



Indagini di Customer Satisfaction

Casina delle Civette

1 – 6 Ottobre 2013

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 05/03/2014*

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 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 125 questionari distribuiti a campione attraverso interviste dirette dall'1 al 6 ottobre 2013 presso la Casina delle Civette (gli intervistati rappresentano il 19% degli ingressi totali al museo, con un incremento del 25% 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 $\pm 4,53\%$.

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 era in corso mostra temporanea *Incontrarelecose. Cecilia Natale // Tessitura e Fiber Art - Enrico Pinto // Oreficeria e Ceramica*.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è ottimo, con una media di **2,66** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 100%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono il guardaroba (2,88), la pulizia degli spazi (2,86), la collezione (2,75) e gli orari di apertura (2,70).

Tutte le medie dei servizi oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,10, tranne per il materiale all'accoglienza, la segnaletica interna e i posti a sedere, che pur risultando abbastanza correlati all'esperienza generale e non si collocano tra miglioramenti prioritari, a parte questi ultimi.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in buona parte da cittadini romani (44%), pensionati (36%), in possesso di un titolo di laurea o superiore (48%), appartenenti alle fasce di età tra i 55 e i 74 anni (49%).

Il 39% dei visitatori è venuto in coppia, ed è alla prima visita del museo (74%) nonostante sia frequentatore di musei (79%). Il 2% dichiara di aver utilizzato la Roma Pass.

Il 30% degli intervistati ha conosciuto il museo attraverso "il passaparola", soprattutto cittadini.

Tabella riassuntiva

ICS Casina delle Civette 2013	Media	Mediana	Casi Validi	Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	% Deliziati (molto sodd)	% Per niente sodd	% Molto+Abb. sodd
Segnaletica esterna	2,01	2	108	17	,859	12%	31%	6%	77%
Orari di apertura	2,70	3	122	3	,496	0%	71%	0%	98%
Personale in biglietteria	2,56	3	103	22	,696	13%	65%	3%	94%
Materiale all'accoglienza	2,02	2	86	39	,811	30%	30%	3%	76%
Guardaroba	2,88	3	26	99	,326	76%	88%	0%	100%
Collezione	2,75	3	125	0	,452	0%	76%	0%	99%
Supporti informativi	2,51	3	119	6	,649	2%	59%	1%	93%
Personale in sala	2,39	3	106	19	,711	12%	50%	2%	91%
Segnaletica interna	2,50	3	116	9	,704	6%	59%	3%	95%
Posti a sedere	1,54	2	85	40	,839	28%	8%	14%	60%
Pulizia degli spazi	2,86	3	123	2	,369	0%	87%	0%	99%
Caffetteria	2,47	3	43	82	,592	64%	51%	0%	95%
Esperienza generale	2,66	3	125	0	,477	0%	66%	0%	100%

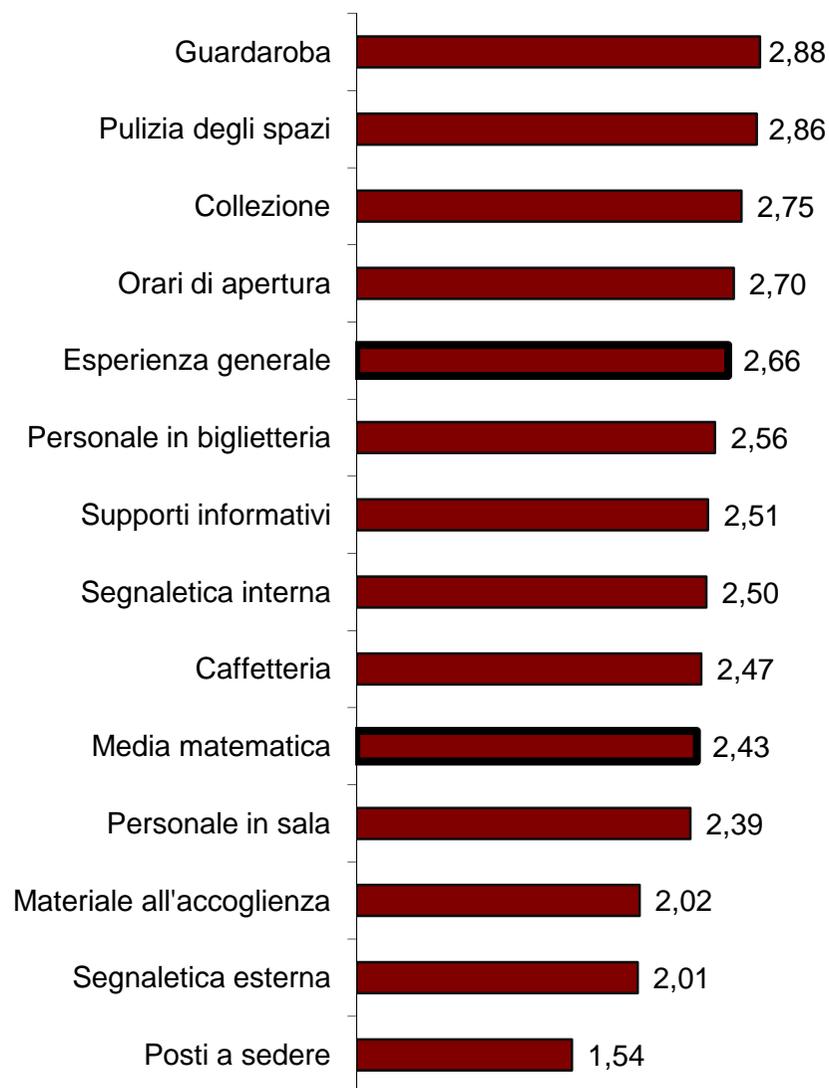
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,43).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

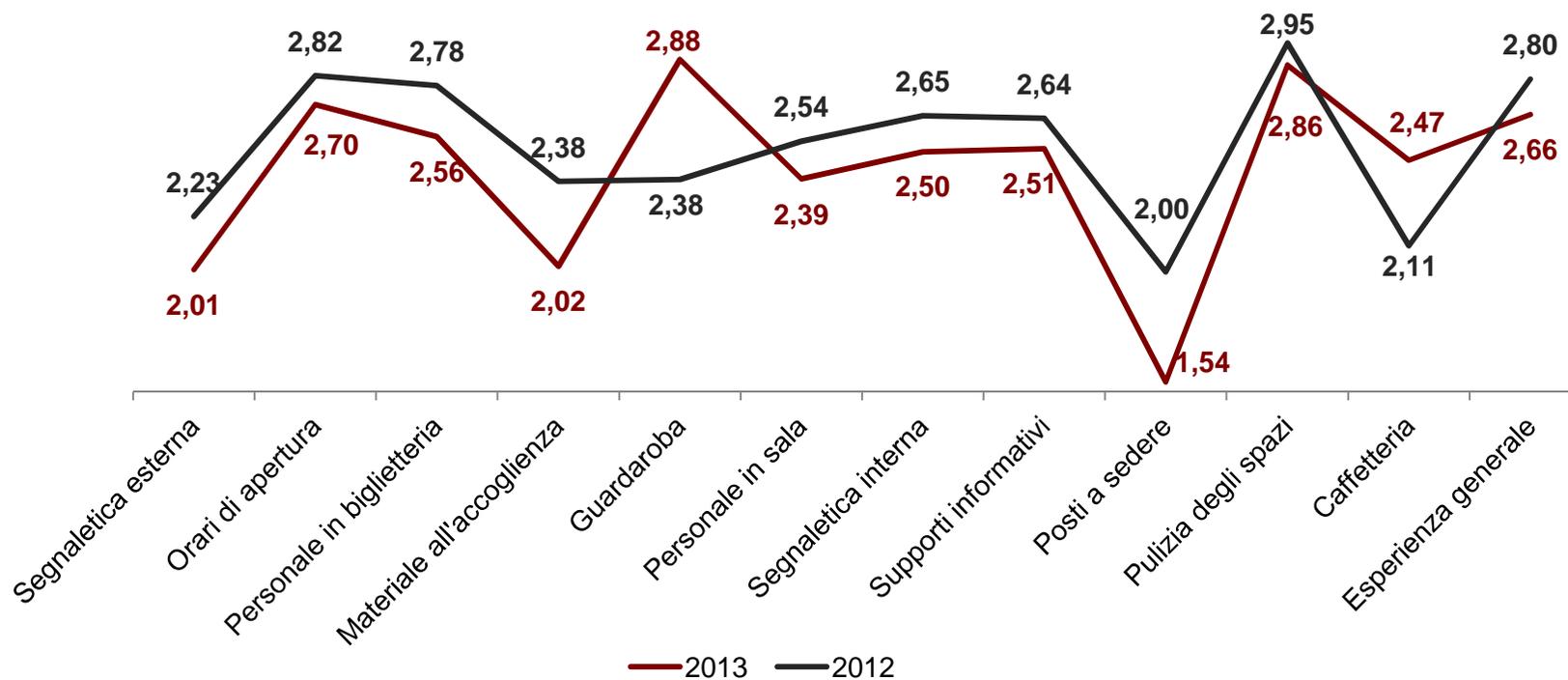
Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Al di sopra della media sull'esperienza generale si trovano i servizi che hanno una media di soddisfazione (2,66) molto elevata: **guardaroba, pulizia degli spazi, collezione e orari di apertura.**



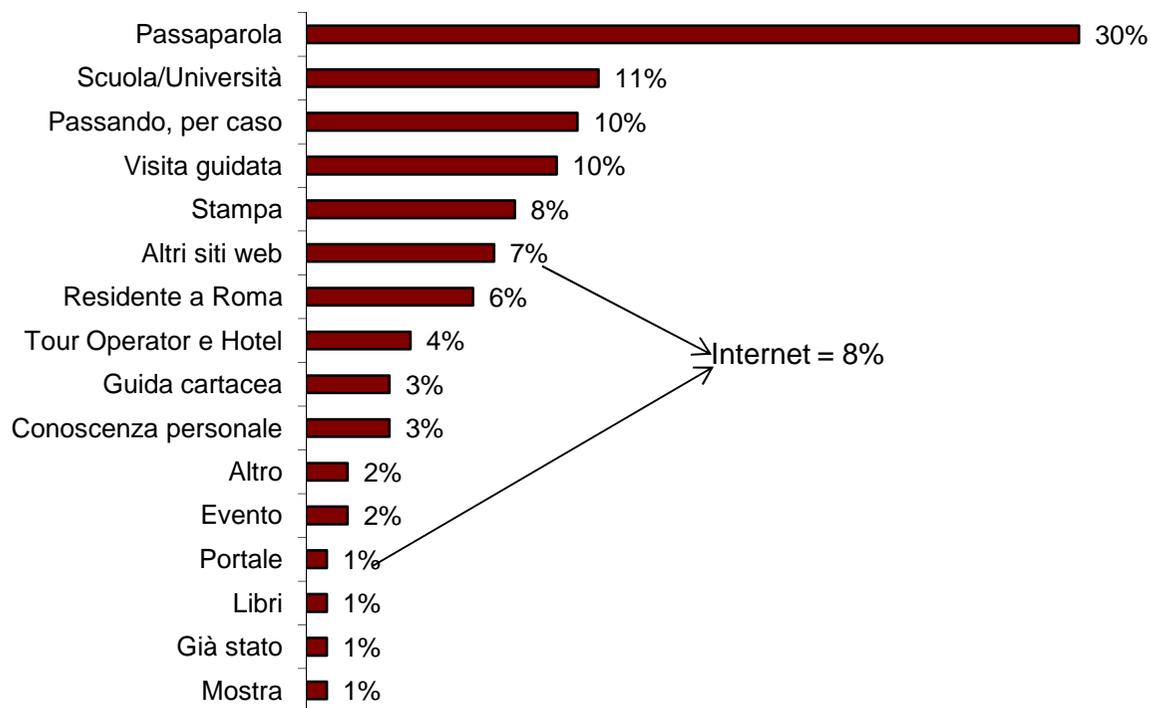
Analisi del trend 2012-2013

Il trend risulta piuttosto costante tra i due anni, registrando un lieve calo sulla maggior parte degli aspetti, che mantengono comunque una buona media di soddisfazione. Il giudizio sul guardaroba e sulla caffetteria aumenta rispetto allo scorso anno.



Come è venuto a conoscenza del Museo

Il passaparola si conferma il principale mezzo attraverso cui i visitatori intervistati vengono a conoscenza della Casina delle Civette (30%, come nel 2012; indice di apprezzamento del museo). Rispetto all'anno scorso aumenta la percentuale relativa a "scuola/università" (da 8% a 11%) e "passando, per caso" (da 4% a 10%). Scende la percentuale di chi afferma di avere una conoscenza personale pregressa (da 7% a 3%), mentre resta invariata quella relativa al canale web (8%). Risulta significativo che i romani vengano a conoscenza del museo principalmente col passaparola (28%) , mentre gli stranieri anche passando, per caso (22%).



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 74% dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo, mentre il 25% è già venuto nell'ultimo anno.

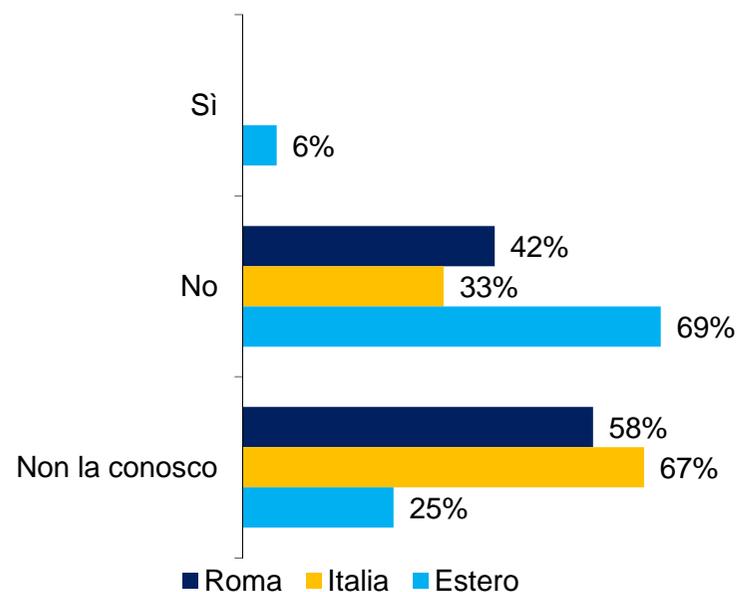
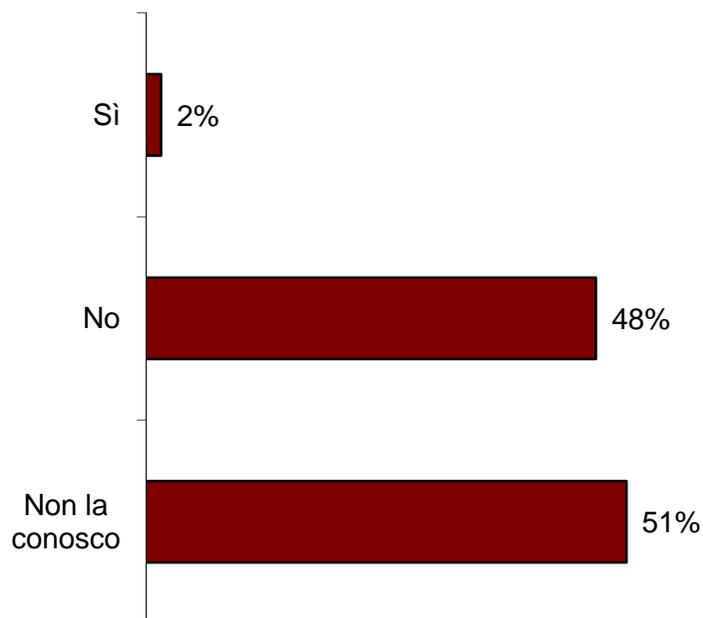
Risulta significativo che i romani sono tra i visitatori abituali del museo (52% sul totale), mentre la totalità dei visitatori italiani non vi si è mai recato.



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 48% del campione intervistato non l'ha usata ma la conosce, mentre il 51% non la conosce affatto.

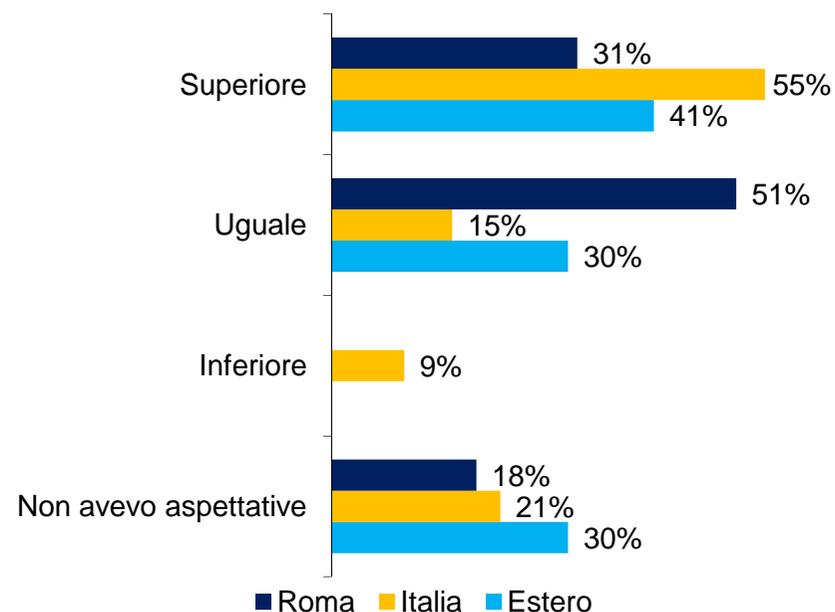
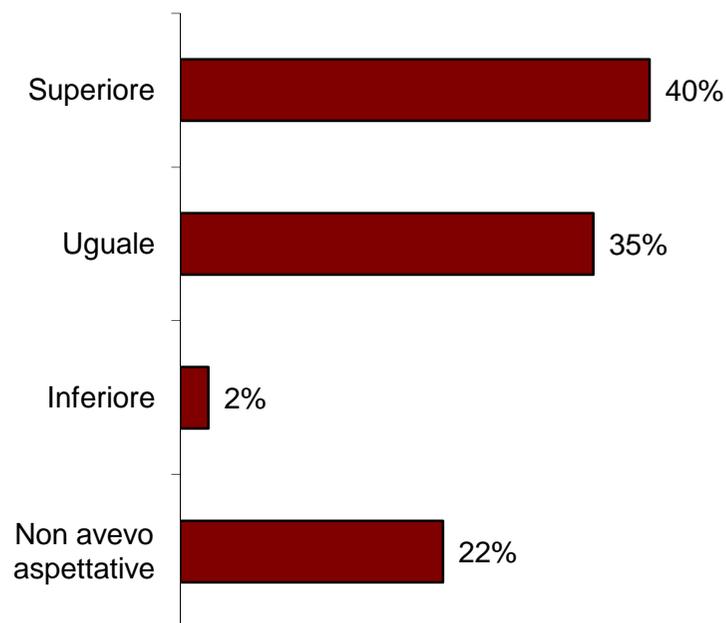
Il 69% di turisti stranieri non ha usato la Roma Pass per accedere ma la conosce, mentre il 67% dei visitatori italiani ha affermato di non conoscerla affatto.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 40% dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo sia stata "superiore alle aspettative" (in calo rispetto al 51% del 2012), per il 35% è stata "uguale" (nel 2012 era il 47%), mentre solo per il 2% è stata inferiore alle aspettative.

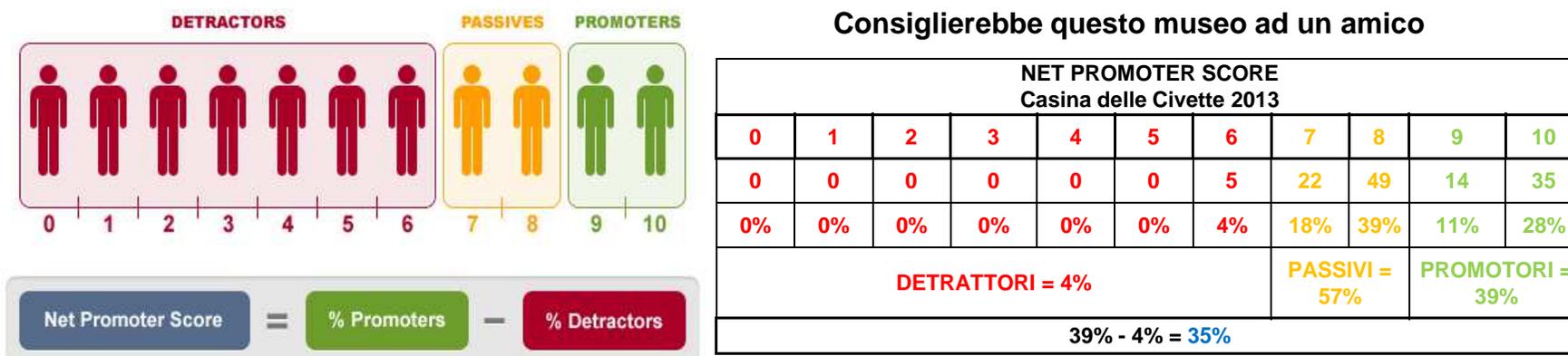
Risulta significativo che il 55% degli italiani ha avuto un giudizio superiore alle aspettative, mentre per il 51% dei romani è stato uguale. Il 30% degli stranieri non aveva aspettative prima di entrare nel museo.



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 ad un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottengono dei valori. 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 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene della manifestazione a cui hanno partecipato.

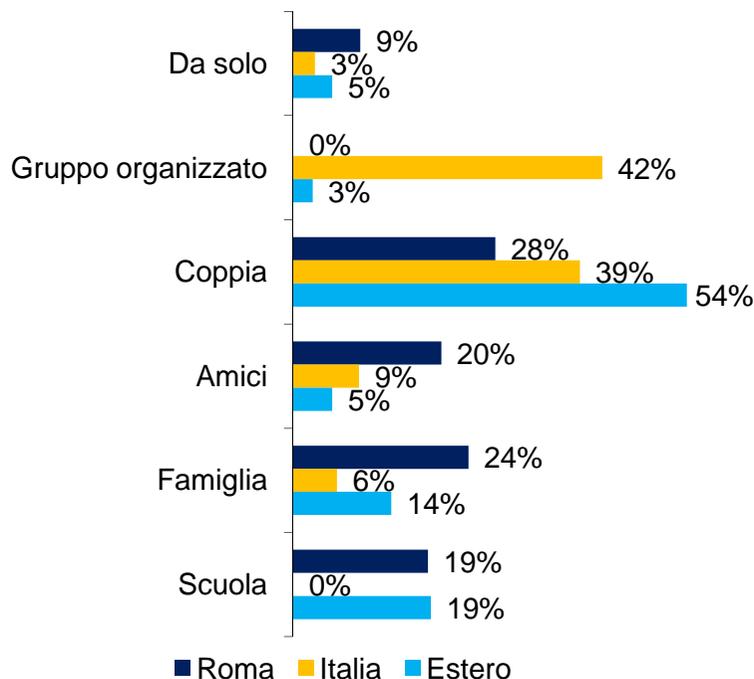
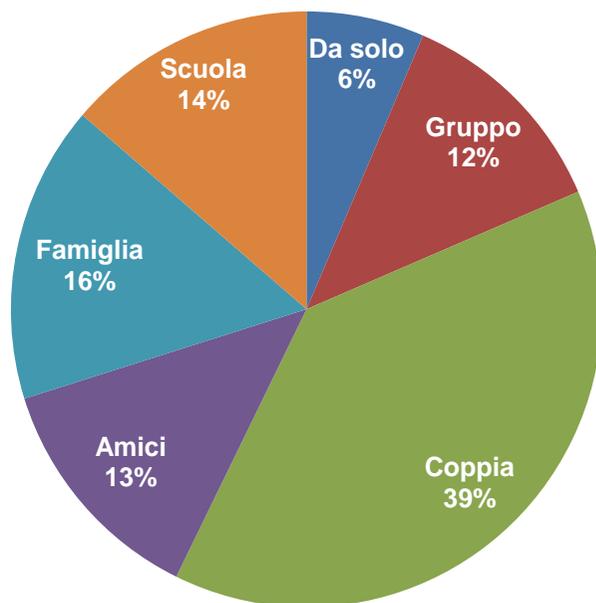
In questo caso la percentuale di pubblico che consiglierà il museo è pari a 35%.



Con chi ha visitato il Museo

Il 39% del pubblico intervistato ha visitato il museo in coppia, il 14% con la famiglia e il 14% con la scuola.

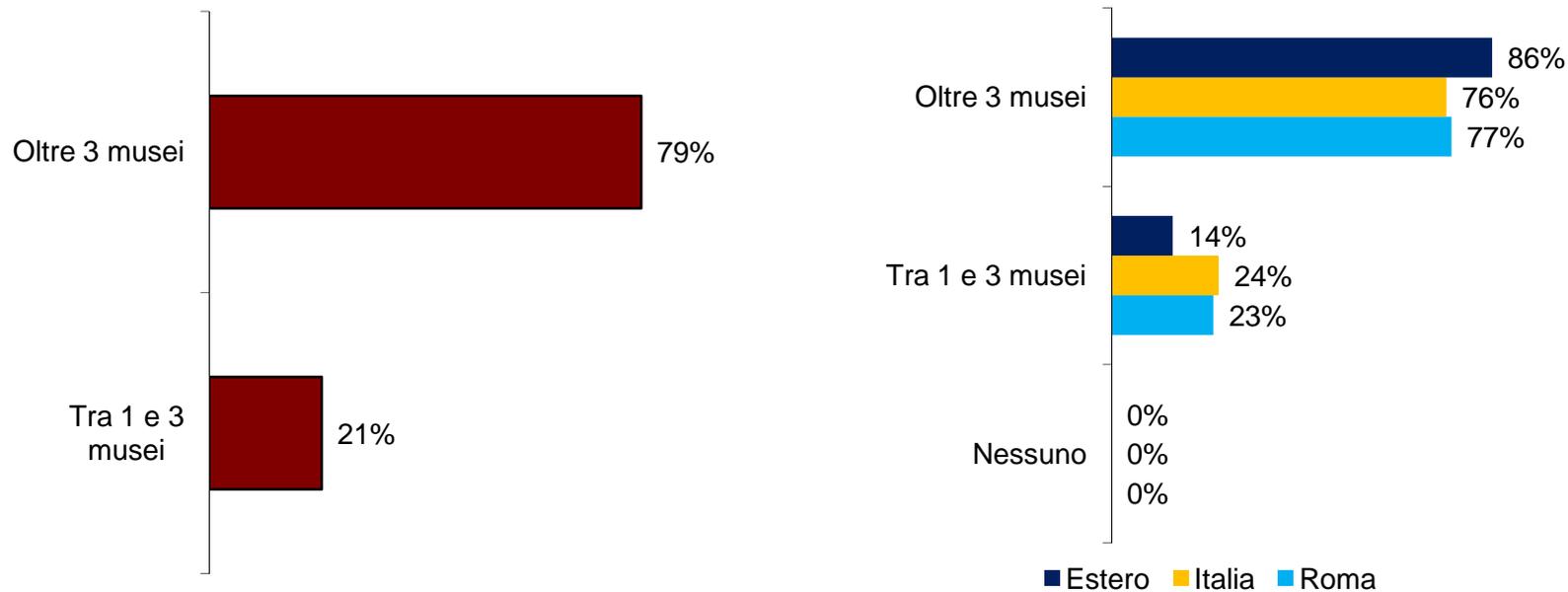
Risulta significativo che rispetto alla provenienza i cittadini romani, oltre che in coppia, giungono prevalentemente con la famiglia (24%), i turisti italiani in gruppo organizzato (42%), mentre i turisti stranieri oltre a venire in coppia (54%), visitano il museo con la scuola (19%).



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Tutti gli intervistati sono fruitori di spazi museali: il 79% degli intervistati dichiara di aver visitato oltre 3 musei nell'ultimo anno e il 21% tra 1 e 3 musei all'anno.

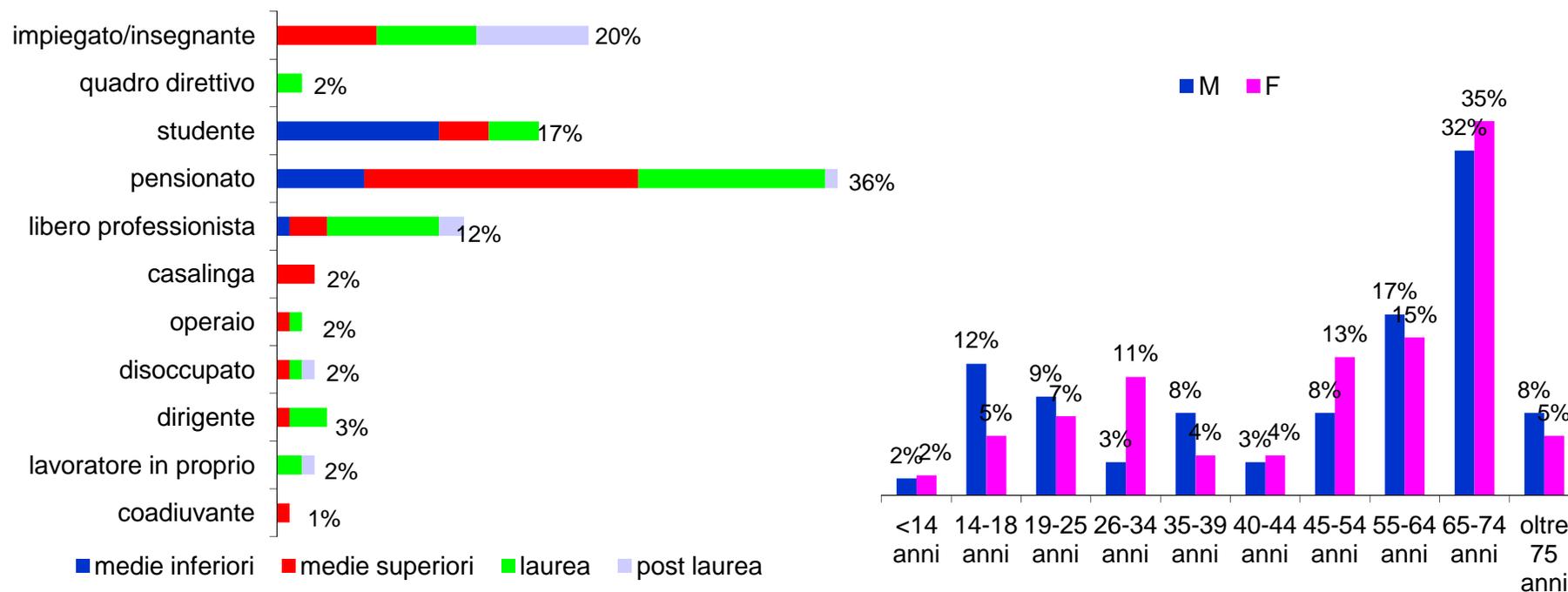
Pur non risultando significativo si nota che la quasi totalità dei visitatori frequenti i musei (soprattutto stranieri), mentre il 24% degli italiani ha visitato tra 1 e 3 musei nell'ultimo anno.



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

Rispetto ai dati dell'indagine precedente, quest'anno prevale il genere maschile (55%, nel 2012 era 35%), soprattutto per le fasce d'età tra i 14 e i 25 anni e tra i 35 e i 39 anni.

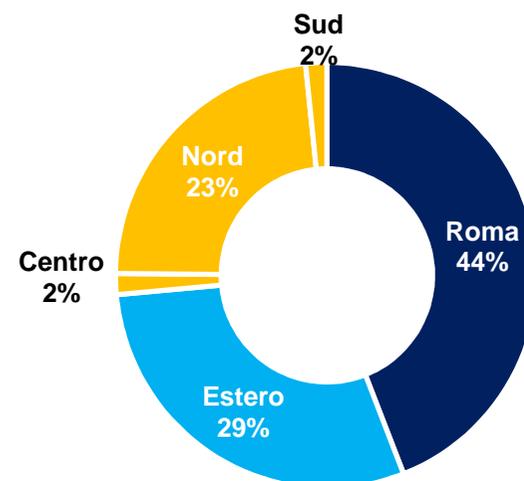
Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i 55 e 74 anni (49%, nel 2012 erano il 46% sul campione totale). Chi dichiara di avere un titolo di laurea o superiore passa da 83% nel 2012 a 48%. Rispetto all'anno scorso si conferma una predominanza di pensionati (36%, nel 2011 erano 38%), mentre scendono gli occupati dipendenti (da 22% a 20%).



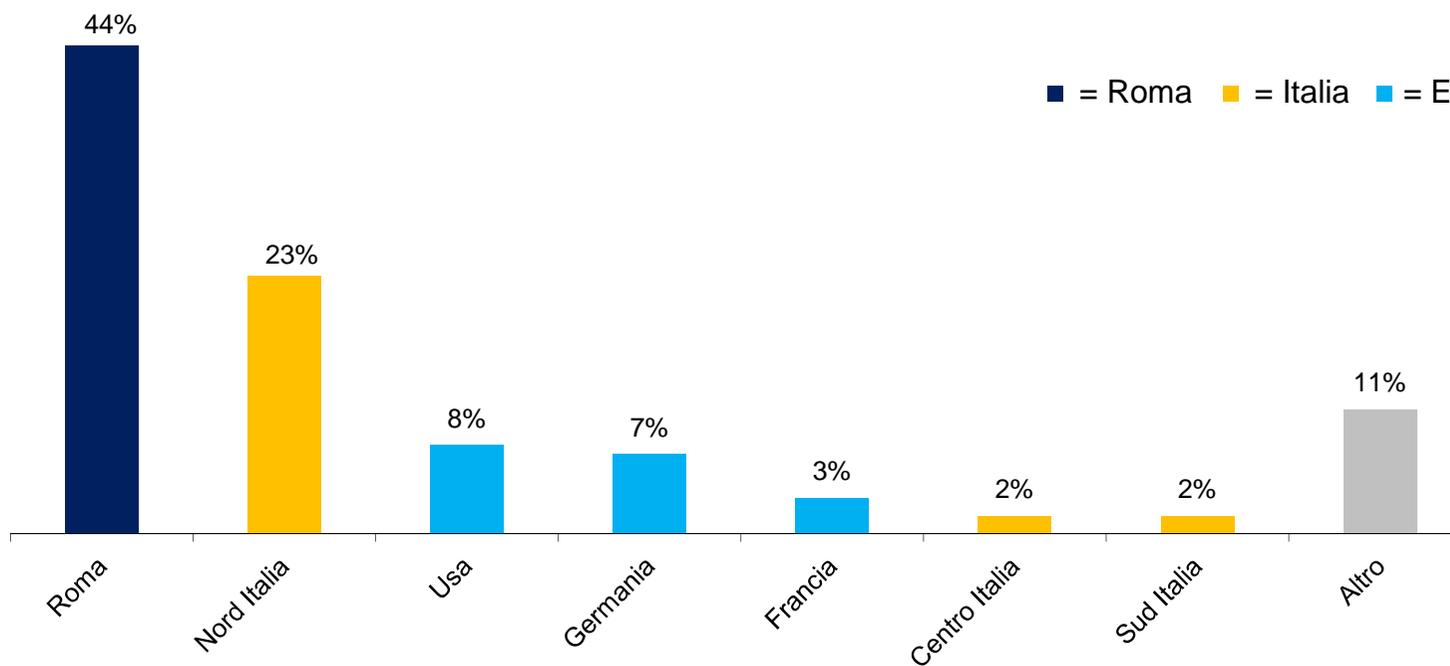
Analisi socio-demografica (provenienza)

La Casina delle Civette di Villa Torlonia si conferma quale museo frequentato prevalentemente da visitatori italiani (71%, di cui il 44% sono cittadini romani), mentre i turisti stranieri sono il 29% (erano l'11% del 2012), che aumentano rispetto all'anno scorso. Diminuiscono invece i romani (da 51% a 44%).

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	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia degli spazi	Caffetteria	Esperienza generale
Segnaletica esterna	1,000	,046	,034	,209	,032	,147	,131	,313**	,278**	,074	,097	,166	,242*
Orari di apertura	,046	1,000	,546**	,212	,357	,042	,339**	,220*	,281**	,176	,320**	-,061	,300**
Personale in biglietteria	,034	,546**	1,000	,384**	,349	-,055	,386**	,351**	,340**	,159	,489**	-,116	,275**
Materiale all'accoglienza	,209	,212	,384**	1,000	,177	,071	,278*	,134	,212	,356**	,170	-,068	,217*
Guardaroba	,032	,357	,349	,177	1,000	,350	,495*	,355	,327	-,048	,175	,000	,243
Collezione	,147	,042	-,055	,071	,350	1,000	,190*	,120	,138	-,099	,142	,193	,258**
Supporti informativi	,131	,339**	,386**	,278*	,495*	,190*	1,000	,173	,407**	-,052	,252**	-,024	,206*
Personale in sala	,313**	,220*	,351**	,134	,355	,120	,173	1,000	,312**	,252*	,154	-,268	,275**
Segnaletica interna	,278**	,281**	,340**	,212	,327	,138	,407**	,312**	1,000	,114	,112	,068	,386**
Posti a sedere	,074	,176	,159	,356**	-,048	-,099	-,052	,252*	,114	1,000	-,004	,087	,324**
Pulizia degli spazi	,097	,320**	,489**	,170	,175	,142	,252**	,154	,112	-,004	1,000	-,360*	,226*
Caffetteria	,166	-,061	-,116	-,068	,000	,193	-,024	-,268	,068	,087	-,360*	1,000	,222
Esperienza generale	,242*	,300**	,275**	,217*	,243	,258**	,206*	,275**	,386**	,324**	,226*	,222	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).

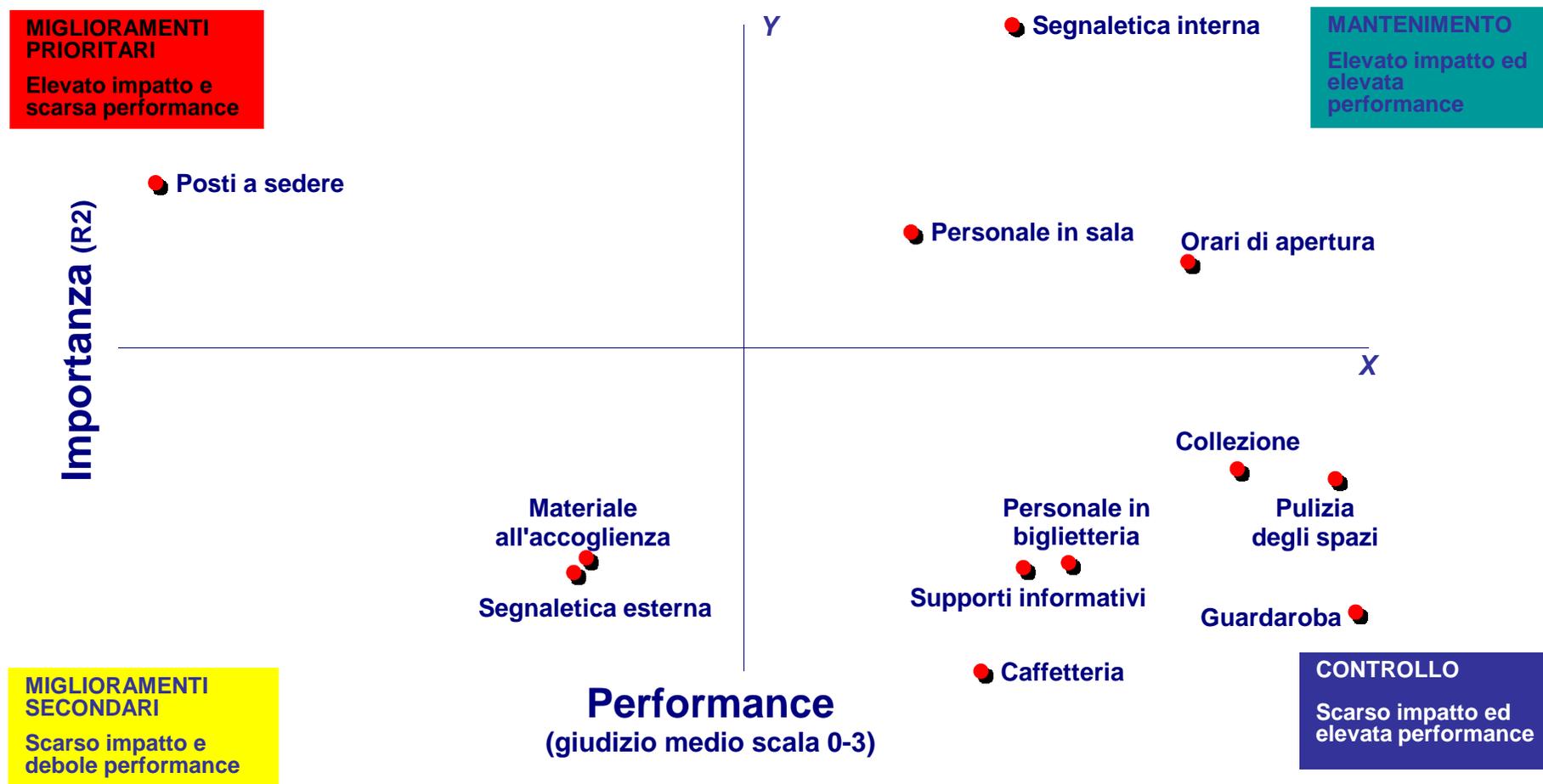
Alla Casina delle Civette gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: **segnaletica interna, posti a sedere, orari di apertura e personale in biglietteria.**

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

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale Casina delle Civette 2013	
Segnaletica interna	,386
Posti a sedere	,324
Orari di apertura	,300
Personale in biglietteria	,275
Personale in sala	,275
Collezione	,258
Segnaletica esterna	,242
Pulizia degli spazi	,226
Materiale all'accoglienza	,217
Supporti informativi	,206

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La segnaletica interna, gli orari di apertura e il personale in sala risultano gli aspetti più soddisfacenti e importanti. I posti a sedere 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

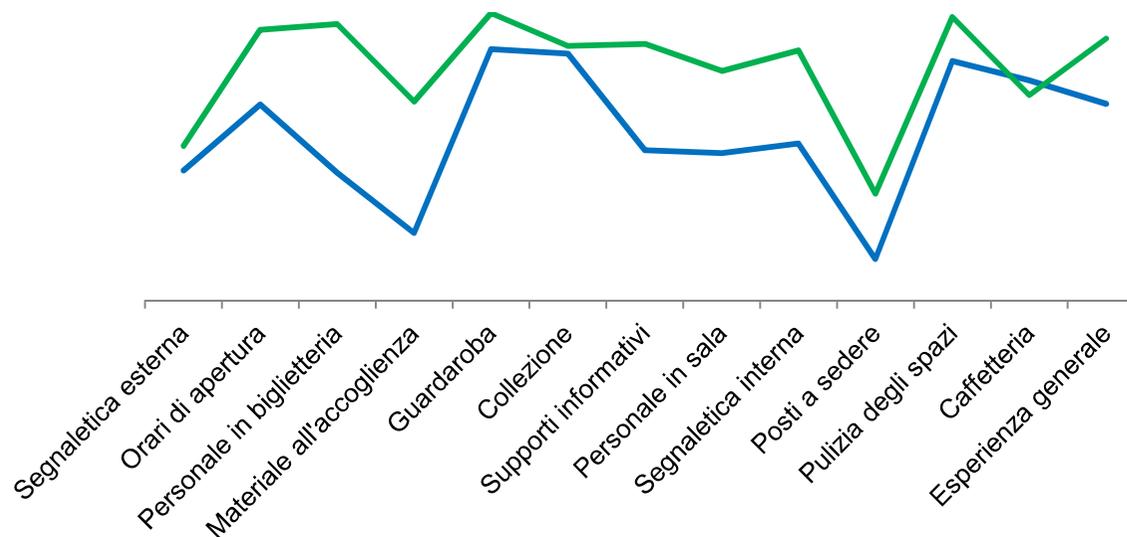
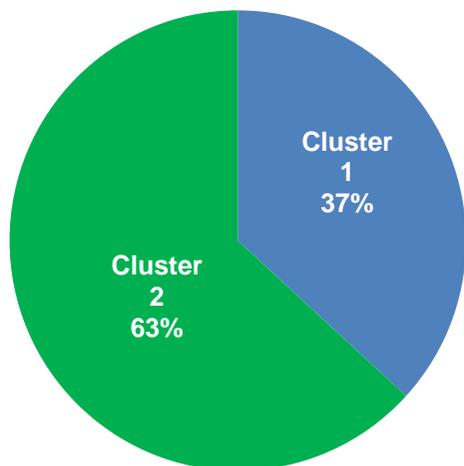
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (con 46 casi nel primo cluster e 79 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 **Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente, mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** sono a un livello più alto di soddisfazione.

Cluster 1 Sono i Soddisfatti, italiani, laureati, non utilizzano la Roma Pass, vengono in gruppo, conoscono il museo tramite visita guidata, hanno un giudizio uguale alle aspettative

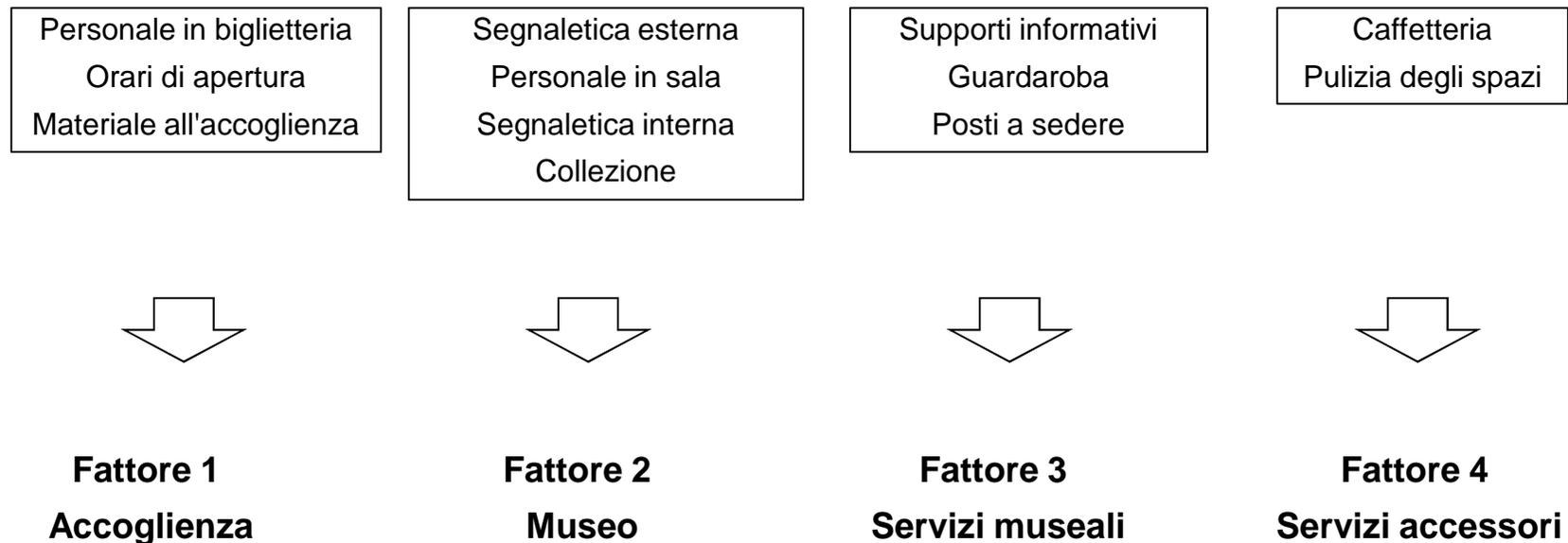
Cluster 2 Sono i Deliziati, romani, diplomati, non conoscono la Roma Pass, vengono in coppia, conoscono il museo tramite passaparola, hanno un giudizio superiore alle aspettative



Analisi Fattoriale

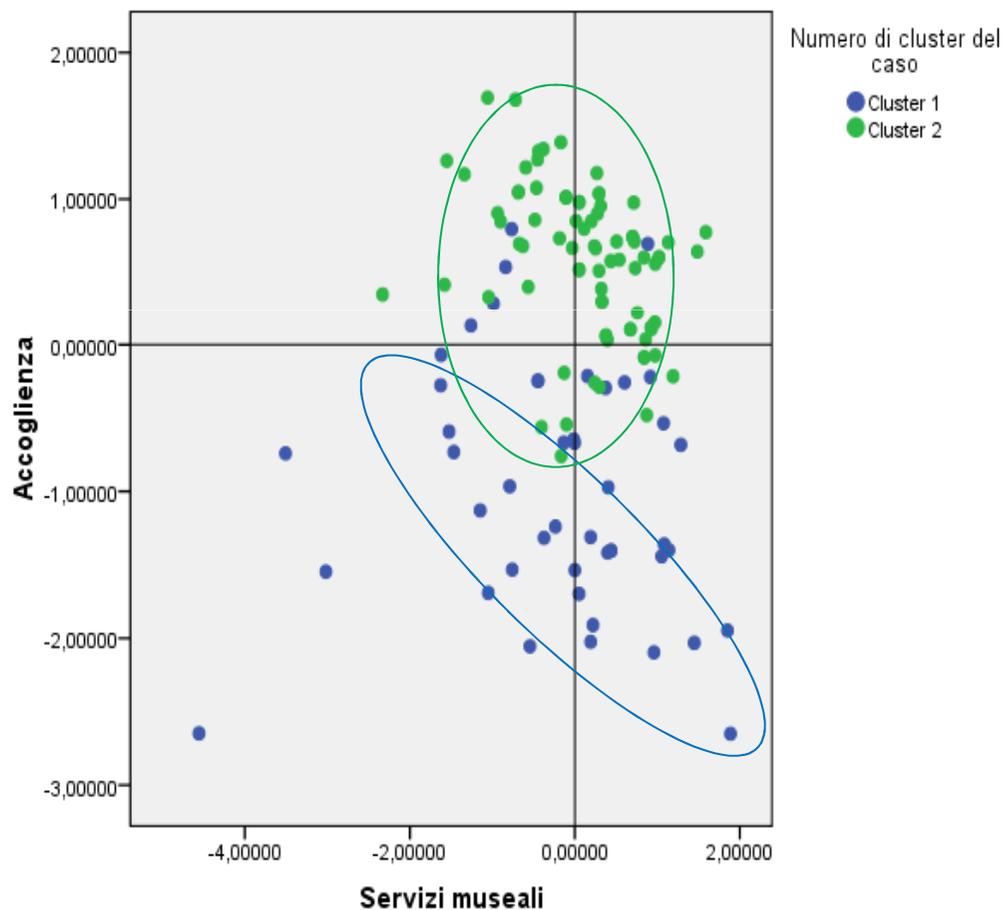
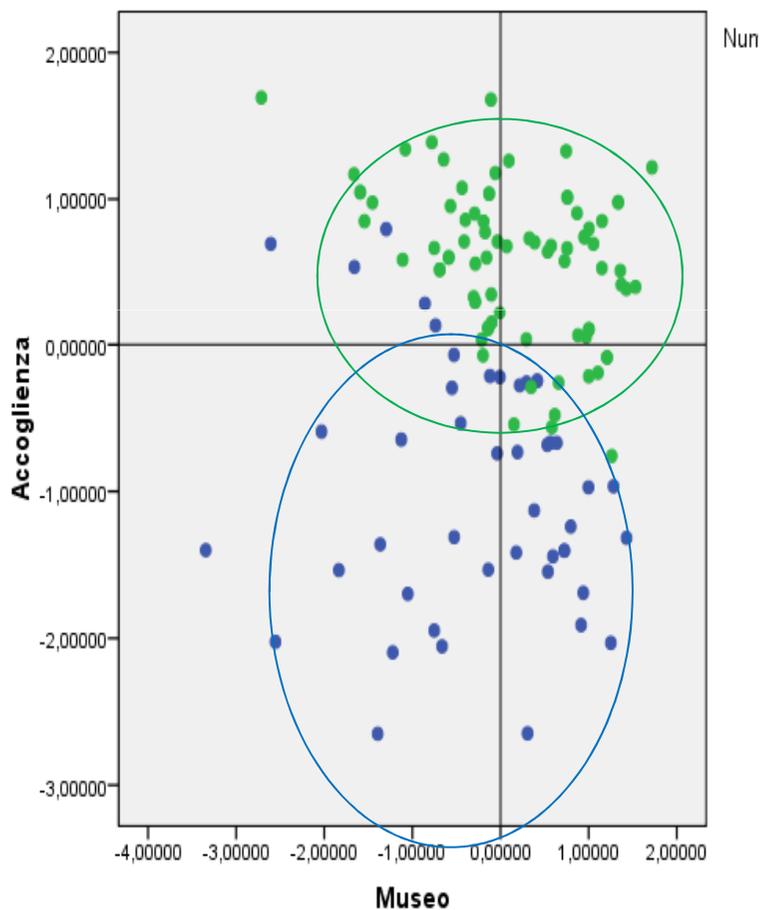
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 2 dei “Deliziati”, mostra un buon apprezzamento soprattutto per il Fattore 1 “Accoglienza”, mentre il Cluster 1 dei “Soddisfatti” lo gradisce meno, ma è più soddisfatto del Fattore 3 “Servizi museali”.



Suggerimenti

ELOGI museo bellissimo. **Totale 1.**

NIENTE da migliorare. **Totale 42.**

SEGNALETICA ESTERNA per la biglietteria, maggiori indicazioni nella Villa per trovare l'ingresso. **Totale 27.**

POSTI A SEDERE da aggiungere. **Totale 22.**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni, anche sull'uso delle sale, pochi (10), altro (4). **Totale 14.**

PUBBLICITÀ da aumentare. **Totale 12.**

BROCHURE più informazioni sul museo, sulle tecniche vetrate, su artisti, poco materiale (9), altro (2). **Totale 11.**

CAFFETTERIA cara , anticipare apertura. **Totale 7.**

ORARI DI APERTURA aprire anche il lunedì, prolungare la sera. **Totale 7.**

ASSISTENZA IN SALA non parla inglese, assente. **Totale 6.**

COLLEZIONE più arredi, da ampliare. **Totale 6.**

ALTRO. **Totale 18.**

TOTALE 130 Suggerimenti
Casina delle Civette

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)* _____