

# ONTWERP *ontwerp* HANDLEIDING *handleiding*

LISA OUDE ELFERINK | 500808354 | KLAS LILA  
NEW PRODUCT DEVELOPMENT | 7 JUNI 2019  
KARIN VAN DEN DRIESCHE

# INLEIDING

## Beste lezer,

Deze bundel is gemaakt voor het vak New Product Development, gegeven tijdens het eerste studiejaar van Communicatie & Multimedia design aan de Hogeschool van Amsterdam.

De bundel dient als handleiding binnen het ontwerpproces, waarbij het inzicht biedt in mogelijke stappen tijdens dit proces.

Ik, Lisa Oude Elferink, momenteel eerstejaars CMD studente, heb deze bundel gemaakt zodat ik in de toekomst deze handleiding kan gebruiken tijdens mijn zelfstandige ontwerpprocessen.

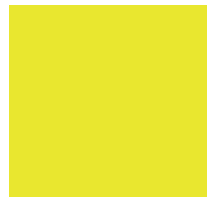
Iedere methode is voorzien van een kleurcode en de naam van de fase in het ontwerpproces waar deze methode kan worden ingezet. Verder zijn de methoden omschreven in een doel, een korte beschrijving, een stap voor stap uitleg en een korte persoonlijk reflectie met betrekking tot het gebruik van de methode.

Verder zijn er een aantal artikelen opgenomen in deze bundel, terug te vinden bij de laatste paar pagina's van deze bundel. Elk artikel is samengevat en voorzien van een persoonlijke reflectie.

Als laatste is er een kritische persoonlijke reflectie te vinden, waarin wordt beschreven hoe ik het samenwerken binnen mijn team heb ervaren tijdens het werken met de methoden en artikelen in ons ontwerpproces.

**Veel leesplezier gewenst!**

## De fases, aangegeven in kleurcodes op elke pagina



**Verkennen**



**Definiëren**



**Idee generatie**



**Conceptualiseren**



**Evalueren**



**Artikelen**

# INHOUDSOPGAVE

Inleiding 2

3 lezen 4

Divergeren, convergeren & itereren 5

## Verkennen

Persona 6

Stakeholder map 7

Empathy map 8

Experience map 9

Bloemassociatie 10

## Definiëren

HKJ's 11

Programma van Eisen + MoSCoW 12

## Idee generatie

Klassiek brainstormen 13

- 14

Reserve brainstorming 15

Inspiration wall 16

Brainwriting 17

Crazy 8 18

Dot voting 19

## Conceptualiseren

Morfologische kaart 20

PMO 21

Harris profiel 22

## Evalueren

UX storyboard 23

## Artikelen

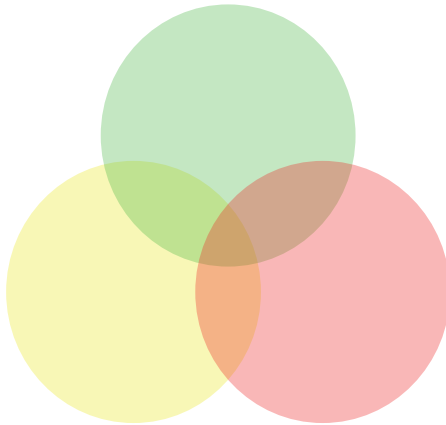
- The value of balancing desirability, feasibility and viability 24

- How brainstorming questions, not ideas, spark creativity 25

- Brainstorming is dumb 26

Evaluatie 27

# 3 LENZEN



Eigen werk en foto.

## Doel

Door de drie lenzen in te zetten in het ontwerpproces wordt een totaalconcept zo realistisch mogelijk. Wanneer er een balans wordt gevonden tussen deze drie lenzen kan het totaalconcept een succes worden genoemd.

## Beschrijving

Bij het onderdeel **wenselijkheid** worden de volgende vragen gesteld:

- Heeft het product een toegevoegde waarde?
- Is dit iets wat mensen nodig hebben of waar zij naar verlangen?

Bij het onderdeel **haalbaarheid** worden de volgende vragen gesteld:

- Is het technisch mogelijk?
- Is de technologische oplossing realistisch?

Bij het onderdeel **levensvatbaarheid** worden de volgende vragen gesteld:

- Past het product bij de bedrijfsdoelen?
- Kan en wil de client dit betalen?
- Vind het bedrijf het waard om hier in te investeren?

Door middel van deze drie lenzen kan het concept worden aangepast en verbeterd om het concept op deze manier totaal te maken.

## Reflectie

Ik vond het werken met de drie lenzen prettig, omdat het een soort reality check is en je weer even met andere ogen naar je concept of product laat kijken. Je maakt hierbij afwegingen en bent hier mee aan het definiëren.

- The value of balancing desirability, feasibility, and viability. (2016, 27 september). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://crowdfavorite.com/the-value-of-balancing-desirability-feasibility-and-viability/>

# DIVERGEREN, CONVERGEREN & ITEREREN

## Doel

Deze fases begeleiden je tijdens het ontwerpproces en geven aan welke methoden goed bij deze fase passen.

## Beschrijving

De eerste fase is het divergeren. Dit vindt vaak plaats aan het begin van het ontwerpproces, doordat er hier zo veel mogelijk ideeën worden gegenereerd. Hierbij is het niet van groot belang dat de ideeën van hoge kwaliteit zijn.

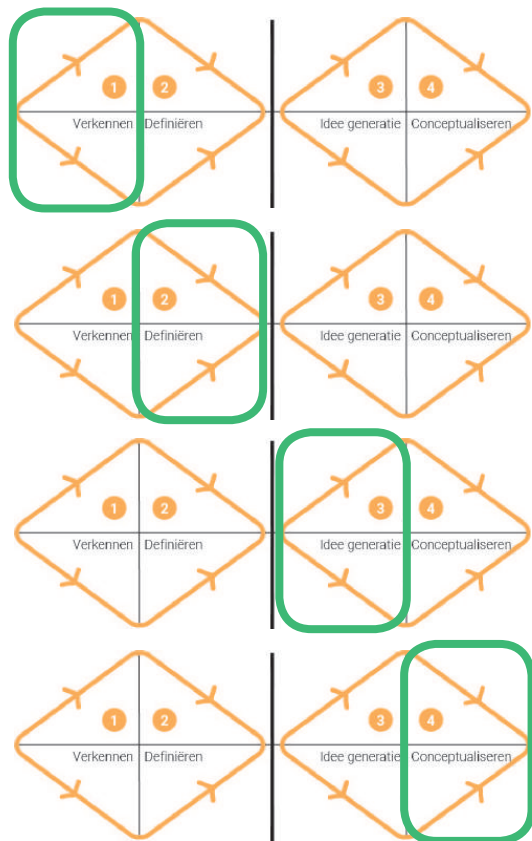
Vervolgens komt de fase van het convergeren. Hierbij wordt meer gefocust op het ontwerpprobleem en worden de ideeën hier op aangepast. Het gaat hier juist om kwaliteit in plaats van kwantiteit.

Tijdens het ontwerpproces wordt er constant geïtereerd. Telkens als de stappen van de divergeren en convergeren zijn toegepast worden er verbeterpunten gevonden. Deze worden aangepast in een iteratie slag. Hoe meer iteratieslagen, hoe beter het eindresultaat vaak wordt.

In de verkennende fase wordt gedivergeerd. Vervolgens wordt er geconvergeerd in de definiërende fase. Hierna komen we bij de fase van idee generatie, waarbij we weer gaan divergeren. In de conceptualisatie fase wordt gewerkt naar een concreet concept, waarbij weer wordt geconvergeerd. Tussen deze fases door kan altijd worden geïtereerd.

## Reflectie

Het divergeren, convergeren en itereren is uiteraard gedurende het hele proces gebeurd. Ik vond het fijn werken om deze te kunnen koppelen aan de fases, dit zorgde voor overzicht en duidelijkheid.



Eigen werk en foto.

- Meyrahn, J. (2017, 20 november). UX Design - een iteratief proces. Geraadpleegd 7 juni 2019, van <https://sigmasolutions.nl/blog/ux-design-iteratief-proces/>.

- Divergerende fase van het creatieve proces. (z.d.). Geraadpleegd 7 juni 2019, van <https://www.leren.nl/cursus/persoonlijke-effectiviteit/creatief-denken/divergerende-fase.html>.

# PERSONA



*"Ik drink koffie om me weer opgeladen te voelen"*

**Doelen**

- Megan wilt graag een oplaadmomentje tussen haar lessen door.
- Door dit oplaadmomentje wilt Megan ontspannen.
- Ze wilt graag gemakkelijk kunnen bestellen, en zich hierdoor niet opgejaagd voelen.

Megan's doelen sluiten aan bij haar redenen tot koffie drinken.

**Naam:** Megan de Groot  
**Opleiding:** Creative Business  
**Leeftijd:** 22

**Omschrijving persoonlijkheid**

- Charismatisch
- Behulpzaam
- Gedreven

**Voorkeur koffie/thee**  
Megan's voorkeur gaat uit naar cappuccino.

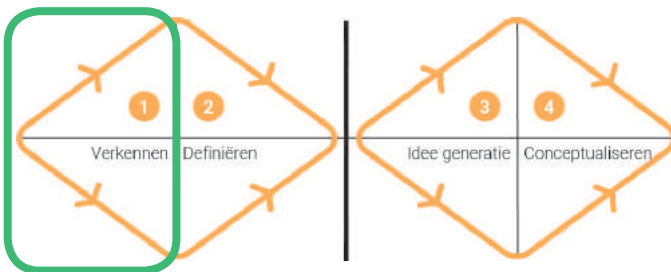
**Redenen om koffie te drinken**



**Gedrag & Contextfactoren**

Wanneer Megan koffie gaat halen bij een Coffee Company, doet zij dit vaak alleen. Dit gebeurt tussen haar lessen door. Ze vindt het vaak lastig om te bestellen en voelt zich gehaast en opgejaagd wanneer ze naar het bord bij de kassa kijkt om een drankje uit te kiezen. De eerste paar keren wist ze ook niet zeker waar ze haar drankje kon ophalen.

Eigen werk en foto.



## Doel

Door te kijken naar de doelen, eigenschappen en de problemen van het persona kan er heel doelgericht worden ontworpen. Een persona is de doelgroep samengevat in één persoon.

## Beschrijving

Een persona vertegenwoordigd de doelgroep waar voor wordt ontworpen. Er wordt informatie in opgenomen zoals de doelen, eigenschappen en problemen waar de gebruikers tegen op lopen. Hierbij is het benoemen van de leeftijd ook van belang, aangezien gebruikers van hogere leeftijd vaak minder goed met technologie overweg kunnen.

## Stap voor stap

Allereerst kijken we naar wie de doelgroep is. Vervolgens wordt er onderzoek gedaan naar deze doelgroep. Hierbij wordt gezocht naar de eerder genoemde gegevens. Deze informatie wordt samengevoegd in een overzicht met een passende foto en een quote. De persona kan nu gebruikt worden tijdens het ontwerpproces om telkens te controleren of het product aan de eisen van de doelgroep voldoet.

## Reflectie

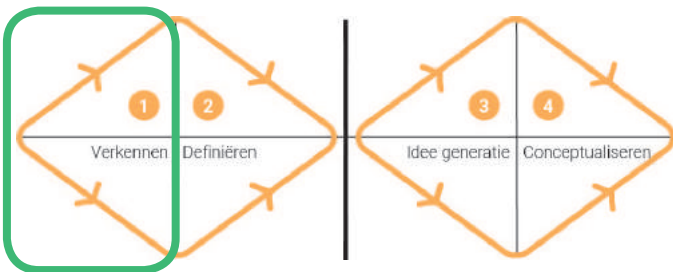
Een persona is van groot belang in het ontwerpproces. Er kan met behulp van de persona gecontroleerd worden of het concept voldoet aan de wensen van de doelgroep. Zonder een persona is gericht ontwerpen haast onmogelijk. Kortom een cruciale stap om tot een goed eindproduct te kunnen komen.

- Ellis, M. (z.d.). How to create a user persona. Geraadpleegd 6 juni 2019, van 99designs
- Persona maken. (2018, 14 augustus). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://www.frankwatching.com/archive/2014/12/10/zo-maak-je-levensechte-personas-zonder-duur-gebruikersonderzoek/>

# STAKEHOLDER MAP



Eigen werk en foto.



## Doel

Bij stakeholder mapping worden alle stakeholder die betrekking hebben bij het project onderzocht en geordend op basis van hoeveel zij te maken hebben met de persona.

## Beschrijving

Alle stakeholders die bij het project komen kijken worden onderzocht, opgeschreven en geordend bij het maken bij een stakeholder map.

## Stap voor stap

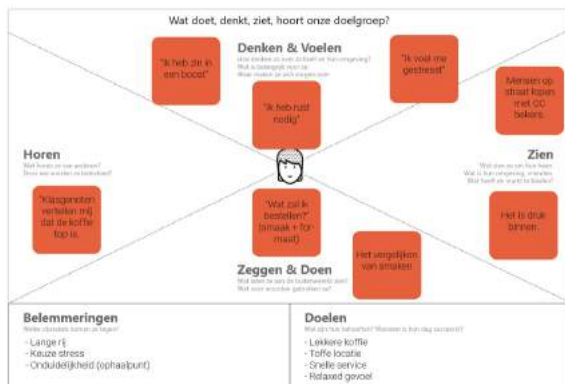
Allereerst worden alle mogelijke stakeholders opgeschreven op post-its. Wanneer dit gedaan is, worden de post-its op het stakeholder template geplaatst. Hoe dichter een stakeholder bij de persona staat, hoe meer deze stakeholder invloed heeft op de directe ervaring van de gebruiker.

## Reflectie

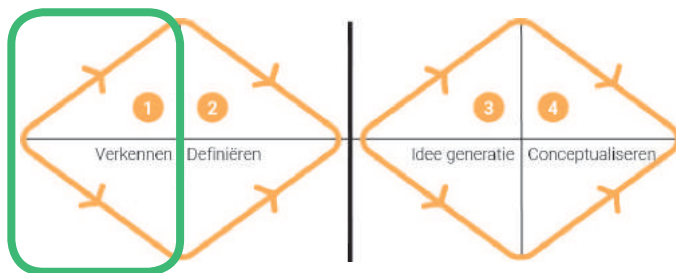
Ik vond het maken van een stakeholder map een prettige manier om de stakeholders te verkennen. Hoe langer mijn team en ik er over nadachten, hoe meer stakeholders er naar voren kwamen. Het overzicht was handig om er nog een aantal keer bij te pakken tijdens het project, om zo te zien of we in ons concept rekening hielden met alle stakeholders.

- Stakeholdermanagement en Scrum. (2019, 26 april). Geraadpleegd 5 mei 2019, van <https://agilescrumgroup.nl/stakeholder-management-matrix-model/>

# EMPATHY MAP



Eigen werk en foto.



## Doel

Een empathy map wordt gebruikt om bevindingen uit observaties en interviews op een gestructureerde manier samen te vatten.

## Beschrijving

Een empathy map kan onverwachte en waardevolle inzichten bieden in de doelgroep. Er wordt bij deze methode letterlijk empathie gecreëerd voor de gebruiker vanuit de ontwerper.

## Stap voor stap

Allereerst is het nodig om inzichten en conclusies te verzamelen. Deze worden op het lege empathy map template ingevuld. Het gaat hier om de onderdelen 'denken & voelen', 'zeggen & doen', horen en zien. Ook worden de belemmeringen ingevuld en de doelen. De persona kan goed helpen bij het invullen van de empathy map en andersom. Ze kunnen elkaar mooi aanvullen. Ook kan de empathy map worden gecombineerd met een user trip om zo zelf ook de ervaring eens meegemaakt te hebben.

## Reflectie

De empathy map heeft voor mijn team en mij gezorgd voor een duidelijk beeld van wat een gebruiker tegenkomt bij het proces dat hij doorloopt. We hadden op deze manier een gestructureerd document met alle bevindingen.

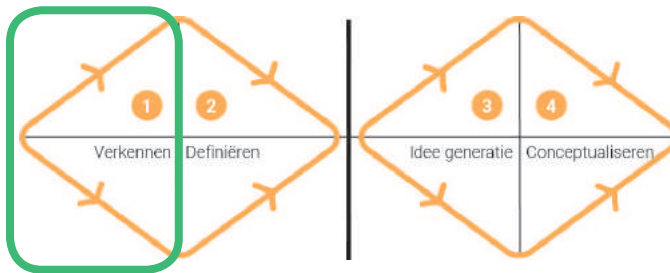
- CMD Methods Pack. (z.d.). Geraadpleegd 20 april 2019, van <http://www.cmdmethods.nl/cards/stepping-stones/empathy-map>
- Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking. (z.d.). Geraadpleegd 20 april 2019, van <https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>



## EXPERIENCE MAP

[illegible]

Eigen werk en foto.



## Doel

Het doel van deze methode is om de ervaring van de gebruiker weer te geven en op deze manier beter te kunnen begrijpen.

### Beschrijving

Een experience map is een tijdlijn waarop de ervaringen van de gebruiker wordt weergegeven, opgedeeld in fases. Per fase wordt de emoties, gevoelens en gedachten van de gebruiker weergegeven. Het beter begrijpen van de gebruiker wordt gedaan door alle nodige informatie te verzamelen. Zo wil je weten tegen welke problemen de gebruiker aanloopt en hoe hij zich daarbij voelt. Dit doe je door zelf een user trip uit te voeren.

## Stap voor stap

Allereerst wordt er een persona gemaakt. Vervolgens wordt de huidige situatie geanalyseert en worden er punten gekozen waar extra op gelet zal worden. Vervolgens wordt de user trip uitgevoerd, waarbij bij elke fase de gedachten en gevoelens worden genoteert. Dit kunnen zowel goede punten zijn of punten waar het nu niet soepel loopt. Na afloop van de user trip wordt er gekeken waar er ruimte is voor verbetering en wat deze verbetering zou kunnen zijn.

## Reflectie

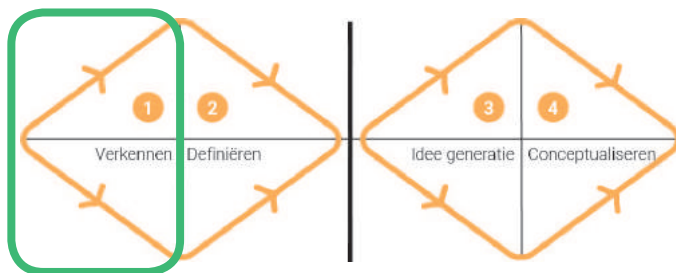
Door middel van deze methode kun je je gestructureerd in je persona verdiepen, en hierdoor gericht ontwerpen.

- Kitchen, K. (2014, 2 oktober). The Fine Art of Creating Experience Maps. Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://blinkux.com/blog/the-fine-art-of-creating-experience-maps/>
- UX-Lady. (2013, 17 maart). Experience maps, user journeys and more. Geraadpleegd 6 juni 2019, van <http://www.ux-lady.com/experience-maps-user-journey-and-more-expmap-layout/>

# BLOEMASSOCIATIE



Eigen werk en foto.



## Doel

Bij deze methode wordt er begonnen met het brainstormen binnen de verkenningsfase. Er worden associaties gevormd met woorden welke van belang zijn binnen het project.

## Beschrijving

Deze methode is een fijne manier om voorzichtig te beginnen met brainstormen. Er wordt hierbij gewerkt met kernwoorden of begrippen, welke in het midden van een vel papier worden opgeschreven. Elk woord dat wordt geassocieerd met het kernwoord of begrip wordt hier omheen geschreven - als een bloemblad aan de kern.

## Stap voor stap

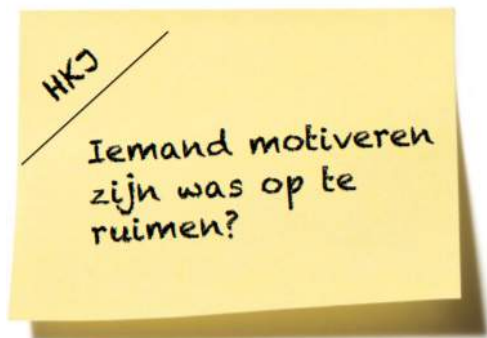
Allereerst wordt er een team gevormd, welke gezamenlijk een aantal kernwoorden of begrippen uitkiezen voor de brainstormsessie. Dit woord wordt door elk lid in het midden van een vel papier opgeschreven. Vervolgens worden, individueel, alle woorden die het lid van het team associeert met het kernwoord of begrip opgeschreven op het blad. Dit wordt gedaan totdat er een 'bloem' ontstaat. Hierna worden de bloemen in het team besproken en kan er eventueel een bloem worden gemaakt met alle geassocieerde woorden van de teamleden er op.

## Reflectie

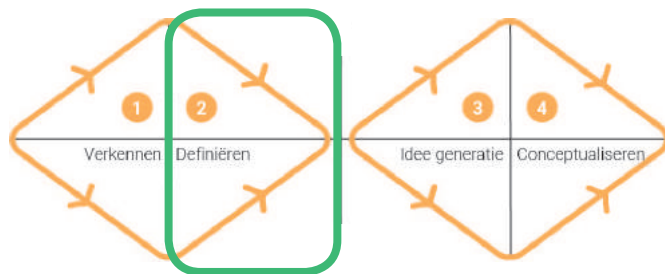
Ik heb deze methode als prettig ervaren. Het was een fijne manier om te verkennen wat er allemaal kwam kijken bij de beleving van de gebruiker en hierdoor de opdracht wat duidelijker te maken.

- Brainstormen, zo doe je dat! (2016, 27 juni). Geraadpleegd 20 april 2019, van <http://blog.hampshire-hotels.com/brainstormen-zo-doe-je-dat/>

# HKJ's



Afbeelding uit presentatie gebruikt in de NPD lessen.



## Doel

Het doel van deze methode is om zo veel mogelijk vragen te genereren die je verder kunnen helpen om een concept te vormen.

## Beschrijving

Elke vraag die wordt bedacht begint met de woorden 'hoe kun je..'. Er hoeft bij het bedenken van de vragen geen rekening gehouden te worden met of het antwoord realistisch is. Deze vragen worden later weer gebruikt en beantwoordt, om op deze manier ideeën te bedenken.

## Stap voor stap

Allereerst wordt een groep gevormd. Er wordt een timer gezet van twee tot drie minuten gezet. In deze tijd schrijf je zoveel mogelijk vragen op, welke beginnen met de woorden 'hoe kun je..'. Als de tijd om is, worden alle vragen bij elkaar gelegd en worden de beste vragen eruit gehaald. Vanuit deze vragen kunnen oplossingen worden bedacht.

## Reflectie

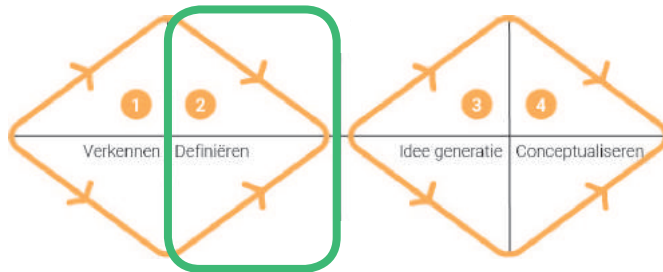
Door middel van deze methode hebben mijn team en ik goede vragen kunnen genereren. Deze vragen hebben ons goed geholpen om ideeën te vormen en op deze manier tot een concept te komen. Het is een fijne manier om je voor te bereid op een brainstormsessie.

- Wolk, R. (z.d.). 6 Probleemoplossende Vragen. Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://robertvanderwolk.nl/probleemoplossende-vragen/>
- Ruijter, R. (2017, 26 december). 10 tips voor het creatief oplossen van problemen. Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://hatrabbits.com/10-probleemoplossings-tips>

# PROGRAMMA VAN EISEN & MoSCoW

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Design challenge</b><br>Wat is het probleem dat we willen oplossen? Wat is de uitdaging?<br>Omdat de de C-Plex Company een groot succes is, is het van essentieel belang om het product te verbeteren. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren door de werf te verbeteren en de werf te verbeteren en de werf te verbeteren. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren door de werf te verbeteren en de werf te verbeteren. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren door de werf te verbeteren en de werf te verbeteren. |             |
| <b>Gebruikerswensen (functionaliteiten)</b>   | <b>MUST</b> |
| 1. Mogen moet tussen de 3 en 6 minuten naar bestelling kunnen opschalen.  | M           |
| 2. Mogen moet met alle handelingen kunnen worden.   | S           |
| 3. Mogen moet minimaal 7 uur worden bijgevoerd en de werf moet de opname moet worden.   | S           |
| 4. Mogen moet zonder inbrengen kunnen worden.   | S           |
| 5. Mogen moet het gewicht hebben dat is geproduceerd door het bestel van de CC.   | S           |
| 6. Mogen moet zonder te wegen weten wat is het bestel op het bestel.  | M           |
| 7. Mogen moet het gewicht hebben dat is geproduceerd door het bestel van de CC.   | M           |
| <b>Technische eisen</b>   |             |
| 1. De bestelling moet tussen de 3 en 6 minuten klaar zijn.  | M           |
| 2. De werf moet minimaal 2 uur worden bijgevoerd en de werf moet de opname moet worden.   | S           |
| 3. De bestelling moet een temperatuur hebben tussen de 70 en 80 graden Celsius.   | S           |
| 4.  |             |
| 5.  |             |
| 6.  |             |
| 7.  |             |
| 8.  |             |
| <b>Bedrijfswensen</b>   |             |
| 1. De gebruiker moet het gewicht kunnen.  | M           |
| 2. De gebruiker moet minimaal 20 minuten bijgevoerd zijn.   | S           |
| 3. De gebruiker moet een positieve ervaring hebben tijdens het bestel.  | S           |
| 4. De gebruiker moet CC, weten wat is het bestel.   | S           |
| 5.  |             |

Eigen werk en foto.



## Doel

Een programma van eisen geeft inzicht in de randvoorwaarden waar een product aan moet voldoen.

## Beschrijving

Het programma van eisen bestaat uit een overzicht, bestaande uit drie tabellen. Er zijn tabellen voor de gebruikerseisen, technische eisen en bedrijfseisen. In deze tabellen zijn de randvoorwaarden opgenomen voor deze onderdelen. Met behulp van MoSCoW kun je vervolgens aangeven welke onderdelen in je ontwerp moeten terugkomen (must) en welke onderdelen je er ook graag bij zou willen hebben (should).

## Stap voor stap

Allereerst haal je de verstopte problemen uit de gegeven opdracht. Deze kunnen vervolgens worden ondergebracht bij een van de drie partijen. Door middel van deze methode creëer je een duidelijk overzicht van de dingen die je eigenlijk al weet. Het PvE kan gedurende het hele proces weer gebruikt worden voor inspiratie of om te checken of je nog op het goede pad zit.

## Reflectie

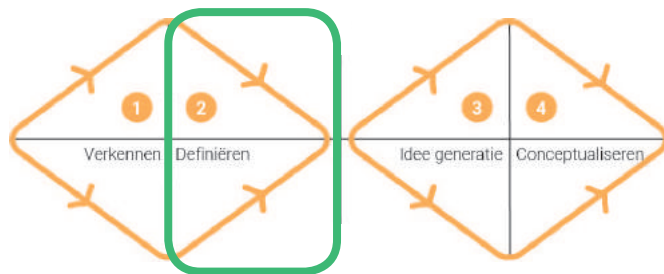
Het maken van een PvE valt voor mij onder de Must Have van MoSCoW. Door alle eisen op een rijtje te zetten creëer de duidelijkheid over waar je product uiteindelijk aan zal moeten voldoen, waardoor je gericht kunt ontwerpen.

- Programma van Eisen. (2019, 10 maart). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <http://werken-aan-projecten.nl/programma-van-eisen/>
- Werken aan Projecten. (z.d.). Geraadpleegd 6 juni 2019, van Werken-aan-Projecten: <http://werken-aan-projecten.nl/fasen-project/programma-van-eisen-wat-staat-er/>

# KLASSIEK BRAINSTORMEN



Brainstormen. (z.d.). Foto. Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://www.ad.nl/ad-werkt/brainstormen-is-ongeschikt-om-als-groep-tot-betere-ideeen-te-komen~a6b44cee/>



## Doel

De klassieke brainstorm wordt gebruikt om tot zo veel mogelijk ideeën te komen.

## Beschrijving

De grote hoeveelheid aan ideeën wordt bereikt door met een groep te gaan zitten en aan de hand van een probleemstelling hard op na te gaan denken over oplossingen voor het probleem. De ideeën hoeven niet van hoge kwaliteit te zijn - we gaan hier voor kwantiteit. Niks is hier te gek!

## Stap voor stap

Allereerst wordt de probleemstelling bekeken. Het probleem kan eventueel opgedeeld worden in kleinere stukken om makkelijker een idee te kunnen bedenken. Vervolgens wordt er hardop nagedacht en worden alle ideeën opgeschreven - niks is fout! Heb geen kritiek op anderen en denk nog niet te moeilijk. Het werkt prettig om te beginnen met voor de hand liggende ideeën en door middel van de ideeën naar de meer complexe ideeën te bouwen.

## Reflectie

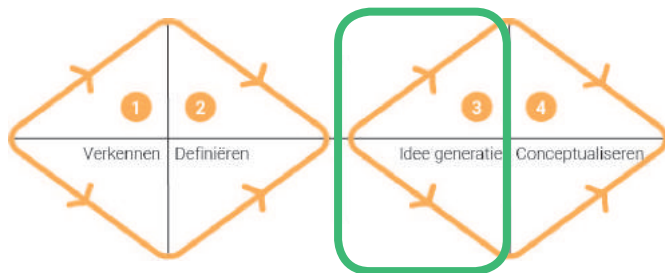
Brainstormen is een snelle, effectieve manier om veel ideeën te genereren. Je kunt de ideeën combineren tot een nog beter idee of gebruiken als inspiratie en toch een andere weg in slaan.

- Vos, K. (2013). Brainstorm handleiding. Geraadpleegd 6 juni 2019, van <http://www.brainssstorm.com/brainstormen-handleiding/>  
- Marketingtermen. (z.d.). Brainstormen. Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://www.marketingtermen.nl/begrip/brainstormen>

# SUPERPOWER BRAINSTORM



Superheld. (z.d.). Foto. Geraadpleegd op 6 juni, van <https://pixabay.com/nl/vectors/superman-held-superheld-comic-logo-295328/>



## Doel

Bij deze methode bekijk je het probleem vanuit de ogen van een superheld, om op deze manier nieuwe inzichten op te doen.

## Beschrijving

Door middel van de superpower brainstorm methode verplaats je jezelf in een superheld. Op deze manier bekijk je het probleem vanuit andere ogen en kun je nieuwe dingen ontdekken.

## Stap voor stap

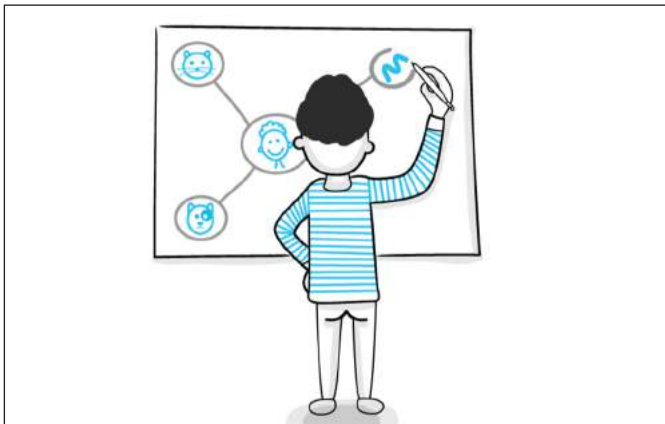
Allereerst dient er een probleem gekozen te worden waarover gebrainstormd zal worden. Hierna kan er een superheld gekozen worden waar jij je in wilt verplaatsen voor deze brainstorm sessie. vervolgens kun je de bekende eigenschappen van deze superheld gebruiken om ideeën te bedenken die het probleem zouden kunnen oplossen. Schrijf hierna de ideeën uit en werk deze verder uit.

## Reflectie

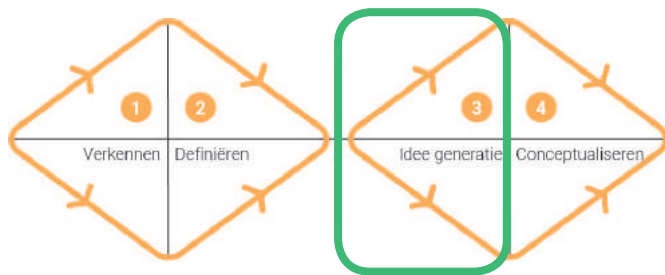
Het brainstormen met behulp van deze methode is een leuke manier om te brainstormen. Het is een fijne methode die net even anders is dan de rest, zodat het brainstormen wat leuker wordt. De superheld helpt je goed om 'out of the box' te denken.

- 25 Useful Brainstorming Techniques. (2018, 24 augustus). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://personalexcellence.co/blog/brainstorming-techniques/>

# REVERSE BRAINSTORMING



CMD Methods Pack. (z.d.). Foto. Geraadpleegd 6 juni, van <http://www.cmdmethods.nl/cards/workshop/ideation>



## Doel

Reverse brainstorming helpt bij het oplossen van problemen door het huidige probleem om te draaien. Met behulp van deze techniek kun je tot creatieve ideeën en oplossingen komen.

## Beschrijving

Door het huidige probleem om te draaien, en er dus een positieve ervaring van de maken, bekijk je het probleem vanuit een andere kant. Er worden twee 'reverse vragen' gesteld: "hoe wordt dit probleem veroorzaakt?" & "hoe krijg ik het tegenovergestelde effect?"

## Stap voor stap

Allereerst wordt het probleem duidelijk omschreven. Vervolgens keer je het probleem om naar een positieve ervaring door middel van de twee 'reverse vragen'. Vervolgens kun je gaan brainstormen over het omgekeerde probleem, dus vanuit de positieve ervaring. Hier geldt hetzelfde als bij klassiek brainstormen: geen kritiek geven op elkaar, alles is goed in deze fase. Na de brainstormsessie kun je de ideeën omzetten naar oplossingen voor het oorspronkelijke probleem.

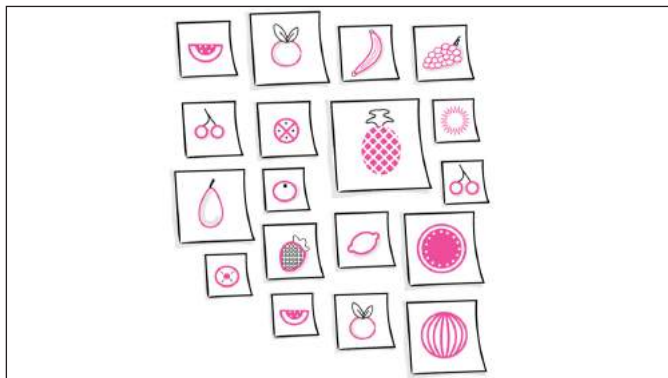
## Reflectie

Deze methode is eerst wat lastig om in te komen, maar als je eenmaal bezig bent het hele idee dat je omgekeerd bezig bent even los laat, kun je tot hele mooie en creatieve ideeën komen welke ook daadwerkelijk bruikbaar zijn voor het oorspronkelijke probleem.

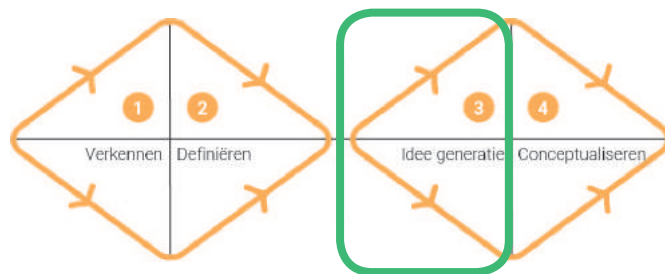
- Reverse Brainstorming. (z.d.). Geraadpleegd 6 mei 2019, van <https://dux.typepad.com/dux/2011/01/this-is-the-fourth-in-a-series-of-100-short-articles-about-ux-design-and-evaluation-methods-todays-method-is-called-rever.html>
- Reverse Brainstorming. (2018, 1 oktober). Geraadpleegd 6 mei 2019, van [https://www.mindtools.com/pages/article/newCT\\_96.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_96.htm)



# INSPIRATION WALL



CMD Methods Pack . (z.d.). Foto. Geraadpleegd 6 mei 2019, van <http://www.cmdmethods.nl/cards/stepping-stones/inspiration-wall>



## Doel

Een inspiration wall worden zo veel mogelijk ideeën gegenereerd op basis van HKJ's die al eerder zijn bedacht. Alle ideeën van een sessie als deze dienen bewaard te worden, zodat deze gedurende de project nog eens kunnen worden bekeken voor inspiratie.

## Beschrijving

Er wordt bij deze methode een team gevormd, maar wel individueel gestart. Er wordt begonnen met het opschrijven van ideeën op post-its. Dit duurt ongeveer 10 minuten. Hierna wordt er kort overlegd, gevolgd door weer een individuele sessie.

## Stap voor stap

Allereerst worden er HKJ's gemaakt of erbij gepakt uit een eerdere sessie. De leden van het team gaan 10 minuten lang, individueel, ideeën opschrijven op post-its. Hierna wordt er 5 minuten lang gekeken naar elkaars ideeën en inspiratie op gedaan. Vervolgens worden er weer 10 minuten lang ideeën opgeschreven. Hierna komt het team weer bijeen om de ideeën per HKJ te organiseren op een muur of een vel A3 papier.

## Reflectie

Deze methode voelde eerst als dubbel werk, aangezien wij de HKJ's al eerder hadden behandeld en hiermee hadden gebrainstormd. Het was hierdoor lastig om nieuwe ideeën te bedenken. Bij de tweede sessie van 10 minuten ging het in mijn team beter, omdat we allemaal even hadden kunnen spieken bij onze teamleden en inspiratie hadden kunnen op doen. Het is een fijne, duidelijke methode doordat de ideeën georganiseerd worden per HKJ.

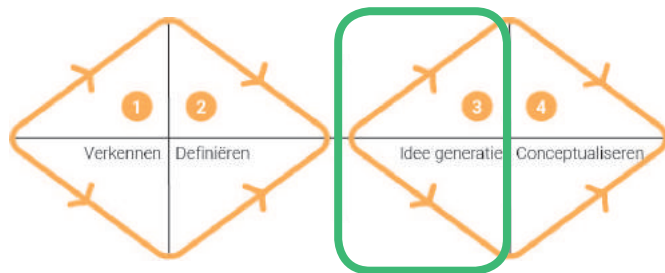
- CMD Methods Pack . (z.d.). Geraadpleegd 6 mei 2019, van <http://www.cmdmethods.nl/cards/stepping-stones/inspiration-wall>



# BRAINWRITING



Brainwriting. (2014). Foto. Geraadpleegd 6 juni, van <https://www.brainspores.com/4-free-brainwriting-tools-idea-generation-research/>



## Doel

Brainwriting is een vorm van brainstormen, waarbij het doel is om zo veel mogelijk ideeën te genereren.

## Beschrijving

Bij brainwriting wordt er vaak gewerkt met de 6-3-5 methode, waarbij de 6 staat voor het aantal deelnemers, de 3 voor het aantal ideeën die zijn opschrijven en de 5 voor het aantal keer dat dit wordt gedaan.

## Stap voor stap

Allereerst wordt er een groep gevormd van 6 personen. Deze personen schrijven voor elke vraag of onderdeel 3 ideeën op. Nadat deze 3 ideeën zijn opgeschreven, worden ze doorgegeven aan een andere deelnemer. Deze deelnemer schrijft, bij deze drie, weer drie ideeën op. Deze handeling wordt in totaal 5 keer herhaald. Op deze manier heb je in een korte tijd al snel 108 ideeën gegenereerd.

## Reflectie

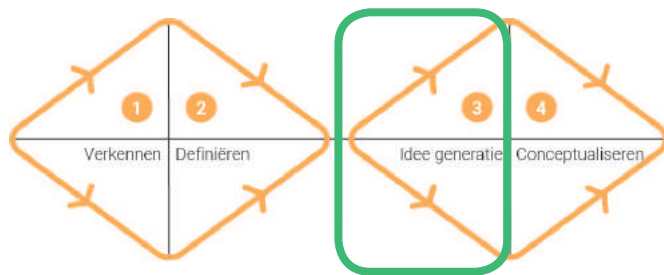
Na brainwriting zelf geprobeerd te hebben met mijn eigen team en een ander team, heb ik gemerkt dat ik het prettig vind om eerst na te denken over een idee en het op te schrijven, in plaats van (zoals bij klassiek brainstormen) het direct in de groep te zeggen. Door middel van deze methode krijg je zowel kwalitatief betere ideeën als een grote hoeveelheid ideeën.

- Sneed, A. (2018, 1 augustus). Brainstorming Is Dumb. Geraadpleegd 13 mei 2019, van <https://www.fastcompany.com/3062292/brainstorming-is-dumb>
- Mulder, P. (2018, 9 juni). Brainwriting. Geraadpleegd 13 mei 2019, van <https://www.toolshero.nl/creativiteit/brainwriting/>

# CRAZY 8



Eigen werk en foto.



## Doel

Bij deze methode is het de bedoeling om in een korte tijd zoveel mogelijk ideeën te bedenken voor het ontwerpprobleem

## Beschrijving

Bij Crazy 8 word er een blad papier opgedeeld in 8 vlakken. Elke vlak is bedoeld om een idee in de vorm van een schets in te zetten. Voor elk vlak, en dus elk idee, is 1 minuut de tijd.

## Stap voor stap

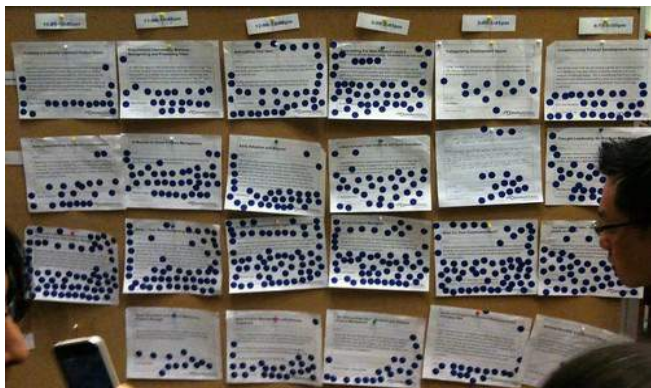
Allereerst wordt het ontwerpprobleem bepaald. Vervolgens wordt het blad papier opgedeeld in 8 vlakken. De timer wordt op 1 minuut gezet en het eerste idee wordt in het eerste vlak getekend en eventueel kort omschreven. Hierna wordt de timer opnieuw op een minuut gezet en wordt er verder gegaan met het tweede vlak. Dit wordt herhaald tot alle vlakken gevuld zijn. Er kan ook gekozen worden om de timer direct op 8 minuten te zetten en iemand elke minuut te laten zeggen dat de deelnemers naar het volgende vlak moeten gaan.

## Reflectie

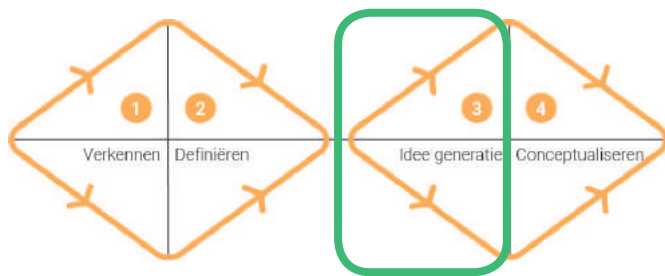
Ik vond deze methode erg goed werken. Na het derde vlak gevuld te hebben, merkte ik dacht de meests voor de hand liggende ideeën geweest waren. Hierdoor moest ik creatiever en anders gaan denken. Vanuit deze methode hebben wij het besluit genomen om een van deze ideeën uit te werken, welke uiteindelijk is uitgegroeid tot ons totaalconcept.

- Crazy 8. (z.d.). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://designsprintkit.withgoogle.com/methodology/phase3-sketch/crazy-eights>
- How to: Run a Crazy Eights exercise to generate design ideas. (2017, 24 november). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://www.iamnotmypixels.com/how-to-use-crazy-8s-to-generate-design-ideas/>

# DOT VOTING



Dot Voting - Gamestorming. (2015, 2 juni). Foto. Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://gamestorming.com/dot-voting/>



## Doel

Bij deze methode wordt er gestemd op ideeën waardoor het beste ideeën naar voren komen.

## Beschrijving

Met behulp van dot voting bepaal je samen met je team welke van de eerder bedachten ideeën de beste zijn. Elk teamlid krijgt een bepaald aantal stemmen om uit te delen. De ideeën met de meeste stemmen worden vervolgens verder meegenomen in het ontwerpproces.

## Stap voor stap

Allereerst worden er ideeën gegenereerd met een brainstorm methode. Vervolgens kunnen de overlappende ideeën worden gegroepeerd en eventueel worden samengevoegd tot 1 idee als ze bijna identiek zijn. Hierna krijgt elk teamlid 4 stippen. De stippen worden verdeeld over de ideeën die het teamlid het meest interessant, leuk en goed vindt. De 6 ideeën met de meeste stemmen worden uitgezocht en hiermee wordt verder gewerkt in het ontwerpproces.

## Reflectie

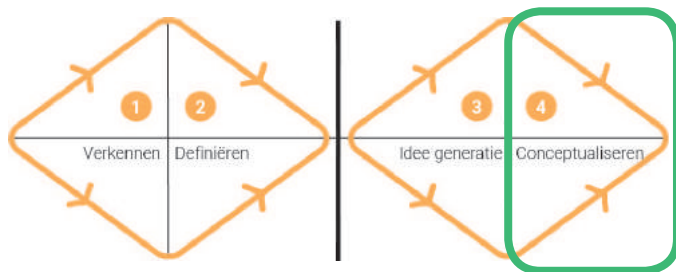
Ik vond deze methode een makkelijke, snelle manier om snel de beste ideeën uit te zoeken als team zijnde. Wanneer je veel ideeën hebt, ik het vaak moeilijk om snel de beste er uit te zoeken. Deze methode heeft mij hierbij geholpen.

- How to Use Dot Voting Effectively – Dotmocracy. (z.d.). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <http://dotmocracy.org/dot-voting/>
- Dot Voting - Gamestorming. (2015, 2 juni). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://gamestorming.com/dot-voting/>

# MORFOLOGISCHE KAART

| Touch points - Morfologische kaart                        |  |                                    |                                    |                                    |                                       |
|---|--|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| Wat voor de gebruiker en welke interactie is er?          |  |                                    |                                    |                                    |                                       |
| Touchpoint / interactie                                   | Wat moet het systeem kunnen doen? Functie? | oplossing 1 (schets/plaatje/tekst) | oplossing 2 (schets/plaatje/tekst) | oplossing 3 (schets/plaatje/tekst) | oplossing 4 (schets/plaatje/tekst)    |
| Personen worden herkend bij het binnengaan                | - personen herkennen                       | Vinger afdruk                      | Gedragsherkenning                  | Recessen + telefoons               | Reis herkennen                        |
| Er wordt duidelijk gemaakt waar de gebruiker moet wachten | - bestelling opstellen                     | Door                               | Platen op de vloer                 | Een rij met open tijd aangeven     | aan toonafspelen met kaartje meenemen |
| De gebruiker krijgt te zien hoe lang hij moet wachten     | - status aangeven                          | Door                               | Een tijd op de kaartje             | app                                | peper                                 |

Eigen werk en foto.



## Doel

Bij het maken van een morfologische kaart worden ideeën op een systematische manier gegenereerd. Er kan een volledig concept worden gevormd door het combineren van meerdere ideeën.

## Beschrijving

Bij de morfologische kaart worden losse ideeën samengevoegd tot een concept. De ideeën worden in een diagram geplaatst en er worden verschillende paden uitgewerkt.

## Stap voor stap

Allereerst worden eerder bedachte ideeën per onderdeel in een diagram geplaatst. Zo zijn er meerdere mogelijke oplossingen voor een probleem naast elkaar weergegeven. Nu kunnen er verschillende lapan worden uitgewerkt door combinaties te maken van de ideeën. Op deze manier zijn er meerdere mogelijke concepten gemaakt met dezelfde ideeën.

## Reflectie

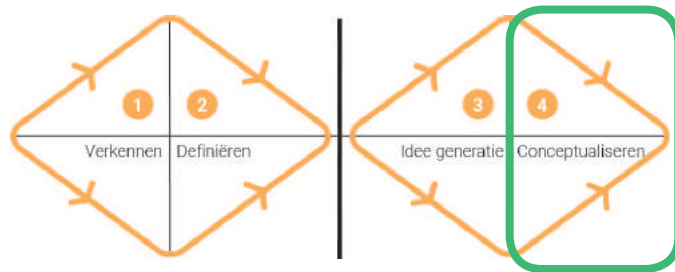
Mijn team en ik vonden de morfologische kaart eerst wat lastig werken, omdat niet al onze ideeën met elkaar te combineren waren. Toen we eenmaal doorhadden hoe het in zijn werk ging en we een aantal goede paden hadden uitgewerkt, bleek het een fijne systematische manier van werken met uitkomsten waar je eerder misschien nog niet naar had gekeken.

- CMD Methods Pack. (z.d.-b). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <http://www.cmdmethods.nl/cards/workshop/morphological-chart>

# PMO

| Idee Beschrijving   | P (plusen)<br>Noem de 2 a 3 belangrijkste pluspunten van dit idee?                                       | M (minnen)<br>Noem de 2 a 3 belangrijkste minpunten van dit idee?  | O (ontwikkelen)<br>Bedenk manieren om de minpunten aan te pakken zodat het idee sterker wordt. |
|---|--|--|--|
| Scherm met wachttijd tot de bestelling klaar is (+ naam)      | - duidelijkheid voor de klant op gebied van<br>- tijd<br>- waar te wachten                               | - kan resulteren in irritaties bij de klant als de tijd niet klopt | - aangeven dat het een geschatte tijd is om irritaties te voorkomen                            |
| App met favorieten welke scanbaar zijn aan de kassa (profiel) | - vooraf kunnen kiezen ipv lang denken bij de kassa<br>- ingrediënten bekijken (handig bij een allergie) | - geen optie voor customizen                                       | - geen favorieten, maar gewoon producten om te laten scannen                                   |
| Free samples  | - proberen wat je lekker vindt<br>- handig voor nieuwe klanten<br>- reciprocity                          | - geen complete oplossing voor het probleem                        |  |

Eigen werk en foto.



## Doel

Het doel van deze methode is het geven van feedback op de eerder gegenereerde ideeën, door middel van het toewijzen van plus- en minpunten.

## Beschrijving

De PMO methode (pluspunten, minpunten en ontwikkelen) is een methode waarmee overzicht wordt gecreëerd over waar zich plus- en minpunten bevinden in een idee. Verder kan hier een ontwikkeling, dus een verbetering, in worden aangegeven.

## Stap voor stap

Allereerst worden er ideeën gegenereerd met behulp van een brainstorm methode. Deze ideeën worden aan de linkerkant van een leeg A3 vel papier genoteerd. Vervolgens komen hier drie tabellen naast voor de plus- en minpunten en voor de ontwikkelingen. De tabel kan nu worden ingevuld bij elk idee. Hierna wordt er inhoudelijk gekeken naar het idee en zijn plus- en minpunten en wordt er nagedacht over een ontwikkeling om het idee te verbeteren.

## Reflectie

Door middel van de PMO methode en de tabellen hebben wij goed de plus- en minpunten van onze ideeën op een overzichtelijke manier kunnen identificeren. Met behulp van deze methode kun je ook goed de pluspunten uit elk idee bundelen tot 1 idee.

- PMO. (z.d.). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <http://hoadd.noordhoff.nl/sites/7563/7563-webpage5-18.htm>

# HARRIS PROFIEL

|  |
|--|
| Megan moet zonder te vragen weten waar zij haar bestelling moet ophalen          |
| Megan moet het gevoel hebben dat zij is gerespecteerd door haar bezoek aan de CC |
| De bestelling moet binnen de 3 en 6 minuten klaar zijn                           |
| De gebruiker moet een positieve ervaring beleven tijdens het bezoek aan de CC    |
|  |
|  |
|  |

Eigen werk en foto.

| Scherm met wachttijd tot de bestelling klaar is (1 naam vd klant) |   |   |    |   |
|---|---|---|----|---|
| --  | - | + | ++ |   |
|   |   |   | ●  |   |
| ●   |   |   |    |   |
|   |   |   |    | ● |
|   |   |   | ●  |   |
|   |   |   |    |   |
|   |   |   |    |   |
|   |   |   |    |   |

| Volledige bestelling via een app |   |   |    |   |
|----------------------------------|---|---|----|---|
| --                               | - | + | ++ |   |
|                                  |   |   | ●  |   |
| ●                                |   |   |    |   |
|                                  |   |   |    | ● |
|                                  |   |   | ●  |   |
|                                  |   |   |    |   |
|                                  |   |   |    |   |
|                                  |   |   |    |   |

| Surprise koffie |   |   |    |   |
|-----------------|---|---|----|---|
| --              | - | + | ++ |   |
|                 |   |   |    |   |
| ●               |   |   |    |   |
|                 |   |   |    | ● |
|                 |   | ● |    |   |
|                 |   |   | ●  |   |
|                 |   |   |    |   |
|                 |   |   |    |   |

## Beschrijving

Bij het Harris profiel zet je verschillende ideeën op een rijtje en bepaal je wat de sterke en zwakke punten zijn van elk idee. Hierbij bepaal je volledig zelf welke voorwaarden je stelt en waarop je de ideeën beoordeelt. De sterke punten worden weergegeven in het groen en de zwakke punten in het rood. Op deze manier creëer je direct visueel overzicht.

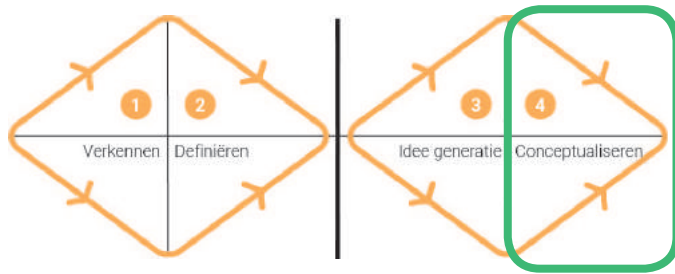
## Stap voor stap

Allereerst noteer je de ideeën die tot nu toe gegenereerd zijn. Vervolgens dienen er voorwaarden opgesteld te worden, aan de hand waar van de ideeën beoordeelt worden. De ideeën kunnen nu beoordeeld worden door middel van '--', '-', '+', '++', waarbij '--' niet voldaan is en '++' goed voldaan is. Hierbij worden '-' en '--' weergegeven in het rood en '+' en '++' in het groen.

## Reflectie

Mijn team en ik hadden wat moeite met het maken van het Harris profiel, aangezien het lastig te bepalen is wat onder een dubbele min valt en wat onder een enkele. Wanneer het Harris profiel volledig is ingevuld met de juiste kleuren is het wel een fijn, duidelijk overzicht.

- Harris profile. (z.d.). Geraadpleegd 6 juni 2019, van [http://wikid.io/tudelft.nl/WikID/index.php/Harris\\_profile](http://wikid.io/tudelft.nl/WikID/index.php/Harris_profile)
- Exact kiezen - Nieuwe Muze. (2016, 18 april). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://www.nieuwemuze.nl/2016/04/exact-kiezen/>

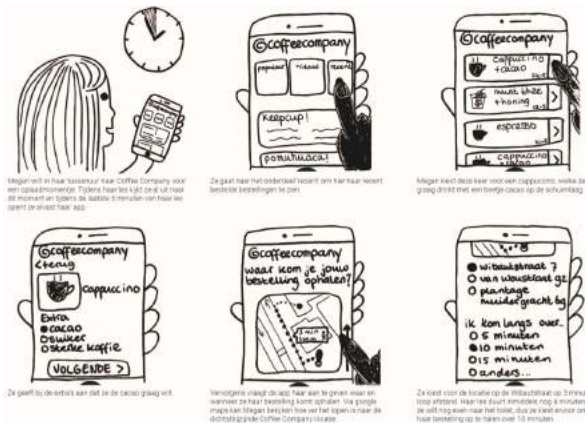


## Doel

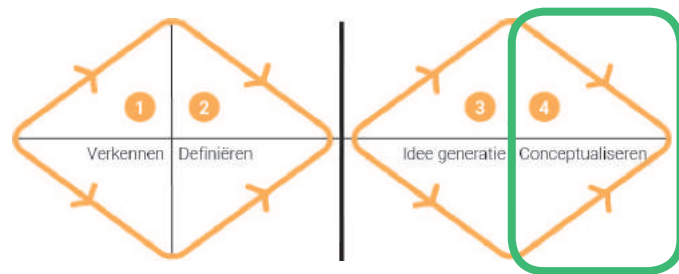
Het doel van het Harris profiel is het vergelijken van eerder gegenereerde ideeën.



# UX STORYBOARD



Eigen werk en foto.



## Doel

Met behulp van een UX storyboard kun je laten zien hoe het product werkt in de context en hoe de gebruiker interactie heeft met het product.

## Beschrijving

Storyboards representeren shots, welke een verhaal vertellen. het is een visuele weergave van hoe een gebruiker en het product zich gedragen in de ideale situatie. Hierdoor krijg je een duidelijke, visuele weergave over hoe de toekomstige gebruiker het product zal gaan gebruiken. Verder brengt het in kaart hoe de gebruiker zich zal voelen in de situatie en hoe jouw product de situatie verbeterd.

## Stap voor stap

Allereerst moet er een duidelijk concept zijn. Vervolgens moet er worden bedacht hoe de gebruiker het product zal gaan gebruiken in de ideale situatie. Deze ervaring wordt opgedeeld in verschillende stappen. Hierna kun je deze stappen gaan visualiseren. Vervolgens kan er ondersteunende tekst worden toegevoegd onder elke visualisatie.

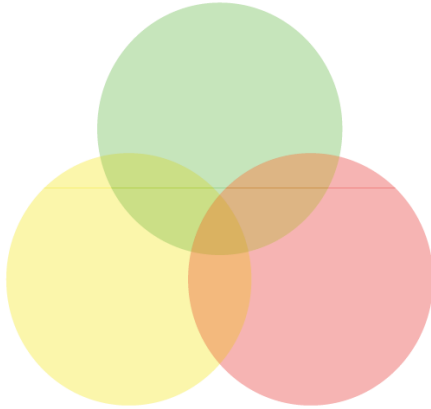
## Reflectie

Ik vind het maken van een storyboard altijd een leuke, effectieve manier van het weergeven hoe een product zal worden gebruikt in de context. Het geeft de stakeholders een duidelijk beeld over hoe het in zijn totaliteit te werk zal gaan, maar als ontwerper zijnde is het ook een soort bevestiging dat het in de context zou kunnen werken. Soms kom je ook punten tegen die nog moeten worden aangepast in het concept, welke je anders niet had opgemerkt.

- UX storyboard. (z.d.) Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://uxplanet.org/storyboarding-in-ux-design-b9d2e18e5fab>

- UX storyboard. (z.d.) Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://uxstudioteam.com/ux-blog/ux-storyboard/>

# THE VALUE OF BALANCING DESIRABILITY, FEASIBILITY AND VIABILITY



Eigen werk en foto.

## Samenvatting

Succes kan worden behaald door balans te vinden. Dit geldt voor alles in het leven en zo ook bij het ontwerpen van een product. Vaak zijn we te veel gericht op het behalen van het perfecte resultaat, waardoor we vergeten om ook andere aspecten mee te nemen in het proces.

Innovatie is misschien niet het einddoel, de balans tussen wenselijkheid, haalbaarheid en levensvatbaarheid vinden is een goede manier voor het vinden van een ontwerpoplossing.

**Wenselijkheid:** Heeft het product een toegevoegde waarde? Is dit iets wat mensen nodig hebben of waar zij naar verlangen?

**Haalbaarheid:** Is het technisch mogelijk? Is de technologische oplossing realistisch?

**Levensvatbaarheid:** Past het product bij de bedrijfsdoelen? Kan en wil de client dit betalen? Vind het bedrijf het waard om hier in te investeren?

## Reflectie

Ik vond het werken met de drie lenzen prettig, omdat het een soort reality check is en je weer even met andere ogen naar je concept of product laat kijken. Je maakt hierbij afwegingen en bent hier mee aan het definiëren.

- The value of balancing desirability, feasibility, and viability. (2016, 27 september). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://crowdfavorite.com/the-value-of-balancing-desirability-feasibility-and-viability/>



# HOW BRAINSTORMING QUESTIONS, NOT IDEAS, SPARK CREATIVITY



How Brainstorming Questions, Not Ideas, Sparks Creativity. (2018). Foto. Geraadpleegd 6 juni, van <https://www.fastcompany.com/3060573/how-brainstorming-questions-not-ideas-sparks-creativity>

## Samenvatting

Het genereren van vragen, in plaats van ideeën, is vele malen belangrijker tijdens het brainstormen. Door deze vragen te stellen kun je een diepere analyse doen en op deze manier het probleem beter begrijpen. Door op deze manier te brainstormen kun je betere ideeën genereren, welke weer voor betere oplossingen zorgen. Bij deze manier van brainstormen doorloop je verschillende stappen.

### 1. Ontwerp een 'vraag-focus'

Er is een onderwerp nodig om vragen over te kunnen stellen. Gebruik hiervoor een stelling, geen vraag!

### 2. Het genereren van vragen

Vorm een groep van vier tot zes mensen en laat één persoon alle vragen die worden genoemd opschrijven. Doe dit gedurende 10 minuten en hou er rekening mee dat de beste vragen vaak pas komen nadat er al 50 tot 75 zijn genoemd.

### 3. Verbeter de genoemde vragen

Loop de vragen nog eens langs en vol ze aan of maak ze juist complexer.

### 4. Keuzes maken

Kies als groep welke vragen de belangrijkste onderwerpen bevatten.

## Reflectie

Tijdens het brainstormen is het voornamelijk belangrijk om goede vragen te bedenken. Focus je hierbij op welke soort vragen je stelt en werk deze uit tot ideeën.

- How Brainstorming Questions, Not Ideas, Sparks Creativity. (2018, 10 juli). Geraadpleegd 6 juni 2019, van <https://www.fastcompany.com/3060573/how-brainstorming-questions-not-ideas-sparks-creativity>

# BRAINSTORMING IS DUMB



Brainstorming [Foto]. (2017, 8 augustus). Geraadpleegd 13 mei 2019, van <https://blog.toggl.com/13-brainstorming-techniques-for-kickstarting-projects/>

## Samenvatting

Brainstormen is een minder goede techniek is dan altijd gedacht werd. De reden hiervoor is dat maar één persoon tegelijk kan praten, waardoor deze het gesprek kan domineren. Ook kan de rest van de groep zijn eigen idee vergeten of blijven hangen is het idee van een ander.

Gelukkig is er een betere manier: Brainwriting. Bij deze methode wordt er gebrainstormd, maar in plaats van alle ideeën direct uit te spreken worden deze opgeschreven en daarna besproken.

Uit onderzoek is gebleken dat het vooral goed werkt om eerst in een groep aan de slag te gaan met brainwriting en vervolgens zelf nog te gaan brainstormen.

Binnen brainwriting is er de 6-3-5 methode. Voor deze methode gaan we uit van 6 deelnemers, die elk 3 ideeën opschrijven. Die 3 ideeën worden doorgegeven aan een andere deelnemer, welke er weer 3 ideeën bij zet. Dit wordt in totaal 5 keer gedaan. Dat maakt in totaal 108 ideeën in korte tijd.

## Reflectie

Na brainwriting zelf geprobeerd te hebben, heb ik gezien dat ik het prettig vind om eerst na te kunnen denken en mijn ideeën op te schrijven, in plaats van een idee meteen met de groep te moeten delen. Op deze manier zijn de ideeën ook kwalitatief beter en bedenk je je niet halverwege een idee dat het niet kan.

- Sneed, A. (2018, 1 augustus). Brainstorming Is Dumb. Geraadpleegd 13 mei 2019, van <https://www.fastcompany.com/3062292/brainstorming-is-dumb>
- Mulder, P. (2018, 9 juni). Brainwriting. Geraadpleegd 13 mei 2019, van <https://www.toolshero.nl/creativiteit/brainwriting/>

# REFLECTIE

## Wat ging goed?

Uitendelijk ben ik wel trots op deze ontwerphandleiding. Ik heb alle methoden, naar mijn idee, goed omschreven en een duidelijke structuur aangebracht. Over het algemeen heb ik de samenwerking binnen mijn team als positief ervaren. Wij hadden al eens eerder in dezelfde samenstelling een team gevormd voor een eerder project, waardoor wij wisten wat we van elkaar konden verwachten tijdens de samenwerking. We hebben altijd in een fijne, gezellige sfeer samen kunnen werken. Ik vind het prettig om zelf te touwtjes in handen te hebben en anderen licht te sturen, wat vaak goed ging tijdens deze samenwerking.

## Wat kan beter?

Een eerste punt van verbetering zou het daadwerkelijk bijhouden van het werk zijn en dit direct ordenen. Hoe wel ik af en toe een methode in deze bundel had opgenomen vlak na deze uitgevoerd te hebben, gebeurde het vaker dat ik het wel noteerde op papier en in een mapje bewaarde maar niet direct in de bundel op nam. Dit ging hetzelfde tijdens de samenwerking: alle werd wel in een document bewaard om zo het proces bij te houden, maar niks was direct concreet omschreven en geordend. Dit punt zorgde er in beide gevallen voor dat er veel werk in de laatste paar weken moest worden verricht.

## Wat zijn de belangrijkste elementen die je van de lesstof hebt geleerd?

Ik snap door het maken van deze ontwerphandleiding nog beter wat de methoden precies inhouden en waar zij ingezet kunnen worden in het ontwerpproces.

## Het in kaart brengen van de ervaring

Door een user trip te doen en een experience map in te vullen breng je de ervaring al snel en goed in kaart. Hierdoor kun je je goed verplaatsen in de persona en deze eventueel bewerken door middel van nieuwe inzichten, welke opgedaan zijn tijdens de user trip.

## Het brainstormen en ontwerpen

Door het vele brainstormen hebben wij ontzettend veel ideeën kunnen genereren. Ik vind het belangrijk om af te wisselen tussen de methoden die je gebruikt tijdens het brainstormen, zoals eens een superpower brainstorm sessie te houden. Hierdoor hou je het voor jezelf leuk en kijk je weer vanuit andere ogen naar de probleem.

## Het communiceren van een concept

Bij het communiceren van een concept is het van groot belang om een duidelijk persona te hebben en een storyboard waarin de gehele ervaring is weergegeven. Verder is het noodzakelijk om goed vooronderzoek gedaan te hebben naar de ervaring en de stakeholders en een programma van eisen op te stellen. Deze eisen kun je op, bijvoorbeeld een poster, er weer bij pakken en in de omschrijving van het concept en het storyboard aangeven waar deze punten terug te vinden zijn.

## De samenwerking

Ik heb eerder al het een en ander over de samenwerking verteld. Het werk was evenredig verdeeld maar niet altijd daadwerkelijk uitgevoerd zoals afgesproken. Over het algemeen hadden we gezamenlijk al het werk moeten bijhouden, aangezien we hierdoor later niet in de problemen zouden zijn gekomen qua tijd.

Ik zou het uiteindelijk verrichtte werk als volgt indelen:

- Laura: 35%
- Giorgio: 25%
- Lisa: 35%