



Indagini di Customer Satisfaction

Silvano Toti Globe Theatre

Luglio – Settembre 2016

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 26/09/2016*

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 2015-2016
- 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 210 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: "*Il Mercante di Venezia*" (29 luglio) e "*Romeo e Giulietta*" (17 settembre).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 91%, un margine di errore di stima di $\pm 3,88\%$. 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 2016, 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 buono, con una media di **2,65** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 99%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il giudizio dello spettacolo (2,84), la fonica (2,76) e le luci (2,76).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della promozione (2,09), toilette (1,80), e bar (1,65).

L'organizzazione generale risulta essere l'aspetto ritenuto più importante e soddisfacente, ma anche quello più correlato all'esperienza complessiva del *Globe Theatre* (cfr. pp. 20-22). Invece i posti a sedere sono l'elemento prevalente nella parte dei suggerimenti, in quanto gli spettatori consigliano una maggiore comodità e la disponibilità di cuscini (n. 11 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito prevalentemente da cittadini romani (89%), occupati dipendenti (41%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (64%), soprattutto appartenenti alle fasce di età comprese tra i 19 e 39 anni (65% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del *Globe Theatre* attraverso il passaparola (60%), poi seguono la stampa (12%) e internet (11%). 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	2,46	2,50	210	0	0,571	50%	0%	96%
Botteghino	2,51	3,00	189	21	0,657	60%	1%	92%
Cartellone	2,44	3,00	205	5	0,681	54%	1%	92%
Promozione	2,09	2,00	185	25	0,862	36%	5%	78%
Organizzazione generale	2,51	3,00	209	1	0,621	57%	0%	94%
Costumi	2,62	3,00	209	1	0,551	66%	0%	97%
Luci	2,76	3,00	209	1	0,442	76%	0%	100%
Fonica	2,76	3,00	209	1	0,439	77%	0%	100%
Personale di accoglienza	2,60	3,00	209	1	0,564	63%	0%	97%
Giudizio spettacolo	2,84	3,00	208	2	0,453	87%	0%	98%
Bar	1,80	2,00	158	52	0,850	18%	9%	71%
Toilette	1,65	2,00	161	49	0,777	11%	7%	61%
Pulizia Teatro	2,47	3,00	202	8	0,591	51%	0%	96%
Esperienza complessiva	2,65	3,00	207	3	0,518	66%	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 (2,42).

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, la fonica e le luci sono gli aspetti oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi dagli spettatori intervistati.

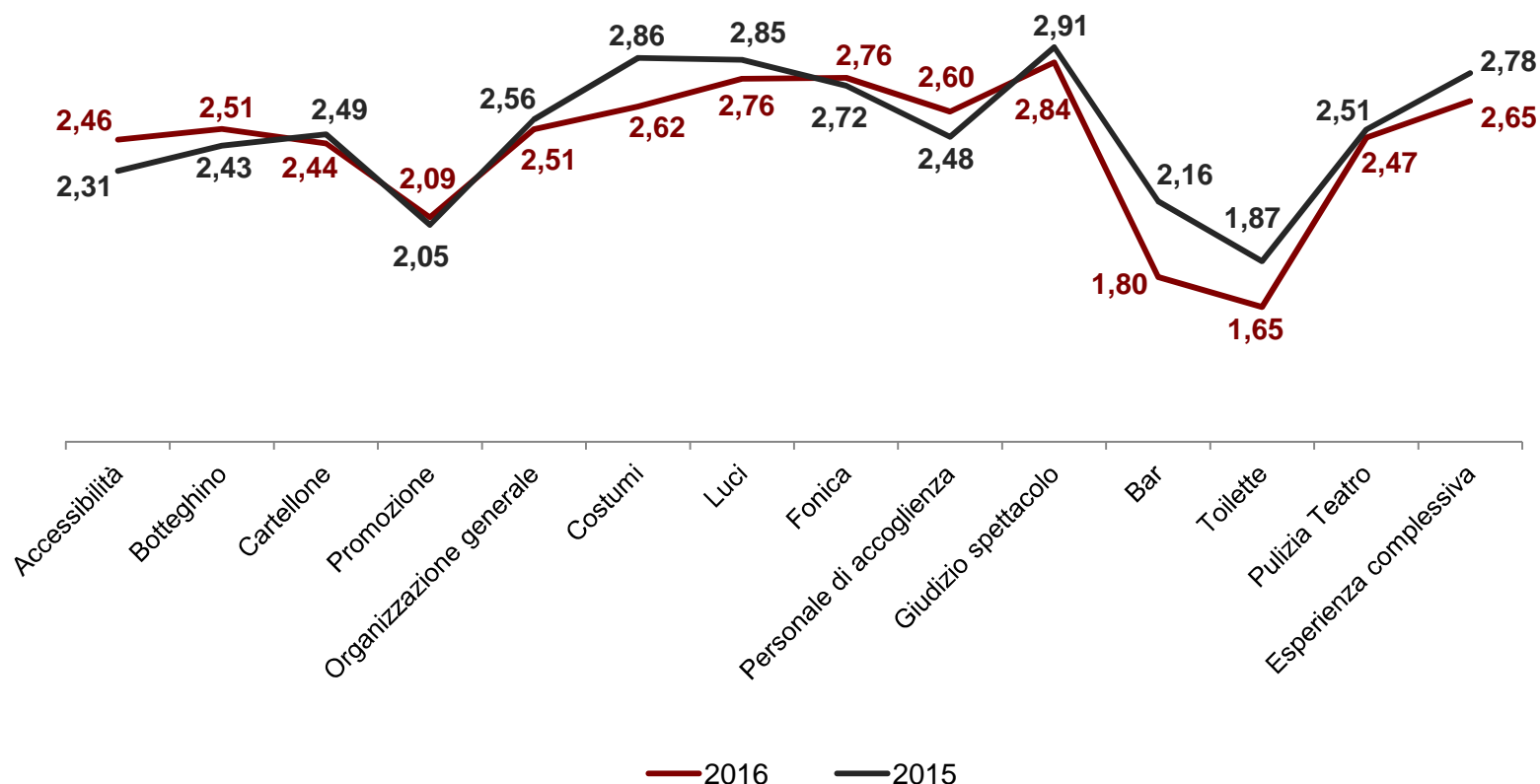
La promozione, il bar e la toilette sono le uniche variabili che si collocano al di sotto dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2015-2016

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante, ma si registrano alcune discrepanze.

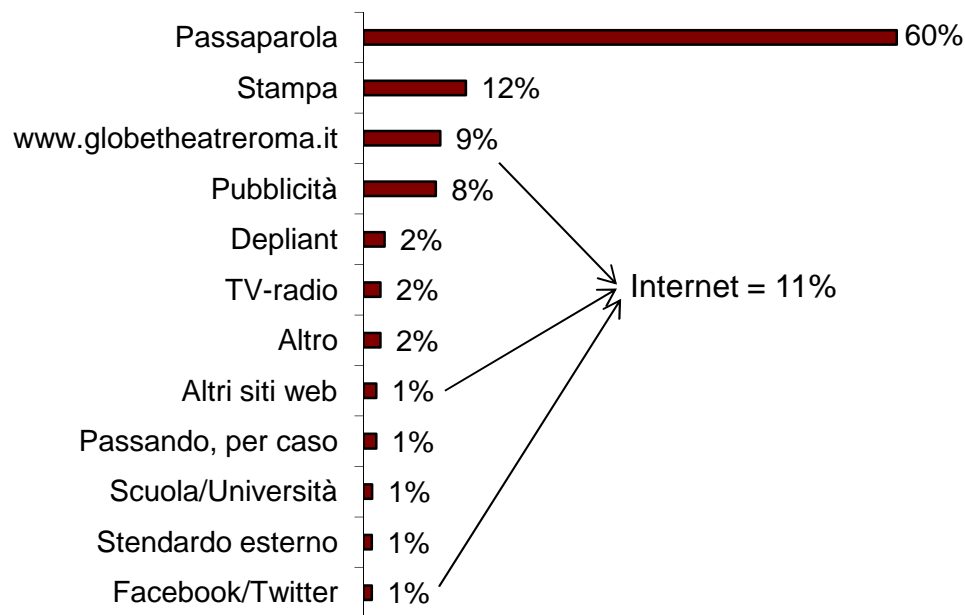
Dal grafico sottostante si rileva un aumento della soddisfazione sull'accessibilità al teatro, botteghino, fonica e personale di accoglienza, mentre diminuisce sulle restanti variabili oggetto di indagine. La soddisfazione media sulla promozione aumenta rispetto al 2015, ma resta al di sotto dello standard di 2,20 poiché raggiunge un valore medio di 2,09.



Come è venuto a conoscenza del Globe Theatre

Il 60% degli intervistati dichiara di essere venuto a conoscenza del *Globe Theatre* col passaparola (nel 2015 era il 50%), il 12% attraverso la stampa e l'11% tramite il canale web (lo scorso anno erano rispettivamente 14% e 17%). La pubblicità passa da 6% a 8%.

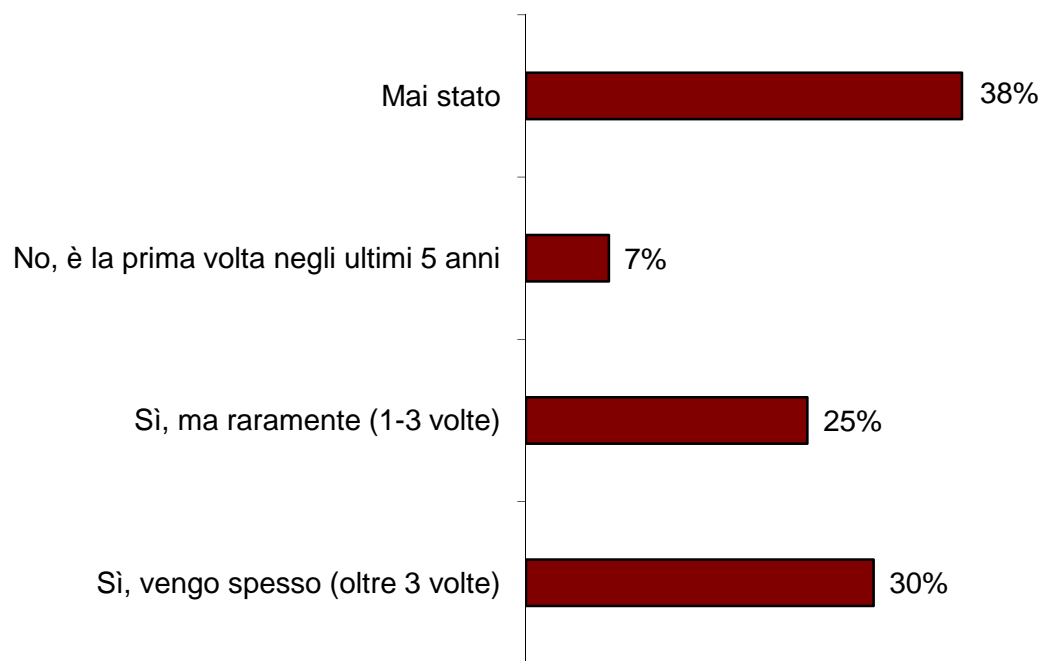
Risulta significativo che il passaparola sia il canale di comunicazione predominante in particolare per gli spettatori diplomati, che hanno un giudizio superiore alle aspettative e vengono per la prima volta. La stampa è il mezzo prevalente soprattutto per coloro che hanno un titolo di specializzazione post laurea, un giudizio uguale alle proprie attese e sono frequentatori abituali, mentre il canale web lo è per chi dichiara di avere conseguito un titolo di laurea, un giudizio superiore alle aspettative ed è già stato al *Globe Theatre*, ma raramente (da 1 a 3 volte).



Negli ultimi cinque anni è già stato al *Globe Theatre*

Più della metà degli intervistati (55%) dichiara di essere già stato al *Globe Theatre* (30% “oltre tre volte” e 25% “da una a tre volte”), mentre il 38% non vi è mai stato e il 7% è la prima volta che vi si reca negli ultimi cinque anni.

E' significativo che i frequentatori abituali del *Globe Theatre* siano prevalentemente gli uomini, di età 26-44 anni, abbastanza soddisfatti dell'esperienza complessiva e con un giudizio uguale alle proprie aspettative. Invece sono soprattutto le donne a recarsi per la prima volta, di età 19-25 anni e 45-64 anni, in generale molto soddisfatti e hanno un giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi.

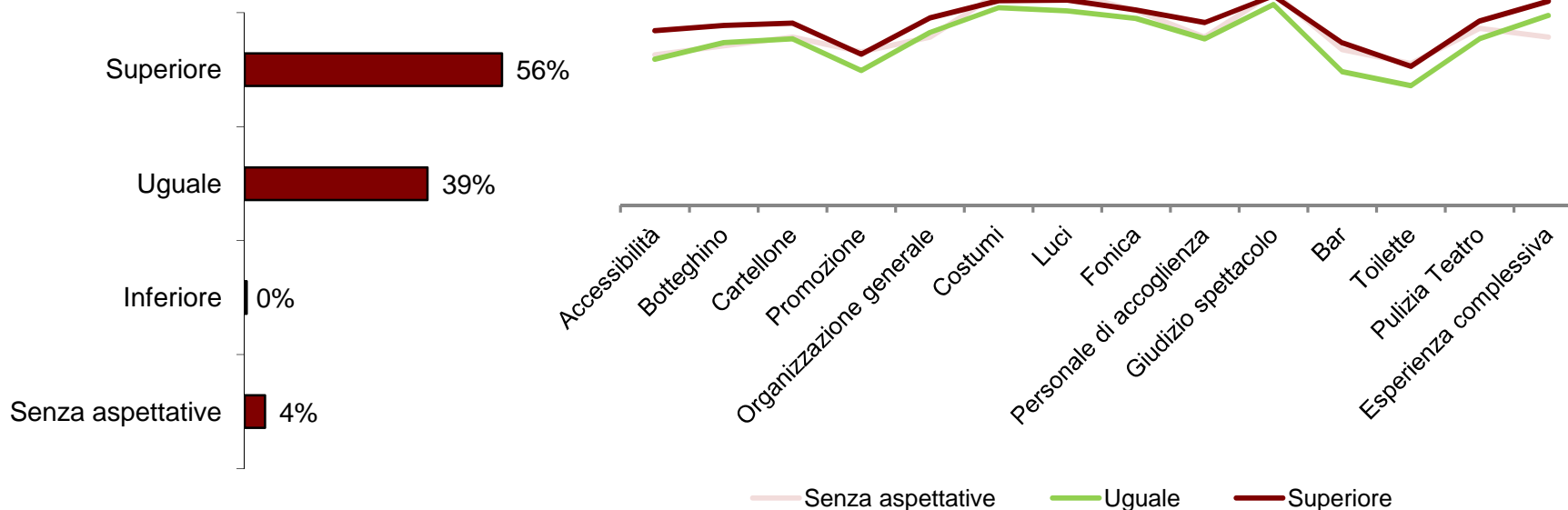


Giudizio rispetto alle aspettative

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

Più della metà di coloro che invece rispondono a tale domanda afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese (56%), per il 40% è uguale, mentre solo per uno spettatore intervistato il giudizio è inferiore alle aspettative.

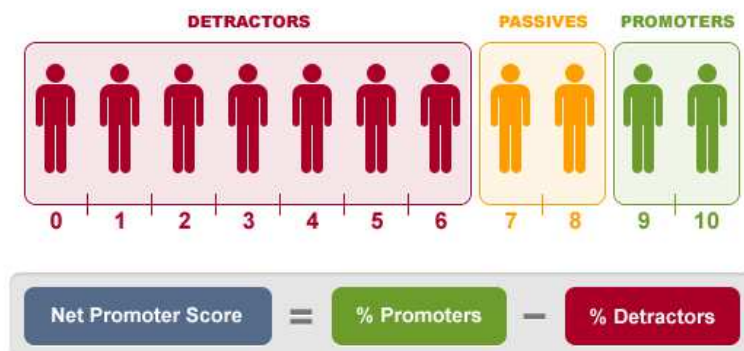
Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle aspettative soprattutto per i nuovi spettatori, i quali sono molto soddisfatti sia dello spettacolo visto che dell'esperienza complessiva. Invece coloro che sono già stati più volte al *Globe Theatre* hanno principalmente un giudizio uguale alle 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 75%; ciò è indice di un elevato gradimento degli spettacoli visti.

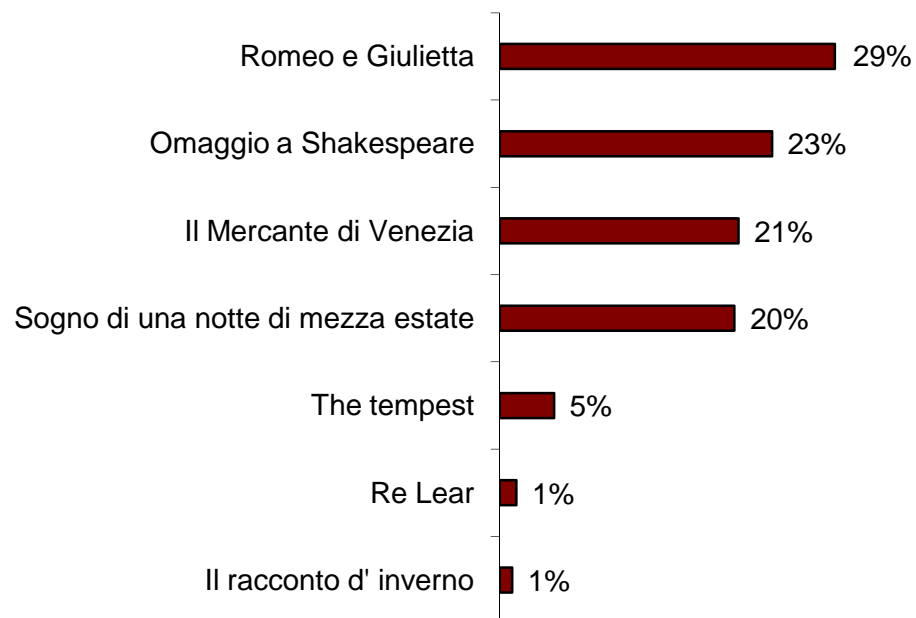


NET PROMOTER SCORE <i>Silvano Toti Globe Theatre 2016</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	1	0	0	0	1	2	11	34	46	113
0%	0,5%	0%	0%	0%	0,5%	1%	5%	16%	22%	55%
DETRATTORI = 2%							PASSIVI = 21%		PROMOTORI = 77%	
77% - 2% = 75%										

Quale spettacolo è il più interessante della stagione

Il 29% degli intervistati ritiene “*Romeo e Giulietta*” lo spettacolo più interessante del cartellone di quest’anno, poi seguono “*Omaggio a Shakespeare*” (23%), “*Il Mercante di Venezia*” (21%), “*Sogno di una notte di mezza estate*” (20%), “*The Tempest*” (4%), “*Re Lear*” e “*Il racconto d’inverno*” (entrambi 1%).

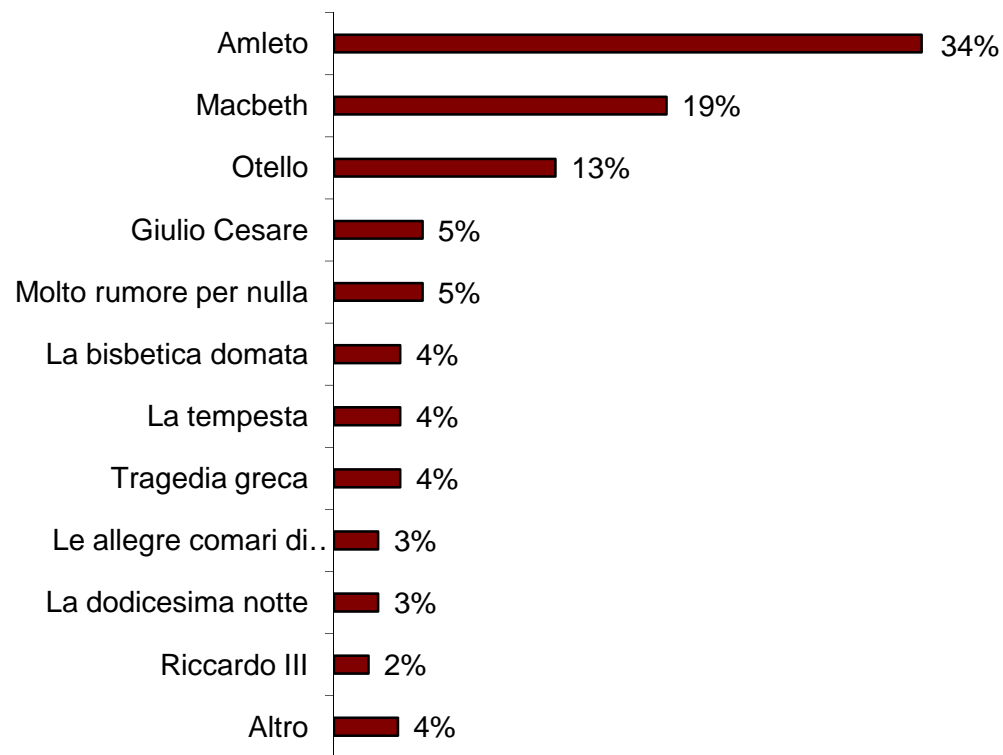
Risulta significativo che ad avere indicato “*Romeo e Giulietta*” e “*Omaggio a Shakespeare*” siano stati soprattutto gli spettatori romani, laureati, in generale molto soddisfatti. Invece “*Il Mercante di Venezia*” è lo spettacolo che prevale in particolare per i turisti, diplomati, abbastanza soddisfatti dell’esperienza complessiva. A rispondere “*Sogno di una notte di mezza estate*” sono stati in particolare i diplomati, abbastanza soddisfatti, che si dividono equamente tra romani e turisti.



Quale spettacolo vorrebbe fosse inserito nella prossima stagione

Tra le preferenze sugli spettacoli per la prossima stagione prevalgono “*Amleto*” (34%), “*Macbeth*” (19%) e “*Otello*” (13%).

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





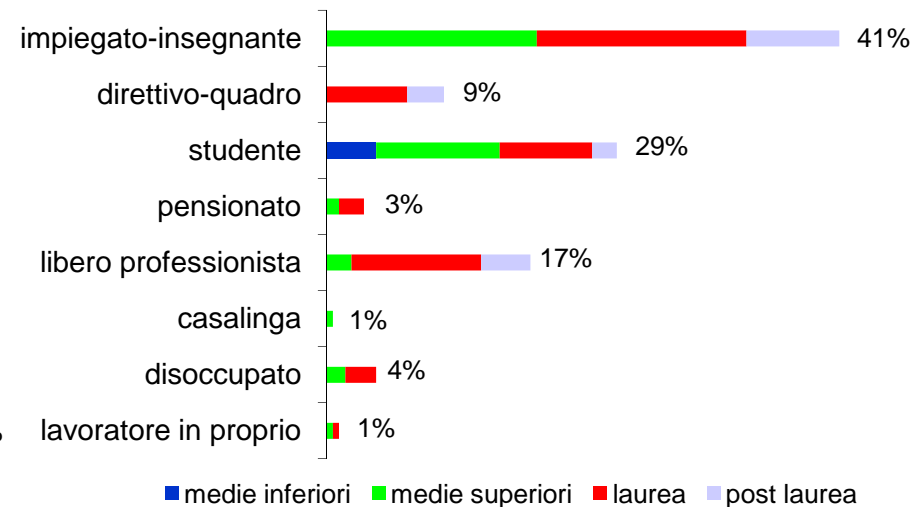
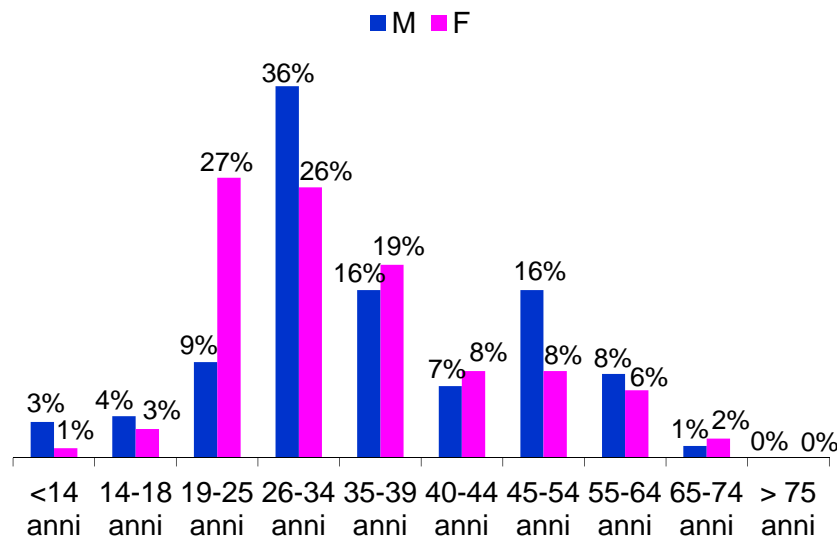
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il genere femminile col 55% (nel 2015 le donne erano il 62%), soprattutto nella fascia 19-25 anni.

La fascia di età più rappresentata è quella dei 26-34 anni (29%; fascia predominante anche lo scorso anno col 34% sul campione totale), poi seguono le fasce dei 19-25 anni e 35-39 anni (rispettivamente 19% e 16%; nel 2015 raggiungevano il 14% e il 12%).

Il 64% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (in lieve aumento dal 58% nel 2015).

Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, rispetto all'indagine dello scorso anno, gli occupati dipendenti (impiegati ed insegnanti) si confermano al 41%, mentre aumentano gli studenti (da 21% a 29%) e i liberi professionisti (da 15% a 17%).

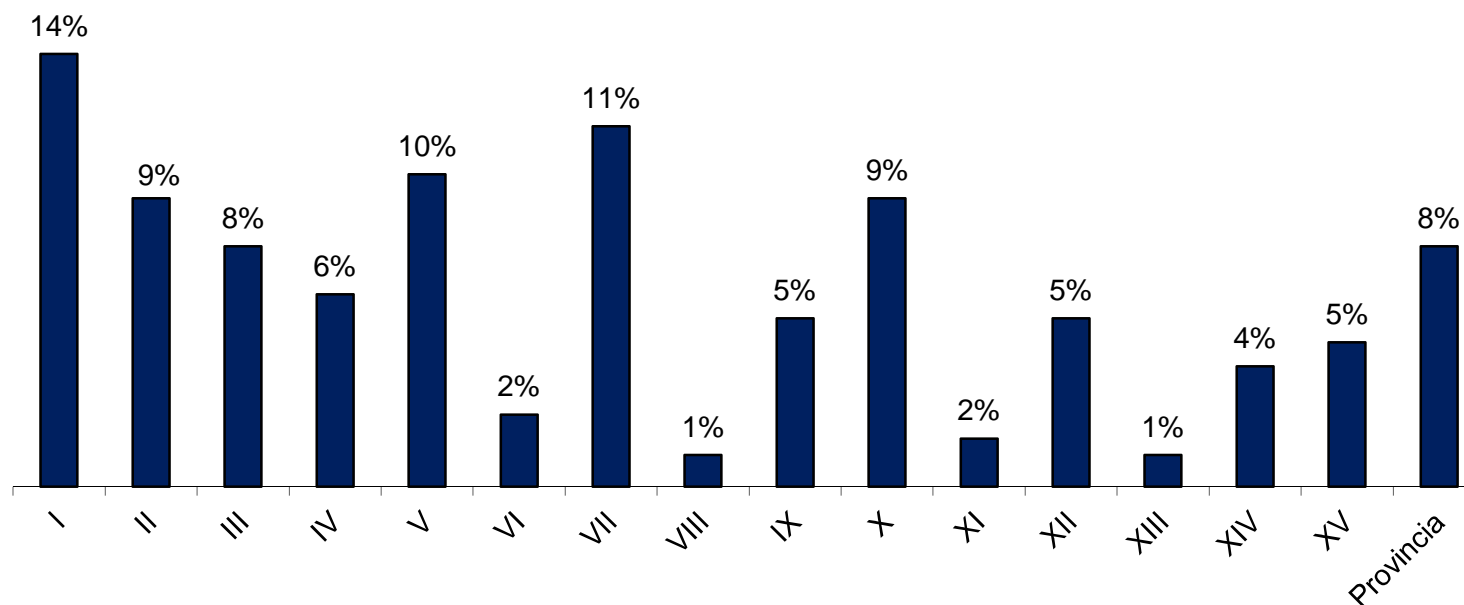
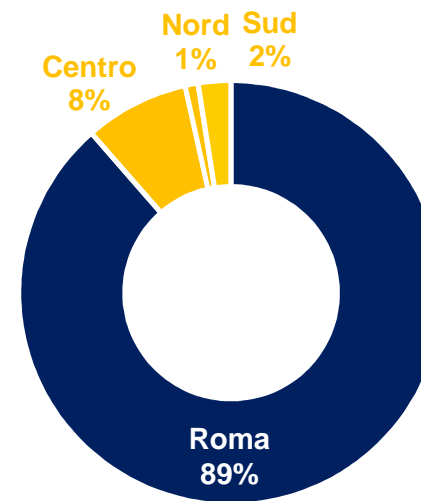


Analisi socio-demografica (provenienza)

Ben l'89% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (87% nel 2015), mentre l'11% giunge da altre province italiane (lo scorso anno era il 12%).

Tra i municipi in cui risiedono maggiormente gli spettatori intervistati prevalgono il I e il VII, rispettivamente con il 14% e l'11% sul campione totale.

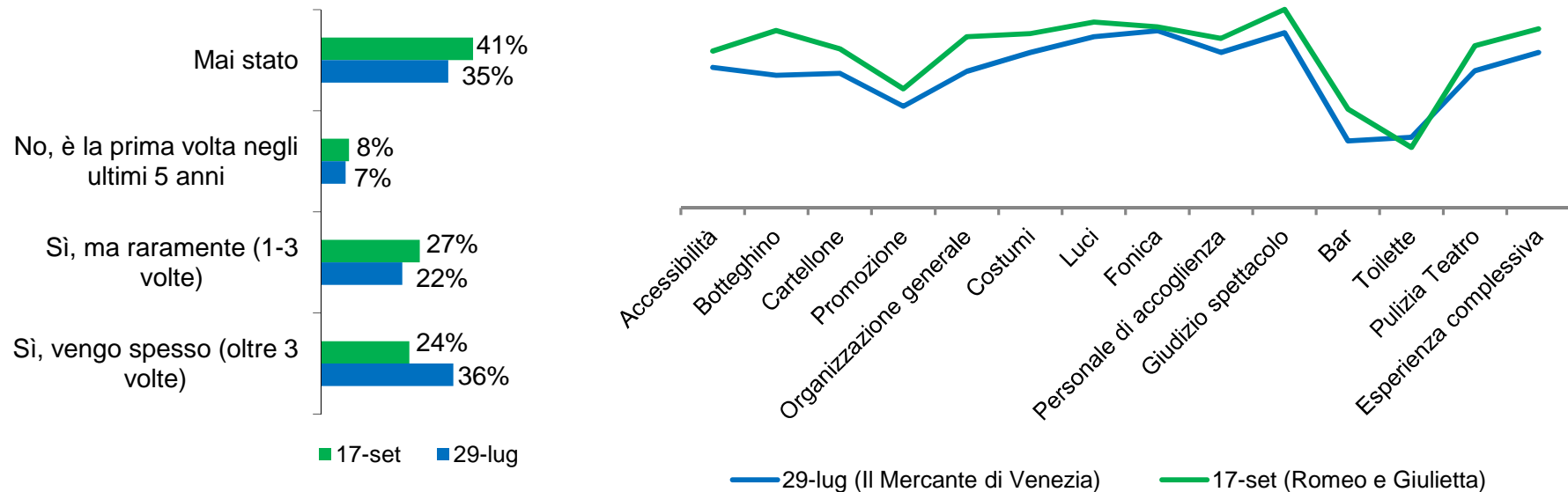
Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sui municipi di residenza.



Analisi univariate per spettacolo

Paragonando i dati rispetto ai due spettacoli oggetto d'indagine, risulta significativo che alla serata del 29 luglio (*"Il Mercante di Venezia"*) abbia partecipato una percentuale più alta di nuovi spettatori, mai stati prima al *Globe Theatre* (41% rispetto al 35% del 17 settembre), mentre i frequentatori abituali sono più presenti allo spettacolo *"Romeo e Giulietta"* (36% sul campione totale, mentre la percentuale scende a 24% per lo spettacolo del 29 luglio *"Il Mercante di Venezia"*).

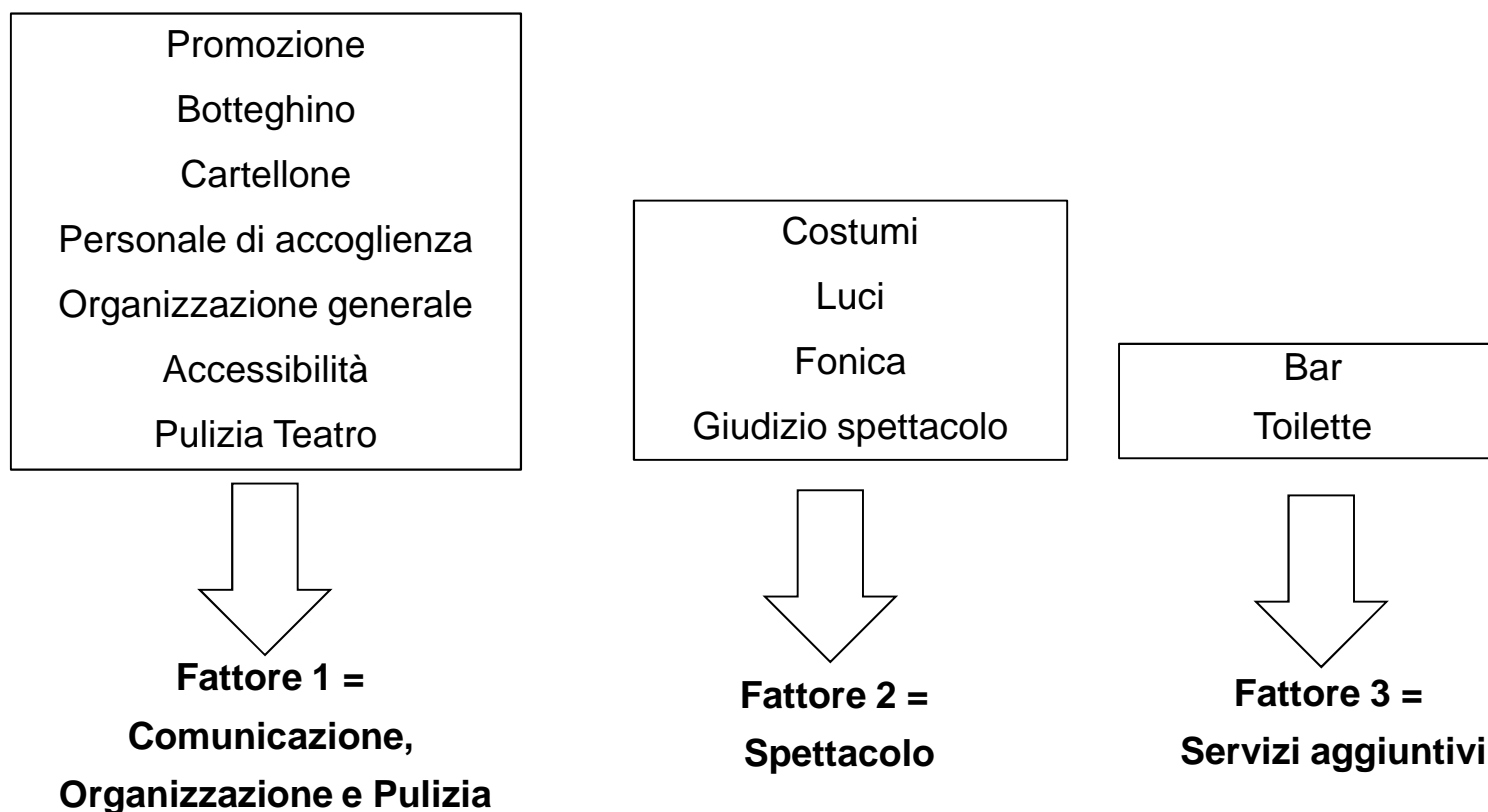
Analizzando i giudizi medi rilasciati sui vari aspetti oggetto d'indagine, dal grafico sottostante in basso a destra si evidenzia un livello medio di soddisfazione tendenzialmente più alto da parte di chi ha partecipato alla serata del 17 settembre (*"Romeo e Giulietta"*), in particolare sul servizio di botteghino e sull'organizzazione generale.



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 tutte le variabili oggetto d'indagine sono stati identificati statisticamente i **3 Fattori** seguenti:



Cluster Analysis

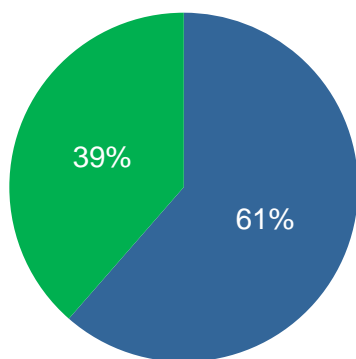
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (129 individui nel *Cluster 1* e 81 nel *Cluster 2*).

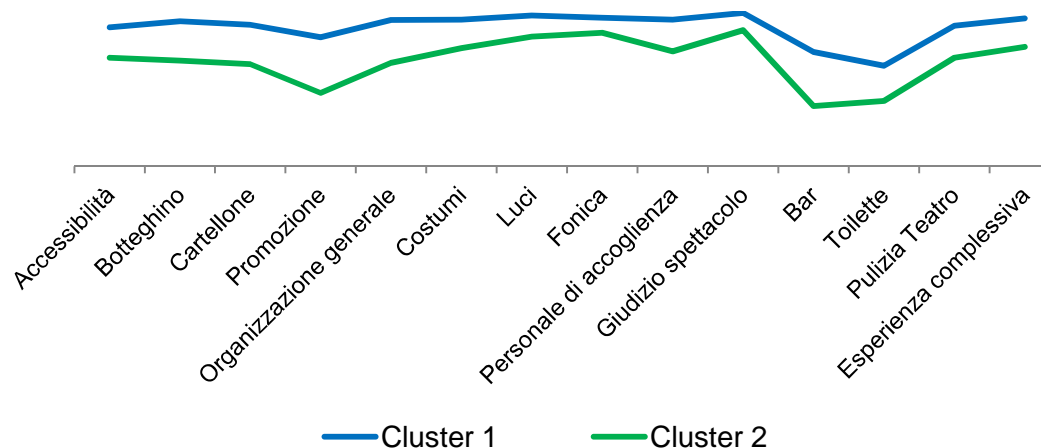
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutte le variabili oggetto d'indagine, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono ad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

Cluster 1 Deliziati: soprattutto donne, laureate, di età 19-25 anni, studentesse, conoscono il teatro tramite passaparola e stampa, si recano per la prima volta al *Globe Theatre*, preferiscono “*Omaggio a Shakespeare*” e “*Romeo e Giulietta*”, in generale molto soddisfatte, con un giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 Soddisfatti: soprattutto uomini, diplomati, di età 26-34 anni, impiegati e liberi professionisti, conoscono il teatro tramite passaparola e internet, già stati al *Globe Theatre*, sono interessati a “*Sogno di una notte di mezza estate*” e “*Il Mercante di Venezia*”, in generale abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative.

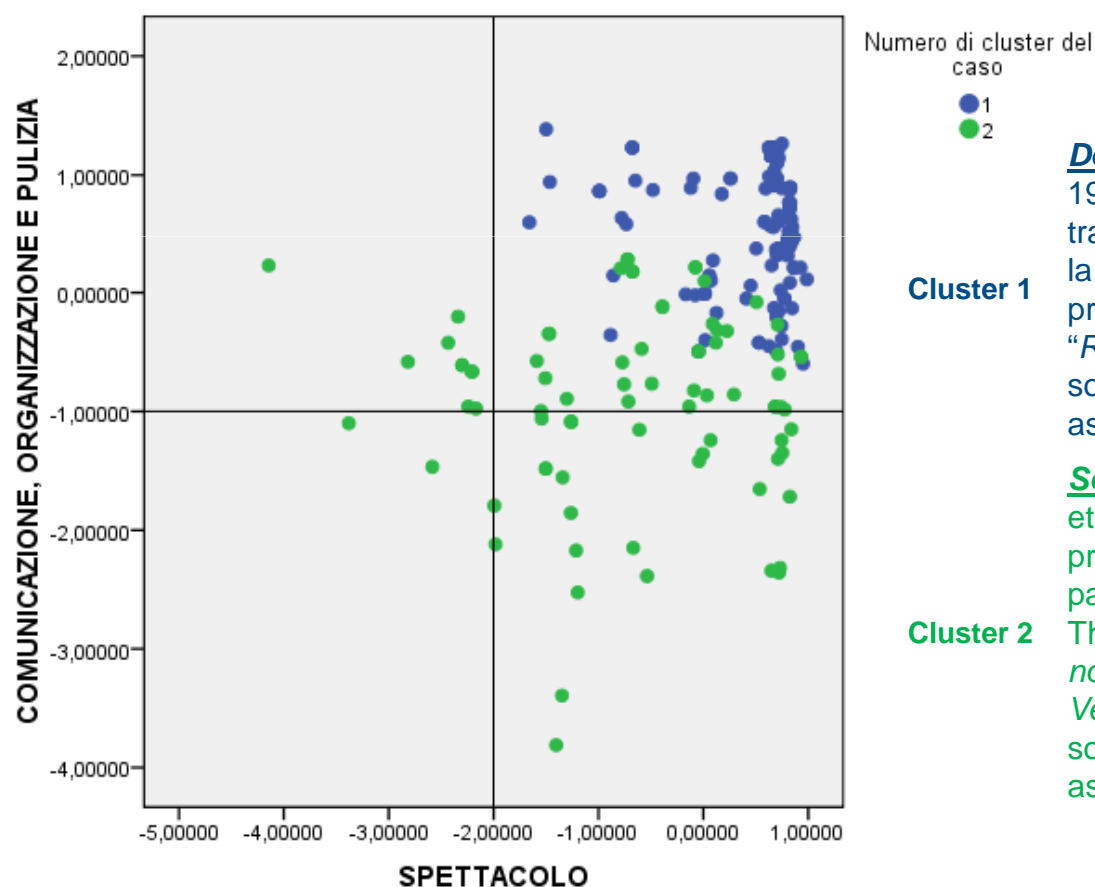


■ Cluster 1 ■ Cluster 2



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 su entrambi i fattori, mentre si denota una maggiore dispersione per il Cluster 2, in particolare sul Fattore 1 (“Comunicazione, Organizzazione e Pulizia”).



Deliziati: soprattutto donne, laureate, di età 19-25 anni, studentesse, conoscono il teatro tramite passaparola e stampa, si recano per la prima volta al Globe Theatre, preferiscono “*Omaggio a Shakespeare*” e “*Romeo e Giulietta*”, in generale molto soddisfatte, con un giudizio superiore alle aspettative.

Soddisfatti: soprattutto uomini, diplomati, di età 26-34 anni, impiegati e liberi professionisti, conoscono il teatro tramite passaparola e internet, già stati al Globe Theatre, sono interessati a “*Sogno di una notte di mezza estate*” e “*Il Mercante di Venezia*”, in generale abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative.



Data 26/09/2016 Indagine customer satisfaction *Silvano Toti Globe Theatre 2016*

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	1,000	,457**	,375**	,383**	,484**	,280**	,360**	,134	,276**	,269**	,271**	,313**	,345**	,483**
Botteghino	,457**	1,000	,407**	,525**	,538**	,213**	,268**	,246**	,348**	,255**	,310**	,158	,417**	,395**
Cartellone	,375**	,407**	1,000	,564**	,460**	,266**	,280**	,341**	,466**	,209**	,250**	,293**	,274**	,433**
Promozione	,383**	,525**	,564**	1,000	,421**	,154*	,266**	,129	,469**	,211**	,408**	,197*	,384**	,298**
Organizzazione generale	,484**	,538**	,460**	,421**	1,000	,481**	,410**	,191**	,472**	,325**	,374**	,423**	,309**	,599**
Costumi	,280**	,213**	,266**	,154*	,481**	1,000	,575**	,440**	,314**	,358**	,308**	,312**	,235**	,296**
Luci	,360**	,268**	,280**	,266**	,410**	,575**	1,000	,430**	,350**	,321**	,156	,247**	,309**	,445**
Fonica	,134	,246**	,341**	,129	,191**	,440**	,430**	1,000	,372**	,218**	,167*	,143	,187**	,171*
Personale di accoglienza	,276**	,348**	,466**	,469**	,472**	,314**	,350**	,372**	1,000	,100	,342**	,325**	,207**	,334**
Giudizio spettacolo	,269**	,255**	,209**	,211**	,325**	,358**	,321**	,218**	,100	1,000	,252**	,211**	,146*	,311**
Bar	,271**	,310**	,250**	,408**	,374**	,308**	,156	,167*	,342**	,252**	1,000	,613**	,348**	,150
Toilette	,313**	,158	,293**	,197*	,423**	,312**	,247**	,143	,325**	,211**	,613**	1,000	,256**	,394**
Pulizia Teatro	,345**	,417**	,274**	,384**	,309**	,235**	,309**	,187**	,207**	,146*	,348**	,256**	1,000	,401**
Esperienza complessiva	,483**	,395**	,433**	,298**	,599**	,296**	,445**	,171*	,334**	,311**	,150	,394**	,401**	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 (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Il bar è l'unico aspetto che non è risultato significativo rispetto all'esperienza complessiva e per tale motivo è stato escluso dalla tabella laterale.

Al *Silvano Toti Globe Theatre* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sul teatro sono quelli relativi all'**organizzazione generale**, all'**accessibilità al teatro**, alle **luci** e al **cartellone**.

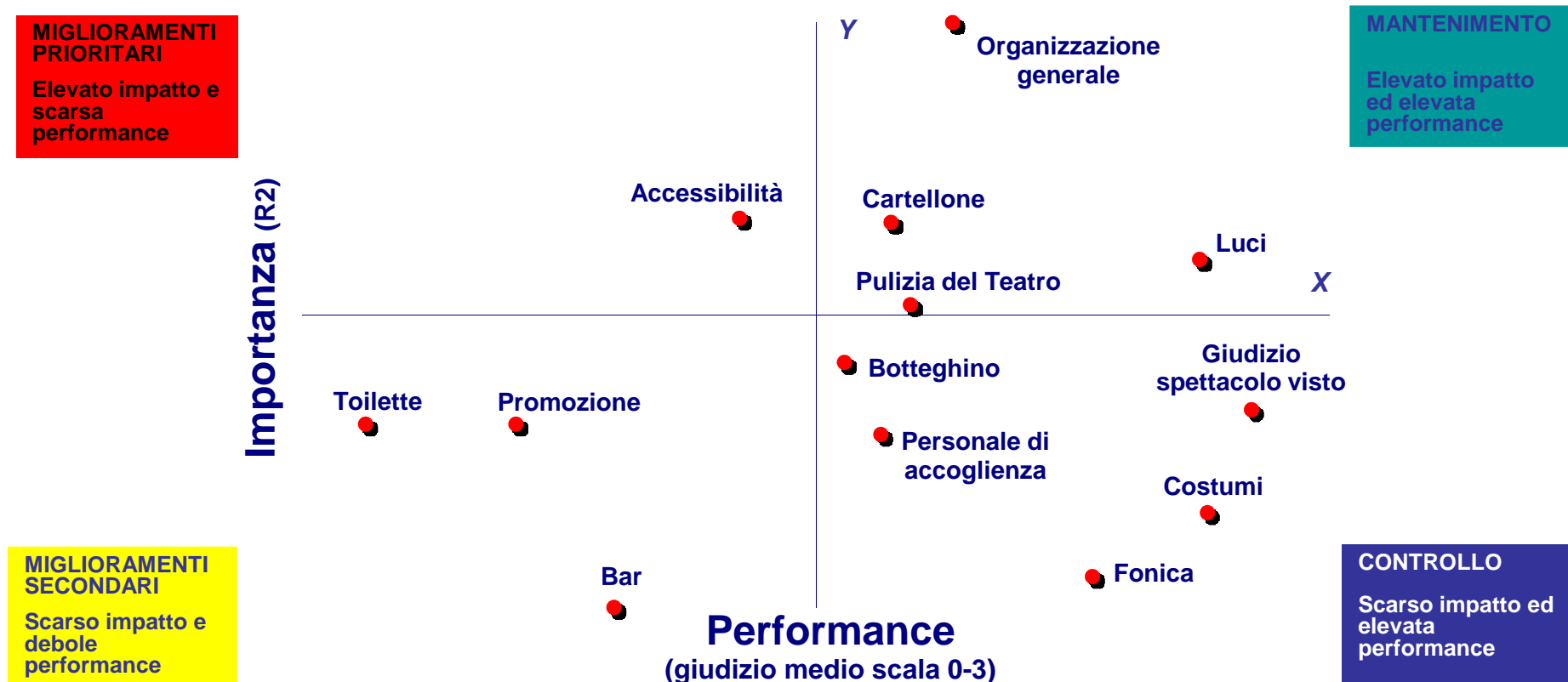
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale del <i>Globe Theatre</i>	
Organizzazione generale	0,599
Accessibilità	0,483
Luci	0,445
Cartellone	0,433
Pulizia Teatro	0,401
Botteghino	0,395
Toilette	0,394
Personale di accoglienza	0,334
Giudizio spettacolo	0,311
Promozione	0,298
Costumi	0,296
Fonica	0,171

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**organizzazione generale** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche il **cartellone**, le **luci** e la **pulizia del Teatro** si collocano nel quadrante in alto a destra, seppure la pulizia sia in una posizione *borderline*. Tra i possibili "miglioramenti prioritari" vi è l'accessibilità al teatro (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 se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

SUGGERIMENTI

POSTI A SEDERE scomodi, mancano dei cuscini (9), altro (2). **Totale 11**

BIGLIETTO sulla ricevuta del biglietto acquistato online era scritto come orario di inizio 21:15 e non 20:45; abolire i costi prevendita e la tassa sul "*print at home*". **Totale 5**

PROGRAMMAZIONE fare un cambio di attori che sono gli stessi ogni anno, più date per Gigi Proietti in "*Omaggio a Shakespeare*". **Totale 3**

ALTRO. Totale 10

***Totale 29Suggerimenti
Silvano Toti Globe Theatre 2016***

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 al *Globe Theatre*?

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?

Mariano igillo in LEAR. La storia Intestamè Gigi Proietti in OMAGGIO A SHAKESPEARE Il Mercante di Venezia
 Sogno di una notte di mezza estate Il racconto d'inverno Sonetti d'amore Romeo e Giulietta The Tempest

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: impiegato-insegnante dirigente-quadro studente pensionato libero professionista casalinga non occupato
 lavoratore in proprio altro (specificare)_____

Residenza Roma (indicare MUNICIPIO ____)

Altro (indicare Provincia italiana/Nazionalità_____)