



Indagini di Customer Satisfaction

Museo Carlo Bilotti

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
- 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 al 7 ottobre** presso il **Museo Carlo Bilotti** (gli intervistati rappresentano il 24% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine era in corso la mostra temporanea "*Barbara Doser | Hofstetter Kurt tense_intense*".

Questa numerosità appare abbastanza adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 93%, un margine di errore di stima di $\pm 5,03\%$.

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 piuttosto buono, con una media di **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **92%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **caffetteria** (2,80; solo il 5% degli intervistati ha risposto su tale servizio), la **pulizia del sito** (2,76), le **opere della collezione** (2,67) e il **personale di accoglienza** (2,65).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.

Il **guardaroba** (l'8% degli intervistati ne ha usufruito), la **segnaletica sull'edificio** e i **supporti informativi** sono le variabili ritenute in assoluto più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cfr.* pp. 16-18).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 50% da **romani**, **impiegati** (28%) e **liberi professionisti** (22%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (53%), appartenenti soprattutto alla fascia d'età dei **45-54 anni** (30% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (43%); poi seguono **altri siti web** (17%) e **passaparola** (12%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando per caso* siano soprattutto i turisti, che hanno conseguito un titolo di diploma superiore o specializzazione post laurea, nuovi visitatori. Invece a rispondere *altri siti web* sono principalmente i residenti a Roma, laureati, che si recano per la prima volta al *Museo Carlo Bilotti*.

Infine il *passaparola* è predominante per i romani, diplomati, alcuni già stati in questo museo.

Tabella riassuntiva

Museo Carlo Bilotti 2023	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,34	2,00	100	0	0,655	0%	44%	0%	90%
Orari di apertura	2,38	2,00	97	3	0,653	3%	47%	0%	91%
Personale di accoglienza	2,65	3,00	100	0	0,539	0%	68%	0%	97%
Guardaroba	2,25	2,00	8	92	0,707	92%	38%	0%	88%
Opere della collezione	2,67	3,00	99	1	0,515	1%	69%	0%	98%
Supporti informativi	2,32	2,00	97	3	0,685	3%	44%	0%	88%
Personale in sala	2,43	2,50	74	26	0,621	26%	50%	0%	93%
Segnaletica interna	2,34	2,00	88	12	0,725	12%	49%	0%	85%
Pulizia del sito	2,76	3,00	100	0	0,429	0%	76%	0%	100%
Caffetteria	2,80	3,00	5	95	0,447	95%	80%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,51	3,00	100	0	0,643	0%	59%	0%	92%

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

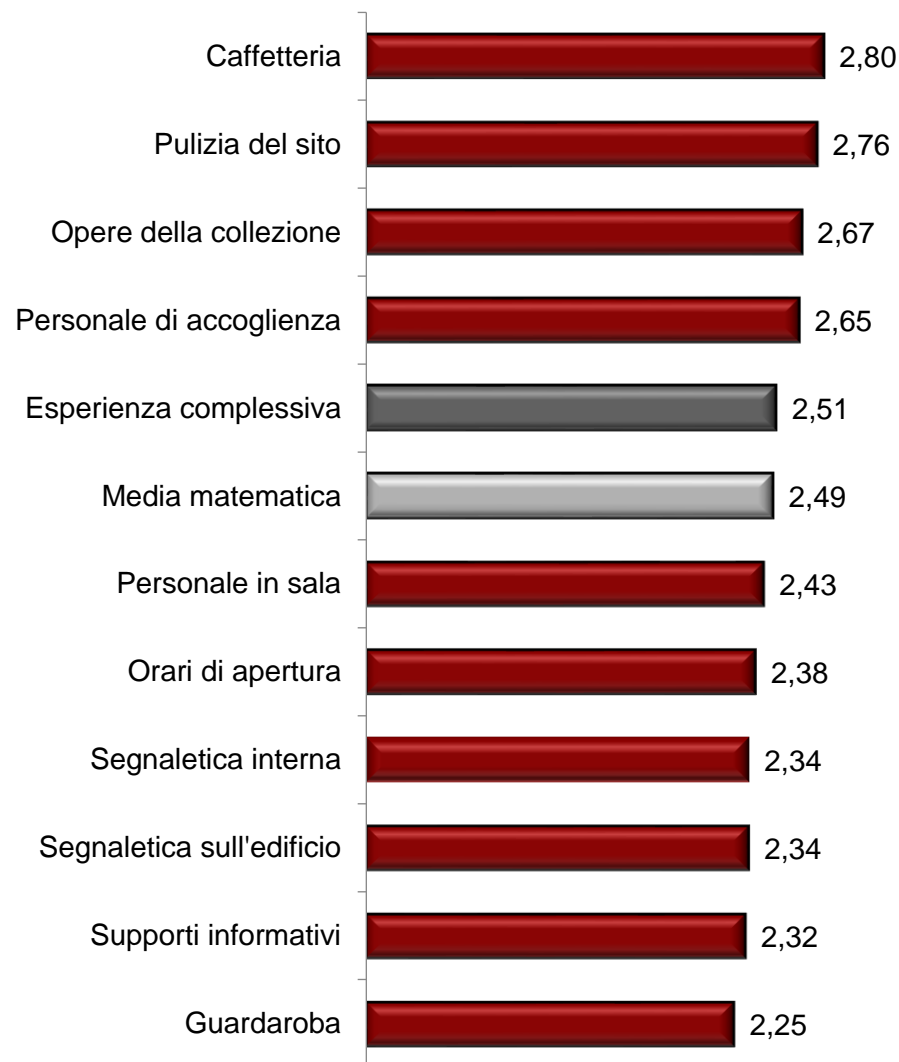
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,49).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: la **caffetteria** (solo il 5% degli intervistati ha risposto su tale servizio), la **pulizia del sito**, le **opere della collezione** e il **personale di accoglienza**.

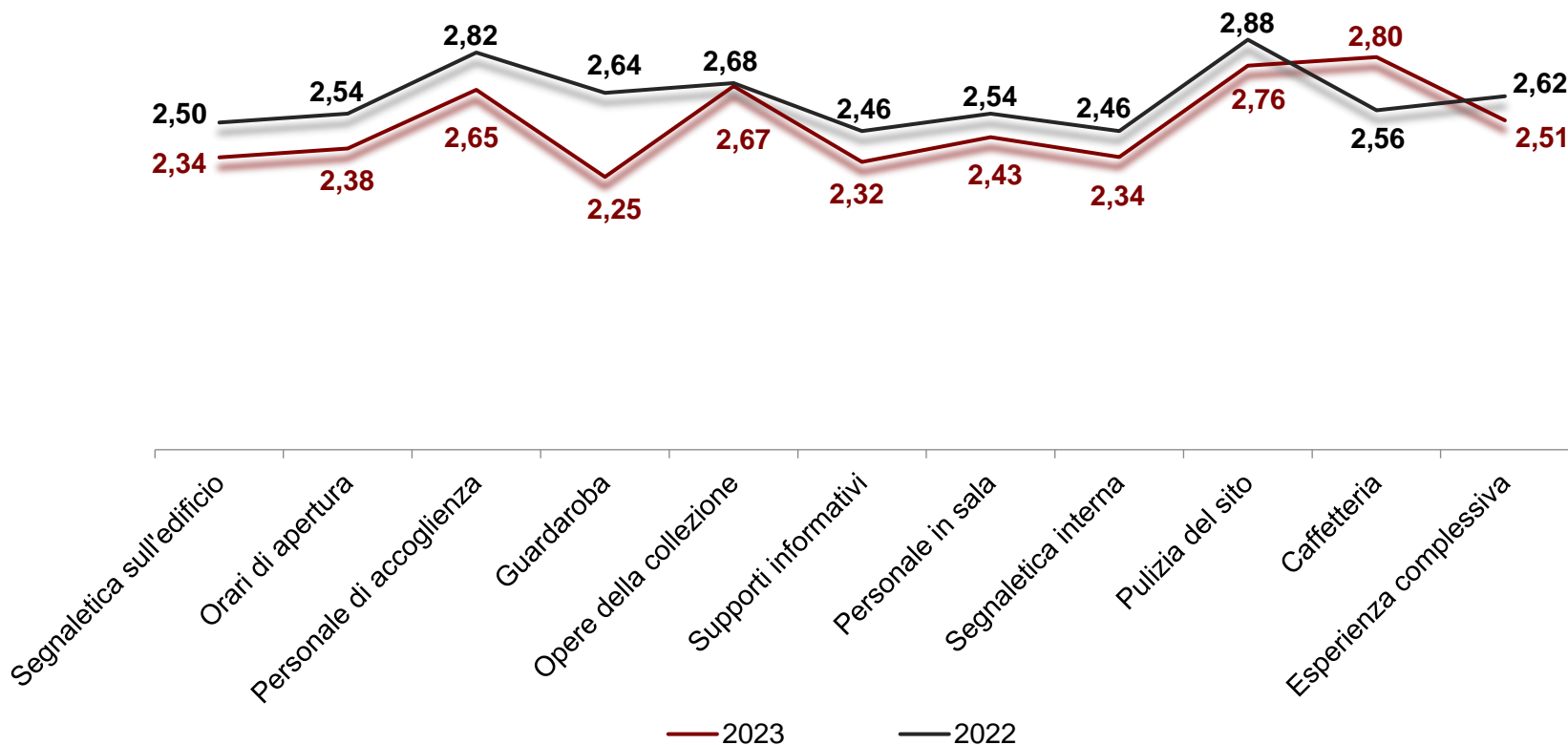
Tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2022-2023

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

Dal grafico sottostante si evidenzia una flessione del livello di soddisfazione sulla quasi totalità degli aspetti oggetto d'indagine, in particolare sul guardaroba, anche se tutte le medie restano ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Invece si registra un aumento significativo del valore medio sulla caffetteria.

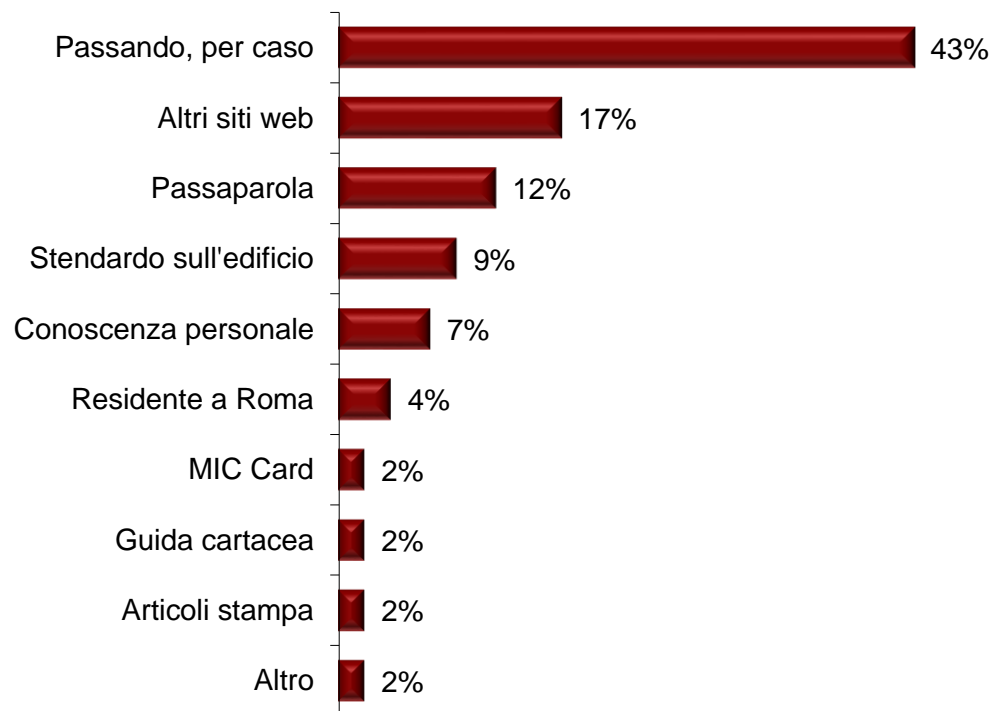


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 43% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**” (50% nel 2022); poi seguono “**altri siti web**” (in aumento da 10% a 17%) e “**passaparola**” (passa da 11% a 12%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti, che hanno conseguito un titolo di diploma superiore o specializzazione post laurea, nuovi visitatori. Invece a rispondere altri siti web sono principalmente i residenti a Roma, laureati, che si recano per la prima volta al *Museo Carlo Bilotti*.

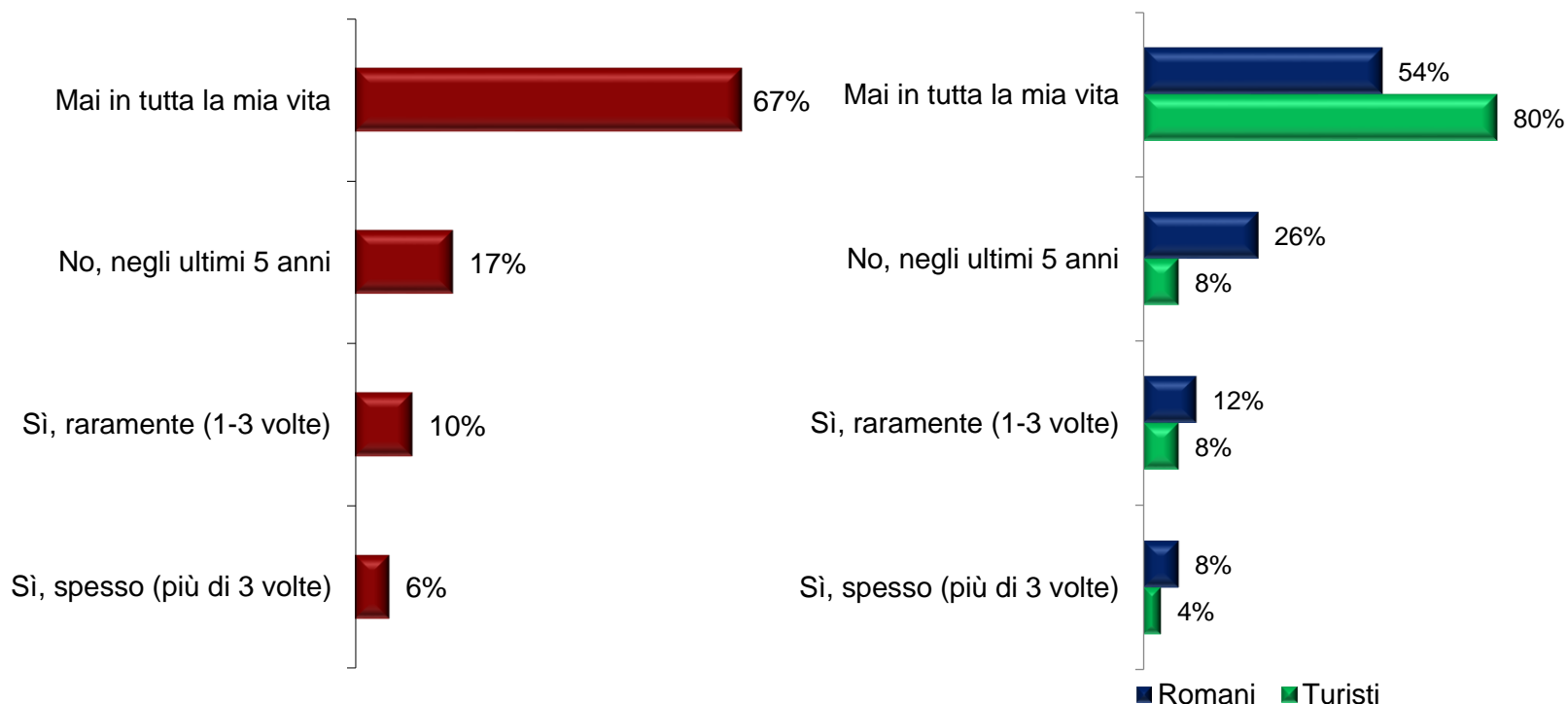
Infine il passaparola è predominante per i romani, diplomati, alcuni già stati in questo museo.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (67% sul campione totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo Carlo Bilotti**, il 17% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni e il restante 16% già vi è stato (di cui il 10% “*da una a tre volte*” e il 6% “*più di tre volte*”).

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (cfr. grafico in basso a destra), con titolo di laurea/post laurea e nell’ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece ad avere già visto il Museo Carlo Bilotti sono prevalentemente i visitatori romani, diplomati, che in quest’ultimo anno sono stati in più di tre musei.

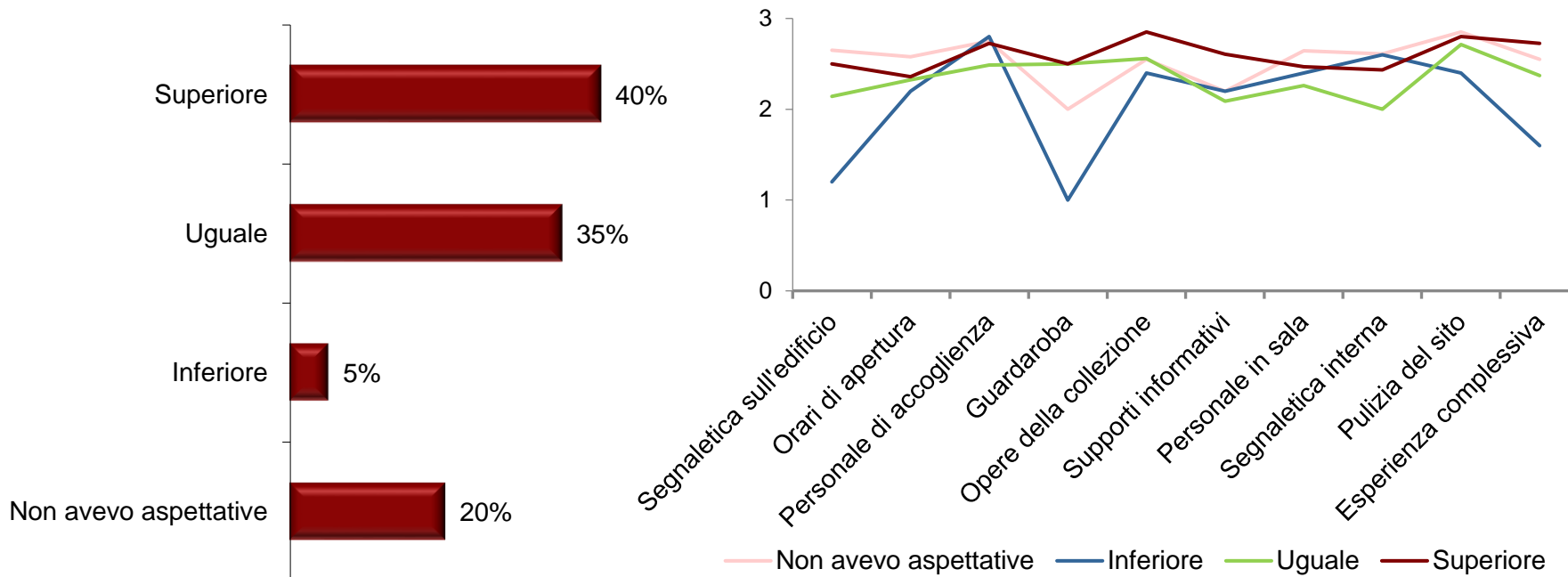


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 40% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 35% è uguale, mentre solo per il 5% degli intervistati è inferiore. Il restante 20% afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese o ad esserne privi siano in particolare i visitatori che hanno conseguito un titolo di laurea/post laurea, in generale molto soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno. Invece il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per i diplomati, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno.

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

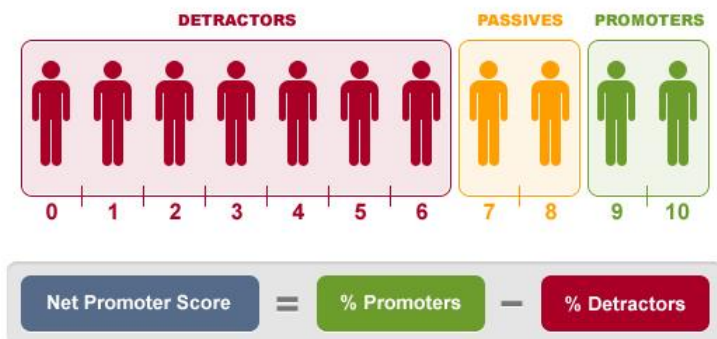


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 Carlo Bilotti* è pari al **34%**.

Il 48% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece il 9% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).



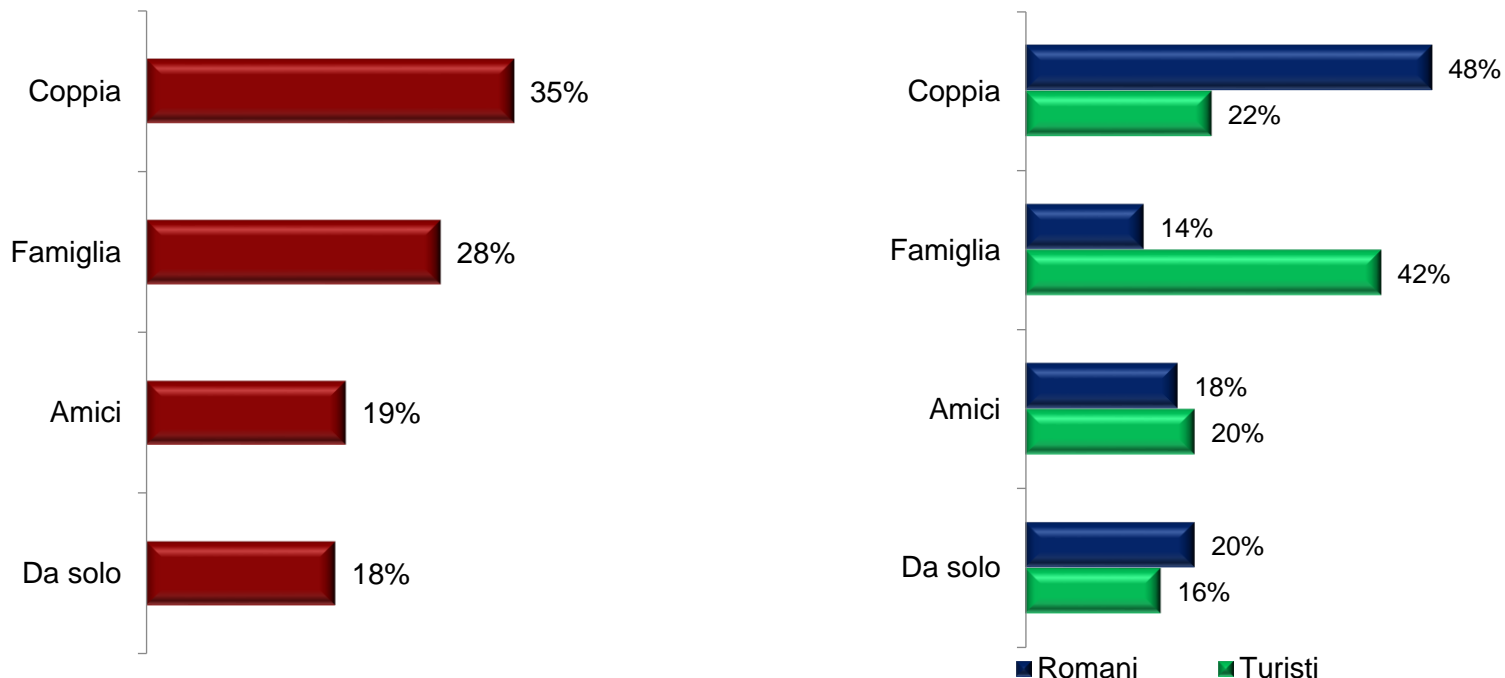
NET PROMOTER SCORE Museo Carlo Bilotti 2023										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	8	25	23	21	22
0%	0%	0%	0%	0%	1%	8%	25%	23%	21%	22%
DETRACTORI = 9%							PASSIVI = 48%	PROMOTORI = 43%		
43%-9%=34%										

Con chi ha visitato il museo

Il 35% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 28% viene con la propria “**famiglia**”, il 19% in compagnia di “**amici**”, mentre il restante 18% viene “**da solo**”.

Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente i romani (*cfr.* grafico in basso a destra), di età 45-54 anni, il cui giudizio è superiore alle aspettative. A recarsi al museo con la propria famiglia sono soprattutto i turisti, di età 55-64 anni, con un giudizio uguale alle proprie attese. Invece a rispondere con amici sono in prevalenza coloro che giungono da fuori Roma, giovani di età 19-34 anni, privi di aspettative a priori.

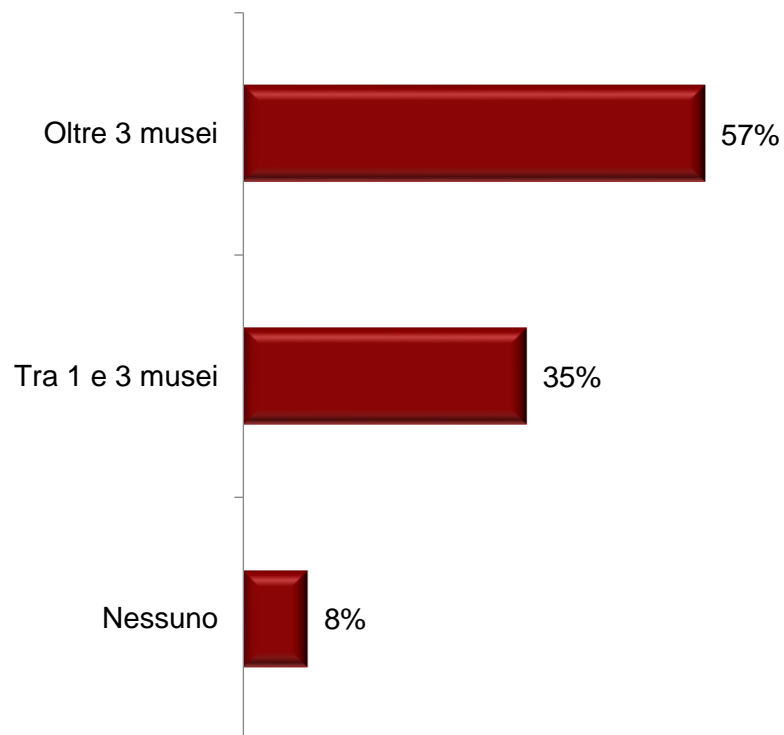
Infine a recarsi in tale museo da solo è soprattutto il target dei residenti a Roma, appartenenti alle fasce dei 19-25 anni e 35-39 anni, che hanno un giudizio superiore o uguale alle attese.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 57% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 35% risponde **“tra uno e tre musei”** e l'8% dichiara di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza. Invece ad avere frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno sono stati i visitatori con un giudizio complessivo molto soddisfacente.



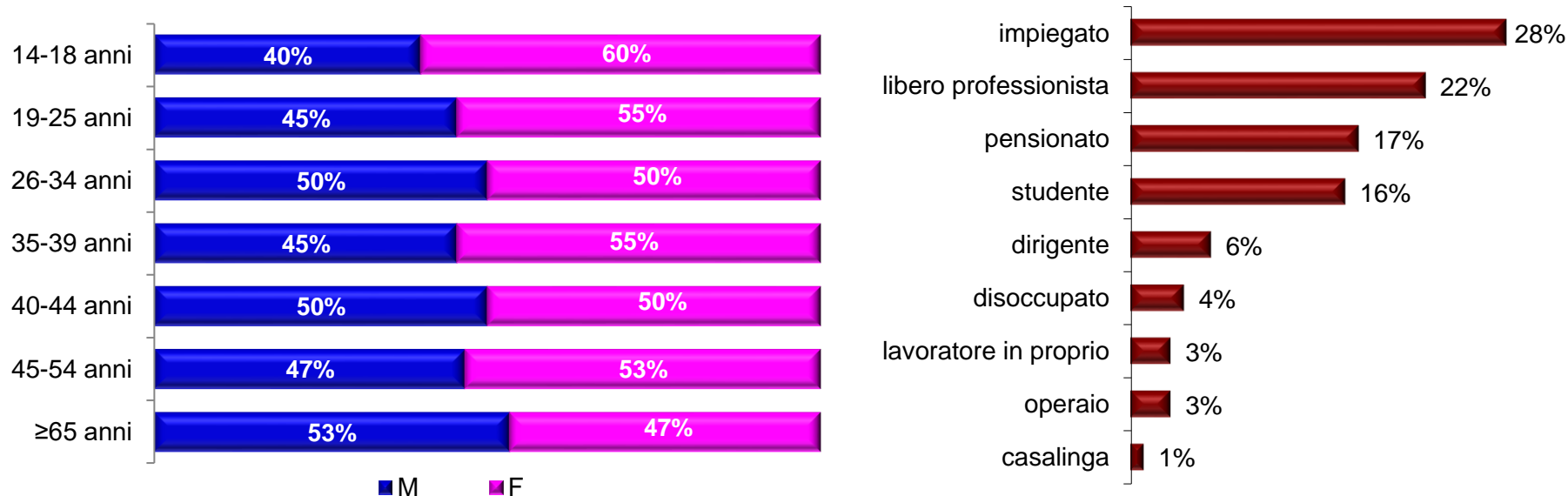
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Il 52% del campione appartiene al **genere femminile** (67% nel 2022), in quasi tutte le fasce di età, eccetto la fascia over 65 anni (*cfr.* grafico in basso a sinistra).

In tale indagine si registra una maggiore presenza della fascia 45-54 anni, la cui percentuale passa dal 10% al 30%. Invece si rileva una flessione dei visitatori giovani di età 19-34 anni, che scendono dal 41% al 27%.

Il 53% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (65% nel 2022).

Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (28%; erano il 36% nell'indagine precedente) e i **liberi professionisti** (in netto aumento dal 5% al 22%).

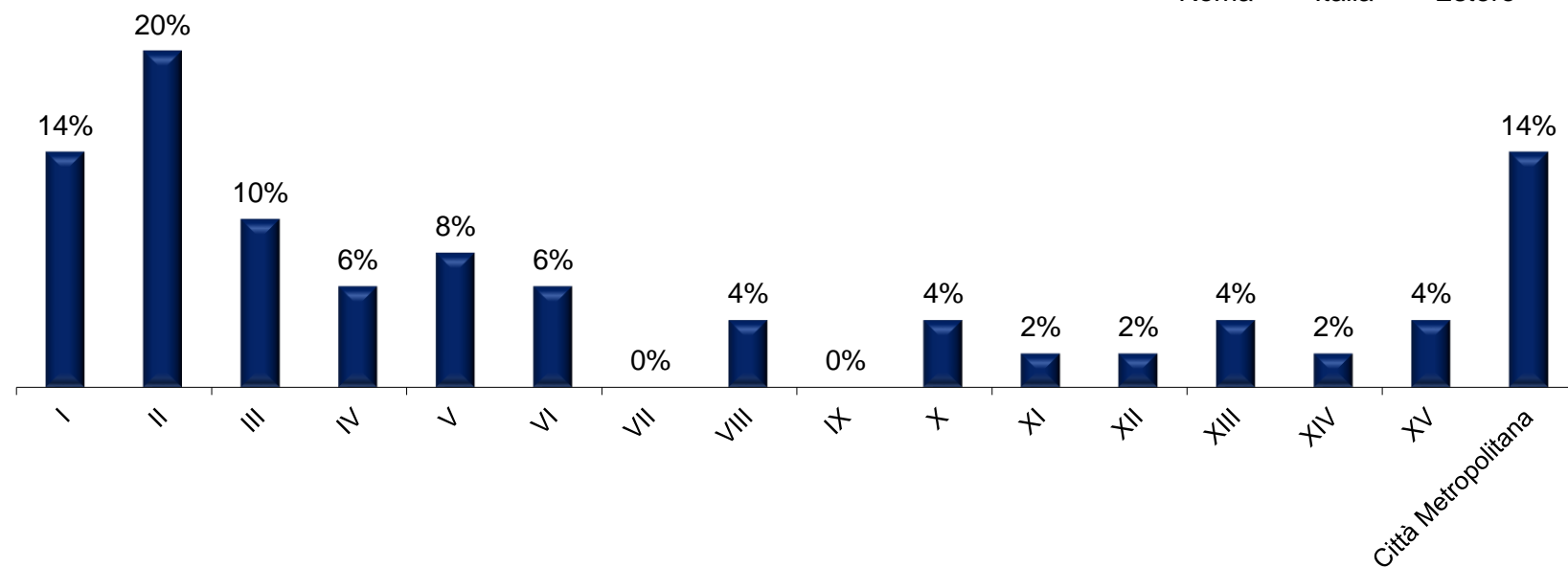
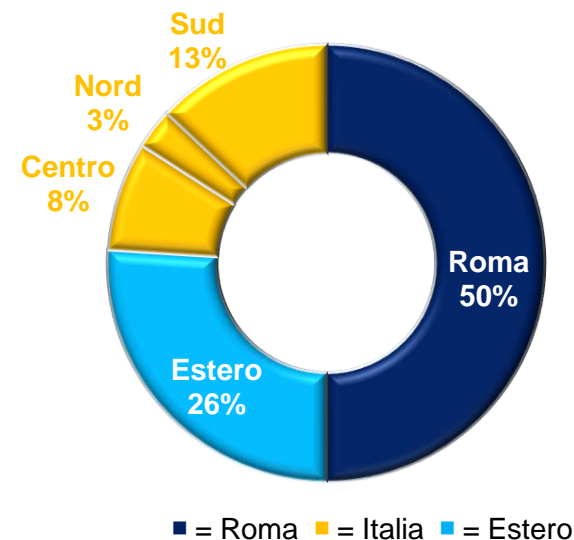


Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 50% del campione totale è rappresentato da **residenti a Roma** (in netto aumento dal 29% emerso nel 2022); i turisti stranieri scendono dal 49% dello scorso anno al 26%, mentre il 24% giunge da altre province italiane (22% nell'indagine precedente).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevalgono i **Municipi II** (20%) e **I** (14%).

Si evidenzia inoltre una buona percentuale di chi giunge dai comuni della Città Metropolitana di Roma (14%).



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,628**	,435**	,850**	,299**	,498**	,523**	,515**	,411**	,717**
Orari di apertura	,628**	1,000	,377**	1,000**	0,134	,435**	,511**	,445**	,338**	,401**
Personale di accoglienza	,435**	,377**	1,000	0,679	,268**	,408**	,478**	,477**	,342**	,364**
Guardaroba	,850**	1,000**	0,679	1,000	0,621	,839*	0,679	,738*	0,632	,850**
Opere della collezione	,299**	0,134	,268**	0,621	1,000	,441**	0,189	,245*	,314**	,437**
Supporti informativi	,498**	,435**	,408**	,839*	,441**	1,000	,286*	,476**	0,170	,566**
Personale in sala	,523**	,511**	,478**	0,679	0,189	,286*	1,000	,528**	,515**	,403**
Segnaletica interna	,515**	,445**	,477**	,738*	,245*	,476**	,528**	1,000	,365**	,448**
Pulizia del sito	,411**	,338**	,342**	0,632	,314**	0,170	,515**	,365**	1,000	,475**
Esperienza complessiva	,717**	,401**	,364**	,850**	,437**	,566**	,403**	,448**	,475**	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).

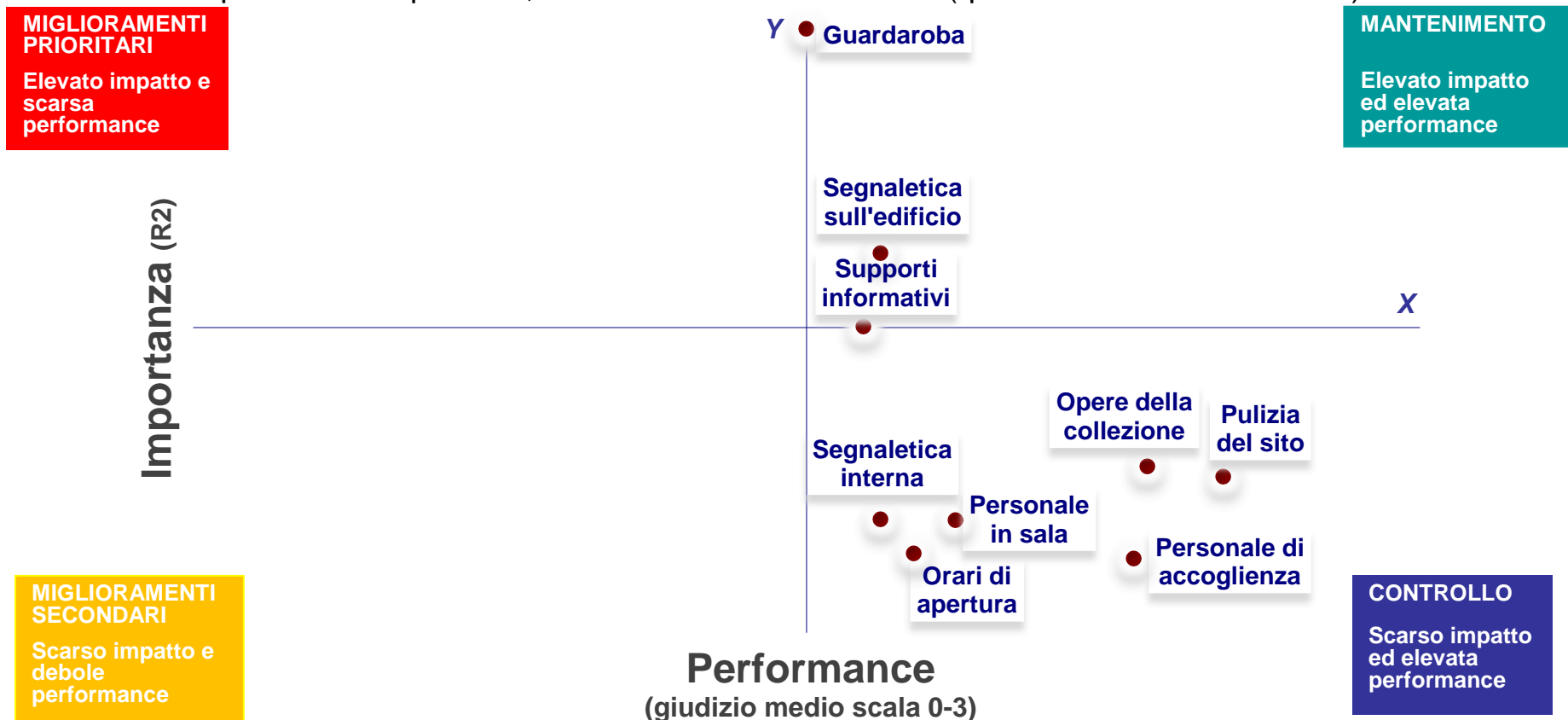
La caffetteria è l'unica variabile che non è risultata significativa rispetto all'esperienza complessiva e per tale motivo è stata esclusa dalla tabella laterale.

Per il Museo Carlo Bilotti il **guardaroba**, la **segnaletica sull'edificio** e i **supporti informativi** sono gli elementi più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Guardaroba	0,850
Segnaletica sull'edificio	0,717
Supporti informativi	0,566
Pulizia del sito	0,475
Segnaletica interna	0,448
Opere della collezione	0,437
Personale in sala	0,403
Orari di apertura	0,401
Personale di accoglienza	0,364

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **guardaroba** è l'aspetto ritenuto più importante nella mappa (in questo caso solo per l'8% degli intervistati che ha usufruito di tale servizio) e si posiziona nel quadrante in alto a destra, anche se in posizione *borderline*, insieme alla **segnaletica sull'edificio** e 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.

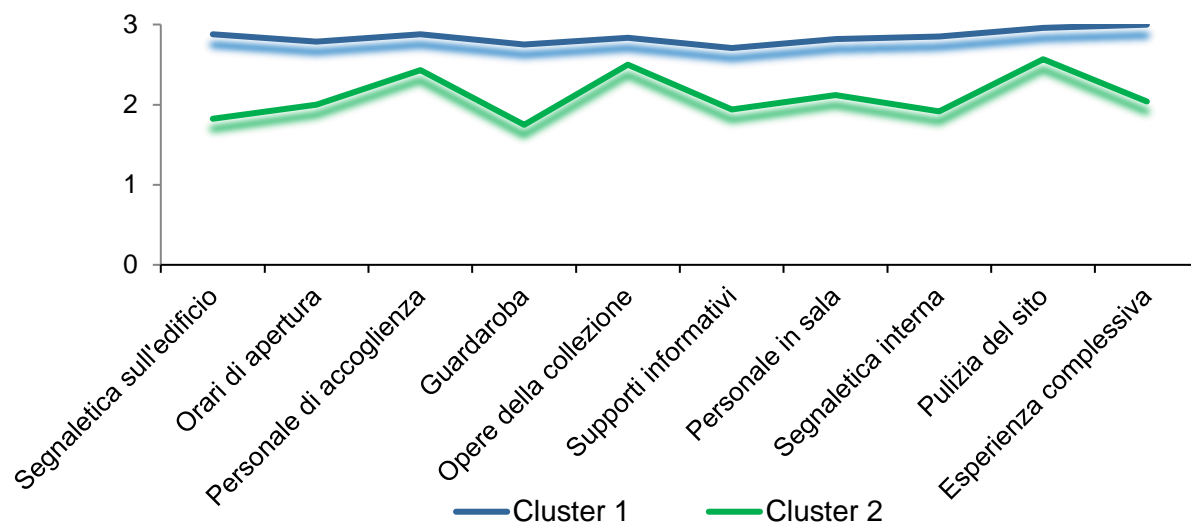
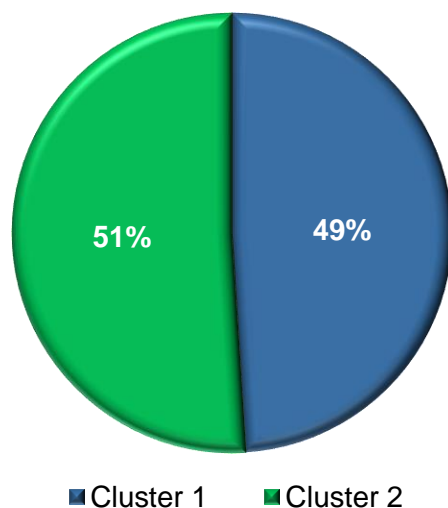
Cluster Analysis

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 buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (49 individui per il *Cluster 1* e 51 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 uomini; turisti stranieri; di età 35-64 anni; liberi professionisti e pensionati; sono venuti a conoscenza del museo soprattutto passando per caso e tramite lo standardo sull'edificio; vengono in coppia o con la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

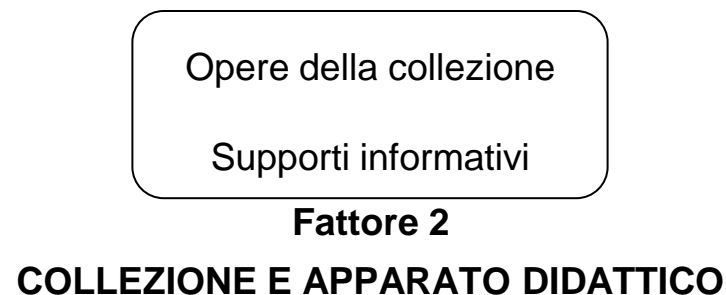
Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne; italiani (inclusi i romani); di età 19-34 anni; studenti e impiegati; sono venuti a conoscenza del museo soprattutto tramite altri siti web e passaparola; vengono con amici o da soli; giudizio uguale alle aspettative; hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

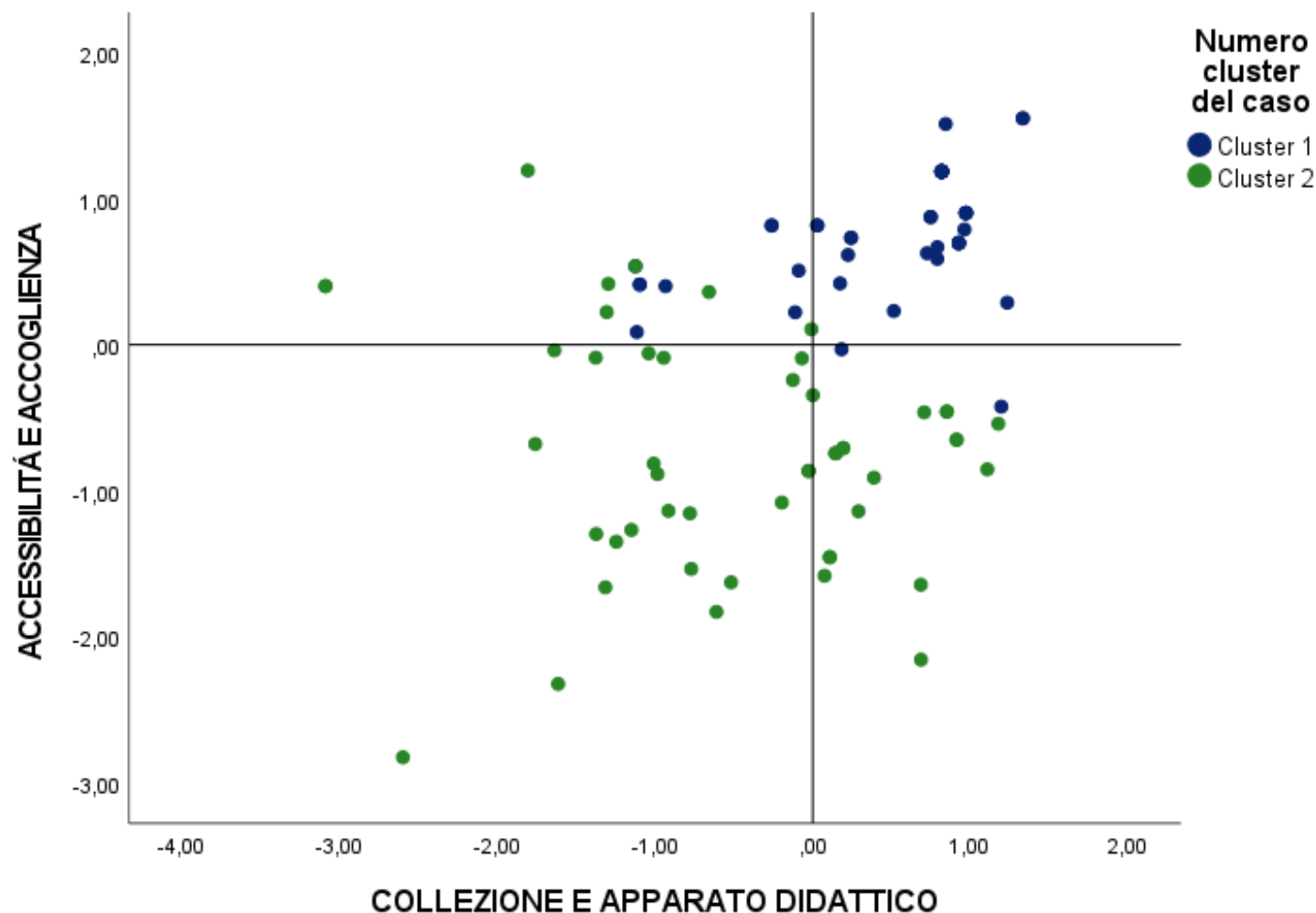
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la caffetteria è stata esclusa poiché non è risultata significativa per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione, in particolare sul Fattore 1 (*Accessibilità e Accoglienza*).



Suggerimenti

NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 67

COMUNICAZIONE fare più pubblicità del museo, valorizzarlo e promuoverlo maggiormente. **Totale 10**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazione sulle opere (4), traduzioni in più lingue, anche QR-code (4), altro (1). **Totale 9**

SEGNALETICA ESTERNA difficoltà a trovare l'ingresso, maggiore visibilità, più indicazioni all'interno del parco. **Totale 6**

SEGNALETICA INTERNA da migliorare, inserire una mappa per orientarsi al secondo piano, dove sono presenti le opere permanenti. **Totale 5**

ALTRO. Totale 10

TOTALE 40 SUGGERIMENTI
Museo Carlo Bilotti

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"/>
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"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza 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"/>
Caffetteria	<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:.....