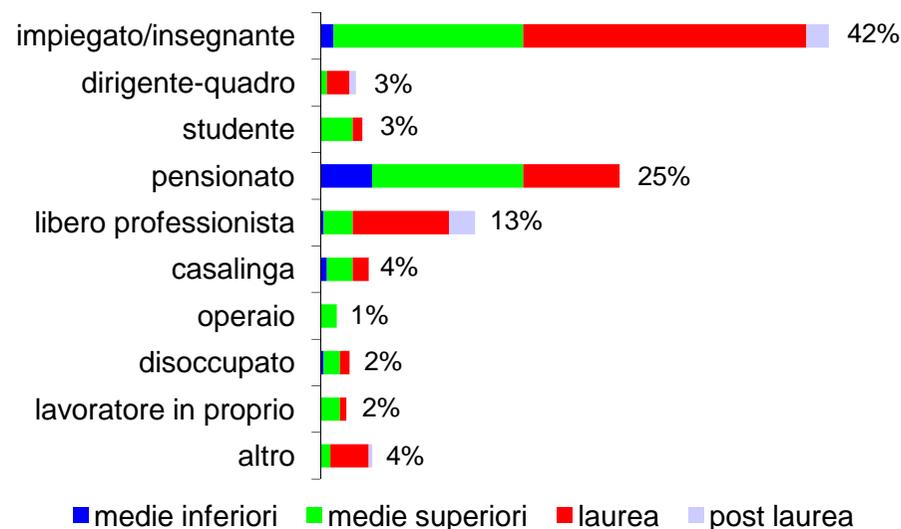
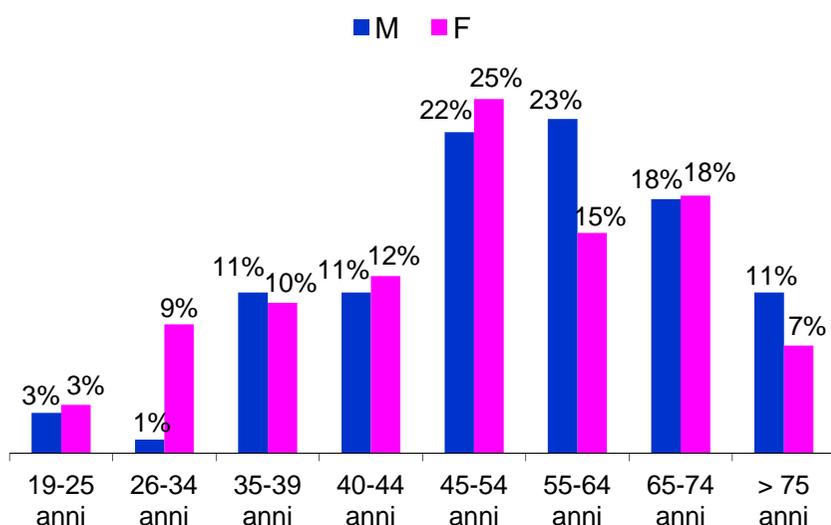
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale nettamente il genere femminile col 71% sul totale degli intervistati (64% nel 2016), soprattutto di età 26-34 anni e 45-54 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta oltre i 45 anni, che raggiungono complessivamente il 68% degli intervistati (67% nel 2016).

Il 53% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (era 57% nel 2016).

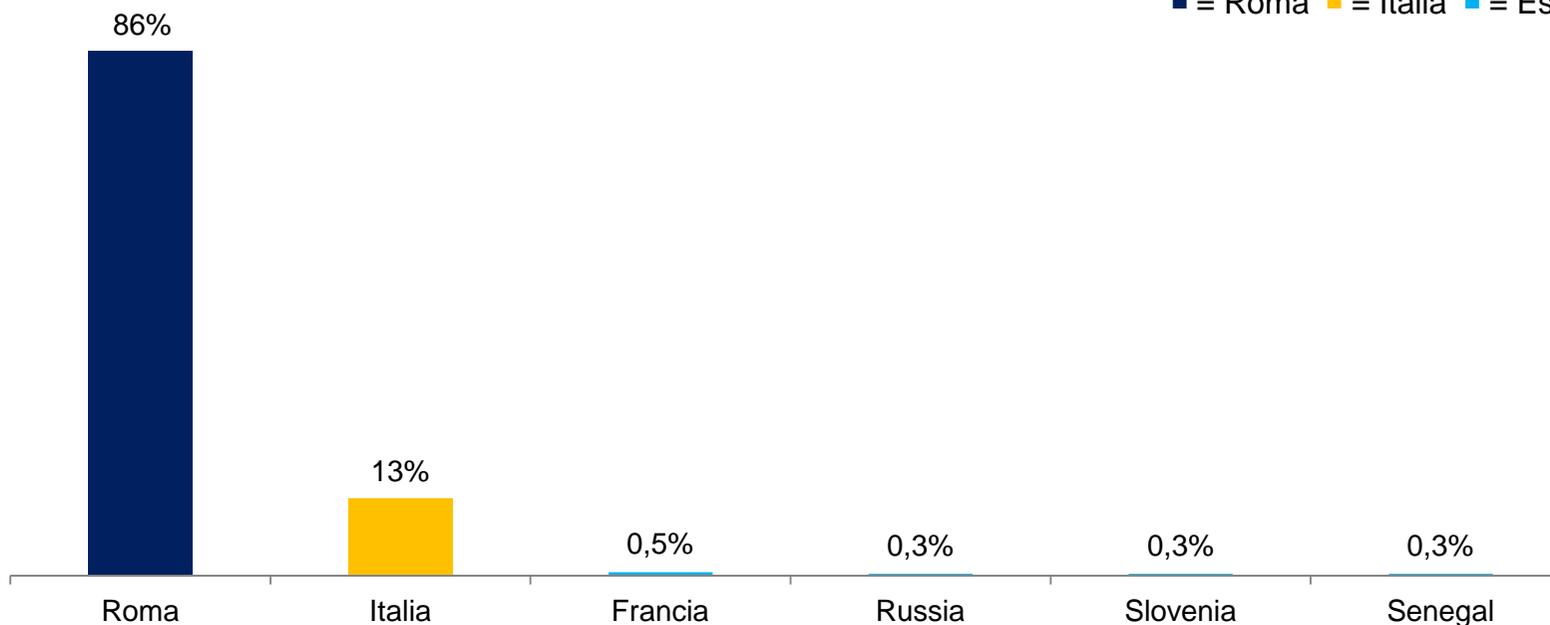
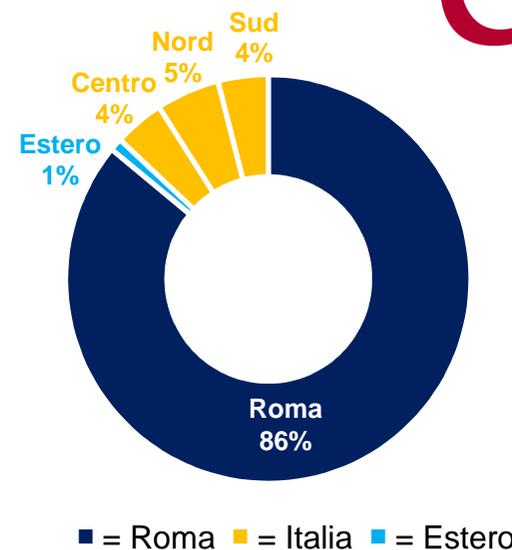
Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, rispetto all'indagine dello scorso anno aumentano gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti, che passano da 34% a 42%, mentre si conferma il dato sui pensionati (25%, la stessa percentuale emersa nel 2016). I liberi professionisti passano da 18% a 13%.



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Ben l'86% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (84% nel 2016), il 13% giunge da altre province italiane (lo scorso anno era 15%) e il restante 1% dall'estero (tale percentuale è invariata rispetto all'indagine precedente).

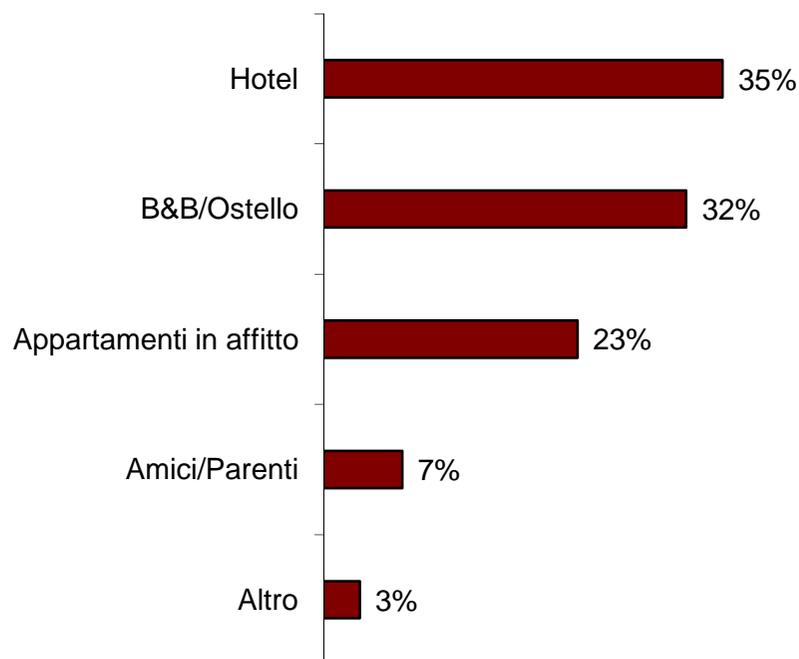
Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



## Struttura ricettiva e permanenza media

Il 35% dei turisti intervistati dichiara di avere scelto strutture alberghiere per pernottare a Roma (nel 2016 la percentuale era 69%), mentre il 32% afferma di voler alloggiare presso strutture extra-alberghiere. Quest'anno emerge nettamente la percentuale di coloro che alloggeranno in appartamenti in affitto col 23% sul totale (nel 2016 nessuno aveva dato questa risposta), invece la voce "amici/parenti" scende notevolmente da 31% a 7%.

Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a poco più di 3 notti (3,13 notti), mentre nel 2016 era leggermente inferiore (2,94 notti).



## Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Orario di apertura	Tempi di attesa	Operatore - Cortesia	Operatore - Competenza	Capacità problem solving	Completezza informazioni ricevute	Servizio di vendita biglietti	www.060608.it	Giudizio generale
Orario di apertura	1,000	,196**	,138**	,151**	,093	,124*	-,016	-,063	,300**
Tempi di attesa	,196**	1,000	,202**	,211**	,107*	,115*	,049	,240*	,255**
Operatore - Cortesia	,138**	,202**	1,000	,598**	,343**	,280**	,367**	,139	,384**
Operatore - Competenza	,151**	,211**	,598**	1,000	,564**	,462**	,471**	,060	,494**
Capacità problem solving	,093	,107*	,343**	,564**	1,000	,665**	,329*	,210	,477**
Completezza informazioni ricevute	,124*	,115*	,280**	,462**	,665**	1,000	,381**	,102	,433**
Servizio vendita biglietti	-,016	,049	,367**	,471**	,329*	,381**	1,000	-,192	,302*
www.060608.it	-,063	,240*	,139	,060	,210	,102	-,192	1,000	,013
Giudizio generale	,300**	,255**	,384**	,494**	,477**	,433**	,302*	,013	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 più correlati alla soddisfazione generale del servizio (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Solo il sito [www.060608.it](http://www.060608.it) non è risultato significativo rispetto all'esperienza complessiva e per tale motivo è stato escluso dalla tabella laterale.

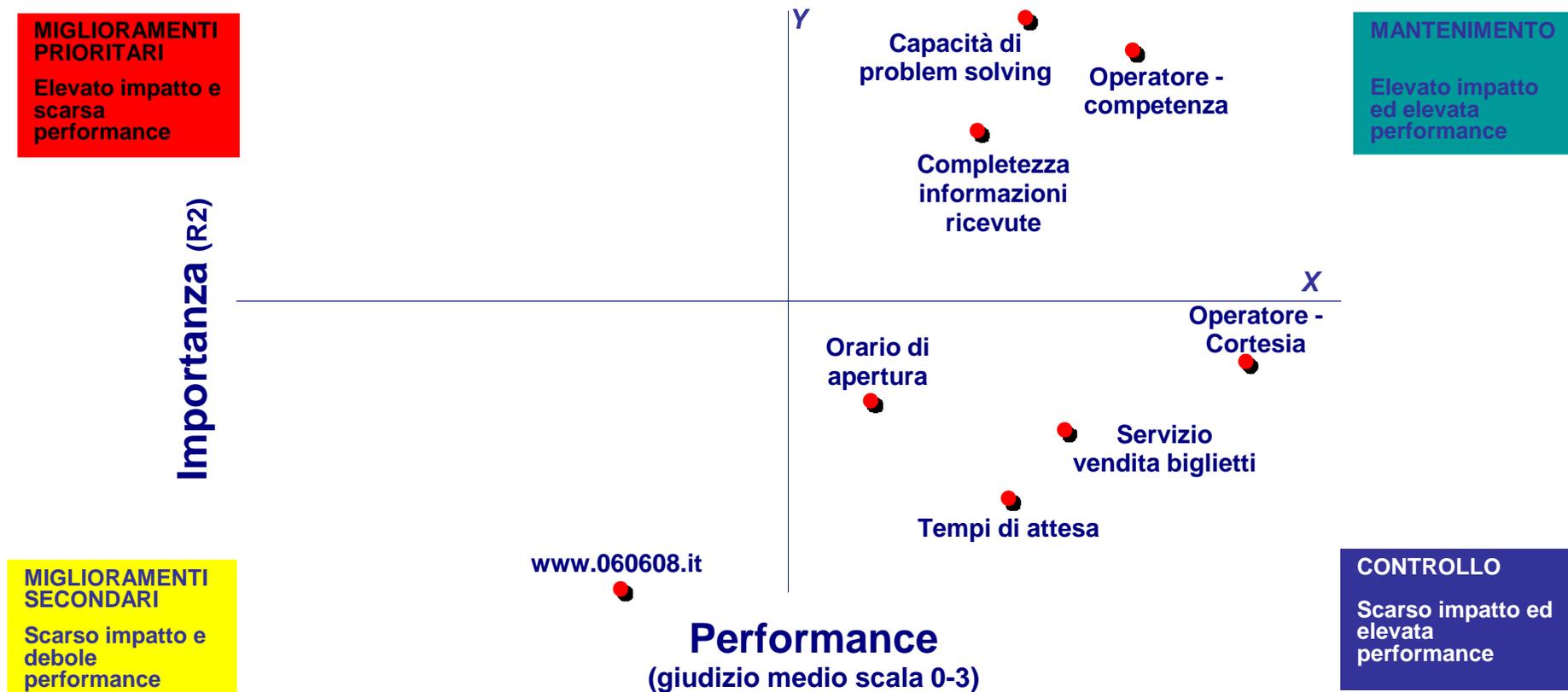
Per il *Contact Center 060608* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi alla **competenza dell'operatore**, alla **capacità di *problem solving*** e alla **completezza delle informazioni ricevute**.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Operatore - Competenza	0,494
Capacità problem solving	0,477
Completezza informazioni ricevute	0,433
Operatore - Cortesia	0,384
Servizio vendita biglietti	0,302
Orario di apertura	0,300
Tempi di attesa	0,255

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **capacità di *problem solving***, la **competenza dell'operatore** e la **completezza delle informazioni ricevute** sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti (quadrante in alto a destra). Invece nessuna delle variabili oggetto d'indagine risulta tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano gli aspetti del servizio che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).

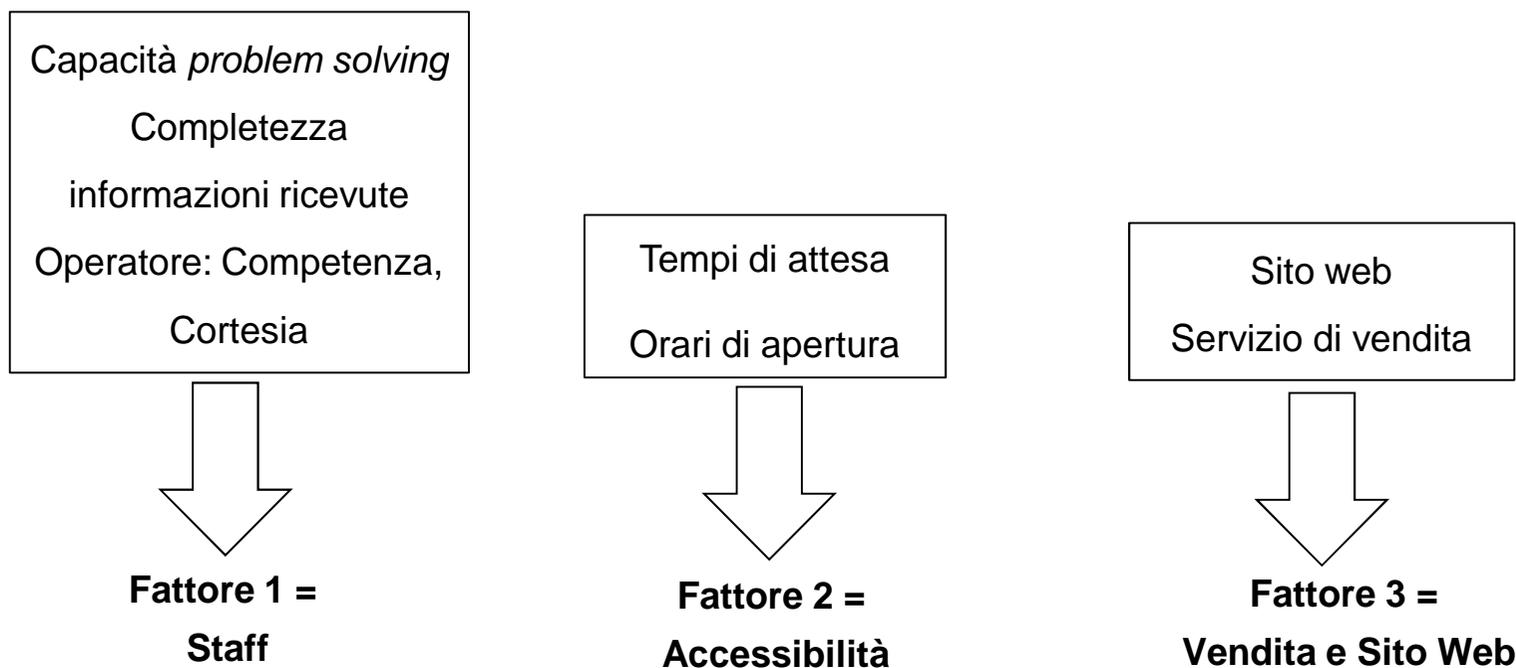


\* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

## 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.

Con un discreto numero di variabili oggetto d'indagine sono stati identificati statisticamente i **3 Fattori** seguenti:



## Cluster Analysis

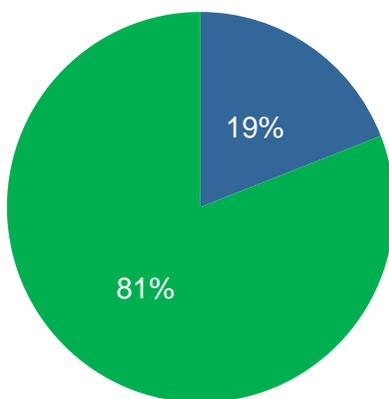
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (72 individui nel Cluster 1 e 306 nel Cluster 2).

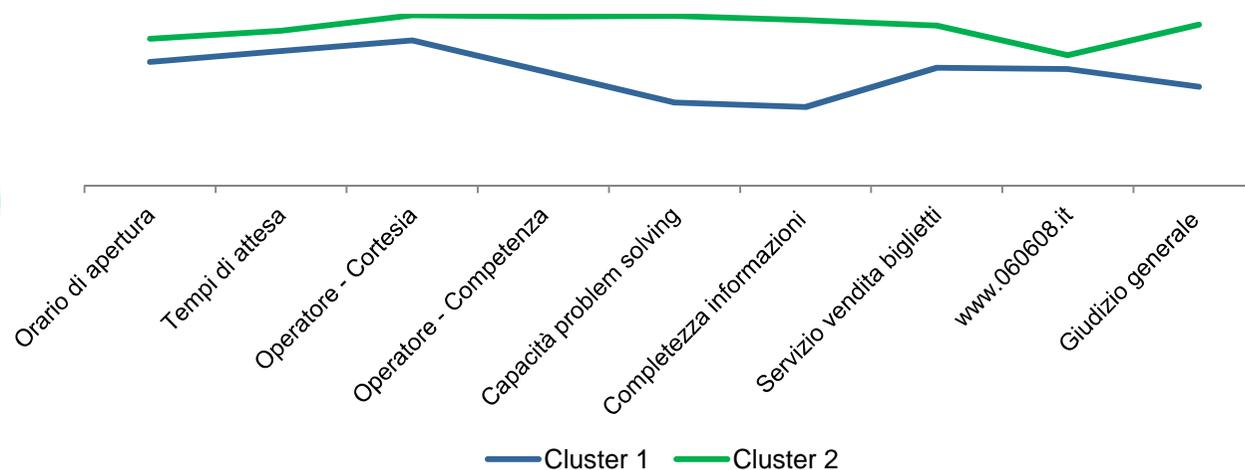
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Soddisfatti** sono ad a un livello più basso di soddisfazione, mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono (cfr. grafico in basso a destra).

**Cluster 1** Soddisfatti: in prevalenza donne, di età 40-54 anni, laureati, impiegati e liberi professionisti, chiedono informazioni sui trasporti e acquisto biglietti, sono venuti a conoscenza del servizio attraverso internet, nell'ultimo anno lo hanno utilizzato qualche volta (3-5 volte) e hanno visitato meno di tre musei, in generale abbastanza soddisfatti, giudizio uguale/inferiore alle aspettative o ne sono privi.

**Cluster 2** Deliziati: in prevalenza uomini, di età giovane 19-39 o adulta oltre i 55 anni, con titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti e pensionati, chiedono informazioni sugli eventi/spettacoli e luoghi di interesse, sono venuti a conoscenza del servizio attraverso il passaparola o lo 060606, nell'ultimo anno lo hanno utilizzano spesso (oltre 5 volte) e hanno visitato più di tre musei, in generale molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative.

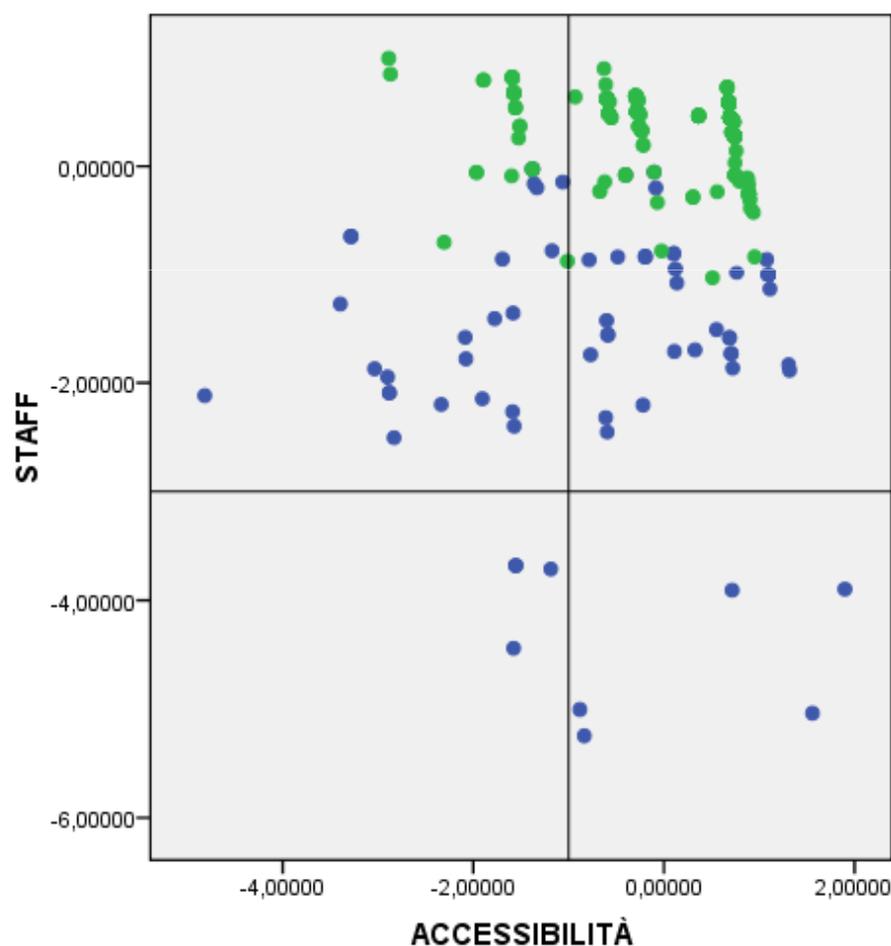


■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “*Deliziati*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, ma in particolare sul Fattore 1 (“*Staff*”), mentre il Cluster 1 è tendenzialmente meno soddisfatto ed evidenzia una maggiore dispersività.



**Cluster 1**  
**Soddisfatti:** in prevalenza donne, di età 40-54 anni, laureati, impiegati e liberi professionisti, chiedono informazioni sui trasporti e acquisto biglietti, sono venuti a conoscenza del servizio attraverso internet, nell'ultimo anno lo hanno utilizzato qualche volta (3-5 volte) e hanno visitato meno di tre musei, in generale abbastanza soddisfatti, giudizio uguale/inferiore alle aspettative o ne sono privi.

**Cluster 2**  
**Deliziati:** in prevalenza uomini, di età giovane 19-39 o adulta oltre i 55 anni, con titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti e pensionati, chiedono informazioni sugli eventi/spettacoli e luoghi di interesse, sono venuti a conoscenza del servizio attraverso il passaparola o lo 060606, nell'ultimo anno lo hanno utilizzato spesso (oltre 5 volte) e hanno visitato più di tre musei, in generale molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative.

## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 249**

**ELOGI** servizio ottimo, utile, continuate così (31), operatori cortesi, risolutivi, disponibili, preparati (4). **Totale 35**

---

**INFORMAZIONI** più complete e approfondite, più esaustive rispetto a quelle che si trovano online (18), gli operatori dovrebbero fornire maggiori informazioni telefoniche, senza dare collegamenti internet o altri numeri telefonici da contattare successivamente (5), più dettagliate sui vari eventi, disponibili in anticipo su quelli di maggiore richiamo, ad es. *“Notte dei Musei”* (4), altro (6). **Totale 33**

**ORARIO** da prolungare (25), anticipare l'apertura (7). **Totale 32**

**PUBBLICITÀ** promuovere di più il servizio (13), altro (1). **Totale 14**

**SITO WEB** un po' dispersivo, poco chiaro, di non facile consultazione (6), altro (5). **Totale 11**

**TEMPI DI ATTESA** talvolta un po' lunghi. **Totale 10**

**PRENOTAZIONE** possibilità di effettuare le prenotazioni per visite didattiche anche online (5), altro (3). **Totale 8**

**ALTRO.** **Totale 12**

**TOTALE 120 SUGGERIMENTI**  
**Contact Center 060608**

## Allegato 1 - Questionario

### 1. Servizio richiesto

- Hotel/B&B/Ostelli o  Trasporti  Acquisto biglietti  Luoghi di interesse  Eventi/Spettacoli  Altra richiesta.....

### 2. La prima volta che ha utilizzato il **Contact Center 060608**, come è venuto a conoscenza del servizio?

- non sa/non ricorda  P.I.T.  per caso  
 stampa  hotel/ T.O.  060606  
 www.060608.it  scuola/università  altro.....  
 altri siti internet  amici/parenti

### 3. Nell'ultimo anno ha già utilizzato questo servizio?

- Prima volta  Raramente (1-2 volte)  Qualche volta (3-5 volte)  Spesso (oltre 5 volte)

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione secondo la seguente scala (da **Molto** a **Per niente soddisfatto**) :

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
4. Orario di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Tempi di attesa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Operatore – Cortesia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Operatore – Competenza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Capacità di problem solving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Completezza delle informazioni ricevute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Servizio di vendita biglietti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Sito www.06068.it	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Giudizio generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. **Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è:**  Superiore  Uguale  Inferiore  Non avevo aspettative

14. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo servizio ad un amico?**

MIN  0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10 MAX

15. **Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma?**  Nessuna  Tra 1 e 3 visite  Oltre 3 visite

16. **Suggerimenti per migliorare il servizio** \_\_\_\_\_

**DATI PERSONALI :** **Età:**  <14  14 –18  19-25  26-34  35-39  40-44  45-54  55- 64  65-74  >75 **Genere:**  M  F

**Titolo di studio:**  scuola dell'obbligo  studi superiori  laurea  post laurea

**Professione:**  impiegato/insegnante  dirigente-quadro  studente  pensionato  libero professionista/ imprenditore  casalinga

operaio  disoccupato/in cerca di prima occupazione  lavoratore in proprio  altro.....

**Provenienza:**  **Roma**  **Altra Provincia italiana:**.....  **Altra Nazionalità:**.....

**Permanenza a Roma – Numero pernottamenti:**.....

**Tipo di alloggio scelto:**  Hotel  B&B/Camping  Amici/Parenti  Appartamenti in affitto  Altro.....