

Pesquisa de Público #CulturaEmCasa

O presente documento busca apresentar em detalhes a ação de pesquisa de público realizada acerca da plataforma #CulturaEmCasa, site de vídeos culturais do Governo do Estado de São Paulo que é gerido pela Organização Social de Cultura (OSC's) Amigos da Arte. A plataforma foi um dos principais pilares da cultura paulista em 2020 dado o cenário pandêmico pelo qual o Brasil e o mundo passaram no ano em questão. Responsável por abrigar conteúdos de programas produzidos e geridos pela Amigos da Arte e por outras OSC's, a #CulturaEmCasa conta atualmente com cerca de dois mil materiais entre vídeos, podcasts, e-book, entre outros. Abaixo vamos apresentar os resultados da pesquisa, assim como metodologias, justificativas e outros dados pertinentes à ação.

A Pesquisa

A pesquisa foi realizada em ambiente 100% digital vinculado à plataforma #CulturaEmCasa através de coleta de dados anônima via formulário de pesquisa digital.

Buscando dar maior credibilidade e melhor entendimento do resultado final, explicaremos a seguir os pilares que sustentam e validam a presente ação.

Destacamos que a presente pesquisa busca, além do cumprimento de metas, gerar leads e insights importantes para os gestores da plataforma.

Período: 14/12/2020 a 28/01/2021

Participantes: 1729

Praça

Como já citado acima, a pesquisa foi realizada exclusivamente em ambiente digital, ou seja, não houve qualquer tipo de abordagem ou contato direto entre entrevistados e entrevistadores. No caso, a praça está vinculada ao site <https://culturaemcasa.com.br>.

Vale destacar que mesmo o modelo de negócio do #CulturaEmCasa trazer em seu perfil outras plataformas como o Youtube e o Facebook, esta pesquisa decidiu focar no site em questão, uma vez que é o local onde há maior quantidade e diversidade de conteúdos, além de estrategicamente ser um melhor gerador de leads a médio-longo prazo para o desenvolvimento e consolidação da plataforma e os departamentos internos ligados a ela.

Público-alvo

Visitantes da plataforma, não há qualquer restrição de idade, gênero, classe social, entre outras envolvidas nesta abordagem. Inclusive, uma análise posterior de dados buscará definir o perfil do usuário da plataforma.

Lei Geral de Proteção de Dados - Lei 13.709(LGPD)

A coleta e tratamento de dados no caso de pesquisas é garantido pela LGPD, de acordo com o Art. 7º da Lei nº 13.709, de 14 de Agosto de 2018 (Brasil, 2018).

Seguindo tais diretrizes, a fase 2, que conta com participação direta do usuário, foi realizada de forma anonimizada (Art. 7º - IV - para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais). Ou seja, nenhum dos participantes pode ser identificado por quaisquer meios conhecidos atualmente.

Em razão da natureza da presente pesquisa, que tem objetivos estritos de mensurações qualitativas e quantitativas, a coleta de dados pessoais é desnecessária. Sendo assim, nenhum tipo de coleta ou tratamento de dados pessoais foi exigida ou realizada no processo que compõem esta ação.

Seguindo ainda o Art. 12. - Os dados anonimizados não serão considerados dados pessoais para os fins desta Lei, salvo quando o processo de anonimização ao qual foram submetidos for revertido, utilizando exclusivamente meios próprios, ou quando, com esforços razoáveis, puder ser revertido.

Página de dados coletados:

<input type="checkbox"/> Indicaria	Linguagem	Date
<input type="checkbox"/> 10	Outros	2021-01-28 19:01:27
<input type="checkbox"/> 8	Música Popular	2021-01-28 16:49:11
<input type="checkbox"/> 10	Outros	2021-01-28 13:55:49
<input type="checkbox"/> 10	Palestras	2021-01-28 13:04:14
<input type="checkbox"/> 10	Palestras	2021-01-28 10:50:48
<input type="checkbox"/> 10	Palestras	2021-01-28 10:13:38
<input type="checkbox"/> 8	Música Clássica	2021-01-28 09:40:32
<input type="checkbox"/> 1	Filmes	2021-01-27 23:34:25
<input type="checkbox"/> 10	Palestras	2021-01-27 23:33:59
<input type="checkbox"/> 1	Música Popular	2021-01-27 18:06:16
<input type="checkbox"/> 10	Música Popular	2021-01-27 18:06:10
<input type="checkbox"/> 10	Filmes	2021-01-27 16:24:23
<input type="checkbox"/> 8	Música Popular	2021-01-27 14:53:21
<input type="checkbox"/> 10	Outros	2021-01-27 13:27:38
<input type="checkbox"/> 8	Outros	2021-01-27 12:51:54
<input type="checkbox"/> 10	Música Popular	2021-01-27 12:38:59
<input type="checkbox"/> 10	Música Popular	2021-01-27 12:38:49
<input type="checkbox"/> 10	Cine	2021-01-27 12:28:37
<input type="checkbox"/> 9	Filmes	2021-01-27 00:03:39

Objetivo

Coletar de forma anônima a percepção do usuário em relação a plataforma #CulturaEmCasa e seus conteúdos.

Abordagem

Pesquisa digital pós-uso via pop-up. Ao identificar que o usuário pode deixar a página, a pesquisa aparece automaticamente na tela e fica a critério do usuário respondê-la ou não. Destacamos assim que não há qualquer obrigatoriedade de participação ou abordagem direta ao usuário.

Metodologia

Por se tratar de um ambiente online, onde o tempo de retenção do usuário é curto, buscamos criar uma pesquisa rápida e dinâmica, com apenas 2 perguntas, porém que fornecesse leads relevantes de em relação a experiência do usuário em relação a plataforma e seu conteúdo.

Para tal escolhemos o índice Net Promoter Score (NPS), um meio simples e direto de avaliar ao máximo a experiência do usuário. Criada em 2003 na Universidade de Harvard por Fred Reichheld em co-autoria com Rob MarkeyEste, este método consiste em uma única pergunta:

"Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria a plataforma #CulturaEmCasa para um amigo ou familiar?"

Apesar de simples, essa é uma pergunta estratégica que permite avaliar a experiência e lealdade do usuário em relação ao serviço, pois teoricamente você não indicaria algo ruim a um amigo ou familiar. Com a vantagem de ser uma pergunta de resposta rápida, o que atende a praça onde a pesquisa acontece, ela traz em si toda a experiência que o usuário teve com o serviço.

Vale destacar que o ideal seria pedir que o usuário justificasse a nota dada, contudo, optamos por não fazer tal pergunta visando maior aderência.

A segunda pergunta busca avaliar a experiência do usuário em relação ao conteúdo:

"Qual(ais) linguagem(ns) você gostaria de ver mais na Plataforma #CulturaEmCasa?
(Selecione quantos desejar)"

Com as seguintes respostas possíveis:

"Teatro" "Dança" "Música Popular" "Música Clássica" "Circo" "Filmes" "Premiações"
"Gastronomia" "Palestras" "Outros"

Buscamos assim entender o motivo ou a porta de entrada que fez o usuário entrar na plataforma e conseqüentemente nos contar isso de forma indireta. A perspectiva aqui é a de que é mais fácil "criticar" do que "elogiar", sendo assim, quando um usuário, hipoteticamente, critica a falta de conteúdos de teatro na plataforma, entendemos que esta foi a porta de entrada dele, logo, é também uma linguagem que devemos trabalhar mais na #CulturaEmCasa.

Justificativa

Como já mencionado, a pesquisa foi montada para ser ágil ao mesmo passo que traz resultados relevantes. Desta forma queremos avaliar a experiência do usuário como todo e relação ao conteúdo. A não obrigatoriedade de responder torna a pesquisa mais espontânea e conseqüentemente mais confiável. Vale destacar também que a escolha pelo ambiente exclusivamente digital foi feita em razão de dois fatores:

1. A natureza digital do produto/serviço;
2. Período de pandemia da COVID-19. Evitando assim contatos físicos desnecessários.

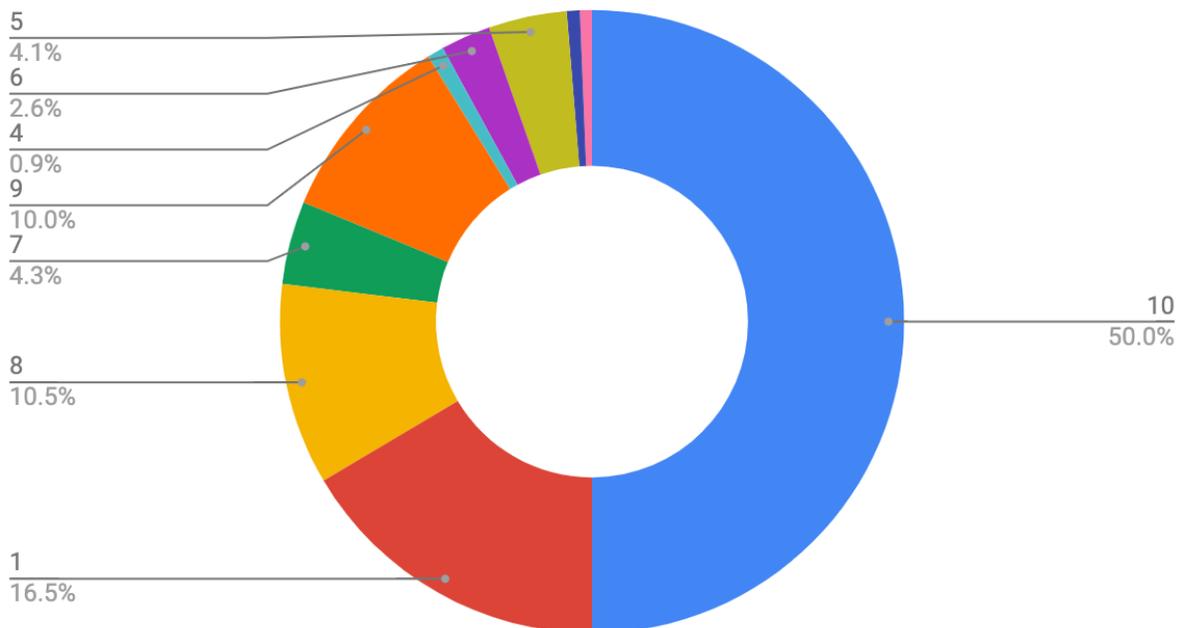
Análise de Dados via Google Analytics

Como forma de informar o perfil do usuário da plataforma #CulturaEmCasa neste relatório, usamos a GAMC (Código de avaliação do Google Analytics. Ele é instalado em uma Propriedade para coletar os Dados do Cliente).

Resultados e Análises

Pergunta 1: Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria a plataforma #CulturaEmCasa para um amigo ou familiar?

Indicaria



Iniciamos aqui pelos métodos de avaliação da matriz NPS. O primeiro é relacionado às notas em particular: Classificamos assim as notas da seguinte maneira:

- Notas de 0 a 06 – Detratores
Criticism publicamente o serviço e não devem retornar, a não ser em casos críticos.
- Notas de 07 e 08 – Neutros
São os usuários que consomem o necessário e vão embora. Não tem fidelidade e nem acham o serviço incrível. Se tiver opção melhor, vai escolhê-la. Até indica o serviço mas tende a apontar um defeito. Exemplo - “O conteúdo é ótimo mas o player não me agradou”.
- Notas de 09 a 10 – Promotores
Falam bem da plataforma e fornecem feedbacks importantes. Indicam a #CulturaEmCasa para amigos e familiares. Tendem a voltar com frequência para conferir novos conteúdos. São decisivos para o crescimento da plataforma.

A segunda faz a análise do todo, competindo a seguinte fórmula:

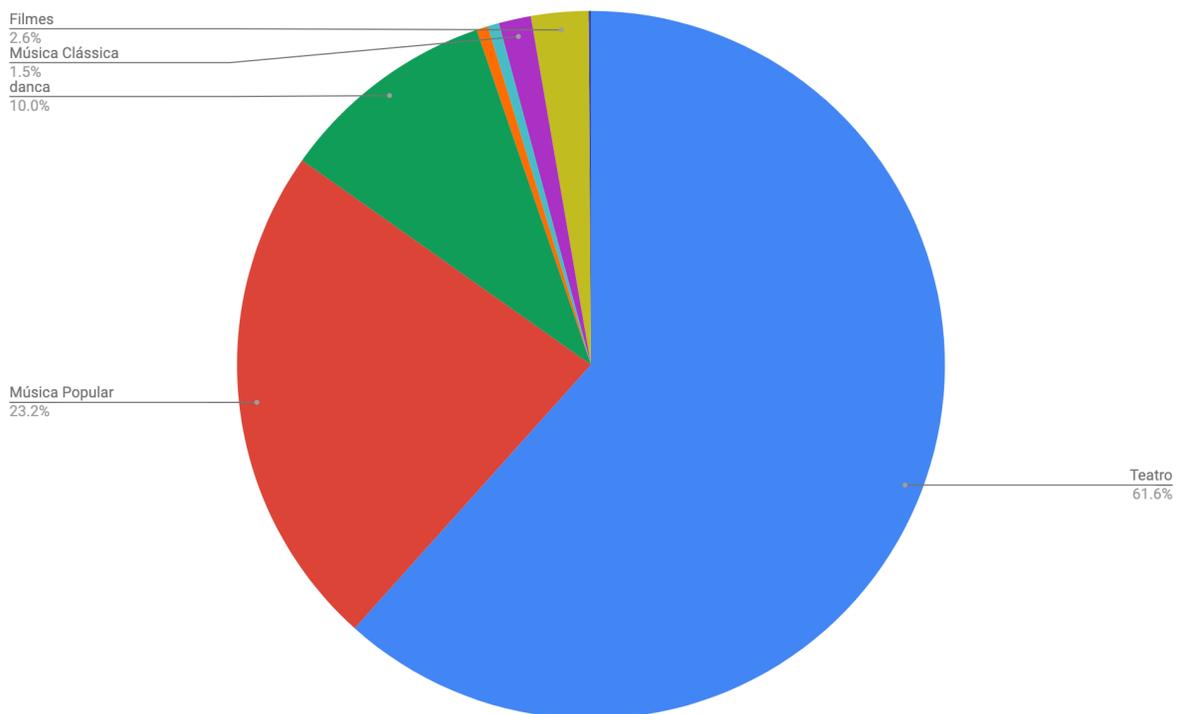
NPS = % PROMOTORES – % DETRADORES

E traz a seguinte classificação:

- 75 e 100: Zona de excelência;
- 50 e 75: Zona de qualidade;
- 0 e 50: Zona de foco em melhorias;
- Abaixo de 0: zona crítica.

Sendo assim, apesar de mais de 50% dos usuários classificados como "Promotores" da marca, nos parâmetros da NPS o resultado reflete o momento da plataforma como "Zona de foco em melhorias". Desta forma, podemos concluir que a pesquisa reflete período compatível com a realidade, pois atualmente a plataforma passa exatamente por processos de melhoria e aprimoramentos de UX, design, navegabilidade, entre outros.

Pergunta 2: Qual(ais) linguagem(ns) você gostaria de ver mais na Plataforma #CulturaEmCasa? (Selecione quantos desejar):



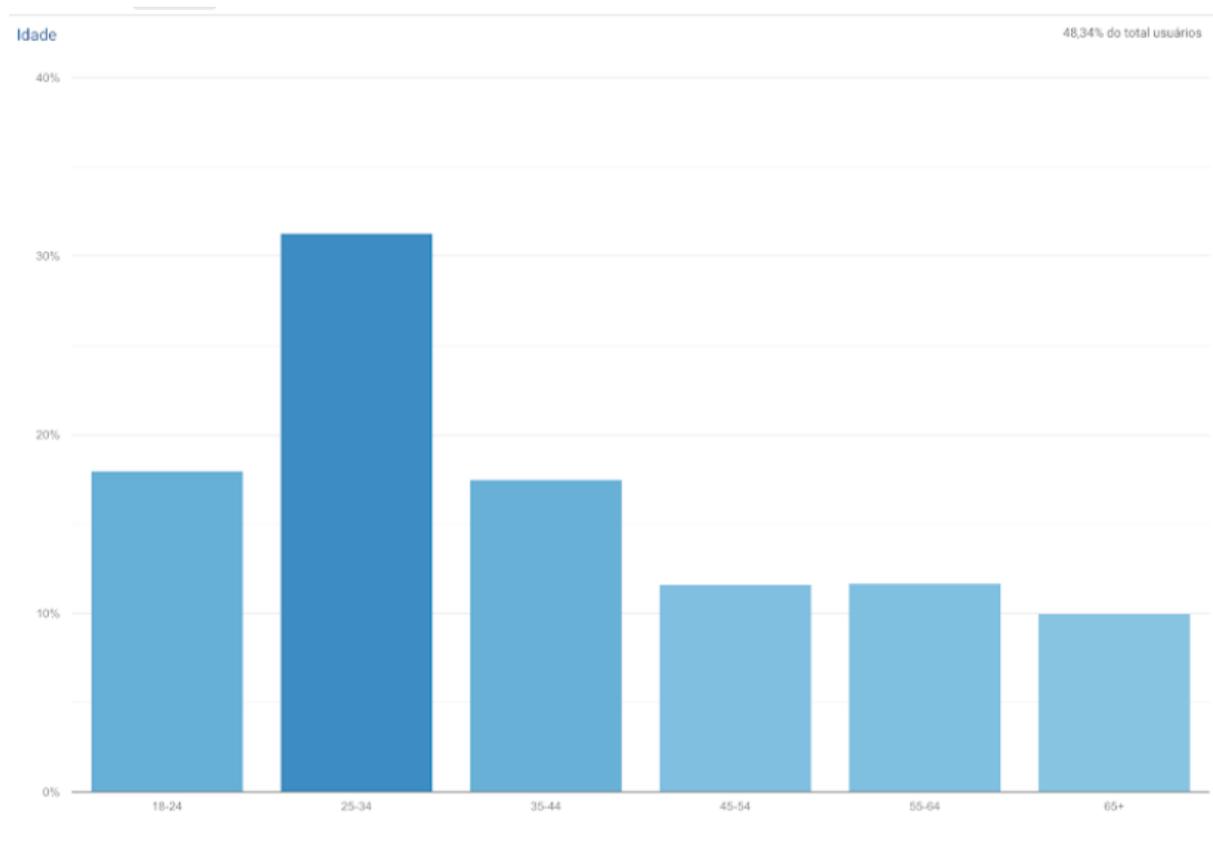
A principal linguagem ser Teatro indica que anúncios acerca desta linguagem e inclusive destaques maiores a linguagem na home do site são primordiais para retenção e fidelização de público na plataforma. Além disso, cria-se um foco

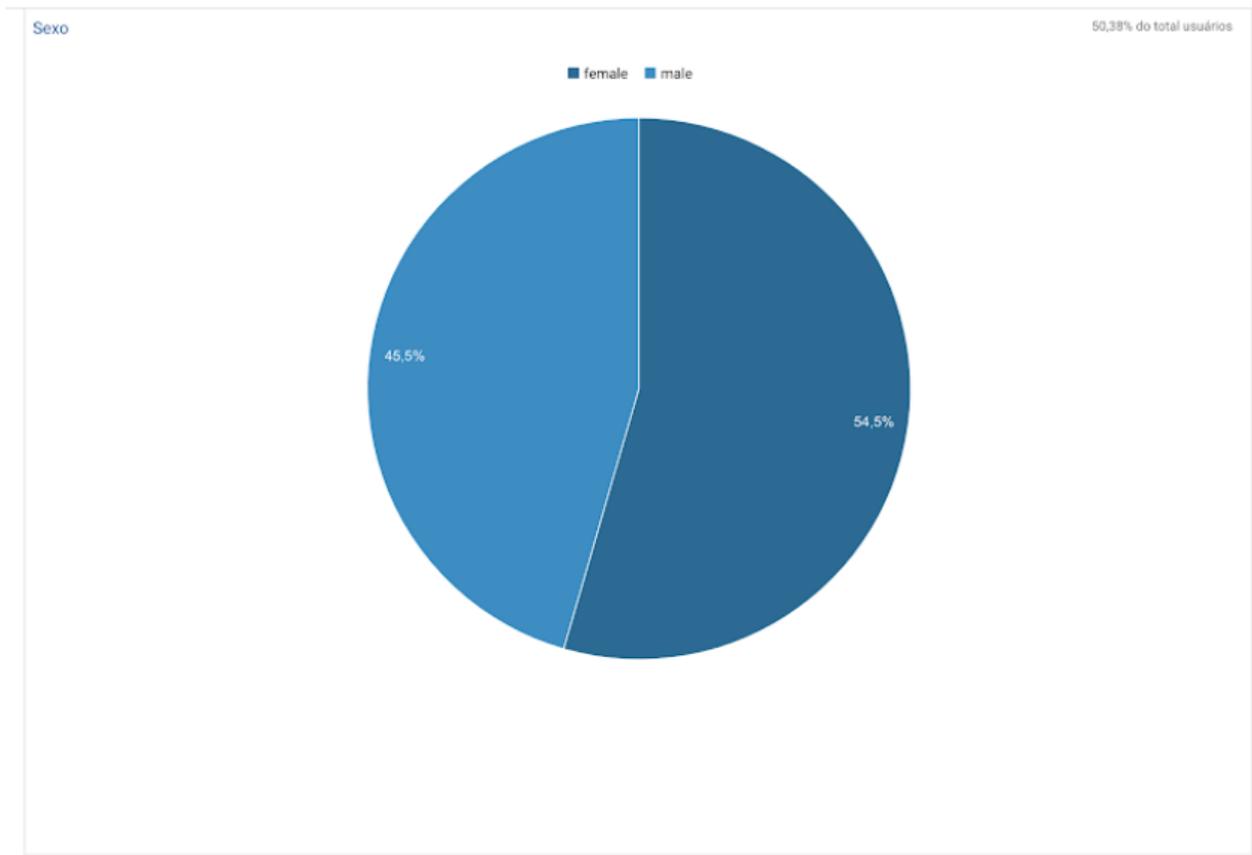
interessante para o licenciamento de conteúdo. Vemos aqui também um público com vivência no mundo cultural, visto que a linguagem Música ficou na segunda colocação e a dança vem logo na terceira.

Vale destacar aqui que as linguagens mais clássicas quando se fala de cultura se destacam, indicando que trabalhar o básico pode ser o caminho para consolidar a plataforma.

Sendo assim, constata-se que não vamos competir com Netflix ou SPCinePlay no entretenimento de filmes e séries e nem com GNT na gastronomia. Aqui temos uma indicação de que temos que cultivar as linguagens mais próximas da cultura e criar a identidade da #CulturaEmCasa em cima do que nós temos de diferente dos outros players de mercado.

Pefil de usuários





Principal cidade: São Paulo.

Insights

- O ritmo de desenvolvimento da plataforma é refletido na pesquisa e percepção dos usuários. Estamos na zona de foco em melhorias, em uma nova pesquisa após a atualização de tecnologias e conteúdos esperamos passar de fase para a zona de qualidade, mas sem perder de vista a zona de excelência;
- A principal porta de entrada na plataforma e que mais tem capacidade de reter usuários é a linguagem de Teatro. Música e dança encabeçam o pódio. Indica que temos que fazer o básico primeiro. Trabalhar as linguagens mais clássicas da cultura pode ser o caminho para consolidar a plataforma;
- Não vamos competir com Netflix ou SPCinePlay no entretenimento de filmes e séries e nem com GNT na gastronomia. Aqui temos uma indicação de que temos que cultivar as linguagens mais próximas da cultura e criar a identidade da #CulturaEmCasa em cima do que nós temos de diferente dos outros players de mercado;

- Quem acessa? - Principal: Mulheres de São Paulo, capital, entre 25 e 35 anos. Esses dados indicam uma boa persona para representar a plataforma e gerar uma linguagem compatível.

Conclusão

A presente pesquisa foi um importante primeiro passo para que os administradores da plataforma possam olhar com outros olhos para as possibilidades futuras do serviço, além de apontar que o ritmo de desenvolvimento é compatível e avança também na percepção do público. Sendo assim, é indicado que novas pesquisas sejam realizadas conforme a plataforma avance em tecnologia e conteúdo.