

*Data 28/11/2019*

---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo Carlo Bilotti

17 Settembre – 06 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 **102** questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione **dal 17 settembre al 06 novembre** presso il **Museo Carlo Bilotti** (gli intervistati rappresentano il 12% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine presso lo spazio espositivo del piano inferiore era presente la mostra temporanea "*Frank Holliday in Rome*".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 95%, un margine di errore di stima di  $\pm 4,25\%$ .

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 **2,60** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **95%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,89), la **pulizia del sito** (2,86), il **personale in sala** (2,75), gli **orari di apertura** (2,70), il **guardaroba** (2,68), i **posti a sedere** (2,67) e la **segnaletica interna** (2,65).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20 e ciò denota un elevato gradimento dei servizi erogati da parte del campione intervistato. La **collezione** è la variabile ritenuta più importante e soddisfacente, ma anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cfr.* pp. 16-18).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 45% da turisti **stranieri**, **studenti** (27%) e **impiegati** (23%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (74%), di età giovane compresa tra i **19 e 34 anni** (46% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (43%), poi seguono **internet** (26%) e **passaparola** (14%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane 19-39 anni e adulta oltre i 55 anni, nuovi visitatori. Coloro che lo scoprono attraverso internet sono principalmente i cittadini romani, di età 19-34 anni e 45-54 anni, che vengono per la prima volta al *Museo Carlo Bilotti*. Invece il passaparola prevale tra i romani, di età adulta 40-54 anni, alcuni dei quali hanno già visitato questo museo.

## Tabella riassuntiva

Museo Carlo Bilotti 2019	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,62	3,00	87	15	0,595	15%	68%	0%	94%
Orari di apertura	2,70	3,00	92	10	0,642	10%	77%	2%	95%
Personale di accoglienza	2,89	3,00	97	5	0,350	5%	90%	0%	99%
Guardaroba	2,68	3,00	71	31	0,528	30%	70%	0%	97%
Opere della collezione	2,47	3,00	100	2	0,688	2%	57%	1%	91%
Supporti informativi	2,57	3,00	95	7	0,595	7%	61%	1%	97%
Supporti digitali	2,42	3,00	69	33	0,736	32%	55%	1%	88%
Personale in sala	2,75	3,00	83	19	0,437	19%	75%	0%	100%
Segnaletica interna	2,65	3,00	86	16	0,503	16%	66%	0%	99%
Posti a sedere	2,67	3,00	78	24	0,574	24%	71%	1%	97%
Pulizia del sito	2,86	3,00	92	10	0,380	10%	87%	0%	99%
Caffetteria	2,48	3,00	27	75	0,700	74%	59%	0%	89%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,60</b>	<b>3,00</b>	<b>96</b>	<b>6</b>	<b>0,589</b>	<b>6%</b>	<b>66%</b>	<b>0%</b>	<b>95%</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 (2,65).

## 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**, la **pulizia del sito**, il **personale in sala**, gli **orari di apertura**, il **guardaroba**, i **posti a sedere** e la **segnaletica interna**.

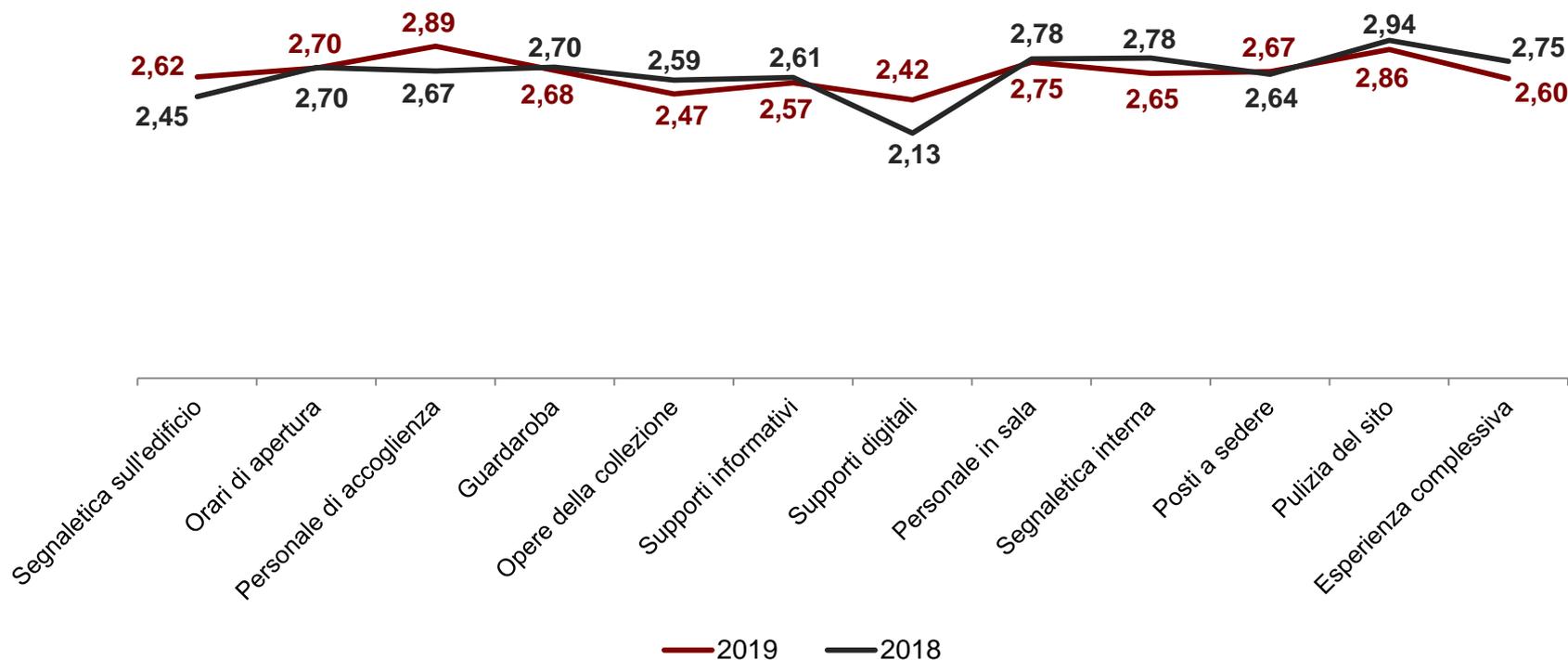
Tutte le medie sono nettamente superiori allo standard di 2,20.



## Analisi del trend 2018-2019

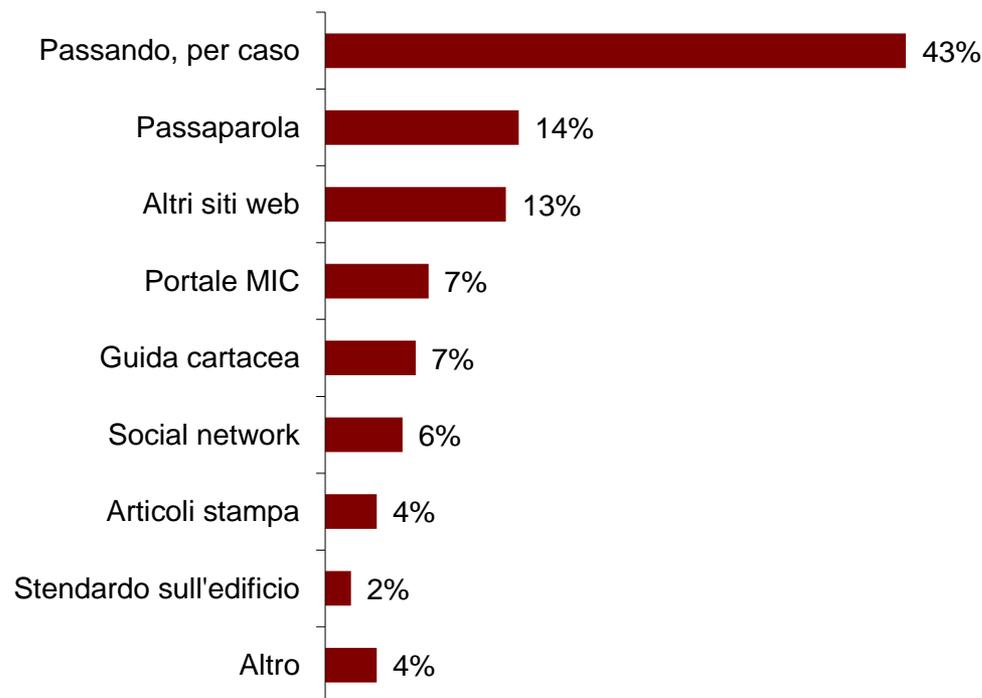
Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se con qualche discrepanza (nel grafico sottostante non compare la caffetteria perché lo scorso anno nessuno aveva rilasciato un giudizio su tale servizio).

La segnaletica sull'edificio, il personale di accoglienza e i supporti digitali emergono tra gli aspetti su cui si rileva un maggiore aumento del livello medio di soddisfazione, mentre si registra una lieve flessione soprattutto sulle opere della collezione, sulla segnaletica interna e sull'esperienza complessiva, seppure le medie siano ben al di sopra dello standard minimo.



## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 43% del campione intervistato afferma di essere venuto a sapere del museo “**passando, per caso**” (in netto aumento dal 22% emerso nel 2018), il 26% attraverso “**internet**” (27% nell’indagine precedente), mentre il 14% risponde tramite il “**passaparola**” (era 19% nel 2018). È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane 19-39 anni e adulta oltre i 55 anni, nuovi visitatori. Coloro che lo scoprono attraverso internet sono principalmente i cittadini romani, di età 19-34 anni e 45-54 anni, che vengono per la prima volta al *Museo Carlo Bilotti*. Invece il passaparola prevale tra i romani, di età adulta 40-54 anni, alcuni dei quali hanno già visitato questo museo.

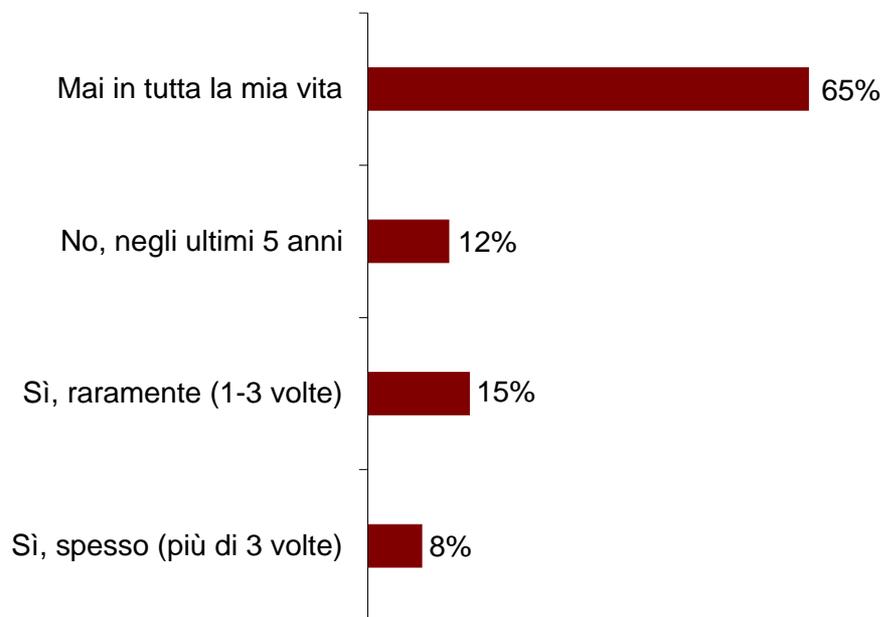


## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (65% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al *Museo Carlo Bilotti*, il 23% già vi è stato (di cui il 15% “**da una a tre volte**” e l’8% “**più di tre volte**”) e il restante 12% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti e hanno visitato tra uno e tre musei in quest’ultimo anno.

Invece ad avere già frequentato il *Museo Carlo Bilotti* sono prevalentemente i visitatori con un giudizio uguale alle proprie attese, in generale molto soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei nell’ultimo anno.

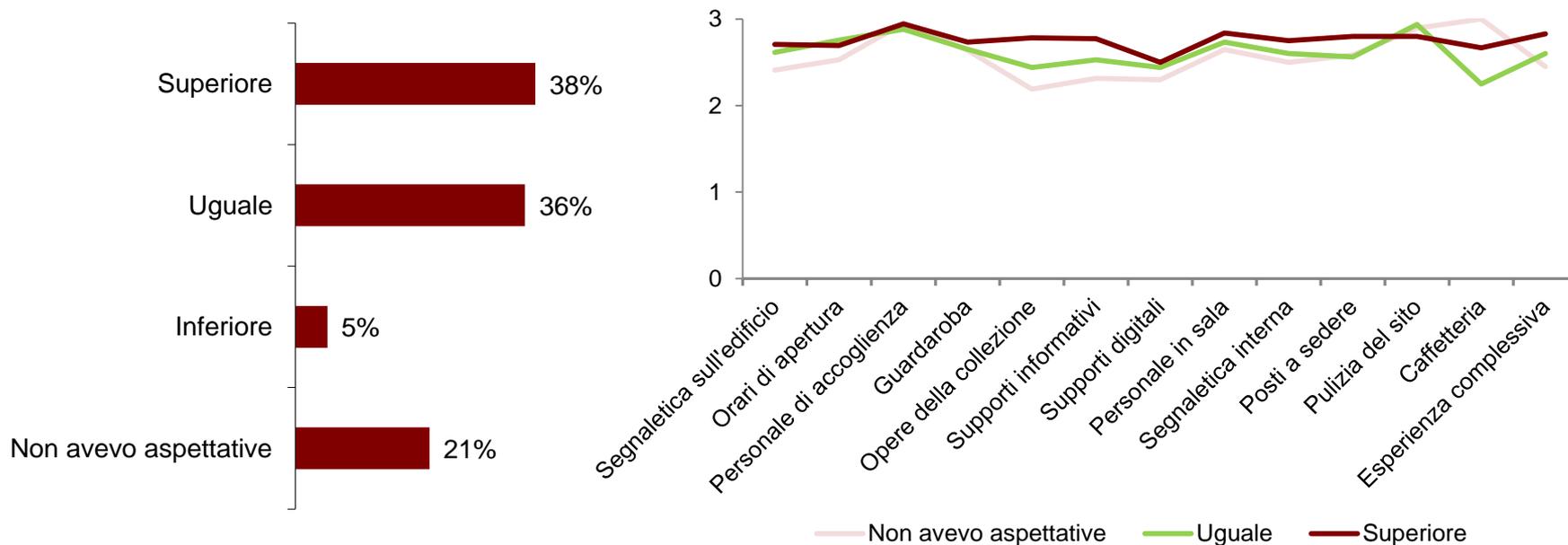


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 21% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 38% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 36% è uguale e solo per il restante 5% è inferiore.

È significativo che il giudizio sia superiore o uguale alle aspettative soprattutto per i visitatori che sono già stati al *Museo Carlo Bilotti* e hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece a non avere aspettative sono in prevalenza coloro che vengono per la prima volta in questo museo e hanno visitato più di tre musei in quest'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante), tranne che sugli orari di apertura, sulla pulizia del sito e sulla caffetteria.



## 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 Carlo Bilotti* è pari a **27%**; il 43% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

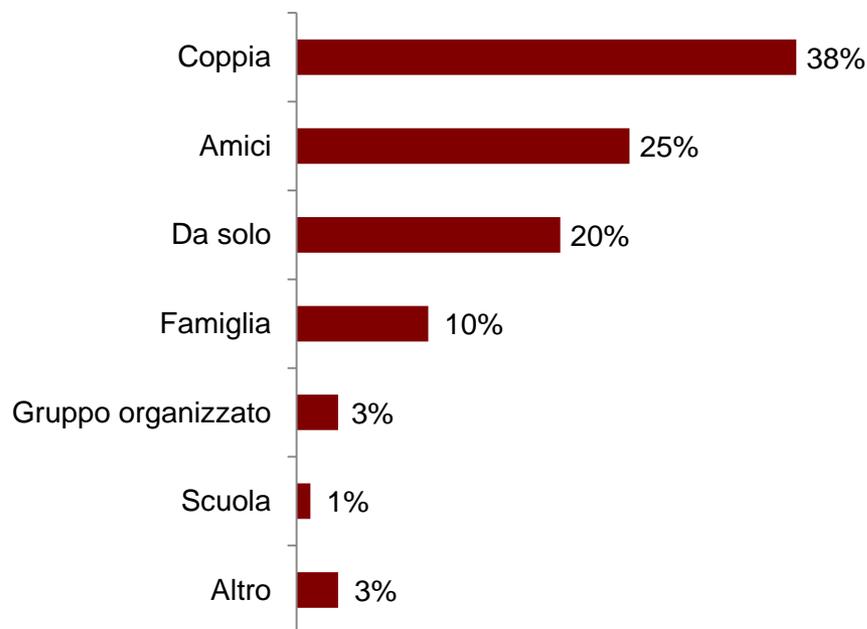


NET PROMOTER SCORE Ics Museo Carlo Bilotti 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	2	0	2	0	5	6	17	27	14	28
0%	2%	0%	2%	0%	5%	6%	17%	26%	14%	28%
<b>DETRACTORI = 15%</b>							<b>PASSIVI = 43%</b>	<b>PROMOTORI = 42%</b>		
<b>42% - 15% = 27%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 38% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo **“in coppia”**, il 25% in compagnia di **“amici”**, il 20% **“da solo”**, il 10% con la propria **“famiglia”**, il 3% con un **“gruppo organizzato”**, l'1% con la **“scuola”** ed il restante 3% risponde **“altro”**.

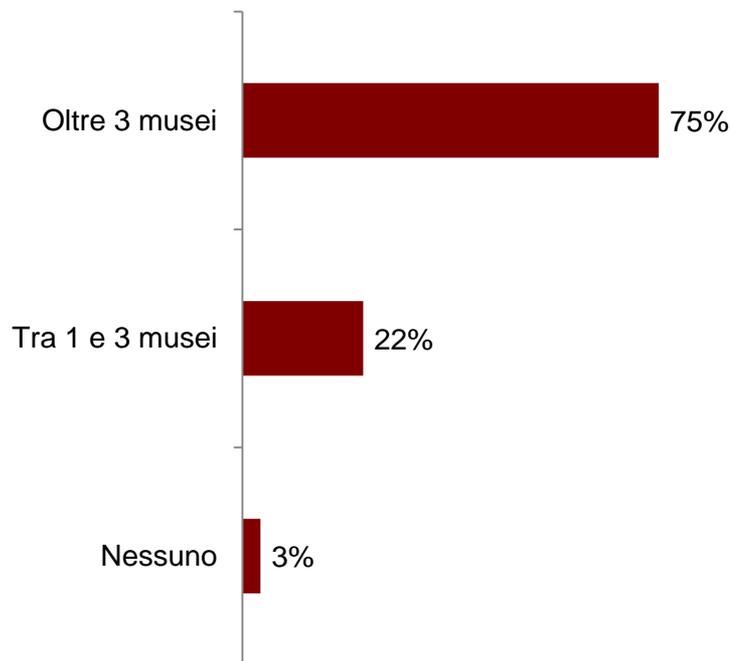
Risulta significativo che a venire in coppia siano in prevalenza i visitatori di età 35-54 anni, che si recano al museo per la prima volta, in generale abbastanza soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno. Invece a venire con gli amici sono in particolare i giovani di età 19-34 anni, alcuni già stati al *Museo Carlo Bilotti*, in generale molto soddisfatti e hanno visitato tra uno e tre musei. A recarsi da soli sono principalmente gli adulti di età 45-74 anni, frequentatori abituali di questo museo, nel complesso molto soddisfatti e sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 75% sul campione totale dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 22% risponde **“tra uno e tre musei”** e solo il 3% **“nessuno”**.

Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano in prevalenza coloro che si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza complessiva e alcuni di essi sono già stati al *Museo Carlo Bilotti*. Invece ad avere visitato meno di tre musei sono soprattutto i nuovi visitatori, il cui giudizio generale è abbastanza soddisfacente.



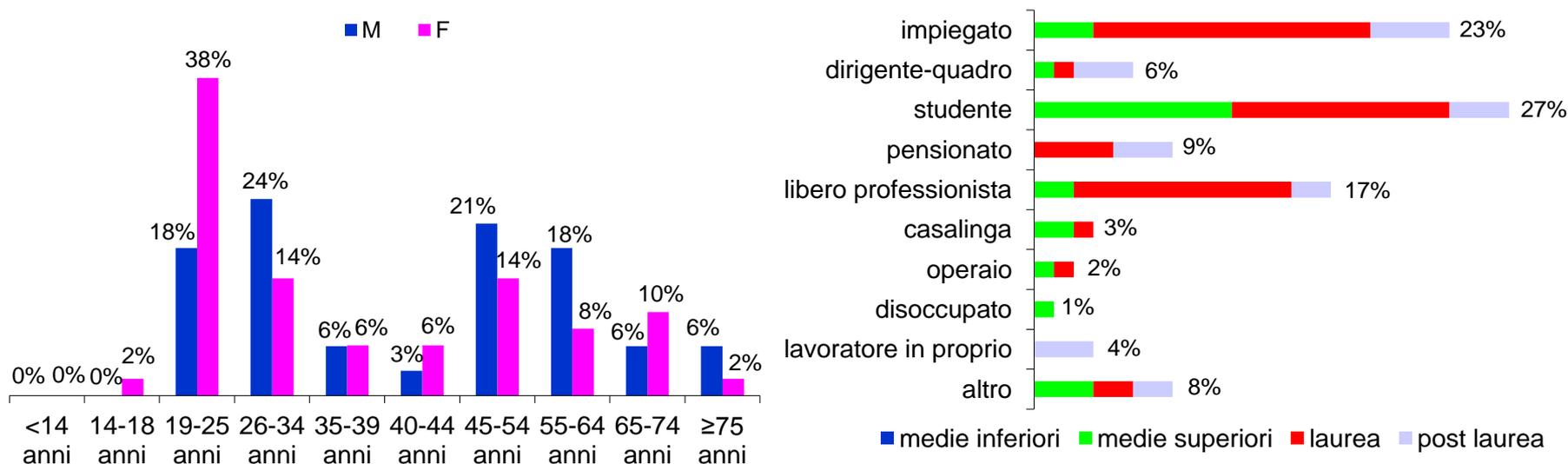
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (60% sul campione totale; era il 53% nel 2018), soprattutto nelle fasce dei giovani fino ai 25 anni, dei 40-44 anni e 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età giovane **19-34 anni**, che raggiungono complessivamente il 46% sul totale degli intervistati (lo scorso anno erano il 20%). Le fasce di età adulta oltre i 55 anni scendono notevolmente dal 65% al 26%.

Il 74% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (la percentuale raggiungeva il 62% nel 2018).

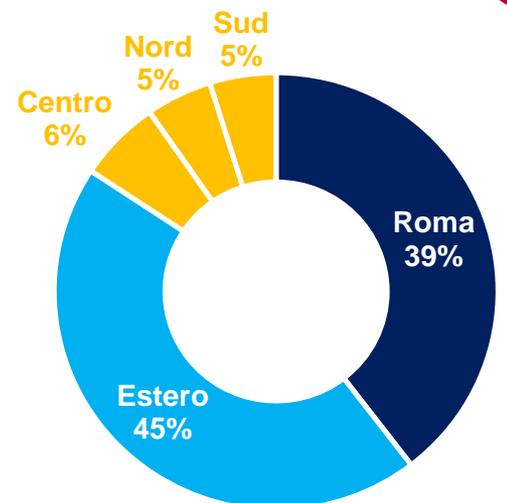
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **studenti** (27%, in netto aumento dal 12% dell'anno scorso), poi seguono gli impiegati (23%, nel 2018 erano l'11%) e i liberi professionisti (17%; nella precedente indagine erano il 16%). In forte calo i pensionati, che passano dal 43% al 9%.



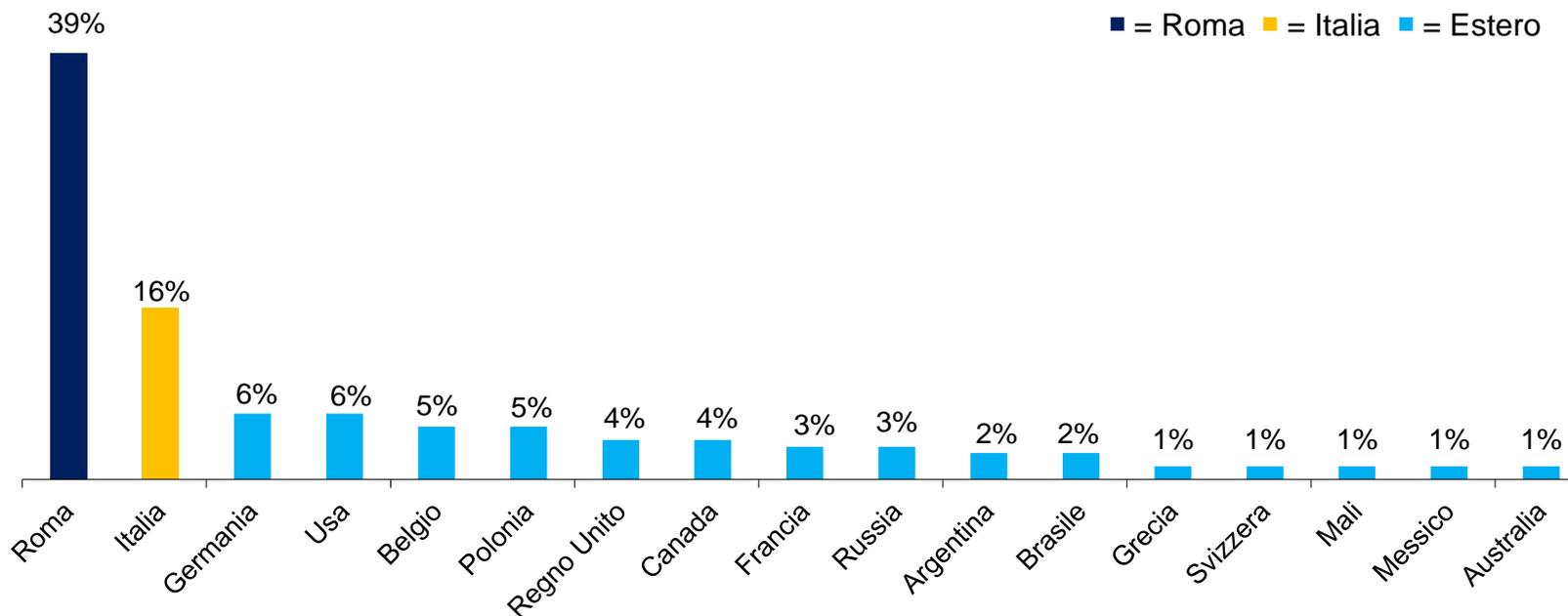
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 45% del campione intervistato è costituito da turisti **stranieri** (in netto aumento dal 18% emerso nel 2018), il 39% sono cittadini romani (in calo dal 61% nell'indagine precedente), mentre il 16% giunge da altre province italiane (29% lo scorso anno).

Tra le nazionalità estere prevalgono la **tedesca** e la **statunitense** (entrambe raggiungono il 6% sul totale); 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>Museo Carlo Bilotti 2019***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Guardaroba	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	0,216	0,148	,284*	,258*	,325**	,423**	0,168	0,164	,291*	0,041	0,212
Orari di apertura	0,216	1,000	,298**	0,212	0,138	,227*	0,136	,251*	0,105	,254*	0,170	,238*
Personale di accoglienza	0,148	,298**	1,000	,544**	,236*	0,132	0,190	,384**	,263*	0,120	,244*	,248*
Guardaroba	,284*	0,212	,544**	1,000	,348**	0,208	0,204	,307*	0,227	0,116	0,088	,385**
Opere della collezione	,258*	0,138	,236*	,348**	1,000	,368**	,304*	0,059	0,042	,263*	0,132	,520**
Supporti informativi	,325**	,227*	0,132	0,208	,368**	1,000	,531**	,344**	,303**	,367**	0,181	0,171
Supporti digitali	,423**	0,136	0,190	0,204	,304*	,531**	1,000	0,152	,282*	0,238	0,143	0,184
Personale in sala	0,168	,251*	,384**	,307*	0,059	,344**	0,152	1,000	,420**	,332**	,351**	,324**
Segnaletica interna	0,164	0,105	,263*	0,227	0,042	,303**	,282*	,420**	1,000	,438**	0,123	,347**
Posti a sedere	,291*	,254*	0,120	0,116	,263*	,367**	0,238	,332**	,438**	1,000	,292*	,285*
Pulizia del sito	0,041	0,170	,244*	0,088	0,132	0,181	0,143	,351**	0,123	,292*	1,000	0,144
Esperienza complessiva	0,212	,238*	,248*	,385**	,520**	0,171	0,184	,324**	,347**	,285*	0,144	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 oggetto d'indagine che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

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

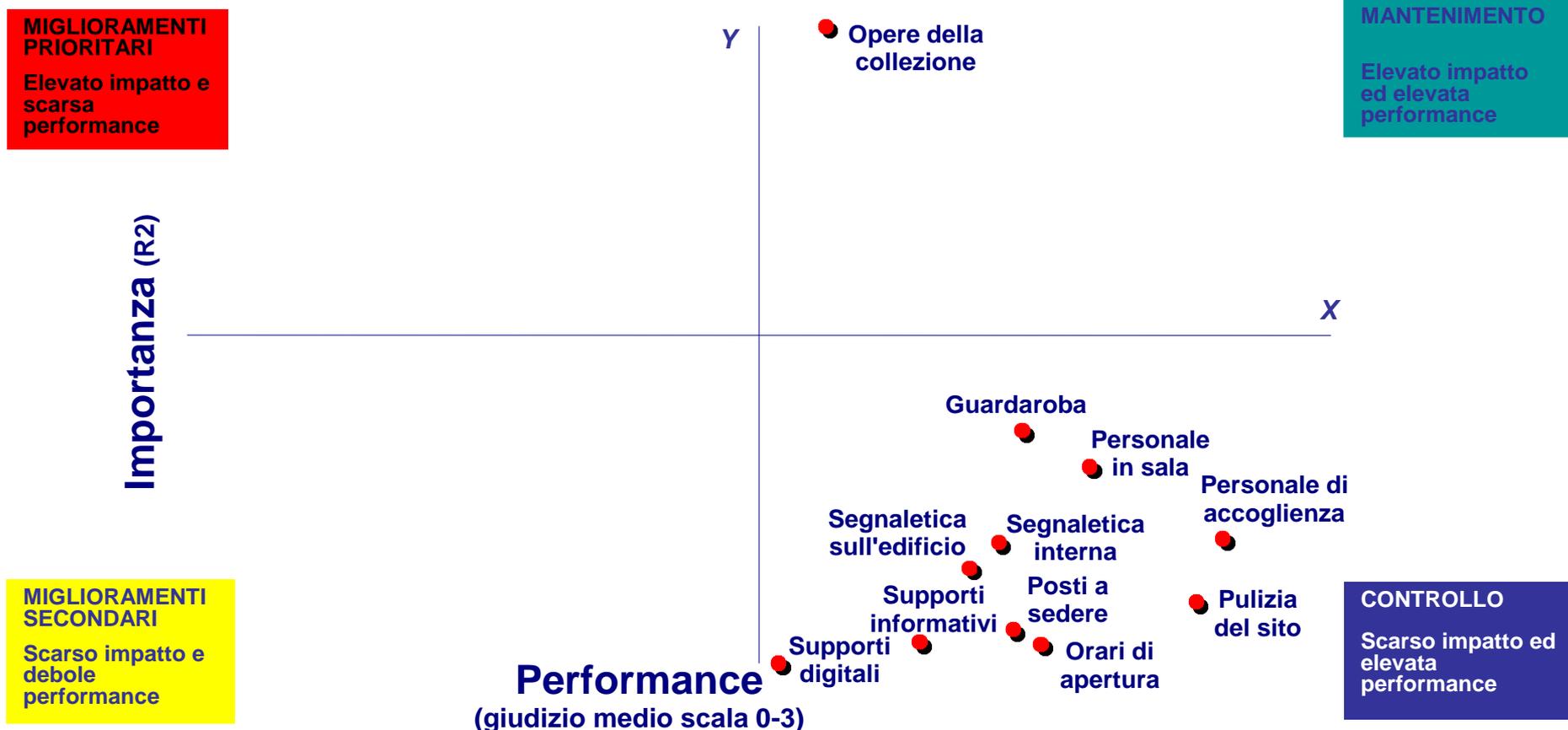
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Museo Carlo Bilotti - 2019</i>	
Opere della collezione	0,520
Guardaroba	0,385
Segnaletica interna	0,347
Personale in sala	0,324
Posti a sedere	0,285
Personale di accoglienza	0,248
Orari di apertura	0,238

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente (quadrante in alto a destra). Nessuna delle variabili 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 ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

## Cluster Analysis

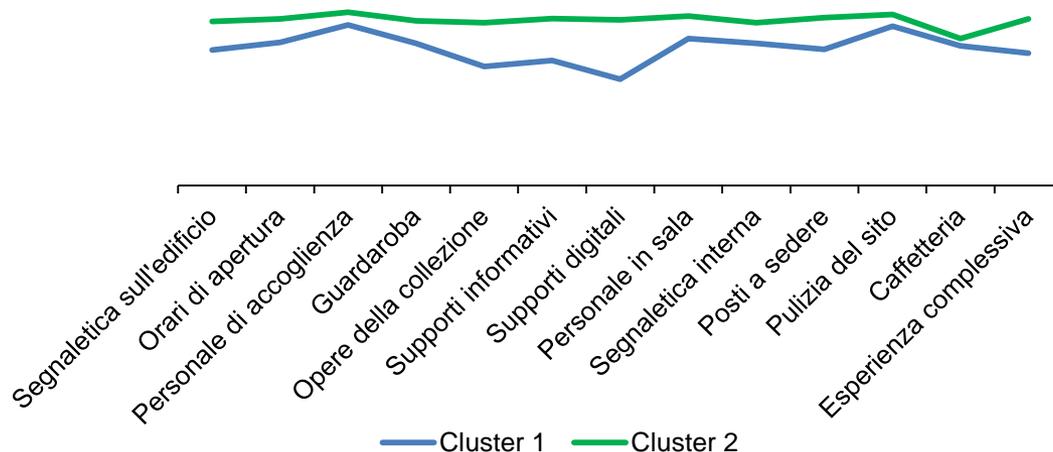
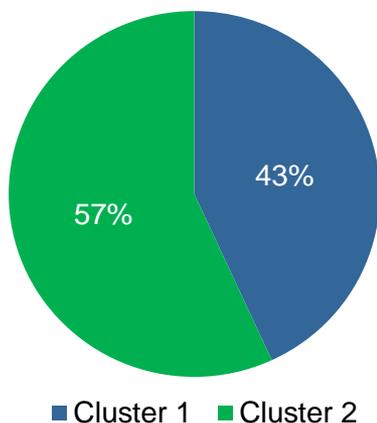
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (44 individui per il *Cluster 1* e 58 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 residenti a Roma, uomini, di età 26-34 anni e 45-64 anni, con un titolo laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, vengono a conoscenza del museo soprattutto tramite il passaparola, vengono con la famiglia, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno.

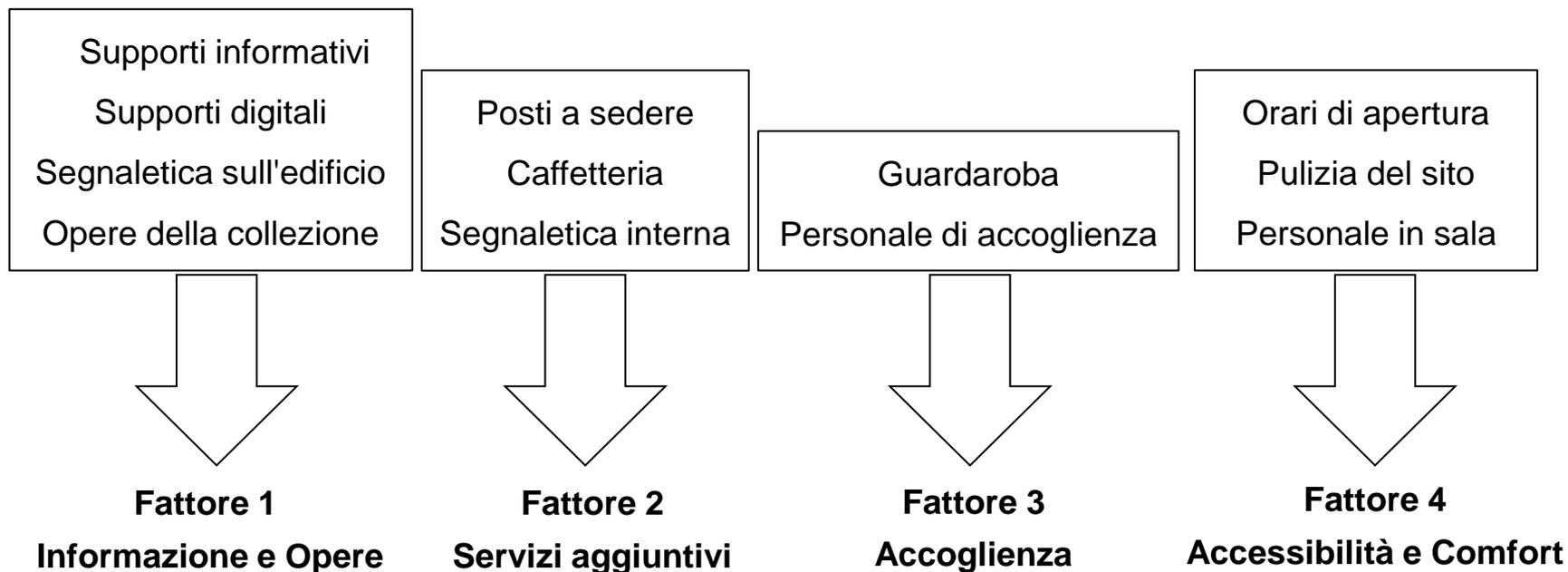
**Cluster 2 – Molto Soddisfatti**: in prevalenza turisti stranieri, donne, di età giovane 19-25 anni e adulta 65-74 anni, con un titolo di scuola media superiore, alcuni già stati in questo museo, ne sono venuti a conoscenza attraverso internet o passando per caso, vengono in coppia, con amici o da soli, giudizio superiore alle aspettative, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



## Analisi Fattoriale

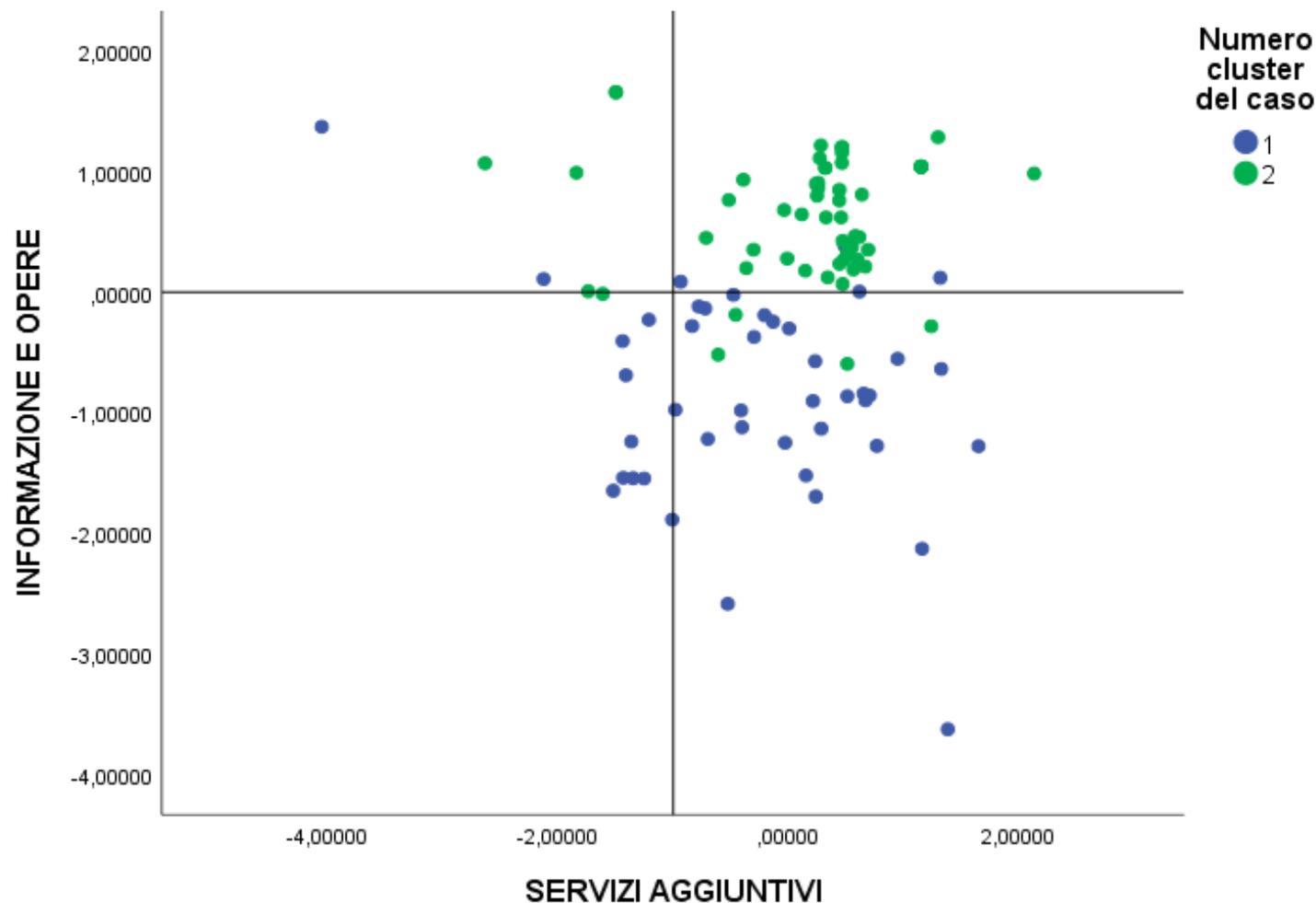
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 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 su entrambi i fattori considerati, soprattutto sul Fattore 1 (*Informazione e Opere*), che invece risulta meno apprezzato dal Cluster 1.



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 43**

---

**SUPPORTI INFORMATIVI** più informazioni sulle opere esposte. **Totale 3**

**COLLEZIONE** non piace la scelta delle opere esposte. **Totale 2**

**PUBBLICITÀ** da aumentare per mostre ed eventi. **Totale 2**

**ALTRO**. **Totale 5**

**TOTALE 12 SUGGERIMENTI  
MUSEO CARLO BILOTTI**



# 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)* \_\_\_\_\_