



Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco

27 Settembre – 3 Novembre 2013

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 18/02/2014*

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 113 questionari distribuiti a campione e auto-compilati dal 27 settembre al 3 novembre 2013 presso il Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco (gli intervistati rappresentano il 20% degli ingressi totali al museo, con un incremento del 13% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione del 90%, un margine di errore di stima di $\pm 4,96\%$.

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 era in corso nessuna mostra temporanea.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,43** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 96%.

Al di sopra dell'esperienza generale vi sono il **personale in biglietteria** (2,87), la **collezione** (2,78), la **pulizia degli spazi** (2,76), il **personale in sala** (2,57) e la **segnaletica interna** (2,44).

Le medie dei servizi oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,10, ad eccezione dei posti a sedere (media di 1,48) e del guardaroba (media di 2,09). Le medie di entrambi gli aspetti tuttavia sono migliorate rispetto all'indagine dello scorso anno (nel 2012 posti a sedere 1,28 e guardaroba 1,95) si collocano tra i miglioramenti secondari nella mappa (cfr. p. 19).

Gli utenti hanno lasciato più suggerimenti sulla numerazione dei reperti che non corrisponde alle descrizioni (9 suggerimenti),

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da **turisti stranieri** (46%), **occupati dipendenti** (29%), in possesso di un titolo di **laurea o superiore** (74%), soprattutto appartenenti alle fasce di **età superiori ai 45 anni** (59%). Il 31% del pubblico ha visitato il museo in coppia. Il 63% dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo anche se dichiara di aver visitato oltre 3 musei nell'ultimo anno (75%). L'8% dei visitatori ha utilizzato la Roma Pass per entrare nel museo.

Il "passaparola" è il principale mezzo di conoscenza attraverso cui buona parte dei visitatori intervistati (18%) viene a conoscenza del museo.

Tabella riassuntiva

ICS Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco 2013	Media	Mediana	Casi Validi	Mancanti	Deviazione std.	servizio non utilizzato	% Deliziati (molto sodd.)	% per niente sodd	% molto+ab b. Sodd
Segnaletica esterna	2,29	2	109	4	,761	2%	44%	4%	89%
Orari di apertura	2,31	2	112	1	,685	0%	42%	2%	91%
Personale in biglietteria	2,87	3	113	0	,341	0%	87%	0%	100%
Materiale all'accoglienza	2,43	2	109	4	,567	3%	47%	0%	96%
Guardaroba	2,09	2	69	44	,887	34%	36%	7%	80%
Collezione	2,78	3	113	0	,477	0%	81%	0%	97%
Supporti informativi	2,33	2	109	4	,734	2%	46%	3%	90%
Personale in sala	2,57	3	106	7	,618	5%	63%	0%	93%
Segnaletica interna	2,44	3	109	4	,630	1%	50%	1%	94%
Posti a sedere	1,48	1	86	27	,850	19%	12%	12%	48%
Pulizia degli spazi	2,76	3	112	1	,430	1%	76%	0%	100%
Esperienza generale	2,43	2	104	9	,571	2%	47%	0%	96%

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

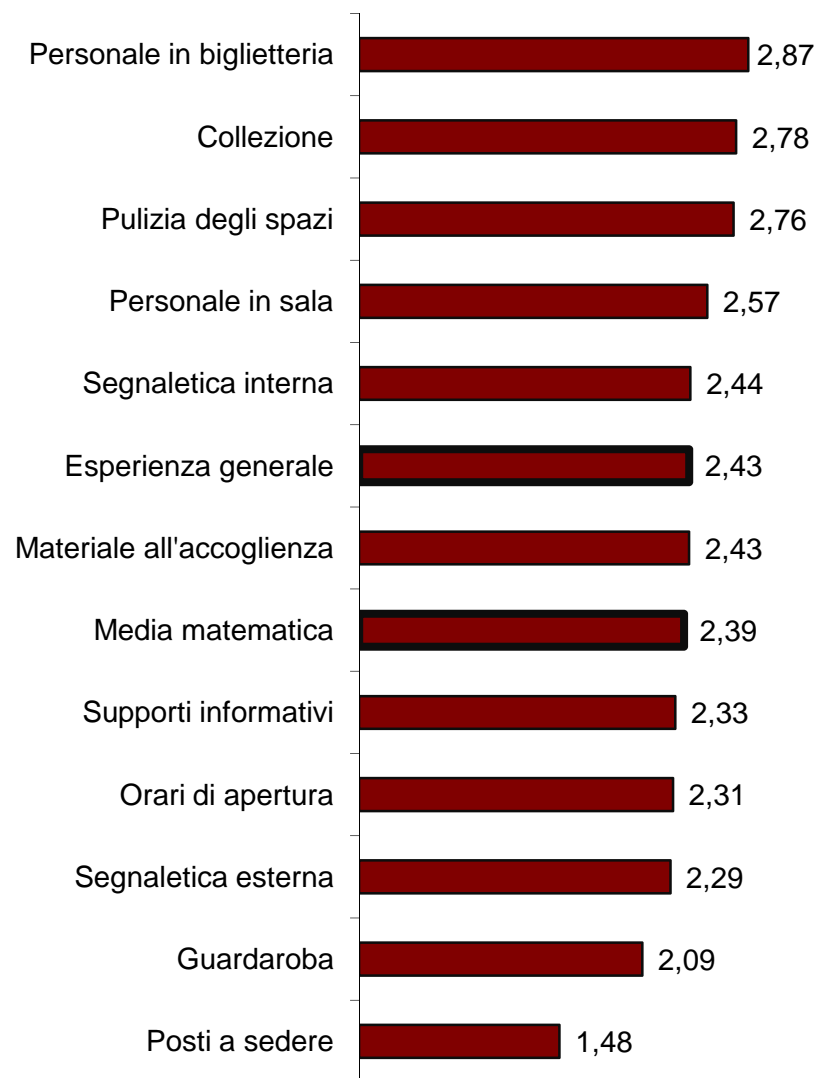
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,39).

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.

Solo il guardaroba e i posti a sedere presentano una media inferiore allo standard di 2,10.

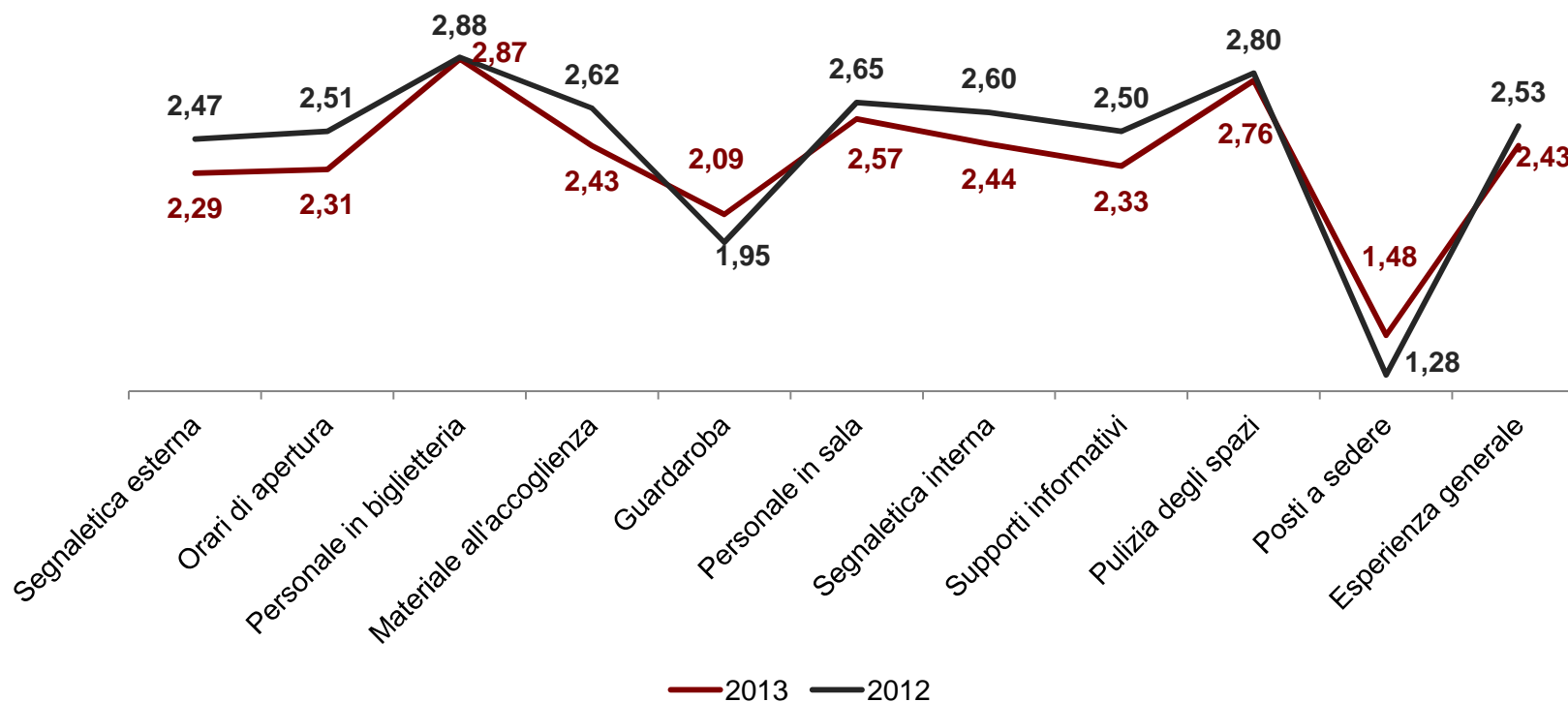
Al di sopra della media sull'esperienza generale sono i servizi che hanno una media di soddisfazione molto elevata: **personale in biglietteria, collezione, pulizia degli spazi, personale in sala e segnaletica interna.**



Analisi del trend 2012-2013

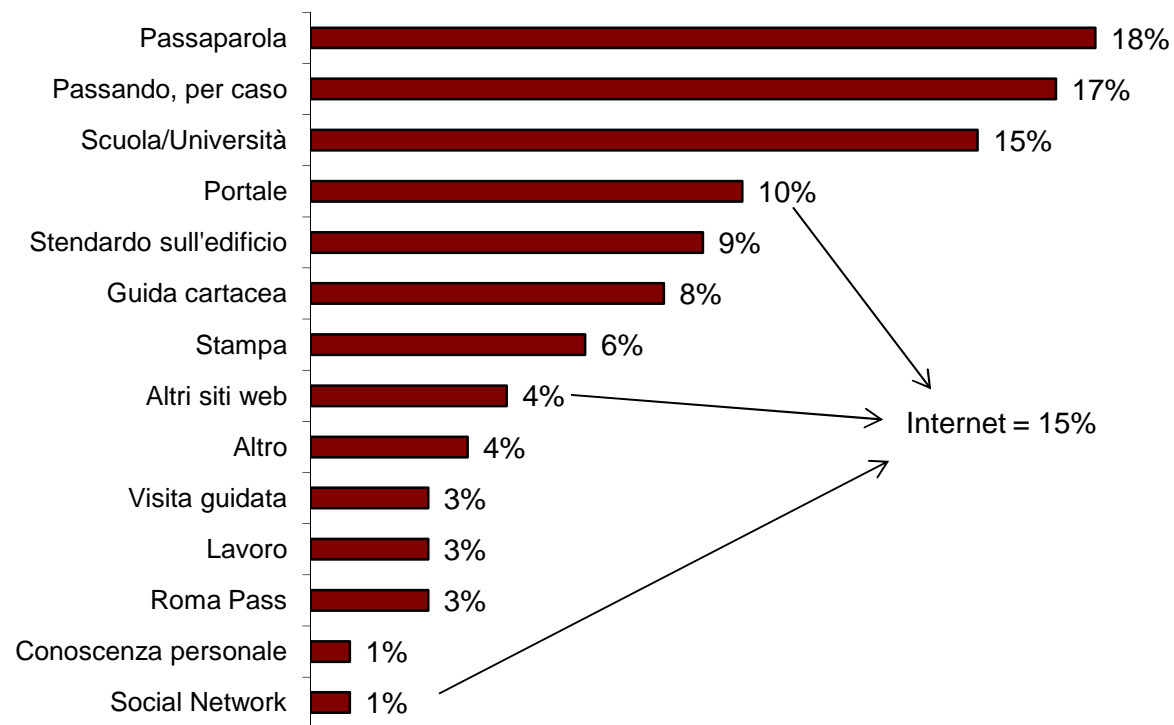
Il trend del livello di soddisfazione risulta alto e costante tra i due anni anche se quest'anno si registra una leggera flessione di quasi tutti gli aspetti.

Il guardaroba e i posti a sedere sono gli aspetti che riportano un miglioramento rispetto allo scorso anno, posizionandosi però al di sotto dello standard minimo di 2,10.



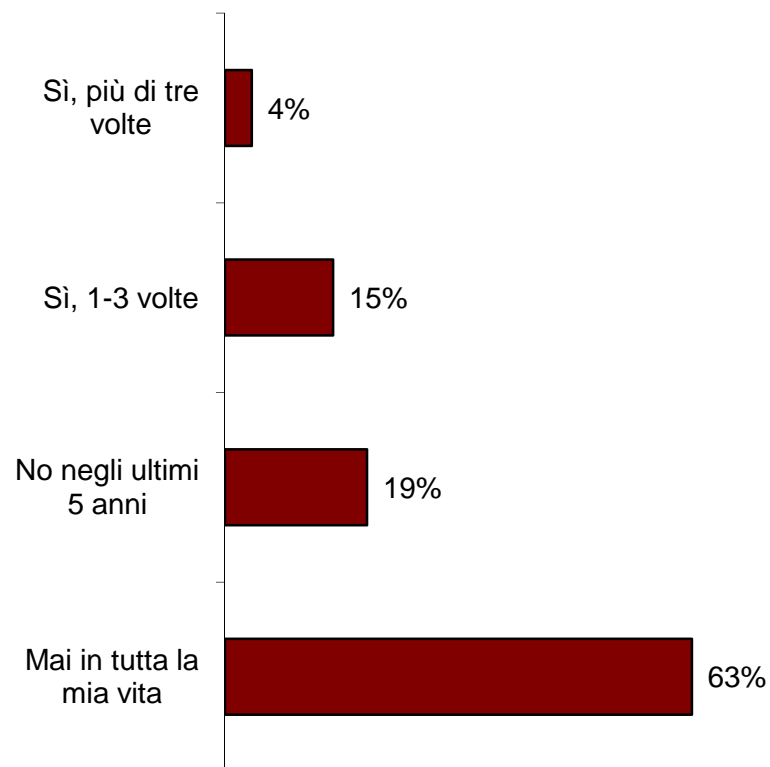
Come è venuto a conoscenza del Museo

Gli intervistati indicano di essere venuti a conoscenza del museo soprattutto attraverso il “passaparola” (18%, nel 2012 era 10%), “passando per caso” (17%, nel 2012 18%), “scuola/università” (15%, nel 2012 era 12%). Il canale “web” passa dal 18% dello scorso anno, al 15%.



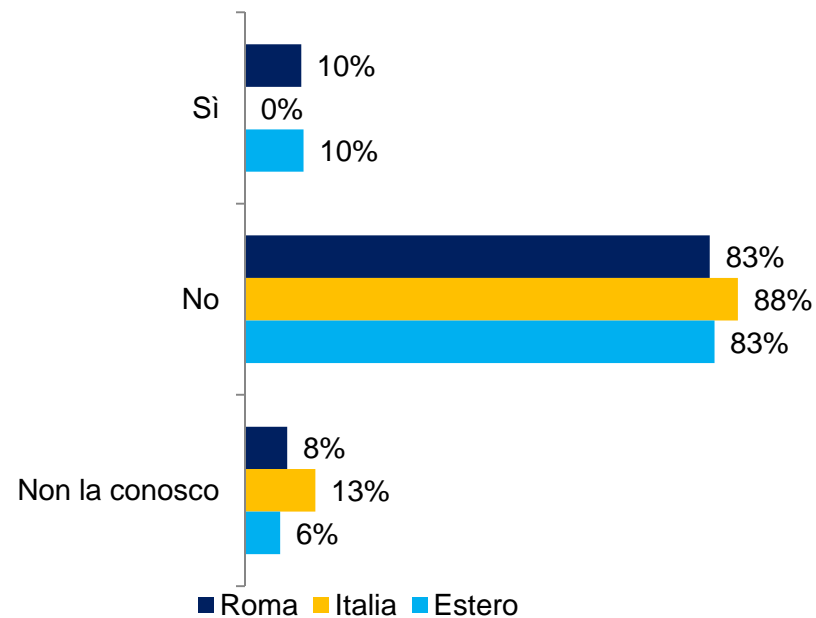
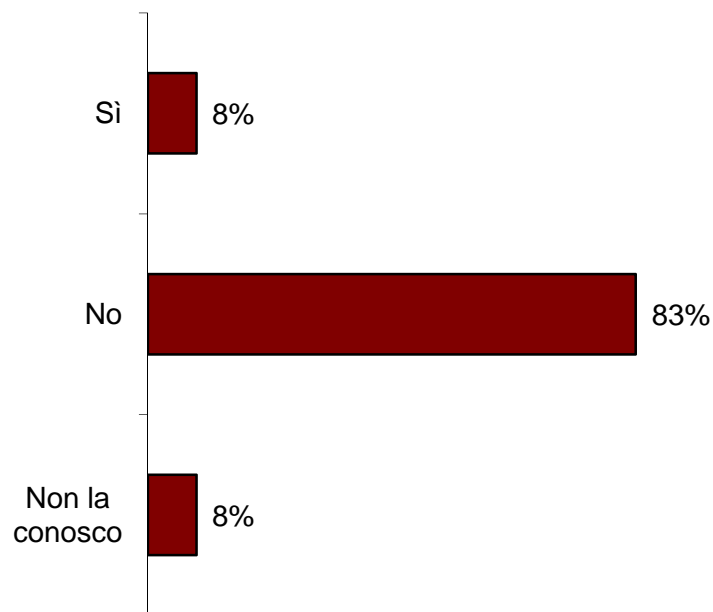
Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 63% dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo, mentre il 19% è già venuto nell'ultimo anno.



Ha usato la Roma Pass

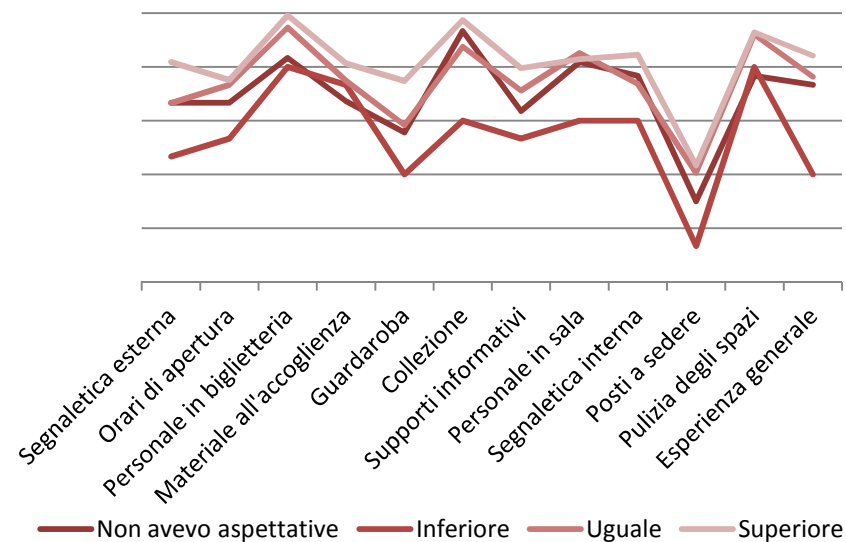
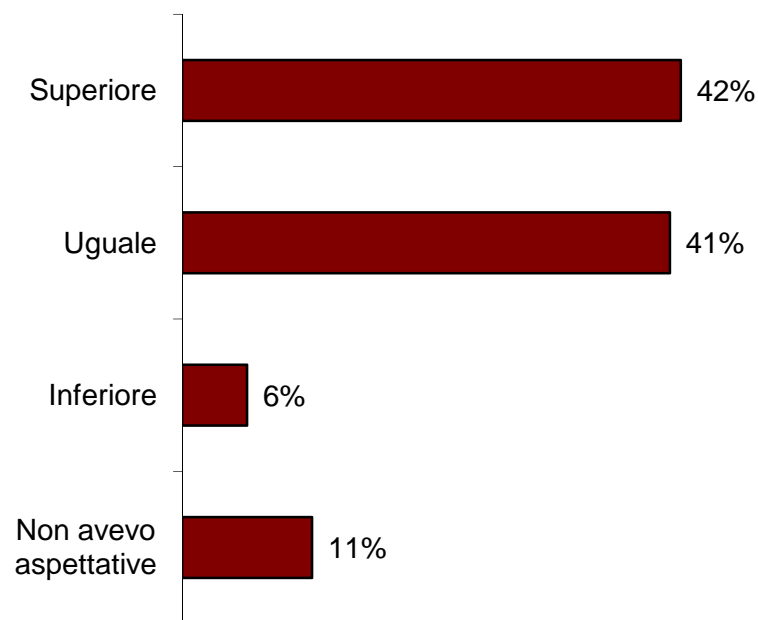
A tale domanda è risultato che l'8% dei visitatori ha utilizzato la Roma Pass per entrare nel museo; l'83% del campione intervistato non l'ha usata ma la conosce, mentre l'8% non la conosce affatto. Il 10% di turisti stranieri e dei cittadini romani ha usato la Roma Pass per accedere, mentre nessun turista italiano l'ha utilizzata e il 13% afferma di non conoscerla.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 42% dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo sia stata "superiore alle aspettative" (in aumento rispetto al 36% del 2012), per il 41% è stata "uguale" (nel 2012 era il 61%), mentre per il 6% è stata inferiore alle aspettative (il 3% nel 2012).

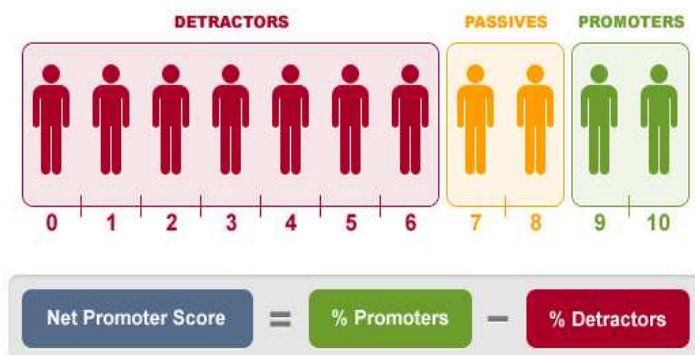
Risulta significativo che chi non aveva aspettative è rimasto soddisfatto del museo, così come coloro che hanno avuto un giudizio superiore e uguale alle attese.



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 al **40%**.

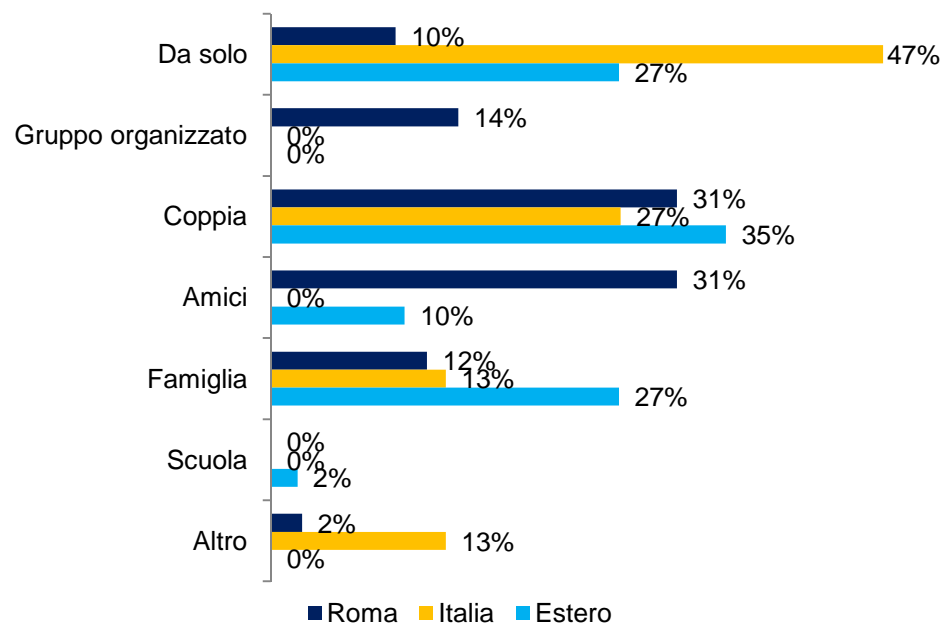
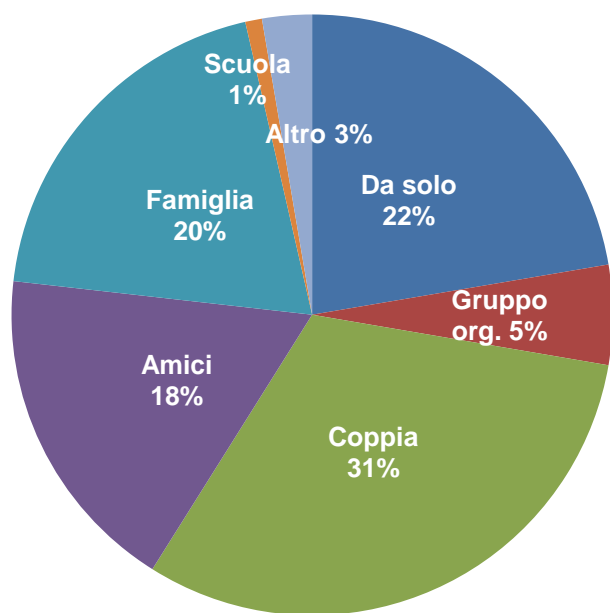


Consiglierebbe questo museo ad un amico ?

NET PROMOTER SCORE										
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco 2013										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	1	5	5	17	28	29	26
0%	0%	0%	1%	1%	4%	4%	15%	25%	26%	24%
DETRATTORI = 10%							PASSIVI = 40%	PROMOTORI = 50%		
50% - 10% = 40%										

Con chi ha visitato il Museo

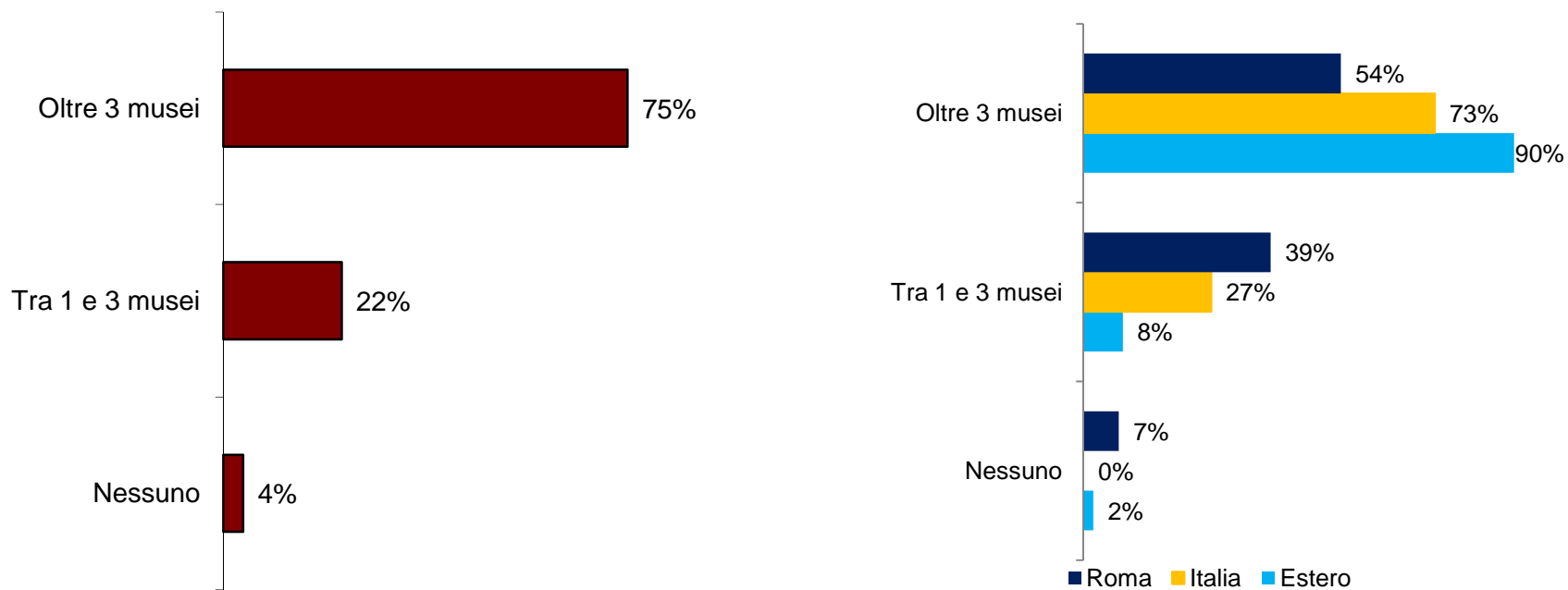
Il 31% del pubblico intervistato ha visitato il museo in coppia, il 22% da solo e il 20% in famiglia. Rispetto alla provenienza i cittadini romani giungono preferibilmente in coppia (31%) o con amici (31%); i turisti italiani lo visitano da soli (47%) o in coppia (27%) mentre i turisti stranieri in coppia (35%) o in famiglia (13%).



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 75% degli intervistati dichiara di aver visitato “oltre 3 musei nell'ultimo anno”. Solo il 22% tra “1 e 3 musei” all'anno e il 4% “nessuno”.

Risulta significativo che chi è frequentatore di musei sia principalmente straniero, con più di 45 anni, laureato e che abbia apprezzato molto il museo visitato.



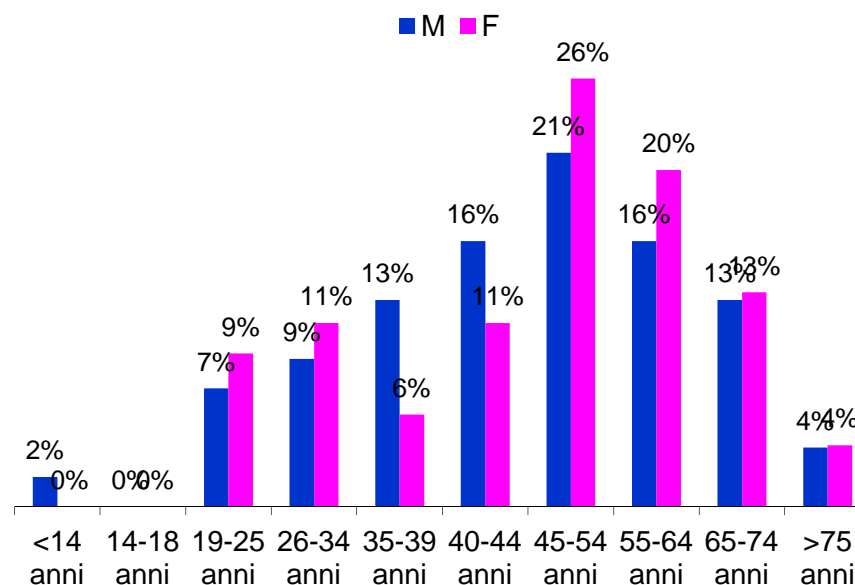
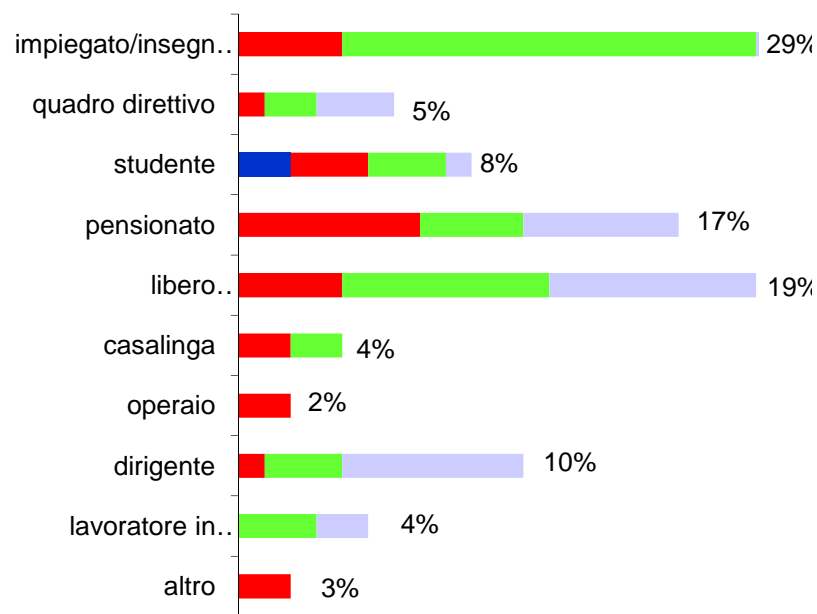
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Nell'indagine di quest'anno prevale il genere maschile (51%, nel 2012 era il 46%).

Le fasce di età più rappresentate sono quelle superiori ai 45 anni (il 59% sul campione totale; nel 2012 essi rappresentavano il 58%).

Confermati i dati relativi alle professioni dove prevale la presenza di impiegati e insegnanti (29%, in aumento rispetto al 27% del 2012) e liberi professionisti e imprenditori (19%, in discesa dal 27% dell'anno precedente).

Il 74% del campione totale ha conseguito un titolo di laurea o superiore (57% nel 2012).

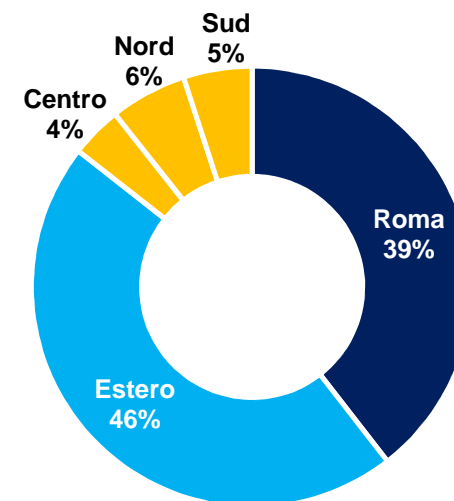


■ medie inferiori ■ medie superiori ■ laurea ■ post lauream

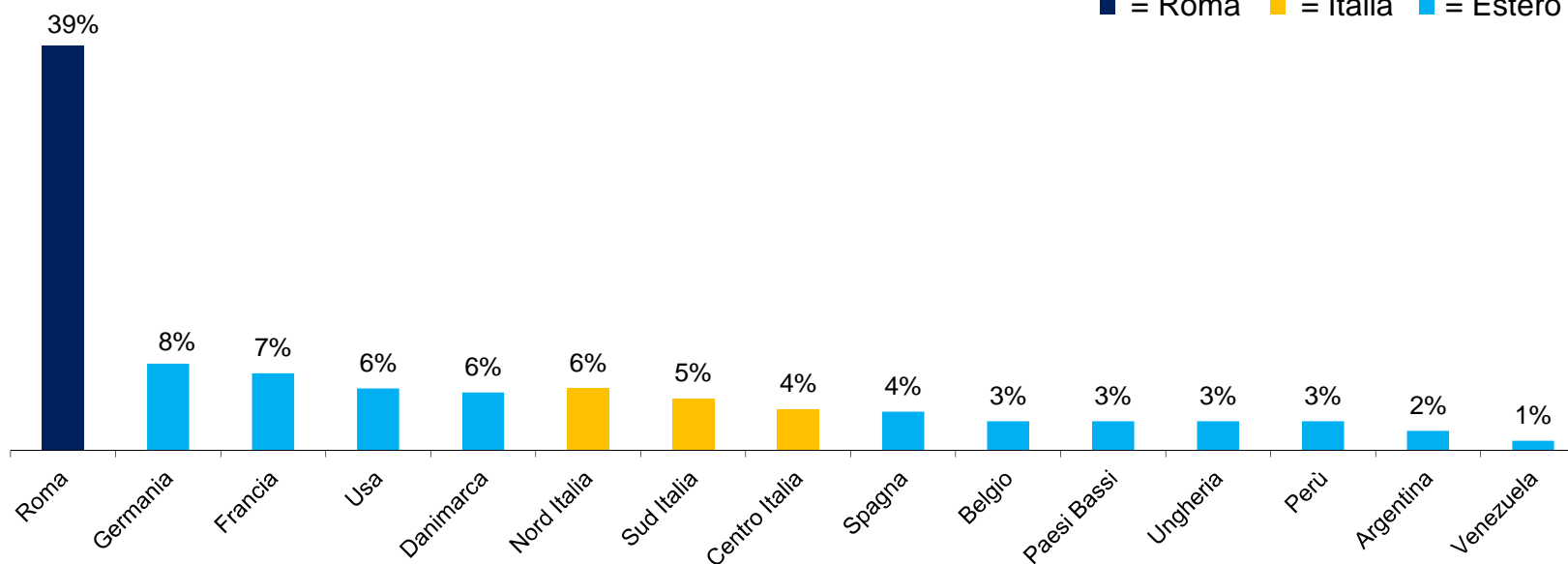
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco è frequentato prevalentemente da turisti stranieri rappresentano il 46% (in aumento rispetto al 30% del 2012). I cittadini romani sono il 39% (nel 2012 erano 36%) e i visitatori italiani (15%, in calo dal 35% dell'anno scorso).

Tra le nazionalità prevalgono quella tedesca (8% in aumento rispetto al 3% del 2012) e francese (7%, in discesa rispetto al 9% dell'anno scorso). Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = 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	Esperienza generale
Segnaletica esterna	1,000	,317**	,297**	,379**	,415**	,373**	,340**	,302**	,508**	,269*	,360**	,502**
Orari di apertura	,317**	1,000	,312**	,182	,439**	,274**	,187	,281**	,183	,168	,285**	,341**
Personale in biglietteria	,297**	,312**	1,000	,325**	,311**	,409**	,307**	,399**	,323**	,159	,391**	,354**
Materiale all'accoglienza	,379**	,182	,325**	1,000	,552**	,300**	,595**	,369**	,513**	,085	,119	,366**
Guardaroba	,415**	,439**	,311**	,552**	1,000	,448**	,362**	,328**	,388**	,333**	,209	,444**
Collezione	,373**	,274**	,409**	,300**	,448**	1,000	,320**	,448**	,257**	,203	,151	,465**
Supporti informativi	,340**	,187	,307**	,595**	,362**	,320**	1,000	,273**	,526**	,277*	,171	,407**
Personale in sala	,302**	,281**	,399**	,369**	,328**	,448**	,273**	1,000	,516**	,282*	,446**	,407**
Segnaletica interna	,508**	,183	,323**	,513**	,388**	,257**	,526**	,516**	1,000	,305**	,394**	,456**
Posti a sedere	,269*	,168	,159	,085	,333**	,203	,277*	,282*	,305**	1,000	,231*	,335**
Pulizia degli spazi	,360**	,285**	,391**	,119	,209	,151	,171	,446**	,394**	,231*	1,000	,352**
Esperienza generale	,502**	,341**	,354**	,366**	,444**	,465**	,407**	,407**	,456**	,335**	,352**	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). Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi.

Al Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: **segnaletica esterna, collezione, segnaletica interna.**

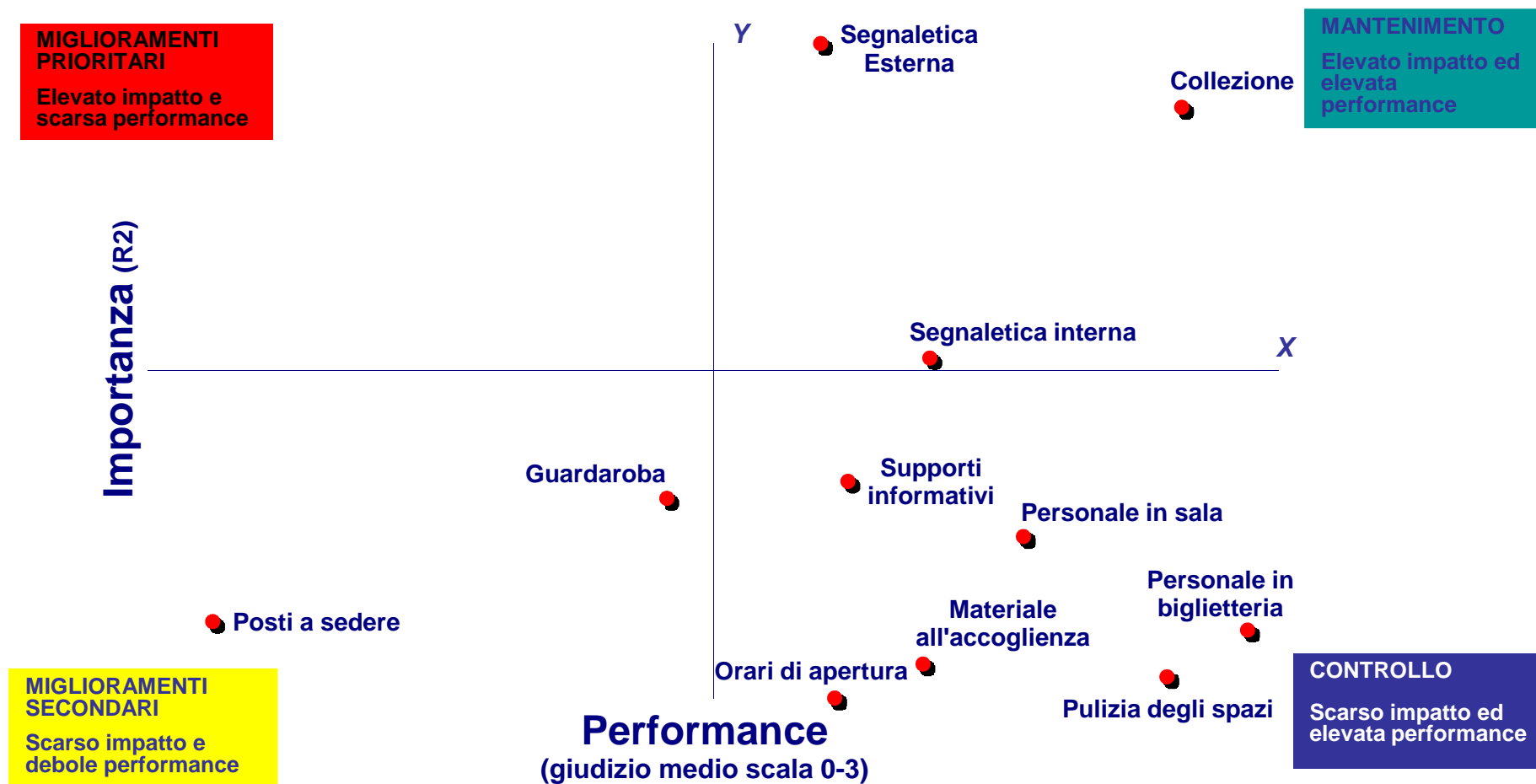
Nessuno degli aspetti oggetto d'indagine ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco 2013	
Segnaletica esterna	,502
Collezione	,465
Segnaletica interna	,456
Guardaroba	,444
Supporti informativi	,407
Personale in sala	,407
Materiale all'accoglienza	,366
Personale in biglietteria	,354
Pulizia degli spazi	,352
Orari di apertura	,341
Posti a sedere	,335

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **collezione**, la **segnaletica esterna** e la **segnaletica interna** sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti. Non ci sono 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.

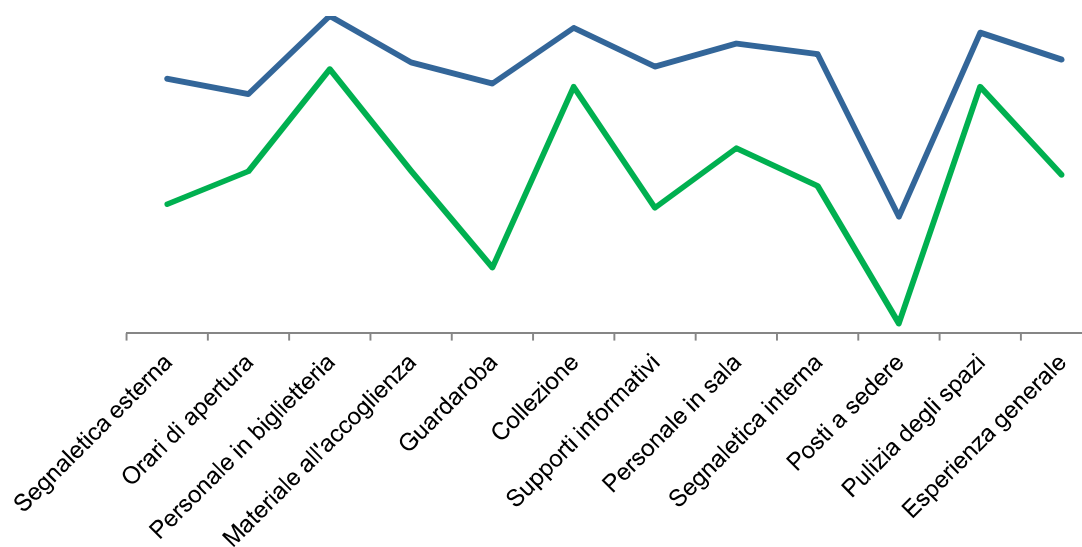
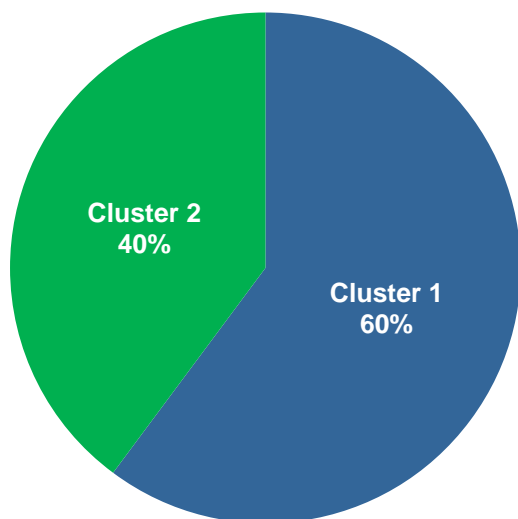
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (con 68 casi nel 1 cluster e 45 nel secondo).

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 buono, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione.

I cluster

Cluster 1 Sono i **Deliziati**, turisti italiani e stranieri, soprattutto donne, tra i 45 e i 54 anni, con un titolo post laurea, impiegati e insegnanti, con un giudizio superiore alle aspettative

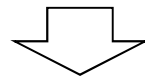
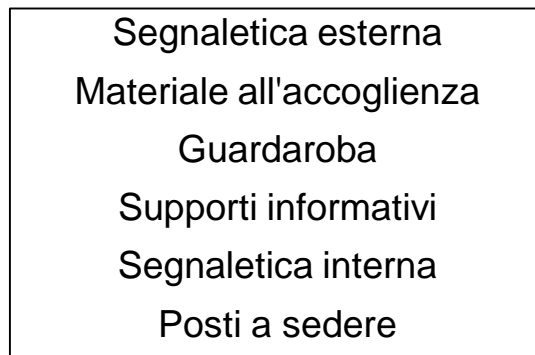
Cluster 2 Sono i **Soddisfatti**, cittadini romani, soprattutto uomini, tra i 55 e i 64 anni, laureati, liberi professionisti e imprenditori, con un giudizio uguale alle aspettative



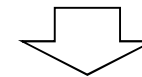
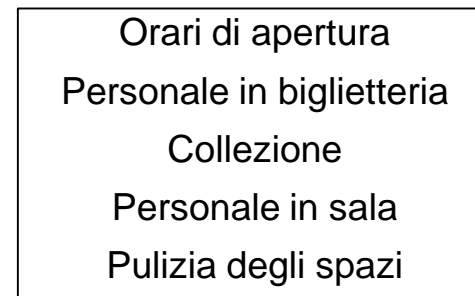
Analisi Fattoriale

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 solo i **2 Fattori** seguenti:



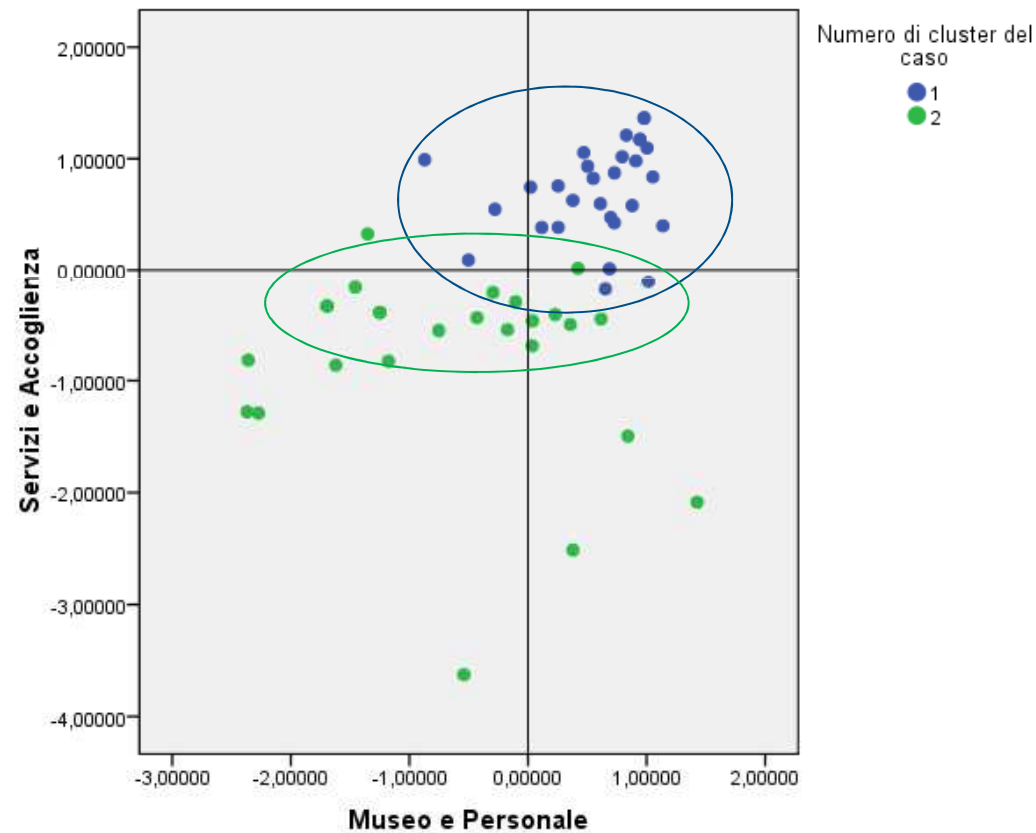
Fattore 1
Servizi e accoglienza



Fattore 2
Museo e personale

Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico, il Cluster 1 dei “Deliziati”, mostra un grande apprezzamento per entrambi i fattori, mentre il Cluster 2 dei “Soddisfatti” è più critico su “Servizi e accoglienza” e meno per il fattore museo e personale.



APPREZZAMENTI

ELOGI collezione bellissima. **Totale 1.**

NIENTE da migliorare. **Totale 29.**

SUGGERIMENTI

AUDIOGUIDA numerazione non corrispondente con opere esposte (6), altro (3). **Totale 9.**

SUPPORTI INFORMATIVI da migliorare, più informazioni sulle culture, più informazioni sul palazzo, mostrare il lato allegro della collezione, più interesse per i bambini. **Totale 7.**

ALTRO. **Totale 17.**

TOTALE 33 Suggerimenti
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco

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/family <i>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)* _____