

## Últimos itens do modelo

### Transcrição

Além dos itens que elencamos no modelo de pesquisa, temos mais um: "interessados diretos e indiretos". Um dos interessados diretos é sempre o solicitante da pesquisa, no nosso caso o líder da equipe de UX. Porém, não é só ele que tem interesse direto na pesquisa.

Depois que analisarmos todos os dados, identificaremos o que precisa ser melhorado na plataforma, ou, se existem problemas, que problemas são esses e como deveremos solucioná-los. Quem trabalhará nesse processo é a equipe de desenvolvimento.

A equipe de sucesso do cliente também tem interesse direto nos resultados, afinal, depois que as melhorias forem feitas, é essa equipe que apresentará as modificações na plataforma e sanarão as dúvidas das empresas parceiras.

Um exemplo de quem tem interesse indireto na pesquisa é a equipe de vendas. Afinal, depois que a plataforma for melhorada, essa equipe poderá apresentar as novas funcionalidades como atrativo aos possíveis clientes. A equipe de marketing também precisa conhecer quem são as empresas e o que elas veem de interessante na plataforma, o que ajuda a encaminhar as campanhas publicitárias desse produto, e portanto também tem interesse indireto nos resultados.

Além dos interessados, temos o time que realizará a pesquisa. Esse time é composto pelas pessoas que estão realizando a pesquisa - nesse caso, uma única pessoa, eu. Mesmo assim, é importante que essa informação conste no modelo de pesquisa, ainda mais trabalhando em um aspecto mais formal.

Outra questão é o tempo que teremos para apresentar os resultados da pesquisa. Quem tem interesse direto nessa realização tem uma expectativa, talvez não real, de prazo para a conclusão desse processo. No nosso caso, a expectativa do líder de UX era que a pesquisa fosse realizada em duas semanas. Porém, devemos levar em conta os desafios e riscos encontrados ao longo do caminho, e justamente por isso é importante listarmos os problemas e soluções que passamos.

Nós escolhemos fazer as entrevistas com as equipes internas da MusicDot, mas nesse ponto existe uma questão: em determinadas épocas do mês, essas equipes estão muito mais cheias de trabalho. Para contornar isso, agendamos primeiro as pessoas que possuíam mais disponibilidade, mantendo as que tinham mais restrições para o futuro. Isso fez com que a pesquisa durasse cerca de um mês, um tempo objetivamente maior que o esperado.

A ideia é balancearmos a expectativa de realizar a pesquisa em menos tempo com a realidade de encaixar as agendas das pessoas e obter o máximo de detalhes acerca do nosso objeto.

Agora que vimos todos os itens do modelo de definições de pesquisa, vamos para a entrevista?