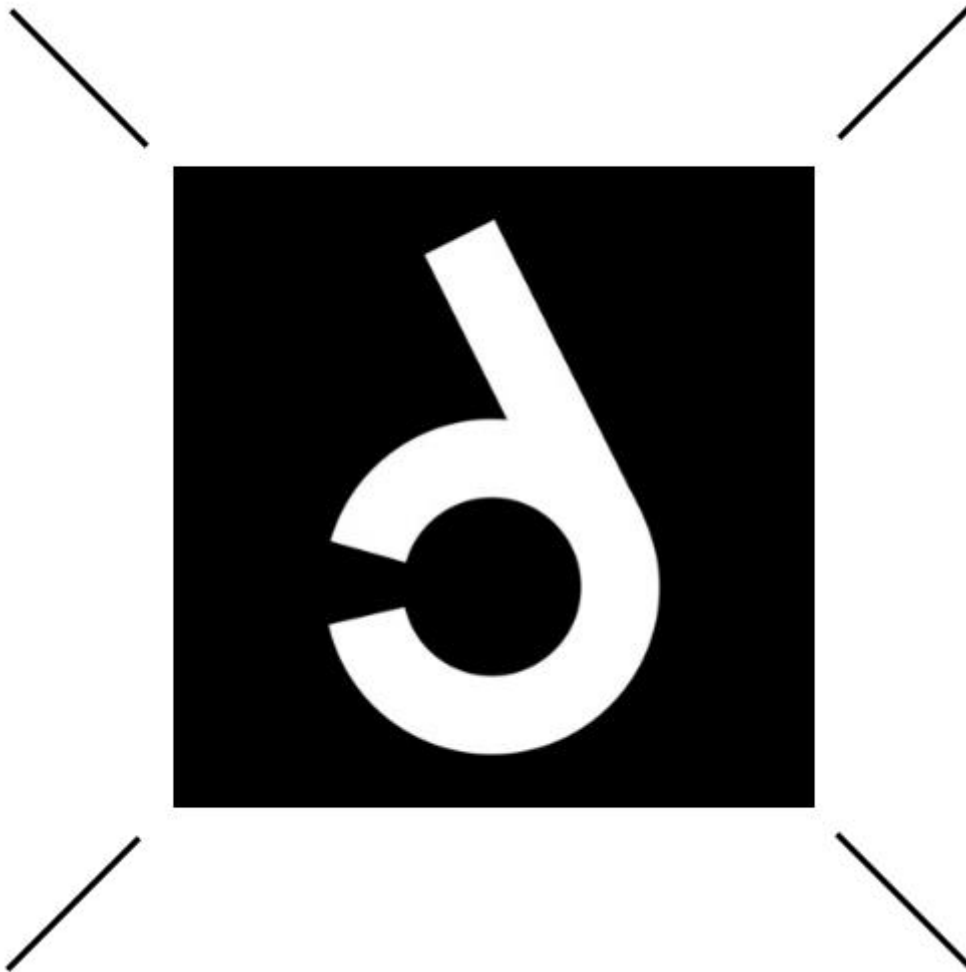


Doelgroeponderzoek



Thijs Deenen, Ian Levy Schlupp | Handpicked | 5 April, 2020



Design Challenge

“Ontwerp een installatie om de bezoekers op een creatieve wijze Handpicked Labs te laten zien en naast de bezoekers ook de Handpicked Labs werknemers tijdens werkuren de werkomgeving te laten ervaren met enthousiasme en inspiratie”

Onderzoeksvraag:

Wie zijn de bezoekers van Handpicked Labs en wat zijn de hoofdreden van deze bezoekenmomenten?

Gebruikte onderzoeksmethode

Het DOT-framework:

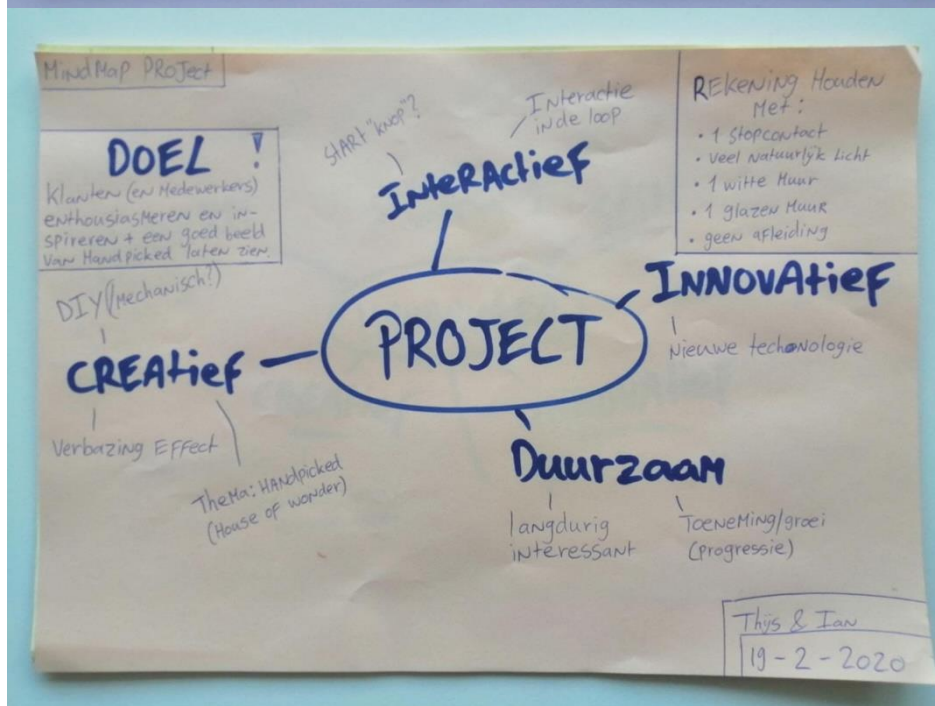
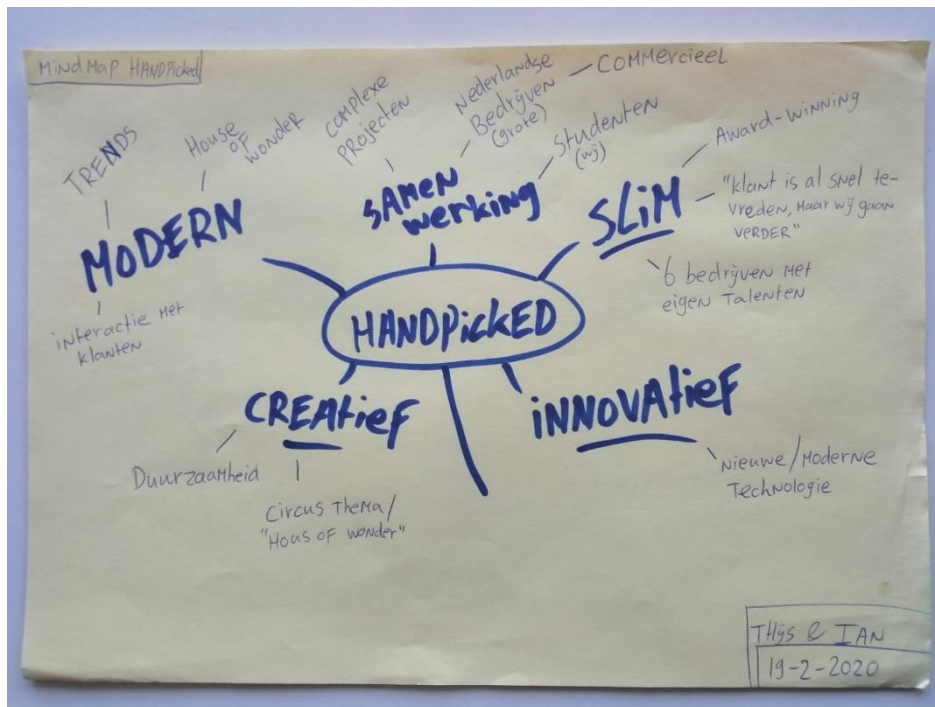
- Veld onderzoek
- Bieb onderzoek

Hoe zijn wij te werk gegaan?

Het leek ons zeer nuttig om eerst veldonderzoek te verrichten, zodat we ons later verder kunnen verdiepen door bieb onderzoek te doen. Zo hebben wij verschillende vragen aan Sjoerd van Handpicked Labs gesteld over de doelgroep van de installatie. Hieruit zijn verschillende nuttige antwoorden gekomen. Later hebben wij nog een bieb onderzoek gedaan naar de hoofdbedrijven die hij opnoemde, zodat we eventueel verdere correlaties konden vinden.

Inzichten voor het product

We weten wat Handpicked Labs graag wilt zien, gebaseerd op ons bezoek en interview met Sjoerd. We hebben 2 mindmaps gemaakt die ons zullen helpen om deze belangrijke punten ten alle tijden in ons achterhoofd te houden.




Verdere resultaten uit dit onderzoek:

- De installatie mag Nederlandse tekst gebruiken. Engels is niet een eis.
- De installatie moet vooral gericht zijn op de bedrijven die op bezoek komen.
- De installatie moet een goed beeld overbrengen van HandPicked Labs aan die bedrijven.
- Er hoeft geen directe focus te liggen op onderdelen van cliënten. Ze verschillen te veel en zitten niet vast aan eenzelfde soort/type bedrijf.

Visuele inzichten

Thijs heeft een persona van een medewerker gemaakt, en Ian heeft een persona van een cliënt gemaakt. De informatie die in deze personas zijn beschreven hebben we gebaseerd op de gemiddelde bezoeker en de gemiddelde werknemer van Handpicked Labs.

Ron Wassenaar



Onderzoekend **Creatief** **Intelligent**

Doelen

- Mijn visie kunnen delen met anderen.
- Mijn toekomst met plezier beleven.

Frustraties

- Wanneer mensen constant te serieus werken en geen plezier erin tonen.
- Een saaie leef- en werkomgeving hebben

Bio

Ron heeft altijd al een passie gehad voor het brengen van ideeën en dit uitwerken tot functionerende dingen. Hij studeerde ICT & Media Design om zowel het functioneel maken als bedenken naar voren te laten komen. Nu werkt hij bij HandPicked Labs aan projecten als een slimme moestuin robot en een Brand Avatar.

Motivatie

Motief	80%
Angst	20%
Groei	75%
Kracht	60%
Sociaal	70%


Personality

Introvert	20%	Extrovert
Denkend	80%	Voelend
Aanvoelend	20%	Intuitie
Beoordelend	80%	Bespeurend

Leeftijd: 32
Werk: Developer
Studie: ICT - Media Design
Locatie: Breda
Karakter: Rustig

"Passie voor je werk hebben is belangrijker dan Bier."

Client van Handpicked



Motiverend **Openminded** **Geldzaken**

Doelen

- Wilt graag geld verdienen.
- Wilt zijn bedrijf laten groeien door samenwerking.
- Geïnteresseerd in nieuwe mogelijkheden en technologieën.

Frustraties

- Wilt graag up to date zijn met nieuwe technologieën
- Kan niet overal tegelijkertijd zijn.
- Is altijd druk in zijn werk.

Bio

Harold is een hardwerkende jonge businessman die graag wilt samenwerken met innovatieve bedrijven zoals Handpicked. Hij houdt zich voornamelijk bezig met geldzaken en management van zijn bedrijf

Motivatie

stimulans	80%
angst	20%
groei	60%
macht	75%
sociaal	85%

Voorkeurskanalen

Traditionele advertenties	70%
Online & Social Media	90%
moderne media	80%
Public Relations	85%

Leeftijd: 37
Werk: Accountant
Locatie: Tilburg, Noord-Brabant
Karakter: Businessman

Personality

Introvert	20%	Extrovert
Denkend	80%	Voelend
Aanvoelen	20%	Gevoel
Beoordelen	80%	Observeren

"Werk hard."

How might we questions

- **Inzicht:** Handpicked labs willen zichzelf op een unieke manier laten zien.
Hoe Kunnen we Handpicked Labs de mogelijkheid geven om zich uniek te presenteren?
- **Inzicht:** Handpicked Labs huidige werkruimte vertaalt zich niet naar hun imago.
Hoe Kunnen we een installatie ontwerpen dat een positief en juist beeld geeft over Handpicked Labs?
- **Inzicht:** De werkruimte van Handpicked labs is momenteel een beetje saai
Hoe Kunnen we de werkplek van Handpicked Labs opfleuren, zodat het interessanter is?

Resultaten

De doelgroep bestaat uit 2 aparte groepen. De belangrijkste is de groep (nieuwe) cliënten van Handpicked Labs, die graag een goed beeld krijgt van Handpicked Labs.

Opvallende onderdelen van de cliënten:

- De cliënten van HandPicked Labs zijn voornamelijk- tot alleen Nederlands.
- Bezoeken HandPicked Labs als klant en krijgen een rondleiding.
- De bedrijven verschillen in doelen en functies.