



Data 27/03/2017

Indagini di Customer Satisfaction

14/10/2016 - 30/10/2017

L'Ara com'era

Museo dell'Ara Pacis

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 27/03/2017*

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa "*L'Ara com'era*"
- Ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe "*L'Ara com'era*" ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 576 questionari somministrati a campione sia attraverso interviste *face-to-face* che autocompilazione da parte del pubblico che ha partecipato all'iniziativa "L'Ara com'era" nelle serate del 17 e 18 marzo 2017 presso il Museo dell'Ara Pacis (l'89% sugli ingressi totali nelle due serate oggetto d'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 94%, un margine di errore di stima di $\pm 1,94\%$. 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 buono, con una media di **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **95%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale di accoglienza (2,83) e l'organizzazione generale (2,64).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine registrano valori medi superiori allo standard minimo di 2,20. I contenuti della visita risultano essere l'aspetto più importante e soddisfacente nella mappa delle priorità, ma anche quello più correlato al giudizio complessivo, insieme all'esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale (*cf.* pp. 14-16).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da cittadini romani (56%), occupati dipendenti (34%), studenti (18%) e liberi professionisti (16%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (67%), soprattutto appartenenti alle fasce di età 19-39 anni e 45-64 anni (rispettivamente 41% e 33% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite il passaparola (35% sul totale). Complessivamente la percentuale relativa al canale web risulta pari a 24%, mentre la stampa raggiunge l'11% e la pubblicità il 10% (di cui l'8% è relativo alle affissioni).

Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo predominante per i visitatori romani e stranieri (alcuni di essi lo scoprono anche "passando per caso"), di età 19-34 anni e 40-54 anni, che vengono per la prima volta al *Museo dell'Ara Pacis* e in generale sono molto soddisfatti. Il canale web prevale tra i turisti italiani, ma il portale *MiC* soprattutto per gli adulti al di sopra dei 45 anni, alcuni dei quali già stati al museo, invece i social network per i giovani fino ai 34 anni, nuovi visitatori.

Tabella riassuntiva

<i>L'Ara com'era 2017</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+Abba stanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,64	3,00	573	3	0,512	65%	0%	99%
Personale di accoglienza	2,83	3,00	576	0	0,403	84%	0%	99%
Contenuti della visita	2,47	3,00	571	5	0,649	55%	1%	94%
Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	2,23	2,00	576	0	0,799	43%	3%	82%
Giudizio generale	2,51	3,00	574	2	0,605	56%	1%	95%

* 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 (2,54).

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.

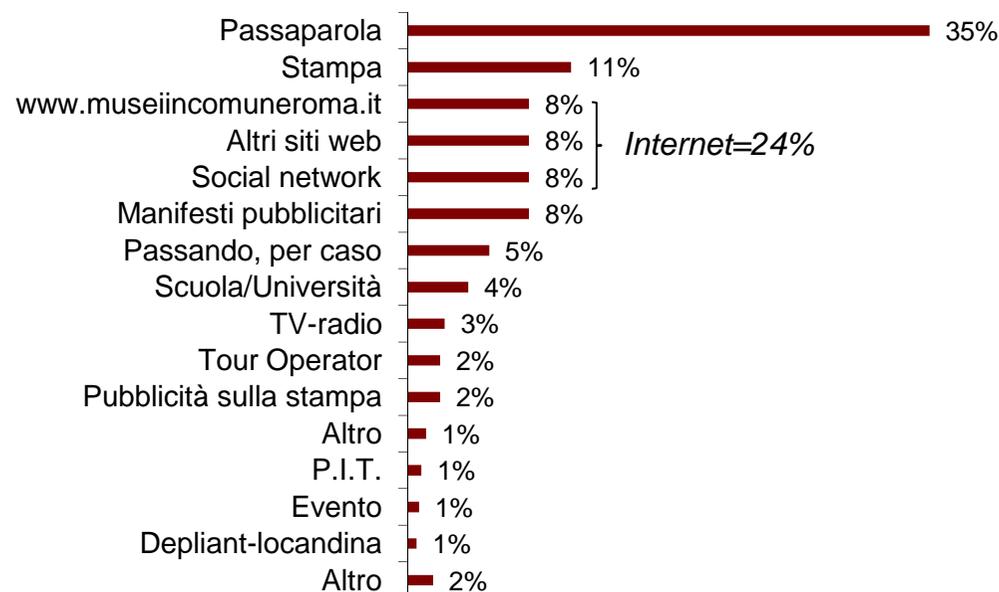
Il personale di accoglienza e l'organizzazione generale sono gli aspetti maggiormente graditi dal campione di visitatori intervistati.



Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa "L'Ara com'era"

Il passaparola prevale tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli intervistati vengono a sapere di tale iniziativa (35% sul totale). Il canale web raggiunge complessivamente il 24% sul totale degli intervistati (un 8% sia per il "portale MiC", che "altri siti web" e "social network"); seguono la stampa (11%) e la pubblicità (10%; di cui l'8% è relativo alle affissioni).

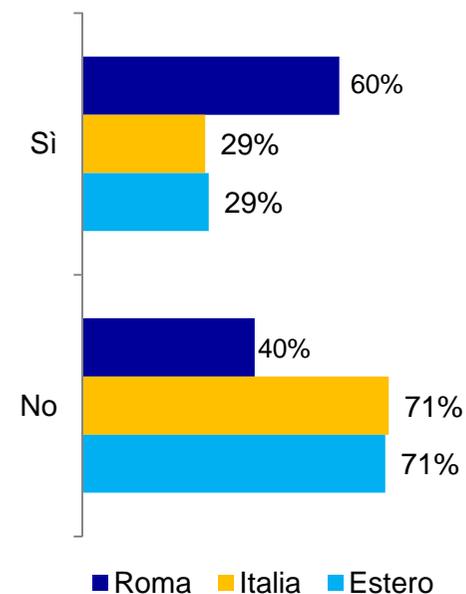
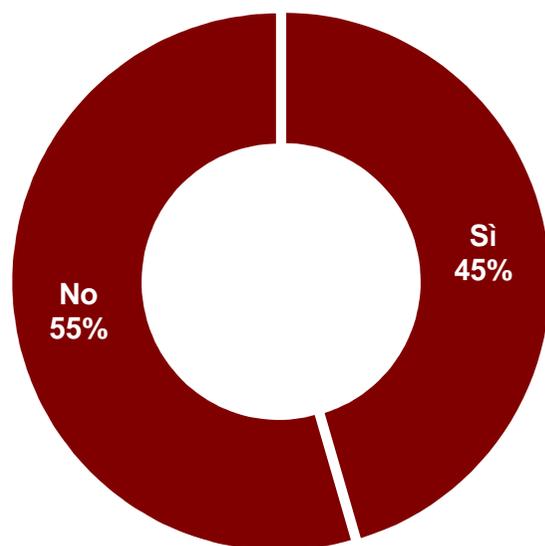
Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo predominante per i visitatori romani o stranieri (alcuni di essi lo scoprono anche "passando per caso"), di età 19-34 anni o 40-54 anni, che vengono per la prima volta al *Museo dell'Ara Pacis* e in generale sono molto soddisfatti. Il canale web prevale tra i turisti italiani, ma il portale *MiC* soprattutto per gli adulti al di sopra dei 45 anni, alcuni dei quali già stati al museo, invece i social network per i giovani fino ai 34 anni, nuovi visitatori. La stampa e la pubblicità risultano essere i mezzi più efficaci per i romani, però nel primo caso si tratta di adulti con un'età superiore ai 55 anni, molto soddisfatti della loro esperienza complessiva, mentre i manifesti pubblicitari sono la voce predominante per i visitatori di età 35-54 anni, che si dichiarano in generale abbastanza soddisfatti.



Ha già visitato questo museo

Il 45% sul campione totale dichiara di avere già visitato il *Museo dell'Ara Pacis*, mentre il 55% vi si reca per la prima volta.

Da evidenziare che ad avere già visitato il museo siano soprattutto i romani (*cf.* grafico sottostante a destra), di età adulta oltre i 40 anni. Invece vi si recano per la prima volta principalmente i turisti (sia italiani che stranieri; entrambi raggiungono la stessa percentuale del 71% sul totale degli intervistati), di età giovane fino ai 34 anni.

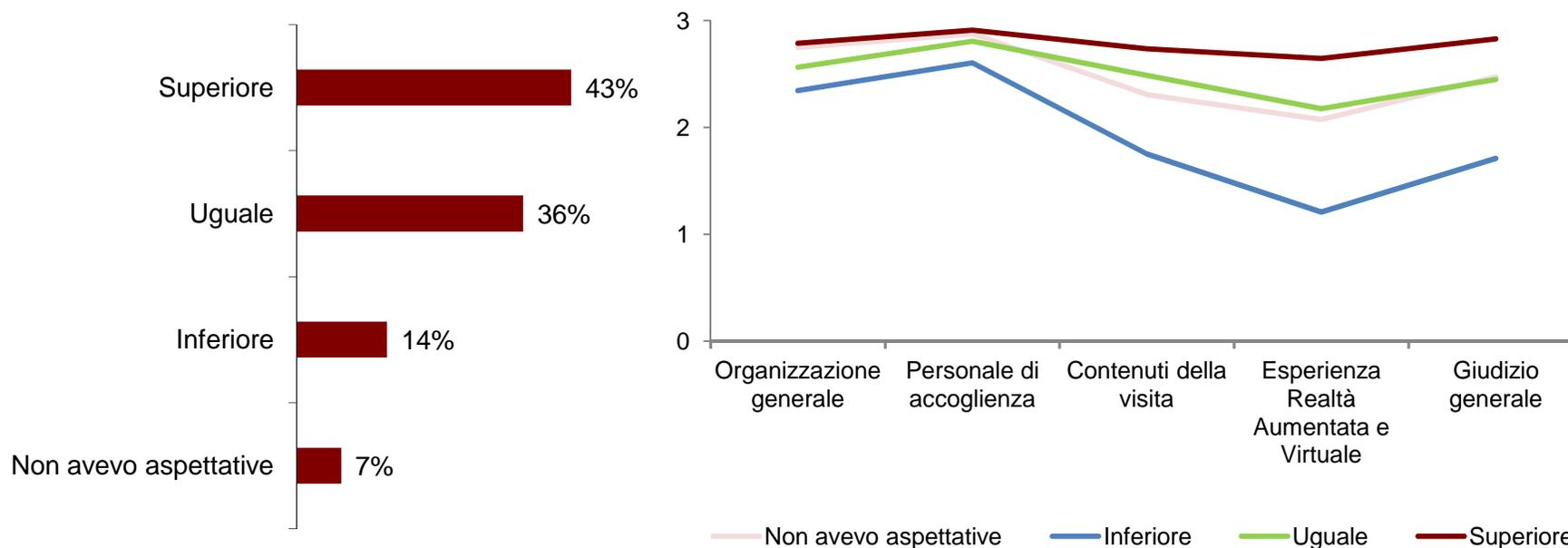


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 43% dei visitatori intervistati dichiara di avere un giudizio superiore alle aspettative, per il 36% è uguale, mentre per il 14% il giudizio è inferiore alle proprie attese. Il 7% sul campione totale dichiara di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), che si recano al *Museo dell'Ara Pacis* per la prima volta e hanno un'età adulta al di sopra dei 45 anni. Invece sono principalmente i romani ad affermare di avere un giudizio uguale o inferiore alle proprie attese, alcuni di essi sono già stati in tale museo e si tratta in particolare di giovani con un'età compresa tra 19 e 34 anni.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).

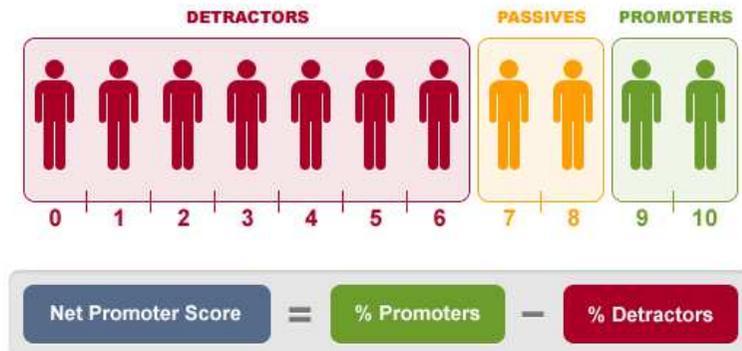




Consiglierebbe “L’Ara com’era” ad un amico

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 questa iniziativa 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 e hanno dato una valutazione 9-10) e i **detrattori** (utenti insoddisfatti con una valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene di tale iniziativa.

In questo caso la percentuale di spettatori intervistati che consiglierà “L’Ara com’era” è pari al **41%**; da evidenziare che il 37% del campione intervistato rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.



NET PROMOTER SCORE L'Ara com'era 2017										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	0	1	6	9	13	31	71	134	119	176
1%	0%	0%	1%	2%	2%	5%	13%	24%	21%	31%
DETRATTORI = 11%							PASSIVI = 37%		PROMOTORI = 52%	
52% - 11% = 41%										

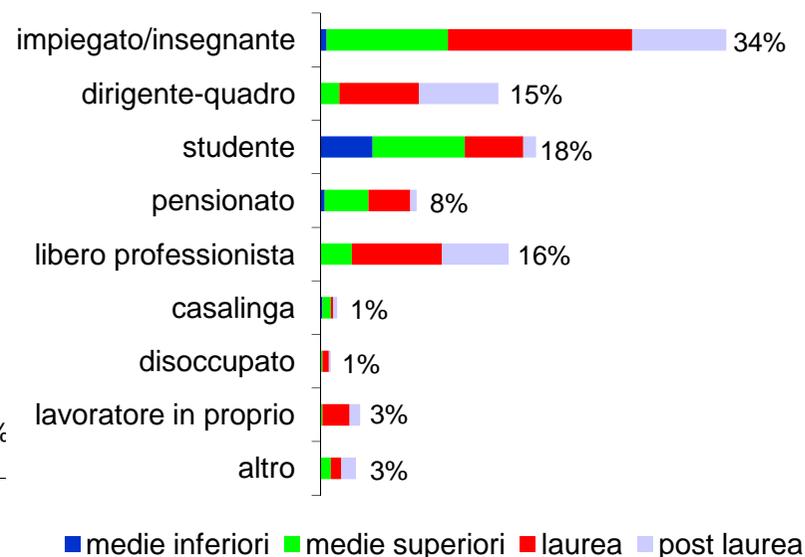
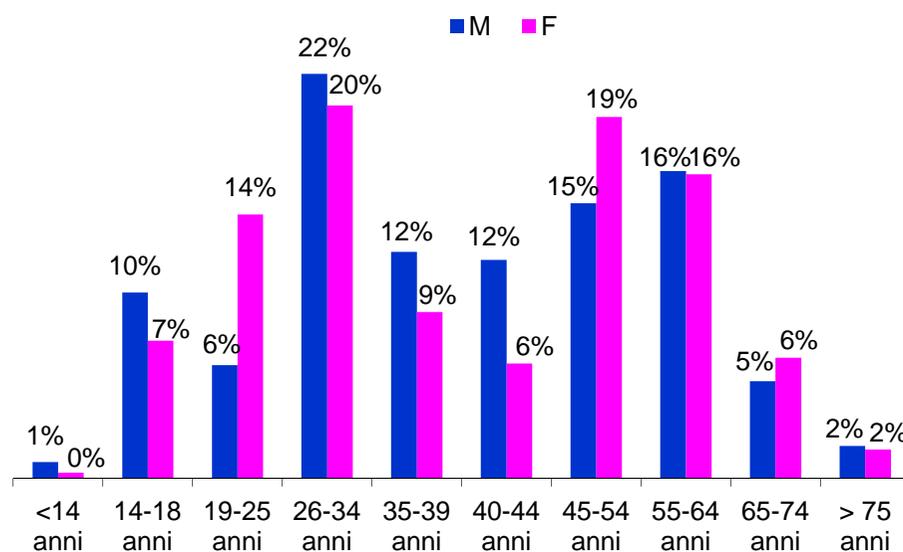
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Prevale il genere femminile col 59% sul campione totale, soprattutto nelle fasce 19-25 anni e 45-54 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle dei 19-39 anni (41%) e 45-64 anni (33%).

Il 67% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea.

Tra le categorie professionali prevalgono gli occupati dipendenti, ovvero impiegati ed insegnanti col 34% sul totale degli intervistati. Seguono gli studenti (18%) e i liberi professionisti (16%).

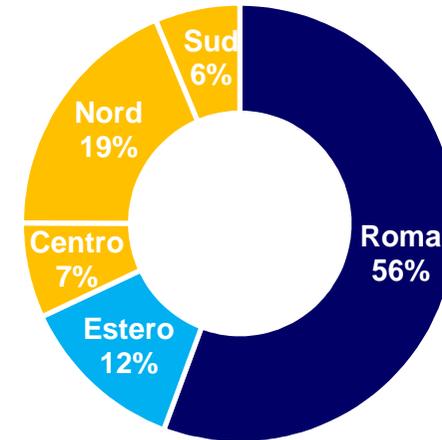




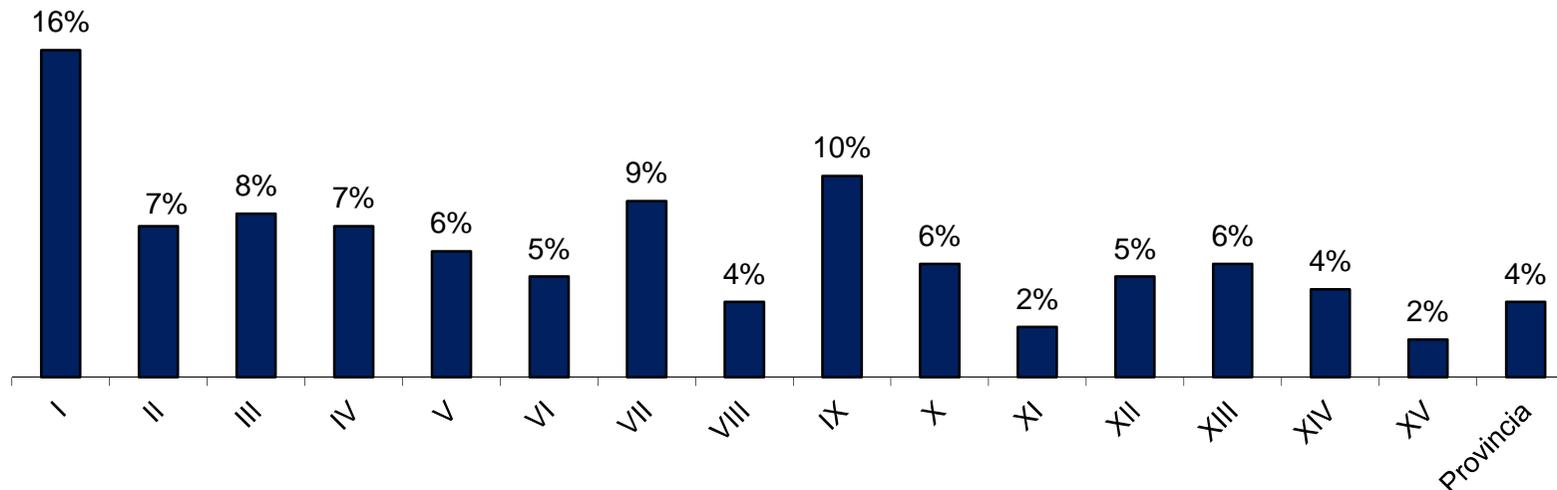
Analisi socio-demografica: genere e provenienza

Il 56% del campione intervistato è costituito da cittadini romani, mentre il 32% giunge da altre città italiane (di cui il 19% dal Nord Italia) e il 12% dall'estero (un 2% proviene dagli USA, un 2% dalla Germania e un 2% dalla Spagna; il restante 6% da altri Paesi).

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta un'equa ripartizione tra di essi e ciò denota un'ampia adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono nelle varie zone della città, incluse quelle periferiche.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Cluster Analysis

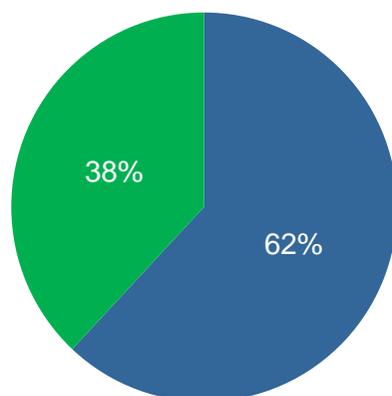
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (357 individui nel *Cluster 1* e 219 nel *Cluster 2*).

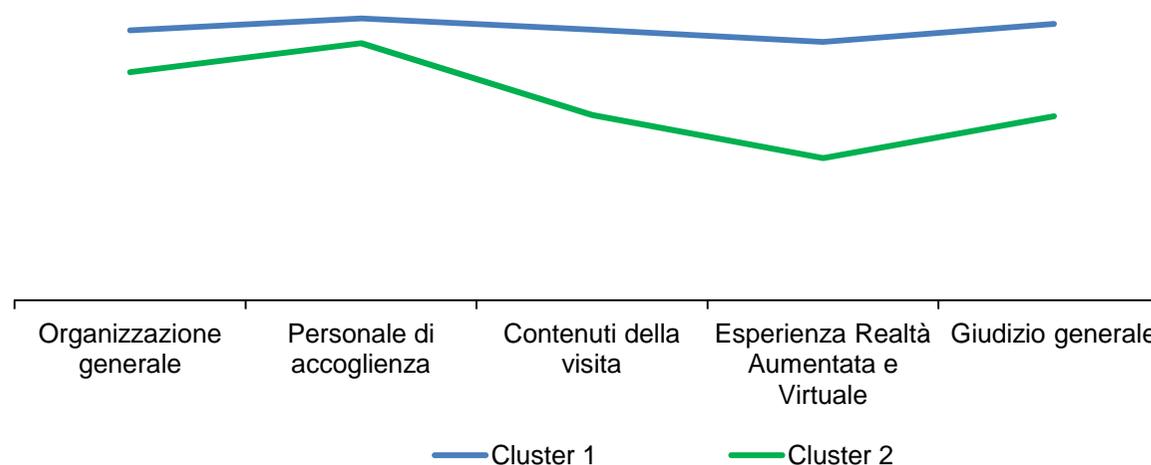
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti oggetto d'indagine, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono a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

Cluster 1 – Deliziati: in prevalenza turisti (italiani e stranieri), che hanno partecipato alla serata del 17 marzo, di età adulta oltre i 45 anni, occupati dipendenti e pensionati, nuovi visitatori, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 – Soddisfatti: in prevalenza romani, che hanno partecipato alla serata del 18 marzo, di età giovane fino a 34 anni, studenti e liberi professionisti, alcuni già stati al museo, giudizio uguale o inferiore alle aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Correlazione 1/2

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

Le variabili più correlate tra di loro risultano essere i contenuti della visita con l'esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale ed il personale di accoglienza con l'organizzazione generale.

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Contenuti della visita	Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	Giudizio generale L'Ara com'era
Organizzazione generale	1,000	,418**	,316**	,311**	,375**
Personale di accoglienza	,418**	1,000	,195**	,258**	,258**
Contenuti della visita	,316**	,195**	1,000	,564**	,633**
Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	,311**	,258**	,564**	1,000	,655**
Giudizio generale L'Ara com'era	,375**	,258**	,633**	,655**	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).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio generale.

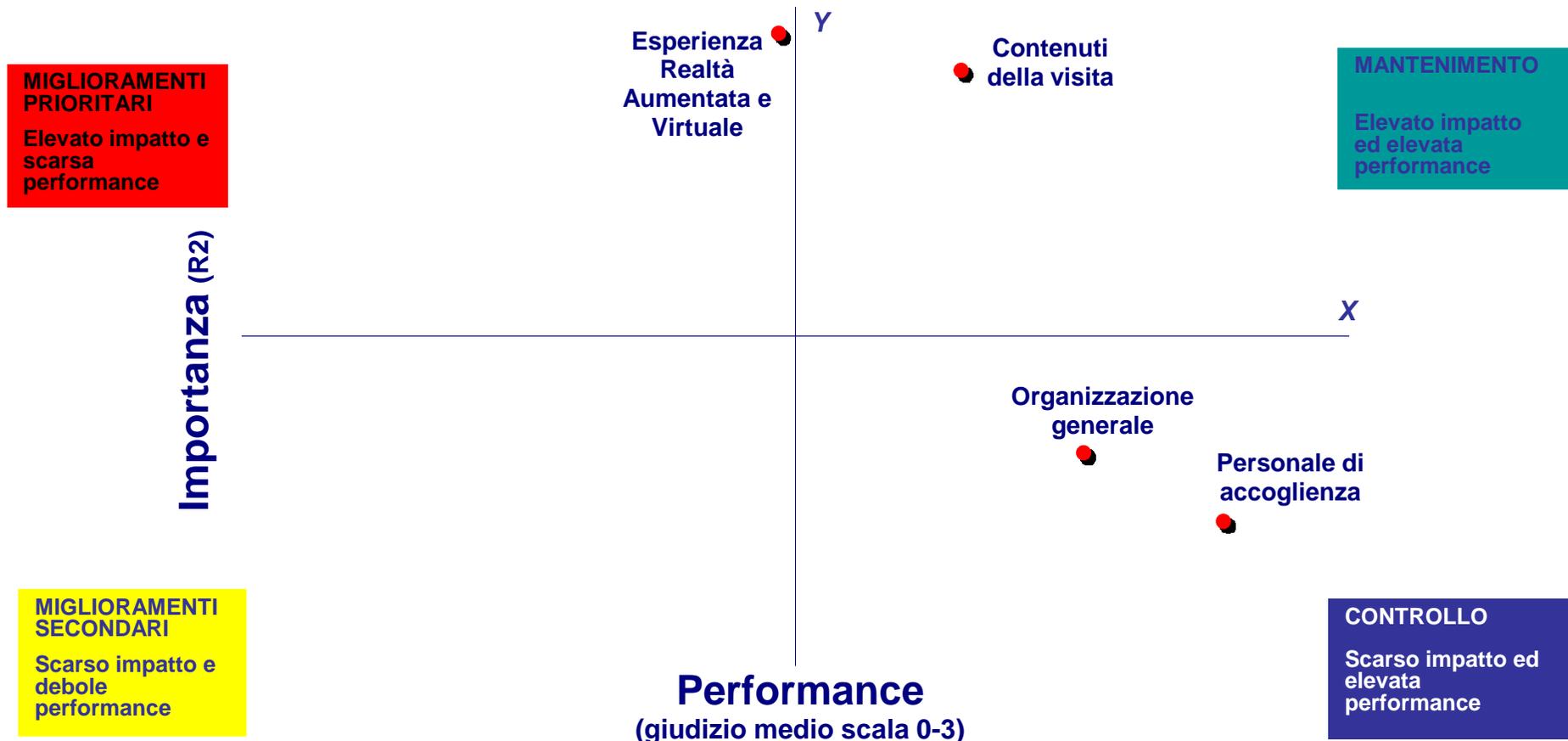
Per "L'Ara com'era" gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale dell'iniziativa sono quelli relativi all'**esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale** e i **contenuti della visita**.

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

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale L'Ara com'era 2017	
Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	0,655
Contenuti della visita	0,633
Organizzazione generale	0,375
Personale di accoglienza	0,258

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **contenuti della visita** risultano essere l'aspetto in più importante, ma anche soddisfacente (quadrante in alto a destra). L'esperienza della **Realtà Aumentata e Virtuale** si trova in una posizione *borderline* tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra). Al di sotto dell'asse delle ascisse si posizionano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sul giudizio generale, seppure siano ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

ELOGI grande idea, bellissimo, stupendo (19), fare più iniziative di questo tipo, anche in altri musei e monumenti (10), ottimi contenuti, soprattutto la parte iniziale (6), personale e organizzazione impeccabili (5). **Totale 40**

SUGGERIMENTI 1/2

VIDEO/IMMAGINI la visione non è pienamente a fuoco, immagini sgranate, migliorare la risoluzione grafica (65), la qualità di video ed immagini (51). **Totale 116**

VISORI aggiungere un sostegno per non doverli tenere in mano, scomodi (45), gli apparecchi non funzionano bene, a volte si bloccano (7), maggiore igienizzazione (6), migliorare la qualità dell'audio (6), possibilità di ripetere le sezioni (5), altro (3). **Totale 72**

CONTENUTI più informazioni, approfondimenti ed aneddoti (26), soprattutto sugli aspetti di conservazione dell'Ara e sulla struttura architettonica (8), ma anche su rilievi, personaggi, storia di Roma (6), descrizioni troppo semplici e banali (4), altro (6). **Totale 50**

REALTÀ AUMENTATA migliorare la qualità della tecnologia. **Totale 29**

ORGANIZZAZIONE distinguere meglio le file, rispettare gli orari di prenotazione e prevedere più turni (7), mancano dei supporti per non udenti, il personale dovrebbe indossare abiti dell'Antica Roma, aggiungere un percorso enogastronomico (7). **Totale 14**

SUGGERIMENTI 2/2

DURATA troppo breve, dovrebbe durare di più visto anche il costo. **Totale 14**

BIGLIETTO è caro rispetto all'esperienza (5), riduzioni per studenti e abbonati ATAC (3).
Totale 8

PERCORSO possibilità di entrare dentro l'altare e camminare intorno al monumento per conto proprio. **Totale 5**

ALTRO. Totale 16

***Totale 325 Suggestimenti
L'Ara com'era 2017***

Allegato 1 – Questionario

Gentile visitatore, le chiediamo cortesemente di dedicarci qualche minuto per aiutarci a migliorare la qualità dell'iniziativa. Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:

	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
1. Organizzazione generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Contenuti della visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Giudizio generale "L'Ara com'era 2017"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. **Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è:** Superiore Uguale Inferiore Senza aspettative

7. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe "L'Ara com'era" ad un amico?**
 MIN 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MAX

8. **Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa "L'Ara com'era"?**

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> Contact Center 060608 | <input type="checkbox"/> newsletter |
| <input type="checkbox"/> www.museiincomuneroma.it | <input type="checkbox"/> leaflet-locandina | <input type="checkbox"/> social network (facebook/twitter) |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> amici/parenti (passaparola) | <input type="checkbox"/> altro..... |
| <input type="checkbox"/> passando, per caso | <input type="checkbox"/> pubblicità sulla stampa | |
| <input type="checkbox"/> Punti Informativi Turistici – P.I.T. | <input type="checkbox"/> televisione/radio | |

9. **Ha già visitato questo museo?** Sì No

10. **SUGGERIMENTI**

DATI PERSONALI PER FINI STATISTICI:

Età: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 ≥75

Genere: Uomo Donna

Titolo di studio: scuola dell'obbligo (elementari/ medie) studi superiori laurea post laurea

Professione: impiegato/insegnante dirigente-quadro studente pensionato libero professionista/ imprenditore casalinga
 operaio disoccupato/in cerca di prima occupazione lavoratore in proprio altro.....

Residente a Roma (MUNICIPIO: _____) **Altra Provincia Italiana/ Nazionalità estera: _____**