

Interactive Media Products

You orient in the relevant tech, media and design landscape and create interactive media products that you have tested with users and stakeholders.

Stylescape Testing met de stakeholder



Als groep hebben we allemaal een stylescape gemaakt over fontys health innovation, die we daarna met elkaar kunnen vergelijken en feedback kunnen vragen over welke het beste bij de minor past. Dit hebben we direct bij de stakeholder van het project gedaan. Ons doel hiervan was om meer duidelijkheid te krijgen over wat de stakeholder zelf voelt over de minor zodat wij daarop kunnen inspelen.

Biere, Jeroen J. 16-9 12:04



Hee Sem,

Bedankt voor de eerste aanzet, zo te zien zijn jullie hard aan het werk geweest.

Een aantal aspecten die ik sterk vind:

- De afwisseling tussen foto's en informatie in opzet 1 (oranje blauw) Hierin lijken hapklare stukjes info afgewisseld te worden met aantrekkelijke afbeeldingen. In deze opzet is de combinatie van kleur ook passend. Het wijkt niet veel af van de Fontys huisstijl maar bewust wél een beetje. Door de toevoeging van foto's geeft deze opzet ook een persoonlijk karakter. De schematische lamp met zorgkruis in het midden is een mooie variatie op de lamp die we hebben
- De together for the future opzet is wat aan de drukke kant maar het is erg leuk dat jullie verschillende getekende figuren terug laten komen, het lijkt hierdoor één geheel. Ik kan mij ook voorstellen dat dit makkelijk is om in verschillende soorten media te verwerken en zo één beeld uit te dragen. Mooi dat hier de kleur paars in terugkomt zodat we niet teveel van de Fontys tinten afwijken
- De blauwe opzet rustig en overzichtelijk. Deze lijkt wel wat minder pakkend dan de overige. Het lijkt overmatig te focussen op zorg en minder op motivatie. Dit past goed bij sommige projecten maar niet bij allemaal
- De laatste opzet (robothand en mensenhand) is heel overzichtelijk en niet te druk. Ik mis hier nog wel een beetje de samenhang. Het lijken nu nog verschillende onderdelen die samen zijn gezet. Hierdoor is het in de communicatie moeilijker om een beeld uit te dragen. Wel mooie afbeeldingen. Qua kleuren zou het toevoegen van paars mijn voorkeur hebben.

Hopelijk hebben jullie er iets aan! Succes

Jeroen (onze stakeholder) was hier heel duidelijk bij en gaf een uitgebreide uitleg over wat hij wel of niet passend vindt bij de minor Health Innovation. Door deze feedback hadden we ook keuzes kunnen maken over kleurenpalletten, en iconen die we willen toevoegen aan het onze designs.

Interview met studenten of afgestudeerde.

Om verder informatie te krijgen over wat de student voelt bij de minor Health Innovation, en hoe de studenten op hun minor zijn gekomen hebben we interview vragen gesteld die ons verder zouden helpen met deze opdracht. Het doel was vooral om erachter te komen wat hoe studenten een minor kiezen, en wat ze van de huidige stijl van de minor Health Innovation vinden.

How did you look for your minor study and what were some of the factors you looked for in the study.

"I looked on Keesopminor.nl to look at all the minors available to me within the Netherlands. My top priority was finding a minor that allowed me to showcase my creativity and was advertised as a creative minor."

"I looked on Keesopminor.nl initially to make a list of different minors that were offered. After I had this list, I looked them up on social media platforms like Instagram and YouTube in order to see what I could expect from these minors. I think social media gives me a firsthand look into a typical 'day in life' of a student in this minor through fun videos and showcasing projects, and ultimately was a major factor in making my decision."

We hadden vervolgens 2 personen uit onze doelgroep geïnterviewd; 1 daarvan was een student uit de ict-sector, en de andere was uit de zorg sector. Hierdoor raakten we beide vlakken waar de minor over gaat.

Based on this webpage, do you understand what this minor entails?

"Yes, I think the webpage explains what the minor entails pretty well as the text goes in depth. There is just a lot of text to read."

"I can get a clear idea as to what I would do in this minor, however I am missing some visuals on the webpage as this is an important factor for me and I think it would help me visualize it more clearly."

What would you say are the strengths about the current branding of this minor (color, font, logo, name, etc.)

"I do not think there is anything exciting about it. I find the logo quite generic, and the colors are just the Fontys one. It could be nicer to make it more unique."

"I think the logo is cool as it combines healthcare and innovation clearly using cross and circuit lines. The colors do not remind me of healthcare or innovation though."

Met deze informatie konden we ook verder met de content strategie omdat we nu meer duidelijkheid hadden over hoe studenten bij een minor terechtkomen.

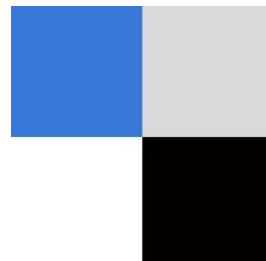
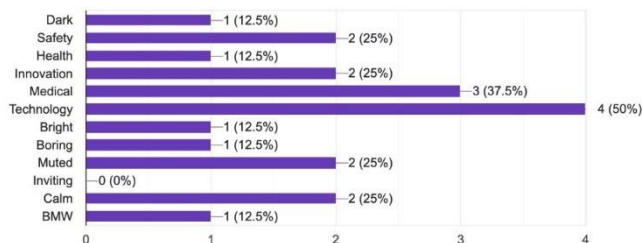
Hier kregen we later nog feedback over dat het goed is dat we personen uit verschillende sectoren hebben geïnterviewd, maar dat 2 niet echt genoeg is voor een duidelijk resultaat. Hierdoor wordt het onderzoek minder betrouwbaar dus dat is een verbeterpunt voor de volgende keer.

Kleurenpaletten enquête

We hadden uit de feedback van Jeroen over de stylescapes een aantal kleurenpaletten gekozen die we verder gingen onderzoeken. Hierbij maakten we gebruik van een google forms, deze kun je als een enquête doorsturen of laten invullen door andere studenten waardoor je meer antwoorden krijgt. Hierdoor wordt het onderzoek dan weer meer betrouwbaar.

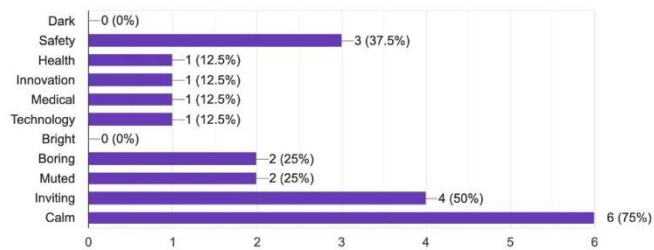
Which adjectives do you feel best describe the following colour palette?

8 responses



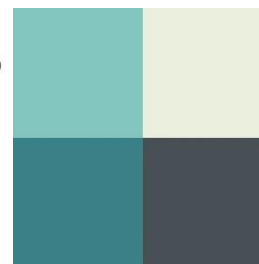
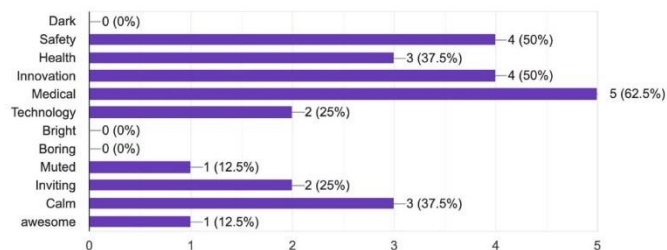
Which adjectives do you feel best describe the following colour palette?

8 responses



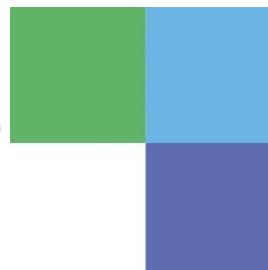
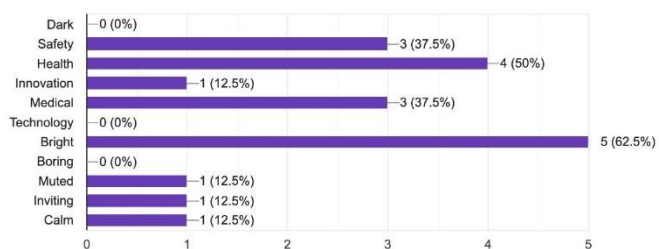
Which adjectives do you feel best describe the following colour palette?

8 responses



Which adjectives do you feel best describe the following colour palette?

8 responses



Uit deze gegevens hebben we 2 nieuwe kleurenpaletten gemaakt die we eigenlijk voor de rest van het project hebben gebruikt. Deze waren eigenlijk allebei heel goed en bruikbaar volgens Jeroen, dus hadden we gewoon met beide deze kleurenpaletten verdere Visuals gemaakt.

Op deze keuze hadden we ook feedback gekregen die achteraf gezien heel belangrijk was. We kregen als feedback te horen dat we als branding eigenlijk geen 2 opties voor kleurenpaletten kunnen houden en dat we dan zelf een definitieve keuze moeten maken. We hadden voor de rest van het project die 2 kleurenpaletten in gedachte gehouden maar dit hadden we eigenlijk maar met 1 moeten doen.

Media Campaign Nasmak Interview

Mila, Yurick en Ik zijn naar de repetitive gegaan van Nasmak om een beter inzicht te krijgen van hoe de band is als ze samen zijn, en dan kunnen we ze gelijk wat vragen stellen om meer informatie te krijgen over de band.

Questions: 1. How would you describe the sound and style of the band Nasmak?

“Nasmak would be described as “No wave” instead of the more known “New wave”. It rejects the normal aspects of both punk rock and new wave, opting instead for chaotic, and experimental sounds.

2. With Richard being a new member of the band, what does he bring to the table that makes him fitted for Nasmak?

“Richard brings a darker side to the band, he also brings the visuals to the main performance” (things he named that could be used for visuals would be loading bars, startup logo)

3. What is the hardest part about having a band that breaks the norm for music?

“Improvising is hard by itself but improvising something and getting the others to follow along with the improv on the spot is even harder. To be honest we just start doing something, we have nothing planned. We try things while we play, once they have a beat going the lead singer starts implementing lyrics, those have already been written beforehand.”