

Data 18/02/2013

Indagini di Customer Satisfaction

Museo Pietro Canonica

9 Ottobre – 22 Novembre 2012

Zè

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 2011-2012
- Come è venuto a conoscenza del Museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato il sito web del Museo o il Contact Center 060608 per ricevere informazioni prima della visita
- Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico
- Conosce la Roma Pass
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario *Museo Pietro Canonica 2012*

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 102 questionari autocompilati dai visitatori dal 9 ottobre al 22 novembre 2012 presso il Museo Pietro Canonica (gli intervistati rappresentano il 25% degli ingressi totali nel periodo d'indagine, con un incremento del 2% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine). Durante l'indagine erano presenti le seguenti mostre temporanee: *“Antonello Bulgini. Notizie Lievi”* e *“Gabriels and the Italian cute nymphet”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione del 90%, un margine di errore di stima di $\pm 5,85\%$.

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.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è buono, con una media di **2,41** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 97%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono il personale in biglietteria (2,82), il personale in sala (2,67) e la pulizia degli spazi (2,49).

Quasi tutte le medie dei servizi oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,10, ad eccezione della segnaletica sull'edificio (media di 2,09), degli orari di apertura (media di 2,05, n. 9 suggerimenti) e dei supporti informativi (media di 1,97, n. 10 suggerimenti). Tali aspetti risultano piuttosto correlati all'esperienza generale e si trovano tra i miglioramenti prioritari nella mappa, insieme al materiale disponibile all'accoglienza (cfr. pp. 17-18).

La media relativa ai posti a sedere è al di sotto dello standard minimo, in quanto è pari a 1,48.

Nel 2012 sono stati ripristinati tutti i pannelli didattici.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da cittadini romani (59%, in aumento dal 44% nel 2011, probabilmente più richiamati dalle mostre temporanee e dal ponte del 1 novembre); prevalgono gli occupati dipendenti e liberi professionisti (47% sul totale, sebbene rispetto al 2011 diminuiscono a favore di una crescita degli studenti e dei pensionati), in possesso di un titolo di laurea o superiore (53%), soprattutto appartenenti alle fasce di età compresa tra i 45 e 74 anni (51% sul totale; stesse fasce prevalse nel 2011 ma col 62%).

Tra i mezzi di comunicazione si conferma "passando, per caso" la modalità più frequente (31%, in discesa dal 52% nel 2011), ma rispetto all'anno scorso aumenta notevolmente la percentuale relativa a "scuola/università" (da 2% a 19%); ciò potrebbe essere dovuto ad una maggiore presenza di scolaresche italiane.

Tabella riassuntiva

Museo Pietro Canonica 2012	Media	Risposte valide	Risposte mancanti	Mediana*	Deviazione standard**	Molto+Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,09	81	21	2,00	,745	84%
Orari di apertura	2,05	94	8	2,00	,955	77%
Personale in biglietteria	2,82	96	6	3,00	,435	98%
Materiale all'accoglienza	2,14	88	14	2,00	,776	85%
Personale in sala	2,67	95	7	3,00	,573	97%
Segnaletica interna	2,33	95	7	2,00	,626	92%
Supporti informativi	1,97	91	11	2,00	,722	79%
Pulizia degli spazi	2,49	94	8	3,00	,582	98%
Esperienza generale	2,41	87	15	2,00	,561	97%

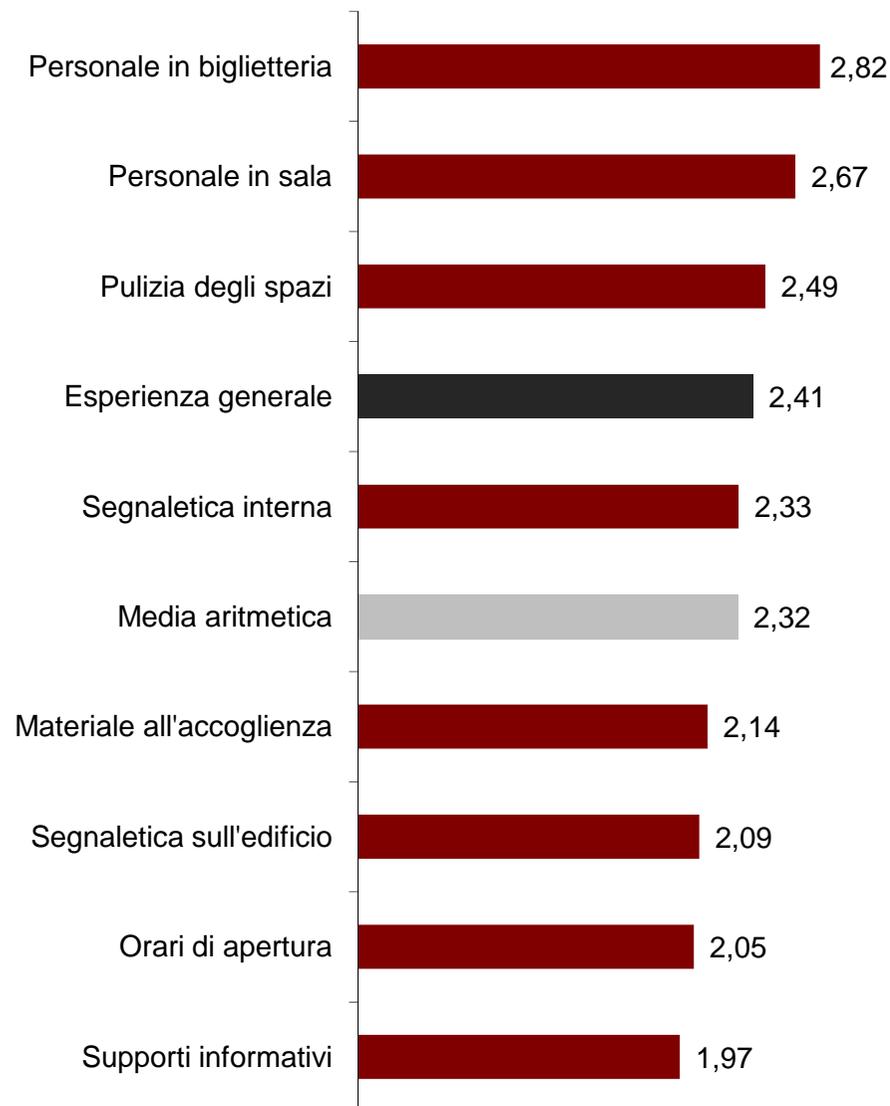
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,32).

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.

Al di sopra della media sull'esperienza generale sono i servizi che hanno una media di soddisfazione molto elevata: personale in biglietteria, personale in sala e pulizia degli spazi.

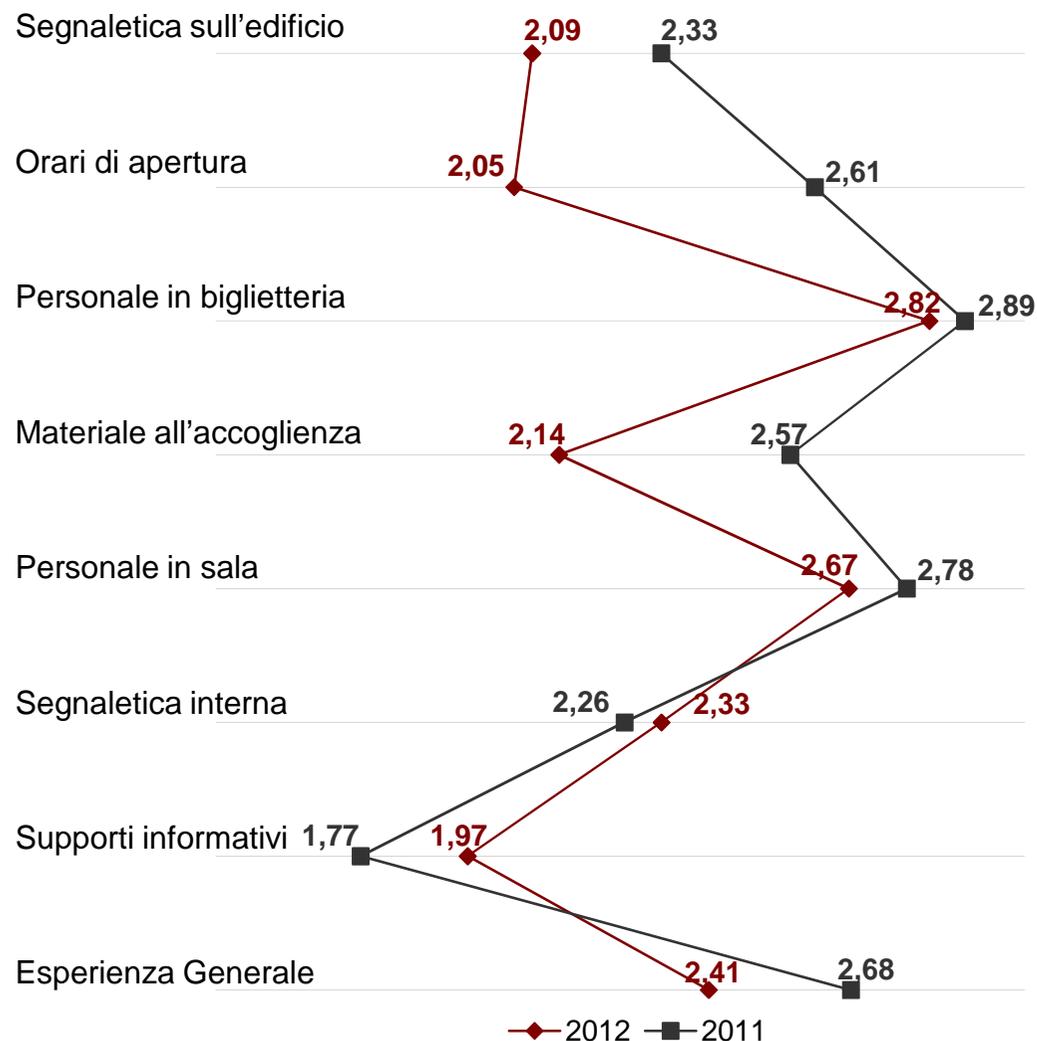


Analisi del trend 2011-2012

Il trend risulta piuttosto costante, ma si denota una flessione generale dei giudizi rispetto al 2011.

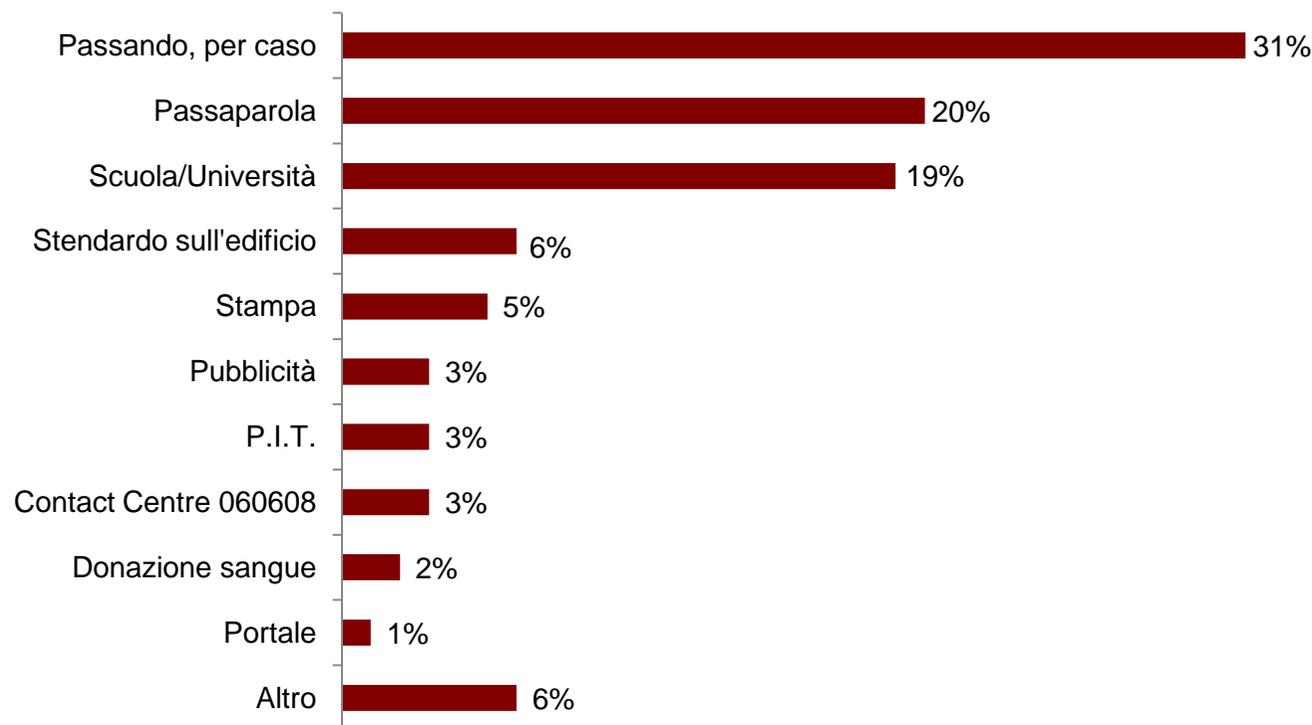
La segnaletica interna e i supporti informativi, ripristinati nel corso dell'anno, sono gli unici aspetti su cui aumenta il livello medio di soddisfazione rispetto all'anno precedente, ma i pannelli e le didascalie restano comunque al di sotto dello standard minimo di 2,10 (così come la segnaletica sull'edificio e gli orari di apertura).

Da considerare che anche quest'anno l'esperienza generale è più che soddisfacente poiché raggiunge una media di 2,41.



Come è venuto a conoscenza del Museo

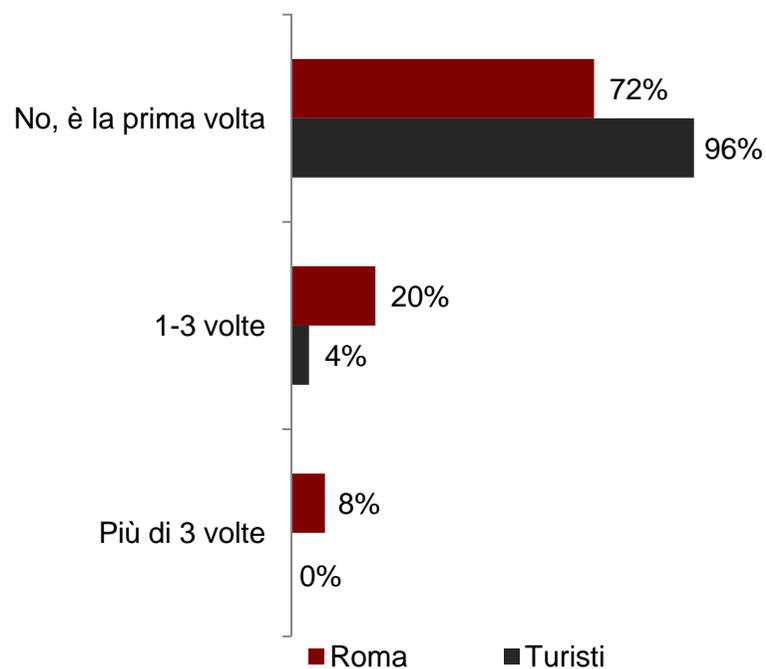
Si conferma “passando per caso” la modalità più frequente attraverso cui i visitatori intervistati vengono a conoscenza del museo (31%, in discesa dal 52% nel 2011), seguono “passaparola” (20%, nel 2011 era 18%) e “scuola/università” (19%; in forte crescita dal 2% del 2011, ciò potrebbe dipendere dalla maggiore presenza di scolaresche durante il periodo d’indagine). Risulta significativo che i visitatori stranieri vengano a conoscenza del museo principalmente passando per caso (48%), mentre gli italiani anche tramite scuola/università e passaparola (rispettivamente 26% e 24%).



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo (83%), mentre chi l'ha già frequentato raggiunge il 17%.

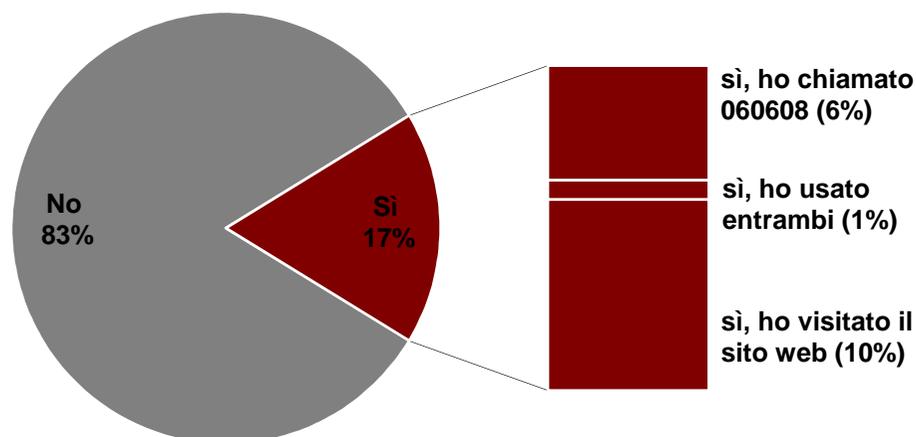
Risulta che la maggior parte dei turisti abbia visitato per la prima volta il museo negli ultimi cinque anni (96% sul totale), mentre il 28% dei romani afferma di esservi già stato, soprattutto da 1 a 3 volte.



Ha utilizzato il sito web del Museo o il Contact Center 060608 per ricevere informazioni prima della visita

Il 17% dei visitatori intervistati dichiara di essersi avvalso dei servizi informativi prima della visita (di cui il 10% utilizzando il sito web del museo, il 6% il Contact Center 060608 e l'1% risponde entrambi).

Il basso numero di intervistati che ha rilasciato un giudizio sul sito web del museo e sul Contact Center 060608 non è rappresentativo statisticamente.



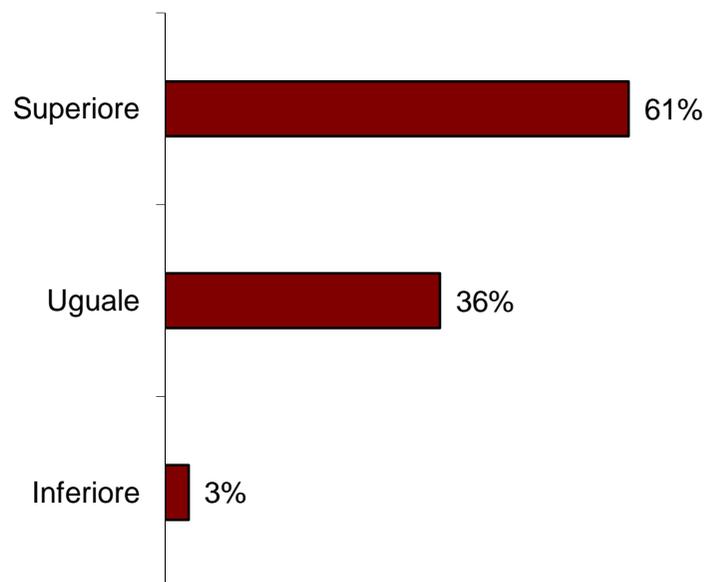
Giudizio rispetto alle aspettative e consiglierebbe questo museo ad un amico

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo visitato sia stata superiore alle aspettative (61%), per il 36% è stata uguale, mentre solo per il 3% è stata inferiore alle attese.

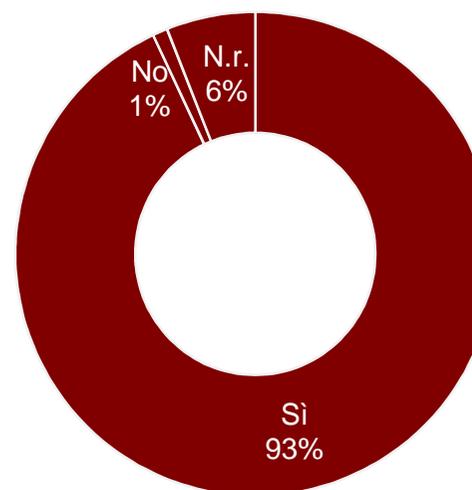
Risulta significativo solo l'incrocio con l'esperienza generale: la maggior parte di chi è abbastanza o poco soddisfatto rilascia un giudizio uguale alle aspettative (rispettivamente 67% e 54%)

Ben il 93% del campione intervistato dichiara che consiglierebbe il museo visitato ad un amico, mentre solo l'1% non lo farebbe; un 6% non risponde.

Giudizio rispetto alle aspettative

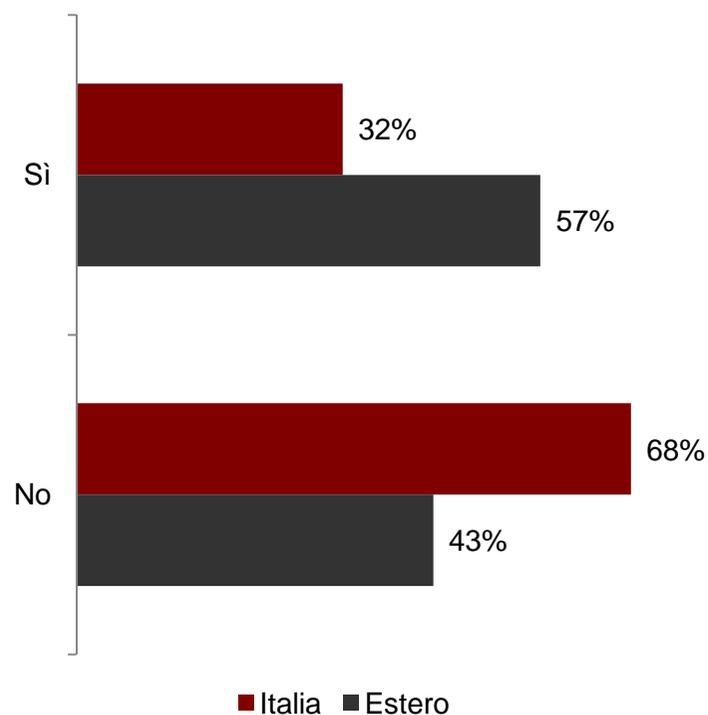


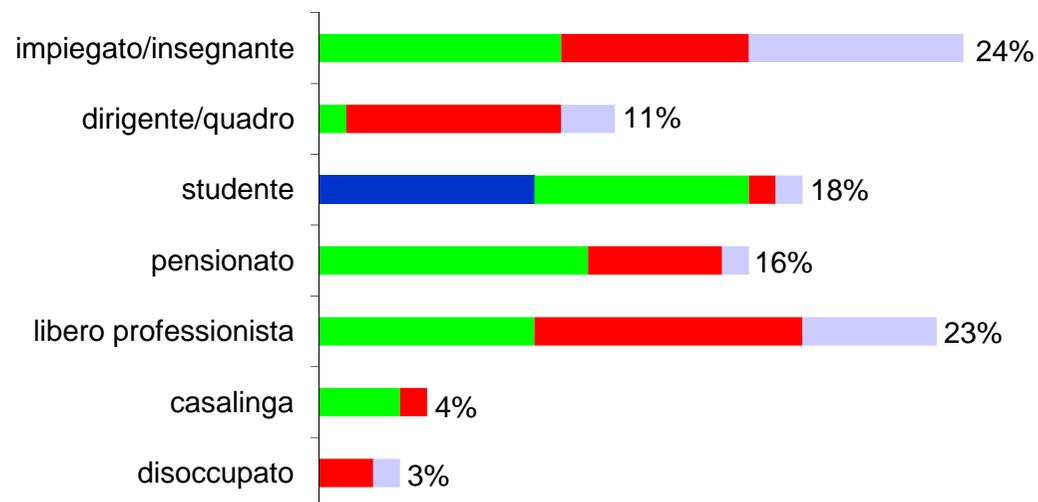
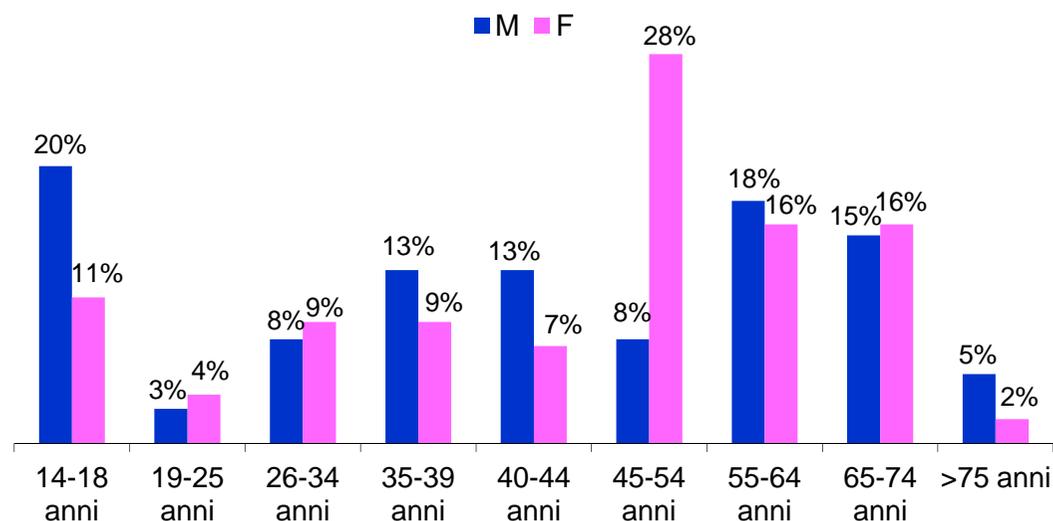
Consiglierebbe questo museo ad un amico



Conosce la Roma Pass

A tale domanda è risultato che il 38% del campione intervistato conosce la card *Roma Pass*. E' interessante evidenziare che la percentuale di chi conosce la Roma Pass è più alta per i visitatori stranieri (57%), mentre tra gli italiani coloro che non ne sono a conoscenza raggiungono il 68%.





■ medie inferiori ■ medie superiori ■ laurea ■ post lauream

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

Vengono confermati i dati relativi al target del museo: il genere femminile prevale con la stessa percentuale dell'anno scorso (59%) soprattutto nella fascia 45-54 anni. Il campione è costituito soprattutto da visitatori di età adulta 45-74 anni con il 51% sul totale (in discesa dal 62% nel 2011).

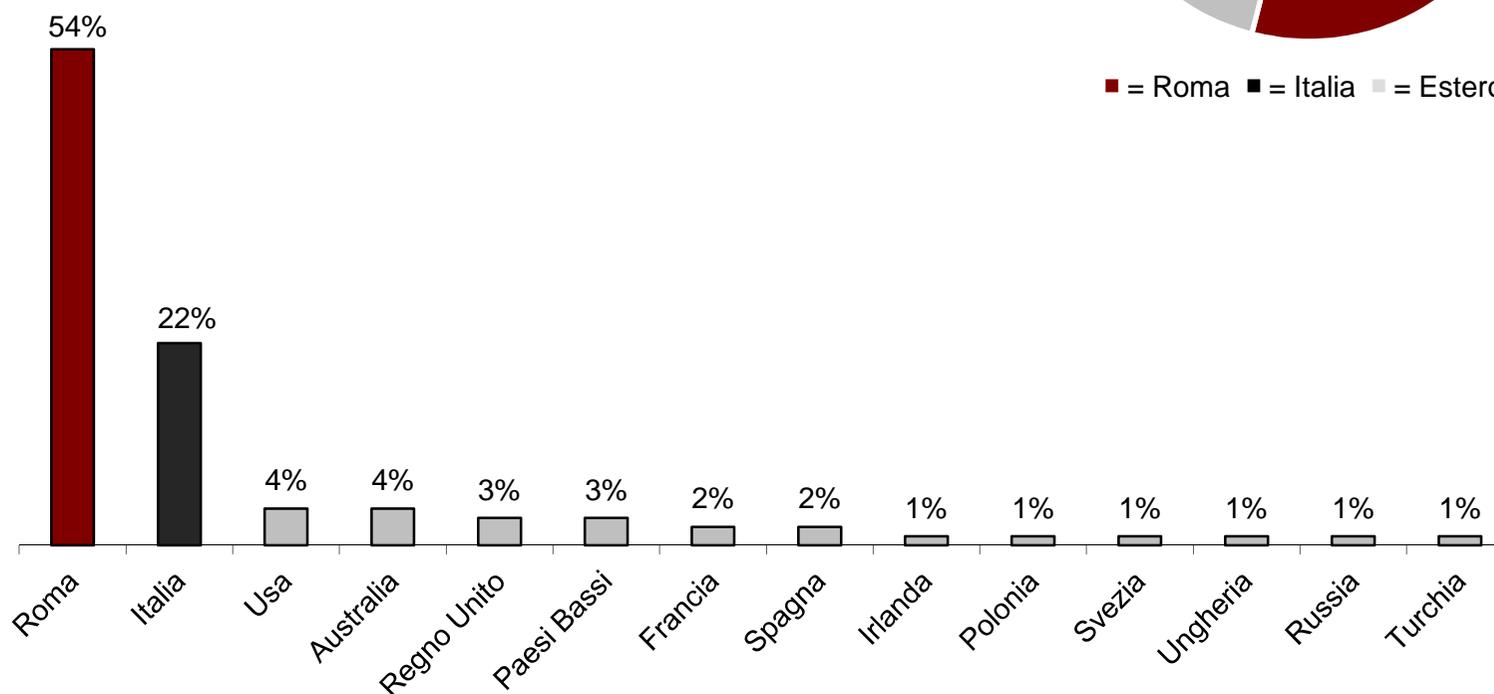
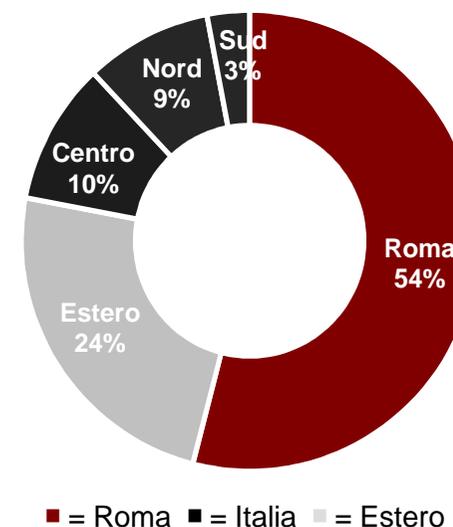
Circa la metà del campione intervistato (53%; era il 56% nel 2011) dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o superiore.

Nonostante siano anche quest'anno le categorie professionali più rappresentate, gli occupati dipendenti (ovvero impiegati ed insegnanti) diminuiscono da 34% a 24%, così come i liberi professionisti da 37% a 23%.

Rispetto al 2011 aumentano invece sia gli studenti (da 11% a 18%) che i pensionati (da 7% a 16%).

Analisi socio-demografica (provenienza)

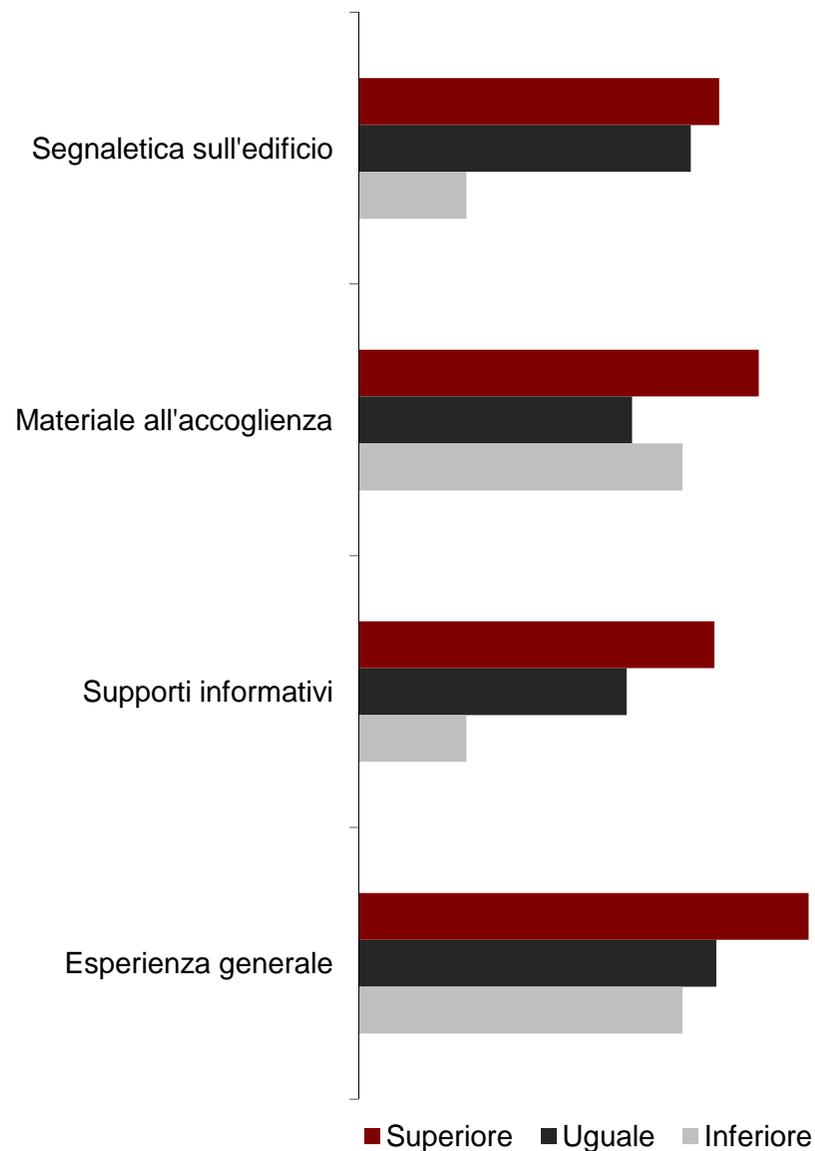
Il Museo Pietro Canonica è frequentato prevalentemente da romani (54%, in aumento dal 44% del 2011), seguiti dai turisti stranieri (24%, in discesa dal 34% nel 2011) e italiani (22%, percentuale coincidente a quella dell'anno scorso). Quest'anno i romani potrebbero essere stati maggiormente richiamati dalla presenza delle mostre temporanee durante il periodo d'indagine e dal ponte del 1 novembre. Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



Analisi univariate

Risulta significativa una maggiore soddisfazione da parte di chi ha un giudizio superiore alle aspettative sulle seguenti variabili indagate: segnaletica sull'edificio, materiale disponibile all'accoglienza, supporti informativi ed esperienza generale. Il materiale informativo è l'aspetto che risulta meno soddisfacente per chi ha un giudizio uguale alle attese, mentre i supporti informativi sono molto meno graditi da chi dichiara di averlo inferiore.

Inoltre si rileva che gli orari di apertura sono più apprezzati dalla fascia 14-18 anni con titolo di scuola media inferiore, ma meno dai laureati di età 35-39 anni.



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi, in particolare modo quelli evidenziati col doppio asterisco. Le variabili tra loro più correlate risultano essere gli orari con la segnaletica sull'edificio e la pulizia, il personale in biglietteria con l'assistenza in sala, la segnaletica interna con quella esterna, i supporti informativi e la pulizia degli spazi.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Personale in sala	Segnaletica interna	Supporti informativi	Pulizia degli spazi	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,616**	,241*	,376**	,257*	,455**	,432**	,330**	,411**
Orari di apertura	,616**	1,000	,177	,447**	,046	,432**	,439**	,461**	,500**
Personale in biglietteria	,241*	,177	1,000	,358**	,625**	,332**	,327**	,264*	,352**
Materiale all'accoglienza	,376**	,447**	,358**	1,000	,126	,304**	,356**	,321**	,483**
Personale in sala	,257*	,046	,625**	,126	1,000	,342**	,283**	,106	,352**
Segnaletica interna	,455**	,432**	,332**	,304**	,342**	1,000	,491**	,581**	,512**
Supporti informativi	,432**	,439**	,327**	,356**	,283**	,491**	1,000	,317**	,432**
Pulizia degli spazi	,330**	,461**	,264*	,321**	,106	,581**	,317**	1,000	,399**
Esperienza generale	,411**	,500**	,352**	,483**	,352**	,512**	,432**	,399**	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 solo agli aspetti indagati che sono correlati alla soddisfazione generale del museo (cioè che presentavano uno o due asterischi).

Al *Museo Pietro Canonica* gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza generale sono i seguenti: la **segnaletica interna**, gli **orari di apertura** e il **materiale disponibile all'accoglienza**.

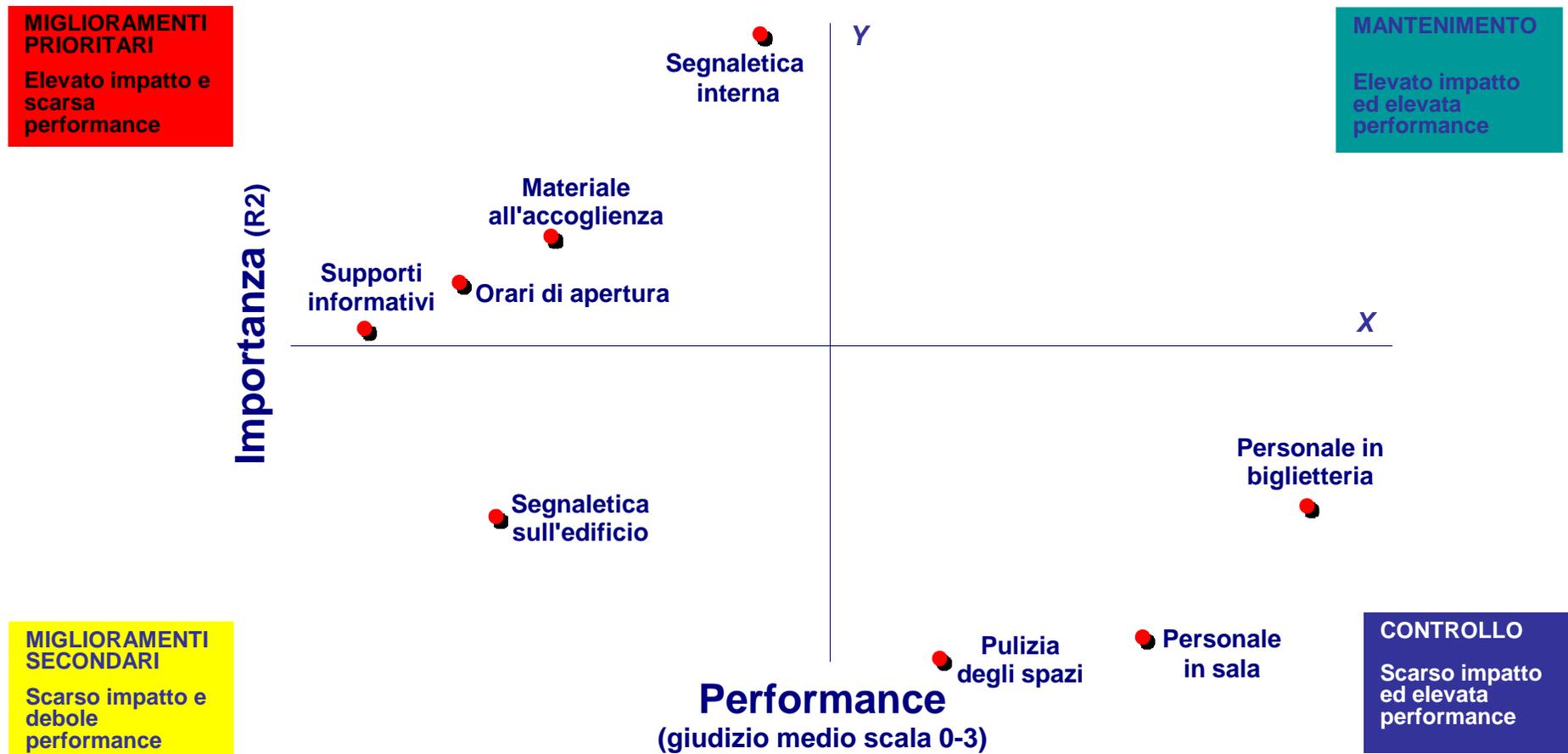
Tutte le variabili oggetto d'indagine hanno una correlazione significativa e non ci sono aspetti che hanno un'incidenza negativa sull'esperienza complessiva.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza generale	
Segnaletica interna	,512
Orari di apertura	,500
Materiale all'accoglienza	,483
Supporti informativi	,432
Segnaletica sull'edificio	,411
Pulizia degli spazi	,399
Personale in biglietteria	,352
Personale in sala	,352

Mappa delle priorità*

La segnaletica interna, il materiale all'accoglienza, i supporti informativi e gli orari di apertura sono ritenuti gli aspetti prioritari da migliorare (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche quando sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Suggerimenti

ELOGI tutto perfetto, accogliente, interessante, piccolo ma con grandi potenzialità. **Totale 5.**

NIENTE da migliorare. **Totale 65.**

SUPPORTI INFORMATIVI pannelli con più informazioni sugli artisti, Pietro Canonica e sull'edificio (7), altro (3). **Totale 10.**

ORARI DI APERTURA da prolungare. **Totale 9.**

PUBBLICITÀ aumentare la promozione del museo e degli eventi. **Totale 9.**

PUNTO VENDITA manca guida del museo (5), altro (2). **Totale 7.**

ALTRO. **Totale 14.**

Allegato 1 - QUESTIONARIO MUSEO PIETRO CANONICA

MUSEO:

DATA: __/__/____

ORA: __/__/____

1. Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? No, è la prima volta 1-3 volte più di 3 volte

2. La prima volta, attraverso quale canale è venuto a conoscenza del museo?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> contact centre 060608 |
| <input type="checkbox"/> www.museincomune.it e sito del museo | <input type="checkbox"/> depliant/locandina |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> passaparola |
| <input type="checkbox"/> stendardo esterno | <input type="checkbox"/> pubblicità |
| <input type="checkbox"/> passando, per caso | <input type="checkbox"/> Tv/radio/televideo |
| <input type="checkbox"/> P.I.T. | <input type="checkbox"/> scuola/università |
| <input type="checkbox"/> newsletter | <input type="checkbox"/> altro..... |

3. Ha utilizzato il sito web del museo o Contact center 060608 per ricevere informazioni prima della visita?

- No Sì, ho usato entrambi Sì, chiamato lo 060608 Sì, ho visitato il sito web

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala sottostante:

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
4. Sito web del museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Contact center 060608	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Segnaletica esterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Orari di apertura del museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Materiale all'accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Guardaroba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Personale di assistenza in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Posti a sedere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Pulizia degli spazi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Libreria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Caffetteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. ESPERIENZA GENERALE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. **Rispetto alle aspettative il suo giudizio complessivo è:** Superiore Uguale Inferiore

21. **Consiglierebbe questo museo ad un amico?** Sì No

22. **Conosce la card Roma Pass?** Sì No

23. **Secondo Lei cosa potremmo migliorare per aumentare il Suo gradimento:** niente

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI

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

Sesso: M F

Titolo di studio: scuola dell'obbligo (fino alle medie) studi superiori (diploma) laurea post laurea

Professione: impiegato/insegnante dirigente-quadro direttivo studente pensionato

libero professionista-imprenditore casalinga non occupato-in cerca di prima occupazione

Provincia italiana di residenza:..... **Nazionalità straniera:**.....

Ci autorizza a ricevere informazioni sulle iniziative del Museo attraverso l'invio della newsletter?

In questo caso Le chiediamo di lasciarci cortesemente:

E-mail: _____

La informiamo che i suoi dati verranno trattati nel rispetto della normativa della privacy (D.Lgs. 196/2003).

Autorizzo Zètema Progetto Cultura S.r.l. ad inviarmi la newsletter.

FIRMA: _____

DATA: _____