

## UX-questions:

### A

- A1. Design is het ontwerp van iets.
- A2. Een programmeertaal
- A3. Het process waarin je het ontwerp maakt
- A4. Empathise, Define, Ideate, Prototype, Test
- A5. Non-linear iteratief proces

### B

- B1. Empathise, Define, Ideate, Prototype, Test, Implement
- B2. Ja
- B3. Empathise, Define, Ideate, Prototype, Test, Implement
- B4. Het bedenken van meerdere creatieve / gekke ideeën
- B5. Een goed passend idee vinden

### C

- C1. Een goed passend idee vinden
- C2. Wij zien het als het vermogen om iets nieuws te scheppen
- C3. Een stukje kennis van jou kan neerzetten en het kan draaien om een ander uitkomen te creëren
- C4. Scrum
- C5. Het designen van een succesvol product of service

### D

- D1. Zonder creativiteit wordt er niks nieuws bedacht
- D2. Nee
- D3. Kwantiteit. Geen vooroordelen. Aanmoedigen
- D4. 14 of meer
- D5. Ja

## **E**

E1. Hoe meer ideeën je hebt hoe beter je uiteindelijke idee

E2. Nee

E3. Nee maar ja

E4. In elke fase heeft het wel toegevoegde waarde

E5. Iteratie is herhaling. Dat je jouw process herhaalt en steeds verbetering ziet

## **F**

F1. Nee

F2. Ja

F3. Het opbouwen van een diagram rondom een centraal thema

F4.

**‘Research cards’ for brainstorming / Ideation**

Research collage / Literature review / Cognitive map / Future workshop Boundary Shifting

**‘Create cards’ for brainstorming / ideation**

Sensorial / Brain writing / The KJ method / Moodboard / Lotus Blossom Vip Design / Collage / Mind map / Problem tree

F5. Als ze op de juiste manier worden gebruikt

## **G**

G1. Iedereen is creatief, Niets is een slecht idee, Alles wordt opgenomen, Kwantiteit en hou je doel in gedachten.

G2. Waarbij je terug kan

G3. Het denken aan meerdere soorten oplossing die afwijken van elkaar.

G4. Het juiste antwoord geven zonder veel te hoeven nadenken

G5. Discovery, Definition, Development and Delivery

## **H**

H1. Ja

H2. Met een groep. Kwantiteit.

H3. Alles als het maar werkt voor jou

H4. De manier van erin staan

H5. De methode

# Personas en user goals

## A

A1. User personas zijn gebruikers en Personas hoeven dat niet te zijn

A2. Inlevingsvermogen

A3. Both

A4. Om beter je design op jouw doelgroep te richten

A5. Door hun kun je beter je design op jouw doelgroep richten.

## B

B1. Om beter je design op jouw doelgroep te richten

B2. Door te kijken naar je daadwerkelijke doelgroep en ze daarop af te stellen.

B3. Kan een nieuw perspectief geven.

B4. Het process waarin je het ontwerp maakt

B5. Empathise, Define, Ideate, user scenarios, prototyping

## C

C1. Ja

C2. Ja

C3. Door de design thinking fases te gebruiken

C4. Ja

C5. Ja

## D

D1. Goal based personas, Engaging personas, Fictional personas, User personas, Buyer personas

D2. Deze worden zelf bedacht aan de hand van de situatie

D3. Ja

D4. Ze worden gemaakt door te kijken naar de personas

D5. Ze zijn allemaal gericht op de eindgebruiker

## E

E1. Een functioneel doel schetst een te verwerven doelvaardigheid in meetbare termen

E2. Emotioneel ontwerp is het concept van het creëren van ontwerpen die emoties oproepen die resulteren in positieve gebruikerservaringen

E3. Goals die je echt moet verrichten

E4. Goals waar je naar streeft