Encontrar candidatos para entrevistas

Ao começar a pensar em realizar entrevistas para a pesquisa de UX, você pode estar se perguntando: Como posso encontrar e recrutar pessoas que queiram ser entrevistadas? Este artigo vai orientar você justamente em relação a essa questão.

**Defina os objetivos da entrevista**

Você quer garantir que as entrevistas realizadas valham a pena, tanto para você quanto para os participantes. Para aproveitar ao máximo esse tempo juntos, você precisa determinar metas claras para a entrevista. Como designer de UX, o que você quer aprender com as entrevistas? Há certos problemas do usuário ou aspectos problemáticos em relação aos quais você precisa desenvolver empatia?

Aqui estão alguns exemplos de objetivos comuns de pesquisa em relação ao desenvolvimento de empatia pelos usuários:

* Quero entender os processos e emoções com as quais as pessoas lidam em torno do problema que meu produto está tentando resolver.
* Quero identificar comportamentos e experiências comuns dos usuários com tarefas que meu produto está tentando abordar.
* Quero entender as necessidades e frustrações dos usuários conforme se relacionam com o produto que estou criando.

**Use uma pesquisa de triagem para selecionar uma amostra representativa dos participantes do estudo**

A seleção de participantes para um estudo deve ser baseada nos seus objetivos de pesquisa e nos usuários-alvo do produto que você está criando. A melhor maneira de verificar se os participantes potenciais atendem às características desejadas do estudo e representam um conjunto diversificado de contextos/origens é enviar uma pesquisa de triagem.  Uma **pesquisa de triagem** é uma lista detalhada de perguntas que ajudam os pesquisadores a determinar se os participantes potenciais atendem aos requisitos do estudo.

Para os fins deste curso, não é obrigatório criar uma pesquisa de triagem, mas ela é uma boa ferramenta a se conhecer para o futuro.

Fazer a triagem dos participantes muitas vezes exige a coleta de **dados demográficos**, que são as características de um grupo ou indivíduo. Alguns dados demográficos que você pode perguntar em uma pesquisa de triagem são:

* Idade
* Localização geográfica
* Cargo ou ramo profissional
* Gênero

É importante ter em mente que fazer perguntas relacionadas a dados demográficos pode ser um terreno delicado e desafiador pelo qual pisar. Seja consciente e cuidadoso(a) com as perguntas que você faz nas pesquisas de triagem e com o modo como você as faz. Formule perguntas de forma respeitosa e inclusiva, e deixe as perguntas como opcionais caso tratem de dados demográficos. Talvez seja melhor apresentar perguntas relativas a dados demográficos com uma breve explicação do motivo de a pergunta estar sendo feita. Por exemplo: “Com foco em um design inclusivo, estamos fazendo essas perguntas para ter certeza de que estamos alcançando um grupo diversificado de pessoas”.

Entrevistar participantes com diversas origens, perspectivas e habilidades físicas é extremamente importante para garantir que seus projetos sejam acessíveis e igualitários. Conforme você começa a recrutar, procure compor uma amostra representativa. Uma **amostra representativa** é um subconjunto da população-alvo que busca refletir com precisão as características do grupo maior.

Os participantes de uma amostra representativa devem ser provenientes de grupos de usuários que frequentemente foram sub-representados em pesquisas anteriores. Essa falta de representação é, muitas vezes, consequência de vieses relacionados a idade, raça, gênero ou habilidade física. Em última análise, a pesquisa realizada deve ajudar você a criar ótimas experiências para todos os usuários.

Embora seja ideal ter uma amostra representativa para pesquisa no local de trabalho, não tem problema se sua amostra representativa não for tão diversificada durante este curso. Agora, concentre-se em coletar dados úteis de quaisquer fontes disponíveis. Criar amostras representativas muitas vezes requer tempo, dinheiro e recursos extras que talvez você não tenha no momento. Faça o melhor possível com os participantes em potencial disponíveis nas suas redes.

**Encontrar participantes para pesquisa**

A esta altura, você determinou os objetivos da entrevista, elaborou perguntas de entrevista por escrito e criou uma pesquisa de triagem para encontrar uma amostra representativa de participantes do estudo. Você já pode começar a recrutar participantes!

Como e onde você encontra os participantes do estudo depende da empresa para a qual você trabalha, do tipo de produto que você está criando, das restrições de tempo da pesquisa, do orçamento do projeto e da acessibilidade dos usuários-alvo. Com base nesses detalhes do projeto, você pode escolher alguma entre diversas maneiras de encontrar os participantes da pesquisa.

* **Rede pessoal.** Como designer de UX em treinamento, sua rede pessoal é uma ótima maneira de encontrar pessoas para entrevistar. Pense na família, nos amigos ou nos colegas que se encaixam nas características demográficas dos usuários-alvo para os quais você está criando o design.
* **Base de usuários.** Se você estiver realizando pesquisas e criando designs para uma organização com uma base de usuários já pronta, provavelmente poderá recrutar participantes desse grupo de conexões consolidadas. Esse talvez não seja o caso do seu projeto atual deste curso, mas o recrutamento de uma base de usuários pronta é bastante comum no mundo real.
* **Internet.** Se você está criando designs para uma empresa imaginária ou para um negócio recém-criado, outra opção é recrutar participantes para seu estudo na Internet. Você pode usar suas próprias redes sociais para encontrar participantes para a pesquisa. Há ainda sites criados especificamente para se conectar com participantes de pesquisa, como [User Testing](https://www.usertesting.com/) e [User Interviews](https://www.userinterviews.com/plp/user-research?utm_campaign=r-nurture-SignupGoal&utm_content=r-nurture-SignupGoal&device=c&campaignid=2069533395&adgroupid=78956501640&utm_term=remote%20user%20research&matchtype=b&adposition=&utm_source=google&utm_medium=r-search-paid&gclid=Cj0KCQiAhs79BRD0ARIsAC6XpaXPwRy4R_mrvBrbnYjwHKA6oeP3oRZukFdyqqtDM8FN-jEXe_omJlIaAgR-EALw_wcB). Você também pode encontrar grupos on-line que tenham usuários com as características demográficas que você pretende entrevistar. Por exemplo, se estiver desenvolvendo um aplicativo para pais, você poderá procurar um grupo on-line sobre criação de filhos. Antes de fazer uma postagem em uma comunidade on-line, verifique as regras do grupo ou peça permissão a um administrador para solicitar que os usuários participem da pesquisa.
* **Teste de corredor.** Se recrutar participantes na Internet não parece viável, uma maneira menos formal de recrutar usuários para seu estudo é perguntar às pessoas pessoalmente. Você pode usar um método de recrutamento conhecido como **teste de corredor**, que significa pedir às pessoas que passam pelo “corredor” para testarem o produto que você está criando. Procure ficar em um local onde é mais provável que você encontre o público-alvo do seu produto, como um parque para cães ou uma cafeteria. O teste de corredor pode ser eficaz se você estiver recrutando um pequeno número de participantes, se tiver tempo limitado ou se quiser realizar pesquisas gratuitamente. No entanto, encontrar participantes dessa forma é arriscado, porque as pessoas de quem você coleta feedback talvez não tenham todas as características dos potenciais usuários do seu produto.
* **Agências de recrutamento externas.** Algumas organizações têm um orçamento reservado para a contratação de agências externas de recrutamento para pesquisas. Essas agências são úteis porque economizam tempo e muitas vezes podem atingir usuários diversos.

**Entrar em contato com os participantes**

Depois de identificar potenciais participantes da pesquisa, envie um e-mail que apresente o projeto e você como pesquisador. Se você tiver orçamento suficiente para fornecer um **incentivo** para motivar ou incentivar as pessoas a participarem do estudo, como um cartão de presente; mencione isso no e-mail também.

Aqui está um exemplo de e-mail que poderia ser enviado a potenciais participantes da pesquisa:

Olá, **[Nome do participante]**,

Atualmente estou realizando um projeto para um curso de especialização no qual preciso realizar entrevistas sobre **[explicar o projeto]**.

Sua participação no estudo seria muito valiosa para nos ajudar a **[resumo das metas do projeto]**. Apresento abaixo os detalhes do estudo.

* Local: **[endereço e link do mapa]**
* Datas do estudo: **[intervalo de data]**
* Horário: **[intervalo de horário]**
* Duração da sessão: **[duração estimada de cada entrevista]**

Com sua permissão, gravaremos as entrevistas para nos ajudar a decidir como melhorar nosso produto. As gravações só serão compartilhadas com membros da equipe do projeto no âmbito deste projeto. Há um formulário de consentimento anexo a este e-mail, o qual você precisa assinar e enviar para mim.

Se tiver dúvidas, entre em contato comigo por e-mail (**[seu endereço de e-mail]**).

Se você tiver interesse na entrevista, informe quando estará disponível entre **[período do estudo]** e nos horários de **[horário do estudo]**.

Atenciosamente,

**[Seu nome]**

Depois de confirmar as pessoas para a entrevista, é bom enviar lembretes por e-mail na semana anterior e na noite da véspera da entrevista. Isso ajudará a garantir que as pessoas que você encontrou realmente apareçam na entrevista.

**Elabore perguntas para a entrevista**

Com os objetivos da entrevista em mente, elabore as perguntas que você fará a pessoas reais durante as entrevistas. Quanto mais alinhadas forem as perguntas da entrevista com seus objetivos, mais úteis serão os dados obtidos.

Há algumas práticas recomendadas que devem ser consideradas ao elaborar as perguntas da entrevista:

* **Elabore perguntas abertas.** As perguntas abertas permitem que a pessoa entrevistada responda livremente, em vez de um simples “sim” ou “não”. Por exemplo, se você está criando um aplicativo para ajudar as pessoas a encontrar passeadores de cães, você deve perguntar “Você poderia descrever sua experiência ao tentar encontrar e contratar passeadores de cães?” em vez de “Você já usou um aplicativo para encontrar passeadores de cães?”. Lembre-se de que as perguntas feitas durante as entrevistas não devem orientar ou pressionar os participantes a uma resposta desejada; na verdade, fazer perguntas abertas permite que os participantes compartilhem suas verdadeiras opiniões e perspectivas.
* **Crie perguntas curtas e simples.** Os participantes devem entender com facilidade o que você está perguntando.

**Faça perguntas de seguimento.** Durante a fase de desenvolvimento de empatia do processo de design, as entrevistas devem ser informais, então é uma prática recomendada incentivar os participantes a darem opiniões detalhadas. Depois que um participante responder a uma pergunta da entrevista, tente perguntar “Por quê?” ou diga “Fale mais sobre isso” para manter o fluxo da conversa.

gray divider line with multicolored dots

A pesquisa é uma parte essencial do processo de design de UX e do desenvolvimento de empatia pelos usuários. Dedicar algum tempo para delinear os objetivos da sua pesquisa e recrutar uma amostra representativa de participantes ajudará a garantir que o feedback obtido seja valioso. Boa sorte no recrutamento!