

Data 19/12/2019

Indagini di Customer Satisfaction

I weekend della MIC

Musei Capitolini

30 Novembre 2019

Zè

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Come è venuto a conoscenza dell’iniziativa “*I weekend della MIC*”
- Ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato la MIC Card per accedere al museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico
- Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell’evento
- Con chi ha visitato il museo
- Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di **177 questionari** somministrati a campione sia attraverso interviste *face-to-face* che autocompilazione da parte del pubblico che ha partecipato all'iniziativa "***I weekend della MIC***" del **30 novembre 2019** presso i ***Musei Capitolini*** (il 18% sugli ingressi totali in tale serata).

Gli spettacoli oggetto d'indagine sono stati i seguenti: "*Il viaggio in Italia del giovane Wolfgang*" presso l'Esedra del Marco Aurelio e "*Ritratto d'autore: Giuseppe Verdi*" presso la Sala Pietro da Cortona.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una media di soddisfazione del 97%, un margine di errore di stima di $\pm 2,52\%$.

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 dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,75** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente apprezzati vi sono il **gradimento dello spettacolo** (2,72) e il **personale di accoglienza** (2,65).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine registrano valori medi ben al di sopra dello standard di 2,20. L'**organizzazione generale** risulta essere la variabile ritenuta in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa, oltre che quella più correlata al giudizio complessivo sull'iniziativa, insieme al **programma dell'iniziativa** e al **gradimento dello spettacolo** (cfr. pp. 17-19).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati emergono quelli relativi all'**organizzazione** (n. 15 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da cittadini **romani** (79%), **impiegati** (28%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (68%), soprattutto appartenenti alle fasce di età adulta **45-74 anni** (56% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale **internet** che raggiunge complessivamente il 62% (il 17% risponde **altri siti web**, il 17% la **newsletter**, il 15% i **social network** e il 13% il **portale MiC**), poi segue il **passaparola** (26%).

Risulta significativo che il *passaparola* sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), che non utilizzano alcuna card per accedere al museo e si ritengono abbastanza soddisfatti dell'iniziativa. Invece tra coloro che rispondono *altri siti web* e *newsletter* prevalgono i visitatori romani, alcuni dei quali entrano con la *MiC Card* e nel complesso sono molto soddisfatti dell'iniziativa.

I *social network* e il *portale MiC* emergono tra i cittadini romani, che possiedono la *MiC Card* e sono in generale abbastanza soddisfatti dell'evento al quale hanno partecipato.

Tabella riassuntiva

<i>I weekend della MIC 2019</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,49	3,00	177	0	0,565	53%	0%	97%
Personale di accoglienza	2,65	3,00	171	6	0,579	69%	1%	97%
Gradimento dello spettacolo	2,72	3,00	165	12	0,504	73%	1%	99%
Programma	2,53	3,00	163	14	0,611	59%	1%	95%
Giudizio generale	2,75	3,00	163	14	0,446	76%	0%	99%

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

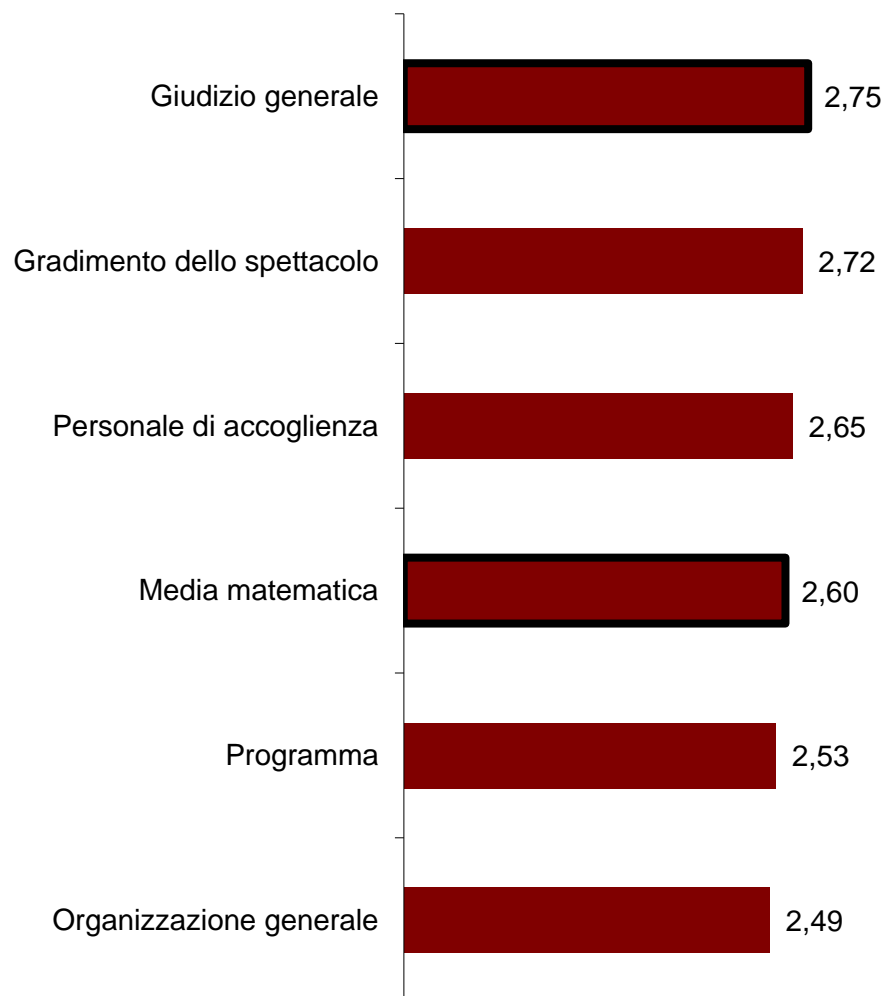
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,60).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per una visione più immediata dei risultati.

Il **gradimento dello spettacolo** e il **personale di accoglienza** sono gli aspetti maggiormente apprezzati dagli spettatori intervistati.

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

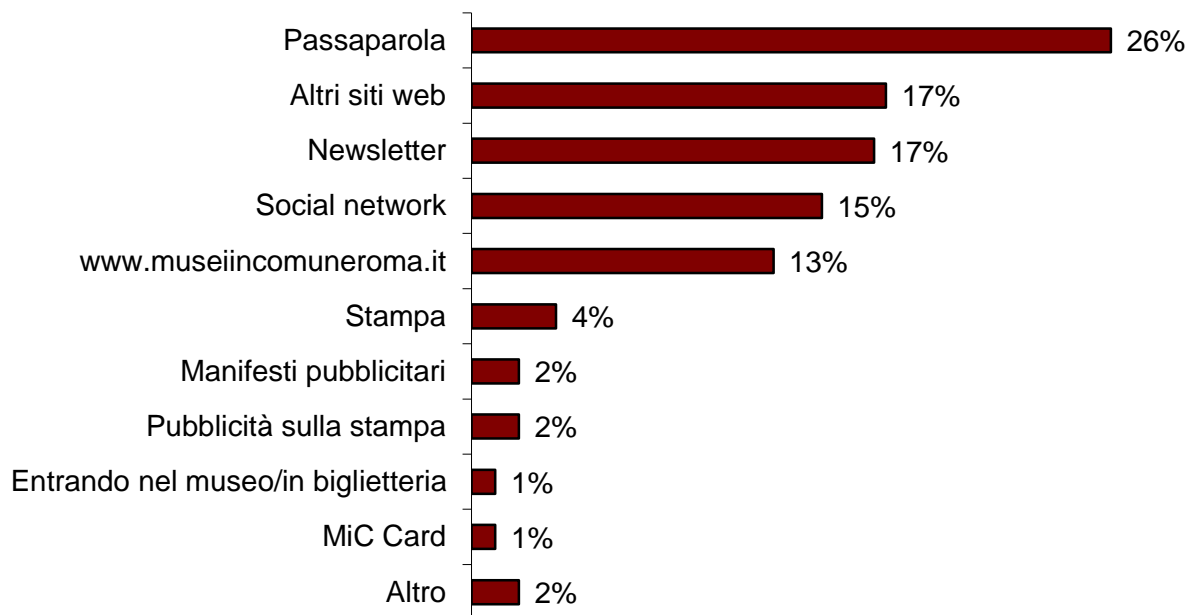


Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa "I weekend della MIC"

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli intervistati vengono a sapere di tale iniziativa prevale **internet**, che raggiunge complessivamente il 62% sul campione totale: il 17% risponde **altri siti web**, il 17% la **newsletter**, il 15% i **social network** e il 13% il **portale MiC**. Segue il **passaparola**, la cui percentuale è pari al 26%.

Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), che non utilizzano alcuna card per accedere al museo e si ritengono abbastanza soddisfatti dell'iniziativa. Invece tra coloro che rispondono altri siti web e newsletter prevalgono i visitatori romani, alcuni dei quali entrano con la *MiC Card* e nel complesso sono molto soddisfatti dell'iniziativa.

I *social network* e il *portale MiC* emergono tra i cittadini romani, che possiedono la *MiC Card* e sono in generale abbastanza soddisfatti dell'evento al quale hanno partecipato.

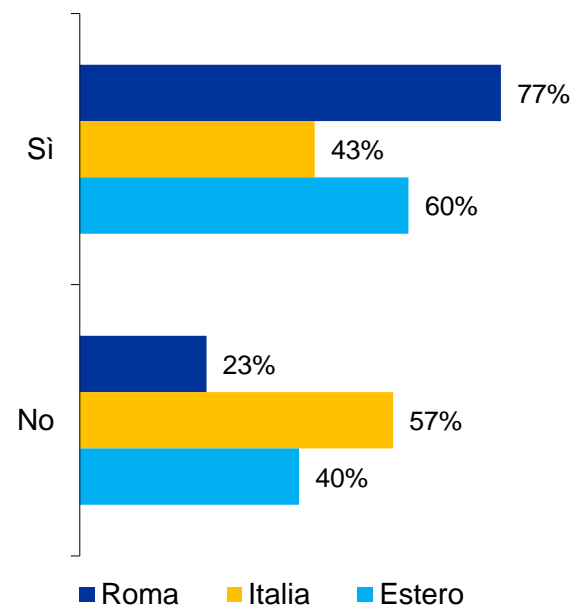
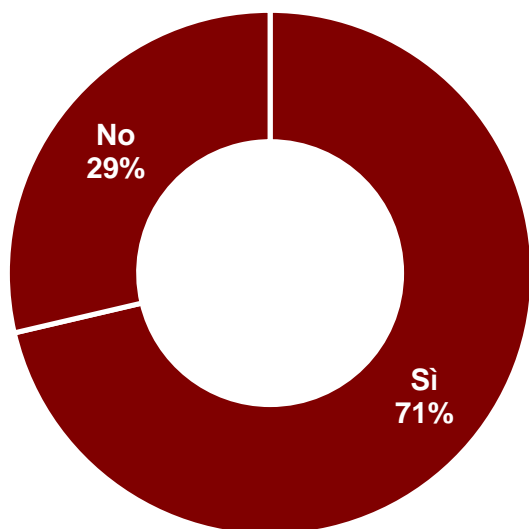


Ha già visitato questo museo

Il 71% sul campione totale dichiara di avere già visitato i *Musei Capitolini*, mentre il 29% vi si reca per la prima volta in occasione dell'iniziativa "*I weekend della MIC*".

Risulta significativo che ad avere già visitato il museo siano soprattutto i romani (cfr. grafico sottostante a destra), che sono in possesso della *MIC Card*, il cui giudizio è uguale alle proprie attese.

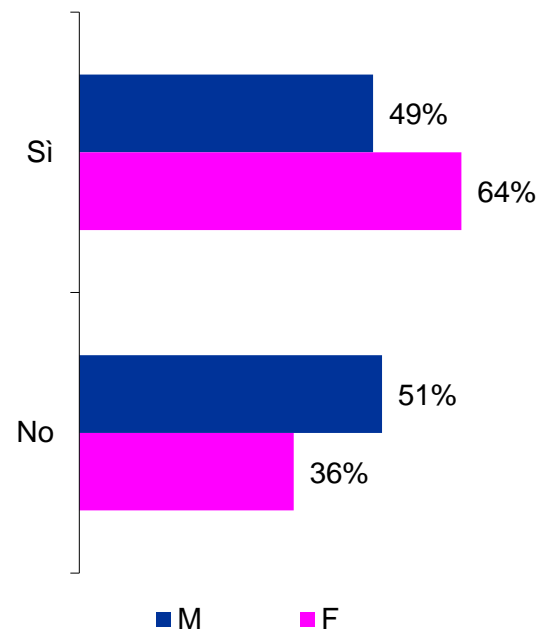
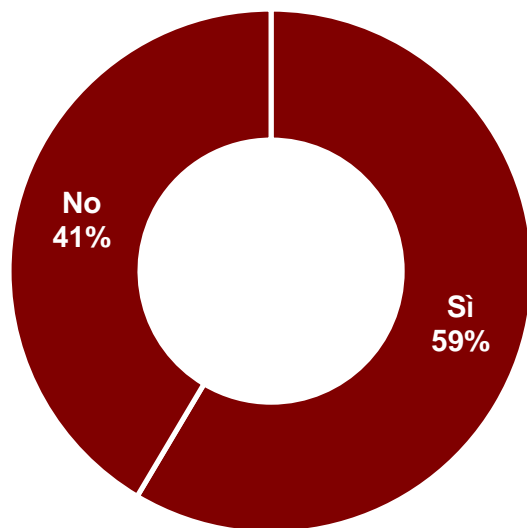
Invece vi si recano per la prima volta principalmente i turisti (in prevalenza chi giunge da altre province italiane), che non hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.



Ha utilizzato la MIC Card per accedere al museo

Il 59% degli intervistati ha usufruito della *MIC Card* per entrare nel museo, mentre il 41% afferma di non possederla.

Risulta significativo che ad utilizzare la *MIC Card* siano in particolare le donne (cfr. grafico sottostante a destra), residenti a Roma, alcune già state ai *Musei Capitolini*, il cui giudizio è uguale alle aspettative. Invece a non usufruire della *MIC Card* sono principalmente gli uomini, turisti (sia italiani che stranieri), che vengono per la prima volta in questo museo, con un giudizio superiore alle attese o ne sono privi.

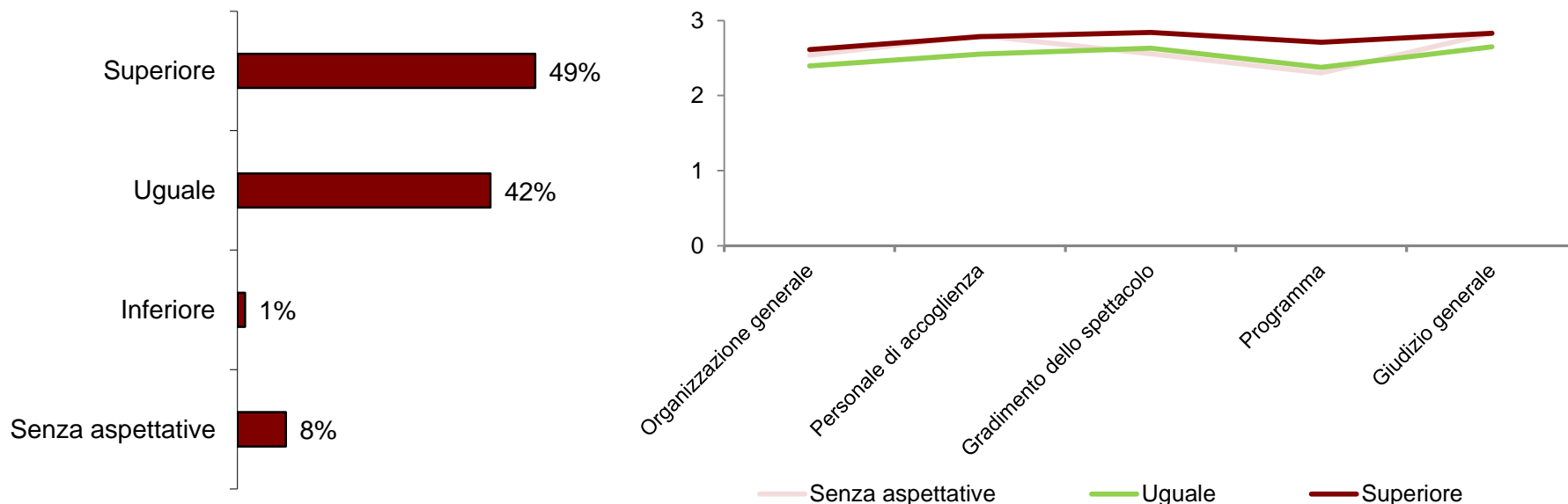


Giudizio rispetto alle aspettative

L'8% sul campione totale dichiara di non avere aspettative a priori. Il 49% dei visitatori intervistati dichiara di avere un giudizio superiore alle aspettative, per il 42% è uguale, mentre solo per l'1% il giudizio è inferiore alle proprie attese.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i visitatori romani, che non hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare, non sono mai stati prima ai *Musei Capitolini* e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza. Invece il giudizio è uguale alle attese principalmente per i romani, possessori di *MIC Card*, che sono già stati in questo museo e nel complesso sono abbastanza soddisfatti. Chi non ha aspettative giunge da fuori Roma, non ha la *MIC Card*, visita il museo per la prima volta e ha un giudizio generale molto soddisfacente.

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



Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico

La fedeltà è l'elemento su cui si deve puntare, e questo indicatore contiene al suo interno la relazione tra fedeltà e raccomandazione. Chiedendo all'intervistato di rispondere alla domanda "Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottiene che la differenza tra la percentuale dei **promotori** (cioè di coloro che si ritengono soddisfatti/molto soddisfatti e hanno dato una valutazione 9-10) e i **detrattori** (utenti insoddisfatti con una valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene di tale evento.

In questo caso la percentuale di spettatori intervistati che consiglierà "I weekend della MIC" è pari al **68%**.

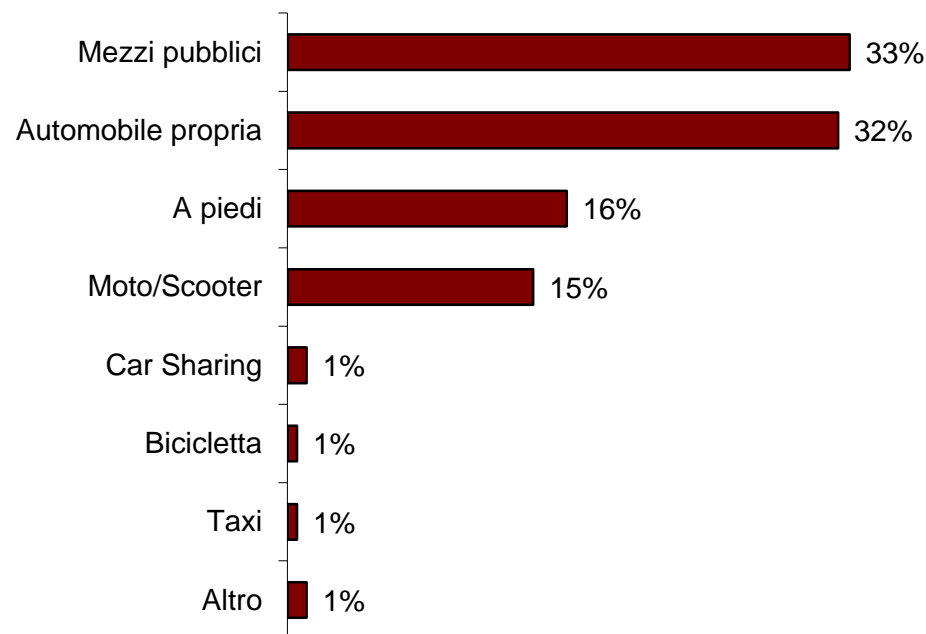
Da evidenziare che il 26% del campione totale intervistato rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "promotori".



NET PROMOTER SCORE I weekend della MIC 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	0	2	1	6	39	35	85
0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	3%	23%	21%	50%
DETRATTORI = 3%							PASSIVI = 26%		PROMOTORI = 71%	
71% - 3% = 68%										

Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento

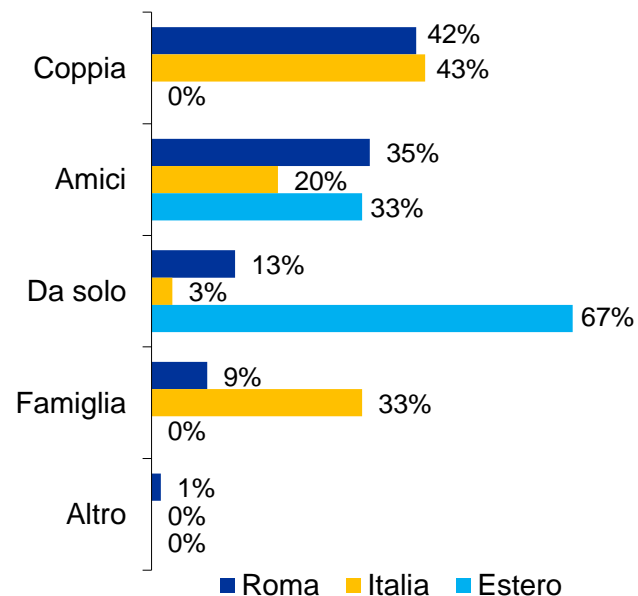
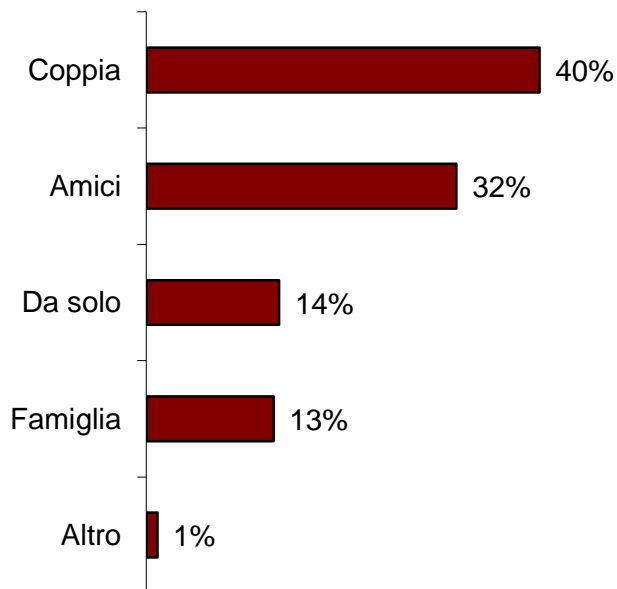
Il 33% sul campione totale dichiara di avere utilizzato i “**mezzi pubblici**” per raggiungere il luogo dell'evento, il 32% vi è giunto con la propria “**automobile**”, il 16% vi si è recato “**a piedi**”, il 15% in “**moto/scooter**” e il restante 4% risponde “**altro**” (include “**car sharing**”, “**bicicletta**” e “**taxi**”).
Risulta significativo che ad essersi spostati con i mezzi pubblici o a piedi siano principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), appartenenti alle fasce di età 19-25 anni e 40-44 anni, privi di *MIC Card*, in generale abbastanza soddisfatti della loro esperienza. Invece a prediligere l'automobile o moto/scooter sono stati i visitatori romani, di età 26-39 anni e 45-64 anni, che partecipano all'iniziativa perché hanno la *MIC Card* e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



Con chi ha visitato il museo

Il 40% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo **“in coppia”**, il 32% in compagnia di **“amici”**, il 14% **“da solo”**, il 13% con la propria **“famiglia”** e il restante 1% risponde **“altro”**.

Risulta significativo che a venire in coppia siano in particolare i visitatori italiani, inclusi i romani (cfr. grafico sottostante a destra), diplomati, possessori di *MIC Card* ed in generale abbastanza soddisfatti. Invece vengono in compagnia di amici sia i romani che i turisti stranieri, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, alcuni non hanno la *MIC Card* e sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva. A rispondere da solo sono principalmente i visitatori stranieri, con un titolo di specializzazione post laurea, alcuni entrano con la *MIC Card* e nel complesso sono molto soddisfatti. Infine a recarsi con la propria famiglia sono coloro che giungono da altre province italiane, diplomati, non usufruiscono della *MIC Card* per accedere al museo e si dichiarano molto soddisfatti di tale iniziativa.

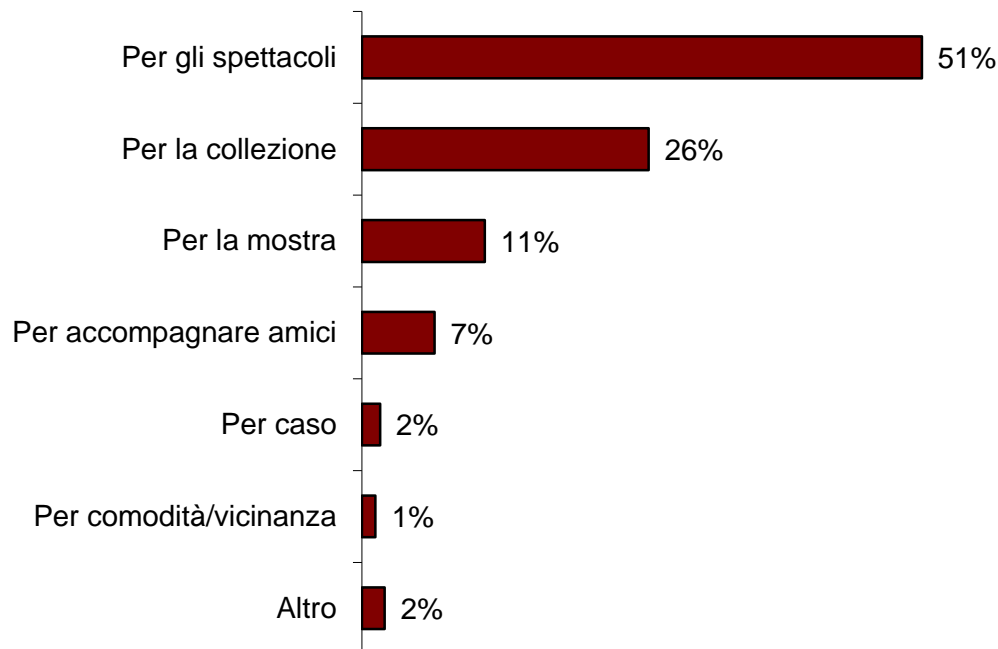


Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo

Il 51% del campione totale dichiara di avere scelto tale museo per gli **spettacoli**, il 26% per la **collezione**, l'11% per la **mostra**, il 7% per **accompagnare amici**, il 2% **per caso**, l'1% per **comodità/vicinanza** e il restante 2% risponde **altro**.

Risulta significativo che a rispondere per gli spettacoli siano in particolare i romani, che hanno già visitato i *Musei Capitolini*, il cui giudizio è uguale alle attese o ne sono privi e si ritengono abbastanza soddisfatti dell'iniziativa.

Invece scelgono i *Musei Capitolini* per la collezione soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), che non sono mai stati in questo museo e si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza.



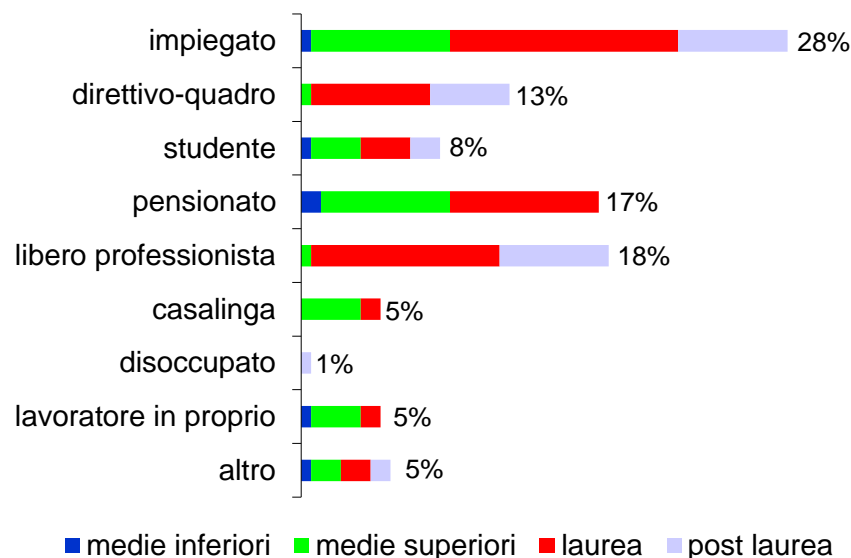
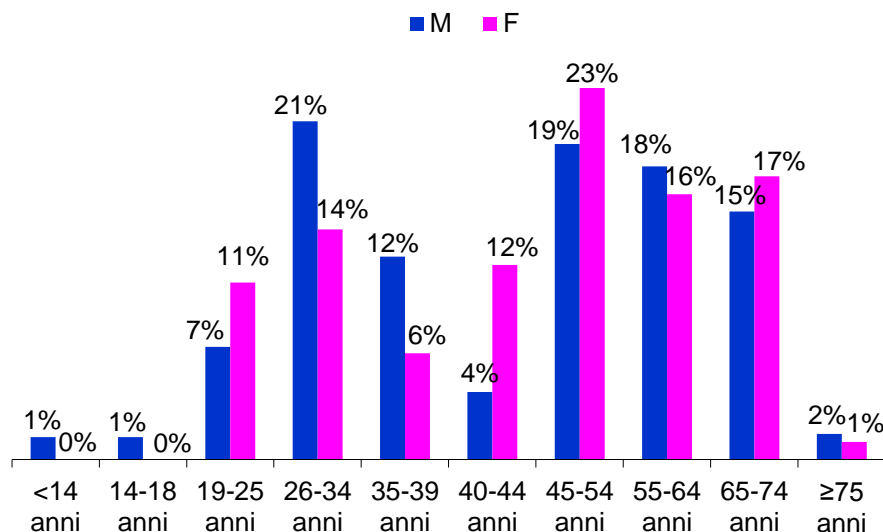
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In tale indagine prevale il **genere femminile** col 56% sul campione totale, soprattutto nelle fasce dei 19-25 anni e 40-54 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei minorenni e 26-39 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle adulte comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono il 56% sul totale. La percentuale relativa alla fascia 26-34 anni è pari al 16%.

Il 68% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea**.

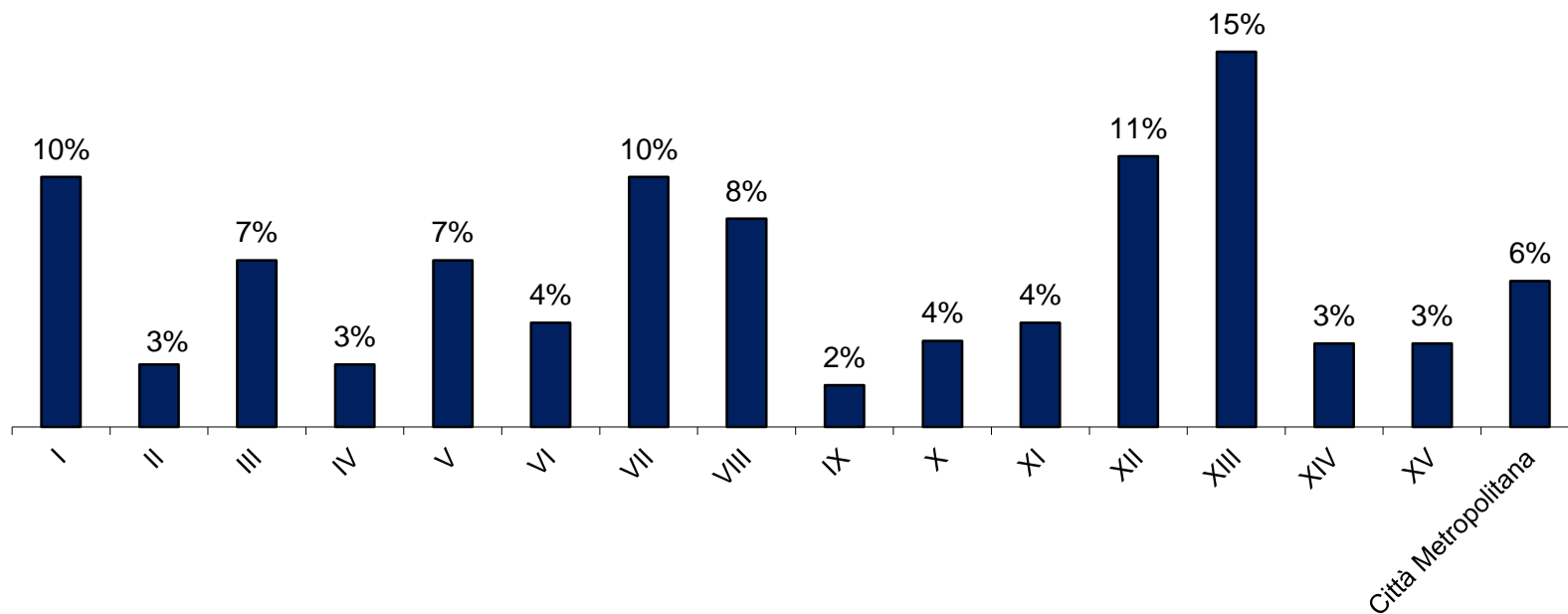
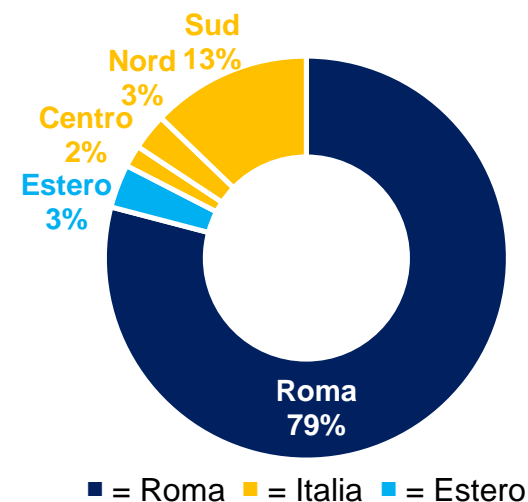
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** col 28% sul totale degli intervistati, mentre i liberi professionisti rappresentano il 18% e i pensionati il 17%.



Analisi socio-demografica: genere e provenienza

Il 79% del campione intervistato è costituito da cittadini **romani**, il 18% giunge da altre città italiane ed il restante 3% dall'estero.

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, emerge soprattutto il Municipio XIII (15% sul totale), ma si denota un'ampia adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono nelle varie zone della città (per ulteriori dettagli *cfr.* grafico sottostante).



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.
Le variabili più correlate tra di loro risultano essere il programma col gradimento dello spettacolo visto, ma anche l'organizzazione generale con il personale di accoglienza.

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Gradimento dello spettacolo	Programma	Giudizio generale dell'iniziativa
Organizzazione generale	1,000	,458**	,376**	,289**	,498**
Personale di accoglienza	,458**	1,000	,393**	,354**	,417**
Gradimento dello spettacolo	,376**	,393**	1,000	,650**	,474**
Programma	,289**	,354**	,650**	1,000	,476**
Giudizio generale dell'iniziativa	,498**	,417**	,474**	,476**	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 complessiva (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

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

Per l'iniziativa *I weekend della MIC 2019* gli aspetti che risultano più correlati alla soddisfazione complessiva sono quelli relativi all'**organizzazione generale** e al **programma**.

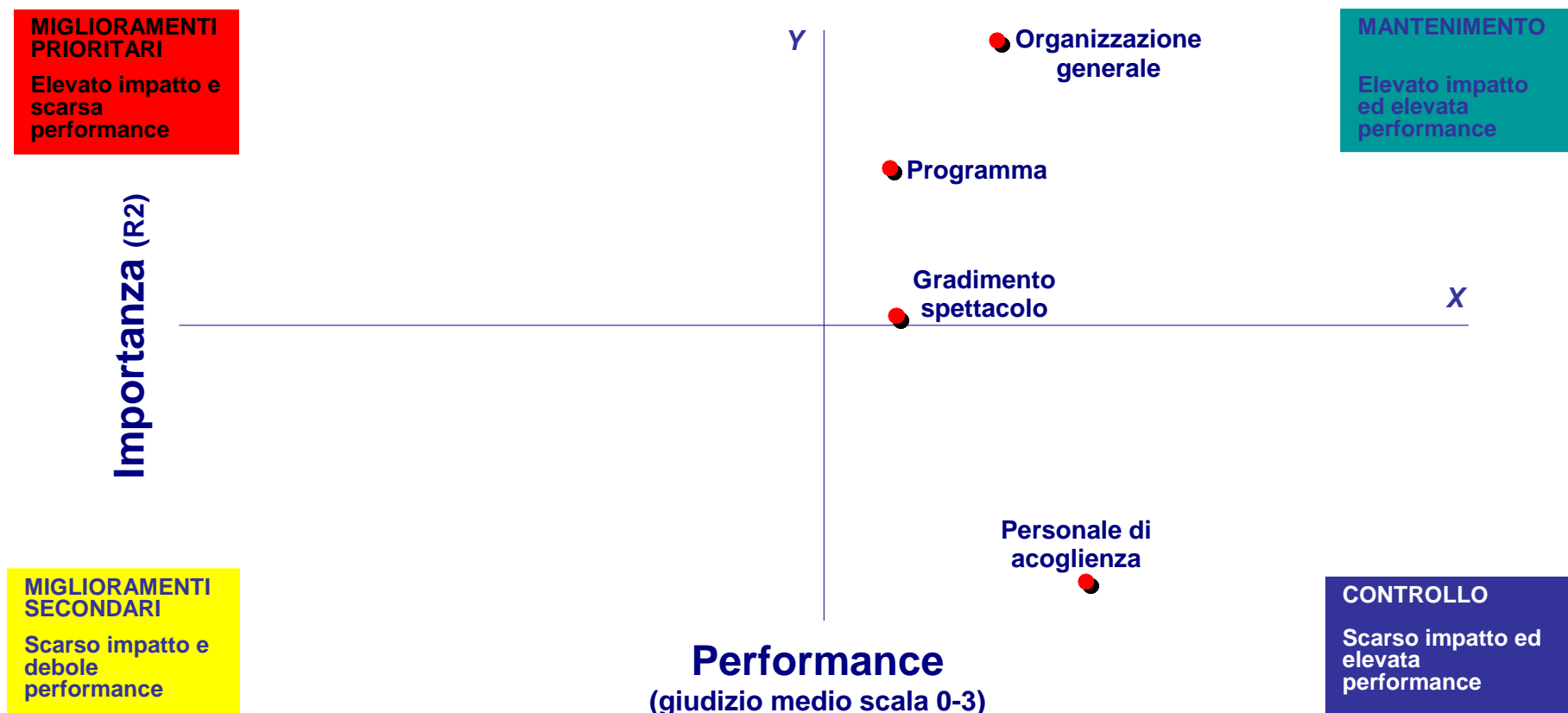
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale <i>I weekend della MIC 2019</i>	
Organizzazione generale	0,498
Programma	0,476
Gradimento dello spettacolo	0,474
Personale di accoglienza	0,417

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**organizzazione generale** risulta essere l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche il **programma** e il **gradimento dello spettacolo** si collocano nel quadrante in alto a destra, seppure più in basso. Non emergono variabili oggetto d'indagine tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si posizionano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, seppure ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

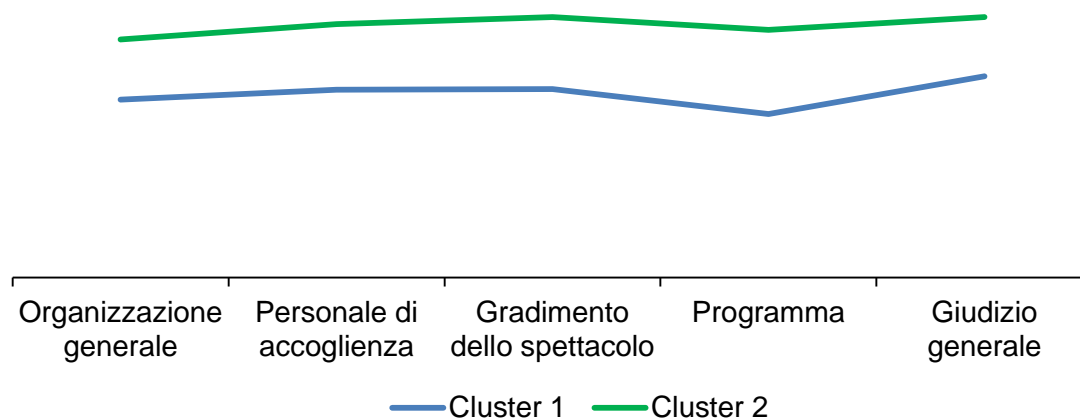
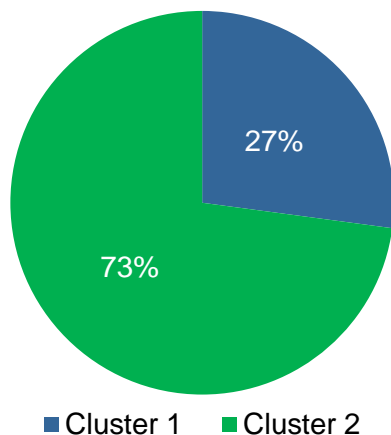
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (48 individui nel *Cluster 1* e 129 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 gli **Abbastanza soddisfatti** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione più basso sui vari aspetti indagati, mentre la 2° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età 19-34 anni e 65-74 anni, diplomati, studenti e pensionati, giungono da fuori Roma, nuovi visitatori, non hanno la *MIC Card*, scoprono il museo attraverso il passaparola, portale MiC e social network, vengono in coppia, scelgono il museo per la collezione permanente, vi si recano in automobile o a piedi, giudizio uguale alle aspettative.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: in prevalenza donne, di età 40-64 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, impiegati, residenti a Roma, hanno già visitato i *Musei Capitolini*, possiedono la *MIC Card*, scoprono il museo attraverso altri siti web e newsletter, vengono con amici o da soli, scelgono il museo per gli spettacoli, vi si recano con i mezzi pubblici o in moto/scooter, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



ELOGI ottima iniziativa, museo molto bello. **Totale 11**

SUGGERIMENTI

ORGANIZZAZIONE rendere sistematico l'evento (4), migliorare l'organizzazione degli accessi (4), altro (7). **Totale 15**

SPETTACOLO acustica non ottimale, sono piaciuti di più gli spettacoli delle serate precedenti. **Totale 6**

COMUNICAZIONE più pubblicità, soprattutto tra i giovani. **Totale 5**

PROGRAMMA aumentare il numero degli spettacoli, il programma è solo in italiano, dovrebbe essere consultabile, realizzare una mappa con le sale dove si svolgono gli spettacoli. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 9**

***Totale 39 Suggerimenti
I weekend della MIC 2019***

Allegato 1 – Questionario

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

- | | Molto Soddisfatto | Abbastanza Soddisfatto | Poco Soddisfatto | Per niente Soddisfatto |
|---|------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|--|
| 1. Organizzazione generale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Personale di accoglienza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Gradimento dello spettacolo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Programma | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Giudizio generale I weekend della MIC | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è: | <input type="checkbox"/> Superiore | <input type="checkbox"/> Uguale | <input type="checkbox"/> Inferiore | <input type="checkbox"/> Senza aspettative |

7. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa iniziativa ad un amico?**

MINIMO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **MASSIMO**

8. **Come è venuto a conoscenza dell'evento I weekend della MIC?**

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> articoli di stampa | <input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari | <input type="checkbox"/> TV/ radio |
| <input type="checkbox"/> pubblicità su stampa | <input type="checkbox"/> newsletter | <input type="checkbox"/> Contact Center 060608 |
| <input type="checkbox"/> portale MiC/ sito del museo | <input type="checkbox"/> amici/ parenti (passaparola) | <input type="checkbox"/> altro..... |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> social network | |

9. **Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento?**

- Automobile propria Moto/Scooter Bicicletta A piedi Mezzi pubblici Taxi Car Sharing Altro

10. **Ha utilizzato la MIC Card per accedere al museo?** Sì No

11. **Con chi ha visitato il museo?** Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro

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

13. **Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo?** Per gli spettacoli Per la collezione permanente Per la mostra temporanea
 Per caso Per accompagnare amici Per comodità/vicinanza Altro

14. **SUGGERIMENTI**

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 (elementari/ medie) studi superiori laurea post laurea

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

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