



Indagini di Customer Satisfaction

Museo Carlo Bilotti

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 2023-2024
- 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 n. **100 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 17 al 20 ottobre** presso il **Museo Carlo Bilotti** (gli intervistati rappresentano il 14% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era in corso la mostra temporanea "*Sandro Visca - Fracturae*".

Questa numerosità appare abbastanza adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di $\pm 1,96\%$.

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 2024, 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 piuttosto buono, con una media di **2,58** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del sito** (2,72), il **personale di accoglienza** (2,70) e la **caffetteria** (2,67; solo il 9% degli intervistati ha risposto su tale servizio).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. I **supporti informativi** rappresentano la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche quelle più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 16-18). Tale aspetto emerge anche tra i suggerimenti, in cui prevale la richiesta di maggiori informazioni sulle opere e la traduzione in più lingue (n. 7 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 42% da **romani**, **impiegati** (34%), in possesso di un titolo di **laurea/post laurea** (55%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta dei **45-74 anni** (64% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (35%) e tramite il **passaparola** (31%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando per caso* siano soprattutto i turisti stranieri, nuovi visitatori, con giudizio superiore alle aspettative e in generale molto soddisfatti. Invece il *passaparola* è predominante per i visitatori italiani (inclusi i romani), alcuni già stati in questo museo, il loro giudizio è uguale alle attese e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti.

Tabella riassuntiva

| Museo Carlo Bilotti 2024 | Media | Mediana | Risposte Valide | Risposte Mancanti | Deviazione standard | Servizio non utilizzato | Molto soddisfatti | Per niente soddisfatti | Molto+ Abbastanza soddisfatti |
|-------------------------------------|--------------|----------------|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|--|------------------------------|-----------------------------------|--|
| Segnaletica sull'edificio | 2,45 | 2,00 | 100 | 0 | 0,500 | 0% | 45% | 0% | 100% |
| Orari di apertura | 2,37 | 2,00 | 100 | 0 | 0,485 | 0% | 37% | 0% | 100% |
| Personale di accoglienza | 2,70 | 3,00 | 100 | 0 | 0,461 | 0% | 70% | 0% | 100% |
| Guardaroba | 2,50 | 2,50 | 16 | 84 | 0,516 | 84% | 50% | 0% | 100% |
| Opere della collezione | 2,51 | 3,00 | 100 | 0 | 0,559 | 0% | 54% | 0% | 97% |
| Supporti informativi | 2,29 | 2,00 | 100 | 0 | 0,498 | 0% | 31% | 0% | 98% |
| Personale in sala | 2,37 | 2,00 | 100 | 0 | 0,485 | 0% | 37% | 0% | 100% |
| Segnaletica interna | 2,43 | 2,00 | 100 | 0 | 0,537 | 0% | 45% | 0% | 98% |
| Pulizia del sito | 2,72 | 3,00 | 100 | 0 | 0,451 | 0% | 72% | 0% | 100% |
| Caffetteria | 2,67 | 3,00 | 9 | 91 | 0,500 | 91% | 67% | 0% | 100% |
| Esperienza complessiva | 2,58 | 3,00 | 100 | 0 | 0,496 | 0% | 58% | 0% | 100% |

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

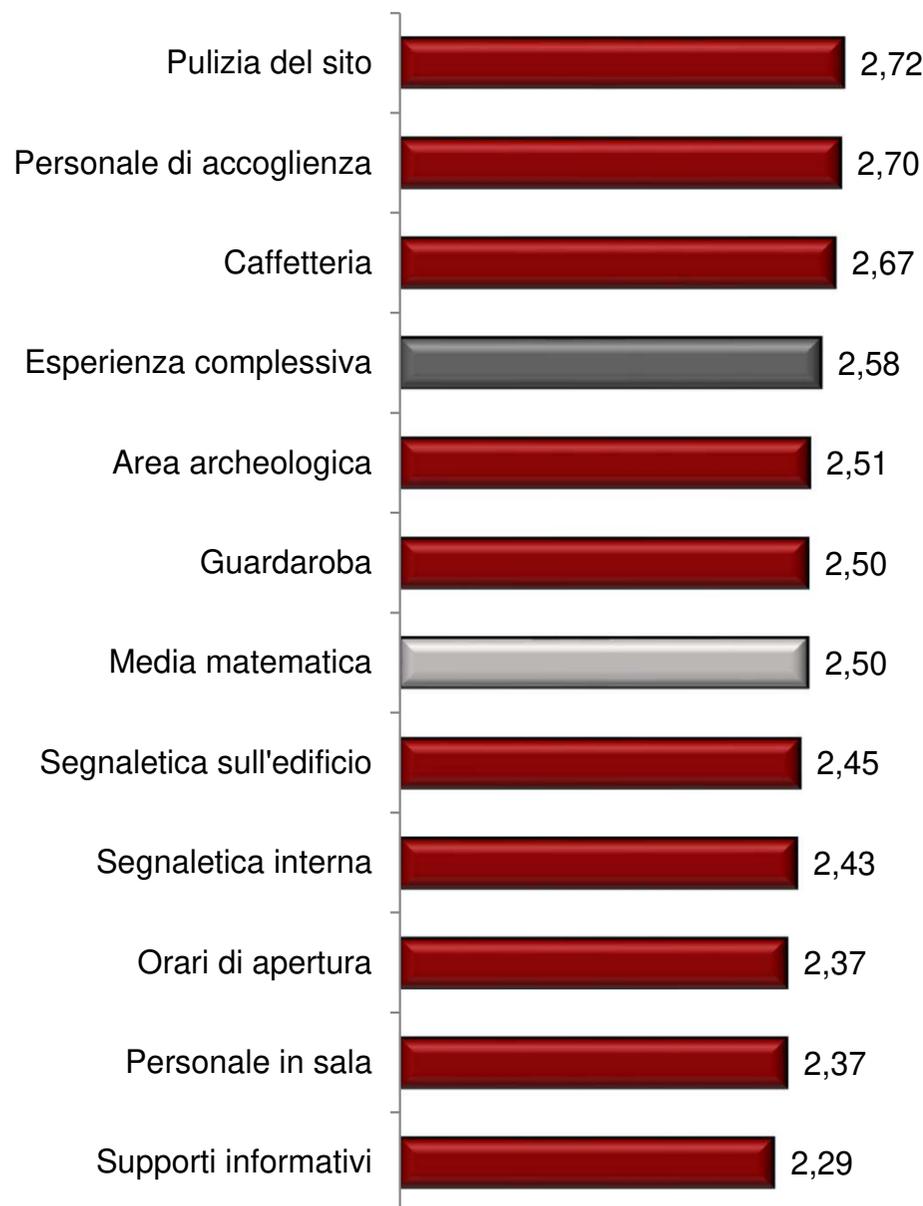
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,50).

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: la **pulizia del sito**, il **personale di accoglienza** e la **caffetteria** (il 9% degli intervistati ha risposto su tale servizio).

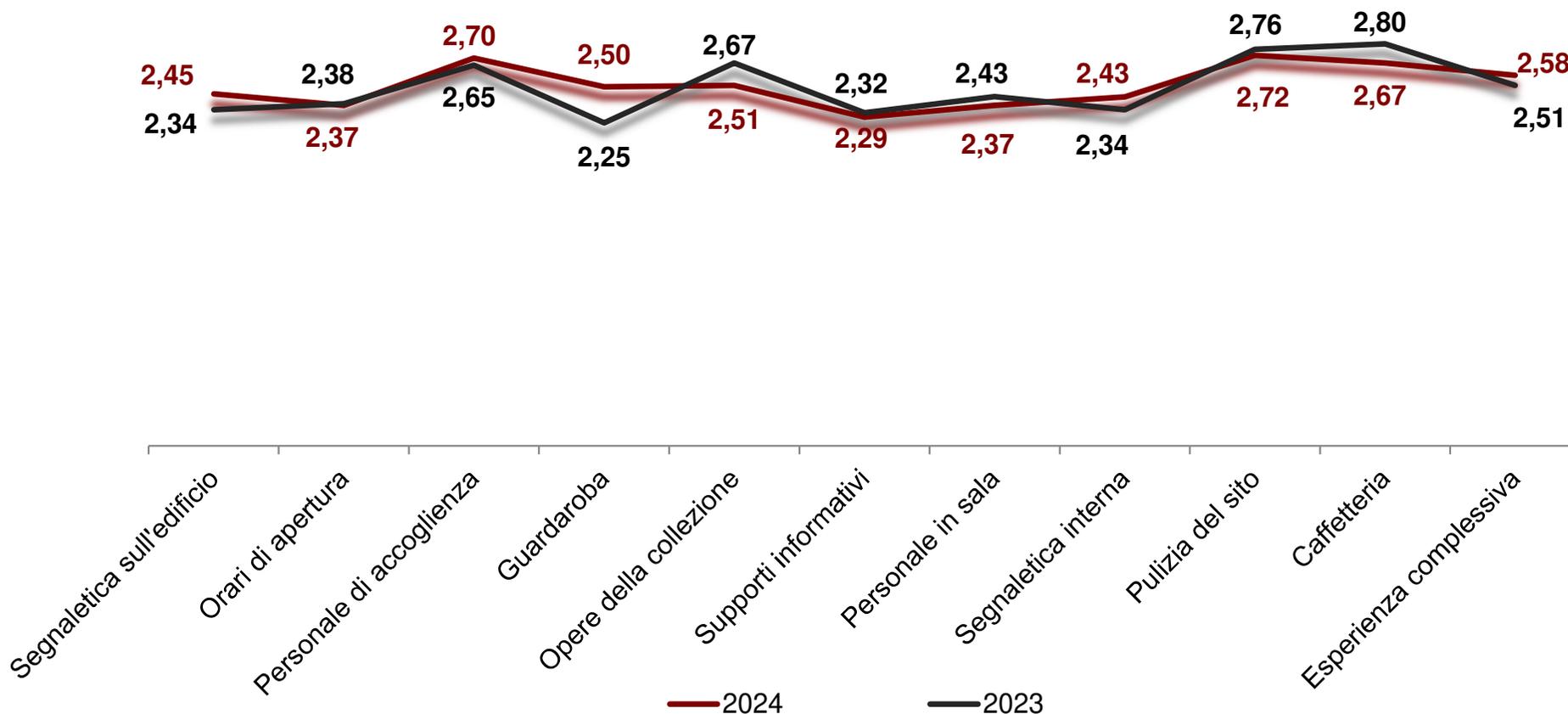
Tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2023-2024

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se con qualche lieve discrepanza.

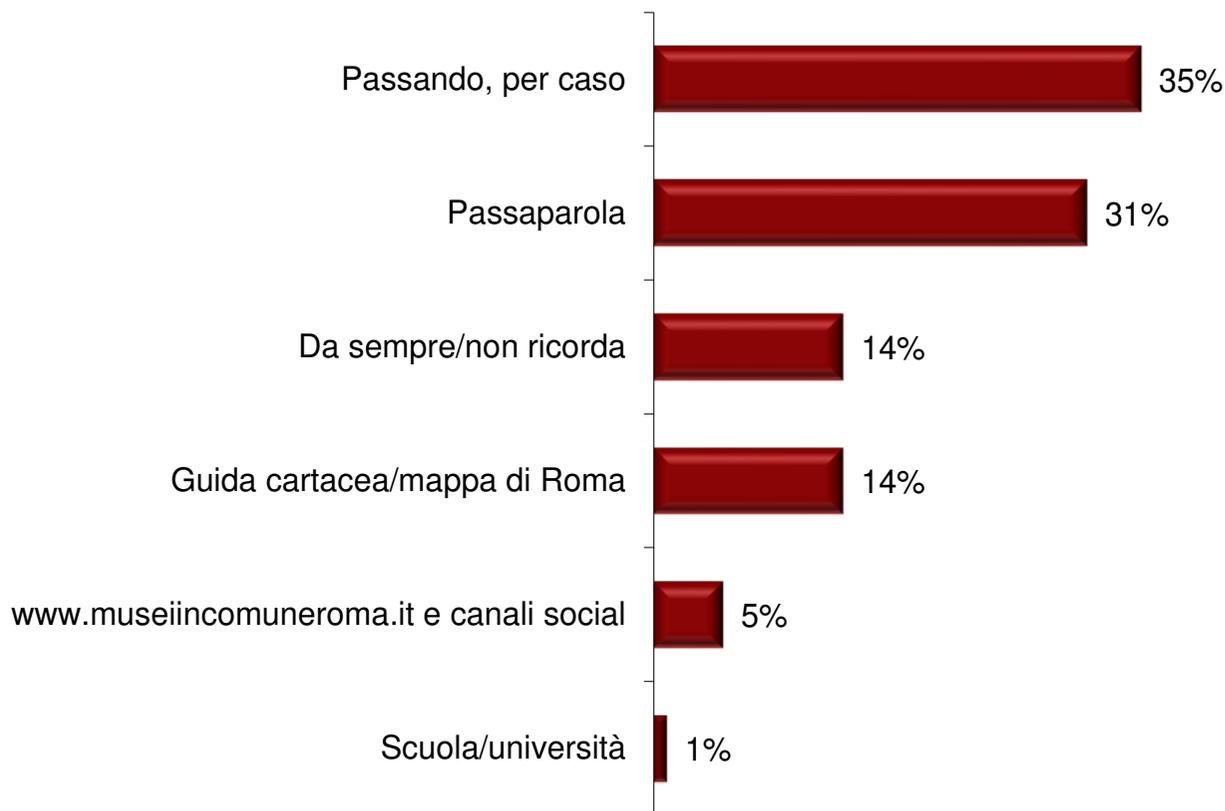
Dal grafico sottostante si evidenzia un incremento sui seguenti aspetti: **segnaletica sull'edificio**, **personale di accoglienza**, **guardaroba**, **segnaletica interna** ed **esperienza complessiva**. Invece si registra una lieve flessione sulle restanti variabili oggetto d'indagine, anche se tutte le medie restano al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 35% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**”; poi seguono le voci “**passaparola**” (31%), “**da sempre/non ricorda**” (14%) e “**guida cartacea/mappa di Roma**” (14%).

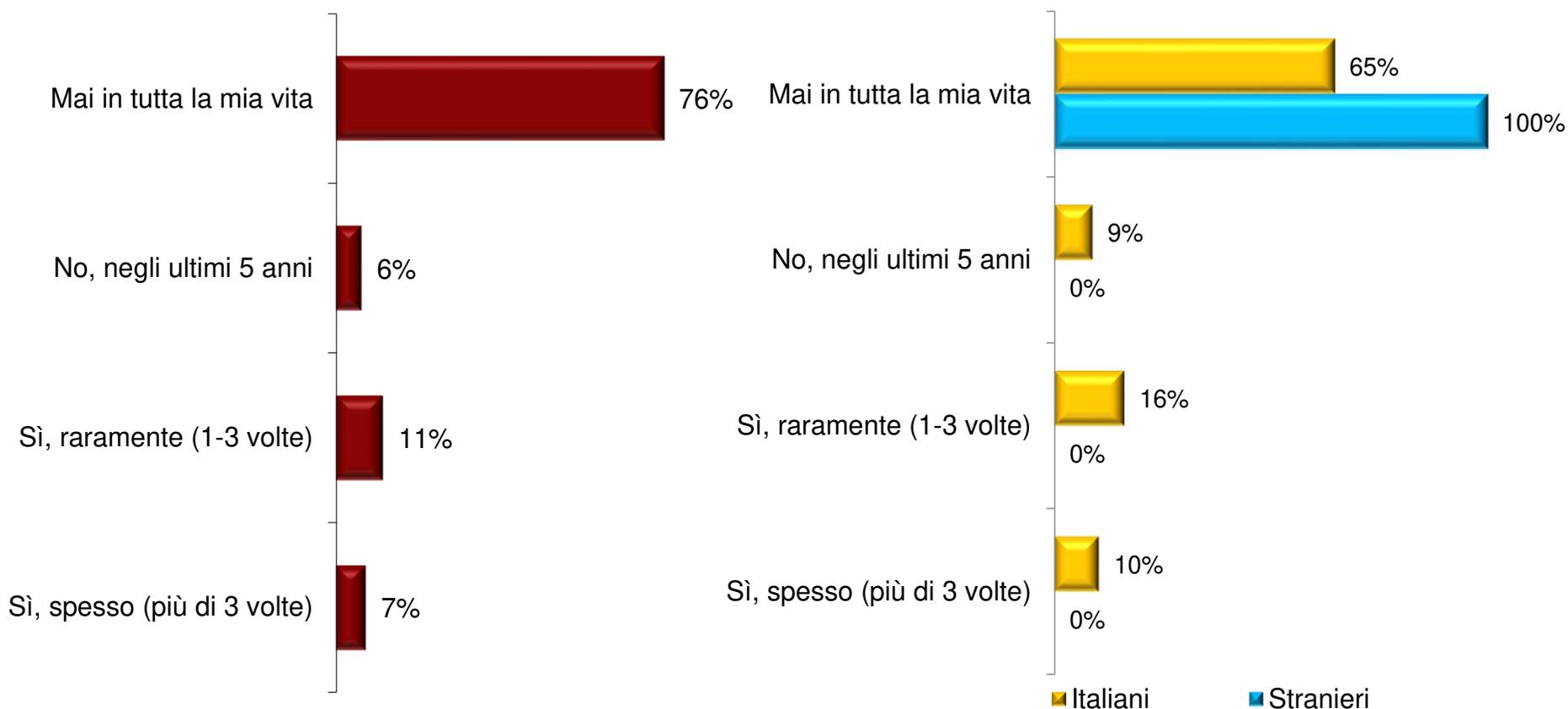
È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti stranieri, nuovi visitatori, con giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti. Invece il passaparola è predominante per i visitatori italiani (inclusi i romani), alcuni già stati in questo museo, il loro giudizio è uguale alle attese e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (76% sul campione totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo Carlo Bilotti**, il 18% già vi è stato (di cui l'11% “da una a tre volte” e il 7% “più di tre volte”) e il restante 6% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

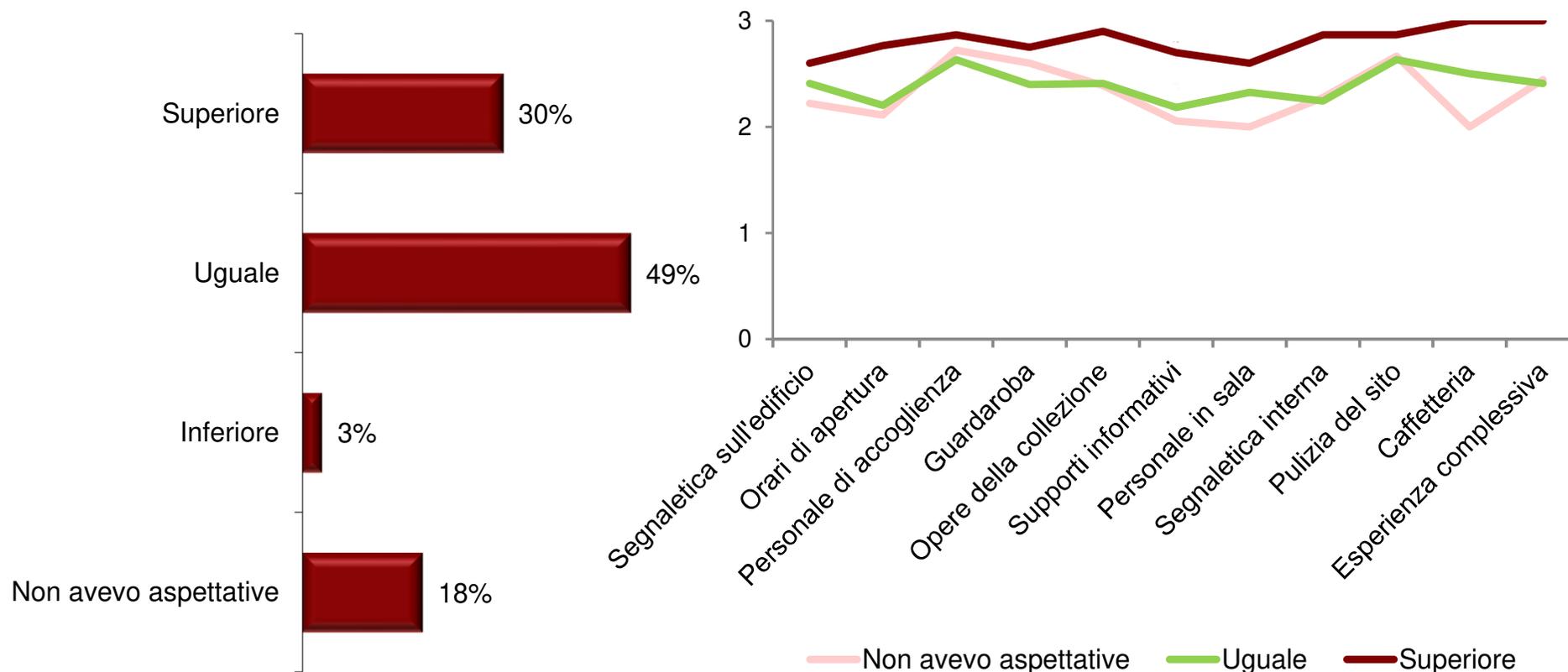
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti stranieri (cfr. grafico in basso a destra), nel complesso molto soddisfatti, il cui giudizio è superiore alle aspettative. Invece ad avere già visto il Museo Carlo Bilotti sono prevalentemente i visitatori italiani, in generale abbastanza soddisfatti, con giudizio uguale alle proprie attese.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 49% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 30% è superiore, mentre solo per il 3% degli intervistati è inferiore. Il restante 18% afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano in particolare i turisti stranieri, in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), abbastanza soddisfatti della loro esperienza. Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).

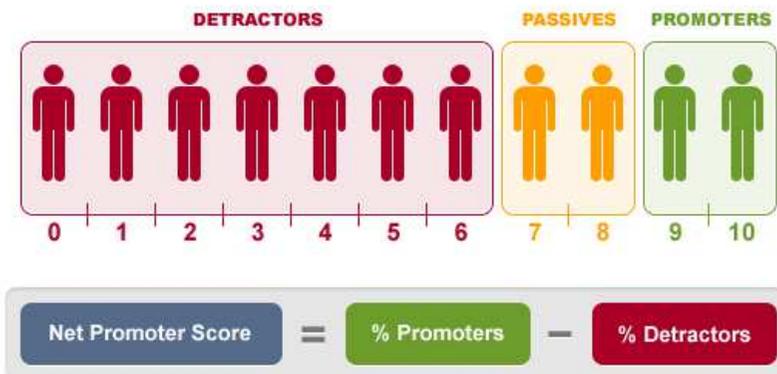


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 Carlo Bilotti* è pari al **33%**.

Ben il 67% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece nessuno degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

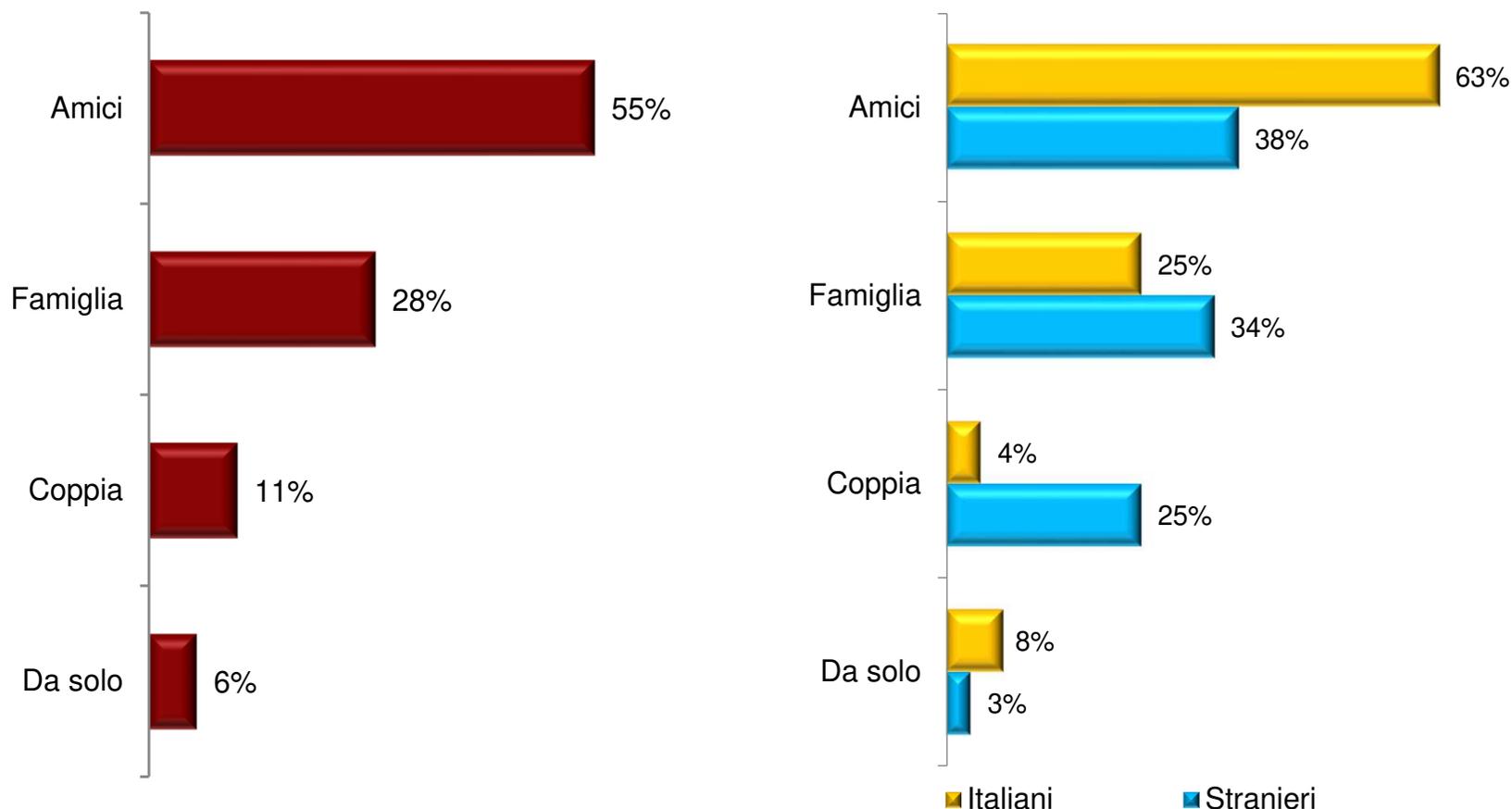


| NET PROMOTER SCORE Museo Carlo Bilotti 2024 | | | | | | | | | | |
|--|----|----|----|----|----|----|----------------------|-----|------------------------|-----|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 60 | 17 | 16 |
| 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 7% | 60% | 17% | 16% |
| DETRACTORI = 0% | | | | | | | PASSIVI = 67% | | PROMOTORI = 33% | |
| 33%-0%=33% | | | | | | | | | | |

Con chi ha visitato il museo

Il 55% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “**amici**”, il 28% viene con la propria “**famiglia**”, l’11% in “**coppia**” e il restante 6% risponde “**da solo**”.

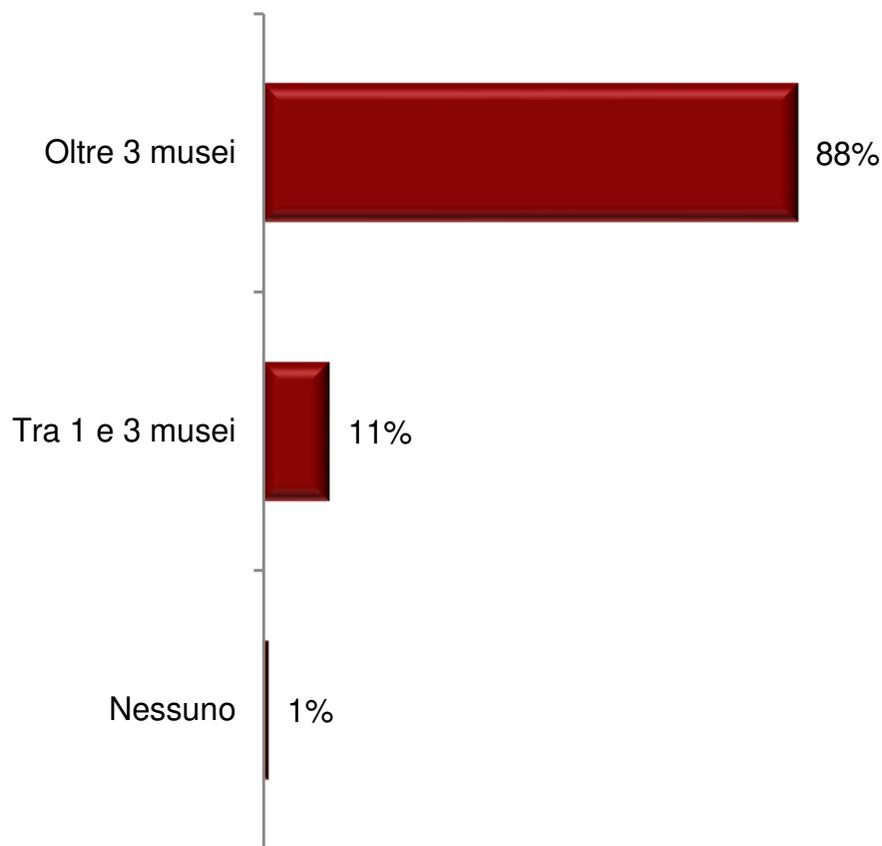
Risulta significativo che a venire con amici siano principalmente i visitatori italiani (*cf.* grafico in basso a destra), di età adulta 45-74 anni, con titolo di laurea/post laurea, alcuni già stati al *Museo Carlo Bilotti*. Invece a recarsi al museo con la propria famiglia oppure in coppia sono soprattutto i turisti stranieri, di età giovane fino ai 25 anni e 35-44 anni, diplomati, che vengono per la prima volta in questo museo.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben l'88% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, l'11% risponde **“tra uno e tre musei”** e l'1% dichiara di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori di età adulta compresa tra i 40 e 74 anni. Invece ad avere frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno sono i giovani di età fino ai 25 anni.



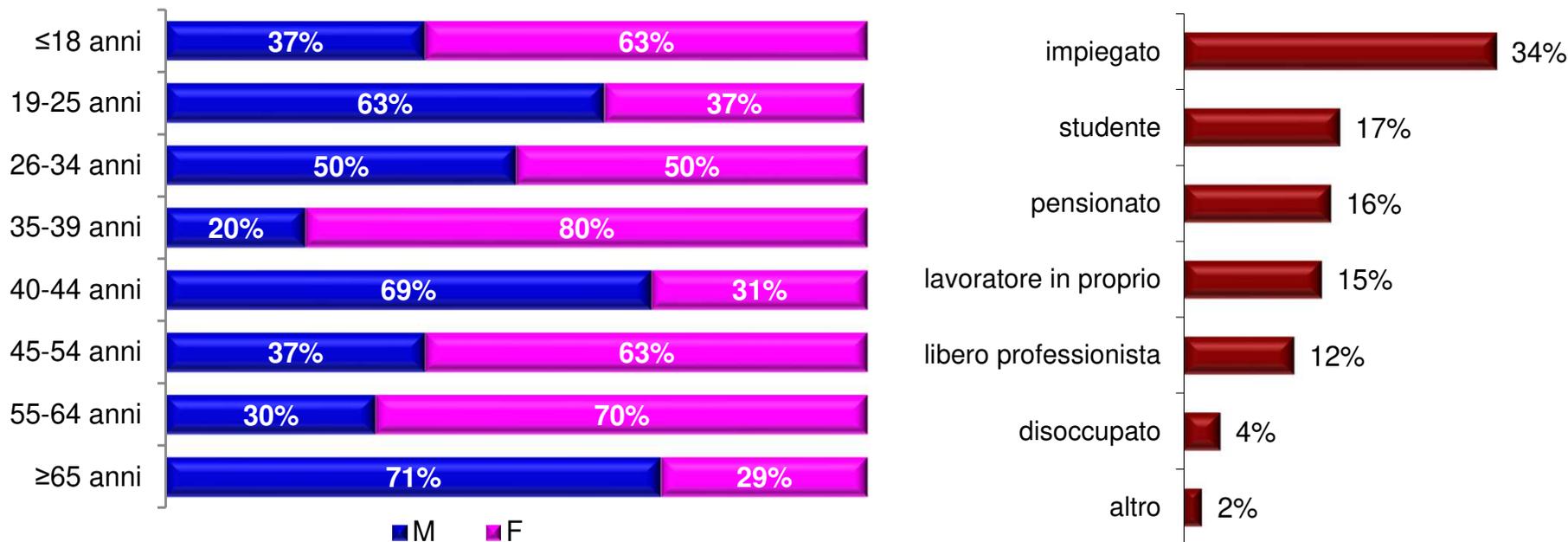
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Il 53% del campione appartiene al **genere femminile** (52% nel 2023), che prevale in particolare nelle fasce dei minorenni, dei 35-39 anni e 55-64 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 19-25 anni, 40-44 anni e ≥65 anni.

In tale indagine si registra una maggiore presenza delle fasce di età adulta **45-74 anni**, la cui percentuale passa dal 45% dello scorso anno al 64%. Inoltre, si rileva una flessione dei visitatori di età 26-39 anni, che scendono dal 27% al 7%.

Il 55% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (53% nel 2023).

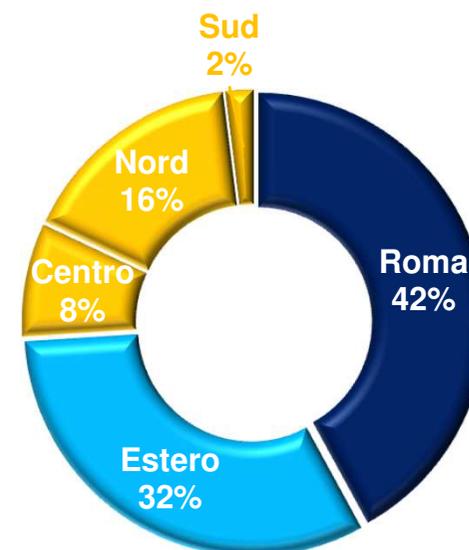
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (34%; erano il 28% nell'indagine precedente). Poi seguono gli studenti (17%; erano il 16%) e i pensionati (passano da 17% a 16%).



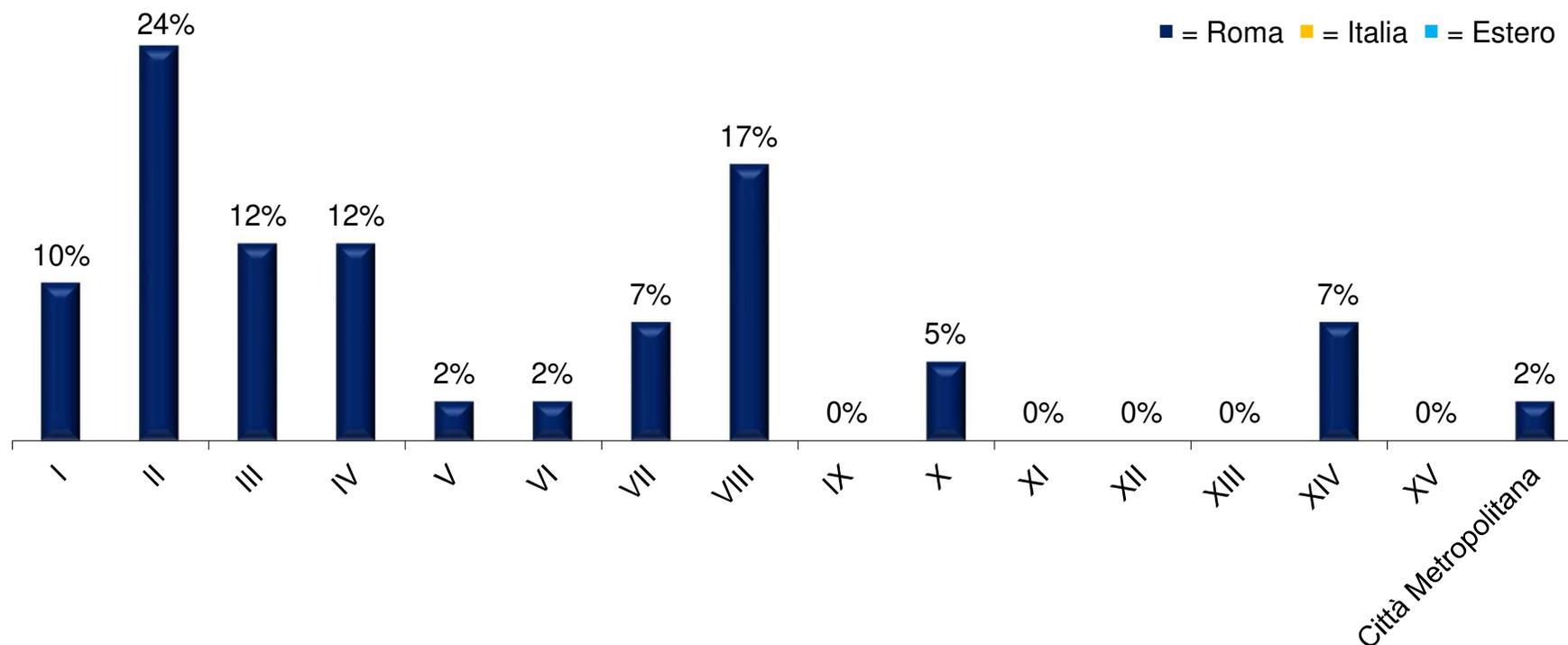
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 42% del campione totale è rappresentato da **residenti a Roma** (in discesa dal 50% emerso nel 2023); i turisti stranieri aumentano dal 26% dello scorso anno al 32%, mentre il 26% giunge da altre province italiane (24% nell'indagine precedente).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevalgono i **Municipi II** (24%) e **VIII** (17%).



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

| Correlazione bivariata di Spearman*** | Segnaletica sull'edificio | Orari di apertura | Personale di accoglienza | Guardaroba | Opere della collezione | Supporti informativi | Personale in sala | Segnaletica interna | Pulizia del sito | Esperienza complessiva |
|---------------------------------------|---------------------------|-------------------|--------------------------|------------|------------------------|----------------------|-------------------|---------------------|------------------|------------------------|
| Segnaletica sull'edificio | 1,000 | ,473** | 0,154 | -0,135 | -0,003 | ,470** | ,514** | ,201* | ,430** | 0,632 |
| Orari di apertura | ,473** | 1,000 | 0,140 | 0,000 | ,263** | ,500** | ,571** | ,250* | ,293** | 1,000** |
| Personale di accoglienza | 0,154 | 0,140 | 1,000 | 0,378 | 0,134 | ,330** | 0,140 | ,371** | ,272** | - |
| Guardaroba | -0,135 | 0,000 | 0,378 | 1,000 | 0,445 | 0,359 | -0,135 | 0,135 | -0,258 | - |
| Opere della collezione | -0,003 | ,263** | 0,134 | 0,445 | 1,000 | ,403** | 0,124 | ,292** | -0,055 | 1,000** |
| Supporti informativi | ,470** | ,500** | ,330** | 0,359 | ,403** | 1,000 | ,543** | ,364** | ,337** | 1,000** |
| Personale in sala | ,514** | ,571** | 0,140 | -0,135 | 0,124 | ,543** | 1,000 | 0,107 | ,386** | 1,000** |
| Segnaletica interna | ,201* | ,250* | ,371** | 0,135 | ,292** | ,364** | 0,107 | 1,000 | 0,186 | 0,632 |
| Pulizia del sito | ,430** | ,293** | ,272** | -0,258 | -0,055 | ,337** | ,386** | 0,186 | 1,000 | - |
| Esperienza complessiva | 0,632 | 1,000** | - | - | 1,000** | 1,000** | 1,000** | 0,632 | - | 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 non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

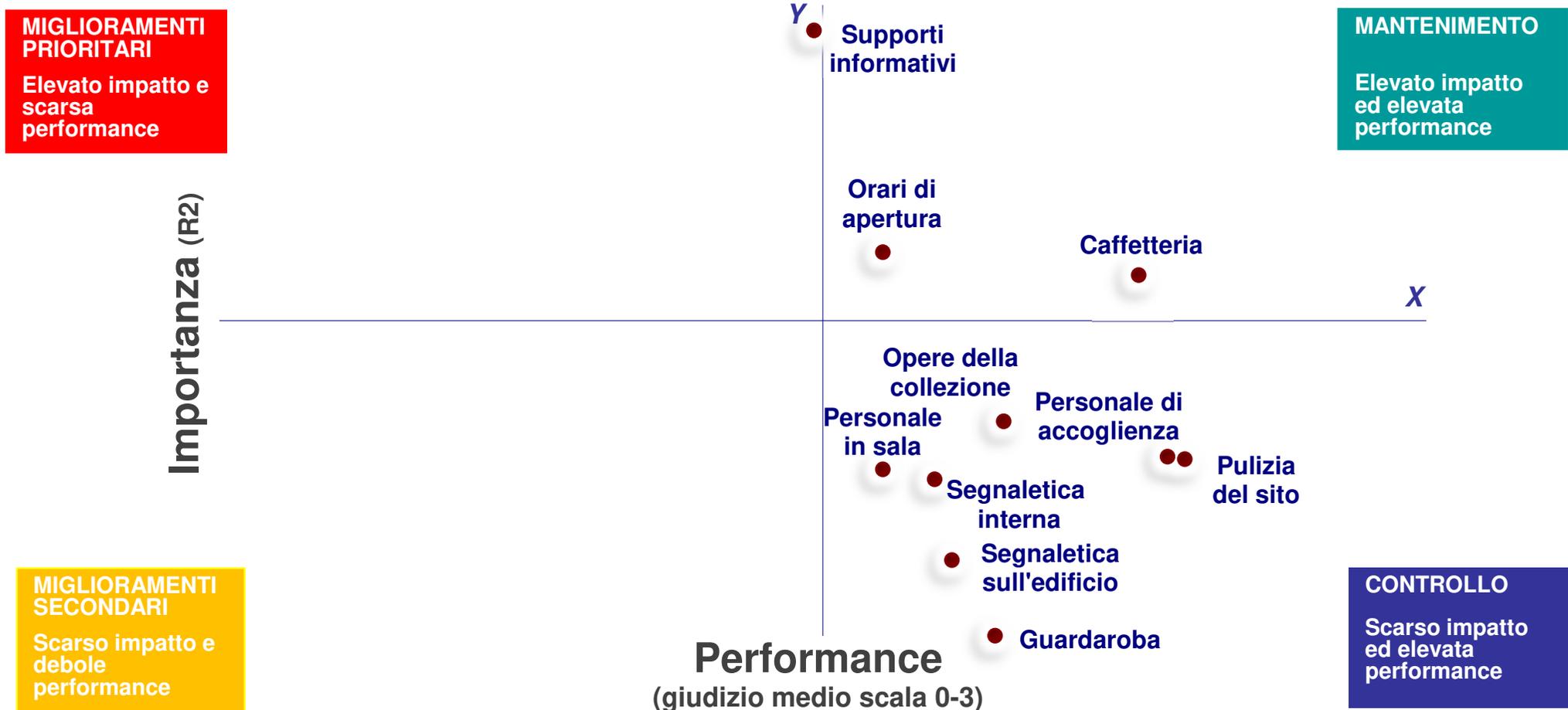
Per il *Museo Carlo Bilotti* i **supporti informativi** e gli **orari di apertura** sono gli elementi più correlati alla soddisfazione generale.

| Correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva | |
|--|-------|
| Supporti informativi | 0,498 |
| Orari di apertura | 0,400 |
| Segnaletica interna | 0,293 |
| Opere della collezione | 0,292 |
| Personale di accoglienza | 0,283 |
| Pulizia del sito | 0,282 |
| Personale in sala | 0,274 |
| Segnaletica sull'edificio | 0,200 |

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti informativi** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e si collocano in posizione *borderline*, mentre gli **orari di apertura** e la **caffetteria** sono nel quadrante in alto a destra, seppure con un coefficiente inferiore. Invece non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse vi sono 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

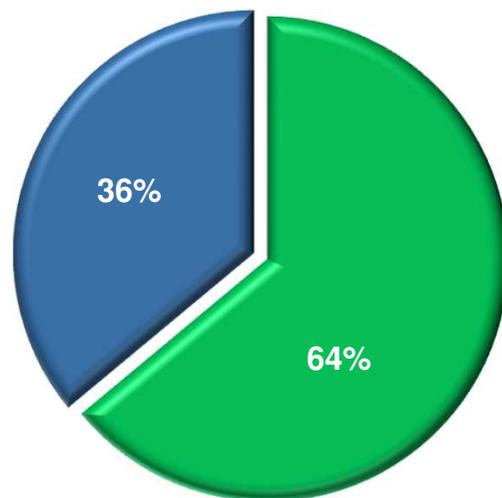
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (64 individui per il *Cluster 1* e 36 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

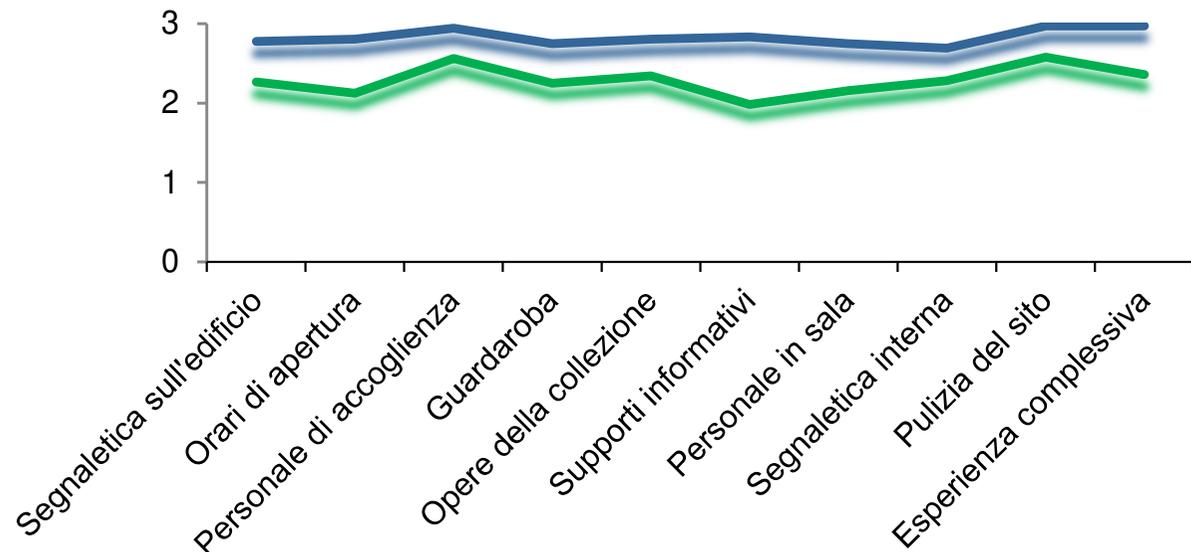
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne; italiani (inclusi i romani); minorenni e di età 55-74 anni; studenti, impiegati e pensionati; sono venuti a conoscenza del museo soprattutto tramite il passaparola; vengono da soli o con amici; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini; turisti stranieri; di età 19-25 anni e 40-54 anni; liberi professionisti; sono venuti a conoscenza del museo soprattutto passando per caso e attraverso guide cartacee; vengono in coppia o con la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative; hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

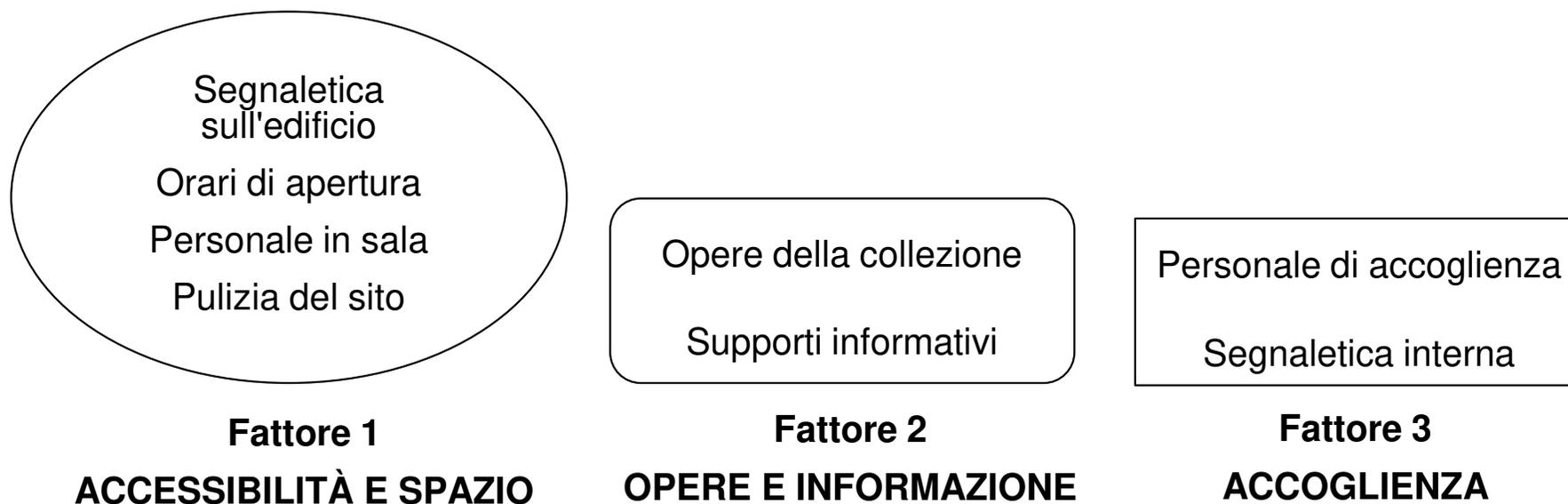


— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

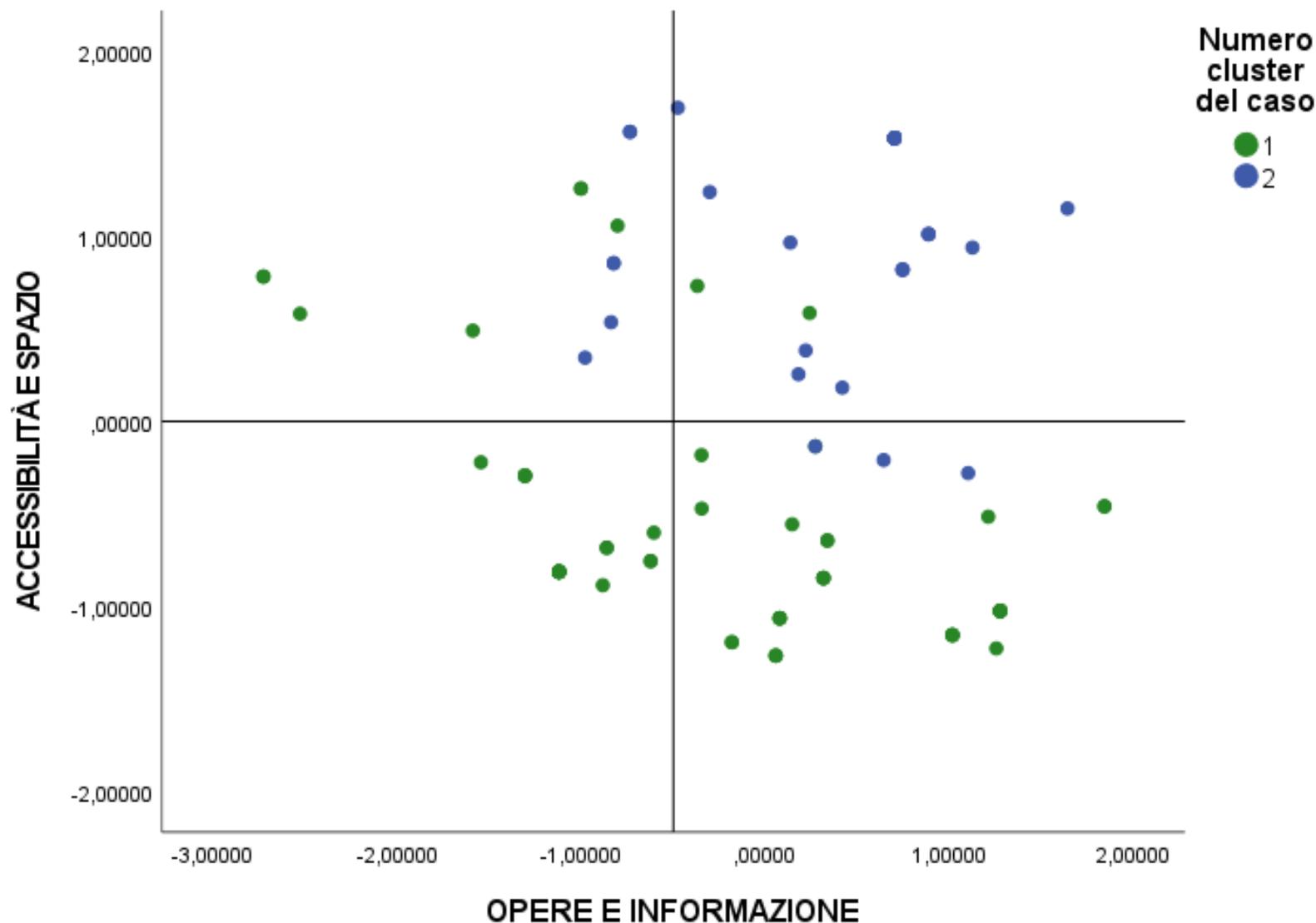
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la caffetteria e il guardaroba sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 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, in particolare sul Fattore 1 (*Accessibilità e Spazio*).



Suggerimenti

NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 72

ELOGI rivolti al personale sia in accoglienza che in sala. **Totale 4**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazione sulle opere (4), traduzioni in più lingue, linguaggio più chiaro (3). **Totale 7**

COMUNICAZIONE promuovere maggiormente il museo. **Totale 6**

ALTRO. Totale 11

TOTALE 24 SUGGERIMENTI

Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

- Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì da 1 a 3 volte Sì più di 3 volte

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

- stampa (quotidiani/riviste) passando, per caso social e portale museiincomuneroma.it
 altri siti web e canali social passaparola (amici/parenti) affissioni pubblicitarie-schermi LED
 mostra o evento guida turistica/mappa di Roma da sempre/non ricordo altro (specificare:.....)

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da Molto a Per niente soddisfatto) dei seguenti aspetti:

| | Non utilizzato | Molto soddisfatto | Abbastanza soddisfatto | Poco soddisfatto | Per niente soddisfatto |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Segnaletica sull'edificio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Orari di apertura | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Personale di accoglienza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Guardaroba | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Opere della collezione | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Supporti informativi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Personale di assistenza in sala | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Segnaletica interna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pulizia del sito | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Caffetteria | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Esperienza complessiva | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è: Superiore Uguale Inferiore Non avevo aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?

- MINIMO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MASSIMO

Con chi ha visitato il museo? Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro.....

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

Aspetti da migliorare:

DATI PERSONALI : Età: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 ≥75

Genere: M F Altro

Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione: impiegato dirigente studente pensionato libero professionista operaio disoccupato altro.....

Provenienza: Roma (Municipio:) Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....