

The 7 Deadly Sins of User Research

How Bad Data Limits Customer Trust



65% of enterprise employees report an increase in demand for UX research.

Source: UserZoom



70% of enterprise CEOs see UX & CX as a competitive differentiator.

Source: UserZoom



“User testing is **useless** testing.”



A close-up photograph of a woman with long dark hair and extensive, colorful tattoos on her neck, chest, and arms. She is wearing a black sports bra and is lifting a barbell across her shoulders. Her right hand is gripping the barbell, showing black nail polish and a tattoo on her fingers. The background is a blurred gym setting with overhead lights.

Good user research is **hard**.

Bad user research is **dangerous**.



Sin 1

Not thinking business first

Your research needs to be
tied to a **business KPI**.

Always ask yourself **2 questions**.

1. What will this research tell you that you don't already know?
2. How will that insight help you grow your business or/and make your customers happier?

Research is only successful if it gives
you **actionable and testable insights.**

Sin 2

Not using the right research method

Matching your research question to
the **right method** is essential.

**Behaviour
(Do)**

Moderated
usability testing

Analytics
Heatmaps
AB-testing

Contextual surveys
Customer feedback

**Attitude
(Think/Say)**

Interviews

Surveys

Qualitative/Direct (Why?)

Quantitative/Indirect (What/How many?)

1 research method can't solve
all of your questions.

Sin 3

Biasing your research

Many elements can introduce bias.

Sampling bias

Method bias

Response bias

Sampling bias

[+ Follow](#) ⋮

Founder & CEO

Equipping Global Teams

[Book an appointment](#)

3w • 

98% of workers want remote or hybrid work



It's almost impossible for it to be clearer

   239

55 comments • 6 reposts

“Any figure that looks interesting
or different is usually wrong.”

Twyman's law



Kelly Anne Wortham (She/Her) • 1st

3w ...

Test & Learn Community (TLC) Founder | Forward Digital Founder

The Buffer report asks 3,000 REMOTE workers how they feel about remote work... I'm sorry. but that's a skewed audience. I

That's the definition of bias. Right, [Els Aerts](#)?

Method bias

Qual -> Quant

Does it make business sense to fix this
problem?

Quant -> Qual

How to fix this problem?

Response bias

Response bias in **surveys**

Be careful when you give people boxes to tick

Which apps or websites do you use when planning a day out?



The most abused survey of all time:
NPS

Classic NPS

How likely are you to recommend our business on a scale of 0 to 10?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Not At All Likely Extremely Likely

WHEN A METRIC BECOMES A TARGET,
IT CEASES TO BE A GOOD METRIC.

SOUNDS BAD. LET'S OFFER
A BONUS TO ANYONE WHO
IDENTIFIES A METRIC THAT
HAS BECOME A TARGET.



Biased NPS



Op basis van uw mening en ervaring: Hoe waarschijnlijk is het dat u KLM zou aanbevelen?

Zeker aanbevelen											Zeker niet aanbevelen
10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bedankt voor het starten van de enquête. Dankzij uw feedback kunnen wij een betere klantervaring bieden. Aan het einde van de enquête vindt u onze meest recente en belangrijkste initiatieven.



Sin 4

Jumping to conclusions
when user testing

“Don’t jump to conclusions”
Bad researchers:



User testing is not about percentages

Task success

			Test 1 (2019)	Test 2 (2021)
1	Promoties	Vind een volledig overzicht van alle bieren die in de promotie zijn.	53%	20%
2	Afhaalmomenten (keuze, beschikbaarheid, tijdstip, wachttijd)	Je wilt op woensdag om 11:30 je boodschappen afhalen in Mol. Boek hiervoor een reservatie in.	100%	100%
4	Servicekostacties	Je gaat een nieuwe [redacted] bestelling plaatsen. Je winkelwagen is nog leeg. Zorg er eerst en vooral voor dat je geen kosten hoeft te betalen voor het klaarzetten van je bestelling.	73%	100%
5	Winkelen vanuit mijn lijstjes	Je hebt een speciaal productlijstje voor je vaste maandelijkse boodschappen. Plaats alle producten van dit lijstje in je winkelwagen.	87%	93%
6	Boodschappenlijst (memolijst, aanvullen voorraad)	We noemen je zo dadelijk 5 producten op. Schrijf deze op. Selecteer voor elk van de 5 het product van jouw voorkeur en voeg het toe aan je winkelwagen. (Houd geen rekening met eventuele promoties).	73%	93%
7	Prijsvergelijking producten (merken, concurrenten)	Bij een andere supermarkt zag je dat 1,5 liter fles Coca-Cola Light €1,80 €2,50 kost. Is het goedkoper [redacted] wanneer je 1 fles wilt kopen?	87%	93%
8	Budgetcontrole (beheer van uitgaven)	Welke appelsap kost het minst per liter? (bij aankoop van 1 product)	87%	93%
9	Aankoopgeschiedenis (eerder gekocht)	Voeg alle producten uit je laatste bestelling opnieuw toe aan je winkelmandje (voor een nieuwe bestelling).	73%	93%
10	Feest of uitstap voorbereiden (Kerstmis, receptie, weekendje weg)	Je hebt een verjaardagsfeest gepland. Maak een nieuw lijstje aan en noem het 'Verjaardagsfeest boodschappen'. Voeg er [redacted], en muffins aan toe.	86%	73%
11	Recepten	Je wilt Pasta carbonara maken voor 4 personen volgens het recept van Jeroen Meus https://dagelijksekost.een.be/gerechten/spaghetti-alla-carbonara Voeg de nodige producten toe aan je bestelling (zout en peper heb je in huis).	93%	87%
12	Favoriete producten, vaste aankopen (routine)	Voeg [redacted] toe aan je favoriete producten.	86%	93%
13	Reservatie aanpassen (toevoegen, verwijderen, tijdstip, afhaalpunt)	Je hebt net een reservatie doorgestuurd naar [redacted] maar beseft dat je nog een doosje eieren pak basmatirijs bent vergeten. Hoe kan je dit nog aan je reservatie toevoegen? Voeg dit aan je bestelling toe.	0%	60%

What 1 person says or does,
is not a research insight.
It's an anecdote.



Sin 5

Not paying attention
to smaller patterns in surveys

Sin 6

Laziness

Don't over-rely on AI for your
research insights.

Use AI as your research partner.
Do not trust it blindly.

What about **synthetic users**?

A photograph of a park path. A yellow line starts from a box labeled 'Synthetic users', loops around a grassy area, and ends at a junction. A blue line starts from a box labeled 'Real users', follows the path towards a person in the distance, and then loops back to the junction. The background shows trees and a building.

Synthetic users

Real users

Synthetic users

Real users



“If you ever get close
To a human
And human behaviour



Be ready be ready
To get confused.”

Björk – Human behaviour

Sin 7

Believing any and all research data

65% of enterprise employees report an increase in demand for UX research.

Source: UserZoom



70% of enterprise CEOs see UX & CX as a competitive differentiator.

Source: UserZoom

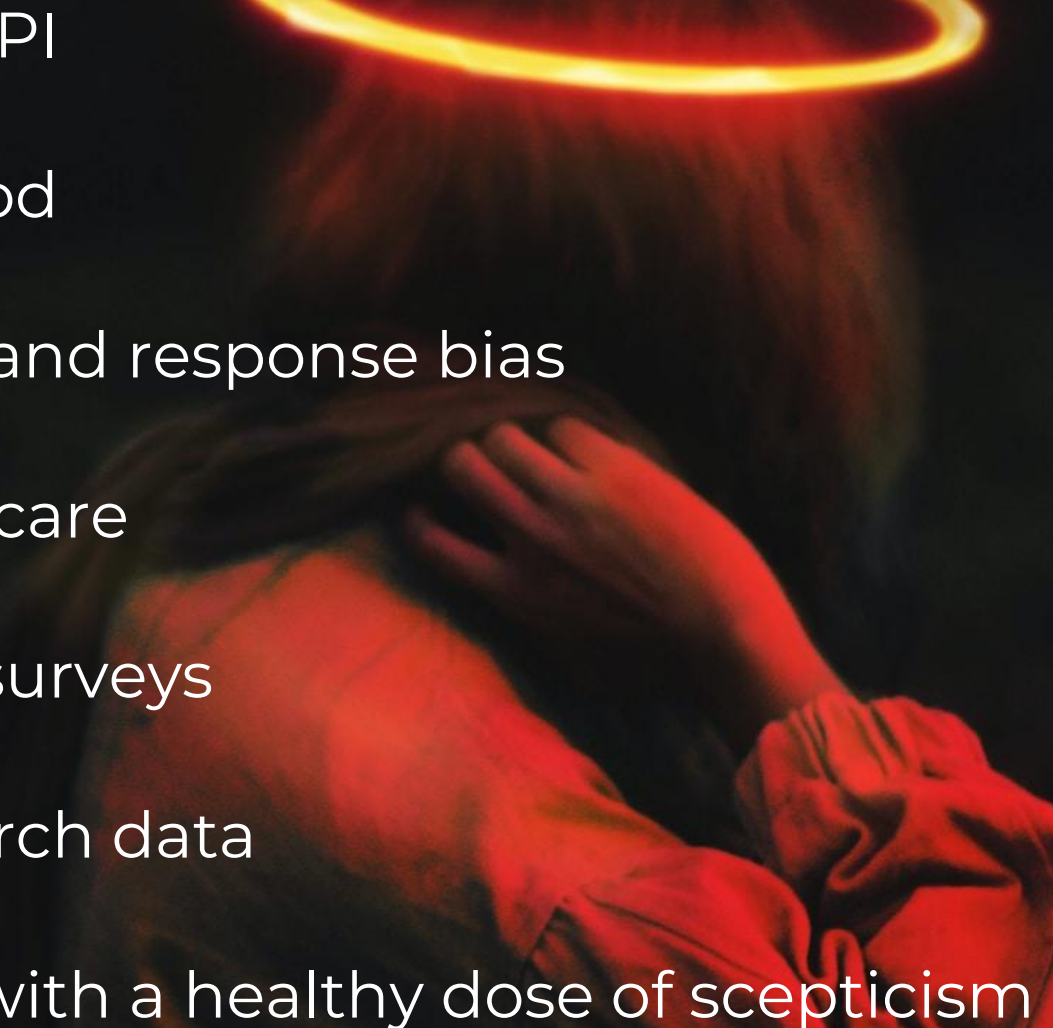
Only believe research data if you:

1. Have access to the full background of the study or the raw data
2. Trust the source

The background of the image is a dark, moody landscape. The upper portion is a deep blue sky with soft, wispy white clouds. The lower portion shows the dark silhouette of a forested hillside, with the trees appearing as a dense, dark mass against the lighter sky.

TRUST NO ONE

How to become a user research saint

1. Tie your research to a business KPI
 2. Choose the right research method
 3. Avoid sample bias, method bias and response bias
 4. Draw user test conclusions with care
 5. Be mindful of smaller signals in surveys
 6. Don't be afraid of your raw research data
 7. Approach all research and data with a healthy dose of scepticism
- 
- A person in a red robe with a glowing orange halo, symbolizing a saint. The person is shown from the chest up, with their hands clasped in front of them. The background is dark, and the lighting is dramatic, highlighting the person and the halo.

Ευχαριστώ



Always happy to talk all things user research
and optimization with you.

On LinkedIn

www.linkedin.com/in/elsaertsuserresearch

And in real life. 😊