

Outros métodos: questionário, card sorting e teste A/B

Transcrição

Para obtermos uma amostragem grande de dados, podemos utilizar um método de pesquisa quantitativo, como o questionário. Um meio fácil de fazê-lo é com o **Google Forms**, que auxilia na criação de um questionário online.

Observe um exemplo de formulário do **Google**:



Pesquisa - Doce Malagueta

É rápido e só leva 1 minuto e 40 segundos. ;)

* Required

1. Nome? *

Primeiro nome.

2. Idade? *

- até 20 anos
- 21 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- Maior de 40 anos

3. Sexo? *

- Masculino
- Feminino

4. Faixa salarial? *

- até R\$ 1000,00
- R\$ 1001,00 entre R\$ 2000,00
- R\$ 2001,00 entre R\$ 3000,00
- acima de R\$ 3000,00

Esse questionário foi aplicado para compreender o público-alvo de um projeto cujo objetivo era um livro impresso de custo elevado. Vamos pensar em outra situação: o menu do site da Caelum.

[CURSOS Java](#) [CURSOS Mobile](#) [CURSOS Front-end](#) [CURSO PHP](#) [CURSOS Agile](#) [CURSOS .NET](#) [NOVA JORNADA](#)

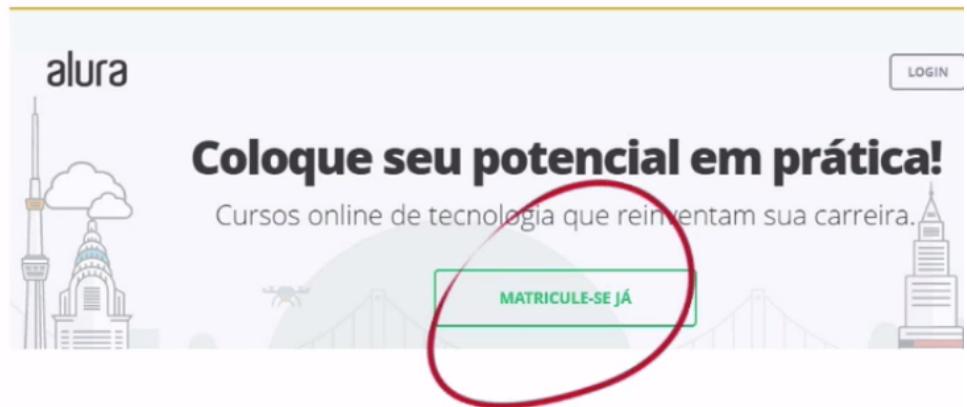
Neste menu de navegação principal, será que a ordem dos elementos faz sentido para o usuário? Para verificar se a categorização do site funciona, é interessante perguntarmos ao próprio usuário se aquilo que está sendo utilizado é adequado ou não. Este é outro método de pesquisa, denominado **Card sorting**.

Ainda, outra situação com a qual podemos nos deparar é querer melhorar a taxa de conversão de venda. Ou seja, a cada 100 usuários da Alura, há dois que acabam comprando nosso curso, nesse caso, nossa taxa de conversão é de 2%. Para melhorarmos isto, podemos acessar o site e verificar como está a tela inicial:

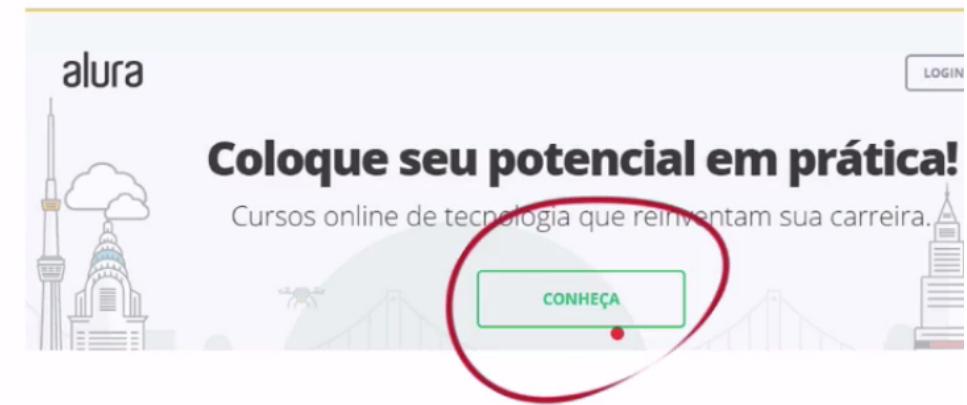


Podemos levantar a questão: se no lugar do texto "Matricule-se já" tivéssemos outro texto, isto faria alguma diferença na quantidade de pessoas que se matriculam? Podemos testar versões diferentes desse botão:

A



B



Na versão **A** temos "Matricule-se já", e na **B** temos "Conheça". O que desejamos é entender em qual das versões o usuário clica mais. Essa estratégia de testarmos uma versão e depois outra chama-se **Teste A/B**.

Existem diversos métodos de pesquisa, no entanto nenhum dos que vimos até agora servem para resolvemos o nosso problema, que é **validar nossa hipótese**. Por que esses métodos não nos servem?

- Observação: quando necessário, é interessante observar o usuário em seu próprio *habitat*. Isto não resolve nosso caso;
- Questionário: não nos importa tanto, pois não necessitamos de um grande número de dados;
- *Card sorting*: validar nossa hipótese também não se relaciona com categorização;
- Teste A/B: nosso problema tampouco está relacionado a versões diferentes de um aplicativo ou site, pois não estamos utilizando nenhum deles até o momento.

Será necessário partir para um outro meio de pesquisa, a **entrevista**! Ou seja, é preciso conversar com o usuário para entendermos melhor nossas questões!