

DESIGNBRIEF & PLAN VAN AANPAK

Shrino Lee

500697751

In samenwerking met Ontwerp je
Ontwikkeling (Marianne Meijers)

Robert van Boeschoten

September 2019

In dit document vindt u de designbrief van mijn afstudeerproject. Hierin zal duidelijk worden welke factoren onderzocht moeten worden om tot een goed eindproduct te komen. Ik ga andere anderen in op de probleemsituatie, de verschillende stakeholders en de behoeftes die zij hebben, stel ik mijn Design Challenge op met de daarbij behorende onderzoeksvragen die ik denk nodig te hebben om tot mijn uiteindelijke antwoord te komen. Daarna zal ik verder kijken en de visie geven die ik heb op mijn eindproduct. Tot slot zal ik een planning geven die ik heb gemaakt om te laten zien welke onderzoeksmethode ik toe zal passen en de daarbij behorende mijlpalen.

In mijn afstudeerjaar van de opleiding Communication and multimedia design aan de Hogeschool van Amsterdam zal ik een afstudeerproject volbrengen dat alle aspecten van de opleiding bevat. De aankomende 20 weken zal ik mij bezig gaan houden met dit project. Naast de HVA zal er een andere belanghebbende partij betrokken zijn bij mijn project in de vorm van mijn opdrachtgever.

Mijn afstudeer project is tot stand gekomen door het boek Ontwerp je Ontwikkeling (OJO). OJO is een boek dat geschreven is voor coaches die opzoek zijn naar actieve, creatieve en positieve manieren om jongvolwassenen te ondersteunen bij belangrijke loopbaankeuzes.

Om succesvol te zijn op de snel veranderende arbeidsmarkt wordt er van (jong) volwassenen een zelfsturende, flexibele, ondernemende en creatieve houding verwacht. De begeleidingsmethode in dit boek helpt startende, maar ook meer ervaren professionals bij het vergeven van hun eigen route. Hierbij staan iemand unieke kwaliteiten, behoeftes en mogelijkheden centraal.

(Studie)coaches vinden in Ontwerp je Ontwikkeling een grote diversiteit aan tools en activiteiten. Het biedt een breed scala aan oefeningen en methodes die zijn gebaseerd op Design Thinking en de positieve psychologie en beschrijft een proces van zeven stappen dat flexibel kan worden doorlopen. De individuele en groepsoefeningen per stap geven de coach flexibiliteit in het creëren van een passende coachroute

Waarom is het maken van de juiste keuze vaak zo moeilijk?

Het maken van de juiste keuzes wordt vaak als moeilijk en stressvol gezien. Angst om de juiste keuzes te maken weerhoudt veel vrouwen ervan om verder te komen in hun loopbaan.

Grevers (2018) geeft 5 redenen waarom het zo moeilijk kan zijn om een goede keuze te maken. De 5 redenen die zij geven die keuzes moeilijk kunnen maken.

1. Er valt zoveel te kiezen en dat maakt het erg onoverzichtelijk. Bovendien, zodra je een keuze gemaakt hebt, kun je denken: "Er zijn zoveel mogelijkheden, ik heb ze niet allemaal goed bekeken. Er zit vast nog iets bij wat nog leuker, interessanter of beter is". Dus het risico bestaat dat je meteen nadat je gekozen hebt gaat twijfelen of spijt krijgt.
2. Het is vaak zo moeilijk om je vooraf voor te stellen hoe je keuze uit gaat pakken. Hoe zal het er in de praktijk werkelijk uitzien? Ga ik deze keuze over 3 jaar ook nog oké vinden? Je kunt geen 3 jaar vooruitkijken. Je kunt onmogelijk overzien wat er in de toekomst allemaal gaat gebeuren.

3. Je kunt alleen een goede loopbaankeuze maken wanneer je jezelf goed kent. Maar is zo ontzettend lastig om jezelf goed te leren kennen. Vaak besteden wij daar veel te weinig aandacht aan omdat we teveel bezig zijn met alles wat er buiten om ons heen gebeurt. Het blijkt dat velen van ons niet goed weten waar ze echt goed in zijn en wat ze echt heel erg leuk vinden om te doen. Maar ook vaak onderschatten of overschatten wij onszelf.

4. Vaak wordt er gedacht dat een loopbaankeuze voor het leven is. Deze gedachte is niet juist, maar kan wel voor heel veel stress zorgen. Mensen maar ook omgevingen veranderen continu, zijn in ontwikkeling. Je kunt altijd op je besluit terugkomen. Over 10 jaar ben jij niet meer dezelfde persoon als nu. Ja, dit geldt ook voor jou! Het werk waarvoor je op je achttiende nog in de wieg gelegd leek, hoeft dat op je achtentwintigste al lang niet meer te zijn. Heel veel loopbaankeuzes hebben namelijk een houdbaarheidsdatum. Meer dan 40 jaar werken in dezelfde functie voor dezelfde werkgever is nu een uitzondering in plaats van regel.

5. Je krijgt allemaal goed bedoelde adviezen en tips uit je omgeving. Soms zijn ze nogal tegenstrijdig. Je ouders raden je aan om je verstand te gebruiken en "veilige" keuze te maken. Je beste vriendin raad je aan je passie te volgen. Een andere vriendin vindt dat je iets moet gaan doen met je talenten. Wat is het beste? Het is helemaal niet verkeerd dat ze met je meedenken, maar vergeet niet dat zij vanuit een heel ander referentiekader naar jouw situatie kijken. Alleen jijzelf weet wat het best is voor jezelf. Luister goed naar wat ze zeggen, maar vorm je eigen mening en vertrouw hierop.

DE INHOUDSOPGAVE

6	HET PROBLEEM
7	DE STAKEHOLDERS
9	DESIGN CHALLENGE
11	DE VISIE
13	DE PLANNING
14	LITERATUURLIJST

1 HET PROBLEEM

Het probleem bestaat eigenlijk uit 2 delen. Het boek is geschreven voor coaches en niet voor jongvolwassenen. Daarnaast blijkt een boek niet het handigste medium te zijn om met de oefeningen aan de slag te kunnen gaan tijdens een coach sessie. Het is nu namelijk zo dat de coach tijdens een sessie door het boek moet zoeken en bladeren om de juiste oefening te vinden terwijl de gecoachte zit te wachten. Daarbij kan de coach niet echt verwijzen naar een oefening in het boek waarmee de gecoachte thuis aan de slag zou kunnen gaan.

Het tweede probleem dat hier bij hoort, is dat jongvolwassenen ook prima zelf met de oefeningen aan de slag zouden kunnen gaan zonder coach.

Ontwerp je Ontwikkeling is een boek dat geschreven is door Marianne Meijers voor coaches die opzoek zijn naar actieve, creatieve en positieve manieren om jongvolwassenen te ondersteunen bij belangrijke loopbaankeuzes. OJO bestaat uit een ontwikkelcyclus van zeven stappen. Door het samen doorlopen van de cyclus en gebruik te maken van een of meerdere van de bijbehorende oefeningen per stap, krijg je als coach concrete tools en oefeningen in handen om de jongvolwassene succesvol te kunnen ondersteunen bij het ontwerpen van zijn eigen ontwikkeling. Het uiteindelijke doel van de methode is dat de jongvolwassenen (na de cyclus meerdere keren te hebben doorlopen) steeds beter inzicht krijgt in zichzelf en zijn gedrag en over handvatten gaat beschikbaar om zelf zijn ontwikkeling vorm te geven, en persoonlijk belemmeringen en problemen daarbij aan te pakken en om te buigen naar uitdagingen

De eerste belanghebbende is natuurlijk de opdrachtgever zelf, Marianne Meijers. Zoals zij in de probleemstelling aangeeft is het boek niet geschreven voor jongvolwassenen en blijkt een boek niet het handigste medium te zijn om aan de slag te gaan met de oefeningen. Zij heeft dus sterk de boefte dat deze jongvolwassen zelf ook gebruik kunnen maken van de methode zonder dat zij daarvoor het boek perse nodig hebben. De overige Stakeholders die baat hebben bij de oplossing zijn: de Jongvolwassenen, Coaches, Opleidings instantie.

JONGVOLWASSENEN/STUDENTEN

Voor deze stakeholder is het belangrijk dat zij zo goed mogelijk aan de slag kunnen gaan met de methode. Zij moeten zonder perse een coach nodig te hebben de oefeningen uit het boek zo goed mogelijk kunnen uitvoeren. Omdat het wel belangrijk is dat zij feedback krijgen op de gemaakte oefeningen moeten zij wanneer dit nodig is wel een coach kunnen benaderen.

COACHES

Voor deze stakeholder is het belangrijker dat de oplossing beter werkt dan het boek. Ik moet ervoor zorgen dat zij mijn oplossing liever gebruiken dan het boek. Hierbij moet ik mezelf de vraag stellen: 'Waarom zouden zij mijn oplossing gebruiken en niet gewoon doorgaan met het gebruiken van het boek?'.

DE OPLEIDINGSINSTANTIE

Het coachen van studenten heeft direct een onderwijsbelang. De leerprestaties van de studenten worden steeds belangrijker. Individuele begeleiding heeft als resultaat: minder uitval, beter leerrendement en een snellere afronding van de opleiding. Met andere woorden: het coachen van studenten heeft direct invloed op de prestaties van de school en de onderwijsexploitatie.

3 DESIGN CHALLENGE

“Hoe kan ik doormiddel van een interactieve tool/applicatie ervoor zorgen dat studenten zonder coach zelf kennis kunnen maken met de aanpak van de OJO-methode en dat zij ondersteund worden om passende oefeningen te vinden om mee aan de slag te gaan?”

Om mijn design challenge te beantwoorden heb ik een aantal onderzoeksvragen opgesteld. Deze onderzoeksvragen zullen mij helpen de juiste onderzoeksmethodes uit te kiezen en toe te passen om mijn design challenge te beantwoorden.

ONDERZOEKSVRAGEN

1. Wie is mijn doelgroep?

Wie is de doelgroep waarvoor ik onderzoek ga doen?

2. Wat belemmert de doelgroep om aan de slag te gaan met de OJO methode?

Kennen zij de methode wel?

Weten zij met het boek om te gaan?

Is het boek wel geschreven voor de doelgroep?

Is het mogelijk om zelf aan de slag te gaan met deze methode?

3. Hoe gaat men op dit moment aan de slag met de methode?

Hoe wordt er op dit moment gebruik gemaakt van het boek?

Wordt er überhaupt wel gebruik gemaakt van het boek door de doelgroep?

Op welke manier werkt de doelgroep op dit moment aan zijn eigen ontwikkeling?

4. Hebben de studenten behoefte aan een digitale verandering?

Hebben ze überhaupt behoefte aan een digitale oplossing om met deze methode aan de slag te gaan of denken zij dat dit boek genoeg is?

Waarom hebben zij behoefte aan deze verandering?

5. Wat heeft de doelgroep nodig om aan de slag te gaan met deze methode?

Wat hebben zij nodig om met deze methode aan de slag te gaan? Is er perse een coach nodig? Is het boek voldoende, of is er perse een digitaal medium voor nodig?

6. Heeft de doelgroep behoefte aan begeleiding die hen helpt met dit proces? En welke behoefte is dit precies?

Willen de studenten die aan de slag gaan met de methode wel begeleiding hebben? Of willen ze geheel op eigen houtje met deze methode werken? Wanneer ze wel begeleiding willen, hoe willen zij dat begeleid worden en wat verwachten zij van deze begeleiding?

7. Hoe verloopt de communicatie tussen jongvolwassenen en coaches op dit moment?

Op welke manier onderhouden deze 2 groepen op dit moment contact? Gaat dit via de mail of chatten zij ook wel eens met elkaar? En hoe vaak vindt deze communicatie plaats?

Op welke manier communicatie heeft de voorkeur bij de doelgroep?

8. Zijn alle oefeningen uit het boek digitaal te doen?

Kunnen alle oefeningen die in het boek staan op een digitaal medium gemaakt worden?

Welke kunnen er wel digitaal gedaan worden en welke niet?

4 DE VISIE

FOCUS

Binnen dit project wil ik mij gaan focussen op de wensen en behoeftes van de jongvolwassene/studenten. Ik wil door middel van een interactief product de jongvolwassenen motiveren om zelf aan de slag te gaan met de OJO-methode. Daarnaast wil ik een interactieve cyclus ontwerpen die passende opdrachten meegeeft aan de jongvolwassene/student.

Het minimale dat ik uit mijn afstudeerproject wil halen is een op maat gemaakte prototype die volledig aansluit op de wensen en behoeftes van de doelgroep. Dit wil ik bereiken door verschillende onderzoeksmethodes toe te passen om informatie in te winnen over wat zij wel en niet willen.




Ik kan mijn afstudeerproject geslaagd noemen als ik al mijn beslissingen goed kan onderbouwen met het onderzoek dat ik heb gedaan. Daarnaast moet mijn prototype meerdere malen getest worden bij de doelgroep zodat ik zeker weet dat alle haken en ogen verdwenen zijn. Het mooiste zou zijn als mijn opdrachtgever hierna enthousiast genoeg is om mijn prototype daadwerkelijk te gaan gebruiken om ervoor te zorgen dat jongvolwassenen/studenten zich nog beter kunnen ontwikkelen

PRODUCTVISIE

Op dit moment wordt het boek ontwerp je ontwikkeling alleen gebruikt door coaches om de jongvolwassenen te helpen bij hun ontwikkeling. De jongvolwassene zelf kunnen hier zelf minder goed mee aan de slag omdat het niet voor hen geschreven is. Met mijn product wil ik ervoor zorgen dat hier verandering in komt. Door een interactieve omgeving te creëren waar jongvolwassenen de 7 stappen tellende cyclus kunnen doorlopen en daarbij gepaste oefeningen krijgen die goed aansluiten bij hun ontwikkeling. Daarnaast moet het voor de coaches makkelijker en sneller worden om gepaste oefeningen te zoeken voor de persoon die zij begeleiden

5 DE PLANNING

Om een overzicht te maken van wat er in de aankomende periode zal gebeuren, heb ik een plan van aanpak opgesteld. In dit plan van aanpak kun je terug vinden hoe mijn onderzoek zal verlopen en welke onderzoeksmethodes ik hiervoor ga gebruiken. Zo zal ik beginnen met de verkenningsfase en zal ik in een periode van 7 weken proberen toe te werken naar een eerste concept. Daarna zal ik dit concept met behulp van tests en verschillende iteraties uitwerken naar mijn prototype 1.0.

 WEEK 1 - 6 VERKENNINGSFASE	 WEEK 7 - 10 PRODUCTONTWIKKELING	 WEEK 11 - 17 ONTWERPFASE
PERSONA REQUIREMENT LIST EMPATHY MAP CUSTOMER JOURNEY SCENARIO	INSPIRATION WALL DRIE CONCEPTEN EÉN GEVISUALISEERD CONCEPT COMPARISON CHART	LO-FI PROTOTYPE HI-FI PROTOTYPE (0.5) + TEST REPORT HI-FI PROTOTYPE (0.9) + TEST REPORT PROTOTYPE 1.0 + TEST REPORT
ONDERZOEKSMETHODEN ENQUETES INTERVIEWS FLY ON THE WALL DESCRESEARCH	ONDERZOEKSMETHODEN IDEATION / CO-REFLECT BENCHMARK CREATION SKETCHING USP'S SCAMPER COMPETITIVE ANALYSIS	ONDERZOEKSMETHODEN PROTOTYPING USABILITY TESTING A/B-TESTING PRODUCT QUALITY REVIEW FIELD TRIAL + PROOF OF CONCEPT
ONDERZOEKSVRAGEN WIE IS MIJN DOELGROEP? WAT BELEMMERT DE DOELGROEP OM AAN DE SLAG TE GAAN MET DE OJO METHODE? HOE GAAT MEN OP DIT MOMENT AAN DE SLAG MET DE METHODE HEBBEN DE STUDENTEN BEHOEFTE AAN EEN DIGITALE VERANDERING WAT HEEFT DE DOELGROEP NODIG OM AAN DE SLAG TE GAAN MET DEZE METHODE? HEEFT DE DOELGROEP BEHOEFTE AAN BEGELEIDING DIE HEN HELPT MET DIT PROCES? EN WELKE BEHOEFTE IS DIT PRECIES? HOE VERLOOPT DE COMMUNICATIE TUSSEN JONGVOLWASSENEN EN COACHES OP DIT MOMENT? ZIJN ALLE OEFENINGEN UIT HET BOEK DIGITAAL TE DOEN?	ONDERZOEKSVRAGEN WAT ZIJN OP DIT MOMENT DE TRENDS BINNEN DE DOELGROEP? WELKE DESIGNPATTERNS ZIJN INTERESSANT VOOR DE OPLOSSING? HOE BIEDEN CONCURRENTEN HUN CONTENT AAN? MEER INSPIRATIE OF MEER HULP? HOE KUNNEN WE ONS ONDSCHIEDEN VAN DE CONCURRENTIE?	ONDERZOEKSVRAGEN WAT ZIJN DE TRENDS OP HET GEBIED VAN DESIGN DIE DE DOELGROEP AANSPREKT? IS DE FLOW DUIDELIJK? WAT VOOR FEEDBACK HEEFT DE GEBRUIKER NA HET TESTEN? WELKE TOOL KAN IK HET BEST GEBRUIKEN BIJ HET TESTEN VAN DE OPLOSSING? ZIJN ER VERBETERPUNTEN VANUIT DE OPDRACHTGEVER OF EXPERTS?

6 DE LITERATUURLIJST

Meijers, M. (1018). Ontwerp je Ontwikkeling (Herz. ed.). Amsterdam, Nederland: Boom.

Grevers, J. (2018, 22 maart). Hoe maak je een goede keuze - 5 stappenplan | Unique-loopbaancoaching. Geraadpleegd op 29 oktober 2018, van <https://www.unique-loopbaancoaching.nl/hoe-maak-je-een-goede-keuze/>

Nieuwburg, H. (z.d.). Blog | Waarom coachen van studenten een vak apart is. Geraadpleegd op 2 januari 2019, van <https://www.instituutmentoris.nl/publicaties/waarom-coachen-van-studenten-een-vak-apart-is/>