



# Inhoudsopgave

<b>Deel 1; Inleiding</b>	<b>P. 3</b>
Welk gedrag zou ik willen veranderen; ongezond/onregelmatig eten	p. 3
Waarom wil ik dit gedrag veranderen?	p. 4
Onlinedienst	p. 4
<b>Deel 2; Beïnvloeding en verslaving</b>	<b>P. 6</b>
Inleiding	p. 6
Cialdini's Beïnvloedingprincipes	p. 6
Fogg's Behavior Model	p. 8
Nir Eyal Triggers	p. 11
Tristan Harris Hijacks	p. 15
<b>Deel 3; Reflectie en visie</b>	<b>P. 17</b>
Inleiding	p. 17
Herontwerp	p. 17
Onderbouwing	p. 18
<b>Deel 4; Conclusie</b>	<b>P. 18</b>
Vanuit welke visie heb ik herontworpen	p. 18
Waarom is het te veranderen gedrag wenselijk	p. 18
<b>Bronnen</b>	<b>P. 19</b>
Literatuurlijst	p. 19
Afbeeldingen register	p. 19

# Deel 1; Inleiding

## Welk gedrag zou ik willen veranderen; ongezond/onregelmatig eten.

Ik wil gezonder en regelmatig gaan eten.

### Wat is gezond en regelmatig eten voor mij?

Voor mij houdt gezond en regelmatig eten in:

- Dat je ontbijt rond 9 uur.
- Dat je lunch rond 1 uur.
- Dat je dineert rond 6/7 uur.
- Dat je tussen de bovenstaande maaltijden niet veel ongezond snackt.
- Dat je tussen de bovenstaande maaltijden fruit of iets anders eet wat gezond is. (1 stuk fruit per dag)
- Dat je 2 liter water per dag drinkt (thee tel ik mee, ander drinken niet).

### 0-meting

Ik eet niet regelmatig, ik sla wel eens ontbijt of lunch over. Later op de dag merk ik dat ik trek begin te krijgen en dat ik ga snacken. Ik ga bijvoorbeeld iedere keer eten/snacken als ik een beetje trek heb of als ik me vervel, dit is het gevolg van maaltijden overslaan bleek uit mijn onderzoek (Van Bloem, 2018).

Uit mijn onderzoek (Van Bloem, 2018) bleken de onderstaande gevolgen van het overslaan van maaltijden;

- De kans is groot dat je na het overslaan van een maaltijd te veel eet.
- De kans op gewichtstoename neemt toe.
- Je wordt humeurig.
- Je focus daalt.
- Je uiterlijk verandert; *"Je huid, haar, nagels en spieren krijgen niet voldoende voedingsstoffen binnen. Je haar wordt futloos en dunner en je huid wordt droog. Spieren worden slapper en kleiner en nagels breken sneller"*, aldus van Bloem (Man Man, 2018).

Het grootste probleem dat ik aan moet pakken is dus het feit dat ik maaltijden oversla en daardoor slecht ga eten/ ga snacken. Dit gedrag zou ik graag willen veranderen.

Mijn motivatie, ability en prompts om dit doelgedrag te bereiken, behandel ik in deel 2 van mijn case, onder het kopje *"Fogg's Behavior Model"*.

### 0,5-meting

Via Yazio krijg ik pushmeldingen die me helpen om mijn eetgedrag te verbeteren. Zo staat er in een melding bijvoorbeeld dat ik water moet drinken of een gezonde snack moet pakken. Dit doe ik dan ook gelijk, dus dat is al een stapje dichterbij mijn doel (gezond en regelmatig eten). Ik luister echter niet naar de app als deze zegt dat ik mijn maaltijden moet invullen. Deze moet ik invullen om mijn vooruitgang te zien (Lichter/zwaarder geworden? Hoeveel vetten krijg ik binnen? Enz.). Ik krijg ook wel eens te melding dat het tijd is om te gaan lunchen (rond 1 uur), dit doe ik ook niet altijd. Om bij de 1-meting te komen, zou ik beter naar bepaalde meldingen moeten luisteren (maaltijden invullen, op tijd eten).

### 1-meting

Ik merk dat mijn gedrag is verbeterd, Yazio is voor mij een routine geworden en ik vul iedere dag in wat ik eet en drink. Door dit te doen heb ik overzicht van wat ik binnen krijg en op welke vlakken ik moet minderen (koolhydraten, vetten, suikers, eiwitten, enz.). Ik ontbijt, lunch en dineer nu op

normale tijden (zie het kopje “*Wat is gezond en regelmatig eten voor mij?*”). Om dit doelgedrag te behalen heb ik mijn routine aan moeten passen. Aan het begin was het voor mij heel moeilijk om te doen wat in de pushmeldingen stond. Nu is het een routine geworden om op tijd te eten en veel te drinken. Ik merk dat ik minder behoefte heb aan snacks, omdat ik regelmatig eet. Drinken vult ook je maag, doordat ik dit eerst niet zo veel deed (toen dronk ik ongeveer 0,75 liter water per dag), had ik steeds het idee dat ik honger had, terwijl ik eigenlijk moest drinken. Nu ik ongeveer 2 liter water per dag drink, heb ik minder snel last van hoofdpijn en minder snel last van trek.

## Waarom wil ik dit gedrag veranderen?

- Ik wil gezonder en regelmatig gaan eten, omdat ik weet dat mijn manier van eten niet goed is voor mijn lichaam. Dit bleek uit mijn onderzoek (Van Bloem, 2018), zie het kopje *0-meting* onder “*Welk gedrag zou ik willen veranderen; ongezond/ onregelmatig eten*”. Ik wil de gevolgen van maaltijden overslaan volgens van Bloem (Man Man, 2018) niet ervaren. Ik wil vooral dat ik me kan focussen, dat ik niet humeurig ben en dat ik mijn uiterlijk behoud.
- Ik wil goed voor mijn lichaam zorgen en me fitter voelen/lekkerder in mijn vel zitten. Hier kan gezond/regelmatig eten voor zorgen, NLbewustgezond.nl (2014) concludeert namelijk dat je voeding erg veel invloed heeft op hoe je je voelt. Voeding is een brandstof die ervoor zorgt dat je cellen zich kunnen ontwikkelen (lichaamscellen vormen bijvoorbeeld je nagels, hersenen, spieren, enz.). Als je gezonde voedingsmiddelen binnen krijgt (fruit, groente, noten, vis, peulvruchten, knolgewassen, olijfolie en aanvullingen zoals tarwegras), zullen de cellen zich goed kunnen ontwikkelen. Hierdoor zit je lekker in je vel en voel je je fit. Als je slechte voedingsstoffen binnen krijgt (fastfood, kant-en-klaar maaltijden, frisdrank, koek, gebak, snoep, zuivel en candybars), zullen de cellen zich niet goed kunnen ontwikkelen. Het gevolg van een slechte ontwikkeling van de cellen is dat je je lamlendig voelt en zelfs depressief kan worden.

**Conclusie;** Ik wil mijn gedrag veranderen omdat ik mij niet lamlendig/depressief wil voelen, ik wil me fit voelen en lekker in mijn vel zitten. Ik wil me kunnen focussen en ik wil mijn uiterlijk behouden (niet aankomen, geen dun haar, geen droge huid, geen slappe/kleine spieren).

## Onlinedienst

### Inleiding

Onder dit kopje ga ik wat algemene informatie vertellen over de dienst die ik heb gekozen voor mijn case (Yazio). Ik geef bijvoorbeeld antwoord op de vragen; Wat zijn de concurrenten van Yazio? Wat doet Yazio? Waarom heb ik voor Yazio gekozen?

### Concurrenten/ waarom heb ik voor Yazio gekozen?

(YAZIO) Ik heb verschillende “health apps” gedownload om te kijken welke ik het fijnste vond. Deze apps waren Lifesum, Yazio en Virtuagym Food. Ik vind dat Yazio het best aansluit bij het gedrag dat ik wil veranderen (gezonder/regelmatiger eten). Yazio helpt met gezond eten door opties te geven verschillende voor diëten, zo kan je hét dieet vinden dat bij jou past. Yazio beschikt ook over honderden gezonde recepten die aangeraden/bedacht zijn door de Yazio-voedingsdeskundigen. De app helpt je met regelmatig eten door pushmeldingen te sturen als het tijd is voor een maaltijd, een tussendoortje of drinken. Lifesum en Virtuagym Food hadden ook verschillende diëten en recepten, maar geen meldingen/herinneringen. Yazio past bij mij, omdat ik soms vergeet te eten en omdat ik het fijn vind om eraan herinnert te worden dat ik moet eten of drinken.

### Wat doet Yazio precies?

Yazio helpt je met het bijhouden van je maaltijden (deze kan je noteren binnen de app) en berekend hoe veel kcal je per dag binnen krijgt. Je kan op de app ook invoeren of je vandaag bijvoorbeeld een bepaalde sport hebt uitgeoefend en dan wordt berekend hoeveel calorieën je daar ongeveer bij verbrand hebt. Yazio geeft je dus een goed beeld van hoeveel je binnen krijgt en

hoeveel je verbrand. Ook helpt Yazio je met gezond en regelmatig eten d.m.v. meldingen zoals “drink veel water” of “tijd voor een gezonde snack”. Bij deze app is het erg belangrijk dat je alles nauwkeurig bijhoudt en dat je de meldingen in de gaten houdt, anders krijg je geen kloppend beeld van je gezondheid. Door al deze data in te voeren in de app, krijgt de gebruiker een duidelijk beeld van wat er moet veranderen aan zijn/haar levensstijl en hoe dat te doen is.



Afb. 1 Melding

**Motto Yazio;** *“Improve your habits, improve your life”* (Yazio, z.d.).

Doordat je gezond en regelmatig eet en doordat je bijhoudt hoeveel je sport zal je een goede routine ontwikkelen. Deze routine zorgt er niet alleen voor dat je lichaam er beter uit ziet, maar zorgt er ook voor dat jij je beter gaat voelen (*“happier life”*).

#### Weetjes

- Het hoofdkantoor van Yazio staat in Erfurt, Thüringen, Duitsland.
  - Yazio is opgericht in 2011 door Florian Weissenstein en Sebastian Weber.
  - Bij het bedrijf werken tussen de 11 en de 50 mensen.
- (Crunchbase, z.d.)

#### Waarom is het product opgericht?

De oprichters vinden net als veel mensen op deze wereld dat gezond eten belangrijk, maar ook moeilijk is. De meeste mensen eten de hele dag door. Een snack hier, een broodje daar, enz. De oprichters van Yazio willen gebruikers van alle leeftijden/gewichten helpen om hun eetgewoontes onder controle te houden door middel van minimale inspanning.

Yazio; *“We want to motivate you to get the most out of your health. It might be a slow and rocky start to get moving, but soon with the support of YAZIO you’ll love healthy eating and staying active just like us!”* (Yazio, z.d.).

## 2; Beïnvloeding en verslaving

### Inleiding

In dit deel van mijn case ga ik het hebben over de verschillende ideeën/theorieën van Robert Cialdini, B.J. Fogg, Nir Eyal en Tristan Harris over beïnvloeding en verslaving en hoe deze toegepast worden in mijn case. Per geleerde laat ik zien welke principes/theorieën voorkomen in mijn case en hoe deze voorkomen. Ik leg de principes/theorieën eerst kort uit voor ik ze toepas op mijn case.

### Cialdini's beïnvloedingsprincipes

In de app Yazio (mijn case) wordt gebruik gemaakt van de volgende beïnvloedingsprincipes van Cialdini; reciprocity, authority en liking. Ik heb ook een principe opgeschreven die een positieve toevoeging zou kunnen zijn voor de app en waarom (social proof).

#### Reciprocity

*Reciprocity (wederkerigheid) houdt volgens Cialdini (Kaptein, 2012) in dat mensen geneigd zijn om dingen te doen voor anderen. Als je iets krijgt ben je sneller geneigd om wat terug te doen.*

In mijn case krijgen de gebruikers 1 week lang gratis gebruik van de hele app, na deze week zal je je in moeten schrijven voor een betaald lidmaatschap. Je kan de app ook gratis gebruiken, maar niet alle functies zijn dan beschikbaar. Ik vind dat dit past bij het principe *reciprocity* omdat je al een deel van de app "cadeau krijgt", maar om de rest te gebruiken moet je meer betalen. De gezonde recepten komen bijvoorbeeld niet helemaal in beeld, je moet betalen om dit recept wel helemaal te kunnen zien.

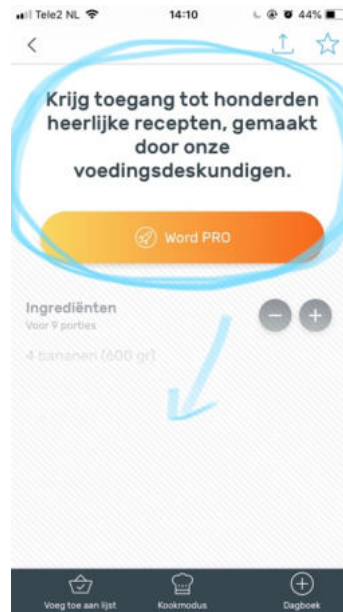


Afb. 2 Reciprocity

Op de bovenstaande screenshots is een deel van het recept zichtbaar, de gebruiker krijgt al een deel van de informatie cadeau.

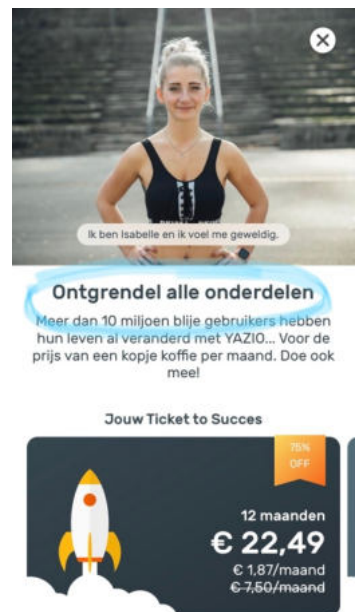


Afb. 3 Reciprocity



Afb. 4 Reciprocity

Als je dan verder door het recept scrolt, zie je dat de informatie over de ingrediënten en de bereiding geblurred is. Deze informatie moet je kopen. Aangezien gebruikers al een deel van het recept/de app hebben "gekregen", zullen ze sneller geneigd zijn om te betalen voor de rest van de informatie.



Afb. 5 Reciprocity

Hierboven probeert Yazio de gebruiker over te halen om alle onderdelen van de app te kopen, ze zeggen er ook nog bij dat de app het leven van de gebruiker



## Authority

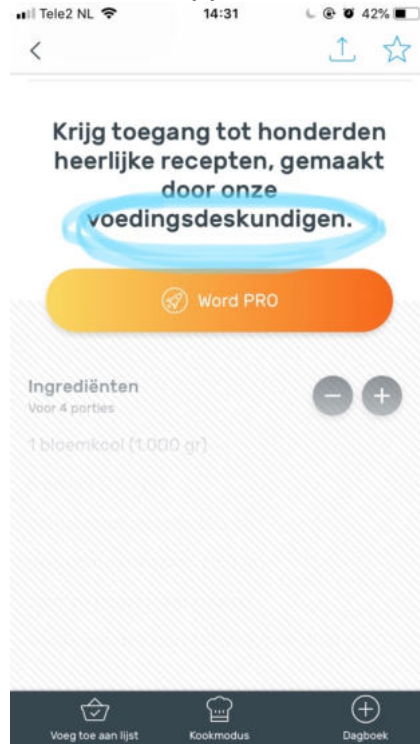
Het principe authority (autoriteit) van Cialdini (Kaptein, 2012) houdt in dat mensen het advies van experts opvolgen. Als iemand met autoriteit je wat aanraadt, zoals bijvoorbeeld een professor of een dokter, zal u dit advies sneller opvolgen dan dat van iemand zonder autoriteit.

In mijn case raden voedingsdeskundigen bepaalde diëten/ recepten aan. Mensen zullen dit advies snel opvolgen, omdat voedingsdeskundigen autoriteit hebben op het gebied van eten. En gezond en regelmatig eten is nou net het doel van de app.



Afb. 6 Authority

Op meerdere schermen wordt duidelijk benadrukt dat de recepten gemaakt zijn door voedingsdeskundigen. Gebruikers zullen snel denken dat het verantwoorde/gezonde recepten zijn, aangezien de recepten gemaakt zijn door mensen met autoriteit (Yazio voedingsdeskundigen).



Afb. 7 Authority

## Social proof

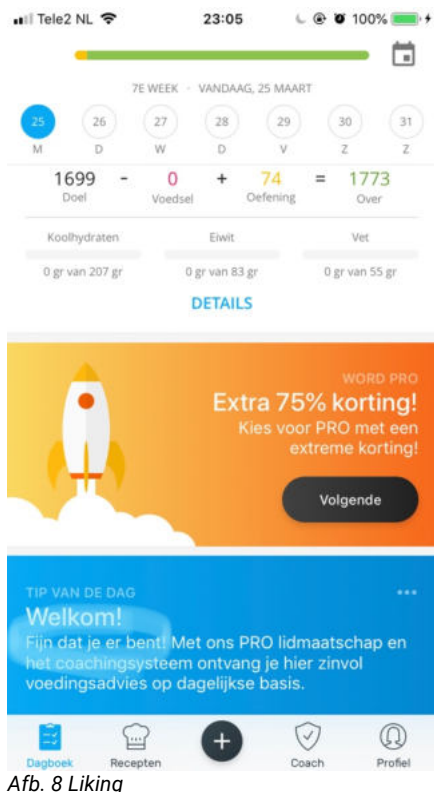
Cialdini's 3<sup>e</sup> beïnvloedingsprincipe is social proof. Social proof houdt in dat mensen elkaars gedrag vaak kopiëren. Mensen doen graag wat anderen doen. Als je weet dat meerdere vrienden van jou de app Yazio geweldig vinden, ben je eerder gemotiveerd om de app te gebruiken dan als je er nog nooit over gehoord hebt (Kaptein, 2012).

Bij mijn case wordt er geen gebruik gemaakt van social proof, maar ik zou het wel een goede toevoeging vinden. Als er in beeld zou komen dat een van je vrienden bijvoorbeeld gesport heeft of bezig is met een dieet, heb jij volgens Cialdini namelijk eerder de neiging om dit ook te doen. Het zal dus veel gebruikers motiveren om te gaan sporten en gezonder te eten.

## Liking (ook wel sympathy)

Volgens Cialdini (Kaptein, 2012) doen mensen graag wat voor mensen die ze leuk of aardig vinden. Je bent makkelijker over te halen als je iemand leuk vindt. Bijvoorbeeld als iemand dezelfde naam heeft en je dus gelijkenis ziet met jezelf, zal je sneller iets doen.

In mijn case worden gebruikers informeel aangesproken op een aardige manier. Het voelt alsof de app een "vriend" is. En als iemand tegen je praat als een vriend of alsof je die persoon al kent, vind je die persoon eerder leuk en zal je sneller wat voor diegene doen. Bij een app werkt dat naar mijn idee hetzelfde. Yazio praat bijvoorbeeld tegen de klant alsof het ze persoonlijk kent.



Afb. 8 Liking

Je krijgt een vriendschappelijk welkom van de app (blauw omcirkeld), Yazio beweert blij te zijn om je te zien. Door iets aardigs te zeggen wil Yazio zorgen dat je de app leuk gaat vinden.

## Fogg's Behavior Model

Wat is het Fogg's Behavior Model?

*Fogg's Behavior Model laat zien dat de drie elementen (motivation, ability, prompt) tegelijk moeten voorkomen om een bepaald (doel)gedrag te behalen ( $B=MAP$ , Behavior = Motivation + Ability + Prompt). Als het gedrag niet wordt vertoond, ontbreekt een van de drie elementen (Fogg, 2016).*

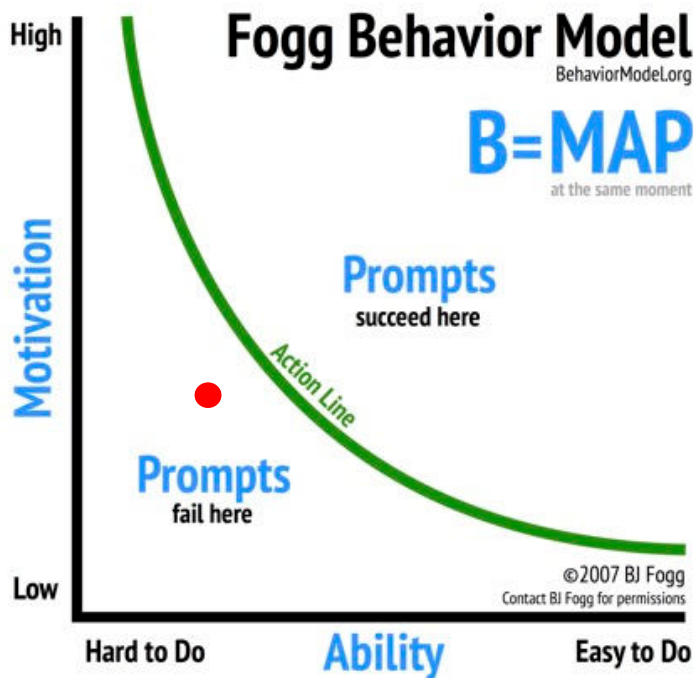
**Mijn probleem:** Ik sla maaltijden over en daardoor ga ik slecht eten/ snacken. Dit gedrag zou ik graag willen veranderen.

**Mijn doelgedrag:** Ik wil op de juiste tijd (zie deel 1, *Wat is gezond en regelmatig eten voor mij?*) ontbijten, lunchen en dineren, zodat ik niet ga snacken of ongezond ga eten.

### Mijn gedrag (behavior) 0-meting

Mijn gedrag zit helaas net onder de action line in het Fogg Behavior Model, dit betekent dat de prompts niet werken. Mijn doelgedrag wordt niet vertoond, omdat ik niet genoeg *motivation* en *ability* heb. Ik vind het maar lastig om continu gezond te eten en alles wat ik eet/drink bij te houden.





Afb. 9.1 Behavior model

### Motivatie

Mijn motivatie om te doen wat de app vraagt is niet heel hoog, omdat ik lui ben en vaak geen zin heb om eten te maken. Het kost tijd en geld om bepaalde recepten te maken, die tijd en dat geld heb ik meestal niet. Ik zou graag gemotiveerder worden om gezond/regelmatig te eten.

### Core motivators

Volgens B.J. Fogg (2016) zijn taken makkelijker te verrichten als je gemotiveerd bent. Dus hoe gemotiveerder je bent, hoe makkelijker taken te verrichten zijn. De core motivators bij het gebruik van Yazio zijn voor mij *pleasure* en *social acceptance*. *Pleasure*, omdat je je beter voelt door gezond en regelmatig te eten (NLbewustgezond.nl, 2014). *Social acceptance*, omdat ik wil dat anderen vinden dat mijn lichaam er goed uit ziet. (Core motivators; pleasure, social acceptance.)

### Ability

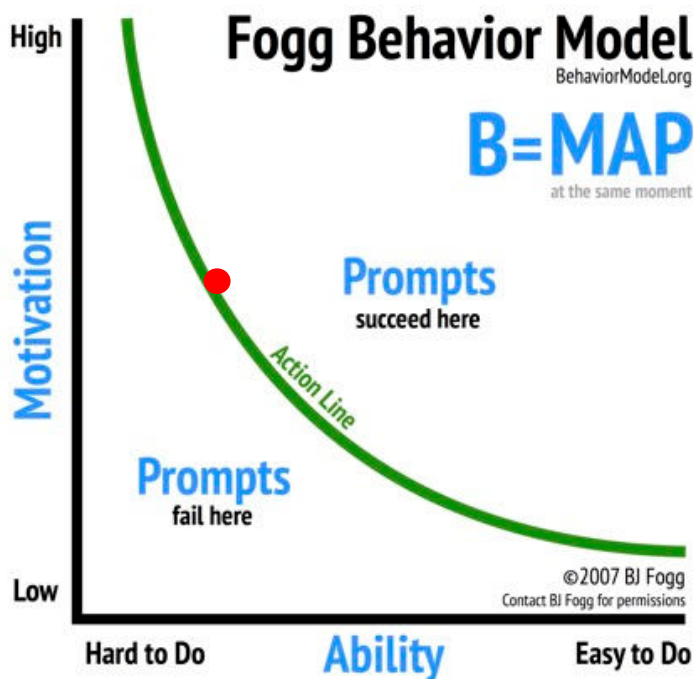
Mijn *ability* om te doen wat de app vraagt is ook niet hoog, omdat ik niet bijhoud wat ik de hele dag eet. Yazio vraagt je om alles wat je iedere dag binnenkrijgt bij te houden. Het kost aardig wat tijd en geld om de recepten van Yazio te kunnen maken. Ik moet naar de supermarkt om ingrediënten te halen die geld kosten en de bereiding kost tijd. Ik heb dus niet de *ability* om ingrediënten te kopen en tijd te nemen voor alles wat de Yazio vereist en daardoor is het voor mij lastig om aan mijn doelgedrag te voldoen.

### Ability (simplicity factors)

De *simplicity factors* van Fogg waar ik moeite mee heb zijn tijd en geld. Ik heb niet genoeg tijd en geld om alles te doen wat de app vraagt.

### Prompt (trigger)

De trigger bij Yazio ligt voor mij het dichtst bij een *facilitator*, dit is een van de drie *types of prompts* volgens B.J. Fogg (2016). De *facilitator* betekend dat ik veel motivatie heb en weinig *ability*. Dat ik veel motivatie hebt klopt niet helemaal, ik zou eerder zeggen dat ik matige motivatie heb. Dat ik te weinig *ability* heb om aan mijn doelgedrag te voldoen klopt wel.



Afb. 9.2 Behavior model

Mijn gedrag ligt tijdens de 0,5-meting (halverwege het werken aan mijn case) op de action line, de prompts werken nu. Mijn doelgedrag wordt zo minimaal mogelijk vertoond.

### Motivation

Mijn motivatie voor het gebruiken van de app ligt nu iets hoger. Ik heb meer motivatie, omdat ik onderzoek heb gedaan over de gevolgen van het overslaan van maaltijden/ ongezond eten (*NLbewustgezond.nl*, 2014). Het effect dat slecht eten op je heeft (bijv. depressie, droge huid, enz.) heeft mij heel erg afgeschrokken en gemotiveerd om gezonder te eten en minder maaltijden over te slaan.

(Core motivators; pleasure, social acceptance.)

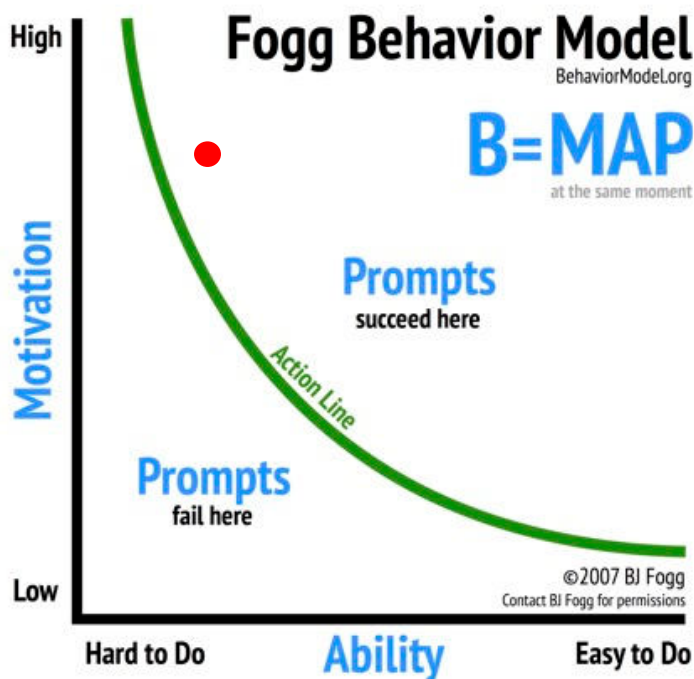
### Ability

Mijn ability om aan het doelgedrag te voldoen is helaas nog hetzelfde als bij de 0-meting, ik heb nog steeds niet altijd tijd/ geld om alles te kunnen doen.

(Simplicity factors: time, money.)

### Prompt (trigger)

Onder het kopje *Nir Eyal* in deel 2 van mijn case ga ik verder in op de triggers die mij er toe aan zetten om bepaald gedrag te vertonen.



Afb. 9.3 Behavior model

Mijn gedrag ligt nu (tijdens de 1-meting) boven de action line, ik ben nog gemotiveerder om mijn doelgedrag (gezonder/regelmatiger eten) te behalen.

### Motivation

Door mijn onderzoek naar het effect van gezond/regelmatig eten op je lichaam (NLbewustgezond.nl, 2014), weet ik wat slechte eetgewoontes met je lichaam doen (zie het kopje "Waarom wil ik dit gedrag veranderen?" in deel 1 van mijn case). Deze gevolgen wil ik maar al te graag voorkomen, want mijn doel is om me beter te voelen d.m.v. de juiste voeding. Ik ben nu al een tijdje bezig met Yazio en ik merk dat ik echt lekkerder in mijn vel zit, omdat ik de juiste voedingsstoffen op de juiste tijdstippen binnen krijg. Aangezien ik nu weet hoe veel effect slecht eten op je lichaam/gevoel heeft, ben ik gemotiveerd om mijn eetgedrag nog meer te verbeteren.

### Ability

Mijn ability om aan het doelgedrag te voldoen is helaas nog steeds hetzelfde als bij de 0-meting en 0,5-meting, ik heb nog steeds niet altijd tijd/ geld om alles te kunnen doen. (Simplicity factors: time, money.)

### Prompt

De trigger bij Yazio is tijdens de 1-meting een typische facilitator, mijn motivatie is erg hoog maar ik heb weinig ability (Fogg, 2016).

Onder het kopje *Nir Eyal* in deel 2 van mijn case ga ik verder in op de triggers die mij ertoe aan zetten om bepaald gedrag te vertonen.

## Nir Eyal Triggers

### Inleiding

Volgens Nir Eyal is er onderscheid in triggers, dit zijn de soorten triggers die Nir Eyal beschrijft (Eyal & Hoover, 2014);

- Externe trigger
  - Expliciete externe trigger
  - Impliciete externe trigger
- Soorten externe triggers

1. Betaalde triggers
  2. Verworven triggers
  3. Relatie gerelateerde triggers
  4. Toegestane triggers
- Interne trigger

*Ik leg hieronder alleen de triggers die in mijn case (Yazio) voorkomen uit en ik vertel hoe de triggers voorkomen in mijn case.*

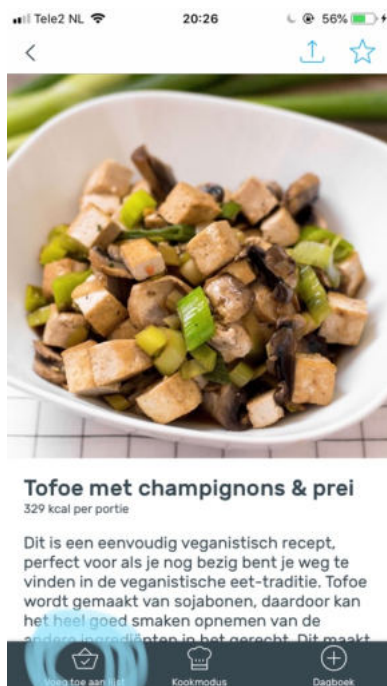
### Externe trigger

Yazio maakt veel gebruik van externe triggers. Eyal beschrijft externe triggers als; *“Een call to action die informatie bevat die de gebruiker verteld wat hij moet doen”* (Eyal & Hoover, 2014). Een externe trigger laat al aan de gebruiker zien wat de volgende stap is. Er wordt in de app gebruik gemaakt van expliciete externe triggers én impliciete externe triggers.

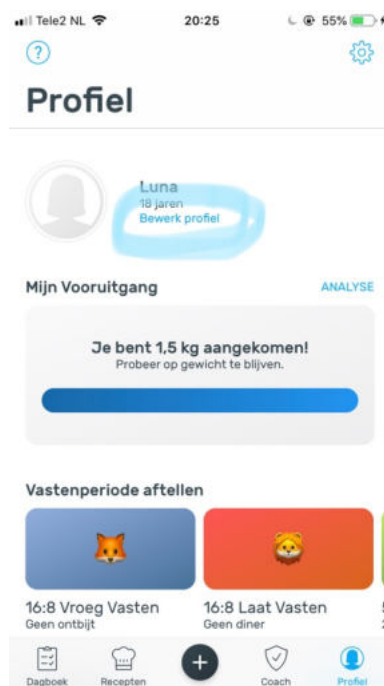
### Expliciete externe trigger

*Door expliciete externe triggers wordt de gebruiker expliciet medegedeeld welke actie hij moet ondernemen* (Eyal & Hoover, 2014). Een voorbeeld van een expliciete externe trigger is een knop waarop staat *log in*, je weet dat je in kan loggen als je op de knop drukt (het is een call to action).

In mijn case komen veel expliciete externe triggers voor. Ik laat hieronder twee voorbeelden zien. Op *afbeelding 10* is te zien dat er links onderin beeld een winkelmandje staat met daarbij de tekst *voeg toe aan lijst*. De gebruiker weet wat de volgende stap is, deze staat namelijk letterlijk beschreven. Er wordt een recept toegevoegd aan je lijst. Dit is een expliciete externe trigger volgens Eyal (2014). Stel dat er geen tekst bij het winkelmandje stond, was het een impliciete externe trigger. Dit soort trigger leg ik uit in het kopje *Impliciete externe trigger*. Op *afbeelding 11* staat nog een voorbeeld van een expliciete externe trigger. Net als bij afbeelding 10 wordt exact gezegd wat de volgende stap is/wat je moet doen (call to action). Je weet als gebruiker wat je te wachten staat (het bewerken van je profiel) en je hoeft niet na te denken over de functie van de knop/link.



Afb. 10 Expliciete Externe Trigger



Afb. 11 Expliciete Externe Trigger

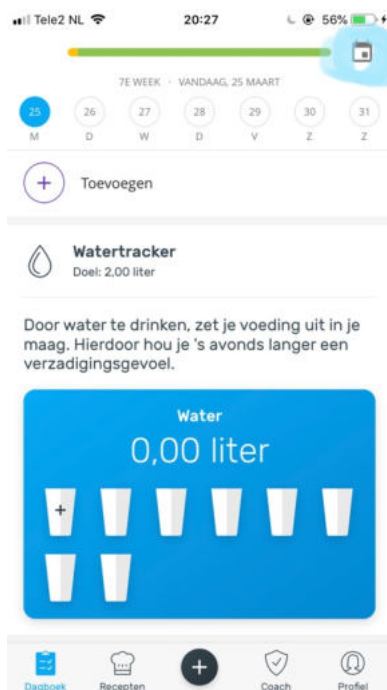
### Impliciete externe trigger

*Impliciete externe triggers geven impliciet informatie over de volgende handeling. Bij deze triggers weten we al wat we moeten doen, zonder dat het ons verteld wordt (Eyal & Hoover, 2014). "Je weet bijvoorbeeld dat je moet klikken op een link of moet tappen op een app pictogram", aldus Eyal (2014).*

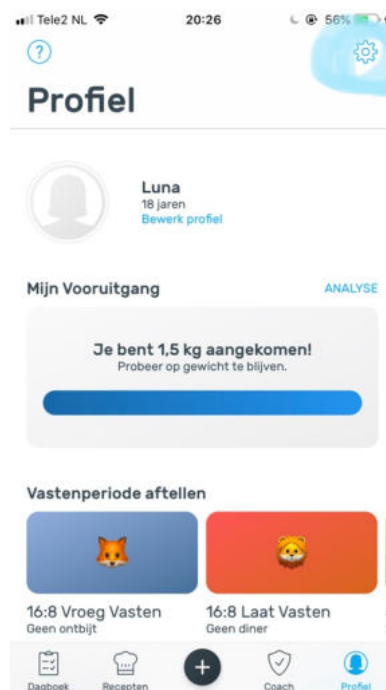
In mijn case komen veel impliciete externe triggers voor, deze zie ik vooral in de vorm van iconen. Ik laat hieronder twee voorbeelden zien.

Op *afbeelding 12* is rechtsboven een kalender icoon te zien. De gebruiker weet al dat je hierop moet tappen om de kalender te openen. Bij het icoon staat niet letterlijk wat er gedaan moet worden, maar de gebruiker weet dit uit zichzelf, daarom is het een impliciete externe trigger volgens Eyal (2014).

Op *afbeelding 13* gebeurt eigenlijk hetzelfde als bij *afbeelding 12*. Gebruikers weten dat je op dit icoontje moet tikken om naar instellingen te gaan. Mensen herkennen dit icoon als instellingen, omdat het "tandwiel" er al jaren voor gebruikt wordt. Het wielje wordt gelijk met instellingen geassocieerd en daarom weten gebruikers van Yazio al dat je er op moet tappen om naar instellingen te gaan. Omdat er niet verteld wordt wat er gedaan moet worden/ wat de volgende stap is, maar de gebruiker zelf weet wat hij moet doen, is dit een impliciete externe trigger volgens Nir Eyal (2014).



Afb. 12 Impliciete Externe Trigger



Afb. 13 Impliciete Externe Trigger

### Toegestane triggers (soort externe trigger)

*Er wordt door de gebruiker gekozen of toegestane triggers er mogen zijn (Eyal & Hoover, 2014). Voorbeelden van toegestane triggers zijn dat je moet toestaan of je meldingen wil ontvangen, dat je zelf bepaald dat een pictogram van een app op je home screen staat of dat je toestemming geeft om een nieuwsbrief te ontvangen.*

In mijn case komen ook toegestane triggers voor. Ik laat hieronder twee voorbeelden zien.

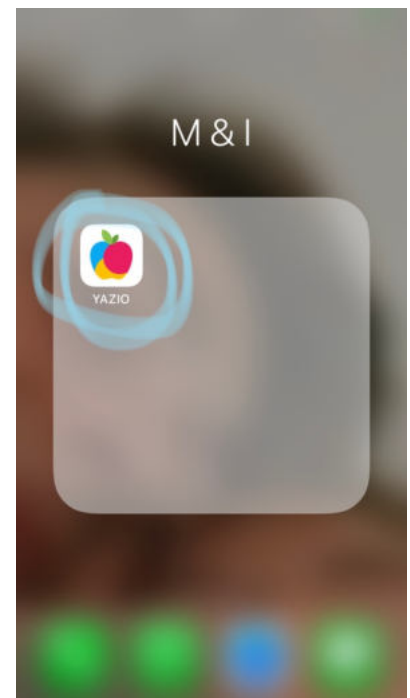
Op *afbeelding 14* zijn meldingen te zien die ik dagelijks van Yazio krijg. Ik heb via de instellingen op mijn mobiel toegestaan dat Yazio meldingen/herinneringen mag sturen, nadat Yazio hier om vroeg. Ik heb als gebruiker toegestaan dat de trigger er mag zijn, daarom is dit een toegestane trigger volgens Eyal (2014).



Op afbeelding 15 is het icoon van Yazio te zien. Dit icoon kan je aanzetten tot het gebruiken van de app. Door de app Yazio te downloaden, heb ik toegestaan dat dit icoon in mijn gebruikersomgeving is. Het icoon van Yazio is dus een toegestane trigger.



Afb. 14 Toegestane trigger

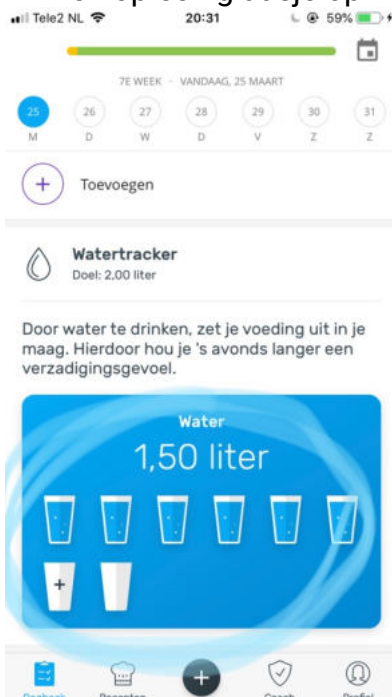


Afb. 15 Toegestane trigger

Interne triggers > als het een routine wordt.

*“Wanneer een product een sterke associatie oproep met een gedachte, een emotie of een reeds bestaande routine, wordt een interne trigger actief”, aldus Eyal (2014). Er is bij interne triggers geen sprake van een prikkeling van de zintuigen (bij externe triggers wel). Emotie is een voorbeeld van een krachtige interne trigger.*

Ik heb maar één interne trigger bij Yazio en dat is het bijhouden hoeveel water ik drink. Door dit iedere dag te doen heb ik een routine ontwikkeld. Omdat ik iedere dag alle glaasjes vol wil hebben (zie afbeelding 16), denk ik er automatisch aan om water te drinken. Ik ga gelijk naar Yazio als ik een glas water drink, om een glaasje af te vinken. Ik associeer het drinken van water met het klikken op een glaasje op Yazio, dit is een interne trigger volgens Eyal (2014).



Afb. 16 Interne trigger



# Tristan Harris Hijacks

## Inleiding

Tristan Harris bespreekt op zijn site 10 verschillende hijacks (letterlijk vertaald; kapingen) die ervoor zorgen dat mensen zo lang mogelijk naar hun scherm blijven kijken. "They play your psychological vulnerabilities (consciously and unconsciously) against you in the race to grab your attention", Aldus Harris (2016). De hijacks zorgen ervoor dat je aandacht daar komt waar de makers van een bepaalde app/website/device het willen. Tristan Harris wil ervoor zorgen dat mensen deze "trucjes" herkennen en dat ze kunnen voorkomen dat ze bijvoorbeeld eindeloos blijven scrollen door hun newsfeed of blijven binge-watchen.

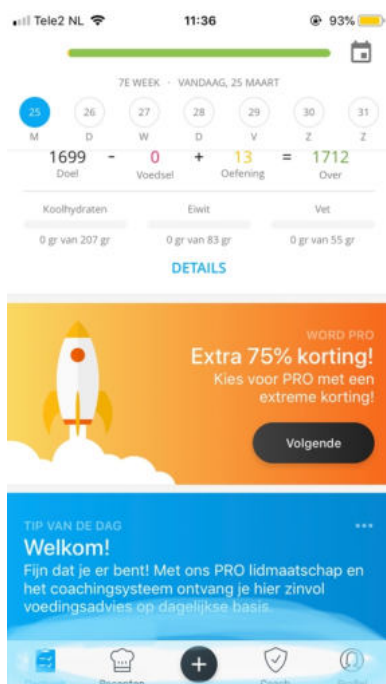
In mijn case is er niet heel veel sprake van hijacks, het is namelijk niet de bedoeling om je zo lang mogelijk te laten scrollen door de app. De app heeft als doel om jou te helpen met gezonder eten en bewegen. Hieronder beschrijf ik de hijacks die wel voorkomen in mijn case.

## Hijacks

### #1 if you control the menu you control the choices

Het menu waar je uit kiest is voor je bepaald en dit zorgt ervoor dat je niet meer kijkt naar wat jij wilt maar kijkt naar waar het bedrijf wilt dat je uit kiest (Harris, 2016).

Onderaan afbeelding 17 is de tapbar van Yazio te zien. Het is voor de gebruiker bepaald wat de "hoofdpagina's" van de app zijn en waar de gebruiker dus uit moet kiezen. Het kan zo zijn dat jij diëten veel belangrijker vindt dan bijvoorbeeld recepten. Yazio heeft bepaald dat diëten niet een van de keuzes in het hoofdmenu is, je kijkt naar waar het bedrijf wilt dat je uit kiest. Je moet via een omweg naar de pagina die jij het belangrijkste vindt en je wordt "gehijacked" door de app. Volgens Tristan Harris (2016) is dit een geval van "if you control the menu, you control the choices".



Afb. 17 Hijack 1

### #2 Put a slot machine in a million pockets

Als je je telefoon opent en je ziet een melding, is dat een beloning. Je telefoon is zo eigenlijk een gokmachine, je gokt of je een notificatie hebt en de notificatie is een prijs (Harris, 2016).

Ik krijg iedere dag aardig wat meldingen van Yazio (zie afbeelding 18). Ik gok eigenlijk of ik notificaties heb en als ik die heb, voelt dat als een prijs. Ik doe gelijk wat mijn prijs van me vraagt en let dan niet meer op waar ik eigenlijk mee bezig was. Dit is een typisch voorbeeld van de hijack;

put a slot machine in a million pockets. Door de notificatie (prijs) wordt ik afgeleid van wat ik aan het doen was.



Afb. 18 Hijack 2

### #7 Instant interruption vs. respectful delivery

In mijn case wordt veel gebruik gemaakt van instant interruption, dit houdt in dat de gebruiker gelijk een melding krijgt en dus onderbroken wordt van wat hij/zij aan het doen is. Een voorbeeld van een instant interruption is bijvoorbeeld een strook die boven in beeld komt met een notificatie, of een notificatie op je beginscherm (je scherm licht dan op). Respectful delivery houdt in dat er rekening gehouden wordt met de (korte) aandacht spanne van de gebruiker, door de gebruiker te laten bepalen of hij/zij onderbroken wordt) (Harris, 2016).

Op afbeelding 19 is een screenshot te zien van een meldingen van Yazio. Ik krijg deze meldingen de hele dag door, ook als ik bijvoorbeeld met iets belangrijks op mijn telefoon bezig ben. Laatst was ik aan het internet bankieren en kwam er een melding van Yazio in beeld. Ik wilde de melding uit beeld vegen, maar in plaats daarvan klikte ik erop. Ik kwam terecht in Yazio. Dit was natuurlijk helemaal niet de bedoeling. Toen ik verder wilde gaan met internet bankieren, kon ik al mijn gegevens opnieuw invullen, omdat de pagina gerefreshed was. Ik was abrupt onderbroken van waar ik mee bezig was en was gelijk afgeleid. Na het lezen van de theorieën van Harris (2016), weet ik dat dit een typische *instant interruption* is.

Op afbeelding 19 is er echter ook sprake van *respectful delivery*, want er wordt gevraagd of ik meldingen wil blijven ontvangen van Yazio. Er wordt rekening gehouden met wat ik wil als gebruiker, ik kan zelf bepalen of ik meldingen wil ontvangen of niet.



Afb. 19 Hijack 7

## Deel 3; Reflectie en visie

### Inleiding

Ik wil een herontwerp doen volgens de visie van R. Cialdini. Het beïnvloedingsprincipe *social proof* ontbreekt naar mijn idee in de app Yazio, daarom wil ik laten zien waarom dit een goede of slechte toevoeging zou zijn aan de app. Ik wil ook laten zien hoe ik *social proof* in de app zou toepassen.

### Herontwerp

#### Wat is *social proof*?

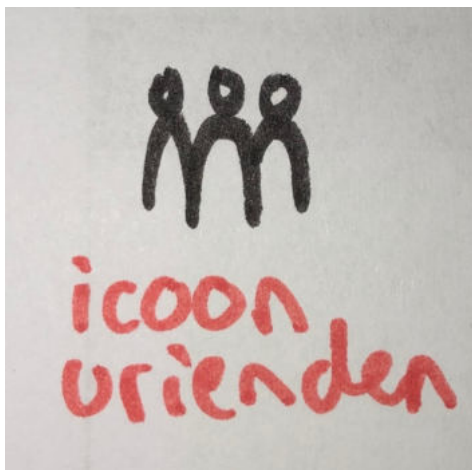
*Social proof* houdt in dat mensen elkaars gedrag vaak kopiëren. Mensen doen graag wat anderen doen (Kaptein, 2012). Als je weet dat meerdere vrienden van jou de app Yazio geweldig vinden, ben je eerder gemotiveerd om de app te gebruiken dan als je er nog nooit over gehoord hebt.

Bij mijn case wordt er geen gebruik gemaakt van social proof, maar ik zou het wel een goede toevoeging vinden. Als er in beeld zou komen dat een van je vrienden bijvoorbeeld gesport heeft of bezig is met een dieet, heb jij volgens Cialdini (Kaptein, 2012) eerder de neiging om dit ook te doen.

#### Hoe zou ik *social proof* toevoegen aan Yazio?

Ik zou in het hoofdmenu van Yazio de knop "vrienden" zetten. Als je hierop klikt kan je inloggen via facebook en zo kan je zien wie van jou facebook-vrienden ook de app heeft. Je kan ervoor kiezen om deze vrienden te gaan volgen via Yazio. Volgen houdt in dat je een melding krijgt wanneer zij een goede prestatie hebben geleverd. Je ziet bijvoorbeeld bovenin beeld "Caroline heeft vandaag 2 liter water gedronken" of "Daniël heeft vandaag 5 kilometer hardgelopen". Je kan profielen van vrienden ook bekijken, daar staan hun prestaties en informatie over hun lichaam (gewicht), leeftijd, naam, en dergelijke. Je kan je prestaties als je wil ook delen op facebook.

Hieronder heb ik mijn ideeën geschetst om een duidelijker beeld te creëren.



Afb. 20 Herontwerp

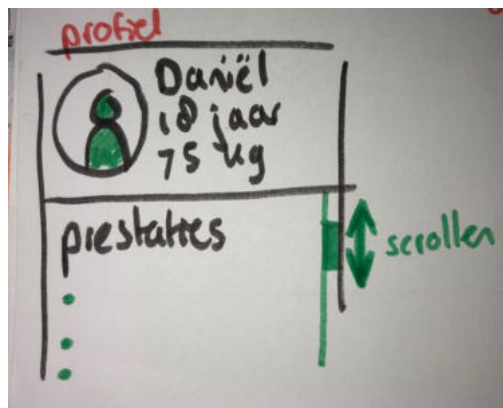


Afb. 21 Herontwerp

Op *afbeelding 20* is te zien hoe ik wil dat het icoon van de vrienden pagina er uit ziet. Op *afbeelding 21* is te zien hoe je via facebook vrienden kan volgen op Yazio.



Afb. 22 Herontwerp



Afb. 23 Herontwerp

Op afbeelding 22 is te zien wat er in een melding staat als social proof wordt toegevoegd aan Yazio. Op afbeelding 23 is te zien hoe een profiel van een van je vrienden er uit ziet.

## Onderbouwing

Waarom zou *social proof* een goede toevoeging zijn aan Yazio?

Social proof zou een goede toevoeging zijn aan Yazio, omdat je volgens Cialdini (Kaptein, 2012) vaak geneigd bent om iets te doen wat anderen ook doen. Als jij ziet dat veel van je vrienden 2 liter water per dag drinken en zich daar écht beter door voelen, ben jij geneigd om dit ook te doen. Dit geldt ook voor andere dingen zoals: het volgen van een dieet, afvallen, veel sporten, enz. Je wordt via je vrienden/kennissen gemotiveerd om goed te eten, te drinken en te bewegen, dit is goed voor je lichaam. Social proof heeft dus een positief effect op de gebruiker.

Als mensen prestaties posten op facebook, zullen andere mensen ook geneigd zijn om Yazio te downloaden en hun voeding/beweging bij te houden. Social proof is dus niet alleen goed voor de gezondheid van de gebruiker, maar ook goed voor Yazio (meer gebruikers + reclame).

Waarom zou *social proof* een slechte toevoeging zijn aan Yazio?

Social proof kan ook een slechte toevoeging zijn aan Yazio. Sommige gebruikers voelen zich misschien onzeker, omdat ze niet zo veel sporten als die ene vriendin of omdat ze niet zo gezond eten als hun familie. Mensen hebben het soms simpelweg te druk om iedere dag bepaalde voeding binnen te krijgen of om iedere dag zo veel te sporten. Het is dan niet fijn om er iedere dag aan herinnerd te worden dat anderen dit wel doen. Ook zullen veel mensen het niet fijn vinden als openlijk wordt gedeeld hoeveel ze wegen, aangezien ze Yazio misschien juist hebben gedownload, omdat ze onzeker zijn over hun gewicht.

## Deel 4; Conclusie

Vanuit welke visie heb ik herontworpen?

Ik heb herontworpen vanuit de visie van Robert Cialdini. Ik heb zijn beïnvloedingsprincipe *social proof* gebruikt om een herontwerp van de app Yazio te maken.

Waarom mijn te veranderen gedrag wenselijk?

Mijn te veranderen gedrag (ongezond en onregelmatig eten) is wenselijk, omdat het overslaan van maaltijden volgens van Bloem (2018) slechte gevolgen op je lichaam heeft (zie deel 1, *0-meting*) Mijn te veranderen gedrag is ook wenselijk, omdat je door ongezond eten veel minder lekker in je vel zit en je zelf depressief kan worden (NLbewustgezond.nl, 2014) (zie deel 1, *waarom wil ik dit gedrag veranderen?*).

## Literatuurlijst

Crunchbase. (z.d.). Yazio. Geraadpleegd op 24 maart 2019, van <https://www.crunchbase.com/organization/yazio>

Eyal, N., & Hoover, R. (2014). *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*. /, /: Portfolio Penguin.

Fogg, B. J. (2016). BJ Fogg's Behavior Model. Geraadpleegd op 24 maart 2019, van <http://www.behaviormodel.org/index.html>

Harris, T. (2016, 19 mei). How Technology Hijacks People's Minds – from a Magician and Google's Design Ethicist – Tristan Harris. Geraadpleegd op 24 maart 2019, van <http://www.tristanharris.com/2016/05/how-technology-hijacks-peoples-minds%E2%80%8A-%E2%80%8Afrom-a-magician-and-googles-design-ethicist/>

Jansen, L. (2017, 22 april). Digitale verslaving. *Het Financieel Dagblad*, p. 8.

Kaptein, M. (2012). *Digitale Verleiding*. Amsterdam, Nederland: Business Contact.

NLbewustgezonder.nl. (2014, 22 september). De kracht van een gezond eetpatroon.. Geraadpleegd op 24 maart 2019, van <https://www.nlbewustgezonder.nl/de-kracht-van-een-gezond-eetpatroon/>

Van Bloem, L. (2018, 4 juli). 5 negatieve bijwerkingen die ontstaan door het overslaan van maaltijden | MAN MAN. Geraadpleegd op 24 maart 2019, van <https://man-man.nl/5-bijwerkingen-ontstaan-overslaan-maaltijden/>

VPRO Tegenlicht. (2016, 25 September). What makes you click - VPRO Tegenlicht. Geraadpleegd op 24 maart 2019, van <https://www.vpro.nl/programmas/tegenlicht/kijk/afleveringen/2016-2017/what-makes-you-click.html>

Yazio. (z.d.). YAZIO - Welcome to a healthier life. Geraadpleegd op 24 maart 2019, van <https://www.yazio.com>

## Afbeeldingen register

- Fogg, B. J. (2016a). Afb. 9.1 Behavior model [Foto]. Geraadpleegd op 11 maart 2019, van <http://www.behaviormodel.org/index.html>
- Fogg, B. J. (2016b). Afb. 9.2 Behavior model [Foto]. Geraadpleegd op 11 maart 2019, van <http://www.behaviormodel.org/index.html>
- Fogg, B. J. (2016c). Afb. 9.3 Behavior model [Foto]. Geraadpleegd op 11 maart 2019, van <http://www.behaviormodel.org/index.html>
- Yazio. (2019a, 2 maart). Afb. 1 Melding [Foto]. Geraadpleegd op 2 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019b, 5 maart). Afb. 2 Reciprocity [Foto]. Geraadpleegd op 5 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019c, 5 maart). Afb. 3 Reciprocity [Foto]. Geraadpleegd op 5 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019d, 5 maart). Afb. 4 Reciprocity [Foto]. Geraadpleegd op 5 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019e, 5 maart). Afb. 5 Reciprocity [Foto]. Geraadpleegd op 5 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019f, 6 maart). Afb. 6 Authority [Foto]. Geraadpleegd op 6 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019g, 6 maart). Afb. 7 Authority [Foto]. Geraadpleegd op 6 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019h, 10 maart). Afb. 8 Liking [Foto]. Geraadpleegd op 10 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019i, 16 maart). Afb. 10 Expliciete Externe Trigger [Foto]. Geraadpleegd op 16 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019j, 16 maart). Afb. 11 Expliciete Externe Trigger [Foto]. Geraadpleegd op 16 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019k, 18 maart). Afb. 12 Impliciete Externe Trigger [Foto]. Geraadpleegd op 18 maart 2019, van Screenshot

- Yazio. (2019l, 18 maart). Afb. 13 Impliciete Externe Trigger [Foto]. Geraadpleegd op 18 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019m, 18 maart). Afb. 14 Toegestane Trigger [Foto]. Geraadpleegd op 18 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019n, 18 maart). Afb. 15 Toegestane Trigger [Foto]. Geraadpleegd op 18 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019o, 20 maart). Afb. 16 Interne Trigger [Foto]. Geraadpleegd op 20 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019p, 20 maart). Afb. 17 Hijack 1 [Foto]. Geraadpleegd op 20 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019q, 20 maart). Afb. 18 Hijack 2 [Foto]. Geraadpleegd op 20 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019r, 20 maart). Afb. 19 Hijack 7 [Foto]. Geraadpleegd op 20 maart 2019, van Screenshot
- Yazio. (2019s, 25 maart). Afb. 20 Herontwerp [Foto]. Geraadpleegd op 25 maart 2019, van Eigen foto
- Yazio. (2019t, 25 maart). Afb. 21 Herontwerp [Foto]. Geraadpleegd op 25 maart 2019, van Eigen foto
- Yazio. (2019u, 25 maart). Afb. 22 Herontwerp [Foto]. Geraadpleegd op 25 maart 2019, van Eigen foto
- Yazio. (2019v, 25 maart). Afb. 23 Herontwerp [Foto]. Geraadpleegd op 25 maart 2019, van Eigen foto