

Ideação 7 – Pesquisa de Mercado

Esta aula pode ajudar-te a ganhar o máximo de pontos nas linhas da rubrica “focando o problema e a solução no Vídeo Pitch” . Também te vai ajudar a desenvolver a tua “Secção de Análise de Mercado do teu Plano de Negócios” [Só Divisão Sénior] ou “Plano de Adopção do Utilizador” [Só Divisão Júnior].

Nesta aula, tu vais...

- Aprender sobre quem é o teu mercado alvo
- Entrevistar o teu mercado alvo para saber mais sobre eles
- Decidir como reagir aos resultados da pesquisa de utilizadores para melhorar a tua ideia
- Pesquisar os teus concorrentes para aprenderes como te destacares deles
- Decidir como reagir aos resultados da pesquisa da concorrência para melhorar a tua ideia

Termos e Conceitos Chave	
Mercado Alvo - as pessoas que vão usar a tua aplicação	Pesquisa - recolher informação sobre um assunto
Utilizador - alguém que irá usar a tua aplicação	Pesquisa de Utilizadores - aprender com o teu mercado alvo, ou com as pessoas que vão usar o teu produto, para te ajudar a compreender os seus desejos e necessidades
Concorrentes - as pessoas ou empresas que fazem coisas semelhantes ao teu produto	Competitor Research - recolher informação sobre os teus concorrentes
Entrevistas - fazer perguntas a uma pessoa e gravar as suas respostas, pessoalmente ou por telefone	Inquéritos - fazer perguntas a um grupo de pessoas usando um formulário em papel ou online
Perguntas de Escolha Múltipla - perguntas que têm um conjunto de respostas que uma pessoa pode escolher	Questões de Escala - uma questão 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 tens uma ideia para o teu projecto, provavelmente queres começar a construí-lo imediatamente. Mas espera! Antes de começares, tens um pouco mais de trabalho para fazer. Só porque achas que algo é uma grande ideia, não significa necessariamente que outras pessoas pensem que é ou que queiram usá-lo.

Ao criares um negócio, o teu objectivo é conseguir que o maior número de pessoas possível utilize o teu produto. Antes de gastares muito tempo e esforço a construir a tua aplicação ou protótipo de IA, terás de te certificar de que as pessoas o utilizarão quando estiver pronto.

Esta aula irá guiar-te por diferentes formas de recolher informação sobre o teu **mercado alvo**, ou sobre as pessoas que irão usar o teu produto. Também irás recolher informação sobre os teus **concorrentes**, ou sobre as pessoas ou empresas que fazem coisas semelhantes ao teu produto. Usando esta informação, poderás ajustar a tua ideia de projecto para que mais pessoas a usem e terás ainda mais sucesso. Aqui estão algumas das perguntas que poderás responder até ao final desta aula:

- As pessoas vão usar o meu produto se eu o construir?
- Há pessoas suficientes que vão usar o meu produto para justificar a sua construção?
- O meu produto vai resolver o problema que eu penso que vai?
- O que posso mudar na minha ideia para melhor responder às necessidades do meu mercado alvo?

Estás a poupar muito tempo ao descobrires esta informação antes de começares a construir o teu projecto! Também podes continuar a fazer mais pesquisa de mercado à medida que constróis, se quiseres um produto realmente forte.

Mercado Alvo

A primeira coisa que vais fazer é descobrir quem é o teu **mercado alvo**. O teu mercado-alvo são as pessoas que vão usar o teu produto. Então como é que descobres quem é o teu mercado-alvo? Podes começar por pensar em quem é afectado pelo problema que identificaste. Talvez estejas a resolver um problema para raparigas adolescentes, idosos, pais ou outra pessoa da tua comunidade.

Se estás a ficar preso, revê o teu trabalho de Aula de Ideação 1 sobre quem é a tua comunidade.

Exemplos de mercados alvo:

Produto	Mercado Alvo
Bonecas Barbie	Crianças entre os 3-12 anos de idade
Comida de Gato enlatado	Donos de animais de estimação que possuem um gato
WhatsApp	Pessoas que possuem um smartphone

Pesquisa de mercado

A seguir, vais fazer alguma **pesquisa**. A pesquisa está a recolher informação sobre algo. Nesta aula, vais aprender sobre dois tipos de pesquisa: pesquisa de utilizadores e análise de competidores.

1. **A General Research** está a analisar a informação disponível sobre o problema que estás a resolver. Devas ter começado a fazer isto em Ideação 5
2. **A pesquisa de utilizadores** está a aprender com o teu mercado alvo, ou com as pessoas que vão usar a tua aplicação, para te ajudar a compreender os seus desejos e necessidades. Um **utilizador** é alguém que irá usar a tua aplicação. Descobrir esta informação vai ajudar-te a criar uma aplicação que as pessoas queiram usar.
3. **A análise dos competidores** está a recolher informação sobre os teus competidores. **Os concorrentes** são pessoas ou empresas que fazem coisas semelhantes à tua aplicação. Ao recolheres informação sobre os teus competidores, podes procurar formas de te destacares deles para que as pessoas queiram usar a tua aplicação em vez de outra coisa qualquer.

Para fazeres pesquisa de utilizadores, podes **entrevistar** pessoas que pensas que irão usar a tua aplicação. Para realizares uma entrevista, vais fazer uma série de perguntas a um potencial utilizador, pessoalmente ou por telefone. Também podes fazer-lhes perguntas por email, mas ajuda ouvir a sua voz e a sua reacção às tuas perguntas.

Há diferentes tipos de perguntas que deves fazer.

1. **Perguntas sobre o problema que queres resolver.** Isto ajudar-te-á a descobrir se o teu mercado alvo tem o problema que pensas que tem. Podes também entrevistar especialistas da tua comunidade para compreenderes o problema. Por exemplo, se a tua aplicação for sobre água limpa, podes entrevistar um funcionário do ambiente local ou uma Organização Governamental (ONG) sem fins lucrativos que estude este assunto.
2. **Perguntas sobre a aplicação que queres criar.** Estas perguntas vão ajudar-te a compreender se alguém vai usar a tua aplicação e se a tua aplicação é capaz de resolver o problema que estás a tentar resolver.

Aqui estão alguns exemplos de perguntas que podes usar para cada tipo de entrevista:

Perguntas sobre o problema:	Perguntas sobre o produto:
<ul style="list-style-type: none">● Tens actualmente este problema?● O que fazes agora em relação a esse problema?● Se a minha aplicação existisse, usá-las? Com que frequência?	<ul style="list-style-type: none">● Que características gostarias de ver este produto ter?● Pagavas por este produto? Quanto é que pagarias? Ou se "Não", porquê?● Isto faz-te lembrar algo mais que já existe?

A recolha de respostas a estas perguntas vai ajudar-te a ter a certeza de que estás a criar o melhor produto possível. Depois de cada entrevista deves perguntar-te: "Como posso mudar as minhas ideias

com base no que acabei de aprender?

Inquéritos

Os inquéritos permitem-te fazer perguntas a muitas pessoas ao mesmo tempo. Os inquéritos vão ajudar-te a recolher mais dados rapidamente, e vais poder aprender muito com os resultados. Para além das tuas entrevistas, deves também usar inquéritos para obteres informação.

Podes dar questionários em papel ou online. Se quiseres usar inquéritos em papel, pode ser útil dá-lo a um grande grupo, como uma sala de aula ou a todos os que entram na biblioteca da tua escola. Se quiseres dar a tua pesquisa online, aqui estão dois websites populares para usares:

- [Formulários Google](#) - fácil de usar; podes criar as tuas próprias perguntas, mas com tipos limitados de perguntas
- [Survey Monkey](#) - muito popular, algumas características pelas quais terás de pagar

Então o que é que perguntas num inquérito? Isto será semelhante ao que se pergunta numa entrevista. Deves fazer perguntas tanto sobre o problema como sobre a solução. No entanto, já que vais dar o inquérito a muitas pessoas, queres ter a certeza de que as suas respostas são fáceis de entender. Em vez de usares perguntas abertas em que cada pessoa tem de escrever uma resposta, deves tentar usar **perguntas de escolha múltipla**, ou **perguntas de escala**. Isto irá poupar tempo para as pessoas que fazem o questionário e será mais fácil para ti analisar. Deves tentar obter pelo menos 15 respostas para o teu questionário.

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

- Com que frequência te sentes stressado?
 - Sempre, às vezes, nunca
- Alguma vez tomaste uma fotografia de ti mesmo?
 - Sim ou Não

As perguntas da escala pedem à pessoa para responder a uma pergunta usando um número, onde os números significam algo. Normalmente dizes 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 mais alto e o mais baixo para responder à pergunta.

- **Numa escala de 1-10, quão feliz estás no teu trabalho?**
 - 1 = Extremamente Insatisfeito, 10 = Extremamente Feliz
- **Numa escala de 1 a 5, com que frequência fazes exercício?**
 - 1 = Nunca, 5 = Todos os dias

Aqui estão dois exemplos de inquéritos:

Produto: [Shazam](#)

Perguntas da Pesquisa:

1. Gostas de ouvir música?
 - o Sim ou Não
2. Quantas vezes ouves música que gostas mas não sabes o seu nome ou quem a executou?
 - o Escala 1-10 onde 1= Não muito frequentemente, 10- Muito frequentemente
3. Podemos contactar-te para falarmos mais sobre uma nova aplicação de identificação musical?
 - o Sim ou Não

Produto: [Pássaros Furiosos](#)

Perguntas da Pesquisa:

1. Gostas de jogos Puzzle?
 - o Sim ou Não
2. Até que ponto estás satisfeito com as opções actuais dos jogos para telemóveis?
 - o Escala 1-10 onde 1= Não Satisfeito, 10- Muito Satisfeito
3. Podemos Contacta-te para falar mais sobre isto?
 - o Sim ou Não

Assim que tiveres os resultados de um inquérito tens de descobrir o que significam e como te podem ajudar. A maioria das pessoas disse que estaria interessada no teu [produto](#)? Qual foi a resposta mais comum às diferentes perguntas? Aqui está um exemplo de como analisar os resultados de um inquérito:

Resultados (dados recolhidos)

1. 45 em 50 disseram "Sim", eles gostam de ouvir música.
2. 22/50 reportou uma satisfação de menos de 5.
3. 40/50 disse "Sim" e deixou a informação de contacto.

Conclusões:

- Existe um bom tamanho de mercado para a aplicação.
- Muitas pessoas ouvem música que gostam mas não sabem o nome da canção ou quem a interpreta.
- As pessoas estão interessadas em falar connosco sobre uma nova aplicação de identificação musical.

Resultados (dados recolhidos)

1. 30 em cada 50 disseram "Sim", eles gostam de jogos de puzzle.
2. 12/50 reportou uma satisfação de menos de 5.
3. 18/50 disse "Sim" e deixou informação de contacto.

Conclusões:

- Existe um bom tamanho de mercado para a aplicação.
- A maioria das pessoas está bastante satisfeita com as suas opções de jogo para telemóvel.
- As pessoas não estão interessadas em falar connosco sobre uma nova aplicação de jogo. Pode ser difícil obter feedback e pode significar que a ideia da aplicação não é boa.

Assim que tiveres os resultados do teu inquérito, podes transformar a informação num infográfico, que é

uma representação visual dos dados. Existem muitas ferramentas online (tenta pesquisar "Como criar um infográfico" ou "ferramentas infográficas grátis mais fáceis") que te podem ajudar a criar infográficos ou podes sempre usar os Google Charts num Google Slide!

Análise do Concorrente

A Análise da Concorrência ajudar-te-á a compreender que tipo de empresas já existem que estão a resolver o mesmo problema que tu. Queres que o teu mercado alvo use a tua aplicação ou invenção AI em vez de usar outra coisa qualquer. Para que eles usem o teu produto, terás de te certificar de que és melhor do que aquilo que já existe lá fora. Lembra-te que o teu concorrente pode até não usar tecnologia!

Aqui estão alguns exemplos das aplicações e dos seus concorrentes:

App	Competidores
Instagram	Facebook, Snapchat
Aplicação Kindle	Livros, Bibliotecas, Outras aplicações de leitura electrónica, revistas
Uber	Serviço regular de táxi, autocarro, transporte público, partilha de bicicletas
Whatsapp	Google chat, FB messenger, e-mails, cartas

Procurando estas empresas e estudando-as, poderás descobrir como tornar o teu **produto** melhor. Aqui estão algumas perguntas que podes responder com a análise dos teus concorrentes:

- Como funciona o produto do teu concorrente?
- Qual é o problema que resolve?
- O que há de especial no que os teus concorrentes oferecem?
- Como te podes destacar dos teus concorrentes?
- Quem é o mercado alvo para este produto?
- O que podes aprender com este produto?
- O que é que falta ao teu concorrente que possas incluir no teu **produto**?
- O que é que não está a funcionar para o teu concorrente?

Estás pronto para tornar a tua ideia de **invenção** melhor? Completa as actividades abaixo!

Actividade – Entrevistas de Pesquisa de Utilizadores

[Botão que liga a [ficha de trabalho](#)]

O que vais precisar:

- Canetas
- Papel para escrever ou usar a folha de trabalho

O que vais fazer:

1. Entrevista pelo menos três pessoas que achas que estão no mercado alvo do teu produto. Podes usar a folha de trabalho para começar. Entrevistar mais pessoas é melhor.
2. Adiciona mais perguntas para além das da folha de trabalho . Pensa no que queres aprender com os teus potenciais utilizadores.
3. Quando tiveres terminado, reflecte sobre o que aprendeste. O que é que vais mudar na tua ideia de produto?

Dica: Para um feedback ainda mais significativo, fala com mais de três pessoas e volta a entrevistar depois de começares a criar o teu produto também. Provavelmente terás diferentes perguntas que queres fazer, por exemplo sobre características que estás a pensar em incluir.

Actividade – Inquéritos de Pesquisa de Utilizadores

O que vais precisar:

- Canetas
- Papel para escrever
- Computador se quiseres usar um inquérito online

O que vais fazer:

1. Cria um inquérito em papel ou online
2. Adiciona mais perguntas para além das que estão no ficha de trabalho. Pensa no que queres aprender com os teus potenciais utilizadores.
3. Quando tiveres terminado, reflecte sobre o que aprendeste. O que é que vais mudar na tua ideia de aplicação ou IA?

Actividade – Pesquisa de Competidores

O que vais precisar:

- Canetas
- Papel para escrever ou usar a folha de trabalho

O que vais fazer:

1. Encontra pelo menos 3 outras empresas ou produtos que abordem o mesmo problema que o teu **produto**.
2. Usa as perguntas da folha de trabalho como ponto de partida.
3. Acrescenta mais perguntas que achas que serão importantes.
4. Depois de acabares, pergunta-te como podes mudar a tua ideia com base no que aprendeste.

Actividade – Preparação do Plano de Negócios [Só Divisão Sénior]

O que vais precisar:

- Lugar para gravar as tuas ideias que podes guardar e usar novamente quando escreveres o teu Plano de Negócio completo
- Computador ou caneta e papel

O que vais fazer:

Sintetiza a informação que reuniste com a tua pesquisa de mercado. A secção Análise de Mercado do teu Plano de Negócios inclui:

- O esboço dos teus utilizadores alvo ~~da aula anterior de Ideação da tua pesquisa de utilizadores~~
- Descrição do mercado: Quem são os principais concorrentes?
- Como achas que o teu **produto** vai funcionar e porquê?
- Análise dos competidores: uma avaliação detalhada, destacando os seus pontos fortes e fracos

*Dica: Provavelmente vais querer falar sobre como as tuas ideias ou **produto** mudaram em resposta à tua pesquisa de utilizadores e concorrentes. ~~Podes escolher onde se encaixa melhor para a tua equipa: no Plano de Negócios ou no Vídeo Pitch.~~*

Depois de escreveres sobre a informação acima e qualquer outra informação relevante da tua pesquisa de utilizadores ou concorrentes, a secção Análise de Mercado do teu Plano de Negócios está completa!

Actividade – Preparação do Plano de Adopção do Utilizador [Apenas Divisão Júnior]

O que vais precisar:

- Local para gravar as tuas ideias que podes guardar e usar novamente quando escreveres o teu Plano de Adopção de Utilizador
- Computador ou caneta e papel

O que vais fazer:

Organiza a informação que reuniste com a tua pesquisa de mercado. O plano de Adopção do Utilizador inclui:

- O esboço dos teus utilizadores alvo a partir da tua pesquisa de utilizadores
- Quem vais ter para experimentar a tua aplicação ou invenção de IA
- Feedback que recibes dos teus utilizadores
- Como planeias conseguir que mais utilizadores experimentem o teu produto no próximo ano (isto trabalharás mais tarde)

Dica: Provavelmente vais querer falar sobre como as tuas ideias ou produto mudaram em resposta à tua pesquisa de utilizadores e concorrentes.

Isto é apenas um começo do teu plano de adopção de utilizadores. Enquanto continuas a construir o teu projecto, debes continuar a pedir aos utilizadores para o testarem. Mantém-te informado sobre o feedback que recibes e como este afecta o desenvolvimento do teu projecto. Mantém-te no fundo da tua mente - como podemos continuar a fazer com que as pessoas se interessem pelo nosso produto? Terás de tratar disso na última parte do teu Plano de Adopção do Utilizador.

Reflexão

Parabéns por teres feito a tua pesquisa de **competidores** e utilizadores. Lembra-te que não há problema em mudar a tua ideia - com base no que aprendeste. À medida que vais desenvolvendo o teu **produto**, debes fazer mais pesquisa de competidores e utilizadores. Deves certificar-te que estás sempre a perguntar às pessoas que vão usar o teu **produto** o que elas pensam e que estás sempre à procura de formas de te destacares dos teus concorrentes.

- Como é que vais mudar a tua ideia com base no que aprendeste com os teus utilizadores?
- Como te vais destacar dos teus concorrentes?