

02

Objetivo da pesquisa

Transcrição

Nesse curso trataremos de entender o que é e como é feita uma pesquisa em UX. Afinal, por onde começar? E como se aprofundar para chegar aos resultados? Para isso, utilizaremos como objeto de estudo a MusicDot, uma plataforma online de cursos de música (instrumentos e canto). Porém, não usaremos toda a plataforma, mas sim um produto fictício voltado para empresas.

A MusicDot possui duas frentes. A primeira delas, voltada para o aluno, é bastante parecida com a Alura, mas voltada para instrumentos. O vínculo comercial entre uma empresa e um cliente (aluno) é comumente chamado de **B2C**, sigla para *Business to Consumer* ("empresa para consumidor"). A segunda frente do MusicDot é voltada para empresas. Esse tipo de relação comercial é conhecida como **B2B**, de *business to business* ("empresa para empresa").

Ultimamente, muitas empresas têm entrado em contato com a MusicDot para formar parcerias. Porém, como esse relacionamento é novo, nós conhecemos os dados comerciais dessas empresas, mas não sabemos quais são as suas necessidades e dificuldades em relação à plataforma. Sendo assim, a pesquisa que realizaremos no curso será voltada para conhecermos essas empresas e as pessoas que utilizam a plataforma B2B da MusicDot.

Mas como levaremos essa pesquisa adiante? Simplesmente afirmar que iremos conhecer as empresas é algo muito amplo, portanto é necessário termos um direcionamento que nos guie em relação ao que desejamos entender com a pesquisa. Para isso, podemos utilizar um brainstorm de perguntas - ou seja, um amontoado de ideias, sem nenhum filtro, para levantar ideias. O objetivo é criarmos um roteiro de perguntas a partir de uma série de questionamentos que nos vêm à cabeça.

Um primeiro questionamento é "quem?", como nos exemplos:

- quem são as empresas que utilizam a plataforma?
- quem são as pessoas dentro do MusicDot que têm contato com as empresas?
- quem são as pessoas dentro das empresas que utilizam a plataforma?

Outra pergunta importante é "o que?":

- o que as empresas buscam na plataforma?
- atualmente, o que falta ou está em excesso para essas empresas?

Também podemos nos perguntar "quando?":

- quando a empresa faz assinatura do MusicDot, ela já consegue utilizar todos os recursos?
- quando a empresa utiliza a plataforma em seu cotidiano?

"Onde?":

- qual o contexto de uso da plataforma? O usuário tem uma boa internet nesse contexto?
- os usuários utilizam a plataforma no celular ou no computador?

"Por que?":

- por que as empresas decidiram utilizar a MusicDot? Elas não encontraram os cursos ou recursos em outros lugares?

E, por último, "como?":

- como as empresas utilizam a plataforma?
- como a plataforma faz mais sentido no cotidiano dos usuários?

Todas essas questões podem ser utilizadas para direcionar o brainstorm e nortear as perguntas da pesquisa. Como citado anteriormente, é importante não realizar uma filtragem nesse momento. Após acumular um certo número de questões, separaremos o que **sabemos** e o que **não sabemos** entre todas elas. Nesse ponto, devemos ter em mente que, no futuro, outra pessoa poderá analisar a nossa pesquisa tentando entender os pontos de partida e os resultados. Sendo assim, é importante documentarmos todas essas questões, incluindo aquelas que já sabemos as respostas.

Pensando nas informações, faremos uma separação entre o que conseguiremos responder dentro da MusicDot e aquilo que só conseguiremos responder perguntando para as empresas. Essa separação é importante pois às vezes pode ser difícil entrar em contato com as empresas, e assim conseguiremos estipular quanto tempo levaremos para conseguir os resultados desejados.

As perguntas criadas foram organizadas em um [documento que pode ser baixado aqui](#) (<https://cursos.alura.com.br/course/ux-research-primeiros-passos/task/59722>). Uma dessas exemplifica algo que pode ser respondido conversando com alguém da MusicDot:

- Quem são as pessoas/equipes, dentro da MusicDot, que têm contato com as empresas?

Conversando com o líder da equipe, obtemos a informação de que o primeiro contato com a empresa é feito pela equipe de vendas, que lida com o produto. Após isso, o diálogo é feito com a equipe de sucesso do cliente, que ajuda a sanar dúvidas e manter um contato depois que a venda é realizada. Futuramente, quando detalharmos a nossa pesquisa, colocaremos cada uma das pessoas com quem entraremos em contato com base nas respostas que obtivemos.

As demais perguntas foram separadas entre as que podem ser respondidas internamente e com as empresas, e aquelas que só podem ser respondidas conversando com as empresas. Nesse momento, ainda não sabemos quais desses grupos utilizaremos na pesquisa, pois ainda é muito cedo - afinal, nem temos certeza se conseguiremos contato direto com as empresas. Porém, com essa separação, teremos um direcionamento a respeito das informações que buscaremos no futuro.

Esse processo tem como função definir os objetivos da nossa pesquisa - no caso, conhecer as pessoas que utilizam a plataforma B2B da MusicDot -, e como podemos direcionar a pesquisa para atender a esses objetivos.