

# Template intervista con prodotto

- **Quando hai usato il prodotto l'ultima volta?**

Con questa prima domanda possiamo fare un primo filtro tra utenti che usano il nostro prodotto con una certa regolarità e quelli che lo usano saltuariamente. Questo ci aiuta anche a dare un peso diverso alle risposte successive. Un utente che non usa il prodotto da sei mesi probabilmente non ha informazioni recenti da condividere con noi.

- **[Se non usa il prodotto da più di 3 mesi] Cosa ti ha portato a non utilizzare il prodotto recentemente?**

Se l'utente ammette di non aver utilizzato il prodotto recentemente è interessante capire cosa lo ha spinto a farlo. Se n'è dimenticato? È passato a un prodotto concorrente? O semplicemente non ha più l'esigenza che aveva in passato?

- **[Se ha usato il prodotto negli ultimi 3 mesi] Mi racconti cosa hai fatto l'ultima volta che hai utilizzato il prodotto? Quanto è durata la sessione di utilizzo?**

Nel caso in cui l'utente ha utilizzato il prodotto di recente facciamoci raccontare quali sono le azioni che ha compiuto. Questa domanda è fondamentale per riuscire a metterci nei panni dell'utente e capire come usa il prodotto, quali sono le funzionalità a cui dà priorità e così via.

- **[Se ha usato il prodotto negli ultimi 3 mesi] Solitamente cosa fai prima di usare il prodotto? E dopo?**

Questa domanda, anch'essa da porre solo a chi ha usato il prodotto recentemente, ci permette di contestualizzare tutte le informazioni ricevute in precedenza. Cerchiamo di entrare nella routine dei nostri clienti per capire se ci sono opportunità che ci stanno sfuggendo e aree di sperimentazione che non avevamo considerato in precedenza.

- **Ci sono altri prodotti simili sul mercato che ti vengono in mente?**

Questa domanda serve semplicemente per farci aiutare nello scovare eventuali competitor che non conosciamo. La risposta a questa domanda potrebbe sorprenderti perché spesso gli utenti trovano alternative anche in quelli che apparentemente non sono nostri competitor, ma che sono definiti *comparable*. Questo tipo di risposta non va scartata, ma è anzi di estremo valore per capire se ci sono competitor indiretti e se nella mente dei nostri utenti siamo paragonati ad altro.

- **Qual è la cosa che ti piace di più in assoluto del prodotto? E quella che ti piace di meno?**

Chiudiamo con queste due domande per avere informazioni dettagliate sugli aspetti che stanno funzionando meglio e quelli che stanno funzionando peggio. Anche in questo caso dobbiamo scendere in profondità e cercare di capire perché una determinata funzionalità non riscuote il successo che ci aspettavamo o perché un aspetto è diventato quello preferito dalla nostra utenza.