



Módulo 1 - Descobrir

Data-Driven Design & Pesquisa Quantitativa

DigitalHouse >
Coding School



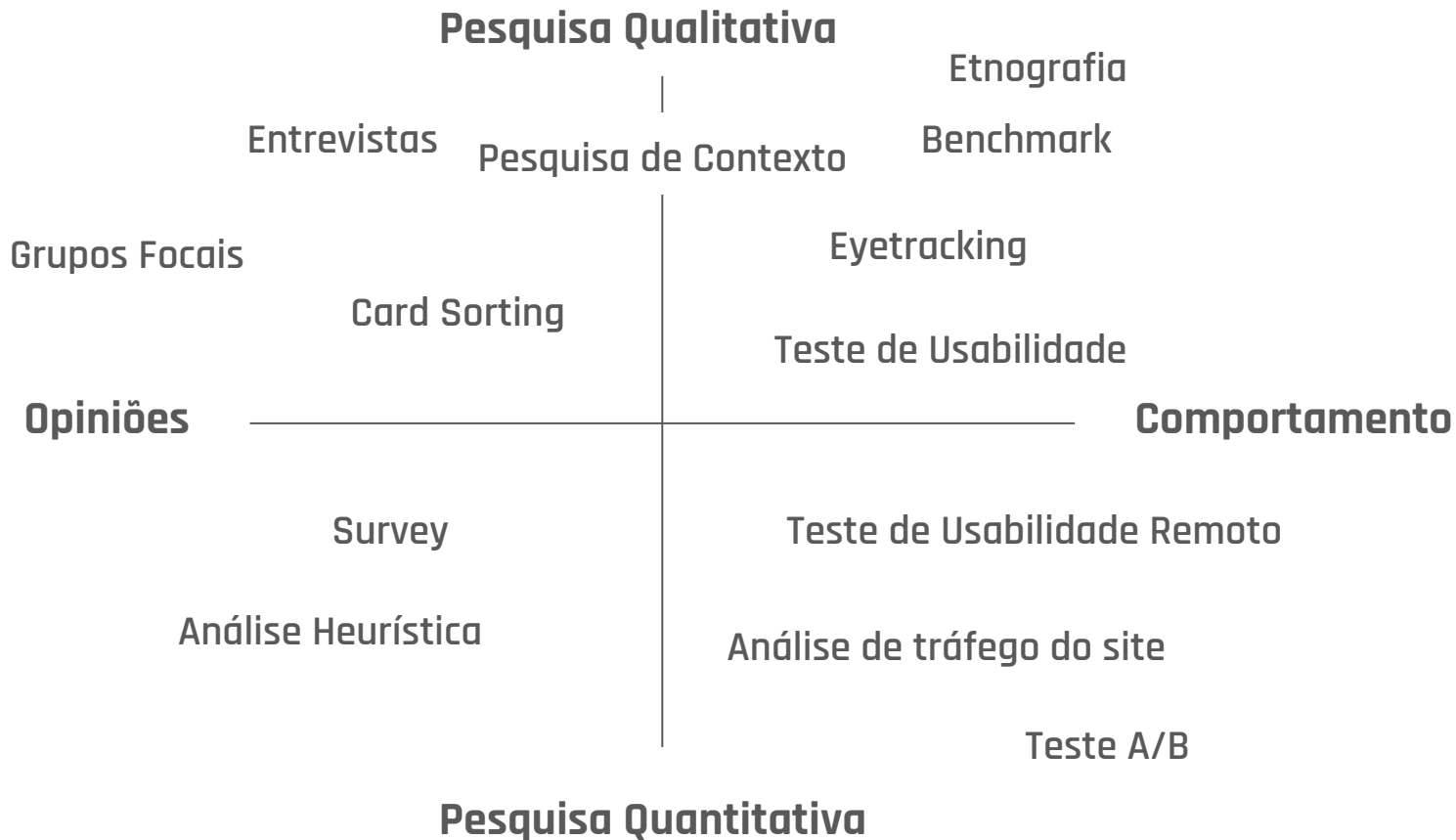


Recap

Stakeholders

Etnografia







As **pesquisas quantitativas e qualitativas são complementares**, as utilizamos em momentos diferentes, mas ambas respondem a uma busca incessante de *insights*



Diferenças

Quantitativa

- Confirmatórias e Dedutivas
- Respondem o que, com quem e quando
- Fácil de medir
- Medição automatizada

O que acontece? Quando acontece? Com quem acontece? Onde acontece?

Qualitativa

- Exploratórias e indutivas
- Respondem por que
- Difícil de medir
- Medição humana

Porque acontece? Como acontece?
Como se sentem as pessoas? O que pensam as pessoas?



números, números, números





~~números, números, números~~

ver o que me dizem os dados, tratar de
entendê-los e tomar decisões baseadas neles



data-driven design





fundamentar e apoiar as decisões de design
nas informações fornecidas por dados



**“In God we trust.
All the others must bring data.”**

Em Deus, nós confiamos.
Todos os outros precisam trazer dados.



Design baseado em dados, não opiniões

- Tomar ou descartar decisões com fundamentos
- Evitar debates e discussões desnecessárias
- Eliminar preconceitos
- Medir o impacto real do que fazemos
- Definir objetivos estratégicos
- Gerar novas hipóteses
- Descobrir novos insights



Quem usa data-driven design





e de onde podemos retirar dados quantitativos?





Análises Quantitativas

Produto já existente

- Ferramentas de medição
- Analytics
- Mapas de Calor
- Testes A/B

Produto em fase de exploração

- Estruturas existentes
- Pesquisas prévias
- Surveys (levantamento)



Teste A/B

Teste A/B feito na campanha de 2007,
que levou Obama à presidência





produto já existente

**dados gerados pelo uso do
próprio produto**

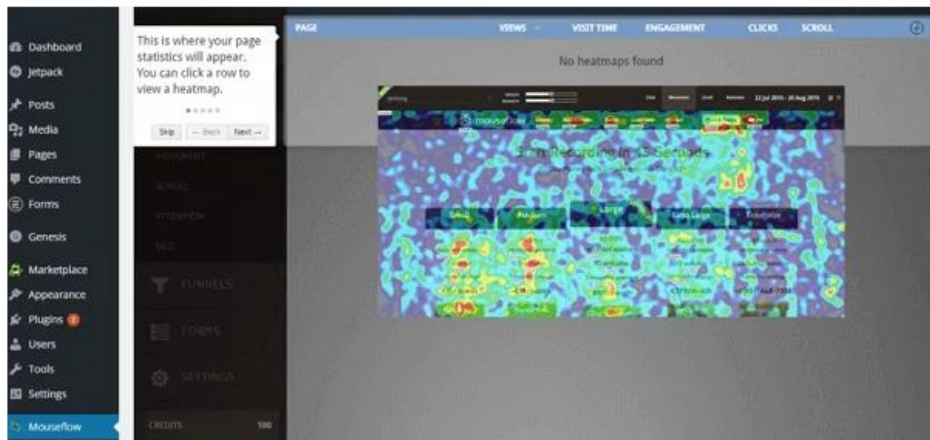


Mapa de Calor

Onde seus usuários estão clicando?

Onde não estão clicando?

Eles estão confusos?



Mapa de calor Mouseflow – Fonte: SemRush

Ferramentas

- Mouseflow
- Heatmap.me
- Hotjar
- SessionCam
- CrazyEgg



fase de exploração

**estruturas existentes e
pesquisas prévias**



**sou a primeira pessoa
interessada em investigar
essa problemática?**





Em 99,9% dos casos, alguém já investigou sobre o tema e publicou informações relevantes.



Alternativas

- Instituições de estatística e censos populacionais
- Organizações de Dados Abertos
- Papers e publicações acadêmicas
- Investigações jornalísticas
- Investigações de mercado



dados.gov.br

PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS

[Dados](#) | [Organizações](#) | [Aplicativos](#) | [Inventários](#) | [Concursos](#) | [INDA](#) | [Perguntas frequentes](#) | [Contato](#) | [Sobre o portal](#)

Busque no Portal

PESQUISAR

em 10136 conjuntos de dados com 48690 recursos (o que é isto?)

Conjuntos de dados em destaque

Conjuntos de dados destacados pelo dados.gov.br

A - Série histórica de preços de combustíveis - revenda

Preços semanais de venda de combustível, especificando valor de compra, de venda, unidade de medida (R\$/litro ou R\$/13kg), para revenda e...

Base Cartográfica Contínua do Brasil – 1:250000

A Base Cartográfica Contínua do Brasil na escala 1:250000 (BC250)

Publicações mais recentes

Últimas atualizações de conjuntos de dados

Conjunto de dados	Data	Responsável
SFN - BCO MORGAN STANLEY S.A.	02/12/2020	Banco Central do Brasil - BCB
SFN - BCO. MIZUHO DO BRASIL S. A.	02/12/2020	Banco Central do Brasil - BCB
SFN - BCO DAYCOVAL S.A.	02/12/2020	Banco Central do



fase de exploração

surveys (levantamento)





Se realiza com uma amostra da população estudada

Busca obter dados quantitativos por meio de um questionário



montando uma survey (levantamento)



Antes de começar

- Definir os **objetivos**: o que queremos aprender e o que temos que perguntar?
- Definir a **audiência**: quem são as pessoas que queremos questionar e quais são os requisitos que devem atender para ser parte da amostra
- Definir uma **metodologia** de análise: Como vamos analisar os dados recebidos?
- Quais perguntas são **indispensáveis**?
(Obrigatórias)



Roteirizar

- Escrever uma **introdução** explicando o propósito da survey. Seja claro e conciso.
- Começar com **perguntas filtro** para identificar se os questionados atendem os requisitos necessários para participar.
- Continuar com as perguntas que vão nos dar as informações que estamos buscando.
- Procure dar um agradecimento de despedida. Momento chave para pedir nome e contato para conhecer melhor sua experiência.



Roteirizar

Perguntas abertas

São aquelas perguntas de campo aberto que convidam a pessoa a se expressar livremente. Resultados qualitativos.

Permitem descrever pensamentos e sentimentos.

Ex: Se pudesse convidar alguém famoso para almoçar, quem seria? E por que?



Roteirizar

Perguntas fechadas

São aquelas perguntas de campo fechado que tem respostas predefinidas. Convidam a pessoa a escolher 1 resposta. Resultados quantitativos.

Permitem tipificar e agrupar os resultados para uma análise mais eficaz.

Ex: Se pudesse convidar algum destes personagens para almoçar, quem seria?

- Donald Trump
- Lionel Messi
- Papa Francisco
- Nenhum dos anteriores



Dicas

- Escrever perguntas neutras que não impliquem a respostas particulares
- Colocar primeiro as perguntas mais importantes (algumas pessoas vão abandonar a survey na metade)
- Marcar quais são as respostas obrigatórias, dar feedback
- Incluir respostas como “Não sei” ou “Nenhuma das anteriores” para não sujar os resultados
- **O mais importante:** Ser breve e simples



Dicas

Falar o mesmo idioma

Se colocar no mesmo nível que as pessoas questionadas, não falar termos técnicos

Você já usou carteira digital alguma vez?



As carteiras digitais são aplicações que nos permitem fazer transações em dinheiro de maneira virtual.

Você já usou carteira digital alguma vez?





Dicas

Evitar perguntas coisas desnecessárias

Perguntar apenas coisas que realmente agreguem valor à nossa pesquisa. O gênero ou a idade das pessoas nem sempre é relevante!

Oferecer as opções corretas

Ao usar as múltiplas escolhas, esteja seguro de que está cobrindo todas as opções necessárias. Se faz sentido, adicionar a opção “Outro” e permitir especificação.



Dicas

Buscar as pessoas adequadas

Para pesquisar temas amplos, busque uma amostra heterogênea: incluir a todos os atores que participam da temática.

Para perguntas fechadas, definir corretamente o tipo de resposta

Usar “*radio buttons*” (1 opção) se a resposta é única e excludente.

Usar “*checkboxes*” (Múltiplas opções) se a resposta pode incluir mais de 1 opção



Dicas

Buscar ser simples

Sempre perguntar sobre uma ideia por vez. Perguntar coisas distintas na mesma pergunta dificultará o processo de responder e será mais difícil ainda interpretar as respostas.

Equilíbrio, sem subjetividades

Escrever perguntas que inclinem as pessoas a uma determinada resposta viola a objetividade do questionário e faz com que as respostas às perguntas sejam subjetivas.



Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

Próximas pesquisas

As próximas etapas deste trabalho podem incluir novas pesquisas, testes, entrevistas e/ou algumas surpresas 🎁

Você aceitaria participar das próximas etapas deste projeto? *

- ☐ Sim, e também aceito receber comunicações futuras e dou permissão para armazenar meus dados pessoais
- ☐ Não

Pedir o consentimento da pessoa quando solicitar o e-mail dela é essencial

Qual o problema deste exemplo?





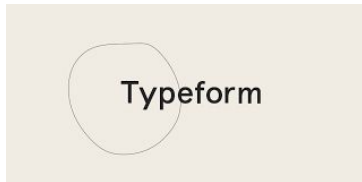
Ferramentas gratuitas

A mais usadas



Google Forms

Mas esta aqui merece
atenção também



E vocês podem fazer
diferente de todo
mundo!





Atividade - Questionário Filtro (Screenener)

- “Pequeno” levantamento que nos ajuda a identificar potenciais entrevistados para a próxima fase do projeto
- Amostra pode ser por conveniência e bola-de-neve

Projeto Integrador

- Breakout room com o grupo do projeto integrador
- Começar a desenhar o roteiro do questionário filtro
- Compartilhar com mentor do grupo para análise e retorno



Próxima aula

Para saber

- Entrevistas

Para fazer

- Avancem com o questionário filtro
- P1 - 24 e 26 de maio - estudem os critérios!



obrigado!

