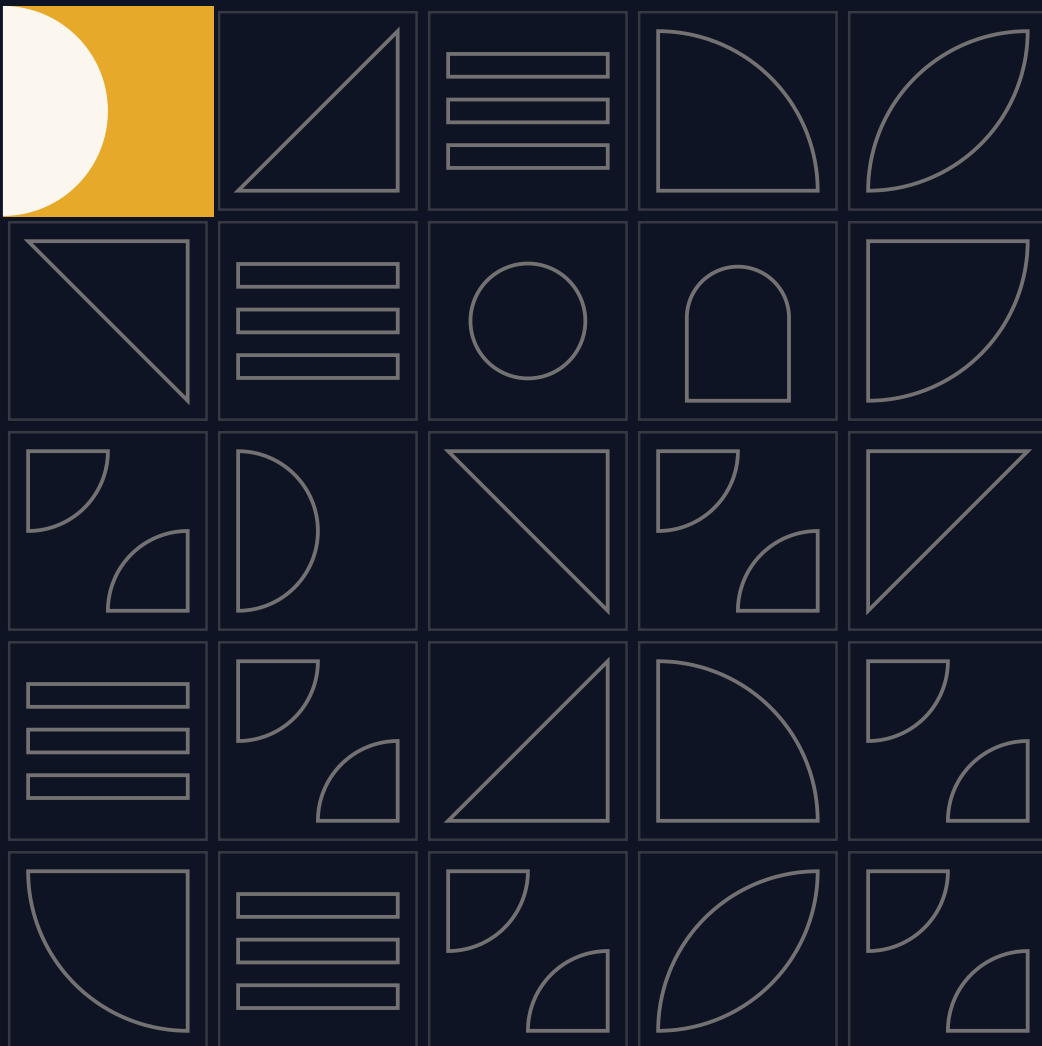


15वें दिन ऐप पर रह जाते हैं सिर्फ 3.9% लोग

Mental-health apps keep under 4% of users by day 15. A WhatsApp-first delivery architecture for daily emotional-fitness reps — no download, no login, no dead app icon.

Meet Them Where the Thumb Is

डॉ. अतुल असवानी; मुंबई के साइकियाट्रिस्ट और ट्रेड रिज़ल्ट्स कोच
22 September 2026



15वें दिन ऐप पर रह जाते हैं सिर्फ 3.9% लोग

Mental-health apps keep under 4% of users by day 15. A WhatsApp-first delivery architecture for daily emotional-fitness reps — no download, no login, no dead app icon.

Meet Them Where the Thumb Is

इमोशनऐप (EmotionApp) एक नॉन-क्लिनिकल इमोशनल फिटनेस (Emotional Fitness) कोचिंग प्लेटफॉर्म है। यह डायग्नोसिस, इलाज या थेरेपी नहीं देता। जिसे क्लिनिक की ज़रूरत हो, मैसेज के नीचे टेली-मानस 14416 लिखा रहता है।

इस पेपर में

01 Executive summary

02 The problem in India

03 Why current approaches fail: mental health app retention

04 The emotional-fitness model applied

05 Channel comparison

06 Measurement

07 Implementation

08 One-page checklist the reader can run this week

09 FAQ

10 References

लेखक

डॉ. अतुल असवानी; मुंबई के साइकियाट्रिस्ट और ट्रेंड रिज़ल्ट्स कोच

प्रकाशित

22 September 2026 • हिंदी संस्करण • emotionapp.in/research/meet-them-where-the-thumb-is

01

Executive summary

मेंटल-हेल्थ ऐप 15वें दिन सिर्फ 3.9% यूज़र बचा पाते हैं। यह मीडियन नंबर है। डेड-आइकन दर (Dead-icon rate) बताती है कि इंस्टॉल हुए वेलबीइंग ऐप में से कितने पिछले 30 दिन में एक बार भी नहीं खुले। यही नंबर बताता है कि प्रोग्राम फायदा है या फेंका हुआ पैसा। उसी पैल पर 30 दिन की रिटेंशन 3.3% है। नासिक में एक शिफ्ट सुपरवाइज़र के फ़ोन पर वेलबीइंग आइकन तीसरी स्क्रीन पर पड़ा है। लॉन्च वाले हफ़्ते के बाद उसे किसी ने नहीं छुआ। कोई नया फीचर वहाँ उस तक नहीं पहुँचता।

यह पेपर सीएचआरओ, एचआर-टेक लीड और बेनिफिट्स खरीदारों के लिए है। दिक्कत ऐप थकान है। मेंटल हेल्थ ऐप रिटेंशन गिर रही है। रिटेंशन फ़ैसला करती है, फीचर नहीं। वही सुपरवाइज़र सुबह की पहली चाय से पहले व्हाट्सऐप खोल लेती है। जो चैनल रोज़ सबसे ज़्यादा खुलता है, वही जीतता है।

व्हाट्सऐप एम्प्लॉई वेलबीइंग कोई नया ऐप नहीं है। यह देने का तरीक़ा है। इमोशनऐप एक गिने जा सकने वाला इमोशनल फ़िटनेस रेप उसी थ्रेड में भेजता है जो कर्मचारी पहले से खोलता है। कोई डाउनलोड नहीं। कोई लॉगिन नहीं। कोई नया आइकन नहीं। थ्रेड में एक एआई कोच बैठता है। ज़रूरत पड़े तो इंसान कोच थाम लेता है। मैसेज का डेटा भारत में Learner Data Zone में रहता है। कंपनी पार्टिसिपेशन देखती है। क्लिनिक वाली फ़ाइल नहीं देखती।

भारत मेटा का सबसे बड़ा व्हाट्सऐप बाज़ार है। सालों से आंकड़ा 50 करोड़ से ऊपर चलता है। नवंबर 2025 में Sensor Tower का डेटा TechCrunch ने छापा। भारतीय मासिक यूज़र में से 94% ने ऐप रोज़ खोला। व्हाट्सऐप कोचिंग इंडिया अंगूठे के पास मिलती है। वेंडर ब्लॉग बिज़नेस-मैसेज ओपन रेट 98% के पास बताते हैं। यह वेंडर का दावा है। पीयर-रिव्यू रिटेंशन का आंकड़ा नहीं है।

02

The problem in India

भारत में 15 साल और उससे ऊपर के 61.6 करोड़ लोग काम करते हैं। यह पीरियोडिक लेबर फ़ोर्स सर्वे 2025 का usual-status आंकड़ा है। इनमें सिर्फ 23.6% रेगुलर सैलरी पर हैं। बाक़ी के पास कंपनी लैपटॉप नहीं है। कॉर्पोरेट इनबॉक्स नहीं है। एमडीएम

प्रोफ़ाइल नहीं है जो ऐप ठूस दे।

Gallup की State of the Global Workplace 2026 रिपोर्ट 2025 के डेटा पर है। भारत में एम्प्लॉई इंगेजमेंट 23% है। दुनिया का औसत 20% है। यह राहत वाली तुलना नहीं है। भारत में सिर्फ 17% कर्मचारी तरक्की की हालत में हैं। दुनिया में यह 34% है। दक्षिण एशिया में 16% है। 28% भारतीय कर्मचारियों ने कल स्ट्रेस बताया।

विश्व स्वास्थ्य संगठन की 2022 गाइडलाइन कहती है। काम करने की उम्र के 15% लोगों पर किसी भी समय कोई मानसिक-सेहत वाली दिक्कत होती है। डिप्रेशन और एंग्जायटी से दुनिया को साल में करीब US\$1 ट्रिलियन का नुकसान होता है। प्रॉडक्टिविटी जाती है। नेशनल मेंटल हेल्थ सर्वे ऑफ़ इंडिया, 2015–16 ने मौजूदा मन की दिक्कत 10.6% बताई। जीवनभर की दर 13.7% है। करीब 15 करोड़ लोगों को देखभाल चाहिए थी। कुल केयर गैप 84.5% रहा।

ये आंकड़े देश की तस्वीर हैं। सीएचआरओ जो खरीद सकता है, वह यह नहीं है। इमोशनऐप क्लिनिक नहीं है। यह इमोशनल फ़िटनेस प्रोग्राम है। उन लोगों के लिए जो कल फिर शिफ़्ट चलाएँगे। टीम चलाएँगे। घर चलाएँगे।

Deloitte की 2025 इंडिया कट, ग्लोबल Gen Z और Millennial Survey से है। 33% Gen Z और 29% मिलेनियल ने कहा वे लगभग हमेशा स्ट्रेस या बेचैनी में रहते हैं। जो ऐसा महसूस करते थे, उनमें 36% Gen Z और 39% मिलेनियल ने कहा नौकरी इस स्ट्रेस में बड़ा हाथ है। काम साइड इश्यू नहीं है। यह बोझ का एक हिस्सा है।

कंपनियों ने जवाब ऐप से दिया। एम्प्लॉई-असिस्टेंस लाइन से दिया। लर्निंग मॉड्यूल से दिया। इस्तेमाल पतला रहता है। भारत में वेंडर ईएपी रिपोर्ट अब भी काउंसलिंग को निचले एक अंक में रखती हैं। पैटर्न जाना-पहचाना है। लॉन्च हफ़्ते इंस्टॉल बहुत। दूसरे महीने शांति। हज़ार फ़ोन पर मरा हुआ आइकन।

सही सवाल यह नहीं कि भारत को वेलबीइंग चाहिए या नहीं। सही सवाल यह है कि आज का तरीक़ा उन लोगों तक पहुँचता है या नहीं जिनके पास ज़रूरत पहले से है।

Table 1. India at work, against the numbers that usually sit in a benefits deck

Metric	India figure	Comparator	Source
Workforce aged 15+	61.6 crore (2025, usual status)	Regular-wage share 23.6%	PLFS 2025 / PIB, 27 Mar 2026
Employees engaged	23%	Global 20%	Gallup SOGW 2026 (2025 data)
Employees thriving	17%	Global 34%; South Asia 16%	Gallup SOGW 2026
Daily stress (yesterday)	28%	South Asia 30%; global 40%	Gallup SOGW 2026
Working-age adults with a mental-health condition	—	15% at any point in time	WHO guidelines, 2022

Metric	India figure	Comparator	Source
Current mental morbidity (population)	10.6%	Lifetime 13.7%; ~150 million needing care	NMHS 2015–16
Care gap	84.5%	—	Gautham et al., 2020 / NMHS
Gen Z / millennial job-linked stress (India)	36% / 39% of those already stressed	Global Gen Z 35%; global millennial 33%	Deloitte India 2025
Mental-health app 15-day retention	—	Median 3.9%	Baumel et al., 2019
WhatsApp daily app-open, India	94% of MAU (Nov 2025)	WhatsApp Business users 67% daily	Sensor Tower via TechCrunch

यह टेबल और फीचर माँगने के लिए नहीं है। यह टेबल उस चैनल के लिए है जिसे 61.6 करोड़ पहले से छूते हैं।

03

Why current approaches fail: mental health app retention

वेलबीइंग ऐप मंज़िल बनकर बिकता है। इस्तेमाल हो तो भी यह चक्कर बन जाता है। पिच डेक में रास्ता साफ़ दिखता है। डाउनलोड। अकाउंट बनाओ। नोटिफ़िकेशन दो। ऑनबोर्डिंग खत्म करो। रोज़ का झटका लो। ऐप खोलो। एक्सरसाइज़ करो। कल फिर आओ।

हर कदम से लोग टपकते हैं।

Baumel और साथियों ने 93 मेंटल-हेल्थ ऐप का असली इस्तेमाल देखा। मीडियन इंस्टॉल 1 लाख थे। उन्होंने यूज़र से नहीं पूछा कि जुड़ाव कैसा लगा। उन्होंने डिवाइस का काम नापा। दिन 0 पर ऐप खोलने वालों में से दिन 1 पर मीडियन ओपन 69.4% रहा। दिन 15 पर 3.9%। दिन 30 पर 3.3%। इंस्टॉल करने वालों में से किसी भी दिन ऐप खोलने वालों का मीडियन हिस्सा 4.0% रहा।

यह जंगल में मेंटल हेल्थ ऐप रिटेंशन है। यह ट्रायल का आंकड़ा नहीं है। ट्रायल नरम दिखते हैं। वहाँ पैसे मिलते हैं। रिमाइंडर आता है। फ़ॉलो-अप होता है। Torous और साथियों ने डिप्रेसिव लक्षण वाले स्मार्टफ़ोन ऐप के 18 RCT जोड़े। RCT ऐसी स्टडी है जिसमें लोगों को लॉटरी की तरह दो ग्रुप में बाँटा जाता है। 3,336 लोग थे। उन ट्रायल के

अंदर भी पूलड ड्रॉपआउट 26.2% रहा। पब्लिकेशन बायस सुधारने पर यह 47.8% हो गया। इंसान की फ़ीडबैक से ड्रॉपआउट घटा। ऐप में मूड मॉनिटरिंग से भी घटा। होम स्क्रीन का अकेला आइकन दोनों नहीं देता।

Linardon और साथियों ने बाद में 176 RCT जोड़ी। ऐप डिप्रेसिव या एंजायटी लक्षणों पर थे। असर सच था। असर छोटा था। डिप्रेसिव लक्षणों पर Hedges' g 0.28 रहा। Hedges g असर कितना बड़ा है, इसका नाप है। जनरलाइज़्ड एंजायटी पर 0.26 रहा। ये नंबर स्टडी के आखिरी पन्नों में रहें। रिन्यूअल मीमो में नहीं। ट्रायल में जो असर है, वह दिन चार पर ऐप छोड़ चुके लोगों तक नहीं पहुँचता।

ऐप स्टोर पहली पाइप लीक है। कर्मचारी को लिस्टिंग ढूँढनी पड़ती है। स्टोरेज चाहिए। परमिशन देनी पड़ती है। पासवर्ड याद रखना पड़ता है। नोटिफ़िकेशन चालू करना पड़ता है। बाद में वही नोटिफ़िकेशन बंद हो जाता है। डेस्कलेस स्टाफ़ छूट जाता है। शेयर फ़ोन वाले घर छूट जाते हैं। पुराने फ़ोन छूट जाते हैं। भाषा और लोगों को गिराती है। ज़्यादातर वेलबीइंग ऐप अंग्रेज़ी में आते हैं। ऊपर से ज्यादा से ज्यादा एक और जुबान। इमोशनऐप कहता है। बढ़त तब शुरू होती है जब इंसान दिल के सबसे पास की भाषा में सोच सके।

फिर नोटिफ़िकेशन थकान आती है। जो ऐप ऑनबोर्डिंग पार कर गया, वह अब बैंक अलर्ट से टकराता है। ओटीपी से टकराता है। फ़ैमिली ग्रुप से टकराता है। वेलबीइंग नोटिफ़िकेशन एक और लाल बैज बन जाता है। यह प्रैक्टिस नहीं है। यह शोर है। कर्मचारी समझदार काम करता है। बैज बंद कर देता है। आइकन रह जाता है। डेड-आइकन दर यहीं से जन्म लेती है।

अनइंस्टॉल ईमानदार अंत है। चुप वाला अंत बुरा है। लाइसेंस चलता रहता है। डैशबोर्ड “रजिस्टर्ड यूज़र” गिनता रहता है। सीएचआरओ कवरेज बताता रहता है। अंगूठा वापस नहीं आता।

ईमेल इस पाइप को नहीं बचाता। इंटरनल एम्प्लॉई ईमेल का ओपन रेट ऊँचा दिख सकता है। ContactMonkey के 2026 इंटरनल-ईमेल बेंचमार्क में औसत ओपन 76% रहा। 2.55 लाख से ज़्यादा कैंपेन थे। लेकिन खुलना पूरा रेप नहीं है। मार्केटिंग ईमेल का ओपन रेट काफ़ी नीचे बैठता है। Apple Mail Privacy Protection कई छपे आंकड़ों को फुला देता है। एलएमएस भी नहीं बचाता। असाइन मॉड्यूल पूरा हो सकता है। पूरा होना रोज़ की आदत नहीं है। सेल्फ़-पेस्ड कॉर्पोरेट ट्रेनिंग अक्सर पहले लॉगिन के बाद मर जाती है। जब तक मैनेजर देख न रहा हो।

आज का स्टैक कर्मचारी से कहता है कि नई जगह आओ। कर्मचारी के पास जगह पहले से है।

04

The emotional-fitness model applied

खास बात

भारत में काम करने वाले 61.6 करोड़ लोग हैं।

इमोशनऐप इमोशनल फ़िटनेस को कैसे लेता है जैसे जिम एक लिफ़्ट को लेता है। एक मूवमेंट। गिना हुआ। दोहराया हुआ। दो मीटिंग के बीच ख़त्म होने लायक।

साइट की आवाज़ प्रॉडक्ट की आवाज़ है। एक टूल चुनो। एक रेप करो। नब्बे सेकंड। इस लाइन के पीछे 21 नाम वाले तरीके हैं। रेप पूरा किया गया काम है। पेज व्यू नहीं। शुक्रिया तब लॉग होता है जब थैंक-यू भेज दिया जाए। नाम दिया भाव तब लॉग होता है जब इंसान सच में नाम ले। बारीक भाव-शब्दों की सूची खुद को संभालने की क्षमता के साथ चलती है। यही नापने का लॉजिक है। यही कोचिंग का लॉजिक है।

व्हाट्सऐप-फ़र्स्ट डिलीवरी रेप वहीं रखती है जहाँ अंगूठा पहले से टिका है। कोई स्टोर लिस्टिंग नहीं। कोई नया पासवर्ड नहीं। कोई दूसरा आइकन नहीं जिसे नज़रअंदाज़ किया जाए। कर्मचारी ऑप्ट-इन करता है। मैसेज उसी थ्रेड में आता है जो वह परिवार से बात करने खोलता है। सुपरवाइज़र से बात करने खोलता है। वेंडर से बात करने खोलता है। एक मैसेज में एक रेप होता है। वॉइस नोट वही रेप उन लोगों तक ले जाता है जो लिखने से ज़्यादा बोलकर सोचते हैं। हिंदी और अंग्रेज़ी लाइव हैं। तेईस भारतीय भाषाएँ पक रही हैं।

थ्रेड में एक एआई कोच बैठता है। वह रेप की चाल तय करता है। वह उसी भाषा को लौटाता है जो इंसान ने इस्तेमाल की। अगला काम छोटा रखता है। जब थ्रेड को इंसान चाहिए, इंसान कोच हाथ थाम लेता है। ब्रांच-आउट प्रॉडक्ट का नाम वाला मोड है। पहले कोच। ज़्यादा माँग हो तो स्पेशलाइज़्ड प्रोफ़ेशनल। प्लेटफ़ॉर्म इंसान के साथ बढ़ता है। यह नहीं कहता कि चैटबॉट क्लिनिक है।

मैसेज का कंटेंट भारत में Learner Data Zone में रहता है। यह प्रॉडक्ट का फ़ैसला है। यह दावा नहीं कि Digital Personal Data Protection Act, 2023 हर डेटा संभालने वाली कंपनी को हर रिकॉर्ड भारत में रखने को मजबूर करता है। कानून सब डेटा देश में बाँधता नहीं। कानून सहमति माँगता है। मक़सद की सीमा माँगता है। नोटिस माँगता है। वैकल्पिक वेलबीइंग प्रोग्राम नौकरी के साथ जॉइनिंग पैक में नहीं ठूँसा जा सकता। साफ़ हाँ चाहिए। कर्मचारी छोड़ सकता है। छोड़ने के लिए अनइंस्टॉल नहीं चाहिए। क्योंकि कुछ अतिरिक्त इंस्टॉल हुआ ही नहीं।

प्लेटफ़ॉर्म के पीछे क्वालिटी सिस्टम ISO 9001 और ISO 13485 पर बना है। ये क्वालिटी-मैनेजमेंट स्टैंडर्ड हैं। यह दावा नहीं कि प्रोग्राम मेडिकल डिवाइस है। यह क्लिनिक की जगह भी नहीं लेता।

Head और साथियों की 2013 मेटा-एनालिसिस 19 RCT पर है। 13 देशों के टेक्स्ट-मैसेज प्रोग्राम थे। कुल असर Cohen’s $d = 0.329$ रहा। पर्सनलाइज़ेशन से असर बढ़ा मिला। घटती या बदलती मैसेज रफ़्तार ने फ़िक्स्ड ड्रिप को हराया। मैसेज के ऊपर और परतें जोड़ने से नतीजा पक्का बेहतर नहीं हुआ। व्हाट्सऐप ढांचे के लिए सबक छोटा और काम का है। मैसेज छोटा रखो। पर्सनल रखो। कंटेंट लाइब्रेरी को प्रैक्टिस मत समझो।

मॉडल एक लाइन में। चैनल व्हाट्सऐप है। इकाई एक रेप है। कोच थ्रेड में है। इंसान एक कॉल दूर है। डेटा भारत में रहता है।

05

Channel comparison

पहुँच रोज़ खुलने के बराबर नहीं है। रोज़ खुलना पूरे रेप के बराबर नहीं है। पूरा रेप बनी आदत के बराबर नहीं है। ज़्यादातर वेलबीइंग तुलना इन चारों को “इंगेजमेंट” में गिरा देती है। ऐसा नहीं होना चाहिए।

Table 2. App vs WhatsApp vs email vs LMS

Dimension	Native wellbeing			
	app	WhatsApp thread	Work email	LMS
Reach in India	Only people who download, store the binary and finish onboarding	Already on more than 500 million Indian phones (long-cited figure for Meta’s largest market)	Strong for desk staff with a live inbox; weak for deskless and shared-phone households	Assigned learners with a login
Daily open	Median 4.0% of installers open on a given day (Baumel et al., 2019, 93 mental-health apps)	94% of Indian WhatsApp MAU opened the app daily in Nov 2025 (Sensor Tower via TechCrunch). Separate fact: vendor blogs claim ~98% Business-message open rates	Internal employee email: 76% average open (ContactMonkey 2026, 255,000+ campaigns). Marketing email: about 31% campaign open on Klaviyo’s 2026 all-industry set; Apple MPP inflates many published figures	Sessions when a course is assigned; not a daily habit
Retention / habit	Median 15-day retention 3.9%; 30-day 3.3% (Baumel et al., 2019)	The channel is already habitual. Programme retention is reply and rep rate, not a second install	An open is not a practice. Wellbeing mailers rarely become a daily rep	Course completion is not a daily habit. Self-paced modules often stall after the first login

Dimension	Native wellbeing app	WhatsApp thread	Work email	LMS
Language	Usually English plus one other	Voice notes plus in-thread copy; EmotionApp: two mother tongues live, 23 in the brew	English-heavy in corporate India; poor for voice and low-literacy deskless staff	English-heavy modules
Privacy	Often a foreign SaaS tenant; extra device permissions	Message content held in an India-resident Learner Data Zone; DPDP notice and consent apply. Business API is not the same as personal end-to-end chat	Lives in the employer's mail tenant; easy to over-share	HRIS-linked; supervisors can see completions
Cost	Licence + store listing + re-engagement spend against a 3.9% 15-day retention	Per delivered template on Meta's India rate card; no download campaign	Cheap per send; expensive per completed behaviour	Platform licence + content build + admin time

टेबल के नीचे दो सावधानियाँ हैं।

पहली। 94% का आंकड़ा व्हाट्सऐप ऐप खोलने का है। Sensor Tower ने नापा। TechCrunch ने नवंबर 2025 के लिए छापा। यह इंडस्ट्री का मशीन-आंकड़ा है। पीयर-रिव्यू ट्रायल नहीं है। यह बताता है भारतीय कितनी बार व्हाट्सऐप खोलते हैं। यह नहीं बताता कि इमोशनल फ़िटनेस रेप कितनी बार पूरा होता है।

दूसरी। वेंडर ब्लॉग में जो 98% बिज़नेस-मैसेज ओपन रेट आता है, वह वेंडर का दावा है। उसके पीछे मेटा का मेथड पेज नहीं है। पीयर-रिव्यू पेपर नहीं है। कुछ बिज़नेस-सर्विस प्रोवाइडर कह चुके हैं कि नापा गया रीड रेट नीचे बैठता है। 98% और 3.9% एक वाक्य में मत रखो। ये एक जैसे नंबर नहीं हैं।

तुलना फिर भी ठहरती है। जो वेलबीइंग प्रोग्राम डाउनलोड से शुरू होता है, वह पाइप के गलत तरफ़ से शुरू होता है। जो प्रोग्राम उसी थ्रेड से शुरू होता है जिसे इंसान पहले से खोलता है, वह सही तरफ़ से शुरू होता है।

06

Measurement

अगर डैशबोर्ड क्लिनिक चार्ट जैसा लगे, तो डैशबोर्ड ग़लत है।

इमोशनऐप का कंपनी व्यू चार चीज़ें रखता है।

Rep counts. इस हफ्ते कितने पूरे काम लगे। रेप पूरा मूवमेंट है। भेजा हुआ थैंक-यू। नाम दिया भाव। नब्बे सेकंड का डाउन-शिफ्ट। पहुँचा हुआ पुश नहीं।

Streaks. एक इंसान या टीम ने कितने दिन लगातार प्रैक्टिस की। स्ट्रीक आदत का संकेत है। वेलनेस स्कोर नहीं है।

Emotional-vocabulary breadth. ग्रुप ने कितने अलग भाव-शब्द इस्तेमाल किए। शब्द कितने साफ़ थे। जो सिर्फ “ठीक” या “स्ट्रेस” कह सकता है, उसकी सूची पतली है। जो चिढ़, डर, राहत या गर्व नाम ले सकता है, उसकी सूची चौड़ी है। चौड़ाई ग्रुप पर बताई जाती है। शब्द Learner Data Zone में रहते हैं।

Participation. किसने ऑप्ट-इन किया। कौन थ्रेड में है। किसने रोका। पार्टिसिपेशन कवरेज का नाप है। किरदार का नतीजा नहीं है।

कंपनी क्या देखती है। टीम के रेट। बिज़नेस यूनिट के ट्रेंड। भाषा मिक्स। हर हफ्ते एक्टिव यूज़र की लागत। कंपनी क्या कभी नहीं देखती। मैसेज का टेक्स्ट। वॉइस नोट। किसी नाम से बँधा भाव। कोई फ़ील्ड जो क्लिनिशियन चार्ट करेगा। मैनेजर टीम का प्रतिशत देखता है। प्राइवेट वाक्य नहीं देखता।

यह सीमा प्रॉडक्ट है। यही डीपीडीपी का रुख भी है। मक़सद की सीमा का मतलब है कंपनी ने वेलबीइंग प्रैक्टिस माँगी। मन की फ़ाइल नहीं माँगी। डेटा मिनिमाइज़ेशन का मतलब है डैशबोर्ड वही रखे जिसकी प्रोग्राम को ज़रूरत है। रिटेंशन शेड्यूल का मतलब है पूरा रेप हमेशा के लिए नहीं रहता। सिर्फ़ इसलिए नहीं कि कल कोई एनालिस्ट चाहे।

Torous और साथियों ने देखा। इंसान की फ़ीडबैक और ऐप में मूड मॉनिटरिंग ट्रायल ड्रॉपआउट से जुड़ी रहीं। सबक यह नहीं कि और अंदरूनी ज़िंदगी इकट्ठा करो। सबक यह है कि लूप इंसान से बंद करो। यूज़र अपनी प्रैक्टिस देखे। यूज़र की स्ट्रीक यूज़र की है। कंपनी का डैशबोर्ड प्रोग्राम का है।

रिन्यूअल बातचीत डेड-आइकन दर से शुरू हो। पुराने ऐप पर। नए चैनल पर हर हफ्ते एक्टिव यूज़र की लागत से शुरू हो। उन फ़ील्ड की साफ़ लिस्ट से शुरू हो जो कंपनी कभी नहीं रखेगी। अगर वेंडर उन फ़ील्ड का नाम न ले जिन्हें दिखाने से इनकार करता है, तो सीमा बनी ही नहीं। टाली गई है।

07

Implementation

90 दिन का प्लान इतना लंबा है कि 15 दिन और 30 दिन का नंबर दिख जाए। इतना छोटा है कि सीएचआरओ रद्द भी कर सके। पायलट की इकाई एक बिज़नेस यूनिट है। 200 से 500 लोग। पहले से व्हाट्सऐप पर। जैसे भिवंडी की एक वेयरहाउस टीम। पहला ट्रक लोड होने से पहले ही उसका शिफ्ट ग्रुप बजने लगता है।

Table 3. Ninety-day plan

Week	Owner	Action	Metric
1	CHRO + Legal	Confirm DPDP notice, opt-in wording, purpose limitation and India-resident processing. Name the Data Fiduciary. Write the legal-boundary line into every footer.	Signed notice; DPIA-lite checklist complete; Tele-MANAS 14416 in the template
1–2	HR-tech / IT	Provision an official WhatsApp Business number. Request the official-business badge. Do not run a parallel app-store push.	Number live; quality rating held
2	Internal comms	Brief people-managers in 90 seconds: this is emotional fitness, not a clinic; opt-in is optional; crisis line is Tele-MANAS 14416.	≥80% of people-managers briefed
3	Benefits lead	Invite the pilot cohort. Opt-in via an existing WhatsApp number or an SMS-to-WhatsApp start. Record language mix.	Opt-in rate; share of invited staff with a working WhatsApp number
3–4	EmotionApp + programme owner	First 14 daily reps live. One rep per message. Voice-note option on. Hindi and English on. Human-escalation path documented.	Day-7 reply / completed-rep rate
5–8	Programme owner + EmotionApp	Keep the daily cadence. Vary frequency for people who go quiet (Head et al., 2013: varying frequency beat a fixed drip). AI coach in the thread; human hand-off tested with a scripted case.	Day-15 participation; share with a streak of ≥3 days
9–10	People analytics	Dashboard live: reps, streaks, vocabulary breadth, participation. No clinical fields. Manager view is a team percentage.	Share of cohort with ≥8 completed reps; fields present vs fields refused
11–12	CHRO + CFO	Decision pack. Cost per weekly-active user versus the last app contract. Dead-icon rate of any incumbent wellbeing app. Employee-forum or works-council note.	90-day participation; cost per completing user; go / no-go
13	Comms + HRBP	If go: expand to the next two business units with the same opt-in copy. If no-go: stop and keep the consent record.	Leadership sign-off; wave-two opt-in

तीन लागू करने वाले नियम किसी फीचर लिस्ट से ज़्यादा प्रोग्राम बचाते हैं।

ऑप्ट-इन को जाँझिंग फ़ॉर्म का टिक-बॉक्स मत बनाओ। वैकल्पिक वेलबीइंग सहमति है। नौकरी की शर्त नहीं।

सफलता “रजिस्टर्ड यूज़र” मत बताओ। पूरे रेप बताओ। हफ़्ते में एक्टिव लोग बताओ।

“जो ऐप पसंद करते हैं उनके लिए” दूसरा ऐप मत जोड़ो। पायलट के पहले ही दिन वह न खुले आइकनों में जा मिलता है। डेड-आइकन की दिक्कत लौट आती है।

08

One-page checklist the reader can run this week

इसे प्रिंट करो। अगली रिन्यूअल मीटिंग से पहले पुराने स्टैक पर चलाओ।

1. पुराने वेलबीइंग ऐप के पिछले 90 दिन के असली ओपन निकलो। रजिस्टर्ड यूज़र नहीं। डेड-आइकन दर निकालो। इंस्टॉल हुआ, 30 दिन में नहीं खुला।
2. 15 दिन और 30 दिन के ओपन रेट लिखो। वेंडर न दे तो वही जवाब है।
3. गिनो कितने कर्मचारियों ने ऑनबोर्डिंग पूरी नहीं की। यही ऐप-स्टोर लीक है।
4. गिनो मौजूदा टूल कितनी भाषाएँ सच में बोलता है। फ़ैक्टरी फ़्लोर की भाषा से मिलाओ। शेयर कैब की भाषा से मिलाओ। घर की मेज़ की भाषा से मिलाओ।
5. लीगल से पूछो। पिछले साल का वेलबीइंग ऑप्ट-इन डीपीडीपी सहमति ठहरता है या नहीं। मक़सद और वापसी साफ़ लिखी हो।
6. पूछो मैसेज का कंटेंट कहाँ रहता है। जवाब विदेशी सास डिफ़ॉल्ट हो तो लिख लो।
7. पूछो कंपनी डैशबोर्ड क्या देख सकता है। अगर किसी के भाव वाला वाक्य दिखे, सीमा पहले ही टूट चुकी।
8. मौजूदा कॉन्ट्रैक्ट की क़ीमत हर हफ़्ते एक्टिव यूज़र पर लगाओ। हर योग्य सिर पर नहीं।
9. पक्का करो हर कर्मचारी वाले पन्ने पर टेली-मानस 14416 है।
10. 200–500 लोगों की एक बिज़नेस यूनिट चुनो। नब्बे सेकंड का मैनेजर ब्रीफ़ लिखो। ऐप-स्टोर कैम्पेन मत बुक करो।
11. हफ़्ता 12 का किल मेट्रिक हफ़्ता 1 से पहले तय करो। बिना किल मेट्रिक का पायलट लॉन्च है।
12. ब्रीफ़ में लीगल लाइन डालो। यह प्रोग्राम डायग्नोसिस, इलाज या थेरेपी नहीं देता।

जो सीएचआरओ इन बारह पंक्तियों का जवाब इस हफ्ते दे दे, वह “एक्टिवेशन” वाले डैशबोर्ड से ज़्यादा जानता है।

09

FAQ

Q1 Why do wellbeing apps die on the phone?

क्योंकि 93 मेंटल-हेल्थ ऐप पर 15 दिन की मीडियन रिटेंशन 3.9% है (Baumel et al., 2019)। आइकन रहता है। आदत नहीं रहती। जो चैनल इंसान पहले से खोलता है, पहली लीक वहीं बंद होती है।

Q2 What is a dead-icon rate, and can I measure it on what we already bought?

डेड-आइकन दर उन इंस्टॉल वेलबीइंग ऐप का हिस्सा है जो पिछले 30 दिन में नहीं खुले। Baumel के पैनल ने 30 दिन की रिटेंशन 3.3% बताई। पुराने वेंडर से 30 दिन के ओपन माँगो। अगर वे इंस्टॉल भेजें, तो ज़रूरी नंबर पहले से पास है।

Q3 Is WhatsApp's 98 per cent open rate proven?

नहीं। अट्टानबे फ़ीसदी बिज़नेस मैसेज का वेंडर दावा है। पीयर-रिव्यू आंकड़ा नहीं। जो नापा गया: नवंबर 2025 में व्हाट्सऐप के भारतीय मासिक यूज़र में से 94% ने ऐप रोज़ खोला (Sensor Tower, via TechCrunch)। ये दो नंबर अलग वाक्य में रखो।

Q4 What will my dashboard show — and hide?

रेप काउंट। स्ट्रीक। भाव-शब्दों की चौड़ाई। पार्टिसिपेशन। मैसेज का टेक्स्ट नहीं। किसी नाम से बँधा भाव नहीं। क्लिनिक फ़ाइल जैसा स्कोर नहीं। भारत के 61.6 करोड़ काम करने वाले लोगों पर (PLFS 2025) काम की इकाई पूरा रेप है। डाउनलोड नहीं।

Q5 Does this replace clinical care, and how fast can we pilot?

नहीं। इमोशनऐप नॉन-क्लिनिकल कोचिंग है। यह डायग्नोसिस, इलाज या थेरेपी नहीं देता। संकट की लाइन टेली-मानस 14416 है। 200–500 लोगों की यूनिट चार हफ्ते में लाइव हो सकती है। लीगल हफ्ता दो में सहमति लिख दे। RCT के अंदर भी ट्रायल ड्रॉपआउट 26.2% चलता है (Torous et al., 2020)।

10

References

Primary sources only.

1. Baumel A, Muench F, Edan S, Kane JM. Objective user engagement with mental health apps: systematic search and panel-based usage analysis. **Journal of Medical Internet Research**. 2019;21(9):e14567. doi:10.2196/14567. <https://www.jmir.org/2019/9/e14567/> and <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31573916/>
2. Torous J, Lipschitz J, Ng M, Firth J. Dropout rates in clinical trials of smartphone apps for depressive symptoms: a systematic review and meta-analysis. **Journal of Affective Disorders**. 2020;263:413–419. doi:10.1016/j.jad.2019.11.167. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31969272/>
3. Linardon J, Torous J, Firth J, Cuijpers P, Messer M, Fuller-Tyszkiewicz M. Current evidence on the efficacy of mental health smartphone apps for symptoms of depression and anxiety. A meta-analysis of 176 randomised controlled trials. **World Psychiatry**. 2024;23(1):139–149. doi:10.1002/wps.21183. <https://doi.org/10.1002/wps.21183>
4. Head KJ, Noar SM, Iannarino NT, Harrington NG. Efficacy of text messaging-based interventions for health promotion: a meta-analysis. **Social Science & Medicine**. 2013;97:41–48. doi:10.1016/j.socscimed.2013.08.003. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24161087/>
5. Singh J. WhatsApp's biggest market is becoming its toughest test. **TechCrunch**. 14 December 2025. Sensor Tower data shared with TechCrunch (November 2025 daily-open figures). <https://techcrunch.com/2025/12/14/whatsapp-biggest-market-is-becoming-its-toughest-test/>
6. National Statistics Office / Ministry of Statistics and Programme Implementation. Periodic Labour Force Survey (PLFS) Annual Report 2025. Press Information Bureau release, 27 March 2026. <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2246009>
7. Gallup. State of the Global Workplace: India country-level data (2026 report; 2025 data). <https://www.gallup.com/workplace/705650/state-global-workplace-india-country-level-data.aspx>
8. World Health Organization. **WHO guidelines on mental health at work**. Geneva: WHO; 2022. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240053052>
9. Gautham MS, Gururaj G, Varghese M, et al. The National Mental Health Survey of India (2016): prevalence, socio-demographic correlates and treatment gap of mental morbidity. **International Journal of Social Psychiatry**. 2020;66(4):361–372. doi:10.1177/0020764020907941. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32126902/>
10. Deloitte. Global 2025 Gen Z and Millennial Survey — India country report. <https://www.deloitte.com/in/en/about/press-room/on-the-job-learning-drives-career-growth-for-94-percent-of-genzs.html>
11. Government of India. The Digital Personal Data Protection Act, 2023 (No. 22 of 2023). <https://www.meity.gov.in/>

12. ContactMonkey. Internal Email Benchmark Report 2026.

<https://www.contactmonkey.com/blog/contactmonkeys-internal-email-benchmark-report-2026>

13. Klaviyo. 2026 email marketing benchmarks by industry.

<https://www.klaviyo.com/products/email-marketing/benchmarks>

14. Ministry of Health and Family Welfare. Tele-MANAS. <https://telemanas.mohfw.gov.in/home>

15. EmotionApp. Find Your Power — positive psychology

techniques. <https://emotionapp.in/techniques>

लेखक के बारे में

लेखक के बारे में

डॉ. अतुल असवानी; मुंबई के साइकियाट्रिस्ट और ट्रेंड रिज़ल्ट्स कोच

डॉ. अतुल असवानी मुंबई के साइकियाट्रिस्ट और ट्रेंड रिज़ल्ट्स कोच हैं। वह इमोशनऐप के लिए लिखते हैं। यह Tranquilo Meditek Sytems Private Limited का नॉन-क्लिनिकल इमोशनल फ़िटनेस प्लेटफ़ॉर्म है। वह पॉज़िटिव-साइकोलॉजी तरीकों को गिने जा सकने वाले रोज़ के रेप बनाते हैं। भारतीय प्रोफ़ेशनल इन्हें अपनी भाषा में ख़त्म कर सकते हैं। इस प्रोग्राम में वह डायग्नोसिस, इलाज या थेरेपी नहीं देते।

हवाला कैसे दें

Aswani A. Meet Them Where the Thumb Is. EmotionApp White Paper 6 (Hindi edition).

Mumbai: Tranquilo Meditek Sytems Private Limited; 2026.

<https://emotionapp.in/research/meet-them-where-the-thumb-is>

अपडेट

आखिरी अपडेट 22 September 2026

नोट

इमोशनऐप एक नॉन-क्लिनिकल इमोशनल फ़िटनेस कोचिंग प्लेटफ़ॉर्म है। यह पेपर प्रैक्टिस, तरीकों और कोचिंग के बारे में है। यह थेरेपी, इलाज, डायग्नोसिस या मेडिकल सलाह नहीं है।

© 2026 Tranquilo Meditek Sytems Private Limited, Mumbai
• emotionapp.in

सुरक्षा नोट

अगर आप परेशानी में हैं, तो किसी योग्य प्रोफ़ेशनल से या Tele-MANAS (14416) पर बात करें।