

[Open in app](#)[Get started](#)Published in UX Collective BR · [Follow](#)

3 dicas para conhecer seus usuários sem precisar entrevistá-los

Conheça essas formas alternativas de conseguir informações dos seus usuários.



Descubra novas formas de buscar informações. [Unsplash](#) | [CoWomen](#)

Eu tenho um segredo pra contar pra você:

Se você ainda não descobriu na marra, saiba que a teoria de produto não se traduz com fluidez para a realidade de produto. E olha... eu realmente queria que fosse mais fácil, viu?



[Open in app](#)[Get started](#)

consegue recrutar usuários para entrevistas?

Se seus e-mails estão sendo ignorados, ou até mesmo recusados, presta atenção nessas três formas de conseguir mais informações dos seus clientes sem precisar marcar uma reunião com eles.

Aproveite as reuniões de outras áreas

Mesmo se você não consegue falar com os seus clientes, alguém na sua empresa precisa e vai falar com eles! Seja no time de vendas, de suporte ou de Customer Success, existem oportunidades que podem ser exploradas por você e seu time.



Aproveite para conhecer as suas personas. [Unsplash](#) | [LinkedIn Sales Navigation](#)

Aborde essas áreas para mostrar o valor das entrevistas para o produto e consequentemente, para a empresa. Peça permissão e comece a assistir a essas reuniões. Assim, você terá como aprender mais sobre as personas, sobre os problemas mais corriqueiros que querem resolver e sobre como o produto pode solucioná-los.



[Open in app](#)[Get started](#)

Aproveite para conhecer as jornadas do cliente na empresa. Entenda como cada área se comunica com os clientes e como eles se sentem em cada interação. Quem sabe você não acaba descobrindo formas de contribuir conjuntamente com outros departamentos para entregar mais valor para os usuários?

Terceirize o papel do usuário

Aí você pode me dizer: “Mas aqui não temos reunião nenhuma com clientes... E agora?” 🤖 Então lá vai a segunda dica. **Terceirize o papel do usuário**. Engraçado, né? Eu explico.

Existem plataformas online de pesquisa em que pessoas podem se cadastrar como respondentes. As empresas que contratam os serviços dessas plataformas cadastram as instruções da pesquisa e aproveitam a rede de respondentes para realizar os testes de usabilidade, questionários e reuniões online.

Se você preferir usar essas ferramentas, só se atente em replicar a demografia das suas personas. Muitas vezes você conseguirá restringir quem poderá participar da sua pesquisa filtrando por idade, gênero, região geográfica, profissão e escolaridade.

Veja alguns exemplos de ferramentas para terceirizar seus usuários:

- **UserTesting**

Esta é a escolha *mainstream*. Nela, os participantes inserem seus dados demográficos para serem elegíveis para as pesquisas. Os testes funcionam em protótipos de sites, jogos ou softwares. Os respondentes precisam realizar uma lista de tarefas enquanto descrevem tudo o que estão pensando. Ao final você receberá a gravação da interação junto com os dados do respondente.

- **Respondent**

Se você quiser fazer uma análise mais profunda, este seria o mais indicado. Isso porque, assim como o anterior, os participantes são filtrados e podem realizar tarefas. Além disso, também é possível agendar chamadas online ao vivo e até marcar conversas presenciais.



[Open in app](#)[Get started](#)

pra testar um botão assim 😊).

- **Testaíso**

Não podia faltar uma alternativa BR pra quem quer pagar em reais (R\$). Esta plataforma também é uma ferramenta de tarefas gravadas em vídeo e de questionários. Eles até fazem análise de comportamento da audiência do seu site, se quiser.

Vá a campo

Daí você me diz: “Fernanda, você endoidou? Viu quanto custam as pesquisas nessas plataformas???” 🤪 É... Terceirizar usuários não é nada em conta, mas às vezes muito necessário. Se não for mesmo possível pra você, eu vou dar minha última dica.

Se o cliente não vai até você, você vai até o cliente! E há várias formas de fazer isso.

Observe os usuários usando seu produto ao vivo. Você pode pedir permissão deles para observá-los usando o produto no trabalho ou durante uma situação de lazer. Este método é perfeito para desenvolver a sua empatia com o cliente e para identificar dores ainda nem percebidas por ele.



[Open in app](#)[Get started](#)

Outra forma de ir a campo é participar de eventos que reúnem suas personas, como conferências, festas e eventos educacionais. Por exemplo, se seu produto é uma plataforma de compartilhamento de equipamento caros entre médicos, você pode participar de feiras de vendas de equipamentos hospitalares e ver como médicos, diretores de hospitais e outras pessoas do ramo avaliam e compram esses bens.

Por fim, você pode até ir a um lugar público e observar as pessoas que usam o seu produto. O ex-Head de Produto da Yellow, Arthur Castro, uma vez compartilhou numa palestra que ele e os designers Henrique Sanches e Amanda Elyss foram até a rua para observar como as pessoas desbloqueavam bicicletas e descobrir quais eram as dificuldades delas ao fazer isso.

Agora você já está pronto(a) para utilizar formas alternativas de coleta de informações dos seus clientes. Acha que faltaram outros métodos? Mande um comentário me avisando. Por fim, compartilhe com a sua equipe para começarem a botar essas dicas em prática!

• • •



O UX Collective doa US\$1 para cada artigo publicado na nossa plataforma. Esse artigo contribuiu para a [World-Class Designer School](#): uma escola de design gratuita de nível universitário, com foco em preparar designers africanos jovens e talentosos para o mercado de produtos digitais local e internacional. Construa a comunidade de design na qual você acredita.

Sign up for UX Collective Brasil





[Open in app](#)

Get started

