

EINDDOCUMENT

PROJECT 2 INDIVIDUEEL

FRYSLAN GOES INTERNATIONAL



ANOUSH MAZLOUMIAN
KLAS OKER | MARTHA LAURIA | 500782051 | 12/4/18

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING	3
-----------	---

01 HOOFD- EN DEELVRAGEN

1.1 PERSONAL DESIGN CHALLENGE	4
1.2 BEANTWOORDING DEELVRAGEN	5

02 OPLOSSING

3.1 DEEP REDESIGN	6
3.2 UI	7

03 ITERATIES

4.1 OPLOSSING	8
4.2 UI	9

04 REFLECTIE

5.1 PLANNING	10
5.2 PROCES	10
5.3 PERSOON	10

BEELD EN BRONNEN	11-12
------------------	-------

Bijlage verwijzingen verwijzen vaak naar een gebruikte methode, je vind ze rechts bovenaan op de pagina.

INLEIDING

Ik ben Anoush Mazlounian en dit boekje die u nu in uw handen heeft is mijn einddocument van project 2 individueel.

In dit project werken we met verschillende cases. De case die ik heb gekozen gaat over Friesland en dan met name Leeuwarden. Leeuwarden is dit jaar namelijk uitgeroepen tot de culturele hoofdstad 2018 samen met Valetta, Malta.

De opdracht is om een product te bedenken en te ontwerpen voor een buitenlands gezin met minimaal 1 kind van onder de dertien jaar. De familie gaat een week of een weekendje naar Leeuwarden de culturele hoofdstad.

De case die behandeld wordt heet dan ook “Fryslan goes international”.

Het leek mij een leuke case omdat ik veel familie in Leeuwarden heb en toerisme mij altijd wel aanspreekt.

In dit einddocument vind u het proces die ik afgelopen weken heb doorstaan met het zoeken en uitwerken van het beste idee voor dit probleem. Het eerste wat u gaat tegenkomen is de Personal Design Challenge. Mijn Personal Design Challenge komt voort uit verschillende inzichten die ik heb gevonden over het doel dat Friesland over wil brengen dit jaar. De hoofdvraag (de case) en dit doel heb ik samengevoegd tot mijn personal Design challenge.

Hierna vind u de deelvragen die hieruit voortkomen. Ook mijn uiteindelijke oplossing en de iteraties die mij hiernaartoe hebben gedreven staan allemaal in dit document.

Niet alle informatie staat in dit document, anders bent u nog een hele tijd bezig met lezen. De overige, wat minder belangrijke, of juist uitgebreide informatie heb ik vooral in de bijlages gezet. De verwijzing daarheen kunt u rechts boven op elke pagina vinden (afhankelijk waar de desbetreffende pagina over gaat).

p.s.

Alle bronnen, inclusief de bronnen van de bijlages, staan op de laatste pagina van dit document (pagina 11 en 12)

01

HOOFD- EN DEELVRAGEN

in bijlage 1: Persona
in bijlage 2: Interviews

INTERESSANTE INZICHTEN VOORAF

Leeuwarden wordt dit jaar in het zonnetje gezet omdat het stadje is gekozen tot een van de twee culturele hoofdsteden van Europa. Friesland pakt deze kans om uit te drukken wat zij belangrijk vinden. Het thema is dan ook “iepen mienskip” (open gemeenschap). Hierbij wil Friesland een open gemeenschap creëren door allerlei verschillende mensen bij elkaar te laten brengen die allemaal een ander wereldbeeld hebben. Op deze manier krijg je allemaal andere verhalen die samen tot de beste nieuwe inzichten, ideeën en veranderingen kunnen leiden. (afb. 1.1 & 1.2)

Met verschillende mensen kun je denken aan; rijk en arm, jong en oud, maar ook aan afkomst!

afb. 1.1



afb. 1.2



HOOFDVRAAG: PERSONAL DESIGN CHALLENGE

“Hoe zorg je voor een perfect aansluitend weekendje weg voor buitenlandse gezinnen naar Leeuwarden, de cultuurhoofdstad van Europa, waar de familie gestimuleerd wordt om samen te werken?”

(Meer informatie over de doelgroep vind je in bijlage 1)

DEELVRAGEN

Ik heb voordat ik deelvragen ging bedenken eerst wat vooronderzoek gedaan in vorm van een paar interviews (zie bijlage 2).

Pas daarna heb ik een aantal deelvragen bedacht die aansluiten bij mijn doelgroep en de case. Een aantal deelvragen bleken in mijn onderzoek minder van belang te zijn dan de ander. Op de volgende pagina vind je drie deelvragen waar ik mij op heb gericht.

01

HOOFD- EN DEELVRAGEN

in bijlage 2: Deskresearch

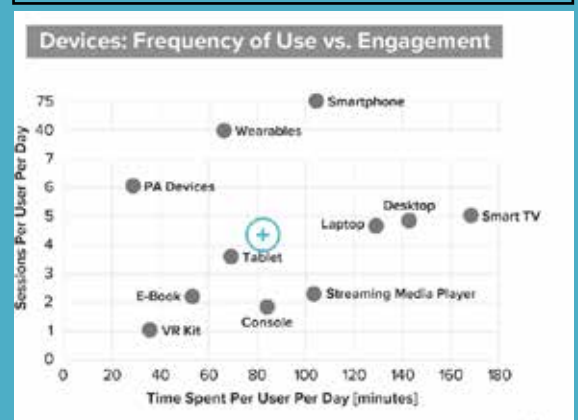
HOE ACTIVEER IK GEZINNEN TOT HET GEBRUIK VAN MIJN PRODUCT?

Aangezien de doelgroep gezinnen zijn met jonge kinderen is het verstandig om een product te ontwerpen wat zij allebei kunnen bedienen en gebruiken. Hierdoor activeer je hen om de app te downloaden en er verder gebruik van te gaan maken.

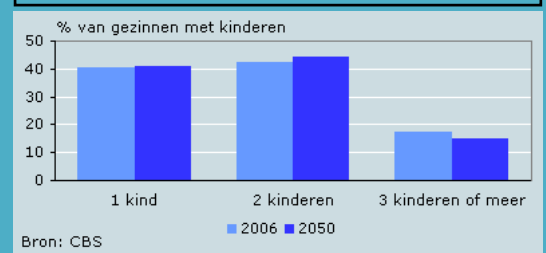
Als eerst is het belangrijk om te weten welke devices zij het meest gebruiken. De smartphone scoort hier het hoogste bij jongeren en volwassenen (afb. 2.1). De allerkleinsten gebruiken de tablet het meest, maar om dit nu mee te nemen op vakantie is niet zo praktisch. Als we willen dat een klein kind het product ook kan gebruiken moeten we er op letten dat het niet te veel interactie bevat en dat 't moet passen bij de belevingswereld van kinderen.

Als we gezinnen willen activeren om het product te gebruiken is het ook handig dat er herkenbare aspecten worden gebruikt, van bijvoorbeeld bekende apps die populair zijn bij kinderen of volwassenen. Zo is het product sneller te begrijpen en te gebruiken. (zie bijlage 2.1)

afb. 2.1



afb. 2.2



HOE ZORG IK ERVOOR DAT BUITENLANDSE GEZINNEN ALLES BEGRIJPEN?

Als je wilt dat toeristen het product begrijpen en er gemakkelijk mee overweg kunnen, dan is het belangrijk dat je het product in hun taal maakt. Wat je dan eerst moet weten is welke taal ze spreken. Ik heb dit onderzocht en ik heb mij dan vooral gefocused op de toeristen die uit Europa naar Nederland komen (het merendeel van de toeristen in Nederland komt namelijk ook uit Europa). De drie populairste talen zijn dan ook Duits, Frans en Engels. Dit heb ik laten terugkomen in mijn product door de taal te kunnen veranderen. (zie bijlage 2.2)

WAT IS DE SAMENSTELLING VAN HET GEMIDDELDE GEZIN?

Een gezin met een moeder en een vader met twee thuiswonende kinderen komt iets vaker voor dan zo'n gezin met één kind. Dit scheelt echter maar 2 procent (afb. 2.2). Daarentegen zijn er natuurlijk ook gezinnen met een alleenstaande ouder en een kind en gek genoeg ligt deze gezinssamenstelling 20 procent hoger. (zie bijlage 2.3)

02

OPLOSSING

ANOUSH MAZLOUMIAN
KLAS OKER | MARTHA
LAURIA | 500782051 |
12/4/18

In bijlage 4: URL
In bijlage 5: storyboard

3.1 DEEP REDESIGN

WAT IS HET?

Mijn eindproduct heet “Fammatch” en bestaat uit een app die twee families, van twee verschillende landen, aan elkaar koppelt. Het is de bedoeling dat deze gekoppelde familie samen Leeuwarden gaan ontdekken door middel van een dagelijkse route die gebaseerd is op hun gemeenschappelijke interesses. Ik heb hier ook gelet op de user requirements die je kunt vinden in bijlage 4.

WAAROM IS DIT EEN GOEDE OPLOSSING VOOR MIJN PERSONAL DESIGN CHALLENGE?

In mijn personal design challenge (pagina 4) heb ik uitgelegd dat de culturele hoofdstad Leeuwarden dit jaar een doel heeft. Hun doel is namelijk om verschillende mensen bij elkaar te laten brengen waardoor er verschillende kanten van verhalen ontstaan waar weer nieuwe, verbeterde oplossingen, inzichten of ideeën uit kunnen bloeien.

En met deze app gebeurt dat precies! Want er worden twee families, van twee hele verschillende culturen, bij elkaar gebracht. Door teamwork en samenwerking is het hun doel om de routes met plezier te lopen en te beleven. Ze leren van elkaar en van de echte Friese cultuur, die voor aankomst voor beide nog volledig onbekend is! (zie bijlage 5 voor het storyboard).

WAAROM IS DIT EEN GOEDE OPLOSSING VOOR DE DOELGROEP?

Ik denk zelf dat dit een origineel idee is waar veel families op zitten te wachten. Een weekendje weg met je gezin is vaak eentonig waardoor mensen meer uitdaging gaan zoeken. Ook is dit voor de kinderen interessant, zo leren ze niet alleen de cultuur van Friesland of Nederland, maar ook die van een heel ander land. En om niet te vergeten kunnen vriendschappen worden gesloten, misschien kunnen de kinderen het wel heel goed met elkaar hebben en houd je er na de vakantie nog wat aan over.

GELINKT MET DE DEELVRAGEN?

Uit deelvraag 1 (pagina 5) heb ik geconcludeerd dat de meest gebruikte device over het algemeen een smartphone is. Bovendien neem je op vakantie niet snel een laptop laatstaan een computer mee. Onderweg is dit al helemaal niet handig en een tablet ligt dan ook niet echt goed in de hand. Daarom heb ik gekozen voor een app, die je kan downloaden in de app- of playstore. Dit kan je gemakkelijk openen en gebruiken zonder wifi-verbinding op je smartphone,

De allereerste vraag die je krijgt als je de app opent is welke taal je spreekt. Dit staat weer gelinked met deelvraag 2 (pagina 5) waarin ik heb onderzocht wat de meest gesproken talen in Europa zijn.

DE OPLOSSING IN USER EXPERIENCE

De app bestaat als het ware uit twee delen. Een deel dat je voor vertek gebruikt, en een deel die je gebruikt tijdens het lopen van de routes, oftewel bij aankomst. Op de volgende pagina lees je hier meer over.

02

OPLOSSING

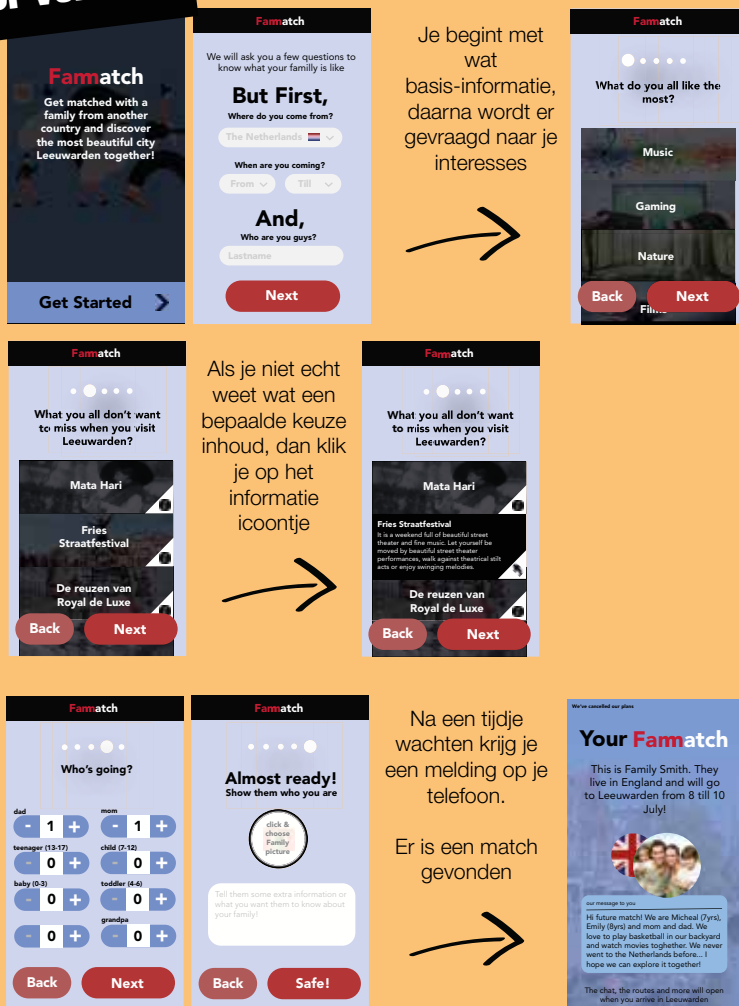
In bijlage 6: flowchart
In bijlage 7: Styletiles +
link prototype

3.2 UI

Zoals ik al vertelde op de vorige pagina, wordt er meteen bij het begin gevraagd naar je afkomst. Zo wordt de taal gedurende het gebruik van de app meteen veranderd naar de taal die de gebruiker spreekt. De meest gesproken talen zitten bovenaan het lijstje. Deze talen heb ik onderzocht in een van mijn deelvragen (pagina 5). Voor de volledige flowchart zie bijlage 6 en bijlage 7 voor 't prototype.

Ook heb ik de layout zo makkelijk en simpel mogelijk gehouden zodat kinderen dit niet lastig vinden om te begrijpen. Je ziet bijvoorbeeld dat de navigatieknoppen even wat groter zijn dan normaal en de vragen informeel zijn geformuleerd. Dit heb ik gedaan naar aanleiding van mijn onderzoek in deelvraag 1 (pagina 5). Meer over de nieuwe styletile vind je in bijlage 7.

Voor vertrek



Bij aankomst



03

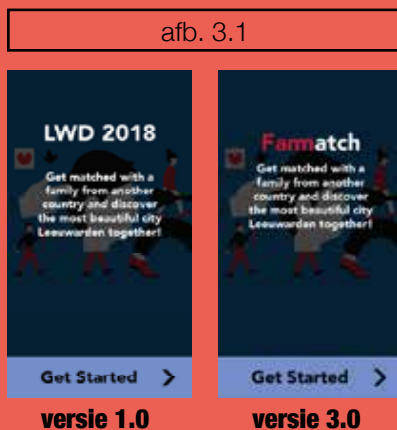
ITERATIES

ANOUSH MAZLOUMIAN
KLAS OKER | MARTHA
LAURIA | 500782051 |
12/4/18

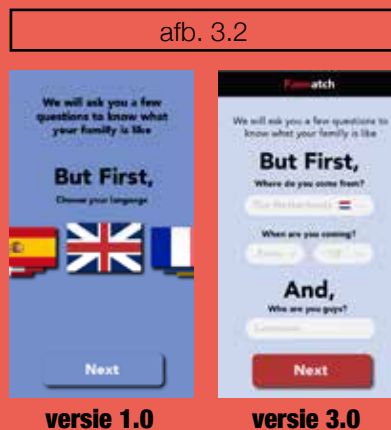
In bijlage 6: flowchart

4.1 OPLOSSING

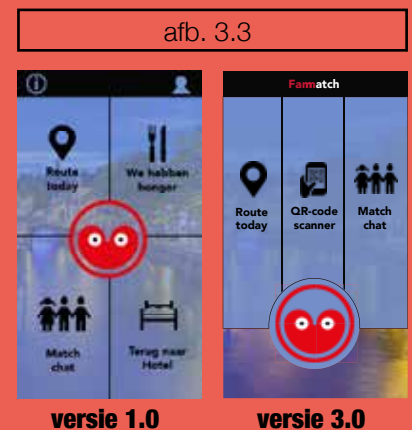
Als we de eerste versie schermen vergelijken met de uiteindelijke 3.0 versie (bijlage 6, flowchart) dan is er veel veranderd en bij gekomen. De belangrijkste en grootste veranderingen staan hieronder.



Nog geen sterke naam en logo van de app



Nergens in de app word gevraagd wanneer de vakantie eigenlijk gepland is



Sommige onnodige of missende functies

Zoals ik al zei zijn er ook een aantal schermen bijgekomen. De schermen hieronder bijvoorbeeld. Rechts (afb. 3.5) zie je een scherm waar wat meer informatie staat over de familie voordat je hen ontmoet, deze bestond eerst niet, je kreeg alleen de naam en een fotootje te zien.



Een verwelkoming en een korte uitleg is toch wel handig

Een persoonlijk berichtje en wat informatie over de match is vaak ook wel gewenst

03

ITERATIES

ANOUSH MAZLOUMIAN
KLAS OKER | MARTHA
LAURIA | 500782051 |
12/4/18

in bijlage 8: Testplan
In bijlage 9: UI test

4.2 UI

Ik heb mijn almost-ready versie in de klas getest (zie bijlage 9) met 4 personen d.m.v een testplan (zie bijlage 8). De belangrijkste inzichten en verbeterpunten die ik hieruit kreeg waren:

- Talen misschien niet sliden of minder talen (vorige pagina, afb. 3.2)
- Knoppen zijn te klein bij familieleden toevoegen (afb. 3.6)
- Duidelijker aangeven welk restaurantje is aangeklikt (afb. 3.7)
- De app in het Engels in plaats van Nederlands
- Lettertype is te klein bij meer informatie
- Soort “re-match”, voor als je de familie niet leuk vind (afb. 3.8 en vorige pagina, afb. 3.5)

Dit laatste puntje heb ik alleen niet volledig verbeterd. Als je word gematched aan een familie, lijkt het mij logisch dat je ze sowieso niet kent, dus je weet van te voren niet of je ze mag of niet. Bovendien is de match gebaseerd op de inte resses van beide families.

Ik vond dit puntje wel interessant. Ik heb daarom aan de app toegevoegd dat je een persoonlijk berichtje erbij kan neerzetten. Hierdoor kan de ander al een beetje verwachten wie het zijn en hoe ze zijn.

Ik heb het wel persoonlijker gemaakt door middel van een persoonlijk kort berichtje waardoor je een beetje kan verwachten hoe de familie zal zijn.



Ik heb de app op deze punten verbeterd en aangepast. Hierna heb ik de vernieuwde app nog eens 2 keer met de doelgroep getest. Hieruit zijn weinig tot geen verbeterpunten naar voren gekomen. Ik heb er hierna dus niks meer aan veranderd. Meer hierover vind je in de bijlage.

04

REFLECTIE

ANOUSH MAZLOUMIAN
KLAS OKER | MARTHA
LAURIA | 500782051 |
12/4/18

In bijlage 10: planning PvA

PLANNING

Ik had in mijn Plan van Aanpak een hele planning vol geschreven. Hoe ik het in het begin ging aanpakken tot het einde. Nu moet ik zeggen dat ik er niet echt meer naar heb gekeken maar als ik er nu terug op kijk, ik mij er nog best wel goed aan gehouden heb. De volgorde heb ik vrijwel helemaal zo gedaan zoals ik hem heb staan in mijn PvA. Alles de data's die erbij staan. Zoals Persona in week 9, die kloppen niet helemaal. Ik heb het namelijk verdeeld in de tijd die ik die desbetreffende week had. De ene week had ik het drukker dan de ander dus daar is mijn planning wel een beetje in veranderd. In de toekomst denk ik dat dit niet echt gaat veranderen, behalve de bronnen meteen opschrijven, ging het allemaal prima en heb ik het op tijd af gered.

PROCES

Mijn proces begon met het zoeken van inzichten. Na deze gevonden te hebben bedacht ik mijn personal design challenge wat ik in eerste instantie lastiger vond dan ik dacht. Na dit een beetje begrepen te hebben en een aardige challenge op had geschreven wilde ik vrijwel meteen beginnen met de deelvragen. Ik bedacht me toen dat ik misschien eerst een klein beetje vooronderzoek kon doen over de doelgroep waardoor ik mijn deelvragen wat soepeler op kon stellen. Dit heb ik gedaan in de vorm van een interview met twee verschillende ouders. Ik kreeg hierdoor meer inzicht over hoe hun nadachten over vakanties/cultuur/Friesland en begon meteen deelvragen te bedenken. Het uiteindelijke resultaat kwam er pas na veel brainstormen en de persona en de deelvragen erbij te pakken. Het begon met iets kleins (een familie matchen) en toen ik dacht, ja dit is 't, begon ik hierover verder te brainstormen wat uiteindelijk tot FAMMATCH heet geleid.

PERSOON

Om te beginnen vond ik het een heel leuk project om te doen, het uitstapje naar Leeuwarden was ook erg gezellig. Een puntje die ik volgende keer dus aan wil pakken is de bronnenvermelding. Dit is goed gegaan alleen had ik de bronnen niet meteen opgeschreven waardoor ik aan het einde alles op moest zoeken. Dit lukt wel, maar kost veel tijd.

Een belangrijke ontwikkeling die ik heb doorgemaakt is dat ik deze keer InDesign gebruikt heb voor het einddocument in plaats van Illustrator. Ik begrijp het programma nu een stuk beter en ga dit voortaan gebruiken voor mijn procesverslagen.

BEELD & BRONNEN



Van de Kerkhof, J. (2017, 8 december). [Blokhuispoort] [Foto]. Geraadpleegd van <https://erfgoedstem.nl/73-jaar-geleden-bevrijd-blokhuispoort-leeuwarden/>

[Engelse familie] [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <http://www.roseparkpsychology.com.au/family-therapy/>



[Leeuwarden] [Foto]. (2017, 14 november). Geraadpleegd van <http://www.flitsnieuws.nl/2017/11/14/mark-rutte-komt-naar-leeuwarden/>

French Family [Foto]. (2014, 20 oktober). Geraadpleegd van http://frenchfamilydentistry.com/french-family-2013-hr-001-_web-2/



[Oldehove in Leeuwarden] [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <http://www.abseiltechnieken.nl/projecten-werken-op-hoogte/abseilen-schilderwerk-rope-access-oldehove-leeuwarden/attachment/1-abseiltechnieken-rope-access-oldehove-leeuwarden/>

[culturele hoofdstad Leeuwarden] [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://www.friesland.nl/nl/culturele-hoofdstad/programma>



De Vries, F. (z.d.). [Oud Leeuwarden]. Geraadpleegd van <https://nl.pinterest.com/pin/316589048799574569/>

Leeuwarden Map [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://www.google.nl/maps>



Schulz, M. (2017, 19 december). [Leeuwarden] [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.elsevierweekblad.nl/nederland/achtergrond/2017/12/leeuwarden-culturele-hoofdstad-van-europa-117050w/>

Feshchyn, L. (z.d.). De achtergrond van muziek [Foto]. Geraadpleegd van <https://nl.dreamstime.com/stock-fotografie-de-achtergrond-van-de-muziek-image27052052>



Overige deskresearch bronnen

Heyer, D. (2017, 7 december). [Meest gedownloade apps]. Geraadpleegd van <https://www.metro-nieuws.nl/techgadgets/2017/12/dit-zijn-de-meest-gedownloade-apps-van-2017>

[Soorten gezinssamenstellingen]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://3gewbokrijk.wordpress.com/iv-overkoepelende-themas/5-gezinssamenstellingen/5-1-soorten-gezinnen/>

Gamen [Foto]. (2017, 2 november). Geraadpleegd van <http://www.guys.nl/gamen-onderzoek-intelligentie/>



Dronk, A. (2016, 15 november). De natuur verweven in events [Foto]. Geraadpleegd van https://www.eventplanner.be/nieuws/8133_column-de-natuur-verweven-in-events.html



Salvo, J. (2014, 22 december). [Film] [Foto]. Geraadpleegd van https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/12/22/emprendedores/1419252593_9352



BEELD & BRONNEN



Nederlands eten [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://www.iamexpat.nl/lifestyle/dutch-food-cuisine-dishes/traditional-foods-netherlands>



[Burgers] [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://recipethis.com/the-ultimate-air-fryer-burgers/>



Jones, C. (2018, 30 maart). [Fish and Chips] [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.bristolpost.co.uk/whats-on/food-drink/best-fish-chip-shops-bristol-851>



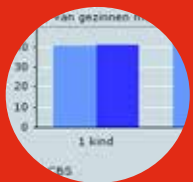
Pasta met ragù van kalfsworst [Foto]. (2017, 13 oktober). Geraadpleegd van <http://www.francescakoekt.nl/pasta-ragu-kalfsworst/>



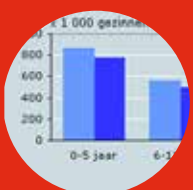
[Friesland's doel] [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://www.friesland.nl/nl/culturele-hoofdstad/over/het-verhaal>



[Friesland's doel] [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://www.friesland.nl/nl/culturele-hoofdstad/over/het-verhaal>



[statistieken huishoudens] [Foto]. (2007, 2 juli). Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2007/27/huishouden-met-kinderen-blijft-belangrijkste-leefvorm>



[statistieken huishoudens] [Foto]. (2007, 2 juli). Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2007/27/huishouden-met-kinderen-blijft-belangrijkste-leefvorm>

Ruis, E. (2007, 2 oktober). [Mata Hari] [Foto]. Geraadpleegd van <https://historiek.net/mata-hari-de-mythe-en-het-meisje/71473/>



[Fries Straatfestival] [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <http://fries-sstraatfestival.nl/about-us>



De Reuzen van Royal de Luxe [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://www.friesland.nl/nl/culturele-hoofdstad/programma/royal-de-luxe>



M.C. Escher's "Dag en Nacht" (1938) © the M.C. Escher Company B.V. All rights reserved. www.mcescher.com.



Herkomst toeristen in Nederland [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <http://decentrale.regelgeving.overheid.nl/cvdr/images/Termeuzen/i290571b256f248-2626-4e8a-bb0f-269edf337e35.png>



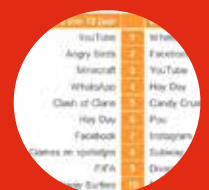
Gesproken talen Europa [Foto]. (2017, 18 november). Geraadpleegd van <http://taalunieversum.org/inhoud/feiten-en-cijfers>



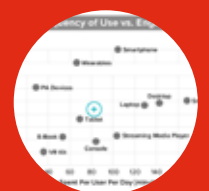
Gesproken talen [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <https://cdn.dutchcowboys.nl/uploads/images/screen-shot-2012-06-14-at-2-42-14-pm.jpg>



Moeskops, M. (2017, 29 mei). Meest gebruikte apps [Foto]. Geraadpleegd van <http://www.gfk.com/nl/insights/news/nom-kids-monitor-2017/>



Device gebruik [Foto]. (z.d.). Geraadpleegd van <http://www.neverstandstill.nl/blog/geef-kind-device-ja-nee/>



Afbeeldingen die je niet bent tegengekomen in het einddocument? deze staan in de bijlage

BIJLAGES

bijlage 1: persona	15
bijlage 2: Interviews	16-17
2.1 interview Brenda Kok	16
2.2 interview Gabriel Emilianov	17
bijlage 3: deskresearch	18-20
3.1 deelvraag 1	18
3.2 deelvraag 2	19
3.3 deelvraag 3	20
bijlage 4: URL	21
bijlage 5: storyboard	22
bijlage 6: flowchart	23
bijlage 7: styletiles + link prototype	24
bijlage 8: testplan	25
bijlage 9: UI test	26
bijlage 10: planning PvA	27

Om een beter beeld te krijgen over de doelgroep waarover deze case gaat, heb ik een persona gemaakt. Dit helpt mij met het maken van keuzes in de oplossing

Familie Egguere's

WOONPLAATS

Parijs, Frankrijk

GEZINSSAMENSTELLING

Amelie (3 jaar), Shannon (7 jaar), Catherine (37 jaar) & Gilleume (39 jaar)

GEZAMELIJKE HOBBIES

Naar het strand gaan, koken, reizen

WERK/SCHOOL

Amelie	-
Shannon	Basisschool
Catherine	Kapper
Gilleume	Advocaat

“We zijn samen al in 11 landen geweest, maar Nederland, daar hebben we nooit aan gedacht!”

BIJZONDERE EIGENSCHAPPEN

Amelie	Rustig
Shannon	Ongeduldig, sociaal
Catherine	Slordig, aardig
Gilleume	Grappig, Streng

GEDRAG

Hardwerkende familie, Catherine is net haar eigen zaak begonnen en Shannon zit sinds kort op volleybal. Elke vrijdagmiddag, als Gilleume thuis is van z'n werk, gaan ze met z'n alle naar het bos om eventjes lekker te wandelen. Het is ook een traditie om elk jaar het strand te bezoeken voor een weekje, altijd in het voorjaar.

DOELEN

- Een culturele hoofdstad bezoeken
- Een broertje krijgen
- Een Sûkerbôle proeven



Redenen om Leeuwarden, de culturele hoofdstad te bezoeken

Nieuwsgierig naar de cultuur

Weten niet waar ze anders heen moeten

Hebben goede verhalen gehoord

Programma sprak hun erg aan

Ik heb vooronderzoek gedaan door een paar interviews af te nemen bij ouders van zowel een buitenlandse afkomst als binnenlandse afkomst. Ik heb vooral gevraagd over hun vakanties, Friesland en over hoe ze denken over cultuur. Het leek mij handig om deze meningen alvast te hebben om een beetje inzicht te krijgen van de doelgroep.

Wie? Gabriël Emilianov

Afkomst? Ukraine

Gezin? Vrouw en 2 zoons van 5 en 7 jaar

1. GAAT U WEL EEN OP VAKANTIE MET UW GEZIN? ZO JA, HOEVAAK?

“Jazeker, elk jaar ga ik minimaal 3 keer op vakantie, de wereld heeft zo veel mooie plaatsen te bieden en deze wil ik allemaal ervaren. Ook mijn vrouw en 2 zoons vinden dit leuk om te doen met zijn allen.”

2. IS HET DAN VOOR EEN WEEKENDJE, EEN WEEK, OF LANGER?

“Als ik op vakantie ga dan ga ik minimaal voor 2 weken, veel plaatsen zijn erg groot en kosten veel tijd om te bekijken en om alle leuke dingen te doen.”

“Op Aruba heb ik gezwommen met witte haaien, dit is werkelijk een prachtige ervaring. Deze activiteiten zijn erg spectaculair om te doen maar daar moet je wel de tijd voor nemen.”

3. ALS U EEN VAKANTIE ZOU MOETEN KIEZEN MET HET GEZIN: STEDENTRIP OF DE ZON OPZOEKEN? WAAROM?

“Dan zou ik wel voor de zon gaan, steden heb ik veel bezocht maar met kinderen blijft dit lastig, mijn zoons zijn nog jong maar zodra zij wat ouder zijn ga ik nog veel meer mooie steden bezoeken.

Kaapstad is altijd een stad waar ik heel graag heen heb willen gaan en ook Hong-Kong ben ik nog nooit geweest. Dus vandaar dat ik nu nog voor de uitgestrekte stranden met palmbomen kies.”

4. WEET U WELKE STEDEN DIT JAAR BENOEMD ZIJN TOT DE CULTURELE HOOFDSTEDEN?

“Toevallig heb ik gelezen op internet dat het dit jaar Valetta en het Nederlandse Leeuwarden zijn, beide steden heb ik nooit eerder bezocht maar vlak voordat ik terug ga naar Oekraïne was ik inderdaad van plan om samen met mijn broer naar Leeuwarden te reizen en om deze stad eens te bekijken.”

5. WAT WEET U VERDER VAN DE CULTURELE HOOFDSTEDEN?

“Niets eigenlijk, ik gok dat ze heel wat evenementen zullen organiseren hierdoor en dat lijkt me ook leuk om te zien.”

6. WAT WEET U ALLEMAAL OVER LEEUWARDEN?

“Van Leeuwarden weet ik verder ook weinig, tot voor kort had ik nog nooit van de stad gehoord, ik denk wel dat dit een leuke stad is om te bezoeken. Ik ben zelden in Nederland, eigenlijk alleen om mijn familie te bezoeken en in die tijd ben ik alleen hier in Hoorn, Amsterdam en Rotterdam geweest.”

7. WAT WEET U VAN DE FRIESE CULTUUR?

“Van mijn familie heb ik vernomen dat zij een soort eigen taal hebben, het is een andere vorm van Nederlands wat zelfs veel gewone Nederlanders niet kunnen verstaan. In Oekraïne heb je ook veel verschillende soorten dialecten maar dit komt omdat er veel verschillende soorten volkeren wonen.”

8. HOE BELANGRIJK VIND U DAT UW KINDEREN OP DE HOOGTE ZIJN VAN DE VERSCHILLENDE CULTUREN IN DE WERELD?

“Voor mij is dit erg van belang omdat de wereld steeds diverser wordt denk ik.

Bedrijven komen vanuit de hele wereld en iedereen spreekt verschillende talen, als je dan kennis hebt van andere culturen en talen heb je daar zelf alleen maar voordelen aan. Ik hoop dat ik jou heb kunnen helpen.”

Wie? Brenda Kok

Afkomst? Nederlandse

Gezin? 2 zoontjes van 7 en 9 jaar

1. GAAT U WEL EEN OP VAKANTIE MET UW GEZIN? ZO JA, HOEVAAK?

De laatste tijd ga ik wat minder op vakantie, in verband met drukte komt het er simpelweg niet van. Maar voor dit jaar staat er een vakantie naar Malta op de kalender gepland.

2. IS HET DAN VOOR EEN WEEKENDJE, EEN WEEK, OF LANGER?

Dat verschilt nogal, vroeger ging ik altijd voor een langere tijd op vakantie maar omdat we ouder worden en vooral steeds drukker is dit lastig.

Korte weekjes en weekendjes weg komen vaker voor bij ons dan lange vakanties.

3. ALS U EEN VAKANTIE ZOU MOETEN KIEZEN MET HET GEZIN: STEDENTRIP OF DE ZON OPZOEKEN? WAAROM?

Met het gezin zou ik een combi willen, ik ben dol op steden ontdekken en bezoeken maar ik vind het ook heerlijk om aan het strand te liggen.

Malta is een goed voorbeeld hiervan, je kunt hier heerlijk genieten van de zon maar het eiland heeft prachtige steden.

De hoofdstad Valetta is dit jaar zelfs tot culturele hoofdstad is benoemd.

4. WEET U WELKE STEDEN DIT JAAR BENOEMD ZIJN TOT DE CULTURELE HOOFDSTEDEN?

Jazeker, ik heb gelezen dat Valetta, wat ik net al zei, en Leeuwarden dit jaar tot culturele hoofdsteden zijn benoemd.

Het gekke is dat ik daar pas achterkwam nadat ik mijn vakantie daarnaartoe al had geboekt.

5. WAT WEET U VERDER VAN DE CULTURELE HOOFDSTEDEN?

Ik denk zelf dat ze dit jaar enorm veel evenementen zullen organiseren naar aanleiding van deze benaming, waardoor er ook weer zeer veel toeristen op af zullen komen.

6. WAT WEET U ALLEMAAL OVER LEEUWARDEN?

Over Leeuwarden weet ik alleen dat hun voetbalcultuur erg aanwezig is en dat het centrum van de stad erg mooi en oud is.

Ik ben hier één keer op bezoek geweest maar dat is al lang geleden dus veel kan ik me niet meer herinneren.

7. WAT WEET U VAN DE FRIESE CULTUUR?

Ik weet er vrij weinig van, alleen dat ze in principe een eigen taal hebben, dat ze daar paasvuren houden (tijdens pasen stoken ze enorme vuren waardoor de hele provincie verbrand ruikt).

Verder weet ik er eigenlijk niets van.

8. HOE BELANGRIJK VIND U DAT UW KINDEREN OP DE HOOGTE ZIJN VAN DE VERSCHILLENDE CULTUREN IN DE WERELD?

Ik vind dit erg belangrijk omdat ze op die manier denk ik ook meer open gaan staan voor andere dingen in hun leven, bovendien verbreedt het hun geest en leren ze andere culturen te respecteren.

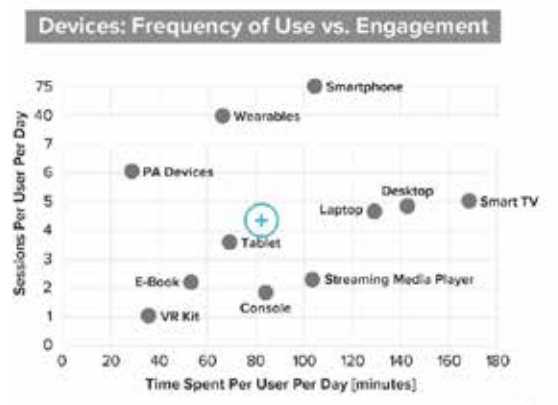
Wat mij namelijk opvalt is dat mensen die wat afgelegener wonen vaak nauwelijks tot geen ervaring hebben met andere culturen en dit dus ook niet ervaren, op die manier blijf je naar mijn mening erg primitief.

Ik heb de deelvragen vooral beantwoord door middel van deskresearch. Ook heb ik zelf geobserveerd uit de omgeving maar daar kwam vooral hetzelfde uit met wat ik heb kunnen vinden op internet.

HOE ACTIVEER IK GEZINNEN TOT HET GEBRUIK VAN MIJN PRODUCT?

1.1 Tot welke devices hebben de gezinnen toegang?

De meest gebruikte device die er vandaag de dag gebruikt wordt is de smartphone (afbeelding 2.1). Onder kinderen is dit vrijwel hetzelfde. De tablet wordt alleen net iets vaker gebruikt omdat de kleinste kinderen hier minder moeite mee hebben.



afbeelding 2.1

1.2 Op welke manier krijgt het product aandacht?

Het product is voor gezinnen en moet dus voor zowel de ouders als de kinderen makkelijk te bedienen en te begrijpen zijn. Na wat deskresearch gedaan te hebben kwam het erop neer dat de app aan moet sluiten bij de beleavingswereld van het kind (las het kind heel jong jong is) anders begrijpt het kind de app waarschijnlijk ook niet. Ook moet het niet te veel interactie bevatten en genoeg informatie bevatten voor de ouders zodat zij ook weten of het veilig is voor het kind.

1.3 Wat spreekt gezinnen aan?

Ik heb hiervoor eerst gekeken naar de meest gebruikte apps onder kinderen. Want wat ze al kennen is makkelijker te begrijpen en te gebruiken. In mijn deskresearch heb ik een top 10 apps gevonden van zowel jongens als meisjes van 5 tot 12 jaar. (afbeelding 2.2). Ook heb ik natuurlijk gekeken naar de volwassenen (dus de ouders). De meest gedownloade zijn hier onder andere Snapchat, Instagram en Facebook Messenger.

Jongens 5 t/m 12 jaar		Meisjes 5 t/m 12 jaar
YouTube	1	WhatsApp
Angry Birds	2	Facebook
Minecraft	3	YouTube
WhatsApp	4	Hay Day
Clash of Clans	5	Candy Crush
Hay Day	6	Pou
Facebook	7	Instagram
div. Games en spelletjes	8	Subway Surfers
FIFA	9	Diverse games/ spelletjes
Subway Surfers	10	Minecraft

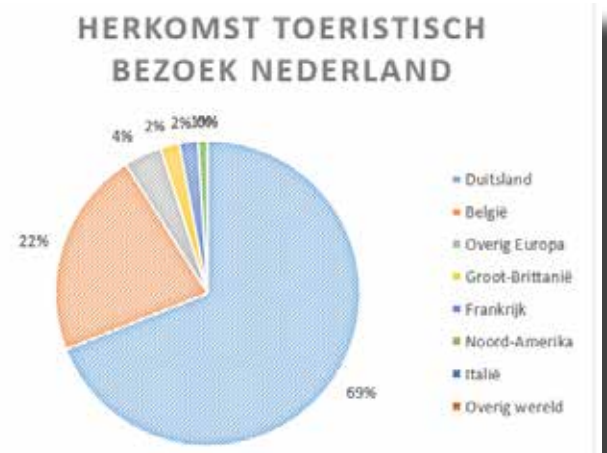
afbeelding 2.2

HOE ZORG IK DAT BUITENLANDSE GEZINNEN ALLES BEGRIJPEN?

2.1 Wat voor herkomst hebben de meeste toeristen die op vakantie naar Nederland gaan?

Als je wilt dat de buitenlandse gezinnen je product begrijpen, is het belangrijk dat je weet waar ze vooral vandaan komen. Op de website van het CBS heb ik niet precies kunnen vinden welke herkomst de meeste toeristen hier in Nederland hebben. Wel heb ik het via een andere website gevonden.

De meeste touristen in Nederland komen namelijk uit Duitsland en België (afbeelding 3.1). Dat is ook niet gek aangezien het onze buurlanden zijn. Verder zie je vooral Europese landen en Noord Amerika. Het is dus belangrijk dat het product zich moet kunnen vertalen naar Duits, Engels, Frans en Italiaans.

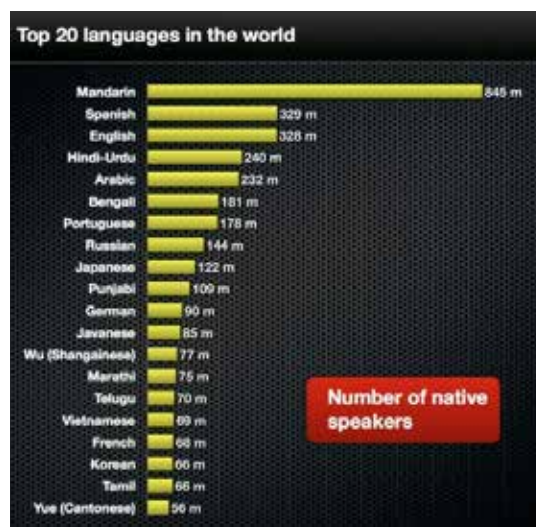


afbeelding 3.1

2.2 Welke talen worden het meest gesproken in de wereld?

Als je kijkt op wereldschaal zijn de meest gesproken talen Mandarijns (chinees), Spaans, Engels, Hini-Urdu en Arabisch (afbeelding 3.2). Maar als we naar de vorige subvraag kijken zien we dat er in Nederland vooral Europese toeristen zijn. Daarom is het hier handig om te kijken welke talen het populairst zijn in Europa, in plaats van over de hele wereld.

Na wat desk-research is er gebleken dat de nederlandse taal op de achtste plaats staat in het lijstje (afbeelding 3.3). Duits, Frans en Engels op de eerste drie. Deze talen zijn dus het belangrijkste en zouden het beste uitgewerkt moeten worden. Ik denk zelf dat deze 8 talen er precies genoeg zijn om het product perfect voor het buitenlandse gezin te maken. Het zijn er niet te veel, maar ook zeker niet te weinig.



afbeelding 3.2

1. Duits
2. Frans
3. Engels
4. Italiaans
5. Pools
6. Spaans
7. Roemeens
8. Nederlands

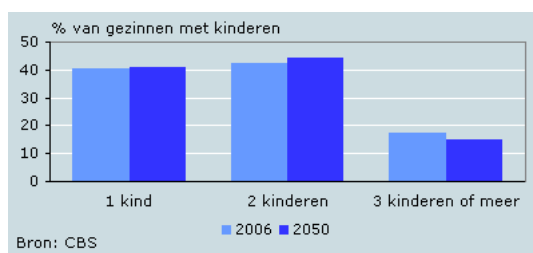
afbeelding 3.3

WAT IS DE SAMENSTELLING VAN HET GEMIDDELDE GEZIN?

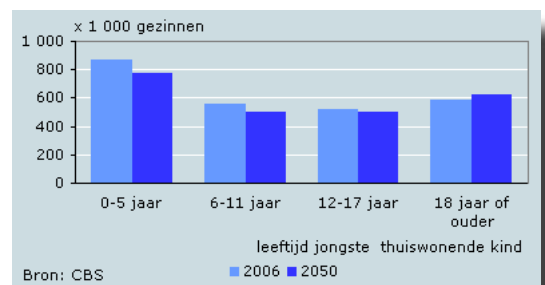
3.1 Hoe groot zijn de meeste gezinnen?

Hoe groot de meeste gezinnen zijn is niet echt concreet te zeggen. Ik heb naar cijfers gezocht in het Centraal Bureau Statistiek en ik heb ik de volgende informatie gevonden:

“Een gezin met twee thuiswonende kinderen komt iets vaker voor dan een gezin met één kind. In 2006 had 42 procent van de huishoudens met kinderen er twee, en 40 procent één. Het aandeel alleenstaande ouders met één kind ligt met 60 procent duidelijk hoger” (afbeeldingen 4.1 en 4.2)



afbeelding 4.1



afbeelding 4.2

3.2 Moet er rekening worden gehouden met eventuele opa's en oma's?

Het komt natuurlijk voor dat gezinnen niet alleen met hun gezin op vakantie willen, maar met de hele familie (opa, oma, nichtjes, neefjes). Moeten we hier rekening mee houden in ons uiteindelijke product? Ik denk zelf van niet. Omdat dit niet heel vaak gebeurt. Ik heb hier geen deskresearch voor gedaan, maar daarentegen heb ik wel een paar mensen gesproken over deze kwestie. Bij familie-weekenden (met de hele familie dus) gaat de reis vaak naar het land waar ze al wonen en wij richten ons meer op buitenlandse gezinnen die hier heen komen. Het komt er dus uiteindelijk op neer dat ik mij hier niet speciaal op ga focussen.

3.3 Moet er rekening worden gehouden met speciale gezinnen?

Er zijn verschillende soorten gezinnen en vandaag de dag dat alleen maar meer uitgebreid. Er zijn er nu in totaal zeven, namelijk:

1. Het traditioneel gezin / Kerngezin / Tweeoudergezin
2. Meergeneratiegezin / Gezin waar een derde inwoont
3. Het eenoudergezin
4. Nieuw samengesteld gezin (NSG)
5. Het homogezin
6. Adoptiegezin
7. Pleeggezin

Ik heb een korte URL gemaakt voor de doelgroep en mijn uiteindelijke ontwerp. Door de requirements op een rijtje gezet te hebben krijg je er een beter beeld van en gaat brainstormen over het idee ook een stuk makkelijker. Bovendien vergeet je de belangrijkste dingen niet meer, omdat ze vast op papier staan. Dit heb ik gedurende het proces steeds aangevuld.

KORTE USER REQUIREMENT LIST OVER DE FAMMATCH-APP

DE FAMILIE WILT...

zo snel mogelijk weten wie hun fammatch word

genoeg informatie over hun fammatch weten voor vertrek

op de hoogte worden gehouden over het weer in leeuwarden tijdens de routes

weten waar ze lopen in de route

de kortste route naar hun hotel

de dichtsbijzijnde restaurantjes vinden gebaseerd op hun interesses

in contact komen met hun match bij aankomst in leeuwarden

DE APP MOET...

twee weken voor vertrek een match hebben gevonden

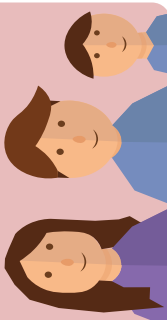
een notificatie sturen als er een match is gevonden

een notificatie sturen zodra de familie is aangekomen in leeuwarden

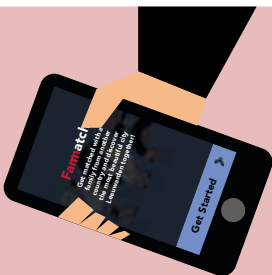
de familie informatie laten vinden door middel van een qr-scanner

qr-geschiedenis kunnen tonen

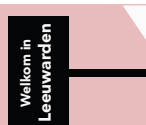
De familie heeft zojuist een weekendje naar Leeuwarden geboekt



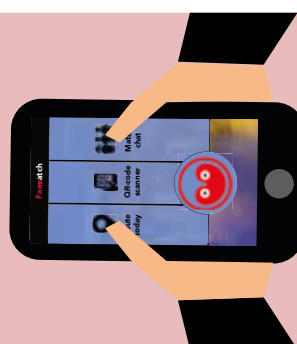
De familie hoort van een app. De app zou de familie moeten koppelen aan een andere familie met dezelfde interesses



Ondertussen is de familie in Leeuwarden aangekomen



Ze openen de app en zien een overzicht die ze tijdens het lopen van de routes kunnen gebruiken



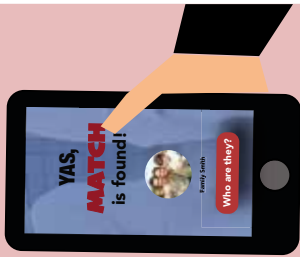
De familie vullen hun naam, interesses en de data in wanneer ze op vakantie gaan



Vlak voordat de familie op vakantie gaat, krijgen ze een melding van de app



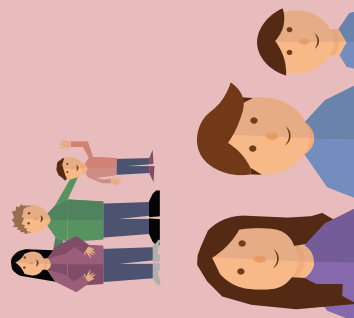
Er is een match gevonden! De familie ziet nu met welke familie ze Leeuwarden gaan ontdekken!



Na een lange dag zijn de families weer bij hun hotel. Het was een gezellige dag en ze zijn nieuwsgierig naar de route van morgen



De volgende dag ontmoeten de families om de route te beginnen



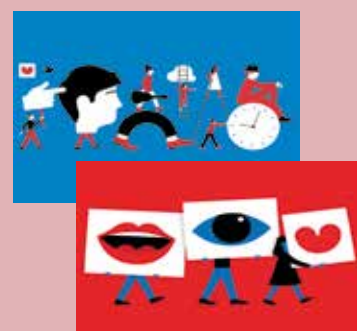
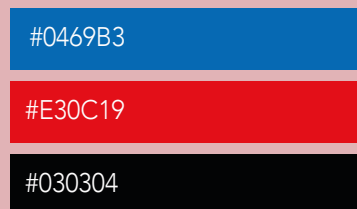
Een storyboard is altijd handig om de experience van de gebruiker beter in beeld te hebben. Zo kun je jezelf er beter in inleven in de situatie en ga je geen dingen over het hoofd zien.

FLOWCHART



Oude styletile

Kleuren



Logo's



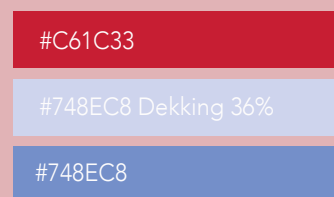
Zoals je kunt zien hebben de kleuren van de app weinig verschil met de kleuren die Leeuwarden aan heeft gegeven. Het zijn dezelfde kleuren maar dan een tintje geabstraheerd.

Waarom?

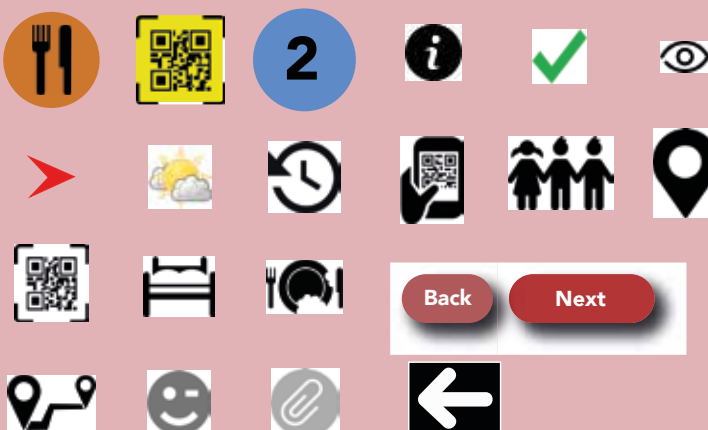
Ik vond dit een rustigere uitstraling hebben.

Nieuwe styletile

Kleuren



Knoppen & Iconen



Logo's



Link prototype

<https://invis.io/YZGS3GB69P2>

Productnaam	FAMMATCH
Omschrijving product	Deze app matchen 2 verschillende families, uit twee verschillende landen, aan elkaar waardoor ze samen Leeuwarden kunnen ontdekken d.m.v een route die is gebaseerd op jullie interesses. De app bestaat uit 2 delen; voor en na aankomst
Scenario deel 1	Jij, je vrouw en je 2 dochters hebben net een weekendje naar Leeuwarden geboekt. Dit jaar is Leeuwarden namelijk uitgeroepen tot de culturele hoofdstad en je bent best wel nieuwsgierig wat hier allemaal te beleven valt. Je weet eigenlijk nog helemaal niks van Leeuwarden, laatstaan van Nederland! Je hoort via je reisbureau over de Fammatch app. Na overleg met de familie besluit je het te downloaden.
Taken deel 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Je opent de app en je voert in waar je vandaan komt en welke datum je hebt geboekt. 2. Je gaat door en beantwoordt de vragen. 3. Bij de tweede interesse vraag, zijn jullie nieuwsgierig wat 't Fries Straatfestival inhoud? 4. Jullie lievelings-eten is Fish & Chips, maar je ziet ook Typical Dutch staan. Wat zou dat zijn? 5. Je gaat door en er gaan twee kinderen mee. 6. Je voegt nog een leuke familie-foto toe en een leuk tekstje.
Scenario deel 2	Jullie zijn dan eindelijk aangekomen in Leeuwarden en jullie weten al wie jullie fammatch is geworden. Als je het hotel in loopt krijg je plotseling een melding van de app "Welkom in Ljouwert" staat er.
Taken deel 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Je opent de app en je wilt direct zien hoe je in contact komt met de andere familie. 2. Jullie zijn inmiddels onderweg en lopen de route, waar loop je nu? 3. Je ziet op de kaart dat je een QR-code passeert. Scan deze. 4. Iedereen krijgt een beetje honger, waar is het dichtsbijzijnde restaurantje? 5. Het restaurantje wat aangegeven is, spreekt jullie niet echt aan. Jullie willen naar "Jamuna" 6. Na een lange dag in het hotel gekomen te zijn wil je nog even kijken welke QR codes je vandaag hebt gescand.

N.A.V HET TESTPLAN

Verbeterpunten ronde 1:

- Op logo klikken om helemaal terug te gaan naar het begin.
- Invision app downloaden geeft beter beeld.

Verbeterpunten ronde 2:

- Talen misschien niet sliden of minder talen
- Kleine toetsen bij familieleden toevoegen
- Foto wijzigen
- Niet alleen de knop om door te gaan maar dat je overal in het scherm kan tappen.
- Soort “re-match”, voor als je de familie niet leuk vind. (Voor bevestigen voorstellen aan toekomstige match bijv.)
- Duidelijker aangeven welk restaurantje is aangeklikt. (Groter/kleur)

Verbeterpunten ronde 3:

- Engels
- Lettertype is te klein bij meer informatie
- Navigatie knoppen misschien iets verkleinen
- Knoppen meer contrast
- Bevestigd scherm “match gevonden” iets meer contrast door bijvoorbeeld een lichte achtergrond
- Elementen op de kaart meer naar voren laten komen

Verbeterpunten ronde 4:

- aangeven waar de andere familie is als je ze kwijt bent
- Groter lettertype

Na deze iteratierondes heb ik de nodige dingen veranderd aan het prototype. Ik heb hierna nog met twee mensen getest die bij de doelgroep passen.

Doelgroep test-persoon 1

Marijke Mulder, 40 jaar, komt uit Friesland, heeft 2 dochters en een zoon.

“heel mooi gemaakt en wat een leuk idee”

Bij een van de eerste schermen (waar je afkomst, data en naam ingevuld moet worden_ zag je wel dat ze dacht dat het invulbaar was en klikte ze hier vaak op. Ik had hier geen ingevuld voorbeeld van gemaakt. Dus dit kan ik erbij doen.

Doelgroep test-persoon 2

Lily Hesham, 13 jaar, woont in Egypte met haar moeder en zus.

“Jammer dat ik niet mijn eigen keuzes in kon vullen, maar je hebt ‘t wel leuk gemaakt”

Het is een prototype dus ik heb niet alle keuzes uitgewerkt. Ik heb alleen een happy flow wat ook genoeg moet zijn voor deze opdracht. Ik ga dus niks met deze feedback doen.

Week	Wat	Benodigdheden	Methoden	Uren
6	Verdiepen in de case	Laptop, de case zelf, internet	Desk research	3
7	Voorbereiden voortgangsgesprek + Begin maken PvA	Laptop, de case zelf, internet, illustrator, Moodle	Desk research	4
8	PvA afmaken	Laptop, de case zelf, internet, illustrator, Moodle	Vooronderzoek + Desk research	6
9	Extra onderzoek + meer informatie vinden	Laptop, de case zelf, internet, illustrator, Moodle	Persona + Deskresearch	6
10	Eerste ideeën schetsen	Laptop, illustrator, papier en tekenmateriaal, alle gevonden informatie	Sketching	3
11	Prototype maken	Laptop, Illustrator, XD, Telefoon, feedback	Sketching prototype	3
12	Voorbereiden conceptpresentatie + Begin maken testplan	Laptop, powerpoint	Storytelling + Prototype	5
13	Testplan en eindproduct uitwerken	Laptop	Testplan	4
14	Testen	Laptop, testplanl	nterview	2
15	Voorbereiden eindpresentatie	Laptop, internet, XD, Moodle, powerpoint	Prototype + Storytelling	5

