Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini – Centrale Montemartini

13 – 16 Ottobre 2022

Zètema progetto cultura

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 2021-2022
- 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. **121 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 13 al 16 ottobre** presso la **Centrale Montemartini** (gli intervistati rappresentano il 13% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).
Durante l'indagine erano presenti le mostre temporanee *"Colori dei Romani. I mosaici dalle Collezioni Capitoline"* e *"Il mosaico della Real Casa"*.

Questa numerosità appare abbastanza adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 94%, un margine di errore di stima di ±4,25%.

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 2022, 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 molto buono, con una media di **2,74** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.
Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono le **opere della collezione** (2,81), la **pulizia del sito** (2,81) e gli **orari di apertura** (2,77).

Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali** (2,02).
Il **guardaroba** (tale servizio è stato utilizzato dal 42% degli intervistati) rappresenta la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche quella maggiormente correlata all'esperienza complessiva, insieme agli **orari di apertura**, alle **opere della collezione** e alla **pulizia del sito** (*cfr.* pp. 17-19).
Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevale la richiesta di un'**audioguida** (n. 5 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 48% da cittadini **romani**, impiegati (26%) e **studenti** (19%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (62%), di età adulta compresa tra i **19 e 34 anni** (31% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo attraverso il **passaparola** (22%); poi seguono le voci **residente a Roma** (20%) e **altri siti web** (19%).
È significativo che il *passaparola* sia il canale predominante tra i turisti italiani, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi. La voce *residente a Roma* emerge in particolare per i romani che sono già stati alla *Centrale Montemartini*, il cui giudizio è superiore alle attese. Invece a rispondere *altri siti web* sono i turisti stranieri, che vengono per la prima volta in questo museo, il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.

Tabella riassuntiva

Centrale Montemartini 2022	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,43	2,00	121	0	0,589	0%	48%	0%	95%
Orari di apertura	2,77	3,00	121	1	0,444	1%	78%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,73	3,00	121	1	0,467	1%	73%	0%	99%
Guardaroba	2,61	3,00	121	70	0,568	58%	65%	0%	96%
Opere della collezione	2,81	3,00	121	0	0,394	0%	81%	0%	100%
Supporti informativi	2,47	3,00	121	1	0,621	1%	53%	0%	93%
Supporti digitali	2,02	2,00	121	2	0,873	2%	34%	4%	71%
Personale in sala	2,26	2,00	121	4	0,632	3%	36%	0%	90%
Segnaletica interna	2,53	3,00	121	1	0,621	1%	59%	0%	93%
Pulizia del sito	2,81	3,00	121	1	0,455	1%	83%	0%	98%
Libreria	2,26	2,00	121	3	0,591	2%	34%	0%	92%
Esperienza complessiva	**2,74**	**3,00**	**121**	**0**	**0,461**	**0%**	**74%**	**0%**	**99%**

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

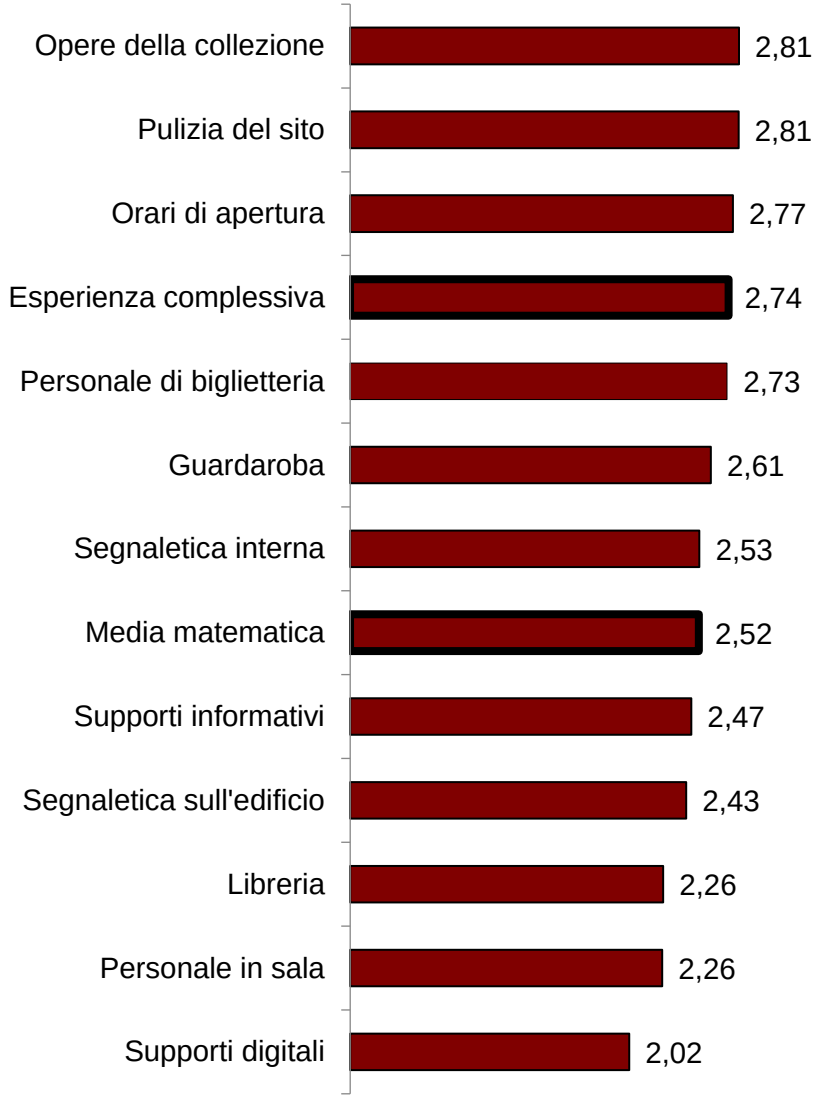
***La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,52).*

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** e gli **orari di apertura**.

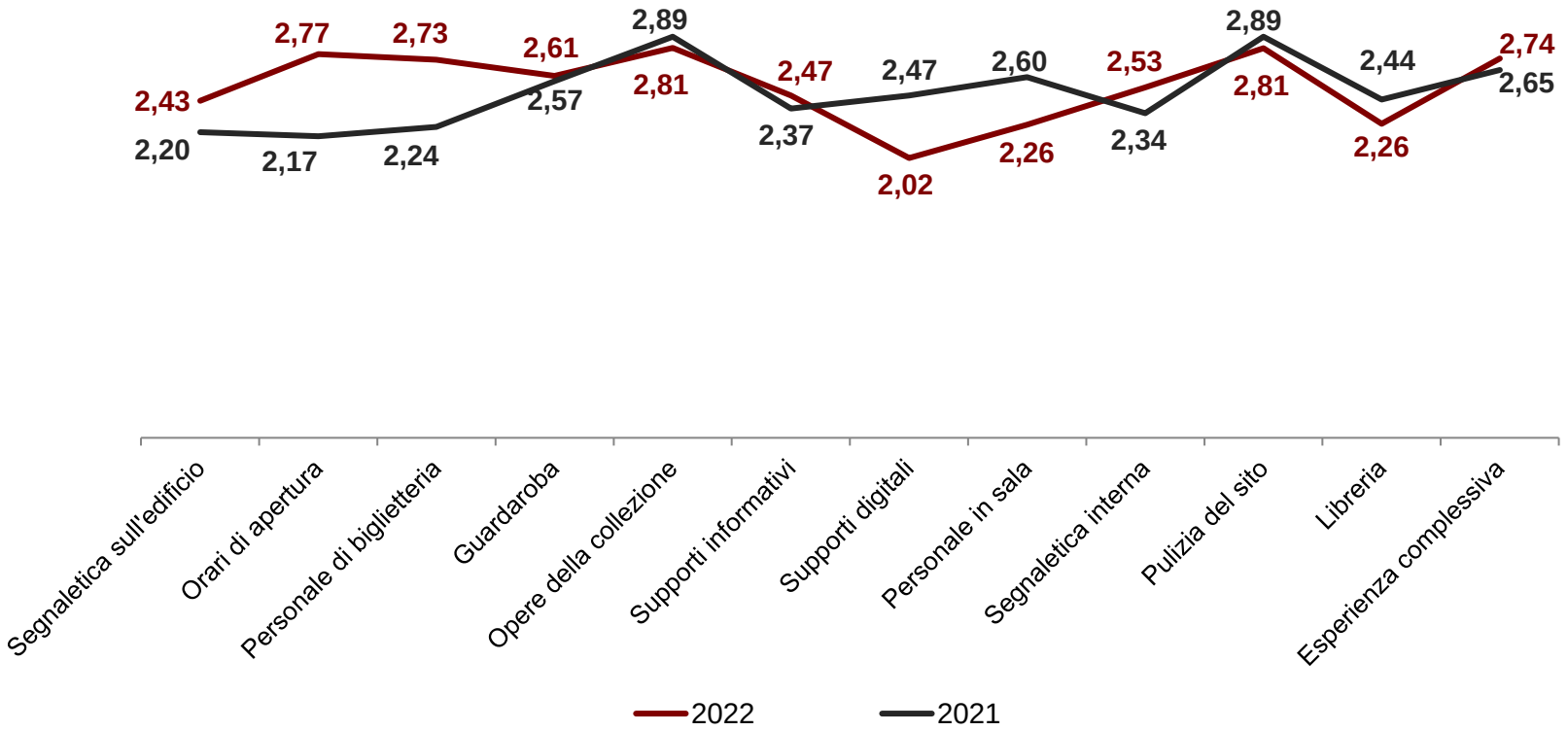
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali**.



Analisi del trend 2021-2022

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta abbastanza lineare, seppure con qualche discrepanza.

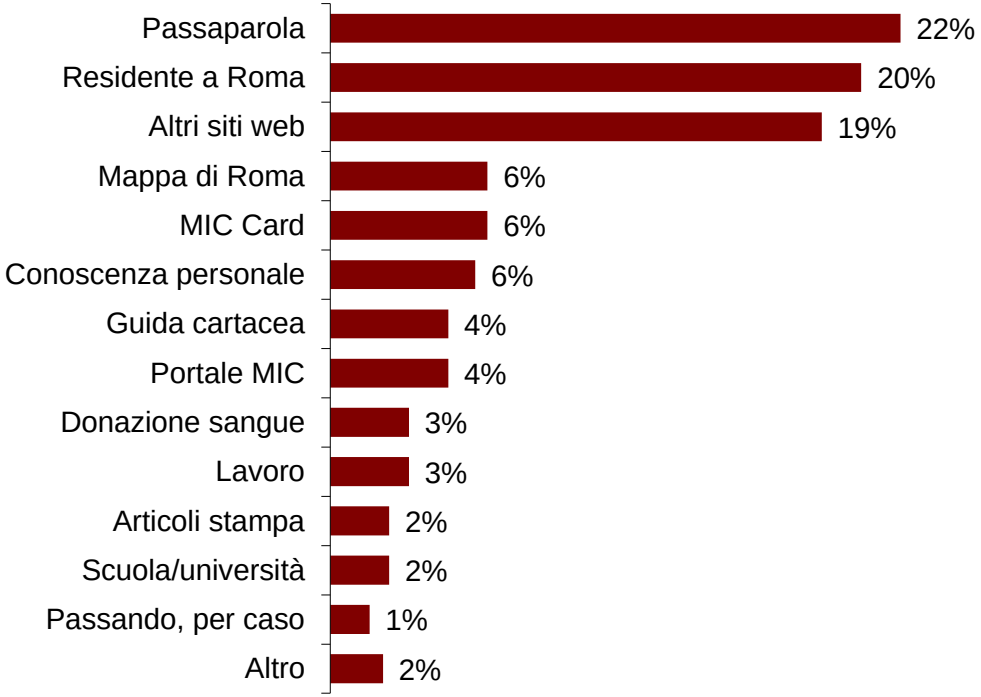
Si registra un incremento del livello medio di soddisfazione sui seguenti aspetti oggetto d'indagine: segnaletica sull'edificio, orari di apertura, personale di biglietteria, guardaroba, supporti informativi, segnaletica interna ed esperienza complessiva. Invece si rileva una flessione sui restanti servizi, in particolare sui supporti digitali (la media scende al di sotto dello standard di 2,20) e sul personale in sala.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 22% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite il "**passaparola**" (nel 2021 raggiungeva il 32% sul totale degli intervistati). Il 20% risponde "**residente a Roma**" (raddoppia rispetto al 10% nell'indagine precedente) e il 19% "**altri siti web**" (in netto aumento dall'8% emerso nel 2021).

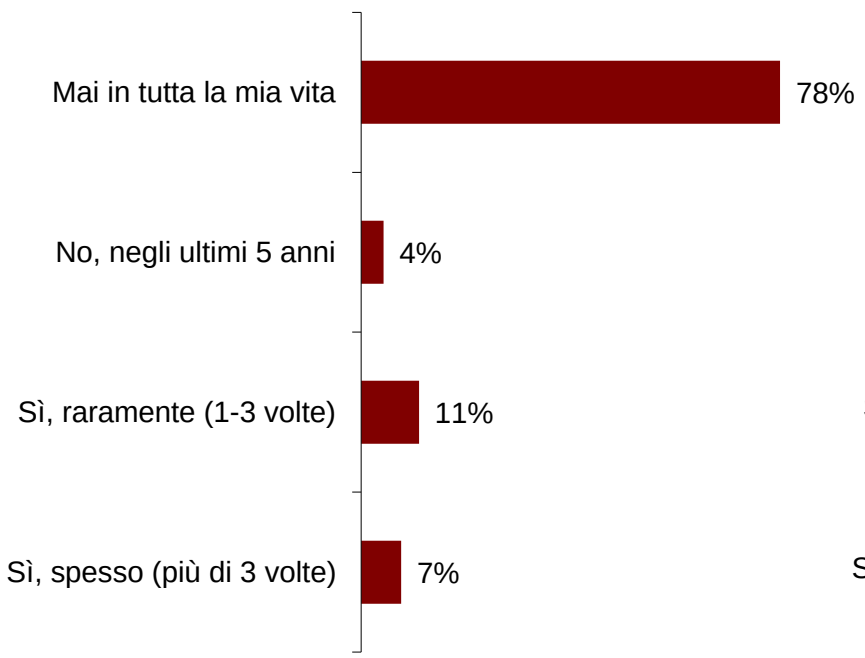
È significativo che il passaparola sia il canale predominante tra i turisti italiani, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi. La voce residente a Roma emerge in particolare per i romani che sono già stati alla *Centrale Montemartini*, il cui giudizio è superiore alle attese. Invece a rispondere altri siti web sono i turisti stranieri, che vengono per la prima volta in questo museo, il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.

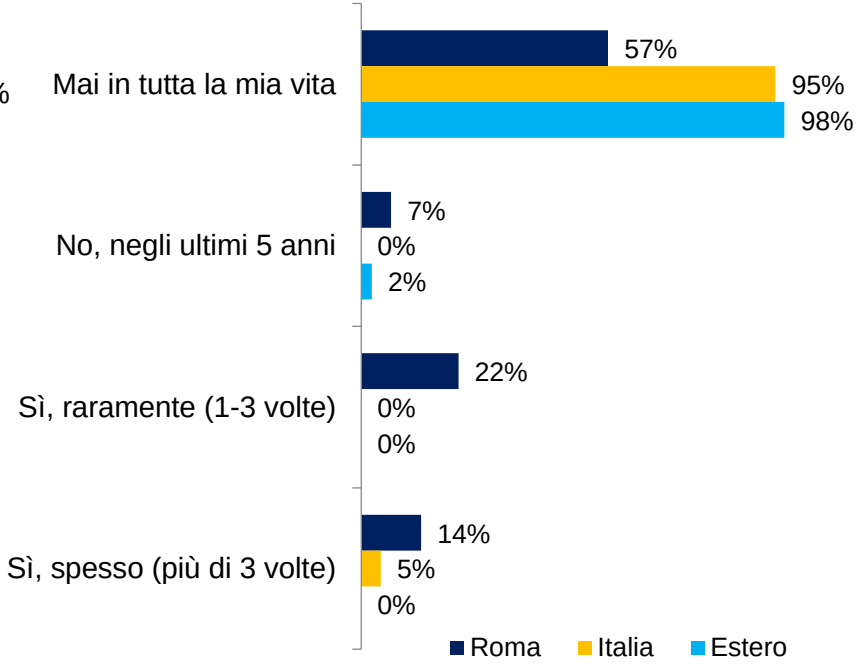


Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben il 78% degli intervistati dichiara di **non essere mai stato prima** alla *Centrale Montemartini*, il 18% l'ha già visitata (di cui l'11% "*da una a tre volte*" e il 7% "*più di tre volte*"), mentre il restante 4% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 45-64 anni, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.
Invece ad avere già frequentato la *Centrale Montemartini* sono in particolare i visitatori romani, di età 40-44 anni o adulti over 65 anni, possessori della *MIC Card*, con un giudizio uguale alle attese.

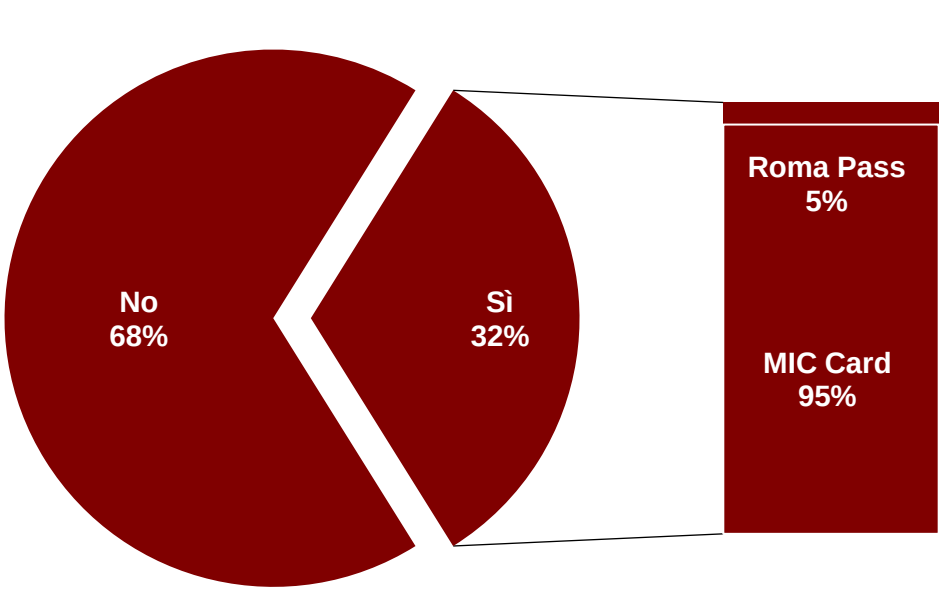


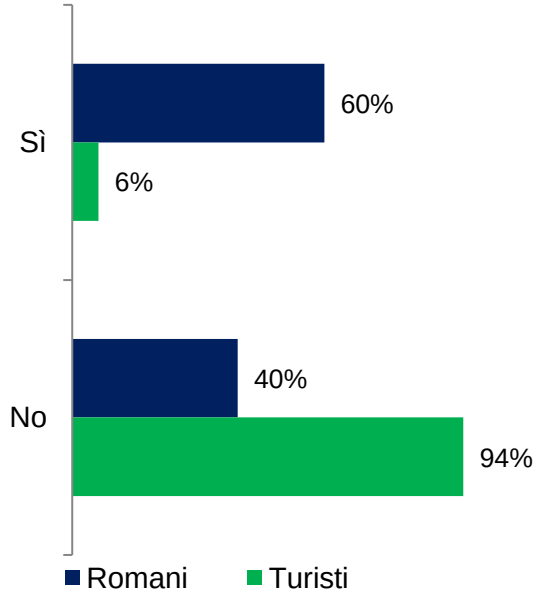


Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 68% degli intervistati non ha usufruito di una card per entrare nel museo, mentre il 32% afferma di averla utilizzata (di cui il 95% si riferisce alla **MIC Card** e il restante 5% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (*cfr*. grafico sottostante a destra), già stati in questo museo e in generale molto soddisfatti del museo. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare alla *Centrale Montemartini* sono in prevalenza i turisti, nuovi visitatori, nel complesso abbastanza soddisfatti della loro esperienza.

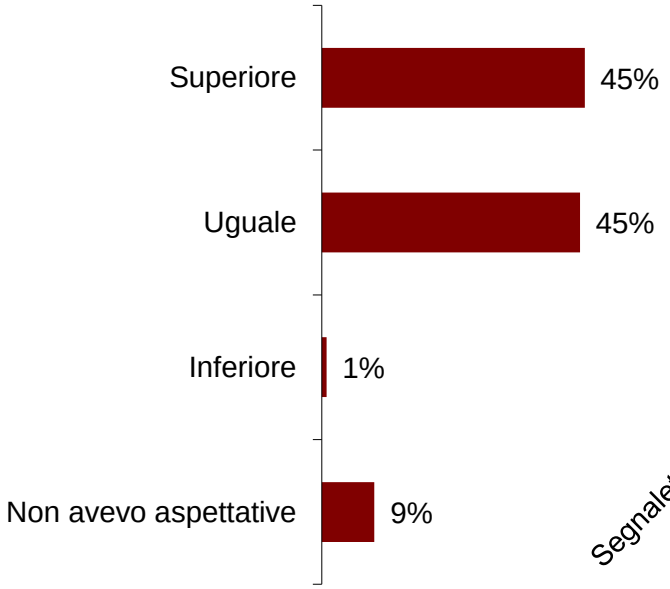


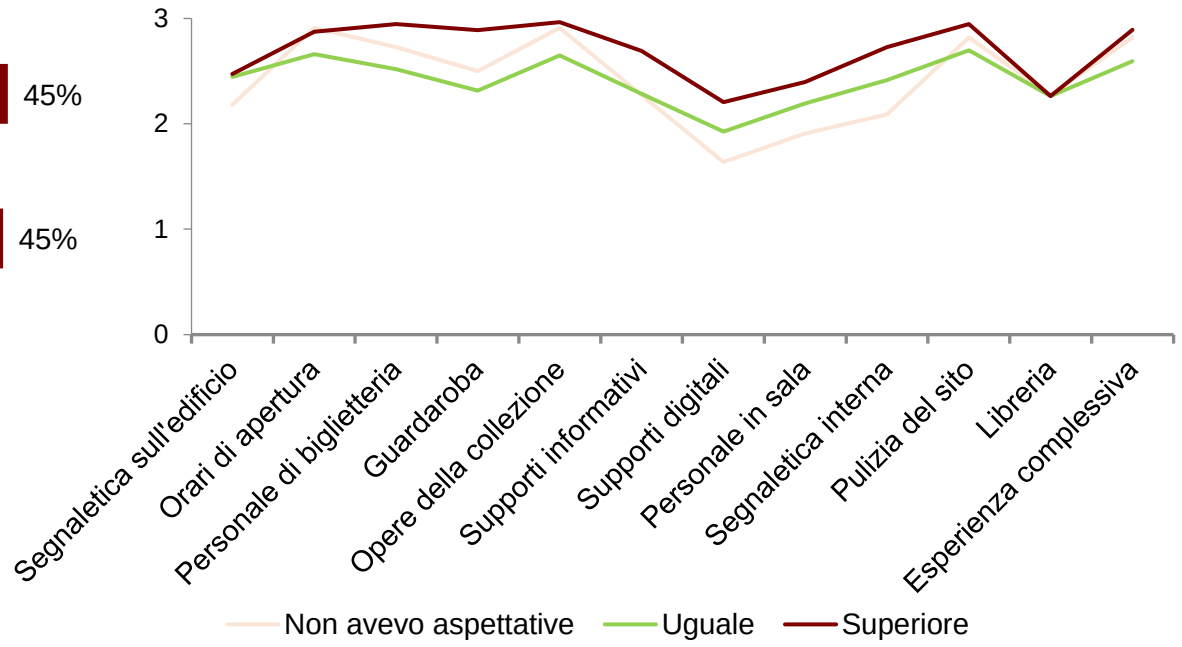


Giudizio rispetto alle aspettative

Un 45% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese** e per un ulteriore 45% è uguale, mentre solo per l'1% tale museo risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 9% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese o ad esserne privi siano soprattutto i turisti stranieri, che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i visitatori italiani (inclusi i romani), diplomati, che affermano di essere abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono sono tendenzialmente i più soddisfatti su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (*cfr.* grafico sottostante a destra).



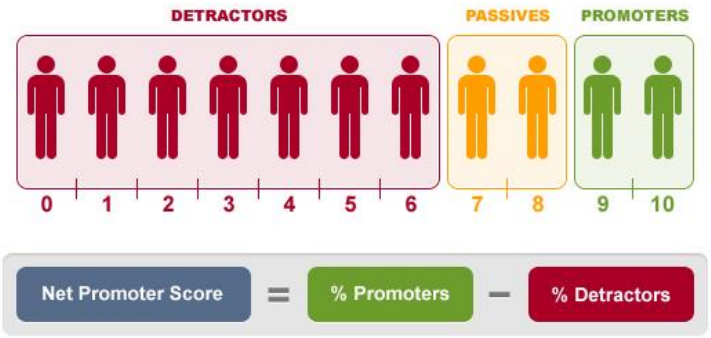


Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei promotori - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e 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 visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà la *Centrale Montemartini* è pari a **52%**.

Il 36% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "*promotori*", mentre solo il 6% rientra nella categoria dei "*detrattori*" (valutazioni comprese nell'intervallo tra 0 e 6).

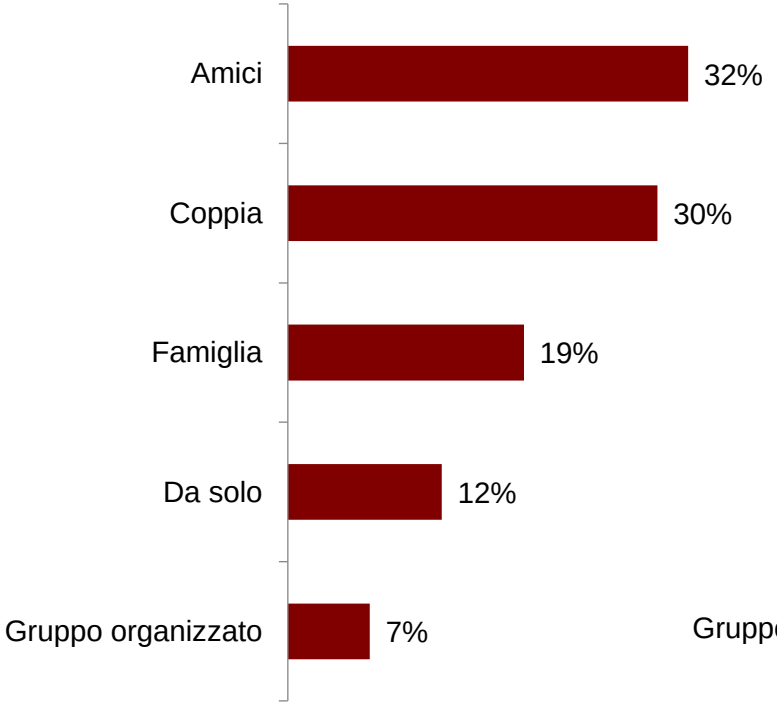


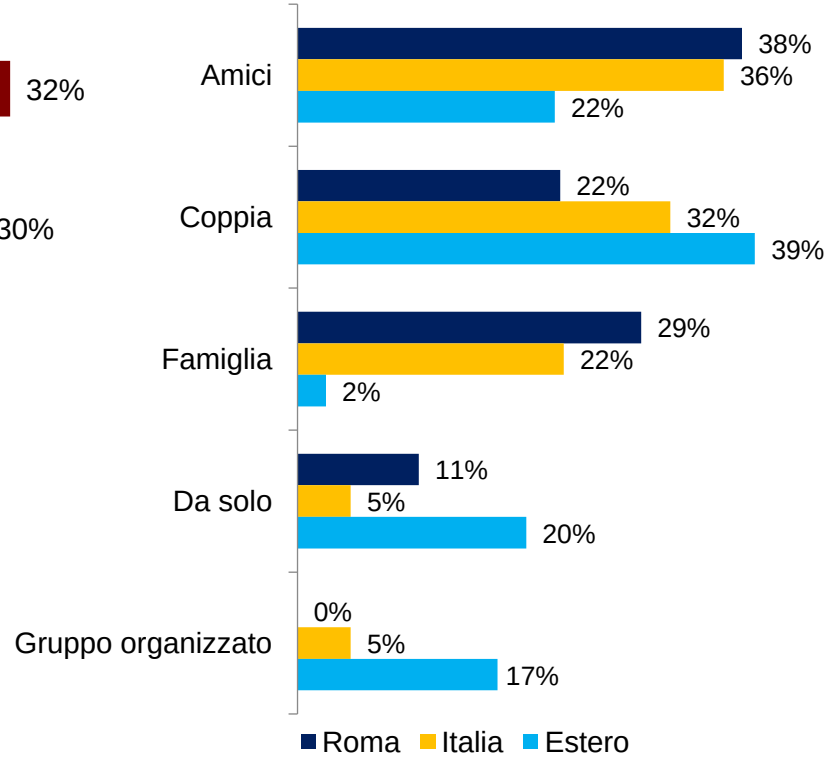
NET PROMOTER SCORE Centrale Montemartini 2022										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	3	5	19	24	20	50
0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	16%	20%	17%	41%
DETRATTORI = 6%							PASSIVI = 36%		PROMOTORI = 58%	
58% - 6% = 52%										

Con chi ha visitato il museo

Il 32% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “**amici**”, il 30% in “**coppia**”, il 19% insieme alla “**famiglia**”, il 12% viene “**da solo**” e il restante 7% con un “**gruppo organizzato**”.

Risulta significativo che a venire con amici siano principalmente i visitatori italiani, di età giovane 19-39 anni. Invece a recarsi al museo in coppia sono in prevalenza i turisti stranieri, di età adulta 55-74 anni, mentre vengono con la propria famiglia in particolare i residenti a Roma, appartenenti alla fascia dei 45-54 anni. Infine a prediligere la visita da soli o con un gruppo organizzato sono i visitatori stranieri di età compresa tra i 40 e 64 anni.

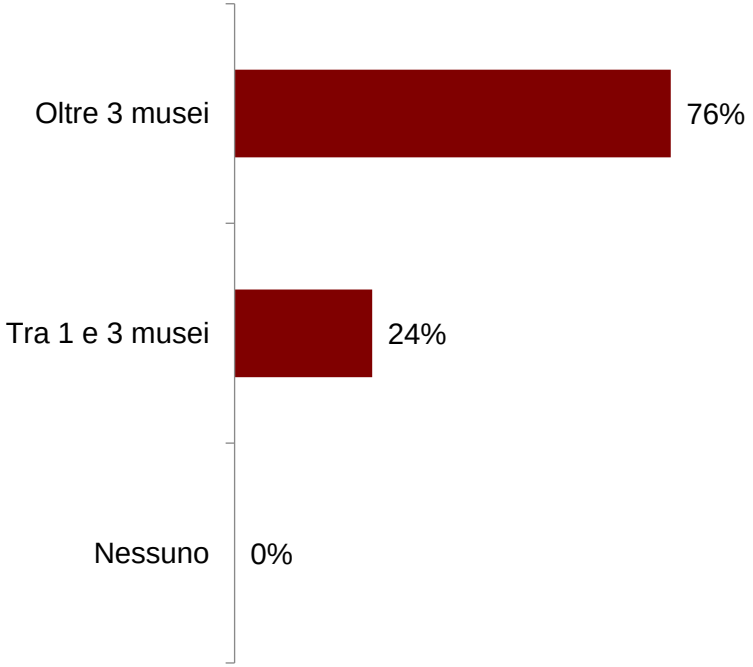




Nell’ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 76% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell’ultimo anno, il 24% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre nessuno dichiara di non aver visitato quest’anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell’ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno conseguito un titolo di specializzazione post laurea e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei sono prevalentemente i visitatori diplomati, nel complesso abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.



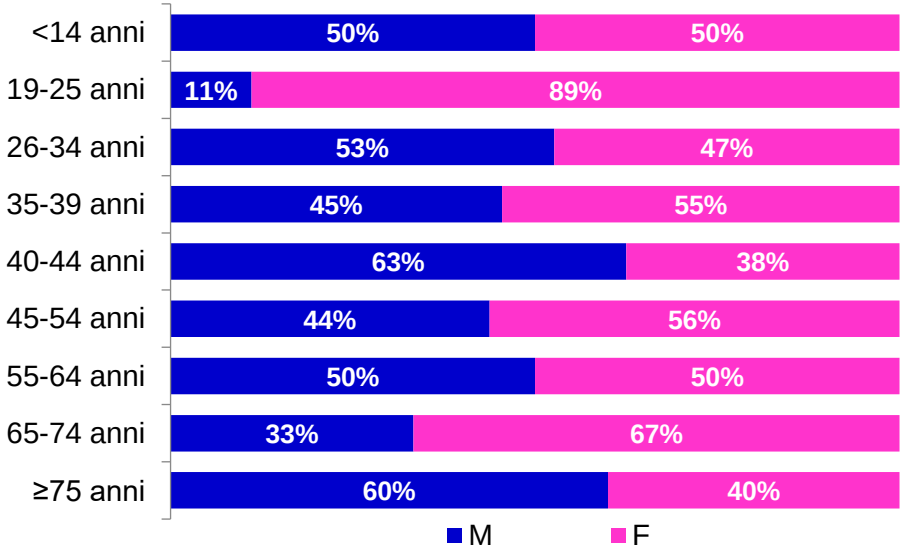
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (56%; era il 54% nel 2021), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-25 anni e 65-74 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce di età 26-34 anni, 40-44 anni e over 75 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età giovane **19-34 anni**, che raggiungono complessivamente il 31% sul totale degli intervistati (in aumento dal 21% emerso nel 2021). Inoltre si registra un decremento delle fasce adulte dei 45-64 anni, che passano dal 52% al 25%.

Il 62% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (46% nell'indagine precedente).

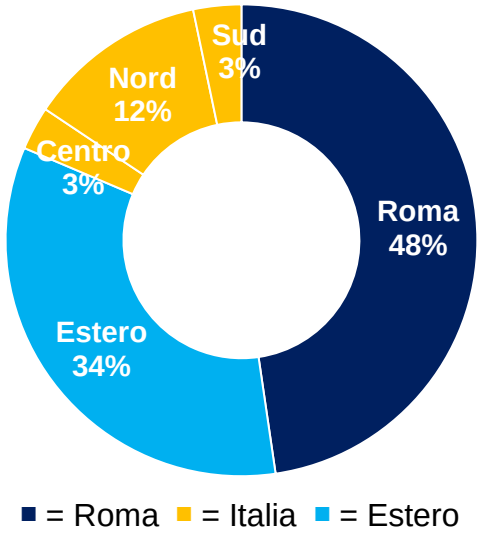
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (26%; in lieve aumento dal 23% dell'indagine precedente); poi seguono gli studenti (19%; nel 2021 erano il 20%) e i liberi professionisti (in netto aumento dal 7% al 17%).

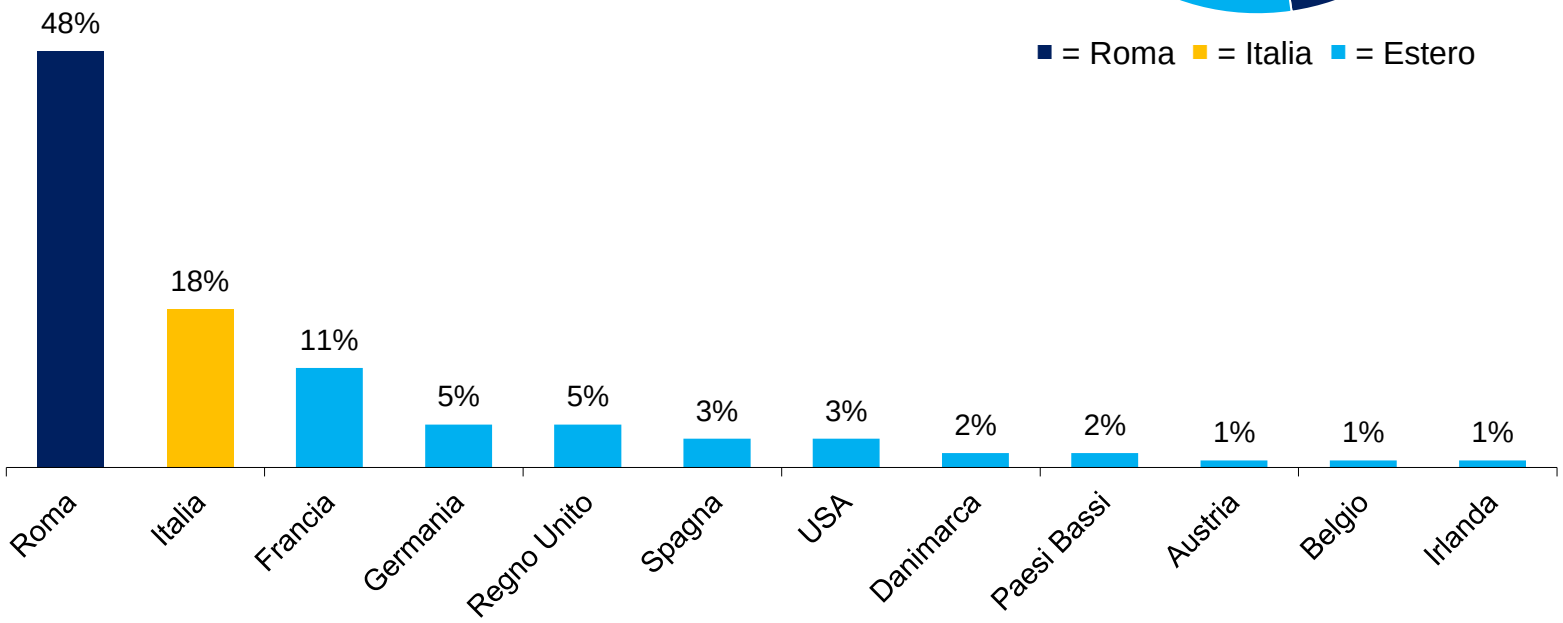


Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 48% del campione intervistato è costituito da cittadini **romani** (lo scorso anno erano il 44%); il 34% proviene dall'estero (39% nel 2021) e il 18% giunge da altre province italiane (17% nell'indagine precedente).

Tra le nazionalità estere prevale quella **francese** (11%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.





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	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,309**	,206*	0,151	0,016	0,044	0,083	0,165	0,102	0,001	0,085	,214*
Orari di apertura	,309**	1,000	,508**	,699**	,402**	0,127	-0,021	,195*	0,170	,336**	-0,016	,512**
Personale di biglietteria	,206*	,508**	1,000	,594**	,383**	,230*	0,175	,206*	,337**	,401**	0,119	,427**
Guardaroba	0,151	,699**	,594**	1,000	,428**	,372**	0,214	0,251	,348*	,464**	0,017	,602**
Opere della collezione	0,016	,402**	,383**	,428**	1,000	,236**	,184*	,225*	,251**	,354**	-0,068	,493**
Supporti informativi	0,044	0,127	,230*	,372**	,236**	1,000	,563**	,402**	,215*	,298**	,199*	,349**
Supporti digitali	0,083	-0,021	0,175	0,214	,184*	,563**	1,000	,442**	,310**	0,004	,363**	,281**
Personale in sala	0,165	,195*	,206*	0,251	,225*	,402**	,442**	1,000	,290**	0,161	,523**	,383**
Segnaletica interna	0,102	0,170	,337**	,348*	,251**	,215*	,310**	,290**	1,000	,315**	,297**	,336**
Pulizia del sito	0,001	,336**	,401**	,464**	,354**	,298**	0,004	0,161	,315**	1,000	0,066	,471**
Libreria	0,085	-0,016	0,119	0,017	-0,068	,199*	,363**	,523**	,297**	0,066	1,000	0,133
Esperienza complessiva	,214*	,512**	,427**	,602**	,493**	,349**	,281**	,383**	,336**	,471**	0,133	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).

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

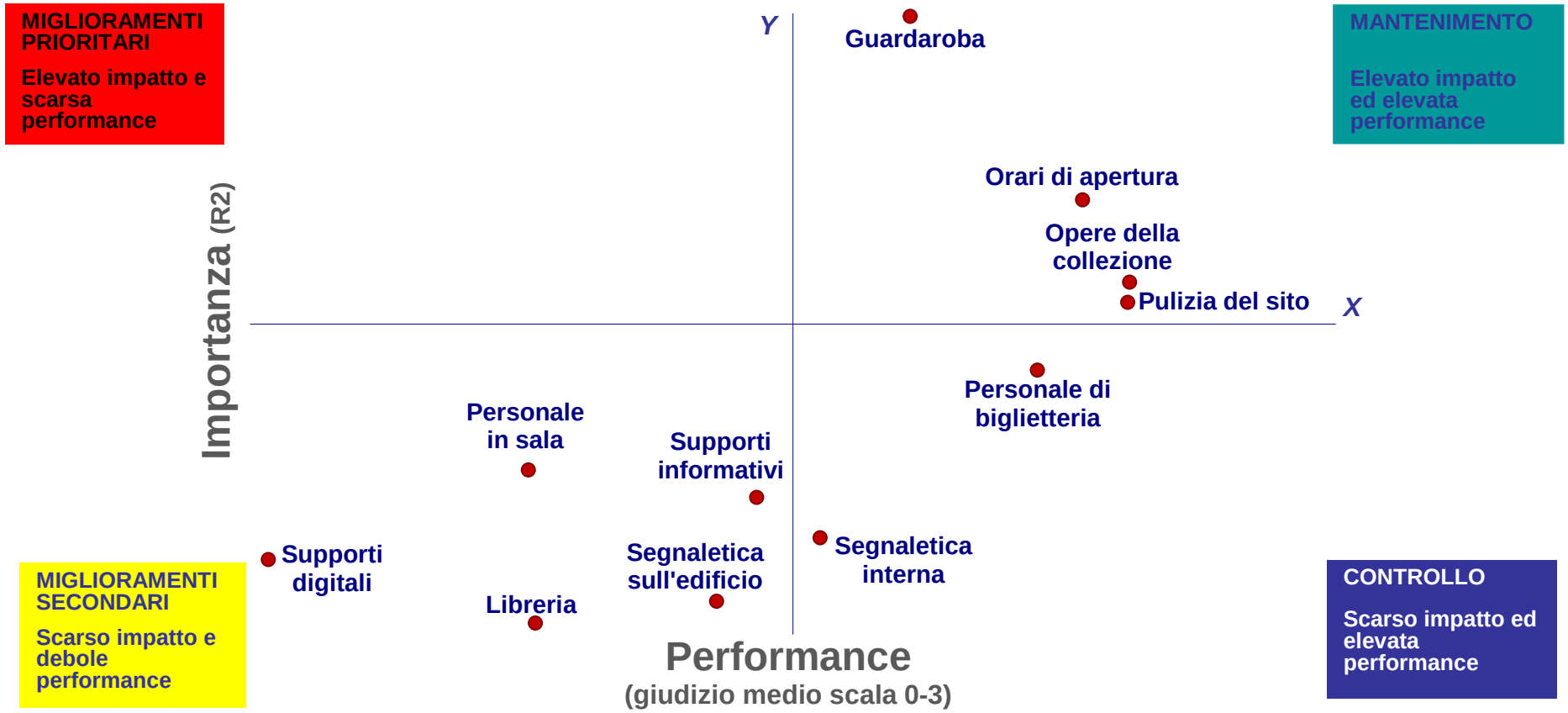
Per la *Centrale Montemartini* il **guardaroba** (tale servizio è stato utilizzato dal 42% degli intervistati), gli **orari di apertura** e le **opere della collezione** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

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

Coefficiente di correlazione *Rho di Spearman* sull'esperienza complessiva	
Guardaroba	0,602
Orari di apertura	0,512
Opere della collezione	0,493
Pulizia del sito	0,471
Personale di biglietteria	0,427
Personale in sala	0,383
Supporti informativi	0,349
Segnaletica interna	0,336
Supporti digitali	0,281
Segnaletica sull'edificio	0,214

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **guardaroba** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e si posiziona nel quadrante in alto a destra, insieme agli **orari di apertura**, alle **opere della collezione** e alla **pulizia del sito**. Nessuna variabile emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).
Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



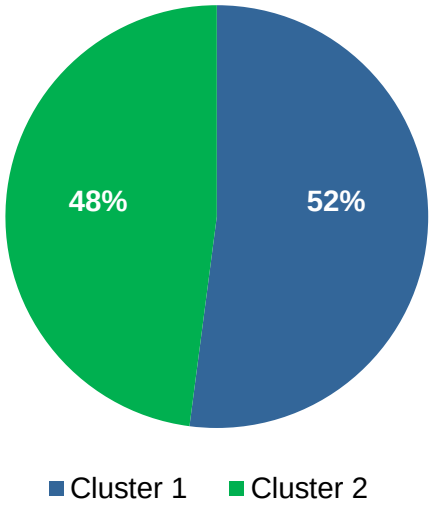
** Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.*

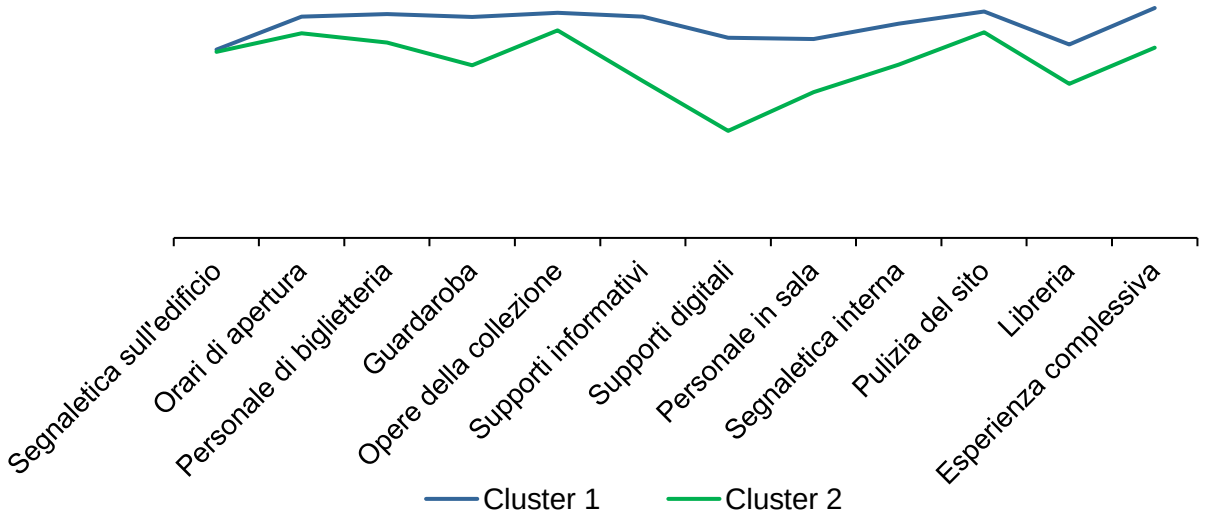
Cluster Analysis

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 (63 individui per il *Cluster 1* e 58 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 sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – *Molto Soddisfatti*: in prevalenza donne; residenti a Roma; di età 35-54 anni e over 75 anni; laureati; liberi professionisti e pensionati; alcuni già stati alla *Centrale Montemartini*; scoprono il museo soprattutto tramite il portale *www.museiincomuneroma.it*; vengono con amici; giudizio superiore alle aspettative; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – *Abbastanza Soddisfatti*: in prevalenza uomini; turisti (italiani e stranieri); di età 19-34 anni e 55-74 anni; diplomati; studenti e impiegati; nuovi visitatori; scoprono il museo soprattutto tramite il passaparola ed altri siti web; vengono in coppia; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

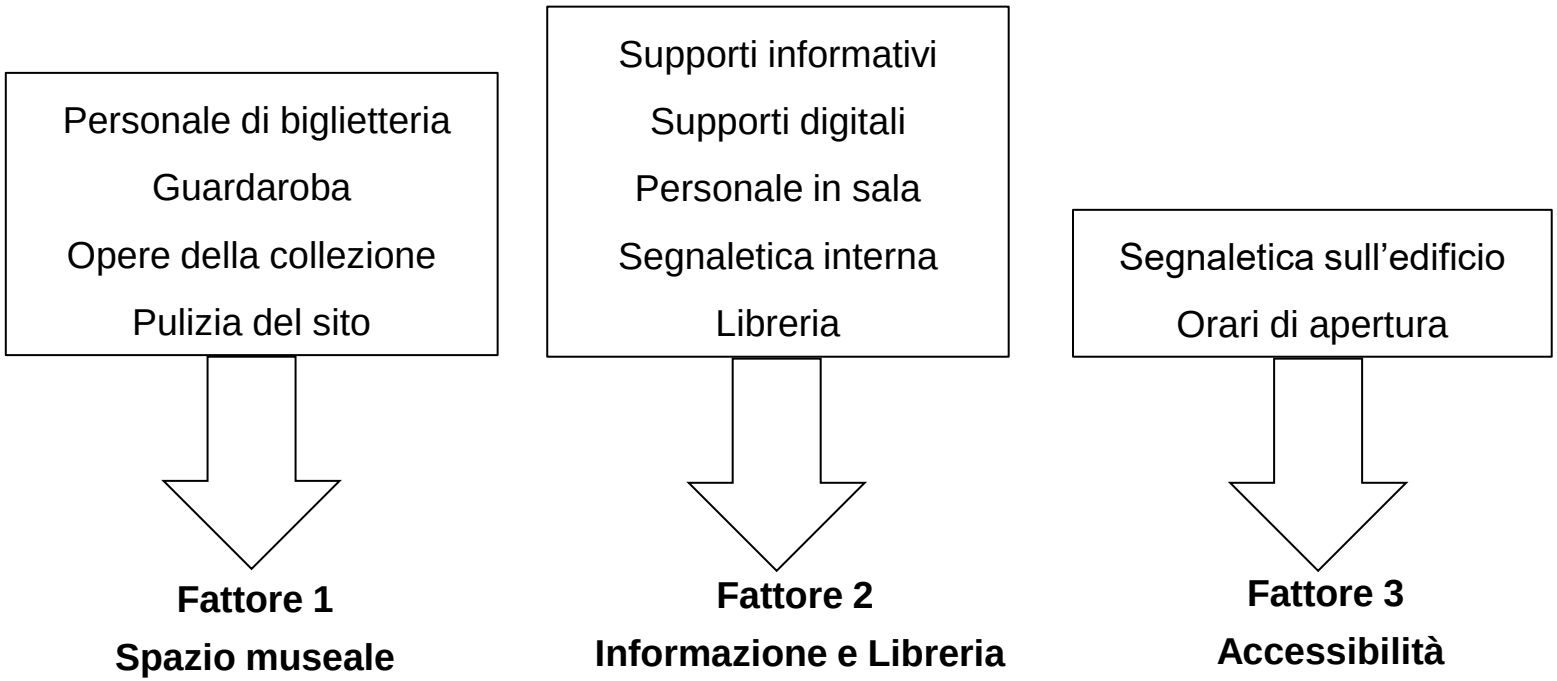




Analisi Fattoriale

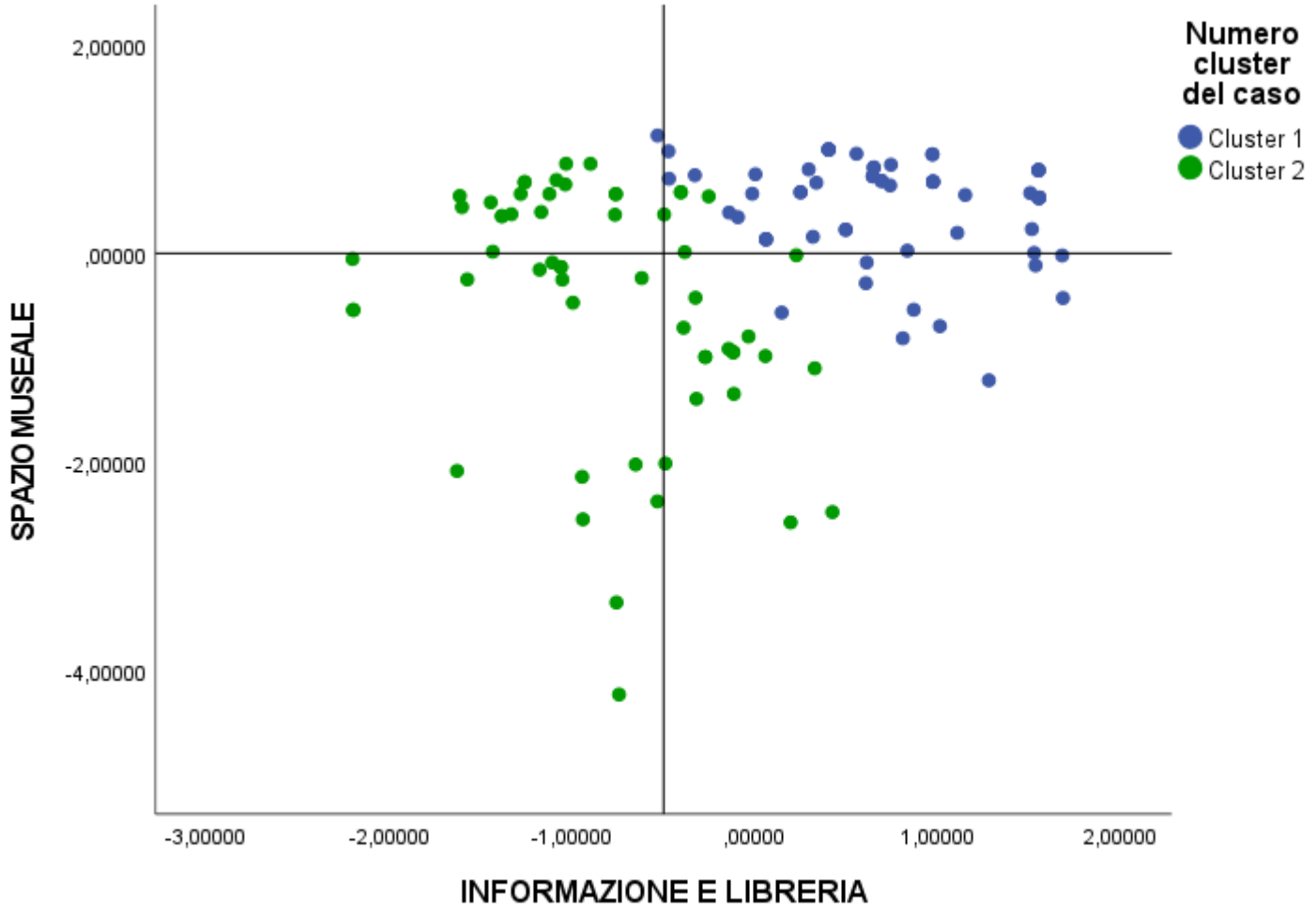
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 2 (*Informazione e Libreria*), che risulta meno gradito dal Cluster 2.



Suggerimenti

ELOGIO museo bellissimo. **Totale 1**

AUDIOGUIDA da aggiungere. **Totale 5**

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

SEGNALETICA INTERNA da migliorare la segnaletica. **Totale 4**

SUPPORTI DIGITALI alcuni non funzionano. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 6**

TOTALE 23 SUGGERIMENTI
CENTRALE MONTEMARTINI

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 □ social network
□ www.museiincomuneroma.it □ amici/parenti □ 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	□	□	□	□	□
Orari di apertura	□	□	□	□	□
Personale di biglietteria	□	□	□	□	□
Guardaroba	□	□	□	□	□
Opere della collezione	□	□	□	□	□
Supporti informativi	□	□	□	□	□
Supporti digitali	□	□	□	□	□
Personale di assistenza in sala	□	□	□	□	□
Segnaletica interna	□	□	□	□	□
Pulizia del sito	□	□	□	□	□
Libreria	□	□	□	□	□
Esperienza complessiva	□	□	□	□	□

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:.....