



---

Indagini di Customer Satisfaction

Portale dei Musei in Comune

16 - 31 Dicembre 2015

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 13/01/2016*

**Zè**tema  
progetto cultura

## Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2014-2015
- Come è venuto a conoscenza del portale
- Motivazione della visita
- Utilizzo delle informazioni
- Frequenza di utilizzo
- Intende tornare a visitare il sito e lo consiglierebbe ad un amico
- Iscritti alla newsletter Musei in Comune e [info@museiincomuneroma.it](mailto:info@museiincomuneroma.it)
- Ha partecipato ad attività segnalate dalla newsletter
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Cartolina digitale
- Allegato 2 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 101 questionari compilati a campione attraverso l'invio del *form* online dagli utenti del portale *Musei in Comune* dal 16 al 31 dicembre 2015 (gli intervistati rappresentano l'1% delle visite totali al portale nel periodo d'indagine).

Quest'anno al fine di incentivare la compilazione dei questionari online è stata realizzata una cartolina digitale (*cf.* Allegato 1), che è stata promossa sia sui social network, che sul portale e tramite l'invio della newsletter.

Questa numerosità è piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una media di soddisfazione del 91%, un margine di errore di stima di  $\pm 5,61\%$ .

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0

Nel 2015, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è buono, con una media di **2,40** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 95%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il contenuto (2,55), la velocità di caricamento delle pagine (2,52) e l'aggiornamento (2,46).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. Tra gli aspetti più importanti e soddisfacenti vi sono il contenuto, la velocità di caricamento delle pagine e l'aggiornamento, anche se è la possibilità di ricerca la variabile che risulta più correlata al giudizio generale (*cf.* pp. 15-17).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito per il 59% da romani, occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti (47%), pensionati (21%) e liberi professionisti (18%), in possesso di un titolo di laurea o superiore (58%), di età adulta compresa tra 45 e 64 anni (46% sul campione totale; invece gli utenti di età 26-39 anni rappresentano il 21%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza dei portale *Musei in Comune* attraverso i motori di ricerca (38% sul totale degli intervistati). Il 20% lo scopre mediante i "social network", mentre il 14% risponde "altri siti internet".

È significativo che i motori di ricerca e social network prevalgano soprattutto tra i nuovi fruitori, diplomati, ma mentre i primi sono predominanti tra gli utenti romani, i secondi lo sono tra i turisti, in particolare italiani che risiedono in altre province.

Invece la voce "altri siti internet" prevale principalmente tra coloro che hanno già visitato il portale e dichiarano di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea.



## Tabella riassuntiva

<b>Portale Musei in Comune 2015</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana*</b>	<b>Risposte Valide</b>	<b>Risposte Mancanti</b>	<b>Deviazione standard**</b>	<b>Deliziati</b>	<b>Insoddisfatti</b>	<b>Molto+ Abb. sodd</b>
Contenuto	2,55	3,00	99	2	0,590	59%	1%	97%
Aggiornamento	2,46	3,00	96	5	0,630	52%	1%	95%
Aspetto grafico	2,22	2,00	95	6	0,720	38%	1%	85%
Contenuti multimediali	2,25	2,00	91	10	0,720	41%	1%	86%
Reperibilità delle informazioni	2,35	2,00	95	6	0,650	43%	1%	93%
Possibilità di ricerca	2,27	2,00	94	7	0,740	43%	1%	85%
Velocità caricamento pagine	2,52	3,00	95	6	0,630	58%	1%	95%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,40</b>	<b>2,00</b>	<b>95</b>	<b>6</b>	<b>0,630</b>	<b>46%</b>	<b>1%</b>	<b>95%</b>

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

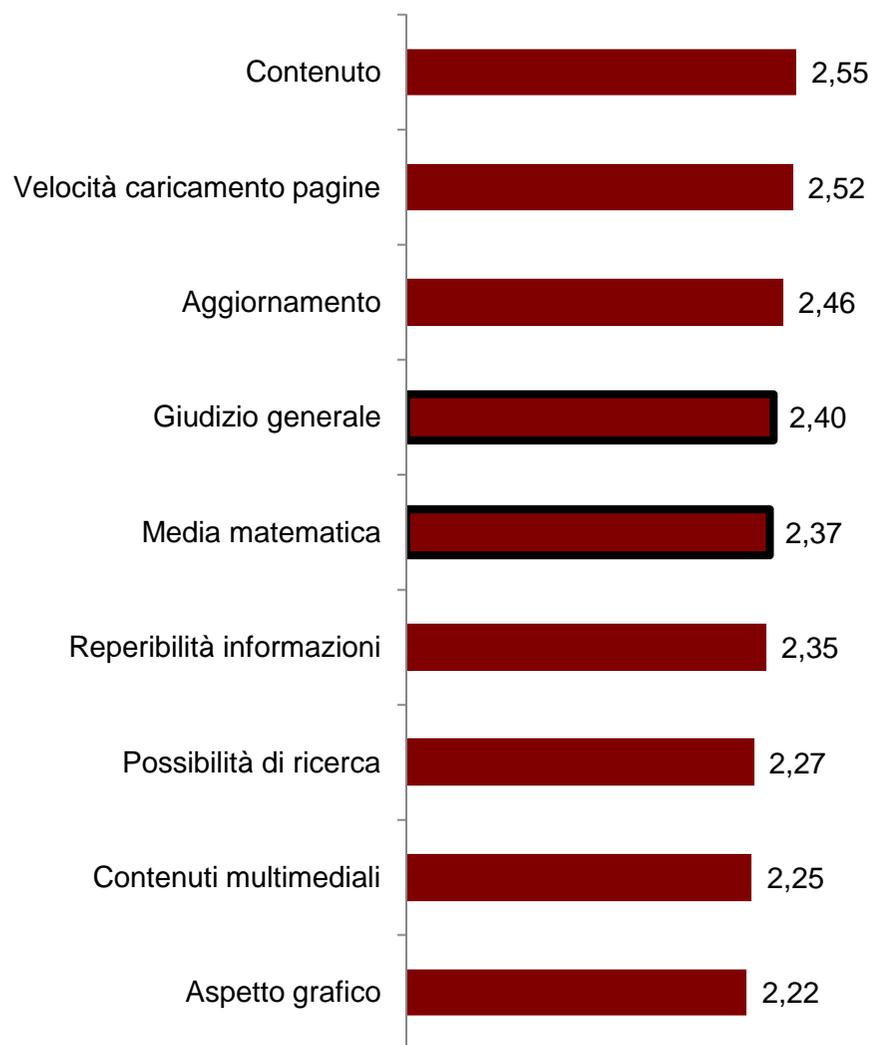
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,37).

## 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 il **contenuto**, la **velocità di caricamento delle pagine** e **l'aggiornamento**.

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



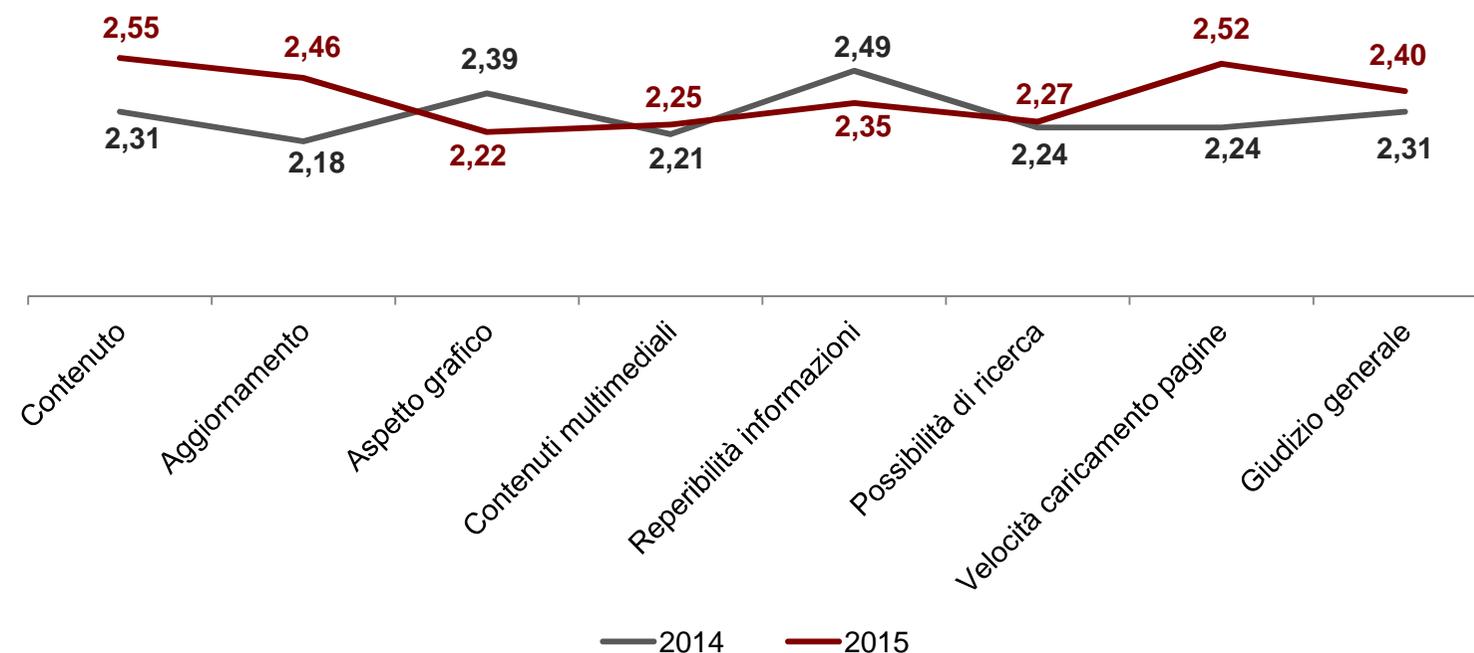
## Analisi del trend 2014-2015

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante, anche se si registrano degli scostamenti sui giudizi medi di alcuni aspetti oggetto d'indagine.

Sono in netto aumento le medie relative al contenuto, all'aggiornamento e alla velocità di caricamento delle pagine, mentre si rileva una flessione sull'aspetto grafico e sulla reperibilità delle informazioni, seppure i valori medi siano al di sopra dello standard di 2,20.

Restano pressoché invariate le medie sui contenuti multimediali e sulla possibilità di ricerca, anche se in lieve aumento rispetto al 2014.

Nella comparazione dei dati va considerato che il campione attuale è più ampio e pertanto rappresentativo a livello statistico.

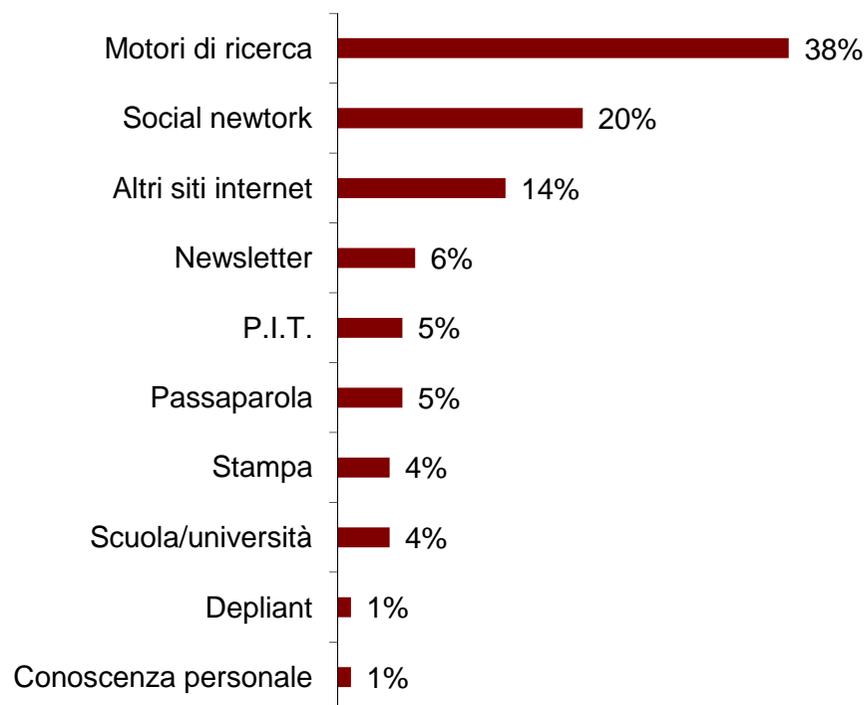


## Come è venuto a conoscenza del portale

Il 38% del campione afferma di essere venuto a conoscenza del portale attraverso i “motori di ricerca”, il 20% mediante i “social network”, mentre il 14% risponde “altri siti internet”.

È significativo che i motori di ricerca e social network prevalgano soprattutto tra i nuovi fruitori, diplomati, ma mentre i primi sono predominanti tra gli utenti romani, i secondi lo sono tra i turisti, in particolare italiani che risiedono in altre province.

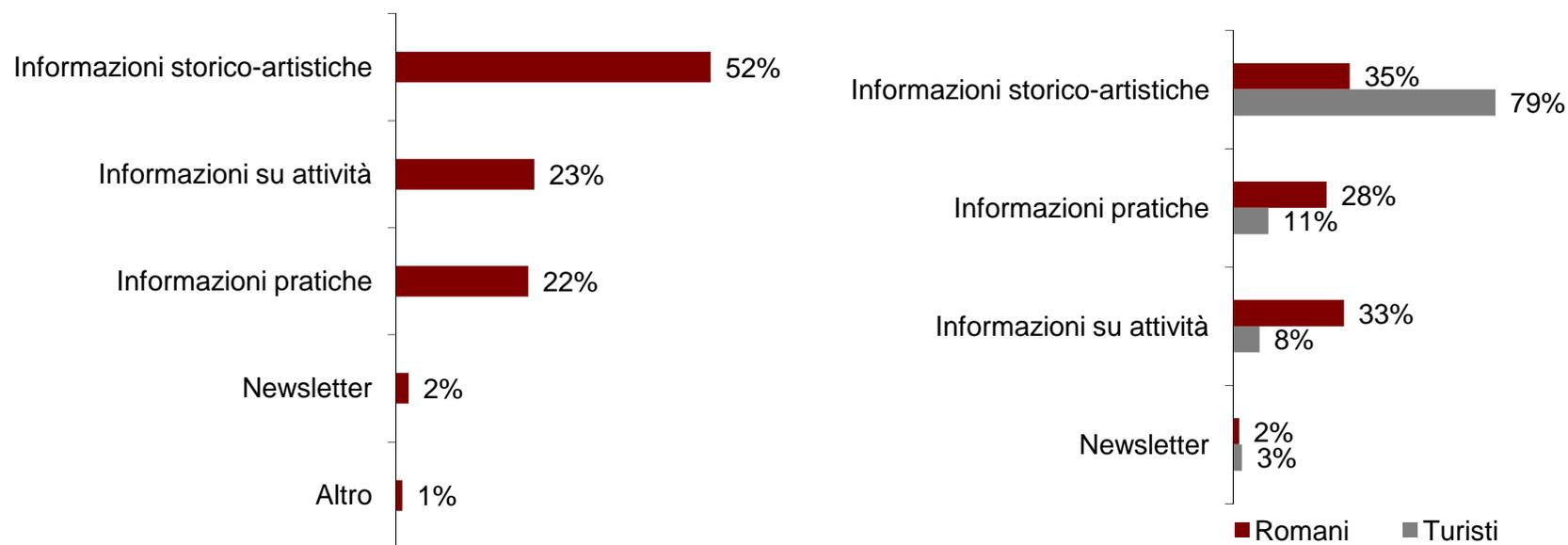
Invece la voce “altri siti internet” prevale principalmente tra coloro che hanno già visitato il portale e dichiarano di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea.



## Motivazione della visita

Poco più della metà degli intervistati (52% sul campione totale) dichiara di avere visitato il portale *Musei in Comune* per avere informazioni storico-artistiche, il 23% è interessato alle attività, mentre il 22% predilige informazioni pratiche (ad es. come raggiungere i musei e gli orari di apertura).

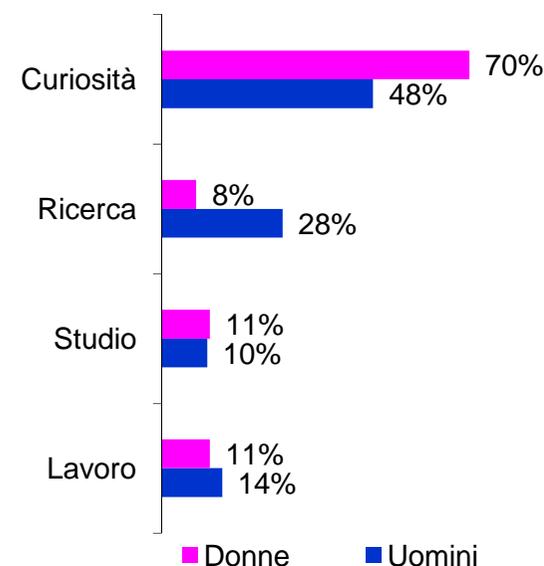
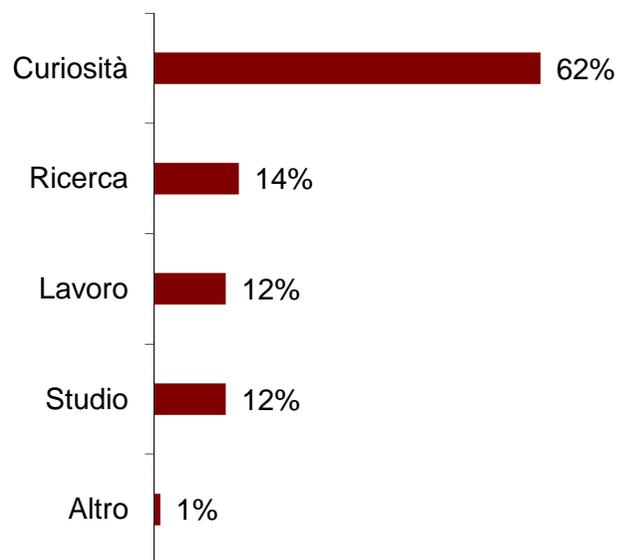
Risulta significativo che ad essere più interessati alle attività ed informazioni pratiche siano i visitatori romani, che sono iscritti alla newsletter, mentre le informazioni storico-artistiche sono di maggiore interesse per coloro che risiedono fuori Roma, non iscritti alla newsletter dei *Musei in Comune*.



## Utilizzo delle informazioni

Ben il 62% degli intervistati afferma di utilizzare le informazioni del portale *Musei in Comune* per “curiosità”, il 14% per motivi di “ricerca”, un 12% per “lavoro” e un 12% “studio”; il restante 1% risponde “altro”.

È significativo che a rispondere “curiosità” siano soprattutto le donne, che hanno già visitato il portale, di età adulta compresa tra 45 e 64 anni. Invece gli uomini di età 26-44 anni affermano di utilizzare le informazioni del portale a scopo prettamente lavorativo, mentre quelli al di sopra dei 65 anni sono più interessati a fini di ricerca.

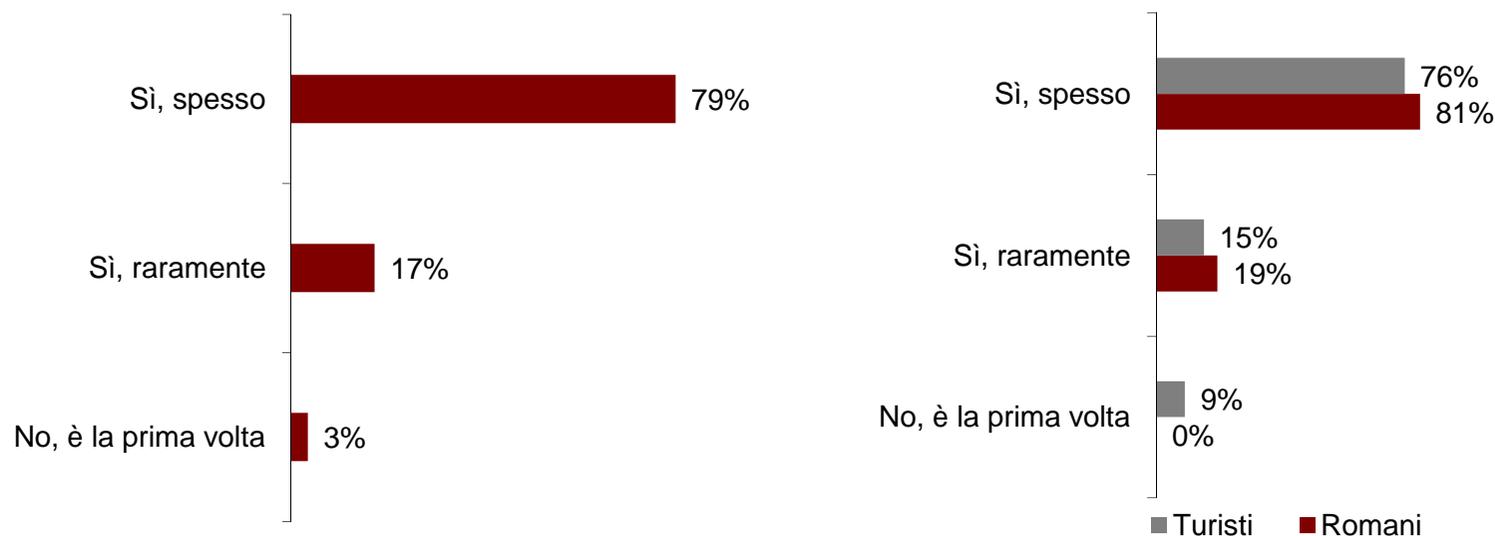


## Frequenza di utilizzo

La maggior parte degli intervistati (79% sul campione totale) dichiara di avere utilizzato spesso il portale, mentre il 17% ne ha usufruito raramente e solo il 3% afferma di visitarlo per la prima volta.

Da rilevare che ad avere già utilizzato il portale siano in prevalenza i romani (anche se la differenza percentuale rispetto ai turisti non è notevole, in totale di soli nove punti percentuali rispetto a chi risiede fuori Roma: *cfr.* grafico sottostante a destra).

Inoltre è significativo che siano soprattutto le donne ad avere già utilizzato spesso il portale *Musei in Comune* con l'83% rispetto al 70% degli uomini, che invece dichiarano di averlo utilizzato raramente (22%, la percentuale scende a 15% per le donne).



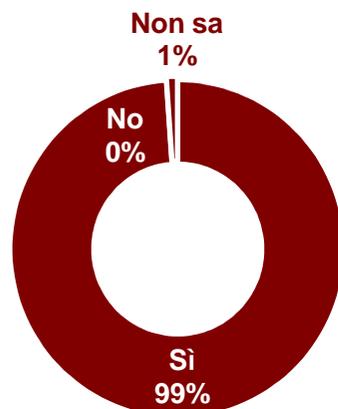
## Intende tornare a visitare il sito e lo consiglierebbe ad un amico

Alla domanda se gli utenti abbiano intenzione di tornare a visitare il sito, la quasi totalità di essi (99% sul campione totale) risponde positivamente e solo l'1% non sa.

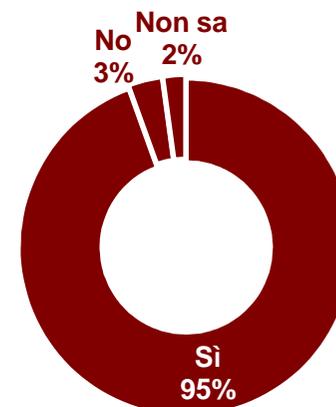
Inoltre ben il 95% sul totale degli intervistati consiglierebbe il portale *Musei in Comune* ai propri amici e ciò è indice che il passaparola sarà certamente positivo.

Su entrambe le domande non ci sono differenze sostanziali relative alla composizione del target poiché le risposte rilasciate sono corrispondenti sia per genere, che fasce d'età, titolo di studio e frequenza di utilizzo del portale.

Intende tornare a visitare il sito?



Lo consiglierebbe ad un amico?



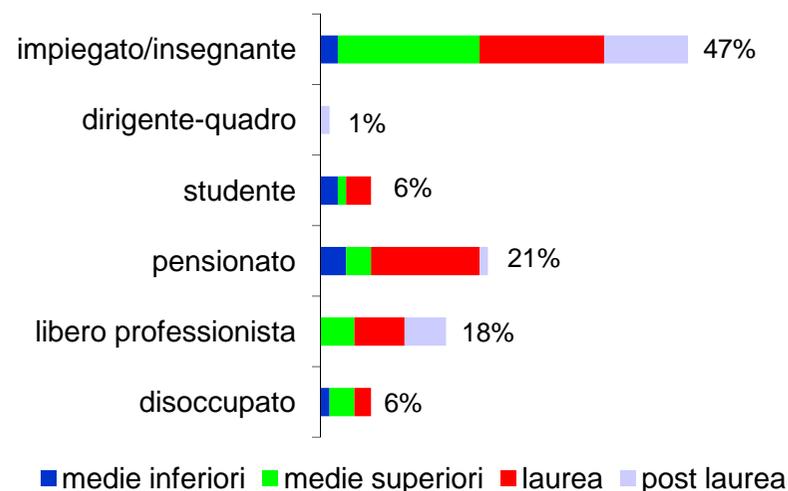
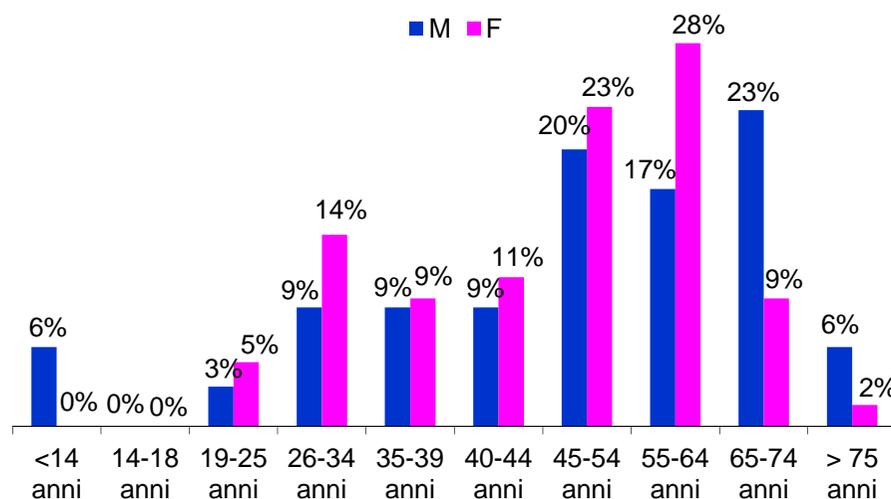
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il genere femminile (65% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età 26-34 anni, ma anche tra 45 e 64 anni. Invece gli uomini sono nettamente superiori nella fascia 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle comprese tra 45 e 64 anni, che raggiungono complessivamente il 46% sul totale degli intervistati, mentre gli utenti di età 26-39 anni rappresentano il 21%.

Il 58% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea.

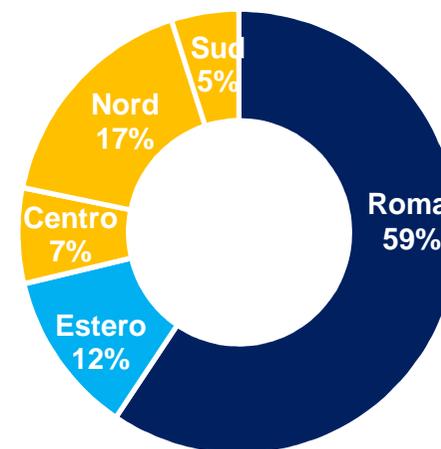
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono nettamente gli impiegati/insegnanti col 47% sul totale, poi seguono i pensionati (21%) e i liberi professionisti (18%).



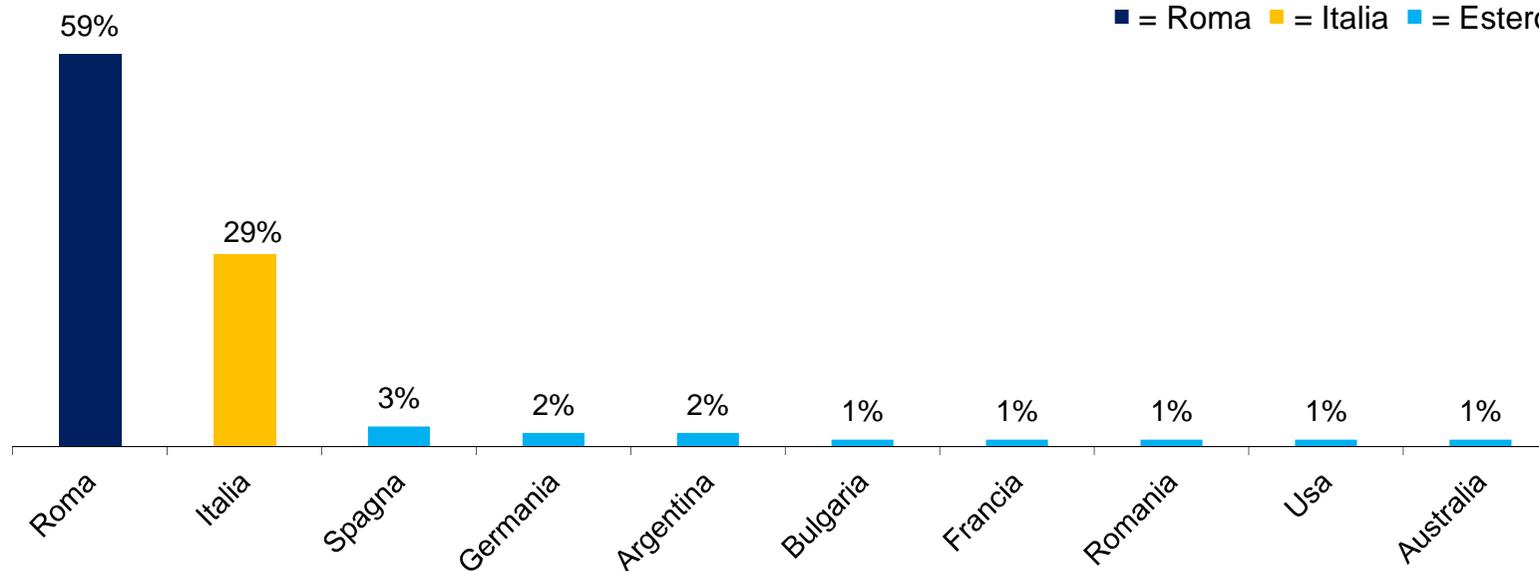
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 59% del campione intervistato è costituito da utenti romani, il 29% risiede in altre province italiane e il 12% sono stranieri.

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.

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman*** Portale Musei in Comune - 2015</b>	Contenuto	Aggiornamento	Aspetto grafico	Contenuti multimediali	Reperibilità informazioni	Possibilità di ricerca	Velocità caricamento pagine
Contenuto	1,000	,445**	,511**	,461**	,444**	,554**	,534**
Aggiornamento	,445**	1,000	,286**	,284**	,449**	,447**	,395**
Aspetto grafico	,511**	,286**	1,000	,471**	,357**	,452**	,390**
Contenuti multimediali	,461**	,284**	,471**	1,000	,328**	,345**	,424**
Reperibilità informazioni	,444**	,449**	,357**	,328**	1,000	,665**	,429**
Possibilità di ricerca	,554**	,447**	,452**	,345**	,665**	1,000	,444**
Velocità caricamento pagine	,534**	,395**	,390**	,424**	,429**	,444**	1,000
Giudizio generale	,643**	,568**	,596**	,431**	,541**	,669**	,632**

\*\*\* 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).

Tutte le variabili oggetto d'indagine sono risultate significative rispetto al giudizio complessivo.

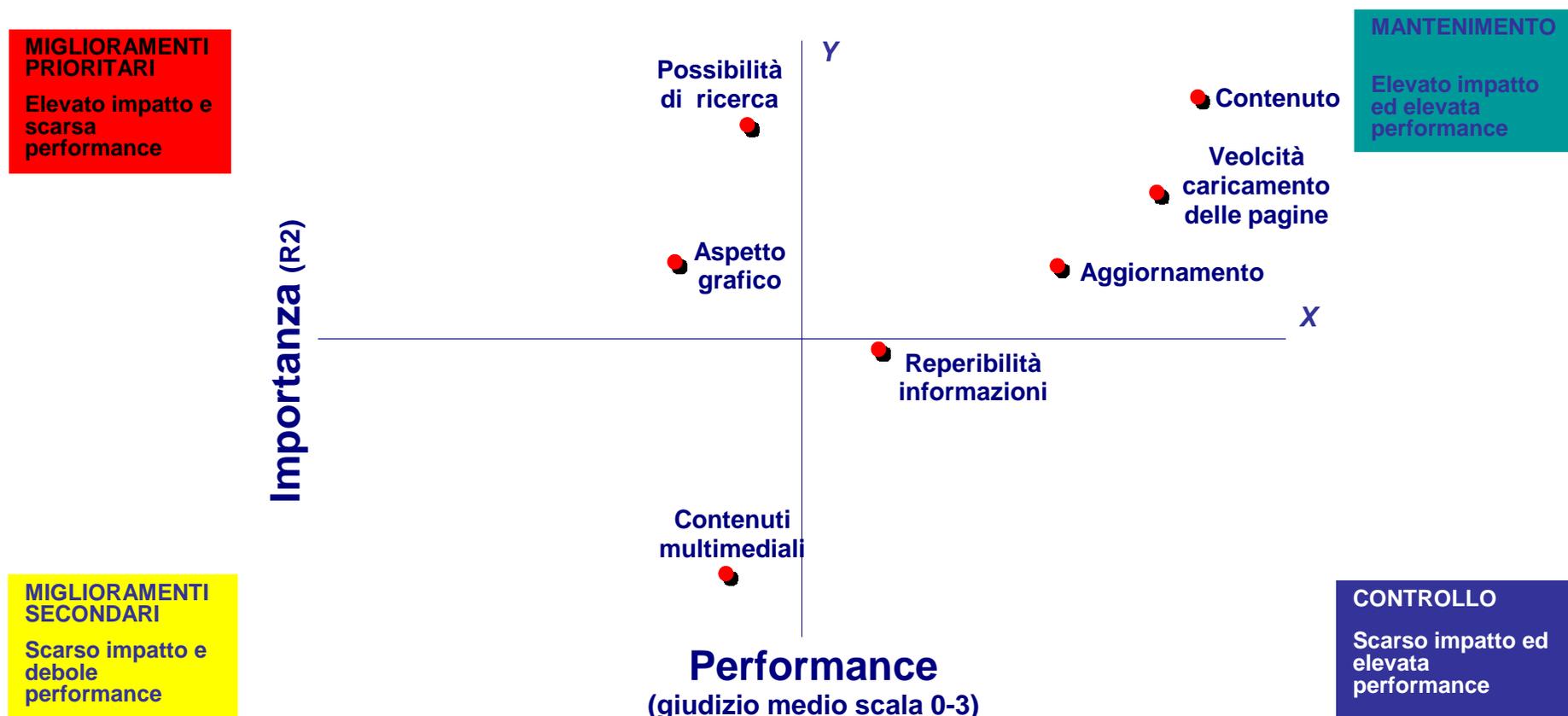
Per il *Portale dei Musei in Comune* la **possibilità di ricerca**, il **contenuto** e la **velocità di caricamento delle pagine** sono gli aspetti più correlati al giudizio generale.

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

<b>Coefficiente di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale Portale Musei in Comune - 2015</b>	
Possibilità di ricerca	0,669
Contenuto	0,643
Velocità caricamento pagine	0,632
Aspetto grafico	0,596
Aggiornamento	0,568
Reperibilità informazioni	0,541
Contenuti multimediali	0,431

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il contenuto, la velocità di caricamento delle pagine e l'aggiornamento sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti (quadrante in alto a destra). Invece la possibilità di ricerca e l'aspetto grafico emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra). Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sul giudizio generale, 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

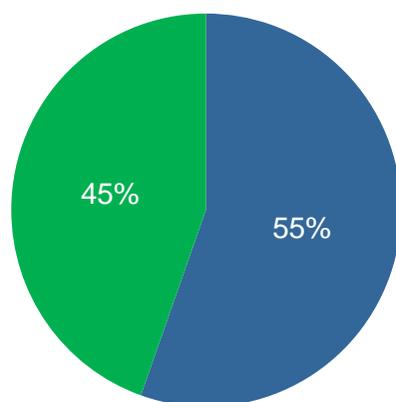
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (56 individui per il Cluster 1 e 41 per il Cluster 2).

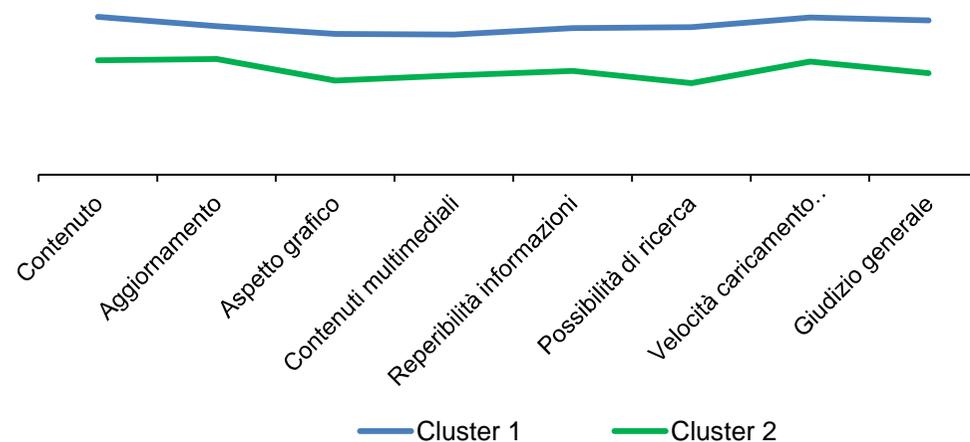
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati, mentre la 2° tipologia dei **Soddisfatti** sono a un livello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

**Cluster 1 – Deliziati:** donne, di età oltre i 55 anni, diplomate, pensionate, risiedono fuori Roma (soprattutto nelle province del Nord Italia), interessate ad informazioni storico-artistiche, alcune visitano il portale per la prima volta.

**Cluster 2 – Soddisfatti:** uomini, di età 19-39 anni o 45-54 anni, occupati dipendenti o liberi professionisti, in prevalenza romani, interessati ad informazioni pratiche e alle attività, hanno già visitato il portale, ma raramente.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Iscritti alla newsletter Musei in Comune e [info@museiincomuneroma.it](mailto:info@museiincomuneroma.it)

Ben il 64% degli intervistati dichiara di essere iscritto alla newsletter dei *Musei in Comune* e viene rilasciato un giudizio medio al di sopra dello standard minimo di 2,20 sia sulla frequenza di invio della newsletter (2,38), che sui contenuti di essa (2,37).

Da evidenziare che il 56% del campione intervistato afferma di avere partecipato ad attività segnalate dalla newsletter.

Invece il 25% sul campione totale dichiara di avere richiesto informazioni all'account dedicato al portale "[info@museiincomuneroma.it](mailto:info@museiincomuneroma.it)". La media relativa ai tempi di risposta è buona poiché raggiunge un valore medio pari a 2,52, così come la qualità relativa alle risposte ricevute, che invece raggiunge una media di 2,56.

La percentuale dei "molto/abbastanza soddisfatti" è elevata per tutte le variabili oggetto d'indagine e ciò attesta come sia minima la percentuale degli "insoddisfatti", ovvero di chi si ritiene "poco" o "per niente soddisfatto".

Newsletter MIC e <a href="mailto:info@museiincomuneroma.it">info@museiincomuneroma.it</a>	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Molto + Abbastanza soddisfatti
Frequenza invio newsletter	2,38	2,00	65	36	0,630	92%
Contenuti newsletter	2,37	2,00	65	36	0,601	94%
Tempi di risposta	2,52	3,00	25	76	0,823	98%
Qualità risposta	2,56	3,00	25	76	0,712	98%

**ELOGI** complimenti per il vostro lavoro! Bellissimo sito, perfetto, continuate così. **Totale 3**

---

### **SUGGERIMENTI**

**ASPETTO GRAFICO** potrebbe essere più avvincente, grafica un po' superata, migliorabile. **Totale 7**

**IMMAGINI E VIDEO** galleria fotografica più ricca, aumentare la quantità di opere e video, mappe e percorsi interattivi per fasce d'età e possibilità di creare un proprio percorso. **Totale 7**

**CONTENUTO** informazioni più dettagliate e migliorare la traduzione in lingua. **Totale 6**

**ALTRO.** **Totale 5**

**Totale 25 Suggerimenti**  
**Portale Musei in Comune 2015**

## Allegato 1 - Cartolina digitale



## Allegato 2: Questionario Portale Musei in Comune

Gentile utente,  
Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a migliorare il sito.  
A tale scopo vorremmo sapere quanto si ritiene soddisfatto seguendo la scala da "molto" a "per niente" soddisfatto.  
\* I campi contrassegnati da asterisco sono obbligatori

	<i>Non So</i>	<b>Molto Soddisfatto</b>	<b>Abbastanza Soddisfatto</b>	<b>Poco Soddisfatto</b>	<b>Per niente Soddisfatto</b>
1. Contenuto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Aggiornamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Aspetto grafico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Contenuti multimediali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Reperibilità delle informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Possibilità di ricerca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Velocità caricamento delle pagine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Valutazione generale del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Suggerimenti per migliorare gli aspetti di cui non sei soddisfatto: _____					
Se è iscritto alla Newsletter:					
	<i>Non So</i>	<b>Molto Soddisfatto</b>	<b>Abbastanza Soddisfatto</b>	<b>Poco Soddisfatto</b>	<b>Per niente Soddisfatto</b>
10. Frequenza di invio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Contenuto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se ha richiesto informazione a info@museiincomuneroma.it:					
	<i>Non So</i>	<b>Molto Soddisfatto</b>	<b>Abbastanza Soddisfatto</b>	<b>Poco Soddisfatto</b>	<b>Per niente Soddisfatto</b>
12. Tempi di risposta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Qualità della risposta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Come è venuto a conoscenza del sito?					
<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)		<input type="checkbox"/> Punto Informativo Turistico – P.I.T.		<input type="checkbox"/> newsletter	
<input type="checkbox"/> amici/parenti (passaparola)		<input type="checkbox"/> scuola/università		<input type="checkbox"/> social network (facebook/twitter)	
<input type="checkbox"/> motori di ricerca		<input type="checkbox"/> depliant/locandina		<input type="checkbox"/> altro:.....	
<input type="checkbox"/> altri siti internet		<input type="checkbox"/> televisione/radio			
15. Motivo della visita al sito					
<input type="checkbox"/> Informazioni storico artistiche <input type="checkbox"/> Informazioni pratiche <input type="checkbox"/> Informazioni sulle attività <input type="checkbox"/> Iscrizione alla newsletter					
16. Utilizzo delle informazioni <input type="checkbox"/> Lavoro <input type="checkbox"/> Studio <input type="checkbox"/> Ricerca <input type="checkbox"/> Curiosità					
17. Ha partecipato ad attività segnalate dalla newsletter? <input type="checkbox"/> Sì, spesso <input type="checkbox"/> Sì, raramente <input type="checkbox"/> No					
18. Frequenza di utilizzo del sito <input type="checkbox"/> Spesso <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/> È la prima volta					
19. Intende tornare a visitare il sito? <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Non so					
20. Lo consiglierebbe ad un amico? <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Non so					
Età: <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					
Genere: <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F Titolo di studio: <input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo (fino alle medie) <input type="checkbox"/> studi superiori <input type="checkbox"/> laurea <input type="checkbox"/> post laurea					
Professione _____					
Città: _____ Nazione _____ e-mail: _____					