

Ontwerphandleiding

New Product Development

Nicole de Haan

Klas Citroen

Jos Kok

New Product Development

Datum: 10-02-2019

Inhoudspagina

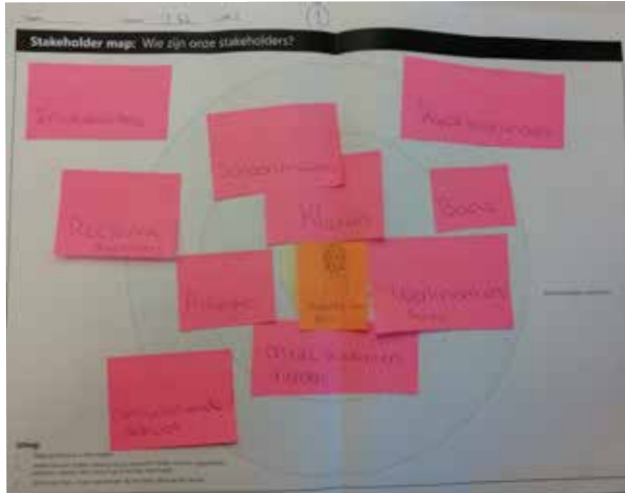
Inleiding	3
Stakeholder Map	4
Emathy Map	5
Experience Map	6
Eigen gezochte methode: Ideation	7
(artikel) The Value of balancing desirability, feasibility, and viability.	8
(artikel) How reframing a problem unlocks innovation	9
(artikel) How brainstorming questions, not ideas, sparks creativity	10
Probleemanalyse/HKJ's	11
Programma van Eisen	12
(artikel) Brainstorming is dumb	13
(artikel) Using Brainwriting for rapid idea generation	14
Klassiek brainstormen	15
Brainwriting	16
Crazy 8	17
Dot Voting	18
3 panel Storyboard	19
(artikel) Google Ventures' Design Sprint	20
Harries Profiel	21
Functieanalyse	22
Morfologische kaart	23
101 brainstorming	24
Brainstorming voor alle zintuigen	25
UX Storyboard	26
Reflectie	27

Inleiding

In deze ontwerphandleiding zijn samenvattingen terug te vinden die de lesstof behandeelen die bij het vak New Product Development naarvoren zijn gekomen. Daarnaast vind je van elke behandelde en eigen gezochte methodes een gedetailleerde omschrijving met uitleg hoe je de methode stap voor stap kan toepassen.

Aan het einde van deze ontwerphandleiding vind je een eindreflectie op het vak, de toegepaste methodes en de teamsamenwerking.

Stakeholder Map



In deze fase zijn we aan het ver-
kennen, brainstormen en moge-
lijkheden aan het creeëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Doel:

Zodat je in 1 oogopslag een duidelijk overzicht heb van alle betrokkenen bij jou project.

Beschrijving:

Door stakholder mapping zie je snel wie er het belangrijkste is voor jou persona (samenvatting van de doelgroep).

Hoe toe te passen stap voor stap:

In het midden is je persona. De eerste ring (binnenste ring) staat het dichtst bij jou persona en is dus het belangrijkste voor jou doelgroep. Steeds verder van de persona af komen degene te staan die minder relevant zijn.

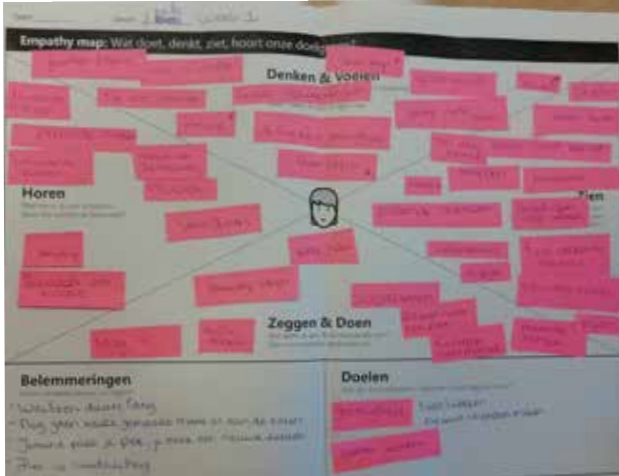
Reflectie:

Door de tijd te nemen om na te denken over wie er nou betrok-
ken zijn bij jou persona/project kom je op betrokken die je
normaal gesproken zou overslaan maar wel relevant zijn, hier-
door wordt je eindproduct ook beter.

Bronnen:

(Stakeholder mapping, zo doe je het, sd). Geraadpleegd op 12 februari 2019, van <https://wethinknext.com/stakeholder-mapping/>
(Stakeholdermanagement in projecten met Scrum, sd). Geraadpleegd op 12 februari 2019, van <https://agilescrumgroup.nl/stakeholder-management-matrix-model/>

Empathy Map



In deze fase zijn we aan het ver-
kennen, brainstormen en moge-
lijkheden aan het creeëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Doel:

Alle inzichten van jou onderzoek overzichtelijk te zien en jezelf te verplaatsen in de doelgroep om de doelgroep te begrijpen.

Beschrijving:

Samenvatting van wat de doelgroep denkt/voelt, ziet, hoort en zegt/doet

Hoe toe te passen stap voor stap:

Je maakt 4 kolommen. In de eerste 1 kolom schrijf je alles over wat de gebruiker denkt en voelt. In de 2e kolom wat de gebruiker hoort. In de 3e kolom wat de gebruiker allemaal ziet. De laatste (4e) kolom wat de gebruiker doet en zegt.

Vervolgens schrijf je alle belemmeringen/obstakels op en het doel van de gebruiker, wannner is hun dag geslaagt?

Reflectie:

Het was goed om hier over na te denken, nu begreep ik ook beter de behoeftes van de gebruiker en wat hun doelen zijn en vooral de belemmeringen.

Bronnen:

(Empathy Map, sd). Geraadpleegd op 12 februari 2019, van <http://www.de-innovator.nl/tools/Empathy-Map/>
(Empathy Map, sd). Geraadpleegd op 12 februari 2019, van https://managementmodellensite.nl/empathy-map/#.XGFkec_ons0

Experience Map

Doel:

Bekijken hoe de huidige situatie verloopt van jou doelgroep, hierdoor krijg je inzichten in waar de verbeterpunten liggen en kan je je hier op focussen.

Beschrijving:

In stappen bekijk je wat jou doelgroep allemaal doorloopt en zie je waar het beter kan en wat zij op dat moment voelen/denken.

Hoe toe te passen stap voor stap:

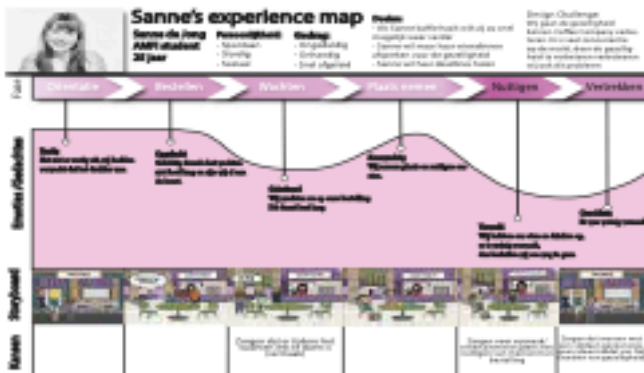
Je bekijkt aan de hand van je persona welke acties zij doorlopen om hun doel te bereiken. Vervolgens leg je vast wat zij hierbij denken en wat hun gevoelens zijn erbij. Hieruit zie je waar de kansen liggen per actie om de ervaring te verbeteren.

Reflectie:

Dit is een goede/overzichtelijke manier om duidelijk te zien waar de gebruiker tegenaan loopt en hierop in te spelen. Ik denk dat dit super handig is omdat je er altijd op terug kan vallen als je iets niet meer weet, en je kan vergelijken of je product deze belemmeringen oplost.

Bronnen:

O'Connor, N (2016, 25 januari). How to build an experience map. Geraadpleegd op 12 februari 2019, van <https://medium.com/@enialoon-how-to-build-an-experience-map-6e55b7ee4332>
Nauhuys, van, RJ (2011, 29 maart). Customer Journey Mapping: klantervaring als inspiratie voor strategie en ontwerp. Geraadpleegd op 12 februari 2019, van <https://www.hankwastling.com/archive/2011/03/29/customer-journey-mapping-klantervaring-als-inspiratie-voor-strategie-en-ontwerp/>



In deze fase zijn we aan het **verkennen**, **brainstormen** en **mogelijkheden** aan het creeëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Eigen gezochte methode: Ideation



In deze fase zijn we aan het verkennen, brainstormen en mogelijkheden aan het creëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Doel:

Nieuwe ideeën bedenken en zo tot een mogelijke oplossing komen.

Beschrijving:

Met zijn alle ideeën opschrijven om vervolgens tot een goede oplossing te komen voor het probleem.

Hoe toe te passen stap voor stap:

Eerst bespreek je met zijn alle wat precies het probleem is (zonder goed te weten wat het probleem is kan je niet tot een oplossing komen). Vervolgens bespreek je dit met zijn alle en kom je tot een eindproduct/oplossing. Het belangrijkste is dat er geen kritiek gegeven wordt op elkaar.

Reflectie:

Ik vind het altijd fijn om met andere te brainstormen, zo kom je tot de beste ideeën of kan je ideeën combineren. Later in het proces gingen wij dit ook doen en zo is onze eindproduct ontstaan.

Bronnen:

(CMD Methodes pack - Ideation, zd). Geraadpleegt op 12 februari 2019, van <http://www.cmdmethods.nl/cards/workshop/ideation>

The value of balancing desirability, feasibility, and viability.

Succes behaal je door balans te vinden. Het beste resultaat ligt op het snijvlak van wenselijkheid, haalbaarheid, levensvatbaarheid.

In de werkelijkheid is de kans klein dat iets perfect is. Meestal moet je iets opgeven om iets te krijgen. Wanneer wij gefocust raken op ons idee van een perfect resultaat offeren wij soms belangrijke aspecten op.

Het gaat om ontwerpen met intentie. Wanneer je de wenselijkheid, haalbaarheid en levensvatbaarheid in evenwicht houdt verhoog je de waarde van de ontwerpoplossing.

Aan het begin van je project is het handig op jezelf de volgende vragen te stellen:

Wenselijkheid:

- Zal deze oplossing een behoefte vervullen?
- Zal het in het leven van mensen passen?
- Zal het een beroep op hen doen?
- Zullen zij het echt willen?

Haalbaarheid:

- Is de technologie nodig om de ontwerpoplossing beschikbaar of binnen handbereik te brengen?
- Hoe lang duurt dit?
- Kan de organisatie het waarmaken?

Bron: (The value of balancing desirability, feasibility, and viability, sd) Geraadpleegd op 16 februari 2019, van <https://crowdfavorite.com/the-value-of-balancing-desirability-feasibility-and-viability/>

Levensvatbaarheid:

- Past de ontwerpoplossing in lijn met de bedrijfsdoelen?
- Wordt met deze oplossing het budget van klanten gerespecteerd?
- Hoe ziet het rendement van de investering eruit?

3 manieren om evenwicht te bereiken:

1. Communiceren
2. Doe publiek onderzoek
3. Wees grondig in je plannings- en strategiefasen

Reflectie:

Ik vind dit een goede manier om te kijken of je idee bruikbaar/handig is voor iedereen. Door de vragen te stellen weet je of je een goed concept heb ontworpen.



Artikel

How Reframing A Problem Unlocks Innovation

Het is belangrijk als je een probleem heb om hier de juiste vraag bij te stellen. Doord de juiste vraag te stellen kan je tot een goede oplossing komen. Je kan vragen op vele manieren formuleren en daardoor ook veel verschillende antwoorden krijgen.

Het is goed om ook vanuit andere mensen hun standpunt naar een situatie te kijken. Zo kom je tot nieuwe inzichten en ideeën. Ook kan je je product dan goed aansluiten op de behoefte van de gebruiker. Dit kan je doen doormiddel van observeren, luisteren en interviewen.

Ook is het goed om mensen de “Waarom” vraag te stellen. Dit kan voor mogelijke oplossingen zorgen.

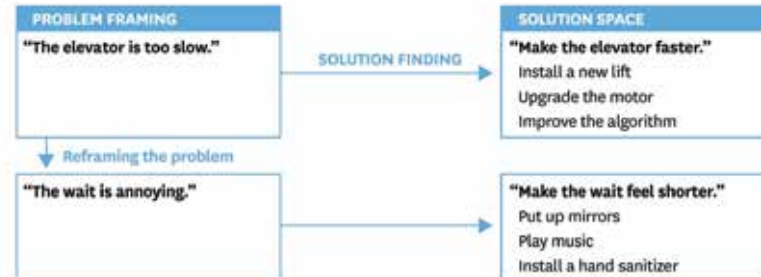
Wij (mensen) maken de fout om te denken dat de manier waarop wij dingen doen/denken de enige juiste manier is.

Door het opnieuw kijken naar problemen kan je tot gloednieuwe inzichten komen.

Reflectie:

De reframing techniek is een goede techniek om tot nieuwe idee oplossingen te komen. Ook zie je nu het probleem van meerdere kanten en kan je juist met een nog beter idee komen.

De “Waarom” vraag kwam ook terug bij UCD. Door deze vraag te stellen kan je op nieuwe inzichten en ideeën komen.



How Brainstorming Questions, Not Ideas, Sparks Creativity

Bij brainstormen is de druk te hoog om tot de meest creatieve ideeën te komen. Hieronder ligt dus het eindproduct.

Maar wat als je gaat brainstormen om vragen te bedenken in plaats van ideeën? Dit leidt tot beter begrip van het probleem en tot slimmere ideeën over hoe je het moet aanpakken. Dit komt doordat deze methode mensen stimuleert om vragen te formuleren rond een probleem.

Brainstormen en vraagstormen begint beide met kwantiteit. Het doel is om veel vragen/ideeën over een ontwerp te bedenken (in de eerste instantie om een oordeel te vellen). In beide gevallen ga je daarna de meest veelbelovende vragen/ideeën convergeren (naar 1 punt richten).

Maar er zijn grote verschillen. Wanneer deelnemers vragen genereren, hebben vele de neiging om in een probleem te graven en aannamens uit te dagen. Het geeft mensen toestemming om vragen te stellen die vaak niet worden gesteld.

Een ander verschil is dat brainstormsessies worden gedomineerd door een paar mensen, bij ondervragingsexercities meerdere mensen mee doen.

Mischien is dat zo omdat vragen makkelijker worden bedacht en minder zwaar mee wegen dan ideeën.

5 stappen voor vraagformulering oefening:

1. Ontwerp een "vraag-focus"
2. Genereer vragen
3. Verbeter vragen
4. Prioriteer vragen
5. Bepaal de volgende stappen

Reflectie:

Zelf denk ik tijdens het brainstorming tot nu toe nog in oplossingen in plaats van in vragen.

Dit artikel heeft mij laten inzien dat het veel effectiever kan zijn om in vragen te denken dan in oplossing, omdat je dan veel breder denkt. Ik zal dit zeker mee nemen tijdens al onze onderzoeken.



Probleemanalyse/HKJ's

Doel:

Een compleet beeld te krijgen van een probleem/verbeterpunt en het probleem dus ook beter begrijpen. Zoveel mogelijk vragen te stellen maar nog geen antwoorden bedenken of opschrijven.

Beschrijving

Je bekijkt je doelgroep en bekijkt problemen. Vervolgens ga je doormiddel van vragen het probleem proberen op te lossen.

Hoe toe te passen stap voor stap

Als eerste bekijk je het de situatie van jou doelgroep, hun gedrag en motivatie. Vervolgens bekijk je de behoefte en belemmeringen die de doelgroep ervaart. Als laatste ga je opschrijven door "Hoe kun je" vragen te stellen het probleem op te lossen zonder dit al te beantwoorden.

Reflectie

Ik vind dit een goede methode. Je bent heel erg aan het focus-
sen op wat het probleem überhaupt is. Door vervolgens vragen
op te stellen hoe je dat probleem kan oplossen blijf je dicht bij
het probleem en bedenk je niet zomaar iets.

Bonnen 2:

Arts, N (sd). Probleemanalyse. Geraadpleegd op 24 februari 2019 van, <http://www.carrieretijger.nl/functioneren/professionele-vaardigheden/besluiten/probleemanalyse>
(Een goede vraag, is het halve werk, sd) Geraadpleegd op 24 februari 2019 van, <http://ruimtevoortalent.blogspot.com/2012/04/een-goede-vraag-is-het-halve-werk.html>

Probleemanalyse

Situatie

Onze doelgroep is AMFI studenten die tijdens het koffie halen bij Coffee Company meer gezelligheid willen en nieuwe mensen willen leren kennen.

Probleem (verbeterpunten)

Tijdens het halen van koffie bij de Coffee Company heeft Sanne behoefte aan gezelligheid en wil geen verveling tijdens het wachten. Hierbij komt zij een aantal belemmeringen tegen: Sanne moet lang wachten voordat zij haar koffie krijgt en dat leidt tot verveling. Ook kan zij moeilijk een plaats vinden. De stap voor Sanne om nieuwe mensen te leren kennen is hoog.

Uitlegging/HKJ's

- Hoe kun je ervoor zorgen dat er meer gezelligheid ontstaat bij het halen van koffie bij de Coffee Company
- Hoe kun je ervoor zorgen dat Sanne zich niet verveelt tijdens het halen van koffie
- Hoe kun je ervoor zorgen dat Sanne zich niet verveelt tijdens het halen van koffie
- Hoe kun je zorgen dat Sanne nieuwe mensen ontmoet
- Hoe kun je ervoor zorgen dat de stap om nieuwe mensen te leren kennen niet te hoog is

In deze fase zijn we aan het ver-
kennen, brainstormen en moge-
lijkheden aan het creeëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Programma van Eisen

Doel:

Door eisen op te stellen voor het eindproduct weet je waar het product aan moet voldoen. Je krijgt hierdoor een makkelijk overzicht van de eisen van het product, hierin staan de wensen van de gebruiker, stakeholders en het bedrijf.

Beschrijving

Je moet rekening houden dat je eindproduct aan al deze eisen voldoet.

Hoe toe te passen stap voor stap

Je bekijkt eerst jou Design Challenge. Dit is de opdracht en daarop is dus je eindproduct gebaseerd. Vervolgens schrijf je alle eisen van de opdracht, opdrachtgever (bedrijf), de eisen van de context (situatie/locatie), stakeholders, gebruiker, technologie, functioneel, vormgeving en andere eisen op.

Reflectie

Dit is een houvast voor jou ontwerp. Als je vastloopt met een product te bedenken kan dit jou helpen. Ook kan je altijd terug kijken of jou product aan al deze eisen voldoet of niet.

Bonnen 2:

(Programma van Eisen: Wat staat erin?). Geraadpleegd op 24 februari 2019 van, <https://werken-aan-projecten.nl/fasen-project/-programma-van-eisen-wat-staat-er/>
(Programma van Eisen, 2019, 24 februari) Geraadpleegd op 24 februari 2019 van, <https://www.programmavaneisen.com/>



In deze fase zijn we aan het vast stellen van eisen, een richtlijn maken voor jou ontwerp

We zijn dus aan het **convergeren (definiëren)**

Brainstorming is dumb

Brainstormen blijkt eigenlijk een slechte manier te zijn. Mensen hebben minder goede ideeën wanneer zij samen brainstormen dan wanneer zij alleen werken.

Een andere/betere manier is Brainwriting. Dit is brainstormen maar met pen en papier (en dus minder geklets).

Groepsbrainstormen heeft nadelen, namelijk dat slechts 1 persoon tegelijk kan praten, dit betekent dat 1 of 2 mensen het gesprek domineren. Brainstormen is een complex proces waarbij mensen proberen te luisteren, denken, toevoegen, samenwerken en bouwen.

Om terug te komen op Brainwriting. Deze methode maakt groepsinteractie mogelijk.

Uiteindelijk blijkt dat je beter in een groep kunt werken dan alleen. Hierdoor bedenkt je 37% meer ideeën dan alleen. Ook is het zo dat als je vervolgens erna alleen brainstormt je meer goede ideeën op doet. Dit komt doordat je inspiratie ophaalt uit de besproken ideeën.

Reflectie:

Ik vind het zelf ook fijn om eerst in een groep te brainstormen en vervolgens alleen. Ik merk dan inderdaad dat ik meer inspiratie heb dan wanneer ik het alleen moet doen.



Using Brainwriting for rapid idea generation

Brainstormen is vaak de methode van ideeënvorming, maar er zijn hierbij veel problemen zoals angst voor de reactie van de deelnemers. Brainwriting is een makkelijk alternatief voor brainstormen. Deelnemers schrijven hun ideeën op, vervolgens laat je dit zien aan iedere deelnemer en ieder voegt steeds een nieuw ideeën toe. Vaak levert brainwriting meer ideeën op in minder tijd.

Wanneer brainwriting gebruiken:

- Als je met een te grote groep bent om te brainstormen
- Stille mensen in de groep hebt
- Als de bedrijfscultuur het niet toelaat om wilde ideeën op te doen
- Te weinig tijd is
- Geen ervaren brainstormer is
- Je je zorgen maakt over luide mensen die anderen beïnvloeden

Je gebruikt brainwriting om te begrijpen hoe verschillende groepen een probleem zien.

Wanneer kan je brainwriting beter vermijden:

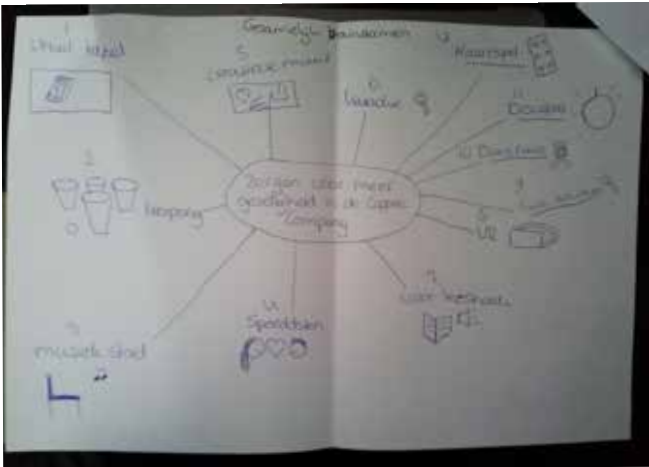
- Als mensen het lastig vinden ideeën op papier te zetten
- Mensen meer vertrouwt zijn met brainstormen

Reflectie:

Ik vind dit een goede methode. ik denk namelijk dat je vaak situaties tegenkomt wanneer mensen goede ideeën hebben maar het niet gezegd wordt, omdat zij bang zijn. Door brainwriting los je dit probleem op.



Klassiek brainstormen



Doel:

Zoveel mogelijk opties bedenken (ideeën ontwikkelen) om de beste oplossing te kiezen.

Beschrijving:

Het is de bedoeling om zo tot een mogelijke oplossing te komen. Daarom is het dus niet de bedoeling om mensen hun idee af te kraken maar juist aan te moedigen en door te vragen

Hoe toe te passen stap voor stap:

Je bespreekt eerst met de mensen waarmee je gaat brainstormen waar het over gaat (bij ons was dat onze Design Challenge). Vervolgens ga je met z'n alle ideeën op doen en zo kom je samen tot een eindoplossing. Dit alles schrijf je op papier.

In deze fase zijn we aan het verkennen, brainstormen en mogelijkheden aan het creëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Reflectie:

Ik vind dit ene goede methode. Doordat je met iedereen erover praat kom jij ook weer op nieuwe ideeën. Hierdoor kom je tot een zo goed mogelijke oplossing.

Bronnen:

De Vos, K 2013. Brainstormen handleiding. Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <http://www.brainssstorm.com/brainstormen-handleiding/>

Brainstormen, zd. Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <https://nl.wikipedia.org/wiki/Brainstormen>

Brainwriting

Doel:

Zoveel mogelijk opties bedenken (ideeën ontwikkelen) om de beste oplossing te kiezen.

Beschrijving:

Doordat je eerst gezamenlijk heb gebrainstormt heb je al goede ideeën die je vervolgens mee neemt en voegt iedereen steeds iets eraan toe.

Hoe toe te passen stap voor stap:

Je pakt een vel papier. Vervolgens kiest iedereen 1 interessante HKJ (Hoe kun je). Je schrijft individueel alle mogelijke oplossingen op die jij kan bedenken. Vervolgens geef je het papiertje door en schrijft de ander nieuwe ideeën op, zo ga je steeds verder

Reflectie:

Ik vind dit ene goede methode. Doordat je met iedereen erover praat ben jij ook tot nieuwe ideeën gekomen. Vervolgens door individueel aan het werk te gaan komt alle creativiteit omhoog

Bronnen:

Brainwriting, zd. Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <https://www.toolshero.nl/creativiteit/brainwriting/>

Brainwriting, zd. Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <http://www.de-innovator.nl/tools/brainstormtechnieken/brainwriting/>

In deze fase zijn we aan het verkennen, brainstormen en mogelijkheden aan het creëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Crazy 8



In deze fase zijn we aan het ver-
kennen, brainstormen en moge-
lijkheden aan het creeëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Doel:

Zoveel mogelijk opties bedenken en verder te gaan dan je eerste idee.

Beschrijving:

Alle mogelijke opties schetsen die je maar kan bedenken

Hoe toe te passen stap voor stap:

Elk persoon kiest 1 andere HKJ (Hoe kun je). Vervolgens neem je aan a4 papier en vouw je deze in 8 vakjes. Per vakje schets je een idee om de door jou gekozen HKJ op te lossen.

Reflectie:

Ik vind dit ene goede mehtode. In het begin ga je super snel met ideeën bedenken. Vervolgens als je er al een stuk of 6 heb is het toch best lastig om nog iets te bedenken. Maar doordat je er 8 moet hebben kom je op ideeën die je anders niet had bedacht.

Bronnen:

Crazy 8's, zd. Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <https://designsprintkit.withgoogle.com/methodology/phase3-sketch/crazy-eights>

How to Run a Crazy 8 Brainstorming Session. Krieger, L (2018, juni 19). Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <https://www.raizlabs.com/blog/2018/06/run-crazy-8-brainstorming-session/>

Dot Voting



In deze fase zijn we aan het kiezen, kijken wat de beste oplossing is

We zijn dus aan het **convergeren**

Doel:

Beste idee kiezen, of verschillende ideeën samen voegen tot een goede oplossing

Beschrijving:

Doormiddel van stemmen kies je het beste idee.

Hoe toe te passen stap voor stap:

Per persoon presenteer je jouw ideeën. Je bespreekt de output van de brainwriting. Vervolgens kijk je of ideeën elkaar overlappen of dat je verschillende ideeën kan samenvoegen. Daarna kiest elk teamlid doormiddel van een stip te zetten het idee dat hij/zij het beste vindt

Reflectie:

Doordat iedereen verschillende ideeën heeft opgeschreven is het leuk om te zien wat andere hebben. Het is goed om ideeën samen te voegen tot 1 oplossing en zo tot het beste concept te komen.

Bronnen:

Dot-voting, zd. Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <https://en.wikipedia.org/wiki/Dot-voting>

How to Use Dot Voting Effectively, zd. Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <http://dotmocracy.org/dot-voting/>

3 panel Storyboard

Doel:

Beste idee kiezen en dit te schetsen. Door de belangrijkste interacties op papier te zetten en dat te visualiseren word het idee duidelijker.

Beschrijving:

Kijk kritisch naar wat jouw idee precies oplost. Hoe beantwoord jouw idee de design challenge? En wat kan er nog beter?

Hoe toe te passen stap voor stap:

Je bedenkt welke oplossingsrichting je wilt uitwerken. Vervolgens schets je jouw idee uit. Deel jouw idee op in 3 fases waarbij er relevante interacties plaatsvinden. Vervolgens teken je de belangrijkste momenten en interacties. Als laatste schrijf je ook je belangrijkste bevindingen erbij.

Reflectie:

Ik vind dit een goede manier om voor jezelf te weten wat de belangrijkste interacties zijn. Ook zie je visueel hoe het eruit ziet en hoe het zal werken.

Bronnen:

Storyboard dat: eenvoudig 3-panel en 6-panel storyboards maakt, zd. Geraadpleegd op 28 februari 2019, van <https://nl.tipsand-tricks.com/storyboard-that-easily-create-3-panel-6-panel-storyboards-758345>
Umar (2012, september 18). Storyboard that: Easily Create 3-panel & 6-panel storyboards <https://www.makeuseof.com/tag/storyboard-easily-create-3panel-6panel-storyboards/>

Wouter de Haan
1. Challenge: Designchallenge

Concept – 3 panel storyboard (Deel 2)

Titel: Quiz

Person: Sanne de Jong

Bedrijf: Coffee Company



Sanne komt aan bij de Coffee Company. De serverster vraagt wat zij wilt bestellen.



Vervolgens wacht Sanne op haar bestelling. Sanne ziet een groot scherm met vragen en op 2) ziet dat het een Quiz is en besluit mee te doen.



Sanne weet het niet het antwoord op de vraag en besluit dit te vragen. Vervolgens heeft zij het nog erg geweldig in de Coffee Company

In deze fase zijn we aan het kiezen, kijken wat de beste oplossing is

We zijn dus aan het **convergeren**

Google Ventures' Design Sprint

De beste ideeën komen op het laatste moment. Hierdoor kwam men tot een nieuwe manier van brainstormen namelijk: Design Sprint. Deadlines van een project leiden vaak tot burn-outs. Hoe zorg je dat je team genoeg tijd heeft om de ideeën uit te voeren, maar niet genoeg tijd om ideeën te overdenken? Doormiddel van het vijfdaagse stappenproces van Google Sprint voor ontwerpsprints. Het geeft de ideebedenkers genoeg tijd om kritische vragen te beantwoorden met voor elke stap 1 dag uit te trekken. Understanding, sketching, storyboarding, prototyping een testing. Je komt met een idee, probeert het en kijkt of het werkt.

Stap 1: Understanding

Zorg dat je het probleem begrijpt voordat je aan oplossingen denkt. Je moet weten wat het einddoel is.

Stap 2: Sketching

Door oude ideeën naar boven te halen, nieuwe ideeën te delen en onderzoek te doen naar het probleem kan je een oplossing bedenken. Schets vervolgens je eerste ideeën uit met tekst erbij.

Stap 3: Storyboarding

Maak een storyboard: stappenplan dat jouw prototype begeleid. Het doel is het zien van de interactie tussen het eindproduct en de gebruiker.

Stap 4: Prototyping

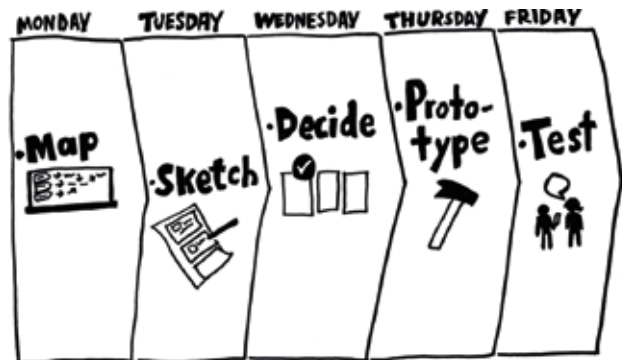
Maak een prototype waarmee je je ideeën kan tonen. Het belangrijkste is de reactie van de gebruiker.

Stap 5: Testing

Test je prototype uit op een persoon. Voer interviews uit. Je krijgt dan antwoord op de waarom vraag. Waarom werken bepaalde dingen wel of niet. Ook kan je op deze manier de aannemens uit je product halen.

Reflectie:

Het lijkt mij een fijne methode. Het gaat super snel en kan weinig tijd vereisen. Je weet precies welke stappen je moet doorlopen en hoe je tot het eindresultaat komt. Ook krijg je feedback van de gebruiker zelf!



Harries Profiel

Harris profiel werkblad.

Stap 1: Maak een lijst van 3 concepten die je wilt vergelijken.
Stap 2: Geef elk concept een naam die de voor- en nadelen van het concept weergeeft.
Stap 3: Beschrijf elk concept op de kaart die je hebt gemaakt.
Stap 4: Maak een lijst van 3 concepten die je wilt vergelijken.
Stap 5: Geef elk concept een naam die de voor- en nadelen van het concept weergeeft.

Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.
Product: Een nieuw product.

Concept 1	Concept 2	Concept 3
+	+	+
+	+	+
+	+	+
+	+	+
+	+	+
+	+	+
+	+	+
+	+	+
+	+	+
+	+	+

In deze fase zijn we aan het kiezen, kijken wat de beste oplossing is

We zijn dus aan het **convergeren**

Doel:

Harries profiel helpt bij het maken van keuzes van concepten. Door verschillende concepten te vergelijken kom je erachter wat de voor en nadelen zijn.

Beschrijving:

Je komt er op deze manier achter wat het beste concept is, ook kan je meerdere concepten samen voegen tot 1 totaalconcept.

Hoe toe te passen stap voor stap:

Je schrijft als eerste de 3 beste concepten op. Vervolgens schrijf je belangrijke eisen op van stakeholders/waar het product aan moet voldoen. Nu ga je alle 3 de concepten vergelijken. Als een eis toegepast wordt maak je het vakje groen, wordt een eis niet toegepast wordt het vakje rood. Het concept met de meeste groene vakjes is het beste concept.

Reflectie:

Keuzes maken is soms best lastig. Door deze methode heb je een ontzettend duidelijk beeld wat de voor en tegens zijn van een concept en zo kan je keuzes maken. Ik vind dit een van de beste methodes die we tot nu toe gehad hebben!

Bronnen:

Harris Profile zd. Geraadpleegd op 7 maart 2019, van http://wikid.io.tudelft.nl/Wikid/index.php/Harris_profile
Exact kiezen, 2016 18 april. Geraadpleegd op 7 maart 2019, van <https://www.nieuwemuze.nl/2016/04/exact-kiezen/>

Functieanalyse

Touchpoint / interactie	Wat moet het systeem kunnen doen? Functie?
Spel kiezen	Lijst met beschikbare spellen
Spel spelen	Spel kunnen uitvoeren
Spel uitleg	Uitleg/handleiding bekijken
Koffie bestellen	Koffie kunnen bestellen
Koffie betalen	Koffie kunnen betalen
Koffie ontvangen	Koffie kunnen ontvangen

In deze fase zijn we aan het kiezen

We zijn dus aan het **conceptualiseren**

Doel:

Vastleggen welke functies je concept allemaal moet hebben.

Beschrijving:

Stel functies op, geen oplossingen.

Hoe toe te passen stap voor stap:

Bekijk eerst wanneer de gebruiker allemaal in contact komt met het concept. Vervolgens bedenk je wat voor functies de gebruiker doet voor iederen interactie. De oplossing komt later!

Reflectie:

Ik vind het lastig om deze methode toe te passen, ik denk al snel in oplossingen. Nu heb ik wel geleerd om onderscheid te maken hierin.

Bronnen:

Geertsma, P. (2017, augustus 3). Geraadpleegd op 7 maart 2019, van <http://www.technischwerken.nl/kennisbank/management-kennisbank/functiebeschrijving-en-functieanalyse/>
Functieanalyse, functiebeschrijving en functiewaardering, zd. Geraadpleegd op 7 maart 2019, van <https://zakelijk.infonu.nl/banen/487-functieanalyse-functiebeschrijving-en-functiewaardering.html>

Morfologische kaart

Touch points- Morfologische kaart

Touchpoints / Functies	Wat moet het systeem kunnen doen? Functie	Oplissing 1	Oplissing 2	Oplissing 3	Oplissing 4
Startscreen	Op het startscreen ga je...				
Start screen	Wat kan het startscreen...				
Start scherm	Wat kan het startscreen...				
Start scherm	Wat kan het startscreen...				
Start scherm	Wat kan het startscreen...				
Start scherm	Wat kan het startscreen...				
Start scherm	Wat kan het startscreen...				
Start scherm	Wat kan het startscreen...				
Start scherm	Wat kan het startscreen...				
Start scherm	Wat kan het startscreen...				

Doel:

De oplossing op verschillende manieren uit te werken. Door het visueel te zien kan je het je beter voorstellen. Je gaat niet direct in oplossingen denken maar eerst in hoe kan je het oplossen. Je denkt nog breed.

Beschrijving:

Je gaat nieuwe ideeën combineren en je kan nieuwe ideeën uit de Morfologische kaart halen.

Hoe toe te passen stap voor stap:

Je schrijft de belangrijkste functies van het product op. Vervolgens bedenk je voor elke functie 4 verschillende soorten oplossingen. Je tekent deze oplossingen in een aparte vak op het blaadje. Als je alle oplossingen getekent heb kan je verschillende oplossingen combineren om tot 1 eindproduct te komen.

Reflectie:

Ik vind dit een goede methode. Alleen wij wisten al ons eindproduct en uiteindelijk kwamen wij daar ook op uit.

Bronnen:

Windesheim, I., zd. Toolbox voor ontwerper. Geraadpleegd op 7 maart 2019, van <http://www.ipowindesheim.nl/toolbox/home/morfologische-kaart/>
Morfologische kaart, zd. Geraadpleegd op 7 maart 2019, van http://project.3me.tudelft.nl/2017/wb31/morfologische_kaart.html

In deze fase zijn we aan het kiezen, kijken wat de beste oplossing is

We zijn dus aan het **convergeren**

101 brainstorming

Doel:

Zoveel mogelijk ideeën bedenken en daarna of de beste ideeën samenvoegen tot 1 eindproduct of 1 goed idee kiezen.



In deze fase zijn we aan het verkennen, brainstormen en mogelijkheden aan het creëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

Beschrijving:

Doordat je onder tijdsdruk staat ga je zo snel mogelijk niet goede ideeën maar juist veel. Hierdoor kom je wellicht tot nieuwe inzichten!

Hoe toe te passen stap voor stap:

Je zorgt eerst dat je goed weet wat het probleem is dat je wil gaan aanpakken. Vervolgens ga je met je team van minimaal 4 en maximaal 10 personen ideeën bedenken. Je bedenkt met z'n alle 101 ideeën in 1 uur tijd.

Reflectie:

Ik vind het brainstormen met zijn alle opzich een goed idee. Maar ik vind niet dat je perse 101 ideeën hoeft te bedenken (dit is nogal veel). Als je er bijvoorbeeld 50 doet dan heb je alsnog veel ideeën waar je iets mee kan.

Bronnen:

(Brainstorm Methoden: 5 technieken die innovatie aanwakkeren, zd). Geraadpleegt op 23 maart, van <https://designthinking-workshop.nl/brainstorm-methoden/>

Brainstorming voor alle zintuigen

Doel:

Je niet alleen focussen op het visuele, maar ook op de andere zintuigen, zo kan je tot hele originele/nieuwe oplossingen komen

Beschrijving:

Door al je zintuigen te bekijken kom je tot unieke ideeën en goed uitgedachte ideeën.

Hoe toe te passen stap voor stap:

Eerst maak je een duidelijke probleemstelling. Vervolgens neem je voor iedere zintuig 20 minuten (zicht, geur, tast, smaak en gehoor). Je bedenkt per persoon 5 ideeën per zintuig. Als laatste combineer je de ideeën van de verschillende zintuigen om tot nieuwe oplossingen te komen.

Reflectie:

Ik vind deze brainstormsessie enorm uniek! Ik denk ook dat je tot nieuwe inzichten komt waar je normaal gesproken niet op zou komen.

Bronnen:

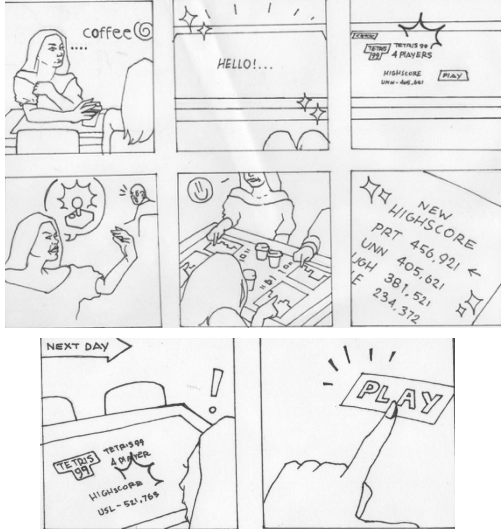
(Brainstorm Methoden: 5 technieken die innovatie aanwakkeren, zd). Geraadpleegt op 23 maart, van <https://designthinking-workshop.nl/brainstorm-methoden/>



In deze fase zijn we aan het verkennen, brainstormen en mogelijkheden aan het creëren.

We zijn dus aan het **divergeren**

UX Storyboard



In deze fase zijn we aan het kiezen, kijken wat de beste oplossing is

We zijn dus aan het **convergeren**

Doel:

De interactie tussen de gebruiker en product uit te beelden in plaatjes met een korte beschrijving erbij.

Beschrijving:

Breng de emoties van de gebruiker goed in kaart! Hierdoor breng je je concept beter over.

Hoe toe te passen stap voor stap:

Bedenk eerst wat de belangrijkste interacties zijn tussen de gebruiker en het product. Vervolgens teken je de belangrijkste interacties in context. Als laatste voeg je een beschrijving toe van wat er gebeurt en wat de gebruiker ervaart om de User Experience duidelijk te laten zien.

Reflectie:

Het maken van een UX Storyboard maakt het concept niet alleen duidelijk voor ons maar ook voor andere om onze oplossing te begrijpen. Het brengt je concept goed over.

Bronnen:

Babich, N (2017, 30 april). Geraadpleegt op 23 maart 2019, van <https://uxplanet.org/storyboarding-in-ux-design-b9d2e18e5fab>
Morovian, L (2018, 12 maart). Geraadpleegt op 23 maart 2019, van <https://uxstudioteam.com/ux-blog/ux-storyboard/>

Reflectie

Over het algemeen waren de methodes zeer helpvol geweest en hebben ons geholpen in het ontwerpproces! Vooral Experience Map vond ik een hele goede methode! Zo breng je duidelijk/overzichtelijk in kaart wat het probleem is en waar de kansen liggen. Ook vindt ik het Harries Profile een goede methode, hierdoor zie je snel wat wel en niet goed werkt als oplossing en kan ook de oplossingen eventueel samenvoegen.

Het bijhouden van een ontwerphandleiding vond ik het leukste om te doen, hierdoor begreep ik de lessen en de stof ook beter omdat je jezelf erin gaat verdiepen. Deze methodes kan ik in de toekomst terug vinden en toepassen, dat is ook een groot voordeel!

Ervaring in kaart brengen

De stappen om de ervaring van de gebruiker te zien en begrijpen hebben wij veel aangehad. Dit kwam omdat hier begint eigenlijk het hele proces van wat doet de gebruiker en waar gaat het fout, wat kan er dus beter (wat zijn de kansen). Hiervoor vond ik Experience Map heel handig en Concurrentieanalyse. Dit heeft ons enorm geholpen om de oplossing te bedenken voor onze Design Challenge.

Brainstormen & ontwerpen

Ik vond crazy 8 een goede methode, doordat je alle vakken moest vullen ga je uiteindelijk over dingen nadenken waar je normaal gesproken niet over na zou denken. Zo kom je tot goede ideeën. Brainwriting vond ik ook een goede methode, deze vond ik in het begin lastig omdat je bezig was met je eigen HKJ en vervolgens kreeg je een andere HKJ en moest je daar oplossingen voor bedenken en dat schakelen vond ik in het begin moeilijk omdat ik dan nog aan het nadenken was over de vorige HKJ. Maar doordat je juist met je team allemaal over elke HKJ brainstormt kom je tot goede ideeën. Ik heb van alle brainstormsessies geleerd dat het nog niet gaat om je idee (je uiteindelijk concept/oplossing) maar om zoveel mogelijk ideeën te bedenken en dit later pas te realiseren/keuzes maken. Dat vond ik in het begin wel lastig!

Concept Communiceren

Om je concept zo goed mogelijk over te brengen aan de gebruiker is de beste manier 3-panel Storyboard en UX Storyboard. Doordat je het hierdoor ook visualisert wordt je idee veel duidelijker en zal de gebruiker zich ook meer aangetrokken voelen tot je concept.

Wat ging goed?

Het was elke week duidelijk wat ervan ons verwacht werd (wat wij moesten maken). Ook was het een logische volgorde van divergeren naar convergeren etc. Als team werkte wij ook goed samen en waren de taken eerlijk verdeelt. In het begin kregen wij vooral werk dat iedereen zelfstandig moest maken, als iemand het dan niet had hebben wij wel gezegt dat diegene dit moest inhalen.

Wat kon beter?

Het huiswerk was best veel, vooral in combinatie met de rest van de vakken. Uiteindelijk als je ermee bezig was viel het wel mee. Achteraf merkte wij dat wij best een moeilijke Design Challenge hadden gekozen, namelijk gezelligheid. De vraag bleef steeds wat is gezelligheid? Dat is per persoon verschillent. Uiteindelijk hebben wij de gemiddelde amfi student genomen en hun doelen/gedrag (onze persona).

Samenwerking

De samenwerking verliep goed! Ik vond dat ik een erg fijn team had en wij waren het vaak met elkaar eens over de keuzes. Wij verdeelde het huiswerk eerlijk en hadden elke week een taakverdeling. Vooral aan het einde want in het begin moest je veel individueel doen. Ook hadden wij een groep aangemaakt en hierin bespreekte wij veel en hielden elkaar op de hoogte of hielpen elkaar als iemand vragen had. Ik ben blij met ons eindproduct.