



Indagini di Customer Satisfaction

Mario Giacomelli

La figura nera aspetta il bianco

Museo di Roma

23 Marzo – 29 Maggio 2016

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 27/04/2016*

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 della mostra
- Negli ultimi cinque anni è già venuto al Museo di Roma
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa mostra ad un amico
- Con chi ha visitato la mostra
- Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo
- Analisi socio-demografica
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- 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 174 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* dal 12 al 20 aprile 2016 presso il Museo di Roma (gli intervistati rappresentano il 15% degli ingressi totali nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 93%, un margine di errore di stima di $\pm 3,80\%$.

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 molto buono, con una media di **2,75** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%.

Tra gli aspetti della mostra maggiormente graditi vi sono la pulizia del luogo (2,94), la chiarezza del percorso di visita (2,84) ed il contenuto (2,80).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei supporti informativi (2,17) e digitali (2,06). Il contenuto è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche quello più correlato alla soddisfazione complessiva, insieme ai supporti digitali, ovvero il video che invece si colloca tra i miglioramenti prioritari nella mappa (pp. 19-21). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti (p. 22) prevalgono i supporti informativi (100 suggerimenti) ed il video (31 suggerimenti), per i quali molti visitatori intervistati consigliano la traduzione in più lingue.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 53% da stranieri, liberi professionisti (24%), impiegati/insegnanti e pensionati (22% per entrambe le categorie), in possesso di un titolo di laurea o superiore (77%), soprattutto di età 55-74 anni (29%) e 19-34 anni (25%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della mostra in biglietteria/entrando nel museo (35% sul totale degli intervistati), seguono il canale web (23%), il passaparola e lo stendardo sull'edificio (11% per entrambi).

Ad essere venuti a conoscenza della mostra in biglietteria/entrando nel museo sono soprattutto i visitatori stranieri, diplomati, che vengono per la prima volta, alcuni dei quali hanno utilizzato la card Roma Pass per entrare, privi di aspettative a priori e con un giudizio generale abbastanza soddisfacente. Invece il canale web è predominante per i turisti italiani, con un titolo di specializzazione post laurea, nuovi visitatori, che non usufruiscono della Roma Pass, con un giudizio uguale alle aspettative e sono molto soddisfatti della mostra. Il passaparola e gli articoli di stampa sono i mezzi prevalenti per i romani, laureati, alcuni già stati al museo, che non conoscono la Roma Pass, hanno un giudizio uguale alle aspettative e nel complesso sono molto soddisfatti.

Tabella riassuntiva

| Mostra Mario Giacomelli Museo di Roma 2016 | Media | Mediana* | Risposte valide | Risposte mancanti | Deviazione standard** | Servizio non utilizzato | Deliziati | Insoddisfatti | Molto+Abba stanza soddisfatti |
|---|-------------|-------------|--------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------------|------------|---------------|-------------------------------------|
| Pubblicità (Immagine della mostra) | 2,52 | 3,00 | 108 | 66 | 0,59 | 38% | 56% | 0% | 95% |
| Contenuto | 2,80 | 3,00 | 174 | 0 | 0,48 | 0% | 84% | 0% | 97% |
| Pannelli e didascalie | 2,17 | 2,00 | 163 | 11 | 0,67 | 6% | 31% | 1% | 87% |
| Supporti digitali | 2,06 | 2,00 | 93 | 81 | 0,86 | 47% | 38% | 2% | 71% |
| Allestimento | 2,67 | 3,00 | 174 | 0 | 0,53 | 0% | 70% | 0% | 97% |
| Chiarezza percorso | 2,84 | 3,00 | 171 | 3 | 0,39 | 2% | 84% | 0% | 99% |
| Pulizia del luogo | 2,94 | 3,00 | 173 | 1 | 0,28 | 1% | 95% | 0% | 99% |
| Giudizio generale mostra | 2,75 | 3,00 | 173 | 1 | 0,49 | 1% | 77% | 0% | 98% |

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

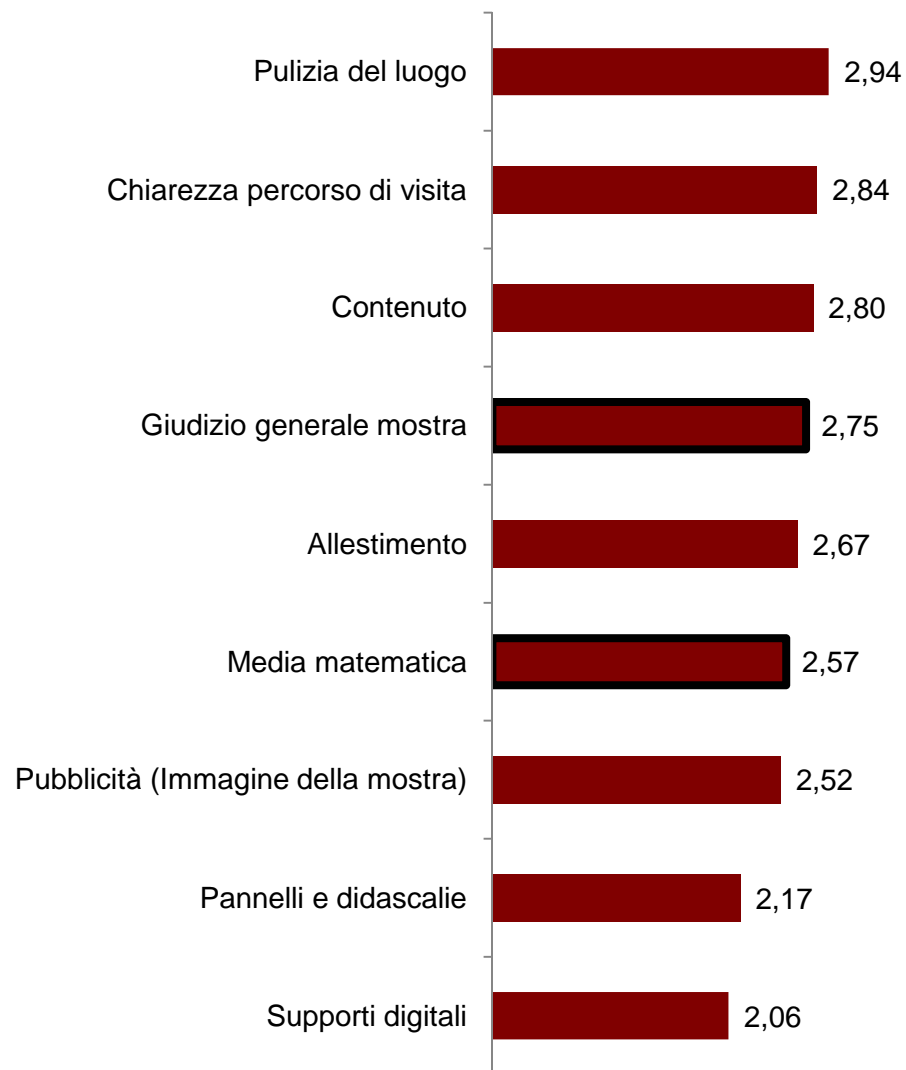
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,57).

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.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del luogo**, la **chiarezza del percorso di visita** e il **contenuto**.

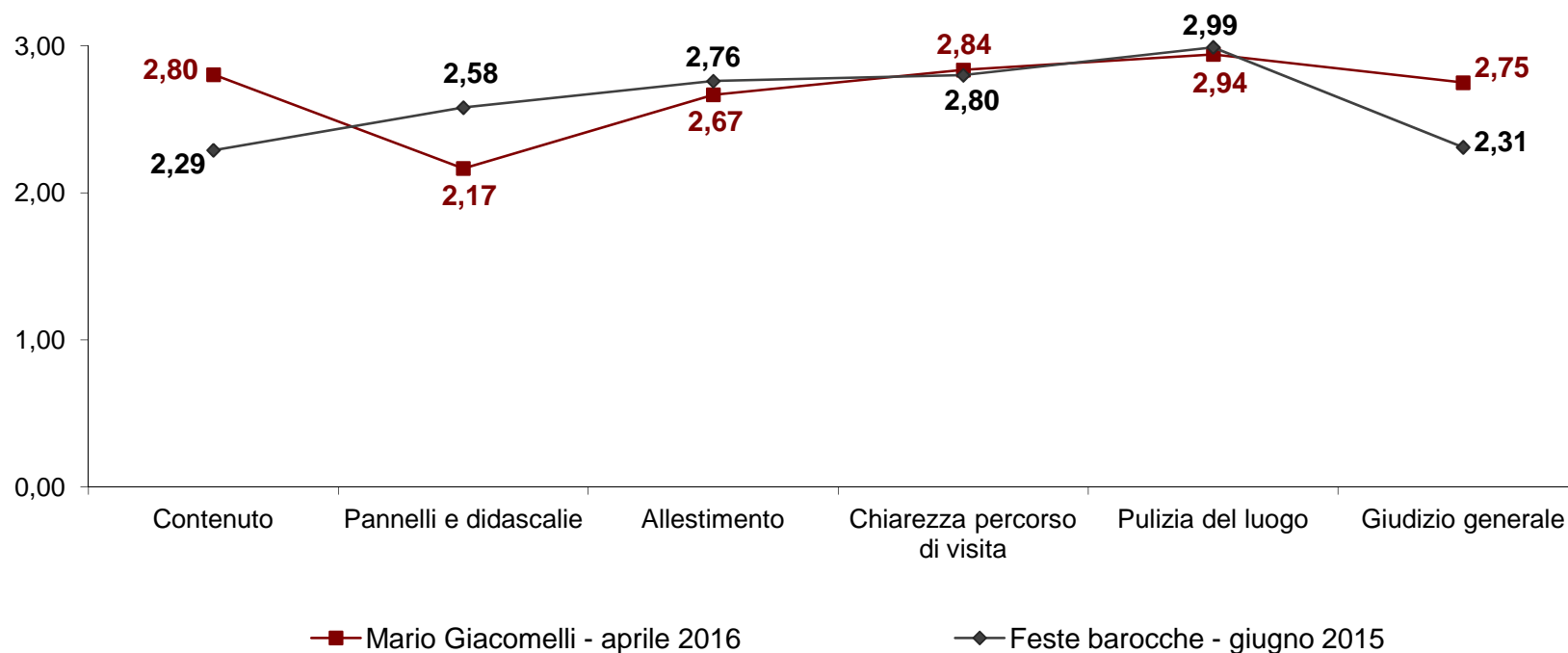
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard di 2,20, ad eccezione dei supporti informativi, ovvero pannelli e didascalie (2,17) e dei supporti digitali (2,06; il 53% del campione intervistato rilascia un giudizio medio sul video).



Analisi del trend 2015-2016

Come si denota dal grafico sottostante, il trend si mantiene abbastanza costante rispetto all'indagine precedente effettuata sulla mostra "*Feste barocche per inciso*" (giugno 2015), seppure vi siano delle discrepanze su alcuni aspetti oggetto d'indagine.

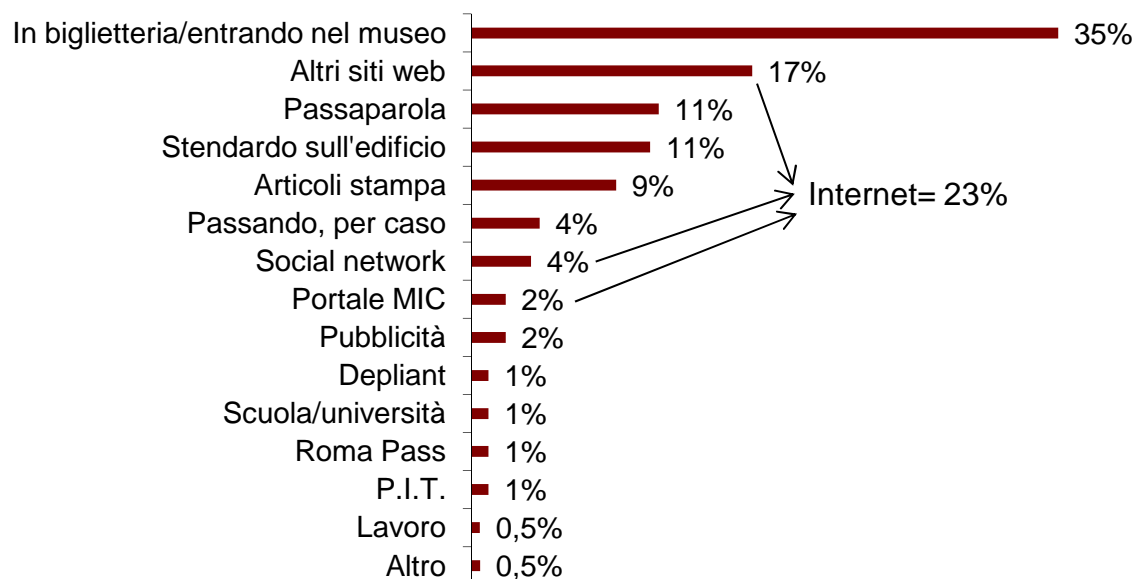
Si registra un netto aumento del livello medio di soddisfazione sul contenuto e sull'esperienza complessiva, mentre diminuisce soprattutto sui pannelli e didascalie. I giudizi medi sui restanti aspetti oggetto d'indagine sono piuttosto simili.



Come è venuto a conoscenza della mostra

Il 35% del campione intervistato è venuto a sapere della mostra in biglietteria/entrando nel museo (in notevole discesa dal 79% emerso per la mostra “*Feste barocche per inciso*”), il 23% attraverso “internet” (in netto aumento dal 2% della mostra precedente); seguono il “passaparola” e lo “stendardo sull’edificio” con l’11% per entrambi (nell’indagine scorsa erano rispettivamente 2% e 4%).

Ad essere venuti a conoscenza della mostra in biglietteria/entrando nel museo sono soprattutto i visitatori stranieri, diplomati, che vengono per la prima volta al *Museo di Roma*, alcuni dei quali hanno utilizzato la card Roma Pass per entrarvi, privi di aspettative a priori e con un giudizio generale abbastanza soddisfacente. Invece il canale web è predominante per i turisti italiani, con un titolo di specializzazione post laurea, nuovi visitatori, che non usufruiscono della Roma Pass, con un giudizio uguale alle aspettative e sono molto soddisfatti della mostra. Il passaparola e gli articoli di stampa sono i mezzi prevalenti per i romani, laureati, alcuni già stati al museo, che non conoscono la Roma Pass, hanno un giudizio uguale alle aspettative e nel complesso sono molto soddisfatti.



Negli ultimi cinque anni è già stato al Museo di Roma

Oltre la metà degli intervistati (69% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al *Museo di Roma*, il 24% già vi è stato (di cui il 12% “da una a tre volte” e il 12% “più di tre volte”) e il restante 7% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che la quasi totalità di coloro che non sono mai stati al museo siano soprattutto i turisti stranieri (97%; *cf.* grafico sottostante a destra), alcuni dei quali hanno utilizzato la card Roma Pass per entrarvi, privi di aspettative ed in generale abbastanza soddisfatti su tale mostra temporanea.

Invece ad avere già frequentato il museo sono principalmente i visitatori romani (70%), che non conoscono la Roma Pass, con un giudizio superiore o uguale alle proprie aspettative e nel complesso sono molto soddisfatti.

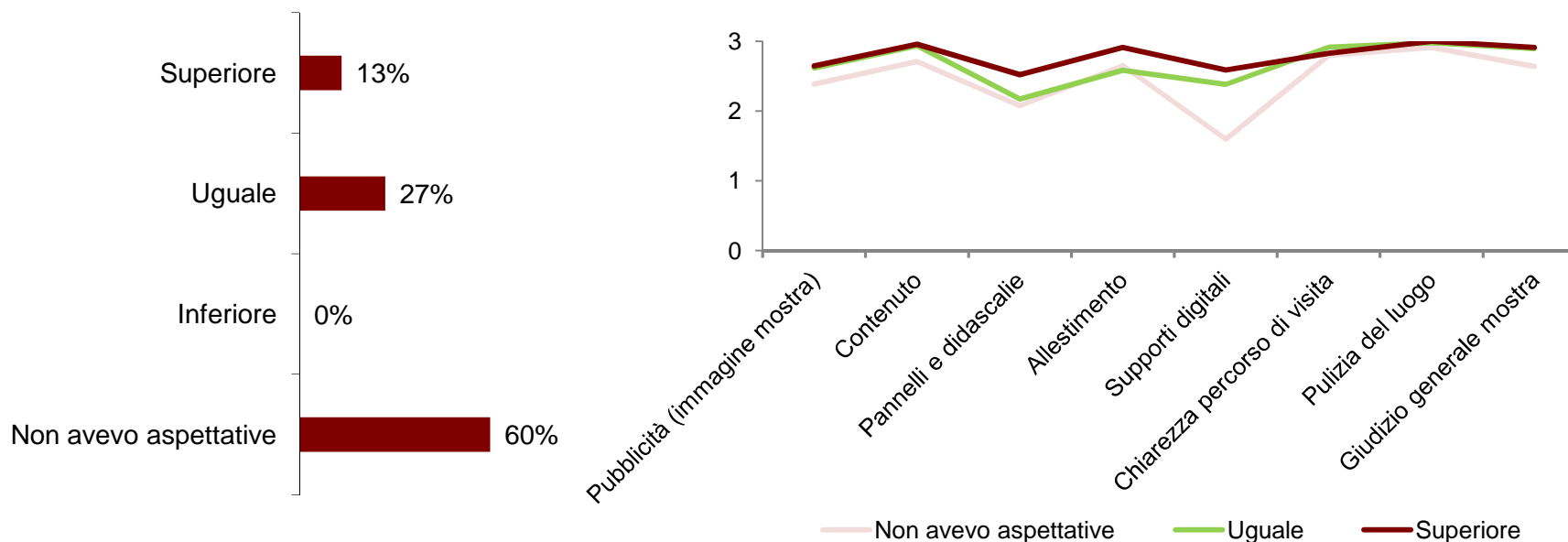


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 60% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita alla mostra, mentre il 27% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 13% è superiore e per nessuno risulta inferiore.

Risulta significativo che a non avere aspettative sulla mostra siano soprattutto i visitatori stranieri, che vengono per la prima volta in tale museo e sono abbastanza soddisfatti dell'esperienza complessiva. Invece ad avere un giudizio superiore o uguale alle aspettative sono prevalentemente i romani, che già sono stati al *Museo di Roma* e sono molto soddisfatti su tale mostra temporanea.

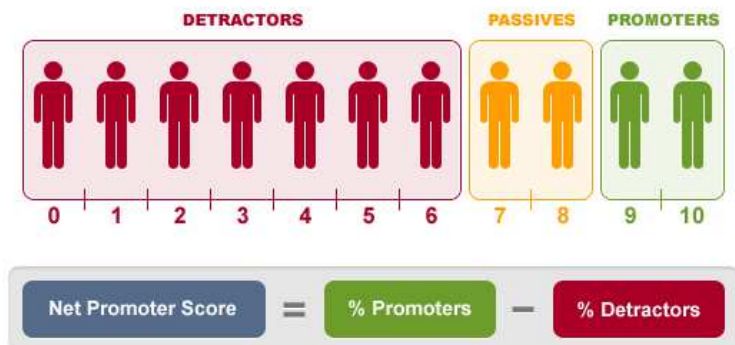
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra), tranne che sulla chiarezza del percorso di visita (tale aspetto è più gradito da chi ha un giudizio uguale alle aspettative).



Consiglierebbe questa mostra ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti che 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 della mostra che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale mostra è pari al **23%**; ben il 63% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



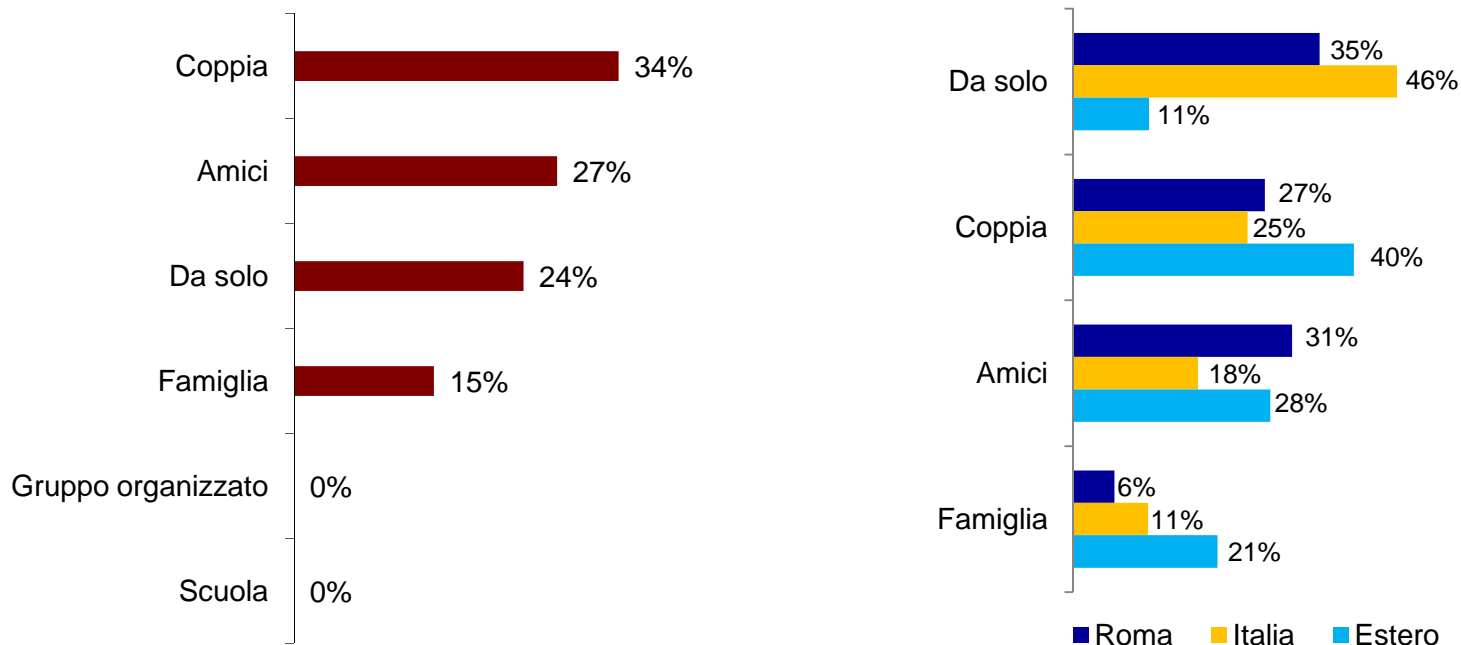
| NET PROMOTER SCORE | | | | | | | | | | |
|---|----|----|----|----|----|----|----------------------|-----|------------------------|----|
| Mostra “ <i>Mario Giacomelli</i> ” – Museo di Roma 2016 | | | | | | | | | | |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 7 | 25 | 82 | 36 | 16 |
| 0% | 1% | 0% | 0% | 0% | 2% | 4% | 15% | 48% | 21% | 9% |
| DETRATTORI = 7% | | | | | | | PASSIVI = 63% | | PROMOTORI = 30% | |
| 30% - 7% = 23% | | | | | | | | | | |

Con chi ha visitato la mostra

Il 34% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare la mostra in “coppia”, il 27% con “amici”, il 24% “da solo” e il 15% con la propria “famiglia”.

Risulta significativo che a venire in coppia o con la famiglia siano principalmente coloro che vengono per la prima volta al *Museo di Roma*, laureati, alcuni di essi hanno utilizzato la card Roma Pass per entrarvi, privi di aspettative a priori. Invece prediligono venire con gli amici principalmente i visitatori che sono già stati al museo, diplomati, non hanno usufruito della Roma Pass e hanno un giudizio uguale alle aspettative.

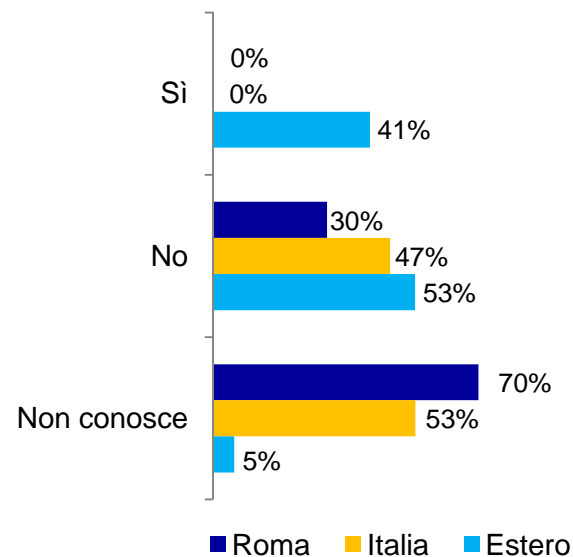
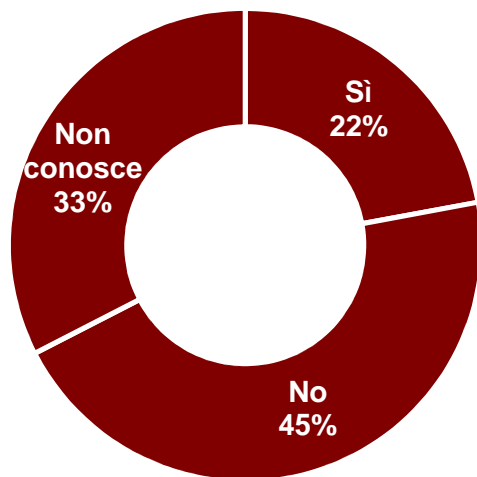
Inoltre dal grafico sottostante a destra in base alla provenienza si rileva che i visitatori stranieri vengono soprattutto in coppia o con la propria famiglia, mentre i turisti italiani da soli ed i romani prevalentemente con amici.



Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Il 22% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 45% afferma di conoscerla, ma non l'ha utilizzata per entrare al museo, mentre il 33% non la conosce affatto.

Risulta significativo che a conoscere la Roma Pass siano i visitatori stranieri (anche se il 53% di essi non l'ha utilizzata per entrare in tale museo), che vengono per la prima volta al *Museo di Roma*, privi di aspettative su tale mostra e con un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente. Mentre a non conoscere la card sono principalmente i visitatori italiani (la percentuale sale a 70% per i romani), alcuni dei quali hanno già visitato il museo, con un giudizio superiore o uguale alle aspettative, molto soddisfatti su tale mostra temporanea.



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

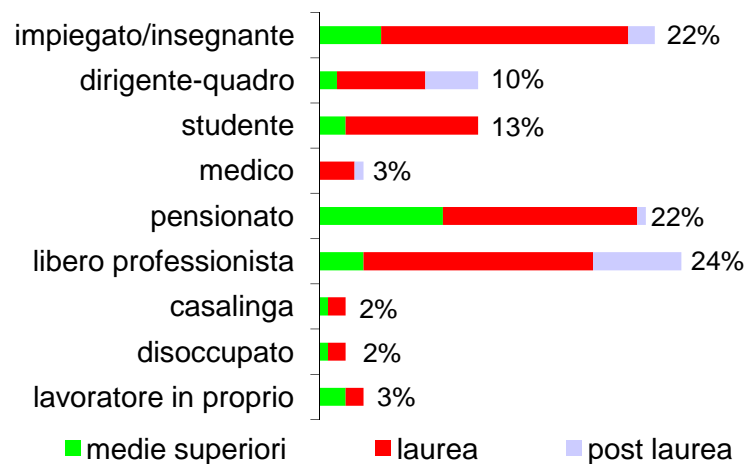
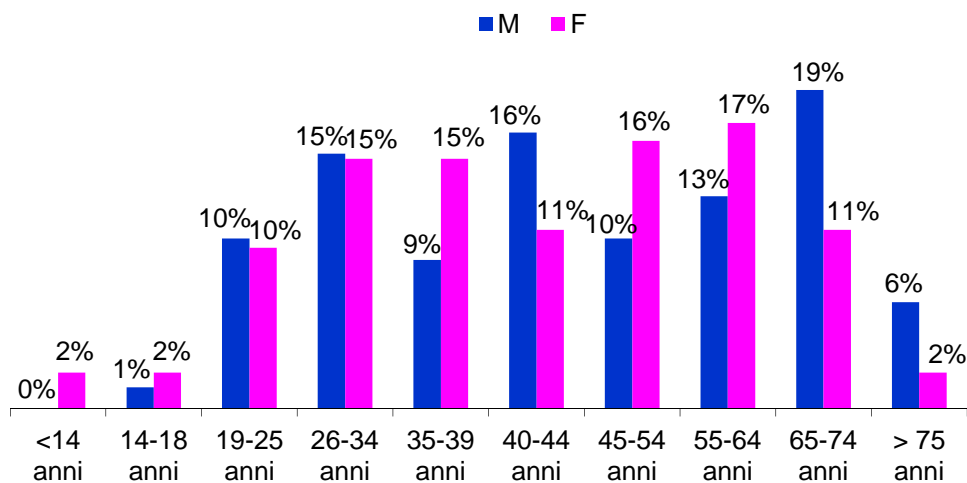
Prevale il genere femminile (55%; stessa percentuale emersa nell'indagine precedente), soprattutto nelle fasce d'età tra i 45 e 64 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i 55 e 74 anni (29%; era 27% per la mostra "*Feste barocche per inciso*") e 19-34 anni (25%; nell'indagine scorsa la percentuale era pari a 36%).

Il 77% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o superiore (la percentuale raggiungeva il 78% nell'indagine precedente).

Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i liberi professionisti (24%; in aumento dal 15% emerso per la mostra "*Feste barocche per inciso*"), seguono gli impiegati/insegnanti (22%; in discesa dal 37% dell'indagine scorsa) e i pensionati (22%; erano il 24% nel 2015).

Nell'indagine scorsa era predominante la categoria degli studenti intervistati, che raggiungevano il 22% sul totale degli intervistati.

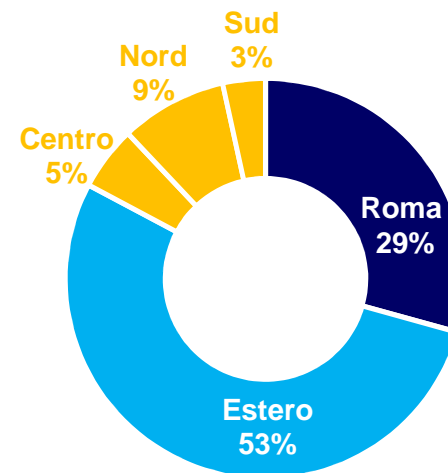


Analisi socio-demografica (provenienza)

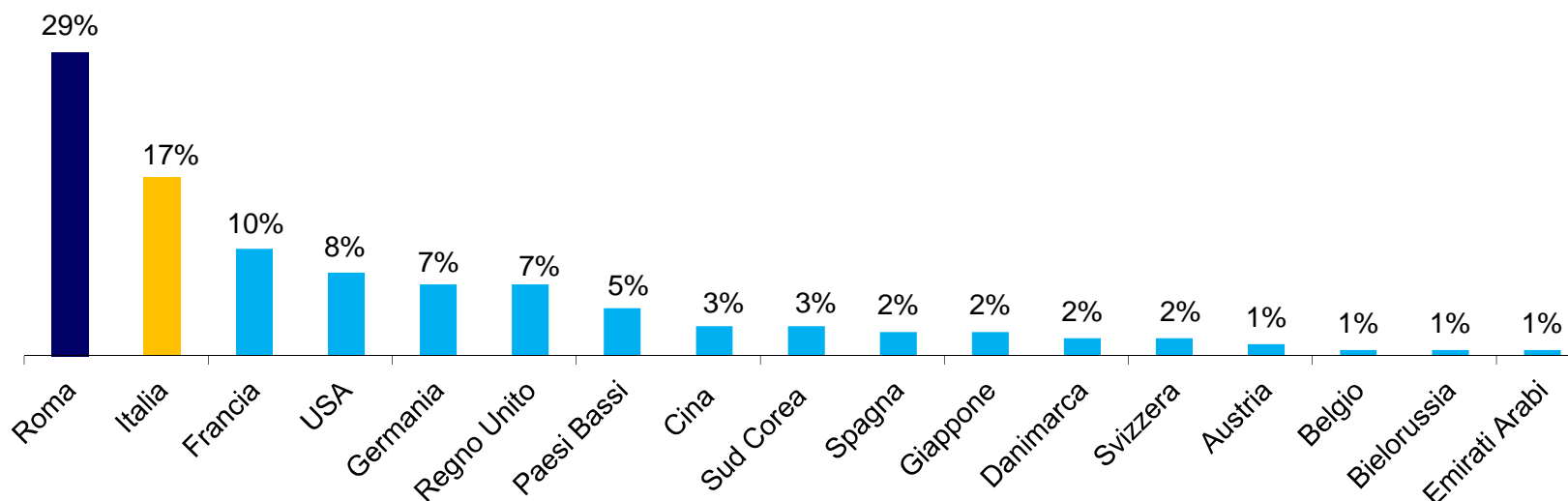
Il 53% del campione intervistato è costituito da visitatori stranieri (in notevole discesa dall'89% dell'indagine precedente), il 29% sono romani (in netto aumento dal 9% della scorsa indagine) e il 17% giunge da altre città italiane (6% nel 2015).

Rispetto alla mostra "Feste barocche per inciso" la diversificazione del target per provenienza è probabilmente dovuta alla differente tipologia e al periodo d'indagine (lo scorso anno l'indagine era stata svolta nel mese di giugno).

La nazionalità prevalente è quella francese (10%), ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Cluster Analysis

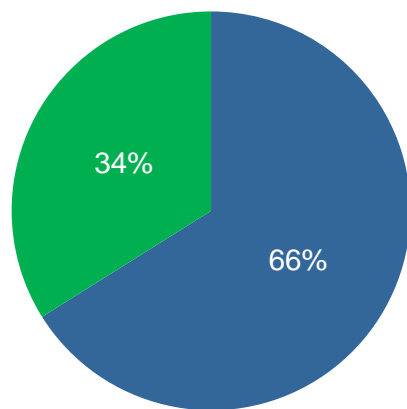
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (115 individui per il *Cluster 1* e 59 per il *Cluster 2*).

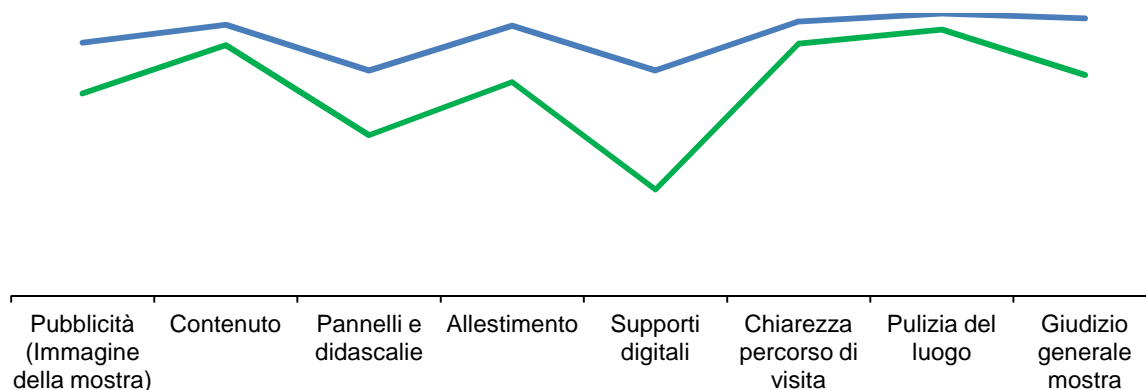
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati, mentre la 2° tipologia dei **Soddisfatti** sono a un livello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

Cluster 1 – Deliziati: in prevalenza uomini, oltre i 55 anni, pensionati, italiani (soprattutto romani), alcuni già stati al museo, scoprono la mostra attraverso gli articoli di stampa e col passaparola, vengono da soli o in coppia, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 – Soddisfatti: in prevalenza donne, di età 26-39 anni, occupati dipendenti, stranieri, vengono al museo per la prima volta, sono venuti a conoscenza della mostra casualmente dopo esservi entrati o tramite lo standardo sull'edificio, vengono con amici o famiglia, privi di aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

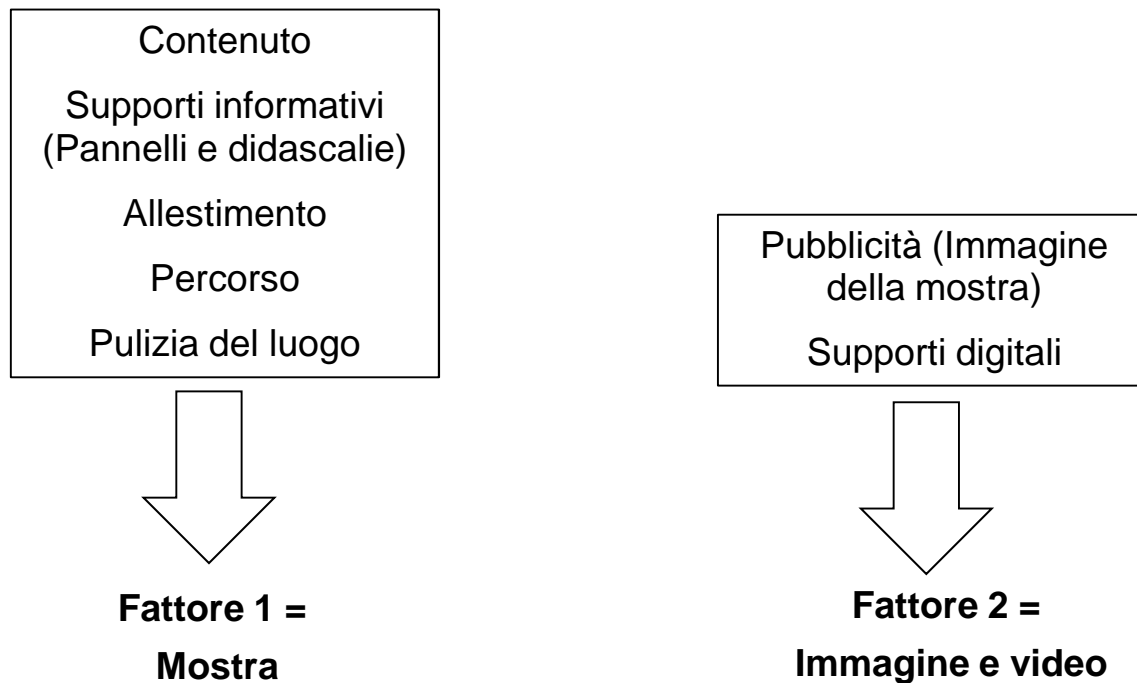


— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

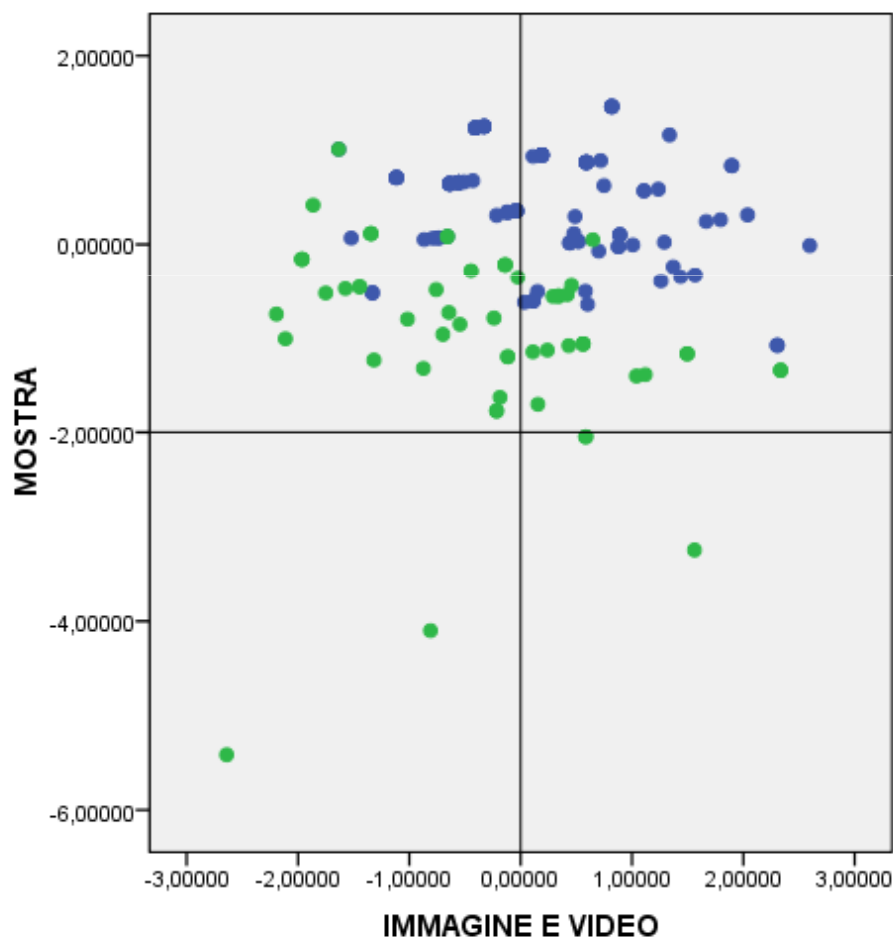
L'analisi fattoriale è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Con un numero limitato di variabili oggetto d'indagine sono stati comunque identificati statisticamente i **2 Fattori** seguenti:



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione generale, ma soprattutto sul Fattore 1 (“Mostra”), mentre il Custer 2 dei “Soddisfatti” è tendenzialmente meno soddisfatto, in particolare sul Fattore 2 (“Immagine e video”).



Cluster 1 Deliziati: in prevalenza uomini, oltre i 55 anni, pensionati, italiani (soprattutto romani), alcuni già stati al museo, scoprono la mostra attraverso gli articoli di stampa e col passaparola, vengono da soli o in coppia, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 Soddisfatti: in prevalenza donne, di età 26-39 anni, occupati dipendenti, stranieri, vengono al museo per la prima volta, sono venuti a conoscenza della mostra casualmente dopo esservi entrati o tramite lo stendardo sull'edificio, vengono con amici o famiglia, privi di aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

Correlazione 1/2

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

| Correlazione bivariata Rho di Spearman*** Mostra Mario Giacomelli - 2016 | Publicità (Immagine della mostra) | Contenuto | Pannelli e didascalie | Supporti digitali | Allestimento | Chiarezza percorso | Pulizia del luogo | Giudizio generale mostra |
|---|--|-----------|--------------------------|----------------------|--------------|-----------------------|----------------------|--------------------------------|
| Publicità (Immagine della mostra) | 1,000 | ,285** | ,303** | ,217* | -,089 | ,400** | ,151 | ,311** |
| Contenuto | ,285** | 1,000 | ,306** | ,036 | ,048 | ,098 | ,215** | ,257** |
| Pannelli e didascalie | ,303** | ,306** | 1,000 | ,234** | ,086 | ,138 | ,205** | ,279** |
| Supporti digitali | ,217* | ,036 | ,234** | 1,000 | ,065 | ,151* | ,352** | ,306** |
| Allestimento | -,089 | ,048 | ,086 | ,065 | 1,000 | ,018 | ,144 | ,369** |
| Chiarezza percorso di visita | ,400** | ,098 | ,138 | ,151* | ,018 | 1,000 | ,370** | ,295** |
| Pulizia del luogo | ,151 | ,215** | ,205** | ,352** | ,144 | ,370** | 1,000 | ,394** |
| Giudizio generale mostra | ,311** | ,357** | ,279** | ,306** | ,369** | ,295** | ,294** | 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 della mostra (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutte le variabili sono risultate significative rispetto al giudizio generale e per tale motivo sono state incluse nella tabella laterale.

Alla mostra *Mario Giacomelli* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi ai **supporti digitali** e al **contenuto**.

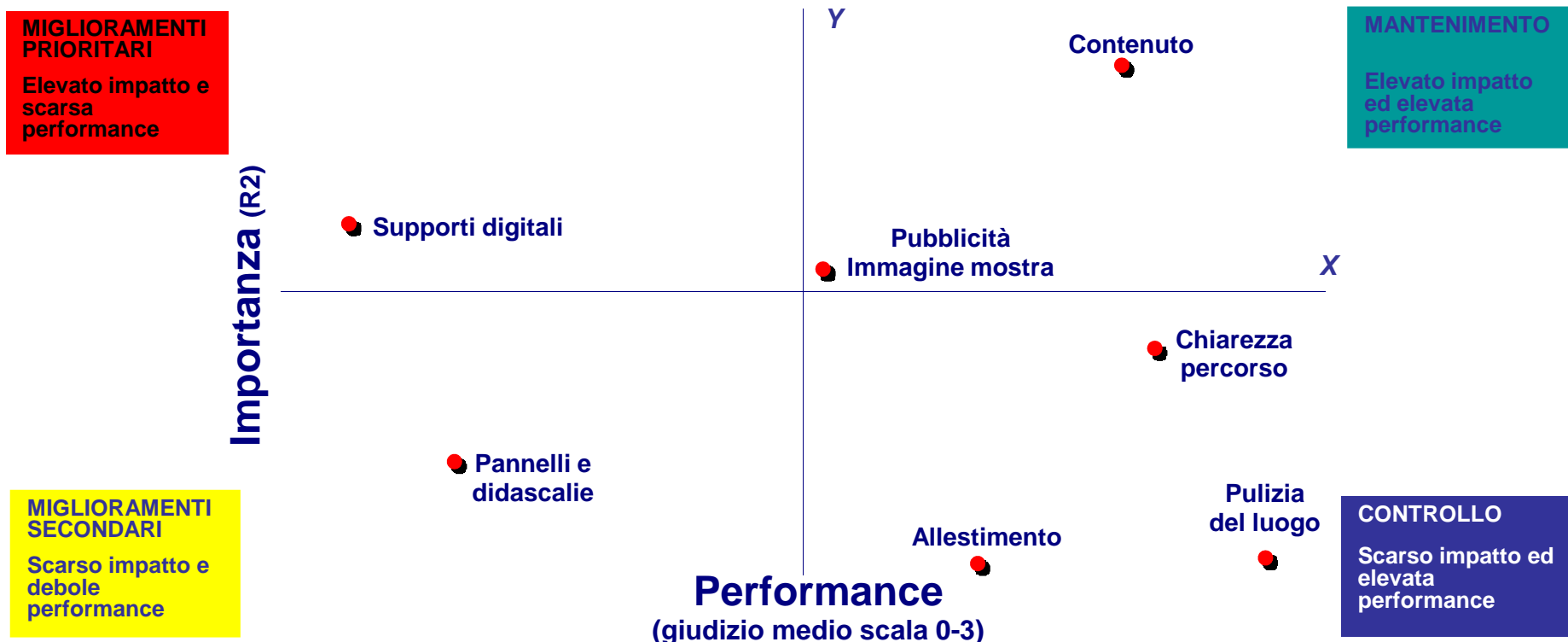
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

| Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale della mostra <i>Mario Giacomelli - 2016</i> | |
|--|-------|
| Supporti digitali | 0,369 |
| Contenuto | 0,357 |
| Pubblicità (Immagine della mostra) | 0,311 |
| Allestimento | 0,306 |
| Chiarezza percorso di visita | 0,295 |
| Pulizia del luogo | 0,294 |
| Pannelli e didascalie | 0,279 |

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **contenuto** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche la **pubblicità (immagine della mostra)** si colloca nel quadrante in alto a destra, seppure in una posizione quasi *borderline*. Solo i **supporti digitali** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra); da evidenziare che ad avere espresso il proprio giudizio sul video della mostra è stato il 53% del campione intervistato.

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sul giudizio generale della mostra, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 44**

ELOGI mostra bellissima, foto emozionanti. **Totale 23**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni in inglese (25), più dettagliati (21), mancano le didascalie (18), più notizie sull'autore (14) e sulle fotografie (12), traduzione in altre lingue (6), pannello con la biografia poco visibile (4). **Totale 100**

VIDEO è solo in italiano, mancano sottotitoli in inglese (37), altro (4). **Totale 41**

CONTENUTO non piacciono alcune fotografie esposte (7), altro (3). **Totale 10**

ILLUMINAZIONE da migliorare, ci sono dei riflessi. **Totale 8**

BROCHURE manca una brochure/depliant esplicativa della mostra, c'è solo una cartolina. **Totale 5**

ALTRO. **Totale 28**

**TOTALE 199SUGGERIMENTI
MOSTRA MARIO GIACOMELLI**

Allegato 1 - Questionario

Gentile Visitatore, Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a rendere migliore l'organizzazione e la qualità dei nostri servizi di questa mostra temporanea.

1. Negli ultimi 5 anni è già venuto al Museo di Roma?

- Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì, raramente (1-3 volte) Sì, spesso (oltre 3 volte)

2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? Sì No Non la conosco

3. La prima volta, attraverso quale canale di comunicazione è venuto a conoscenza della mostra?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) <input type="checkbox"/> www.museiincomune.it <input type="checkbox"/> altri siti internet <input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio <input type="checkbox"/> passando, per caso <input type="checkbox"/> passaparola (amici/parenti) | <input type="checkbox"/> pubblicità (indicare se stampa o affissione) <input type="checkbox"/> televisione/radio <input type="checkbox"/> scuola/università <input type="checkbox"/> social network <input type="checkbox"/> in biglietteria <input type="checkbox"/> altro..... |
|--|---|

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

| | Non utilizzato | Molto Soddisfatto | Abbastanza Soddisfatto | Poco Soddisfatto | Per niente Soddisfatto |
|---|---|--------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 4. Pubblicità (Immagine della mostra) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Contenuto della mostra | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Pannelli e didascalie | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Supporti digitali (video) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Allestimento | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Chiarezza percorso di visita | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Pulizia del luogo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. Giudizio generale della mostra | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. Rispetto alle aspettative, il suo giudizio sulla mostra è: | <input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative | | | | |
| 13. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa mostra ad un amico? | <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10 | | | | |
| 14. Con chi ha visitato la mostra? | <input type="checkbox"/> Da solo <input type="checkbox"/> Gruppo organizzato <input type="checkbox"/> Coppia <input type="checkbox"/> Amici <input type="checkbox"/> Famiglia <input type="checkbox"/> Scuola <input type="checkbox"/> Altro..... | | | | |
| 15. Aspetti da migliorare | <input type="checkbox"/> Nessuno | | | | |

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI :

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

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

Professione:

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