



Indagini di Customer Satisfaction

Circo Maximo Experience

Luglio 2021

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 2020-2021
- 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 n. **150** questionari somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) ai visitatori del ***Circo Maximo Experience dal 1 al 25 luglio 2021*** (il campione rappresenta il 21% sul totale delle email a cui è stato inviato il form online).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 91%, un margine di errore di stima di $\pm 4,60\%$.

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 2021, 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 **2,41** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **89%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,82) e l'**organizzazione generale** (2,54).

Quasi tutte le medie dei vari aspetti oggetto d'indagine raggiungono valori al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dell'**esperienza della Realtà Aumentata** (2,17). Tale variabile risulta essere quella con il coefficiente di importanza più elevato nella mappa delle priorità, ma anche l'elemento più correlato al giudizio generale (*cf.* pp.13-15).

Il profilo complessivo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da **cittadini romani** (64%), **impiegati** (45%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (72%), appartenenti soprattutto alle fasce di età adulta **45-64 anni** (51%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale relativa al **canale web** (48%; di cui il 17% si riferisce ad **altri siti web**, il 16% a **www.circomaximoexperience.it**, l'8% ai **social media** e il 7% alla **newsletter**). Poi seguono il **passaparola** (16%), i **manifesti pubblicitari** (9%) e la **stampa** (8%).

Il sito *www.circomaximoexperience.it* e la *stampa* prevalgono soprattutto per i visitatori romani, in generale abbastanza soddisfatti. Invece coloro che hanno utilizzato *altri siti internet* ed i *manifesti pubblicitari* sono principalmente turisti, che nel complesso dichiarano di essere molto soddisfatti. Infine i *social network* ed il *passaparola* emergono per coloro che giungono da fuori Roma e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

Tabella riassuntiva

<i>Circo Maximo Experience 2021</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per Niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,54	3,00	150	0	0,609	59%	1%	95%
Personale di accoglienza	2,82	3,00	150	0	0,435	84%	0%	98%
Contenuti della visita	2,42	3,00	149	1	0,718	54%	2%	91%
Esperienza Realtà Aumentata	2,17	2,00	150	0	0,862	41%	5%	81%
Giudizio generale	2,41	3,00	150	0	0,743	54%	2%	89%

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

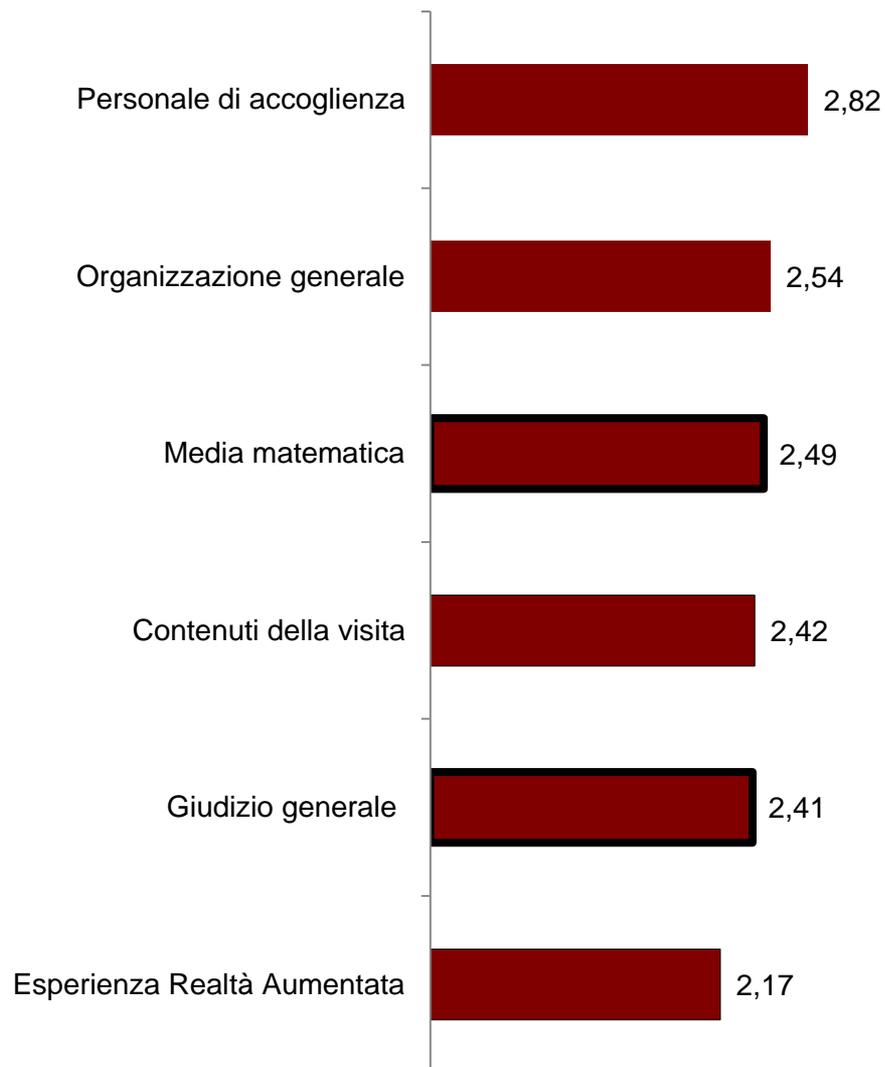
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,49).

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 il **personale di accoglienza** e l'**organizzazione generale**.

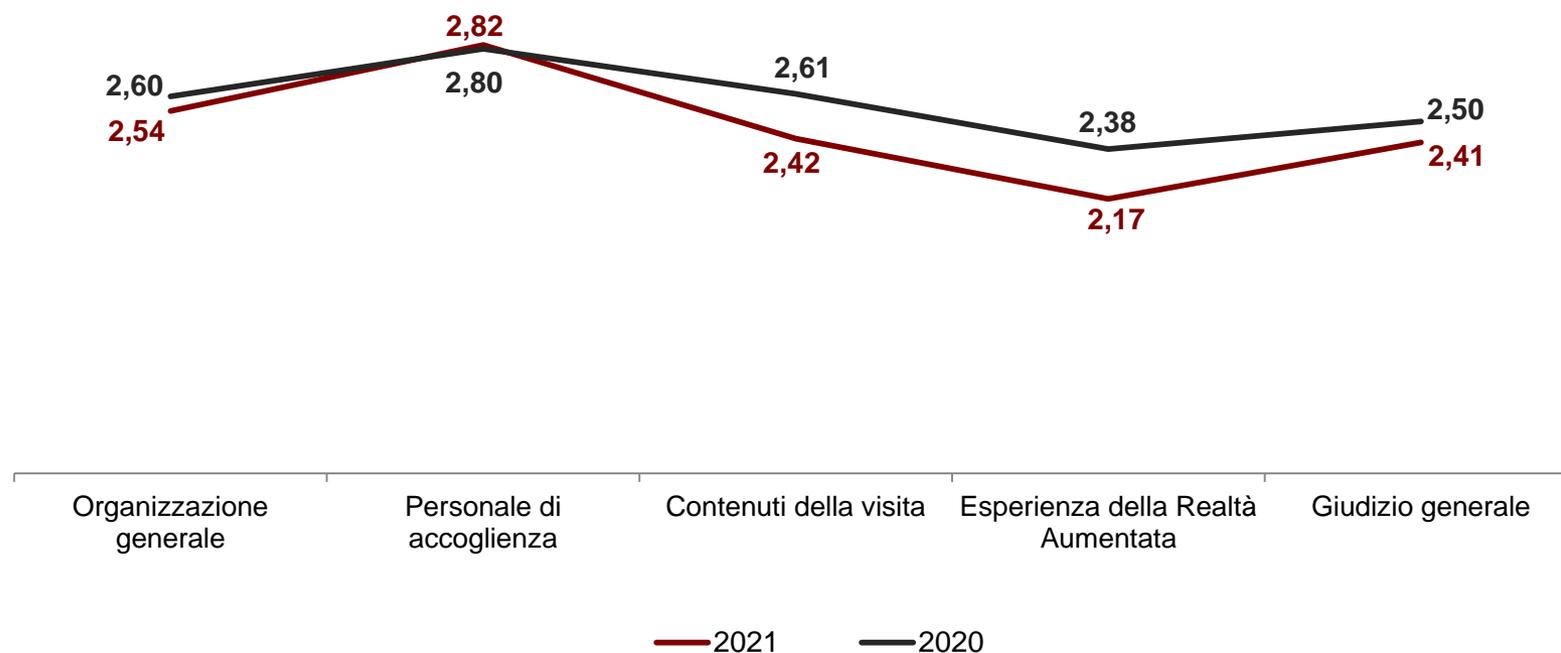
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dell'**esperienza della Realtà Aumentata**.



Analisi del trend 2020-2021

Rispetto all'indagine precedente, il trend risulta abbastanza lineare e costante, seppure con qualche discrepanza.

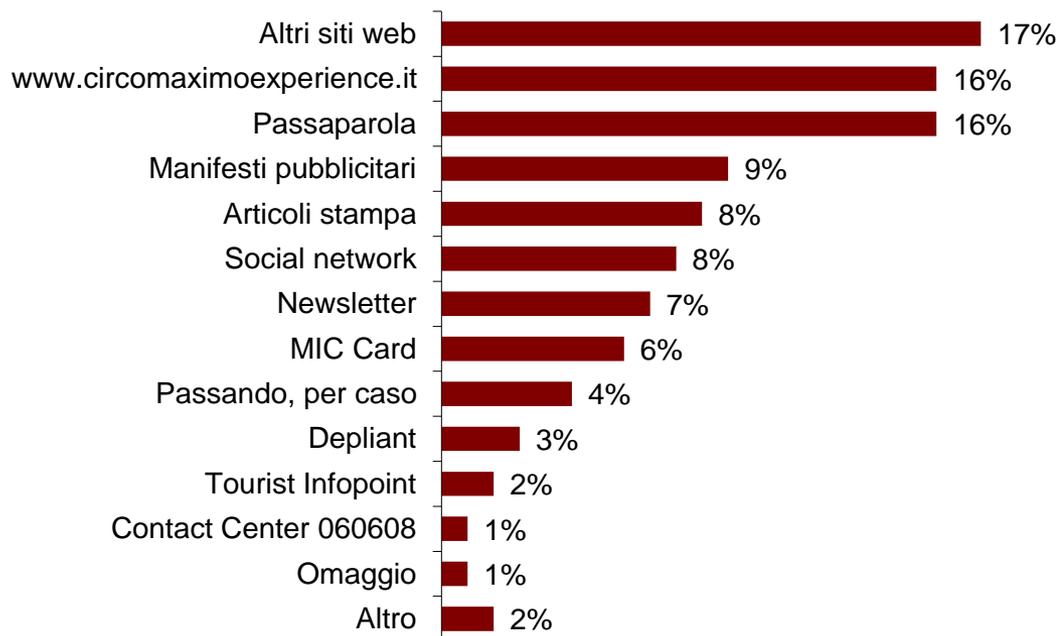
Si evidenzia un aumento del livello medio di soddisfazione solo sul personale di accoglienza, mentre la flessione è maggiore in particolare sui contenuti della visita e sull'esperienza della Realtà Aumentata.



Come è venuto a conoscenza di Circo Maximo Experience

Il 48% del campione viene a conoscenza dell'iniziativa attraverso **internet** (il 17% si riferisce ad **altri siti web**, il 16% al sito internet **www.circomaximoexperience.it**, l'8% ai **social network** e il 7% alla **newsletter**; nel 2020 la percentuale complessiva era pari al 50%). Rispetto alla scorsa indagine aumenta il campione di chi viene a conoscenza dell'iniziativa tramite il **passaparola** (da 14% a 16%), mentre diminuisce quello relativo ai **manifesti pubblicitari** (da 11% a 9%) e alla **stampa** (da 10% a 8%).

Il sito www.circomaximoexperience.it e la stampa prevalgono soprattutto per i visitatori romani, in generale abbastanza soddisfatti. Invece coloro che hanno utilizzato altri siti internet ed i manifesti pubblicitari sono principalmente turisti, che nel complesso dichiarano di essere molto soddisfatti. Infine i social network ed il passaparola emergono per coloro che giungono da fuori Roma e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

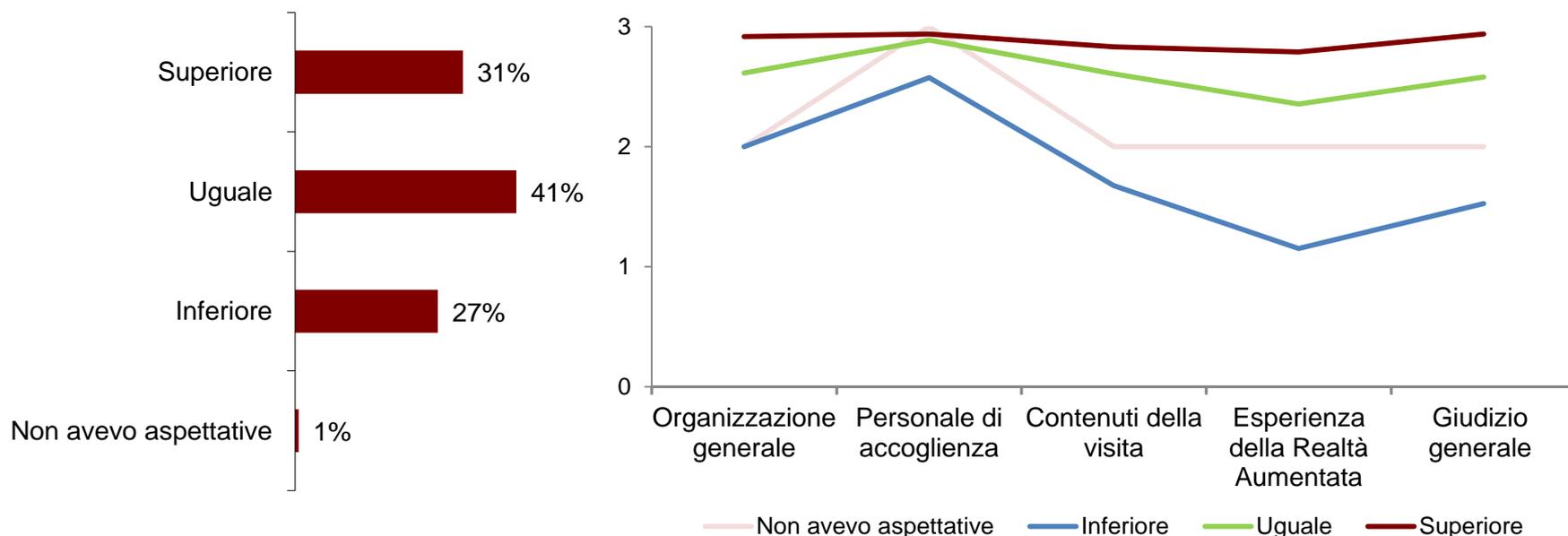


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 41% di coloro che rispondono a tale domanda afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie aspettative**, mentre per il 31% è superiore e per il 27% risulta inferiore alle proprie attese; solo l'1% del campione intervistato dichiara di non avere aspettative a priori.

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

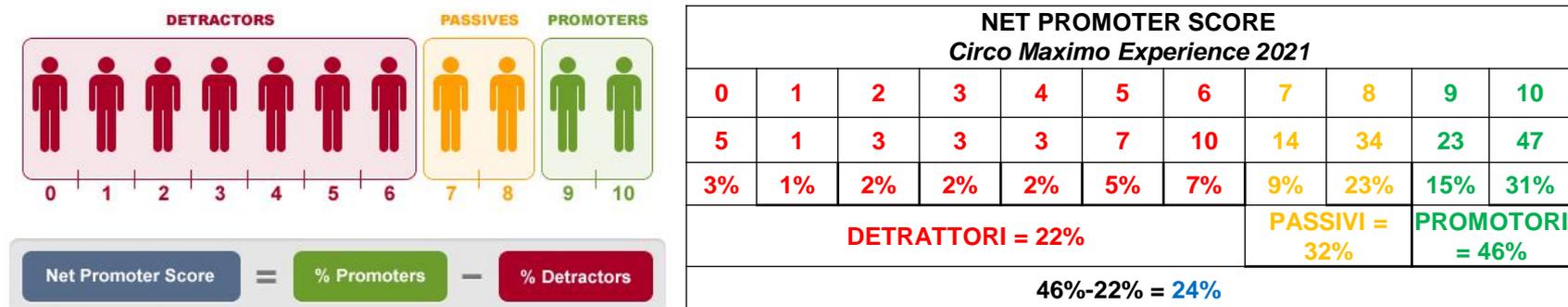
Come si evidenzia nel grafico in basso a destra, il livello medio di soddisfazione è tendenzialmente più alto per chi ha un giudizio superiore alle attese.



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 **24%**; si evidenzia che il 32% sul campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona seppure esclusa dal calcolo dei "promotori".



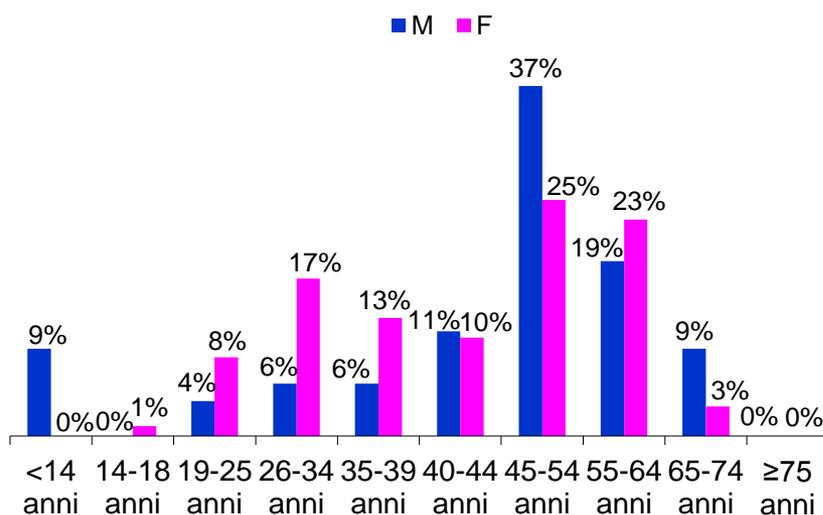
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (64% sul totale; in calo dal 70% dell'indagine precedente), soprattutto nelle fasce d'età 19-39 anni e 55-64 anni. Invece gli uomini sono predominanti nelle fasce dei 40-54 anni e 65-74 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i **45 e 64 anni**, che raggiungono complessivamente il 51% sul totale degli intervistati (52% nel 2020).

Il 72% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (in aumento dal 64% emerso nella scorsa indagine).

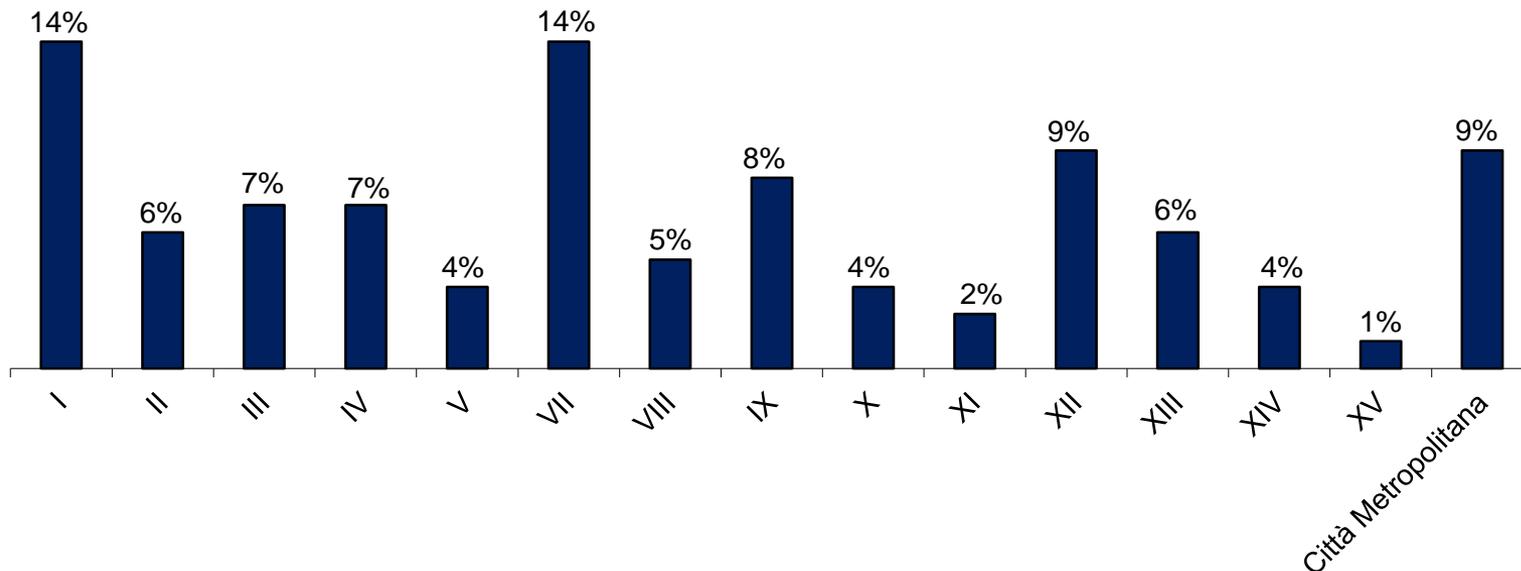
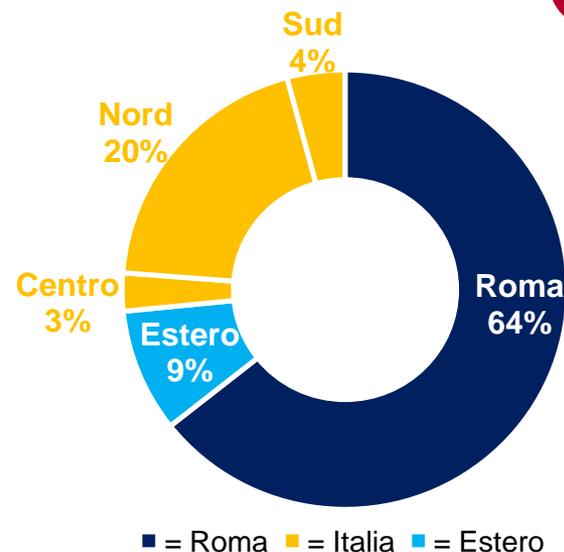
Tra le categorie professionali prevalgono gli **impiegati** (45%) ed i **liberi professionisti** (16%): la percentuale di entrambi resta invariata rispetto al 2020. Inoltre si denota un aumento degli studenti (da 5% a 10%) e un calo dei pensionati (da 17% a 8%).



Analisi socio-demografica: provenienza

Il 64% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (in calo rispetto all'86% dello scorso anno); il 27% giunge da altre città italiane (11% nella precedente indagine), mentre il restante 9% proviene dall'estero (3% nel 2020).

I romani intervistati prevalgono soprattutto nei *Municipi I e VII* (14% per entrambi; *cfr.* grafico sottostante per ulteriori dettagli sui municipi di residenza).



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	,404**	,538**	,664**	,700**
Personale di accoglienza	,404**	1,000	,415**	,381**	,401**
Contenuti della visita	,538**	,415**	1,000	,723**	,754**
Esperienza della Realtà Aumentata	,664**	,381**	,723**	1,000	,828**
Giudizio generale	,700**	,401**	,754**	,828**	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 2021* l'**esperienza della Realtà Aumentata** è l'elemento più correlato al giudizio generale.

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

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Esperienza della Realtà Aumentata	0,828
Contenuti della visita	0,754
Organizzazione generale	0,700
Personale di accoglienza	0,401

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**esperienza della Realtà Aumentata** risulta essere in assoluto l'aspetto col coefficiente di importanza (Y) più alto e rientra tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra). Anche i **contenuti della visita** hanno un'importanza determinante rispetto al giudizio generale, ma si posizionano nel quadrante in alto a destra, insieme all'**organizzazione generale**. Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

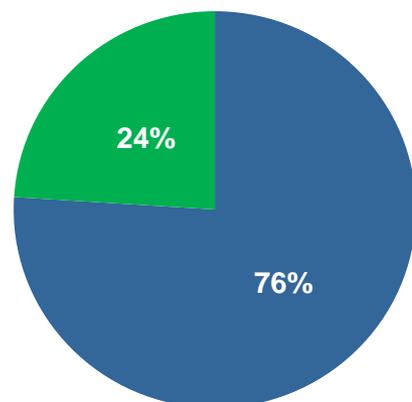
Analisi multivariata: Cluster Analysis

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

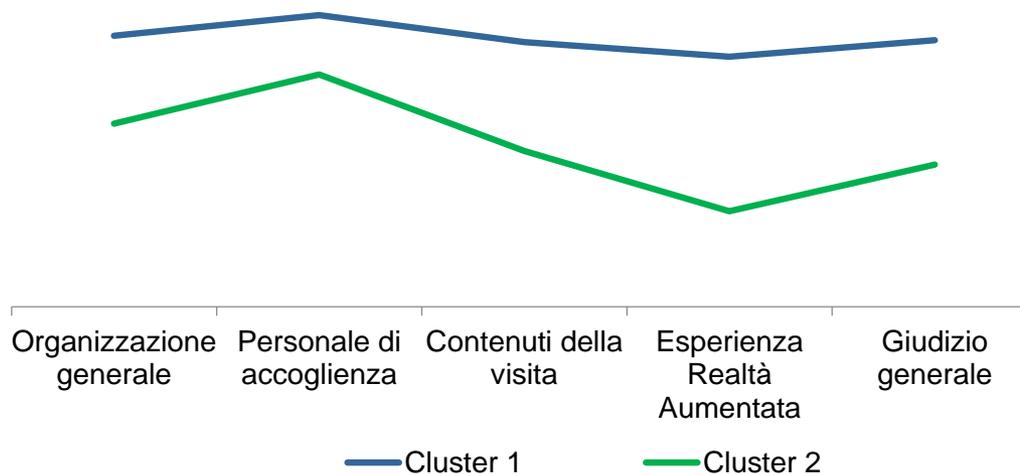
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (114 individui nel *Cluster 1* e 36 nel *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più alto su tutte le variabili oggetto d'indagine.

Cluster 1 Molto soddisfatti: in prevalenza uomini, turisti (soprattutto italiani), di età giovane fino a 25 anni e 40-54 anni, studenti e impiegati, con un diploma di scuola media inferiore o superiore, sono venuti a conoscenza di *Circo Maximo Experience* tramite altri siti internet, passaparola e manifesti pubblicitari, giudizio superiore o uguale alle aspettative.

Cluster 2 Abbastanza o Poco Soddisfatti: in prevalenza donne, residenti a Roma, di età 26-39 anni e 55-64 anni, liberi professionisti e dirigenti, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, sono venuti a conoscenza di *Circo Maximo Experience* soprattutto tramite social network e il sito www.circomaximoexperience.it, giudizio inferiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Suggerimenti

ELOGI iniziativa bellissima e piacevole, da consigliare e ripetere (14); personale molto gentile (6); contenuti interessanti, anche per i bambini (3). **Totale 23**

VISORI la visiera di protezione anti contagio rende l'esperienza poco immersiva e gradevole (13); scomodi, pesanti da portare (10); migliorare la funzionalità degli apparecchi (4), altro (2). **Totale 29**

REALTÀ AUMENTATA poco immersiva, tecnologia obsoleta, deludente rispetto ad altre esperienze conosciute (14); connessione che salta, lentezza nel caricare video, difficoltà scorrere avanti o indietro nelle immagini (5); altro (4). **Totale 23**

ORGANIZZAZIONE GENERALE prevedere degli spazi all'ombra per l'attesa oppure in alternativa fare gli spettacoli solo di sera (6); allungare la programmazione (5); estendere l'esperienza della Realtà Aumentata ad altre aree, accessibili anche ai disabili (4); altro (5). **Totale 20**

QUALITÀ IMMAGINI E AUDIO immagini sfocate, da migliorare la qualità video (8); volume basso e non regolabile (7). **Totale 15**

CONTENUTI scarsi, da arricchire con informazioni più dettagliate ed approfondite (8); altro (3). **Totale 11**

ALTRO. Totale 5

**TOTALE 103 SUGGERIMENTI
CIRCO MAXIMO EXPERIENCE 2021**

Allegato: Questionario

	Indagine customer satisfaction "Circo Maximo Experience"	 MICS 18 2020												
<p>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.</p>														
<p>1. Come è venuto a conoscenza dell'evento "Circo Maximo Experience"? How did you find out about this event?</p>														
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines)</td> <td><input type="checkbox"/> passaparola (amici-parenti)/ friends&relatives</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> www.circomaximoexperience.it</td> <td><input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari/ billboards</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> altri siti internet/ other websites</td> <td><input type="checkbox"/> pubblicità sulla stampa/ print advertising</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Tourist Info Point</td> <td><input type="checkbox"/> TV/radio</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Contact Center 060608</td> <td><input type="checkbox"/> social network (specificare quale)/ (specify:)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> leaflet-locandina/ leaflet-poster</td> <td><input type="checkbox"/> altro (specificare)/ other (specify:)</td> </tr> </table>			<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines)	<input type="checkbox"/> passaparola (amici-parenti)/ friends&relatives	<input type="checkbox"/> www.circomaximoexperience.it	<input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari/ billboards	<input type="checkbox"/> altri siti internet/ other websites	<input type="checkbox"/> pubblicità sulla stampa/ print advertising	<input type="checkbox"/> Tourist Info Point	<input type="checkbox"/> TV/radio	<input type="checkbox"/> Contact Center 060608	<input type="checkbox"/> social network (specificare quale)/ (specify:)	<input type="checkbox"/> leaflet-locandina/ leaflet-poster	<input type="checkbox"/> altro (specificare)/ other (specify:)
<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines)	<input type="checkbox"/> passaparola (amici-parenti)/ friends&relatives													
<input type="checkbox"/> www.circomaximoexperience.it	<input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari/ billboards													
<input type="checkbox"/> altri siti internet/ other websites	<input type="checkbox"/> pubblicità sulla stampa/ print advertising													
<input type="checkbox"/> Tourist Info Point	<input type="checkbox"/> TV/radio													
<input type="checkbox"/> Contact Center 060608	<input type="checkbox"/> social network (specificare quale)/ (specify:)													
<input type="checkbox"/> leaflet-locandina/ leaflet-poster	<input type="checkbox"/> altro (specificare)/ other (specify:)													
<p>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:</p>														
	Molto soddisfatto Very satisfied	Abbastanza soddisfatto Quite satisfied	Poco soddisfatto Slightly satisfied	Per niente soddisfatto Not satisfied at all										
1. Organizzazione generale/ General organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
2. Personale di accoglienza/ Welcoming staff	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
3. Contenuti della visita/ The contents of the visit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
4. Esperienza della Realtà Aumentata e Virtuale/ Augmented and Virtual Reality Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
5. Giudizio generale "Circo Maximo Experience" General satisfaction of "Circo Maximo Experience"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
<p>6. Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è/ With respect to your expectations, your satisfaction is:</p>														
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Superiore/ Higher than expectations</td> <td><input type="checkbox"/> Uguale/ Equal to the expectations</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Inferiore/ Lower than expectations</td> <td><input type="checkbox"/> Senza aspettative/ No expectations</td> </tr> </table>					<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						
<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													
<p>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?</p>														
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"/>			
<p>9. SUGGERIMENTI/ SUGGESTIONS</p> <hr/> <hr/> <hr/>														
<p>DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:</p>														
<p>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</p>														
<p>Genere/Gender: <input type="checkbox"/> Uomo/ Man <input type="checkbox"/> Donna/ Woman</p>														
<p>Titolo di studio/Education:</p>														
<p><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</p>														
<p>Professione/Job:</p>														
<p><input type="checkbox"/> impiegato-insegnante/ employee-teacher <input type="checkbox"/> pensionato/retired <input type="checkbox"/> non occupato/ unemployed</p>														
<p><input type="checkbox"/> dirigente-quadro/ manager-executive <input type="checkbox"/> libero professionista/ freelance <input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ self-employed</p>														
<p><input type="checkbox"/> studente/ student <input type="checkbox"/> casalinga/ housewife <input type="checkbox"/> altro/ other.....</p>														
<p>Provenienza/Provenance:</p>														
<p><input type="checkbox"/> Roma (Municipio/Zona:.....) <input type="checkbox"/> Provincia italiana (specificare:.....) <input type="checkbox"/> Nationality (specify:.....)</p>														