Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo

Projeto: Satisfação Osesp 2023

PJ23173
PJ23218 | DEZ DE 2023

Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo

Introdução

COM QUEM FALAMOS

1079 contatos

(955 assistiram concertos na Osesp este ano e 279 não assistiram);

Homens e mulheres;

Acima de 16 anos;

Frequentadores da Sala São Paulo;

Assinantes e compradores de ingressos avulsos.

PERFIL	UNIVERSO 20223	REALIZADO 2023	MARGEM DE ERRO
Total	32.823	955	3,2%

ANO	UNIVERSO	REALIZADO
2022	60.000	746
2021	39,930	1.053
2019	35.946	1.682
2018	18.619	1.392
2017	28.646	1.168

OBJETIVOS E METODOLOGIA

Avaliar o nível de Satisfação do público da Osesp, assim como identificar quais são as suas expectativas em relação ao futuro da Fundação.

PADRÃO DE AÇÃO

Traçar planos viáveis para o futuro da Osesp (principalmente no que se refere à programação).

PESQUISA QUANTITATIVA ATRAVÉS DE ENTREVISTAS ONLINE.

Envio de e-mail convite para todos os públicos: assinantes, não assinantes e Sou Osesp (listagens fornecidas pela Osesp).

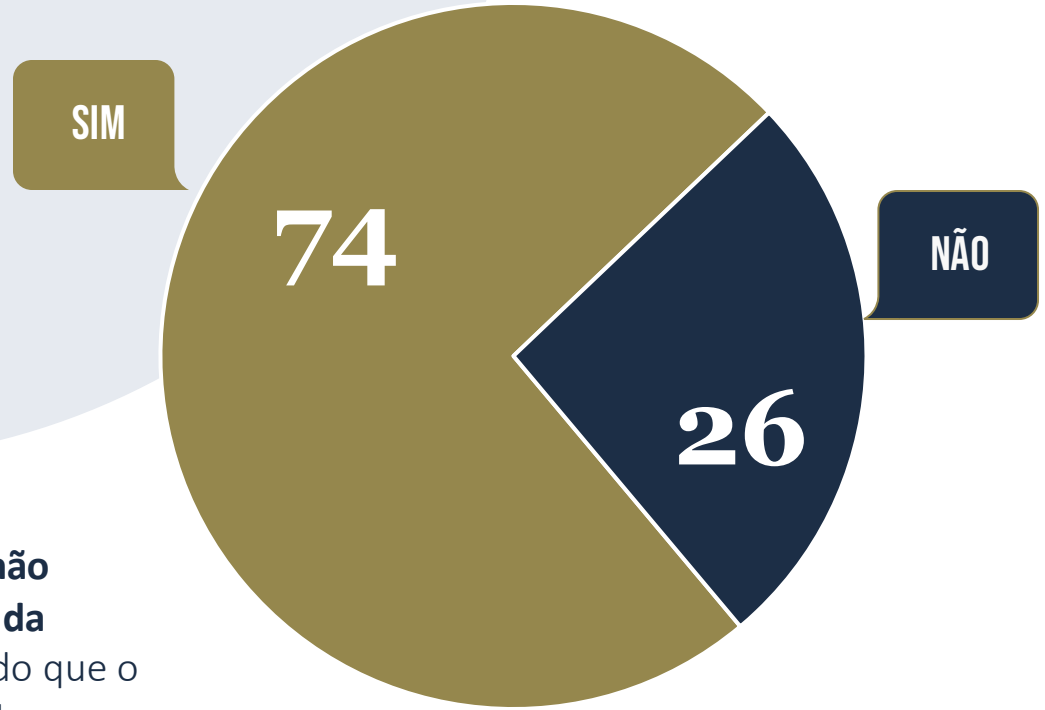
Data de coleta: novembro de 2023.

O estudo teve caráter branded, ou seja, os respondentes souberam que o solicitante da pesquisa é a Fundação Osesp.

Os resultados de 2023 estão sendo comparados com 2018, 2019, 2021 e 2022 sempre que possível.

ASSISTIU A, PELO MENOS, UM CONCERTO OU ENSAIO DE MÚSICA CLÁSSICA AO VIVO EM 2023

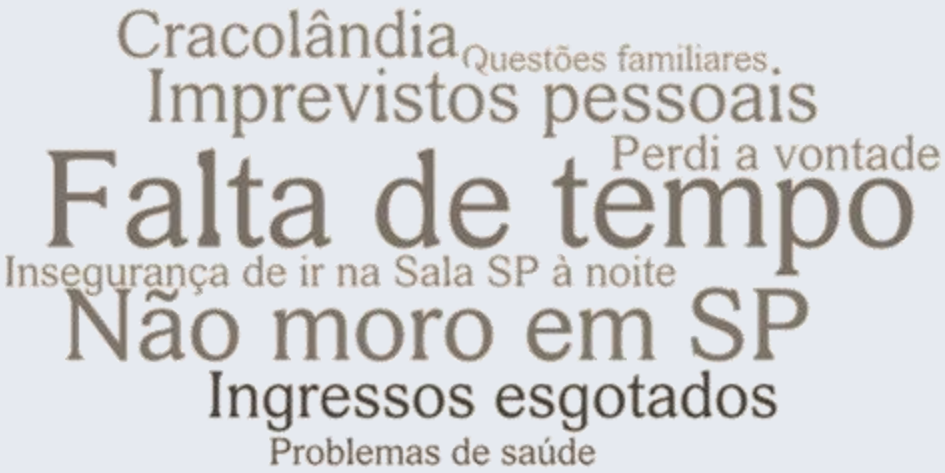
Executado pela Osesp



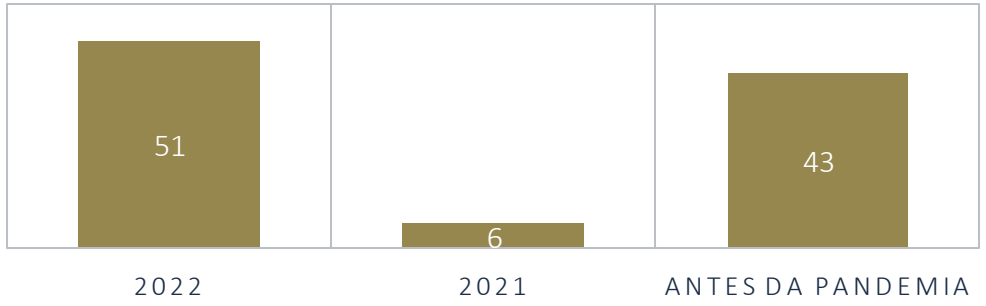
Somente ¼ dos espectadores não assistiram a nenhum concerto da Osesp em 2023 (índice menor do que o observado no ano passado, onde praticamente metade dos respondentes declaravam que não tinha assistido).

Base: Número de Contatos – 1079 (279 não assistiram a Osesp este ano)

Por que não assistiu?



% Quando esteve na Osesp pela última vez



Base: Número de Contatos – 1079 (279 não assistiram a Osesp este ano)

Capítulo 1

Detalhamento do Público Frequentador

PERFIL DA AMOSTRA

2023

Público de 2023 com um menor percentual de espectadores de classe A do que o observado em anos anteriores.

46% ♀ 53% ♂

44% casados

22% de aposentados
Idade Média: 54 anos

Alto grau de instrução (86% superior completo)

38% Classe A
48% Classe B
14% Classe C

COMPRADORES AVULSOS (577) - 60%

49% homens
Mais solteiros (48%)

Idade Média - 43 anos
13% aposentados

2022 CLASSE A (32%)

Classe A (28%)
Classe B (53%)

ASSINANTES (378) - 40%

60% homens
Mais casados (54%)

Idade Média 66 anos
34% aposentados

2022 CLASSE A (60%)

Classe A (53%)
Classe B (41%)

Como chegam a Osesp?

57%
Carro Próprio (Assinantes: 74%)

49%
Trem/ metrô (Avulsos: 59%)

20%
UBER

10%
Taxi

Base: Amostra Total - 955

FREQUÊNCIA EM ORQUESTRAS (GERAL)

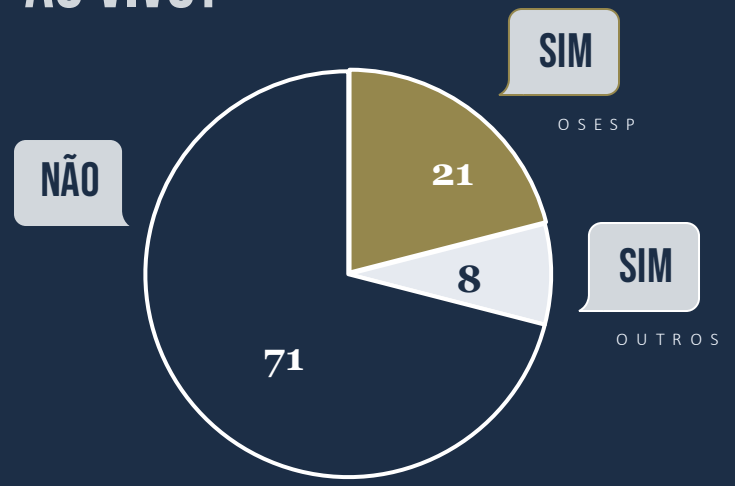
Cai a frequência em outras orquestras e aumenta o % de espectadores da Osesp online (16% ➔ 21%)
Entre os que assistiram outros espetáculos, se destacam: Orquestra Brasil Jazz Sinfônica, Sinfônica Brasileira e Sinfônica Municipal de São Paulo

61% ASSISTEM OUTRAS ORQUESTRAS (81% EM 2022)

ALÉM DA OSESP ASSISTEM A:	2023	2022	2021	2019	2018
Orquestra Brasil Jazz Sinfônica	16%	12%	20%	16%	10%
Orquestra Sinfônica Brasileira	16%	3%	5%	4%	4%
Orquestra Sinfônica Municipal de São Paulo	14%	19%	14%	25%	20%
Orquestra Bachiana Filarmônica	12%	4%	6%	7%	6%
Orquestra do Theatro São Pedro	11%	13%	10%	12%	12%
Orquestra Sinfônica da USP	6%	6%	5%	14%	11%
Orquestras e Grupos Internacionais	5%	7%	14%	18%	21%

Base: Amostra Total - 955

ASSISTIU A ALGUM *concerto online* AO VIVO?



Esses concertos foram assistidos ***principalmente*** no Youtube

COSTUMAM SE INFORMAR? EM QUAIS CANAIS?

98% afirmam que costumam se informar sobre a Osesp (em 3 veículos diferentes, assinantes chegam a 4).
As mídias digitais são as mais acessadas por ambos os públicos e o site da Osesp é o meio que mais cresceu esse ano.

Entre quem não se informa as maiores justificativas são falta de hábito e tempo.

	2023	2022	2021	2019	2018
	50%	63%	58%	56%	67%
	95%	96%	97%	90%	83%
	3,3	3,9	3,4	2,9	2,8

ÍNDICE DE MULTIPLICIDADE

%	2023	2022	2021	2019	2018
Mídia Convencional					
Livro da Temporada Osesp (57 x 17)	33	27	25	22	33
Jornais	9	22	25	16	18
Revista Osesp Anual (39 x 6)	19	17	17	15	24
Amigos ou parentes	16	17	12	16	12
Revistas	5	9	9	8	10
Rádio	5	13	15	9	10
Mídia Digital					
E-mails enviados pela Osesp (85 x 48)	63	69	78	50	27
SITE (s/e) (70 x 77)	*74*	*67*	*62*	*72*	*69*
• Site Osesp	55	46	///	///	///
• Site Sala São Paulo	49	44	///	///	///
Aplicativo Osesp (21 x 6)	12	11	13	12	18
Redes Sociais Osesp	21	25	///	///	///
Redes Sociais da Sala São Paulo	20	20	///	///	///
NÃO COSTUMA SE INFORMAR	2	1	///	///	///

Meios tradicionais que mais perdem relevância: jornais (principalmente), revistas e rádio.

O APP tem mais apelo para os homens, faixas etárias mais velhas (+ 60), classe A e assinantes

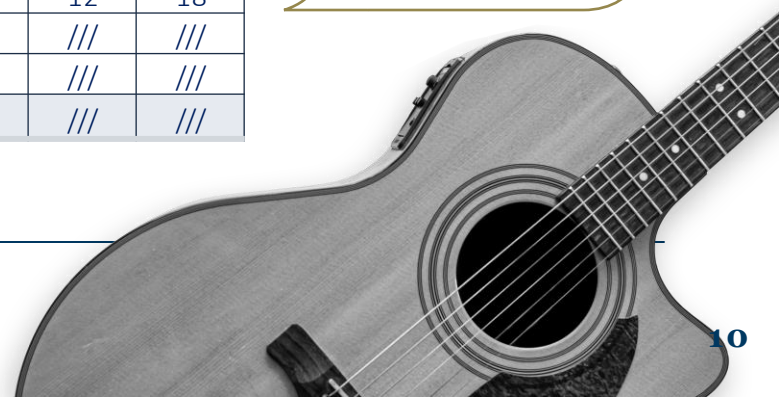
Mídia Convencional perde ainda mais sua importância

Assinante
97% digital X 69% convencional

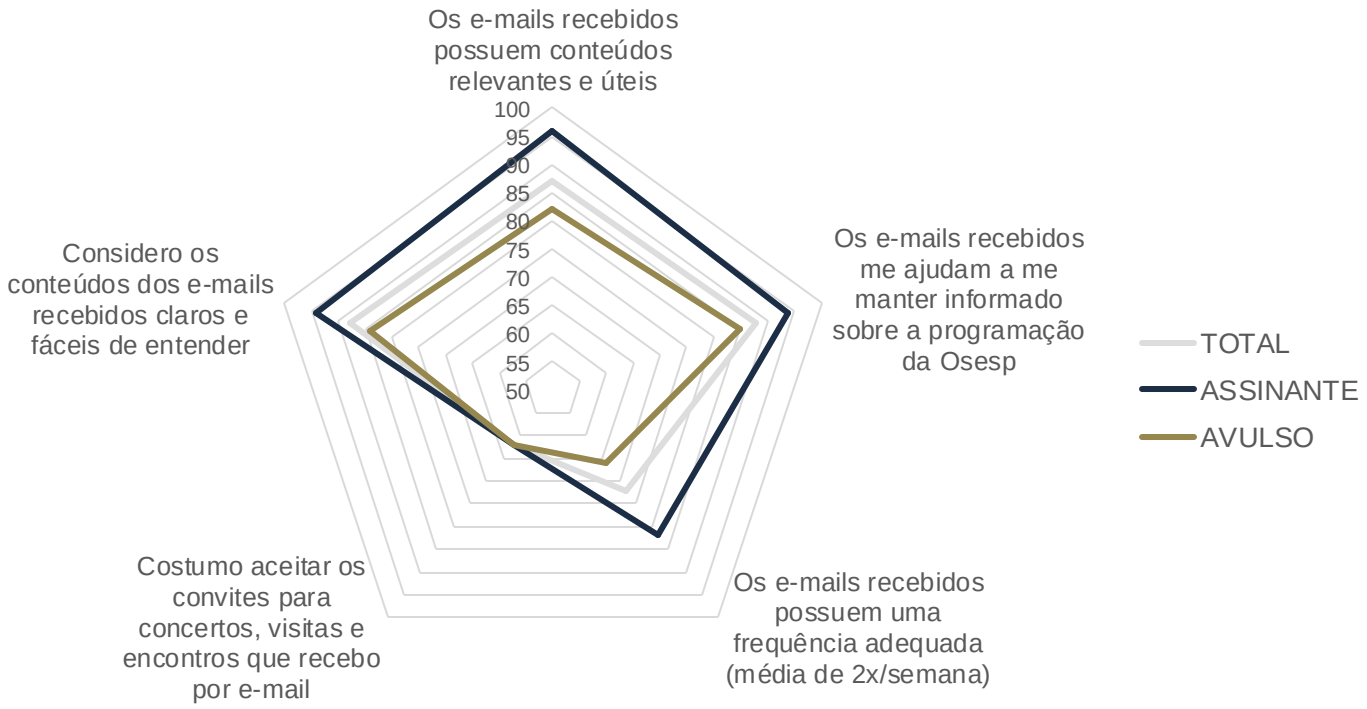
Não Assinante
94% digital X 38% convencional

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)



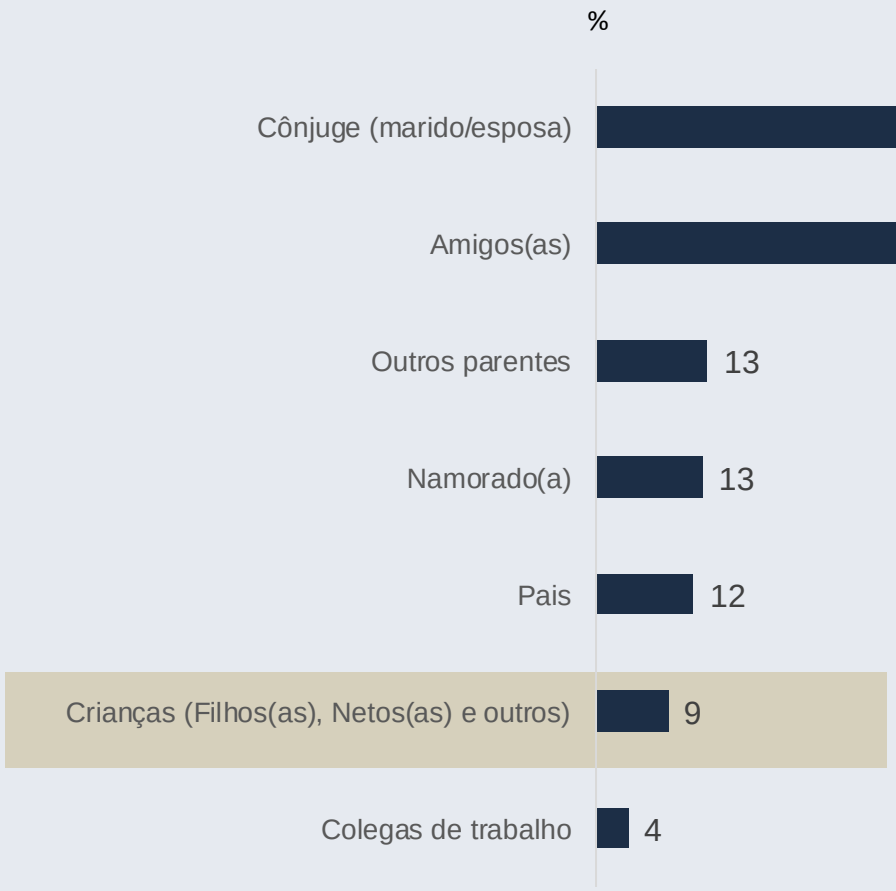
AVALIAÇÃO DOS E-MAILS RECEBIDOS



Assinantes, principalmente, reconhecem a relevância dos e-mails recebidos, mas a frequência nem sempre é adequada e os espectadores nem sempre aceitam os convites recebidos por e-mail (62%)

COM QUEM ASSISTEM AOS CONCERTOS

Cônjuges ou amigos são os principais acompanhantes.



IDADE
Até 6 anos – 19%
7-12 anos - 41%
13-18 anos – 59%

Base: Amostra Total - 955

Quando levam as crianças?

DIAS DA SEMANA
Quinta – 10%
Sexta – 22%
Sábado – 58%
Domingo – 60%

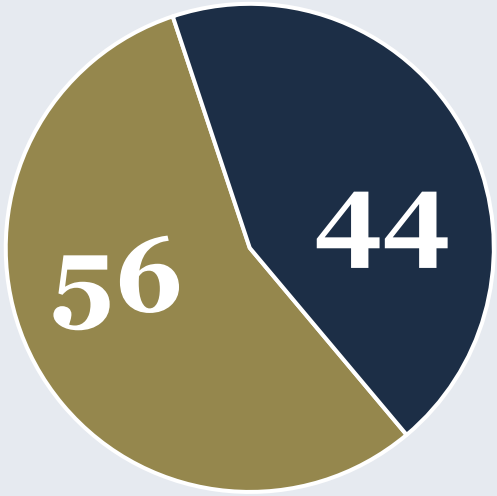
PROGRAMAÇÃO
Clássico – 89%
Moderno – 58%

REPERTÓRIO
Vários – 39%
Clássico – 23%
Concertos de Orquestras – 12%
Trilhas de Filmes – 10%

PROGRAMAÇÃO INFANTIL

Acreditam que a Osesp tem programas e atividades para as crianças?

NÃO



SIM

POR QUE SIM?

25% ACREDITAM QUE O REPERTÓRIO ATUAL É ADEQUADO ÀS CRIANÇAS MAS, A MAIORIA CITA (58%): TRILHAS SONORAS DE FILMES, DESENHOS E GAMES, PROGRAMAÇÃO MATINAL, VISITA GUIADA E CORO INFANTIL.

POR QUE NÃO?

NA VERDADE A MAIORIA AFIRMA QUE DESCONHECE UMA PROGRAMAÇÃO ESPECÍFICA PARA CRIANÇAS (68%) DEMAIS ACHAM QUE O REPERTÓRIO NÃO É ATRATIVO PARA AS CRIANÇAS.

Por que as atividades já desenvolvidas pela Osesp são interessantes para as crianças?

Desenvolve a musicalidade, o bom gosto musical/Prática da boa música/Aprendizado desde pequenos

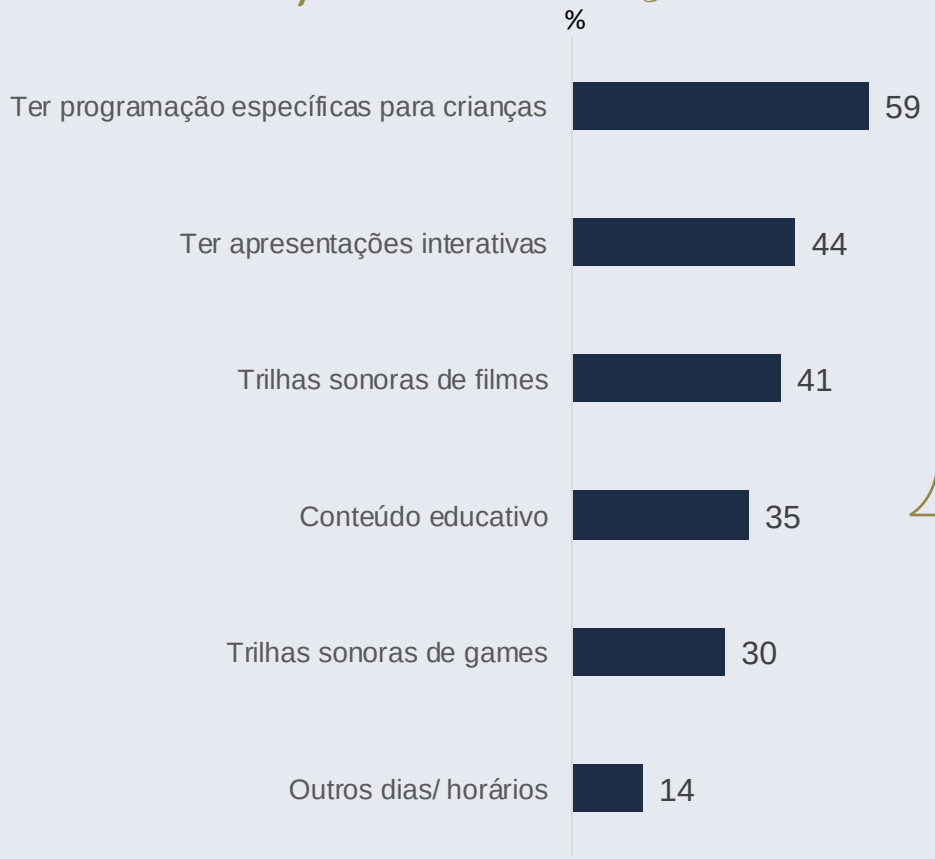
Ampliar horizontes culturais/Para conhecer melhor a cultura/Desenvolvimento cultural e artístico/Incentivo à cultura

Insere a criança/Porque desperta o interesse

Base: Amostra Total - 955

PROGRAMAÇÃO INFANTIL

O que a Osesp deveria fazer para ser mais interessante para as crianças? (estimulado)



AOS FINAIS DE SEMANA

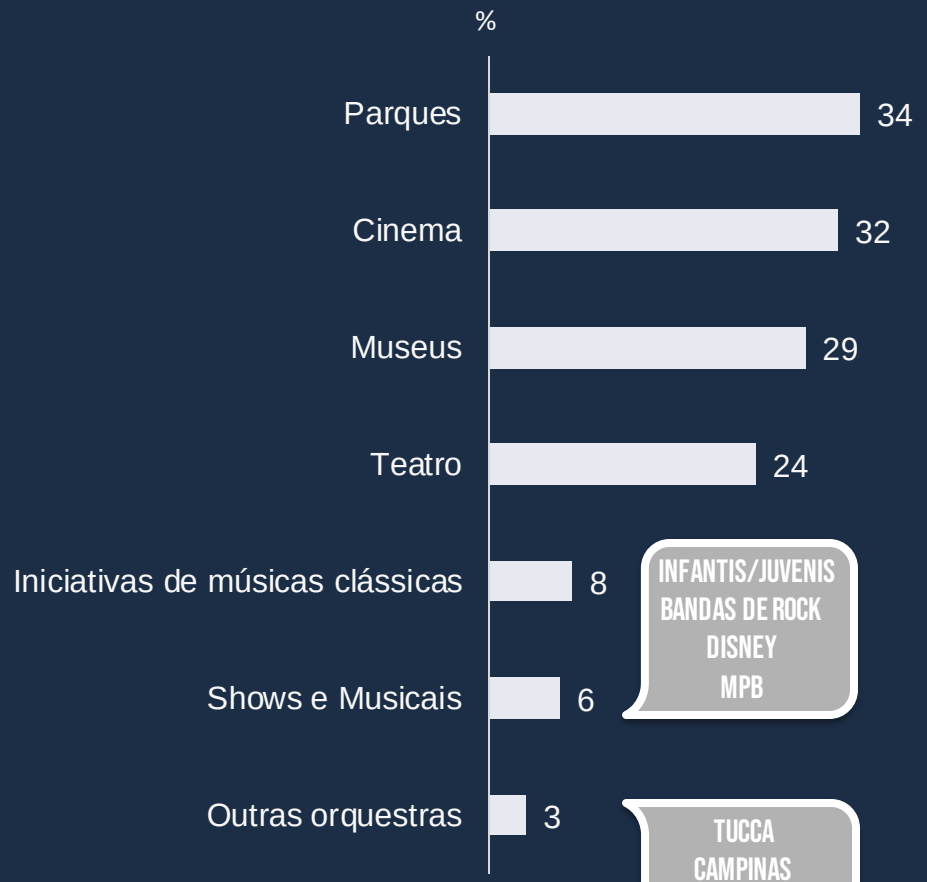
DURANTE O DIA (MANHÃ OU TARDE)

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

49% COSTUMAM FAZER PROGRAMAS INFANTIS

O que costuma fazer com as crianças?



INFANTIS/JUVENIS
BANDAS DE ROCK
DISNEY
MPB

TUCCA
CAMPINAS
THEATRO
SÃO PEDRO

Capítulo 2

Avaliação Osesp

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

RECOMENDAÇÃO (NET PROMOTER SCORE)

A Osesp mantém seu alto índice de NPS

NPS (2023)	NPS (2022)	NPS (2021)
94	94	94

PROMOTORES:
95%
(soma das notas 10 + 9)

NEUTROS:
4%
(soma das notas 8 + 7)

DETRATORES:
1%
(soma das notas 6 a 1)

Assinante
93%

Não Assinante
97%

Assinante tende a ser mais crítico

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

Satisfação geral

A Osesp aumenta ainda mais seu índice de satisfação entre os dois públicos

	2023	2022	2021	2019	2018
Notas 6 ou -	**0%**	1%	0%	0%	1%
Notas 7 e 8	**7%**	10%	12%	11%	16%
Notas 9 e 10	**93%**	89%	88%	89%	83%
Média	**9,7**	**9,5**	**9,5**	**9,2**	**9,3**

MÉDIA	ASSINANTE	AVULSO
2023	9,6	9,8
2022	9,5	9,6
2021	9,4	9,6
2019	9,2	9,7
2018	9,2	9,4

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

AVALIAÇÃO ASPECTOS ESPECÍFICOS

Avaliação bastante positiva e em linha com os anos anteriores

Médias das notas	2023	2022	2021	2019	2018
Orquestra Osesp	9,8	9,7	9,7	9,6	9,5
Maestros convidados pela Osesp	9,6	9,5	9,5	9,4	9,4
Solistas convidados da Osesp	9,6	9,5	9,5	9,1	9,4
Coro da Osesp	9,6	9,5	9,5	9,4	9,3
Diretor Musical e Maestro Titular da Osesp – Thierry Fischer	9,5	9,4	9,5	9,3	9,2
Programação de Câmara (recitais de solistas e quinteto (Osesp)	9,4	9,2	9,2	9,2	///
Programação do Coro	9,3	9,1	9,1	9,1	8,9
Programação da Orquestra	9,2	9,1	9,1	9,8	8,8

Compradores avulsos avaliam ainda melhor

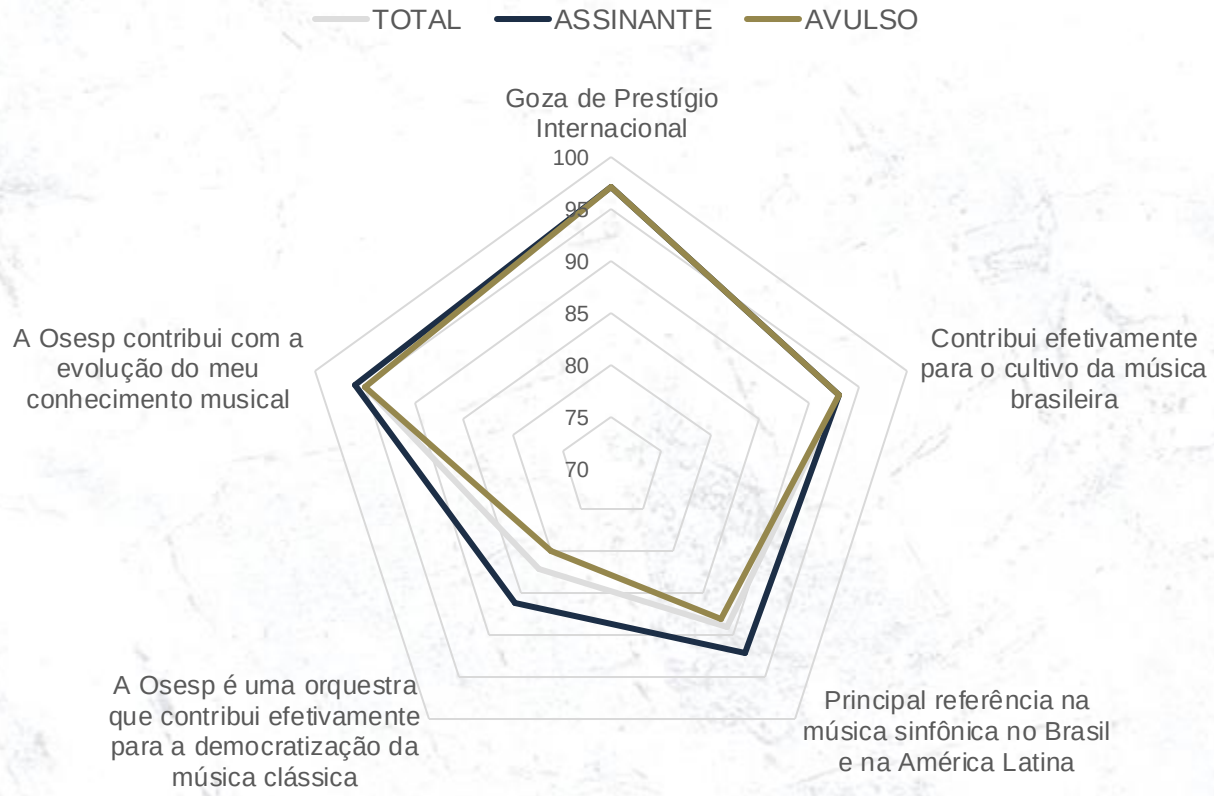
	2023	
	ASSINANTES	AVULSOS
Orquestra	9,70	9,82
Coro	9,55	9,71
Solistas convidados	9,50	9,67
Maestros convidados	9,47	9,66
Diretor Musical e Maestro Titular	9,40	9,64
Programação de Câmara	9,23	9,50
Programação do Coro	9,19	9,38
Programação da Orquestra	8,91	9,32

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

CONHECIMENTO DA MISSÃO

Desde 2022, compreendem que a Osesp cumpre com excelência a sua missão relacionada a apresentação do melhor da música, mas não totalmente seu papel formativo.



A Osesp é altamente relacionada à: *goza de prestígio internacional*, *contribui para o cultivo da música brasileira* e também *contribui com a evolução do meu conhecimento musical* (inserido nesta última onda).

Falta ainda ser mais associada, principalmente, a uma *orquestra que contribui efetivamente para a democratização da música clássica no Brasil*

%	2023	2022	2021	2019	2018
Goza de prestígio internacional	**97**	**97**	92	91	87
Contribui efetivamente para o cultivo da música brasileira	**93**	**93**	86	88	83
Principal referência na música sinfônica no Brasil e na América Latina	89	88	89	87	///
A Osesp é uma orquestra que contribui efetivamente para a democratização da música clássica	82	82	84	84	///
A Osesp contribui com a evolução do meu conhecimento musical	**95**				

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

Quais são os atributos que mais impactam na satisfação?

ANÁLISE DE QUADRANTES – MATRIZ DE OPORTUNIDADES

IMPORTÂNCIA DOS ATRIBUTOS NA SATISFAÇÃO (%)

APRIMORAR

Baixa Satisfação e Alta Importância
neste quadrante estão as áreas que merecem atenção especial, pois representam as expectativas dos clientes, mas ainda não são entregues pela empresa.

MANTER

Alta Satisfação e Alta Importância
(neste quadrante estão os atributos básicos e essenciais para estar no mercado e que já são entregues pela empresa) e que podem ser reforçados em uma comunicação

Baixa Satisfação e Baixa Importância
podem representar oportunidades específicas caso sejam aspectos defendidos pela empresa: do contrário não merecem esforço, pois não incrementam o engajamento do cliente.

ANALISAR

Alta Satisfação e Baixa importância
atributos pouco acionáveis, pois já possuem alto nível de satisfação. Contudo devem ser mantidos caso sejam aspectos defendidos pela empresa. Nesse caso, devem ser comunicados como diferenciais, pois embora menos importantes podem representar oportunidades de diferenciação e uniqueness

CUIDAR

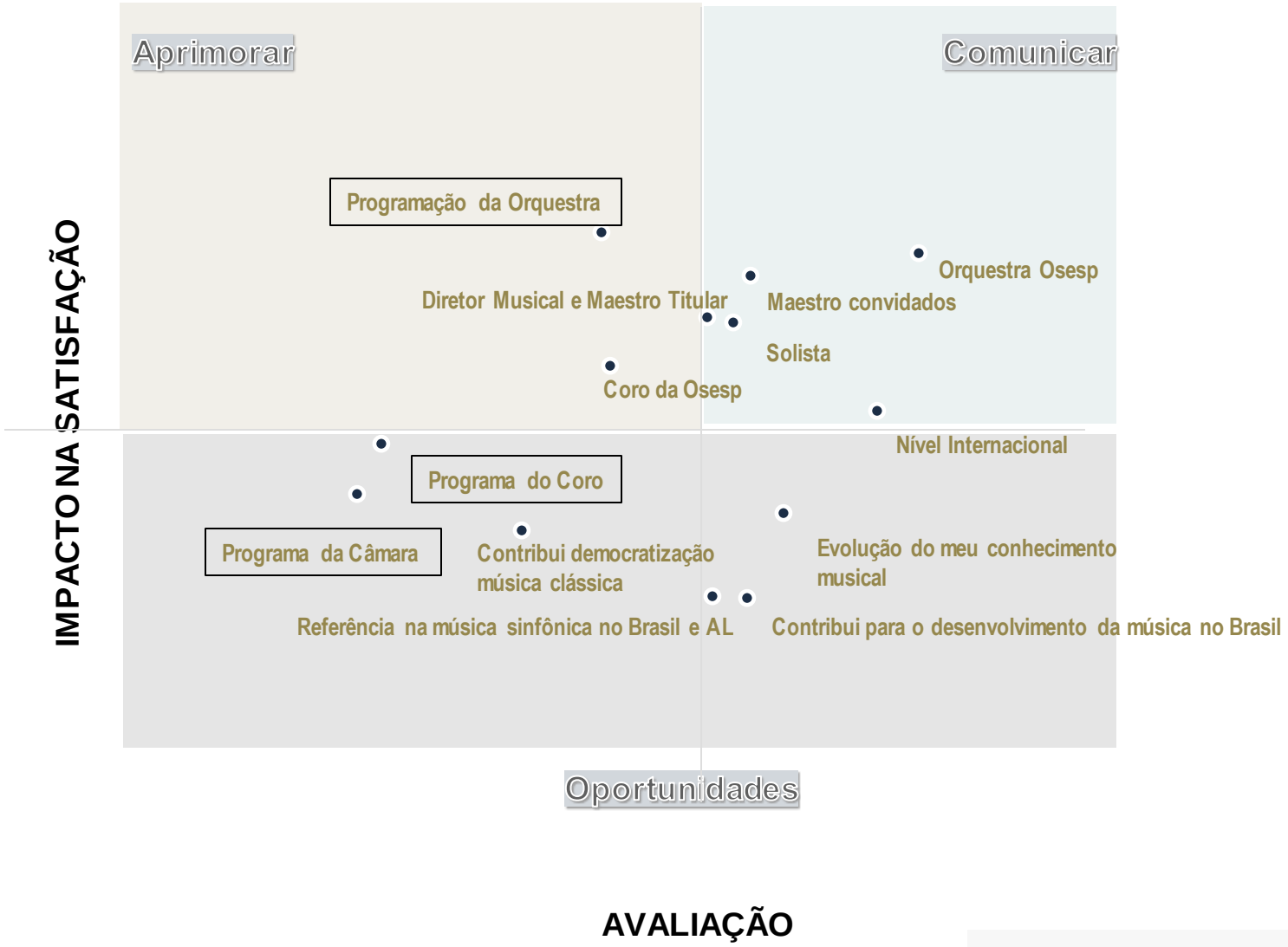
PERFORMANCE (TOPBOX %)

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

ANÁLISE DE QUADRANTES

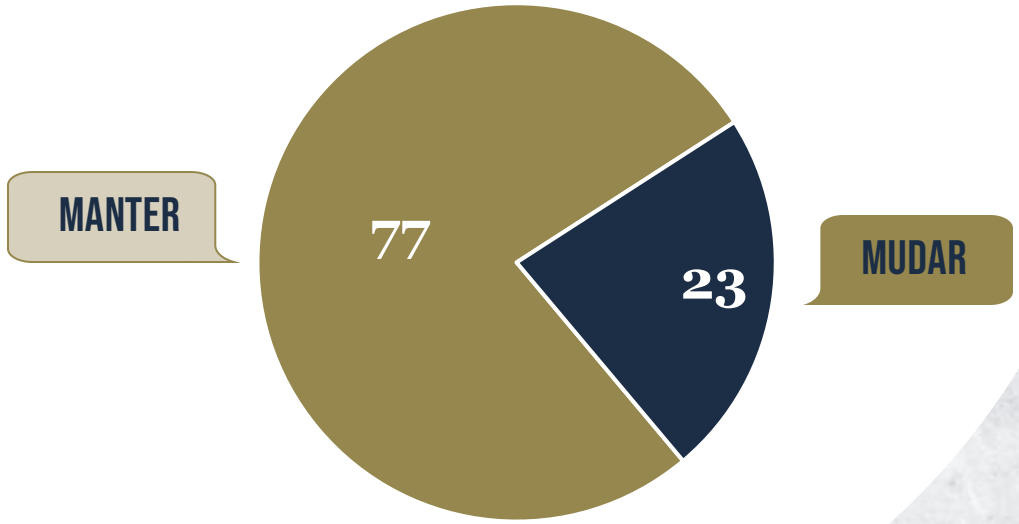
Músicos (orquestra, solista, maestro) são os pontos fortes da Osesp – impactam na satisfação e têm uma avaliação positiva
Por outro lado, a Programação da Orquestra e o Coro da Osesp (que também impactam na satisfação) têm espaço para melhorias.

Ser uma orquestra de nível internacional (outra fortaleza da Osesp) precisa ser trabalhada em comunicação pois também impacta positivamente para a satisfação.



INOVAR OU MANTER?

O desejo do espectador é que a Osesp não mude



O que a Osesp deveria preservar?

REPERTÓRIO (42%)

VARIEDADE, EXCELÊNCIA, MÚSICA CLÁSSICA

QUALIDADE (22%)

TRADIÇÃO (5%)

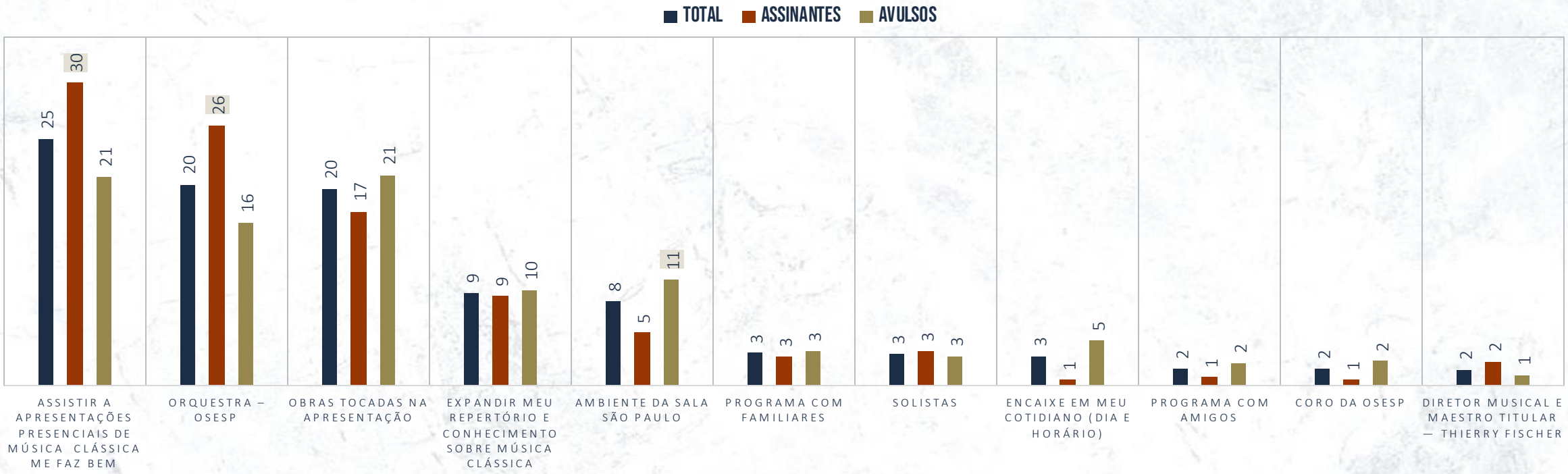
O que a Osesp tem que mudar?

REPERTÓRIO (15%)

Base: Amostra Total - 955

CRITÉRIOS PARA ESCOLHA DE UM CONCERTO – 1º lugar

Apresentações presenciais e a orquestra das Osesp são os aspectos que mais impactam os assinantes enquanto que apresentações presenciais e as obras tocadas na apresentação, seguidas pela orquestra são os que mais alavancam os compradores avulsos.



Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

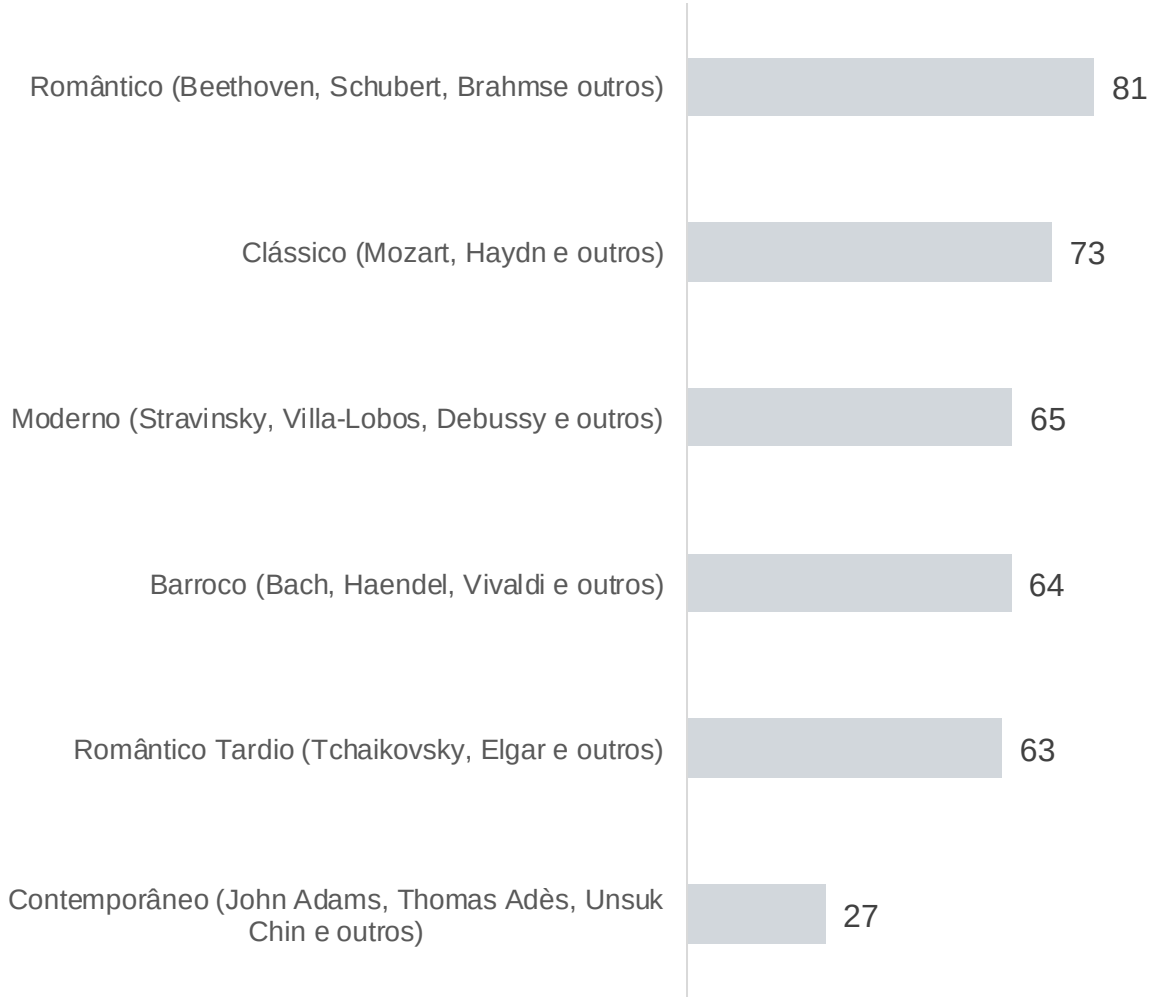
Programação

74% ESCOLHE A PROGRAMAÇÃO A PARTIR DAS OBRAS E COMPOSITORES

Períodos

86% ELEGEM ROMÂNTICO/ ROMÂNTICO TARDIO

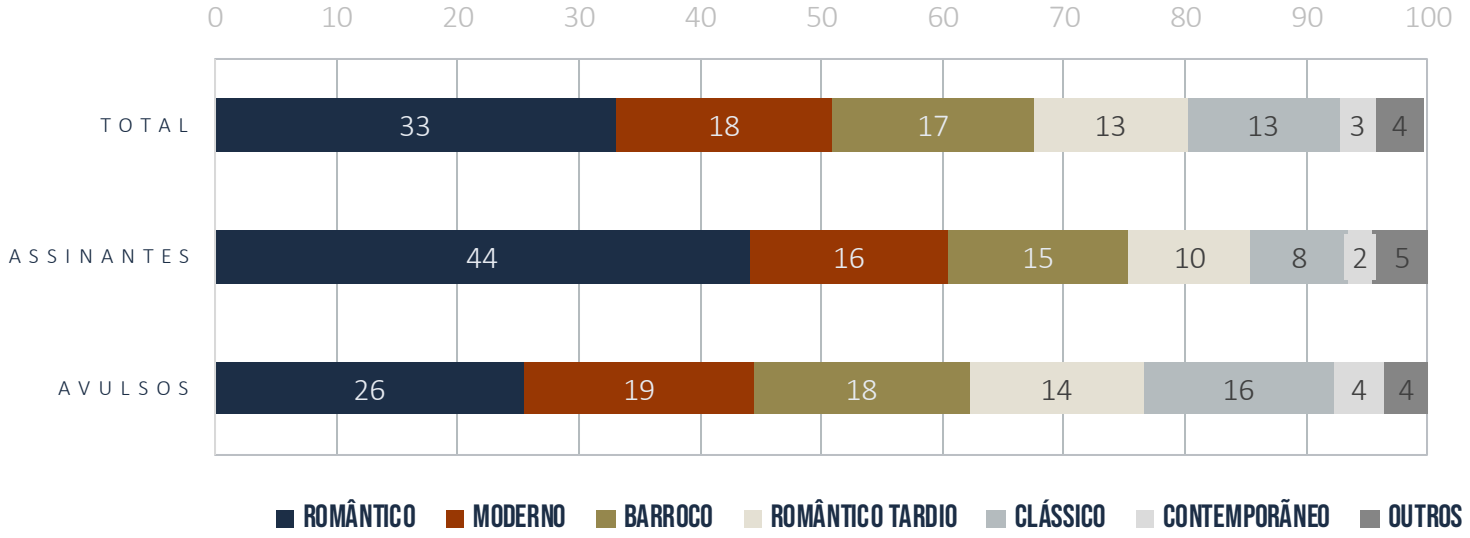
Períodos que mais gostariam de ver sendo apresentados na Osesp (%)

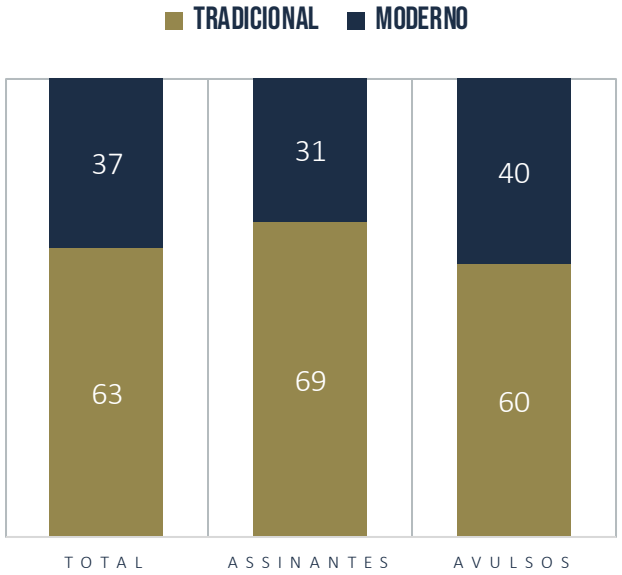


Base: Amostra Total - 955

PERÍODOS PREFERIDOS

Há uma preferência pelo "tradicional", principalmente dos assinantes, sendo que o Romântico é o período preferido
Romântico + Romântico Tardio = 46% (54% x 40%)





Base: Escolhem a programação a partir da obra - 711

73% (59% assinante e 82% avulso) sentem falta de ***repertório inédito.***

REPERTÓRIOS QUE MAIS MOTIVAM A ASSISTIR UM CONCERTO AO VIVO

	TOTAL	ASSINANTE	AVULSO
Beethoven	43	53	36
Mozart	31	32	30
Bach	28	29	27
Tchaikovsky	20	20	20
Villa Lobos	20	19	21
Rachmaninoff	13	16	12
Mahler	13	19	9
Brahms	12	16	9
Debussy	11	14	10
Vivaldi	11	9	12
Chopin	10	13	9
Stravinsky	8	9	7
Shostakovich	7	9	6
Schubert	6	6	6
Ravel	6	7	5

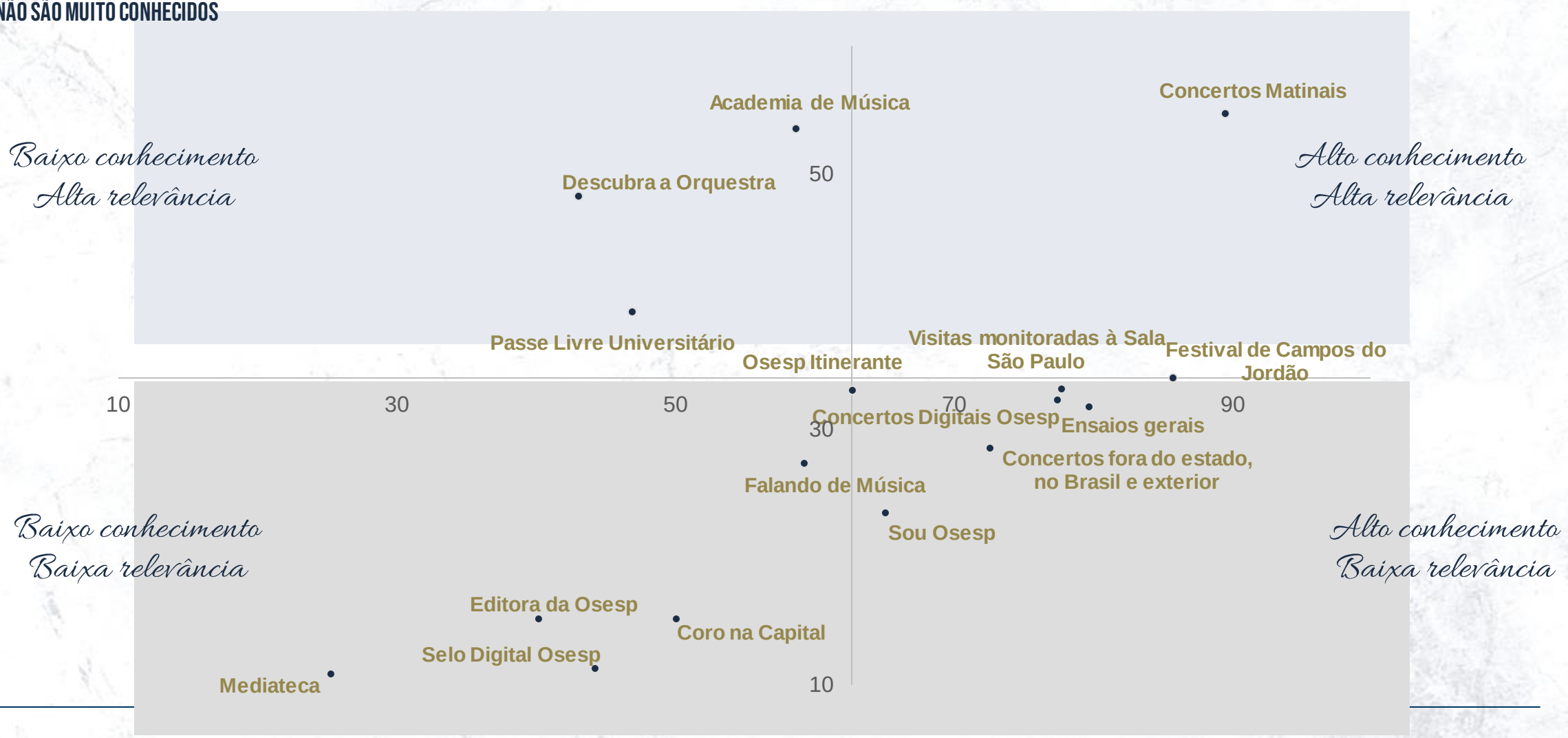
REPERTÓRIOS QUE MENOS MOTIVAM

	TOTAL	ASSINANTE	AVULSO
Nada a declarar/ Não sei	40	32	46
Contemporâneo	18	25	13
Compositores modernos	10	13	8

Base: Amostra Total - 955

CONHECIMENTO E RELEVÂNCIA DOS PROJETOS

PROJETOS RELEVANTES DEVERIAM SER ALVO DE COMUNICAÇÃO JÁ QUE ATRAEM O ESPECTADOR: MANTER VISIBILIDADE (DOS QUE JÁ SÃO CONHECIDOS) E GERAR AWARENESS DAQUELES QUE AINDA NÃO SÃO MUITO CONHECIDOS



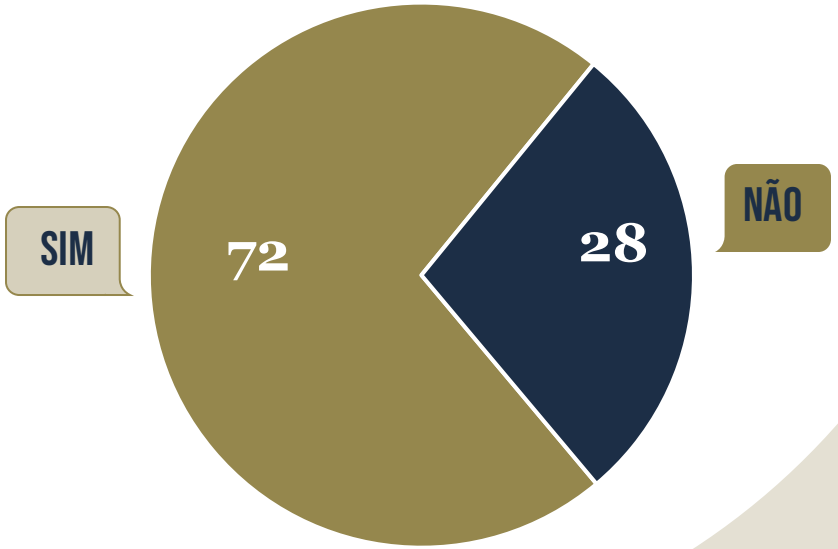
Base: Amostra Total - 955

PROGRAMAÇÃO DE TRANSMISSÃO AO VIVO

A maioria dos espectadores conhece a iniciativa, sendo que 1/3 assiste a programação com uma certa frequência.

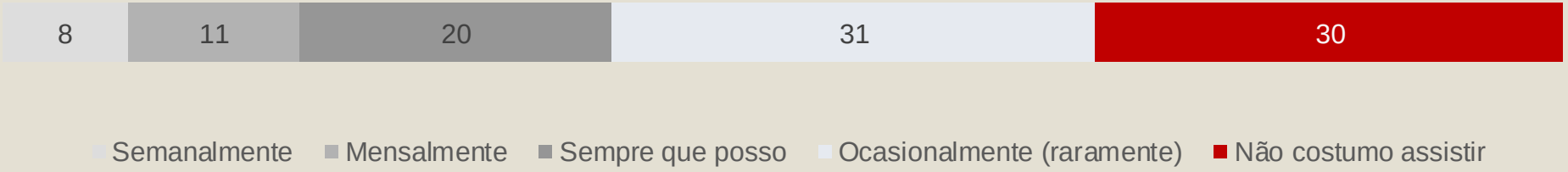
A transmissão ao vivo é bem avaliada, mas há espaço para melhorias nas interações pelo chat.

Conhece essa iniciativa?



AVALIAÇÃO – MÉDIAS (1-10)	
Qualidade da imagem	8,93
Qualidade de áudio	8,84
Conteúdo sobre o programa	8,84
Frequência da agenda	8,55
Interações pelo chat	7,90

Assiste transmissão ao vivo da Osesp?



Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

Capítulo 3

Sala São Paulo

Satisfação Sala São Paulo

A SALA MANTÉM OS ALTOS ÍNDICES DE SATISFAÇÃO OBSERVADOS EM ANOS ANTERIORES

%	2023	2022	2021	2019	2018
Notas 6 ou -	1	1	1	1	1
Notas 7 e 8	12	14	12	12	17
Notas 9 e 10	87	85	87	86	82
Média	**9,5**	**9,5**	**9,5**	**9,4**	**9,3**

Média	2023	2022	2021	2019	2018
Assinante	9,4	9,4	9,5	9,3	9,2
Avulso	9,6	9,5	9,6	9,5	9,3

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA DA SALA

Avaliação se mantém estável, mas a percepção de não ter ruídos, a iluminação da sala, o atendimento dos funcionários, a iluminação nas áreas de circulação e ar condicionado melhoraram este ano quando comparado a 2022.
Por outro lado, a percepção de limpeza dos banheiros caiu.

Pouca Satisfação

%	2023	2022	2021
Fácil acesso para deficientes físicos	29	30	30

O acesso a deficientes é mais deconhecido do que mal avaliado - 53% não sabem de sua existência (56% em 2022)

Média Satisfação

%	2023	2022	2021
Conforto das poltronas	43	44	46

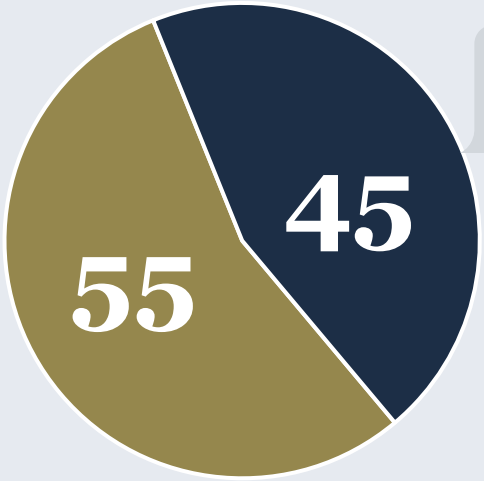
Alta Satisfação

%	2023	2022	2021
Acústica	85	83	84
(Não) Interferência de ruídos	**79**	74	77
Iluminação da sala de concertos	**80**	72	79
Atendimento dos funcionários	**75**	72	73
Iluminação nas áreas de circulação	**71**	66	68
Limpeza dos banheiros	65	74	78
Ar condicionado	**67**	56	65

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

O USO DOS SERVIÇOS DA SALA



54% ASSINANTE
38% COMPRADOR AVULSO

Importante estimular o uso dos serviços da sala, principalmente, entre compradores avulsos.

ENTRE AQUELES QUE USARAM OS SERVIÇOS NOS INTERVALOS...

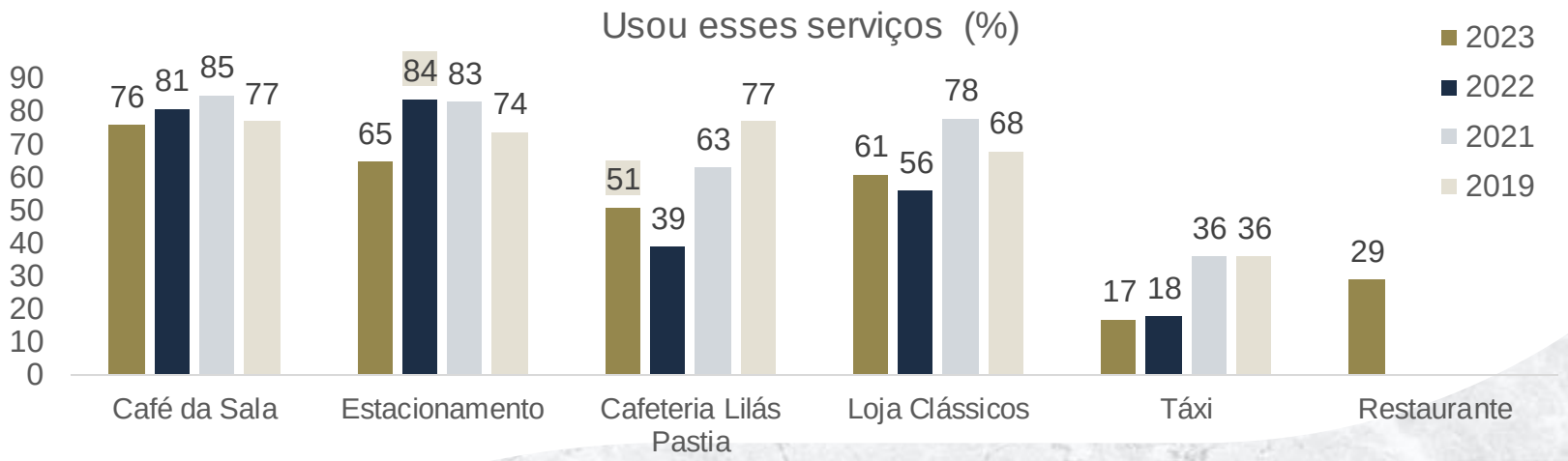
- **69%** SERVIÇO RÁPIDO
- **77%** ACESSO FÁCIL

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

O USO E A AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS DA SALA

O café da sala e o estacionamento apresentaram quedas no uso enquanto que a Cafeteria e a Loja Clássicos cresce



Assinantes tendem a usar bem mais os serviços da sala do que Compradores Avulsos

Todos os serviços são bem avaliados e estão em linha com o ano passado

MÉDIA AVALIAÇÃO GERAL	2023	2022	2021	2019
Café da Sala	8,4	8,3	8,5	8,1
Estacionamento	8,9	8,7	8,9	8,6
Cafeteria Lilás Pastia	8,6	8,4	8,5	8,2
Loja Clássicos	8,9	9,1	9,1	9,7
Táxi	8,9	8,7	8,7	8,6
Restaurante	8,4			

Há espaço para alavancar o uso da Cafeteria Lilás Pastia e Lojas Clássicas (mais frequentados no passado)

Base: Amostra Total - 955

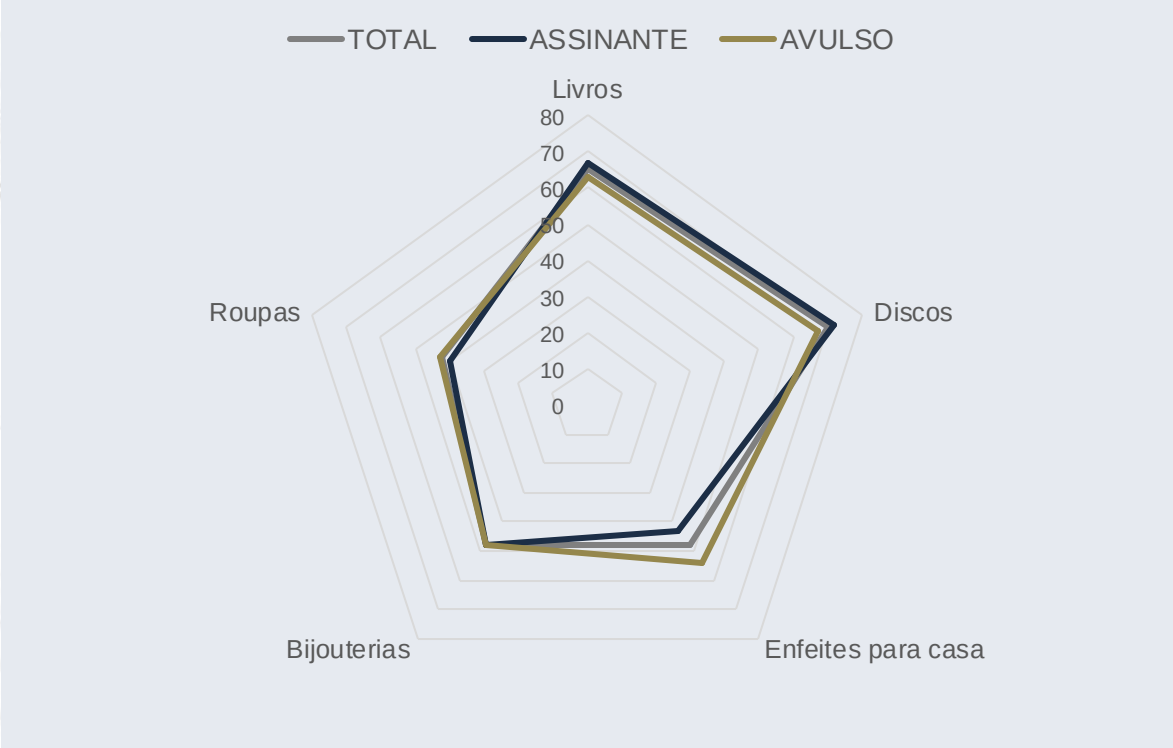
DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

LOJAS CLÁSSICOS: AVALIAÇÃO E COMPRA

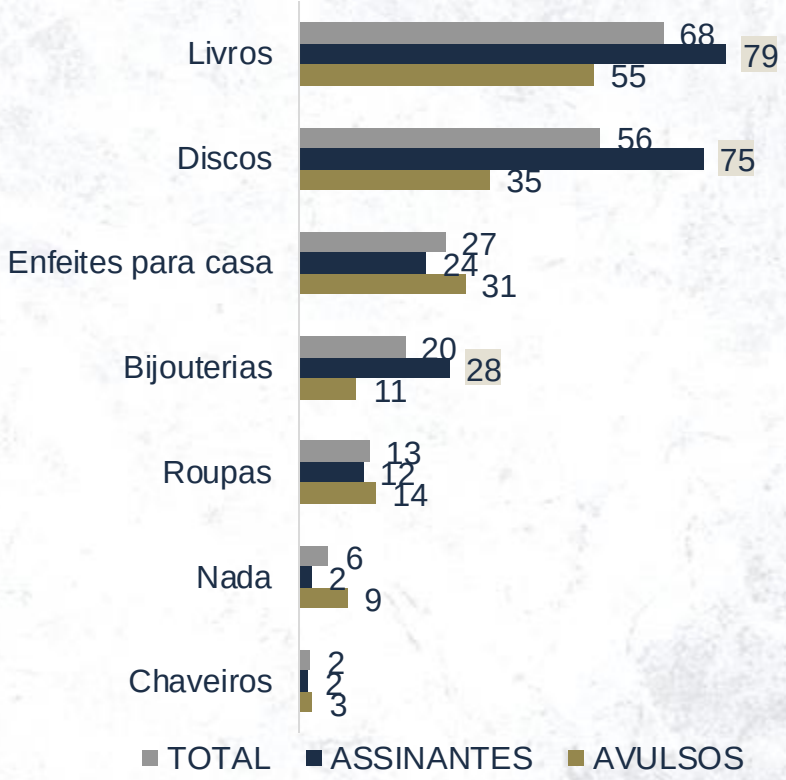
Livros e Discos são os produtos melhores avaliados

De fato esses são os produtos mais comprados

Avaliação dos Produtos (%)



Produtos Comprados (%)



Base: Frequentam a Loja Clássicos: 579

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

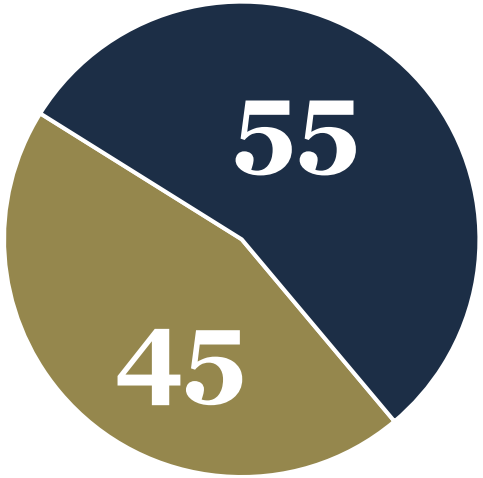
Capítulo 4

Apoiadores

APOIADORES

Um pouco mais da metade da amostra sabe que as pessoas físicas que declaram o imposto de renda pelo modelo completo podem destinar até 6% do valor devido para a Osesp

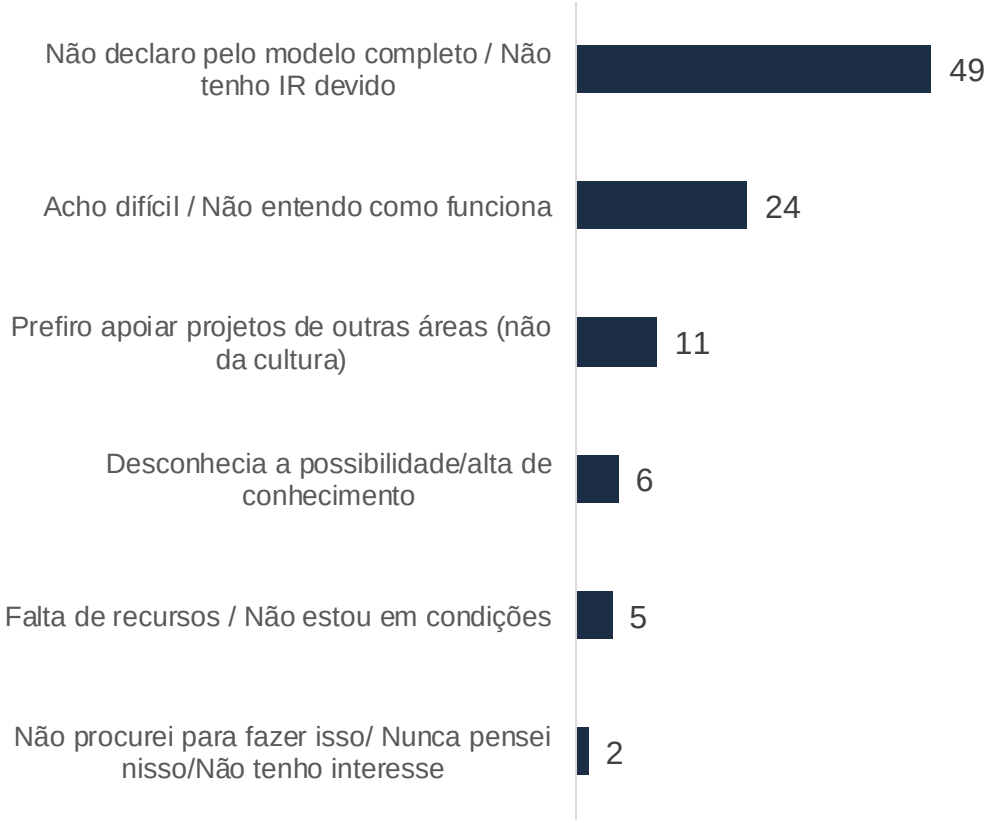
CONHECIMENTO (%)



Não
Sim

81% ASSINANTE
(75% EM 2022)
39% AVULSO

84% NUNCA DOARAM, POR QUE (%):



Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

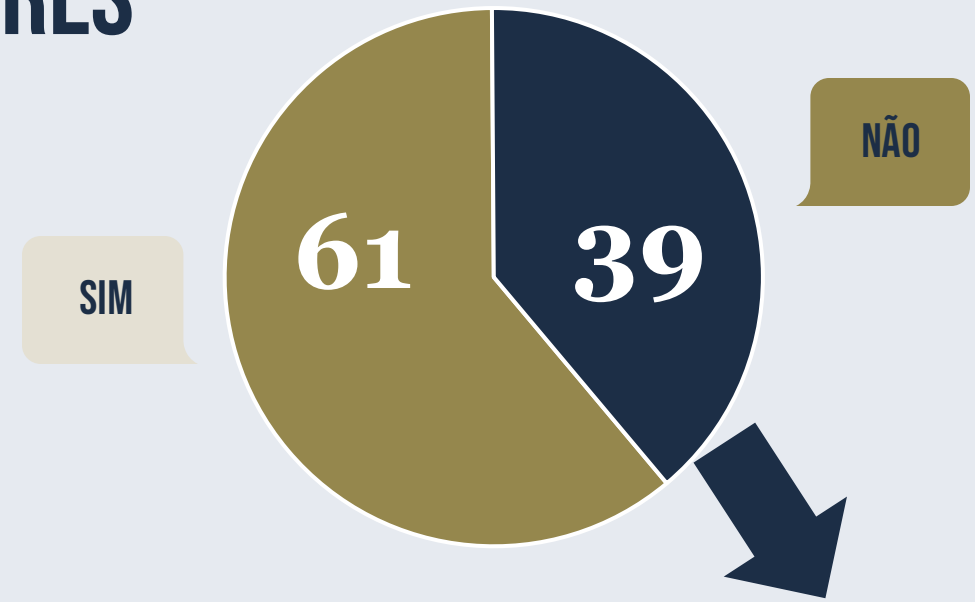
16% DECLARAM QUE FAZEM UMA DOAÇÃO (15% EM 2022)

- **32% ASSINANTE**
- **6% COMPRADOR AVULSO**

CATEGORIAS DE DOAÇÃO
ALLEGRO – 33%
VIVACE - 17%
PLANO AZUL – 14%
VIVACE COM BRIO – 9%
NÃO SEI – 58%

APOIADORES

Maioria dos doadores usufrui das contrapartidas do Sou Osesp



71% RECOMENDARIA OU JÁ RECOMENDOU O *Sou Osesp* PARA AMIGOS OU FAMILIARES

Por que não usufrui (%)

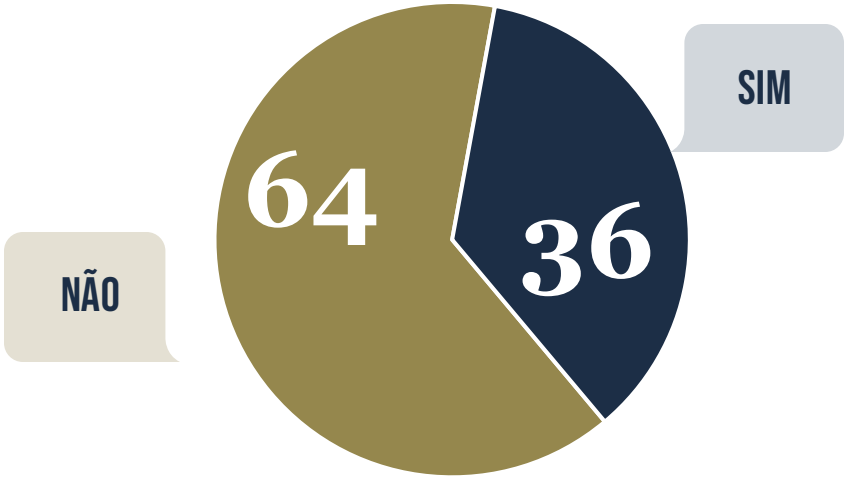
Não sei	20
Não procurei para fazer isso/ Nunca pensei nisso/Não tenho interesse	18
Falta de tempo/Disponibilidade/problemas de minha agenda	15
Não conheço	15
Falta de oportunidade/Falta de possibilidade	8
Moro longe	3
Sem informação/Informações chegam com pouco tempo para se programar	3

Base: Amostra Total - 156

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

CONCERTO MATINAIS

Somente 1/3 assistem concertos matinais, principalmente, avulsos - 49% X 17% dos assinantes.



Razões

1. GRATUITO 73% + AVULSOS
2. DIA DA SEMANA 48%
   PROGRAMAÇÃO 45% + ASSINANTES
3. HORÁRIO 24% + ASSINANTES

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

75% FREQUENTAM A AGENDA DE CONCERTOS PAGOS DA SALA SÃO PAULO

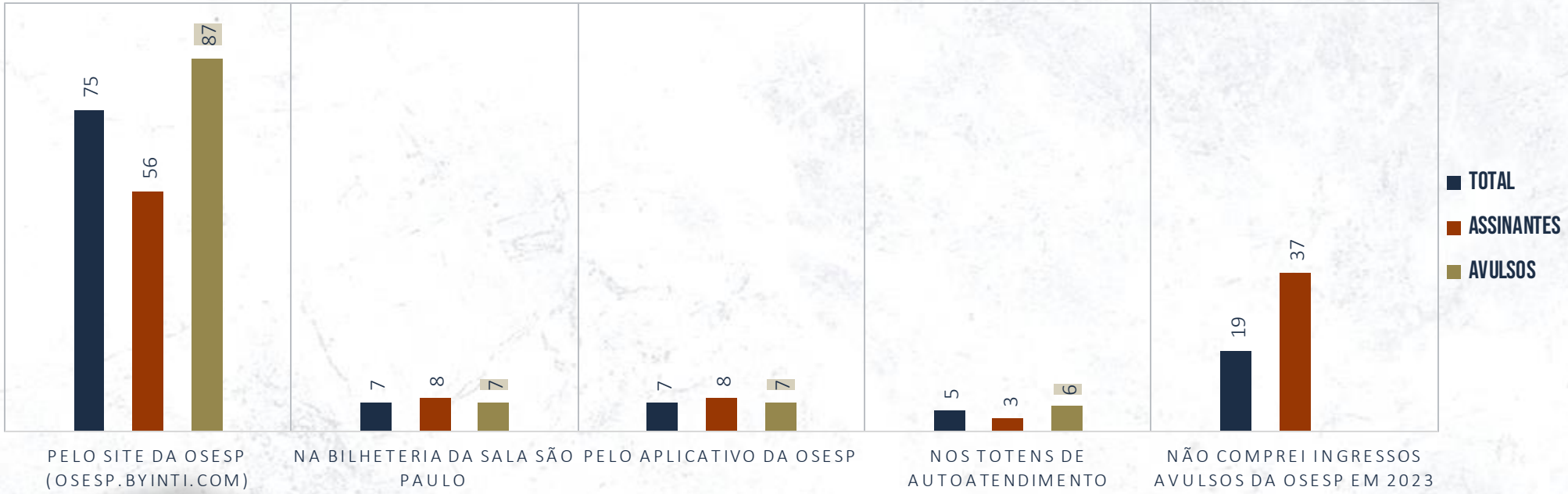
- 88% ASSINANTE
- 66% COMPRADOR AVULSO

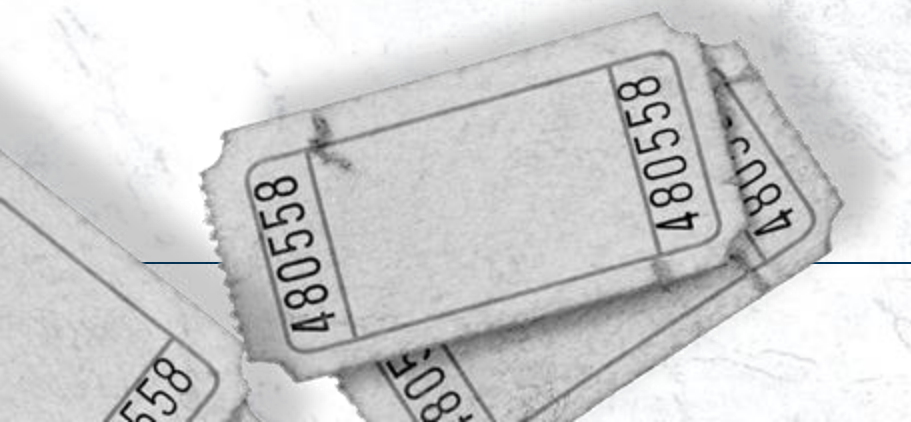
Capítulo 5

Experiência de Compra

COMO COMPROU OS INGRESSOS AVULSOS

Site é o principal canal de compra de ingressos avulsos dos dois públicos





Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

AVALIAÇÃO DOS PRINCIPAIS PONTOS DE VENDA (INGRESSOS AVULSOS)

Avaliação bastante positiva e em linha com os anos anteriores

Média	*Bilheteria*	*Site*
Cordialidade dos atendentes da bilheteria da Sala São Paulo	9,22	///
Facilidade de efetivar a compra / de navegar no site	9,04	8,56
Horário de funcionamento da bilheteria da Sala São Paulo	8,71	///
Agilidade para concluir a jornada de compra e pagamento	///	8,60
Logar no site para adquirir os ingressos	///	8,56
AVALIAÇÃO GERAL	**9,13**	**8,68**
Base de compradores de ingressos avulsos	*70*	*714*

%	*TOTAL*	*ASSINANTES*	*AVULSOS*
E-mails enviados pela Osesp	52	**72**	38
Site da Osesp	41	34	**45**
Site da Sala São Paulo	33	17	**43**
Livro da Temporada Osesp	23	**38**	13
Mídias Sociais	*8*	*15*	***20***
• Redes Sociais Osesp	12	7	15
• Redes Sociais Sala São Paulo	8	4	11
Amigos/Parentes	13	7	18
Revista Osesp	10	**18**	6
Jornal	6	7	5

ONDE SE INFORMAM SOBRE VENDA DE INGRESSOS: e-mails e sites são os principais pontos de contato. Livretos se destaca entre assinantes assim como mídias sociais entre compradores avulsos.

Percepção de Preços

Acessíveis
63%

Assinantes 72%
Avulsos 56%

Acima do Esperado
37%

Assinantes 27%
Avulsos 43%

Maior parte dos assinantes acha os ingressos avulsos acessíveis, enquanto que quase metade dos avulsos acha acima do esperado.

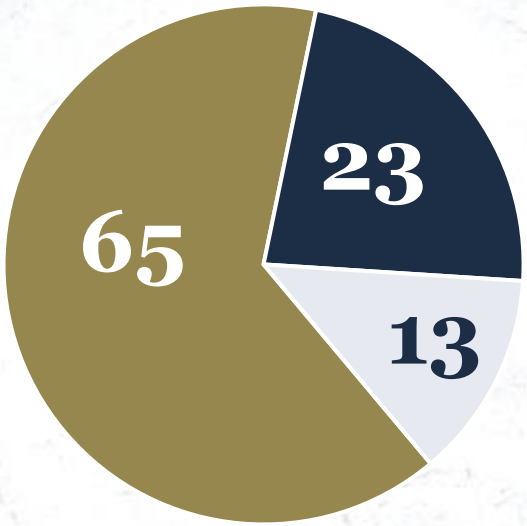
Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

PROCESSO DE ASSINATURA

Assinantes tendem a preferir assinaturas fixas e no geral, estão bastante satisfeitos com todo o processo de renovação

Grande maioria afirma que irá renovar sua assinatura para 2024!



Assinaturas Fixas ■ Assinaturas Flexíveis ■ As Duas

Base: Assinantes - 378

%	AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE RENOVAÇÃO
Processo de pagamento	9,33
Cordialidade do atendente pelo telefone	9,21
Obtenção de informações pelo livreto de Assinaturas	9,18
Prazo disponível para renovar a assinatura	9,08
Obtenção de informações pelo site da Osesp	8,82
Obtenção de informações pelo telefone	8,66
Facilidade de efetivar a compra pelo telefone	8,65
Facilidade de navegação para comprar pelo site	8,46
AVALIAÇÃO GERAL	***8,82***
RECOMENDAÇÃO DA ASSINATURA	***9,52***
INTENÇÃO DE RENOVAÇÃO EM 2024	**81% CERTAMENTE RENOVARÁ**

10% COMPRADORES AVULSOS JÁ FORAM ASSINANTES OSESP

NO SHOW

Continua elevado o número de assinantes que deixam de comparecer a algum espetáculo. No entanto, maioria afirma que disponibilizou seu ingresso para o Banco de Ingressos

O QUE FEZ COM OS INGRESSOS DOS SHOWS QUE NÃO COMPARECEU

%	ASSINANTES	
	2023	2022
NÃO USEI TODOS OS INGRESSOS	**89**	**87**
Disponibilizei o ingresso para o Banco de Ingressos	64	58
Presenteei o ingresso para amigos ou familiares	44	44
O ingresso não foi aproveitado	15	16
Transferi o ingresso via site para amigos ou familiares	11	9
UTILIZEI TODOS OS INGRESSOS	**11**	**13**

RAZÕES DE NÃO TER COMPARECIDO: IMPREVISTOS SÃO OS MAIS CITADOS

%	ASSINANTES
Imprevistos pessoais	65
Imprevistos profissionais	20
O programa daquele concerto era menos atraente que os demais da minha série	13
Estava viajando (féria/trabalho)	10
Condições do tempo (frio, chuva)	6
Expectativa de trânsito ruim	4
Cracolândia / Falta de segurança ao redor da Sala São Paulo em razão dos drogados	2

Base: Assinantes - 378

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

Capítulo 6

Aprendizados

SOBRE OS FREQUENTADORES

Parece que a Osesp vem recuperando sua frequência (consequências da Pandemia).
Em 2023 observa-se uma maior DIVERSIDADE (menos espectadores de classe A) e uma maior PRESENÇA EXCLUSIVA na Osesp (menor incidência de outras orquestras).

CONCLUSÕES

- Quase metade dos espectadores não chegam a Sala São Paulo em carro particular
- Praticamente 100% dos frequentadores se informam sobre a Osesp usando, pelo menos, um meio digital
- Embora acreditem que o desenvolvimento da musicalidade desde cedo seja relevante, ainda é baixa a presença de crianças nos espetáculos da Osesp.
- Grande parte desconhece a existência de uma programação específica para esse target.

RECOMENDAÇÕES

- Atenção a segurança e a sinalizações
- Oportunidade de "venda casada"/pacotes (ingressos + taxi)
- Foco nos sites (conteúdo e navegação)
- Atenção aos e-mails (conteúdos são relevantes mas, espectadores não estão totalmente satisfeitos com a frequência)
- Comunicar as iniciativas voltadas para o público infanto-juvenil.
- Desenvolver mais programas específicos para o target (trilhas de filmes, apresentações interativas e programas educativos).

AVALIAÇÃO OSESP

A Osesp mantém seus altos índices de NPS, principalmente, entre Compradores Avulsos

CONCLUSÕES

- Espectadores também se mostram bastante satisfeitos
- As avaliações dos 'atributos' são positivas entre os dois targets
- Repertório é um ponto importante de avaliação. Maioria quer manter, mas há aqueles que gostariam de inovações. A programação é escolhida a partir das obras e compositores, com destaque para o Romântico
- Continua alta a satisfação com a Sala São Paulo.
- Melhora a avaliação da infraestrutura

RECOMENDAÇÕES

- Ser uma orquestra de nível internacional poderia ser foco de comunicação pois impacta positivamente para a satisfação.
- Repertório precisa trazer diversidade e apesar do foco no tradicional também deveria se aventurar pelo moderno (desejo de 40% dos compradores avulsos)
- Serviços da sala poderiam ser melhor aproveitados. Há espaço para alavancar, principalmente, o uso da Cafeteria Lilás Pastia e Lojas Clássicas (a exceção de livros e discos, demais produtos não em avaliação muito alta)

APOIADORES E A COMPRA DE INGRESSO

No geral, a compra de ingressos é bem avaliada, assim como a renovação de assinaturas. Todo o processo é bastante concentrado no site. Assinantes tendem a preferir assinaturas fixas e parte dos avulsos se ressentem do valor dos ingressos.

CONCLUSÕES

- Apesar do amplo conhecimento sobre a possibilidade de destinar até 6% do valor devido de IR para a Osesp (principalmente entre assinantes), o % de doadores ainda é baixo e um pouco menos da metade não usufrui das vantagens do Sou Osesp.
- As justificas estão relacionadas a não declaração completa de IR (mais assinantes) ou falta de conhecimento sobre o programa (mais compradores avulsos).

RECOMENDAÇÕES

- Ampliar os esforços de comunicação a respeito do programa e as vantagens do Sou Osesp.
- Dar visibilidade aos programas educacionais, principalmente, aqueles dedicados aos jovens e musicistas.
- Engajar ainda mais os assinantes fornecendo outras 'exclusividades' aos doadores – **PROGRAMA DE BENEFÍCIOS** (desde vantagens financeiras até experiências únicas: concertos exclusivos, 'welcome drink' antes de uma apresentação, acesso a determinado musicista, etc)

TELEFONES

+55 11 4193-5946 / 4193-4644

EMAIL

contato@mc15.com.br

ENDEREÇO

Al. Tocantins, 75 cj 906 - Alphaville - Barueri – SP

mc15.com.br