

Maatschappij en Interactie
Case: Netflix

NETFLIX

Nicole de Haan
500798322
Citroen
M&I
11-06-2019

Inhoudsopgave

Inleiding + onderzoek Netflix	3
Cialdini 6 beïnvloedingsprincipes	4
BJ Fogg's Behaviour Model	6
Hijacks – Tristan Harris.....	7
Alter	11
Reflectie en visie.....	12
Triggers/Hook model – Eyal / herontwerp	13
Waarom kan mijn herontwerp wel/niet werken?	15
Conclusie	16
Literatuurlijst.....	17

Inleiding + onderzoek Netflix

In deze case-analyse doe ik onderzoek naar hoe Netflix mij beïnvloedt. Daarnaast doe ik een voorstel voor een herontwerp waarbij ik ervoor wil zorgen dat studenten niet steeds blijven Netflixen en hierdoor school en/of slaap uitstellen. Ik wil het gedrag veranderen/verminderen dat studenten niet steeds blijven Netflixen en hierdoor bijvoorbeeld hun slaap uitstellen of school uitstellen zoals ik. Ik wil dit gedrag veranderen/verminderen, omdat zij hierdoor school en/of werk missen of heel moe naar school en/of werk toe gaan. Doordat studenten in de nacht maar blijven kijken naar series en dus later gaan slapen dan dat zij eigenlijk wilde, zijn zij de volgende dag enorm moe en dus minder productief of verslapen zij zich. Ik merk dat dit ook vaak het geval is bij mijzelf, mijn vriend en vrienden. Ik merk aan mijzelf en mijn vrienden dat wij de volgende dag enorm moe zijn en eigenlijk nergens meer aan toe komen wat wij eigenlijk wel wilde doen. Aan mijn vriend merk ik dat hij doordat hij blijft Netflixen zich verslaapt en dus vaak te laat komt op werk of op school hierdoor.

Netflix is opgericht door Reed Hastings en Marc Randolph in 1997. Reed Hastings kwam op het idee om dit bedrijf op te richten, nadat hij een boete moest betalen na het te laat inleveren van een gehuurde film (Sprout, 2014). Op 14 april 1998 is Netflix online gegaan in Amerika, het was een online videotheek er waren toen 925 video's te huren. DVD's werden per post verstuurd, deze mochten zij zolang houden als zij maar wilde (Spreekbeurten.info, zd). In 2002 ging Netflix over op streamen van video's (Sprout 2014). In Europa kwam Netflix pas in 2012 op de markt. In Nederland kwam Netflix in september 2013 (Spreekbeurten.info, zd). Het hoofdkantoor van Netflix staat in Los Gatos, Californië (Wikipedia, zd). Vroeger was Netflix bedoelt als online videotheek, nu is Netflix een betaalde streamingdienst met een breed assortiment zoals series, films en documentaires. Je kan onbeperkt veel series, films en/of documentaires kijken zonder reclames (Sprout 2014 en Netflix, zd). Videoland is een concurrent van Netflix. RTL heeft Videoland overgekocht waardoor zij mensen betaald video's, films en series kunnen laten streamen. Videoland wil de concurrentie met Netflix aangaan door veel aanbod dat alleen bij Videoland te zien is te bieden. Nog een andere concurrentie van Netflix is Amazon Prime Video. Deze streamingdienst is wereldwijd beschikbaar. Prime Video ligt qua prijs een stuk lager dan Netflix (Flixinfo, zd).

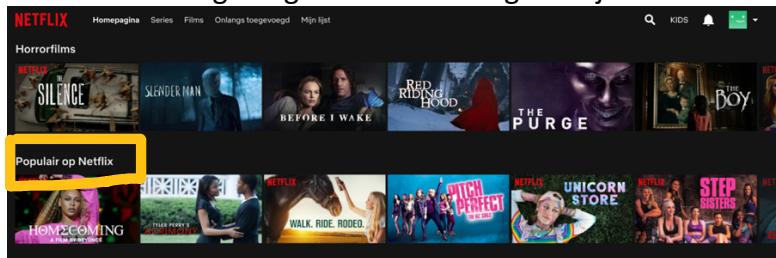
Uit onderzoek blijkt dat 60% van de Nederlanders binge-watched. Dit aantal neemt steeds meer toe. Het blijkt dat een binge-watcher 98% meer kans heeft op slapeloosheid. De reden dat er veel gebingwatched wordt komt doordat in een einde van de aflevering vaak een cliffhanger zit of de volgende aflevering wordt automatisch afgespeeld binnen een aantal seconden (Zorg en Zekerheid, zd).

Cialdini 6 beïnvloedingsprincipes

In dit hoofdstuk zijn de 6 beïnvloedingsprincipes van Robert Cialdini terug te vinden. Hij heeft ooit het boek Influencer geschreven waarin 6 principes staan van het beïnvloeden van mensen.

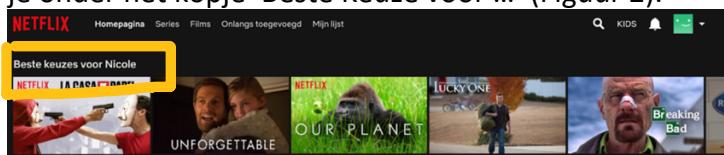
Ik heb deze 6 principes op mijn case toegepast. Hieronder vind je per begrip een screenshot van hoe gebruikers bij Netflix worden beïnvloed.

1. **Social Proof:** Mensen zijn sneller geneigd om iets te kijken als zij er veel over horen van vrienden, bekende personen etc (mensen doen graag wat andere doen) (Kaptein, 2012). Als zij veel over een serie of film horen willen zij het ook zien, omdat het dan wel goed/leuk zal zijn. Netflix doet dit doormiddel van het kopje ‘Populair op Netflix’ (Figuur 1), Netflix geeft dus aan wat andere mensen kijken/leuk vinden. Hierdoor zijn mensen sneller geneigd om dit ook te gaan kijken.



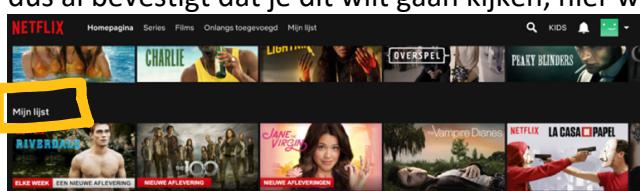
Figuur 1. Populair pagina van Netflix. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

- 2. Liking:** Mensen zijn sneller geneigd om iets te kijken wat speciaal voor hun aangeraden is, ook zijn mensen sneller overtuigd van iets/iemand als ze gelijkenissen vertonen (Kaptein, 2012). Netflix doet dit door de een lijst samen te stellen op basis van wat de gebruiker leuk vindt, zij zullen dit dan misschien ook leuk vinden. Dit vind je onder het kopje ‘Beste Keuze voor ...’ (Figuur 2).



Figuur 2. Beste keuze voor Nicole van Netflix. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

- 3. Commitment & consistency:** Mensen willen graag dingen afmaken waar zij al aan begonnen zijn, zich aan zijn/haar afspraak houden (Kaptein, 2012). Netflix doet dit doormiddel van ‘Mijn lijst’ (figuur 3). Je hebt al een stap gezet om het in jouw lijst te doen, dus is de stap kleiner om het echt daadwerkelijk te kijken. Je hebt ongemerkt dus al bevestigt dat je dit wilt gaan kijken, hier wil je niet van afwijken.



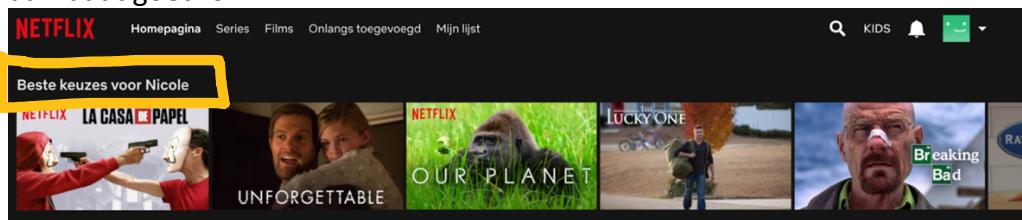
Figuur 3. Mijn lijst van Netflix. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

- 4. Reciprocity:** Mensen zijn sneller geneigd dingen terug te doen voor anderen als zij iets krijgen. Je beloond kijkers als zij iets gratis krijgen. Hierdoor geef je hun een aanzet om dit te doen en worden zij beloond ervoor (Kaptein, 2012). Netflix doet dit doormiddel van dat klanten de eerste 30 dagen gratis kunnen kijken (figuur 4).



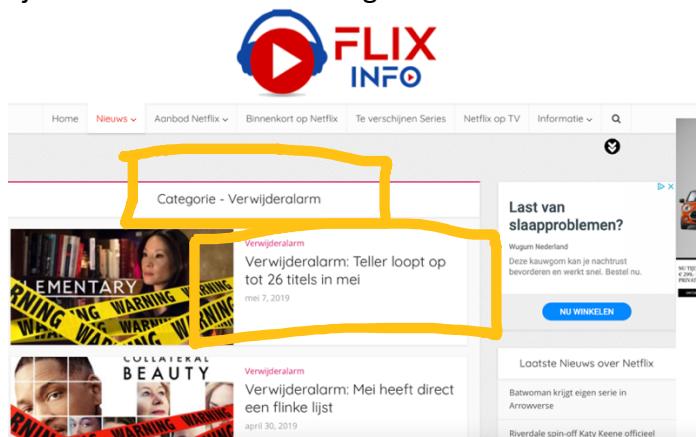
Figuur 4. Kijk 30 dagen gratis. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/nl/>). Copyright 2019.

- 5. Authority:** Mensen volgen het advies van experts op. Als mensen onzeker zijn over bepaalde keuzes doen zij wat experts zeggen. Kijkers willen graag advies (Kaptein, 2012). Netflix helpt zij bij het maken van een keuze doordat zij dingen aanraden 'Beste keuzes voor ..' (figuur 5). Als Netflix dit de beste keuze voor mijn vind dan zal het wel goed zijn toch?.. Mensen denken dit doordat Netflix allang bestaat en een hoog aanbod heeft dus mensen vertrouwen erop dat wat Netflix aanbiedt en aanraadt goed is.



Figuur 5. Beste keuze voor Nicole van Netflix. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

- 6. Scarcity:** Mensen hechten waarde aan zaken/prodcten die schaars en/of bijzonder zijn (Kaptein, 2012). Netflix-Nederland, dit is de site van Netflix. Hierop kan je films/series zien die binnenkort weggaan van Netflix 'Verwijderalarm' (Figuur 6). Doordat Netflix aangeeft dat series/films binnenkort weggaan, gaan mensen het snel kijken omdat het anders weg is.



Figuur 6. Verwijderalarm van Netflix. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix-nederland.nl/laatste-nieuws/verwijderalarm/>). Copyright 2019, Lex Bird Media.

BJ Fogg's Behaviour Model

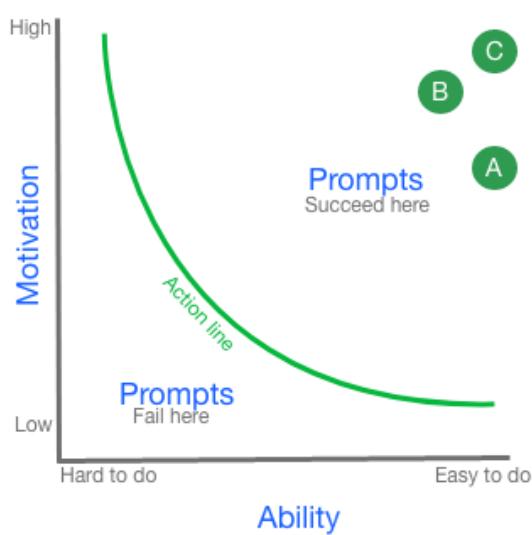
Dit hoofdstuk gaat over het BJ Fogg's Behaviour Model. Dit model bestaat uit 3 elementen: Motivation, ability en prompt/trigger. Dit model helpt mensen te achterhalen wat de oorzaken zijn van hun gedragsverandering.

Gedrag = Iets willen + iets kunnen + prikkel die je aanzet tot actie

Hieronder heb ik het B=MAP (behaviour = motivation, ability and prompt) model nagemaakt en de punten erin gezet wanneer mijn motivation en ability voor Netflix hoog en laag zijn. De rode kruisen geven aan wanneer het faalt en de groene kruisen geven aan wanneer het slaagt.

Niet iedereen kan alles zomaar doen, mensen zijn beperkt in hun beschikkingen dit kan komen door:

- Tijd
- Geld
- Fysieke inspanning
- Non-routine
- Social deviance
- Brain cyclus



Figuur 7. Behavior model (Fogg, 2016)

A

(P): Ik ben thuis en weet niet wat ik moet gaan doen, ik ga dus maar Netflix kijken omdat ik me verveel en niks te doen heb. Het is een gewoonte geworden zodra ik niks te doen heb ga ik Netflixen.

(M): Iets te doen hebben, zodat ik me niet verveel

(A): Ik heb nu genoeg tijd, ook weet ik precies hoe Netflix werkt. Hierdoor wordt het makkelijk voor mij om het te doen, omdat het een routine is voor mij.

D

(P): Ik ben met een vriendin. Het regent buiten dus willen gezellig samen binnen iets doen wat weinig moeite kost en waarvan wij kunnen ontspannen.

(M): We zijn al samen begonnen aan deze serie, dus willen het afkijken

(A): Het is een routine geworden dat wij deze serie samen kijken dus is het makkelijk voor ons om dit nu ook te gaan kijken, op deze manier hebben wij ook nog iets leuks te doen.

C

(P): Ik krijg een melding van Netflix dat het nieuwe seizoen van Riverdale online staat

(M): Ik weet dat iedereen van mijn vrienden dit ook kijkt dus ga ik dit ook nu kijken

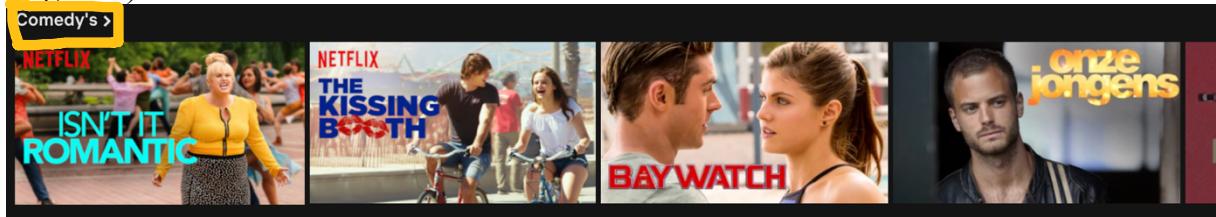
(A): Het kost me totaal geen moeite, want als ik de melding klik kom ik direct uit bij Riverdale en kan ik direct kijken. Het kost mij dus weinig brain cycles.

Hijacks – Tristan Harris

Tristan Harris heeft 10 hijacks. Ik leg per hijack uit hoe de technologie ons kan behoeden voor interrupties, dus ik ga kijken naar de zwakke plekken (zonder dat zij beseffen dat dit hun zwakke plek is) van gebruikers.

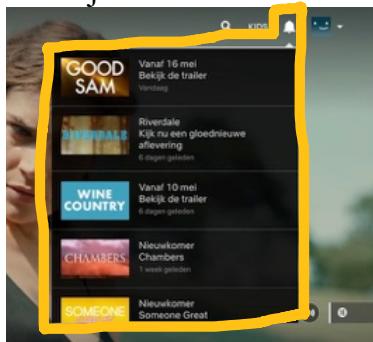
Ik leg de hijacks uit doormiddel van screenshots per hijack (toegepast op mijn case) en geef een korte toelichting hierover.

1 If you control the menu, you control the choices. Een app/site stelt al een menu voor jou samen. Dit is niet waar jij als gebruiker de controle over hebt (Harris, 2016). Netflix heeft doormiddel van het voorschotelen van een menu alle film keuzes in de hand. De gebruiker kan alleen de films zien die in dit menu staan (Figuur 7). Dit zorgt ervoor dat je andere films die niet in dat menu staan niet te zien krijgt. Hierdoor beïnvloed Netflix jouw keuze. Als je bijvoorbeeld kijkt tussen de comedy's zie je een lijst die Netflix heeft samengesteld voor jou (Figuur 9).



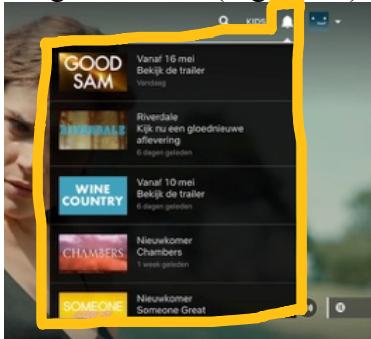
Figuur 9. Keuze menu samengesteld door Netflix. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

2 Put a slot machine in a billion pockets. Veel mensen beseffen niet hoeveel zij eigenlijk bezig zijn met social media. Doordat zij continu notificaties krijgen wordt de gebruiker getriggerd om te kijken wat voor melding het is. Je blijft steeds maar kijken als je nieuwe notificaties krijgt (Harris, 2016). Op Netflix heb je ook notificaties, hier vind je welke nieuwe films en series uitkomen en wanneer. Door de notificaties zorgt Netflix ervoor dat je telkens wilt kijken wat voor notificatie je hebt binnen gekregen (Figuur 10).



Figuur 10. Melding van nieuwe series/films. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

3 Fear of missing something important (FOMSI). Mensen willen graag op de hoogte blijven en dus niks missen (Harris, 2016). Netflix doet dit doormiddel van een belletje, hierin staan series/films die binnenkort op Netflix komen en waarvan Netflix denkt dat jij het leuk zal gaan vinden (Figuur 11).



Figuur 11. Melding van nieuwe series/films. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

4 Social Approval. Gebruikers willen graag goedkeuring van hun omgeving (Harris, 2016). Als iedereen het over een bepaalde serie (zoals Orange is the new Black) heeft van Netflix wil jij het automatisch ook kijken om mee te kunnen praten (Figuur 12).



Figuur 12. Orange is the new Black. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

5 Social Reciprocity (Tit-for-tat). Als de gebruiker iets ontvangt (krijgt) zijn zij sneller geneigd om iets terug te doen (Harris, 2016). Netflix doet dit doormiddel van 30 dagen gratis kijken. Jij moet je creditcard gegevens invullen en dan krijg je 30 dagen gratis van Netflix. Je moet dus letterlijk iets doen, voordat je iets terugkrijgt. Meestal in de praktijk merk je ook dat het moeite is om je abonnement op te zeggen, dus houden mensen het (Figuur 13).



Figuur 13. Kijk 30 dagen gratis. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

6 Bottomless bowls, Infinite Feeds, and Autoplay. Netflix speelt automatisch na zoveel seconden de volgende video af. Op deze manier zorg je ervoor dat mensen blijven kijken, je manipuleert dus eigenlijk mensen om door te kijken doordat het automatisch naar de volgende aflevering gaat, zonder dat zij het misschien willen (Harris, 2016) (Figuur 14).



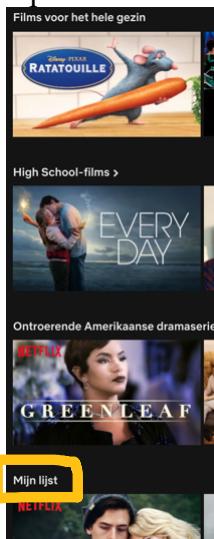
Figuur 14. Volgende aflevering over 1 seconden. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

7 Instant interruption vs. Respectful delivery. Gebruikers willen geen last hebben van spam berichten. Als je een melding binnen krijgt van een app moet dit niet meteen afleidend zijn, maar de gebruiker wilt wel weten zij een bericht hebben ontvangen (Harris, 2016). Netflix doet dit doormiddel van een notificatie op het homescreen. Hierdoor ga je toch kijken wat de melding is en word je afgeleid (Figuur 15).



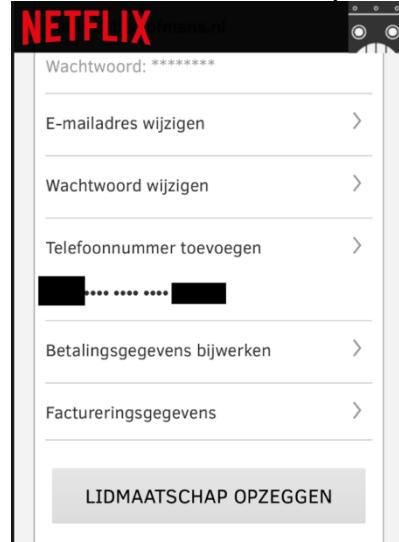
Figuur 15. Notificatie. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

8 Bundling your reasons with their reasons. Je komt met een doel op de site. Makers van een site/app hebben als doel om de gebruiker langer op de site te houden dan de gebruiker eigenlijk wil (Harris, 2016). Netflix doet dit doormiddel van zijn menu's. De belangrijkste genres staan onderaan (mijn lijst staat ook onderaan) en nieuwe films/series staan bovenaan. Op deze manier wil Netflix de gebruiker langer op hun site houden (Figuur 16).



Figuur 16. Genres. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

9 Inconvenient choices. Bedrijven maken keuzes makkelijker voor de gebruiker als zij willen dat je het kiest, zij maken keuzes moeilijker als ze willen dat je het niet kiest. Zij doen dit zodat je de keuze niet maakt die zij willen dat jij niet maakt (Harris, 2016). Als je je Netflix abonnement wil opzeggen moet je eerst alles invullen voordat je het kan opzeggen, vervolgens krijg je nog een scherm of je zeker weet dat je het wilt opzeggen. Het kost dus veel moeite om Netflix op te zeggen (Figuur 17).



Figuur 17. Abonnement opzeggen. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

10 Forecasting errors, foot in the door strategies. Mensen denken niet meteen aan hoeveel tijd iets kost als je ergens op klikt. Ze weten niet dat je lang aan iets vast komt te zitten en blijft doorgaan met kijken (Harris, 2016). Netflix doet dat doormiddel dat zij automatisch de volgende aflevering doorspoelen. Doordat Netflix dit doet blijf je eigenlijk maar doorkijken zonder dat je het door hebt (Figuur 18).



Figuur 18. Volgende aflevering over 1 seconden. Overgenomen uit Netflix, z.d. (<https://www.netflix.com/browse>). Copyright 2019.

Alter

Uit onderzoek blijkt dat 60% van de Nederlanders binge-watched. Dit aantal neemt steeds meer toe. Het blijkt dat een binge-watcher 98% meer kans heeft op slapeloosheid. De reden dat er veel gebingwatched wordt komt doordat in een einde van de aflevering vaak een cliffhanger zit of de volgende aflevering wordt automatisch afgespeeld binnen een aantal seconden (Zorg en Zekerheid, zd).

Uit het artikel van Alter blijkt dat mensen verslaafd raken op het moment dat iets onverwachts is (Alter, 2017).

Netflix heeft een groot aanbod series en films. Deze series en films komen alleen op Netflix als er een contract is vastgesteld. Ook kan het zijn dat er geen nieuw seizoen wordt gemaakt van een bepaalde serie of film of dat een contract niet verlengd wordt. Als dit het geval is zal de serie of film niet op Netflix verschijnen. Gebruikers wachten tot er een tweede deel van die film uitkomt of een nieuw seizoen van een serie. Het is dus voor de gebruiker onverwacht of dit gaat komen of niet, dit is ook wat het verslaafd maakt, de gebruiker weet niet of het überhaupt gaat komen of niet.

Reflectie en visie

Ik wil het gedrag veranderen/verminderen dat studenten niet steeds blijven door Netflixen en hierdoor school en/of slaap uitstellen. Het doel van Netflix is je dus zolang mogelijk op de site te houden. De reden dat mensen doorblijven Netflixen zonder het benut te hebben hoelang zij bezig zijn met Netflixen komt doordat de volgende aflevering automatisch na 5 seconden start en er vaak een cliffhanger aan het einde van een aflevering te zien is (Zorg en Zekerheid, zd). Netflix maakt dus al de keuze voor jou om door te kijken. Als je de volgende serie al afspeelt is de kans groot dat je blijft kijken ookal was dit eigenlijk niet een bewuste keuze van de gebruiker (Harris, 2016). Ik vind dat deze keuze bij de gebruiker moet liggen en niet bij Netflix.

Ik vind het belangrijk dat gebruikers van Netflix niet hun slaapritme of school hieronder laten lijden. Het blijkt erg moeilijk te zijn om als gebruiker jezelf los te trekken van je beeldscherm en te gaan slapen of huiswerk te gaan maken (Zorg en Zekerheid, zd). Ik vind het dus belangrijk dat de gebruiker weet waar hij mee bezig is en zelf kan bepalen of dit is wat hij wil of niet. Netflix kiest ervoor om de gebruiker te stimuleren om door te blijven kijken zonder dat de gebruiker hiervan bewust is. Ik vind het dus niet goed hoe erg Netflix de mens beïnvloed, ook is dit niet wenselijk voor de gebruiker. De gebruiker heeft bepaalde verplichtingen zoals naar school gaan/huiswerk afmaken en zij komen door het bingewatchen hier niet aan toe. Ook leidt hun gezondheid eronder doordat zij door het bingewatchen minder slapen.

In mijn herontwerp wil ik dieper ingaan op de wenselijkheid van de gebruiker en hun helpen stil staan bij het feit dat zij aan het bingewatchen zijn en dat zij zelf kunnen bepalen of zij dit wel of niet willen. De controle moet bij de gebruiker komen te liggen en niet dat Netflix dit bepaalt voor de gebruikers. Ik wil de gebruiker motiveren om weer verder te gaan met hun verplichtingen zoals school, huiswerk of slaap. De gebruiker moet naar Netflix komen om even te ontspannen maar vervolgens wel weer aan de slag gaan en geen slecht gevoel krijgen omdat zij alles laten liggen en blijven bingewatchen.

De voordelen hiervan voor de gebruiker zijn dat ze meer controle en besef hebben over hoelang zij Netflixen. Zij krijgen een melding dat zij een tijd kunnen instellen hoelang zij willen Netflixen (Figuur 22), zodat zij beseffen hoelang zij Netflixen, ook zal de autoplay weggaan (Figuur 21) zodat het een bewuste keuze is van de gebruiker om door te kijken, de gebruiker kan instellen om geen meldingen meer te krijgen op hun homescherm (Figuur 19) van hun telefoon, hierdoor zullen zij niet afgeleid worden en willen gaan Netflixen. Als laatste zal de gebruiker beloond worden doormiddel van een compliment als zij stoppen met Netflixen (Figuur 24).

Dit herontwerp heeft niet alleen voordelen voor de gebruiker, maar ook voor Netflix zelf! Het voordeel is namelijk dat de gebruiker het fijn zal vinden om Netflix te gebruiken. Gebruikers zullen Netflix niet meer zien als “bad habit” maar als middel om te ontspannen en relaxen.

Triggers/Hook model – Eyal / herontwerp

In het hook model van Eyal zijn er 4 fases (Trigger, action, variable reward en investment). Ik ga per fase hoe dit beïnvloeding heeft op mijn case met een herontwerp.

Human value:

- Gezond leven (Doormiddel van niet verslaafd te zijn).

Mogelijke oplossingen:

- Geen Netflix kijken
- Minder Netflixen
- Niet in de avond of tijdens verplichtingen Netflixen
- Alleen in vakantie/weekenden Netflixen
- Netflix alleen ter ontspanning gebruiken

Interne triggers:

- Elke avond als ik in bed lig ga ik Netflixen voordat ik ga slapen. Doordat ik dit nu dagelijks doe is het een soort gewoonte/ritueel/routine geworden.
- Als ik emotioneel op ben wil ik het ontspannen worden. Dit doe ik doormiddel van Netflix te kijken. Hierdoor kan ik mijzelf mee laten slepen in films en/of series en mijn hoofd op deze manier leeg maken.

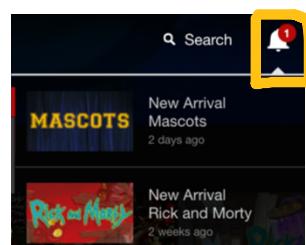
Externe triggers:

- Ik hoor van andere mensen dat er een hele leuke serie op Netflix staat, omdat ik graag wil mee kunnen praten ga ik dit ook maar kijken.
- Ik krijg een notificatie binnen dat mijn favoriete serie online is gekomen. Ik was eigenlijk bezig met mijn huiswerk, maar ik wil dit absoluut niet missen en ga die serie toch kijken. Ik ga in mijn herontwerp de notificaties uitzetten. Deze zie je pas als je eenmaal op de app zelf bent, maar je zal er niet meer door gestoord worden. Deze aanpassing past bij Hijack #7 Instant interruption vs. “Respectful” Delivery. Het is geen interruptie meer doordat de notificatie je niet zal storen, je ziet het pas als je zelf eenmaal besluit naar de Netflix app te gaan.



Als je op de site komt krijg je direct bij meldingen een 1 te zien. Vervolgens vraagt Netflix aan jou of jij je notificaties wilt uitzetten of niet. De manier waarop Netflix dit zegt stimuleren zij jou om dit te doen (omdat zij zeggen “wil jij niet meer gestoord worden door meldingen”).

Figuur 19. Notificaties uitzetten op Netflix.



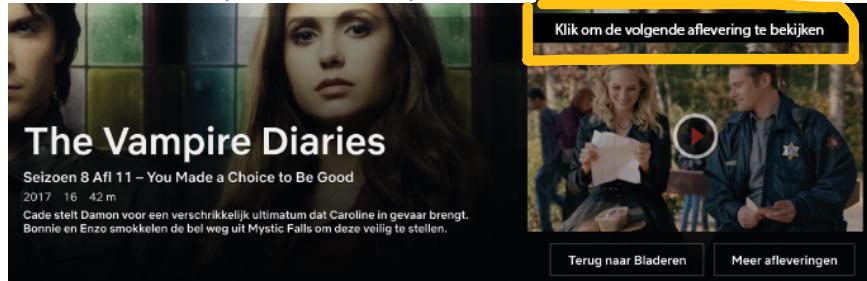
Als je op de site bent en er is een notificatie krijg je wel gewoon een 1 te zien en de notificaties. Maar doordat Netflix het niet meer laat zien op je beginscherm van je telefoon zul je er niet door gestoord worden en afgeleid worden.

Figuur 20. Notificaties alleen op Netflix.

Actie:

Ik wil dat Netflix gebruikers minder lang doorblijven Netflixen terwijl zij aan school moeten of moeten slapen. In het model van B.J. Fogg zie je dat er verschillende factoren zijn die ervoor zorgen dat de gebruiker wel of niet gaat Netflixen.

- Fysieke inspanning: Ik ga de autoplay functie weghalen van Netflix. Hierdoor moet de gebruiker meer moeite doen om door te kijken. De kans is dus groter dat de gebruiker dit niet gaat doen. Dit past bij hijack #9 Inconvenient choices. In mijn herontwerp maakt Netflix het voor de gebruiker moeilijker om door te kijken dan om te stoppen. Ook past het bij hijack #6 Bottomles bowls, infinite feeds, and autoplay.



Figuur 21. Autoplay uit Netflix.

- Tijd: De gebruiker kan een tijd instellen hoelang zij willen Netflixen. Als deze functie beschikbaar is krijg je dit direct op je home scherm te zien (Figuur 22). Je kan je tijdslimiet altijd bij je instellingen uitzetten of wijzigen. Als de tijd om is krijg je een pop up. De gebruiker moet dan aangeven of zij doorwillen kijken of niet (Figuur 23). Hierdoor is de gebruiker bewust van het feit hoelang hij/zij aan het Netflixen is en maakt de gebruiker een bewuste keuze om te stoppen of door te kijken. De gebruiker wordt dan niet beïnvloed door Netflix.



Figuur 22. Tijd instellen Netflix.



Figuur 23. Tijd verlopen Netflix.

Beloning:

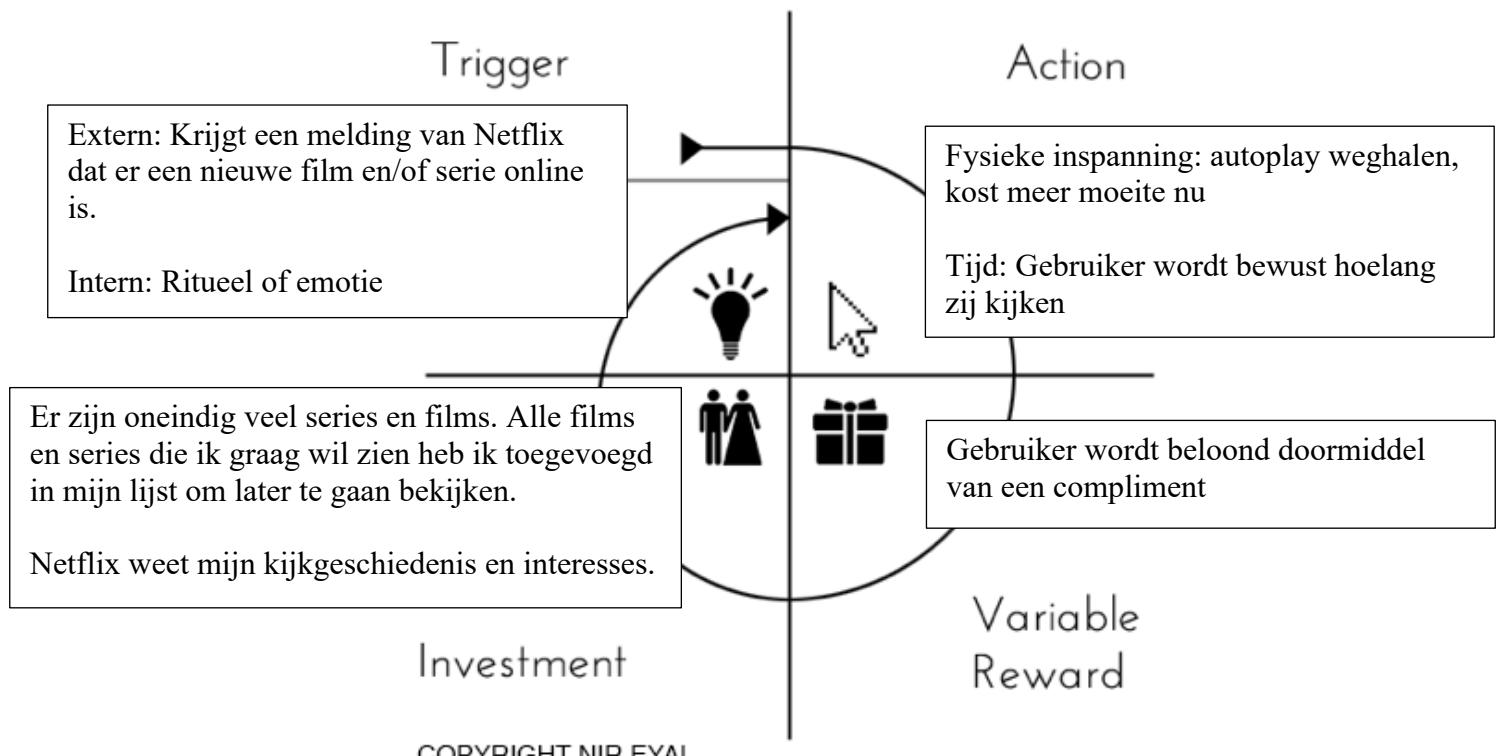
Ik wil de gebruiker een beloning geven doormiddel van Reward of the self.

Ik wil dat de gebruiker instaat is om zelf zijn/haar eigen keuze te maken in plaats van dat Netflix dit voor hun doet. Als zij hiertoe instaat zijn wil ik hun belonen doormiddel van een compliment. Hierdoor voelen zij zich goed en weten zij dat zij zichzelf kunnen beheersen van bingewatchen.



Figuur 24. Beloning Netflix.

The Hook



Figuur 25. Hook Model (Eyal, 2015)

Waarom kan mijn herontwerp wel/niet werken?

De autoplay weghalen:

Ik denk dat dit een goed herontwerp zal zijn! Hierdoor is de gebruiker goed instaat om zijn eigen keuzes te maken en wordt het een bewuste keuze van de gebruiker om toch te beslissen als zij door willen kijken.

Notificatie uitzetten:

Doordat de gebruiker de notificatie niet meer binnen krijgt zullen zij niet afgeleid worden en de serie/film die nieuw is direct willen gaan kijken. Het kan zijn dat dit misschien niet werkt en zij juist vaak naar de app gaan om te kijken of er al iets nieuws op Netflix staat.

Tijd instellen:

Doordat de gebruiker een tijd instelt om te stoppen met Netflixen weet de gebruiker hoelang zij al gekeken hebben en is het voor de gebruiker een bewuste keuze om toch door te gaan kijken. Het kan zijn dat de gebruiker het vervelend vindt om deze melding te krijgen.

Beloning:

Ik denk dat dit een goed herontwerp zal zijn! Het is voor de gebruiker al moeilijk om te stoppen maar zodra zij hier een beloning in de zin van een compliment (Reward of the self) voor terug krijgen zal de gebruiker beseffen dat zij goed bezig zijn en hiermee doorgaan. Zij worden nu extra gestimuleerd om door te gaan met hun huiswerk of te gaan slapen in plaats van bingewatchen.

Conclusie

Ik heb doormiddel van het gedrag wat ik wilde veranderen, mijn onderzoeken en de verschillende soorten theorieën mijn visie her ontworpen. Door bepaalde hijacks weg te halen, het hook model van eyal toe te passen en te kijken naar de factoren van B.J. Fogg heb ik mijn herontwerp kunnen maken en wist ik wat de gebruiker beïnvloed als hij/zij aan het bingewatchen is.

Doormiddel van mijn herontwerp word de gebruiker zich beter bewust van hoelang zij aan het Netflixen zijn en zij worden ook gestimuleerd om te stoppen met kijken en Netflix te gebruiken als ontspanningsmiddel maar niet meer om alles uit te stellen en maar te blijven Netflixen.

Literatuurlijst

- Eyal, N. (2015). HOOKED Hoe je mensen ‘verslaafd’ maakt aan je product. Geraadpleegd op 24 april 2019, van https://moodle.cmd.hva.nl/pluginfile.php/61803/mod_resource/content/1/h2.%20triggers-hooked-nir-eyal.pdf
- Flixinfo (z.d.). Concurrenten Netflix. Geraadpleegd op 23 april 2019, van <https://www.netflix-nederland.nl/concurrenten-netflix/>
- Fogg. (2016). What Causes Behavior Change?. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <http://www.behaviormodel.org/index.html>
- Harris, T. (2016, Mei 2019). How Technology Hijacks People’s Minds—from a Magician and Google’s Design Ethicist. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <http://www.tristanharris.com/2016/05/how-technology-hijacks-peoplesminds%E2%80%8A-%E2%80%8Afrom-a-magician-and-googles-design-ethicist/>
- Kaptein, M. (2012). Digitale verleiding: hoe beïnvloeding de online marketing op z’n kop zette. Amsterdam, The Netherlands: Business Contact. Geraadpleegd op 24 april 2019, van [file:///Users/nicole/Downloads/digitaleverleiding%20\(1\).pdf](file:///Users/nicole/Downloads/digitaleverleiding%20(1).pdf)
- Netflix-Nederland. (z.d.). Netflix-Nederland [Screenshot]. Geraadpleegd op 7 mei 2019, van <https://www.netflix-nederland.nl/laatste-nieuws/verwijderalarm/>
- Netflix. (z.d.). Netflix [Screenshot]. Geraadpleegd op 7 mei 2019, van <https://www.netflix.com/browse>
- Netflix (z.d.). Wat is Netflix. Geraadpleegd op 23 april 2019, van <https://help.netflix.com/nl/node/412>
- Netflix. (z.d.). Netflix [Screenshot]. Geraadpleegd op 7 mei 2019, van <https://www.netflix.com/nl/>
- Spreekbeurten.info (z.d.). Netflix. Geraadpleegd op 23 april 2019, van <https://spreekbeurten.info/netflix.html>
- Sprout (2014, 15 april). Netflix-oprichter: ‘We suck!’. Geraadpleegd op 23 april 2019, van <https://www.sprout.nl/artikel/netflix-oprichter-we-suck>
- Wikipedia (z.d.). Netflix. Geraadpleegd op 23 april 2019, van <https://nl.wikipedia.org/wiki/Netflix#Geschiedenis/>
- Zorg en Zekerheid (z.d.). Zullen we dit weekend weer eens lekker gaan binge-watchen? Geraadpleegd op 4 juni 2019, van <https://www.zorgenzekerheid.nl/zorgadvies/relaxfocus/artikel-binge-watching.html>