

Feedback e pesquisa

Pesquisa é curiosidade formalizada. Isto é cutucando e bisbilhotando com um propósito.

Técnicas de pesquisa colaborativa com as quais você pode construir um entendimento compartilhado com seu time.

- Técnicas de pesquisa contínua que você pode usar para construir pequenas, informais, estudos de pesquisa qualitativa em cada iteração.
- Como usar pequenas unidades de pesquisa regular para construir pesquisas longitudinais estudos.

- Como reconciliar feedback contraditório de várias fontes.
- Quais artefatos testar e quais resultados você pode esperar de cada um deles testes.
- Como incorporar a voz do cliente em todo ciclo do projeto.
- trabalhar em equipe para testar ideias no mercado.
- encontrar e aprender com os clientes.
- isso dá a todos na equipe um chance de ver como as hipóteses são testadas.
- É por isso que você deve incluir um pesquisador em sua equipe.

- use o pesquisador como um guia especializado para ajudar sua equipe a planejar trabalhar e liderar a equipe em suas atividades de pesquisa.
- faça boas perguntas e selecione os métodos certos para o trabalho. Somente não faça toda a pesquisa para eles.
- Como uma equipe, analise suas perguntas, suposições, hipóteses e MVPs. Decida em equipe o que você precisa aprender.
- Trabalhando em equipe, decida com quem você precisa falar e observar abordar seus objetivos de aprendizagem.
- Crie um guia de entrevista (consulte a barra lateral “O Guia de Entrevista” na página 98) que todos podem usar para orientar suas conversas.

- Arme cada par com uma versão do MVP.
- Envie cada equipe para se encontrar com clientes / usuários.
- Um membro da equipe entrevista enquanto o outro toma notas.
- Comece com perguntas, conversas e observações.
- Demonstrar o MVP mais tarde na sessão e permitir que o cliente interaja com isso.
- Colete anotações à medida que o cliente fornece feedback.
- Quando o entrevistador principal terminar, troque de função para dar ao anotador um chance de fazer perguntas de acompanhamento.

- peça ao cliente referências para outras pessoas que também pode fornecer feedback útil.
- Primeiro, tente identificar se o cliente está em seu público-alvo. Em seguida, tente confirmar quaisquer hipóteses de problema que você tenha para este segmento.
- Finalmente, se você tiver um protótipo ou maquete com você, mostre este último para evitar limitar a conversa para sua visão da solução.
- Com base em qual estágio seu MVP está, comece a refinar o design, o protótipo, ou o produto a um ponto que permitirá que você diga pelo menos um completo história quando seus clientes a veem.

- Nada é mais humilhante (e motivador) do que ver um usuário lutar com o software que você acabou de criar.
- perguntar o que eles esperam e em seguida, valide essas respostas em relação à experiência planejada.
- capacidade de simular fluxo de trabalho e observar como os usuários interagem com seus projetos.
- Entre em contato com eles e pergunte o que eles estão ouvindo dos clientes sobre as seções do produto em que você está trabalhando.

- Faça reuniões mensais regulares com eles para entender as tendências. o que os clientes adoram este mês? O que eles odeiam?
- Aproveite seu conhecimento profundo do produto para aprender como eles resolvem o desafios em que sua equipe está trabalhando. Incluí-los nas sessões de design e revisões de design.
- Incorpore suas hipóteses em seus roteiros de chamada - um dos mais baratos maneiras de testar suas ideias é superá-las como uma solução para os clientes que ligam com uma reclamação relevante.

- Formulários de e-mail simples.
- Fóruns de suporte ao cliente.
- Sites comunitários de terceiros Você pode reaproveitar essas ferramentas para pesquisa fazendo coisas como o seguinte:
- Contar quantos e-mails de entrada você está recebendo de uma seção específica do site
- Participar de discussões online e testar algumas de suas hipóteses

- Explorar sites de comunidades para descobrir e recrutar tipos difíceis de encontrar Comercial Esses canais de feedback de entrada do cliente fornecem feedback do ponto de visualização de seus clientes mais ativos e engajados.



FIM

Mateus Henrique da Silva