

Get started

Open in app



Follow

29K Followers



COVID-19 e UX Research: como pesquisar em tempos de Corona

Dicas para mapear a experiência sem colocar em risco sua saúde e a de seus usuários.



Sheylla Lima Mar 18, 2020 · 5 min read



Já está claro que a COVID-19 causada pelo "CORONAVAIRUS!!" afetou a vida de todo mundo. Nesse momento é importante manter a segurança e, se possível, a produtividade. Tanto pro bem da nossa saúde mental, quanto pra economia do país.

Pra quem trabalha diretamente com pessoas o desafio de continuar a rotina pode ser ainda maior. Por isso, aqui vão algumas dicas de como coletar dados da experiência sem colocar em risco sua saúde e a de seus usuários.

1. Faça pesquisas remotas

- **Benchmarking:** analisar produtos semelhantes é sempre uma boa ideia pra entender padrões do mercado, comparar soluções e conseguir referências. Na quarentena, nada de visitas presenciais! Faça videochamada com outras pessoas da área (pesquisadores e designers) e busque materiais de fontes coletivas.



Ferramentas: pra falar com pessoas: [Hangouts](#) e [Zoom](#); pra ver interfaces: [Awwwards](#), [Dribbble](#), [Pinterest](#) e [Behance](#).

- **Card sorting:** geralmente é feito usando post-its ou cartões impressos. Que tal usar ferramentas online que permitem criar e organizar cartões? E você nem precisa recorrer a um *software* pago (mas se quiser pode).

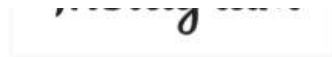


Apresentações

Ferramentas: [Miro](#) e [Apresentações Google \(Power Point\)](#)

- **Diário de uso:** você pode criar um formulário com pontos chave que deseja mapear e enviar para os participantes diariamente/semanalmente ou pedir gravações em áudio ou vídeo.





Ferramentas: Whatsapp, Typeform, Instagram (para os mais descolados)

- **Entrevistas em profundidade:** pra quem está acostumado a fazer entrevistas face a face, a versão remota pode ser uma grata surpresa. As ferramentas de vídeo-chamada atuais mantêm a qualidade das entrevistas e ainda permitem alcançar pessoas de todos os lugares.



Hangouts

zoom



lookback

Ferramentas: Hangouts, Zoom e Lookback

- **Mapas de calor:** pra entender comportamentos, nem sempre você precisa falar diretamente com as pessoas. Os mapas de calor mostram que caminhos os usuários fazem em sua plataforma: aonde clicam, até onde rolam a página, como se movem e em que parte do funil costumam desistir.



Ferramenta: Hotjar, Heatmap.com e Crazy egg

- **Questionários online:** sempre foram uma forma rápida e barata de conseguir a opinião de clientes e testar hipóteses. Agora, eles se tornam uma ferramenta ainda mais importante no dia dia.



Formulários



SurveyMonkey

Ferramentas: Formulário Google, Typeform e SurveyMonkey

- **Teste de Usabilidade:** existem diversas ferramentas prontas pra teste de usabilidade remoto, inclusive a Testaissimo, que é brasileira. Experimente e escolha a que melhor se adapta à sua realidade.



Ferramentas: Testaissimo, Qualaroo, User feel, User testing, Validately,

2. Olhe os comentários

Acompanhe a **nota nas lojas de aplicativo** (Android e iOS), colete e **tabule comentários em todas as redes sociais possíveis**. Esses insumos podem trazer uma percepção muito realista da experiência.

***Dica:** se a sua empresa ainda não tem uma comunidade de sugestões de clientes, essa é uma boa hora pra criar. Se já tem, bora ver o que estão falando!*



3. Ouça o que falam

Chamados no call center, chat e outros canais de atendimento são importantes aliados de todo pesquisador. Esses dados já estão "dentro de casa" e se você ainda não faz uso deles, está na hora de começar.



4. Use os dados da base

Agora é um bom momento pra dar aquela atenção para as **informações de clientes que já estão na base**. Ao começar um projeto, questione-se: que tipo de dados da base poderiam me ajudar a responder a pergunta de pesquisa?

Então, explore os dados demográficos e também os de uso do produto: último login, ligações no *call center*, *churn*, funcionalidades mais usadas, páginas mais acessadas, funcionalidade não usadas e assim vai.



5. Fale com outros pesquisadores

Existe uma [comunidade de Research Ops no Slack](#) onde pesquisadores do mundo inteiro se ajudam com dicas sobre UX Research. É um ótimo local pra tirar dúvidas sobre ferramentas e processos.

Lá tem o `#local_brazil`, que é um canal pra gente se ajudar em PT-BR



ResearchOps

researchops-community.slac...

E agora?

Bora aplicar esse conhecimento e manter as pesquisas funcionando pra melhorar cada vez mais a experiência das pessoas.

Se gostou desse artigo, clica nas palminhas e manda pras amigas. Se não gostou, mande pras inimigas ;)

Vocabulário:

UX Research: Pesquisa em UX (experiência do usuário) é a investigação dos usuários e seus requisitos, a fim de adicionar contexto e insights sobre o processo de projetar a experiência do usuário.

Churn: também conhecido como *churn rate*, é um indicador que mede a taxa de cancelamento.

Benchmarking: (em tradução livre, pode ser traduzido como “ponto de referência”). Trata-se um processo de pesquisa que compara produtos, práticas empresariais, serviços ou metodologias usadas por outras pessoas ou empresas, absorvendo algumas características para alçarem um nível de superioridade gerencial ou operacional.

Card Sorting: é um método de pesquisa onde os usuários são convidados a organizar itens em grupos e criar um nome para cada grupo.

Diário de uso: no diário de uso continuado o usuário documenta por conta própria a experiência com o produto ou serviço.

Sign up for UX Collective Brasil

By UX Collective BR

Design. Feito no Brasil. [Take a look.](#)

Get this newsletter

[About](#) [Write](#) [Help](#) [Legal](#)

Get the Medium app

