



Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 22/11/2018*

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
- Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel 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 206 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua dal 16 al 23 ottobre 2018 presso il Museo di Roma (gli intervistati rappresentano il 39% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era in corso la mostra temporanea "*Il Sorpasso. Quando l'Italia si mise a correre, 1946-1961*".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 1,92\%$.

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 ottimo, con una media di **2,83** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 99%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il guardaroba e l'audioguida (3,00 per entrambe le variabili), la pulizia del sito (2,98), la libreria (2,95), il personale di biglietteria (2,93), la segnaletica sull'edificio (2,90), gli orari di apertura (2,87) e le opere della collezione (2,85).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. La collezione è la variabile ritenuta più importante e soddisfacente, ma anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19).

Tra gli aspetti sui cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i supporti informativi (n. 21 suggerimenti) e la collezione (n. 19 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 73% da turisti stranieri, sia occupati/dipendenti che pensionati (27% per entrambi), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (79%), di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (58% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo passando, per caso (35% sul totale degli intervistati), seguono poi lo standardo sull'edificio (11%) e la conoscenza personale del museo (11%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso o attraverso lo standardo siano prevalentemente i turisti stranieri, nuovi visitatori, di età 19-39 anni (standardo) e 45-64 anni (passando per caso), privi di aspettative ed alcuni hanno utilizzato la card Roma Pass per entrare al *Museo di Roma*. Invece la voce "conoscenza personale" prevale tra i visitatori romani, alcuni già stati in questo museo, che hanno un'età adulta al di sopra dei 65 anni, con un giudizio superiore o uguale alle proprie attese e dichiarano di non conoscere la Roma Pass.

Tabella riassuntiva

Museo di Roma 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,90	3,00	181	25	0,358	12%	98%	98%	98%
Orari di apertura	2,87	3,00	206	0	0,338	0%	100%	100%	100%
Personale di biglietteria	2,93	3,00	193	13	0,324	6%	98%	98%	98%
Materiale all'accoglienza	2,74	3,00	72	134	0,444	65%	100%	100%	100%
Guardaroba	3,00	3,00	79	127	0,000	62%	100%	100%	100%
Opere della collezione	2,85	3,00	203	3	0,395	1%	99%	99%	99%
Audioguida	3,00	3,00	10	196	0,000	95%	100%	100%	100%
Supporti informativi	2,70	3,00	201	5	0,459	2%	100%	100%	100%
Supporti digitali	2,78	3,00	146	60	0,477	29%	97%	97%	97%
Personale in sala	2,80	3,00	125	81	0,554	39%	96%	96%	96%
Segnaletica interna	2,65	3,00	194	12	0,594	6%	94%	94%	94%
Posti a sedere	2,84	3,00	189	17	0,461	8%	97%	97%	97%
Pulizia del sito	2,98	3,00	206	0	0,183	0%	100%	100%	100%
Libreria	2,93	3,00	115	91	,288	44%	99%	99%	99%
Caffetteria	2,80	3,00	46	160	0,500	78%	96%	96%	96%
Esperienza complessiva	2,83	3,00	206	0	0,417	0%	99%	99%	99%

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

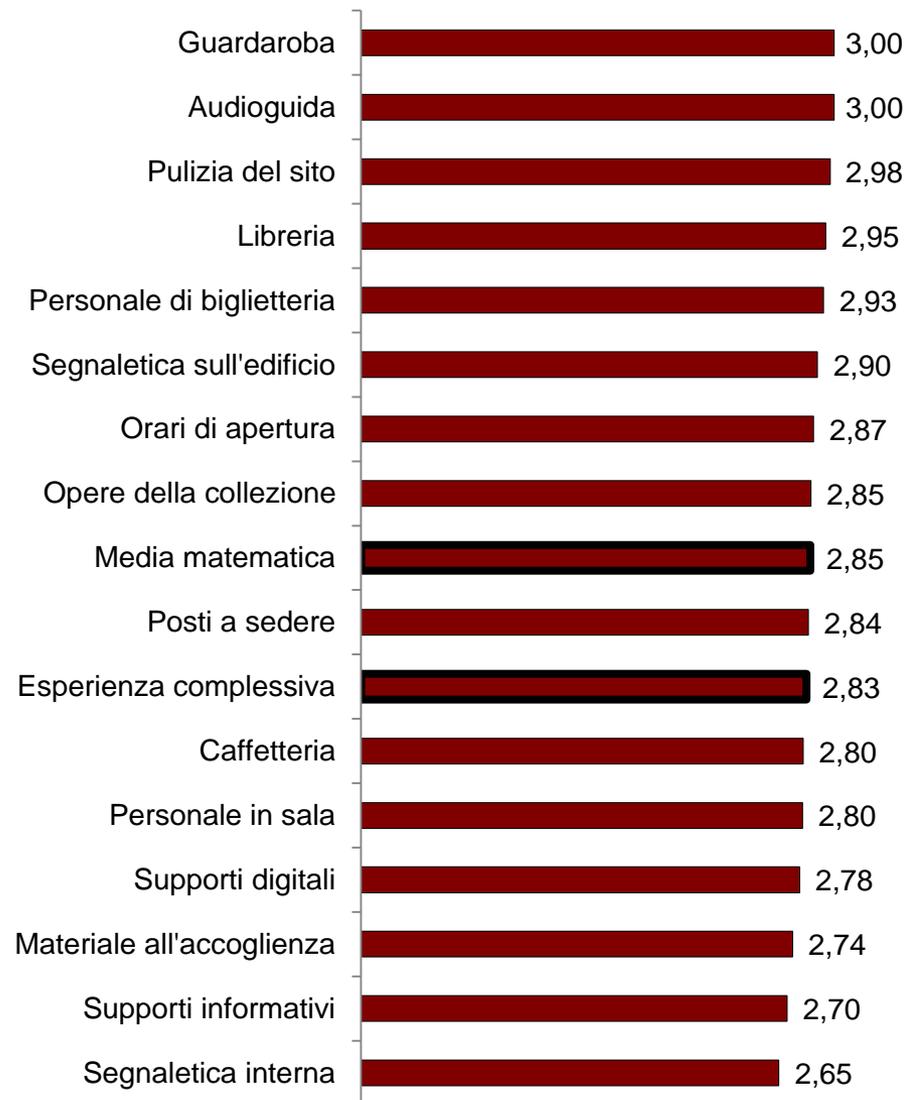
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,85).

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 **guardaroba**, l'**audioguida** (il 5% sul totale degli intervistati rilascia un giudizio medio su quest'ultimo servizio), la **pulizia del sito**, la **libreria**, il **personale di biglietteria**, la **segnaletica sull'edificio**, gli **orari di apertura** e le **opere della collezione**.

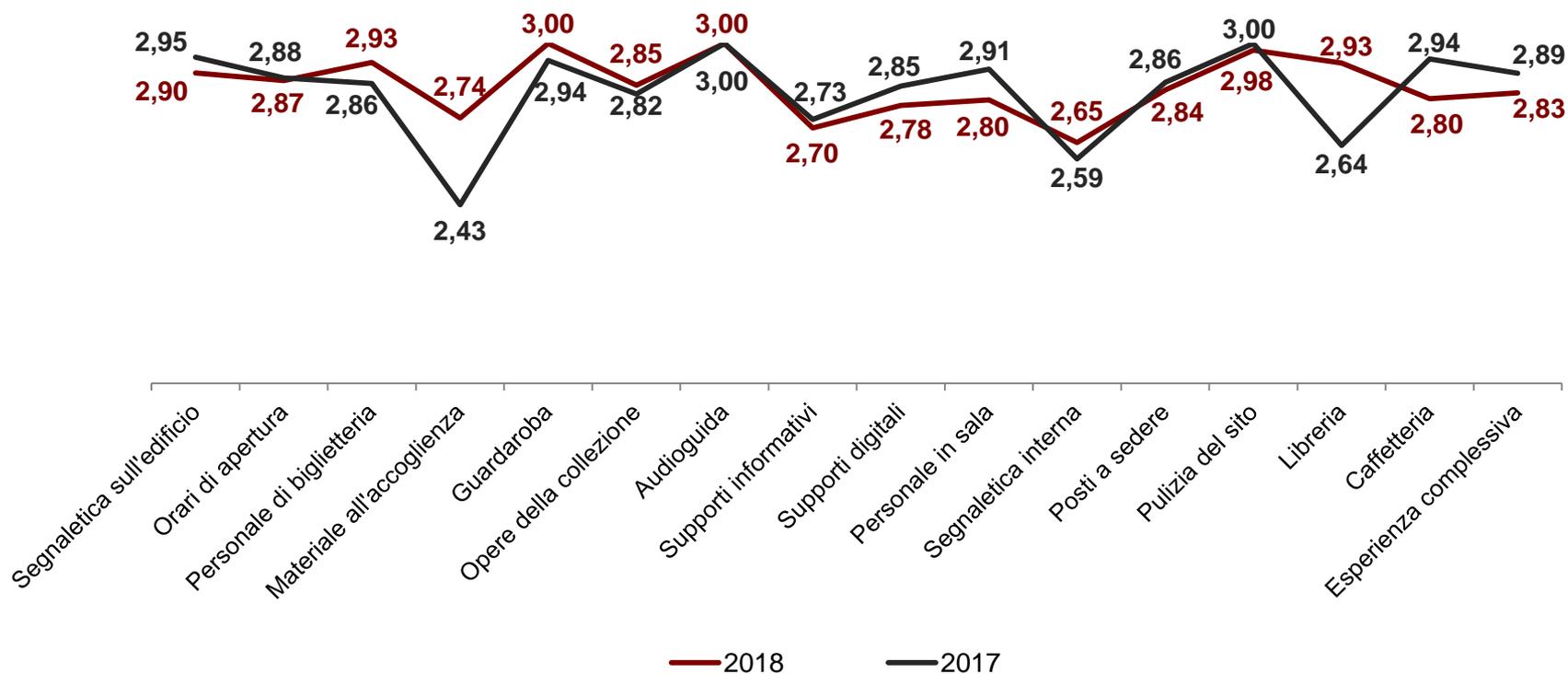
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard di 2,20.



Analisi del trend 2017-2018

Rispetto al 2017 il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se si rileva uno scostamento su alcuni aspetti oggetto d'indagine.

In aumento il livello medio di soddisfazione soprattutto sul materiale informativo disponibile all'accoglienza e sulla libreria. Invece si registra una flessione in particolare sul personale di assistenza in sala e sulla caffetteria, pur restando le medie nettamente al di sopra dello standard di 2,20.

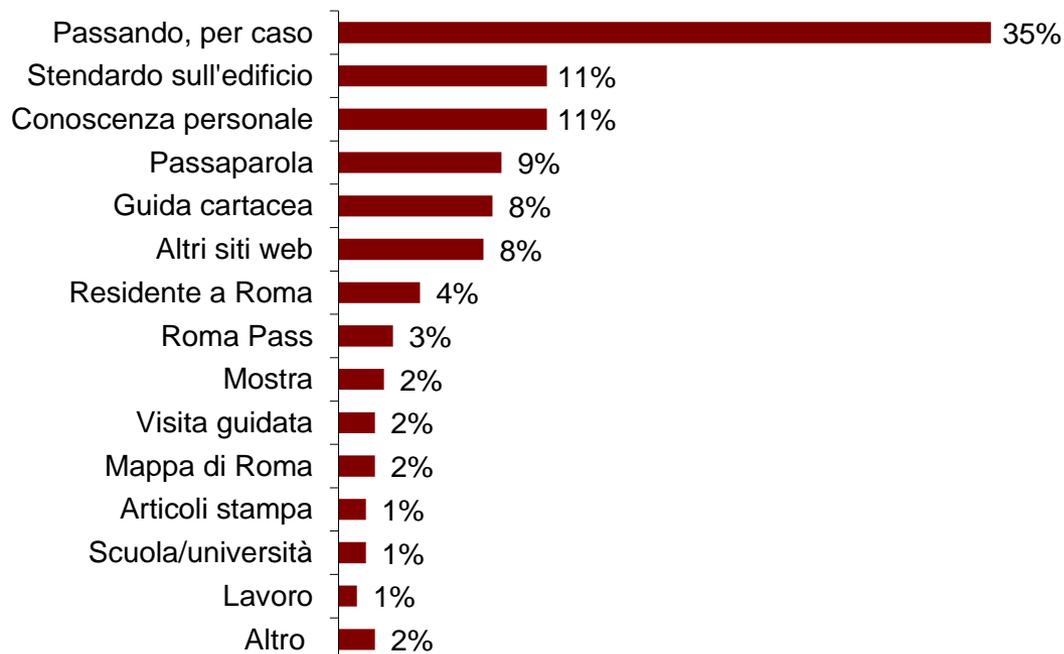


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 35% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “passando, per caso” (24% nel 2017), un 11% attraverso lo “stendardo sull’edificio”(lo scorso anno era 14%) e un 11% risponde “conoscenza personale” (in aumento dal 3% emerso nel 2017).

La percentuale relativa al canale web resta pressoché invariata, passando da 9% a 8%.

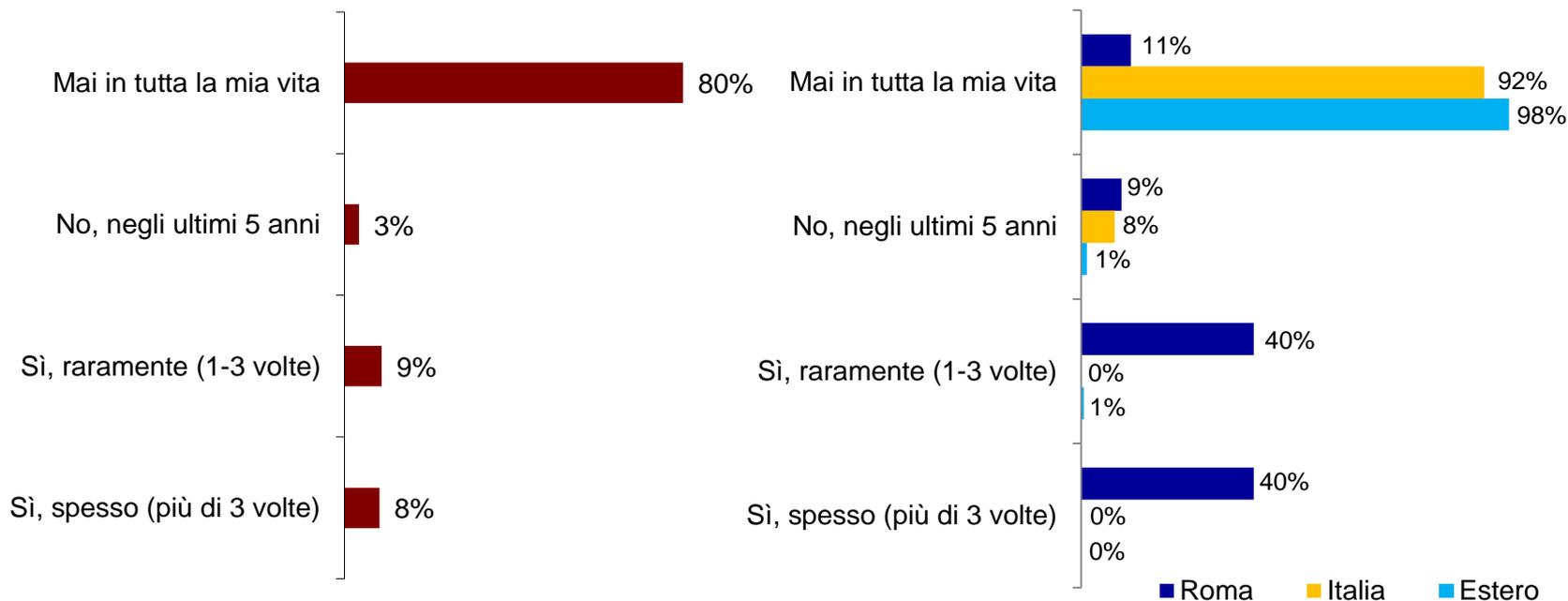
È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso o attraverso lo stendardo siano prevalentemente i turisti stranieri, nuovi visitatori, di età 19-39 anni (stendardo) e 45-64 anni (passando per caso), privi di aspettative ed alcuni hanno utilizzato la card Roma Pass per entrare al *Museo di Roma*. Invece la voce “conoscenza personale” prevale tra i visitatori romani, alcuni già stati in questo museo, che hanno un’età adulta al di sopra dei 65 anni, con un giudizio superiore o uguale alle proprie attese e dichiarano di non conoscere la Roma Pass.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

L'80% degli intervistati afferma di non essere mai stato prima al museo visitato, il 17% vi è già stato (di cui il 9% "da una a tre volte" e l'8% "più di tre volte"); il restante 3% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti stranieri (cfr. grafico sottostante a destra), con un giudizio superiore alle aspettative o senza attese a priori, alcuni di essi sono entrati con la card Roma Pass ed affermano di avere visitato da uno a tre musei nell'ultimo anno. Invece ad essere già stati al *Museo di Roma* sono prevalentemente i romani, con un giudizio uguale alle proprie attese, che dichiarano di non conoscere la Roma Pass e di avere frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno.

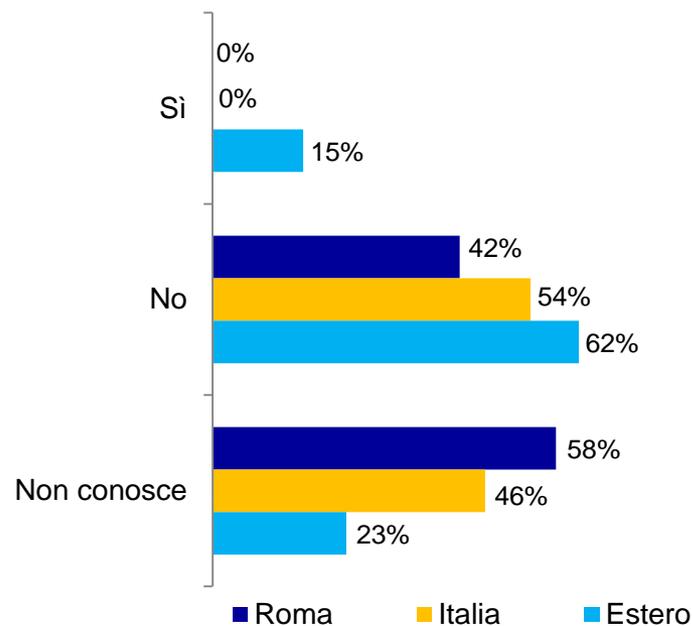
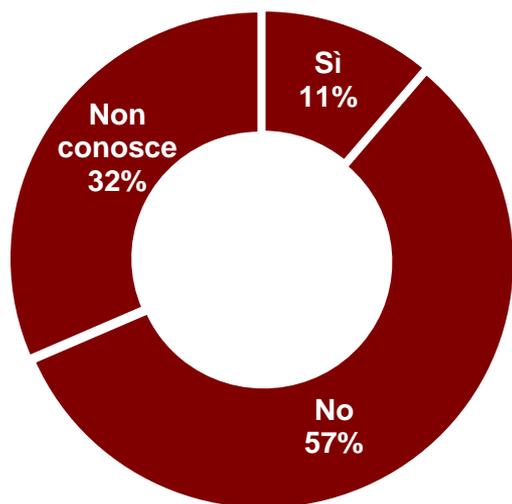


Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Un 11% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 57% afferma di conoscerla ma non l'ha utilizzata per entrare al museo, mentre il 32% non la conosce affatto.

Risulta significativo che a conoscere la Roma Pass siano soprattutto i turisti stranieri (anche se il 62% di essi non l'ha utilizzata per entrare in questo museo), di età 26-44 e 45-54 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea e hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno.

Invece a non conoscere la card Roma Pass sono in prevalenza i romani, di età giovane inferiore ai 25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore ed in quest'ultimo anno si sono recati in meno di tre musei.

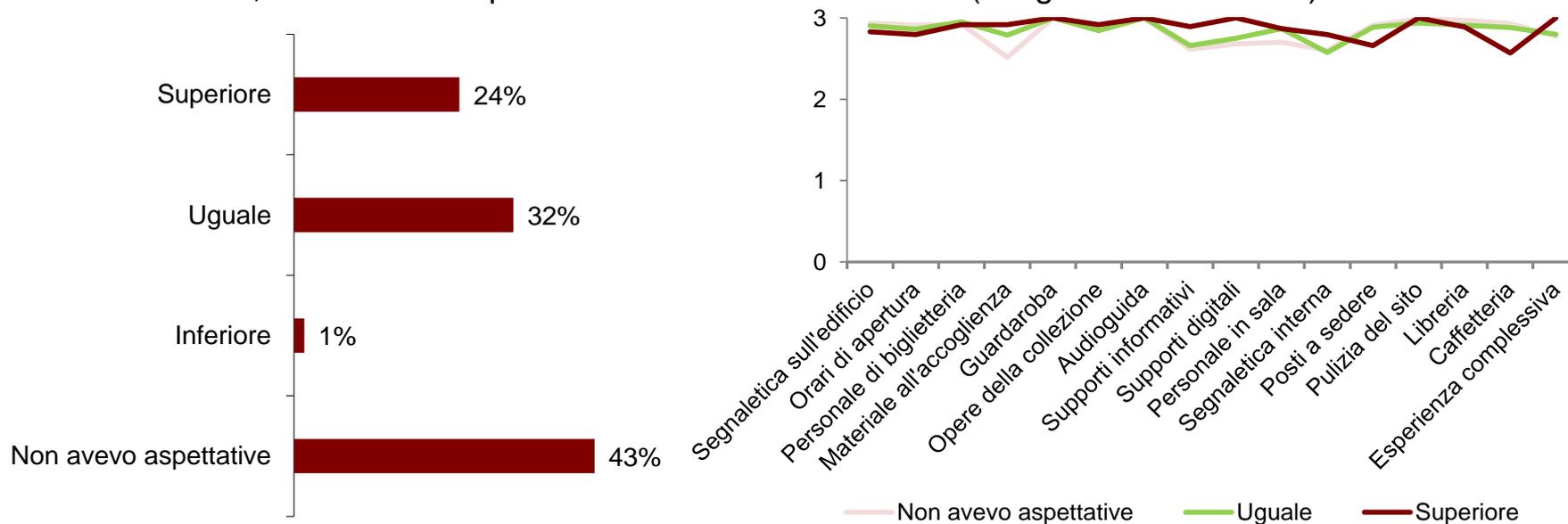


Giudizio rispetto alle aspettative

Ben il 43% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 32% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 24% è superiore e solo per il restante 1% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative sul museo siano soprattutto i turisti italiani, nuovi visitatori, diplomati, in generale molto soddisfatti e sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno. Invece tra coloro che hanno un giudizio uguale alle aspettative prevalgono i romani, alcuni già stati al *Museo di Roma*, laureati, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visitato vari musei in quest'ultimo anno. Infine a non avere aspettative sono in particolare i turisti stranieri, che vengono per la prima volta, hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore o superiore, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e hanno frequentato meno di tre musei.

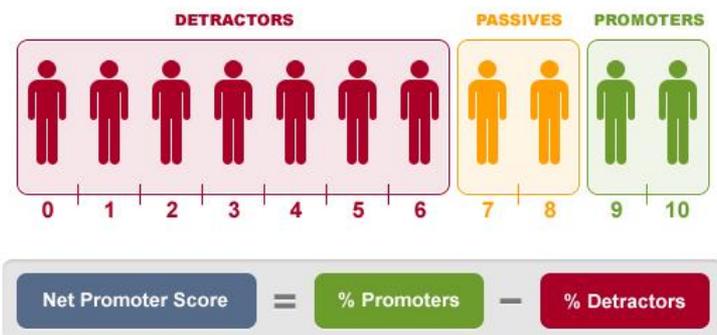
In generale coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti, tranne che sui posti a sedere e sulla caffetteria (*cf.* grafico sottostante).



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 di Roma* è pari a **39%**; il 53% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

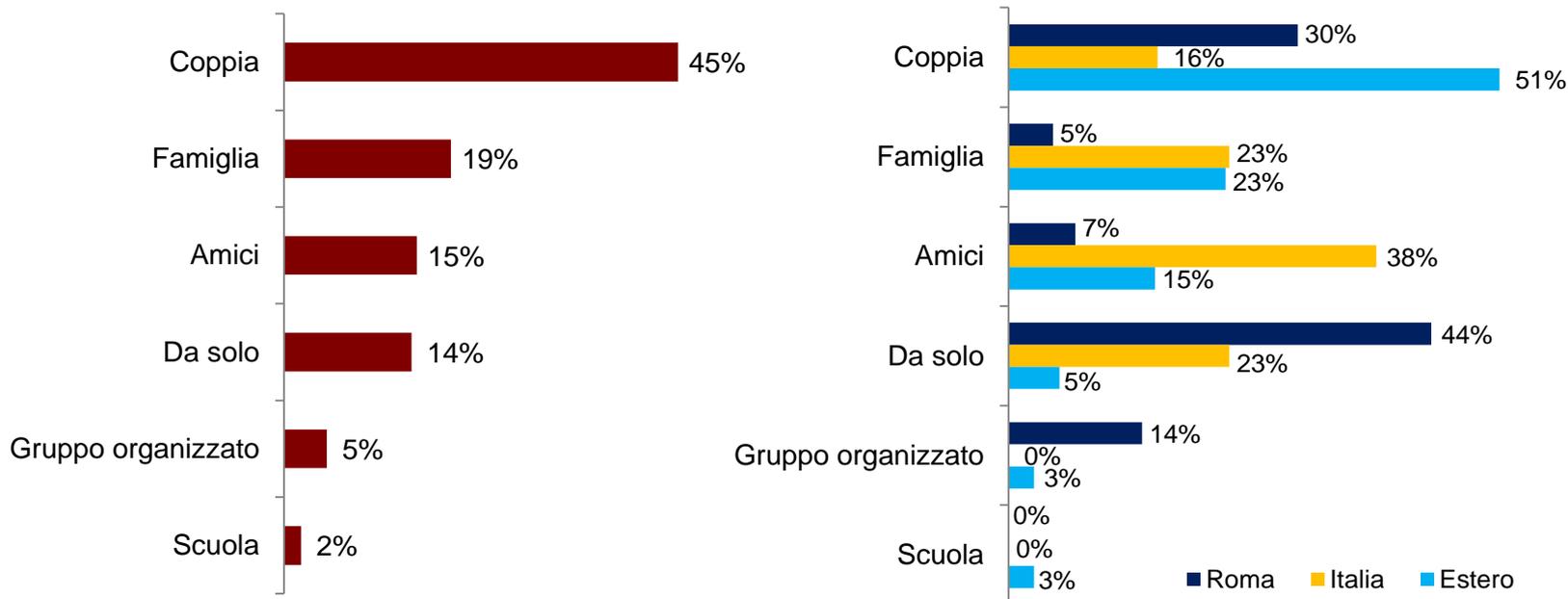


NET PROMOTER SCORE										
Museo di Roma 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	0	5	3	20	88	46	43
0%	0%	0%	0,5%	0%	2%	1,5%	10%	43%	22%	21%
DETRATTORI = 4%							PASSIVI = 53%		PROMOTORI = 43%	
43% - 4% = 39%										

Con chi ha visitato il museo

Il 45% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “in coppia”, il 19% vi si è recato con la “famiglia”, il 15% con “amici”, il 14% “da solo”, il 5% con “gruppo organizzato” e il 2% con la “scuola”.

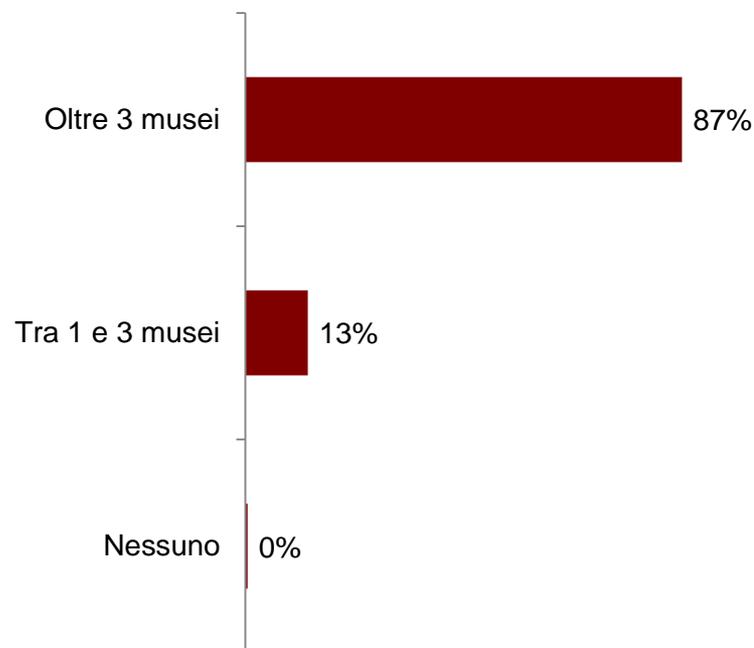
Risulta significativo che a visitare il museo in coppia siano in prevalenza i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), di età 26-39 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, giudizio superiore alle aspettative e sono stati in più di tre musei nell’ultimo anno. Invece a venire in famiglia sono soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), di età 45-64 anni, diplomati, privi di attese e hanno visitato da uno a tre musei in quest’ultimo anno. A venire con gli amici sono principalmente coloro che giungono da altre province italiane, di età giovane 19-25 anni o adulta oltre i 65 anni, laureati, senza aspettative e hanno visitato più di tre musei nell’ultimo anno.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'87% degli intervistati dichiara di avere visitato "oltre tre musei" nell'ultimo anno, il 13% risponde "tra uno e tre musei", mentre nessuno dei visitatori intervistati afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che tra coloro che hanno visto più di tre musei nell'ultimo anno vi siano soprattutto coloro che sono già stati al *Museo di Roma*, con un giudizio superiore o uguale alle aspettative e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere frequentato da uno a tre musei sono in prevalenza i nuovi visitatori, privi di attese a priori e molto soddisfatti della loro esperienza.



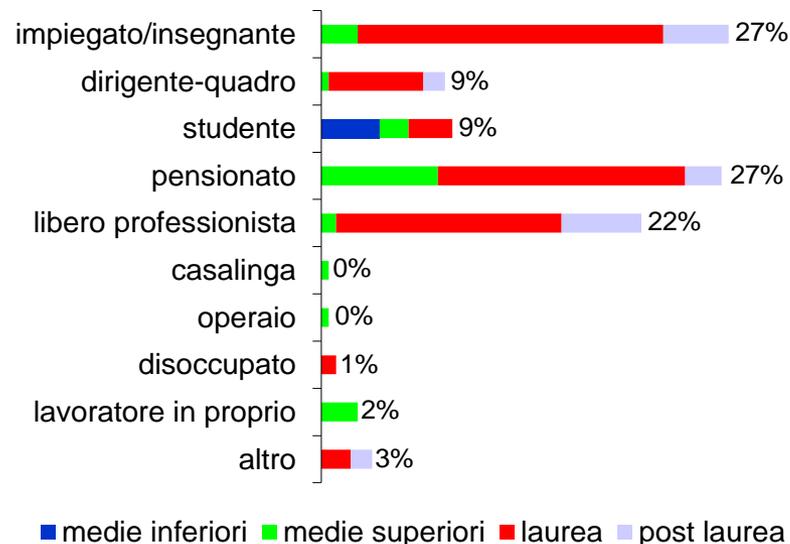
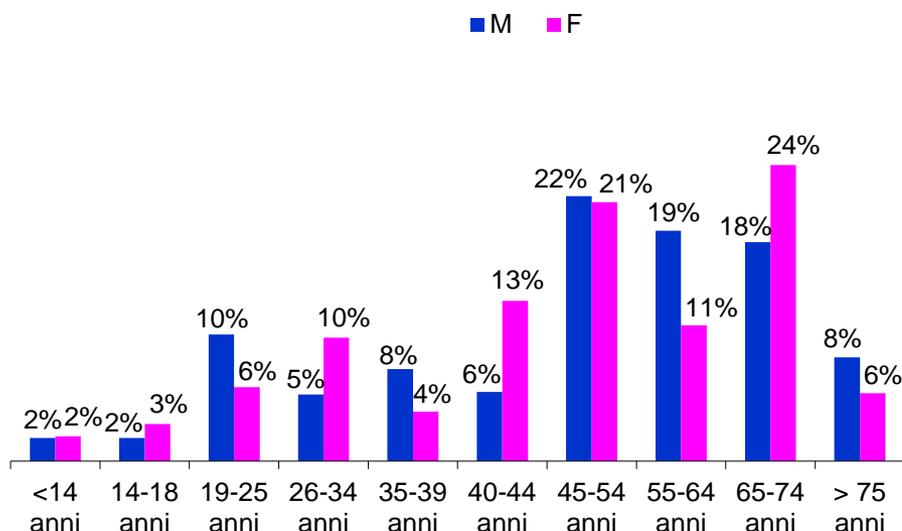
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il genere maschile (52%; nel 2017 era 47%), soprattutto nelle fasce d'età adulta 45-64 anni. Le donne sono predominanti nelle fasce dei 40-44 e 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle comprese tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 58% sul totale degli intervistati (47% nel 2017).

Il 79% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (la percentuale raggiungeva il 74% nell'indagine precedente).

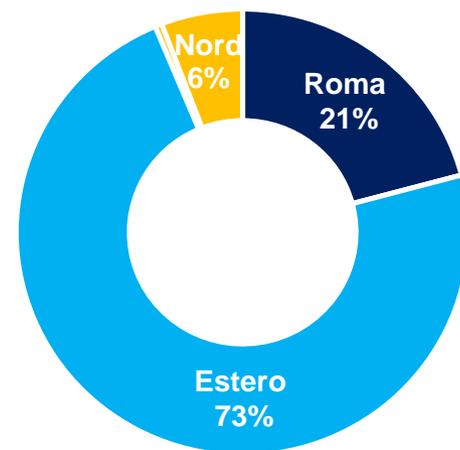
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli impiegati/insegnanti e i pensionati (entrambi 27%; in lieve discesa dal 21% dell'indagine scorsa), seguono i liberi professionisti (22%; nel 2017 erano il 24%).



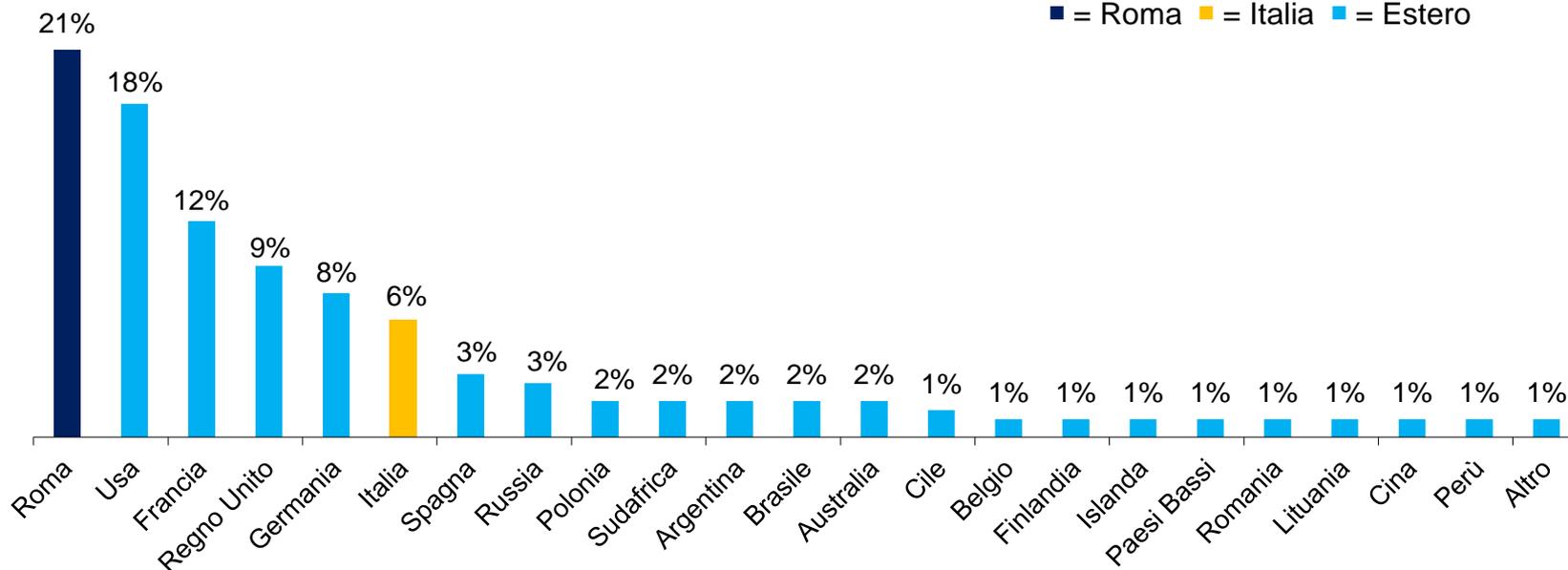
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 73% del campione intervistato è costituito da visitatori stranieri (in lieve aumento dal 70% emerso nell'indagine precedente), mentre i romani rappresentano il 21% (lo scorso anno erano il 22%) e il 6% coloro che giungono da altre province del Nord Italia (erano l'8% nel 2017).

Tra le nazionalità estere prevale nettamente quella americana (18% sul totale), ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Museo di Roma 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Materiale all'accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	-,009	,067	,026	,140	-,014	,131	,217*	-,012	,274**	-,033	-,074	,339*	,053
Orari di apertura	-,009	1,000	-,081	,189	-,069	,221**	,101	-,084	-,009	-,063	-,055	,002	-,179	-,054
Personale di biglietteria	,067	-,081	1,000	.	,072	-,144*	,004	,017	,171*	,132	-,032	-,043	-,134	,032
Materiale all'accoglienza	,026	,189	.	1,000	-,114	,403**	,317*	,230	,171	-,138	.	-,164	-,271	,005
Opere della collezione	,140	-,069	,072	-,114	1,000	-,134	,009	,201*	,001	,090	-,055	,230*	,515**	,543**
Supporti informativi	-,014	,221**	-,144*	,403**	-,134	1,000	,261**	,018	,019	-,074	,062	,095	,012	,029
Supporti digitali	,131	,101	,004	,317*	,009	,261**	1,000	,369**	,122	,015	-,057	-,042	-,139	,088
Personale in sala	,217*	-,084	,017	,230	,201*	,018	,369**	1,000	,087	-,013	-,052	-,016	,479**	,084
Segnaletica interna	-,012	-,009	,171*	,171	,001	,019	,122	,087	1,000	,042	,104	,123	-,179	-,007
Posti a sedere	,274**	-,063	,132	-,138	,090	-,074	,015	-,013	,042	1,000	-,040	,072	,201	,001
Pulizia del sito	-,033	-,055	-,032	.	-,055	,062	-,057	-,052	,104	-,040	1,000	,518**	-,090	-,061
Libreria	-,074	,002	-,043	-,164	,230*	,095	-,042	-,016	,123	,072	,518**	1,000	,364*	,196*
Caffetteria	,339*	-,179	-,134	-,271	,515**	,012	-,139	,479**	-,179	,201	-,090	,364*	1,000	,142
Esperienza complessiva	,053	-,054	,032	,005	,543**	,029	,088	,084	-,007	,001	-,061	,196*	,142	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. Il guardaroba e l'audioguida sono state escluse anche dalla tabella precedente poiché il loro coefficiente di correlazione è nullo.

Per il *Museo di Roma* la **collezione** è l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

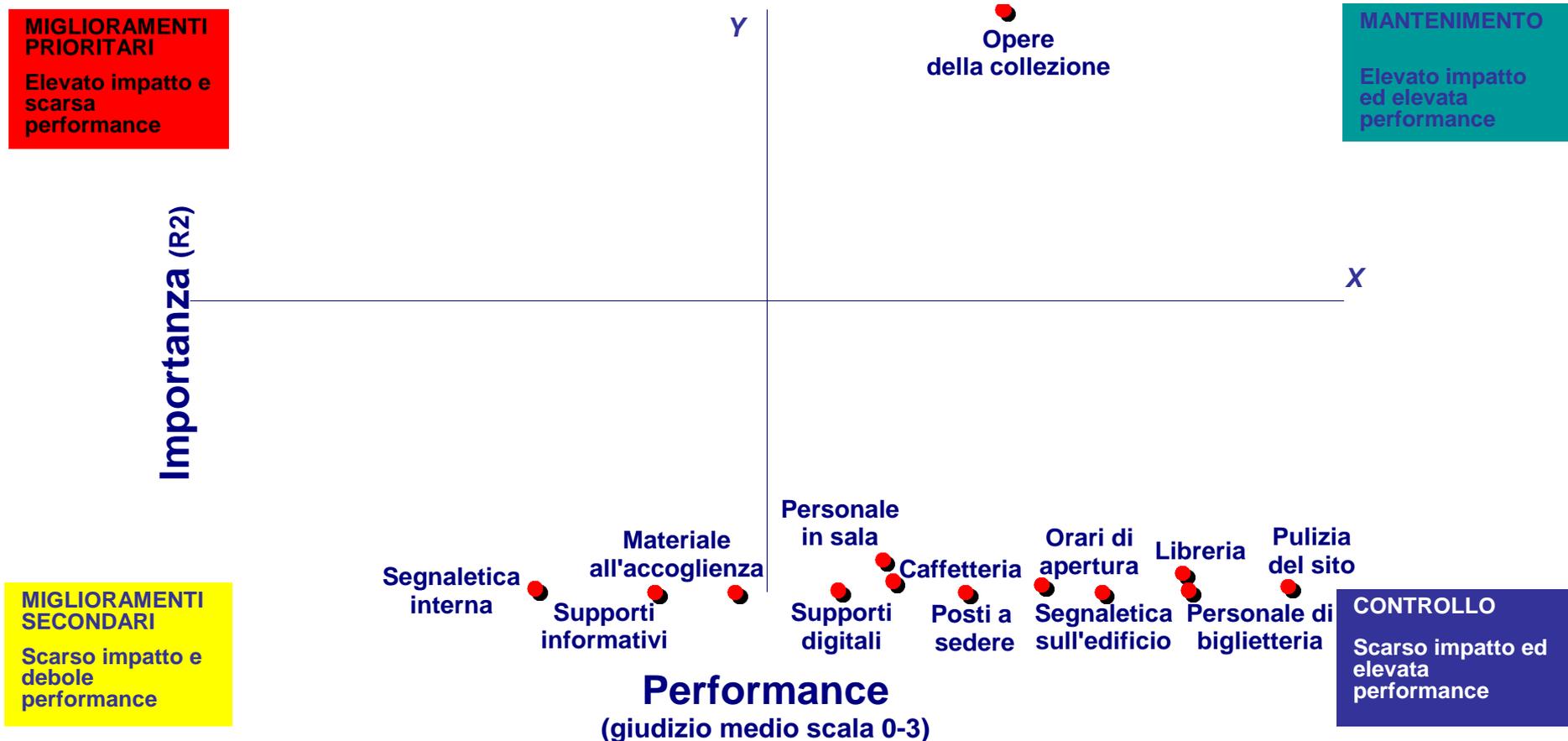
Pur non risultando significativi, gli orari di apertura, la segnaletica interna e la pulizia del sito hanno un'incidenza negativa sul giudizio complessivo (ovvero sono inversamente proporzionali ad esso), seppure minima.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Museo di Roma - 2018</i>	
Opere della collezione	0,543
Libreria	0,196

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, mentre non emergono 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

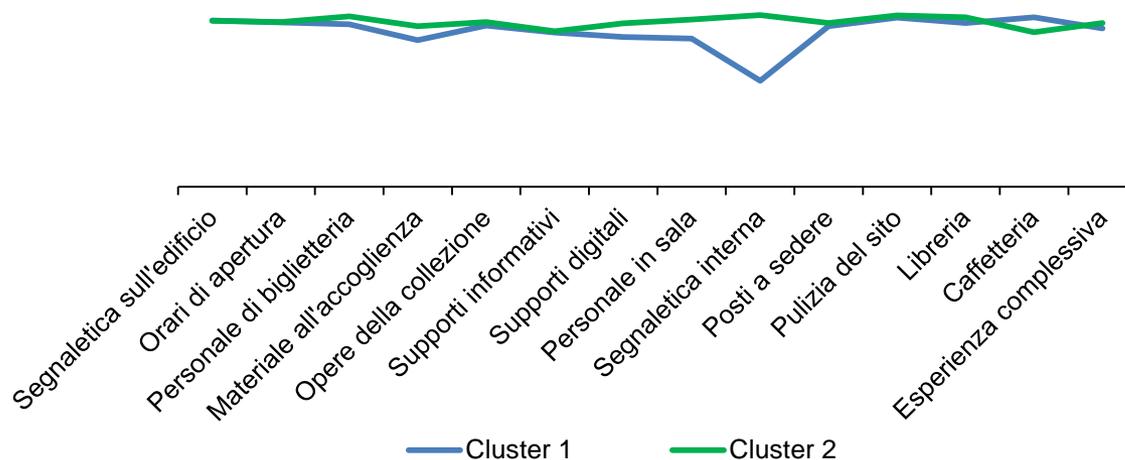
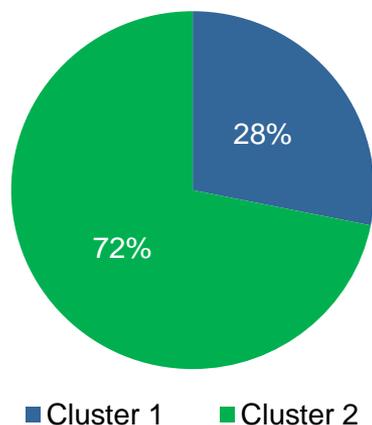
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (58 individui per il *Cluster 1* e 148 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** sono ad un livello tendenzialmente più basso di soddisfazione (tranne che sulla caffetteria), mentre la 2° tipologia dei **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono sui vari aspetti indagati.

Cluster 1 – Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età fino ai 34 anni, 40-44 e 55-64 anni, stranieri, diplomati, dirigenti/quadri e liberi professionisti, sono venuti a sapere del museo tramite lo stendardo sull'edificio, vengono con amici e da soli, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

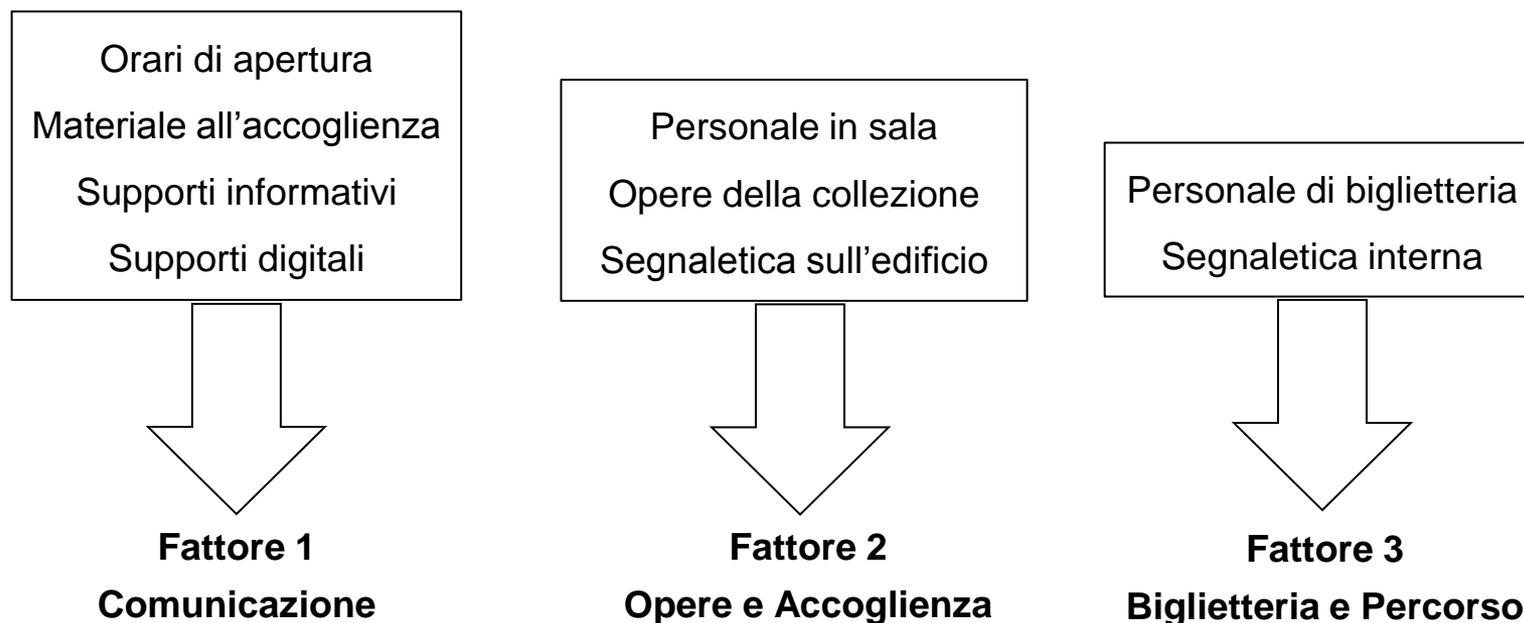
Cluster 2 – Deliziati: in prevalenza donne, di età 35-39, 45-54 anni e oltre i 65 anni, italiani, laureati, occupati dipendenti e pensionati, sono venuti a sapere del museo passando per caso o per conoscenza pregressa, vengono in coppia e con la famiglia, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

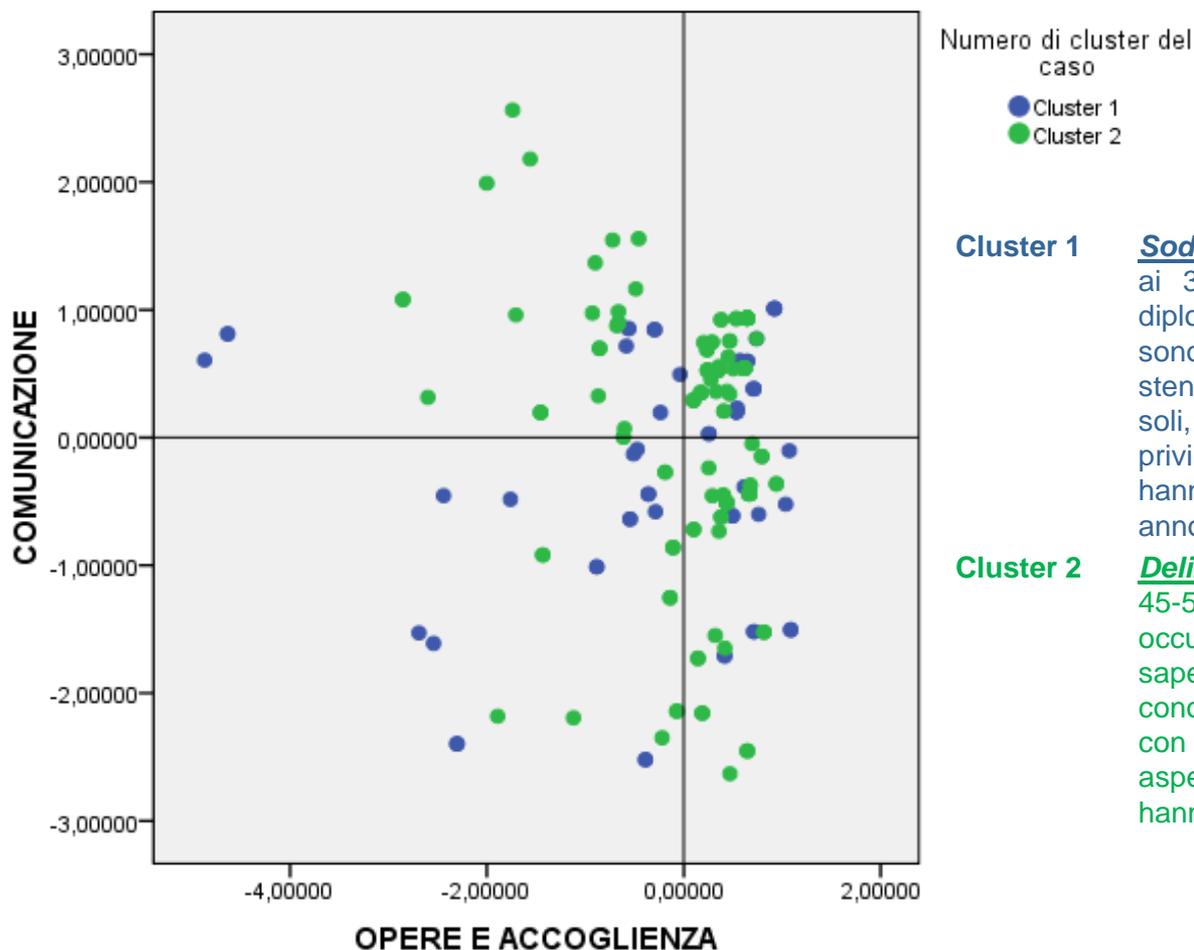
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba, l'audioguida, i posti a sedere, la pulizia del sito la libreria e la caffetteria sono stati esclusi poiché non risultate significative per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



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 si rileva una maggiore dispersività per il Cluster 1 dei “Soddisfatti”, in particolare sul Fattore 1 (*Comunicazione*).



Cluster 1 **Soddisfatti**: in prevalenza uomini, di età fino ai 34 anni, 40-44 e 55-64 anni, stranieri, diplomati, dirigenti/quadri e liberi professionisti, sono venuti a sapere del museo tramite lo standardo sull'edificio, vengono con amici e da soli, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 **Deliziati**: in prevalenza donne, di età 35-39, 45-54 anni e oltre i 65 anni, italiani, laureati, occupati dipendenti e pensionati, sono venuti a sapere del museo passando per caso o per conoscenza pregressa, vengono in coppia e con la famiglia, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Suggerimenti (1/2)

NIENTE da migliorare. **Totale 108**

ELOGI museo molto bello, palazzo stupendo (10), migliorato rispetto al passato, anche le traduzioni in lingua (5), altro (4). **Totale 19**

SUPPORTI INFORMATIVI in più lingue (11), troppo lunghi, specifici e noiosi, più informazioni su costumi e tradizioni (5), altro (5). **Totale 21**

COLLEZIONE più opere sulla storia di Roma, il nome del museo è fuorviante rispetto a quanto esposto (8), da arricchire con più opere, per esempio gli acquerelli di Roesler Franz (8), altro (3). **Totale 19**

SEGNALETICA INTERNA più indicazioni per ascensore (7), da aumentare e migliorare, soprattutto per il terzo piano (7), per la mostra, i servizi igienici ed il guardaroba (5). **Totale 19**

BIGLIETTERIA promuovere e proporre di più l'audioguida (8), più personale accogliente e sorridente, anche per fornire informazioni sulla collezione del museo (5). **Totale 13**

SUPPORTI DIGITALI alcuni non sono funzionanti (4), anche in francese (4), più innovazione interattiva e multimediale (4). **Totale 12**

ASSISTENZA IN SALA maggiore cortesia del personale (5), insufficiente nelle sale (4), altro (2). **Totale 11**

Suggerimenti 2/2

BIGLIETTO un po' caro rispetto alla collezione, l'audioguida dovrebbe essere inclusa, ingresso alla mostra gratuito per i possessori della MiC Card. **Totale 9**

DEPLIANT tradotto in altre lingue (francese e spagnolo), mappa poco chiara. **Totale 7**

POSTI A SEDERE da aumentare. **Totale 7**

PERCORSO non chiaro, non si capisce bene dove ci si trova. **Totale 6**

DIDATTICA più attività per bambini, visite guidate in lingua per gruppi scolastici. **Totale 6**

ORARIO anticipare l'apertura, anche il lunedì, più aperture serali. **Totale 6**

ALTRO. Totale 25

**TOTALE 160 SUGGERIMENTI
MUSEO DI ROMA**

Allegato 1: Fronte Questionario

MUSEO/MUSEUM:	DATA/DATE: / /	ORA/HOUR: / /			
<p>Buongiorno, può dedicarmi pochi minuti per rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da questo Museo per aiutarci a migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita? <i>Good morning, can I have few minutes of your time to ask you some questions about the service provided by this Museum in order to improve the quality and make your visit as comfortable as possible?</i></p>					
<p>1. Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? <i>In the last five years, have you already visited this museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Mai in tutta la mia vita/ <i>Never</i> <input type="checkbox"/> Sì, da 1 a 3 volte/ <i>Yes, 1-3 times</i> <input type="checkbox"/> No, negli ultimi 5 anni/ <i>Not in the last 5 years</i> <input type="checkbox"/> Sì, più di 3 volte/ <i>Yes, more than 3 times</i></p>					
<p>2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? <i>Did you use the Roma Pass to enter in the museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Sì/ <i>Yes, I did</i> <input type="checkbox"/> No/ <i>No, I didn't</i> <input type="checkbox"/> Non la conosco/ <i>I don't know it</i></p>					
<p>3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo? <i>How did you find out this museum the first time?</i></p> <p><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/genitori/ <i>friends&relatives</i> <input type="checkbox"/> www.museiincomune.it-sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i> <input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites.....</i> <input type="checkbox"/> social network <input type="checkbox"/> standardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i> <input type="checkbox"/> passando per caso/ <i>passing by</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other.....</i></p>					
<p>Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala: <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i></p>					
	Non utilizzato <i>Not used</i>	Molto soddisfatto <i>Very satisfied</i>	Abbastanza soddisfatto <i>Quite satisfied</i>	Poco soddisfatto <i>Slightly satisfied</i>	Per niente soddisfatto <i>Not satisfied at all</i>
4. Segnaletica sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Personale di biglietteria/ <i>Ticket office staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Materiale informativo all'accoglienza/ <i>Leaflets in the ticket office</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Audioguida/ <i>Audiooguide</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools and captions</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Supporti digitali/ <i>digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Posti a sedere (sedie, panche)/ <i>Seats, benches</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Esperienza Museale nel suo complesso/ Overall Museum Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>20. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i></p> <p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i> <input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i></p>					

Allegato 1: Retro Questionario

21. **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"/>											

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: 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)* _____