


Hogeschool van Amsterdam

PROJECT AGILE DEVELOPMENT

Doelgroepanalyse

CREATING TOMORROW



Hogeschool van Amsterdam



SEFLab



itina



AMSTA
iedereen telt



ijburg
college



KlasseTV
Elke les leuker



open
bare bibliotheek
amsterdam



Street Side Software



waag society

institute for art, science & technology

2



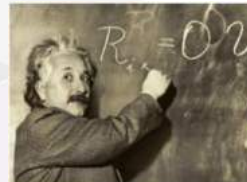
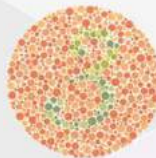
WAAROM EEN DOELGROEPANALYSE?

Je maakt het product niet voor jezelf maar voor een bepaalde gebruikersgroep



3

WAARIN MENSEN VAN ELKAAR VERSCHILLEN



4

PSYCHOLOGISCHE VERSCHILLEN



- Geheugen
- Concentratie
- Ruimtelijk inzicht
- Analytisch vermogen
- Doorzettingsvermogen
- Flexibiliteit
- Stressbestendigheid
-



5

CULTURELE VERSCHILLEN

- Waarden en normen
- Taal
- Schrift
- Symbolen
- Gebruiken
- Rituelen
- ...



慈細純陰陽誠款
 蓮妍秀恪忠迷愛
 夢和窈悲淚怀愁
 月孖婦妹双忍悼



6

WAAR KIJK JE NAAR?

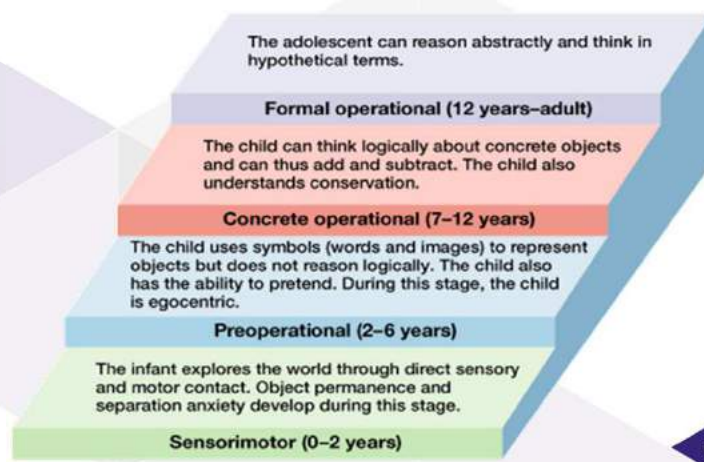
Leeftijd
Opleiding
Religie
Etniciteit
Etc.



7

LEEFTIJD

Cognitieve ontwikkelingsfase



8

4 t/m 6 jaar:*Houding:* speels, druk, vrolijk*Instelling:* welwillend

Magisch denken nog volop aanwezig

Kleuren: primaire kleuren en pastel**6 t/m 8 jaar:***Houding:* speels, druk, vrolijk*Instelling:* enthousiast, welwillend

Groepsgedrag is bepalend

Kleuren: primaire kleuren en roze

9 t/m 11 jaar

Houding: druk, korte concentratie

Instelling: mollen; onderzoeken

Sociaal conformisme

Kleuren: zilver, goud, felle kleuren,
pasteltinten



11 t/m 14 jaar

Houding: onzeker,

Instelling: ill pleased, ongeïnteresseerd.

Peer pressure

Kleuren: donker, goud, zilver



14 jaar tot 17 jaar

Houding: wisselend
Instelling: wisselend,
 Individualistisch,
 Willen verrast worden.

Kleuren: wisselend

**18 jaar en ouder**

Niet meer te kenmerken,
 ontwikkelingsfasen lopen
 uiteen, specifieke
 karaktereigenschappen en
 voorkeuren zijn dominant.



ONTWIKKELING SOCIAAL GEDRAG

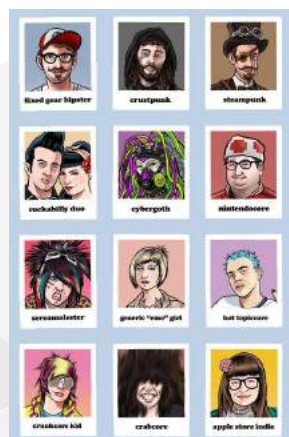
Kohlberg Moral Stages

	View of Persons	Social Perspective Lvl
6	Sees how human fallibility and frailty are impacted by communication	Mutual respect as a universal principle
5	Recognize that contracts will allow persons to increase welfare of both	Contractual perspective
4	Able to see abstract normative systems	Social systems perspective
3	Recognize good and bad intentions	Social relationships perspective
2	Sees that a) others have goals and preferences, b) either conform to or deviate from norms	Instrumental egoism
1	No VOP: only self & norm are recognized	Blind egoism

Ook als je voor een bepaalde leeftijdscategorie gaat ontwerpen, kan daarbinnen veel verschil in smaak en gewenst uitstraling liggen.

Commerciële bedrijven besteden hier veel aandacht aan, zodat de juiste demografische doelgroep op de juiste manier wordt aangesproken. Lees hier meer over op:

<http://www.yourscenesucks.com/>



MAAR WIE IS NOU EIGENLIJK DIE DOELGROEP?

Vaak wordt gedacht dat een doelgroep een groep mensen is in een bepaald **segment** van de samenleving. Dat heet Segmenteren.

Segmenteren kan op verschillende manieren.

17

SEGMENTEREN

- Demografie: leeftijd, opleiding, religie, etniciteit.
- Geografie: stad, platteland – mate van ontwikkeling.
- Gedragmatig: kenmerkend gedrag, bv.: club, scene, hobby, activiteit die levensstijl bepaalt.
- Psychografie: levensstijl gebonden. Hier gaat het vooral om bij welke gelegenheid, met hoeveel loyaliteit en frequentie iets gebruikt wordt, en wat de status hiervan is.

VOORBEELD DEMOGRAFIE:

Onderzoek de verschillende jeugdculturen of subgroepen, gesegmenteerd door middel van kenmerken zoals opleiding of inkomen. Dit helpt je om de juiste aanspreektoon te vinden.



VOORBEELD GEDRAGSMATIG:

Goth's

Deze **scene** heeft een duidelijke signatuur in kleding, muziekkeuze en activiteiten.



Hogeschool van Amsterdam

Hipster



Little nerd



Scene girls



21

Hogeschool van Amsterdam

WHAT IS YOUR CLAN?



<http://www.exactitudes.com/index.php?series/overview/138>



Emo's

22

ZIJN ER NOG CULTURELE FACTOREN DIE MEESPELEN?



www.hva.nl

Twee verschillende communicaties over hetzelfde merk



23

CULTURAL BLUNDER 1

A US telephone company tried to market its products and services to Latinos by showing a commercial in which a Latino wife tells her husband to call a friend, telling her they would be late for dinner. The commercial bombed since **Latino women do not order their husbands around and their use of time would not require a call about lateness.**



CULTURAL BLUNDER 2



A nice cross cultural example of the fact that all pictures or symbols are not interpreted the same across the world: staff at the African port of **Stevadores** saw the "internationally recognised" symbol for

"fragile" (i.e. broken wine glass) and presumed it was a box of broken glass. Rather than waste space they threw all the boxes into the sea!

CULTURAL BLUNDER 3



In sommige landen is de leesrichting van rechts naar links

PACT-ANALYSE

Doelgroepanalyse als onderdeel van een groter onderzoek:
PACT-analyse (People, Activities, Contexts, Technologies)



27

ACTIVITEITEN BEÏNVLOEDEN TECHNOLOGIE EN ANDERSOM



28

Hogeschool van Amsterdam

FILM KIJKEN

Eisen/Requirements


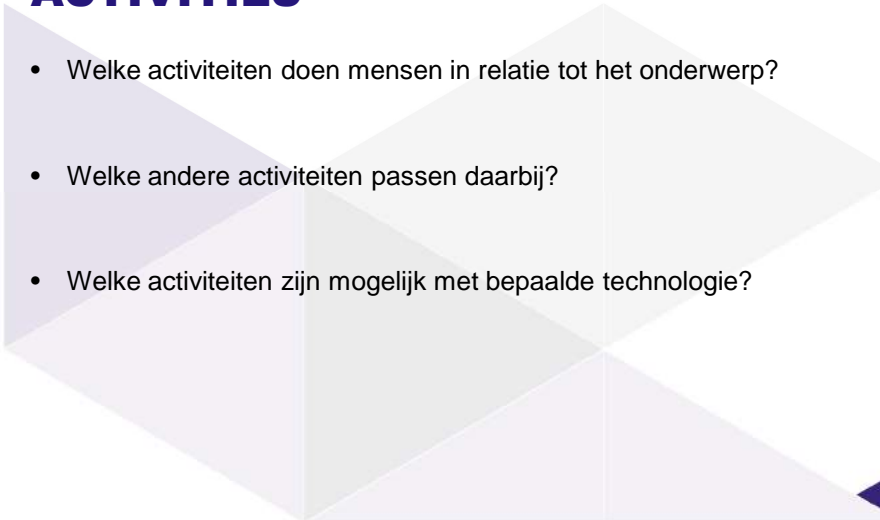
Activiteiten in Context **Mensen** **Technologie**

Mogelijkheden/Opportunities

Video on Demand

YouTube

29



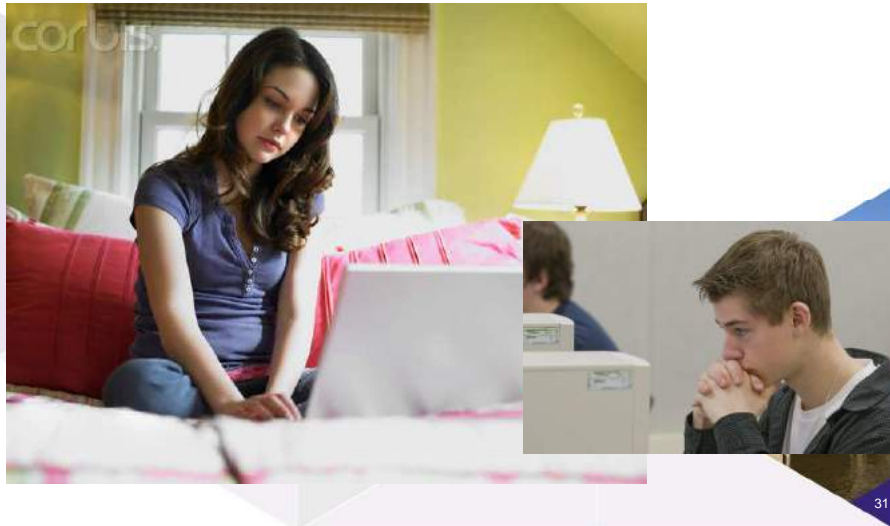
Hogeschool van Amsterdam

ACTIVITIES

- Welke activiteiten doen mensen in relatie tot het onderwerp?
- Welke andere activiteiten passen daarbij?
- Welke activiteiten zijn mogelijk met bepaalde technologie?

ACTIVITIES

Wat wil de gebruiker doen / bereiken?



WHAT KIND OF ACTIVITY?



Introductie?
Interesse?
Verdieping?



CONTEXTS

Op het werk?



Thuis?

33



TECHNOLOGY:

Online?
Community?
Dedicated?





35

ENKELE ONDERZOEKSMETHODEN

- Deskresearch
- Observatie
- Interview
- Enquête

36

KWALITATIEF ONDERZOEK

- Gericht op het verkrijgen van informatie over wát er leeft onder een bepaalde doelgroep en waaróm.
- Gaat in op het waarom van heersende meningen en bepaalde gedragingen.
 - Daarbij worden bewuste motivaties van de doelgroep besproken, maar ook onbewuste motivaties kunnen worden achterhaald (met de juiste technieken)
- Kwalitatief onderzoek kan goed worden ingezet om doelgroep zelf te laten meedenken

KWANTITATIEF ONDERZOEK

- Biedt cijfermatig inzicht en geeft veelal antwoorden op vragen die in termen van hoeveelheid kunnen worden uitgedrukt.
 - Kwantitatief onderzoek is in de eerste plaats meten.
- Toetsen van inzichten die met kwalitatief onderzoek zijn verkregen.
- Voorbeelden te beantwoorden vraag:
 - Hoeveel procent van de gebruikers is het eens met



INTERVIEW EN ENQUÊTE HOUDEN ALS ONDERDEEL VAN JE RESEARCH

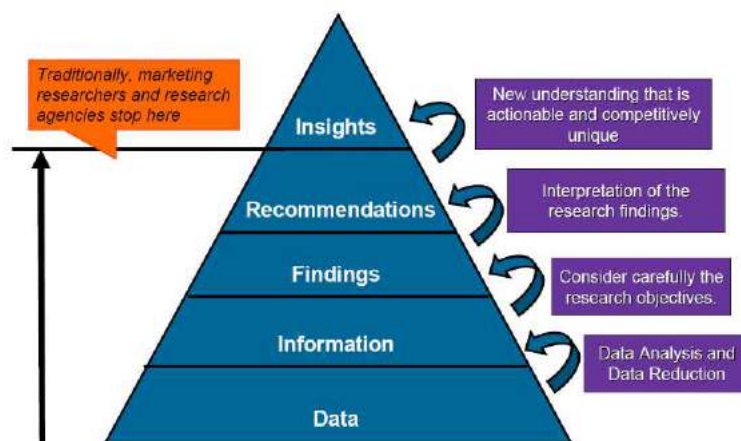
interview

- Bedenk de vragen van tevoren;
- Stel één vraag tegelijk;
- Luister goed;
- Vraag door;
- Meerdere personen tegelijk interviewen, is lastig

enquête

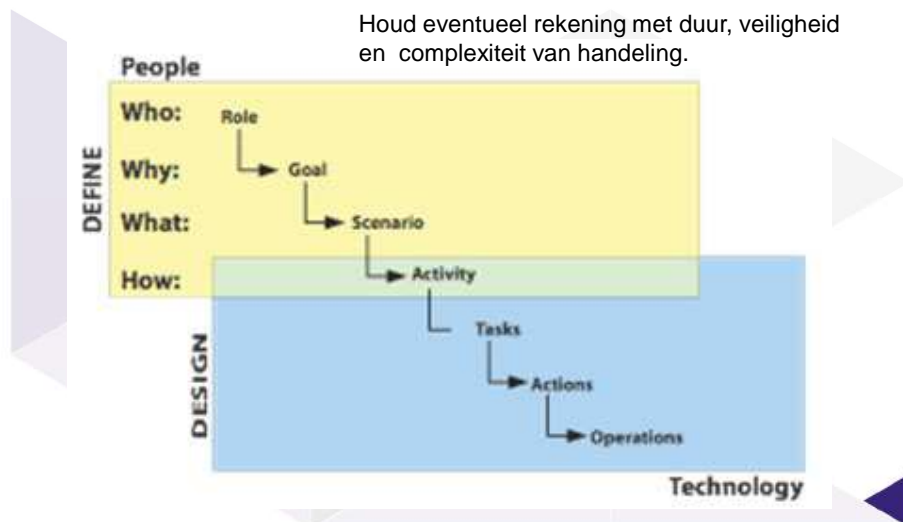
- Maak korte, heldere zinnen;
- Stel één vraag per zin;
- Stel geen open vragen;
- Geef meer alternatieven als antwoord;

Pyramide van het begrijpen



Breng deze zaken in kaart; de doelgroep gedefinieerd, hun activiteiten, motivatie, doelstellingen en omgevingsfactoren.

Houd eventueel rekening met duur, veiligheid en complexiteit van handeling.



DOELGROEP IN KAART GEBRACHT EN NU?

Gebruik je doelgroeponderzoek om PERSONA's te creëren



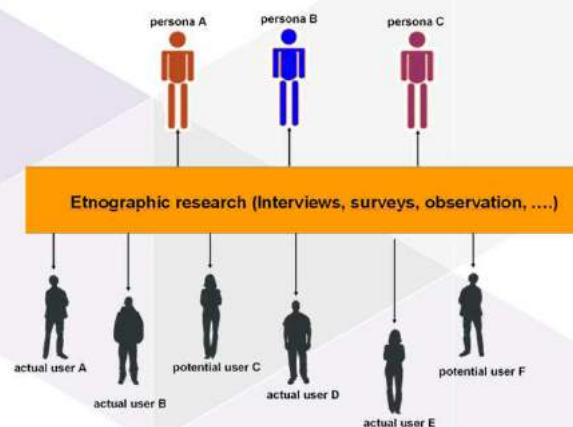
PERSONA'S

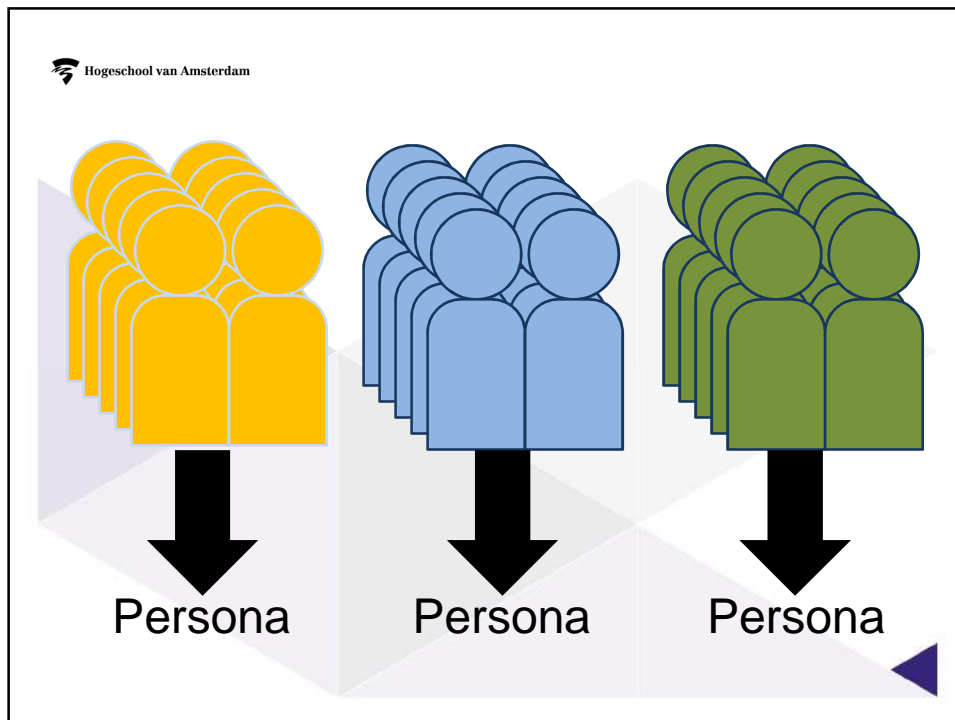
- Een persona is een hypothetische, stereotiepe gebruiker van een product of dienst.

Waarom zou je persona's gebruiken?

- Vaak heeft men het in het ontwerp- en bouwproces over 'de gebruiker' die bepaalde dingen wel of niet zou willen of zou begrijpen. Maar dat is veel te abstract. Over welke gebruiker hebben we het?
- Door het opstellen van persona's worden alle segmenten van een doelgroep concreet gemaakt.

PERSONA'S ZIJN FICTIEF, MAAR GEBASEERD OP ONDERZOEK ONDER ECHTE GEBRUIKERS (DOEGROEPANALYSE)





Hogeschool van Amsterdam

PERSONA'S

Welke karakteristieken bevat een persona?

Een persona bevat o.a.

- Een naam en een foto
- Demografische gegevens (leeftijd, opleiding, afkomst, e.d.)
- Studie en/of beroep en verantwoordelijkheden
- Doelen en taken in relatie to jullie (software) product
- Omgeving (fysiek, sociaal, technologisch)
- Een uitspraak van de persona over de relevantie van je product

PERSONA

User Group -
Male & Female aged 18 - 25 International Students studying in UK



Jill Min Li

Age: 20
Gender: Female
Marital Status: Single
Ethnic Origin: Korean Chinese Mix
Occupation: University student
Year 2 Undergraduate
Place: Private Residential Apartment
Interests: Cooking, Socialising, TV & Film, Leisure Sport, Shopping & Travelling.

Lifestyle

Jill has been studying in UK for 7 years and has been very dedicated in her education as an overseas student. The years away, she has been socialising with her friends. At first her cooking skills were basic but gradually improving. In which at this moment, has helped her introduce her personality, through the food she cooks and shares with friends.







Quotes

"I hate eating alone"

"To me, cooking is a great way to meet new friends"

"It is very hard to find ingredients that are from home, so I will get a lot at a time but never finish them all."

"When I am cooking for myself I will cook quickly but try to stay healthy"

"I prefer my kitchen to be clean at all times but I never do the washing up after cooking"

GOALS

- Effectively using "Home Food" to produce well cooked meals
- Integrating own food culture and experience to share with her friends.
- Socialise and creates great memory from the gathering
- Being more organised and avoid building mess after cooking.
- To create exciting and presentable dishes.
- Eating healthy

Kyung Yoon Min, Kevin H.Y. Lam, Charles Lee, Henry Liu, Loughborough University, 09078005 IDS2, Feb - May © 2010

Casper Wilson

Senior lecturer
Technical University



"The basic lessons I'll tape on video, I'll teach them well once and they stand for the next five years. That's also the way I see Wikiwijs, a basic will arise and you pick up from there on."

Background

- 42 year old man.
- Just married and father of a newborn son.
- He is involved in teaching and research in the field of sanitary engineering.
- Has recently implemented a new educational curriculum.
- Travels a lot because of lectures he gives and conferences he visits.
- Considers web conferences a major outcome in terms of saving time and money.



Goals and motivation

Casper comes to Wikiwijs to ...

- Find core courses, for example about a small part of chemistry. The basic components plus a way to link applications to each other. "That would be a nice form of connecting materials."
- Digital didactics for support. To see what's going on in the field of digital learning resources, especially internationally.
- See how educational trends are applied.

Casper expects from Wikiwijs...

- That it focuses on practice. "Publish only theoretically materials and no one will visit Wikiwijs."
- A kind of base for colleagues to be able to build upon. "Fundamental knowledge that you do not want to explain yourself anymore."
- An international set up.
- English language.

Casper will return to Wikiwijs for...

- The core lectures.
- Making referrals to publications and books he writes.
- To see what other experts from leading institutes are talking about.
- Movies of technical experiments, preferably in 3D.

JOSEPHINE



Leeftijd:
 Woont in:
 Studeert:
 Heeft familie:
 Hobbies:
 Huisdieren:
 Sporten:
 Muziek:
 Smaak:
 Besteed het meeste tijd aan:

Haar motto is:

Relevante info m.b.t. te ontwikkelen product of dienst.

.....

RAPPORTAGE

De doelgroepanalyse moet voldoen aan de volgende eisen:

- Het document beschrijft op welke wijze het projectteam de doelgroepanalyse heeft uitgevoerd
- Het document beschrijft de vier onderdelen van de PACT-analyse: People, Activities, Context en Technology
- Het document is onderbouwd met bronverwijzingen naar desk- en fieldresearch
- Het document bevat minimaal 3 persona's
- Spelling en grammatica zijn correct
- De opmaak van het document is verzorgd (ITopia-huisstijl, voorblad, inhoudsopgave, kop- en voetregels, paginanummers, etc.)

