



---

Indagini di Customer Satisfaction

**Contact Center 060608**

## 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 *Contact Center 060608*
- Tipologia di servizio richiesto
- Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo servizio ad un amico
- Conoscenza dei siti web turistici di Roma Capitale
- Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma
- Analisi socio-demografica
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

Il presente documento illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **361** questionari somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) agli utenti che hanno usufruito del *Contact Center 060608* **dal 14 giugno all'11 luglio 2022** (gli intervistati rappresentano il 23% delle email a cui è stato inviato il questionario online in tale periodo d'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di  $\pm 4,54\%$ .

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 degli utenti intervistati è molto buono, con una media di **2,75** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **cortesia dell'operatore** (2,88), la **capacità di problem solving** (2,77), la **completezza delle informazioni ricevute** (2,76) e l'**orario di apertura** (2,75).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **tempi di attesa** (2,15).

La **completezza delle informazioni ricevute**, la **cortesia dell'operatore**, la **capacità di problem solving** e il **servizio vendita biglietti** sono in assoluto le variabili più importanti nella mappa delle priorità, ma anche quelle più correlate al giudizio generale (*cfr.* pp. 18-20).

Tra i suggerimenti prevalgono le osservazioni rilasciate dagli utenti sul **servizio di prenotazione** (14 suggerimenti) e sui **tempi di attesa** (13 suggerimenti).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito in prevalenza da **cittadini romani** (85%), **impiegati** (42%), **pensionati** (19%) e **liberi professionisti** (14%), in possesso di un **titolo di laurea o post laurea** (64%), soprattutto di età adulta tra i **45 e 64 anni** (58% sul campione totale).

Alla domanda sui mezzi di comunicazione attraverso cui gli utenti vengono a conoscenza del *Contact Center 060608*, il 36% risponde "**da sempre/non ricordo**", seguono "**internet**" (35%), e lo "**060606**" (10%).

Risulta significativo che ad avere risposto *da sempre/non ricordo* siano soprattutto gli utenti romani, con titolo di laurea o post laurea, che hanno già utilizzato il servizio, conoscono i siti turistici ufficiali, hanno visitato più musei in quest'ultimo anno e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece *internet* è il canale principale per i turisti, diplomati, nuovi fruitori, non conoscono i siti web turistici di Roma Capitale, hanno effettuato meno di tre visite culturali nell'ultimo anno e nel complesso sono molto soddisfatti.

## Tabella riassuntiva

Contact Center 060608	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	% Molto+ Abbastanza soddisfatti
Orario di apertura	2,75	3,00	361	0	0,470	0%	76%	0%	99%
Tempi di attesa	2,15	2,00	361	0	0,856	0%	43%	2%	73%
Operatore - Cortesia	2,88	3,00	361	0	0,354	0%	89%	0%	99%
Capacità problem solving	2,77	3,00	355	6	0,483	2%	80%	0%	98%
Completezza informazioni ricevute	2,76	3,00	361	0	0,492	0%	79%	0%	98%
Servizio vendita biglietti	2,72	3,00	330	31	0,517	9%	75%	1%	98%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,75</b>	<b>3,00</b>	<b>361</b>	<b>0</b>	<b>0,486</b>	<b>0</b>	<b>78%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

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

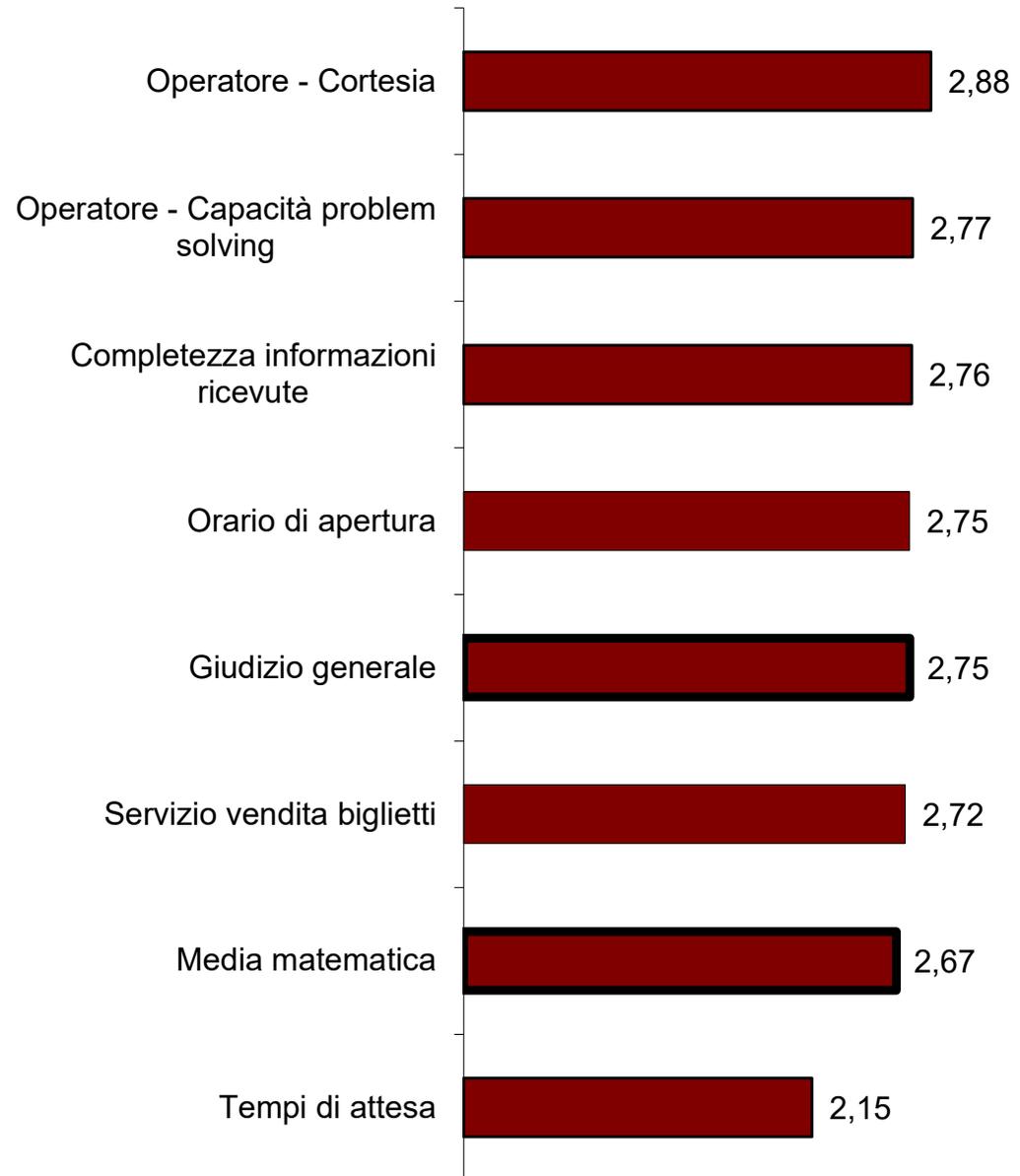
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,67).

## 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.

Gli aspetti oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi sono: **cortesia dell'operatore, capacità di problem solving, completezza delle informazioni ricevute e orario di apertura.**

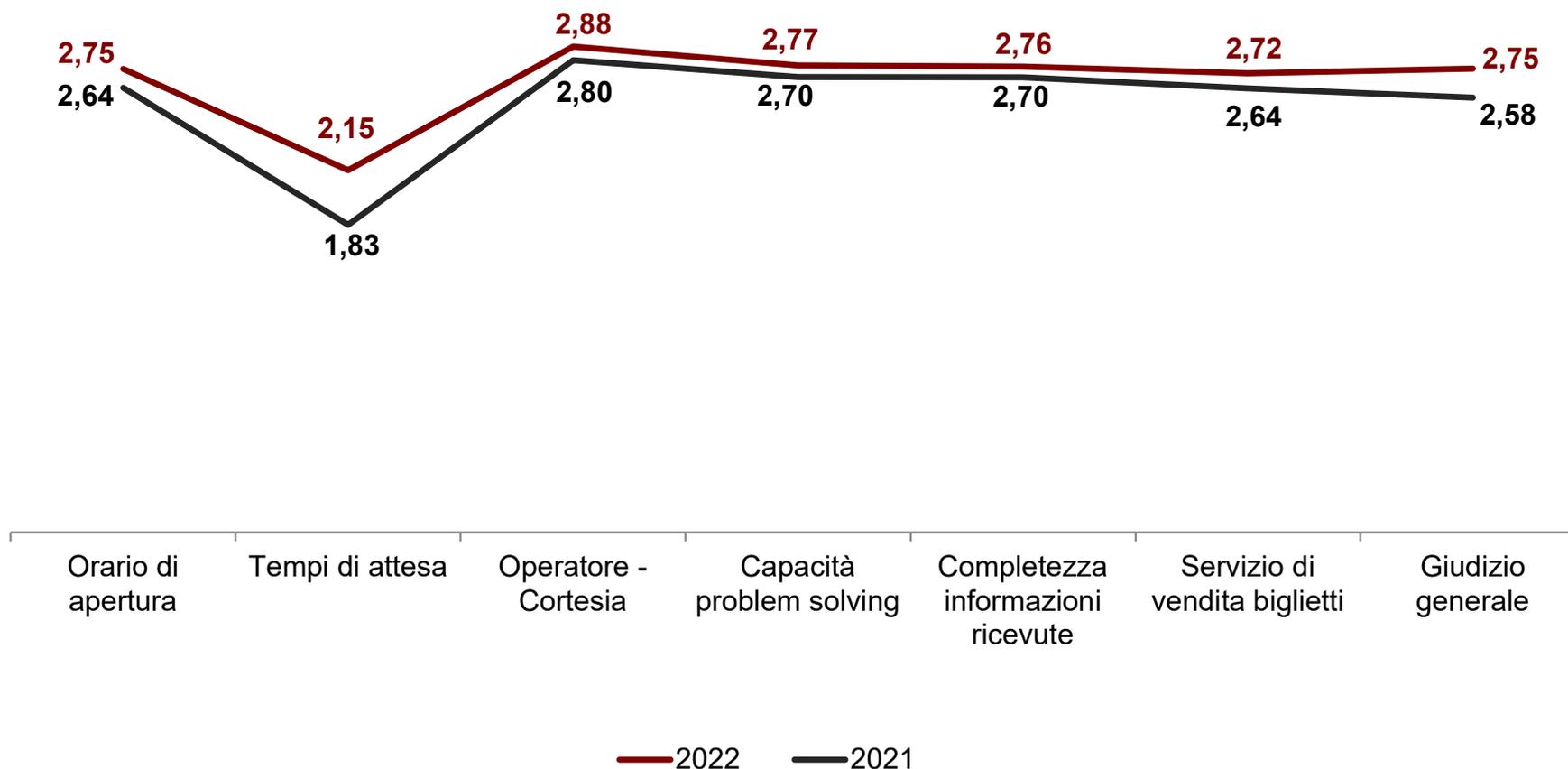
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard di 2,20, ad eccezione dei **tempi di attesa** (media di 2,15).



## Analisi del trend 2021-2022

Rispetto allo scorso anno il trend risulta lineare e costante, con uno scostamento minimo.

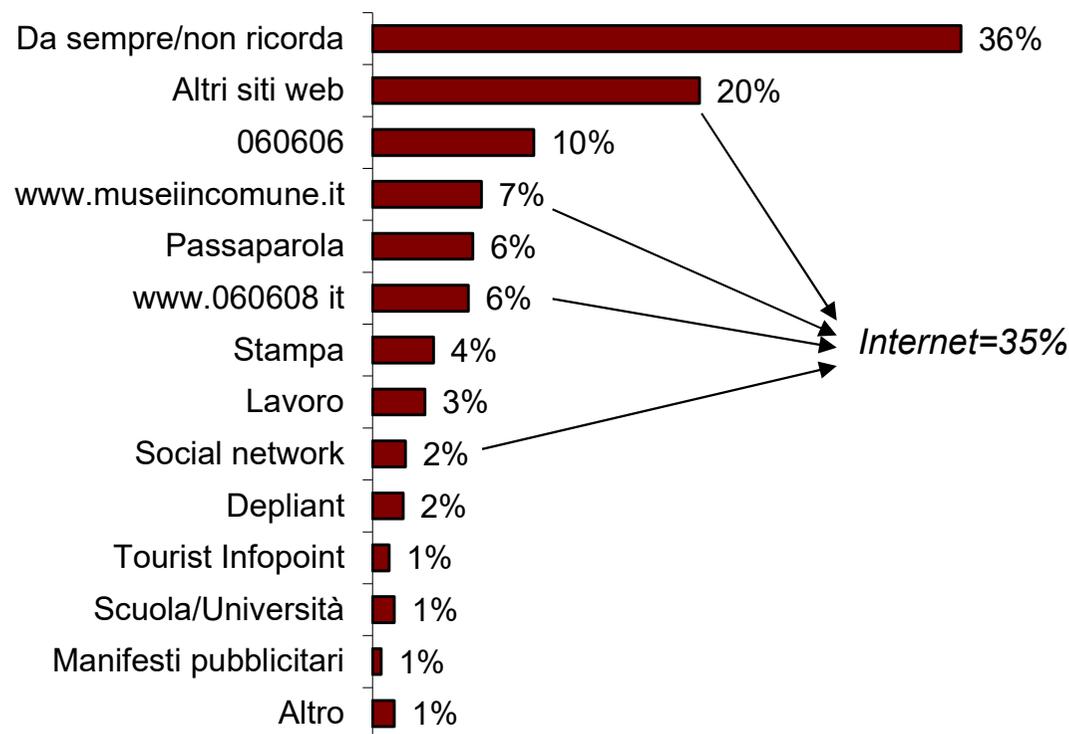
Si registra un lieve aumento della soddisfazione su tutti gli aspetti oggetto d'indagine. I tempi di attesa sono l'unica variabile che registra un maggiore incremento del valore medio, pur restando al di sotto dello standard minimo di 2,20.



## Come è venuto a conoscenza del Contact Center 060608

Il 36% degli intervistati dichiara di conoscere il Contact Center 060608 da **sempre/non ricorda**, il 35% attraverso **internet** (di cui il 20% da “altri siti web”, il 7% dal portale “www.museiincomuneroma.it”, il 6% da “www.060608.it” e il 2% dai “social network”) e il 10% tramite lo **060606**.

Risulta significativo che ad avere risposto da sempre/non ricordo siano soprattutto gli utenti romani, con titolo di laurea o post laurea, che hanno già utilizzato il servizio, conoscono i siti turistici ufficiali, hanno visitato più musei in quest’ultimo anno e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece internet è il canale principale per i turisti, diplomati, nuovi fruitori, non conoscono i siti web turistici di Roma Capitale, hanno effettuato meno di tre visite culturali nell’ultimo anno e sono nel complesso molto soddisfatti.



## Tipologia di servizio richiesto

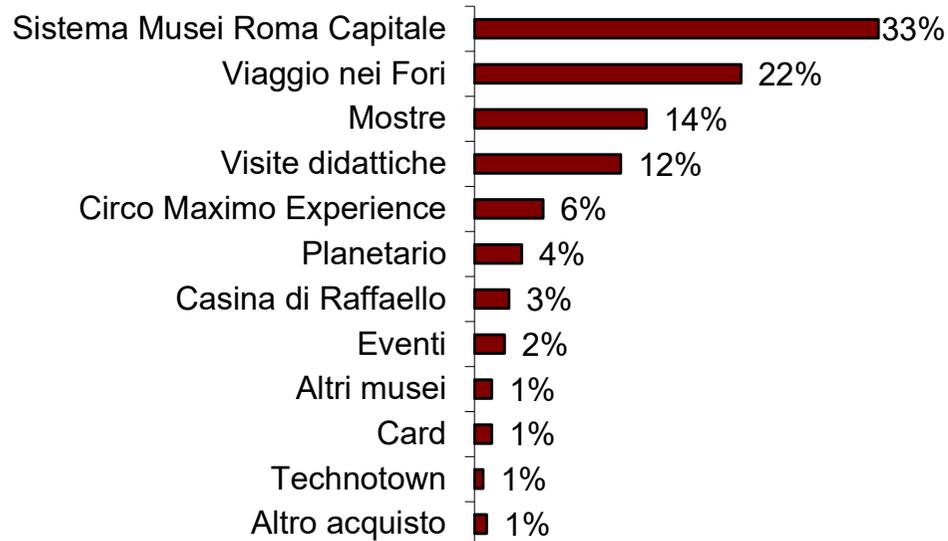
Il 68% del campione intervistato ha utilizzato il *Contact Center 060608* per “**acquisto/prenotazione biglietti**”, il 29% per “**richiesta informazioni**” e il restante 3% risponde “**altro**”.

Analizzando la tipologia di acquisto/prenotazione (cfr. grafico in basso a sinistra), prevalgono le seguenti categorie: **Sistema Musei di Roma Capitale** (33%), **Viaggio nei Fori** (22%), **Mostre** (14%) e **Visite didattiche** (12%).

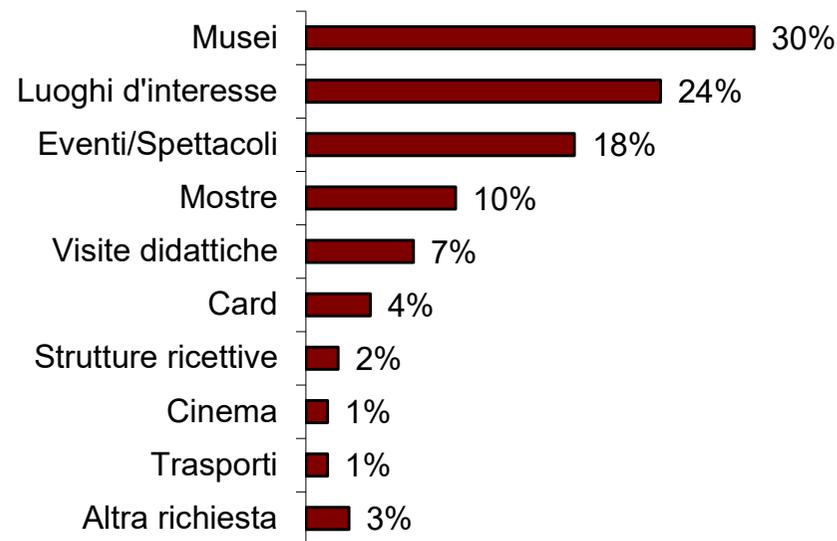
Invece tra le informazioni richieste (cfr. grafico sottostante a destra) emergono i **Musei** (30%), seguiti da **Luoghi di interesse** (24%) ed **Eventi/Spettacoli** (18%).

Risulta significativo che ad utilizzare il servizio per acquistare/prenotare biglietti sono in particolare i fruitori abituali, che hanno visitato diversi musei ed aree archeologiche nell’ultimo anno e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece a chiamare lo 060608 per richiedere informazioni sono principalmente i nuovi fruitori, che non hanno effettuato visite nei musei nell’ultimo anno, nel complesso molto o abbastanza soddisfatti del servizio.

**Tipologia di acquisto/prenotazione**



**Tipologia di informazioni**

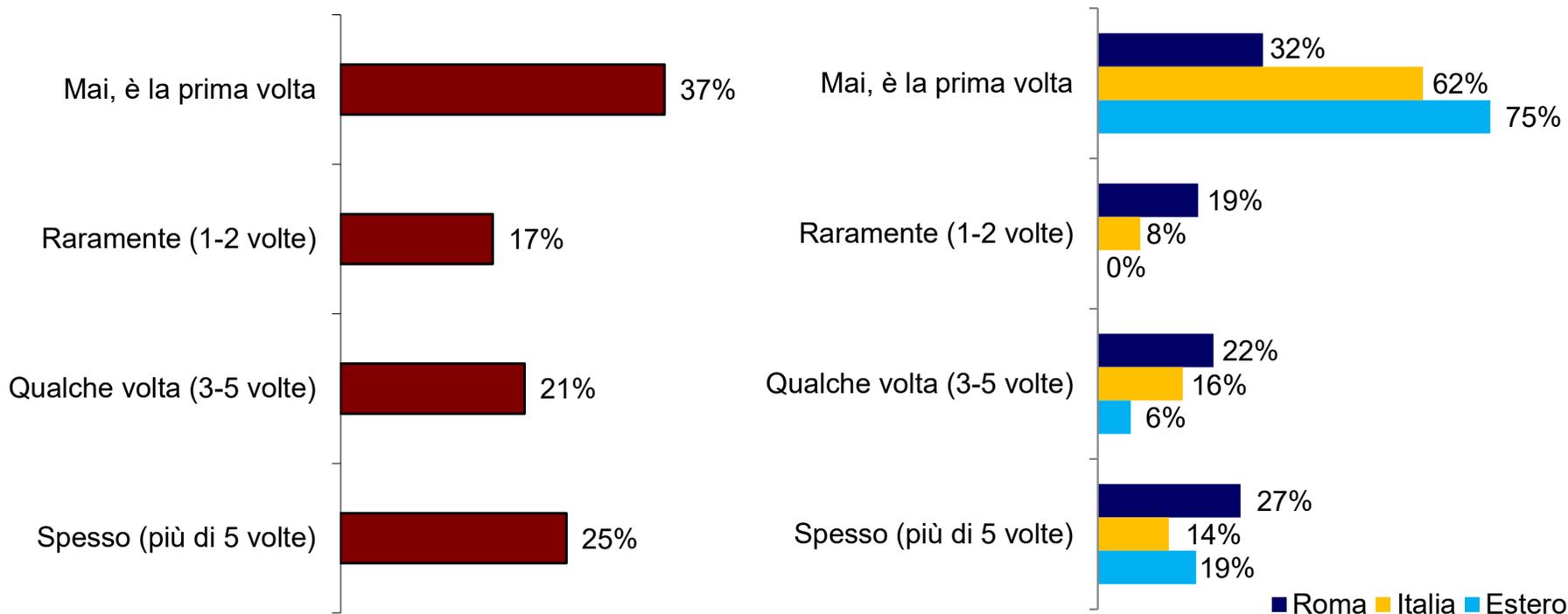


## Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio

Il 63% degli intervistati dichiara di avere già utilizzato il servizio nell'ultimo anno (di cui il 25% **“spesso, più di cinque volte”**, il 21% **“qualche volta, da tre a cinque volte”** e il 17% **“raramente, da una a due volte”**), mentre il 37% ne usufruisce **per la prima volta**.

Risulta significativo che ad avere già utilizzato tale servizio siano soprattutto i cittadini romani (*cfr.* grafico in basso a destra), donne, che conoscono sia il portale [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it) che il sito [www.060608.it](http://www.060608.it), hanno visitato vari musei/monumenti della città nell'ultimo anno e nel complesso sono molto soddisfatti.

Invece i nuovi fruitori sono in prevalenza i turisti (sia italiani che stranieri), uomini, che non conoscono i siti turistici ufficiali di Roma Capitale, dichiarano di non avere effettuato visite culturali a Roma in quest'ultimo anno e in generale sono abbastanza soddisfatti.

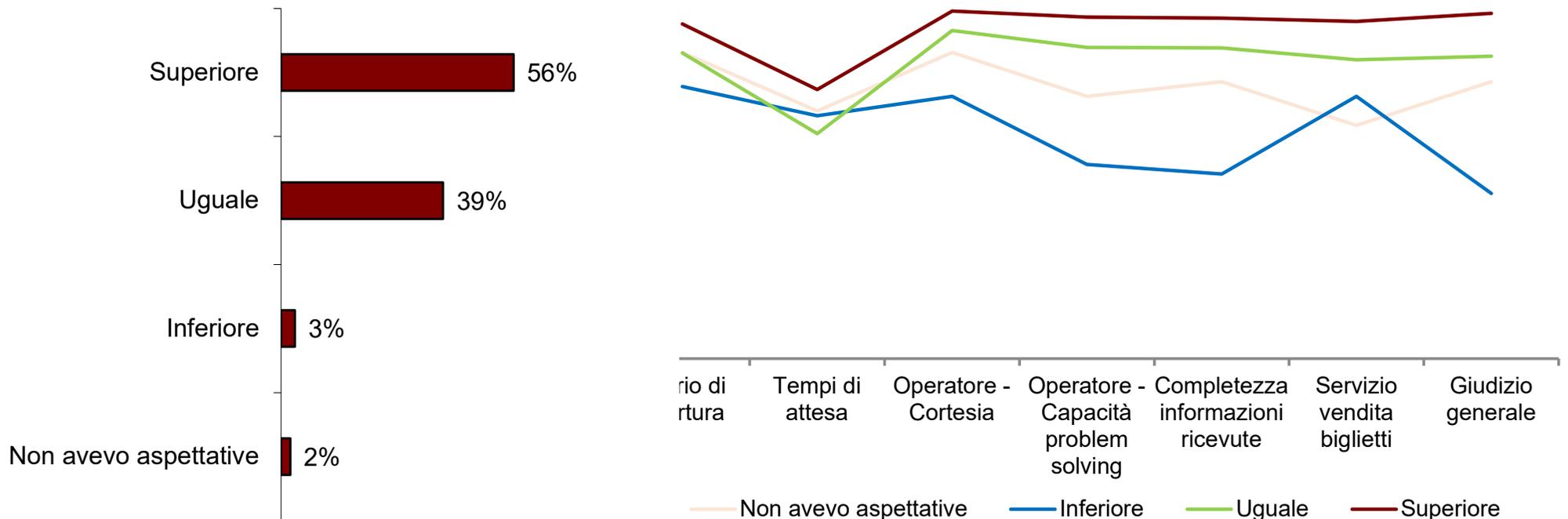


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 56% del campione totale ha un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 39% è uguale, mentre solo per il 3% è inferiore; il restante 2% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima di fruire del servizio.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle proprie attese siano in particolare i turisti, nuovi fruitori, che hanno effettuato meno di tre visite culturali nella città di Roma nell'ultimo anno e nel complesso sono molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle aspettative soprattutto per i romani, utenti abituali del servizio, che hanno visitato più di tre musei/monumenti di Roma in quest'ultimo anno e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti.

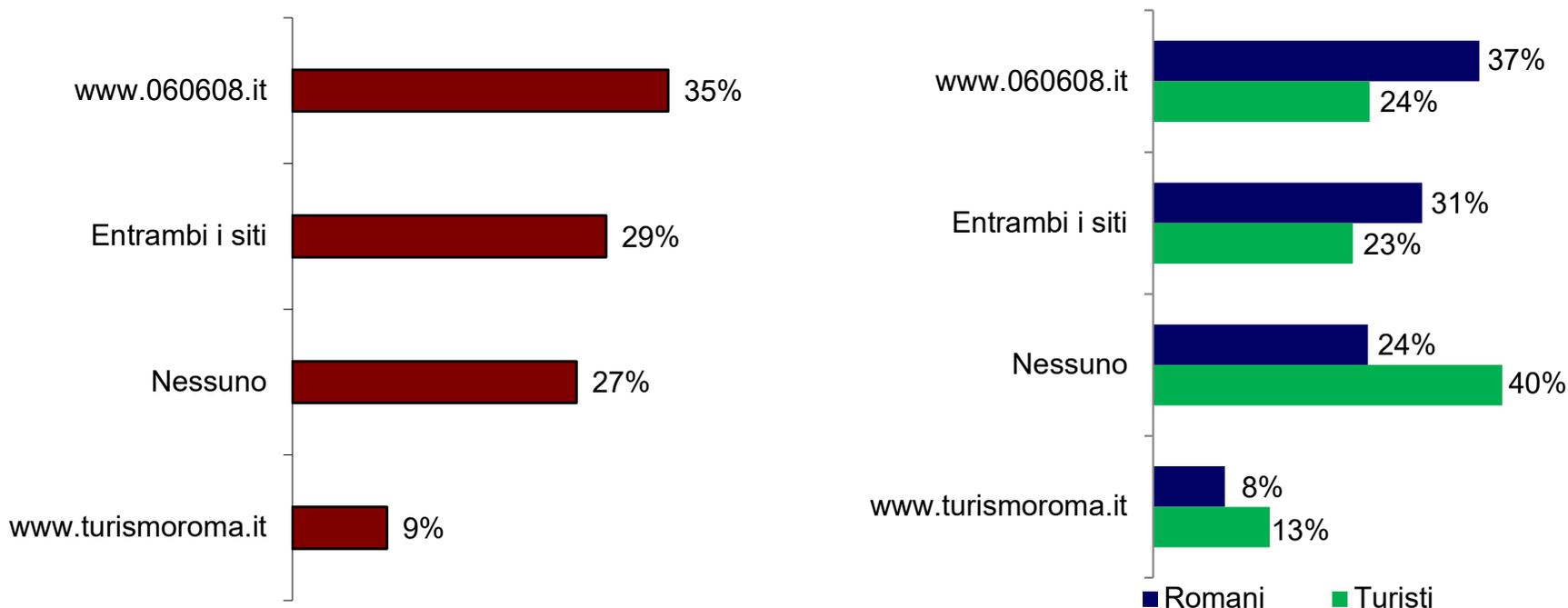
Chi ha un giudizio superiore alle attese è tendenzialmente più soddisfatto degli altri sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



## Conosce i siti web turistici di Roma Capitale

Il 73% degli intervistati dichiara di conoscere i siti web turistici di Roma Capitale (nel dettaglio: il 35% risponde di avere navigato sul sito **www.060608.it**, il 9% **www.turismoroma.it** e il 29% **entrambi**), mentre il restante 27% risponde di non esserne a conoscenza.

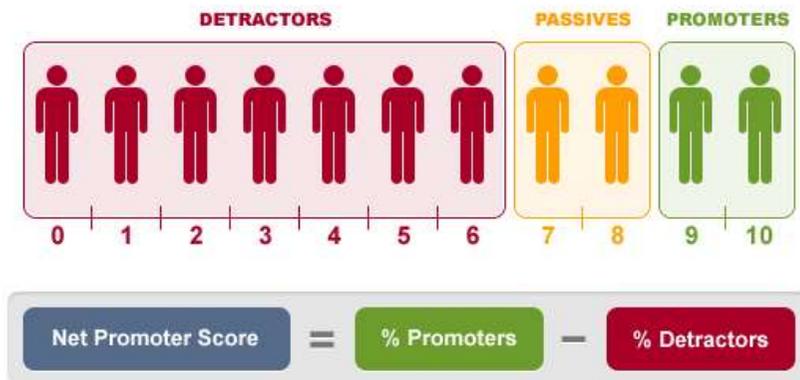
Analizzando il target di coloro che conoscono i siti web turistici di Roma, risulta significativo che ad avere navigato entrambi i siti turistici siano in particolare gli utenti romani (*cf.* grafico in basso a destra), donne, con una specializzazione post laurea, già fruitori del servizio, hanno effettuato varie visite culturali a Roma nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative e in generale sono abbastanza soddisfatti. Invece a non conoscere i siti sono soprattutto i turisti, uomini, laureati, che usufruiscono del *Contact Center 060608* per la prima volta, non hanno visitato musei/aree archeologiche a Roma nell'ultimo anno, il loro giudizio è superiore alle attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



## Consiglierebbe questo servizio 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 servizio che hanno utilizzato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale servizio è pari al **70%**; si rileva che il 22% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.

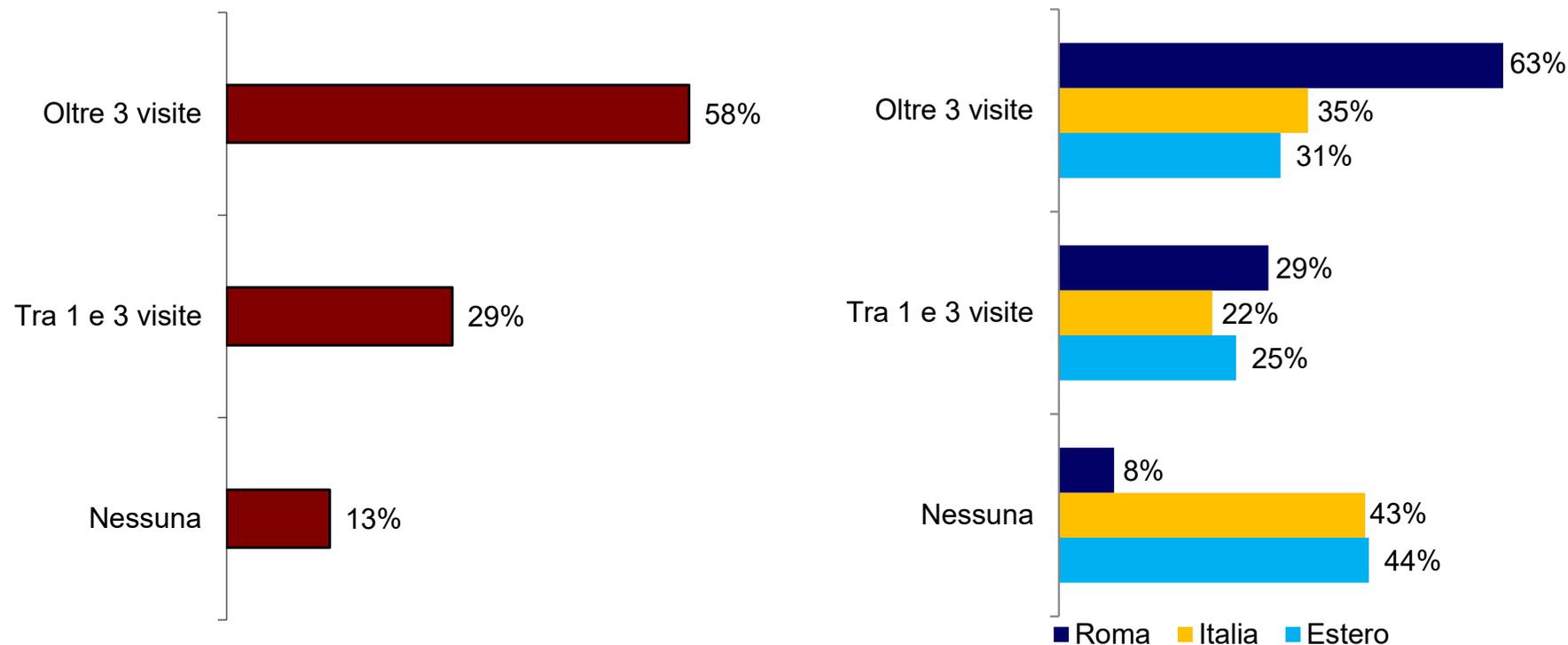


NET PROMOTER SCORE										
Contact Center 060608 - 2022										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	1	0	1	4	4	5	14	64	70	198
0%	0,5%	0%	0,5%	1%	1%	1%	4%	18%	19%	55%
<b>DETRATTORI = 4%</b>							<b>PASSIVI = 22%</b>		<b>PROMOTORI = 74%</b>	
<b>74% - 4% = 70%</b>										

## Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma

Ben l'87% degli intervistati dichiara di avere visitato musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno (di cui il 58% **“oltre tre visite”** e il 29% **“da una a tre visite”**), mentre il 13% non vi si è recato.

Risulta significativo che ad avere effettuato più di tre visite culturali a Roma nell'ultimo anno siano soprattutto i cittadini romani (*cf.* grafico sottostante a destra), già fruitori del servizio, di cui si ritengono abbastanza soddisfatti, il loro giudizio è uguale alle aspettative e hanno navigato entrambi i siti turistici ufficiali. Invece ad avere visitato meno di tre musei/monumenti/siti archeologici di Roma sono in prevalenza i turisti, che non hanno mai utilizzato il *Contact Center 060608*, in generale sono molto soddisfatti, hanno un giudizio superiore alle attese e non conoscono i siti web turistici di Roma Capitale.



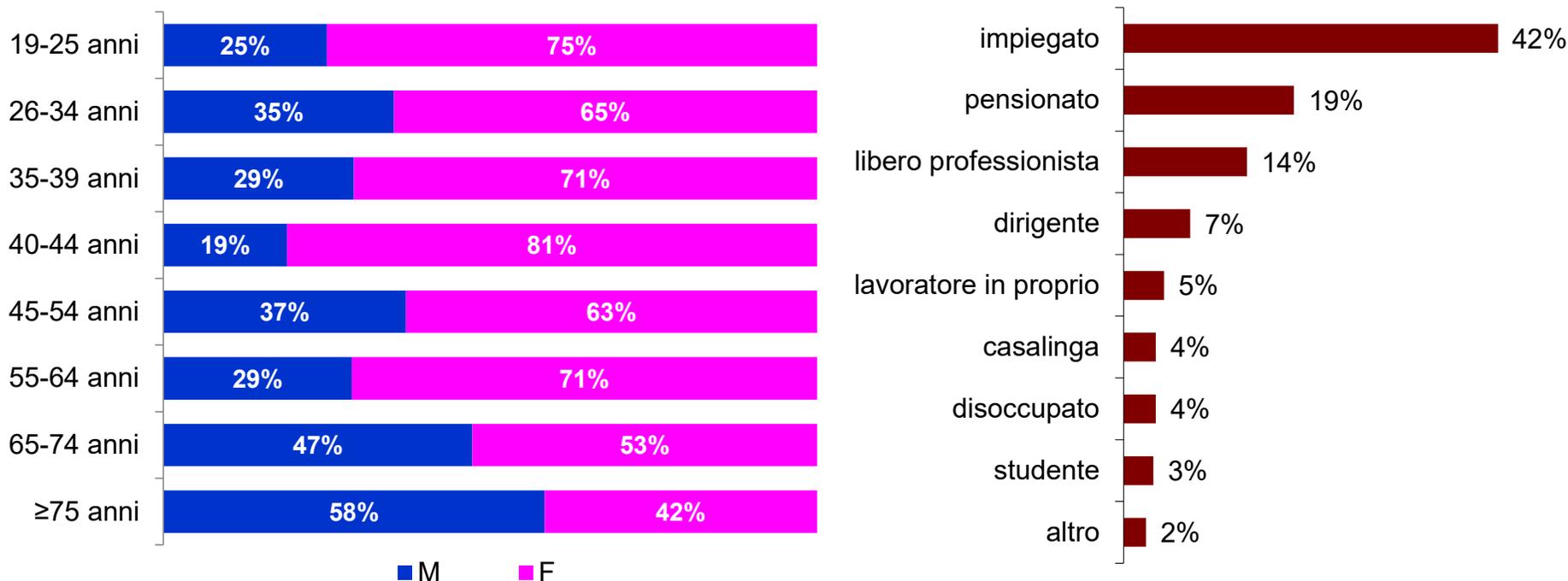
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile**, che raggiunge il 66% sul totale, soprattutto nelle fasce di età dei 19-25 anni e 40-44 anni (cfr. grafico in basso a sinistra).

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 64 anni (58%)**, mentre la percentuale degli over 65 è pari al 19%.

Il 64% del campione totale dichiara di possedere un titolo di **laurea o specializzazione post laurea**.

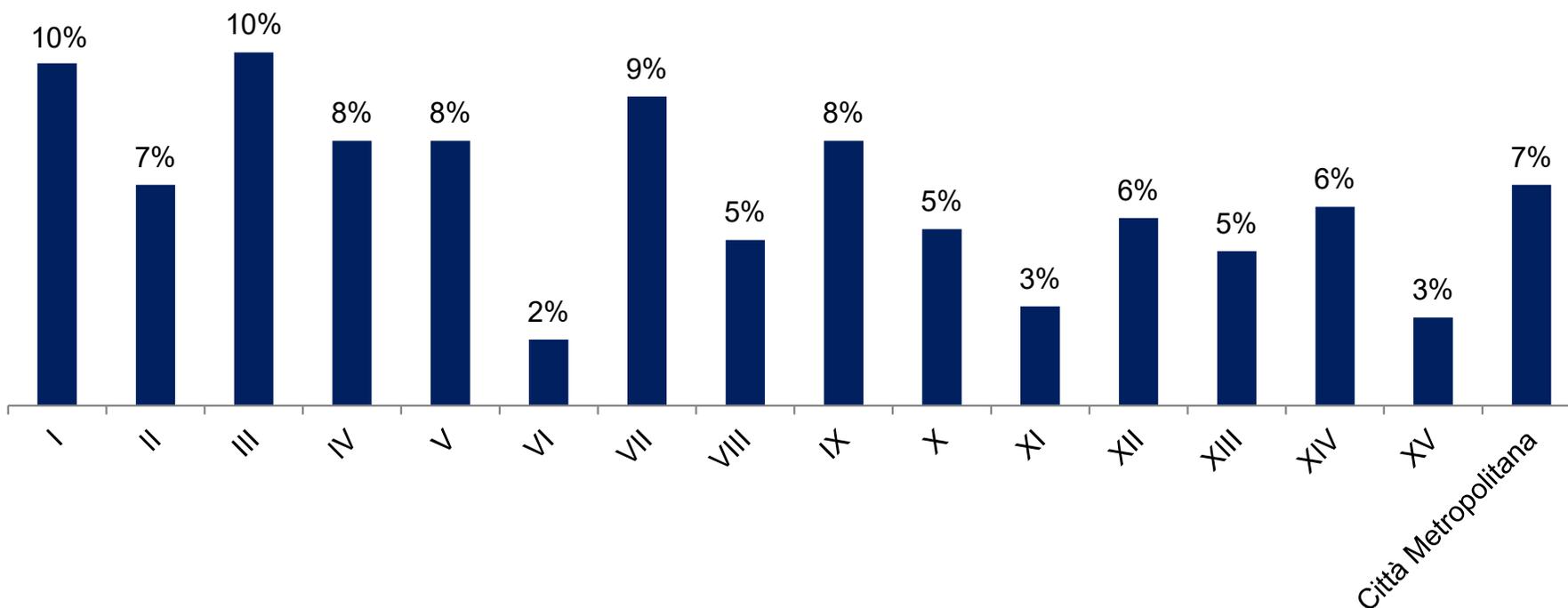
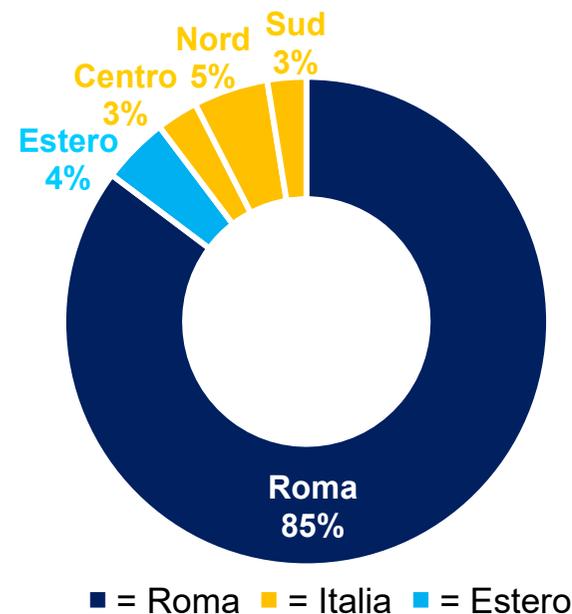
La categoria professionale più rappresentata è quella degli **impiegati (42%)**; poi seguono i pensionati (19%) e i liberi professionisti (14%).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

L'85% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani**, l'11% risiede in altre province italiane e il restante 4% è rappresentato da utenti stranieri.

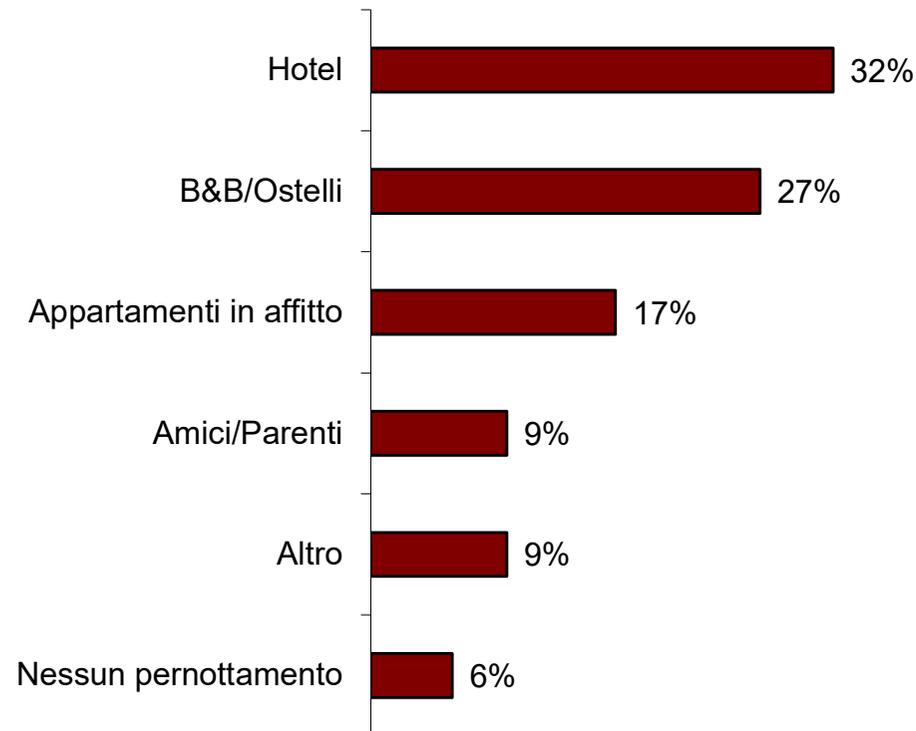
Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sui vari Municipi di residenza dei cittadini romani (il servizio è utilizzato da utenti che vivono in tutte le zone della città).



## Struttura ricettiva e permanenza media

Il 32% dei turisti intervistati dichiara di avere scelto delle **strutture alberghiere** per pernottare a Roma, mentre il 27% predilige **strutture extra-alberghiere**. Seguono le percentuali di coloro che preferiscono gli **appartamenti in affitto** (17%) e pernottare presso **amici/parenti** (9%). Il 9% risponde di aver soggiornato in altre tipologie di alloggio, mentre il restante 6% è costituito da escursionisti, ovvero coloro che si sono fermati un solo giorno senza pernottare.

Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a poco meno di 4 notti (**3,85 notti**).



## Correlazione 1/2

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

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman***</b>	Orario di apertura	Tempi di attesa	Operatore - Cortesia	Capacità problem solving	Completezza informazioni ricevute	Servizio di vendita biglietti	Giudizio generale
Orario di apertura	1,000	,179**	,245**	,296**	,349**	,374**	,371**
Tempi di attesa	,179**	1,000	,173**	,288**	,204**	,202**	,249**
Operatore - Cortesia	,245**	,173**	1,000	,541**	,552**	,493**	,567**
Capacità problem solving	,296**	,288**	,541**	1,000	,698**	,483**	,555**
Completezza informazioni ricevute	,349**	,204**	,552**	,698**	1,000	,514**	,622**
Servizio vendita biglietti	,374**	,202**	,493**	,483**	,514**	1,000	,605**
Giudizio generale	,371**	,249**	,567**	,555**	,622**	,605**	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 più correlati alla soddisfazione generale del servizio (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco). Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio complessivo sul servizio.

Per il *Contact Center 060608* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi alla **completezza delle informazioni ricevute**, al **servizio vendita biglietti**, alla **cortesia dell'operatore** e alla sua **capacità di *problem solving***.

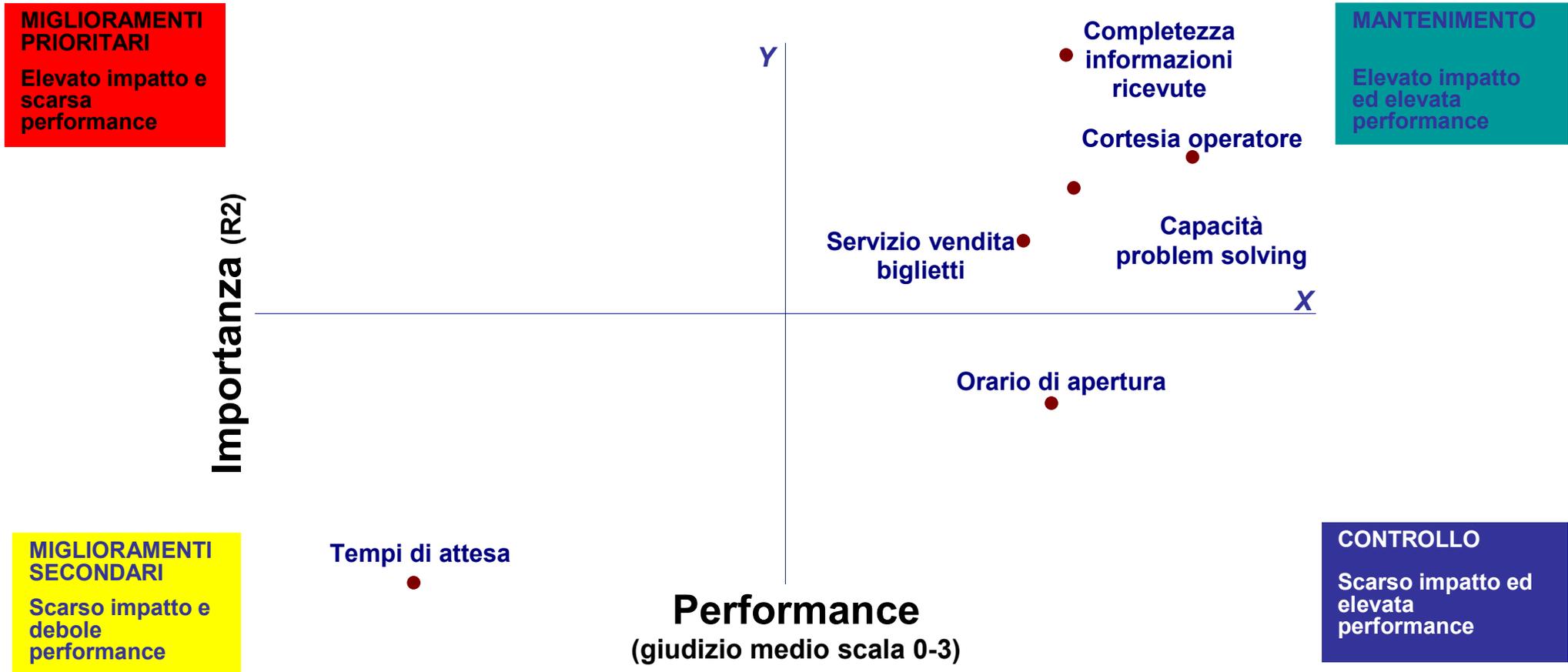
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Completezza informazioni ricevute	0,622
Servizio vendita biglietti	0,605
Operatore - Cortesia	0,567
Operatore - Capacità problem solving	0,555
Orario di apertura	0,371
Tempi di attesa	0,249

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **completezza delle informazioni ricevute** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche la **cortesia dell'operatore**, la **capacità di *problem solving*** e il **servizio vendita biglietti** si posizionano nel quadrante in alto a destra. Invece nessuno degli elementi oggetto d'indagine risulta tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano gli aspetti del servizio che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono al di sotto dello standard di 2,20.



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

## Cluster Analysis

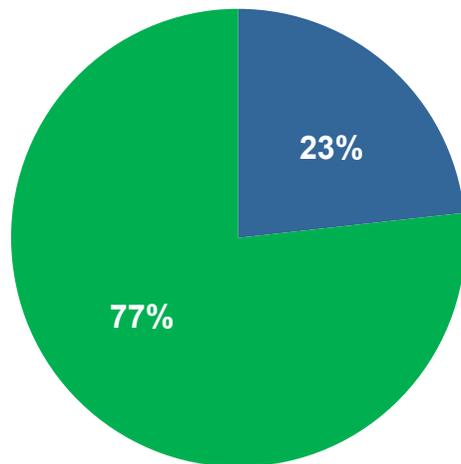
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (84 individui nel Cluster 1 e 277 nel Cluster 2; nessun caso mancante).

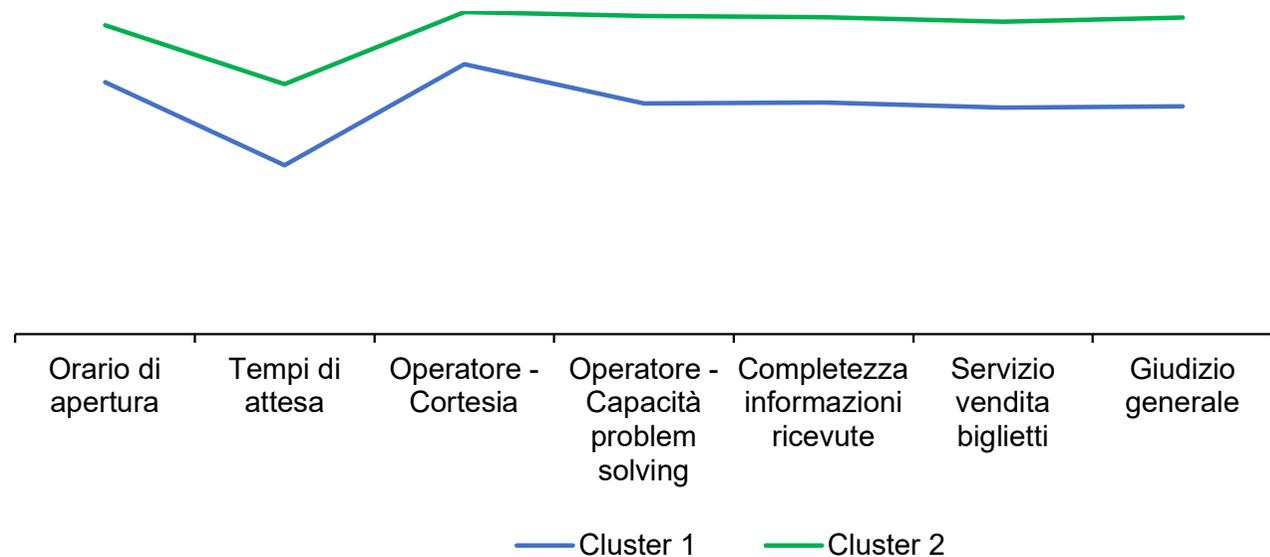
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico in basso a destra).

**Cluster 1** Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne; residenti a Roma; di età oltre i 65 anni; con un titolo di specializzazione post laurea; pensionati; richiedono informazioni; conoscono il servizio da sempre o tramite lo 060606; lo hanno già utilizzato; conoscono entrambi i siti turistici di Roma; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno; giudizio uguale alle aspettative.

**Cluster 2** Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini; residenti fuori Roma; di età 40-64 anni; diplomati o laureati; impiegati e liberi professionisti; in particolare utilizzano il servizio per acquisto/prenotazione; ne sono venuti a conoscenza soprattutto tramite internet; nuovi fruitori; non conoscono i siti turistici di Roma; hanno visitato meno di tre musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno; giudizio superiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 301**

**ELOGI** operatori e professionali (5), ottimo servizio (3). **Totale 8**

---

**PRENOTAZIONE** aprire le disponibilità dei siti con regolarità e con maggiore anticipo (4); possibilità di prenotazione online, non telefonica (4); migliorare il servizio di conferma/disdetta delle visite (3); altro (3). **Totale 14**

**TEMPI DI ATTESA** troppo lunghi. **Totale 13**

**OPERATORI** a volte le informazioni ricevute non sono molto chiare ed esaustive (5); non sempre cortesi e disponibili (3). **Totale 8**

**ALTRO**. **Totale 5**

**TOTALE 40 SUGGERIMENTI**  
**Contact Center 060608**



## Allegato 1 - Questionario

### Lingua utilizzata durante il colloquio con l'operatore:

- Italiano    Inglese    Francese    Tedesco    Spagnolo    Altra lingua (specificare): .....

### Servizio richiesto:

- Richiesta informazioni    Acquisto/Prenotazione biglietti    Altro (specificare:.....)

### Se risponde "richiesta informazioni"

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Strutture ricettive | <input type="checkbox"/> Luoghi d'interesse turistico | <input type="checkbox"/> Card (quale:.....)                 |
| <input type="checkbox"/> Trasporti           | <input type="checkbox"/> Cinema                       | <input type="checkbox"/> Eventi (quale:.....)               |
| <input type="checkbox"/> Casina di Raffaello | <input type="checkbox"/> Technotown                   | <input type="checkbox"/> Musei (quale:.....)                |
| <input type="checkbox"/> Visite didattiche   | <input type="checkbox"/> Mostre ((quale: .....)       | <input type="checkbox"/> Altra richiesta (specificare:... ) |

### Se risponde "acquisto/prenotazione biglietti"

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Viaggio nei Fori            | <input type="checkbox"/> Card (quale:.....)   | <input type="checkbox"/> Casina di Raffaello                |
| <input type="checkbox"/> Circo Maximo Experience     | <input type="checkbox"/> Eventi (quale:.....) | <input type="checkbox"/> Visite didattiche                  |
| <input type="checkbox"/> Sistema Musei Roma Capitale | <input type="checkbox"/> Mostre (quale:.....) | <input type="checkbox"/> Technotown                         |
| <input type="checkbox"/> Altri musei                 | <input type="checkbox"/> Planetario           | <input type="checkbox"/> Altro acquisto (specificare:.....) |

### La prima volta, come è venuto a conoscenza del Contact Center 060608?

- |  |  |   |   |  |
|--|--|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> da sempre/ non ricordo      | <input type="checkbox"/> Tourist Infopoint     | <input type="checkbox"/> lavoro                                 | <input type="checkbox"/> scuola/ Università | <input type="checkbox"/> altro (specificare):..... |
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> hotel / Tour Operator | <input type="checkbox"/> 060606                                 | <input type="checkbox"/> Social network     |  |
| <input type="checkbox"/> www.060608.it               | <input type="checkbox"/> altri siti internet   | <input type="checkbox"/> passaparola (sentito da amici-parenti) |   |  |

### Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio?

- Prima volta    Raramente (1-2 volte)    Qualche volta (3-5 volte)    Spesso (oltre 5 volte)

### Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione secondo la seguente scala (da *Molto* a *Per niente soddisfatto*) :

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Orario di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tempi di attesa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Operatore – Cortesia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacità di problem solving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Completezza delle informazioni ricevute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servizio di vendita biglietti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giudizio generale	<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 servizio ad un amico?

- MIN  0    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10 MAX



## Allegato 1 - Questionario

**Quali dei seguenti siti web conosce?**  www.060680.it  www.turismoroma.it  entrambi i siti  nessuno

**Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma?**  Nessuna  Tra 1 e 3 visite  Oltre 3 visite

**Suggerimenti per migliorare il servizio**

---

---

---

**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/insegnante  dirigente  studente  pensionato  libero professionista  
 casalinga  disoccupato/in cerca di prima occupazione  altro.....

**Provenienza:**  **Roma**  **Altra Provincia italiana:**.....  **Altra Nazionalità:**.....

**Permanenza a Roma – Numero pernottamenti:**.....

**Tipo di alloggio scelto:**  Hotel  B&B/Camping  Amici/Parenti  Appartamenti in affitto  Altro.....