



Indagini di Customer Satisfaction

Tourist Infopoint

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 servizio
- Motivazione di utilizzo
- Lingue parlate con gli operatori
- Informazioni richieste all'operatore
- Tipologia di acquisto
- Nell'ultimo anno ha già utilizzato questo servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo servizio ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Analisi univariate – medie di soddisfazione per *Tourist Infopoint*
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (*Cluster Analysis*)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **415** questionari somministrati a campione tramite interviste dirette *face-to-face* con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 6 al 20 luglio 2022** agli utenti che si sono recati presso i *Tourist Infopoint* di Roma Capitale (Stazione Termini, Fori Imperiali, Castel Sant'Angelo e Minghetti), ad eccezione di quelli ubicati presso gli aeroporti di Fiumicino e Ciampino.

Le interviste sono state effettuate dal personale di una società esterna nelle seguenti lingue: italiano, inglese, francese e spagnolo.

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di $\pm 0,96\%$.

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 elevato, con una media di **2,86** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **conoscenza della lingua parlata** (2,87), gli **orari di apertura** (2,87) e la **pulizia del luogo** (2,86).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20. La **capacità di *problem solving*** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa delle priorità, insieme alla **completezza informazioni**; tali variabili sono anche quelle più correlate al giudizio generale sul servizio erogato (*cfr.* pp. 20-22).

Tra i suggerimenti prevale la richiesta di ricevere **informazioni più specifiche e chiare dagli operatori** (n. 8 suggerimenti), una **maggiore disponibilità di mappe della città** ed incrementare i **servizi igienici gratuiti** (n. 7 suggerimenti per entrambi).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito per la maggior parte da **turisti stranieri** (77%), **impiegati** (42%), con **titolo di laurea o post laurea** (54%), soprattutto appartenenti alle fasce di età compresa tra i **35 e 54 anni** (raggiungono il 60% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del servizio **passando, per caso** (63%) e attraverso la **segnaletica esterna** (21%).

Risulta significativo che ad essere venuti a sapere del servizio *passando, per caso* siano soprattutto coloro hanno un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, alcuni si sono già recati nei *Tourist Infopoint* di Roma Capitale e non effettuano acquisti.

Invece la *segnaletica esterna* è predominante per gli utenti con un giudizio superiore alle proprie attese, che utilizzano il servizio per la prima volta e fanno degli acquisti.

Tabella riassuntiva

<i>Tourist Infopoint 2022</i>	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Posizione Tourist Infopoint	2,79	3,00	415	0	0,475	81%	0%	98%
Cortesìa operatore	2,85	3,00	415	0	0,393	87%	0%	99%
Completezza informazioni	2,84	3,00	415	0	0,425	87%	0%	98%
Conoscenza lingua parlata	2,87	3,00	415	0	0,390	88%	0%	99%
Capacità problem solving	2,85	3,00	415	0	0,445	87%	1%	98%
Orari di apertura	2,87	3,00	415	0	0,380	88%	0%	99%
Pulizia del luogo	2,86	3,00	415	0	0,372	87%	0%	100%
Giudizio generale	2,86	3,00	415	0	0,391	87%	0%	99%

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

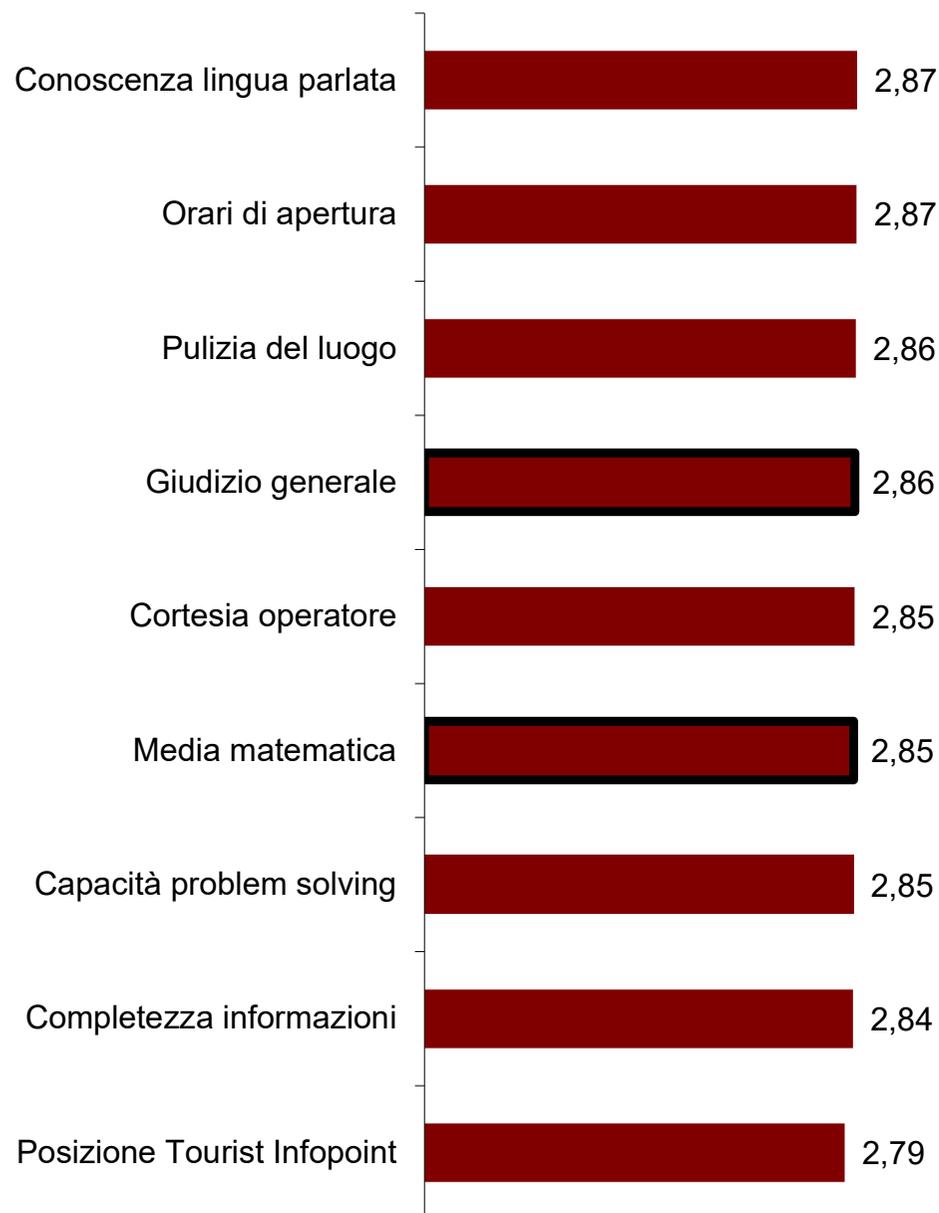
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,85).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Gli aspetti maggiormente graditi sono i seguenti: la **conoscenza della lingua parlata**, gli **orari di apertura** e la **pulizia del luogo**.

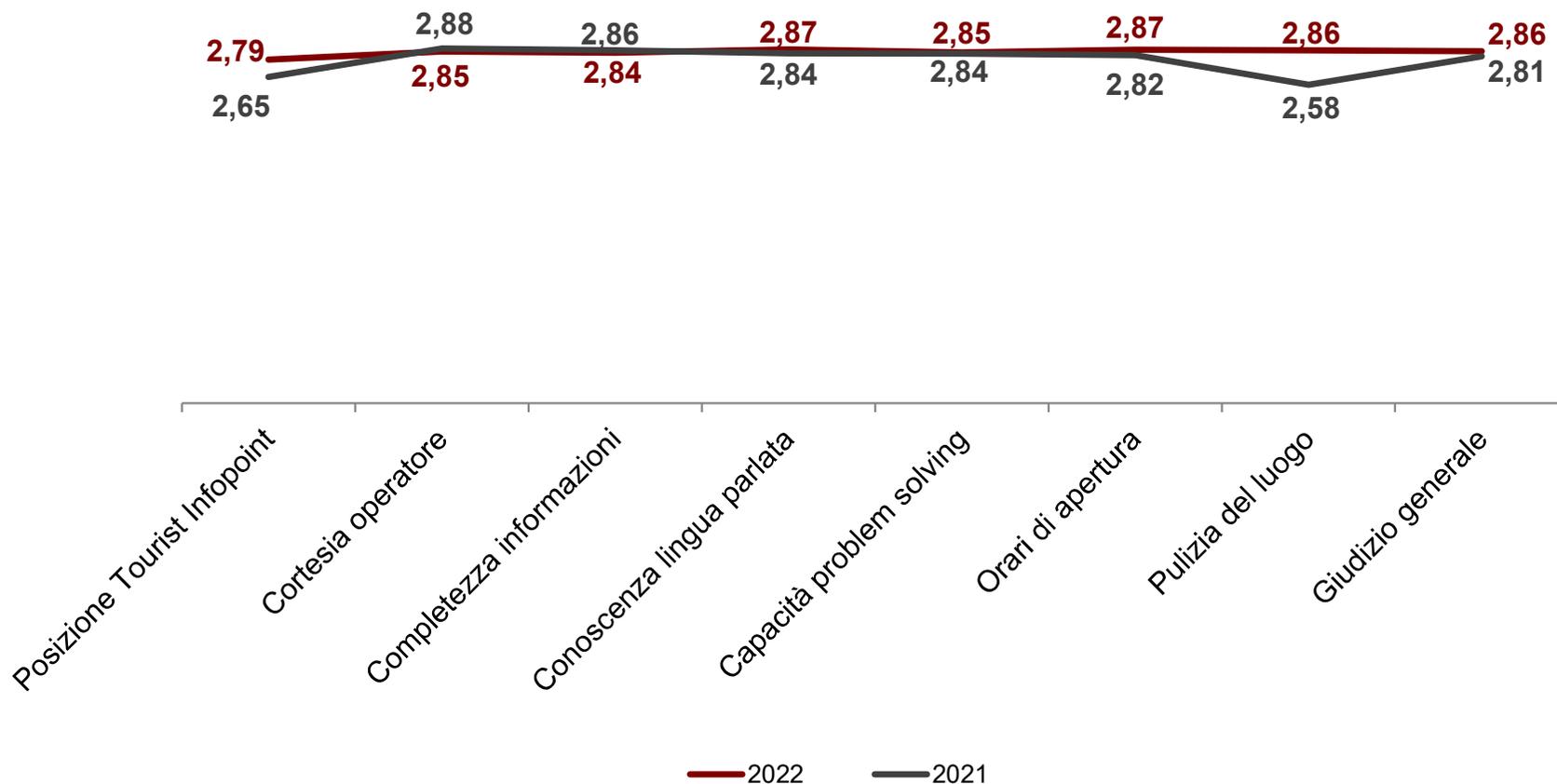
Tutte le variabili oggetto d'indagine raggiungono valori medi ben al di sopra dello standard minimo richiesto di 2,20.



Analisi del trend 2021-2022

Come si denota dal grafico sottostante, rispetto allo scorso anno il trend risulta costante e lineare.

Si registra un incremento della soddisfazione generale soprattutto sulla posizione dei *Tourist Infopoint* e sulla pulizia del luogo. Le medie di tutti gli altri aspetti oggetto d'indagine restano pressoché invariate, mantenendo un livello molto alto rispetto allo standard di 2,20.

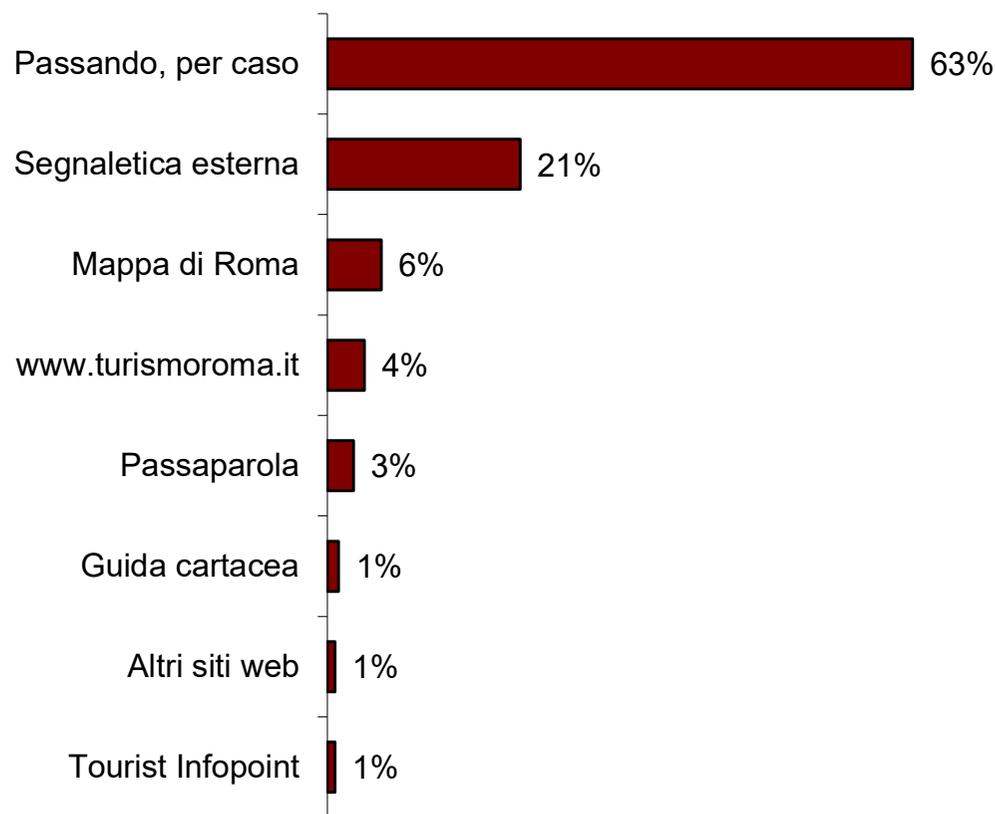


Come è venuto a conoscenza del servizio

Come si denota dal grafico sottostante, il 63% sul campione totale dichiara di avere scoperto il servizio **passando, per caso** e il 21% tramite la **segnaletica esterna**.

Risulta significativo che ad essere venuti a sapere del servizio passando, per caso siano soprattutto coloro hanno un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, alcuni si sono già recati nei *Tourist Infopoint* di Roma Capitale e non effettuano acquisti.

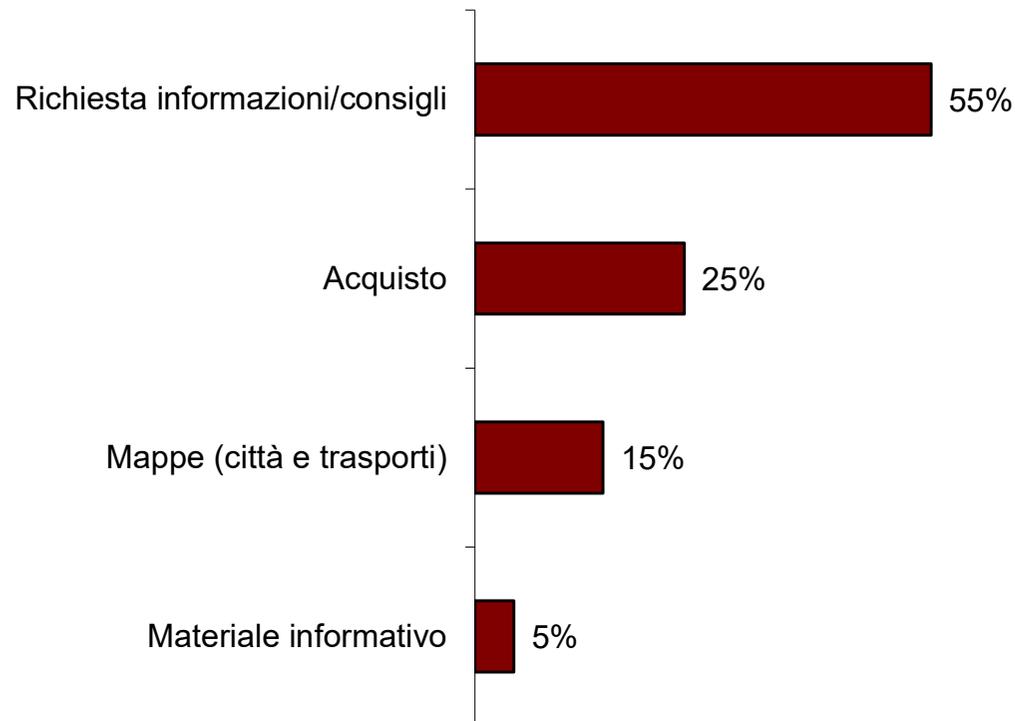
Invece la segnaletica esterna è predominante per gli utenti con un giudizio superiore alle proprie attese, che utilizzano il servizio per la prima volta e fanno degli acquisti.



Motivazione di utilizzo

Il 55% del campione intervistato ha utilizzato il servizio dei *Tourist Infopoint* per “**richiesta informazioni/consigli**”, il 25% per fare un “**acquisto**”, il 15% per richiedere “**mappe (città e trasporti)**” e il restante 5% risponde “**materiale informativo**”.

Risulta significativo che a richiedere informazioni siano in prevalenza gli utenti con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti. Invece ad acquistare dei prodotti sono in particolare coloro che hanno un giudizio uguale alle proprie attese e in generale si ritengono molto soddisfatti.



Lingue parlate con gli operatori

Riguardo alle lingue con cui gli utenti intervistati si sono rivolti agli operatori dei vari *Tourist Infopoint*, l'**inglese** risulta essere in assoluto quella più utilizzata (47%); seguono l'**italiano** (26%), lo **spagnolo** (16%) e il **francese** (9%). L'1% ha parlato in **tedesco** e un altro 1% ha utilizzato un'altra lingua.

Risulta significativo che sia l'italiano a prevalere per gli uomini appartenenti alle fasce di età 35-54 anni; l'inglese emerge tra gli uomini di età giovane 19-34 anni e adulta 55-74 anni, mentre lo spagnolo è parlato soprattutto dalle donne, di età compresa tra i 14 e 34 anni.

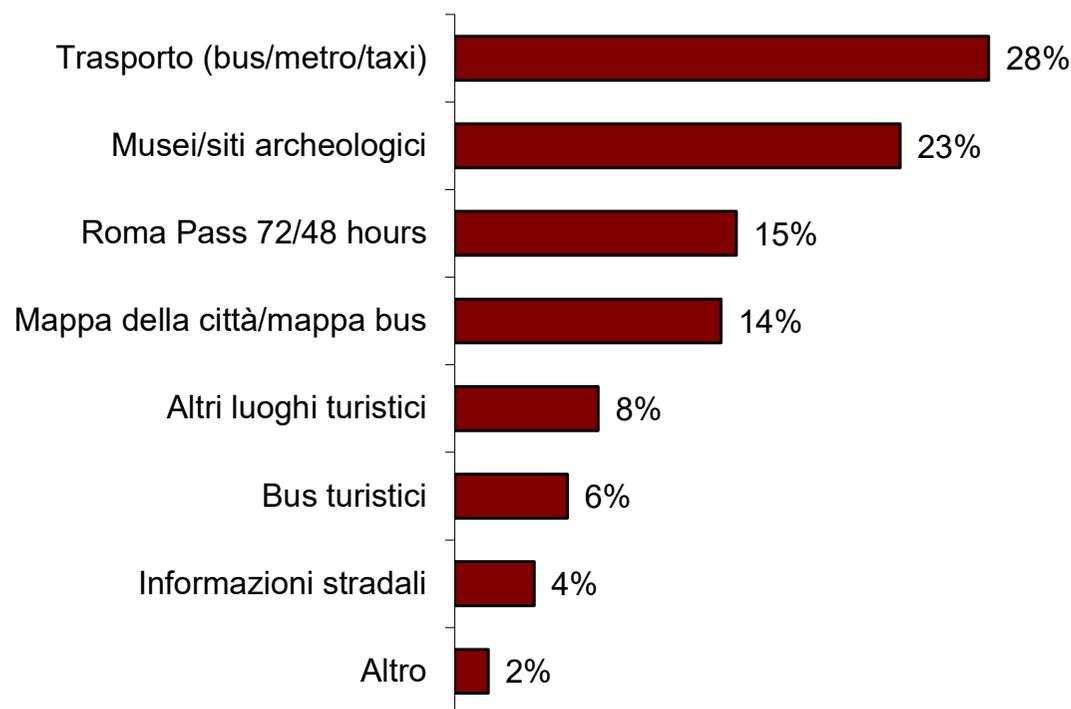
Lingue parlate per <i>Tourist Infopoint</i>	Inglese	Italiano	Spagnolo	Francese	Tedesco	Altro
Termini	43%	30%	14%	11%	1%	1%
Castel Sant'Angelo	47%	24%	20%	8%	1%	0%
Minghetti	48%	28%	18%	5%	0%	1%
Fori	52%	20%	15%	10%	2%	1%
Totale (%)	47%	26%	16%	9%	1%	1%

Informazioni richieste all'operatore

Tra le informazioni richieste prevalgono i **trasporti** (28%), poi seguono i **musei/siti archeologici** (23%), le card turistiche **Roma Pass 72hours** e **Roma Pass 48hours** (15%) e la **mappa della città/mappa bus** (14%).

Risulta significativo che a richiedere informazioni sui trasporti siano prevalentemente i turisti italiani, diplomati, che si recano per la prima volta nei *Tourist Infopoint* di Roma ed in generale si ritengono molto soddisfatti. Le informazioni su musei/siti archeologici e card Roma Pass sono predominanti per gli utenti stranieri, con titolo di laurea o post laurea, alcuni hanno già usufruito di tale servizio e la loro esperienza complessiva è molto o abbastanza soddisfacente.

Invece la mappa della città/bus emerge per i turisti stranieri, con una specializzazione post laurea, nuovi fruitori, il cui giudizio generale è abbastanza soddisfacente.

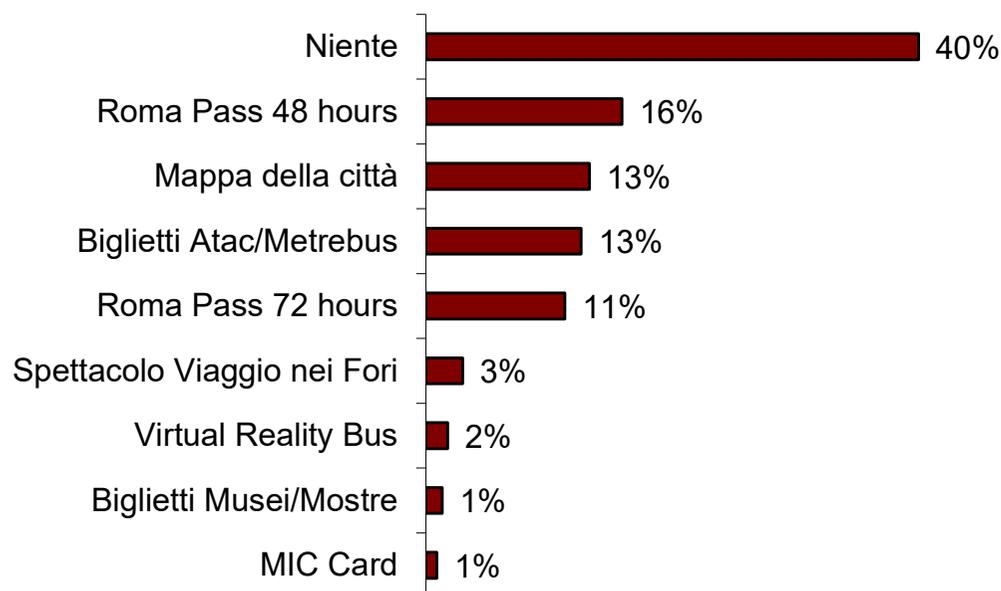


Tipologia di acquisto

Il 40% del campione intervistato dichiara di non avere acquistato **niente**, il 16% ha comprato la **Roma Pass 48 hours**, un 13% la **mappa della città** e un 13% i **biglietti Atac/Metrebus**, mentre l'11% risponde la **Roma Pass 72 hours** (per ulteriori dettagli *cfr.* grafico sottostante).

Risulta significativo che ad acquistare le card Roma Pass 48 hours e 72 hours siano i turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-44 anni, laureati, nuovi fruitori, molto soddisfatti della loro esperienza, con un giudizio superiore o uguale alle proprie aspettative.

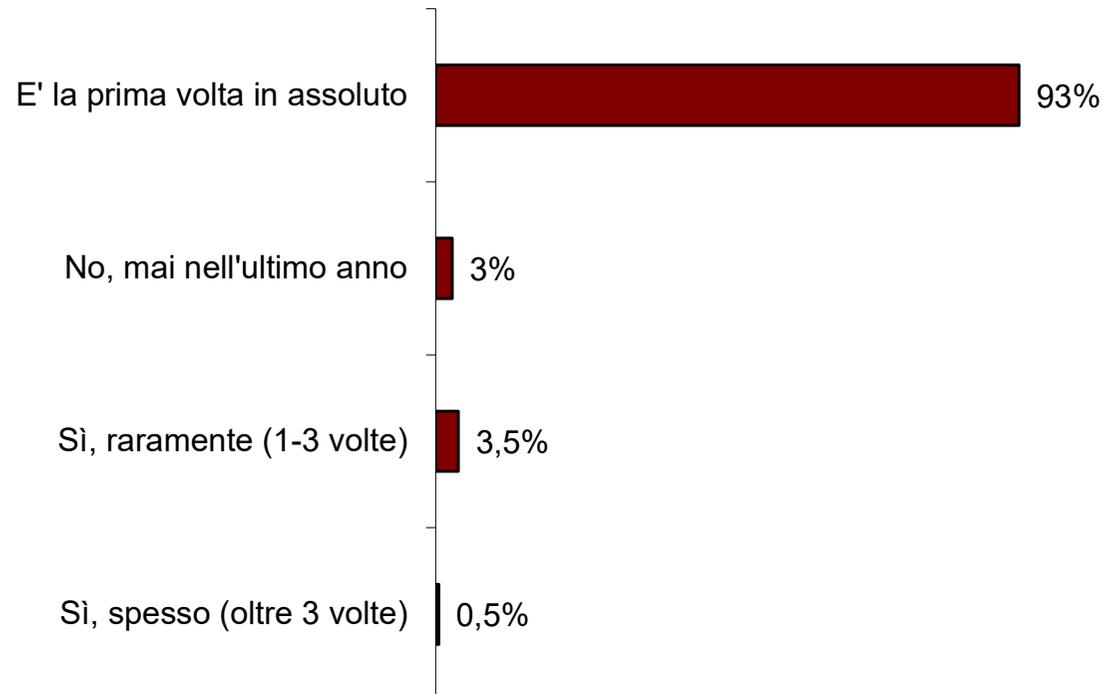
La mappa della città viene prediletta dai turisti stranieri, di età 40-54 anni, diplomati, che utilizzano il servizio per la prima volta, nel complesso abbastanza soddisfatti e con un giudizio superiore alle attese. Infine i biglietti per il trasporto pubblico sono acquistati soprattutto dagli utenti romani, di età adulta 45-74 anni, diplomati, che hanno già usufruito del servizio, il cui giudizio è uguale alle aspettative e in generale si ritengono molto soddisfatti.



Nell'ultimo anno ha già utilizzato questo servizio

Il 93% degli intervistati dichiara di **non avere mai usufruito** di questo servizio, il 3% ne ha **usufruito per la prima volta** nell'ultimo anno, mentre il restante 4% lo ha **già utilizzato** (di cui il 3,5% *da una a tre volte* e solo lo 0,5% *più di tre volte*).

Risulta significativo che i nuovi fruitori siano in particolare i turisti, soprattutto stranieri, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece tra coloro che si sono già recati nei *Tourist Infopoint* di Roma, prevalgono gli utenti romani, che affermano di avere un giudizio uguale alle proprie attese.

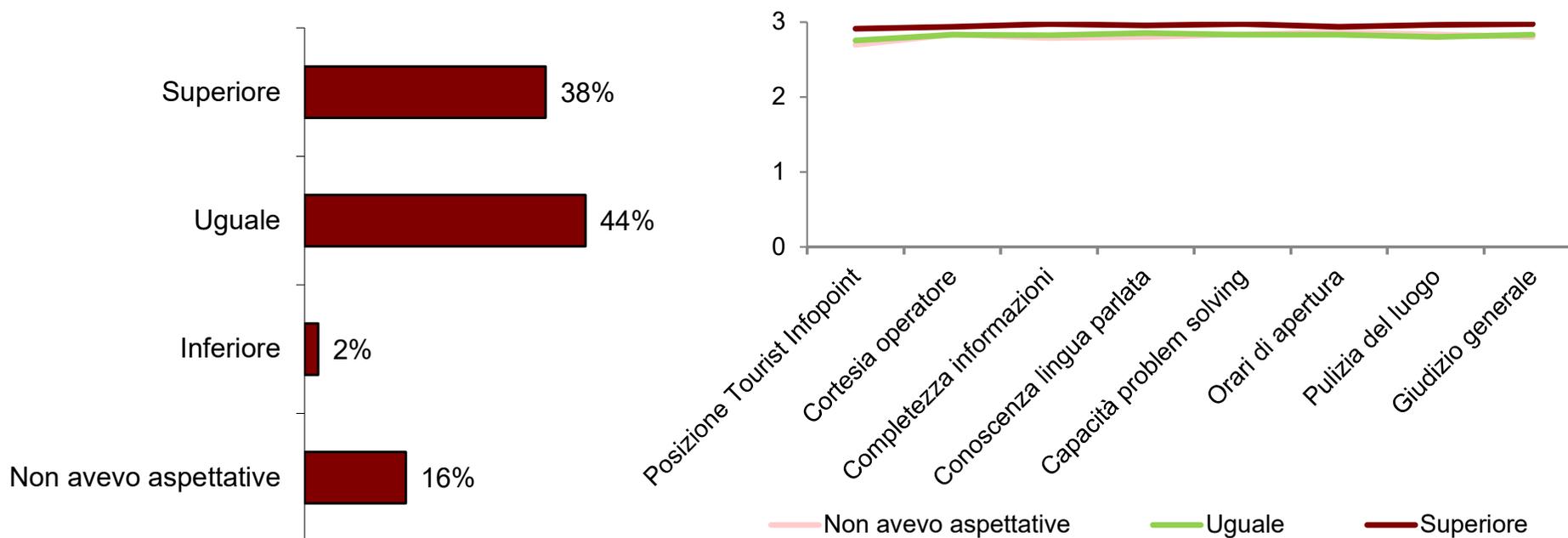


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 44% degli utenti intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 38% è **superiore**, mentre il 2% ritiene questo servizio **inferiore alle proprie aspettative**. Il 16% del campione afferma di **non avere attese a priori**.

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle attese soprattutto per i nuovi fruitori, che effettuano degli acquisti e sono molto soddisfatti della propria esperienza complessiva. Invece tra coloro che hanno un giudizio uguale alle proprie aspettative o ne sono privi emergono principalmente coloro che non acquistano alcun prodotto e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti del servizio.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative risultano tendenzialmente i più soddisfatti su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).

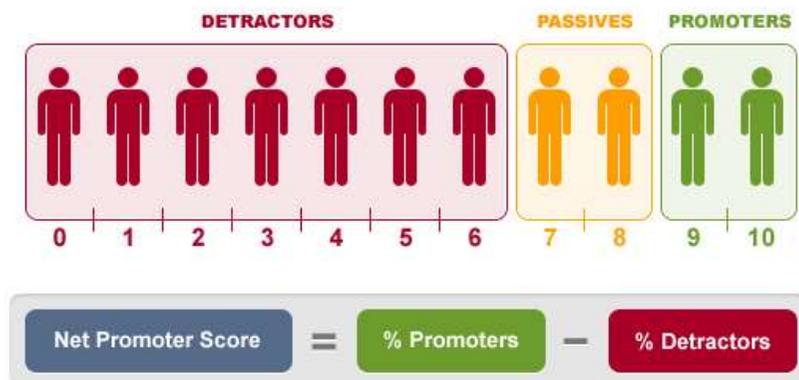


Consiglierebbe questo servizio ad un amico

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 utenti che consiglierà tale servizio è pari al **56%**.

Si evidenzia che il 36% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre appena il 4% rientra tra i “*detrattori*”; ciò è indice di un elevato gradimento da parte degli intervistati.



NET PROMOTER SCORE <i>Tourist Infopoint 2022</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0	2	0	0	1	14	38	110	90	159
0%	0%	1%	0%	0%	0%	3%	9%	27%	22%	38%
DETRACTORI = 4%							PASSIVI = 36%		PROMOTORI = 60%	
60% - 4% = 56%										

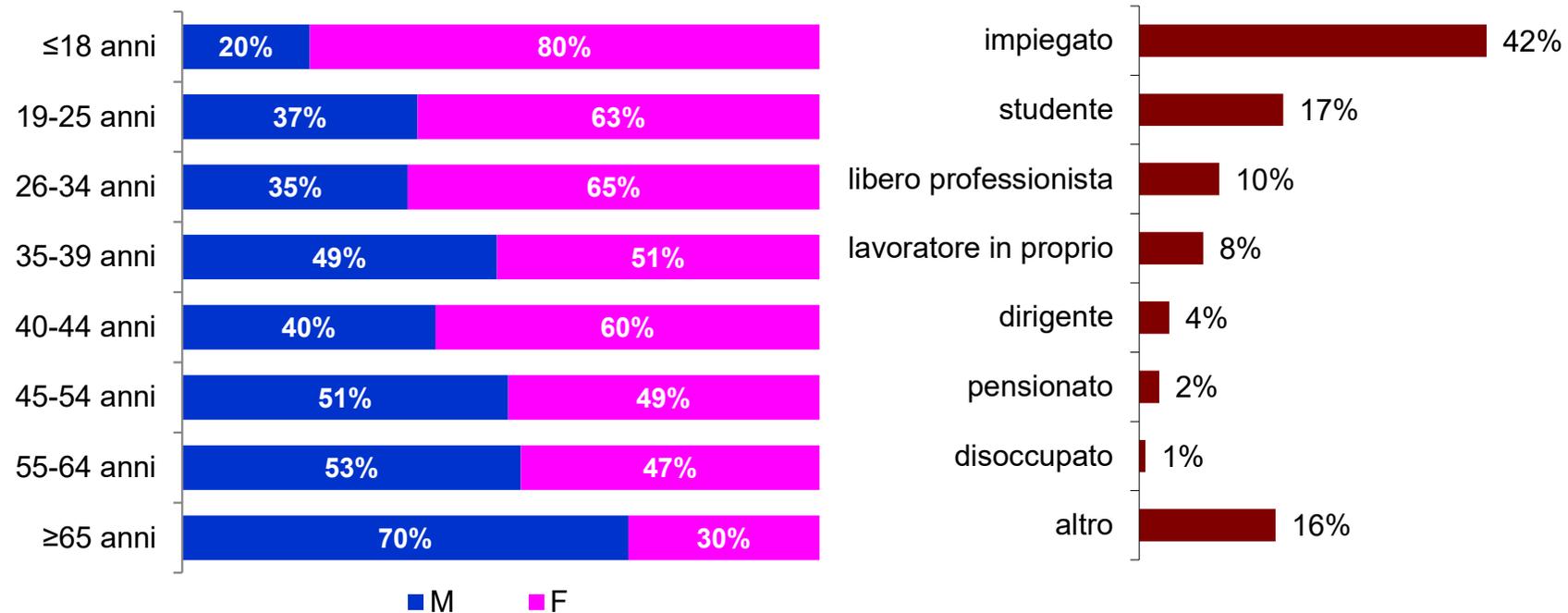
Analisi socio-demografica: genere, età, istruzione, professione (1/2)

In questa indagine prevalgono le donne (56% del campione totale), soprattutto nelle fasce di età giovane al di sotto dei 44 anni. Invece gli uomini sono predominanti al di sopra dei 45 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i **35 e 54 anni**, che raggiungono complessivamente il 60% sul totale degli intervistati.

Il 54% sul totale degli intervistati dichiara di avere conseguito una **laurea o una specializzazione post laurea**.

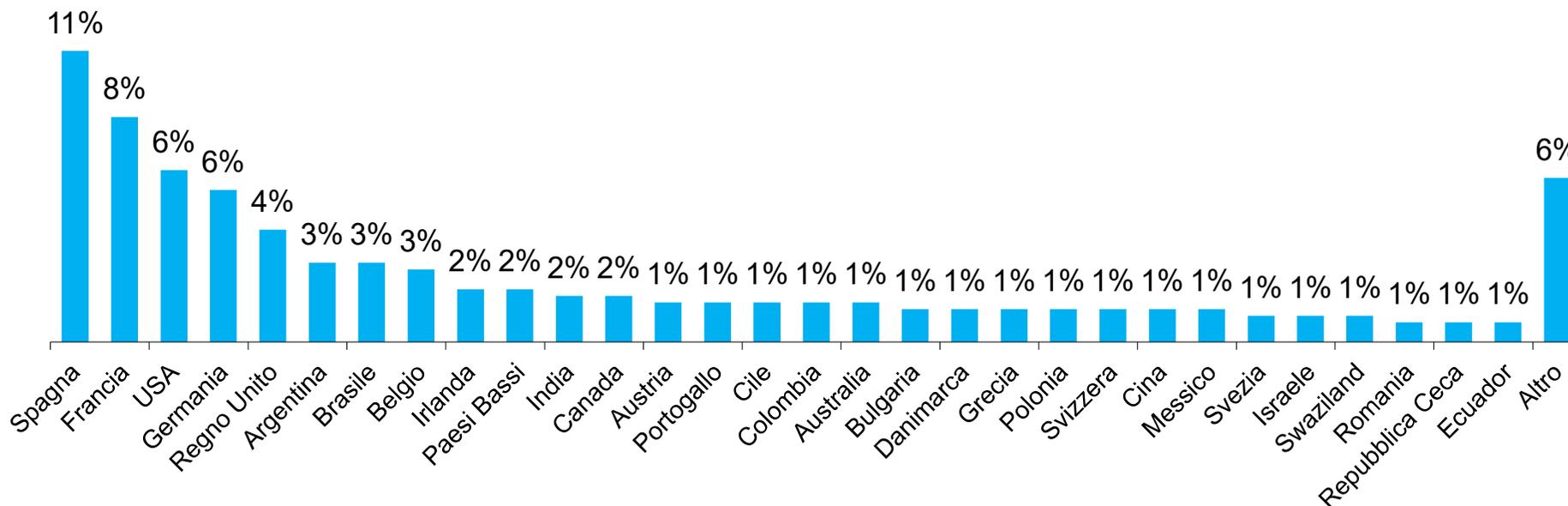
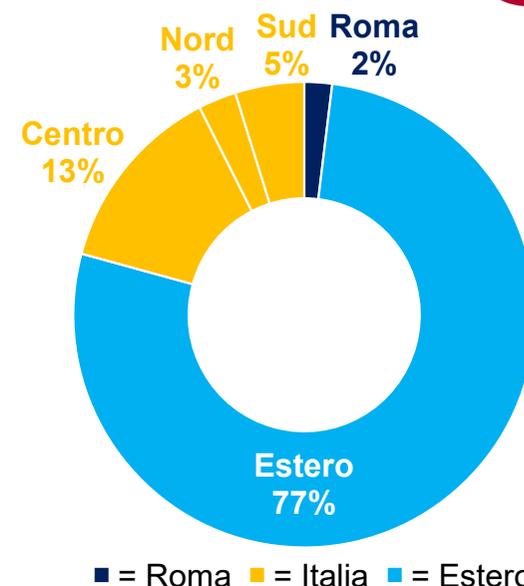
Rispetto alle categorie professionali, emergono gli **impiegati** (42%); seguono gli **studenti** (17%) e i **liberi professionisti** (10%).



Analisi socio-demografica: provenienza (2/2)

I **turisti stranieri** rappresentano il 77% del campione intervistato; il 21% giunge da **altre città italiane** (di cui il 13% dalle regioni del **Centro**), mentre il restante 2% è costituito dai **cittadini romani**.

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera: tra le nazionalità emergono la **spagnola** (11%) e la **francese** (8%), ma ci sono turisti che provengono da ogni parte del mondo.



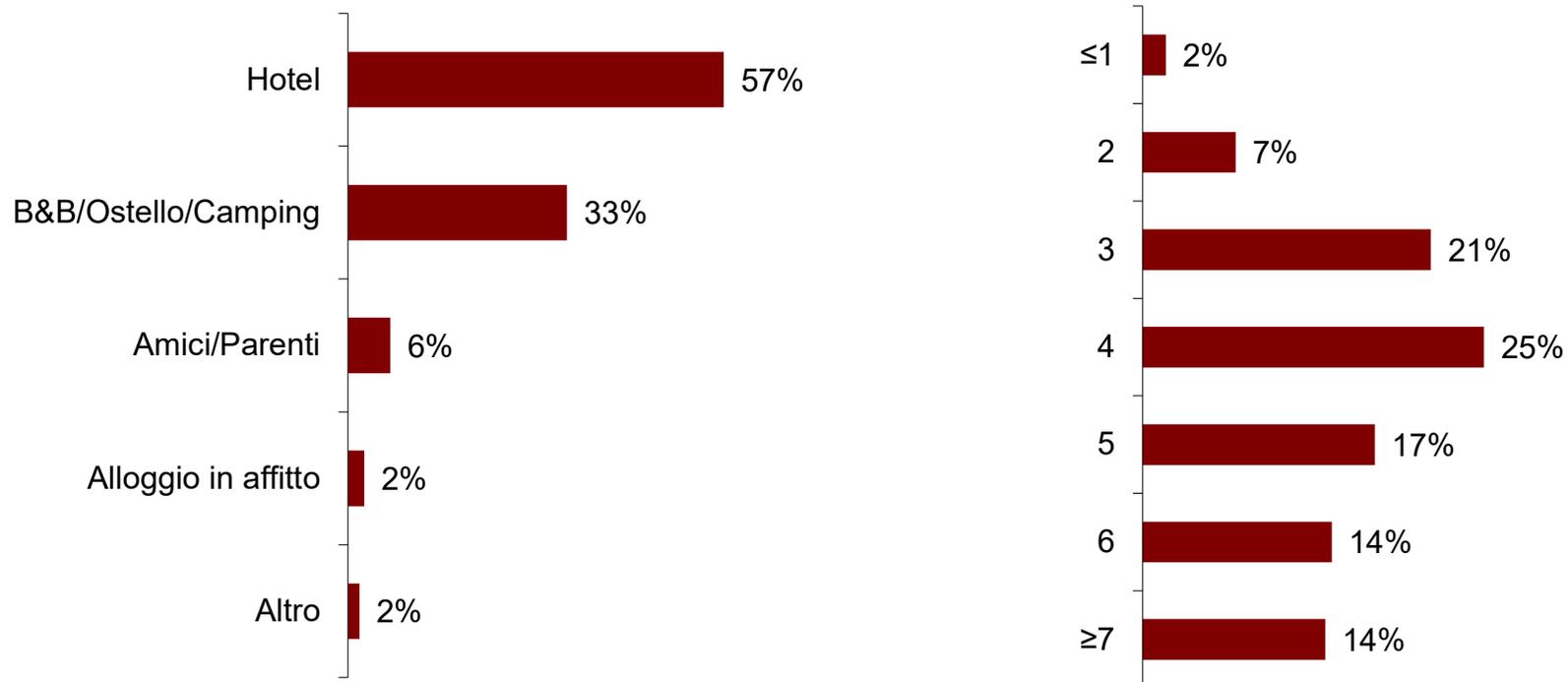


Struttura ricettiva e permanenza media

I turisti intervistati hanno scelto soprattutto **strutture alberghiere** di varie categorie (57%), mentre il 33% ha prediletto **B&B/Ostelli/Camping**. Il 6% ha preferito recarsi presso **amici/parenti**, un 2% in **alloggi in affitto** e il restante 2% risponde **altro**.

Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a poco più di 4 notti (**4,51**).

Risulta significativo che a prediligere le strutture alberghiere siano soprattutto i turisti stranieri, in generale molto soddisfatti del servizio erogato. Invece scelgono le strutture extra-alberghiere soprattutto i turisti italiani, che nel complesso dichiarano di essere abbastanza soddisfatti.



Analisi univariata – medie di soddisfazione per *Tourist Infopoint*

Gli aspetti che risultano maggiormente graditi agli utenti dei *Tourist Infopoint* sono quelli relativi agli operatori, ovvero la **cortesia**, la **conoscenza della lingua parlata** e la **capacità di *problem solving***, che raggiungono dei valori medi elevati, in particolare presso l'Infopoint di Castel Sant'Angelo. Invece la **completezza delle informazioni** viene maggiormente apprezzata al *Tourist Infopoint* di Minghetti.

Gli **orari di apertura** sono stati più graditi dagli intervistati presso il *Tourist Infopoint* di Castel Sant'Angelo, mentre la **pulizia** è stata meno apprezzata alla Stazione Termini, pur restando ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.

Infine il **giudizio generale** è molto buono in tutti i *Tourist Infopoint*, ma soprattutto per quello di Castel Sant'Angelo.

Medie soddisfazione ics 2022 <i>Tourist Infopoint</i>	Termini	Castel Sant'Angelo	Minghetti	Fori Imperiali
Posizione Tourist Infopoint	2,72	2,84	2,84	2,75
Cortesia operatore	2,71	2,95	2,91	2,85
Completezza informazioni	2,76	2,89	2,92	2,80
Conoscenza lingua parlata	2,78	2,93	2,91	2,86
Capacità problem solving	2,78	2,91	2,88	2,81
Orari di apertura	2,83	2,92	2,88	2,84
Pulizia del luogo	2,78	2,88	2,91	2,88
Giudizio generale	2,72	2,93	2,89	2,88

Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i>***	Posizione Tourist Infopoint	Cortesia operatore	Completezza informazioni	Conoscenza lingua parlata	Capacità problem solving	Orari di apertura	Pulizia del luogo	Giudizio generale
Posizione Tourist Infopoint	1,000	,489**	,632**	,553**	,533**	,497**	,524**	,555**
Cortesia operatore	,489**	1,000	,648**	,622**	,634**	,561**	,555**	,701**
Completezza informazioni	,632**	,648**	1,000	,751**	,819**	,659**	,630**	,762**
Conoscenza lingua parlata	,553**	,622**	,751**	1,000	,749**	,782**	,660**	,741**
Capacità problem solving	,533**	,634**	,819**	,749**	1,000	,725**	,674**	,850**
Orari di apertura	,497**	,561**	,659**	,782**	,725**	1,000	,730**	,696**
Pulizia del luogo	,524**	,555**	,630**	,660**	,674**	,730**	1,000	,729**
Giudizio generale	,555**	,701**	,762**	,741**	,850**	,696**	,729**	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).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio complessivo sul servizio erogato.

Gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale dei *Tourist Infopoint* sono quelli relativi alla **capacità di *problem solving*** degli operatori, agli **completezza delle informazioni** e alla **conoscenza della lingua parlata**.

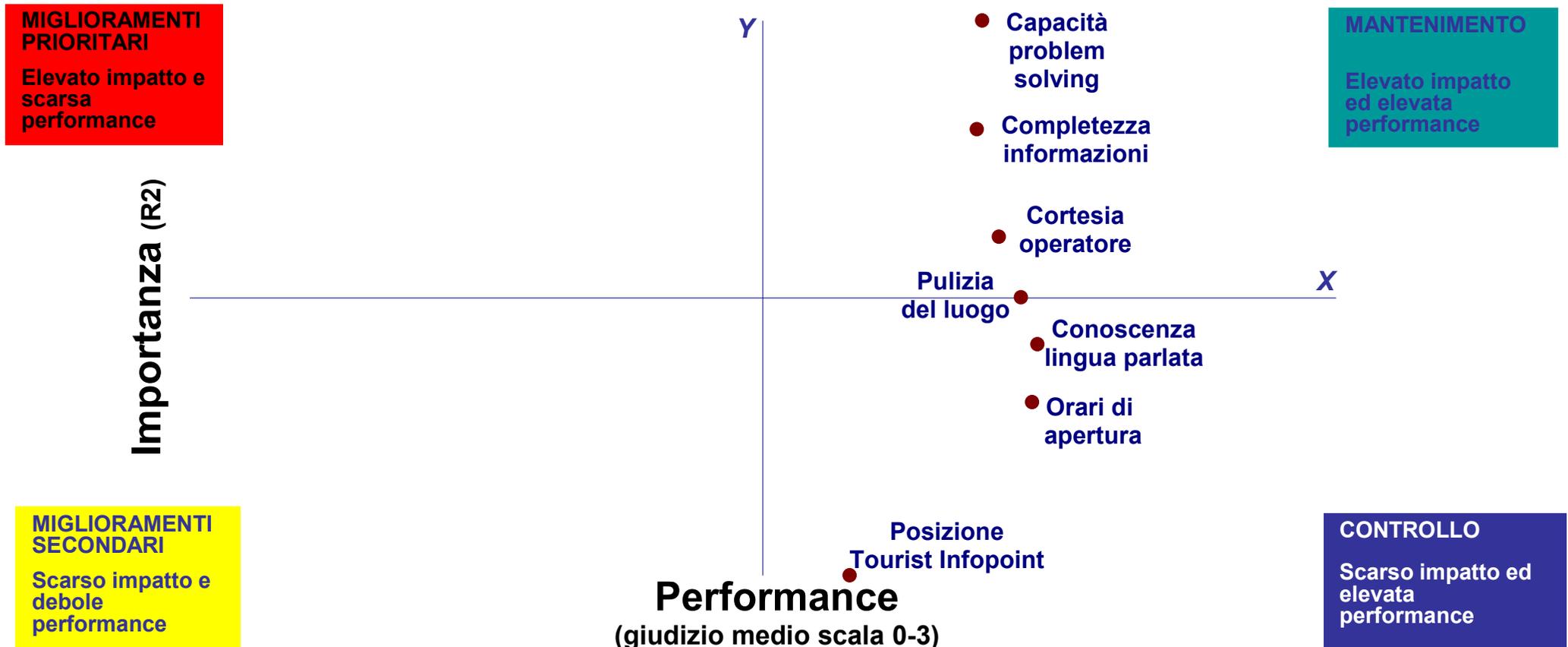
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale	
Capacità problem solving	0,850
Completezza informazioni	0,762
Conoscenza lingua parlata	0,741
Pulizia del luogo	0,729
Cortesie operatore	0,701
Orari di apertura	0,696
Posizione Tourist Infopoint	0,555

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **capacità di *problem solving*** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, insieme alla **completezza delle informazioni** e alla **cortesìa dell'operatore**, mentre la **pulizia del luogo** è in una posizione *borderline*. Non vi sono miglioramenti da ritenere prioritari (quadrante in alto a sinistra); ciò è indice di un alto livello di gradimento del servizio.

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

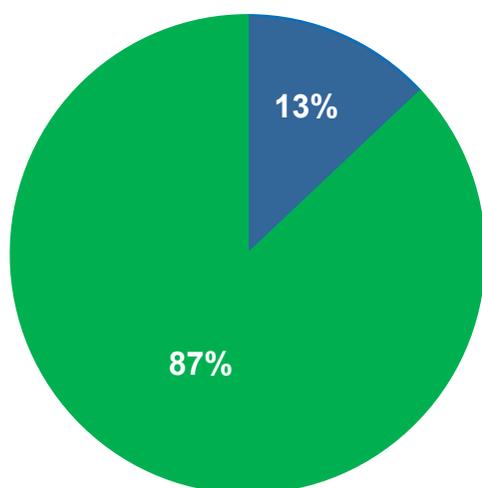
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (54 individui per il *Cluster 1* e 361 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

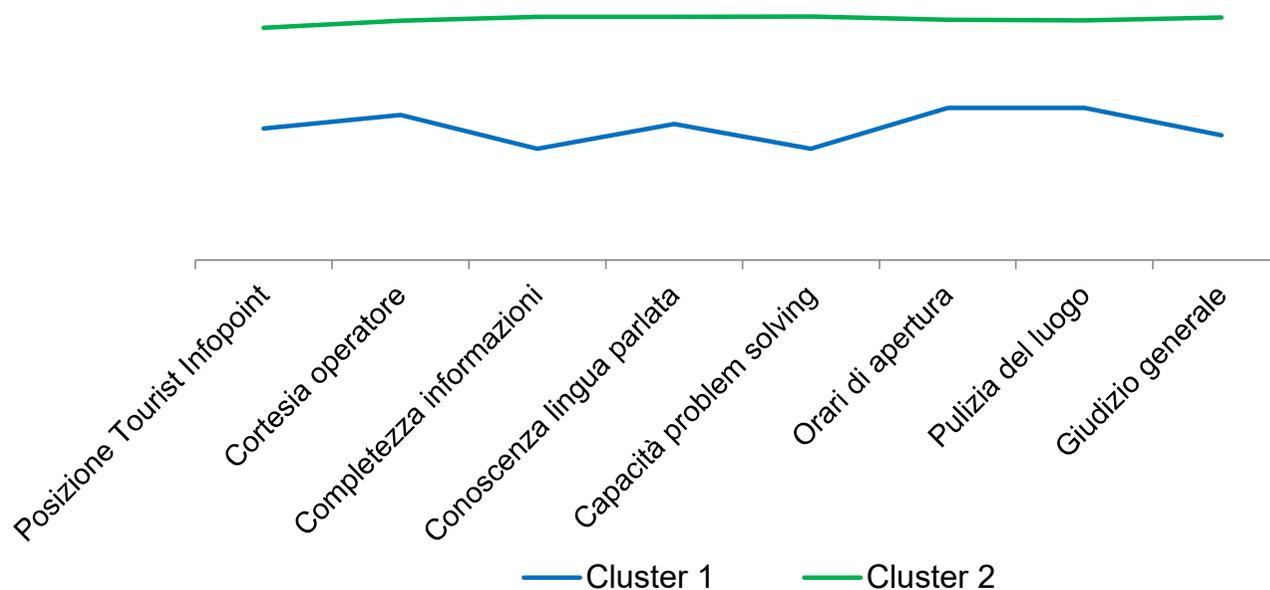
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (*cfr.* grafico in basso a destra).

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; turisti stranieri; appartenenti alle fasce di età 26-34 anni e 40-44 anni; si recano in particolare al *Tourist Infopoint* della Stazione Termini; chiedono informazioni sui trasporti e musei/siti archeologici; soggiornano in strutture extra-alberghiere o da amici/parenti; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; turisti italiani; appartenenti alle fasce di età 19-25 anni, 35-39 anni e 45-54 anni; si recano in particolare ai *Tourist Infopoint* di Castel Sant'Angelo, Minghetti e Fori Imperiali; acquistano le card Roma Pass, i biglietti per il trasporto pubblico e richiedono mappe della città; soggiornano in hotel; giudizio superiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



— Cluster 1 — Cluster 2

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. Totale **247**

OPERATORI dovrebbero dare informazioni più specifiche e chiare (7), altro (1). Totale **8**

MAPPE maggiore disponibilità di mappe della città. Totale **7**

SERVIZI IGIENICI incrementare il numero di bagni gratuiti. Totale **7**

SEGNALETICA ESTERNA da aumentare per raggiungere i vari *Tourist Infopoint*. Totale **5**

POSIZIONE da migliorare, struttura poco visibile. Totale **5**

GENERALE aumentare i *Tourist Infopoint* nella città (4), altro (1). Totale **5**

ACQUISTO possibilità di acquistare biglietti per i musei, souvenir, tour guidati. Totale **5**

ALTRO. Totale **14**

**TOTALE 56 SUGGERIMENTI
TOURIST INFOPOINT**



Data 05/08/2022 Indagine customer satisfaction *Tourist Infopoint 2022*

Allegato 1 - Questionario

Come è venuto a conoscenza del servizio?

- passando, per caso segnaletica esterna mappa di Roma
 www.turismoroma.it altro Tourist Infopoint amici/parenti (passaparola)
 www.060608.it Contact Center 060608 guida turistica
 altri siti internet Hotel/ T.O. altro.....

Per quale motivo vi si è recato? Richiesta informazioni/consigli Acquisto Mappa città/trasporti Materiale informativo Altro

Che informazione ha chiesto all'operatore?

- Trasporto Musei/Siti archeologici Roma Pass Mappa città/bus Bus turistici Altri luoghi turistici Mostre/eventi/spettacoli/teatri Altro

Cosa ha acquistato nel Tourist Infopoint? Niente Roma Pass 72h Roma Pass 48h Biglietti Atac Viaggio nei Fori 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
Posizione Tourist Infopoint	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>
Operatore – Completezza informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Operatore – Conoscenza lingua parlata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Operatore – Problem solving	<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"/>
Pulizia del luogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giudizio generale Tourist Infopoint	<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 servizio di informazione turistica ad un amico?

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

Nell'ultimo anno ha già utilizzato questo servizio?

- E' la prima volta in assoluto No, mai nell'ultimo anno Sì, ma raramente (1-3 volte) Sì, vengo molto spesso (oltre 3 volte)

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:

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

Struttura ricettiva in cui alloggia: Hotel B&B/Ostello/Camping Amici/Parenti Alloggio in affitto Altro.....

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