

#22 Наши пользователи не оценили, либо преуменьшили значимость последних нововведений в продукте.
В чем может быть причина?

Post-SignUp



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



#20 Эффект контраста

Последние обновления не контрастировали с предыдущими. Нам не следует ожидать от пользователей различать однообразные (для них) события.

#22 Эффект фрейминга, #62 Иллюзия прозрачности

Мы не позаботились о красивой «обертке» наших обновлений. Под «оберткой» подразумеваются любые элементы нашей коммуникации с пользователями (почтовые рассылки, системные оповещения, релиз-ноты, используемые изображения и пр.)

#28 Селективное восприятие

Наши обновления не соответствовали ожиданиям пользователей.

#80 Апелляция к новизне

Нашим основным аргументом в поддержку нововведений была их новизна. Пользователи же были заинтересованы в других вещах.

#88 Эффект владения, #83 Неприятие потерь

Наши обновления подразумевают, что пользователям придется полностью, либо частично отказаться от компонента системы, в который они вложили много времени и сил.

#7 Соответствие эмоциям

Наши обновления попадают на тот период жизненного цикла пользователя, когда у него мрачное настроение. Как следствие, пользователь выносит суждения на основе эмоциональных импульсов, а не логической оценки (**#9 Разрыв эмпатии**).

#61 Магическое число 7+-2

Мы презентовали обновления слишком многими частями, тем самым разбавив впечатление о них. В какой-то момент пользователи стали невосприимчивыми к информации в релиз-нотах.

#68 Искажение изобретателя

Мы преувеличили значимость обновления. Возможно мы стали жертвой **#69 Эффект самоуверенности**.

#74 Эффект Даннинга-Крюгера

Компетентность и знания наших пользователей не позволяют им объективно оценить значимость наших обновлений. Наша ошибка в том, что мы не позаботились об удобной «обертке» для обновлений.

#72 Эффект ложного согласия, #63 Проклятие знания

Мы не верно интерпретировали фидбэк наших пользователей, и обновления которые мы разработали были пользователям не так интересны.