

# Hooked

---

Kapitel 3 + 4<sub>1/2</sub>

# Index

## Kap. 3 Handlung

Untätigkeit vs. Handlung

Motivation

Fähigkeit

Was zuerst?

Heuristik und Wahrnehmung

## Kap.4<sub>1/2</sub> Variable Belohnung

Belohnung?

Variabilität

Drei Arten der Belohnung

# Kap. 3 Handlung

---

# Untätigkeit vs. Handlung

Dr. B. J. Fogg Modell

Anwender muss ...

1. ... motiviert sein
2. ... handlungsbefähigt sein
3. ... zur Handlung angeregt werden

B = MAT

B = behaviour, M = motivation, A = ability, T = trigger

# Motivation

Motivation = Handlungsenergie (Dr. Edward Deci)

Dr. B. J. Fogg Kernmotivatoren

- nach Vergnügen streben & Schmerz vermeiden
- nach Hoffnung streben & Angst vermeiden
- nach sozialer Akzeptanz streben & Zurückweisung vermeiden

# Fähigkeit

*Three simple steps to create innovative Products (von Denis J. Hauptly)*

1. Warum wird ein Produkt verwendet?
2. Wie ist der Handlungsablauf?
3. Schritte im Ablauf entfernen.

Welche Hindernisse können abgebaut werden?

# Fähigkeit

Welche Hindernisse können abgebaut werden?

Dr. B. J. Fogg Elemente der Einfachheit

Zeit

Denkzyklen

Geld

soziale Devianz

physische Anstrengung

Nichtroutine

Was fehlt dem User, um eine Handlung auszuführen?

# Was zuerst?

Motivation oder Fähigkeit?

B = MAT

**ABER**

Je geringer der Aufwand für eine Handlung, desto geringer die Hemmschwelle, sie auszuführen.



# Heuristik und Wahrnehmung

## Knappheitseffekt

Das Vorgaukeln von noch wenig übrig gebliebener Ware erhöht das Interesse an diesen.

Aber sollte die wenige Ware dann aufgestockt werden, verliert diese stärker an Wert.

# Heuristik und Wahrnehmung

## Rahmeneffekt

Je hochwertiger die Umgebung, in der die Ware eingebettet ist, desto hochwertiger wird das Produkt gewertet.

# Heuristik und Wahrnehmung

## Ankereffekt

Das Locken mit Aktionen und Preisvorteilen, obwohl diese im direkten Vergleich keine Vorteile sind, aber als solche wahrgenommen werden.

# Heuristik und Wahrnehmung

Vorsprungseffekt

Vorgaukeln von Nähe zum Ziel

# Heuristik und Wahrnehmung

Diese Vorteile helfen uns, schneller Entscheidungen zu treffen.

Es gibt min. 100 von ihnen.

Designer können diese einsetzen, um den Kunden zu Handlungen zu motivieren

Mental notes

<http://www.getmentalnotes.com/cards>

# Kap. 4<sub>1/2</sub> Variable Belohnung

---

# Belohnung?

James Olds und Peter Milner entdecken Belohnungs aral

Nucleus accumbens,

wird aber nicht aktiviert, wenn Belohnung erhalten wird,

sondern wenn das Verlangen nach der Belohnung angestoßen wird.

Das Sehnen treibt uns an.

# Variabilität

Gehirn ist programmiert, Neues zu verstehen und Zusammenhänge herzustellen.

Stellt ein Ursache-Wirkungs-Muster auf.

Neues, Ungewohntes durchbricht dieses Muster, erregt Interesse.



# Drei Arten der Belohnung

## Belohnung des Stammes

- Menschen sind sozial abhängig.
- ist aktiv im sozialen Umfeld
- soziale Akzeptiertheit der eigenen Person/Meinung als Belohnung/als Ziel
- Albert Bandura “Sozial-kognitive Lerntheorie”
- Besonders Handlungen von Vorbildern werden nachgeahmt.

# Drei Arten der Belohnung

## Belohnung der Jagd

Menschen suchen nach Ressourcen, um ihr Überleben zu sichern.

- früher notwendiger Antrieb während der Hetzjagd
- Antrieb für unsere Wünsche und Sehnsüchte
- Belohnung durch materielle und immaterielle Güter

# Drei Arten der Belohnung

## Belohnung des Selbst

Menschen versuchen, sich zu verbessern und Kompetenz zu erlangen.

- Drang, Hindernisse zu überwinden
- angetrieben von der “intrinsischen Motivation” (Edward Deci und Richard Ryan)
- Teil der Selbstbestimmtheits-Theorie