

#5 Наши пользователи жалуются на обновления продукта. В чем может быть причина?

Post-SignUp



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



#4 Эффект знакомства с объектом

В последних обновлениях продукта мы несколько раз модифицировали ту его часть, к которой пользователи испытывают теплые чувства.

#84 Эффект IKEA

В последних обновлениях продукта мы несколько раз модифицировали ту его часть, в которую наши пользователи инвестировали много времени и энергии.

#20 Эффект контраста

Мы не равномерно распределили даты обновлений, чем привлекли к ним слишком много внимания.

#22 Эффект фрейминга

Мы не позаботились об объяснении значимости грядущих обновлений, чем вызвали негодование пользователей.

#

Если мы вынуждены провести ряд запланированных обновлений, мы можем предоставить пользователям какое-нибудь окно, где они смогут выбирать удобное для них время обновления ПО. При этом выбирать они будут в рамках тех опций, которые не имеют разницы для нашего бизнеса (**#51 Плацебо**, **#76 Иллюзия контроля**). Более неудобный вариант: провести обновления, принести несколько публичных извинений и дать времени все «вылечить» (**#100 Эффект затухания**).