

## Pesquisas e tipos de pesquisas

### Transcrição

Já vimos como utilizar diversas ferramentas, mas será que estamos sendo assertivos na construção do perfil do nosso usuário?

Primeiramente, quem é o alvo de tudo isso? Como estamos tentando pré-definir informações acerca do usuário, é necessário pensarmos em realizar uma pesquisa e, para exemplificar a importância disto vamos contar um **case do Boticário**.

Em determinada época a empresa notou um decréscimo nos lucros, e para tentar reverter essa situação, eles começaram a pesquisar sobre o público-alvo da marca, e foi assim que perceberam que este era composto de pessoas de idade mais avançada.

Houve uma tentativa da empresa de realizar campanhas para atrair um público mais jovem. Entretanto, elas poderiam ser prejudiciais, pois o público mais idoso poderia deixar de se identificar com a marca. Assim, a solução encontrada foi a criação de uma nova marca: **quem disse, berenice?**, relacionada a uma identidade colorida, buscando atrair um público mais jovem. E a decisão de criar uma nova marca foi baseada nas pesquisas realizadas.

A grande questão é: onde a Boticário encontrou o seu usuário?

Para saber quem é o usuário, é necessário pensar nele. Ainda que utilizar o Triângulo de Keeley, o 360 View e proto-personas demonstre que pensamos no usuário, para se ter certeza do que ele necessita, é preciso realizar pesquisas. Isto envolve UX e é bacana, pois acabamos saindo um pouco da esfera do "achismo" e das hipóteses para um caminho que ajudará a eliminar ou minimizar as chances de falha.

Partimos para a pesquisa quando estamos com dúvidas ou questionamentos para tomar decisões, e ela pode nos ajudar bastante; existem diversos tipos de pesquisas disponíveis.