

Processos de uma entrevista

Transcrição

Para frisar a importância da **empatia**, vamos comentar um *case* da **Charmin**, que é uma marca de produtos higiênicos e descartáveis dos EUA:



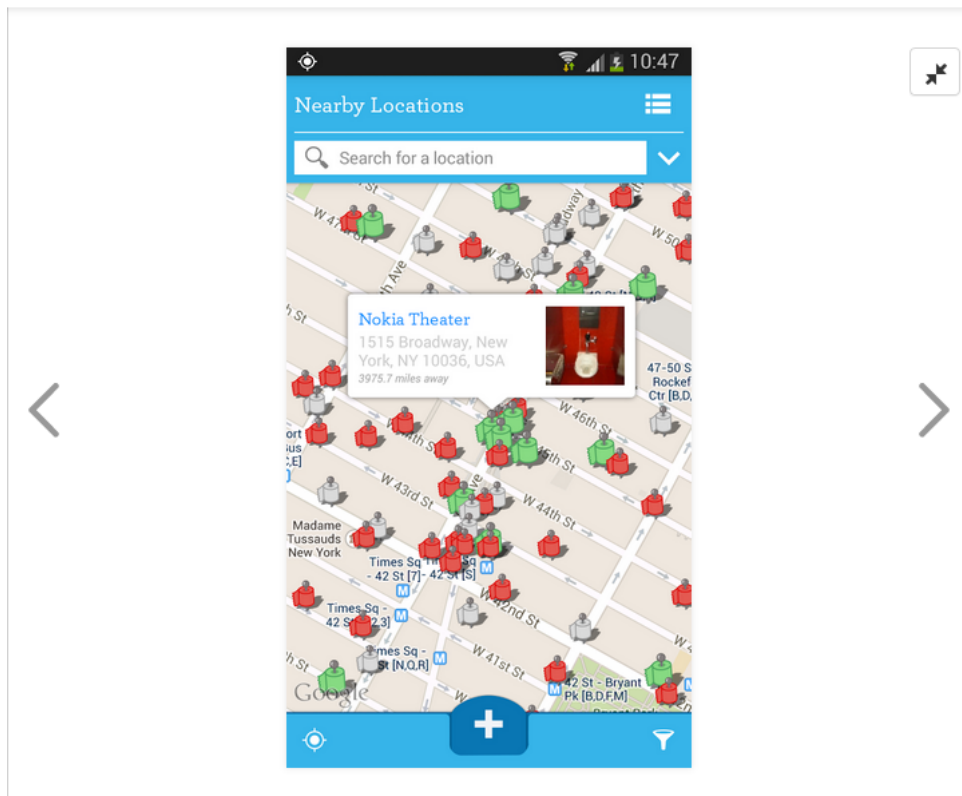
Em determinado momento essa empresa decidiu que deveria aparecer mais na mídia, e para isso contratou uma empresa de marketing, que foi a campo e começou a observar o comportamento do consumidor, buscando entender quais eram os problemas e as possíveis soluções. Através disso desenvolveriam um meio de realmente gerar o *buzz*.

Em uma das idas a campo - ao **Walmart** - a equipe de marketing deparou-se com a seguinte cena de uma mãe trocando o filho em um carrinho de compras no estacionamento do supermercado, um espaço totalmente sujo e pouco higiênico para fazer isso.

Tente responder a seguinte pergunta: o que será que fez com que essa mãe decidisse trocar seu filho nesse lugar?

Onde normalmente a mesma tarefa seria realizada? Provavelmente, em um banheiro. É esperado que o Walmart possua um banheiro, mas em quais condições será que ele se encontrava? Para essa mãe optar por trocar seu filho no carrinho, talvez ele estivesse em condições bastante lastimáveis.

Os observadores, confrontados com essa situação, pensaram em uma solução: um aplicativo, o **sit or squat**, que mapeia banheiros próximos a você e indica qual é a situação deles.



Os símbolos em verde indicam banheiros limpos, os vermelhos, banheiros em situações emergenciais, e os cinzas representam lavabos mais ou menos limpos. O trabalho do marketing foi, realmente, o de colocar-se no lugar dessa mulher.

Como eles chegaram a essa solução? Eles se colocaram no lugar do usuário, tiveram empatia. Se você pensa no usuário apenas como um número, é difícil obter algum tipo de *insight* sobre o tema. Assim, além de pensar na entrevista como apenas um recorte, é importante dar atenção também à empatia, que é justamente o aspecto mais interessante de uma entrevista.

O próximo passo é tornar as perguntas mais empáticas. Por exemplo, em vez de perguntarmos simplesmente "Você gosta de viajar?", que pode induzir a respostas de tipo "sim" e "não", vamos alterar para: "Me fale a viagem que mais te marcou".

Quando o usuário responder a essa pergunta, provavelmente ele contará um pouco da sua história pessoal e experiências, tornando a resposta mais interessante e rica. A resposta que queremos é se o indivíduo gosta de viajar, mas se o entrevistado contar sobre alguma viagem que realizou, nós captaremos a resposta pela sua maneira de contar.

Perguntas cujas respostas trazem "sim" ou "não" induzem o usuário a responder algo específico e sem aprofundamento. Uma pergunta mais aberta é mais interessante.

Se a pessoa está com boa vontade para responder as suas questões, aproveite para pedir mais detalhes e fazer várias anotações. Em um contexto de entrevista de rua, evite se aproximar fazendo perguntas sem nem ao menos se apresentar, você pode parecer grosseiro.

Se apresente antes, explique o motivo pela qual está fazendo a pesquisa. É nesse início de conversa que pode se criar uma relação de empatia entre entrevistado e entrevistador. Então, alguns pontos fundamentais na **entrevista** são:

- 1) Recorte (social, de gênero, etc.)
- 2) Empatia

3) Perguntas abertas

4) Explicar o objetivo