

huma

pesquisa
criativa










PRAZER,

NÓS SOMOS A HUMA • PESQUISA CRIATIVA





Nossas Técnicas

-  desk research
-  entrevista em profundidade
-  grupo focal
-  resenha
-  ruologia
-  observação participante
-  cliente oculto
-  monitoramento online
-  workshop criativo



Desk Research

Pesquisa exploratória que se desenvolve através da coleta e interpretação de informações já publicadas, disponíveis em diferentes canais. É uma técnica que permite nos aprofundarmos em determinados temas à partir das informações secundárias, aquelas já disponíveis.





Entrevista em Profundidade

Entrevista presencial que possibilita um mergulho mais profundo buscando entender individualmente as percepções do participante sobre o tema estudado.





Grupo Focal

É conversando que as ideias surgem: o encontro de pessoas de um determinado perfil, permite um espaço de troca em que podemos captar as principais impressões e ideias sobre determinado tema. Além disso, é possível entender e visualizar questões pertinentes ao estudo, além de identificar possibilidades de caminhos para o objeto da pesquisa.



Resenha

Às vezes o projeto requer uma abordagem mais despretensiosa que o grupo focal e, por isso, o momento resenha. Numa proposta de bate-papo, os consumidores são convidados a participarem dessa dinâmica, num ambiente mais familiar a eles do que uma sala de espelho. Essa dinâmica permite aprofundar ideias e construir insights valiosos para o estudo.





Ruologia

Invadindo locais de interesse do estudo, essa técnica se baseia na experiência etnográfica complementada por pequenas entrevistas com pessoas do perfil mapeado que trafegam nesses lugares. A dinâmica permite identificar recorrências, perfis de consumo, construir mindsets e personas de marcas, serviços e produtos.

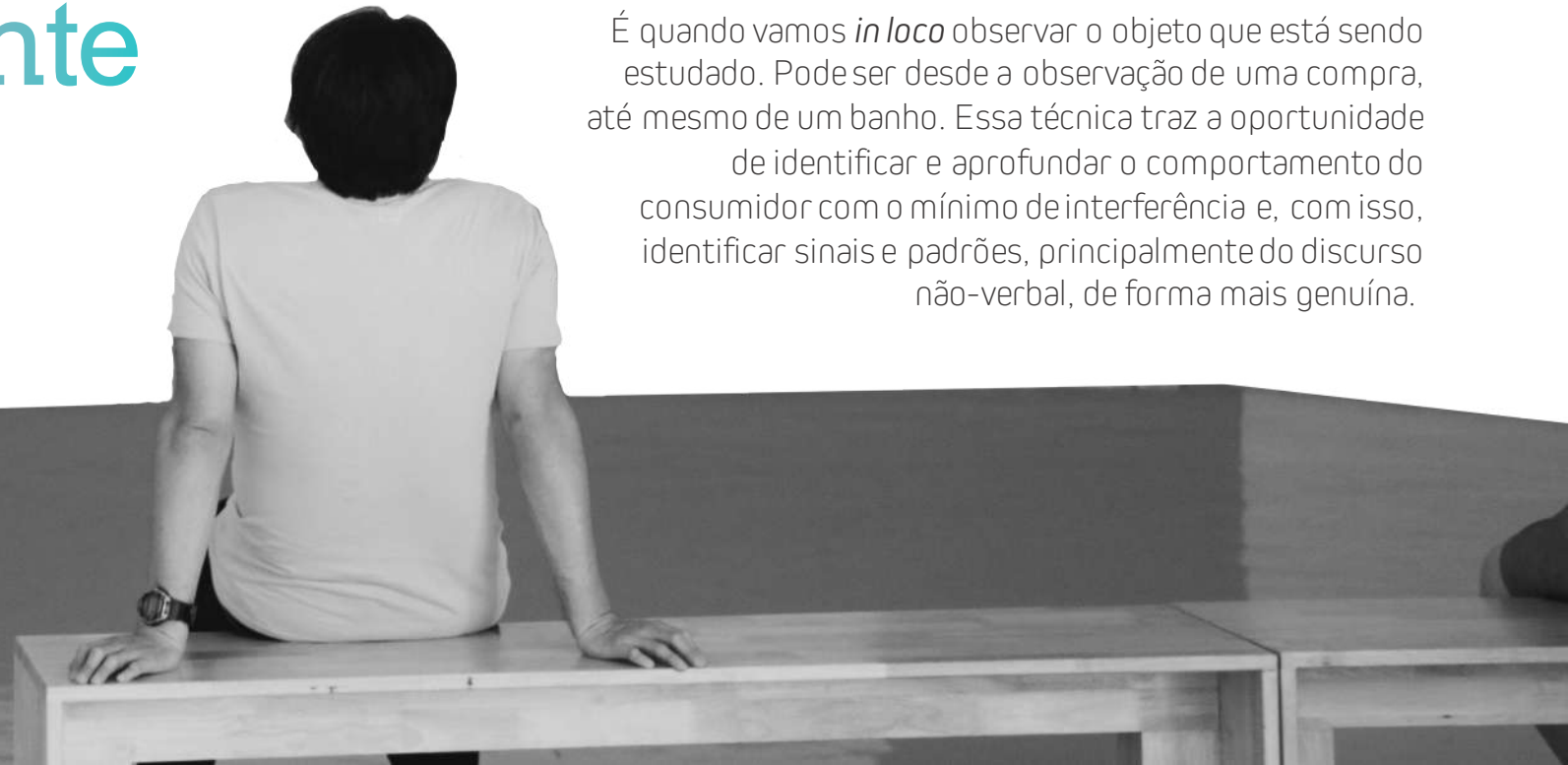
Duração média: **4 horas por local**
Entrevistados: **média de 10 participantes**



Observação Participante



É quando vamos *in loco* observar o objeto que está sendo estudado. Pode ser desde a observação de uma compra, até mesmo de um banho. Essa técnica traz a oportunidade de identificar e aprofundar o comportamento do consumidor com o mínimo de interferência e, com isso, identificar sinais e padrões, principalmente do discurso não-verbal, de forma mais genuína.





Cliente Oculto

Técnica utilizada para reproduzir uma situação de compra/atendimento real. A realização do cliente oculto permite avaliar o atendimento, venda ou prestação de serviços, contribuindo também para identificação de gaps e oportunidades de melhorias para o serviço estudado.





Monitoramento Online

Aplicação de dinâmicas e acompanhamento online, normalmente feito através da plataforma WhatsApp. Essa técnica permite monitorar as percepções dos consumidores sobre avaliação de determinado produto e/ou serviço.

A partir dela, pode-se mapear as primeiras ou últimas impressões sobre determinado tema.





Workshop Criativo

Encontro do nosso time de pesquisa que pode incluir o cliente, os consumidores e também pode contar com profissional de área diversa, que seja relevante para a geração de insights.

Através de atividades e dinâmicas elaboradas de maneira customizada, o time entra em processo de colaboração, insights e criação, sempre em um ambiente neutro para que todos participem de maneira livre e autêntica, otimizando assim os resultados alcançados.

Existem diversas possibilidades que fazem com que o workshop seja uma ferramenta efetiva para a geração de insights e solução de problemas. Sendo o workshop um produto customizado, ele funciona nas mais diversas categorias, trazendo diferentes soluções inovadoras tanto em produtos quanto serviços.



huma pesquisa
criativa