

Data 18/11/2019

Indagini di Customer Satisfaction

Museo Pietro Canonica

18 Settembre – 30 Ottobre 2019

Zè

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 museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di **108** questionari somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua che autocompilazione **dal 18 settembre al 30 ottobre** presso il **Museo Pietro Canonica** (gli intervistati rappresentano il 7% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 93%, un margine di errore di stima di $\pm 4,83\%$.

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 **2,74** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,95), la **pulizia del sito** (2,91), il **personale in sala** (2,86), la **segnaletica sull'edificio** (2,83), gli **orari di apertura** (2,81) e la **segnaletica interna** (2,76).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei supporti digitali. La **collezione** è la variabile ritenuta più importante e soddisfacente, ma anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 16-18).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati emergono quelli sui **supporti informativi** (n. 16 suggerimenti) e sui **supporti digitali** (n. 9 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 66% da turisti **stranieri**, **pensionati** (29%) e **impiegati** (22%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (63%), di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (58% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (63%), poi seguono il **canale web** (12%) e il **passaparola** (7%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti stranieri, di età giovane 19-39 anni, laureati, in generale molto soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, che hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno. Il canale web emerge per i visitatori italiani (inclusi i romani), che appartengono alla fasce d'età 45-54 anni e 65-74 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, abbastanza soddisfatti della loro esperienza, hanno un giudizio superiore alle aspettative e nell'ultimo anno sono stati in più tre musei.

Tabella riassuntiva

Museo Pietro Canonica 2019	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,83	3,00	103	5	0,406	5%	83%	0%	99%
Orari di apertura	2,81	3,00	101	7	0,484	6%	85%	0%	96%
Personale di accoglienza	2,95	3,00	101	7	0,260	6%	96%	0%	99%
Opere della collezione	2,66	3,00	107	1	0,494	1%	67%	0%	99%
Supporti informativi	2,44	3,00	100	8	0,686	7%	55%	0%	89%
Supporti digitali	1,88	2,00	52	56	0,900	52%	29%	6%	65%
Personale in sala	2,86	3,00	69	39	0,394	36%	87%	0%	99%
Segnaletica interna	2,76	3,00	97	11	0,474	10%	78%	0%	98%
Posti a sedere	2,44	3,00	62	46	0,781	43%	61%	0%	82%
Pulizia del sito	2,91	3,00	106	2	0,325	2%	92%	0%	99%
Esperienza complessiva	2,74	3,00	106	2	0,464	2%	75%	0%	99%

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

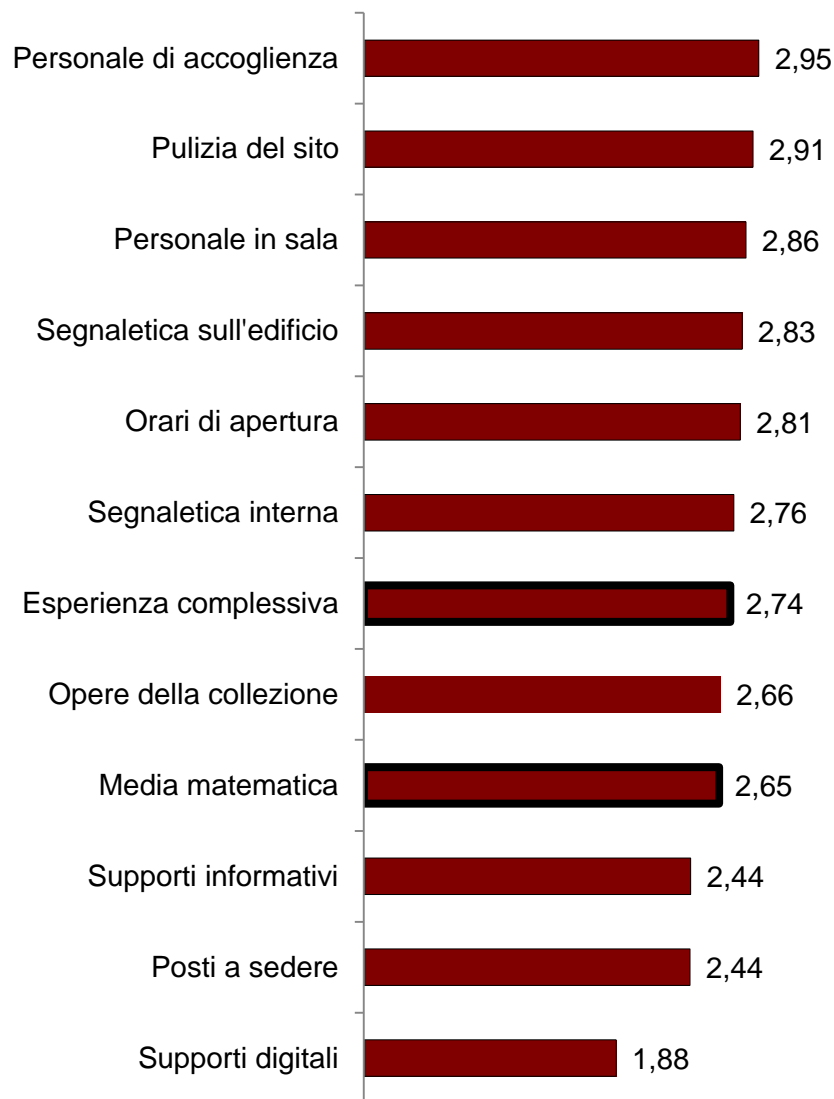
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,65).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza**, la **pulizia del sito**, il **personale in sala**, la **segnaletica sull'edificio**, gli **orari di apertura** e la **segnaletica interna**.

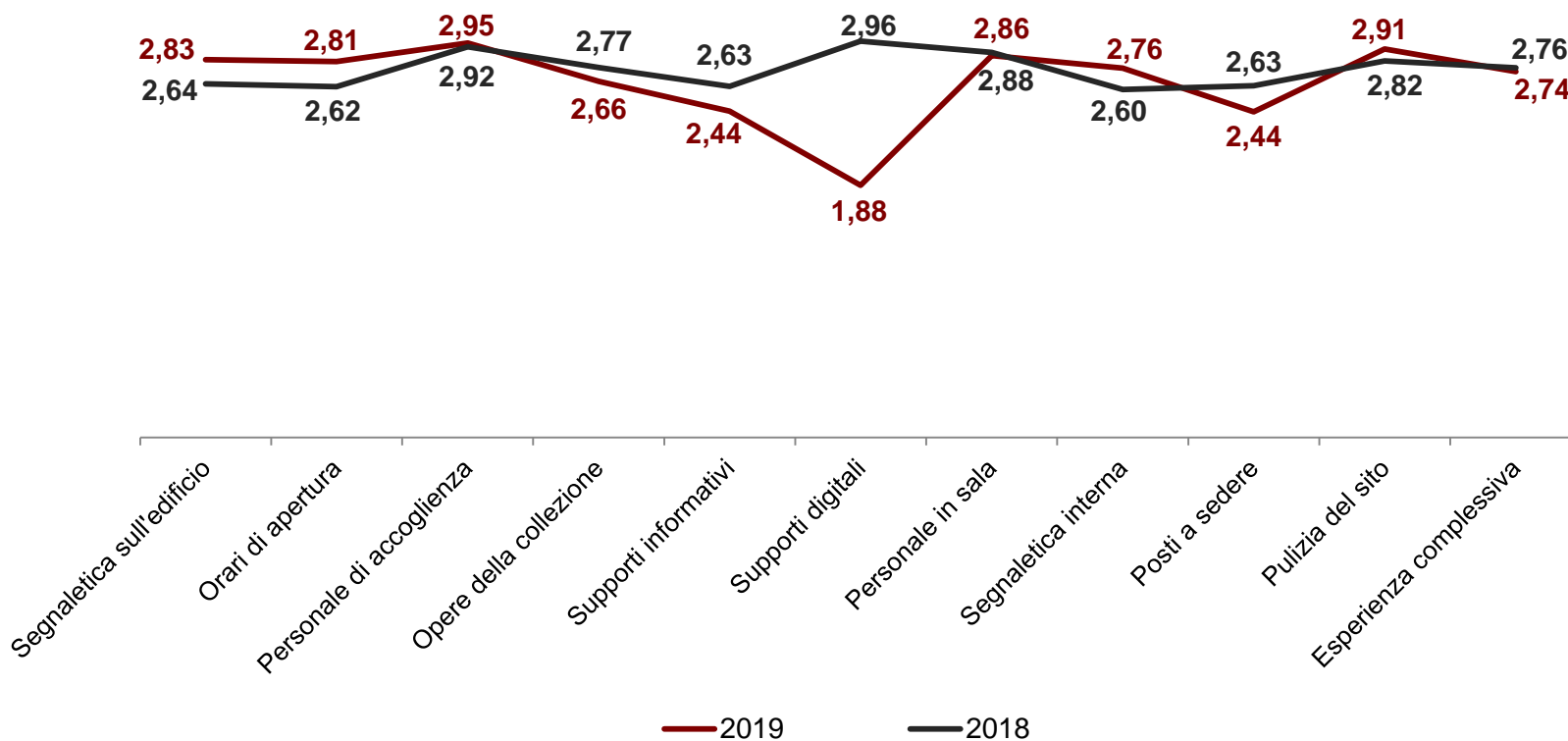
Tutte le medie sono nettamente superiori allo standard di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali**.



Analisi del trend 2018-2019

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

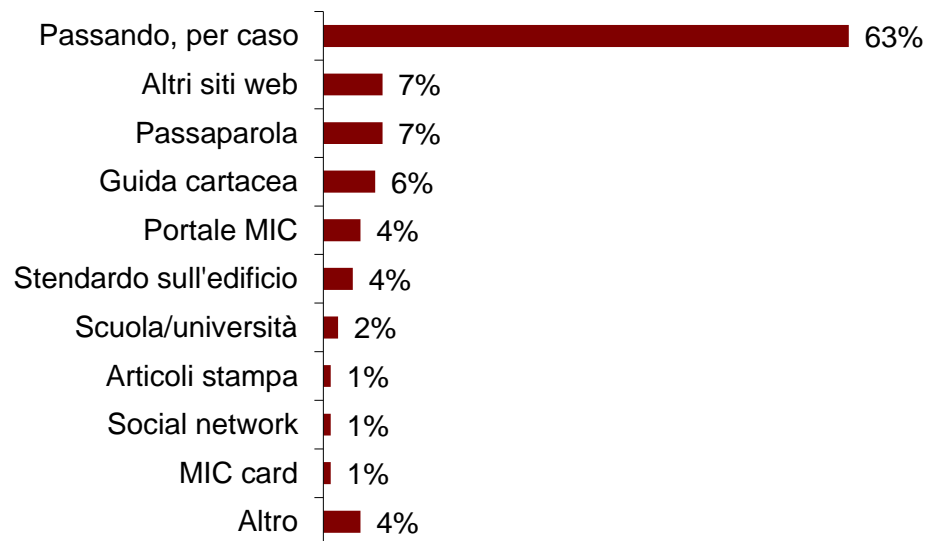
Si rileva un aumento del livello medio di soddisfazione soprattutto sulla segnaletica sull'edificio, sugli orari di apertura e sulla segnaletica interna, mentre si registra una flessione in particolare sui supporti digitali, la cui media scende al di sotto dello standard minimo.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 63% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “**passando per caso**” (in netto aumento dal 37% emerso nel 2018), segue il “**canale web**” con il 12% (lo scorso anno era pari al 19%), mentre il 7% attraverso il “**passaparola**” (in lieve discesa rispetto all’11% emerso nell’indagine precedente).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti stranieri, di età giovane 19-39 anni, laureati, in generale molto soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, che hanno frequentato meno di tre musei nell’ultimo anno. Il canale web emerge per i visitatori italiani (inclusi i romani), che appartengono alla fasce d’età 45-54 anni e 65-74 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, abbastanza soddisfatti della loro esperienza, hanno un giudizio superiore alle aspettative e nell’ultimo anno sono stati in più tre musei. Invece il passaparola è predominante per gli italiani (alcuni romani), che rientrano nella fascia dei 55-64 anni, diplomati, nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti, privi di attese a priori e hanno visitato tra uno tre musei in quest’ultimo anno.

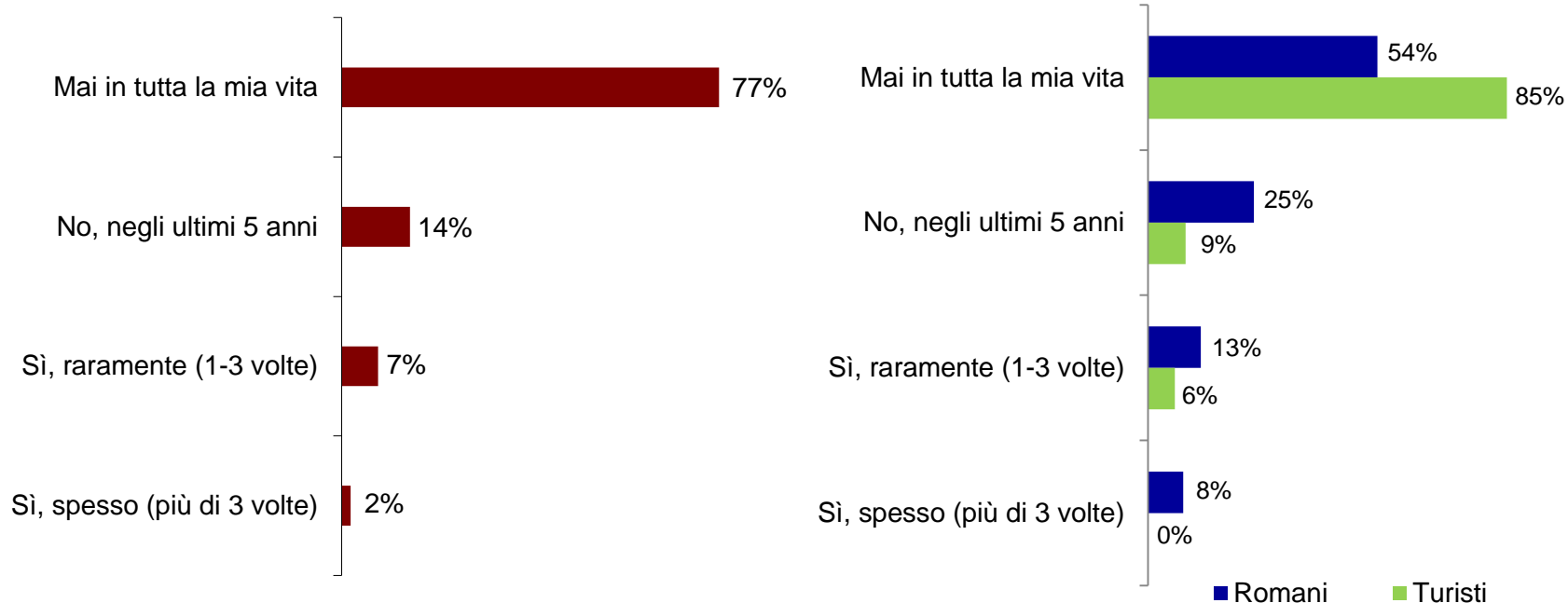


Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (77% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al *Museo Pietro Canonica*, il 9% vi è già stato (di cui il 7% **“da una a tre volte”** e il 2% **“più di tre volte”**) e il restante 14% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo visitato siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), privi di aspettative, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visitato più di tre musei in quest'ultimo anno.

Invece ad avere già frequentato il *Museo Pietro Canonica* sono prevalentemente i visitatori romani, il cui giudizio è superiore alle proprie attese, in generale molto soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno.

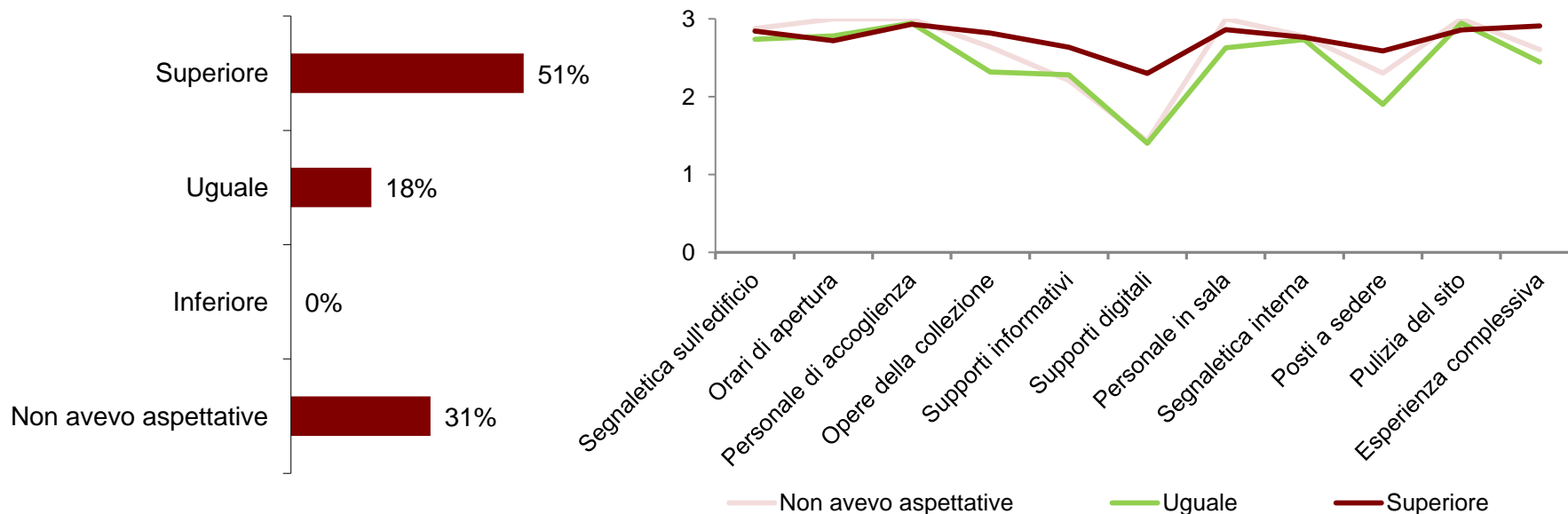


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 31% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 51% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese e per il 18% è uguale. Nessuno degli intervistati ritiene tale museo inferiore rispetto alle aspettative.

È significativo che il giudizio sia superiore alle aspettative soprattutto per i visitatori che sono già stati al *Museo Pietro Canonica*, con un titolo di specializzazione post laurea e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative o ad esserne privi sono in prevalenza i nuovi visitatori, diplomati (uguale alle attese) o laureati (senza aspettative), abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione degli orari di apertura, del personale in sala e della pulizia del sito (*cfr.* grafico sottostante).



Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e hanno dato la valutazione 9-10 – e i **detrattori** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Museo Pietro Canonica* è pari a **51%**; il 47% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

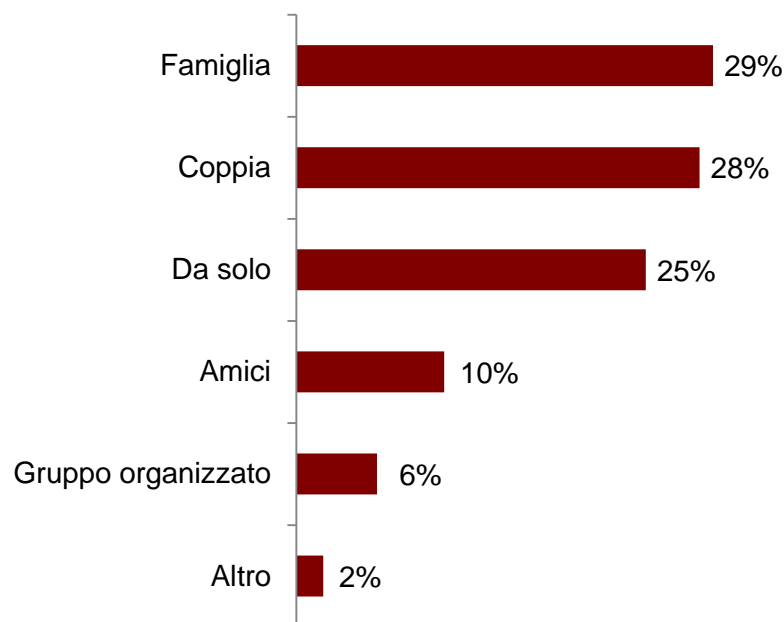


NET PROMOTER SCORE Museo Pietro Canonica 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	0	28	23	16	40
0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	26%	21%	15%	37%
DETRATTORI = 1%							PASSIVI = 47%		PROMOTORI = 52%	
52% - 1% = 51%										

Con chi ha visitato il museo

Il 29% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con la propria **“famiglia”**, il 28% in **“coppia”**, il 25% **“da solo”**, il 10% in compagnia di **“amici”**, il 6% con un **“gruppo organizzato”** ed il restante 2% risponde **“altro”**.

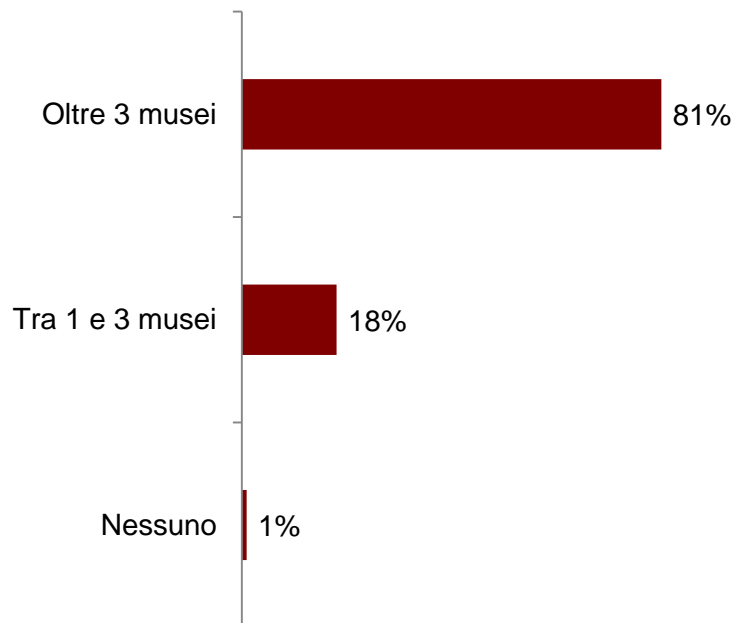
Risulta significativo che a venire con la propria famiglia siano principalmente coloro che hanno già visitato il *Museo Pietro Canonica*, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Coloro che vengono in coppia sono principalmente i nuovi visitatori, che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza e nell'ultimo anno hanno visto più di tre musei. Invece a recarsi al museo da soli sono in prevalenza i visitatori che vengono in questo museo per la prima volta, in generale abbastanza soddisfatti ed affermano di essere stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben l'81% sul campione totale dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 18% risponde “**tra uno e tre musei**” e solo l'1% “**nessuno**”.

Risulta significativo che ad essere stati in più di tre musei nell'ultimo anno siano coloro che si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva e hanno un giudizio uguale alle proprie aspettative, mentre chi ha visto meno di tre musei, dichiara di essere molto soddisfatto e ha un giudizio superiore alle attese o ne è privo.



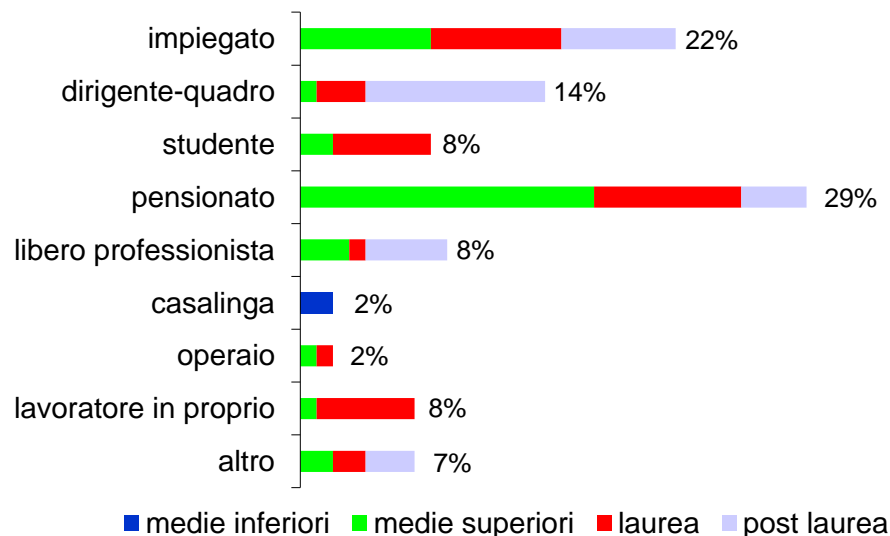
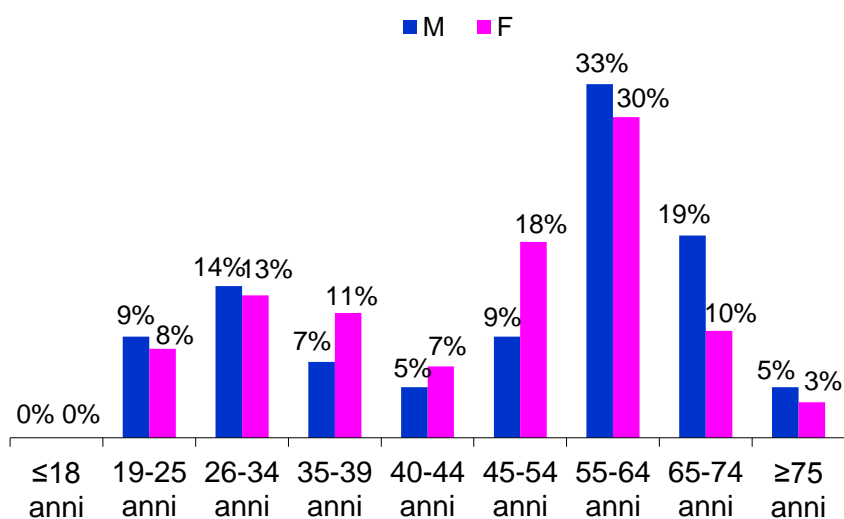
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (59%; nel 2018 era il 60% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età 35-54 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 19-34 anni ed oltre i 55 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 58% sul totale degli intervistati (erano il 57% nel 2018). La percentuale dei giovani di età 26-39 anni passa da 25% a 23%.

Il 63% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (la percentuale raggiungeva il 57% nell'indagine precedente).

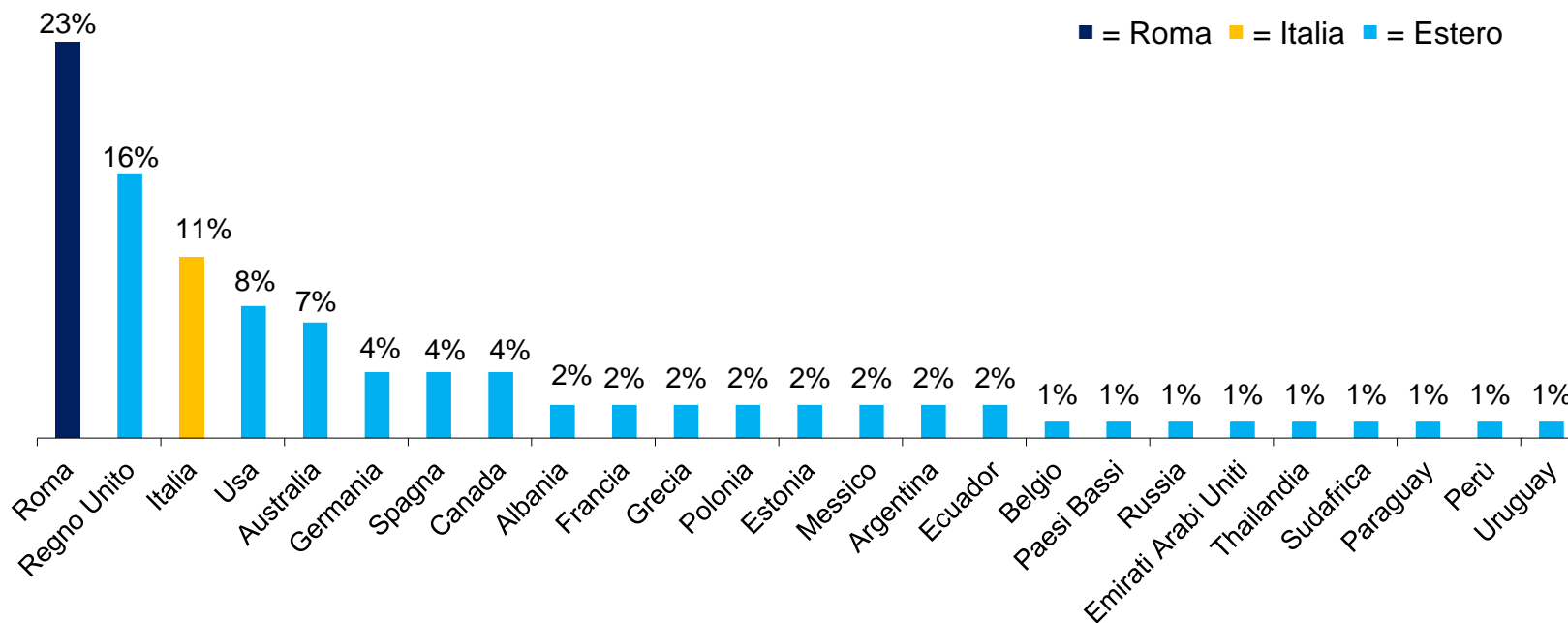
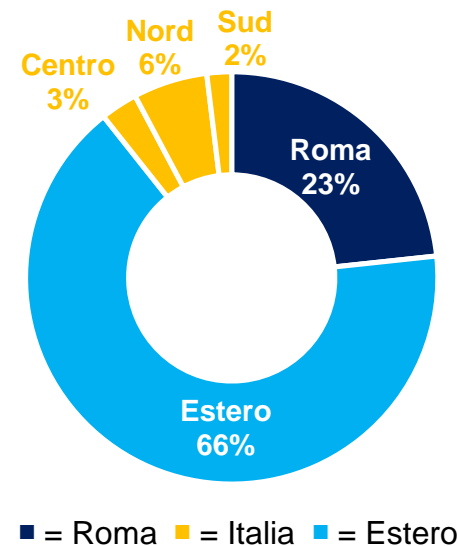
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i **pensionati** (29%; in aumento dal 18% emerso nel 2018), poi seguono gli **impiegati** (22%; erano il 23% lo scorso anno) e i dirigenti-quadro (14%; in netto aumento dal 7% dell'indagine precedente). Gli studenti scendono dal 18% all'8%.



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 66% del campione intervistato è costituito da visitatori **stranieri** (in netto aumento dal 44% dello scorso anno), il 23% è rappresentato dai cittadini romani (in netta diminuzione dal 45% emerso nell'indagine precedente) e l'11% giunge da altre province italiane (stessa percentuale del 2018).

Tra le nazionalità estere prevale quella **inglese** (16%), ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Correlazione 1/2

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

Museo Pietro Canonica 2019***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,395**	0,136	0,181	0,178	0,154	0,071	,296**	0,070	0,159	-0,010
Orari di apertura	,395**	1,000	,527**	-0,094	0,062	-0,015	,523**	,297**	0,212	,263**	-0,008
Personale di accoglienza	0,136	,527**	1,000	0,113	0,010	-0,131	,604**	,227*	0,010	0,126	0,068
Opere della collezione	0,181	-0,094	0,113	1,000	,369**	,325*	,276*	-0,010	0,151	0,105	,717**
Supporti informativi	0,178	0,062	0,010	,369**	1,000	,416**	,359**	,287**	,385**	,225*	,455**
Supporti digitali	0,154	-0,015	-0,131	,325*	,416**	1,000	,333*	0,065	0,306	0,046	,303*
Personale in sala	0,071	,523**	,604**	,276*	,359**	,333*	1,000	0,201	,293*	,414**	,450**
Segnaletica interna	,296**	,297**	,227*	-0,010	,287**	0,065	0,201	1,000	,538**	,241*	-0,041
Posti a sedere	0,070	0,212	0,010	0,151	,385**	0,306	,293*	,538**	1,000	,381**	,383**
Pulizia del sito	0,159	,263**	0,126	0,105	,225*	0,046	,414**	,241*	,381**	1,000	0,160
Esperienza complessiva	-0,010	-0,008	0,068	,717**	,455**	,303*	,450**	-0,041	,383**	0,160	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).

Dalla tabella laterale sono state escluse le variabili oggetto d'indagine che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Museo Pietro Canonica* la **collezione** è l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

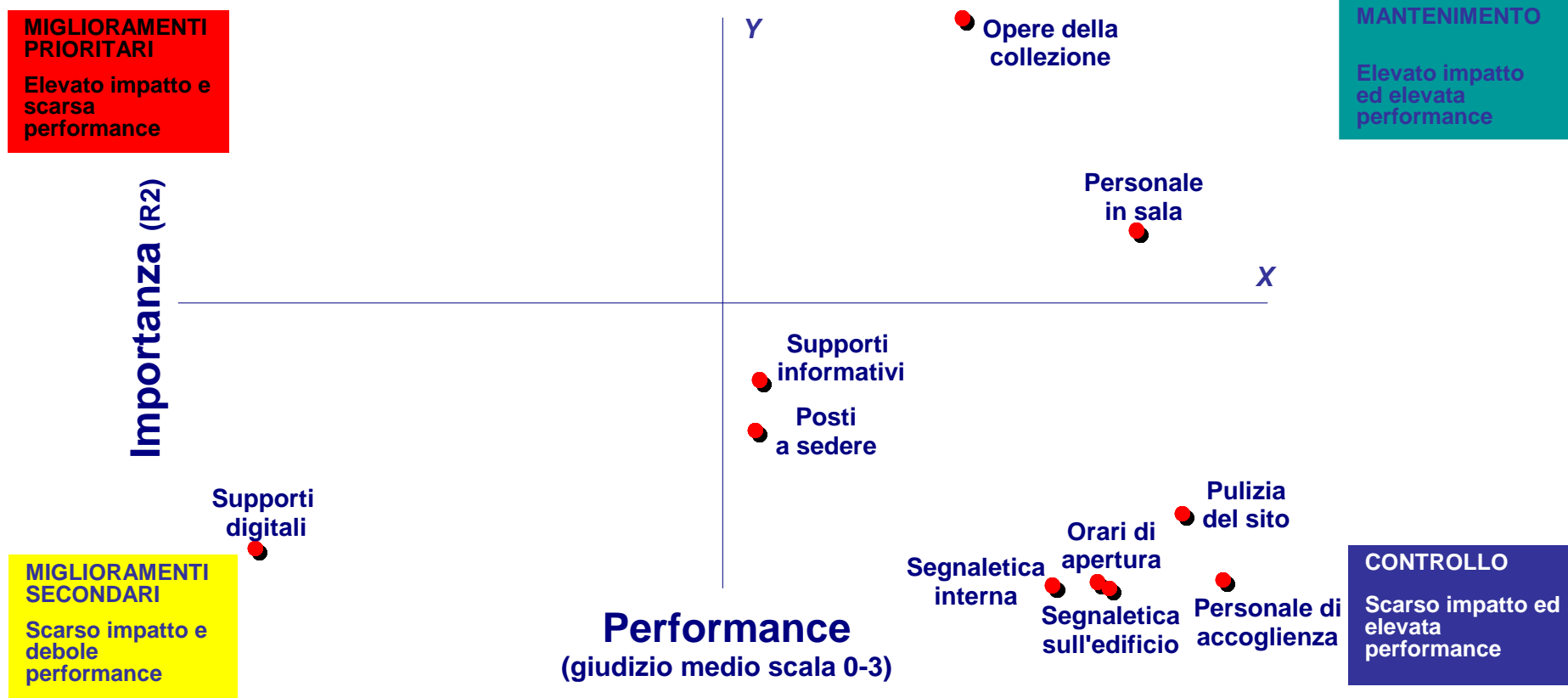
La segnaletica (sia sull'edificio che interna) e gli orari di apertura hanno un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure minima e non significativa.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Museo Pietro Canonica - 2019</i>	
Opere della collezione	0,717
Supporti informativi	0,455
Personale in sala	0,450
Posti a sedere	0,383
Supporti digitali	0,303

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche il **personale in sala** si posiziona nel quadrante in alto a destra. Nessuna delle variabili emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

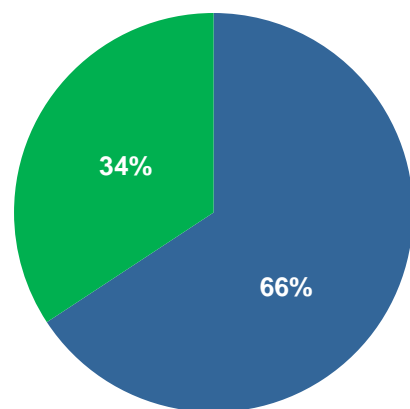
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (71 individui per il *Cluster 1* e 37 per il *Cluster 2*).

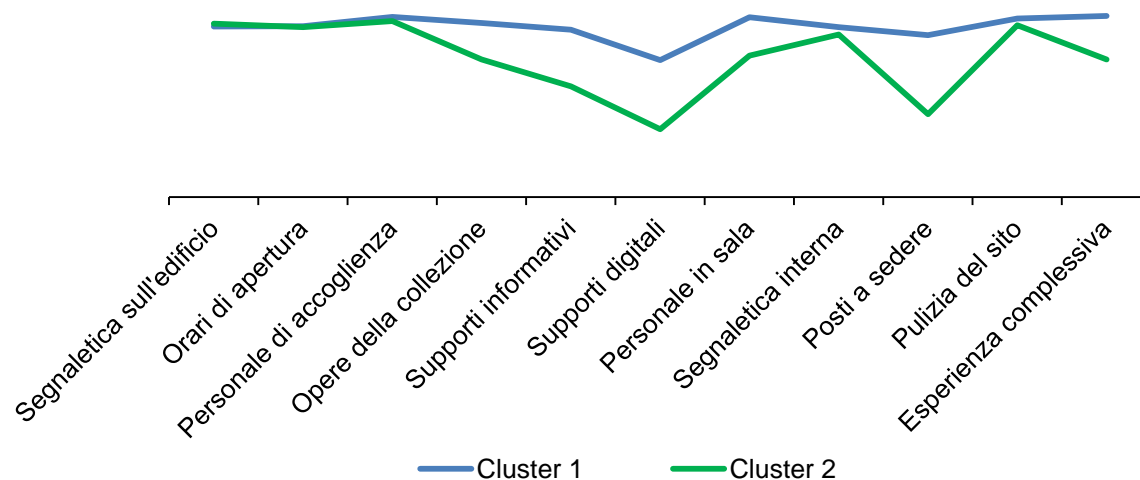
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto, mentre nella 2° tipologia gli **Abbastanza soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza italiani (inclusi romani), di età adulta 55-64 anni, con un titolo laurea o specializzazione post laurea, pensionati, alcuni già stati in questo museo, ne vengono a conoscenza tramite internet, vengono con amici, giudizio superiore alle aspettative, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza turisti stranieri, di età giovane 19-34 anni, diplomati, impiegati, nuovi visitatori, hanno conosciuto il museo passando, per caso, vengono con la famiglia o in coppia, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



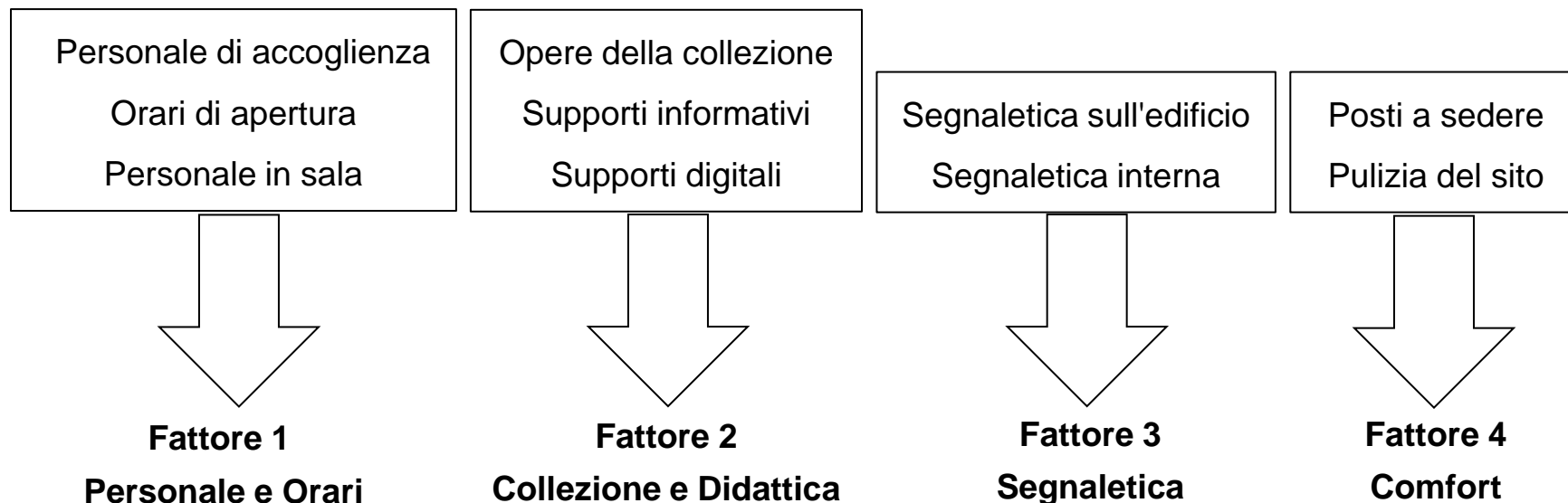
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

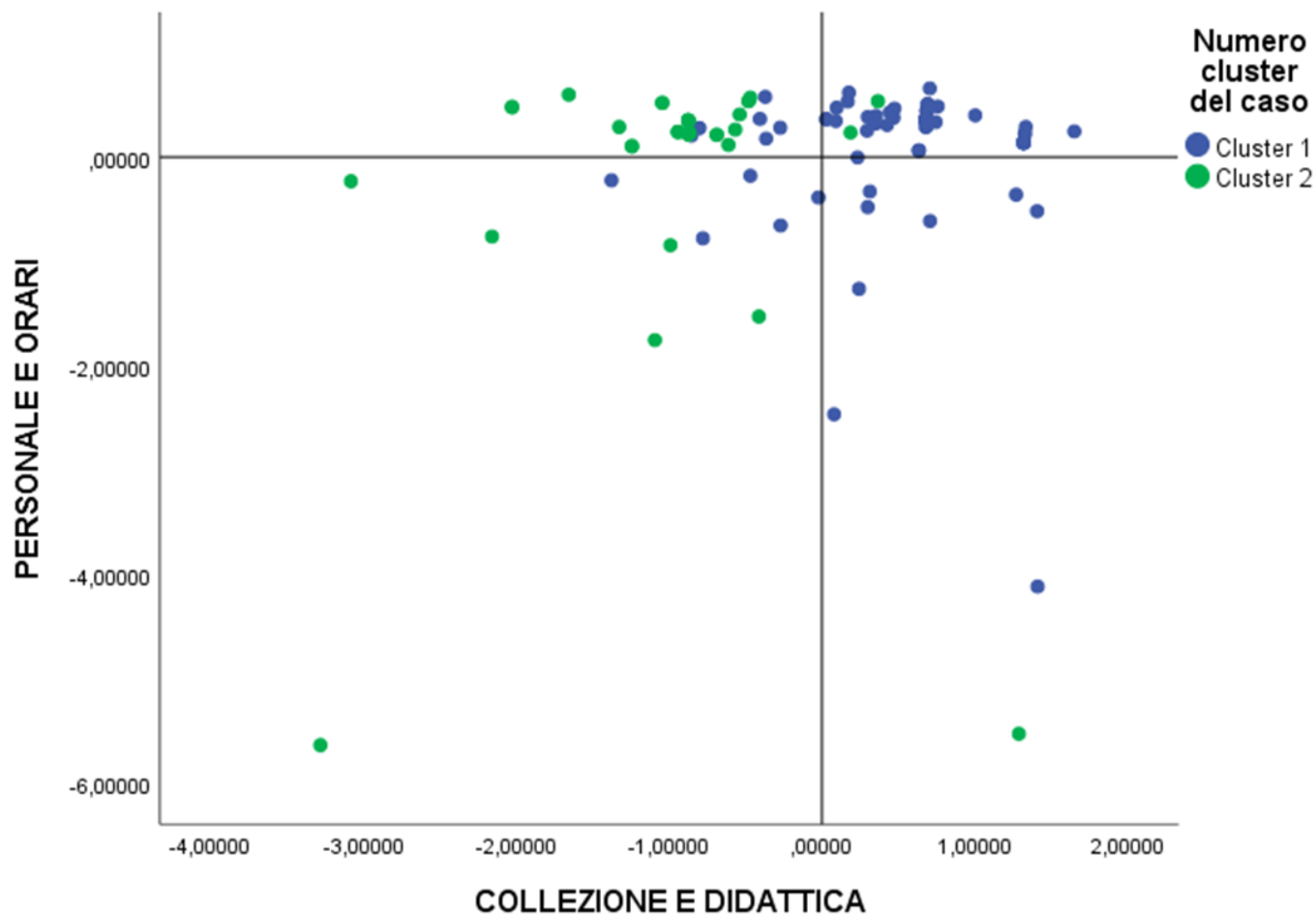
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Custer 2 degli “*Abbastanza Soddisfatti*” rileva una più ampia dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 1 (*Personale e Orari*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 54**

ELOGI piace molto il museo e l'atmosfera tranquilla (10), altro (3). **Totale 13**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni e descrizioni in inglese (10), altro (6). **Totale 16**

SUPPORTI DIGITALI da aumentare, maggiore interattività. **Totale 9**

ALTRO. **Totale 13**

**TOTALE 38 SUGGERIMENTI
MUSEO PIETRO CANONICA**

Allegato 1: Retro Questionario

20. **Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?**
 Da solo/ *By myself* Gruppo organizzato/ *Group Tour* Coppia/ *Partner-Companion* Amici/ *Friends*
 Famiglia/ *Family* Scuola/ *School* Altro/ *Other.....*

21. **Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?**
 Nessuno/ *None* Tra 1 e 3 musei / *1-3 museums* Oltre 3 musei / *More than 3 museums*

22. **Aspetti da migliorare/ Features to improve** niente/ *nothing*

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:

Età/Age: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 75 e più/ *75 and more*

Sesso/Gender: Uomo/ *Man* Donna/ *Woman*

Titolo di studio/Education: scuola dell'obbligo/ *primary school* diploma superiore/ *high school*
 laurea/ *degree* specializzazione post laurea/ *postgraduate*

Professione/ Job:
 impiegato/ *employee* casalinga/ *housewife*
 dirigente-direttivo-quadro / *manager-executive* operaio/ *workman*
 studente/ *student* non occupato-in cerca di prima di occupazione/ *unemployed-first job seeker*
 pensionato/ *retired* lavoratore in proprio/ *self-employed*
 libero professionista-imprenditore/ *freelance-businessman*
 altro/ *other* _____

Provenienza/Provenance: Roma/ *Rome*
 Altra provincia italiana/ *Other Italian province (specify)* _____
 Altra nazionalità/ *Other nationality (specify)* _____