



---

Indagini di Customer Satisfaction

***Contact Center 060608***

## 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 Contact Center 060608
- Tipologia di servizio richiesto
- Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo servizio ad un amico
- Conoscenza dei siti web turistici di Roma Capitale
- Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma
- Analisi socio-demografica
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

Il presente documento illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **557** questionari somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) agli utenti che hanno usufruito del *Contact Center 060608* **dal 17 aprile al 7 maggio 2023** (gli intervistati rappresentano il 26% delle email a cui è stato inviato il questionario online in tale periodo d'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di  $\pm 3,58\%$ .

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 degli utenti intervistati è molto buono, con una media di **2,71** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **cortesìa dell'operatore** (2,88), la **capacità di problem solving** (2,79), la **completezza delle informazioni ricevute** (2,78) e l'**orario di apertura** (2,78).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **tempi di attesa** (1,88).

La **cortesìa dell'operatore**, la **completezza delle informazioni ricevute**, la **capacità di problem solving** e il **servizio vendita biglietti** sono le variabili più importanti nella mappa delle priorità, ma anche quelle più correlate al giudizio generale (*cf.* pp. 18-20).

Tra i suggerimenti prevalgono le osservazioni rilasciate dagli utenti sul **servizio di prenotazione/acquisto** (38 suggerimenti) e sui **tempi di attesa** (30 suggerimenti).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito in prevalenza da **cittadini romani** (78%), **impiegati** (50%), **pensionati** (18%) e **liberi professionisti** (14%), in possesso di un **titolo di laurea o post laurea** (66%), soprattutto di età adulta tra i **45 e 64 anni** (56% sul campione totale).

Alla domanda sui mezzi di comunicazione attraverso cui gli utenti vengono a conoscenza del *Contact Center 060608*, il 39% risponde "**internet**" e il 33% "**da sempre/non ricordo**".

Risulta significativo che ad avere risposto *da sempre/non ricordo* siano soprattutto gli utenti romani, che hanno già utilizzato il servizio, conoscono il sito *www.060608.it*, hanno visitato più di tre musei/monumenti di Roma in quest'ultimo anno e il loro giudizio è uguale alle aspettative. Invece *internet* è il canale principale per i turisti (sia italiani che stranieri), nuovi fruitori, in particolare conoscono il portale *www.turismoroma.it*, hanno effettuato meno di tre visite culturali a Roma nell'ultimo anno, il cui giudizio è superiore alle proprie attese.

## Tabella riassuntiva

Contact Center 060608	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	% Molto+ Abbastanza soddisfatti
Orario di apertura	2,78	3,00	557	0	0,514	0%	81%	1%	97%
Tempi di attesa	1,88	2,00	557	0	0,983	0%	33%	10%	65%
Operatore - Cortesia	2,88	3,00	557	0	0,383	0%	90%	0%	98%
Capacità problem solving	2,79	3,00	554	3	0,486	1%	82%	1%	98%
Completezza informazioni ricevute	2,78	3,00	557	0	0,524	0%	82%	1%	97%
Servizio vendita biglietti	2,68	3,00	505	52	0,623	10%	74%	2%	96%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,71</b>	<b>3,00</b>	<b>557</b>	<b>0</b>	<b>0,575</b>	<b>0%</b>	<b>76%</b>	<b>1%</b>	<b>97%</b>

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

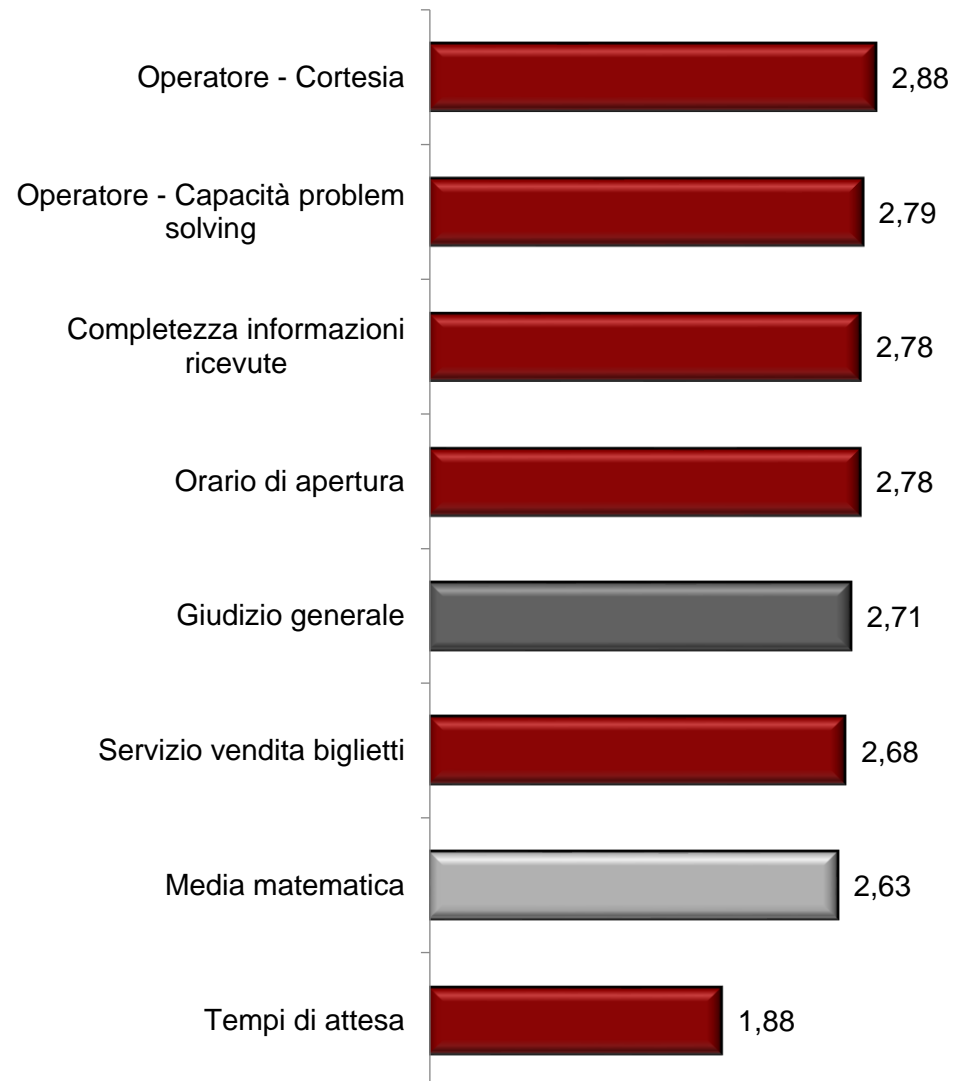
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,63).

## 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.

Gli aspetti oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi sono: la **cortesia dell'operatore**, la **capacità di problem solving**, la **completezza delle informazioni ricevute** e l'**orario di apertura**.

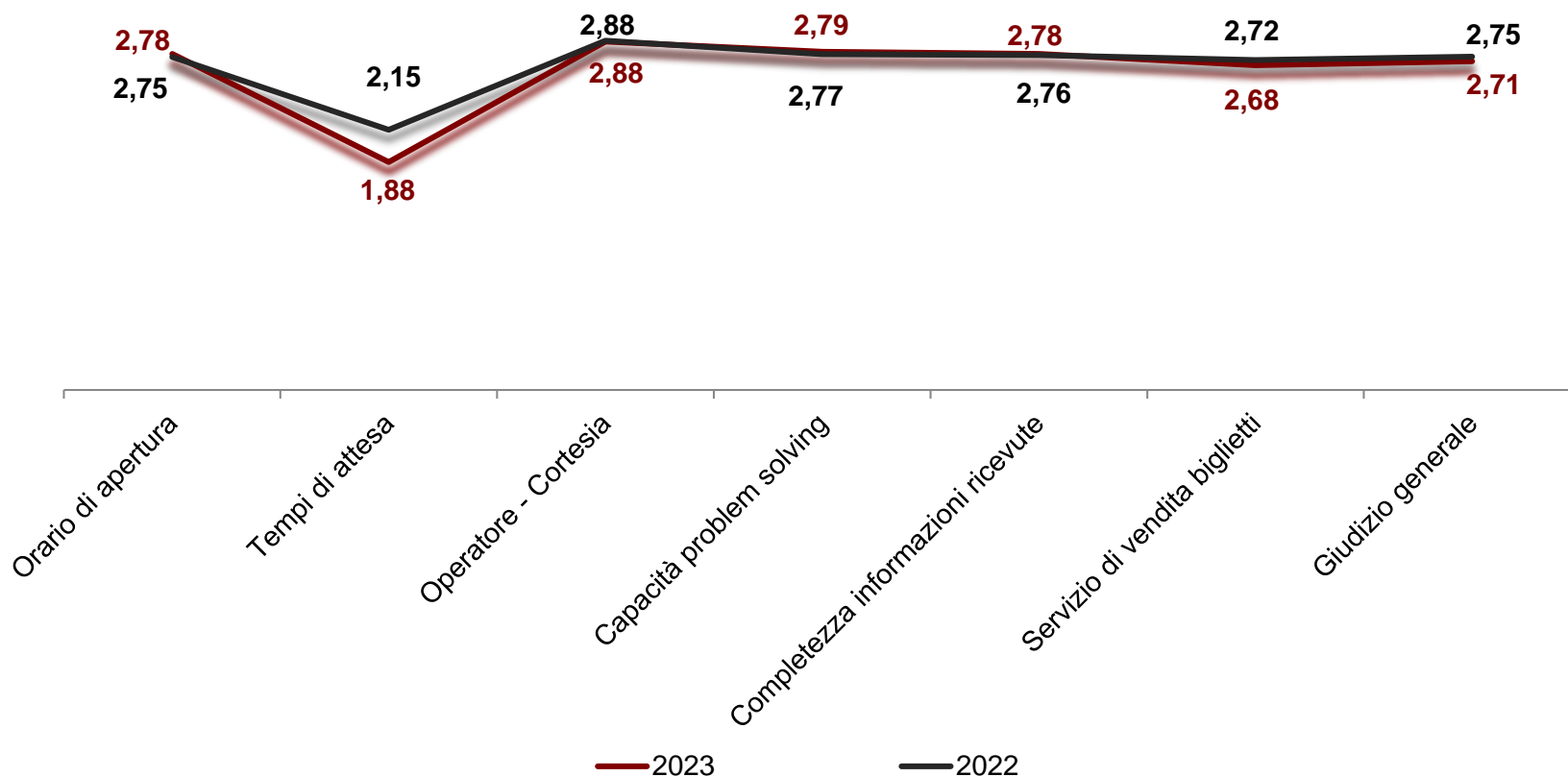
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard di 2,20, ad eccezione dei **tempi di attesa** (media di 1,88).



## Analisi del trend 2022-2023

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto lineare e costante, con uno scostamento minimo.

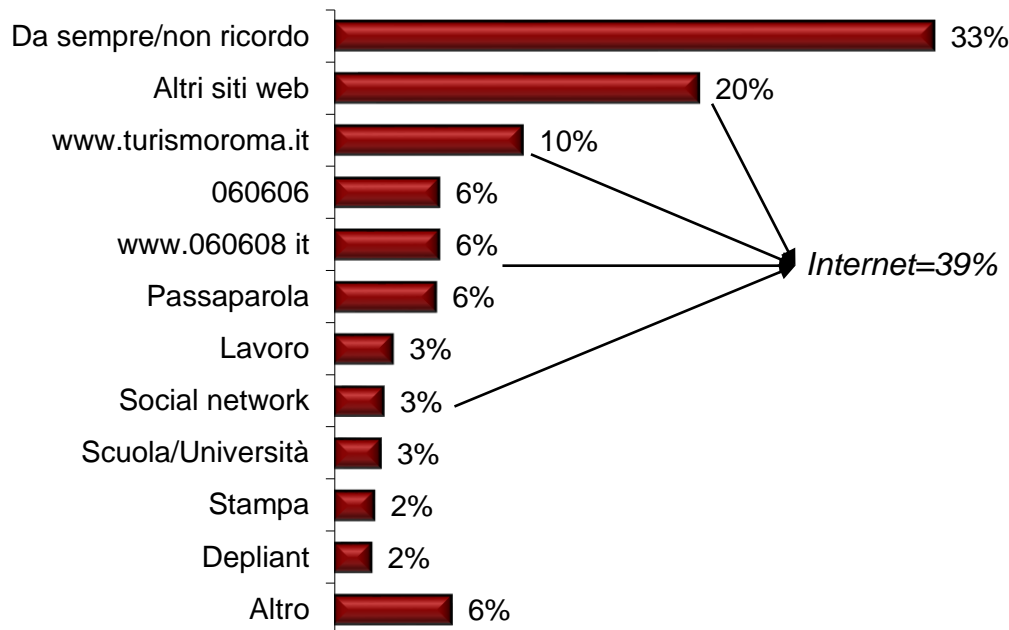
Si registra un lieve aumento della soddisfazione sull'orario di apertura, sulla capacità di *problem solving* e sulla completezza delle informazioni ricevute. La media della cortesia dell'operatore resta invariata, mentre scende leggermente quella sul servizio di vendita dei biglietti. I tempi di attesa è la variabile che registra la maggiore flessione del valore medio e resta al di sotto dello standard minimo di 2,20.



## Come è venuto a conoscenza del Contact Center 060608

Il 39% degli intervistati dichiara di conoscere il Contact Center 060608 attraverso **internet** (di cui il 20% da “*altri siti web*”, il 10% dal portale “*www.turismoroma.it*”, il 6% da “*www.060608.it*” e il 3% dai “*social network*”), il 33% risponde **da sempre/non ricorda** e il 6% tramite lo **060606**.

Risulta significativo che ad avere risposto da sempre/non ricordo siano soprattutto gli utenti romani, che hanno già utilizzato il servizio, conoscono il sito *www.060608.it*, hanno visitato più di tre musei/monumenti/aree archeologiche di Roma in quest'ultimo anno e il loro giudizio è uguale alle aspettative. Invece internet è il canale principale per i turisti (sia italiani che stranieri), nuovi fruitori, in particolare conoscono il portale *www.turismoroma.it*, hanno effettuato meno di tre visite culturali a Roma nell'ultimo anno, il cui giudizio è superiore alle proprie attese





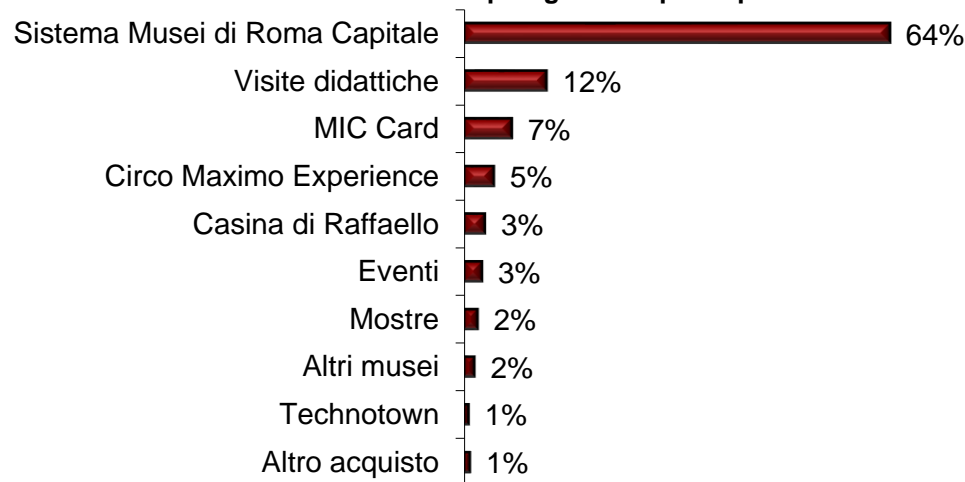
## Tipologia di servizio richiesto

Il 69% del campione intervistato ha utilizzato il *Contact Center 060608* per “**acquisto/prenotazione biglietti**”, il 29% per “**richiesta informazioni**” e il restante 2% risponde “**altro**”.

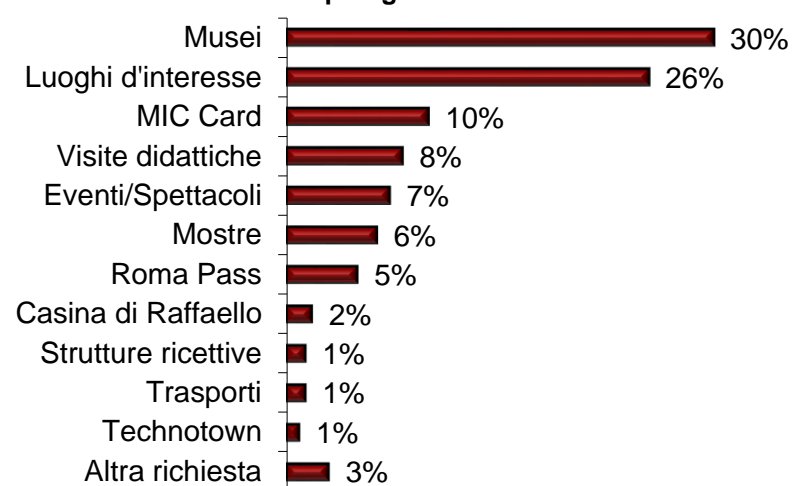
Analizzando la tipologia di acquisto/prenotazione (cfr. grafico in basso a sinistra), prevalgono le seguenti categorie: **Sistema Musei di Roma Capitale** (64%; di cui il 22% si riferisce in dettaglio alla **Torre Moresca** e l'8% al **Planetario**), **Visite didattiche** (12%) e **MIC Card** (7%). Invece tra le informazioni richieste (cfr. grafico sottostante a destra) emergono i **Musei** (30%), seguiti da **Luoghi di interesse** (26%) e **MIC Card** (10%).

Risulta significativo che ad utilizzare il servizio per acquistare/prenotare biglietti sono in particolare i fruitori di età 40-64 anni, con giudizio uguale alle aspettative, in generale abbastanza soddisfatti. Invece a chiamare lo 060608 per richiedere informazioni sono principalmente i fruitori appartenenti alle fasce di età 36-39 anni ed over 65 anni, il cui giudizio è superiore alle proprie attese e nel complesso sono molto abbastanza soddisfatti del servizio.

Tipologia di acquisto/prenotazione



Tipologia informazioni richieste

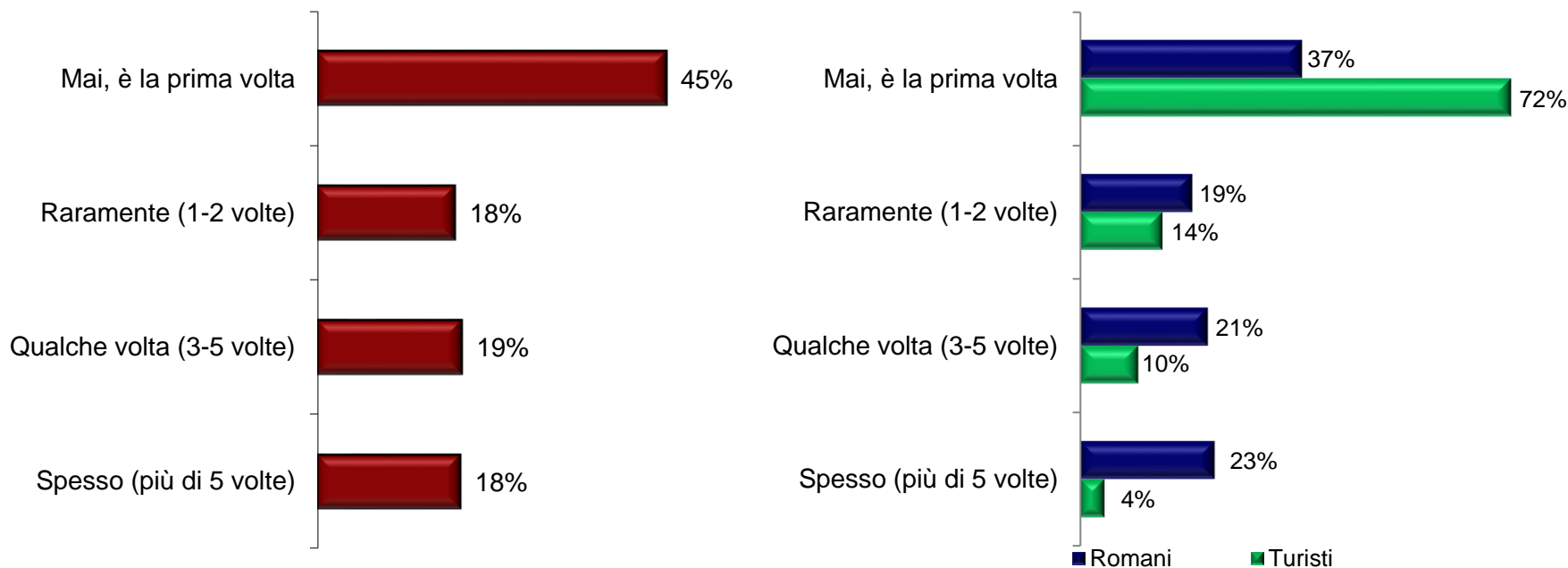


## Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio

Il 55% degli intervistati dichiara di avere già utilizzato il servizio nell'ultimo anno (di cui il 18% "raramente, da una a due volte", il 19% "qualche volta, da tre a cinque volte" e il 18% "spesso, più di cinque volte"), mentre il 45% ne usufruisce per la prima volta.

Risulta significativo che ad avere già utilizzato tale servizio siano soprattutto i cittadini romani (cfr. grafico in basso a destra), che conoscono sia il sito [www.060608.it](http://www.060608.it) che il portale [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it), hanno visitato vari musei/monumenti della città nell'ultimo anno e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.

Invece i nuovi fruitori sono in prevalenza i turisti (sia italiani che stranieri), alcuni dei quali non conoscono i siti turistici ufficiali di Roma Capitale, dichiarano di non avere effettuato visite culturali a Roma in quest'ultimo anno ed in generale si ritengono molto soddisfatti.

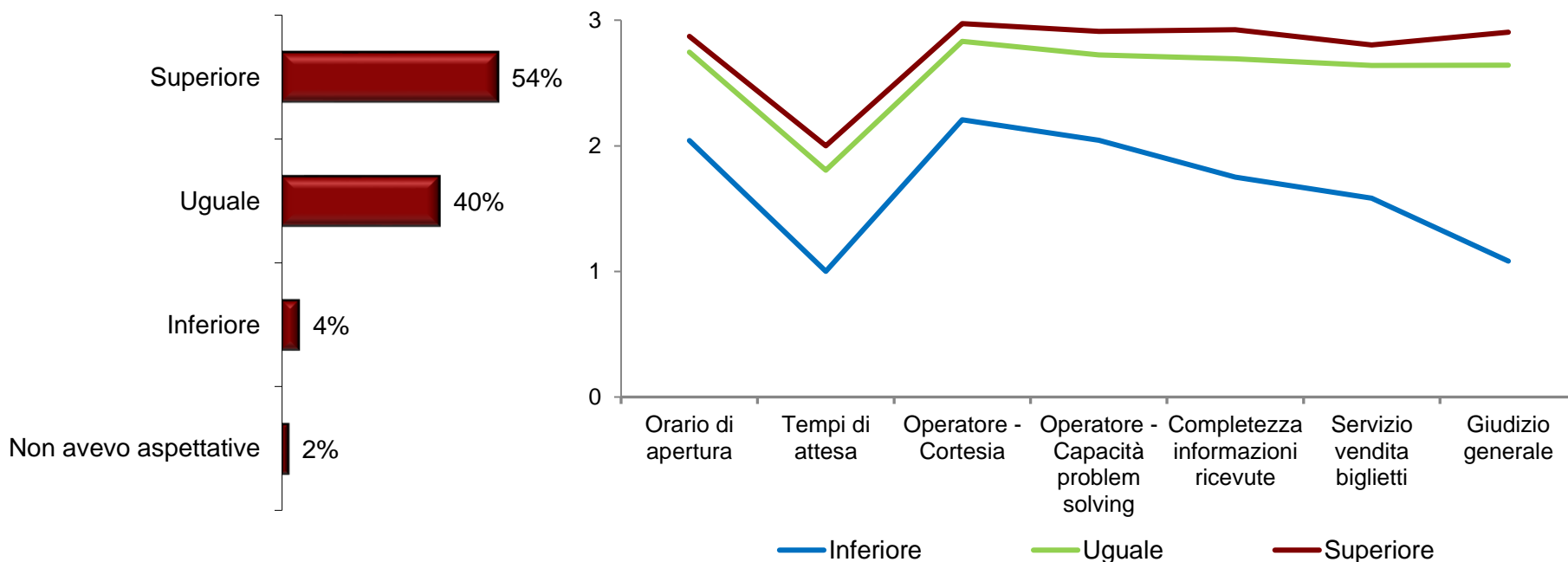


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 54% del campione totale ha un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 40% è uguale, mentre solo per il 4% è inferiore; il restante 2% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima di fruire del servizio.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle proprie attese siano in particolare i turisti stranieri, nuovi fruitori, nel complesso molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle aspettative soprattutto per gli italiani (in prevalenza romani), utenti abituali del servizio, che in generale si ritengono abbastanza soddisfatti.

Chi ha un giudizio superiore alle attese è tendenzialmente più soddisfatto degli altri sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).

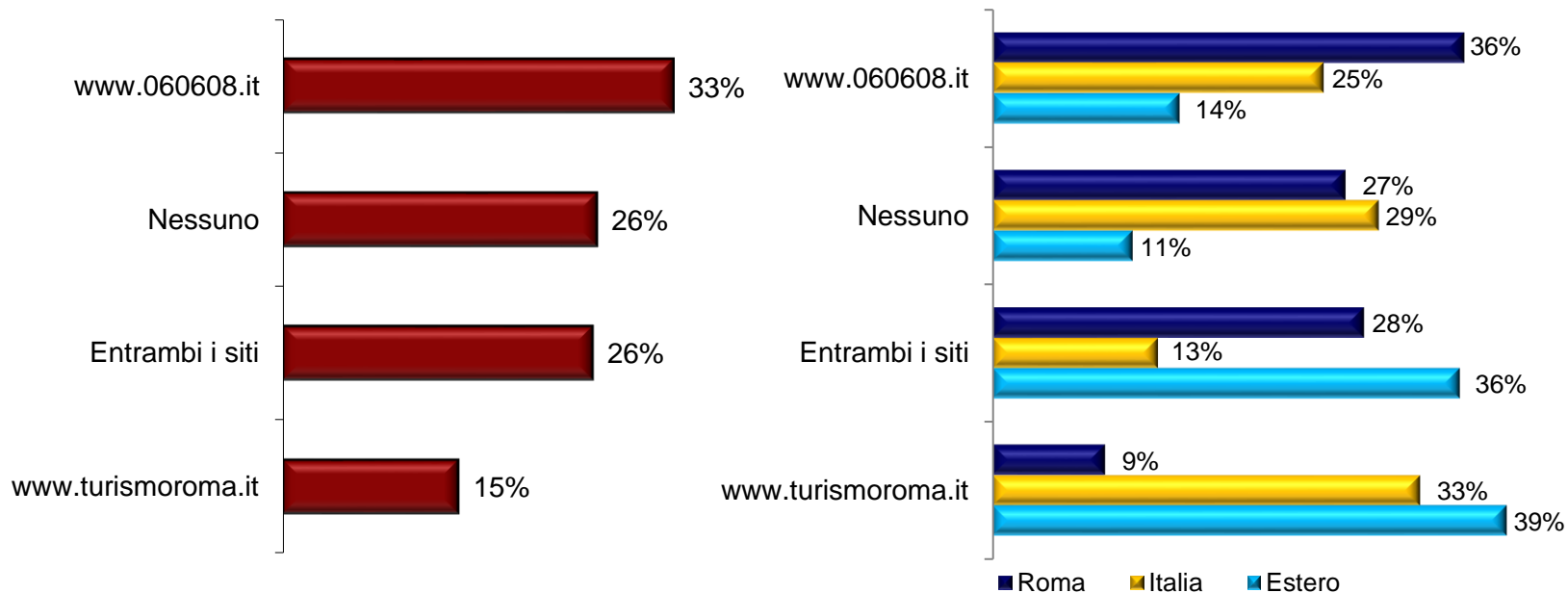


## Conosce i siti web turistici di Roma Capitale

Il 74% degli intervistati dichiara di conoscere i siti web turistici di Roma Capitale (nel dettaglio: il 33% risponde di avere navigato sul sito **www.060608.it**, il 15% **www.turismoroma.it** e il 26% **entrambi**), mentre il restante 26% afferma di non conoscerne nessuno dei due.

Risulta significativo che ad avere navigato sul sito [www.060608.it](http://www.060608.it) siano soprattutto i romani (*cfr.* grafico in basso a destra), con un titolo di post laurea, già fruitori del servizio. A non conoscere i siti sono principalmente i turisti italiani, laureati, nuovi fruitori, mentre ad avere consultato entrambi i siti sono in prevalenza i turisti stranieri, diplomati e la maggior parte di essi utilizza il servizio per la prima volta.

Infine il portale [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it) è stato scelto dai turisti (sia italiani che stranieri), che hanno conseguito un titolo di diploma superiore e non avevano mai utilizzato il servizio di *Contact Center 060608*.



## 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 visitatori che consiglierà tale servizio è pari al **64%**; si rileva che il 24% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.

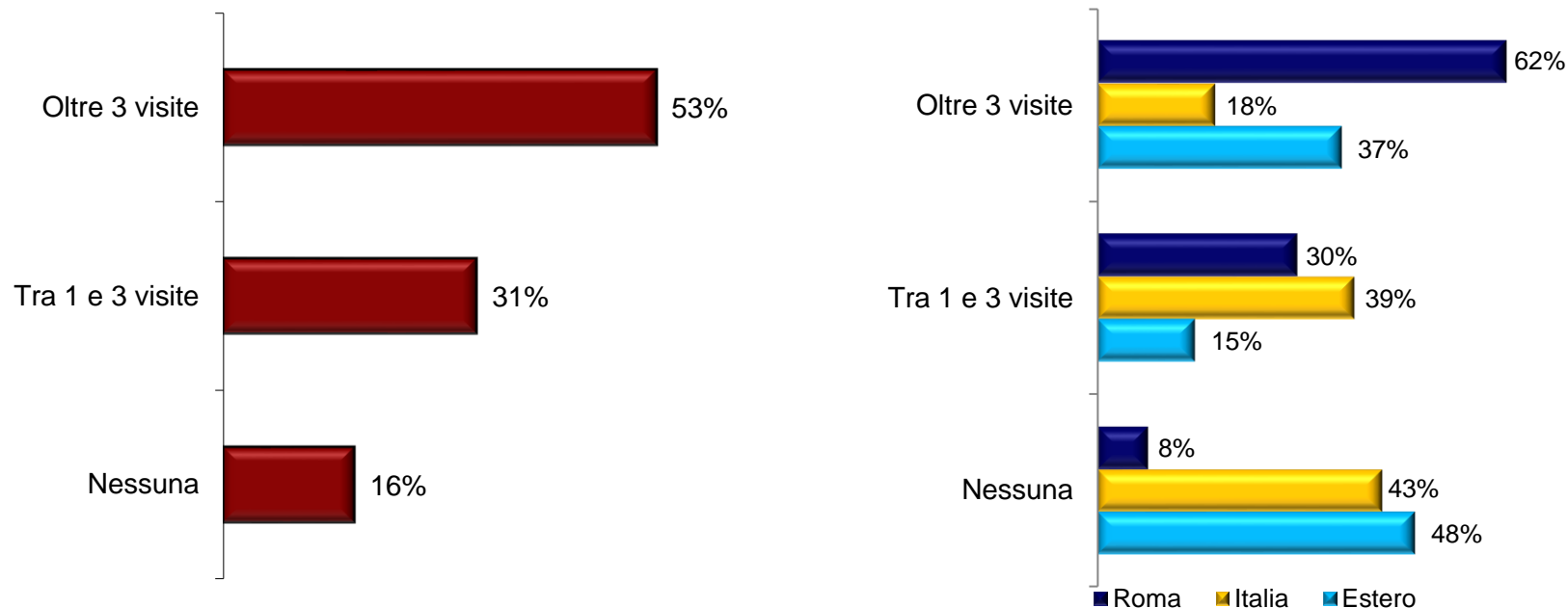


NET PROMOTER SCORE Contact Center 060608 - 2023										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	0	3	4	4	8	8	41	91	113	279
1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	7%	17%	20%	50%
<b>DETRATTORI = 6%</b>							<b>PASSIVI = 24%</b>		<b>PROMOTORI = 70%</b>	
<b>70% - 6% = 64%</b>										

## Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma

Ben l'84% degli intervistati dichiara di avere visitato musei/monumenti di Roma nell'ultimo anno (di cui il 53% **“oltre tre visite”** e il 31% **“da una a tre visite”**), mentre il 16% non vi si è recato.

Risulta significativo che ad avere effettuato più di tre visite culturali a Roma nell'ultimo anno siano soprattutto i cittadini romani (*cf.* grafico sottostante a destra), di età adulta al di sopra dei 55 anni, con titolo di laurea/post laurea, già fruitori del servizio erogato dallo 060608, sia telefonico che web. Invece ad avere visitato meno di tre musei/monumenti di Roma sono in prevalenza i turisti, di età 26-34 anni e 45 anni (italiani) o 35-44 anni (stranieri), diplomati, che non hanno mai utilizzato il *Contact Center 060608* e alcuni di essi non conoscono i siti web turistici di Roma Capitale.



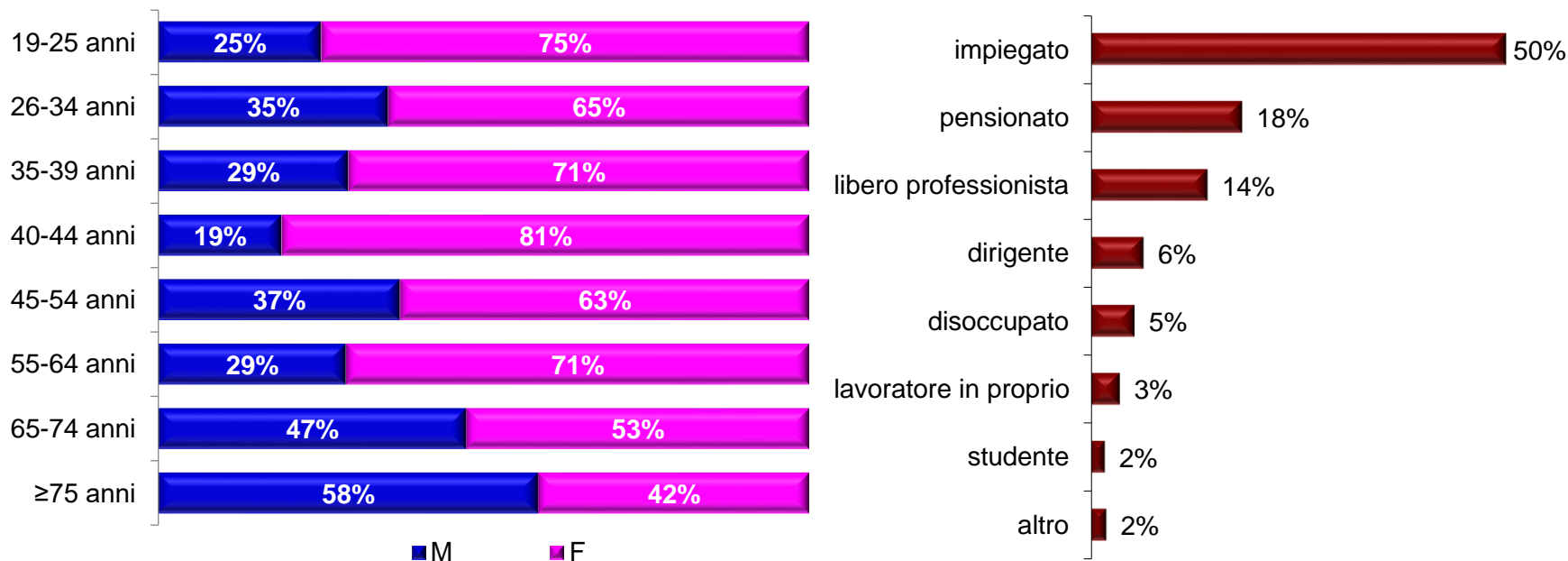
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile**, che raggiunge il 72% sul totale, soprattutto nelle fasce di età dei 19-25 anni e 40-44 anni (cfr. grafico in basso a sinistra).

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 64 anni** (56%), mentre la percentuale delle fasce dei 35-44 anni è pari al 19% e quella degli over 65 al 16%.

Il 66% del campione totale dichiara di possedere un titolo di **laurea o specializzazione post laurea**.

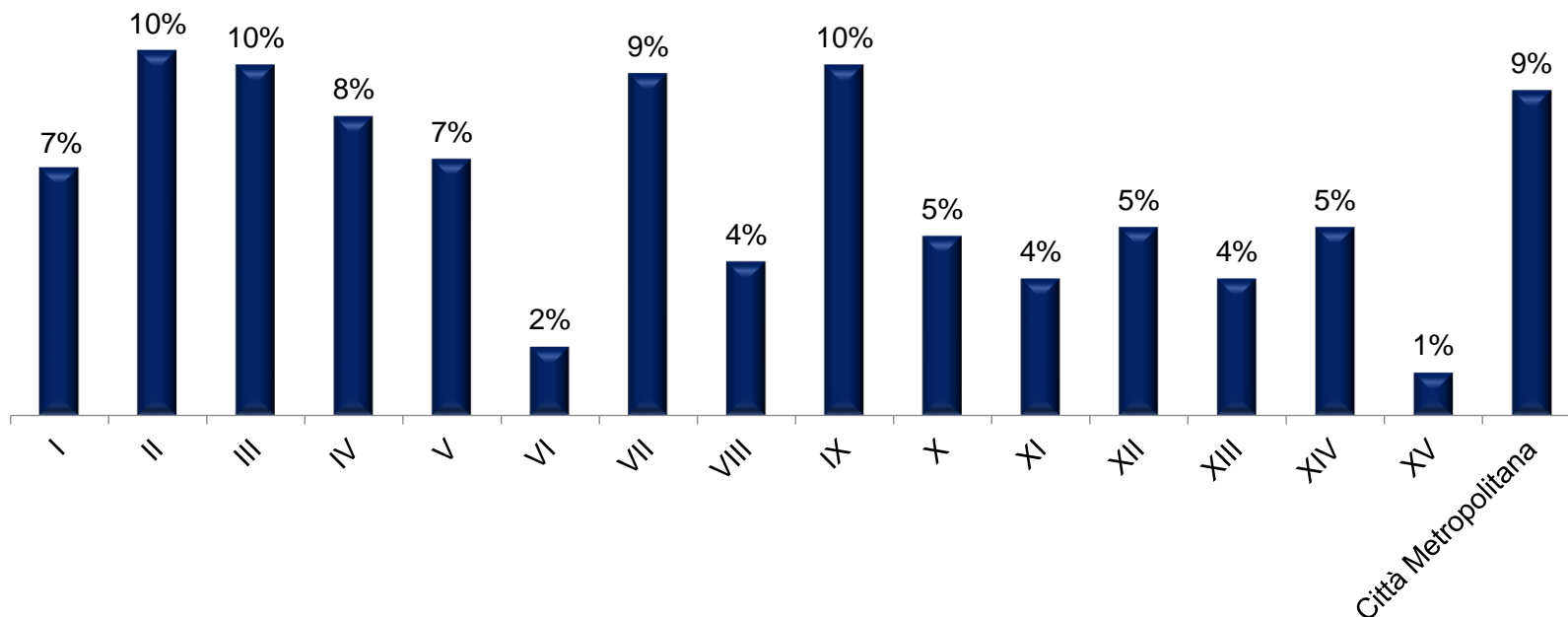
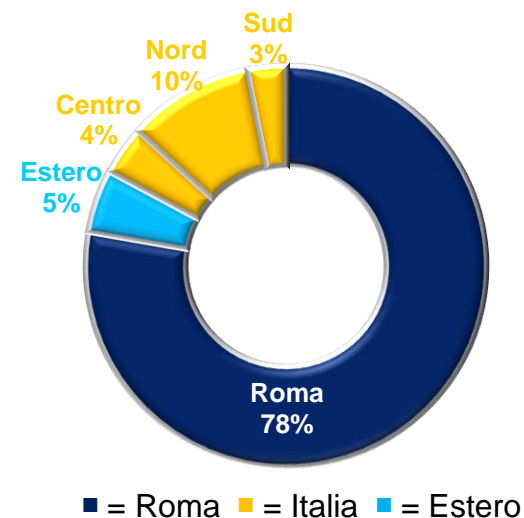
La categoria professionale più rappresentata è quella degli **impiegati** (50%); seguono i pensionati (18%) e i liberi professionisti (14%).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 78% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani**, il 17% risiede in altre province italiane e il restante 5% è rappresentato da utenti stranieri.

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sui vari municipi di residenza dei cittadini romani (il servizio è utilizzato da utenti che vivono in tutte le zone della città, incluse quelle periferiche).

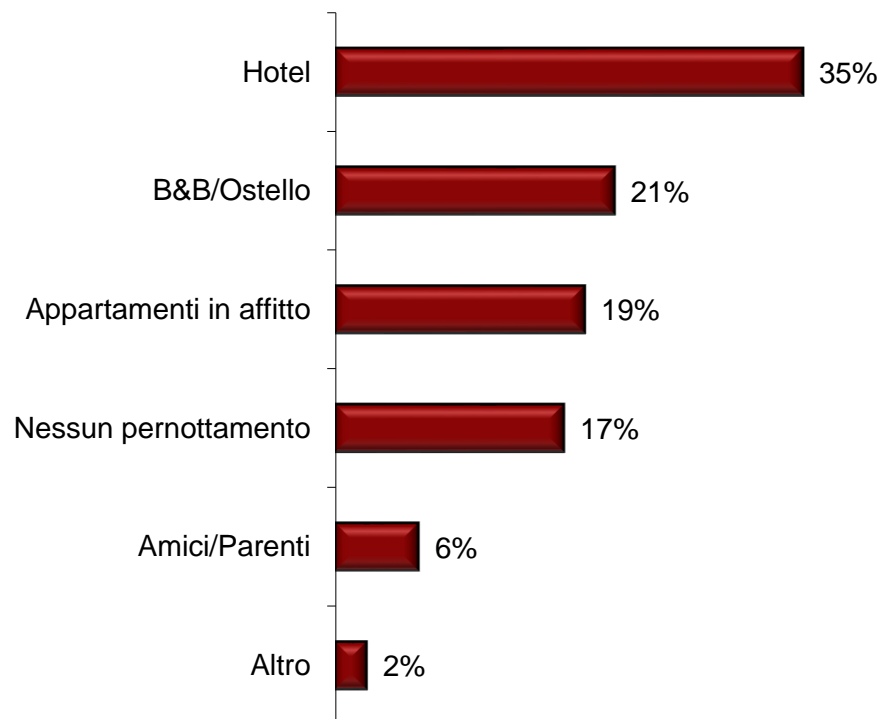




## Struttura ricettiva e permanenza media

Il 35% dei turisti intervistati dichiara di avere scelto delle **strutture alberghiere** per pernottare a Roma, mentre il 21% predilige un **B&B/ostello**. Seguono le percentuali di coloro che preferiscono gli **appartamenti in affitto** (19%) e pernottare presso **amici/parenti** (6%). Il 17% è costituito da «**escursionisti**», ovvero coloro che si sono fermati un solo giorno senza pernottare, mentre 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 meno di 3 notti (**2,98 notti**).



## Correlazione 1/2

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

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman***</b>	Orario di apertura	Tempi di attesa	Operatore - Cortesia	Capacità problem solving	Completezza informazioni ricevute	Servizio di vendita biglietti	Giudizio generale
Orario di apertura	1,000	,153**	,306**	,354**	,248**	,317**	,375**
Tempi di attesa	,153**	1,000	,125**	,095*	,092*	,217**	,285**
Operatore - Cortesia	,306**	,125**	1,000	,539**	,485**	,363**	,511**
Capacità problem solving	,354**	,095*	,539**	1,000	,586**	,403**	,512**
Completezza informazioni ricevute	,248**	,092*	,485**	,586**	1,000	,522**	,494**
Servizio vendita biglietti	,317**	,217**	,363**	,403**	,522**	1,000	,537**
Giudizio generale	,375**	,285**	,511**	,512**	,494**	,537**	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 più correlati alla soddisfazione generale del servizio (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutte le variabili oggetto d'indagine sono risultate significative rispetto al giudizio complessivo sul servizio.

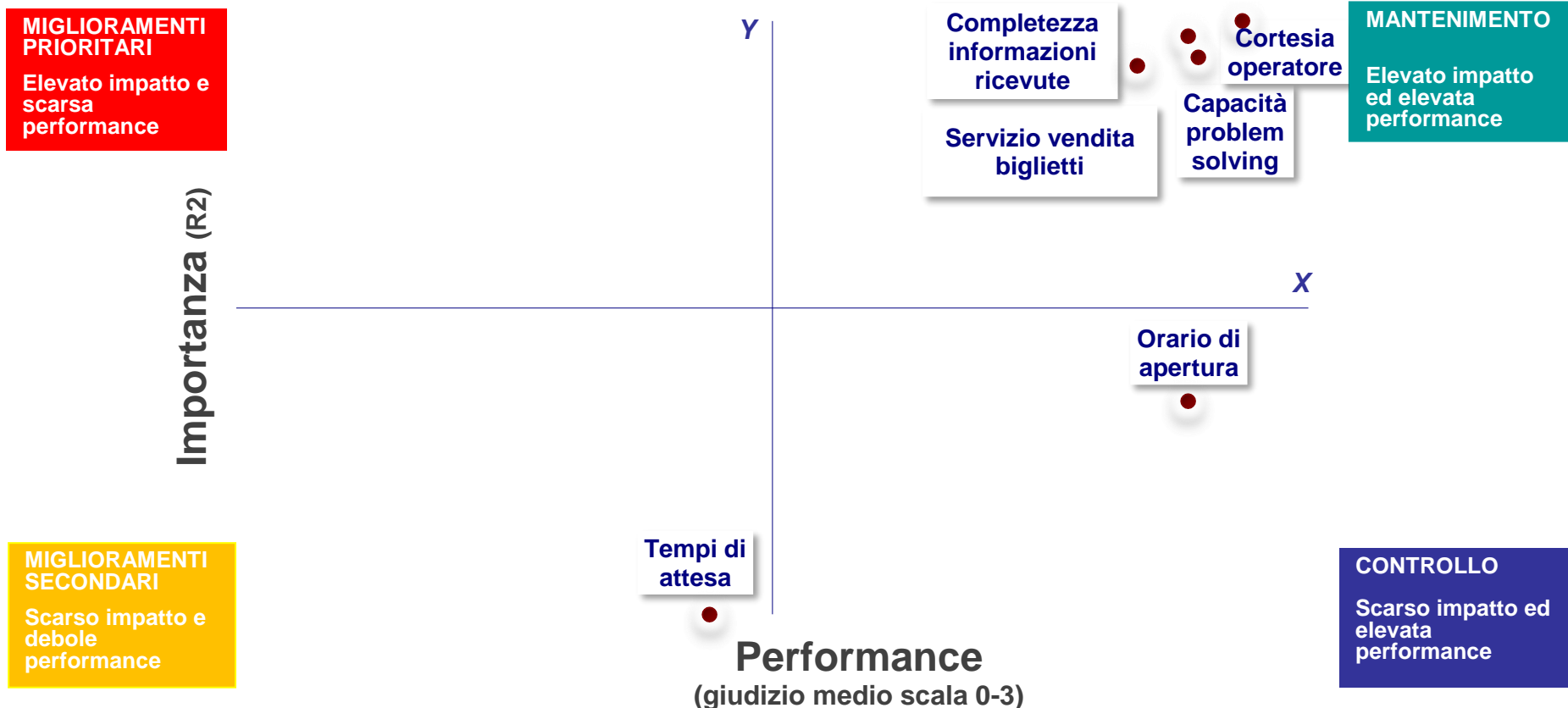
Per il *Contact Center 060608* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi al **servizio vendita biglietti**, alla **capacità di *problem solving*** e alla **cortesia dell'operatore**.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Servizio vendita biglietti	0,537
Operatore - Capacità problem solving	0,512
Operatore - Cortesia	0,511
Completezza informazioni ricevute	0,494
Orario di apertura	0,375
Tempi di attesa	0,285

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **cortesia dell'operatore**, la **completezza delle informazioni ricevute**, la **capacità di *problem solving*** e il **servizio vendita biglietti** sono le variabili ritenute in assoluto più importanti nella mappa (quadrante in alto a destra). Invece nessuno degli elementi oggetto d'indagine risulta tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano gli aspetti del servizio che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono al di sotto dello standard di 2,20.



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

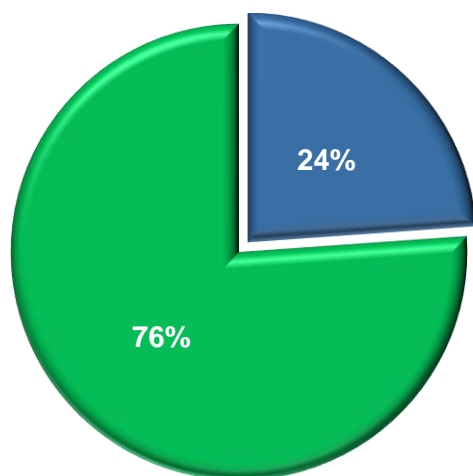
## Cluster Analysis

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

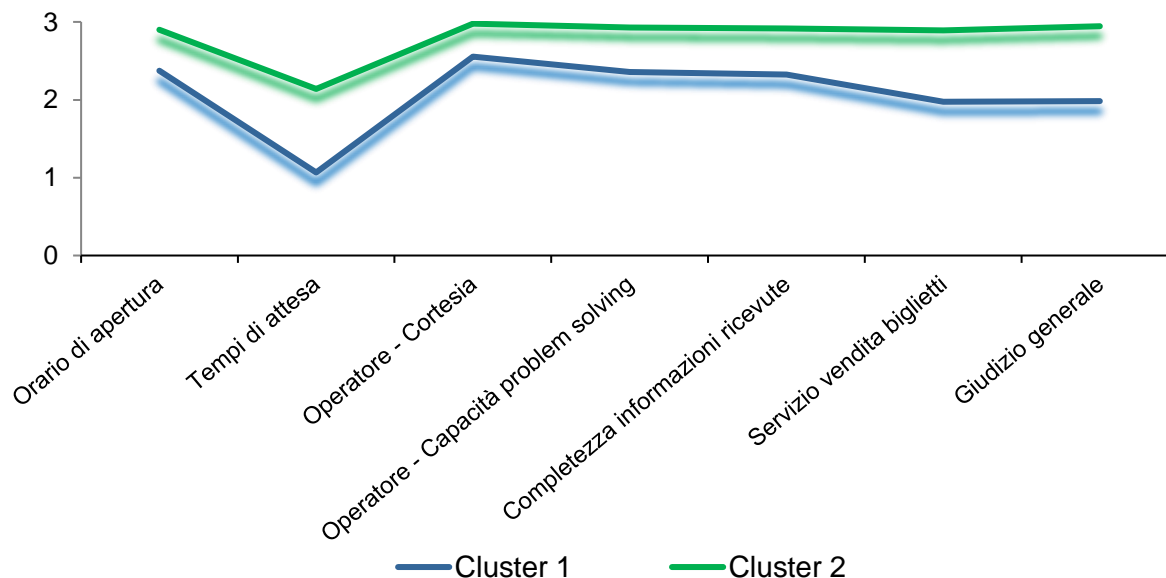
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (133 individui nel Cluster 1 e 424 nel Cluster 2; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico in basso a destra).

**Cluster 1** Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne; turisti; di età 55-74 anni; con un titolo di laurea/post laurea; liberi professionisti e pensionati; in particolare utilizzano il servizio per acquisto/prenotazione; ne sono venuti a conoscenza soprattutto tramite internet; nuovi fruitori; giudizio uguale alle aspettative.

**Cluster 2** Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini; residenti a Roma; di età 35-54 anni; diplomati; impiegati; richiedono informazioni; sono venuti a conoscenza del servizio attraverso il passaparola e la stampa; lo hanno già utilizzato; giudizio superiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 478**

**ELOGI** ottimo servizio (3), operatori e professionali (2). **Totale 5**

---

**PRENOTAZIONE/ACQUISTO** possibilità di prenotazione online o tramite chat, non solo telefonicamente (19); aprire le disponibilità dei siti con maggiore anticipo e comunicazione (9); migliorare il servizio di conferma/disdetta delle visite (7); altro (3). **Totale 38**

**TEMPI DI ATTESA** eccessivi, aumentare il numero degli operatori, indicare il numero di attesa e i minuti mancanti all'inizio della telefonata. **Totale 30**

**OPERATORI** non sempre cortesi e disponibili (5); a volte le informazioni ricevute non sono molto chiare ed esaustive (4); altro (1). **Totale 10**

**SITO WEB** da migliorare, poche informazioni, poco chiaro. **Totale 6**

**ORARIO DI APERTURA** da ampliare, aprire prima. **Totale 4**

**TOTALE 88 SUGGERIMENTI**  
**Contact Center 060608**

## Allegato 1 – Questionario (1/2)

### Lingua utilizzata durante il colloquio con l'operatore:

- Italiano  
  Inglese  
  Francese  
  Tedesco  
  Spagnolo  
  Altra lingua (specificare): .....

### Servizio richiesto:

- Richiesta informazioni  
  Acquisto/Prenotazione biglietti  
  Altro (specificare:.....)

### Se risponde "richiesta informazioni"

- |                                              |                                                       |                                                             |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Strutture ricettive | <input type="checkbox"/> Luoghi d'interesse turistico | <input type="checkbox"/> Mostre (quale:.....)               |
| <input type="checkbox"/> Trasporti           | <input type="checkbox"/> Roma Pass                    | <input type="checkbox"/> Eventi (quale:.....)               |
| <input type="checkbox"/> Casina di Raffaello | <input type="checkbox"/> MIC Card                     | <input type="checkbox"/> Musei (quale:.....)                |
| <input type="checkbox"/> Visite didattiche   | <input type="checkbox"/> Technotown                   | <input type="checkbox"/> Altra richiesta (specificare:... ) |

### Se risponde "acquisto/prenotazione biglietti"

- |                                                      |                                                               |                                                             |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Torre Moresca               | <input type="checkbox"/> Card (indicare MIC Card e Roma Pass) | <input type="checkbox"/> Casina di Raffaello                |
| <input type="checkbox"/> Circo Maximo Experience     | <input type="checkbox"/> Eventi (quale:.....)                 | <input type="checkbox"/> Visite didattiche                  |
| <input type="checkbox"/> Sistema Musei Roma Capitale | <input type="checkbox"/> Mostre (quale:.....)                 | <input type="checkbox"/> Technotown                         |
| <input type="checkbox"/> Altri musei                 | <input type="checkbox"/> Planetario                           | <input type="checkbox"/> Altro acquisto (specificare:.....) |

### La prima volta, come è venuto a conoscenza del Contact Center 060608?

- |                                                      |                                                |                                      |                                                    |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> da sempre/ non ricordo      | <input type="checkbox"/> Tourist Infopoint     | <input type="checkbox"/> lavoro      | <input type="checkbox"/> scuola/ università        |
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> hotel / Tour Operator | <input type="checkbox"/> 060606      | <input type="checkbox"/> social network            |
| <input type="checkbox"/> www.060608.it               | <input type="checkbox"/> altri siti internet   | <input type="checkbox"/> passaparola | <input type="checkbox"/> altro (specificare):..... |

### Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio?

- Prima volta  
  Raramente (1-2 volte)  
  Qualche volta (3-5 volte)  
  Spesso (oltre 5 volte)

### Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione secondo la seguente scala (da **Molto a Per niente soddisfatto**) :

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Orario di apertura (tutti i giorni ore 9-19)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tempi di attesa	<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"/>
Operatore – Problem solving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Completezza delle informazioni ricevute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servizio di vendita biglietti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giudizio generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Allegato 1 – Questionario (2/2)

**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 ad un amico?**

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

**Quali dei seguenti siti web conosce?**  www.060680.it  www.turismoroma.it  entrambi i siti  nessuno

**Nell'ultimo anno quante visite ha effettuato in musei/monumenti di Roma?**  Nessuna  Tra 1 e 3 visite  Oltre 3 visite

**Suggerimenti**  Niente da migliorare

---

---

---

### **DATI NECESSARIO PER FINI STATISTICI**

**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  lavoratore in proprio  
 disoccupato  altro.....

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

**Permanenza a Roma – Numero pernottamenti:**.....  nessun pernottamento

**Tipo di alloggio scelto:**  Hotel  B&B/Camping  Amici/Parenti  Appartamenti in affitto  Altro.....