



job 19113  
11 | 2019



projeto  
**SATISFAÇÃO 2019**

# OBJETIVO E METODOLOGIA

## Avaliar o nível de satisfação do público da OSESP

- § Através de entrevistas online
- § Via email-convite para todos os públicos: compradores avulsos, assinantes novos, assinantes antigos e assinantes série flexível (listagens fornecidas pela OSESP)
- § Data de coleta: entre dias 09/09/2019 e 04/10/2019
- § O estudo teve caráter branded, ou seja, os respondentes souberam que o solicitante da pesquisa é a Fundação OSESP.
- § Os resultados de 2019 estão sendo comparados com 2016, 2017 e 2018 sempre que possível.





# COM QUEM FALAMOS

- § Homens e mulheres;
- § Acima de 16 anos;
- § Espectadores dos concertos da OSESP;
- § Frequentadores da Sala São Paulo;
- § Assinantes: 4.657 e-mails (8% de retorno);
- § Compradores de Ingressos Avulsos: 32.037 e-mails (27% de retorno)

PERFIL	Universo 2019	REALIZADO 2019	MARGEM DE ERRO
Assinantes	4.657	580	4%
Compradores avulsos	32.037	1.169	3%
<b>TOTAL</b>	<b>35.946</b>	<b>1.682</b>	<b>2%</b>

ANO	Universo	Realizado
2018	18.619	1.392
2017	28.646	1.168
2016	29.524	1.313



# COM QUEM FALAMOS

- § Homens e mulheres;
- § Acima de 16 anos;
- § Espectadores dos concertos da OSESP;
- § Freqüentadores da Sala São Paulo;
- § Assinantes: 4.657 e-mails (8% de retorno);
- § Compradores de Ingressos Avulsos: 32.037 e-mails (27% de retorno)

2018


Assinantes: 6.809 e-mails (10% de retorno);  
Compradores de Ingressos Avulsos: 11.810 e-mails (6,6% de retorno)

2017

Assinantes: 3.550 e-mails (14% de retorno);  
Compradores de Ingressos Avulsos: 10.591 e-mails (6% de retorno)

2016

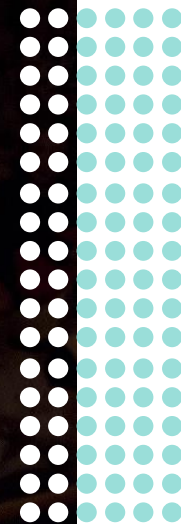
Assinantes: 5.385 e-mails (8% de retorno);  
Compradores de Ingressos Avulsos: 7.565 e-mails (5% de retorno)





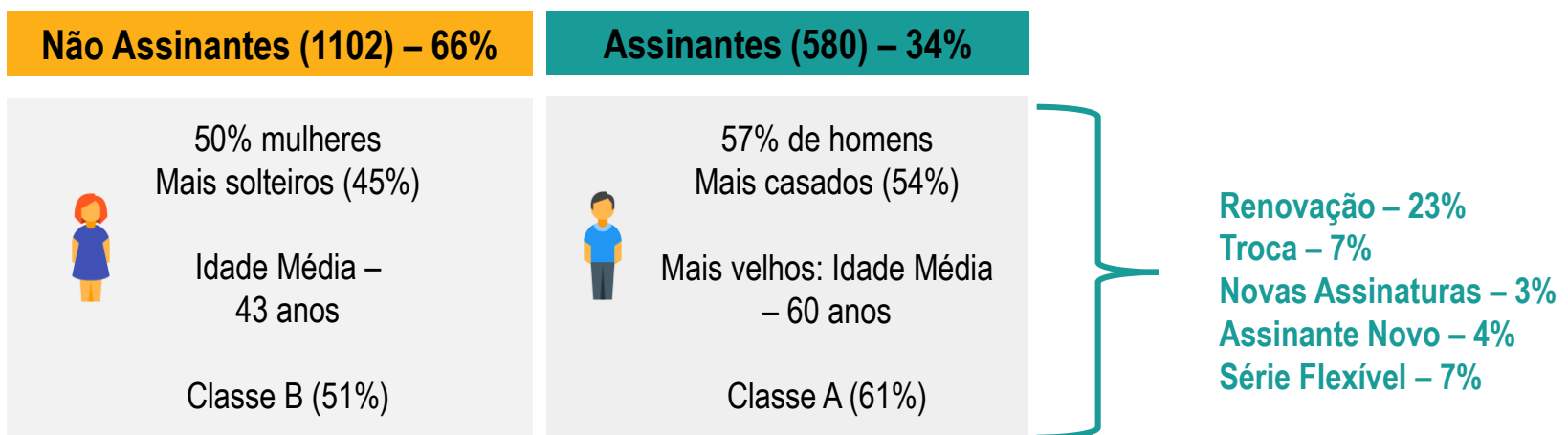
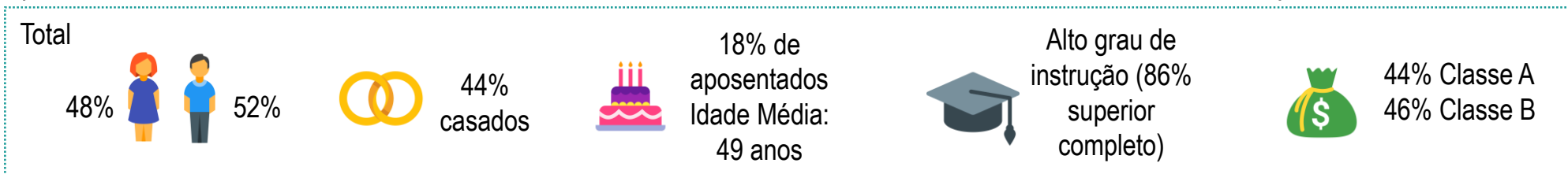


# QUEM É O PÚBLICO



# COM QUEM FALAMOS

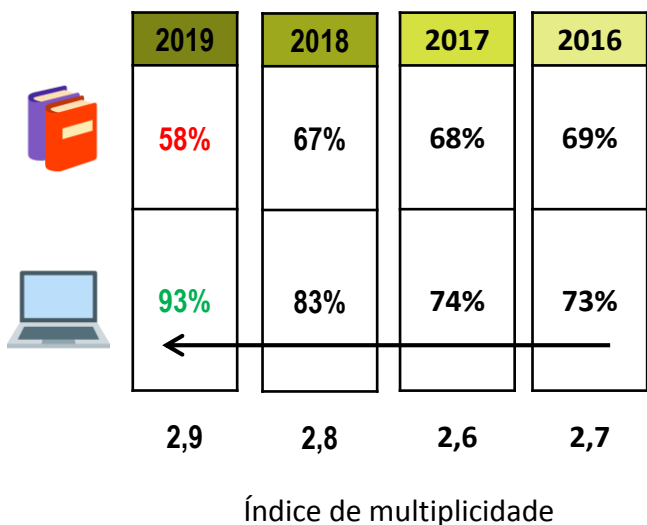
*Aumento da participação da classe B na amostra  
(de 23% em 2018 para 46% em 2019 – maior número de Não Assinantes este ano)*



# COMO SE INFORMAM?

Aumento do número de pontos de contato ao longo dos anos

Pela 1ª. Vez Internet é mais relevante para os Assinantes que as mídias convencionais



Apesar da mídia Convencional ainda ser relevante para o Assinante, este ano o Digital está mais forte inclusive para esse target

**Assinante**  
79% convencional X 89% digital

**Não Assinante**  
90% digital X 46% convencional

Uso do Site

**Assinante**  
63% X 61% (2018)

**Não Assinante**  
77% X 78% (2018)

%	2019	2018	2017	2016
<b>MÍDIA CONVENCIONAL</b>				
Livreto de assinaturas da Temporada de concertos	22	33	36	39
Revista Osesp Anual	15	24	30	32
Folders distribuídos na Sala São Paulo	18	25	20	16
Jornais	16	18	20	22
Amigos ou parentes	16	12	8	8
Revistas	8	10	12	12
Rádio	9	10	12	11
<b>MÍDIA DIGITAL</b>				
<b>Site da OSESP</b>	<b>72</b>	<b>69</b>	<b>66</b>	<b>63</b>
Emails enviados pela OSESP	50	27	0	15
Aplicativo OSESP	12	18	///	///
<b>MÍDIA SOCIAL (2019)</b>			<b>30%</b>	
Facebook (14% em 2018)			22	
Instagram			14	
Youtube (1% em 2018)			2	
Twitter (1% em 2018)			2	

Base: Amostra Total:  
2019 - 1682  
2018 - 1392  
2017 - 1168  
2016 - 1313

# CAI FREQUENCIA DE ATIVIDADES CULTURAIS DE FORMA GERAL

Base: Amostra Total - 1.682

## Museus/Exposições



**94%**

Uma vez a cada dois meses\*  
(em 2018 – 1 vez por mês\*)

## Cinema



**93%**

Pelo menos uma vez por mês\*  
(mesma frequência de 2018)

## Teatro



**85%**

3 vezes ao ano\*  
(em 2018 – 2 vezes por ano\*)

\*Mediana

P60. Você costuma frequentar...? Se sim, qual a frequência:



# CRESCER AUDIÊNCIA DA ORQUESTRA SINFÔNICA MUNICIPAL DE SÃO PAULO E DA ORQUESTRA JAZZ SINFÔNICA

52% assistem outras Orquestras além da OSESP

Além da OSESP assistem a:	2019	2018	2017	2016
Orquestra Sinfônica Municipal de São Paulo	25%	20%	20%	17%
Orquestra Sinfônica Brasileira	4%	4%	4%	5%
Orquestra do Theatro São Pedro	12%	12%	///	///
Orquestra Sinfônica da USP	14%	11%	11%	10%
Orquestra Jazz Sinfônica	16%	10%	10%	9%
Orquestra Bachiana Filarmônica	7%	6%	11%	7%
<b>Orquestras e Grupos Internacionais</b>	<b>18%</b>	<b>21%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>

Cultura Artística	48%
Outros - Orquestras e Grupos Internacionais que assistiu	50%
Mozarteum Brasileiro	31%
Tucca - Orquestras e Grupos Internacionais que assistiu	27%

Base: Amostra Total - 1.682

P2. De quais orquestras você assistiu a pelo menos um Concerto/Ensaio nos últimos 12 meses? Assinale quantas alternativas forem necessárias (RM)

# 2 capítulo

## IMAGEM E SATISFAÇÃO





# CRESCER PERCEPÇÃO DE QUE OSESP CONTRIBUI EFETIVAMENTE PARA O CULTIVO DA MÚSICA BRASILEIRA

	2019	2018	2017	2016
Goza de Prestígio Internacional	91%	87%	89%	87%
Contribui efetivamente para o cultivo da música brasileira	88%	83%	//	//

## Top 2 Boxes (Concordo)

Novas afirmações	2019
Principal referência na música sinfônica no Brasil e na América Latina	87%
A OSESP é uma orquestra que contribui efetivamente para a democratização da música clássica	84%

Base: Amostra Total - 1.682

P8. O quanto você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir?  
Por favor, use uma escala de 1 a 5, onde 1 é discordo totalmente e 5 é concordo totalmente

# PROJETOS OSESP MAIS CONHECIDOS

CRESCE EM 10% CITAÇÃO A TRANSMISSÃO DE CONCERTOS AO VIVO PELA INTERNET AO PASSO QUE CAI A MENÇÃO À REVISTA OSESP

## Projetos Mais Citados (pelo menos 70%)

	2019	2018	2017	2016
Festival de Inverno Campos do Jordão	92%	90%	92%	93%
Concertos Matinais	92%	90%	89%	91%
Ensaios gerais da Osesp	87%	85%	87%	86%
Transmissão de concerto ao vivo pela internet	74%	64%	60%	63%
CDs gravados pela Osesp	71%	78%	80%	82%
Concertos fora do estado, no Brasil e exterior	74%	72%	78%	80%
Visitas monitoradas à Sala São Paulo	82%	78%	80%	79%

## Projetos Menos Citados (Inferior a 70%)

	2019	2018	2017	2016
Programa Descubra a Orquestra	53%	49%	53%	56%
Academia de Música da Osesp	62%	56%	56%	53%
Selo Digital Osesp	42%	45%	53%	47%
Passe Livre Universitário	43%	46%	42%	44%
Editora da Osesp	43%	43%	44%	41%
Minuto Osesp	38%	41%	38%	38%
Mediateca	24%	23%	24%	22%
Sou Osesp   Plano Azul	51%	50%	59%	59%
Sou Osesp   Plano Verde	49%	47%	--	--
Programa Sua Orquestra	--	--	59%	59%
Revista Osesp	66%	76%	81%	84%
Falando de Música na Osesp	56%	70%	67%	67%

Base: Amostra Total - 1.682

P12. Quais dos seguintes projetos e serviços você conhece, mesmo que seja apenas de ter ouvido falar? Assinale quantas alternativas forem necessárias. (RM – RODIZIAR)

# PROJETOS OSESP MAIS CONHECIDOS - ASSINANTES

ALÉM DA TRANSMISSÃO DE CONCERTOS AO VIVO PELA INTERNET, CRESCE CONHECIMENTO DOS ASSINANTES SOBRE QUASE TODOS OS PROGRAMAS QUE FORAM MENOS CITADOS EM 2018

## Projetos Mais Citados (pelo menos 80% )

	2019	2018
Festival de Inverno de Campos do Jordão	95%	95%
Concertos Matinais	94%	93%
Revista Osesp   Anual	93%	93%
Ensaio gerais da Osesp	90%	87%
Visitas monitoradas à Sala São Paulo	89%	85%
CDs gravados pela Osesp	88%	88%
Transmissão de concertos ao vivo pela Internet	86%	77%
Concertos fora do Estado, no Brasil e exterior	84%	81%
Falando de Música na Osesp	84%	85%

## Projetos Menos Citados (Inferior a 80%)

	2019	2018
Academia de Música da Osesp	75%	68%
Sou Osesp   Plano Azul	73%	60%
Programa Descubra a Orquestra na Sala São Paulo	70%	60%
Sou Osesp   Plano Verde	68%	53%
Selo Digital Osesp	61%	57%
Editora da Osesp	60%	51%
Passe Livre Universitário	48%	50%
Minuto Osesp	48%	46%
Mediateca do Centro de Documentação Musical Maestro Eleazar de Carvalho	34%	29%



# PROJETOS OSESP MAIS CONHECIDOS – NÃO ASSINANTES

DESAFIO COM NÃO ASSINANTES É MAIOR PARA AUMENTAR CONHECIMENTO SOBRE OS PROJETOS

## Projetos Mais Citados (pelo menos 70% )

	2019	2018
Festival de Inverno de Campos do Jordão	90%	85%
Concertos Matinais	92%	89%
Ensaio gerais da Osesp	85%	83%
Visitas monitoradas à Sala São Paulo	78%	70%

## Projetos Menos Citados (Inferior a 70%)

	2019	2018
CDs gravados pela Osesp	62%	68%
Transmissão de concertos ao vivo pela Internet	68%	53%
Concertos fora do Estado, no Brasil e exterior	69%	65%
Falando de Música na Osesp	41%	57%
Sou Osesp   Plano Verde	55%	46%
Revista Osesp   Anual	51%	60%
Selo Digital Osesp	40%	40%
Editora da Osesp	44%	38%
Passe Livre Universitário	40%	41%
Minuto Osesp	31%	35%
Mediateca do Centro de Documentação Musical Maestro Eleazar de Carvalho	34%	35%
Academia de Música da Osesp	40%	43%
Sou Osesp   Plano Azul	33%	36%
Programa Descubra a Orquestra na Sala São Paulo	18%	16%

P12. Quais dos seguintes projetos e serviços você conhece, mesmo que seja apenas de ter ouvido falar? Assinale quantas alternativas forem necessárias. (RM – RODIZIAR)

# IMPORTÂNCIA DOS PROJETOS:

CRESCE RELEVÂNCIA DOS CONCERTOS MATINAIS, QUE ULTRAPASSA IMPORTÂNCIA DA ACADÊMIA DE MÚSICA DA OSESP OCUPANDO A PRIMEIRA POSIÇÃO

Base: Amostra Total - 1.682

## Projetos Mais Citados (pelo menos 30%)

	2019	2018	2017	2016
Concertos Matinais	60%	54%	51%	47%
Academia de Música da Osesp	56%	57%	54%	50%
Programa Descubra a Orquestra	51%	48%	45%	43%
Festival de Inverno Campos do Jordão	43%	37%	35%	31%
Transmissão de concertos por Internet ao Vivo	38%	35%	32%	30%
Ensaaios gerais	35%	33%	35%	28%
Visitas monitoradas à Sala São Paulo	37%	27%		
Passé Livre Universitário	37%	34%		

## Projetos Menos Citados (Inferior a 30%)

Concertos fora do Estado, no Brasil e exterior
Falando de Música na Oses
Editora da Osesp
CDs gravados pela Osesp
Mediateca
Selo Digital Osesp
Revista Osesp
Sou Osesp   Plano Azul
Minuto Osesp
Sou Osesp   Plano Verde

**Visitas monitoradas à Sala São Paulo migra para lista de projetos mais citados**

# IMPORTÂNCIA DOS PROJETOS: NÃO-ASSINANTES

CRESCER RELEVÂNCIA DOS CONCERTOS MATINAIS, VISITAS MONITORADAS À SALA OSESP, PASSE LIVRE UNIVERSITÁRIO E FESTIVAL DE INVERNO DE CAMPOS DO JORDÃO

Base: Amostra Total - 1.002

## Projetos Mais Citados (pelo menos 20% )

	2019	2018
Concertos Matinais	65%	58%
Academia de Música da Osesp	55%	57%
Programa Descubra a Orquestra na Sala São Paulo	51%	51%
Visitas monitoradas à Sala São Paulo	41%	32%
Passe Livre Universitário	41%	34%
Festival de Inverno de Campos do Jordão	40%	32%
Ensaio gerais da Osesp	39%	37%
Transmissão de concertos ao vivo pela Internet	39%	35%
Concertos fora do Estado, no Brasil e exterior	26%	29%

## Projetos Menos Citados (Inferior a 20%)

Falando de Música na Osesp: palestras com o Profº Leandro Oliveira

Editora da Osesp

Mediateca do Centro de Documentação Musical Maestro Eleazar de Carvalho:

Selo Digital Osesp

CDs gravados pela Osesp

Minuto Osesp

Sou Osesp | Plano Azul

Revista Osesp | Anual

Sou Osesp | Plano Verde

# IMPORTÂNCIA DOS PROJETOS: ASSINANTES

CRESCER RELEVÂNCIA DO FESTIVAL DE INVERNO DE CAMPOS DO JORDÃO PARA ASSINANTES

Base: Amostra Total - 580

## Projetos Mais Citados (pelo menos 30% )

	2019	2018
Academia de Música da Osesp	57%	56%
Concertos Matinais	52%	51%
Festival de Inverno de Campos do Jordão	50%	42%
Programa Descubra a Orquestra na Sala São Paulo	49%	45%
Transmissão de concertos ao vivo pela Internet	35%	36%
Falando de Música na Osesp	32%	36%
Passe Livre Universitário	31%	34%

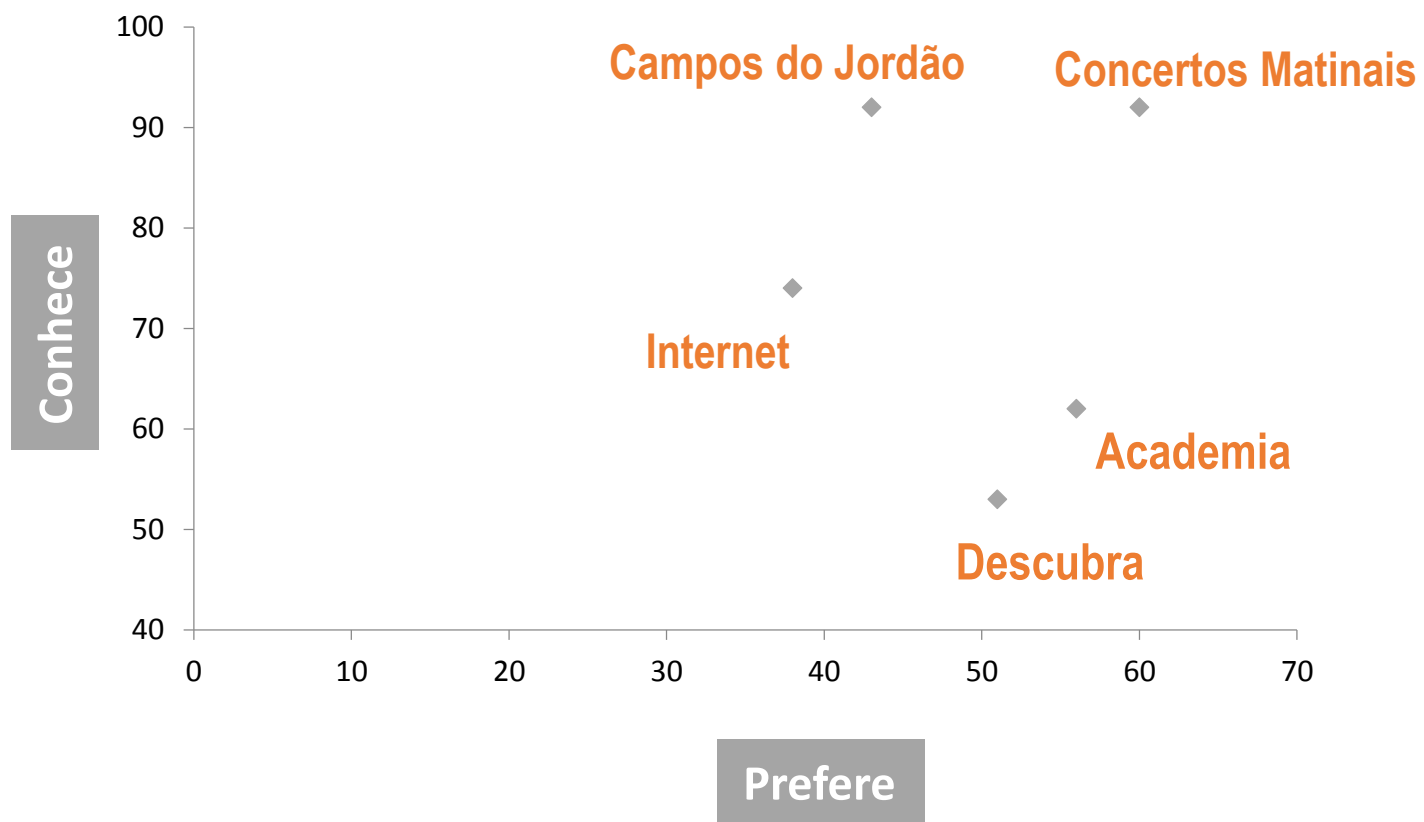
## Projetos Menos Citados (Inferior a 30%)

Concertos fora do Estado, no Brasil e exterior
Visitas monitoradas à Sala São Paulo
Ensaio gerais da Osesp
Editora da Osesp
CDs gravados pela Osesp
Mediateca do Centro de Documentação Musical Maestro Eleazar de Carvalho
Revista Osesp   Anual
Selo Digital Osesp
Sou Osesp   Plano Azul
Minuto Osesp
Sou Osesp   Plano Verde

# CONCERTOS MATINAIS GANHAM MAIS RELEVÂNCIA



**Concertos Matinais**  
**Academia de Música da Osesp**  
**Programa Descubra a Orquestra**  
**Festival de Inverno Campos do Jordão**  
**Transmissão por internet**



P12. Quais dos seguintes projetos e serviços você conhece, mesmo que seja apenas de ter ouvido falar? Assinale quantas alternativas forem necessárias. (RM – RODIZIAR)

P12a. Dos 5 (cinco) projetos/serviços assinalados, por favor, indique o 1º mais importante, o 2º mais importante, sucessivamente até o 5º.



# SATISFAÇÃO GERAL:

MÉDIAS SE MANTÉM ESTÁVEIS COM PEQUENO AUMENTO NAS NOTAS 9 E 10

## Assinantes vem melhorando a nota desde 2016

Assinante – 9,2

2018 → 9,2  
2017 → 9,0  
2016 → 8,9

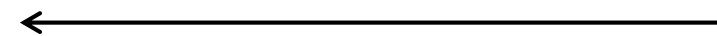
Comprador Avulso – 9,7

2018 → 9,4  
2017 → 9,4  
2016 → 9,3

Notas 9 e 10  
2019 – 89%  
2018 – 79%  
2017 – 74%  
2016 – 68%

Notas:  
2019 – 9,2  
2018 - 9,3  
2017 – 9,2  
2016 – 9,1

	2019	2018	2017	2016
Notas 6 ou -	0%	1%	2%	2%
Notas 7 e 8	11%	16%	19%	23%
Notas 9 e 10	89%	83%	79%	75%



Base: Amostra Total - 1.682

P5. Considerando a execução dos concertos da OSESP, qual a sua avaliação deles de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente). Assinale somente uma alternativa (RU)

# AVALIAÇÃO DE SATISFAÇÃO DOS PROGRAMAS, REGENTES E INSTRUMENTISTAS SE MANTÉM ALTA

Média

	2019	2018	2017	2016
Instrumentistas da OSESP	9,6	9,5	9,5	9,4
Regentes convidados pela OSESP	9,4	9,4	9,4	9,3
Solistas	9,1	9,4	///	///
Coralistas do Coro Sinfônico da OSESP	9,4	9,3	9,4	9,2
Regente titular - Marin Alsop	9,3	9,2	9,2	9,1
Programação Coral	9,1	8,9	8,9	8,8
Programação Sinfônica	9,8	8,8	8,6	8,6
Programação de Câmara (recitais, grupos, Quarteto Osesp)	9,2	///	///	///
BASE	1.682	1.392	1.168	1.313

Mas no geral notas mantiveram-se estáveis

	Não Assinantes				Assinantes			
	2019	2018	2017	2016	2019	2018	2017	2016
Instrumentistas da OSESP	9,7	9,6	9,6	9,5	9,5	9,5	9,5	9,4
Regente titular - Marin Alsop	9,5	9,2	9,3	9,2	9,1	9,1	9,1	9,1
Coralistas do Coro Sinfônico	9,5	9,3	9,5	9,2	9,4	9,3	9,3	9,2
Regentes convidados	9,5	9,4	9,5	9,5	9,3	9,4	9,3	9,2
Programação Coral	9,2	8,9	9,0	8,9	8,9	8,9	8,9	8,8
Programação Sinfônica	9,2	8,9	8,9	8,8	8,7	8,8	8,4	8,4

# RECOMENDAÇÃO

NPS (NET PROMOTER SCORE)



**Promotores: 94%**

(soma das notas 10 + 9)



**Neutros: 5%**

(soma das notas 8 + 7)



**Detratores: 1%**

(soma das notas 6 a 1)

NPS

93

NPS (2018)

92



# RECOMENDAÇÃO:

## Mulheres são as maiores promotoras da OSESP

NPS (NET PROMOTER SCORE)



Promotores: 92%  
(soma das notas 10 + 9)



Detratores: 0%  
(soma das notas 6 a 1)

	Promotores	
	2019	2018
Homens	92%	90%
Mulheres	<b>96%</b>	<b>94%</b>
18-39 anos	95%	94%
+ 39 anos	93%	91%
Assinante	90%	91%
Não Assinante	96%	93%

	Detratores	
	2018	2019
Homens	2%	1%
Mulheres	0	0
18-39 anos	0	1%
+ 39 anos	3%	1%
Assinante	2%	1%
Não Assinante	0	2%

# 3 capítulo

## SALA SÃO PAULO





# SALA SÃO PAULO:

AVALIAÇÃO DE ASSINANTES E NÃO ASSINANTES APRESENTA TENDÊNCIA POSITIVA

### Notas:

2019 – 9,4

2018 – 9,3

2017 – 9,2

2016 – 9,3

Base: Amostra Total - 1.682

	2019	2018	2017	2016
<b>Assinante</b>	<b>9,3</b>	<b>9,2</b>	<b>9,2</b>	<b>8,2</b>
<b>Não Assinante</b>	<b>9,5</b>	<b>9,3</b>	<b>9,3</b>	<b>9,4</b>

	2019	2018	2017	2016
Notas 6 ou -	1%	1%	2%	1%
Notas 7 e 8	12%	17%	19%	17%
Notas 9 e 10	<b>86%</b>	82%	79%	82%

**P9.** Considerando a Sala São Paulo, qual a sua **avaliação** de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente). Assinale somente uma alternativa (RU)

# SALA SÃO PAULO:

TODOS OS ITENS AVALIADOS DA SALA SÃO PAULO TIVERAM UMA MELHOR AVALIAÇÃO, COM DESTAQUE PARA ACÚSTICA DA SALA QUE TEVE 7% A MAIS DE NOTAS 10 EM RELAÇÃO A 2018

Base: Amostra Total - 1682

## Aspectos de Alta Satisfação (pelo menos 50% de nota 10)

	2019	2018	2017	2016
Acústica	83%	76%	71%	72%
(Não) Interferência de ruídos	79%	71%	69%	69%
Iluminação da sala de concertos	79%	71%	69%	69%
Atendimento dos funcionários	67%	62%	58%	
Iluminação nas áreas de circulação	64%	59%	58%	57%
Banheiros	55%	51%	52%	52%
Ar condicionado	61%	55%		

## Aspectos de Satisfação Média (pelo menos 1/3 de nota 10)

	2019	2018	2017	2016
Conforto das poltronas	44%	33%	///	///

## Aspectos de Satisfação Menor (menos de 1/3 de notas 10)

	2019	2018	2017	2016
Facilidade de acesso para deficientes físicos	27%	22%	23%	22%

Mais do que mal avaliado há um grande desconhecimento sobre o fato. Maioria não sabe avaliar:

2019 – 54%  
2018 – 58%  
2017 - 53%  
2016 - 55%

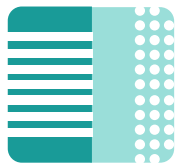
**P10.** Agora, vamos considerar alguns aspectos específicos da Sala São Paulo. Por favor, atribua uma nota de 1 a 10 para cada um dos seguintes aspectos. Lembrando que a nota 1 é totalmente insatisfeito e a nota 10 é totalmente satisfeito (**RU em cada atributo**)

# CRESCER UTILIZAÇÃO DO RESTAURANTE DA SALA E MÉDIA GERAL DE SATISFAÇÃO DA LOJA DE CLÁSSICOS

UTILIZA	2019	2018	2017	2016
Café da Sala	77	81	84	82
Estacionamento	74	81	86	87
Cafeteria Dulca	77	79	79	77
Loja Clássicos	68	73	75	76
Loja Zona D	58	59	45	46
Restaurante da Sala	74	55	51	51
Táxi	36	36	///	///

MÉDIA GERAL	2019	2018	2017	2016
Loja Clássicos	9,7	8,6	8,6	9,2
Táxi	8,6	8,6	///	///
Loja Zona D	8,5	8,5	8,5	9,9
Estacionamento	8,6	8,4	8,3	8,6
Cafeteria Dulca	8,2	8,3	8,2	8,8
Restaurante da Sala	8,4	8,2	8,3	9,6
Café da Sala	8,1	8,0	7,9	8,4

# 4 capítulo



## INGRESSOS

Aquisição/ no show





# ASSINANTES ANTIGOS

- ✓ Processo de Compra
  - ✓ Renovação
  - ✓ Troca
  - ✓ Nova Assinatura
- ✓ Banco de Ingressos







# PROCESSO DE COMPRA:

## RENOVAÇÃO DA ASSINATURA

**Notas:**  
**2019- 8,9**  
**2018 – 8,9**  
**2017- 8,6**  
**2016 - 8,7**

Base: Assinantes Antigos que RENOVARAM: 395

### Canal de Compra

	2019	2018	2017	2016
 51%	51%	49%	52%	52%
 26%	26%	26%	28%	30%
 12%	12%	15%	10%	10%
 11%	11%	10%	9%	8%

### Satisfação com o Processo

	2019	2018	2017	2016
Pagamento	9,3	9,3	9,2	9,2
Informações pelo Livreto	8,9	8,8	8,5	9,2
Cordialidade do Atendente	9,4	9,2	8,8	9,8
Prazo para a renovação	9,0	9,0	8,8	9,0
Informações pelo site	8,7	8,6	8,6	9,0
Facilidade de Navegação	8,4	8,3	8,2	8,8
Facilidade compra pelo telefone	9,0	9,0	8,2	9,6
Preço	8,3	8,4	8,1	8,2
Informações pelo telefone	9,1	9,0	7,8	9,5

P18. Como você renovou sua(s) assinatura(s)? Considere o processo de renovação ocorrido no final do ano de 2017, que vale para a temporada 2018. (RU)

P19. Considerando o processo de renovação da(s) assinatura(s), qual a sua **avaliação** de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente). Assinale somente uma alternativa

P19a. Qual o seu grau de **satisfação** com os seguintes aspectos relacionados à renovação da(s) assinatura(s)? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito.

# PROCESSO DE COMPRA:





## TROCA

### Notas:

2019 – 8,6  
2018 – 8,4  
2017 – 7,9  
2016 - 7,9

Base: Assinantes que TROCARAM: 113

### Canal de Troca

	2019	2018	2017	2016
 49%	49%	48%	45%	47%
 25%	25%	23%	20%	27%
 18%	18%	13%	18%	10%
 9%	9%	16%	18%	15%

### Satisfação com o Processo

	2019	2018	2017	2016
Pagamento	9,2	9,1	8,8	9,1
Informações pelo Livreto	8,8	8,5	8,0	9,2
Cordialidade do Atendente	9,4	9,1	8,7	9,4
Prazo para a troca	8,7	8,6	8,4	8,4
Informações pelo site	8,5	8,2	8,0	8,5
Facilidade de Navegação	8,0	7,9	7,6	8,2
Facilidade compra pelo telefone	8,8	8,6	7,8	8,9
Preço	8,2	7,8	7,8	7,8
Informações pelo telefone	8,7	8,5	8,0	9,1

P22. Como você trocou sua(s) assinatura(s)? Considere o processo de troca da(s) assinatura(s) ocorrido no final do ano de 2017, que vale para a temporada 2018. Assinale somente uma alternativa )

P23. Considerando o processo de troca da assinatura, qual a sua **avaliação** dele de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente). Assinale somente uma alternativa )

P24. Qual o seu grau de **satisfação** com os seguintes aspectos relacionados à troca da assinatura? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito.



# Processo de Compra:

NOVA ASSINATURA

## Notas:

2019 - 8,6





2018 - 8,4

2017 - 8,1

2016 - 8,8

Base: NOVA ASSINATURA: 44

## Canal de Compra

	2019	2018	2017	2016
	61%	50%	57%	44%
	5%	15%	17%	20%
	20%	29%	11%	24%
	14%	6%	14%	10%

## Satisfação com o Processo

	2019	2018	2017	2016
Pagamento	8,6	9,2	8,7	8,6
Informações pelo Livreto	8,8	8,8	8,3	8,8
Cordialidade do Atendente	9,4	8,7	7,9	9,0
Prazo para adquirir assinatura	8,3	8,7	8,1	8,6
Informações pelo site	8,7	8,7	8,4	8,7
Facilidade de Navegação	8,2	8,1	7,4	8,5
Facilidade compra pelo telefone	8,7	8,2	7,8	8,6
Preço	7,7	8,2	7,8	8,1
Informações pelo telefone	8,9	8,4	6,9	8,5

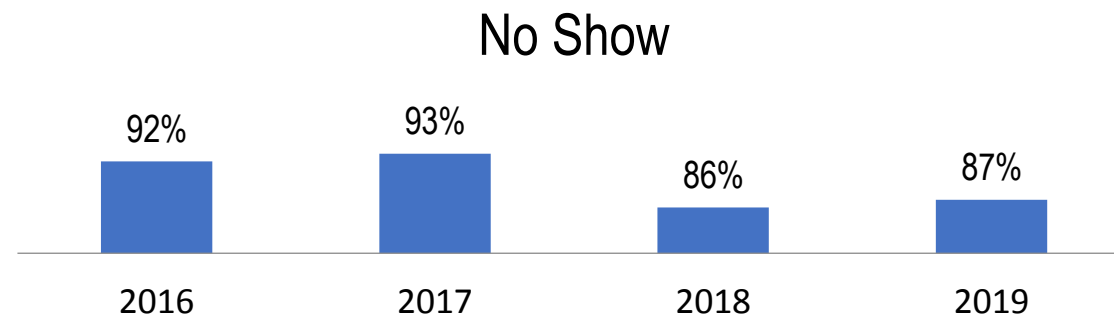
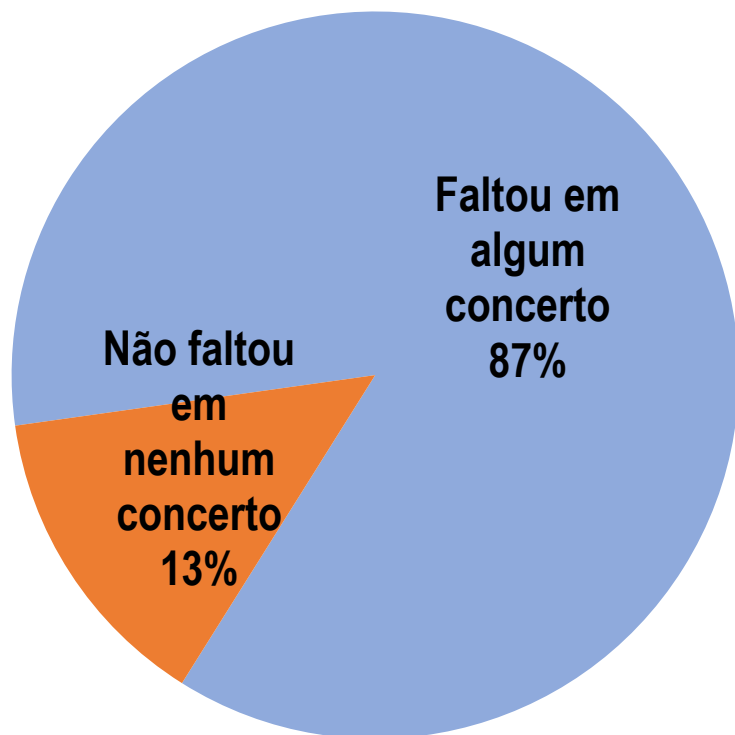
P27. Como você comprou sua(s) novas assinatura(s)? Considere o processo de aquisição da assinatura(s) ocorrido no final do ano de 2014, que vale para a temporada 2015.

P28. Considerando o processo de compra de nova(s) assinatura(s), qual a sua **avaliação** dele de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente).

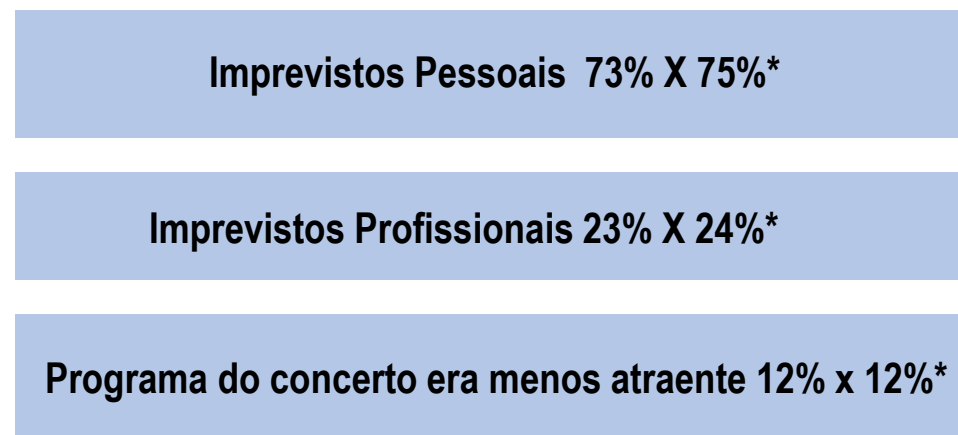
P29. Qual o seu grau de **satisfação** com os seguintes aspectos relacionados à aquisição da(s) nova(s) assinatura(s)? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito.

# ASSINANTES: NO SHOW CONTINUA COM ÍNDICE ALTO MAS APRESENTOU QUEDA EM RELAÇÃO AOS ANOS ANTERIORES

Base: Assinantes - 585



## Razões:



(\* ) 2018

P15. Nas ocasiões em que você não pode comparecer a algum concerto, o que você fez com o seu ingresso? Assinale quantas alternativas forem necessárias. (RM)

P17 Lembre-se das razões pelas quais você faltou a um ou mais concertos nos últimos doze meses e assinale abaixo o(s) motivo(s) que determinaram sua ausência (RM)

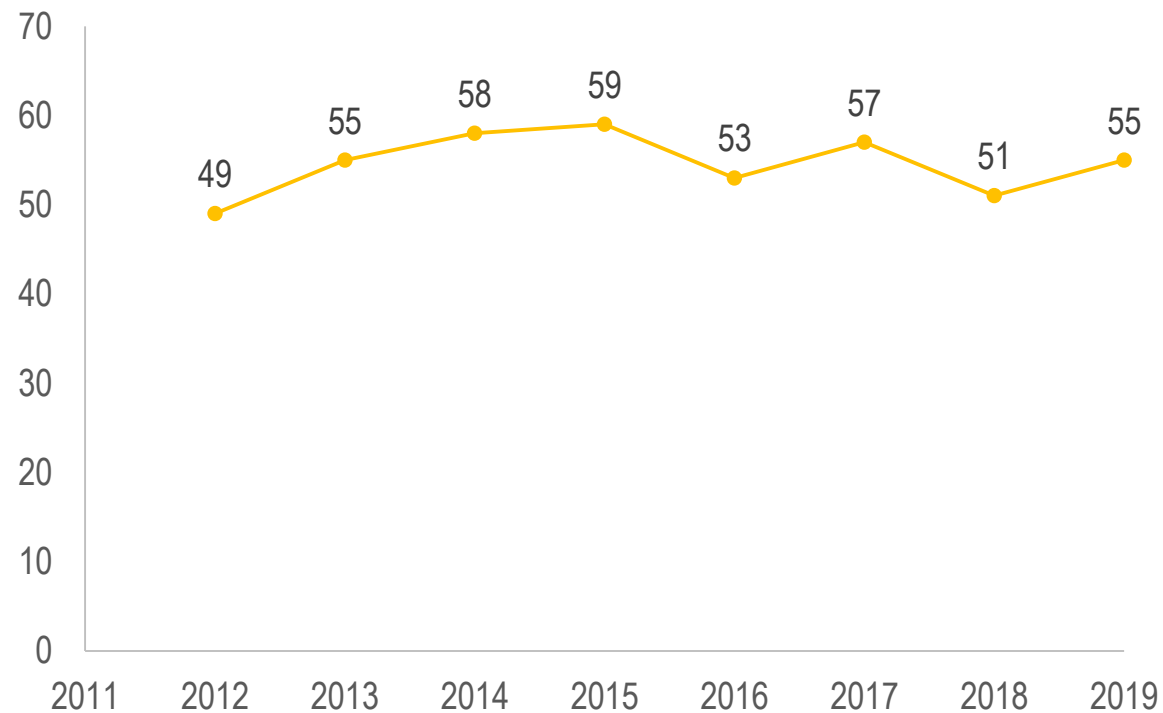
# USO DO BANCO DE INGRESSOS APRESENTA UM LEVE CRESCIMENTO EM RELAÇÃO A 2018

Base: Assinantes - 662

## Quando não pode comparecer...



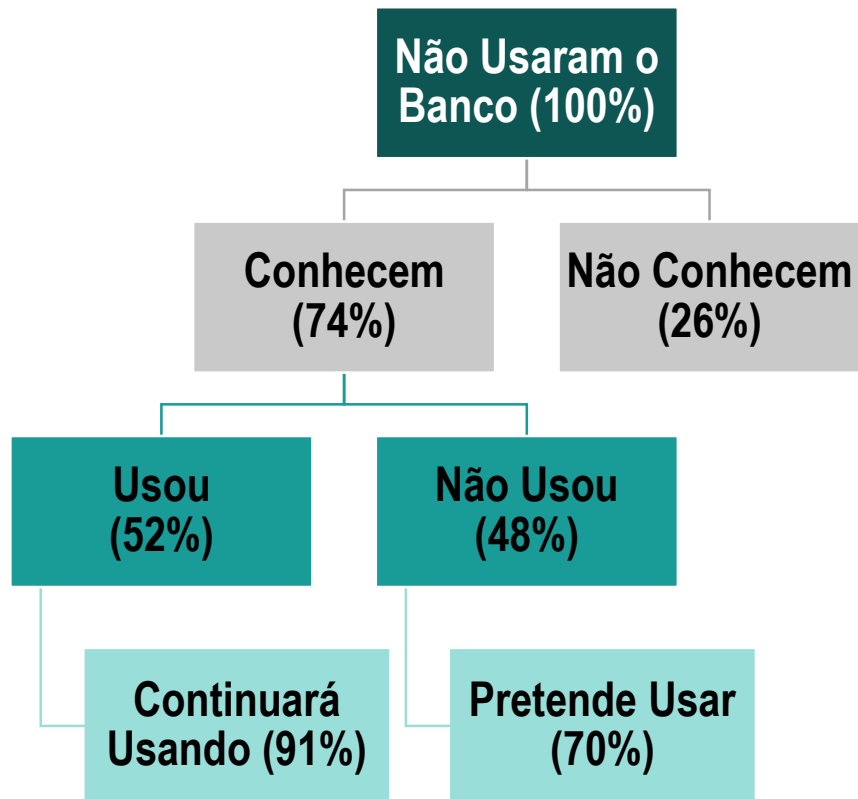
	2019	2018	2017	2016
Presenteei para amigos ou familiares	40%	44%	52%	55%
Disponibilizei o ingresso para o Banco de Ingressos	55%	51%	57%	53%
O ingresso não foi aproveitado	16%	15%	16%	12%
Utilizei todos os ingressos	13%	14%	7%	8%
Transferi via site para amigos	5%	2%	///	///



# BANCO DE INGRESSOS

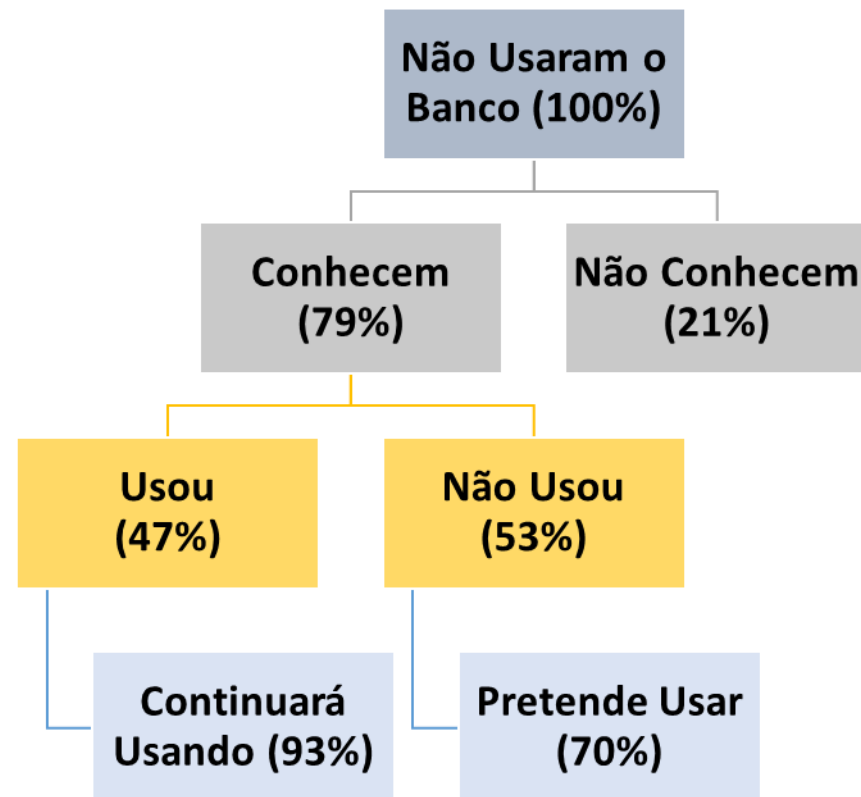
Entre aqueles que não usaram o Banco de Ingressos em 2019, 60% pretendem usar!

Base: Assinantes que não usaram o Banco: 414



2018

63% pretendiam usar



Base: Assinantes que não usaram o Banco (2018): 496

P16. Você conhecia o “Banco de Ingressos”?/ P16A. Você já usou o “Banco de Ingressos”?

P16B. Você tem intenção de continuar usando o “Banco de Ingressos”?/P16C. Você tem intenção de usar o “Banco de Ingressos”?

# Assinantes NOVOS:

CRESCER IMPORTÂNCIA DOS E-MAILS ENVIADOS PELA OSESP PARA CONHECIMENTO SOBRE A VENDA DE ASSINATURAS (DE 7% EM 2018 PARA 26% EM 2019)

Base: Assinantes NOVOS : 62  
**BASE PEQUENA PARA ANÁLISE**



## Como souberam da venda de assinaturas

	%	N
Site da Osesp	47%	29
<b>E-mails enviados pela Osesp</b>	<b>26%</b>	<b>16</b>
Amigos/Parentes	24%	14
Livreto da Temporada da Osesp	19%	11
Facebook	8%	4
Instagram	5%	3
Revista	5%	3
Jornal	5%	3

Número Absoluto

P32. Como você soube sobre a venda de assinaturas da Temporada Osesp? Assinale quantas alternativas forem necessárias.

\* Menções iguais ou maiores a 5%

# Processo de Compra:





## ASSINANTES NOVOS

### Notas:

2019 – 8,6  
2018 – 8,4  
2017 – 8,1  
2016 - 8,6

Base: Assinantes NOVOS : 62  
**BASE PEQUENA PARA ANÁLISE**

### Canal de Compra

	2019	2018	2017	2016
	74%	50%	90%	77%
	10%	15%	5%	10%
	8%	29%	0%	6%
	8%	6%	5%	5%

### Satisfação com o Processo

	2019	2018	2017	2016
Pagamento	9,3	9,2	8,1	9,3
Informações pelo Livreto	9,0	8,8	8,9	9,4
Cordialidade do Atendente	9,3	8,7	8,9	8,5
Prazo para adquirir assinatura	9,0	8,7	7,2	8,8
Informações pelo site	8,5	8,7	8,2	8,6
Facilidade de Navegação	8,4	8,1	7,7	8,4
Facilidade compra pelo telefone	8,8	8,2	7,7	9,9
Preço	8,5	8,2	7,0	7,8
Informações pelo telefone	8,9	8,4	8,0	9,6

P27. Como você comprou sua(s) assinatura(s)? Considere o processo de aquisição da assinatura(s) ocorrido no final do ano de 2017, que vale para a temporada 2018.

P28 Considerando o processo de compra de assinatura(s), qual a sua **avaliação** dele de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente).

P29. Qual o seu grau de **satisfação** com os seguintes aspectos relacionados à aquisição da(s) assinatura(s)? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito.

# Compradores Avulsos:

SITE DA OSESP É O PRINCIPAL CANAL DE COMPRA DE INGRESSOS AVULSOS

Base: Comprador Avulso: 783

## Onde adquiriram os ingressos:

	2019		2018	2017	2016
Pelo site da Osesp	86%	Site Ingresso Rápido	72%	75%	79%
Na bilheteria da Sala São Paulo	20%	Bilheteria da Sala SP	25%	28%	28%
Pelo aplicativo da Osesp	8%	Pelo aplicativo da Ingresso Rápido	31%	18%	12%
Nos totens de autoatendimento	7%	Pontos de Venda Ingresso Rápido	2%	4%	4%



# PROCESSO DE COMPRA:

AVALIAÇÃO DE COMPRA E NAVEGAÇÃO DO SITE DA OSESP É POSITIVA

	Bilheteria Sala São Paulo			Site da Oseps	Site da Ingresso Rápido		Totens de Autoatendimento	Ponto de Venda da Ingresso Rápido	
	2019 (234 casos)	2018 (197 casos)	2017 (169 casos)	2019 (1000 casos)	2018 (567 casos)	2017 (449 casos)	2019 (79 casos)	2018 (13 casos)	2017 (27 casos)
NOTA GERAL	8,7	8,7	8,4	8,7	7,9	8,0	7,92	7,1	7,8
Facilidade de efetivar a compra	8,8	8,8	8,6	8,9	8,2	8,3	8,0	7,5	7,7
Facilidade em visualizar os lugares vagos	8,9	9,0	8,7	8,6	8,1	8,2	8,2	7,6	7,8
Preço dos ingressos	7,7	7,6	7,5	7,9	7,0	7,1	7,7	7,2	7,3
Horário de funcionamento	8,4	8,3	7,9	///	///	///	///	7,5	8,0
Treinamento dos atendentes	8,8	8,9	8,7	///	///	///	///	7,4	7,6
Cordialidade dos atendentes	9,1	9,1	8,7	///	///	///	///	7,7	7,7
Facilidade de navegação	///	///	///	<b>8,6</b>	7,9	7,9	///	///	///

**P39/41/43.** Considerando a compra avulsa na **BILHETERIA DA SALA SÃO PAULO/ PONTO DE VENDA DA INGRESSO RÁPIDO/ SITE INGRESSO RÁPIDO**, qual a sua **avaliação** de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente).

**P40/42/44.** Qual o seu grau de **satisfação** com os seguintes aspectos relacionados à aquisição de ingressos avulsos para os concertos da OSESP na **BILHETERIA DA SALA SÃO PAULO/ PONTO DE VENDA DA INGRESSO RÁPIDO/ SITE INGRESSO RÁPIDO**

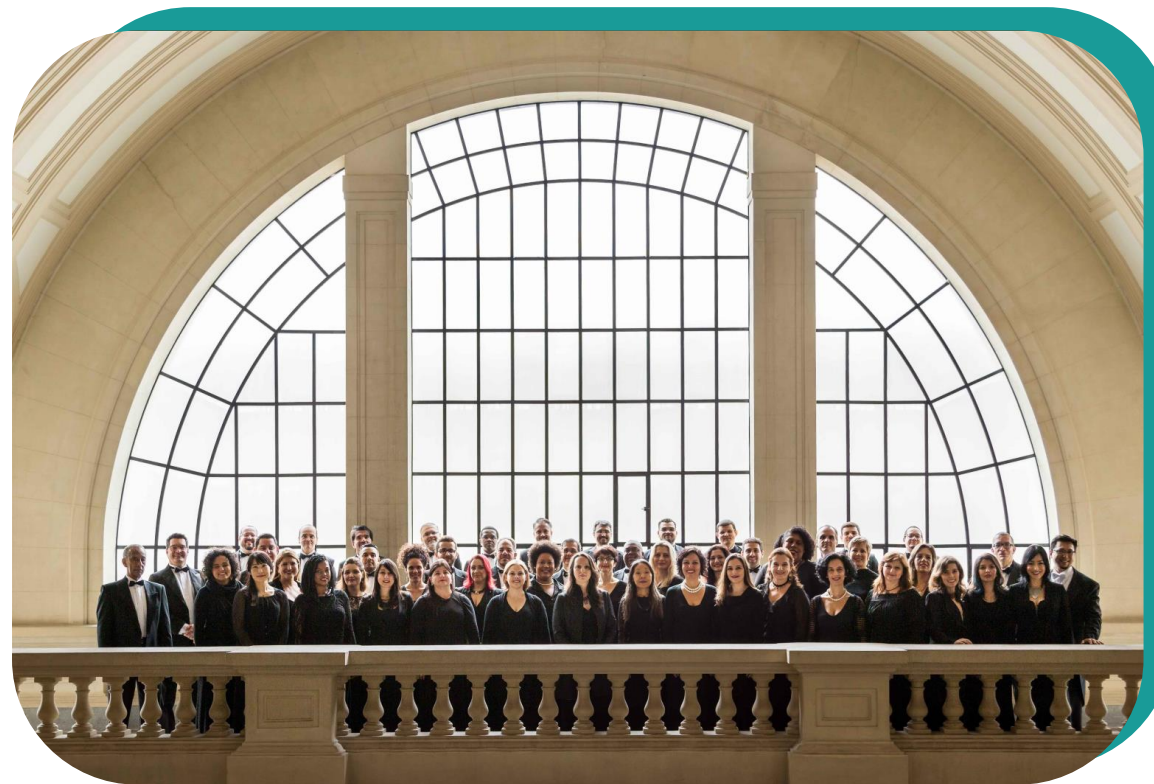
# 67% NÃO CONHECE A SÉRIE FLEXÍVEL

Não assinantes influenciam o alto índice de desconhecimento  
(85% não conhece x 35% dos assinantes)

1568 - Base (todos menos Assinante da Série Flexível)

Mas entre quem tem assinatura convencional e usou o sistema "Série Flexível", 70% prefere esse sistema à "Série Fixa"

BASE: 30 - entrevistados que têm assinatura convencional e usaram o sistema "Série Flexível"  
BASE PEQUENA PARA ANÁLISE



2018 – 8,7  
 2017 – 7,9  
 2016 - 7,6





 Nota:  
 2019 – 8,7

# Processo de Compra:

## SÉRIE FLEXÍVEL

Base: NÃO era Assinante e ASSINEI a Série Flexível para a Temporada 2018 - 89

### Canal de Compra

	2019	2018
	83%	88%
	3%	1%
	8%	7%
	6%	4%

### Satisfação com o Processo

Dados históricos “Crie Sua Série”

	2019	2018	2017	2016	2015
Informações pelo Livreto	9,1	9,1	8,8	9,1	8,0
Cordialidade do Atendente	9,3	8,9	8,0	9,7	8,0
Facilidade em Concluir processo de compra e pagamento	9,1	8,7	7,9	8,3	7,5
Informações pelo site	9,0	8,3	7,4	7,4	7,5
Facilidade de Navegação	8,8	8,4	7,4	7,7	7,2
Facilidade compra pelo telefone	8,9	8,8	7,5	9,0	6,8
Preço	8,2	8,0	7,3	7,4	7,3
Informações pelo telefone	9,1	8,4	6,9	8,8	7,0

**P46.** Como você comprou seu pacote de ingressos pela modalidade “Série Flexível”? Assinale somente uma alternativa (RU)

**P47.** Considerando o processo de compra pela modalidade “Série Flexível”, qual a sua **avaliação** dele de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente).

**P48.** Qual o seu grau de **satisfação** com os seguintes aspectos relacionados à aquisição de ingressos pela modalidade “Série Flexível”?



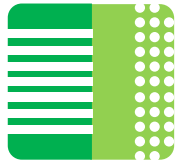
# OS QUE RENOVARAM ASSINATURA SEGUEM COMO OS MAIORES PROMOTORES DA OSESP

NPS (NET PROMOTER SCORE)

	<i>Assinantes Antigos que RENOVARAM – 85 x 87</i>	<i>Assinantes que TROCARAM: 75 x 76</i>	<i>NOVA ASSINATURA: 79 x 81</i>
	<b>Promotores: 87 x 89</b> (soma das notas 10 + 9)	<b>Promotores: 81 x 80</b> (soma das notas 10 + 9)	<b>Promotores: 79 x 83</b> (soma das notas 10 + 9)
	<b>Neutros: 12 x 09</b> (soma das notas 8 + 7)	<b>Neutros: 13 x 16</b> (soma das notas 8 + 7)	<b>Neutros: 21 x 15</b> (soma das notas 8 + 7)
	<b>Detratores: 2 x 2</b> (soma das notas 6 a 1)	<b>Detratores: 6 x 4</b> (soma das notas 6 a 1)	<b>Detratores: 0 x 2</b> (soma das notas 6 a 1)
	<i>Base: 395</i>	<i>Base: 16</i>	<i>Base: 14</i>

**P21** Numa escala de 0 a 10 assinale o quanto você recomendaria a aquisição de uma assinatura OSESP para seu círculo social e familiar. Considere que 0 significa que você CERTAMENTE NÃO recomendaria e 10 significa que você certamente recomendaria.

# 5 capítulo



## APRENDIZADOS



# O ANO DA CONSOLIDAÇÃO DO ONLINE

Digital se consolida como canal mais relevante tanto como canal de informação sobre a OSESP e concertos como para aquisição de ingressos e assinatura. Apesar da mídia Convencional ainda ser relevante para o Assinante, este ano o Digital está mais forte inclusive para esse target. Nesse movimento, cai a relevância do livreto de assinaturas e da Revista Osesp Anual enquanto cresce a participação do site, dos e-mails e das redes sociais (crescimento do Facebook de 14% em 2018 para 22%)

A transmissão de concertos ao vivo pela internet também teve um crescimento de relevância como um dos projetos mais citados pelos entrevistados.

Entre Novos Assinantes o site é o canal principal para compra e o site da OSESP, em sua estreia, já é o principal canal de compra de ingressos avulsos.

De modo geral, as avaliações de satisfação se mantiveram estáveis e positivas com destaque para os atributos de avaliação da Sala São Paulo, que tiveram uma melhora significativa em todos os itens.





# A #OESP PASSOU DE 16.500 PUBLICAÇÕES NO INSTAGRAM EM 2018 PARA 22.261 em 2019

