



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo Napoleonico

19 - 24 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 2019-2021
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo 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. **100 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 19 al 24 ottobre** presso il **Museo Napoleonico** (gli intervistati rappresentano il 27% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era in corso la mostra temporanea "*Napoleone ultimo atto. L'esilio, la morte, la memoria*".

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 93%, un margine di errore di stima di  $\pm 5,03\%$ .

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 più che sufficiente, con una media di **2,31** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono le **opere della collezione** (2,66), la **pulizia del sito** (2,50), il **personale in sala** (2,47) e gli **orari di apertura** (2,47).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione del **guardaroba** (2,14), dei **posti a sedere** (1,91) e dell'**audioguida** (1,45). La **segnaletica interna** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme alla **pulizia del sito** e al **personale in sala** (cfr. pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 41% da turisti **stranieri**, **pensionati** (30%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (56%), appartenenti alle fasce d'età **45-74 anni** (47%).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono le percentuali di coloro che vengono a sapere del museo tramite lo **standardo sull'edificio** (22%) e **internet** (18%); poi seguono **conoscenza personale, passando per caso e passaparola** (15% per ciascuno di essi).

È significativo che ad avere conosciuto il museo tramite lo *standardo sull'edificio* siano soprattutto i turisti stranieri, diplomati, in generale molto soddisfatti e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece *internet* e *passando, per caso* sono i canali predominanti per i visitatori italiani (*internet*) e stranieri (*passando, per caso*), laureati, nel complesso abbastanza soddisfatti ed in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei.

Infine le voci *passaparola* e *conoscenza personale* prevalgono per i visitatori italiani (inclusi i romani), diplomati, molto soddisfatti della loro esperienza e hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno.

## Tabella riassuntiva

| <i>Museo Napoleonico 2021</i> | Media       | Mediana     | Risposte Valide | Risposte Mancanti | Deviazione standard | Servizio non utilizzato | Molto soddisfatti | Per niente soddisfatti | Molto+ Abbastanza soddisfatti |
|-------------------------------|-------------|-------------|-----------------|-------------------|---------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| Segnaletica sull'edificio     | 2,45        | 2,00        | 100             | 0                 | 0,557               | 0%                      | 47%               | 1%                     | 99%                           |
| Orari di apertura             | 2,47        | 2,00        | 100             | 0                 | 0,521               | 0%                      | 48%               | 0%                     | 99%                           |
| Personale di accoglienza      | 2,41        | 2,00        | 100             | 0                 | 0,534               | 0%                      | 43%               | 0%                     | 98%                           |
| Guardaroba                    | 2,14        | 2,00        | 42              | 58                | 0,417               | 58%                     | 17%               | 0%                     | 98%                           |
| Opere della collezione        | 2,66        | 3,00        | 100             | 0                 | 0,476               | 0%                      | 66%               | 0%                     | 100%                          |
| Audioguida                    | 1,45        | 1,00        | 11              | 89                | 0,522               | 89%                     | 0%                | 0%                     | 45%                           |
| Supporti informativi          | 2,44        | 2,00        | 100             | 0                 | 0,499               | 0%                      | 44%               | 0%                     | 100%                          |
| Personale in sala             | 2,47        | 2,00        | 85              | 15                | 0,525               | 15%                     | 48%               | 0%                     | 99%                           |
| Segnaletica interna           | 2,35        | 2,00        | 100             | 0                 | 0,500               | 0%                      | 36%               | 0%                     | 99%                           |
| Posti a sedere                | 1,91        | 2,00        | 81              | 19                | 0,596               | 19%                     | 14%               | 0%                     | 78%                           |
| Pulizia del sito              | 2,50        | 2,50        | 100             | 0                 | 0,503               | 0%                      | 50%               | 0%                     | 100%                          |
| <b>Esperienza complessiva</b> | <b>2,31</b> | <b>2,00</b> | <b>100</b>      | <b>0</b>          | <b>0,465</b>        | <b>0%</b>               | <b>31%</b>        | <b>0%</b>              | <b>100%</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 (2,30).

## 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.

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

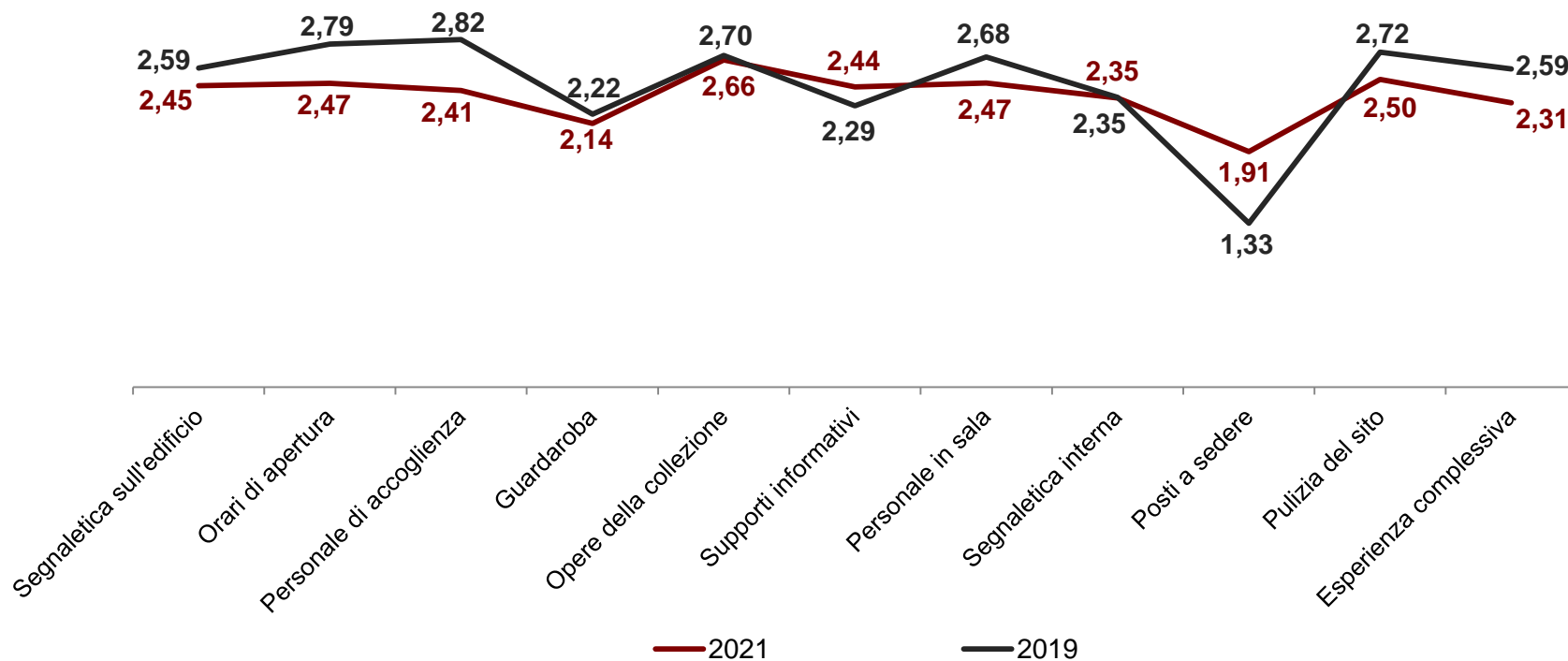
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione del **guardaroba** (tale servizio è stato utilizzato dal 42% degli intervistati), dei **posti a sedere** e dell'**audioguida** (noleggiata dall'11% del campione).



## Analisi del trend 2019-2021

Rispetto alla precedente indagine realizzata nel 2019<sup>(\*)</sup>, il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se con qualche discrepanza.

In particolare si registra un aumento del livello di soddisfazione sui supporti informativi e sui posti a sedere, anche se quest'ultimi restano inferiori allo standard minimo. Invece resta invariata la media della segnaletica interna, mentre si rileva una flessione sui restanti aspetti oggetto d'indagine, in particolare gli orari di apertura, il personale di accoglienza e l'esperienza complessiva. Infine il servizio di guardaroba scende al di sotto di 2,20.



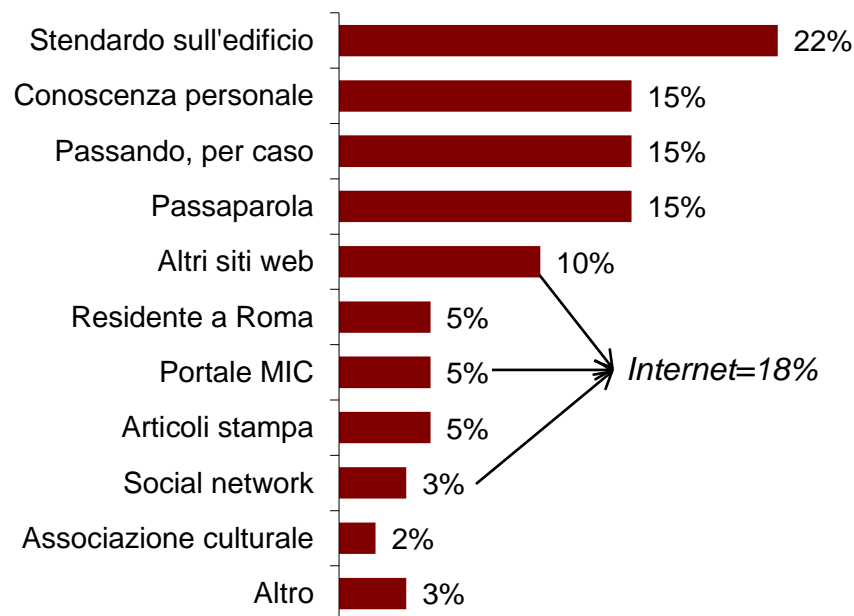
*\*Nel 2020 non è stata effettuata la survey in presenza, come concordato con la Sovrintendenza Capitolina.*

## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 22% del campione intervistato è venuto a conoscenza del museo tramite lo “**standardo sull’edificio**” (in aumento dal 9% nel 2019). Poi seguono “**internet**” (18%; nell’indagine precedente era 20%), “**conoscenza personale**” (15%; voce non presente nella scorsa indagine), “**passando, per caso**” (in netta discesa da 44% a 15%) e “**passaparola**” (da 10% a 15%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo tramite lo standardo sull’edificio siano soprattutto i turisti stranieri, diplomati, in generale molto soddisfatti e hanno visitato meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece internet e passando, per caso sono i canali predominanti per i visitatori italiani (*internet*) e stranieri (*passando, per caso*), laureati, nel complesso abbastanza soddisfatti ed in quest’ultimo anno sono stati in più di tre musei.

Infine le voci passaparola e conoscenza personale prevalgono per i visitatori italiani (inclusi i romani), diplomati, molto soddisfatti della loro esperienza e hanno frequentato meno di tre musei nell’ultimo anno.

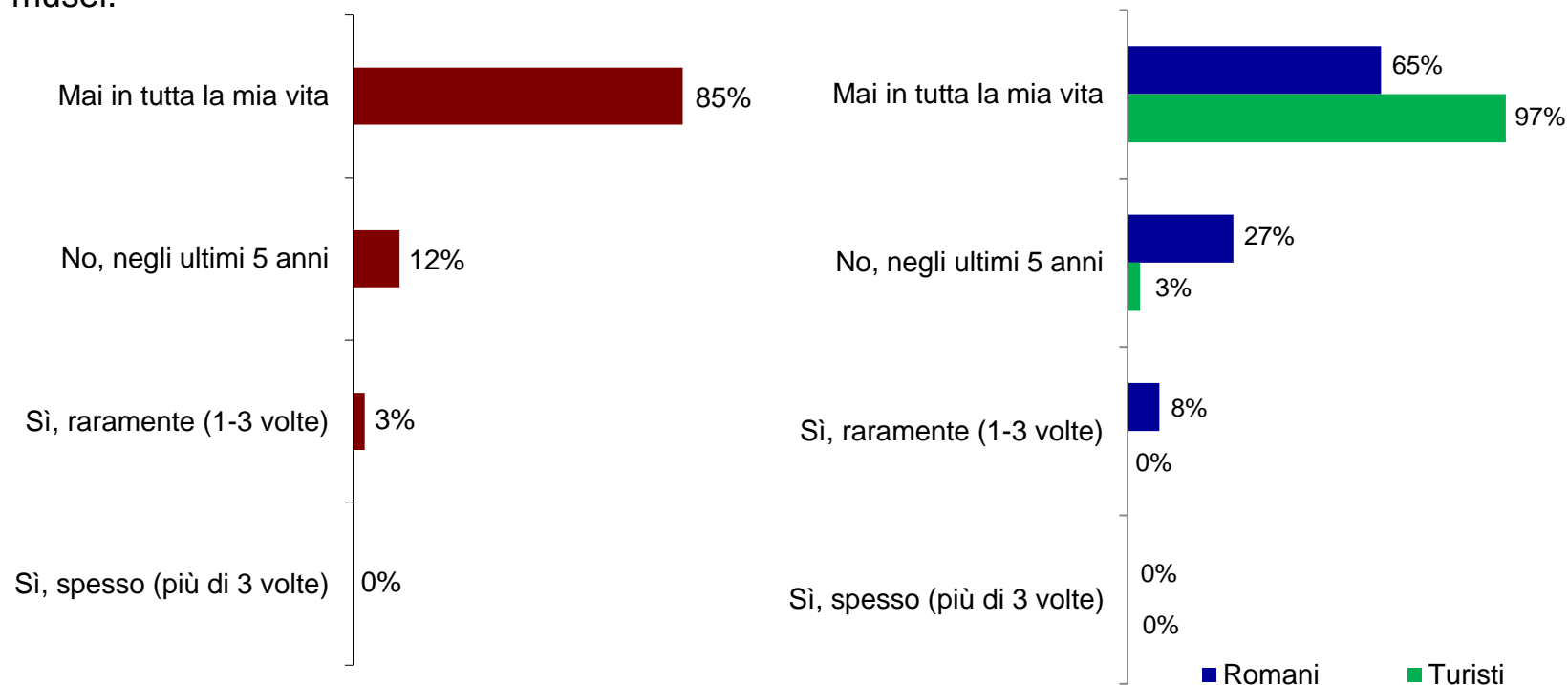




## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte del campione intervistato (85% sul totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo Napoleonico**, il 12% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre il restante 3% vi è stato raramente (*“da una a tre volte”*). Nessuno degli intervistati afferma di essere stato in tale museo *più di tre volte*.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cfr.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età 26-34 anni e 45-64 anni, che sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo Napoleonico sono prevalentemente i visitatori romani, di età adulta oltre i 65 anni e in quest'ultimo anno dichiarano di avere frequentato più di tre musei.

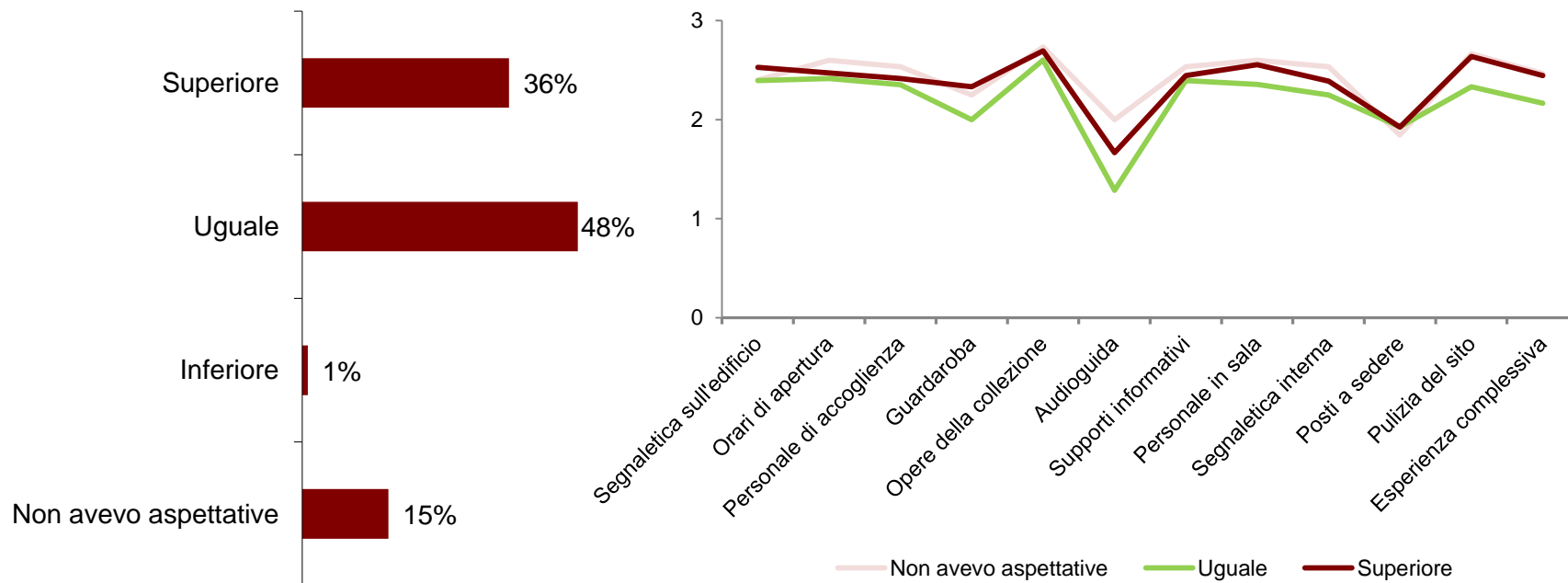


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 48% del campione totale dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 36% è superiore e solo per l'1% degli intervistati è inferiore. Il restante 15% afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano in particolare i nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle aspettative soprattutto per coloro che sono già stati al *Museo Napoleonico* e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti.

Coloro che sono privi di aspettative a priori sono tendenzialmente i più soddisfatti sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* 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** - 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 il *Museo Napoleonico* è pari al **58%**.

Il 42% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece nessuno degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

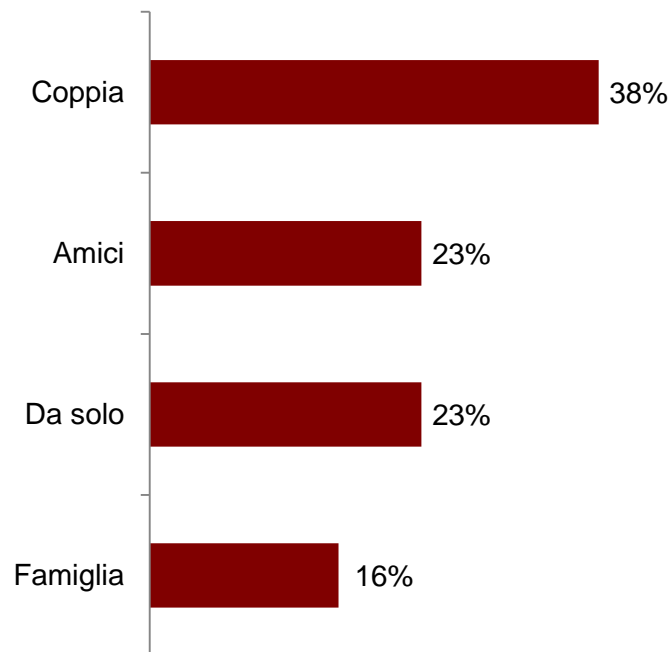


| NET PROMOTER SCORE<br>Museo Napoleonico 2021 |    |    |    |    |    |    |                      |                        |     |     |
|--|----|----|----|----|----|----|----------------------|------------------------|-----|-----|
| 0  | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7                    | 8                      | 9   | 10  |
| 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 17                   | 25                     | 35  | 23  |
| 0%   | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 17%                  | 25%                    | 35% | 23% |
| <b>DETRACTORI = 0%</b>                       |    |    |    |    |    |    | <b>PASSIVI = 42%</b> | <b>PROMOTORI = 58%</b> |     |     |
| <b>58% - 0% = 58%</b>                        |    |    |    |    |    |    |                      |                        |     |     |

## Con chi ha visitato il museo

Il 38% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 23% viene con “**amici**”, il 23% “**da solo**” e il restante 16% vi si reca insieme alla propria “**famiglia**”.

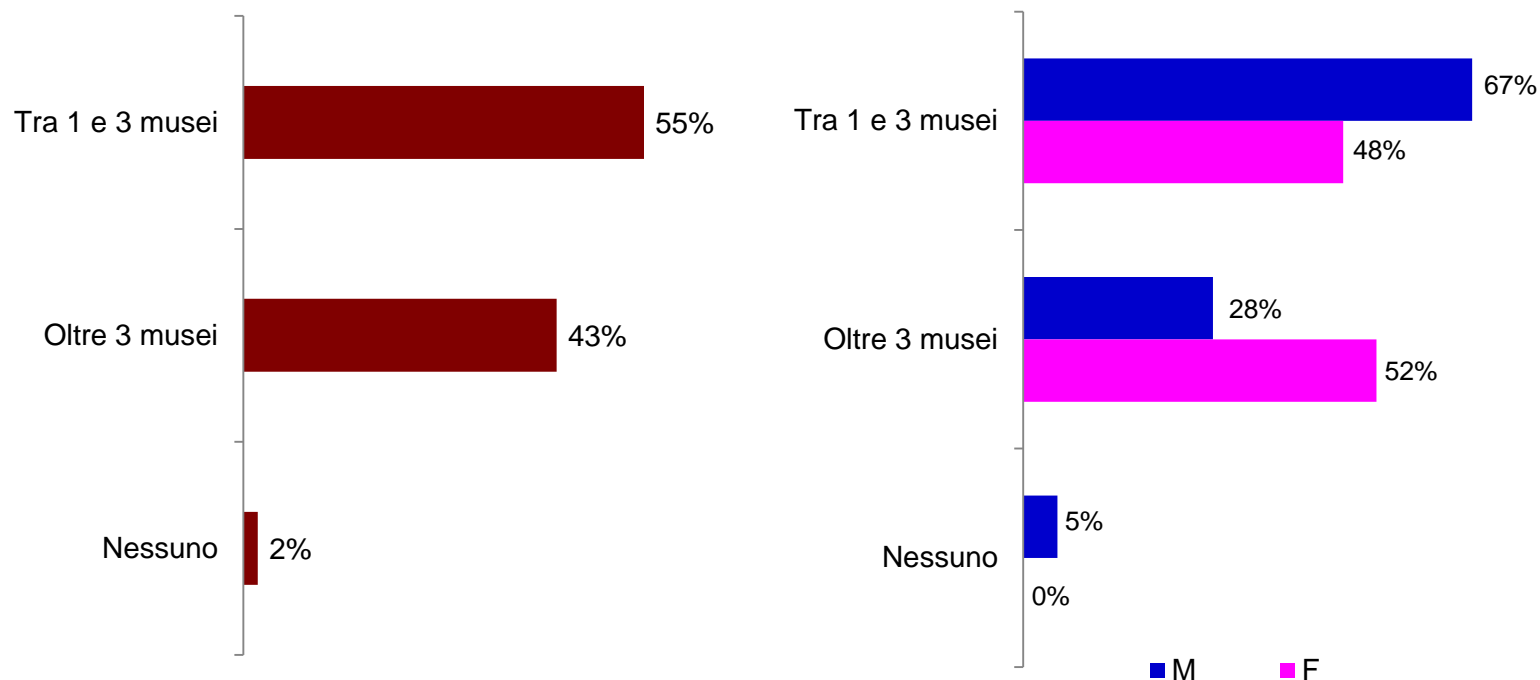
Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente i diplomati, di età 40-64 anni, in generale abbastanza soddisfatti. Invece a recarsi al museo con amici sono soprattutto coloro in possesso di un titolo di laurea o post laurea, di età adulta oltre i 65 anni, nel complesso molto soddisfatti. Chi si reca da solo è prevalentemente laureato, appartiene alle fasce di età 26-34 anni e 45-64 anni, abbastanza soddisfatto della propria esperienza. Infine a venire al museo con la propria famiglia sono in particolare i visitatori che hanno conseguito un diploma di scuola media inferiore/superiore, di età giovane fino ai 25 anni o 35-44 anni, con un giudizio generale molto soddisfacente.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 55% risponde di avere visitato “**tra uno e tre musei**”, il 43% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, mentre solo il 2% non ha visitato alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto tra uno e tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto gli uomini (cfr. grafico in basso a destra), con un titolo di scuola media inferiore o superiore, hanno già visitato il *Museo Napoleonico* più di cinque anni fa e si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno sono principalmente le donne, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, vengono per la prima volta in assoluto in questo museo e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti.



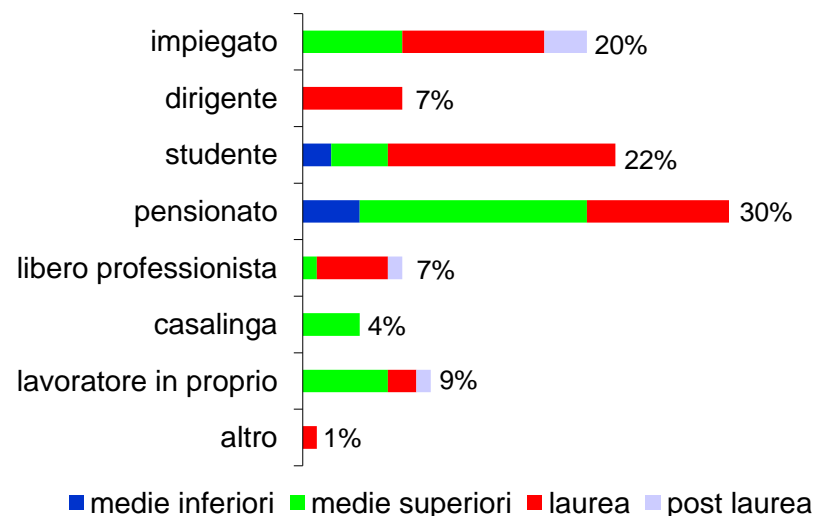
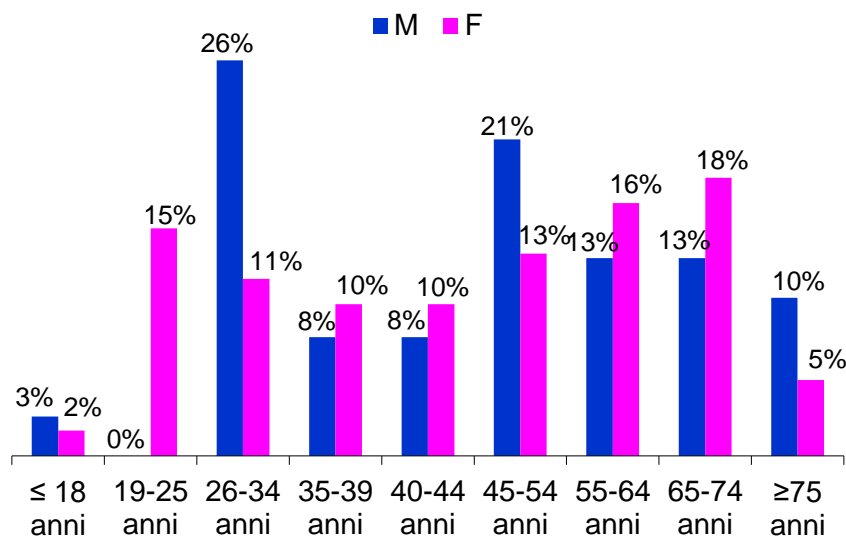
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Quest'anno prevale il **genere maschile** (61%; nel 2019 era il 54% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 26-34 anni, 45-54 anni e al di sopra dei 75 anni. Invece le donne emergono nelle fasce dei 19-25 anni, 35-44 anni e 55-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 47% sul totale del campione intervistato (in calo rispetto al 56% del 2019). Si evidenzia un incremento della fascia dei **26-34 anni**, che passa dal 10% al 17%.

Il 56% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (66% nel 2019).

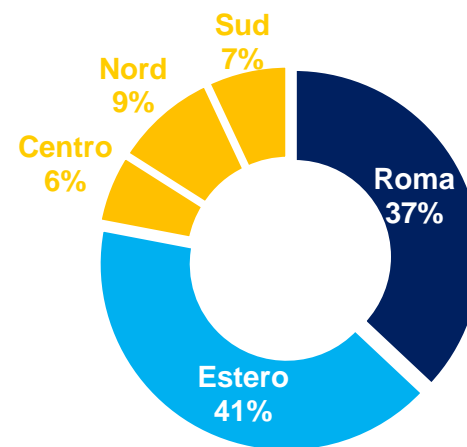
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i **pensionati** (30%; in aumento dal 25% emerso nell'indagine scorsa). Poi seguono gli studenti (passano dal 9% al 22%) e gli impiegati (in discesa dal 25% al 20%).



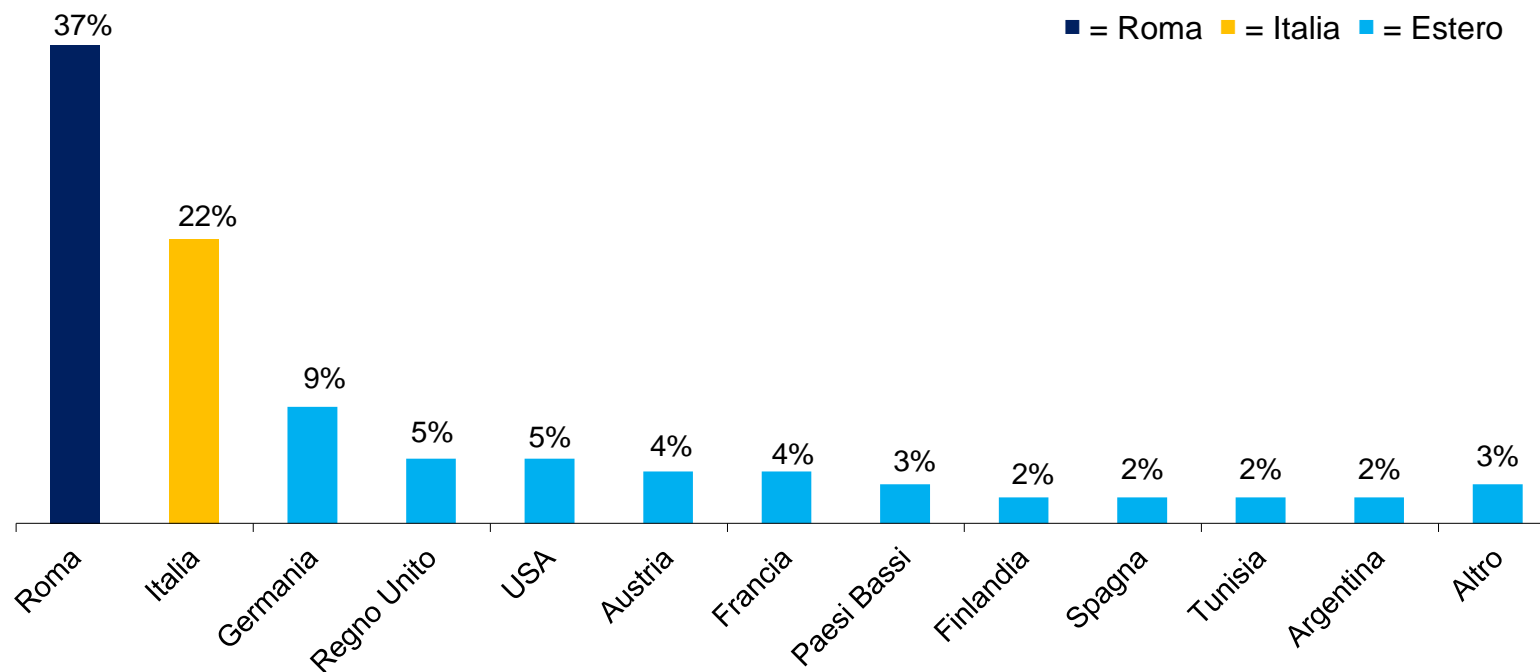
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 41% del campione totale è costituito da turisti **stranieri** (57% nell'indagine precedente), mentre il 37% è rappresentato dai cittadini romani (30% nel 2019) e il 22% giunge da altre province italiane (in calo dal 13% emerso nel 2019).

Tra le nazionalità estere prevale quella **tedesca** (9%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



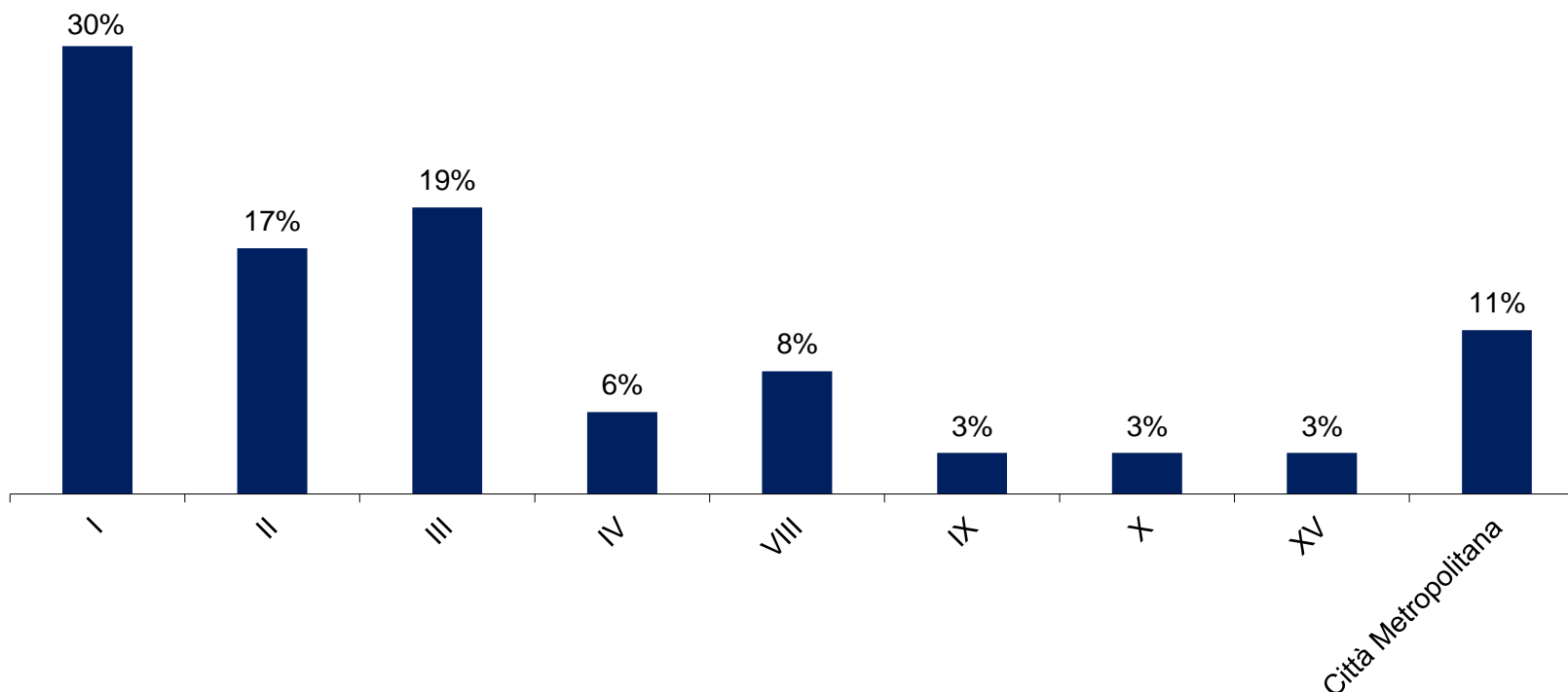
■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



## Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati risulta emergere soprattutto il **Municipio I** (30%; è il municipio di appartenenza del museo), seguito dai **Municipi II e III** (rispettivamente 17% e 19% sul totale).

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





## Correlazione 1/2

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

| Correlazione bivariata<br><i>Rho di Spearman</i> *** | Segnaletica<br>sull'edificio | Orari di apertura | Personale di<br>biglietteria | Guardaroba | Opere della<br>collezione | Audioguida | Supporti<br>informativi | Personale in sala | Segnaletica<br>interna | Posti a sedere | Pulizia del sito | Esperienza<br>complessiva |
|--|------------------------------|-------------------|------------------------------|------------|---------------------------|------------|-------------------------|-------------------|------------------------|----------------|------------------|---------------------------|
| Segnaletica sull'edificio                            | 1,000                        | ,825**            | ,579**                       | ,482**     | ,347**                    | 0,100      | ,239*                   | 0,109             | ,400**                 | 0,192          | 0,109            | ,367**                    |
| Orari di apertura                                    | ,825**                       | 1,000             | ,579**                       | ,346*      | ,444**                    | -0,100     | ,262**                  | ,225*             | ,385**                 | ,230*          | 0,129            | ,353**                    |
| Personale di biglietteria                            | ,579**                       | ,579**            | 1,000                        | ,343*      | ,322**                    | -0,267     | ,355**                  | ,325**            | ,342**                 | ,280*          | ,238*            | ,339**                    |
| Guardaroba   | ,482**                       | ,346*             | ,343*                        | 1,000      | 0,230                     | -0,272     | ,346*                   | 0,212             | ,382*                  | ,363*          | 0,299            | ,320*                     |
| Opere della collezione                               | ,347**                       | ,444**            | ,322**                       | 0,230      | 1,000                     | -,633*     | ,424**                  | ,409**            | ,417**                 | ,227*          | 0,169            | ,207*                     |
| Audioguida   | 0,100                        | -0,100            | -0,267                       | -0,272     | -,633*                    | 1,000      | -0,069                  | 0,100             | 0,069                  | -,702*         | 0,467            | 0,467                     |
| Supporti informativi                                 | ,239*                        | ,262**            | ,355**                       | ,346*      | ,424**                    | -0,069     | 1,000                   | ,718**            | ,527**                 | ,257*          | ,282**           | ,364**                    |
| Personale in sala                                    | 0,109                        | ,225*             | ,325**                       | 0,212      | ,409**                    | 0,100      | ,718**                  | 1,000             | ,622**                 | ,235*          | ,485**           | ,448**                    |
| Segnaletica interna                                  | ,400**                       | ,385**            | ,342**                       | ,382*      | ,417**                    | 0,069      | ,527**                  | ,622**            | 1,000                  | 0,144          | ,422**           | ,577**                    |
| Posti a sedere                                       | 0,192                        | ,230*             | ,280*                        | ,363*      | ,227*                     | -,702*     | ,257*                   | ,235*             | 0,144                  | 1,000          | 0,126            | ,308**                    |
| Pulizia del sito                                     | 0,109                        | 0,129             | ,238*                        | 0,299      | 0,169                     | 0,467      | ,282**                  | ,485**            | ,422**                 | 0,126          | 1,000            | ,497**                    |
| Esperienza complessiva                               | ,367**                       | ,353**            | ,339**                       | ,320*      | ,207*                     | 0,467      | ,364**                  | ,448**            | ,577**                 | ,308**         | ,497**           | 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 o singolo asterisco).

L'audioguida è l'unica variabile che non è risultata significativa rispetto all'esperienza complessiva ed è stata esclusa dalla tabella laterale.

Per il *Museo Napoleonico* la **segnaletica interna**, la **pulizia del sito** e il **personale in sala** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

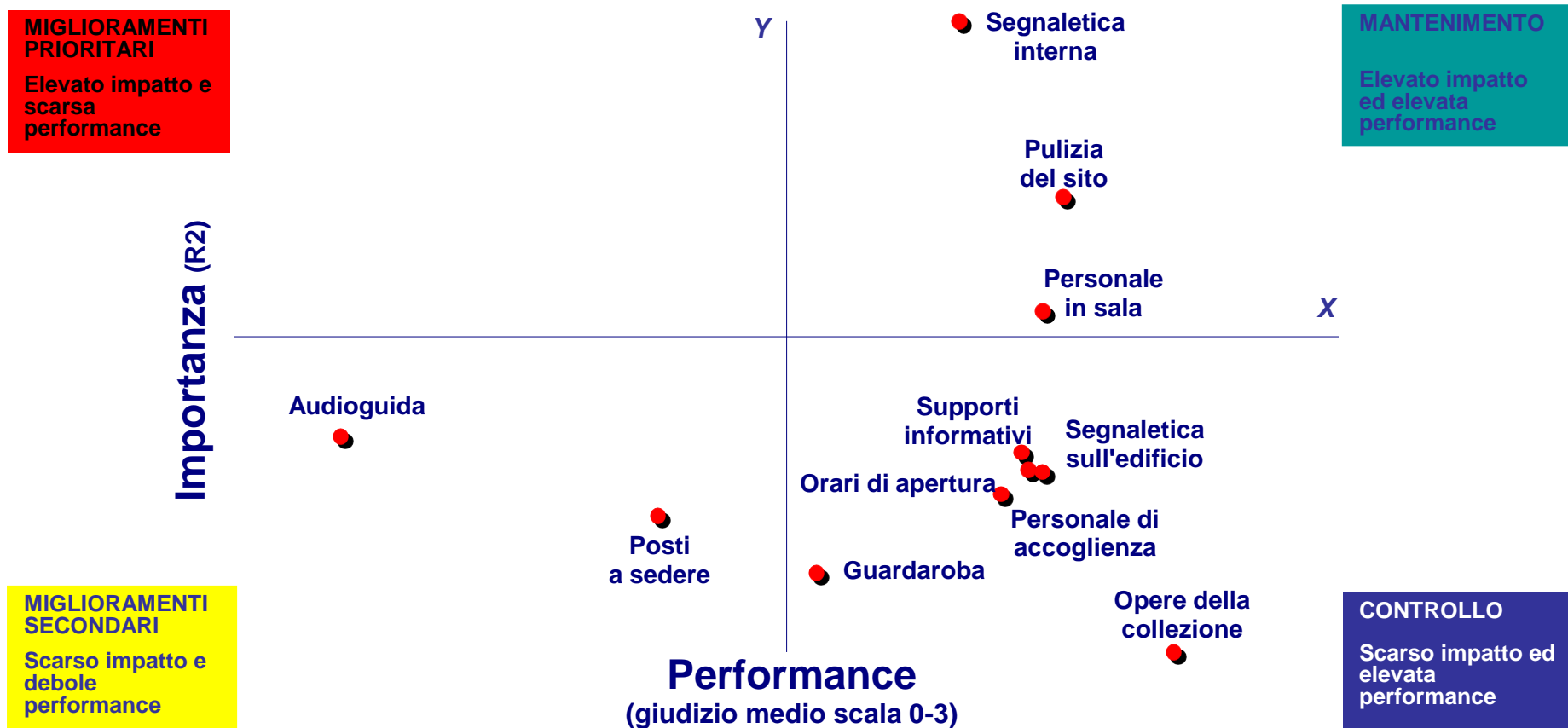
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

| Coefficiente di correlazione<br><i>Rho di Spearman</i><br>sull'esperienza complessiva |       |
|---|-------|
| Segnaletica interna   | 0,577 |
| Pulizia del sito  | 0,497 |
| Personale in sala   | 0,448 |
| Segnaletica sull'edificio   | 0,367 |
| Supporti informativi  | 0,364 |
| Orari di apertura   | 0,353 |
| Personale di biglietteria   | 0,339 |
| Guardaroba  | 0,320 |
| Posti a sedere  | 0,308 |
| Opere della collezione  | 0,207 |

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **segnaletica interna** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa, ma anche la **pulizia del sito** e il **personale in sala** si posizionano nel quadrante in alto a destra. Nessuna delle variabili emerge 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 sull'esperienza complessiva, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

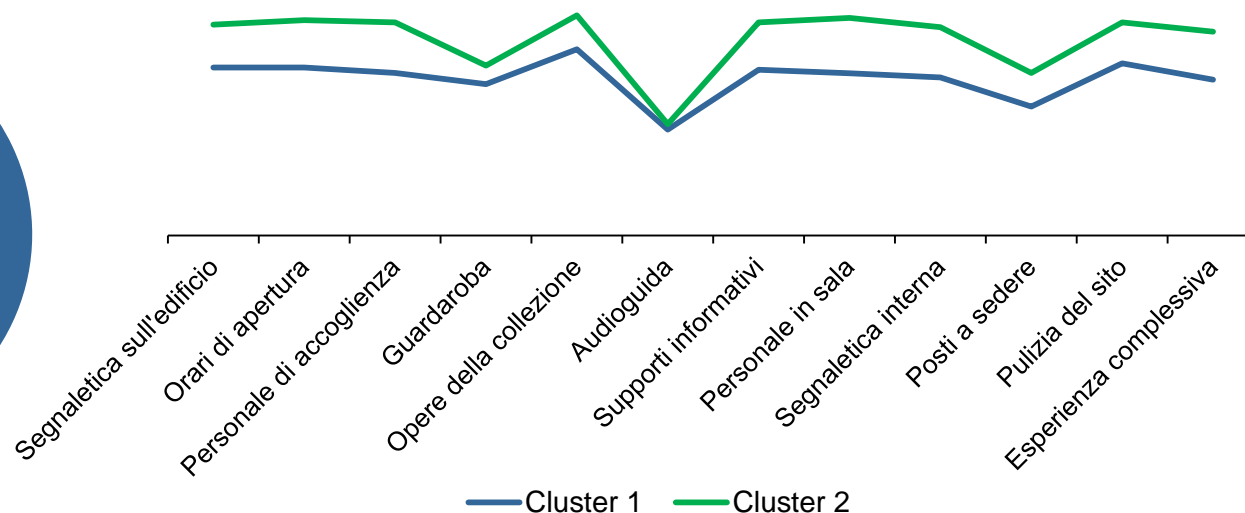
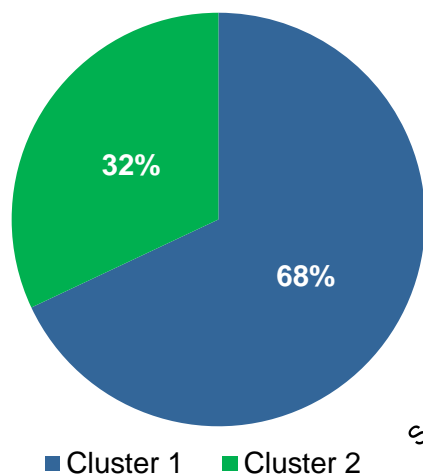
## Cluster Analysis

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

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (68 individui per il *Cluster 1* e 32 per il *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 2° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti:** in prevalenza donne; di età 26-39 anni; laureati; studenti e impiegati; alcuni già stati al museo; ne sono venuti a conoscenza soprattutto passando per caso e tramite altri siti web; vengono in coppia o da soli; giudizio uguale alle aspettative.

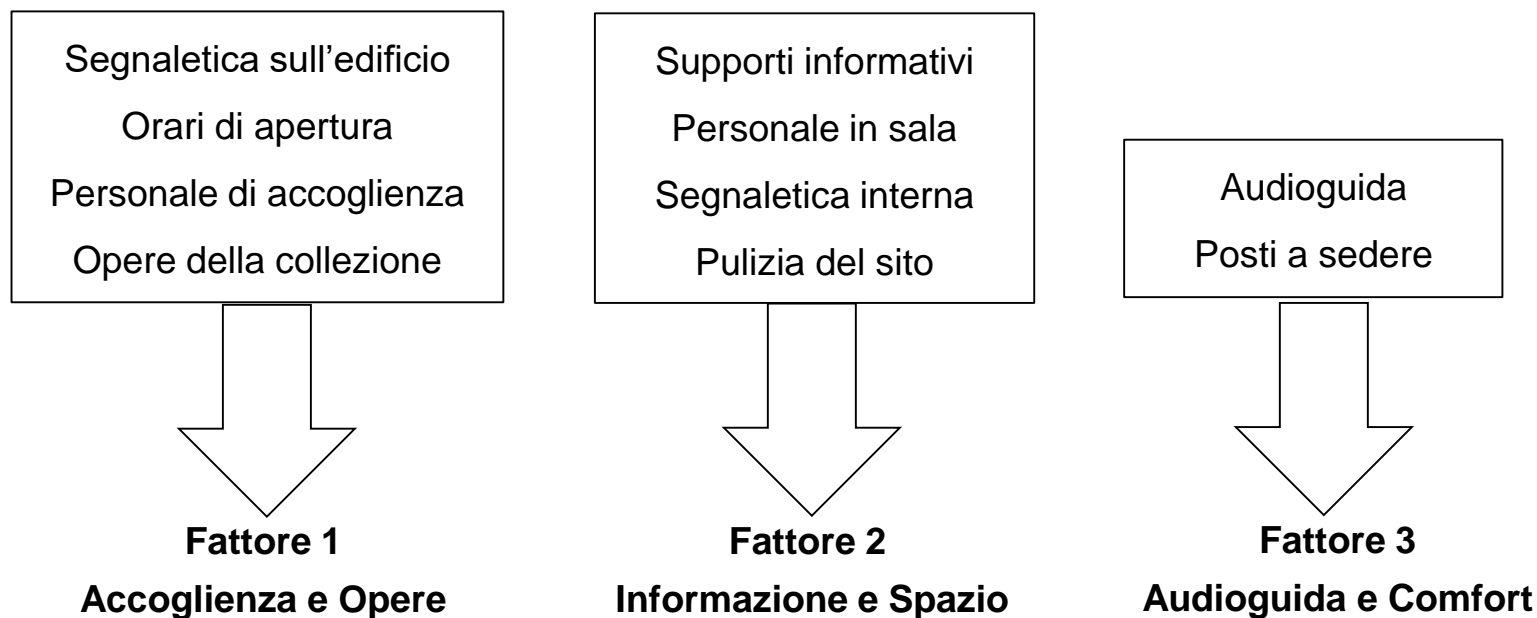
**Cluster 2 – Molto Soddisfatti:** in prevalenza uomini; di età 55-74 anni; diplomati; pensionati; nuovi visitatori; conoscono il museo tramite lo standard sull'edificio e il passaparola; vengono con amici e famiglia; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



## Analisi Fattoriale

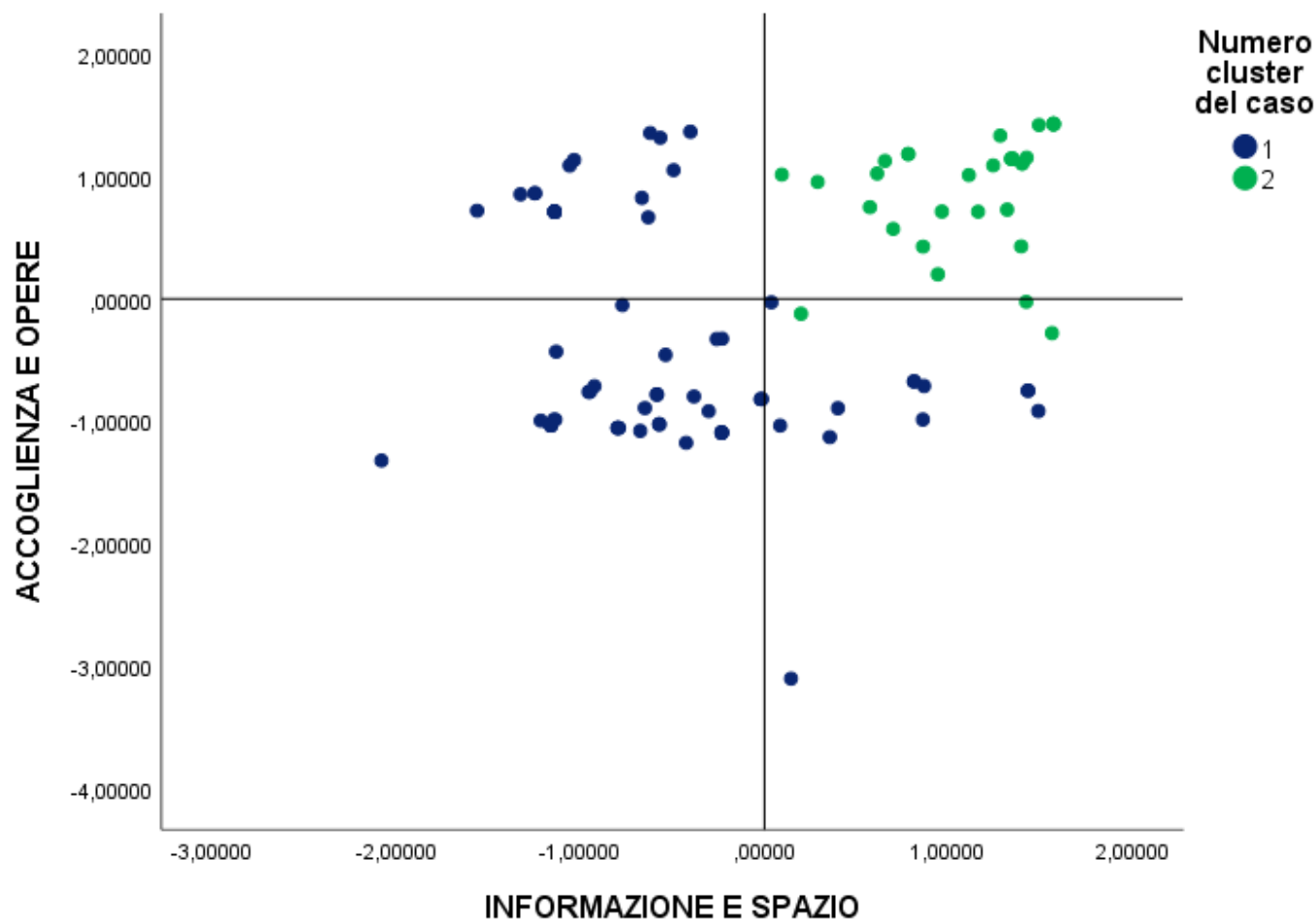
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba è stato escluso poiché non è risultato significativo per questo tipo di analisi).

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 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori.



## Suggerimenti

**NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 86**

---

**SUPPORTI INFORMATIVI** più informazioni sulla famiglia Bonaparte, manca un albero genealogico. **Totale 4**

**ILLUMINAZIONE** stanze troppo buie, alcune opere sono poco illuminate. **Totale 3**

**COMUNICAZIONE** pubblicizzare di più il museo. **Totale 3**

**ALTRO. Totale 5**

**TOTALE 15 SUGGERIMENTI**  
**Museo Napoleonico**

## 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

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<br>utilizzato        | Molto<br>soddisfatto     | Abbastanza<br>soddisfatto | Poco<br>soddisfatto      | Per niente<br>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 accoglienza  | <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"/>  |
| Audioguida                | <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"/>  |
| Personale 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"/>  |
| 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:.....