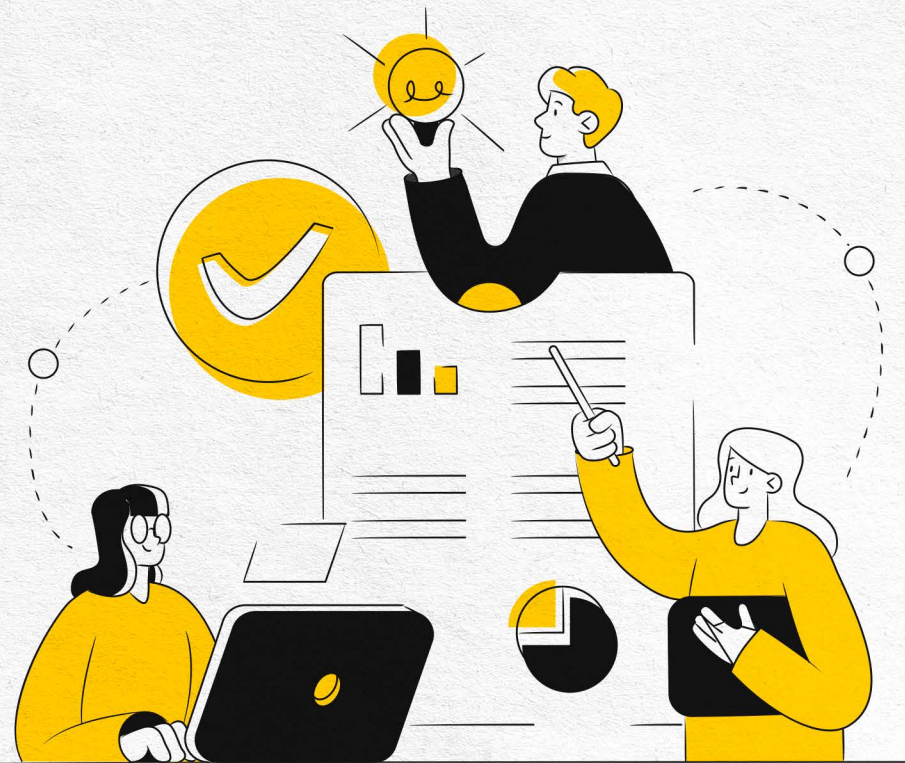


Interação com o cliente em 03 passos

Um guia rápido para construção
do processo de validação do negócio

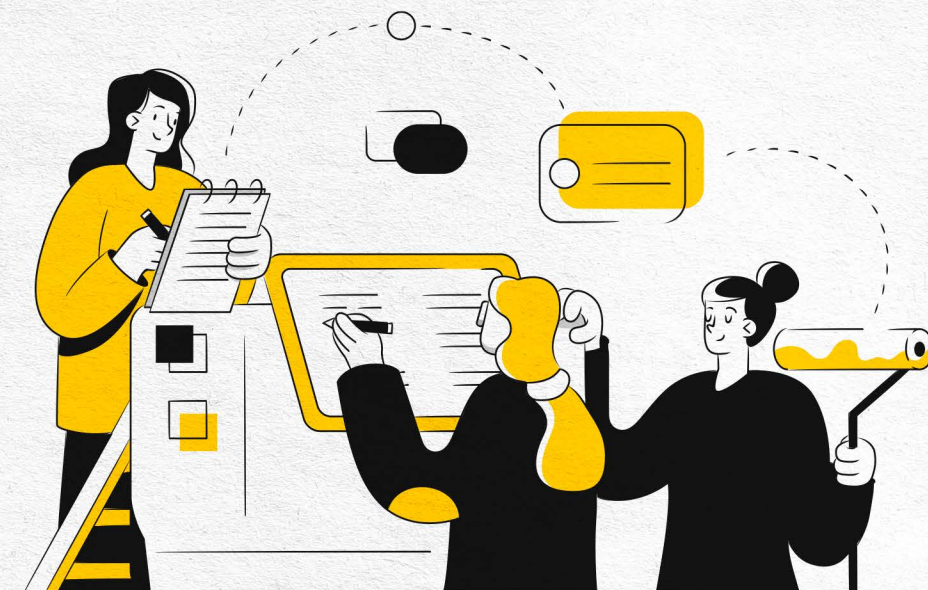




1.

PREPARANDO-SE PARA O PROCESSO DE INTERAÇÃO

PREPARANDO-SE PARA O PROCESSO DE INTERAÇÃO



O processo de inovação envolve uma análise aprofundada dos problemas reais enfrentados pelos clientes.

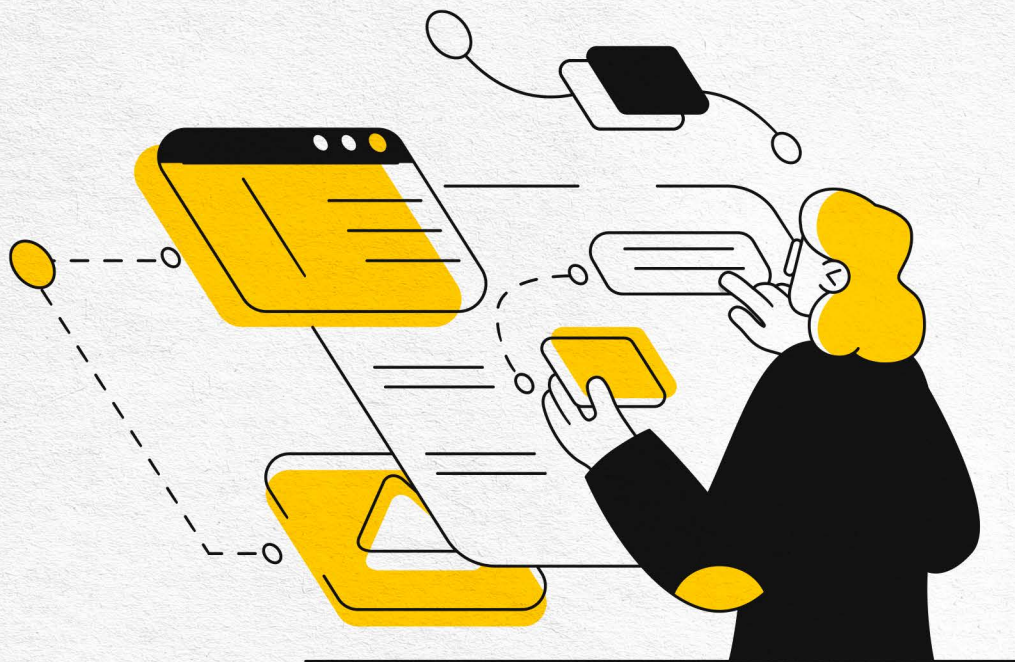
Talvez você ainda não tenha se dado conta, mas por trás de todo produto ou serviço, existe um conjunto de fatores funcionais e emocionais que condicionam o engajamento por parte do cliente (para aprofundamento, ver conceito de *Job to be done*).

Um dos grandes desafios dos empreendedores é compreender como estruturar e realizar a interação com os clientes. Por isso, separamos algumas dicas para ajudar você nesse processo:

DICAS



- Defina os tipos de clientes que serão entrevistados, quem serão os possíveis usuários da solução ou pessoas que podem auxiliar na análise do problema que você está buscando pesquisar.
- Elabore perguntas abertas em que seja possível colher detalhes do processo. Não faça um formulário de múltipla escolha ou que condicione a resposta a um mero sim ou não.
- Evite perguntas tendenciosas, que tentem afirmar a resposta que você supõe ser uma verdade, induzindo o entrevistado a responder aquilo que você busca confirmar.
- Não interrompa o posicionamento do entrevistado, fale o mínimo possível, e o deixe à vontade para expor a sua opinião.
- Não julgue o que é dito pelo entrevistado, a sua missão é ser um bom ouvinte nesse momento.
- Não tenha medo de abordar o potencial cliente! Durante o processo é normal que alguém se recuse a falar, assim como muita gente vai se dispor a colaborar.
- Fale com pessoas que vivem e entendem a circunstância do problema que você está buscando entender. Entrevistar pessoas erradas trará interpretações equivocadas do problema.
- Prepare-se para as interações e não introduza pessoas sem conhecimento do processo para conduzir as entrevistas.
- Selecione as perguntas mais importantes e reserve um tempo médio de 20 minutos para cada entrevista.
- Priorize as interações presenciais, uma vez que é possível notar as emoções do entrevistado, como gestos, expressões e tom de voz.



2.

A CONSTRUÇÃO DO QUESTIONÁRIO PARA A ENTREVISTA

A CONSTRUÇÃO DO QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA



Explore o contexto do problema, a fim de compreender melhor a situação vivenciada pelo cliente, descobrindo o que ele está tentando fazer e com que objetivo.

Exemplo: se você está conversando com um cliente de uma sapataria procure entender o que o levou até o local, quais as razões que o motivaram a estar ali.

Talvez você pense: mas ele só quer um sapato! Mas, a qual aspecto a compra desse sapato está condicionada? Digamos que o que é sapato para você, signifique autoestima, boa aparência ou conforto para o cliente. Esse sapato será usado para uma ocasião muito importante, uma festa de família, um evento corporativo ou casamento?

A CONSTRUÇÃO DO QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA



Incômodos: busque conhecer as dificuldades e os incômodos sofridos pelo cliente. Quais as frustrações envolvidas pelo cliente diante de uma situação, quais são as chateações enfrentadas pelo uso que o estimulam a buscar uma nova condição de uso.

O que mais te chateia nesse processo? Por quê? Quais os sentimentos negativos quando isso acontece?

Exemplo: o que incomoda o cliente ao utilizar um sapato? Quais as frustrações ao tentar realizar essa ação?

A CONSTRUÇÃO DO QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA



3º Passo

Aspectos Motivadores: procure entender o que motiva o cliente a realizar determinada ação.

Exemplo: o que te motivou a escolher determinado sapato?



4º Passo

Hábitos: procure conhecer o dia a dia do cliente, buscando entender como ele realiza essa atividade hoje, identificando o que o agrada e desagrada no método utilizado hoje. Como ele faz e porquê.

Exemplo: geralmente, com que frequência você usa sapato? O que te agrada nos sapatos que você tem?

A CONSTRUÇÃO DO QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA



5º Passo

Ansiedades: explora os receios envolvidos com a adoção de uma nova solução, o que impede o cliente de buscar o novo.

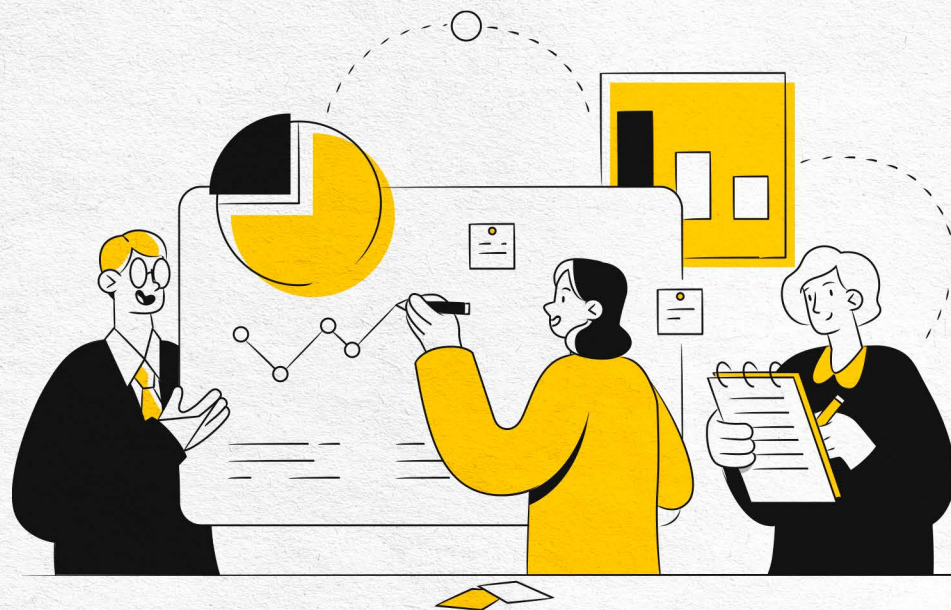
Exemplo: por que você não adquiriu outras opções de calçados? Por que você não muda de marca?



6º Passo

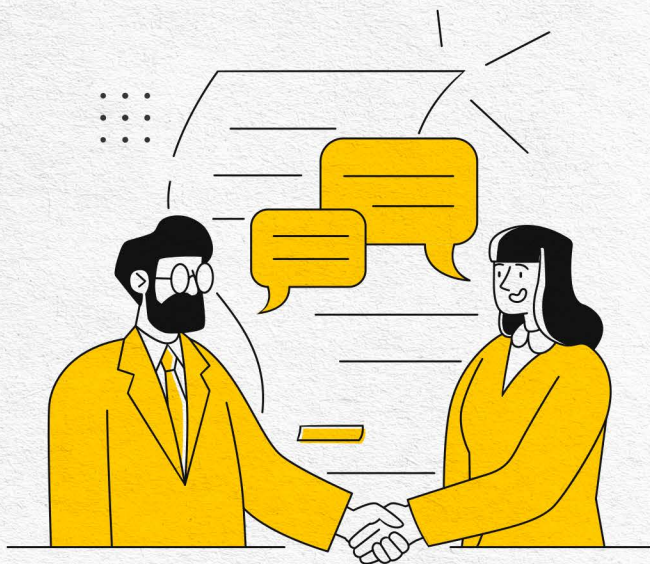
Definição de Sucesso: o foco deste grupo de perguntas é descobrir como o cliente classifica que obteve sucesso naquilo que pretende fazer.

Exemplo: quais os critérios você considera para definir que alcançou sucesso no que pretendia fazer?



3. ANÁLISE DE DADOS

ANÁLISE DE DADOS



Após a coleta dos dados resultantes da interação com o cliente, é hora de organizar as informações, separando as respostas por blocos, identificando tendências entre elas e selecionando os insights mais importantes. Não existe uma regra para a análise, que vai depender do objetivo inicial da interação, mas algumas perguntas podem auxiliar você nessa compilação:

ANÁLISE DE DADOS



- O número de interações realizadas foi suficiente para a obtenção das informações que você precisa? Caso sim, inicie a tabulação. Caso não, continue no processo até ter dados o bastante para os seus insights.
- O problema imaginado inicialmente por você foi validado? Se não, qual foi o problema mais relevante identificado durante as interações?
- Quais foram as respostas que mais se repetiram em cada um dos blocos (Incômodos, Motivações, Hábitos, Ansiedades e Critérios de Sucesso)?

Com a posse dessas informações, agora você já pode começar a pensar em possíveis soluções para os problemas enfrentados pelos clientes.

*Este conteúdo foi inspirado nas metodologias de desenvolvimento de empreendimentos inovadores criada pela Fundação CERTI e aplicada pelos Agentes Locais de Inovação do Sebrae



Confira editais abertos no site
www.programacentelha.com.br
e saiba mais!

**Assine nossa Newsletter e
não perca nenhum conteúdo.**

Clique aqui e assine!

Parceria:



CONFAP
Conselho Nacional das Fundações
Estaduais de Amparo à Pesquisa



Realização:



MINISTÉRIO DA
CIÊNCIA, TECNOLOGIA
E INOVAÇÕES

