



Indagini di Customer Satisfaction

Museo Napoleonico

27 Settembre - 2 Ottobre 2022

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
- 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. **102 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 27 settembre al 2 ottobre** presso il **Museo Napoleonico** (gli intervistati rappresentano il 18% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 90%, un margine di errore di stima di $\pm 5,85\%$.

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 buono, con una media di **2,56** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del sito** (2,90), gli **orari di apertura** (2,76), la **segnaletica interna** (2,74), il **personale di accoglienza** (2,74) e le **opere delle collezioni** (2,72).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica sull'edificio** (2,08).

Il **guardaroba** e l'**audioguida** sono le variabili ritenute in assoluto più importanti nella mappa (anche se tali servizi sono stati utilizzati rispettivamente dal 16% e dal 20% degli intervistati), ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 39% da cittadini **romani** e il 36% da turisti **stranieri, impiegati** (34%) e **studenti** (27%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (45%), appartenenti alle fasce d'età **19-34 anni** e **45-64 anni** (rispettivamente 35% e 31%).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono le percentuali di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (28%); poi seguono le voci **passaparola** (19%), **altri siti web** (17%) e **residente a Roma** (10%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando, per caso* siano in prevalenza i turisti stranieri, diplomati, in generale molto soddisfatti e hanno visto meno di tre musei in quest'ultimo anno. Il *passaparola* emerge per i visitatori romani, laureati, nel complesso molto soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece a rispondere *altri siti web* sono soprattutto coloro che giungono da altre province italiane, laureati, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e sono stati in più di tre musei in quest'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Museo Napoleonico 2022	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,08	2,00	102	0	0,898	0%	42%	2%	68%
Orari di apertura	2,76	3,00	102	0	0,449	0%	77%	0%	99%
Personale di accoglienza	2,74	3,00	102	0	0,486	0%	75%	0%	98%
Guardaroba	2,44	2,50	16	86	0,629	84%	50%	0%	94%
Opere della collezione	2,72	3,00	102	0	0,495	0%	74%	0%	98%
Audioguida	2,45	3,00	20	82	0,826	80%	65%	0%	80%
Supporti informativi	2,30	3,00	101	1	0,819	1%	50%	2%	81%
Personale in sala	2,26	2,50	98	4	0,900	4%	50%	6%	82%
Segnaletica interna	2,74	3,00	98	4	0,524	4%	79%	0%	96%
Pulizia del sito	2,90	3,00	101	1	0,387	1%	93%	0%	97%
Esperienza complessiva	2,56	3,00	102	0	0,518	0%	57%	0%	99%

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

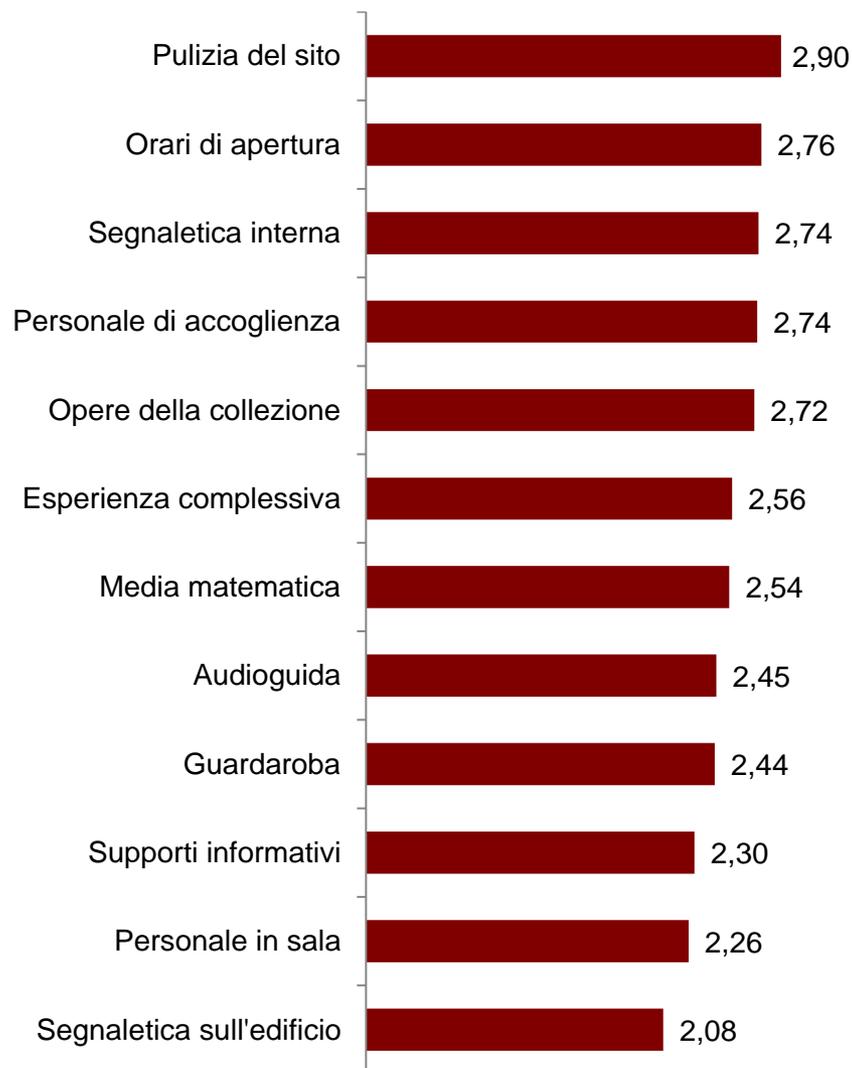
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,54).

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: la **pulizia del sito**, gli **orari di apertura**, la **segnaletica interna**, il **personale di accoglienza** e le **opere delle collezione**.

Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica sull'edificio**.

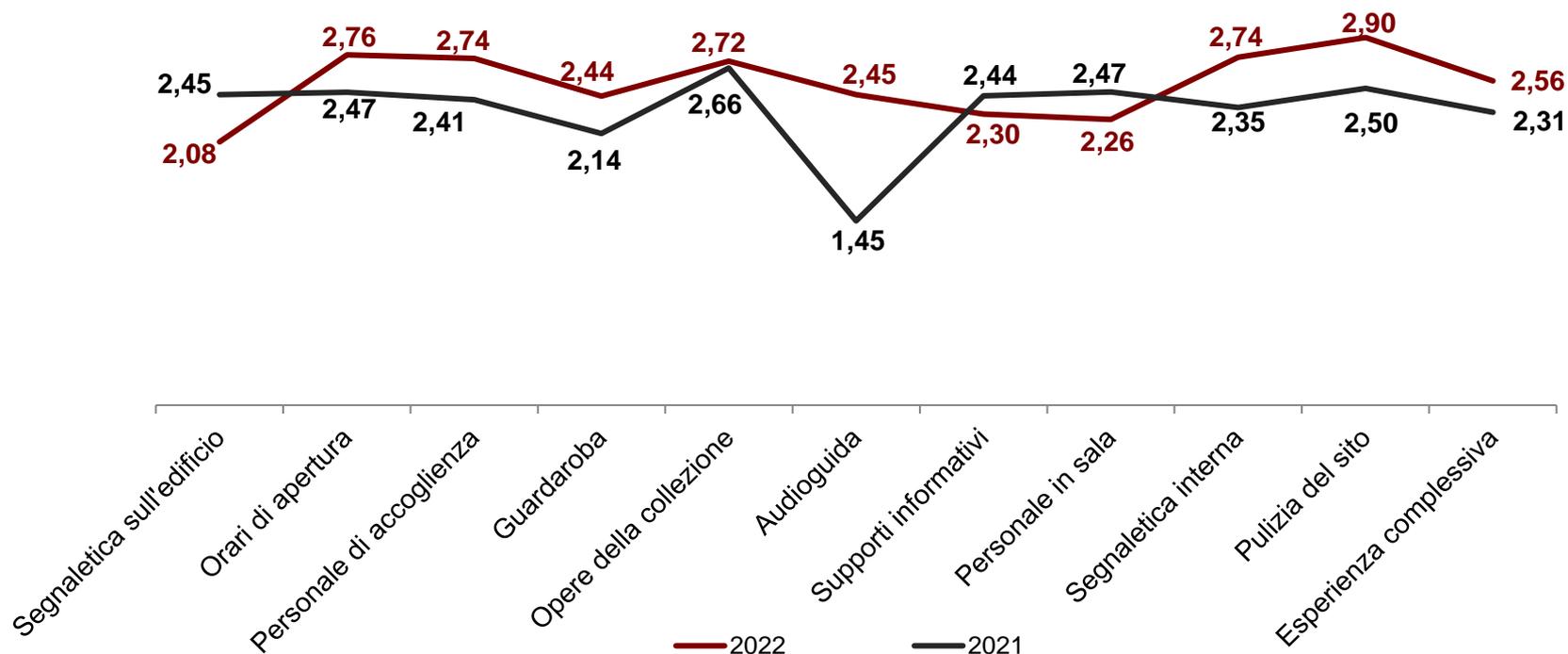


Analisi del trend 2021-2022

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se con qualche discrepanza.

In particolare si registra un aumento del livello di soddisfazione sugli orari di apertura, sul guardaroba e sull'audioguida (quest'anno le medie di tali aspetti superano nettamente lo standard di 2,20), sulla segnaletica interna e sulla pulizia del sito.

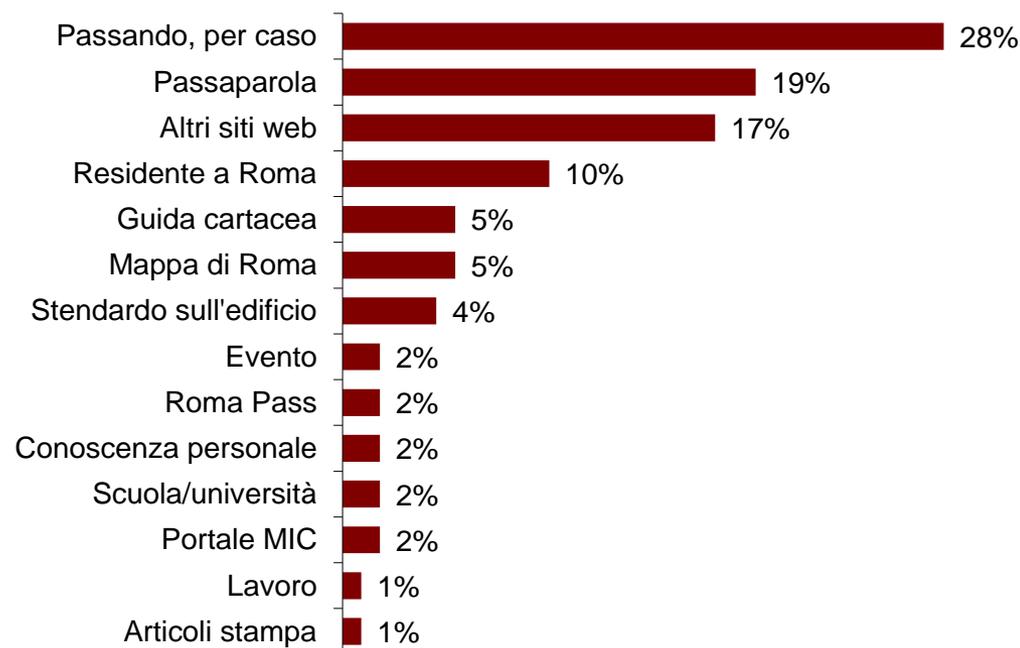
Invece si rileva una flessione solo sulla segnaletica sull'edificio (la media scende al di sotto del requisito minimo), sui supporti informativi e sul personale in sala.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 28% del campione intervistato è venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**” (in aumento dal 15% emerso nel 2021). Poi seguono il “**passaparola**” (19%; nell’indagine precedente era 15%), “**altri siti web**” (la percentuale registra un incremento dal 10% al 17%), e “**residente a Roma**” (10%; raddoppia rispetto al 5% nel 2021). Rispetto allo scorso anno scende notevolmente la voce “**stendardo sull’edificio**” (da 22% a 4%).

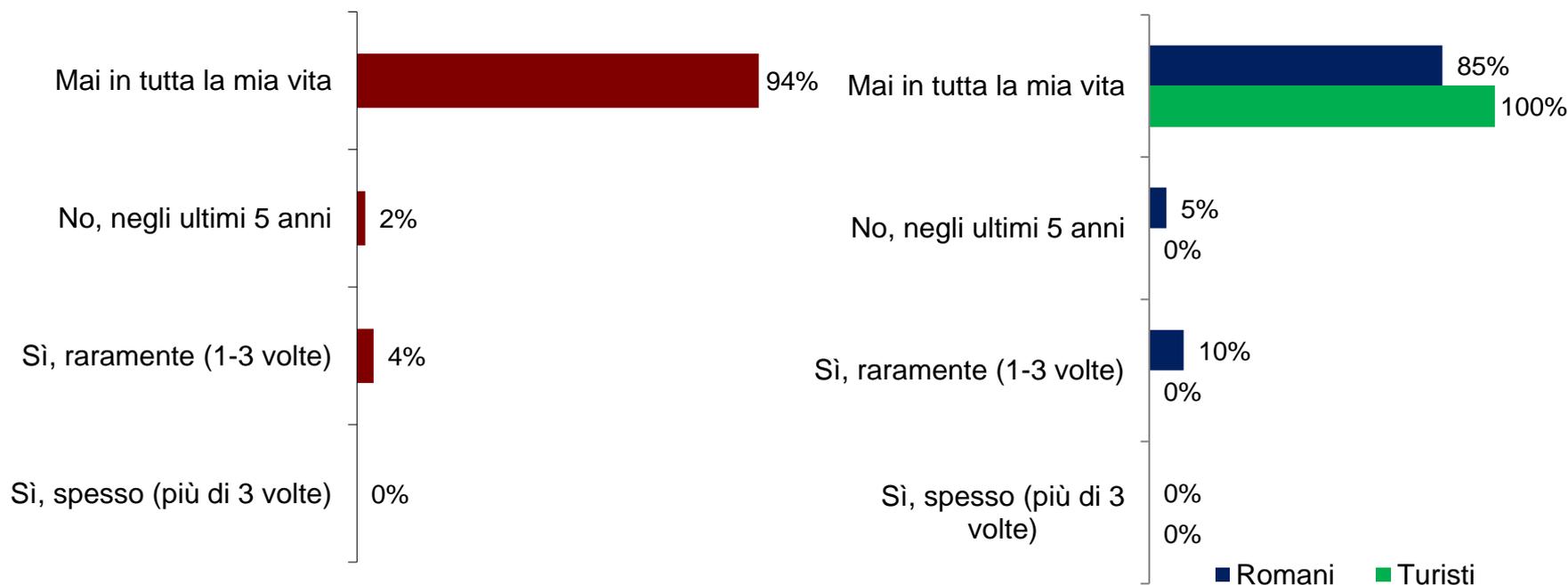
È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso siano in prevalenza i turisti stranieri, diplomati, in generale molto soddisfatti e hanno visto meno di tre musei in quest’ultimo anno. Il passaparola emerge per i visitatori romani, laureati, nel complesso molto soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei nell’ultimo anno. Invece a rispondere altri siti web sono soprattutto coloro che giungono da altre province italiane, laureati, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e sono stati in più di tre musei in quest’ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte del campione intervistato (94% sul totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo Napoleonico**, il 2% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre il restante 4% vi è stato raramente (“*da una a tre volte*”). Nessuno degli intervistati afferma di essere stato in tale museo “*più di tre volte*”.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cf.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età 19-34 anni, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e sono stati in meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo Napoleonico sono prevalentemente i visitatori romani, di età 45-64 anni, il cui giudizio è uguale alle attese e in quest’ultimo anno dichiarano di avere frequentato più di tre musei.

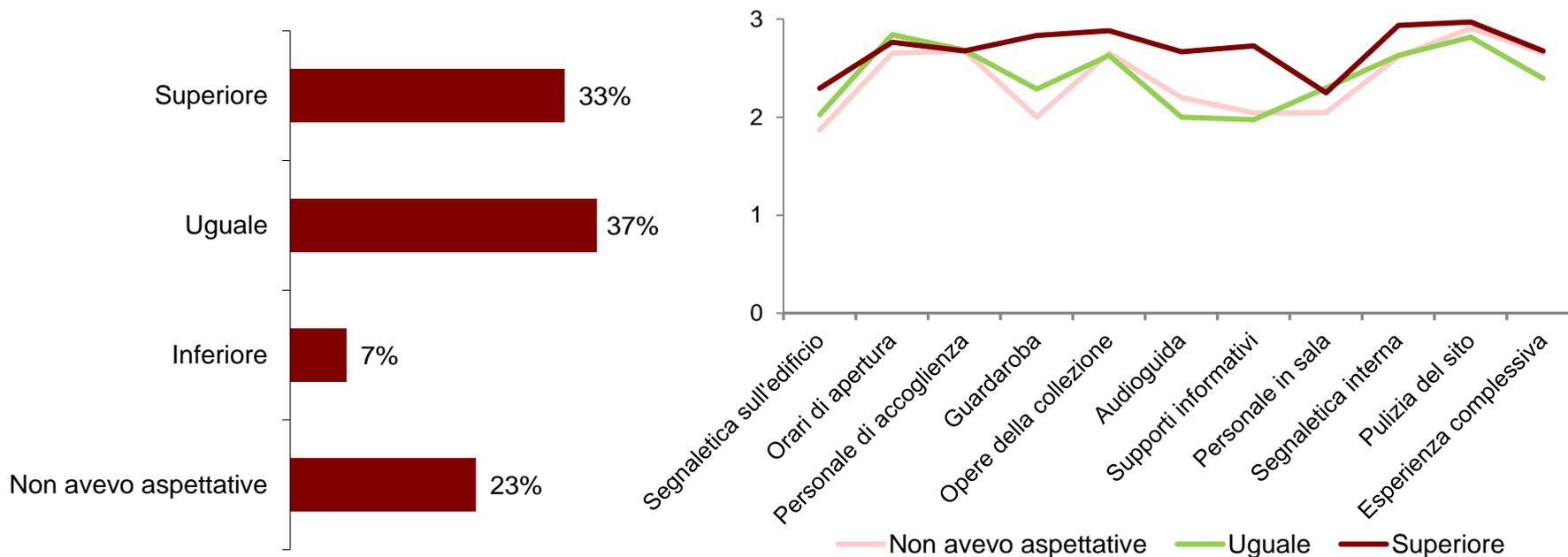


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 37% del campione totale dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 33% è superiore e per il 7% degli intervistati è inferiore. Il restante 23% afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano in particolare i visitatori che hanno conseguito un titolo di diploma inferiore/superiore e sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno. Il giudizio è uguale alle attese soprattutto per i laureati, che hanno visto oltre tre musei in quest'ultimo anno, mentre a non avere aspettative a priori sono principalmente i laureati, che hanno frequentato da uno a tre musei nell'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (*cfr.* grafico sottostante a destra).

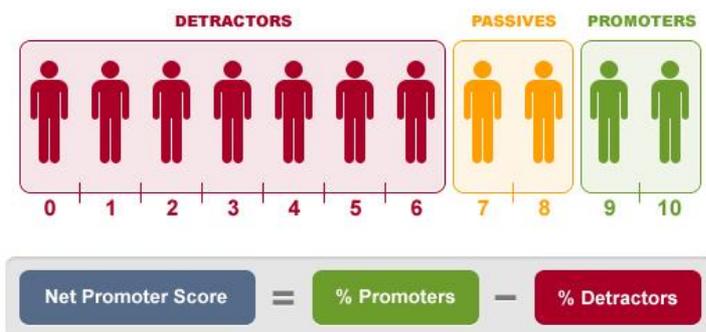


Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10 – e i **detrattori** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Museo Napoleonico* è pari al **14%**.

Il 48% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece il 19% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

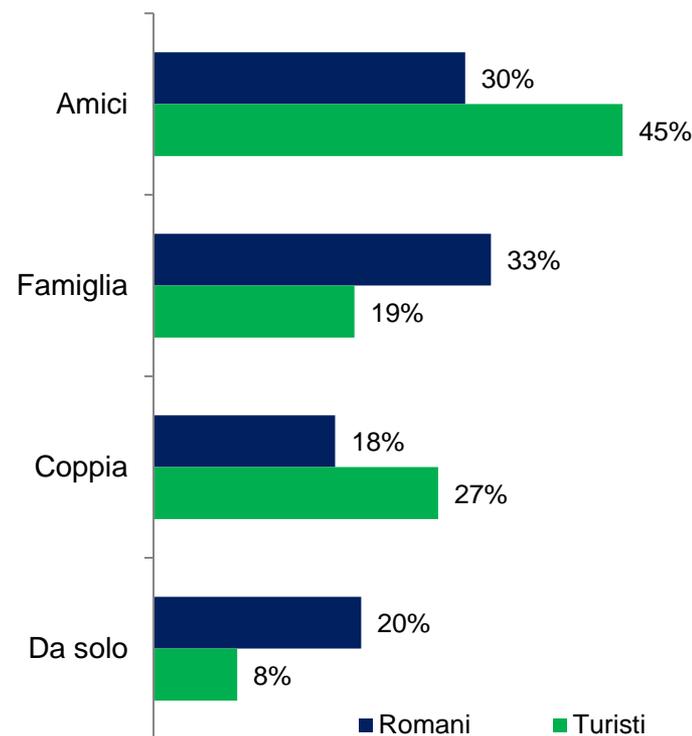
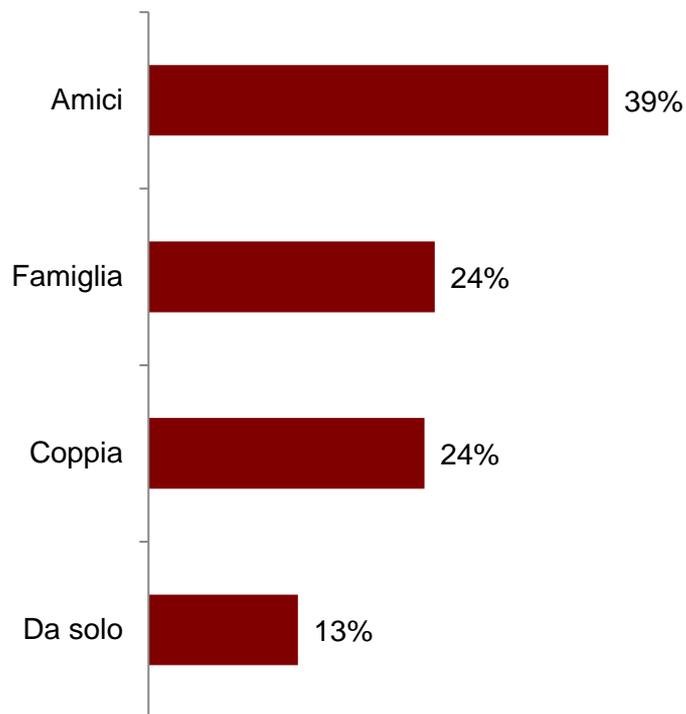


NET PROMOTER SCORE Museo Napoleonico 2022										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	18	22	27	10	24
0%	0%	0%	0%	0%	1%	18%	22%	26%	10%	23%
DETRACTORI = 19%							PASSIVI = 48%		PROMOTORI = 33%	
33% - 19% = 14%										

Con chi ha visitato il museo

Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con “**amici**”, un 24% insieme alla propria “**famiglia**” e un 24% in “**coppia**”, mentre il restante 13% in “**da solo**”.

Risulta significativo che a venire con amici siano principalmente i turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), diplomati/laureati, di età 19-34 anni. Invece a recarsi al museo con la propria famiglia sono soprattutto i romani, minorenni o di età 40-54 anni, che hanno conseguito un diploma di scuola media inferiore/superiore. Chi si reca in coppia sono prevalentemente i turisti, appartenenti alle fasce di età adulta 55-74 anni, diplomati. Infine a venire al museo da soli sono particolarmente i visitatori residenti a Roma, di età 40-44 anni, laureati.

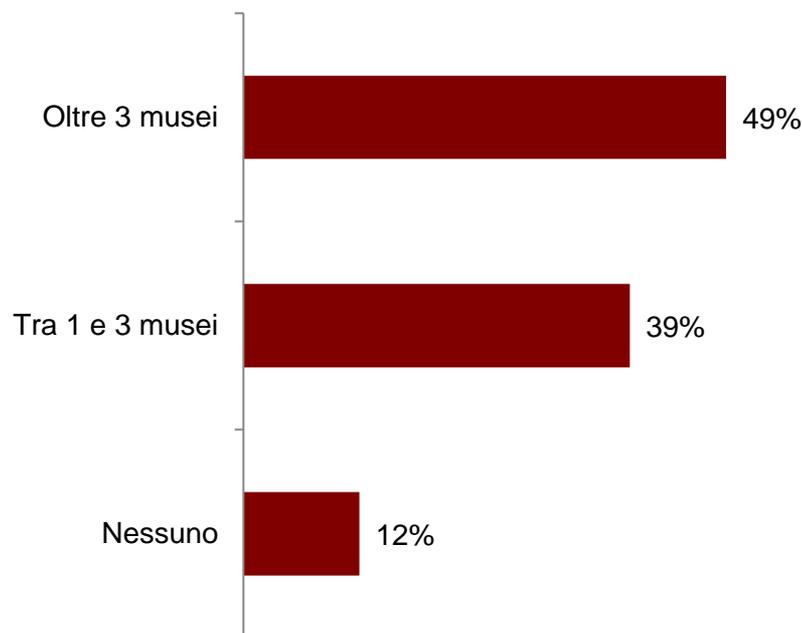


Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 49% risponde di avere visitato “**oltre tre musei**”, il 39% degli intervistati dichiara di avere visitato “**tra uno e tre musei**” nell'ultimo anno, mentre il 12% non ne ha visitato alcuno.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori che sono già stati al *Museo Napoleonico* (“*da una a tre volte*”), il cui giudizio è uguale alle aspettative e si dichiarano abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno sono principalmente coloro che vengono per la prima volta in assoluto in questo museo, il loro giudizio è superiore alle attese o ne sono privi e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti.

Infine ad avere risposto nessuno sono in particolare i nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese e nel complesso molto soddisfatti.



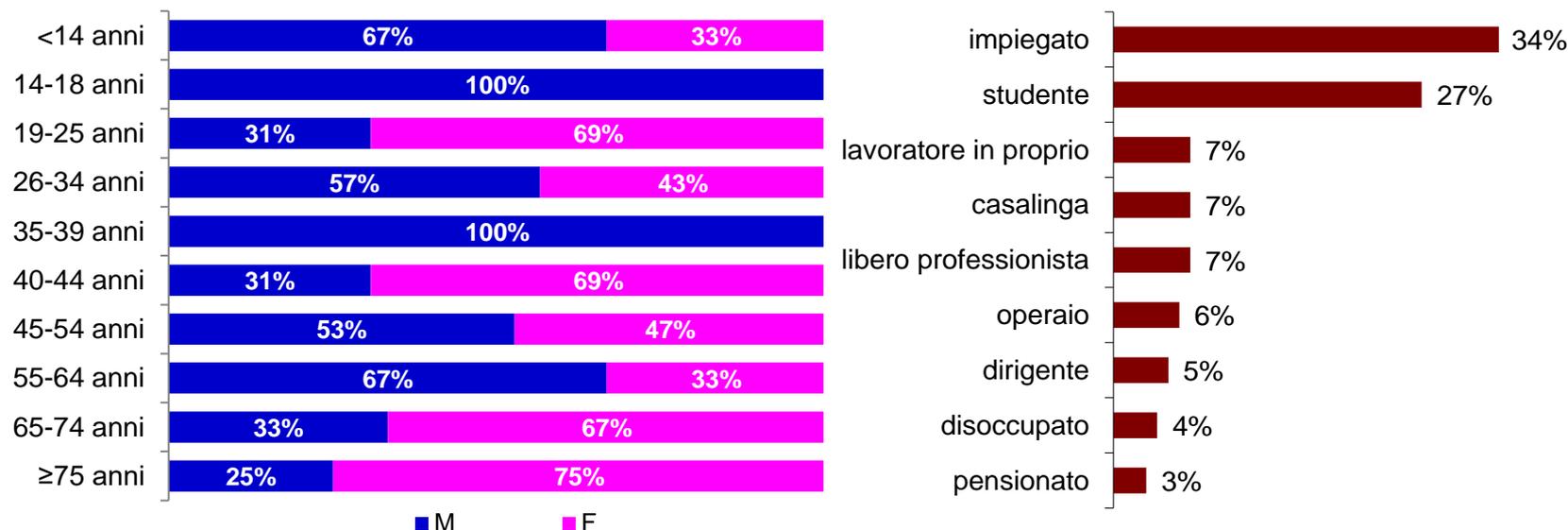
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Quest'anno prevale il **genere maschile** (51%; nel 2021 era il 31% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei minorenni, 26-39 anni e 45-64 anni. Invece le donne emergono nelle fasce dei 19-25 anni, 40-44 anni e over 65 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle giovani di età **19-34 anni**, che aumentano dal 26% al 35%. Invece resta invariata la percentuale dei visitatori adulti di età compresa tra i **45 e 64 anni**, che è pari al 31% sul totale del campione intervistato.

Il 45% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (56% nel 2021).

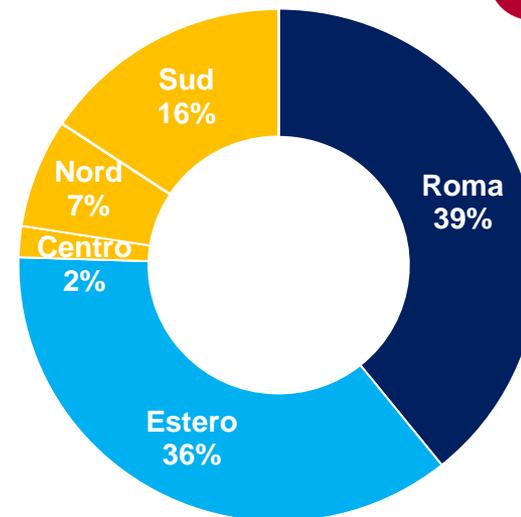
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (34%; in aumento dal 20% emerso lo scorso anno) e gli **studenti** (passano dal 22% al 27%).



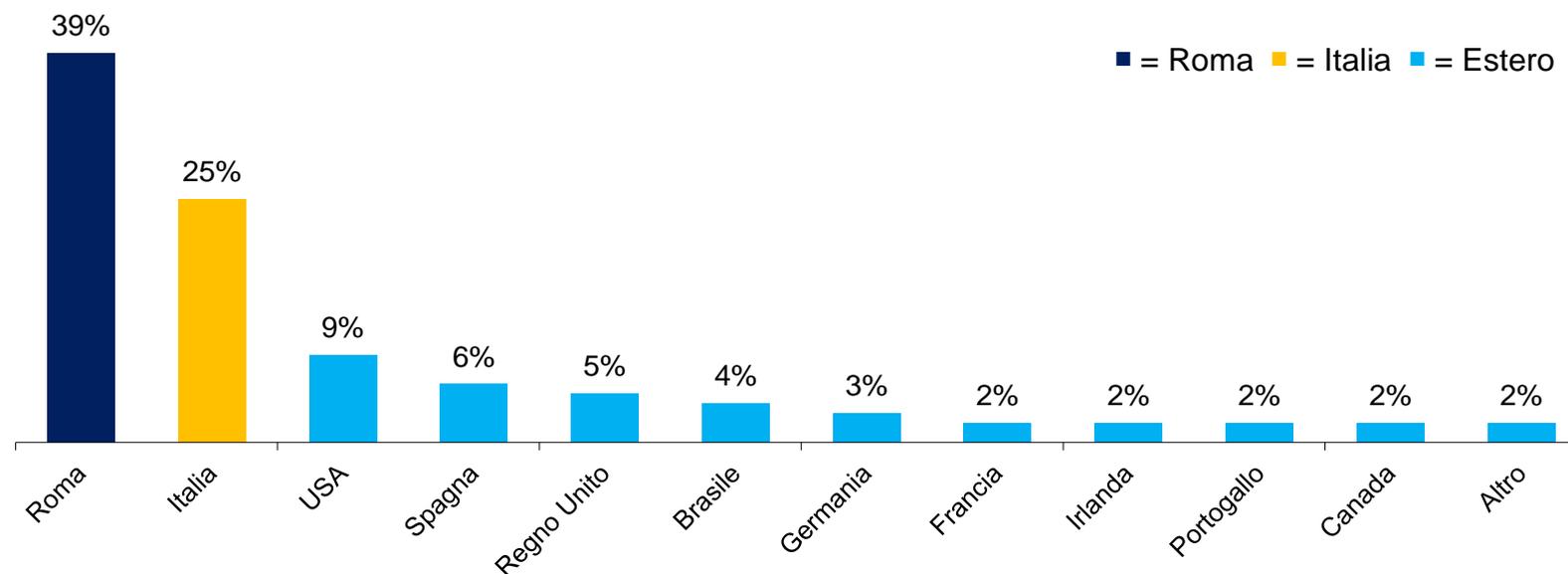
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 39% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (30% nell'indagine precedente), mentre il 36% è rappresentato dai turisti stranieri (37% nel 2021) e il 25% giunge da altre province italiane (in lieve aumento dal 22% emerso lo scorso anno).

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



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



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 biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Audioguida	Supporti informativi	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,167	,310**	,751**	,387**	,577**	,357**	,567**	0,108	0,149	,542**
Orari di apertura	0,167	1,000	0,128	0,228	0,037	0,403	0,170	0,177	0,028	0,119	0,190
Personale di biglietteria	,310**	0,128	1,000	,706**	0,019	0,403	,320**	,368**	,234*	0,193	,481**
Guardaroba	,751**	0,228	,706**	1,000	0,492	,943**	,954**	,736**	,632**	,565*	,974**
Opere della collezione	,387**	0,037	0,019	0,492	1,000	0,307	,415**	,258*	,382**	0,153	,437**
Audioguida	,577**	0,403	0,403	,943**	0,307	1,000	,894**	,622**	,572*	,525*	,917**
Supporti informativi	,357**	0,170	,320**	,954**	,415**	,894**	1,000	,332**	,458**	,298**	,636**
Personale in sala	,567**	0,177	,368**	,736**	,258*	,622**	,332**	1,000	,235*	0,162	,566**
Segnaletica interna	0,108	0,028	,234*	,632**	,382**	,572*	,458**	,235*	1,000	,286**	,322**
Pulizia del sito	0,149	0,119	0,193	,565*	0,153	,525*	,298**	0,162	,286**	1,000	,264**
Esperienza complessiva	,542**	0,190	,481**	,974**	,437**	,917**	,636**	,566**	,322**	,264**	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).

Gli orari di apertura sono l'unica variabile che non è risultata significativa rispetto all'esperienza complessiva ed è stata esclusa dalla tabella laterale.

Per il *Museo Napoleonico* il **guardaroba**, l'**audioguida** (questi due aspetti sono stati utilizzati rispettivamente dal 16% e dal 20% degli intervistati) e i **supporti informativi** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

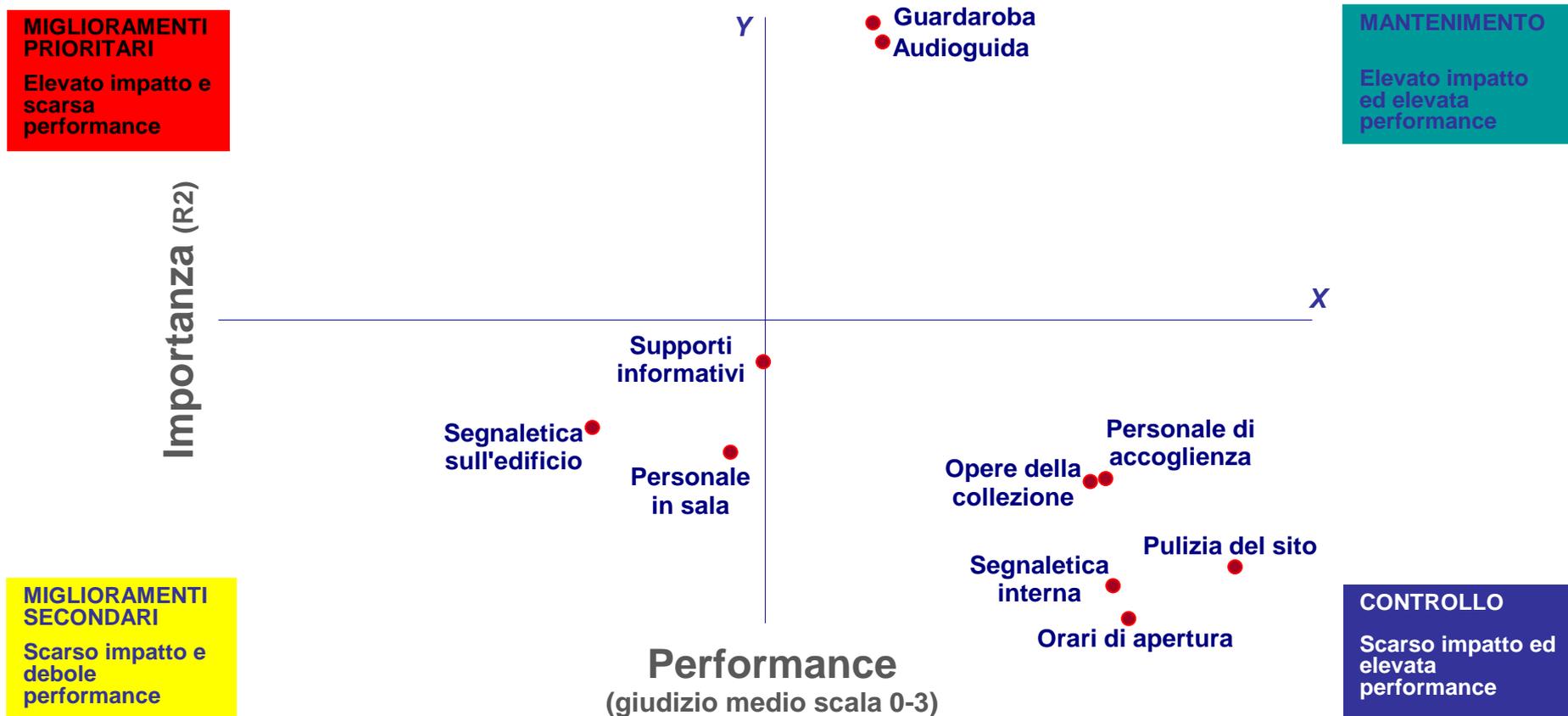
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Guardaroba	0,974
Audioguida	0,917
Supporti informativi	0,636
Personale in sala	0,566
Segnaletica sull'edificio	0,542
Personale di accoglienza	0,481
Opere della collezione	0,437
Segnaletica interna	0,322
Pulizia del sito	0,264

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **guardaroba** e l'**audioguida** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti nella mappa poiché si posizionano nel quadrante in alto a destra. Nessuna delle variabili emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

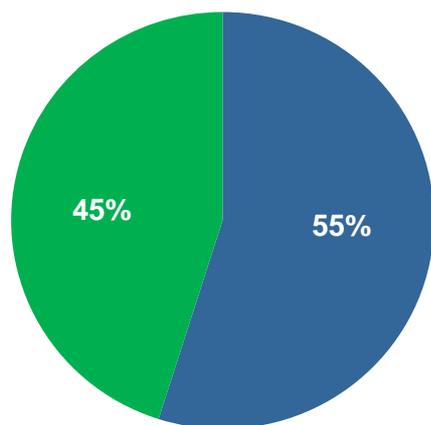
Cluster Analysis

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

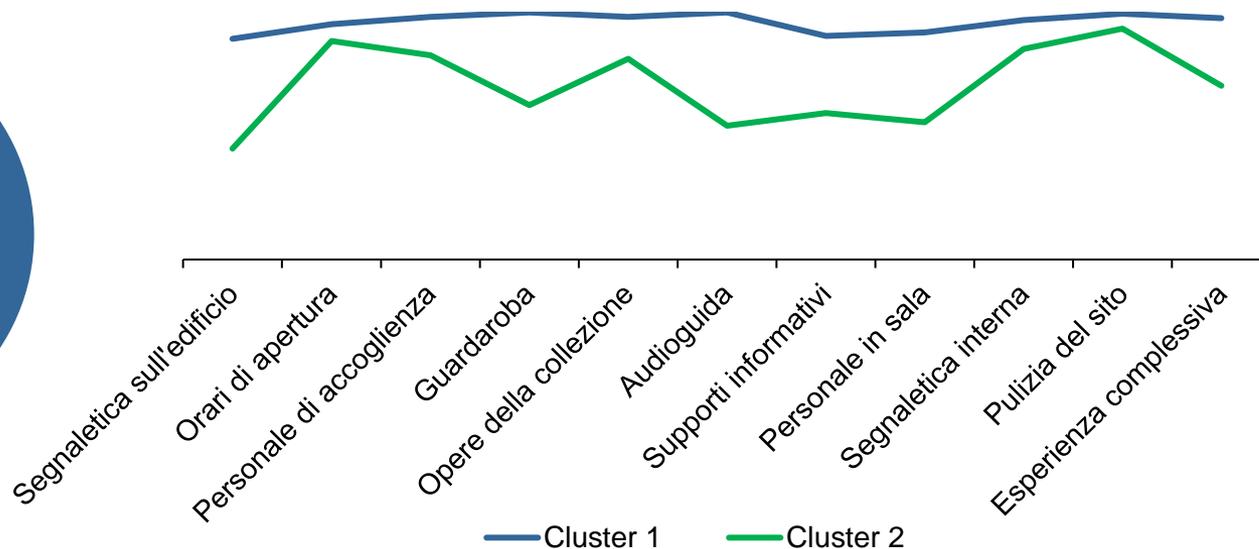
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (56 individui per il *Cluster 1* e 46 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico 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 donne; di età 19-34 anni e 40-54 anni; laureati; residenti a Roma; alcuni già stati al museo; ne sono venuti a conoscenza soprattutto passando per caso e tramite il passaparola; vengono con amici o da soli; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; di età 55-74 anni; diplomati; turisti; nuovi visitatori; sono venuti a conoscenza del museo tramite internet, guida cartacea e mappa di Roma; vengono in coppia o con la propria famiglia; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi.



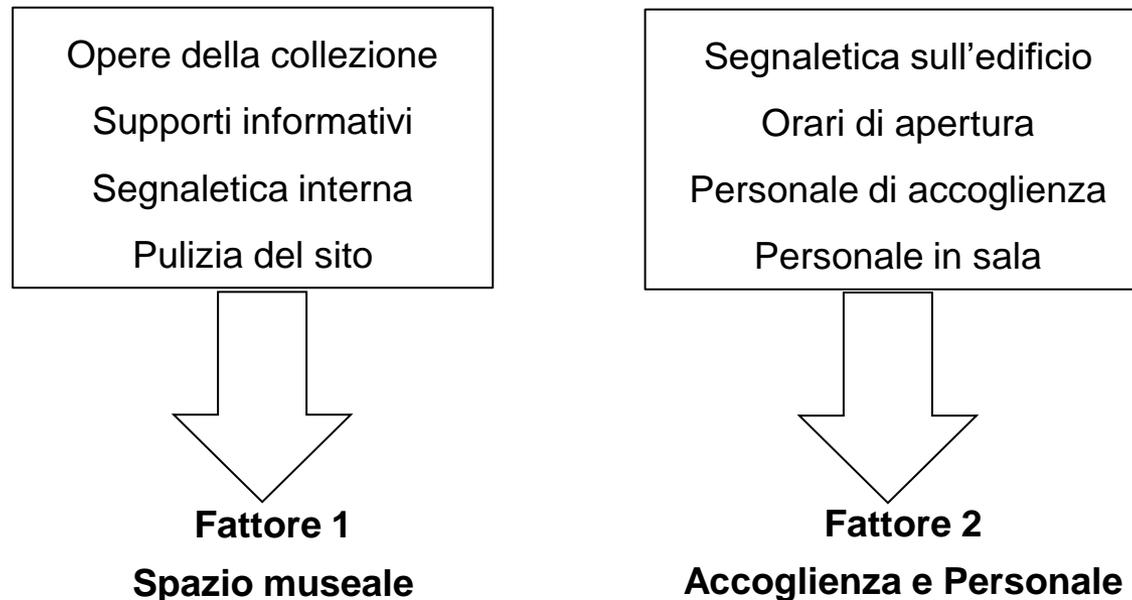
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

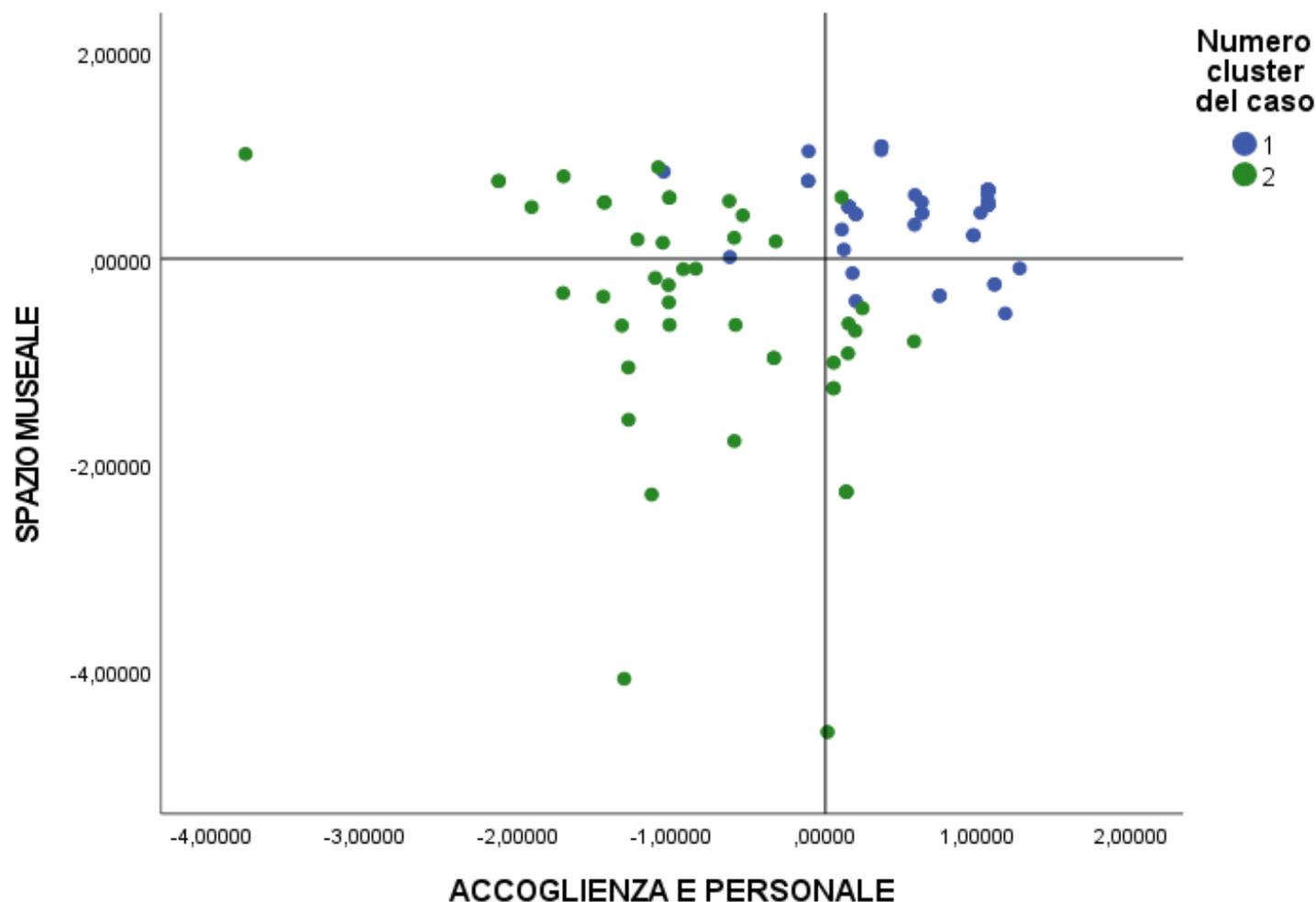
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba è stato escluso poiché non è risultato significativo per questo tipo di analisi).

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 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 2 (*Accoglienza e Personale*).



Suggerimenti

NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 71

SUPPORTI INFORMATIVI manca un albero genealogico per comprendere meglio la cronologia (5); migliorare le didascalie, renderle più visibili e tradotte in altre lingue (5). **Totale 10**

SEGNALETICA ESTERNA migliorare l'insegna fuori, da mettere lateralmente dove passano gli autobus. **Totale 4**

MUSICA aggiungere un po' di musica di sottofondo per creare l'atmosfera di quell'epoca. **Totale 4**

ACCOGLIENZA possibilità di pagare l'audioguida con il bancomat. **Totale 4**

ALTRO. Totale 10

TOTALE 32 SUGGERIMENTI
Museo Napoleonico

Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

- Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì da 1 a 3 volte Sì più di 3 volte

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

- stampa (quotidiani/riviste) 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"/>				
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>				
Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>				
Guardaroba	<input type="checkbox"/>				
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>				
Audioguida	<input type="checkbox"/>				
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>				
Personale in sala	<input type="checkbox"/>				
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>				
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>				
Esperienza complessiva	<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:.....