



Indagini di Customer Satisfaction

Circo Maximo Experience

Luglio - Settembre 2020

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 di *Circo Maximo Experience*
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe *Circo Maximo Experience* ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariata (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di **113** questionari somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) ai visitatori del **Circo Maximo Experience dal 14 luglio al 13 agosto e dal 1 al 30 settembre 2020** (il campione rappresenta il 45% sul totale delle email a cui è stato inviato il form online).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 94%, un margine di errore di stima di $\pm 4,40\%$.

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 2020, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione dei visitatori intervistati sulla qualità dell'iniziativa è buono, con una media di **2,50** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **94%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,80), i **contenuti della visita** (2,61) e l'**organizzazione generale** (2,60).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine raggiungono dei valori al di sopra dello standard minimo di 2,20. I **contenuti della visita**, l'**esperienza della Realtà Aumentata** e l'**organizzazione generale** sono gli aspetti più importanti e soddisfacenti nella mappa delle priorità, ma anche quelli più correlati all'esperienza complessiva (*cf.* pp.12-14).

Il profilo complessivo dei visitatori intervistati è costituito per la maggioranza da **cittadini romani** (86%), **impiegati** (45%) e **pensionati** (17%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (64%), soprattutto appartenenti alle fasce di età adulta **45-74 anni** (66%).

Tra i mezzi di comunicazione, il 50% del campione viene a conoscenza di tale iniziativa attraverso il **canale web** (di cui 20% si riferisce ai **social network**, il 18% ad **altri siti internet** e il 12% a **www.circomaximoexperience.it**). Seguono il **passaparola** (14%) e i **manifesti pubblicitari** (11%).

I social network e il passaparola prevalgono soprattutto per i visitatori romani, il cui giudizio è uguale alle aspettative, in generale sono molto (*social network*) o abbastanza (*passaparola*) soddisfatti. Coloro che hanno utilizzato altri siti internet sono principalmente residenti a Roma, con un giudizio inferiore alle attese, nel complesso poco soddisfatti. Invece il sito www.circomaximoexperience.it e i manifesti pubblicitari emergono per i turisti, che hanno un giudizio superiore (*www.circomaximoexperience.it*) o uguale (*manifesti*) alle proprie aspettative e in generale si ritengono molto soddisfatti.

Tabella riassuntiva

<i>Circo Maximo Experience 2020</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per Niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,60	3,00	113	0	0,591	65%	1%	96%
Personale di accoglienza	2,80	3,00	112	1	0,499	84%	1%	97%
Contenuti della visita	2,61	3,00	111	2	0,606	67%	1%	95%
Esperienza della Realtà Aumentata	2,38	3,00	111	2	0,751	50%	4%	91%
Giudizio generale	2,50	3,00	113	0	0,643	57%	1%	94%

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

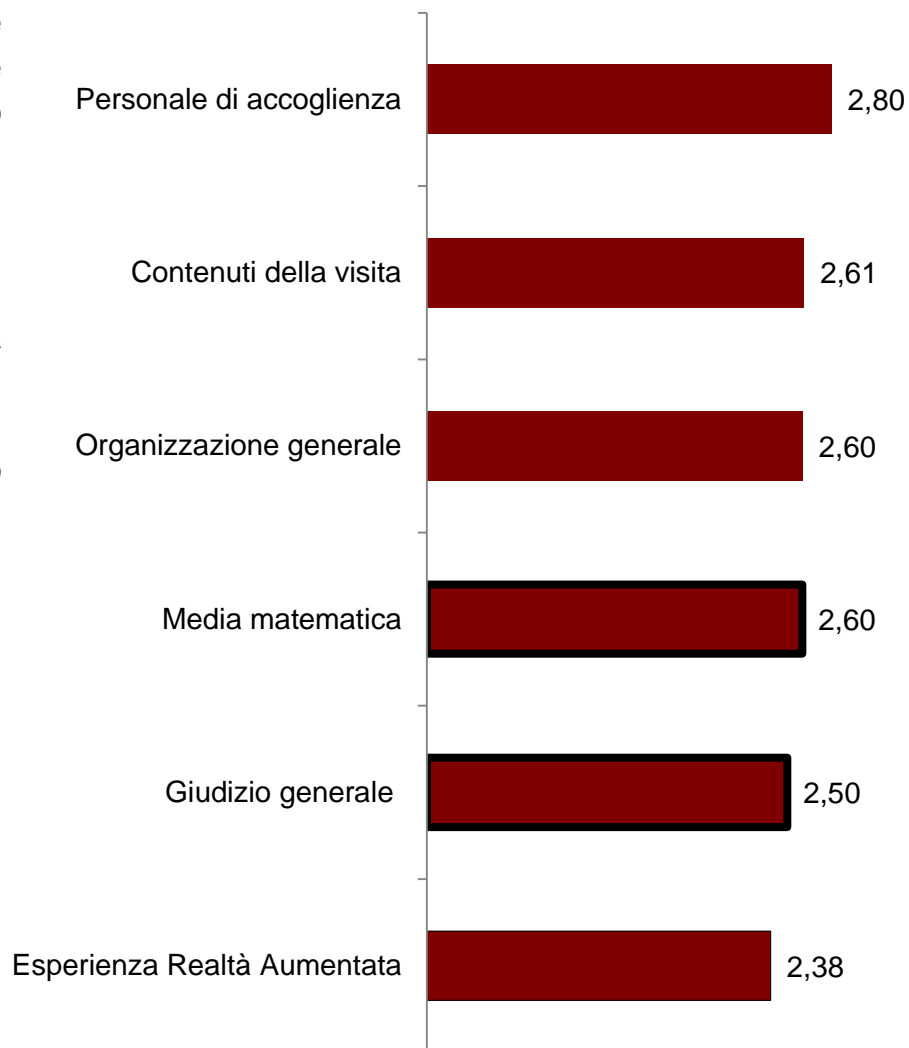
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,60).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Gli aspetti maggiormente graditi sono i seguenti: il **personale di accoglienza**, i **contenuti della visita** e l'**organizzazione generale**.

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

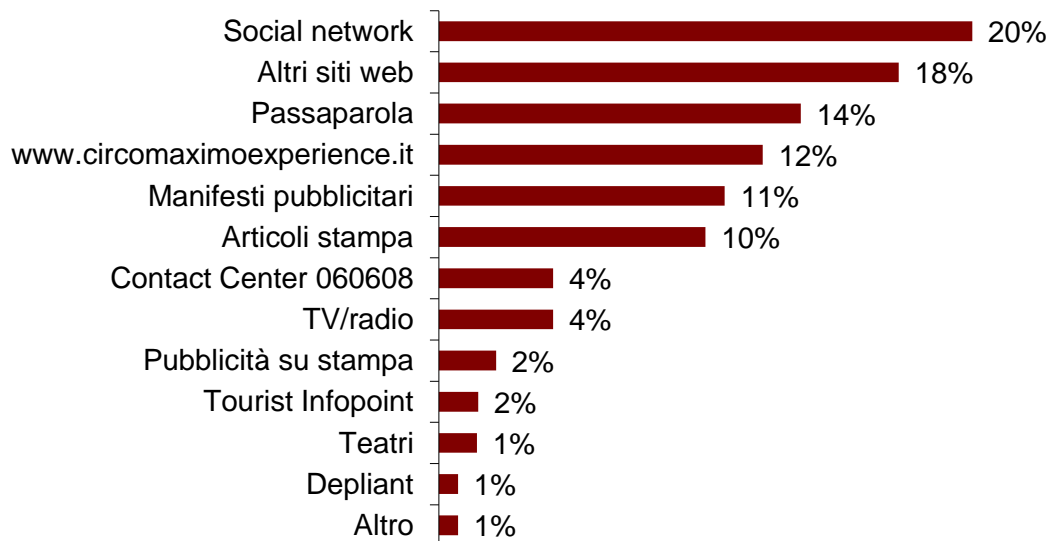


Come è venuto a conoscenza di Circo Maximo Experience

Ben il 50% del campione viene a conoscenza dell'iniziativa attraverso **internet** (di cui il 20% si riferisce ai **social network**, il 18% ad **altri siti web** e il 12% al sito internet **www.circomaximoexperience.it**). Poi seguono il **passaparola** (14%), i **manifesti pubblicitari** (11%) e gli **articoli sulla stampa** (10%).

Risulta significativo che i social network e il passaparola prevalgano soprattutto per i visitatori romani, il cui giudizio è uguale alle aspettative, in generale sono molto (*social network*) o abbastanza (*passaparola*) soddisfatti. Coloro che hanno utilizzato altri siti internet sono principalmente residenti a Roma, con un giudizio inferiore alle attese, nel complesso poco soddisfatti. Invece il sito www.circomaximoexperience.it e i manifesti pubblicitari emergono per i turisti, che hanno un giudizio superiore (*www.circomaximoexperience.it*) o uguale (*manifesti*) alle proprie aspettative e in generale si ritengono molto soddisfatti.

Infine la stampa è il mezzo predominante per i romani, con un giudizio superiore alle attese e molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.

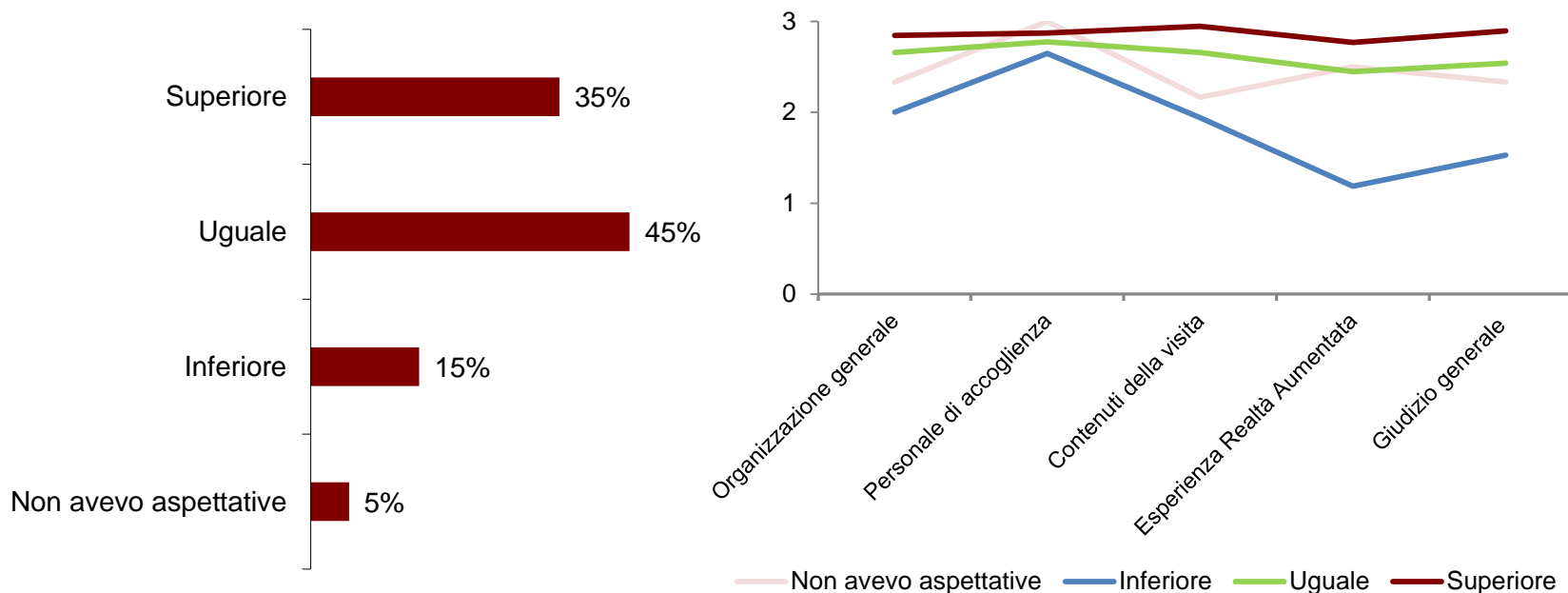


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 45% di coloro che rispondono a tale domanda afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie aspettative**, mentre per il 35% è superiore e per il 15% risulta inferiore alle proprie attese. Solo il 5% del campione intervistato dichiara di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle attese soprattutto per coloro che si ritengono molto soddisfatti su tutti gli aspetti oggetto di indagine, mentre ad avere un giudizio uguale alle proprie aspettative sono principalmente i visitatori che nel complesso sono abbastanza soddisfatti.

Incrociando il giudizio rispetto alle aspettative con le medie dei vari aspetti indagati (cfr. grafico in basso a destra), emerge che il livello medio di soddisfazione sia tendenzialmente più alto per chi ha un giudizio superiore alle attese, soprattutto rispetto ai contenuti della visita, mentre il personale di accoglienza è più apprezzato da chi non aveva aspettative a priori.



Consiglierebbe Circo Maximo Experience 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**, ovvero gli utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene dell’iniziativa a cui hanno partecipato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà *Circo Maximo Experience* è pari al **40%**; si evidenzia che il 35% sul campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



NET PROMOTER SCORE										
<i>Circo Maximo Experience 2020</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	2	2	1	0	2	7	3	36	18	41
0%	2%	2%	1%	0%	2%	6%	2%	32%	16%	37%
DETRATTORI = 13%							PASSIVI = 34%	PROMOTORI = 53%		
53%-13% = 40%										

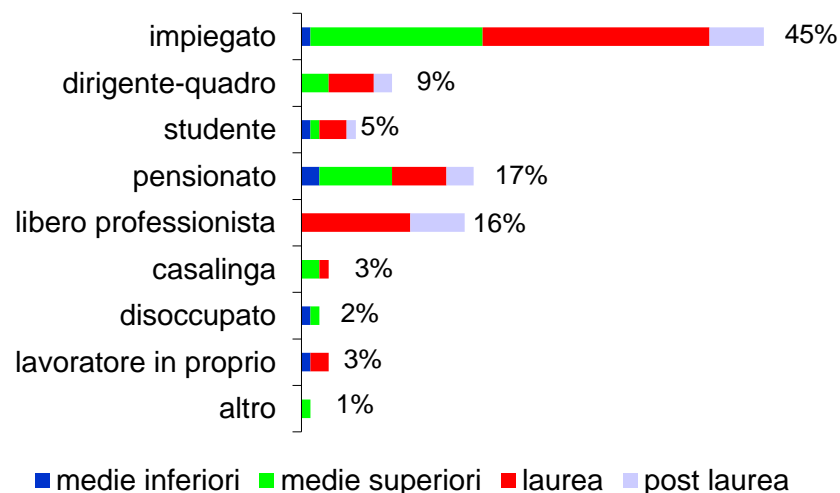
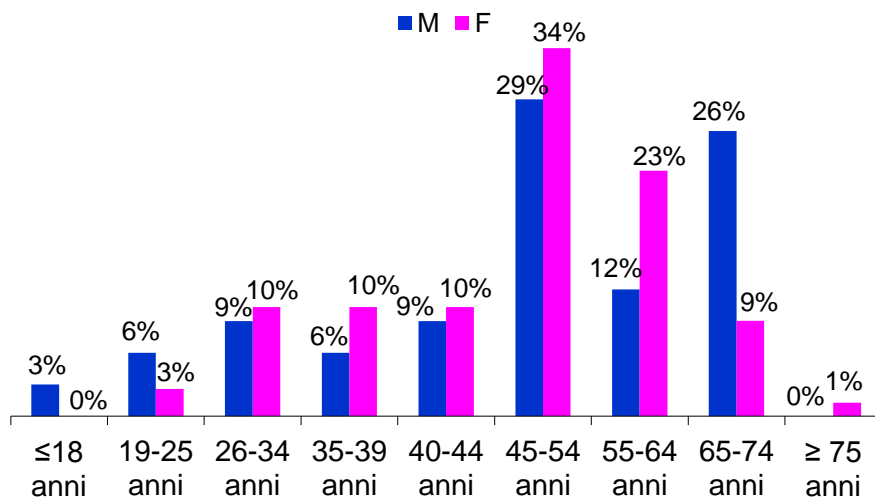
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

In questa indagine prevale nettamente il **genere femminile** (70% sul campione totale), in particolare nelle fasce dei 45-64 anni (*cf.* grafico in basso a sinistra), mentre gli uomini emergono tra i giovani fino ai 25 anni o adulti di età 65-74 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle dei **45-74 anni**, che raggiungono complessivamente il 66% del campione totale. Invece le fasce più giovani di età compresa tra i **26 e 44 anni** rappresentano il 28% sul totale.

Il 64% degli intervistati dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea**.

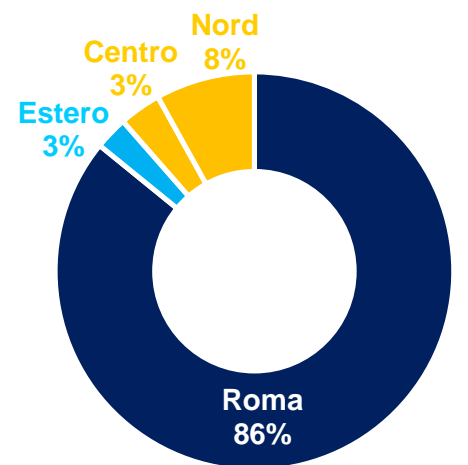
La categoria professionale predominante è quella degli **impiegati**, che raggiungono una percentuale pari al 45% del campione totale; poi seguono i **pensionati** e **liberi professionisti** (rispettivamente 17% e 16%).



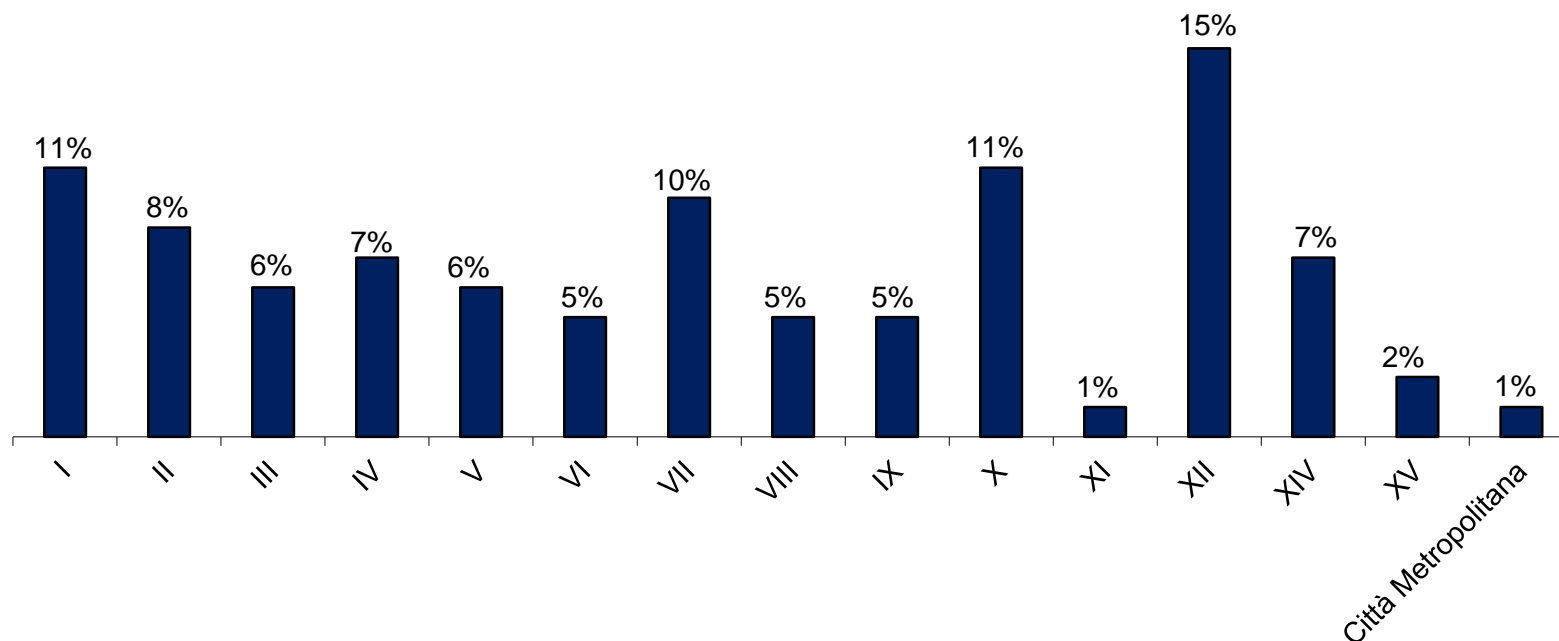
Analisi socio-demografica: provenienza

L'86% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani**, l'11% proviene da altre città italiane, mentre il restante 3% giunge dall'estero.

Si evidenzia che a prevalere sono i residenti nel **XII Municipio** (15% sul totale dei cittadini romani intervistati), seguiti da quelli dei **Municipi I e X** (11% per entrambi). Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sui municipi di residenza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata di Spearman***	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Contenuti della visita	Esperienza della Realtà Aumentata	Giudizio generale
Organizzazione generale	1,000	,345**	,398**	,401**	,631**
Personale di accoglienza	,345**	1,000	,226*	0,052	,292**
Contenuti della visita	,398**	,226*	1,000	,585**	,701**
Esperienza della Realtà Aumentata	,401**	0,052	,585**	1,000	,687**
Giudizio generale	,631**	,292**	,701**	,687**	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 all'esperienza complessiva.

Per "*Circo Maximo Experience 2020*" i **contenuti della visita**, l'**esperienza della Realtà Aumentata** e l'**organizzazione generale** risultano essere gli elementi più correlati al giudizio generale.

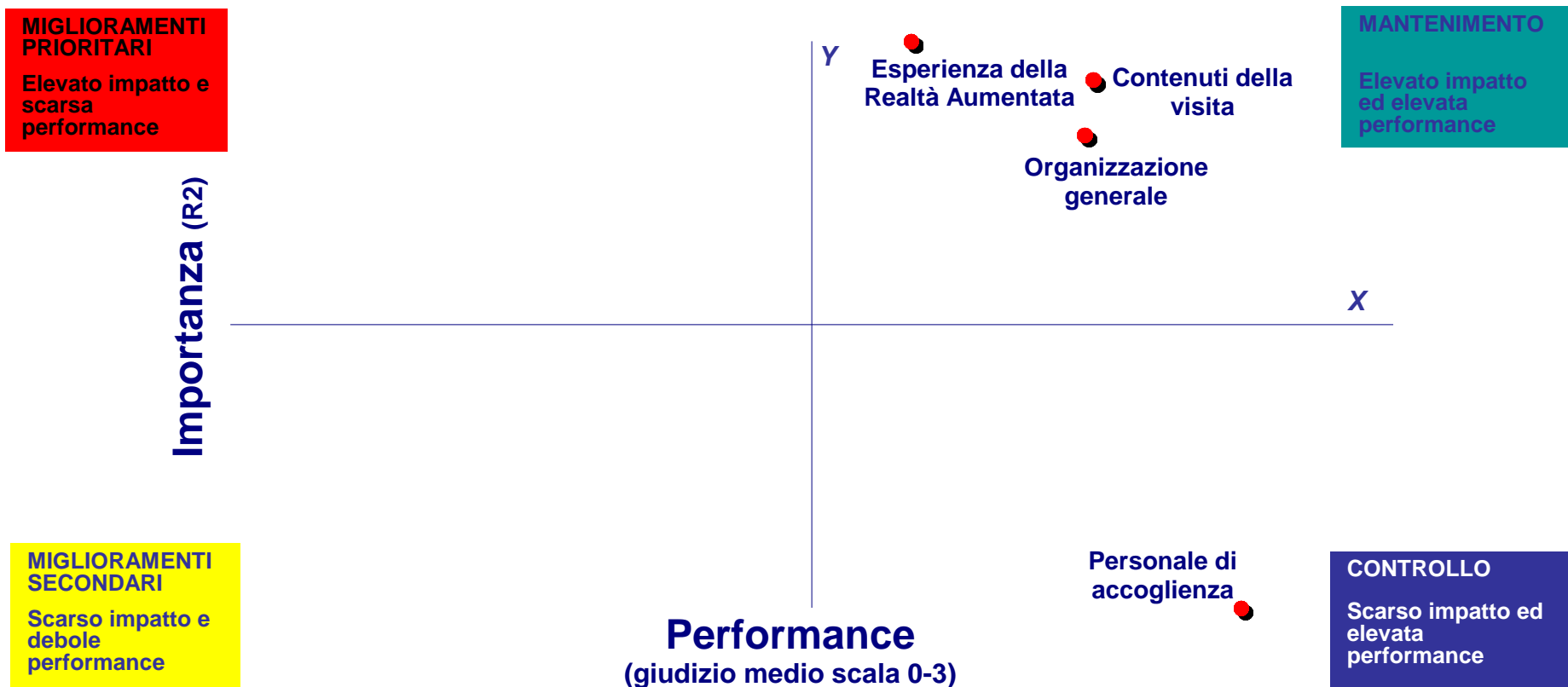
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Contenuti della visita	0,701
Esperienza della Realtà Aumentata	0,687
Organizzazione generale	0,631
Personale di accoglienza	0,292

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'esperienza della **Realtà Aumentata** è ritenuta in assoluto l'aspetto più importante, mentre i **contenuti della visita** e l'**organizzazione generale** sono considerati importanti ma anche molto soddisfacenti da parte del pubblico intervistato (quadrante in alto a destra).

Nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari. Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sul giudizio generale dell'iniziativa, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Analisi multivariata: Cluster Analysis

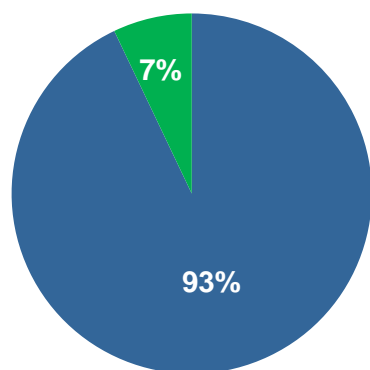
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (105 individui nel *Cluster 1* e 8 nel *Cluster 2*; nessun caso mancante).

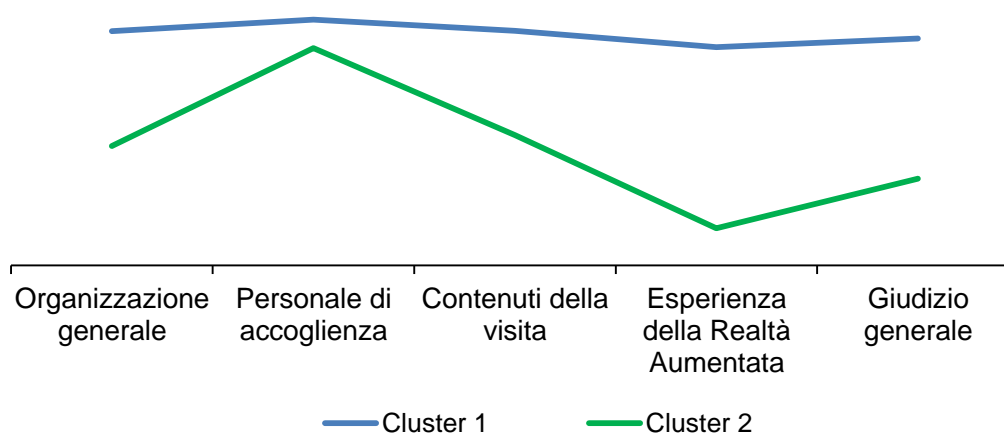
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto o Abbastanza Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più alto su tutte le variabili oggetto d'indagine.

Cluster 1 *Molto o Abbastanza soddisfatti*: in prevalenza uomini, di età 55-74 anni, impiegati e pensionati, con un diploma di scuola media inferiore o superiore, sono venuti a conoscenza del *Circo Maximo Experience* soprattutto tramite social network e manifesti pubblicitari, giudizio superiore o uguale alle aspettative.

Cluster 2 *Poco o Per niente Soddisfatti*: in prevalenza donne, di età 45-54 anni, liberi professionisti, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, sono venuti a conoscenza del *Circo Maximo Experience* soprattutto tramite altri siti internet, giudizio inferiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Suggerimenti

ELOGI iniziativa bellissima e piacevole, da consigliare, ripetere (5), personale molto gentile (2). **Totale 7**

REALTÀ AUMENTATA risoluzione poco soddisfacente, somigliante ad un cartone animato (9), in alcuni punti i movimenti e le posizioni sono scomode da mantenere (3), la visione si sovrappone con alcuni particolari dell'ambiente esterno (3), altro (4). **Totale 19**

VISORI apparecchi difettosi, poco stabili, controllare meglio il funzionamento (5), scomodi, pesanti da portare (3), altro (3). **Totale 11**

ORGANIZZAZIONE GENERALE promuovere di più l'iniziativa, estendere anche ad altre aree archeologiche, ampliare orari e giornate di apertura (3), più tempo per soffermarsi sui pannelli esplicativi (2), altro (2). **Totale 7**


CONTENUTI più informazioni, manca un'introduzione, più ricostruzioni di battaglie (4), integrare le informazioni con più pannelli e/o una guida (2), altro (1). **Totale 7**

QUALITÀ IMMAGINI e AUDIO migliorare la qualità delle immagini con risoluzione bassa (4) e l'audio (2). **Totale 6**


ALTRO. Totale 5

**TOTALE 55 SUGGERIMENTI
CIRCO MAXIMO EXPERIENCE 2020**

Allegato 1a: Questionario



Indagine customer satisfaction
"Circo Maximo Experience"


progetto cultura
MICS 18 2020

Gentile visitatore, le chiediamo cortesemente di dedicarci qualche minuto per aiutarci a migliorare la qualità dell'evento.
Dear visitor, please fill in this questionnaire, to help us to improve the organisation and quality of this event.

1. Come è venuto a conoscenza dell'evento "Circo Maximo Experience"? How did you find out about this event?

<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i>	<input type="checkbox"/> passaparola (amici-parenti)/ <i>friends&relatives</i>
<input type="checkbox"/> www.circomaximoexperience.it	<input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari/ <i>billboards</i>
<input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites</i>	<input type="checkbox"/> pubblicità sulla stampa/ <i>print advertising</i>
<input type="checkbox"/> Tourist Info Point	<input type="checkbox"/> TV/radio
<input type="checkbox"/> Contact Center 060608	<input type="checkbox"/> social network (specificare quale)/ <i>(specify:)</i>
<input type="checkbox"/> leaflet-locandina/ <i>leaflet-poster</i>	<input type="checkbox"/> altro (specificare)/ <i>other (specify:)</i>

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 this scale:

	Molto soddisfatto <i>Very satisfied</i>	Abbastanza soddisfatto <i>Quite satisfied</i>	Poco soddisfatto <i>Slightly satisfied</i>	Per niente soddisfatto <i>Not satisfied at all</i>
1. Organizzazione generale/ <i>General organisation</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Personale di accoglienza/ <i>Welcoming staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Contenuti della visita/ <i>The contents of the visit</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale/ <i>Augmented and Virtual Reality Experience</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Giudizio generale "Circo Maximo Experience" <i>General satisfaction of "Circo Maximo Experience"</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è/ With respect to your expectations, your satisfaction is:

<input type="checkbox"/> Superiore/ <i>Higher than expectations</i>	<input type="checkbox"/> Uguale/ <i>Equal to the expectations</i>
<input type="checkbox"/> Inferiore/ <i>Lower than expectations</i>	<input type="checkbox"/> Senza aspettative/ <i>No expectations</i>

**7. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa iniziativa ad un amico?
*How likely is it that you would recommend this show to a friend, according to the scale 0-10?***

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

9. SUGGERIMENTI/ SUGGESTIONS

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

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

Titolo di studio/Education:

scuola dell'obbligo/ *primary school* diploma superiore/ *high school* laurea/ *degree* post laurea/ *postgraduate*

Professione/Job:

<input type="checkbox"/> impiegato-insegnante/ <i>employee-teacher</i>	<input type="checkbox"/> pensionato/retired	<input type="checkbox"/> non occupato/ <i>unemployed</i>
<input type="checkbox"/> dirigente-quadro/ <i>manager-executive</i>	<input type="checkbox"/> libero professionista/ <i>freelance</i>	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i>
<input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i>	<input type="checkbox"/> casalinga/ <i>housewife</i>	<input type="checkbox"/> altro/ <i>other.....</i>

Provenienza/Provenance:

Roma (Municipio/Zona:.....) Provincia italiana (specificare:.....) Nationality (specify:.....)