



Indagini di Customer Satisfaction

Museo della Repubblica Romana e della
memoria garibaldina

12 - 16 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. **100 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 12 al 16 ottobre** presso il ***Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina*** (gli intervistati rappresentano il 47% 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 95%, un margine di errore di stima di $\pm 4,29\%$.

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 **2,69** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono il **personale di accoglienza** (2,91), la **pulizia del sito** (2,82) e i **supporti informativi** (2,77).

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** (2,19) e degli **orari di apertura** (2,16). Quest'ultimo aspetto è quello su cui vengono rilasciati più suggerimenti, in quanto alcuni visitatori hanno richiesto di posticipare la chiusura del museo (n. 6 suggerimenti).

Le **opere della collezione** rappresentano la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 16-18).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 58% da cittadini **romani** e il 32% da turisti **stranieri, impiegati** (45%) e **liberi professionisti** (21%), in possesso di **laurea o post laurea** (66%), soprattutto appartenenti alle fasce d'età **19-39 anni** (40%) e **45-64 anni** (37%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (40%); poi seguono le voci **altri siti web** (20%) e **conoscenza personale** (14%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando, per caso* siano in prevalenza i turisti (italiani e stranieri), di età giovane 26-39 anni, senza aspettative a priori e in generale abbastanza soddisfatti. Invece a rispondere *altri siti web* e *conoscenza personale* sono soprattutto i visitatori romani, di età adulta 45-74 anni, con un giudizio superiore (*altri siti web*) o uguale (*conoscenza personale*) alle proprie attese, nel complesso molto soddisfatti.

Tabella riassuntiva

Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2022	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,19	2,00	100	0	0,706	0%	36%	0%	83%
Orari di apertura	2,16	2,00	100	0	0,884	0%	44%	4%	76%
Personale di accoglienza	2,91	3,00	100	0	0,288	0%	91%	0%	100%
Opere della collezione	2,58	3,00	100	0	0,496	0%	58%	0%	100%
Supporti informativi	2,77	3,00	100	0	0,423	0%	77%	0%	100%
Personale in sala	2,53	3,00	100	0	0,540	0%	55%	0%	98%
Segnaletica interna	2,61	3,00	100	0	0,567	0%	65%	0%	96%
Pulizia del sito	2,82	3,00	100	0	0,386	0%	82%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,69	3,00	100	0	0,465	0%	69%	0%	100%

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

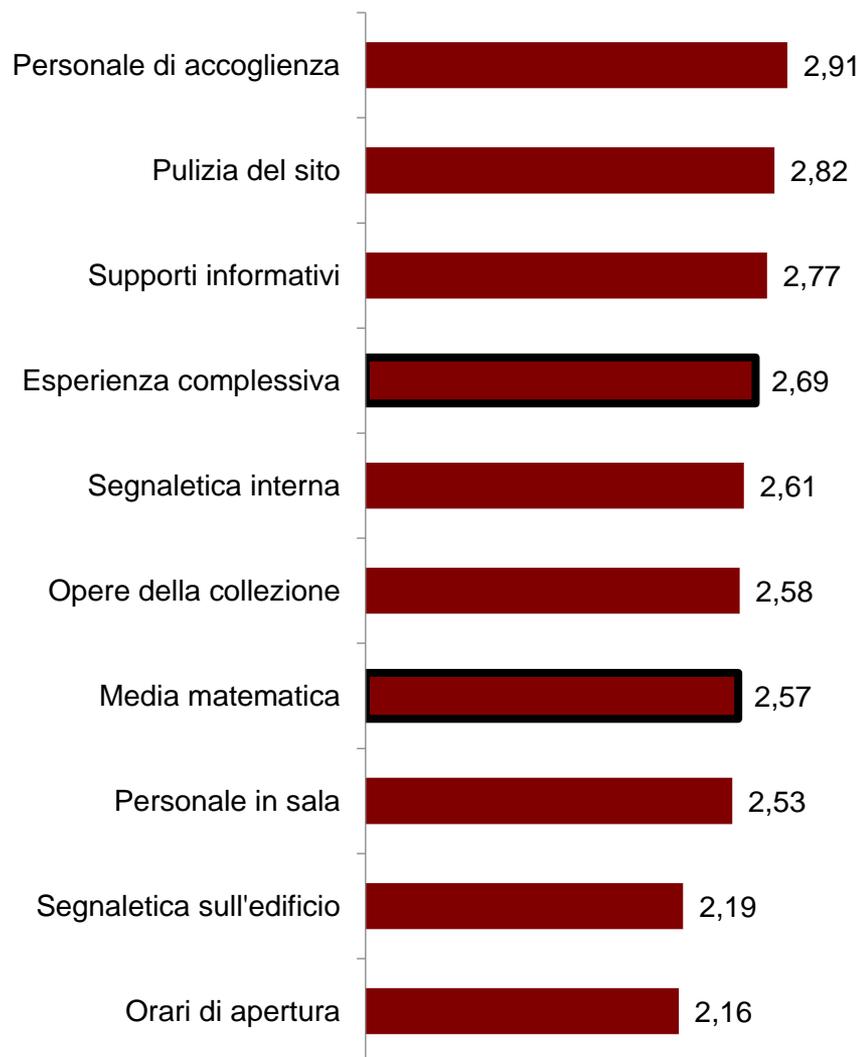
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,57).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: il **personale di accoglienza**, la **pulizia del sito** e i **supporti informativi**.

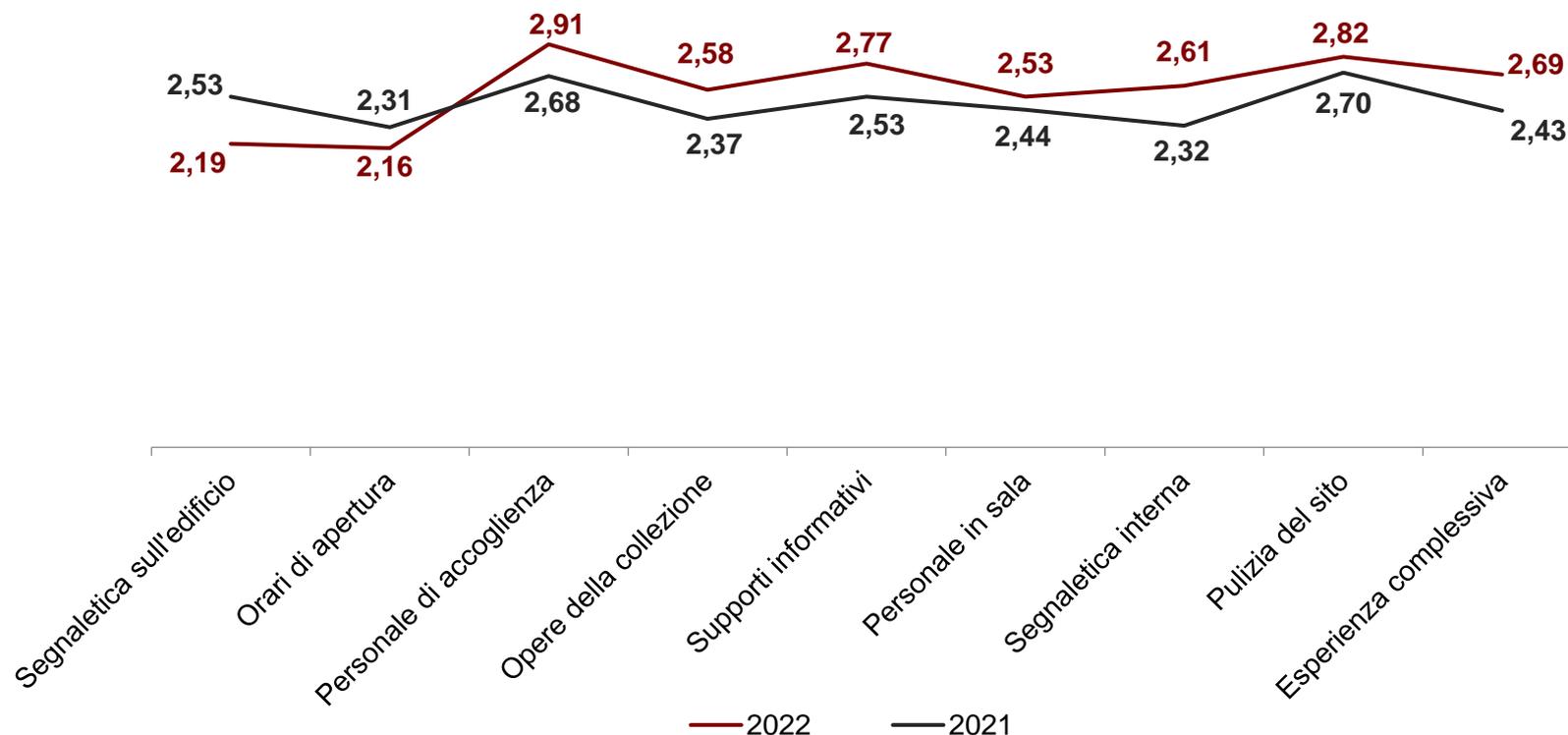
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica sull'edificio** e degli **orari di apertura**.



Analisi del trend 2021-2022

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

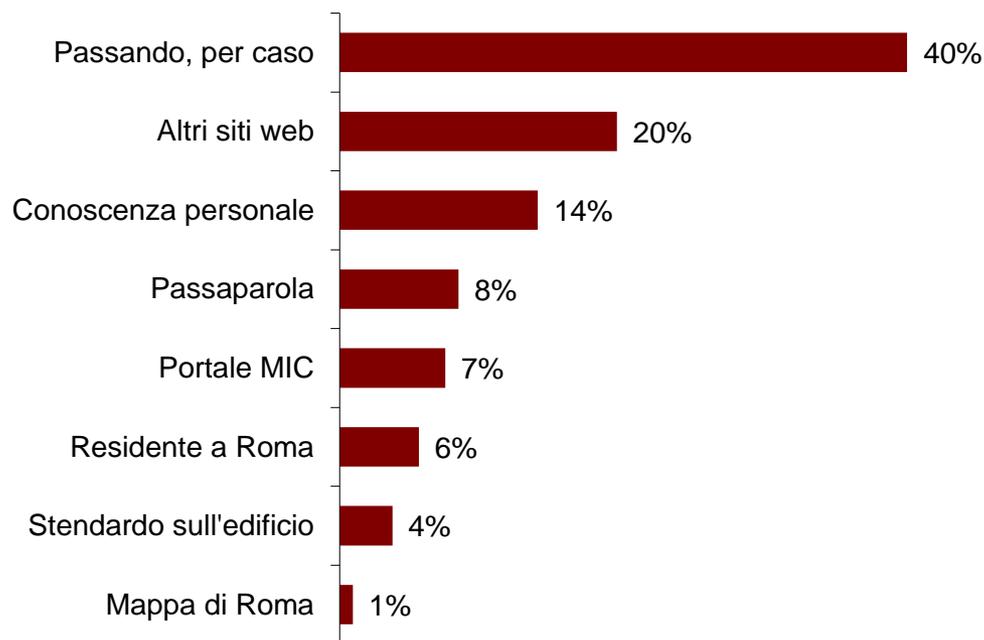
Si registra un aumento del livello di soddisfazione su quasi tutti gli aspetti oggetto d'indagine, in particolare sul personale di accoglienza, sulla segnaletica interna e sull'esperienza complessiva. Invece si rileva una flessione solo sulla segnaletica sull'edificio e sugli orari di apertura, la cui media scende in entrambi i casi al di sotto dello standard minimo di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 40% del campione intervistato è venuto a sapere del museo “**passando, per caso**” (42% nel 2021); il 20% lo conosce tramite “**altri siti web**” (in netto aumento dal 2% emerso nella precedente indagine). Rispetto allo scorso anno si registra un incremento percentuale di chi risponde “**conoscenza personale**” (da 7% a 14%), mentre scende notevolmente la voce “**passaparola**” (da 17% a 8%).

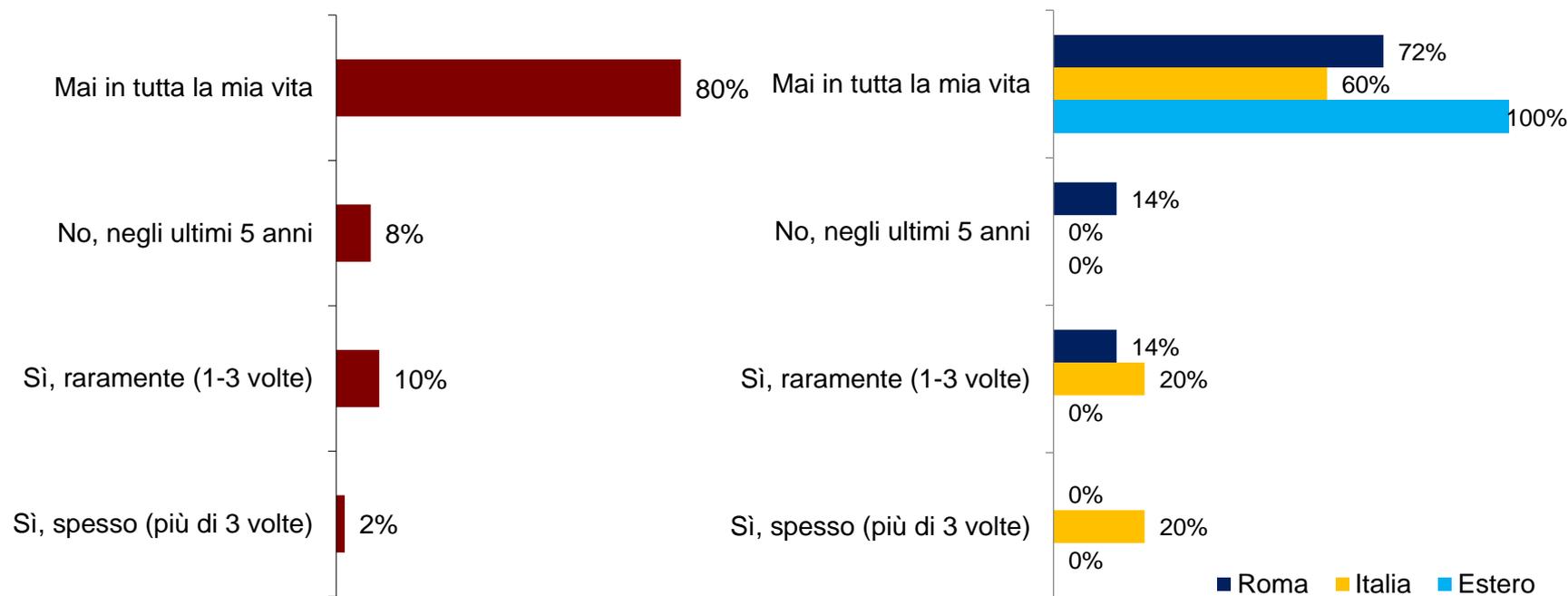
È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso siano in prevalenza i turisti (italiani e stranieri), di età giovane 26-39 anni, senza aspettative a priori e in generale abbastanza soddisfatti. Invece a rispondere altri siti web e conoscenza personale sono soprattutto i visitatori romani, di età adulta 45-74 anni, con un giudizio superiore (*altri siti web*) o uguale (*conoscenza personale*) alle proprie attese, nel complesso molto soddisfatti.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte del campione intervistato (80% sul totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina**, il 12% già vi è stato (di cui il 10% raramente “*da una a tre volte*” e il 2% spesso “*più di tre volte*”), mentre l’8% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e sono stati in più di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), il cui giudizio è uguale alle attese e in quest’ultimo anno affermano di avere frequentato meno di tre musei.

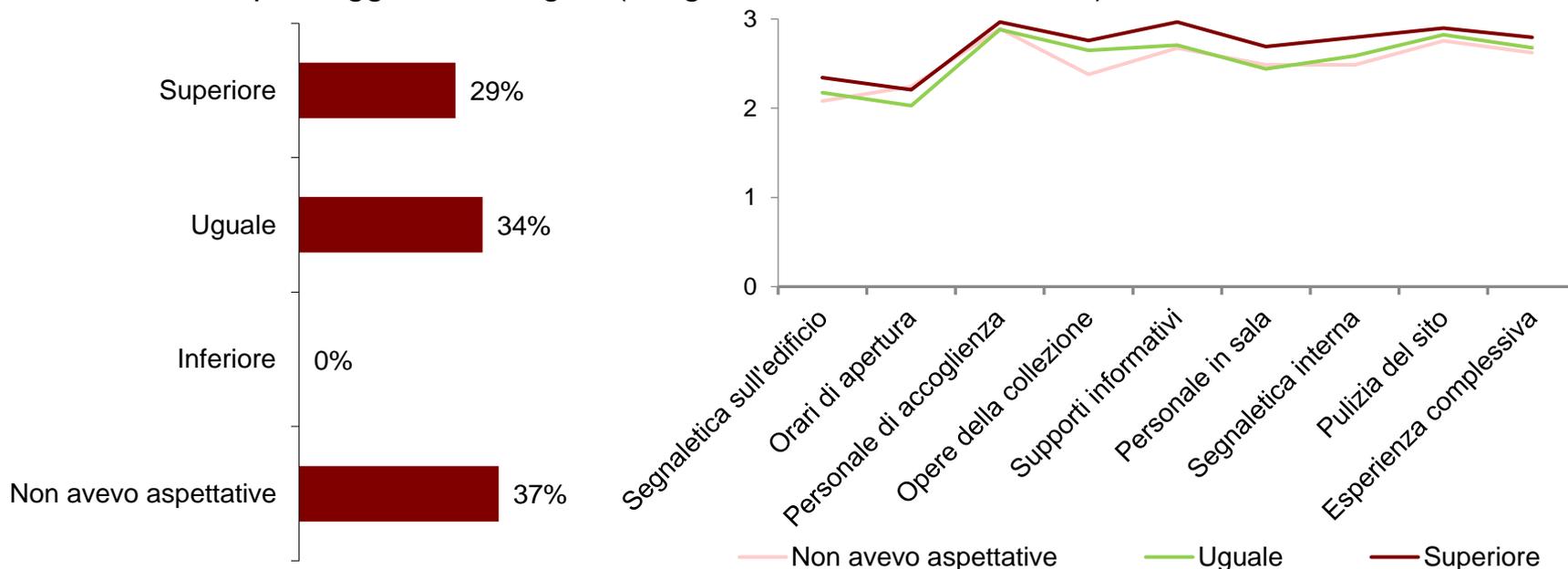


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 34% del campione totale dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 29% è superiore e per nessuno degli intervistati è inferiore. Il restante 37% afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle aspettative siano in particolare i visitatori italiani (inclusi i romani), laureati, ma il giudizio è superiore alle attese per chi viene per la prima volta, mentre è uguale per coloro che già vi sono stati. Invece a non avere aspettative a priori sono principalmente i turisti stranieri, con titolo di diploma superiore o specializzazione post laurea, nuovi visitatori.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).

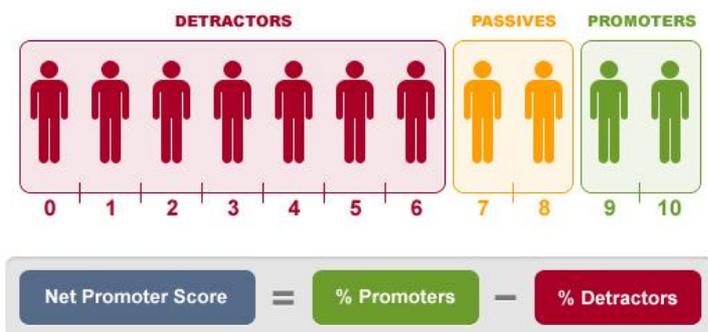


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 della Repubblica Romana e della Memoria Garibaldina* è pari al **29%**.

Ben il 63% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il 4% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

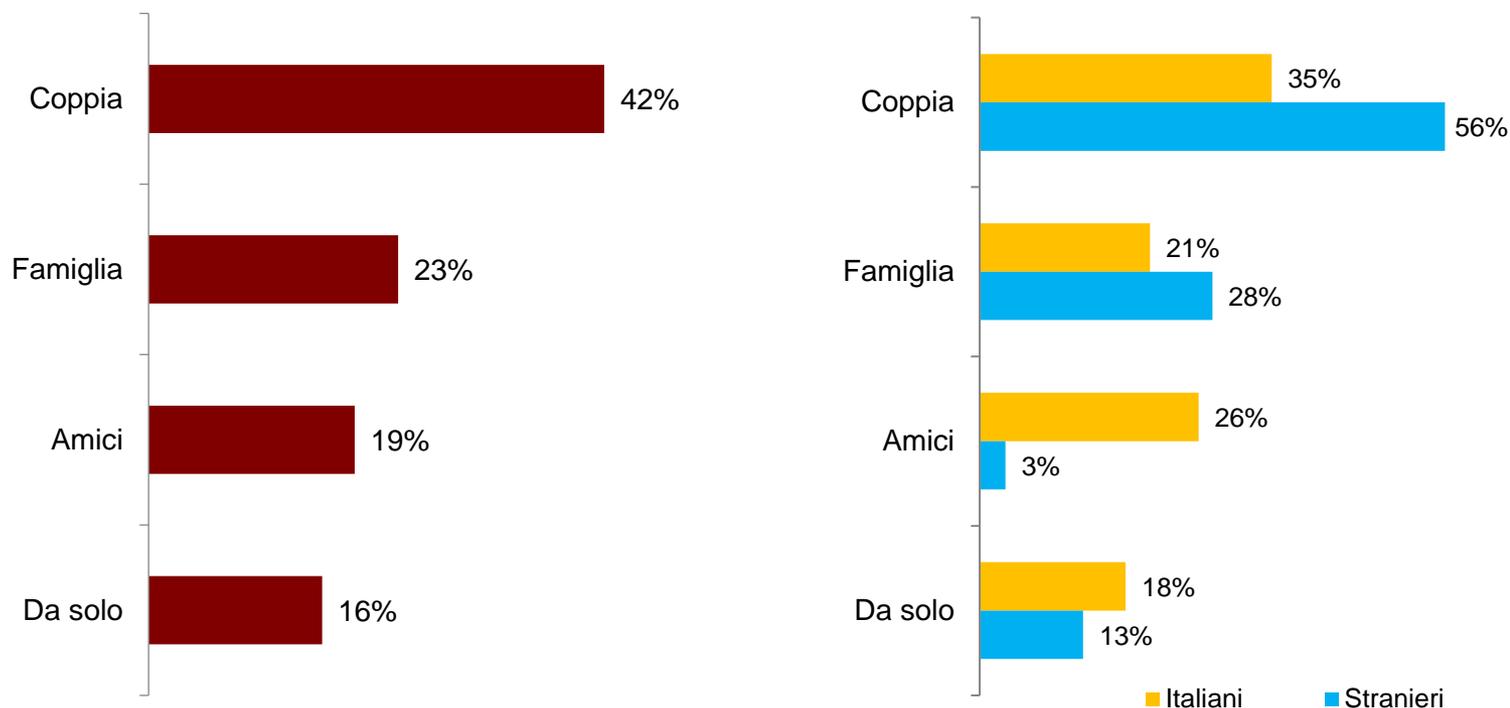


NET PROMOTER SCORE										
<i>Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2022</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	4	34	29	21	12
0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	34%	29%	21%	12%
DETRACTORI = 4%							PASSIVI = 63%	PROMOTORI = 33%		
33% - 4% = 29%										

Con chi ha visitato il museo

Il 42% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in **“coppia”**, il 23% insieme alla propria **“famiglia”**, il 19% vi giunge con **“amici”** e il restante 16% risponde **“da solo”**.

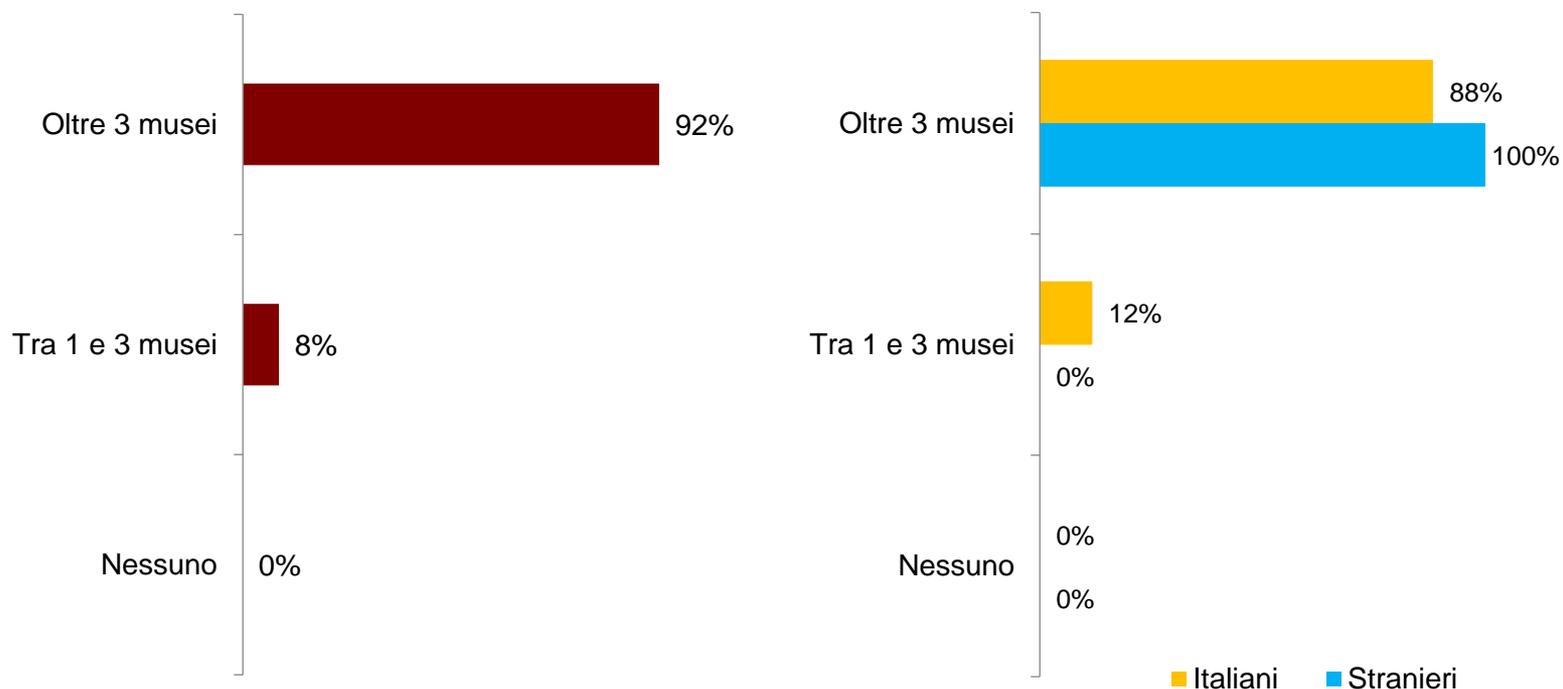
Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente i turisti stranieri (*cf.* grafico sottostante a destra), di età compresa tra i 19 e 44 anni, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece a recarsi al museo con amici o da soli sono soprattutto i visitatori italiani, appartenenti alle fasce di età 45-54 anni e 65-74 anni, il cui giudizio è uguale alle proprie attese. Infine, coloro che si recano con la propria famiglia sono prevalentemente stranieri, di età adulta 55-64 anni e hanno un giudizio superiore o uguale alle aspettative.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 92% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, l'8% “**tra uno e tre musei**”, mentre nessuno dichiara di non avere visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri (*cf.* grafico sottostante a destra), nuovi visitatori, giovani di età 19-34 anni o adulti over 55 anni, con un giudizio uguale alle attese o ne sono privi. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno sono principalmente i visitatori italiani (inclusi i romani), alcuni già stati al *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina*, appartenenti alle fasce d'età dei 35-54 anni, il cui giudizio è superiore alle aspettative.



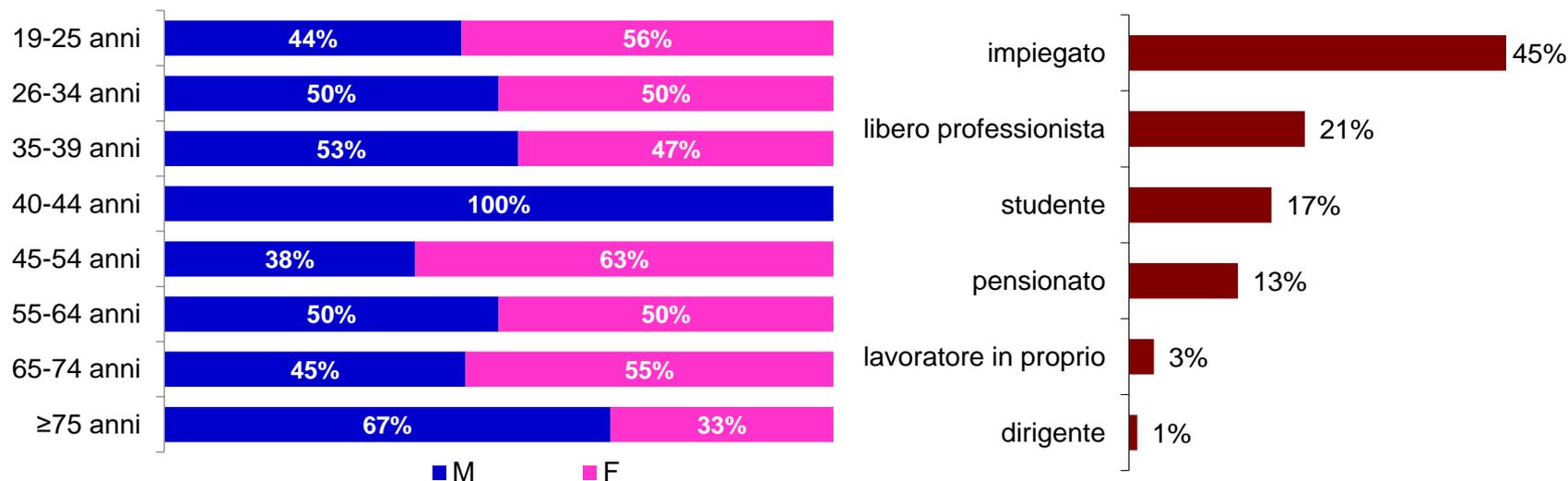
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Quest'anno prevale il **genere femminile** (51%; nel 2021 era il 41% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-25 anni e 45-54 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 35-44 anni e al di sopra dei 75 anni.

In tale indagine si registra una maggiore presenza di giovani di età **19-39 anni** (in aumento dal 30% al 40%) e adulti di età **65-74 anni** (da 9% a 20%), mentre diminuiscono i visitatori appartenenti alle fasce dei 40-64 anni, la cui percentuale scende dal 55% al 37%.

Il 66% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (57% nell'ultima indagine).

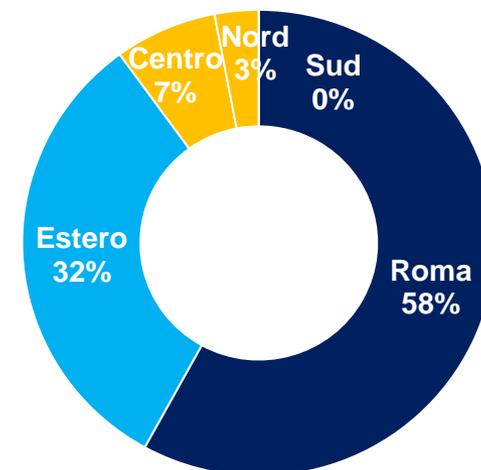
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** che raggiungono il 45% (lo scorso anno erano il 40%). In aumento i liberi professionisti, che passano da 11% a 21% e gli studenti (17%; erano il 9% nel 2021).



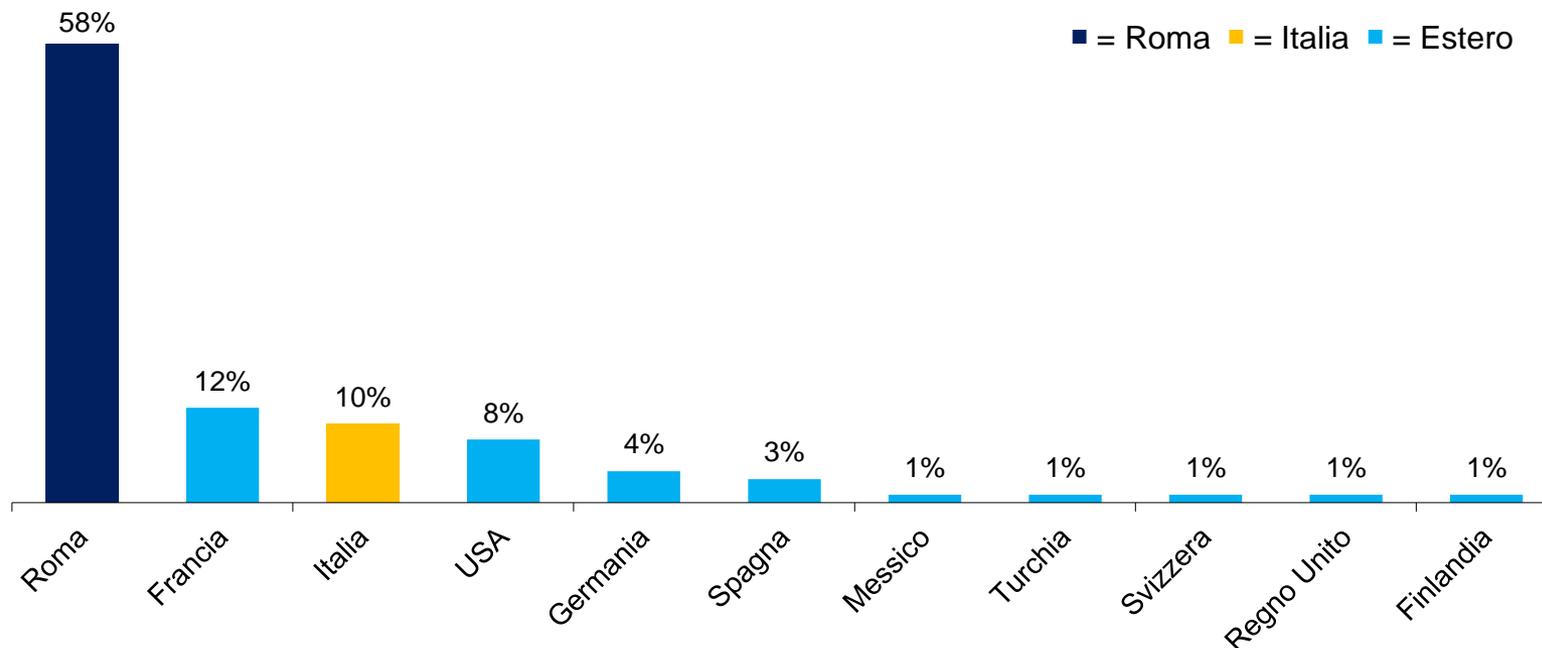
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 58% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (68% nell'indagine precedente), mentre il 32% è rappresentato dai turisti stranieri (in netto aumento dal 13% nel 2021) e il 10% giunge da altre province italiane (in calo dal 19% emerso lo scorso anno).

Tra le nazionalità estere prevale quella **francese** (12%); 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 <i>Rho di Spearman</i> ***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,523**	0,088	-0,007	0,170	,226*	-,250*	-0,014	-0,121
Orari di apertura	,523**	1,000	0,067	-,330**	0,173	,202*	-0,049	0,004	0,006
Personale di accoglienza	0,088	0,067	1,000	0,157	0,160	,264**	,284**	,216*	0,167
Opere della collezione	-0,007	-,330**	0,157	1,000	,353**	0,183	0,127	,340**	,525**
Supporti informativi	0,170	0,173	0,160	,353**	1,000	,481**	0,029	0,053	,250*
Personale in sala	,226*	,202*	,264**	0,183	,481**	1,000	,315**	0,190	,198*
Segnaletica interna	-,250*	-0,049	,284**	0,127	0,029	,315**	1,000	,268**	,293**
Pulizia del sito	-0,014	0,004	,216*	,340**	0,053	0,190	,268**	1,000	,305**
Esperienza complessiva	-0,121	0,006	0,167	,525**	,250*	,198*	,293**	,305**	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 segnaletica sull'edificio, gli orari di apertura e il personale di accoglienza non sono risultati significativi rispetto all'esperienza complessiva e sono stati esclusi dalla tabella laterale.

Per il *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* le **opere della collezione** sono l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

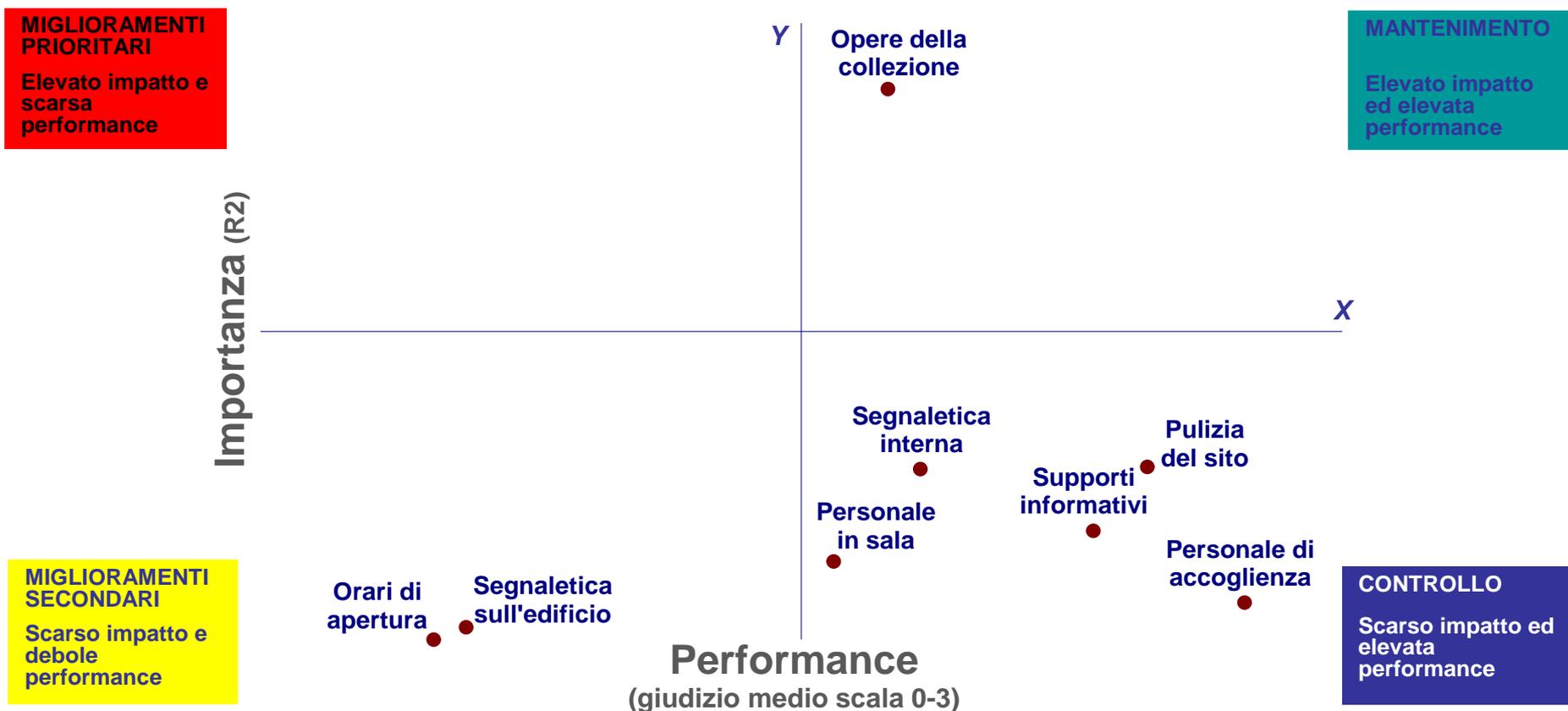
La segnaletica sull'edificio ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo (è inversamente proporzionale ad esso), seppure minima e non significativa.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,525
Pulizia del sito	0,305
Segnaletica interna	0,293
Supporti informativi	0,250
Personale in sala	0,198

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa poiché si posiziona 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.

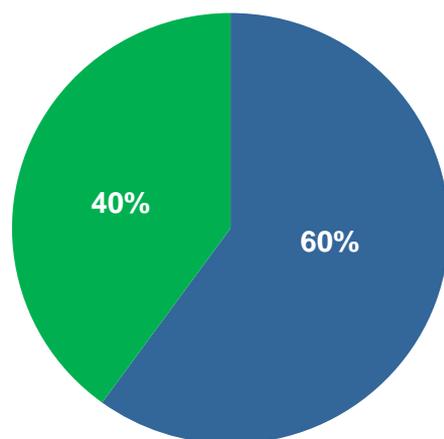
Cluster Analysis

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

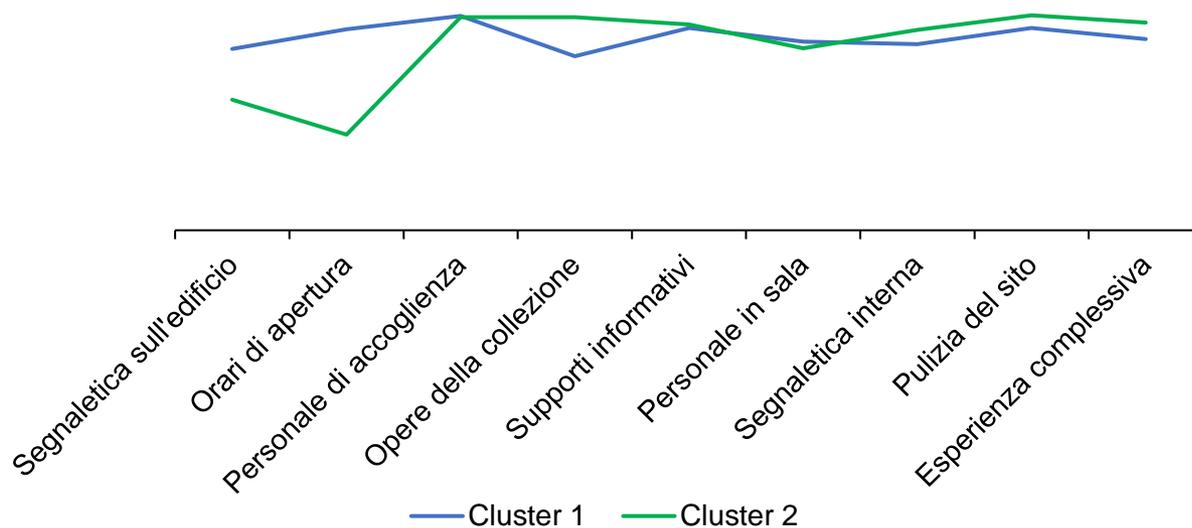
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (60 individui per il *Cluster 1* e 40 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio mediamente più alto sull'esperienza complessiva (cfr. grafico sottostante a destra).

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; turisti; di età 19-39 anni; studenti e impiegati; sono venuti a conoscenza del museo soprattutto passando per caso e tramite il portale www.museiincomuneroma.it; vengono in coppia o da soli; privi di aspettative a priori.

Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; residenti a Roma; di età 45-74 anni; liberi professionisti e pensionati; sono venuti a conoscenza del museo soprattutto tramite altri siti web e passaparola; vengono con la propria famiglia o con amici; giudizio superiore o uguale alle aspettative.



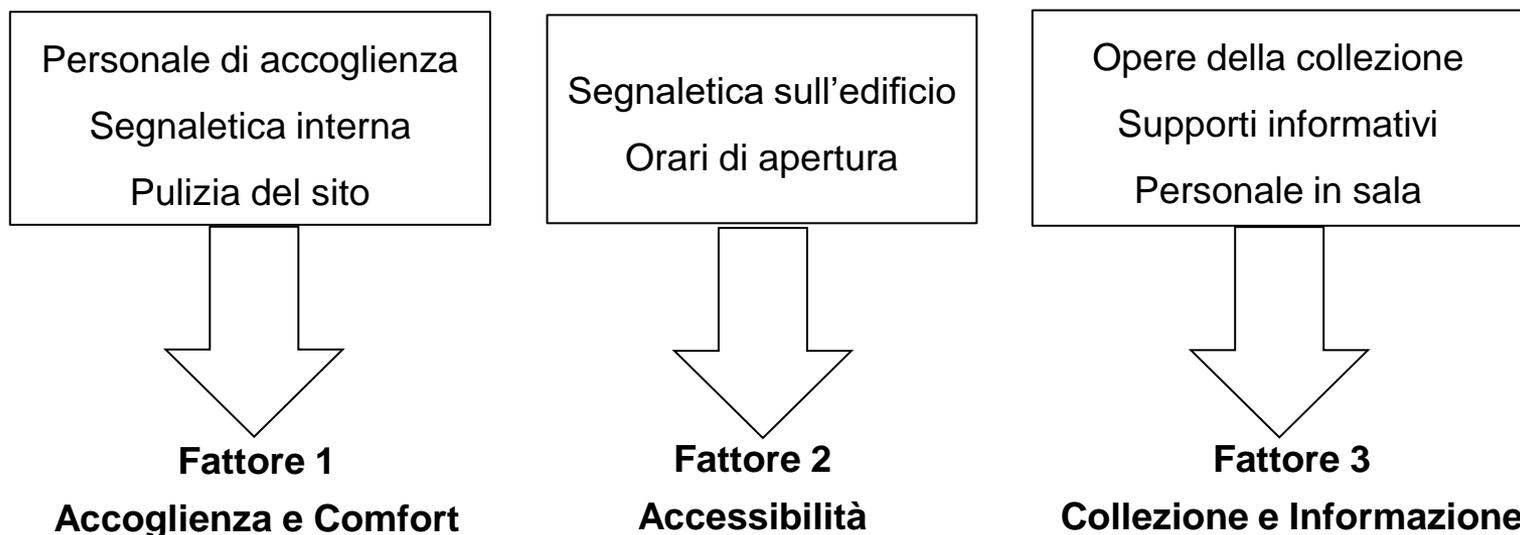
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

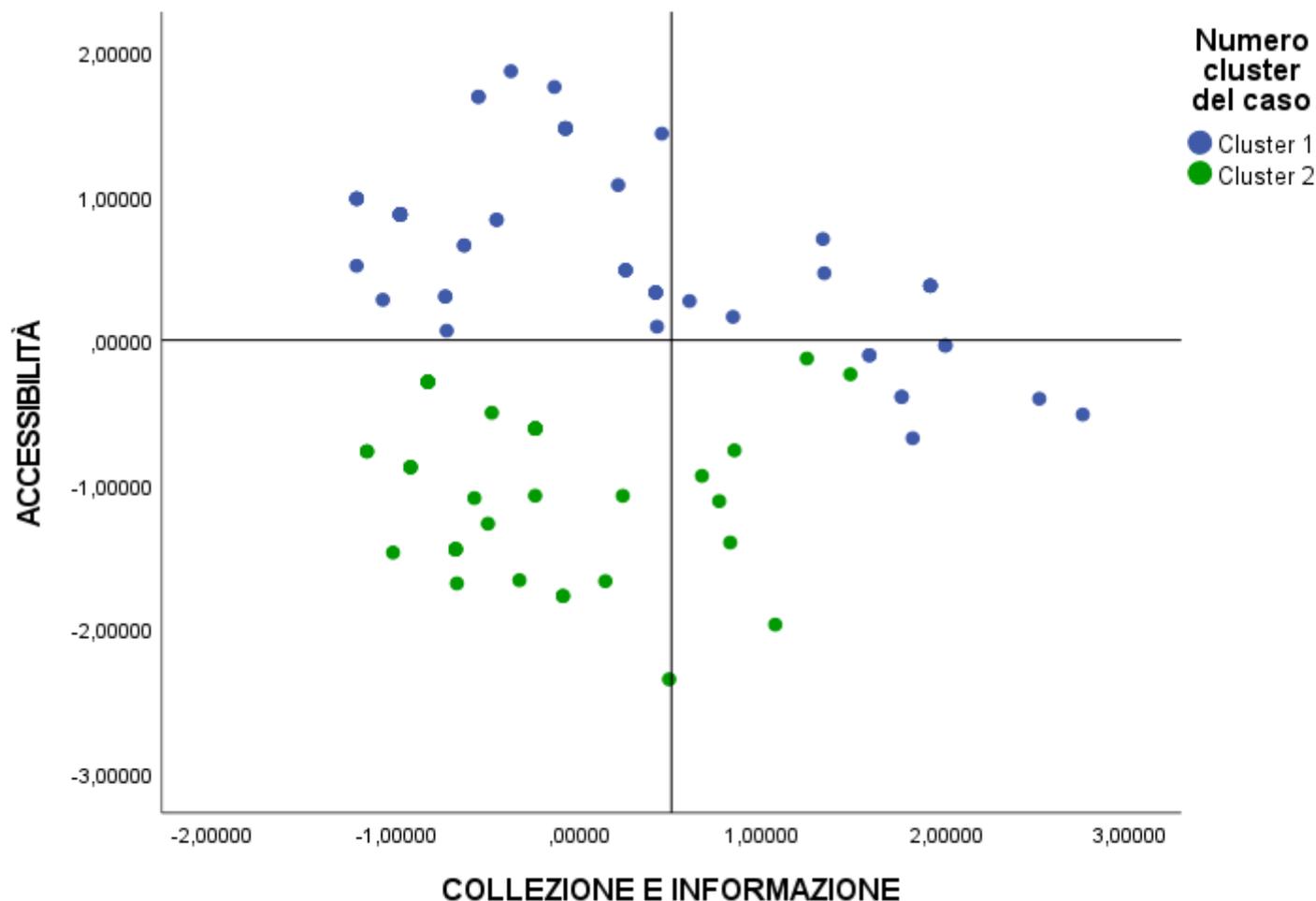
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione sul Fattore 3 (*Collezione e Informazione*), mentre il Cluster 1 è più soddisfatto del Fattore 2 (*Accessibilità*).



Suggerimenti

NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 87

ORARIO posticipare la chiusura (5); prevedere più aperture serali (1). **Totale 6**

COMUNICAZIONE maggiore promozione del museo. **Totale 4**

ALTRO. Totale 4

TOTALE 14 SUGGERIMENTI
Museo della Repubblica Romana e
della memoria garibaldina

Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

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

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

- stampa (quotidiani/riviste)
 standardo sull'edificio
 scuola-università
 www.museiincomuneroma.it
 amici/parenti
 social network
 altri siti internet
 scuola-università
 altro.....

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da Molto a Per niente soddisfatto) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è: Superiore Uguale Inferiore Non avevo aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?

MINIMO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MASSIMO

Con chi ha visitato il museo? Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? Nessuno Tra 1 e 3 musei Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare

DATI PERSONALI : Età: <14 14-18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55-64 65-74 ≥75 Genere: M F

Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione: impiegato dirigente studente pensionato libero professionista casalinga operaio disoccupato altro.....

Provenienza: Roma (Municipio:) Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....