



COMO APLICAR O **UX** EM

PEQUENAS **EMPRESAS E
STARTUPS**

Esse **ebook** é a **segunda versão** de um que lançamos em 2013 (o nosso material **mais acessado até hoje**).

Atualizamos e acrescentamos informações, mas ainda temos o mesmo objetivo: **mostrar**

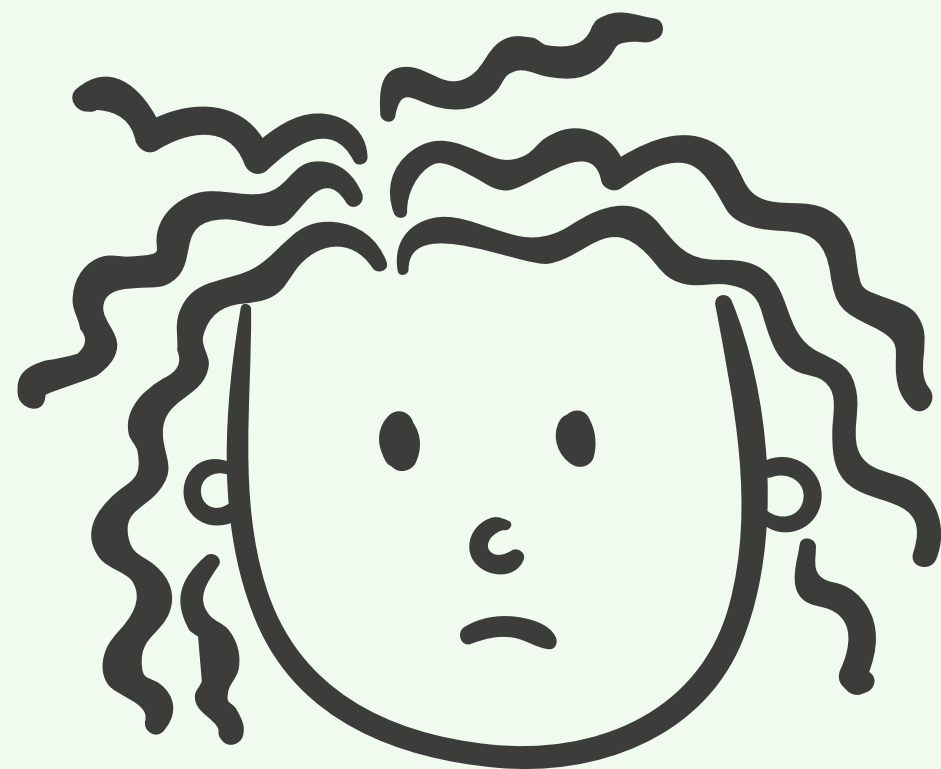
ferramentas de pesquisa no método tradicional e na versão adaptada (low cost), que ficam acessíveis para qualquer projeto.





A **Catarinas Design** atua na **área de UX e atende empresas e startups** de variados portes e budgets. Atuamos com **consultoria de usabilidade, pesquisa com usuários** e também diretamente com soluções digitais como a construção de **interfaces de software, websites e aplicativos mobile.**





↓

**POR QUE É TÃO
IMPORTANTE APLICAR
UX INDEPENDENTE DO
TAMANHO DA EMPRESA
OU STARTUP?**

Em um mercado com tantas soluções similares e com clientes cada vez mais exigentes, se tornou ***praticamente obrigatória a busca por alternativas que garantam o sucesso e a competitividade de um produto.*** Um ponto importante que pode diferenciar seu negócio é ***focar na satisfação e nas boas experiências*** de quem irá utilizar a solução.

"UX trata sobre definir o problema que precisa ser resolvido (o porquê), definir para quem esse problema precisa ser resolvido (o quem), e definir o caminho que deve ser percorrido para resolvê-lo (o como)"

Whitney Hess

Nesse infográfico mostramos sobre o que é UX e como pode ser útil no seu negócio.

Os benefícios de investir em UX variam de acordo com o negócio.

Por exemplo: Se a empresa tem um site de ecommerce, as melhorias de UX podem trazer aumento nas vendas, ou se você tem um aplicativo com uma ideia inovadora, o seu indicador de sucesso pode ser a superação da barreira inicial e engajamento dos novos usuários.

Vivenciando há 5 anos cenários de projetos com recursos limitados foi possível identificar algumas formas de adaptar a aplicação de métodos e ferramentas de UX para essas realidades.

Lembrando que os **métodos baixo custo tem seus prós e contras** mas podemos obter bons resultados já que realizar alguma pesquisa é melhor que nenhuma.

Nesse post levantamos o porque de realizar pesquisa com usuários.



FERRAMENTAS DE PESQUISA, PROCESSOS E ADAPTAÇÕES

MÉTODO TRADICIONAL
X MÉTODO BAIXO CUSTO



RECRUTAMENTO DE USUÁRIOS

O *recrutamento e seleção de usuários para pesquisas* geralmente são feitos por empresas especializadas em recrutamento ou pela própria equipe.

Veja a seguir, o que o pesquisador deve fazer independente do método escolhido.

1

Definir com clareza o perfil adequado para o seu teste

(características, experiência, nível de tecnologia, uso ou não do produto..). ***Pode ser criada uma persona*** ([veja aqui](#) nosso criador de persona) caso você tenha informações mínimas sobre o seu negócio.

2

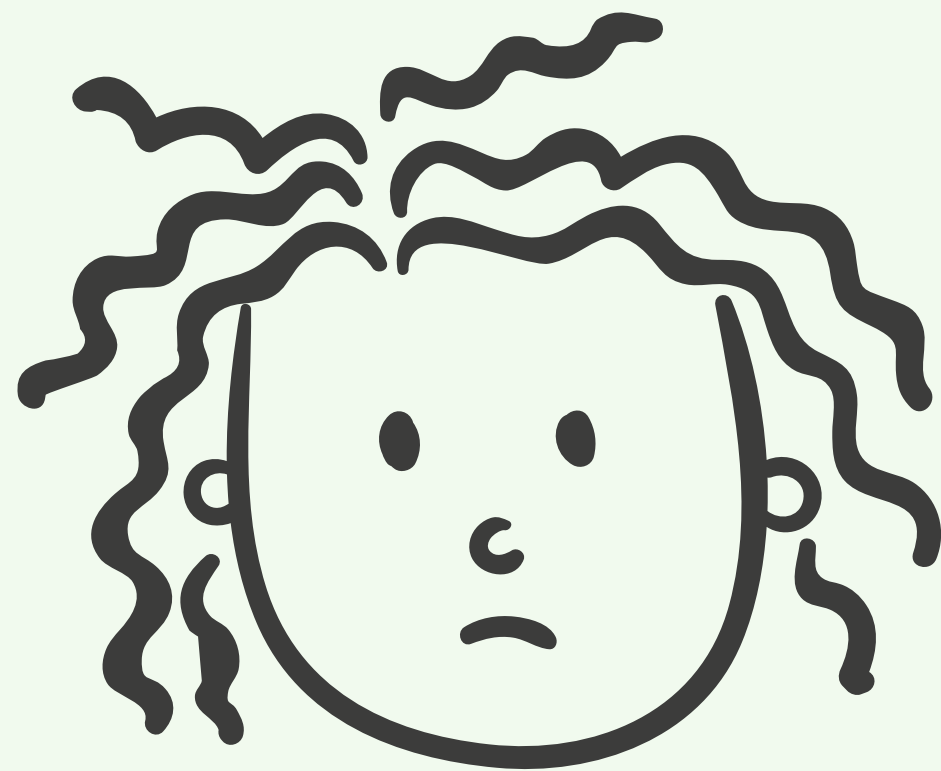
Não restringir a definição de perfil a dados demográficos

(como sexo, idade..). Recrutar o perfil correto é muito importante pois caso não escolhidas pessoas certas para sua pesquisa o resultado pode ficar comprometido.

09

#Dica: Se for teste de usabilidade

Jackob Nielsen sugere que você faça testes de usabilidade com pelo menos 5 usuários por perfil, segundo ele, com esse número de pessoas já é possível encontrar pelo menos 75% dos problemas.



↓

**COMO
ENCONTRAR
USUÁRIOS?**

1. RECRUTAMENTO DE USUÁRIOS

Método tradicional

Contratar uma empresa especializada de recrutamento para pesquisas e testes de usabilidade deve ser feita com cautela.

Veja a seguir **6 pontos** a serem levados em consideração.

1

Encontre uma empresa especializada em recrutar pessoas exatamente com o perfil que o pesquisador precisa;

2

Faça uma reunião de briefing sobre a pesquisa com a empresa de recrutamento e empresa que irá fazer a pesquisa;

3

Defina as questões da pesquisa e perguntas que filtram o público-alvo do teste;

4

Momento da ***empresa recrutar os usuários;***

5

Momento do ***pesquisador fazer a entrevista/teste;***

6

Recompense o usuário
(pagamento pode ser em dinheiro, vale presente, etc).



Método adaptado

Uma das formas idealizadas **para dar agilidade aos projetos de baixo custo** que envolvem pesquisa com usuários **é recrutar contatos nas redes sociais**, principalmente, quando o perfil não é tão específico (B2C). **Antes de marcar a entrevista ou teste é preciso fazer perguntas para filtrar e entender se o usuário é mesmo do perfil.**

Quando a entrevista ou teste é de um perfil mais específico ou **caso a empresa/startup já possua uma solução rodando, o ideal é recrutar usuários do próprio sistema.**

#Dica

Sempre tenha mais usuários na manga do que os que você vai entrevistar/testar pois muitos usuários podem não ser do perfil exato, podem não contribuir como você espera ou eles podem "dar bolo" em você!

2. QUESTIONÁRIO

Uma ferramenta frequentemente utilizada para mapear perfis é o questionário. Para obter resultados válidos ***é importante ter acesso ao público/perfil correto*** na aplicação dos questionários.

Além disso, a aplicação de ***perguntas filtro ou classificatórias no início da pesquisa são essenciais*** para eliminar desvios nos resultados.

Dependendo do enfoque dado ao questionário, uma de suas saídas pode ser a delimitação de perfis e características para **criação de personas**, que auxiliarão no recrutamento de usuários para entrevistas qualitativas ou testes.

#Dica

Os questionários não substituem entrevistas. Eles devem ser feitos para **entender mais sobre o público alvo, hábitos e perfil.** Pode-se acrescentar perguntas abertas mas essas devem ser feitas com cautela pois **o objetivo não é validar dor ou solução.** Isso pode ser melhor explorado em uma entrevista.



Método tradicional - Questionário presencial

Perguntas ***são impressas e entregues para o usuário*** participante da pesquisa ***ou o questionário é aplicado presencialmente*** por um terceiro.

É considerada uma forma rápida de pesquisa e com um custo relativamente baixo. Tem boa utilidade em questões quantitativas e mapeamento de informações demográficas ou características específicas a serem validadas dentro de um espectro limitado.

A compilação e tabulação dos resultados pode consumir certo tempo no caso de questionários presenciais por meio físico.



Método baixo custo - Questionário online

O questionário **é elaborado e distribuído de forma online**, com isso elimina a etapa de aplicação dos questionários de forma presencial.

O **principal ganho** dessa forma de realizar questionário é que **você pode impactar muito mais pessoas ao mesmo tempo** (distribuindo por email ou nas redes sociais) e isso **reduz o custo e tempo de aplicação**.

Além do mais, para compilar a pesquisa é muito mais rápido pois as ferramentas já apresentam alguns gráficos.

#Dica

Ferramentas de questionário online: *Google Forms, Typeform e Survey Monkey*.

3. ENTREVISTA

As entrevistas consistem em *estabelecer uma conversa com as pessoas de acordo com um roteiro pré-preparado* pela equipe onde deve-se *explorar ao máximo perguntas que gerem diálogos*.

Conversar com os usuários é uma forma de compreender qualitativamente suas motivações e expectativas. Através das histórias de vivências que o usuário conta, é possível ter um panorama mais realista da experiência e compreender a jornada do usuário.

Veja [nesse post](#) como aprender conversando com seu usuário.

“É sempre recomendado **pedir
mais explicações, sentir
empatia, prestar atenção nos
detalhes** e **estimular** os
participantes **a darem sugestões
e ideias para seus problemas**”
(Tredler, 2013).





Método tradicional

Um encontro pessoal entre o entrevistador (pode estar acompanhado por até no máximo uma pessoa do time para auxiliar) ***e um usuário*** (entrevistado).

Normalmente são efetuadas anotações por um dos entrevistadores e a entrevista pode também ser gravada/filmada e auxiliar a tomada de notas durante a entrevista.



Método adaptado

Pode-se ***realizar a pesquisa por telefone, chat ou Skype/Hangout***, otimizando tempo de deslocamento e aumentando o raio de alcance à usuários de fora da cidade ***sem gerar maiores custos e gastos de tempo***.

#Dicas para gravação do áudio/vídeo nas entrevistas online

No telefone: TapeaCall (\$) para iPhone; Record my Call para Android; e Call Recorder, para iPhone e Android. ***No Skype:*** Call Recorder for Skype, um plugin de Mac feito pela Ecamm (\$), pode gravar chamadas de áudio e vídeo. Para usuários do Windows: O MP3 Skype Recorder é gratuito e oferece capacidades de gravação automática ou manual.

#CASE PIXEON

Nesse projeto **foram realizadas entrevistas remotas com 12 clínicas do território nacional** (e no momento estamos realizando entrevistas com os demais perfis – médicos e pacientes).

A **Pixeon** é uma empresa com sede em Florianópolis, São Paulo e Salvador. **Ela possui sistemas de gestão para centros de imagem, hospitais, laboratórios e clínicas.**

#CASE PIXEON

Nosso objetivo é **entender melhor a relação entre todos os envolvidos e como se dá a jornada de cada uma dessas personas**: desde o agendamento de consultas, durante a realização de exame, resultado do exame e quando é disponibilizado os laudos para os pacientes. Dessa forma, **propor uma solução que resolva um problema tanto para quem compra (clínica) como para quem usa (médico e paciente).**



Entrevistas por skype
e visita às clínicas

4. FOCUS GROUP

Esse método de pesquisa qualitativo é ***utilizado para identificar percepções, sentimentos, atitudes e ideias sobre um produto, serviço ou assunto*** a partir da observação e interação informal com as pessoas do estudo.

É interessante que tenha-se premissas e hipóteses levantadas anteriormente pela equipe para serem validadas com o grupo.



Método tradicional

É feita uma ***discussão moderada*** com cerca de 8 a 12 participantes, feita ***em uma sala de espelho ou ambiente preparado com câmeras e gravadores***.

As discussões de grupo ***costumam durar entre uma hora e meia e duas horas*** e devem ser coordenadas por um moderador.

O moderador tem o papel de facilitar a sessão, pois além de direcionar os debates dentro dos objetivos da pesquisa, vai também incentivar o grupo a interagir, dando voz para todos os participantes.



Método adaptado

Pode ser ***realizado na presença de um moderador e/ou um pesquisador*** em qualquer ***ambiente que possua mesa e cadeiras***.

A escolha do ambiente vai de acordo com o público-alvo da pesquisa. Deve ser em um ***local no qual os participantes sintam-se à vontade*** para conversar sobre o assunto.

Recomenda-se gravar o áudio da conversa durante o grupo focal.

5. TESTE DE USABILIDADE

Teste de usabilidade é uma *técnica para avaliar um produto e verificar a facilidade do uso, do entendimento e se este atende às expectativas das pessoas que vão utilizá-lo.*

27

Nesse post mostramos um case que trabalhamos com teste de usabilidade presencial.



Método tradicional

Usuários potenciais da interface são incentivados a usá-la num ambiente monitorado, onde suas ações são gravadas e anotadas.

Um moderador fica ao lado do usuário para guiá-lo pelo teste e incentivar que verbalize seus problemas e desconfortos.

Numa sala separada, podem estar outros membros da equipe de design da interface para observar o teste ao vivo sem interferir no comportamento do usuário.



Método adaptado

Para testes de usabilidade, ***a forma mais rápida e de baixo custo de validar telas é fazendo testes remotos.***

O teste remoto deve ser ***conduzido por um moderador e um observador*** deve estar presente para fazer as anotações. Para isso, é preciso fazer uma chamada e pedir para que o usuário acesse o protótipo ou o produto e realize as tarefas estipuladas pela equipe.

#CASE AGRINESS

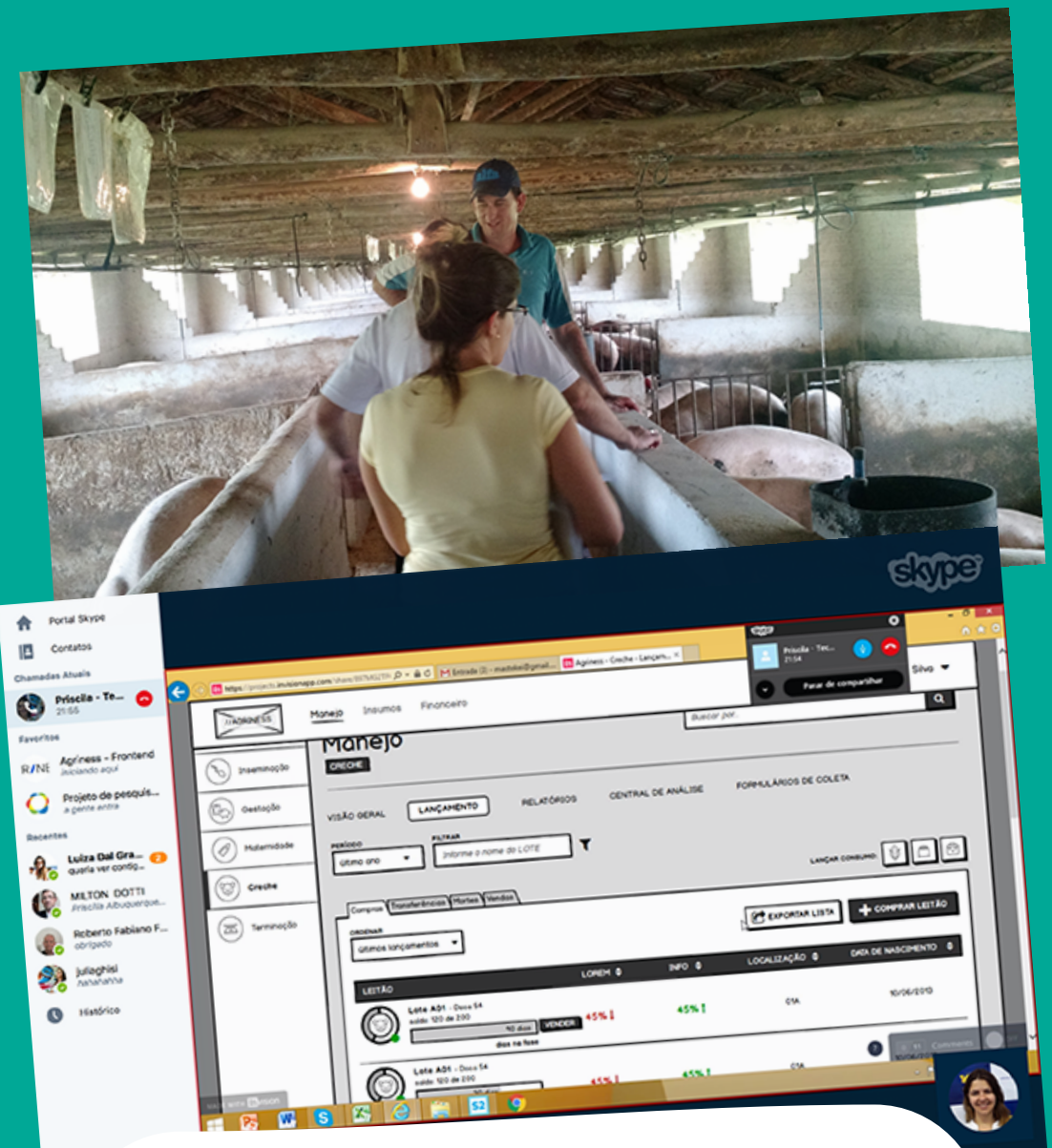
O case da Agriness tinha como objetivo **redesenhar o software Agriness S2 que atende desktop e migrá-lo para nuvem**. O desafio desse projeto era bem grande pois possuía grande aceitação dos usuários apesar de ser um pouco antigo.

A **Agriness** é uma empresa de Florianópolis que possui ***soluções para a suinocultura*** e hoje ***atende mais de 80% das granjas no Brasil.***

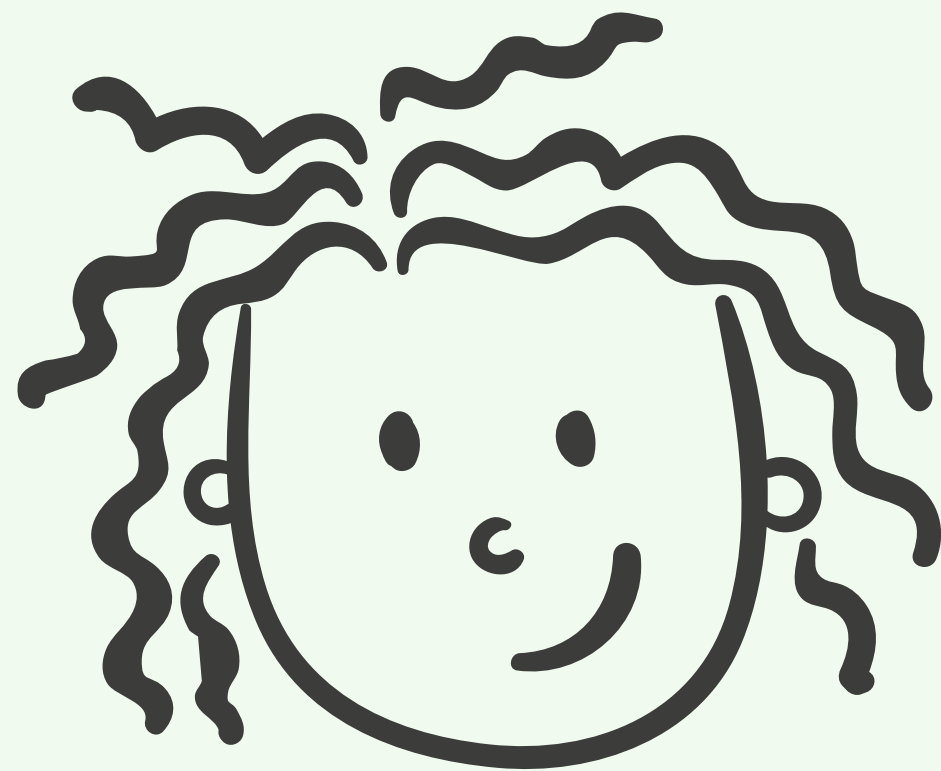
#CASE AGRINESS

Foram realizadas diversas pesquisas como: etnografia, entrevistas contextuais, entrevista em profundidade e para organizar as informações sessões de **cocriação com o time da Agriness + time da Catarinas** onde conseguimos elaborar a jornada do usuário e gerar muitos insights para a nova versão do software.

Após a construção dos protótipos foram realizados **testes de usabilidade remotos** com usuários de diferentes perfis e com isso foi possível **validar nossas hipóteses** do que poderia ser alterado no template sem prejudicar a usabilidade e as tarefas que já eram executadas no sistema atual.



Visitas à granja, entrevistas e testes de usabilidade por skype



↓

MORAL DA HISTÓRIA:
"QUALQUER PESQUISA
É **SEMPRE** MELHOR
DO QUE NENHUMA
PESQUISA."

Você não precisa gastar muito dinheiro ou tempo para obter bons resultados com pesquisa com usuários. ***Basta uma dose de iniciativa, boa vontade e criatividade.*** Você se surpreenderá com os insights que ela pode gerar e como essa contribuição dos usuários pode ser valiosa para seu projeto.

Se estiver precisando realizar pesquisas na sua empresa/startup, ***fale com a Catarinas!***

Nós podemos ajudar você!

Quer ver mais alguns cases que trabalhamos com UX?

Acesse este nosso ebook!

CATARINASDESIGN.COM.BR
[FB.COM/CATARINASDESIGN](https://fb.com/catarinasdesign)
[@CATARINASDESIGN](https://twitter.com/catarinasdesign)

