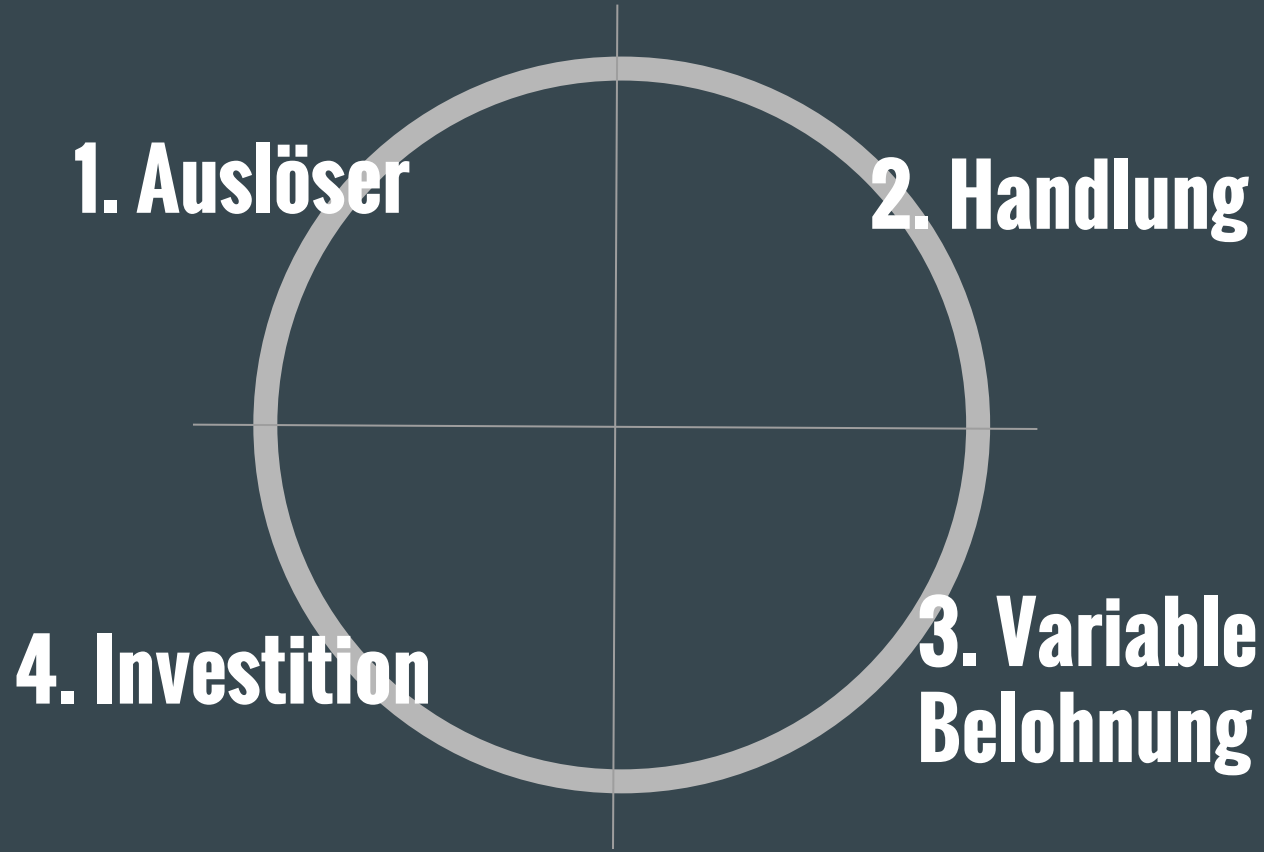




# **HOOKED**

Kapitel 6-8

# Hakenmodell



# Die Fünf grundlegenden Fragen für die Schaffung effektiver Hacken

## 1. Auslöser



1. Wassen **wollen** die Kunden wirklich?  
Welchen Schmerz lindert Ihr Produkt?  
(inner Auslöser)
2. Was **führt** die Kunden zu Ihrem **Angebot**?  
(Äußerer Auslöser)

# Die Fünf grundlegenden Fragen für die Schaffung effektiver Hacken



## 2. Handlung

3. Was ist die **einfachste Handlung**, welche die Kunden in Erwartung einer **Belohnung** ausüben, und wie können Sie Ihr Produkt vereinfachen, um die Handlung zu erleichtern?

# Die Fünf grundlegenden Fragen für die Schaffung effektiver Hacken



## 3. Variable Belohnung

4. Finden die Kunden die Belohnung befriedigend, wollen aber **trotzdem immer mehr** davon?

# Die Fünf grundlegenden Fragen für die Schaffung effektiver Hacken



## 4. Investition

5. Welches »Stück Arbeit« investieren die Kunden in Ihr Produkt? Bereitet es den nächsten Auslöser vor und speichert es Wert um das Produkt durch den **Gebrauch** zu **verbessern**?

A stylized illustration with a teal background. On the left, a white silhouette of a man in a suit with large white wings is walking towards the right, carrying a briefcase. On the right, a red silhouette of a devil in a suit is walking towards the left, holding a red trident. In the center, a dark silhouette of a man's head and shoulders is shown in profile, looking towards the right. The background features a city skyline and several red exclamation marks. A semi-transparent white box is overlaid on the left side, containing the title text.

# Die Moralischen Aspekte von Manipulation

# Fragen zur Einschätzung der moralischen Manipulation

1. »Würde ich das Produkt **selbst** verwenden?«
2. »Hilft das Produkt den Anwendern, ihr **Leben** wesentlich zu **verbessern**?«



# Manipulationsmatrix

Verbessert deutlich das Leben des Anwenders	<b>Hausierer</b>	<b>Erleichterer</b>
Verbessert das Leben des Anwenders nicht	<b>Dealer</b>	<b>Entertainer</b>
	Der Erzeuger verwendet es nicht	Der Erzeuger verwendet es

# Weitere Erläuterungen

## ERLEICHTER:

moralsich unbedenklich + bestes Kundenverständnis -> beste Erfolgsaussichten

## HAUSIERER:

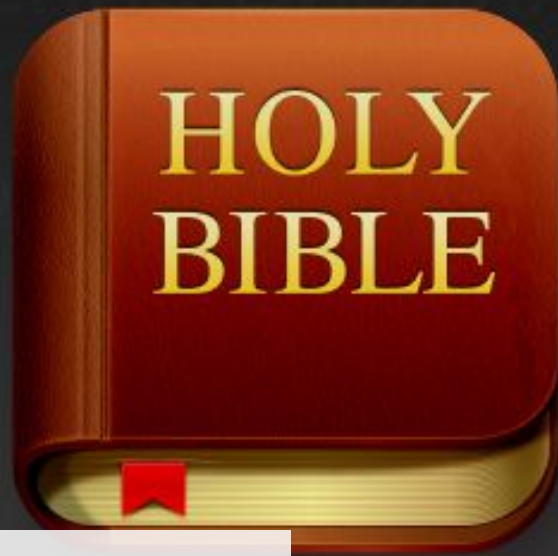
muss sich vor überheblichkeit und mangelnder Authentizität hüten  
-> wenig Verständnis der Kunden

## ENTERTAINER

Produkten fehlt es oft an Nachhaltigkeit

## DEALER

geringsten chancen auf erfolg + oftmals moralisch zweifelhafte Position



## Fallstudie: Die Bibel-App

youVersion<sup>®</sup>  
The Bible App<sup>™</sup>

# The Bible-App by YouVersion

255.188.120 mal heruntergeladen und installiert

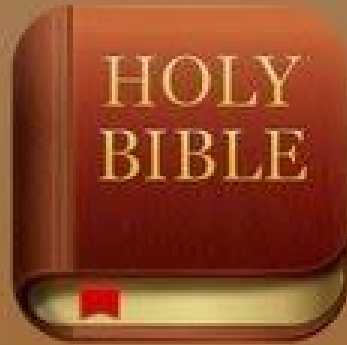
66.000 Menschen öffnen die App pro Sekunde

200 Millionen Dollar Marktwert (2013)

# The Bible-App by YouVersion



The Bible-App  
by YouVersion



# Bible App by YouVersion Review

<https://www.youtube.com/watch?v=lcnzKD4jRXA>

# The Bible-App Amazon Echo



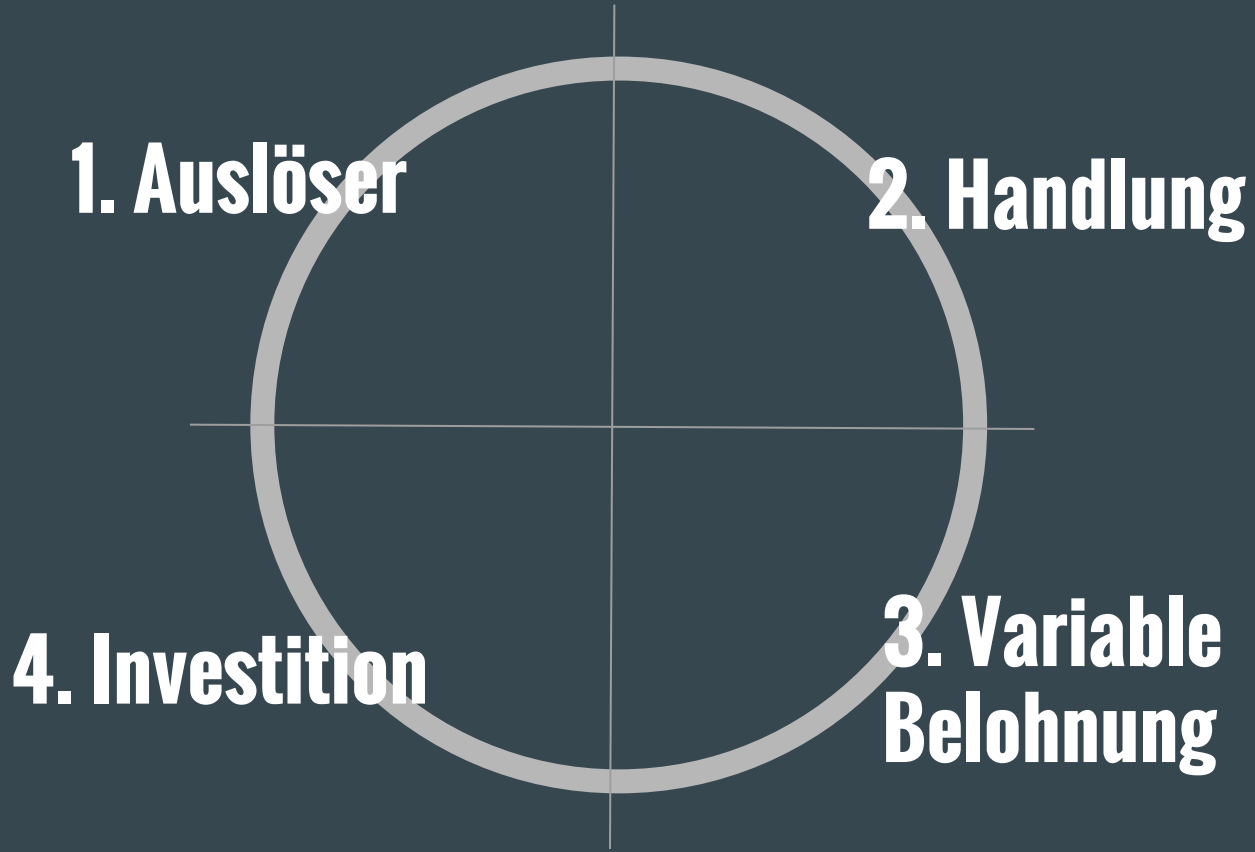
[https://www.youtube.com/watch?v=VKVDoGC\\_j6E](https://www.youtube.com/watch?v=VKVDoGC_j6E)

# Am Anfang

- anfangs als Webseite dann als App -> **Leichter zugänglich**
- Die Bibel-App erhöht die **Handlungsmöglichkeiten** des Nutzers, indem sie interessante Inhalte bereitstellt und eine alternative Audioversion anbietet.
- Unterteilung in kleine Abschnitte/Bibelverse. Erleichtert dem Nutzer das tägliche lesen und (trainiert ihn). Durch ungewissheit über den nächsten Verse -> **variable Belohnung**.
- Anmerkungen, Lesezeichen und Markierungen **binden** die Nutzer stärker.



# Hakenmodell



**Gewohnheiten testen und  
gewohnheitsprägenden  
Gelegenheiten finden**



# Gewohnheiten testen

## Schritt 1: Identifizieren

- »Wer sind die gewohnheitsmäßigen Nutzer?«
- »Wie häufig sollten man Ihr Produkt verwenden?«

## Schritt 2: Nachvollziehen

- Schritte bei eifrigen Nutzern herausfinden -> Muster ableiten -> neue Hypothesen

## Schritt 3 Modifizieren

- Überarbeiten -> wenn nötig bei 1 starten

# Gewohnheitsprägenden Gelegenheiten finden

Beobachtungen des eigenen Verhaltens -> Chancen für gewohnheitsprägende Produkte

Neue Schnittstellen -> führen zu Veränderten Verhaltensweisen

Sich neu entwickelte Verhaltensweisen -> auf Massentauglichkeit prüfen

**Vielen Dank für die Aufmerksamkeit**