

Ideação 5 - Pesquisa de mercado

Esta lição pode ajudá-la a ganhar o máximo de pontos nestas linhas da [rubrica de julgamento](#): "Potencial impacto nos usuários diretos e indiretos" e "Análise do Concorrente". Também pode ajudar com "Evidências de problemas importantes e significativos".

Nesta lição, você vai ...

- Saber mais sobre quem é seu público-alvo;
- Entrevistar seu público-alvo para saber mais sobre eles;
- Decidir como reagir às descobertas da *pesquisa do usuário* para melhorar sua ideia;
- Pesquisar seus concorrentes para aprender como se destacar deles;
- Decidir como reagir às descobertas da *análise concorrência* para melhorar sua ideia

Termos e Conceitos Chaves

Público Alvo - pessoas que vão usar o seu aplicativo.

Pesquisa - coleta de informações sobre um assunto.

Usuário - alguém que usará seu aplicativo.

Pesquisa do Usuário - aprender com seu público-alvo, ou com as pessoas que usarão seu aplicativo, para ajudá-las a entender seus desejos e necessidades.

Competidores/Concorrência - as pessoas ou empresas que fazem coisas semelhantes ao seu aplicativo.

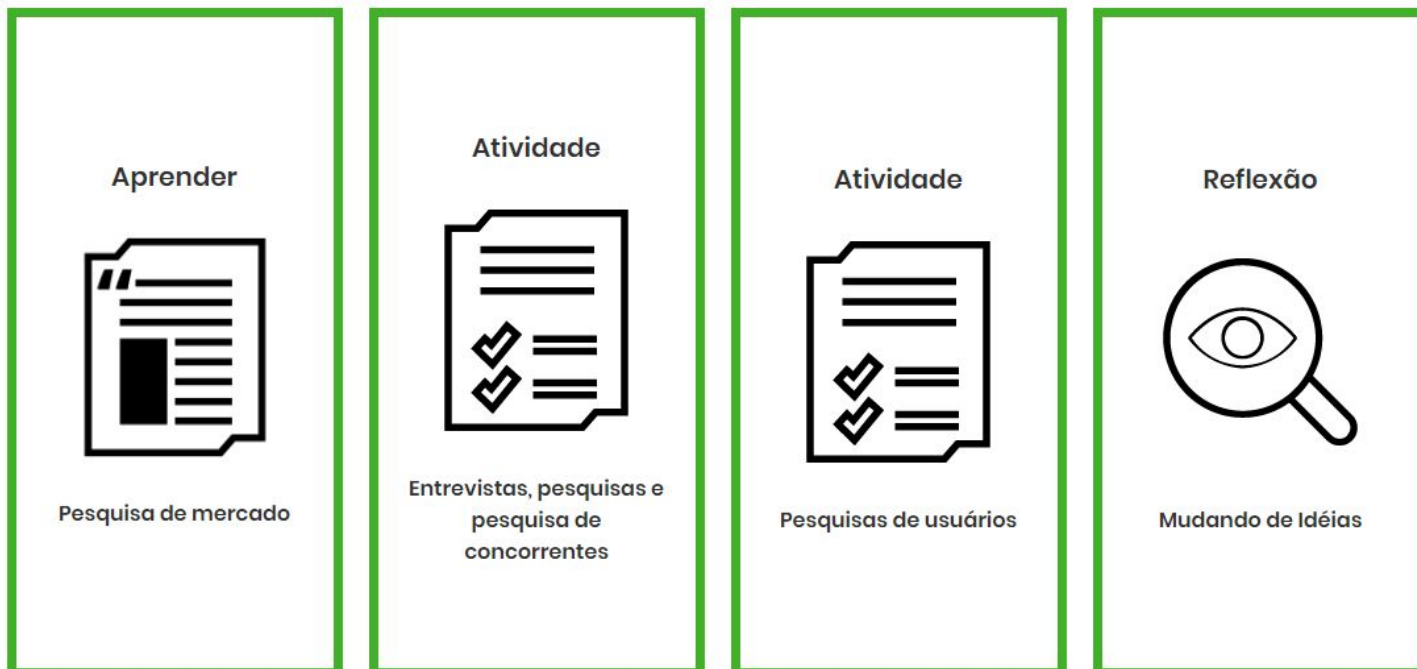
Análise da Concorrência - coleta de informações sobre seus concorrentes

Entrevistas - fazer perguntas a uma pessoa e registrar suas respostas pessoalmente ou por telefone

Pesquisas - fazer perguntas a um grupo de pessoas usando papel ou formulário online

Perguntas de múltipla escolha - perguntas que têm um conjunto de respostas para que uma pessoa possa escolher entre opções fornecidas

Perguntas de escala - uma pergunta em que a resposta é escolhida a partir de uma gama de valores, ou seja, 1-5, onde os valores significam algo



Inspiração

Agora que você tem uma ideia para o seu aplicativo, provavelmente deseja começar a criá-lo imediatamente. Mas espere! Antes de começar, você tem um pouco mais de trabalho a fazer. Só porque você acha que algo é uma ótima ideia, não significa necessariamente que outras pessoas vão pensar que é ou que vão querer usá-lo.

Ao criar uma empresa, seu objetivo é fazer com que o maior número possível de pessoas use seu aplicativo. Antes de gastar muito tempo e esforço criando seu aplicativo, você precisará se certificar de que as pessoas realmente o usarão quando estiver pronto.

Esta lição irá guiá-lo por diferentes maneiras de coletar informações sobre seu **mercado-alvo** ou as pessoas que usarão seu aplicativo. Você também coletará informações sobre seus **concorrentes** ou sobre as pessoas ou empresas que fazem coisas semelhantes ao seu aplicativo. Usando essas informações, você poderá ajustar a ideia do seu aplicativo para que mais pessoas o usem e você tenha ainda mais sucesso.

Aqui estão algumas das perguntas que você será capaz de responder ao final desta lição:

- As pessoas usarão meu aplicativo se eu criá-lo?
- Existem pessoas suficientes que usarão meu aplicativo para justificar sua criação?
- Meu aplicativo resolverá o problema que eu acho que resolverá?
- O que posso mudar na minha ideia para melhor atender às necessidades do meu público-alvo?

Você está economizando muito tempo ao descobrir essas informações antes de começar a construir seu aplicativo! Você também pode continuar a fazer mais pesquisas de mercado enquanto constrói, se quiser um produto realmente forte.

Público Alvo

A primeira coisa que você fará é descobrir quem é seu **público-alvo**.

Seu público-alvo são as pessoas que usarão seu aplicativo. Então, como você descobre quem são estes? Você pode começar pensando sobre quem é afetado pelo problema que você identificou. Talvez você esteja resolvendo um problema para adolescentes, idosos, pais ou outra pessoa em sua comunidade.

Se você estiver travando, revise seu trabalho da Lição 1 de Ideação sobre quem é sua comunidade.

Exemplos:

Produtos	Mercado alvo
Bonecas barbie	Crianças entre 3 e 12 anos
Alimentos para gatos enlatados	Donos de animais que possuem um gato
Whatsapp	Pessoas que possuem um smartphone

Pesquisa de Mercado

Em seguida, você fará algumas **pesquisas**. Pesquisa é a coleta de informações sobre algo. Nesta lição, você aprenderá sobre dois tipos de pesquisa: pesquisa de usuário e análise de concorrentes.

1. **A pesquisa do usuário** está aprendendo com seu público-alvo ou com as pessoas que usarão seu aplicativo, para ajudá-las a entender seus desejos e necessidades. Um **usuário** é alguém que usará seu aplicativo. Descobrir essas informações a ajudará a criar um aplicativo que as pessoas queiram usar.
2. **A análise do concorrente** está coletando informações sobre seus concorrentes. **Os concorrentes** são pessoas ou empresas que fazem coisas semelhantes ao seu aplicativo. Ao reunir informações sobre seus concorrentes, você pode procurar maneiras de se destacar deles para que as pessoas **queiram usar seu aplicativo** em vez de qualquer outra coisa.

Para fazer pesquisas de usuário, você pode **entrevistar** pessoas que você acha que usarão seu aplicativo. Para realizar uma entrevista, você fará a um **usuário em potencial** uma série de perguntas pessoalmente ou por telefone. Você também pode perguntar a eles por e-mail ou através de formulários nas mídias sociais.

Existem diferentes tipos de perguntas que você deve fazer.

1. **Perguntas sobre o problema que você deseja resolver** . Isso ajudará a descobrir se seu mercado-alvo tem o problema que você acha que ele tem. Você também pode entrevistar especialistas em sua comunidade para entender o problema. Por exemplo, se o seu aplicativo for sobre água potável, você pode entrevistar um funcionário do meio ambiente local ou uma ONG que estuda esse assunto.
2. **Perguntas sobre o aplicativo que você deseja criar**. Essas perguntas o ajudarão a entender se alguém usará seu aplicativo e se seu aplicativo é capaz de resolver o problema que você está tentando resolver.

Here are a few examples of questions you can use for each type of interview:

Perguntas sobre o problema:	Perguntas sobre o aplicativo:
<ul style="list-style-type: none">• Você atualmente tem esse problema?• O que você faz sobre esse problema agora?• Se meu aplicativo existisse, você o usaria? Com que frequência?	<ul style="list-style-type: none">• Quais recursos você gostaria de ver neste aplicativo?• Você pagaria por este aplicativo? Quanto? Ou se "Não", por quê?• Isso o lembra de outra coisa que já existe?

Reunir as respostas a essas perguntas o ajudará a ter certeza de que está criando o melhor aplicativo possível. Após cada entrevista, você deve se perguntar:

"Como posso mudar minhas ideias com base no que acabei de aprender?"

PESQUISAS

As pesquisas permitem que você faça perguntas a muitas pessoas ao mesmo tempo. As pesquisas ajudarão a coletar mais dados rapidamente e você poderá aprender muito com os resultados. Além de suas entrevistas, você também deve usar pesquisas para obter informações.

Você pode dar pesquisas em papel ou online. Se você quiser usar pesquisas em papel, pode ser útil distribuí-las para um grande grupo, como uma sala de aula ou para todos que entram na biblioteca da escola. Se você deseja distribuir sua pesquisa online, aqui estão dois sites populares para usar:

- [Google Forms](#) - fácil de usar; você pode criar suas próprias perguntas, gratuito;
- [Survey Monkey](#) - muito popular, alguns recursos você precisará pagar.

Então, o que você pergunta em uma pesquisa? Isso será semelhante ao que você pergunta em uma entrevista. Você deve fazer perguntas sobre o problema e a solução. No entanto, como você distribuirá a pesquisa para muitas pessoas, certifique-se de que suas respostas sejam fáceis de

entender. Em vez de usar questões abertas em que cada pessoa deve escrever uma resposta, você deve tentar usar **questões de múltipla escolha** ou **questões de escala**. Isso economiza tempo para as pessoas que estão respondendo à pesquisa e será mais fácil para você analisar. Você deve tentar obter pelo menos 15 respostas à sua pesquisa.

As **perguntas de múltipla** escolha têm um conjunto de respostas que uma pessoa pode escolher. aqui estão alguns exemplos:

- Com que frequência você fica estressado?
 - Sempre / às vezes / nunca
- Você já tirou uma selfie?
 - Sim / não

As **perguntas de escala** pedem que a pessoa responda a uma pergunta usando um número, onde os números significam algo. Normalmente você diz à pessoa o que significa o número mais baixo e o que significa o número mais alto. A pessoa pode então escolher qualquer número entre o maior e o menor para responder à pergunta.

- Em uma escala de 1 a 10, quão feliz você está no seu trabalho?
 - 1 = Extremamente Infeliz, 10 = Extremamente Feliz
- Em uma escala de 1 a 5, com que frequência você se exercita?
 - 1 = Nunca, 5 = Todos os dias

Here are two example surveys:

<p>Produto: Shazam</p> <p>Questões de pesquisa:</p> <p>1. Você gosta de ouvir música?</p> <ul style="list-style-type: none">• Sim ou não <p>2.Com que frequência você ouve uma música de que gosta, mas não sabe o nome ou quem a tocou?</p> <ul style="list-style-type: none">• Escala de 1-10 onde 1 = não muito frequentemente, 10- muito frequentemente <p>3.Podemos entrar em contato com você para falar mais sobre um novo aplicativo de identificação de música?</p> <ul style="list-style-type: none">• Sim ou não	<p>Produto: Angry Birds</p> <p>Questões de pesquisa:</p> <p>1.Você gosta de jogos de quebra-cabeça?</p> <ul style="list-style-type: none">• Sim ou não <p>2.Qual é seu nível de satisfação com as opções atuais de jogos para celulares?</p> <ul style="list-style-type: none">• Escala de 1-10 onde 1 = Não satisfeito, 10- Muito satisfeito <p>3.Podemos entrar em contato para conversar mais sobre isso?</p>
---	--

- Sim ou não

Depois de obter os resultados de uma pesquisa, você precisa descobrir o que eles significam e como podem ajudá-las. A maioria das pessoas disse que teria interesse em seu aplicativo? Qual foi a resposta mais comum para as diferentes perguntas? Aqui está um exemplo de como analisar os resultados da pesquisa:

<p>Shazam - Resultados</p> <p>Resultados (dados coletados)</p> <ul style="list-style-type: none">• 45 em cada 50 disseram "Sim", gostam de ouvir música.• 22/50 relataram uma satisfação inferior a 5.• 40/50 disseram "Sim" e deixaram informações de contato. <p>Conclusões:</p> <ul style="list-style-type: none">• Há um bom tamanho de mercado para o aplicativo.• Muitas pessoas ouvem música de que gostam, mas não sabem o nome da música ou quem a executa.• As pessoas estão interessadas em falar conosco sobre um novo aplicativo de identificação de música.	<p>Angry Birds - Resultados</p> <p>Resultados (dados coletados)</p> <ul style="list-style-type: none">• 30 entre 50 disseram "Sim", eles gostam de jogos de quebra-cabeça.• 12/50 relataram uma satisfação inferior a 5.• 40/50 disseram "Sim" e deixaram informações de contato. <p>Conclusões:</p> <ul style="list-style-type: none">• Há um bom tamanho de mercado para o aplicativo.• A maioria das pessoas está bastante satisfeita com as opções de jogos para celular.• As pessoas estão interessadas em falar conosco sobre um novo aplicativo de jogo.
---	---

Assim que tiver os resultados da pesquisa, você pode transformar as informações em um infográfico. Existem muitas ferramentas online (tente pesquisar "Como criar um infográfico" ou "ferramentas de infográfico gratuitas mais fáceis") que podem ajudá-lo a criar infográficos ou você pode sempre usar os gráficos do Google em um slide do Google!

Análise da Concorrência

A Análise da Concorrência vai te ajudar a entender que tipo de empresa já existe que está resolvendo o mesmo problema que você. Você deseja que seu mercado-alvo use seu aplicativo em vez de usar outra coisa. Para fazer com que eles usem seu aplicativo, você terá que se certificar de que é melhor do que o que já existe por aí. Lembre-se de que seu concorrente pode não ser um aplicativo ou nem mesmo usar tecnologia!

Aqui estão alguns exemplos de aplicativos e seus concorrentes:

Aplicativo	Concorrentes
Instagram	Facebook, Snapchat
Kindle App	Livros, bibliotecas, outros aplicativos de leitura eletrônica, revistas
Uber	Serviço regular de táxi, ônibus, transporte público, compartilhamento de bicicletas
Whatsapp	Bate-papo do Google, FB messenger, e-mails, cartas

Ao procurar essas empresas e estudá-las, você poderá descobrir como tornar seu aplicativo melhor. Aqui estão algumas perguntas que você pode responder com sua análise da concorrência:

- Como funciona o produto do seu concorrente?
- Qual problema isso resolve?
- O que há de especial no que seus concorrentes oferecem?
- Como você pode se destacar de seus concorrentes?
- Quem é o público-alvo para este produto?
- O que você pode aprender com este produto?
- O que seu concorrente está perdendo e o que você poderia incluir em seu aplicativo?
- O que não está funcionando para seu concorrente?

Você está pronta para tornar sua ideia de aplicativo melhor? Conclua as atividades abaixo!

Atividade: Entrevistas de usuários, Pesquisa de usuário e Análise da concorrência.

[Você precisará dessa planilha para realizar as atividades a seguir](#)

Do que você vai precisar?

- Caneta e Papel
- Se trabalhar de forma online, preencha a planilha

Entrevistas de usuários

O que você vai fazer:

1. Entreviste pelo menos três pessoas que você acha que estão no mercado-alvo de seu aplicativo. Você pode usar a planilha para começar. Entrevistar mais pessoas é melhor.
2. Adicione mais perguntas além daquelas na planilha. Pense no que você deseja aprender com seus usuários em potencial.
3. Quando terminar, reflita sobre o que aprendeu. O que você mudará na ideia do seu aplicativo?

Dica: para um feedback ainda mais significativo, converse com mais de três pessoas e entreviste novamente depois de começar a criar seu aplicativo também. Provavelmente, você terá diferentes perguntas que deseja fazer, por exemplo, sobre recursos que está pensando em incluir.

Pesquisa de usuário

O que você vai fazer:

1. Crie uma pesquisa em papel ou online
2. Adicione mais perguntas além daquelas na planilha. Pense no que você deseja aprender com seus usuários em potencial.
3. Quando terminar, reflita sobre o que aprendeu. O que você mudará na ideia do seu aplicativo?

Análise da concorrência

O que você vai fazer:

1. Encontre pelo menos três outras empresas ou produtos que tratam do mesmo problema que seu aplicativo.
2. Use as perguntas da planilha como ponto de partida.
3. Adicione mais perguntas que você acha que serão importantes
4. Quando terminar, pergunte-se como pode mudar sua ideia com base no que aprendeu.

Atividade - Preparação do Plano de Negócios [Apenas Divisão Sênior]

Activity - Business Plan Preparation [Senior Division Only]

O que você vai precisar:

- Lugar para registrar suas ideias que você pode salvar e usar novamente. Você precisará disso para a próxima lição de Ideação e quando escrever seu Plano de Negócios completo
- Computador ou caneta e papel

O que você vai fazer:

Sintetize as informações que você reuniu com sua pesquisa de mercado. A seção de Análise de Mercado de seu plano de negócios inclui:

- O esboço de seus usuários-alvo.
- Descrição do mercado: Quem são os principais concorrentes?
- Como você acha que seu aplicativo móvel funcionará e por quê?
- Análise da concorrência: uma avaliação detalhada, destacando seus pontos fortes e fracos.

Dica: você provavelmente vai querer falar sobre como suas ideias ou aplicativo mudaram em resposta à pesquisa do usuário e do concorrente. Você pode escolher onde se encaixa melhor para sua equipe: no Plano de Negócios ou no Vídeo de Argumento.

Lembre-se de salvar essas informações para usar na próxima lição e no seu Plano de Negócios.

Reflexão

Parabéns por fazer sua pesquisa de concorrentes e usuários. Lembre-se de que não há problema em mudar sua ideia e que você deve mudar sua ideia com base no que aprendeu.

À medida que desenvolve seu aplicativo, você deve fazer mais pesquisas sobre concorrentes e usuários. Você deve se certificar de que está sempre perguntando às pessoas que usarão seu aplicativo o que elas pensam e de que está sempre procurando maneiras de se destacar de seus concorrentes.

- Como você mudará sua ideia com base no que aprendeu com seus usuários?
- Como você se destaca de seus concorrentes?