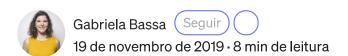
Nuggets: como democratizar pesquisas de design

Passo a passo e template de como adaptamos a abordagem de Pesquisa Atômica para escalar os resultados das pesquisas no QuintoAndar.



Apesar de designers interagirem o tempo todo com os usuários ao longo do desenvolvimento do produto, algumas áreas ainda não têm essa interação e acabam ficando distantes das pessoas. Ao mesmo tempo, para tomar decisões de negócio que atendam às necessidades reais de quem utiliza o serviço, é fundamental que toda a empresa tenha uma visão compartilhada sobre quem são nossos usuários.



Nós, enquanto designers, temos a oportunidade de fomentar essa visão ao tornar acessível o conhecimento que geramos nas nossas pesquisas.

Se queremos que as experiências das pessoas sejam consideradas no desenvolvimento e priorização dos experimentos, precisamos democratizar o conhecimento que temos sobre elas.

Mas para que isso seja possível precisar mudar a forma como as pesquisas são tradicionais compartilhadas e compartilhadas. Estes são os três maiores problemas que a gente enfrenta com o registro e compartilhamento dessas informações:

- Conhecimento descentralizado: normalmente, pesquisas são colocadas em relatórios e relatórios que se perdem e esquecidas em massas e diferentes plataformas para cada esquadrão, tribo ou área. Para acessá-las, você precisa encontrar cada arquivo e pedir acesso a todos eles. Se encontrar, né?
- Pesquisas sob domínio exclusivo dos pesquisadores: na falta de um repositório centralizado, a equipe que realiza a pesquisa acaba sendo uma única fonte de armazenamento das informações. Para saber sobre os resultados, os stakeholders e outros designers precisam recorrer a ela, o que não é escalável e nem sustentável.
- Barreiras e falhas de comunicação: áreas diferentes conduzindo pesquisas iguais ou muito parecidas, ao mesmo tempo e sem comunicarem. Mas nossos usuários são os mesmos. Por que não estamos compartilhando e aproveitando o que já sabemos sobre eles?

Como é possível mudar esse cenário?

Esses não são desafios só nossos, mas de qualquer empresa que tenha uma grande quantidade de funcionários e clientes. Foi diante dos mesmos problemas, quando trabalhava como Head de User Experience no Wework, que Tomer Sharon desenvolveu uma abordagem para democratizar os aprendizados de pesquisas, que chamou de **Atomic Research** .

O que é Pesquisa Atômica?

Como o próprio nome necessário, **Atomic Research** consiste em quebrar os resultados da pesquisa em micro partes, cada coleta constar é considerado um átomo. Esses átomos da pesquisa são chamados de **Nuggets**, que em inglês pode ser sinônimo de "pepita" (*pepita de ouro*) e pode ser feita uma analogia com "*tendo uma mordida rápida*", ter um consumo rápido e pequeno de algo.

É sobre criar uma coleção de pepitas

No lugar de relatórios e apresentações, a abordagem oferece que a gente tenha uma coleção de pepitas que vai sendo abastecida constantemente por todas as pesquisas que são realizadas. Uma fonte centralizada de conhecimento sobre os usuários que pode ser consultada a qualquer momento, por qualquer pessoa da empresa.

	=	- Annana				7 100.00		
64 Nugget	E Comentário	III Jornada	Esperiência	III Emoção	∃ Tipa de nugget	7 Unulrio	G. Penquisa	G. Tipo de usuário
É leviôsa, não leviosá.	Hermione sabidona demais.	Primeiro dia de aula	Negativa	Ralva	Expectativa Sentimento	Hermione Granger	 Entrevista exploratória sol Teste de usabilidade de vi 	
Percy não reconheceria uma piada nem que ela dançasse pelada na frente dele, usando só o abafador de chá do dobby na cabeça.		Conheceu Hogwarts	Negativa	Alegria	Crença	Ronald Weasley	Entrevista exploratória sol	Grifindria
As colsas que nos pertencem acabam voltando para nós. Bom, nem sempre da forma que esperamos.		Recebeu carta de Hogwarts	Neutra	Ansiedade	Expectativa	 Luna Lovegood 	Teste de usabilidade de vi	Corvinal
Sempre.		Conheceu Hogwarts	Neutra	Indiferença	Sentimento	Severo Snape	Teste de guerniha sobre a	Sonserina
Eu juro solenemente não fazer nada de born.		Primeiro dia de auta	Neutra	Preocupação	Desejo	A Harry Potter	Entrevista exploratória sot Teste de usabilidade de vi	
Seu elfo estúpido. Podía ter me matado.		Primeiro da de aula	Negativa	Raiva Preocupação Frustração Meda	Expectativa Crença	Belatriz Lestrange	Teste de usabilidade de vi	
Longbottom, se miolos fossem ouro, você seria mais pobre do que Weasley, e isso já é muita coisa.		Recebeu carta de Hogwarts	Negativa	Raiva	Crença	O Draco Malfoy	Teste de usabilidade de vi	
O que são Nargles?		Primeiro dia de auta	Foeutra	Indiferença Confusão	Sentimento	O Cho Chang	Teste de usabilidade de vi	
Por um momento eu pensel que você fosse me deixar preso aquil.		Conheceu Hogwarts	Positiva	Alivio Surpresa Medo	Sentimento Expectativa		Teste de usabilidade de vi	Lufa-Lufa
Espero que estejam satisfeitos com o que fizeram. Podiamos ter sido mortos, ou pior, expulsos.		Primeiro dia de auta	Negativa	Medo Preocupação Raiva	Sentimento Expectativa	Hermione Granger	Entrevista exploratória sol Teste de usabilidade de vi	

Para serem fáceis de achar, os nuggets devem ser classificados com tags predefinidas que caracterizam seu contexto. Essas tags podem ser sobre o método da pesquisa, tipos de usuários, etapas do serviço e informações que qualificam a experiência relatada. Assim, basta filtrar a coleção de nuggets de acordo com as tags que melhoram o seu objetivo para obter dados qualitativos sobre experiências das pessoas que usam seu serviço.

E parar de fazer pesquisas descartáveis

Além do intuito de evitar que as pesquisas ficassem esquecidas em documentos ou apenas nas mãos dos designers que as aplicavam, ao adotar uma abordagem dos nuggets nosso objetivo também foi fazer com que as pesquisas deixassem de ter uma vida útil. Antes eram utilizados pontualmente para responder às perguntas de apenas um contexto em um único momento, e com os resultados das pesquisas se conhecimento contínuo e reaproveitável.

O que nos trouxe um desafio: as pesquisas dentro dos squads investigam e validam etapas e usuários específicos dentro do produto. Como tornar os resultados de

pesquisas, com focos tão enviesados, reaproveitáveis para qualquer contexto da empresa? De olho nisso e com o intuito de adaptar a abordagem para o QuintoAndar, nós criamos nossa própria definição, processo e repositório de pepitas.

Como fazemos no QuintoAndar

Nós definimos um nugget como uma fala do usuário, com suas próprias palavras. ...

Dessa forma, diminuímos o viés do pesquisador ao interpretar a experiência das pessoas e conseguimos registrar o conhecimento gerado pela pesquisa de forma neutra, podendo ser aproveitado para responder às perguntas de qualquer outro contexto.

Ao escrever um nugget uma frase precisa ser curta e direta, porém completa o suficiente para entendermos sobre o que a pessoa está falando e gerar hipóteses e insights. Por exemplo:

"Eu precisava de um apartamento com dois quartos, que fosse bonito, tinha móveis e fosse perto do metrô. Foi assim que eu fui pesquisando." - Nugget de um inquilino (fictício)

Ao mesmo tempo, evite frases muito longas. É melhor separar uma mesma fala em várias nuggets quando estão falando sobre situações, percepções ou etapas da jornada diferentes.

Tá, mas como criar os nuggets?

Os nuggets funcionam como uma tabela. Imagine cada pepita como uma linha de uma grande planilha. Sendo as categorias que o pesquisador deve preencher ao registrá-lo, como: qual a sua pesquisa de origem, quem é o usuário falou que uma frase e outros aspectos que o contextualizam.

Depois de testar algumas plataformas, decidimos usar o **Notion** para ser nossa base de conhecimento de pesquisa. É lá que construímos nossa coleção de nuggets, centralizando todos os átomos de pesquisa em um mesmo lugar.

Você pode testar na prática e se inspirar para criar uma base de pepitas na sua própria empresa com o nosso <u>template no Notion</u>. □



[Template] Nuggets de pesquisa

Nugget é um termo usado nos estudos de Atomic Research. É a menor parte que pode ser quebrada de uma pesquisa. No QuintoAndar, nossos átomos/nuggets são frases de usuários que retratam alguma experiência. Explicamos um pouco mais sobre a abordagem dos nuggets e como nós a utilizamos nesse artigo do medium.

Como usar este template?

- 1. Duplique este template antes de começar a editar.
- Você vai precisar adaptar este template aos perfis e jornadas dos usuários no contexto da sua empresa.

+ :: Como criar os nuggets?

1. Comece adicionando a pesquisa.

Pesquisas

Para otimizar e padronizar a criação dos nuggets, dividimos a nossa coleção em três páginas: **pesquisa**, **usuários** e **nuggets**. O conteúdo das páginas se relacionam e alimentam uma à outra, por isso, existe uma sequência para serem preenchidas:

1º Comece cadastrando a pesquisa 🔍

O primeiro passo é cadastrar uma pesquisa realizada que originou os nuggets, na página "Pesquisas". Coloque dados gerais que ajudem a entender o contexto em que foi aplicada, como:

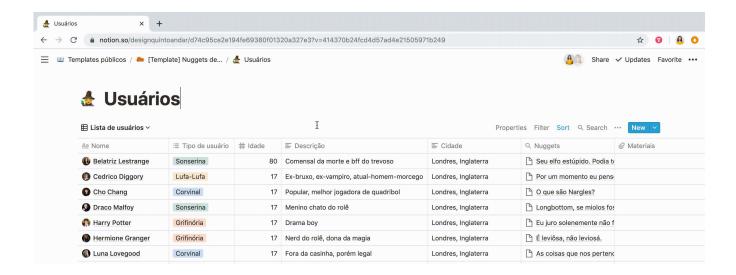


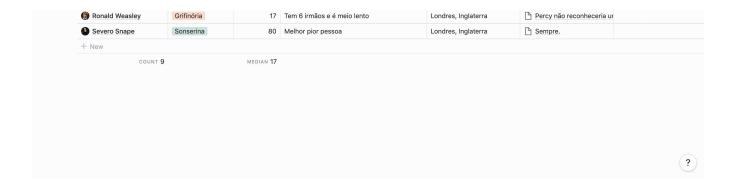


- **Título** : nome da pesquisa. Precisa ser curto e direto.
- **Descrição**: um breve resumo sobre quais eram os objetivos. Quais as perguntas a responder a pesquisa buscava?
- **Método** : o método de pesquisa escolhido. Entrevista em profundidade? Teste de usabilidade? Algum método de pesquisa de campo?
- **Número de Usuários** : a quantidade de usuários participantes.
- **Dados** : o dia, mês e ano que a pesquisa foi aplicada.
- Moderadores : as pessoas da empresa que aplicaram a pesquisa.
- Materiais relacionados: links para materiais brutos ou do planejamento da pesquisa. Como o roteiro, fotos, áudios, apresentação dos resultados e massas com outras informações.

2º Registre cada usuário participante 🕰

Após ter registrado a pesquisa, inserir os dados dos usuários relacionados à ela na página "Usuários". Essa página existe para identificar quem foram as pessoas pesquisadas:

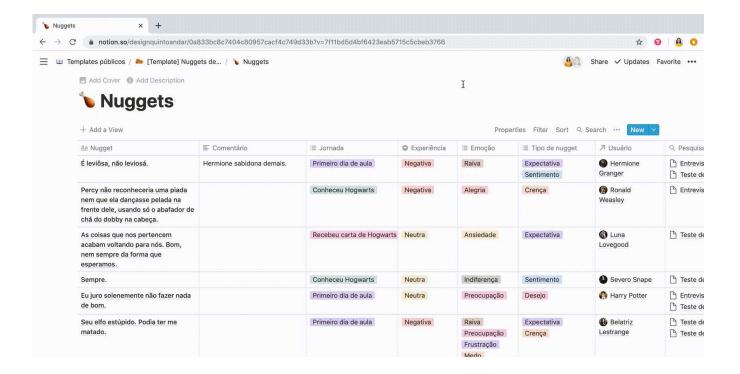




- **Nome** : nome e sobrenome do usuário.
- **Idade**: idade informada por ele.
- **Tipo de usuário** : qual o usuário no ecossistema da empresa. Os inquilinos, proprietários, corretores e fotógrafos são diferentes usuários do QuintoAndar, por exemplo.
- **Descrição**: um breve resumo sobre a pessoa. Como ela se apresentou?
- **Pesquisa** : selecione uma pesquisa de origem (já registrada anteriormente).
- Cidade : de onde a pessoa é ou mora.
- **Materiais**: fotos da pessoa, áudios, vídeos ou outros materiais utilizados na pesquisa, como protótipos.

3º Finalmente, vínculos os nuggets!

Chegamos no coração da base: a página "Nuggets". Registre-se como falas dos usuários individualmente e categorize o nugget de acordo com alguns parâmetros:





- Nugget : a fala do usuário.
- **Comentário**: informações adicionais sobre o contexto do pepita. Para saber se vale a pena comentar, avalie se alguém que não fez uma pesquisa vai entender o nugget por si só. Também é uma oportunidade de registrar informações além da fala, como: gestos, expressão corporal, elementos do ambiente físico, etc.
- Momento da jornada : a etapa da jornada do usuário que se refere.
- Experiência: se a experiência adquirida foi positiva, neutra ou negativa.
- **Emoção**: a emoção da pessoa quando ela expressou o pepita, como raiva, confusão, alívio, indiferença, alegria, ansiedade, etc.
- **Usuário**: quem expressou o nugget. Selecione o perfil que foi criado na página "Usuários".
- **Tipo de pepitas** : se uma frase expressa uma ação, preferência, expectativa, expectativa, sentimento ou desejo do usuário.

O que são os tipos de nuggets? 🚱

São definições utilizadas por Indi Young, no livro *Mental Models*, que aproveitamos para classificar o conteúdo dos nuggets, a partir do que as frases dos usuários expressam:

- **Ação:** frase com a descrição de uma "tarefa" executada pelo usuário, algo que ele faz ou feito. **Ex:** "Encontrei vocês pesquisando na internet."
- **Preferência**: quando o usuário diz que gosta (ou não) de algo de uma maneira certa. **Ex**: "Eu não gosto de usar o aplicativo para buscar imóveis, gosto de procurar pelo site."
- **Crença:** frase com um achismo, algo que o usuário acredita, mas não precisa ser uma verdade. **Ex**: "A geração de hoje em dia não pensa mais em comprar uma casa."
- Expectativa : quando o usuário espera que algo aconteça, tem a ver com noção de futuro. Ex : "Uma mesma facilidade que eu tive com assinatura do contrato quero ter na saída."

- **Sentimento:** frase que carrega um sentimento ou emoção na fala. **Ex:** "É muito frustrante não me conseguir mudar por falta de fiador."
- **Desejo:** algo que o usuário quer. Diferente da expectativa, não tem um necessariamente com futuro. **Ex**: "Todo lugar deveria ser digital, queria não ter gasto tanto tempo e dinheiro autenticando documentos."

Quando criar os nuggets?

Os nuggets podem (e devem) ser criados depois de qualquer pesquisa qualitativa. Quanto mais nuggets, mais diversificada e consistente vai ser a sua base. Estimule as equipes a pensarem nos nuggets desde uma etapa pré-pesquisa, quando planejam como vão conduzir e registrar uma interação com os usuários, ea considerar o registro dos nuggets uma etapa da jornada de pesquisa em si.

Por que fazer os nuggets?

- Os resultados das pesquisas tornam-se mais flexíveis e fáceis de serem acessados, de forma "self service".
- Conseguimos reutilizar e comparar pesquisas que vão sendo realizadas.
- Podemos encontrar padrões nos resultados de diferentes pesquisas ao filtrar e analisar uma coleção de nuggets.
- E podemos escalar as falas dos usuários com a empresa, estimulando que as contas de decisão baseadas em evidências diretas das pessoas que utilizam nosso serviço.

A jornada de adaptação da abordagem dos pepitas para o contexto do QuintoAndar já foi experimental. Estamos iterando, entendendo os gargalos e possibilidades, conforme o uso dos designers e de outros stakeholders.

Já testou implementar os nuggets de pesquisa na sua empresa? Compartilhe uma experiência com a gente! :)

Pesquisa do usuário Nuggets Pesquisa Atômica Design de produto Processos

CercaEscreverAjudaJurídico de

Get the Medium app



