

Nir Eyal

Hooked

Wie Sie Produkte erschaffen, die süchtig machen

*Übersetzung aus dem amerikanischen Englisch
von Jordan T. A. Wegberg*

© des Titels »Hooked« (ISBN 978-3-86881-536-8)
by Redline Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

REDLINE | VERLAG

Inhalt

Einleitung	9
Wer zuerst kommt	10
Wie ich an den Haken geriet	11
1. Auslöser	14
2. Handlung	14
3. Variable Belohnung.....	15
4. Investition	16
Eine neue Supermacht.....	17
Wie Sie dieses Buch nutzen	19
1. Der Gewohnheitsbereich	21
Warum Gewohnheiten gut fürs Geschäft sind	23
Erhöhung des Customer-Lifetime-Value	24
Preisbildungsflexibilität.....	25
Virales Wachstum	27
Erhöhung des Wettbewerbsvorteils	28
Das Monopol des Geistes	30
Gewohnheit als Strategie	33
Im Gewohnheitsbereich.....	34
Vitamine versus Schmerztabletten.....	36
Einblick in das Hakenmodell	40
2. Auslöser	43
Gewohnheiten werden nicht geschaffen, sondern ausgebaut.....	44
Äußere Auslöser.....	45
Arten von äußeren Auslösern.....	47
Innere Auslöser	50
Auslöser schaffen	53
Die Auslöser von Instagram	57

3. Handlung	61
Handlung vs. Untätigkeit	61
Motivation	62
Beispiele für Motivation in der Werbung	63
Fähigkeit	65
Einloggen bei Facebook	70
Teilen mit dem Twitter-Button.....	71
Suchen mit Google.....	72
Fotografieren mit dem iPhone von Apple.....	74
Scrollen mit Pinterest.....	75
Motivation oder Fähigkeit – was sollten Sie zuerst verbessern?	76
Die Evolution der Twitter-Homepage.....	77
Über Heuristik und Wahrnehmung.....	81
Der Knappheitseffekt.....	81
Der Rahmeneffekt	83
Der Ankereffekt.....	84
Der Vorsprungeffekt.....	85
4. Variable Belohnung	91
Belohnungen verstehen.....	91
Das Geheimnis der Variabilität.....	93
Die Belohnungen des Stammes, der Jagd und des Selbst..	94
Belohnungen des Stammes.....	96
Belohnungen der Jagd.....	101
Belohnungen des Selbst.....	106
Wichtige Überlegungen für die Entwicklung von Belohnungssystemen	111
Variable Belohnungen sind kein Freibrief.....	111
Autonomie bewahren	113
Vorsicht vor der begrenzten Variabilität.....	119
Welche Belohnungen sollten Sie bieten?	123
5. Investition	127
Die Einstellung ändern.....	127

Die irrationale Wertschätzung von Bemühungen.....	128
Wir streben nach Übereinstimmung mit früheren Verhaltensweisen	130
Wir vermeiden kognitive Dissonanz.....	131
Ein bisschen Arbeit	134
Das Speichern von Werten	136
Content.....	136
Daten	138
Follower.....	139
Ruf.....	141
Fachkenntnis.....	142
Den nächsten Auslöser vorbereiten	144
Any.do	144
Tinder.....	146
Snapchat	147
Pinterest.....	148
6. Was fangen Sie jetzt damit an?.....	153
Der moralische Aspekt von Manipulation	154
Der Erleichterer.....	157
Der Hausierer	161
Der Entertainer	162
Der Dealer.....	163
7. Fallstudie: Die Bibel-App.....	167
Am Anfang.....	169
Wie man eine göttliche Gewohnheit schafft.....	170
Heilige Auslöser.....	171
Gepriesen seien die Daten	173
Belohnungen durch den Herrn.....	174
8. Gewohnheiten testen und die Suche nach gewohnheits- prägenden Gelegenheiten	179
Gewohnheiten testen.....	179
Schritt 1: Identifizieren.....	181

© des Titels »Hooked« (ISBN 978-3-86881-536-8)
 by Redline Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH, München
 Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

Schritt 2: Nachvollziehen.....	182
Schritt 3: Modifizieren.....	183
Die Entdeckung von gewohnheitsprägenden Gelegenheiten	183
Aufkeimende Verhaltensweisen	186
Basistechnologien.....	188
Schnittstellenwechsel.....	189
Anhang.....	193
Was nun?	193
Über die Autoren.....	193
Danksagungen.....	194
Mitwirkende	195
Anmerkungen und Quellen.....	199
Stichwortverzeichnis.....	206

© des Titels »Hooked« (ISBN 978-3-86881-536-8)
by Redline Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>