

CAIXA DE FERRAMENTAS

Etapa 2 **Capturando Informações**

inventta.



Dê o seu segundo passo nessa jornada!



MACRO ETAPA 2

PLANEJAMENTO DA ENTREVISTA

QUANDO USAR?

Antes de conduzir entrevistas com os potenciais usuários, clientes finais, consumidores que serão abordados.

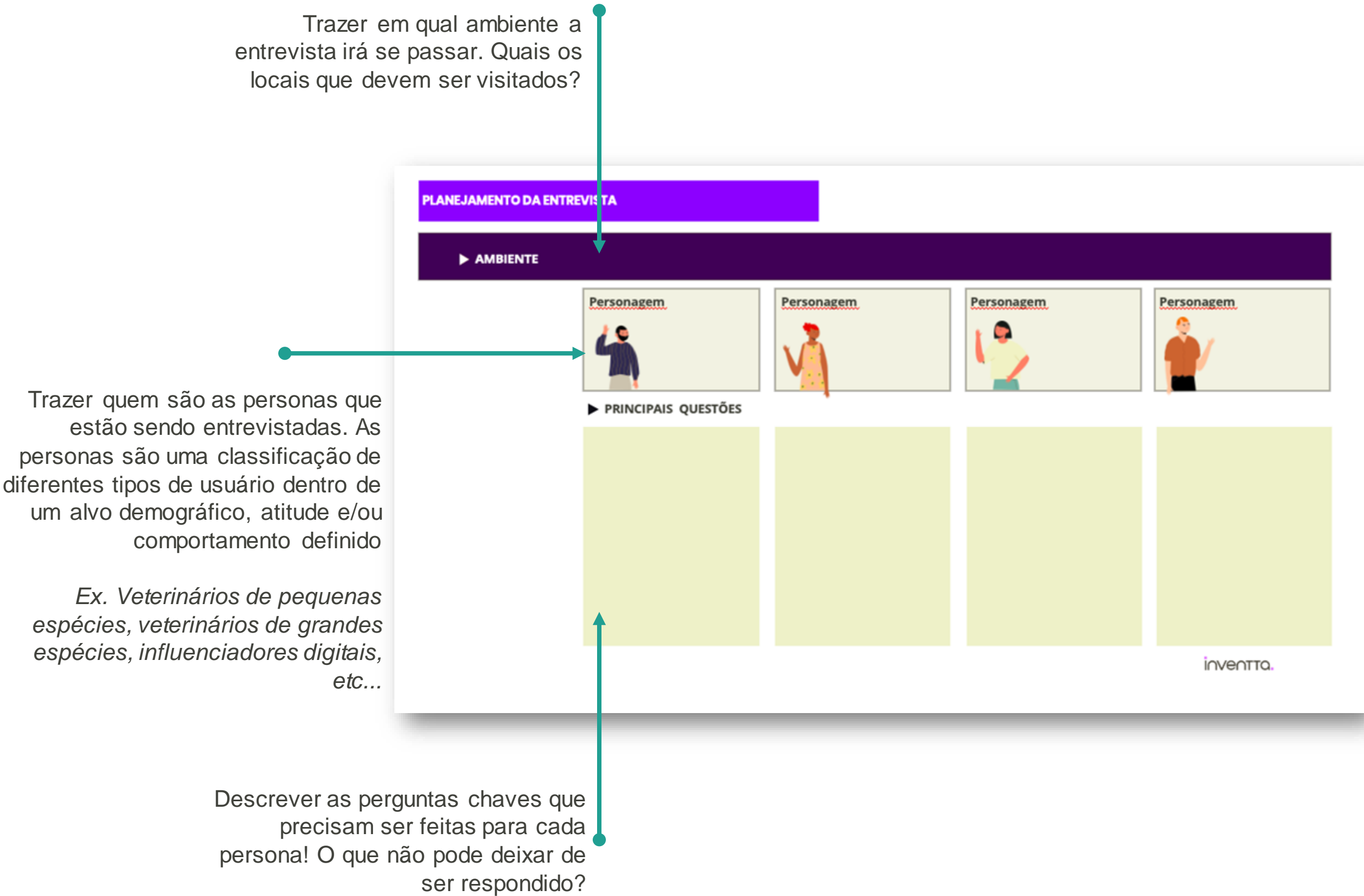
INPUT → •

Revisão da matriz CSD após buscas em desk research e entrevistas com especialistas

OUTPUT • →





Ter um plano de pesquisa para ir à campo.

COMO FUNCIONA?



PLANEJAMENTO DA ENTREVISTA

▶ AMBIENTE

<div>Personagem</div> <div></div>	<div>Personagem</div> <div></div>	<div>Personagem</div> <div></div>	<div>Personagem</div> <div></div>
<div>▶ PRINCIPAIS QUESTÕES</div> <div></div>	<div></div>	<div></div>	<div></div>

PLANEJAMENTO DA ENTREVISTA

► AMBIENTE : Atacadão

Exemplo de desafio:
Entregar alimentos ou soluções com foco na saudabilidade para o consumidor.

Personagem



Dono de casa
fazendo a
compra do mês

Personagem



Dona de
pizzaria /
carrinho de
lanche pequeno

Personagem



Millenium com
lista de compra
pequena

Personagem



► PRINCIPAIS QUESTÕES

Quais tipos de lojas/mercados você normalmente faz as suas compras? (hiper, atacadão, mercado de vizinhança)

Quando você está fazendo sua compra do mês, quais tipos de produto entram no carrinho? Quais tipos de produto você raramente compra?

O que você considera fundamental antes de optar por uma marca ou outra?

Quais são suas grandes preocupações e necessidades quando o assunto é alimentação?

....

**Aplicação
(Exemplo)**

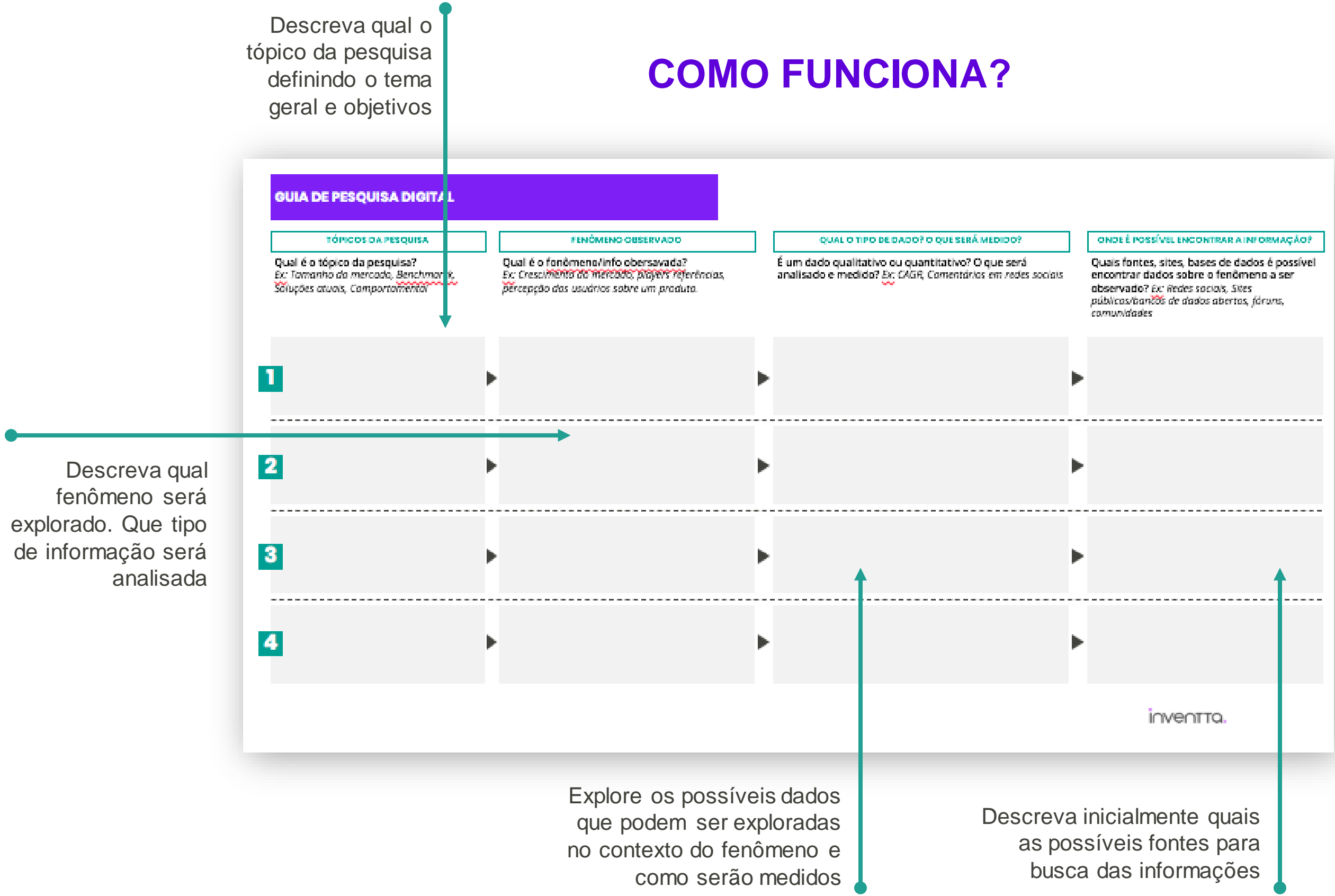
MACRO ETAPA 2

DESK RESEARCH FRAME

QUANDO USAR?
Nas etapas de exploração inicial sobre o tema do desafio/território e também nas pesquisas etnográficas.

INPUT → •
Discussão sobre as informações relevantes no ambiente digital

OUTPUT • →
• Guia prático do plano de pesquisa digital



O grupo primeiro discute quais são os fenômenos, comportamentos, dados que seria interessante explorar no meio digital e determinar o que será medido e quais as fontes iniciais que podem iniciar a pesquisa.
Exemplo: Analisar comentários do youtube sobre determinado produto; pesquisar dados de tendências de mercado, buscar bancos de dados públicos

DESK RESEARCH FRAME

	TÓPICOS DA PESQUISA	FENÔMENO OBSERVADO	QUAL O TIPO DE DADO? O QUE SERÁ MEDIDO?	ONDE É POSSÍVEL ENCONTRAR A INFORMAÇÃO?
1	<p>Qual é o tópico da pesquisa?</p> <p><i>Ex: Tamanho do mercado, Benchmark, Soluções atuais, Comportamental</i></p>	<p>Qual é o fenômeno/info observada?</p> <p><i>Ex: Crescimento do mercado, players referências, percepção dos usuários sobre um produto.</i></p>	<p>É um dado qualitativo ou quantitativo? O que será analisado e medido? <i>Ex: CAGR, Comentários em redes sociais</i></p>	<p>Quais fontes, sites, bases de dados é possível encontrar dados sobre o fenômeno a ser observado? <i>Ex: Redes sociais, Sites públicos/bancos de dados abertos, fóruns, comunidades</i></p>
2				
3				
4				

DESK RESEARCH FRAME

Aplicação (Exemplo)

TÓPICOS DA PESQUISA	FENÔMENO OBSERVADO	QUAL O TIPO DE DADO? O QUE SERÁ MEDIDO?	ONDE É POSSÍVEL ENCONTRAR A INFORMAÇÃO?
Qual é o tópico da pesquisa? <i>Ex: Tamanho do mercado, Benchmark, Soluções atuais, Comportamental</i>	Qual é o fenômeno/info observada? <i>Ex: Crescimento do mercado, players referências, percepção dos usuários sobre um produto.</i>	É um dado qualitativo ou quantitativo? O que será analisado e medido? <i>Ex: CAGR, Comentários em redes sociais</i>	Quais fontes, sites, bases de dados é possível encontrar dados sobre o fenômeno a ser observado? <i>Ex: Redes sociais, Sites públicos/bancos de dados abertos, fóruns, comunidades</i>
1 Tamanho de mercado de delivery de refeições	Aumento do mercado de delivery durante a pandemia por covid-19	<ul style="list-style-type: none">- Número de pedidos por aplicativos de delivery- Número de restaurantes cadastrados nas plataformas	<ul style="list-style-type: none">- Relatórios das plataformas de delivery (Ifood, Uber eats, Rappi)- Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel)
2 Hábito de consumo de refeições por delivery	Crescimento das entregas no café da manhã e nos finais de semana	<ul style="list-style-type: none">- Número de padarias cadastradas nas plataformas- Número de pedidos por dia da semana- Frequência de pedidos- Levantamento dos principais produtos pedidos por aplicativos	<ul style="list-style-type: none">- Relatório Ifood- Pesquisas Sebrae e Abrasel- Pesquisar hábito de consumo antes e durante a pandemia
3 Despesas com delivery no Brasil	Gastos com delivery de comida aumentaram em 149% no Brasil	<ul style="list-style-type: none">- Ticket-médio nas plataformas de delivery- Consumo mensal- Principais produtos comprados- Número de transações	<ul style="list-style-type: none">- Pesquisas sobre gestão de finanças- E-commerce Brasil- Qualibest (Alimentação na Pandemia)
4 Preocupações relacionadas à higiene durante a pandemia	Aumento dos cuidados com higiene	<ul style="list-style-type: none">- Principais medidas de prevenção- Eficácia de produtos de limpeza- Frequência de limpeza	<ul style="list-style-type: none">- OMS- ANVISA- https://covid.saude.gov.br/

The logo for inventta, featuring the word "inventta" in a white, lowercase, sans-serif font. A small purple square is positioned above the 'i' and another small purple square is at the end of the period.

CAMPINAS

+55 19 3289 0353

BOGOTÁ

+ 571 702 7702

contato@inventta.net

www.inventta.net