



Indagini di Customer Satisfaction

Call 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 2024-2025
- Come è venuto a conoscenza del Call 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/aree archeologiche 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

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **412 questionari** somministrati a campione attraverso il metodo **CAWI** (*Computer Assisted Web Interviewing*) agli utenti che hanno usufruito del **Call Center 060608 dal 22 aprile al 18 maggio 2025** (gli intervistati rappresentano il 33% dei contatti 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 una media di soddisfazione del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 2,11\%$.

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 2025, 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 molto buono, con una media di **2,72** su 3,00 e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **cortesia dell'operatore** (2,82), l'**orario di apertura** (2,80) e la **completezza delle informazioni ricevute** (2,73).

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

La **cortesia dell'operatore**, il **servizio vendita biglietti** e la **completezza delle informazioni ricevute** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa delle priorità, ma anche quelle più correlate al giudizio complessivo.

Tra i suggerimenti prevalgono le osservazioni rilasciate dagli utenti sul **servizio di prenotazione/acquisto** (55 suggerimenti).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito in prevalenza da cittadini **residenti a Roma** (75%), **impiegati** (52%), in possesso di un titolo di **laurea** (54%), soprattutto di età adulta tra i **45 e 64 anni** (50% sul campione totale).

Alla domanda sui mezzi di comunicazione attraverso cui gli utenti vengono a conoscenza del *Call Center 060608*, il 39% risponde i “**siti internet**” (di cui il 31% si riferisce ad “**altri siti internet**”, un 4% indica “**www.060608.it**” e un 4% il portale “**www.turismoroma.it**”) mentre il 29% “**da sempre/non ricordo**”.

Risulta significativo che i *siti internet* siano il canale principale per i turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-44 anni, nuovi fruitori e hanno effettuato meno di tre visite culturali a Roma nell'ultimo anno. Invece ad avere risposto *da sempre/non ricordo* sono soprattutto gli utenti romani, di età adulta al di sopra dei 55 anni, che hanno già utilizzato il servizio e sono stati in più di tre musei/monumenti/aree archeologiche di Roma in quest'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Call Center 060608 2025	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Orario di apertura	2,80	3,00	411	1	0,430	81%	0%	99%
Tempi di attesa	2,25	2,00	410	2	0,854	47%	5%	82%
Operatore - Cortesia	2,82	3,00	409	3	0,488	85%	1%	98%
Completezza informazioni ricevute	2,73	3,00	410	2	0,522	76%	1%	97%
Servizio vendita biglietti	2,62	3,00	350	62	0,648	69%	2%	96%
Giudizio generale	2,72	3,00	412	0	0,533	76%	1%	97%

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

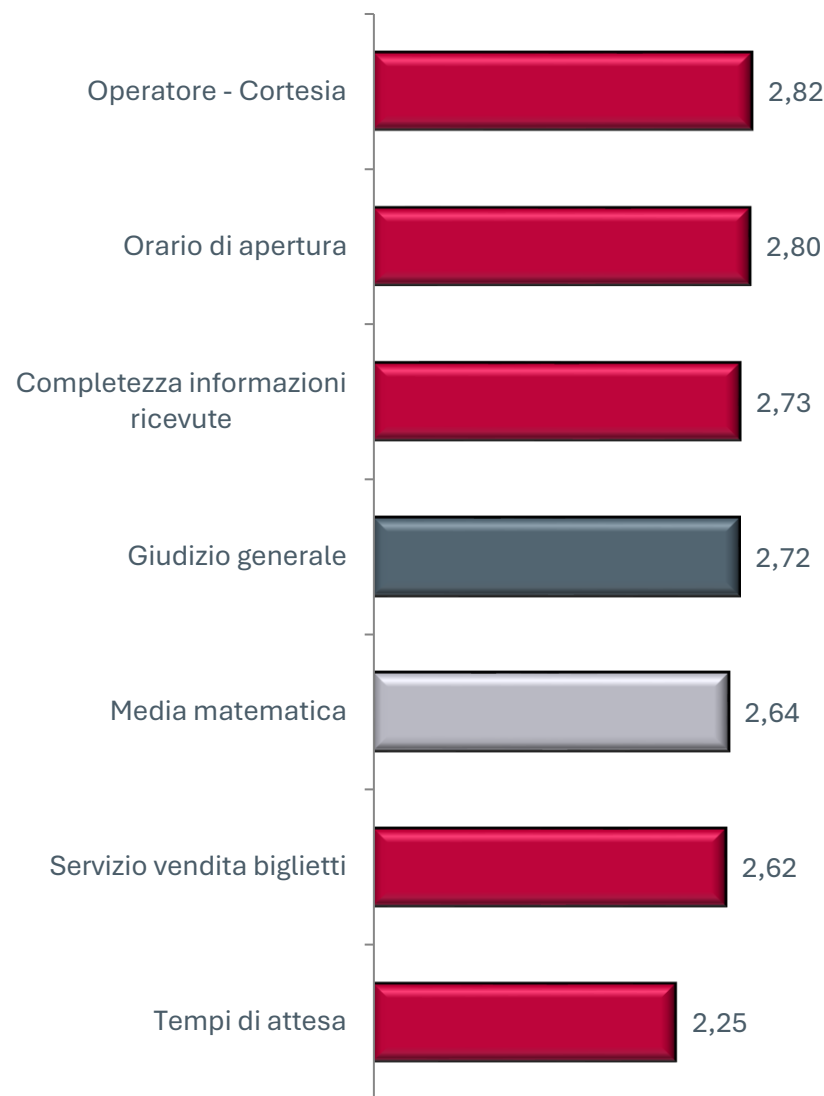
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,64).

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 emergono la **cortesia dell'operatore**, l'**orario di apertura** e la **completezza delle informazioni ricevute**.

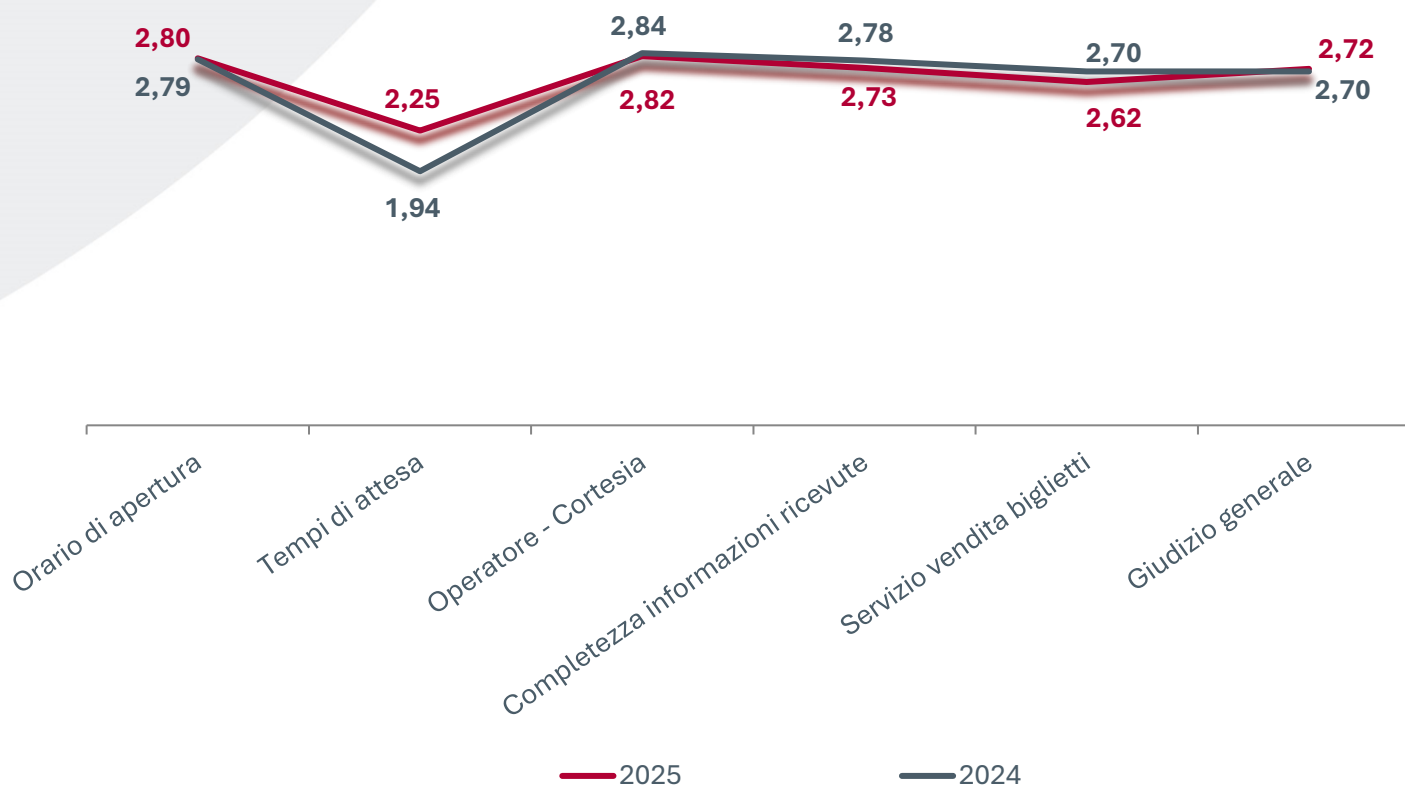
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2024-2025

Il grafico sottostante evidenzia l'analisi del trend rispetto all'indagine precedente effettuata nel 2024.

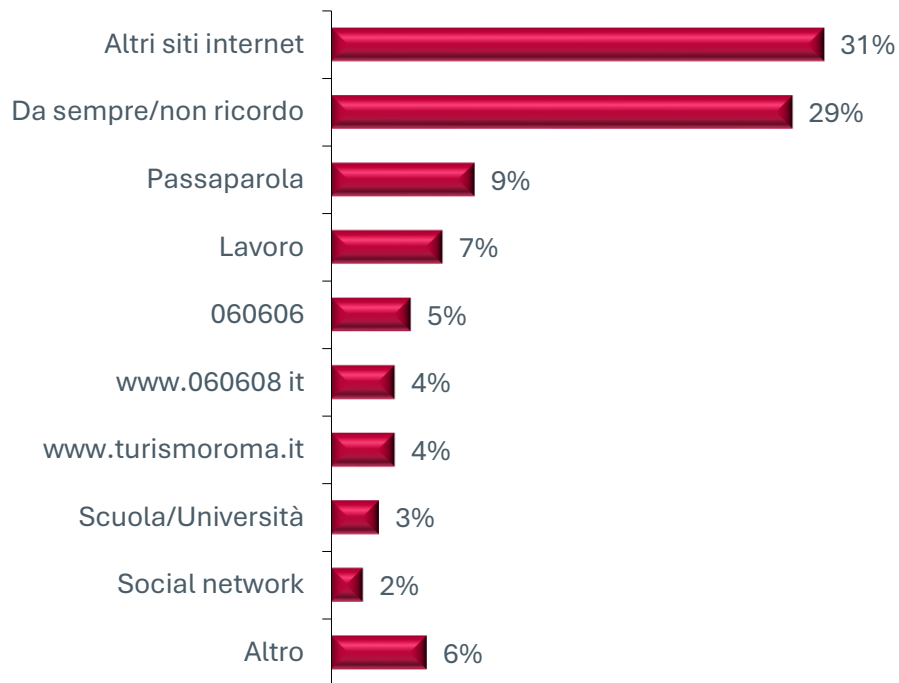
Si rileva un aumento del livello medio di soddisfazione sull'**orario di apertura**, sui **tempi di attesa** e sul **giudizio generale**, mentre si registra una lieve flessione sulle restanti variabili oggetto d'indagine, anche se tutte le medie restano ben al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del Call Center 060608

Il 39% degli intervistati dichiara di conoscere il *Call Center 060608* attraverso i **siti internet** (di cui il 31% si riferisce ad “**altri siti internet**”, un 4% indica “**www.060608.it**” e un 4% il portale “**www.turismoroma.it**”), il 29% risponde da **sempre/non ricordo**.

Risulta significativo che i siti internet siano il canale principale per i turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-44 anni, nuovi fruitori e hanno effettuato meno di tre visite culturali a Roma nell'ultimo anno. Invece ad avere risposto da sempre/non ricordo sono soprattutto gli utenti romani, di età adulta al di sopra dei 55 anni, che hanno già utilizzato il servizio e sono stati in più di tre musei/monumenti/aree archeologiche di Roma in quest'ultimo anno.



Tipologia di servizio richiesto

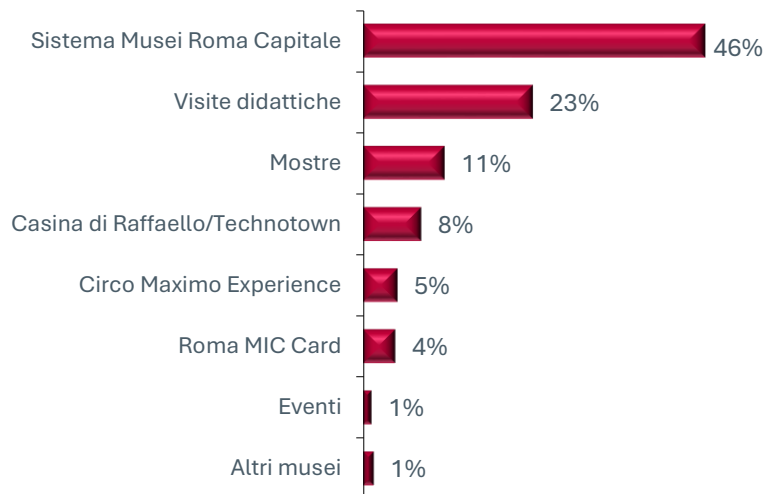
Il 75% del campione intervistato ha utilizzato il *Call Center 060608* per “**acquisto/prenotazione biglietti**”, il 22% per “**richiesta informazioni**” e il restante 3% risponde “**altro**”.

Analizzando la tipologia di acquisto/prenotazione (cfr. grafico in basso a sinistra), prevalgono le seguenti categorie: **Sistema Musei di Roma Capitale** (46%; di cui l’11% si riferisce in dettaglio al **Planetario** e il 5% al **Bunker di Villa Torlonia**), **Visite didattiche** (23%) e **Mostre** (11%).

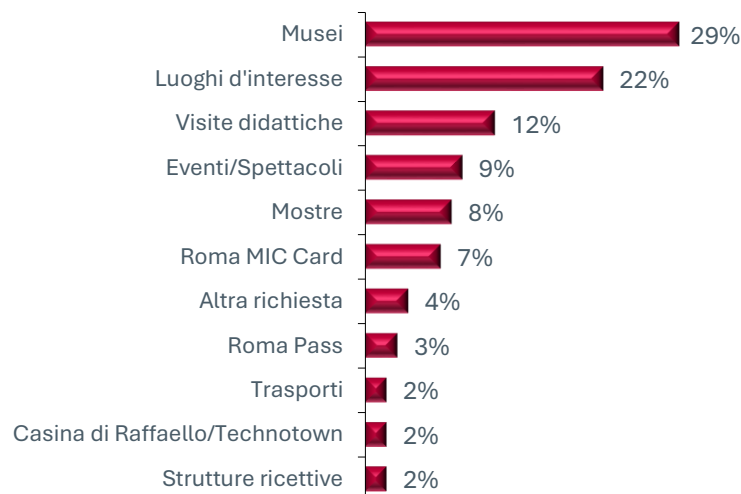
Anche tra le informazioni richieste (cfr. grafico sottostante a destra), emergono in generale i **Musei** (29%), seguiti dai **Luoghi di interesse** (22%).

Risulta significativo che ad acquistare/prenotare biglietti siano in particolare gli uomini, di età 35-54 anni. Invece a chiamare lo 060608 per richiedere informazioni sono principalmente le donne, di età più adulta over 55 anni.

Tipologia di acquisto/prenotazione



Tipologia di informazioni richieste

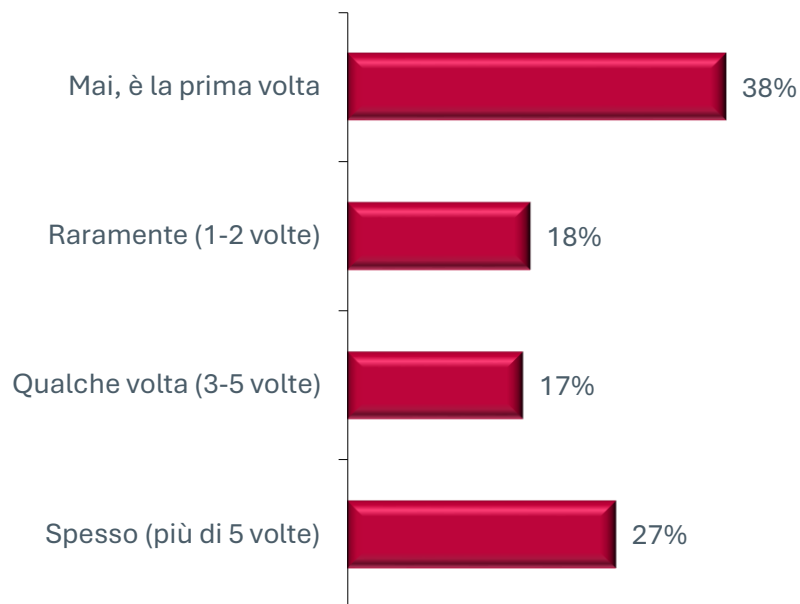


Nell'ultimo anno con che frequenza ha utilizzato questo servizio

Il 62% degli intervistati dichiara di avere già utilizzato il servizio nell'ultimo anno (di cui il 27% “**spesso, più di cinque volte**”, il 18% “**raramente, da una a due volte**” e il 17% “**qualche volta, da tre a cinque volte**”), mentre il 38% ne usufruisce **per la prima volta**.

Risulta significativo che ad avere già utilizzato tale servizio siano soprattutto donne, residenti a Roma, di età adulta al di sopra dei 45 anni (in particolare chi ha oltre i 65 anni ne ha usufruito “*spesso, più di cinque volte*”) e hanno visitato vari musei/monumenti della città nell'ultimo anno.

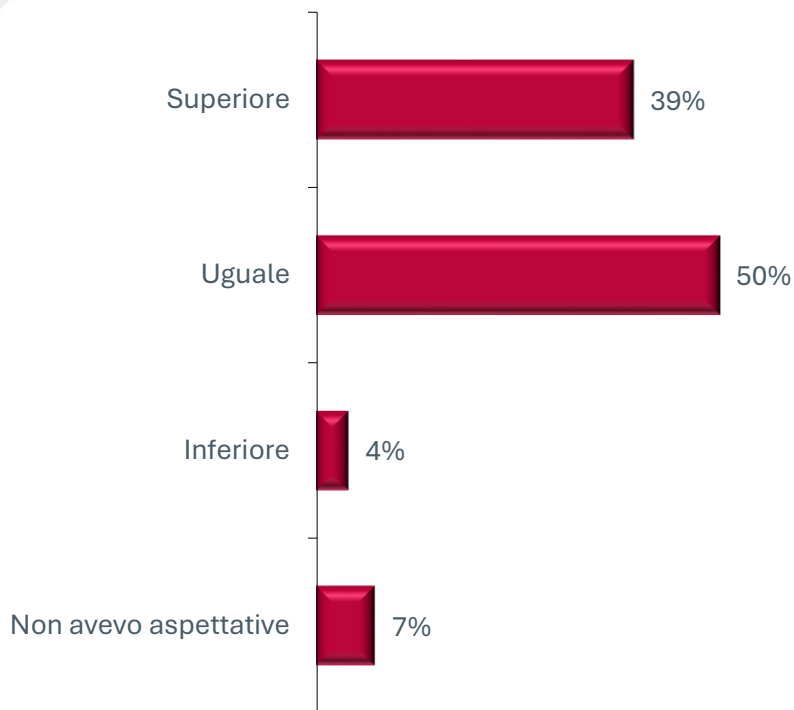
Invece i nuovi fruitori sono in prevalenza uomini, turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane 19-44 anni, che dichiarano di non avere effettuato visite culturali a Roma in quest'ultimo anno.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 50% del campione totale ha un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 39% è superiore, mentre solo per il 4% è inferiore. Il restante 7% degli utenti 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, nel complesso molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle aspettative soprattutto per i romani, che in generale si ritengono abbastanza soddisfatti del *Call 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 utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del *Call Center 060608*.

In questo caso la percentuale di utenti che consiglierà tale servizio è pari al **59%**.

Inoltre, si evidenzia che il 31% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il 5% degli intervistati rilascia una valutazione bassa (da 0 a 6).

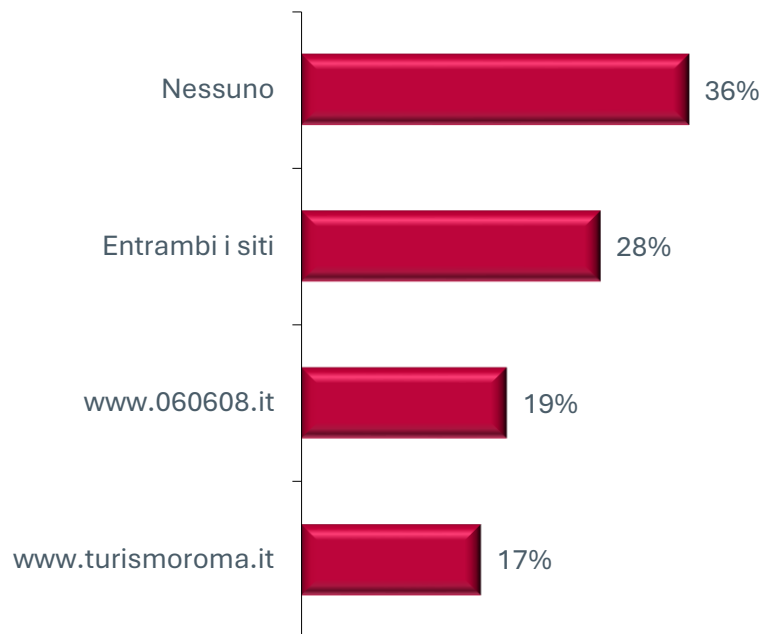


NET PROMOTER SCORE Call Center 060608 – 2025										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0	1	1	5	4	7	22	105	104	162
0%	0%	0%	0%	2%	1%	2%	5%	26%	25%	39%
DETRATTORI = 5%							PASSIVI= 31%		PROMOTORI= 64%	
64%-5%=59%										

Conosce i siti web turistici di Roma Capitale

Il 64% degli intervistati dichiara di conoscere i siti web turistici di Roma Capitale (nel dettaglio: il 28% risponde di avere navigato su **entrambi i siti**, il 19% sul sito **www.060608.it** e il 17% sul portale **www.turismoroma.it**), mentre il restante 36% afferma di non conoscerne nessuno dei due.

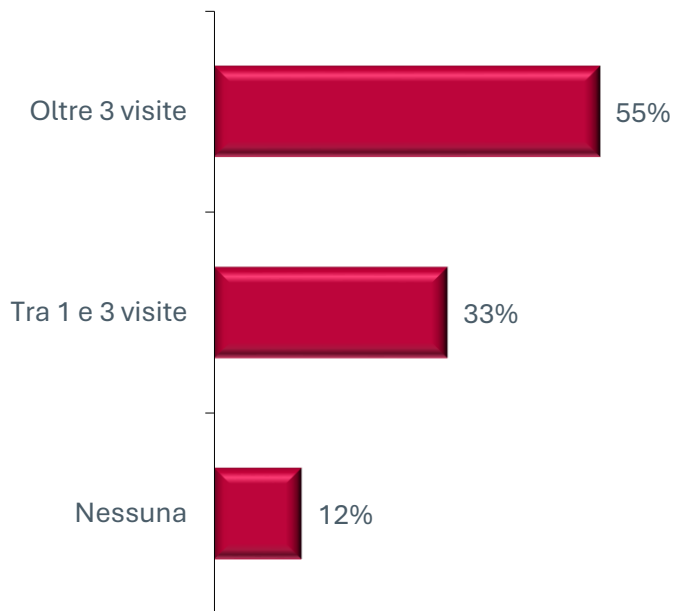
Risulta significativo che a rispondere di avere navigato su entrambi i siti o sul solo sito www.060608.it siano soprattutto gli utenti residenti a Roma, che hanno già utilizzato il *Call Center 060608* e hanno effettuato più visite culturali nell'ultimo anno. Invece a non conoscere i siti oppure solamente il portale www.turismoroma.it sono in prevalenza i turisti, nuovi fruitori, che sono stati in meno di tre musei/monumenti/aree archeologiche della città di Roma.



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

L'88% degli intervistati dichiara di avere visitato musei/monumenti/aree archeologiche di Roma nell'ultimo anno (di cui il 55% **“oltre tre visite”** e il 33% **“da una a tre visite”**), mentre il 12% 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, di età adulta al di sopra dei 55 anni, già fruitori del servizio erogato dallo 060608 (sia telefonico che web) e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere visitato meno di tre musei/monumenti/aree archeologiche di Roma sono in prevalenza i turisti, di età giovane 19-44 anni, che utilizzano il *Call Center 060608* per la prima volta e molti di essi non conoscono i siti web turistici di Roma Capitale, in generale molto soddisfatti.



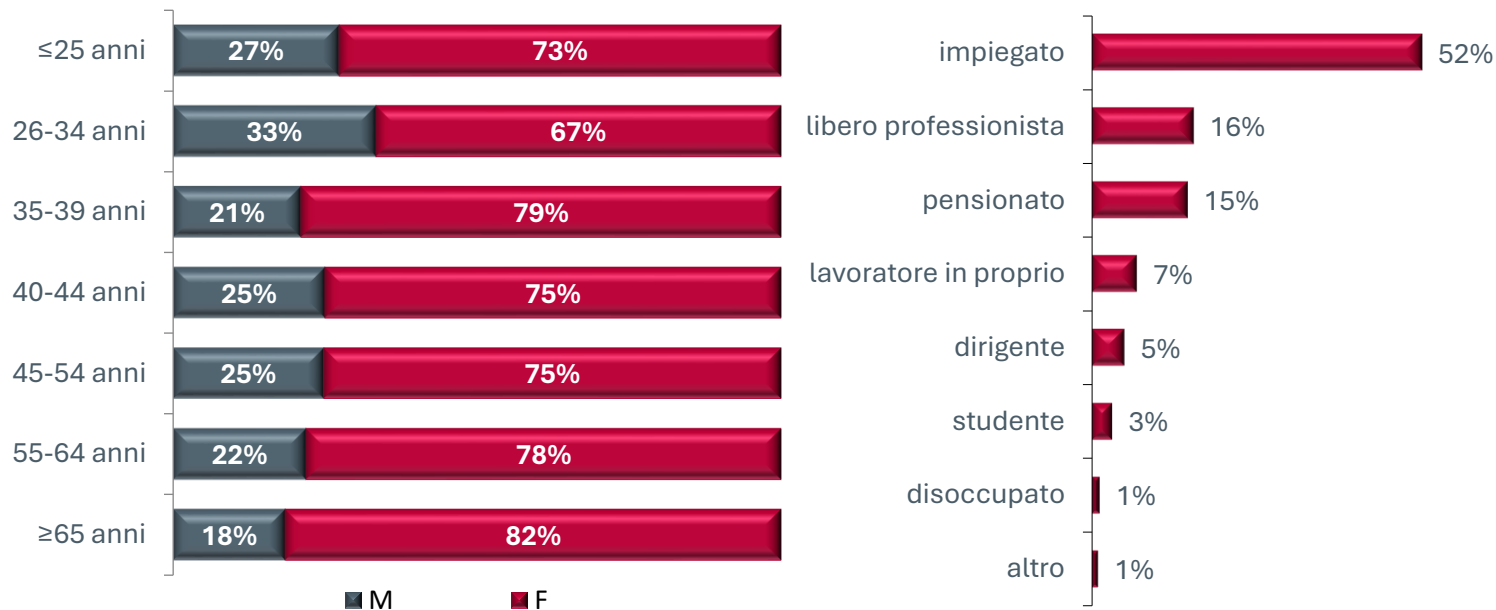
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Il 76% del campione appartiene al **genere femminile**, che prevale in tutte le varie fasce d'età (cfr. grafico in basso a sinistra).

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 64 anni** (50% sul totale), mentre quelle più giovani di età 19-39 anni risultano pari al 16%.

Il 54% del campione dichiara di possedere un titolo di **laurea**.

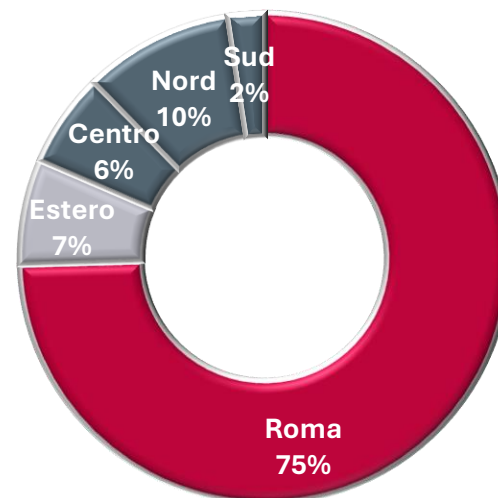
Come si rileva nel grafico sottostante a destra, tra le categorie professionali degli intervistati prevalgono gli **impiegati** (52%), seguiti dai **liberi professionisti** (16%) e dai **pensionati** (15%).



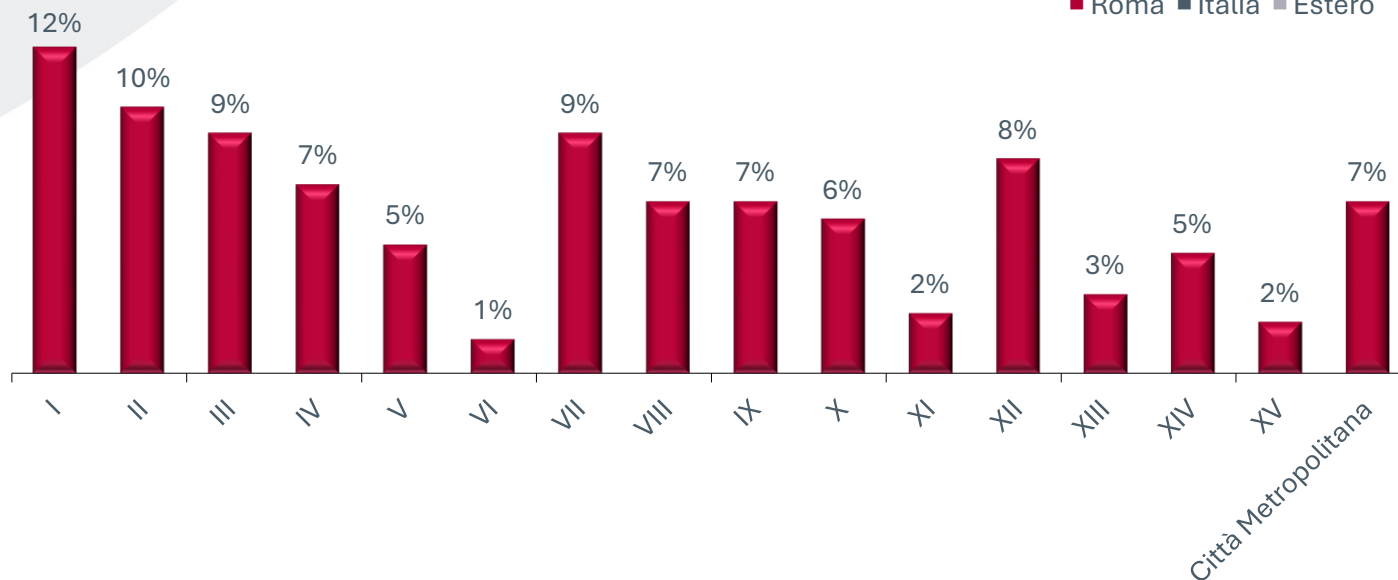
Analisi socio-demografica (provenienza)

Ben il 75% degli intervistati è costituito da utenti **residenti a Roma**, il 18% da **turisti italiani** (di cui il 10% giunge dal *Nord*, il 6% dal *Centro* e il 2% dal *Sud*), mentre il restante 7% proviene dall'**estero**.

Tra i municipi in cui risiedono i romani intervistati (*cf.* grafico sottostante), emergono i **Municipi I** (12%) e **II** (10%), ma si evidenzia una ripartizione in percentuale piuttosto equa tra i vari municipi di residenza e ciò denota una buona conoscenza del servizio a livello territoriale.



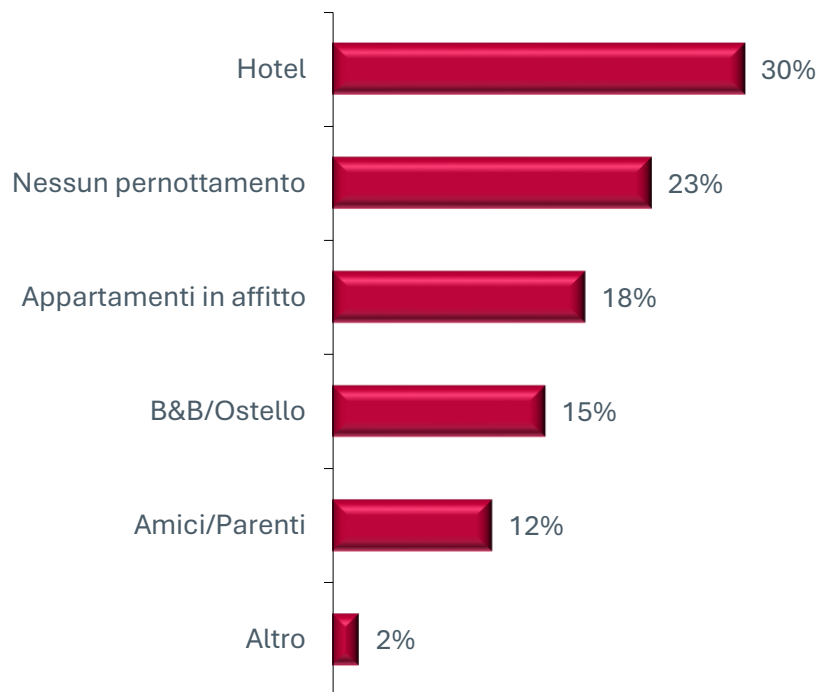
■ Roma ■ Italia ■ Estero



Struttura ricettiva e permanenza media

Il 23% dei turisti intervistati è costituito da **escursionisti**, ovvero coloro che si sono fermati un solo giorno senza pernottare. Invece il 30% dichiara di avere scelto delle **strutture alberghiere** per pernottare a Roma, il 18% predilige gli **appartamenti in affitto**, il 15% i **B&B/ostelli**. Segue la percentuale di coloro che preferiscono pernottare presso **amici/parenti** (12%), 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 più di 3 notti (**3,10 notti**).



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata di Spearman***	Orario di apertura	Tempi di attesa	Operatore - Cortesia	Completezza informazioni ricevute	Servizio vendita biglietti	Giudizio generale
Orario di apertura	1,000	,138**	,169**	,227**	,244**	,347**
Tempi di attesa	,138**	1,000	,137**	0,055	,159**	,239**
Operatore - Cortesia	,169**	,137**	1,000	,478**	,428**	,534**
Completezza informazioni ricevute	,227**	0,055	,478**	1,000	,513**	,514**
Servizio vendita biglietti	,244**	,159**	,428**	,513**	1,000	,561**
Giudizio generale	,347**	,239**	,534**	,514**	,561**	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 complessiva (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

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

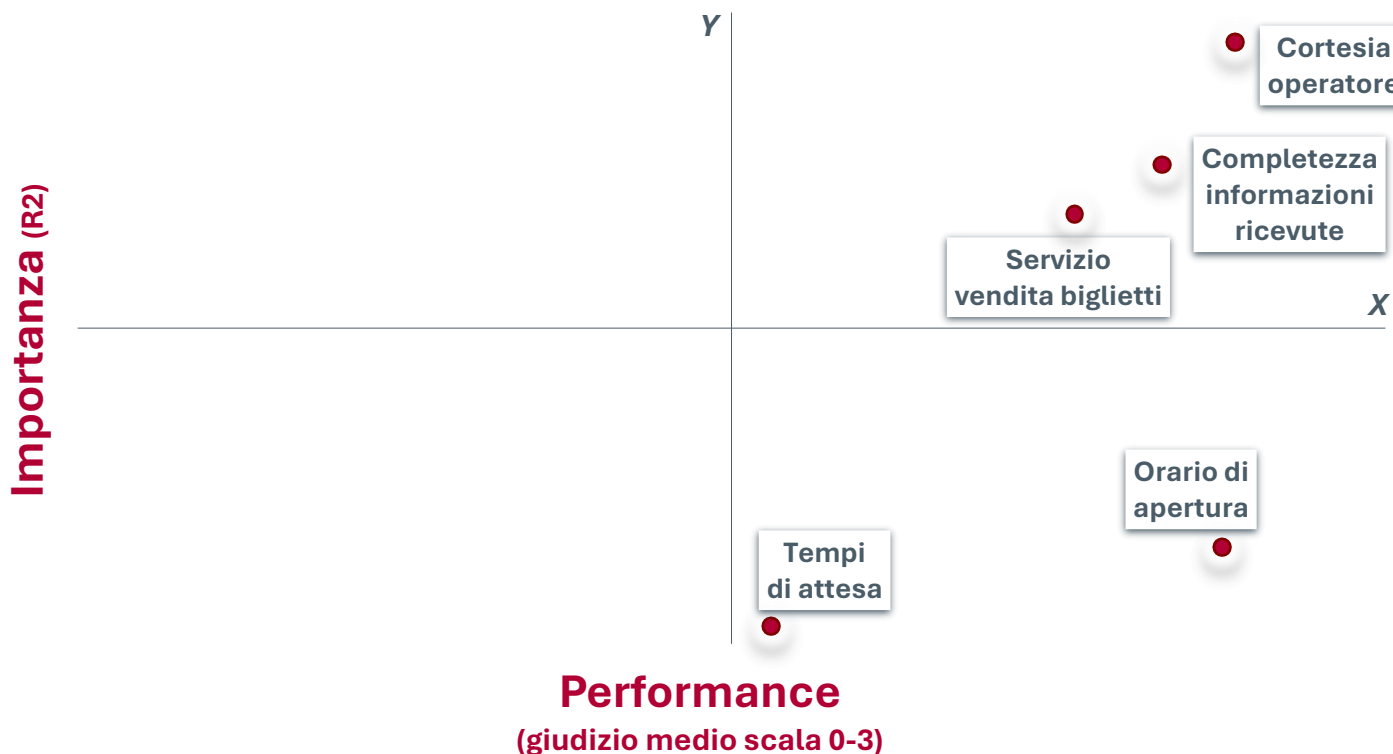
Per il *Call Center 060608* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi al **servizio vendita dei biglietti**, alla **cortesia dell'operatore** e alla **completezza delle informazioni ricevute**.

Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Servizio vendita biglietti	0,561
Operatore - Cortesia	0,534
Completezza informazioni ricevute	0,514
Orario di apertura	0,347
Tempi di attesa	0,239

Mapa delle priorità (Regressione lineare)

La **cortesía dell'operatore** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa sottostante, ma anche la **completezza delle informazioni ricevute** e il **servizio vendita dei biglietti** si posizionano nel quadrante in alto a destra, seppure con un coefficiente di importanza inferiore. Invece nessuna variabile oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

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



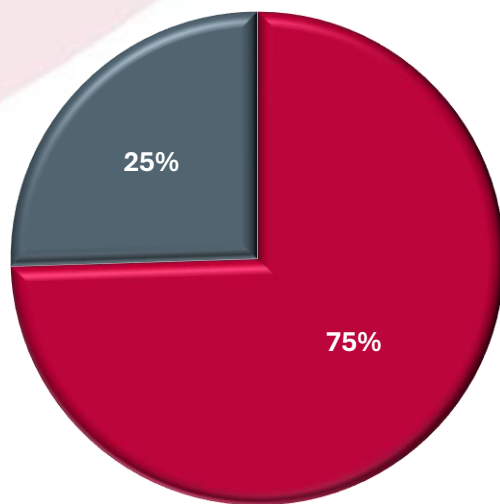
Cluster Analysis

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

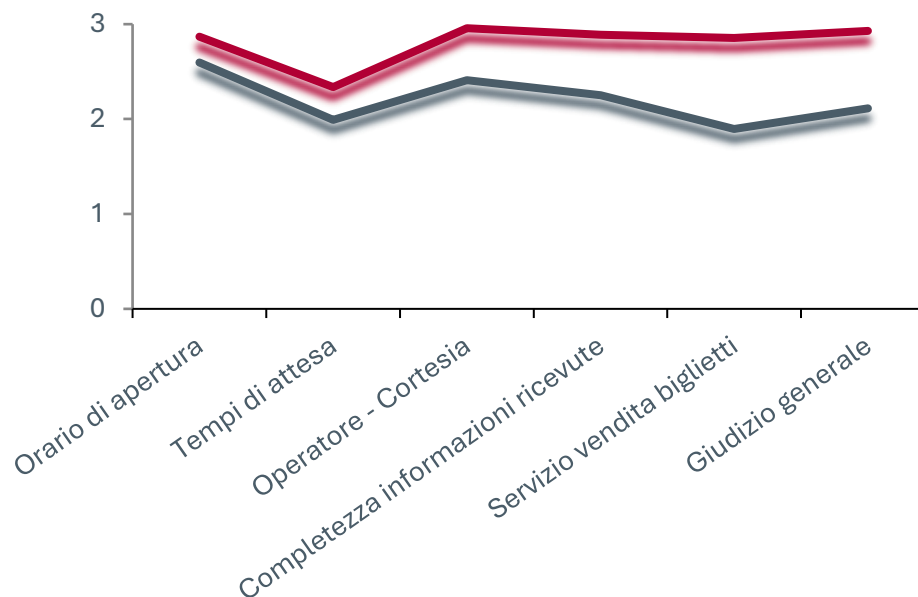
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**307** individui per il *Cluster 1* e **105** per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

Cluster 1 – Molto soddisfatti: in prevalenza donne; di età adulta 45-74 anni; impiegati e pensionati; effettuano acquisti/prenotazioni di vario tipo; sono venuti a conoscenza del servizio soprattutto attraverso internet e passaparola; giudizio superiore o uguale alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza o Poco soddisfatti: in prevalenza uomini; di età giovane inferiore ai 44 anni; liberi professionisti; richiedono informazioni in particolare sui musei; sono venuti a conoscenza del servizio soprattutto tramite lavoro; giudizio inferiore alle aspettative o ne sono privi.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



— Cluster 1 — Cluster 2

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 283**

ELOGI ottimo servizio, migliorati anche i tempi di attesa (20); operatori molto cortesi e professionali (18). **Totale 38**

PRENOTAZIONE/ACQUISTO prevedere un sistema di prenotazione online oppure tramite chat, non solo telefonicamente (35); dare la possibilità ai possessori *Roma MIC Card* di prenotare tramite App o con un canale dedicato (7); pubblicare con maggiore anticipo i calendari per le prenotazioni, aumentare le date disponibili (7), altro (6). **Totale 55**

OPERATORI a volte le informazioni ricevute non sono molto chiare ed esaustive, non danno tutti le stesse informazioni o non corrispondono a quelle online (16); non sempre tutti cortesi e disponibili (7); altro (2). **Totale 25**

TEMPI DI ATTESA a volte troppo lunghi, da ridurre. **Totale 17**

ORARIO da estendere. **Totale 7**

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

COMUNICAZIONE promuovere di più il servizio. **Totale 6**

ALTRO. **Totale 6**

TOTALE 122 SUGGERIMENTI



Zetema Progetto Cultura S.r.l.
Via Attilio Benigni, 59 - 00156 Roma
Tel 06 82077.1 / Fax 06 82077.105
info@zetema.it - direzione@pec.zetema.it

www.zetema.it