



Indagini di Customer Satisfaction

Mercati di Traiano

4 – 8 Ottobre 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 del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **223** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 4 all'8 ottobre** presso i **Mercati di Traiano** (gli intervistati rappresentano il 26% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea "*Napoleone e il mito di Roma*".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento giacché assicura, con una soddisfazione media del 96%, un margine di errore di stima di $\pm 2,24\%$.

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 generale dei visitatori intervistati è ottimo, con una media di **2,89** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono gli **orari di apertura** (3,00), la **pulizia del sito** (2,96), il **personale di biglietteria** (2,94), il **guardaroba** (2,91) e la **collezione** (2,90).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. Le **opere della collezione** e i **supporti digitali** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 18-20). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emerge la **segnaletica interna** (n. 60 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da turisti provenienti dall'**estero** (62% sul totale), **impiegati** (34%), in possesso di un titolo di **laurea** o **post laurea** (65%), di età adulta compresa tra i **45** e **74 anni** (53% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza del museo **passando per caso** (27%); poi seguono la **guida cartacea** (21%), **conoscenza personale** (13%) ed il **passaparola** (12%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando per caso* o con la *guida cartacea* siano soprattutto i turisti stranieri, di età compresa tra i 19 e 44 anni, con titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori, privi di aspettative. Invece a rispondere *conoscenza personale* sono principalmente i visitatori romani, di età adulta oltre i 65 anni, laureati, alcuni già stati ai *Mercati di Traiano*, con giudizio superiore o uguale alle proprie attese. Infine il *passaparola* prevale tra coloro che giungono da altre province italiane, di età 45-64 anni, diplomati, che vengono per la prima volta in questo museo e hanno un giudizio uguale alle aspettative.

Tabella riassuntiva

Mercati di Traiano 2021	Media	Mediana*	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,86	3,00	223	0	0,372	0%	87%	0%	99%
Orari di apertura	3,00	3,00	218	5	0,068	2%	100%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,94	3,00	197	26	0,271	12%	95%	0%	99%
Guardaroba	2,91	3,00	77	146	0,289	65%	91%	0%	100%
Opere della collezione	2,90	3,00	223	0	0,299	0%	90%	0%	100%
Videoguida	2,24	2,00	17	206	0,831	92%	47%	0%	76%
Supporti informativi	2,75	3,00	204	19	0,495	9%	77%	1%	99%
Supporti digitali	2,65	3,00	124	99	0,511	44%	67%	0%	98%
Personale in sala	2,77	3,00	137	86	0,474	39%	79%	0%	98%
Segnaletica interna	2,23	2,00	213	10	0,701	4%	38%	0%	85%
Posti a sedere	2,65	3,00	213	10	0,526	4%	67%	0%	98%
Pulizia del sito	2,96	3,00	222	1	0,198	0%	96%	0%	100%
Libreria	2,80	3,00	40	183	0,405	82%	78%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,89	3,00	217	6	0,329	3%	89%	0%	100%

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

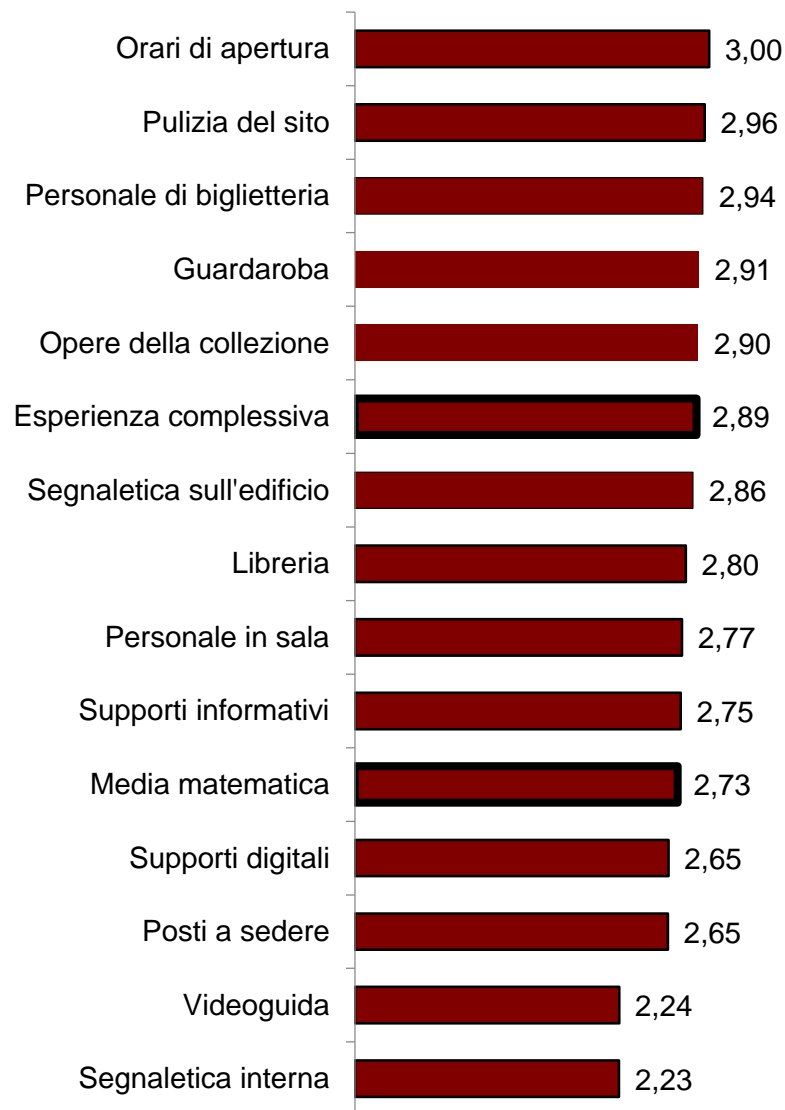
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,73).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: gli **orari di apertura**, la **pulizia del sito**, il **personale di biglietteria**, il **guardaroba** e le **opere della collezione**.

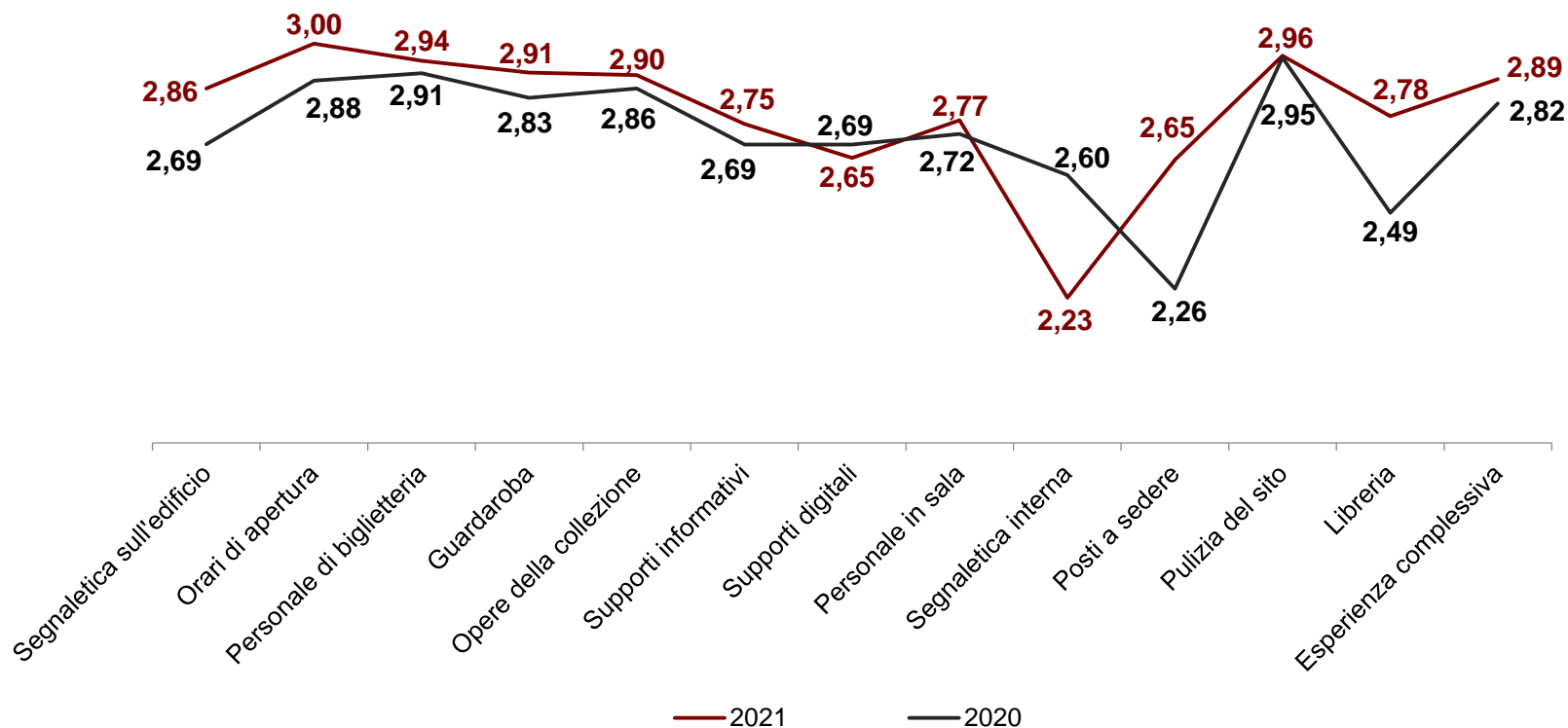
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2020-2021

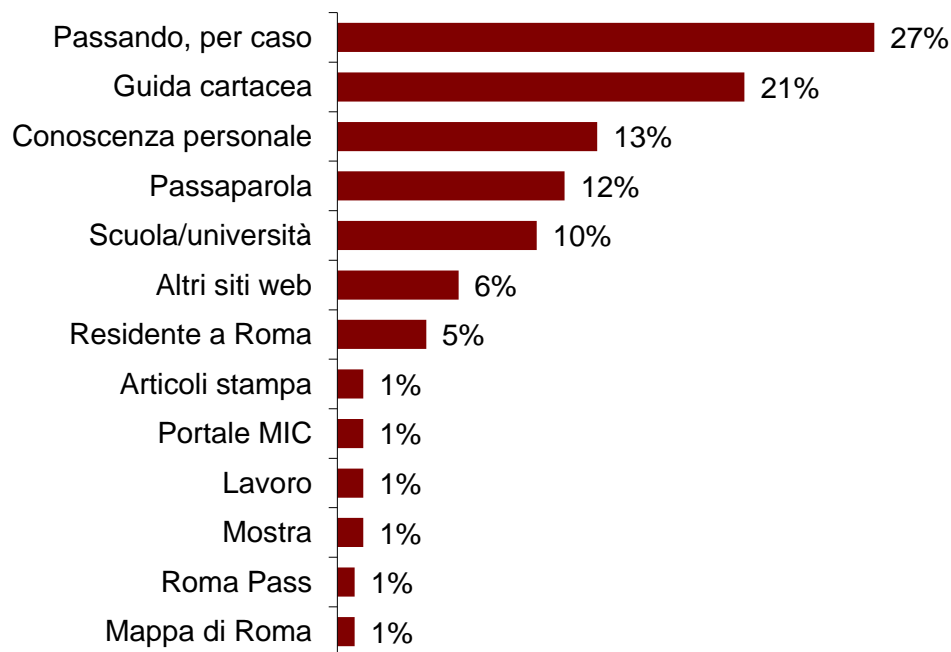
Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, seppure con qualche discrepanza (la videoguida non compare nel grafico sottostante poiché nel 2020 il servizio era temporaneamente non disponibile per le disposizioni vigenti durante la pandemia).

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione su quasi tutti gli aspetti oggetto d'indagine, in particolare sui posti a sedere e sulla libreria. Invece si rileva una flessione solo sui supporti digitali e sulla segnaletica interna, pur restando entrambe le medie al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

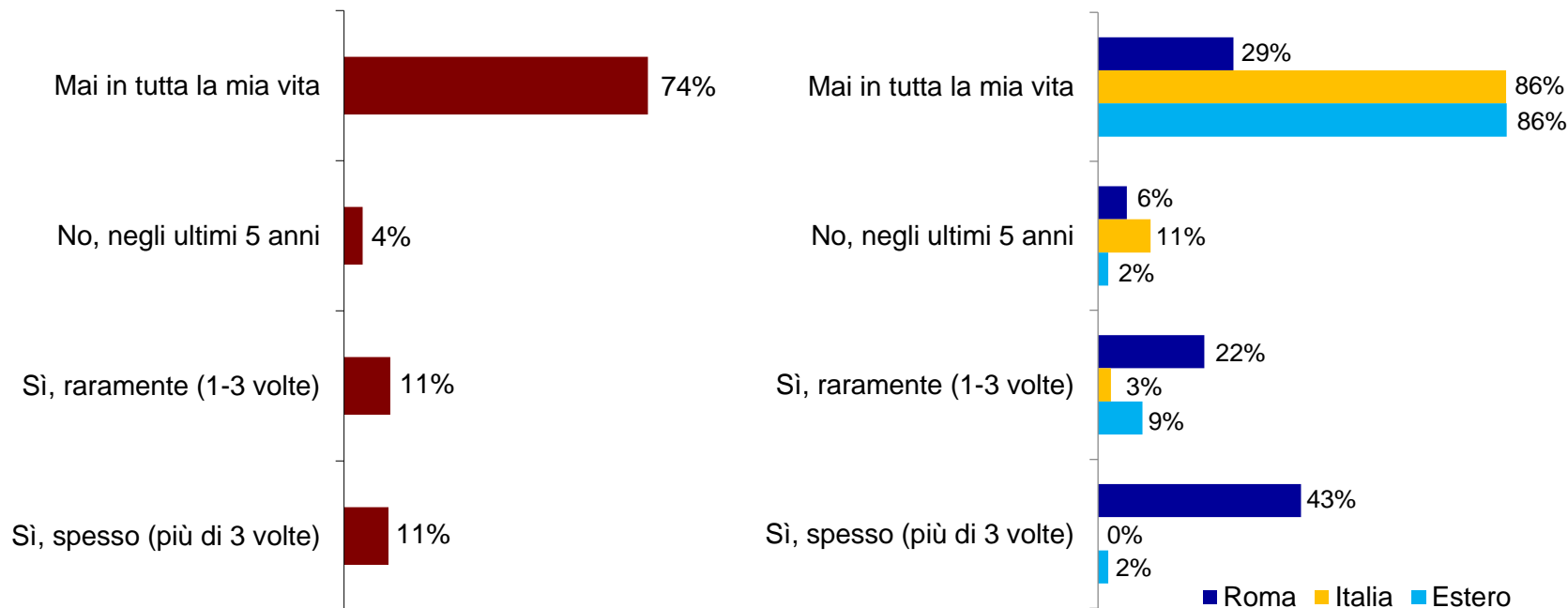
Il 27% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “**passando per caso**” (28% nel 2020). Il 21% lo scopre attraverso la “**guida cartacea**” (in aumento dal 17% emerso nell’indagine precedente), mentre aumenta notevolmente la percentuale di quanti rispondono “**conoscenza personale**” (da 3% a 13%) e scende il **passaparola** (da 14% a 12%). È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso o con la guida cartacea siano soprattutto i turisti stranieri, di età compresa tra i 19 e 44 anni, con titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori, privi di aspettative. Invece a rispondere conoscenza personale sono principalmente i visitatori romani, di età adulta oltre i 65 anni, laureati, alcuni già stati ai *Mercati di Traiano*, con giudizio superiore o uguale alle proprie attese. Infine il passaparola prevale tra coloro che giungono da altre province italiane, di età 45-64 anni, diplomati, che vengono per la prima volta in questo museo e hanno un giudizio uguale alle aspettative.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben il 74% degli intervistati afferma di **non essere mai stato prima** ai *Mercati di Traiano*, il 22% vi è già stato (di cui un 11% spesso “*più di tre volte*” e un 11% raramente “*da una a tre volte*”); il restante 4% non vi si reca dagli ultimi cinque anni.

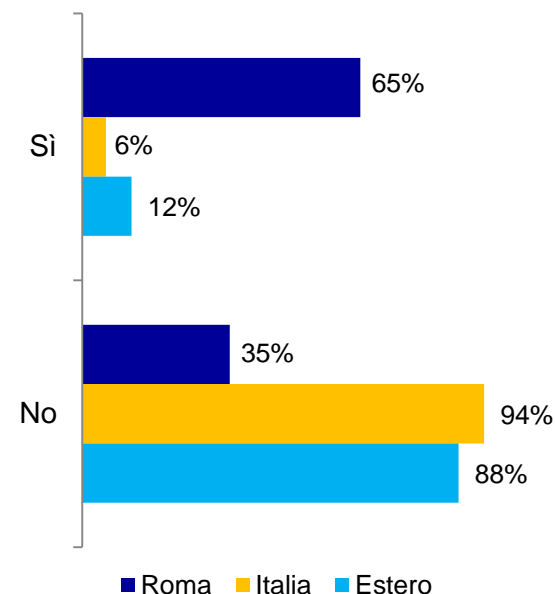
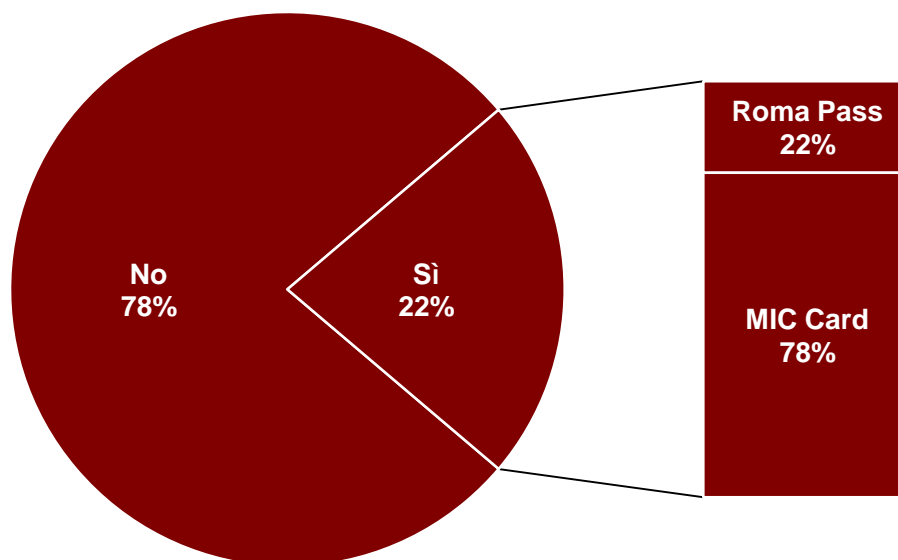
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), di età 26-44 anni, laureati, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere già visto i *Mercati di Traiano* sono prevalentemente i visitatori romani, di età giovane 19-25 anni o adulta oltre i 45 anni, diplomati, con giudizio uguale alle proprie attese.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 78% degli intervistati non ha usufruito di una card per entrare nel museo, mentre il 22% afferma di averla utilizzata (di cui il 78% si riferisce alla **MIC Card** e il restante 22% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i cittadini romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), di età giovane 19-25 anni e adulta al di sopra dei 45 anni, che sono già stati in questo museo, il cui giudizio è superiore o uguale alle aspettative. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare ai *Mercati di Traiano*, sono principalmente i turisti (in prevalenza italiani), di età 26-44 anni, nuovi visitatori, privi di attese a priori.

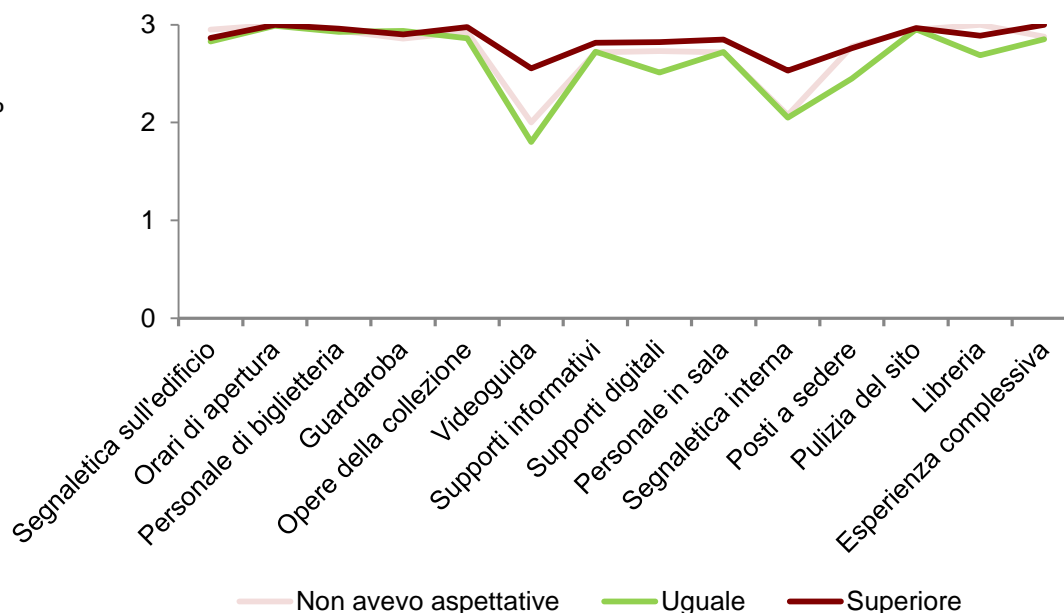
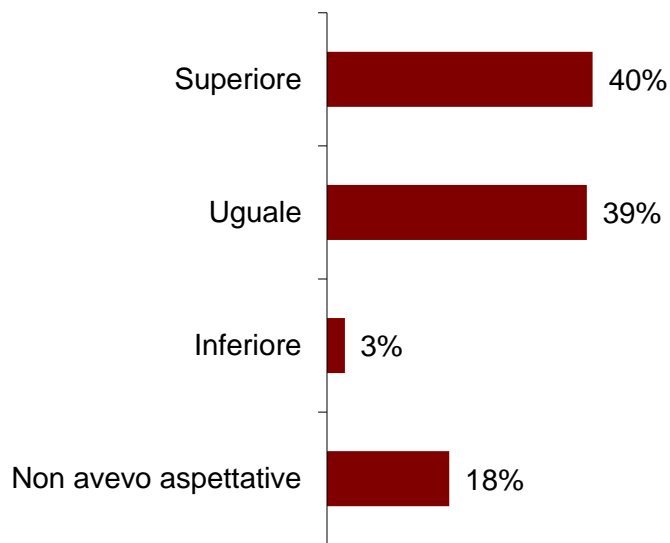


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 40% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 39% è uguale e solo il 3% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 18% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese o ad esserne privi siano in particolare i turisti (in prevalenza stranieri), nuovi visitatori, che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza. Invece il giudizio è uguale alle attese principalmente per i cittadini romani, già stati ai *Mercati di Traiano*, nel complesso abbastanza soddisfatti.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (*cfr. grafico sottostante a destra*).

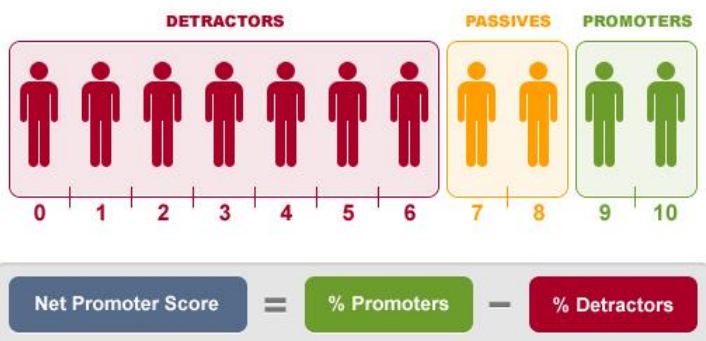


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà i *Mercati di Traiano* è pari al **64%**.

Il 35% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo un 1% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

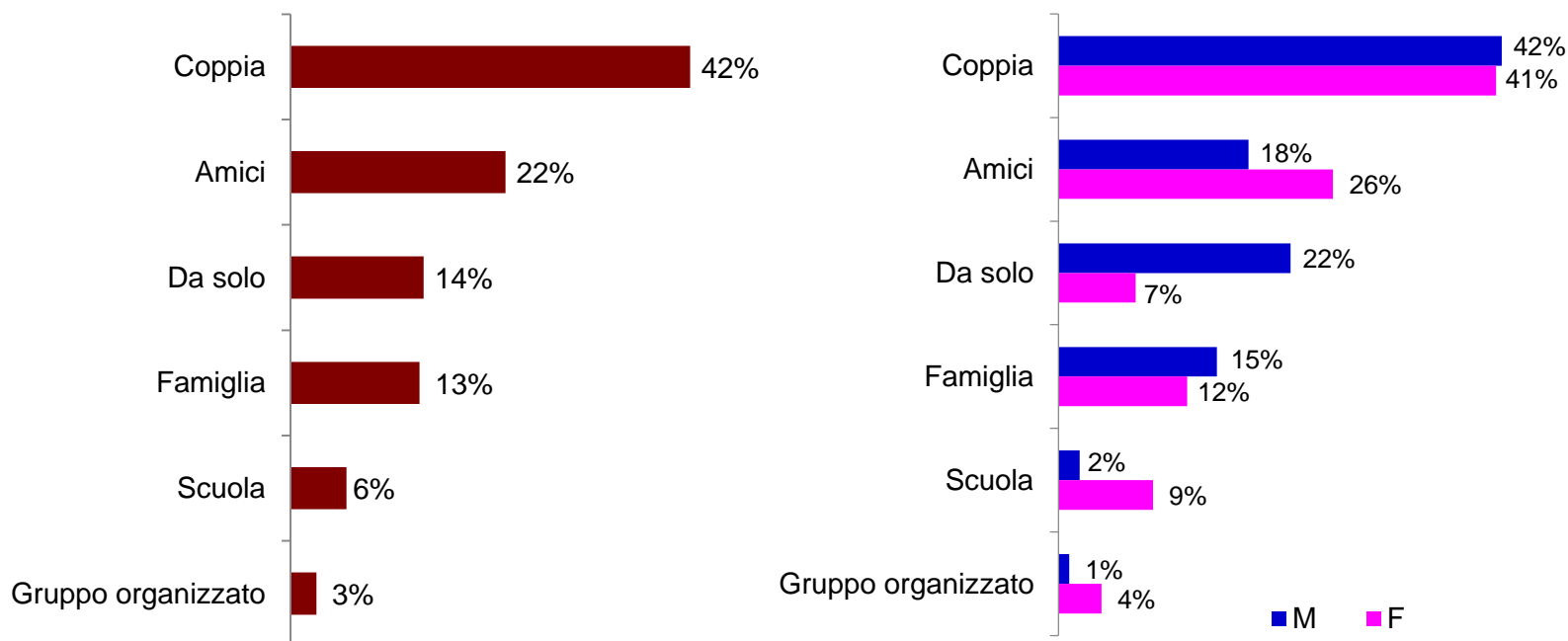


NET PROMOTER SCORE <i>Mercati di Traiano 2021</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	2	12	65	56	88
0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	5%	29%	25%	40%
DETRACTORI = 1%							PASSIVI = 34%	PROMOTORI = 65%		
65% - 1% = 64%										

Con chi ha visitato il museo

Il 42% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo **“in coppia”**, il 22% vi si reca con **“amici”**, il 14% viene **“da solo”**, il 13% con la propria **“famiglia”**; il 6% con la propria **“scuola”** e il restante 3% con un **“gruppo organizzato”**.

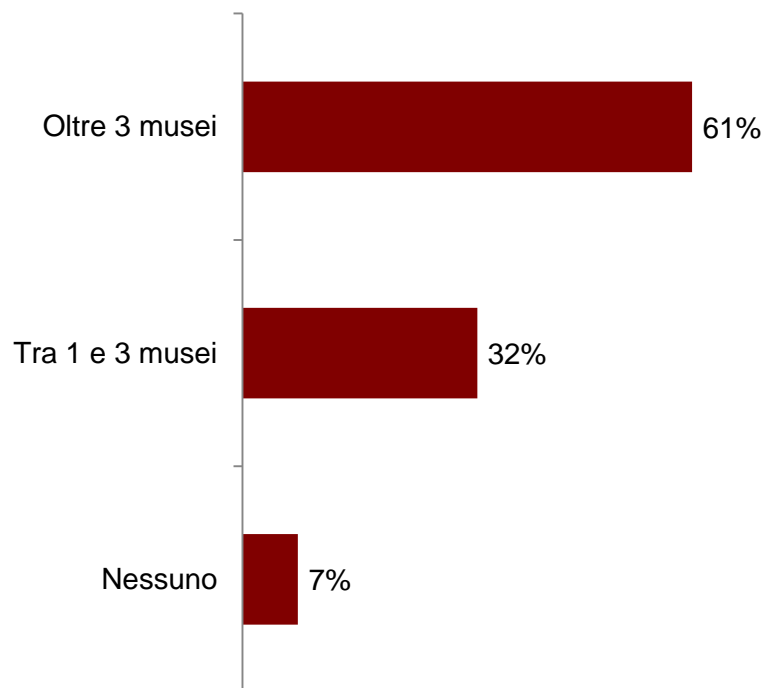
Risulta significativo che ad avere visitato i *Mercati di Traiano* in coppia sia una percentuale leggermente più alta di uomini, turisti, di età 26-39 anni, nuovi visitatori, in generale abbastanza soddisfatti. A venire con amici sono soprattutto donne, residenti a Roma, alcune già state in questo museo, nel complesso molto soddisfatte. A recarsi al museo da soli sono principalmente gli uomini, romani, di età 65-74 anni, già stati ai *Mercati di Traiano*, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece a venire con la propria famiglia sono in prevalenza gli uomini, turisti stranieri, di età 40-54 anni, mai stati prima in tale museo, molto soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 61% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 32% risponde **“tra uno e tre musei”** e il 7% dichiara di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente coloro che hanno un giudizio generale molto soddisfacente.



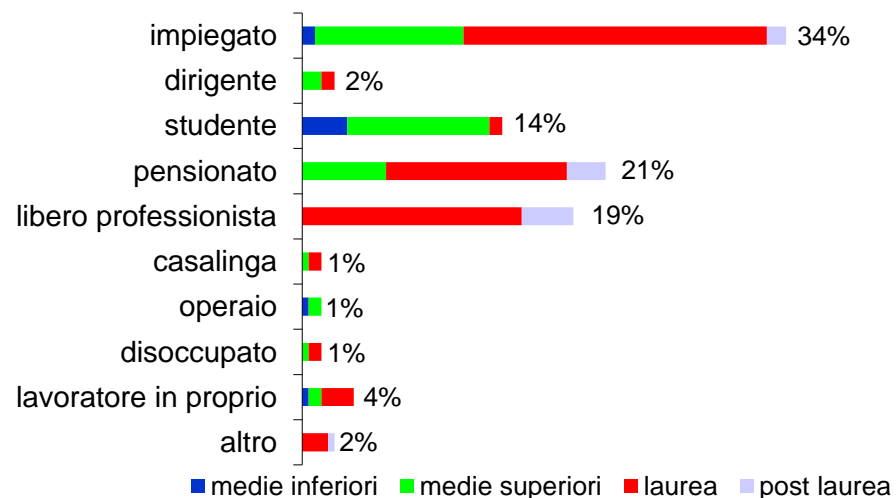
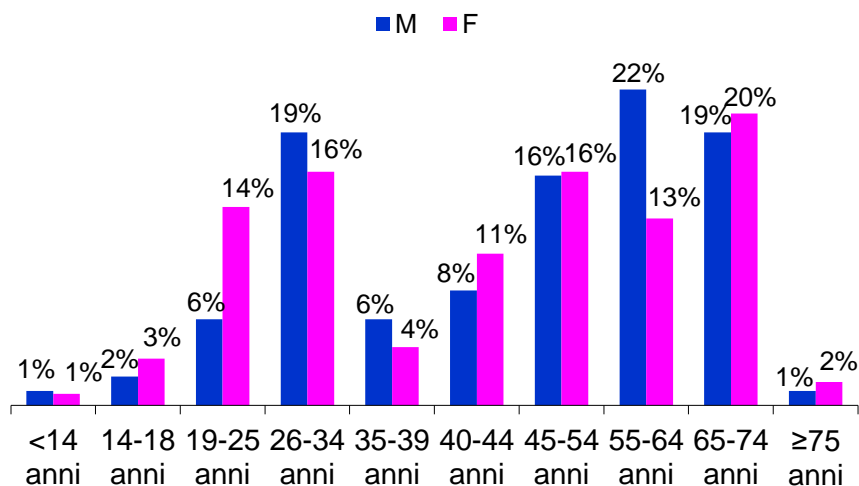
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (55%; stessa percentuale emersa nel 2020), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-25 anni e 40-44 anni. Invece gli uomini emergono in particolare nelle fasce dei 26-34 anni e 55-64 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle adulte comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 53% sul totale del campione intervistato (50% nel 2020). In aumento le fasce dei 26-39 anni, che passano dal 14% al 22%.

Il 65% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (57% nella scorsa indagine).

Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** che rappresentano il 34% (nella precedente indagine erano il 31%). Poi seguono i pensionati (in calo dal 25% al 21%) e i liberi professionisti (19%; erano il 17% nel 2020); gli studenti scendono dal 18% al 14%.

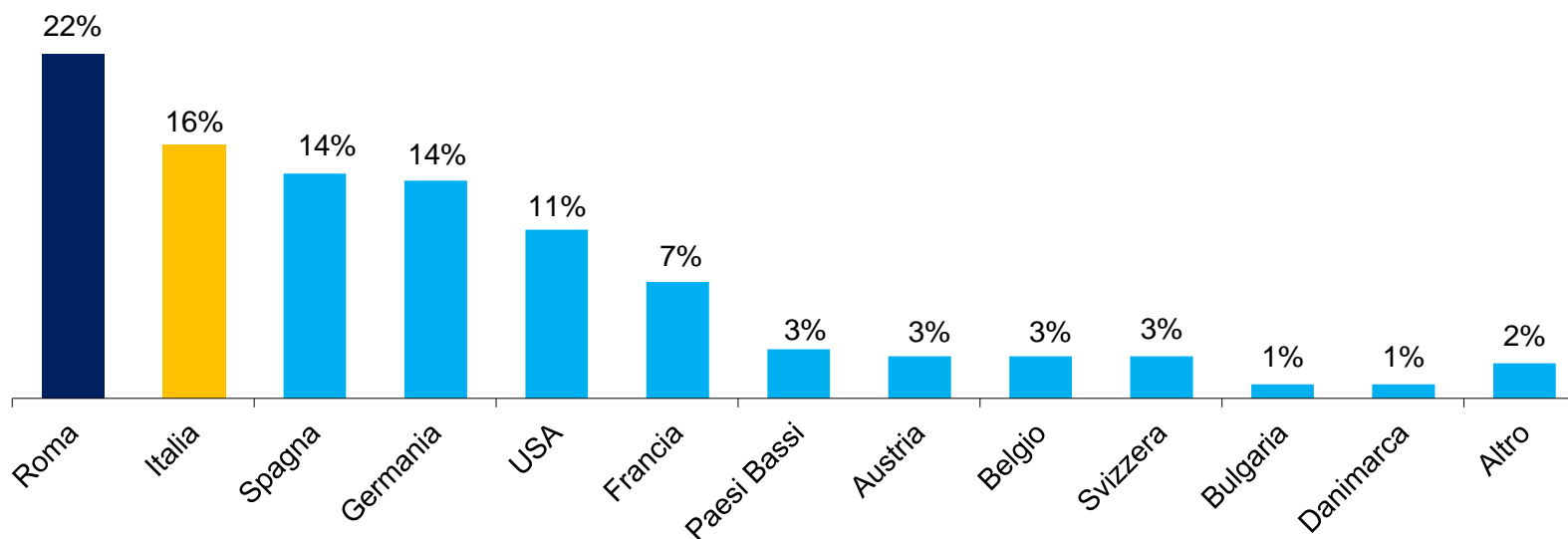
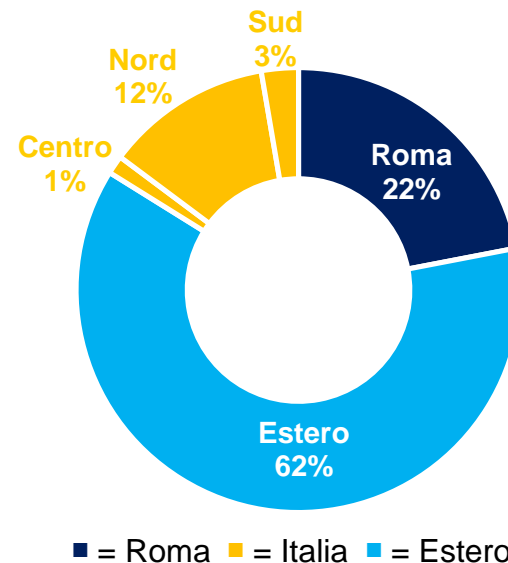


Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 62% del campione intervistato è costituito da turisti che provengono dall'**estero** (in netto aumento dal 42% emerso lo scorso anno). Rispetto all'indagine effettuata nel 2020, si registra una notevole discesa dei visitatori romani, che si dimezzano (dal 44% al 22%), mentre coloro che giungono da altre province italiane, passano dal 14% della scorsa indagine al 16%.

La variazione della provenienza del target intervistato è dovuta al periodo di emergenza a causa del Covid-19.

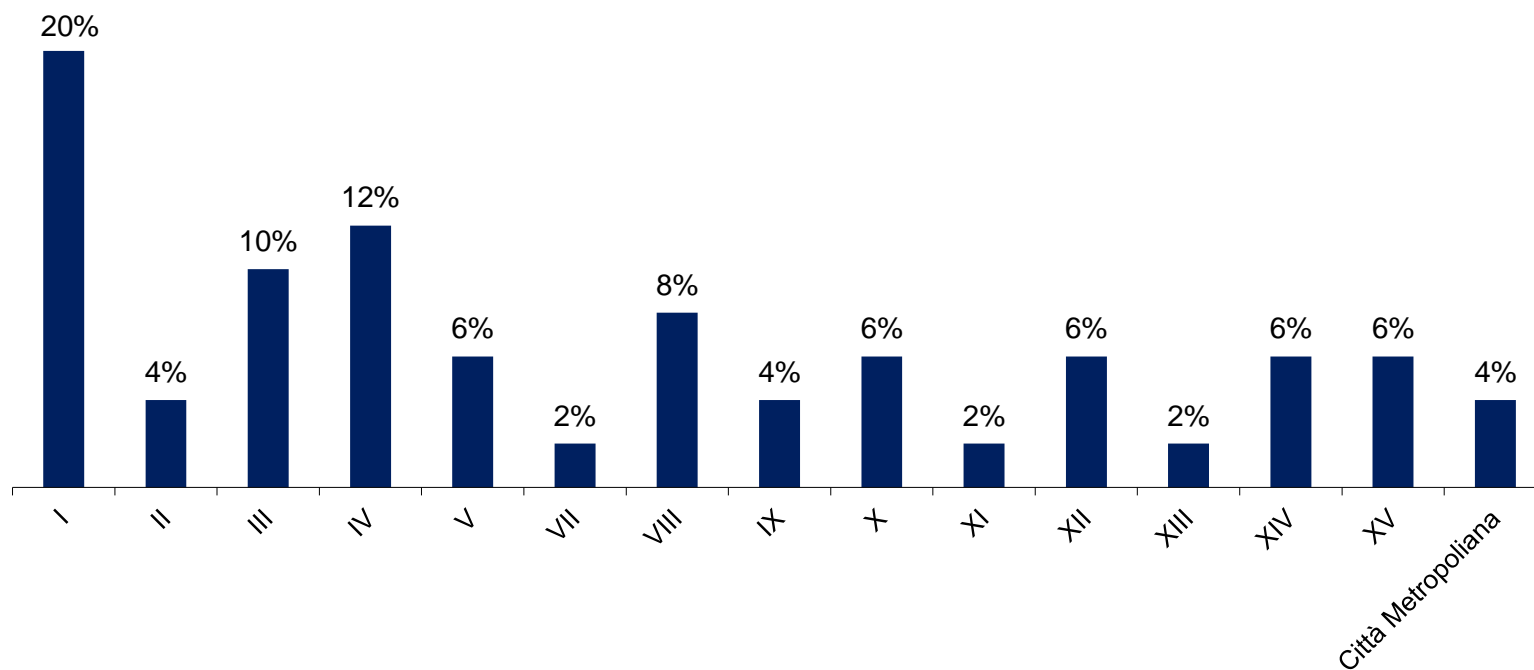
Tra le nazionalità estere emergono la **spagnola** e la **tedesca** (14% per entrambi); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta emergere soprattutto il **Municipio I**, che raggiunge una percentuale pari al 20% (è il municipio di appartenenza del museo). Ma si rileva una ripartizione piuttosto diversificata dei municipi, che denota una buona frequentazione del museo da parte dei cittadini che risiedono nelle varie zone della città, incluse quelle periferiche.

Per ulteriori dettagli sui municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante.



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco (la c. indica che il calcolo è impossibile da eseguire perché almeno una delle variabili è costante).

Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali 2021***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Videoguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1	-0,025	,397**	,238*	,160*	0,107	,251**	,233**	,363**	,144*	,310**	,476**	0,099	0,102
Orari di apertura	-0,025	1	-0,015	-0,037	,214**	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	0,123	0,084	-0,014	. ^c	-0,023
Personale di biglietteria	,397**	-0,015	1	,463**	,404**	. ^c	,467**	-0,002	0,139	0,047	,419**	,674**	-0,154	,156*
Guardaroba	,238*	-0,037	,463**	1	,371**	0,463	,265*	-0,053	0,214	0,025	0,124	,336**	-0,177	0,214
Opere della collezione	,160*	,214**	,404**	,371**	1	0,162	,224**	,437**	,196*	,223**	,302**	,238**	0,000	,591**
Videoguida	0,107	. ^c	. ^c	0,463	0,162	1	0,222	0,198	0,264	,660**	0,333	. ^c	. ^c	0,326
Supporti informativi	,251**	. ^c	,467**	,265*	,224**	0,222	1	,642**	,301**	,240**	,147*	,555**	-0,053	,286**
Supporti digitali	,233**	. ^c	-0,002	-0,053	,437**	0,198	,642**	1	,322**	,267**	,186*	-0,006	,400*	,488**
Personale in sala	,363**	. ^c	0,139	0,214	,196*	0,264	,301**	,322**	1	,243**	,362**	. ^c	-0,143	,242**
Segnaletica interna	,144*	0,123	0,047	0,025	,223**	,660**	,240**	,267**	,243**	1	0,104	0,024	0,025	,216**
Posti a sedere	,310**	0,084	,419**	0,124	,302**	0,333	,147*	,186*	,362**	0,104	1	,482**	0,051	0,120
Pulizia del sito	,476**	-0,014	,674**	,336**	,238**	. ^c	,555**	-0,006	. ^c	0,024	,482**	1	-0,167	,141*
Libreria	0,099	. ^c	-0,154	-0,177	0,000	. ^c	-0,053	,400*	-0,143	0,025	0,051	-0,167	1	0,189
Esperienza complessiva	0,102	-0,023	,156*	0,214	,591**	0,326	,286**	,488**	,242**	,216**	0,120	,141*	0,189	1

*** 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 o singolo asterisco).

Le variabili che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per i *Mercati di Traiano* le **opere della collezione** e i **supporti digitali** sono l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

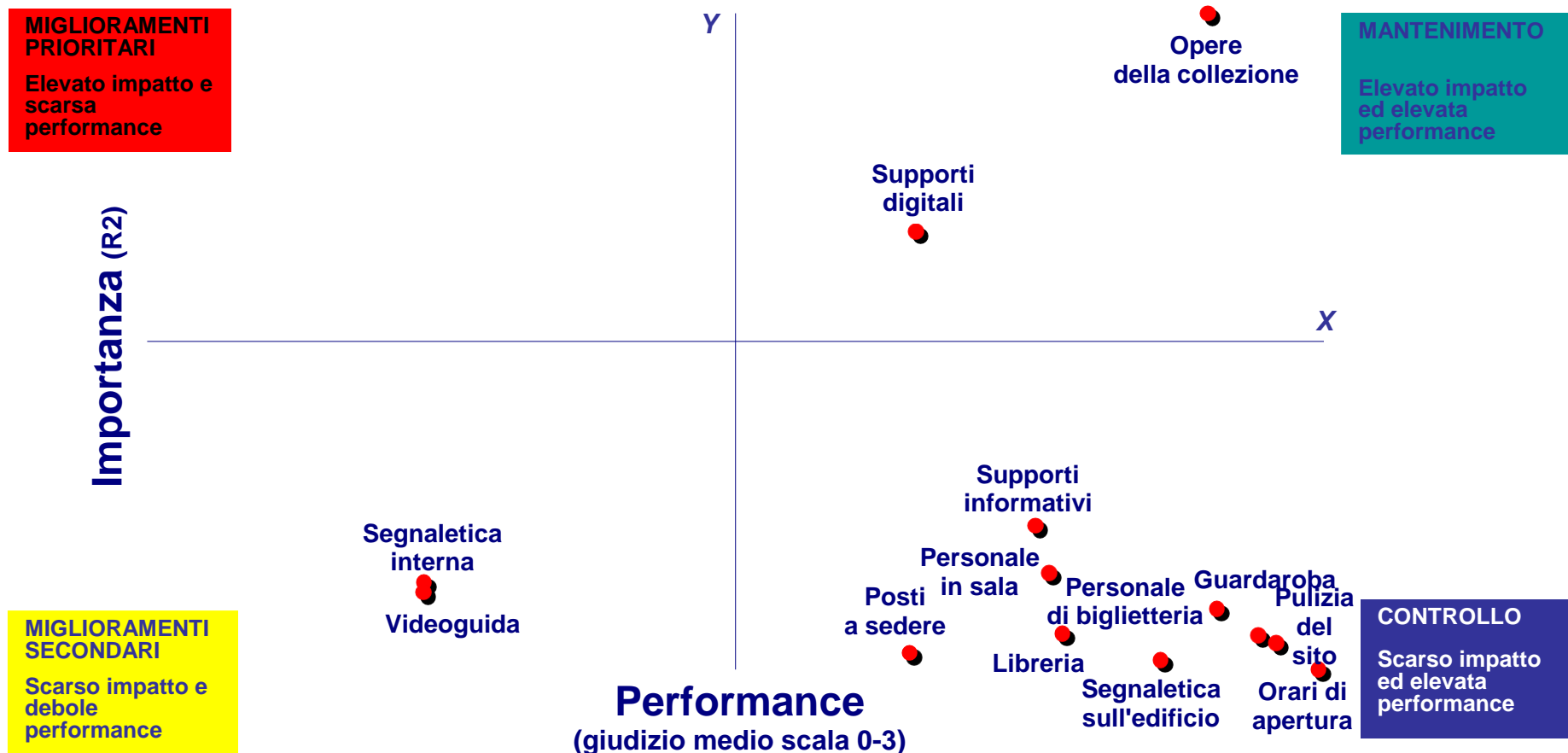
Tra gli aspetti indagati solo gli orari di apertura ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo (sono inversamente proporzionali), seppure minima e non significativa (*cfr.* slide precedente).

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,591
Supporti digitali	0,488
Supporti informativi	0,286
Personale in sala	0,242
Segnaletica interna	0,216
Personale di biglietteria	0,156
Pulizia del sito	0,141

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** e i **supporti digitali** sono gli aspetti ritenuti più importanti nella mappa, dove non emergono 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 sull'esperienza complessiva, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

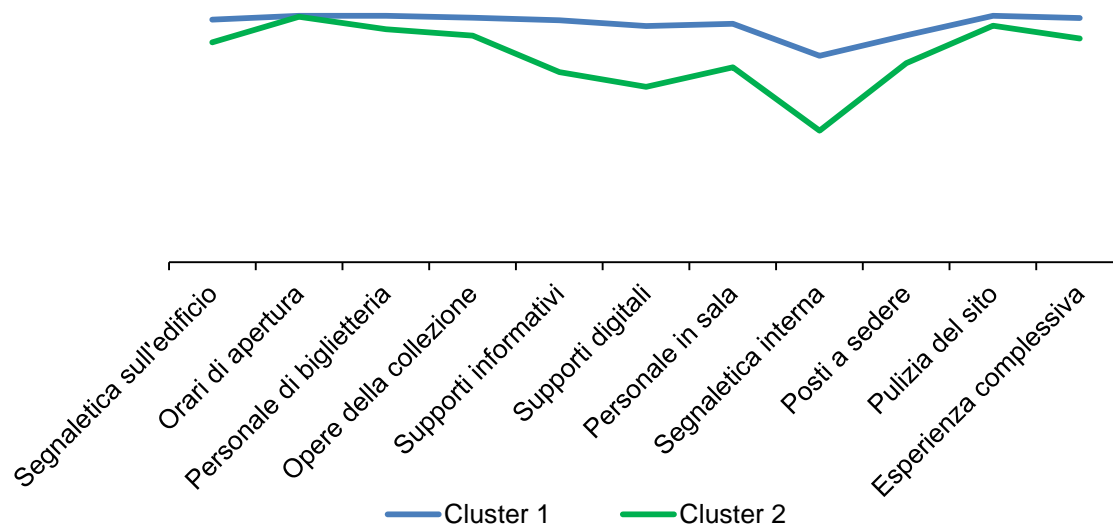
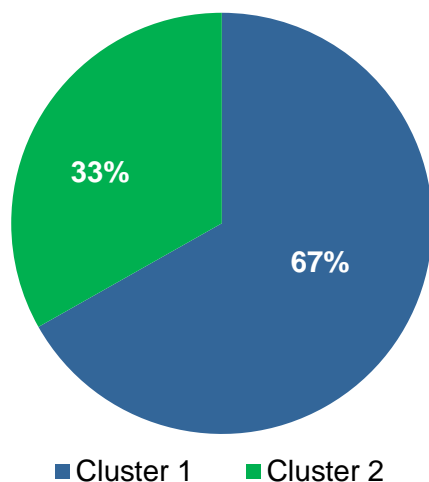
Cluster Analysis

L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine (in questo caso il guardaroba, la videoguida e la libreria non sono risultati significativi).

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (149 individui per il *Cluster 1* e 74 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e la 1° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo più alto sui vari aspetti.

Cluster 1 – Molto soddisfatti: in prevalenza donne; italiani (in prevalenza romani); giovani fino ai 25 anni o appartenenti alle fasce di età 35-39 anni e 65-74 anni; diplomati; studenti, liberi professionisti e pensionati; alcuni già stati ai *Mercati di Traiano*; scoprono il museo tramite la scuola o passando per caso; giudizio superiore alle aspettative; vengono con la scuola o insieme alla famiglia; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

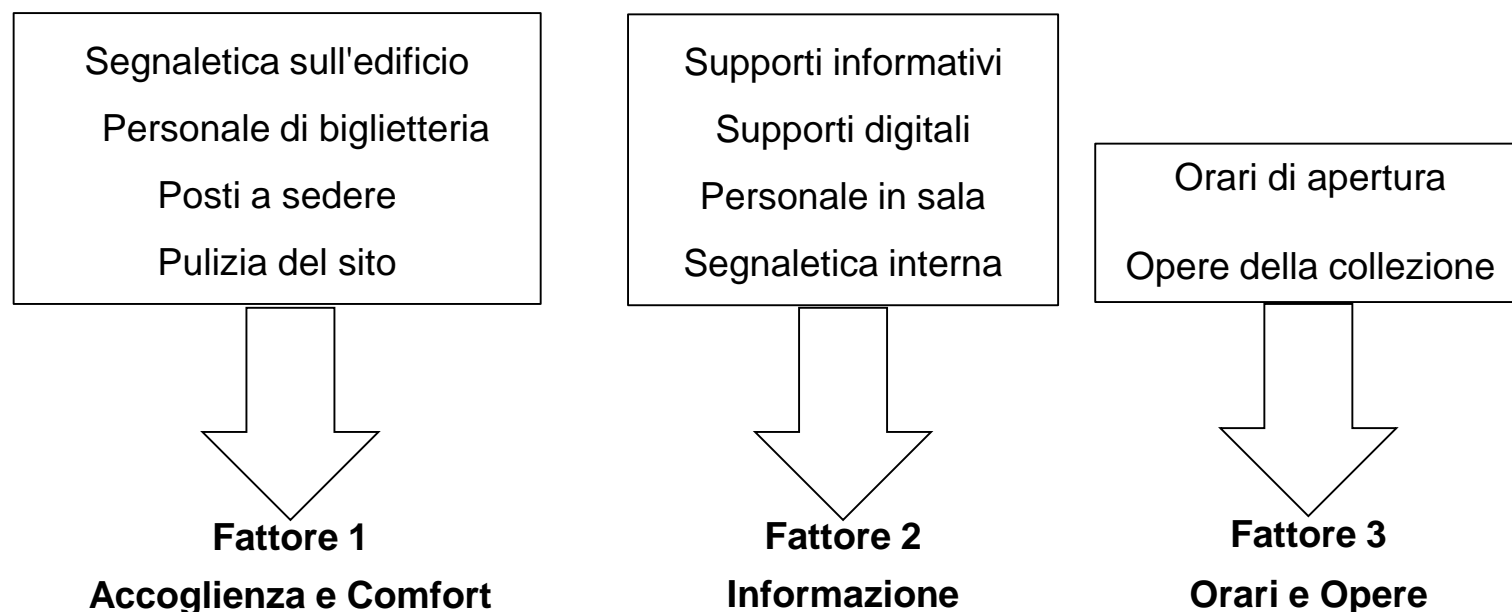
Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza uomini; turisti stranieri; di età 26-34 anni e 40-64 anni; laureati; impiegati e dirigenti; nuovi visitatori; scoprono il museo tramite internet e passaparola; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi; vengono in coppia, con amici o da soli; hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

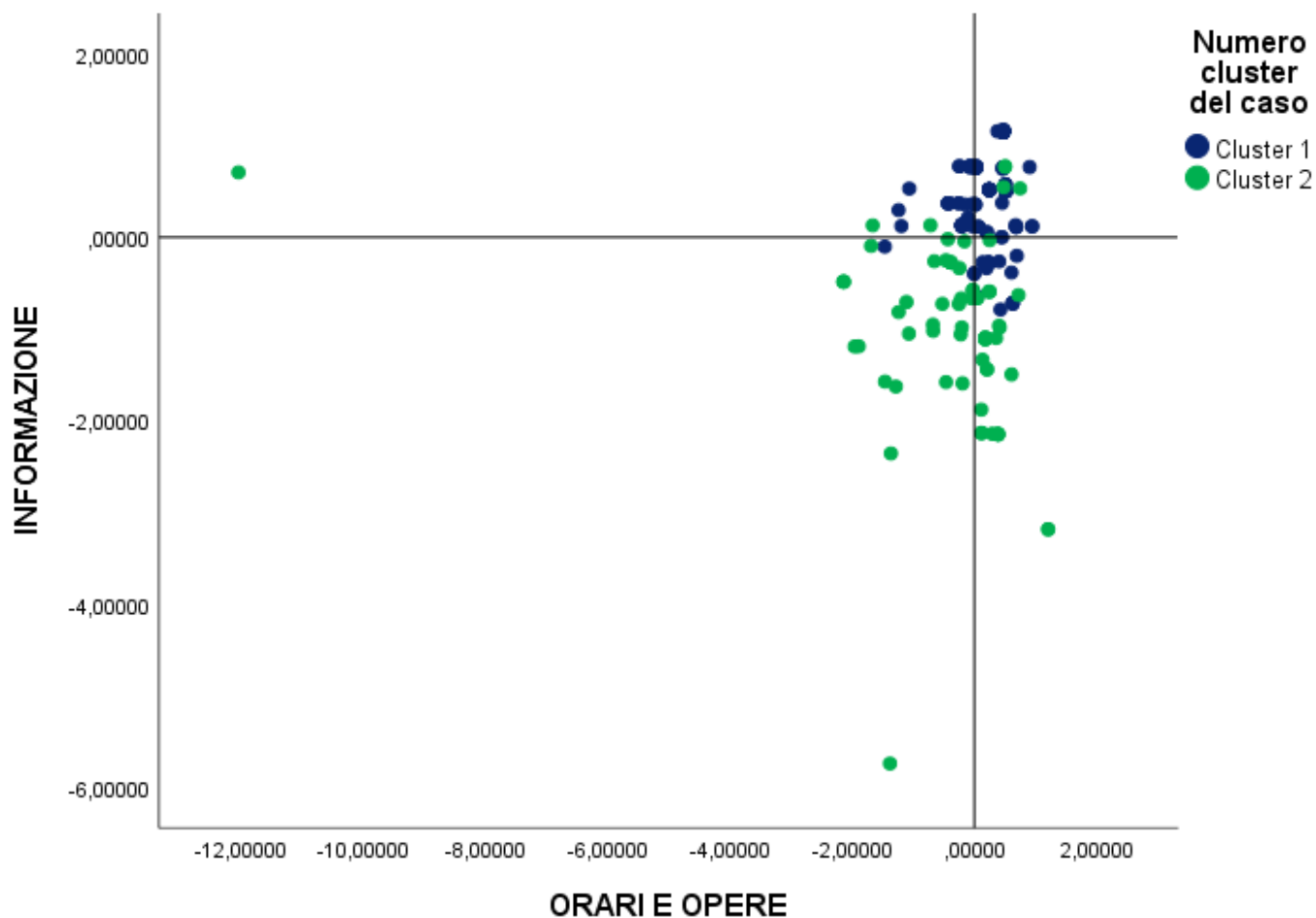
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il personale di biglietteria e la pulizia del sito sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione in particolare sul Fattore 2 (*Informazione*), che è stato meno gradito dal Cluster 2.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 119**

SEGNALETICA INTERNA confusa, da migliorare (48); manca una mappa dei percorsi (8); aggiungere indicazioni per via Biberatica, sale del museo ed uscita (4). **Totale 60**

SUPPORTI INFORMATIVI tradurli anche in altre lingue (3); più informazioni sulle opere (3); più dettagli su cronologia ed evoluzione nel tempo (3), altro (4). **Totale 13**

VIDEOGUIDA migliorare la *Realtà Virtuale*, difficile da usare, auricolari non funzionanti (5); confusa, non segue il percorso e manca corrispondenza con la numerazione di alcune sale (3); altro (3). **Totale 11**

COLLEZIONE più reperti e ricostruzioni. **Totale 8**

ALLESTIMENTO mostra temporanea è invasiva, confonde con collezione permanente. **Totale 4**

AMBIENTI NON VISITABILI aprire il passaggio per i Fori Imperiali. **Totale 4**

ASSISTENZA IN SALA personale più preparato, meno rumoroso. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 8**

TOTALE 112 SUGGERIMENTI
Mercati di Traiano

Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

- Mai in tutta la mia vita
 No, negli ultimi 5 anni
 Sì da 1 a 3 volte
 Sì più di 3 volte

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Sì (quale? Roma Pass MIC Card) No

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

- stampa (quotidiani/riviste)
 stendardo sull'edificio
 scuola-università
 www.museiincomuneroma.it
 amici/parenti
 social network
 altri siti internet
 scuola-università
 altro.....

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da Molto a Per niente soddisfatto) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videoguida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posti a sedere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

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

MINIMO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MASSIMO

Con chi ha visitato il museo? Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? Nessuno Tra 1 e 3 musei Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare _____

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 dirigente studente pensionato libero professionista casalinga operaio disoccupato altro.....

Provenienza: Roma (Municipio:) Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....