



**BRAINPORT
EINDHOVEN**

CONCEPTBOEK
FONTYS GROEP 1

INHOUDSOPGAVE

- INLEIDING
- DOELGROEP
- BRAINPORT IDENTITEIT
- KERNWAARDEN
- CONCEPT
- GAIN CREATORS
- PAIN RELIEVERS



INLEIDING

Brainport Eindhoven is een samenwerking van bedrijven om nog sneller te innoveren en van elkaar te leren. Dat Brainport Eindhoven dit doet is nog weinig mensen duidelijk. Mensen kennen de naam wel, maar weten de inhoud niet. Hierdoor is het voor deze mensen moeilijk om hun trots op Brainport Eindhoven uit te dragen naar andere mensen. Twee van de hoofdvragen zijn: Hoe kunnen we duidelijk maken aan de doelgroep wat Brainport Eindhoven is? en, Hoe kunnen we zorgen dat mensen trots worden op Brainport Eindhoven en het concept en hun trots naar andere mensen uitdragen? Hier wordt ons onderzoek en onze uiteindelijke oplossing op gebaseerd.

DOELGROEP

Primaire doelgroep

Als groep gaan wij ons voornamelijk focussen op studenten. Deze groep zien wij namelijk als de toekomst. Om hier nu op te focussen geeft deze studenten een goed beeld over Brainport. Hierdoor willen ze in contact blijven met deze regio.

Secundaire doelgroep

Beginnende start-ups zijn ook erg aantrekkelijk voor ons project. Brainport kan helpen deze start-ups op te zetten. Hierdoor kunnen deze doorgroeien naar grotere bedrijven waardoor de Brainport regio uitbreidt.

BRAINPORT IDENTITEIT

Brainport Eindhoven is een samenwerkings- en technologie regio rondom Eindhoven. Binnen deze regio werken verschillende bedrijven samen met scholen, universiteiten en onderwijsinstellingen om nieuwe innovatieve producten op de markt te brengen. De samenwerking tussen al deze instanties binnen de regio is erg belangrijk en zit ook in onze natuur. Dit Philips 125 jaar geleden al goed door.

Binnen Brainport Eindhoven worden constant nieuwe innovatieve ideeën bedacht en worden nieuwe technologieën ontwikkeld. Er is geen plek in de wereld waar zoveel nieuwe ideeën ontstaan als in de Brainport regio.

Brainport Eindhoven is een regio en plek waar mensen elkaar helpen om vooruit te komen en daarbij zijn 3 kernwaarden belangrijk.

KERNWAAREN

Technologie:

Binnen de Brainport regio wordt constant nieuwe technologie ontwikkeld. Door alle grote technologie en IT bedrijven in de regio en door de samenwerking tussen deze bedrijven worden er samen nieuwe complexe machines en vernieuwende producten gemaakt die de wereld beter maken. Brainport Eindhoven wordt niet voor niets de slimste regio van de wereld genoemd.

Samenwerken:

De samenwerking tussen alle grote en kleine bedrijven maar ook met scholen, universiteiten en overheden zorgt ervoor dat al deze innovatieve technologie gecreëerd kan worden. Bestaande en nieuwe bedrijven in de regio creëren nieuwe banen op verschillende niveaus voor onder andere studenten en mensen uit de regio. Met de kennis van deze bedrijven en de creatieve geest van onder andere studenten worden door samen te werken oplossingen op het gebied van bijvoorbeeld gezondheid, mobiliteit, energie en voeding ontwikkeld.

Leren:

Door intensieve samenwerking tussen bedrijven en onderwijsinstellingen leren leerlingen en studenten al in een vroeg stadium hoe bedrijven in deze regio samenwerken en hoe zij zich voor kunnen bereiden op de arbeidsmarkt en dus op hun toekomst. Daarnaast werken hogescholen en universiteiten vaak samen met bedrijven uit de Brainport regio zodat studenten direct in aanraking komen met het bedrijfsleven binnen de regio en zodat er ook innovatief onderwijs kan worden aangeboden.



CONCEPT

Vision

Onze visie is om Brainport Eindhoven zo bekend mogelijk te maken zodat de regio uiteindelijk vergeleken kan worden met andere regio's zoals Silicon Valley als voorbeeld.

Mission

Onze missie is om eerst bekendheid te creëren bij de mensen die zelf uit de omgeving komen van regio Brainport Eindhoven. Hiervoor hebben we een specifieke doelgroep uitgekozen die ons kan helpen om de onze missie voort te zetten.

Goals

Het doel is dat wij bekendheid gaan geven aan Brainport Eindhoven bij studenten. We willen ze hierbij laten kennismaken met de kernwaarden van Brainport Eindhoven en wat Brainport Eindhoven voor hun kan betekenen.

Strategy

Wij willen meer bekendheid geven aan Brainport door ze kennis te laten maken met waar Brainport Eindhoven bij betrokken is. Dit gaan we doen door middel van een mobiel mini-museum. Hierin laten we onder andere zien wat Brainport is. Welke innovaties binnen de bedrijven van Brainport er zijn en willen we de kernwaardes terug laten komen. Dit gaan we doen door middel van tekst, visualisaties zoals video's en fysieke objecten, projecties en interactieve spelvormen en doorverwijzingen naar meer informatie.

In deze uitingen houden we ons aan de styleguide van Brainport Eindhoven.

GAINS

Required Gains

De gebruiker ziet de installatie en vindt het interessant genoeg om er naar toe te gaan.

De gebruiker vindt de installatie leuk en interessant genoeg om de interactie aan te gaan met het museum en op ontdekking te gaan.

De gebruiker ontdekt intuïtief de installatie.

De gebruiker vindt de compartimenten duidelijk genoeg zodat er zo min mogelijk instructie nodig is voor de verschillende compartimenten.

Expected Gains

Doordat de gebruiker alle compartimenten af gaat komt hij/zij er achter wat Brainport Eindhoven inhoudt, en kan hij/zij dit uitleggen aan anderen.

De gebruiker verwacht dat er bij elk compartiment iets nieuws te leren valt over Brainport Eindhoven.

De gebruiker verwacht aan het einde van het traject alles te weten over Brainport Eindhoven

Desired Gains

Brainport Eindhoven adviseert en geeft educatie aan beginnende bedrijven/ studenten hierdoor weten de studenten wat ze later aan Brainport Eindhoven hebben en kunnen bedrijven verder vooruit.

Unexpected gains

Brainport Eindhoven heeft bedrijven die vernoemd worden in dit mini-museum.

Hierdoor ontstaat er ook meer populariteit/intresse voor deze bedrijven als individu.

PAINS

Required Gains

De gebruiker ziet de installatie en vindt het interessant genoeg om er naar toe te gaan.

De gebruiker vindt de installatie leuk en interessant genoeg om de interactie aan te gaan met het museum en op ontdekking te gaan.

De gebruiker ontdekt intuïtief de installatie.

De gebruiker vindt de compartimenten duidelijk genoeg zodat er zo min mogelijk instructie nodig is voor de verschillende compartimenten.

Expected Gains

Doordat de gebruiker alle compartimenten af gaat komt hij/zij er achter wat Brainport Eindhoven inhoudt, en kan hij/zij dit uitleggen aan anderen.

De gebruiker verwacht dat er bij elk compartiment iets nieuws te leren valt over Brainport Eindhoven.

De gebruiker verwacht aan het einde van het traject alles te weten over Brainport Eindhoven

Desired Gains

Brainport Eindhoven adviseert en geeft educatie aan beginnende bedrijven/ studenten hierdoor weten de studenten wat ze later aan Brainport Eindhoven hebben en kunnen bedrijven verder vooruit.

Unexpected gains

Brainport Eindhoven heeft bedrijven die vernoemd worden in dit mini-museum.

Hierdoor ontstaat er ook meer populariteit/intresse voor deze bedrijven als individu.

GAIN CREATORS

Required Gains

Dit gaat vooral over zorgen dat de installatie er aantrekkelijk genoeg uitziet en eenvoudig alle compartimenten weergegeven kunnen worden.

Door onderzoek te doen naar de doelgroep en wat de aandacht van de doelgroep trekt kunnen we ons design baseren op dat onderzoek.

Hierbij is het vooral belangrijk wat echt hun interesse wekt. Ook gaan we aan de hand van User Testing zorgen dat de installatie zo duidelijk en makkelijk mogelijk wordt.

Aangezien dit echt de belangrijkste dingen zijn om aan te werken zal hier ook het diepste op ingegaan worden.

Expected Gains

De expected gains zijn vooral een aantal functionaliteiten die verwacht worden.

Verder is een belangrijke gain die hier bij staat dat de inhoud van Brainport Eindhoven duidelijk moet worden door de gebruiker.

Dit willen we aanpakken door de informatie interessant te maken aan de hand van alle verschillende compartimenten.

Desired Gains

Deze is eigenlijk al bereikt doordat je via de brainport eindhoven website al om advies kunt vragen.

Unexpected gains

Brainport Eindhoven heeft speciale experts die gespecialiseerd zijn in het opzetten van bedrijven en het geven van een goede start.

Ook zijn er binnen Brainport Eindhoven mensen die goede lezingen kunnen geven over bijvoorbeeld technologie, deze gratis lezingen worden aangeboden door Brainport Eindhoven.

PAIN RELIEVERS

Undesired outcomes and problems

We moeten ervoor zorgen dat alle compartimenten goed getest worden zodat ze geen fouten weergeven.

We moeten een stabiele installatie opbouwen die niet uit elkaar valt. Eventueel kan deze vast gemaakt worden met bijvoorbeeld dubbelzijdige tape zodat dit niet zichtbaar is.

Obstacles

Door verschillende user testen uit te voeren moet de installatie zo gebouwd worden dat het voor iedereen makkelijk te begrijpen is.

Risks

Om er voor te zorgen dat de installatie aantrekkelijk genoeg is voor de gebruiker moeten we wederom onderzoek gaan doen. Onderzoek naar wat mensen aantrekt naar installaties en wat mensen bij installaties houdt.

De informatie die we vertellen kunnen we ook testen aan gebruikers. We kunnen een aantal gebruikers onze informatie voorleggen en naderhand kijken of ze nu weten wat Brainport inhoudt. Als dat niet zo is kunnen we vervolgens onze informatie aanpassen totdat het juist is.