



Afstudeerproject: blauwdruk



Inhoud

Aanleiding	3
Opdracht vanuit Follow the Money	4
Achtergrond	
Comments (na publicatie, groot publiek)	
Pitch (voor publicatie, klein publiek)	
Panels	
Artikel recepten	
Vraag voor de stage	
Probleemsituatie	5
Ontwerpvraag	
Ontwerpprobleem	8
Design challenges	9
Motivering	13
Onderzoeksmethodes en globale planning	14

Aanleiding

De aanleiding voor deze stageopdracht is afkomstig van het bedrijf Follow the Money. Dit is ook het bedrijf waarbij ik het afgelopen halfjaar stage heb gelopen. Tijdens de stage heb ik samen met Follow the Money gekeken naar mogelijke projecten die ik als afstudeerproject zou kunnen uitvoeren. Het blauwdruk-project vind ik zelf de meest interessante opdracht.

Korte versie:

Dit project heeft als hoofddoel om de onderzoeksjournalist te helpen met het reproduceren van zijn of haar onderzoek in een andere context. Momenteel zijn een aantal onderzoeksjournalisten bezig met een case waarbij reproductie heel toepasselijk kan zijn. Er is nog geen format voor en het is wel belangrijk dat deze er komt.

In dit project verwijst “blauwdruk” of “recept” naar een contentvorm. Deze vorm is gemaakt door middel van informatieordening, labelen en filteren tot er een mal overblijft. Een mal heeft als eigenschap dat deze opnieuw gevuld kan worden en je uiteindelijk een soortgelijk product overhoudt. Deze mal is bedoeld voor journalistiek onderzoek en moet het maakproces ondersteunen. De manier hoe de mal anders gevuld kan worden heeft voornamelijk te maken met de context om het onderzoek heen. Context verschillen als in: locatie, stakeholder soort of bedrijfstype.

Bijvoorbeeld:

Een onderzoek naar bodemvervuiling in Groningen kan via een blauwdruk ook in Amsterdam gedaan worden.

Het project heeft als tweede doel om het onderzoek toegankelijker te maken voor andere onderzoeksjournalisten. Het onderzoek dat aangeleerd is bij CMD heeft geen strikte richtlijnen, dat is hetzelfde geval bij het onderzoek van een onderzoeksjournalist. Dit betekent dat iedereen zijn onderzoek op een andere manier mag doen. Deze ruimte is heel belangrijk om zorgvuldig onderzoek te doen. Het heeft wel als nadeel dat de toegankelijkheid niet altijd nageleefd kan worden. Verslagen zijn voor CMD'ers de manier om het onderzoek toegankelijk te maken. Voor onderzoeksjournalisten is dat vaak in de vorm van een verhaal en de doelgroep is dan ook de lezer.

Lange versie:

De opdracht vanuit Follow the Money is op de volgende pagina helemaal uitgeschreven.

Opdracht vanuit Follow the Money

(Jan-Willem Sanders)

Achtergrond

Follow the Money (FTM) is een radicaal onafhankelijk, online journalistiek platform met als doel ‘waarheidsvinding in dienst van de samenleving’. We doen onderzoek naar mensen, systemen, bedrijven en organisaties die zich misdragen. Onze publicaties zijn online te lezen, te beluisteren of te bekijken. Een groot voordeel van digitale media is dat er meer interactie met het publiek mogelijk is. Op die manier kunnen onze journalistieke producties zich onderscheiden van producties via tv, radio of krant.

De kansen die interactie met het publiek biedt, willen we bij FTM ten volste benutten. Wij zijn ervan overtuigd dat het betrekken van het publiek de kwaliteit van onze journalistiek kan verhogen, en dat het bovendien tot nieuwe producties kan leiden.

‘Het publiek’ is een breed begrip. Om dit te verduidelijken, maken we onderscheid tussen de volgende groepen:

Lezers van Follow the Money

Experts rond het onderwerp waarover wordt gepubliceerd

Vakgenoten, journalisten van andere redacties en freelance-onderzoeksjournalisten

Om de samenwerking met het publiek zo laagdrempelig mogelijk te maken voor redacteuren, hebben we een zogenaamde ‘toolkit’. Hiermee kunnen onze redacteuren de hulp inschakelen van het publiek en van vakgenoten buiten de redactie. Deze toolkit bestaat momenteel uit het volgende:

- Comments
- Pitch
- Panels
- Vragenlijsten

Comments (na publicatie, groot publiek)

Lezers van een artikel met een geldig abonnement kunnen reacties plaatsen onderaan een artikel. Dit gebeurt nadat een artikel is gepubliceerd. Ook gaan de lezers met elkaar in discussie. Een auteur kan zich mengen in dergelijke discussies. Voor de lezers is de reactie van een auteur direct herkenbaar, omdat zijn/haar avatar op een andere plek bij de reactie staat dan de avatars van het publiek.

Pitch (voor publicatie, klein publiek)

Auteurs kunnen ook voordat ze beginnen met een onderzoek de hulp inschakelen van het publiek. Hierbij is Pitch een van de mogelijkheden. Met Pitch kunnen lezers voorstellen inbrengen voor een nieuw te openen onderzoek. We gebruiken Pitch met name om input te krijgen voor lokale onderzoeken. In het voorjaar van 2019 kunnen bijvoorbeeld inwoners van de provincies Friesland, Groningen, Drenthe en Overijssel hun onderzoeksvoorstellen insturen. Na een aantal stemrondes (waarbij het publiek mag stemmen) wordt een onderzoeksvoorstel geselecteerd dat we daadwerkelijk zullen uitvoeren.

Panels

Auteurs kunnen een panel opbouwen. Een goed voorbeeld hiervan is ons panel dat bestaat uit zorgprofessionals. Met deze tool heeft de auteur makkelijk toegang tot een (grote) groep mensen met kennis op een specifiek gebied. Deze groep kan worden bevraagd door de auteur, waardoor een publicatie sneller en met meer expertise van buitenaf kan worden gemaakt.

Vragenlijsten (grote groep, experts / algemeen)

In het CMS kunnen we vragenlijsten opstellen. Deze kunnen openbaar zijn (zowel leden als niet-leden kunnen dan deelnemen) of gesloten (alleen leden doen dan mee, of leden van een specifiek panel). Op deze manier kan de auteur in korte tijd antwoorden van een grote groep mensen verzamelen.

Artikel recepten

Bij FTM willen we onze strategie rondom publieksparticipatie verder uitbreiden. De tools die nu beschikbaar zijn, hebben betrekking op het lezerspubliek en op de groep professionals rond verschillende thema’s, bijvoorbeeld zorgprofessionals. De groep die wij nu nog niet bij onze publicaties betrekken, zijn andere journalisten. Dit gaat om de journalisten binnen onze eigen redactie, en die daarbuiten.

Er is onder (jonge) onervaren FTM-journalisten grote behoefte aan inzicht in de werkwijze van hun meer ervaren collega’s. Veel journalisten opereren individueel, waardoor ze niet dagelijks contact hebben met de ervaren journalisten. Dat maakt het voor nieuwe redacteuren vaak lastig om te beginnen.

Daarnaast is er een groep journalisten buiten de redactie van Follow the Money die inzicht wil hebben in onze werkwijze, zodat zij zelf een vergelijkbaar onderzoek kunnen opzetten. Zo hebben wij een onderzoek gedaan naar fraude met zorgbudgetten door zorgbureaus in de gemeente Almelo. Dit onderzoek kan in principe worden uitgevoerd volgens dezelfde methodiek in alle andere gemeenten. Een artikel recept zou in dit geval een handig hulpmiddel zijn. De verschillende artikel recepten kunnen worden verzameld in een receptenboek.

Tot slot willen wij zo transparant mogelijk zijn over onze publicaties. Het moet voor iedereen helder en controleerbaar zijn hoe een artikel tot stand is gekomen. Dit verhoogt de betrouwbaarheid.

Vraag voor de stage

- Maak het voor bestaande, ervaren journalisten van Follow the Money zo makkelijk mogelijk om een artikel recept te ontwikkelen tijdens hun productieproces
- De ontwikkeling van het recept moet door verschillende redacteuren op een vergelijkbare wijze gebeuren, zodat er een uniform receptenboek ontstaat
- Maak het voor geïnteresseerden zo eenvoudig mogelijk om het recept te begrijpen en te kunnen reproduceren

Probleemsituatie

In de [aanleiding](#) van dit document heb ik de kern van de problemen uitgelegd en in de 5W2H op de volgende pagina's laat ik de verbanden van de problemen zien. Verbanden als in, het laten zien hoe de onderdelen van de 5W2H in verbinden staan met elkaar. Deze informatie geeft extra inzicht en inspiratie voor het formuleren van de onderzoeksvragen.



WIE?
< gebruiker A >
Journalisten (onderzoeksjournalisten)
Regio journalisten
data analist / expert en de community manager / engagement redacteur
< gebruiker B >
FTM Lezer

HOE?
Een voorbeeld van een journalistieke organisatie die hun content toegankelijk maken met een “Reporting recipe” en het inzien van de data die daar aan gekoppeld is. https://www.thebureauinvestigates.com/projects/refuges/open-resources

WAT?
Veel onderzoeksprocessen die worden uitgevoerd door de Follow the Money journalisten zijn minder toegankelijk voor mede collega's.
Mocht een zelfde onderzoek worden gedaan in een andere context en/of door een andere collega, dan zal deze her-productie zonder een vooraf bepaalde “flow” ongeveer dezelfde hoeveelheid energie kosten.
De punten hierboven verdienen zich nog niet terug, mochten ze verbeterd worden.

WAAROM?
Een X aantal onderzoeken her-produceren in een andere context, dit uitvoeren zonder duidelijke richtlijnen is niet rendabel.
Tijdsdruk. Als er geen mal is om je onderzoek in te gieten dan moet je die eerst zelf maken. Dit kost extra tijd.
Het onderzoek moet kunnen dienen als vergelijkingsmateriaal. Als bepaalde eigenschappen niet ingevuld zijn of in een andere volgorden staan komt er extra uitzoek- en sorteerwerk bij kijken.
Het onderzoek moet controleerbaar zijn een gestandaardiseerde informatiestructuur kan daarbij helpen.
Ongestructureerd onderzoek doen en/of dit niet zorgvuldig archiveren.
Voor dit (extra) werk is geen directe beloning voor de onderzoeksjournalisten. Deze krijgen namelijk per stuk betaald. Voor een doorzoek- en overzichtbaar onderzoek is nog geen beloning geregeld.

WANNEER?
Om een onderzoek te reproduceren in een andere context
Als een gebruiker zich wil verdiepen in een onderzoek

WAAR?
Context
Online opslag
Online delen
Offline opslag
Offline delen

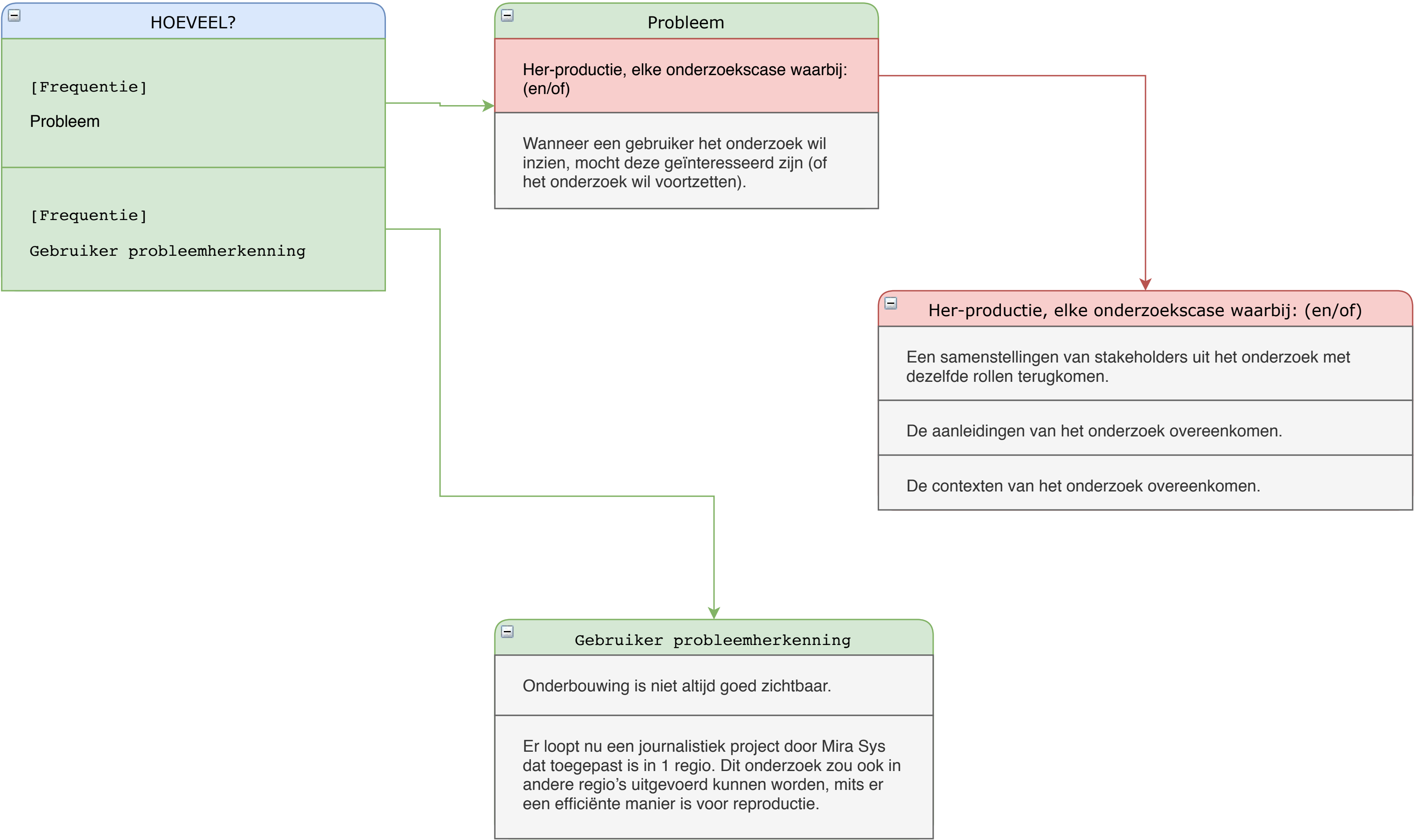
Context
Thuis
Op de redactie (kantoor)
Onderweg
Flex-werkplek

Online opslag
CMS (www.ftm.nl)
Cloud (Google: docs, spreadsheet)

Online delen
Rocketchat
Whatsapp

Offline opslag
Tekst opmaak bestanden Word/Pages/PDF

Offline delen
Brieven of pakket



Ontwerpprobleem

Ontwerpvrage

Hoe kan de onderzoeksjournalist zijn of haar onderzoeksproces meenemen als onderdeel van het <eindproduct>? Om er zo voor te zorgen dat het <eindproduct> toegankelijk, reproduceerbaar en schaalbaar is voor andere toepassingen.

- **Momenteel:** Het eindproduct van een onderzoeksjournalist is een artikel en/of een dossier van het onderwerp dat deze onderzocht heeft.
- **Een receptenboek / blauwdruk kan een geheel of onderdeel zijn van dit eindproduct.**
- Voorbeelden van andere (invulbare) toepassingen: (naast artikel en dossier)
 - Onderzoek inzichtelijk maken voor collega's (Zonder dat er een briefing nodig is).
 - Onderzoek inzichtelijk maken voor FTM leden (Secundair).
 - Guidelines (voor reproductie in een andere context).
 - Connecties weergeven tussen de onderzoeken in.



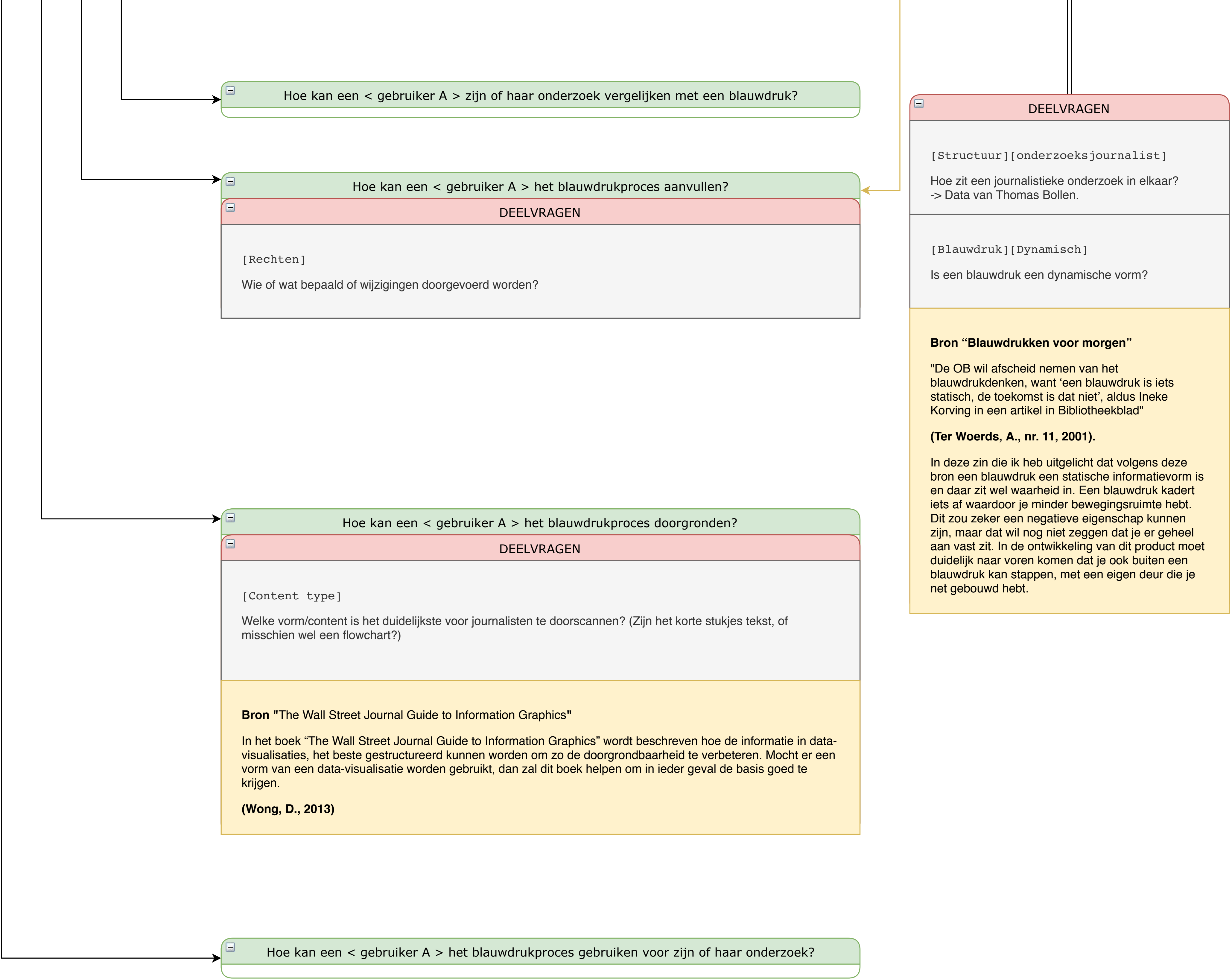
Design challenges

HOOFDVragen
<div>[Maken]</div> <div>Hoe kan een < gebruiker A > zijn of haar proces in de vorm van een blauwdruk maken?</div>
<div>[Bijhouden]</div> <div>Hoe kan een < gebruiker A > het blauwdrukproces bijhouden?</div>
<div>Het maken en bijhouden van een blauwdruk is de grootste uitdaging van dit project. De informatie die uit de onderzoeken komen moeten eerst georganiseerd worden op een logische manier die voor de onderzoeksjournalist en voor mij begrijpbaar is. Door middel van deze resultaten kan ik gaan kijken hoe de `tool` de informatie het beste kan verwerken.</div>
<div>[Vergelijken]</div> <div>Hoe kan de < gebruiker A > zijn of haar onderzoek vergelijken met een blauwdruk?</div>
<div>[Aanvullen]</div> <div>Hoe kan een < gebruiker A > het blauwdrukproces aanvullen?</div>
<div>Na dat de informatie gestructureerd is, is het voor mij en de onderzoeksjournalist van belang dat de informatie vergelijkbaar is. Als je twee onderzoeken naast elkaar zet, zou je kunnen controleren welke informatie je nog nodig hebt om het journalistiek onderzoek aan te vullen en voor mij is het van belang om inzicht te hebben in dit proces.</div>
<div>[Doorgronden]</div> <div>Hoe kan een < gebruiker A > het blauwdrukproces doorgronden?</div>
<div>[Gebruiken]</div> <div>Hoe kan een < gebruiker A> het blauwdrukproces gebruiken voor zijn of haar onderzoek?</div>
<div>[Bewijzen]</div> <div>Hoe kan een < gebruiker A > zijn of haar onderzoekresultaten bewijzen in een blauwdruk?</div>
<div>Het laatste deel van het onderzoek heeft betrekking op toegankelijkheid: doorgronden, gebruiken en wellicht ook bewijzen van het onderzoeksmateriaal. Belangrijk onderdeel: visualiseren van de data.</div> <div>Het is ook voor mij van belang dat ik voor mijzelf inzicht krijg in de data waarmee ik werk. Data omzetten naar visualisaties kan tot nieuwe inzichten leiden.</div>

Hoe kan een < gebruiker A > zijn of haar proces in de vorm van een blauwdruk maken?
DEELVragen
<div>[Invulbaar]</div> <div>Hoe kan het blauwdrukproces invulbaar worden opgezet?</div>
<div>Bron "Blueprint for General QualityAttribute Model"</div> <div>"Attributes in the Context of Information System"</div> <div>In the common view the architecture of information system is presented as layers, subsystems, components, their interfaces. In this paper these things are called "constituents". The constituents contain data, functionality and technical solution of an information system, and they can be physical or logical. Structural relationships of constituents are referred to as "structure" of information system. Behavior (e.g. Martin & Odell 1996, 39) is usually viewed separately and contrasted with constituents and structure. This view can be called "simple structural-behavioral view". It is simple, because it omits the rich world of different properties and characteristics of the whole, of the constituents, of the structure and of the behavior. Admittedly, a more advanced version of structuralbehavioral view takes into account a limited subgroup of properties, namely absolute, exact, and easily measurable properties like execution speed and memory usage. No one can today contend, that an average commercial software product does not have enough constituents, even behavior and absolute properties. This cannot be what is wrong with the systems. The word "quality", used above by the software business executive, points outside the simple structure and behavior, even beyond the absolute attributes. Basic English dictionary defines qualities as "the good characteristics", which something has. In the minds of business executives, customers and developers the word "quality" refers to a number of, often self-evident looking properties, which belong to different systems, constituents, structures or behavior. Therefore, in this paper they are called "general" attributes. The term "attribute" is preferred rather than "property" or "characteristic", because it fits well to the language of logic and popular object oriented development methods. Figure 1 depicts a full structural-behavioral view of information system comprising all the elements discussed above.."</div> <div>(Finne, A 2005, p.3)</div> <div>Bij het bouwen van een informatiesystemen wordt er vrijwel altijd gebruik gemaakt van "attributes"/eigenschappen. In dit artikel wordt uitgelegd welke type eigenschappen er zijn. Een systeem om een blauwdruk mee te maken is ook een informatiesysteem dat vrij zeker ook met eigenschappen gaat werken. Het concept `eigenschappen` is veel gebruikt in onze samenleving, denk maar aan de eigenschap `leeftijd`.</div>
Hoe kan een < gebruiker A> het blauwdrukproces bijhouden?
<div>Bron "Open source software ecosystems"</div> <div>"A key characteristic of open source software is that it is generally developed by multiple developers at the same time. Therefore, we focus at collaboration relationships. We will analyze both relationships between software developers (actors) and software components."</div> <div>(Van der Maas, J. C, 2016, p. 11)</div> <div>Net als bij open source software zijn er bij Follow the Money altijd meerdere stakeholders bezig met het bouwen aan een dossier of artikel. Bijvoorbeeld: De redacteur, eind-redacteur of het communicatie/marketing team die het stuk moeten promoten. Een open source software ecosysteem zoals github heeft als doel om een proces bij te houden en aan te vullen. (Github heeft een erg hoge leercurve dat niet geschikt is voor de meeste doelgroepen.)</div>
DEELVragen
<div>[Rechten]</div> <div>Wie of wat bepaald of wijzigingen doorgevoerd worden?</div>

DEELVragen
<div>[Voordelen]</div> <div>Welke voordelen heeft de auteur van het gebruik van een blauwdruk?</div>
<div>[Nadelen]</div> <div>Welke nadelen heeft de auteur van het gebruik van een blauwdruk?</div>
<div>[Definitie]</div> <div>Is de definitie van een blauwdruk bij iedereen hetzelfde?</div>
<div>[Stakeholders]</div> <div>Wie heeft er baat bij het gebruik van een blauwdruk? / Wie zijn de stakeholders? / Wie zijn NIET de stakeholders?</div>
<div>[Inspiratie][Dichtbij huis]</div> <div>Werkt de auteur wellicht al met een blauwdruk of iets dat daarop lijkt? (Voor inspiratie)</div>
<div>[Wanneer] [Blauwdruk] [Gebruiken]</div> <div>Blauwdruk in zijn algemeen:</div> <div>Wanneer wordt een blauwdruk gebruikt? Is het iets wat je altijd moet doen, of alleen als je het na wil laten aan jezelf of iemand anders?</div>

Eigenschappen die een blauwdruk zou kunnen hebben
Definitie functie rollen
Ondersteunende functie rollen
Kosten
Aanraders
Verantwoordelijkheid <ul style="list-style-type: none">VorbereidingReviewGoedkeuring
Kwaliteit / kwantiteit specificaties van onderdelen
Storytelling
Prioriteit
Keuzemakers (wie hakt de knoop door)
(data) visualisatie



Bronnenlijst

Wong, D. (2013). The Wall Street Journal Guide to Information Graphics [Boek]. Geraadpleegd op 20 maart 2019, van <https://www.bol.com/nl/p/the-wall-street-journal-guide-to-information-graphics/9200000011351891/>

Velleman, D. J. (2016). How to Prove It. Geraadpleegd op 18 maart 2019, van <https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=iptwaMuAtBAC&oi=fnd&pg=PR9&dq=how+to+prove+if+something+is+true&ots=8mlk0qvQZn&sig=WpOAzBMA#v=onepage&q&f=false>

Ter Woerds, A. (2005, 6 juni). Blauwdrukken voor morgen. Geraadpleegd op 13 maart 2019, van <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/3269>

Van der Maas, J. C. (2016, 17 februari). Evolution of Collaboration in Open Source Software Ecosystems. Geraadpleegd op 18 maart 2019, van <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/327510>

Finne, A. (2005). Blueprint for general quality attribute model. InProceedings of IRIS(Vol. 28). Geraadpleegd op 20 maart 2019,
va<https://pdfs.semanticscholar.org/8b36/3639f1c5ad64c2365f64eee4721a4ace0efe.pdf>

Hall, E. (2014). Just Enough Research. Geraadpleegd op 27 maart 2019, van <https://www.oreilly.com/library/view/just-enough-research/9780133964394/#toc-start>

Saffer, D. (2013). Microinteractions [Boek]. Geraadpleegd op 29 maart 2019, van <https://www.bol.com/nl/f/microinteractions/9200000013570420/>

Hoe kan een < gebruiker A > zijn of haar onderzoekresultaten bewijzen in een blauwdruk?

Bron "How to Prove it"

In het boek "How to Prove it." boek wordt beschreven wanneer/hoe iets bewezen wordt. Voorbeelden met onder andere reken methodes en zinsopbouw.

Reken logica

$4 : 2 = `n`$
Is `n` een priemgetal?

Zins redentatie logica

"It wil either rain or snow tomorrow.
It's too warm for snow
Therefore, it will rain"

(D.J, 2016, p.1)

De auteur kan zijn onderzoek bewijzen door een logische berekening op te schrijven of door een logische zins redentatie op te schrijven.

De ervaren onderzoeksjournalist zal hier niet zo snel de fout mee ingaan of toch ook weer wel? Er is niet voor niks een eindredacteur en ik heb de eindredacteur dit soort fouten zien oplossen. Wellicht kan hier rekening mee gehouden worden tijdens het ontwikkelen van het product. In de onderzoeken die nu naar buiten rollen zie je vaak een samenvatting van het onderzoek met daarbij referenties naar de meeste bronnen. Het overzicht naar de bronnen mis ik in de meeste gevallen.

Motivering

Dit afstudeerproject sprak mij heel erg aan omdat ik het interessant vind om mij bezig te houden met informatiestructuur, conceptontwikkeling en de benodigde techniek, om tot een product te komen waarbij ik mijn `skill set` tot zijn recht is gekomen. Het project past precies bij wat ik kan en nog beter in zou willen worden. Het onderdeel onderzoek is waar ik graag nog in zou willen groeien en dit project laat mij onderzoek doen naar onderzoek. Precies een match!

Ook vind ik de onderzoeksjournalist een inspirerend beroep, de journalist die zich bezig houdt met het onthullen van schokkende feiten in onze samenleving. Deze groep verdient naar mijn mening meer aandacht vanuit het CMD werkveld.



Onderzoeksmethodes en globale planning

Onderzoeksmethode diagram

Ter inspiratie van het onderzoeksdiagram uit `Just enough research`, heb ik een mogelijke onderzoeksmethode flow opgezet. De flow laat zien hoe `Vragen over?` gekoppeld zijn aan de onderzoeksmethodes.

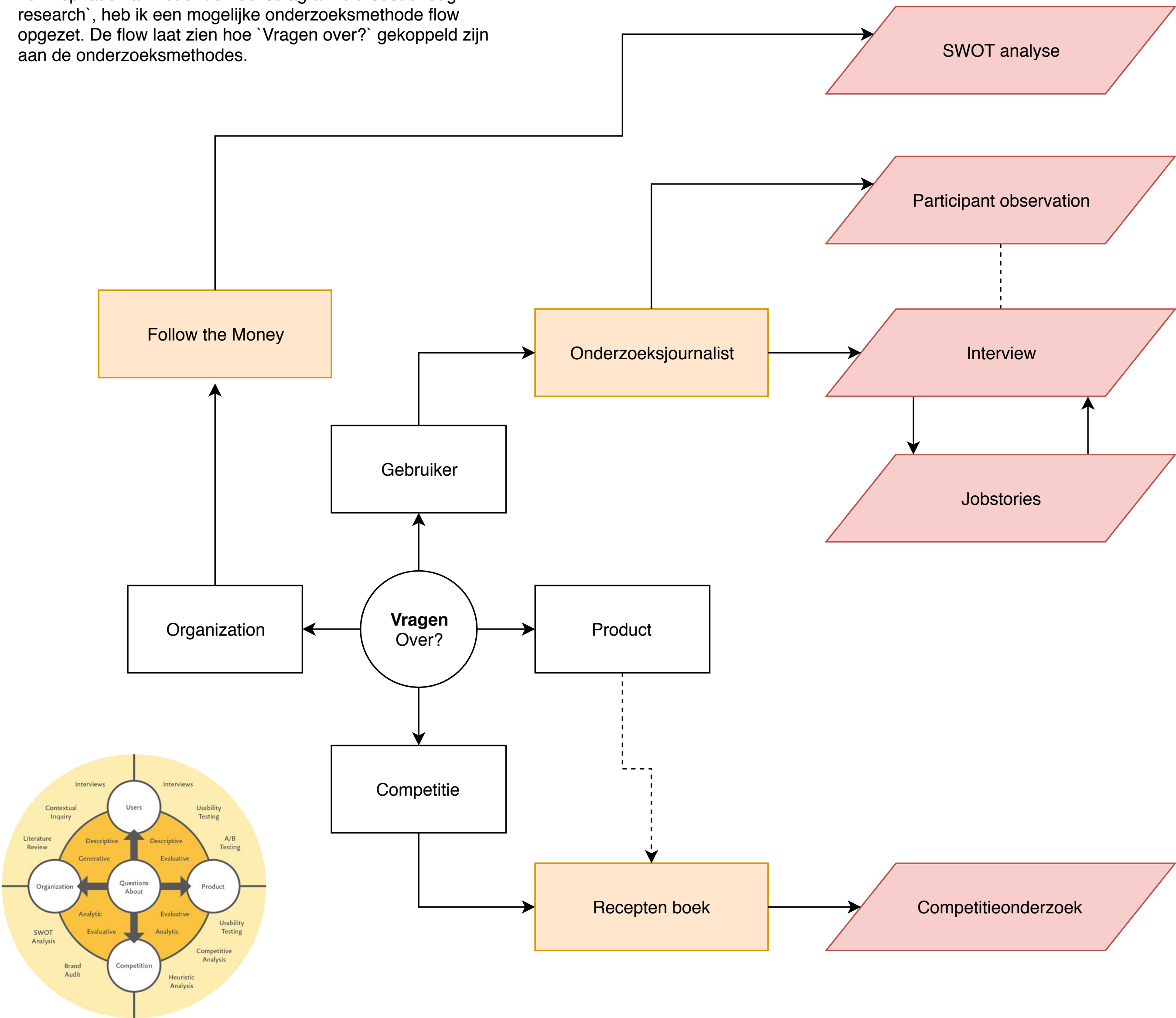


FIG 3.1: The topic and nature of your questions will guide your choice of research activities.

(Hall, 2014, p.39)

Interview

Onderzoeksjournalist

[Waarom]

- Eenvoudigste manier om aannames te beantwoorden.
- Meer contact hebben met de doelgroep, dat geeft jouw als onderzoeker onder andere meer indicatie over of het product de goede of verkeerde richting op gaat.
- De doelgroep zit in dezelfde ruimte en dat maakt deze methode heel toegankelijk.

Uitvoering

Context

[Context]

Een interview met de doelgroep `onderzoeksjournalist` kan gewoon op de redactie worden uitgevoerd, dit is ook mijn werkplek. Het is wel belangrijk dat dit in een vergaderruimte wordt uitgevoerd.

[Redactie]

[Vergaderruimte]

Deelnemer

[Deelnemer]

Vanuit het boek `Just enough research` pak ik deze checklist erbij om goed te beoordelen of een deelnemer geschikt is als een deelnemer. Vanuit mijn aannames is de kans klein dat **alle** onderzoeksjournalisten op dit product zitten te wachten.

A good research participant:

- Shares the concerns and goals of your target users.
- Embodies key characteristics of your target users, such as age or role.
- Can articulate their thoughts clearly.
- Is as familiar with the relevant technology as your target users.

(Hall, 2014, p.41)

Voor het eerste interview zal ik een geselecteerd aantal onderzoeksjournalisten zoeken, die met een onderzoekscase bezig zijn die ook in een andere context toegepast kan worden. ('Reproductie `')

[Reproductie]

Participant observation

Onderzoeksjournalist

[Waarom]

- Inlevingsvermogen verbeteren. Aannamen: **Voor dit product moet daar heel goed rekening mee gehouden worden:** Met dit mogelijk product probeer je de gebruiker niet alleen te helpen, maar zorg je waarschijnlijk ook (indirect) voor meer werk(druk) omdat hun eigen eindproduct ook groter zal worden.
- Inzichten krijgen in de werkwijze van een onderzoeksjournalist.

Uitvoering

Context

[Context]

De complete context lijst zou ik via een interview in kaart kunnen brengen. Vanuit deze lijst kan ik de meest uiteenstaande contexten pakken en daaruit een keuze maken.

[Redactie]

[Thuis]

Vorbereiding

[Vorbereiding]

Informeer de onderzoeksjournalist ver van te voren, zodat hij of zij rekening kan houden met de `Participant observatie` en wellicht een case kan klaarzetten.

Materialen

- Papier en pen
- Laptop

Andere benodigdheden

- Toegang tot (een kopie van) de onderzoekscase
- Status van de onderzoekscase
- Beschrijving van de werkwijze
- Instructies voor de vervolgstappen in de onderzoekscase

Competitieonderzoek

Receptenboek

Blauwdruk

Git + platform

[Waarom]

- Het wiel niet opnieuw te hoeven uitvinden.
- Inspiratie op doen.
- Een probleemanalyse uitvoeren, bovenop een competitieonderzoek kan helpen om niet dezelfde fouten te maken.

Uitvoering

Voorbereiding

[Voorbereiding]

- Verzamel een lijst met producten die dezelfde problemen proberen op te lossen.
- Zorg voor een spreadsheet om de input in te verwerken.
- Let goed op wat de competitie wel en niet bieden aan de hand van de eisen van de onderzoeksjournalist.

[Vergelijkbare producten]

[Eisen gebruiker]

SWOT analyse

Follow the Money

[SWOT]

- Sterktes (**S**trengths)
- Zwaktes (**W**eaknesses)
- Kansen (**O**pportunities)
- Bedreigingen (**T**hreats)

[Waarom]

- Bekijken welke impact dit product mogelijk gaat hebben op de concurrentie van Follow the Money. (Negatief/positief) Hieruit zou ik extra eisen/wensen van Follow the Money kunnen halen.

Uitvoering

Voorbereiding

[Voorbereiding]

- Zorg ervoor dat er een productrichting is.
- De eisen van de belanghebbende bekend zijn.
- De (fictieve) eigenschappen van het product bekend zijn.

Interview

Voorbereiding

[Voorbereiding]

- Heldere interview vragen.
- Plan het interview.
- Bepaal de volgorden door middel van clusters. (Welke vragen zijn geschikt voor welk deel van het interview?) Laat wel de volgorden los binnen de clusters en ook als het interview op een ander onderwerp overspringt.
- Verzorg een interview waardige omgeving. (Rustig)

Materialen

- Papier en pen
- Audio recorder

Jobstories

Onderzoeksjournalist

[Waarom?]

- Om problemen van de onderzoeksjournalist concreet op te schrijven.
- Om vast te stellen welke taken het product zou moeten volbrengen.
- Problemen en taken van een <gebruiker> beschrijven de doelgroep in mijn persoonlijke ervaring beter dan het gebruik van een persona.

Uitvoering

Voorbereiding

[Voorbereiding]

- Zorg voor genoeg input (problemen) vanuit de interviews en/of Participant observation.
- Breng de contexten goed inzicht.
- Zorg voor een lijst met informatie die invulbaar is in de Jobstories.

Bronnenlijst

Hall, E. (2014). Just Enough Research. Geraadpleegd op 27 maart 2019, van <https://www.oreilly.com/library/view/just-enough-research/9780133964394/#toc-start>

16

