

Data 22/11/2019

Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Casal de' Pazzi

22 Settembre – 3 Novembre 2019

Zè

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 2018-2019
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo 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 **101** questionari somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua che autocompilazione **dal 22 settembre al 3 novembre** presso il **Museo di Casal de' Pazzi** (gli intervistati rappresentano il 51% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media dell'89%, un margine di errore di stima di $\pm 6,13\%$.

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 2019, 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 buono, con una media di **2,63** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale**, sia di **accoglienza** (2,79) che **in sala** (2,77) e le **opere della collezione** (2,71).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei posti a sedere e della segnaletica sull'edificio.

La **collezione** è la variabile ritenuta in assoluto più importante e soddisfacente, mentre i **posti a sedere** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari nella mappa e sono l'aspetto più correlato all'esperienza complessiva (*cf.* pp. 16-18). Anche tra i suggerimenti prevalgono quelli sui **posti a sedere** (n. 21 suggerimenti), ma anche sulla **segnaletica esterna** (n. 14 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per l'88% da **romani, studenti** (58%), in possesso di un titolo di **scuola media inferiore o superiore** (75%), di età giovane **fino ai 18 anni** (54% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo tramite **scuola/università** (46%), poi seguono **internet** e **passaparola** (16% per entrambi).

È significativo che ad avere conosciuto il museo tramite scuola/università siano soprattutto i romani, di età giovane 14-18 anni, con un titolo di scuola media inferiore, nuovi visitatori, hanno un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

Invece internet e passaparola prevalgono principalmente per i turisti, di età giovane 26-34 anni (*internet*) o adulta 45-74 (*passaparola*), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, alcuni già stati in questo museo (*internet*), il cui giudizio è superiore alle attese e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.

Tabella riassuntiva

Museo di Casal de' Pazzi 2019	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	1,73	2,00	84	17	0,910	17%	19%	12%	65%
Orari di apertura	2,48	3,00	90	11	0,722	11%	59%	2%	91%
Personale di accoglienza	2,79	3,00	100	1	0,433	1%	80%	0%	99%
Opere della collezione	2,71	3,00	100	1	0,518	1%	74%	0%	97%
Supporti informativi	2,61	3,00	94	7	0,707	7%	70%	3%	94%
Supporti digitali	2,34	3,00	95	6	0,820	6%	53%	3%	84%
Personale in sala	2,77	3,00	92	9	0,494	9%	79%	1%	99%
Segnaletica interna	2,49	3,00	91	10	0,656	10%	57%	1%	93%
Posti a sedere	1,94	2,00	87	14	1,082	14%	41%	14%	67%
Pulizia del sito	2,57	3,00	97	4	0,628	4%	64%	0%	93%
Esperienza complessiva	2,63	3,00	94	7	0,528	7%	65%	0%	98%

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

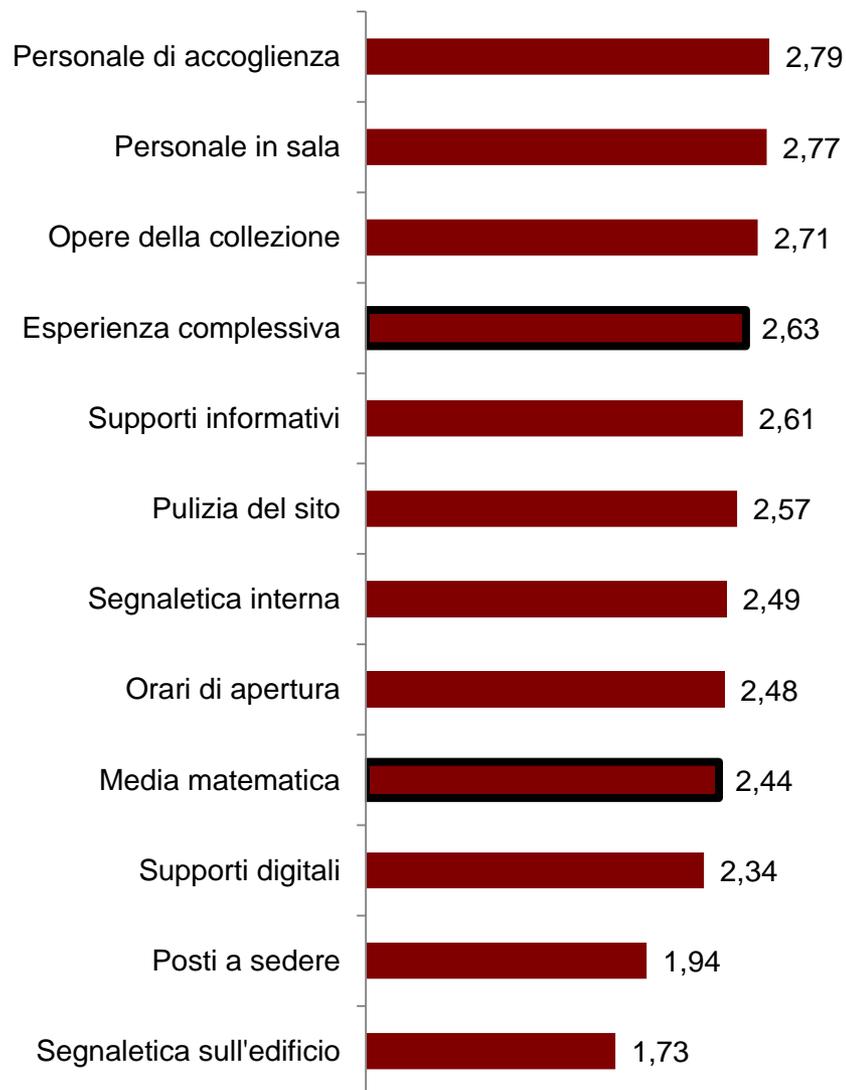
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,44).

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 accoglienza**, il **personale in sala** e le **opere della collezione**.

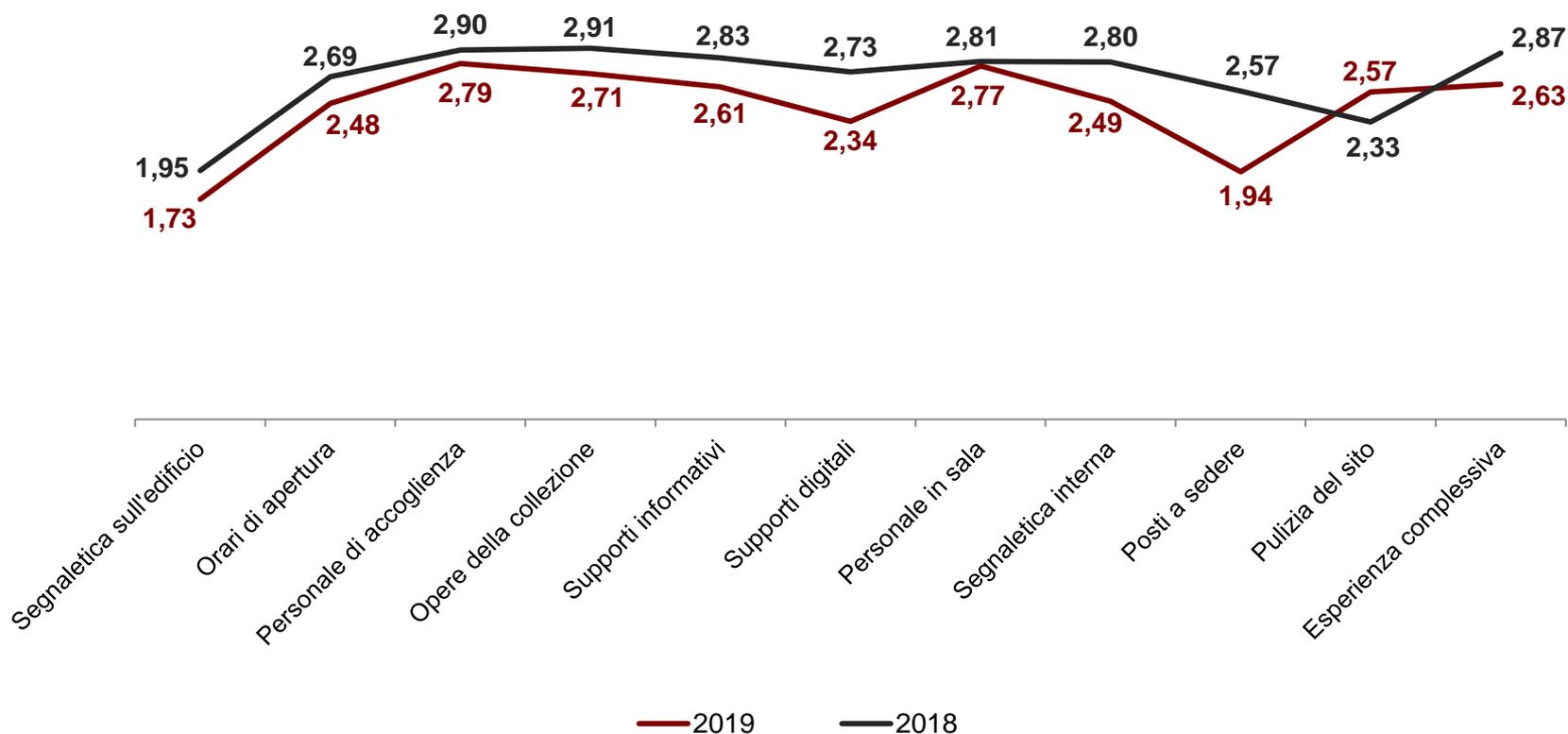
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard di 2,20, ad eccezione dei **posti a sedere** e della **segnaletica sull'edificio**.



Analisi del trend 2018-2019

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, ma con un calo generale sui vari aspetti oggetto d'indagine.

In aumento il livello medio di soddisfazione sulla pulizia del sito, mentre si registra una flessione sui restanti aspetti, in particolare sui supporti digitali, sulla segnaletica interna e sui posti a sedere (quest'ultimo aspetto e la segnaletica esterna sono al di sotto dello standard minimo).

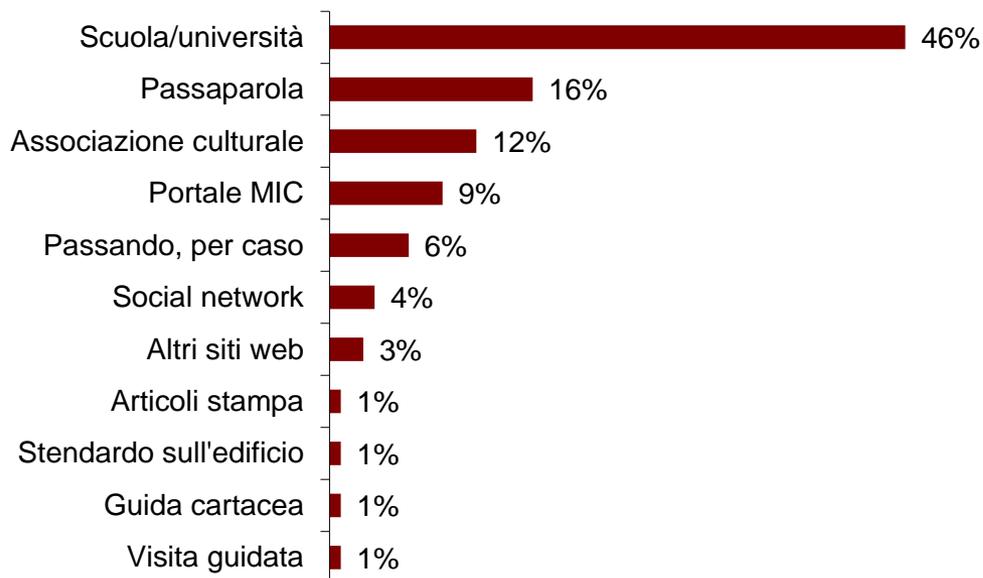


Come è venuto a conoscenza del museo

Una buona parte del campione intervistato afferma di avere conosciuto il museo attraverso “**scuola/università**” (46%; in aumento rispetto al 37% dell’indagine scorsa); il 16% lo ha saputo tramite “**internet**” (in notevole calo dal 31% dell’anno precedente), di cui il 9% riguarda il *portale MiC*, il 4% i canali social e il restante 3% altri siti web. Rispetto al 2018 la percentuale del “**passaparola**” passa da 10% a 16%.

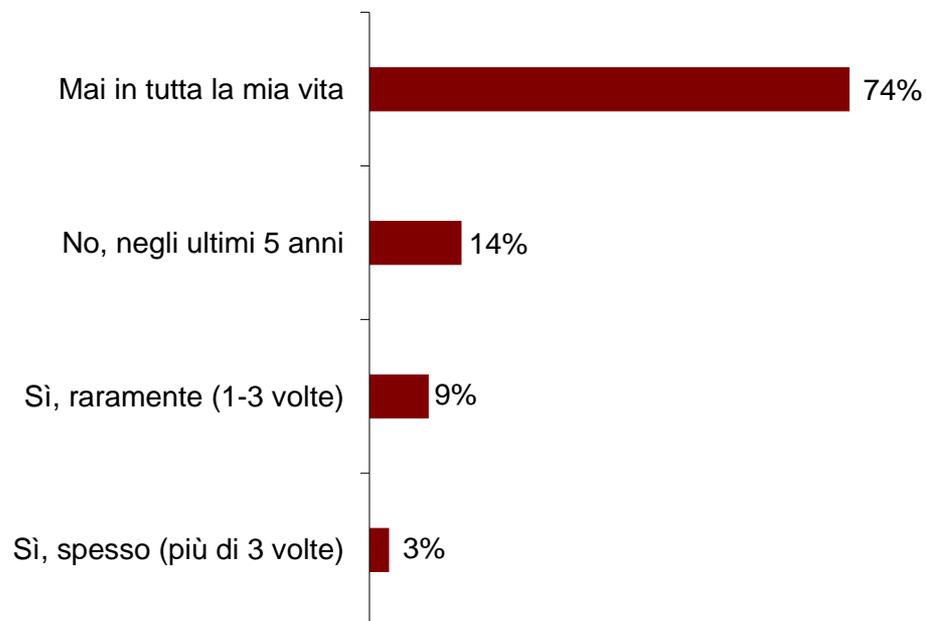
È significativo che ad avere conosciuto il museo tramite scuola/università siano soprattutto i romani, di età giovane 14-18 anni, con un titolo di scuola media inferiore, nuovi visitatori, hanno un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

Invece internet e passaparola prevalgono principalmente per i turisti, di età giovane 26-34 anni (*internet*) o adulta 45-74 (*passaparola*), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, alcuni già stati in questo museo (*internet*), il cui giudizio è superiore alle attese e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (74% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al *Museo di Casal de' Pazzi*, il 12% vi è già stato (di cui il 9% “**da una a tre volte**” e il 3% “**più di tre volte**”) e il restante 14% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni. Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo visitato siano soprattutto coloro che hanno un giudizio uguale alle attese o ne sono privi, si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva e hanno visitato meno di tre musei in quest'ultimo anno. Invece ad avere già frequentato il *Museo di Casal de' Pazzi* sono prevalentemente i visitatori con un giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno.

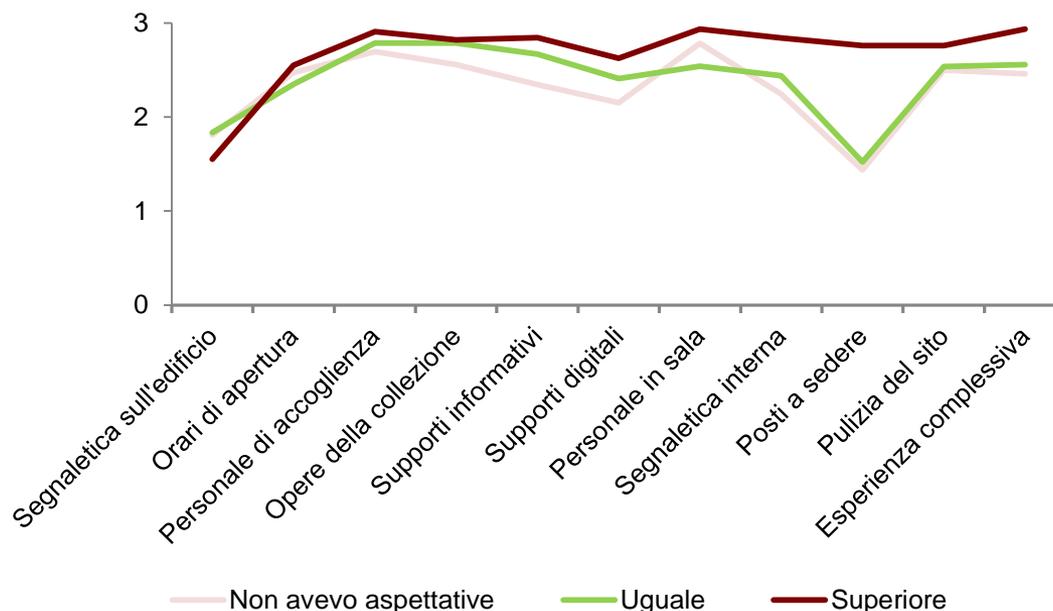
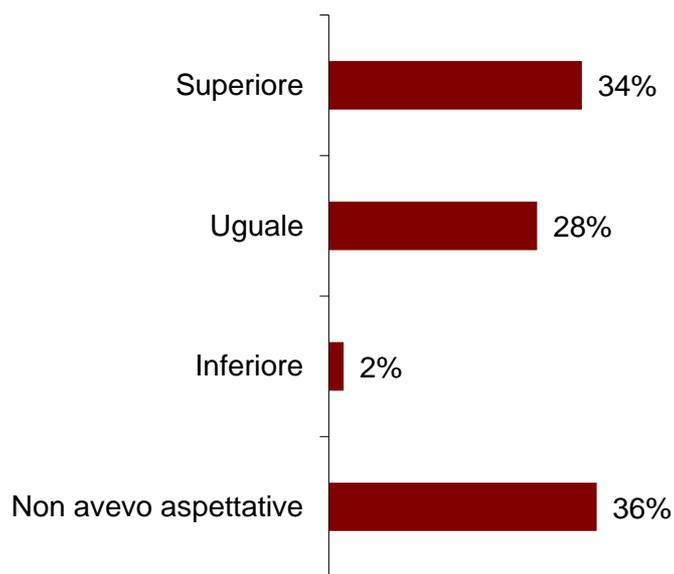


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 36% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 34% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 28% è uguale, mentre solo il 2% degli intervistati ritiene tale museo inferiore rispetto alle aspettative.

È significativo che il giudizio sia superiore alle aspettative soprattutto per coloro che hanno già visitato il *Museo di Casal de' Pazzi* e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative o ad esserne privi sono in particolare i nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

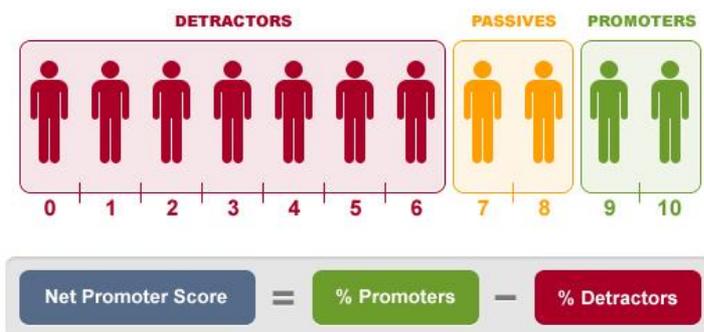
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante), ad eccezione della segnaletica sull'edificio, che soddisfa maggiormente chi ha un giudizio uguale alle proprie attese.



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 di Casal de' Pazzi* è pari a **26%**; il 26% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

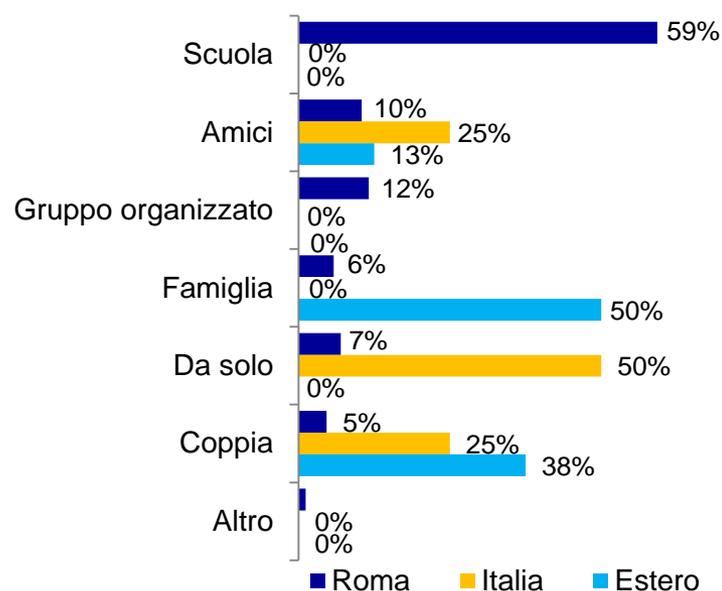
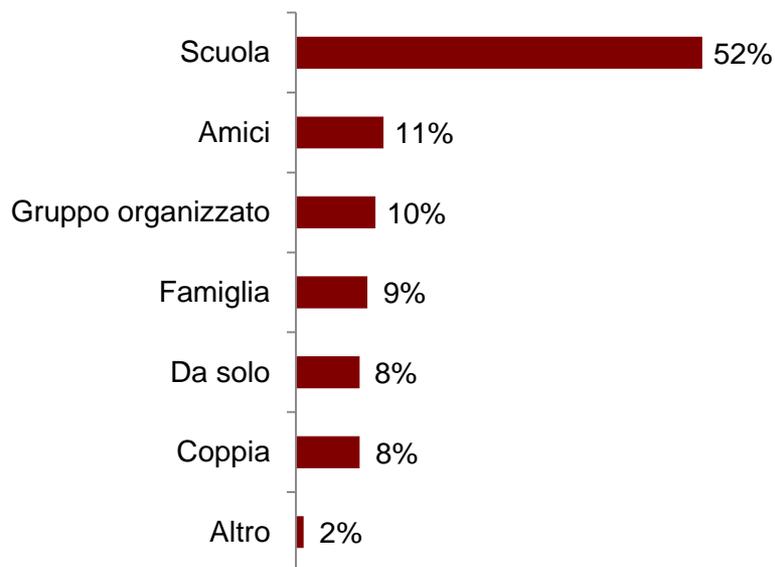


NET PROMOTER SCORE Ics Museo di Casal de' Pazzi 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	1	2	0	6	3	10	12	14	14	36
2%	1%	2%	0%	6%	3%	10%	12%	14%	14%	36%
DETRACTORI = 24%							PASSIVI = 26%	PROMOTORI = 50%		
50% - 24% = 26%										

Con chi ha visitato il museo

Il 52% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con la “**scuola**”, l’11% risponde in compagnia di “**amici**”, il 10% con un “**gruppo organizzato**”, il 9% con la propria “**famiglia**”, un 8% “**da solo**” e un 8% “**in coppia**”; il restante 2% risponde “**altro**”.

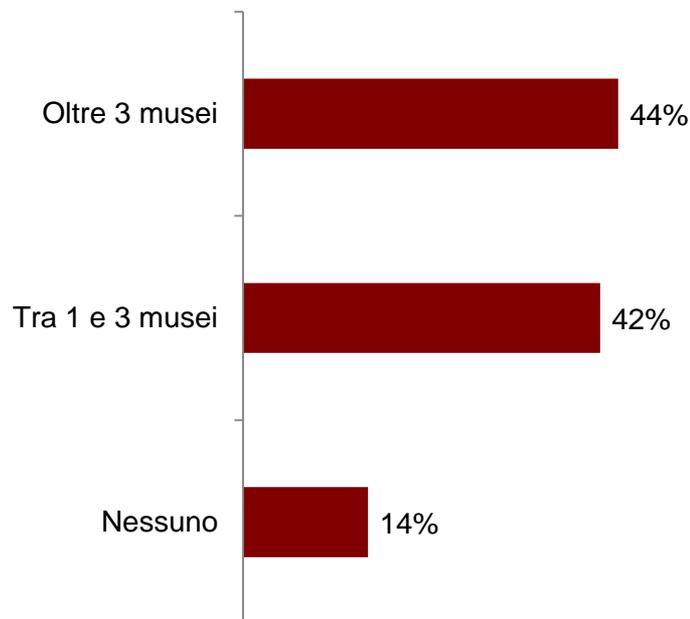
Risulta significativo che a venire con la scuola siano principalmente i romani (*cf.* grafico in basso a destra), di età giovane 14-18 anni, con un titolo di scuola media inferiore, nuovi visitatori, senza aspettative a priori e in generale abbastanza soddisfatti. Invece coloro che vengono in compagnia di amici giungono da fuori Roma, appartengono alla fascia d’età 45-54 anni, hanno un titolo di laurea o specializzazione post laurea, alcuni hanno già visitato il museo, il loro giudizio è superiore alle aspettative e si ritengono molto soddisfatti dell’esperienza complessiva. A recarsi al museo con un gruppo organizzato sono soprattutto i cittadini romani, di età adulta oltre i 65 anni, diplomati, già stati al *Museo di Casal de’ Pazzi*, con un giudizio superiore alle attese e dichiarano di essere molto soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 44% sul campione totale dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 42% risponde “**tra uno e tre musei**” e il 14% “**nessuno**”.

Risulta significativo che ad essere stati in più di tre musei nell'ultimo anno siano in prevalenza coloro che hanno già visitato il *Museo di Casal de' Pazzi*, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere visto meno di tre musei sono soprattutto i nuovi visitatori, diplomati, con un giudizio generale abbastanza soddisfacente.



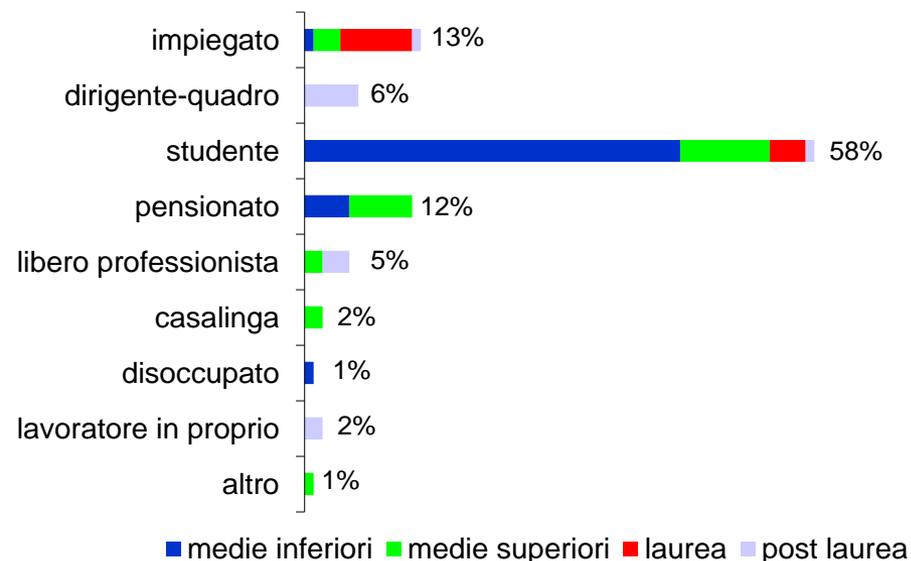
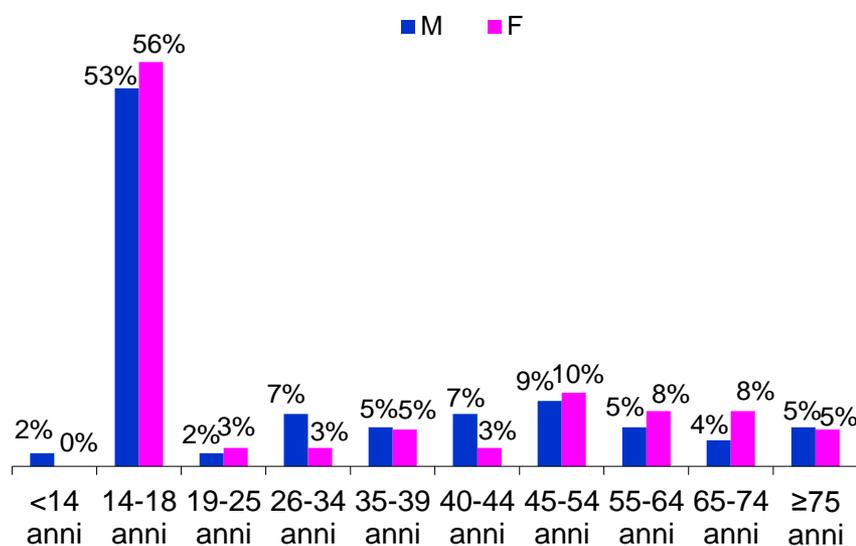
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevalgono gli **uomini** (59%; lo scorso anno erano il 45%), soprattutto nelle fasce di età 26-44 anni. Invece c'è una predominanza di donne di età 14-18 anni ed oltre i 45 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle dei **minorenni**, che raggiungono complessivamente il 54% sul totale degli intervistati (erano il 30% nel 2018).

Il 75% del campione totale è in possesso di un **titolo di scuola media inferiore o superiore** (la percentuale raggiungeva il 61% nell'indagine precedente).

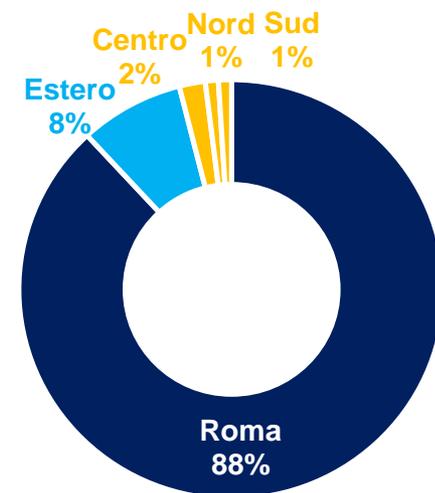
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **studenti**, che raggiungono il 58% sul totale degli intervistati (in aumento dal 42% emerso nel 2018); poi seguono gli impiegati (13%; erano il 15% lo scorso anno). Raddoppiano invece i pensionati, che passano da 6% a 12%.



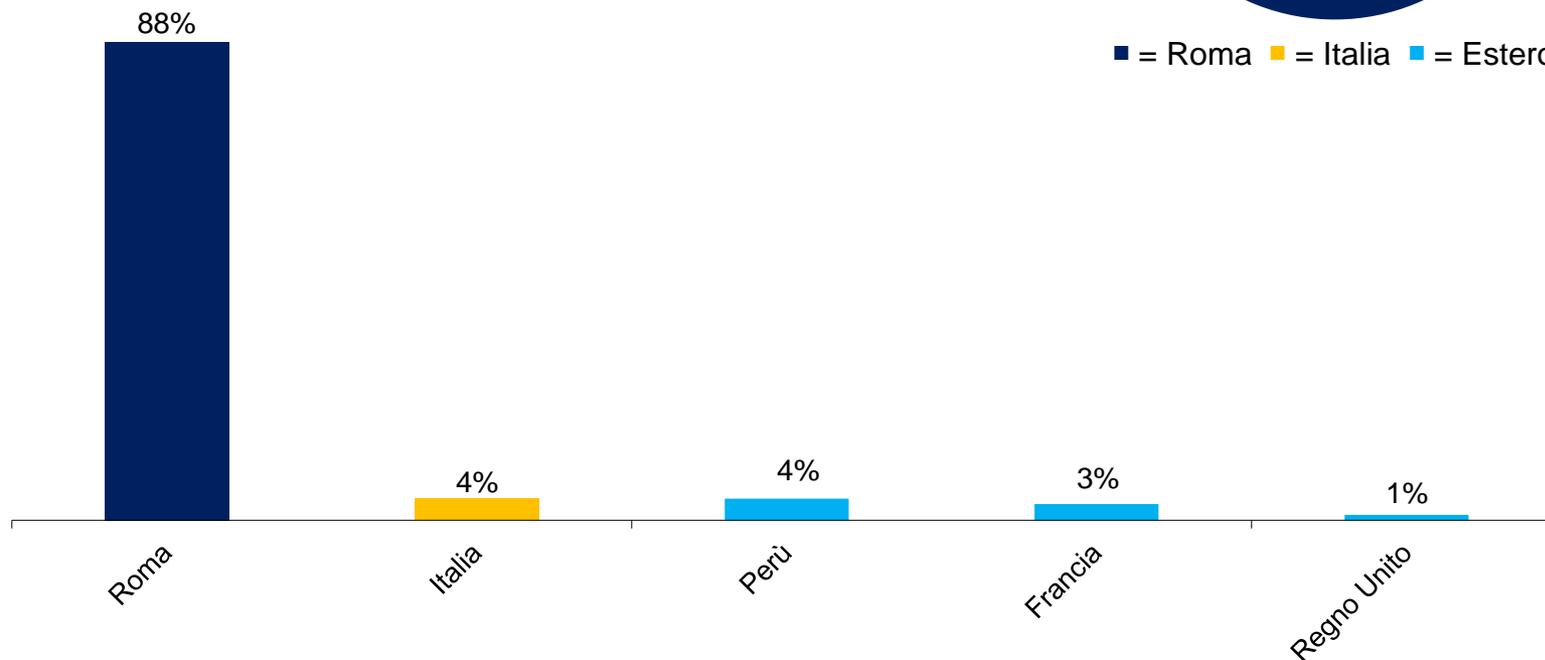
Analisi socio-demografica (provenienza)

L'88% del campione intervistato è costituito da visitatori **romani** (90% nell'indagine precedente), l'8% sono turisti **stranieri** (in aumento dal 2% emerso nel 2018), mentre coloro che giungono da **altre province italiane** rappresentano il 4% (lo scorso anno erano l'8%).

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



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Museo di Casal de' Pazzi 2019***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,118	-0,070	-0,026	0,127	0,037	-0,066	-0,179	-0,095	0,008	0,077
Orari di apertura	0,118	1,000	,269 *	0,077	,383 **	0,165	,294 **	,247 *	,356 **	,252 *	,286 **
Personale di accoglienza	-0,070	,269 *	1,000	,279 **	,417 **	,374 **	,660 **	,352 **	,333 **	,319 **	,402 **
Opere della collezione	-0,026	0,077	,279 **	1,000	,381 **	,349 **	,382 **	,606 **	,472 **	,213 *	,495 **
Supporti informativi	0,127	,383 **	,417 **	,381 **	1,000	,566 **	,404 **	,463 **	,531 **	,445 **	,464 **
Supporti digitali	0,037	0,165	,374 **	,349 **	,566 **	1,000	,240 *	,481 **	,487 **	,447 **	,432 **
Personale in sala	-0,066	,294 **	,660 **	,382 **	,404 **	,240 *	1,000	,392 **	,389 **	,354 **	,488 **
Segnaletica interna	-0,179	,247 *	,352 **	,606 **	,463 **	,481 **	,392 **	1,000	,659 **	,310 **	,504 **
Posti a sedere	-0,095	,356 **	,333 **	,472 **	,531 **	,487 **	,389 **	,659 **	1,000	,315 **	,556 **
Pulizia del sito	0,008	,252 *	,319 **	,213 *	,445 **	,447 **	,354 **	,310 **	,315 **	1,000	,513 **
Esperienza complessiva	0,077	,286 **	,402 **	,495 **	,464 **	,432 **	,488 **	,504 **	,556 **	,513 **	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.

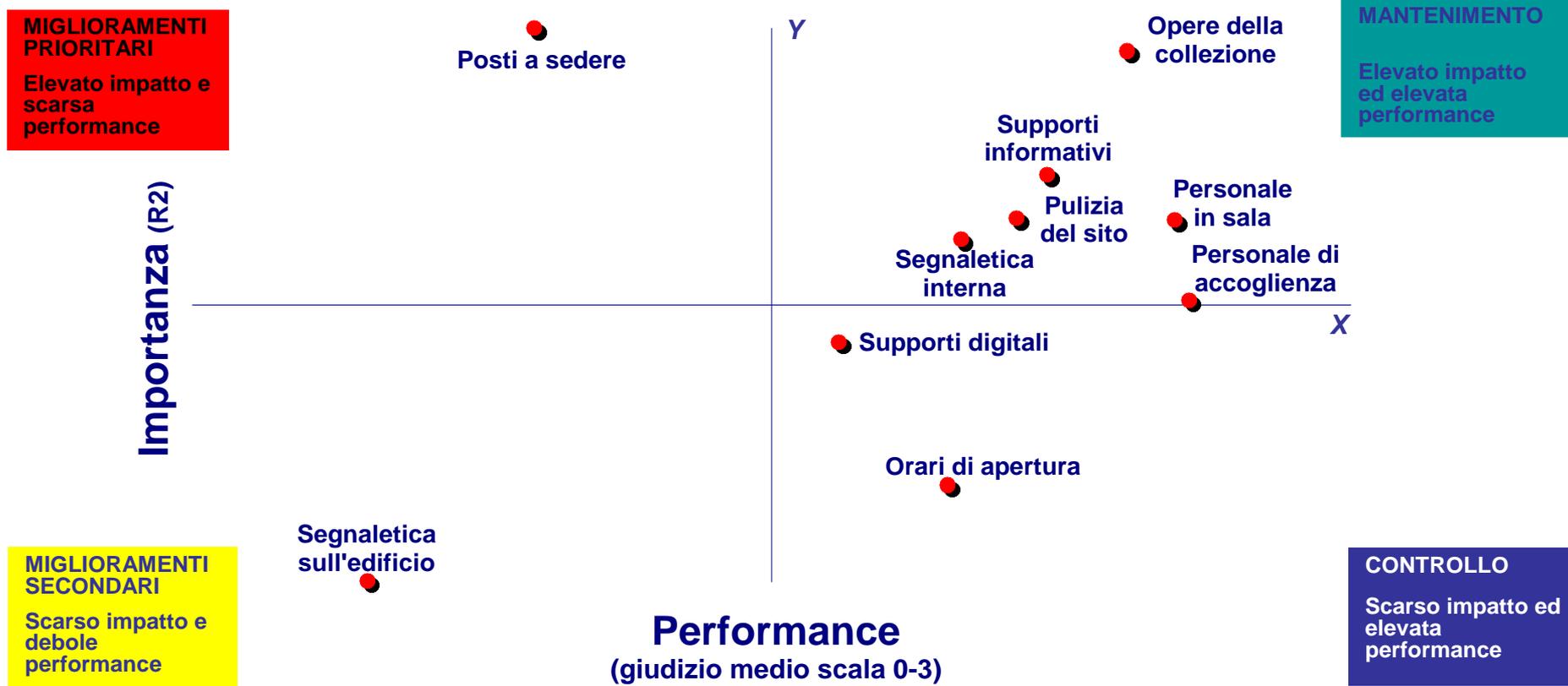
Per il *Museo di Casal de' Pazzi* i **posti a sedere**, la **pulizia del sito** e la **segnaletica interna** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

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 Casal de' Pazzi - 2019</i>	
Posti a sedere	0,556
Pulizia del sito	0,513
Segnaletica interna	0,504
Opere della collezione	0,495
Personale in sala	0,488
Supporti informativi	0,464
Supporti digitali	0,432
Personale di accoglienza	0,402
Orari di apertura	0,286

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche i **supporti informativi**, la **pulizia del sito**, la **segnaletica interna** e il **personale (in sala e di accoglienza)** si posizionano nel quadrante in alto a destra. Invece i **posti a sedere** emergono 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 ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

Cluster Analysis

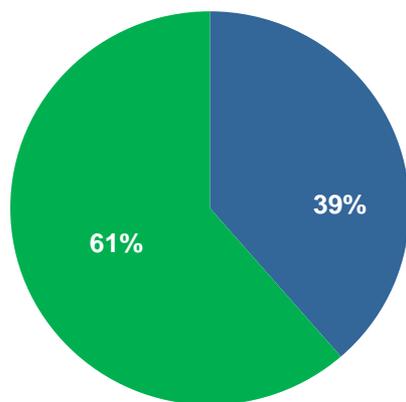
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (39 individui per il *Cluster 1* e 62 per il *Cluster 2*).

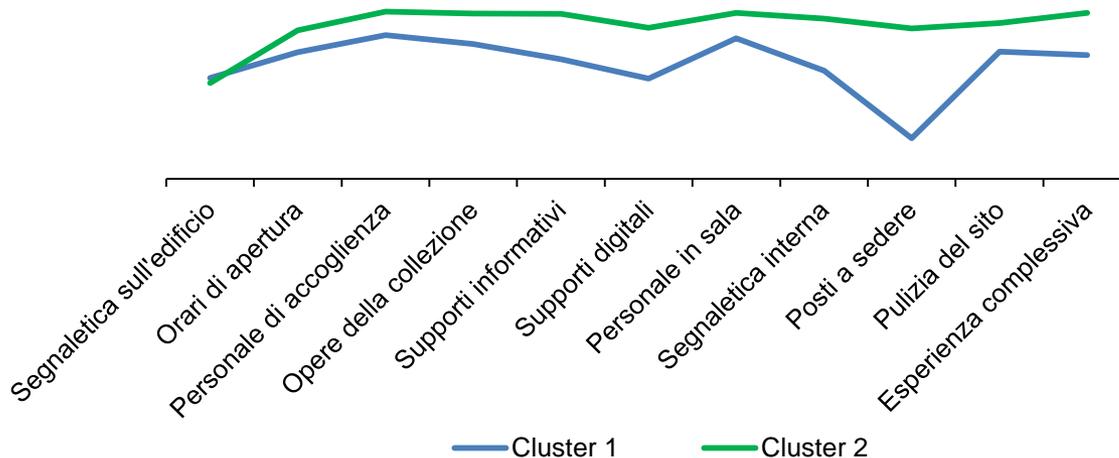
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia gli **Abbastanza soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione, mentre nella 2° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza minorenni, donne, romani, con un titolo scuola media inferiore, studenti, vengono a conoscenza del museo soprattutto attraverso scuola/università, vengono con la scuola, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza adulti di età 45-64, uomini, turisti, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, impiegati e pensionati, vengono a conoscenza del museo soprattutto tramite internet e passaparola, vengono con amici o con un gruppo organizzato, giudizio superiore alle aspettative, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



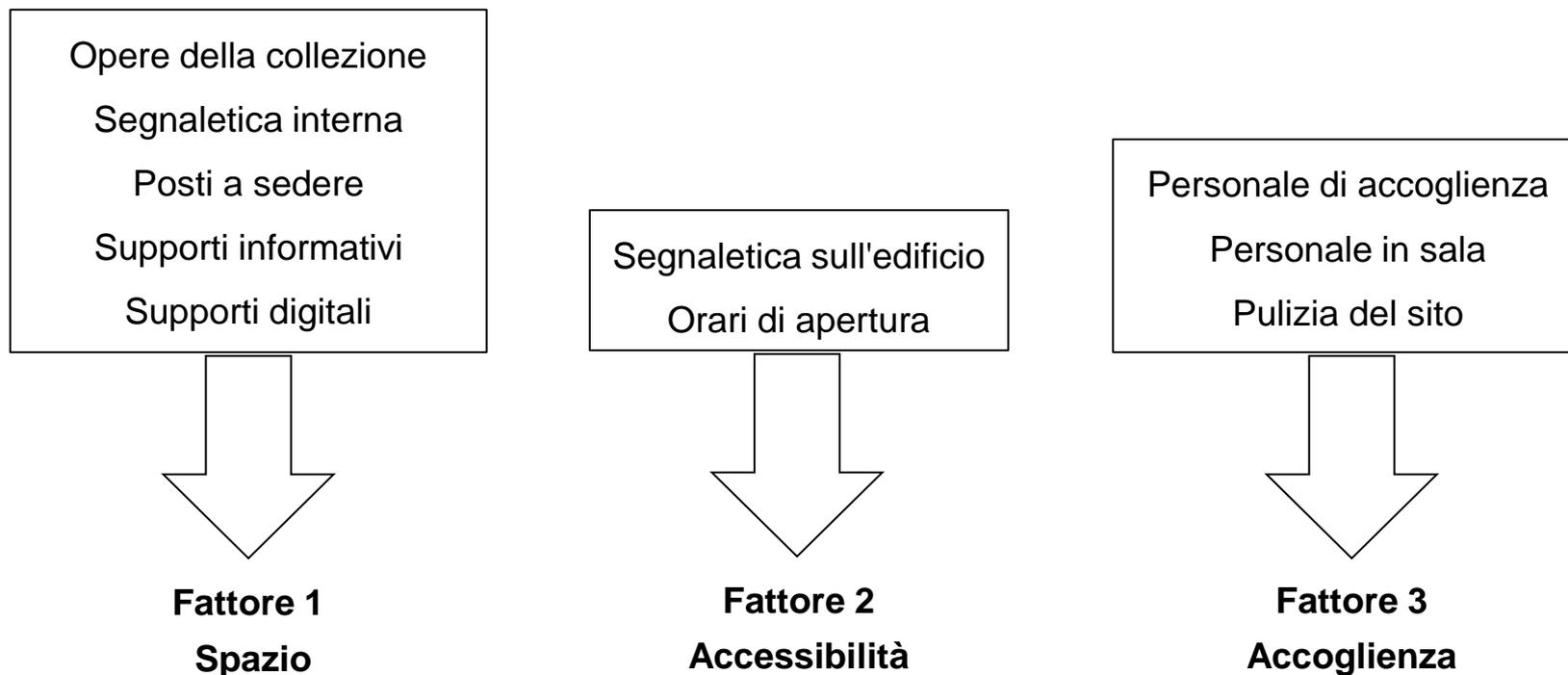
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

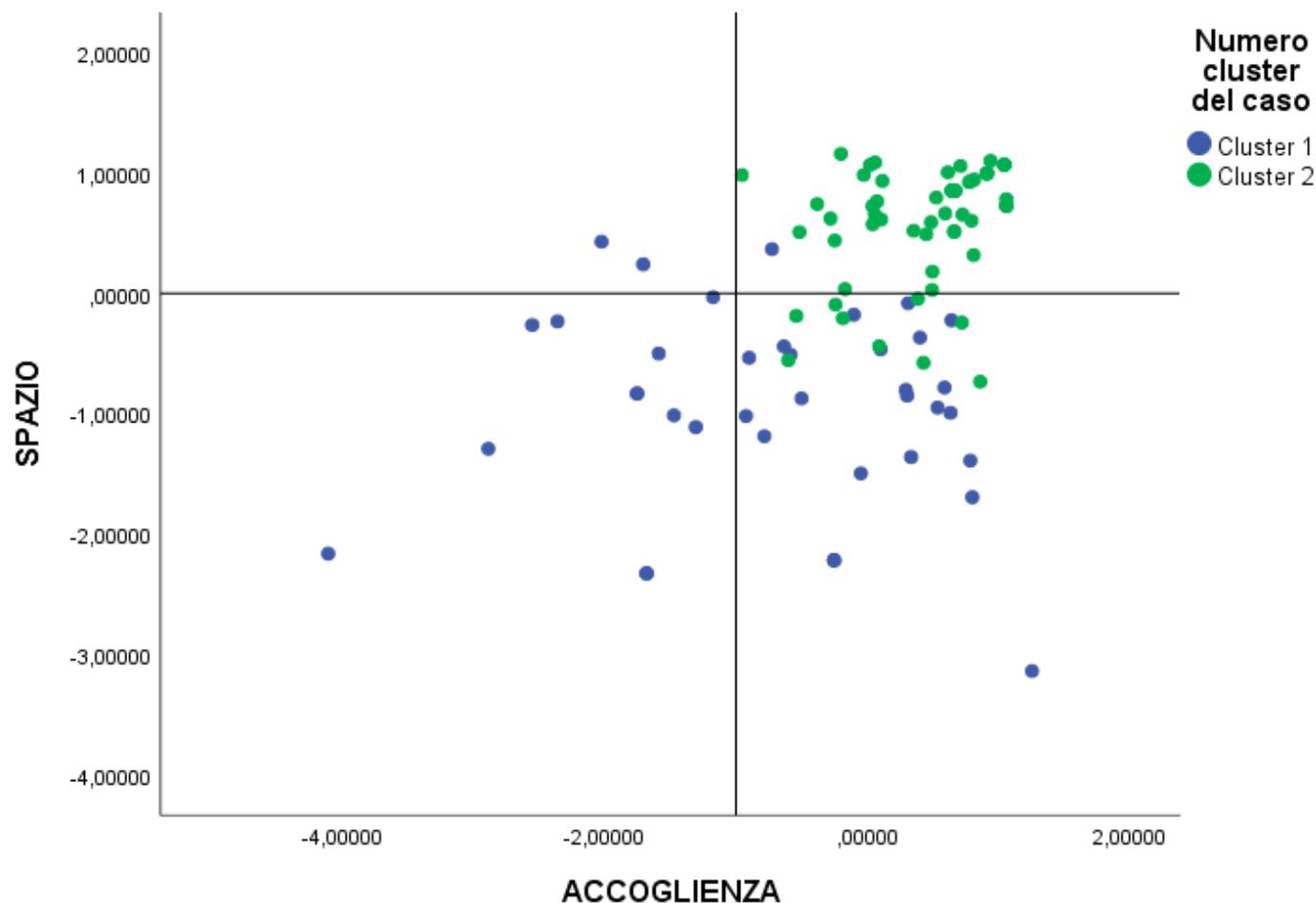
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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



Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione, soprattutto sul Fattore 1 (*Spazio*), mentre il Cluster 1 degli “*Abbastanza Soddisfatti*” rileva una più ampia dispersività di giudizi su entrambi i fattori considerati.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 25**

ELOGIO tutti bravissimi. **Totale 1**

POSTI A SEDERE da aumentare. **Totale 21**

SEGNALETICA ESTERNA aggiungere delle indicazioni per raggiungere il museo (12), altro (2).
Totale 14

ESTERNO maggiore cura dell'area esterna e del giardino (9), altro (1). **Totale 10**

COMUNICAZIONE aumentare la pubblicità del museo, farlo conoscere di più. **Totale 7**

SUPPORTI DIGITALI migliorare la proiezione del video e l'audio. **Totale 6**

ALTRO. **Totale 5**

**TOTALE 63 SUGGERIMENTI
MUSEO DI CASAL DE' PAZZI**

Allegato 1: Retro Questionario

20. **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.....*

21. **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*

22. **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/ *employee* 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)* _____