



Indagini di Customer Satisfaction

Museo delle Mura

4 – 8 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 4 all'8 ottobre** presso il **Museo delle Mura** (gli intervistati rappresentano il 27% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea "*Pharmakon. Episodio 2*".

Questa numerosità appare abbastanza adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media dell'89%, un margine di errore di stima di $\pm 6,16\%$.

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 **2,50** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,75) e la **pulizia del sito** (2,49).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione delle **opere della collezione** (2,19), degli **orari di apertura** (2,09) e dei **supporti informativi** (1,98).

Il **personale di accoglienza** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, dove invece emergono gli **orari di apertura** come miglioramento prioritario. Tale aspetto risulta tra quelli più correlati al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme alla **pulizia del sito** e alla **segnaletica interna** (cfr. pp. 16-18).

Invece i **supporti informativi** sono l'aspetto su cui vengono rilasciati più suggerimenti (n. 11 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 46% da **cittadini romani** e il 44% da **turisti stranieri, impiegati** (39%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (54%), appartenenti alle fasce d'età **45-74 anni** (48%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (30%); poi seguono **conoscenza personale** (15%), **passaparola** (11%) e **guida cartacea** (10%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando, per caso* o tramite la *guida cartacea* siano soprattutto i turisti, appartenenti alle fasce di età compresa tra i 26 e 44 anni, privi di aspettative. La risposta *conoscenza personale* è predominante per i romani, di età giovane 19-25 anni o adulta over 65 anni, il cui giudizio è superiore alle proprie attese. Invece il *passaparola* prevale per i turisti stranieri, di età 35-39 anni e 45-64 anni, che affermano di avere un giudizio uguale alle aspettative.

Tabella riassuntiva

Museo delle Mura 2022	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,32	2,00	100	0	0,695	0%	44%	1%	89%
Orari di apertura	2,09	2,00	100	0	0,767	0%	32%	2%	79%
Personale di accoglienza	2,75	3,00	100	0	0,479	0%	77%	0%	98%
Opere della collezione	2,19	2,00	100	0	0,662	0%	33%	0%	86%
Supporti informativi	1,98	2,00	100	0	0,738	0%	26%	0%	72%
Personale in sala	2,32	2,00	73	27	0,743	27%	47%	1%	86%
Segnaletica interna	2,32	2,00	92	8	0,573	8%	37%	0%	95%
Pulizia del sito	2,49	3,00	100	0	0,595	0%	53%	1%	97%
Esperienza complessiva	2,50	3,00	100	0	0,628	0%	55%	2%	97%

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

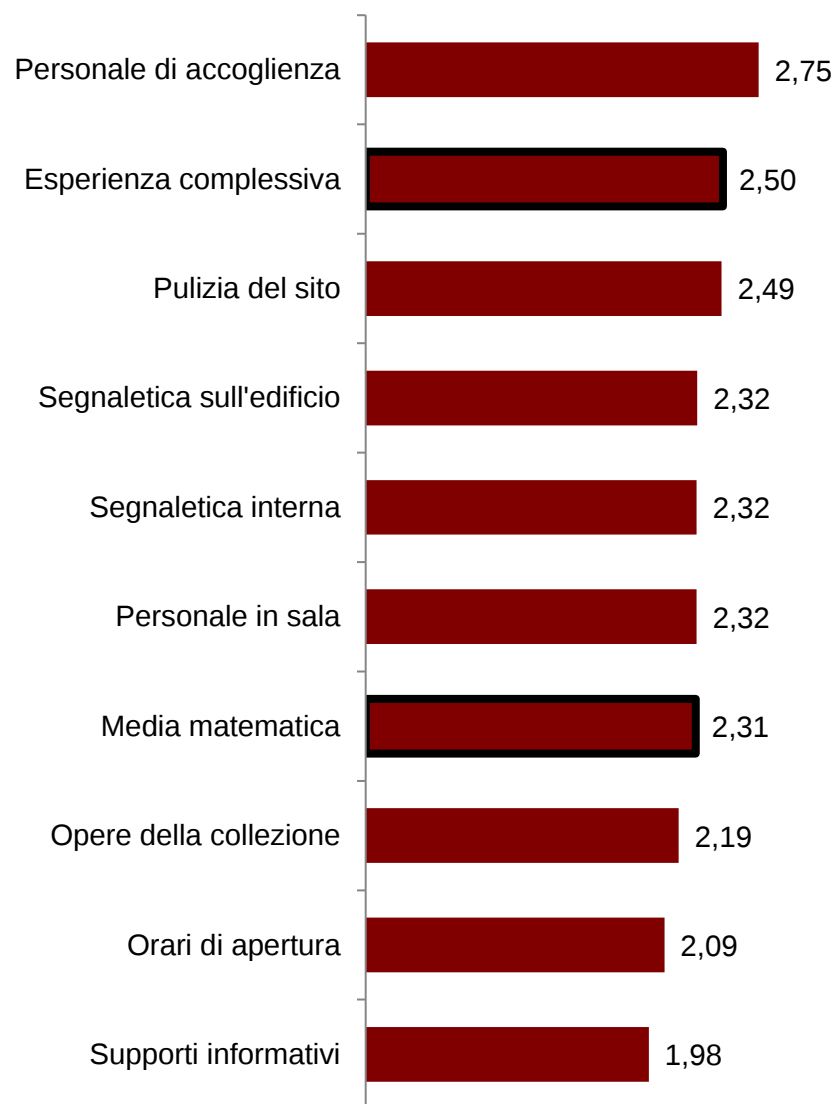
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,31).

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** e la **pulizia del sito**.

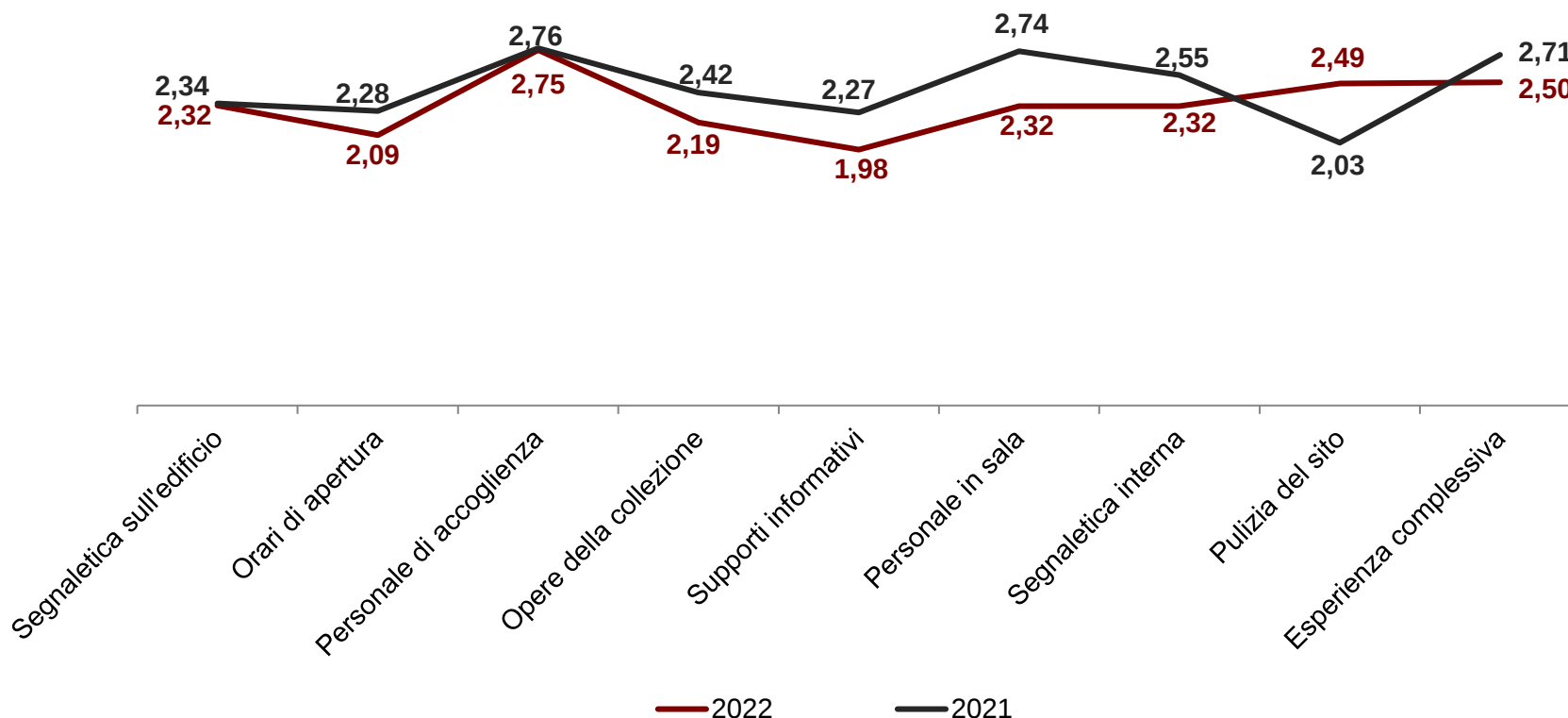
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione delle **opere della collezione**, degli **orari di apertura** e dei **supporti informativi**.



Analisi del trend 2021-2022

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

In particolare si registra una flessione generale del livello di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine, ma aumenta notevolmente la media della pulizia del sito, che quest'anno sale al di sopra dello standard minimo di 2,20.



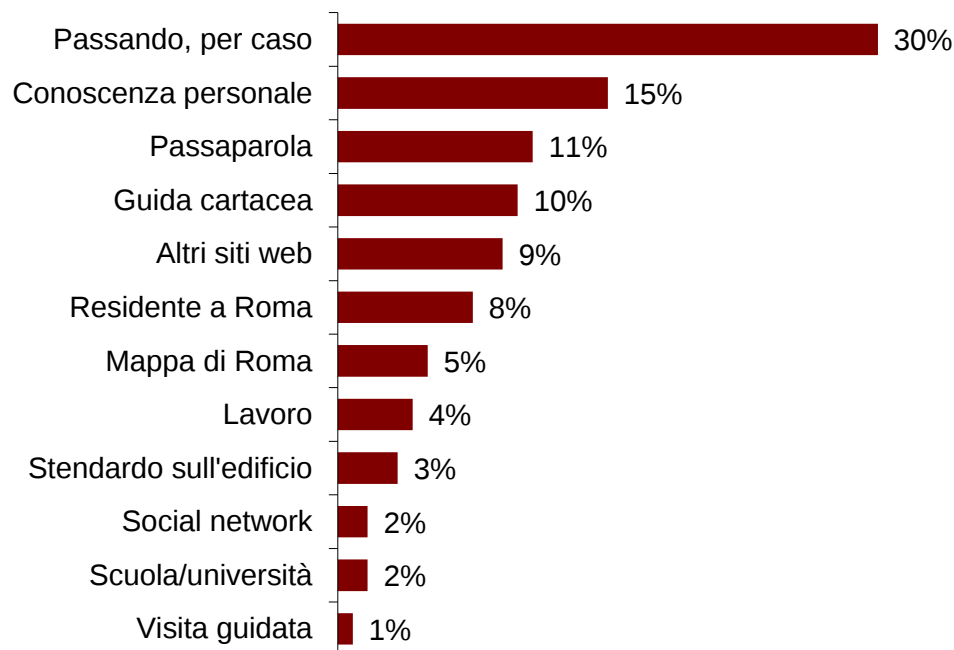
Come è venuto a conoscenza del museo

Il 30% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**” (nel 2021 era il 19%), il 15% risponde “**conoscenza personale**” (in aumento dall’8% scorso anno) e l’11% attraverso il “**passaparola**” (nella precedente indagine era 18%).

La percentuale relativa alla “**guida cartacea**” sale da 8% a 10%, mentre quella di “**altri siti web**” passa da 8% a 9%.

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso o tramite la guida cartacea siano soprattutto i turisti, appartenenti alle fasce di età compresa tra i 26 e 44 anni, privi di aspettative. La risposta conoscenza personale è predominante per i romani, di età giovane 19-25 anni o adulta over 65 anni, il cui giudizio è superiore alle proprie attese.

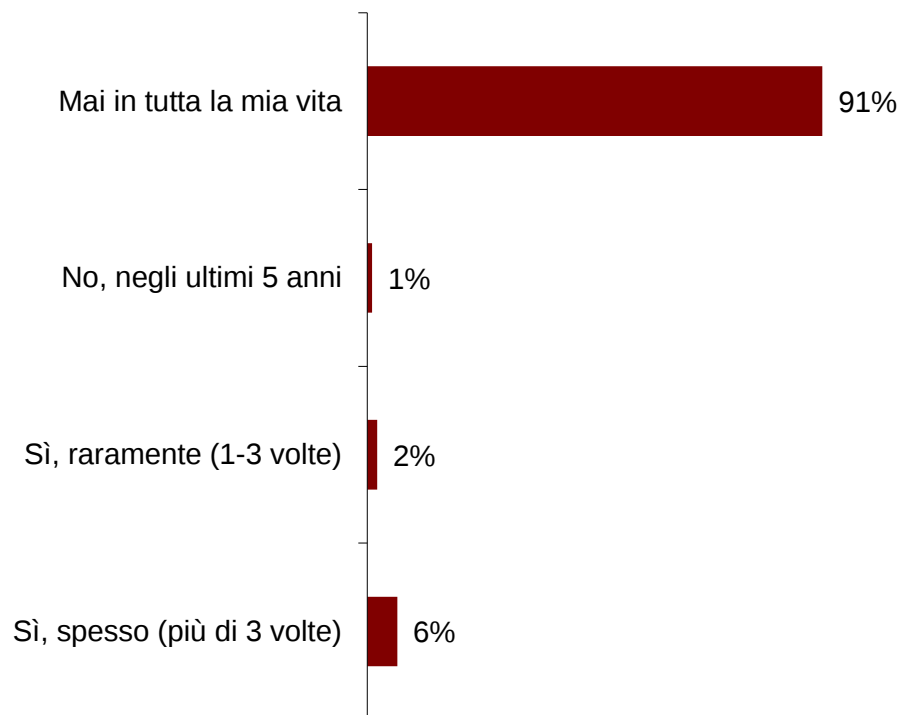
Invece il passaparola prevale per i turisti stranieri, di età 35-39 anni e 45-64 anni, che affermano di avere un giudizio uguale alle aspettative.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La quasi totalità degli intervistati (91% sul campione totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo delle Mura**, l'8% già vi è stato (di cui il 6% *“più di tre volte”* e il 2% *“da una a tre volte”*) e il restante 1% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

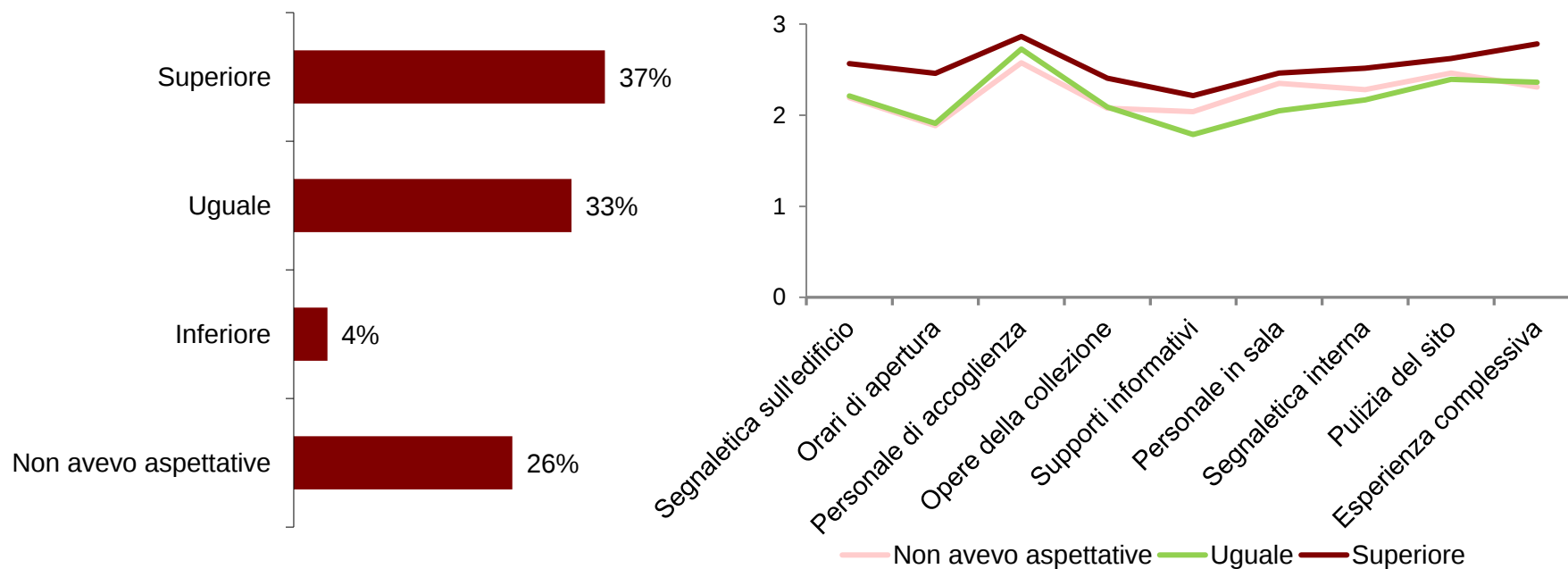
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto coloro che sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo delle Mura sono prevalentemente coloro che in quest'ultimo anno dichiarano di avere frequentato più di tre musei.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 37% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 33% è uguale e solo il restante 4% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 26% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano in particolare i giovani di età fino ai 34 anni, diplomati, nuovi visitatori. Il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per i visitatori appartenenti alle fasce di età 35-39 anni e 55-74 anni, laureati, alcuni già stati al *Museo delle Mura*. Invece ad essere privi di attese a priori sono soprattutto coloro che hanno un'età di 40-54 anni, con un titolo di laurea o post laurea e vengono per la prima volta in questo museo. Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative 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 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 delle Mura* è pari al **35%**.

Il 55% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il restante 5% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).



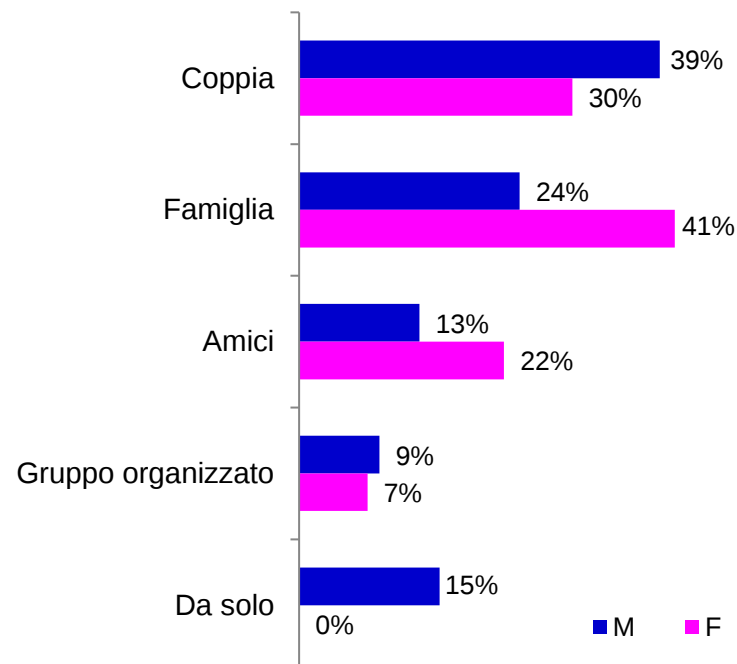
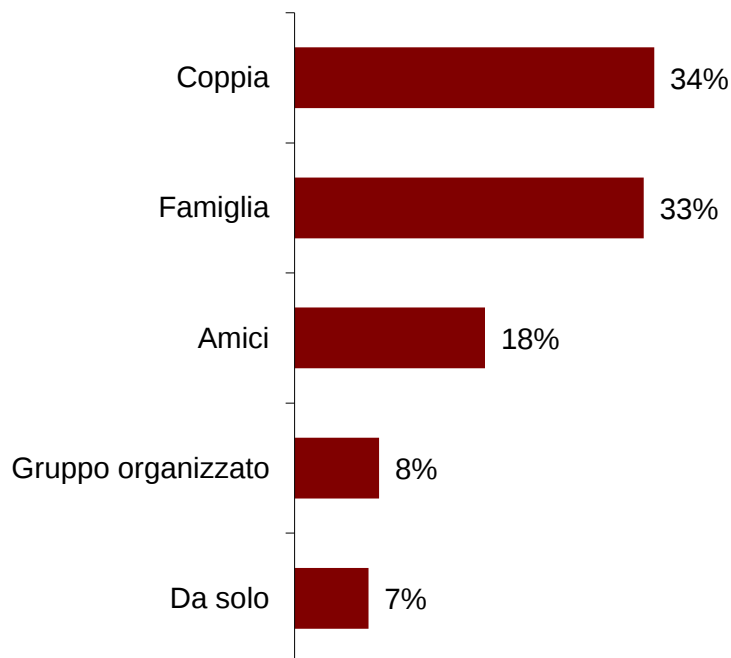
NET PROMOTER SCORE Museo delle Mura 2022										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	5	19	36	16	24
0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	19%	36%	16%	24%
DETRATTORI = 5%							PASSIVI = 55%	PROMOTORI = 40%		
40% - 5% = 35%										

Con chi ha visitato il museo

Il 34% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 33% viene con la propria “**famiglia**”, il 18% in compagnia di “**amici**”, l’8% con un “**gruppo organizzato**” e il restante 7% “**da solo**”.

Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente gli uomini (cfr. grafico sottostante a destra), nuovi visitatori, che hanno frequentato più di tre musei nell’ultimo anno. Invece a recarsi al museo con la propria famiglia o con amici sono in particolare le donne, che vengono per la prima volta e in quest’ultimo anno sono state da uno a tre musei.

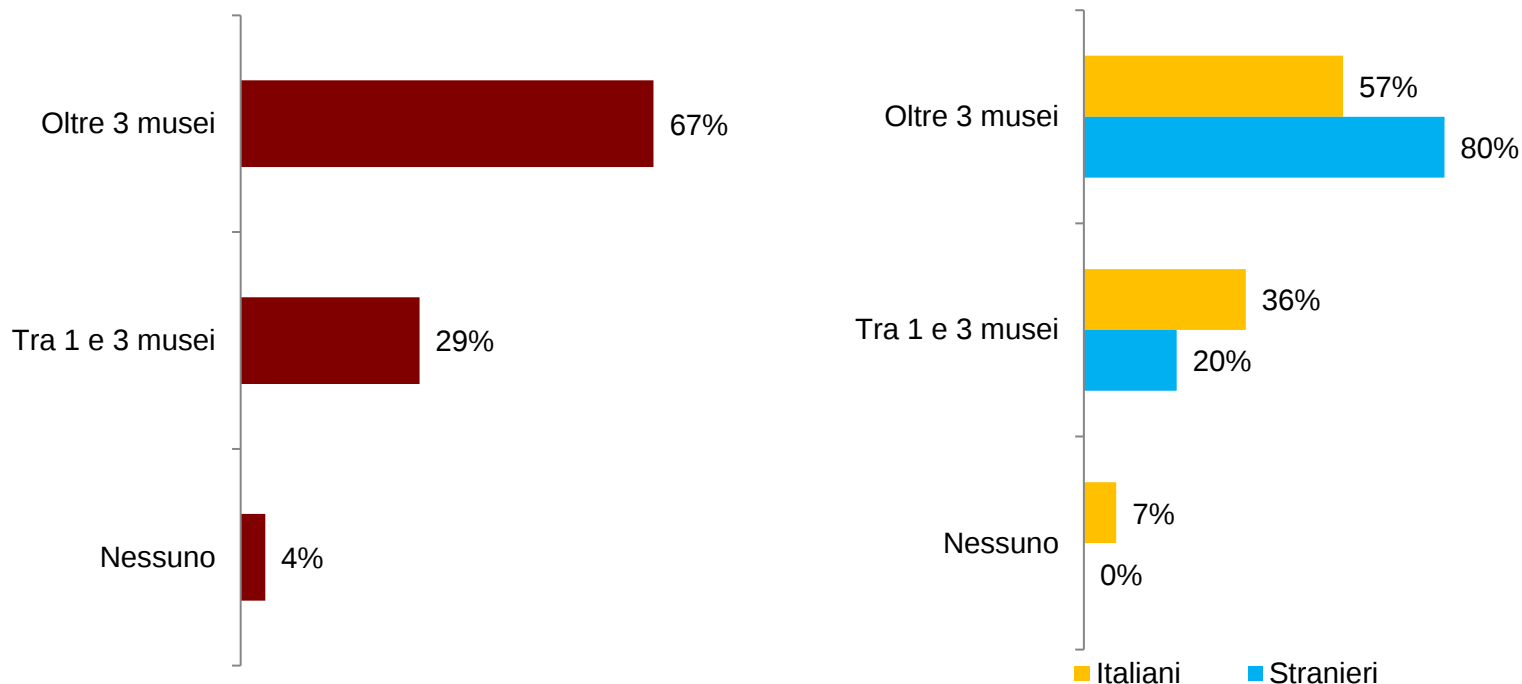
Infine a visitare il museo con un gruppo organizzato o da soli sono soprattutto gli uomini, alcuni già stati al *Museo delle Mura* e hanno visto meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 67% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 29% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il 4% dichiara di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), che si dichiarano abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori italiani, con un giudizio generale abbastanza soddisfacente.



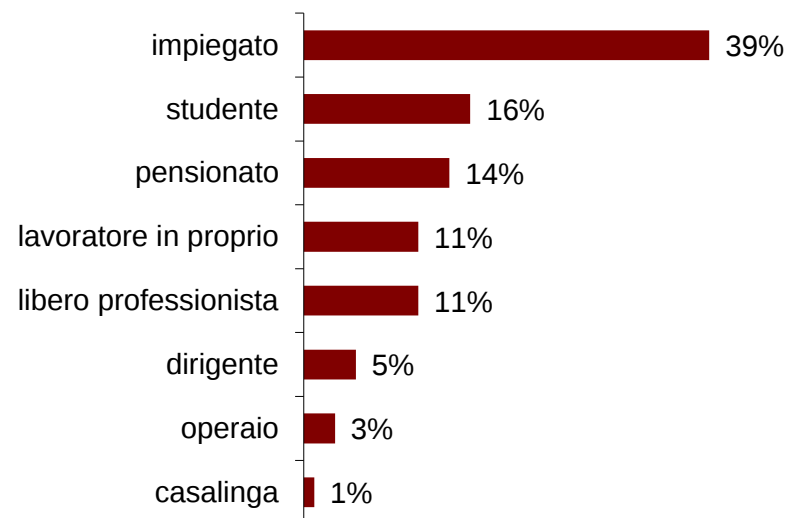
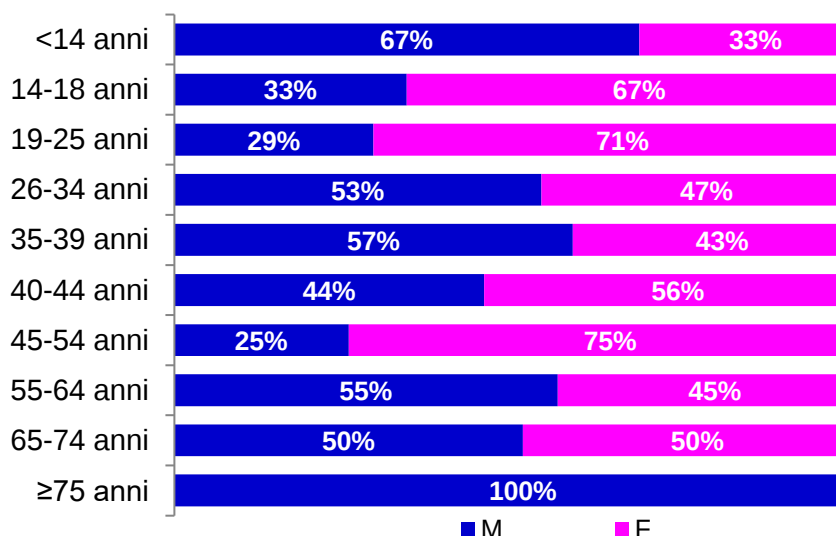
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (54%; nel 2021 era il 39% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 14-25 anni e 45-54 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce minori di 14 anni, 26-39 anni e sopra i 55 anni.

Rispetto allo scorso anno si registra un incremento dei **giovani di età fino ai 25 anni**, la cui percentuale sale dal 6% al 16%. In aumento anche le fasce adulte di età compresa tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 48% (nel 2021 erano il 44%), mentre diminuiscono quelle dei 26-39 anni, che passano dal 37% dello scorso anno al 26%.

Il 54% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (53% nel 2021).

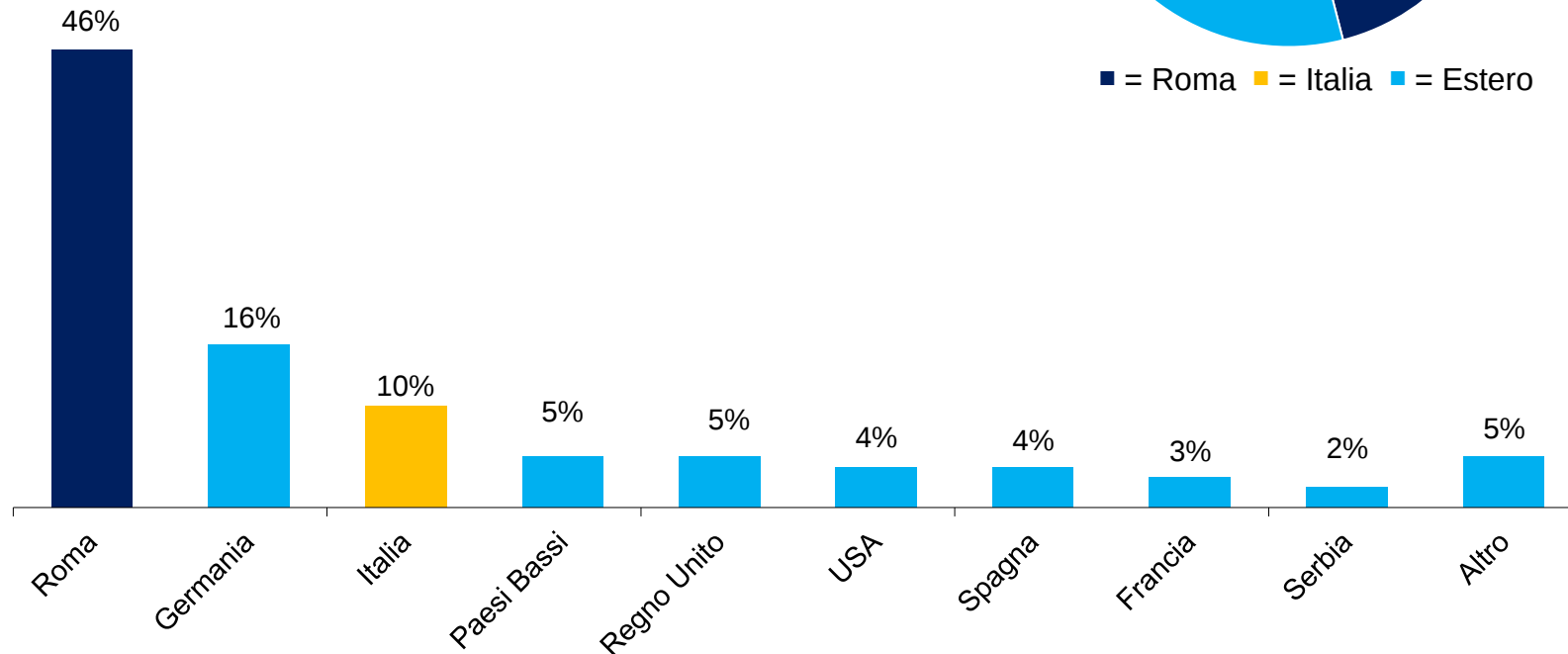
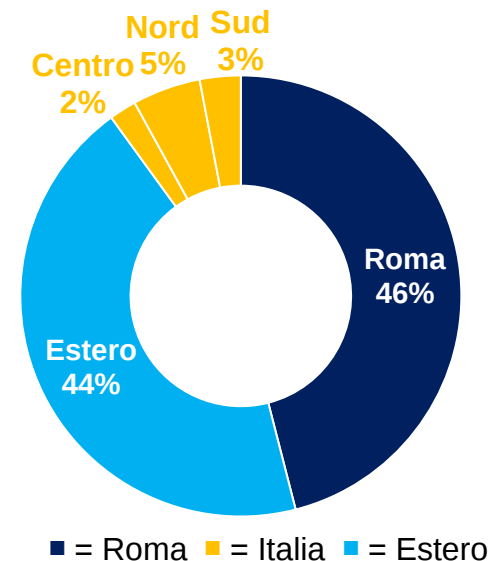
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (39%; nell'indagine precedente erano il 37%). Poi seguono gli studenti (14%; la percentuale era pari a 11% nel 2021) e i pensionati (passano da 13% a 14%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 46% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (in netta discesa dal 65% emerso nell'indagine precedente); il 44% proviene dall'estero (in aumento rispetto al 26% emerso nel 2021), mentre il 10% giunge da altre province italiane (percentuale pressoché invariata rispetto al 9% dello scorso anno).

Tra le nazionalità estere prevale quella **tedesca** (16%); 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 <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	,548**	,271**	0,093	,443**	,272*	,365**	0,181	,439**
Orari di apertura	,548**	1,000	,387**	0,183	,387**	,439**	,520**	,365**	,441**
Personale di accoglienza	,271**	,387**	1,000	0,037	0,174	,458**	,339**	,428**	,437**
Opere della collezione	0,093	0,183	0,037	1,000	,274**	,425**	,381**	,239*	,218*
Supporti informativi	,443**	,387**	0,174	,274**	1,000	,518**	,582**	,339**	,378**
Personale in sala	,272*	,439**	,458**	,425**	,518**	1,000	,661**	,398**	,246*
Segnaletica interna	,365**	,520**	,339**	,381**	,582**	,661**	1,000	,450**	,445**
Pulizia del sito	0,181	,365**	,428**	,239*	,339**	,398**	,450**	1,000	,460**
Esperienza complessiva	,439**	,441**	,437**	,218*	,378**	,246*	,445**	,460**	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).

Tutte le variabili oggetto d'indagine sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Museo delle Mura* la **pulizia del sito**, la **segnaletica interna** e gli **orari di apertura** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

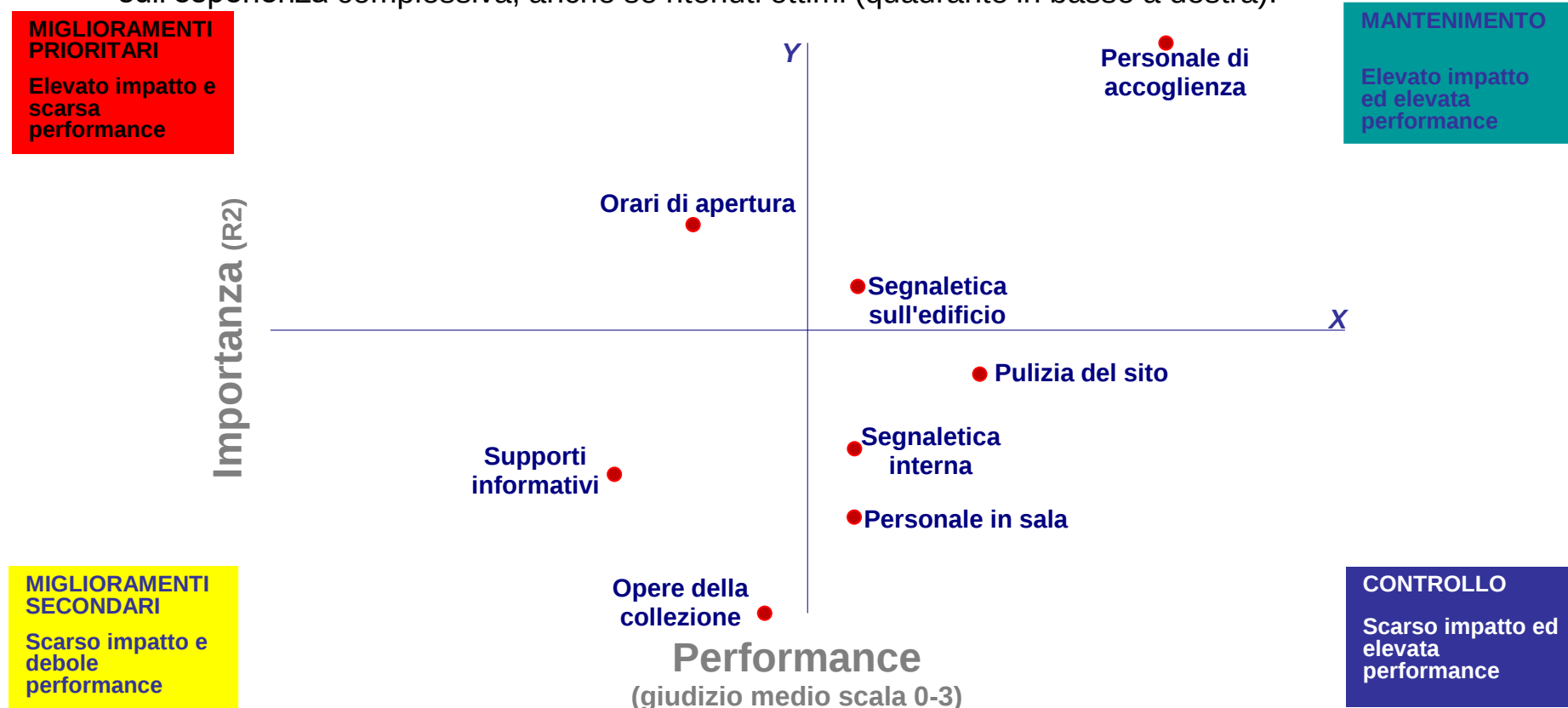
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Pulizia del sito	0,460
Segnaletica interna	0,445
Orari di apertura	0,441
Segnaletica sull'edificio	0,439
Personale di accoglienza	0,437
Supporti informativi	0,378
Personale in sala	0,246
Opere della collezione	0,218

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale di accoglienza** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa e, insieme alla **segnaletica sull'edificio**, si posiziona nel quadrante in alto a destra, seppure quest'ultima sia nettamente più in basso. Invece gli **orari di apertura** emergono come miglioramento prioritario su cui intervenire (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.

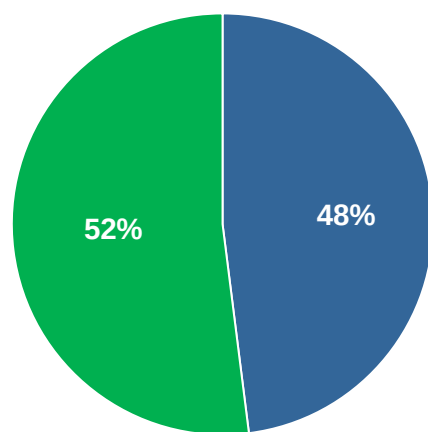
Cluster Analysis

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

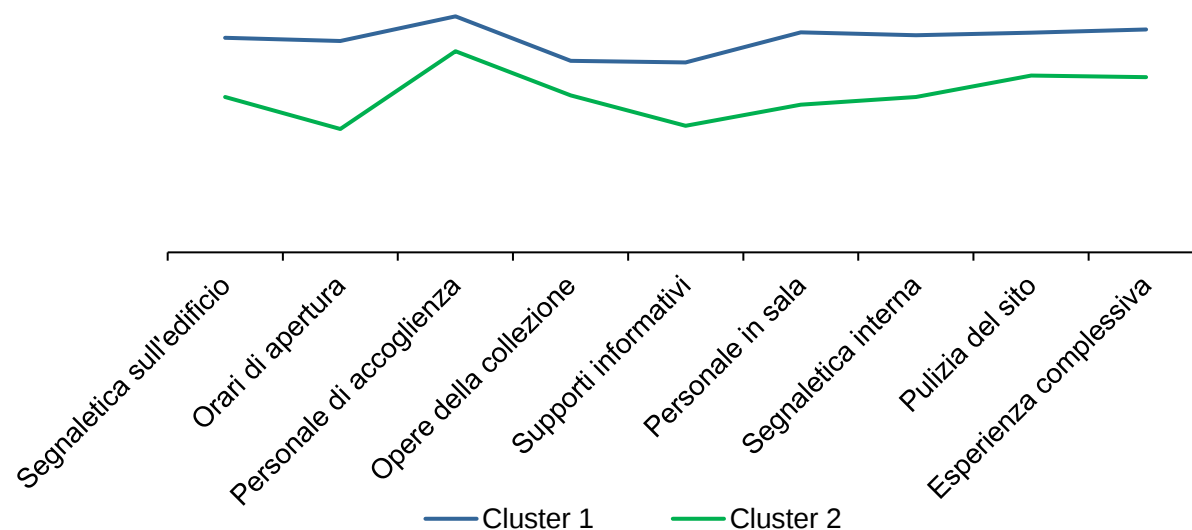
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (48 individui per il *Cluster 1* e 52 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico 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; turisti (in particolare italiani); di età giovane fino ai 25 anni e adulta 55-64 anni; diplomati; studenti e lavoratori in proprio; nuovi visitatori; vengono a conoscenza del museo soprattutto tramite internet e guida cartacea; vengono in coppia o con la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; residenti a Roma; di età 26-34 anni e 45-54 anni; laureati; impiegati e liberi professionisti; alcuni già stati al Museo delle Mura; vengono a conoscenza del museo soprattutto passando per caso e tramite il passaparola; vengono con amici o da soli; giudizio uguale alle aspettative.



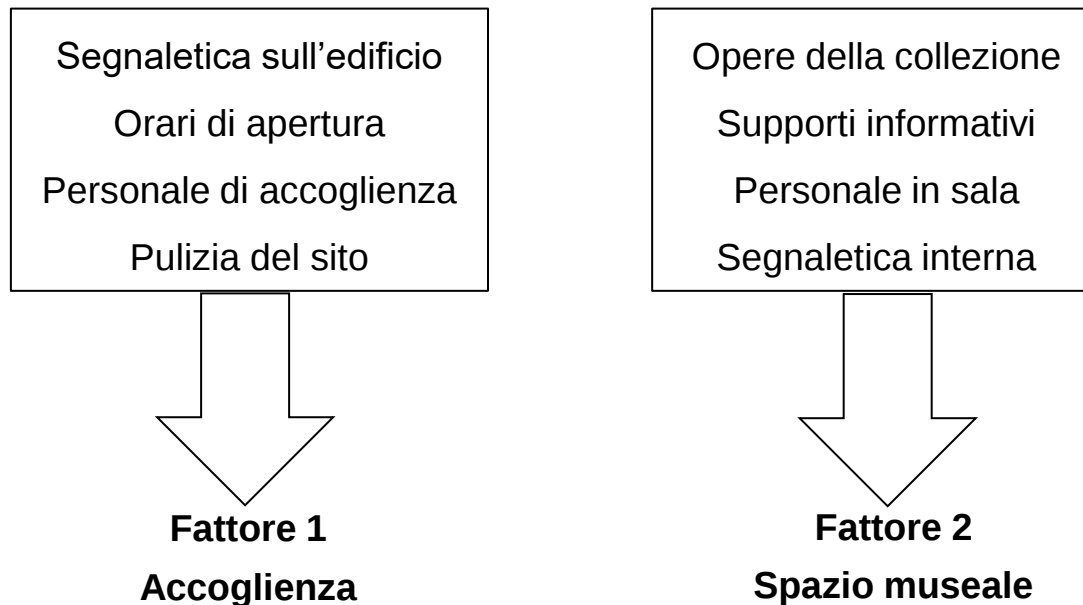
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

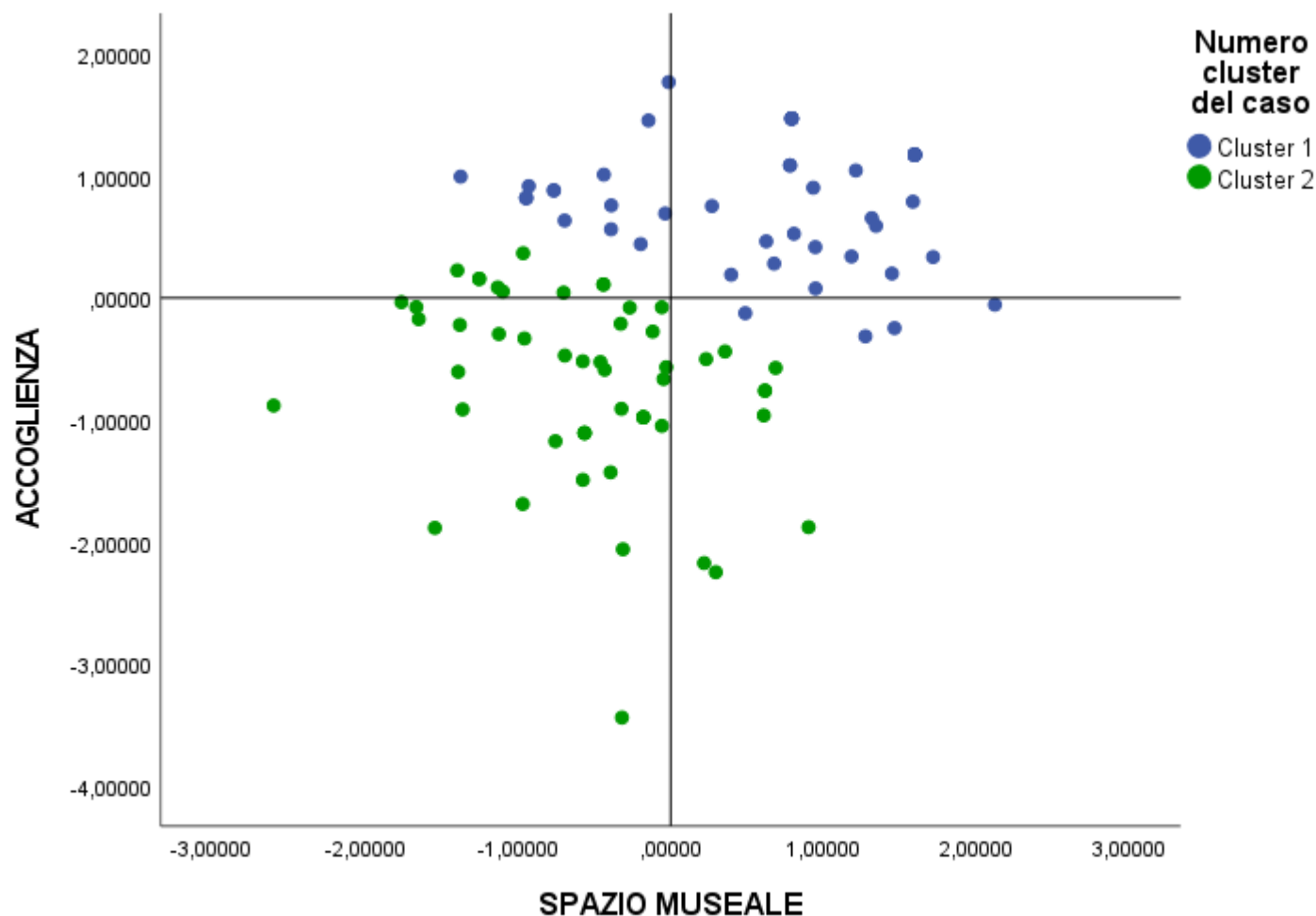
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 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 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 1 (*Accoglienza*).



Suggerimenti

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni storiche e fotografie (8); più pannelli e didascalie (3). **Totale 11**

SUPPORTI DIGITALI più video, informazioni virtuali sul periodo storico di riferimento. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 6**

TOTALE 21 SUGGERIMENTI
MUSEO DELLE MURA

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	☐	☐	☐	☐	☐
Orari di apertura	☐	☐	☐	☐	☐
Personale di accoglienza	☐	☐	☐	☐	☐
Opere della collezione	☐	☐	☐	☐	☐
Supporti informativi	☐	☐	☐	☐	☐
Personale di assistenza in sala	☐	☐	☐	☐	☐
Segnaletica interna	☐	☐	☐	☐	☐
Pulizia del sito	☐	☐	☐	☐	☐
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:.....