



Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma in Trastevere

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 04/12/2018*

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 159 questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione dal 6 ottobre al 18 novembre 2018 presso il Museo di Roma in Trastevere (gli intervistati rappresentano il 3% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano presenti le seguenti mostre temporanee: "*David Rubinger*" e "*Lisetta Carmi. La bellezza della verità*".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 94%, un margine di errore di stima di $\pm 3,70\%$.

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 **2,75** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 99%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale di biglietteria (2,91), la pulizia del sito (2,84) ed il personale in sala (2,82).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20, fatta eccezione per i posti a sedere (1,65). Gli orari e la segnaletica sull'edificio sono le variabili ritenute in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per l'88% da cittadini romani, impiegati/ insegnanti (44%), in possesso di un titolo di diploma superiore (48%), di età adulta compresa tra i 45 e 64 anni (49% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono le percentuali di coloro che vengono a conoscenza del museo tramite "passaparola" (27%), "stampa" (19%) e "passando per caso" (17%).

È significativo che il passaparola emerga tra i turisti (in particolare italiani), che già sono stati in questo museo, con un giudizio superiore alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato oltre i tre musei in quest'ultimo anno. Anche la stampa rappresenta un altro mezzo che prevale tra i visitatori italiani, ma che vi si recano per la prima volta, con un giudizio uguale alle proprie attese o ne sono privi, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e nell'ultimo anno si sono recati in più di tre musei. Invece a conoscere il museo passando per caso sono principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti e sono stati tra uno e tre musei in quest'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Museo di Roma in Trastevere 2018	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto + Abbastanza Soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,61	3,00	132	27	17%	0,549	64%	0%	97%
Orari di apertura	2,72	3,00	152	7	4%	0,463	73%	0%	99%
Personale in biglietteria	2,91	3,00	154	5	3%	0,310	92%	0%	99%
Materiale all'accoglienza	2,58	3,00	142	17	11%	0,586	63%	0%	95%
Guardaroba	2,69	3,00	70	89	56%	0,603	74%	1%	96%
Opere della collezione	2,45	3,00	135	24	15%	0,688	54%	2%	93%
Supporti informativi	2,52	3,00	149	10	6%	0,552	55%	0%	97%
Supporti digitali	2,61	3,00	109	50	31%	0,622	68%	1%	94%
Personale in sala	2,82	3,00	141	18	11%	0,419	84%	0%	99%
Segnaletica interna	2,50	3,00	144	15	9%	0,542	52%	0%	98%
Posti a sedere	1,65	2,00	118	41	26%	1,112	29%	21%	58%
Pulizia del sito	2,84	3,00	154	5	3%	0,387	84%	0%	99%
Libreria	2,60	3,00	113	46	29%	0,620	67%	0%	93%
Esperienza complessiva	2,75	3,00	152	7	4%	0,464	76%	0%	99%

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

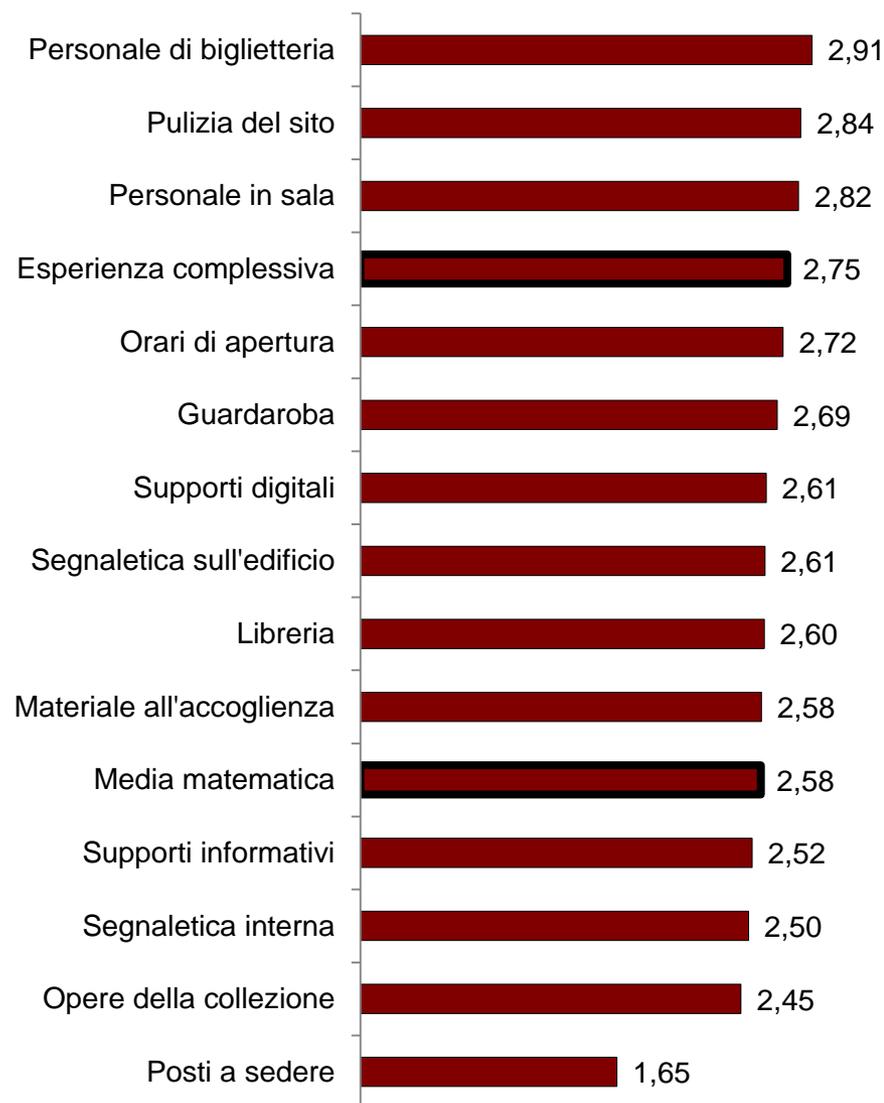
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,58).

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 **personale** (di **biglietteria** ed in **sala**) e la **pulizia del sito**.

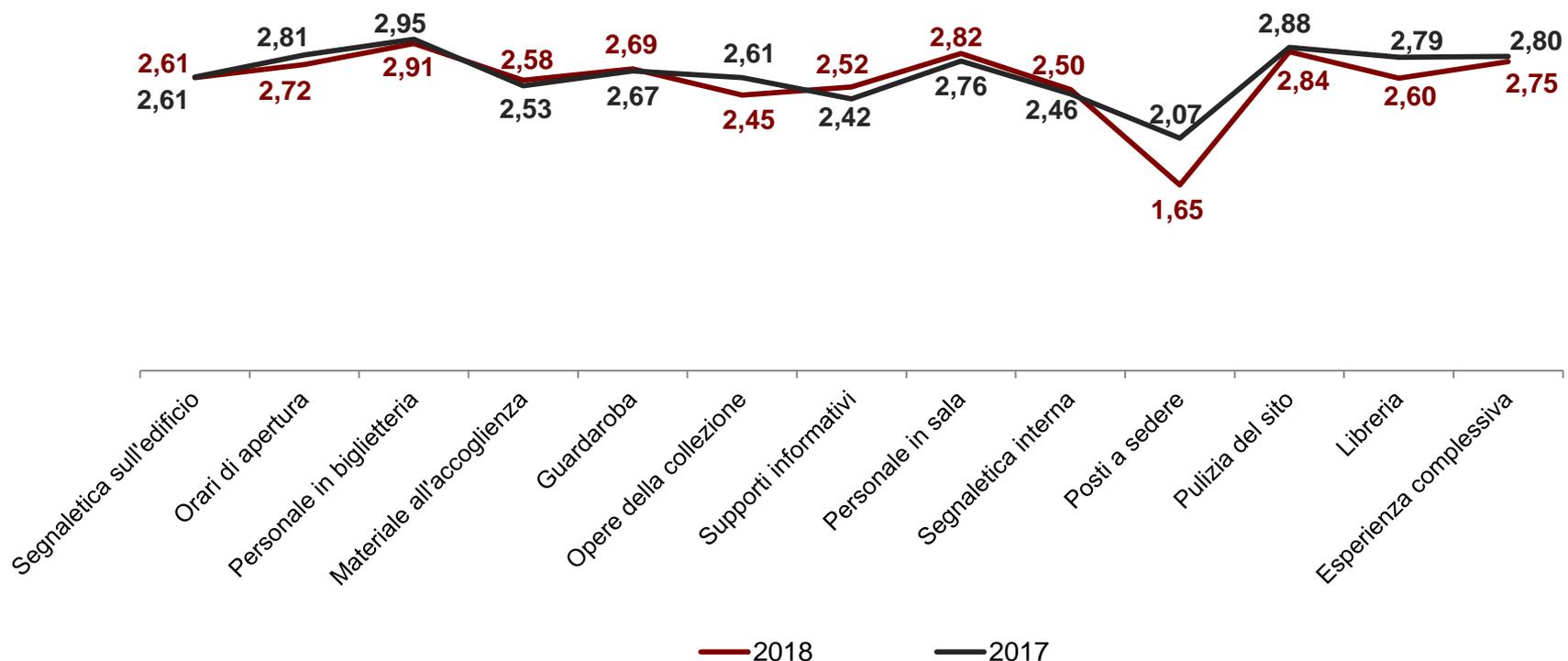
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, tranne i posti a sedere (media di 1,65).



Analisi del trend 2017-2018

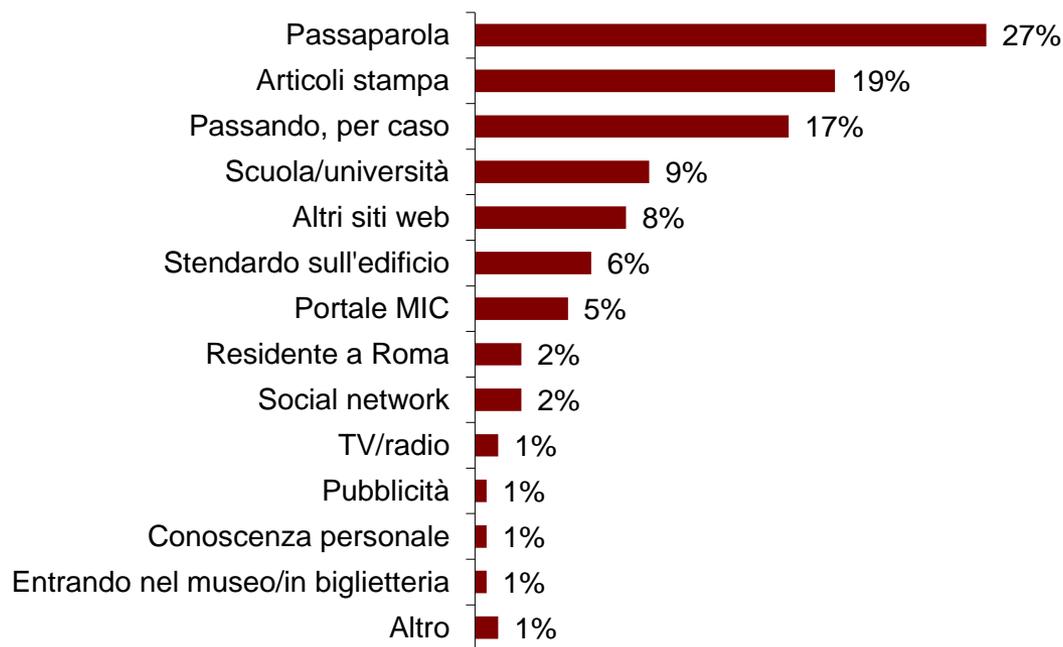
Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se con qualche discrepanza.

Tra le variabili su cui si registra un aumento del livello medio di soddisfazione, sono da evidenziare il materiale informativo all'accoglienza, i supporti informativi ed il personale in sala. Invece si rileva una flessione sui restanti aspetti, seppure solo la media dei posti a sedere sia inferiore allo standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

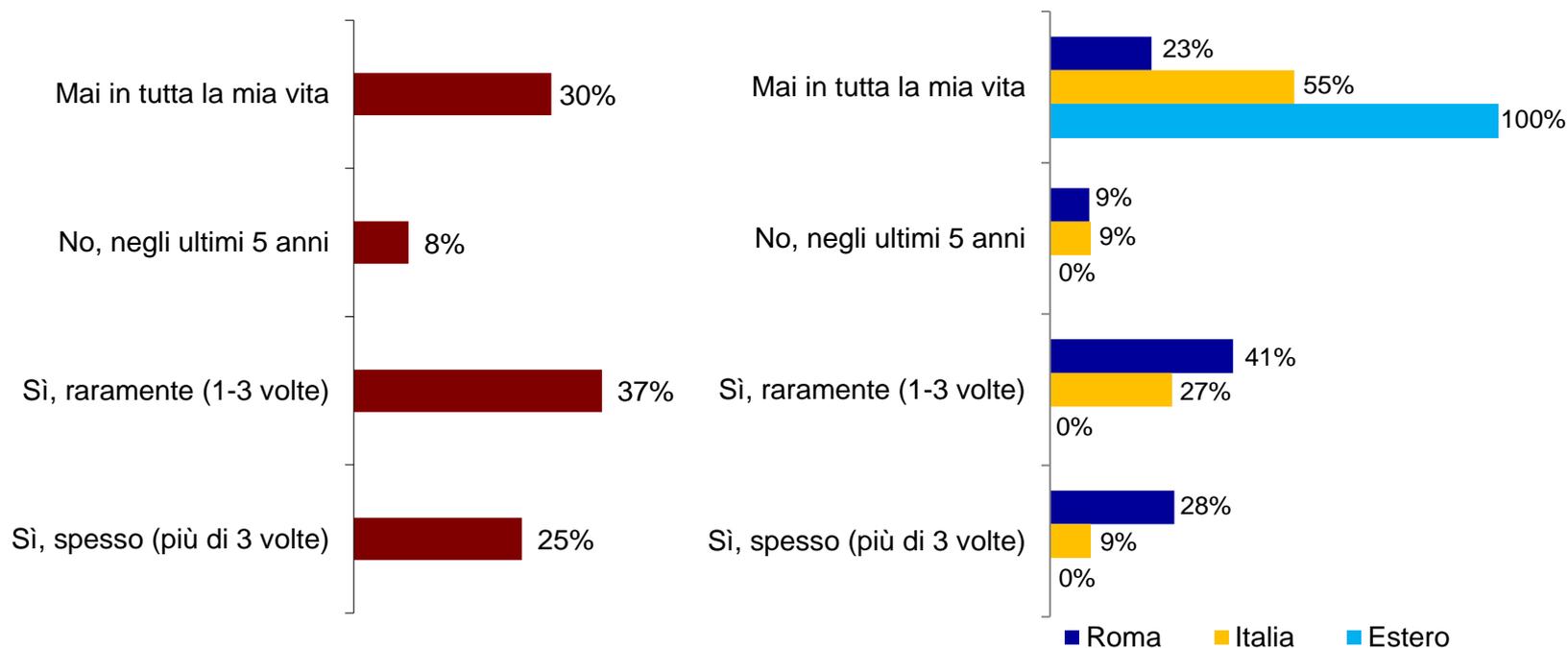
Il 27% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite il “passaparola” (in aumento dal 22% emerso nel 2017), il 19% attraverso la “stampa” (lo scorso anno era 16%), mentre il 17% risponde “passando per caso” (14% nell’indagine precedente). È significativo che il passaparola emerga tra i turisti (in particolare italiani), che già sono stati in questo museo, con un giudizio superiore alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato oltre i tre musei in quest’ultimo anno. Anche la stampa rappresenta un altro mezzo che prevale tra i visitatori italiani, ma che vi si recano per la prima volta, con un giudizio uguale alle proprie attese o ne sono privi, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e nell’ultimo anno si sono recati in più di tre musei. Invece a conoscere il museo passando per caso sono principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti e sono stati tra uno e tre musei in quest’ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 62% degli intervistati afferma di essere già stato in questo museo (di cui il 37% “da una a tre volte” e il 25% “più di tre volte”), il 30% non vi è mai stato prima; il restante 8% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

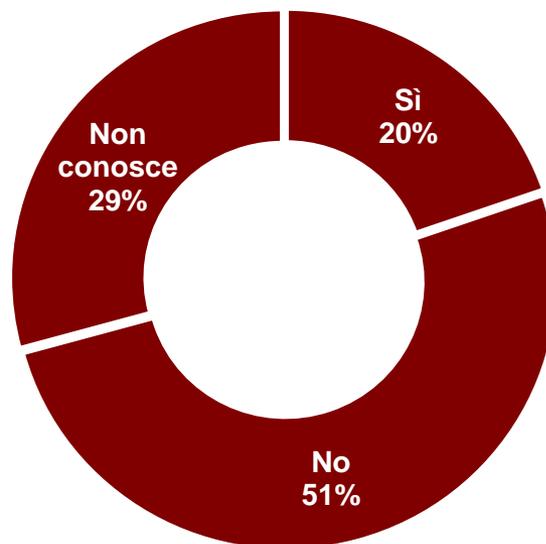
Risulta significativo che ad essere già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, siano soprattutto i residenti a Roma (cfr. grafico sottostante a destra), di età giovane compresa tra i 19 e 39 anni, diplomati, con un giudizio uguale alle aspettative e sono stati in oltre tre musei nell’ultimo anno. Invece i nuovi visitatori sono principalmente turisti (in prevalenza stranieri), appartenenti alle fasce d’età adulta 40-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e hanno frequentato meno di tre musei in quest’ultimo anno.



Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Il 20% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 51% afferma di conoscerla ma di non averla utilizzata per entrare in questo museo, mentre il 29% non la conosce affatto.

Risulta significativo che a conoscere la Roma Pass siano prevalentemente i turisti, di età 55-74 anni, con titolo di laurea/post laurea e sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a non conoscerla sono principalmente i visitatori romani, appartenenti alle fasce d'età 19-39 anni e 45-64 anni, diplomati e hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno.

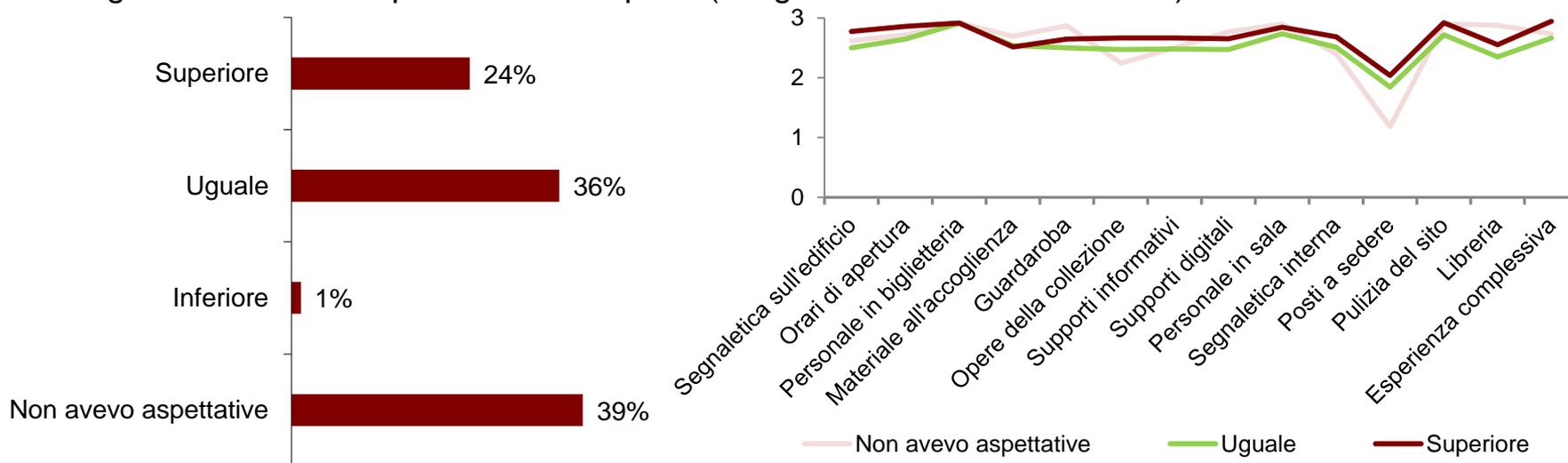


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 39% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, il 36% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese e per il 24% è superiore, mentre solo per l'1% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative sul museo siano soprattutto i visitatori di età adulta 45-74 anni, che vengono per la prima volta, in generale molto soddisfatti e alcuni hanno utilizzato la card Roma Pass per entrare in questo museo. Invece il giudizio è uguale alle attese in particolare per coloro che appartengono alle fasce d'età 26-39 anni ed oltre i 55 anni, alcuni di essi sono già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti e conoscono la Roma Pass, ma pochi ne hanno usufruito. Ad essere privi di aspettative sono principalmente i giovani fino ai 25 anni, nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti e affermano di non conoscere la Roma Pass.

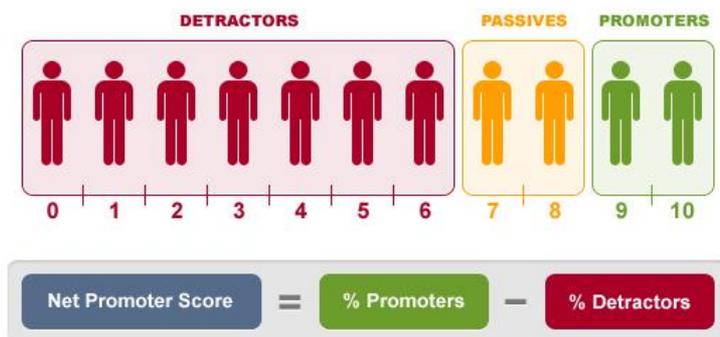
Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto, anche se alcuni aspetti (ad es. materiale informativo all'accoglienza, guardaroba e libreria) sono stati maggiormente graditi dai visitatori privi di attese a priori (cfr. grafico sottostante a destra).



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 in Trastevere* è pari a **43%**; il 47% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

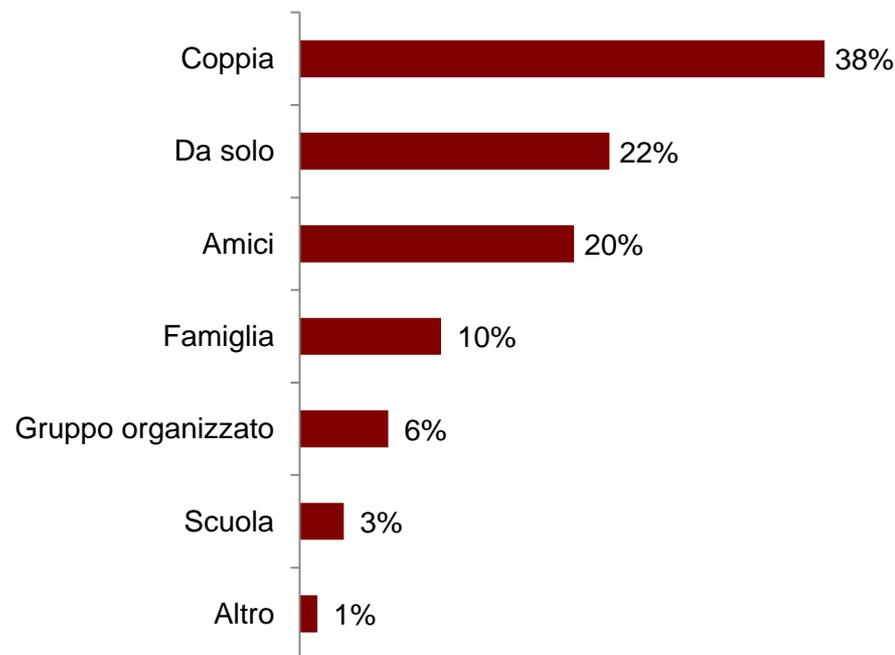


NET PROMOTER SCORE										
Museo di Roma in Trastevere 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	1	1	1	0	4	28	47	31	46
0%	0%	1%	1%	1%	0%	2%	18%	29%	19%	29%
DETRATTORI = 5%							PASSIVI = 47%		PROMOTORI = 48%	
48% - 5% = 43%										

Con chi ha visitato il museo

Il 38% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “in coppia”, il 22% vi si è recato “da solo”, il 20% in compagnia di “amici”, il 10% vi è stato con la propria “famiglia”, il 6% con “gruppo organizzato”, il 3% con la “scuola”, mentre il restante 1% risponde “altro”.

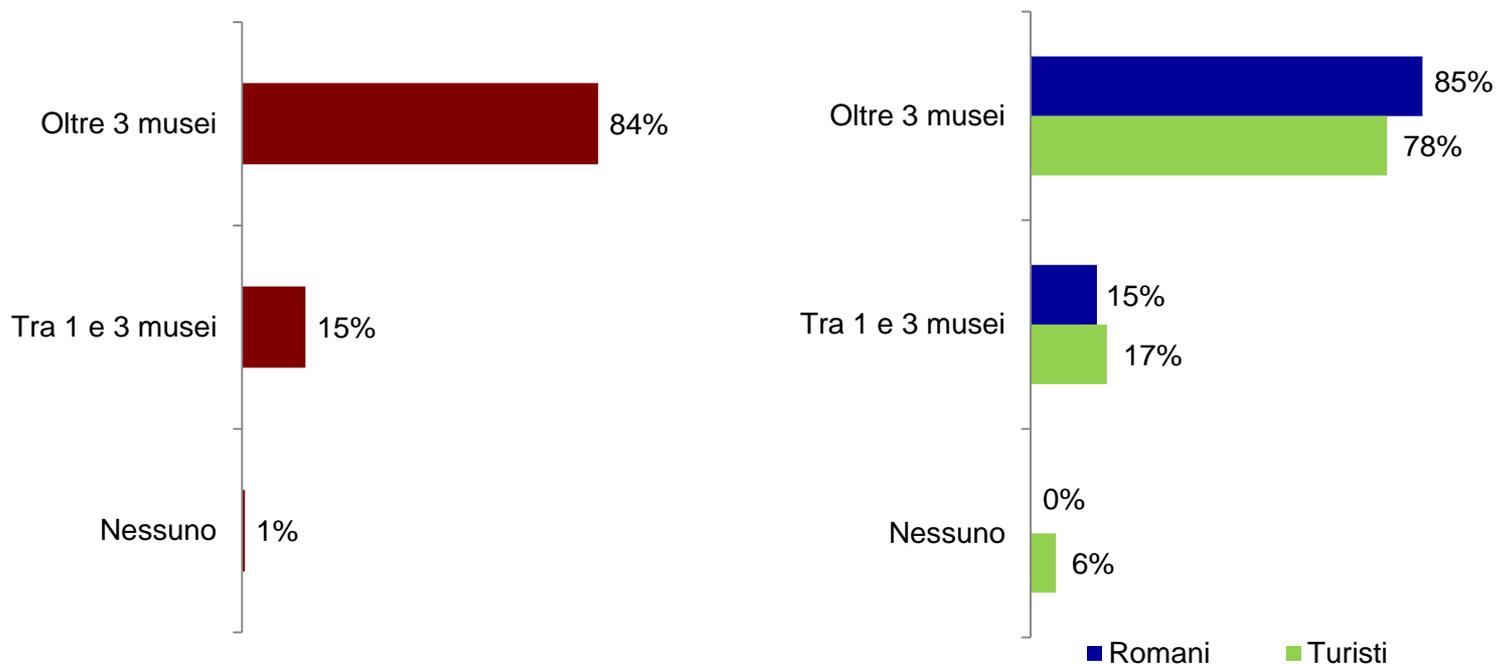
Risulta significativo che ad avere visitato il museo in coppia siano soprattutto coloro che appartengono alle fasce d'età 40-54 anni, che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea, alcuni già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, in generale molto o abbastanza soddisfatti, con un giudizio superiore alle aspettative e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a venire da soli sono principalmente i visitatori di età 35-39 anni e 55-64 anni, laureati, che sono già stati in questo museo, nel complesso abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle attese e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'84% degli intervistati dichiara di avere visitato "oltre tre musei" nell'ultimo anno, il 15% risponde "tra uno e tre musei", mentre solo l'1% dei visitatori intervistati afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i romani (cfr. grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce d'età 19-34 anni, 40-54 anni e al di sopra dei 65 anni, alcuni dei quali sono già stati al *Museo di Roma in Trastevere*. Invece ad avere frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno sono prevalentemente i turisti, di età 35-39 anni e 55-64 anni, che vengono per la prima volta in questo museo.



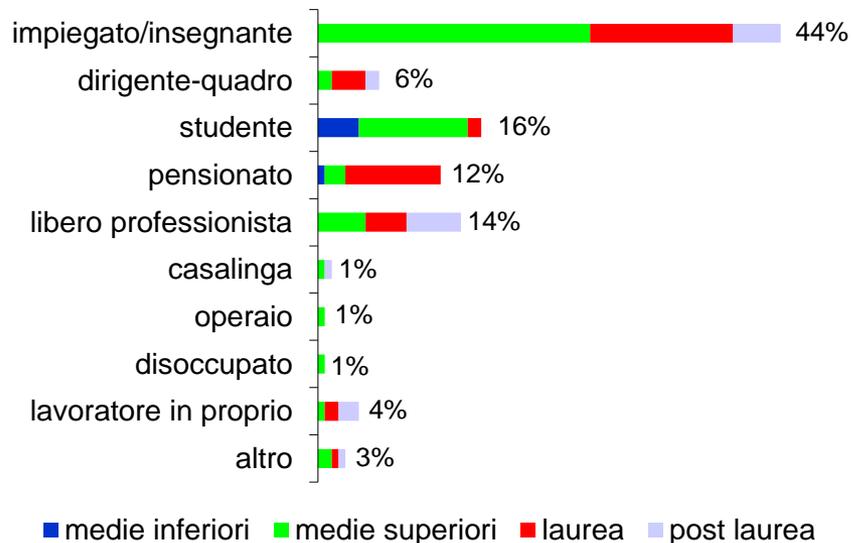
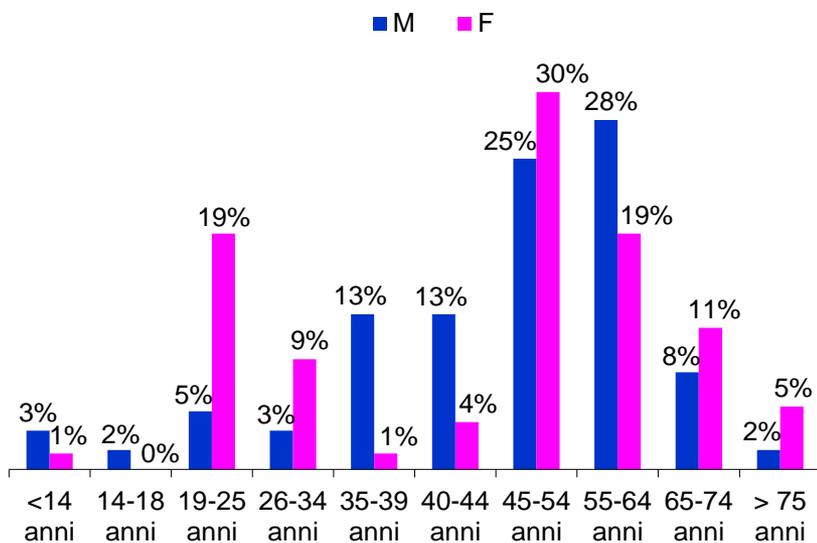
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il genere femminile (55%; era 58% nel 2017), soprattutto nelle fasce dei 19-25 anni, 45-54 anni ed oltre i 65 anni. Gli uomini sono predominanti nelle fasce dei 35-44 anni e 55-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i 45 e 64 anni, che raggiungono complessivamente il 49% sul totale degli intervistati (57% nell'indagine precedente).

Il 48% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di diploma superiore (53% nel 2017).

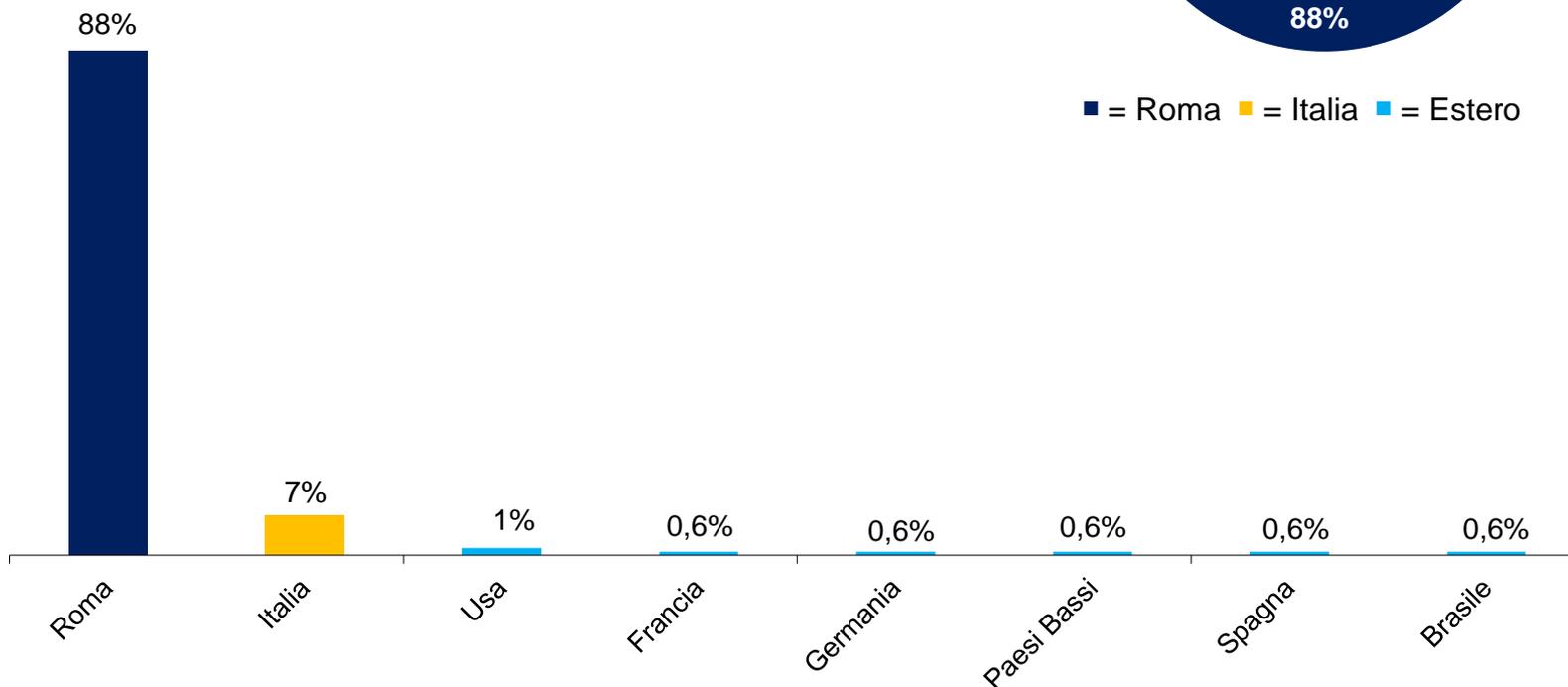
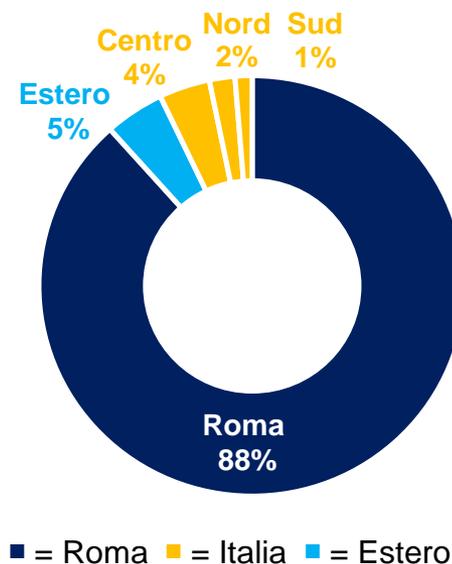
Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli impiegati/insegnanti col 44% sul totale (in lieve aumento rispetto al 40% emerso nella precedente indagine), seguono gli studenti col 16% (erano l'11% nel 2017) ed i liberi professionisti, che passano dal 16% dello scorso anno al 14%.



Analisi socio-demografica (provenienza)

Ben l'88% del campione intervistato è costituito da residenti a Roma (in aumento dal 77% dell'indagine precedente), mentre coloro che giungono dalle altre province italiane rappresentano il 7% sul totale (erano il 14% lo scorso anno) e il 5% proviene dall'estero (9% nel 2017),

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



Correlazione 1/2

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

Museo di Roma in Trastevere 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,598**	,360**	,482**	,606**	,197*	,407**	,296**	,240**	,357**	,219*	,205*	,238*	,644**
Orari di apertura	,598**	1,000	,286**	,447**	,458**	,160	,308**	,175	,177*	,302**	,149	,207*	,214*	,594**
Personale di biglietteria	,360**	,286**	1,000	,365**	,264*	,082	,193*	,101	,439**	,179*	-,104	,275**	,066	,343**
Materiale all'accoglienza	,482**	,447**	,365**	1,000	,558**	,243**	,387**	,435**	,318**	,329**	,081	,368**	,509**	,493**
Guardaroba	,606**	,458**	,264*	,558**	1,000	,185	,263*	,466**	,359**	,214	,065	,254*	,353**	,385**
Opere della collezione	,197*	,160	,082	,243**	,185	1,000	,275**	,031	,069	,282**	,403**	,003	,041	,243**
Supporti informativi	,407**	,308**	,193*	,387**	,263*	,275**	1,000	,489**	,178*	,647**	,371**	,231**	,305**	,490**
Supporti digitali	,296**	,175	,101	,435**	,466**	,031	,489**	1,000	,495**	,366**	-,011	,492**	,583**	,470**
Personale in sala	,240**	,177*	,439**	,318**	,359**	,069	,178*	,495**	1,000	,379**	-,120	,577**	,374**	,336**
Segnaletica interna	,357**	,302**	,179*	,329**	,214	,282**	,647**	,366**	,379**	1,000	,290**	,303**	,288**	,473**
Posti a sedere	,219*	,149	-,104	,081	,065	,403**	,371**	-,011	-,120	,290**	1,000	-,028	-,033	,195*
Pulizia del sito	,205*	,207*	,275**	,368**	,254*	,003	,231**	,492**	,577**	,303**	-,028	1,000	,497**	,442**
Libreria	,238*	,214*	,066	,509**	,353**	,041	,305**	,583**	,374**	,288**	-,033	,497**	1,000	,315**
Esperienza complessiva	,644**	,594**	,343**	,493**	,385**	,243**	,490**	,470**	,336**	,473**	,195*	,442**	,315**	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).

Tutte le variabili sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

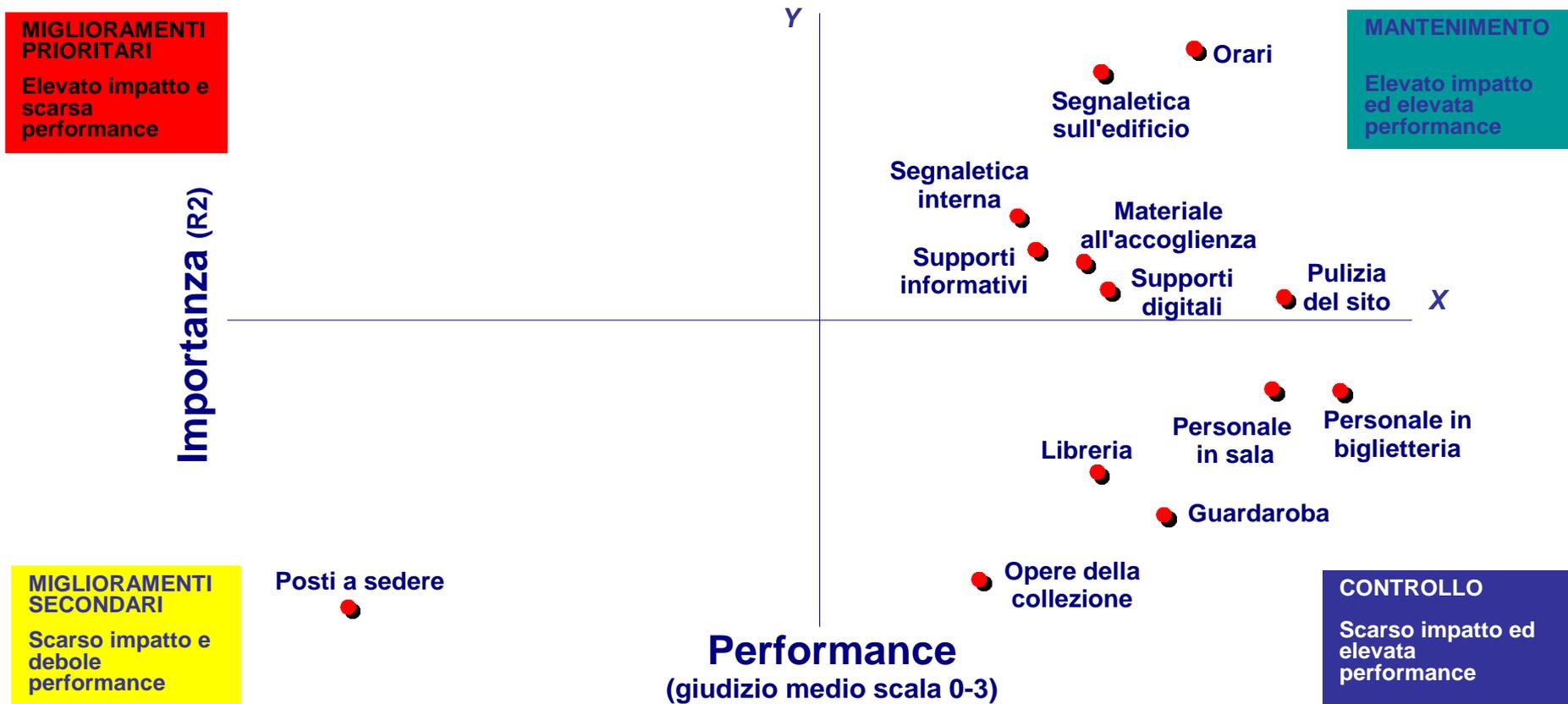
Per il *Museo di Roma in Trastevere* la **segnaletica sull'edificio** e gli **orari di apertura** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Museo di Roma in Trastevere - 2018</i>	
Segnaletica sull'edificio	0,644
Orari di apertura	0,594
Materiale all'accoglienza	0,493
Supporti informativi	0,490
Segnaletica interna	0,473
Supporti digitali	0,470
Pulizia del sito	0,442
Guardaroba	0,385
Personale in biglietteria	0,343
Personale in sala	0,336
Libreria	0,315
Opere della collezione	0,243
Posti a sedere	0,195

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Gli **orari** e la **segnaletica sull'edificio** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche la **segnaletica interna**, il **materiale informativo all'accoglienza**, i **supporti informativi** e **digitali**, la **pulizia del sito** si posizionano nel quadrante in alto a destra. Nessuna variabile emerge tra i 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

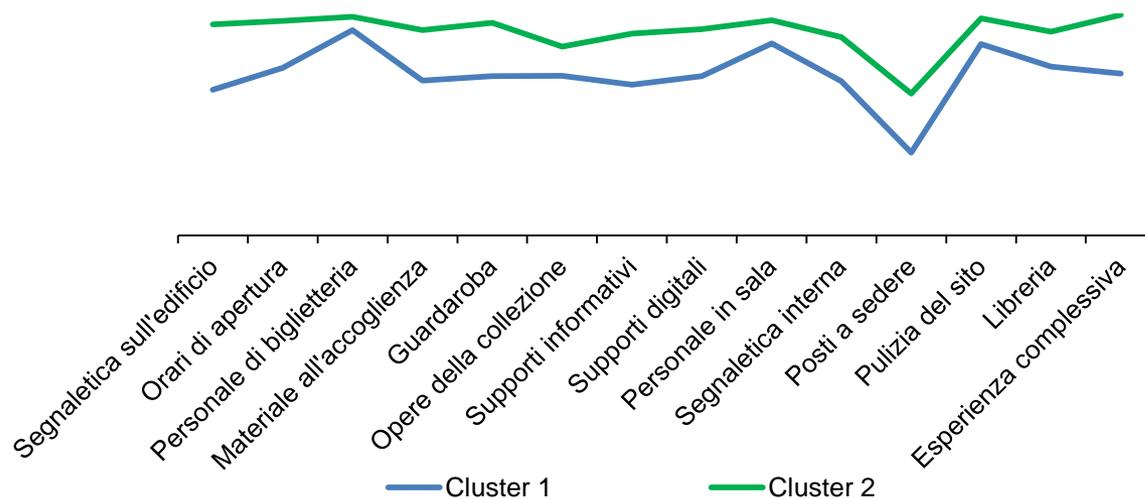
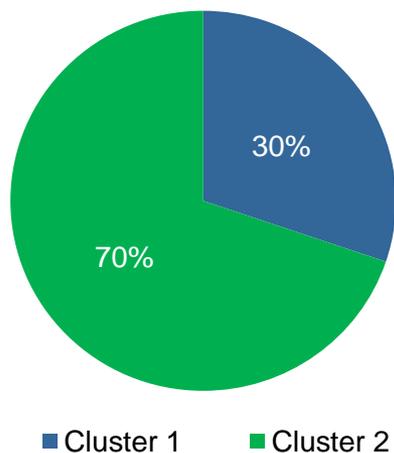
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (48 individui per il *Cluster 1* e 111 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: in prevalenza uomini, residenti a Roma, di età adulta tra i 40 e 54 anni, laureati, impiegati/insegnati, scoprono il museo attraverso stampa e passaparola, vengono in coppia o da soli, hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

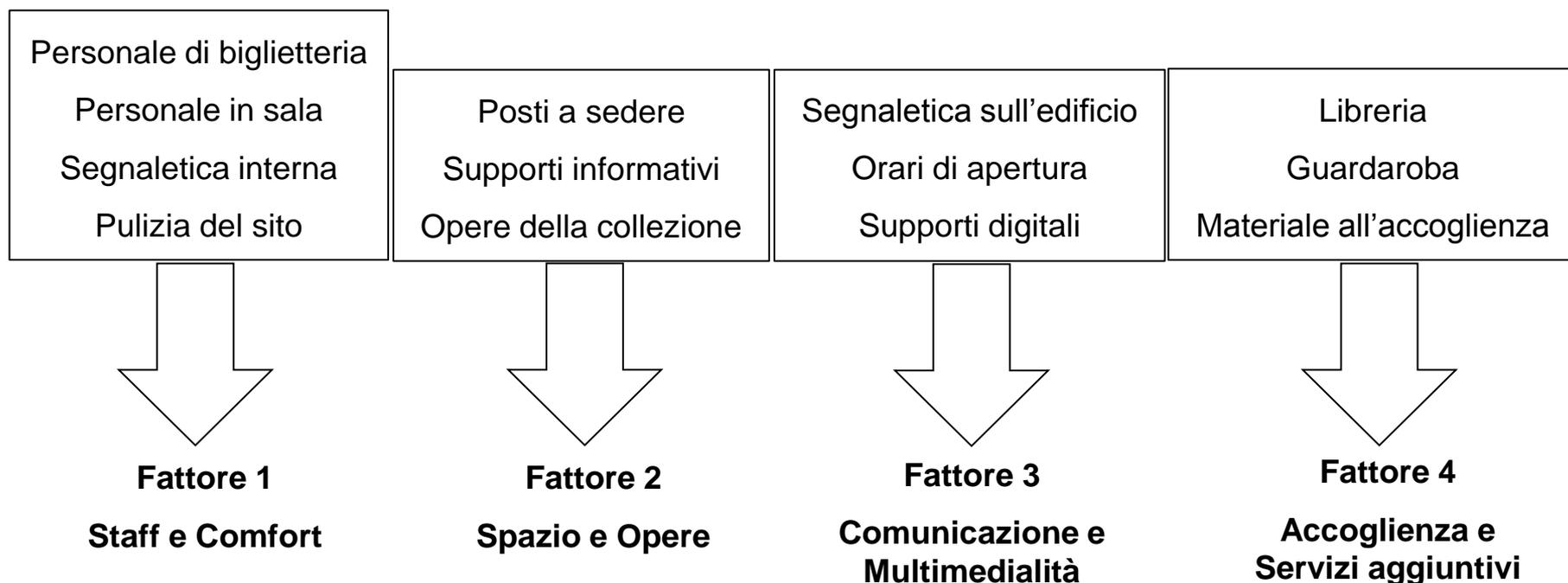
Cluster 2 – Deliziati: in prevalenza donne, turisti, di età 19-39 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti, scoprono il museo passando per caso o tramite scuola/università, vengono con amici, hanno visitato da uno a tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



Analisi Fattoriale

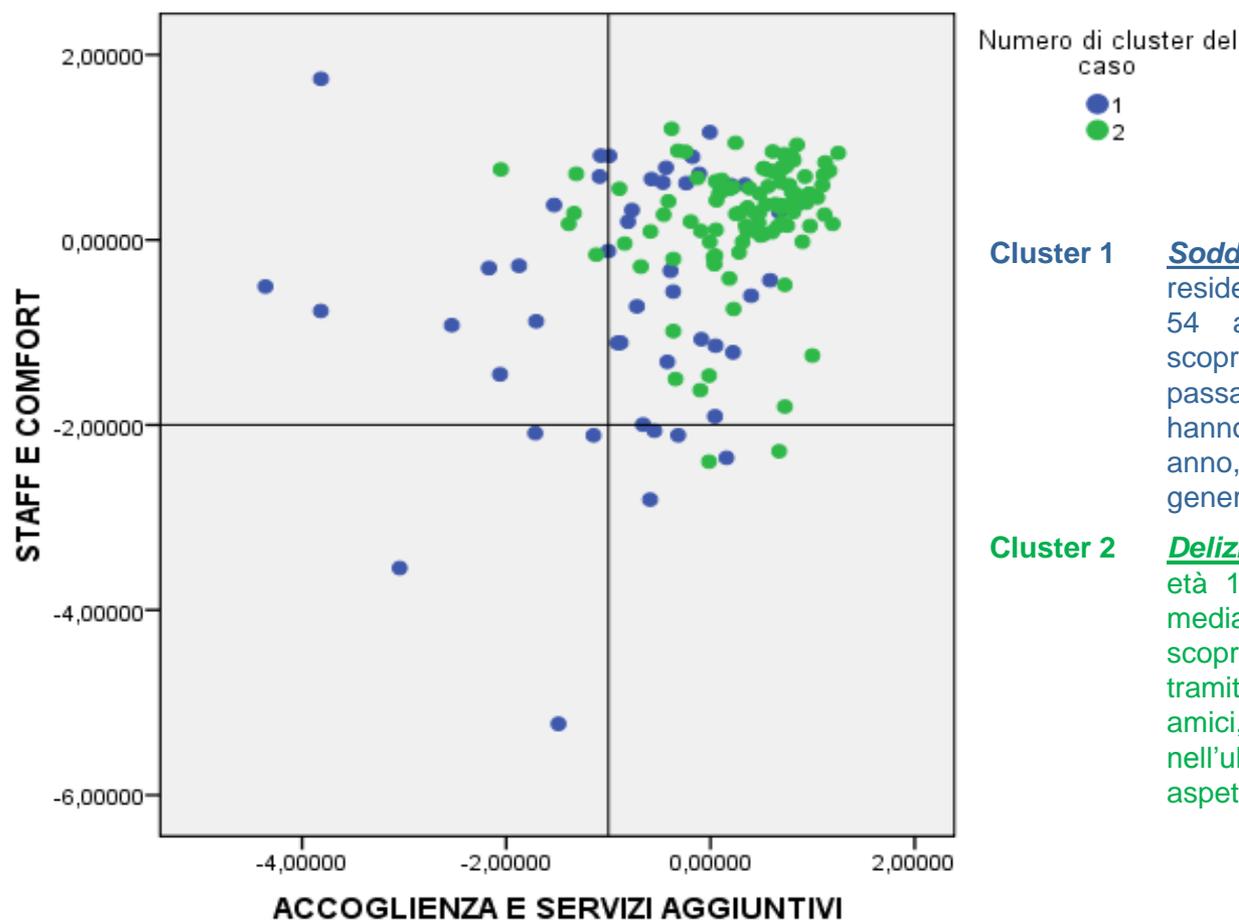
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 generale su entrambi i fattori, mentre si rileva una maggiore dispersività di giudizi per il Cluster 1 dei “Soddisfatti”, in particolare sul Fattore 4 (*Accoglienza e Servizi aggiuntivi*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 33**

- **POSTI A SEDERE** da aumentare (2).
- **COLLEZIONE** quella permanente non piace molto (1).
- **EDIFICIO** valorizzare l'ingresso del museo, considerato modesto (1).
- **ILLUMINAZIONE** da migliorare (1).
- **LIBRERIA** da migliorare (1).
- **PERCORSO** organizzare meglio il percorso da seguire (1).
- **PUBBLICITÀ** promuovere maggiormente il museo, anche nelle scuole (1).
- **SERVIZI IGIENICI** bagni più puliti (1).
- **SUPPORTI DIGITALI** maggiore interattività (1).
- **ALTRO. Totale 2**

TOTALE 12 SUGGERIMENTI
MUSEO di ROMA IN TRASTEVERE

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></p> <p><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&relatives</i></p> <p><input type="checkbox"/> www.museincomune.it-sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i></p> <p><input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites.....</i> <input type="checkbox"/> social network</p> <p><input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i></p> <p><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></p> <p><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

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)_____