

# CIMO'S

Werken met de CIMO-logica	
	<b>Mogelijke onderzoeksvragen</b>
<b>Context</b>	Hoe is de uitgangssituatie? Welke factoren spelen mogelijk een rol? Wat weet ik al over het probleem? Aan welke condities moet worden voldaan om de interventie te laten werken?
<b>Interventie</b>	Welke interventie kan ik plegen om de beoogde effecten te bereiken? Wat zijn onze eerdere ervaringen hiermee? Wat zegt de literatuur hierover?  <i>Voorbeeld van een mogelijke interventie: aanleren van een reflectiemethodiek.</i>
<b>Mechanismen</b>	Welke mechanismen zorgen er (vermoedelijk) voor dat de interventie tot de beoogde effecten zal leiden?  <i>Voorbeeld van een mechanisme: het aanleren van de reflectiemethodiek zorgt voor meer reflectie waardoor een beter zelfinzicht bij de leerling ontstaat.</i>
<b>Outcomes</b>	Welke effecten willen we met de interventie bereiken? Waar zien we aan dat de interventie effect heeft gehad? Hoe kunnen we dit valide en betrouwbaar meten?  <i>Voorbeeld van een mogelijk gewenst effect: het vergroten van het zelfinzicht van leerlingen.</i>

CIMO Logica van het gehele project	
<b>Context</b>	Basisschoolleerlingen kunnen niet 2 uur per week sporten. Er is simpelweg niet genoeg plek in de gymzaal.
<b>Interventie</b>	Het gebruik van het schoolplein en de buiten omgeving.
<b>Mechanisme</b>	Een sport toestel dat zowel binnen als buiten gebruikt kan worden en uitdagend maar veilig is voor iedereen
<b>Outcome</b>	Basisschool leerlingen minimaal 2 uur per week kunnen sporten

### CIMO Logica van Sprint 2

Context	Met Desk en field research achter de wensen komen van onze doelgroep om aan de hand hiervan te kunnen brainstormen om zo op mogelijke ideeën te komen. Nog te weinig inzicht in wat de doelgroep wilt
Interventie	Een vragenlijst opstellen voor de doelgroep i.c.m. uitvoeren. Een basisschool vragen of het mogelijk is een enquête af te nemen.
Mechanisme	Een hele klas ondervragen met vragen op papier. Een vragenlijst specifiek maken per leeftijd categorie. Een analyse maken van de verkregen data.
Outcome	Meer inzicht krijgen in wat de doelgroep precies wilt. of Meer inzicht krijgen in de doelgroep precies wenst bij het probleem

### CIMO Logica van Sprint 3

Context	In de komende periode gaan wij een idee verder uitwerken. Na een gekozen idee gaan wij dit rapid prototypen en testen
Interventie	Het idee pitchen bij de stakeholder zodat we valideren dat we op de juiste weg zijn. Daarnaast gaan we het prototype testen bij de doelgroep.
Mechanisme	Verschillende materialen meenemen om te prototypen. Afspraken met de stakeholders. Langsgaan bij Bosan en een basisschool
Outcome	Tot een definitief en gevalideerd idee komen dat geschikt is voor de doelgroep.

CIMO Sprint 4	
Context	We hebben een mobiele klimwand die voor buitengebruik geschikt is zodat basisschool kinderen meer kunnen gymen. Alleen weten we nog niet of kinderen dit echt willen gebruiken. We weten nog niet hoe we idee kunnen verwoorden.
Interventie	Verhaal maken bij het product (pitch) Het product gaan testen bij doelgroep. Onderzoek naar wetgeving
Mechanisme	Usertesten met doelgroep Stappenplan voor de pitch Literatuur onderzoek voor wetgeving
Outcome	Product en het verhaal duidelijk hebben Validatie bij doelgroep Weten hoe de wetgeving hierbij aansluit

CIMO Sprint 5	
Context	We hebben een verder uitgewerkt idee van een mobiele boulderwand genaamd 'De Mini Boulder'. We hebben de doelgroepen bezocht en zijn er achter gekomen dat de doelgroep het interessant vindt. We hebben ons prototype net veranderd dus dat moet opnieuw geprint worden. <b>We willen er deze sprint achter komen of boulderen de enige optie is doormiddel van nieuwe wanden.</b>
Interventie	Testen bij de doelgroep doormiddel van een nieuw prototype en enkele vragen. Exploratie van nieuwe opties en mogelijkheden.
Mechanisme	Desk research/field research Usertesten bij de doelgroep
Outcome	<b>Weten of er een betere optie is dan alleen boulderwanden.</b>

CIMO Sprint 6	
Context	Aan de hand van nieuwe inzichten door de mix en match week kunnen we ons concept verbeteren.
Interventie	Groeps discussie tijdens de mixweek Doormiddel van de mix en match week andere inzichten krijgen vanuit mensen die van buiten ons project komen.
Mechanisme	Brainstorm en in discussie Desk - research
Outcome	Met nieuwe inzichten ontdekken of er nog meer/ betere mogelijkheden zijn bij het product en deze toepassen/uitwerken op het product.