



# Projeto Satisfação OSESP

Job 18095  
Julho 2018



# 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 04/06/2018 e 29/06/2018
- § O estudo teve caráter branded, ou seja, os respondentes souberam que o solicitante da pesquisa é a Fundação OSESP.
- § Os resultados de 2018 estão sendo comparados com 2015, 2016 e 2017 sempre que possível.



# Com quem falamos

- § Homens e mulheres;
- § Acima de 16 anos;
- § Espectadores dos concertos da OSESP;
- § Freqüentadores da Sala São Paulo;
- § Assinantes: 6.809 e-mails (10% de retorno);
- § Compradores de Ingressos Avulsos: 11.810 e-mails (6,6% de retorno)

PERFIL	Universo 2018	REALIZADO 2018	MARGEM DE ERRO
Assinantes antigos	6.809	628	3,9
Assinantes novos		46	14,4
Compradores avulsos	11.810	783	3,5
TOTAL	18.619	1.392	2.6

ANO	Universo	Realizado
2017	28.646	1.168
2016	29.524	1.313
2015	13.294	857

# Detalhamento da amostra (Comparativa)

## § ASSINANTES ANTIGOS:

- § Eu já era assinante da OSESP em 2017 **RENOVEI ASSINATURA** para a temporada 2018, mantendo a mesma série e o mesmo lugar na Sala
- § Eu já era assinante da OSESP em 2017 **TROQUEI ASSINATURA** para a temporada 2018, trocando de série, de lugar na Sala ou ambos
- § Eu já era assinante em 2017 e fiz **NOVA ASSINATURA** para a Temporada 2018

## § ASSINANTES NOVOS:

- § Eu **NÃO** era assinante da OSESP em 2017 e fiz **ASSINATURA FIXA** para a temporada 2018

## § COMPRADORES AVULSOS:

- § Eu **COMPRI** INGRESSOS AVULSOS da OSESP em 2018

## § SÉRIE FLEXÍVEL

- § Eu já era assinante da Série Fixa e troquei ou adicionei a modalidade “Série Flexível” para a Temporada 2018
- § Eu **NÃO** era assinante e **ASSINEI** a “Série Flexível” para a Temporada 2018

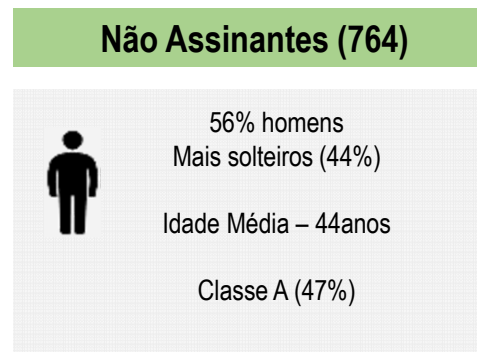
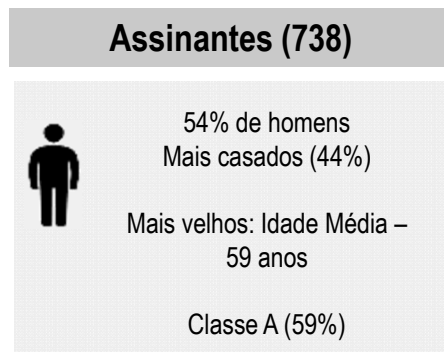
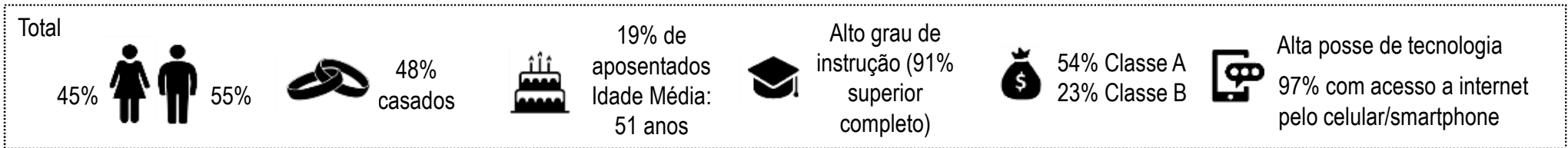
PERFIL	2015	2016	2017	2018	Erro Amostral 2018
Assinantes antigos	405	557	484	628	3.9 pp
Assinantes novos	38	82	21	46	14.4 pp
Compradores avulsos	319	576	628	783	3.5 pp
Associados	95	98	113	///	///
Assinante Série Flexível	///	///	///	89	10.4 pp
<b>TOTAL</b>	<b>857</b>	<b>1313</b>	<b>1168</b>	<b>1392</b>	<b>2.6 pp</b>



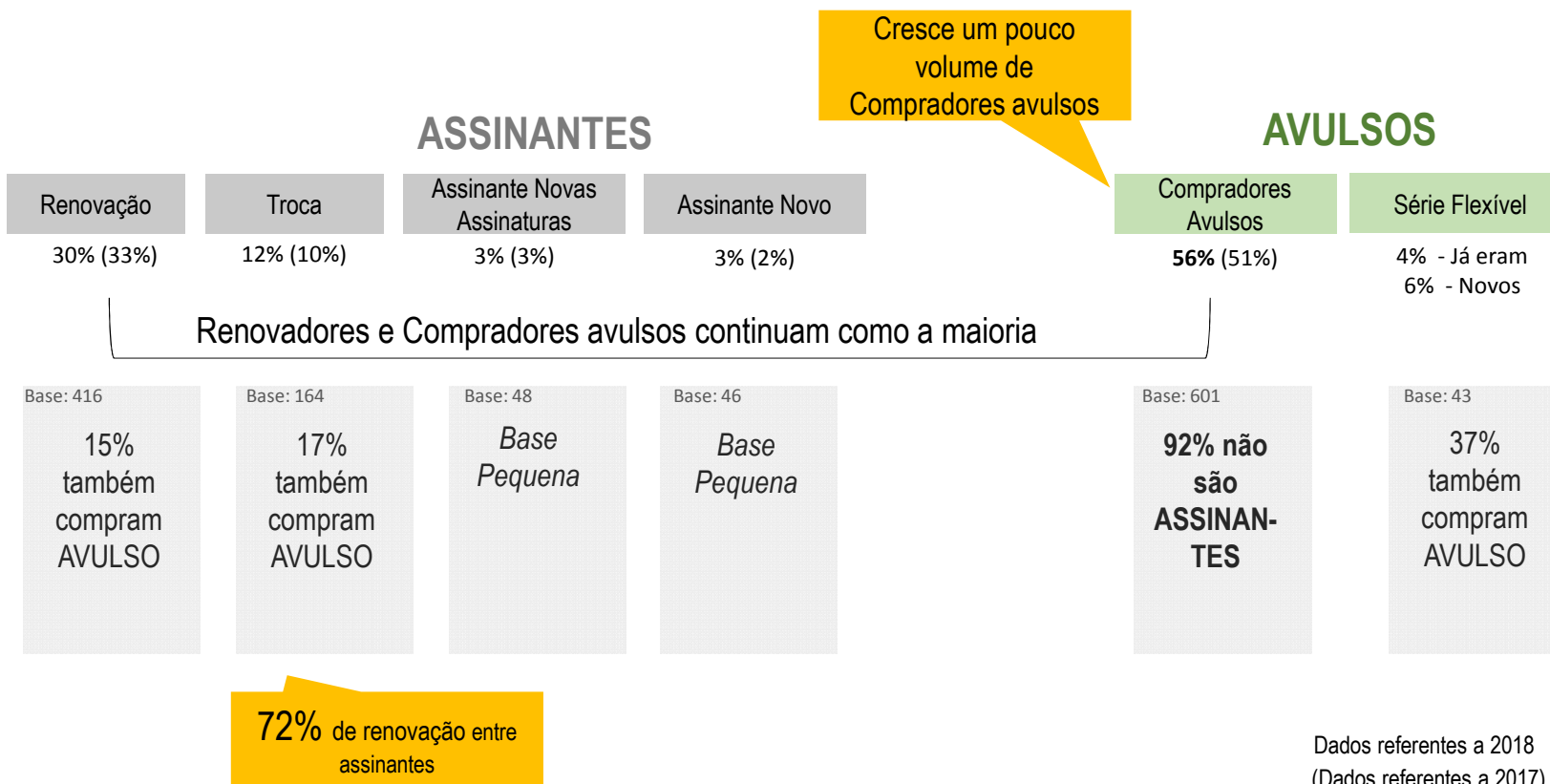
# Quem é o público

# Com quem falamos

*Um pouco mais novos que no ano passado (55 anos) e menos aposentados (24%)  
Diferente do ano passado não temos os Associados respondendo a pesquisa*

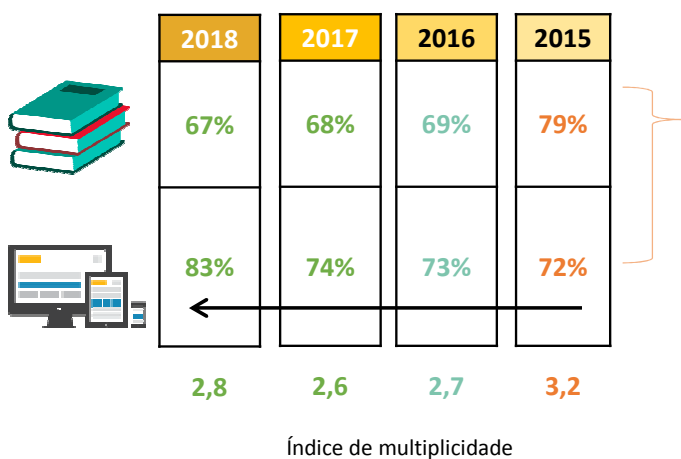


# Como meu público adquire os ingressos?



Base: Amostra Total - 1392

# Como se informam?



Base: Amostra Total:  
 2018 – 1392  
 2017 – 1168  
 2016 – 1313  
 2015 - 857

Mídia Convencional continua menos relevante que mídia digital para não assinantes

Assinante – 83% convencional (76% digital)

Não Assinante – 92% digital (50% convencional)

Site vem se consolidando desde 2016 (49%) como canal de informação mais relevante entre Assinantes

Uso do Site

Assinante – 61% x 54% (2017)

Não Assinante – 78% X 79% (2017)

Livreto de assinaturas e Revista OSESP vem perdendo destaque ao passo que a Revista Osesp Anual, site, e-mail e Facebook vem ganhando importância

%	2018	2017	2016	2015
<b>MÍDIA CONVENCIONAL</b>				
Livreto de assinaturas da Temporada de concertos	33	36	39	47
Revista Osesp Anual	24	30	32	40
Folders distribuídos na Sala São Paulo	25	20	16	20
Jornais	18	20	22	32
Amigos ou parentes	12	8	8	11
Revistas	10	12	12	19
Rádio	10	12	11	15
<b>MÍDIA DIGITAL</b>				
<b>Site da OSESP</b>	<b>69</b>	<b>66</b>	<b>63</b>	<b>60</b>
Emails enviados pela OSESP	27	0	15	21
Site Ingresso Rápido	18	18	21	19
Facebook	14	11	10	9



# Cai média de concertos assistidos da OSESP ao passo que cresce presença em outros concertos

Base: Amostra Total - 1.392

## Museus/Exposições



**95%**  
1 vez por mês\*  
(o dobro de 2017)

## Cinema



**92%**  
1 vez por mês\*  
(mesma frequência de 2017)

## Teatro



**83%**  
2 vezes por ano\*  
(frequência vem caindo desde 2016)

\*Mediana

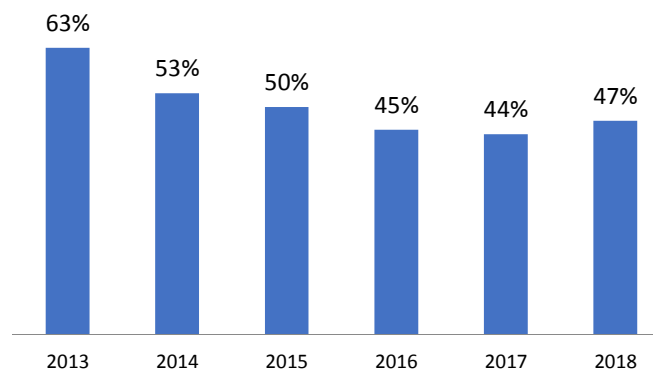
## Orquestras

Caiu de 6,5 para 5,7 a média de concertos da OSESP assistidos em relação a 2017, abaixo também do registrado em 2016, quando assistiram em média 6 concertos

Assinante – 7,8 x 9,6\*

Não Assinante – 3,6 x 5,0\*

\*Dados de 2017



P3. A quantos concertos o(a) Sr(a). assistiu nos últimos 12 meses?

Número de concertos assistidos de outras orquestras apresentou aumento, mudando comportamento de queda observado nos últimos anos

# Ainda sobre orquestras....

## No entanto, cai número de concertos assistidos por Orquestra

Base: Amostra Total - 1392

### # de Concertos por Orquestra - média ano

Além da OSESP assistem a:

		2017	2016	2015
Orquestra Sinfônica Municipal de São Paulo	20%	20%	17%	19%
Orquestra Sinfônica Brasileira	4%	4%	5%	9%
Orquestra do Theatro São Pedro	12%	///	///	///
Orquestra Sinfônica da USP	11%	11%	10%	9%
Orquestra Jazz Sinfônica	10%	10%	9%	9%
Orquestra Bachiana Filarmônica	6%	11%	7%	9%
Orquestras e Grupos Internacionais	21%	16%	16%	20%

	2018	2017	2016	2015
	5,7	6,5	6,0	6,6
	3,1	3,3	3,2	3,3
	2,0	2,3	2,4	2,2
	2,6	///	///	///
	2,3	2,6	2,1	2,8
	1,6	2,3	2,0	2
	1,4	2	1,9	2
	4,2	4,7	3,5	3,9

Cultura Artística	55%
Outros - Orquestras e Grupos Internacionais que assistiu	49%
Mozarteum Brasileiro	34%
Tucca - Orquestras e Grupos Internacionais que assistiu	17%



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

P3. A quantos concertos o(a) Sr(a). assistiu nos últimos 12 meses?



# Imagem e Satisfação



## OSESP se mantém como referência de música sinfônica no Brasil

Top 2 Boxes (Concordo)

	2018	2017	2016	2015
Goza de Prestígio Internacional	87%	89%	87%	86%
Principal referência na música sinfônica no Brasil	90%	92%	91%	89%
Contribui efetivamente para o cultivo e renovação da música clássica	79%	77%	78%	79%

Novas afirmações	2018
Contribui efetivamente para o cultivo da música brasileira	83%
Representa o desenvolvimento da música clássica na América Latina	80%

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

Cai conhecimento sobre Revista Osesp e concertos fora do estado, no Brasil e exterior

## Projetos Mais Citados (pelo menos 70% )

	2018	2017	2016	2015
Festival de Inverno Campos do Jordão	90%	92%	93%	93%
Concertos Matinais	90%	89%	91%	89%
Ensaio gerais da Osesp	85%	87%	86%	78%
<b>Revista Osesp</b>	<b>76%</b>	<b>81%</b>	<b>84%</b>	<b>85%</b>
CDs gravados pela Osesp	78%	80%	82%	88%
Concertos fora do estado, no Brasil e exterior	<b>72%</b>	78%	80%	89%
Visitas monitoradas à Sala São Paulo	78%	80%	79%	80%
Falando de Música na Osesp	70%	67%	67%	74%

## Projetos Menos Citados (Inferior a 70%)

	2018	2017	2016	2015
Transmissão de concerto ao vivo pela internet	64%	60%	63%	70%
Programa Descubra a Orquestra	49%	53%	56%	63%
Academia de Música da Osesp	56%	56%	53%	60%
Selo Digital Osesp	45%	53%	47%	57%
Passe Livre Universitário	46%	42%	44%	48%
Editora da Osesp	43%	44%	41%	29%
Minuto Osesp	41%	38%	38%	34%
Mediateca	23%	24%	22%	26%
Sou Osesp   Plano Azul	50%	59%	59%	67%
Sou Osesp   Plano Verde	47%	--	--	--
Programa Sua Orquestra	--	59%	59%	67%



Base: Amostra Total - 1392



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

# Importância dos projetos:

Academia de Música, Concertos Matinais e Programa Descubra a Orquestra continuam em destaque como projetos mais citados

Base: Amostra Total - 1392

## Projetos Mais Citados (pelo menos 30% )

	2018	2017	2016	2015
Academia de Música da Osesp	57%	54%	50%	55%
Concertos Matinais	54%	51%	47%	41%
Programa Descubra a Orquestra	48%	45%	43%	52%
Concertos fora do estado, no Brasil e exterior	31%	33%	34%	40%
Festival de Inverno Campos do Jordão	37%	35%	31%	30%
Transmissão de concertos por Internet ao Vivo	35%	32%	30%	27%
Ensaio gerais	33%	35%	28%	22%
Falando de Música na Osep	31%	26%	23%	25%

## Projetos Menos Citados (Inferior a 30%)

Passe Livre Universitário

Visitas monitoradas à Sala São Paulo

CDs gravados pela Osesp

Editora da OSESP

Revista OSESP

Selo Digital Osesp

Mediateca

Minuto OSESP

Sou Osesp | Plano Azul

Sou Osesp | Plano Verde

## Falando de Música migrou para grupo dos mais citados



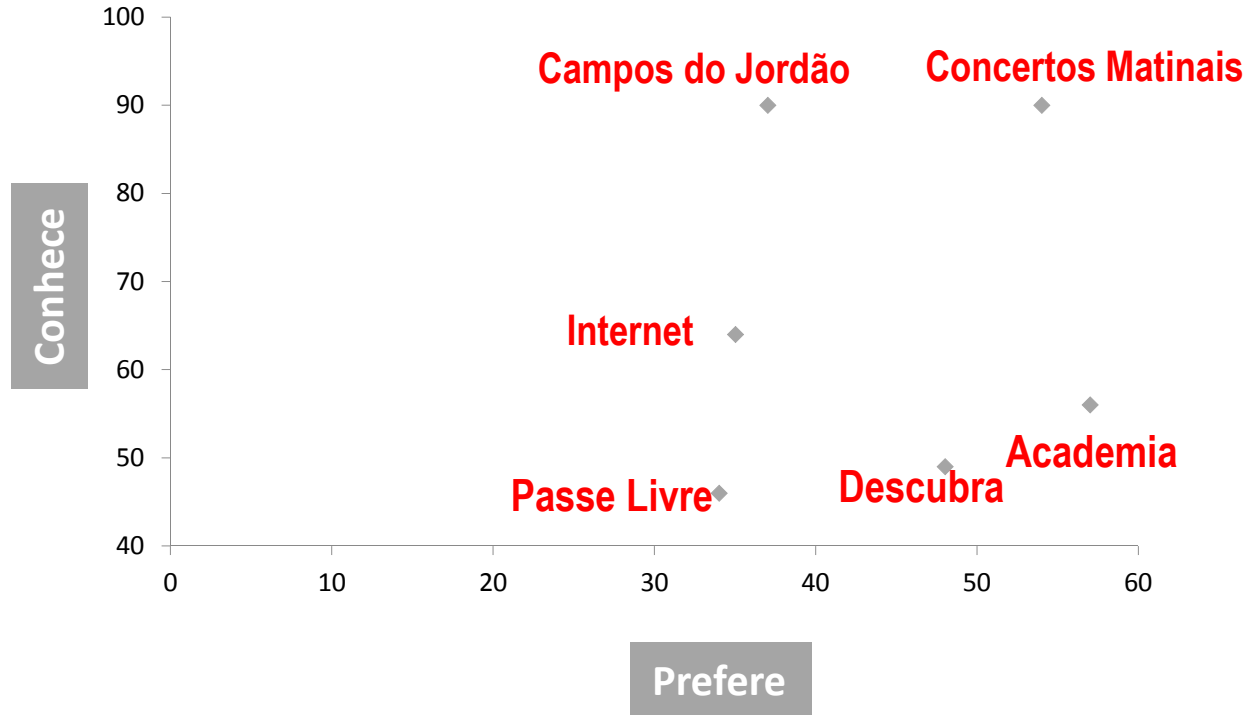
ENVIAR

P12a. Por favor, assinale, os cinco projetos/serviços que julgar serem os mais importantes sob a ótica do que o(a) Sr(a) entende ser a missão da Osesp.

# Concertos fora do Estado, no Brasil e exterior perdem importância e Passe Livre passa a ocupar a 6ª posição



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



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.

**Notas:**  
 2018 - 9,3  
 2017 - 9,2  
 2016 - 9,1  
 2015 - 8,9

# Satisfação Geral:

Nota média de avaliação da OSESP continua crescendo desde 2015

Base: Amostra Total - 1392

**Assinantes vem melhorando a nota desde 2015**

**Assinante - 9,2**

2017 → 9,0  
 2016 → 8,9  
 2015 → 8,8

**Notas 9 e 10**

2018 - 79%  
 2017 - 74%  
 2016 - 68%  
 2015 - 54%

**Comprador Avulso - 9,4**

2017 → 9,4  
 2016 → 9,3  
 2015 → 9,2

	2018	2017	2016	2015
Notas 6 ou -	1%	2%	2%	3%
Notas 7 e 8	16%	19%	23%	26%
<b>Notas 9 e 10</b>	<b>83%</b>	<b>79%</b>	<b>75%</b>	<b>71%</b>

←



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)



# Nota-se uma melhoria da avaliação da Programação Sinfônica entre os Assinantes

Média

	2018	2017	2016	2015
Instrumentistas da OSESP	9,5	9,5	9,4	9,3
Regentes convidados pela OSESP	9,4	9,4	9,3	9,1
Solistas	9,4	///	///	///
Coralistas do Coro Sinfônico da OSESP	9,3	9,4	9,2	9,1
Regente titular - Marin Alsop	9,2	9,2	9,1	8,8
Programação Coral	8,9	8,9	8,8	8,6
Programação Sinfônica	8,8	8,6	8,6	8,4
BASE	1.392	1.168	1.313	857

Mas no geral notas mantiveram-se estáveis

	Não Assinantes				Assinantes			
	2018	2017	2016	2015	2018	2017	2016	2015
Instrumentistas da OSESP	9,6	9,6	9,5	9,4	9,5	9,5	9,4	9,2
Regente titular - Marin Alsop	9,2	9,3	9,2	9,0	9,1	9,1	9,1	8,7
Coralistas do Coro Sinfônico	9,3	9,5	9,2	9,2	9,3	9,3	9,2	9,1
Regentes convidados	9,4	9,5	9,5	9,2	9,4	9,3	9,2	9,1
Programação Coral	8,9	9,0	8,9	8,7	8,9	8,9	8,8	8,5
Programação Sinfônica	8,9	8,9	8,8	8,6	8,8	8,4	8,4	8,2



ENVIHOSE.LL

P7. Considerando os atributos abaixo, gostaríamos de saber a sua satisfação com cada um dos seguintes aspectos.

# Recomendação

NPS (Net Promoter Score)



Promotores: 92%

(soma das notas 10 + 9)



Neutros: 7%

(soma das notas 8 + 7)



Detratores: 0%

(soma das notas 6 a 1)



P06. Numa escala de 1 a 10 assinale o quanto você RECOMENDARIA os concertos da OSESP para amigos e parentes

# Recomendação:

## Mulheres e + Jovens são as maiores promotoras...

NPS (Net Promoter Score)



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



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

	Promotores
Homens	90%
Mulheres	94%
18-39 anos	94%
+ 39 anos	91%
Assinante	91%
Não Assinante	93%

	Detratores
Homens	1
Mulheres	0
18-39 anos	1
+ 39 anos	1
Assinante	1
Não Assinante	2





# Sala São Paulo

# Sala São Paulo:

## Melhora da avaliação dos assinantes percebida em 2017 se consolida em 2018

Notas:

2018 – 9,3  
2017 – 9,2  
2016 – 9,3  
2015 – 8,2

Base: Amostra Total - 1392

	2018	2017	2016	2015
<b>Assinante</b>	<b>9,2</b>	<b>9,2</b>	<b>8,2</b>	<b>9,0</b>
<b>Não Assinante</b>	<b>9,3</b>	<b>9,3</b>	<b>9,4</b>	<b>9,4</b>

	2018	2017	2016	2015
Notas 6 ou -	1%	2%	1%	2%
Notas 7 e 8	17%	19%	17%	20%
<b>Notas 9 e 10</b>	<b>82%</b>	<b>79%</b>	<b>82%</b>	<b>78%</b>

# Sala São Paulo:

Acústica segue como item de mais alta satisfação com aumento da nota em relação a 2017

Base: Amostra Total - 1.392

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

	2018	2017	2016	2015
Acústica	76%	71%	72%	71%
(Não) Interferência de ruídos	71%	69%	69%	65%
Iluminação da sala de concertos	71%	69%	69%	61%
Atendimento dos funcionários	62%	58%		
Iluminação nas áreas de circulação	59%	58%	57%	48%
Banheiros	51%	52%	52%	46%
Ar condicionado	55%			

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

	2018	2017	2016	2015
Conforto das poltronas	33%	///	///	///
(Não) Ruído das Poltronas	///	35%	32%	25%

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

	2018	2017	2016	2015
Facilidade de acesso para deficientes físicos	22%	23%	22%	18%

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

2018 – 58%

2017 - 53%

2016 - 55%

2015 - 56%

**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)



Cresce utilização da Loja D, que mantém sua avaliação com mesma nota de 2017

UTILIZA	2018	2017	2016	2015
Café da Sala	81	84	82	88
Estacionamento	81	86	87	///
Cafeteria Dulca	79	79	77	78
Loja Clássicos	73	75	76	77
Loja Zona D	59	45	46	49
Restaurante da Sala	55	51	51	45
Táxi	36	///	///	///

MÉDIA GERAL	2018	2017	2016	2015
Loja Clássicos	8,6	8,6	9,2	8,1
Táxi	8,6	///	///	///
Loja Zona D	8,5	8,5	9,9	8,1
Estacionamento	8,4	8,3	8,6	///
Cafeteria Dulca	8,3	8,2	8,8	7,4
Restaurante da Sala	8,2	8,3	9,6	8,2
Café da Sala	8,0	7,9	8,4	6,9



# Ingressos

## Aquisição/ No Show



# Assinantes Antigos

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







# Processo de Compra: Renovação da assinatura

**Notas:**  
2018 – 8,9  
2017- 8,6  
2016 - 8,7  
2015 - 8,4

Base: Assinantes Antigos que RENOVARAM: 416

## Canal de Compra

	2018	2017	2016	2015
	49%	52%	52%	55%
	26%	28%	30%	24%
	15%	10%	10%	13%
	10%	9%	8%	8%

## Satisfação com o Processo

	2018	2017	2016	2015
Pagamento	9,3	9,2	9,2	9,1
Informações pelo Livreto	8,8	8,5	9,2	8,9
Cordialidade do Atendente	9,2	8,8	9,8	8,8
Prazo para a renovação	9,0	8,8	9,0	8,7
Informações pelo site	8,6	8,6	9,0	8,5
Facilidade de Navegação	8,3	8,2	8,8	9,0
Facilidade compra pelo telefone	9,0	8,2	9,6	8,0
Preço	8,4	8,1	8,2	8,0
Informações pelo telefone	9,0	7,8	9,5	7,9







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

Base: Assinantes que TROCARAM: 164

## Canal de Troca

	2018	2017	2016	2015
	48%	45%	47%	52%
	23%	20%	27%	21%
	13%	18%	10%	14%
	16%	18%	15%	15%

## Satisfação com o Processo

	2018	2017	2016	2015
Pagamento	9,1	8,8	9,1	8,6
Informações pelo Livreto	8,5	8,0	9,2	8,5
Cordialidade do Atendente	9,1	8,7	9,4	8,1
Prazo para a troca	8,6	8,4	8,4	8,0
Informações pelo site	8,2	8,0	8,5	7,7
Facilidade de Navegação	7,9	7,6	8,2	7,2
Facilidade compra pelo telefone	8,6	7,8	8,9	7,1
Preço	7,8	7,8	7,8	7,6
Informações pelo telefone	8,5	8,0	9,1	7,1

### Notas:





2018 – 8,4  
2017 – 7,9  
2016 – 7,9  
2015 – 7,8

# Processo de Compra: Nova Assinatura

**Notas:**  
2018 – 8,4  
2017 – 8,1  
2016 - 8,8  
2015 - 8,5

Base: NOVA ASSINATURA: 48

## Canal de Compra

	2018	2017	2016	2015
	50%	57%	44%	59%
	15%	17%	20%	21%
	29%	11%	24%	17%
	6%	14%	10%	3%

## Satisfação com o Processo

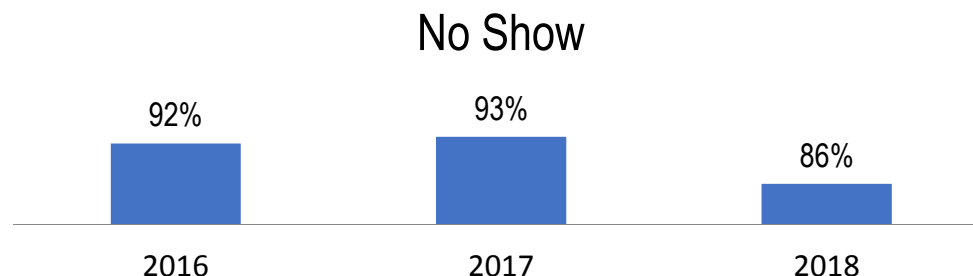
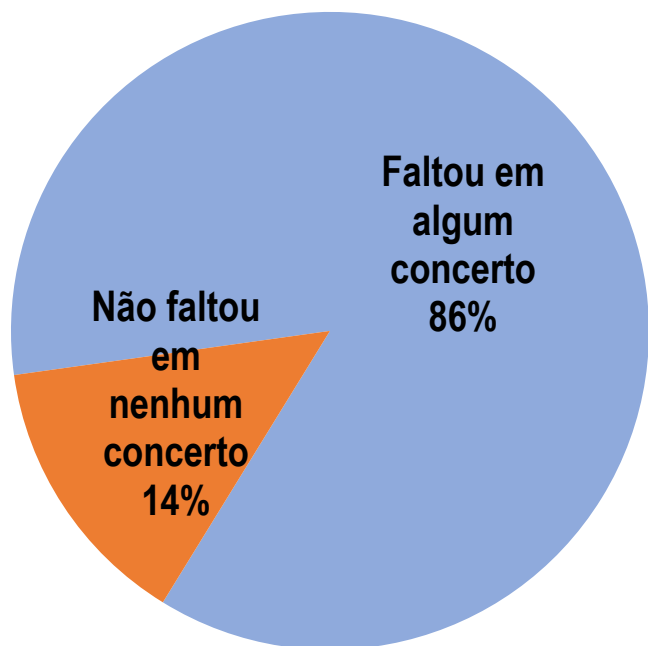
	2018	2017	2016	2015
Pagamento	9,2	8,7	8,6	9,1
Informações pelo Livreto	8,8	8,3	8,8	8,7
Cordialidade do Atendente	8,7	7,9	9,0	8,8
Prazo para adquirir assinatura	8,7	8,1	8,6	9,0
Informações pelo site	8,7	8,4	8,7	8,6
Facilidade de Navegação	8,1	7,4	8,5	8,3
Facilidade compra pelo telefone	8,2	7,8	8,6	7,9
Preço	8,2	7,8	8,1	8,5
Informações pelo telefone	8,4	6,9	8,5	7,6



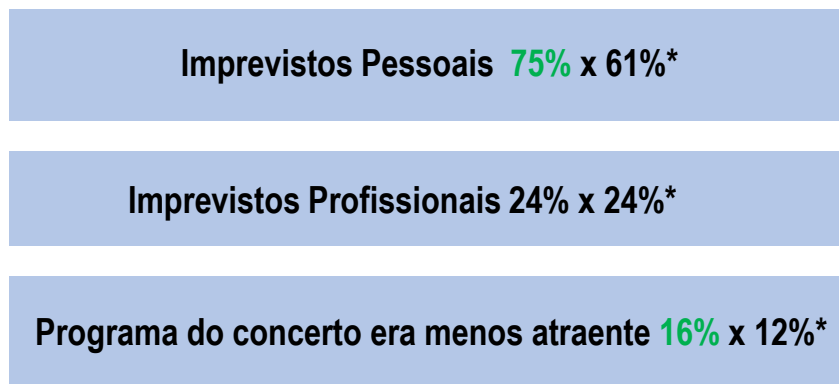
P27. Como você comprou sua(s) novas assinatura(s)? Considere o processo de aquisição da assinatura(s) ocorrido no final do ano de 2014, que vale para a temporada 2015.  
 P28. Considerando o processo de compra de nova(s) assinatura(s), qual a sua **avaliação** dele de uma forma geral? Por favor, dê uma 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 - 738



## Razões:



(\*) 2017

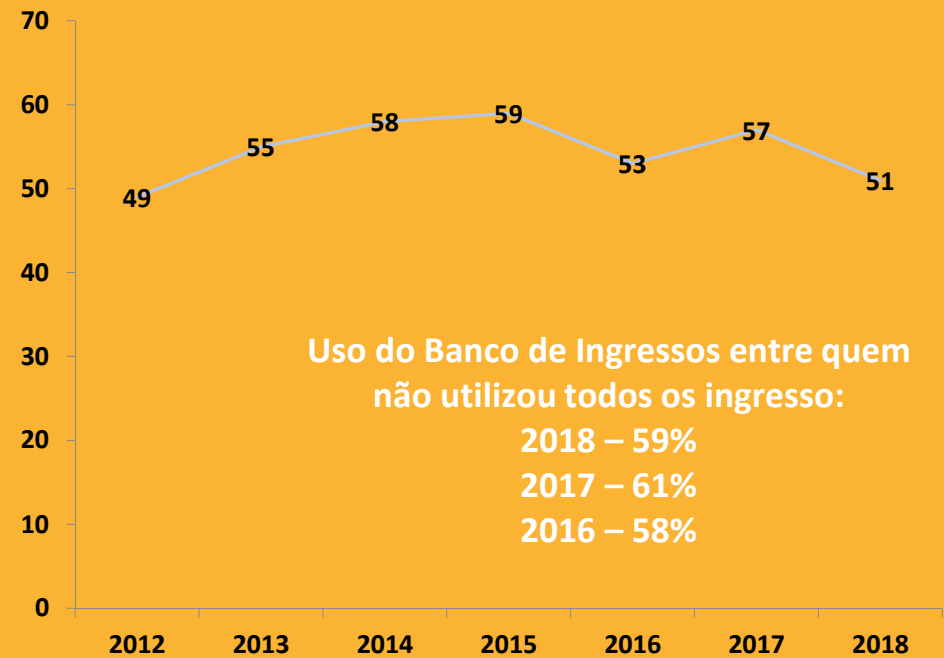
# Uso do Banco de Ingressos permanece nos mesmos patamares anteriores

Base: Assinantes - 738

## Quando não pode comparecer...

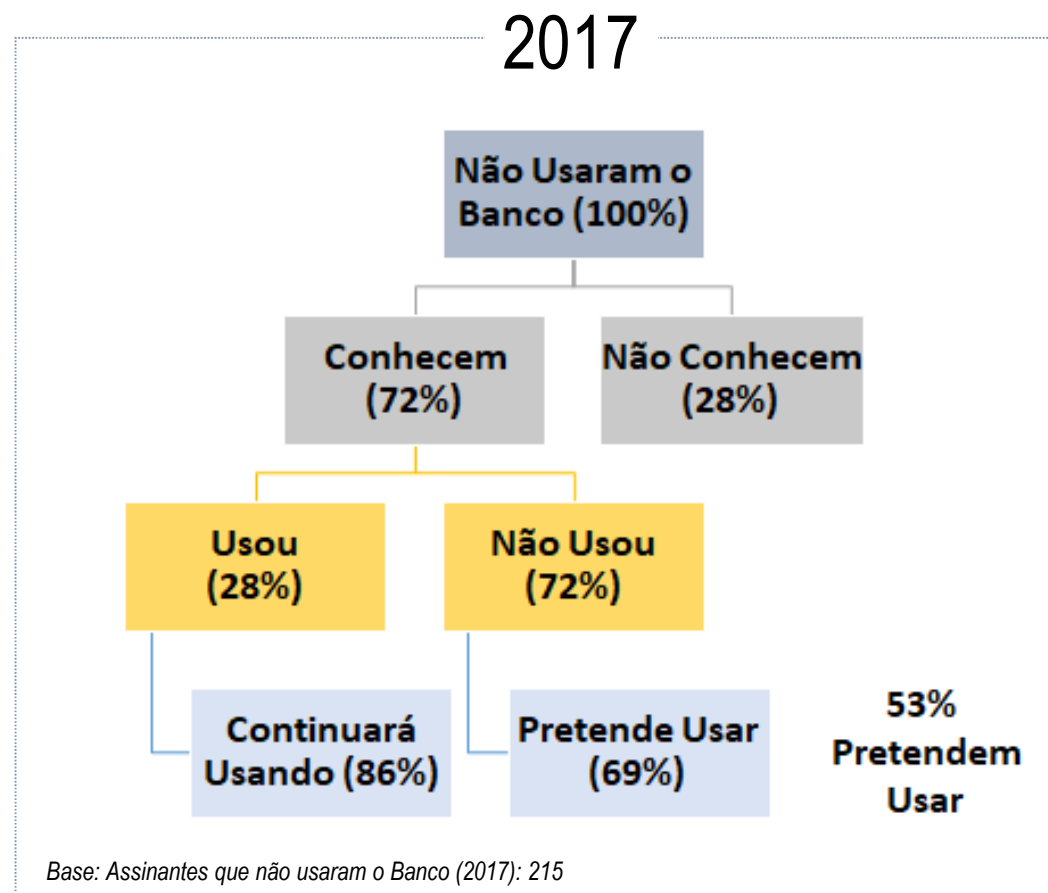
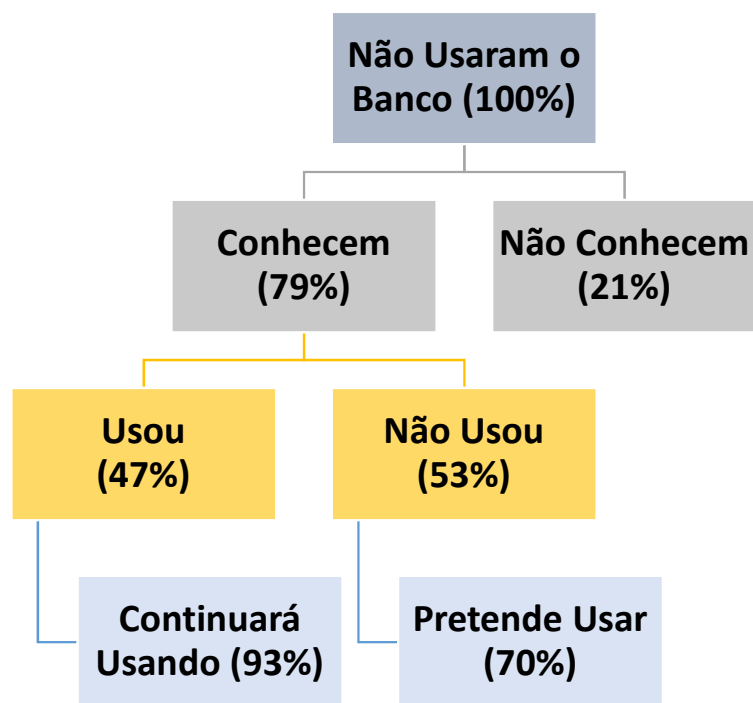
	2018	2017	2016
Doei para amigos ou familiares	44%	52%	55%
Disponibilizei o ingresso para o Banco de Ingressos	51%	57%	53%
O ingresso não foi aproveitado	15%	16%	12%
Utilizei todos os ingressos	14%	7%	8%
Transferi via site para amigos	2%	///	///

## Queda no uso do Banco de Ingressos se da ao fato de mais expectadores terem utilizado todo os ingressos



# Entre aqueles que não usaram o Banco de Ingressos em 2018, 63% pretendem usar!

Base: Assinantes que não usaram o Banco: 496



Base: Assinantes que não usaram o Banco (2017): 215

# Assinantes NOVOS:

## Site da Osesp é principal fonte de informação sobre venda de assinaturas

Base: Assinantes NOVOS : 46  
BASE PEQUENA PARA ANÁLISE

### Como souberam da venda de ingressos







Site da Osesp	57%
Amigos/Parentes	33%
Livreto da Temporada da Osesp	13%
E-mail marketing	7%



# Processo de Compra: Assinantes NOVOS

Base: Assinantes NOVOS : 46

## Canal de Compra

	2018	2017	2016	2015
	50%	90%	77%	55%
	15%	5%	10%	23%
	29%	0%	6%	13%
	6%	5%	5%	8%

### Notas:

2018 – 8,4

2017 – 8,1

2016 - 8,6

2015 - 8,3

## Satisfação com o Processo

	2018	2017	2016	2015
Pagamento	9,2	8,1	9,3	9,0
Informações pelo Livreto	8,8	8,9	9,4	8,2
Cordialidade do Atendente	8,7	8,9	8,5	8,6
Prazo para adquirir assinatura	8,7	7,2	8,8	8,0
Informações pelo site	8,7	8,2	8,6	8,3
Facilidade de Navegação	8,1	7,7	8,4	7,4
Facilidade compra pelo telefone	8,2	7,7	9,9	8,4
Preço	8,2	7,0	7,8	8,0
Informações pelo telefone	8,4	8,0	9,6	7,7

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: Relevância de APP Ingresso Rápido na venda de ingressos avulsos cresce ainda mais, perdendo apenas para o site

Base: Comprador Avulso: 783



## Onde adquiriram os ingressos:

	2018	2017	2016	2015
Site Ingresso Rápido	72%	75%	79%	79%
Bilheteria da Sala SP	25%	28%	28%	27%
Pelo aplicativo da Ingresso Rápido	31%	18%	12%	///
Pontos de Venda Ingresso Rápido	2%	4%	4%	5%

# Processo de Compra:

## Bilheteria é canal com melhores avaliações

	Bilheteria Sala São Paulo			Site da Ingresso Rápido			Ponto de Venda da Ingresso Rápido		
	2018 (197 casos)	2017 (169 casos)	2016 (172 casos)	2018 (567 casos)	2017 (449 casos)	2016 (490 casos)	2018 (13 casos)	2017 (27 casos)	2016 (27 casos)
NOTA GERAL	8,7	8,4	8,6	7,9	8,0	7,9	7,1	7,8	8,1
Facilidade de efetivar a compra	<b>8,8</b>	8,6	8,8	8,2	8,3	8,4	7,5	7,7	8,8
Facilidade em visualizar os lugares vagos	<b>9,0</b>	8,7	8,8	8,1	8,2	8,1	7,6	7,8	9,0
Preço dos ingressos	<b>7,6</b>	7,5	7,7	7,0	7,1	7,0	7,2	7,3	7,4
Horário de funcionamento	<b>8,3</b>	7,9	8,2	///	///	///	7,5	8,0	8,8
Treinamento dos atendentes	<b>8,9</b>	8,7	8,9	///	///	///	7,4	7,6	9,5
Cordialidade dos atendentes	<b>9,1</b>	8,7	8,9	///	///	///	7,7	7,7	9,2
Facilidade de navegação	///	///	///	7,9	7,9	8,0	///	///	///

# Série Flexível: *Entre seus assinantes 54% preferem sistema “Série Flexível”*

## Série Flexível: Conhecido por metade dos Espectadores da OSESP:

	Assinante	Não assinante	Total
2018	69%	25%	46%

Base: Amostra Total - 1253 (Assinante Série Flexível não responde)

## Referência: Conhecimento do Crie Sua Série em anos anteriores....

	Assinante	Não assinante	Total
2017	63%	30%	46%
2016	59%	28%	45%

P14. Você conhece a modalidade de assinatura “Série Flexível”?  
P14a. Você prefere adquirir ingressos da “Série Fixa” ou da “Série Flexível”?



# Processo de Compra: Série Flexível

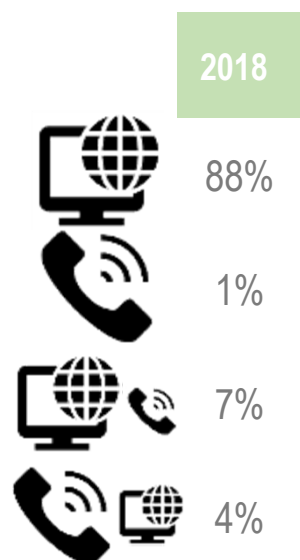
Nota:  
2018 – 8,7

Referência – Crie Sua Série

2017 – 7,9  
2016 - 7,6  
2015 - 7,5

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

## Canal de Compra



## Satisfação com o Processo

Dados históricos "Crie Sua Série"

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

## Maioria tem intenção de renovar a assinatura/comprar ingressos da OSESP em 2019

*Assinantes Antigos que RENOVARAM*

Top 2Box – 89%

Média – 9,5

*Assinantes que TROCARAM:*

Top 2Box – 83%

Média – 9,5

*Assinantes NOVOS :*

Top 2Box – 83%

Média – 9,5

*NOVA ASSINATURA:*

Top 2Box – 80%

Média – 9,3



# Aquisição de Assinaturas OSESP: Aqueles que Renovaram esse ano são os maiores promotores da OSESP - NPS (Net Promoter Score)

	Assinantes Antigos que RENOVARAM - 87	Assinantes que TROCARAM: 76	NOVA ASSINATURA: 81	Assinantes NOVOS : 59
	Promotores: 89 (soma das notas 10 + 9)	Promotores: 80 (soma das notas 10 + 9)	Promotores: 83 (soma das notas 10 + 9)	Promotores: 74 (soma das notas 10 + 9)
	Neutros: 09 (soma das notas 8 + 7)	Neutros: 16 (soma das notas 8 + 7)	Neutros: 15 (soma das notas 8 + 7)	Neutros: 11 (soma das notas 8 + 7)
	Detratores: 02 (soma das notas 6 a 1)	Detratores: 4 (soma das notas 6 a 1)	Detratores: 2 (soma das notas 6 a 1)	Detratores: 15 (soma das notas 6 a 1)
	Base: 416	Base: 164	Base: 48	Base: 46

**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.



# Principais Aprendizados





## Principais Aprendizados

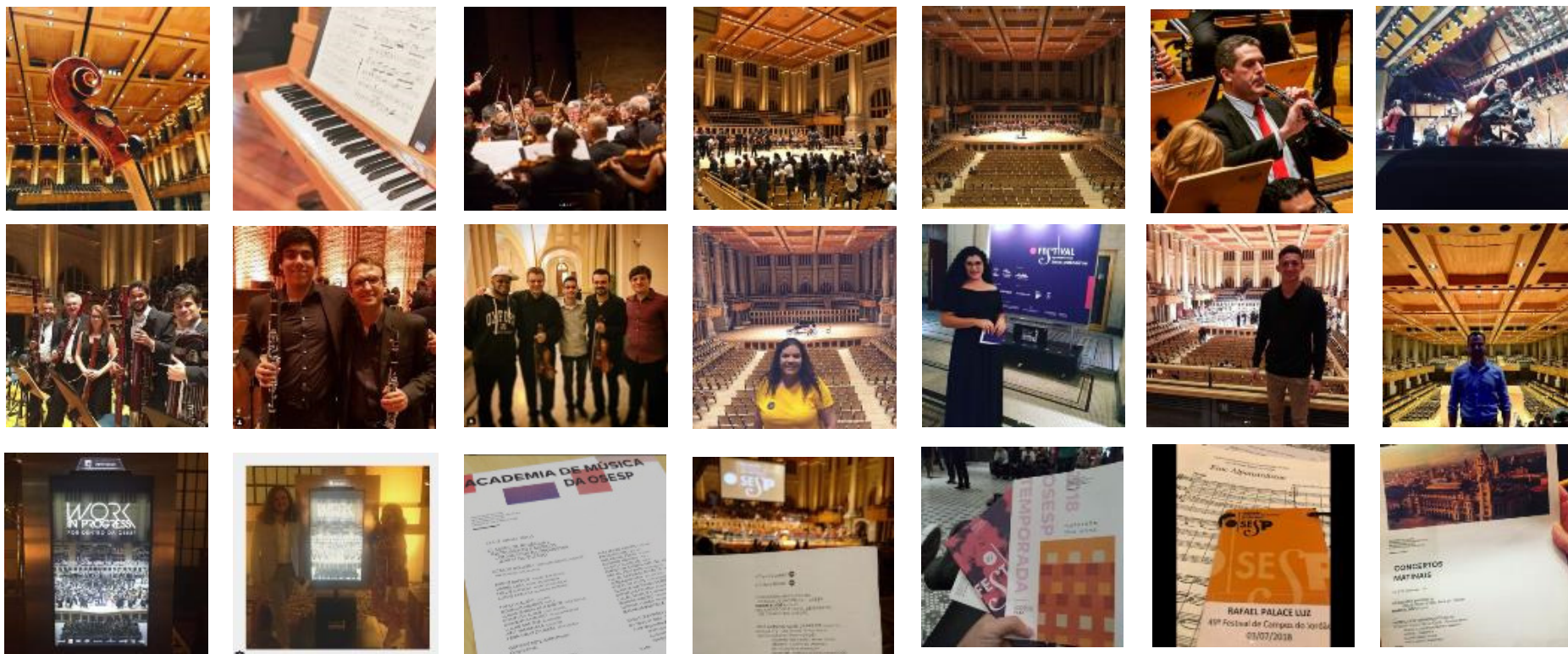
- § No geral, o cenário mantém uma estabilidade, com sinais de melhora em relação a avaliação dos serviços, que havia apresentado uma queda em 2016 quando comparado ao ano de 2015. Acústica e atendimento dos funcionários se destacam como pilares que vem apresentando melhorias na percepção dos respondentes.
- § Índices de recomendação (NPS) mostram como a OSESP tem um potencial a ser explorado entre os promotores tanto dos espetáculos (92% recomendariam os concertos) como das aquisições de assinatura, com maior entusiasmo entre as mulheres (94%).
- § Vem numa crescente também o conhecimento sobre o Banco de Ingressos, acompanhado de uma alta intenção em continuar utilizando o serviço. Mesmo entre os 53% que conhecem mas ainda não utilizaram, a intenção de utilização chega a 70%. Investir na divulgação do serviço pode contribuir para que esse cenário continue evoluindo.




## Principais Aprendizados

- Os canais de comunicação digital vem de fato se consolidando e ganhando importância principalmente como fonte de informação sobre a programação e compra de ingressos. Site da OSESP, e-mail e Facebook vem se fortalecendo mesmo entre os assinantes antigos, perfil de usuários com faixa etária mais alta mas cada vez com maior aderência a plataformas digitais.
- Gad Alon, Director of Data Measurement Partnership at Facebook, em apresentação no Congresso da ABEP 2018, afirmou que é possível alcançar até 60% de retorno do investimento de marketing ao integrar campanhas de televisão, Facebook e Instagram.
- Corroborando com esse apontamento, a pesquisa GLOBAL DIGITAL REPORT 2018 da Hootsuit com a We Are Social, revelou que o brasileiro passa mais de 9 horas diárias usando a Internet, com mais de 3 horas de acesso às redes sociais. Além disso, somos o 2º país no mundo com mais usuários ativos no Instagram, dado que reforça a importância dessa rede dentro de uma estratégia de comunicação digital.

# A #OSESP tem mais de 16.500 publicações no Instagram





Como a plataforma pode ampliar as possibilidades de contato com o público da OSESP?

Teaser dos vídeos do youtube



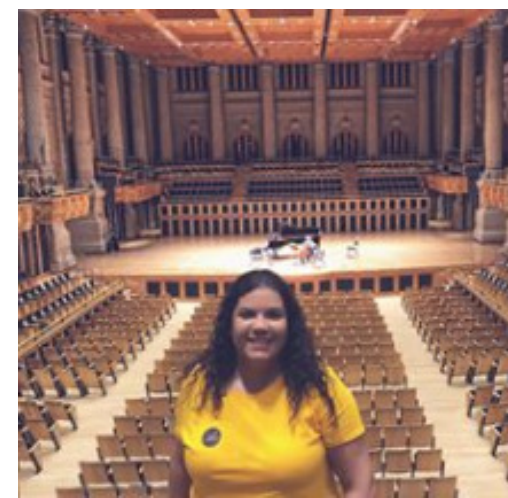
Anúncios de temporadas



Fotos de eventos



Você na OSESP





O Whatsapp é o app mais baixado em 2017 e com maior número de usuários ativos no Brasil, de acordo com a pesquisa GLOBAL DIGITAL REPORT 2018 da Hootsuit com a We Are Social

- § Entre 2012 e 2016, porcentagem de brasileiros com mais de 60 anos e conectados cresceu de 8% a 19%, segundo pesquisa da Cetic.br, dado que só confirma a importância desse canal de comunicação com o público da OSESP mesmo entre os assinantes antigos (perfil com maior faixa etária).
- § Em 2018 o WhatsApp lançou no Brasil a versão WhatsApp Business, voltada para a comunicação entre empresas de pequeno e médio porte e seus clientes. Apesar do WhatsApp Business se apresentar como uma novidade para facilitar o processo de oferta e compra de produtos e serviços, de acordo com uma pesquisa do portal Mobile Time e Opinion Box (2018), 55% dos usuários do WhatsApp afirmaram já utilizar o aplicativo para essas funções anteriormente ao lançamento do Business, principalmente com profissionais liberais e pequenos negócios. Além disso, 71% dos usuários aprovam a troca com empresas para tirar dúvidas e pedir informações (hoje o canal usado na OSESP é o telefone), para receber promoções (53%), para compra de produtos (46%) e para a contratação de serviços (42%).

# Funcionalidades WhatsApp Business



**Conta comercial:** personalização da conta, incluindo expor informações como horário de atendimento, e-mail e website.

**Mensagens automáticas:** informes sobre promoções, horário de funcionamento e respostas para perguntas frequentes (FAQ). Além de saudações e status de ausência.

**Estatísticas:** acesso a métricas, ou seja, saber quem recebeu e abriu a mensagem e quais foram as mais lidas.

**Etiquetas:** Uso de marcadores como “pago”, “novo cliente”, “pagamento pendente”, etc para facilitar a identificação de mensagens.



# Satisfação

Job 18095  
Julho | 2018

