

2021

# Adviesrapport

ADVIESRAPPORT PARTOUT  
SARIS, MAUD M.M.

## Samenvatting

Het probleem dat we voor ons kregen waarvoor we een oplossing gingen bedenken was als volgt: Door de Coronacrisis is er een stijging in eenzaamheid en angst gerelateerde problemen onder jongeren.

Onder de doelgroep hebben we een enquête en interviews gedaan waaruit we de conclusie konden trekken dat een op de vijf kinderen zich eenzamer voelt door Corona. Verder viel het ons ook op dat de doelgroep zich er niet van bewust was dat de Kindertelefoon een forum heeft, of dat je met ze kunt chatten.

Dit was dan ook het geen waar we ons op wilden focussen; eenzame jongeren en het forum van de Kindertelefoon. Op basis van dit probleem hebben we de volgende design challenge bedacht; *Design A campaign to stimulate teens from 11 – 18 years old who feel lonely to make use of the forum from the Kindertelefoon.*

## Inhoud

Samenvatting.....	1
Inleiding.....	3
Aanleiding.....	3
Probleem .....	3
Hoofdvraag.....	3
Onderzoek .....	3
Doelgroepsonderzoek .....	3
Enquête .....	3
Interviews .....	4
Schriftelijk onderzoek.....	4
Conclusie .....	4
Alternatieven.....	5
Chatavonden .....	5
Benodigheden .....	5
Voordelen.....	5
Nadelen .....	5
API .....	6
Wat moet er gebeuren? .....	6
Voordelen.....	6
Nadelen .....	6
Advies .....	7
Moderatie.....	7
Responsive.....	7
Reageren op berichten .....	7
Domein .....	8
Conclusie .....	8

## Inleiding

### Aanleiding

Aanleiding voor het maken van dit project is dat het niet duidelijk is dat de kindertelefoon ook gebruikt kan worden voor kleinschalige problemen/mededelingen. Het huidige imago van de kindertelefoon is dat je alleen belt met problemen zoals mishandeling en andere serieuze zaken. Partout wil dat een kind alles (zo klein en groot) zonder te aarzelen met iemand kan delen. Ze willen niet dat een kind zich eenzaam voelt doordat ze geen contacten hebben.

### Probleem

Partout heeft ons de opdracht gegeven om voor de kindertelefoon een campagne voor desbetreffende doelgroep te maken, het doel hiervan is om meer aandacht te creëren voor de kindertelefoon. Hoe we dit doen is volledig aan ons.

### Hoofdvraag

Hoe kunnen we een campagne ontwerpen om mensen van 11 – 18 jaar die zich eenzaam voelen te stimuleren om gebruik te maken van het forum van de Kindertelefoon?

## Onderzoek

In de eerste paar weken van het project hebben we verschillende onderzoeken gedaan om meer inzicht te krijgen in de doelgroep, maar ook wat voor campagnes er al geweest zijn, onderzoek naar social media die gebruikt wordt door de doelgroep en wat voor vergelijkbare bedrijven er zijn.

Op basis van deze onderzoeken zijn we gaan brainstormen om een idee te bedenken om eenzame jongeren te helpen en het forum van de Kindertelefoon meer bekend te maken.

### Doelgroepsonderzoek

#### Enquête

We zijn begonnen met een enquête onder de doelgroep. We hebben de doelgroep van de Kindertelefoon verkleind naar jongeren tussen de 11 en 18 jaar. De enquête die we gemaakt hebben is verstuurd op een middelbare school, hier hebben we 127 antwoorden op gekregen.

In de enquête staan vragen zoals binnen welke leeftijdsgroep ze vallen, van welke social media ze allemaal gebruik maken, of ze zich door corona eenzamer voelen en welke vormen van de Kindertelefoon ze allemaal kennen.

Uit deze enquête kregen een aantal interessante antwoorden waar we wel iets mee konden doen voor de campagne. Zo bleek dat de live chat en het forum niet bekend is onder de doelgroep, ze het meeste gebruik maken van Instagram, Snapchat en TikTok, en dat een op de vijf jongeren uit onze enquête eenzaam is door Corona.

## Interviews

Verder zijn er ook een aantal interviews gedaan met jongeren uit de doelgroep. We hebben geprobeerd om dit zo verspreid mogelijk te doen voor verschillende leeftijden te scholen te gebruiken. Zo was de kans groter op verschillende antwoorden.

En verschillende antwoorden kregen we. De ene hield zich niet echt aan de Corona regels en boeide het niet zo veel terwijl de andere zich wel aan de regels hield, met vrienden online afsprak, en zelfs vrienden verloren heeft door Corona.

Met deze informatie konden we aan de slag om iets te bedenken om eenzaamheid onder jongeren tegen te gaan.

## Schriftelijk onderzoek

Verder zijn er ook schriftelijke onderzoeken gedaan om wat voorbeelden te krijgen van wat andere bedrijven voor campagnes doen, hoe er op social media geadverteerd wordt, welke reclame vormen er allemaal zijn, en wat vergelijkbare bedrijven doen met hun campagnes.

Door deze onderzoeken te doen hebben we meer informatie gekregen die we kunnen toepassen op de campagne.

## Conclusie

Uit onze onderzoeken kunnen we concluderen dat een op de vijf jongeren zich eenzaam voelt door Corona, verder is het forum van de Kindertelefoon niet bekend onder de doelgroep. Dit is iets waar we ons op hebben gefocust tijdens het maken van de campagne. Aan de hand van deze informatie hebben we de volgende How Might We vragen bedacht;

- Hoe kunnen we het forum bekender maken bij de doelgroep?
- Hoe kunnen we onze campagne verspreiden over YouTube, Instagram, TikTok en Snapchat?

Op basis van deze vragen hebben we een idee bedacht die hopelijk als oplossing ingezet kan worden op het probleem.

Om het forum van de Kindertelefoon bekender te maken willen we hier de focus op leggen in combinatie met het feit dat jongeren eenzamer zijn door Corona. Op onze campagne website willen we doormiddel van gamification en het delen van berichten de doelgroep erop wijzen dat ze ook dingen kunnen delen op het forum van de Kindertelefoon en dat ze niet alleen zijn.

Via social media willen we berichten plaatsen die mensen laten nadenken. Hierbij kunnen we bijvoorbeeld nummers uit onderzoeken plaatsen die aanduiden hoe eenzaam mensen zijn in deze Coronaperiode. Verder zouden we hier ook een video van kunnen maken zodat de doelgroep het ook op andere platformen tegen komt.

Uiteindelijk hebben we de volgende website gemaakt:

<https://i456972.hera.fhict.nl/Partout/Campagne%20website/kindertelefoon-1/index.html>

## Alternatieven

### Chatavonden

Een van onze ideeën was om chatavonden te houden voor de doelgroep, waarbij bijvoorbeeld elke week 1 of 2 keer een chatavond is waarbij de doelgroep met elkaar kunnen chatten over hun problemen of als ze misschien iets kwijt willen. Dit kunnen ze doen in verschillende chatrooms over verschillende onderwerpen. Ook zijn er bij elke chatroom 1 of 2 moderators bij om alles in de gaten te houden wat tegen de regels is.

Uit het onderzoek is ook gebleken dat het forum en de live chat niet bekend waren. Daarom hebben we chatavonden bedacht als een soort van mix van het forum en de live chat. Door dit alternatief hoeven kinderen niet te wachten op een antwoord op het forum van de kindertelefoon omdat ze in een chatavond gelijk antwoord krijgen en kunnen ze met meer mensen tegelijk praten over bepaalde onderwerpen.

### Benodigdheden

Als eerst is het nodig om de chatavonden bekend te maken zodat er veel kinderen op af komen, Zo kunnen we iedereen een melding sturen die een account heeft op de kindertelefoon. Ook kunnen we ze benaderen via sociaal media omdat de doelgroep daar veel te vinden is. Ten tweede zijn er 1 of 2 moderators nodig per chatroom. En als laatste zijn er natuurlijk chatrooms nodig zodat de kinderen daar met elkaar kunnen praten.

### Voordelen

Door de chatrooms kan het zijn dat er geen eenzaam gevoel meer is bij de kinderen omdat zij live met elkaar kunnen praten over verschillende onderwerpen. Ook krijg je veel sneller een reactie op je vraag.

### Nadelen

Het nadeel is dat het op een vaste tijd plaats vindt en sommige kinderen die willen komen niet kunnen omdat ze ook nog een hobby kunnen hebben. Daarnaast is het ook veel werk voor de moderators omdat zij alles moeten regelen binnen een chatroom en aanwezig moeten zijn in de avond.

## API

De campagne website gebruikt momenteel een los berichten systeem. Dit systeem laat alleen de berichten zien die op de campagne website zijn aangemaakt. Als alternatief hierop is het mogelijk om een API te gebruiken die het berichten systeem van de campagne website linkt met het forum. Hierdoor kunnen de gebruikers een bericht plaatsen die ook terug te vinden is op het forum waar mensen dan op kunnen reageren.

## Wat moet er gebeuren?

Om dit product te maken is er een API nodig om de verbinding te maken tussen het forum en de campagne website. Verder is hier natuurlijk ook samenwerking met de kindertelefoon nodig om deze API te verkrijgen.

## Voordelen

Mensen kunnen direct dingen delen op het forum waar andere gebruikers ook op kunnen reageren. Hierdoor ontstaat er direct contact tussen gebruikers vergeleken met het bestaande idee waarbij gebruikers alleen een bericht kunnen achter laten waarvan andere gebruikers het alleen kunnen lezen.

## Nadelen

De nadelen aan het toevoegen van een API zijn dat de gebruikers te lang op de campagne website kunnen blijven. Omdat de gebruikers dan al een bericht kunnen plaatsen op het forum zonder ernaartoe te gaan is er kans dat ze minder snel de neiging hebben om naar het forum te gaan.

## Advies

Om onze campagne verder uit te werken in de toekomst hebben we verschillende adviezen. Als de opdrachtgever verder deze campagne uit wil werken hebben we deze aandachtspunten.

### Moderatie

Om te zorgen dat er geen ongepaste berichten komen op onze campagnewebsite is het nodig om gebruik te maken van moderatie. Er valt te verwachten dat onze doelgroep niet altijd even serieus is met het plaatsen van berichten. Ook kan het voorkomen dat de berichten van de kinderen afwijken van het onderwerp. Om het berichtensysteem zo concreet mogelijk te houden is ons advies om moderatie toe te voegen voor de inkomende berichten. Zo kan deze moderatie simpelweg berichten uit de database verwijderen.

### Responsive

Een van de adviezen die we de volgende ontwerpers willen meegeven is dat deze website (meer) responsive gemaakt moet worden. Vanwege tijdgebrek konden we dit helaas niet doen en hebben we prioriteit gegeven aan andere belangrijke zaken. Maar misschien zou je vragen: "Waarom zou ik investeren in responsive design?". Antwoord hierop is dat we in een samenleving leven met meerdere schermen. Daarom is het belangrijk dat uw site op zoveel mogelijk apparaten zichtbaar is, omdat u nooit weet op welk apparaat iemand uw website zal bekijken.

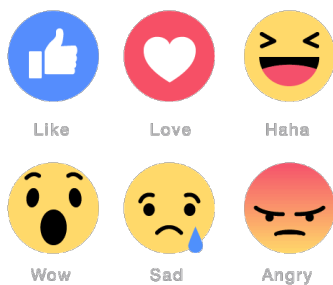
Responsieve website statistieken suggereren dat het verstandig is om zowel desktop- als mobiele kijkers aan te spreken. Het aantal mobiele kijkers overtreft nu de desktop, en dit aantal zal alleen maar blijven stijgen naarmate de wereldwijde toegankelijkheid van smartphones toeneemt.

Bovendien kondigde Google begin 2015 aan dat mobielvriendelijkheid een rankingfactor zou worden in zijn algoritmen voor zoekmachines. Dit betekende dat sites die mobielvriendelijk waren, mogelijk wat terrein zouden verliezen in de zoekresultaten van zoekmachines omdat ze geen goede ervaring zouden bieden aan mobiele zoekers en kijkers.

Deze website bestaat uit 3 pagina's met verschillende elementen. Gelukkig hebben we de homepage volledig responsive gemaakt, maar de "lobby" en "contact" zijn nog niet responsive. We hebben bootstrap- en mediaquery's gebruikt. We raden aan om door te gaan met dezelfde technieken om programmeerconflicten te voorkomen.

### Reageren op berichten

Een ander idee dat we willen meegeven is de mogelijkheid om te reageren op berichten van de campagnewebsite. U kunt bijvoorbeeld emoji's gebruiken om te reageren op berichten van anderen. Zie afbeelding hieronder:



Met behulp van cookies op de website zou je je bericht terug kunnen zien en kunnen zien of er reacties op zijn geplaatst. Deze positieve feedback kan de kinderen motiveren om meer dingen te delen op het forum van de kindertelefoon.



## Domein

Omdat we officieel geen naam/url voor de website hebben, willen we u ook adviseren om deze te koppelen aan de URL van Kindertelefoon: [www.kindertelefoon.nl/DEELHETFF](http://www.kindertelefoon.nl/DEELHETFF). De hele campagne draait om deze hashtag: **#DEELHETFF** dus daarom willen we deze hashtag graag in de URL opnemen.

## Conclusie

Als conclusie raden we aan om, als de opdrachtgever hierin geïnteresseerd is, onze adviezen te volgen om de campagnewebsite nog interessanter te maken. Daarnaast raden wij aan om het alternatief van de chatavonden uit te voeren. Hier zien wij als groep de meeste potentie in. Graag horen wij of de opdrachtgever geïnteresseerd is om dit project verder uit te werken.