

Social Design

Semme Kaandorp 11046244, Scipio van Crevel 11134305 en Joep Harmsen 10813349

Slide 1: Wij zijn Scipio, Joep en Semme en hebben samen de website van Blendle geanalyseerd aan de hand van de principes van Cialdini. Allereerst over Blendle: Blendle is een digitale nieuwskiosk waarop men losstaande artikelen tegen betaling kan lezen. Het is een innovatief idee dat onder andere bedacht is door de bekende internet ondernemer Alexander Klopping. Aan de hand van de principes van Cialdini kwamen wij op de volgende vier 'shortcuts' uit die we hierna nader bespreken.

Slide 2: Je krijgt 2,50 euro van blendle wanneer je een account maakt. Hierdoor voel je je verplicht om iets terug te doen. Zoals een abonnement nemen. Vervolgens moet je op een knop drukken waar heel groot Super Sympathiek staat, dit om nog verder in te spelen op je schuldgevoel. Als je je account daarna nog meer opwaardeert krijg je nog eens 2,50 euro van Blendle. Dit is eigenlijk net zoals bij het tweede pepermuntje in het filmpje. Je verwacht het niet en daarom ben je nog meer geneigd om iets terug te doen.

Slide 3: Blendle speelt op de homepage al heel erg in op Consensus. Ze geven bijvoorbeeld aan wat vrouwen hier graag lezen. Daarnaast is er na het aanmaken van een account de mogelijkheid om te zien wat je vrienden bekijken of lezen. Zeker op een website of applicatie waar je nieuw bent wil je eerst kijken wat andere doen voordat je zelf keuzes maakt over je beslissingen. Ook staat er bij vrijwel elk artikel de mening van een journalist of gebruiker en is te zien hoeveel keer het artikel 'geliked' is.

Slide 4: Blendle spreekt je heel persoonlijk aan met informeel taalgebruik. Ze proberen je via deze manier op gemak te laten voelen op de site. Aangezien bij liking blijkt dat iemand sneller keuzes maakt wanneer hij zich op zijn gemak voelt bij iemand of iets.

Slide 5: Er wordt ingespeeld op Authority door in het hoofdmenu artikelen te zetten die worden aangegeven als Staff's Choice. Als gebruiker denk je hier snel, "Oh deze mensen zijn de hele dag naar de artikelen aan het zoeken dus die zullen wel ervaring hebben en weten wat leuk is".

Slide 6: Authority: Staff's Choice komt toch niet met genoeg autoriteit over. Het zou misschien beter zijn om Experts te gebruiken zodat men meer overtuigd is van de kennis. Bij artikelen gerelateerd aan Recht bijvoorbeeld Bram Moskowsz en bij Sport Jack van Gelder. Zo is het meer herkenbaar voor de gebruiker. Daarbij zou een aanpassing kunnen zijn dat er onder de 'introductie' van gebruiker of journalist een aftellende tijdsklok staat om de gebruiker erop attent te maken dat als ze het artikel niet snel genoeg kopen het verdwenen is, gebruikmakend van de Scarcity van Cialdini.