

Produtora audiovisual

Por indicação de um parceiro, uma produtora audiovisual com produções cinematográficas buscou o PiniOn em meados de 2024 com um desafio diferente.

O roteiro de um filme havia sido desenvolvido já há alguns anos assim como seu título, pensado antes mesmo das gravações (que levaram um ano para serem concluídas).

A questão é: alguns acontecimentos globais contemporâneos recentes, que eclodiram depois do processo criativo da produção, poderiam fazer com que um filme de comédia, leve e despretensioso fosse mal interpretado.



Desafio

A dor aqui era um “bad timing”, mas o filme precisava ser lançado e o nome era o que mais preocupava a produtora. O título do filme estava apropriado para seu público-alvo e mensagem que queria passar ou ele seria mal visto?

Aqui seria necessário que uma amostra controlada do público-alvo fosse impactada com o conteúdo e questionada para entender se relações entre a produção e o contexto global recente seriam feitas.

Solução Desenvolvida

Nesse caso a pesquisa que rodamos envolveu uma **amostra teste**, pessoas que faziam parte do público-alvo, e um teaser sem contexto prévio. Elas não foram avisadas do possível mal entendido, justamente para que a pesquisa captasse se isso surgiria organicamente, validando o receio da produtora.

Resultado

A hipótese do cliente não foi confirmada, a amostra não fez organicamente essa relação e quando provocada também não reagiu dessa forma. O filme foi lançado com o nome original e foi sucesso de bilheteria.