

فهرست مطالب

مقدمه	۱۱
محصولات چگونه عادت ایجاد می کنند؟	۱۲
چگونه خودم به این موضوع علاقه مند شدم	۱۳
۱- محرک	۱۴
۲- اقدام	۱۵
۳- پاداش متغیر	۱۵
۴- سرمایه گذاری	۱۶
یک ابرقدرت نوین	۱۶
چگونه از این کتاب استفاده کنید	۱۷

فصل اول: منطقه عادت

۱-۱. چرا عادت ها برای کسب و کار مفید هستند	۲۱
۲-۱. افزایش ارزش طول عمر مشتری (CLTV)	۲۱
۳-۱. انعطاف پذیری در قیمت گذاری	۲۲
۴-۱. رشد فوق العاده	۲۳
۵-۱. تقویت مزیت رقابتی	۲۴
۶-۱. انحصار ذهنی	۲۵
۷-۱. گوگل در برابر بینگ: نبرد عادت ها	۲۶
۸-۱. عادت به عنوان استراتژی	۲۷
۹-۱. در منطقه عادت	۲۸
۱۰-۱. ویتامین یا مُسکن؟	۳۰
۱۱-۱. ورود به مدل قلاب	۳۲
به خاطر بسپارید و به اشتراک بگذارید	۳۲
همین حالا انجام دهید	۳۳
منابع	۳۴

فصل دوم: محرک

۱-۲. عادت ها ساخته می شوند، زاده نمی شوند	۳۸
---	----

۲-۲. محرک‌های بیرونی	۳۸
۳-۲. انواع محرک‌های بیرونی	۴۱
۴-۲. محرک‌های درونی	۴۳
۵-۲. طراحی بر مبنای محرک‌ها	۴۵
۶-۲. کشف محرک‌های اینستاگرام	۴۸
به خاطر بسپارید و به اشتراک بگذارید	۴۹
همین حالا انجام دهید	۵۰
منابع	۵۲

فصل سوم: اقدام

۱-۳. اقدام در برابر عدم اقدام	۵۵
۲-۳. انگیزه	۵۶
۱-۲-۳. نمونه‌های انگیزه در تبلیغات	۵۷
۳-۳. توانمندی	۶۰
۴-۳. عناصر سادگی	۶۳
۵-۳. ورود با اکانت فیسبوک	۶۴
۶-۳. اشتراک‌گذاری با دکمه تویتر	۶۶
۷-۳. جستجو با گوگل	۶۷
۸-۳. عکاسی با گوشی آیفون	۶۸
۹-۳. اسکرول بی‌پایان با پینترست	۷۰
۱۰-۳. انگیزه یا سادگی: کدام را باید اول تقویت کنید؟	۷۱
۱۱-۳. تحول صفحه اصلی تویتر	۷۲
۱۲-۳. درباره شهود ذهنی و ادراک	۷۷
۱۳-۳. اثر چارچوب‌بندی	۷۹
۱-۱۳-۳. اثر لنگرگذاری	۸۰
۲-۱۳-۳. اثر پیشرفت اهدایی	۸۰
۱۴-۳. خلاصه فصل	۸۲
به خاطر بسپارید و به اشتراک بگذارید	۸۲

همین حالا انجام دهید ۸۳

فصل چهارم: پاداش متغیر

۱-۴. درک مکانیزم پاداش در مغز ۸۷

۲-۴. درک مفهوم «تغییرپذیری» ۸۸

۳-۴. پاداش‌های قبیله، شکار و خود ۸۹

۱-۳-۴. پاداش‌های قبیله (اجتماعی) ۹۰

۲-۳-۴. پاداش‌های شکار ۹۵

۳-۳-۴. پاداش‌های خویشتن ۱۰۱

۴-۴. ملاحظات کلیدی در طراحی سیستم‌های پاداش ۱۰۶

۵-۴. مراقب «تنوع محدود» باشید ۱۱۴

۶-۴. کدام پاداش‌ها را باید ارائه دهید؟ ۱۱۸

به خاطر بسپارید و به اشتراک بگذارید ۱۱۹

همین حالا انجام دهید ۱۱۹

فصل پنجم: سرمایه‌گذاری

۱-۵. تغییر نگرش ۱۲۵

۲-۵. ارزش‌گذاری غیرمنطقی بر تلاش‌هایمان ۱۲۶

۳-۵. ما به دنبال سازگاری با رفتارهای گذشته‌ی خود هستیم ۱۲۸

۴-۵. ما از ناهماهنگی شناختی اجتناب می‌کنیم ۱۲۹

۵-۵. تلاش‌های خُرد ۱۳۲

۶-۵. ذخیره‌سازی ارزش ۱۳۴

۷-۵. محتوا ۱۳۴

۸-۵. داده ۱۳۶

۱-۸-۵. دنبال‌کنندگان ۱۳۷

۲-۸-۵. اعتبار و حُسن شهرت ۱۳۹

۹-۵. مهارت ۱۴۱

۱۰-۵. بارگذاری محرکِ بعدی ۱۴۲

به خاطر بسپارید و به اشتراک بگذارید ۱۴۸

همین حالا انجام دهید.....	۱۴۸.....
منابع.....	۱۵۰.....

فصل ششم: با این آموخته‌ها چه خواهید کرد؟

۱-۶. اخلاقیات در دستکاری رفتار.....	۱۵۴.....
به خاطر بسپارید و به اشتراک بگذارید.....	۱۶۴.....
همین حالا انجام دهید.....	۱۶۵.....

فصل هفتم: مطالعه موردی: اپلیکیشن کتاب مقدس

۱-۷. در آغاز.....	۱۶۹.....
۲-۷. چگونه یک «عادت الهی» بسازیم.....	۱۷۰.....
۳-۷. محرک‌های مقدس.....	۱۷۱.....
۴-۷. شکوه نهفته در داده‌ها.....	۱۷۳.....
۵-۷. پاداش‌هایی از جانب پروردگار.....	۱۷۴.....
به خاطر بسپارید و به اشتراک بگذارید.....	۱۷۷.....

فصل هشتم: آزمون عادت و جستجوی فرصت‌های عادت‌ساز

۱-۸. آزمون عادت.....	۱۷۹.....
۲-۸. کشف فرصت‌های عادت‌ساز.....	۱۸۳.....
۳-۸. رفتارهای نوظهور.....	۱۸۶.....
۴-۸. فناوری‌های توانمندساز.....	۱۸۸.....
۵-۸. تغییر در رابط کاربری.....	۱۸۹.....
به خاطر بسپارید و به اشتراک بگذارید.....	۱۹۱.....
همین حالا انجام دهید.....	۱۹۲.....
تقدیر و تشکر.....	۱۹۵.....
پوست.....	۱۹۷.....
یادداشت‌ها و منابع.....	۱۹۹.....