



---

Indagini di Customer Satisfaction

**Contact Center 060608**

14 – 20 Maggio 2018

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 11/06/2018*

**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 2017-2018
- Come è venuto a conoscenza del *Contact Center 060608*
- Tipologia di informazione richiesta
- Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo servizio ad un amico
- Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma
- Analisi socio-demografica
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

Il presente documento illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 414 questionari somministrati a campione attraverso interviste telefoniche rivolte agli utenti che hanno usufruito del *Contact Center 060608* dal 14 al 20 maggio 2018 (gli intervistati rappresentano il 6% delle chiamate totali nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Per effettuare l'indagine è stato scelto tale periodo in concomitanza dell'evento "*Notte dei Musei*" di sabato 19 maggio.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,31\%$ .

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 2018, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale degli utenti intervistati è ottimo, con una media di **2,86** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la cortesia (2,97) e competenza degli operatori (2,91), il servizio vendita di biglietti (2,87) e i tempi di attesa (2,86).

Tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20. Il servizio vendita biglietti, la competenza dell'operatore, la capacità di *problem solving* e la completezza delle informazioni ricevute sono gli elementi ritenuti più importanti e soddisfacenti nella mappa delle priorità, ma anche quelli più correlati al giudizio generale (cfr. pp. 17-19). Tra i suggerimenti prevalgono le indicazioni rilasciate dagli utenti sulle informazioni, che dovrebbero essere più complete ed approfondite, soprattutto sulla "Notte dei Musei" (45 suggerimenti) e consigliano di prolungare gli orari di apertura del servizio (43 suggerimenti).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito in prevalenza da cittadini romani (78%), occupati dipendenti (40%) e pensionati (21%), in possesso di un titolo di laurea o post laurea (53%), soprattutto appartenenti alle fasce di età adulta tra i 45 e 74 anni (complessivamente raggiungono il 60% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui i visitatori vengono a conoscenza del *Contact Center 060608* prevalgono "altri siti web" (42%) e lo 060606 (14%), mentre il 16% non sa/non ricorda. Risulta significativo che sono venuti a sapere di tale servizio attraverso internet principalmente i turisti italiani, nuovi fruitori, privi di aspettative, che non hanno effettuato visite culturali a Roma nell'ultimo anno e in generale sono abbastanza soddisfatti del servizio. Invece coloro che rispondono "non so/non ricordo" oppure lo conoscono tramite lo 060606 sono soprattutto romani, che hanno già usufruito di tale servizio, con un giudizio superiore o uguale alle aspettative, nell'ultimo anno hanno visitato musei/monumenti/siti archeologici della città e sono molto soddisfatti dell'esperienza complessiva.

## Tabella riassuntiva

Contact Center 060608	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	% Molto+ Abbastanza soddisfatti
Orario di apertura	2,74	3,00	413	1	0,455	0%	75%	0%	99%
Tempi di attesa	2,86	3,00	412	2	0,364	0%	87%	0%	99%
Operatore - Cortesia	2,97	3,00	413	1	0,168	0%	97%	0%	100%
Operatore - Competenza	2,91	3,00	412	2	0,301	0%	91%	0%	100%
Capacità problem solving	2,85	3,00	295	119	0,372	29%	86%	0%	99%
Completezza informazioni ricevute	2,84	3,00	411	3	0,383	1%	85%	0%	99%
Servizio vendita biglietti	2,87	3,00	60	354	0,430	86%	90%	0%	97%
www.060608.it	2,43	3,00	67	347	0,743	84%	58%	0%	85%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,86</b>	<b>3,00</b>	<b>414</b>	<b>0</b>	<b>0,342</b>	<b>0%</b>	<b>86%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

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

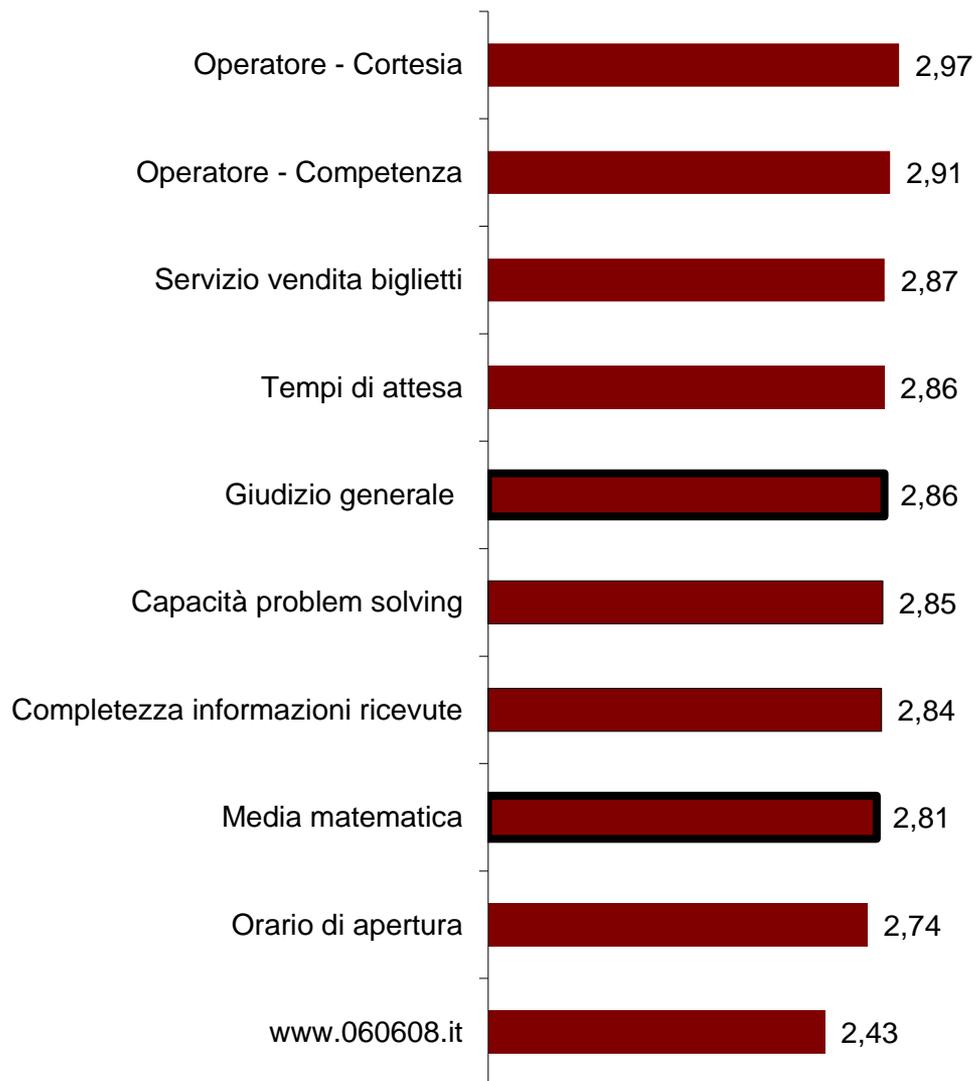
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,81).

## 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 oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi sono quelli riguardanti gli operatori (**cortesia** e **competenza**), ma anche il **servizio vendita dei biglietti** e i **tempi di attesa**.

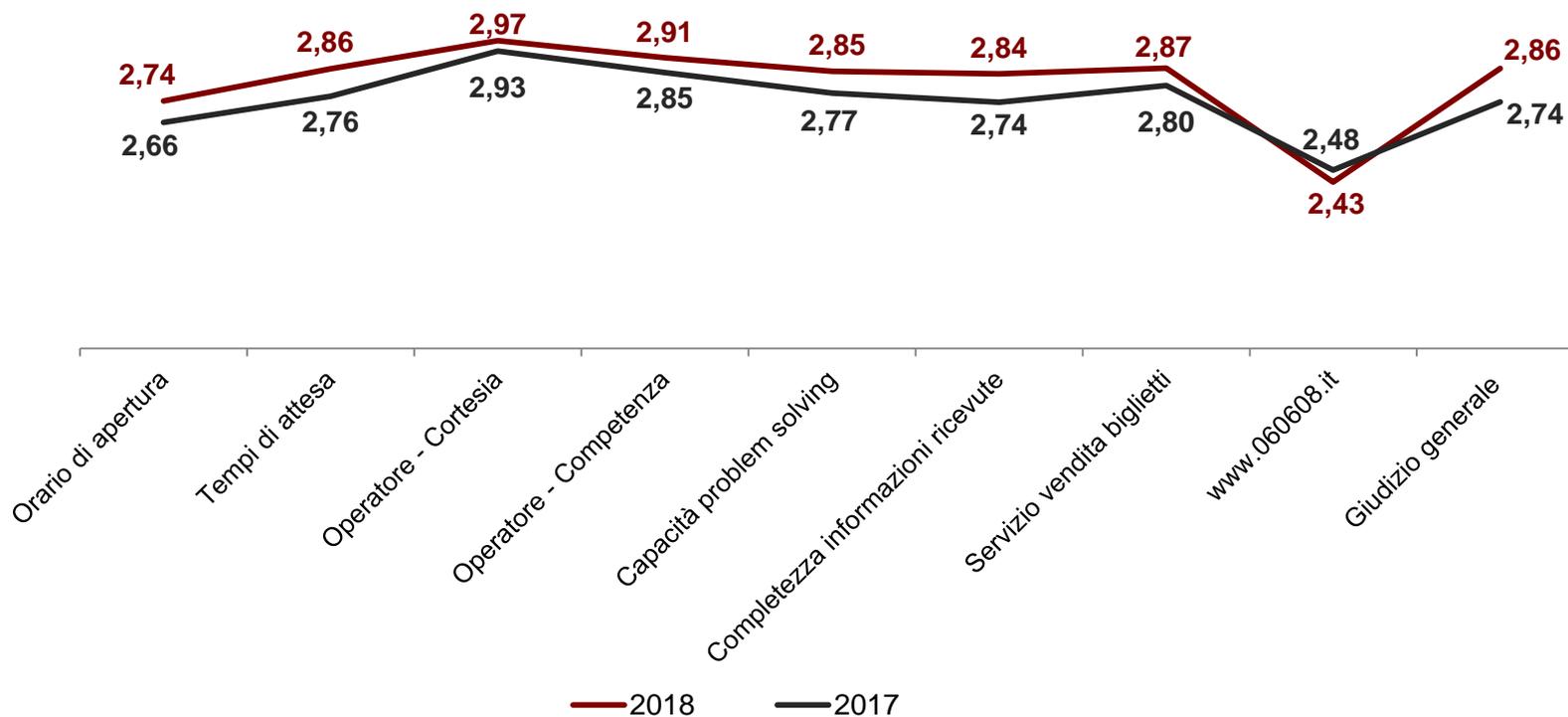
Da evidenziare che solo il 14% degli utenti intervistati ha utilizzato il servizio di vendita biglietti, mentre il sito [www.060608.it](http://www.060608.it) è stato usato dal 16% sul campione totale.



## Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto lineare e costante, ma si registra un aumento generale del livello medio di soddisfazione.

In particolare si evidenzia un incremento significativo sui tempi di attesa, sulla completezza delle informazioni ricevute e sul giudizio generale, mentre diminuisce leggermente la media del sito internet [www.060608.it](http://www.060608.it), restando ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.

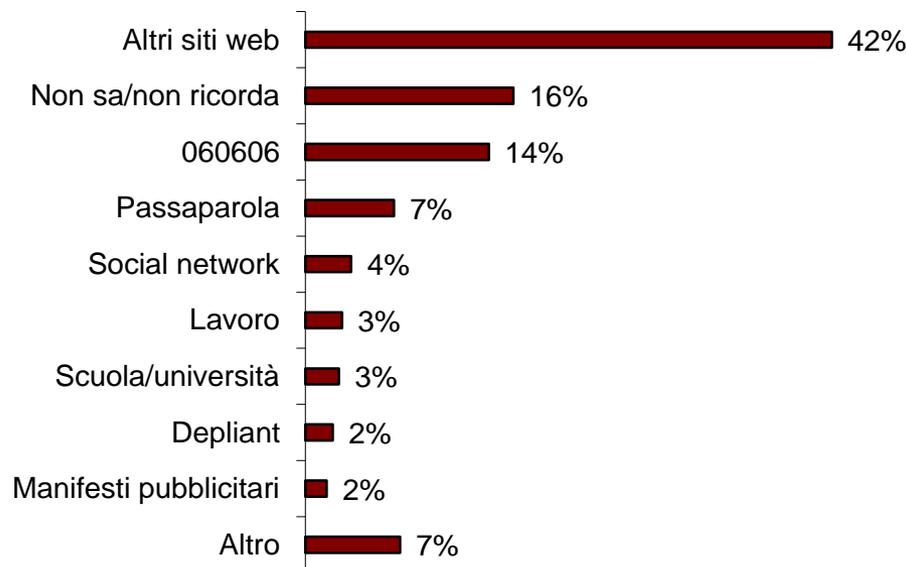


## Come è venuto a conoscenza del *Contact Center 060608*

Il 42% degli intervistati dichiara di essere venuto a conoscenza del *Contact Center 060608* attraverso “altri siti web” (45% nel 2017), il 14% tramite lo “060606” (erano il 15% nella precedente indagine) e il 7% col “passaparola” (confermando il dato dell’anno scorso).

Rispetto alla precedente indagine diminuisce la percentuale di chi “non sa/non ricorda”, poiché sono fruitori abituali del servizio da diversi anni (passano da 22% a 16%).

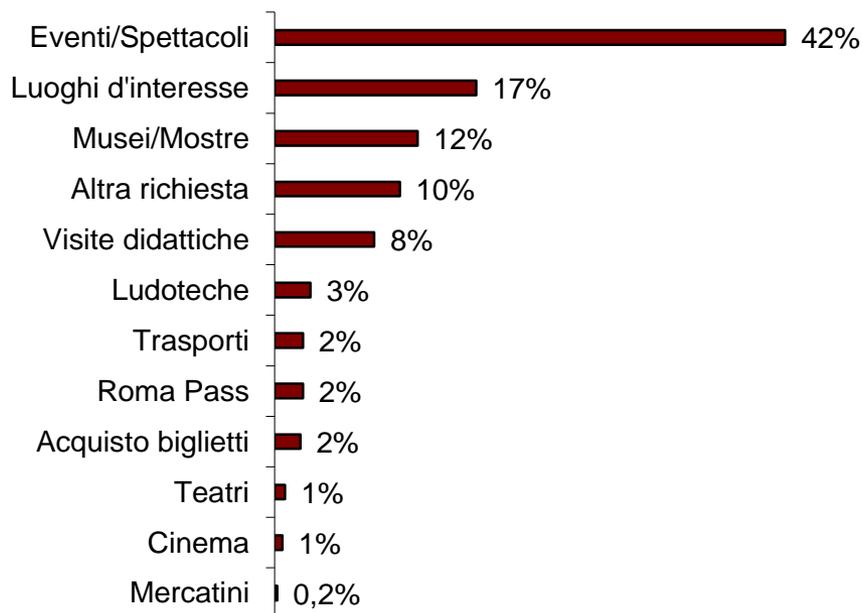
Risulta significativo che sono venuti a sapere di tale servizio attraverso internet principalmente i turisti italiani, nuovi fruitori, privi di aspettative, che non hanno effettuato visite culturali a Roma nell’ultimo anno e in generale sono abbastanza soddisfatti del servizio. Invece coloro che rispondono “non so/non ricordo” oppure lo conoscono tramite lo 060606 sono soprattutto romani, che hanno già usufruito di tale servizio, con un giudizio superiore o uguale alle aspettative, nell’ultimo anno hanno visitato musei/monumenti/siti archeologici della città e sono molto soddisfatti dell’esperienza complessiva.



## Tipologia di informazione richiesta

Analizzando la tipologia di informazione richiesta, come si evidenzia dal grafico sottostante, prevalgono le categorie “Eventi/Spettacoli” (42%, di cui oltre la metà si riferisce alla “Notte dei Musei” del 19 maggio; nel 2017 la percentuale era pari a 44%) e “Luoghi di interesse” (17%; in netto calo dal 33% dell’indagine precedente). Inoltre si registra un incremento delle richieste relative ai “Musei/Mostre”, che passano da 3% a 12%, mentre la percentuale dei “Trasporti” passa da 7% a 2%.

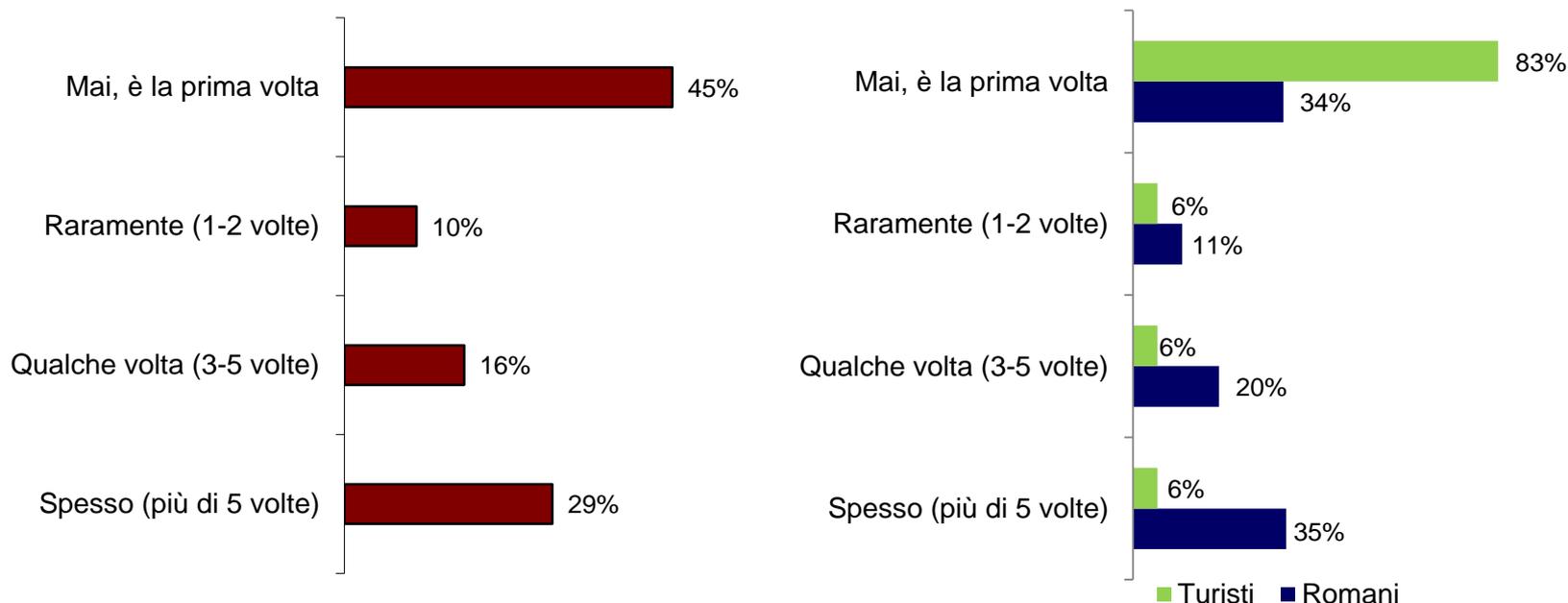
È rilevante che ad essere maggiormente interessati agli eventi/spettacoli siano in prevalenza le donne, residenti a Roma, di età 26-54 anni, che hanno già usufruito del servizio, di cui si ritengono abbastanza soddisfatte e hanno visitato vari musei/monumenti della città. Invece a richiedere informazioni sui luoghi d’interesse sono principalmente gli uomini, turisti, di età adulta oltre i 55 anni, nuovi fruitori, in generale molto soddisfatti e nell’ultimo anno non hanno effettuato alcuna visita culturale a Roma.



## Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio

Il 55% degli intervistati dichiara di avere già utilizzato il servizio nell'ultimo anno (il 29% "Spesso - più di cinque volte", il 16% "Qualche volta - da tre a cinque volte" e il 10% "Raramente - da una a due volte"), mentre il 45% ne usufruisce per la prima volta.

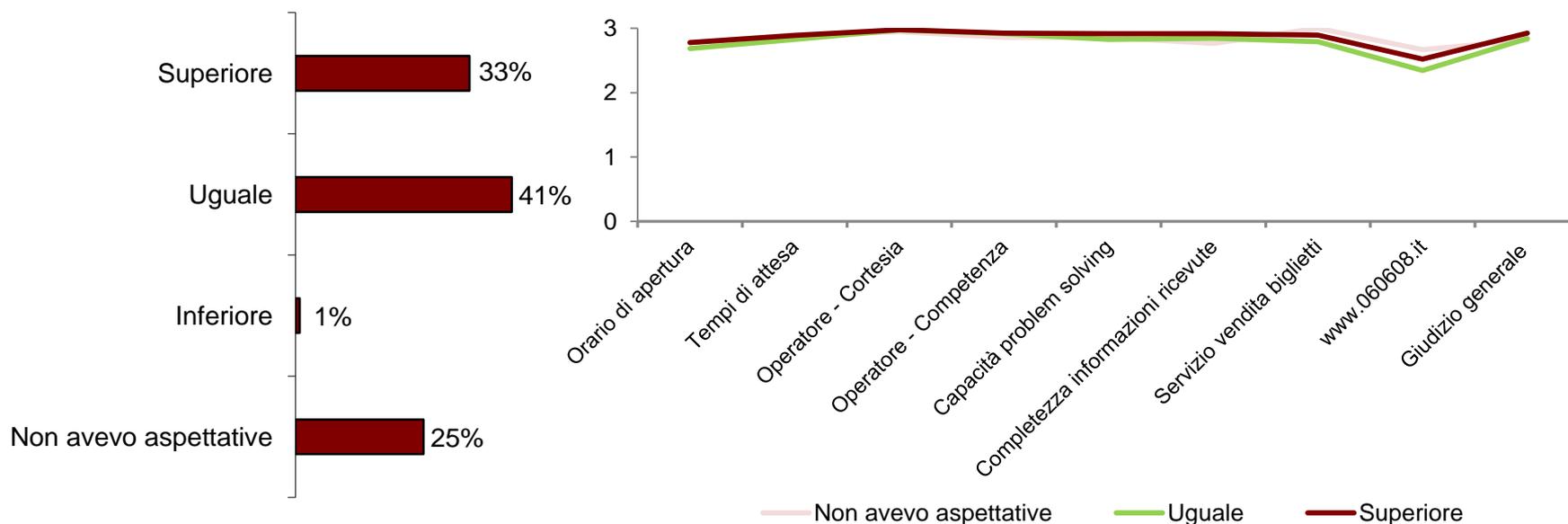
Risulta significativo che ad avere già utilizzato il servizio siano soprattutto gli utenti romani (cfr. grafico sottostante a destra), in prevalenza donne, di età adulta oltre i 45 anni, con un giudizio superiore o uguale alle aspettative, che hanno visitato oltre tre musei/monumenti della città nell'ultimo anno. Invece i nuovi fruitori sono prevalentemente turisti, uomini, di età giovane tra i 26 e 44 anni, privi di attese a priori, che non hanno effettuato visite culturali a Roma nell'ultimo anno.



## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 25% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della fruizione del servizio. Il 41% di coloro che invece rispondono affermativamente a tale domanda dichiara di avere un giudizio uguale alle proprie attese, mentre per il 33% è superiore e solo per l'1% è inferiore. Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle proprie attese o ad esserne privi siano in particolare i turisti, nuovi fruitori, che non hanno effettuato visite culturali nella città nell'ultimo anno e nel complesso sono molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle aspettative soprattutto per i romani, fruitori abituali del servizio, che hanno visitato musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno e sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza generale.

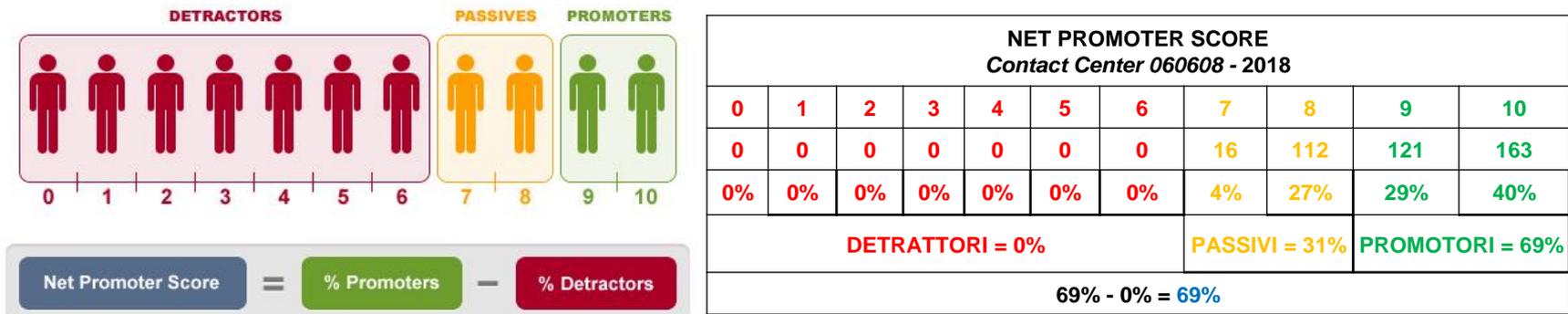
Chi ha un giudizio superiore alle attese è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione del servizio di vendita biglietti e del sito internet [www.060608.it](http://www.060608.it), apprezzati maggiormente da chi non ha aspettative a priori (cfr. grafico sottostante a destra).



## Consiglierebbe questo servizio 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 questo servizio ad un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottiene che la differenza tra la percentuale dei **promotori** (cioè di coloro che si ritengono soddisfatti/molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10) e i **detrattori** (utenti insoddisfatti con valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del *Contact Center 060608*.

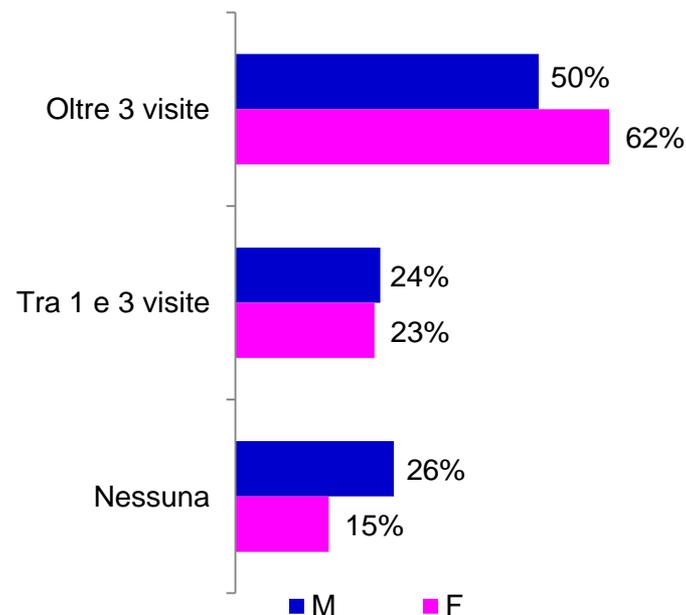
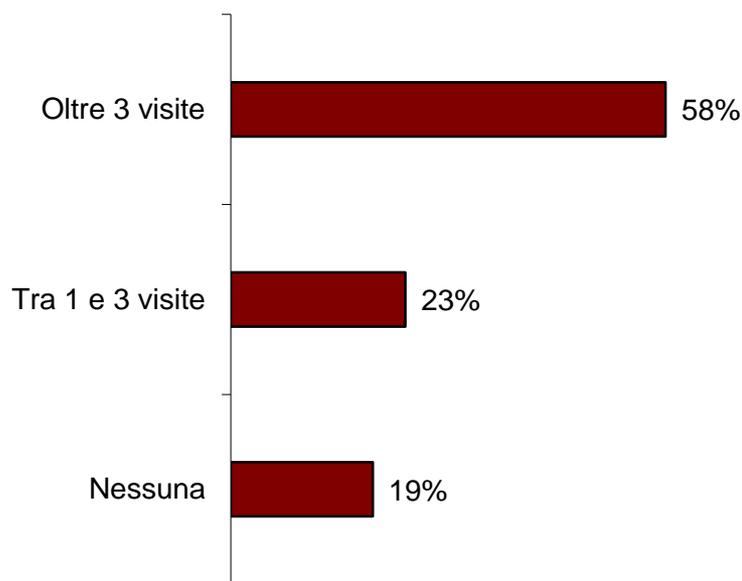
In questo caso la percentuale di utenti che consiglierà tale servizio è pari al **69%**; il 31% degli intervistati ha una posizione neutrale (rilascia valori 7 e 8), mentre nessuno degli intervistati ha rilasciato una valutazione corrispondente ai "detrattori"(valori da 0 a 6).



## Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma

L'81% degli intervistati dichiara di avere visitato musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno (58% "oltre tre visite" e 23% "da una a tre visite"), mentre il 19% non vi si è recato.

È significativo che ad avere effettuato visite a Roma nell'ultimo anno siano soprattutto le donne (*cf.* grafico sottostante a destra), residenti a Roma, con un giudizio uguale alle attese e hanno utilizzato spesso il *Contact Center 060608* nell'ultimo anno. Invece sono in prevalenza gli uomini a non avere visitato musei/monumenti a Roma, che giungono da fuori Roma, nuovi fruitori e non hanno aspettative a priori.



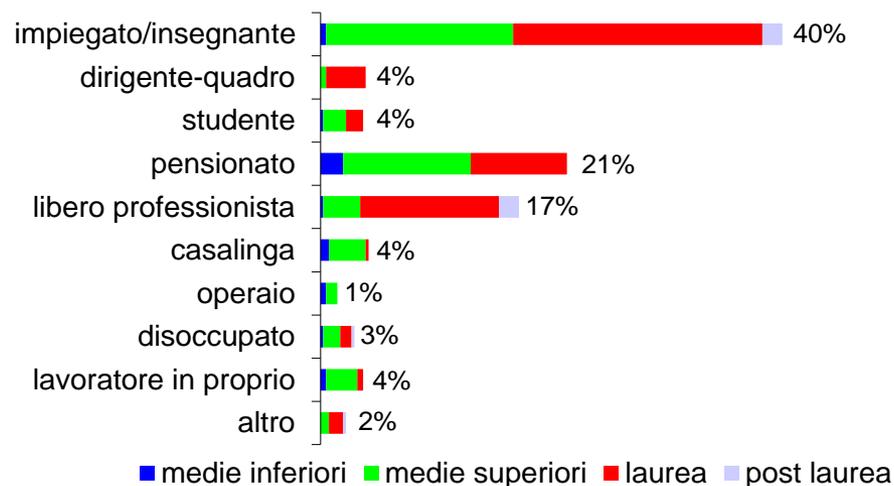
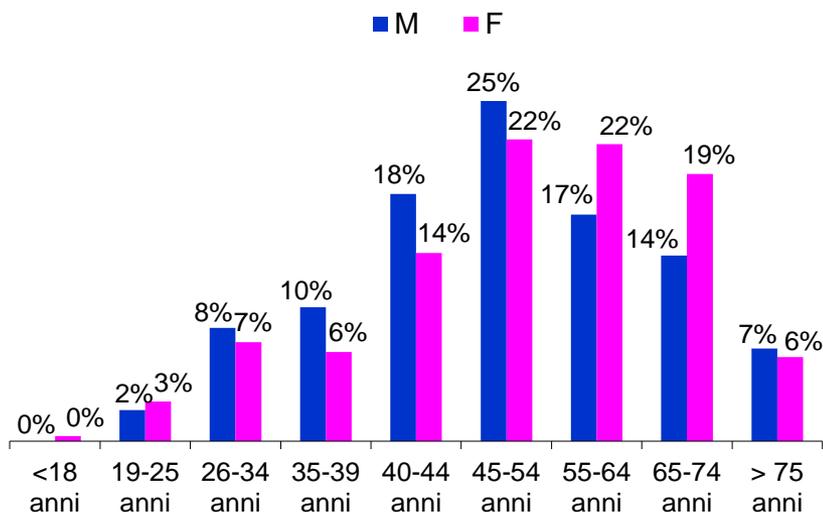
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale nettamente il genere femminile col 68% sul totale degli intervistati (71% nel 2017), soprattutto nelle fasce di età 55-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 60% degli intervistati (59% nell'indagine precedente).

Il 53% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (stessa percentuale dell'anno scorso).

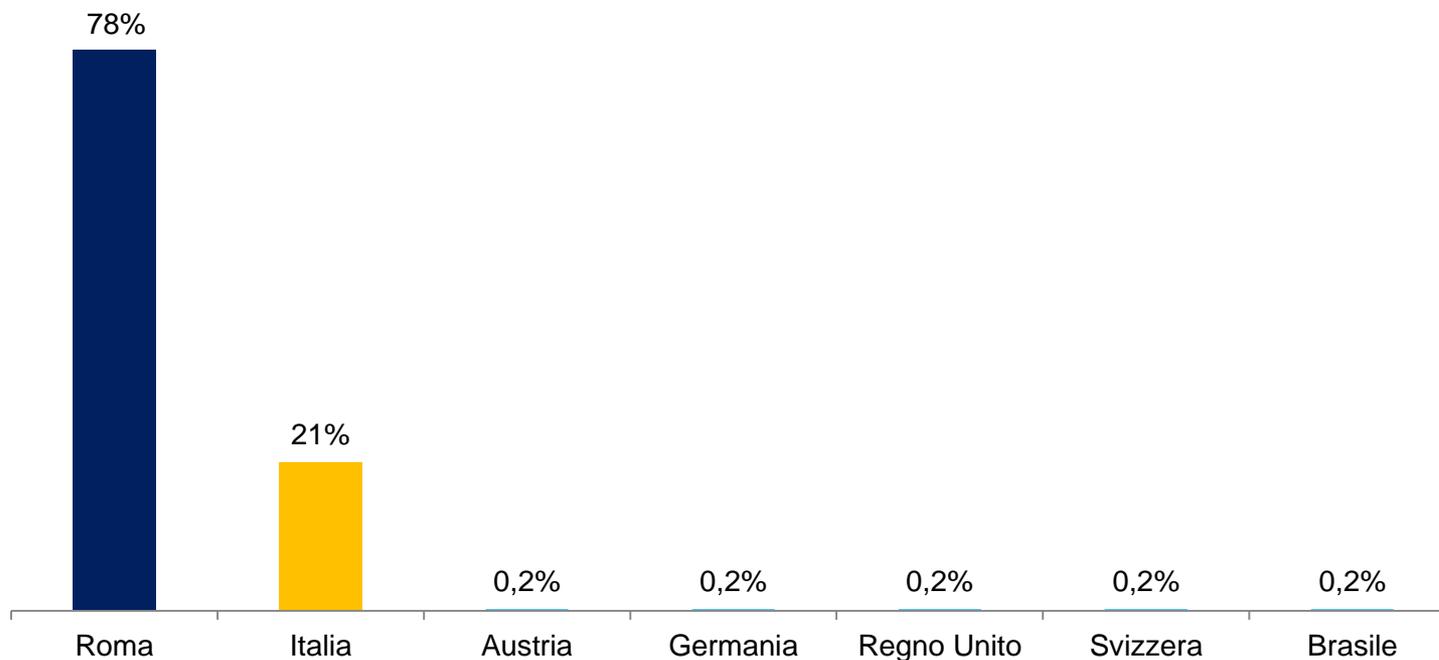
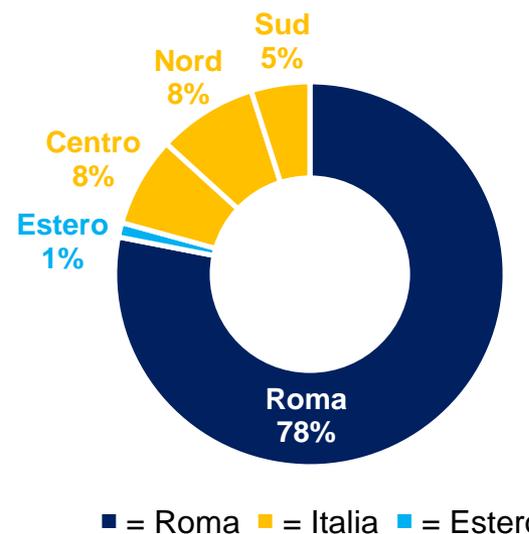
Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, rispetto all'indagine precedente diminuiscono leggermente gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti, che passano da 42% a 40%. In calo i pensionati (21%; erano il 25% nel 2017), mentre aumentano i liberi professionisti, da 13% a 17%.



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 78% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (86% nel 2017), il 21% giunge da altre province italiane (in aumento dal 13% emerso lo scorso anno) e il restante 1% dall'estero (tale percentuale è invariata rispetto all'indagine precedente).

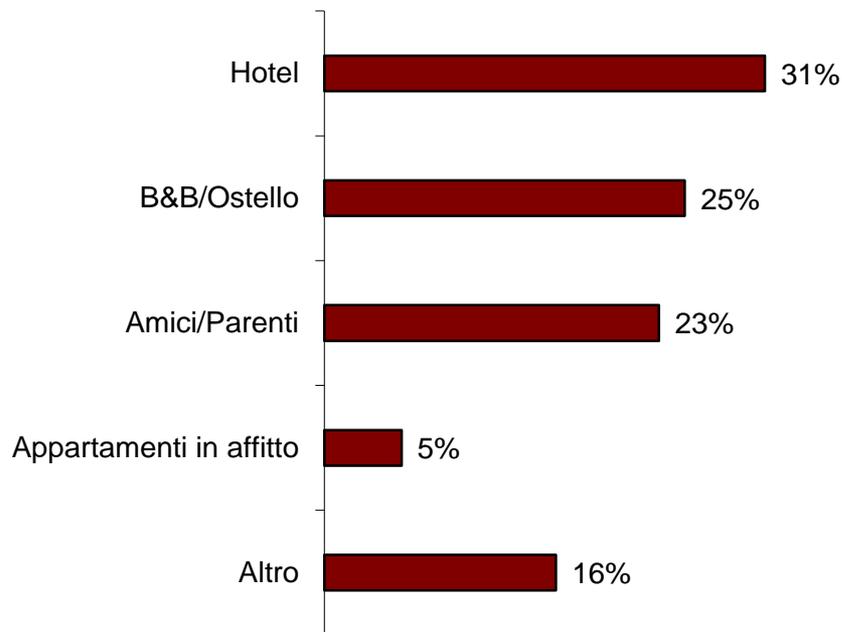
Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



## Struttura ricettiva e permanenza media

Il 31% dei turisti intervistati dichiara di avere scelto strutture alberghiere per pernottare a Roma (nel 2017 la percentuale era 35%), mentre il 69% afferma di preferire strutture extra-alberghiere. Quest'anno emerge nettamente la percentuale di coloro che alloggeranno presso amici/parenti col 23% sul totale (nel 2017 erano il 7%), invece la voce "appartamenti in affitto" scende notevolmente da 23% a 5%.

Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a poco meno di 3 notti (2,71 notti), mentre nel 2017 era leggermente superiore (3,13 notti).



## Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Orario di apertura	Tempi di attesa	Operatore - Cortesia	Operatore - Competenza	Capacità problem solving	Completezza informazioni ricevute	Servizio di vendita biglietti	www.060608.it	Giudizio generale
Orario di apertura	1,000	,093	,130 **	,122 *	,032	,040	,190	,298 *	,296 **
Tempi di attesa	,093	1,000	,020	,009	,046	,005	,161	,289 *	,167 **
Operatore - Cortesia	,130 **	,020	1,000	,397 **	,193 **	,129 **	,376 **	,104	,353 **
Operatore - Competenza	,122 *	,009	,397 **	1,000	,703 **	,554 **	,341 **	-,043	,486 **
Capacità problem solving	,032	,046	,193 **	,703 **	1,000	,765 **	,297	,201	,469 **
Completezza informazioni ricevute	,040	,005	,129 **	,554 **	,765 **	1,000	,213	,189	,414 **
Servizio vendita biglietti	,190	,161	,376 **	,341 **	,297	,213	1,000	,710 **	,623 **
www.060608.it	,298 *	,289 *	,104	-,043	,201	,189	,710 **	1,000	,330 **
Giudizio generale	,296 **	,167 **	,353 **	,486 **	,469 **	,414 **	,623 **	,330 **	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 più correlati alla soddisfazione generale del servizio (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio complessivo sul servizio.

Per il *Contact Center 060608* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi al **servizio vendita biglietti**, alla **competenza dell'operatore** e alla **capacità di *problem solving***.

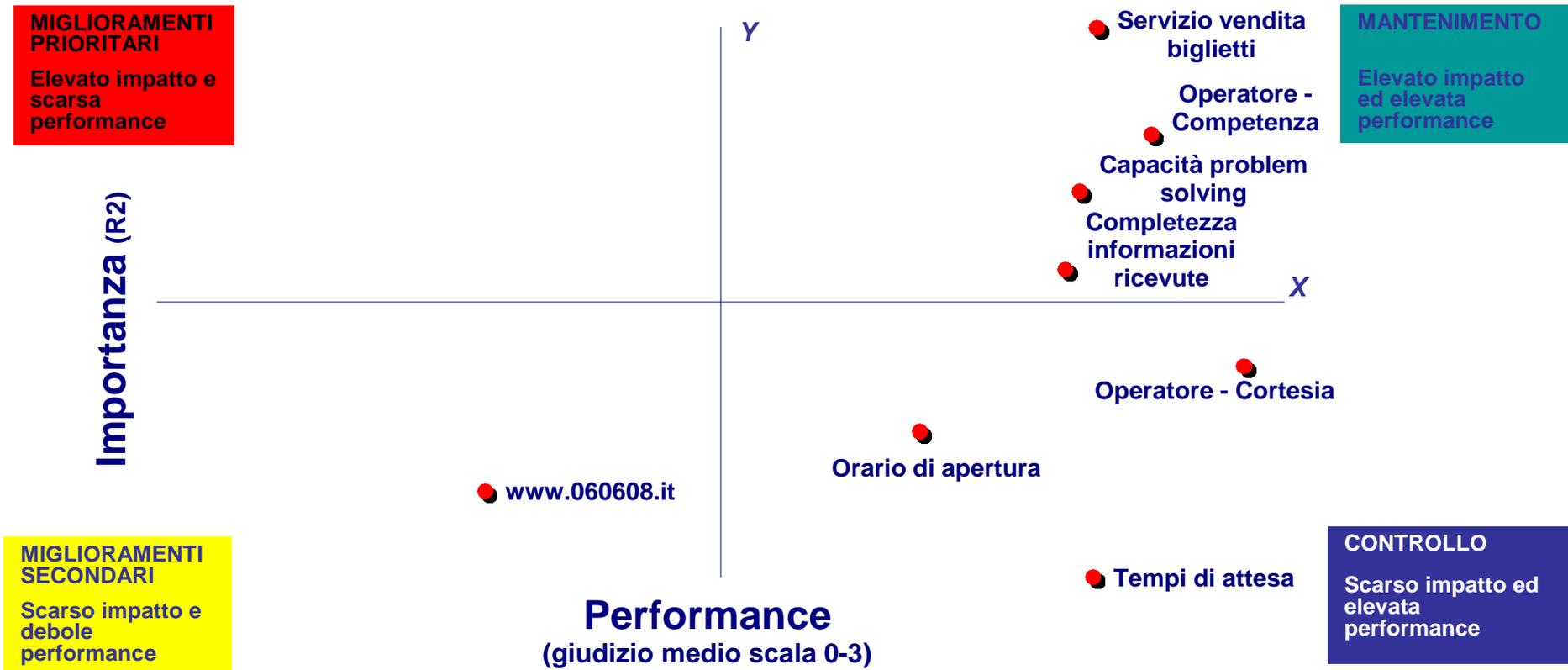
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Servizio vendita biglietti	0,623
Operatore - Competenza	0,486
Capacità problem solving	0,469
Completezza informazioni ricevute	0,414
Operatore - Cortesia	0,353
www.060608.it	0,330
Orario di apertura	0,296
Tempi di attesa	0,167

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il servizio vendita biglietti, la competenza dell'operatore, la capacità di *problem solving* e la completezza delle informazioni ricevute sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti (quadrante in alto a destra). Invece nessuna delle variabili oggetto d'indagine risulta tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano gli aspetti del servizio che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

## Cluster Analysis

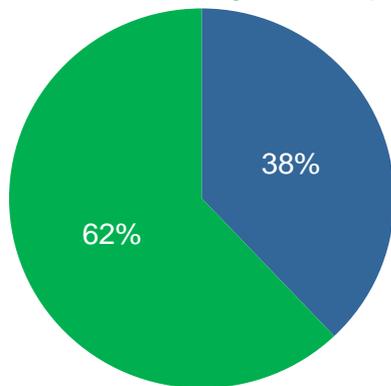
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine (il servizio vendita biglietti e il sito www.060608.it sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (157 individui nel Cluster 1 e 257 nel Cluster 2).

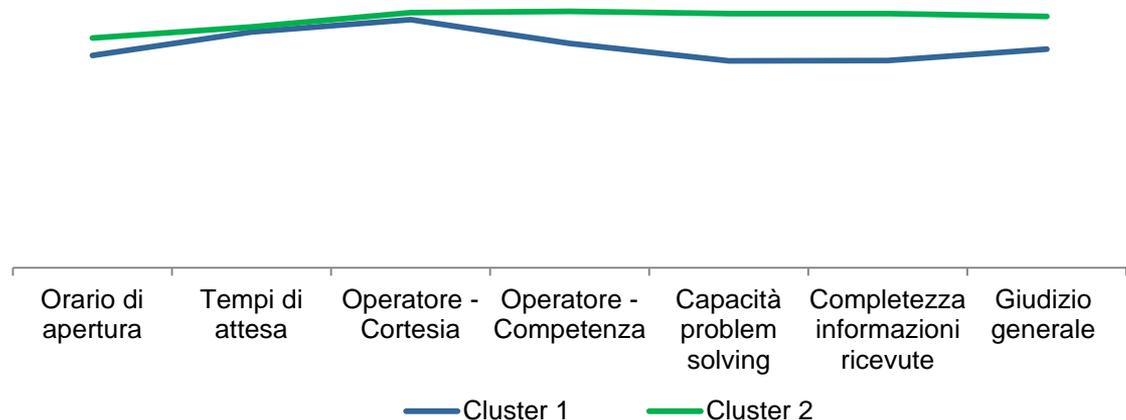
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Soddisfatti** sono ad un livello più basso di soddisfazione, mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono sui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

**Cluster 1** **Soddisfatti**: in prevalenza romani, di età giovane al sotto dei 34 anni e adulta 45-64 anni, diplomati, impiegati, chiedono informazioni su eventi/spettacoli, sono venuti a conoscenza del servizio attraverso internet, nell'ultimo anno lo hanno utilizzato oltre tre volte, hanno visitato vari musei, in generale abbastanza soddisfatti, giudizio uguale alle aspettative.

**Cluster 2** **Deliziati**: in prevalenza residenti fuori Roma, di età 40-44 anni e oltre i 65 anni, laureati o con una specializzazione post laurea, liberi professionisti e pensionati, chiedono informazioni su luoghi di interesse, didattica e Roma Pass, sono venuti a conoscenza del servizio tramite lo 060606, nuovi fruitori, non hanno visitato musei nell'ultimo anno, in generale molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



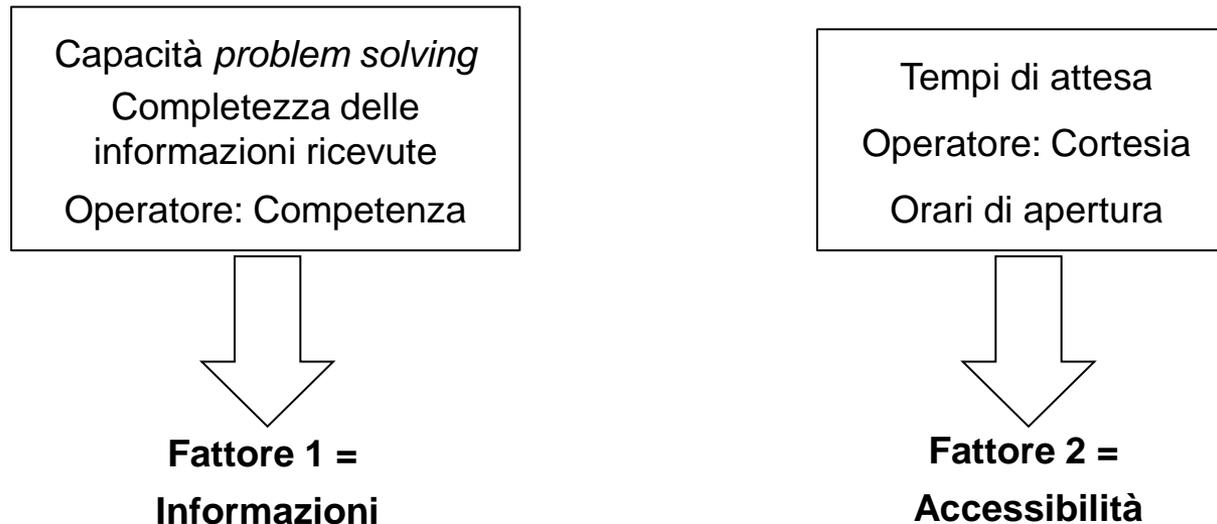
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Analisi Fattoriale

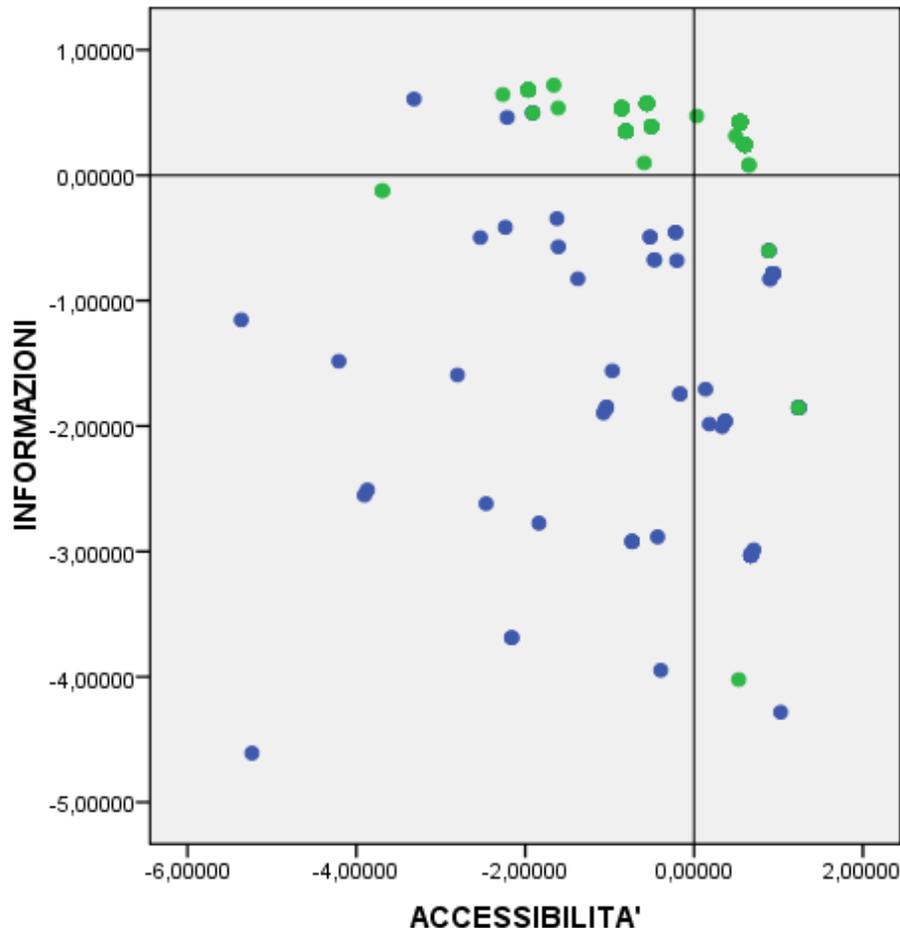
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il servizio vendita biglietti e il sito [www.060608.it](http://www.060608.it) sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

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



## 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, ma in particolare sul Fattore 1 (“*Informazioni*”), mentre il Cluster 1 è tendenzialmente meno soddisfatto ed evidenzia una maggiore dispersività.



**Cluster 1**  
**Soddisfatti:** in prevalenza romani, di età giovane al sotto dei 34 anni e adulta 45-64 anni, diplomati, impiegati, chiedono informazioni su eventi/spettacoli, sono venuti a conoscenza del servizio attraverso internet, nell'ultimo anno lo hanno utilizzato oltre tre volte, hanno visitato vari musei, in generale abbastanza soddisfatti, giudizio uguale alle aspettative.

**Cluster 2**  
**Deliziati:** in prevalenza residenti fuori Roma, di età 40-44 anni e oltre i 65 anni, laureati o con una specializzazione post laurea, liberi professionisti e pensionati, chiedono informazioni su luoghi di interesse, didattica e Roma Pass, sono venuti a conoscenza del servizio tramite lo 060606, nuovi fruitori, non hanno visitato musei nell'ultimo anno, in generale molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.

## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 233**

**ELOGI** servizio ottimo, utile, continuate così (57); operatori cortesi, risolutivi, disponibili, preparati (15); altro (2). **Totale 74**

---

**INFORMAZIONI** più complete e approfondite, più esaustive rispetto a quelle che si trovano online (20); maggiori dettagli sui vari eventi, disponibili anticipo soprattutto per le iniziative di maggiore richiamo, ad es. "Notte dei Musei" (13); mancano informazioni sulla *MiC Card* (6); altro (6). **Totale 45**

**ORARIO** da prolungare (35); anticipare l'apertura (8). **Totale 43**

**PUBBLICITÀ** promuovere di più il servizio (15); altro (3). **Totale 18**

**SITO WEB** un po' dispersivo, poco chiaro, di non facile consultazione (5); obsoleto, poco interattivo (5); altro (7). **Totale 17**

**PERSONALE** operatori poco preparati e sicuri nel fornire informazioni (11); altro (3). **Totale 14**

**TEMPI DI ATTESA** talvolta un po' lunghi. **Totale 5**

**ALTRO**. **Totale 9**

**TOTALE 151 SUGGERIMENTI**  
**Contact Center 060608**

## Allegato 1 - Questionario

### 1. Servizio richiesto

Hotel/B&B/Ostelli o  Trasporti  Acquisto biglietti  Luoghi di interesse  Eventi/Spettacoli  Altra richiesta.....

### 2. La prima volta che ha utilizzato il **Contact Center 060608**, come è venuto a conoscenza del servizio?

non sa/non ricorda  P.I.T.  per caso  
 stampa  hotel/ T.O.  060606  
 www.060608.it  scuola/università  altro.....  
 altri siti internet  amici/parenti

### 3. Nell'ultimo anno ha giù utilizzato questo servizio?

Prima volta  Raramente (1-2 volte)  Qualche volta (3-5 volte)  Spesso (oltre 5 volte)

**Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione secondo la seguente scala (da *Molto* a *Per niente soddisfatto*) :**

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
4. Orario di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Tempi di attesa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Operatore – Cortesia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Operatore – Competenza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Capacità di problem solving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Completezza delle informazioni ricevute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Servizio di vendita biglietti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Sito www.06068.it	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Giudizio generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. **Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è:**  Superiore  Uguale  Inferiore  Non avevo aspettative

14. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo servizio ad un amico?**

MIN  0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10 MAX

15. **Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma?**  Nessuna  Tra 1 e 3 visite  Oltre 3 visite

16. **Suggerimenti per migliorare il servizio** \_\_\_\_\_

**DATI PERSONALI :** **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:**  impiegato/insegnante  dirigente-quadro  studente  pensionato  libero professionista/ imprenditore  casalinga

operaio  disoccupato/in cerca di prima occupazione  lavoratore in proprio  altro.....

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

**Permanenza a Roma – Numero pernottamenti:**.....

**Tipo di alloggio scelto:**  Hotel  B&B/Camping  Amici/Parenti  Appartamenti in affitto  Altro.....