



Indagini di Customer Satisfaction

Aprile – Maggio 2019

Servizio di videoguide

Musei Capitolini – Mercati di Traiano – Museo dell'Ara Pacis

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 07/06/2019*

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
- Chiarezza modalità di utilizzo della videoguida
- Consiglierebbe questo servizio ad un amico/parente
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariata
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariata (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Tabella medie per museo
- Allegato 2 – Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di **385 questionari** somministrati a campione sia attraverso interviste dirette (in italiano, inglese, francese e spagnolo) che autocompilazione da parte dei visitatori che hanno usufruito del servizio di videoguide presso i **Musei Capitolini, i Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali e il Museo dell'Ara Pacis dal 1 aprile al 27 maggio** (gli intervistati rappresentano il 37% sul totale delle videoguide noleggate nel periodo oggetto d'indagine: la percentuale raggiunge un valore massimo del 68% per i *Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali*, mentre al *Museo dell'Ara Pacis* è del 62% e ai *Musei Capitolini* del 24%).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media dell'82%, un margine di errore di stima di $\pm 3,84\%$.

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 dei visitatori intervistati sulle videoguide è più che sufficiente, con una media relativa al giudizio complessivo su tale servizio di **2,32** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **87%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la comprensibilità del linguaggio (2,78), i contenuti e temi trattati (2,41).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine raggiungono dei valori al di sopra dello standard minimo qualitativo di 2,20, ad eccezione della chiarezza del percorso (1,67).

I contenuti e temi trattati risultano essere l'aspetto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa delle priorità, ma anche quello più correlato all'esperienza complessiva. Invece tra i possibili miglioramenti si posiziona la chiarezza del percorso, mentre la facilità di utilizzo si trova in una posizione *borderline* ed è di poco superiore allo standard di 2,20 (*cf.* pp.12-14).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati emergono il percorso, ritenuto poco chiaro e difficile da seguire (n. 58 suggerimenti); la facilità di utilizzo dell'apparecchio (n. 42 suggerimenti); i contenuti (n. 31 suggerimenti) e la realtà aumentata (n. 30 suggerimenti).

Analizzando i risultati per singolo museo in cui è stata svolta l'indagine, si rileva che il livello medio di soddisfazione sia tendenzialmente più alto per coloro che sono stati ai *Musei Capitolini*, anche se la chiarezza del percorso è stata più apprezzata dai visitatori del *Museo dell'Ara Pacis*. I visitatori che hanno utilizzato la videoguia presso i *Mercati di Traiano* *Museo dei Fori Imperiali* sono quelli che hanno una soddisfazione più bassa sui vari aspetti oggetto di indagine.

Il profilo complessivo dei visitatori intervistati è costituito per la maggioranza da turisti stranieri (78%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (72%), occupati dipendenti (28%) e liberi professionisti (24%), soprattutto appartenenti alle fasce dei 45-64 anni (38%). Le fasce dei giovani di età 19-34 anni raggiungono il 24% sul totale.

Tabella riassuntiva

Servizio di videoguide SMC 2019	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto Soddisfatti	Per Niente soddisfatti	Molto + Abbastanza soddisfatti
Contenuti e temi trattati	2,41	3,00	382	3	0,699	52%	1%	90%
Comprensibilità linguaggio	2,78	3,00	382	3	0,492	81%	0%	97%
Chiarezza del percorso	1,67	2,00	383	2	0,980	23%	13%	57%
Facilità utilizzo apparecchio	2,21	2,00	381	4	0,890	47%	5%	79%
Giudizio generale	2,32	2,00	380	5	0,757	48%	2%	87%

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

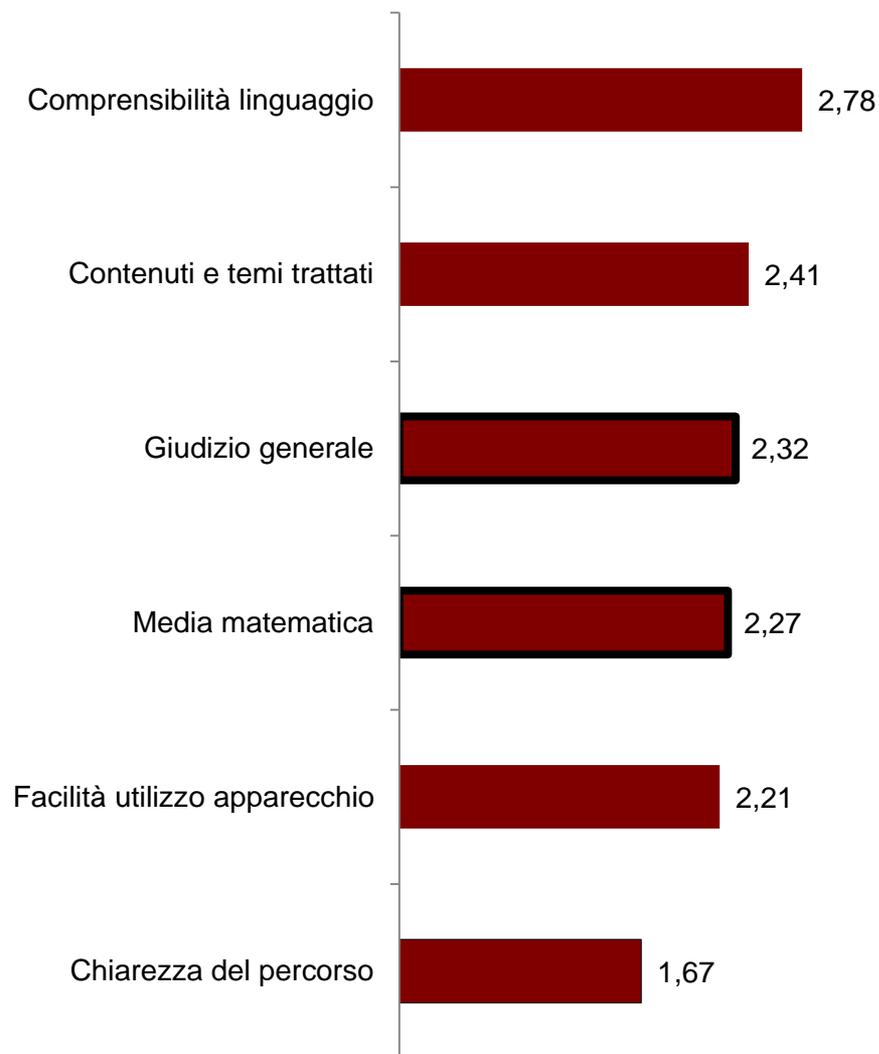
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,27).

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.

La **comprensibilità del linguaggio** e i **contenuti e temi trattati** sono le variabili più gradite dai visitatori intervistati.

Solo la **chiarezza del percorso** raggiunge un valore al di sotto dello standard di 2,20.

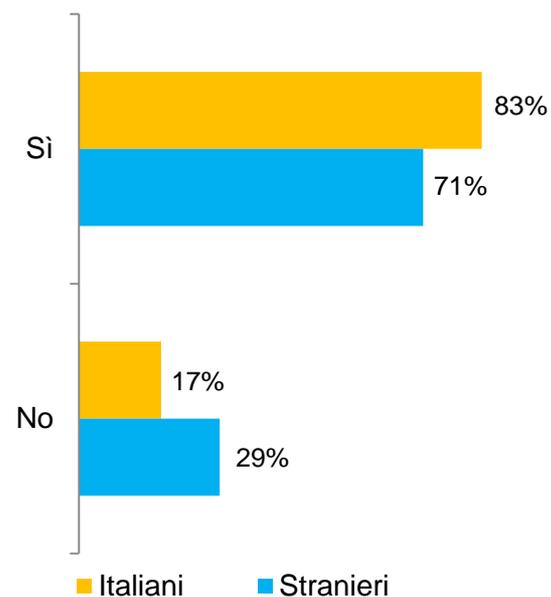
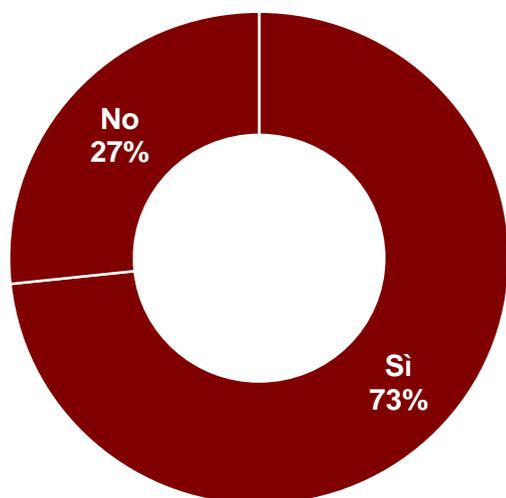


Chiarezza modalità di utilizzo della videoguida

Il 73% degli intervistati ritiene che le modalità da seguire per utilizzare la videoguida siano chiare, mentre il 27% risponde negativamente a tale domanda.

Tra le varie indicazioni rilasciate emergono la poca intuitività dell'apparecchio, soprattutto ad inizio visita (n. 25), la difficoltà di capire come muoversi e il percorso da seguire (n.15), la mancanza di istruzioni, anche da parte del personale (n. 10).

Risulta significativo che a ritenere più chiaro l'utilizzo della videoguida siano prevalentemente i visitatori italiani, di età giovane fino ai 44 anni, che nel complesso si ritengono molto o abbastanza soddisfatti su tale servizio erogato. Invece le modalità sono considerate meno chiare prevalentemente dai turisti stranieri (cfr. grafico in basso a destra), di età adulta oltre i 45 anni, che rilasciano un giudizio generale sulla videoguida poco soddisfacente.



Consiglierebbe questo servizio ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti che 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 servizio che hanno utilizzato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale servizio è pari a **11%**; si evidenzia che il 43% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



NET PROMOTER SCORE										
Servizio di videoguide Sistema Musei in Comune 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	5	10	8	8	18	32	63	97	57	71
2%	1%	3%	2%	2%	5%	8%	17%	26%	15%	19%
DETRATTORI = 23%							PASSIVI = 43%		PROMOTORI = 34%	
34% - 23% = 11%										

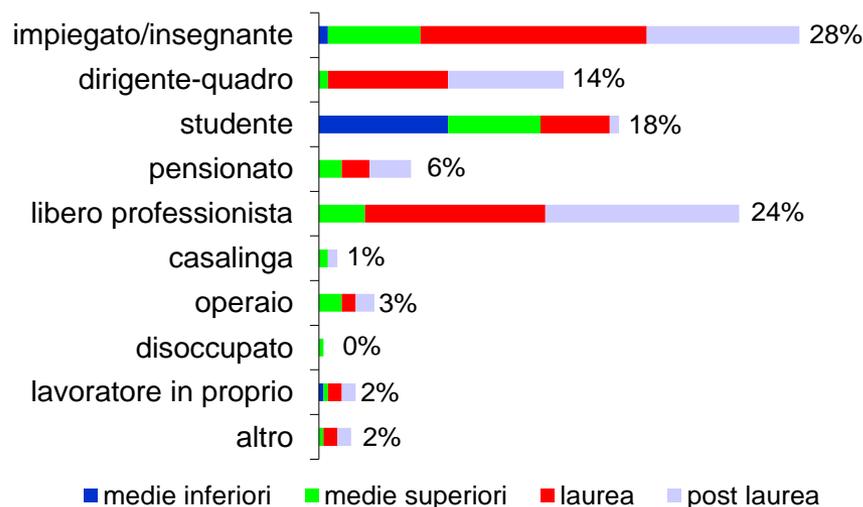
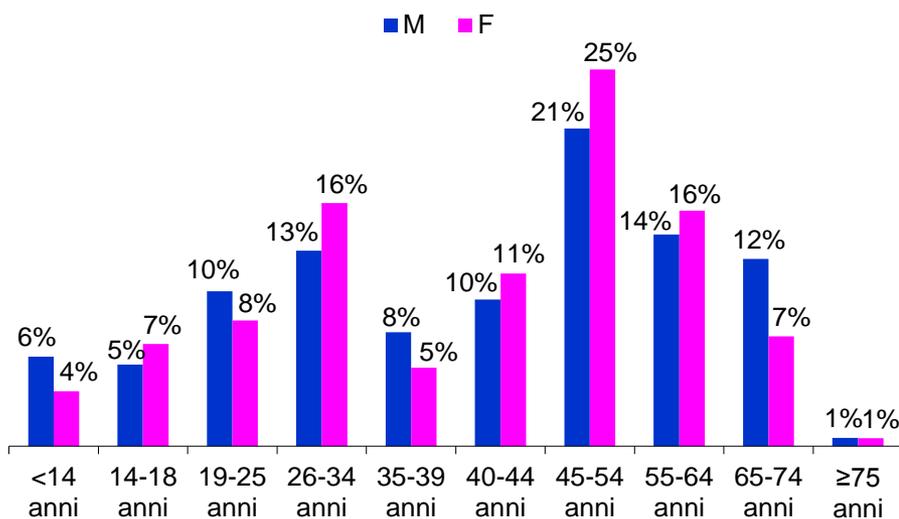
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Tra gli intervistati prevale il genere femminile (51% sul campione totale) nelle fasce giovani 14-18 anni e 26-34 anni, ma anche in quelle adulte 40-64 anni. Gli uomini emergono tra i minori di 14 anni e nelle fasce dei 19-25 anni, 35-39 anni e 65-74 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle dei 45-64 anni, che raggiungono complessivamente il 38% sul totale, mentre i giovani di età 19-34 anni raggiungono una percentuale pari al 24%.

Il 72% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea.

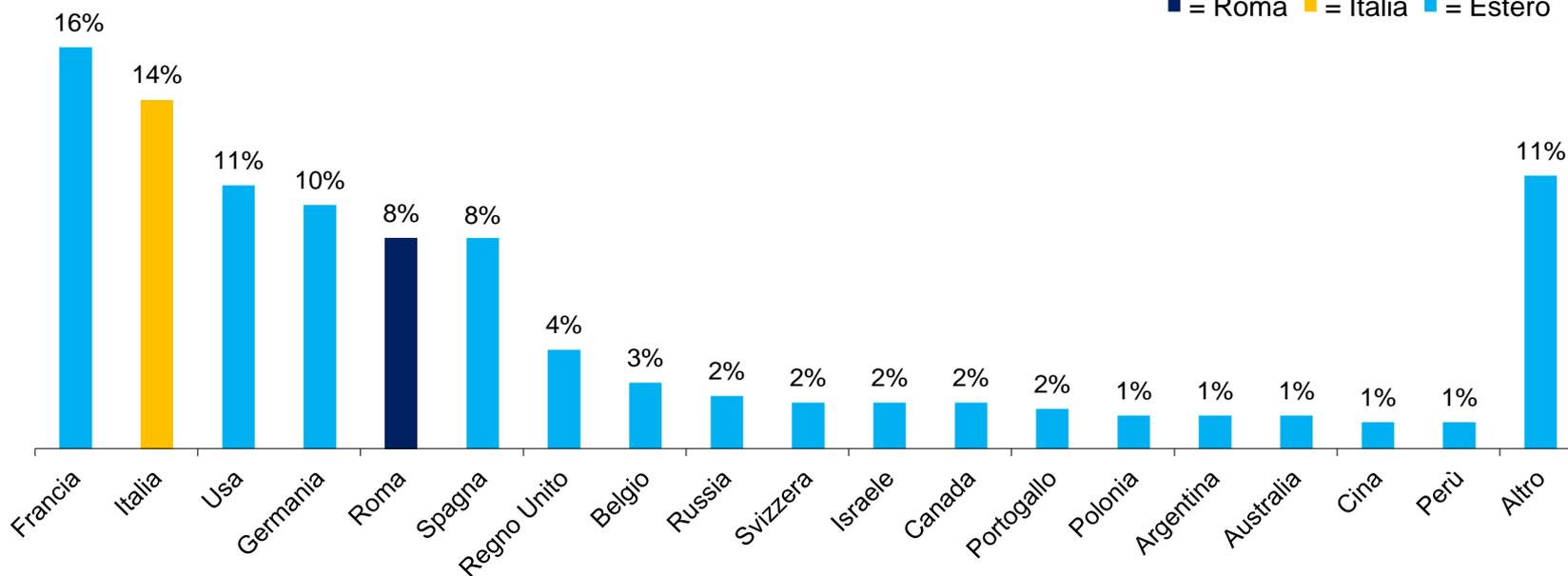
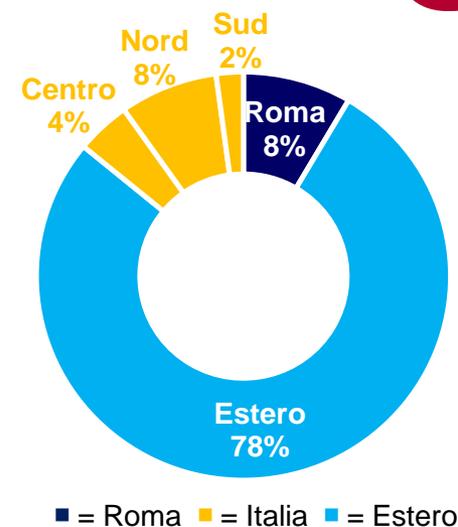
Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti (28%). Seguono i liberi professionisti e gli studenti, che rappresentano rispettivamente il 24% e il 18% sul totale degli intervistati.



Analisi socio-demografica: provenienza

Il 78% del campione intervistato è costituito da turisti stranieri, il 14% giunge da altre città italiane (l'8% dal Nord, il 4% dal Centro e il 2% dal Sud), mentre il restante 8% è rappresentato dai cittadini romani.

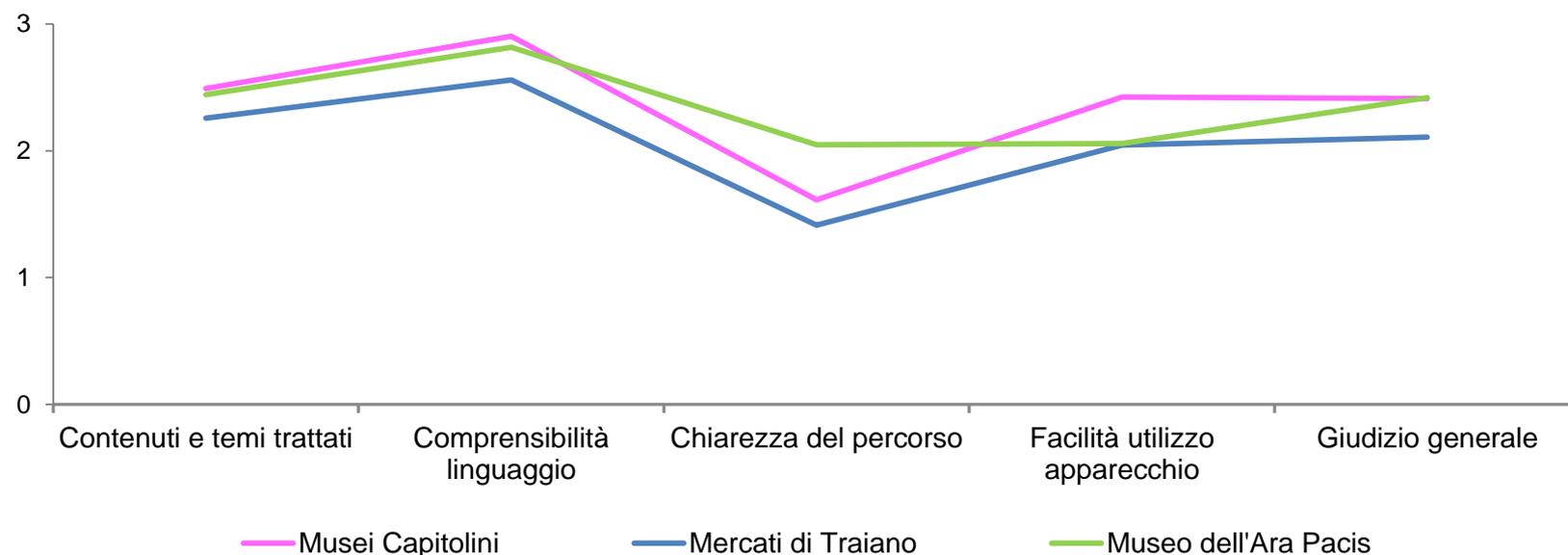
La nazionalità prevalente è quella francese (16% sul totale); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



Analisi univariata per museo

Analizzando i risultati per singolo museo in cui è stata svolta l'indagine, si rileva che il livello medio di soddisfazione sia tendenzialmente più alto per coloro che sono stati ai *Musei Capitolini*, anche se la chiarezza del percorso è stata più apprezzata dai visitatori del *Museo dell'Ara Pacis*. I visitatori che hanno utilizzato la videoguia presso i *Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali* sono quelli che hanno una soddisfazione più bassa sui vari aspetti oggetto di indagine.

Risulta significativo che ad avere utilizzato la videoguia presso i *Musei Capitolini* siano stati in particolare i visitatori stranieri, di età giovane fino ai 34 anni, nel complesso molto soddisfatti. Invece ai *Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali* hanno usufruito di tale servizio prevalentemente i turisti, appartenenti alle fasce di età compresa tra i 19 e 39 anni, che in generale si ritengono abbastanza o poco soddisfatti. Infine al *Museo dell'Ara Pacis* le videoguide sono state predilette dai visitatori italiani (inclusi romani), di età adulta oltre i 40 anni, che hanno rilasciato un giudizio complessivo molto o abbastanza soddisfacente.



Correlazione 1/2

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

Le variabili che risultano tra di loro più correlate sono la **chiarezza del percorso** con i **contenuti e tempi trattati**, ma anche con la **facilità di utilizzo dell'apparecchio**.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> *** Videoguide - 2019	Contenuti e temi trattati	Comprensibilità linguaggio	Chiarezza del percorso	Facilità utilizzo apparecchio	Giudizio generale
Contenuti e temi trattati	1,000	,309**	,484**	,289**	,570**
Comprensibilità linguaggio	,309**	1,000	,222**	,317**	,373**
Chiarezza del percorso	,484**	,222**	1,000	,399**	,552**
Facilità utilizzo apparecchio	,289**	,317**	,399**	1,000	,554**
Giudizio generale	,570**	,373**	,552**	,554**	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 asterisco).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio complessivo e sono stati inseriti nella tabella laterale in ordine decrescente di coefficiente.

Per il servizio di videoguide erogato nel *Sistema Musei in Comune* di Roma i **contenuti e temi trattati** risultano essere l'elemento più correlato rispetto al giudizio generale.

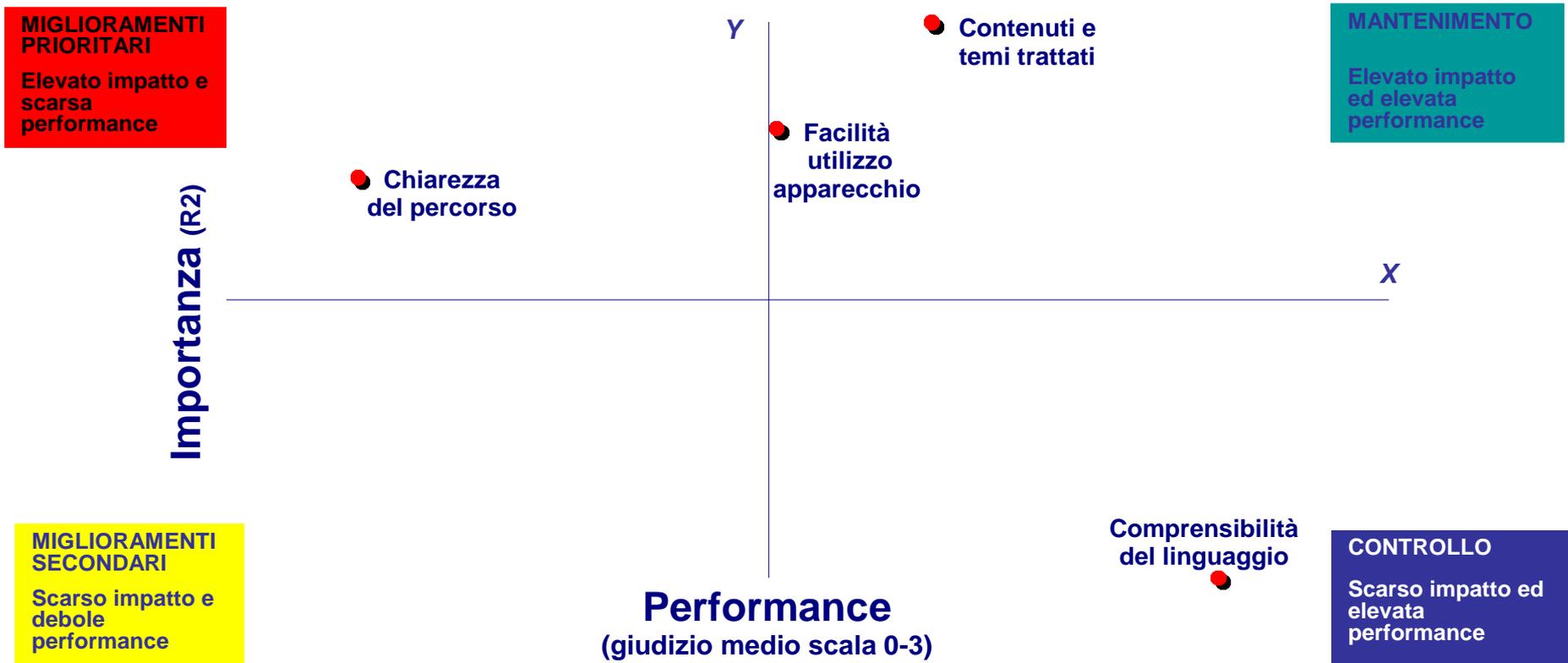
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul livello medio di soddisfazione.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Contenuti e temi trattati	0,570
Facilità utilizzo apparecchio	0,554
Chiarezza del percorso	0,552
Comprensibilità linguaggio	0,373

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **contenuti e temi trattati** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante, ma anche soddisfacente, mentre la **facilità di utilizzo dell'apparecchio** è in una posizione *borderline* (quadrante in alto a destra). Invece la **chiarezza del percorso** emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano le variabili che risultano di minore impatto sul giudizio generale del servizio, anche se sono ritenute ottime (quadrante in basso a destra).



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

Analisi multivariata: Cluster Analysis

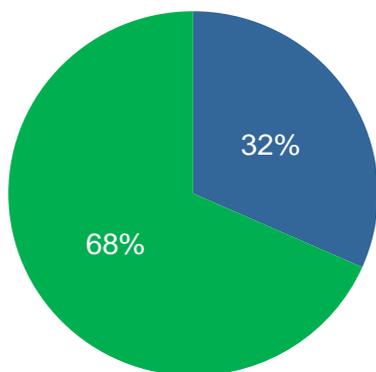
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno di ogni cluster (118 individui nel Cluster 1 e 265 nel Cluster 2, n. 2 casi mancanti).

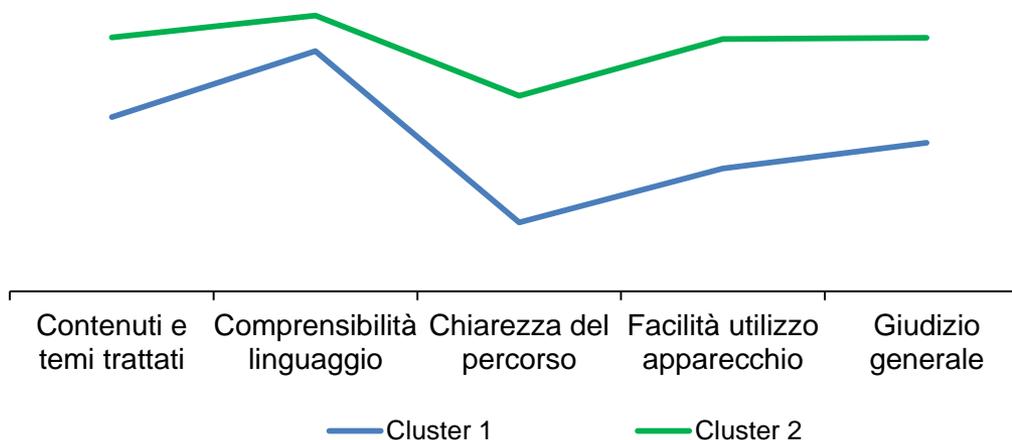
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono molte differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 Abbastanza soddisfatti: in prevalenza uomini, di età 35-39 anni e oltre i 55 anni, romani, con un titolo di laurea specializzazione post laurea, liberi professionisti e impiegati, ritengono che le modalità da seguire per utilizzare la videoguida non siano molto chiare, si sono recati soprattutto ai *Mercati di Traiano*, giudizio generale abbastanza o poco soddisfacente.

Cluster 2 Molto soddisfatti: in prevalenza donne, di età giovane fino ai 25 anni e 40-54 anni, turisti (sia italiani che stranieri), con un titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti e dirigenti/quadri, ritengono che le modalità da seguire per utilizzare la videoguida siano chiare, si sono recati soprattutto ai *Musei Capitolini*, giudizio generale molto soddisfacente.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Suggerimenti

ELOGI contenuti molto buoni (3), personale in biglietteria collaborativo (2), funziona bene, offrire questo servizio in altri musei, piace, è una buona applicazione. **Totale 9**

PERCORSO poco chiaro, difficile da seguire (58); confusione tra i numeri sulle opere e nelle sale (15); manca una mappa, non si trova (8); mancano indicazioni da seguire per comprendere meglio in che senso andare (5); non segue un ordine cronologico (5); altro (5). **Totale 96**

FACILITÀ DI UTILIZZO più spiegazioni sulle modalità di utilizzo, soprattutto ad inizio visita, il funzionamento non è chiaro (27); sarebbe preferibile la tastiera (5); altro (10). **Totale 42**

CONTENUTI più approfondimenti, informazioni troppo sintetiche (16); maggiori dettagli su altre opere/sale, più numeri (5); altro (10). **Totale 31**

REALTÀ AUMENTATA non funziona bene (19); aumentare i punti (9); altro (2). **Totale 30**

TRADUZIONE anche in altre lingue, semplificare le istruzioni in inglese e spagnolo (6), altro (2). **Totale 8**

MULTIMEDIALITÀ da sviluppare meglio, prevedere anche come *APP* su telefono (4), altro (3). **Totale 7**

PERSONALE poco formato sul funzionamento, mentre in biglietteria dovrebbero spiegare come si utilizza la videoguida. **Totale 6**

ALTRO. Totale 11

TOTALE 231 SUGGERIMENTI
VIDEOGUIDE 2019

Allegato 1 - Tabella per museo

Ics Videoguide 2019 Medie di soddisfazione	Musei Capitolini	Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali	Museo dell'Ara Pacis
Contenuti e temi trattati	2,49	2,26	2,44
Comprensibilità linguaggio	2,90	2,56	2,82
Chiarezza del percorso	1,61	1,41	2,05
Facilità utilizzo apparecchio	2,42	2,04	2,06
Giudizio generale	2,41	2,11	2,42
Campione intervistato (n.)	165	116	104
Campione intervistato (%)	43%	30%	27%

Allegato 2 - Questionario

MUSEO/MUSEUM: _____ Data/Date: __/__/__

Gentile Visitatore, Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a rendere migliore la qualità del servizio di videoguida.
 Dear Visitor, Please fill in the form, this will help us to improve the organization and the quality of our services concerning the videoguide service.

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:
 Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:

	Molto soddisfatto Very satisfied	Abbastanza soddisfatto Quite satisfied	Poco soddisfatto Slightly satisfied	Per niente soddisfatto Not satisfied at all
1. Contenuti e temi trattati/ Contents and topics treated	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Comprensibilità del linguaggio/ Language comprehensibility	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Chiarezza del percorso/ Clarity of the route	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Facilità di utilizzo dell'apparecchio/ Usability of the device	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Giudizio generale sul servizio/ General satisfaction of the service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. **Ritiene siano chiare le modalità da seguire per utilizzare la videoguida?/ Do you think that the instructions are easy to follow?**
 Sì/ Yes No (Specificare a lato perché/ Please, specify why not: _____)

7. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo servizio ad un amico/genitore? How likely is it that you would recommend this service to a friend/relative, according to the scale 0-10?**

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>											

8. **Suggerimenti e osservazioni per migliorare il servizio/ Suggestions and observations to improve the service:**

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

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-insegnante/ employee-teacher 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 (specificare)/ Other Italian province (specify) _____
 Altra nazionalità (specificare)/ Other nationality specify) _____