

Marktonderzoek

Marco van Doeland en Aron van de Ridder | Mobile Application Design | 21 September 2021

Contents

[Inleiding 1](#_Toc86137090)

[Probleem 1](#_Toc86137091)

[Doelgroep 1](#_Toc86137092)

[Relevante Informatie 2](#_Toc86137093)

[Oplossing 2](#_Toc86137094)

[Probleemvorming 2](#_Toc86137095)

[Verdienmodelen 2](#_Toc86137096)

[Trends 3](#_Toc86137097)

[Benchmarking 3](#_Toc86137098)

[Feedback 4](#_Toc86137099)

[Wireframe 5](#_Toc86137100)

# Inleiding

Wij willen een app maken waar mensen tijd kunnen verdrijven door gewoon een leuk spelletje op hun telefoon te spelen waar ze keuzes kunnen maken

# Probleem

Mensen vervelen zich vaak en vinden het leuk om keuzes te maken, mensen hebben in de trein of in de auto(niet als bestuurder) niks te doen.

# Doelgroep

Wij willen ons focussen op kinderen tot ongeveer 13 jaar dit met als reden dat deze groep veel tijd de besteden heeft en deze tegenwoordig vooral veel besteedt achter een tablet of een mobiele telefoon met als doel om maar tijd te verdrijven en laat dat nou precies zijn wat wij willen leveren met onze story-based game.

# Relevante Informatie

Andere bijna hetzelfde apps doen het goed de laatste tijd daarom denken wij dat we hier veel bezoekers zouden krijgen andere apps doen het wel met een verhaal vaak over het leven van mensen die bijna alles hebben maar wij gaan dat anders doen.

# Oplossing

Wij gaan het probleem oplossen door het anders te doen dan de concurenten met een verhaal wat wat minder “over the top” is dan de concurenten

# Probleemvorming

Met onze app hopen wij de gebruikers een leuke tijdsverdrijver te geven die door middel van API's ieder seizoen een andere feel heeft door wisselende styling en ook andere opties in de storyline op basis van het seizoen denk bijvoorbeeld aan de mogelijkheid om een sneeuwballen gevecht te houden met vrienden in de winter of lekker te gaan zonnen in de zomer.

# Verdienmodelen

Als primaire vorm om onze app winstgevend te laten zijn zullen wij onderin en bovenin de app voortdurend advertenties te tonen. Daarnaast zal er om de zoveel tijd een advertentie groot in het beeld komen waar de gebruiker verplicht wordt om hier enkele seconden naar te kijken tot de mogelijkheid verschijnt om deze weg te klikken. Verder zal er in het start menu een knop aanwezig zijn waar de gebruiker voor 2 euro de advertenties permanent kan laten verwijderen.

# Text Description automatically generatedGraphical user interface, application Description automatically generatedTrends

# Graphical user interface Description automatically generatedBenchmarking

# Feedback

<https://www.survio.com/survey/d/B3D9A7L9I3C8P5B6N> Graphical user interface, application, Teams

Description automatically generated

# Graphical user interface, text Description automatically generatedGraphical user interface Description automatically generated with low confidenceGraphical user interface, text, application, chat or text message Description automatically generatedWireframe 1

# Wireframe 2

Graphical user interface

Description automatically generatedA picture containing text

Description automatically generatedGraphical user interface

Description automatically generated with medium confidence

# Andere games

Text

Description automatically generated with medium confidence

# Ontwerpdiffrentiatie

In design 1 gingen we voor een erg drukke achtergrond, dit hebben wij in design 2 teruggebracht naar een blanco achtergrond met enkel een paar symbolen die de seizoenen representateren. Een ander verschil tussen de twee ontwerpen is het aantal advertenties, In het eerste design kozen wij er namelijk voor om zowel onder aan het scherm als boven aan het scherm een ad te plaatsen, bij ontwerp 2 hebben we gekozen om enkel nog een reclameblok onder aan het scherm te houden. Maar misschien nog we de meest significante verandering is dat we in design 1 een speelse indeling hadden van de knoppen in de app en deze in design 2 mooi geordend staan. Ook hebben we in design 2 de optie toegevoeg om het geluid van onze app uit te kunnen zetten