



Indagini di Customer Satisfaction

Museo delle Mura

5 – 9 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. **101 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 5 al 9 ottobre** presso il **Museo delle Mura** (gli intervistati rappresentano il 43% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea "*Il Cinema in Vetro*".

Questa numerosità appare abbastanza adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 92%, un margine di errore di stima di $\pm 5,32\%$.

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 buono, con una media di **2,57** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **96%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,76), il **personale in sala** (2,74) e la **pulizia del sito** (2,71).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali** (2,06) e dei **posti a sedere** (2,03).

I **supporti informativi** sono la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme alla **segnaletica interna**, alla **pulizia del sito** e alle **opere della collezione** (cfr. pp. 16-18).

Invece gli **orari di apertura** sono l'aspetto su cui vengono rilasciati più suggerimenti (n. 7 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 65% da **cittadini romani**, **impiegati** (37%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (53%), appartenenti alle fasce d'età **26-39 anni** (37%) e **55-74 anni** (33%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando per caso** (19%) e col **passaparola** (18%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando, per caso* siano soprattutto i romani, in generale molto soddisfatti e con un giudizio uguale alle aspettative. Invece il *passaparola* è il canale predominante per i turisti, nel complesso molto soddisfatti, il cui giudizio è superiore alle proprie attese.

Tabella riassuntiva

Museo delle Mura 2021	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,34	2,00	101	0	0,553	0%	38%	0%	96%
Orari di apertura	2,28	2,00	101	0	0,750	0%	42%	4%	90%
Personale di accoglienza	2,76	3,00	101	0	0,451	0%	77%	0%	99%
Opere della collezione	2,42	3,00	100	1	0,727	1%	54%	2%	90%
Supporti informativi	2,27	2,00	98	3	0,711	3%	39%	3%	91%
Supporti digitali	2,06	2,00	80	21	0,752	21%	28%	4%	83%
Personale in sala	2,74	3,00	100	1	0,485	1%	76%	0%	98%
Segnaletica interna	2,55	3,00	101	0	0,574	0%	59%	0%	96%
Posti a sedere	2,03	2,00	95	6	0,831	6%	32%	4%	76%
Pulizia del sito	2,71	3,00	101	0	0,497	0%	73%	0%	98%
Esperienza complessiva	2,57	3,00	101	0	0,572	0%	61%	0%	96%

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

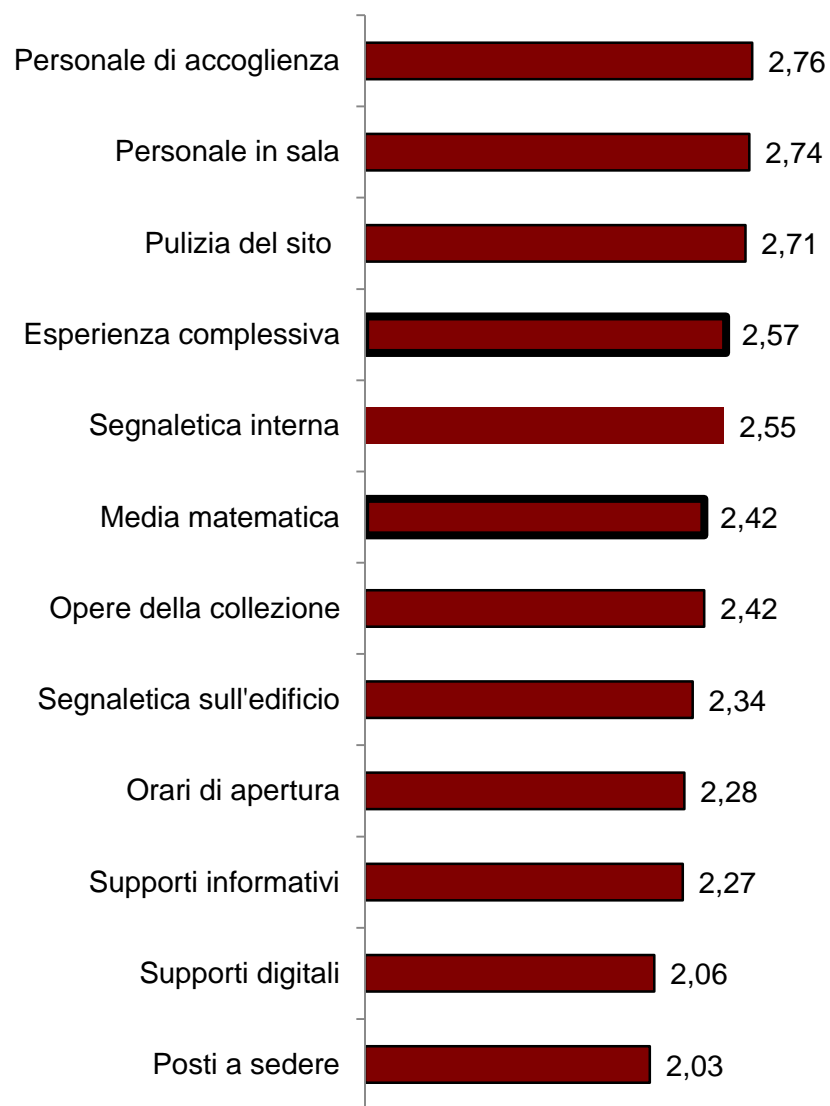
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,42).

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: il **personale di accoglienza**, il **personale in sala** e la **pulizia del sito**.

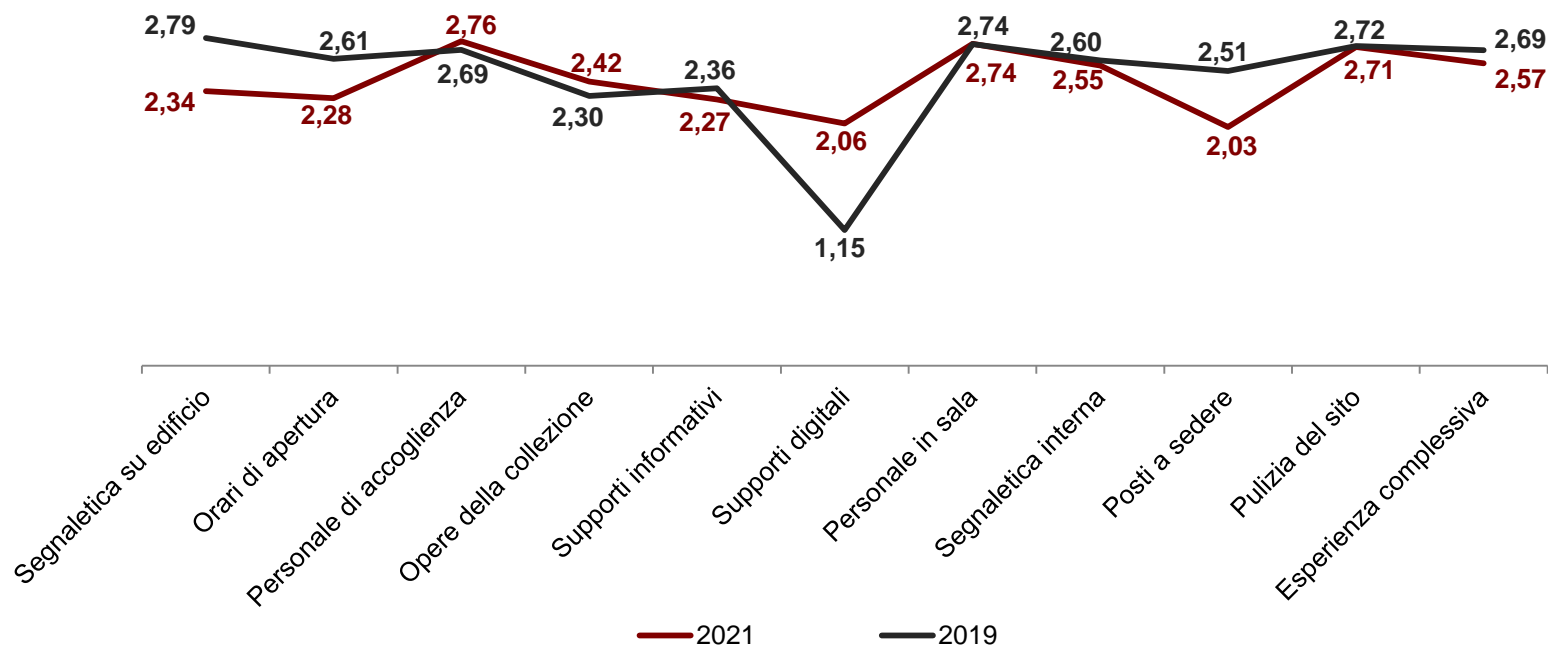
Quasi tutte le medie sono nettamente superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali** e **posti a sedere**.



Analisi del trend 2019-2021

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

In particolare si registra un aumento del livello di soddisfazione sul personale di accoglienza, sulle opere della collezione e sui supporti digitali, anche se in quest'ultimo caso la media resta inferiore allo standard minimo. Invece i restanti aspetti subiscono una flessione, ma solo i posti a sedere scendono al di sotto di 2,20.

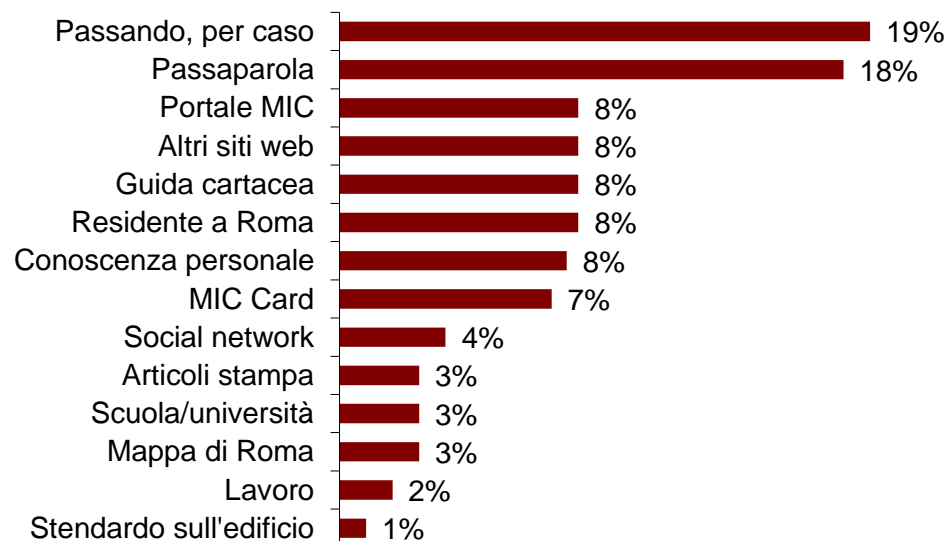


**Nel 2020 non è stata effettuata la survey in presenza, come concordato con la Sovrintendenza Capitolina.*

Come è venuto a conoscenza del museo

Il 19% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo “**passando per caso**” (nel 2019 era il 25%) e il 18% attraverso il “**passaparola**” (nella scorsa indagine era 20%). La percentuale relativa al “**portale www.museiincomuneroma.it**” scende da 11% a 8%, mentre quella di “**altri siti web**” aumenta da 3% a 8%. Inoltre si registra un incremento della “**guida cartacea**” (da 5% a 8%); in questa indagine sono emerse anche le voci “**residente a Roma**” e “**conoscenza personale**” (8% per entrambi; non presenti nel 2019).

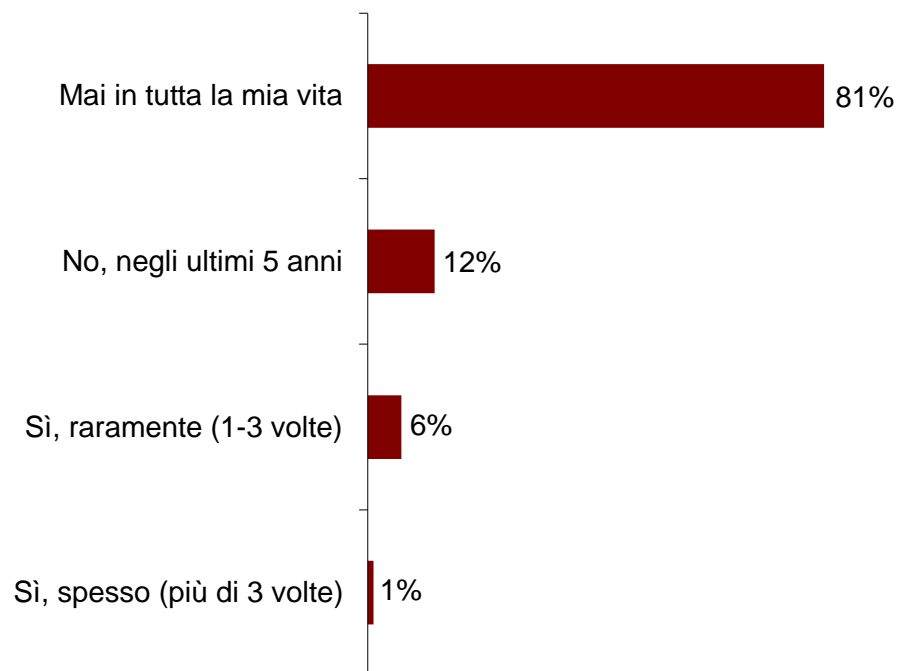
È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso siano soprattutto i romani, in generale molto soddisfatti e con un giudizio uguale alle aspettative. Il passaparola e il portale www.museiincomuneroma.it sono i canali predominanti per i visitatori nel complesso molto soddisfatti, il cui giudizio è superiore alle proprie attese, ma nel primo caso si tratta di turisti (*passaparola*) e nel secondo di romani (*portale MiC*). Invece a rispondere altri siti web sono in prevalenza i turisti stranieri, abbastanza soddisfatti della loro esperienza al *Museo delle Mura* ed affermano di avere un giudizio uguale alle aspettative.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (81% sul campione totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo delle Mura**, il 7% già vi è stato (di cui il 6% “*da una a tre volte*” e l’1% “*più di tre volte*”) e il restante 12% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto coloro che hanno conseguito un titolo di diploma superiore o post laurea, nel complesso abbastanza soddisfatti e sono stati in meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo delle Mura sono prevalentemente i visitatori laureati, in generale molto soddisfatti e in quest’ultimo anno dichiarano di avere frequentato più di tre musei.

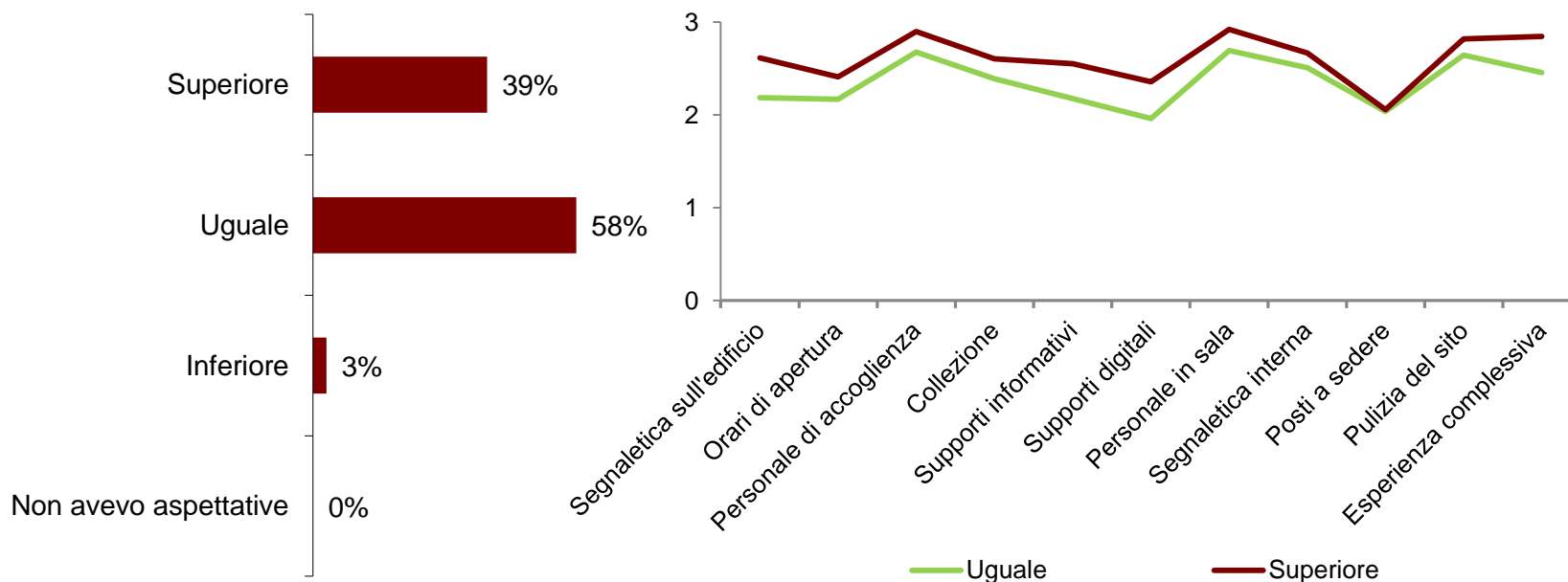


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 58% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 39% è superiore e solo il restante 3% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Nessuno degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano in particolare i turisti stranieri, che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per i visitatori italiani (inclusi i romani), che in generale dichiarano di essere abbastanza soddisfatti e sono stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative 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 delle Mura* è pari al **47%**.

Il 45% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il restante 4% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).



NET PROMOTER SCORE Museo delle Mura 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	1	0	0	0	3	10	35	22	29
0%	0%	1%	0%	0%	0%	3%	10%	35%	22%	29%
DETRACTORI = 4%							PASSIVI = 45%		PROMOTORI = 51%	
51% - 4% = 47%										

Con chi ha visitato il museo

Il 30% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “**da solo**”, il 24% viene in “**coppia**”, un 16% in compagnia di “**amici**” e un 16% con la propria “**famiglia**”, mentre il restante 14% con un “**gruppo organizzato**”.

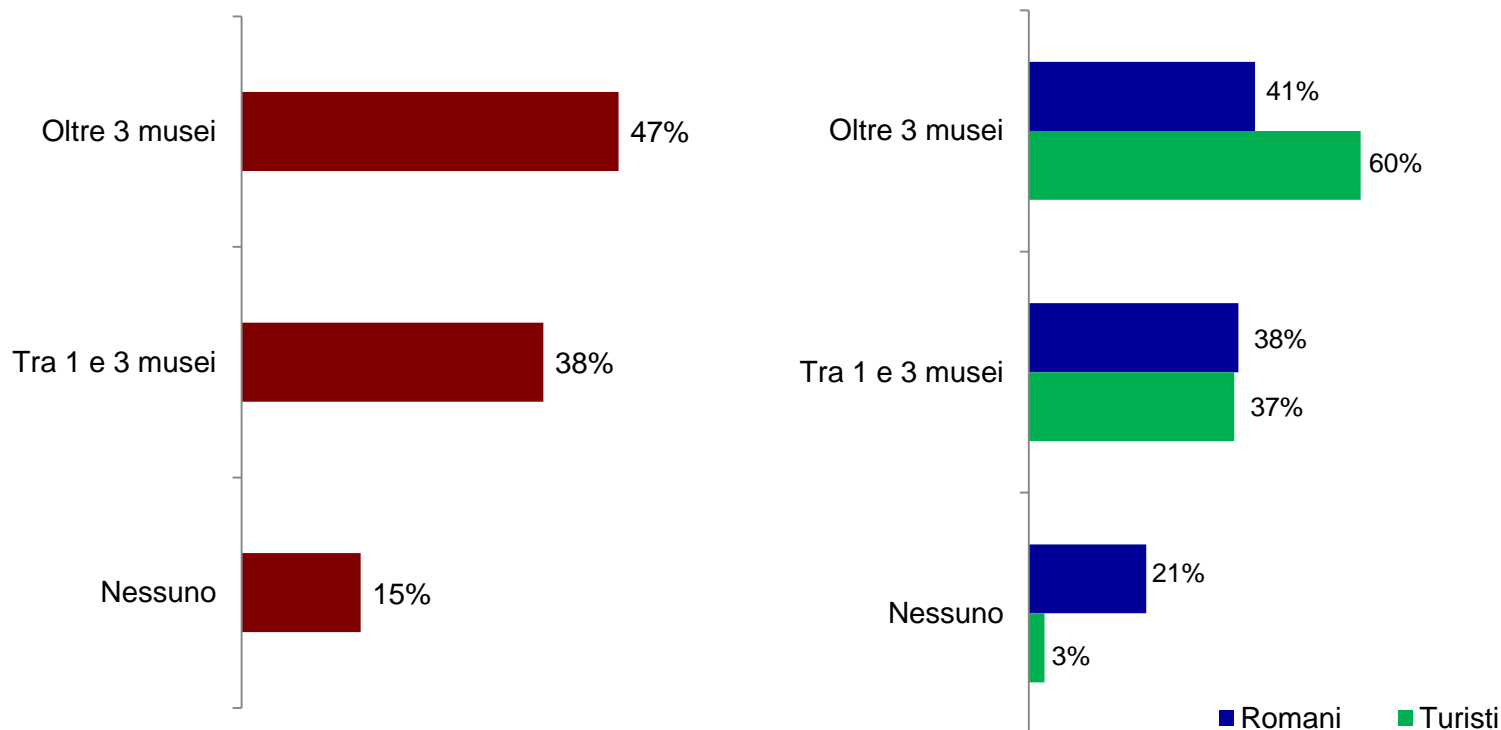
Risulta significativo che a venire da soli siano principalmente i nuovi visitatori, di età 19-39 anni, laureati, con un giudizio uguale alle aspettative. In coppia vengono soprattutto coloro che visitano il *Museo delle Mura* per la prima volta, appartenenti alle fasce d'età 26-34 anni, 40-44 anni e 65-74 anni, con un titolo di post laurea e giudizio uguale alle attese. Invece a prediligere la visita in compagnia di amici o con la propria famiglia sono in particolare gli adulti di età 45-74 anni, con titolo di laurea o post laurea, il cui giudizio è superiore alle aspettative, ma solo coloro che vengono con gli amici, dichiarano di essere già stati al *Museo delle Mura*.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 47% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 38% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il 15% 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 turisti (*cfr.* grafico in basso a destra), con un giudizio superiore alle aspettative, che si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori romani, il cui giudizio è uguale alle attese e in generale sono abbastanza soddisfatti.



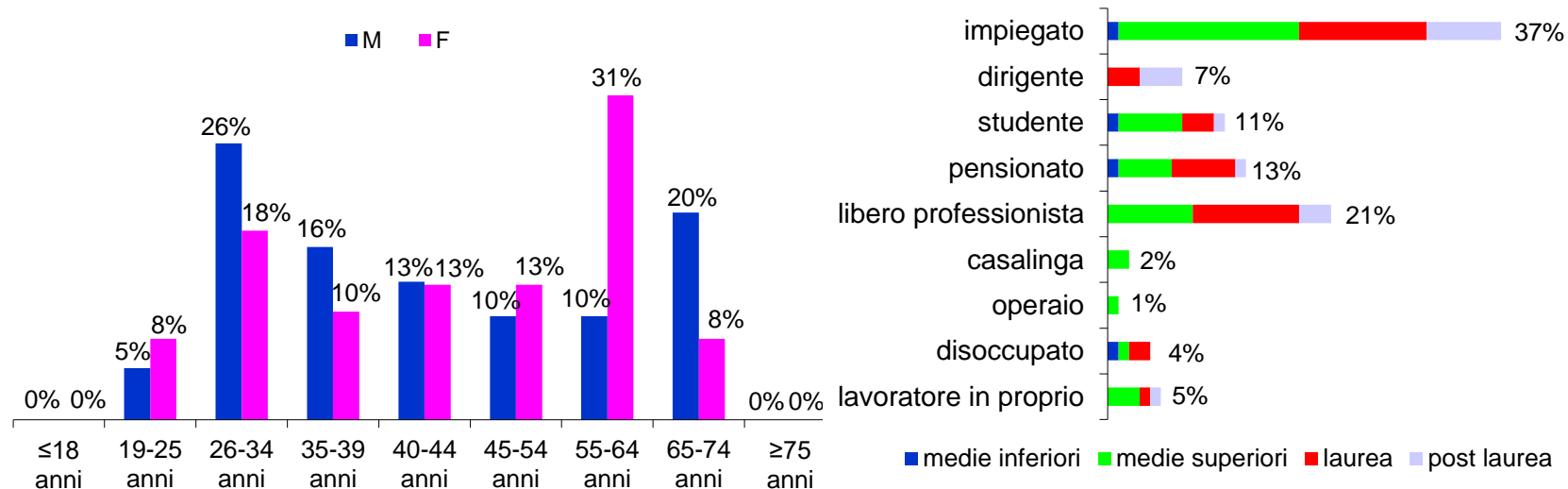
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere maschile** (61%; nel 2019 era il 63% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 26-39 anni e 65-74 anni. Invece le donne emergono nelle fasce dei 19-25 anni e 45-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età **26-39 anni** (37%) e **55-74 anni** (33%), in netto incremento dall'indagine precedente quando raggiungevano rispettivamente il 22% e il 19% sul totale degli intervistati.

Il 53% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (37% nel 2019).

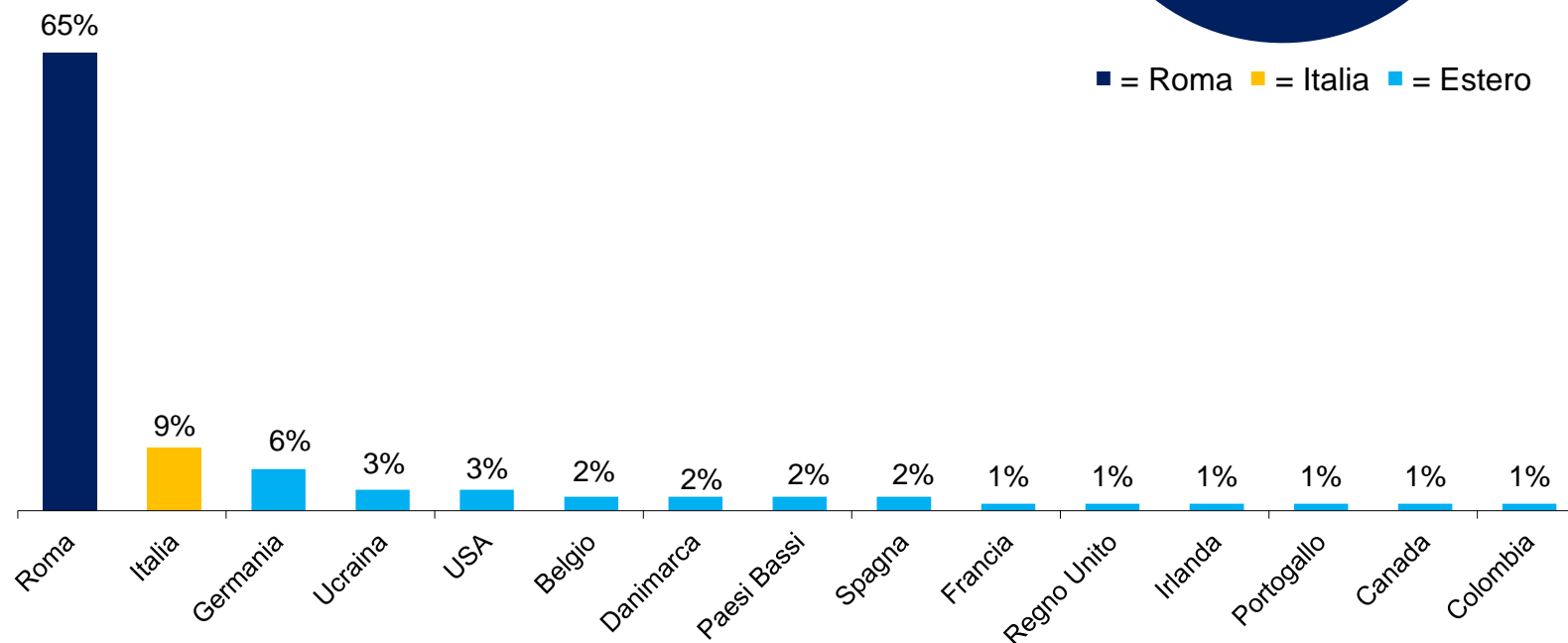
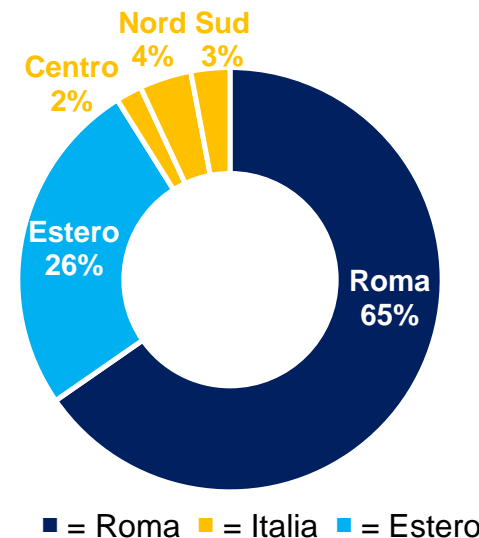
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (37%; in discesa dal 51% emerso nell'indagine scorsa), poi seguono i liberi professionisti (21%; erano il 7% nel 2019) e gli studenti (11%; la percentuale è rimasta invariata rispetto al 2019).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 65% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (in netto aumento dal 39% emerso nell'indagine precedente); il 26% proviene dall'estero (in calo rispetto al 43% emerso nel 2019), mentre il 9% giunge da altre province italiane (18% nel 2019).

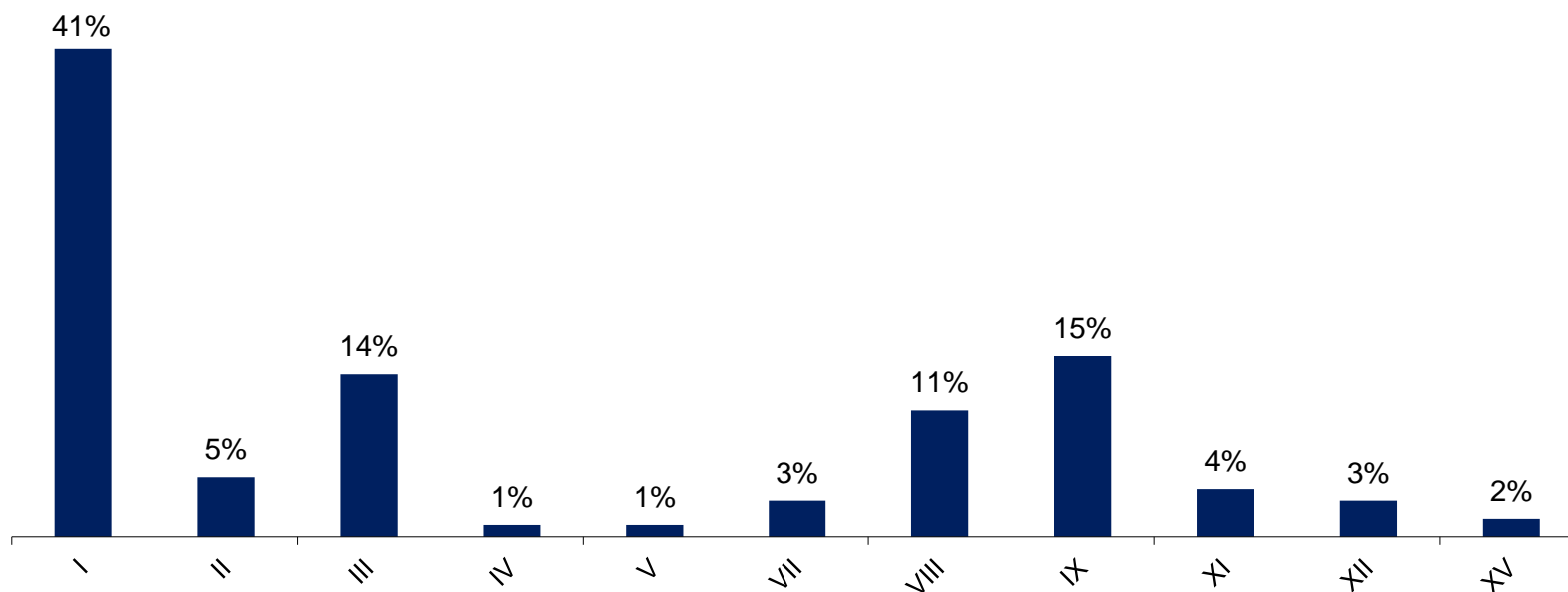
Tra le nazionalità estere prevale quella **tedesca** (6%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta emergere soprattutto il **Municipio I** (41% sul totale). Seguono le percentuali relative ai **Municipi IX** (15%) e **III** (14%).

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.

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,285**	,215*	,215*	,344**	,294**	,269**	,288**	0,028	0,112	,266**
Orari di apertura	,285**	1,000	,211*	,355**	,292**	,340**	0,021	,255*	,216*	0,148	,312**
Personale di accoglienza	,215*	,211*	1,000	,203*	,249*	0,060	0,190	,241*	-0,104	0,137	,332**
Opere della collezione	,215*	,355**	,203*	1,000	,469**	,467**	,256*	,375**	,408**	0,116	,471**
Supporti informativi	,344**	,292**	,249*	,469**	1,000	,570**	,306**	,493**	,371**	0,076	,480**
Supporti digitali	,294**	,340**	0,060	,467**	,570**	1,000	,268*	,283*	,480**	-0,024	,320**
Personale in sala	,269**	0,021	0,190	,256*	,306**	,268*	1,000	,216*	0,161	0,063	,348**
Segnaletica interna	,288**	,255*	,241*	,375**	,493**	,283*	,216*	1,000	,453**	0,152	,488**
Posti a sedere	0,028	,216*	-0,104	,408**	,371**	,480**	0,161	,453**	1,000	0,103	,315**
Pulizia del sito	0,112	0,148	0,137	0,116	0,076	-0,024	0,063	0,152	0,103	1,000	,474**
Esperienza complessiva	,266**	,312**	,332**	,471**	,480**	,320**	,348**	,488**	,315**	,474**	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).

Tutte le variabili oggetto d'indagine sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Museo delle Mura* la **segnaletica interna**, i **supporti informativi** e la **pulizia del sito** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

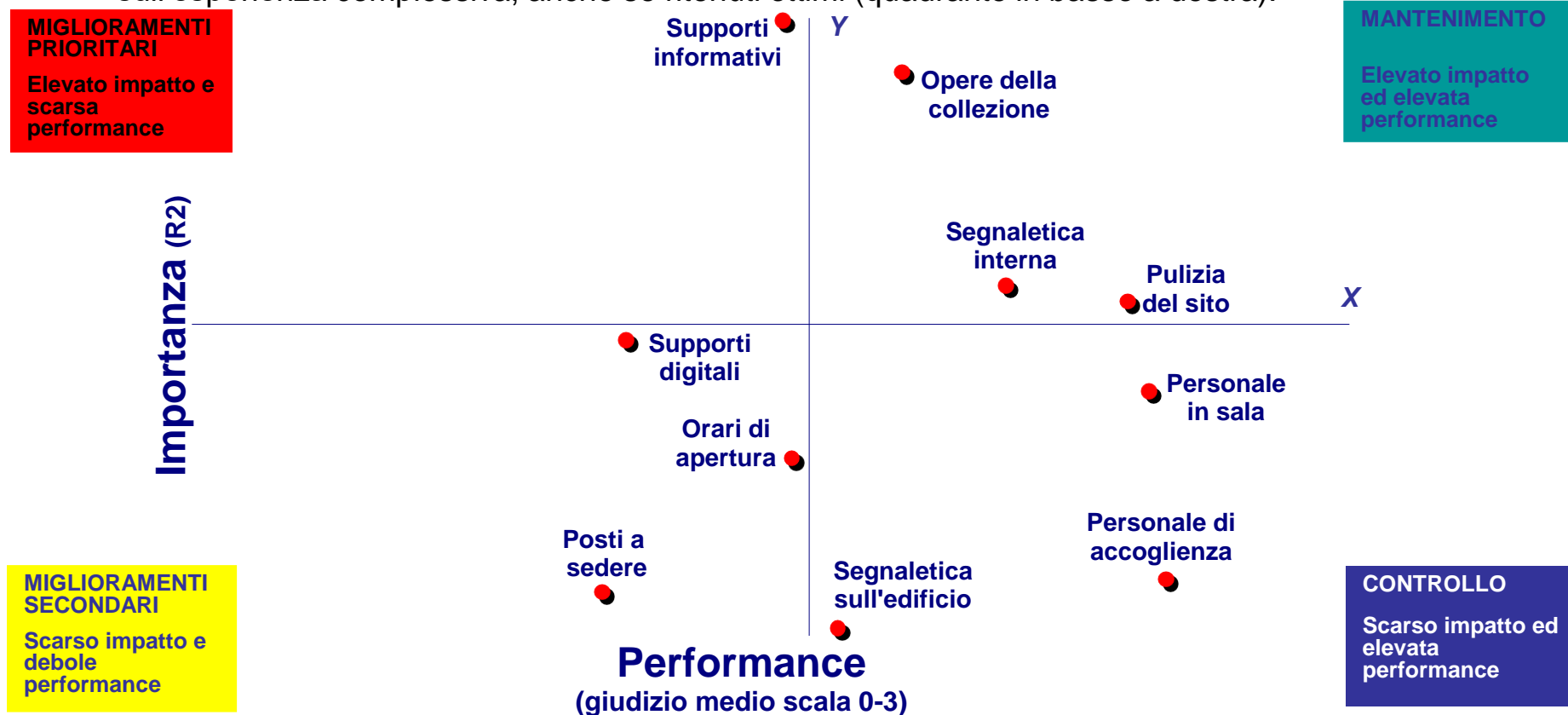
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Segnaletica interna	0,488
Supporti informativi	0,480
Pulizia del sito	0,474
Opere della collezione	0,471
Personale in sala	0,348
Personale di accoglienza	0,332
Supporti digitali	0,320
Posti a sedere	0,315
Orari di apertura	0,312
Segnaletica sull'edificio	0,266

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti informativi** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e si trovano in una posizione *borderline*, mentre le **opere della collezione**, la **segnaletica interna** e la **pulizia del sito** si posizionano nel quadrante in alto a destra, seppure queste ultime due più in basso.

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

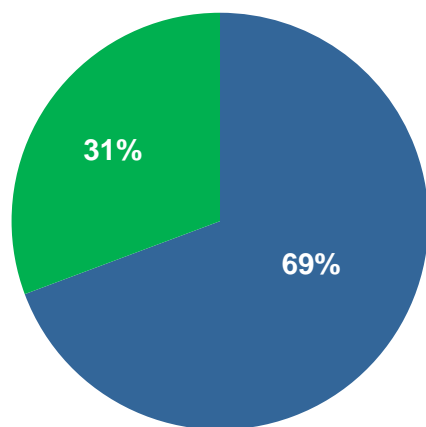
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (70 individui per il *Cluster 1* e 31 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

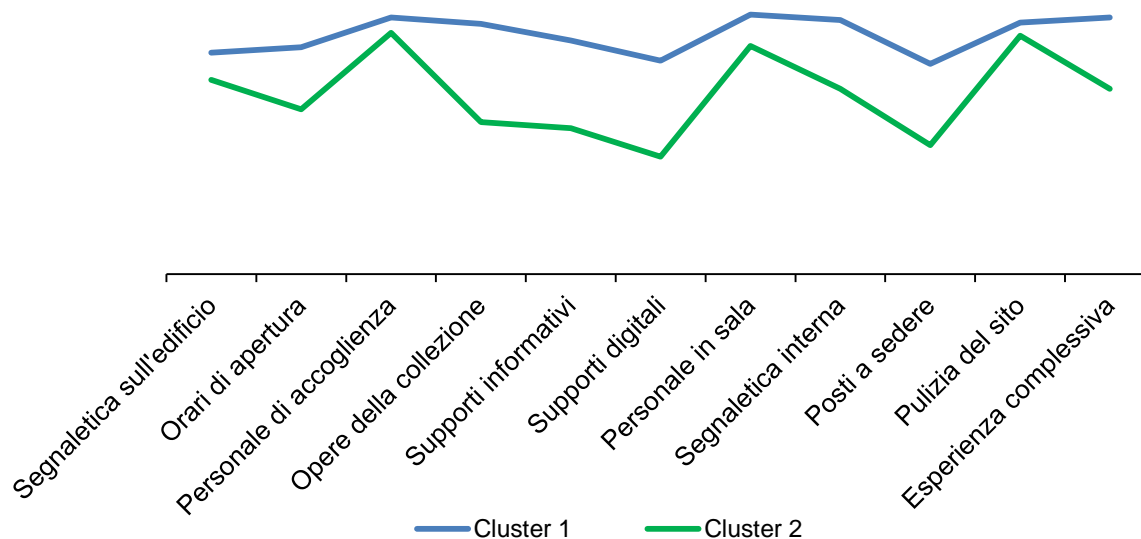
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza stranieri; di età 26-44 anni; diplomati; impiegati; nuovi visitatori; ne vengono a conoscenza soprattutto tramite passaparola e internet; vengono in coppia o con un gruppo organizzato; giudizio superiore alle aspettative; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza italiani (inclusi romani); di età 45-74 anni; laureati; liberi professionisti e pensionati; alcuni già stati al *Museo delle Mura*; conoscono il museo passando per caso e con la guida cartacea (turisti) o MIC Card (romani); vengono da soli, con amici o famiglia; giudizio uguale alle aspettative; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



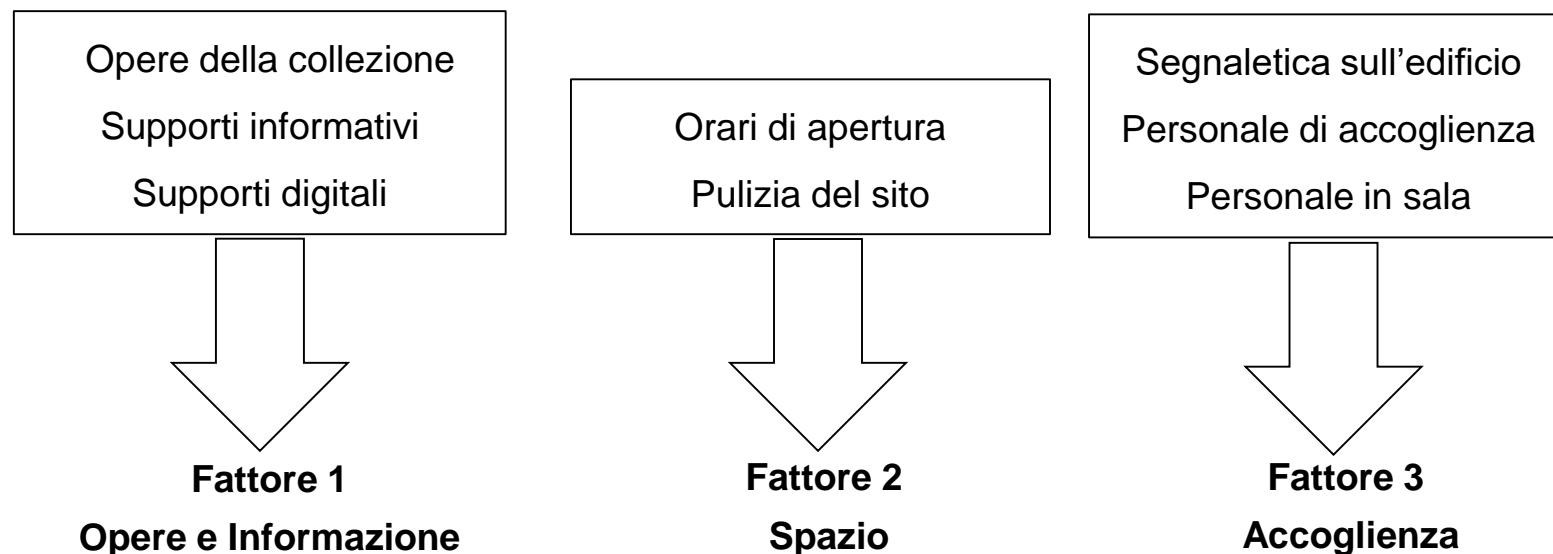
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

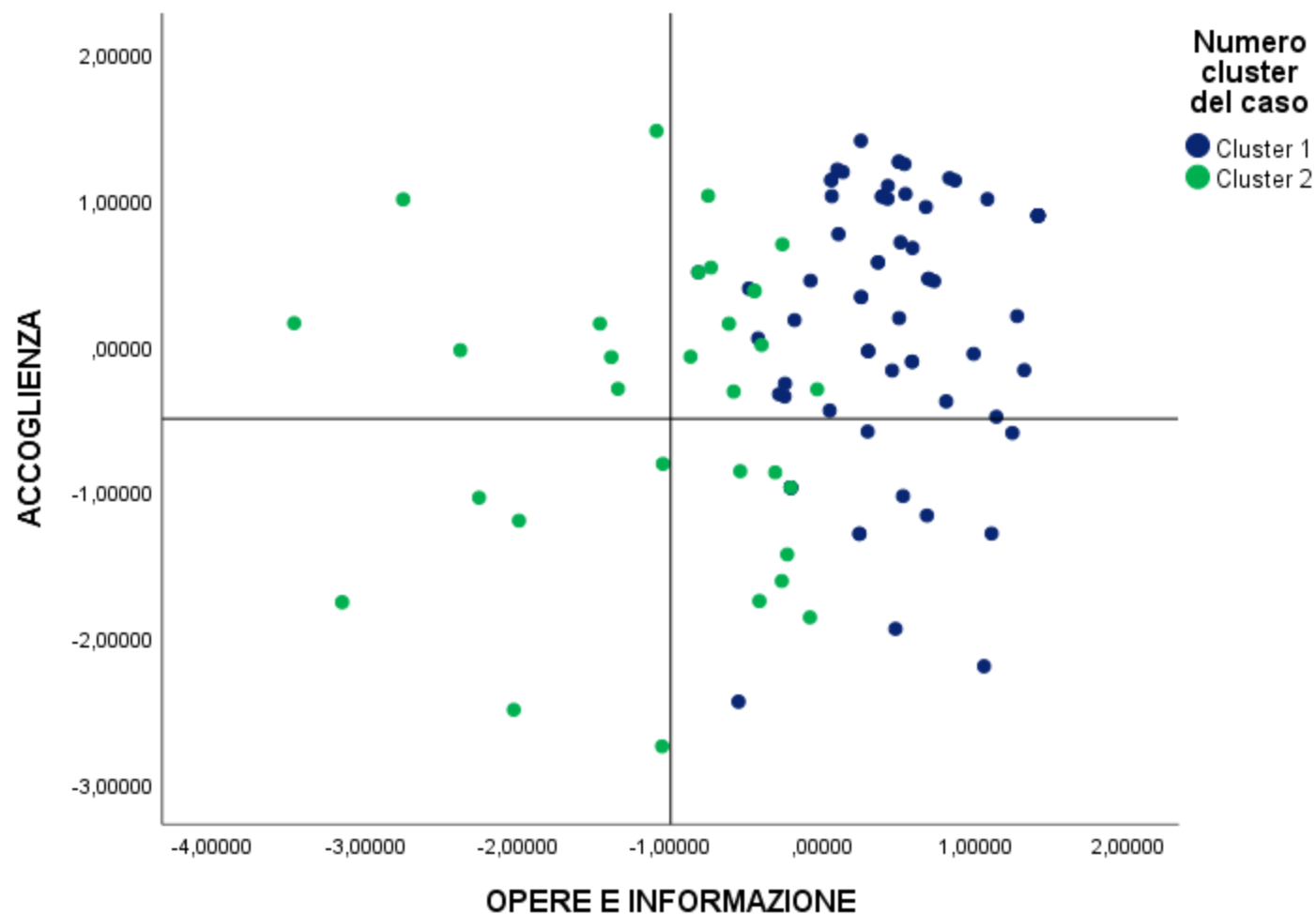
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la segnaletica interna e i posti a sedere sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 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 su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 1 (*Opere e Informazione*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 86**

ELOGIO bellissimo il percorso lungo le Mura. **Totale 1**

ORARI apertura anche di pomeriggio. **Totale 7**

PERCORSO da ampliare all'esterno lungo le Mura. **Totale 4**

COMUNICAZIONE pubblicizzare di più il museo. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 8**

**TOTALE 23 SUGGERIMENTI
MUSEO DELLE MURA**

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)
 standardo 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 accoglienza	<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"/>
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"/>
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:.....