



Indagini di Customer Satisfaction

Mercati di Traiano
Museo dei Fori Imperiali

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 2022-2023
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel 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. **351** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 25 al 30 settembre** presso i **Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali** (gli intervistati rappresentano il 28% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine era in corso la mostra temporanea *“Imago Augusti. Due nuovi ritratti di Augusto da Roma e Isernia”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento giacché assicura, con una soddisfazione media del 97%, un margine di errore di stima di $\pm 1,79\%$. 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 2023, 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 ottimo, con una media di **2,91** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del sito** (3,00), gli **orari di apertura** (2,97), la **segnaletica sull'edificio** (2,95), le **opere della collezione** (2,93) e la **videoguida** (2,92).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. Le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19). Invece tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emerge la **segnaletica interna** (n. 76 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da turisti **stranieri** (77% sul totale); **impiegati** (31%) e **pensionati** (29%), in possesso di **laurea o specializzazione post laurea** (72%), soprattutto di età adulta al di sopra dei **45 anni** (60%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi è venuto a sapere del museo **passando, per caso** (36%); seguono **altri siti web** (20%) e **conoscenza personale** (11%).

Risulta significativo che a rispondere *passando, per caso* siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), appartenenti alle fasce di età 26-39 anni e 55-64 anni, con titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori, privi di aspettative. Invece *altri siti web* è la voce che emerge tra i visitatori stranieri, di età 19-25 anni e 40-54 anni, diplomati, mai stati prima in questo museo, il cui giudizio è superiore alle attese o non ne hanno.

Infine *conoscenza personale* è la risposta prevalente per gli italiani, in particolare i residenti a Roma, di età adulta al di sopra dei 65 anni, laureati, già stati ai *Mercati di Traiano*, con giudizio uguale alle proprie aspettative.

Tabella riassuntiva

Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali 2023	Media	Mediana*	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,95	3,00	349	2	0,251	1%	73%	0%	97%
Orari di apertura	2,97	3,00	350	1	0,167	0%	91%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,83	3,00	315	36	0,397	10%	91%	0%	100%
Guardaroba	2,50	2,00	107	244	0,502	70%	77%	0%	99%
Opere della collezione	2,93	3,00	348	3	0,254	1%	92%	0%	100%
Videoguida	2,92	3,00	38	313	0,273	89%	67%	0%	95%
Supporti informativi	2,77	3,00	349	2	0,468	1%	74%	0%	98%
Supporti digitali	2,73	3,00	289	62	0,446	18%	45%	0%	90%
Personale in sala	2,84	3,00	314	37	0,369	11%	78%	0%	100%
Segnaletica interna	2,37	2,00	350	1	0,726	0%	32%	1%	88%
Pulizia del sito	3,00	3,00	340	11	0,054	3%	30%	0%	100%
Libreria	2,61	3,00	141	210	0,490	60%	68%	0%	99%
Esperienza complessiva	2,91	3,00	337	14	0,294	4%	88%	0%	100%

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

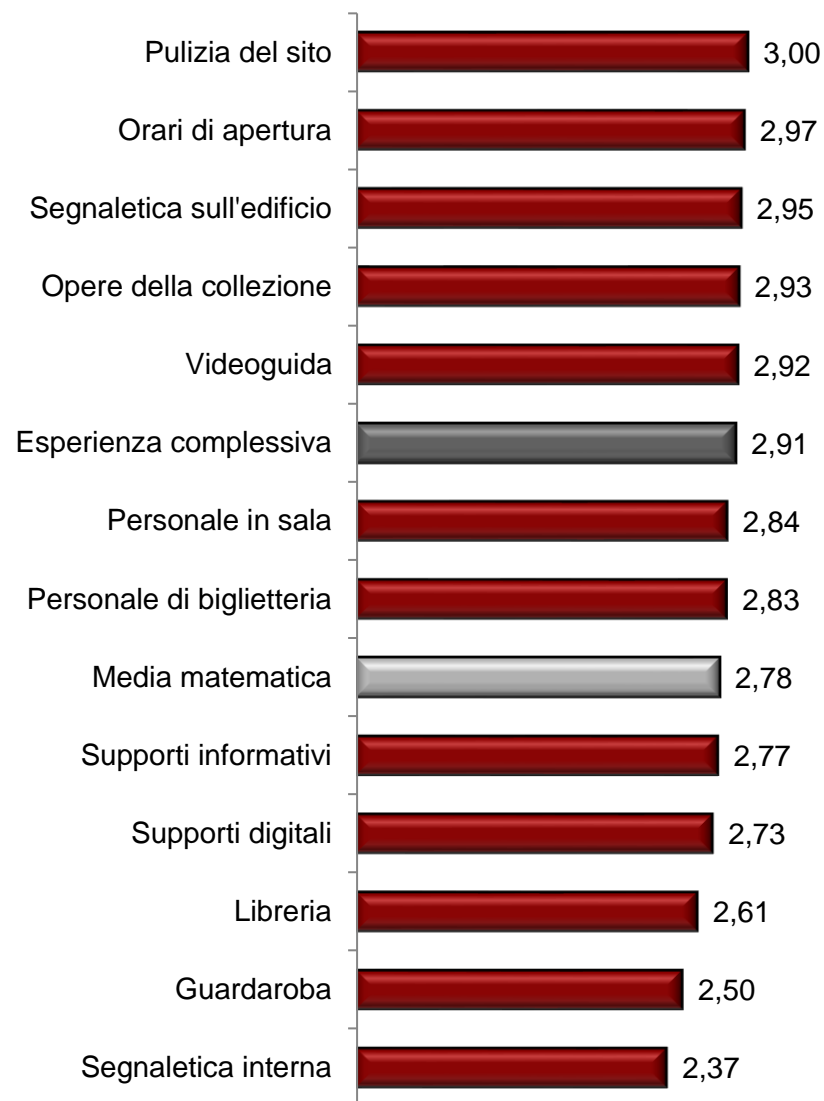
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,78).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie 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 sull'edificio**, le **opere della collezione** e la **videoguida** (l'11% degli intervistati ha rilasciato una valutazione su tale servizio).

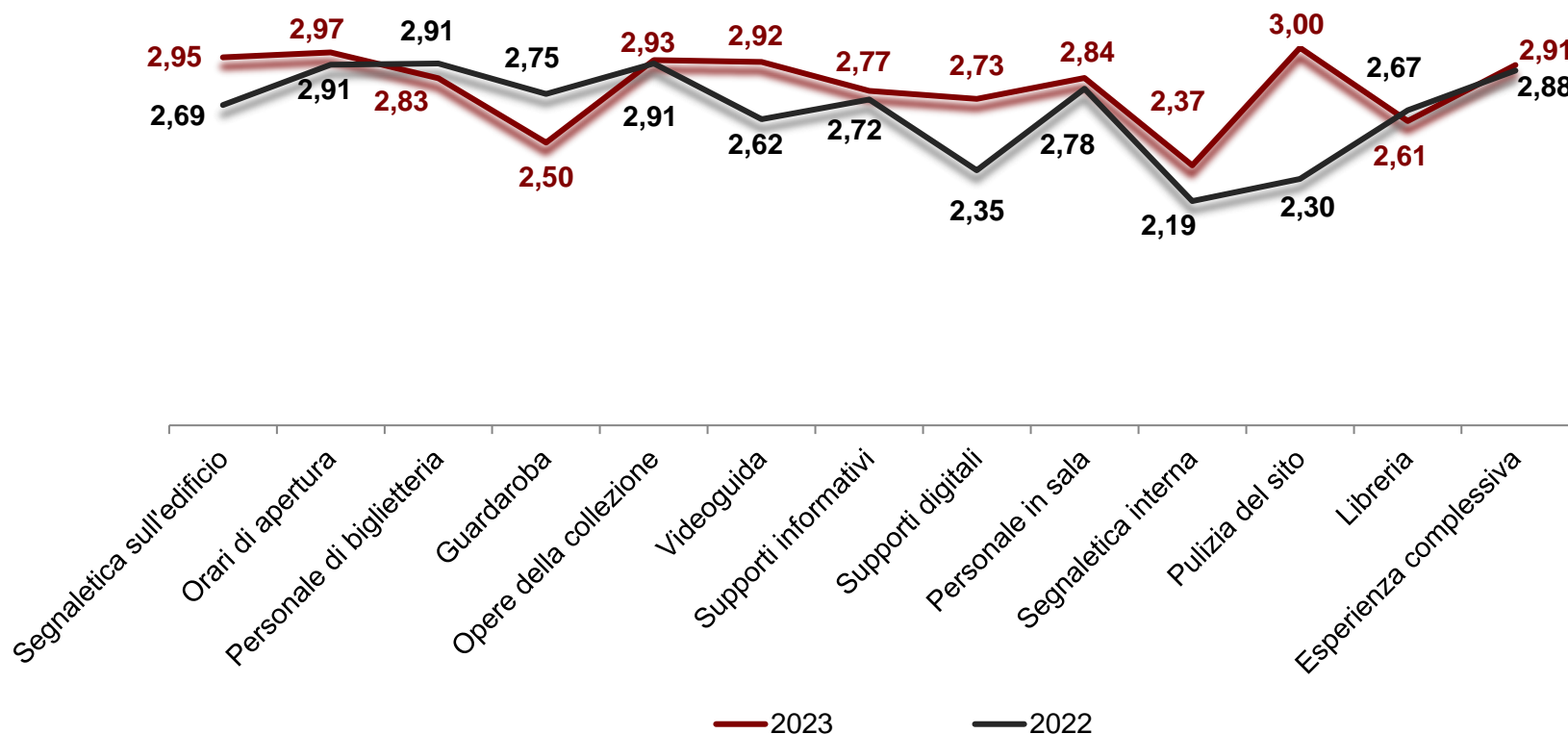
Tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2022-2023

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

Si evidenzia un incremento generale del livello di soddisfazione, in particolare sui seguenti aspetti: segnaletica sull'edificio, videoguida, supporti digitali, segnaletica interna e pulizia del sito. Invece si evidenzia una flessione media soprattutto sul guardaroba, che passa da 2,75 a 2,50 (il servizio è stato utilizzato dal 30% del campione intervistato), pertanto restando ben al di sopra dello standard minimo qualitativo di 2,20.

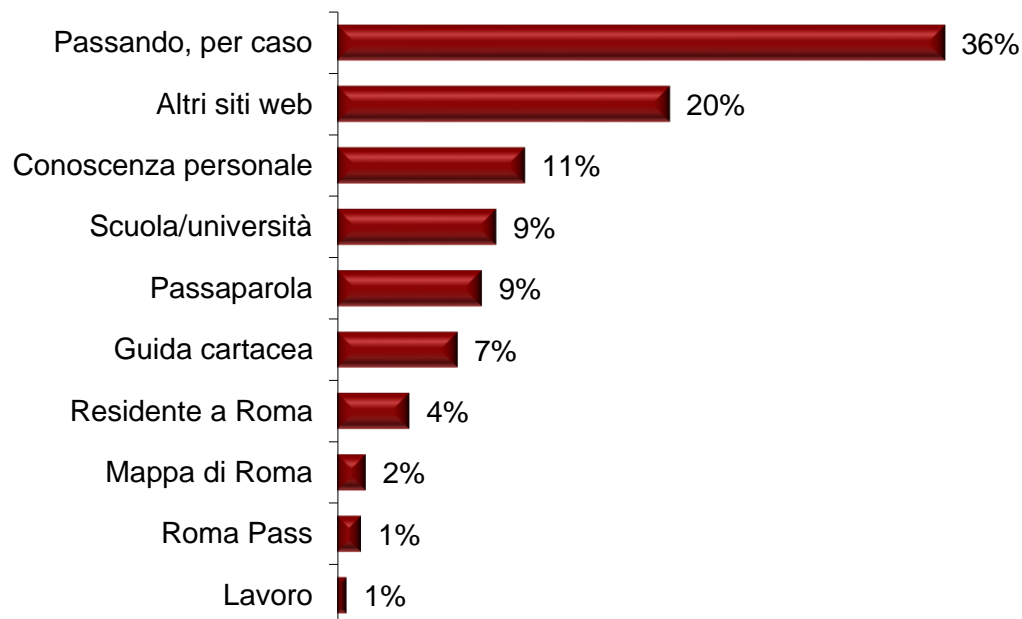


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 36% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**” (29% nel 2022). Segue chi risponde “**altri siti web**” (la percentuale aumenta dal 12% al 20%) e “**conoscenza personale**” (in lieve discesa da 15% a 11%).

Risulta significativo che a rispondere passando, per caso siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), appartenenti alle fasce di età 26-39 anni e 55-64 anni, con titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori, privi di aspettative. Invece altri siti web è la voce che emerge tra i visitatori stranieri, di età 19-25 anni e 40-54 anni, diplomati, mai stati prima in questo museo, il cui giudizio è superiore alle attese o non ne hanno.

Infine conoscenza personale è la risposta prevalente per gli italiani, in particolare i residenti a Roma, di età adulta al di sopra dei 65 anni, laureati, già stati ai *Mercati di Traiano*, con giudizio uguale alle proprie aspettative.

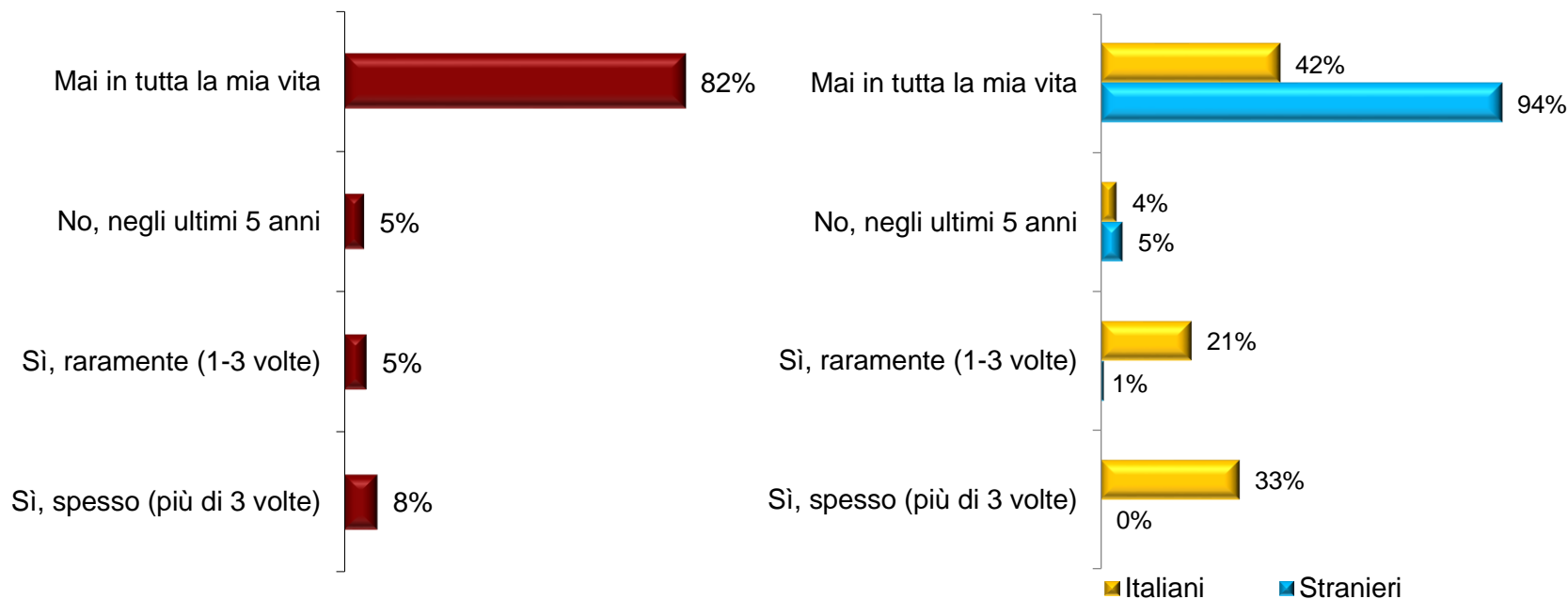


Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben l'82% degli intervistati afferma di **non essere mai stato prima** ai *Mercati di Traiano*, il 13% vi è già stato (di cui l'8% spesso “*più di tre volte*” e il 5% raramente “*da una a tre volte*”); il restante 5% non vi si reca dagli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti stranieri (*cf.* grafico sottostante a destra), uomini, di età giovane fino ai 39 anni, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare in questo museo, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Ad avere già visto i *Mercati di Traiano* sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), di età adulta 65-74 anni, alcuni di essi hanno utilizzato la *MIC Card*, il loro giudizio è uguale alle proprie attese e in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei.

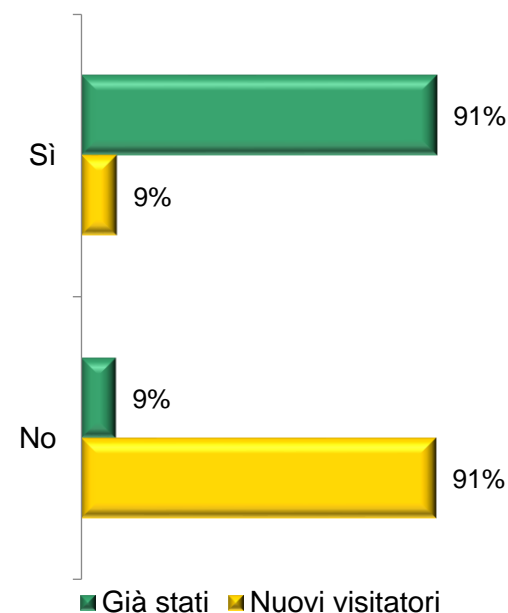
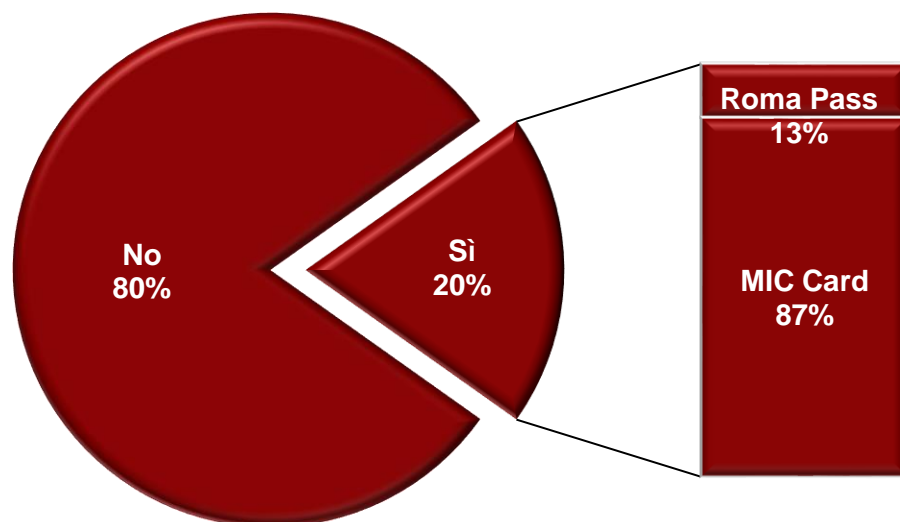


Ha utilizzato una card per entrare nel museo

L'80% degli intervistati non ha utilizzato alcuna card per entrare nel museo, mentre il restante 20% ne ha usufruito (di cui l'87% si riferisce alla **MIC Card** e il restante 13% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i cittadini romani, in prevalenza donne, appartenenti alle fasce di età giovane 19-25 anni o adulta 65-74 anni, con titolo di diploma superiore, già stati ai *Mercati di Traiano* (cfr. grafico sottostante a destra) e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare in questo museo, sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), di età compresa tra i 40 e 64 anni, con titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori e in quest'ultimo anno sono stati in meno di tre musei.

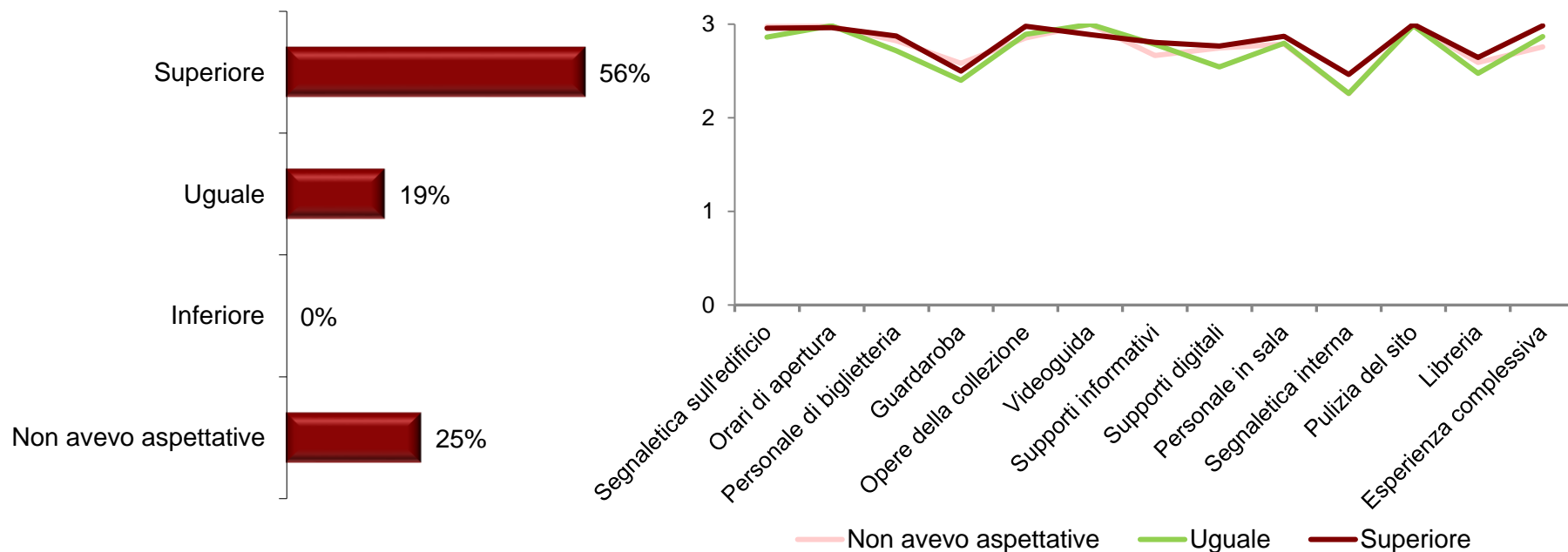


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 56% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie aspettative** e per il 19% è uguale, mentre nessuno ritiene tale museo inferiore alle proprie attese. Inoltre si evidenzia che il 25% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle attese siano in particolare i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), di età giovane fino ai 25 anni o adulta 45-74 anni, alcuni già stati ai *Mercati di Traiano* e hanno utilizzato una card per entrare in tale museo. Invece a non avere aspettative sono principalmente i turisti stranieri, di età 26-34 anni e 40-44 anni, nuovi visitatori, che non hanno usufruito di alcuna card per entrare.

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).

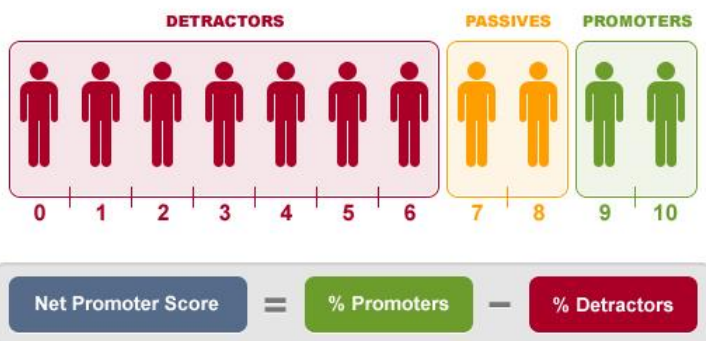


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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**, ovvero gli 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 i *Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali* è pari al **70%**.

Il 28% del campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il restante 1% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

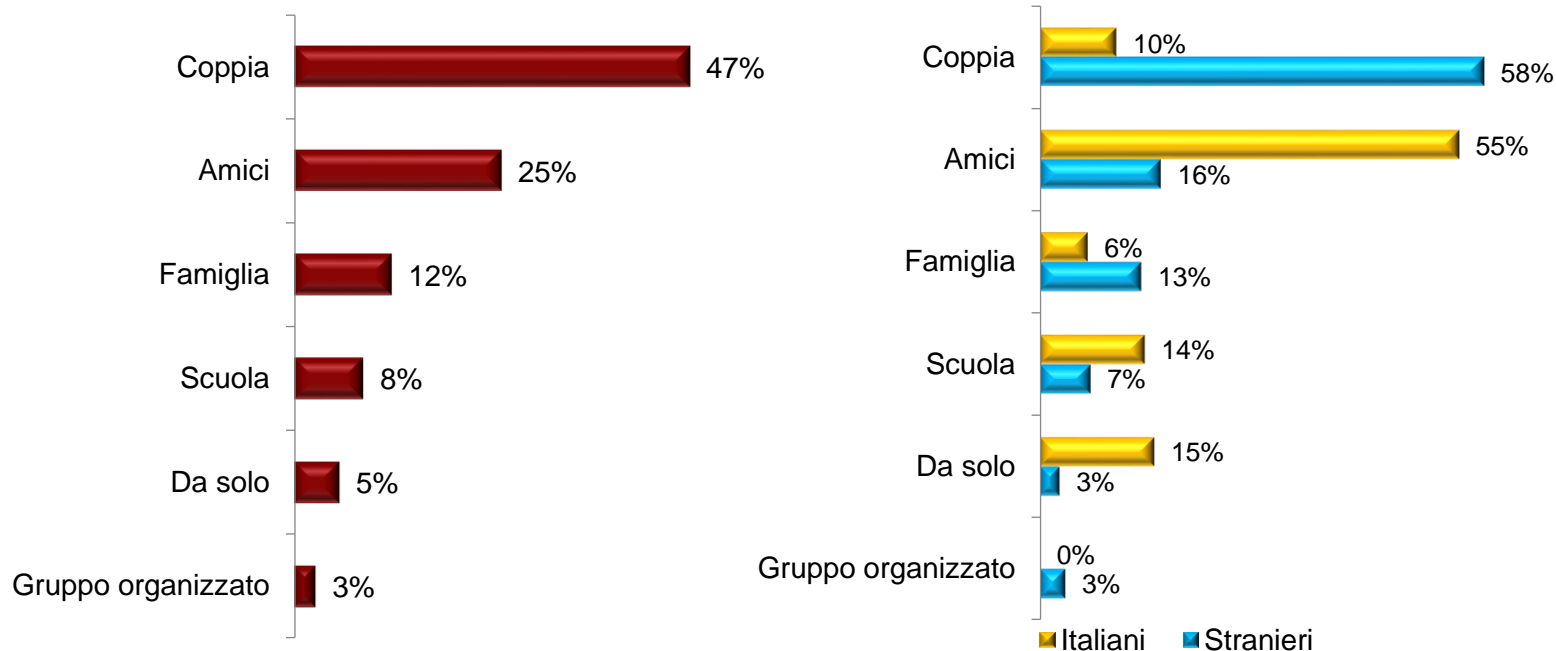


NET PROMOTER SCORE										
<i>Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali 2023</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	3	15	82	99	152
0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	5%	23%	28%	43%
DETRATTORI = 1%							PASSIVI = 28%	PROMOTORI = 71%		
71%-1%=70%										

Con chi ha visitato il museo

Il 47% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in **“coppia”**, il 25% insieme ad **“amici”**, il 12% con la propria **“famiglia”**, l’8% vi giunge con la **“scuola”**, il 5% **“da solo”** e il restante 3% con un **“gruppo organizzato”**.

Risulta significativo che a visitare il museo in coppia siano in prevalenza i turisti stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), in prevalenza uomini, appartenenti alle fasce di età 26-39 anni e 55-64 anni, nuovi visitatori, privi di aspettative. A recarsi con amici sono soprattutto i visitatori italiani (in particolare i residenti a Roma), donne, di età adulta 65-74 anni, alcune già state in questo museo, il cui giudizio è uguale alle proprie attese. Invece a venire con la propria famiglia sono principalmente i turisti stranieri, di età 35-44 anni, che vengono per la prima volta ai *Mercati di Traiano* e il loro giudizio è superiore alle aspettative.

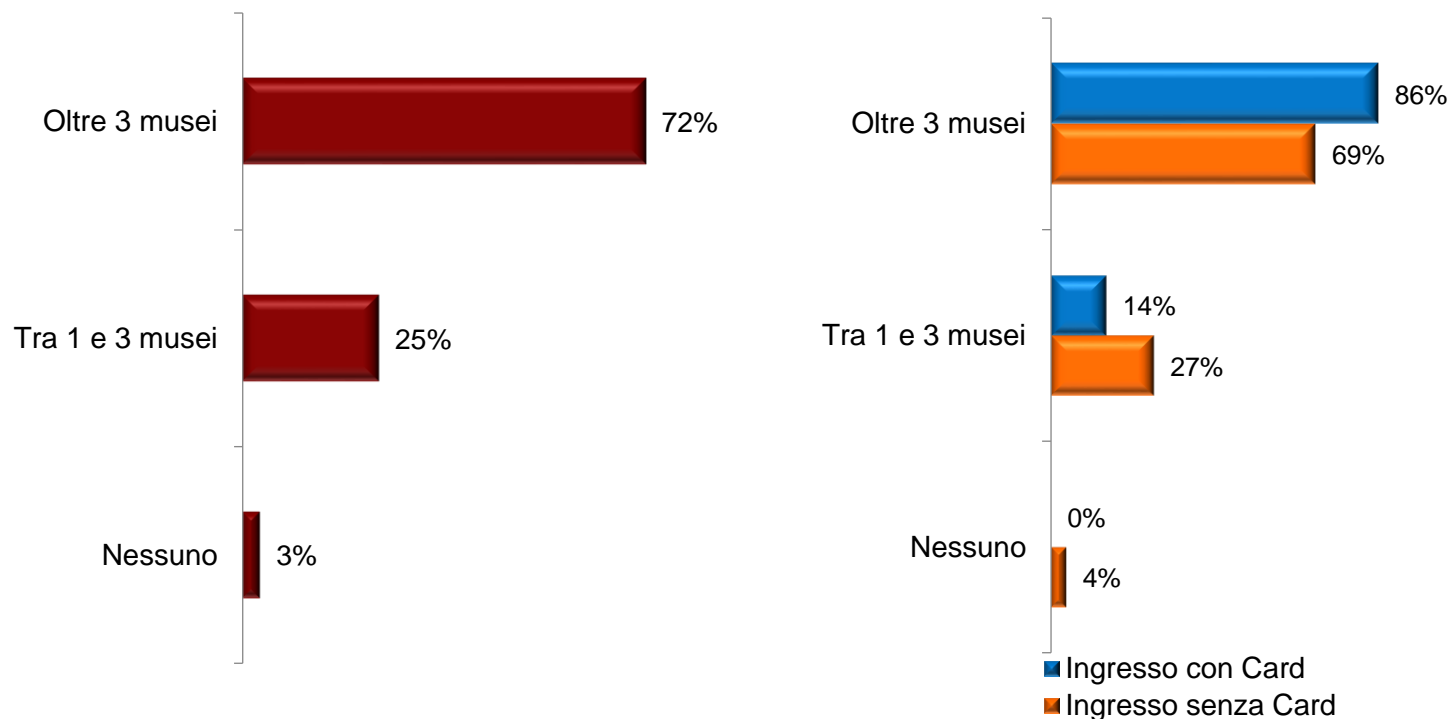


Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 72% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 25% risponde **“tra uno e tre musei”** e il 3% 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 visitatori di età 19-34 anni e al di sopra dei 45 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, alcuni già stati ai *Mercati di Traiano* e hanno utilizzato una card per accedervi.

Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono in prevalenza i minorenni e coloro che hanno un'età compresa tra i 35 e 44 anni, con un diploma di scuola media inferiore/superiore, nuovi visitatori, che non hanno usufruito di alcuna card per entrare al museo.



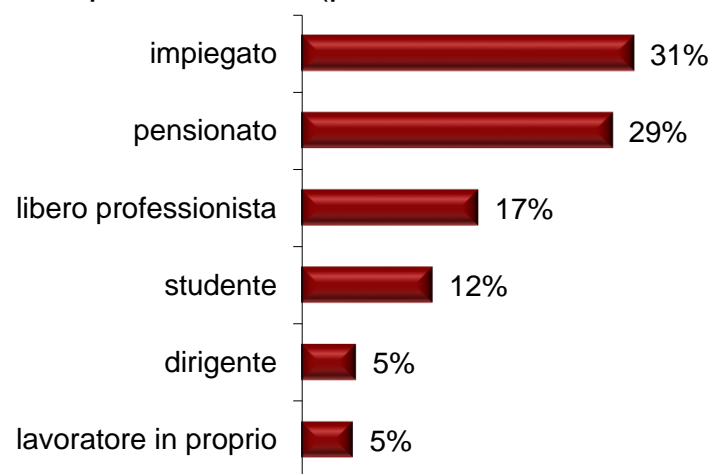
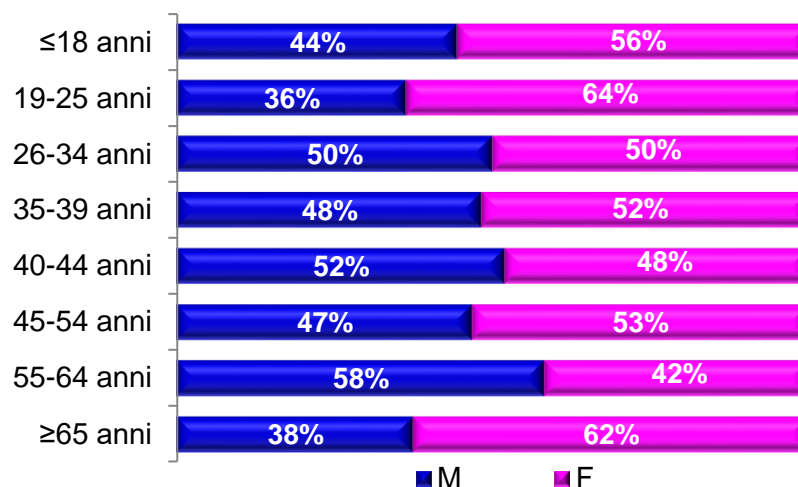
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Il 54% del campione appartiene al **genere femminile** (stessa percentuale emersa nel 2022), soprattutto nelle fasce dei giovani fino a 25 anni e adulti over 65 anni. Invece gli uomini sono predominanti nelle fasce dei 40-44 anni e 55-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta al di sopra dei **45 anni**, che raggiungono complessivamente il 60% sul totale del campione intervistato (lo scorso anno la percentuale era pari al 38%). Si evidenzia un decremento dei visitatori giovani fino ai 25 anni (da 25% a 15%) e di età 26-39 anni (da 30% a 18%).

Il 72% del campione totale dichiara di avere conseguito una **laurea o una specializzazione post laurea** (65% nell'indagine precedente).

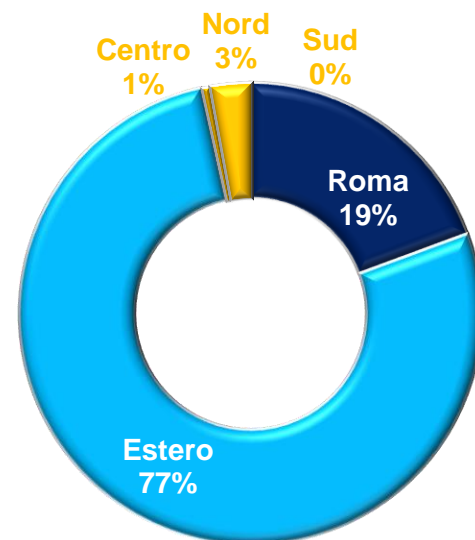
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (31%; erano il 35% nella scorsa indagine) e i **pensionati** (29%; in notevole aumento dal 12% dell'anno scorso). Seguono gli studenti (in discesa dal 27% emerso nel 2022) e i liberi professionisti (passano da 12% a 17%).



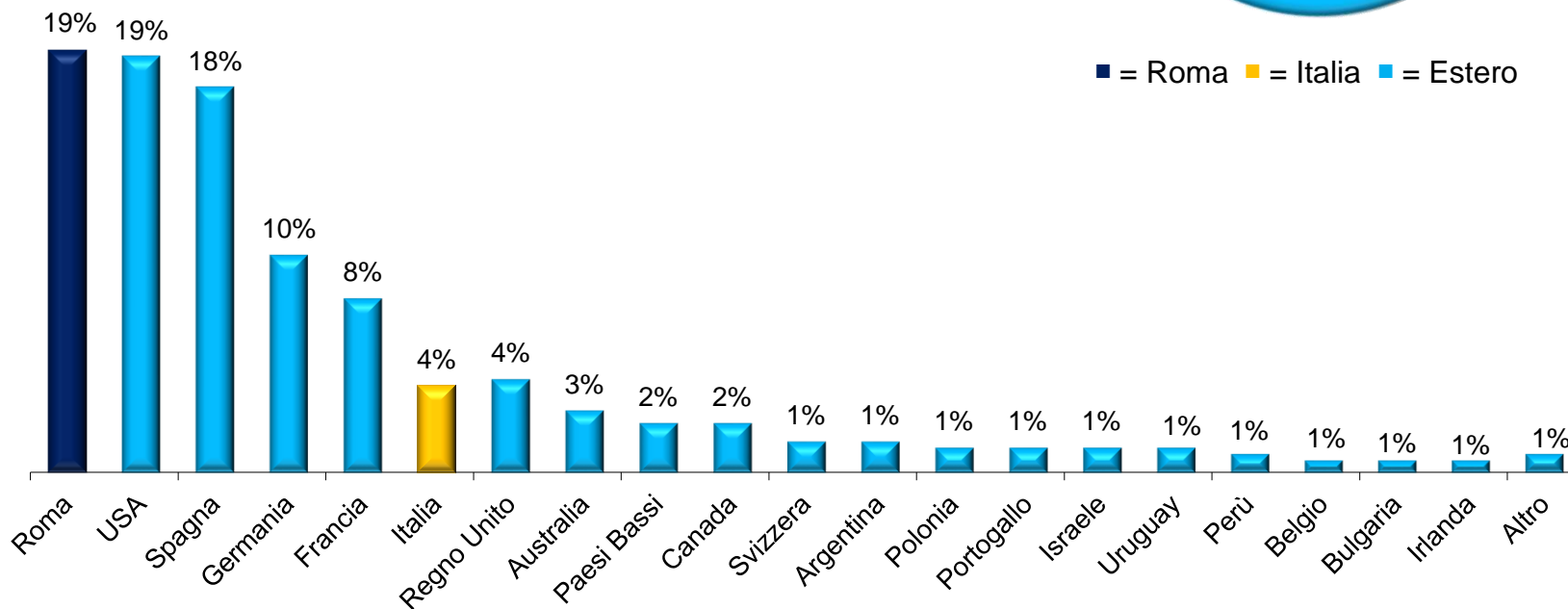
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 77% del campione intervistato è costituito da turisti **stranieri** (61% nella precedente indagine), mentre i visitatori romani rappresentano il 19% (in lieve discesa dal 25% dello scorso anno) e la percentuale di coloro che giungono da altre province italiane scende dal 14% al 4%.

Tra le nazionalità estere prevalgono la **statunitense** e la **spagnola** (rispettivamente 19% e 18% sul totale degli intervistati); 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 di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Videoguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,120*	,126*	0,190	-0,062	-0,050	0,042	-0,065	-0,057	0,066	-0,013	0,119	0,072
Orari di apertura	,120*	1,000	,268**	,241*	-0,047	.	0,043	0,012	0,018	,198**	-0,009	,264**	0,003
Personale di biglietteria	,126*	,268**	1,000	,557**	-0,091	.	,114*	0,028	,241**	,213**	-0,025	,220*	-0,032
Guardaroba	0,190	,241*	,557**	1,000	-0,165	-0,073	,254**	,299**	-0,009	,327**	.	,347**	-0,077
Opere della collezione	-0,062	-0,047	-0,091	-0,165	1,000	.	0,018	0,032	-0,099	0,072	-0,015	,263**	,422**
Videoguida	-0,050	.	.	-0,073	.	1,000	0,062	0,062	0,172	,363*	-0,040	0,345	-0,091
Supporti informativi	0,042	0,043	,114*	,254**	0,018	0,062	1,000	,510**	,285**	,363**	0,103	-0,029	,282**
Supporti digitali	-0,065	0,012	0,028	,299**	0,032	0,062	,510**	1,000	0,073	0,110	-0,036	0,025	0,113
Personale in sala	-0,057	0,018	,241**	-0,009	-0,099	0,172	,285**	0,073	1,000	,185**	,131*	,231**	-0,001
Segnaletica interna	0,066	,198**	,213**	,327**	0,072	,363*	,363**	0,110	,185**	1,000	-0,054	,383**	,204**
Pulizia del sito	-0,013	-0,009	-0,025	.	-0,015	-0,040	0,103	-0,036	,131*	-0,054	1,000	0,107	,168**
Libreria	0,119	,264**	,220*	,347**	,263**	0,345	-0,029	0,025	,231**	,383**	0,107	1,000	,204*
Esperienza complessiva	0,072	0,003	-0,032	-0,077	,422**	-0,091	,282**	0,113	-0,001	,204**	,168**	,204*	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 non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

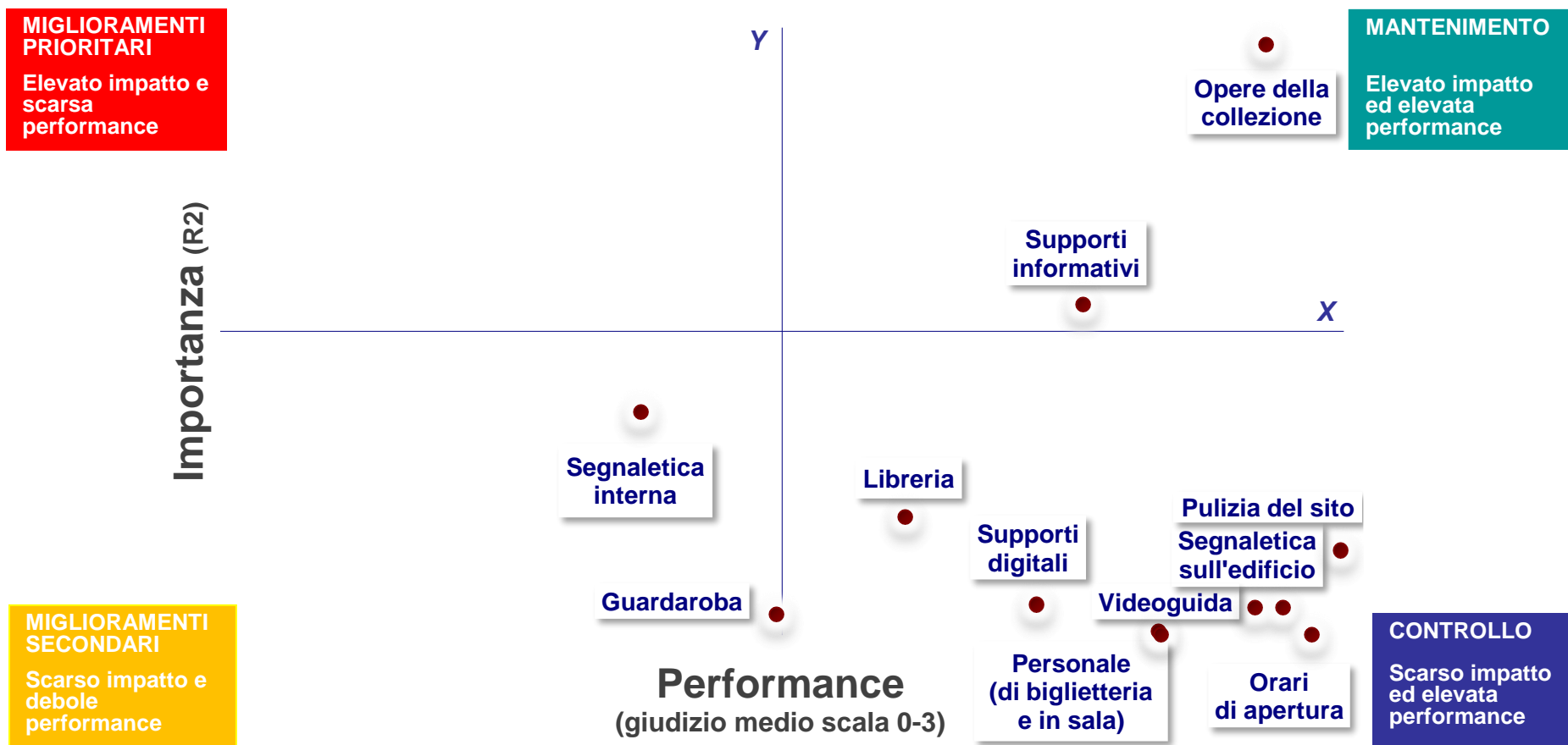
Per i *Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali* le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,422
Supporti informativi	0,282
Segnaletica interna	0,204
Libreria	0,204
Pulizia del sito	0,168

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e si posiziona nel quadrante in alto a destra, insieme ai **supporti informativi**. Invece non emergono possibili miglioramenti prioritari (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 sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

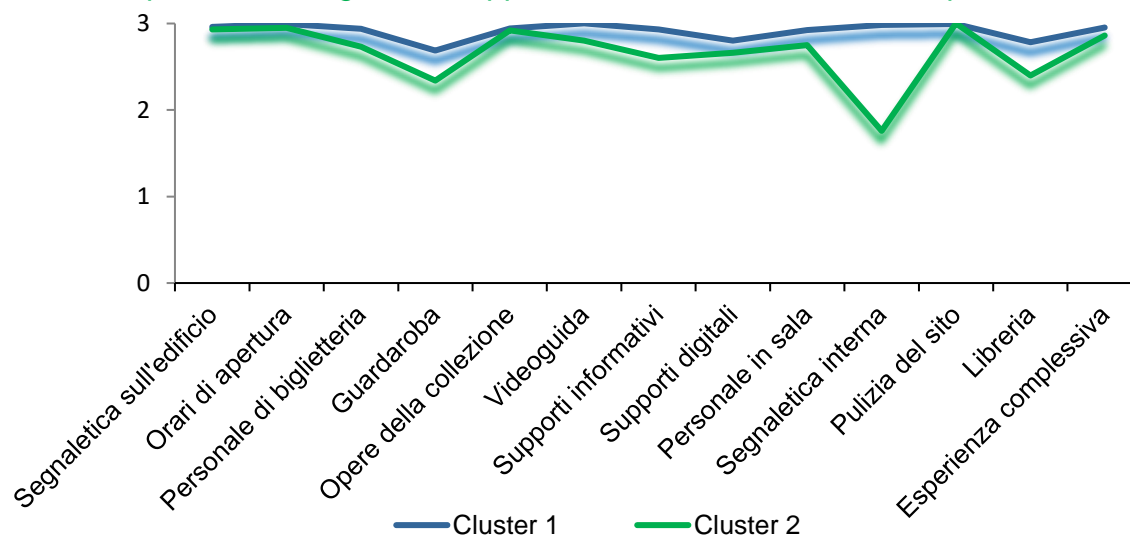
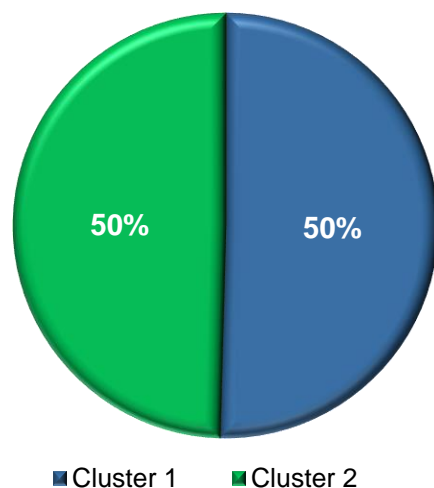
Cluster Analysis

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 (177 individui per il *Cluster 1* e 174 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 la 1° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto su vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto soddisfatti: in prevalenza donne; minorenni e di età 55-74 anni; con diploma di scuola media inferiore/superiore; studenti e pensionati; nuovi visitatori; scoprono il museo tramite scuola/università e guida turistica cartacea; giudizio superiore alle aspettative; vengono con la propria famiglia o gruppo organizzato; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

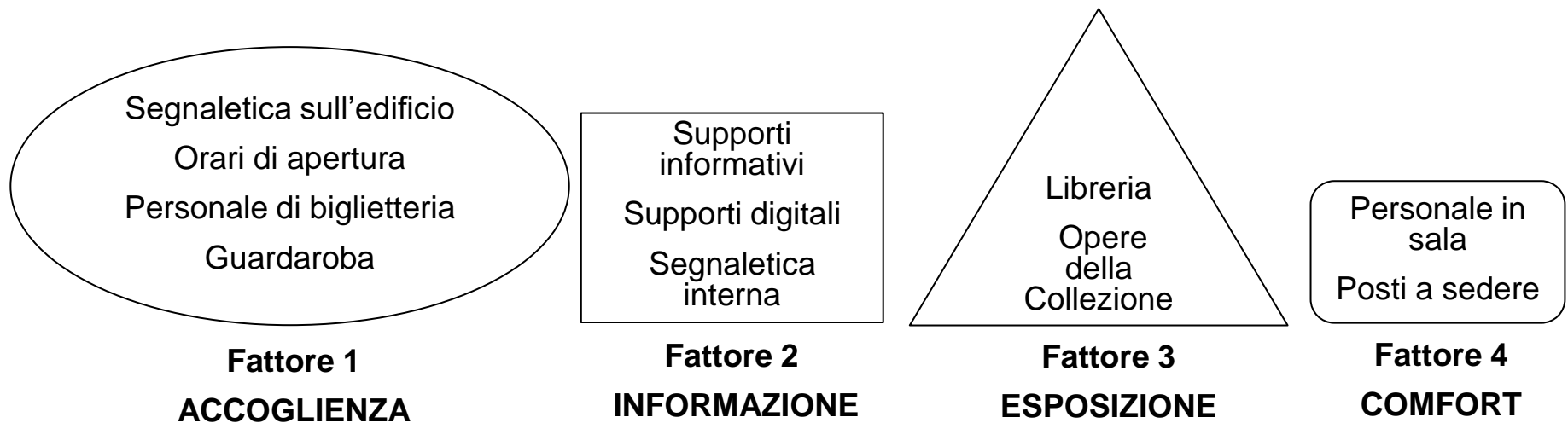
Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza uomini; di età 26-39 anni e 45-54 anni; laureati; occupati dipendenti; alcuni già stati ai *Mercati di Traiano*; scoprono il museo passando, per caso oppure attraverso altri siti web e passaparola; giudizio uguale alle aspettative; vengono in coppia o con amici; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

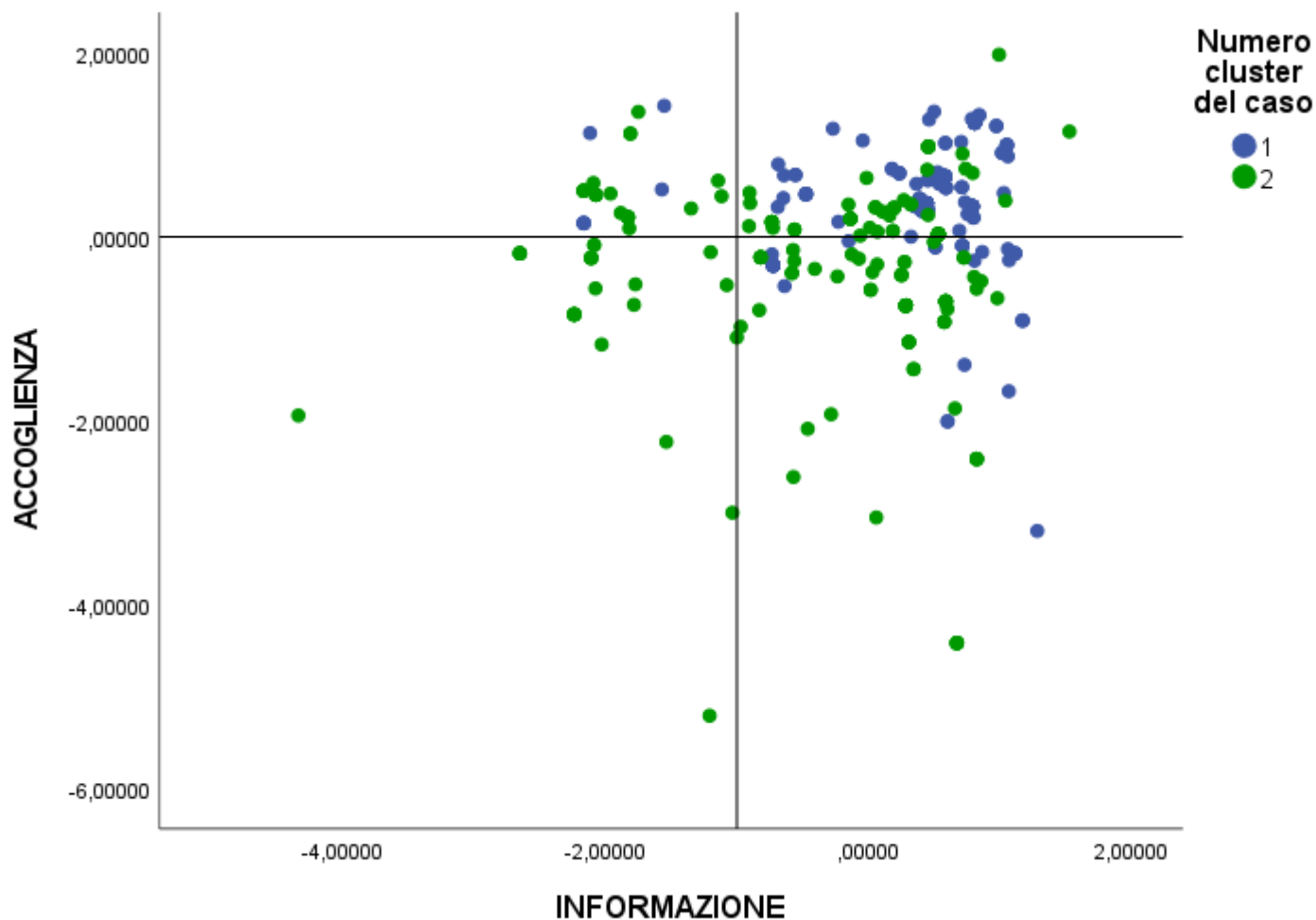
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la videoguida è stata esclusa poiché non è risultata significativa per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 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 2 (*Informazione*), che invece è stato meno gradito dal Cluster 2.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 197**

ELOGI bellissimo, museo molto bello (21); molto interessante la mostra (3); da fuori non sembra così grande (3); videoguida utile e interessante (3). **Totale 30**

SEGNALETICA INTERNA confusa, da migliorare (52); inserire una mappa del complesso museale (18); più indicazioni per la toilette (6). **Totale 76**

SUPPORTI INFORMATIVI in altre lingue o un QR-code che faccia la traduzione dei pannelli (13); informazioni troppo tecniche (6); alcuni pannelli troppo lunghi, difficili da leggere (4) .
Totale 23

SUPPORTI DIGITALI più interattività, valorizzare di più l'esterno anche con possibilità di visori (14), altro (3). **Totale 17**

POSTI A SEDERE più panche, aumentare le sedute. **Totale 11**

SEGNALETICA ESTERNA da migliorare, più indicazioni da via dei Fori Imperiali. **Totale 5**

MIC CARD più attività e iniziative per i possessori MIC. **Totale 5**

ALTRO. **Totale 24**

TOTALE 162 SUGGERIMENTI
Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali

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

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Sì (quale? Roma Pass MIC Card) No

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

- stampa (quotidiani/riviste) stendardo 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 biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<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"/>
Videoguida	<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"/>
Supporti digitali	<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"/>
Libreria	<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:.....