



---

Indagini di Customer Satisfaction

Planetario e Museo Astronomico

23 – 27 Ottobre 2013

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 06/03/2014*

**Zè**tema  
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 2012-2013
- Come è venuto a conoscenza del Museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato la Roma Pass
- 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 fattoriale e cluster
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario 2013 *somministrato nei Musei del Sistema*

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 234 questionari distribuiti a campione attraverso interviste dirette dal 22 al 27 ottobre 2013 presso il Planetario e Museo Astronomico (gli intervistati rappresentano il 21% degli ingressi totali al museo, con un incremento del 95% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione del 91%, un margine di errore di stima di  $\pm 3,26\%$ .

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.

Durante l'indagine non erano presenti mostre temporanee..

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è buono, con una media di **2,52** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 96%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono la pulizia degli spazi (2,79), il personale in biglietteria (2,69), il personale in libreria (2,69), i posti a sedere (2,69), il guardaroba (2,63), il personale in sala (2,61) e la collezione (2,53).

Tutte le medie dei servizi oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,10, ad eccezione dei supporti digitali (2,09) e della segnaletica esterna (2,06), in flessione rispetto al 2012. Solo quest'ultima però risulta essere poco correlata all'esperienza complessiva e non si colloca tra i miglioramenti prioritari nella mappa, dove oltre ai supporti digitali, troviamo i supporti informativi e il materiale all'accoglienza.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da **cittadini romani** (87%), **maschi** (51%), **studenti** (51%), in possesso di un diploma di **licenza media inferiore** (49%), soprattutto **minorenni** (49%) . Il 53% dei visitatori è venuto con la scuola e per il 63% dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo ma hanno visitato oltre 3 musei nell'ultimo anno (47%). Tra i mezzi di comunicazione prevale "scuola/università" (48%); solo il 2% dei visitatori ha utilizzato la Roma Pass.

## Tabella riassuntiva

ICS Planetario e Museo Astronomico 2013	Media	Mediana	Casi Validi	Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	% Deliziati (molto sodd)	% Per niente sodd	% Molto+Abb. sodd
Segnaletica esterna	2,06	2	181	53	,844	15%	34%	5%	77%
Orari di apertura	2,21	2	210	24	,701	0%	36%	1%	86%
Personale in biglietteria	2,69	3	150	84	,491	31%	71%	0%	99%
Materiale all'accoglienza	2,11	2	101	133	,823	52%	36%	4%	79%
Guardaroba	2,63	3	102	132	,628	55%	70%	1%	94%
Collezione	2,53	3	226	8	,719	2%	65%	2%	90%
Supporti informativi	2,38	3	216	18	,786	6%	54%	3%	87%
Supporti digitali	2,09	2	205	29	,916	11%	41%	5%	73%
Personale in sala	2,61	3	178	56	,512	18%	62%	0%	99%
Segnaletica interna	2,37	2	161	73	,619	22%	43%	1%	94%
Posti a sedere	2,69	3	214	20	,573	1%	74%	0%	95%
Pulizia degli spazi	2,79	3	229	5	,422	0%	79%	0%	100%
Personale in libreria	2,69	3	87	147	,465	58%	69%	0%	100%
Libreria	2,48	3	125	109	,617	43%	54%	1%	95%
<b>Esperienza generale</b>	<b>2,52</b>	<b>3</b>	<b>228</b>	<b>6</b>	<b>,612</b>	<b>0%</b>	<b>57%</b>	<b>1%</b>	<b>96%</b>

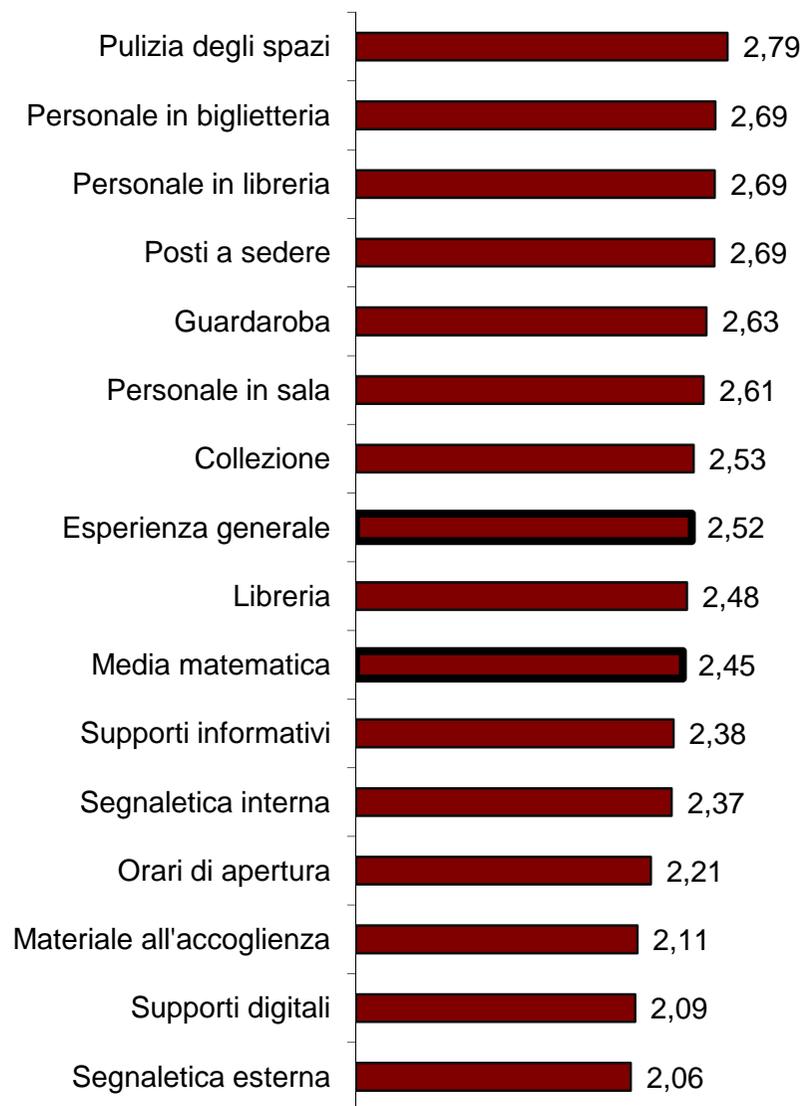
\* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

\*\*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 (2,45).

## 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. Tutte le medie dei servizi oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,10, ad eccezione dei supporti digitali (2,09) e della segnaletica esterna (2,06).

Al di sopra della media sull'esperienza generale (2,52) si trovano tutti i servizi che hanno una media di soddisfazione elevata: **pulizia degli spazi, personale in biglietteria, personale in libreria, posti a sedere, guardaroba, personale in sala e collezione.**

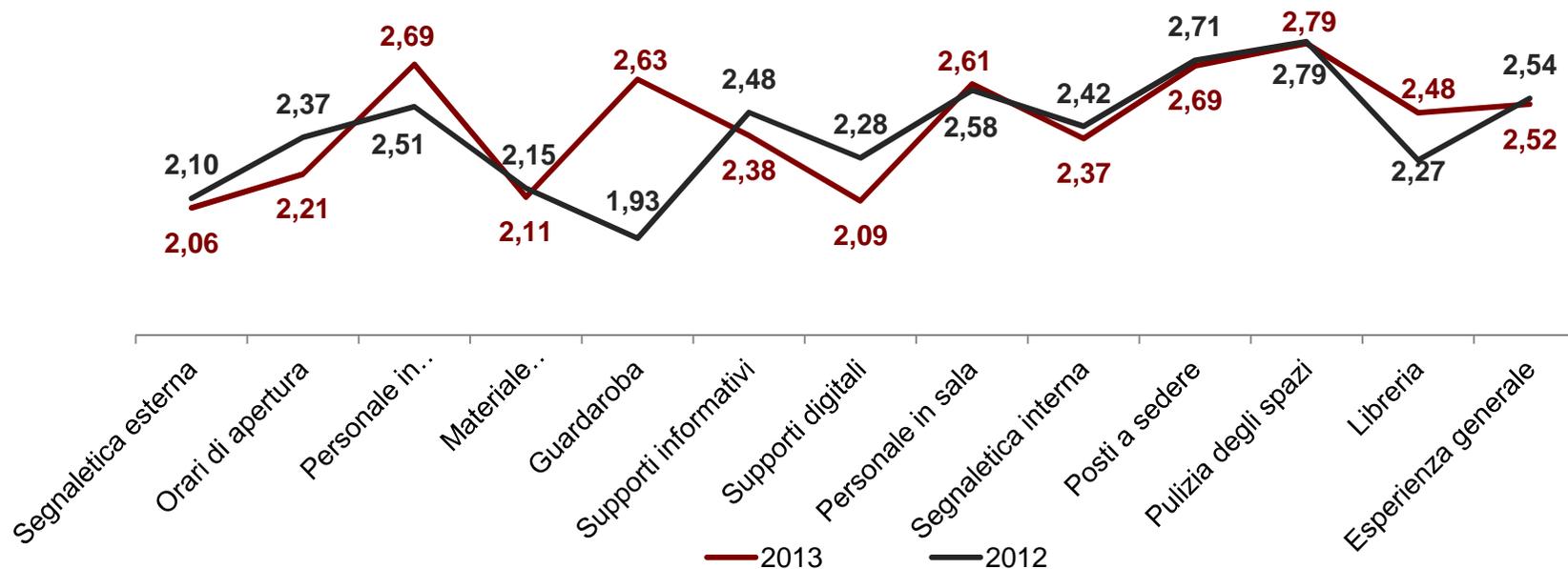


## Analisi del trend 2012-2013

Il trend risulta piuttosto costante tra i due anni, registrando un lieve calo su diversi aspetti, che mantengono comunque una buona media di soddisfazione.

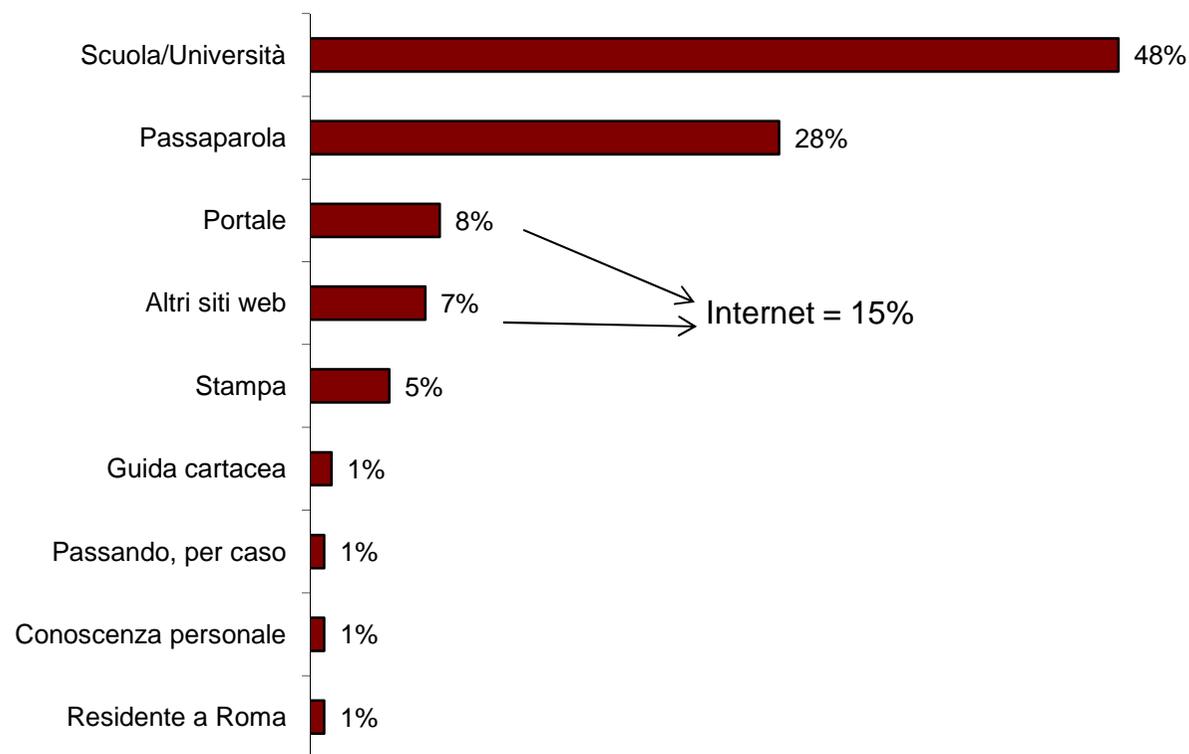
Il giudizio sul personale in biglietteria, sul guardaroba e sulla libreria aumenta notevolmente rispetto allo scorso anno, mentre la segnaletica esterna e i supporti digitali subiscono un calo.

Al guardaroba sono stati ripristinate le chiavi e gli sportelli rotti.



## Come è venuto a conoscenza del Museo

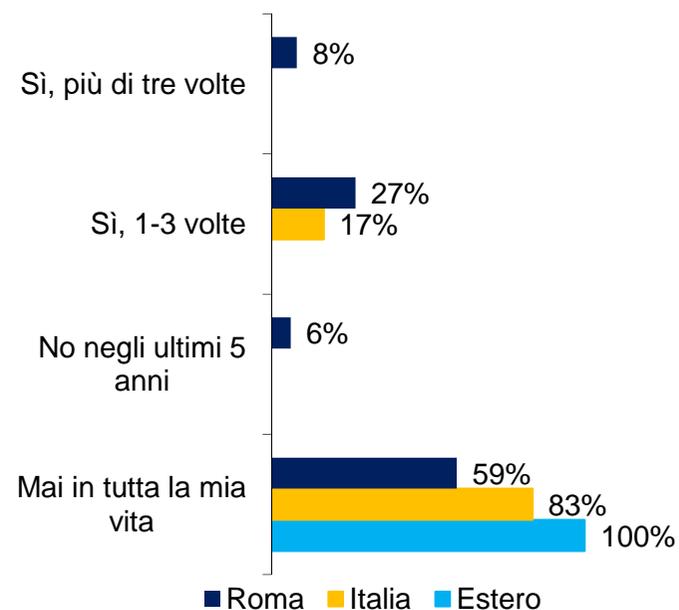
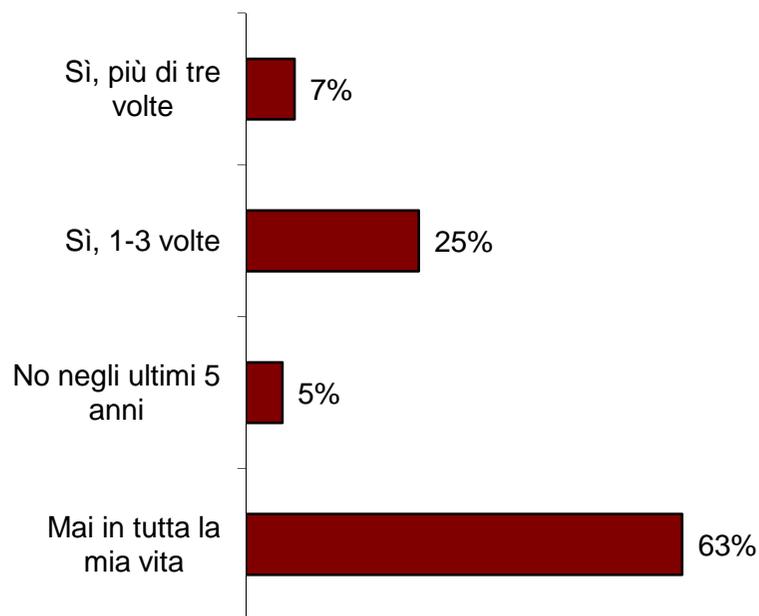
Il principale mezzo di comunicazione attraverso cui i visitatori intervistati vengono a conoscenza del museo è “scuola/università” (48%, nel 2011 era 20%, ciò è dovuto alla maggiore presenza di scolaresche durante i giorni infrasettimanali in cui è stata svolta l’indagine). Poi seguono “passaparola” (in diminuzione da 39% a 28%,) e il canale web (in lieve discesa da 20% a 15%). Risulta significativo che i romani siano venuti a sapere del museo principalmente tramite “scuola/università” (56%), mentre i visitatori italiani soprattutto attraverso il “passaparola” (50%). Gli stranieri invece hanno utilizzato la “guida cartacea” (60%).



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 63% dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo, mentre il 25% è già venuto nell'ultimo anno.

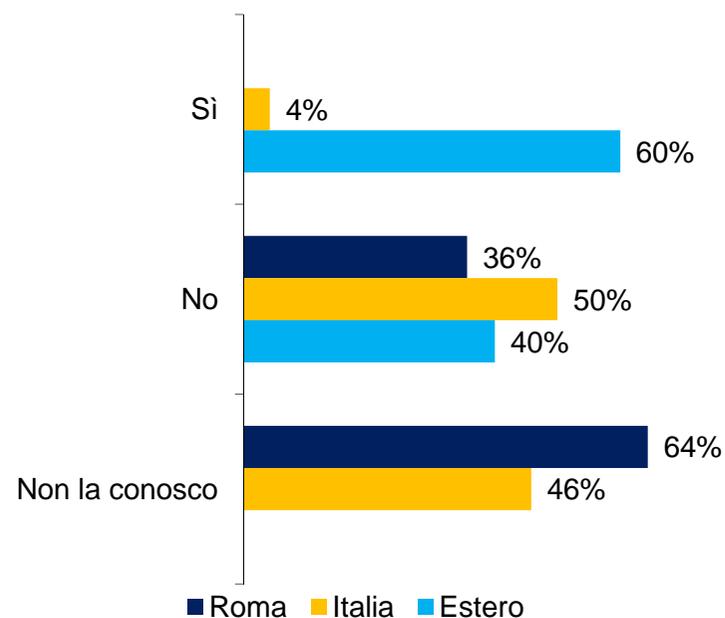
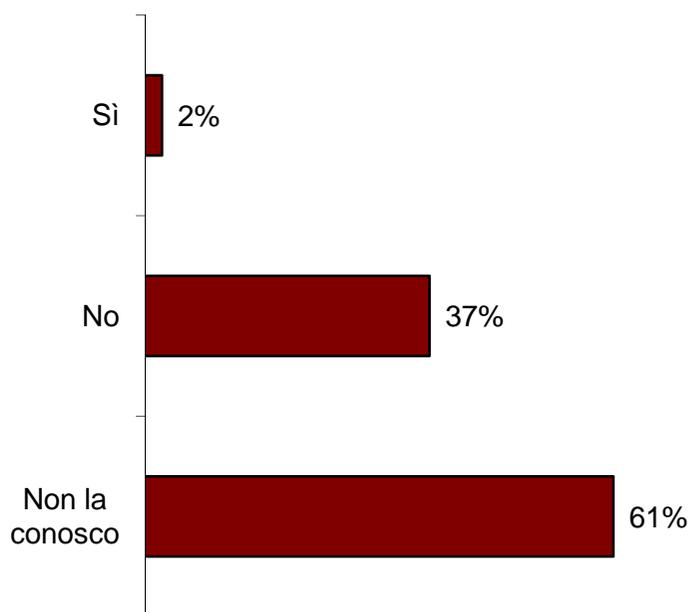
Risulta significativo che i romani sono tra i visitatori abituali del museo (35% sul totale), mentre la quasi totalità dei visitatori italiani non vi si è mai recato, così come tutti gli stranieri.



## Ha usato la Roma Pass

A tale domanda è risultato che solo il 2% dei visitatori ha utilizzato la Roma Pass per entrare nel museo; il 37% del campione intervistato non l'ha usata ma la conosce, mentre il 61% non la conosce affatto.

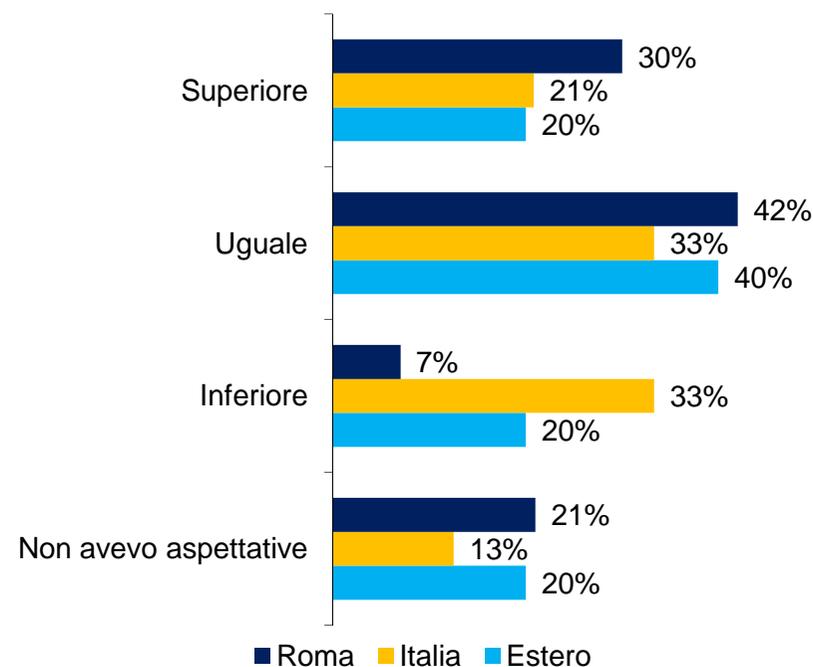
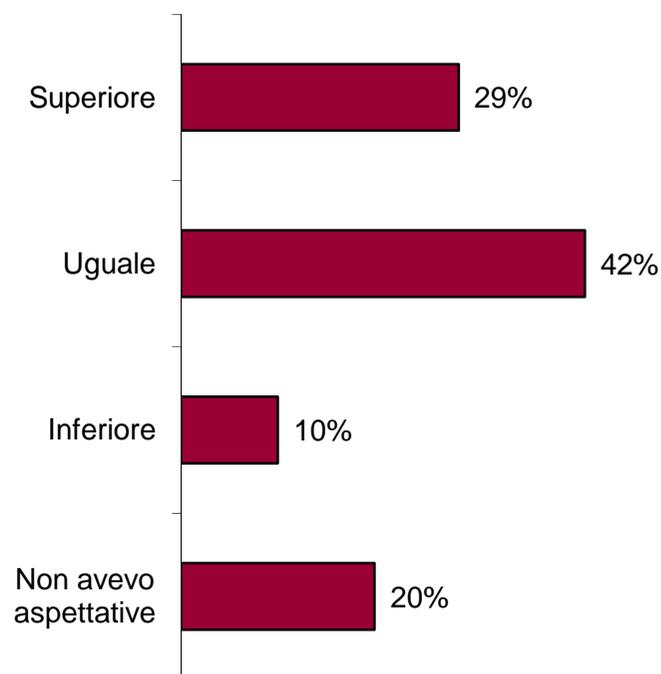
Il 60% di turisti stranieri ha usato la Roma Pass per accedere, mentre il 46% dei visitatori italiani ha affermato di non conoscerla affatto.



## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 42% dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo sia stata "uguale alle aspettative" (in calo rispetto al 57% del 2012), per il 29% è stata "superiore" (nel 2012 era il 34%), mentre per il 10% è stata inferiore alle aspettative.

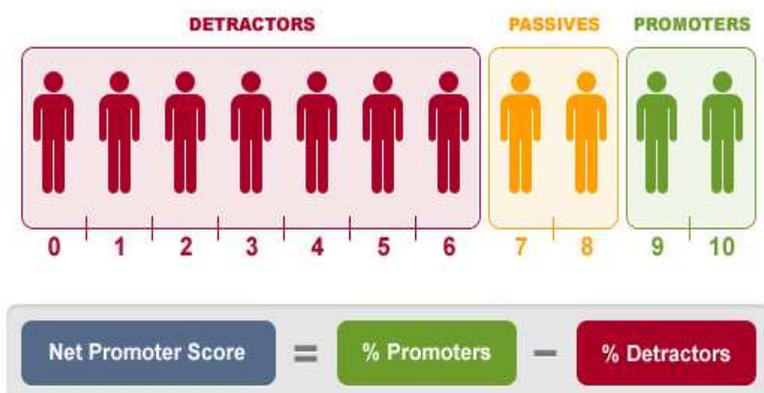
Risulta significativo che il 30% dei romani ha avuto un giudizio superiore alle aspettative, mentre per il 33% degli italiani è stato uguale. Il 20% degli stranieri non aveva aspettative prima di entrare nel museo.



## Con quale probabilità consiglierebbe questo museo ad un amico

La fedeltà è l'elemento su cui si deve puntare, e questo indicatore contiene al suo interno la relazione tra fedeltà e raccomandazione. Chiedendo all'intervistato di rispondere alla domanda "Consiglierebbe questo museo un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottiene che la differenza tra la percentuale dei promotori (cioè di coloro che si ritengono soddisfatti/molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10) e i detrattori (utenti insoddisfatti con valutazione da 0 -6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di pubblico che consiglierà il museo è pari a 29%.

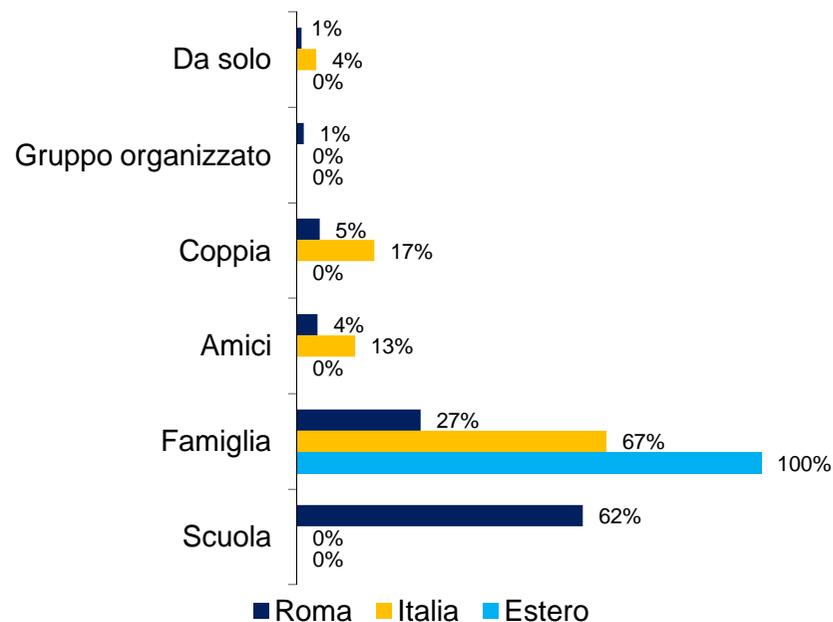
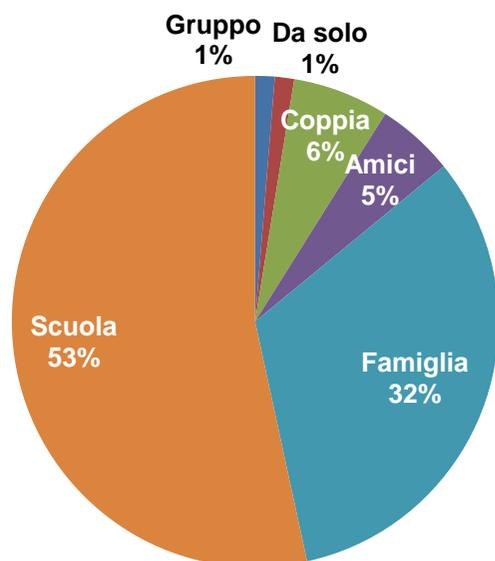


### Consiglierebbe questo museo ad un amico

NET PROMOTER SCORE Planetario e Museo Astronomico 2013										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	2	6	6	11	34	79	53	40
0%	0%	0%	1%	3%	3%	4%	15%	34%	23%	17%
<b>DETRATTORI = 11%</b>							<b>PASSIVI = 49%</b>	<b>PROMOTORI = 40%</b>		
<b>40% - 11% = 29%</b>										

## Con chi ha visitato il Museo

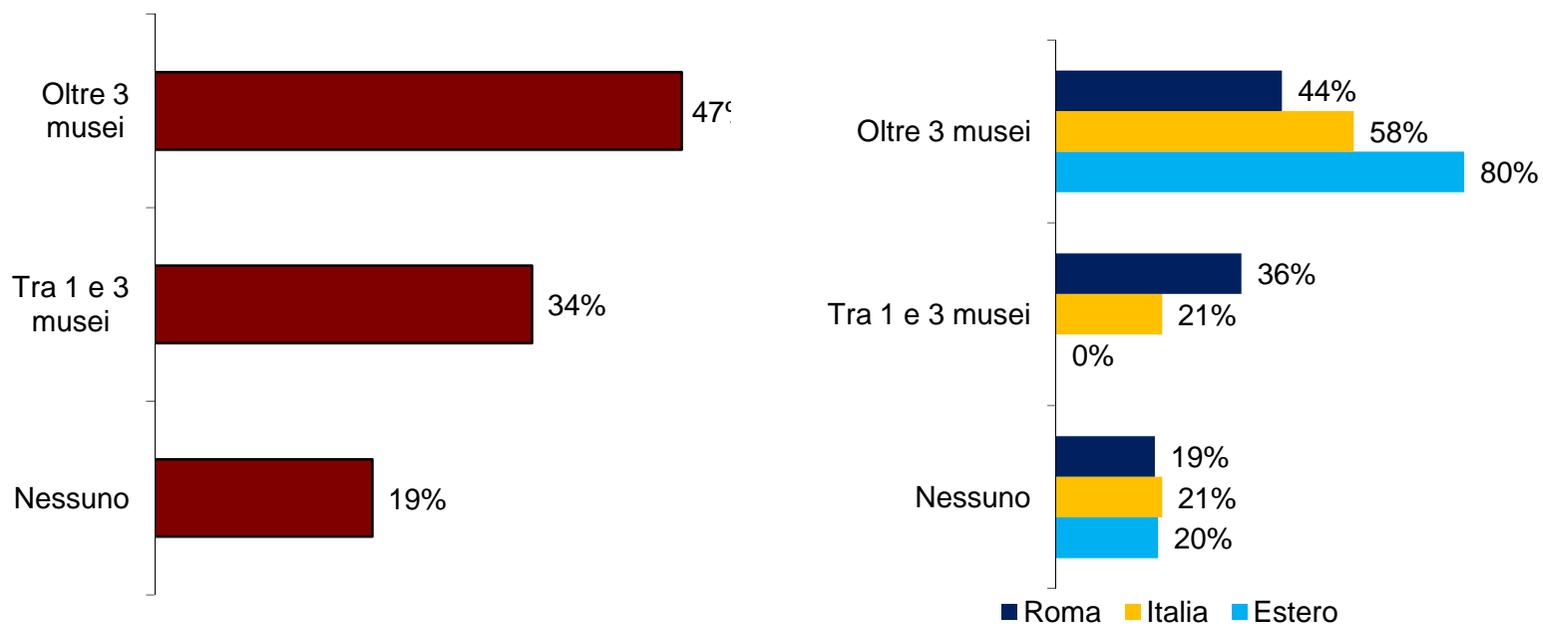
Il 53% del pubblico intervistato ha visitato il museo con la scuola e il 32% con la famiglia. Risulta significativo che rispetto alla provenienza i cittadini romani giungano prevalentemente con la scuola (62%), i turisti stranieri in famiglia (100%) come gli italiani (67%).



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 47% degli intervistati dichiara di aver visitato oltre 3 musei nell'ultimo anno e il 34% tra 1 e 3 musei all'anno. Il 19% invece non ha visitato alcun museo nell'ultimo anno.

Pur non risultando significativo si nota che la quasi totalità dei visitatori stranieri frequenti i musei (80%), mentre il 36% dei romani ha visitato tra 1 e 3 musei nell'ultimo anno.

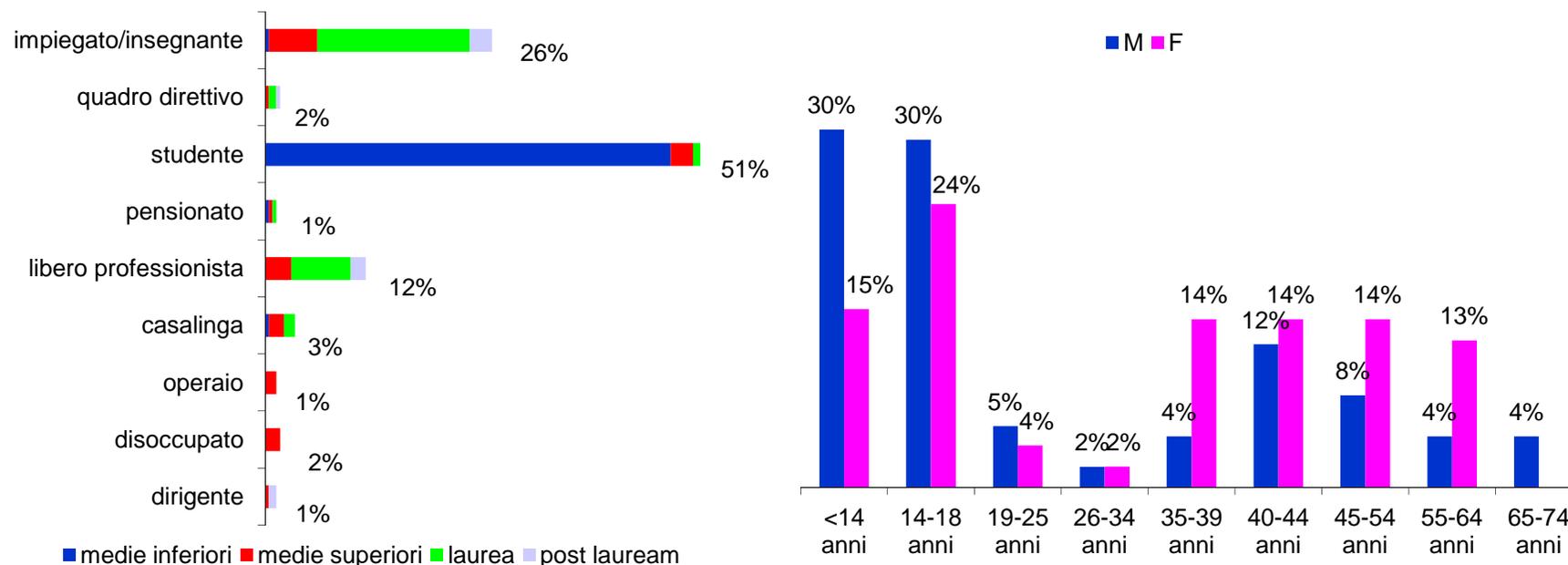


## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Rispetto ai dati dell'indagine precedente, quest'anno prevale il genere maschile (51%, nel 2012 era 38%), soprattutto tra i minorenni e nella fascia 65-74 anni.

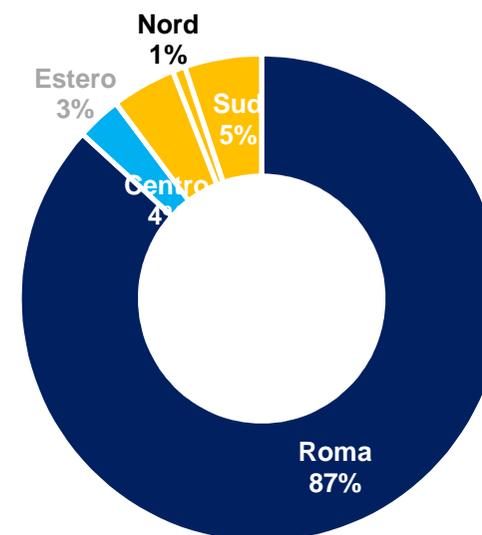
Le fasce d'età più rappresentate sono quelle sotto i 18 anni (49%, nel 2012 erano il 27% sul campione totale), le persone tra i 35 e i 44 anni scendono invece da 33% a 23%.

Il 49% del campione totale dichiara di avere un diploma di licenza media inferiore (nel 2012 era 31%). Rispetto all'anno scorso si conferma una predominanza di studenti (51%, nel 2012 erano 34%), mentre scendono gli occupati dipendenti (da 41% a 26%).

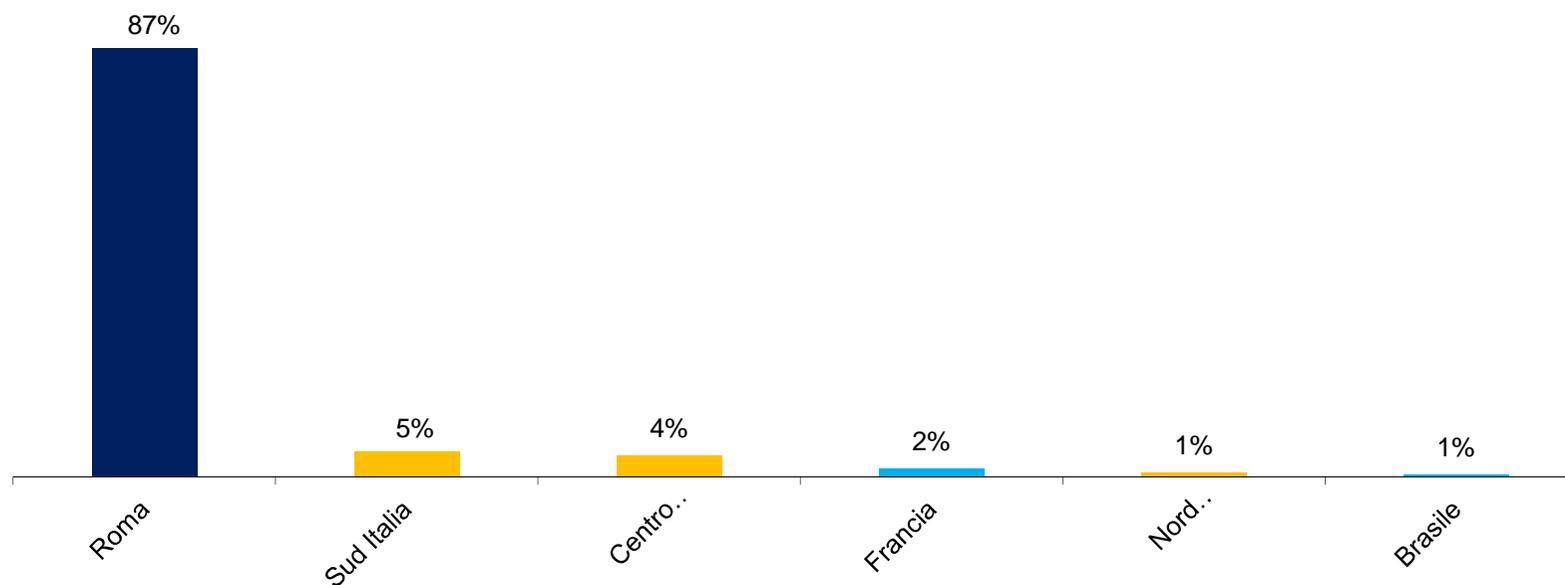


## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il Planetario è frequentato prevalentemente da visitatori romani (87%, in aumento rispetto al 77% del 2012); diminuiscono invece i turisti italiani (da 18% a 10%) mentre gli stranieri rimangono pressoché invariati (da 3% a 2%). Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



## Correlazione di Spearman 1/2

I coefficienti delle variabili risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Segnaletica esterna	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia degli spazi	Personale in libreria	Libreria	Esperienza generale
Segnaletica esterna	1,000	,259**	,315**	,697**	,382**	,296**	,401**	,309**	,268**	,445**	,156*	,147*	,319**	,344**	,341**
Orari di apertura	,259**	1,000	,344**	,345**	,204	,271**	,208**	,173*	,136	,143	,096	,122	,255*	,128	,233**
Personale in biglietteria	,315**	,344**	1,000	,466**	,672**	,303**	,324**	,208*	,395**	,482**	,292**	,352**	,380**	,266*	,425**
Materiale all'accoglienza	,697**	,345**	,466**	1,000	,646**	,571**	,643**	,597**	,547**	,637**	,412**	,405**	,509**	,540**	,631**
Guardaroba	,382**	,204	,672**	,646**	1,000	,543**	,587**	,563**	,647**	,569**	,418**	,386**	,505**	,516**	,497**
Collezione	,296**	,271**	,303**	,571**	,543**	1,000	,593**	,596**	,401**	,426**	,400**	,380**	,495**	,469**	,631**
Supporti informativi	,401**	,208**	,324**	,643**	,587**	,593**	1,000	,658**	,456**	,467**	,438**	,398**	,575**	,380**	,557**
Supporti digitali	,309**	,173*	,208*	,597**	,563**	,596**	,658**	1,000	,352**	,412**	,331**	,352**	,504**	,436**	,552**
Personale in sala	,268**	,136	,395**	,547**	,647**	,401**	,456**	,352**	1,000	,584**	,447**	,462**	,435**	,293**	,455**
Segnaletica interna	,445**	,143	,482**	,637**	,569**	,426**	,467**	,412**	,584**	1,000	,389**	,385**	,504**	,676**	,523**
Posti a sedere	,156*	,096	,292**	,412**	,418**	,400**	,438**	,331**	,447**	,389**	1,000	,503**	,282*	,319**	,442**
Pulizia degli spazi	,147*	,122	,352**	,405**	,386**	,380**	,398**	,352**	,462**	,385**	,503**	1,000	,508**	,367**	,433**
Personale in libreria	,319**	,255*	,380**	,509**	,505**	,495**	,575**	,504**	,435**	,504**	,282*	,508**	1,000	,646**	,545**
Libreria	,344**	,128	,266*	,540**	,516**	,469**	,380**	,436**	,293**	,676**	,319**	,367**	,646**	1,000	,509**
Esperienza generale	,341**	,233**	,425**	,631**	,497**	,631**	,557**	,552**	,455**	,523**	,442**	,433**	,545**	,509**	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 di Spearman 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 del museo (cioè quelli che presentavano il doppio o singolo asterisco).

Al Planetario e Museo Astronomico gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: **materiale all'accoglienza, collezione, supporti informativi e supporti digitali, personale in libreria e segnaletica interna.**

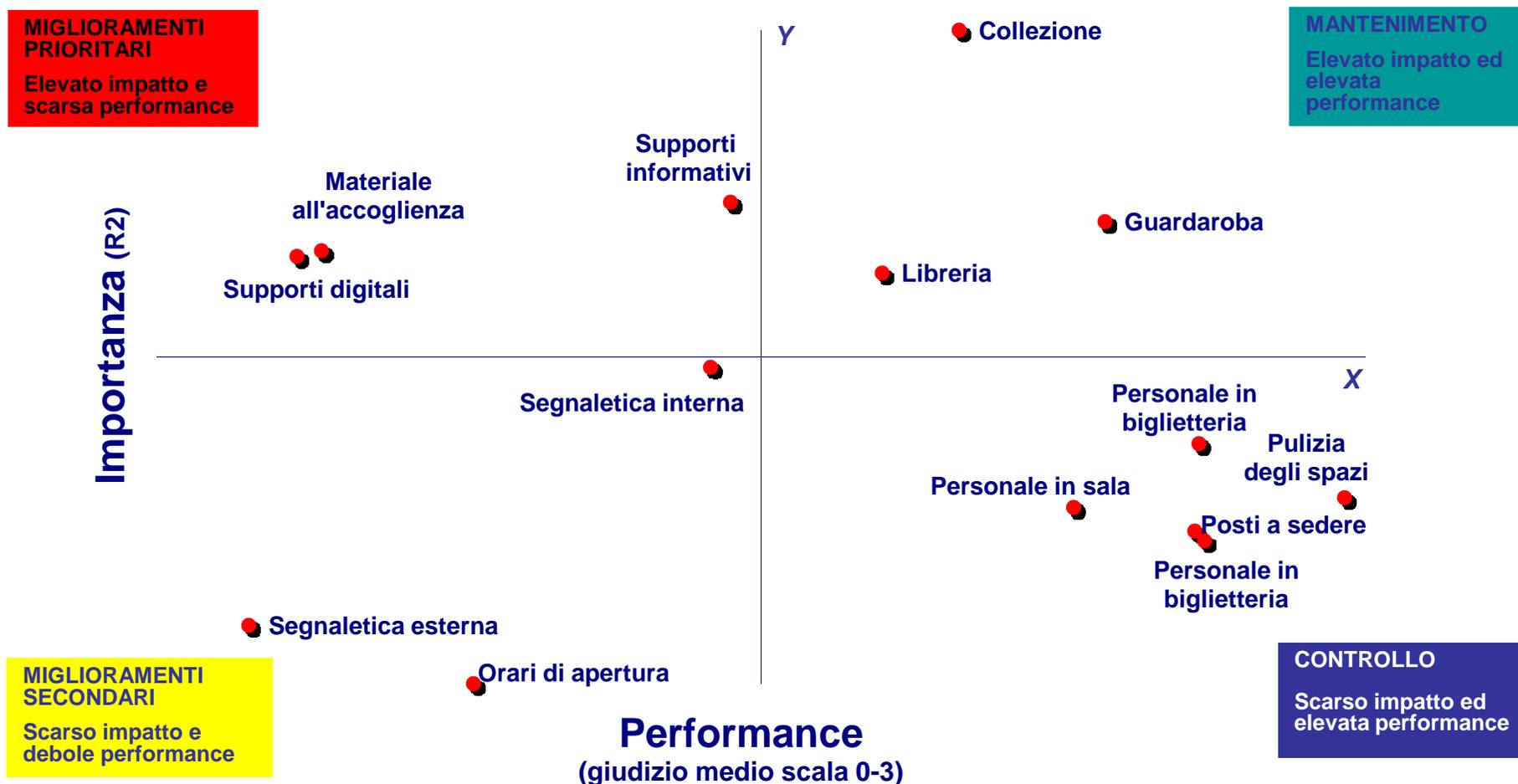
Nessuno degli aspetti oggetto d'indagine ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Materiale all'accoglienza	,631
Collezione	,631
Supporti informativi	,557
Supporti digitali	,552
Personale in libreria	,545
Segnaletica interna	,523
Libreria	,509
Guardaroba	,497
Personale in sala	,455
Posti a sedere	,442
Pulizia degli spazi	,433
Personale in biglietteria	,425
Segnaletica esterna	,341
Orari di apertura	,233

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La collezione, il guardaroba e la libreria risultano gli aspetti più soddisfacenti e importanti. I supporti informativi, il materiale all'accoglienza e i supporti digitali si collocano tra i miglioramenti prioritari (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.

## Cluster Analysis

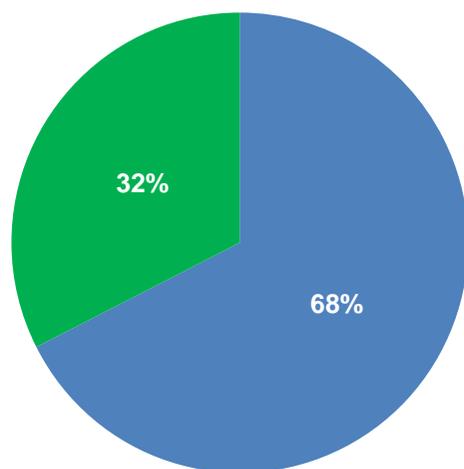
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (con 158 casi nel primo cluster e 76 nel secondo).

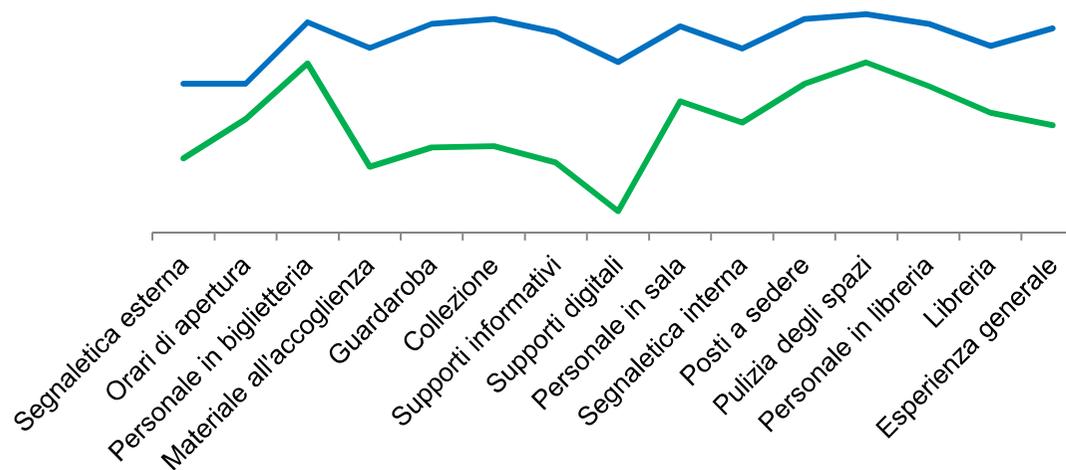
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto soddisfacente, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** hanno un livello di soddisfazione complessivo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

**Cluster 1 Sono i Deliziati, soprattutto uomini, minorenni, studenti, con licenza media inferiore, non conoscono la Roma Pass, vengono con la scuola, attraverso cui conoscono il museo, hanno un giudizio superiore alle aspettative**

**Cluster 2 Sono i Soddisfatti, soprattutto donne, tra i 35 e i 44 anni, impiegati/insegnanti, laureati, non utilizzano la Roma Pass, vengono in famiglia, conoscono il museo tramite passaparola, hanno un giudizio uguale alle aspettative**



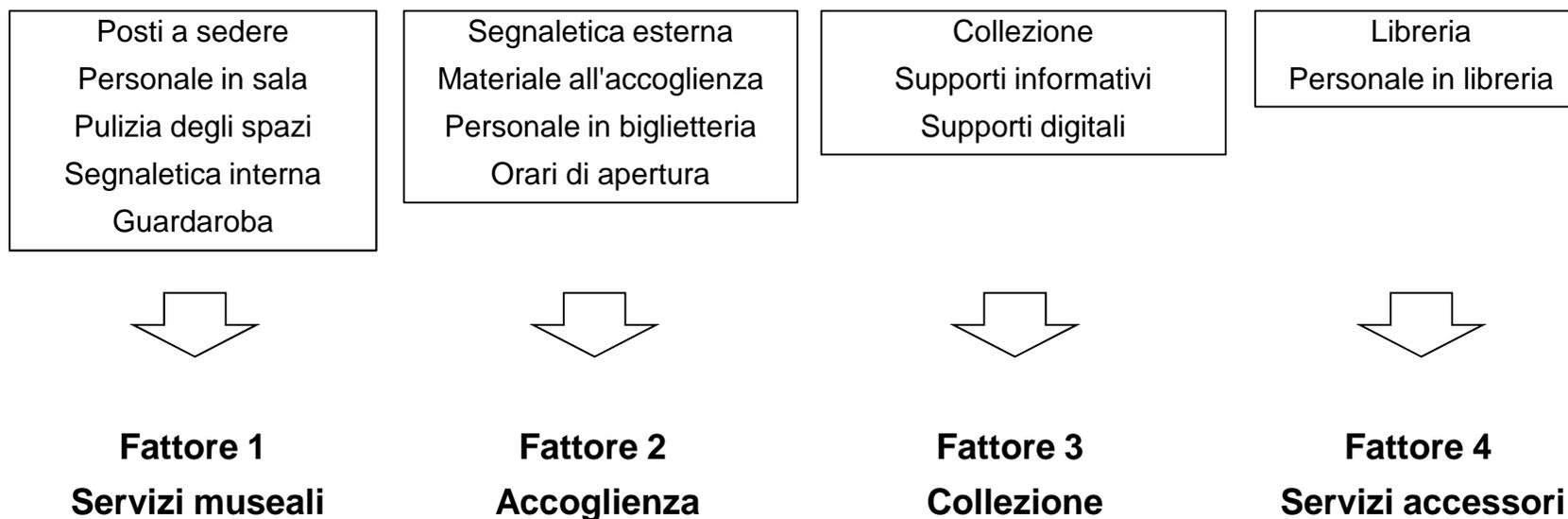
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Analisi Fattoriale

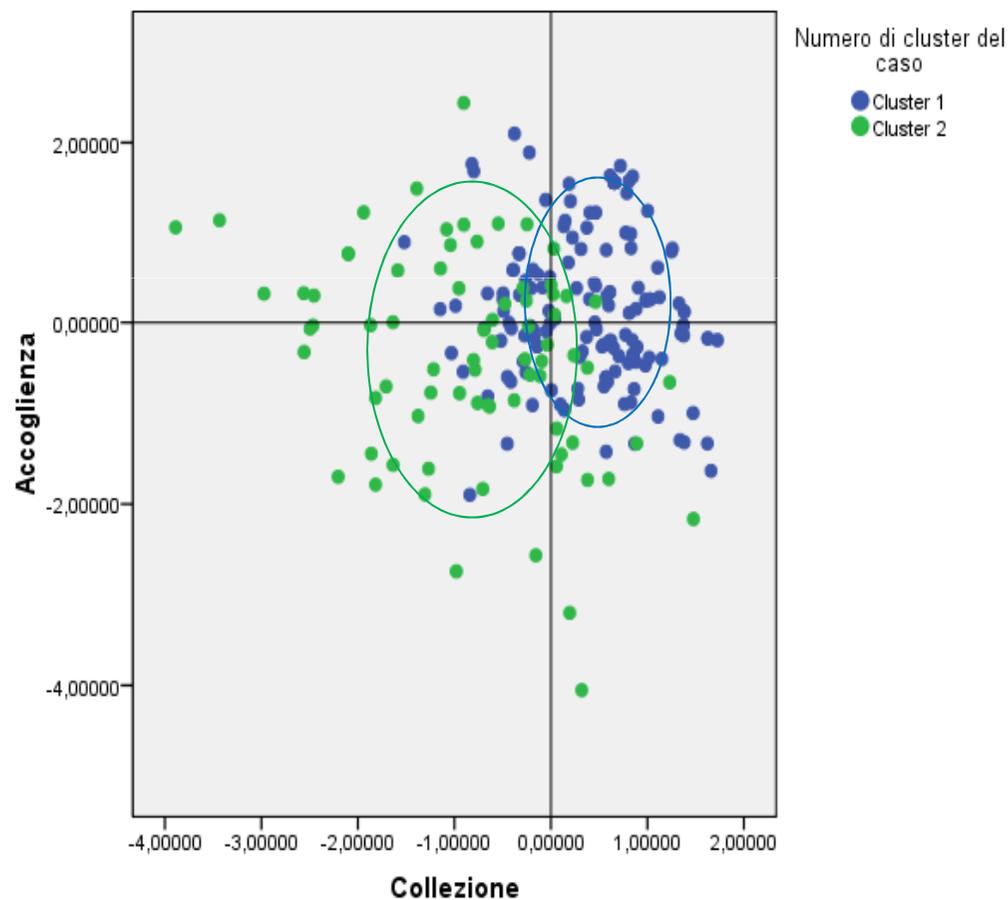
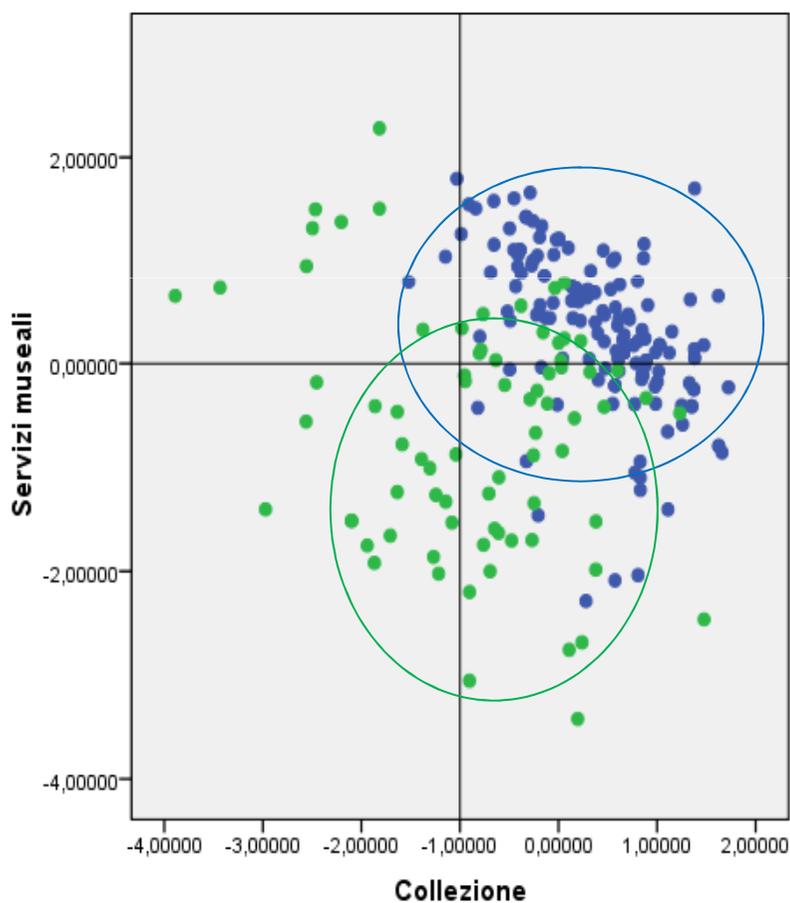
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Con un numero limitato di variabili oggetto d'indagine sono stati identificati statisticamente i **4 Fattori** seguenti:



## Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dai grafici, il Cluster 1 dei “Deliziati”, mostra un buon apprezzamento per tutti i fattori, soprattutto per il Fattore 3 “Collezione”, mentre il Cluster 2 dei “Soddisfatti” è più critico.



## Suggerimenti

**ELOGI** spettacolo molto bello (19), altro (1). **Totale 20.**

**NIENTE** da migliorare. **Totale 111.**

---

**SUPPORTI DIGITALI** pochi, poco interattivi, non funzionanti, non si capisce funzionamento. **Totale 62.**

**SEGNALETICA ESTERNA** per arrivare, da vie limitrofe e metro. **Totale 30.**

**ORARI DI APERTURA** anche di pomeriggio, anticipare spettacoli bambini, prolungare la sera nel weekend. **Totale 20.**

**SUPPORTI INFORMATIVI** più informazioni, da aggiornare, datati, anche in altre lingue. **Totale 20.**

**SPETTACOLI** non adatto ai bambini, semplificare, noioso, aggiornare la tecnologia, variare tipologia. **Totale 16.**

**GENERALE** museo non mi è piaciuto, da modernizzare. **Totale 10.**

**POSTI A SEDERE** pochi, anche nel museo, antiestetici, poco inclinati. **Totale 7.**

**BROCHURE** manca, poche informazioni. **Totale 7.**

**COLLEZIONE** opere vecchie. **Totale 6.**

**PUBBLICITÀ** da aumentare. **Totale 6.**

**DIDATTICA** fare visite guidate con astronomi (5), altro (1). **Totale 6.**

**ALTRO.** **Totale 18.**

**TOTALE 208 Suggerimenti**  
**Planetario e Museo Astronomico 2013**



Allegato 1: Retro del  
questionario

22. **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*.....

23. **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*

24. **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:**  M     F

**Titolo di studio/Education:**  scuola dell'obbligo/ *primary school*     diploma superiore/ *high school*  
 laurea/ *degree*     specializzazione post laurea/ *postgraduate*

**Professione/Job:**

<input type="checkbox"/> impiegato-insegnante/ <i>employee-teacher</i>	<input type="checkbox"/> coadiuvante/ <i>family helper</i>
<input type="checkbox"/> dirigente/ <i>manager</i>	<input type="checkbox"/> apprendista/ <i>apprentice</i>
<input type="checkbox"/> direttivo-quadro/ <i>executive</i>	<input type="checkbox"/> casalinga/ <i>housewife</i>
<input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i>	<input type="checkbox"/> operaio/ <i>workman</i>
<input type="checkbox"/> pensionato/ <i>retired</i>	<input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ <i>unemployed-first job seeker</i>
<input type="checkbox"/> libero professionista-imprenditore/ <i>freelance-businessman</i>	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i>
<input type="checkbox"/> altro/other_____	

**Provenienza/Provenance:**  Roma/ *Rome*  
 Altra provincia italiana/ *Other Italian province (specificare)* \_\_\_\_\_  
 Altra nazionalità/ *Other nationality (specify)* \_\_\_\_\_