



Indagini di Customer Satisfaction

Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 31/10/2018*

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 353 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua dall'1 al 5 e l'8 ottobre 2018 presso i Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali (gli intervistati rappresentano il 21% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano presenti le seguenti mostre temporanee: “*Traiano. Costruire l'impero, creare l'Europa*”, “*I Confini dell'Impero Romano. Il Limes Danubiano - Da Traiano a Marco Aurelio*” e “*Columna mutatio – LA SPIRALE*”.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 1,46\%$.

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 ottimo, con una media di **2,92** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 100%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la pulizia del sito (2,99), gli orari di apertura (2,98), le opere della collezione (2,96) e il guardaroba (2,94).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. La libreria e le opere della collezione 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*). Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati emergono quelli relativi alla segnaletica interna, che risulta essere insufficiente sul percorso, poco chiara e visibile, anche nell'area esterna (n. 44 suggerimenti). Inoltre si richiede di aumentare i posti a sedere (n. 41 suggerimenti), ma anche dei supporti informativi in altre lingue, con un linguaggio più chiaro (n. 33 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 76% da turisti stranieri, sia pensionati (27%) che studenti (24%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (66%), di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (45% sul campione totale). La fascia dei giovani di età 19-34 anni rappresenta il 25% .

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza dei *Mercati di Traiano* “passando, per caso” (29% sul totale degli intervistati), “scuola/università” (21%) e “guida turistica cartacea” (15%).

È significativo che ad avere saputo del museo passando per caso siano soprattutto i turisti (italiani e stranieri), di età 26-54 anni, diplomati, nuovi visitatori, che non hanno utilizzato la Roma Pass per entrare in questo museo, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,74	3,00	322	31	0,507	9%	77%	0%	97%
Orari di apertura	2,98	3,00	351	2	0,149	1%	98%	0%	100%
Personale in biglietteria	2,92	3,00	299	54	0,322	15%	93%	0%	99%
Materiale all'accoglienza	2,77	3,00	132	221	0,551	63%	81%	2%	97%
Guardaroba	2,94	3,00	209	144	0,288	41%	96%	0%	99%
Opere della collezione	2,96	3,00	353	0	0,202	0%	96%	0%	100%
Videoguida	2,66	3,00	58	295	0,608	84%	72%	0%	93%
Supporti informativi	2,80	3,00	331	22	0,413	6%	81%	0%	99%
Supporti digitali	2,91	3,00	270	83	0,290	24%	91%	0%	100%
Personale in sala	2,92	3,00	214	139	0,278	39%	92%	0%	100%
Segnaletica interna	2,61	3,00	326	27	0,591	8%	67%	0%	94%
Posti a sedere	2,52	3,00	227	126	0,647	36%	60%	0%	92%
Pulizia del sito	2,99	3,00	352	1	0,106	0%	99%	0%	100%
Libreria	2,89	3,00	199	154	0,308	44%	89%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,92	3,00	351	2	0,267	1%	92%	0%	100%

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

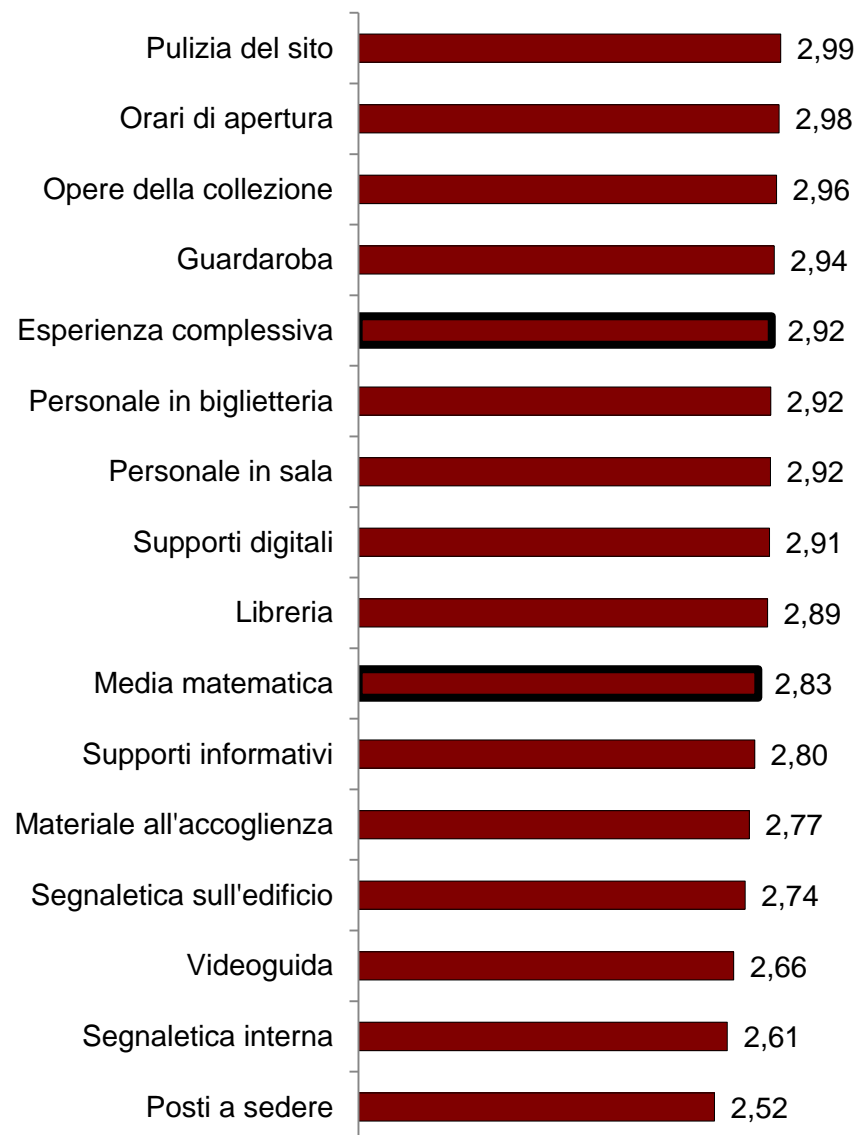
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,83).

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**, gli **orari di apertura**, le **opere della collezione** e il **guardaroba**.

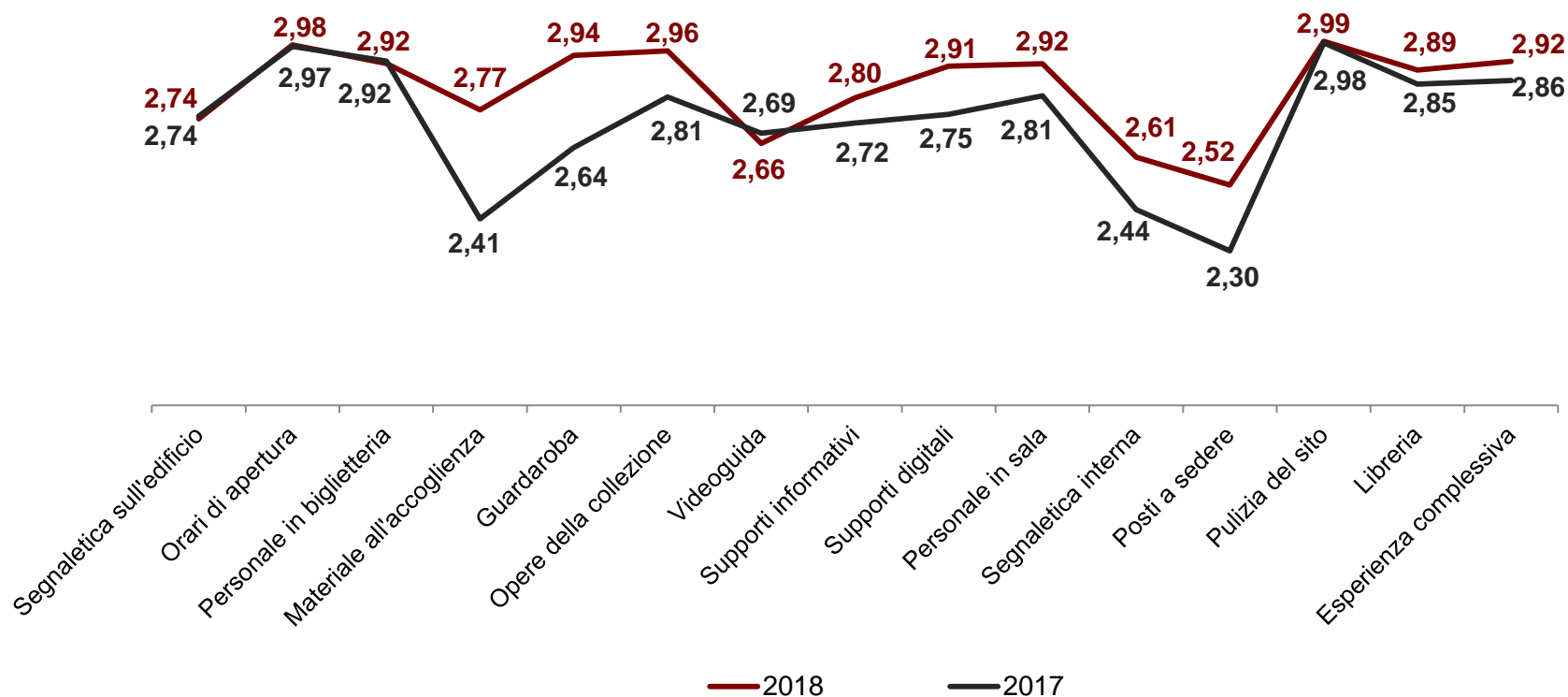
Tutte le medie sono nettamente al di sopra dello standard di 2,20.



Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante e lineare, seppure con qualche discrepanza.

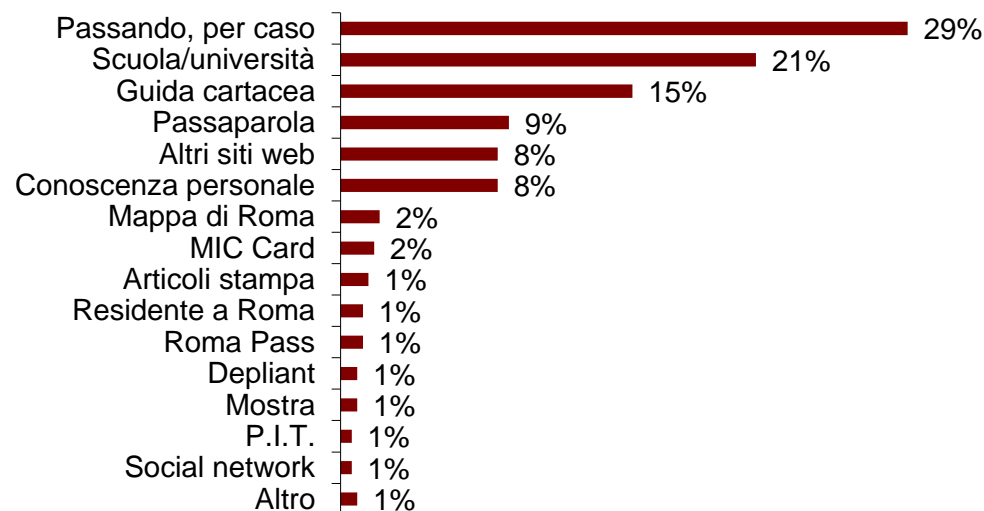
Si registra un significativo aumento del livello medio di soddisfazione sui seguenti aspetti: il materiale informativo disponibile all'accoglienza, il guardaroba, le opere della collezione, i supporti informativi e digitali, la segnaletica interna e i posti a sedere. Invece si rileva una minima flessione sulla videoguia, che però risulta ben al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 29% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “passando, per caso” (25% nel 2017), il 21% attraverso la “scuola/università” (stessa percentuale emersa nella scorsa indagine) e il 15% tramite la “guida cartacea” (in lieve flessione dal 19% dell’anno precedente).

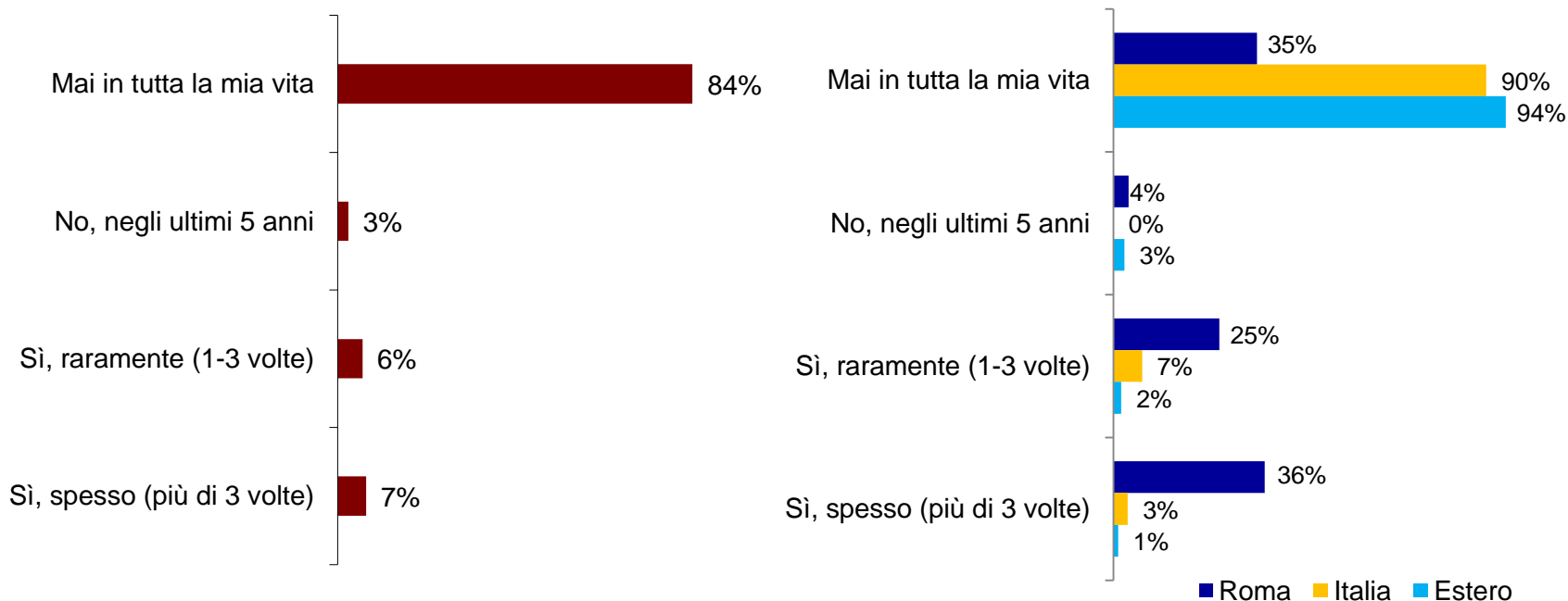
È significativo che ad avere saputo del museo passando per caso siano soprattutto i turisti (italiani e stranieri), di età 26-54 anni, diplomati, nuovi visitatori, che non hanno utilizzato la Roma Pass per entrare in questo museo, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato più di tre musei nell’ultimo anno. A scoprire i *Mercati di Traiano* attraverso scuola/università sono in prevalenza i ragazzi romani di età 14-25 anni, con un titolo di scuola media inferiore, già stati al museo, che non conoscono la Roma Pass, privi di aspettative a priori e hanno visitato tra uno e tre musei nell’ultimo anno. Invece la guida cartacea è il mezzo predominante tra i turisti stranieri, di età adulta 55-74 anni, laureati, mai stati al museo, alcuni hanno usufruito della Roma Pass, con un giudizio uguale alle proprie attese e hanno visitato più di tre musei in quest’ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (84% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima ai *Mercati di Traiano*, il 13% già vi è stato (di cui 6% “da una a tre volte” e 7% “oltre tre volte”) e il restante 3% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

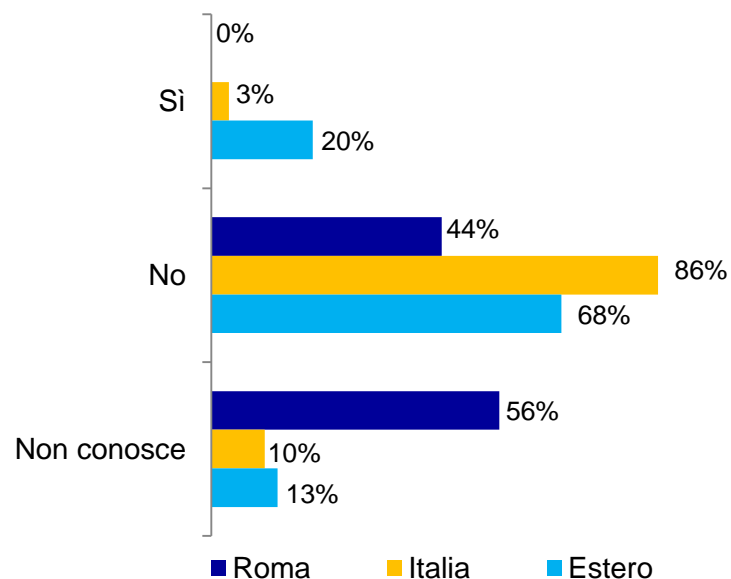
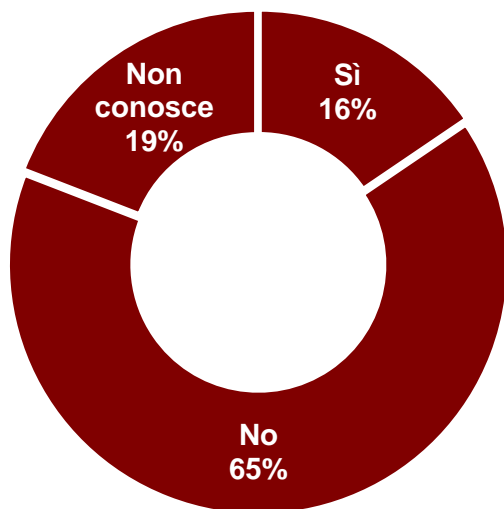
Risulta significativo che la quasi totalità di coloro che si recano per la prima volta in tale museo siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-34 anni e 40-54 anni, alcuni hanno utilizzato la Roma Pass per entrare, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e nel complesso abbastanza soddisfatti. Invece ad essere già stati ai *Mercati di Traiano* sono prevalentemente i visitatori romani, di età adulta oltre i 55 anni, che non hanno usato la Roma Pass per accedere al museo, con un giudizio uguale alle attese e in generale molto soddisfatti.



Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Il 16% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 65% afferma di conoscerla, ma non l'ha utilizzata per entrare al museo, mentre il 19% non la conosce affatto.

Risulta significativo che ad avere utilizzato la Roma Pass siano soprattutto i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), di età 45-74 anni, nuovi visitatori, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, hanno un giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti e hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece a conoscere la card ma a non averla utilizzata sono in prevalenza i turisti italiani, di età 19-44 anni, diplomati, che vengono per la prima volta in questo museo, con un giudizio uguale alle attese, nel complesso abbastanza soddisfatti e sono stati in più di tre musei in quest'anno. A non conoscere la card sono principalmente i visitatori romani, di età giovane fino ai 25 anni, alcuni già stati ai *Mercati di Traiano*, con un titolo di scuola media inferiore, privi di aspettative, con un giudizio generale abbastanza soddisfacente e hanno visitato da uno a tre musei.



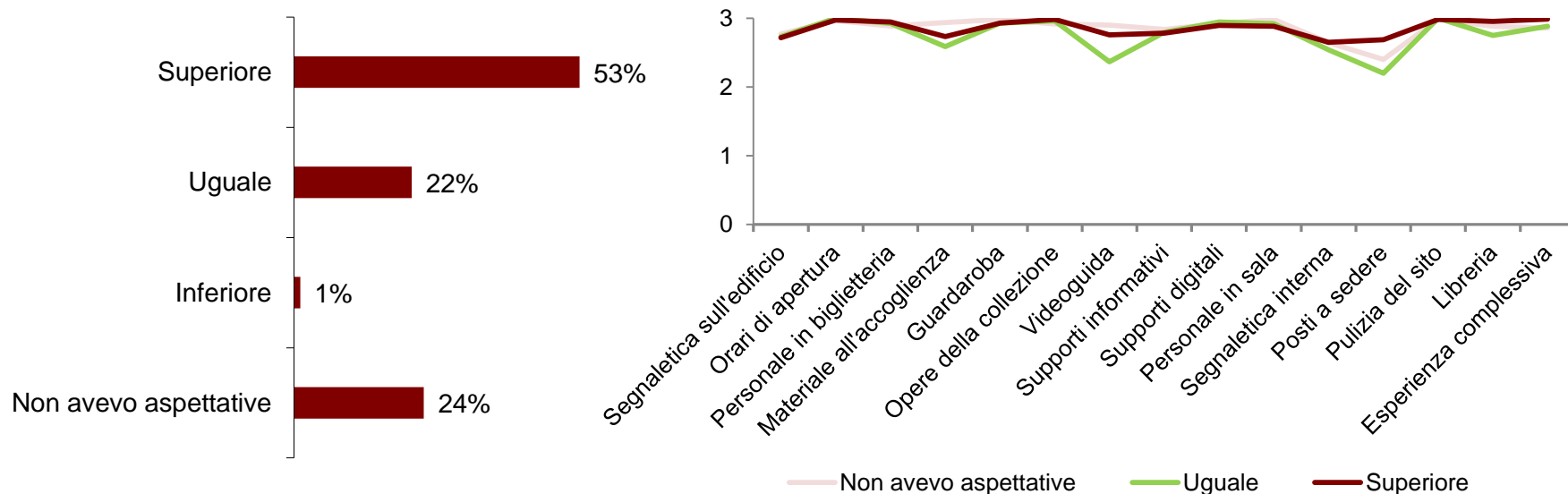
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 24% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 53% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 22% è uguale e solo per il restante 1% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative sul museo siano soprattutto i turisti italiani, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, mai stati in questo museo e hanno frequentato oltre tre musei nell'ultimo anno. Invece tra coloro che hanno un giudizio uguale alle attese prevalgono i romani, laureati, che hanno già visitato i *Mercati di Traiano* e sono stati in più di tre musei in quest'ultimo anno.

Ad essere privi di aspettative sono in particolare i visitatori stranieri, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, nuovi visitatori, nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto, tranne che sul materiale informativo all'accoglienza e sulla videoguida (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 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 i *Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali* è pari a **68%**.

Da evidenziare che all'interno del campione intervistato solo il 2% costituisce i visitatori "detrattori", ovvero quelli che non consiglieranno tale museo.

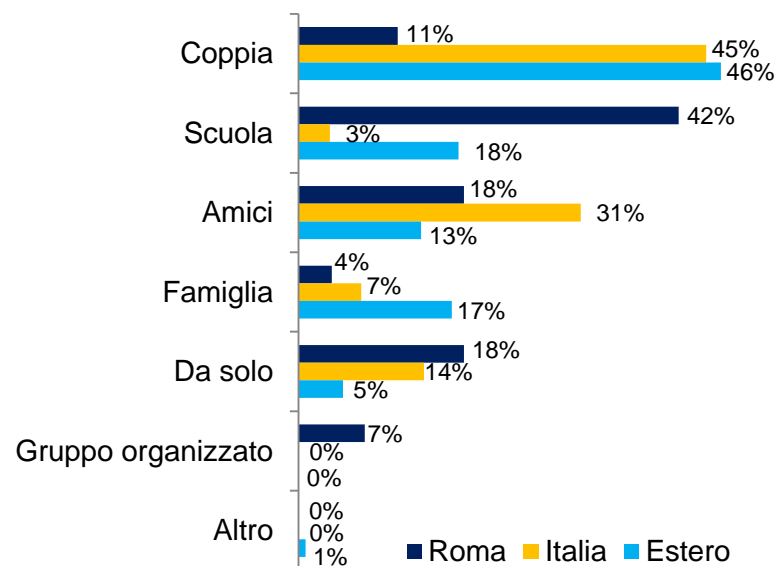
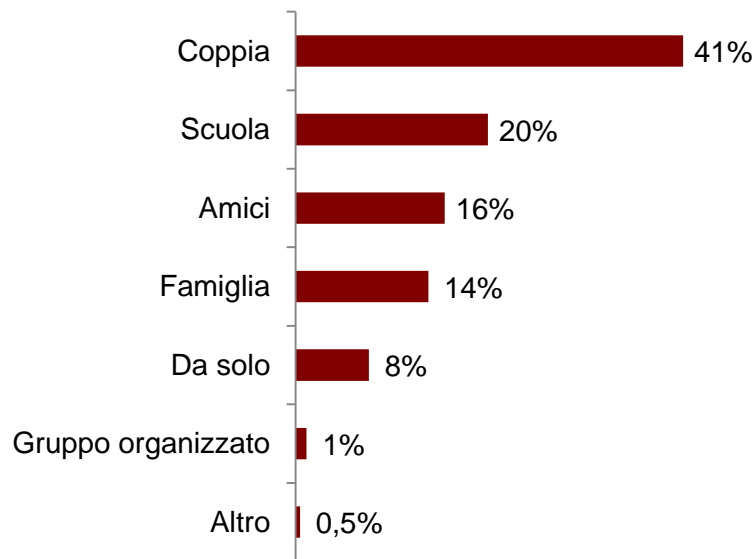


NET PROMOTER SCORE										
Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	2	0	4	9	90	114	132
0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	3%	25%	32%	38%
DETRATTORI=2%							PASSIVI = 28%		PROMOTORI = 70%	
70%-2%=68%										

Con chi ha visitato il museo

Il 41% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “in coppia”, il 20% con la “scuola”, il 16% in compagnia di “amici”, il 14% con la propria “famiglia”, l’8% vi si reca “da solo” e il restante 1% con un “gruppo organizzato”.

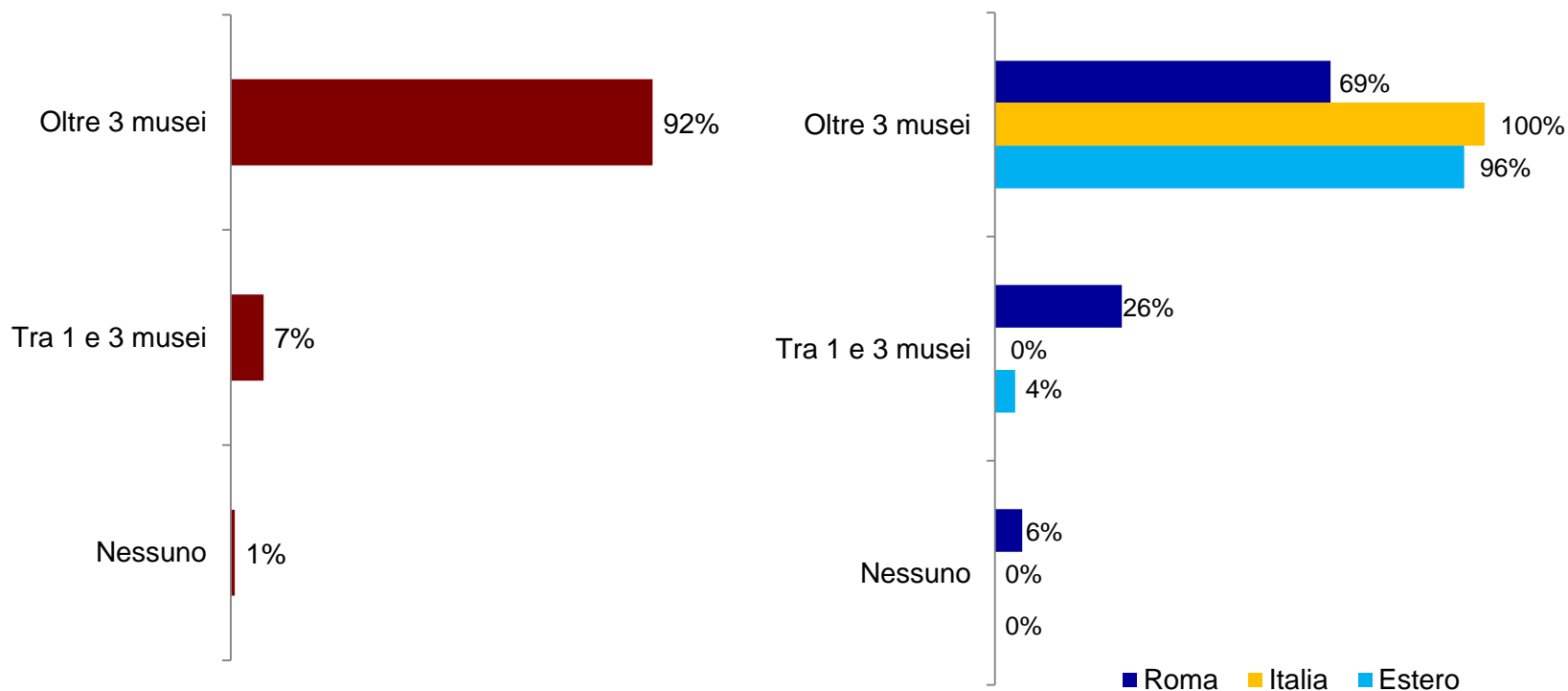
Risulta significativo che a venire in coppia siano prevalentemente i turisti stranieri, di età giovane 26-34 anni o adulta 45-64 anni, laureati o con una specializzazione post laurea, nuovi visitatori, che hanno utilizzato la Roma Pass per entrare nel museo, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. A venire con la scuola sono in particolare i romani, di età 14-25 anni, con un titoli di scuola media inferiore, già stati al museo, che non conoscono la Roma Pass e con un giudizio uguale alle attese o privi. Invece chi visita il museo con gli amici è in prevalenza turista italiano, di età 65-74 anni, diplomati, che hanno già visitato i *Mercati di Traiano*, alcuni entrano con la Roma Pass, con un giudizio superiore alle aspettative. Vengono al museo con la famiglia i visitatori stranieri, di età 35-44 anni, laureati, mai stati al museo, conoscono la Roma Pass ma non l’hanno utilizzata e con un giudizio uguale alle attese.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 92% degli intervistati dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 7% risponde “tra uno e tre musei”, mentre il restante 1% non ne ha visitato nessuno.

Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), di età adulta oltre i 45 anni, alcuni dei quali hanno utilizzato la card Roma Pass per entrare ai *Mercati di Traiano*, il cui giudizio è superiore o uguale alle proprie aspettative. Invece ad avere visitato da uno a tre musei in quest'ultimo anno sono in particolare i romani, minorenni, che non conoscono la Roma Pass e sono privi di attese a priori.



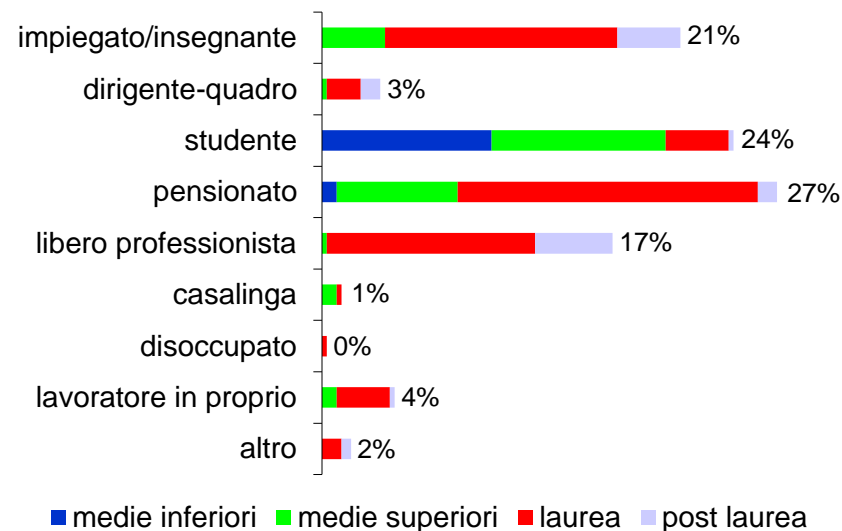
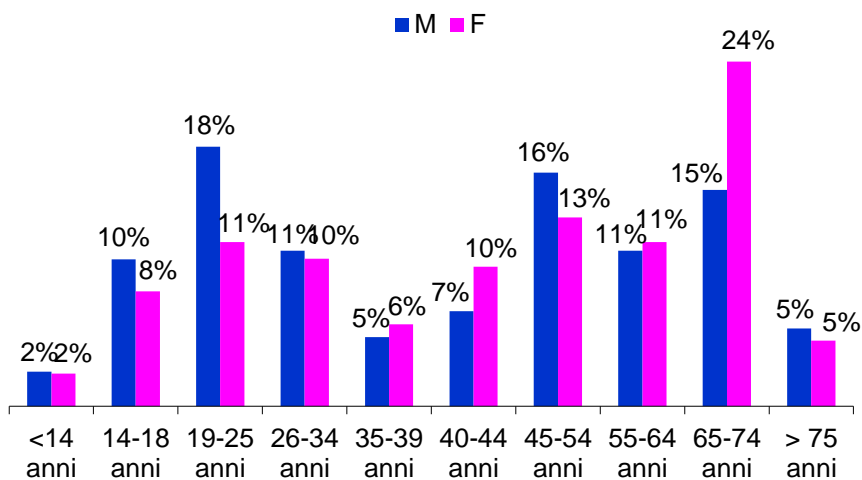
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il genere femminile (52%; nel 2017 le donne erano il 58%), soprattutto nella fascia d'età adulta 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle comprese tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 45% sul totale degli intervistati (47% nel 2017). La fascia dei giovani di età 19-34 anni rappresenta il 25% (in discesa dal 36% emerso lo scorso anno).

Il 66% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (la percentuale raggiungeva il 72% nell'indagine precedente).

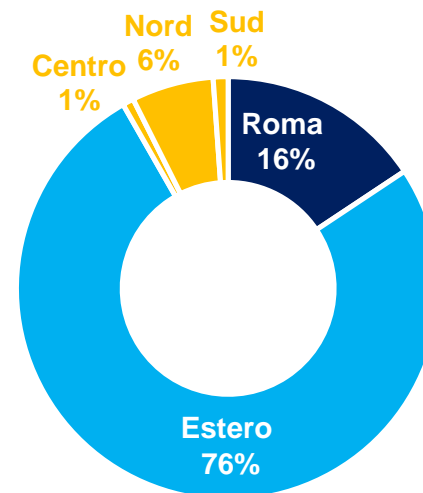
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i pensionati col 27% sul totale degli intervistati (in netto aumento dal 15% nel 2017). Seguono gli studenti, che rappresentano il 24% (in calo dal 28% dell'ultima indagine) e gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti (21%, lo scorso anno erano il 25%).



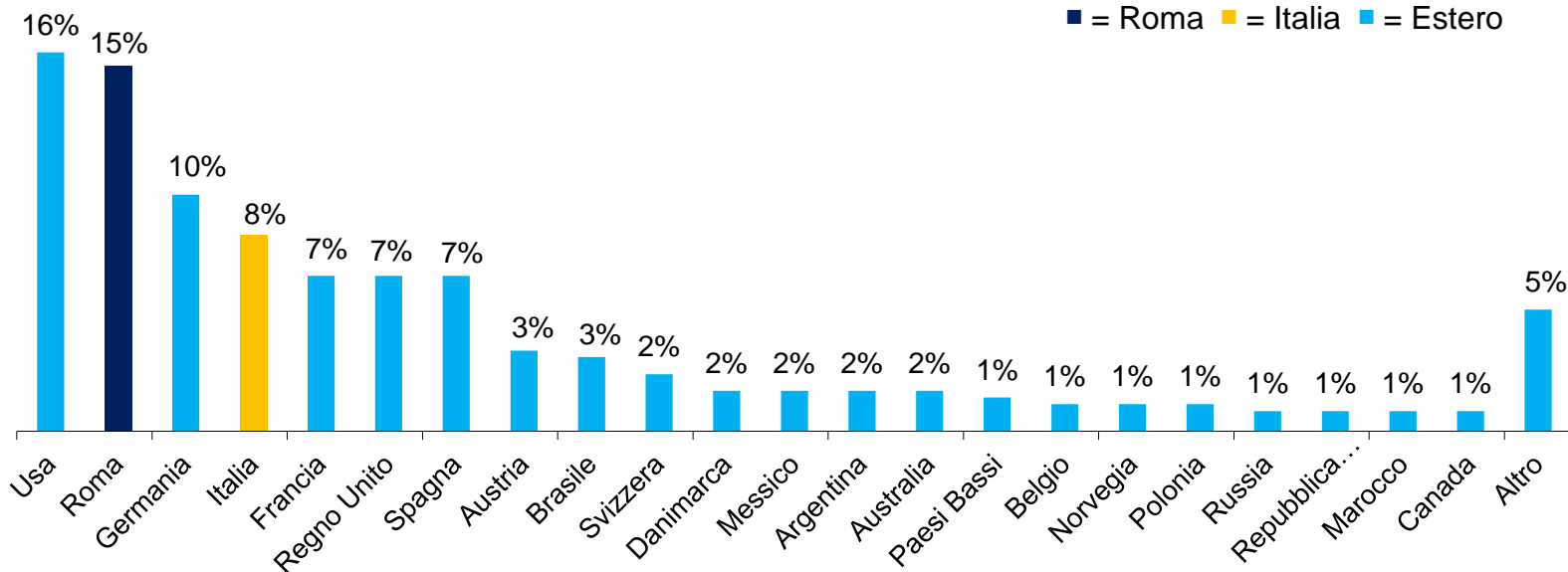
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 76% del campione intervistato è costituito da visitatori stranieri (85% nell'indagine precedente), l'8% giunge da altre province italiane (9% nel 2017), mentre aumentano i romani che raggiungono il 16% (erano il 6% nella scorsa indagine).

Tra le nazionalità estere prevale nettamente quella americana col 16% sul totale degli stranieri (stessa nazionalità emersa nel 2017 col 19%); 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.

Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Opere della collezione	Videoguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,049	,011	,163	,059	-,054	-,089	,133*	,084	,104	,023	,048	,066	-,033	-,007
Orari di apertura	,049	1,000	,034	-,096	,317**	,251**	-,083	,122*	,170**	,191**	,007	-,065	,163**	-,056	,027
Personale in biglietteria	,011	,034	1,000	,059	,099	,141*	,066	,085	,130*	,131	,105	-,080	,080	,051	,210**
Materiale all'accoglienza	,163	-,096	,059	1,000	-,153	-,085	-,149	,021	,092	,229*	,330**	,053	-,074	,287**	-,096
Guardaroba	,059	,317**	,099	-,153	1,000	,189**	.	,340**	,288**	,328**	,167*	,080	,218**	-,092	,031
Opere della collezione	-,054	,251**	,141*	-,085	,189**	1,000	,339**	,041	-,007	,029	,071	,004	,115*	-,042	,362**
Videoguida	-,089	-,083	,066	-,149	.	,339**	1,000	-,085	-,177	-,262	,048	-,036	.	,489**	,329*
Supporti informativi	,133*	,122*	,085	,021	,340**	,041	-,085	1,000	,239**	,102	,067	-,123	,016	,103	-,034
Supporti digitali	,084	,170**	,130*	,092	,288**	-,007	-,177	,239**	1,000	,213**	,096	-,103	,066	,009	,214**
Personale in sala	,104	,191**	,131	,229*	,328**	,029	-,262	,102	,213**	1,000	,154*	-,045	,107	-,110	,035
Segnaletica interna	,023	,007	,105	,330**	,167*	,071	,048	,067	,096	,154*	1,000	,186**	-,023	,233**	,223**
Posti a sedere	,048	-,065	-,080	,053	,080	,004	-,036	-,123	-,103	-,045	,186**	1,000	,016	,132	,132*
Pulizia del sito	,066	,163**	,080	-,074	,218**	,115*	.	,016	,066	,107	-,023	,016	1,000	-,035	,072
Libreria	-,033	-,056	,051	,287**	-,092	-,042	,489**	,103	,009	-,110	,233**	,132	-,035	1,000	,439**
Esperienza complessiva	-,007	,027	,210**	-,096	,031	,362**	,329*	-,034	,214**	,035	,223**	,132*	,072	,439**	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 i *Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali* la **libreria** e le **opere della collezione** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

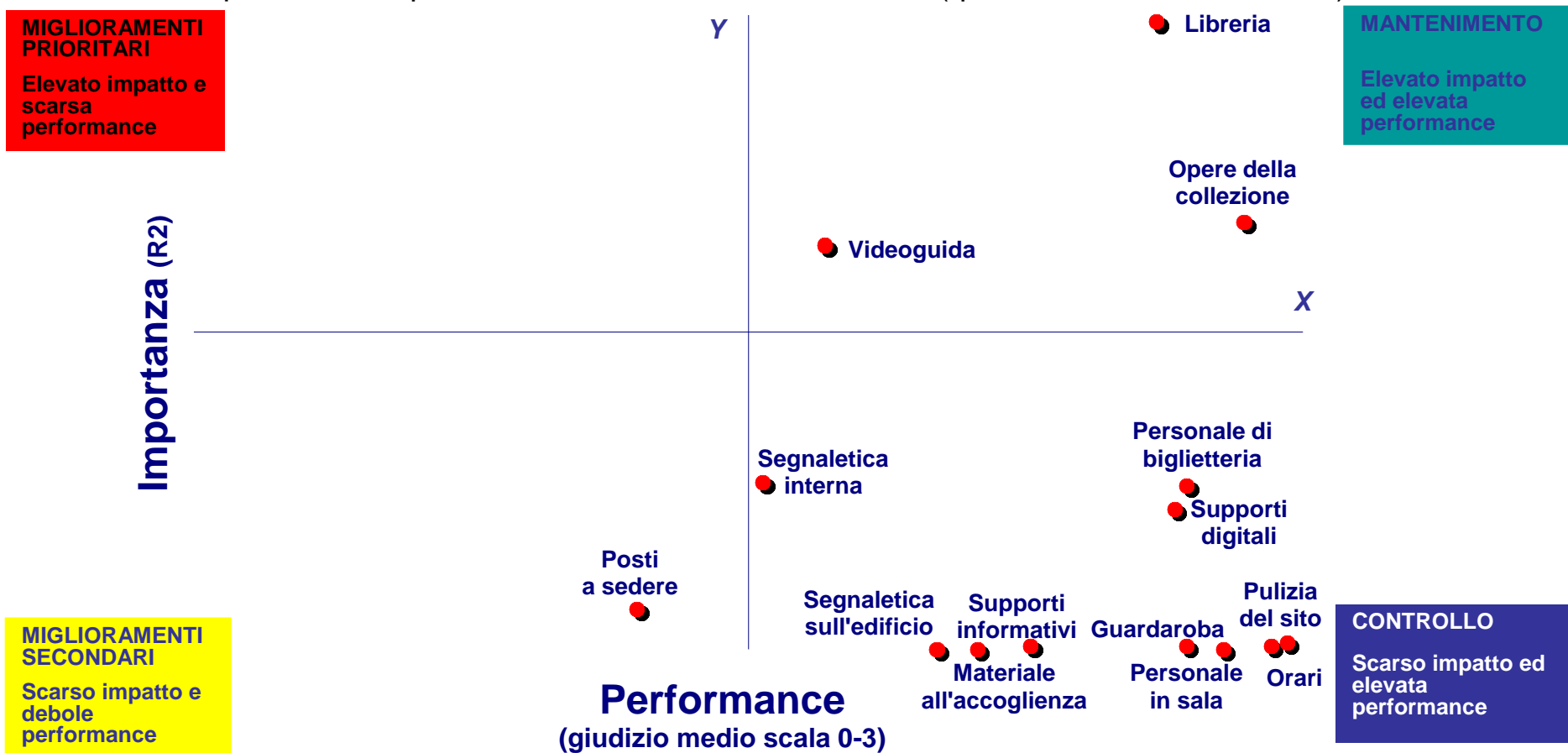
La segnaletica sull'edificio, il materiale informativo all'accoglienza ed i supporti informativi hanno un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure sia minima e non significativa.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Mercati di Traiano – Museo dei Fori Imperiali - 2018</i>	
Libreria	0,439
Opere della collezione	0,362
Videoguida	0,329
Segnaletica interna	0,223
Supporti digitali	0,214
Personale in biglietteria	0,210
Posti a sedere	0,132

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **libreria** e le **opere della collezione** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche la **videoguida** si posiziona nel quadrante in alto a destra.

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

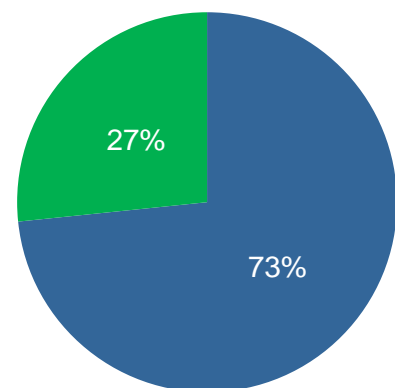
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (259 individui per il *Cluster 1* e 94 per il *Cluster 2*).

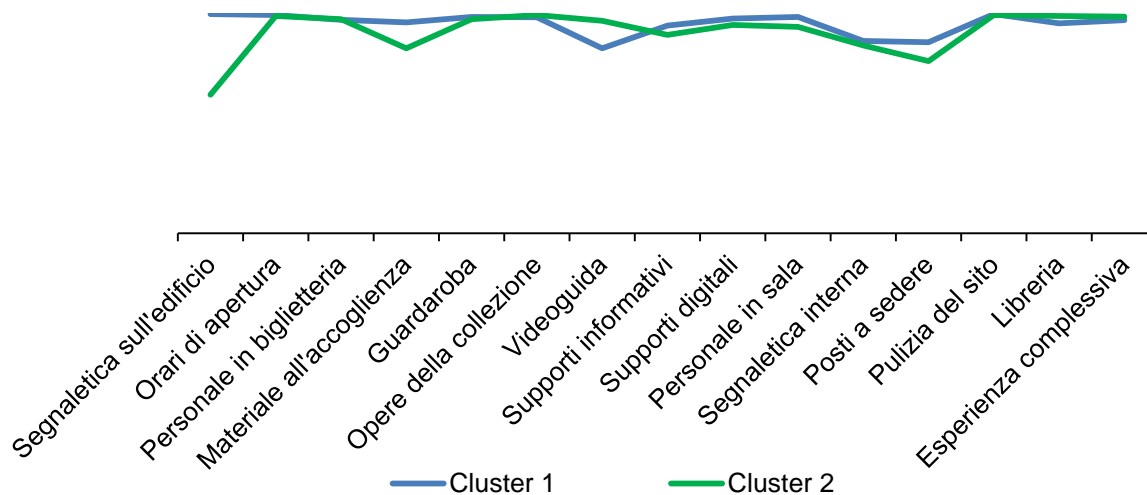
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo tendenzialmente più alto su vari aspetti indagati, tranne che sulla videoguia, sul personale in sala, sulla segnaletica interna e sulla libreria, che soddisfano più la 2° tipologia dei **Soddisfatti**.

Cluster 1 – Deliziati: prevalenza di visitatori italiani, donne, di età 45-74 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, occupati dipendenti e pensionati, conoscono il museo passando per caso o tramite le guide cartacee, vengono in coppia, con amici o in famiglia, conoscono la Roma Pass, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore o uguale alle aspettative.

Cluster 2 – Soddisfatti: prevalenza di visitatori stranieri, uomini, di età giovane 14-34 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti, conoscono il museo attraverso scuola/università, vengono con gruppi scolastici, non conoscono la Roma Pass, hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno, privi di aspettative.



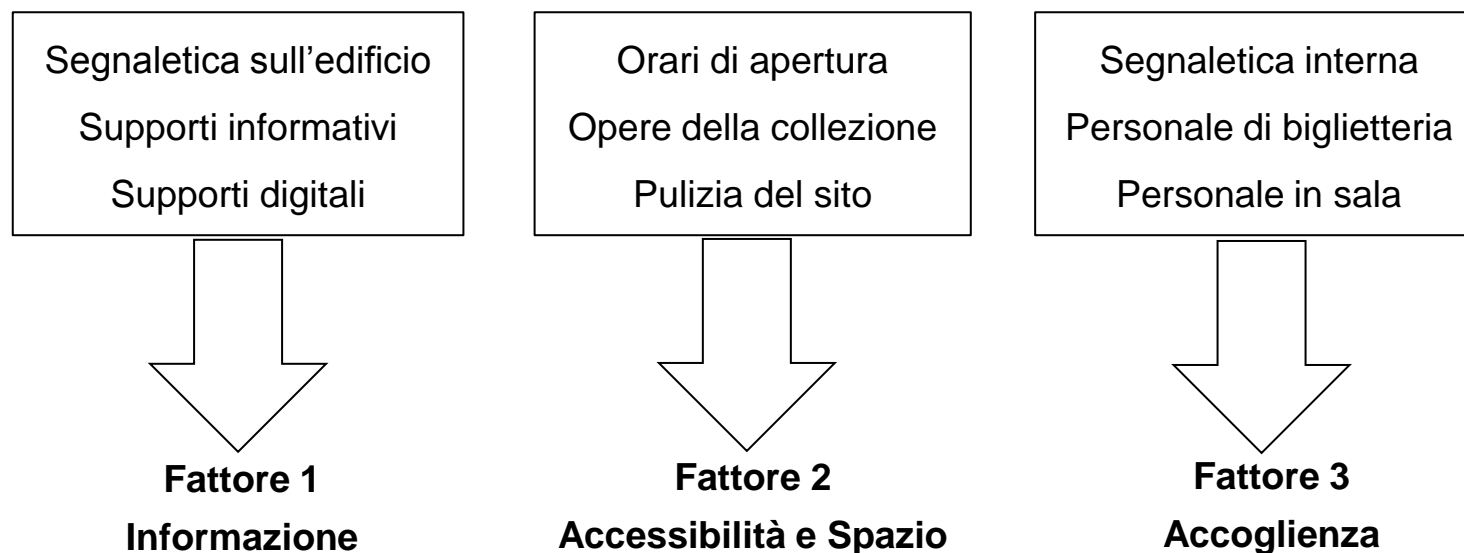
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

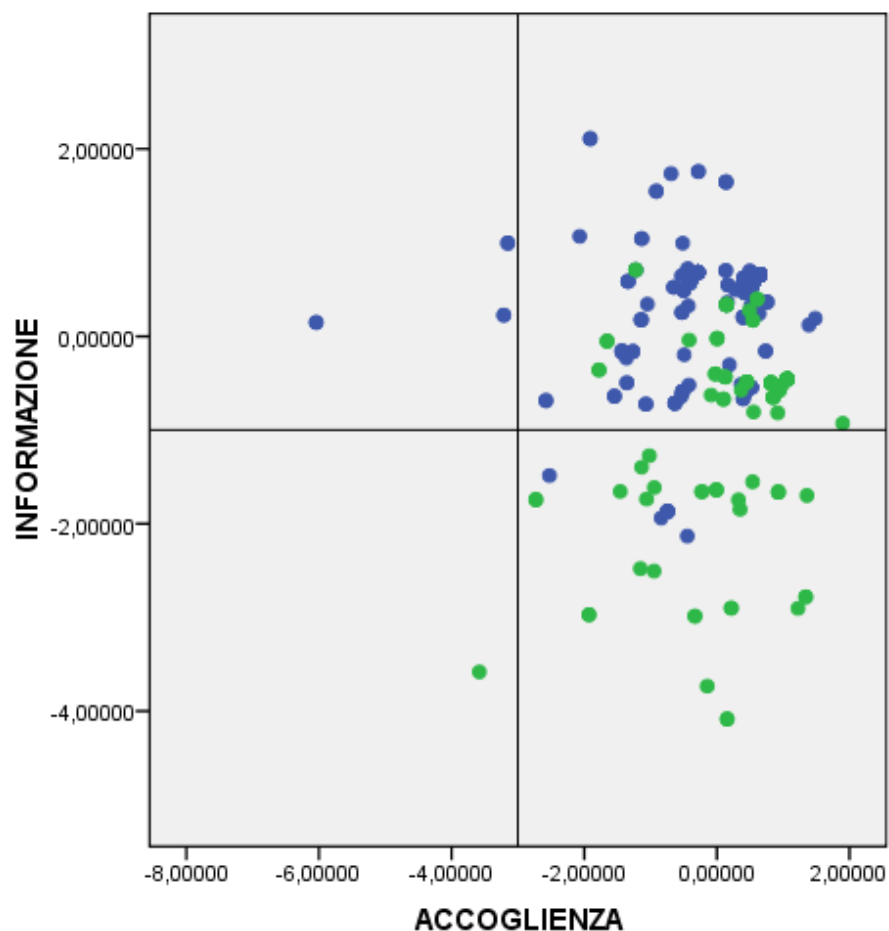
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il materiale disponibile all'accoglienza, il guardaroba, la videoguida, i posti a sedere e la libreria sono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

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



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 2 dei “Soddisfatti” rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 1 (“Informazione”).



Cluster 1 **Deliziati:** prevalenza di visitatori italiani, donne, di età 45-74 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, occupati dipendenti e pensionati, conoscono il museo passando per caso o tramite le guide cartacee, vengono in coppia, con amici o in famiglia, conoscono la Roma Pass, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore o uguale alle aspettative.

Cluster 2 **Soddisfatti:** prevalenza di visitatori stranieri, uomini, di età giovane 14-34 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti, conoscono il museo attraverso scuola/università, vengono con gruppi scolastici, non conoscono la Roma Pass, hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno, privi di aspettative.

Suggerimenti 1/2

NIENTE da migliorare. **Totale 173**

ELOGI museo stupendo, fantastico, bellissimo, meraviglioso l'affaccio sui Fori, il museo è migliorato negli anni (9), mostra interessante, educativa, arricchisce il museo (8), altro (7). **Totale 24**

SEGNALETICA INTERNA da migliorare, confusa, poco chiara e visibile (28), per i servizi igienici (4), insufficiente, soprattutto quella sul percorso da seguire (4), nell'area esterna (4), altro (4). **Totale 44**

POSTI A SEDERE da aumentare (38), altro (3). **Totale 41**

SUPPORTI INFORMATIVI traduzione in più lingue (14), lunghi, troppe informazioni non comprensibili a tutti (5), le didascalie in blu sono poco leggibili (4), altro (10). **Totale 33**

SEGNALETICA ESTERNA più indicazioni da Via dei Fori Imperiali e nelle strade adiacenti (7), c'è poca segnaletica per raggiungere il museo (6), stendardo poco visibile (4). **Totale 17**

DEPLIANT mappa del museo poco chiara e dettagliata (11), altro (4). **Totale 15**

PERCORSO confuso e poco chiaro (14), altro (1). **Totale 15**

SUPPORTI DIGITALI in più lingue (10), altro (4). **Totale 14**

Suggerimenti 2/2

BIGLIETTO caro (7), riduzioni per over 65 non residenti a Roma (4), altro (2). **Totale 13**

VIDEOGUIDA manca corrispondenza tra numeri e opere/sale (10), altro (3). **Totale 13**

CAFFETTERIA manca. **Totale 9**

BIGLIETTERIA personale un po' lento (6), altro (2). **Totale 8**

LIBRERIA più fornita, più testi in lingua (3), altro (3). **Totale 6**

GUARDAROBA alcuni armadietti non funzionano, sono rotti. **Totale 5**

ALTRO. Totale 30

TOTALE 263 SUGGERIMENTI
MERCATI DI TRAIANO – MUSEO DEI FORI IMPERIALI

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> <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> <input type="checkbox"/> www.museoincomune.it-sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i> <input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites.....</i> <input type="checkbox"/> social network <input type="checkbox"/> standardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i> <input type="checkbox"/> passando per caso/ <i>passing by</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other.....</i></p>					
<p>Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala: <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i></p>	<p>Non utilizzato <i>Not used</i></p>	<p>Molto soddisfatto <i>Very satisfied</i></p>	<p>Abbastanza soddisfatto <i>Quite satisfied</i></p>	<p>Poco soddisfatto <i>Slightly satisfied</i></p>	<p>Per niente soddisfatto <i>Not satisfied at all</i></p>
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. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Esperienza Museale nel suo complesso/ Overall Museum Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i>	<p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i> <input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i></p>				

Allegato 1:

Retro Questionario

21. 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

22. 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.....

23. 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

24. 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) _____