



---

Indagini di Customer Satisfaction

**Contact Center 060608**

15 Ottobre – 15 Novembre 2020

## 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 2019-2020
- Come è venuto a conoscenza del *Contact Center 060608*
- Tipologia di servizio e informazione richiesti
- Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo servizio ad un amico
- Conoscenza dei siti web turistici di Roma Capitale
- Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma
- Analisi socio-demografica
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

Il presente documento illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **552** questionari somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) agli utenti che hanno usufruito del *Contact Center 060608* **dal 15 ottobre al 15 novembre 2020** (gli intervistati rappresentano il 18% delle email a cui è stato inviato il questionario online in tale periodo d'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di  $\pm 3,77\%$ .

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.

Nella comparazione dei dati rispetto all'indagine precedente è opportuno considerare il differente periodo (nel 2019 la survey è stata effettuata nel mese di maggio, in concomitanza dell'evento "*Notte dei Musei*") e la modalità d'indagine (passando dalle interviste telefoniche attraverso il metodo *CATI* al form online col metodo *CAWI*).

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale degli utenti intervistati è molto buono, con una media di **2,64** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **95%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **cortesia dell'operatore** (2,86), la **completezza delle informazioni ricevute** (2,74), la **capacità di problem solving** (2,72) e l'**orario di apertura** (2,65).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **tempi di attesa** (1,86).

La **completezza delle informazioni ricevute**, il **servizio vendita biglietti** e la **capacità di problem solving** sono in assoluto le variabili più importanti nella mappa delle priorità, ma anche quelle più correlate al giudizio generale (cfr. pp. 18-20).

Tra i suggerimenti prevalgono le osservazioni rilasciate dagli utenti sul **servizio di prenotazione** (41 suggerimenti) e sui **tempi di attesa** (25 suggerimenti).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito in prevalenza da **cittadini romani** (89%), **impiegati** (38%), **liberi professionisti** (19%) e **pensionati** (15%), in possesso di un **titolo di laurea o post laurea** (73%), soprattutto di età adulta tra i **45 e 74 anni** (64% sul campione totale).

Alla domanda sui mezzi di comunicazione attraverso cui gli utenti vengono a conoscenza del *Contact Center 060608*, il 35% risponde "**da sempre/non ricordo**", seguono "**internet**" (32%), e lo "**060606**" (7%).

Risulta significativo che "*internet*" sia il canale principale per i turisti, di età giovane fino ai 44 anni, privi di aspettative, nel complesso si ritengono molto soddisfatti, alcuni conoscono il portale *www.turismoroma.it* e hanno effettuato tra una e tre visite culturali nell'ultimo anno. Invece ad avere risposto "*da sempre/non ricordo*" e "*060606*" sono soprattutto i romani, di età adulta oltre i 45 anni, che hanno visitato più di tre musei in quest'ultimo anno.

## Tabella riassuntiva

Contact Center 060608	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	% Molto+ Abbastanza soddisfatti
Orario di apertura	2,65	3,00	552	0	0,556	0%	68%	1%	97%
Tempi di attesa	1,86	2,00	552	0	0,858	0%	24%	6%	68%
Operatore - Cortesia	2,86	3,00	552	0	0,396	0%	87%	0%	98%
Capacità problem solving	2,72	3,00	549	3	0,557	1%	77%	1%	96%
Completezza informazioni ricevute	2,74	3,00	552	0	0,550	0%	78%	1%	96%
Servizio vendita biglietti	2,62	3,00	552	0	0,641	0%	69%	2%	95%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,64</b>	<b>3,00</b>	<b>552</b>	<b>0</b>	<b>0,574</b>	<b>0%</b>	<b>68%</b>	<b>0%</b>	<b>95%</b>

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

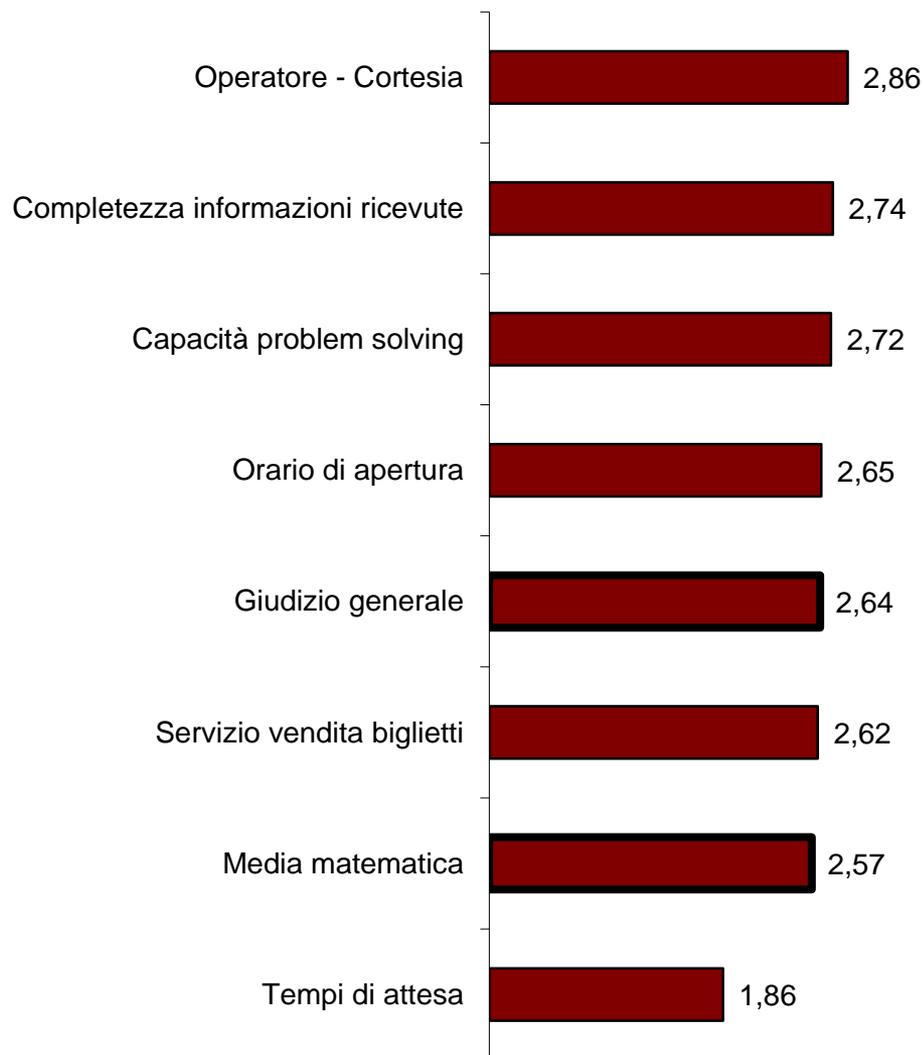
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,57).

## 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 oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi sono: **cortesia dell'operatore, completezza delle informazioni ricevute, capacità di problem solving e orario di apertura.**

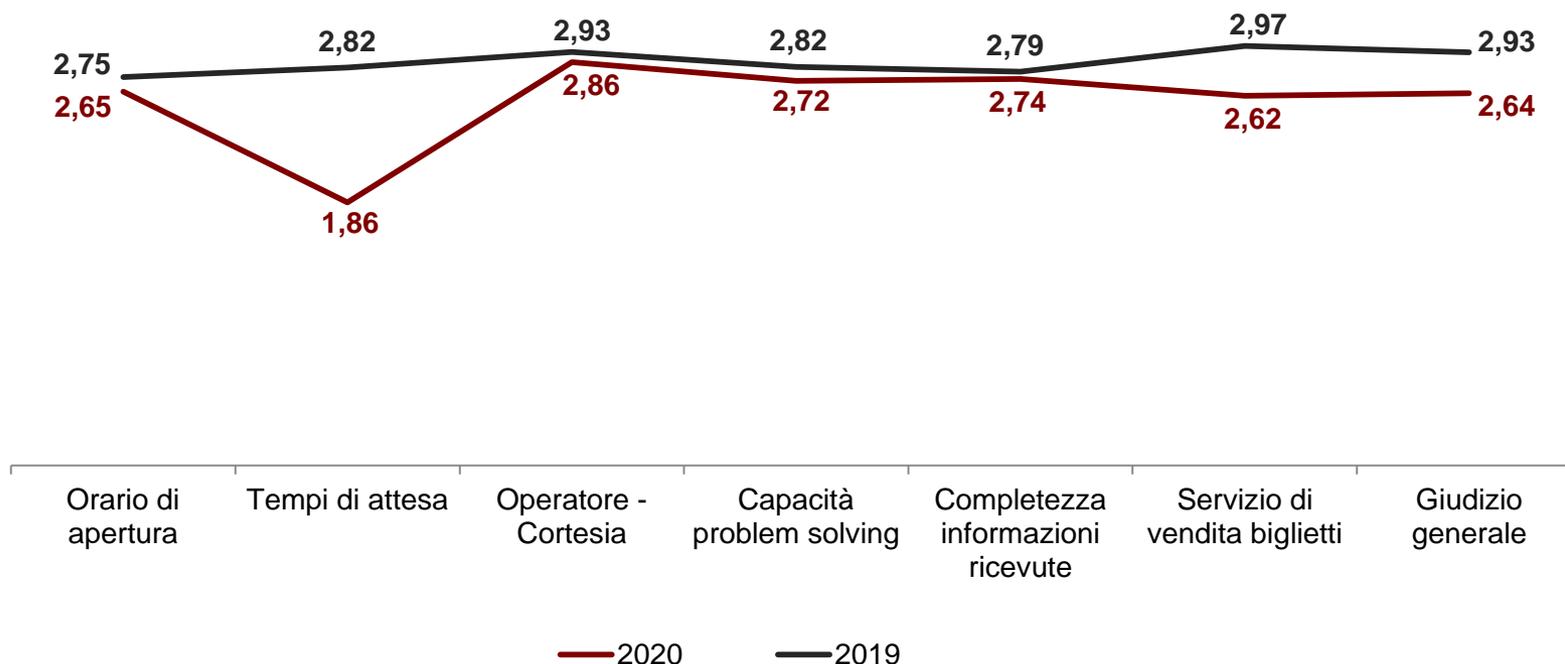
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard di 2,20, ad eccezione dei **tempi di attesa** (media di 1,86).



## Analisi del trend 2019-2020

Rispetto allo scorso anno la variazione risulta piuttosto lineare, seppure con qualche discrepanza. Da considerare che sono cambiati il periodo e la modalità d'indagine, che probabilmente hanno influito sul trend di soddisfazione.

Si evidenzia una flessione del livello medio di soddisfazione sui vari aspetti oggetto di indagine, in particolare sui tempi di attesa, che scendono al di sotto dello standard minimo di 2,20. Nonostante il trend sia in calo, i valori medi relativi agli operatori (cortesia, capacità di problem solving e completezza delle informazioni ricevute) restano molto buoni.

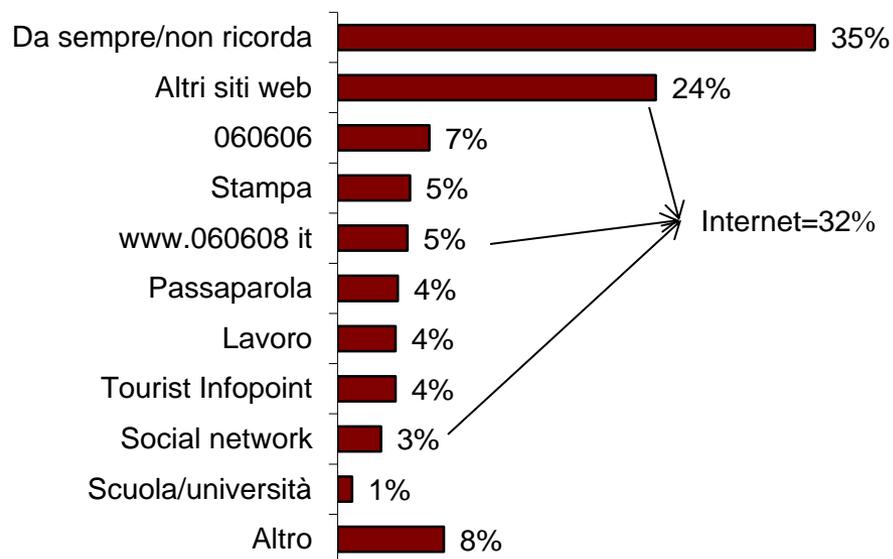


## Come è venuto a conoscenza del Contact Center 060608

Il 35% degli intervistati dichiara di conoscere il Contact Center 060608 “**da sempre/non ricorda**” (nell’indagine precedente era il 18%), il 32% attraverso “**internet**” (48% nel 2019) e il 7% tramite lo “**060606**” (in discesa dal 14% dello scorso anno).

Risulta significativo che internet sia il canale principale per i turisti, di età giovane fino ai 44 anni, privi di aspettative, nel complesso si ritengono molto soddisfatti, alcuni conoscono il portale [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it) e hanno effettuato tra una e tre visite culturali nell’ultimo anno.

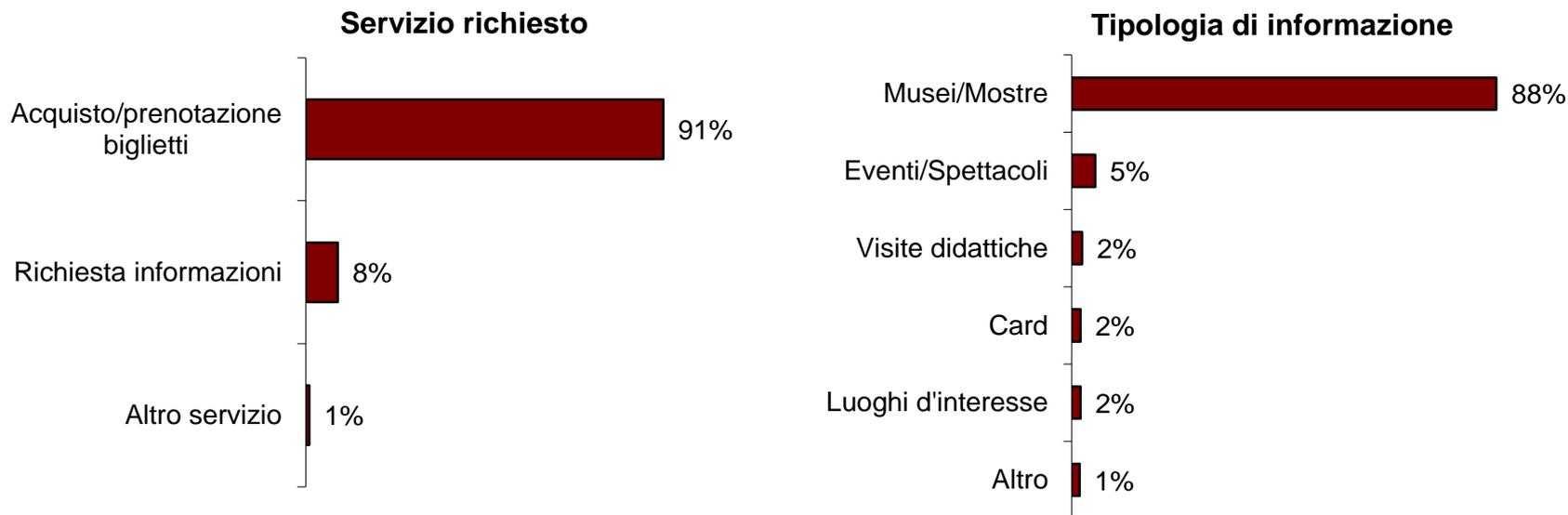
Ad avere risposto “da sempre/non ricordo” e “060606” sono soprattutto i romani, di età adulta oltre i 45 anni, che hanno visitato più di tre musei in quest’ultimo anno. Ma vi sono alcune differenze tra queste due categorie: i fruitori abituali conoscono anche il sito [www.060608.it](http://www.060608.it), il loro giudizio è uguale alle aspettative ed in generale sono abbastanza soddisfatti. Invece lo 060606 prevale tra coloro che non conoscono i siti web turistici di Roma Capitale, hanno un giudizio superiore alle attese e dichiarano di essere molto soddisfatti del servizio utilizzato.



## Tipologia di servizio e informazione richiesti

La quasi totalità del campione intervistato (91%) ha utilizzato il *Contact Center 060608* per “**acquisto/prenotazione biglietti**”, l’8% per “**richiesta informazioni**” e il restante 1% risponde “**altro**”. Nel questionario è stata aggiunta tale domanda poiché il metodo *CAWI* ha permesso di ampliare l’indagine soprattutto al target che acquista e/o prenota via email, oltre che telefonare. Analizzando la tipologia di informazioni richieste, come si evidenzia dal grafico in basso a destra, prevalgono “**Musei/Mostre**” (88% sul totale; di cui ben il 91% si riferisce a musei e mostre del *Sistema Musei di Roma Capitale*; in netto aumento rispetto al 29% dell’indagine precedente), mentre si registra un calo su tutte le altre voci, soprattutto su “**Eventi/Spettacoli**” (passano da 26% a 5%; ciò è dovuto al periodo di emergenza).

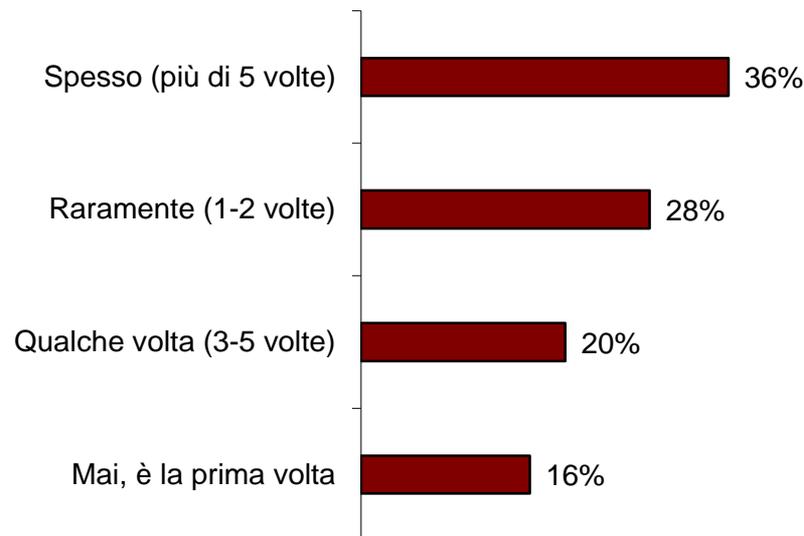
A chiamare lo 060608 per richiedere informazioni sono principalmente gli utenti italiani (inclusi i residenti a Roma), alcuni sono nuovi fruitori e il loro giudizio è uguale alle attese. Invece ad utilizzare il servizio per acquistare/prenotare biglietti sono in particolare i turisti, alcuni italiani che hanno già usufruito del servizio, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



## Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio

L'84% degli intervistati dichiara di avere già utilizzato il servizio nell'ultimo anno (il 36% **“spesso, più di cinque volte”**, il 20% **“qualche volta, da tre a cinque volte”** e il 28% **“raramente, da una a due volte”**), mentre il 16% ne usufruisce **per la prima volta**.

Risulta significativo che ad avere già utilizzato tale servizio siano soprattutto i turisti, alcuni conoscono il portale [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it) e il sito [www.060608.it](http://www.060608.it), il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi e hanno visitato meno di tre musei/monumenti della città nell'ultimo anno. Invece i nuovi fruitori sono prevalentemente romani, molti di essi hanno già navigato su entrambi i siti turistici ufficiali di Roma Capitale, con un giudizio uguale alle proprie attese e dichiarano di avere effettuato più di tre visite culturali a Roma in quest'ultimo anno.



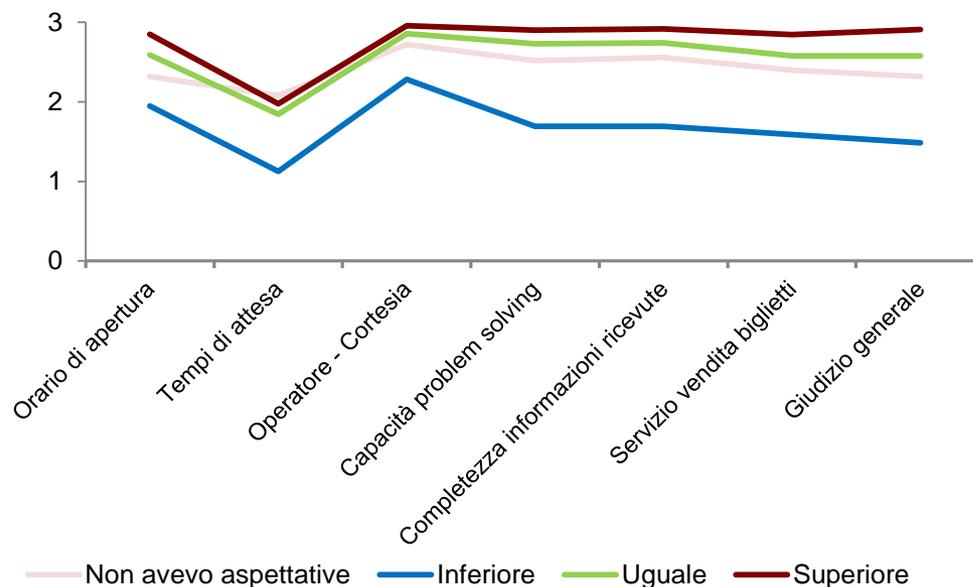
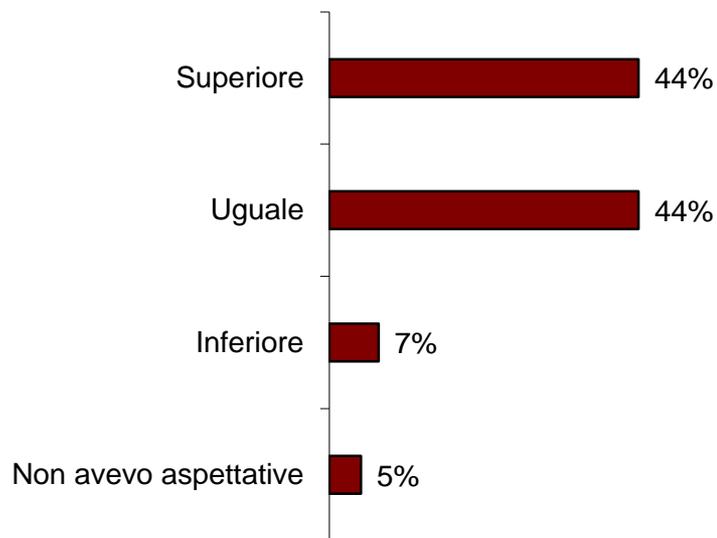
## Giudizio rispetto alle aspettative

L'88% del campione totale è diviso equamente tra chi ha un **giudizio superiore e uguale alle proprie attese**, mentre solo per il 7% è inferiore e il restante 5% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della fruizione del servizio.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle proprie attese i siano in particolare i romani, alcuni di essi hanno già utilizzato il servizio di *Contact Center 060608*, nel complesso sono molto soddisfatti e nell'ultimo anno hanno effettuato meno di tre visite culturali nella città.

Invece il giudizio è uguale alle aspettative soprattutto per i turisti (in prevalenza italiani), nuovi fruitori, in generale abbastanza soddisfatti e hanno visitato più di tre musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno.

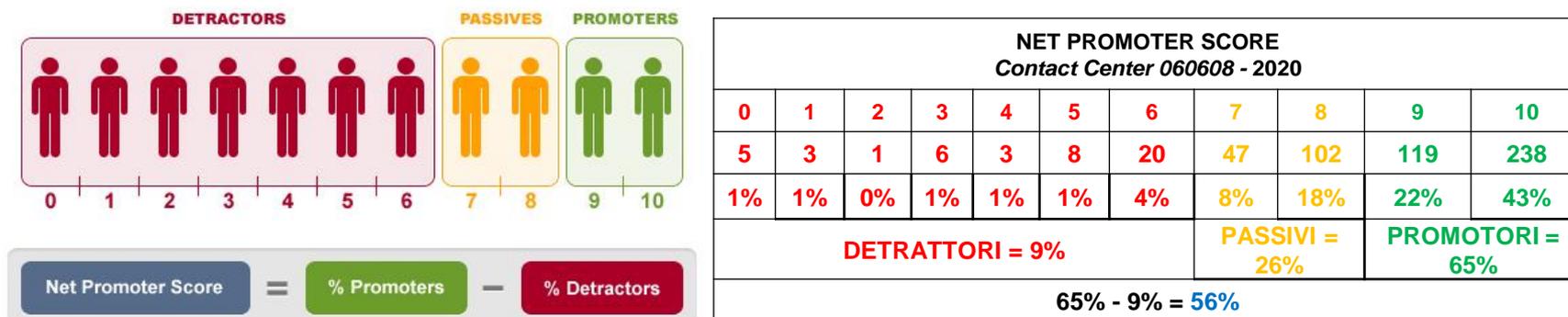
Chi ha un giudizio superiore alle attese è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



## Consiglierebbe questo servizio ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e hanno rilasciato come valutazione 9-10 – e i **destrattori** - utenti insoddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del servizio che hanno utilizzato.

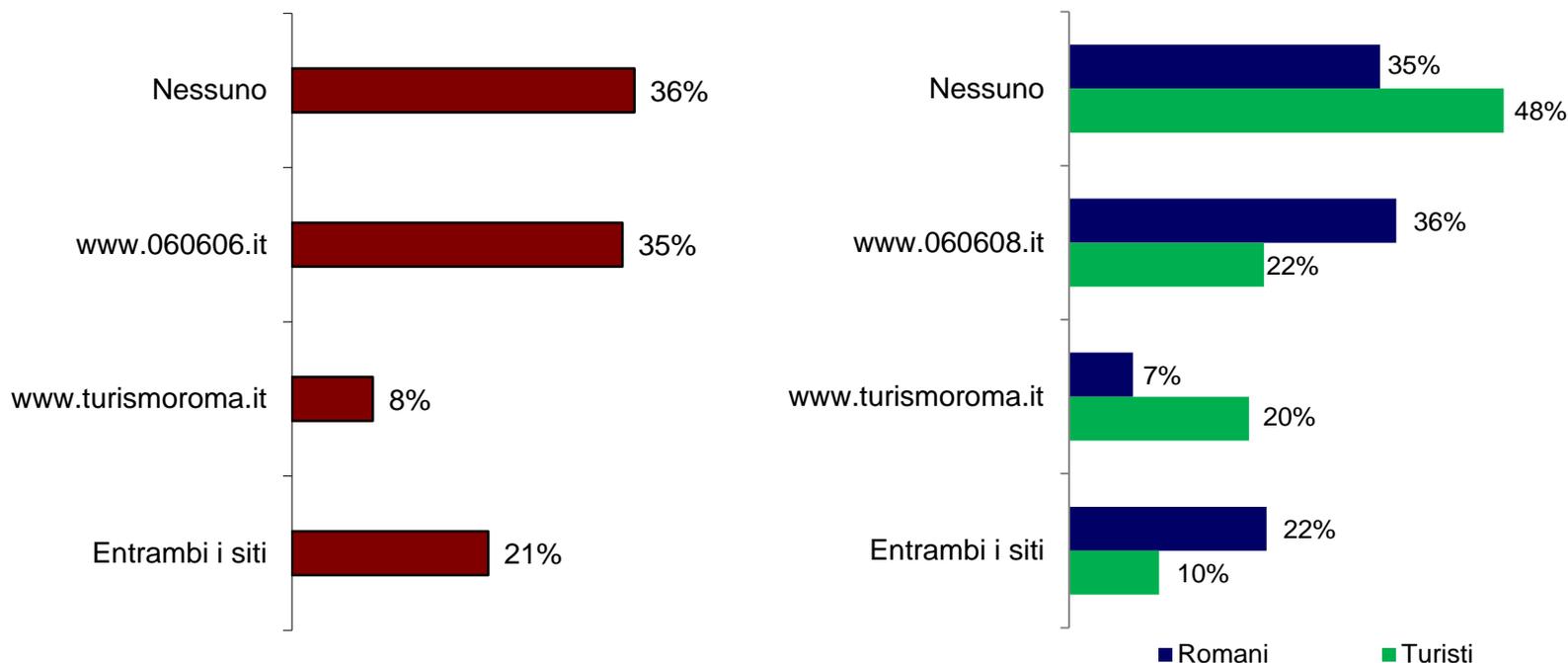
In questo caso la percentuale di utenti che consiglierà il *Contact Center 060608* è pari al **56%**. Inoltre si rileva che il 27% degli intervistati rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



## Conosce i siti web turistici di Roma Capitale

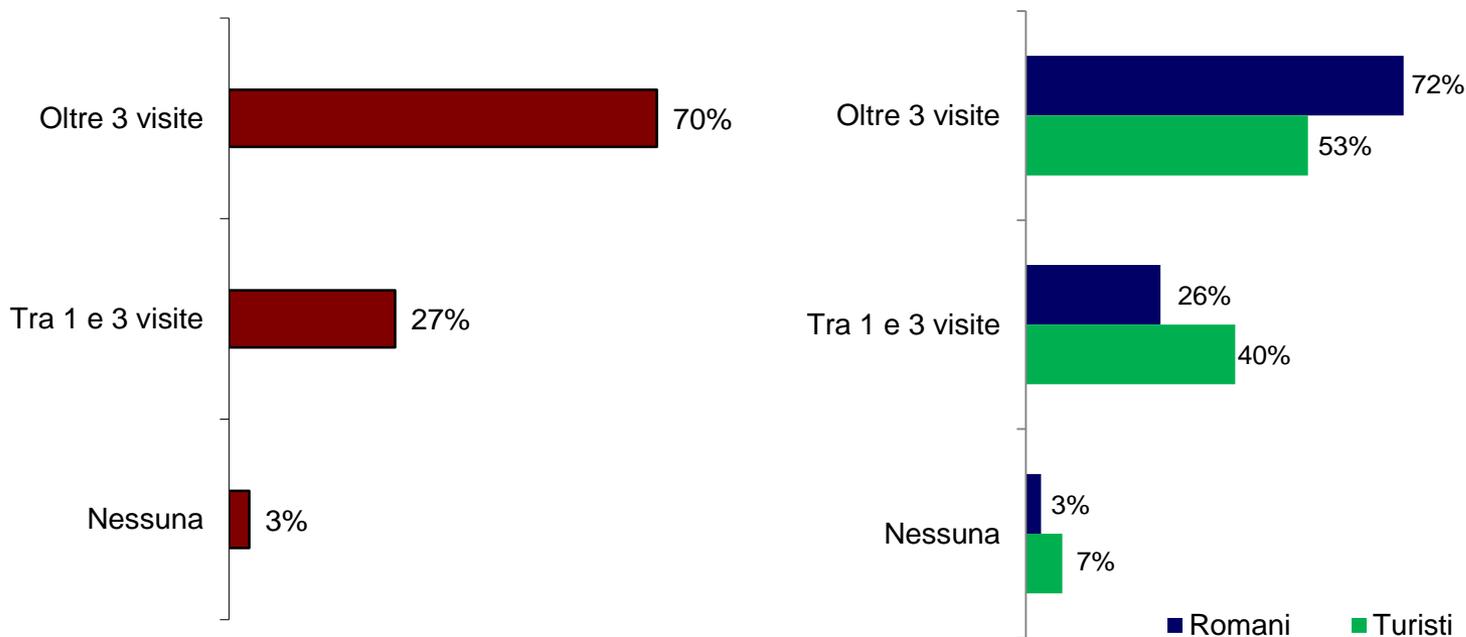
Il 36% degli intervistati dichiara di non conoscere i siti web turistici di Roma Capitale, mentre il 64% afferma di conoscerli (nel dettaglio: il 35% risponde di avere navigato il sito [www.060608.it](http://www.060608.it), l'8% [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it) e il 21% **entrambi**).

Analizzando il target di coloro che conoscono i siti web turistici di Roma, risulta significativo che ad avere navigato sul sito [www.060608.it](http://www.060608.it) siano in particolare gli utenti romani (cfr. grafico in basso a destra), donne, che usufruiscono del servizio di *Contact Center 060608* per la prima volta e nel complesso si ritengono molto soddisfatte. Invece il portale [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it) viene utilizzato soprattutto dai turisti, alcuni già fruitori del servizio oggetto d'indagine, su cui hanno un giudizio generale abbastanza soddisfacente.



## Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma

Il 97% degli intervistati dichiara di avere visitato musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno (di cui il 70% **“oltre tre visite”** e il 27% **“da una a tre visite”**), mentre solo il 3% non vi si è recato. È significativo che ad avere effettuato più di tre visite a Roma nell'ultimo anno siano soprattutto i cittadini romani (*cf.* grafico sottostante a destra), che non hanno mai utilizzato il *Contact Center 060608* e conoscono i siti web turistici di Roma Capitale. Invece sono in prevalenza i turisti ad avere visitato meno di tre musei/monumenti/siti archeologici di Roma, alcuni già fruitori del servizio e hanno navigato sia su *www.060608.it* che *www.turismoroma.it*.



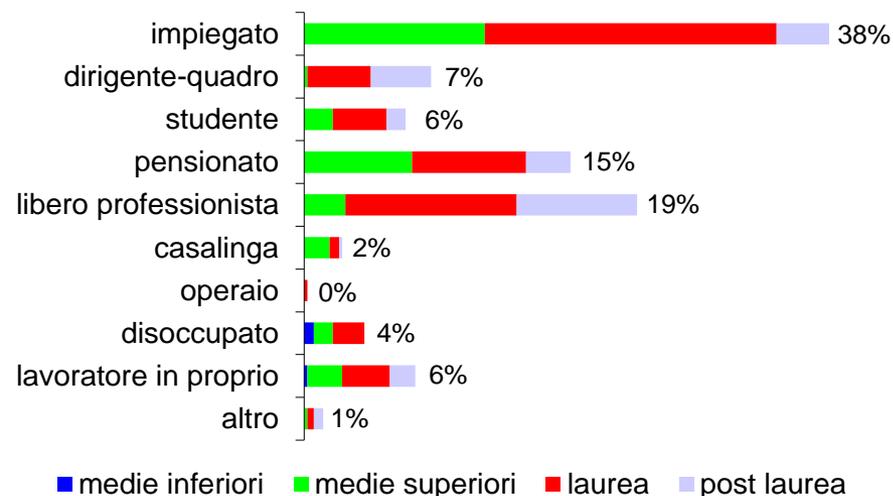
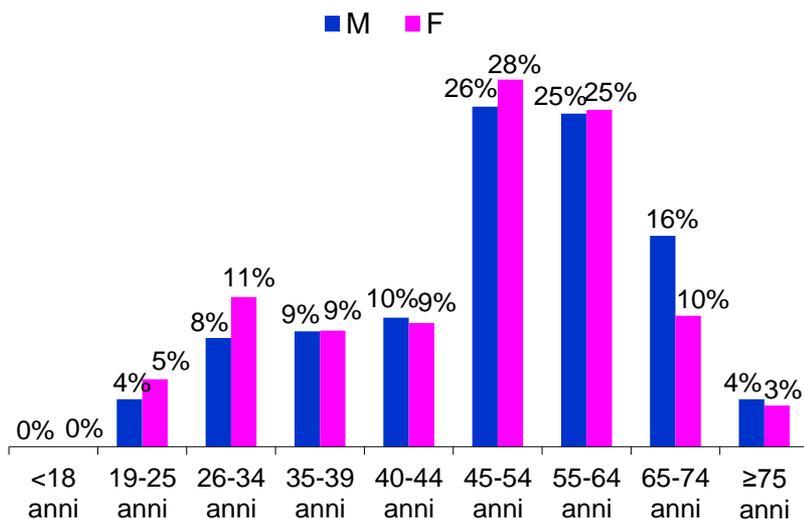
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** col 64% sul totale degli intervistati (70% nel 2019), soprattutto nelle fasce di età dei 19-34 anni e 45-54 anni, mentre gli uomini sono predominanti nelle fasce oltre i 65 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle degli adulti tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 64% degli intervistati (62% nell'indagine precedente).

Il 73% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (61% nell'anno scorso).

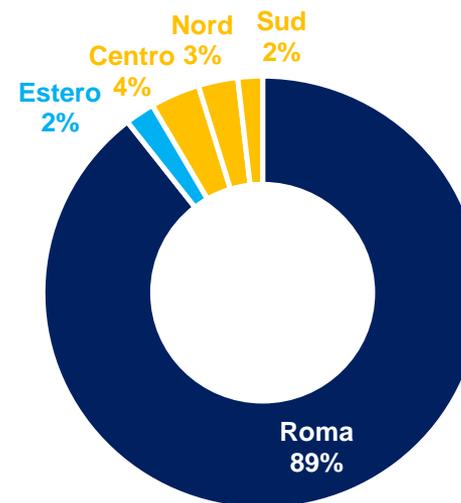
Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, rispetto all'indagine precedente si registra un incremento di qualche punto percentuale per gli **impiegati**, che passano da 34% a 38%. In aumento anche i liberi professionisti (da 16% a 19%), mentre diminuiscono i pensionati (da 26% a 15%).



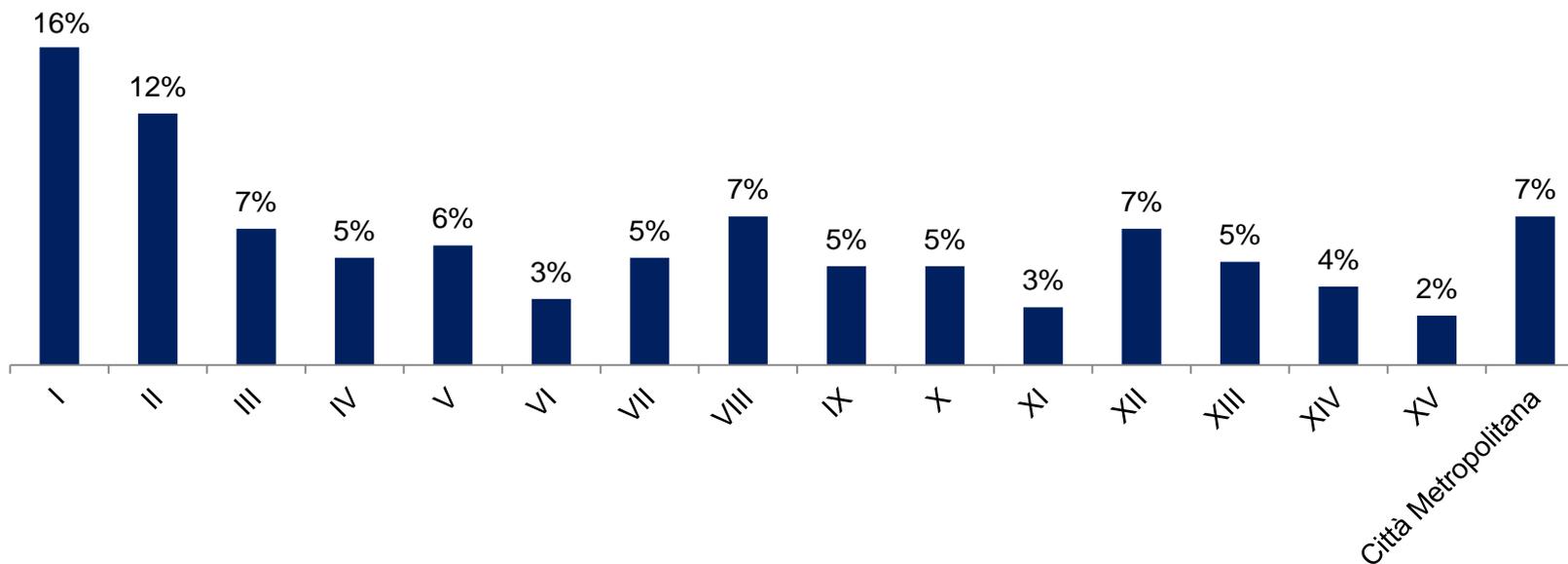
## Analisi socio-demografica (provenienza)

L'89% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (erano l'81% nel 2019), il 9% risiede in altre province italiane (in calo dal 17% emerso lo scorso anno) e il restante 2% è rappresentato da utenti stranieri (stessa percentuale dell'indagine precedente).

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sui Municipi di residenza degli utenti romani.



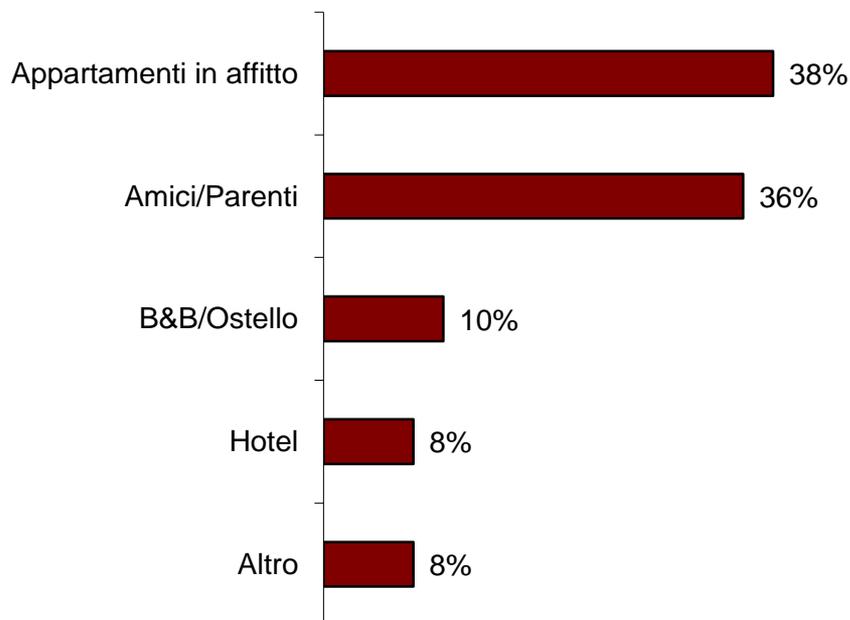
■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



## Struttura ricettiva e permanenza media

Il 56% dei turisti intervistati dichiara di avere scelto delle **strutture extra-alberghiere** per pernottare a Roma (59% lo scorso anno), mentre solo l'8% afferma di prediligere le **strutture alberghiere** (nel 2019 la percentuale era pari al 38%). Quest'anno aumenta notevolmente la percentuale di coloro che prediligono gli **appartamenti in affitto** (da 23% a 38%) e pernottare presso "**amici/parenti**" (da 3% a 36%).

Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a poco più di 2 notti (**2,53 notti**; valore in discesa da quello emerso nell'indagine precedente poiché era di 3,57 notti).



## Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Orario di apertura	Tempi di attesa	Operatore - Cortesia	Capacità problem solving	Completezza informazioni ricevute	Servizio di vendita biglietti	Giudizio generale
Orario di apertura	1,000	,091 *	,315 **	,445 **	,418 **	,411 **	,452 **
Tempi di attesa	,091 *	1,000	0,071	,098 *	,095 *	0,077	,248 **
Operatore - Cortesia	,315 **	0,071	1,000	,570 **	,556 **	,450 **	,485 **
Capacità problem solving	,445 **	,098 *	,570 **	1,000	,692 **	,597 **	,564 **
Completezza informazioni ricevute	,418 **	,095 *	,556 **	,692 **	1,000	,570 **	,566 **
Servizio vendita biglietti	,411 **	0,077	,450 **	,597 **	,570 **	1,000	,615 **
Giudizio generale	,452 **	,248 **	,485 **	,564 **	,566 **	,615 **	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 più correlati alla soddisfazione generale del servizio (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco). Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio complessivo sul servizio.

Per il *Contact Center 060608* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi al **servizio vendita biglietti**, alla **completezza delle informazioni ricevute** e alla **capacità di *problem solving***.

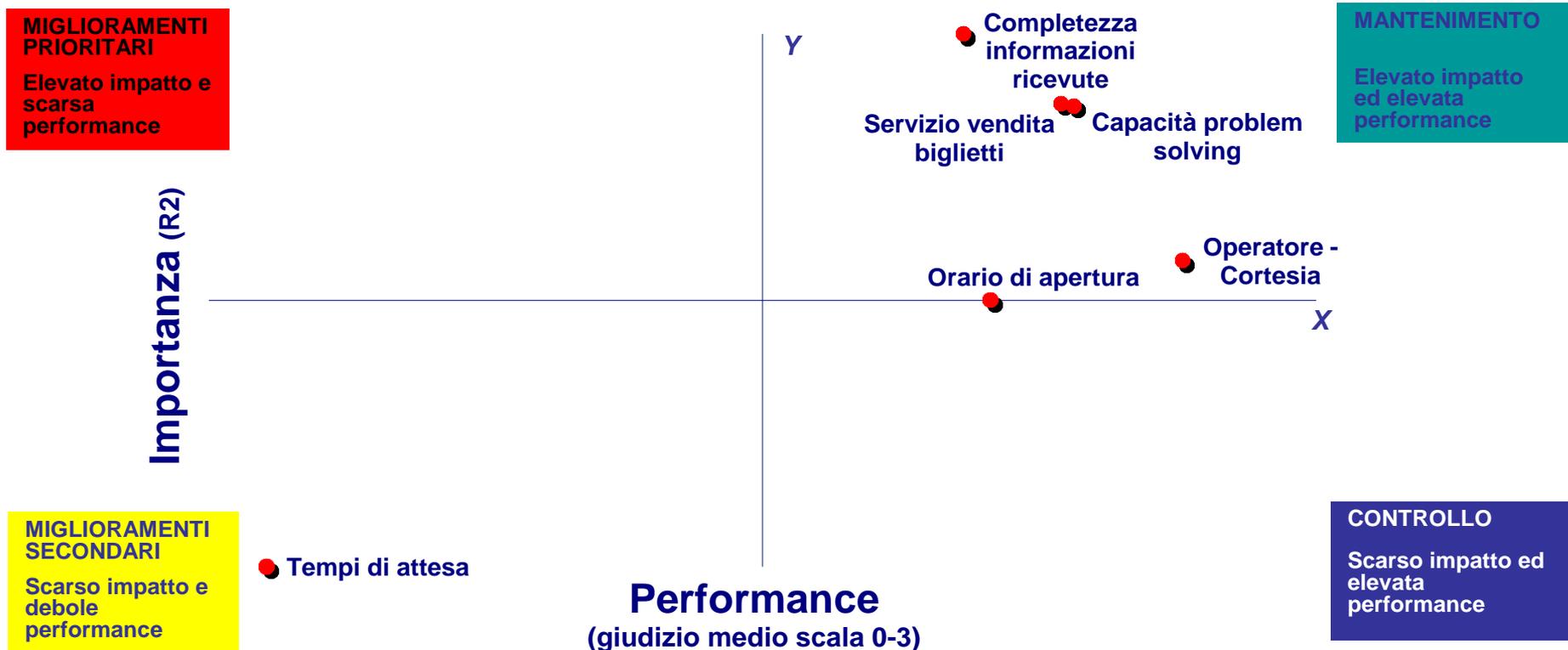
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Servizio vendita biglietti	0,615
Completezza informazioni ricevute	0,566
Capacità problem solving	0,564
Operatore - Cortesia	0,485
Orario di apertura	0,452
Tempi di attesa	0,248

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **completezza delle informazioni ricevute** è la variabile ritenuta in assoluto più importante ma anche soddisfacente, insieme alla **capacità di *problem solving*** e al **servizio vendita biglietti**. Nel quadrante in alto a destra si posizionano più in basso la **cortesìa dell'operatore** e l'**orario di apertura**, ma quest'ultimo è in una posizione *borderline*. Invece nessuno degli elementi oggetto d'indagine risulta tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano gli aspetti del servizio che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale.



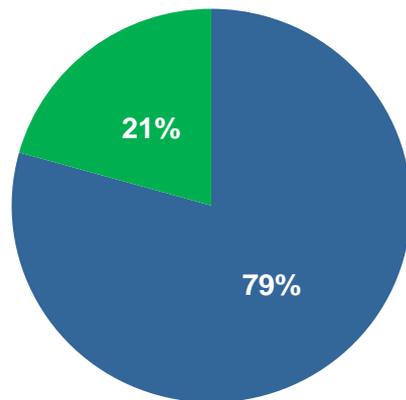
\* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

## Cluster Analysis

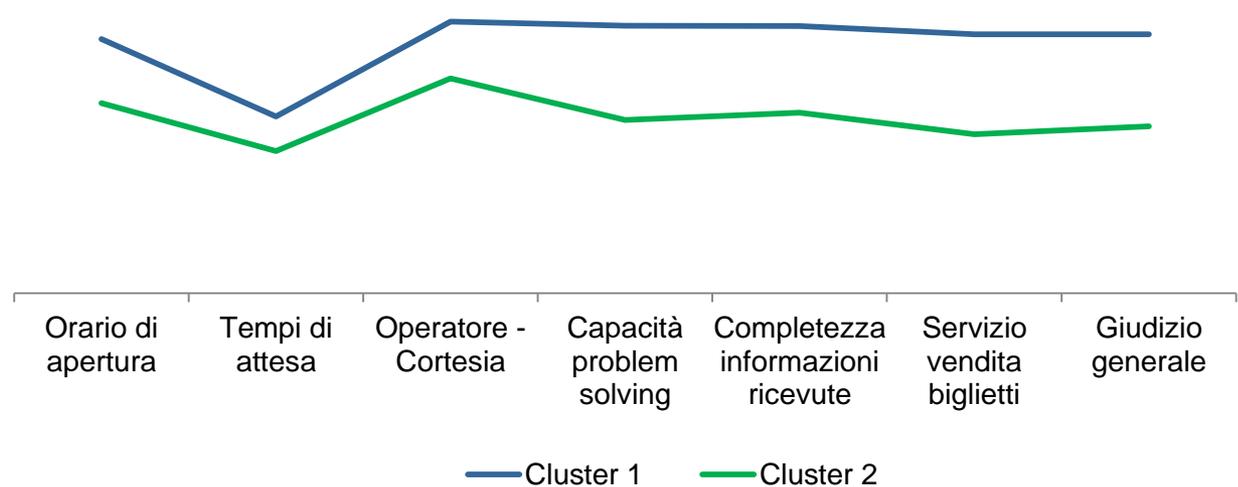
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (438 individui nel Cluster 1 e 114 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 Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico in basso a destra).

- Cluster 1** Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini, residenti a Roma, di età 40-54 anni e 65-74 anni, diplomati, lavoratori in proprio e pensionati, in particolare richiedono informazioni, sono venuti a conoscenza del servizio soprattutto tramite lo 060606, il passaparola e la stampa, molti hanno già utilizzato il *Contact Center 060608*, alcuni conoscono il sito [www.060608.it](http://www.060608.it), non hanno visitato musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative.
- Cluster 2** Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne, residenti fuori Roma, di età 19-34 anni e 55-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, impiegati e liberi professionisti, in particolare utilizzano il servizio per acquisto/prenotazione biglietti, ne sono venuti a conoscenza soprattutto attraverso internet, nuovi fruitori, alcuni conoscono il portale [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it), hanno visitato vari musei nell'ultimo anno, giudizio uguale o inferiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 360**

**ELOGI** servizio ottimo. **Totale 4**

---

**PRENOTAZIONE** disponibilità di prenotare online anche i biglietti gratuiti, soprattutto per i possessori della MIC Card (16), non ricevuta la mail di conferma da parte dell'utente (15), migliorare il servizio, preferibilmente senza *Vivaticket* (8), altro (2). **Totale 41**

**TEMPI DI ATTESA** troppo lunghi. **Totale 25**

**OPERATORI** maggiore competenza di alcuni (8), aumentare il personale (6), poco cortesi (5). **Totale 19**

**COMUNICAZIONE** spesso non coincidono le informazioni tra gli operatori, i siti web e lo staff dei musei (7); altro (3). **Totale 10**

**ORARIO** da prolungare, anche nel fine settimana e festivi. **Totale 5**

**ALTRO**. **Totale 12**

**TOTALE 112 SUGGERIMENTI**  
**Contact Center 060608**

## Allegato 1 - Questionario

DATA IN CUI HA EFFETTUATO LA CHIAMATA: \_\_/\_\_/\_\_\_\_\_

### 1. Lingua utilizzata durante il colloquio con l'operatore:

- Italiano    Inglese    Francese    Tedesco    Spagnolo    Altra lingua (specificare): .....

### 2. Servizio richiesto:

- Richiesta informazioni    Acquisto/Prenotazione biglietti    Altro (specificare:.....)

### 2a. Se risponde "richiesta informazioni"

- Strutture ricettive    Luoghi d'interesse turistico    Card (quale:.....)    Eventi (quale:.....)  
 Trasporti    Cinema    Visite didattiche    Altra richiesta (specificare:.....)  
 Ludoteche    Teatri    Musei/Mostre (quale:.....)

### 2b. Se risponde "acquisto/prenotazione biglietti"

- Viaggio nei Fori    Circo Maximo Experience    Eventi (quale:.....)  
 Musei in Comune    Visite didattiche    Mostre (quale:.....)  
 Ludoteche    Card (quale:.....)    Altra richiesta (specificare:.....)

### 3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del Contact Center 060608?

- da sempre/ non ricordo    tourist Infopoint    lavoro    scuola/ Università    altro (specificare):.....  
 stampa (quotidiani/riviste)    hotel / Tour Operator    060606    Social network  
 www.060608.it    altri siti internet:.....    passaparola (sentito da amici-parenti)

### 4. Nell'ultimo anno ha già utilizzato questo servizio?

- Prima volta    Raramente (1-2 volte)    Qualche volta (3-5 volte)    Spesso (oltre 5 volte)

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione secondo la seguente scala (da **Molto** a **Per niente soddisfatto**):

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
5. Orario di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Tempi di attesa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Operatore – Cortesia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Capacità di problem solving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Completezza delle informazioni ricevute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Servizio di vendita biglietti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Giudizio generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è:  Superiore    Uguale    Inferiore    Non avevo aspettative

13. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo servizio ad un amico?

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

## Allegato 1 - Questionario

14. Quali dei seguenti siti web conosce?  www.060680.it  www.turismoroma.it  entrambi i siti  nessuno

15. Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma?  Nessuna  Tra 1 e 3 visite  Oltre 3 visite

16. Suggerimenti per migliorare il servizio

---

---

---

**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  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.....

**Provenienza**:  Roma  **Altra Provincia italiana**:.....  **Altra Nazionalità**:.....

**Permanenza a Roma – Numero pernottamenti**:.....

**Tipo di alloggio scelto**:  Hotel  B&B/Camping  Amici/Parenti  Appartamenti in affitto  Altro.....