



Indagini di Customer Satisfaction

Sistema Musei in Comune

26 Settembre - 3 Dicembre 2017

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 15/01/2018*

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 museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Eventi aziendali nel Sistema Musei in Comune
- Allegato 1 - Tabella risultati per museo
- Allegato 2 - Campione intervistato per museo
- Allegato 3 - Questionari

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 3.561 questionari somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua che autocompilazione dal 26 settembre al 3 dicembre 2017 presso il *Sistema Musei in Comune* (gli intervistati rappresentano il 10% degli ingressi totali ai musei nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 1,56\%$.

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 dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,76** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 99%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale in libreria (2,94) e biglietteria (2,88), la pulizia del sito (2,88), la caffetteria (2,86), la videoguida/audioguida (2,82), gli orari di apertura (2,80) e il guardaroba (2,79).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. La collezione e la videoguida/audioguida (il 5% degli intervistati ha usufruito di tale servizio) sono le variabili ritenute più importanti e soddisfacenti, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 53% da turisti stranieri, impiegati/ insegnanti (24%), studenti (24%), liberi professionisti (17%) e pensionati (17%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (59%), di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (46% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza dei musei del Sistema tramite scuola/università o internet (entrambi raggiungono il 17% sul totale degli intervistati). Poi seguono le voci "passando per caso" (16%), "passaparola" (15%) e "guide turistiche cartacee" (13%).

È significativo che "scuola/università" emerga principalmente per i visitatori romani, di età giovane fino ai 25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, molti sono nuovi visitatori, privi di aspettative, nel complesso abbastanza soddisfatti e nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece il canale web è predominante tra i turisti (anche se il portale *MiC* emerge per gli italiani), di età 26-44 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, vengono per la prima volta, con un giudizio superiore o uguale alle attese, in generale molto soddisfatti e sono stati in più di tre musei in quest'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Sistema Musei in Comune 2017	Media ponderata	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,52	3,00	2731	830	0,711	23%	63%	2%	91%
Orari di apertura	2,80	3,00	3472	89	0,461	2%	82%	0%	98%
Personale di biglietteria	2,88	3,00	3137	424	0,367	12%	89%	0%	99%
Materiale all'accoglienza	2,38	3,00	1941	1620	0,757	45%	53%	2%	87%
Guardaroba	2,79	3,00	1107	2454	0,486	69%	82%	1%	98%
Collezione	2,75	3,00	3421	140	0,489	4%	77%	0%	98%
Videoguida/ Audioguida	2,82	3,00	191	3370	0,533	95%	87%	2%	97%
Supporti informativi	2,52	3,00	3249	312	0,683	9%	61%	1%	92%
Supporti digitali	2,53	3,00	1610	1951	0,702	55%	64%	1%	90%
Personale in sala	2,76	3,00	2091	1470	0,517	41%	79%	1%	98%
Segnaletica interna	2,49	3,00	3036	525	0,707	15%	60%	1%	90%
Posti a sedere	2,43	3,00	2618	943	0,784	26%	59%	3%	87%
Pulizia del sito	2,88	3,00	3473	88	0,386	2%	89%	0%	99%
Personale in libreria	2,94	3,00	67	3494	0,239	98%	94%	0%	100%
Libreria	2,68	3,00	1040	2521	0,527	71%	71%	0%	97%
Caffetteria	2,86	3,00	274	3287	0,442	92%	88%	1%	99%
Esperienza complessiva	2,76	3,00	3466	95	0,500	3%	78%	1%	99%

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

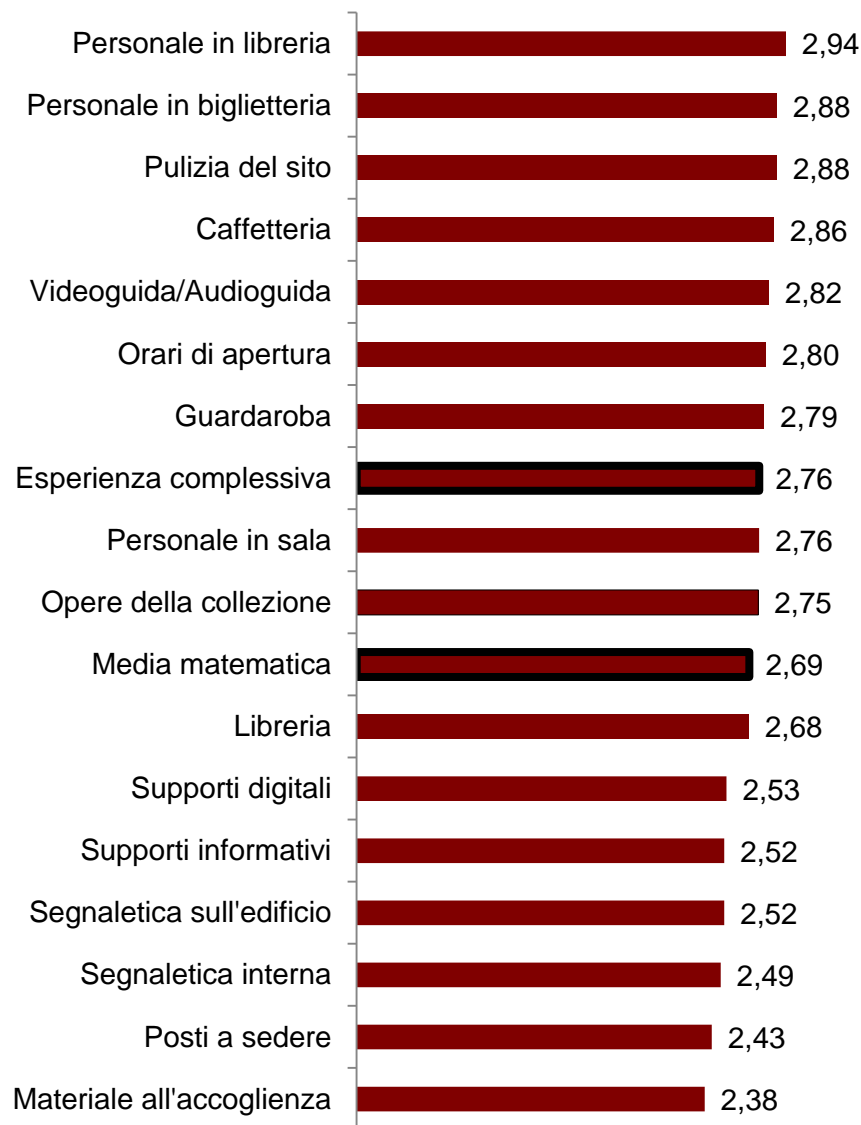
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,69).

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 maggiormente graditi sono i seguenti: il **personale in libreria** e **biglietteria**, la **pulizia del sito**, la **caffetteria**, la **videoguida/audioguida** (il 5% degli intervistati ha usufruito di tale servizio), gli **orari di apertura** e il **guardaroba**.

Tutte le medie sono nettamente al di sopra dello standard di 2,20.

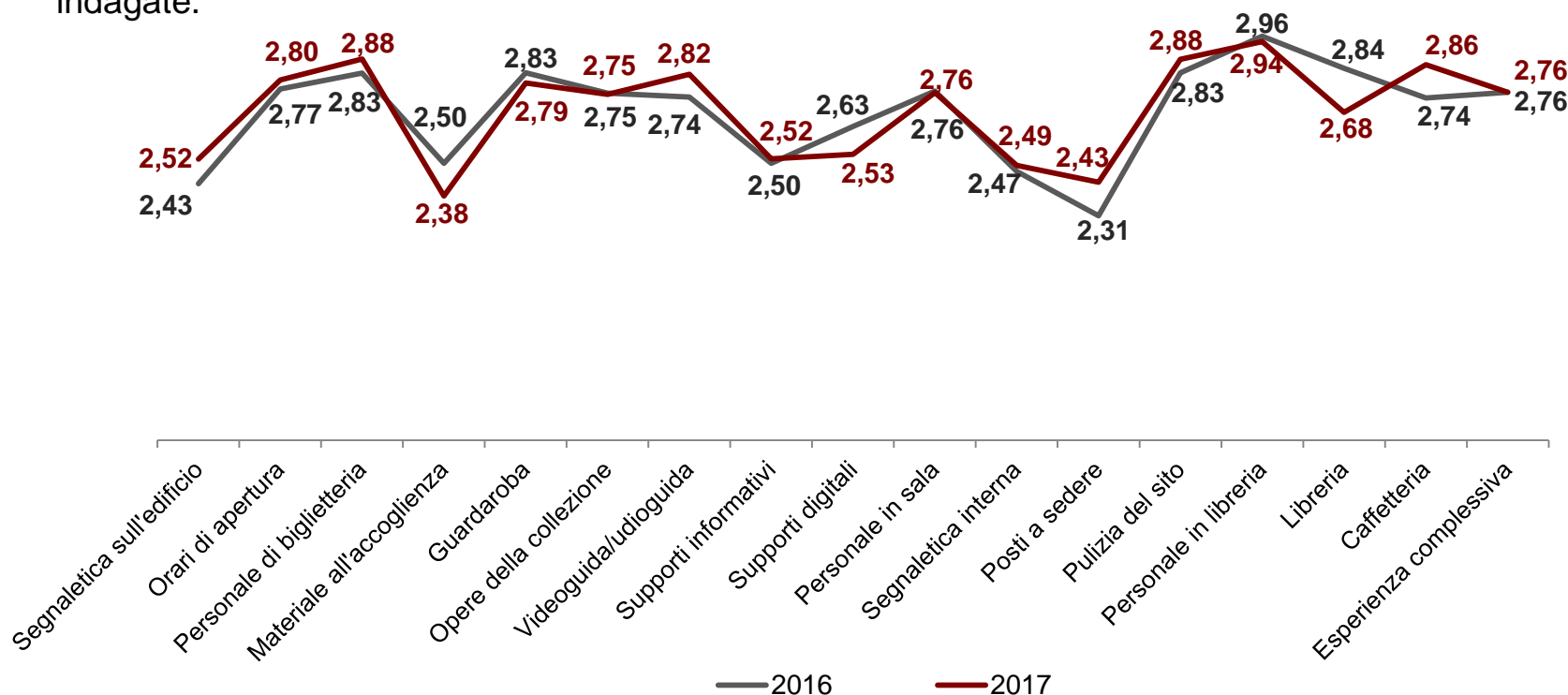


Analisi del trend 2016-2017

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, ma si registra un incremento del livello medio di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine.

In particolare aumentano le medie della segnaletica sull'edificio, della videoguida/audioguida, dei posti a sedere e della caffetteria. Invece si rileva una lieve flessione sul materiale informativo disponibile all'accoglienza, sui supporti digitali e sulla libreria, ma i valori medi sono molto buoni e superiori allo standard di 2,20.

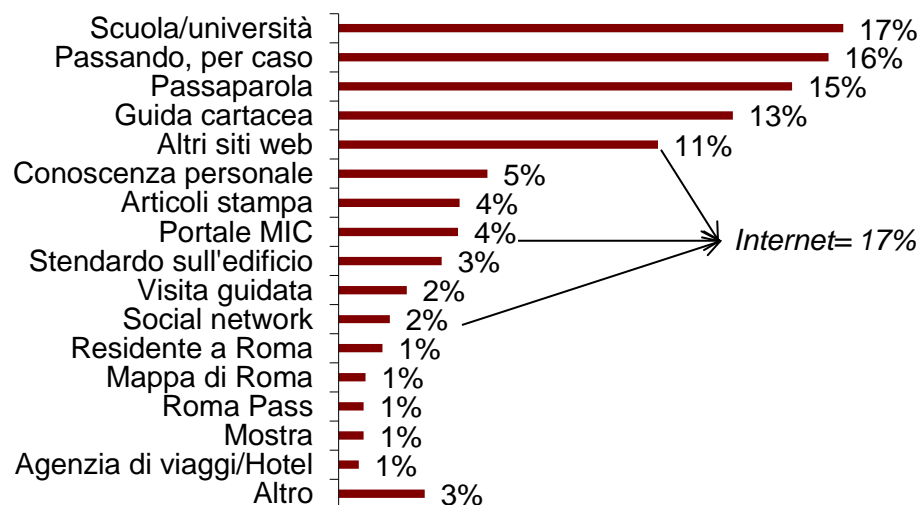
Come si denota dal grafico sottostante, lo scostamento è nullo o minimo sulle restanti variabili indagate.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 17% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “scuola/università” (era 13% nel 2016), il 16% “passando, per caso” (in lieve discesa dal 19% dello scorso anno), il 15% col “passaparola” e il 13% attraverso la “guida cartacea” (entrambi raggiungevano il 16% nel 2016). Invece la percentuale complessiva relativa al canale web resta pressoché invariata, passando dal 18% al 17%.

È significativo che “scuola/università” emerga principalmente per i visitatori romani, di età giovane fino ai 25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, molti sono nuovi visitatori, privi di aspettative, nel complesso abbastanza soddisfatti e nell’ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece il canale web è predominante tra i turisti (anche se il portale *MiC* emerge per gli italiani), di età 26-44 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, vengono per la prima volta, con un giudizio superiore o uguale alle attese, in generale molto soddisfatti e sono stati in più di tre musei in quest’ultimo anno. Inoltre si evidenzia che a rispondere “passando, per caso” e “guida cartacea” siano soprattutto i visitatori stranieri di età 35-39 e 55-64 anni, mentre il passaparola prevale tra i turisti italiani, di età 26-34 anni e 65-74 anni.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (75% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al museo visitato, il 17% già vi è stato (di cui l'11% "da una a tre volte" e il 6% "più di tre volte") e il restante 8% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti (in prevalenza stranieri), di età giovane fino ai 34 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, in generale molto soddisfatti, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e dichiarano di non avere visitato altri musei in quest'ultimo anno. Invece ad avere già frequentato il museo sono principalmente i visitatori italiani (la percentuale è pari a 37% per i romani e 14% per chi giunge da altre città italiane), di età adulta oltre i 45 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, abbastanza soddisfatti dell'esperienza complessiva, con un giudizio uguale alle proprie attese e hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno.

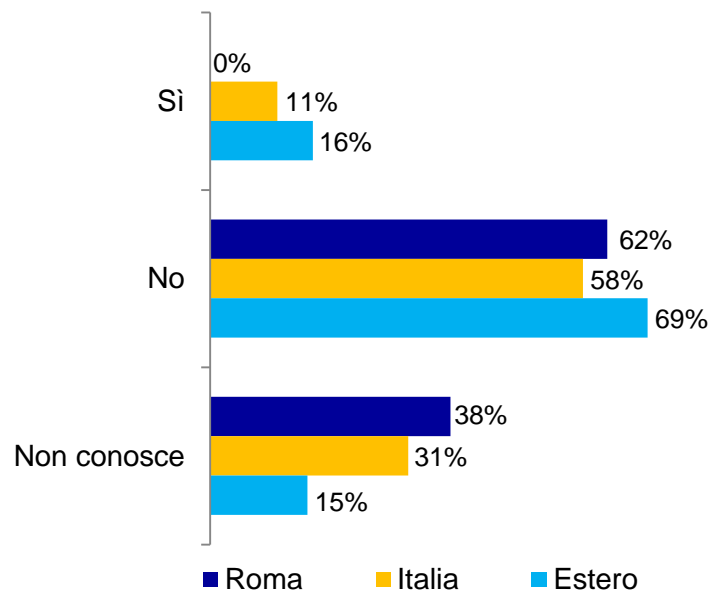
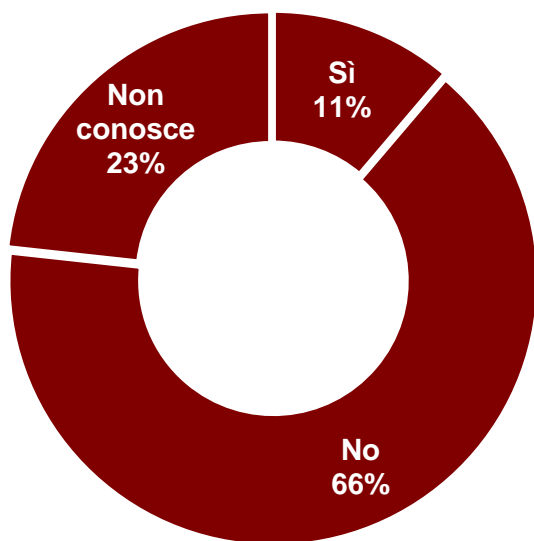


Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

L'11% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 66% afferma di conoscerla ma di non averla utilizzata per entrare al museo, mentre il 23% non la conosce affatto.

Risulta significativo che ad utilizzare la Roma Pass siano soprattutto i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), che vengono per la prima volta al museo, laureati, appartengono alle fasce d'età tra i 26 e 39 anni, con un giudizio superiore o uguale alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti e hanno frequentato oltre tre musei nell'ultimo anno.

Invece a non usufruire della card sono principalmente i visitatori italiani (in particolare a non conoscerla sono i romani di età inferiore ai 25 anni), alcuni già stati al museo, con un titolo di specializzazione post laurea, di età 40-44 anni e 45-74 anni, senza attese a priori, in generale abbastanza soddisfatti e sono stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno.

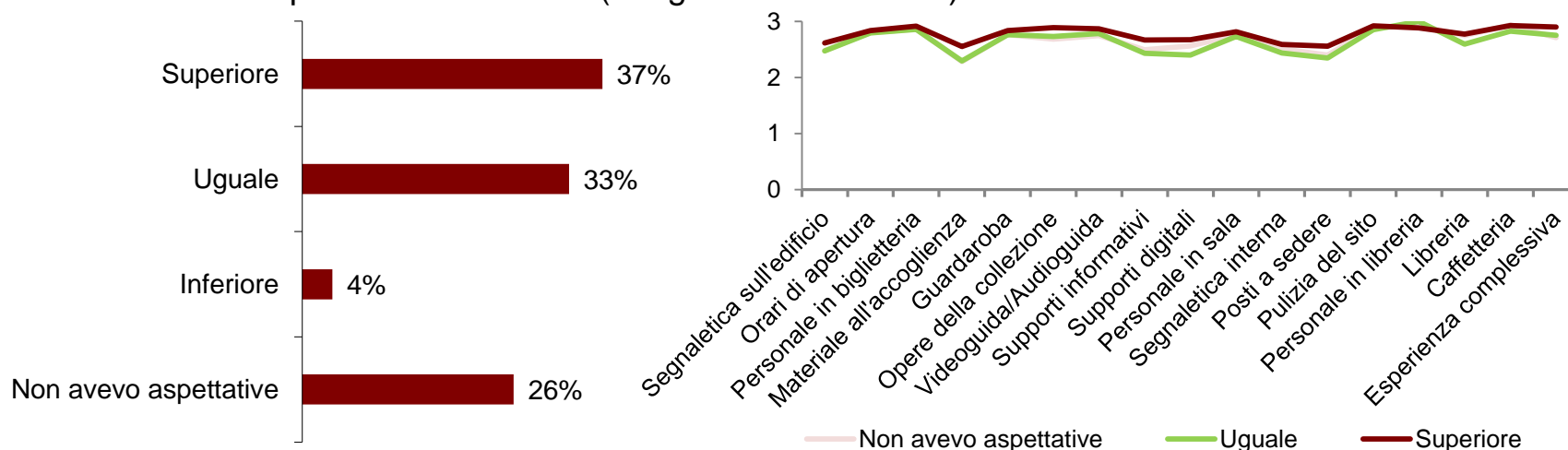


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 26% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 37% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 33% è uguale e solo per il restante 4% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i turisti stranieri, di età adulta oltre i 55 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, nuovi visitatori, alcuni hanno utilizzato la Roma Pass, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), di età 40-54 anni, laureati, alcuni già stati al museo, non usufruiscono della Roma Pass, in generale abbastanza soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei. Ad essere privi di aspettative a priori sono i turisti (in prevalenza stranieri), di età giovane fino a 25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, vengono per la prima volta, alcuni utilizzano la Roma Pass, si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti, tranne che sul personale in libreria (cfr. grafico sottostante).



Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e hanno dato la valutazione 9-10 – e i **detrattori** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il museo visitato è pari al **44%**.

Da evidenziare che il 42% del campione intervistato ha rilasciato una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.



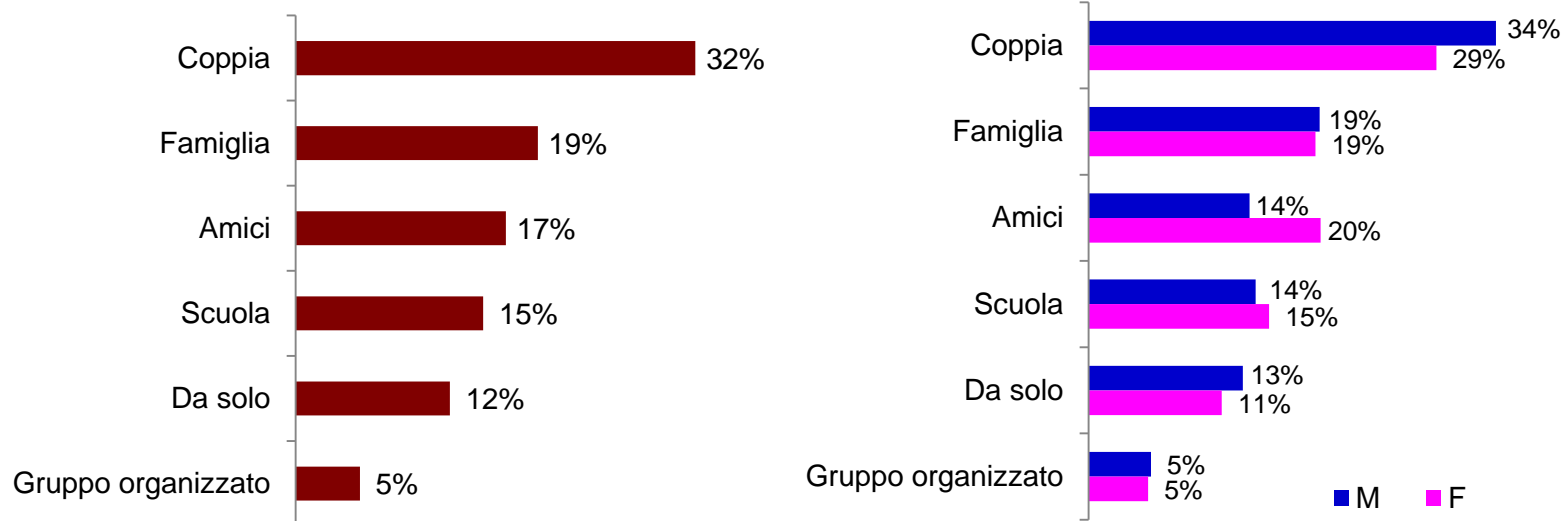
NET PROMOTER SCORE <i>Sistema Musei in Comune 2017</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	3	10	15	22	58	131	433	1044	848	965
0%	0%	0%	0%	1%	2%	4%	12%	30%	24%	27%
DETRATTORI = 7%							PASSIVI = 42%	PROMOTORI = 51%		
51%-7% = 44%										

Con chi ha visitato il museo

Il 32% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “coppia”, il 19% con la propria “famiglia”, il 17% in compagnia di “amici”, il 15% con la “scuola”, il 12% “da solo” e il restante 5% con un “gruppo organizzato”.

Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto gli uomini, turisti stranieri, di età 26-39 anni e 55-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, alcuni hanno utilizzato la Roma Pass, con un giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti e hanno frequentato oltre tre musei in quest’ultimo anno.

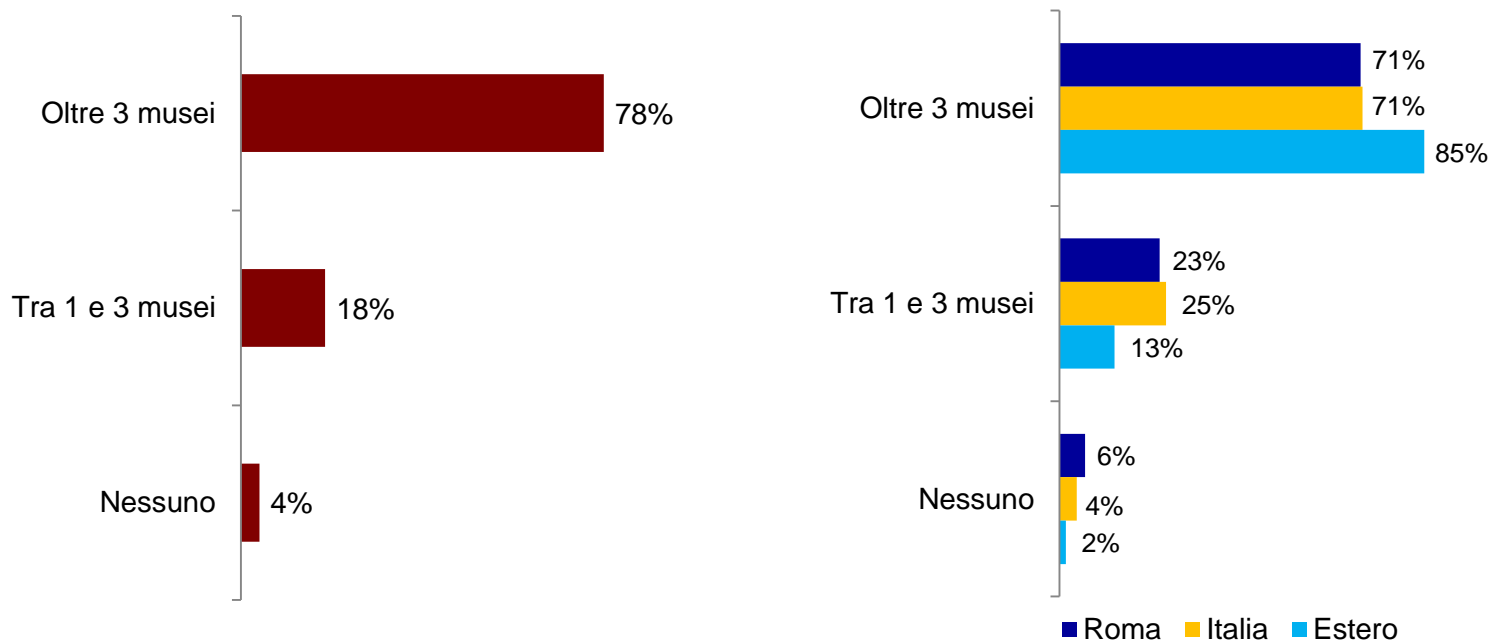
Invece a venire con la propria famiglia sono in particolare gli uomini, che giungono dall’estero, minorenni o adulti di età 40-54 anni, con un titolo di scuola media inferiore o specializzazione post laurea, che vengono per la prima volta, con un giudizio superiore alle attese, nel complesso molto soddisfatti e nell’ultimo anno non sono stati in altri musei. Mentre il genere femminile prevale tra coloro che vengono con amici: si tratta di visitatori italiani (soprattutto romani), di età 19-25 anni e adulti al di sopra dei 65 anni, diplomati, alcuni già stati al museo, dichiarano di avere un giudizio uguale alle proprie aspettative e hanno frequentato vari musei.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 78% dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 18% “tra uno e tre musei” e solo il 4% risponde “nessuno”.

Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), in prevalenza donne, che vengono per la prima volta al museo, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, un giudizio superiore o uguale alle aspettative e in generale molto soddisfatti. Invece sono principalmente i visitatori italiani (in particolare romani) ad avere visitato meno di tre musei in quest'ultimo anno, soprattutto uomini, alcuni già stati al museo, ma dichiarano di non avere attese a priori e hanno un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente.



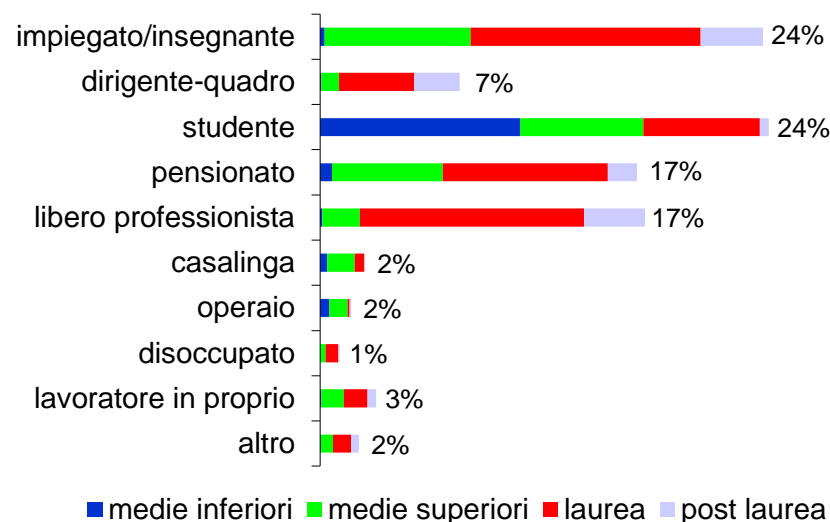
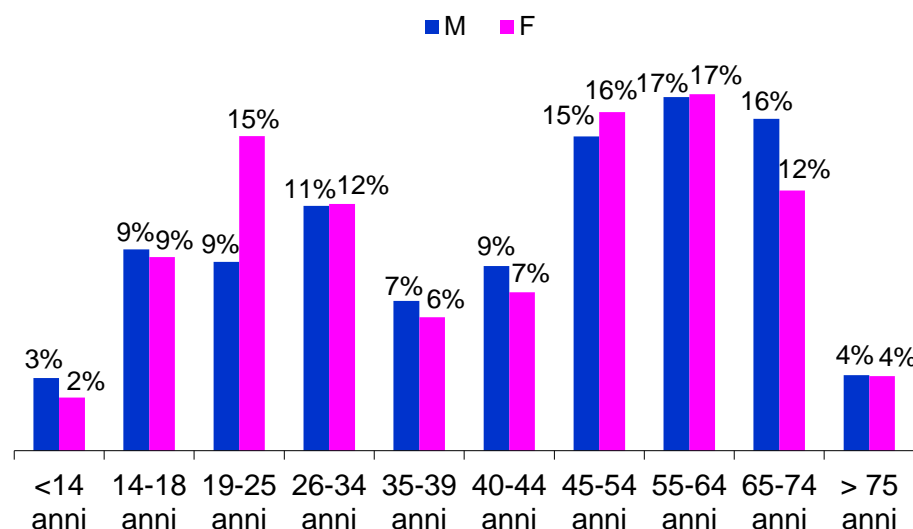
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il genere femminile (54%; era 55% nel 2016), soprattutto nella fascia d'età 19-25 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle comprese tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 46% sul totale degli intervistati (stessa percentuale emersa lo scorso anno). La composizione del target per fasce d'età risulta corrispondente a quella emersa gli scorsi anni.

Il 59% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (la percentuale raggiungeva il 61% nell'indagine precedente).

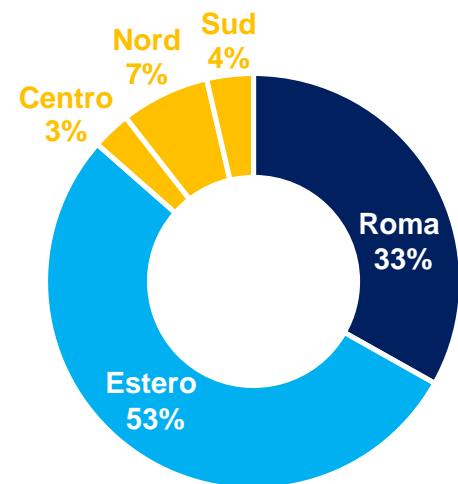
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli impiegati/insegnanti (24%; erano il 26% nel 2016) e gli studenti (24%, in aumento dal 20% dello scorso anno). Poi seguono i liberi professionisti e i pensionati col 17% sul totale (nel 2016 erano rispettivamente 19% e 17%).



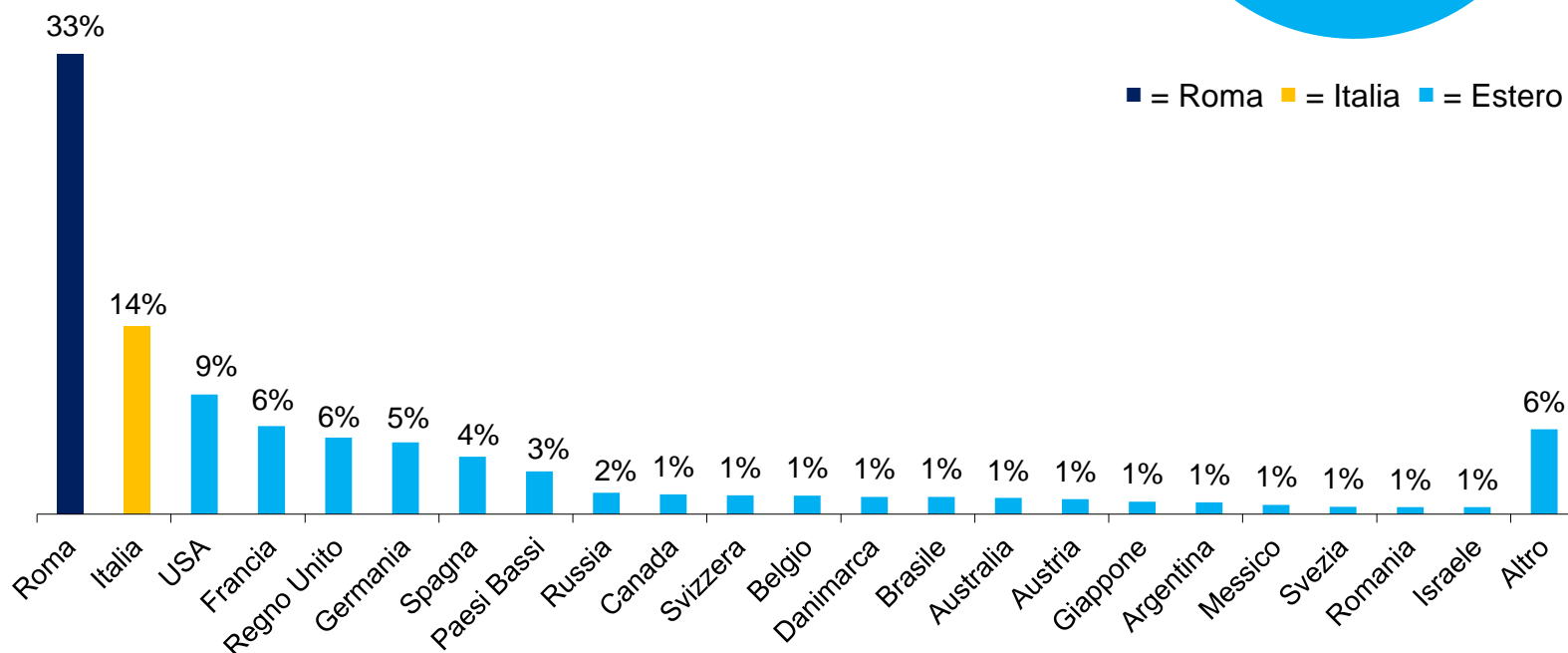
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 53% del campione intervistato è costituito da visitatori stranieri (erano il 51% nell'indagine precedente), il 33% sono romani (32% nel 2016) e il 14% giunge da altre province italiane (17% per l'indagine scorsa).

Tra le nazionalità estere prevalgono l'americana (9%), la francese e l'inglese (6% per entrambe), ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Sistema Musei in Comune 2017***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Opere della collezione	Videoguida/Audioguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,317**	,212**	,298**	,275**	,157**	,076	,255**	,260**	,279**	,231**	,285**	,287**	,491**	,266**	-,166*	,263**
Orari di apertura	,317**	1,000	,249**	,269**	,330**	,253**	,035	,255**	,264**	,249**	,204**	,274**	,302**	.	,196**	,011	,290**
Personale di biglietteria	,212**	,249**	1,000	,273**	,280**	,144**	,260**	,207**	,175**	,391**	,242**	,186**	,306**	,498**	,209**	,149*	,244**
Materiale all'accoglienza	,298**	,269**	,273**	1,000	,354**	,146**	,149	,402**	,344**	,297**	,331**	,302**	,238**	.	,348**	,150	,307**
Guardaroba	,275**	,330**	,280**	,354**	1,000	,110**	,372**	,110**	,200**	,361**	,211**	,373**	,339**	-,087	,195**	,141	,257**
Collezione	,157**	,253**	,144**	,146**	,110**	1,000	,285**	,272**	,254**	,228**	,208**	,250**	,278**	.	,112**	,432**	,519**
Videoguida/Audioguida	,076	,035	,260**	,149	,372**	,285**	1,000	,220*	,265*	,021	,316**	,099	,227**	.	,158	.	,537**
Supporti informativi	,255**	,255**	,207**	,402**	,110**	,272**	,220*	1,000	,537**	,240**	,350**	,290**	,257**	,161	,196**	,251**	,337**
Supporti digitali	,260**	,264**	,175**	,344**	,200**	,254**	,265*	,537**	1,000	,227**	,329**	,439**	,273**	.	,181**	,263**	,352**
Personale in sala	,279**	,249**	,391**	,297**	,361**	,228**	,021	,240**	,227**	1,000	,347**	,337**	,384**	.	,288**	,212*	,366**
Segnaletica interna	,231**	,204**	,242**	,331**	,211**	,208**	,316**	,350**	,329**	,347**	1,000	,416**	,253**	-,366**	,131**	,339**	,290**
Posti a sedere	,285**	,274**	,186**	,302**	,373**	,250**	,099	,290**	,439**	,337**	,416**	1,000	,373**	-,154	,279**	,466**	,344**
Pulizia del sito	,287**	,302**	,306**	,238**	,339**	,278**	,227**	,257**	,273**	,384**	,253**	,373**	1,000	.	,232**	,302**	,341**
Personale in libreria	,491**	.	,498**	.	-,087	.	.	,161	.	.	-,366**	-,154	.	1,000	,887**	.	.
Libreria	,266**	,196**	,209**	,348**	,195**	,112**	,158	,196**	,181**	,288**	,131**	,279**	,232**	,887**	1,000	,186*	,263**
Caffetteria	-,166*	,011	,149*	,150	,141	,432**	.	,251**	,263**	,212*	,339**	,466**	,302**	.	,186*	1,000	,438**
Esperienza complessiva	,263**	,290**	,244**	,307**	,257**	,519**	,537**	,337**	,352**	,366**	,290**	,344**	,341**	.	,263**	,438**	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).

Dalla tabella laterale sono state escluse le variabili indagate che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva (in questo caso il personale in libreria, il cui coefficiente di correlazione è nullo poiché solo il 2% degli intervistati ha risposto su tale aspetto).

Per il *Sistema Musei in Comune* la **videoguida/audioguida** e la **collezione** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

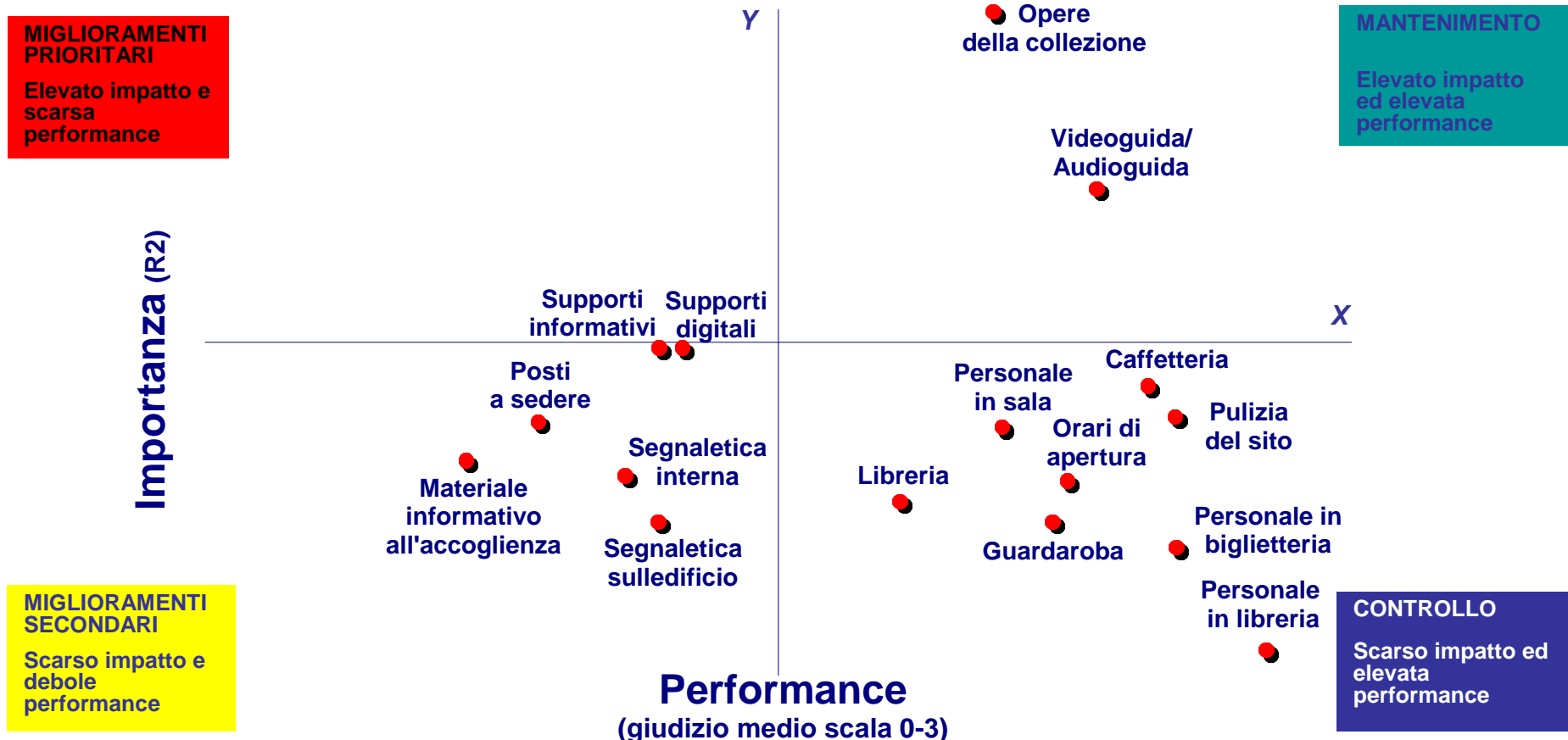
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza complessiva Sistema Musei in Comune - 2017	
Videoguida/Audioguida	0,519
Opere della collezione	0,519
Caffetteria	0,438
Personale in sala	0,366
Posti a sedere	0,344
Pulizia del sito	0,341
Supporti digitali	0,337
Materiale informativo all'accoglienza	0,307
Orari di apertura	0,290
Segnaletica interna	0,290
Segnaletica sull'edificio	0,263
Libreria	0,263
Guardaroba	0,257
Personale in biglietteria	0,244

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** e la **videoguida/audioguida** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti (quadrante in alto a destra). Invece i **supporti informativi e digitali** sono in una posizione *borderline* tra i miglioramenti prioritari e secondari.

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

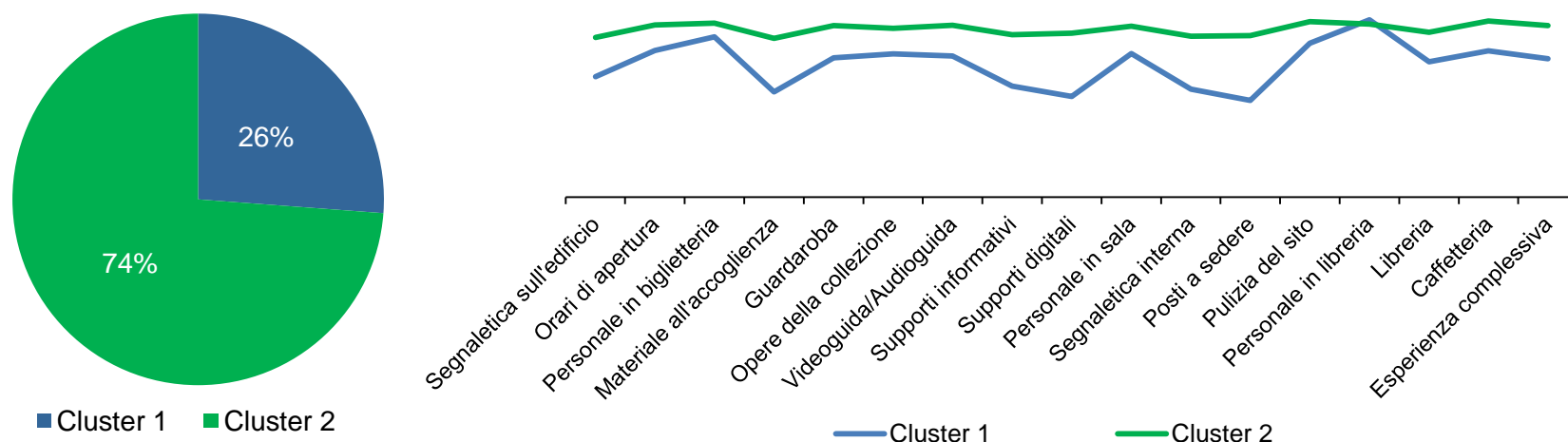
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (932 individui per il *Cluster 1* e 2629 per il *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 a un livello più basso di soddisfazione, mentre la 2° tipologia dei **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati.

Cluster 1 – Soddisfatti: in prevalenza uomini, italiani (inclusi romani), di età 26-39 e 40-54 anni, diplomati, occupati dipendenti e liberi professionisti, alcuni già stati al museo, ne sono venuti a conoscenza tramite stampa, internet e passaparola, non utilizzano la Roma Pass, vengono da soli o con amici, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

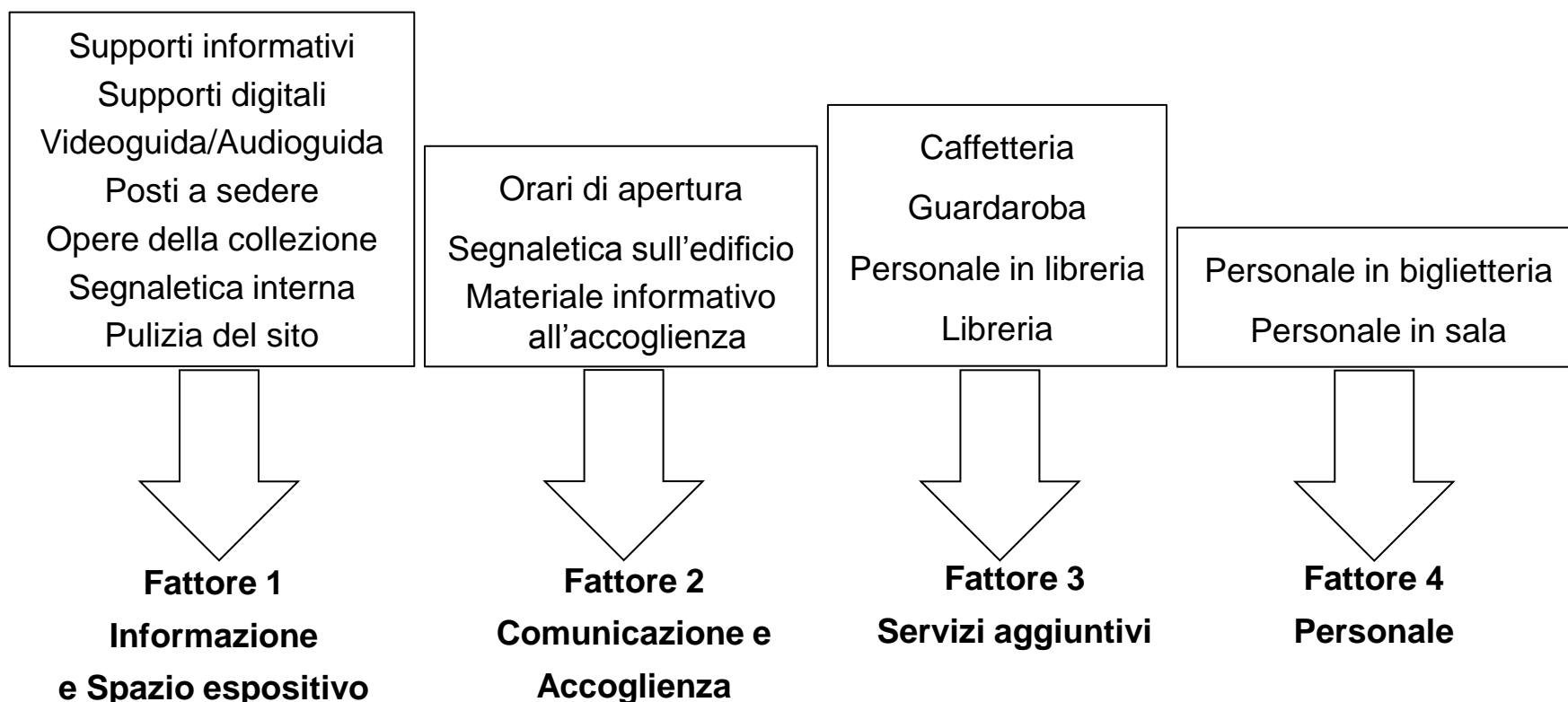
Cluster 2 – Deliziati: in prevalenza donne, turisti stranieri, di età giovane fino ai 25 anni e adulta oltre i 55 anni, laureati, studenti e pensionati, vengono per la prima volta al museo, ne sono venuti a conoscenza passando per caso o attraverso scuola/università, standardo sull'edificio e guide turistiche cartacee, alcuni utilizzano la Roma Pass, vengono in coppia o con la famiglia, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



Analisi Fattoriale

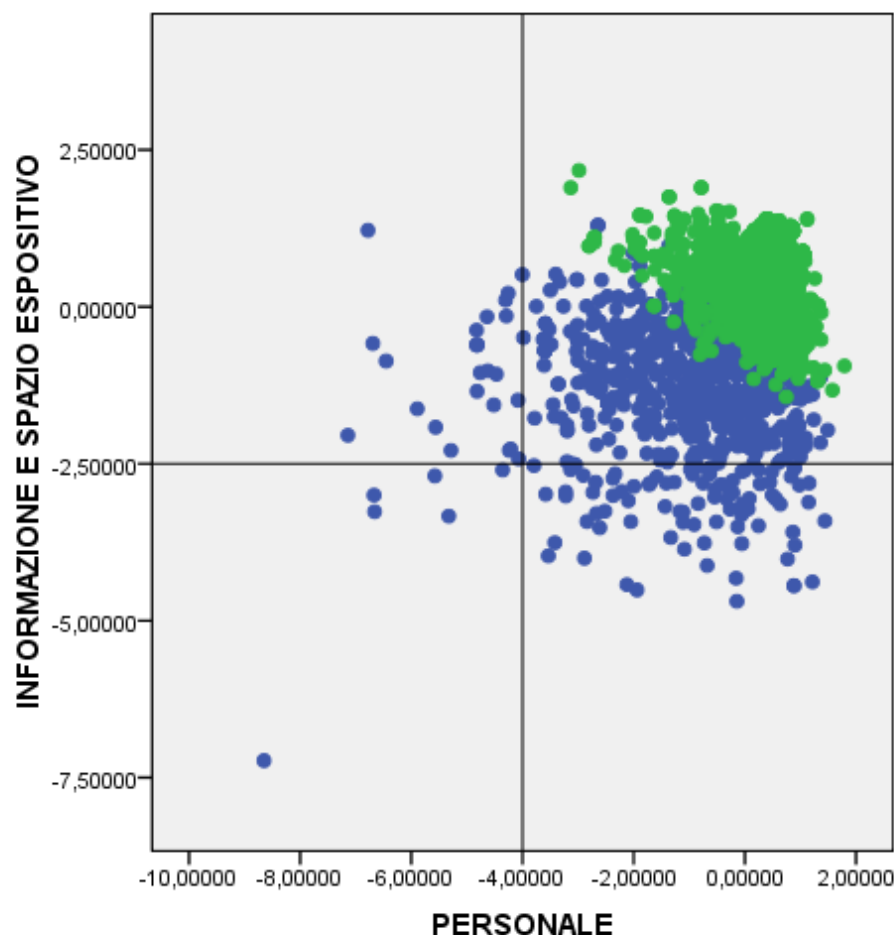
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



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, mentre il Cluster 1 dei “Soddisfatti” rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 1 (“Informazione e Spazio espositivo”).



Cluster 1 **Soddisfatti:** in prevalenza uomini, italiani (inclusi romani), di età 26-39 e 40-54 anni, diplomati, occupati dipendenti e liberi professionisti, alcuni già stati al museo, ne sono venuti a conoscenza tramite stampa, internet e passaparola, non utilizzano la Roma Pass, vengono da soli o con amici, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

Cluster 2 **Deliziati:** in prevalenza donne, turisti stranieri, di età giovane fino ai 25 anni e adulta oltre i 55 anni, laureati, studenti e pensionati, vengono per la prima volta al museo, ne sono venuti a conoscenza passando per caso o attraverso scuola/università, standardo sull'edificio e guide turistiche cartacee, alcuni utilizzano la Roma Pass, vengono in coppia o con la famiglia, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Casa Museo Alberto Moravia

Nel 2017 sono stati compilati 79 questionari da parte dei visitatori di *Casa Museo Alberto Moravia* (28% del totale annuo dei partecipanti alle visite didattiche).

Tutte le medie sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20. Tra gli aspetti maggiormente graditi emergono la visita guidata (2,92) e la completezza delle informazioni (2,86), mentre il sito internet (2,50; il 30% degli intervistati lo ha visitato) è la variabile più importante nella mappa e quella più correlata al giudizio complessivo su tale spazio.

Tra i mezzi di comunicazione prevale la voce “*scuola/università*”, che raggiunge il 37% (in netto aumento rispetto al 10% dell'indagine precedente), seguono “*internet*” con il 20% (l'11% si riferisce al “*portale MIC*” e il 9% riguarda “*altri siti internet*”), il “*passaparola*” e gli “*articoli di stampa*”, che rappresentano rispettivamente il 19% e l'11% sul campione totale.

Il *Net Promoter Score* indica che il 55% degli intervistati consiglierebbe tale spazio museale; ciò è indice di un buon apprezzamento da parte dei visitatori.

Il profilo degli intervistati è costituito in prevalenza da cittadini romani (91%), di genere femminile (74%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta 45-74 anni (51%) o giovane 19-34 anni (32%), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea (45%).

Tra le categorie professionali prevalgono gli studenti (40%), gli occupati dipendenti (25%) ed i pensionati (20%).

CASA MUSEO ALBERTO MORAVIA 2017	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Molto + Abbastanza soddisfatti
Sito www.casaalbertomoravia.it	2,50	3,00	24	55	0,780	92%
Organizzazione generale	2,66	3,00	73	6	0,558	99%
Materiale informativo all'accoglienza	2,62	3,00	66	13	0,548	97%
Completezza delle informazioni	2,86	3,00	77	2	0,352	100%
Visita guidata	2,92	3,00	78	1	0,268	100%
Pulizia degli spazi	2,83	3,00	63	16	0,383	100%
Collezione	2,71	3,00	69	10	0,488	99%
Esperienza complessiva	2,83	3,00	75	4	0,381	100%

Eventi aziendali nel Sistema Musei in Comune (1/2)

Nel corso dell'anno sono stati intervistati telefonicamente 54 clienti di eventi aziendali organizzati nei musei del Sistema (l'86% sul totale dei contatti ricevuti).

Il livello di soddisfazione generale è molto buono, con una media di 2,82 ed una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%.

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine hanno una media superiore allo standard minimo di 2,20.

Rispetto all'anno scorso aumenta la soddisfazione relativa alla disponibilità dello staff organizzativo (da 2,86 a 2,91), della visita didattica (da 2,85 a 2,93) e del servizio catering (da 2,68 a 2,83) laddove richiesti, mentre restano pressoché invariati i giudizi medi sui restanti aspetti.

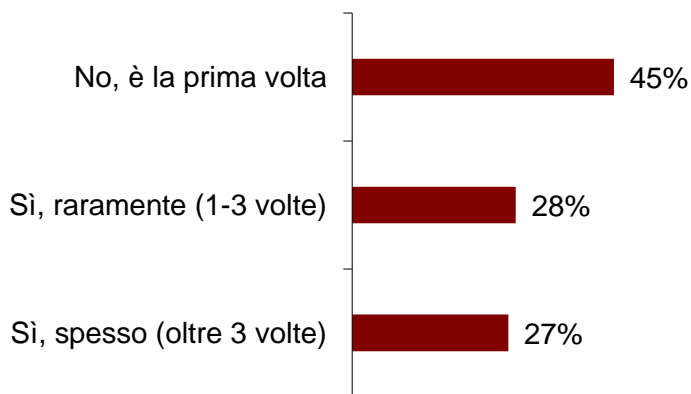
Tra gli spazi museali più utilizzati per tali eventi prevalgono il *Museo dell'Ara Pacis* (30 eventi) e i *Musei Capitolini* (11 eventi), che raggiungono un livello medio di soddisfazione generale elevato (rispettivamente 2,83 e 2,90).

EVENTI AZIENDALI 2017	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Molto + Abbastanza soddisfatti
Staff organizzativo - Disponibilità	2,91	3,00	53	1	0,295	100%
Staff organizzativo - Problem solving	2,71	3,00	38	16	0,611	92%
Qualità supporti audiovisivi	2,42	3,00	24	30	0,717	88%
Visita didattica	2,93	3,00	29	25	0,371	97%
Catering	2,83	3,00	30	24	0,461	97%
Pulizia degli spazi	2,85	3,00	53	1	0,411	98%
Soddisfazione ospiti	2,92	3,00	53	1	0,267	100%
Giudizio complessivo	2,82	3,00	51	3	0,434	98%

Il 55% del campione è costituito da clienti fidelizzati (di cui il 28% ha già usufruito degli eventi aziendali nei musei del Sistema “da una a tre volte” e il 27% “oltre tre volte”). Il 43% degli intervistati dichiara che non vi sia nulla da migliorare, ma nonostante la soddisfazione sia elevata per tutti i musei, sono stati rilasciati 31 suggerimenti, tra cui si consiglia di migliorare la qualità dei supporti audio-visivi (10 suggerimenti).

I servizi maggiormente richiesti dai clienti sono quelli di conferenza+catering (15 eventi) e visita+catering (12 eventi).

Gli intervistati dichiarano di essere venuti a conoscenza del servizio di organizzazione eventi aziendali prevalentemente attraverso internet (53%; di cui il 40% è rappresentato da altri siti web e il 13% dal portale *MIC*) ed il passaparola in ambito lavorativo (23%).



NET PROMOTER SCORE Eventi aziendali Sistema Musei in Comune 2017										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	1	7	14	15	16
0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	13%	27%	28%	30%
DETRATTORI = 2%							PASSIVI = 40%	PROMOTORI = 58%		
58%-2% = 56%										

Allegato 1 - Tabella risultati per museo

Indagine customer satisfaction <i>Sistema Musei in Comune</i> 2017	Musei Capitolini	Centrale Montemartini	Mercati di Traiano	Museo dell'Ara Pacis	Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	Museo delle Mura	Villa Massenzio	Museo di Roma	Museo Napoleonico	MACRO	MACRO Testaccio	Museo Carlo Bilotti	Museo Pietro Canonica	Museo di Roma in Trastevere	Casino Nobile	Casina delle Civette	Museo Civico di Zoologia	GAM	Museo Casal de' Pazzi	Museo della Repubblica Romana
Segnaletica sull'edificio	2,58	1,73	2,74	2,61	2,37	2,73	2,10	2,95	2,54	2,65	2,03	2,64	2,61	2,61	2,52	2,35	2,36	2,42	1,59	2,69
Orari di apertura	2,94	2,62	2,97	2,96	2,68	2,31	2,47	2,88	2,80	2,66	2,26	2,65	2,79	2,81	2,91	2,89	2,70	2,66	2,40	2,70
Personale di biglietteria	2,80	2,77	2,92	2,98	2,93	2,90	2,77	2,86	2,80	2,90	2,78	2,88	2,94	2,95	2,92	2,90	2,81	2,90	2,71	2,91
Materiale all'accoglienza	2,43	2,13	2,41	2,46	2,44	2,33	2,02	2,43	2,44	2,58	1,96	2,38	2,48	2,53	2,69	2,51	2,26	2,20	2,37	2,67
Guardaroba	2,95	2,31	2,64	2,97	2,53	.	.	2,94	2,48	2,88	.	2,72	.	2,67	2,58	2,62	.	2,56	.	.
Collezione	2,96	2,81	2,81	2,85	2,83	2,47	2,60	2,82	2,77	2,23	2,04	2,74	2,83	2,61	2,77	2,86	2,56	2,66	2,33	2,66
Videoguida/Audioguida	2,88	.	2,69	2,95	2,25	.	.	3,00	2,80	3,00
Supporti informativi	2,40	2,19	2,72	2,82	2,65	2,18	1,56	2,73	2,38	2,35	1,40	2,61	2,56	2,42	2,79	2,74	2,21	2,61	2,47	2,82
Supporti digitali	2,22	.	2,75	2,90	.	1,84	.	2,85	.	2,34	.	2,30	2,38	2,35	2,22	.	1,85	.	2,14	2,76
Personale in sala	2,81	2,68	2,81	2,94	2,71	2,81	2,61	2,91	2,62	2,63	2,56	2,78	2,84	2,76	2,74	2,65	.	2,64	2,44	2,85
Segnaletica interna	2,13	2,33	2,44	2,90	2,60	2,52	.	2,59	2,56	1,86	1,57	2,60	2,63	2,46	2,93	2,87	2,41	2,55	2,23	2,60
Posti a sedere	2,52	2,60	2,30	2,89	2,15	2,04	2,01	2,86	1,87	2,38	1,55	2,71	2,32	2,07	2,49	2,45	2,04	2,22	1,30	2,67
Pulizia del sito	2,96	2,77	2,98	2,98	2,93	2,91	2,62	3,00	2,80	2,91	2,31	2,89	2,81	2,88	2,99	2,98	2,56	2,82	2,21	2,91
Personale in libreria	2,94
Libreria	2,77	.	2,85	2,74	.	.	.	2,64	.	2,88	.	.	.	2,79	2,61	.	2,45	2,23	.	.
Caffetteria	2,88	2,94	.	2,60
Esperienza complessiva	2,93	2,73	2,86	2,85	2,86	2,12	2,53	2,89	2,68	2,22	2,27	2,80	2,81	2,80	2,82	2,89	2,55	2,65	2,43	2,85

Allegato 2 - Campione intervistato per museo

Indagine customer satisfaction <i>SISTEMA MUSEI IN COMUNE 2017</i>	periodo indagine	campione intervistato	% intervistati/ totale ingressi
Musei Capitolini	6 -13 novembre	517	15%
Centrale Montemartini	10 novembre-3 dicembre	120	4%
Mercati di Traiano - Museo dei Fori Imperiali	2-3-4-5-9 ottobre	319	24%
Museo dell'Ara Pacis	16-17-18-19-23 ottobre	599	21%
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	30 settembre-3 novembre	105	9%
Museo delle Mura	28 settembre-28 ottobre	100	8%
Villa Massenzio	26 settembre- 22 novembre	107	4%
Museo di Roma	10-11-12-31 ottobre, 2-3 novembre	237	14%
Museo Napoleonico	01 ottobre-19 novembre	139	6%
MACRO	21-28 novembre	104	28%
MACRO Testaccio	5 ottobre-5 novembre	85	10%
Museo Carlo Bilotti	26 settembre-26 novembre	113	4%
Museo Pietro Canonica	27 settembre- 8 novembre	116	7%
Museo di Roma in Trastevere	27 settembre - 1 novembre	140	3%
Casino Nobile di Villa Torlonia	26-27-28 settembre; 24-25 ottobre	144	65%
Casina delle Civette di Villa Torlonia	26-27-28 settembre; 24-25 ottobre	132	55%
Museo Civico di Zoologia	26 settembre-10 ottobre	139	16%
Galleria d'Arte Moderna	26 settembre-22 ottobre	140	6%
Museo della Repubblica Romana e memoria garibaldina	30 settembre-3 dicembre	104	13%
Museo di Casal de' Pazzi	29 settembre- 20 ottobre	101	36%
Totale <i>Sistema Musei in Comune 2017</i>	26 settembre-3 dicembre	3.561	10%

Allegato 3a:

Fronte Questionario Musei

MUSEO/MUSEUM	DATA/DATE	ORA/HOUR			
<p>Buongiorno, può dedicarmi pochi minuti per rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da questo Museo per aiutarci a migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita?</p> <p><i>Good morning, can I have few minutes of your time to ask you some questions about the service provided by this Museum in order to improve the quality and make your visit as comfortable as possible?</i></p>					
<p>1. Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? <i>In the last five years, have you already visited this museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Mai in tutta la mia vita/ <i>Never</i> <input type="checkbox"/> Sì, da 1 a 3 volte/ <i>Yes, 1-3 times</i></p> <p><input type="checkbox"/> No, negli ultimi 5 anni/ <i>Not in the last 5 years</i> <input type="checkbox"/> Sì, più di 3 volte/ <i>Yes, more than 3 times</i></p>					
<p>2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? <i>Did you use the Roma Pass to enter in the museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Sì/ <i>Yes, I did</i> <input type="checkbox"/> No/ <i>No, I didn't</i> <input type="checkbox"/> Non la conosco/ <i>I don't know it</i></p>					
<p>3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo? <i>How did you find out this museum the first time?</i></p> <p><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/parenti/ <i>friends&relatives</i></p> <p><input type="checkbox"/> www.museiincomune.it-sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i></p> <p><input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites</i>..... <input type="checkbox"/> social network</p> <p><input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i></p> <p><input type="checkbox"/> passando per caso/ <i>passing by</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other</i>.....</p>					
<p>Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:</p> <p><i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i></p>	<p>Non utilizzato</p> <p><i>Not used</i></p>	<p>Molto soddisfatto</p> <p><i>Very satisfied</i></p>	<p>Abbastanza soddisfatto</p> <p><i>Quite satisfied</i></p>	<p>Poco soddisfatto</p> <p><i>Slightly satisfied</i></p>	<p>Per niente soddisfatto</p> <p><i>Not satisfied at all</i></p>
4. Segnaletica sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Personale di biglietteria/ <i>Ticket office staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Materiale informativo all'accoglienza/ <i>Leaflets in the ticket office</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Videoguida/ <i>videoguide</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools and captions</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Supporti digitali/ <i>digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Posti a sedere (sedie, panche)/ <i>Seats, benches</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Personale in libreria/ <i>Bookshop staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Esperienza Museale nel suo complesso/ Overall Museum Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>21. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i></p> <p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i></p> <p><input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i></p>					

Allegato 3a:

Retro Questionario Musei

22. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico? How likely is it that you would recommend this museum to a friend, according to the scale 0-10?												
MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
23. Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?												
<input type="checkbox"/> Da solo/ By myself <input type="checkbox"/> Gruppo organizzato/ Group Tour <input type="checkbox"/> Coppia/ Partner-Companion <input type="checkbox"/> Amici/ Friends												
<input type="checkbox"/> Famiglia/ Family <input type="checkbox"/> Scuola/ School <input type="checkbox"/> Altro/ Other.....												
24. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?												
<input type="checkbox"/> Nessuno/ None <input type="checkbox"/> Tra 1 e 3 musei / 1-3 museums <input type="checkbox"/> Oltre 3 musei / More than 3 museums												
25. Aspetti da migliorare/ Features to improve												
<input type="checkbox"/> niente/ nothing												
DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:												
<u>Età/Age:</u> <input type="checkbox"/> <14 <input type="checkbox"/> 14-18 <input type="checkbox"/> 19-25 <input type="checkbox"/> 26-34 <input type="checkbox"/> 35-39 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55-64 <input type="checkbox"/> 65-74 <input type="checkbox"/> 75 e più/ 75 and more												
<u>Sesso/Gender:</u> <input type="checkbox"/> Uomo/ Man <input type="checkbox"/> Donna/ Woman												
<u>Titolo di studio/Education:</u> <input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo/ primary school <input type="checkbox"/> diploma superiore/ high school												
<input type="checkbox"/> laurea/ degree <input type="checkbox"/> specializzazione post laurea/ postgraduate												
<u>Professione/Job:</u>												
<input type="checkbox"/> impiegato-insegnante/employee-teacher <input type="checkbox"/> casalinga/housewife												
<input type="checkbox"/> dirigente-direttivo-quadro /manager-executive <input type="checkbox"/> operaio/workman												
<input type="checkbox"/> studente/student <input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ unemployed-first job seeker												
<input type="checkbox"/> pensionato/retired <input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/self-employed												
<input type="checkbox"/> libero professionista-imprenditore/freelance-businessman												
<input type="checkbox"/> altro/other.....												
<u>Provenienza/Provenance:</u> <input type="checkbox"/> Roma/ Rome												
<input type="checkbox"/> Altra provincia italiana/ Other Italian province (specify).....												
<input type="checkbox"/> Altra nazionalità/ Other nationality (specify).....												

Allegato 3b:

Questionario

Casa Museo Alberto Moravia

DATA: ____/____/____

Buongiorno,
Le chiediamo la cortesia di rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da *Casa Museo Alberto Moravia* per aiutarci al fine di migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita.

1. Come è venuto a conoscenza della Casa Museo Alberto Moravia?

☐ stampa (quotidiani/riviste) ☐ passaparola (amici/parenti)
☐ www.museiincomune.it/sito del museo ☐ scuola-università
☐ altri siti internet: _____ ☐ newsletter
☐ Contact Center 060608 ☐ social network
☐ TV/radio ☐ altro

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:

	Non Utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
2. Sito internet www.casaalbertomoravia.it	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Organizzazione generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Materiale informativo all'accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Completezza delle informazioni durante la visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Visita guidata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Rispetto alle sue aspettative, il suo giudizio è:

☐ Superiore alle aspettative ☐ Uguale alle aspettative ☐ Inferiore alle aspettative ☐ Non avevo aspettative

11. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe ad un amico di visitare questo spazio?

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

12. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? ☐ Nessuno ☐ Tra 1 e 3 musei ☐ Oltre 3 musei

13. Aspetti da migliorare ☐ niente da migliorare

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 ☐ diploma superiore ☐ laurea ☐ specializzazione post laurea

Professione: _____

Provenienza: ☐ Roma
☐ Altra provincia italiana.....
☐ Altra nazionalità.....

Allegato 3c:

Questionario
Eventi Aziendali
Sistema Musei
in Comune

Zètema: progetto cultura

**QUESTIONARIO
EVENTI AZIENDALI**

Sistema Qualità
MIC S 2 2017

SITO/MUSEO in cui è stato ospitato il suo evento: _____ Data Evento ____/____/____

Gentile Cliente, le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a migliorare l'organizzazione e la qualità degli eventi.

1. Come è venuto/a a conoscenza del servizio di organizzazione eventi aziendali di **Zètema Progetto Cultura** la prima volta che ne ha usufruito? (barrare solo uno)

☐ stampa (quotidiani/riviste) ☐ depliant/locandina ☐ newsletter
☐ www.museiincomune.it ☐ amici/parenti ☐ ospite in altri eventi
☐ altri siti internet... ☐ pubblicità ☐ lavoro
☐ Contact Center 060608 ☐ televisione/radio ☐ altro: _____

2. Si è già rivolto al nostro servizio in passato?

☐ No, è la prima volta ☐ Sì, raramente (1-3 volte) ☐ Sì, spesso (oltre 3 volte)

Quanto si ritiene soddisfatto (da "Molto" a "Per niente") riguardo alle seguenti voci:	Non utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
3. Staff organizzativo - Disponibilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Staff organizzativo - Capacità problem solving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Qualità supporti audio-video (se richiesti)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Visita didattica (se richiesta)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Catering (se richiesto)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Pulizia degli spazi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Soddisfazione degli ospiti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. GIUDIZIO GENERALE DELL'EVENTO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Rispetto alle aspettative la qualità del servizio offerto è:

☐ Superiore alle aspettative ☐ Uguale alle aspettative ☐ Inferiore alle aspettative ☐ Non avevo aspettative

12. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe ad un amico di rivolgersi al nostro servizio di organizzazione eventi?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Suggerimenti per migliorare il servizio ☐ niente da migliorare

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI:

Sede Azienda: ☐ Roma (Municipio) ☐ Altra provincia italiana _____ ☐ Altra nazionalità _____

Tipo Azienda: ☐ pubblica ☐ privata

Ambito di azione: ☐ locale ☐ nazionale ☐ internazionale

Tipologia attività: ☐ congressuale/eventi ☐ comunicazione/pubblicità ☐ bancaria/finanziaria
☐ agenzia di viaggio/T.O. ☐ servizi informatici/digitale ☐ commerciale
☐ consulenza ☐ altro _____

N° dipendenti: ☐ < 10 dipendenti ☐ 10-50 dipendenti ☐ 51-250 dipendenti ☐ > 250 dipendenti

Le chiediamo gentilmente di inviarci il questionario compilato all'indirizzo ufficiocartadeiservizi@zetema.it oppure via fax 06/82077462. La ringraziamo per la cortesia dimostrata e saremmo lieti di collaborare nuovamente con voi.

DATA: _____ FIRMA: _____