



Indagini di Customer Satisfaction

Museo delle Mura

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 21/12/2018*

Zètema
progetto cultura

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2017-2018
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- 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)
- Suggestimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 105 questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione dal 25 settembre al 25 novembre 2018 presso il Museo delle Mura (gli intervistati rappresentano il 6% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 96%, un margine di errore di stima di $\pm 3,77\%$.

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 piuttosto buono, con una media di **2,40** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 85%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la pulizia del sito (2,81), il personale di accoglienza (2,81) e in sala (2,78), la segnaletica sull'edificio (2,77), le opere della collezione (2,73), la segnaletica interna (2,68) ed il materiale informativo all'accoglienza (2,67).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. La pulizia del sito è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa, ma anche la variabile più correlata all'esperienza complessiva, insieme ai supporti informativi, che invece risultano tra i miglioramenti prioritari (*cf.* pp. 16-18). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i posti a sedere (n.23 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 58% da visitatori romani, impiegati/ insegnanti (43%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (52%), di età adulta oltre i 45 anni (69% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo "passando per caso" e tramite "passaparola" (entrambi con il 21% sul totale degli intervistati), seguono "scuola/università" (15%), "internet" (14%) e "guida cartacea" (13%).

È significativo che i nuovi visitatori siano venuti a sapere di questo museo passando per caso oppure tramite il passaparola e la guida cartacea, mentre a conoscerlo tramite scuola/università e il canale web sono principalmente coloro che vi sono già stati negli ultimi cinque anni.

Tabella riassuntiva

Museo delle Mura 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,77	3,00	95	10	0,472	10%	79%	0%	98%
Orari di apertura	2,48	2,00	101	4	0,521	4%	49%	0%	99%
Personale di accoglienza	2,81	3,00	102	3	0,391	3%	81%	0%	100%
Materiale all'accoglienza	2,67	3,00	97	8	0,608	8%	73%	1%	95%
Opere della collezione	2,73	3,00	97	8	0,550	8%	78%	0%	95%
Supporti informativi	2,45	2,00	105	0	0,588	0%	50%	0%	95%
Supporti digitali	2,48	3,00	97	8	0,631	8%	56%	0%	93%
Personale in sala	2,78	3,00	96	9	0,440	9%	79%	0%	99%
Segnaletica interna	2,68	3,00	105	0	0,509	0%	70%	0%	98%
Posti a sedere	2,37	2,00	98	7	0,563	7%	41%	0%	96%
Pulizia del sito	2,81	3,00	100	5	0,419	5%	82%	0%	99%
Esperienza complessiva	2,40	3,00	102	3	0,836	3%	59%	4%	85%

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

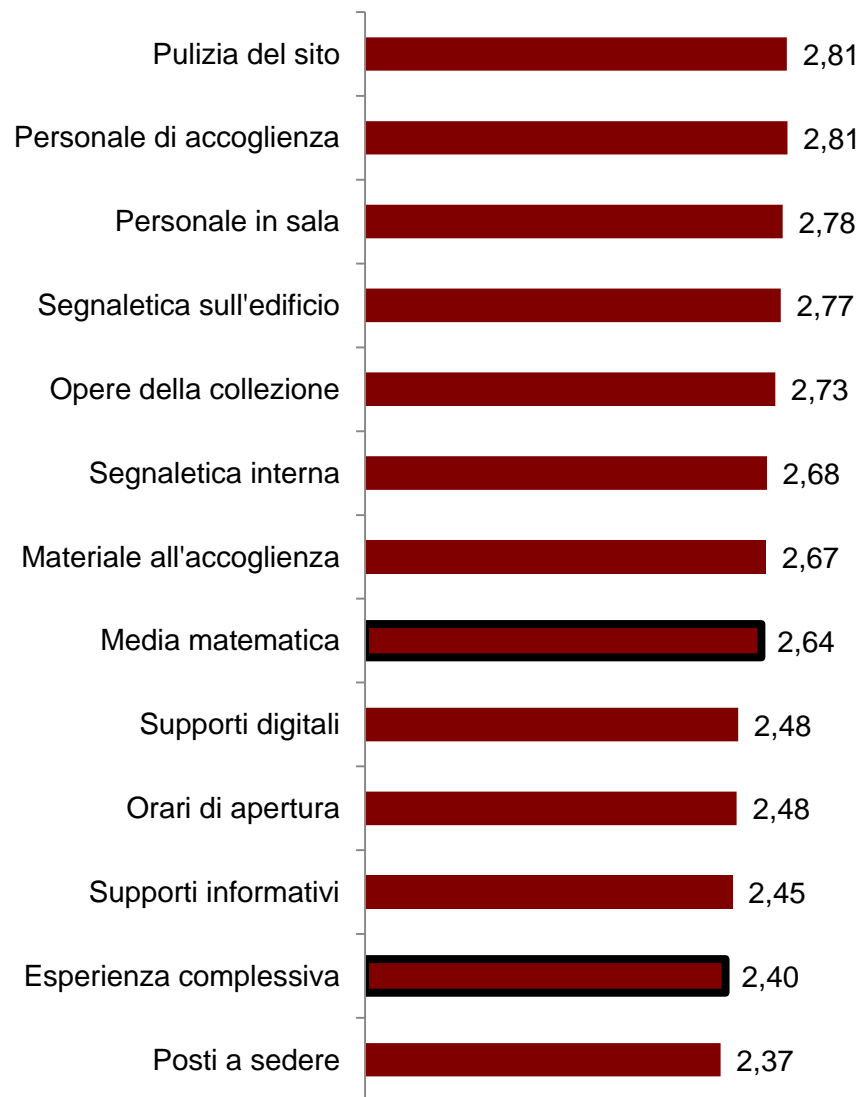
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,64).

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** (sia di **accoglienza** che in **sala**), la **segnaletica sull'edificio**, le **opere della collezione**, la **segnaletica interna** ed il **materiale all'accoglienza**.

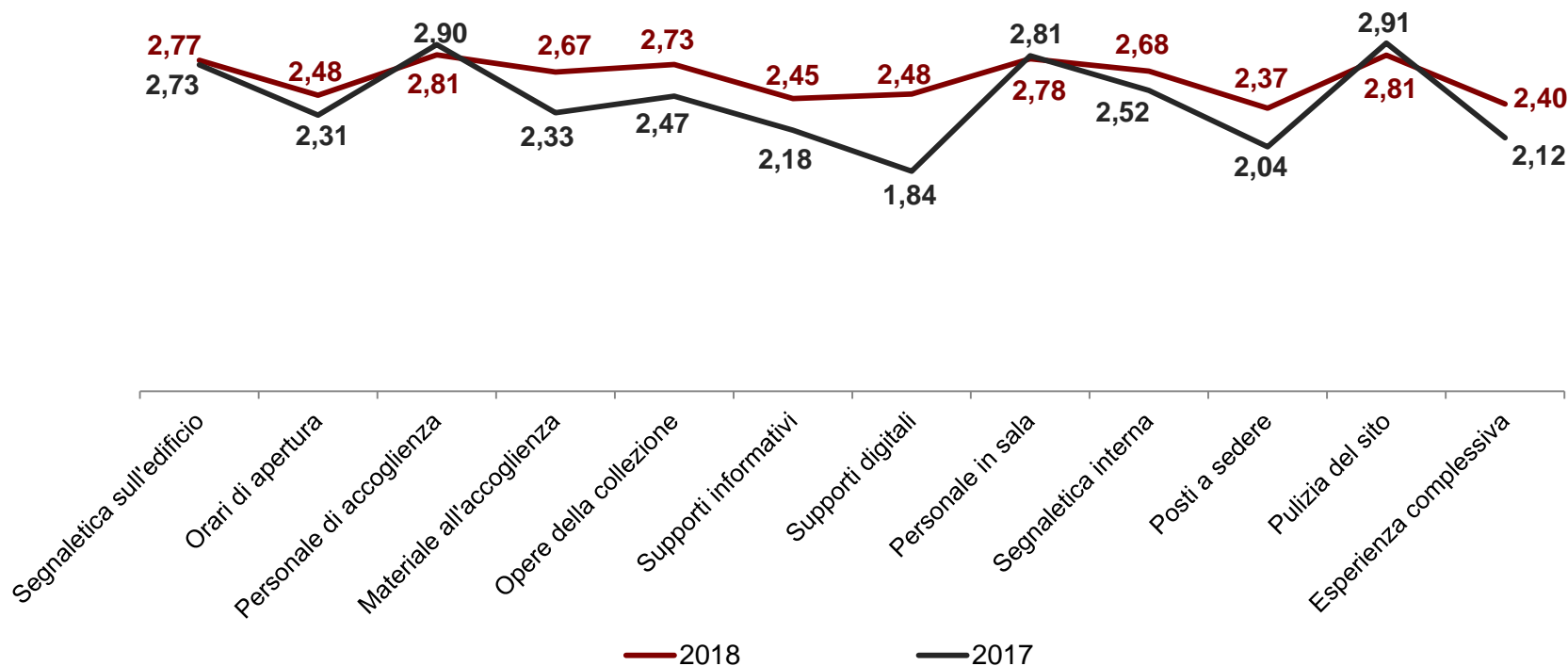
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante, seppure con qualche discrepanza.

Tra gli aspetti su cui si rileva un aumento del livello medio di soddisfazione, sono da evidenziare il materiale informativo all'accoglienza, le opere della collezione, i supporti informativi e digitali, i posti a sedere e l'esperienza complessiva. Invece subiscono una lieve flessione sia il personale (di accoglienza e in sala) che la pulizia del sito, seppure il giudizio medio su tali variabili oggetto d'indagine sia al di sopra dello standard minimo di 2,20.

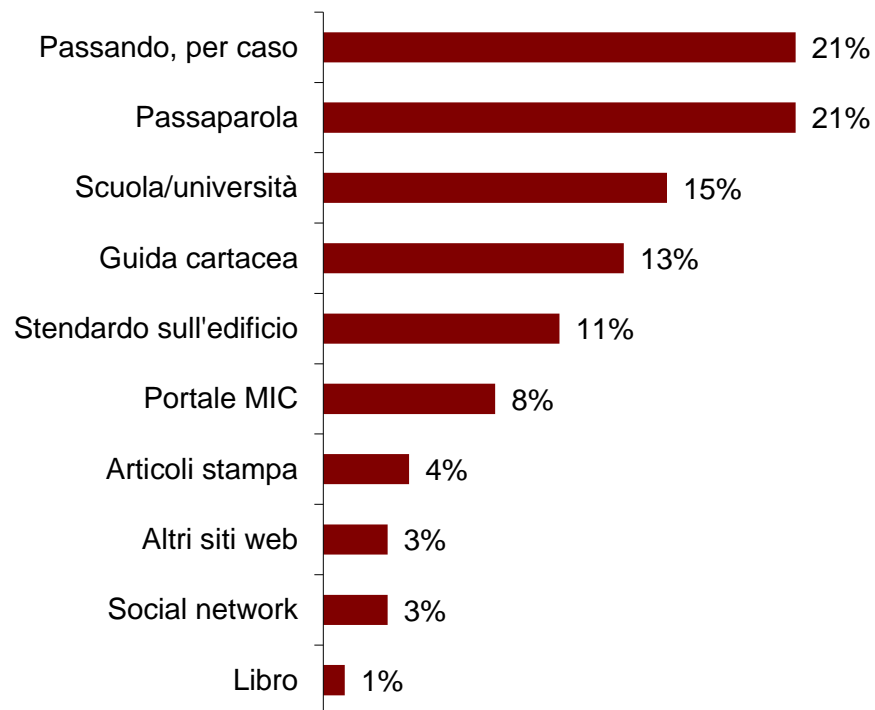


Come è venuto a conoscenza del museo

Un 21% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “passando per caso” (in diminuzione dal 27% emerso nel 2017), un 21% attraverso il “passaparola” (era 22% nel 2017), il 15% tramite “scuola/università” (13% nell’indagine precedente) e il 13% attraverso la “guida cartacea” (in netto aumento dal 5% nel 2017).

La percentuale relativa ad “internet” passa da 20% a 14%.

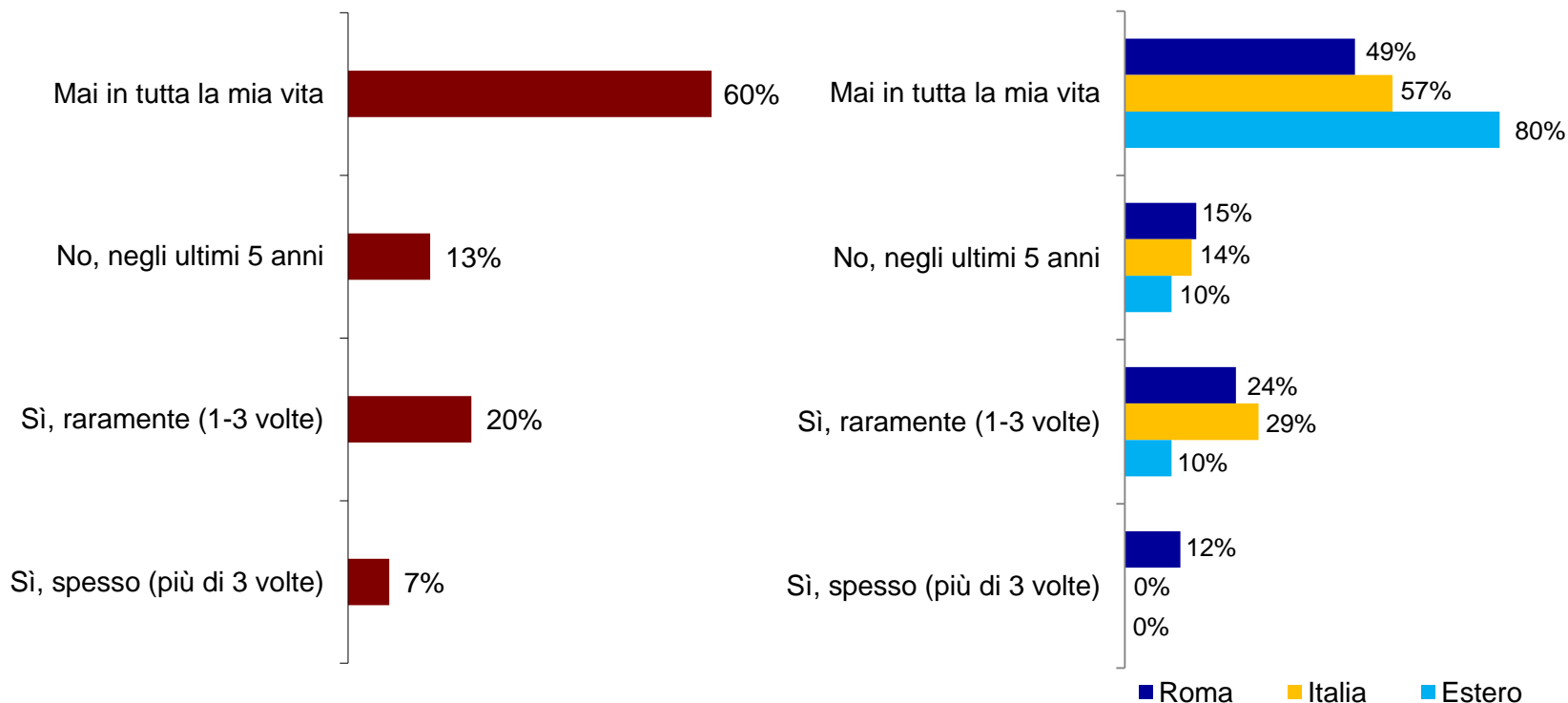
È significativo che i nuovi visitatori siano venuti a sapere di questo museo passando per caso oppure tramite il passaparola e la guida cartacea, mentre a conoscerlo tramite scuola/università e il canale web sono principalmente coloro che vi sono già stati negli ultimi cinque anni.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 60% sul totale degli intervistati è costituito da coloro che si recano al museo per la prima volta, il 27% già vi è stato (il 20% “da una a tre volte” e il 7% “oltre tre volte”) e il restante 13% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che ad avere già frequentato il museo siano in particolare i visitatori romani (cfr. grafico sottostante a destra), laureati, che hanno visitato oltre tre musei nell’ultimo anno, mentre coloro che vi si recano per la prima volta, sono soprattutto i turisti (prevalentemente stranieri), diplomati, che non sono stati in nessun altro museo.

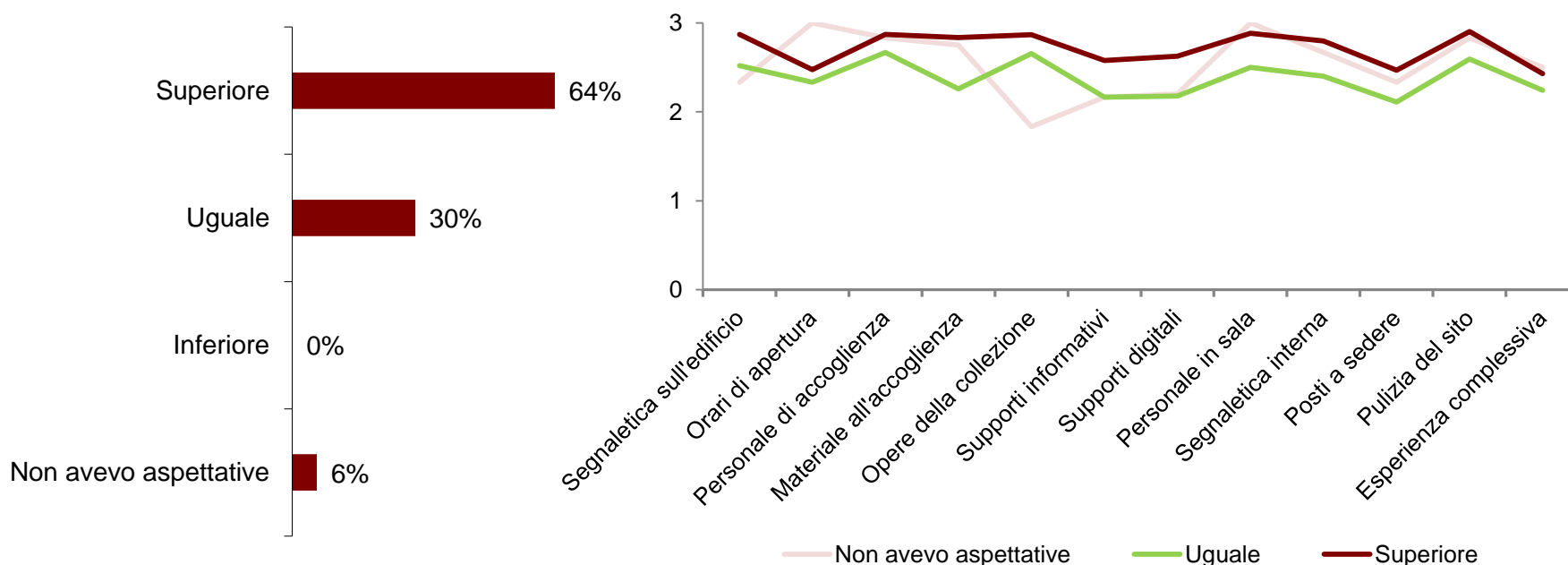


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 6% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, il 64% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 30% è uguale, mentre nessuno ha un giudizio inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative sul museo siano principalmente i nuovi visitatori, complessivamente molto soddisfatti, mentre il giudizio è uguale alle proprie attese in particolare per coloro che già sono stati al *Museo delle Mura* e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza generale.

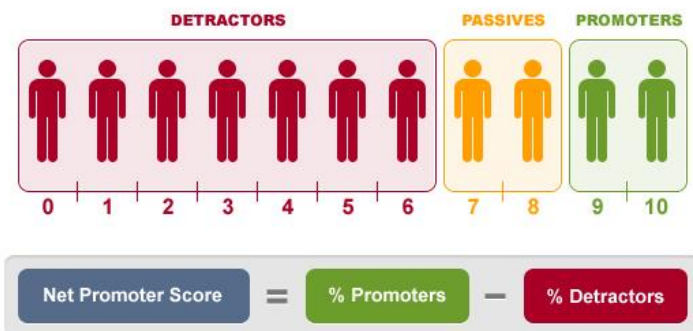
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti, tranne che sugli orari di apertura e sul personale in sala, che risultano maggiormente apprezzati da chi è privo di aspettative (cfr. grafico sottostante a destra).



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 delle Mura* è pari a **76%**; da evidenziare che il 18% degli intervistati rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

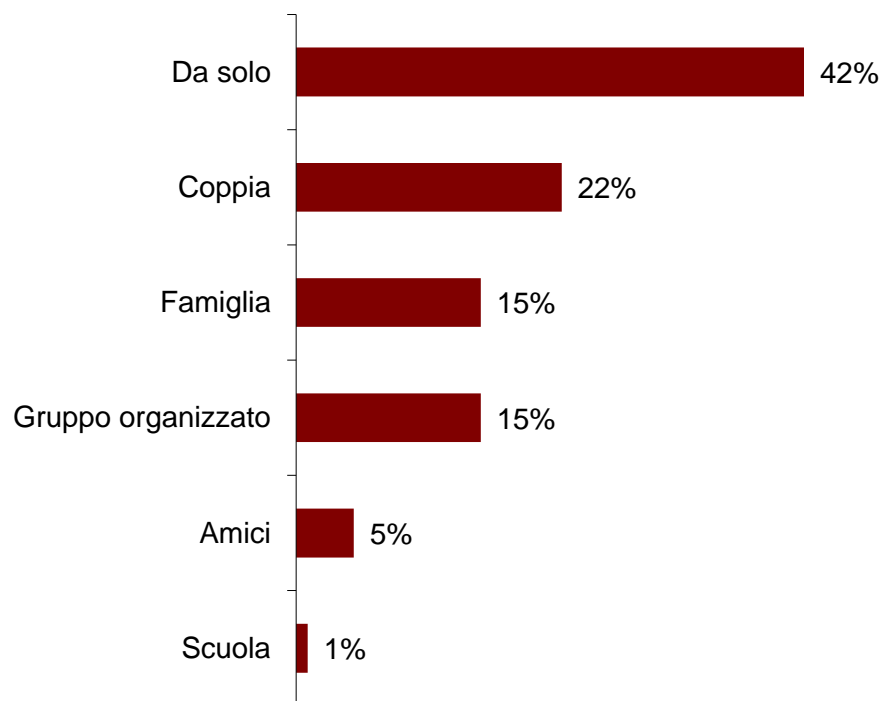


NET PROMOTER SCORE Ics Museo delle Mura 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	1	1	5	14	44	39
0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	5%	13%	42%	37%
DETRACTORI = 3%							PASSIVI = 18%		PROMOTORI = 79%	
79% - 3% = 76%										

Con chi ha visitato il museo

Il 42% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “da solo”, il 22% vi si è recato in “coppia”, un 15% vi giunge con la propria “famiglia” e un 15% con “gruppo organizzato”, il 5% in compagnia di “amici” e l’1% con la “scuola”.

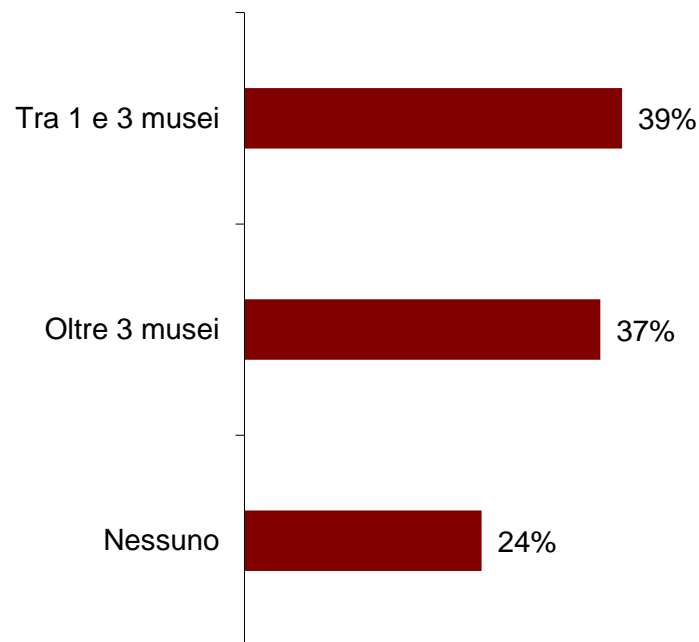
Risulta significativo che chi viene da solo si ritiene abbastanza soddisfatto della propria esperienza, mentre coloro che vengono in coppia, con la famiglia o gruppo organizzato sono complessivamente molto soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 39% del campione intervistato dichiara di avere visitato “tra uno e tre musei” nell'ultimo anno, il 37% ha visitato “oltre tre musei” e il 24% risponde “nessuno”.

Risulta significativo che ad avere frequentato oltre tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno già visitato il *Museo delle Mura* (raramente, da uno a tre volte), mentre chi non è stato in nessun museo, afferma di recarsi qui per la prima volta.



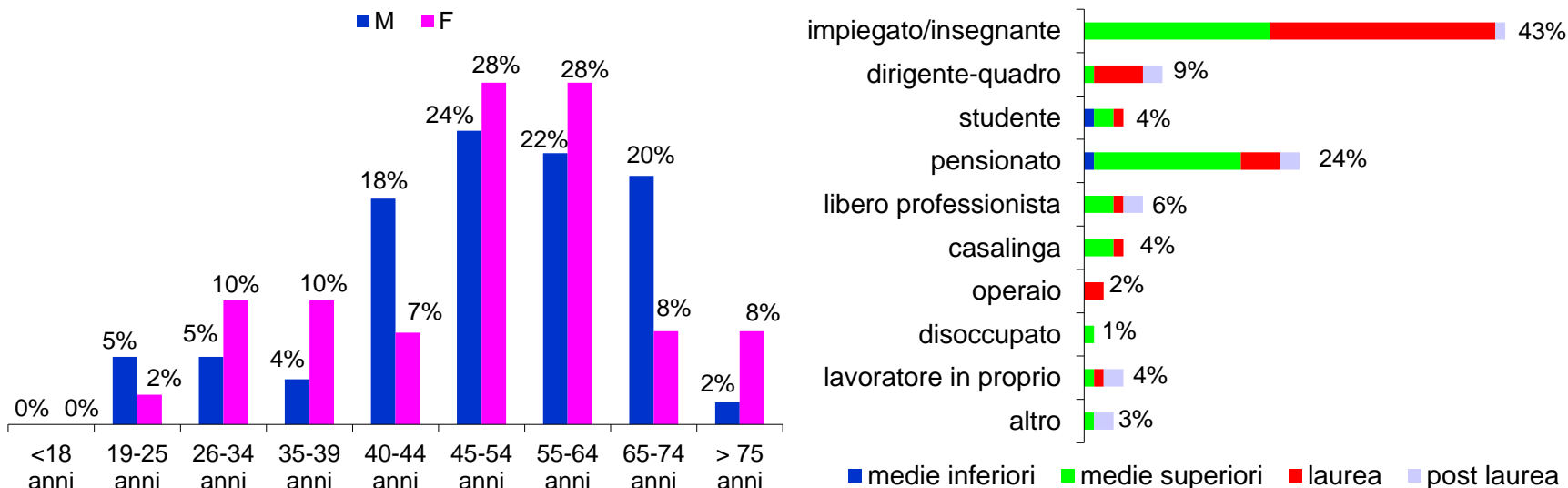
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Quest'anno prevale il genere maschile (58%; era il 53% nel 2017), soprattutto nelle fasce d'età 19-25, 40-44 e 65-74 anni, mentre le donne sono predominanti nelle fasce 26-39 e 45-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta oltre i 45 anni, che raggiungono complessivamente il 69% sul totale degli intervistati (48% nel 2017).

Il 52% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (la percentuale raggiungeva il 50% nell'indagine precedente).

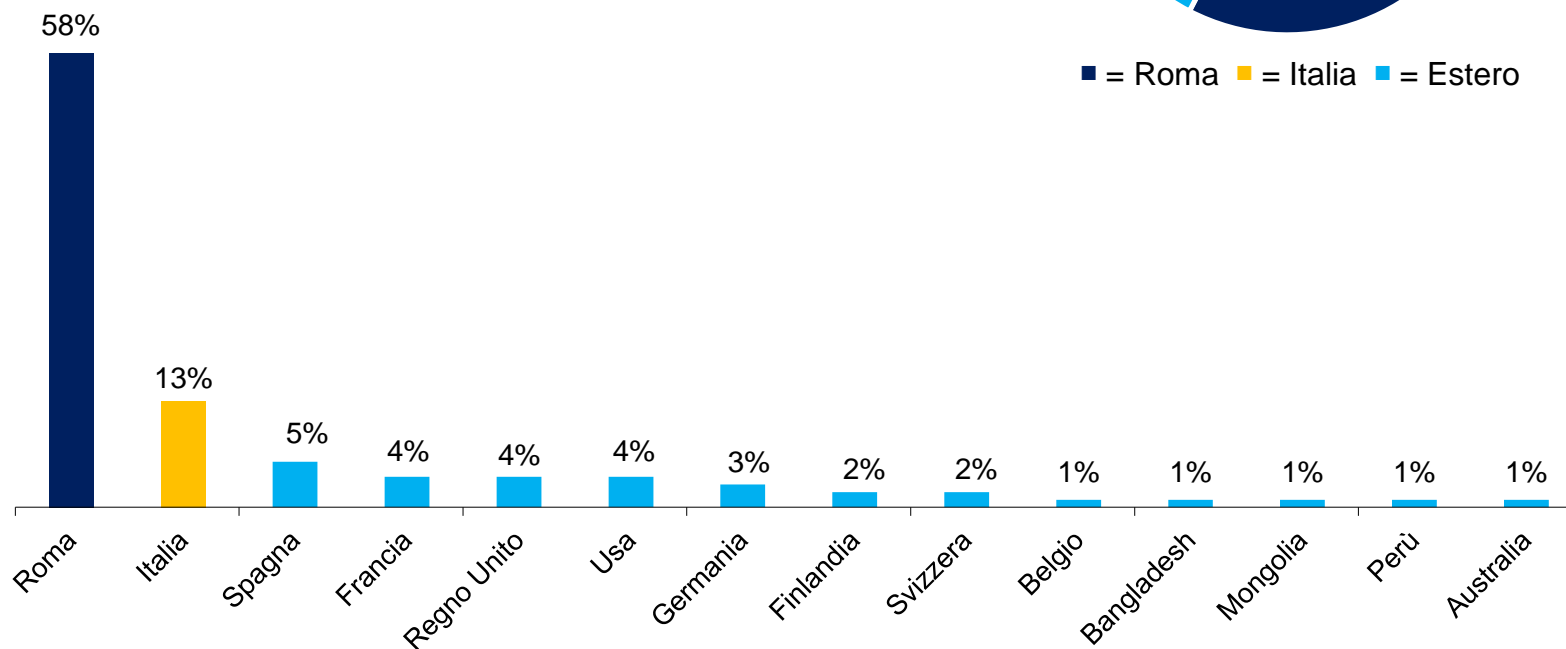
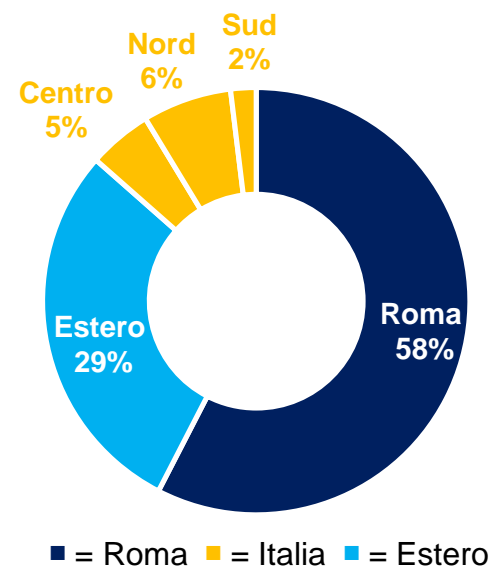
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli impiegati/insegnanti (43%, in aumento rispetto al 35% emerso nel 2017), poi seguono i pensionati con il 24% (lo scorso anno erano il 13%) ed i dirigenti/quadri con il 9% (stessa percentuale dell'indagine precedente).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 58% del campione intervistato è costituito da visitatori romani (era 61% nell'indagine precedente), il 13% da altre provincie italiane (lo scorso anno era 24%), mentre il 29% giunge dall'estero (in netto aumento dal 15% del 2017).

Tra le nazionalità estere prevale la spagnola (5% sul totale); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza straniera.



Correlazione 1/2

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

Museo delle Mura – 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Materiale all'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	,245*	,195	,367**	,355**	,159	,403**	,270**	,294**	,254*	,260*	,203
Orari di apertura	,245*	1,000	,187	,104	-,001	,405**	,304**	,155	,168	,438**	,295**	,183
Personale di accoglienza	,195	,187	1,000	,354**	,108	,348**	,451**	,596**	,290**	,286**	,539**	,210*
Materiale all'accoglienza	,367**	,104	,354**	1,000	,364**	,455**	,519**	,532**	,501**	,366**	,284**	,102
Opere della collezione	,355**	-,001	,108	,364**	1,000	,265**	,404**	,292**	,226*	,228*	,065	-,004
Supporti informativi	,159	,405**	,348**	,455**	,265**	1,000	,526**	,291**	,323**	,425**	,422**	,421**
Supporti digitali	,403**	,304**	,451**	,519**	,404**	,526**	1,000	,500**	,338**	,293**	,325**	,218*
Personale in sala	,270**	,155	,596**	,532**	,292**	,291**	,500**	1,000	,501**	,295**	,399**	,175
Segnaletica interna	,294**	,168	,290**	,501**	,226*	,323**	,338**	,501**	1,000	,440**	,341**	,222*
Posti a sedere	,254*	,438**	,286**	,366**	,228*	,425**	,293**	,295**	,440**	1,000	,297**	,200
Pulizia del sito	,260*	,295**	,539**	,284**	,065	,422**	,325**	,399**	,341**	,297**	1,000	,339**
Esperienza complessiva	,203	,183	,210*	,102	-,004	,421**	,218*	,175	,222*	,200	,339**	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 che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per il *Museo delle Mura* i **supporti informativi** e la **pulizia del sito** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

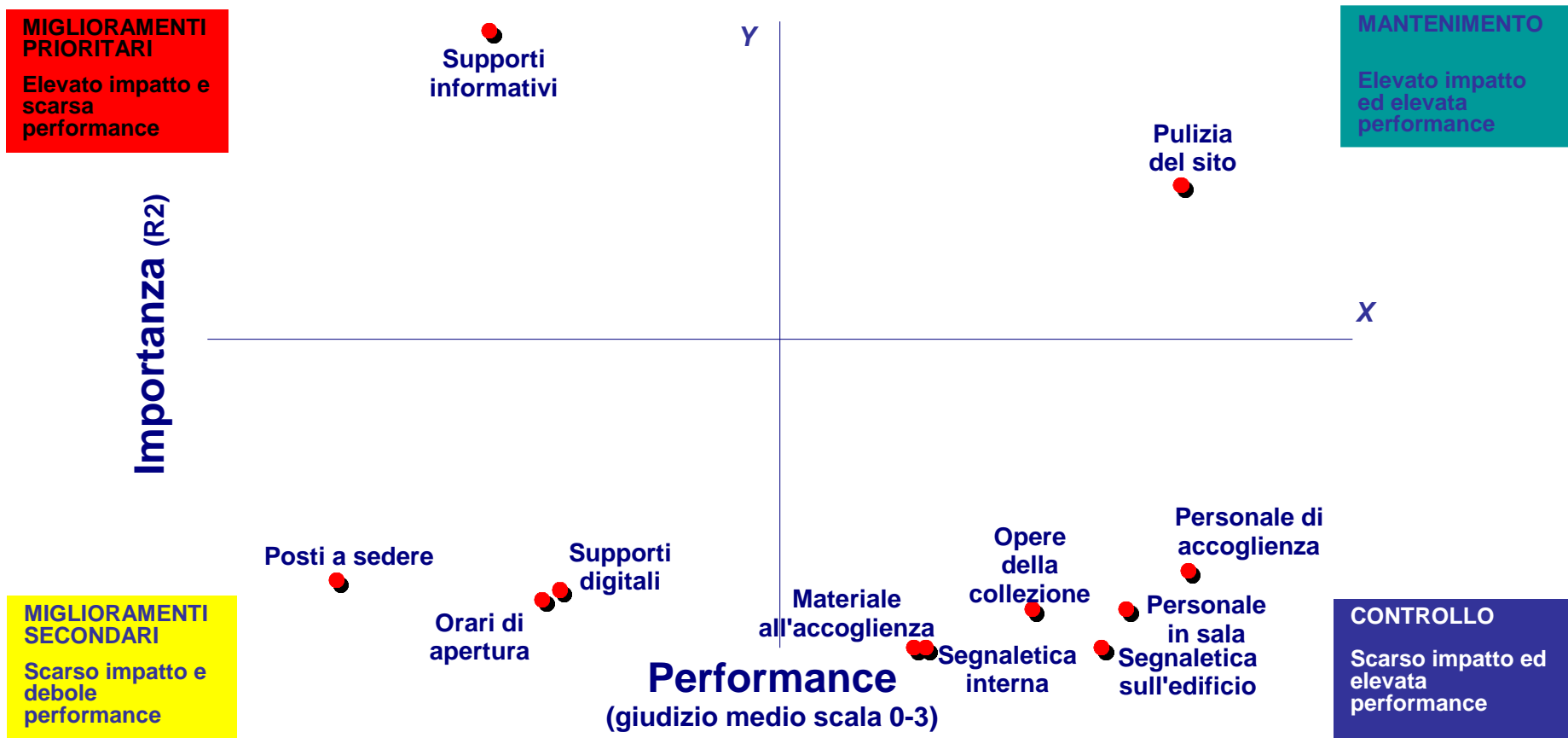
La collezione è l'unico aspetto indagato che ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure minima e non significativa.

Coefficiente di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza complessiva Museo delle Mura – 2018	
Supporti informativi	0,421
Pulizia del sito	0,339
Segnaletica interna	0,222
Supporti digitali	0,218
Personale di accoglienza	0,210

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **pulizia del sito** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, mentre i **supporti informativi** si posizionano tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

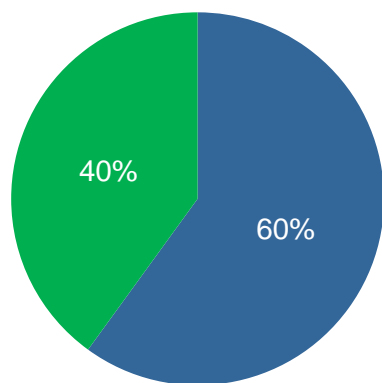
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (63 individui per il *Cluster 1* e 42 per il *Cluster 2*).

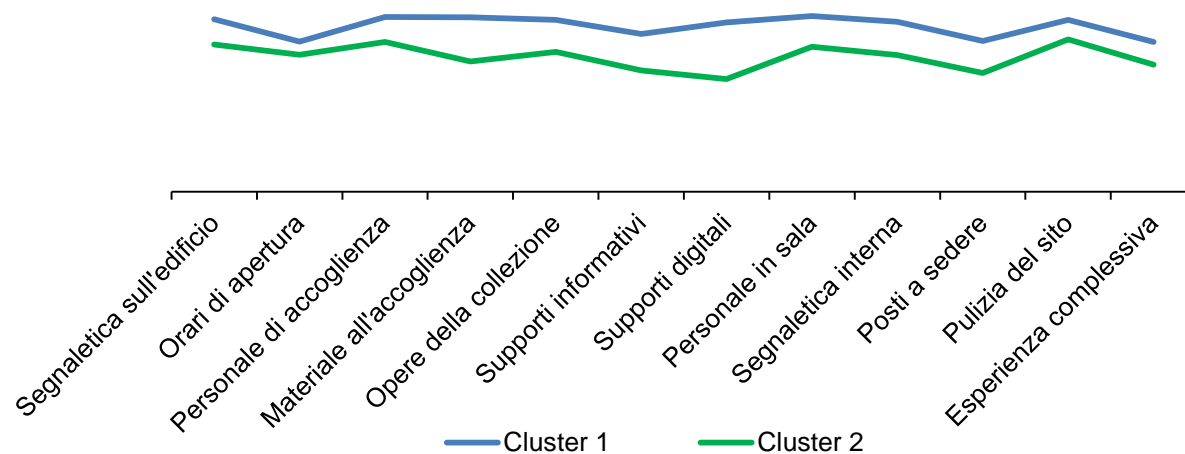
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione, in particolare sui supporti (sia informativi che digitali) e sul materiale informativo all'accoglienza.

Cluster 1 – Deliziati: in prevalenza stranieri, di età 45-74 anni, diplomati, occupati dipendenti e pensionati, conoscono il museo passando per caso, vengono da soli o con gruppo organizzato, non hanno visitato altri musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 – Soddisfatti: in prevalenza italiani (inclusi i romani), di età 26-44 anni, con titolo di laurea o post laurea, liberi professionisti, conoscono il museo tramite il passaparola, vengono in coppia, hanno visitato vari musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.



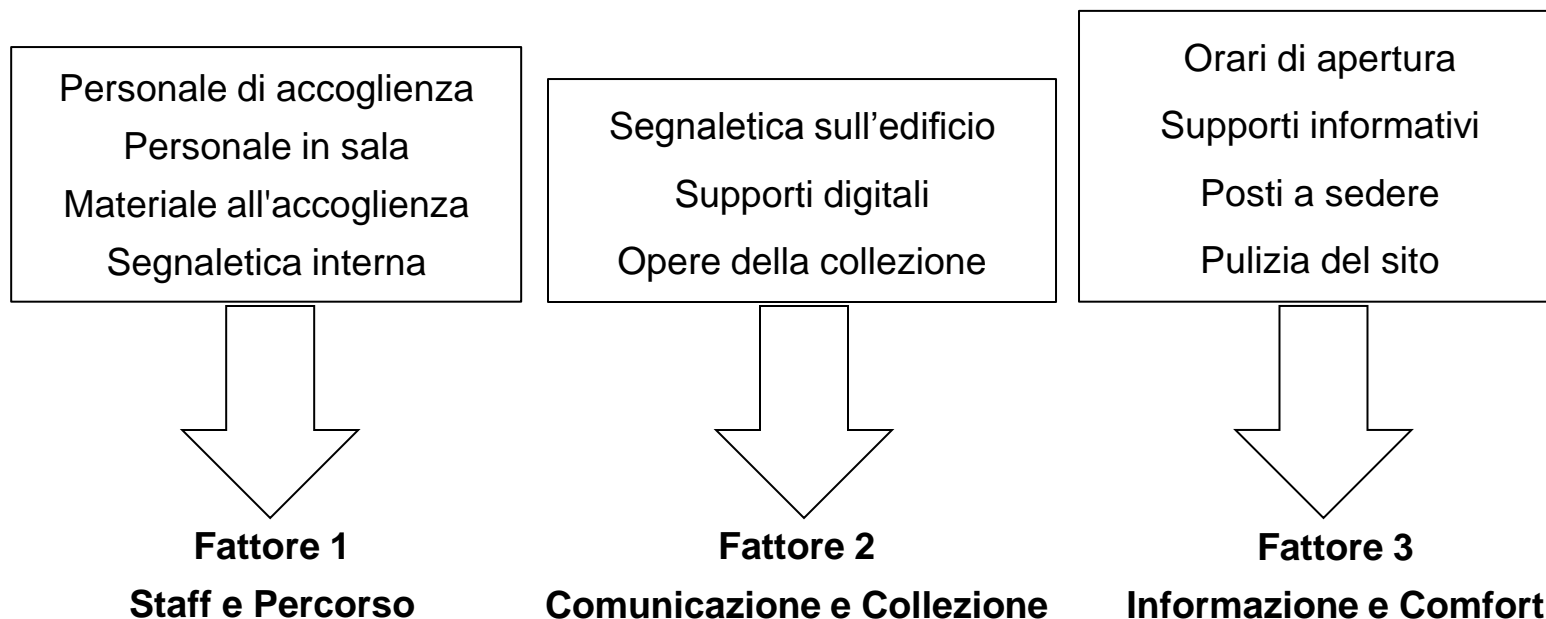
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

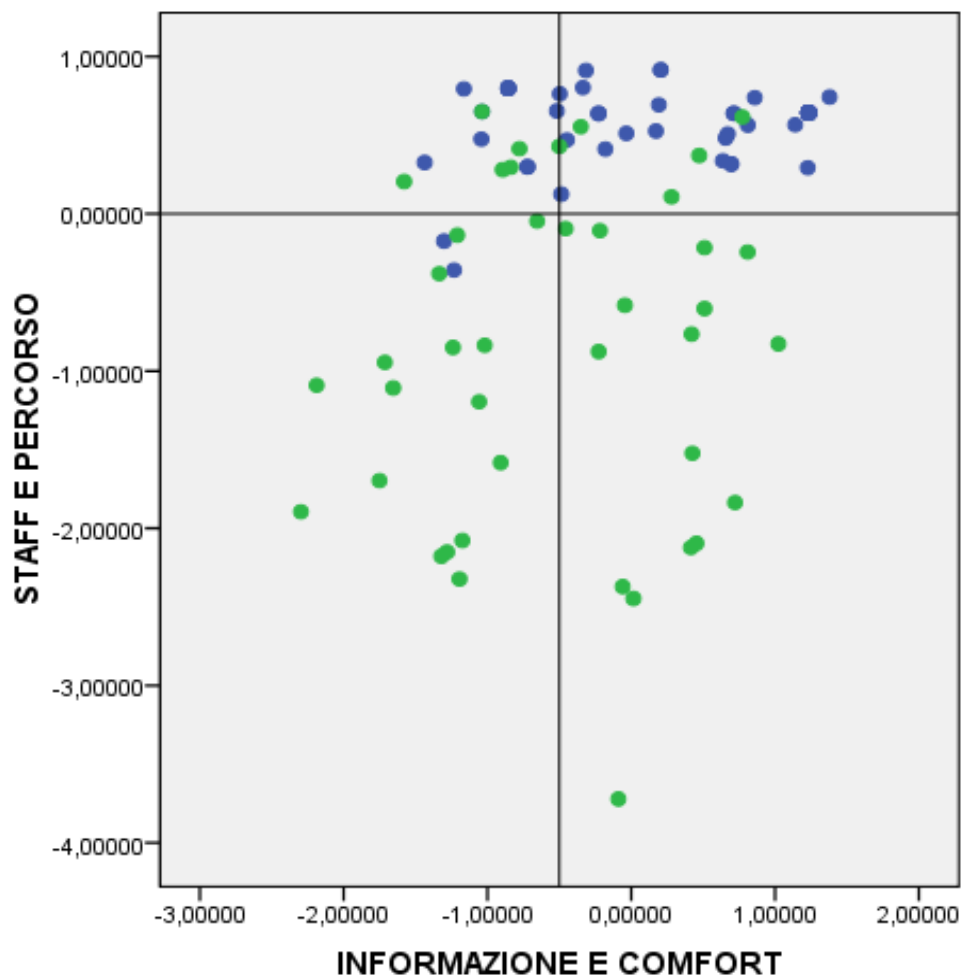
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

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



Cluster 1 Deliziati: in prevalenza stranieri, di età 45-74 anni, diplomati, occupati dipendenti e pensionati, conoscono il museo passando per caso, vengono da soli o con gruppo organizzato, non hanno visitato altri musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 Soddisfatti: in prevalenza italiani (inclusi i romani), di età 26-44 anni, con titolo di laurea o post laurea, liberi professionisti, conoscono il museo tramite il passaparola, vengono in coppia, hanno visitato vari musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 43**

ELOGI bel posto, in ottimo stato, esperienza fantastica (4), utili e ben fatte le schede di sala (1).
Totale 5

POSTI A SEDERE da aumentare. **Totale 23**

SUPPORTI INFORMATIVI maggiori informazioni sul museo (4), più pannelli e didascalie (3), altro (2). **Totale 9**

ASSISTENZA IN SALA più personale. **Totale 7**

EDIFICIO manca un ascensore. **Totale 5**

SEGNALETICA INTERNA da migliorare ed aumentare. **Totale 4**

ACCESSIBILITÀ eliminare le barriere architettoniche. **Totale 4**

ORARIO DI APERTURA da prolungare. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 8**

**TOTALE 64 SUGGERIMENTI
MUSEO DELLE MURA**

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? In the last five years, have you already visited this museum?</p> <p><input type="checkbox"/> Mai in tutta la mia vita/ <i>Never</i> <input type="checkbox"/> Sì, da 1 a 3 volte/ <i>Yes, 1-3 times</i></p> <p><input type="checkbox"/> No, negli ultimi 5 anni/ <i>Not in the last 5 years</i> <input type="checkbox"/> Sì, più di 3 volte/ <i>Yes, more than 3 times</i></p>					
<p>2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? Did you use the Roma Pass to enter in the museum?</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? How did you find out this museum the first time?</p> <p><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/parenti/ <i>friends&relatives</i></p> <p><input type="checkbox"/> www.museincomune.it-sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i></p> <p><input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites</i>..... <input type="checkbox"/> social network</p> <p><input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i></p> <p><input type="checkbox"/> passando per caso/ <i>passing by</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other</i>.....</p>					
<p>Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala: <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i></p>	<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 accoglienza/ <i>Welcome staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Materiale informativo all'accoglienza/ <i>Leaflets in the ticket office</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Videoguida/ <i>videoguide</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools and captions</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Supporti digitali/ <i>digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Posti a sedere (sedie, panche)/ <i>Seats, benches</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Personale in libreria/ <i>Bookshop staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Esperienza Museale nel suo complesso/ Overall Museum Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>21. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i></p> <p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i></p> <p><input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i></p>					

Allegato 1:

Retro Questionario

22. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?
 How likely is it that you would recommend this museum to a friend, according to the scale 0-10?

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>	<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"/>

23. Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?

Da solo/ By myself Gruppo organizzato/ Group Tour Coppia/ Partner-Companion Amici/ Friends

Famiglia/ Family Scuola/ School Altro/ Other.....

24. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?

Nessuno/ None Tra 1 e 3 musei / 1-3 museums Oltre 3 musei / More than 3 museums

25. Aspetti da migliorare/ Features to improve niente/ nothing

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:

Età/Age: <14 14-18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55-64 65-74 75 e più/ 75 and more

Sesso/Gender: Uomo/ Man Donna/ Woman

Titolo di studio/Education: scuola dell'obbligo/ primary school diploma superiore/ high school

laurea/ degree specializzazione post laurea/ postgraduate

Professione/Job:

impiegato-insegnante/employee-teacher casalinga/housewife

dirigente-direttivo-quadro /manager-executive operaio/workman

studente/student non occupato-in cerca di prima di occupazione/ unemployed-first job seeker

pensionato/retired lavoratore in proprio/self-employed

libero professionista-imprenditore/freelance-businessman

altro/other _____

Provenienza/Provenance: Roma/ Rome

Altra provincia italiana/ Other Italian province (specify) _____

Altra nazionalità/ Other nationality (specify) _____