



**MUSEO ARCHEOLOGICO
E D'ARTE DELLA MAREMMA**

ANALISI DI GRADIMENTO PER L'ANNO 2021

INTRODUZIONE

PERIODO

La somministrazione dei questionari è avvenuta nel corso dell'anno 2021

MODALITA' DI SOMMINISTRAZIONE

Il questionario è stato somministrato ad un campione di pubblico quanto più eterogeneo possibile, seguendo le linee guida della Regione Toscana. Il campione preso in considerazione è di 162 visitatori di cui 130 italiani e 32 stranieri.

I questionari sono somministrati in una nuova forma digitale tramite l'utilizzo di un *touch screen* a muro posizionato in prossimità della biglietteria del Museo.



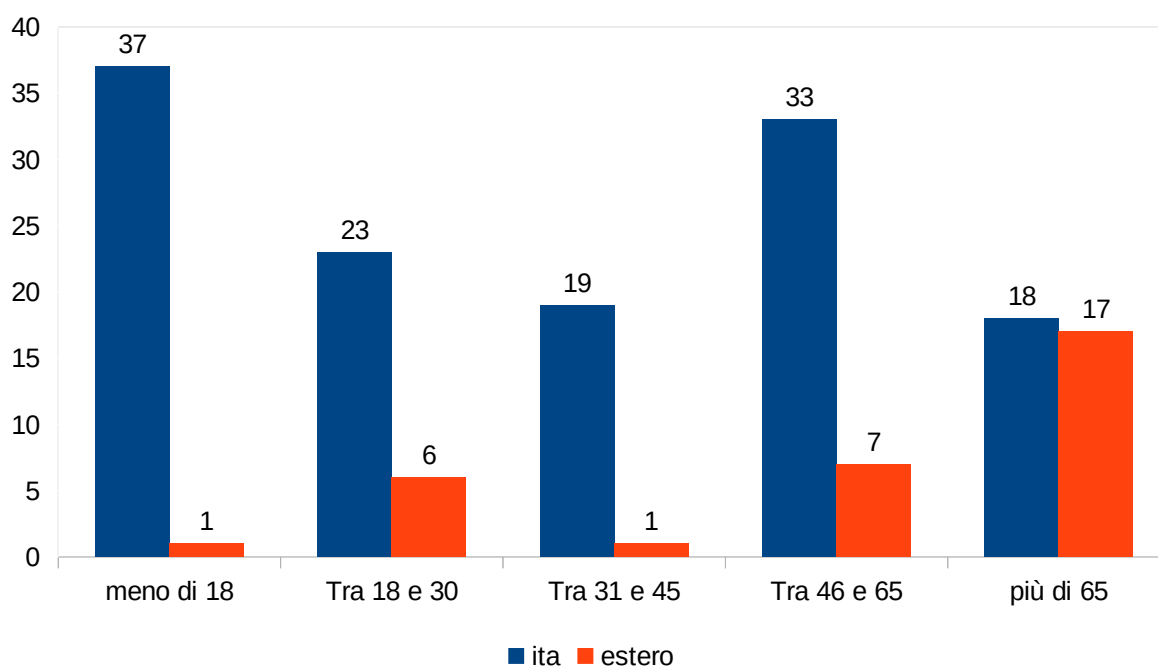
RIELABORAZIONE DEI DATI OTTENUTI DAI QUESTIONARI

I dati provenienti dai questionari compilati autonomamente dai visitatori vengono raccolti automaticamente all'interno di una tabella excel, con divisione tra visitatori italiani e stranieri.

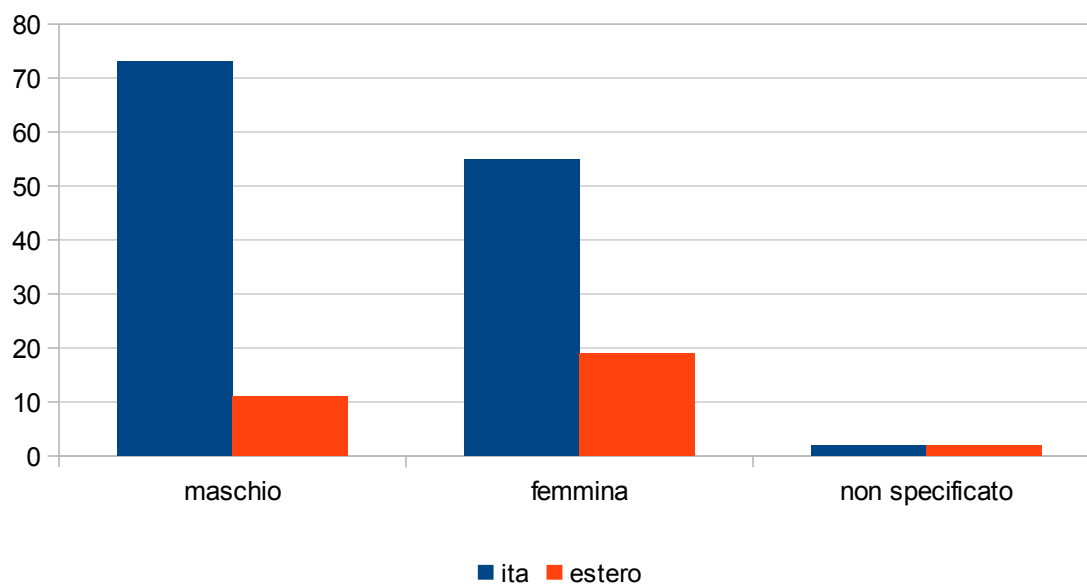
Dal file excel vengono quindi estrapolati i dati necessari a costruire i grafici utili a comprendere gusti e preferenze dei nostri visitatori.

GRAFICI

ETA'

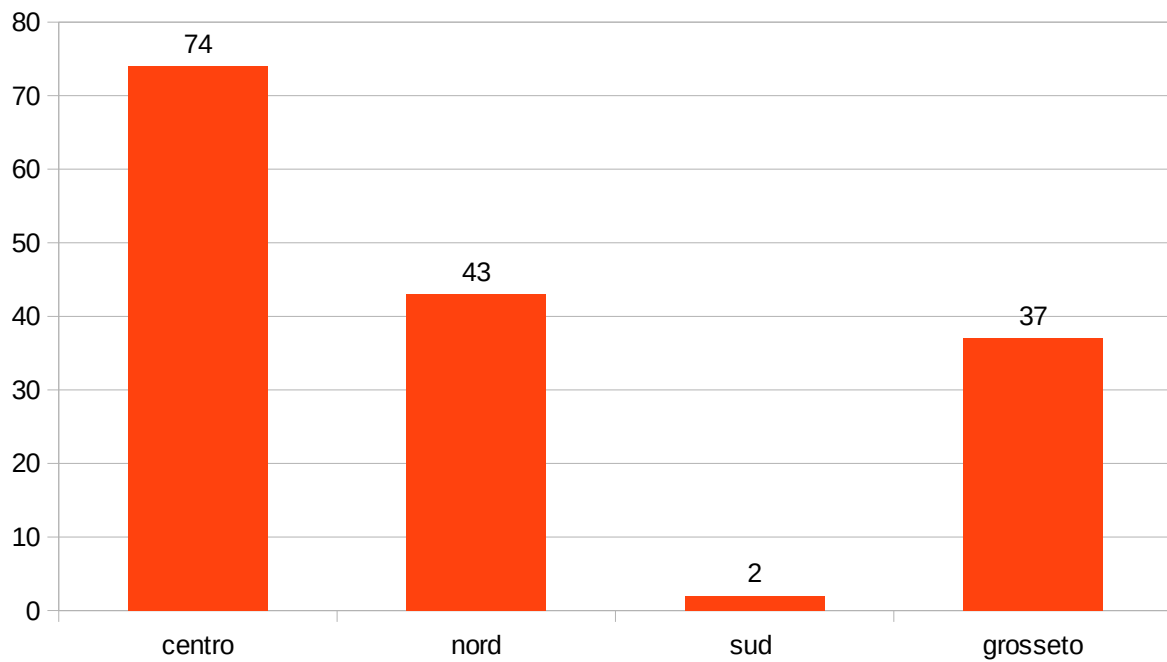


SESSO



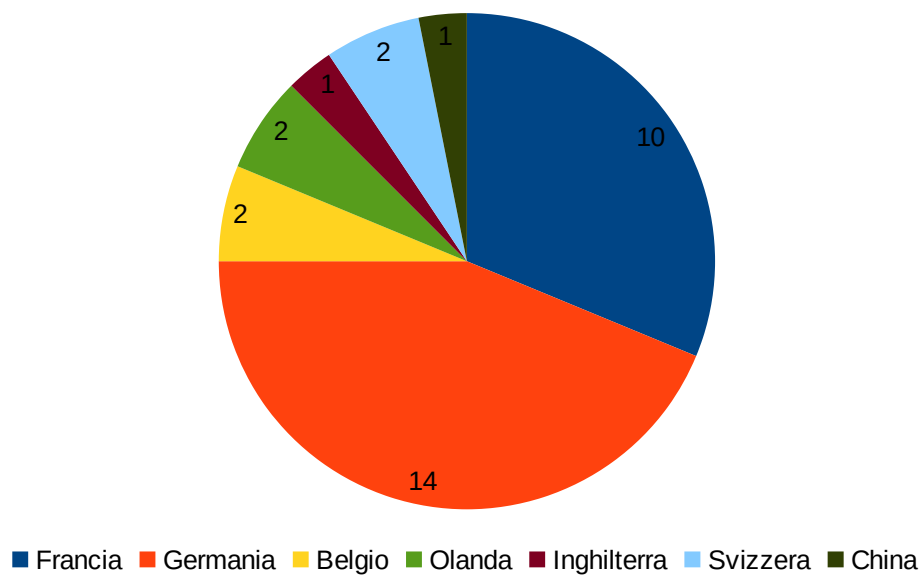
DOVE ABITI?

VISITATORI ITALIANI

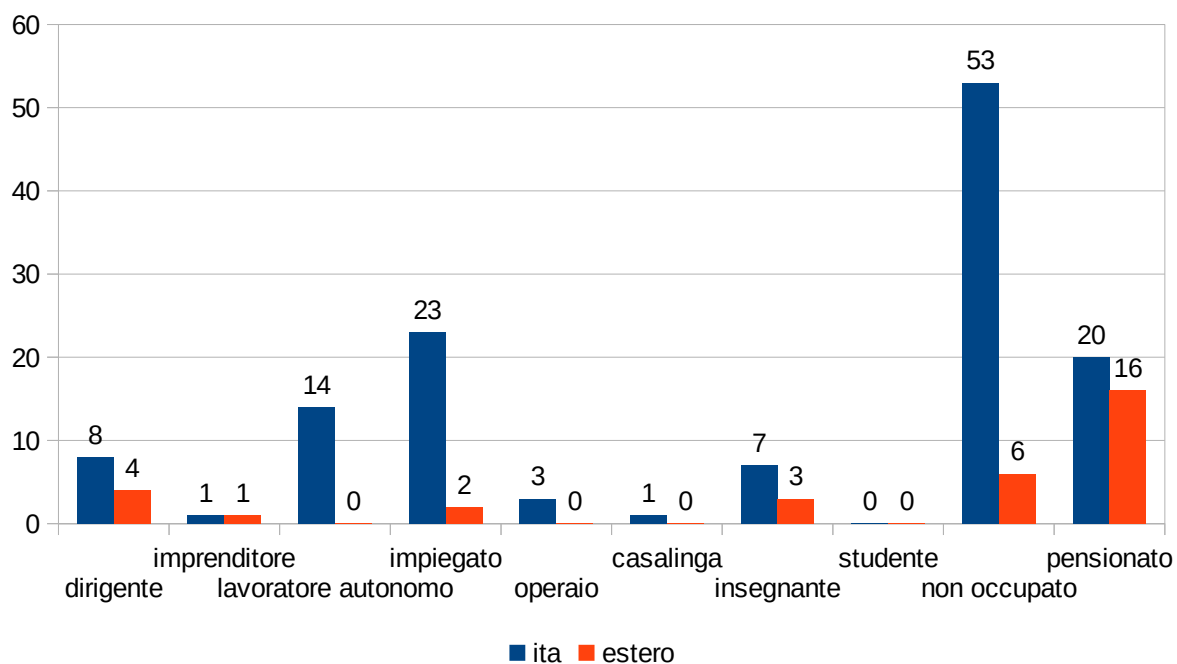


VISITATORI STRANIERI

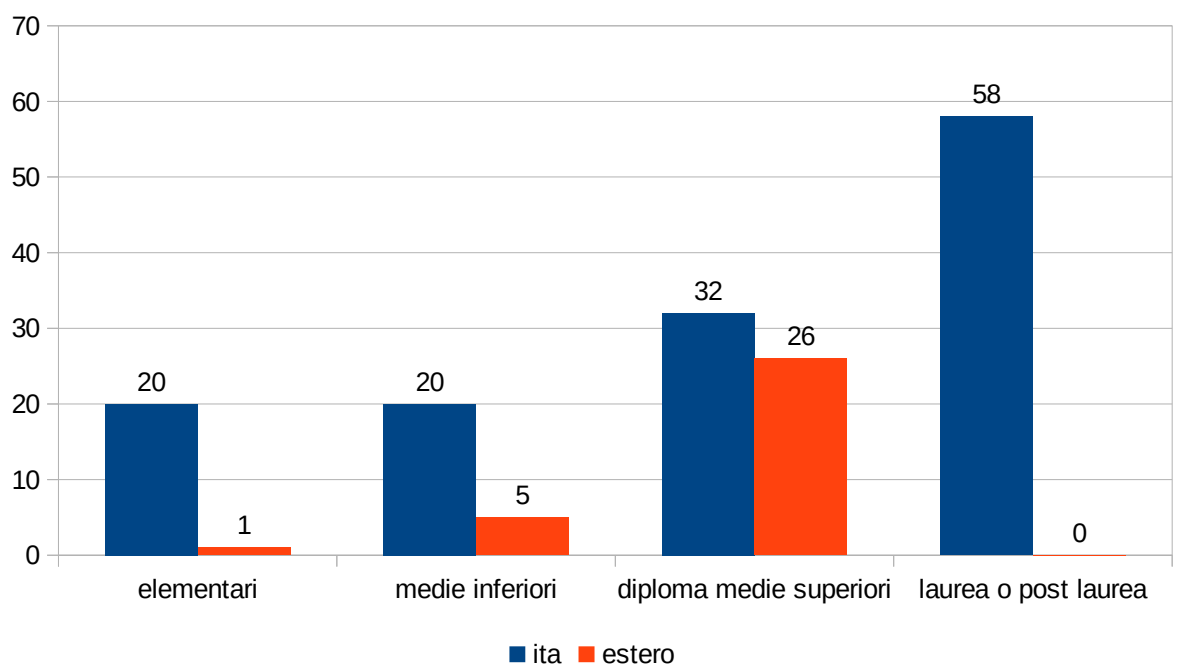
DA DOVE VIENI



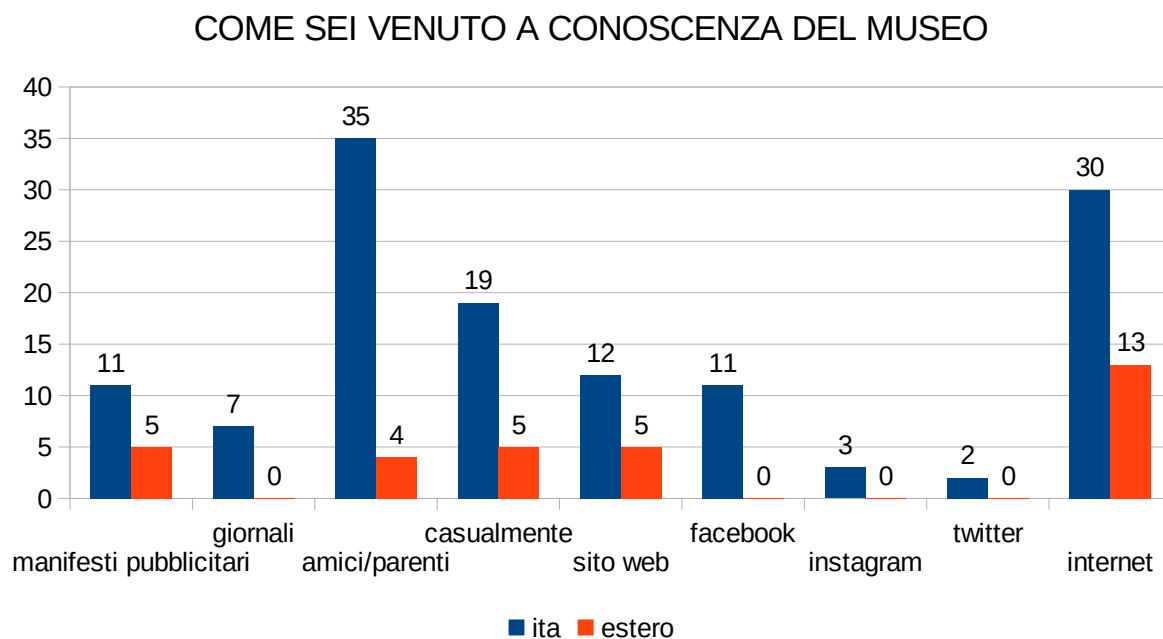
PROFESSIONE



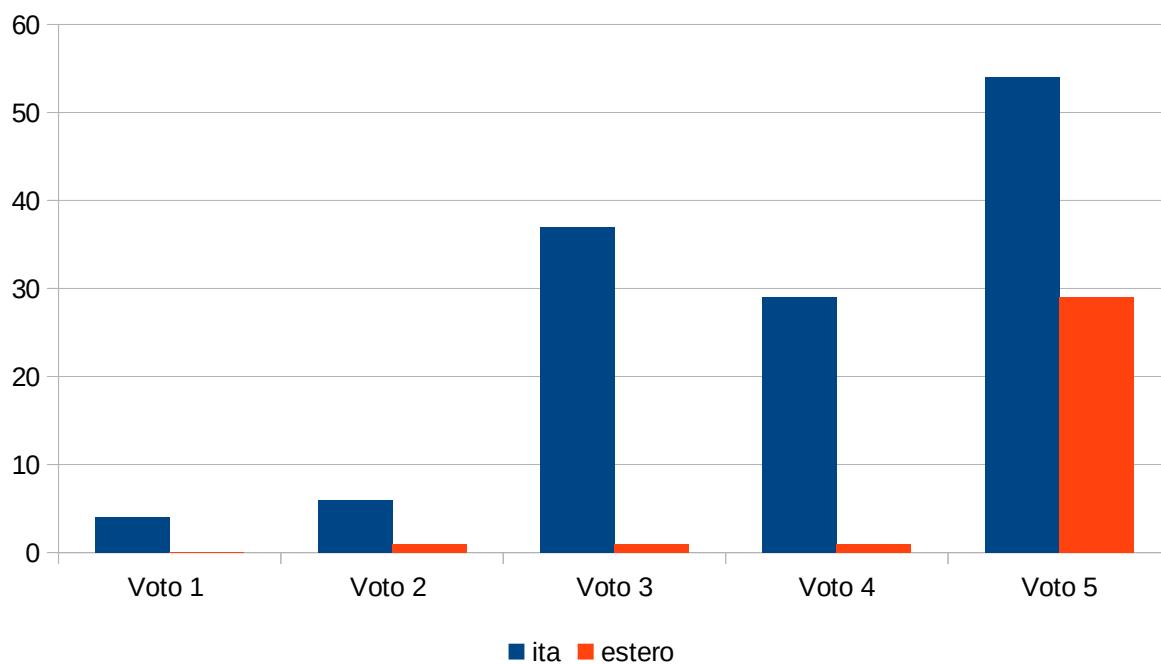
TITOLO DI STUDIO



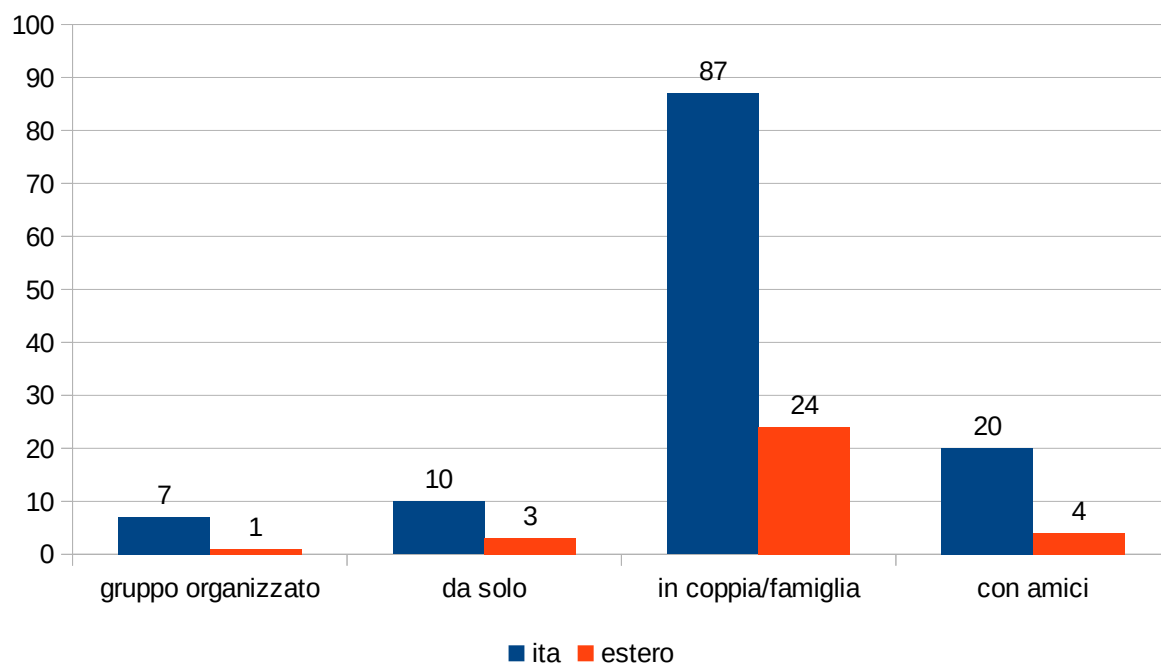
COME SEI VENUTO A CONOSCENZA DEL MUSEO



LA SEGNALETICA PER RAGGIUNGERE IL MUSEO E' CHIARA?

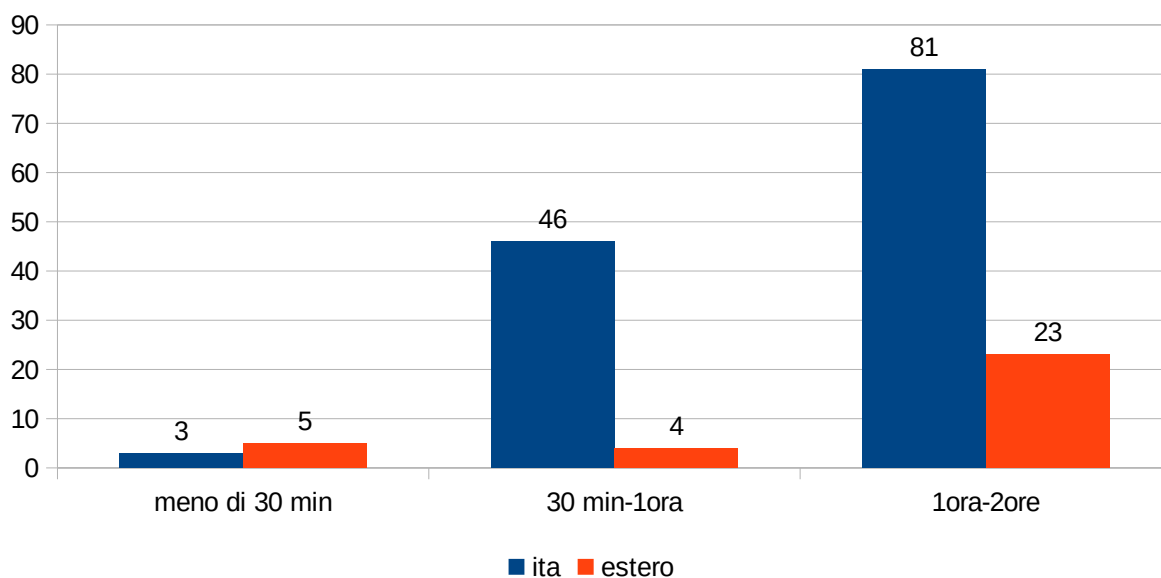


CON CHI HAI VISITATO IL MUSEO

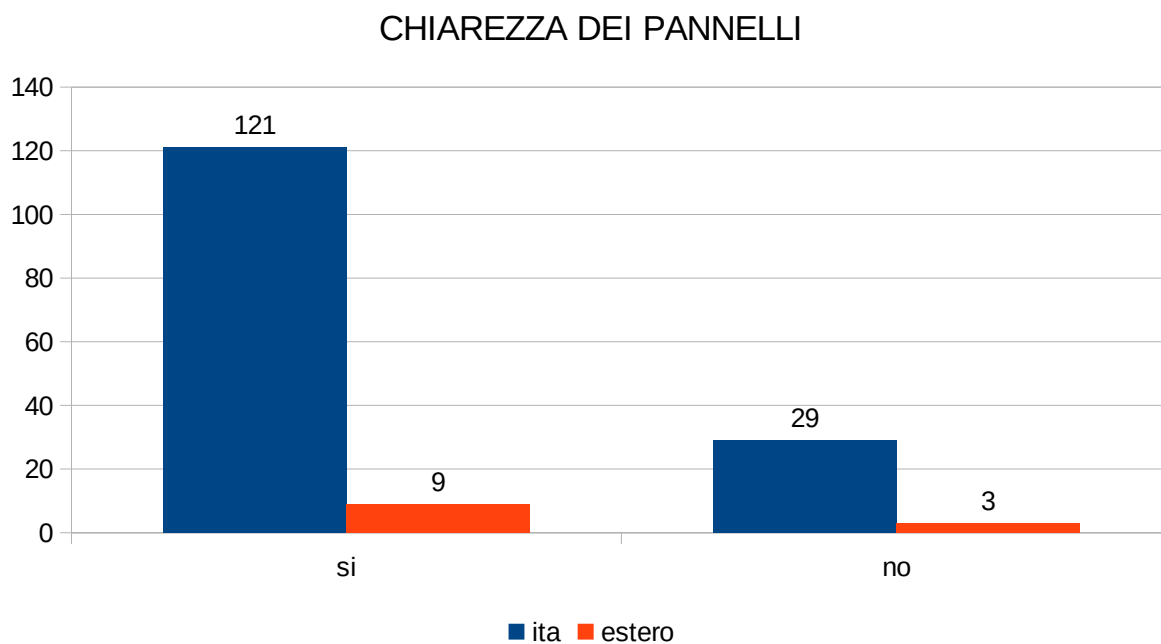


QUANTO TEMPO E' DURATA LA VISITA

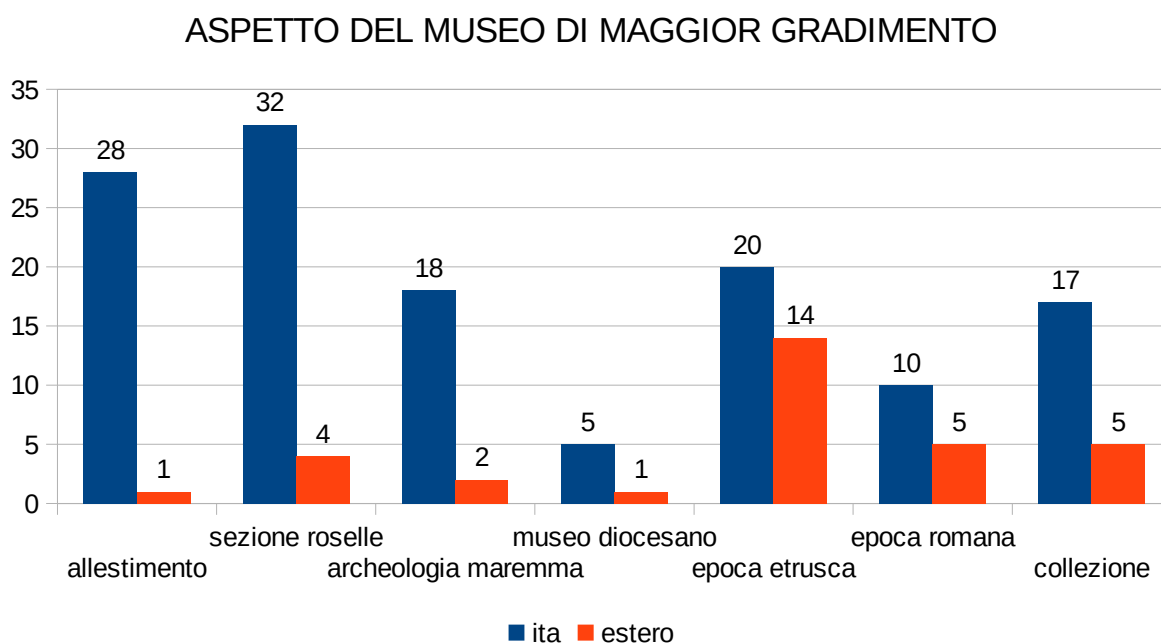
DURATA VISITA



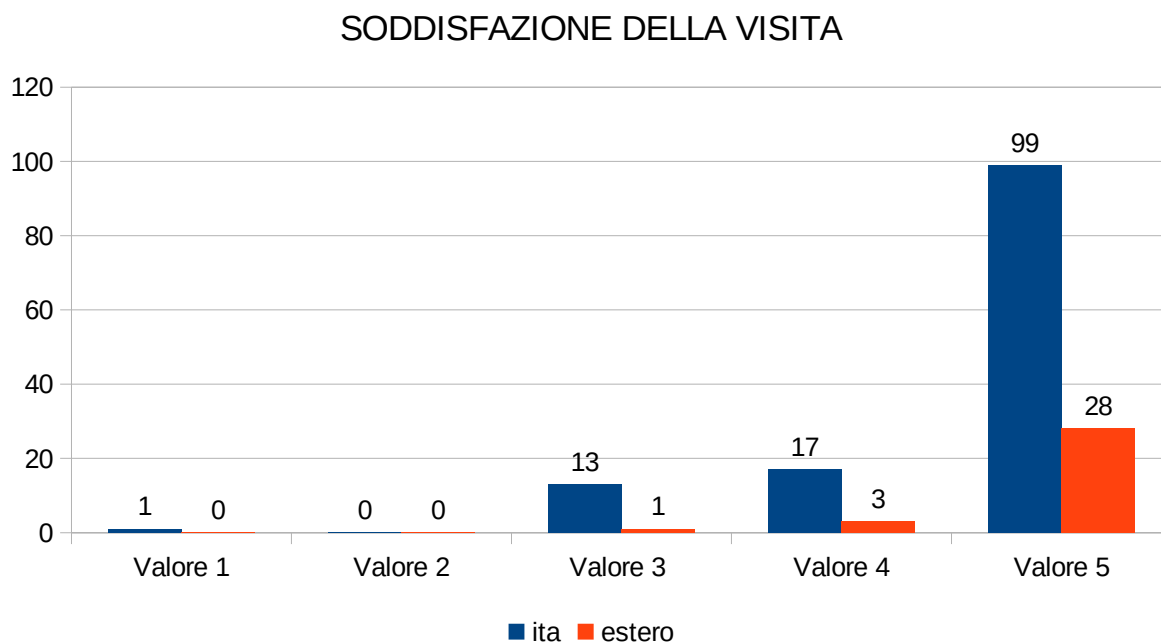
I PANNELLI ILLUSTRATIVI SONO SUFFICIENTEMENTE CHIARI?



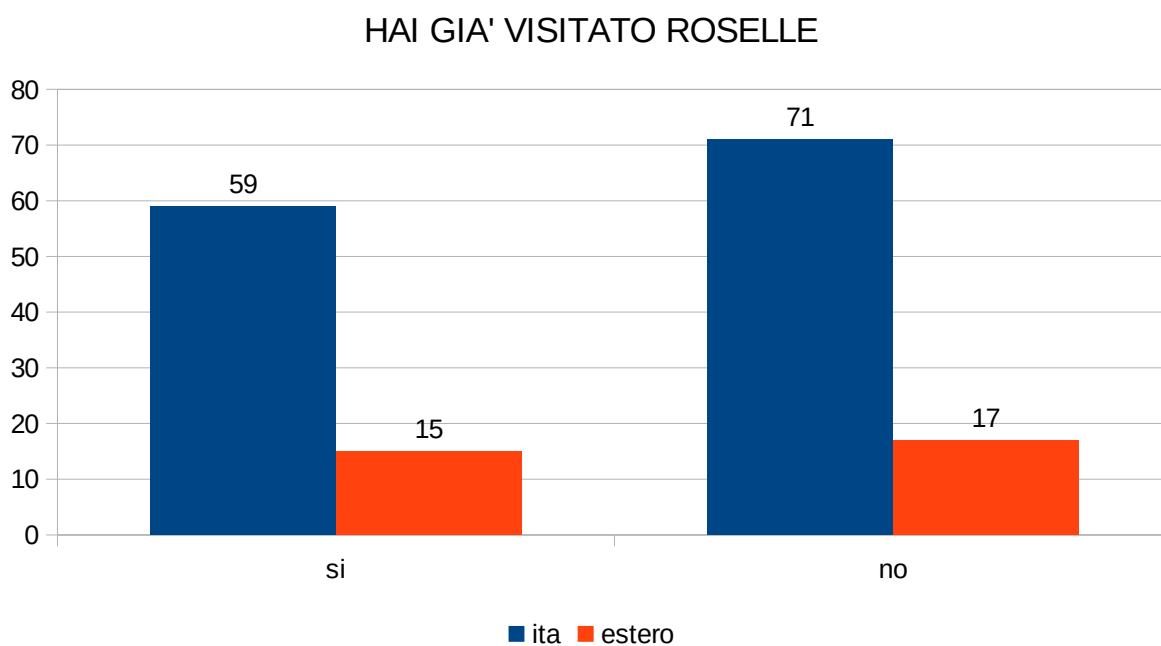
ASPETTO DELL'ESPOSIZIONE DI MAGGIOR GRADIMENTO



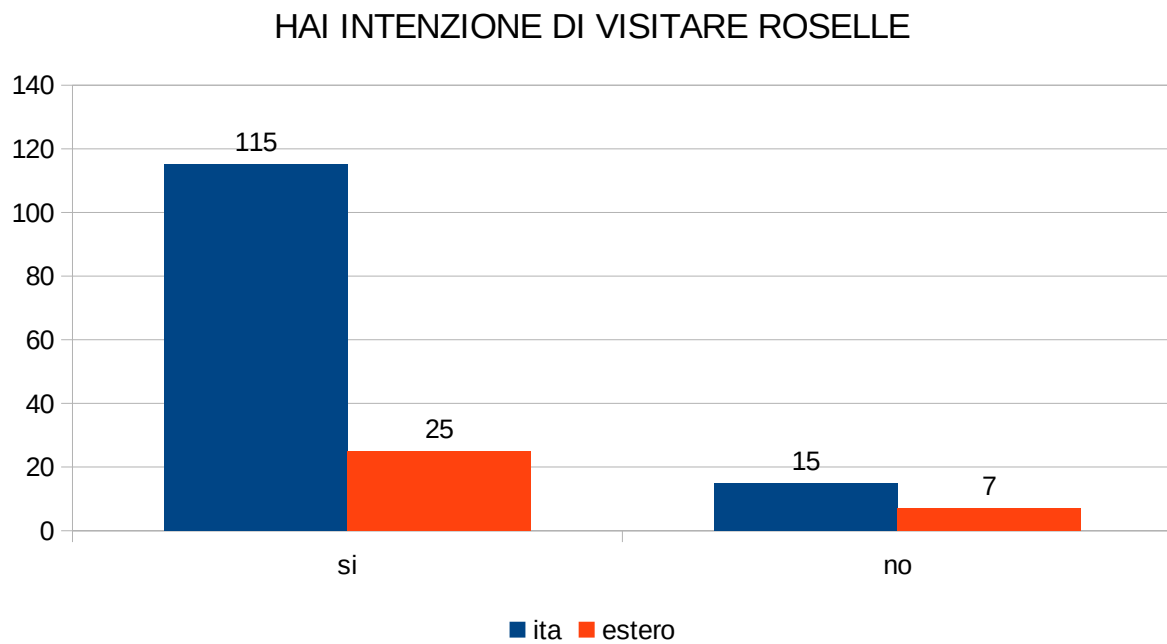
SEI SODDISFATTO DELLA VISITA?



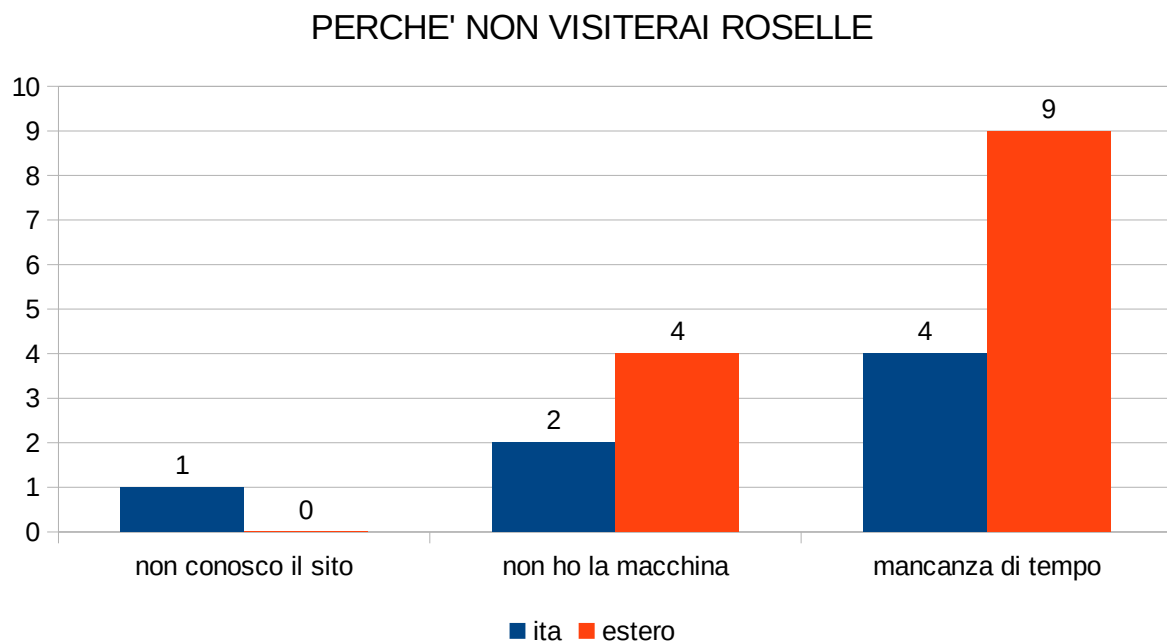
HAI GIA' VISITATO L'AREA ARCHEOLOGICA DI ROSELLE?



HAI INTENZIONE DI VISITARLA?



SE NO, PERCHE'?



CONCLUSIONI

I dati raccolti fanno emergere una novità interessante sull'età dei visitatori del Museo, dato che sembra in grande aumento la fascia di visitatori italiani sotto i 18 anni che giungono nel nostro museo.

Ben rappresentata anche la fascia 46-65 anni, in diminuzione quella degli over 65, segno che il pubblico del MAAM inizia ad essere più giovane di quello abituale.

Il rapporto tra pubblico maschile e femminile è costante.

I visitatori appartengono ad una fascia culturale alta, con maggioranza di diplomati o laureati.

Anche se il passaparola tra amici e parenti risulta ancora il modo più diffuso per conoscere il Museo, aumenta in maniera considerevole l'utilizzo di sistemi digitali come la ricerca su Internet e i social, particolarmente curati e ormai importante mezzo di comunicazione del nostro museo.

Non sono presenti criticità per quanto riguarda la segnaletica per raggiungere il Museo né tantomeno per quanto riguarda la chiarezza dei pannelli esplicativi nel percorso espositivo.

Si conferma il favore del pubblico per la collezione etrusca e la sezione dedicata a Roselle, oltre che per l'allestimento museale in generale.

La maggior parte del pubblico è intenzionato a visitare l'area archeologica di Roselle. Chi non può afferma di non avere sufficiente tempo a disposizione e, soprattutto tra gli stranieri, di non avere l'automobile per raggiungerla.

Concludiamo affermando come il MAAM, ancora una volta, sia visto come museo adatto per le famiglie e per visite lunghe e approfondite.

ANALISI DELL'UTILIZZO DEL SITO WEB DEL MUSEO

INTRODUZIONE

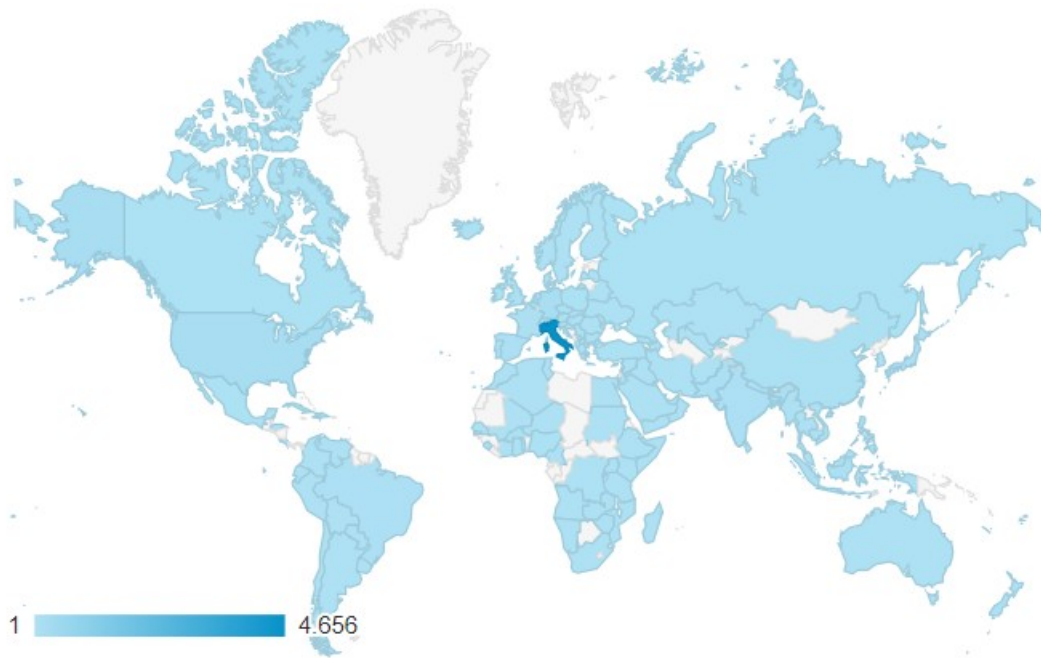
I dati relativi all'utilizzo del sito web del MAAM sono forniti da Google Analytics, un servizio di Web analytics gratuito di Google che consente di analizzare delle dettagliate statistiche sui visitatori di un sito Web. Sul sito è possibile monitorare i visitatori provenienti da tutte le fonti, siano essi motori di ricerca, siti referer o campagne a pagamento, il Display Advertising, le reti di Pay per click e le email marketing, ma anche i collegamenti all'interno dei documenti PDF.

Le analisi statistiche coprono tutto l'anno 2019

Per meglio comprendere i grafici forniamo una breve glossario delle voci riportate come sono spiegate da Google Analytics:

- sessione: il numero totale di sessioni nell'intervallo di date. Una sessione corrisponde al periodo di tempo in cui un utente interagisce con il sito web, l'app e così via. Tutti i dati sull'utilizzo (visualizzazioni di schermate, eventi, e-commerce, ecc.) vengono associati ad una sessione
- % nuove sessioni: una stima della percentuale delle prime visite
- nuovi utenti: il numero di utenti alla prima visita durante l'intervallo di date selezionato
- frequenza di rimbalzo: è la percentuale di visite ad una sola pagina, ossia visite in cui la persona esce dal sito dalla stessa pagina in cui è entrata senza interagire con essa
- pagine/sessione: (profondità della pagina media) corrisponde al numero medio di pagine visualizzate durante una sessione. Comprende le visualizzazioni ripetute della stessa pagina
- durata sessione media: la durata di una sessione media
- visualizzazione di pagina: indica il numero totale di pagine visualizzate. Comprende le visualizzazioni ripetute della stessa pagina
- visualizzazioni di pagine uniche: indica il numero di visite in cui la pagina specificata è stata visualizzata almeno una volta. Si calcola una visualizzazione di pagina per ogni combinazione Url della pagina + Titolo della pagina
- tempo medio sulla pagina: la quantità media di tempo passata dagli utenti a visualizzare una specifica pagina o schermata o un insieme di pagine o schermate
- % uscita: indica la percentuale di uscite dal sito da una pagina o un insieme di pagine specifico
- accessi: Indica il numero di volte in cui i visitatori sono entrati nel tuo sito attraverso una pagina o un insieme di pagine specifiche
- traffico di referral: traffico che arriva al tuo sito web tramite un'altra sorgente, ad esempio un link su un altro dominio. Analytics riconosce automaticamente dove si trova il traffico immediatamente prima di arrivare al tuo sito e visualizza nei rapporti i nomi di dominio di questi siti come sorgenti di traffico dai referral

1. PAESE DI PROVENIENZA



Paese	Acquisizione			Comportamento			Conversioni		
	Utenti	Nuovi utenti	Sessioni	Frequenza di rimbalzo	Pagine/sessione	Durata sessione media	Tasso di conversione all'obiettivo	Completamenti obiettivo	Valore obiettivo
	6.391 % del totale: 100,00% (6.391)	6.359 % del totale: 100,00% (6.359)	8.098 % del totale: 100,00% (8.098)	47,54% Media per vista: 47,54% (0,00%)	2,31 Media per vista: 2,31 (0,00%)	00:01:36 Media per vista: 00:01:36 (0,00%)	0,00% Media per vista: 0,00% (0,00%)	0 % del totale: 0,00% (0)	0,00 USD % del totale: 0,00% (0,00 USD)
1. 🇮🇹 Italy	4.656 (72,72%)	4.632 (72,84%)	6.031 (74,48%)	52,18%	2,47	00:02:00	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
2. 🇺🇸 United States	212 (3,31%)	211 (3,32%)	233 (2,88%)	52,79%	1,53	00:00:06	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
3. 🇩🇪 Germany	136 (2,12%)	132 (2,08%)	161 (1,99%)	40,99%	2,24	00:01:14	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
4. (not set)	121 (1,89%)	120 (1,89%)	125 (1,54%)	76,00%	1,24	00:00:02	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
5. 🇨🇳 China	79 (1,23%)	78 (1,23%)	90 (1,11%)	54,44%	1,50	00:00:25	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
6. 🇬🇧 United Kingdom	73 (1,14%)	73 (1,15%)	79 (0,98%)	53,16%	1,54	00:00:13	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
7. 🇫🇷 France	66 (1,03%)	65 (1,02%)	79 (0,98%)	40,51%	1,92	00:01:11	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
8. 🇮🇩 Indonesia	49 (0,77%)	49 (0,77%)	58 (0,72%)	37,93%	1,62	00:00:04	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
9. 🇵🇰 Pakistan	47 (0,73%)	47 (0,74%)	47 (0,58%)	91,49%	1,09	00:00:01	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
10. 🇮🇳 India	46 (0,72%)	46 (0,72%)	54 (0,67%)	3,70%	1,96	00:00:08	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)

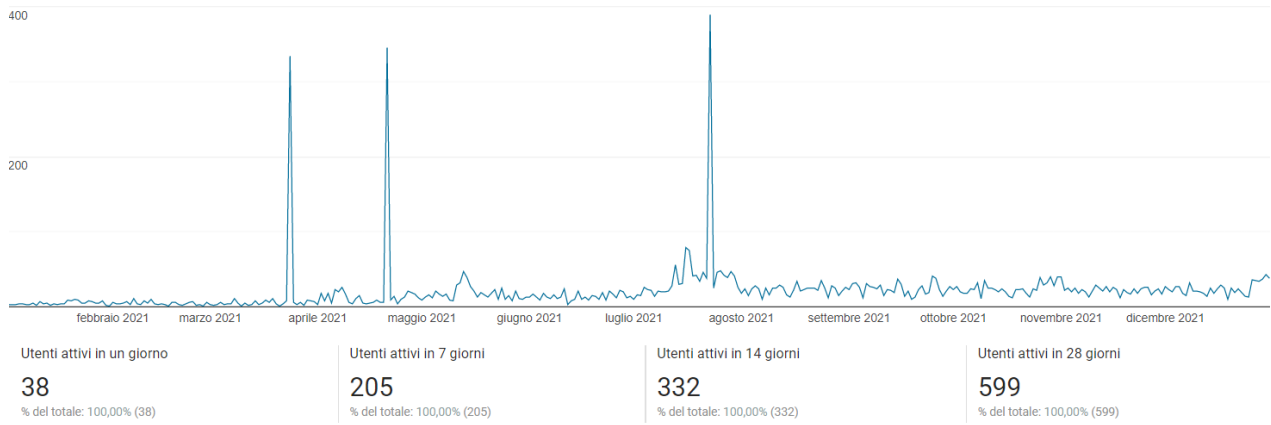
2 LINGUA

Lingua ?	Acquisizione			Comportamento			Conversioni		
	Utenti ? ↓	Nuovi utenti ?	Sessioni ?	Frequenza di rimbalzo ?	Pagine/sessione ?	Durata sessione media ?	Tasso di conversione all'obiettivo ?	Completamenti obiettivo ?	Valore obiettivo ?
	6.391 % del totale: 100,00% (6.391)	6.359 % del totale: 100,00% (6.359)	8.098 % del totale: 100,00% (8.098)	47,54% Media per vista: 47,54% (0,00%)	2,31 Media per vista: 2,31 (0,00%)	00:01:36 Media per vista: 00:01:36 (0,00%)	0,00% Media per vista: 0,00% (0,00%)	0 % del totale: 0,00% (0)	0,00 USD % del totale: 0,00% (0,00 USD)
<input type="checkbox"/> 1. it-it	3.442 (53,70%)	3.413 (53,67%)	4.514 (55,74%)	52,44%	2,44	00:02:03	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 2. it	949 (14,80%)	934 (14,69%)	1.145 (14,14%)	51,88%	2,54	00:01:49	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 3. en-us	849 (13,24%)	848 (13,34%)	987 (12,19%)	45,09%	1,73	00:00:17	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 4. en-gb	323 (5,04%)	323 (5,08%)	408 (5,04%)	16,42%	2,10	00:00:35	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 5. de-de	161 (2,51%)	159 (2,50%)	192 (2,37%)	40,10%	2,41	00:01:47	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 6. de	85 (1,33%)	85 (1,34%)	103 (1,27%)	39,81%	2,58	00:01:11	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 7. fr-fr	69 (1,08%)	69 (1,09%)	79 (0,98%)	36,71%	2,20	00:00:43	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 8. zh-cn	49 (0,76%)	49 (0,77%)	51 (0,63%)	88,24%	1,59	00:00:48	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 9. es-es	44 (0,69%)	44 (0,69%)	51 (0,63%)	35,29%	2,06	00:01:01	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
<input type="checkbox"/> 10. fr	35 (0,55%)	34 (0,53%)	44 (0,54%)	29,55%	2,43	00:01:22	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)

3 CITTA' ITALIANE

Città ?	Acquisizione			Comportamento			Conversioni		
	Utenti ? ↓	Nuovi utenti ?	Sessioni ?	Frequenza di rimbalzo ?	Pagine/sessione ?	Durata sessione media ?	Tasso di conversione all'obiettivo ?	Completamenti obiettivo ?	Valore obiettivo ?
	6.391 % del totale: 100,00% (6.391)	6.359 % del totale: 100,00% (6.359)	8.098 % del totale: 100,00% (8.098)	47,54% Media per vista: 47,54% (0,00%)	2,31 Media per vista: 2,31 (0,00%)	00:01:36 Media per vista: 00:01:36 (0,00%)	0,00% Media per vista: 0,00% (0,00%)	0 % del totale: 0,00% (0)	0,00 USD % del totale: 0,00% (0,00 USD)
1. (not set)	811 (11,98%)	781 (12,28%)	934 (11,53%)	59,21%	1,80	00:00:50	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
2. Rome	785 (11,59%)	745 (11,72%)	917 (11,32%)	53,00%	2,29	00:01:35	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
3. Florence	651 (9,61%)	602 (9,47%)	778 (9,61%)	51,67%	2,42	00:02:06	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
4. Milan	552 (8,15%)	519 (8,16%)	672 (8,30%)	51,04%	2,42	00:01:56	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
5. Grosseto	375 (5,54%)	350 (5,50%)	555 (6,85%)	45,23%	2,70	00:02:08	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
6. Prato	273 (4,03%)	254 (3,99%)	389 (4,80%)	43,70%	3,21	00:03:45	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
7. Lucca	175 (2,58%)	164 (2,58%)	202 (2,49%)	54,46%	2,33	00:01:35	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
8. Pistoia	122 (1,80%)	111 (1,75%)	147 (1,82%)	59,18%	2,31	00:01:25	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
9. Bologna	94 (1,39%)	86 (1,35%)	103 (1,27%)	54,37%	2,29	00:02:27	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
10. Pisa	86 (1,27%)	82 (1,29%)	90 (1,11%)	51,11%	2,96	00:01:52	0,00%	0 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)

4 UTENTI ATTIVI IN UN GIORNO



5 UTENTI NUOVI E DI RITORNO

<input type="checkbox"/> Tipo di utente	Utenti	Utenti	Contributo al totale: <input type="text" value="Utenti"/>
	6.391 % del totale: 100,00% (6.391)	6.391 % del totale: 100,00% (6.391)	
<input type="checkbox"/> 1. ■ New Visitor	6.376	85,93%	
<input type="checkbox"/> 2. ■ Returning Visitor	1.044	14,07%	

Mostra righe: Vai a: 1 - 2 di 2

6 PAGINE PIU' VISUALIZZATE

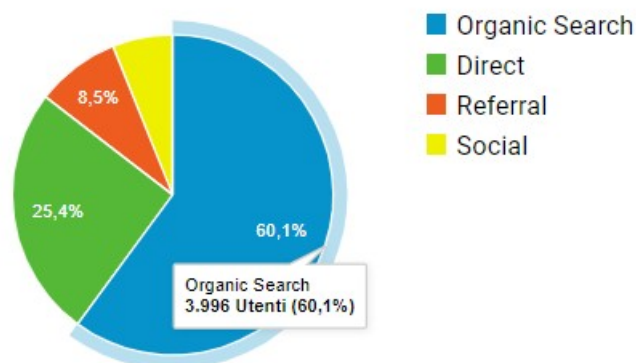
Pagina	Visualizzazioni di pagina	% Visualizzazioni di pagina
1. /	9.434	50,36%
2. /info-e-orari/	2.069	11,05%
3. /prenotazioni/	594	3,17%
4. /chi-siamo/	505	2,70%
5. /pillole-di-archeologia-e-darte/	425	2,27%
6. /percorso-espositivo/archeologia-della-maremma-e-antiquarium/	363	1,94%
7. /percorso-espositivo/roselle/	284	1,52%
8. /percorso-espositivo/dalla-collezione-del-canonico-chelli-al-museo-civico/	242	1,29%
9. /novita-da-museo/	230	1,23%
10. /didattica/	219	1,17%

7 FLUSSO DI UTILIZZO



8 CANALI DI ACQUISIZIONE

Canali principali



CONCLUSIONI

Il Museo Archeologico e d'Arte della Maremma dispone soltanto della versione in lingua italiana del proprio sito Internet, pertanto non sorprende che la maggior parte di coloro che lo visualizzano sia di lingua italiana e provenga dall' Italia. Seguono molti visitatori dagli Stati Uniti, dalla Germania, dalla Cina e dal Regno Unito.

Le città italiane dalle quali provengono la maggior parte degli accessi sono Roma, Firenze, Milano e Grosseto e, come visto dall'analisi dei questionari, corrispondono alle città con maggior numero di visitatori fisici del Museo.

Il comportamento di navigazione degli utenti rispecchia quello degli scorsi anni: il sito Internet viene utilizzato prevalentemente da nuovi visitatori mentre è molto più basso il numero di coloro che ritornano più volte sul sito. La navigazione è sempre piuttosto breve e non troppo approfondita e l'utente tende ad uscire dal sito dalla prima pagina visualizzata o al massimo dalla seconda.

Si riscontra un cambiamento tra le pagine più visualizzate, con la conferma di home e info e orari seguite questa volta dalla voce prenotazioni e da pillole di archeologia, la nuova sezione dedicata ai video divulgativi relativi alla collezione del Museo.

L'ultimo grafico permette di chiarire il modo in cui gli utenti trovano il sito Internet del MAAM: a fare da padrone c'è ovviamente la ricerca organica effettuata attraverso i motori di ricerca, a cui segue quella diretta (inserendo cioè l'URL del sito), poi quella di referral e infine quella dai social. Tra questi il più utilizzato si conferma Facebook seguito da Instagram.

Il trend di utilizzo del sito risulta in linea con quello degli scorsi anni con un cambiamento però importante: il suo utilizzo non è più soltanto indirizzato a reperire le informazioni propedeutiche alla visita fisica del MAAM ma anche alla ricerca di contenuti divulgativi.