



#23 Денежная иллюзия

Если специфика продукта позволяет, мы можем объяснить пользователю что такое инфляция, а затем добавить в проект «накопительную систему», которая будет частично компенсировать потерю от инфляции.

#7 Соответствие эмоциям

Если нам известны моменты, когда у пользователя плохое настроение, мы можем запретить системе отправлять ему в этот момент плохие новости (запросы на оплату, информирование о негативном кредитном балансе и т.д.).

#18 Эффект привязки

Мы можем попробовать снизить выводимую сумму, или повлиять на дату вывода поиграв с видимыми числами, опциями по-умолчанию и т.д.

#21 Ошибка различения

Мы можем хранить данные об изменениях баланса пользовательского счета на разных страницах. В некоторых случаях мы можем сделать эти данные труднодоступными (5-6 кликов).

#79 Гиперболическое дисконтирование

Мы можем затормозить процесс вывода денег, предложив моментальные вознаграждения. Это следует делать очень аккуратно, чтобы не вызвать #91 Реактивное сопротивление.

#73 Эффект «сложно-легко»

Мы можем преувеличить сложность вывода денег. Так, некоторые платформы (особенно связанные с азартными играми) предоставляют пользователю на ознакомление длинный список правил вывода, тем самым усложняя процесс. Пользователь, склонный к азарту, гораздо чаще предпочтет «еще один раунд в блэкджек» чтению правил и инструкций.