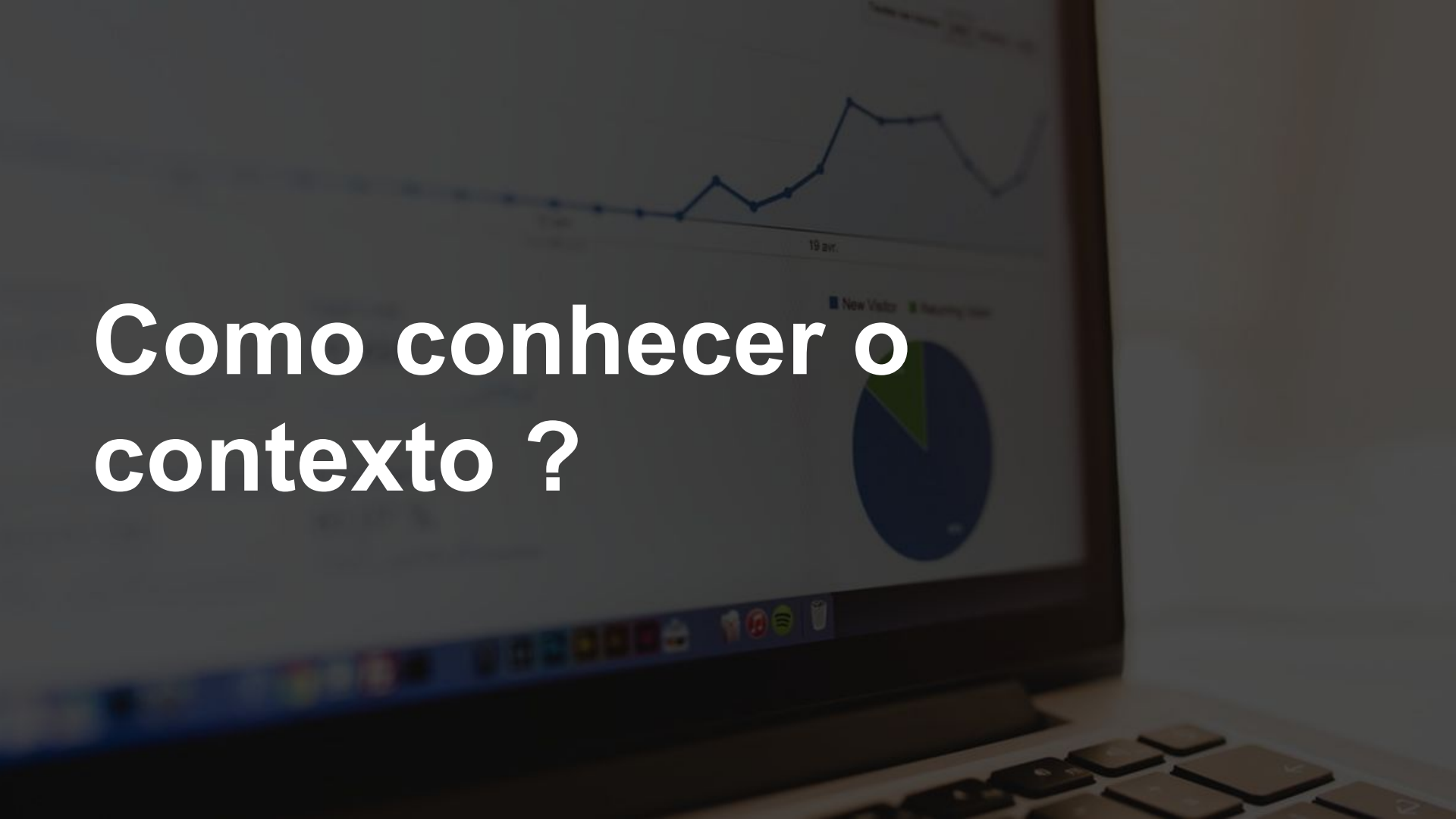


Duplo Diamante

Como conhecer o contexto ?



Contexto

Antes de começar a desenvolver um produto, é crucial entender o mercado, os públicos que você quer alcançar e quais produtos vai entregar.

Para isso, é necessário **fazer uma pesquisa de mercado e analisar o contexto.**

- Em que mercado você vai ingressar?
- Quais públicos você quer alcançar?
- Que produto você vai entregar?

Essa etapa inicial é crucial para o sucesso, pois permite identificar o problema que que você quer resolver e definir a solução de forma mais precisa.

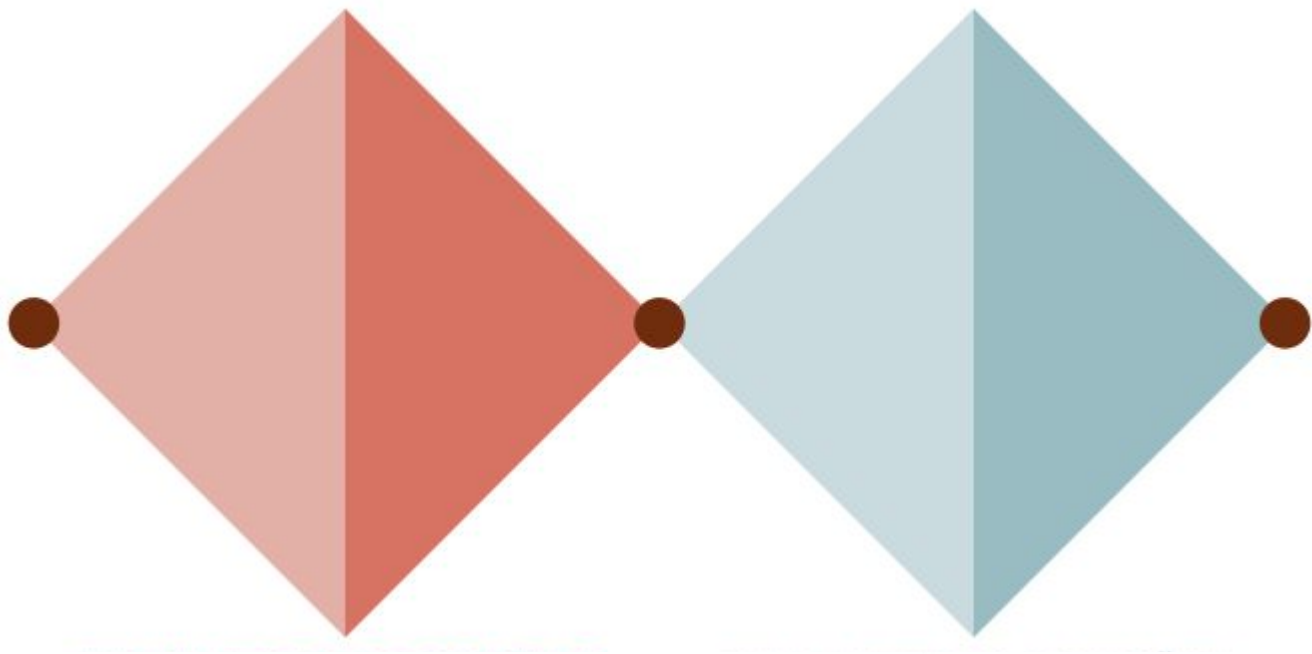
.....

Duplo Diamante

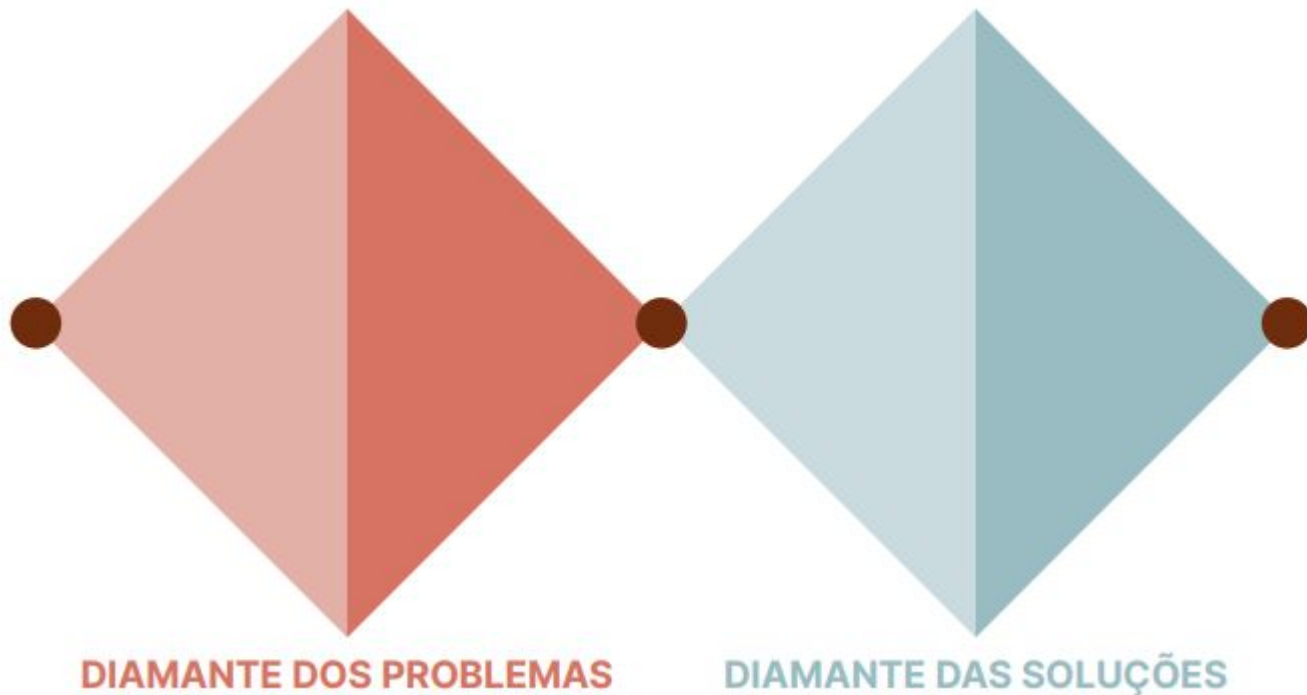
■ New Visitor ■ Returning Visitor



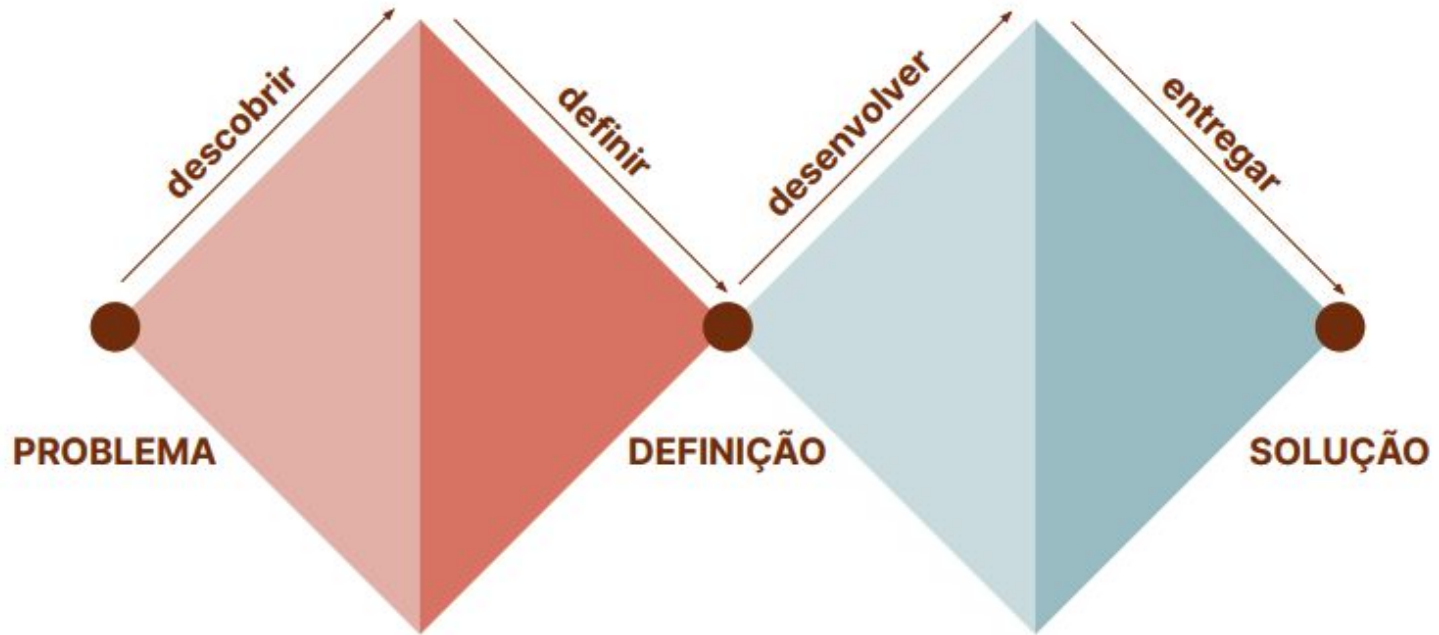
Duplo Diamante



Duplo Diamante



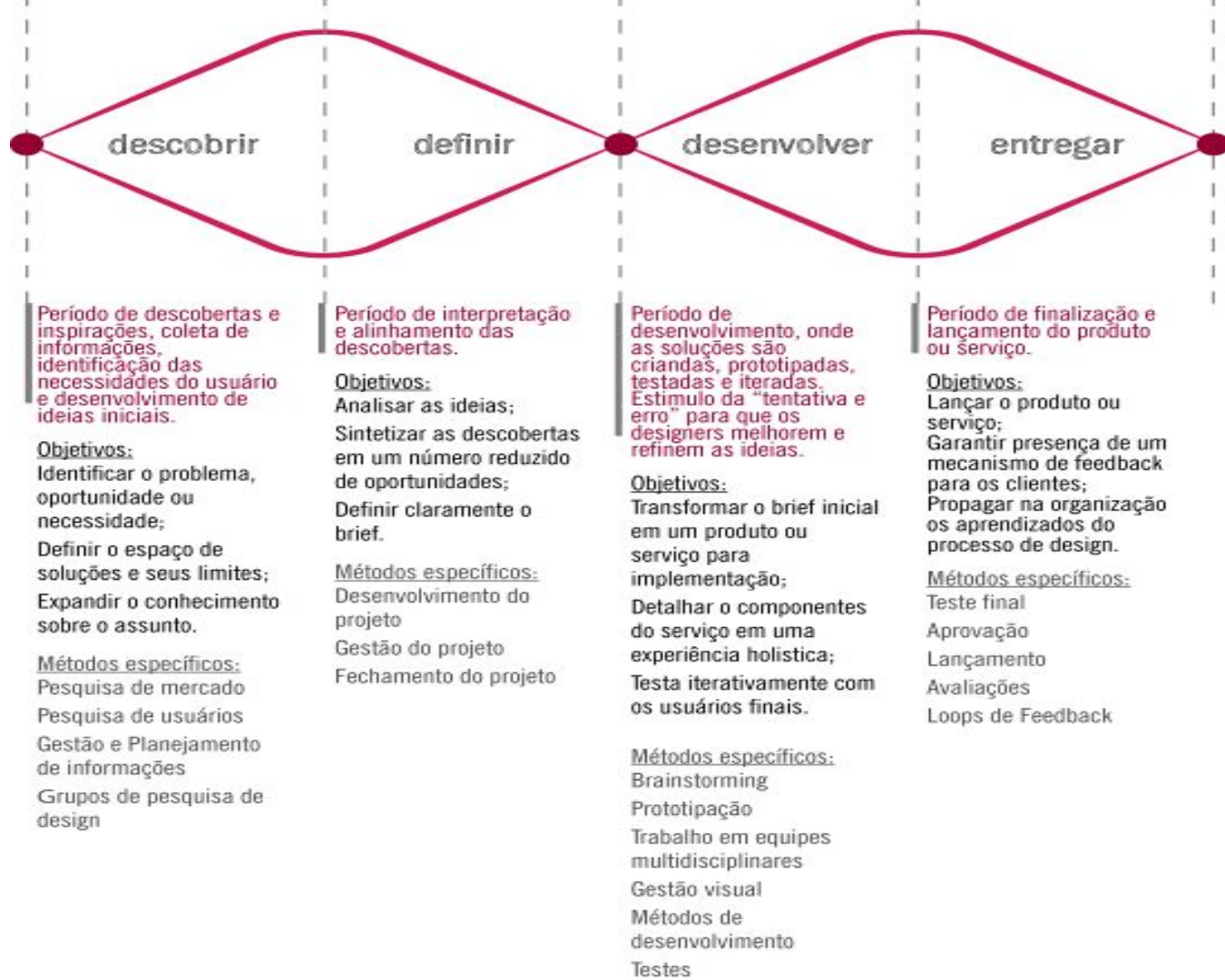
Duplo Diamante



Duplo Diamante

A importância do **duplo diamante** reside no fato de que ele permite uma abordagem colaborativa, centrada no usuário e baseada em evidências, resultando em produtos e serviços mais relevantes, eficazes e inovadores. Além disso, o modelo ajuda a evitar soluções prematuras e a promover uma mentalidade de aprendizado contínuo, possibilitando que as equipes se adaptem e melhorem suas ideias ao longo do processo de design.

.....





Pesquisa

Conjunto de métodos e técnicas para ampliar o conhecimento sobre mercado, pessoas e produtos.

Fonte: <https://www.shutterstock.com/pt>

Pesquisa

A pesquisa nos ajuda a entender melhor o mercado, os produtos e o público-alvo, e que ela pode ser dividida em duas categorias: **dados primários** e **dados secundários**.

Dados primários são coletados diretamente da fonte, como através de pesquisas com o público, entrevistas e observações. Já os **dados secundários** são coletados a partir de pesquisas já realizadas, como livros, artigos e relatórios.

Pesquisa: Dados Primários

- Coleta de dados direto na fonte;
- Requer técnicas de entrevista e observação in loco;
- Requer TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido).

Exemplos:

- Survey;
 - Entrevista em Profundidade;
 - Grupo Focal;
 - Observação Participante;
 - Sessão Generativa.
-

Pesquisa: Dados Secundários

- Coleta de dados a partir de pesquisas já feitas;
- Pesquisa Bibliográfica;
- Sistematização de informações.

Exemplos:

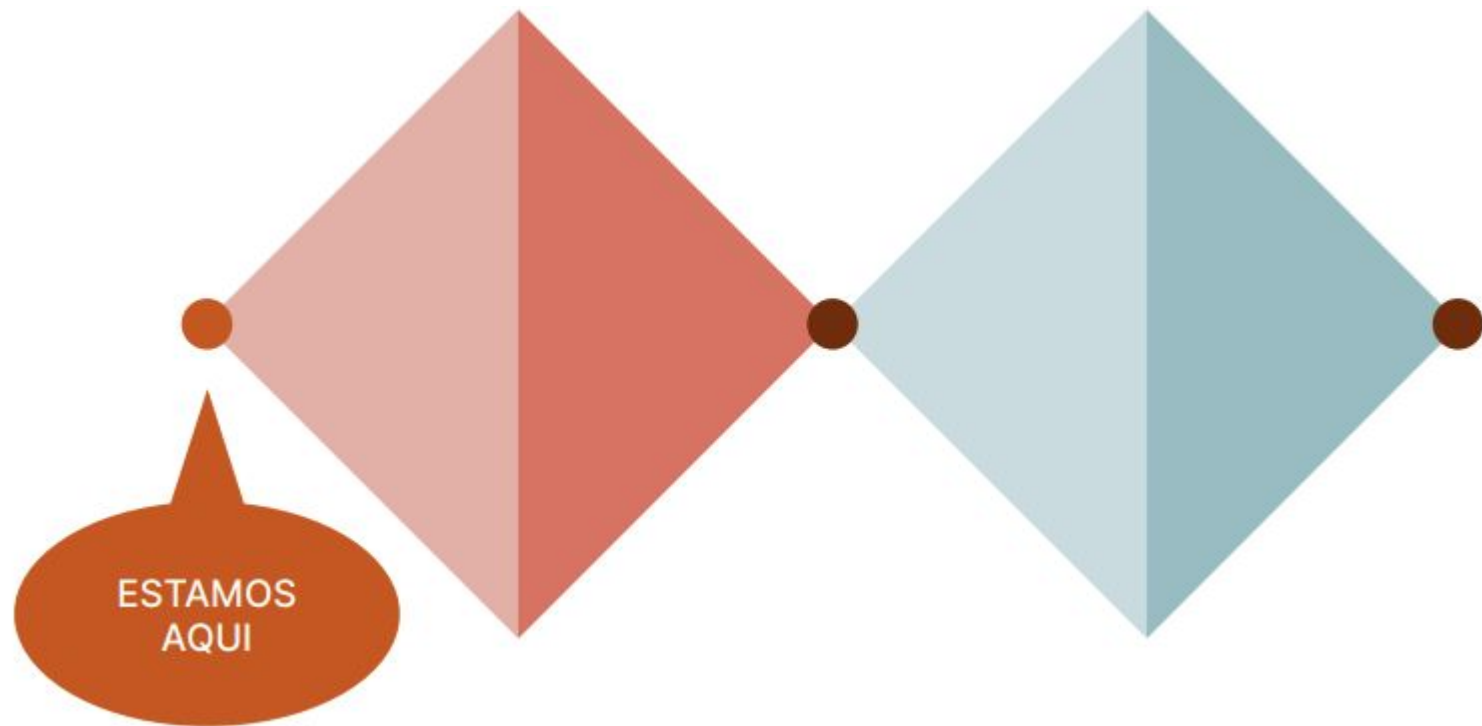
- Pesquisa Desk;
- Benchmark;
- Estudo de tendências.

.....

Pesquisa de mercado



Duplo Diamante



O que é pesquisa de mercado e para o que serve

A **pesquisa de mercado** é uma **ferramenta estratégica** que as empresas podem utilizar para analisar a concorrência, conhecer o público em profundidade, entender a força da marca e encontrar oportunidades de atuação.

Essa abordagem se baseia na **coleta e na análise de dados** para gerar insights que podem ser acionados para ganhar market share (fatia do mercado) e promover melhorias no produto, no serviço e no posicionamento do negócio.

Tipos de pesquisa de mercado

As pesquisas de mercado podem ser:

- **Qualitativas:** baseadas em informações comportamentais;
- **Quantitativas:** baseada em resultados quantificáveis;
- **Primárias:** em que você tem contato direto com os participantes (ex.: com os usuários) e fica responsável por fazer o levantamento de dados;
- **Secundárias:** a partir da observação de dados do mercado de fontes externas, como estudos realizado por outras organizações;
- **Exploratória:** que faz um levantamento mais superficial das informações, para investigar e entender alguns cenários e explorar o mercado, com base em pesquisas mais flexíveis;
- **Descritiva:** que envolve fazer uma pesquisa mais aprofundada e complexa (que pode envolver mais de duas variáveis) para validar hipóteses sobre o público e o mercado.

Você pode combinar essas abordagens para extrair insights mais relevantes das análises.

.....

Como fazer pesquisa de mercado?

1. Defina os objetivos

Como **iniciar uma pesquisa de mercado**? O primeiro passo é a definição de objetivos, determinante para escolher o tipo de pesquisa realizada e as ferramentas que serão utilizadas para coletar os dados.

Então, pense **no que quer descobrir com a pesquisa** e no problema que o time pretende resolver com ela. Monte um **roteiro de perguntas** para serem respondidas com a sua pesquisa. Mesmo que novas questões surjam, você tem um norte para seguir. A ideia não é prever os resultados, mas ter um **guia para olhar para os dados**.

.....

Como fazer pesquisa de mercado?

2. Identifique o que estará em análise

A sua pesquisa pretende analisar a concorrência ou os usuários do seu produto? Identificar o que estará em análise e **quem serão os participantes** é o segundo passo para fazer uma pesquisa de mercado.

Se você vai analisar o público, precisa **definir a amostragem** que será analisada. Toda essa preparação é necessária para evitar erros na hora de rodar as pesquisas. Neste momento, também é preciso avaliar a viabilidade de fazer a análise de mercado.

Para definir a amostragem, leve em consideração **o tamanho da sua base de usuários** e a **ferramenta utilizada para a coleta de dados**. Principalmente se o time nunca fez uma pesquisa de mercado antes, é importante validar a estratégia pensada para colher informações. Com o tempo, a equipe vai refinando os processos e pode aumentar a amostragem.

Como fazer pesquisa de mercado?

3. Escolha a metodologia

Escolher a metodologia utilizada para colher e analisar os dados do seu estudo é o terceiro passo para fazer uma boa pesquisa de mercado. Então, defina se ela será **quantitativa** ou **qualitativa**, **primária** ou **secundária**, **exploratória** ou **descritiva**.

Depois, escolha **quais ferramentas serão utilizadas** para recolher e avaliar as informações. Também é importante definir as pessoas responsáveis por cada etapa da pesquisa. Quem vai ficar responsável pelas entrevistas, por criar as perguntas, por analisar os dados?

Lembrando que toda a metodologia deve ser selecionada com base nos **objetivos definidos anteriormente**.

Como fazer pesquisa de mercado?

4. Faça o levantamento de dados

Utilizando a metodologia e as ferramentas escolhidas, é hora de fazer o levantamento de dados. Aqui, é importante **ter um cronograma para guiar o time** na condução da pesquisa de mercado.

Se você pretende fazer entrevistas com usuários, é necessário **marcar um horário com antecedência**. Já se pretende analisar a concorrência, divida a sua pesquisa em etapas para validar a metodologia. Na análise de dados, é interessante cruzar informações para ter *insights* mais relevantes e que possam agregar valor às suas estratégias.

.....

Como fazer pesquisa de mercado?

5. Apresente os resultados

Depois de levantar e analisar os dados, é importante **apresentar os *insights* para o time e para os stakeholders**. Durante a apresentação, novas questões podem surgir, alimentadas pelas diferentes visões das pessoas. Esse é um processo importante para extrair ainda mais dados relevantes da pesquisa e aplicar os *insights* na estratégia de produto.

Como fazer pesquisa de mercado?

6. Utilize a tecnologia a seu favor

Há diversas **ferramentas focadas em pesquisa de mercado**. Elas facilitam muito o trabalho do time de Produto, automatizando tarefas e tratando um grande volume de dados.

.....

Como levantar informações?

Google Trends

O Google Trends é uma ferramenta muito útil para **explorar tendências e entender o mercado**. Com ela, você consegue ver os termos mais buscados atualmente e avaliar se algum termo específico desperta ou não o interesse do público hoje.

Link: <https://trends.google.com.br/trends/?geo=BR>

Think with Google

A plataforma concentra vários estudos prontos de mercado para as empresas poderem extrair os dados que mais interessam para a sua estratégia.

Link: <https://www.thinkwithgoogle.com/>

Como levantar informações?

Formulários online

Os formulários *online* são ótimas alternativas para **rodar pesquisas com os clientes e com o público em geral**. Essas ferramentas permitem personalizar perguntas e criar questões abertas ou de múltipla escolha.

- Google Forms
- Typeform
- Jotform
- Jestor

BuzzSumo

O **BuzzSUMo** é uma boa alternativa para fazer a **gestão das suas campanhas de Marketing**, avaliar as **preferências dos consumidores** e **mapear a concorrência**. A ferramenta emite relatórios personalizados que facilitam as análises de mercado.

Link: <https://buzzsumo.com/>

Como levantar informações?

SEMRush

O **SEMRush** é uma ferramenta de **análise das palavras-chave** mais buscadas pelos consumidores no Google. A partir disso, você consegue identificar tendências e avaliar se vale a pena investir em determinado tipo de conteúdo para o público, de acordo com o volume de buscas mensais.

Link: <https://www.semrush.com/>

Social Seacher

O **Social Seacher** é uma ferramenta de busca em mídias sociais sobre menções, usuários e tendências.

Link: <https://www.social-searcher.com/>

Como levantar informações?

Mapa de empresas - GOV

O **Mapa de empresas** é uma ferramenta disponibilizada pelo governo federal para os interessados em obter informações mensais sobre o procedimento de registro de empresas, como o tempo médio para abertura, e o número de empreendimentos abertos e fechados, inclusive com detalhes sobre a localização e as atividades desenvolvidas.

Link: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>

SimilarWEB

O **SimilarWEB** uma ferramenta de análise de sites, que ajuda a conhecer o mercado e monitorar concorrentes.

Link: <https://www.similarweb.com/pt/>

.....

Pesquisas com IA

Pesquisa com ia: gemini.google.com perplexity.ai e claude.ai

Estratégia de marketing: marketmuse.com

Mapa mental: xmind.ai e gitmind.com

Crie sua Startup com ia: app.mixo.io

Análise de redes sociais: notjustanalytics.com

Extras

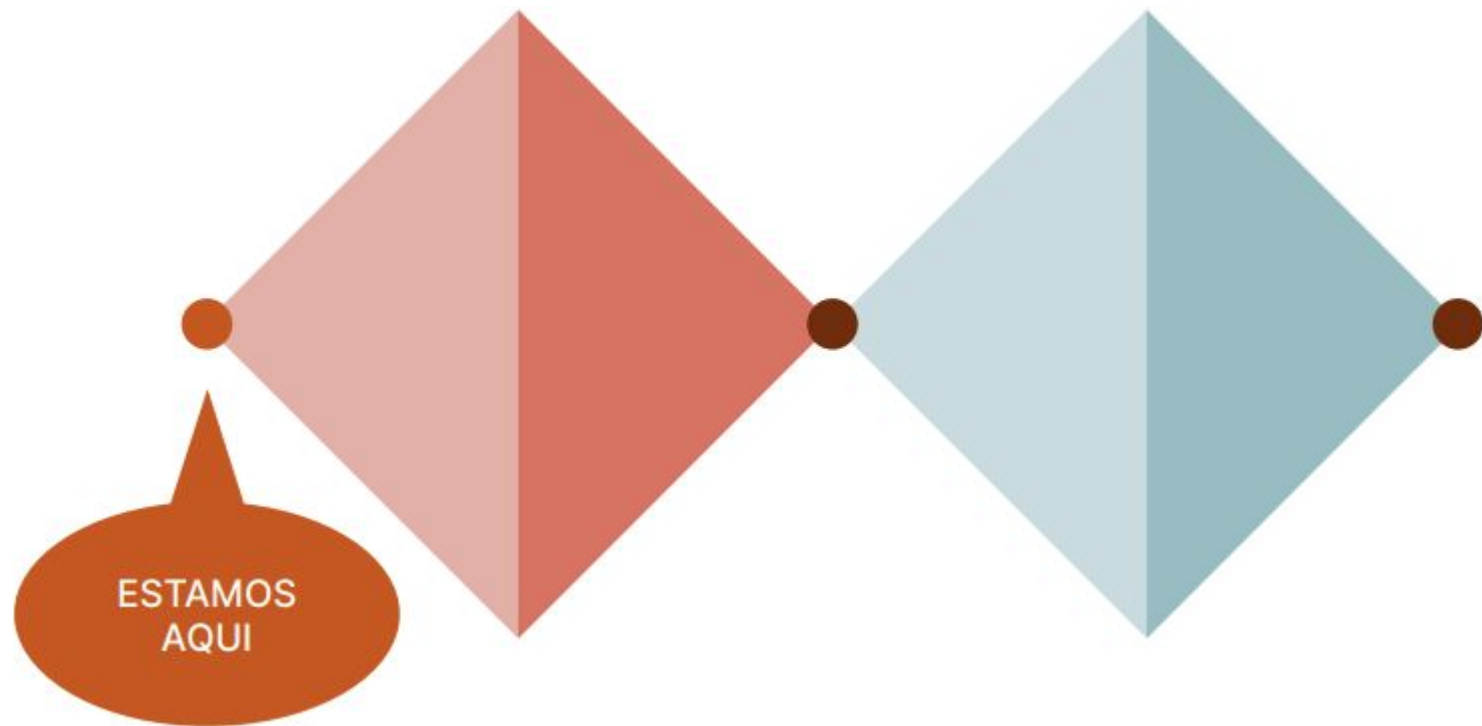
Diversas ferramentas: <https://smallseotools.com/pt/>

SearchGPT: <https://chatgpt.com/search>

A close-up photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The person is wearing a dark blue long-sleeved shirt. The background is blurred, showing bokeh lights in shades of green and blue. The word "Atividade" is overlaid in white text on the right side of the image.

Atividade

Duplo Diamante



Atividade: Pesquisa de Mercado (preliminar)

A partir do produto que você quer desenvolver, faça um pesquisa de mercado e identifique soluções existentes que são similares a sua. Para cada solução, indique os pontos fortes e fracos. Utilize a [planilha de análise de mercado](#) para isso.

- Crie uma nova aba na planilha
 - Altere o nome da aba para o nome do seu grupo
 - Preencha a planilha
-

Atividade: Duplo-diamante

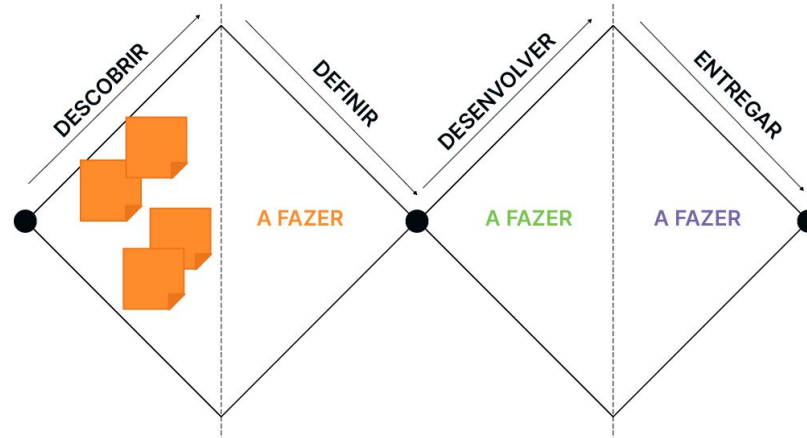
Em posse da pesquisa preliminar de mercado, crie um diagrama com as marcações do duplo diamante: **(1) Problema, (2) Descobrir, (3) Definir, (4) Definição, (5) Desenvolver, (6) Entregar e (7) Solução.**

Você pode criar esse diagrama primeiro por escrito e depois transpor para o desenho do diamante. O importante é identificar o máximo de etapas possíveis e relacioná-las ao seu produto em questão.

- [Template no figma](#)

.....

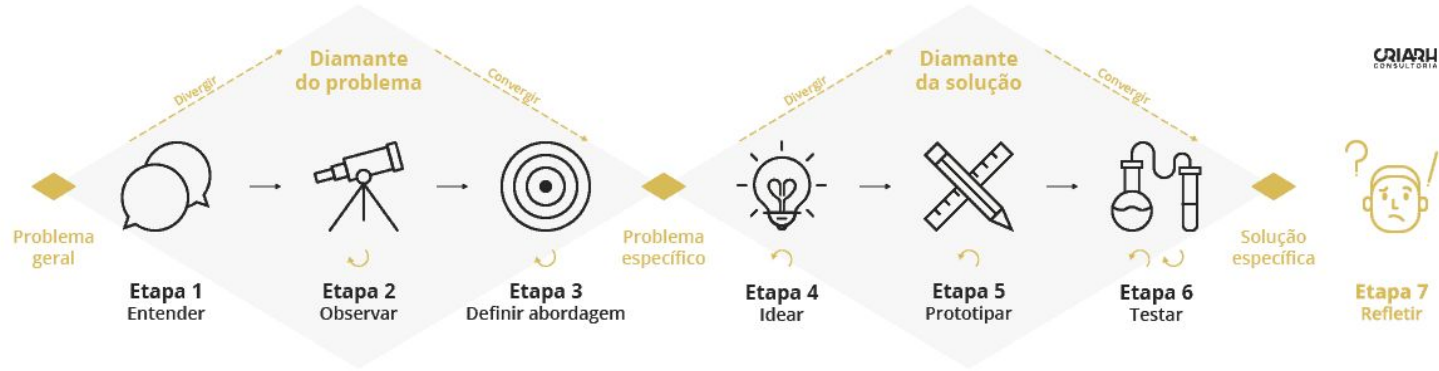
Atividade: Duplo Diamante



Esse desenho serve para orientar o processo de gestão do produto, não se preocupe se não conseguir preencher todas as lacunas neste momento. A ideia é justamente permitir que você tenha uma percepção do todo para que justamente entenda o momento atual e as ações a serem feitas para as próximas etapas. Também esse modelo serve como uma base para o cálculo de tempo e recursos ao longo do processo de desenvolvimento de produtos.

.....

Material extra



- [Duplo diamante: 4 passos para resolver qualquer problema](#)
 - [Double Diamond: o que aprendi sobre cada etapa desse processo de Design](#)
 - [Porque o Double Diamond não é o suficiente](#)
-