

## **#1 У нашего продукта проблемы с репутацией. Как это случилось?**

Pre-SignUp



UX Core Guide by Wolf Alexanyan  
<https://uxcg.io>



### **#1 Эвристика доступности**

Мы стали жертвой ассоциаций с негативным событием, получившим в последнее время широкое освещение в Интернете/СМИ.

### **#42 Иллюзорная корреляция**

Объект, с которым мы ассоциировались, получил удар по своей репутации, что в свою очередь ударило по нам. К примеру, против публичной фигуры которая рекламировала наш продукт завели уголовное дело.

### **#43 Ошибка коллективной атрибуции**

Мы находимся в одной сфере (или категории) с объектом получившим удар по репутации. К примеру, сразу несколько наших конкурентов был уличены в использовании мошеннических схем.

### **#10 Недооценка бездействия**

Мы систематически игнорировали важность работы с аудиторией. Мы предпочитали бездействие, считая лишним риском любую коммуникацию с пользователями. Наше бездействие было интерпретировано рынком/аудиторией как безразличие к своим пользователям.

### **#16 Эффект самореференции**

В нашей публичной коммуникации с аудиторией мы неудачно затронули личные аспекты жизни наших пользователей.

### **#19 Консерватизм (пересмотр системы верований)**

В нашей публичной коммуникации мы перестали учитывать убеждения и морально-этические ценности нашей аудитории.

### **#72 Эффект ложного согласия**

Мы потеряли связь с нашей аудиторией и перестали понимать, как наши действия интерпретируются пользователями.