

# Il Museo con i tuoi occhi

---

## INDAGINE SUI VISITATORI DEI MUSEI DEL POLO MUSEALE DELLA PUGLIA

### *Premessa*

Il progetto “Il Museo con i tuoi occhi” nasce dalla necessità di avviare **un’indagine conoscitiva sistematica** sui visitatori dei musei statali pugliesi, partendo dall’analisi della situazione attuale dei diversi luoghi della cultura del Polo museale della Puglia.

Le iniziative attuate negli anni passati hanno interessato solo alcuni siti del Polo, per cui, a oggi, non si dispone di una conoscenza diffusa del pubblico e di dati analitici che possano esaustivamente fornire il punto di vista dei visitatori, le loro esigenze e i loro indici di gradimento.

Il questionario è costituito da 18 domande relative alla **motivazione della visita**, alla **valutazione dell’esperienza**, alla **conoscenza del territorio**, alla **propensione culturale** del pubblico ed al **profilo del visitatore**.

In questa prima fase, si è volutamente scelto di sviluppare un tipo d’indagine polifunzionale, al fine di ottenere un database di riferimento propedeutico all’elaborazione di successive strategie di indagine specificamente modulate sui dati emersi.

### *Dati generali del progetto*

**PRIMO PERIODO DI RILEVAZIONE:** DAL 2 MAGGIO 2019 AL 31 AGOSTO 2019

**SECONDO PERIODO DI RILEVAZIONE:** DAL 1 SETTEMBRE AL 31 DICEMBRE 2019

**LINGUA DEL QUESTIONARIO:** ITALIANO/INGLESE

## **Obiettivi**

- Approfondire la conoscenza dei visitatori
- Dare alla comunità locale la possibilità di partecipare attivamente all'elaborazione di nuove strategie di sviluppo che interessano il territorio
- Raggiungere nuovi pubblici e incentivare quelli abituali a conoscere tutti i siti del Polo museale della Puglia
- Valutare come viene percepito il ruolo del Polo Museale nel territorio pugliese

## **Descrizione delle attività**

### **ATTIVITÀ 1 - CONSEGNA DEL MATERIALE E SOMMINISTRAZIONE DEL QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE (PERIODO 1: MAGGIO-AGOSTO; PERIODO 2: SETTEMBRE-DICEMBRE)**

- *Inoltro del questionario di valutazione, delle istruzioni e del progetto ai Direttori dei singoli siti e individuazione del referente di progetto*

### **ATTIVITÀ 2 - CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE (DA MAGGIO A DICEMBRE 2019)**

- *Promozione dell'iniziativa sul sito web e sui canali social del Polo Museale della Puglia e degli istituti afferenti*

- *Divulgazione e condivisione dei risultati ottenuti alla fine di ogni periodo di indagine sui canali social del Polo Museale della Puglia e degli istituti afferenti*

### **ATTIVITÀ 3 - DISTRIBUZIONE DELLA CARD (DA MAGGIO A DICEMBRE 2019)**

- *Al momento della compilazione del questionario verrà rilasciata una card/cartolina collegata all'iniziativa "Il museo con i tuoi occhi" al fine di incentivare la fruizione e la conoscenza degli istituti del Polo*

### **ATTIVITÀ 4 - ANALISI ED ELABORAZIONE DEI DATI RACCOLTI (DA MAGGIO A DICEMBRE 2019)**

- *Durante la fase di somministrazione (o al termine di ogni periodo), i dati raccolti andranno immessi dai referenti di progetto in un database di riferimento i quali provvederanno a computarli e, al termine di ogni periodo di distribuzione, a comunicarli al gruppo di lavoro appositamente istituito*

### ***Risultati attesi***

Il progetto mira ad ottenere i seguenti risultati:

- Individuare, tramite l'analisi dei dati raccolti, le diverse tipologie di pubblici (identità, profilo, comportamento, motivazioni), definendo precise strategie di coinvolgimento e fidelizzazione per ognuna di esse
- Creare un primo database di riferimento per sviluppare precise strategie comunicative e future indagini di rilevazione
- Identificare i punti di forza e le criticità dei luoghi della cultura oggetto d'indagine al fine di implementare i primi ed elaborare specifiche strategie di sviluppo per le seconde
- Determinare fattori incentivanti e progetti volti ad ampliare la partecipazione del pubblico e il coinvolgimento di specifici target alle iniziative del Polo
- Aumentare la visibilità dei siti del Polo
- Migliorare la progettazione e la qualità della comunicazione per accrescere la soddisfazione dell'utente e la qualità complessiva della sua esperienza di visita