

Escolher o Método

Transcrição

Já definimos que utilizaremos uma abordagem formal na nossa pesquisa, mas como utilizaremos as perguntas que definimos anteriormente? Nesse caso, trabalharemos com o primeiro conjunto de perguntas, cujas respostas podemos conseguir com as equipes internas da MusicDot.

- Quem são as pessoas dentro das empresas que utilizam o produto?
- Quais são esses perfis de usuários da plataforma B2B?
- O que essas pessoas fazem no sistema?
- O que é importante na plataforma para as empresas ou para cada perfil dos usuários?
- O que elas precisam mas não tem na plataforma?
- Quando elas usam determinadas funcionalidades?
- Qual o contato delas com as funcionalidades da plataforma? (Quando compram a licença já tem acesso a tudo?)
- Ele usa alguma funcionalidade no celular?
- Como as empresas geram relatórios?
- Como elas adicionam um colaborador na plataforma para uso?

Repare que as perguntas selecionadas demonstram que temos interesse em informações relacionadas à qualidade do produto, e não necessariamente a quanto as pessoas o utilizam. Ou seja, nesse momento, informações quantitativas não são tão importantes, e precisaremos de um método que aborde aspectos qualitativos.

Por exemplo, ainda que seja um método bastante utilizado em pesquisas quantitativas, é possível elaborar um questionário com perguntas abertas, de modo a permitir respostas relacionadas aos aspectos qualitativos que estamos buscando. Mas será essa a melhor alternativa? Ao mesmo tempo em que o questionário se torna interessante por demandar pouco tempo, se tivermos alguma dúvida em relação às respostas recebidas teremos que mandar um novo questionário ao entrevistado, aumentando o tempo da pesquisa e gerando custos. Sabendo disso, devemos tomar cuidado na escolha do método.

Apesar de a princípio ser mais rápido, no momento questionário não é o ideal para nós. Dentre os métodos qualitativos existentes, um mais interessante é a entrevista, afinal, precisamos falar com poucas pessoas e estamos buscando qualidade de detalhes. Em uma entrevista, se tivermos alguma dúvida em relação às respostas, poderemos saná-las no mesmo momento. Outra vantagem é que, como iremos trabalhar com colaboradores internos da MusicDot, bastará alocarmos uma sala para gravar essas entrevistas, formalizando o processo.

Nesse ponto, temos um modelo de definições da pesquisa, a começar pelo nosso problema:

- Não temos informações qualitativas sobre as pessoas que utilizam a plataforma B2B da MusicDot.

Pensando nesse problema, definimos nosso objetivo:

- Conhecer as pessoas que utilizam a plataforma B2B da MusicDot
- Saber quais são suas necessidades, os problemas que elas enfrentam no dia-a-dia, desejos que elas possuem, interesses, etc.

A pesquisa foi solicitada pelo líder da equipe de UX da MusicDot, e definimos junto com ele as nossas hipóteses:

- Empresas de pequeno porte fazem mais solicitações de criação de relatórios
- Empresas de pequeno porte não utilizam a funcionalidade de separação de equipes da plataforma

Como abordagem, definimos que gravaremos entrevistas formais com as equipes de vendas e de sucesso do cliente. A seguir, continuaremos acumulando informações sobre a nossa pesquisa.