如何让用户对你上瘾？

为什么有的产品（包括公众号）用户会不停的使用？

这是一个很刺激肾上腺分泌的话题。

这本书是来自美国的一本畅销书，它不是讲心理的，也不是谈哲学的，恰好它就是揭示了让用户“上瘾”的互联网产品运营背后的基本设计原理。

其中有一个很让人上瘾的“上瘾模型(the Hook Model)”，对于推产品、运营公众号、做活动、写文案都会有很多不错的启发。

我就是喜欢模型这种东西，一方面可以提供实际指导，另一方面根据自身需求还可以进行拓展和完善，一句话就是：站在巨人的肩膀上。

让用户上瘾，也就是培养用户习惯，这个书中的”上瘾模型“分为4个部分，分别是触发、行动、多变的酬赏和投入，这基本上可以用在所有的习惯培养中。

比如，现在很多产品都是基于这种“上瘾模型”的，包括微信微博这样的庞然大物，美拍快手也是这样的，这里随便举一个健身类工具KEEP。

对应“上瘾模型”就是：

**触发：**物资条件的变好，年轻人对健身有越来越多的需求。但大多工作太忙没有时间去健身房，家里又没有器械，或者健身房没有私教指导......而KEEP可以帮助解决这一点；

**行动：**只需要下载KEEP，就相当于有了一个移动健身教练；

**酬赏：**首先是自身的改变，然后会有各种健身达人、教练、网红健身视频，视频也做了技术优化几乎是秒下载，还有很多健身徽章、提供多项训练计划、还可以在社区分享交流心得等等；

**投入：**不仅有健身的投入，还有各种社交的投入。

在比如朋友在做的一款社交APP心对，这是一款基于个人的性格爱好跟你匹配异性的社交软件。

触发：男生女生感到无聊寂寞