



Indagini di Customer Satisfaction

Il Cosmo al Circo Massimo

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 dell’iniziativa
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa iniziativa 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 **100** questionari somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) ai partecipanti degli spettacoli dell'iniziativa ***Il Cosmo al Circo Massimo*** nelle serate del **5, 13 e 20 settembre 2020** (gli intervistati rappresentano il 50% 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 dell'84%, un margine di errore di stima di $\pm 7,22\%$.

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 generale degli spettatori intervistati raggiunge una media di **2,34** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **84%** (di cui il 51% è costituito da spettatori “molto soddisfatti”).

Tra gli aspetti maggiormente apprezzati vi sono il **personale di accoglienza** (2,51) e i **contenuti degli interventi** (2,48).

L'**organizzazione generale**, la **qualità dell'audio e delle immagini proiettate** registrano valori medi al di sotto dello standard minimo di 2,20 (rispettivamente 2,16 e 2,15).

I **contenuti degli interventi** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa delle priorità, ma anche quello più correlato all'esperienza complessiva di tale iniziativa (cfr. pp. 12-14).

Il profilo complessivo dei visitatori intervistati è costituito soprattutto da **cittadini romani** (97%), **impiegati** (54%) e **liberi professionisti** (25%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (73%), appartenenti alla fascia d'età **45-54 anni** (37%). Si evidenzia che la percentuale relativa alle fasce di età tra i **26 e 39 anni** è pari al 28%.

Tra i mezzi di comunicazione prevale il **canale web**, che raggiunge complessivamente l'80% sul totale (di cui il 45% si riferisce ai social network, il 22% al portale MuseiinComune, il 10% alla newsletter e il 3% ad altri siti internet). Segue il **passaparola**, con una percentuale pari al 15%. Risulta significativo che i *social network* prevalgano soprattutto per chi ha un giudizio superiore alle proprie aspettative, molto o abbastanza soddisfatto della propria esperienza.

Il *portale MuseiinComune* è predominante per coloro che hanno un giudizio uguale o inferiore alle attese ed alcuni di essi sono poco soddisfatti, mentre il *passaparola* emerge per gli spettatori con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti.

Tabella riassuntiva

<i>Il Cosmo al Circo Massimo 2020</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Personale di accoglienza	2,51	3,00	99	1	0,691	61%	1%	91%
Organizzazione generale	2,16	2,00	100	0	0,907	43%	7%	80%
Contenuti degli interventi	2,48	3,00	100	0	0,703	59%	1%	90%
Qualità audio e immagini proiettate	2,15	2,00	100	0	0,833	41%	2%	76%
Esperienza complessiva	2,34	3,00	98	2	0,773	51%	1%	84%

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

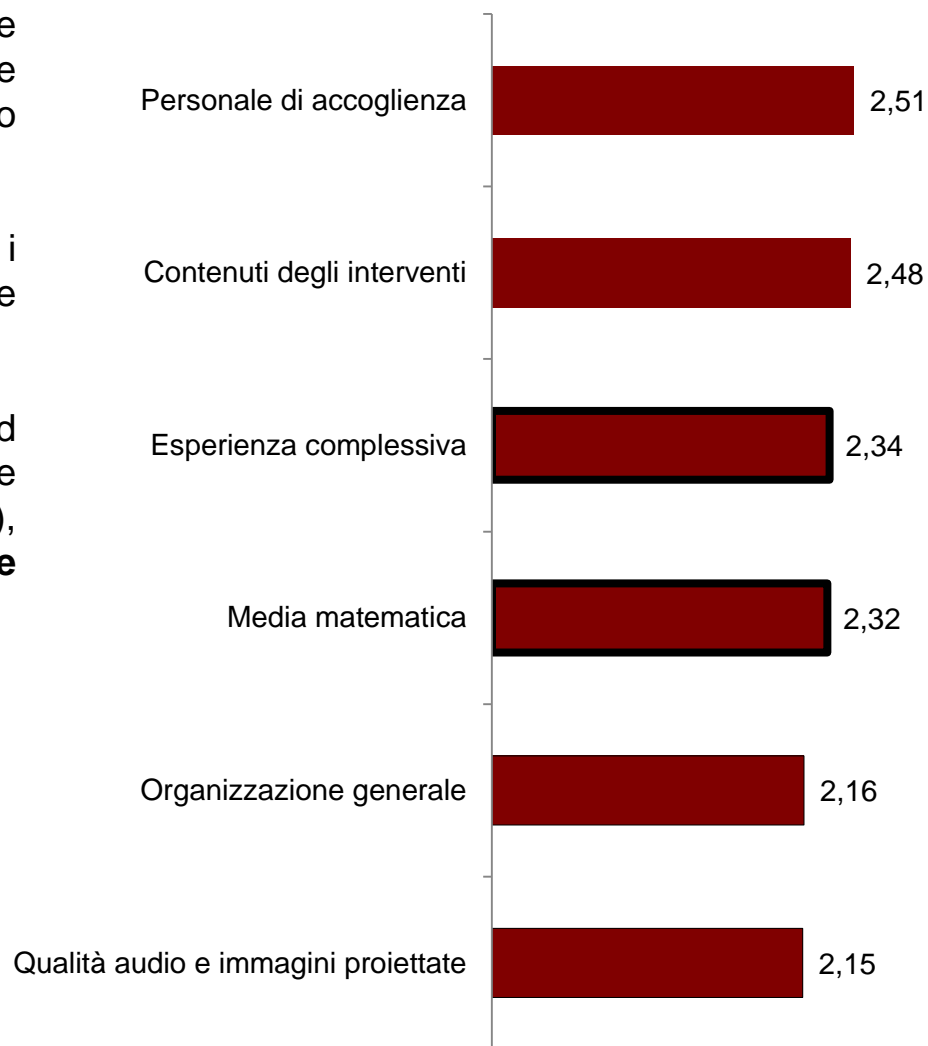
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,32).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Il **personale di accoglienza** e i **contenuti degli interventi** sono le variabili più gradite dagli spettatori.

Le medie al di sotto dello standard minimo di 2,20 sono quelle relative all'**organizzazione generale** (2,16), alla **qualità dell'audio e delle immagini proiettate** (2,15).

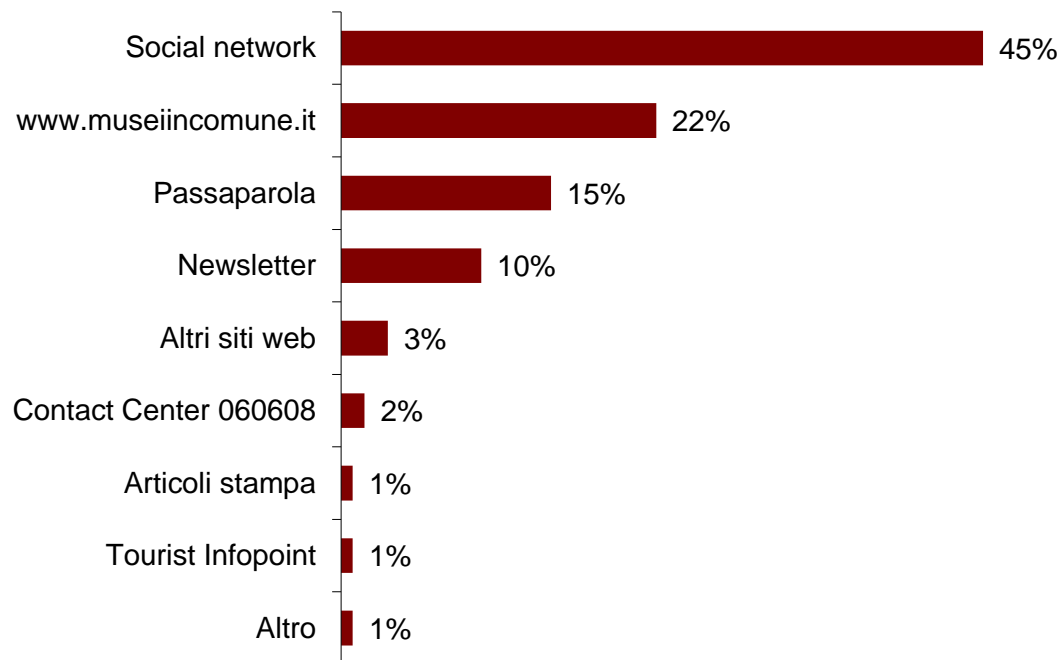


Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli intervistati vengono a sapere di tale iniziativa prevale il **canale web**, che raggiunge complessivamente l'80% sul totale degli intervistati (di cui il 45% si riferisce ai *social network*, il 22% al portale *MuseiinComune*, il 10% alla *newsletter* e il 3% ad *altri siti web*). Segue il **passaparola**, con una percentuale pari al 15%.

Risulta significativo che i social network prevalgano soprattutto per chi ha un giudizio superiore alle proprie aspettative, molto o abbastanza soddisfatto della propria esperienza.

Il portale MuseiinComune è predominante per coloro che hanno un giudizio uguale o inferiore alle attese ed alcuni di essi sono poco soddisfatti, mentre il passaparola emerge per gli spettatori con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti.

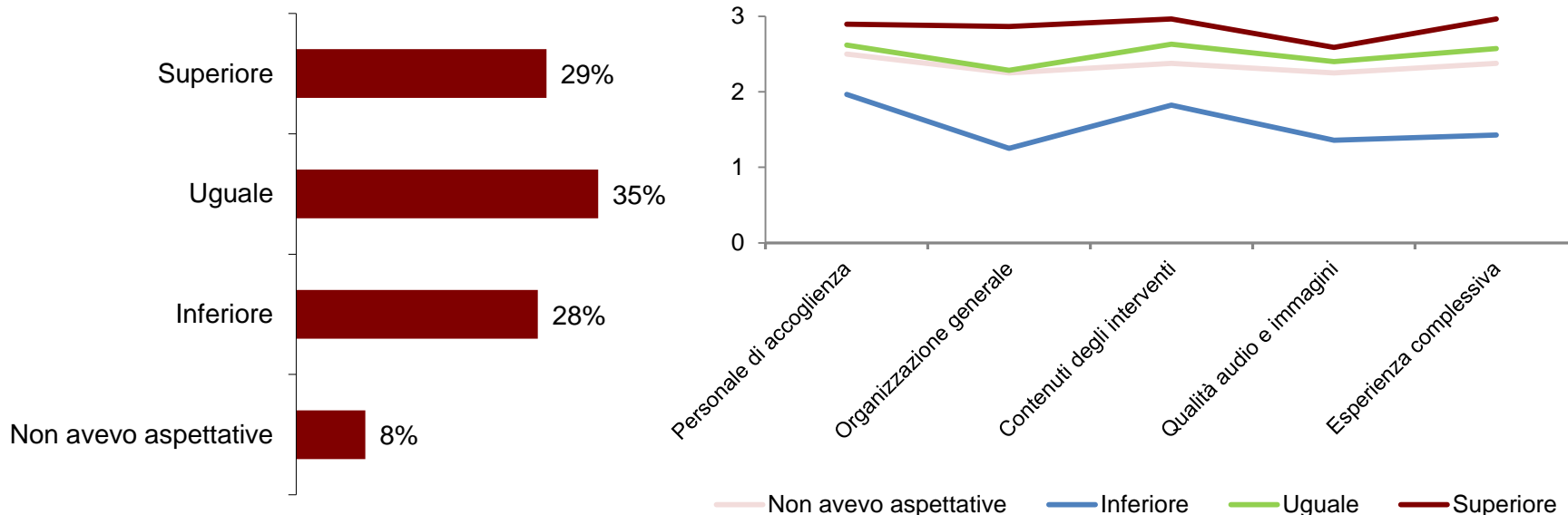


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 35% di coloro che rispondono a tale domanda afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie aspettative**, per il 29% risulta superiore alle proprie attese, mentre per il 28% è inferiore. L'8% del campione intervistato dichiara di non avere attese a priori.

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle attese soprattutto per coloro che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva, mentre ad avere un giudizio uguale alle proprie aspettative o ad esserne privi, sono principalmente gli spettatori che in generale dichiarano di essere abbastanza soddisfatti.

Incrociando il giudizio rispetto alle aspettative con le medie dei vari aspetti indagati (*cf.* grafico in basso a destra), emerge che la soddisfazione sia tendenzialmente più alta per chi ha un giudizio superiore alle attese su tutte le variabili, in particolare sui contenuti degli interventi.



Consiglierebbe questa iniziativa 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 il *Cosmo al Circo Massimo* è pari a **11%**. Si rileva che il 29% sul campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



NET PROMOTER SCORE <i>Il Cosmo al Circo Massimo 2020</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	0	8	2	5	5	8	8	21	23	18
2%	0%	8%	2%	5%	5%	8%	8%	21%	23%	18%
DETRATTORI = 30%							PASSIVI = 29%		PROMOTORI = 41%	
41%-30% = 11%										

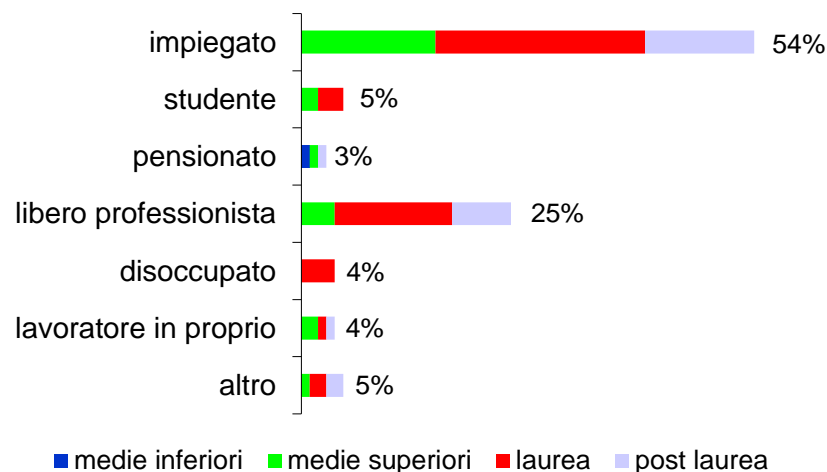
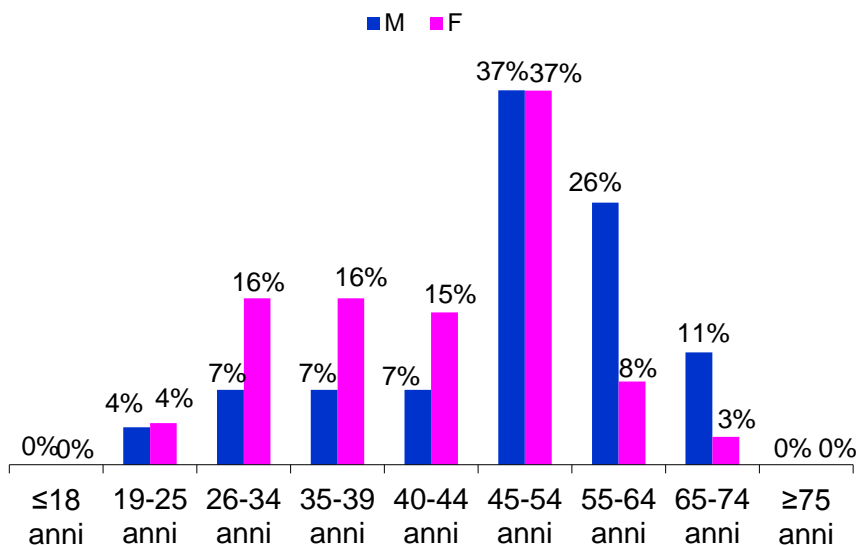
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Tra gli intervistati di questa indagine prevale nettamente il **genere femminile** (73% sul campione totale), in particolare nelle fasce di età giovane fino ai 44 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce adulte oltre i 55 anni.

La fascia di età più rappresentata è quella dei **45-54 anni**, che corrisponde al 37% del campione totale, mentre le fasce più giovani comprese tra i **26 e 39 anni** raggiungono una percentuale complessiva pari al 28%.

Il 73% degli intervistati dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea**.

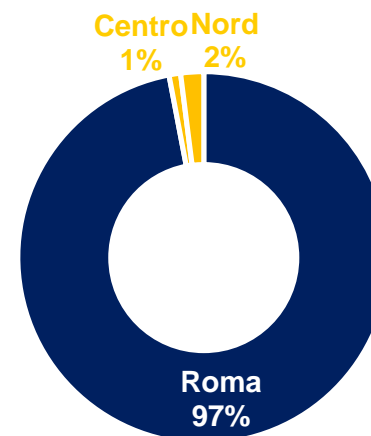
La categoria professionale predominante è quella degli **impiegati**, che rappresentano il 54% sul totale; poi seguono i **liberi professionisti** con una percentuale del 25%.



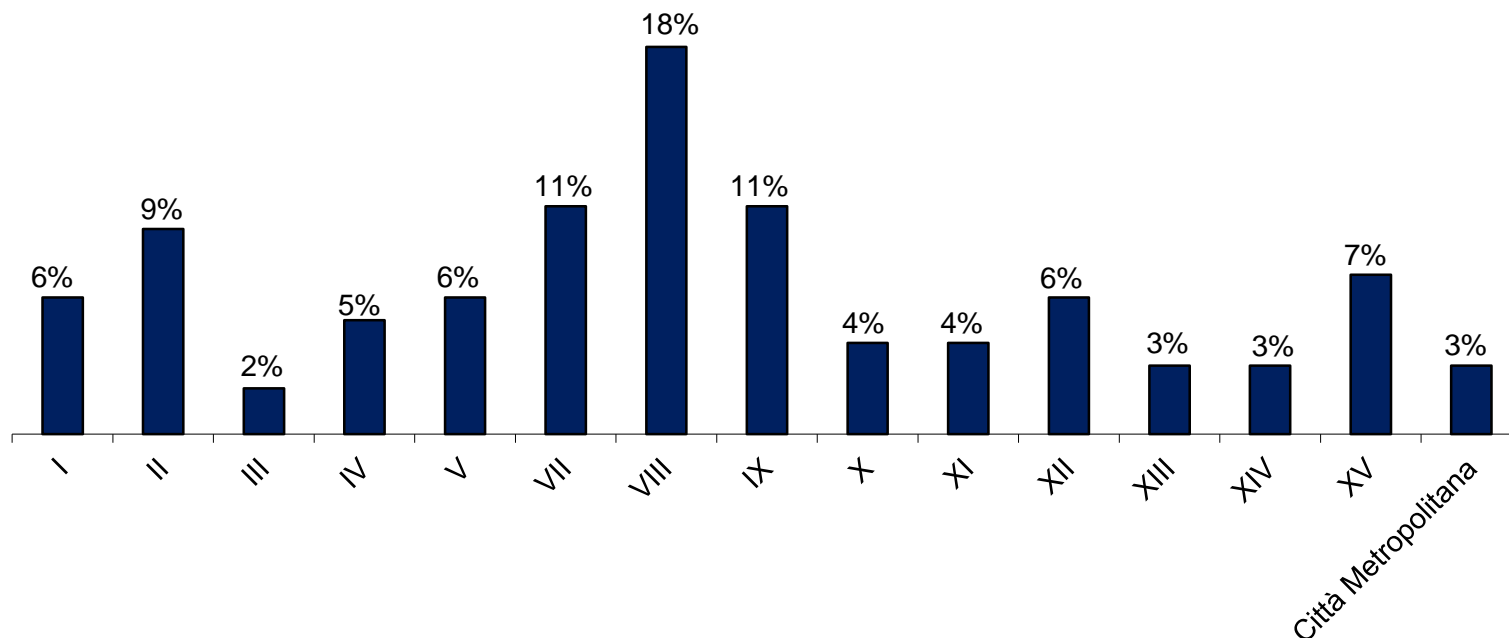
Analisi socio-demografica: provenienza

La quasi totalità del campione è costituito da **cittadini romani** (97% sul totale), mentre il restante 3% proviene da altre province italiane e nessuno dall'estero.

Tra i Municipi di residenza dei romani intervistati prevale il **Municipio VIII** (18%), ma dal grafico sottostante si rileva una buona adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono anche negli altri municipi.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata di Spearman***	Personale di accoglienza	Organizzazione e generale	Contenuti degli interventi	Qualità audio e immagini proiettate	Esperienza complessiva
Personale di accoglienza	1,000	,650**	,509**	,478**	,574**
Organizzazione generale	,650**	1,000	,480**	,489**	,724**
Contenuti degli interventi	,509**	,480**	1,000	,583**	,746**
Qualità audio e immagini proiettate	,478**	,489**	,583**	1,000	,729**
Esperienza complessiva	,574**	,724**	,746**	,729**	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 "*Il Cosmo al Circo Massimo*" i **contenuti degli interventi** e la **qualità dell'audio e delle immagini proiettate** risultano essere gli elementi più correlati rispetto al giudizio generale.

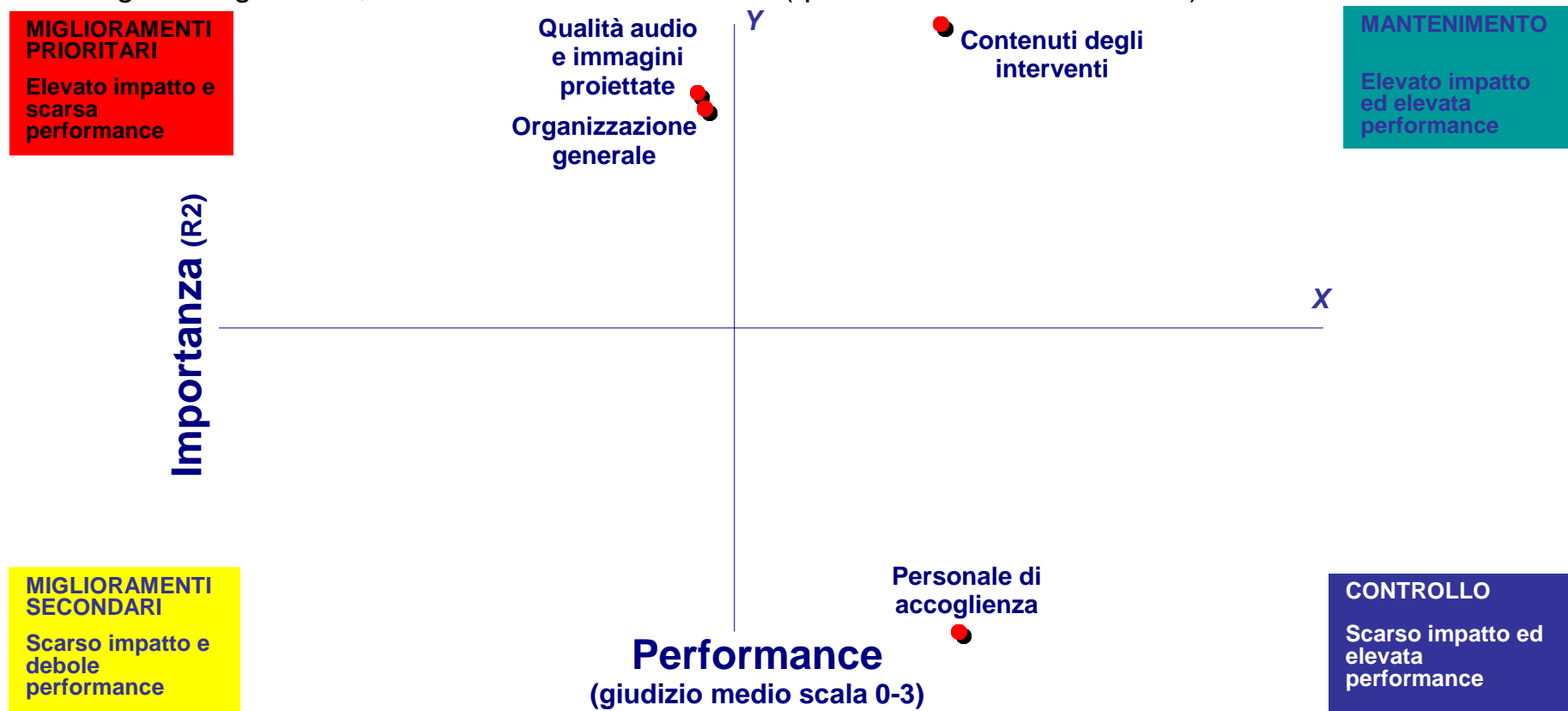
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Contenuti degli interventi	0,746
Qualità audio e immagini proiettate	0,729
Organizzazione generale	0,724
Personale di accoglienza	0,574

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **contenuti degli interventi** sono in assoluto l'aspetto più importante e soddisfacente nella mappa, mentre la **qualità dell'audio e delle immagini proiettate**, insieme all'**organizzazione generale**, emergono 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 sul giudizio generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

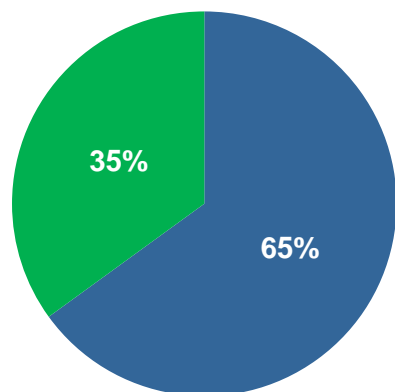
Analisi multivariata: Cluster Analysis

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

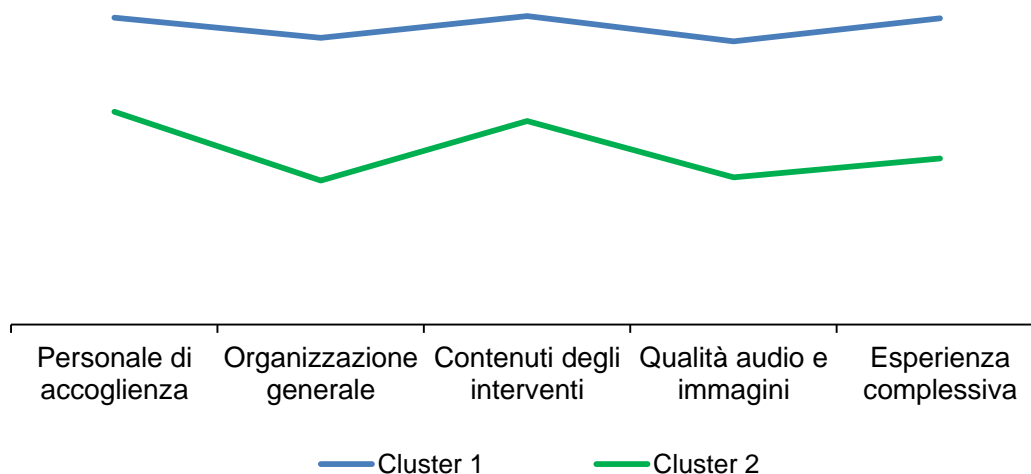
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (65 individui nel *Cluster 1* e 35 nel *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo ottimo su tutte le variabili oggetto d'indagine, mentre nella 2° tipologia gli **Abbastanza o Poco Soddisfatti** sono ad un livello più basso di soddisfazione.

Cluster 1 Molto soddisfatti: in prevalenza donne, di età giovane fino ai 39 anni, impiegati, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, sono venuti a conoscenza dell'iniziativa soprattutto tramite il passaparola, giudizio superiore o uguale alle aspettative.

Cluster 2 Abbastanza o Poco Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età adulta oltre i 40 anni, liberi professionisti, diplomati, sono venuti a conoscenza dell'iniziativa soprattutto tramite i social network e il portale *MuseiinComune*, giudizio inferiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Suggerimenti

ELOGI interventi interessanti e coinvolgenti, relatori brillanti e preparati (10), iniziativa bella ed emozionante (5). **Totale 15**

POSTI A SEDERE mancano posti a sedere e non ci sono stati avvisi/comunicazioni in merito alla possibilità di sedersi. **Totale 35**

QUALITÀ AUDIO E IMMAGINI utilizzare schermi più grandi oppure aumentare i caratteri utilizzati nelle *slide* per consentire di leggere anche a chi è distante (18), da migliorare l'audio (5). **Totale 23**



CONTENUTI interventi troppo accademici, poco comprensibili e coinvolgenti, noiosi, maggiore chiarezza nell'esposizione (15), altro (2). **Totale 17**

ORGANIZZAZIONE GENERALE non è chiara la distinzione tra ingresso con e senza biglietto, controllare i biglietti all'ingresso (3), aumentare la capienza oppure il numero di serate perché i posti si esauriscono in fretta (3), prevedere anche l'osservazione diretta col telescopio (3), pessima organizzazione, da migliorare (3). **Totale 12**

ALTRO. Totale 9

TOTALE 96 SUGGERIMENTI
IL COSMO AL CIRCO MASSIMO 2020

Allegato 1 – Questionario

ROMA 		Indagine customer satisfaction "Il Cosmo al Circo Massimo"		 progetto cultura M ICS 19 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 "Il Cosmo al Circo Massimo"? How did you find out about this event?												
<input type="checkbox"/> Stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines)		<input type="checkbox"/> Passaparola (amici-parenti)/ friends&relatives										
<input type="checkbox"/> www.museincomune.it		<input type="checkbox"/> Tourist Infopoint										
<input type="checkbox"/> Altri siti internet/ other websites		<input type="checkbox"/> Contact Center 060808										
<input type="checkbox"/> Social network (specificare quale)/ (specify:)		<input type="checkbox"/> altro (specificare)/ other (specify:)										
<input type="checkbox"/> Newsletter												
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 Very satisfied	Abbastanza soddisfatto Quite satisfied	Poco soddisfatto Slightly satisfied	Per niente soddisfatto Not satisfied at all								
2. Personale di accoglienza/ Welcoming staff	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
3. Organizzazione generale/ General organization	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
4. Contenuti degli interventi/ Contents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
5. Qualità dell'audio e delle immagini proiettate/ Quality of audio and videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
6. Esperienza complessiva "Il Cosmo al Circo Massimo"/ Overall experience of "Il Cosmo al Circo Massimo"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
7. Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è/ With respect to your expectations, your satisfaction is:												
<input type="checkbox"/> Superiore/ Higher than expectations		<input type="checkbox"/> Uguale/ Equal to the expectations										
<input type="checkbox"/> Inferiore/ Lower than expectations		<input type="checkbox"/> Senza aspettative/ No expectations										
8. 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: <input type="checkbox"/> <14 <input type="checkbox"/> 14-18 <input type="checkbox"/> 19-25 <input type="checkbox"/> 26-34 <input type="checkbox"/> 35-39 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55-64 <input type="checkbox"/> 65-74 <input type="checkbox"/> ≥ 75												
Genere/Gender: <input type="checkbox"/> Uomo/ Man <input type="checkbox"/> Donna/ Woman												
Titolo di studio/Education:												
<input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo/ primary school <input type="checkbox"/> diploma superiore/ high school <input type="checkbox"/> laurea/ degree <input type="checkbox"/> post laurea/ postgraduate												
Professionale/Job:												
<input type="checkbox"/> impiegato-insegnante/ employee-teacher		<input type="checkbox"/> pensionato/retired		<input type="checkbox"/> non occupato/ unemployed								
<input type="checkbox"/> dirigente-quadro/ manager-executive		<input type="checkbox"/> libero professionista/ freelance		<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ self-employed								
<input type="checkbox"/> studente/ student		<input type="checkbox"/> altro/ other.....										
Provenienza/Provenance:												
<input type="checkbox"/> Roma (Municipio/Zona:.....)		<input type="checkbox"/> Provincia italiana (specificare:.....)		<input type="checkbox"/> Nationality (specify:.....)								