



# ZOKU INSPIRE

A place you can call a second home,  
even on your first visit

PROJECT PERSUASION

Misja Hermans  
Elton Goncalves Gomes  
Lotte Feenstra

1 van 39

## INTRO

Zoku gelooft dat onvoorstelbare dingen kunnen gebeuren als mensen samen komen. Zij willen mensen van ver en dichtbij samenbrengen onder één dak. Internationale bewoners en internationaal georiënteerde locals. Zoku is niet zomaar een hotel. Het is een plek waar mensen kennis en ideeën uit kunnen wisselen en in contact kunnen komen met inspirerende mensen en bedrijven. Het doel is om het netwerk, sociale kringen en de horizon te verbreden van de Zoku community.

Ons doel is om de bewoners van Zoku zich thuis te laten voelen binnen een speelse, maar tegelijkertijd zakelijke context. Daarbij is het de bedoeling dat de bewoners elkaar actief bijstaan.

Het is belangrijk dat de bewoners dichter bij elkaar komen en kennis maken met de Nederlandse cultuur. Daarom is het in ons project ook belangrijk dat we de omwonende locals erbij betrekken. Het ontwerp moet laagdrempelig zijn en aansluiten bij de visie en het imago van Zoku.

## INHOUD

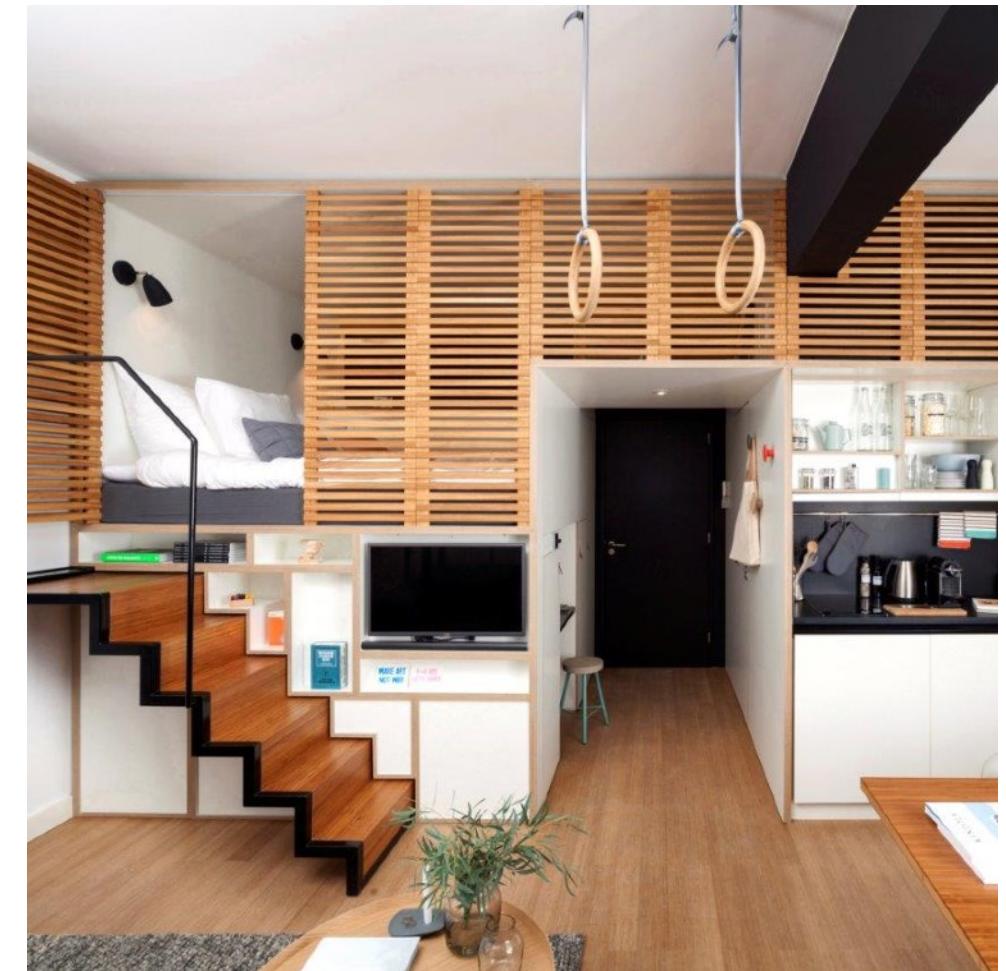
	Intro
	Inhoud
4	Concept
	Zoku
	Probleemstelling
	Oplossing
	Stakeholders
	De gebruiker
8	Onderzoek
	De situatie
	Design + UX research
	Testresultaten
	Feedback + verwerking
15	Prototype
	Visuals
	Definitief ontwerp
	Testresultaten
30	Conclusie
31	Bijlage
	Designbrief
	Schetsen
	Look and feel
34	Bronnen

## CONCEPT - ZOKU

Zoku is een nieuw concept in de hotelwereld. Het is een mix tussen thuis en kantoor, een gezellig stadscentrum maar wel met de services van een hotel. Het hotel richt zich in het speciaal op expats. Mensen die van over de hele wereld komen om in Nederland te werken. Samen met deze mensen wil Zoku een familie vormen. Een community waarin gelijkgestemden samen komen.

Zoku is dus bedacht voor expats. Dit zijn internationaal georiënteerde ondernemers, zelfstandigen, consultants enzovoorts. Ze delen één voor één een ondernemende passie, ze willen meer van de wereld zien en denken niet in hokjes.

Het doel van dit project is om de bewoners van Zoku zich thuis te laten voelen binnen een speelse, maar tegelijkertijd zakelijke context. Daarbij is het de bedoeling dat de bewoners elkaar actief bijstaan.



## CONCEPT - PROBLEEMSTELLING

*"Hoe kun je (aanstaande) bewoners van Zoku Amsterdam zich thuis laten voelen binnen een speelse, maar tegelijkertijd zakelijke context. Daarbij is het de bedoeling dat de bewoners elkaar actief bijstaan."*

De bewoners van Zoku zijn expats die voor een periode van maximaal drie maanden bij Zoku verblijven. Na deze drie maanden kiezen zij ervoor om een zelf een huis te zoeken of hun verblijf bij het hotel te verlengen.

De bewoners komen voor een zakelijke reden naar Zoku. Eenmaal hier komen ze in contact met soortgelijk mensen. Communicatie verschilt enorm, van bewoners die hun kamer niet uit komen tot aan mensen die niet naar hun kamer willen. Een speelse en zakelijke verhouding moet bedacht worden om een balans te krijgen in deze communicatie.

Het doel is om de bewoners op een fijne manier te laten landen in Amsterdam. Ze willen meer van de stad zien en contacten met locals. Dit alles helpt erbij om de bewoners tot echte Amsterdammers te maken. Wij willen de problemen met integreren oplossen. Denk bijvoorbeeld aan het vinden van een huis of wegwijs worden in de stad. De bedoeling is dat mensen uit hun isolement worden gehaald en deelnemen aan sociale activiteiten.

De bewoners kunnen in de gemeenschappelijke ruimte tijd met elkaar doorbrengen. Er worden evenementen georganiseerd door het Zoku hotel om meer verbondenheid te creëren met elkaar en met Amsterdam en haar inwoners.

De bewoners moeten elkaar actief bijstaan. Hiermee wordt bedoeld dat er een oplossing moet worden bedacht die de bewoners helpt uit hun sociale bubbel te komen. Dit zal tevens helpen bij het integreren binnen Amsterdam.

## **CONCEPT - OPLOSSING**

Zoku Inspire geeft bewoners van Zoku de mogelijkheid om elkaar te leren kennen samen met de bewoners van de stad. Daarnaast geeft het de gebruikers de mogelijkheid om van elkaar te leren. Door middel van een digitale applicatie kunnen de bewoners van het hotel workshops voor elkaar organiseren en bezoeken. Naast de bewoners van het Zoku hotel kunnen lokale Amsterdammers ook meedoen aan het concept.

Naast de mobiele applicatie is er ook een interactief beeldscherm in de publieke ruimte van het hotel aanwezig. Dit beeldscherm fungeert als digitaal prikbord waarop de workshops worden weergegeven. In de publieke ruimte moet dit scherm worden gezien als een centrale plaats om met de applicatie bezig te zijn. Het biedt ruimte voor discussie in de gemeenschap en is daarnaast een goede reminder omdat hij prominent aanwezig is in de ruimte.

De motivatie om te leren over de nieuwe leefomgeving samen met de wil om nieuwe vakkennis op te doen moet ervoor zorgen dat Zoku Inspire een zelfvoorzienend platform wordt. Op basis van wederkerigheid worden workshops aangeboden en gegeven. Het platform haalt zijn succes uit de zelfvoorzienendheid vanuit de grote community. Daarom is het concept altijd in beweging en elke dag weer vernieuwend.

Wederkerigheid is dus een belangrijk onderdeel in ons concept. Gebruikers moeten naast het zelf afnemen van workshops ook actief bezig zijn met het zelf organiseren ervan. Belangrijk is dus dat we de ability en motivatie om zelf workshops te organiseren hoog maken. Daarnaast moeten we een aantal goed aanwezige triggers gebruiken om de gebruiker. Hierbij ligt dus de nadruk op gedragsverandering. Als wij wederkerigheid kunnen stimuleren hebben we een succesvolle applicatie

## CONCEPT - STAKEHOLDERS

### · Bewoners

Voor de bewoners van het Zoku hotel zal het Zoku Inspire concept een grote meerwaarde hebben. Deze meerwaarde wordt gecreëerd door het feit dat de bewoners naast communicatie op eigen initiatief, nu ook workshops kunnen gebruiken om bewoners en lokale Amsterdammers te leren kennen. De app kan in veel gevallen het ijs breken tussen bewoners en ervoor zorgen dat de bewoners al in een vroeg stadium van hun verblijf bij Zoku elkaar leren kennen en elkaar dus ook om informatie en gunsten kunnen vragen.

Daarnaast biedt de app een meerwaarde in het verkrijgen van nieuwe vakken kennis doordat het hotel een centrum van nieuwe kennis wordt.

### · Zoku hotel

Voor het Zoku hotel heeft het Inspire concept als meerwaarde dat het het servicepakket uitbreidt. Inspire geeft het hotel meerwaarde doordat het een extra service aanbiedt ten opzichte van andere hotels. Bij het kiezen van een tijdelijk woonplek door een local kan de aanwezigheid van Inspire doorslaggevend werken bij het kiezen voor Zoku. De tevredenheid van de gasten zal daarnaast stijgen.

### · Werknemers

Werknemers zullen baat hebben bij het Zoku Inspire concept doordat het wederkerigheidsprincipe hun ontlast. Door het vergroten van een hechte community zullen bewoners elkaar eerder inschakelen om informatie op te doen of een probleem op te lossen. Hierdoor hebben de werknemers van het Zoku meer mogelijkheden om andere taken te volbrengen en hun service te vergroten.

### · Lokale Amsterdammers

Voor lokale Amsterdammers betekent het Inspire concept dat er een ontmoetingsplaats in hun stad ontstaat waar waardevolle vakinhoudelijke kennis wordt gedeeld binnen de technische- en creatieve industrie. Het platform biedt hen de mogelijkheid om voorheen moeilijk te verkrijgen kennis op te doen van experts van over de hele wereld. Daarnaast kunnen zij hun kennis delen met Expats en nieuwe internationale contacten opdoen.

### · Investeerders

Investeerders hebben belang bij het succes van het Zoku hotel. Door het Zoku Inspire concept zal het hotel een meerwaarde krijgen en daardoor succesvoller worden. Ook is het concept makkelijk schaalbaar als het Zoku hotel gaan uitbreiden. Er kan dus veel voordeel uit het concept worden gehaald.

## ONDERZOEK - DE SITUATIE

### · Huidige situatie

De bewoners kunnen in de gemeenschappelijke ruimte tijd met elkaar doorbrengen. Er worden evenementen georganiseerd door het Zoku hotel om meer verbondenheid te creëren met elkaar en met Amsterdam en haar inwoners. Toch merken de werknemers van Zoku dat het community gevoel nog sterker kan. er zijn nog te veel gasten die zich vaak s avonds afzonderen op hun kamer om daar hun ding te doen.

Er worden regelmatig groepsdiners gehouden om het community gevoel te versterken en de bewoners van het Zoku hotel met elkaar te verbinden. De werknemers van het hotel merken op dat veel van de bewoners hierdoor helemaal uit hun schulp kruipen. Ze komen zelf met nieuwe vragen en oplossingen en zijn bereid moeite in elkaar te steken.

In het Zoku hotel worden betaalde workshops gegeven door externe partijen. Bewoners en Amsterdammers kunnen zich voor deze workshops opgeven en kunnen hieraan meedoen.

### · Gewenste situatie

Bewoners landen op een leuke manier in Amsterdam. Ze zien meer van de stad en ontmoeten elkaar. Ze vinden aansluiting met de lokale bewoners en voelen zich een echte Amsterdammer. Samen lossen ze de problemen rond integreren op, zoals het vinden van een huis of je weg vinden in de stad. Bewoners komen uit hun isolement en nemen deel aan sociale activiteiten.

De gemeenschappelijke ruimte vormt als een plek waar bewoners pro-actief informatie uitwisselen over hun ervaringen in hun nieuwe woonplaats. Ze helpen elkaar en kennen elkaar. bewoners zijn niet bang om op elkaar af te stappen en maken ook met vreemden een praatje.

De Inspire app fungeert als sociaal netwerk waar zowel bewoners als Amsterdammers op een actieve manier kennis overdragen in vorm van workshops. Ze maken er dagelijks gebruik van en besteden liever hun avond aan een workshop dan alleen op hun kamer. Omdat ze het belang en de lol inzien van wederkerigheid besteden ze nu en dan graag hun vrije tijd aan het organiseren van een workshop.

## ONDERZOEK - DESIGN + UX RESEARCH

Volgens Adam Russell Davis (Davis, 2016) zijn er drie verschillende soorten gebruikers.

1. Passief - de gebruiker die een ruimte inloopt en weinig aandacht besteed aan de digitale ervaring om hem heen. Dit soort gebruikers willen meestal ergens snel in en uit.
2. Vatbaar - de gebruiker die de schermen herkent en nieuwsgierig blijft. Ze connecten op een dieper niveau met het digitale product, maar interacteren er nog weinig mee. Wel brengen ze meer tijd door in de ruimte van het digitale product.
3. Engaged - de gebruiker die zich fysiek inzet voor de interactie met het digitale product en hieruit een bepaalde waarde ontvangt.

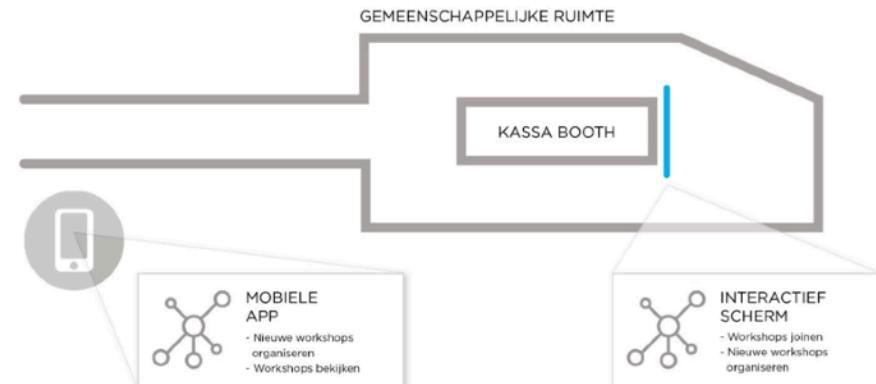
Omdat we gemerkt hebben dat de bewoners van het Zoku hotel nog een beetje timide waren over het gebruik van het interactieve scherm en zich in een vrij onbekende omgeving begeven, ze komen namelijk in een hele andere (Nederlandse) cultuur, hebben wij hen onderverdeeld in groep 3: vatbaar.

Ze zijn nieuwsgierig, welwillend en kunnen met digitale producten overweg. Ze brengen veel tijd door in de openbare ruimte van Zoku en zijn zich bewust van het digitale scherm.

- Plaatsing van het interactieve scherm

Ons doel is om de bewoners van Zoku zich thuis te laten voelen binnen een speelse, maar tegelijkertijd zakelijke context. Daarbij is het de bedoeling dat de bewoners elkaar actief bijstaan. Omdat de bewoners zich thuis zullen moeten voelen binnen een vreemde cultuur zullen zij grenzen moeten verleggen. Maar omdat we de drempel niet te hoog willen leggen, met de kans op een negatieve uitwerking, willen wij hen ook tegemoet komen. Hierom hebben wij goed onderzoek gedaan naar de plaatsing van het scherm.

Het scherm wordt geplaatst op een centrale plek. Dit zal in het midden van de living room zijn net achter de bar. Deze plek is gekozen omdat het interactieve scherm vanuit veel punten te zien zal zijn en dus zal opvallen.



De bewoners moeten zich aanmelden op het grote scherm. Dit kan door middel van touch. Mochten zij zich bekeken voelen bij dit scherm dan willen wij hen tegemoet komen. De bewoners kunnen zich ook aanmelden via hun telefoon, mits zij binnen een bepaalde afstand tot het scherm zijn.

Via persuasion willen wij hen wel sturen naar het digitale bord. Dit wordt gedaan door het principe 'persuasive schrijven'.

Persuasive schrijven is een vorm van schrijven waarin de schrijver woorden gebruikt om de lezer te overtuigen dat zijn/haar mening de juiste is. Het principe betreft soms het overtuigen van de lezer om een actie uit te voeren of het kan bestaan uit het op één lijn zetten van de argumenten van de lezer en de schrijver.

- Onderbouwing visuele uitwerking

Uit onderzoek is gebleken dat gebruikers op grote schermen zo weinig mogelijk willen lezen. Ze willen klikken, tappen, slepen en swipen. Veranderingen op het scherm moeten duidelijk te zien zijn. Kleine interacties vallen namelijk weg door de grootte van het scherm (Davis, 2016).

Om deze redenen is het grote scherm rustig en overzichtelijk gehouden. Enkel de noodzakelijke dingen zijn te zien op het overzicht. Denk aan de naam van de workshop, een foto, hoeveel deelnemers er zijn en een aanmeldknop. Het interactieve scherm is te zien op pagina 17.

## ONDERZOEK - GEDRAGSBEINVLOEDING

### · Sociale bewijskracht

Het feit dat andere bewoners van het hotel meedoen aan het bezoeken en organiseren van workshops is een krachtig wapen bij het overtuigen van bewoners om mee te doen. Sociale druk helpt bewoners om mee te doen aan de applicatie. Ze kunnen onzeker zijn, dus als gelijkgestemden al eerder eenzelfde ervaring hebben doorgemaakt wordt de drempel lager om zelf om mee te doen (van Kranenburg, 2013).

In onze applicatie laten we naast alle workshops van andere gebruikers ook zien hoeveel workshops er al georganiseerd zijn door een specifieke gebruiker en hoeveel andere gebruikers de workshop gaan bezoeken. Ook vermelden we workshops van andere gebruikers als motivatie om zelf een workshop te organiseren.

### · Wederkerigheid

Doe iets voor een ander en de ontvanger zal zich eerder verplicht voelen om ook iets terug te doen (van Kranenburg, 2013). Als de gebruiker workshops bezoekt zal hij waardering voelen voor de inzet om een workshop te organiseren. Deze gebruiker zal zich op den duur ‘verplicht’ voelen om ook iets terug te doen, in de vorm van een workshop. Dit principe is zeer belangrijk voor onze app. We willen een zelfdragende community opbouwen.

In onze applicatie zullen we de wederkerigheid tastbaar maken door prominent bij de gebruikers te vermelden hoeveel workshops zij al hebben bijgewoond of georganiseerd. Hierdoor is de jouw inzet en mate van wederkerigheid openbaar zichtbaar en wordt het gevoel tot ‘verplichting’ sterker.

### · Sympathie

Sympathie komt voort uit gelijkenissen, complimenten en gezamenlijke inspanningen of ervaringen die je met elkaar hebt (van Kranenburg, 2013). Het gaat om de gunfactor. Doordat Zoku zich als een sympathiek merk opstelt zullen bewoners die een verbinding voelen met het hotel zich eerder willen inzetten om een actieve bijdrage te leveren tegenover het concept.

In onze applicatie willen we zorgen voor een zeer vriendschappelijke tone of voice. We willen dat de app de bewoners een gevoel geeft van betrokkenheid door de bewoners zeer persoonlijk aan te spreken. Dit doen we door persoonlijke suggesties te geven voor het organiseren en bezoeken van workshops.

## **ONDERZOEK - TESTPLAN**

Het doel van dit testplan is om een ieder die betrokken is te informeren over de aanpak, de activiteiten en de op te leveren producten met betrekking tot de applicatie voor Zoku Inspire. Dit testplan geeft voor de applicatie een concrete en gedetailleerde uitwerking.

- De opdracht**

- Wat wordt er opgeleverd?
- Wat willen we na de test te weten zijn gekomen?

- De applicatie**

- Korte beschrijving van de applicatie
- Korte beschrijving van de aanpassingen

- Basis voor het testplan**

- Plan van aanpak
- Welke testen worden er uitgevoerd?
- Waarom voeren we deze testen uit?
- Benodigdheden

- Conclusies**

- Testresultaten
- Wat wordt er aangepast?
- Waarom wordt dit aangepast?

## ONDERZOEK - EYETRACKING

Het doel van deze gebruikerstest is om inzicht te krijgen in het verloop van de belangrijkste scenario's in de applicatie. Door middel van een aantal vragen willen we analyseren of de gebruiker in staat is verschillende doelen te bereiken.

Door middel van eyetracking meten we tijdens de test hoe de gebruiker het product ervaart. De resultaten zullen ons een richtlijn geven en ons helpen het product te verbeteren. In ons verslag zijn de belangrijkste bevindingen opgenomen.

### 1. Is de gebruiker in staat om met een workshop mee te doen?

In deze test geven we de gebruiker de opdracht om zich zonder hulp vanuit de default page op de mobiele app aan te melden voor een workshop. De vraag hierbij is of de testpersoon zich aan wil melden voor de workshop coding.

- *Was het gemakkelijk om je aan te melden voor een workshop?*  
Ja. Erg makkelijk. Ik weet alleen niet hoe je de datum moet invullen.

- *Was er genoeg feedback aanwezig?*  
Er moet meer feedback bij het aanmelden van een workshop.

- *Kan je gemakkelijk navigeren?*  
Ja. Dat is erg overzichtelijk. Ik kan alleen mijn profiel niet vinden in het menu.

- *Wat kan er beter?*  
Meer feedback bij het aanmelden van een workshop.

- *Snap je de overstap naar het interactieve scherm?*  
Ja. Maar het scherm is wel lastig voor te stellen omdat ik die nergens kan zien.

- *Ben je bereid om de overstap te maken?*  
Dat ligt er een beetje aan. Als ik in de buurt van het scherm ben wel, maar als ik op mijn kamer zit weet ik het niet.

- *Zijn de knoppen duidelijk?*  
Ja. Die vallen erg op.

### 2. Is de gebruiker in staat om een workshop te organiseren?

In deze test geven we de gebruiker de opdracht om zonder hulp een workshop te organiseren. De vraag hierbij is of ze zelf een workshop zouden willen organiseren.

- *Was het gemakkelijk om een workshop te organiseren?*  
Ik weet niet echt wat 'description' betekent. Misschien dat jullie daar nog iets duidelijker in moeten zijn. En misschien is het handig als jullie een optie hebben met 'benodigdheden'. Dus alles wat je nodig hebt om een workshop te geven.

- *Was het duidelijk dat er een handleiding aanwezig was?*  
Ja. Voor mensen die nooit een workshop hebben gegeven kan dit wel handig zijn. Dan kun je een stappenplan volgen en ben je misschien wat zekerder over je workshop.

### 3. Ben je bepaalde elementen tegen gekomen die je over de streep hebben getrokken om een actie uit te voeren?

De guide is handig. In kleine stapjes word je aangespoord om mee te doen.

## ONDERZOEK - EYETRACKING

Naast een interview over het navigeren in de applicatie is er met eyetracking onderzocht of bepaalde elementen in onze app wel genoeg opvielen. Door middel van eye-tracking is het mogelijk om het feitelijke kijkgedrag van de testpersoon te vertalen naar een schematisch weergave, ook wel heatmap genoemd.

We hebben een aantal vragen aan de testpersoon gesteld, te lezen op pagina 23, en zoekopdrachten voorgelegd. Hierdoor is er in kaart gebracht waar de testpersoon zich op focust en hoelang hij/zij ertover doet om iets te vinden.

Onderstaand een aantal vragen waar, vanuit ons onderzoek, antwoord op gegeven moet worden. Dit zijn dus geen vragen die we aan de testpersoon hebben gesteld.

- Vallen de titels op?
- Vallen de buttons op?
- Vallen de vetgedrukte woorden op in de tekst?
- Welke pagina's trekken de aandacht?

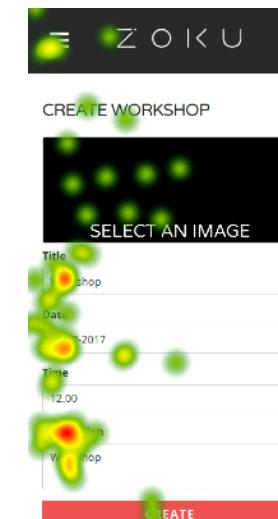
Uit de heatmaps kunnen we de volgende conclusies trekken

- De belangrijkste pagina, Zoku Inspire, trekt de aandacht (map 1)
- De titels zijn opvallend (map 1/3/4)
- De buttons trekken de aandacht (map 3/4)
- Vetgedrukte woorden vallen op (map 2/3)

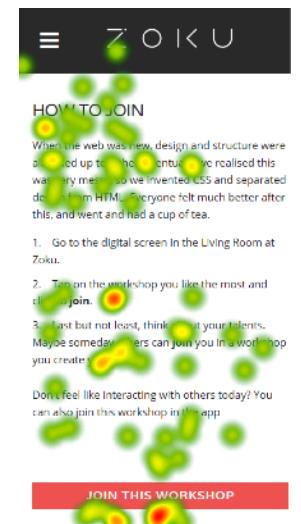
MAP 1: HOME



MAP 2: WORKSHOP



MAP 3: JOIN



MAP 4: WORKSHOPS



When the web was new, design and structure were all mixed up together. Eventually we realised this was very messy, so we invented CSS and separated design from HTML. Everyone felt much better after this, and went and had a cup of tea.

But while everyone was drinking tea (and not really paying attention), the line between design and structure began to get messy again. Things like the before/after pseudo-selectors made it possible for CSS to directly change content, and features like FlexBox push the content away from the breaking point. Conversely, CSS is being used as a development tool for visualising semantic information like role and state, when added to an interface using AR.

In this talk Leonie will look at the changing relationship between design and structure, and what it means for accessibility mechanics in the browser. She'll share CSS code examples and design patterns for solving common accessibility problems, so everyone can go and have another nice cup of tea.

JOIN THIS WORKSHOP

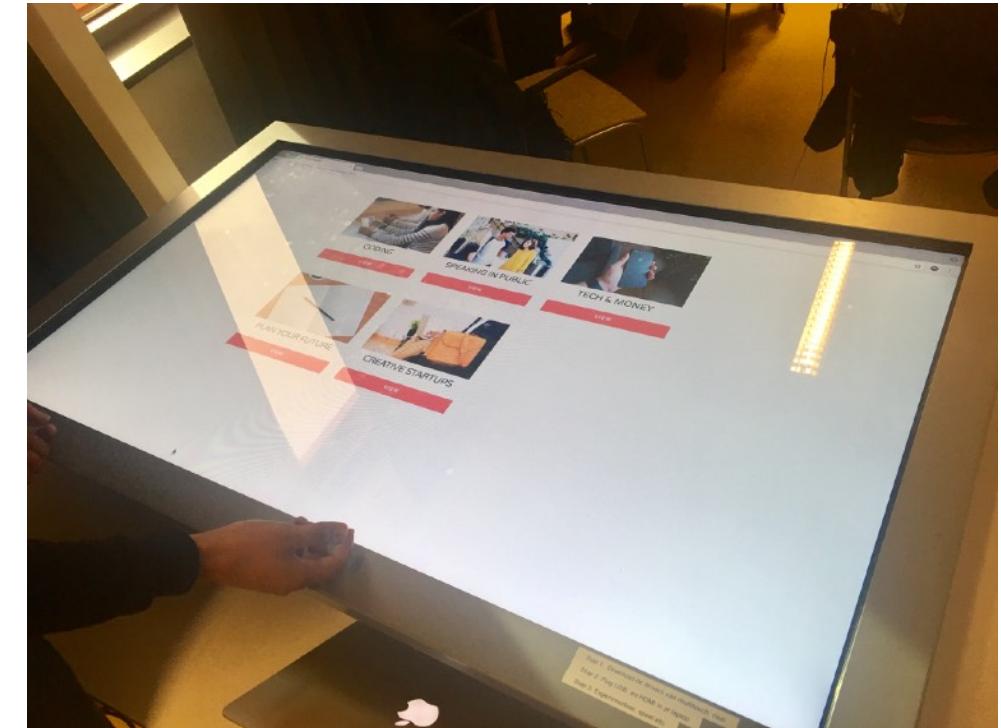
## ONDERZOEK - BIG SCREEN

Op 20 januari is er een test gedaan voor de vormgeving en usability van het interactieve scherm. Dit scherm wordt neergezet in de social space van Zoku. De bewoners en locals kunnen interacteren met dit bord om zich aan te melden bij een workshop.

Aan het begin van de test wilden we weten hoe ons design eruit zou zien op een groot scherm en of de interactie ermee makkelijk ging. Daarnaast wilden we testen of de gebruiker snapte wat de bedoeling was.

De test vond plaats op school. Het scherm waarop bij hebben getest was een multitouch scherm met een grootte van 70 tot 100 inch . Via de laptop projecteerden we het scherm op het multitouch scherm.

Uit de test kunnen we concluderen dat de visuals op het scherm veel groter moesten. De knoppen hadden het juiste formaat en waren gemakkelijk in te drukken. De foto's konden groter en het geheel moest recht uitgelijnd worden. De testpersonen begrepen waar zij heen moesten en vonden het scherm duidelijk.

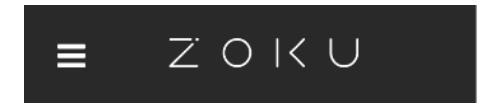


## PROTOTYPE - VISUALS

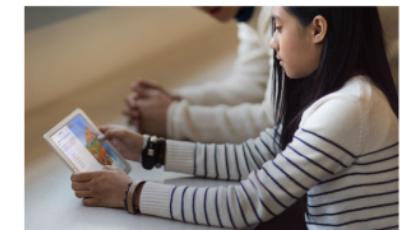
De applicatie Zoku Inspire heeft als doel om bewoners van het Zoku hotel te verbinden met de stad, met elkaar en met de lokale bewoners van Amsterdam. Om dit te doen hebben we een platform ontwikkeld dat bestaat uit een integratie in de bestaande Zoku app en een toepassing die bestaat uit een interactief touch screen scherm in de gemeenschappelijke hotel waarop een applicatie draait.

De applicatie werkt zoals als volgt beschreven:

1. Dit is het hoofdmenu van de algemene Zoku app. Aangezien we ervoor hebben gekozen de Inspire app te integreren in de algemene Zoku app, is inspire nu een onderdeel van het menu geworden.
2. Dit is de workshop-wall. Alle workshops zijn hier weergegeven. Bovenaan de lijst staat een “create workshop” button om de gebruiker er constant toe te verleiden om zelf een workshop te gaan geven. We zetten hier sympathie in als gedragsbeïnvloeding patroon. Als de gebruiker waardering voelt voor het concept zal hij er ook actief aan bij willen dragen.



## WORKSHOP CODING



When the web was new, design and structure were all mixed up together. Eventually we realised this was very messy, so we invented CSS and separated design from HTML. Everyone felt much better after this, and went and had a cup of tea.

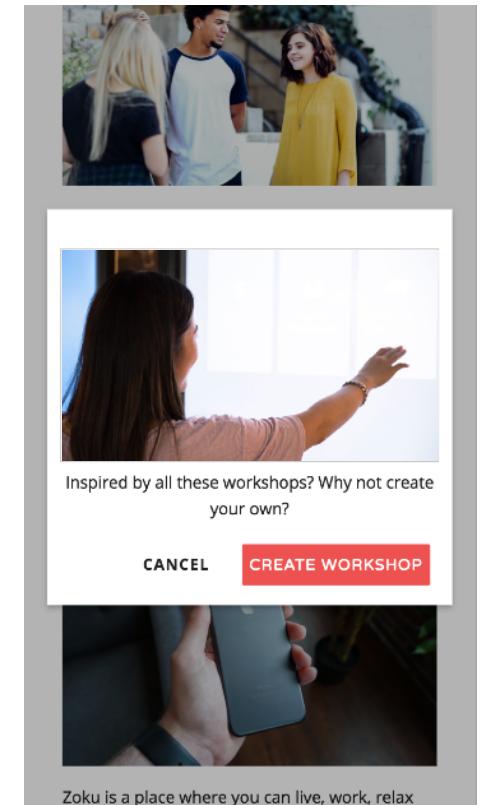
[VIEW](#)

## PROTOTYPE - VISUALS

3. In het hamburger menu linksboven kun je op elk gewenst moment naar een ander menu-item navigeren.
4. Na 2 aanmeldingen voor andere workshops zal er een popup verschijnen op de wall die je vraagt of je ook een workshop wil organiseren. We zetten hier wederkerigheid in als gedragsbeïnvloeding patroon. Als de gebruiker al twee workshops heeft gevolgd zal hij een hoge sociale verplichting voelen om ook een workshop te organiseren op het moment dat dit actief wordt gevraagd.



3



4

## PROTOTYPE - VISUALS

5. Dit is een workshop post. Je kunt hier een workshop uitgebreider bekijken.
  - a) Dit is de complete pagina van een workshop. Je kunt hier verder klikken om je aan te melden.



[CREATE WORKSHOP](#)

### WORKSHOP CODING



When the web was new, design and structure were all mixed up together. Eventually we realised this was very messy, so we invented CSS and separated design from HTML. Everyone felt much better after this, and went and had a cup of tea.

[VIEW](#)

5



### WORKSHOP CODING



When the web was new, design and structure were all mixed up together. Eventually we realised this was very messy, so we invented CSS and separated design from HTML. Everyone felt much better after this, and went and had a cup of tea.

But while everyone was drinking tea (and not really paying attention), the line between design and structure began to get messy again. Things like the before/after pseudo-selectors made it possible for CSS to directly change content, and features like FlexBox push the concept of separation to breaking point. Conversely, CSS is being used as a development tool for visualising semantic information like role and state, when added to an interface using ARIA.

In this talk Léonie will look at the changing relationship between design and structure, and what it means for accessibility mechanics in the browser. She will share CSS code examples and design patterns for solving common accessibility problems, so everyone can go and have another nice cup of tea.

[JOIN THIS WORKSHOP](#)

5 a

## PROTOTYPE - VISUALS

5.

- b) Je krijgt hier een instructie over hoe je je aan kan melden in de gemeenschappelijke ruimte. Je kunt hier ook verder klikken om je bij de workshop aan te melden.
- c) Dit is de bevestiging dat je je hebt aangemeld voor een workshop met gedetailleerde informatie over plaats en locatie.



### HOW TO JOIN

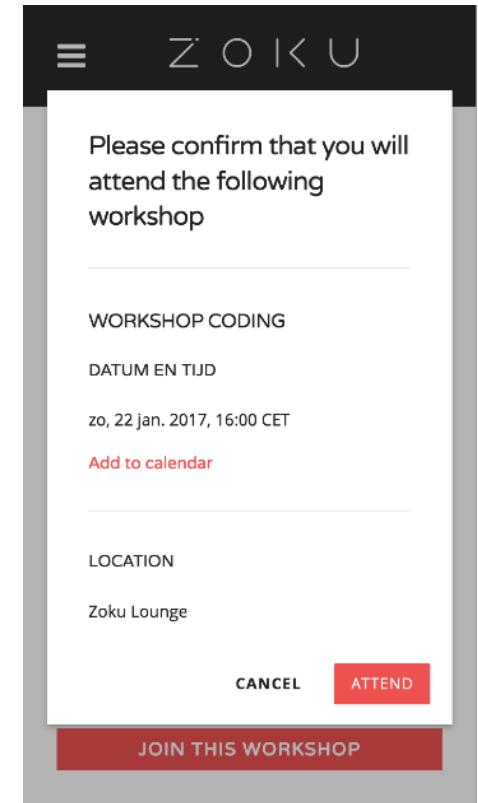
When the web was new, design and structure were all mixed up together. Eventually we realised this was very messy, so we invented CSS and separated design from HTML. Everyone felt much better after this, and went and had a cup of tea.

1. Go to the digital screen in the Living Room at Zoku.
2. Tap on the workshop you like the most and click to **join**.
3. Last but not least, think about your talents. Maybe someday others can **join** you in a workshop you create yourself.

Don't feel like interacting with others today? You can also join this workshop in the app

[JOIN THIS WORKSHOP](#)

5 b



5 c

## PROTOTYPE - VISUALS

5.

d) Na de workshop bevestigd te hebben wordt er feedback gegeven dat je aanmelding is ontvangen.

6. Tussen de workshop posts in wordt er een handleiding aangeboden om een workshop te organiseren. We gebruiken hier sympathie als gedragsbeïnvloedingstechniek. Als de gebruiker ziet dat we ons best hebben gedaan om zijn taak zo makkelijk mogelijk te maken voor hem, zal hij er eerder voor open staan om zich verbonden te voelen en daardoor sneller een workshop organiseren.

≡ ZOKU

### HOW TO JOIN

When the web was new, design and structure were all mixed up together. Eventually we realised this was very messy, so we invented CSS and separated design from HTML. Everyone felt much better after this, and went and had a cup of tea.

1. Go to the digital screen in the Living Room at Zoku.
2. Tap on the workshop you like the most and click to **join**.
3. Last but not least, think about your talents. Maybe someday others can **join** you in a workshop you create yourself.

Don't feel like interacting with others today? You can also join this workshop in the app

**JOIN THIS WORKSHOP**  
A seat has been reserved

5 d

## WORKSHOP HOW TO SPEAK IN PUBLIC



Zoku is a place where you can live, work, relax and socialise. The Social Spaces are a great to place to work, share a meal or meet kindred spirits.

Inspired by these workshops? Download our [Guide](#) and host your own!

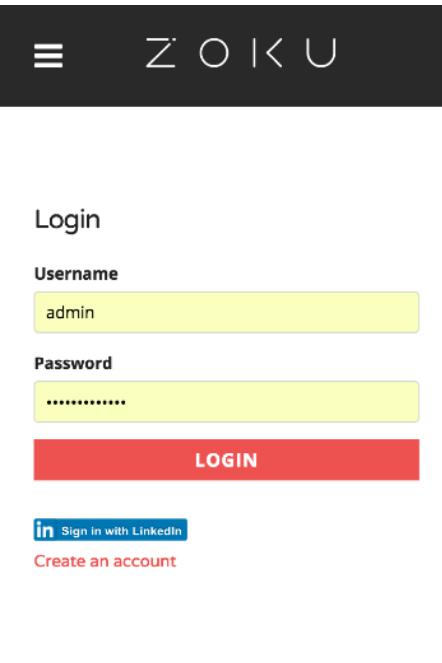
## WORKSHOP TECH & MONEY



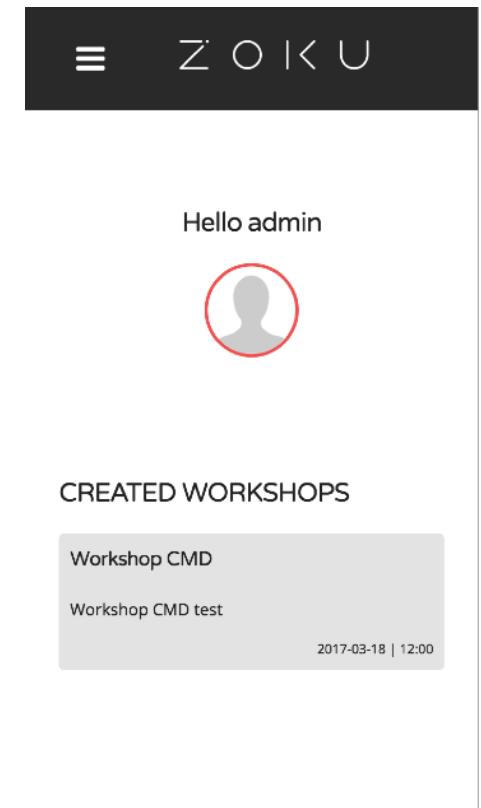
6

## PROTOTYPE - VISUALS

7. Login scherm. Via LinkedIn kan snel ingelogd worden, maar de gebruiker kan natuurlijk ook gewoon een account aanmaken.
8. Profielpagina. Op deze pagina komen de workshops te staan die jij nog gaat volgen of al hebt gevolgd.



The login screen for the ZOKU platform. At the top, there is a dark header bar with the ZOKU logo. Below it is a white form area with the word "Login" at the top. It contains two input fields: "Username" with the value "admin" and "Password" with several dots indicating the password. Below these is a red "LOGIN" button. At the bottom of the form are two links: "Sign in with LinkedIn" (with the LinkedIn icon) and "Create an account".



The profile page for the user "admin". At the top, there is a dark header bar with the ZOKU logo. Below it, the greeting "Hello admin" is displayed next to a circular profile picture of a person. The main content area is titled "CREATED WORKSHOPS" and lists two workshops: "Workshop CMD" and "Workshop CMD test". At the bottom right of this section, the date "2017-03-18 | 12:00" is shown.

## PROTOTYPE - VISUALS

9. Create workshop scherm. Hier kan de gebruiker een workshop aanmaken. Hij kan een afbeelding toevoegen en de datum en tijd bepalen.
10. Visitors scherm. Op dit scherm zijn alle gebruikers van Zoku Inspire te vinden. Hier kun je zien aan hoe veel workshops zij hebben meegedaan en hoe veel workshops zij hebben gegeven.



### CREATE WORKSHOP



SELECT AN IMAGE

Title

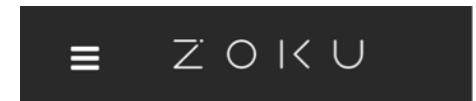
Date

Time

Description

CREATE

9



### VISITORS



SARA LYNCH  
17 attended • 5 hosted

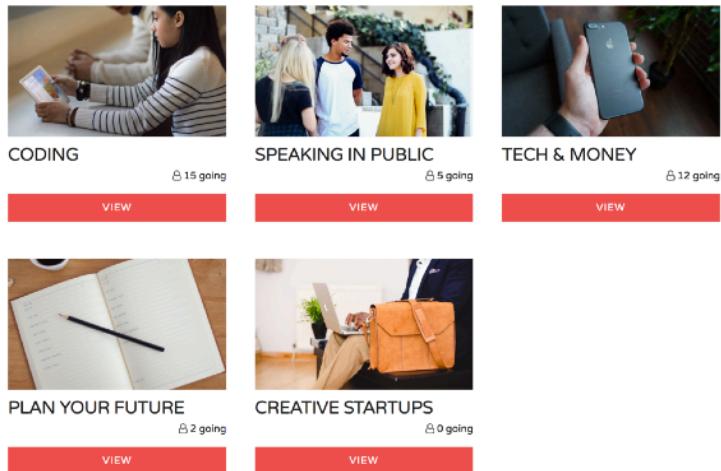
VIEW



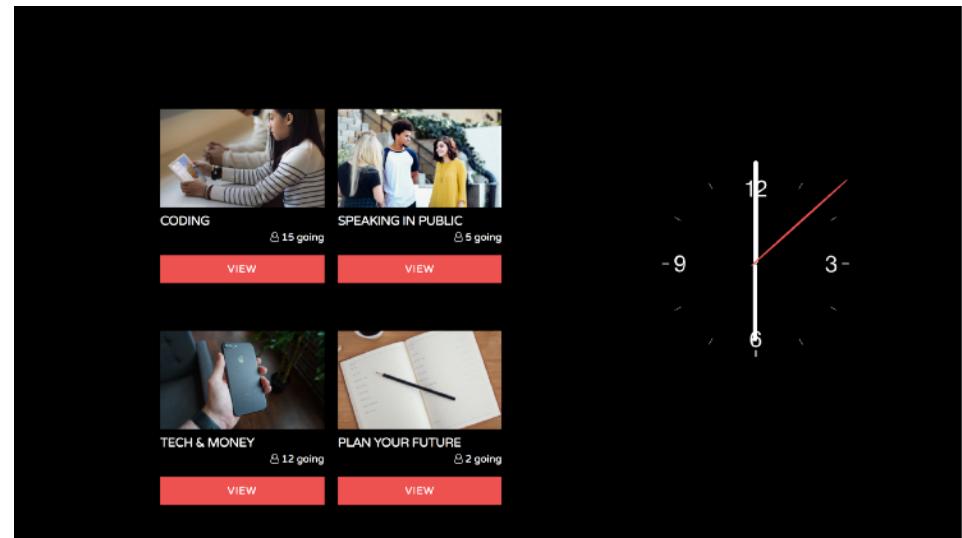
10

## PROTOTYPE - VISUALS

11. Dit is het scherm in de gemeenschappelijke ruimte. Je kunt je hier aanmelden voor workshops. Er is gebruikgemaakt van sociale bewijskracht als gedragsbeïnvloedingstechniek. Bij elke workshop staat vermeld hoeveel andere bezoekers er naar de workshop komen. Als andere mensen naar de workshop gaan, zullen gebruikers eerder bereid zijn een workshop te bezoeken.
12. Stand-by scherm. Dit scherm zien de bezoekers wanneer het scherm op stand-by staat als niemand het gebruikt.



11



12

## **PROTOTYPE - FEEDBACK**

Onderstaand een aantal feedbackpunten die wij na de conceptpresentatie op 19 december hebben ontvangen van Veerle Donders.

- Idee van ‘Housing’ integreren in het concept
- Wanneer we het ‘Housing’ idee toepassen, bepaal een grens tussen het geven van workshops en het zoeken van een woning. Welk van deze 2 doelen willen we het liefst bereiken? Kennen we deze twee doelen eventueel combineren?
- Denk aan hoe wij het gedrag van de doelgroep kunnen beïnvloeden
- Hoe promoten we het concept naar de buitenwereld (locals)
- Hoe zorgen we ervoor dat bewoners het concept beginnen te gebruiken
- Hoe zorgen we ervoor dat het concept bij de kickoff in gang wordt gezet?

## **PUNTEN OM OVER NA TE DENKEN**

- Hoe gebruiken meerdere mensen het interactieve scherm?
- Waarom zou de app gebruikt worden (wat is de meerwaarde)?
- Wanneer worden de workshops gegeven?
- Bezoekers zijn de hele dag aan het werk, willen ze dan nog een workshop bijwonen of organiseren?

## PROTOTYPE - VERWERKING FEEDBACK

### · Housing

Het idee om housing te integreren in onze applicatie is als volgt aangepakt. Omdat wij de applicatie vooral willen richten op het overbrengen en delen van kennis om zo makkelijker te integreren, is het niet de bedoeling dat deze feature zo maar wordt toegevoegd als een aparte optie. Het plan is om makelaars als gastsprekers over te laten komen naar Zoku om een workshop te geven. Deze workshop zou dan gaan over het wonen in Amsterdam en alles wat daarbij komt kijken.

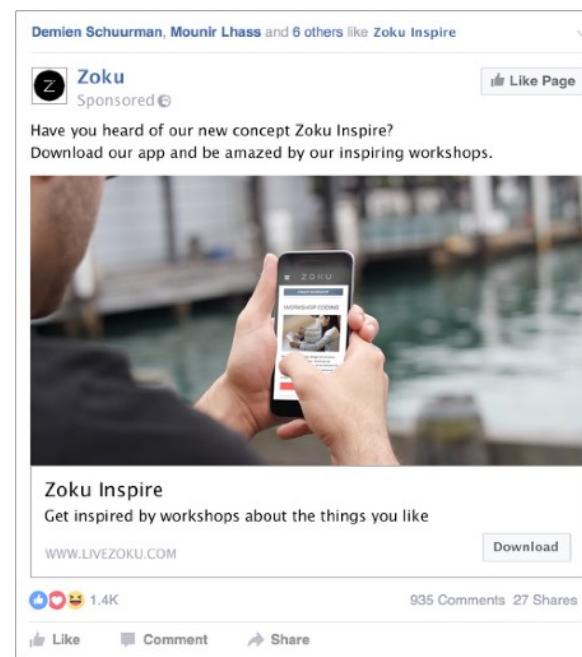
Om te kijken of hier überhaupt interesse voor was zijn er verschillende makelaars benaderd met de vraag of zij hier interesse in hadden. Uit hun antwoorden konden wij concluderen dat er interesse was vanuit de makelaarskant, maar dat er wel al soortgelijke ideeën bestonden.

### · Promotie

Het volgende punt waar nader over na is gedacht is de promotie van het idee. Dit willen wij doen door Facebook Advertising te gebruiken. De targetingmogelijkheden op basis van sociaal-demografische en geografische gegevens zijn erg goed bij deze manier van adverteren. Specifieke doelgroepen kunnen bereikt worden en je betaalt óf per klik óf per 1000 weergaves, afhankelijk van het doel van de advertentiecampagne. Net als bij zoekmachine adverteren wordt er een maximaal te besteden budget vastgesteld. Dat kan voor een bepaalde looptijd zijn of per dag (Facebook, z.d.).

Omdat de doelgroep op een heel specifieke manier benaderd kan worden is dit een uitstekende manier om ons idee onder de aandacht te brengen.

Je kunt advertenties richten op locatie, stadsradius, demografische kenmerken zoals werk, relatie, financiën en educatie, interesses en online gedrag.



Voorbeeld Facebook  
advertentie Zoku Inspire

## PROTOTYPE - VERWERKING FEEDBACK

- In gebruik nemen van de applicatie

Hoe zorgen we ervoor dat de bewoners en locals de applicatie zullen gaan gebruiken? Dit willen wij doen door informatie te plaatsen op de website en Facebookpagina van Zoku. Daarnaast willen wij dat er bij elke nieuwe incheck een uitleg wordt gegeven over Zoku Inspire.

- Kick-off Zoku Inspire

Bij de kickoff van het concept willen we natuurlijk dat er al een aantal leuke spraakmakende workshops zijn die gebruikers kunnen bezoeken. Daarom zullen we voor het lanceren van het concept samen met een aantal bewoners in ruil voor een periode gratis overnachten een aantal workshops organiseren. Dit is een eenmalige actie om het proces van wederkerigheid in gang te zetten. We beseffen dat gasten eerder geneigd zijn om eerst een aantal workshops te bezoeken voordat zij zelf een workshop zullen organiseren. Door een aantal workshops te organiseren zetten we zelf het proces in gang.

We zullen om extra interesse te wekken een aantal makelaars uitnodigen om een workshop woning vinden in Amsterdam te geven. Omdat dit een onderwerp is wat de bewoners van Zoku zeer interesseert zal dit een grote motivatie vormen om de workshops te bezoeken.

## PUNTEN OM OVER NA TE DENKEN

- Hoe gebruiken meerdere mensen het interactieve scherm?

In de beginfase willen we een interactief scherm plaatsen in de gemeenschappelijke ruimte. We willen vervolgens testen of er een rij ontstaat bij het scherm of dat gebruikers gezamenlijk interacteren en overleggen bij het scherm. Als we zien dat er een rij ontstaat of dat er meer animo is voor het scherm dan mogelijkheid om het te bedienen zullen we besluiten om een tweede scherm te plaatsen.

Een tweede maatregel die we hebben ondernomen on ervoor te zorgen dat meerdere gebruikers tegelijkertijd kunnen interacteren met de toepassing in de gemeenschappelijke ruimte is de mogelijkheid om de toepassing over te nemen met je smartphone via een QR code. Door de code te scannen met je telefoon neemt deze exact dezelfde pagina over als degene die op het scherm te zien is. Zo kun je rustig doorlezen op je telefoon terwijl een andere gebruiker met het scherm aan de slag kan.

- Waarom zou de app gebruikt worden (wat is de meerwaarde)?

Het is zeer waarschijnlijk dat de bewoners van het Zoku hotel al interactie met de app hebben omdat een hoop zaken omtrent hun verblijf ook met de app worden geregeld. Daarnaast biedt de app hun de mogelijkheid om workshops te organiseren en te volgen.

- Wanneer worden de workshops gegeven?

De workshops worden vooral in het weekend en s'avonds gegeven omdat het merendeel van de bewoners op kantooruren werkt.

- Bezoekers zijn de hele dag aan het werk, willen ze dan nog een workshop bijwonen of organiseren?

Omdat ze er een hoop voldoening van terug zullen krijgen om nieuwe mensen te leren kennen, kennis over te dragen of op te doen en meer te weten te komen over hun vakgebied, hun nieuwe woonplaats en elkaar.

## PROTOTYPE - DEFINITIEF ONTWERP



1

The login form consists of a dark header with the 'ZOKU' logo. Below it is a 'Login' section with a 'or' link. A 'Username' field is followed by a 'Password' field. A red 'LOGIN' button is centered below them. To the right, a 'Create an account' link is visible. A note at the bottom suggests logging in with a LinkedIn account.

Login

or

Username

Password

LOGIN

Create an account

We suggest you to log in with your LinkedIn account. This gives you the opportunity to share your professional profile with others in one simple click.

2

Hello Lotte Feenstra



Zoku guest since November 2016

Hello Lotte Feenstra



Zoku guest since November 2016

Workshops

CREATE WORKSHOP

ATTENDING (2) HOSTED (1)

Workshop How to Speak in Public



Attended: 12 December 2016

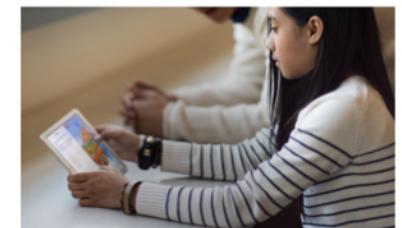
VIEW

Workshops

CREATE WORKSHOP

ATTENDING (2) HOSTED (1)

Workshop Coding



31 Januari 2017

VIEW

## PROTOTYPE - DEFINITIEF ONTWERP

ZOKU

CREATE WORKSHOP

SELECT AN IMAGE

Title

Workshop coding

Date

dd-mm-jjjj

Time

--:--

Description

CREATE

ZOKU

CREATE WORKSHOP

WORKSHOP CODING



31 Januari 2017

5 going

When the web was new, design and structure were all mixed up together. Eventually we realised this was very messy, so we invented CSS and separated design from HTML. Everyone felt much better after this, and went and had a cup of tea.

VIEW

5

6

## HOW TO JOIN

Zoku has a special place where you can join this workshop. You will meet & greet all the people who will attend this workshop. This will also be the place to get more information about this workshop.

1. Go to the digital screen in the Living Room at Zoku. [Where?](#)

2. Tap on the workshop you like the most and click to [join](#).

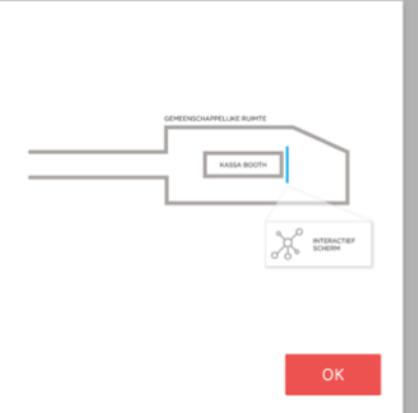
3. Last but not least, think about your talents. Maybe someday others can [join](#) you in a workshop you create yourself.

Don't feel like interacting with others today? You can also join this workshop in the app

[JOIN THIS WORKSHOP](#)

7

## HOW TO JOIN



can also join this workshop in the app

[JOIN THIS WORKSHOP](#)

8



CODING



SPEAKING IN PUBLIC



TECH & MONEY

16 going

6 going

12 going

VIEW

VIEW

VIEW



PLAN YOUR FUTURE

2 going

VIEW



CREATIVE STARTUPS

0 going

VIEW



## WORKSHOP CODING

When the web was new, design and structure were all mixed up together. Eventually we realised this was very messy, so we invented CSS and separated design from HTML. Everyone felt much better after this, and went and had a cup of tea.

But while everyone was drinking tea (and not really paying attention), the line between design and structure began to get messy again. Things like the before/after pseudo-selectors made it possible for CSS to directly change content, and features like FlexBox push the concept of separation to breaking point. Conversely, CSS is being used as a development tool for visualising semantic information like role and state, when added to an interface using ARIA.

In this talk Léonie will look at the changing relationship between design and structure, and what it means for accessibility mechanics in the browser. She will share CSS code examples and design patterns for solving common accessibility problems, so everyone can go and have another nice cup of tea.

[JOIN THIS WORKSHOP](#)

---

**DATE AND TIME**

zo, 22 jan. 2017, 16:00 CET

---

**LOCATION**

Zoku Lounge

---

**ATTENDEES**

5 going

---

Want to see who?

---

**HOSTED BY**

Elton



Lotte



Misja

10



ENTER THE FIELDS BELOW TO JOIN

First name

john

OR CONTINUE ON YOUR PHONE

Last name

Doe

JOIN



## **CONCLUSIE**

Uit ons onderzoek kunnen wij concluderen dat

## BIJLAGE - DESIGNBRIEF

### · De context

Zoku gelooft dat ‘onvoorstelbare dingen kunnen gebeuren als mensen samen komen’. Zij willen mensen van ver en dichtbij samenbrengen onder één dak. Internationale bewoners en internationaal georiënteerde locals. Zoku is niet zomaar een hotel. Het is een plek waar mensen kennis en ideeën uit kunnen wisselen en in contact komen met inspirerende mensen en bedrijven. Het doel is om het netwerk, sociale kringen en de horizon te verbreden van de Zoku community.

De doelgroep van Zoku bestaat uit hoogopgeleide expats uit de tech- of creatieve sector. Deze mensen hebben veel kennis van technologie en innovatie, hebben een grote bestedingsruimte en veel koopkracht. Vaak hebben deze mensen door hun drukke baan weinig vrije tijd en besteden ze ongemakkelijke (huishoudelijke) taken vaak uit. Ze staan open voor eten buiten de deur en willen op een gemakkelijke natuurlijke manier integreren.

Aan het Zoku totaalconcept zijn verschillende stakeholders verbonden die met elkaar in verbinding staan. Voornamelijk de bewoners zelf, het personeel van ZOKU en de omliggende buurt worden met elkaar verbonden.

Hierdoor zijn er verschillende kansen verbonden aan het Zoku concept. Door de komst van mensen uit een andere cultuur met nieuwe expertises komt er veel kennis naar de stad. Ook hebben deze mensen een hoge koopkracht en staan zij vaak open om ruim voor nieuwe diensten te betalen. Dit creert weer nieuwe kansen voor lokale ondernemers in de vorm van verdiensten en het opdoen van kennis.

Ook zitten er risico's verbonden aan de komst van veel locals naar de stad. Huizenprijzen stijgen door de stijgende vraag naar huur in de vrije sector. Ook wordt de stad steeds drukker en gaat het nationale, Authentieke karakter van de stad verloren.

### · Het probleem

#### *Bewoners*

Bewoners hebben behoefte aan aansluiting met andere expats en locals. Daarnaast hebben ze moeite met het integreren in de stad op het gebied van taal en cultuur.

#### *Locals*

#### *Zoku*

#### *Gemeente Amsterdam*

#### *Partners*

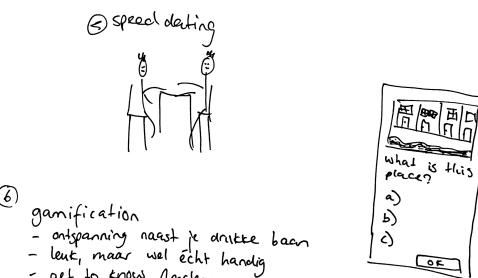
### · Design challenge

Hoe kunnen wij ervoor zorgen dat de bewoners van het Zoku hotel kunnen landen en zich thuis zullen voelen in Amsterdam? Dit willen wij bereiken door de bewoners samen op een speelse maar toch zakelijke manier bij elkaar te brengen.

### · Product vision

- Meerdere talen moeten beschikbaar zijn
- Houd rekening met verschillende culturen
- Sluit aan bij de visie van Zoku
- Laagdrempelig in het gebruik
- Snel
- Visueel
- Beschikbaar voor iOS en Android
- Webapp en native app
- Bewoners dichter bij elkaar brengen

## BIJLAGE - SCHETSEN



⑥ gamification

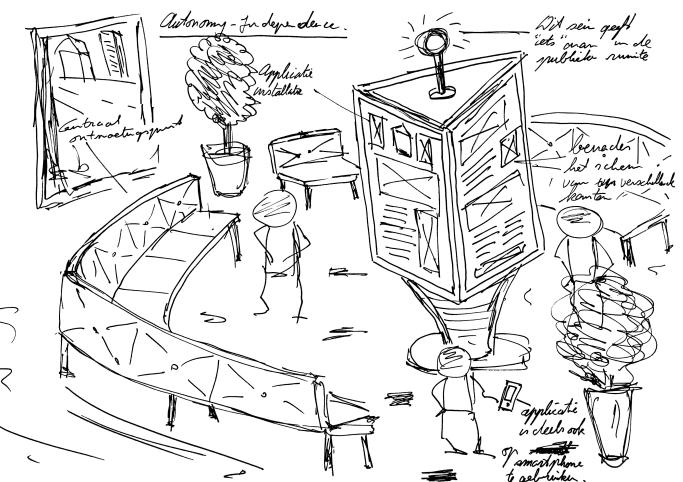
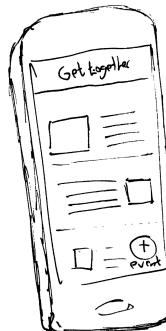
- ontspanning naast je drukke baan
- leuk, maar wel écht handig
- get to know Amsterdam + people



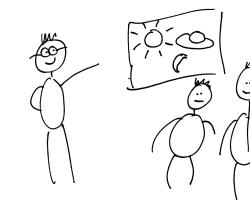
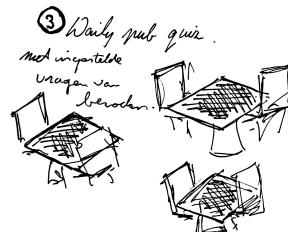
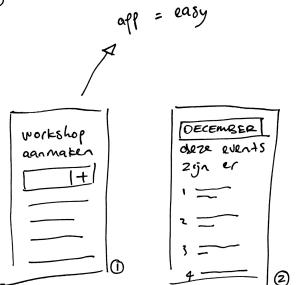
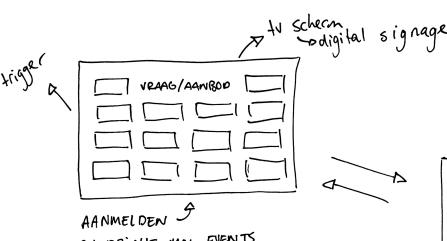
Bulletin board  
An app where users can create events, and other can join

- Amsterdam verhuren
- locals gids

COMPETENTIES LEREN



②  
interactieve mobiele waar mensen elkaar vragen kunnen stellen.



## BIJLAGE - LOOK AND FEEL

# ZOKU

STYLEGUIDE

### TYPOGRAPHY

**Open Sans** is the standard typeface of Zoku

### HEADING

FF Din Web Pro 500  
36 px

### TEXT

Open Sans 300  
18 px

### BUTTONS

Gotham Rounded 300  
14 px

### Stay in A Thriving Neighborhood for Global Nomads

Zoku is a place where you can live, work, relax and socialise. The Social Spaces are a great place to work, share a meal or meet kindred spirits. The Zoku Loft and Loft XL are flexible home/office hybrids, also suitable for long stays, made for mobile professionals to live comfortably and work efficiently.

BOOK NOW

### COLOUR PALETTE

Black  
#000000

White  
#FFFFFF

Light grey  
#E6E6E6

Dark grey  
#808080

Red  
#EE5250

### BUTTONS

The buttons are text-only buttons or display imagery. They are used in toolbars and inline.

They fill with colour when on hover or when pressed.

### TEXT-ONLY

Text-only buttons are only aloud to use in red, black or white.

Red

#EE5250

Black

#000000

White

#FFFFFF

### IMAGERY

Imagery buttons are only aloud to use in blue, turquoise, red or green.

Blue

#354C68

Turquoise

#3E949E

Red

#EE5250

Green

#00956B

BUTTON

BUTTON

BUTTON

Normal button.

On hover button.

### LOGO

The logo is only aloud to use in black with a white background or white with a black background

Height: 27 px  
Width: 176 px

Strive for images that represent genuine stories.

Stock images can feel inauthentic.

Only use the colours black and white.

Don't use other colours than black and white.

### IMAGES

Shapes are thin and are only aloud to use in black or white. Colours of the background doesn't matter.

### IMAGERY

Imagery is more than decoration. It's helps to communicate the Zoku lifestyle and differentiate from other companies.

Use clear, realistic and intentional imagery.

### STAY AWAY FROM STOCK

Use imagery to express a original voice and demonstrate creative excellence.

37 van 39

## BRONNEN

Adwise. (z.d.). *Facebook adverteren*. Geraadpleegd op 23 januari 2017, van [https://www.adwise.nl/diensten/internet-marketing-campagnes/facebook-adverteren/?gclid=CjwKEAiA8JbEBRCz2szzhqrx7H8SJAC6FjXXmCCeFrs8ff3zltZfH9BtAFukCtdXQQXMP-LqNnxWsBoC-7fw\\_wcB](https://www.adwise.nl/diensten/internet-marketing-campagnes/facebook-adverteren/?gclid=CjwKEAiA8JbEBRCz2szzhqrx7H8SJAC6FjXXmCCeFrs8ff3zltZfH9BtAFukCtdXQQXMP-LqNnxWsBoC-7fw_wcB)

Budiu, R. (2013). *Interaction cost*. Geraadpleegd op 16 januari 2017, van <https://www.nngroup.com/articles/interaction-cost-definition/>

Bruin, de, D. (2014). Dialoogmarketing en Motivatie: het gedragsmodel van BJ Fogg. Geraadpleegd op 11 januari 2017, van <https://www.omg.nl/2015/01/04/dialoogmarketing-en-motivatie-het-gedragsmodel-van-b-j-fogg/>

Chua, C. (z.d.). *20 Quick Tips For Better Time Management*. Geraadpleegd op 21 december 2016, van <http://www.lifehack.org/articles/featured/20-quick-tips-for-better-time-management.html>

Davis, R. (2016). *UX Design for Big Screens*. Geraadpleegd op 10 januari 2017, van <https://magenta.as/ux-design-for-big-screens-6fcf449c6b94#yojOpbuon>

Facebook. (z.d.). *How to target Facebook Ads*. Geraadpleegd op 20 januari 2017, van <https://www.facebook.com/business/a/online-sales/ad-targeting-details>

Fogg, B.J. (z.d.). *A Behavior Model for Persuasive Design*. Geraadpleegd op 15 januari 2017, van [http://bjfogg.com/fbm\\_files/page4\\_1.pdf](http://bjfogg.com/fbm_files/page4_1.pdf)

Kranenburg, van, M. (2013, 3 oktober.). *De psychologie van het overtuigen: sociale bewijskracht*. Geraadpleegd op 12 januari 2017, van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/de-psychologie-van-het-overtuigen-sociale-bewijskracht>

Laja, P. (z.d.). *How to Use Behavioral Design for Boosting Conversions (Using The Fogg Behavior Model)*. Geraadpleegd op 11 februari 2017,

van <https://conversionxl.com/how-to-use-behavioral-design-for-boosting-conversions-using-the-fogg-behavior-model/>

Metz, F. (2013). *Motivatie, gemak en triggers: het gedragsmodel van BJ Fogg*. Geraadpleegd op 16 januari 2017, van <http://www.crow.nl/mobiliteit-en-gedrag/weblog/april-2013/xx>

Ooijevaar, J. Verkooijen, L. (2015). *Expat, wanneer ben je het?*. Geraadpleegd op 18 januari 2017, van [https://www.cbs.nl/NR\\_rdonlyres/7FOAA4B2-92E9-45EB-9D3E-AA30EA7EEE6A/0/20150114expatsdefmw.pdf](https://www.cbs.nl/NR_rdonlyres/7FOAA4B2-92E9-45EB-9D3E-AA30EA7EEE6A/0/20150114expatsdefmw.pdf)

O'Donovan K. (z.d.). *Top 15 Time Management Apps and Tools*. Geraadpleegd op 22 december 2016, van <http://www.lifehack.org/articles/featured/20-quick-tips-for-better-time-management.html>

UI Patterns. (z.d.). *Need for closure design pattern*. Geraadpleegd op 15 januari 2017, van <http://ui-patterns.com/patterns/Need-for-closure>

UI Patterns. (z.d.). *Reduction design pattern*. Geraadpleegd op 15 januari 2017, van <http://ui-patterns.com/patterns/Reduction>

UI Patterns. (z.d.). *Trigger design pattern*. Geraadpleegd op 15 januari 2017, van <http://ui-patterns.com/patterns/Trigger>  
Verhuren aan expats. (z.d.). *Expats in Nederland*. Geraadpleegd op 19 januari 2017, van <http://www.verhurenaanexpats.nl/verhuren-aan-expats/expats-de-feiten/>

UI Patterns. (z.d.). *Praise design pattern*. Geraadpleegd op 20 januari 2017, van <http://ui-patterns.com/patterns/Praise>

UI Patterns. (z.d.). *Positive mimicry design pattern*. Geraadpleegd op 20 januari 2017, van <http://ui-patterns.com/patterns/Praise>

Werken aan projecten. (z.d.). *Programma van eisen: wat staat er in?* Geraadpleegd op 18 januari 2017, van <http://werken-aan-projecten.nl/fasen-project/programma-van-eisen-wat-staat-er/>

Zoku Amsterdam B.V. (z.d.). *Spaces Overview*. Geraadpleegd op 19 januari 2017, van <http://livezoku.com/spaces-overview/#living>

Zoku Amsterdam B.V. (z.d.). Spaces Overview. Geraadpleegd op 19 januari 2017, van <http://livezoku.com/spaces-overview/#living>

- Afbeeldingen

Fritsler, A. (2016). *Presentation*. [Online afbeelding]. Gedownload op 13 januari 2016, van <https://dribbble.com/shots/3007989-Presentation>

Figuur 1:

Onojehua, C. (2016). Man [Online afbeelding]. Gedownload op 15 januari 2017, van <https://unsplash.com/photos/U22pJ6BclUQ>

Figuur 2:

Apple. (z.d.). Hour of Code with Swift Playgrounds - Facilitator Guide. Geraadpleegd op 17 januari 2017, van [http://images.apple.com/retail/code/hourofcode\\_guide.pdf](http://images.apple.com/retail/code/hourofcode_guide.pdf)

Davis, R. (2016). UX Design for Big Screens. [Online afbeelding]. Gedownload op 10 januari 2017, van [https://cdn-images-1.medium.com/max/2000/1\\*upPw1lgwfIn2bk4ukBKWYA.png](https://cdn-images-1.medium.com/max/2000/1*upPw1lgwfIn2bk4ukBKWYA.png)