

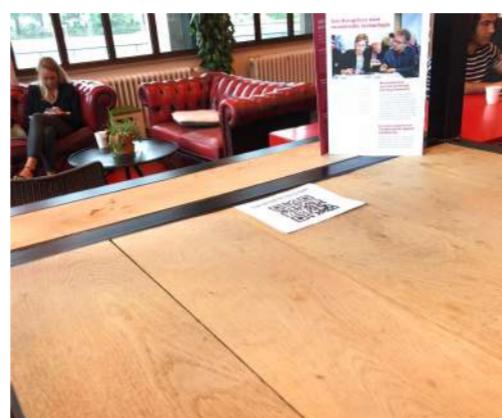


Join me, Seriously

Maaike, Sander & Mitch | Fuchsia | 13 juni 2018

Het idee

Op een eenvoudige manier nieuwe mensen leren ontmoeten. Met een interactieve quiz beantwoord je samen met iemand anders de vragen. Met deze vragen leer je over actueel nieuws en je raakt aan de praat. Win korting door voor de quiz te slagen.

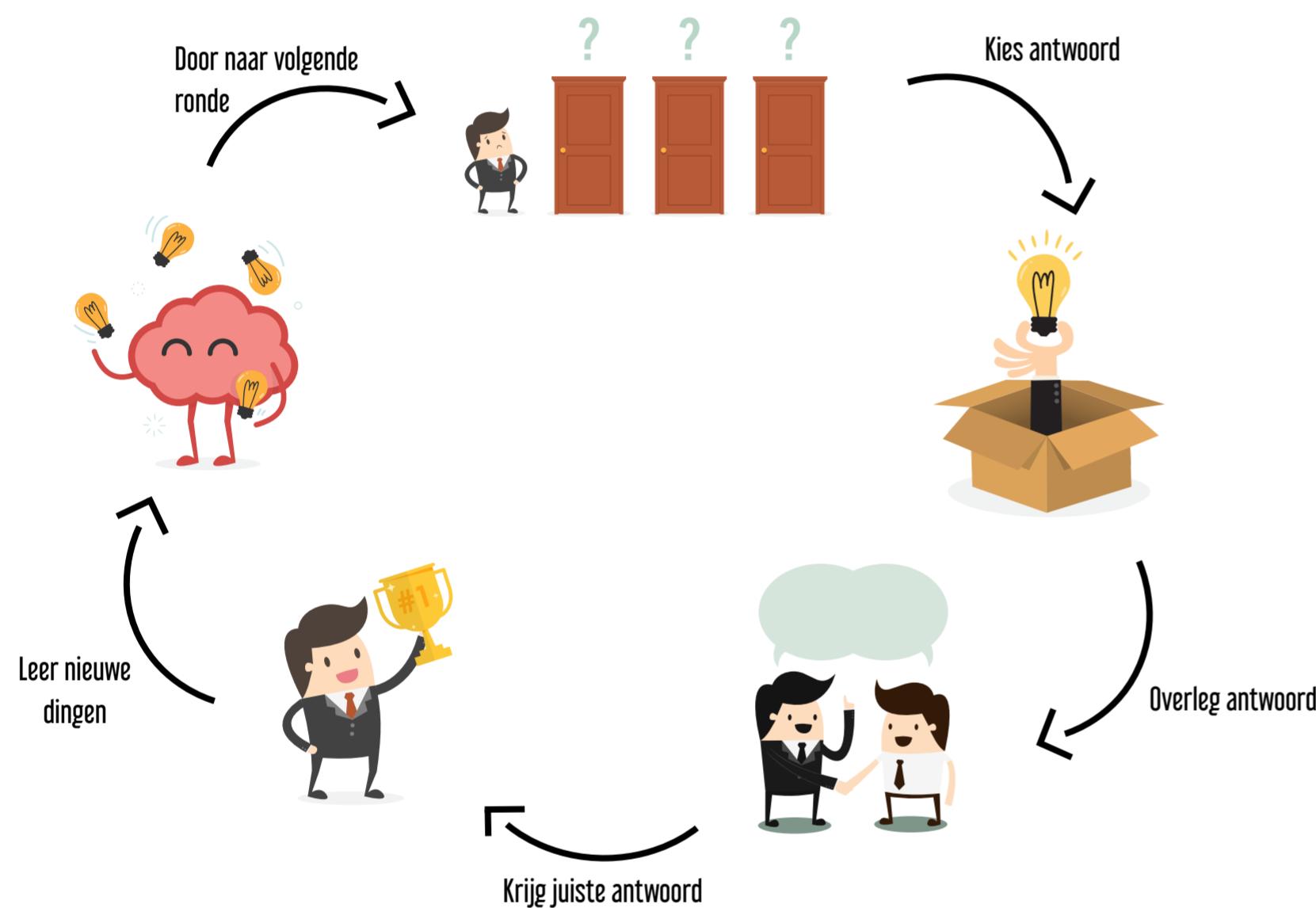


Uitleg

- Ga op een 'Join me' plek zitten en scan de QR-code op de tafel.
- Zodra er iemand bij zit, kan de quiz beginnen.
- Beantwoord de vragen. Deze veranderen elke dag.
- Discussieer de antwoorden met degene voor je.
- Check wat het goede antwoord is.
- Na paar vragen bestel je samen koffie.
- Win korting door alle vragen goed te beantwoorden.
- Speel de bonus-quiz (kennis) om extra korting te winnen.



Interacties



Technologie

Wat is het?

Een QR code is een geavanceerde barcode. QR code staat voor 'Quick Response' code. Het verschil tussen een barcode en een QR code is dat bij het aanmaken van een QR code de gebruiker een keuze kan maken wat er moet gebeuren wanneer deze gescand wordt.

In een QR code kan meer informatie opgeslagen worden dan in een normale barcode. Een QR code is dus echt gericht op marketingdoeleinden.

Waarvoor?

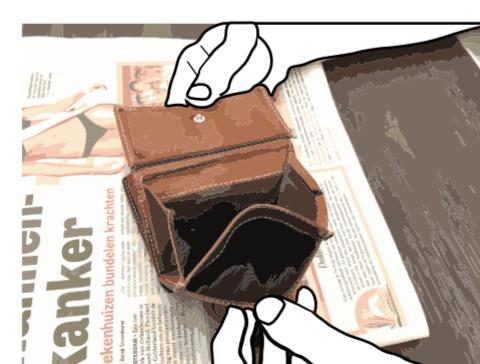
De QR code wordt gescant met de telefoon en leidt de gebruikers naar een online quiz van Brandstof, waar zij vervolgens de vragen kunnen beantwoorden.



Storyboard



Dit is mick. Mick is erg verlegen en heeft weinig vrienden op school.



Hij wil koffie halen en kijkt of hij er nog geld voor heeft. Dat wordt krap.



Toch gaat hij koffie halen in zijn eentje.



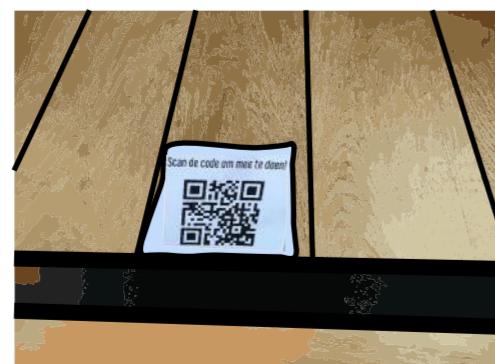
Hij haalt en betaalt zijn koffie.



Zodra hij opzoek gaat naar een lege tafel, vindt hij deze niet.



Hij ziet iemand bij de 'Join me' plek en besluit het te proberen, daar is tenminste een zitplekje.



Hij scant de QR-code met zijn telefoon



Samen met de jongen die er al zat, start hij de quiz.



Ze breken het dagrecord en winnen zo korting.



Ze bestellen koffie en besluiten voor de bonus te gaan, terwijl ze samen praten over de gestelde vragen.



Proces-poster

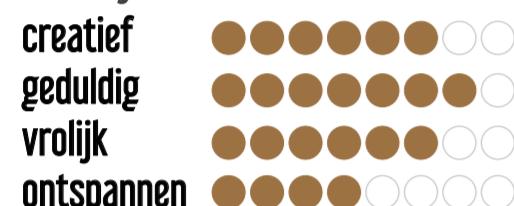
Maaike, Mitch & Sander | Fuchsia | 13 juni 2018



Persona

Opleiding: MIC

Leeftijd: 20



Julia Jansen

GEDRAG

- Dringt liever geen koffie uit een automaat
- Heeft 's ochtends weinig tijd om koffie te drinken

DOELEN

- Geen geld op schoolpas zetten
- Wil dat haar koffie vers gemaakt wordt
- Nieuwe mensen leren kennen

OVER

Brandstof is de "koffiecorner" die zich in het Benno Premsalahuis bevindt.

Door het houten interieur ziet Brandstof's zijn locatie er modern maar toch knus uit.



Naast hout maakt Brandstof ook gebruik van de kleuren rood en zwart op de locatie. In het logo maken ze juist weer gebruik van een gouden kleur.

TEKST

Koffiedrinken doe je bij Brandstof vaak voor de gezelligheid met elkaar. Alleen is er niet altijd iemand in de buurt of je weet niet dat je vrienden in de buurt zijn.



We willen de drempel verlagen waardoor mensen gemakkelijker de eerste stap maken.

Experiencemap

Geen energie



Geen energie



Richting Brandstof



Koffie bestellen

Bestellen & betalen



Betalen



Koffie maken

Opdrink plek



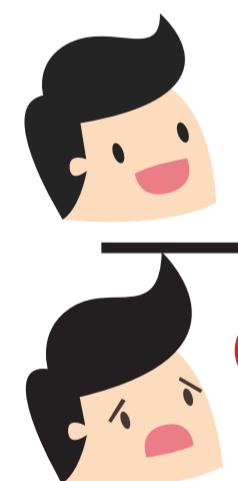
Wil niet alleen / bij mensen gaan zitten



Dan maar terug



In lokaal drinken



Ontwikkelingsproces

PvA

OPDRACHT

- Het product moet zorgen voor gezelligheid
- Het product moet zorgen dat men zich niet vervelt.
- Het product moet er voor zorgen dat er meer nieuwe klanten komen.
- Het product bevindt zich in het Benno Premsela Huis.

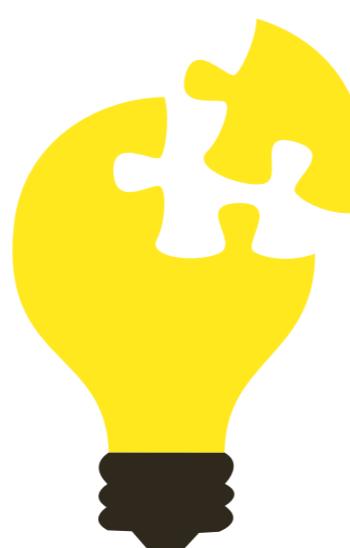


VORMEISEN

- Het product moet mensen aantrekken.
- Het product moet opvallen in de ruimte.
- Het product moet zichzelf uitleggen qua werking.

GEBRUIKERS EISEN

- De gebruiker wil sociaal bezig zijn.
- De gebruiker wil verse thee in plaats van dan uit een automaat.
- De gebruiker wil niet meer betalen dan nodig is.
- De gebruiker vindt de smaak van het product erg belangrijk.



AANKNOOPINGSPUNTEN

Het probleem dat wij tegen kwamen tijdens de experience is het probleem van plek. Dit was een probleem omdat we inspelen op gezelligheid, we willen juist dat mensen bij elkaar gaan zitten.

Naast dit merkten wij dat er nog een ander punt was, we vonden persoonlijk de prijs te hoog voor studentenkoffie. Om er voor te zorgen dat mensen er vaker heen zullen gaan moeten we hierop in gaan spelen.

HKJ

Er voor zorgen dat mensen een reden hebben om langer met elkaar te zitten

HKJ

het makkelijker maken voor dat mensen d.m.v. van koffie elkaar kunnen ontmoeten.

HKJ

koffie halen bij brandstof aantrekkelijker maken

KEUZES

We hebben erg ver in ons proces het idee gehad om te kiezen voor een ander concept. We hebben heel lang ons oog gehad op het volgende idee: Je kan groepskorting krijgen door bij mensen te zitten.

Door de morfologische kaart realiseerde we dat er extra dynamiek in ons concept moest komen om de gezelligheid naast het alleen "samenzijn" te stimuleren