



Indagini di Customer Satisfaction

Silvano Toti Globe Theatre

Luglio – Settembre 2015

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 14/09/2015*

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 2014-2015
- Come è venuto a conoscenza del Globe Theatre
- Negli ultimi cinque anni è già stato al Globe Theatre
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe il Globe Theatre ad un amico
- Quale spettacolo è il più interessante della stagione
- Quale spettacolo vorrebbe fosse inserito nella prossima stagione
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate per spettacolo
- Analisi multivariate (Fattoriale e Cluster Analysis)
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 204 questionari somministrati a campione presso il *Silvano Toti Globe Theatre* di Villa Borghese (gli intervistati rappresentano circa il 15% degli ingressi totali nelle due serate in cui sono state effettuate le interviste). Gli spettacoli oggetto d'indagine sono i seguenti: "*Sogno di una notte di mezza estate*" (10 luglio) e "*Molto rumore per nulla*" (7 agosto).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 92%, un margine di errore di stima di $\pm 3,73\%$. 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 2015, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è ottimo, con una media di **2,78** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 99% (di cui ben il 79% è costituito dai visitatori “molto soddisfatti”).

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **giudizio dello spettacolo** (2,91), i **costumi** (2,86) e le **luci** (2,85).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della toilette (1,87), promozione (2,05) e bar (2,16).

L'organizzazione generale e la pulizia del Teatro risultano essere gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti, ma anche quelli più correlati all'esperienza complessiva del *Globe Theatre* (cfr. pp. 20-22). Invece la temperatura è l'elemento prevalente nella parte dei suggerimenti, in quanto gli spettatori consigliano di trovare un possibile sistema di raffreddamento, dei ventilatori o ventagli a disposizione di chi ne abbia necessità (n. 18 suggerimenti).

Il **profilo dei visitatori** intervistati è costituito prevalentemente da **cittadini romani** (87%), **occupati dipendenti** (41%), in possesso di un **titolo di laurea o superiore** (58%), soprattutto appartenenti alle fasce di età **comprese tra i 26 e i 44 anni** (34% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del *Globe Theatre* attraverso il **passaparola (50%) e la stampa (14%)**. Tale dato conferma i risultati dell'indagine precedente.

Tabella riassuntiva

| Silvano Toti Globe Theatre 2015 | Media | Mediana* | Risposte valide | Risposte mancanti | Deviazione standard** | Deliziati | Per niente soddisfatti | % Molto+Abbastanza soddisfatti |
|---------------------------------|-------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------------------|------------|------------------------|--------------------------------|
| Accessibilità | 2,31 | 2,00 | 203 | 1 | 0,695 | 43% | 1% | 90% |
| Botteghino | 2,43 | 3,00 | 194 | 10 | 0,726 | 54% | 3% | 92% |
| Cartellone | 2,49 | 3,00 | 199 | 5 | 0,618 | 55% | 1% | 94% |
| Promozione | 2,05 | 2,00 | 183 | 21 | 0,840 | 33% | 4% | 76% |
| Organizzazione generale | 2,56 | 3,00 | 202 | 2 | 0,572 | 59% | 0% | 97% |
| Costumi | 2,86 | 3,00 | 203 | 1 | 0,391 | 87% | 0% | 99% |
| Luci | 2,85 | 3,00 | 204 | 0 | 0,386 | 86% | 0% | 99% |
| Fonica | 2,72 | 3,00 | 202 | 2 | 0,575 | 78% | 1% | 96% |
| Personale di accoglienza | 2,48 | 3,00 | 204 | 0 | 0,639 | 54% | 1% | 94% |
| Giudizio spettacolo | 2,91 | 3,00 | 197 | 7 | 0,289 | 91% | 0% | 100% |
| Bar | 2,16 | 2,00 | 171 | 33 | 0,757 | 36% | 2% | 83% |
| Toilette | 1,87 | 2,00 | 166 | 38 | 0,723 | 17% | 4% | 74% |
| Pulizia Teatro | 2,51 | 3,00 | 198 | 6 | 0,602 | 56% | 1% | 95% |
| Esperienza complessiva | 2,78 | 3,00 | 199 | 5 | 0,425 | 79% | 0% | 99% |

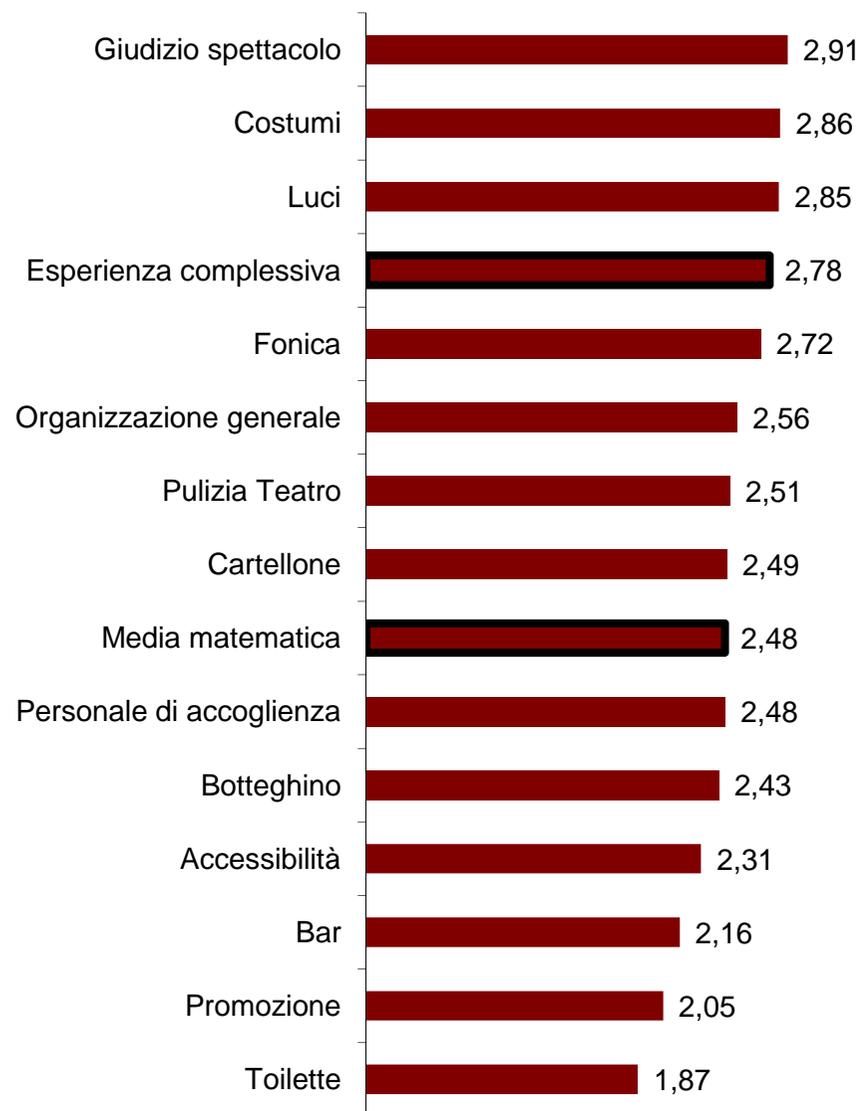
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,48).

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.

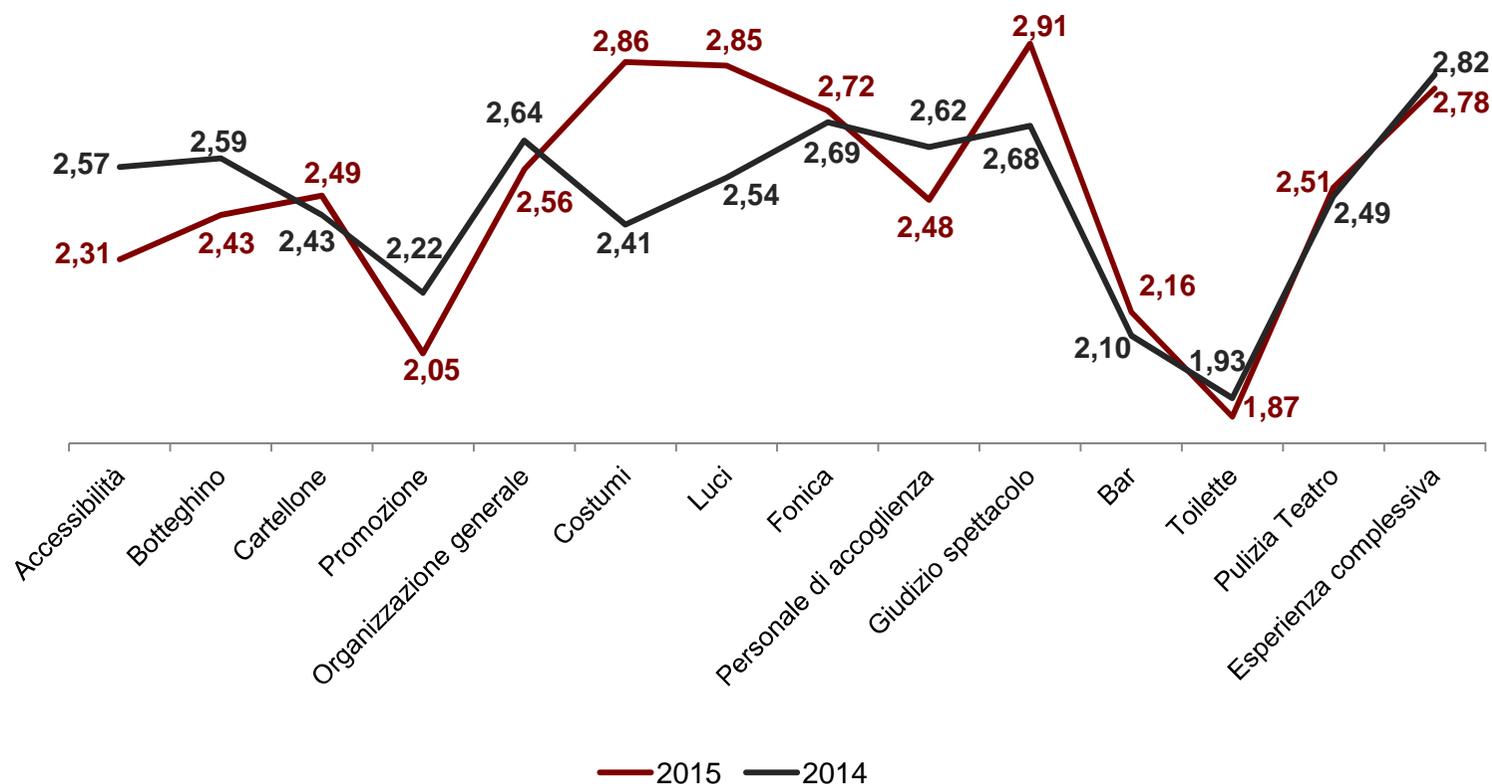
Il **giudizio dello spettacolo** visto, i **costumi** e le **luci** sono gli aspetti oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi dagli spettatori intervistati.



Analisi del trend 2014-2015

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante, seppure con qualche discrepanza evidente rispetto ad alcune variabili.

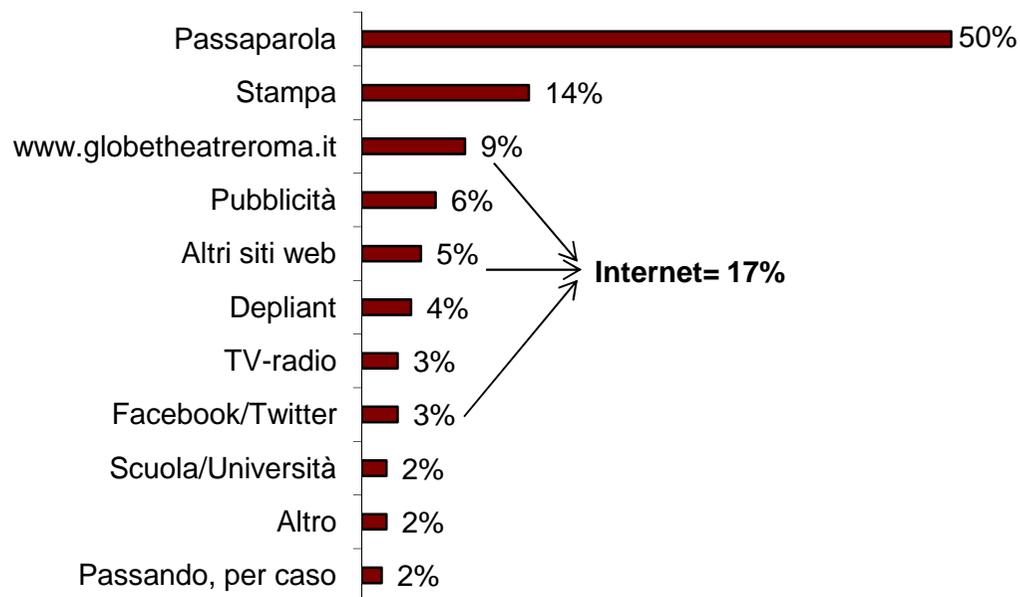
Dal grafico sottostante si rileva un cospicuo aumento della soddisfazione sui costumi, luci e giudizio dello spettacolo visto, mentre scende sull'accessibilità, promozione, organizzazione generale e fonica. Restano pressoché costanti le medie relative ai restanti aspetti oggetto d'indagine (l'esperienza complessiva passa da una media di 2,82, a 2,78, pertanto resta elevata).



Come è venuto a conoscenza del Globe Theatre

Il 50% degli intervistati dichiara di essere venuto a conoscenza del Globe Theatre col passaparola (nel 2014 era il 47%), il 17% attraverso il canale web e il 14% tramite la stampa (lo scorso anno erano rispettivamente 13% e 9%). La pubblicità passa dal 12% al 6%.

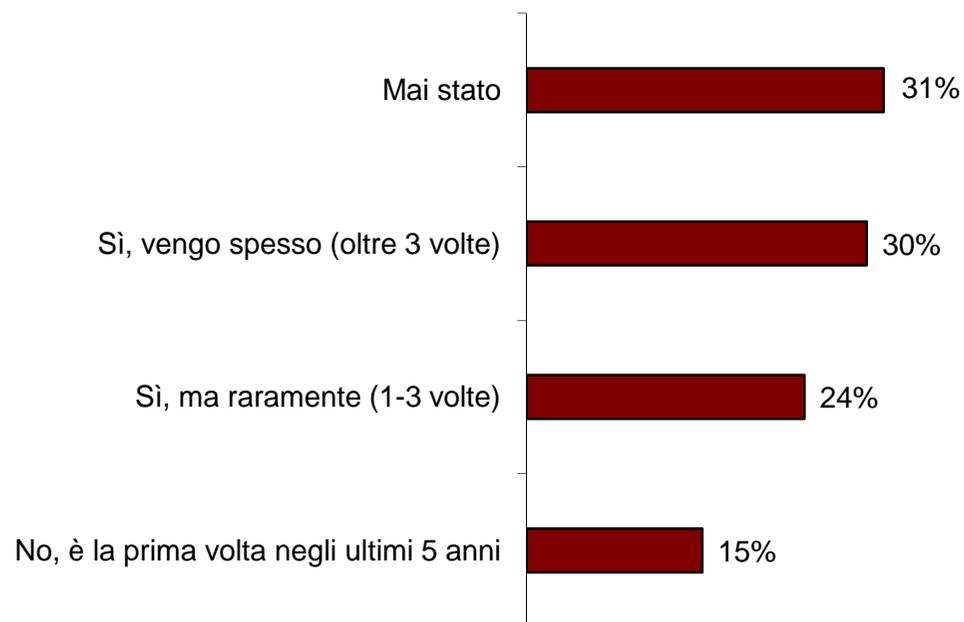
Risulta significativo che il passaparola sia il canale di comunicazione predominante in particolare per gli spettatori di età giovane (19-25 anni), che vi si sono recati per la prima volta negli ultimi 5 anni. La stampa è il mezzo prevalente per gli spettatori di età adulta oltre i 45 anni, i quali sono frequentatori abituali del Globe Theatre, mentre il canale web lo è per gli spettatori di età 26-39 anni, che vi sono già stati, ma raramente (da 1 a 3 volte).



Negli ultimi cinque anni è già stato al Globe Theatre

Più della metà degli intervistati (54%) dichiara di essere già stato al Globe Theatre (30% oltre tre volte e 24% da una a tre volte), mentre il 31% non vi è mai stato e il 15% è la prima volta che vi si reca negli ultimi cinque anni.

E' significativo che i frequentatori abituali del Globe Theatre siano prevalentemente romani, con un titolo di laurea o superiore, mentre non vi sono mai stati gli spettatori che giungono da altre province italiane, che hanno conseguito un diploma di scuola media superiore.

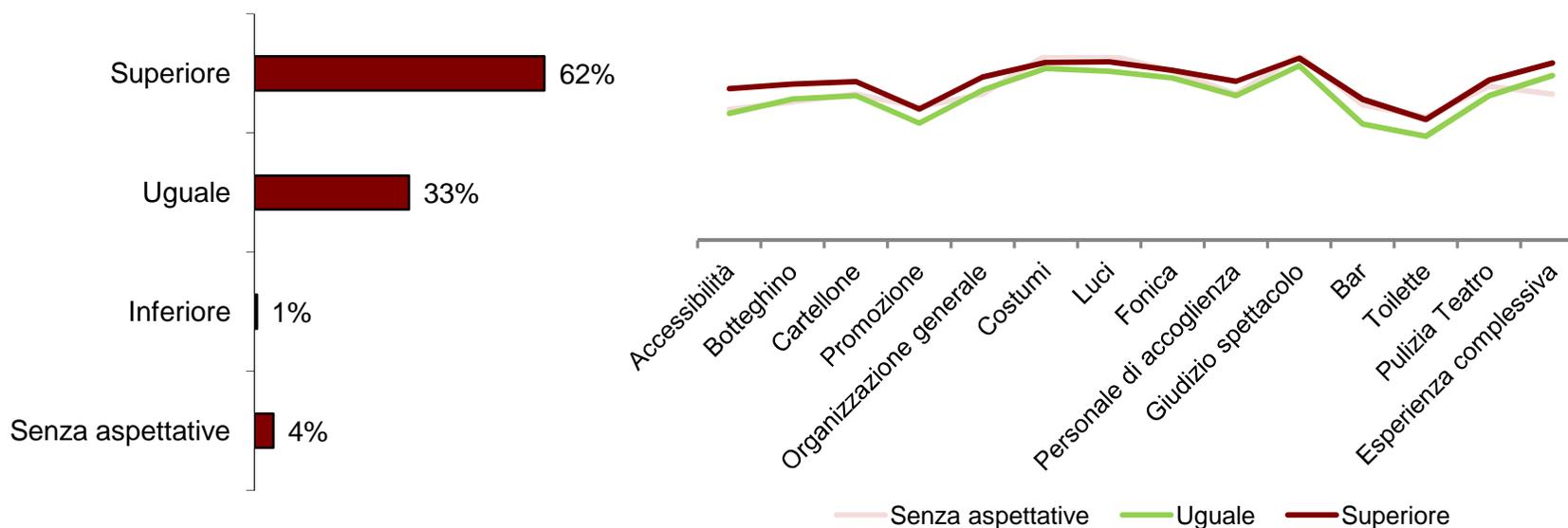


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 4% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita.

La maggior parte di coloro che invece rispondono a tale domanda afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese (62%), per il 33% è uguale, mentre solo per l'1% degli intervistati il giudizio è inferiore alle aspettative.

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle aspettative soprattutto per chi giunge da altre province italiane e vi si reca da una a tre volte nell'ultimo anno, i quali sono molto soddisfatti dell'esperienza complessiva. Invece coloro che sono già stati più volte al Globe Theatre sono in prevalenza romani, con un giudizio uguale alle proprie attese e sono mediamente un po' meno soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico in basso a destra).

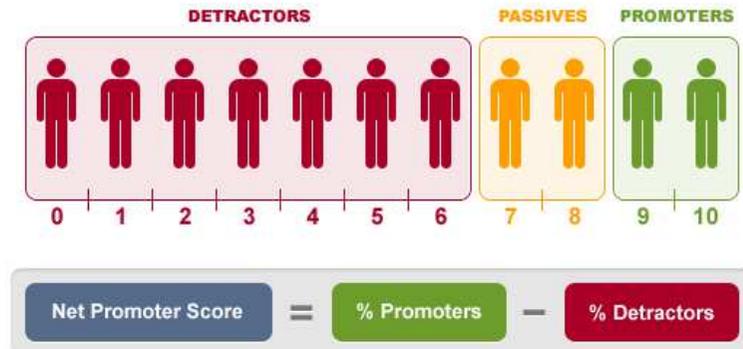




Consiglierebbe il Globe Theatre ad un amico

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 il *Globe Theatre* 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 una valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene di tale spazio culturale.

In questo caso la percentuale di spettatori che consiglierà il *Globe Theatre* è pari a 80% (75% nel 2014); ciò è indice di un elevato gradimento degli spettacoli visti.

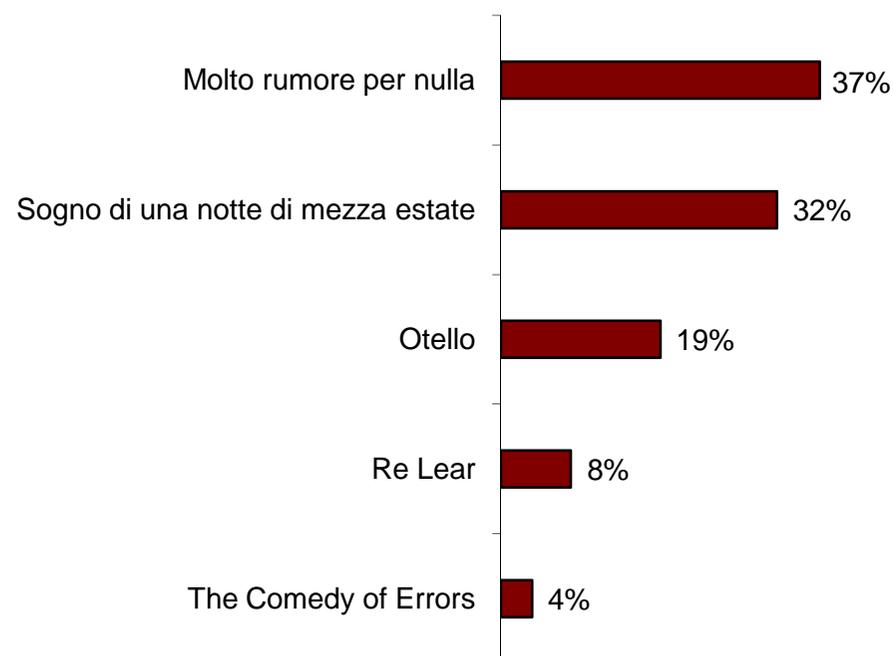


Consiglierebbe ad un amico questo spazio culturale

| NET PROMOTER SCORE <i>Silvano Toti Globe Theatre 2015</i> | | | | | | | | | | |
|--|----|----|----|----|----|----|----------------------|-----|------------------------|-----|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 | 32 | 50 | 113 |
| 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 1% | 2% | 16% | 25% | 56% |
| DETRATTORI = 1% | | | | | | | PASSIVI = 18% | | PROMOTORI = 81% | |
| 81% - 1% = 80% | | | | | | | | | | |

Quale spettacolo è il più interessante della stagione

Il 37% degli intervistati ritiene “Molto rumore per nulla” lo spettacolo più interessante del cartellone di quest’anno, poi seguono “Sogno di una notte di mezza estate” (32%), “Otello” (9%), “Re Lear” (8%) e “The Comedy of Errors” (4%).



Quale spettacolo vorrebbe fosse inserito nella prossima stagione

Tra le preferenze sugli spettacoli per la prossima stagione prevalgono “Romeo e Giulietta” (22%), “Macbeth” (15%) e “Amleto” (14%).

Nel grafico sottostante vengono elencate nel dettaglio le varie proposte in ordine decrescente di preferenza.



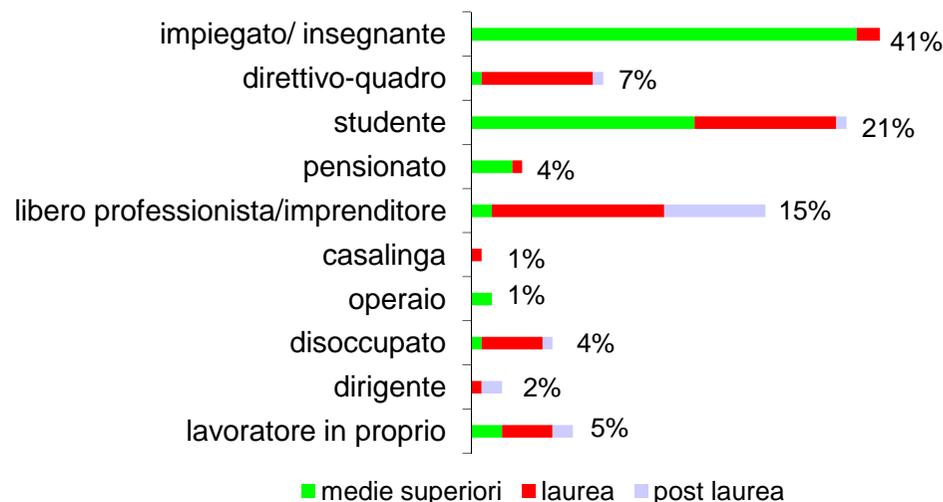
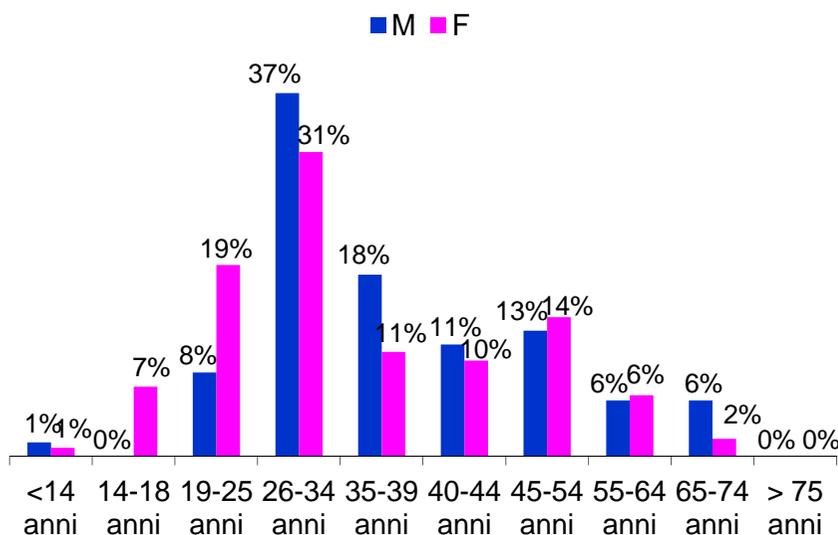
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale leggermente il genere femminile col 62% (nel 2014 le donne erano il 65%), soprattutto nella fascia 19-25 anni.

La fascia di età più rappresentata è quella dei 26-34 anni (34%; fascia predominante anche lo scorso anno col 29% sul campione totale), poi seguono le fasce dei 19-25 anni e 45-54 anni (14% per ciascuna; nel 2014 raggiungevano rispettivamente il 17% e 12%).

Il 58% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o superiore (in lieve discesa dal 66% nel 2014).

Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, rispetto all'indagine dello scorso anno aumentano gli occupati dipendenti, ovvero impiegati ed insegnanti, che passano da 35% a 41%, mentre diminuiscono gli studenti (da 27% a 21%) e i liberi professionisti (da 18% a 15%).

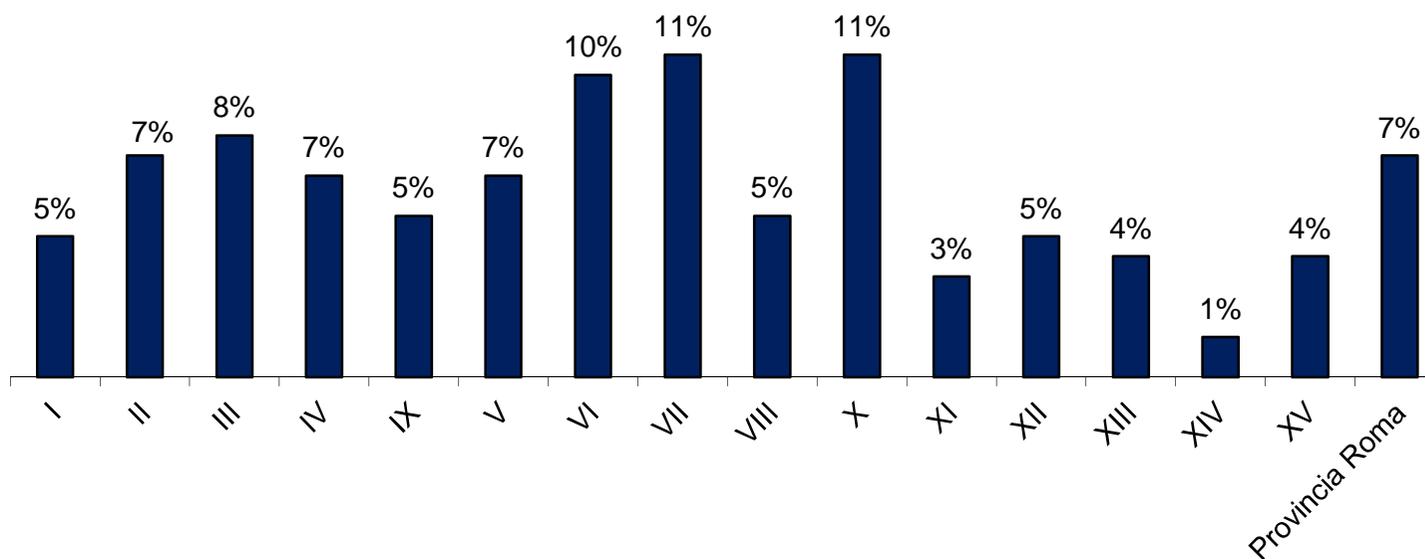
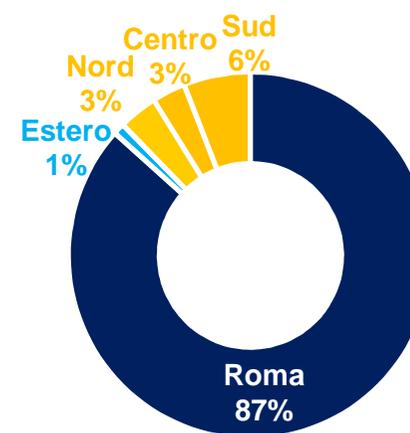


Analisi socio-demografica (provenienza)

L'87% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (84% nel 2014), mentre il 12% giunge da altre province italiane e il restante 1% dall'estero.

Tra i municipi in cui risiedono maggiormente gli spettatori intervistati prevalgono il VII e il X, ciascuno con l'11% sul campione totale.

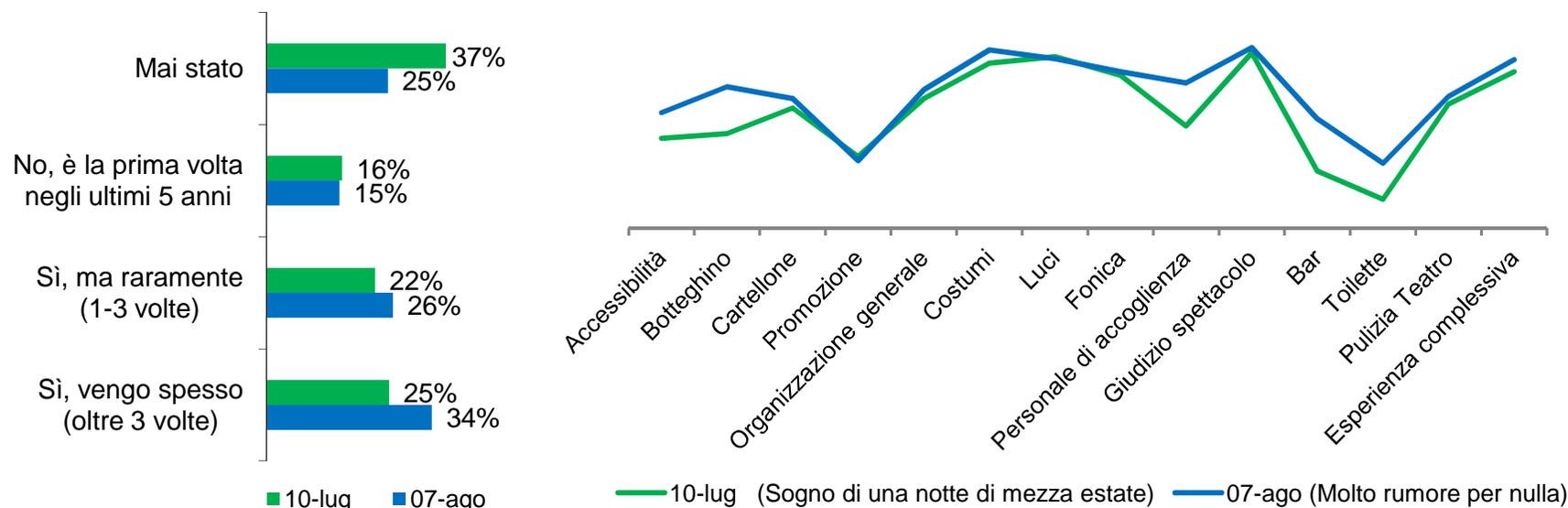
Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla residenza.



Analisi univariate per spettacolo

Paragonando i dati rispetto ai due spettacoli oggetto d'indagine risulta significativo che alla serata del 10 luglio (*"Sogno di una notte di mezza estate"*) abbia partecipato una percentuale più alta di nuovi spettatori, mai stati prima al Globe Theatre (37% rispetto al 25% del 7 agosto), mentre i frequentatori abituali sono più presenti allo spettacolo *"Molto rumore per nulla"* (il 7 agosto chi è già stato al Globe Theatre negli ultimi cinque anni raggiunge complessivamente il 60% sul campione totale, mentre la percentuale scende al 47% il 10 luglio).

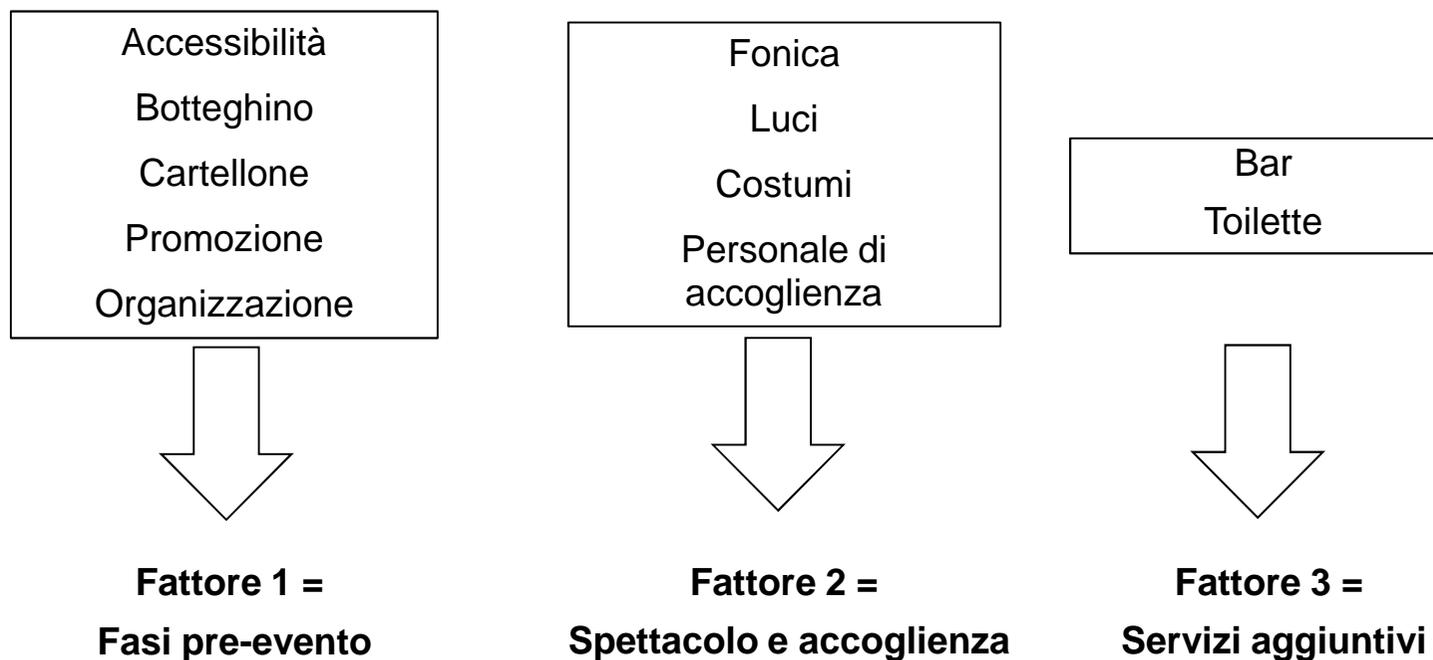
Analizzando i giudizi medi rilasciati sui vari aspetti oggetto d'indagine, dal grafico sottostante si rileva un livello medio di soddisfazione tendenzialmente più alto da parte di chi ha partecipato alla serata del 7 agosto (*"Molto rumore per nulla"*), anche se il giudizio dello spettacolo risulta elevato e pressoché coincidente nelle due serate.



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. L'unica variabile che è stata esclusa è la pulizia del Teatro, in quanto il suo coefficiente risulta negativo.

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



Cluster Analysis

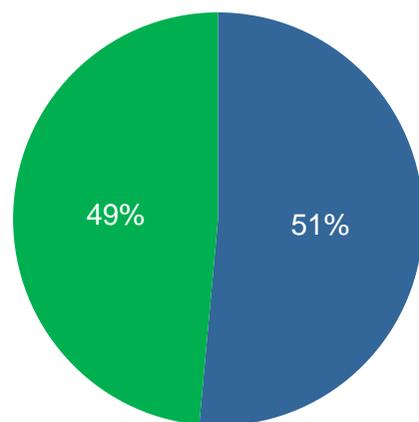
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (105 individui nel Cluster 1 e 99 nel Cluster 2).

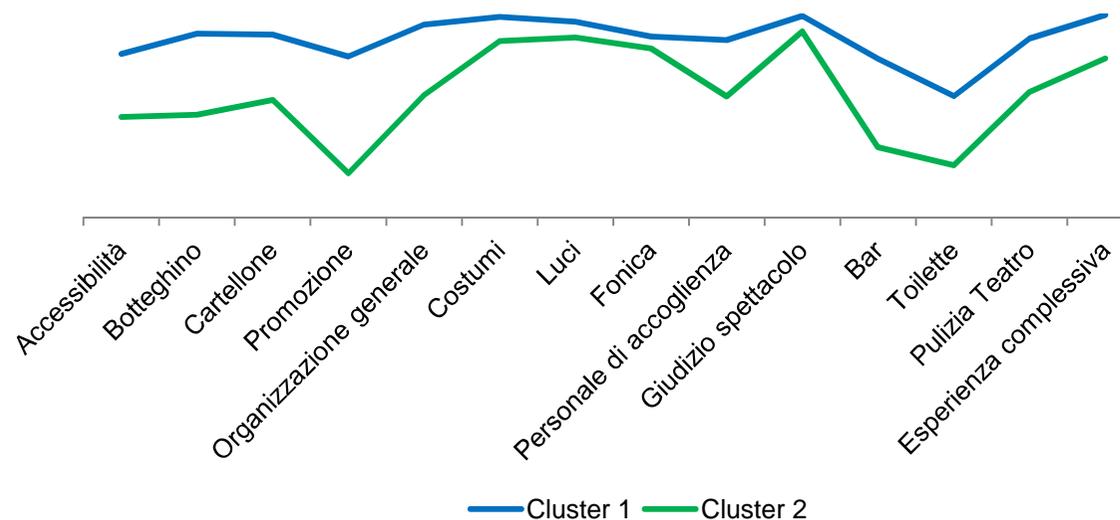
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono ad a un livello più basso di soddisfazione.

Cluster 1 Deliziati: soprattutto donne, laureate, di età 35-44 anni, già state al Globe Theatre, in generale molto soddisfatte, con un giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 Soddisfatti: soprattutto uomini, di età 19-34 anni, si recano per la prima volta al Globe Theatre, in generale abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative.

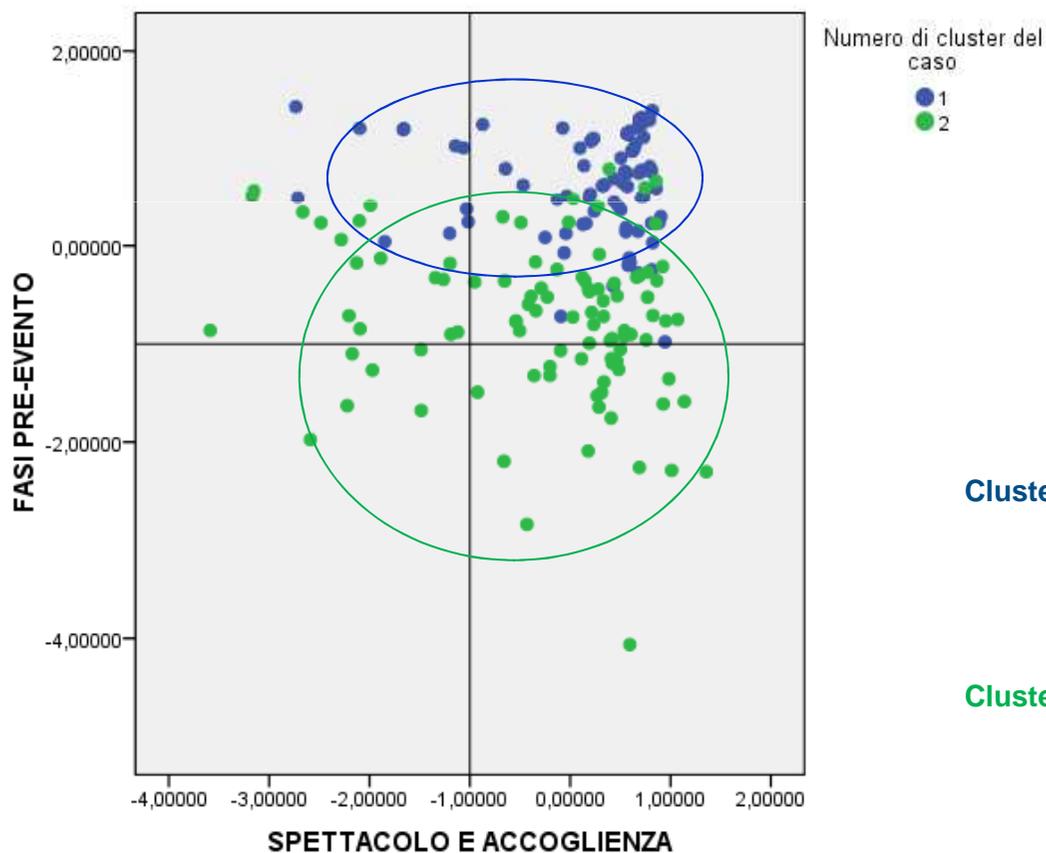


■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione sia sul Fattore 1 (“Fasi pre-evento”) che sul Fattore 2 (“Spettacolo e accoglienza”), che invece sono meno soddisfacenti per il Cluster 2 dei “Soddisfatti” (in particolare il Fattore 1 in cui rientrano l’accessibilità, il botteghino, il cartellone, la promozione e l’organizzazione).



Cluster 1

Deliziati: soprattutto donne, laureate, di età 35-44 anni, già state al Globe Theatre, in generale molto soddisfatte, con un giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2

Soddisfatti: soprattutto uomini, di età 19-34 anni, nuovi spettatori, in generale abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative.

Correlazione 1/2

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

| Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> *** | Accessibilità | Botteghino | Cartellone | Promozione | Organizzazione generale | Costumi | Luci | Fonica | Personale di accoglienza | Giudizio spettacolo | Bar | Toilette | Pulizia Teatro | Esperienza complessiva |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------|---------------|--------------|-------------|--------------------------|---------------------|---------------|---------------|----------------|------------------------|
| Accessibilità | 1 | ,434** | ,258** | ,333** | ,479** | ,001 | -,044 | -,046 | ,125 | ,097 | ,242** | ,180* | ,134 | ,366** |
| Botteghino | ,434** | 1 | ,321** | ,387** | ,411** | ,149* | ,036 | ,139 | ,313** | ,140 | ,308** | ,270** | ,256** | ,331** |
| Cartellone | ,258** | ,321** | 1 | ,459** | ,317** | ,096 | ,034 | ,002 | ,222** | ,247** | ,319** | ,196* | ,229** | ,372** |
| Promozione | ,333** | ,387** | ,459** | 1 | ,525** | ,207** | ,141 | ,110 | ,286** | ,253** | ,308** | ,349** | ,319** | ,413** |
| Organizzazione generale | ,479** | ,411** | ,317** | ,525** | 1 | ,197** | ,018 | ,021 | ,235** | ,286** | ,278** | ,216** | ,329** | ,533** |
| Costumi | ,001 | ,149* | ,096 | ,207** | ,197** | 1 | ,313** | ,352** | ,175* | ,283** | ,167* | ,122 | ,372** | ,202** |
| Luci | -,044 | ,036 | ,034 | ,141 | ,018 | ,313** | 1 | ,366** | ,254** | ,143* | ,145 | -,027 | ,246** | ,162* |
| Fonica | -,046 | ,139 | ,002 | ,110 | ,021 | ,352** | ,366** | 1 | ,120 | ,178* | -,133 | -,051 | ,140* | ,037 |
| Personale di accoglienza | ,125 | ,313** | ,222** | ,286** | ,235** | ,175* | ,254** | ,120 | 1 | ,208** | ,343** | ,233** | ,171* | ,217** |
| Giudizio spettacolo | ,097 | ,140 | ,247** | ,253** | ,286** | ,283** | ,143* | ,178* | ,208** | 1 | ,189* | ,149 | ,409** | ,332** |
| Bar | ,242** | ,308** | ,319** | ,308** | ,278** | ,167* | ,145 | -,133 | ,343** | ,189* | 1 | ,493** | ,382** | ,254** |
| Toilette | ,180* | ,270** | ,196* | ,349** | ,216** | ,122 | -,027 | -,051 | ,233** | ,149 | ,493** | 1 | ,326** | ,209** |
| Pulizia Teatro | ,134 | ,256** | ,229** | ,319** | ,329** | ,372** | ,246** | ,140* | ,171* | ,409** | ,382** | ,326** | 1 | ,469** |
| Esperienza complessiva | ,366** | ,331** | ,372** | ,413** | ,533** | ,202** | ,162* | ,037 | ,217** | ,332** | ,254** | ,209** | ,469** | 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 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 (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

La fonica è l'unico aspetto che non è risultato significativo rispetto all'esperienza complessiva e per tale motivo è stata esclusa dalla tabella laterale.

Al *Silvano Toti Globe Theatre* l'aspetto che risulta più correlato al giudizio generale sul teatro è quello relativo all'**organizzazione generale**.

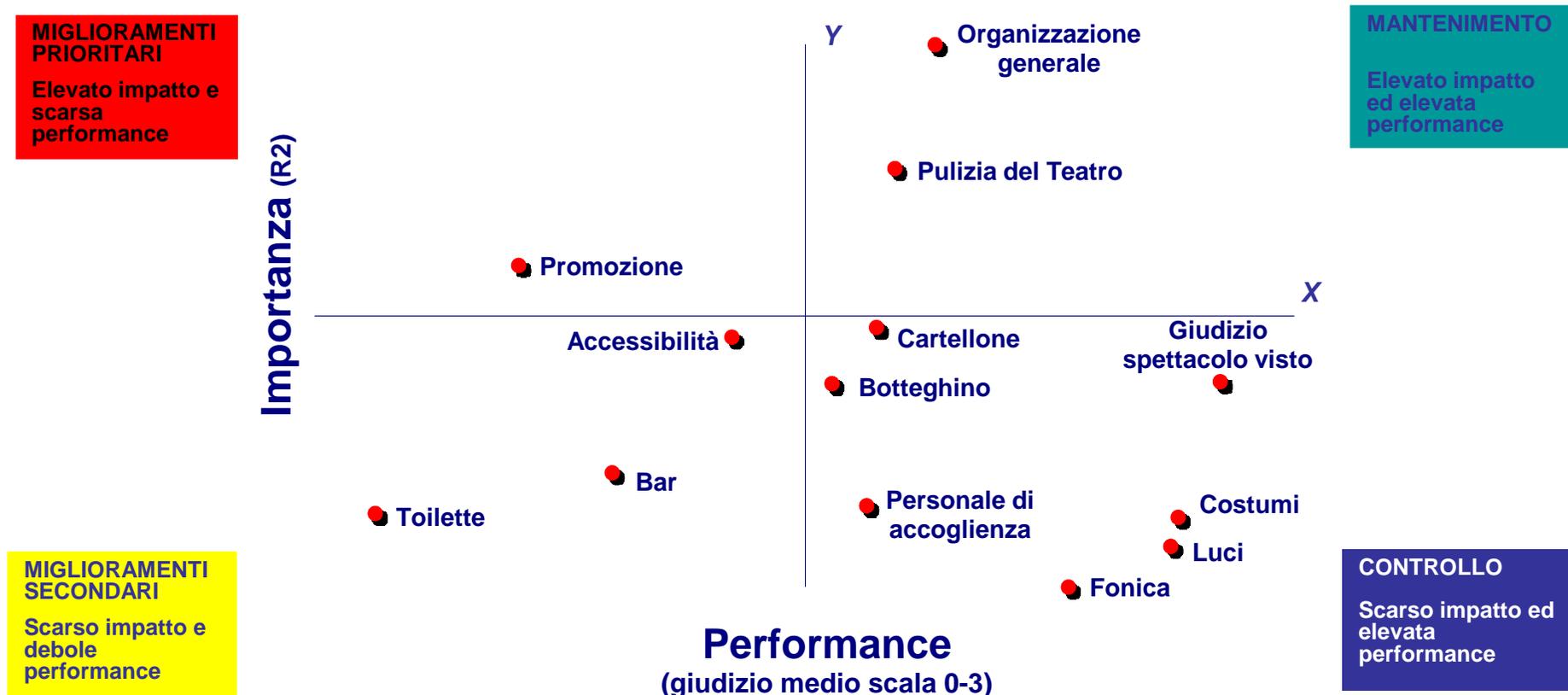
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

| Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale del <i>Globe Theatre</i> | |
|---|-------|
| Organizzazione generale | 0,533 |
| Pulizia Teatro | 0,469 |
| Promozione | 0,413 |
| Cartellone | 0,372 |
| Accessibilità | 0,366 |
| Giudizio spettacolo | 0,332 |
| Botteghino | 0,331 |
| Bar | 0,254 |
| Personale di accoglienza | 0,217 |
| Toilette | 0,209 |
| Costumi | 0,202 |
| Luci | 0,162 |
| Organizzazione | 0,533 |

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**organizzazione generale** e la **pulizia del Teatro** sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti (quadrante in alto a destra), mentre tra i possibili "miglioramenti prioritari" vi è la **promozione** (quadrante in alto a sinistra), seppure posizionata in basso (impatto non elevato) e si avvicina alle variabili da considerare tra i "miglioramenti secondari".

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi 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.

SUGGERIMENTI

TEMPERATURA: manca un sistema di raffreddamento (fa troppo caldo), ventilatori o ventagli a disposizione degli spettatori. **Totale 18.**

PROMOZIONE: maggiore pubblicità e anticipata rispetto al cartellone della stagione.
Totale 9.

BAR: migliorare il servizio, troppo piccolo e pochi tavoli rispetto all'affluenza. **Totale 5.**

POSTI A SEDERE: scomodi, mancano dei cuscini. **Totale 4.**

PROGRAMMAZIONE: prolungata da maggio ad ottobre, commedie in lingua originale, evitare le reinterpretazioni. **Totale 4.**

ALTRO: Totale 14.

***Totale 54 Suggerimenti
Silvano Toti Globe Theatre 2015***

Allegato 1 - Questionario

Le Sue valutazioni sono per noi molto importanti. Compilando questo breve questionario ci aiuterà a migliorare il Teatro, gli spettacoli ed i suoi servizi. A tale proposito Le chiediamo di indicare il suo grado di soddisfazione riguardo i seguenti aspetti con una scala che va da "Molto soddisfatto" a "Per niente soddisfatto". Grazie della collaborazione.

| | <i>Molto Soddisfatto</i> | <i>Abbastanza Soddisfatto</i> | <i>Poco Soddisfatto</i> | <i>Per niente Soddisfatto</i> |
|--|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Accessibilità al Teatro | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Botteghino | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cartellone della stagione | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Promozione | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Organizzazione generale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Costumi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Luci | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fonica | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Personale di accoglienza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Giudizio sullo spettacolo visto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Toilette | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pulizia del Teatro | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Esperienza complessiva <i>Globe Theatre</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è: Superiore Uguale Inferiore Non avevo aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe il *Globe Theatre* ad un amico?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Come è venuto a conoscenza del *Globe Theatre*?

| | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> depliant/locandina |
| <input type="checkbox"/> www.globetheaterroma.it | <input type="checkbox"/> amici/parenti (passaparola) |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> pubblicità |
| <input type="checkbox"/> stendardo esterno | <input type="checkbox"/> televisione/radio |
| <input type="checkbox"/> passando, per caso | <input type="checkbox"/> scuola/università |
| <input type="checkbox"/> Contact center 060608 | <input type="checkbox"/> social network |
| <input type="checkbox"/> Punto Informativo Turistico - PIT | <input type="checkbox"/> altro..... |

Negli ultimi 5 anni è già stato in questo Teatro?

Mai stato No, è la prima volta negli ultimi 5 anni Sì, ma raramente (1-3 volte) Sì, spesso (più di 3 volte)

Quale spettacolo è, secondo il Suo parere, il più interessante della stagione?

Sogno di una notte di mezza estate Re Lear Molto rumore per nulla Otello The Comedy of Errors

Quale spettacolo vorrebbe fosse inserito nella prossima stagione del *Globe*?.....

Suggerimenti

DATI PERSONALI

Età: 14 14-18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 75 e più **Genere:** M F

Titolo di studio: scuola dell'obbligo diploma laurea post laurea

Professione:.....

Residenza Roma (indicare MUNICIPIO ____) Altro (indicare Provincia italiana/Nazionalità_____)