



Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma

2 – 9 Novembre 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. **134** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 2 al 9 novembre** presso il **Museo di Roma** (gli intervistati rappresentano il 38% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine erano in corso le mostre temporanee "*Adolfo Porry-Pastorel. L'altro sguardo*" e "*Klimt. La Secessione e l'Italia*".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 2,38\%$.

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 piuttosto buono, con una media di **2,47** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **95%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **guardaroba** (3,00), i **posti a sedere** (3,00), la **pulizia del sito** (3,00) e la **caffetteria** (2,98).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.

L'**audioguida** rappresenta la variabile ritenuta più importante nella mappa ed è anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (seppure sia stata utilizzata solo dal 7% degli intervistati, pertanto tale campione è esiguo e non rappresentativo a livello statistico), insieme alle **opere della collezione**, ai **supporti informativi** e **digitali** (cfr. pp. 18-20).

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i **supporti informativi** (n. 23 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da turisti **stranieri** (65% sul totale), **impiegati** (29%), in possesso di un titolo di **laurea** o **post laurea** (66%), di età giovane compresa tra i **19 e 34 anni** (36% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a sapere del museo per la **mostra temporanea** (41%), poi segue la voce **passando, per caso** (34%).

È significativo che *mostra* e *passando per caso* siano predominanti soprattutto tra i turisti (italiani e stranieri), di età 35-54 anni (*passando, per caso*) ed oltre i 55 anni (*mostra*), nuovi visitatori, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece a rispondere *conoscenza personale* e *residente a Roma* sono i visitatori romani, appartenenti alle fasce di età 26-39 anni (*residenti*) e 40-54 anni (*conoscenza personale*), già stati al *Museo di Roma*, con giudizio superiore alle proprie attese, in generale molto soddisfatti e nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei.

Tabella riassuntiva

Museo di Roma 2021	Media	Mediana*	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,96	3,00	134	0	0,190	0%	96%	0%	100%
Orari di apertura	2,90	3,00	134	0	0,307	0%	90%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,86	3,00	133	1	0,385	1%	88%	0%	98%
Guardaroba	3,00	3,00	9	125	0,000	93%	100%	0%	100%
Opere della collezione	2,54	3,00	133	1	0,584	1%	59%	0%	95%
Audioguida	2,56	3,00	9	125	0,527	93%	56%	0%	100%
Supporti informativi	2,47	3,00	131	3	0,573	2%	51%	0%	96%
Supporti digitali	2,50	3,00	22	112	0,740	84%	64%	0%	86%
Personale in sala	2,79	3,00	98	36	0,412	27%	79%	0%	100%
Segnaletica interna	2,68	3,00	134	0	0,469	0%	68%	0%	100%
Posti a sedere	3,00	3,00	133	1	0,000	1%	100%	0%	100%
Pulizia del sito	3,00	3,00	133	1	0,000	1%	100%	0%	100%
Libreria	2,82	3,00	34	100	0,387	75%	82%	0%	100%
Caffetteria	2,98	3,00	43	91	0,152	68%	98%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,47	3,00	131	3	0,586	2%	52%	0%	95%

* 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 (2,79).

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: il **guardaroba**, i **posti a sedere**, la **pulizia del sito**, la **caffetteria**, la **segnaletica sull'edificio**, gli **orari di apertura**, il **personale di biglietteria** e la **libreria**.

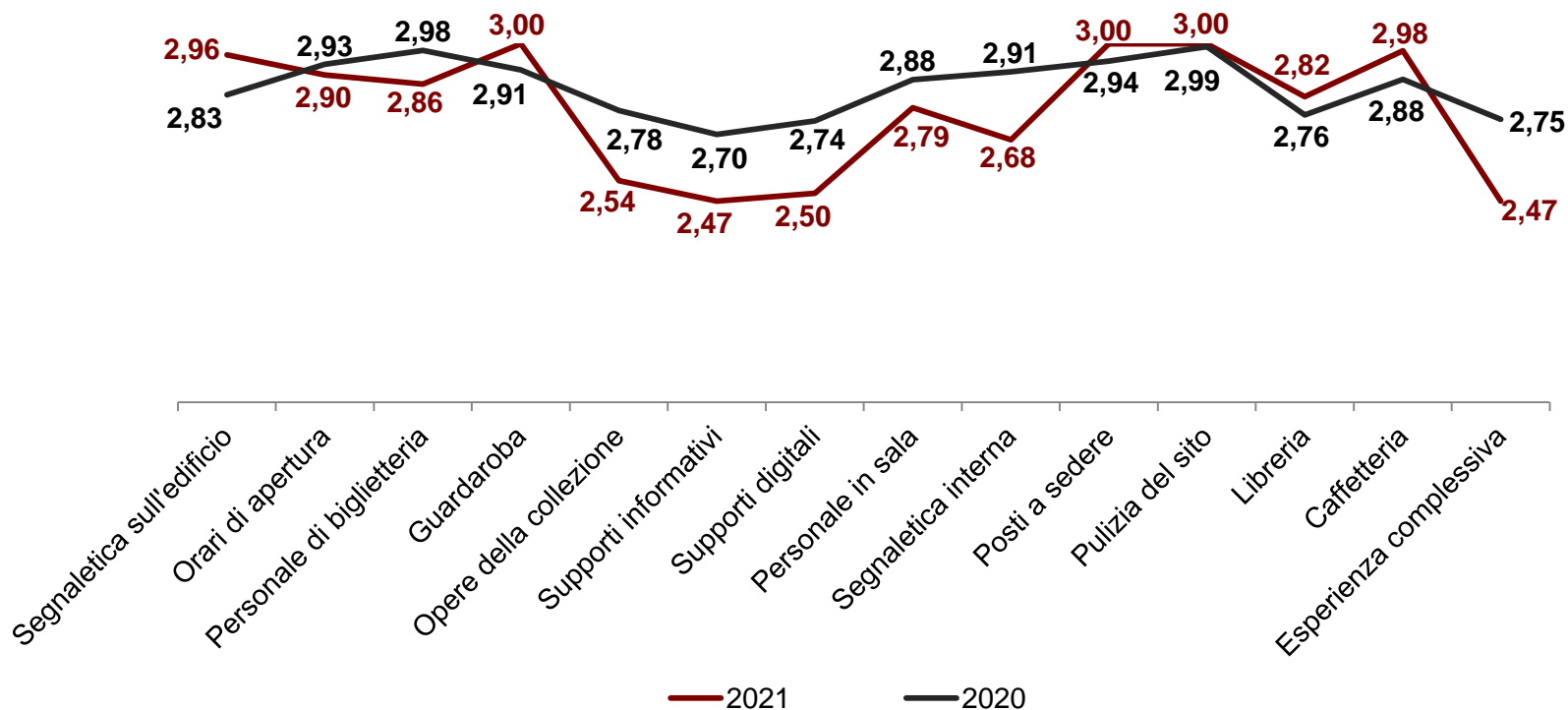
Tutte le medie sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2020-2021

Rispetto allo scorso anno il trend si mantiene abbastanza costante, anche se si rileva qualche discrepanza (l'audioguida non compare nel grafico sottostante poiché nel 2020 il servizio era temporaneamente non disponibile per le disposizioni vigenti durante la pandemia).

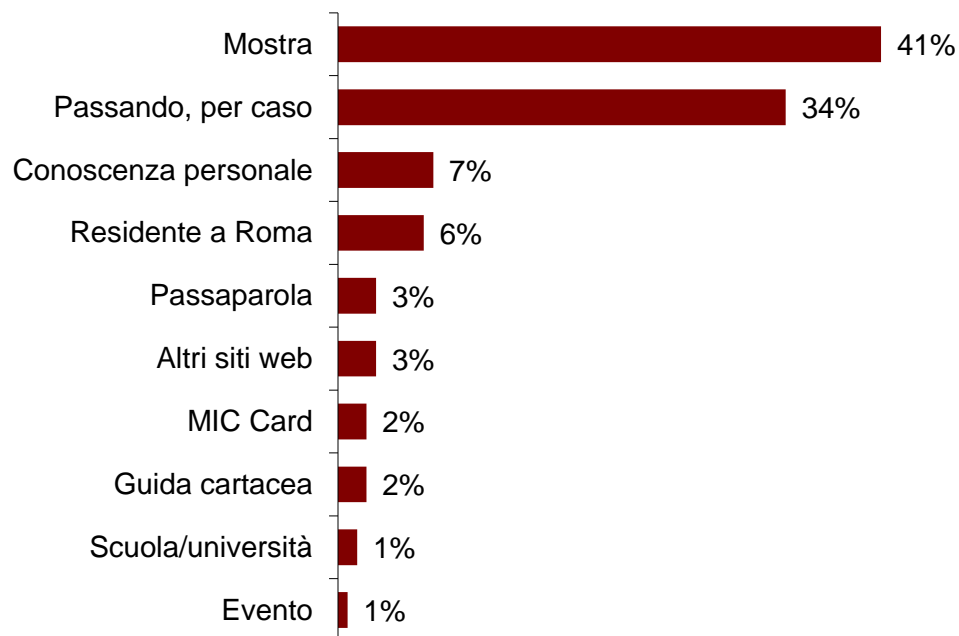
Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione soprattutto sulla segnaletica sull'edificio, sul guardaroba, sulla libreria e sulla caffetteria. Invece si evidenzia una flessione sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine, in particolare sulle opere della collezione, sui supporti informativi e digitali, sulla segnaletica interna e sull'esperienza complessiva, pur restando i valori medi molto buoni e ben al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Ben il 41% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite la “**mostra**” (tale voce non emergeva nell’indagine precedente, ma va considerato che quest’anno durante l’indagine era in corso l’esposizione temporanea “*Klimt. La Secessione e l’Italia*”) ed aumenta anche la percentuale relativa a “**passando, per caso**” (dal 23% al 34%).

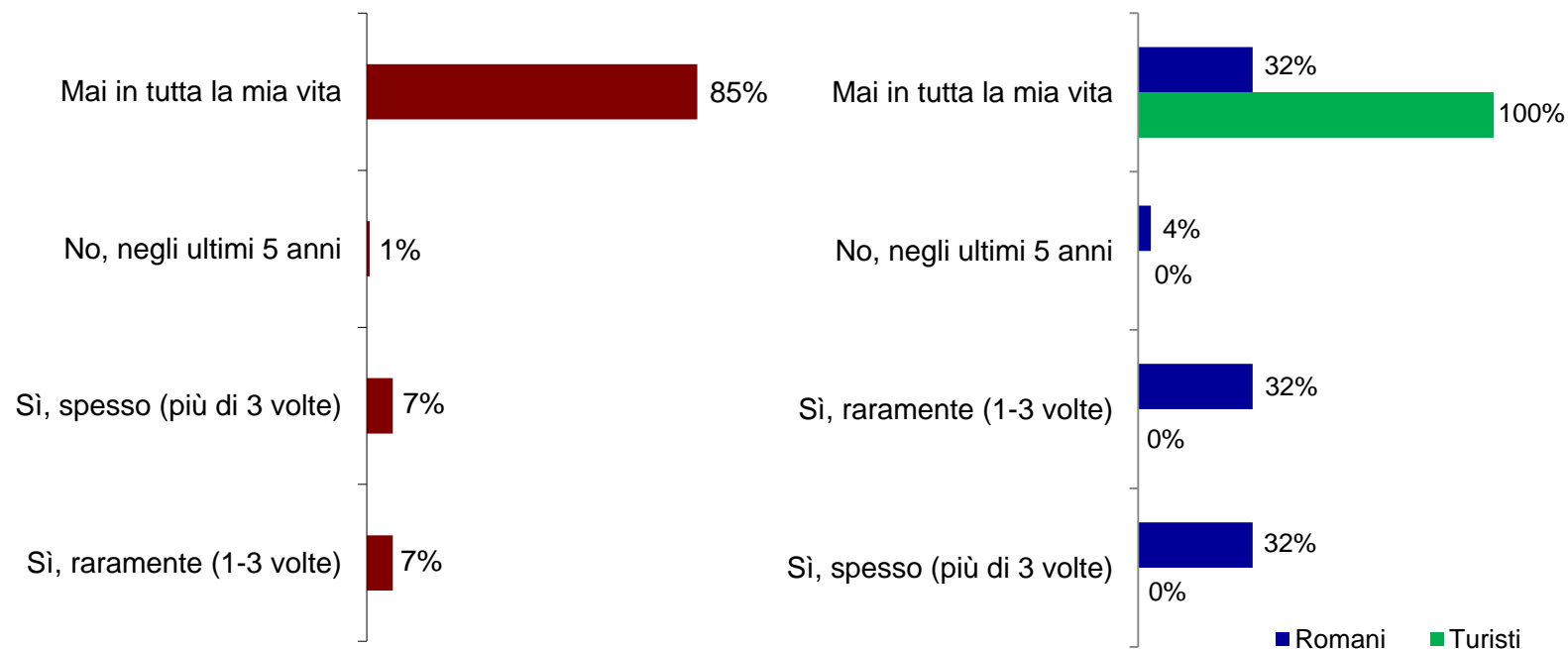
È significativo che mostra e passando per caso siano predominanti soprattutto tra i turisti (italiani e stranieri), di età 35-54 anni (*passando, per caso*) ed oltre i 55 anni (*mostra*), nuovi visitatori, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visitato tra uno e tre musei nell’ultimo anno. Invece a rispondere conoscenza personale e residente a Roma sono i visitatori romani, appartenenti alle fasce di età 26-39 anni (*residenti*) e 40-54 anni (*conoscenza personale*), già stati al *Museo di Roma*, con giudizio superiore alle proprie attese, in generale molto soddisfatti e nell’ultimo anno sono stati in più di tre musei.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

L'85% degli intervistati afferma di **non essere mai stato prima** al *Museo di Roma*, il 14% vi è già stato (un 7% raramente "da una a tre volte" e un 7% spesso "più di tre volte"); il restante 1% non vi si reca dagli ultimi cinque anni.

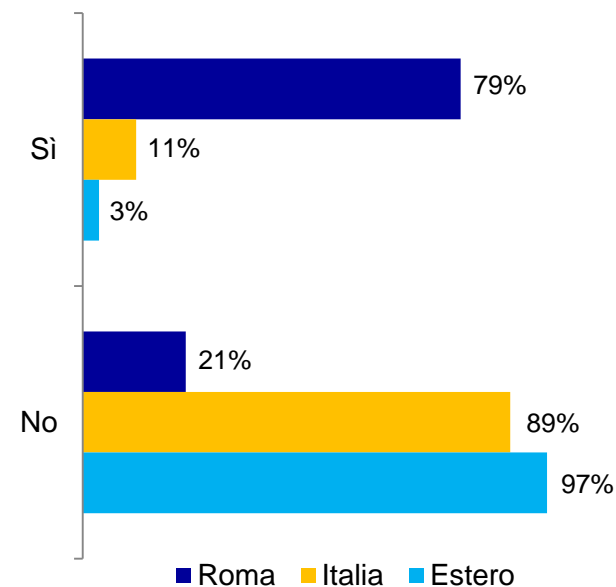
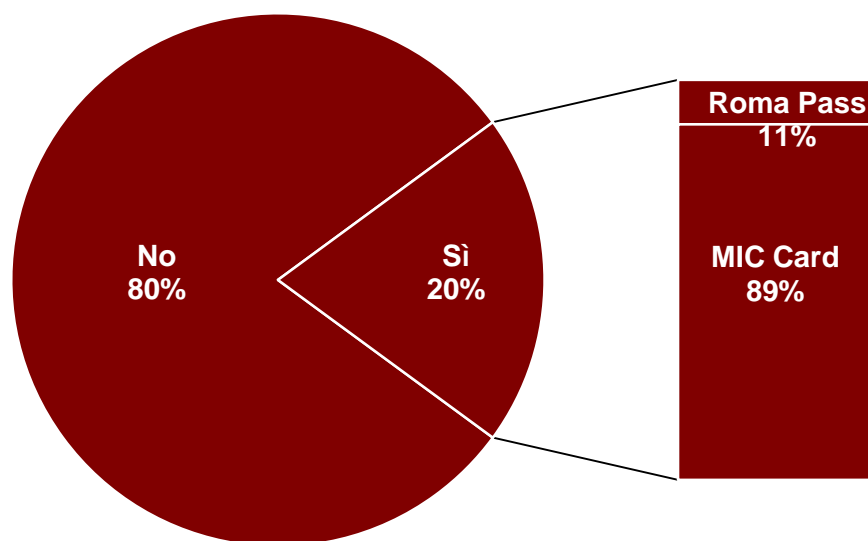
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano per la totalità turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), che non hanno utilizzato una card per entrare in questo museo, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale si ritengono abbastanza soddisfatti e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo di Roma sono soprattutto i residenti a Roma, possessori di *MIC Card*, con un giudizio superiore alle proprie attese, in generale molto soddisfatti e in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

L'80% degli intervistati non ha utilizzato alcuna card per entrare nel museo, mentre il restante 20% ne ha usufruito (di cui l'89% si riferisce alla **MIC Card** e il restante 11% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (*cf.* grafico sottostante a destra), in prevalenza donne, già state al *Museo di Roma*, con un giudizio superiore alle aspettative e molto soddisfatte della loro esperienza complessiva. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Museo di Roma*, sono principalmente i turisti (in prevalenza stranieri), uomini, nuovi visitatori, giudizio uguale alle attese o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

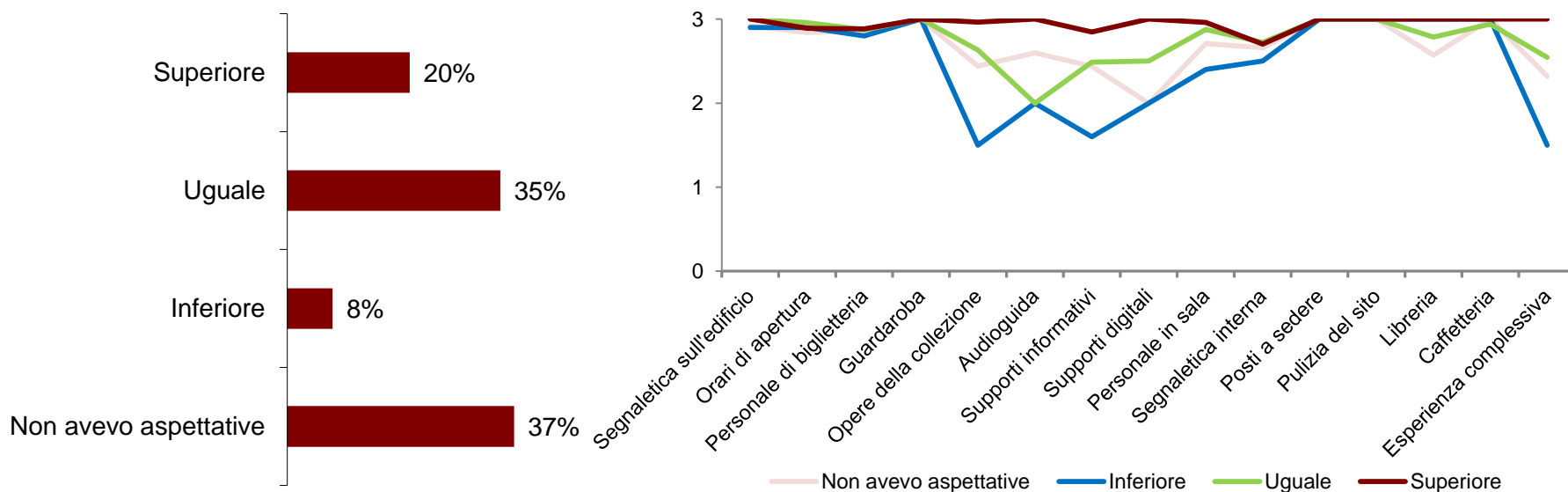


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 35% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 20% è superiore e solo l'8% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 37% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle attese siano in particolare i visitatori italiani (inclusi i romani), molti di essi già stati al *Museo di Roma*, hanno utilizzato una card per entrare e si dichiarano molto o abbastanza soddisfatti della loro esperienza. Invece a non avere aspettative sono principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, che non hanno usufruito di alcuna card per accedere in tale museo e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti.

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**, 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 il *Museo di Roma* è pari al **20%**.

Si evidenzia che il 64% del campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il restante 8% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

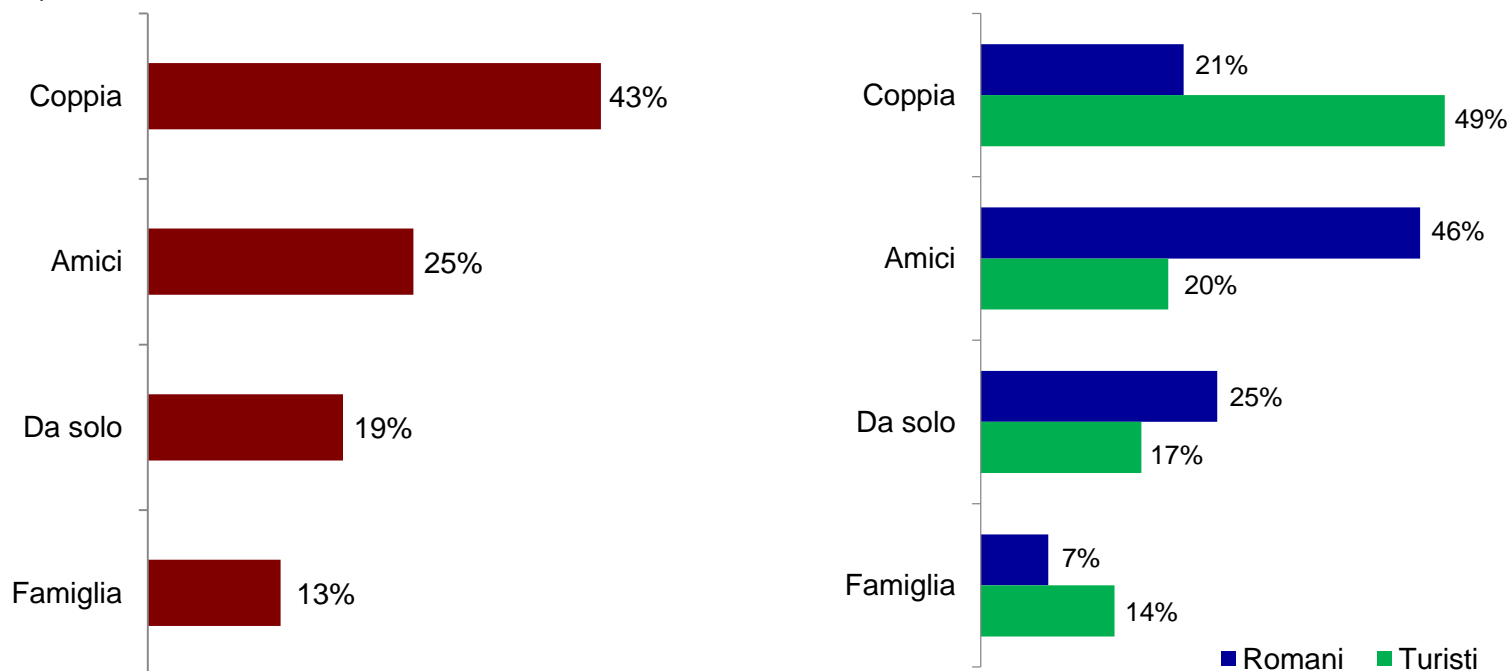


NET PROMOTER SCORE Museo di Roma 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	2	4	5	41	44	14	24
0%	0%	0%	0%	1%	3%	4%	31%	33%	10%	18%
DETRACTORI = 8%							PASSIVI = 64%	PROMOTORI = 28%		
28% - 8% = 20%										

Con chi ha visitato il museo

Il 43% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 25% vi giunge con “**amici**”, il 19% “**da solo**” e il 13% viene con la propria “**famiglia**”.

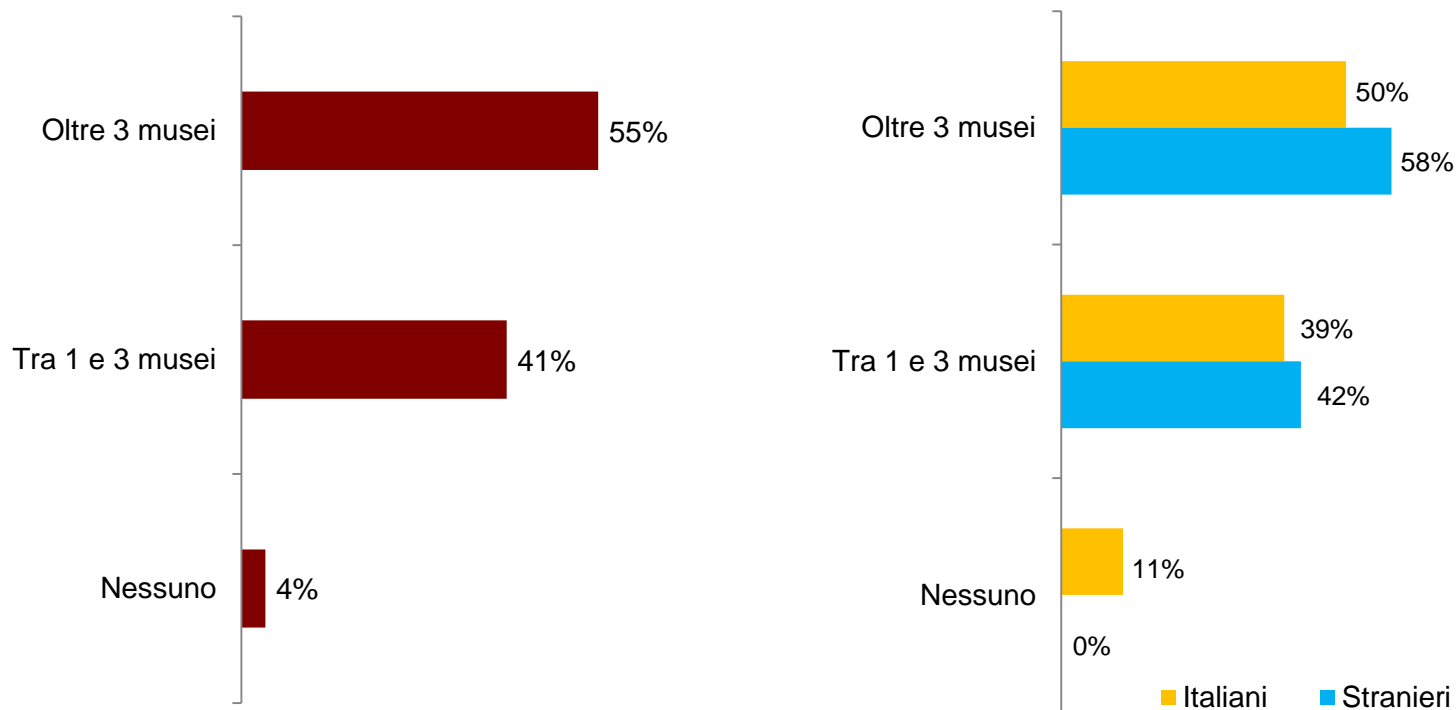
Come si evidenzia nel grafico in basso a destra, risulta significativo che a visitare il museo in coppia o in famiglia siano in prevalenza i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), nuovi visitatori, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare in questo museo, in generale molto (*coppia*) o abbastanza (*famiglia*) soddisfatti. Invece a venire al museo con amici o da soli sono soprattutto i romani, molti di essi già stati al *Museo di Roma*, alcuni hanno utilizzato la *MIC Card* per accedere e nel complesso si ritengono molto (*da solo*) o abbastanza (*amici*) soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 55% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 41% risponde **“tra uno e tre musei”** e il restante 4% 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 stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), con un titolo di laurea o post laurea. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), diplomati.



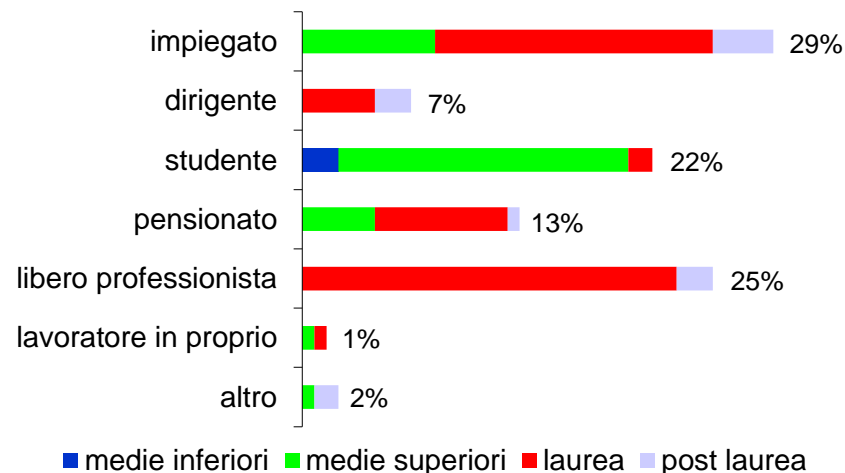
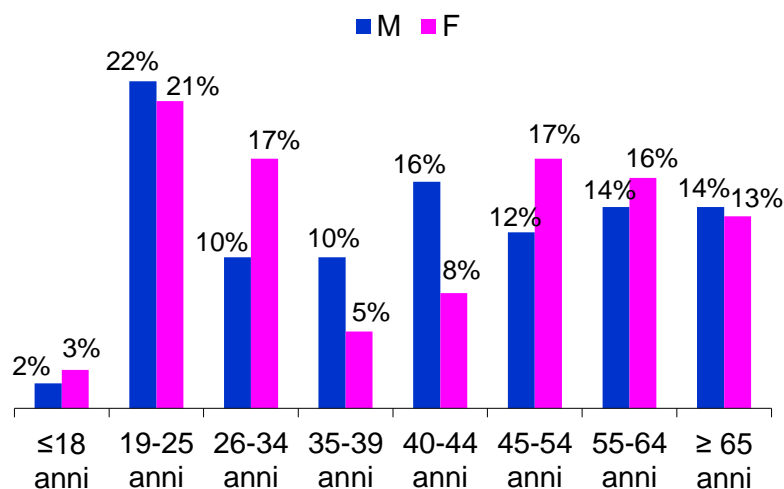
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione e professione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** (57%; nel 2020 era il 59%), soprattutto nelle fasce d'età dei 26-34 anni e 45-64 anni. Invece gli uomini emergono in particolare nelle fasce dei 19-25 anni e 35-44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle dei giovani comprese tra i **19 e 34 anni**, che raggiungono complessivamente il 36% sul totale degli intervistati (in aumento dal 25% della scorsa indagine). Inoltre si evidenzia una flessione degli adulti over 65 anni, che passano dal 23% al 13%.

Il 66% del campione totale afferma di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (62% nel 2020).

Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (29%; in netto aumento dal 18% della precedente indagine). Poi seguono i liberi professionisti (in aumento dal 14% al 25%) e gli studenti (22%; erano il 23% nel 2020). Infine si dimezza la percentuale dei pensionati (in calo dal 26% al 13%).

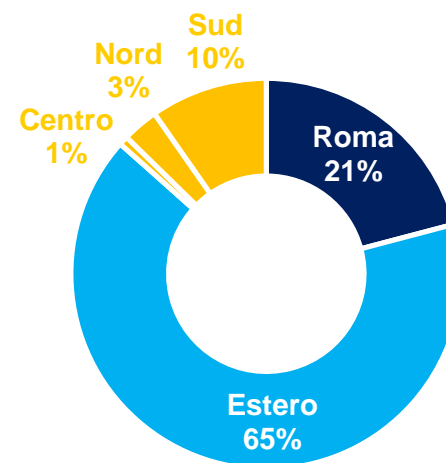


Analisi socio-demografica (provenienza)

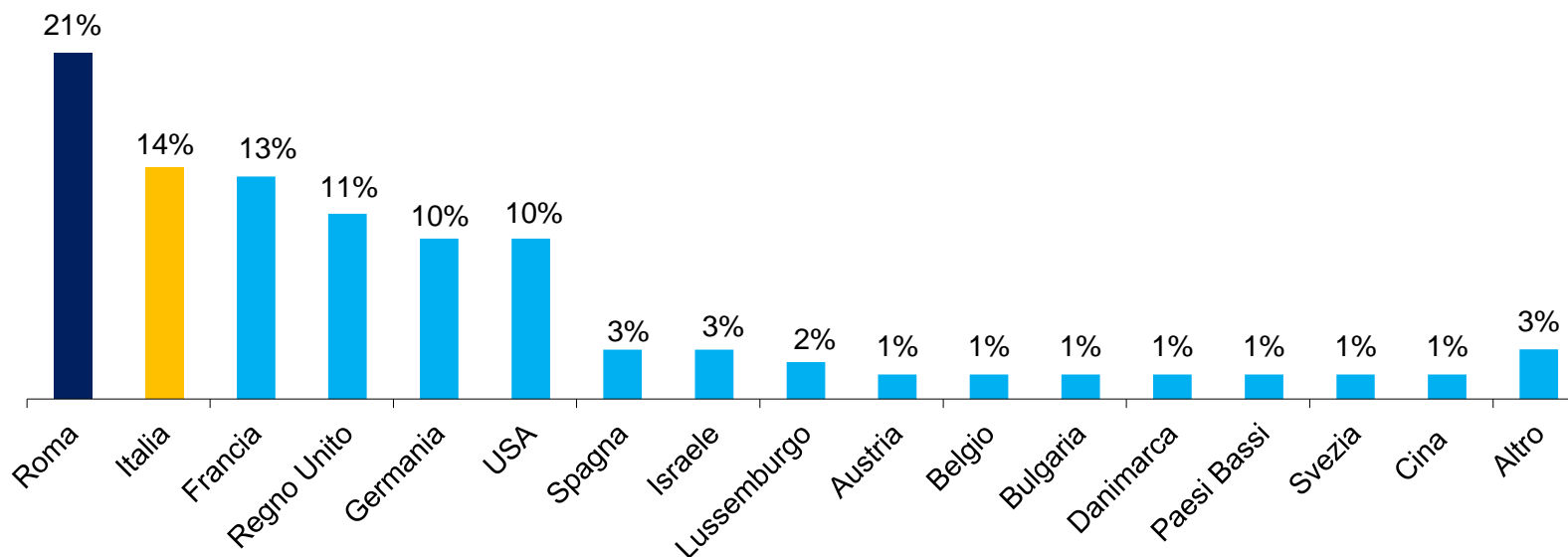
Il 65% del campione intervistato è costituito da turisti **stranieri** (in netto aumento dal 29% emerso lo scorso anno). Rispetto all'indagine effettuata nel 2020, si registra una notevole flessione dei visitatori romani (dal 49% al 21%) e diminuiscono anche i turisti provenienti da altre province italiane (dal 22% al 14%).

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

Tra le nazionalità estere emerge quella **francese** (13% sul totale degli intervistati); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



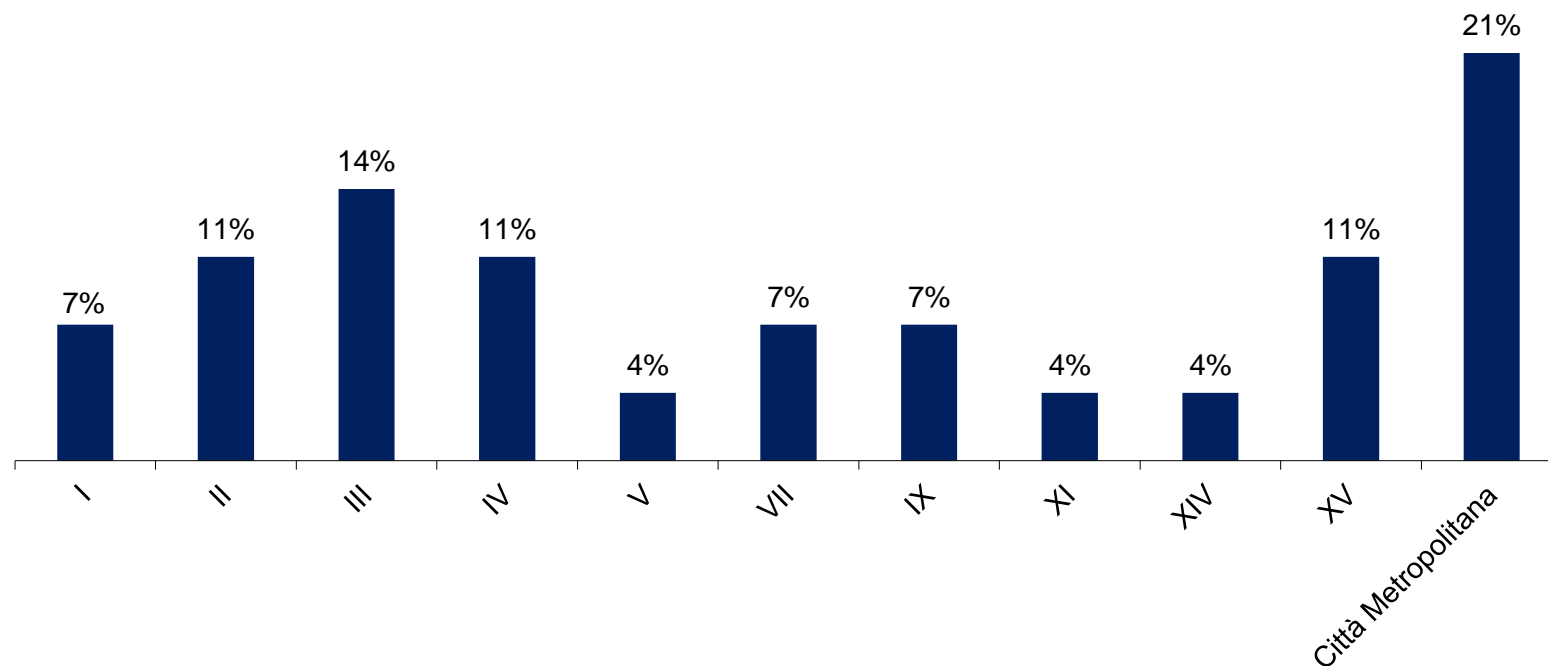
■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza, risulta emergere soprattutto l'area della **Città Metropolitana** rappresentata dal 21% sul totale dei visitatori romani intervistati, ma si evidenzia una buona presenza anche di coloro che risiedono nei vari municipi del territorio capitolino, in particolare nei **Municipi III** (14%), **II, IV e XV** (raggiungono tutti una percentuale pari all'11%).

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 di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Opere della collezione	Audioguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1	,448**	0,047	,214*	0,598	0,110	,652**	,331**	,286**	,376*	-0,042	0,111
Orari di apertura	,448**	1	0,021	,205*	0,395	0,159	,738**	,497**	0,131	0,146	-0,062	0,067
Personale di biglietteria	0,047	0,021	1	-0,019	0,395	0,117	0,310	0,151	-0,061	0,210	-0,051	0,043
Opere della collezione	,214*	,205*	-0,019	1	1,000**	,422**	,645**	,449**	0,113	0,219	-0,118	,567**
Audioguida	0,598	0,395	0,395	1,000**	1	1,000**	1,000	0,354	,791*	.	.	,791*
Supporti informativi	0,110	0,159	0,117	,422**	1,000**	1	,575**	,461**	0,083	0,107	0,157	,555**
Supporti digitali	,652**	,738**	0,310	,645**	1,000**	,575**	1	,848**	,495*	,991**	.	,657**
Personale in sala	,331**	,497**	0,151	,449**	0,354	,461**	,848**	1	,221*	,401*	-0,072	,420**
Segnaletica interna	,286**	0,131	-0,061	0,113	,791*	0,083	,495*	,221*	1	0,304	-0,119	0,087
Libreria	,376*	0,146	0,210	0,219	.	0,107	,991**	,401*	0,304	1	-0,073	0,193
Caffetteria	-0,042	-0,062	-0,051	-0,118	.	0,157	.	-0,072	-0,119	-0,073	1	-0,096
Esperienza complessiva	0,111	0,067	0,043	,567**	,791*	,555**	,657**	,420**	0,087	0,193	-0,096	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 il *Museo di Roma* l'**audioguida**, i **supporti digitali** e le **opere della collezione** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

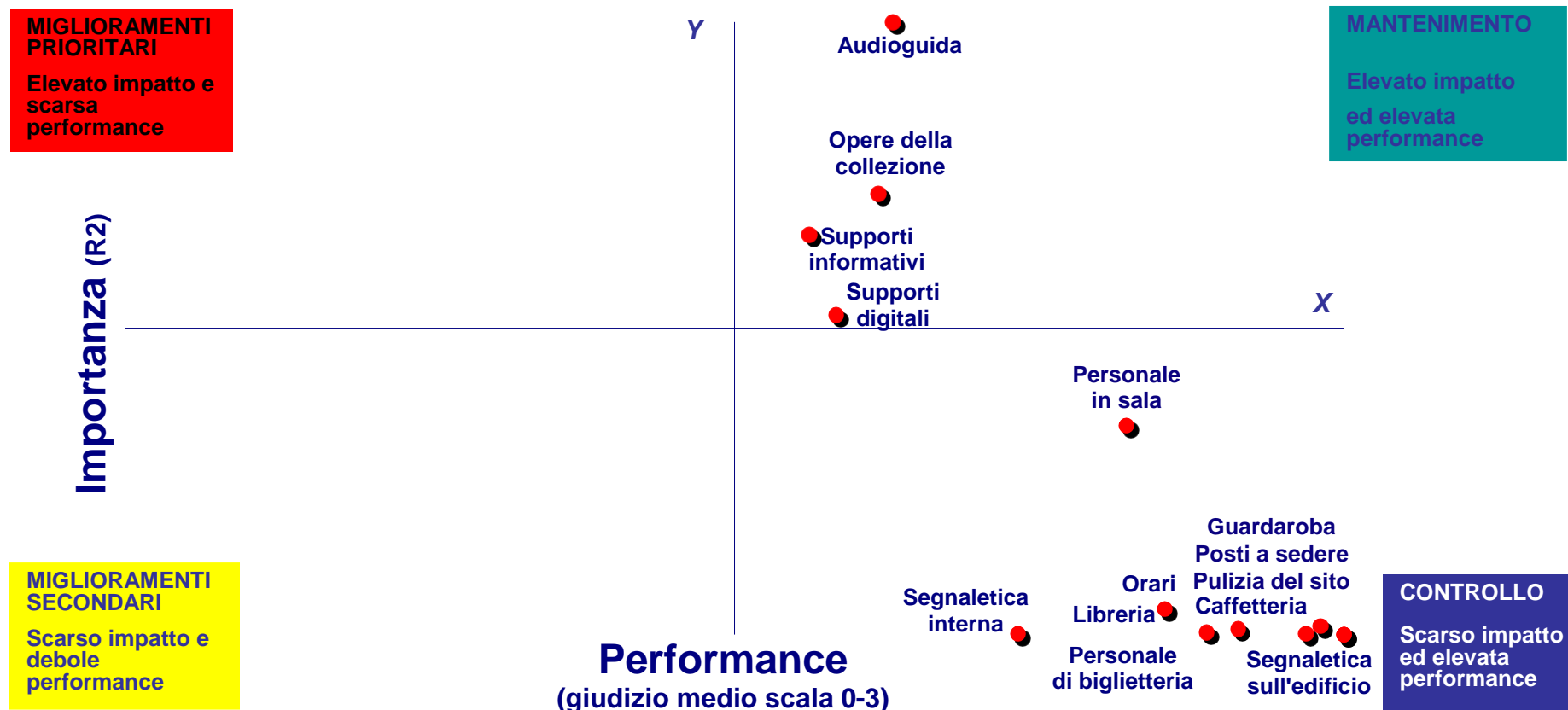
Tra gli aspetti indagati solo la caffetteria ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure minima e non significativa. Invece il guardaroba, i posti a sedere e la pulizia del sito, avendo raggiunto una media pari al valore massimo (3,00), hanno un coefficiente nullo e pertanto non sono presenti nella tabella della *slide* precedente.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Audioguida	0,791
Supporti digitali	0,657
Opere della collezione	0,567
Supporti informativi	0,555
Personale in sala	0,420

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**audioguida** è l'aspetto ritenuto più importante nella mappa (anche se va considerato che è stata utilizzata dal 7% del campione intervistato), ma anche le **opere della collezione**, i **supporti informativi** e **digitali** si collocano nel quadrante in alto a destra, seppure più in basso. 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.

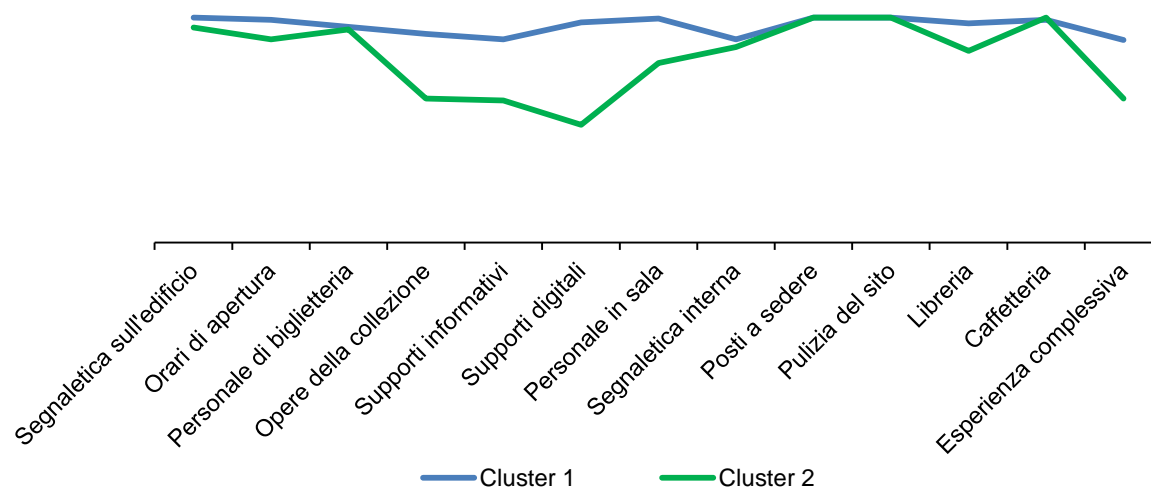
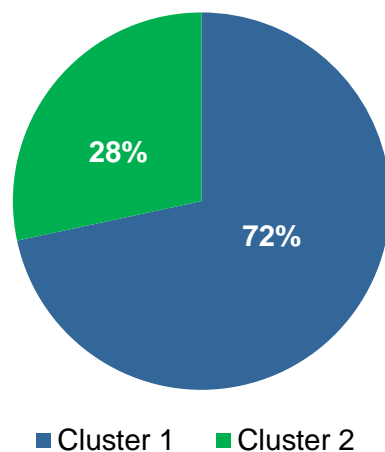
Cluster Analysis

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 e l'audioguida non sono risultati significativi).

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (96 individui per il *Cluster 1* e 38 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 la 1° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto su vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto soddisfatti: in prevalenza donne; diplomati; italiani (inclusi romani); di età giovane 19-25 anni e adulta over 65 anni; studenti e pensionati; alcuni già stati al *Museo di Roma*; scoprono il museo passando per caso e per conoscenza personale; giudizio superiore o uguale alle aspettative; si recano al museo in coppia; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

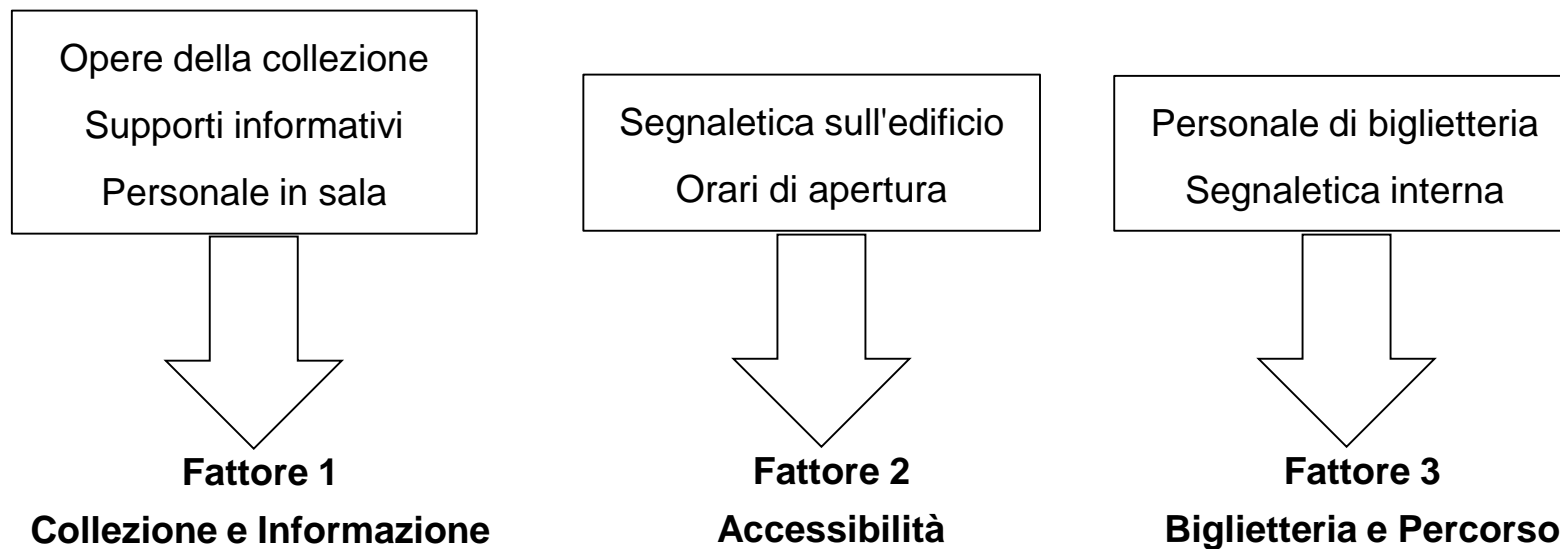
Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza uomini; laureati; turisti stranieri; di età 26-44 anni; manager e liberi professionisti; nuovi visitatori; scoprono il museo tramite la mostra temporanea in corso; giudizio inferiore alle aspettative o ne sono privi; vengono da soli o con propria famiglia; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

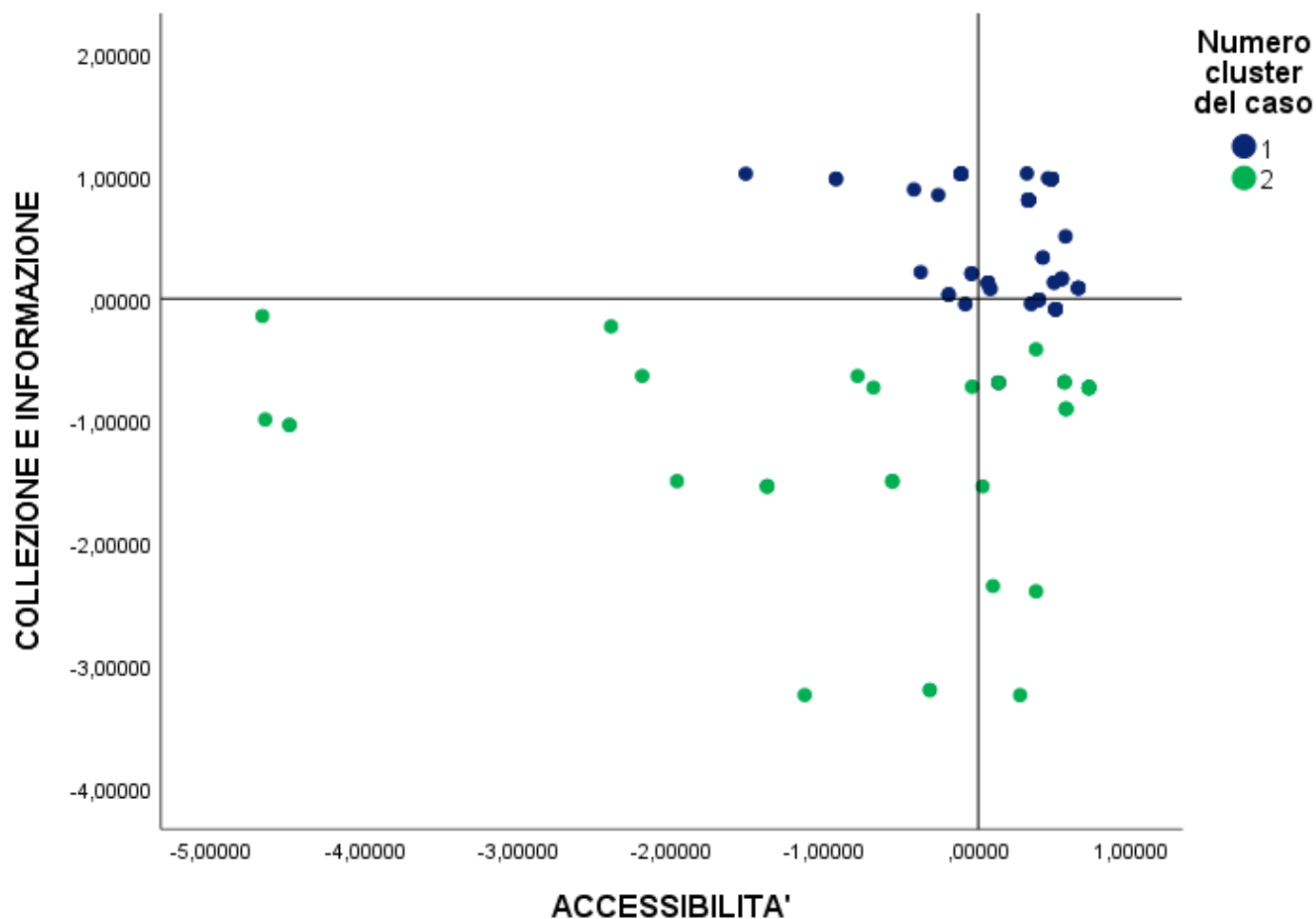
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba, l'audioguida, la libreria, la caffetteria, i supporti digitali, la pulizia del sito e i posti a sedere 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 su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 1 (*Collezione e Informazione*), che invece è stato meno gradito dal Cluster 2.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 71**

ELOGI piace il nuovo allestimento (2); museo sempre bello (1); piace molto il terzo piano (1).
Totale 4

SUPPORTI INFORMATIVI maggiori informazioni sulle opere della collezione permanente (12); tradurli anche in altre lingue, soprattutto in francese e spagnolo (4); i pannelli specchiati sono poco leggibili (4); altro (3). **Totale 23**

COLLEZIONE non è in linea con le aspettative (7); più arredi e ricostruzioni (6); altro (2).
Totale 15

SEGNALETICA INTERNA migliorare le indicazioni per il secondo piano (9); altro (3). **Totale 12**

BIGLIETTERIA il personale non parla inglese e sta al telefono (3); troppa attesa (2). **Totale 5**

ORARI anticipare l'apertura. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 17**

TOTALE 76 SUGGERIMENTI
Museo di Roma

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"/>
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"/>
Supporti digitali	<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"/>
Libreria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caffetteria	<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:.....