



#63 Проклятие знания, #72 Эффект ложного согласия

Мы не учитываем разные профессиональные уровни (квалификацию) наших коллег в команде. Как следствие, мы не получаем нужного нам мнения когда это нужно (коллеги молчат), и часто навязываем им наше мнение. Это очень популярная проблема, которая массово игнорируется менеджментом. Для ее решения нам следует с самого начала огласить (желательно написать на доске) какими критериями мы оперируем в анализе данных. Каждый пункт должен быть обсужден, понятен и принят всеми участниками команды.

#74 Эффект Даннинга-Крюгера

Мы использовали ошибочные данные, которые были подготовлены некомпетентными коллегами. Эта проблема еще более вероятна, если над данными работают несколько команд. В целях избегания подобных ситуаций мы можем проводить дополнительные проверки результатов показывая их случайным участникам команд проекта. Следует также учесть, что люди находящиеся под эффектом Даннинга-Крюгера не способны понять свою некомпетентность, но говорят они не менее уверенно и убедительно, как и их компетентные коллеги (**#69 Эффект самоуверенности**).

#29 Эффект ожидания наблюдателя

Наша высокая заинтересованность в конкретном результате приводит к тому, что мы бессознательно манипулируем данными/ходом эксперимента.

#34 Иллюзия кластеризации, #42 Иллюзорная корреляция

Мы находим «закономерные» последовательности и корреляции в случайных данных, интерпретируя их как «причинно-следственные». Мы начинаем считать случайные события менее случайными из-за сложности «истории», которую они «рассказывают» (**#38 Иллюзия валидности, #40 Ошибка игрока**).

#67 Ошибка планирования

Мы не верно оценили кол-во времени требуемого для сбора данных. Возможно мы начали оценку данных не дождавшись фактического завершения рекламной кампании.

#35 Нечувствительность к размеру выборки

Размер нашей выборки был недостаточен для экстраполяции выведенных данных на всю группу.

#41 Ошибка «горячей руки»

В принятии решений мы руководствуемся фактом нашего успеха, который во многом был результатом случайности. Мы верим, что способны повторить либо даже превзойти этот результат.

#44 Основная ошибка атрибуции

Мы не верно оцениваем причины событий. Успешные события мы объясняем нашими заслугами, тогда как в неудачных обвиняем «внешний мир» и конъюнктуру рынка.

#30 Какие ошибки мы допускаем в работе с аналитическими данными по продукту? Часть 2/3

Team

Analytics



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



#48 Эффект авторитета

В наших решениях мы придаем слишком много значения мнению авторитетной фигуры.

#49 Заблуждение надежности автоматизации

Мы слишком сильно полагаемся на данные, полученные из системы, не проверяя их надежность (механизмы калькуляции и т.д.).

#36 Пренебрежение вероятностью

Мы игнорируем маловероятные события, считая что они не произойдут, и не повлияют на данные. Это одна из важнейших для понимания ошибок, из-за которой любые аналитические данные должны перепроверяться коллегами.

#68 Искажение изобретателя

Возможно, мы придумали какой-то уникальный метод анализа данных. Сперва нам показалось, что метод очень эффективен, но когда стали появляться искажения в результатах мы предпочли их не замечать.

#59 Ошибка выжившего

Мы ошиблись в выводах т.к. анализировали результаты полученные только по одной из нескольких категорий. Недополученные данные из других категорий исказили наше представление о ситуации в целом.

#76 Иллюзия контроля

Мы переоценили наши возможности по влиянию на события. Как результат, в наши формулы анализа данных попали переменные, которые не поддаются нашему контролю (но нам кажется иначе).

#66 Ретроспективное искажение

Мы считаем уже происшедшие события более предсказуемыми, чем они были. На основании этого мы принимаем не верные решения по оценке компетентности нашей команды. Например мы можем устроить выговор одному из коллег из-за того что он не заметил что-то «очевидное», тогда как очевидным это в тот момент никак не было.

#96 Ошибка конъюнкции

При анализе данных мы «связали» несколько событий вместе, как «наиболее вероятных», не заметив, что общая вероятность снижается с добавлением каждого нового события.

#10 Недооценка бездействия

Мы откладываем очевидные решения, к которым нас подталкивают данные полученные из системы, недооценивая риски нашего бездействия. Мы ищем «дополнительную информацию», когда уже все ясно (#94 Информационное искажение).

#30 Какие ошибки мы допускаем в работе с аналитическими данными по продукту? Часть 3/3

Team

Analytics



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



#11 Ошибка базового процента

Мы слишком эмоционально отреагировали на формулировки использованные в описании результатов. Как следствие, мы утратили объективность в нашей оценке ситуации.

#70 Эффект социальной желательности

Если анализируемые данные, это результат опроса, тогда мы обязаны удостовериться, что ответы респондентов были «реальными».

#25 Предвзятость подтверждения

Мы стремились найти подтверждение наших гипотез, бессознательно проигнорировав все данные, которые в них не укладывались.

#26 Систематическая ошибка согласованности

Мы учли только те данные, которые были результатом наших прямых действий. Мы не учли события, происшедшие без нашего участия, но при этом имеющие влияние на результат.

#30 Эффект страуса

Мы бессознательно избегаем данных, которые могут не согласовываться с нашими гипотезами или желаниями.

#45 Стереотипизация

Мы игнорируем существующие стереотипы, и анализируем данные «политкорректно». Как результат, создается ситуация в которой участники команды не могут высказать что думают, а мы ищем сложные объяснения простых вещей.

#33 Эффект слепого пятна

Мы считаем, что все, что написано здесь, и выше, не касается нас на прямую т.к. «мы уверены в полном контроле наших действий и искажения мыслительных процессов нас касаться не могут».

#

В заключение, добавлю, что человек анализирующий данные, и принимающий какие-то решения на их основе не должен позволять печальным результатам влиять на эти решения (**#55 Эффект позитивности**). Это очень важный навык для любого менеджера.