

EBOOK



S I M P L I F I C A N D O

User Research



INTRODUÇÃO

Pra que serve	01
Iceberg	02

CARACTERÍSTICAS E FINALIDADES

Distinções entre os métodos	03
Comportamental x Atitudinal	04
Qualitativo x Quantitativo	05
Ferramentas Qualitativo x Quantitativo	06
Formativa x Sumativa	07
Contexto de Uso	08
Panorama geral de métodos de research	09
Ciclo de Design Iterativo	10

MÉTODOS DE PESQUISA

Desk Research	12
Questionários	13
Pesquisas de Inteceptação	14
Entrevistas de Profundidade	15
Netnografia	17
Análise Heurística	18
Testes de Usabilidade	22
Teste A/B	26
Heatmaps	27

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fontes	29
--------	----

INTRODUÇÃO

Pra que serve essa tal de User Research?



Projetamos interfaces para pessoas usarem, e nada mais lógico e sensato do que falar com essas mesmas pessoas, para entender se o produto faz sentido para o público, entender os contextos de uso e extrair insights valiosos para lapidar a sua experiência. Lembre-se: **VOCÊ NÃO É O SEU USUÁRIO**, então toma vergonha na cara e vai pesquisar pra entender o que seus usuários **pensam, sentem, falam e fazem a respeito do seu produto**. 😊

O trabalho de User Research não deve ser pensado como algo afim de validar suas convicções ou dos stakeholders, mas sim como um trabalho exploratório que busca entender **o que funciona, o que não funciona e porque**. Além ser uma forte aliada na criação de experiências incríveis, a pesquisa ajuda a **identificar erros** num curto espaço de tempo e tomar decisões mais assertivas antes de investir em desenvolvimento, **gerando uma economia de tempo e dinheiro**, afinal nenhum dos dois dá em árvore.



O que os
usuários
vêem



O que eles
não vêem:



UI

SUPERFÍCIE

User interface design,
UX Writing.

ESQUELETO

Wireframes, Protótipos de baixa
fidelidade

ESTRUTURA

Mapa do site, fluxos de
navegação, conteúdo.

ESCOPO

Pesquisas, Entrevistas, Personas,
User Stories e User Journey.

ESTRATÉGIA

Objetivos de negócio e
necessidades dos usuários

Antes de explicar como funciona cada tipo de estudo, vamos entender as **distinções entre os métodos?**

- 1 Comportamental x Atitudinal
- 2 Qualitativa x Quantitativa
- 3 Formativa x Sumativa
- 4 Contexto de Uso

1 Comportamental x Atitudinal

Pesquisa Comportamental

Busca entender **o que** as pessoas fazem com o mínimo de interferência do pesquisador.

Ex: Análise de Dados, teste A/B, eyetracking, heatmaps, testes de usabilidades.



Pesquisa Atitudinal

Busca entender, medir ou informar crenças e ideias dos usuários fazendo perguntas e atividades para entender os **porques**.

Ex: Entrevista de profundidade, focus group, questionários, card sorting

2 Qualitativa x Quantitativa

Pesquisa Qualitativa (5-8 usuários)

- Dados são coletados individualmente, observando o usuário
- Perguntas para entender os porquês.
- Não permite análise matemática

Ex: Entrevista de profundidade, focus group, testes de usabilidade



Pesquisa Quantitativa (mais de 30 usuários)

- Quando precisa comparar 2 ou mais designs.
- Os dados são coletados por ferramentas indiretas.
- Quando precisa mensurar ROI ou economias esperadas.
- Análise matemática e estatística.

Ex: Questionários, testes A/B, ferramentas de analytics.

2 Qualitativa x Quantitativa

Algumas ferramentas para pesquisas Qualitativas

- Maze
- Lookback
- Google Optimize
- Userzoom

Algumas ferramentas para pesquisa Quantitativas

- Google Analytics
- Hotjar
- Google Optimize
- VWO

3 Formativa x Sumativa

Avaliação Formativa

- Informa sobre aspectos do design criado que **funcionam ou não funcionam e porque**.
- Alguns métodos são: Análise Heurística e Testes de Usabilidade



Avaliação Sumativa

- Informa sobre a **facilidade de uso e satisfação do cliente** em relação ao design criado comparado à competidores ou versões anteriores.
- É feita normalmente quando se tem o design final ou o produto rodando.
- Usuários realizam tarefas sem interferência de um pesquisador e depois avaliam a experiência sob critérios pré-definidos. Ex.: Satisfação, facilidade de uso, net promoter score, etc.

4 Contexto de Uso

Uso natural do produto

Quando a pesquisa é feita sem o acompanhamento do pesquisador. O objetivo desse tipo de estudo é minimizar as interferências para entender melhor os comportamentos ou atitudes o mais próximo da realidade possível.

Uso do produto com Script

Quando você quer focar em obter insights de um aspecto específico do produto, como um novo fluxo, função, feature, etc. Aqui descrevemos tarefas específicas para os usuários realizarem.

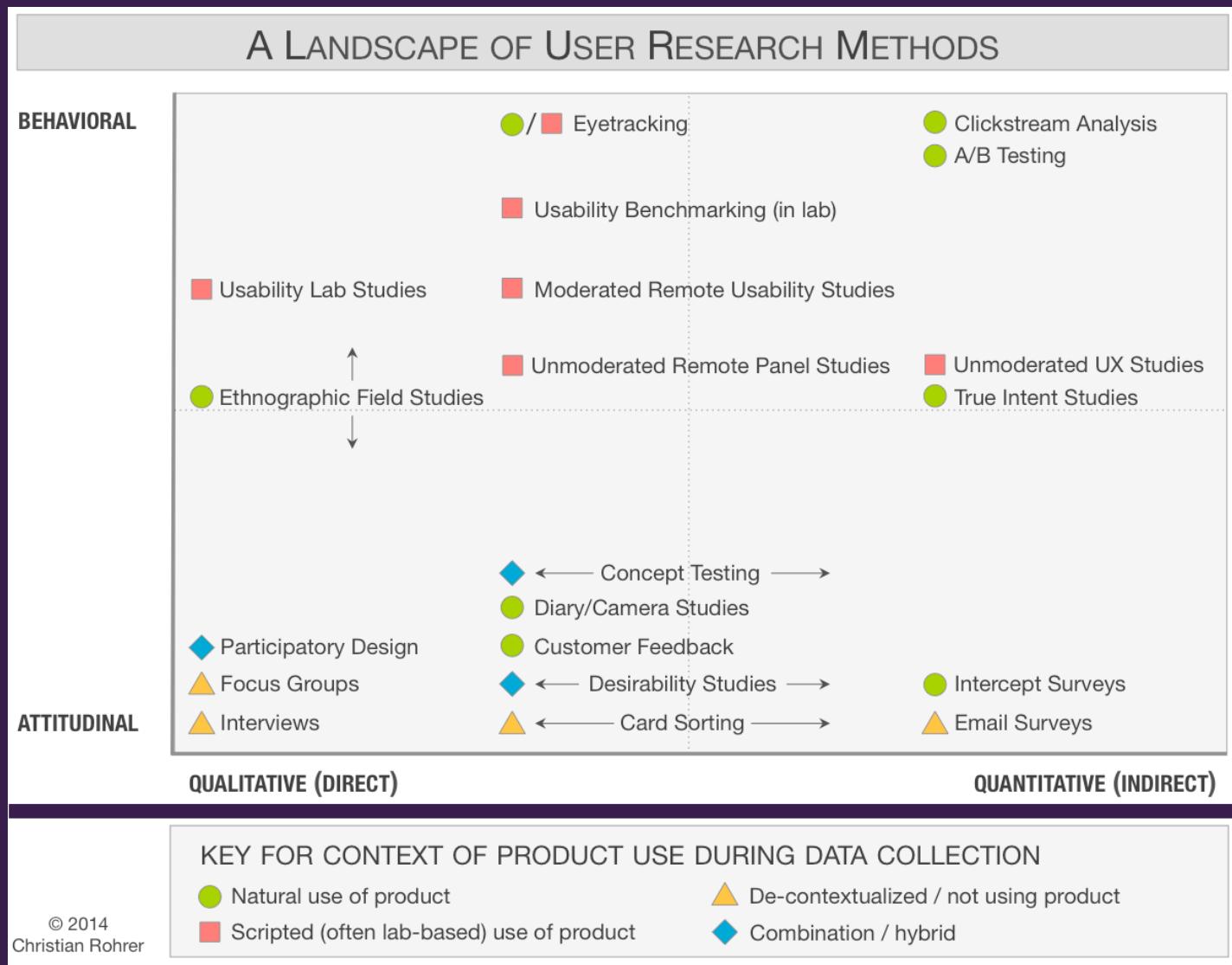
Sem utilização do produto

Esse tipo de estudo é conduzido para examinar problemas que vão além da usabilidade, como entender comportamentos ligados a cultura do usuário ou o ambiente em que está inserido.

Híbrido

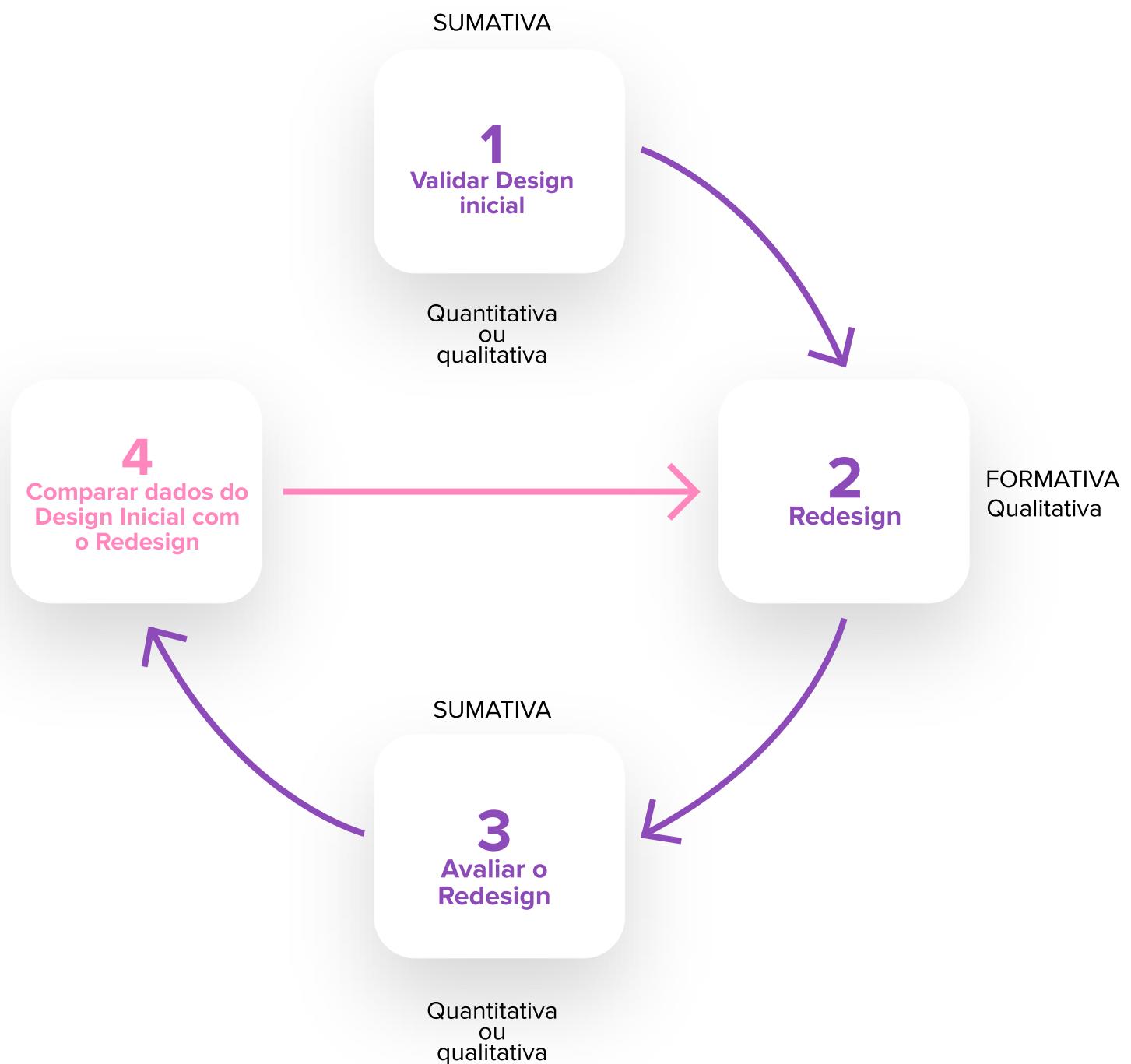
Podemos também combinar diferentes técnicas de pesquisa para obter resultados mais interessantes, como por exemplo aplicar um teste de usabilidade utilizando mapas de calor simultaneamente.

Aqui temos um panorama dos métodos de User Research mais utilizados:



Fonte: <https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>

O ciclo básico do design centrado no usuário começa com uma avaliação de um design existente, seguido de um redesign visando encontrar os desafios de usabilidade do produto atual. Assim que a nova versão estiver pronta, ela poderá ser avaliada e comparada com a versão inicial.





Agora é hora de entendermos os variados tipos de pesquisa.



Desk Research

Essa é a pesquisa mais básica e mais barata que você pode fazer, mas não menos importante. Para obter um bom entendimento inicial do problema, mercado e usuários utilizamos mecanismos de busca e pesquisas já realizadas, com o objetivo de coletar os dados mais relevantes já existentes na web e diretamente da empresa:

- **Órgãos relacionados (IBGE) (MIT Media Lab Research)**
- **Pesquisas acadêmicas**
- **Google Trends**
- **Reclame aqui**
- **Play e App Store**
- **Pesquisas de mercado**
- **Notícias**
- **Benchmarking**
- **Dados - Comerciais, métricas de UX, atendimento, NPS, produtos, CRM**
- **Pesquisas Anteriores**

Lembrando que é importante analisar a veracidade dos dados e buscar sempre fontes confiáveis.

Questionários

O bom e velho questionário, sim, funciona e é super útil. Seja no início do projeto para entender padrões ou distinções de comportamento dos usuários ou no meio de um ciclo de iteração, onde pode ser utilizado para obter dados qualitativos (comentários, feedbacks, sugestões) ou quantitativos (quantas pessoas fazem ou dizem isso ou aquilo).

1

Defina os objetivos da pesquisa

É importante determinar quais respostas você quer obter ou o que exatamente deseja descobrir, antes de iniciar.

2

Encontre os participantes certos

Não adianta soltar o link do formulário no seu grupo da família no WhatsApp, calma lá. A quantidade é importante sim, afinal quanto mais respostas tiver, melhor, porém a qualidade é igualmente fundamental, para que os dados extraídos venham do seu público real ou potencial.

3

Faça um rascunho do formulário

Antes de compartilhar sua pesquisa avalie o que e como está perguntando, para obter melhores resultados e não precisar alterar as perguntas enquanto o questionário está rodando.

Questionários

Alguns questionamentos relevantes que você pode se fazer...

- Eu agrupei questões similares?
- As questões são apropriadas para o público?
- As questões estão fáceis de entender?
- As escalas de avaliação estão equilibradas?
- Eu incluí opções de “Não sei” onde possa fazer sentido?
- Eu pratiquei o formulário antes de compartilhar? Especialmente com um grupo pequeno de pessoas
- Eu mantive o foco nos participantes enquanto desenvolvia o questionário?
- Eu utilizei perguntas abertas?
- Eu perguntei **por quê?**

4

Recrute, compartilhe e faça ajustes necessários

Lembre-se de sempre:

- Explicar o contexto da pesquisa para os participantes
- Incluir os objetivos do estudo
- Fazer questões de abertura: Perguntas com foco em qualificar a pessoa como útil para pesquisa ou não, dessa forma, se ela não se encaixar no público desejado, o questionário é finalizado e tanto a pessoa quanto você não perderão tempo.
- Considerar possíveis incentivos ou recompensas.

Questionários

5

Avalie o resultado

Com as respostas em mãos, é hora de analisar se suas hipóteses estavam corretas ou não, mensurar as métricas que você definiu no momento do escopo e compilar as principais descobertas para apresentar à equipe e stakeholders.

Pesquisas de interceptação

São pesquisas rápidas e curtas feitas durante a navegação do usuário em um produto, seja em uma página específica ou após a conclusão de determinada tarefa afim de coletar feedbacks e avaliar a experiência, satisfação e usabilidade.

Sabe quando alguém te para no meio da rua pra fazer uma pesquisa rápida? É quase isso, porém aplicado no ambiente digital e menos invasivo, eu diria.

Entrevistas de Profundidade

São entrevistas feitas pessoalmente ou remotamente, em que o pesquisador faz uma série de perguntas, seguindo determinado script.

Diferentemente do questionário, você pode se aprofundar em cada pergunta, e a fidelidade das respostas é maior pois a pessoa está frente-a-frente com você.

Aqui vão algumas dicas:

- Faça o entrevistado se sentir a vontade, empatia é o nome do jogo
- Busque entender os porques
- Pergunte sobre o processo
- Ouça mais do que fala
- Não tente validar suas hipóteses, aprenda com a inocência de uma criança.
- Não busque entender somente problemas, mas também necessidades.

Netnografia

O estudo netnográfico tem os mesmos objetivos que o etnográfico, a diferença é que ao invés de estudarmos o comportamento dos usuários no mundo físico, fazemos isso no ambiente virtual, em comunidades, grupos, fóruns, redes sociais, etc.

Como vivem? O que fazem? O que pensam? O que falam?
Hoje, no Globo Repórter.

Análise Heurística

Esse método foi cunhado por Jakob Nilsen (a.k.a Pai da Usabilidade) e Rolf Molich. **É uma avaliação geralmente feita por um especialista de UX afim de entender o que está ou não está funcionando em uma interface.**

Esses são os **10 princípios** para ser levar em conta ao aplicar esse tipo de análise:

1

Visibilidade de status do sistema

O sistema deve sempre manter os usuários informados sobre o que está acontecendo com um feedback adequado dentro de um tempo coerente.

2

Coerência entre o sistema e o mundo real

O sistema deve falar a linguagem dos usuários, com palavras, frases e conceitos familiares aos usuários, ao invés de termos técnicos. Fazendo as informações aparecerem de forma natural e em uma ordem lógica.

Análise Heurística

3

Liberdade de controle do usuário

Usuários costumam realizar algumas ações por engano e precisarão ter uma “saída de emergência” visivelmente clara para desfazer a ação não desejada sem precisar ter que ficar conversando com o suporte ou algo do tipo.

4

Consistência e padrões

Usuários não tem que imaginar a diferença de palavras, situações ou ações que são a mesma coisa.

5

Error prevention

Muito melhor que boas mensagens de erro é um design que cuida para previnir que problemas aconteçam, antes de tudo. Além disso elimina condições sujeitas a erro ou as identifica e apresenta aos usuários uma opção de confirmação antes deles executarem a ação de fato.

Análise Heurística

6

Reconhecimento ao invés de recordação

Reduza o esforço da memória dos usuários fazendo objetos, ações e opções visíveis. Os usuários não deveriam ter que se lembrar de uma informação de uma parte do diálogo em outro. Instruções para uso do sistema sempre dever estar visíveis e facilmente acessíveis sempre que precisarem.

7

Flexibilidade and eficiência de uso.

Aceleradores (não vistos por novos usuários) geralmente tem o poder de acelerar a interação de usuários que tem uma boa consistência de uso, apresentando ações frequentes que eles realizam.

8

Estética e design minimalista

Os diálogos não devem conter informações irrelevantes ou raramente necessárias. Cada informação adicional em um diálogo compete com as informações importantes e acaba ofuscando a sua relevância visual.

Análise Heurística

9

Ajude usuários a reconhecer, diagnosticar e se recuperar de erros.

Mensagens de erro devem ser apresentadas com linguagem clara. Indicando precisamente o problema e de maneira construtiva sugerir uma solução.

10

Auxílio e documentação

Ainda que seja melhor que o sistema possa ser usado sem precisar de documentação, é interessante ter uma área de ajuda. Qualquer informação dever ser fácil de buscar, focada na tarefa que o usuário precisa realizar. É interessante mostrar o passo-a-passo para as ações sem extender demais.

Teste de Usabilidade

Os testes de usabilidade, assim como a Análise Heurística servem pra entender o que está ou não funcionando em uma interface, a diferença é que **nesse caso fazemos nossa avaliação através da ótica dos usuários, observando eles realizarem tarefas específicas**. Podemos extrair tanto dados **qualitativos (insights, problemas encontrados, oportunidades de melhorias, etc)** como **quantitativos (métricas como taxa de sucesso na conclusão das tarefas, tempo médio de conclusão, etc)**.

É essencial para entender os **PORQUES**, que os números não podem nos dizer, por exemplo: Os dados quantitativos podem nos revelar que 70% dos usuários não estão concluindo o cadastro, mas observando os usuários em ação entendemos **porque** eles não estão fazendo isso, talvez o formulário esteja muito extenso, talvez algum campo esteja com erro, talvez a maneira como as informações estão sendo solicitadas não esteja clara o suficiente, não sei, bora testar?

Todo teste de usabilidade conta com 3 elementos principais: **Facilitador, tarefas e o participante**. Em alguns casos, existe também a presença de um ou mais observadores.

Teste de Usabilidade

Vamos entender a diferença entre os tipos de teste?

- **Testes moderados**

Quando é aplicado por um moderador (especialista) que vai conduzir o teste descrevendo as tarefas que o usuário deve realizar.

- **Testes não-moderados**

Quando enviamos o link do nosso produto ou protótipo com as instruções necessárias para que o usuário realize o teste sozinho.

- **Testes remotos**

Quando fazemos o teste à distância, através de video-chamadas ou ferramentas específicas para testes de usabilidade.

- **Testes presenciais**

Quando nos reunimos fisicamente com os usuários para aplicar os testes.

Teste de Usabilidade

Listamos algumas ferramentas para te ajudar a conduzir seus testes de usabilidade:

- **dscout**
- **Lookback**
- **UserZoom**
- **Maze**
- **Userbrain**
- **Loop11**
- **Userlytics**

Teste de Usabilidade



Teste A/B

Esse método é feito comparando duas variantes de um elemento no design de um produto com a finalidade de entender qual deles tem uma aprovação maior dos usuários. O elemento pode ser um texto, cor, imagem, layout, etc.

Começamos com uma hipótese de que se fizermos determinada alteração, conseguiremos uma melhora em determinado aspecto da experiência do usuário, então rodamos os testes para identificar qual variante teve uma melhor resposta comparada a outra.

Vale a pena assistir essa palestra do Navin Iyengar, que é Product Designer na Netflix, onde ele reforça a importância do Teste A/B e como eles fazem isso no processo deles

▶ Assistir vídeo

Heatmaps

Heatmaps são mapas de calor com representações visuais de cores que mostram exatamente onde as pessoas estão interagindo no seu site, dessa forma permitem que você entenda melhor o que os usuários querem, se preocupam e fazem em seu site, representando visualmente seus cliques, toques e comportamento de rolagem - que são os indicadores mais fortes da motivação e desejo do visitante.

Por hoje é só meus amigos...

Vale lembrar que existem outros métodos de pesquisa com usuários muito válidos, porém quisemos trazer neste Ebook os mais utilizados e também os que a gente costuma aplicar nos processos da Deploy.

Caso tenha ficado alguma dúvida ou se tiver algum feedback, vamos ficar muito felizes em trocar ideias, pode chamar a gente no direct ou mandar um email, como preferir. 😊



Nicholas França
Co-fundador, CXO



Fontes

Formative vs. Summative Usability Evaluation

<https://www.youtube.com/watch?v=730UiP7dZeo>

<https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>

<https://www.nngroup.com/articles/quant-vs-qual/>

<https://www.nngroup.com/articles/unmoderated-user-testing-tools/>

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.855.9416&rep=rep1&type=pdf>

<https://medium.com/@allisoncrady/designing-iterating-analyzing-user-surveys-for-product-impact-5771fc1cdd7a>

<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

<https://www.nngroup.com/articles/usability-testing-101/>

<https://www.nngroup.com/articles/unmoderated-user-testing-tools/>

<https://www.nngroup.com/articles/usability-test-checklist/>

The Elements of User Experience, Jesse James Garrett



Quer receber mais conteúdos como esse?

Siga a Deploy nas redes sociais.



www.deployux.com