

Hoe zorg ik er voor dat de doelgroep op de applicatie blijft gebruiken op lang termijn?

FOMO: Fear Of Missing Out. Oftewel de angst hebben om dingen te mislopen. Dit is één van de voornaamste redenen waarom mensen het ontzettend moeilijk vinden om bijvoorbeeld hun Facebook account te verwijderen. Dankzij de applicatie zal de gebruiker nieuwe mensen leren kennen en met de mensen een emotionele band ontwikkelen. Als 2 gebruikers 'connected' zijn met elkaar, dan worden ze van elkaar op de hoogte gehouden (door middel de sociale tijdlijn binnen de applicatie). Als de applicatie verwijderd wordt, dan is het niet meer mogelijk om op de hoogte te blijven van wat medegebruikers doen.

Een tweede reden is dat veel informatie verloren gaat. Zo worden verschillende statistieken over de spelervaring van de gebruiker bijgehouden (wanneer, waar, met wie je hebt gevoetbald). Het kost tijd om de statistieken om te bouwen. Hierdoor wordt het moeilijker voor de gebruiker om de applicatie te verwijderen. Tevens gaan de posts en de chats verloren. "Individuals commit the sunk cost fallacy when they continue a behavior or endeavor as a result of previously invested resources (time, money or effort) (Arkes & Blumer, 1985)."

Een anders aspect vanuit de psychologie is dat wanneer bepaalde handelingen repetitief zijn de motivatie daalt. Dit wordt tegengegaan daar medegebruikers met gelijkheden voor te stellen aan de gebruikers, zodat de gebruiker nieuwe mensen leert kennen. Voetballen met nieuwe mensen maakt het voetballen elke keer anders en daarom blijft het uitdagend.

Testpersonen (6 van de 10) geven aan dat ontwikkeling motiverend werkt. Door vaker te voetballen kan je je niveau verbeteren. Het hoger kunnen komen in het puntensysteem kan motiverend werken voor de mensen die competitief ingesteld zijn. Door hoger te klimmen in het puntensysteem kan je dus ook met betere medespelers (en tegenstanders) voetballen.

Mogelijkheden voor de toekomst:

Toernooien & beloningen

Er worden toernooien georganiseerd (door 'de maker' van de app), waarbij spelers of eventueel complete teams mee kunnen doen. Dit moet geheel kosteloos en vrijblijvend zijn. Er zullen prijzen uitgereikt worden en de winnaars worden krijgen lof voor de prestatie (door een algemene plek te krijgen voor een bepaalde periode op de sociale tijdlijn). Inkomsten kunnen gegenereerd worden door sponsors of advertenties binnen de applicatie.

Smartwatch integratie

Door middel van integratie met smartwatch kunnen statistieken bijgehouden worden (gelopen afstand, duur van aanwezigheid, regelmaat van aanwezigheid, etc.). Deze kunnen vervolgens weergegeven worden op het profiel van de gebruiker.

Verbeteringen

"Good Design Is A Neverending Process". Hoewel de applicatie meerdere keren is getest bij en met verschillende stakeholders, is er altijd ruimte voor verbeteringen en aanpassingen.