

3. VALIDAÇÃO

3.2. Questionários de validação

O questionário de validação é a lista de perguntas que serão feitas para os possíveis clientes do negócio. As respostas ou dados coletados irão ajudar a testar a viabilidade da solução que está sendo pesquisada.

Os questionários devem ser feitos com base nas hipóteses apresentadas nos **Cartões de Teste**, de modo a entender como o cliente entende cada possível cenário de negócios.

3. VALIDAÇÃO

3.2. Questionários de validação

PERGUNTAS ABERTAS

Perguntas para coletar maiores informações sobre os clientes. As respostas são imprevisíveis e abrem oportunidades para o entrevistado entrar em temas que considera importantes.

Exemplo: “Me conta, quais foram as dificuldades que encontrou para executar essa tarefa?” ou “Como foi sua experiência como usuário deste produto”

3. VALIDAÇÃO

3.2. Questionários de validação

PERGUNTAS FECHADAS

Perguntas em que há controle sobre o tipo de resposta que virá a seguir, normalmente só tem uma resposta. Não tem grande eficiência na coleta de informações.

Exemplo: “Com o que você trabalha?” ou “Você gosta de ler?”

3. VALIDAÇÃO

3.2. Questionários de validação

ENTREVISTAS EXPLORATÓRIAS

Entrevistas com um roteiro mais livre. É necessário que a startups inicie deixando o entrevistado à vontade. No roteiro podem constar frases como:

“Fala um pouco sobre você, o que gosta de fazer, como um dia normal pra você, com o que trabalha”.

3. VALIDAÇÃO

3.2. Questionários de validação

RESPEITE O TEMPO DO CLIENTE

Marcou 30 minutos? Parece óbvio, mas faça em 30 minutos! Tempo é o recurso mais precioso para o cliente, mesmo que você diga que quer resolver um problema latente que o afeta.

DOCUMENTE OS RESULTADOS

Separe 5 minutos após a entrevista para documentar e tirar insights sobre o que foi falado, registre nas ferramentas.

3. VALIDAÇÃO

3.3. Os cartões de aprendizado

O **cartão de aprendizado** é a continuidade do cartão de teste.

Mas não deve ser feito logo em seguida.

Você deve respeitar o tempo de validação, deve realmente ir para a rua e conversar com os clientes potenciais antes de discutir o que foi aprendido. Só depois, deve preencher o cartão de aprendizado.

O cartão de aprendizado é uma forma simples de **registrar tudo o que foi feito e principalmente tudo que você aprendeu neste processo.**

CARTÃO DO APRENDIZADO

NOME DO TESTE:
RESPONSÁVEL:
PRAZO FINAL:
DURAÇÃO:

PASSO 1- HIPÓTESE

ACREDITÁVAMOS QUE...

PASSO 2 - OBSERVAÇÃO

OBSERVAMOS...

PASSO 3 - APRENDIZADOS E INSIGHTS

COM BASE NISSO CONCLUÍMOS...

PASSO 4 - DECISÕES E AÇÕES

PORTANTO VAMOS...



3. VALIDAÇÃO

3.3. Os cartões de aprendizado

Passo 1: Hipótese

Descreva a hipótese que você testou.

ACREDITÁVAMOS QUE...

as pessoas compravam chocolates finos para presentear pessoas amigos e familiares.

3. VALIDAÇÃO

3.3. Os cartões de aprendizado

Passo 2: Observação

Descreva o resultado de seus experimentos em relação a dados e resultados. Um único Cartão de Aprendizado pode reunir observações de vários Cartões de Teste. Indique o grau de confiabilidade dos dados que você mediu.

OBSERVAMOS...

que um grande número de pessoas adota essa forma de presentear. Dos 30 entrevistados, 20 passaram o contato para saber mais sobre kits de chocolates para presente.

3. VALIDAÇÃO

3.1. Os cartões de teste

Passo 3: Aprendizados

Explique as conclusões dos testes. Destaque quão importantes são as ações baseadas no que você aprendeu.

COM BASE NISSO CONCLUÍMOS QUE...

há interesse suficiente dos clientes em relação aos kits de chocolates.

3. VALIDAÇÃO

3.1. Os cartões de teste

Passo 4: Decisões e Ações

Cite as ações que você vai executar com o que aprendeu.

PORTANTO VAMOS...

Investir em embalagens mais criativas e disponibilizar três opções de kits de chocolate para o cliente.

3. VALIDAÇÃO

Preenchendo os cartões de teste, construindo e aplicando o questionário de validação e preenchendo os cartões de aprendizado, o empreendedor poderá ter uma visão mais ampla sobre como o seu cliente vê o seu negócio.

Uma validação bem construída e aplicada poupa **tempo, energia e dinheiro**. Afinal, nenhuma startup quer gastar na construção de um produto que ninguém vai consumir.

Obviamente, o mercado e os clientes podem ser bem imprevisíveis. Uma validação bem feita não é garantia de sucesso, mas é um **bom direcionamento do que pode ou não funcionar**.