

# Template intervista per il problema

- **Come sei venuto a conoscenza del nostro progetto?**

Alcuni intervistati potrebbero averci trovato online, altri potrebbero essere stati invitati da altri amici intervistati, mentre altri potrebbero essere stati contattati da noi. Conoscerne la fonte ci dà già un primo indizio su quanto sentano il problema e ciò potrebbe aiutarci a classificare e raggruppare i risultati in seguito.

- **Che relazione hai con il mondo X?**

Con X intendo, in maniera generica, il settore di riferimento o l'area nella quale stai per lanciare un prodotto (ad esempio il basket, la contabilità aziendale, il cibo macrobiotico, e così via). Questa domanda ci consente di conoscere meglio l'interlocutore per capire se oltre a vivere il problema è anche colui che prende le decisioni. Come la domanda precedente, questa informazione ci può essere molto utile quando andremo a raggruppare i risultati.

- **Quali sono i problemi principali che affronti quando si tratta di X?**

Questa è la domanda principale dell'intera intervista. Chiediamo al nostro intervistato di elencarci uno o più problemi che vive all'interno del "mondo" di cui stiamo discutendo. Questa domanda ci consente di capire se il problema che abbiamo individuato è effettivamente sentito dagli interlocutori o meno. Con questa domanda potresti scoprire cose interessanti, come il fatto che il problema da te individuato è descritto in maniera diversa da chi lo vive o è un sottoproblema di un problema più grande, e così via.

- **Me li metteresti in ordine di importanza (dal più grave al meno grave)?**

Nella domanda precedente abbiamo evitato di chiedere un solo problema, ma gli abbiamo chiesto di elencarne diversi perché vogliamo poi spostare l'attenzione sul peso assegnato a ognuno di essi. In questo modo possiamo capire se il nostro problema è abbastanza in alto nella "graduatoria" dei nostri potenziali clienti.

- **Se ho capito bene, per te il problema più importante di X è A, poi B, poi C, giusto?**

Quando ci sono delle domande complesse può essere utile farle seguire sempre da una domanda di conferma. In questo caso, se l'elenco precedente era ampio e la persona ha impiegato un po' per definire le priorità è meglio chiedere conferma ripercorrendo l'ordine che ci ha fornito.

- **Perché ritieni che A sia il più grave?**

Prendiamo a questo punto il primo problema della lista e chiediamogli maggiori informazioni. Investigando su questo punto dobbiamo cercare di capire cosa lo ha spinto a definire A più grave degli altri problemi. Cosa differenzia A da B e dai successivi? Potrebbe essere la frequenza, l'impatto sulla vita privata o lavorativa, il costo per risolverlo o altro.

- **Perché ritieni che C sia il meno grave?**

Saltando eventuali problemi intermedi, chiediamo perché il problema scelto per ultimo si trova alla fine della classifica. Le riflessioni da fare sono simili alle precedenti cercando, ancora una volta, di capire se il problema C è per lui un problema degno di essere risolto oppure no.

- **Attualmente come risolvi (o provi a risolvere) i problemi A, B e C?**

Avviandoci verso la conclusione, ripercorriamo tutti i problemi elencati dall'intervistato chiedendo in che modo attualmente li risolve. Solitamente le risposte a queste domande sono abbastanza standard e appartengono a queste tre macro categorie: non lo risolvo; lo risolvo con un prodotto di un competitor; lo risolvo con una soluzione ad hoc realizzata da me. Nel primo caso è importante approfondire e capire perché il problema non viene risolto, potrebbe trattarsi di semplice pigrizia o potrebbe significare che non conosce nessuna soluzione. Nel secondo caso è importante appuntarsi il nome del competitor (se non lo conoscevi) per fare ricerche ulteriori e capire come ti differenzi da esso. Nel terzo e ultimo caso potremmo ricevere degli spunti interessanti per la nostra soluzione. Se scopriamo che molte persone si sono fatte una soluzione in casa per risolvere un determinato problema potrebbe significare che quella soluzione può essere standardizzata e venduta.