

Hacer que la investigación y la experimentación sean parte de su proceso de desarrollo:

Una guía para comprender cuándo y por qué investigar

La práctica de producto

05 de julio de 2022

Presentado por [Stephanie Ho](#)

INTRODUCCIÓN

Si su equipo alguna vez se ha preguntado qué hacer o por qué, ha llegado a la oportunidad perfecta para hacer una investigación de usuarios. Ya sea que su equipo esté comenzando con una pizarra en blanco o con un rediseño de un producto existente, la investigación puede ayudarlo a guiar las decisiones que debe tomar en varias etapas del proceso de desarrollo del producto.

Priorizar la investigación para ayudar a su equipo a comprender a su público objetivo y sus necesidades antes de comenzar a idear soluciones o pensar en funciones ayudará a su equipo a crear y brindar experiencias verdaderamente útiles y validadas.

Dedicar tiempo a la investigación puede ayudarlo a...

- Comprender a su audiencia y para quién está diseñando
- Desafiar las suposiciones internas y los sesgos sobre la audiencia objetivo
- Conocer las necesidades, los comportamientos y las motivaciones de su audiencia
- Saber qué problemas está resolviendo su producto para su audiencia
- Identificar si su solución diseñada satisface las necesidades de los usuarios

Emprender una investigación puede ser desalentador, especialmente si su equipo no cuenta con un apoyo dedicado a la investigación o aún está construyendo una práctica de investigación. Esta guía ofrece estrategias sugeridas para ayudarlo a comenzar a hacer su propia investigación, cómo saber qué tipo de investigación hacer y cuándo investigar durante el ciclo de vida del desarrollo del producto.

Tenga en cuenta que puede diseñar sus estudios de investigación para que se ajusten a las capacidades y limitaciones de su equipo, y existen muchos enfoques y estilos de investigación además de las estrategias a continuación que puede usar para abordar un problema determinado.

EN LA PRÁCTICA

Use los consejos y conceptos de esta sección para cultivar una cultura de producto en su sala de redacción

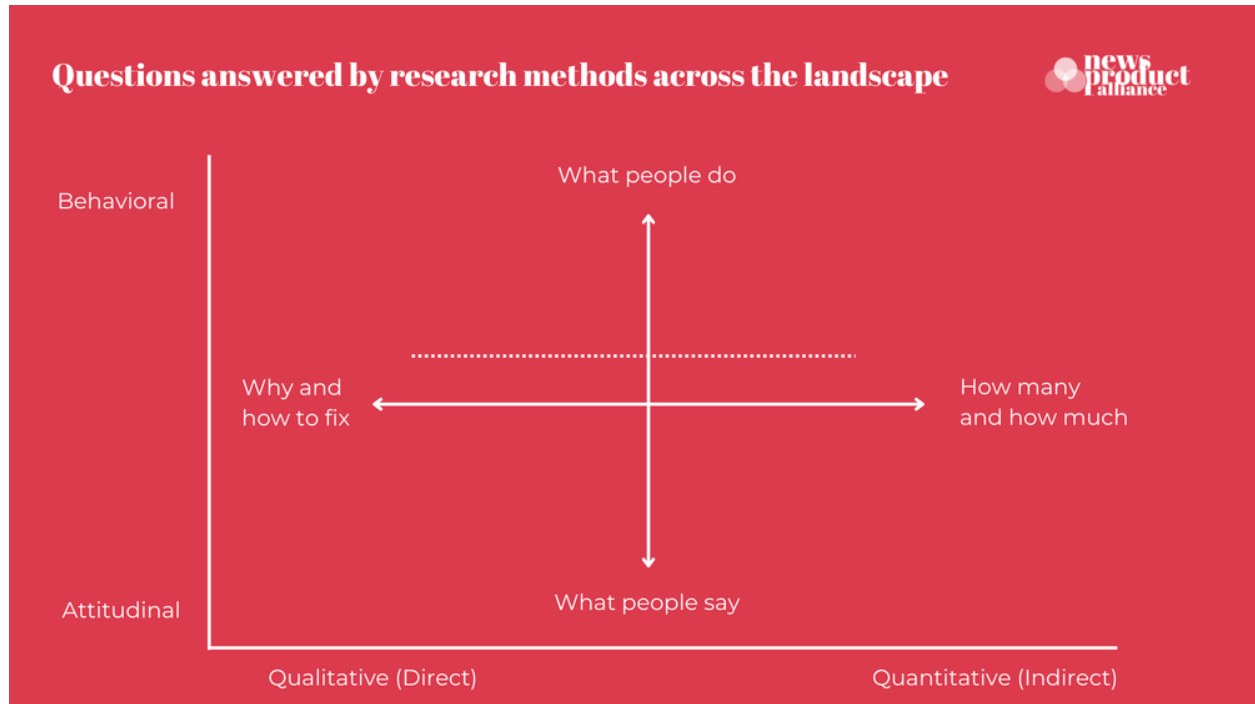
Alinee sus objetivos de investigación

Para comenzar con la investigación, decida lo que necesita saber. La intención detrás de la investigación debe tomar la forma de una pregunta o problema de investigación. Puede tomar algunos intentos para afinar su pregunta de investigación, así que tómese el tiempo para hacerla lo más específica posible, por ejemplo, "¿Cómo podemos entender mejor cómo nuestros lectores actuales usan nuestro sitio?" Con las preguntas de investigación disponibles, puede pasar a identificar la metodología correcta para encontrar respuestas.

Elija la metodología correcta

Los hallazgos verdaderamente útiles solo son posibles si aprovecha los métodos que mejor se adaptan a su pregunta de investigación y la fase del ciclo de vida del producto. Hay una serie de metodologías en la disciplina de investigación de UX (experiencia de usuario), y cada método tiene su lugar y propósito. Por ejemplo, en las fases de ideación y descubrimiento, puede usar encuestas, entrevistas o análisis competitivos para comprender mejor el panorama existente para su producto. En la fase de desarrollo, observe las pruebas de concepto y usabilidad para definir aún más el diseño del producto antes del lanzamiento. Después del lanzamiento, la investigación puede tomar la forma de recopilación y seguimiento de comentarios sobre el producto. Las pruebas A/B o multivariadas también pueden ayudarlo a refinar aún más su producto lanzado durante esta etapa.

Teniendo en cuenta su pregunta de investigación, considere qué tipo de datos desea obtener de su investigación a medida que diseña su estudio. Para preguntas sobre *por qué un usuario podría hacer algo* o pensar de cierta manera, los métodos cualitativos son su mejor opción. Por el contrario, para comprender *por qué el Diseño A podría funcionar mejor que el Diseño B*, querrá apoyarse en métodos como las pruebas A/B para medir cuantitativamente el rendimiento y ayudarlo a identificar oportunidades de mejora.



Haga de la investigación una actividad abierta y colaborativa

La investigación no tiene que realizarse aisladamente del resto de su equipo. Para ayudar a que la investigación sea una parte integral de su proceso de desarrollo, tómese el tiempo para explicar por qué está investigando y comunique ampliamente los resultados previstos y los resultados de la fase de investigación.

También puede involucrar a colegas interesados directamente en el proceso de investigación. Los compañeros de equipo pueden ayudar a elaborar preguntas de investigación, proporcionar comentarios para su plan de investigación o ayudar a observar entrevistas y contribuir a las sesiones de síntesis. Compartir actualizaciones, como resúmenes rápidos de entrevistas a usuarios, metodologías ágiles de trabajo o similares a medida que avanza su plan de investigación también puede ayudar a que la investigación se sienta más rápida y fructífera.

Crear asociaciones de investigación

En términos generales, los diferentes equipos y colegas de una empresa pueden asumir la investigación de alguna forma. La colaboración con socios multifuncionales puede ayudar a su equipo a encontrar respuestas más holísticas a sus preguntas de investigación. Como ejemplo, una posible colaboración podría ser entre su investigador de usuarios y un colega de un equipo de análisis, experimentación o ciencia de datos. Esto crea un enfoque de investigación de dos frentes, donde un lado proporciona información cualitativa a los datos cuantitativos proporcionados por el

otro. Al hacerlo, es probable que reúna una imagen más completa de quién y qué está buscando a través de la realización de un proyecto de investigación.

También puede crear un proceso de relevo entre equipos multidisciplinarios donde cada equipo es responsable de una determinada fase y tipo de investigación. Esto puede definirse según el lugar en el que se encuentre el proyecto dentro del proceso de desarrollo de su producto o depender en última instancia de los objetivos principales de la investigación.

Consiga la aceptación de la investigación



Cuando se hace bien, la investigación puede ahorrarle trabajo adicional a su equipo con el tiempo. La investigación le permite a su equipo descubrir qué construir y cómo hacerlo correctamente para sus usuarios específicos, pero sin duda es una inversión de tiempo y dinero. Hacer que la investigación y la experimentación formen parte de su proceso de desarrollo no siempre es tan fácil como simplemente saber que debe hacerlo, y puede ser necesario convencer a los escépticos para que participen en la investigación.

Las estrategias como realizar entrevistas a las partes interesadas, hacer que su proceso de investigación esté abierto a los compañeros de equipo o compartir historias de éxito de investigación de empresas pares pueden ser útiles según la cultura de su organización. Contar historias vívidas usando los hallazgos de su investigación también puede ayudar a que el valor de la investigación sea más memorable. Su equipo también puede realizar un seguimiento de cosas como análisis antes y después de realizar la investigación para ilustrar el impacto.

La investigación rara vez es una sola y terminada, y cada estudio de investigación completado ayuda a demostrar la utilidad y el valor de tomarse el tiempo para aprender a medida que construye. En última instancia, podría ser necesario realizar un proyecto de principio a fin para mostrar el verdadero valor de la investigación.

TÉRMINOS

Las definiciones de los términos de productos a los que se hace referencia en esta guía provienen del [glosario de productos de fuentes múltiples de NPA](#).

UX Research: Una disciplina destinada a comprender las necesidades, los comportamientos y los objetivos de la audiencia a través de la observación y la retroalimentación.

Proceso iterativo: Una serie de pasos utilizados para desarrollar y mejorar un producto a lo largo de su ciclo de vida. En el desarrollo, esto a menudo significa ciclos cortos de prueba con comentarios de la audiencia desde el principio para guiar el progreso y las actualizaciones futuras.

Prueba beta: Un proceso de investigación durante el cual un equipo de producto lanza un producto a un grupo cerrado de usuarios para comprender su rendimiento en un entorno real y descubrir posibles problemas de usabilidad o errores antes de un lanzamiento más amplio.

Pruebas de usabilidad: El proceso de evaluar un producto probándolo con sus audiencias previstas. La prueba implica definir objetivos de aprendizaje y diseñar ejercicios de usabilidad que le permitan observar cómo interactúan sus evaluadores con su producto, sin indicar cómo se pretende usar el producto. Esto puede ayudar a identificar si su producto cumple con sus objetivos, identificar los cambios funcionales necesarios para mejorar la experiencia del usuario y proporcionar comentarios valiosos sobre si su producto satisface las necesidades de la audiencia.

LECTURAS/RECURSOS RELACIONADOS

- [Cómo ejecutar el tipo correcto de estudio de investigación con el modelo de doble diamante](#) - Smashing Magazine
- [Pasamos dos años estudiando las necesidades de los lectores y oyentes de The Atlantic](#) - Emily Goligoski
- [Realización de investigaciones de audiencia](#) - La guía de membresía

ACERCA DE AUTORA

Stephanie Ho

[Stephanie Ho](#) es investigadora senior de UX en Dow Jones, donde se enfoca en mejorar las experiencias dentro de la familia de marcas como Barron's, MarketWatch y The Wall Street



Journal. Primero comenzó a realizar investigaciones de usuarios en el espacio de noticias cuando era estudiante de posgrado del programa Studio 20 en la Universidad de Nueva York. Antes de su puesto actual, también realizó investigaciones para Associated Press, Genius.com y el Museo Americano de Historia Natural.
