



#65 Иллюзия асимметричной проницательности

Возможно, мы переоценили наши возможности по пониманию пользователей, и случайно допустили грубость. Либо пользователи разглядели корыстность в наших текстах.

#81 Иррациональное усиление

Возможно мы стали жертвой «эскалации участия». Иногда причины упреков пользователей могут быть действительно скрытыми. Мы не знаем условий жизни, и действий происшедших в жизни пользователя до того как он пришел к нам. Предположим, мы букмейкерская контора, и новый пользователь, который еще не успел пополнить свой счет, уже упрекает нас в нечестности. Очевидно, что мы не можем стать причиной такого недовольства. Мы не знаем какой у него был опыт с другими продуктами, и что сподвигло его зарегистрироваться у нас.

#91 Реактивное сопротивление

В общении с клиентом мы сослались на ограничения его сервисного плана, либо на лицензионное соглашение, которое он принял при регистрации. В такие моменты пользователь может почувствовать ущемление своих свобод (да, это иррационально), и «найти» в нашей коммуникации грубость и агрессию.

#89 Эффект обратного действия

Пользователь рассказал нам свою версию происшедшего с ним. Мы показали логи системы, доказывающие несостоинственность его аргументов. В растерянности, он начал упрекать нашу систему в ошибках, нас в грубости, а проект в ущербности и лжи.

#19 Консерватизм (пересмотр системы верований)

В коммуникации с пользователем мы не учли идеологические убеждения/морально-этические ценности пользователя. Также, не исключено, что мы неудачно прокомментировали от имени проекта какие-то публичные события.

#74 Эффект Даннинга-Крюгера, #31 Субъективное приятие значимости

Мы нечаянно задели хрупкое эго некомпетентного человека.

#47 Вера в справедливый мир

Нашиими действиями/коммуникацией мы сделали что-то «несправедливое» с точки зрения наших пользователей.

#16 Эффект самореференции, #22 Эффект фрейминга

В публичной коммуникации с аудиторией мы неудачно затронули личные аспекты людской жизни.