



Indagini di Customer Satisfaction

L'Ara com'era

Museo dell'Ara Pacis

15 e 23 Marzo 2019

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 19/04/2019*

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 dell’iniziativa “*L’Ara com’era*”
- Ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe “*L’Ara com’era*” ad un amico
- 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 210 questionari somministrati a campione sia attraverso interviste *face-to-face* che autocompilazione da parte del pubblico che ha partecipato all'iniziativa "L'Ara com'era" nelle serate del 15 e 23 marzo 2019 presso il Museo dell'Ara Pacis (il 79% sugli ingressi totali nelle due serate oggetto d'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 92%, un margine di errore di stima di $\pm 3,68\%$.

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 **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **93%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale di accoglienza (2,83) e l'organizzazione generale (2,71).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine registrano valori medi superiori allo standard minimo di 2,20. L'esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale (media di 2,25) risulta essere l'aspetto più importante nella mappa delle priorità, ma anche quello più correlato al giudizio complessivo, insieme ai contenuti della visita (*cf.* pp. 14-16). Tra i suggerimenti prevale la richiesta di migliorare la qualità di video e immagini, in particolare la messa a fuoco (29 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da cittadini romani e turisti stranieri (40% per entrambi), studenti (32%) e occupati dipendenti (21%), in possesso di un diploma di scuola media superiore (40%), appartenenti soprattutto alle fasce di età adulta 45-64 anni e giovane 14-18 anni (rispettivamente 41% e 24% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza dell'iniziativa attraverso il passaparola (42% sul totale). Poi seguono internet (20%: 9% "altri siti web", 8% "portale MiC" e 3% "social network"), passando per caso e scuola/università (raggiungono rispettivamente 11% e 10%).

Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo predominante per i romani, di età giovane fino ai 34 anni o appartenenti alle fasce 40-44 anni e 45-54 anni, diplomati o laureati. Il canale web prevale per i turisti (soprattutto italiani), di età 26-39 anni e 45-64 anni, che hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea. La voce passando per caso emerge soprattutto per i turisti stranieri, di età adulta oltre i 45 anni, con un titolo di scuola media inferiore o laurea, mentre a rispondere scuola/università sono sia i visitatori romani che stranieri, di età 14-18 anni, che frequentano la scuola secondaria di I e II grado.

Tabella riassuntiva

<i>L'Ara com'era 2019</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,71	3,00	210	0	0,540	75%	0%	97%
Personale di accoglienza	2,83	3,00	210	0	0,495	88%	1%	97%
Contenuti della visita	2,46	3,00	207	3	0,651	53%	0%	91%
Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	2,25	2,00	207	3	0,803	44%	3%	82%
Giudizio generale	2,51	3,00	210	0	0,621	58%	0%	93%

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

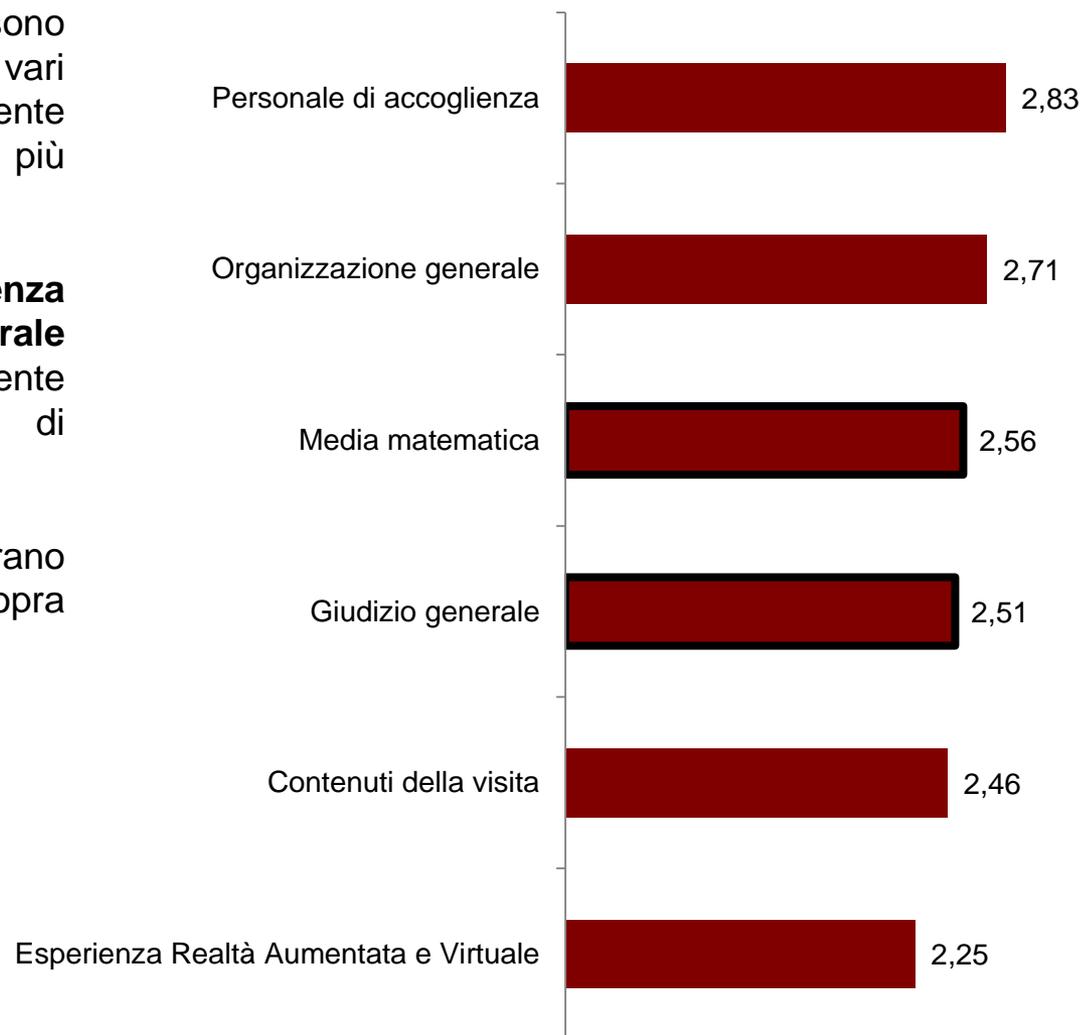
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,56).

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.

Il **personale di accoglienza** e l'**organizzazione generale** sono gli aspetti maggiormente graditi dal campione di visitatori intervistati.

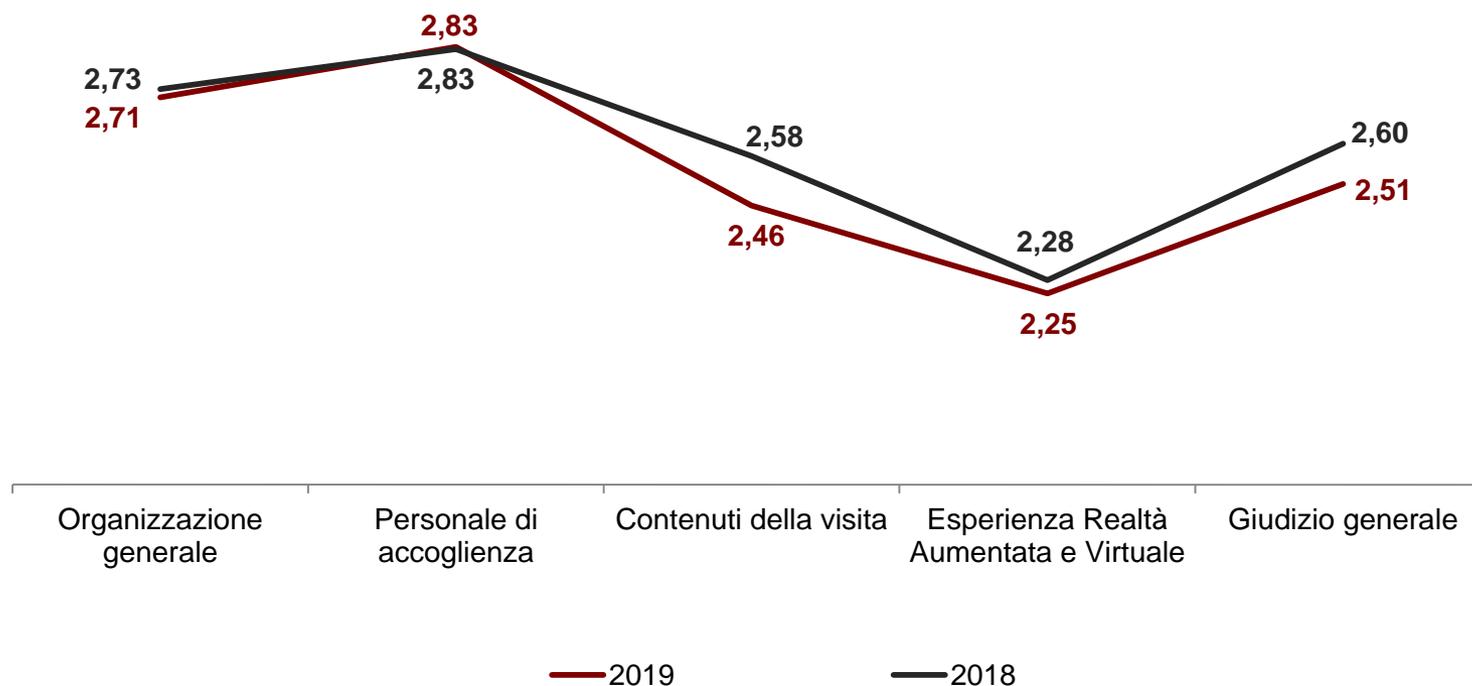
Tutte le medie registrano valori medi ben al di sopra dello standard di 2,20.



Analisi del trend 2018-2019

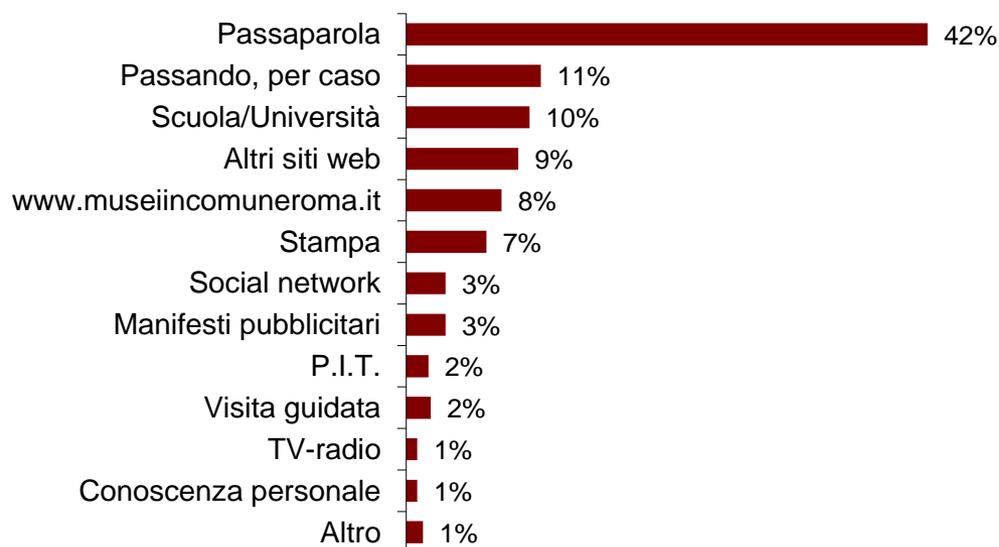
Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante e lineare, ma con un lieve decremento generale sui vari aspetti oggetto d'indagine.

In particolare si registra una flessione sui contenuti della visita e sull'esperienza complessiva, seppure il giudizio medio su tali variabili sia nettamente superiore allo standard minimo di 2,20.



Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa "L'Ara com'era"

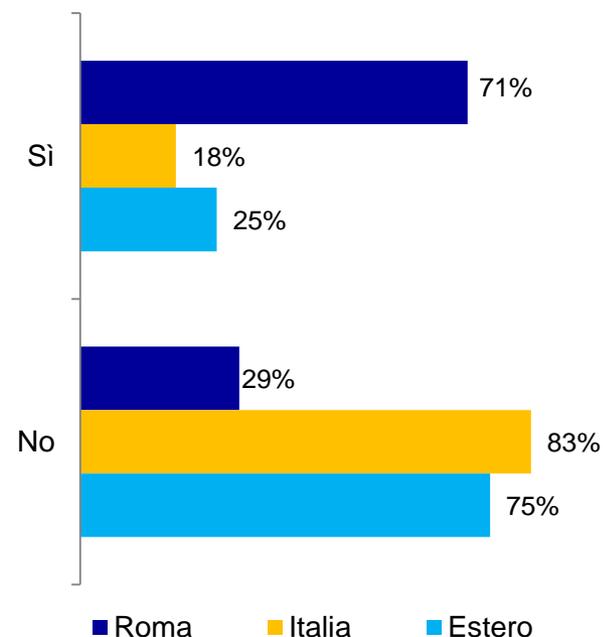
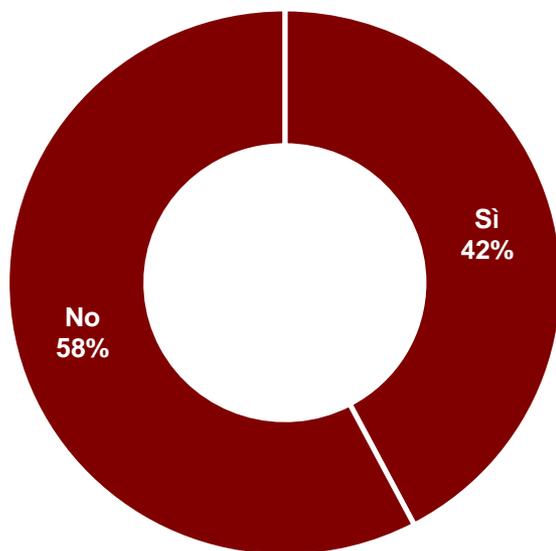
Anche quest'anno il **passaparola** prevale tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli intervistati vengono a sapere di tale iniziativa (42%; in ulteriore aumento rispetto al 27% dello scorso anno). Segue il **canale web**, che raggiunge complessivamente il 20% sul totale (9% "altri siti web", 8% "portale MiC" e 3% "social network"; in lieve aumento rispetto alla percentuale dello scorso anno, che era pari a 18%). Rispetto all'indagine precedente "passando per caso" aumenta da 5% a 11%, mentre "scuola/università" scende da 19% a 10%. Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo predominante per i romani, di età giovane fino ai 34 anni o appartenenti alle fasce 40-44 anni e 45-54 anni, diplomati o laureati. Il canale web prevale per i turisti (soprattutto italiani), di età 26-39 anni e 45-64 anni, che hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea. La voce passando per caso emerge soprattutto per i turisti stranieri, di età adulta oltre i 45 anni, con un titolo di scuola media inferiore o laurea, mentre a rispondere scuola/università sono sia i visitatori romani che stranieri, di età 14-18 anni, che frequentano la scuola secondaria di I e II grado.



Ha già visitato questo museo

Il 42% sul campione totale dichiara di essere già stato al *Museo dell'Ara Pacis*, mentre il 58% vi si reca per la prima volta.

Da evidenziare che ad avere già visitato il museo siano soprattutto i romani (*cf.* grafico sottostante a destra), mentre a venire per la prima volta sono principalmente i turisti, in particolare quelli che giungono da altre province italiane.

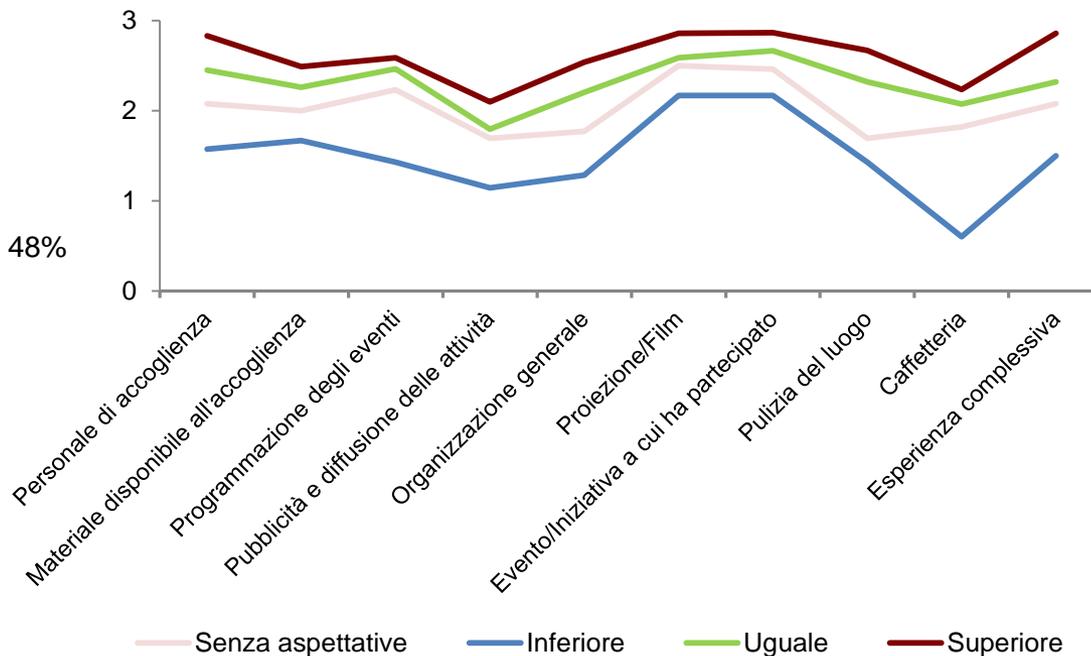
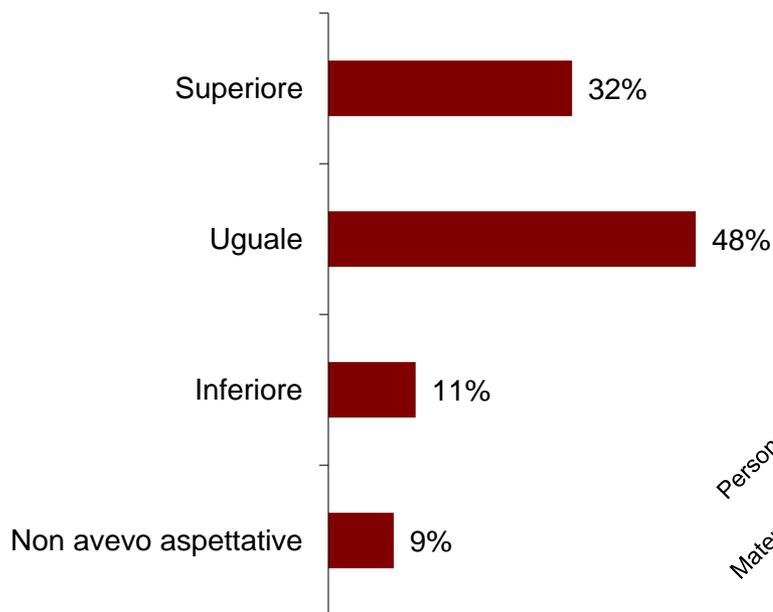


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 32% dei visitatori intervistati dichiara di avere un giudizio superiore alle aspettative, per il 48% è uguale, mentre per l'11% il giudizio è inferiore alle proprie attese; il restante 9% del campione totale afferma di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i visitatori che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza. Invece ad avere un giudizio uguale alle proprie attese sono in particolare coloro che nel complesso affermano di essere abbastanza soddisfatti su tale iniziativa.

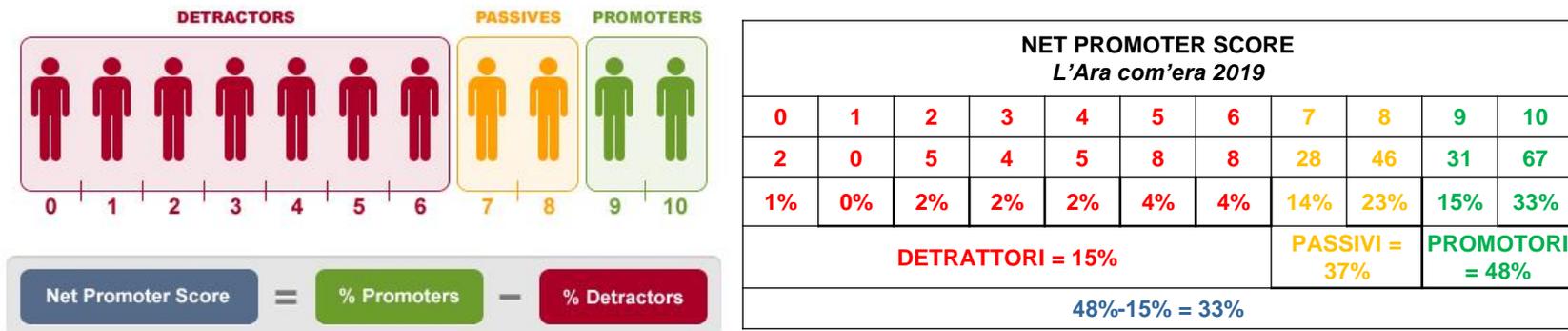
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe “L'Ara com'era” 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 iniziativa.

In questo caso la percentuale di spettatori intervistati che consiglierà “L'Ara com'era” è pari al **33%**; da evidenziare che il 37% del campione intervistato rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.



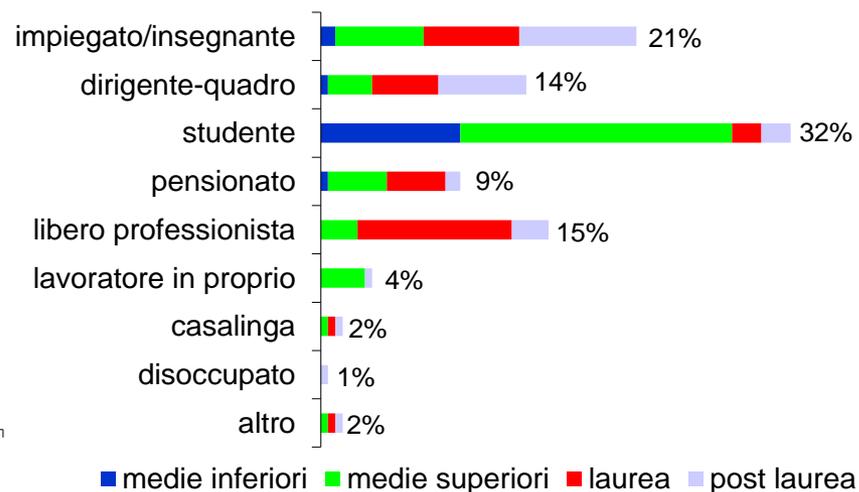
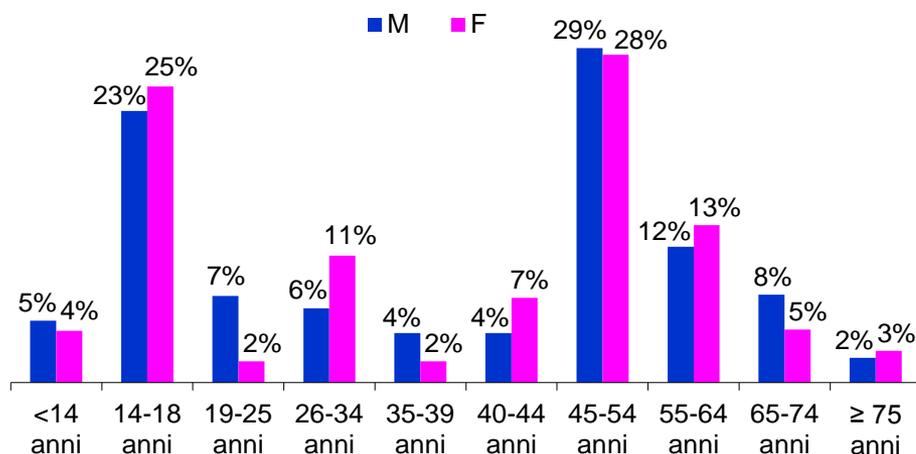
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Prevale il genere femminile col 54% sul campione totale (51% nel 2018), soprattutto nelle fasce 14-18 anni, 26-34 anni e 40-44 anni, mentre gli uomini sono predominanti nelle fasce 19-25 anni e 65-74 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle degli adulti tra i 45 e 64 anni, che raggiungono complessivamente il 41% sul totale (in aumento dal 30% emerso nel 2018). La fascia giovane 14-18 anni è pari al 24% (nella scorsa indagine era il 25%).

Il 40% del campione totale dichiara di essere in possesso di un diploma di scuola media superiore e il 28% ha conseguito una laurea (nell'indagine precedente le percentuali erano rispettivamente 42% e 33%).

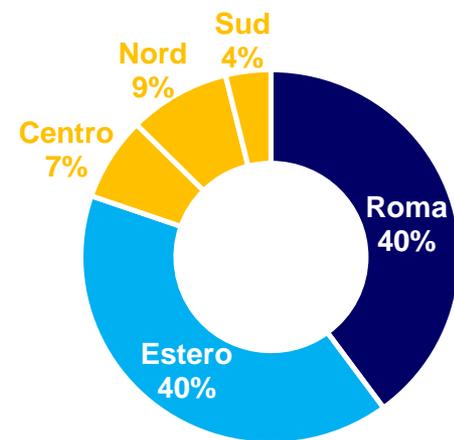
Tra le categorie professionali prevalgono gli studenti (32%; in diminuzione rispetto al 40% dello scorso anno), poi seguono gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti col 21% sul totale (in discesa dal 25% nel 2018) ed i liberi professionisti (passano da 11% a 15%). Infine i dirigenti-quadri salgono dal 10% al 14%.



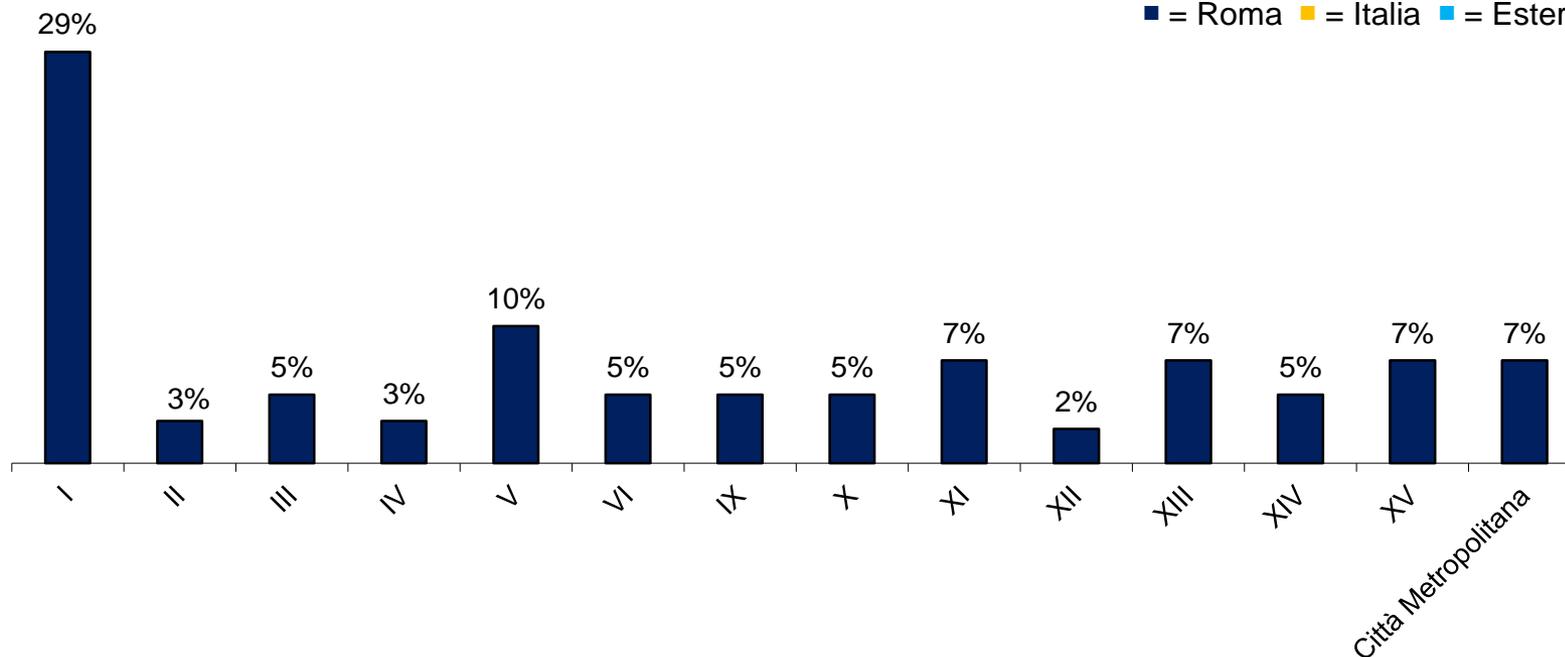
Analisi socio-demografica: genere e provenienza

Un 40% sul totale degli intervistati è costituito da turisti stranieri (43% nel 2018) e un 40% da cittadini romani (erano il 37% nell'indagine precedente), mentre il 20% giunge da altre province italiane (stessa percentuale dello scorso anno).

Gli utenti intervistati risiedono maggiormente nel Municipio I, che raggiunge il 29% sul campione dei romani intervistati, ma per ulteriori dettagli sui municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Le variabili più correlate tra di loro risultano essere i contenuti della visita con l'esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale ed il personale di accoglienza con l'organizzazione generale.

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Contenuti della visita	Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	Giudizio generale L'Ara com'era
Organizzazione generale	1,000	,471**	,399**	,328**	,481**
Personale di accoglienza	,471**	1,000	,271**	0,096	,338**
Contenuti della visita	,399**	,271**	1,000	,478**	,544**
Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	,328**	0,096	,478**	1,000	,605**
Giudizio generale L'Ara com'era	,481**	,338**	,544**	,605**	1,000

*** L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile.

Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

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

Per "L'Ara com'era" gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale dell'iniziativa sono quelli relativi all'**esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale**, ma anche i **contenuti della visita**.

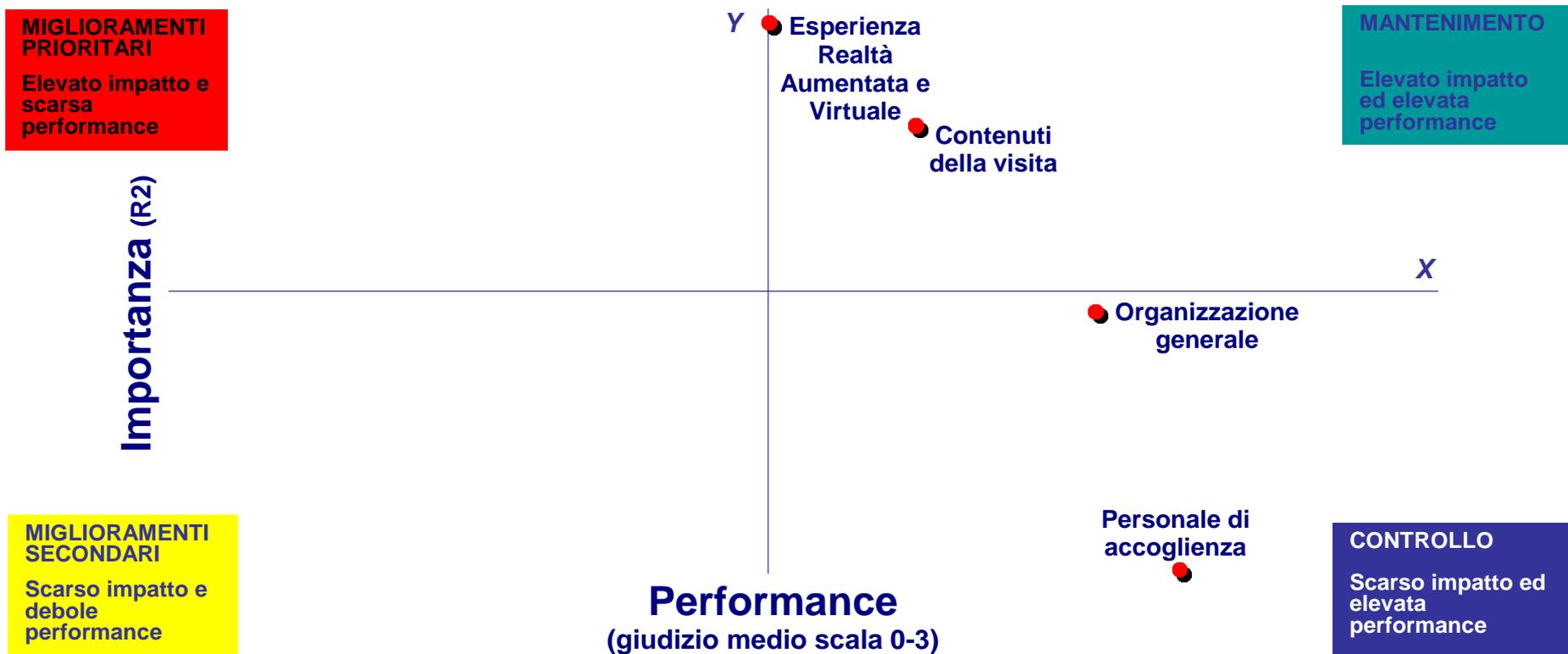
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale L'Ara com'era 2019	
Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	0,605
Contenuti della visita	0,544
Organizzazione generale	0,481
Personale di accoglienza	0,338

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e si trova in una posizione *borderline*, seppure la media sia al sopra dello standard minimo di 2,20. I **contenuti della visita** sono nel quadrante in alto a destra tra gli elementi più soddisfacenti ed importanti.

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



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

Cluster Analysis

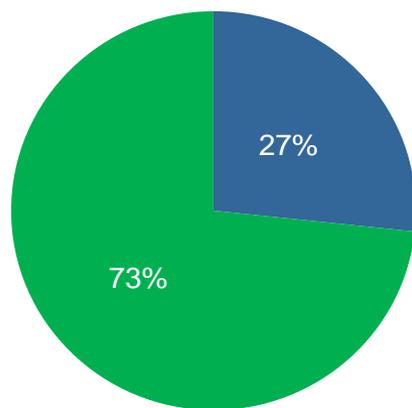
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (56 individui nel *Cluster 1* e 154 nel *Cluster 2*).

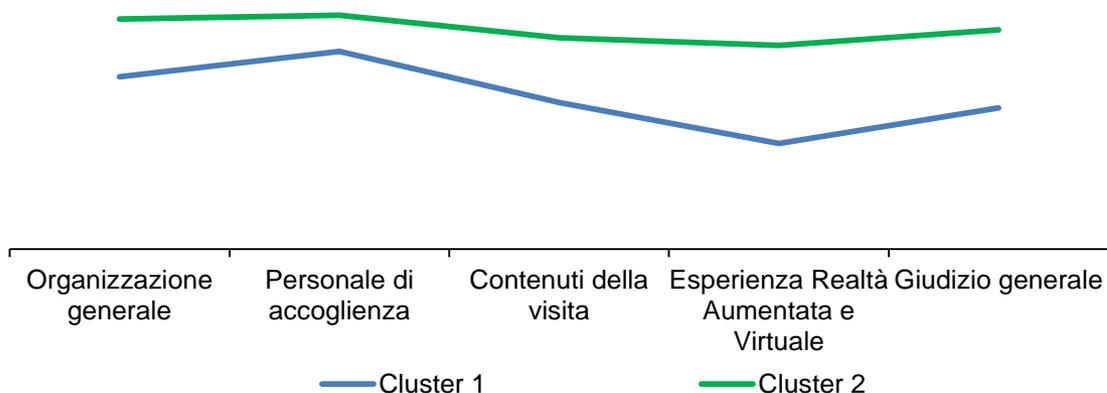
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra)

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini, stranieri, giovani fino ai 18 anni e adulti oltre i 65 anni, con un titolo di scuola media inferiore o laurea, studenti e pensionati, nuovi visitatori, sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite scuola- università e *Tourist Infopoint*, giudizio inferiore alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza o poco soddisfatti.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: in prevalenza donne, italiane (in particolare residenti a Roma), di età adulta 40-64 anni, con un titolo di scuola superiore, occupati dipendenti e liberi professionisti, alcuni hanno già visitato il *Museo dell'Ara Pacis*, sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite internet, passaparola o passando per caso, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 140

ELOGI esperienza bellissima e interessante. **Totale 9**

SUGGERIMENTI

QUALITÀ VIDEO/IMMAGINI migliorare la qualità e risoluzione grafica di video/immagini (19), visione non pienamente a fuoco, immagini sgranate (10). **Totale 29**

VISORI scomodi, aggiungere un sostegno per tenerli (12), da disinfettare/sostituire (5), altro (2). **Totale 19**

CONTENUTI più dettagli sul contesto storico (8), altro (5). **Totale 13**

REALTÀ AUMENTATA E VIRTUALE realizzazione insoddisfacente e poco avanzata dal punto di vista tecnologico. **Totale 8**

POSTI A SEDERE da aumentare. **Totale 4**

ALTRO. Totale 9

***Totale 82 Suggerimenti
L'Ara com'era 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:

	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. Contenuti della visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Esperienza Realtà Aumentata e Virtuale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Giudizio generale "L'Ara com'era 2018"	<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 "L'Ara com'era" ad un amico?**

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

8. **Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa "L'Ara com'era"?**

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)
<input type="checkbox"/> www.museiincomuneroma.it
<input type="checkbox"/> altri siti internet
<input type="checkbox"/> passando, per caso
<input type="checkbox"/> Tourist Infopoint | <input type="checkbox"/> Contact Center 060608
<input type="checkbox"/> leaflet-locandina
<input type="checkbox"/> amici/parenti (passaparola)
<input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari
<input type="checkbox"/> pubblicità sulla stampa | <input type="checkbox"/> televisione/radio
<input type="checkbox"/> newsletter
<input type="checkbox"/> social network
<input type="checkbox"/> altro..... |
|--|---|---|

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

10. SUGGERIMENTI

DATI PERSONALI PER FINI STATISTICI:

Età: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 ≥ 75

Genere: Uomo Donna

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: _____**