



---

Indagini di Customer Satisfaction

**Contact Center 060608**

13 – 19 Maggio 2019

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 04/06/2019*

**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 2018-2019
- 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
- Conoscenza siti web turistici di Roma
- 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 439 questionari somministrati a campione attraverso interviste telefoniche rivolte agli utenti che hanno usufruito del *Contact Center 060608* dal 13 al 19 maggio 2019 (gli intervistati rappresentano l'8% 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 18 maggio.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di  $\pm 0,89\%$ .

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 2019, 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 **2,93** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il servizio di vendita biglietti (2,97; il 15% degli intervistati ha risposto su tale variabile) e la cortesia dell'operatore (2,93).

Tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20. La capacità di *problem solving*, la completezza delle informazioni ricevute e la cortesia dell'operatore sono gli elementi ritenuti più importanti e soddisfacenti nella mappa delle priorità, ma anche quelli più correlati al giudizio generale (cfr. pp. 18-20). Tra i suggerimenti prevalgono le indicazioni rilasciate dagli utenti sulle informazioni, che dovrebbero essere più complete ed approfondite (55 suggerimenti) e consigliano di prolungare gli orari di apertura del servizio (35 suggerimenti).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito in prevalenza da cittadini romani (81%), occupati dipendenti (34%) e pensionati (26%), in possesso di un titolo di laurea o post laurea (61%), soprattutto appartenenti alle fasce di età adulta tra i 45 e 74 anni (complessivamente raggiungono il 62% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui i visitatori vengono a conoscenza del *Contact Center 060608* prevalgono "altri siti web" (40%), il 18% risponde "da sempre/non ricorda" e il 14% tramite lo "060606" (14%).

Risulta significativo che internet sia il canale principale per i turisti, uomini, di età giovane 19-39 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi fruitori, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, non hanno effettuato visite culturali a Roma nell'ultimo anno e in generale sono molto soddisfatti del servizio.

## Tabella riassuntiva

Contact Center 060608	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	% Molto+ Abbastanza soddisfatti
Orario di apertura	2,75	3,00	435	4	0,465	1%	76%	0%	99%
Tempi di attesa	2,82	3,00	438	1	0,421	0%	83%	0%	99%
Operatore - Cortesia	2,93	3,00	439	0	0,269	0%	93%	0%	100%
Capacità problem solving	2,82	3,00	309	130	0,431	30%	84%	0%	99%
Completezza informazioni ricevute	2,79	3,00	438	1	0,436	0%	80%	0%	99%
Servizio di vendita biglietti	2,97	3,00	67	372	0,171	85%	97%	0%	100%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,93</b>	<b>3,00</b>	<b>435</b>	<b>4</b>	<b>1,496</b>	<b>1%</b>	<b>87%</b>	<b>0%</b>	<b>99%</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 (2,85).

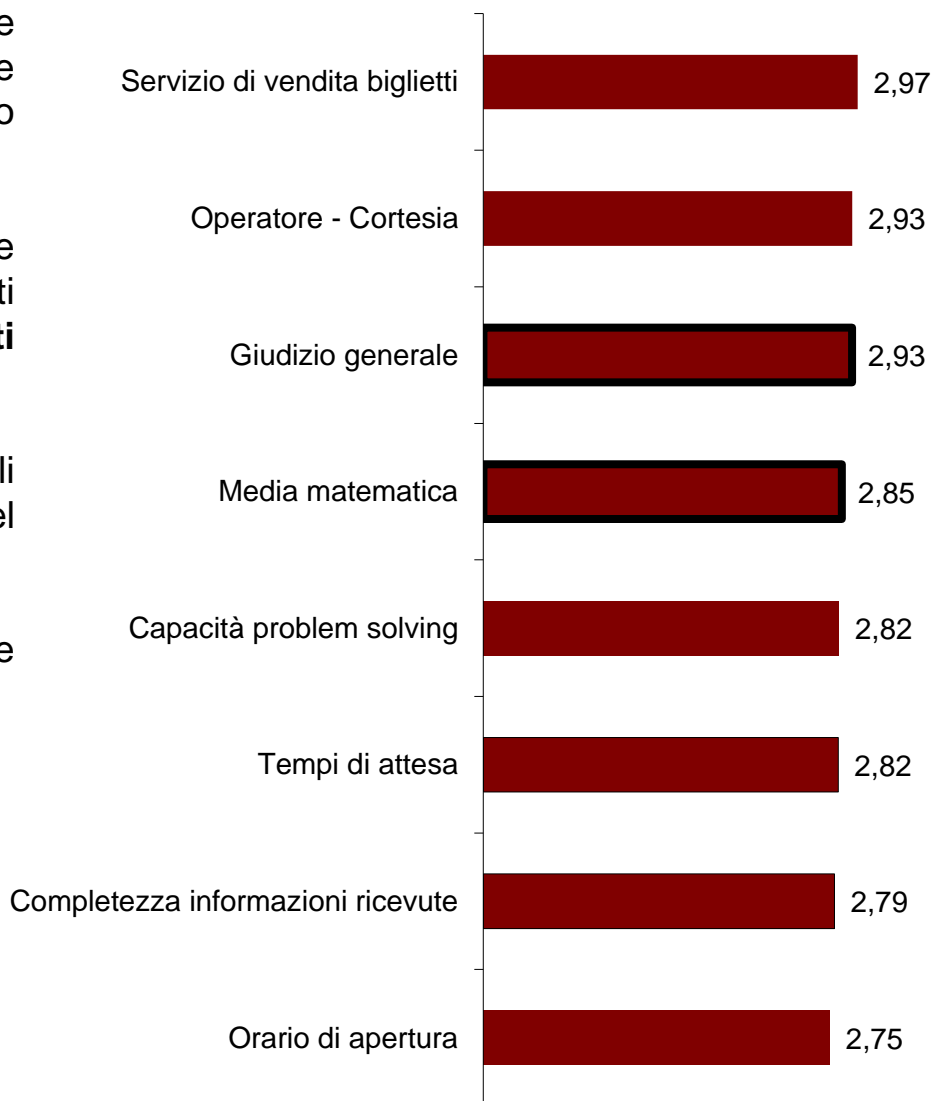
## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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 il **servizio di vendita biglietti** e la **cortesia dell'operatore**.

Da evidenziare che solo il 15% degli utenti intervistati ha usufruito del servizio di vendita biglietti.

Tutte le medie sono nettamente superiori allo standard di 2,20.

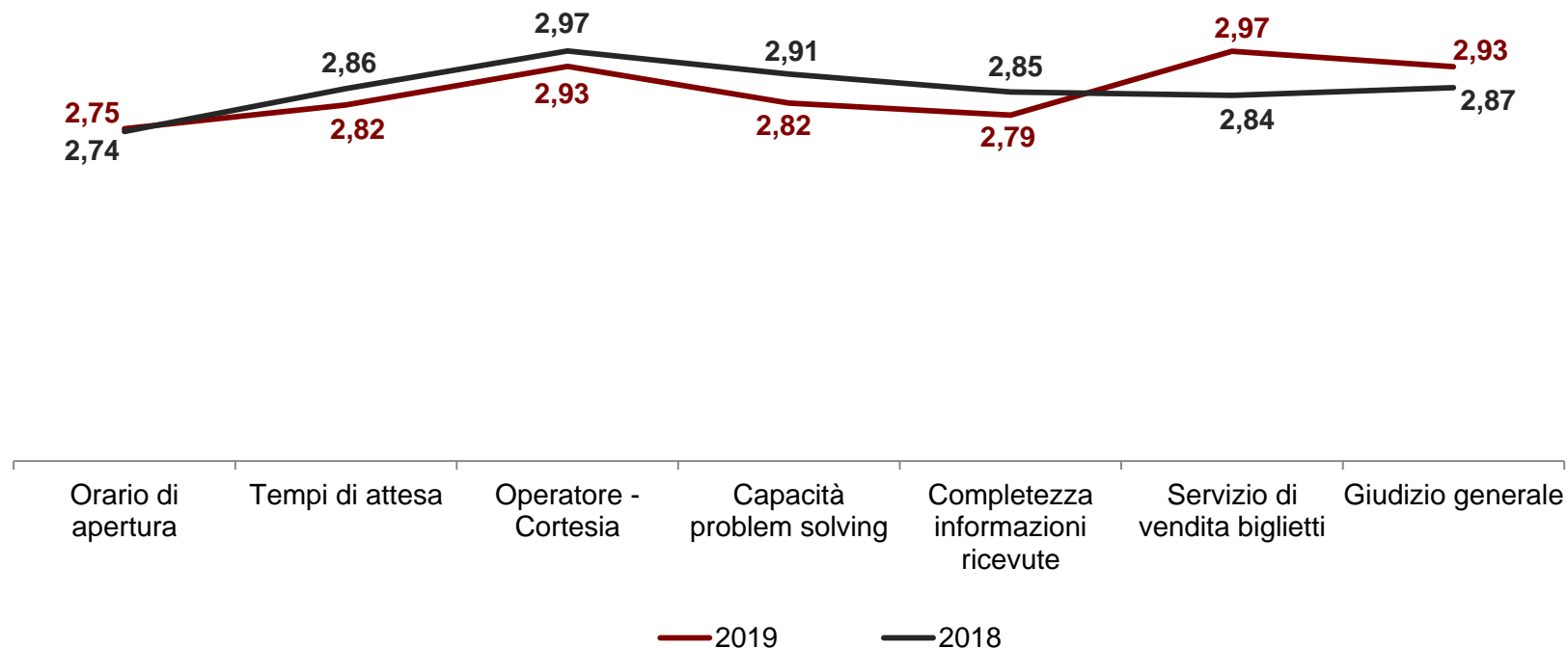


## Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto lineare e costante, seppure con qualche discrepanza.

In particolare si evidenzia un incremento significativo del livello medio di soddisfazione sul servizio di vendita biglietti e sul giudizio generale, mentre si registra una lieve discesa sulle altre variabili oggetto d'indagine, restando ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.

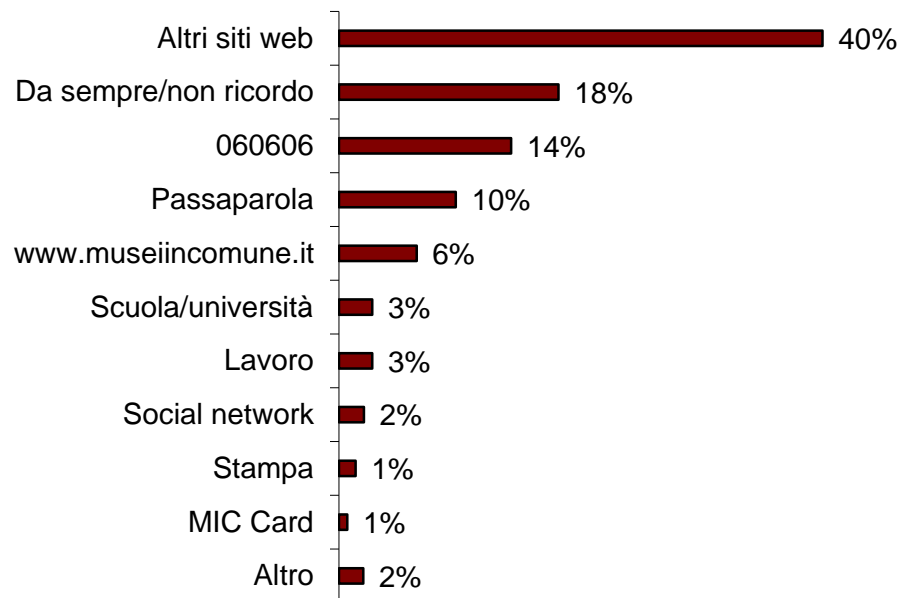
La media dell'orario di apertura resta pressoché invariata rispetto all'indagine precedente.



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

Il 40% degli intervistati dichiara di essere venuto a conoscenza del *Contact Center 060608* attraverso “altri siti web” (42% nel 2018), il 18% risponde “da sempre/non ricordo” (nell’indagine precedente era 16%), mentre il 14% tramite lo “060606” (stesso dato emerso l’anno scorso).

Risulta significativo che internet sia il canale principale per i turisti, uomini, di età giovane 19-39 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi fruitori, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, non hanno effettuato visite culturali a Roma nell’ultimo anno e in generale sono molto soddisfatti del servizio. Invece ad avere risposto “da sempre/non ricordo” oppure tramite lo “060606” sono soprattutto i romani, in prevalenza donne, di età adulta oltre i 65 anni, con un titolo di diploma, che hanno già usufruito del servizio e nell’ultimo anno sono stati in vari musei/monumenti/siti archeologici della città. Ma mentre a conoscerlo da sempre sono gli utenti con un giudizio uguale alle aspettative che si ritengono molto soddisfatti, lo 060606 prevale per chi è privo di aspettative e nel complesso è abbastanza soddisfatto.

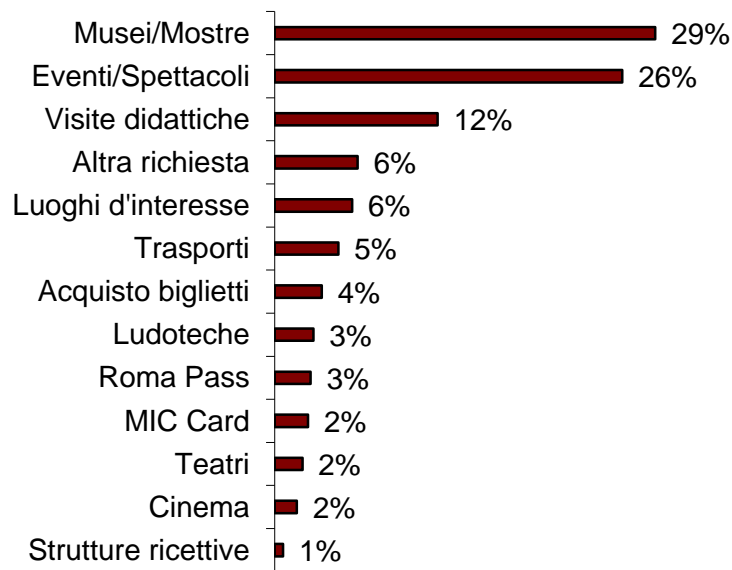




## Tipologia di informazione richiesta

Analizzando la tipologia di informazione richiesta, come si evidenzia dal grafico sottostante, prevalgono le categorie “Musei/Mostre” (29%; in netto aumento rispetto al 12% dell’indagine precedente) ed “Eventi/Spettacoli” (26%, di cui la metà si riferisce alla “*Notte dei Musei*” del 18 maggio; nel 2018 la percentuale era pari a 42%). Inoltre si registra un calo delle richieste relative ai “Luoghi d’interesse”, che passano da 17% a 6%, mentre la percentuale delle “Visite didattiche” sale da 8% a 12%.

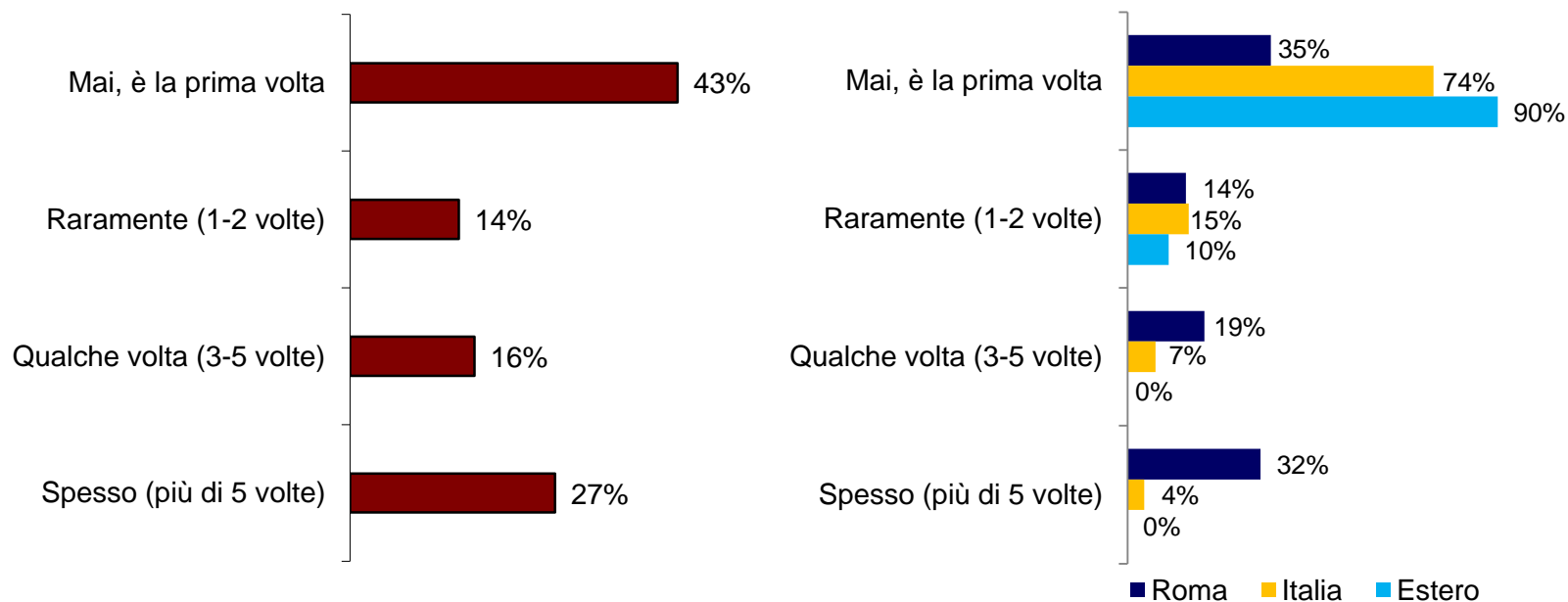
A richiedere informazioni su musei/mostre sono principalmente i turisti, di età adulta oltre i 55 anni, diplomati, nuovi fruitori, che non hanno effettuato visite culturali a Roma nell’ultimo anno, il cui giudizio è uguale alle attese e in generale sono abbastanza soddisfatti di questo servizio. Invece ad essere interessati agli eventi/spettacoli sono in particolare i residenti a Roma, di età 35-54 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, che hanno già usufruito del servizio, nell’ultimo anno sono stati in vari musei/monumenti della città, il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



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

Il 57% degli intervistati dichiara di avere già utilizzato il servizio nell'ultimo anno (il 27% "Spesso, più di cinque volte", il 16% "Qualche volta, da tre a cinque volte" e il 14% "Raramente, da una a due volte"), mentre il 43% ne usufruisce per la prima volta.

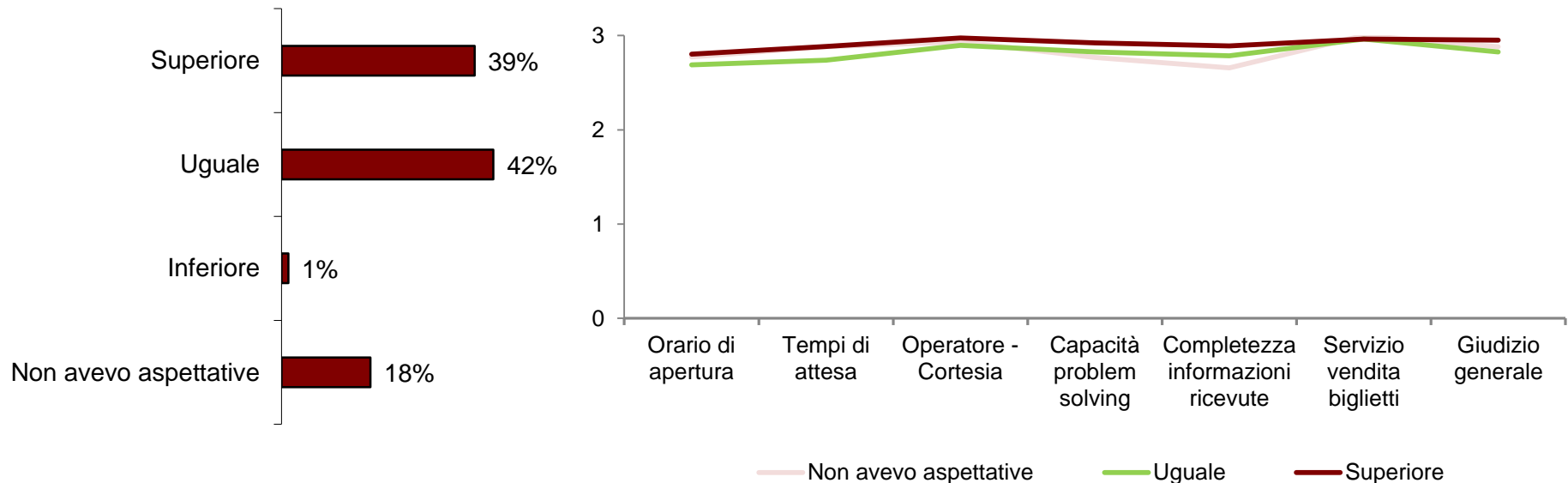
Risulta significativo che ad avere già utilizzato il servizio siano soprattutto gli utenti romani (*cf.* grafico sottostante a destra), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, giudizio uguale alle aspettative, hanno visitato oltre tre musei/monumenti della città nell'ultimo anno e si ritengono abbastanza soddisfatti del servizio. Invece i nuovi fruitori sono prevalentemente turisti (sia italiani che stranieri), diplomati, privi di attese a priori, che non hanno effettuato visite culturali a Roma nell'ultimo anno e il loro giudizio complessivo è molto soddisfacente.



## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 18% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della fruizione del servizio. Il 42% di coloro che invece rispondono affermativamente a tale domanda dichiara di avere un giudizio uguale alle proprie attese, mentre per il 39% 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 nell'ultimo anno non hanno effettuato visite culturali nella città e nel complesso si ritengono 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.

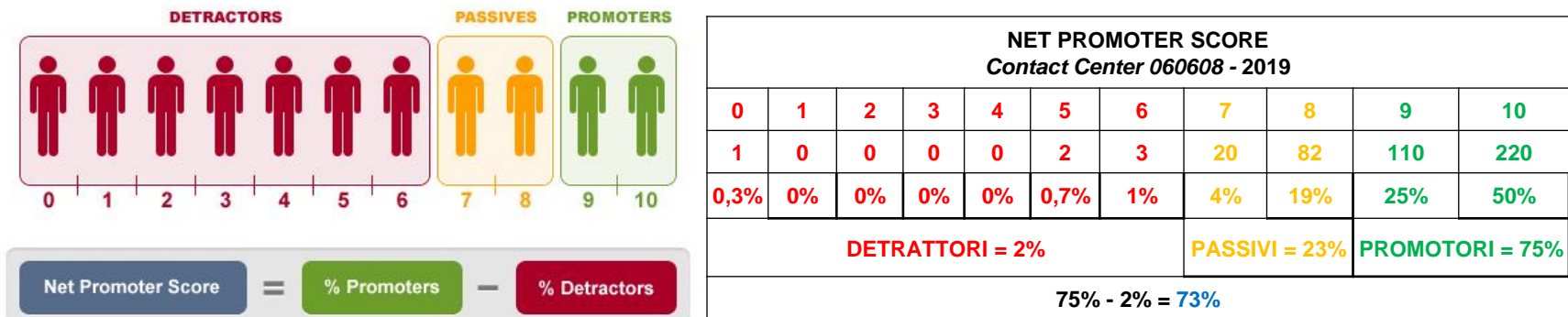
Chi ha un giudizio superiore alle attese è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).



## 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*.

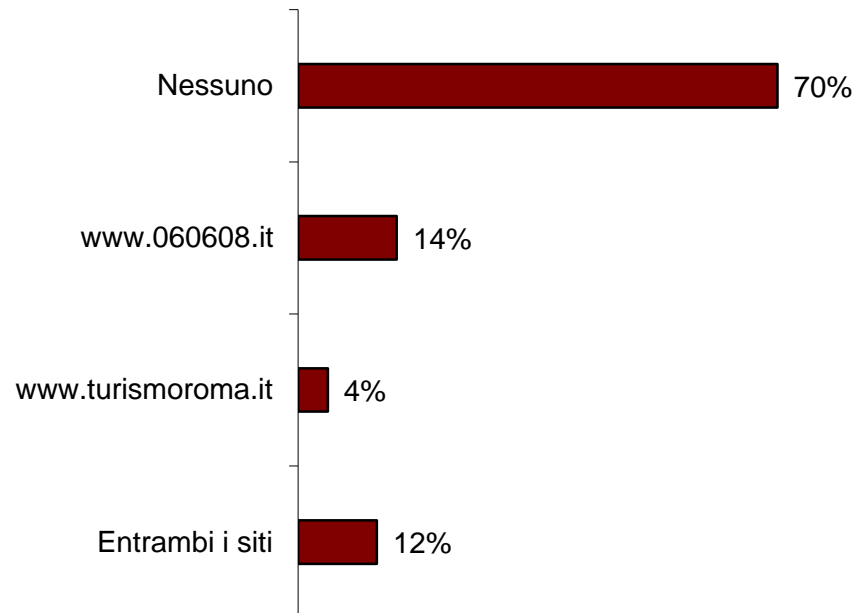
In questo caso la percentuale di utenti che consiglierà tale servizio è pari al **73%**; il 23% degli intervistati ha una posizione neutrale (rilascia valori 7 e 8), mentre solo il 2% degli intervistati ha rilasciato una valutazione corrispondente ai "detrattori"(valori da 0 a 6).



## Conosce i siti web turistici di Roma

Il 70% degli intervistati dichiara di non conoscere i siti web turistici di Roma Capitale, mentre il 30% afferma di conoscerli (nel dettaglio il 14% risponde di avere consultato il sito [www.060608.it](http://www.060608.it), il 4% conosce solo [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it) e il 12% li conosce entrambi) .

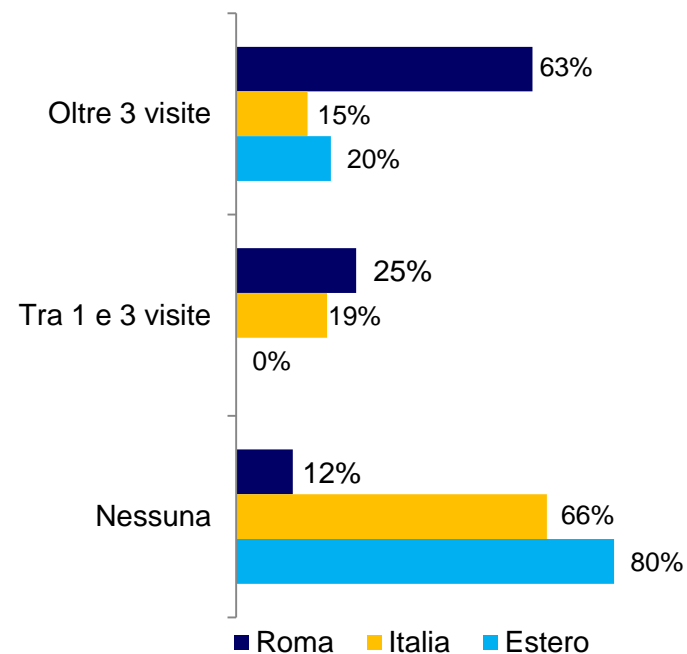
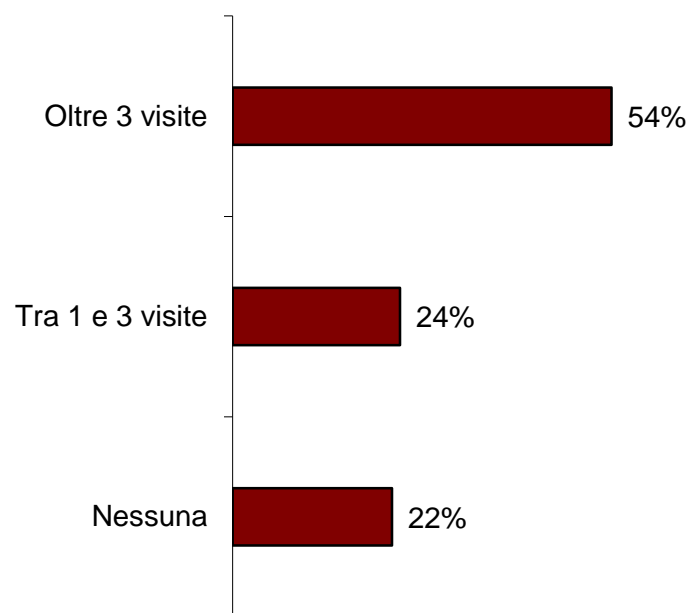
È significativo che a non conoscere i siti web turistici ufficiali siano soprattutto i nuovi fruitori, che dichiarano di non avere visitato musei nell'ultimo anno, privi di aspettative a priori e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece a conoscere tali siti internet sono in prevalenza coloro che hanno già usufruito del servizio di *Contact Center 060608*, sono stati in vari musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno, il loro giudizio è uguale alle attese e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.



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

Il 78% degli intervistati dichiara di avere visitato musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno (di cui il 54% "oltre tre visite" e il 24% "da una a tre visite"), mentre il 22% non vi si è recato.

È significativo che ad avere effettuato visite a Roma nell'ultimo anno siano soprattutto i residenti a Roma (*cf.* grafico sottostante a destra), laureati, con un giudizio superiore o uguale alle proprie attese, hanno già utilizzato il *Contact Center 060608* e si ritengono abbastanza soddisfatti del servizio. Invece sono in prevalenza i turisti (sia italiani che stranieri) a non avere visitato musei/monumenti/siti archeologici di Roma, diplomati, privi di aspettative, nuovi fruitori e in generale molto soddisfatti.



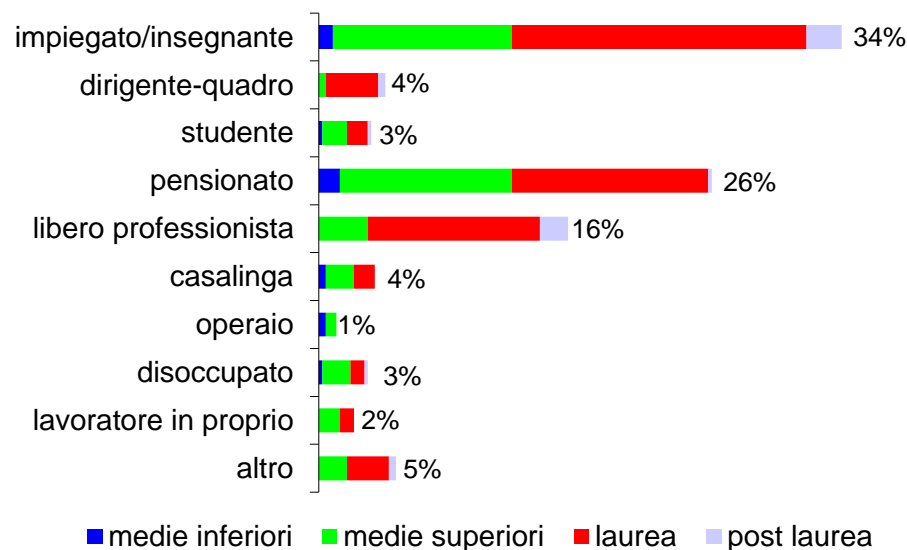
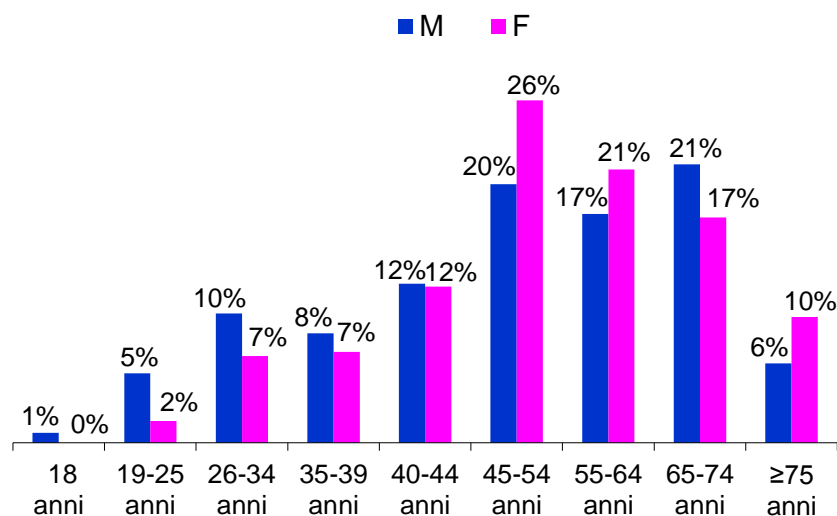
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale nettamente il genere femminile col 70% sul totale degli intervistati (68% nel 2018), 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 62% degli intervistati (60% nell'indagine precedente).

Il 61% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (53% nell'anno scorso).

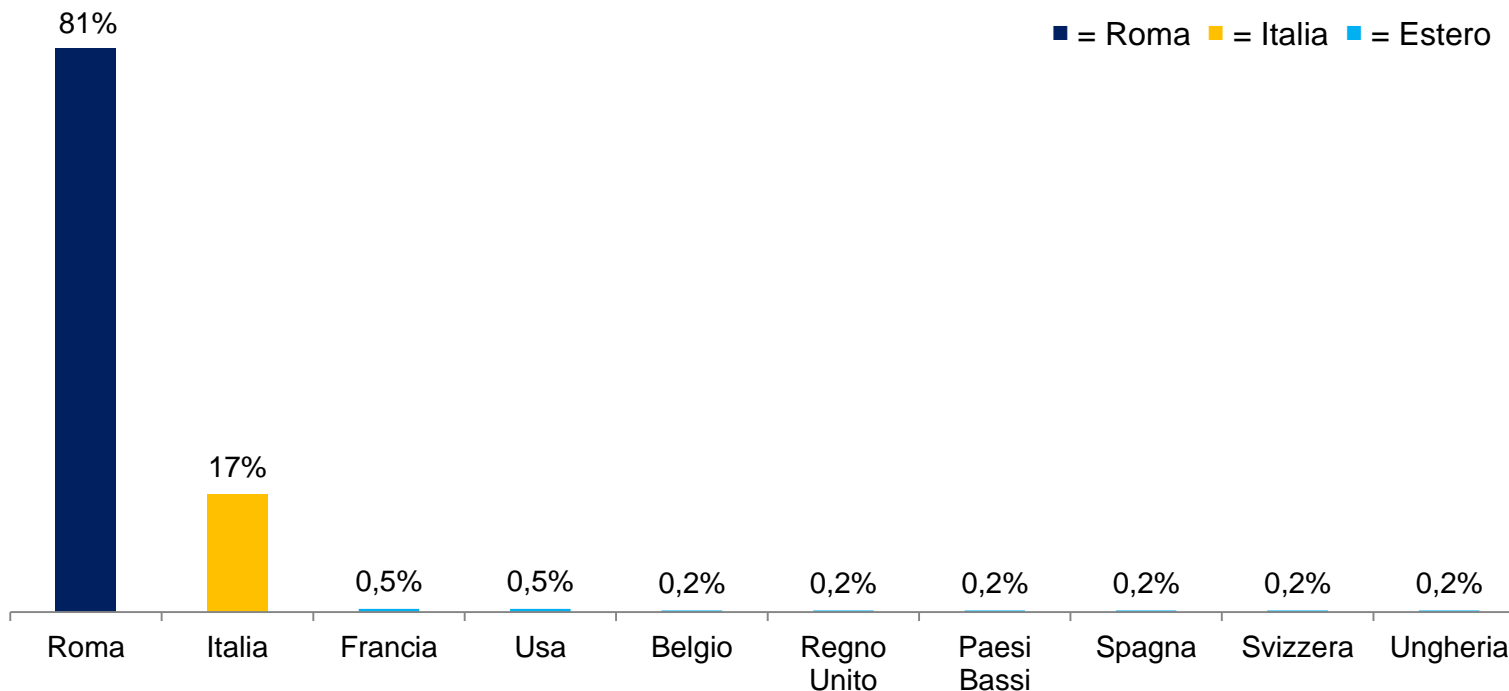
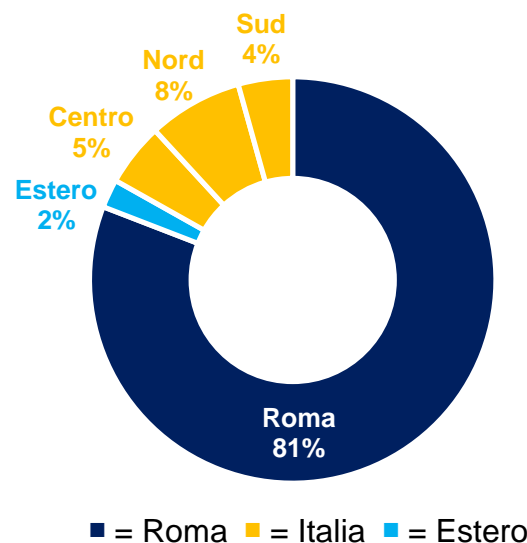
Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, rispetto all'indagine precedente diminuiscono leggermente gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti, che passano da 40% a 34%. In aumento i pensionati (da 21% nel 2018 a 26%), mentre restano pressoché invariati i liberi professionisti (da 17% a 16%).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

L'81% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (erano il 78% nel 2018), il 17% risiede in altre province italiane (in lieve calo dal 21% emerso lo scorso anno) e il restante 2% è rappresentato da utenti stranieri (1% nell'indagine precedente).

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.

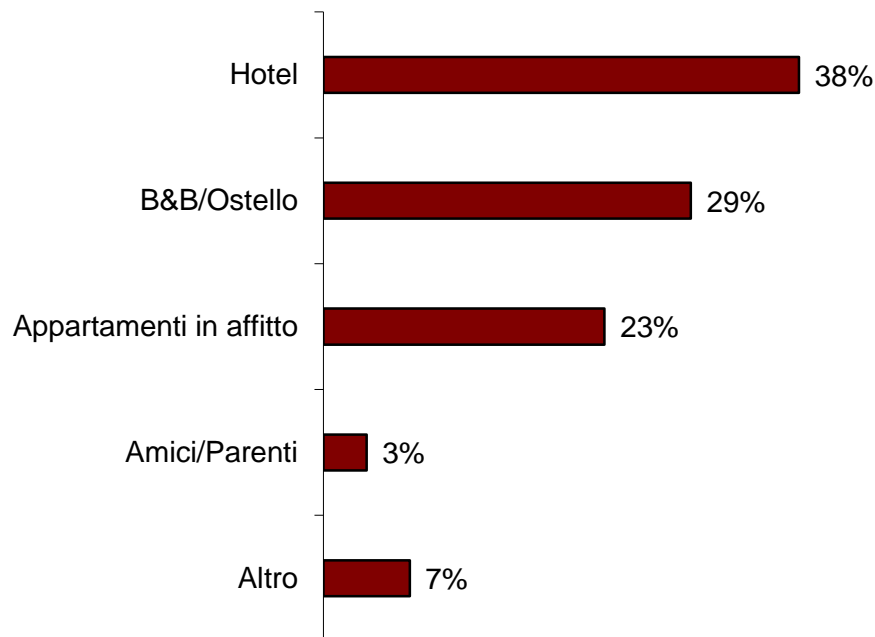




## Struttura ricettiva e permanenza media

Il 38% dei turisti intervistati dichiara di avere scelto strutture alberghiere per pernottare a Roma (nel 2018 la percentuale era pari al 31%), mentre il 62% afferma di prediligere strutture extra-alberghiere. Quest'anno emerge nettamente la percentuale di coloro che alloggeranno presso appartamenti in affitto col 23% sul totale (erano solo il 5% nel 2018) e diminuisce notevolmente la voce "amici/parenti", che scende da 23% a 3%.

Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a poco più di 3 notti (3,57 notti), mentre nel 2018 era leggermente inferiore (2,71 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	Capacità problem solving	Completezza informazioni ricevute	Servizio di vendita biglietti	Giudizio generale
Orario di apertura	1,000	,152 **	,183 **	0,068	,134 **	,326 **	,208 **
Tempi di attesa	,152 **	1,000	,236 **	,214 **	,165 **	-0,090	,280 **
Operatore - Cortesia	,183 **	,236 **	1,000	,287 **	,278 **	-0,031	,398 **
Capacità problem solving	0,068	,214 **	,287 **	1,000	,721 **	0,192	,424 **
Completezza informazioni ricevute	,134 **	,165 **	,278 **	,721 **	1,000	,358 **	,387 **
Servizio vendita biglietti	,326 **	-0,090	-0,031	0,192	,358 **	1,000	,252 *
Giudizio generale	,208 **	,280 **	,398 **	,424 **	,387 **	,252 *	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.

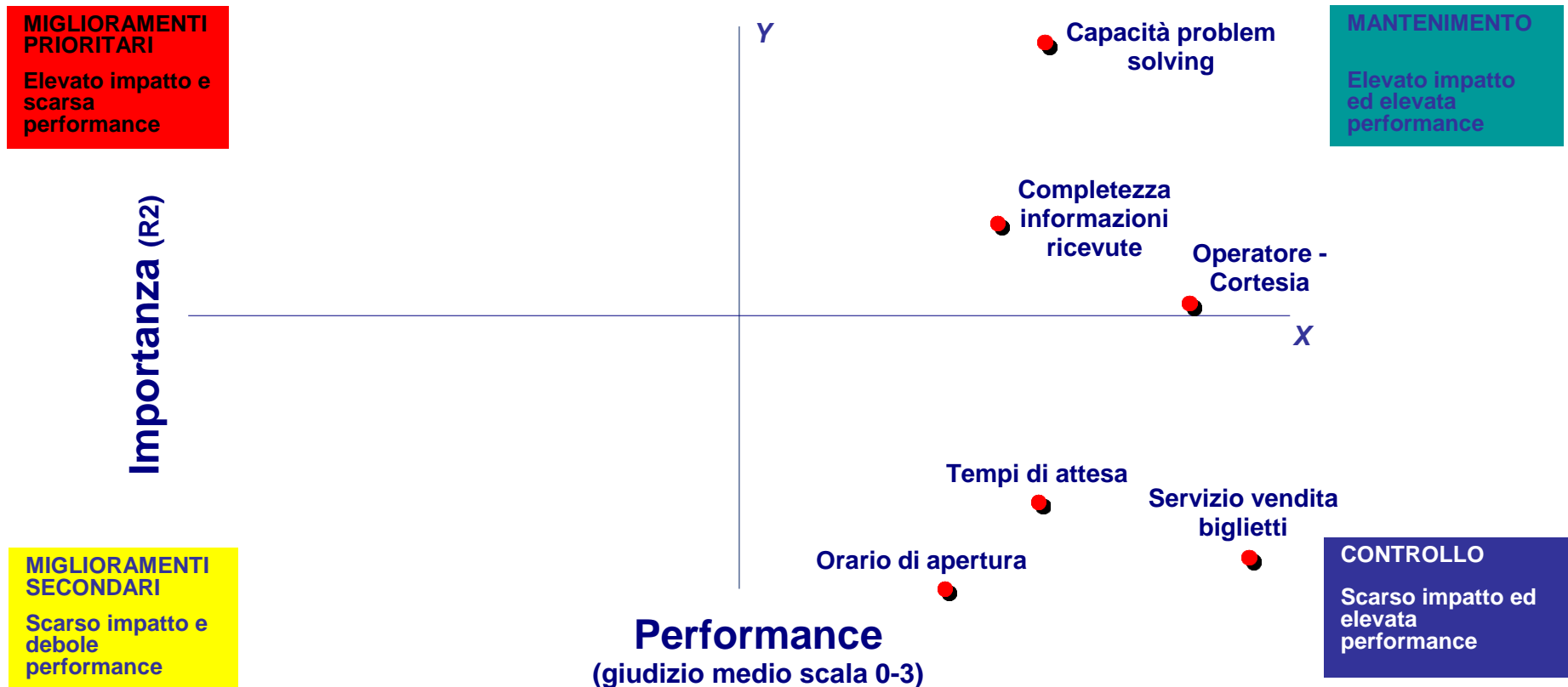
Per il *Contact Center 060608* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi alla **capacità di *problem solving*** e alla **cortesia dell'operatore**.

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

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Capacità problem solving	0,424
Operatore - Cortesia	0,398
Completezza informazioni ricevute	0,387
Tempi di attesa	0,280
Servizio vendita biglietti	0,252
Orario di apertura	0,208

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **capacità di *problem solving*** è la variabile ritenuta più importante e soddisfacente, insieme alla **completezza delle informazioni ricevute** e alla **cortesìa dell'operatore**, anche se quest'ultima si trova in una posizione *borderline* (quadrante in alto a destra). Invece nessuno degli elementi 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.

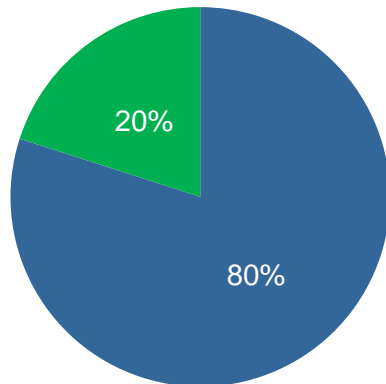
## Cluster Analysis

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

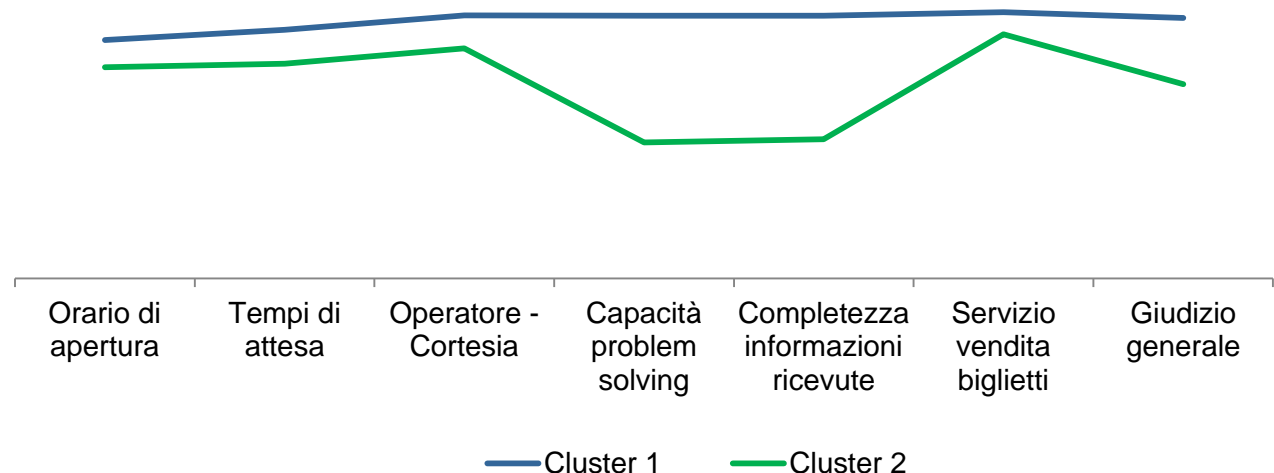
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (351 individui nel Cluster 1 e 88 nel Cluster 2).

Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico in basso a destra).

- Cluster 1** Molto Soddisfatti: in prevalenza turisti, di età adulta oltre i 45 anni, diplomati, impiegati e pensionati, chiedono informazioni su acquisto biglietti, card e/o ludoteche, sono venuti a conoscenza del servizio attraverso internet, nuovi fruitori, conoscono i siti web turistici di Roma, non hanno visitato musei nell'ultimo anno, in generale molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative.
- Cluster 2** Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza romani, di età giovane fino ai 44 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, studenti e dirigenti, chiedono informazioni su eventi e/o musei, sono venuti a conoscenza del servizio tramite lo 060606, hanno già utilizzato il servizio, conoscono in particolare il sito [www.060608.it](http://www.060608.it), hanno visitato vari musei nell'ultimo anno, in generale abbastanza soddisfatti, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi.



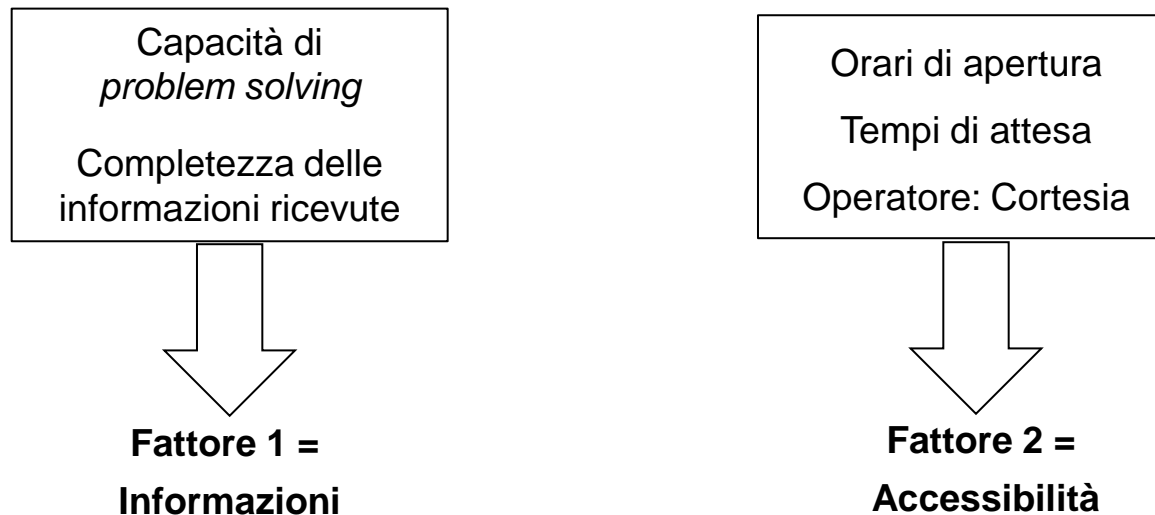
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## 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 di vendita biglietti è stato escluso poiché non è risultato significativo per questo tipo di analisi).

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





## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 157**

**ELOGI** servizio ottimo, utile, continuate così (71); operatori gentilissimi (5). **Totale 76**

---

**INFORMAZIONI** più complete ed approfondite, maggiore esaustività su eventi ed attività didattiche (36); più dettagli sull'evento "*La Notte dei Musei*" e programma disponibile in anticipo (12); non trasferire le chiamate o rimandare a terzi, ma fornire direttamente i recapiti utili (5); altro (2). **Totale 55**

**ORARIO** da prolungare (35); anticipare l'apertura (9), altro (3). **Totale 47**

**TEMPI DI ATTESA** a volte un po' lunghi. **Totale 20**

**OPERATORI** alcuni non molto cortesi (7), più informati e preparati (6); altro (5). **Totale 18**

**PRENOTAZIONI** migliorare la gestione online (12); altro (5). **Totale 17**

**PUBBLICITÀ** promuovere di più il servizio (14); altro (2). **Totale 16**

**SITO WEB** poco chiaro, informazioni incomplete, dovrebbe essere più accattivante. **Totale 6**

**ALTRO**. **Totale 15**

**TOTALE 194 SUGGERIMENTI**  
**Contact Center 060608**



## Allegato 1 - Questionario

### 1. Servizio richiesto

- Strutture ricettive     Acquisto biglietti     Teatri     Eventi (quale:.....)  
 Trasporti     Luoghi d'interesse turistico     Visite didatti     Musei/Mostre (quale:.....)  
 Ludoteche     Cinema     Card (quale:.....)     Altra richiesta (specificare:.....)

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

- da sempre/non ricordo     Tourist Infopoint     lavoro  
 stampa     hotel/ T.O.     060606  
 www.060608.it     scuola/università     social network  
 altri siti internet     amici/parenti     altro.....

### 3. Nell'ultimo anno ha già 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. Capacità di problem solving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Completezza delle informazioni ricevute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Servizio di vendita biglietti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Giudizio generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

### 12. 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

### 13. Quali dei seguenti siti web conosce? www.060680.it    www.turismoroma.it    entrambi i siti    nessuno

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

### 15. 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.....