



---

Indagini di Customer Satisfaction

Sistema Musei in Comune

25 Settembre - 7 Dicembre 2018

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 03/01/2019*

**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)
- Eventi aziendali nel Sistema Musei in Comune
- Allegato 1 - Tabella risultati per museo
- Allegato 2 - Campione intervistato per museo
- Allegato 3 - Questionari

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 3.339 questionari somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua che autocompilazione dal 25 settembre al 7 dicembre 2018 presso il *Sistema Musei in Comune* (gli intervistati rappresentano il 10% degli ingressi totali ai musei nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,61\%$ .

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 molto buono, con una media di **2,77** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale in libreria (2,96) e di biglietteria (2,86), il guardaroba (2,82), le opere della collezione (2,81), la pulizia del sito (2,80), il personale in sala (2,80), gli orari di apertura (2,79) e la caffetteria (2,78).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Le opere della collezione, la libreria e la pulizia del sito sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 47% da turisti stranieri, impiegati/ insegnanti (25%) e pensionati (21%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (58%), di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (49% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza dei musei del Sistema attraverso il passaparola o internet (entrambi raggiungono il 17% sul totale degli intervistati). Poi seguono le voci "passando per caso" (16%), "guide turistiche cartacee" (14%) e "scuola/università" (12%).

È significativo che il passaparola emerga principalmente per i residenti a Roma, donne, di età giovane fino ai 25 anni o adulta al di sopra dei 55 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcune già state al museo visitato, con giudizio superiore alle aspettative e nell'ultimo anno sono state in meno di tre musei. Invece il canale web è predominante tra i visitatori italiani, equamente ripartiti tra uomini e donne, di età 26-44 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, già stati nei *Musei Civici*, giudizio uguale alle attese e sono stati in più di tre musei in quest'ultimo anno.

## Tabella riassuntiva

<b>Sistema Musei in Comune 2018</b>	<b>Media ponderata</b>	<b>Mediana</b>	<b>Risposte Valide</b>	<b>Risposte Mancanti</b>	<b>Deviazione standard</b>	<b>Servizio non utilizzato/ non disponibile</b>	<b>Deliziati</b>	<b>Insoddisfatti</b>	<b>Molto+ Abbastanza soddisfatti</b>
Segnaletica sull'edificio	2,51	3,00	2880	459	0,752	14%	64%	3%	90%
Orari di apertura	2,79	3,00	3251	88	0,504	3%	83%	1%	97%
Personale di biglietteria	2,86	3,00	2935	404	0,414	12%	88%	0%	98%
Materiale all'accoglienza	2,52	3,00	2002	1337	0,713	40%	63%	1%	90%
Guardaroba	2,82	3,00	1333	2006	0,505	60%	87%	1%	96%
Collezione	2,81	3,00	3218	121	0,429	4%	83%	0%	99%
Videoguida/ Audioguida	2,77	3,00	192	3147	0,504	94%	80%	0%	96%
Supporti informativi	2,60	3,00	3114	225	0,624	7%	67%	1%	95%
Supporti digitali	2,63	3,00	1797	1542	0,629	46%	71%	1%	94%
Personale in sala	2,80	3,00	2341	998	0,470	30%	82%	0%	98%
Segnaletica interna	2,54	3,00	2933	406	0,685	12%	64%	1%	91%
Posti a sedere	2,42	3,00	2583	756	0,860	23%	62%	5%	85%
Pulizia del sito	2,80	3,00	3265	74	0,527	2%	85%	1%	96%
Personale in libreria	2,96	3,00	175	3164	0,197	95%	96%	0%	100%
Libreria	2,75	3,00	1107	2232	0,505	67%	78%	0%	97%
Caffetteria	2,78	3,00	254	3085	0,475	92%	81%	0%	97%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,77</b>	<b>3,00</b>	<b>3241</b>	<b>98</b>	<b>0,468</b>	<b>3%</b>	<b>79%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

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

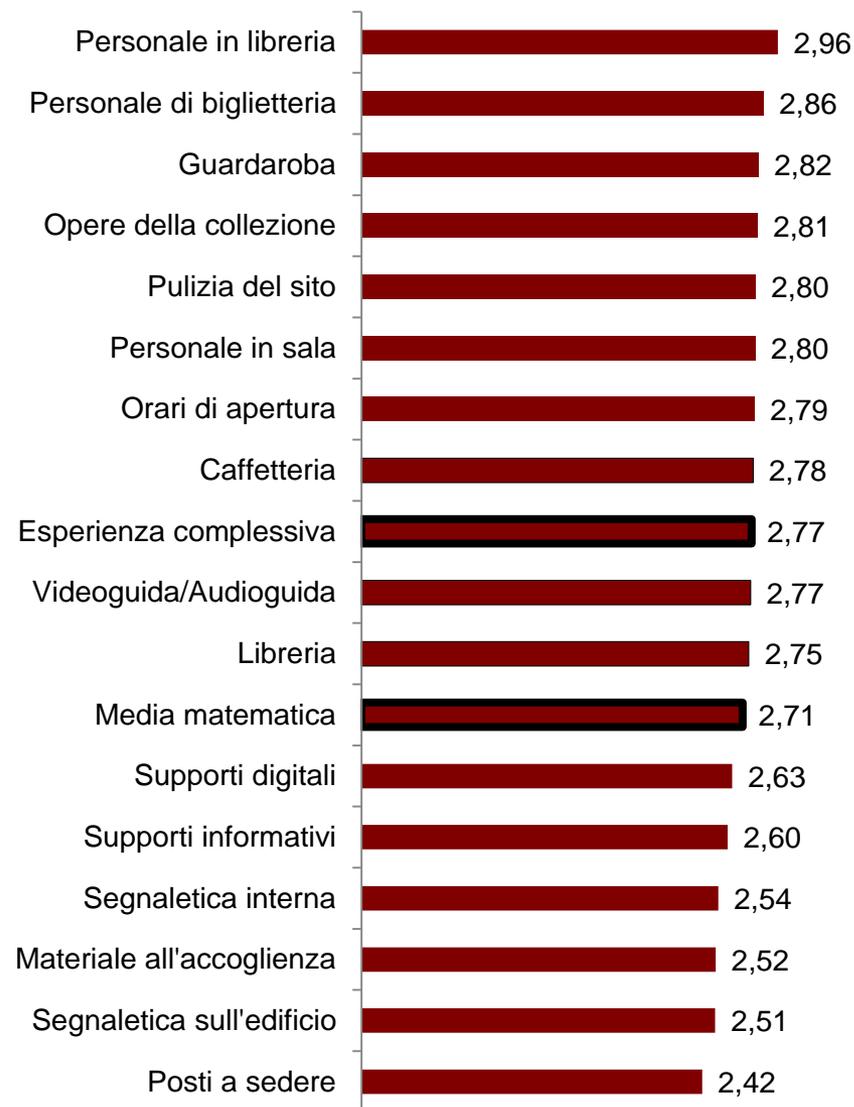
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,71).

## 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.

Gli aspetti maggiormente graditi sono i seguenti: il **personale in libreria** e di **biglietteria**, il **guardaroba**, le **opere della collezione**, la **pulizia del sito**, il **personale in sala**, gli **orari di apertura** e la **caffetteria**.

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

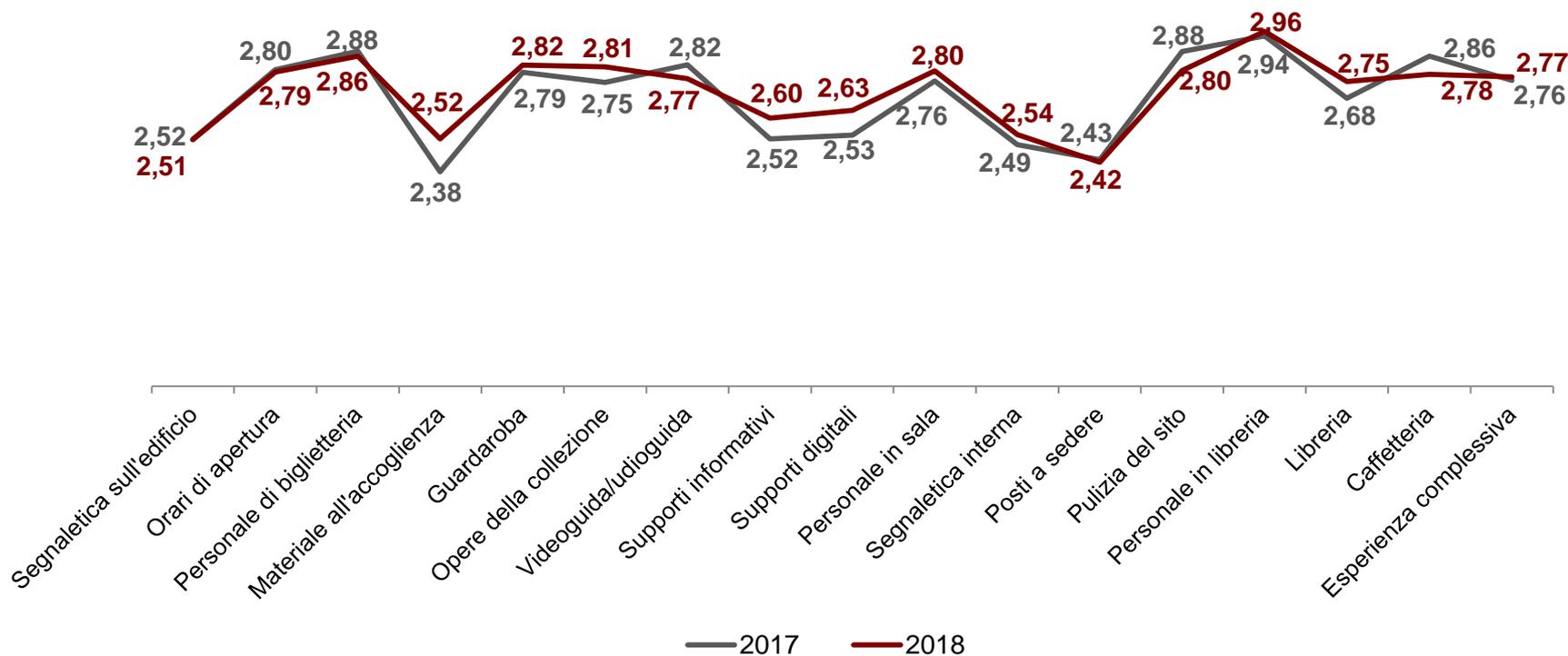


## Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare.

In particolare aumentano le medie dei seguenti aspetti: il materiale informativo disponibile all'accoglienza, le opere della collezione, i supporti informativi e digitali, la libreria. Invece si rileva una lieve flessione sulle videoguide/audioguide, sulla pulizia del sito e sulle caffetterie, ma i valori medi sono molto buoni e superiori allo standard di 2,20.

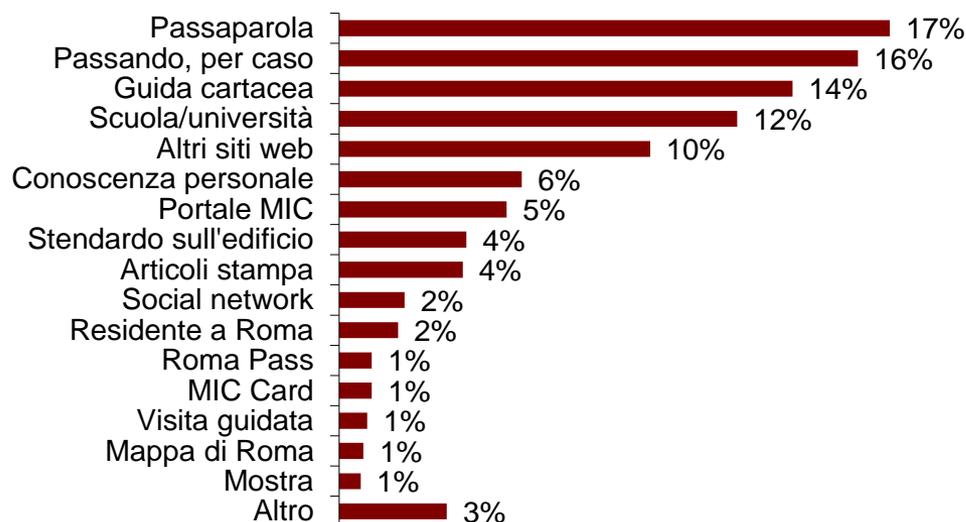
Come si denota dal grafico sottostante, lo scostamento è nullo o minimo sulle restanti variabili indagate.



## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 17% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo col “passaparola” (era 15% nel 2017), il 16% “passando, per caso” (stessa percentuale dello scorso anno), il 14% attraverso la “guida cartacea” (13% nel 2017) e il 12% tramite “scuola/università” (in discesa dal 17% dell’indagine precedente). Invece la percentuale complessiva relativa al canale web resta invariata al 17%.

Il passaparola emerge principalmente per i residenti a Roma, donne, di età giovane fino ai 25 anni o adulta al di sopra dei 55 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcune già state al museo visitato, con giudizio superiore alle aspettative e nell’ultimo anno sono state in meno di tre musei. Invece il canale web è predominante tra i visitatori italiani, equamente ripartiti tra uomini e donne, di età 26-44 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, già stati nei *Musei Civici*, giudizio uguale alle attese e sono stati in più di tre musei in quest’ultimo anno. Si evidenzia che siano i turisti a rispondere “passando, per caso” e “guida cartacea”, uomini, di età 20-34 e 40-64 anni, con un giudizio superiore alle aspettative e dichiarano di essere stati in vari musei.



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (70% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al museo visitato, il 22% già vi è stato (di cui il 14% “da una a tre volte” e l’8% “più di tre volte”) e il restante 8% 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 (in prevalenza stranieri, *cfr.* grafico sottostante a destra), di età giovane fino ai 34 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcuni hanno utilizzato la card Roma Pass per entrare nei *Musei Civici*, il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi e dichiarano di non avere visitato altri musei in quest’ultimo anno. Invece ad avere già frequentato il museo sono principalmente i visitatori romani, di età 35-39 anni e adulta oltre i 55 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, molti dei quali non conoscono la Roma Pass, con un giudizio uguale alle proprie attese e hanno frequentato più di tre musei in quest’ultimo anno.

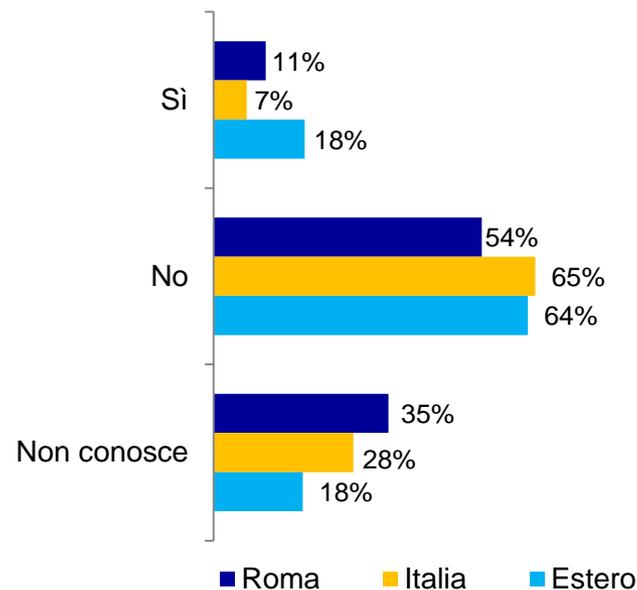
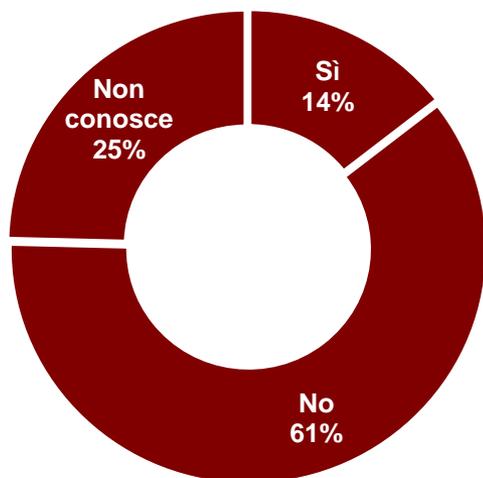


## Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Il 14% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 61% afferma di conoscerla ma di non averla utilizzata per entrare al museo, mentre il 25% non la conosce affatto.

Risulta significativo che ad utilizzare la Roma Pass siano soprattutto i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), che appartengono alle fasce d'età tra i 26 e 39 anni, vengono per la prima volta al museo, laureati, con un giudizio superiore alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti e hanno frequentato oltre tre musei nell'ultimo anno.

Invece a non usufruire della card sono principalmente i visitatori italiani (in particolare a non conoscerla sono i romani di età inferiore ai 25 anni o superiore ai 55 anni), che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcuni già stati al museo, senza attese a priori, in generale abbastanza soddisfatti e sono stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno.

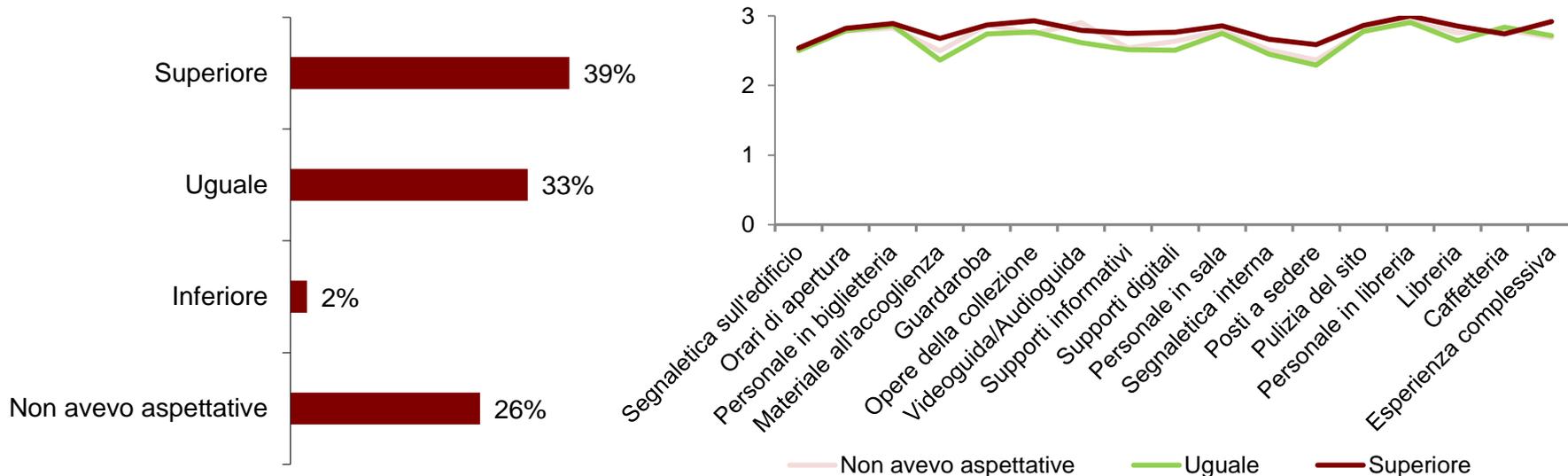


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 26% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 39% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 33% è uguale e solo per il restante 2% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i turisti stranieri, donne, nuovi visitatori, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), di genere femminile, alcuni già stati al museo, in generale abbastanza soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno. Ad essere privi di aspettative a priori sono i turisti (in prevalenza stranieri), che vengono per la prima volta, si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti, tranne che sulla caffetteria (*cfr.* grafico sottostante).



## Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e 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 visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il museo visitato è pari al **48%**.

Da evidenziare che il 40% del campione intervistato ha rilasciato una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.



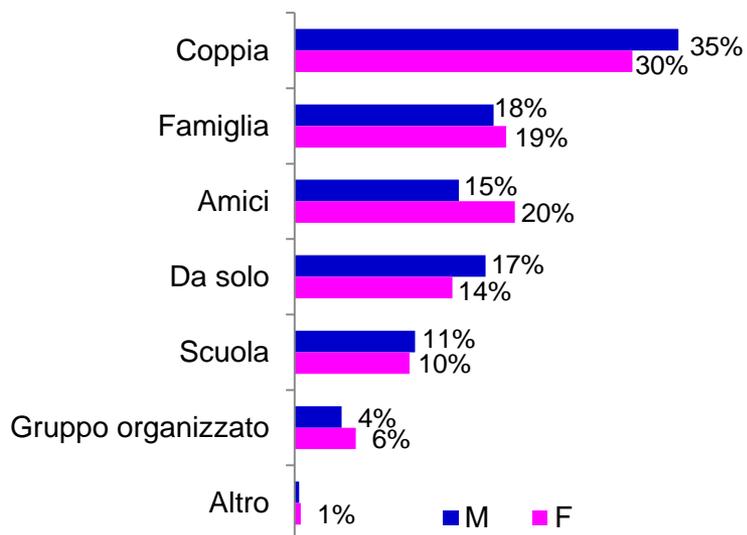
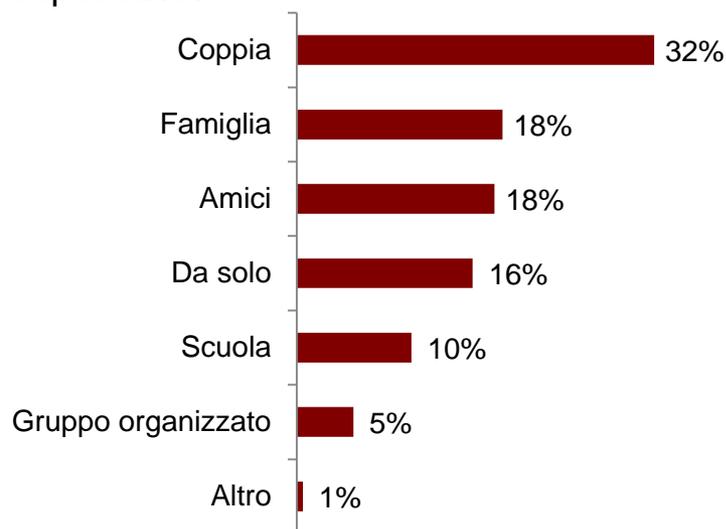
NET PROMOTER SCORE										
<i>Sistema Musei in Comune 2018</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	3	5	16	18	42	100	347	981	849	948
0%	0,1%	0,2%	0,5%	1%	1%	3%	10%	30%	26%	28%
<b>DETRACTORI = 6%</b>							<b>PASSIVI = 40%</b>		<b>PROMOTORI = 54%</b>	
<b>54% - 6% = 48%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 32% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “coppia”, il 18% con la propria “famiglia”, il 18% in compagnia di “amici”, il 16% “da solo”, il 10% con la “scuola”, il 5% con un “gruppo organizzato” e il restante 1% risponde “altro”.

Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto gli uomini (*cf.* grafico sottostante a destra), turisti stranieri, di età 26-34 anni e 40-44 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, alcuni hanno utilizzato la Roma Pass per entrare, hanno un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece a venire con la propria famiglia sono in particolare gli uomini, che giungono dall'estero, minorenni o di età 35-54 anni, con un titolo di scuola media inferiore o laurea, vengono per la prima volta, qualcuno di essi ha usufruito della Roma Pass e la maggior parte di essi afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese.

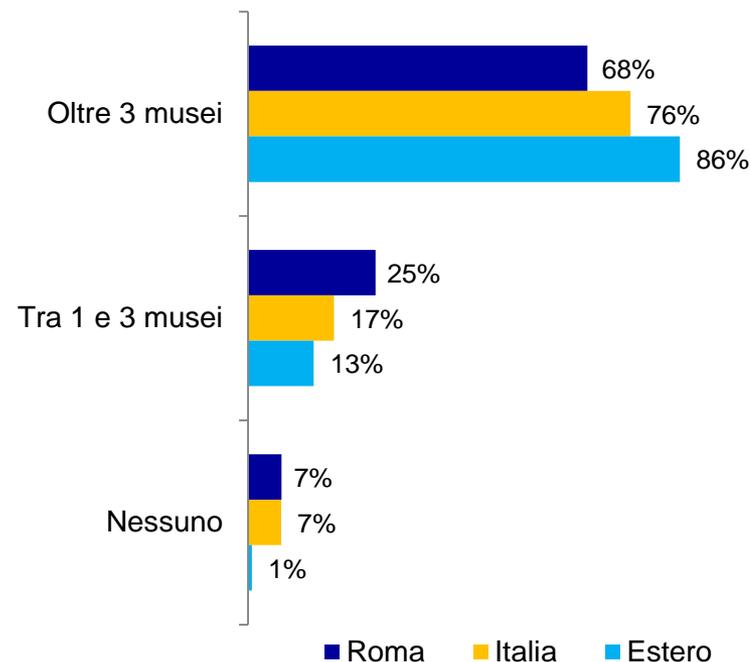
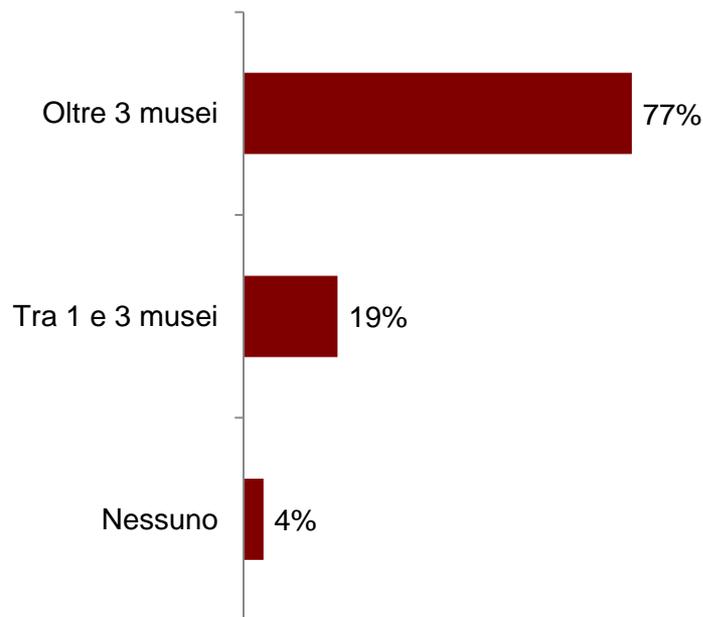
A venire con gli amici sono principalmente le donne, di provenienza italiana (inclusi i residenti a Roma), di età giovane 19-25 anni o adulta al di sopra dei 65 anni, diplomati, alcuni si sono già recati nei musei del Sistema, non conoscono la Roma Pass e hanno un giudizio uguale alle aspettative.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 77% dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 19% “tra uno e tre musei” e solo il 4% risponde “nessuno”.

Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, giudizio superiore alle aspettative e in generale molto soddisfatti. Invece sono principalmente i visitatori italiani (in particolare romani) ad avere visitato meno di tre musei in quest'ultimo anno, diplomati, con un giudizio uguale alle attese o ne sono privi e hanno un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente.



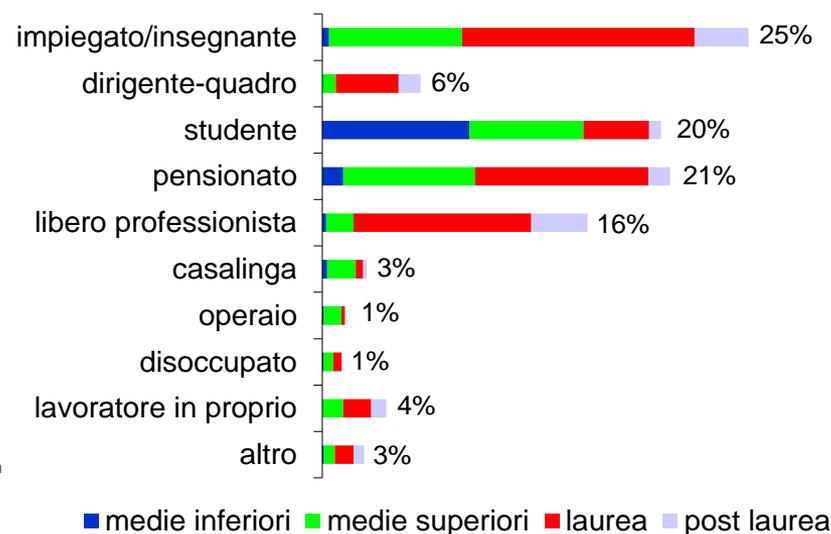
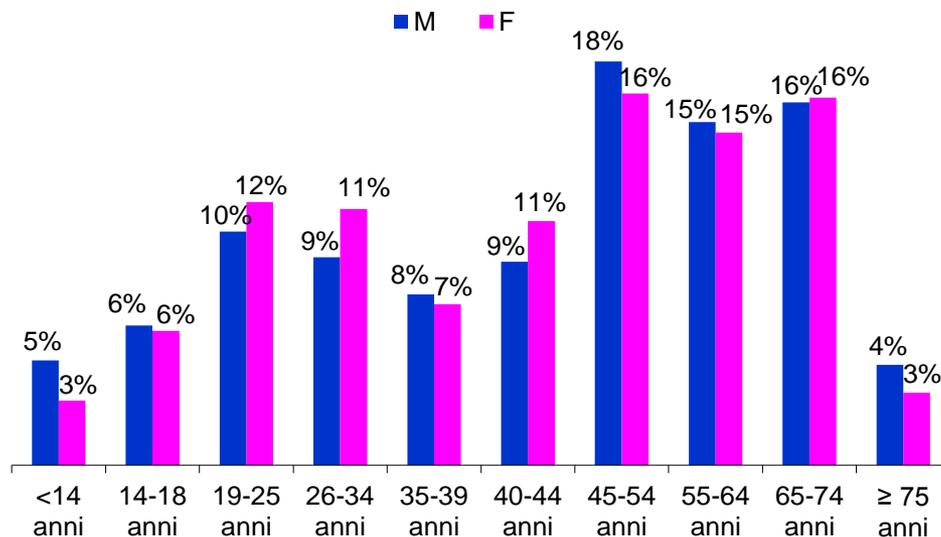
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il genere femminile (53%; era 54% nel 2017), soprattutto nelle fasce d'età 19-34 e 40-44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle comprese tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 49% sul totale degli intervistati (lo scorso anno erano il 46%).

Il 58% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (la percentuale raggiungeva il 59% nell'indagine precedente).

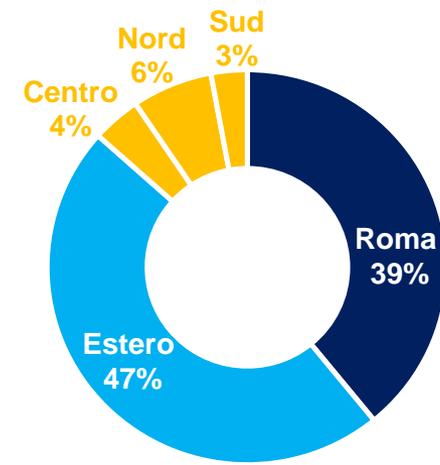
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli impiegati/insegnanti (25%; erano il 24% nel 2017), i pensionati (21%; in aumento dal 17%) e gli studenti (20%, in lieve discesa dal 24% dello scorso anno). I liberi professionisti passano dal 17% al 16%.



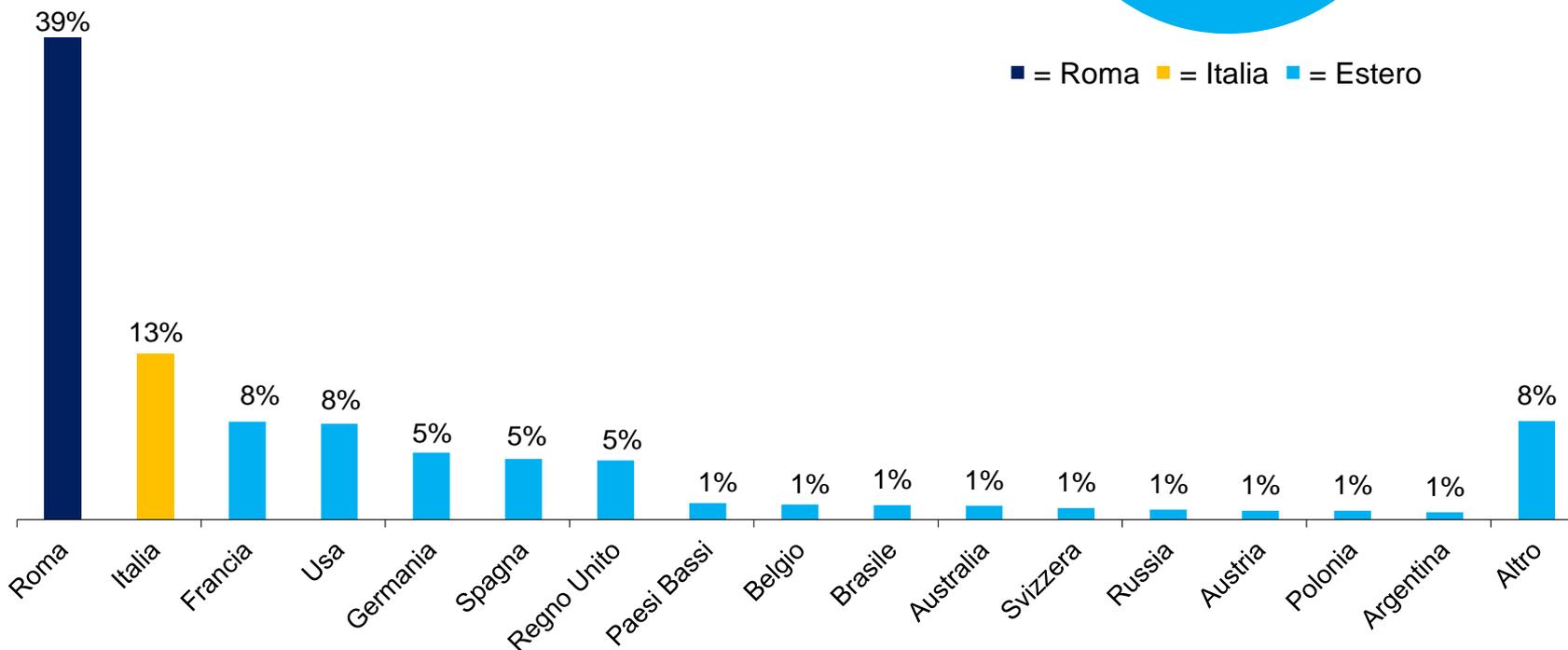
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 47% del campione intervistato è costituito da visitatori stranieri (erano il 53% nell'indagine precedente), il 39% sono romani (in aumento dal 33% emerso nel 2017) e il 13% giunge da altre province italiane (14% per l'indagine scorsa).

Tra le nazionalità estere prevalgono la francese e l'americana (8% per entrambe), 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.

<b>Sistema Musei in Comune 2018***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Opere della collezione	Videoguida/Audioguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,320**	,216**	,280**	,257**	,123**	,068	,147**	,193**	,203**	,177**	,242**	,251**	,217**	,086**	,076	,186**
Orari di apertura	,320**	1,000	,268**	,298**	,384**	,189**	,141	,233**	,236**	,247**	,169**	,311**	,319**	,394**	,236**	,108	,257**
Personale di biglietteria	,216**	,268**	1,000	,290**	,135**	,196**	,244**	,186**	,148**	,339**	,160**	,171**	,245**	,054	,026	,066	,240**
Materiale all'accoglienza	,280**	,298**	,290**	1,000	,293**	,245**	,294**	,339**	,373**	,341**	,384**	,358**	,282**	,049	,350**	,254**	,302**
Guardaroba	,257**	,384**	,135**	,293**	1,000	,187**	,078	,247**	,415**	,244**	,149**	,445**	,456**	-,043	,267**	,076	,250**
Collezione	,123**	,189**	,196**	,245**	,187**	1,000	,137	,259**	,262**	,246**	,123**	,200**	,190**	.	,319**	,186**	,465**
Videoguida/Audioguida	,068	,141	,244**	,294**	,078	,137	1,000	,120	-,012	-,030	,144	-,017	,069	.	,296**	.	,241**
Supporti informativi	,147**	,233**	,186**	,339**	,247**	,259**	,120	1,000	,512**	,223**	,339**	,306**	,245**	,061	,239**	-,071	,346**
Supporti digitali	,193**	,236**	,148**	,373**	,415**	,262**	-,012	,512**	1,000	,326**	,292**	,348**	,284**	-,076	,365**	-,073	,312**
Personale in sala	,203**	,247**	,339**	,341**	,244**	,246**	-,030	,223**	,326**	1,000	,277**	,208**	,275**	-,055	,157**	,079	,273**
Segnaletica interna	,177**	,169**	,160**	,384**	,149**	,123**	,144	,339**	,292**	,277**	1,000	,349**	,243**	,278**	,276**	,142	,240**
Posti a sedere	,242**	,311**	,171**	,358**	,445**	,200**	-,017	,306**	,348**	,208**	,349**	1,000	,393**	-,062	,404**	,130	,306**
Pulizia del sito	,251**	,319**	,245**	,282**	,456**	,190**	,069	,245**	,284**	,275**	,243**	,393**	1,000	-,074	,430**	-,046	,369**
Personale in libreria	,217**	,394**	,054	,049	-,043	.	.	,061	-,076	-,055	,278**	-,062	-,074	1,000	1,000**	,274**	-,067
Libreria	,086**	,236**	,026	,350**	,267**	,319**	,296**	,239**	,365**	,157**	,276**	,404**	,430**	1,000**	1,000	,277**	,371**
Caffetteria	,076	,108	,066	,254**	,076	,186**	.	-,071	-,073	,079	,142	,130	-,046	,274**	,277**	1,000	,013
Esperienza complessiva	,186**	,257**	,240**	,302**	,250**	,465**	,241**	,346**	,312**	,273**	,240**	,306**	,369**	-,067	,371**	,013	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).

Dalla tabella laterale sono state escluse le variabili indagate che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Sistema Musei in Comune* la **collezione** è l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

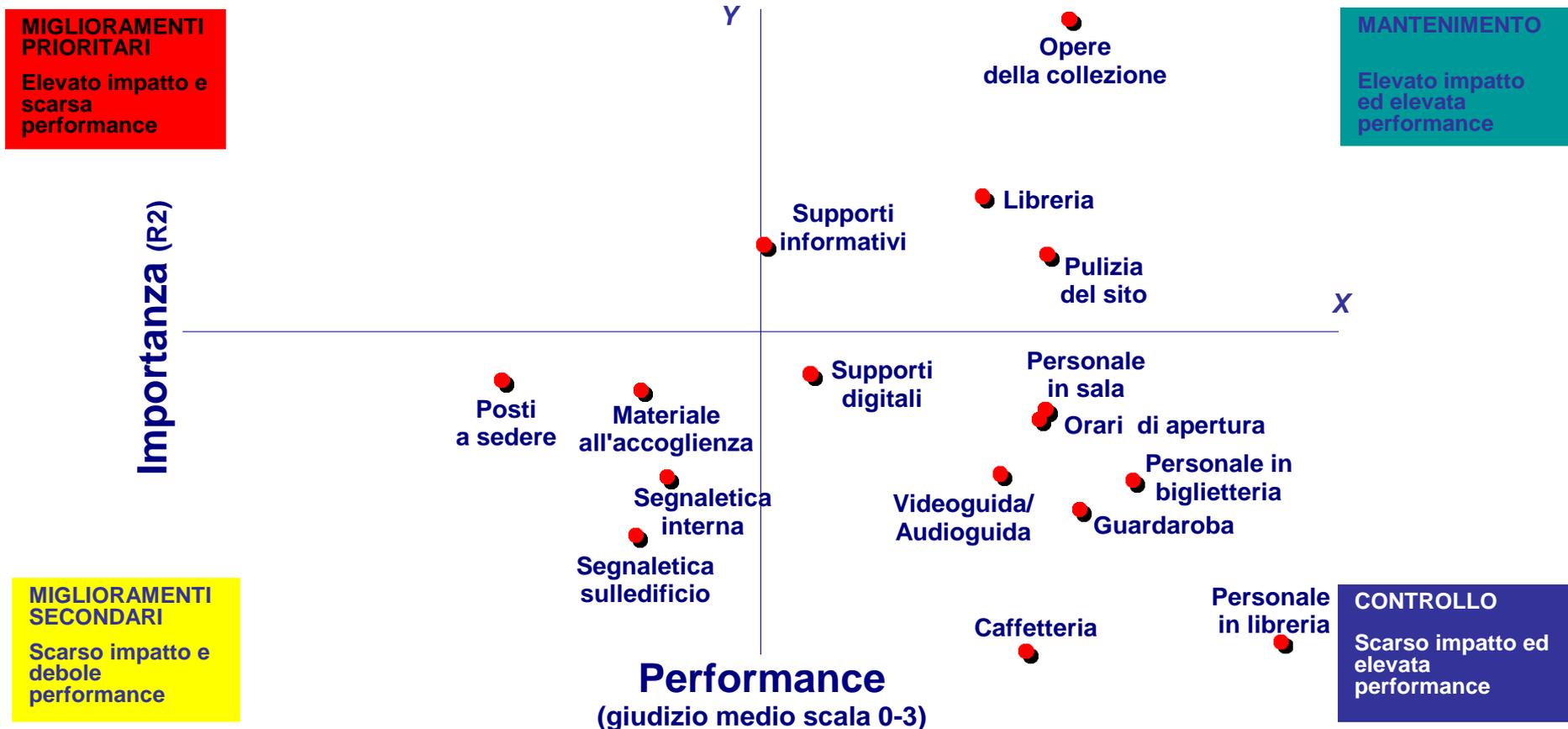
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Sistema Musei in Comune - 2018</i>	
Opere della collezione	0,465
Libreria	0,371
Pulizia del sito	0,369
Supporti informativi	0,346
Supporti digitali	0,312
Posti a sedere	0,306
Materiale all'accoglienza	0,302
Personale in sala	0,273
Orari di apertura	0,257
Guardaroba	0,250
Videoguida/Audioguida	0,241
Personale in biglietteria	0,240
Segnaletica interna	0,240
Segnaletica sull'edificio	0,186

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione**, la **libreria** e la **pulizia del sito** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti (quadrante in alto a destra). Invece i **supporti informativi** sono in una posizione *borderline*.

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano 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

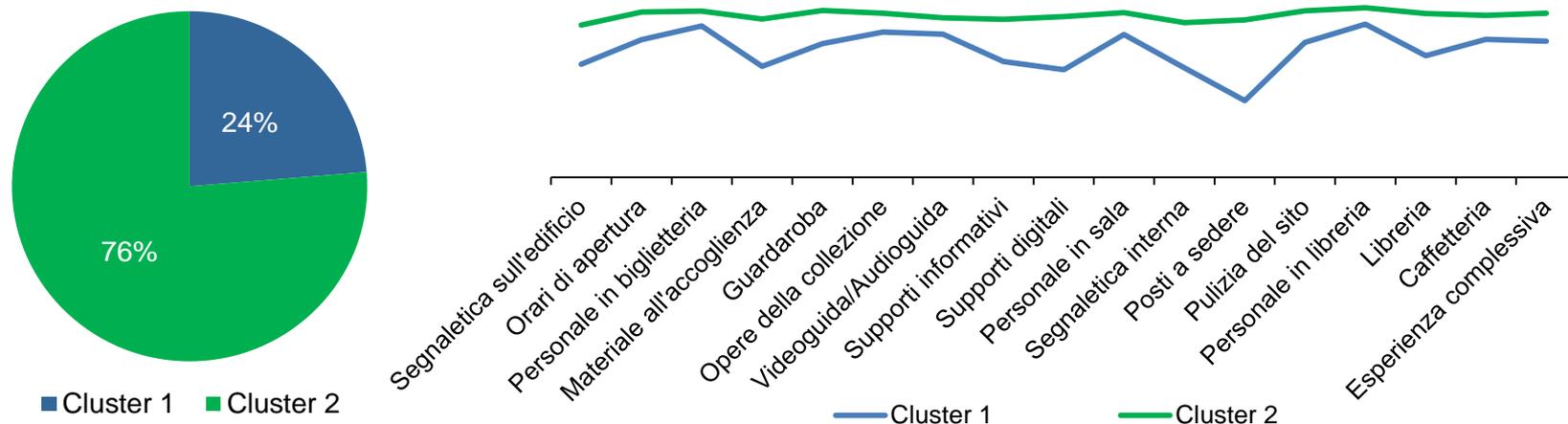
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (791 individui per il *Cluster 1* e 2547 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 a un livello più basso di soddisfazione, mentre la 2° tipologia dei **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati.

**Cluster 1 – Soddisfatti:** equamente ripartiti tra uomini e donne, italiani (inclusi romani), di età 26-44 e 55-64 anni, diplomati, occupati dipendenti, alcuni già stati al museo, ne sono venuti a conoscenza tramite il passaparola o passando per caso, non utilizzano la Roma Pass, vengono da soli o in coppia, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

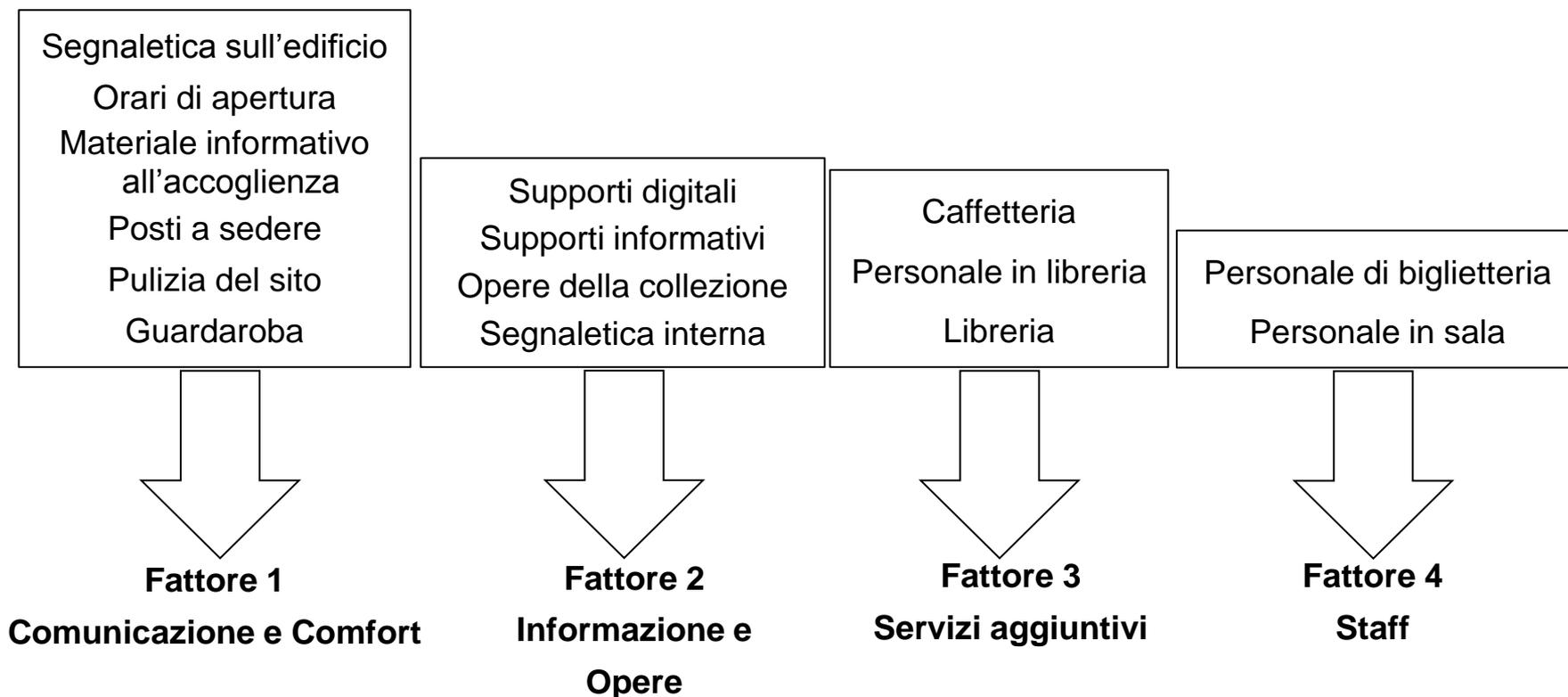
**Cluster 2 – Deliziati:** in prevalenza donne, turisti stranieri, di età giovane fino ai 25 anni e adulta 45-54 anni e oltre i 65 anni, laureati, studenti, liberi professionisti e pensionati, nuovi visitatori, sono venuti a conoscenza del museo attraverso scuola/università e guide turistiche cartacee, alcuni utilizzano la Roma Pass, vengono con amici, famiglia e scuola, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



## Analisi Fattoriale

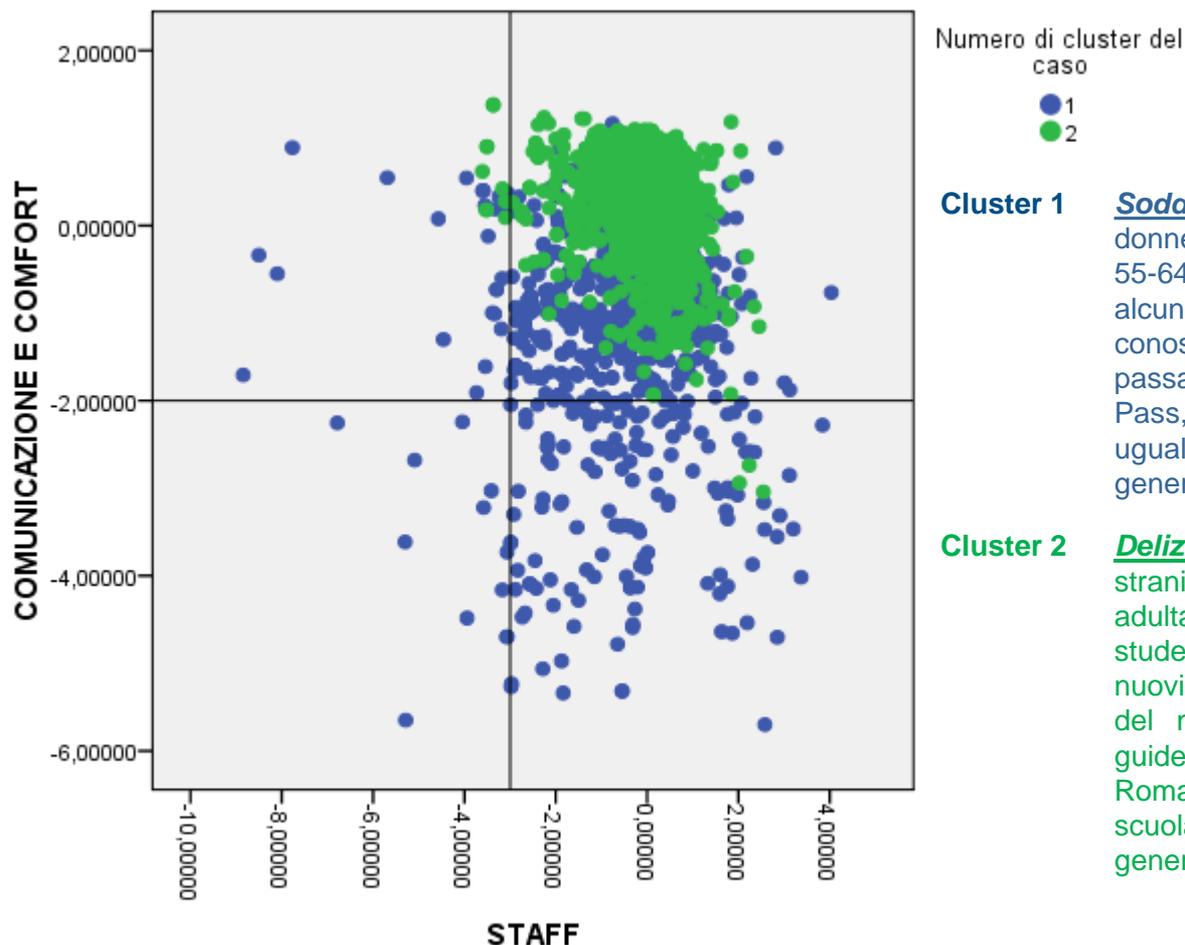
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la videoguida/audioguida è stata esclusa poiché non è risultata significativa per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 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 il Cluster 1 dei “Soddisfatti” rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 1 (“Comunicazione e Comfort”).



## Casa Museo Alberto Moravia

Nel 2018 sono stati compilati 63 questionari da parte dei visitatori di *Casa Museo Alberto Moravia* (28% del totale annuo dei partecipanti alle visite didattiche).

Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Tra gli aspetti maggiormente graditi emergono la completezza delle informazioni e la collezione (entrambi con una media di 2,83), mentre l'organizzazione generale (2,75) è la variabile più importante nella mappa e quella più correlata al giudizio complessivo su tale spazio.

Tra i mezzi di comunicazione prevale la voce "scuola/università", che raggiunge il 31% sul totale, seguono "internet" con il 26% (il 13% si riferisce al "portale MIC", l'11% riguarda "altri siti internet" e il 2% i "social network") e il 22% con il "passaparola".

Il *Net Promoter Score* indica che il 60% degli intervistati consiglierebbe tale spazio museale; ciò è indice di un buon apprezzamento da parte dei visitatori.

Il profilo degli intervistati è costituito in prevalenza da cittadini romani (54%), di genere femminile (58%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta 45-64 anni (45%) o giovane 14-25 anni (32%), con un titolo di scuola media inferiore o superiore (63%).

Tra le categorie professionali prevalgono gli studenti (36%) e gli impiegati/insegnanti (34%).

<b>CASA MUSEO ALBERTO MORAVIA 2018</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>	<b>Risposte valide</b>	<b>Risposte Mancanti</b>	<b>Deviazione standard</b>	<b>Molto + Abbastanza soddisfatti</b>
Sito <a href="http://www.casaalbertomoravia.it">www.casaalbertomoravia.it</a>	2,53	3,00	17	46	0,800	94%
Organizzazione generale	2,75	3,00	57	6	0,662	95%
Materiale informativo all'accoglienza	2,54	3,00	57	6	0,781	93%
Completezza delle informazioni	2,83	3,00	60	3	0,526	97%
Visita guidata	2,76	3,00	62	1	0,592	95%
Pulizia degli spazi	2,38	3,00	53	10	0,740	89%
Collezione	2,83	3,00	59	4	0,530	97%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,77</b>	<b>3,00</b>	<b>61</b>	<b>2</b>	<b>0,616</b>	<b>97%</b>

## Eventi aziendali nel Sistema Musei in Comune (1/2)

Nel corso dell'anno sono stati intervistati telefonicamente 61 clienti di eventi aziendali organizzati nei musei del Sistema (il 92% sul totale dei contatti ricevuti).

Il livello di soddisfazione generale è molto buono, con una media di 2,88 ed una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 100%.

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine hanno una media superiore allo standard minimo di 2,20.

Rispetto all'anno scorso aumenta la soddisfazione relativa ai seguenti aspetti: disponibilità dello staff organizzativo (da 2,71 a 2,90), qualità dei supporti audiovisivi (da 2,42 a 2,58) e della visita didattica (da 2,93 a 3,00), giudizio complessivo (da 2,82 a 2,88). Invece è in lieve diminuzione la media sulla pulizia degli spazi (da 2,85 a 2,75), mentre resta pressoché invariato il giudizio sui restanti aspetti. I musei più richiesti per tali eventi sono il *Museo dell'Ara Pacis* (34 eventi), i *Mercati di Traiano* (11 eventi) e i *Musei Capitolini* (9 eventi), che raggiungono un livello medio di soddisfazione generale elevato (rispettivamente 2,82 per il primo museo indicato e 3,00 per gli altri due).

<b>EVENTI AZIENDALI 2018</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>	<b>Risposte valide</b>	<b>Risposte Mancanti</b>	<b>Deviazione standard</b>	<b>Molto + Abbastanza soddisfatti</b>
Staff organizzativo - Disponibilità	2,90	3,00	61	0	0,300	100%
Staff organizzativo - Problem solving	2,90	3,00	60	1	0,303	100%
Qualità supporti audiovisivi	2,58	3,00	33	28	0,614	94%
Visita didattica	3,00	3,00	30	31	0,000	100%
Catering	2,84	3,00	49	12	0,514	98%
Pulizia degli spazi	2,75	3,00	61	0	0,505	97%
Soddisfazione ospiti	2,97	3,00	61	0	0,180	100%
<b>Giudizio complessivo</b>	<b>2,88</b>	<b>3,00</b>	<b>60</b>	<b>1</b>	<b>0,324</b>	<b>100%</b>

## Eventi aziendali nel Sistema Musei in Comune (2/2)

Il *Net Promoter Score* indica che il 67% degli intervistati consiglierà ad altri di utilizzare tale servizio: il 67% rilascia una valutazione tra 9 e 10, mentre il 33% lascia voti pari a 7 e 8 e nessuno dichiara di essere poco soddisfatto (*cfr.* tabella sottostante a destra).

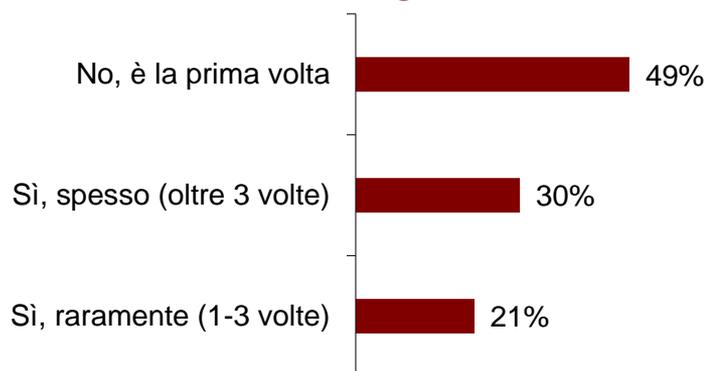
Il 49% del campione è costituito da clienti che dichiarano di aver usufruito degli eventi aziendali per la prima volta, mentre il restante 51% è rappresentato dai fidelizzati (di cui il 30% ha già usufruito degli eventi aziendali nei musei del Sistema "oltre tre volte" ed il 21% "da una a tre volte"). Il 44% degli intervistati dichiara che non vi sia nulla da migliorare, ma nonostante la soddisfazione sia elevata per tutti i musei, sono stati rilasciati 37 suggerimenti, tra cui si consiglia di migliorare la qualità dei supporti audio-visivi (7 suggerimenti).

Il campione è costituito prevalentemente da aziende private (il 93% sul totale), che operano soprattutto a livello internazionale (53%) e nello specifico in ambito congressuale (33%) e della comunicazione (10%).

I servizi maggiormente richiesti dai clienti sono quelli di visita+catering (24 eventi) e conferenza+catering (16 eventi).

Gli intervistati dichiarano di essere venuti a conoscenza del servizio di organizzazione eventi aziendali prevalentemente attraverso internet (40%; di cui il 28% è rappresentato da altri siti web e il 12% dal portale *MIC*) ed il passaparola in ambito lavorativo (20%).

### Ha già utilizzato il servizio



NET PROMOTER SCORE										
Eventi aziendali Sistema Musei in Comune 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	2	18	16	24
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	30%	27%	40%
DETRATTORI = 0%							PASSIVI = 33%		PROMOTORI = 67%	
67%-0% = 67%										

## Allegato 1 - Tabella risultati per museo

Indagine customer satisfaction <i>Sistema Musei in Comune</i> 2018	Musei Capitolini	Centrale Montemartini	Mercati di Traiano	Museo dell'Ara Pacis	Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	Museo delle Mura	Villa Massenzio	Museo di Roma	Museo Napoleonico	Museo Carlo Blottii	Museo Pietro Canonica	Museo di Roma in Trastevere	Casino Nobile	Casina delle Civette	Museo Civico di Zoologia	GAM	Museo Casal de' Pazzi	Museo della Repubblica Roomana
Segnaletica sull'edificio	2,57	2,31	2,74	2,71	2,25	2,77	1,07	2,90	2,55	2,45	2,51	2,61	2,25	2,40	2,61	2,41	1,95	2,40
Orari di apertura	2,91	2,75	2,98	2,96	2,53	2,48	2,05	2,87	2,78	2,70	2,55	2,72	2,97	3,00	2,88	2,70	2,69	2,10
Personale di biglietteria	2,68	2,85	2,92	2,97	2,80	2,81	2,71	2,93	2,81	2,67	2,88	2,91	2,94	2,98	2,95	2,91	2,90	2,75
Materiale all'accoglienza	2,47	2,52	2,77	2,73	2,37	2,67	1,22	2,74	2,48	2,32	2,66	2,58	2,70	2,83	2,52	2,33	2,86	2,22
Guardaroba	2,98	1,98	2,94	2,99	2,44	.	.	3,00	2,25	2,70	.	2,69	2,94	3,00	.	2,53	.	.
Collezione	2,95	2,83	2,96	2,81	2,84	2,73	2,66	2,85	2,79	2,59	2,74	2,45	2,85	2,88	2,62	2,71	2,91	2,65
Videoguida/Audioguida	2,81	.	2,66	2,86	2,78	.	.	3,00	.	.	.	.	1,50	3,00	.	.	.	.
Supporti informativi	2,58	2,26	2,80	2,76	2,59	2,45	2,24	2,70	2,36	2,61	2,50	2,52	2,78	2,80	2,28	2,37	2,83	2,53
Supporti digitali	2,78	2,30	2,91	2,79	.	2,48	.	2,78	.	2,13	2,19	2,61	2,62	.	1,92	.	2,73	2,49
Personale in sala	2,80	2,72	2,92	2,92	2,62	2,78	2,74	2,80	2,60	2,78	2,78	2,82	2,81	2,94	.	2,74	2,81	2,72
Segnaletica interna	2,04	2,43	2,61	2,87	2,55	2,68	.	2,65	2,34	2,78	2,54	2,50	2,98	2,94	2,25	2,49	2,80	2,34
Posti a sedere	2,76	2,15	2,52	2,89	1,98	2,37	1,32	2,84	1,41	2,64	2,42	1,65	2,43	2,78	1,92	2,07	2,57	2,03
Pulizia del sito	2,92	2,54	2,99	2,96	2,81	2,81	2,16	2,98	2,57	2,94	2,80	2,84	2,99	2,98	2,35	2,69	2,33	2,07
Personale in libreria	2,96	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Libreria	2,91	.	2,89	2,85	.	.	.	2,93	.	.	.	2,60	2,70	.	2,29	2,42	.	.
Caffetteria	2,78	.	.	.	.	.	.	2,80	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,85</b>	<b>2,70</b>	<b>2,92</b>	<b>2,80</b>	<b>2,71</b>	<b>2,40</b>	<b>2,50</b>	<b>2,83</b>	<b>2,58</b>	<b>2,75</b>	<b>2,76</b>	<b>2,75</b>	<b>2,86</b>	<b>2,90</b>	<b>2,55</b>	<b>2,66</b>	<b>2,87</b>	<b>2,59</b>

## Allegato 2 - Campione intervistato per museo

Indagine customer satisfaction <i>SISTEMA MUSEI IN COMUNE 2018</i>	periodo indagine	campione intervistato	% intervistati/ totale ingressi
Musei Capitolini	22-23-24-25-29-31 ottobre	551	8%
Centrale Montemartini	25 settembre-25 novembre	146	4%
Mercati di Traiano - Museo dei Fori Imperiali	1-8 ottobre	353	21%
Museo dell'Ara Pacis	5-13 novembre	449	31%
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	25 settembre-1 dicembre	116	10%
Museo delle Mura	25 settembre-25 novembre	105	6%
Villa Massenzio	25 settembre-21 novembre	103	12%
Museo di Roma	16-17-18-19-23 ottobre	206	39%
Museo Napoleonico	26 settembre-27 novembre	106	4%
Museo Carlo Bilotti	4-7 dicembre	132	27%
Museo Pietro Canonica	25 settembre-14 novembre	128	8%
Museo di Roma in Trastevere	6 ottobre-18 novembre	159	3%
Casino Nobile di Villa Torlonia	25 settembre-2 ottobre	147	27%
Casina delle Civette di Villa Torlonia	25-28 settembre; 9-10 ottobre	130	21%
Museo Civico di Zoologia	25 settembre-20 ottobre	122	7%
Galleria d'Arte Moderna	25 settembre-4 novembre	156	6%
Museo della Repubblica Romana e memoria garibaldina	26 settembre-21 novembre	104	35%
Museo di Casal de' Pazzi	22 settembre-16 novembre	126	40%
<b>Totale <i>Sistema Musei in Comune 2018</i></b>	<b>25 settembre–7 dicembre</b>	<b>3.339</b>	<b>10%</b>

## Allegato 3a: Fronte Questionario Musei

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/parenti/ <i>friends&amp;relatives</i>  <input type="checkbox"/> <a href="http://www.museiincomune.it">www.museiincomune.it</a>-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. Videoguida/ <i>videoguide</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. Personale in libreria/ <i>Bookshop staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Esperienza Museale nel suo complesso/ <i>Overall Museum Experience</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>21. 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 3a:

# Retro Questionario Musei

22. **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"/>											

---

23. **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.....*

---

24. **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*

---

25. **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)* \_\_\_\_\_

# Allegato 3b: Questionario Casa Museo Alberto Moravia

DATA: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Buongiorno,  
Le chiediamo la cortesia di rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da *Casa Museo Alberto Moravia* per aiutarci al fine di migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita.

**1. Come è venuto a conoscenza della Casa Museo Alberto Moravia?**

stampa (quotidiani/riviste)  passaparola (amici/parenti)  
 [www.museiincomune.it](http://www.museiincomune.it)/sito del museo  scuola-università  
 altri siti internet: \_\_\_\_\_  newsletter  
 Contact Center 060608  social network  
 TV/radio  altro .....

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

	Non Utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
2. Sito internet <a href="http://www.casaalbertomoravia.it">www.casaalbertomoravia.it</a>	<input type="checkbox"/>				
3. Organizzazione generale	<input type="checkbox"/>				
4. Materiale informativo all'accoglienza	<input type="checkbox"/>				
5. Completezza delle informazioni durante la visita	<input type="checkbox"/>				
6. Visita guidata	<input type="checkbox"/>				
7. Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>				
8. Collezione	<input type="checkbox"/>				
9. Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>				

**10. Rispetto alle sue aspettative, il suo giudizio è:**

Superiore alle aspettative  Uguale alle aspettative  Inferiore alle aspettative  Non avevo aspettative

**11. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe ad un amico di visitare questo spazio?**

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>											

**12. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato?**  Nessuno  Tra 1 e 3 musei  Oltre 3 musei

**13. Aspetti da migliorare**  niente da migliorare

---

**DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI:**

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

**Sesso**  M  F

**Titolo di studio:**  scuola dell'obbligo  diploma superiore  laurea  specializzazione post laurea

**Professione:** \_\_\_\_\_

**Provenienza:**  Roma  
 Otra provincia italiana.....  
 Otra nazionalità.....

# Allegato 3c: Questionario Eventi Aziendali Sistema Musei in Comune

**QUESTIONARIO  
EVENTI AZIENDALI**

**SITO/MUSEO in cui è stato ospitato il suo evento:** \_\_\_\_\_ **Data Evento** \_\_/\_\_/\_\_

Gentile Cliente, le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a migliorare l'organizzazione e la qualità degli eventi.

**1. Come è venuto/a a conoscenza del servizio di organizzazione eventi aziendali di Zetema Progetto Cultura la prima volta che ne ha usufruito? (barrare solo uno)**

<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)	<input type="checkbox"/> depliant/locandina	<input type="checkbox"/> newsletter
<input type="checkbox"/> www.museiincomune.it	<input type="checkbox"/> amici/parenti	<input type="checkbox"/> ospite in altri eventi
<input type="checkbox"/> altri siti internet...	<input type="checkbox"/> pubblicità	<input type="checkbox"/> lavoro
<input type="checkbox"/> Contact Center 060608	<input type="checkbox"/> televisione/radio	<input type="checkbox"/> altro:.....

**2. Si è già rivolto al nostro servizio in passato?**

No, è la prima volta    Sì, raramente (1-3 volte)    Sì, spesso (oltre 3 volte)

<b>Quanto si ritiene soddisfatto (da "Molto" a "Per niente") riguardo alle seguenti voci:</b>	Non utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
3. Staff organizzativo - Disponibilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Staff organizzativo - Capacità <i>problem solving</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Qualità supporti audio-video (se richiesti)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Visita didattica (se richiesta)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Catering (se richiesto)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Pulizia degli spazi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Soddisfazione degli ospiti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. GIUDIZIO GENERALE DELL'EVENTO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11. Rispetto alle aspettative la qualità del servizio offerto è:**

Superiore alle aspettative    Uguale alle aspettative    Inferiore alle aspettative    Non avevo aspettative

**12. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe ad un amico di rivolgersi al nostro servizio di organizzazione eventi?**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="checkbox"/>										

**13. Suggerimenti per migliorare il servizio**  niente da migliorare

---



---

**DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI:**

**Sede Azienda:**  Roma (Municipio ..... )    Altra provincia italiana \_\_\_\_\_    Altra nazionalità \_\_\_\_\_

**Tipo Azienda:**  pubblica    privata

**Ambito di azione:**  locale    nazionale    internazionale

**Tipologia attività:**  congressuale/eventi    comunicazione/pubblicità    bancaria/finanziaria

agenzia di viaggio/T.O.    servizi informatici/digitale    commerciale

consulenza    altro \_\_\_\_\_

**N° dipendenti:**  < 10 dipendenti    10-50 dipendenti    51-250 dipendenti    > 250 dipendenti

Le chiediamo gentilmente di inviarci il questionario compilato all'indirizzo [ufficiocartadeservizi@zetema.it](mailto:ufficiocartadeservizi@zetema.it) oppure via fax **06/82077462**. La ringraziamo per la cortesia dimostrata e saremmo lieti di collaborare nuovamente con voi.

**DATA:** \_\_\_\_\_ **FIRMA** \_\_\_\_\_