

مراقب "خطای تایید" در ساخت نمونه اولیه خود باشید!!!

اگر در حال راه اندازی یک استارتاپ هستید، احتمالاً با واژه‌ی **lean startup** یا "نوپای ناب" برخورد داشته‌اید. بر اساس این متدولوژی، یک استارتاپ باید بر اساس یک شیوه یادگیری معتبر اقدام به توسعه محصول خود نماید و فقط به فکر بهبود محصول نباشد. به بیان دیگر بر خلاف تفکر رایج برای توسعه محصول، بایستی در تمامی مراحل آزمایشاتی را برای شناخت مشتریان خود و ایجاد محصولی بر اساس خواسته‌ی آنان طراحی و اجرا کند.

علی‌رغم این‌که این موضوع در حرف ساده است، بسیاری از شرکت‌ها در عمل از آن فاصله خواهند گرفت. به عنوان مثال هنگامی که مشتری شما بگوید محصولاتان به درد او نمی‌خورد یا از آن خوشش نمی‌آید، بلافاصله در ذهنتان می‌گویید احتمالاً این فرد جزو مخاطبان ما نیست یا می‌گویید این فرد نفهمید ما چه کاری را انجام می‌دهیم.

واقعیت این است که ما در عمل و به صورت ناخودآگاه و ناخواسته، هر چیزی را که با باورها یا نگرش‌هایمان به جهان اطراف در تضاد باشد، کنار می‌گذاریم. به عبارت دیگر، ما دنیا را با اطلاعات و افرادی می‌شناسیم که مدل ذهنی فعلی ما را تأیید کنند. ذهن ما، اطلاعاتی را که به نفعش باشد مورد توجه قرار می‌دهد و از اطلاعاتی که با دانسته‌ها و مفروضات فعلی‌اش در تضاد است، می‌گریزد. این یک خطای شناختی است که به آن "خطای تأیید خود" گفته می‌شود.

علت این امر این است که ما دوست داریم کسانی در اطرافمان باشند که شبیه ما هستند. اگر باورها و عقیده‌های کسی به ما شبیه باشد، احتمالاً به او بیشتر علاقه خواهیم داشت و میل خواهیم داشت که با او دوست شویم. به عنوان مثال وقتی که یک ماشین جدید می‌خرید، به ناگاه احساس می‌کنید که آن ماشین در خیابان خیلی زیاد شده است! واقعیت این است که قبلاً همه‌ی آن ماشین‌ها در خیابان بوده‌اند؛ اما مغز، آن‌ها را بی‌اهمیت تلقی و فیلتر می‌کرده است. حالا که ما آن ماشین را انتخاب کرده‌ایم، برایمان مهم و جذاب است که ببینیم دیگران هم سلیقه ما را تأیید و انتخاب کرده‌اند. پس دیگر آن را فیلتر نمی‌کنیم.

در زمان دریافت بازخورد از مشتریان و یادگیری در مراحل ساخت MVP نیز دقیقاً همین مکانیزم اتفاق خواهد افتاد. ذهن بنیان‌گذاران دوست دارد تمامی نظرات مثبت را به عنوان نکات مثبت به یاد آورد و کامنت‌های منفی را به عنوان نکات نامرتبط از ذهن خود پاک کند. به همین دلیل است که در هنگام مصاحبه با بنیان‌گذاران تنها نکات مثبت به یادآورده می‌شود. حال آن‌که یادگیری از نکات منفی نیز به همان اندازه و بلکه بیشتر مفید خواهد بود.

برای جلوگیری از این خطا می‌توانید چندین کار ساده را انجام دهید:

1. پیش از آن‌که آزمایشی را طراحی کنید، معیارهای موفقیت و یا شکست آن را نیز طراحی کنید تا پس از انجام، بتوانید آن را اندازه‌گیری کنید.
2. تمامی مراحل را مکتوب کنید تا از حذف نظرات مخالف توسط ذهنتان در امان باشید.
3. ذهنتان را برای پذیرش نظرات مخالف آماده کنید و تمعداً بر روی نظرات مخالف تمرکز کنید.
4. از نظرات افرادی که آشنایی چندانی با محصولاتان ندارند و یا افرادی که معمولاً نظراتشان مخالف شما است، استفاده کنید.