

Welkom!

Hooked on Learning

The title 'Hooked on Learning' is rendered in a playful, rounded font. 'Hooked' is in orange, 'on' is in yellow, and 'Learning' is in a darker pink. A yellow line with a small circle at the end forms a hook shape, looping around the word 'on' and pointing towards the word 'Learning'.

Matthijs Waldhofer
Ster Hutten

UP
learning

UP learning

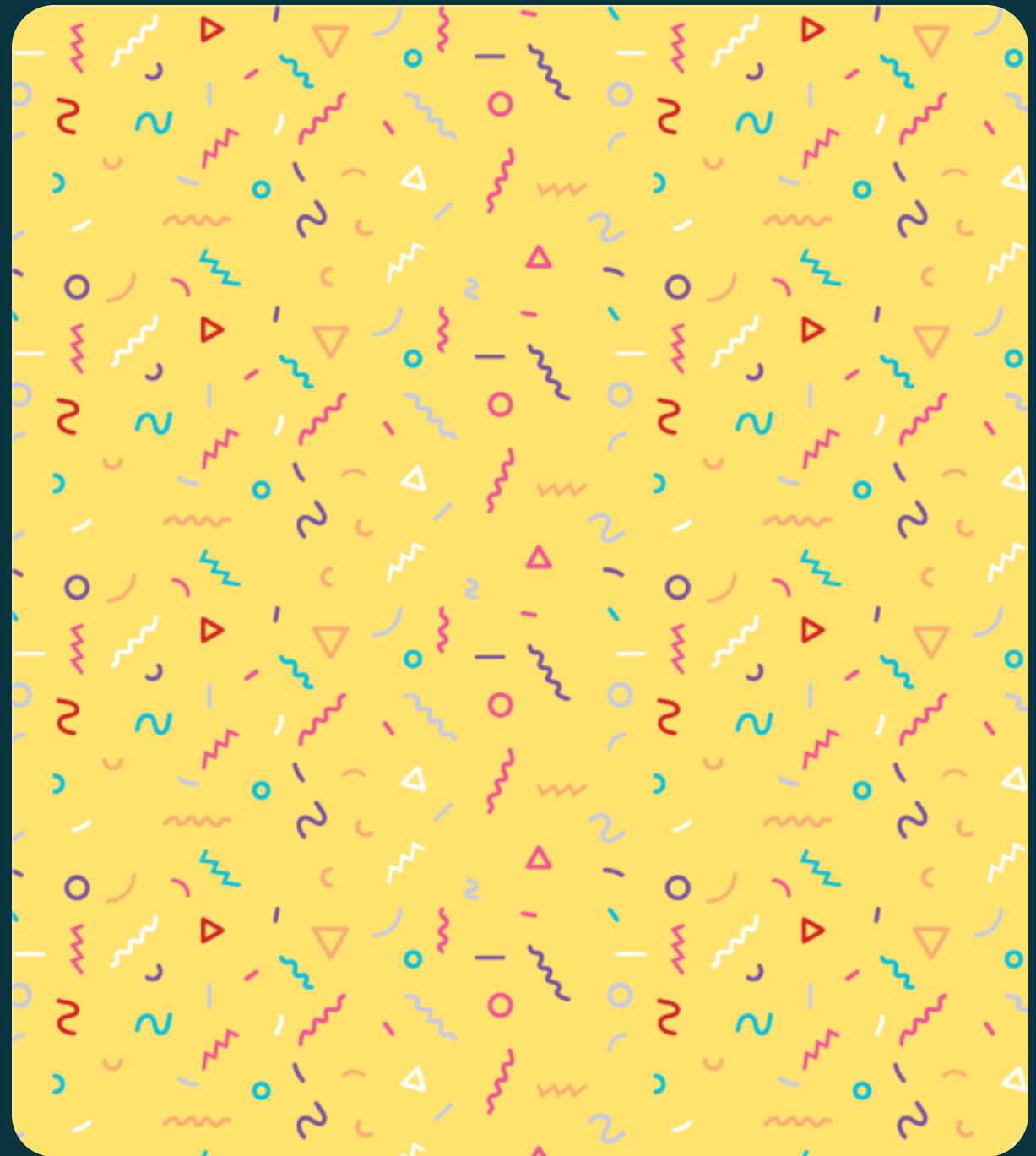
**Learning
services**

**Learning
Experiences**

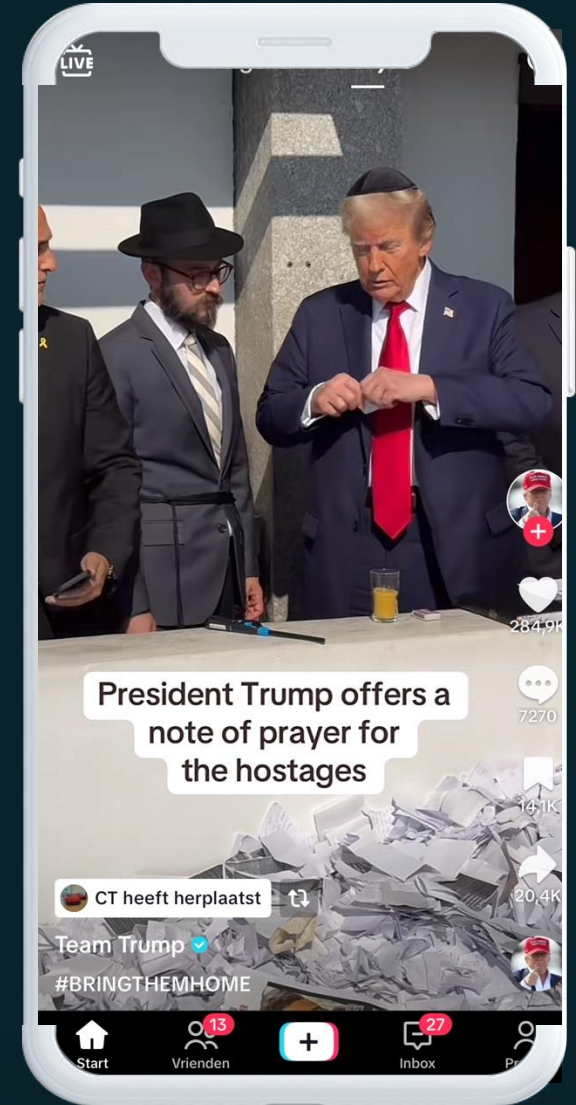
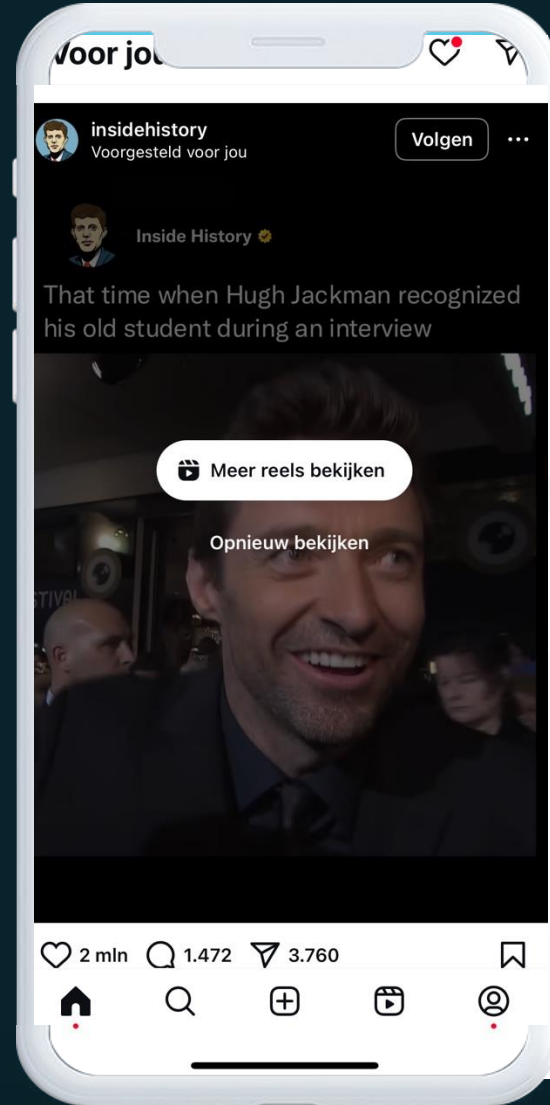
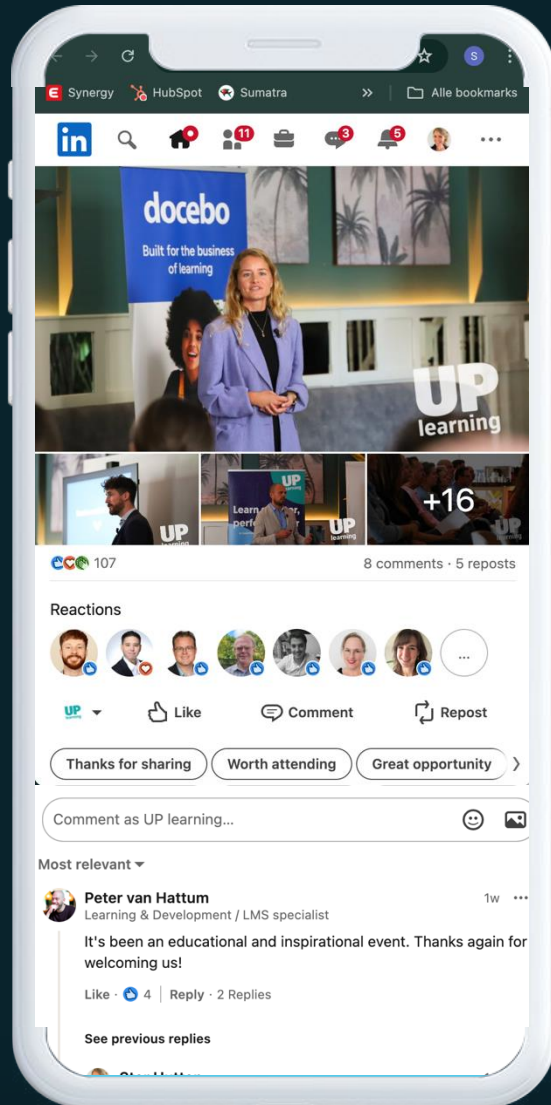
**Learning
Technology**

De agenda

- Het Hooked Model
- Hoe gedrag beter te begrijpen
- Hoe het model kan worden toegepast op leerervaringen



Ben jij *hooked*
aan een specifiek product,
zoals...?



The background of the slide is a solid pink color with a repeating white floral pattern. The pattern consists of stylized flowers and leaves, creating a dense, ornate texture.

Hooked

“How to build habit forming products”

By Nir Eyal

UP
learning

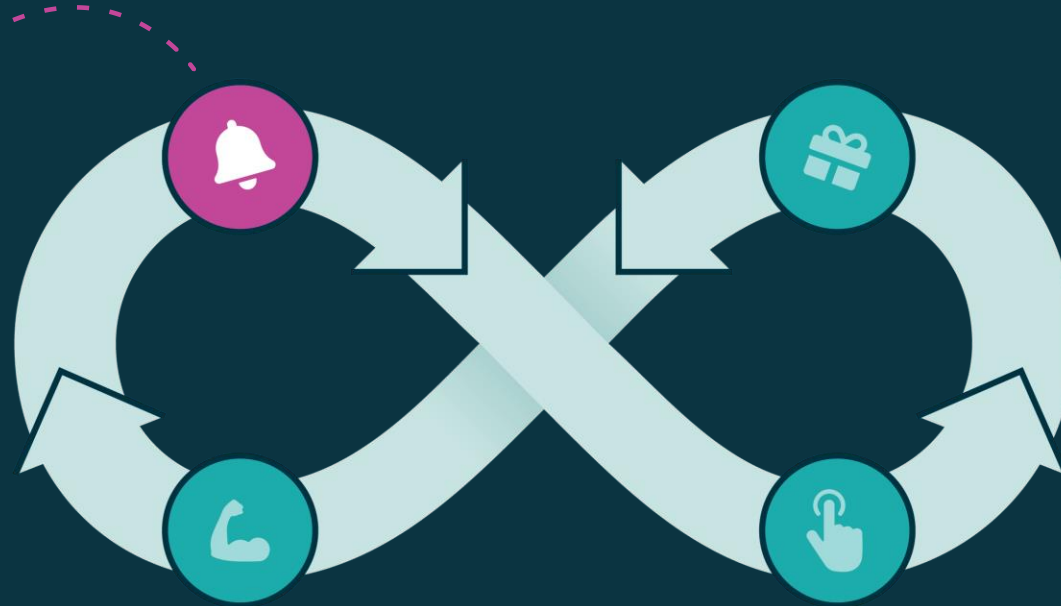
De Succes Formule

Nir Eyal

Trigger

Internal trigger: Wat wil de gebruiker nu echt?

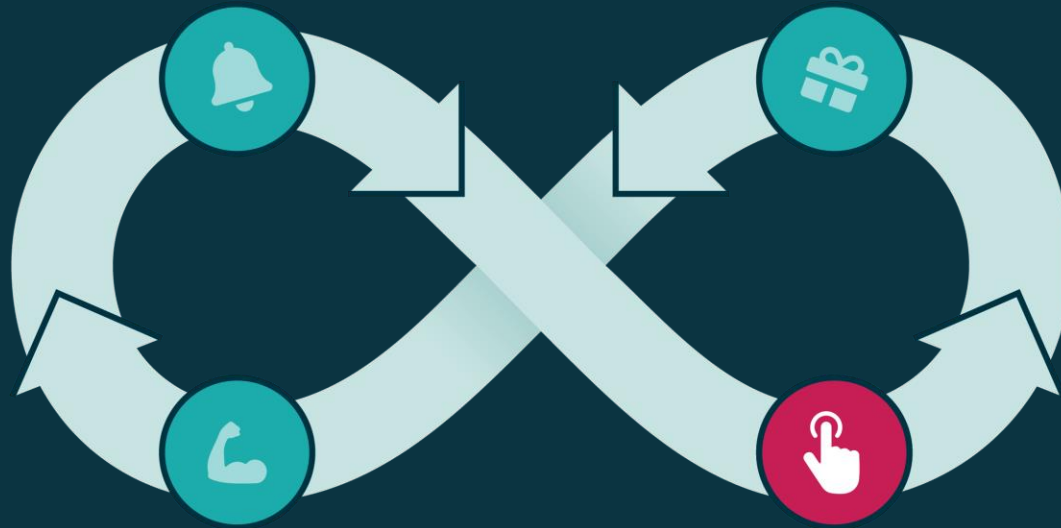
External trigger: Wat leidt de gebruiker naar je product?



De Succes Formule

Nir Eyal

Trigger



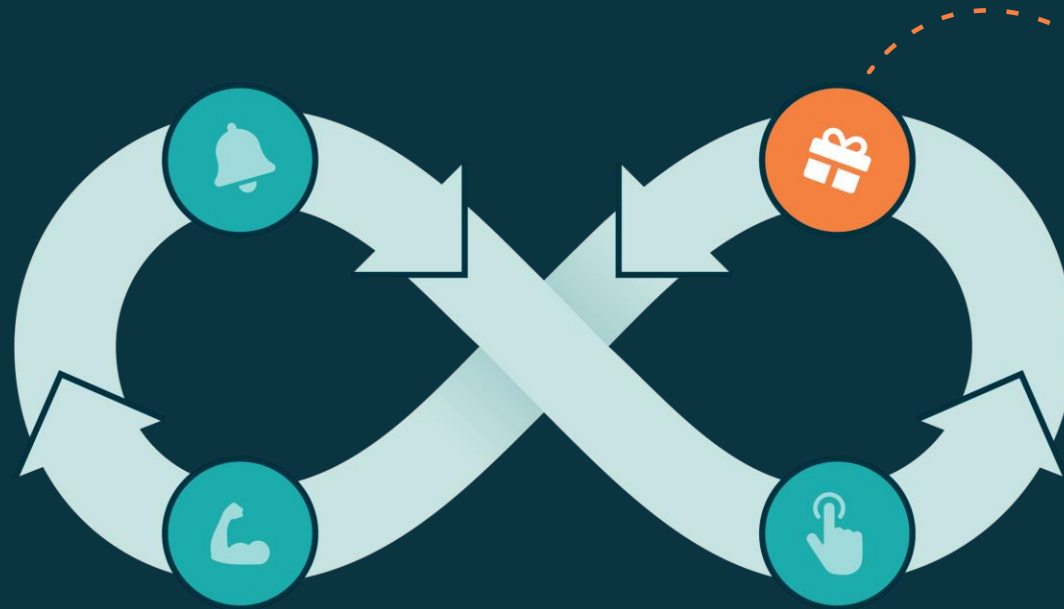
Action

Wat is de meest makkelijke actie voorafgaand aan een beloning?

De Succes Formule

Nir Eyal

Trigger



Reward

Is de beloning bevredigend genoeg, maar zorgt het er ook voor dat de gebruiker meer wil?

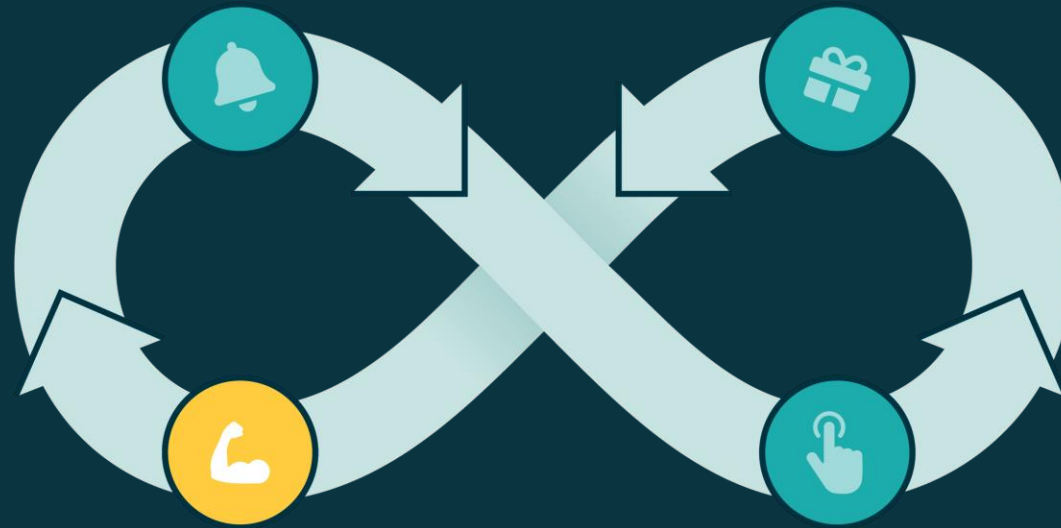
Action

De Succes Formule

Nir Eyal

Trigger

Reward

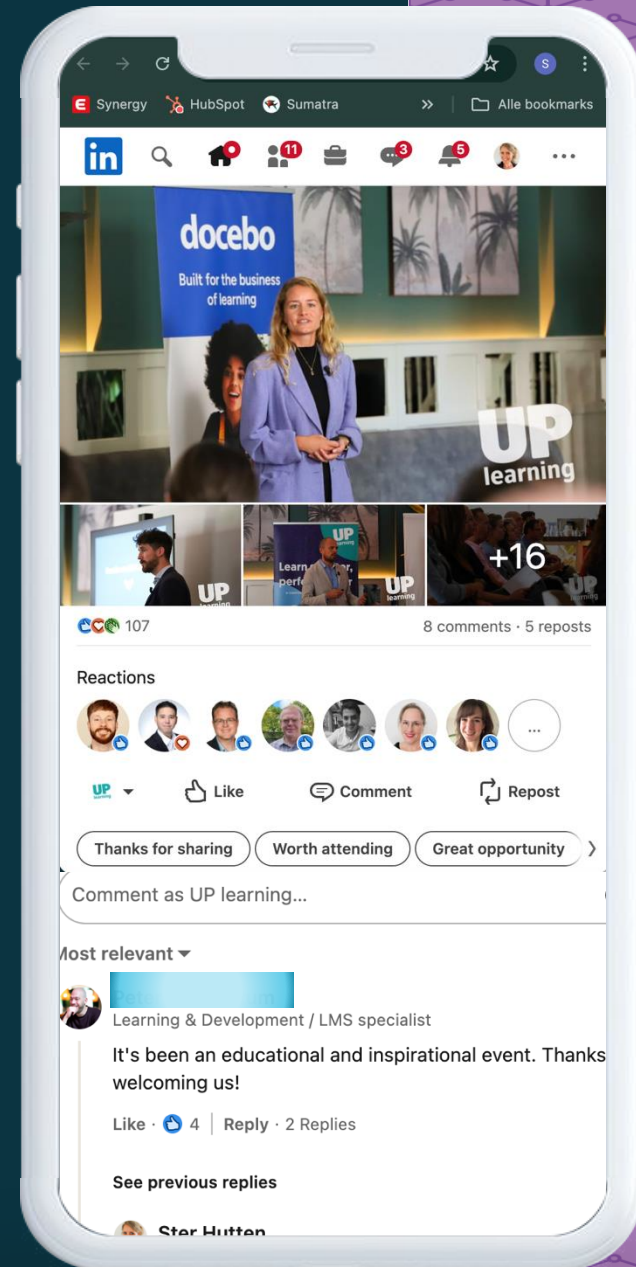


Action

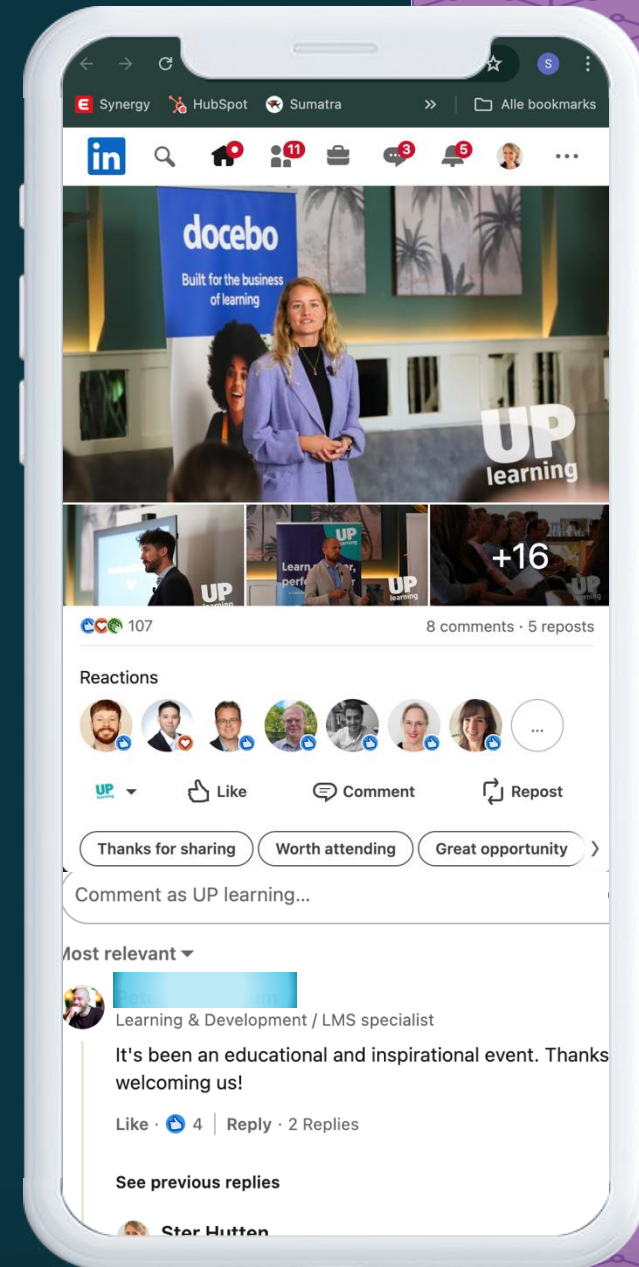
Investment

Wat is de investering van de gebruiker die de kans op terugkeren vergroot?

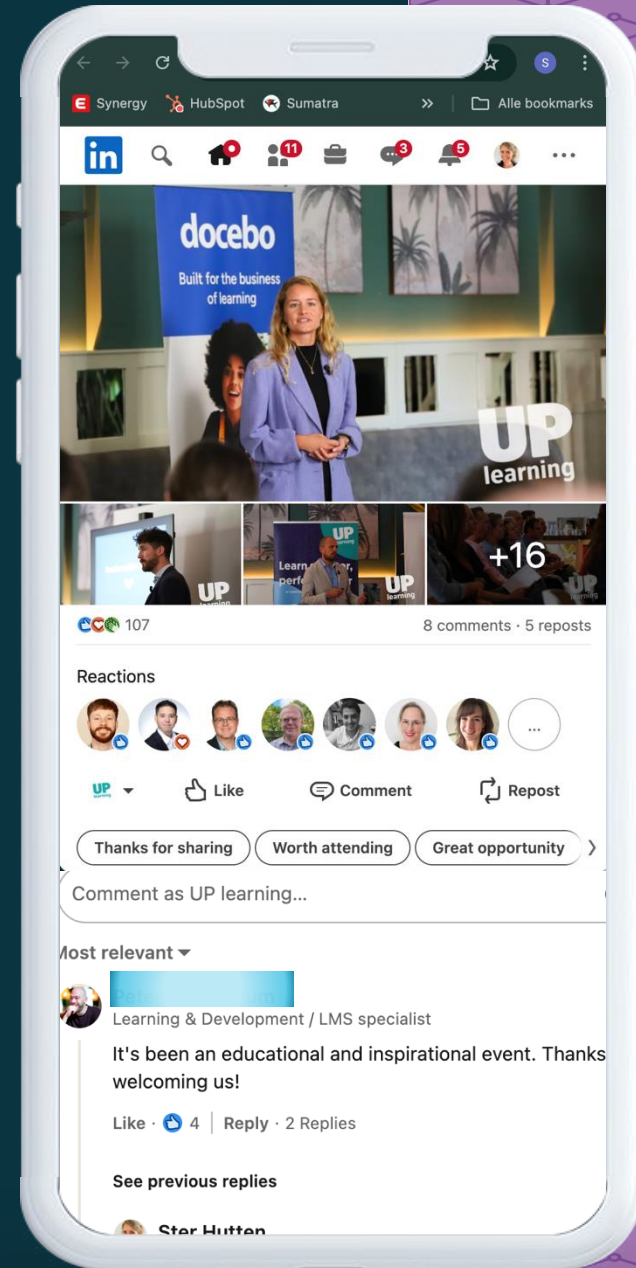
Triggers



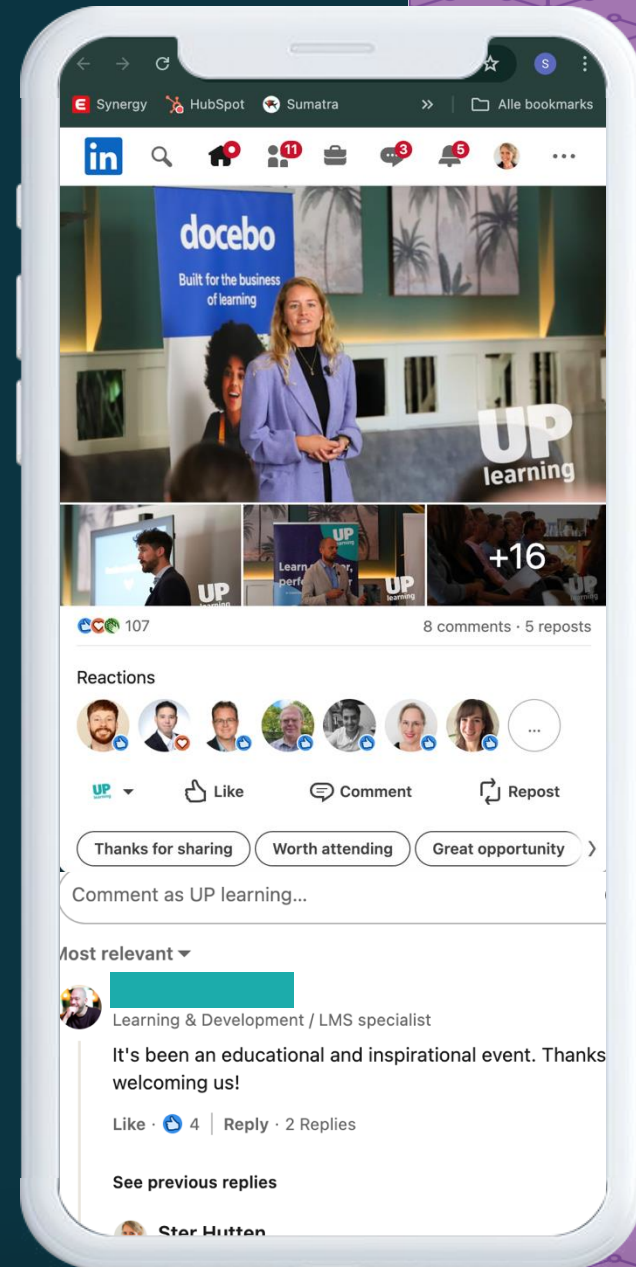
Action



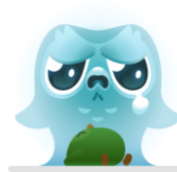
Rewards



Investment



duolingo



It's been 28 days since your last lesson.

REVIVE DUO

Since you've been gone...



The average learner completed **16 lessons**. Come back to catch up!

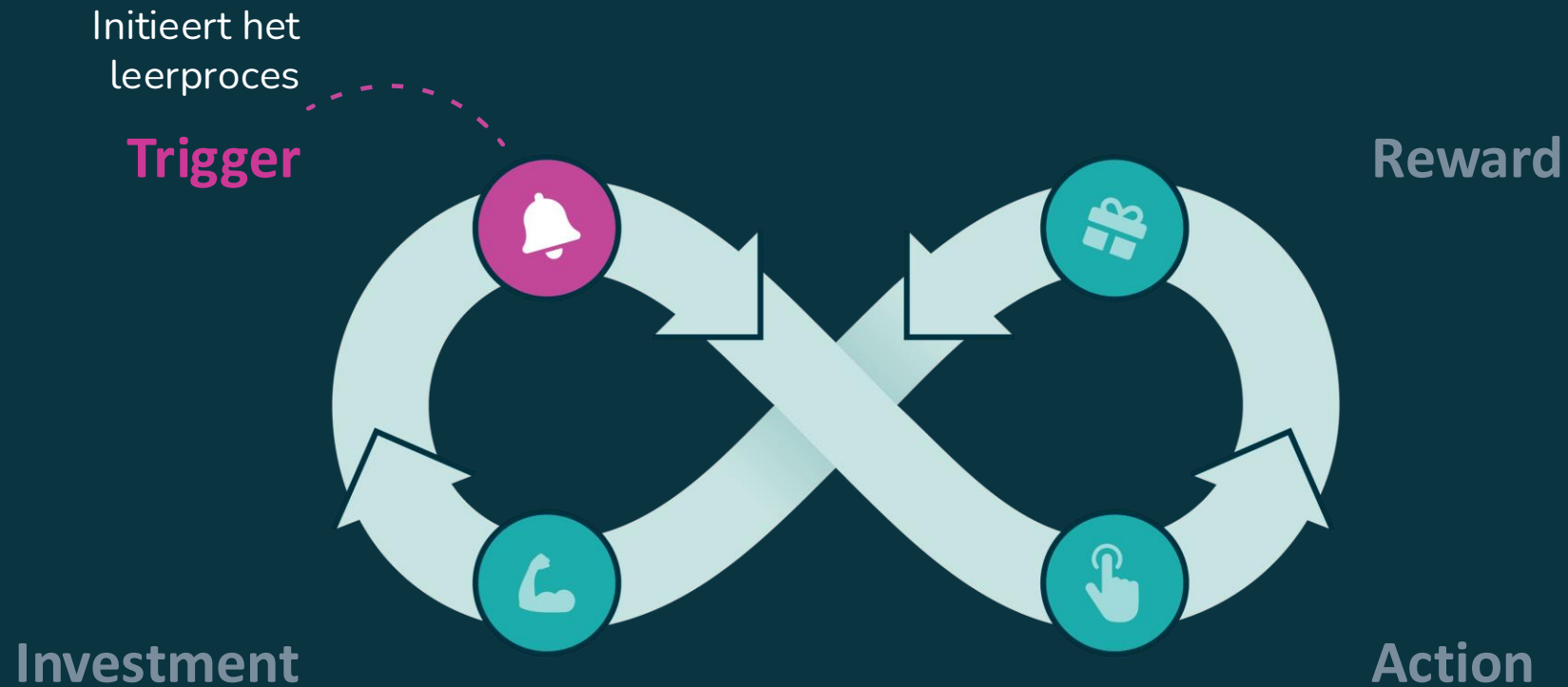
5900 Penn Avenue, Pittsburgh PA 15206, USA
[Unsubscribe](#)



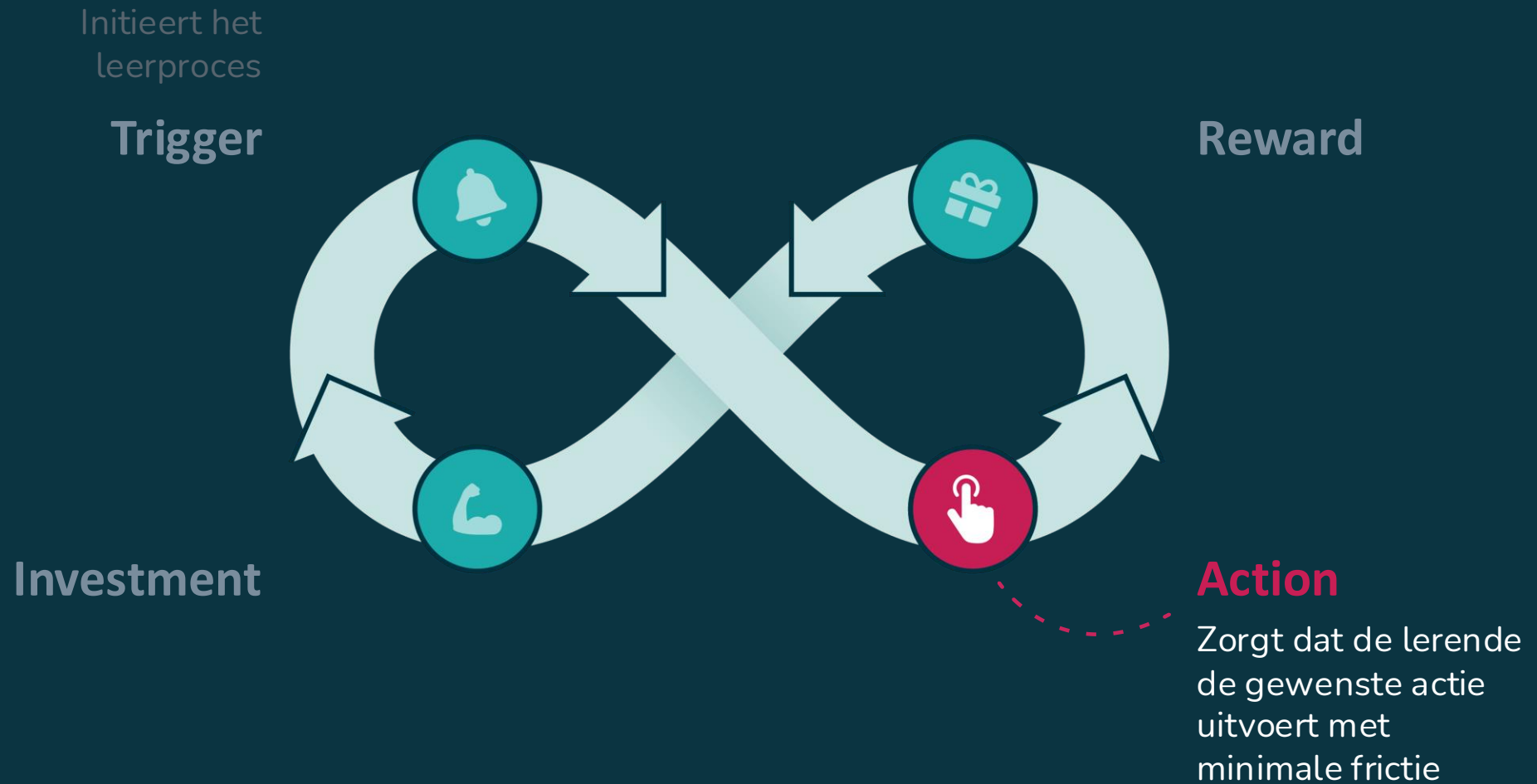
UP
learning

Hooked on Learning

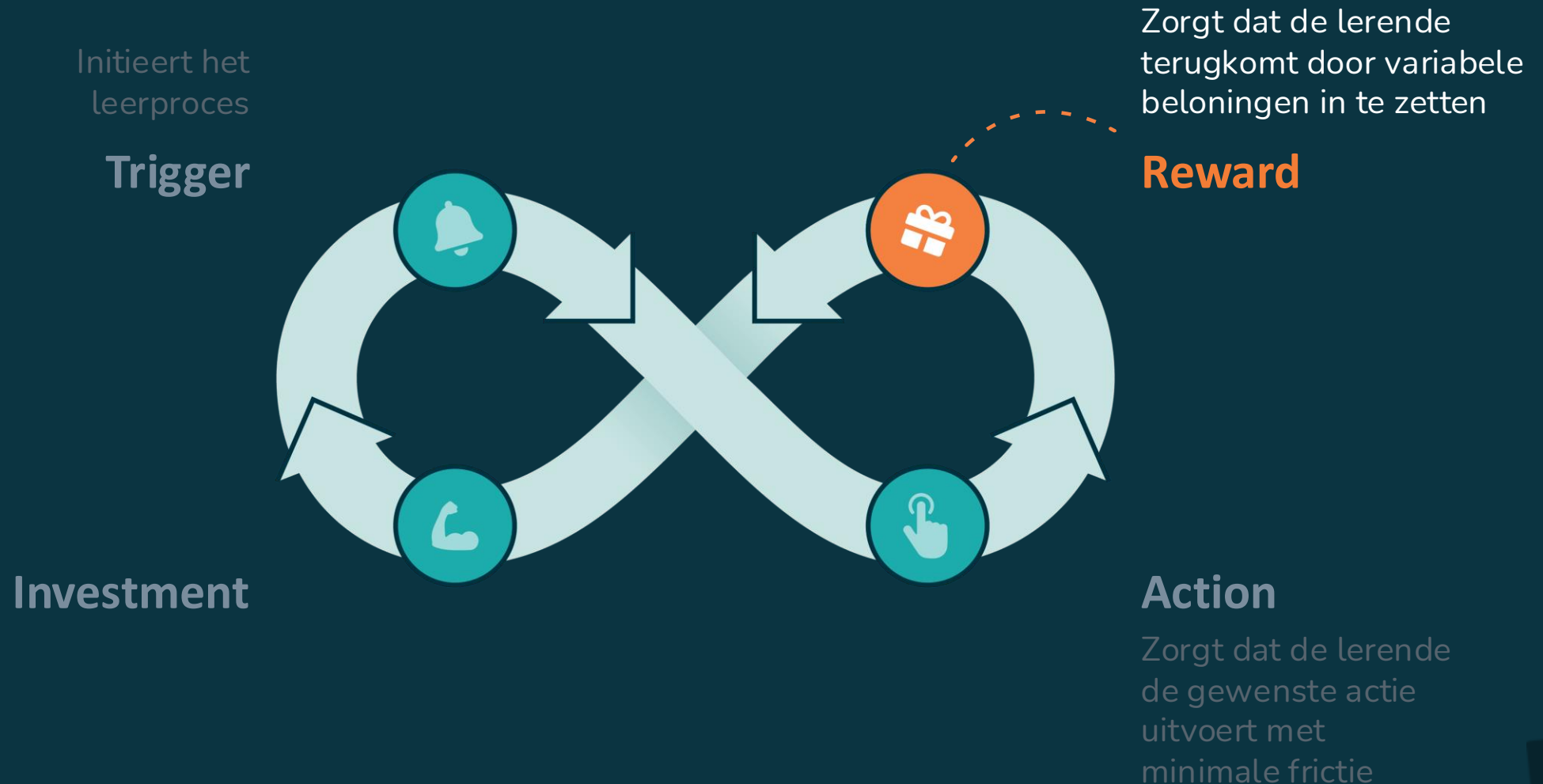
Doelstellingen



Doelstellingen



Doelstellingen



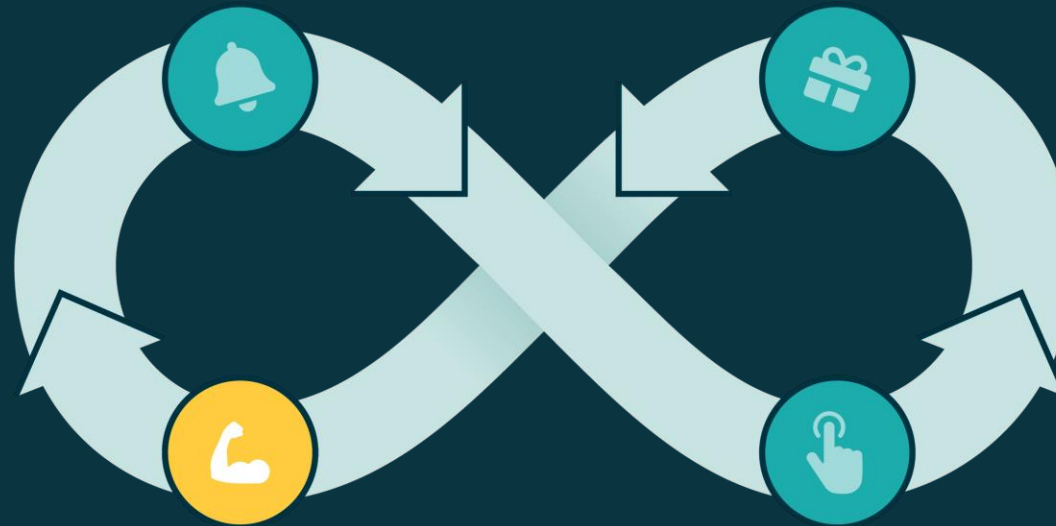
Doelstellingen

Initieert het
leerproces

Trigger

Zorgt dat de lerende
terugkomt door variabele
beloningen in te zetten

Reward



Investment

Moedigt de lerende
aan om te investeren
in het leerproces

Action

Zorgt dat de lerende
de gewenste actie
uitvoert met
minimale frictie

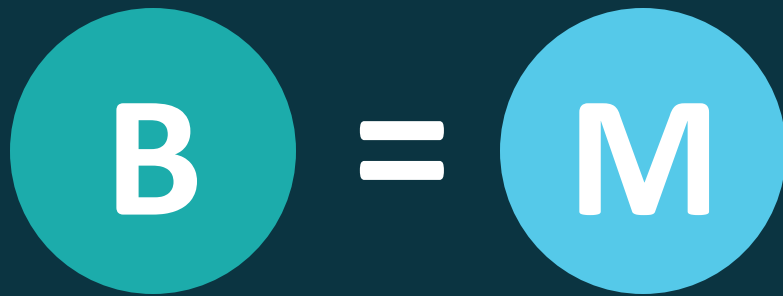
The behaviour model

Behavioural model van B.J. Fogg



Behaviour/
Action

Behavioural model van B.J. Fogg



Behaviour/
Action

Motivation

Behavioural model van B.J. Fogg



Behaviour/
Action

Motivation

Ability

Behavioural model van B.J. Fogg



Behaviour/
Action

Motivation

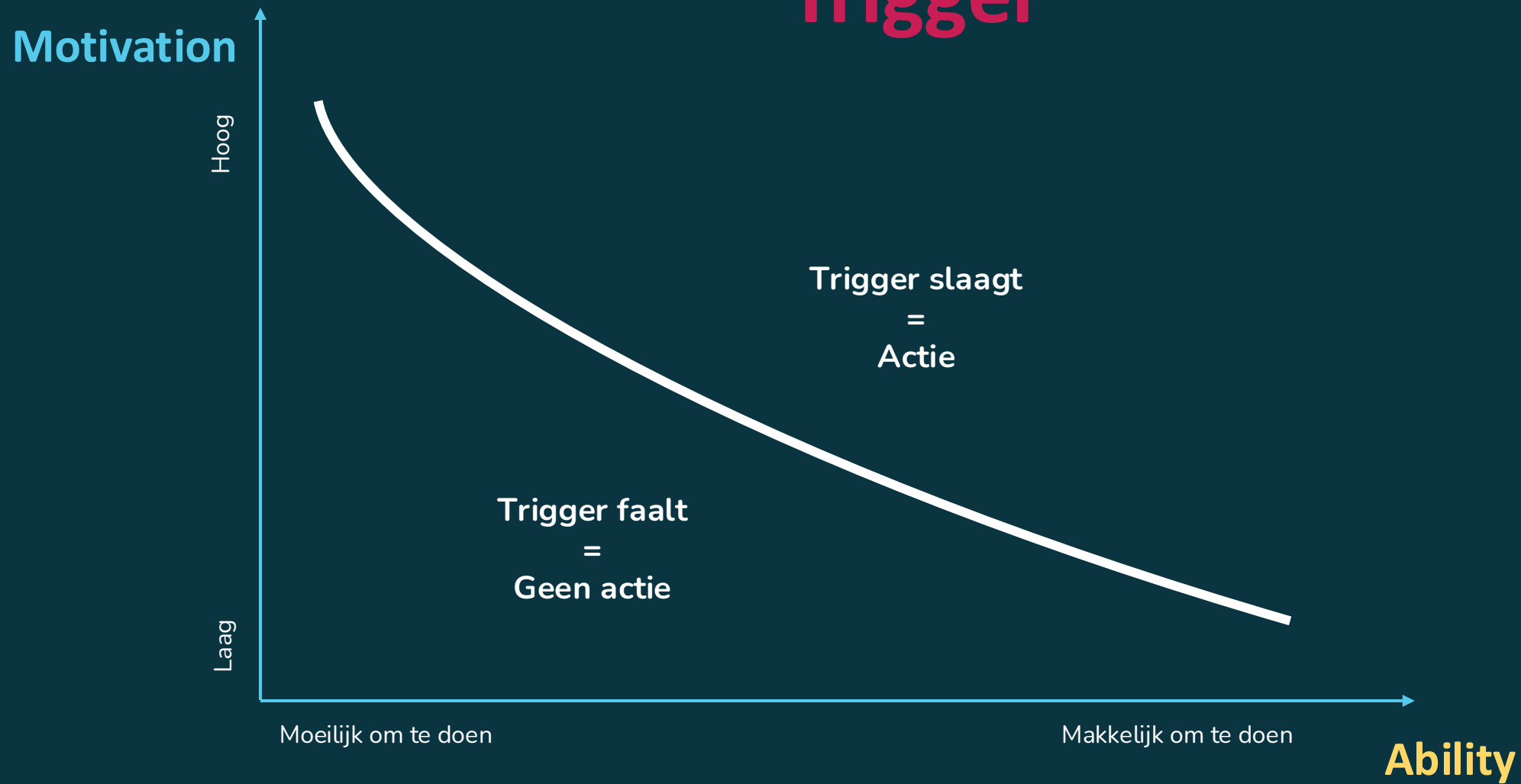
Ability

Trigger

Trigger



Trigger



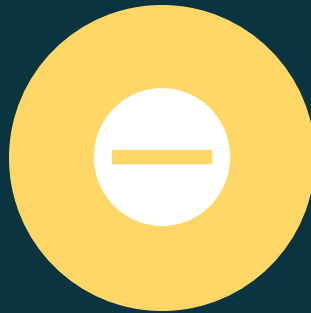
Ability



Tijd



Geld



Norm



Fysieke
inspanning



Mentale
inspanning

*B.J. Fogg

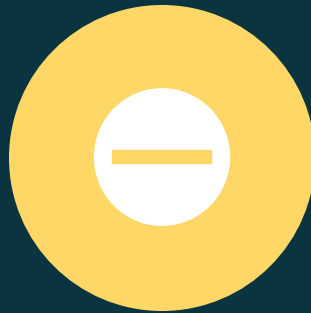
Op welk aspect van **ability**
heb je binnen jouw organisatie
het meeste invloed?



Tijd



Geld



Norm



Fysieke
inspanning



Mentale
inspanning

*B.J. Fogg

Meerdere strategieën om de **motivatie** te versterken



Anticiperend
enthousiasme



Noodzaak



Sociaal
bewijs



Autoriteit



Confetti
regen

*B.J. Fogg

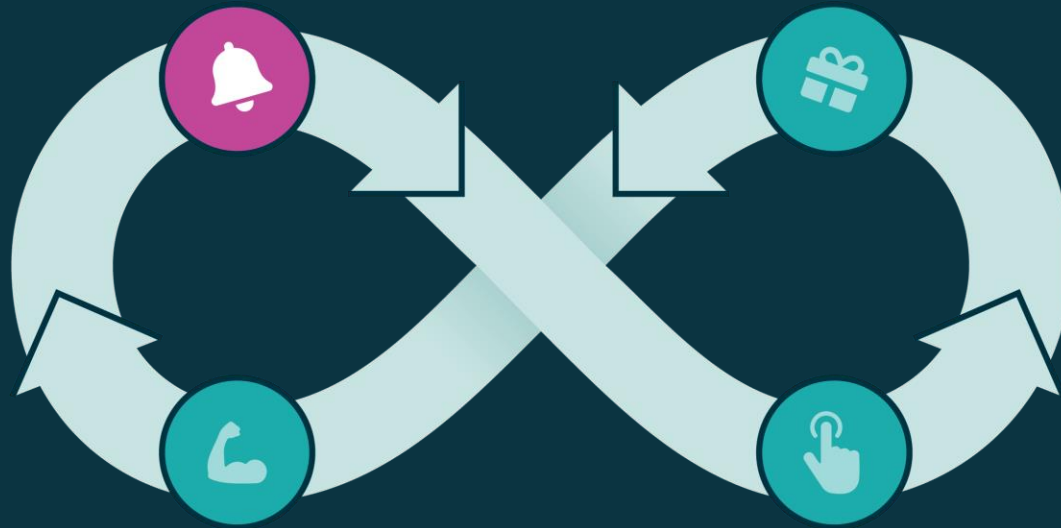
The background of the slide is a solid pink color with a repeating white floral pattern. The pattern consists of stylized flowers and leaves arranged in a dense, symmetrical design.

Hoe pas je het Hooked Model toe?

Trigger

Internal trigger: Wat wil de doelgroep echt?

External trigger: Wat leidt de doelgroep naar de leeroplossing?





Benadruk de
eindbestemming



**ZODAT JIJ
DE KLANT KUNT
VERRASSEN**



**EN DE HELD KAN
UITHANGEN**

**OP JOUW
MANIER**

**Maak het
persoonlijk**

Hoe pas je dit toe?

1. Analyseer hoe en wanneer je je doelgroep het beste kunt bereiken.



Hoe pas je dit toe?

1. Analyseer hoe en wanneer je je doelgroep het beste kunt bereiken.
2. Analyseer hoe je de motivatie van je doelgroep kunt verhogen.

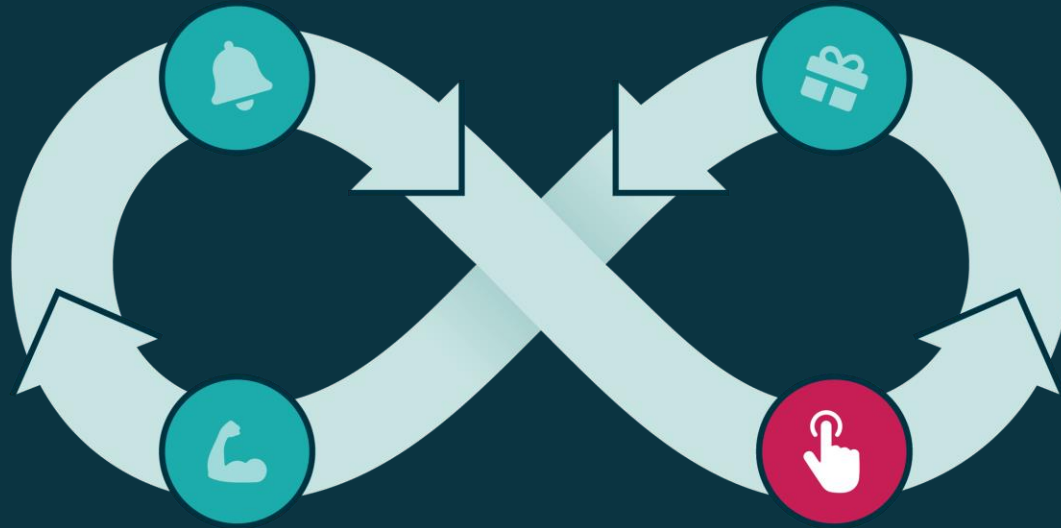


Hoe pas je dit toe?

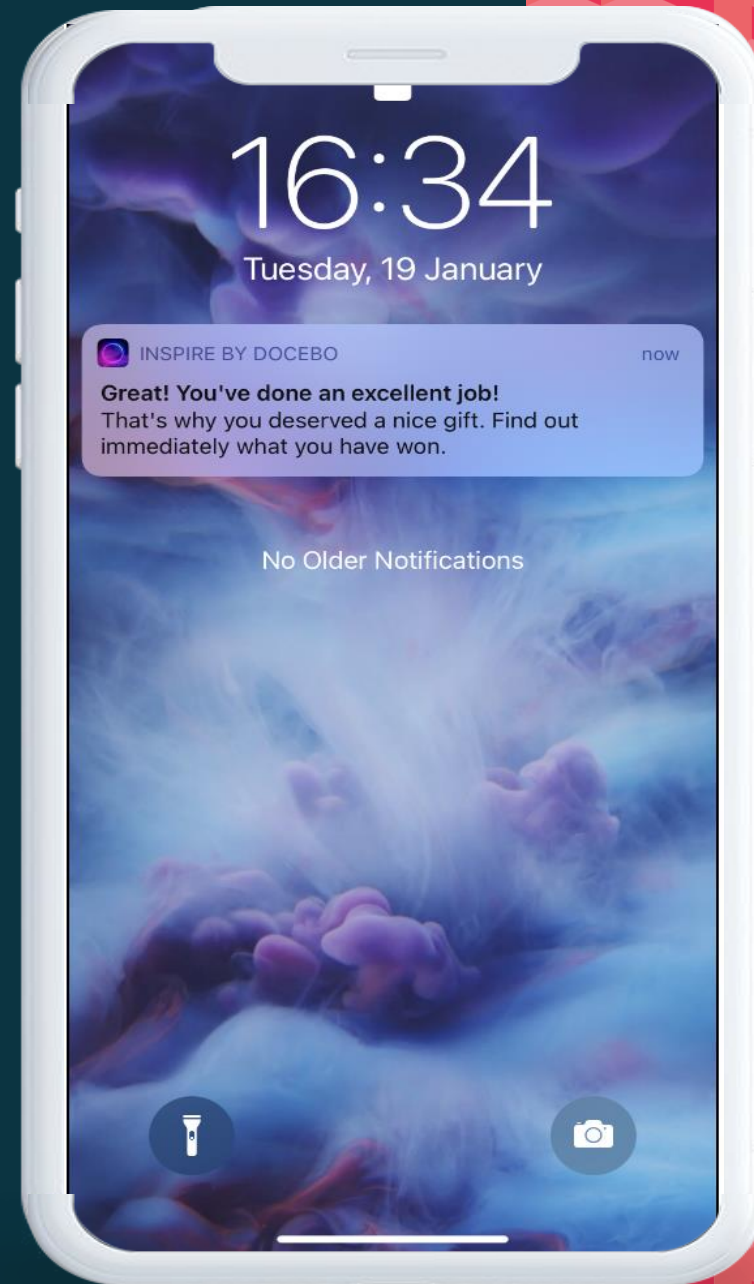
1. Analyseer hoe en wanneer je je doelgroep het beste kunt bereiken.
2. Analyseer hoe je de motivatie van je doelgroep kunt verhogen.
3. Keep it simple! Het doel is dat de trigger slaagt en er actie volgt.

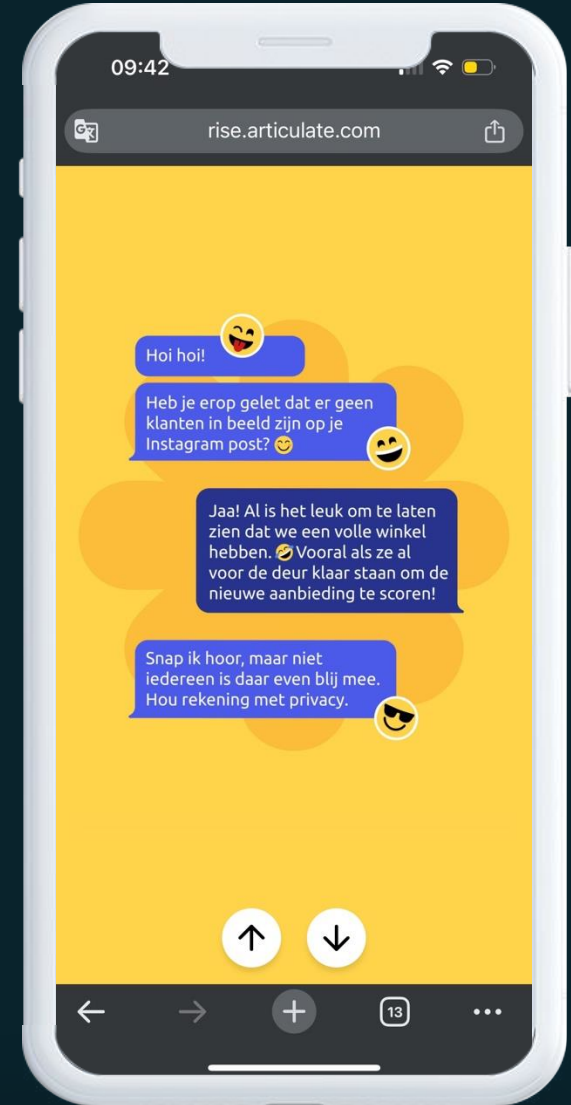
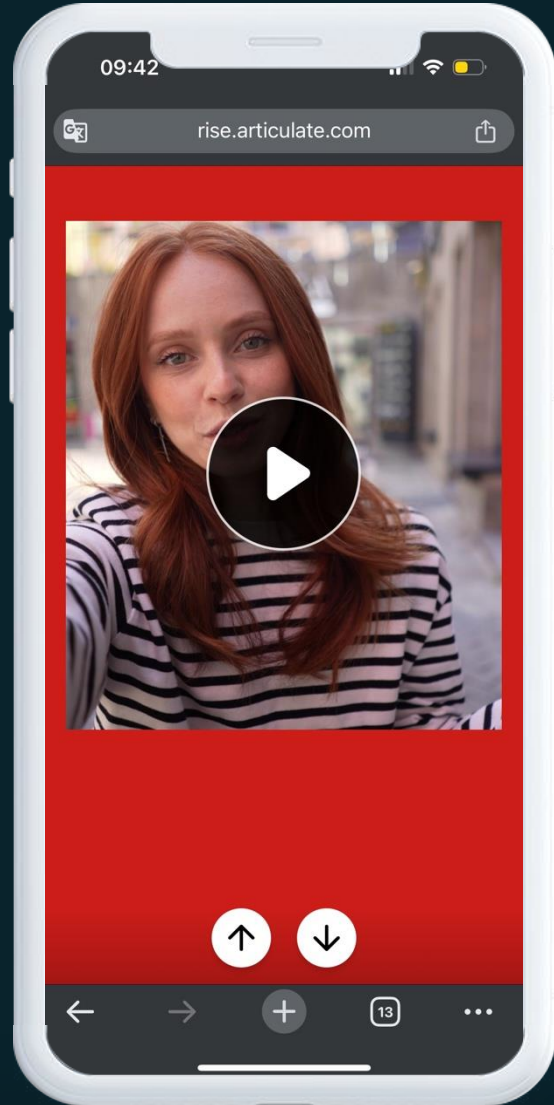
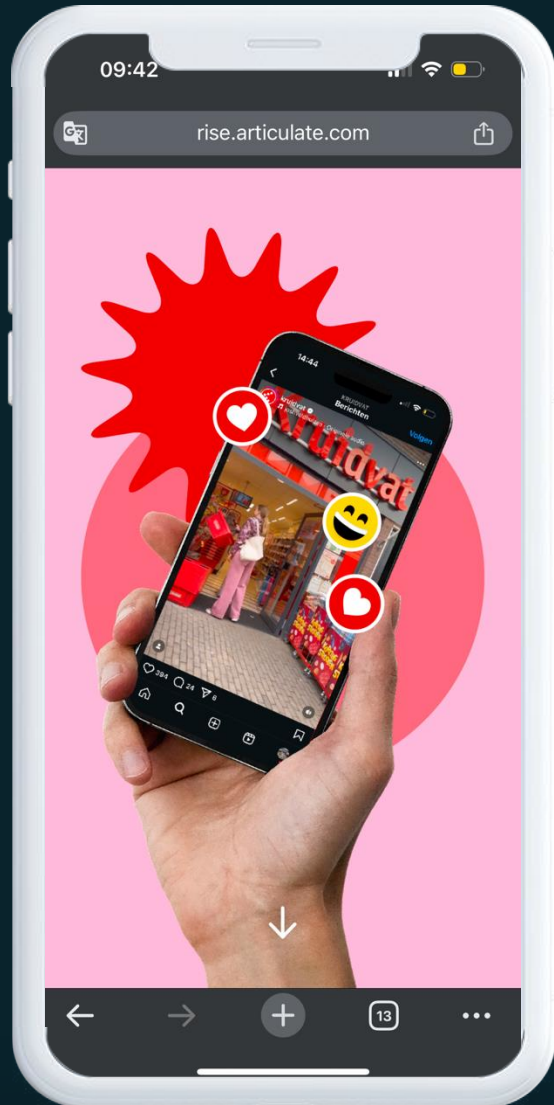
Action

Wat is het eenvoudigste gedrag in afwachting van beloning?



Vereenvoudig toegang





Test bij gebruikers



Hoe pas je dit toe?

1. Maak de actie zo eenvoudig mogelijk om uit te voeren

Hoe pas je dit toe?

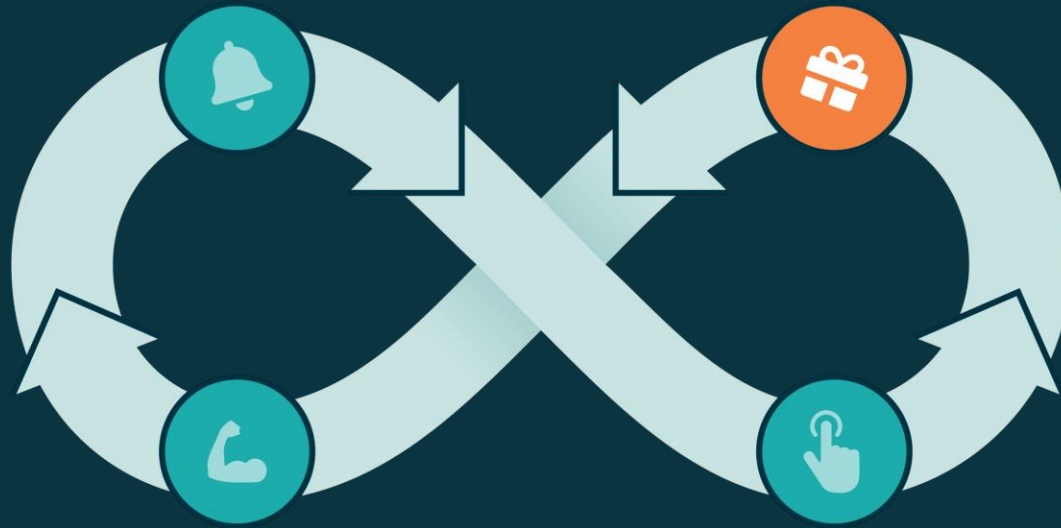
1. Maak de actie zo eenvoudig mogelijk om uit te voeren
2. Test met de doelgroep waar zij frictie of barrières ervaren en haal deze weg.

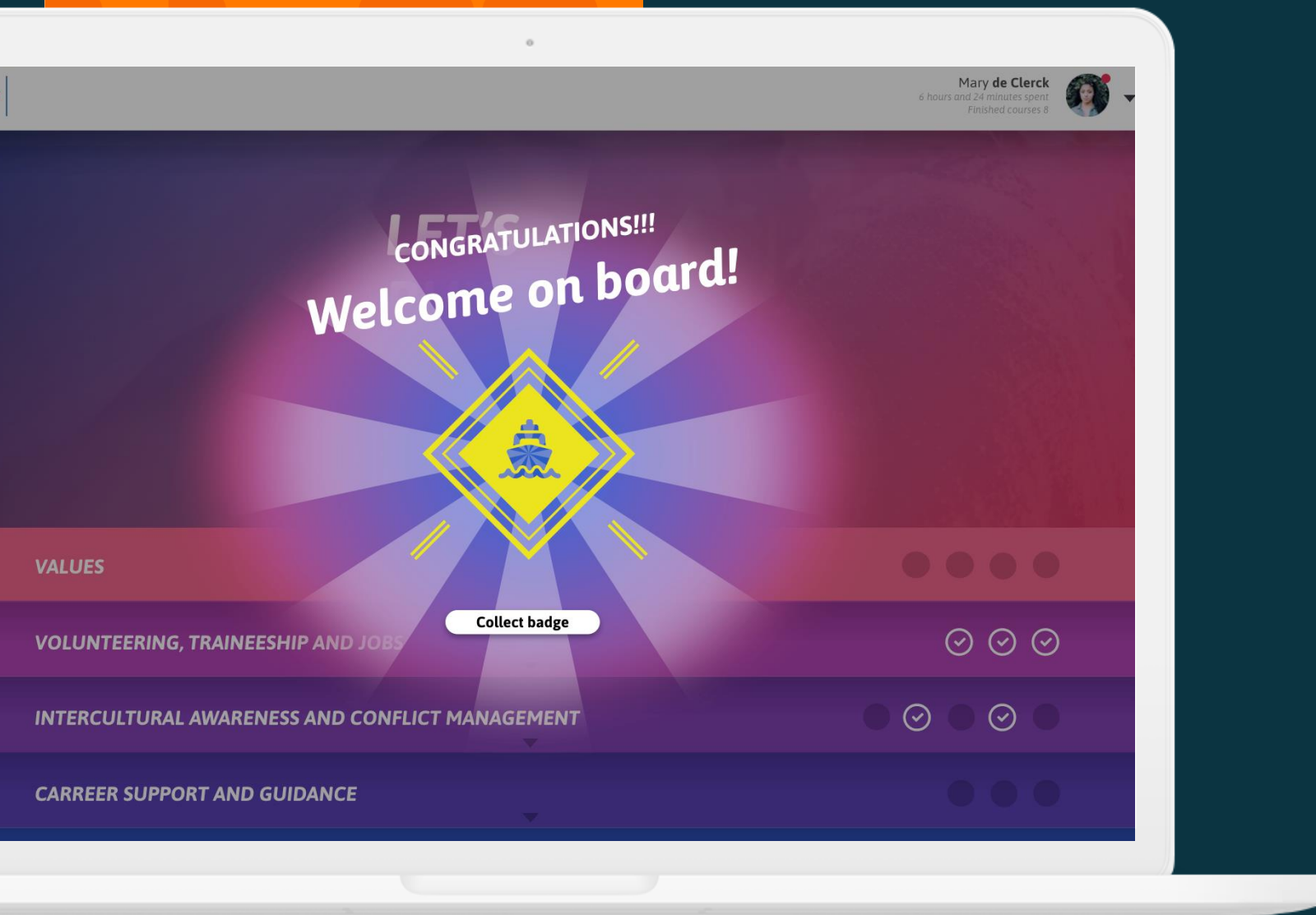
Hoe pas je dit toe?

1. Maak de actie zo eenvoudig mogelijk om uit te voeren
2. Test met de doelgroep waar zij frictie of barrières ervaren en haal deze weg.
3. Denk aan digitale toegankelijkheid en inclusie.

Reward

Is de beloning onverwacht en
smaakt het naar meer?

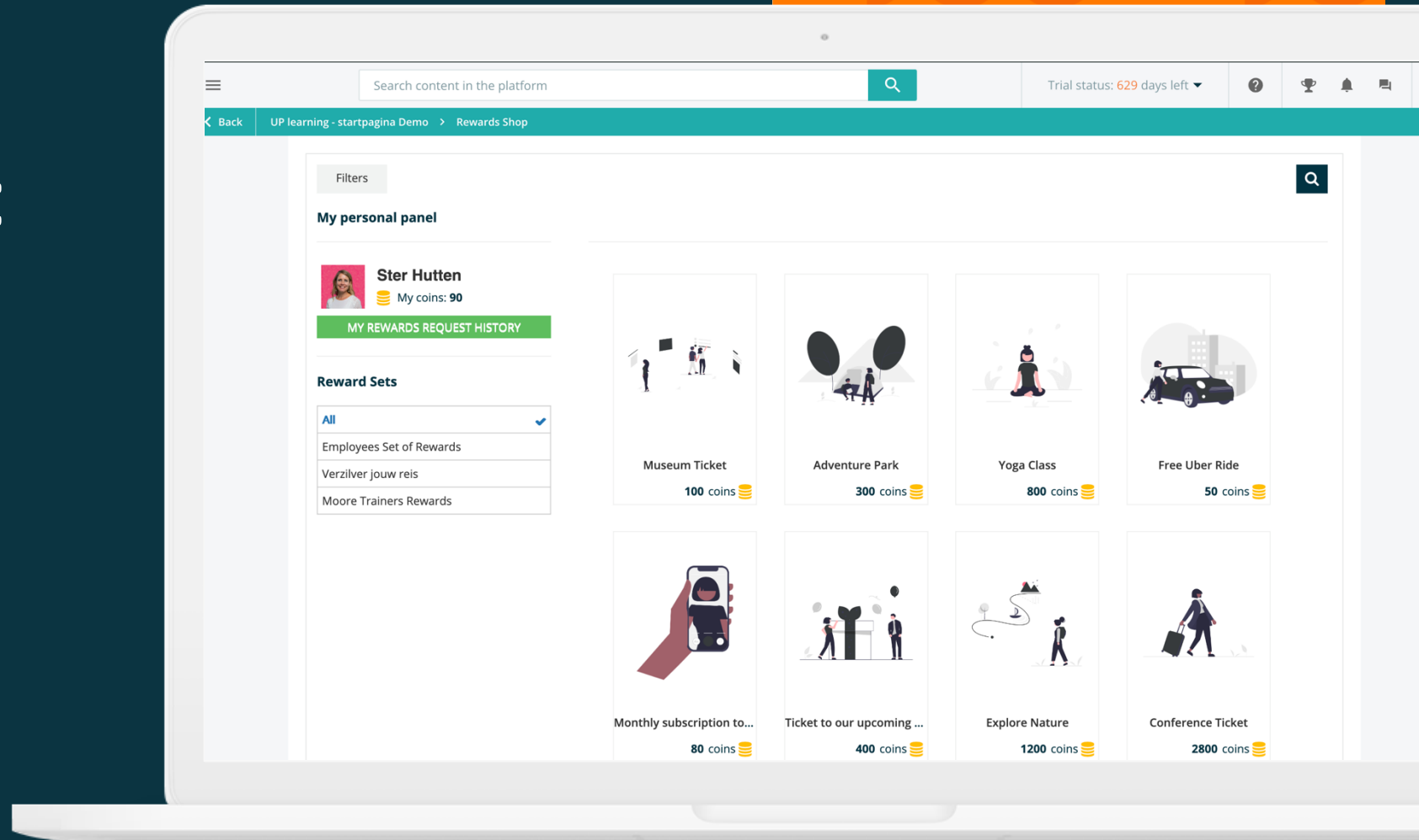




Creëer een
gevoel van
verrassing

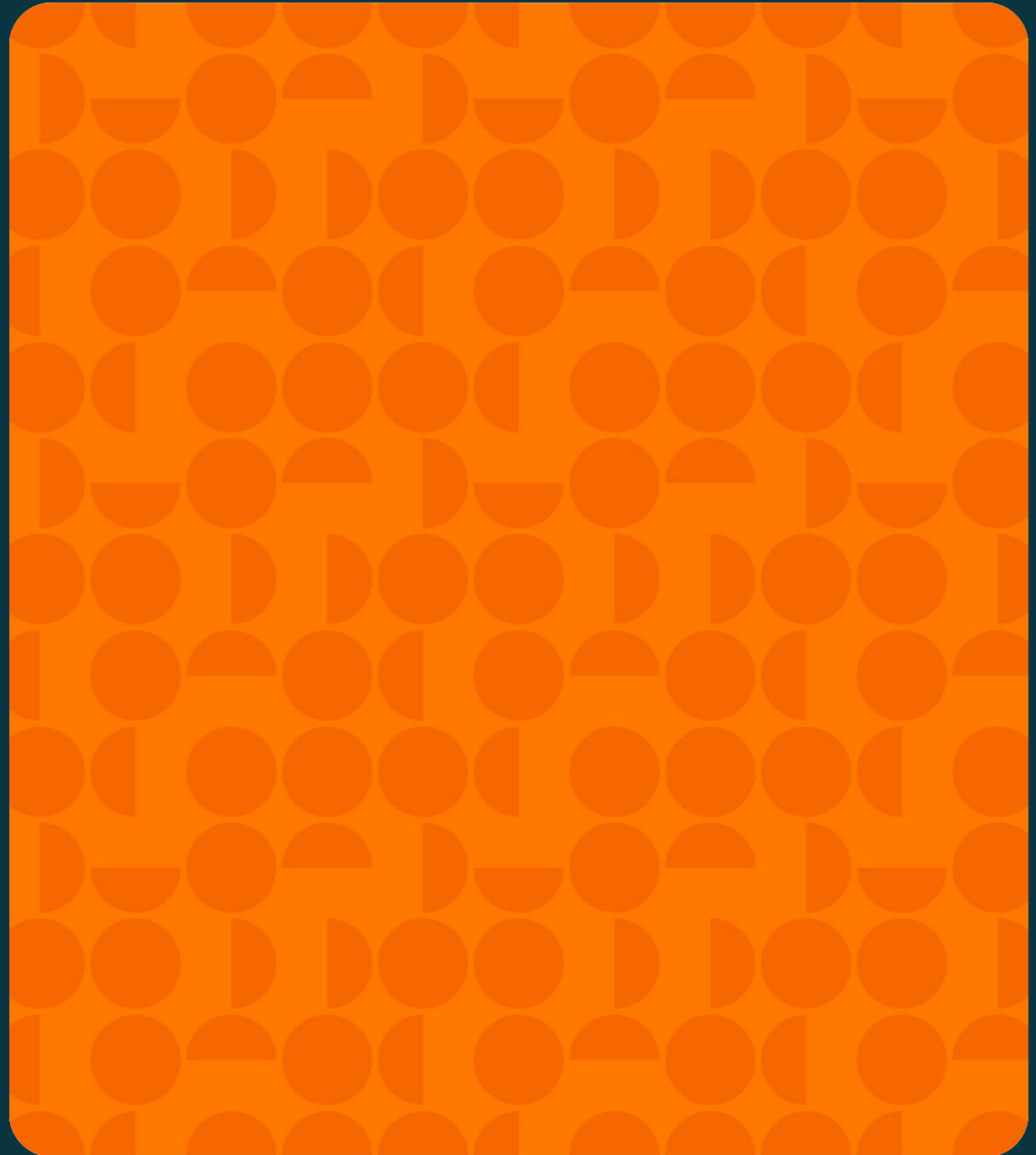
Wees je bewust
van..

intrinsiek
vs
extrinsiek



Hoe pas je dit toe?

1. Laat de beloning zo snel mogelijk volgen op het gewenste gedrag

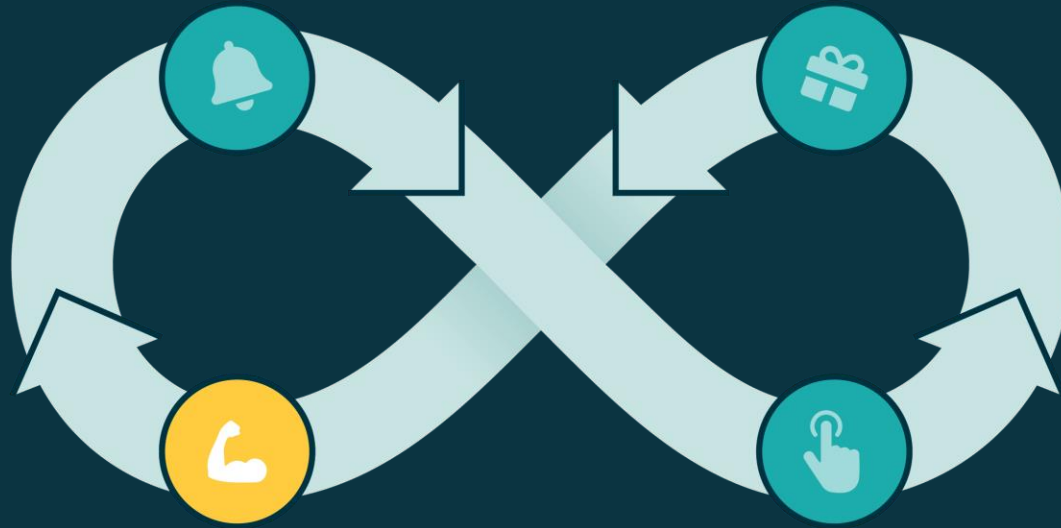


Hoe pas je dit toe?

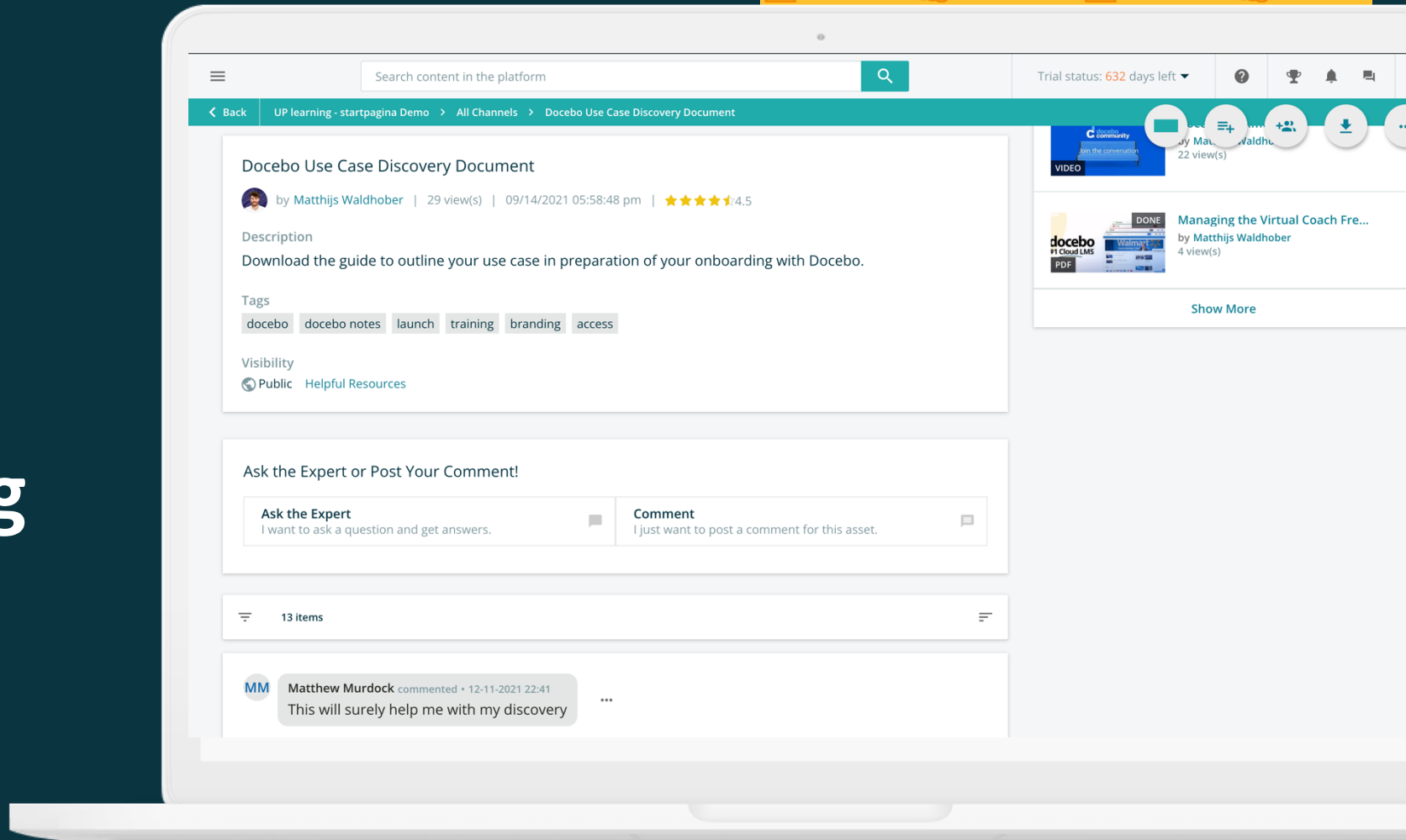
1. Laat de beloning zo snel mogelijk volgen op het gewenste gedrag
2. Integreer onverwachte beloningen in de Learning Journey

Investment

Wat is de investering die de doelgroep doet
die de kans op terugkeer vergroot?



Erkenning van kennis en ervaring



Close course

◀ Previous course || Next course ▶

Good job!

Share your winning on Snapchat or Instagram with these special stickers made for this course!

Use this special code to find the stickers!

code: EUSCINTROWIN

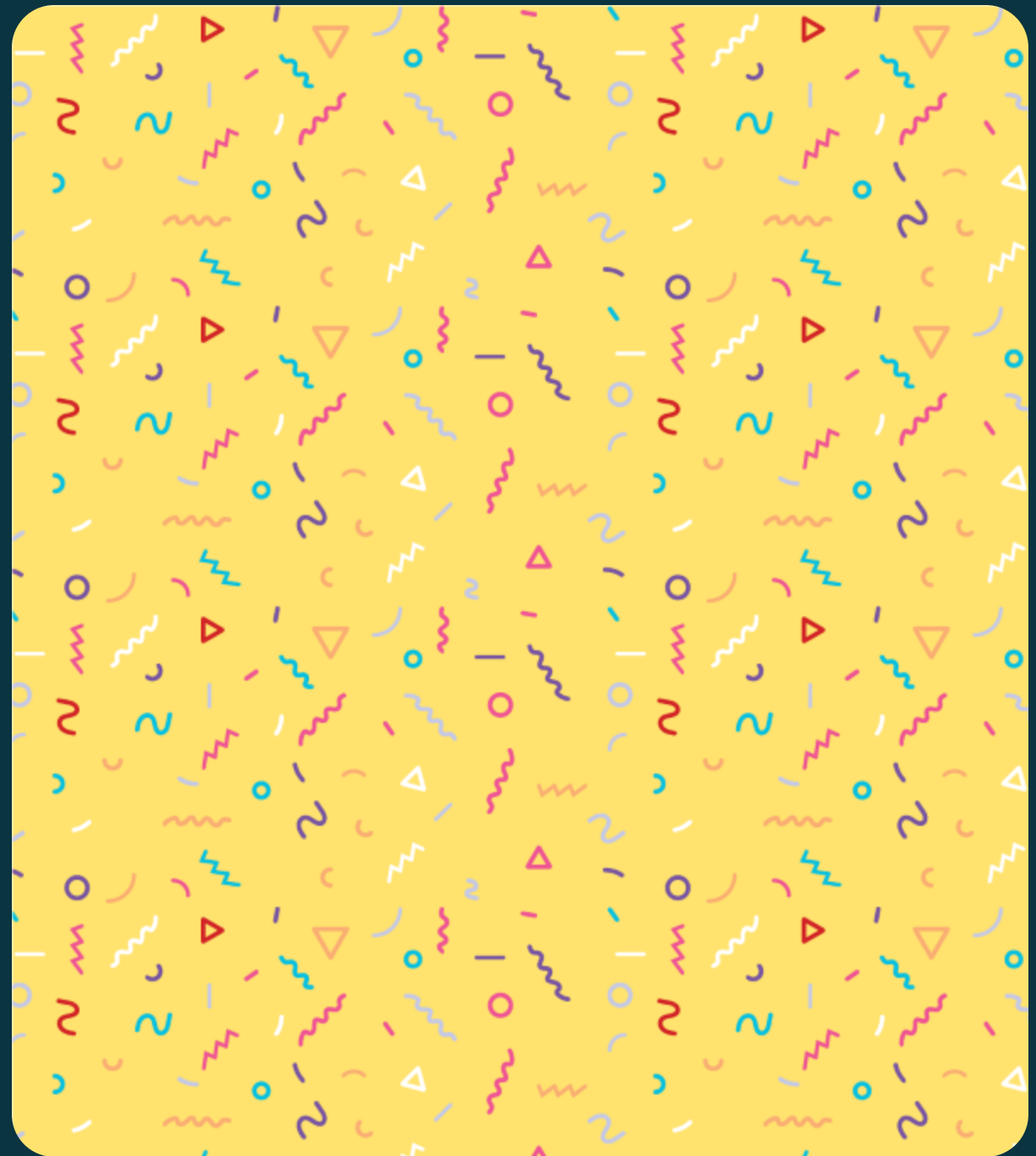


Finish

Maak het “social”

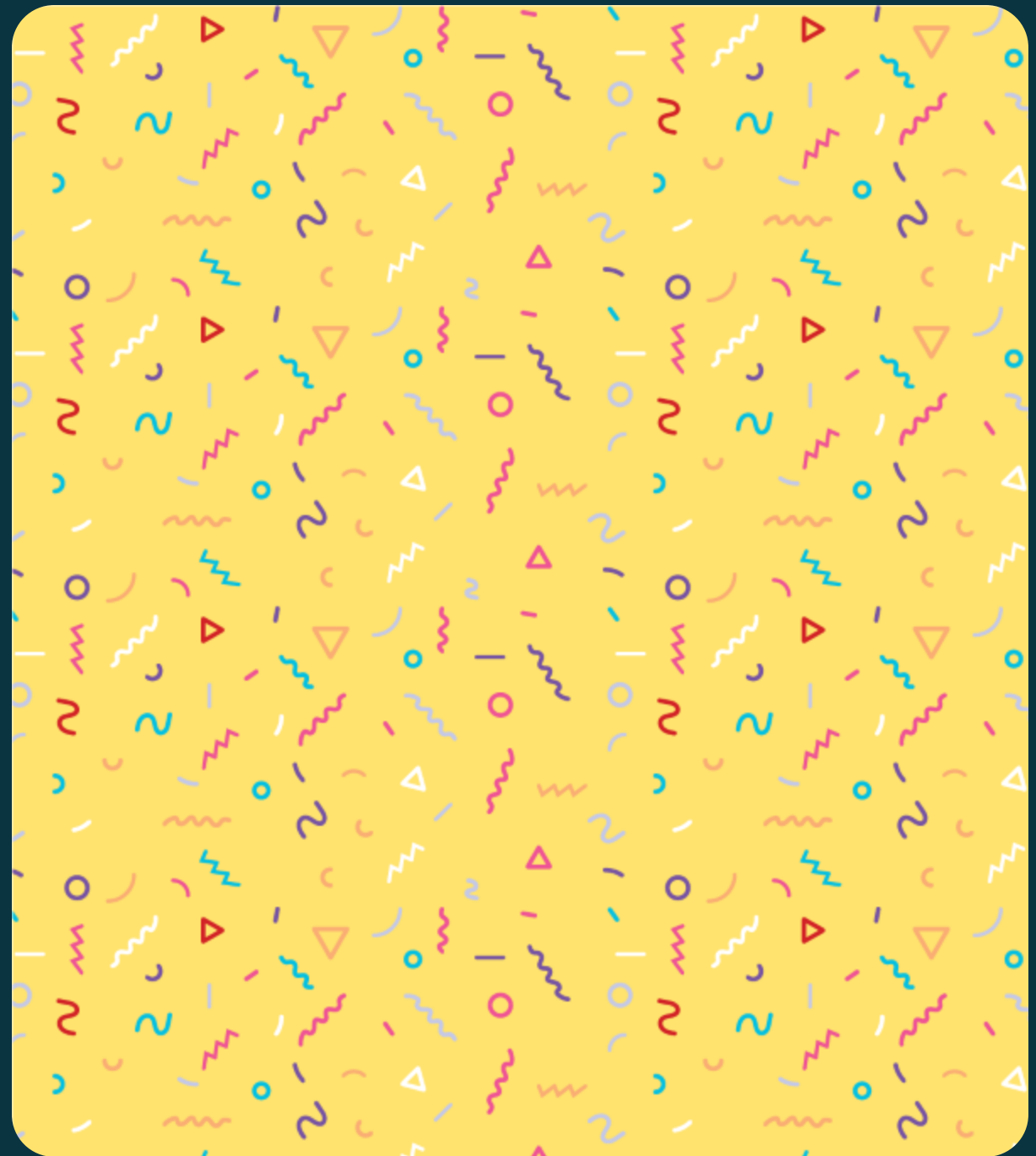
Hoe pas je dit toe?

1. Zorg ervoor dat je een belonging vooraf laat gaan aan een investering



Hoe pas je dit toe?

1. Zorg ervoor dat je een belonging vooraf laat gaan aan een investering
2. Zorg ervoor dat de investeringen in lijn zijn met de fase waarin je doelgroep zich bevindt



Kennisdeling

Evaluatie

- Wij leren graag van je
- Vul de evaluatie in
- Download vervolgens deze presentatie

Learning Tips

- Ontvang iedere drie weken een Learning Tip
- 1.653 Learning Professionals gingen je voor



<https://uplearning.be/learning-tip>

Let's connect!



Ster Hutten

ster.hutten@uplearning.nl

<https://www.linkedin.com/in/sterhutten>



Matthijs Waldhober

matthijs.waldhober@uplearning.nl

<https://www.linkedin.com/in/mwaldhober>

Hooked on Learning

Matthijs Waldhober

Ster Hutten

Sander Giesselink

UP learning
Bennekomseweg 43
6717 LL EDE

T: +32 88 – 44 66 700
info@uplearning.nl
www.uplearning.nl

UP learning Belgium
Borsbeeksebrug 34
2600 Antwerpen

T: +32 88 – 44 66 700
info@uplearning.be
www.uplearning.be

UP
learning