

Template intervista con MVP

- **[Mostrando la home page per 5 secondi] Guardando la home page è chiaro di che prodotto si tratta? Se sì, descrivilo usando parole tue.**

Questo è il cosiddetto “test dei 5 secondi”, un noto test di usabilità che si basa su uno studio che ha dimostrato che gli utenti abbandonano un sito dopo 10 secondi e dopo 5 si sono già fatti un’idea di massima. Fare alcune domande dopo aver mostrato il sito per 5 secondi è quindi utile per capire se stiamo comunicando il prodotto nel modo giusto e se la proposta di valore arriva all’utente.

- **Quale elemento della pagina ha colpito la tua attenzione?**

Cerchiamo di capire dove va l’attenzione degli utenti quando atterrano sul nostro sito. Guardano il logo? Leggono il payoff? Si concentrano sulle schermate? Se l’attenzione ricade su aspetti che per noi sono secondari significa che dobbiamo rivedere il modo con il quale presentiamo gli elementi in home page.

- **Quali sono le parole che ti sono rimaste in mente?**

Se la domanda precedente si concentrava più sugli elementi grafici, con questa vogliamo invece capire le parole che risaltano di più dal nostro sito. Queste parole sono in linea con il nostro messaggio, il nostro prodotto e i valori che vogliamo far percepire? In caso negativo dobbiamo lavorare per migliorare questi aspetti.

- **Cosa pensi del prezzo di questo prodotto?**

Come ultima cosa, prima di farlo registrare, chiediamo all’interlocutore un feedback sul prezzo del prodotto. Lasciando la domanda volutamente aperta, qui l’obiettivo è farci spiegare i pro e i contro del prezzo che abbiamo scelto per capire se siamo sulla buona strada con le informazioni raccolte in precedenza.

- **[Facendo registrare l’utente] Cosa pensi del processo di registrazione?**

Se il tipo di MVP che gli abbiamo presentato prevedere un’iscrizione allora facciamo iscrivere l’utente e osserviamolo mentre lo fa. Il primo feedback è volutamente generico per capire cosa ha percepito durante la registrazione, se ci sono stati ostacoli e difficoltà particolari o se sia andato tutto liscio.

- **Quali aspetti non erano chiari?**

Chiediamo in maniera esplicita se alcuni passaggi della fase di registrazione non erano chiari al primo colpo. Lavorare su questi punti in un secondo momento ci aiuterà a ridurre il numero di persone che abbandonano il flusso di iscrizione e migliorare quindi la fase di *activation*.

- **Ora che sei registrato qual è la prima azione che ti verrebbe da compiere?**

Come ultima domanda, visto che il prodotto vero e proprio non esiste ancora, chiediamo all'utente quale azione gli verrebbe da effettuare in maniera naturale dopo essersi iscritto al sito. Questa domanda ci potrebbe dare spunti interessanti sulla funzionalità a cui dare priorità, su un'eventuale dashboard da mostrare al primo accesso e così via.