



Indagini di Customer Satisfaction

Museo della Repubblica Romana e della
memoria garibaldina

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 04/01/2019*

Zètema
progetto cultura

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 2017-2018
- 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 104 questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione dal 26 settembre al 21 novembre 2018 presso il Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina (gli intervistati rappresentano il 35% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media dell'89%, un margine di errore di stima di $\pm 6,04\%$.

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 2018, 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 **2,59** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 96%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale di accoglienza (2,75) e in sala (2,72) e le opere della collezione (2,65).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione degli orari di apertura (2,10), pulizia del sito (2,07) e posti a sedere (2,03). Le opere della collezione sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche quello più correlato al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme alla segnaletica esterna ed interna (*cf.* pp. 16-18). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati dei suggerimenti emerge l'orario di apertura, che dovrebbe essere prolungato (n. 7 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 95% da visitatori romani, pensionati (22%), impiegati/insegnanti e liberi professionisti (17% per ciascuna categoria), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (35%), di età adulta 40-64 anni (60% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza del museo tramite "internet" (22%, di cui il 12% riguarda il portale *MuseiinComune*), poi seguono il "passaparola" (20%) e "standardo sull'edificio" (18%).

Tabella riassuntiva

Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,40	3,00	83	21	0,680	20%	51%	0%	89%
Orari di apertura	2,10	2,00	99	5	0,909	5%	40%	6%	76%
Personale di accoglienza	2,75	3,00	102	2	0,432	2%	75%	0%	100%
Materiale all'accoglienza	2,22	2,00	98	6	0,831	6%	47%	1%	77%
Opere della collezione	2,65	3,00	100	4	0,575	4%	70%	0%	95%
Supporti informativi	2,53	3,00	101	3	0,558	3%	56%	0%	97%
Supporti digitali	2,49	3,00	99	5	0,595	5%	55%	0%	95%
Personale in sala	2,72	3,00	97	7	0,451	7%	72%	0%	100%
Segnaletica interna	2,34	2,00	102	2	0,667	2%	45%	0%	89%
Posti a sedere	2,03	2,00	89	15	0,730	14%	27%	1%	78%
Pulizia del sito	2,07	2,00	95	9	0,828	9%	33%	5%	80%
Esperienza complessiva	2,59	3,00	103	1	0,568	1%	63%	0%	96%

* 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 (2,39).

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 il **personale** (sia di **accoglienza** che **in sala**) e le **opere della collezione**.

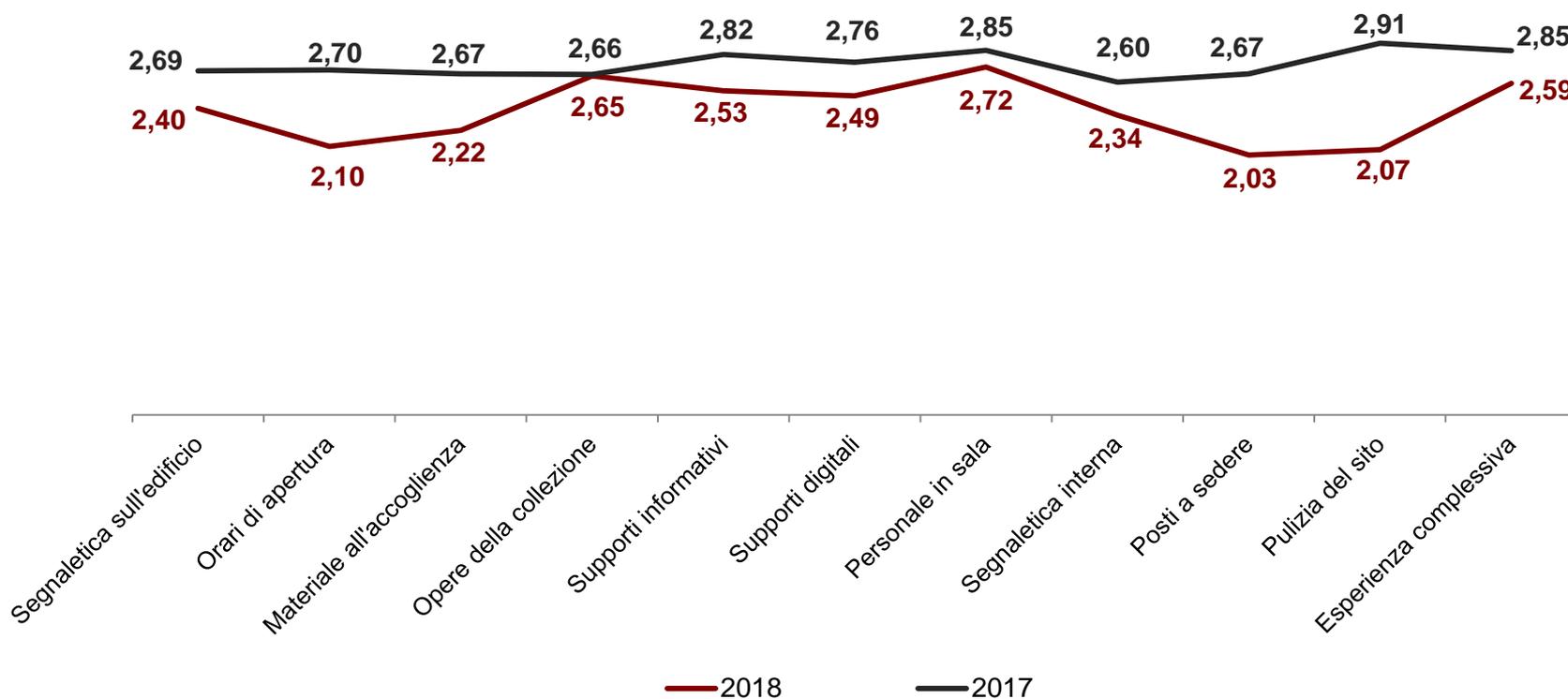
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione degli orari di apertura, pulizia del sito e posti a sedere.



Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante e lineare, ma con un decremento generale sui vari aspetti oggetto d'indagine.

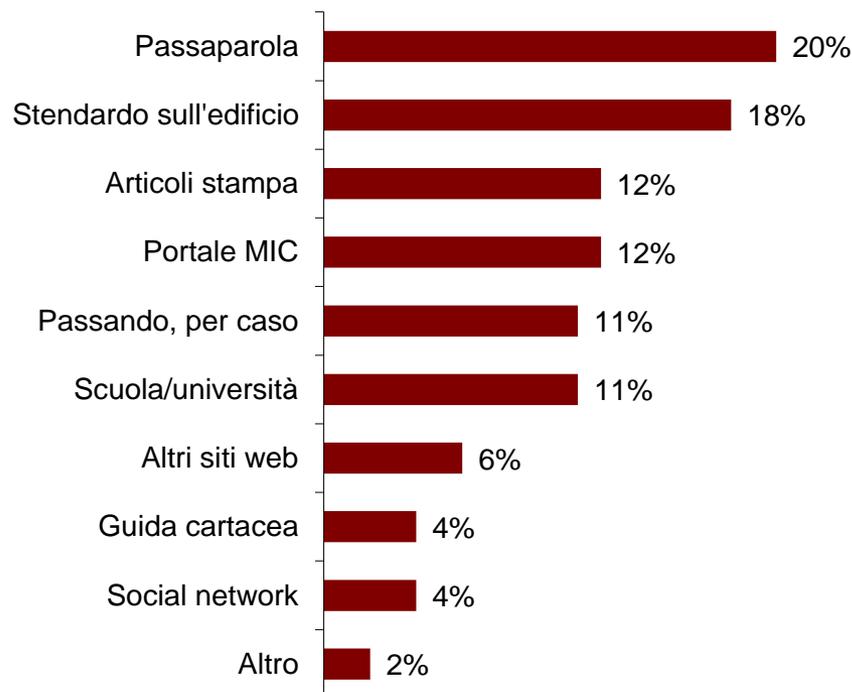
In particolare si registra una flessione sugli orari di apertura, sui posti a sedere e sulla pulizia del sito, le cui medie di soddisfazione sono al di sotto dello standard minimo di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 22% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo attraverso “internet”, di cui il 12% si riferisce al portale *MuseiinComune* (in aumento rispetto alla percentuale complessiva del canale web emersa nel 2017, che era pari al 16%), il 20% tramite il “passaparola” (era 14% nell’indagine precedente) ed un 18% attraverso lo “stendardo sull’edificio” (in netto aumento rispetto all’8% dello scorso anno).

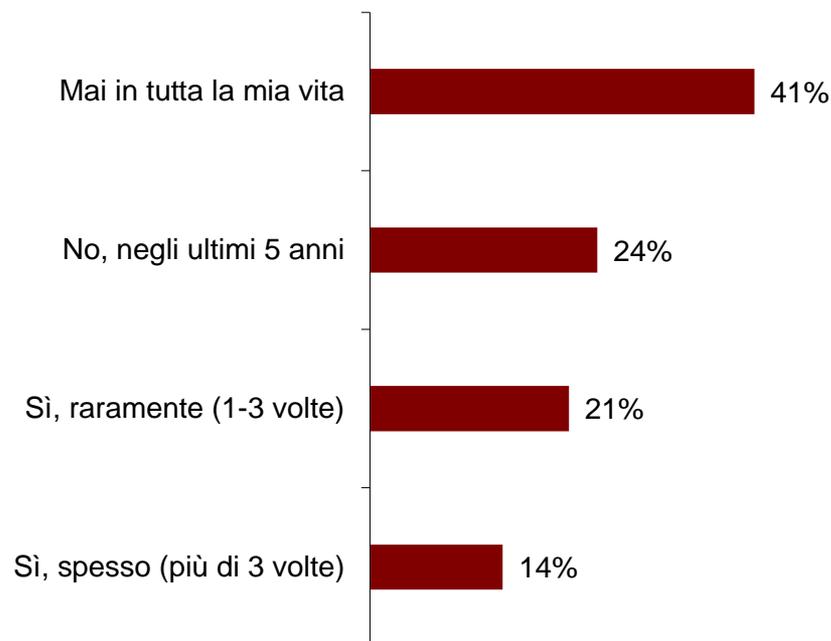
Su tale domanda non sono risultati significativi gli incroci, sia con le variabili dicotomiche che con quelle in scala ordinale.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 41% degli intervistati dichiara di non essere mai stato prima in questo museo, il 35% già vi è stato (di cui il 21% “da una a tre volte” e il 14 % “oltre tre volte”) e il restante 24% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto coloro che dichiarano di avere un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, mentre tra i visitatori che già sono stati in questo museo, emergono coloro che affermano di avere un giudizio superiore alle proprie attese.

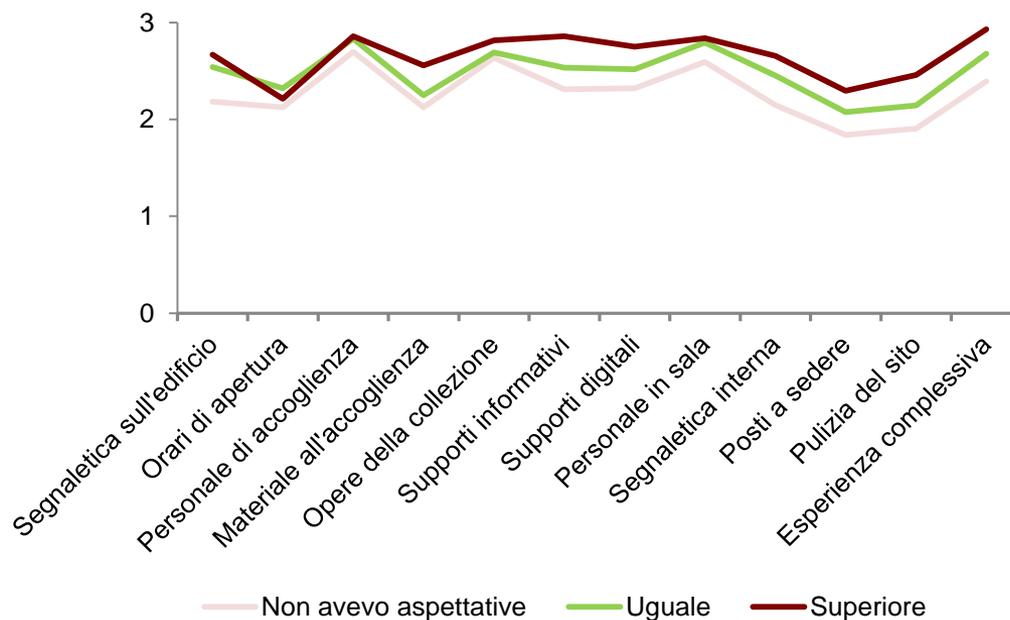
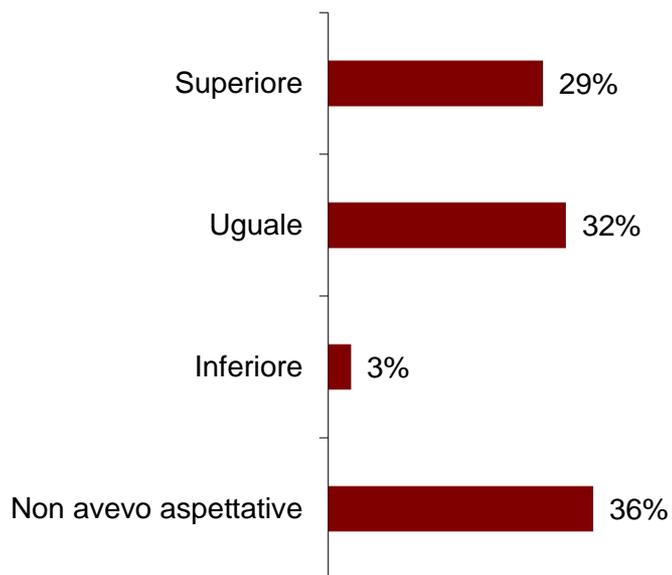


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 36% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, il 32% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 29% è superiore e solo il 3% ha un giudizio inferiore ad esse.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle aspettative siano soprattutto i visitatori laureati, molto soddisfatti della loro esperienza complessiva, mentre ad esserne privi sono principalmente coloro che hanno un titolo di diploma superiore e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro visita in questo museo.

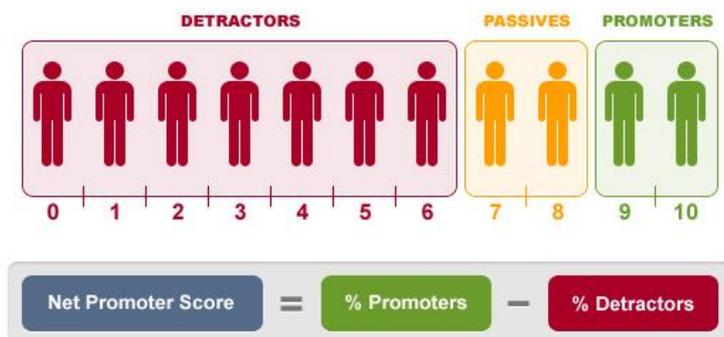
In generale chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto di indagine, ad eccezione degli orari di apertura, che sono maggiormente graditi da chi ha un giudizio uguale alle aspettative (cfr. grafico sottostante).



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 della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* è pari a **33%**; da evidenziare che ben il 59% del campione intervistato rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

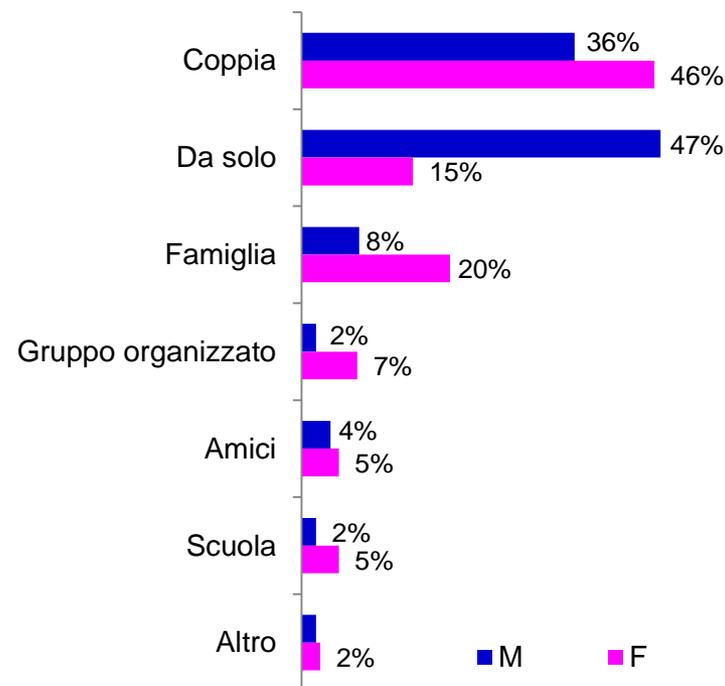


NET PROMOTER SCORE										
Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	3	29	31	26	12
0%	0%	0%	0%	0%	1%	3%	28%	31%	25%	12%
DETRATTORI = 4%							PASSIVI = 59%	PROMOTORI = 37%		
37% - 4% = 33%										

Con chi ha visitato il museo

Il 42% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “coppia”, il 32% “da solo”, il 13% con la “famiglia”, un 4% con un “gruppo organizzato” ed un 4% con “amici”, il 3% con la “scuola” ed il restante 2% risponde “altro”.

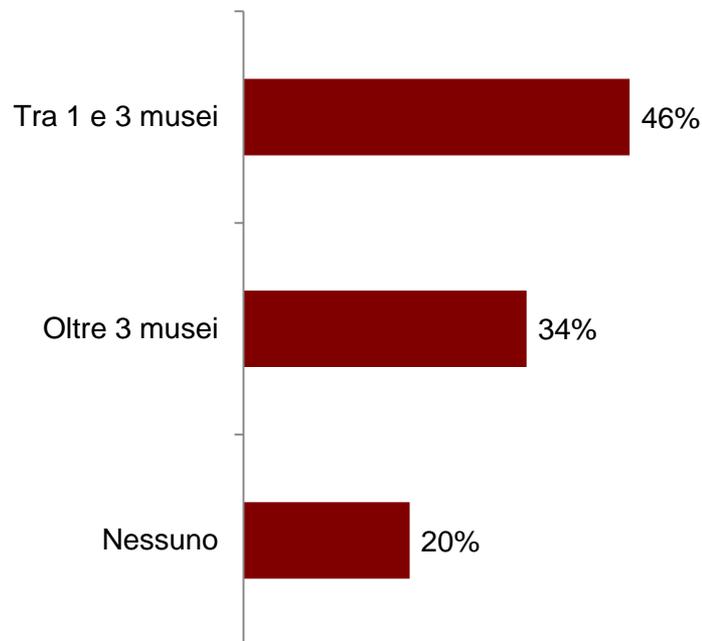
Risulta significativo che a venire in coppia ed in famiglia siano soprattutto le donne (cfr. grafico sottostante a destra), ma mentre nel primo caso dichiarano di essere abbastanza soddisfatte, coloro che vengono con la propria famiglia, sono complessivamente molto soddisfatte. Invece a venire da soli sono in prevalenza gli uomini, che in generale si ritengono molto soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 46% dei visitatori intervistati afferma di avere visitato “tra 1 e 3 musei” nell'ultimo anno, il 34% risponde “oltre 3 musei”, mentre il restante 20% non ne ha visitato “nessuno”.

Risulta significativo che ad avere visitato vari musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno un giudizio superiore o uguale alle aspettative e sono complessivamente molto soddisfatti della loro esperienza, mentre coloro che non ne hanno visitato nessuno, sono privi di attese e si dichiarano in generale abbastanza soddisfatti.



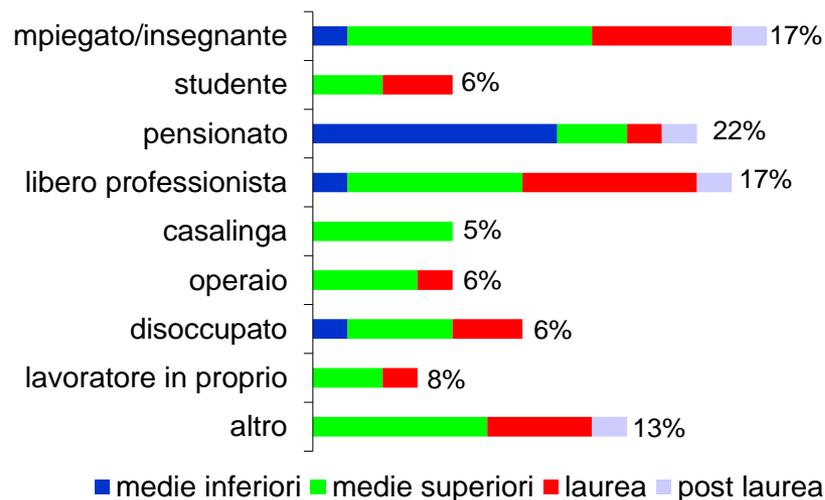
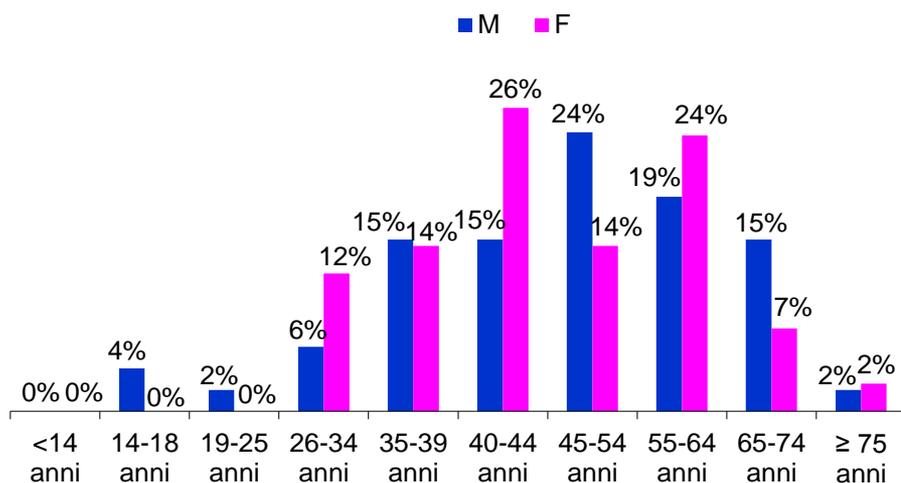
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il genere maschile (56%; nel 2017 era il 57%), soprattutto tra i minorenni o adulti di età 45-54 e 65-74 anni. Invece le donne sono predominanti nelle fasce 26-34, 40-44 e 55-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i 40 e 64 anni, che raggiungono complessivamente il 60% sul totale degli intervistati (in aumento dal 43% emerso nell'indagine scorsa). In discesa la percentuale dei giovani fino ai 34 anni, che passano dal 34% al 12%.

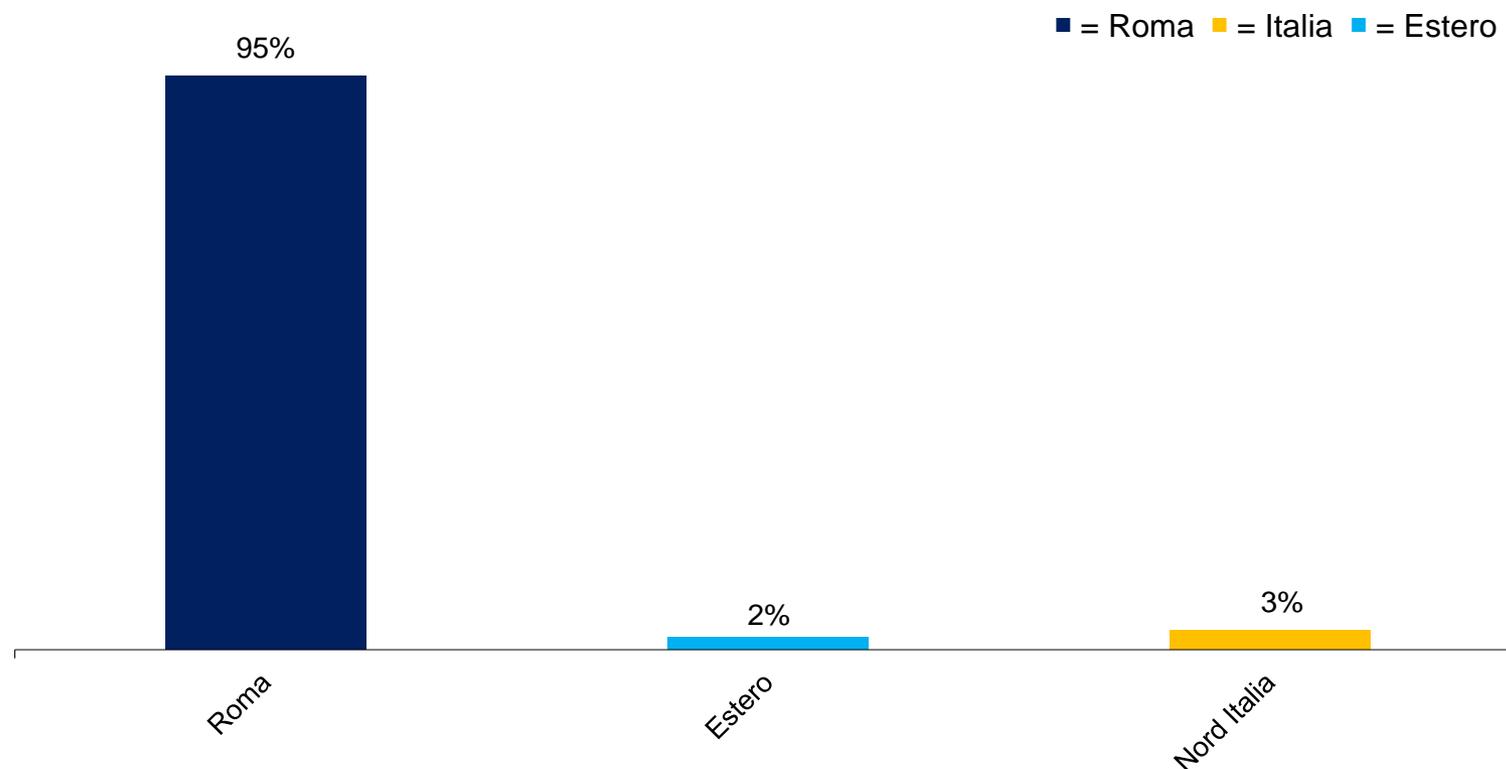
Il 35% degli intervistati ha conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (in diminuzione rispetto al 48% dell'indagine precedente).

Riguardo alle categorie professionali, prevalgono i pensionati (22%; lo scorso anno erano il 23%), poi seguono gli impiegati/insegnanti ed i liberi professionisti (entrambi raggiungono il 17% sul campione totale; nel 2017 erano rispettivamente il 20% ed il 13%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 95% del campione totale è costituito da visitatori romani (in netto aumento dal 64% dell'indagine precedente), il 3% giunge da altre province italiane (era 18% nel 2017) ed il restante 2% dall'estero (in diminuzione rispetto al 18% emerso lo scorso anno).



Correlazione 1/2

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

Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina – 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Materiale all'accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,495**	,341**	,398**	,480**	,472**	,403**	,175	,535**	,505**	,517**	,582**
Orari di apertura	,495**	1,000	,351**	,506**	,302**	,350**	,370**	,184	,452**	,416**	,412**	,229*
Personale di accoglienza	,341**	,351**	1,000	,402**	,569**	,429**	,399**	,259*	,236*	,310**	,299**	,316**
Materiale all'accoglienza	,398**	,506**	,402**	1,000	,409**	,528**	,409**	,262*	,409**	,284**	,354**	,262**
Opere della collezione	,480**	,302**	,569**	,409**	1,000	,600**	,519**	,295**	,475**	,396**	,319**	,563**
Supporti informativi	,472**	,350**	,429**	,528**	,600**	1,000	,746**	,433**	,581**	,463**	,481**	,420**
Supporti digitali	,403**	,370**	,399**	,409**	,519**	,746**	1,000	,446**	,470**	,392**	,361**	,394**
Personale in sala	,175	,184	,259*	,262*	,295**	,433**	,446**	1,000	,372**	,260*	,209*	,160
Segnaletica interna	,535**	,452**	,236*	,409**	,475**	,581**	,470**	,372**	1,000	,586**	,655**	,516**
Posti a sedere	,505**	,416**	,310**	,284**	,396**	,463**	,392**	,260*	,586**	1,000	,657**	,424**
Pulizia del sito	,517**	,412**	,299**	,354**	,319**	,481**	,361**	,209*	,655**	,657**	1,000	,432**
Esperienza complessiva	,582**	,229*	,316**	,262**	,563**	,420**	,394**	,160	,516**	,424**	,432**	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).

Le variabili che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per il *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* la **segnaletica sull'edificio**, le **opere della collezione** e la **segnaletica interna** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

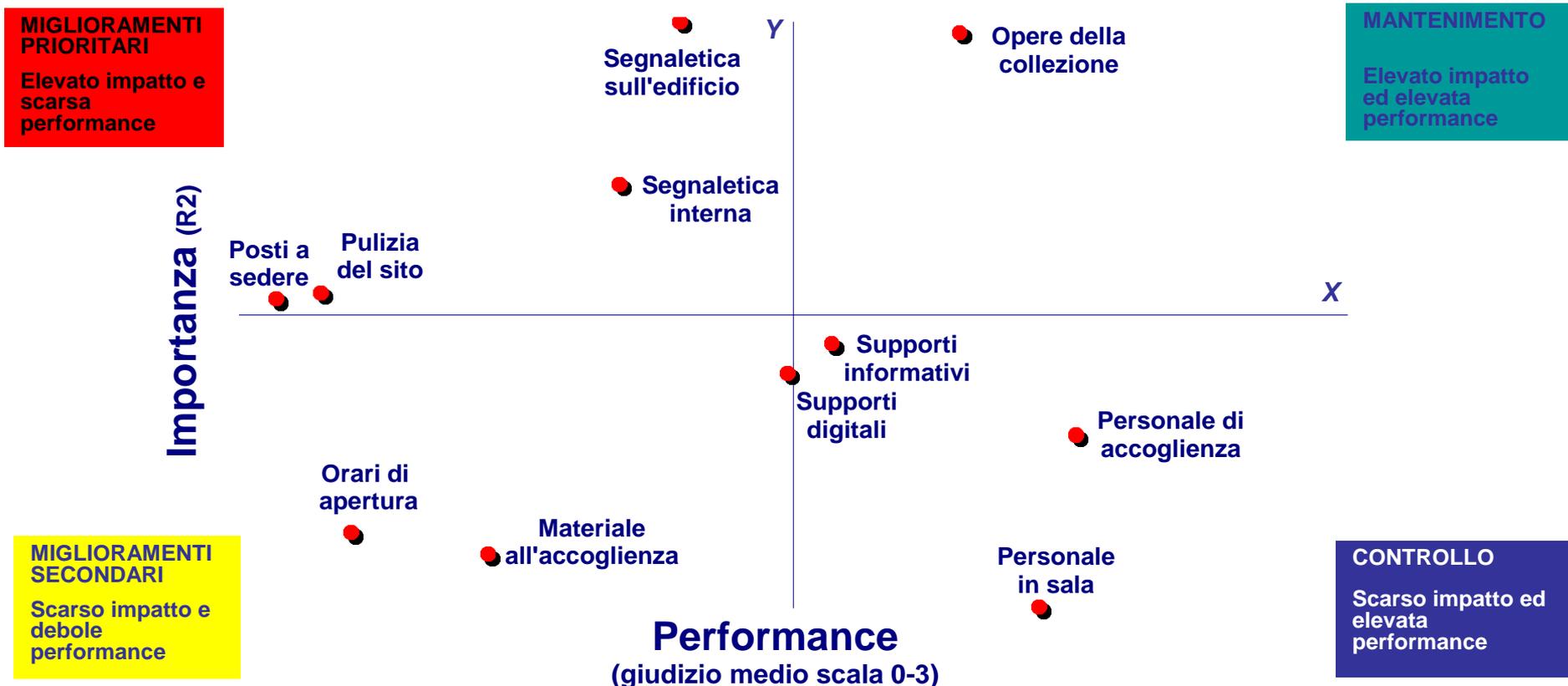
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza complessiva Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina – 2018	
Segnaletica sull'edificio	0,582
Opere della collezione	0,563
Segnaletica interna	0,516
Pulizia del sito	0,432
Posti a sedere	0,424
Supporti informativi	0,420
Supporti digitali	0,394
Personale di accoglienza	0,316
Materiale all'accoglienza	0,262
Orari di apertura	0,229
Segnaletica sull'edificio	0,582

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente. Invece la **segnaletica** (sia sull'edificio che interna), la **pulizia del sito** ed i **posti a sedere** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece 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

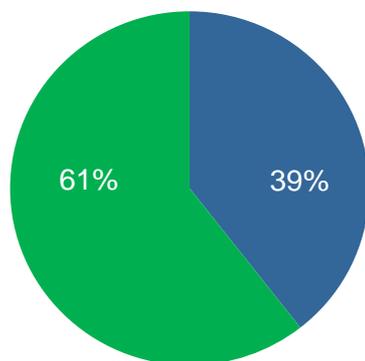
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (41 individui per il *Cluster 1* e 63 per il *Cluster 2*).

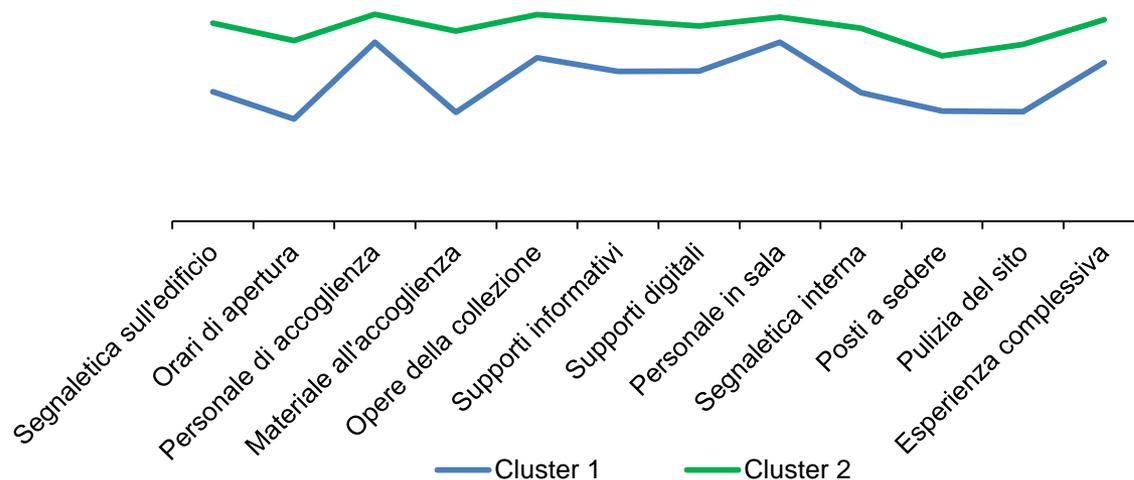
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Soddisfatti** hanno un livello tendenzialmente più basso di soddisfazione, mentre la 2° tipologia dei **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati.

Cluster 1 – Soddisfatti: in prevalenza donne, di età 35-44 anni, diplomati, impiegati/insegnanti e liberi professionisti, alcuni già stati in questo museo, lo conoscono tramite stampa ed internet, vengono da soli, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, privi di aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

Cluster 2 – Deliziati: in prevalenza uomini, di età 45-74 anni, laureati, pensionati, vengono per la prima volta in questo museo, lo conoscono tramite standardo sull'edificio o passaparola, vengono in coppia o con la famiglia, hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno, con giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



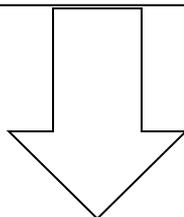
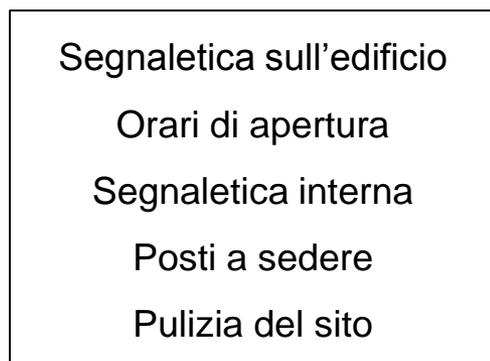
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

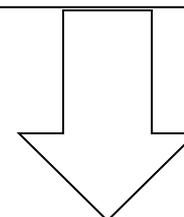
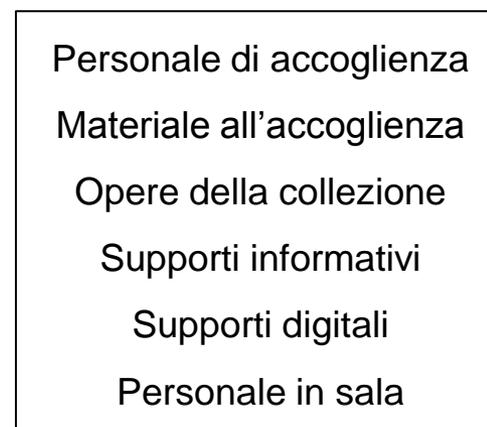
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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



Fattore 1

Accoglienza e Comfort

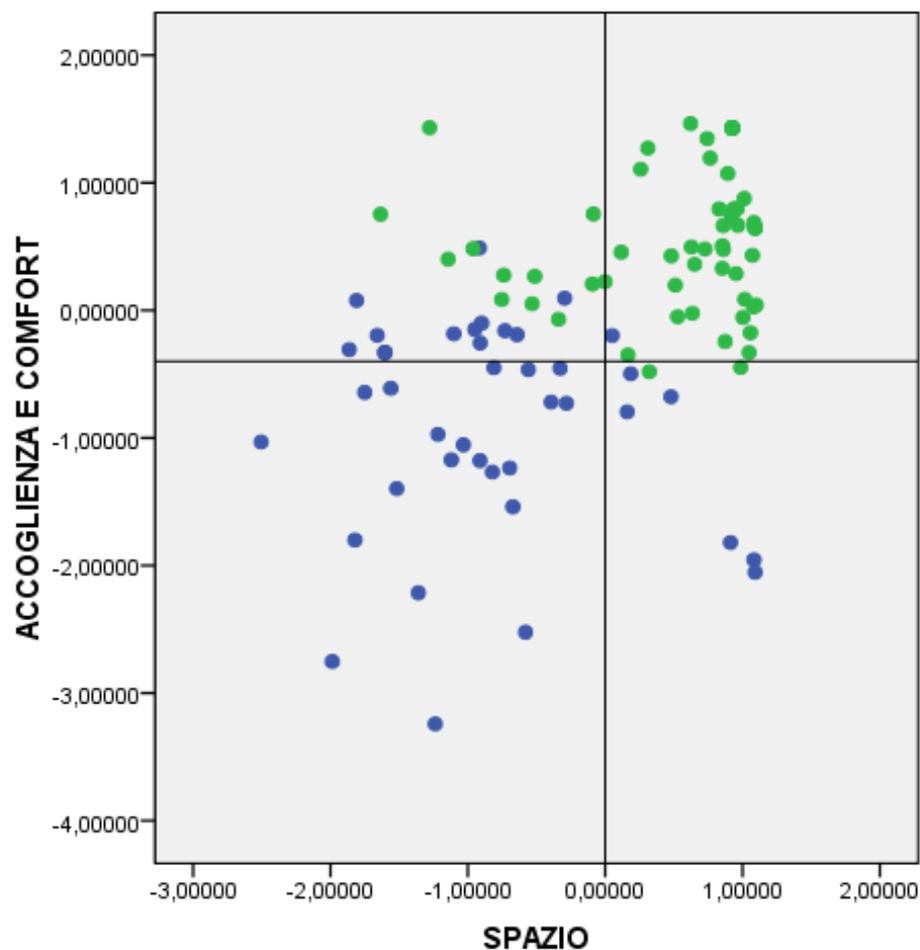


Fattore 2

Spazio

Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 dei “Soddisfatti” rileva una minore soddisfazione in particolare sul Fattore 1 (“Accoglienza e Comfort”).



Cluster 1 Soddisfatti: in prevalenza donne, di età 35-44 anni, diplomati, impiegati/insegnanti e liberi professionisti, alcuni già stati in questo museo, lo conoscono tramite stampa ed internet, vengono da soli, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, privi di aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

Cluster 2 Deliziati: in prevalenza uomini, di età 45-74 anni, laureati, pensionati, vengono per la prima volta in questo museo, lo conoscono tramite stendardo sull'edificio o passaparola, vengono in coppia o con la famiglia, hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno, con giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 4**

ORARIO da prolungare, troppo ridotto, il museo chiude troppo presto (4), da rivedere l'orario 10-13, prevedere un'apertura pomeridiana (3). **Totale 7**

ALTRO. **Totale 3**

**TOTALE 10 SUGGERIMENTI
MUSEO DELLA REPUBBLICA ROMANA
E DELLA MEMORIA GARIBALDINA**

Allegato 1:

Retro Questionario

22. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?
 How likely is it that you would recommend this museum to a friend, according to the scale 0-10?

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>											

23. Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?

Da solo/ By myself
 Gruppo organizzato/ Group Tour
 Coppia/ Partner-Companion
 Amici/ Friends
 Famiglia/ Family
 Scuola/ School
 Altro/ Other.....

24. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?

Nessuno/ None
 Tra 1 e 3 musei / 1-3 museums
 Oltre 3 musei / More than 3 museums

25. Aspetti da migliorare/ Features to improve niente/ nothing

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:

Età/Age: <14 14-18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55-64 65-74 75 e più/ 75 and more

Sesso/Gender: Uomo/ Man Donna/ Woman

Titolo di studio/Education: scuola dell'obbligo/ primary school diploma superiore/ high school

laurea/ degree
 specializzazione post laurea/ postgraduate

Professione/Job:

impiegato-insegnante/employee-teacher casalinga/housewife
 dirigente-direttivo-quadro /manager-executive operaio/workman
 studente/student non occupato-in cerca di prima di occupazione/ unemployed-first job seeker
 pensionato/retired lavoratore in proprio/self-employed
 libero professionista-imprenditore/freelance-businessman
 altro/other_____

Provenienza/Provenance: Roma/ Rome

Altra provincia italiana/ Other Italian province (specify)_____

Altra nazionalità/ Other nationality (specify)_____