

Published in UX Collective BR · [Follow](#)Will Sertório · [Follow](#)

Apr 29, 2020 · 5 min read



Pesquisa qualitativa em tempos de quarentena

“Mas será que eu vou incomodar?”



You can n
get storie
to your in
Got it

Foto de [Siniana Velicescu](#)



Essa é uma pergunta que começou a pintar na cabeça do nosso time de design e produto, aqui na [Revelo](#), há cerca de um mês. Semanalmente, rodamos experimentos e pesquisas com os usuários para embasar nossas decisões de produto.





mas também o porque das decisões deles.

Vamos combinar que hoje, no tempo livre que temos, estamos pensando na nossa saúde, tentando matar a saudade da família e dos amigos, fazendo um esforço para nos adaptar ao trabalho remoto e tentando não nos abater com o noticiário diário. Estamos respirando fundo.

Sejamos francos: Por mais crítico que esse tipo de pesquisa continue sendo pra gente, poucos estão “com cabeça” para participar de bate-papos assim agora.

Este é o desafio. Como e quando vamos coletar dados qualitativos dos usuários sem sermos invasivos?

. . .

Quando fazemos pesquisa hoje?

Olhando para trás, vimos que fazemos pesquisa quali basicamente em três etapas do projeto. Cada etapa reduz um risco específico.

1. Exploratória

Acontece quando estamos iniciando a criação de um novo produto. Queremos entender como o mercado resolve o problema hoje, alternativas, dores e desafios.

Risco reduzido: o problema que imaginamos existe para determinado público.

2. Proposta de valor

Já temos uma ideia do produto e queremos entender se ele resolve o problema do nosso público. Isto pode ser feito com protótipos, landing pages ou até uma apresentação do conceito em ppt.

Risco reduzido: a forma como vamos resolver o problema faz sentido para nossos usuários.

3. Usabilidade

Queremos melhorar os indicadores do nosso produto/feature através de uma usabilidade melhor. Aqui entram os famosos (adivinhe) testes de usabilidade.

Risco reduzido: a solução que desenhamos é considerada fácil de usar pelos usuários.

. . .

Qual tipo de risco representa maior ameaça?

Todas essas etapas são, sem dúvida, importantes.

Todas essas etapas merecem pesquisa qualitativa.

Mas se tivéssemos que colocá-las em ordem de prioridade, qual é a etapa arriscada caso a gente não converse com os usuários?

Para o nosso contexto, a lista ficou assim:

1. Proposta de valor
2. Usabilidade
3. Exploratória

Por que priorizamos a etapa proposta de valor?

É possível levantar problemas e dores do mercado com apoio de outras áreas (suporte e vendas, por exemplo). Já usabilidade pode ser avaliada com outras ferramentas e métodos, como avaliação heurística e teste com colegas da empresa, para citar alguns. Além de

ser um teste difícil de fazer remoto, apesar das excelentes ferramentas que estão surgindo.





Importante: como funciona o Playbook

Dentro de cada tópico, os tipos de pesquisa já estão priorizados. Ou seja, caso o primeiro método não dê certo (1.1), passe para o próximo (1.2).

Proposta de valor

Os usuários gostariam de usar ou comprar o que estamos construindo?

1.1 Pesquisa por telefone

Ligar para o usuário e coletar um feedback rápido da solução.

- Dê preferência a ligar para o celular da pessoa, evite ferramentas de videoconferência.
- Vale bate-papo com ou sem agendamento prévio.
- Tenha um roteiro estruturado em cima das principais hipóteses.
- Use uma planilha para tabular as respostas enquanto conversa.
- Tente não passar de 15 minutos de conversa.
- Fale com 10 a 15 pessoas.

1.2 Pegar carona em outra área

Identifique uma área da empresa que já esteja em contato com o seu público e aproveite a ligação deles para fazer algumas perguntas para os usuários.

- Alinhe antes com a pessoa que você vai acompanhar no call sobre as perguntas.
- Limite-se a 3 ou 4 perguntas.
- Não improvise nesses cenários, você pode comprometer a venda ou o atendimento.

Usabilidade

Nossa solução é simples de usar? Quais são os gargalos de usabilidade dela?

2.1 Análise heurística

Análise do próprio time a partir de boas práticas de design. Podem funcionar como um “checklist de usabilidade”.

- Escolha uma linha de heurísticas para trabalhar. Segundo a Wikipedia, existem 3 linhas, sendo a do Nielsen a mais popular.
- Tente fazer o exercício em grupo, para coletar visões diferentes e não “baixar a barra”, já que é um exercício subjetivo.
- Priorize as inconsistências mais graves para começar o trabalho.

2.2 Design Review

Semanalmente temos duas design reviews. Nesses encontros, o time de design leva uma solução para receber feedbacks de outros designers.

Apesar de ser uma cerimônia rápida e não valer como um teste de usabilidade, pode ajudar o designer a identificar inconsistências rapidamente na sua solução.

2.3 Teste interno

Se ainda for necessário, faça um teste com pessoas da própria empresa.

- Tente não passar de 30 minutos





Use uma plataforma como a Testaisso ou Mind Miners para rodar seu teste de usabilidade remotamente. Apesar de pagas, elas oferecem um ótimo custo benefício, pois já possuem pessoas cadastradas dispostas a participar dos testes.

Exploratória

Quais são as dores do usuário e como ele resolve o problema hoje?

3.1 Conversa com especialistas da empresa

Falar com outros times dentro da empresa que podem nos ajudar a ter um entendimento do problema. Os times de BI principalmente conseguem levantar de forma estruturada dados que são gerados dentro das demais áreas.

3.2 Desk Research

Vale dar um bom e velho “Google” pra ver se já não existem estudos e pesquisas sobre o problema em questão. O [Google Acadêmico](#), por exemplo, permite buscar artigos criados pela comunidade científica em diversos assuntos.

3.3 Pesquisa assíncrona

Envie seu questionário por e-mail ou Whatsapp para os usuários. Permitir que eles respondam por áudio pode facilitar também, apesar de dificultar a decupagem dos dados depois.

. . .

Mas e aí, está dando certo?

Estamos há 4 semanas rodando neste formato, e não tivemos queda no número de pesquisas por semana. Meu maior receio, inclusive, eram as pesquisas por telefone sem agendamento. Pude acompanhar uma rodada na última semana e elas rodaram super bem. Parabéns Pedro e Júlia!

Importante dizer que o Playbook não está escrito em pedra: são apenas boas práticas para este momento difícil. É um documento para o time ter clareza e alinhamento sobre como podemos operar em cada cenário. Agradeço inclusive ao [Paulo](#), nosso CPO, por ter levantado essa bandeira e ter dado autonomia para pensarmos em uma solução.

Resumindo: não está “proibido falar com usuários”. Cabe ao time julgar que método é mais apropriado e considerar as alternativas sugeridas antes de puxar o telefone.

Os próximos passos são continuar evoluindo o playbook com novos cenários e quando acabar a quarentena, vamos entender o que vale a pena ser mantido dele.

Como seu time está fazendo na pesquisa na quarentena? Comente aqui!

Sign up for UX Collective Brasil

By UX Collective BR

Design. Feito no Brasil. [Take a look.](#)



Get this newsletter

Emails will be sent to luanapb@estudante.ufscar.br.
[Not you?](#)

