

USPLUGGED

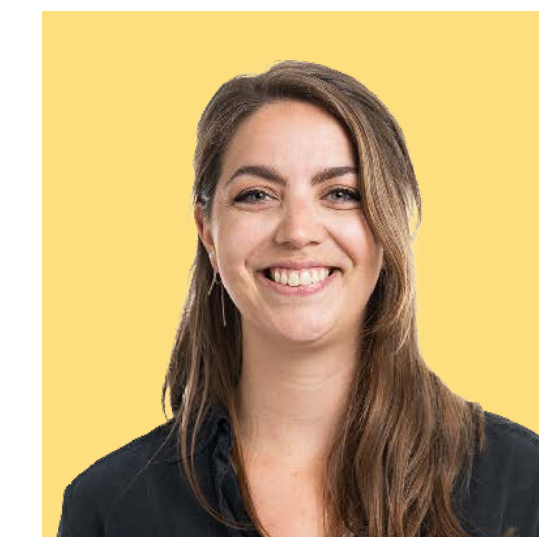
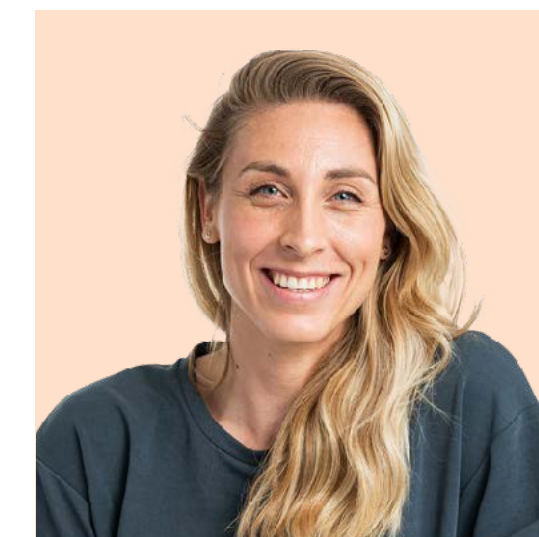
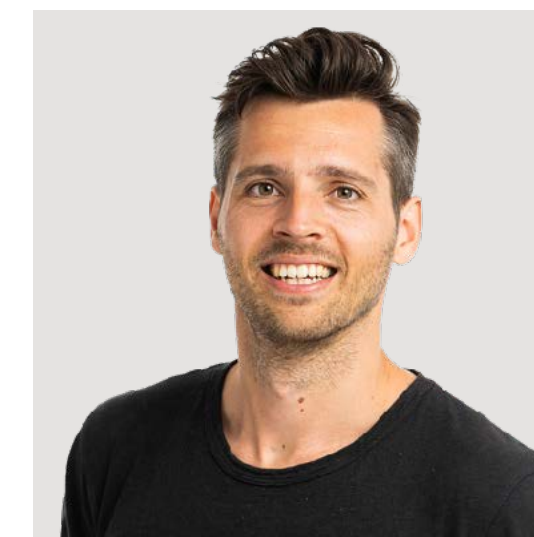
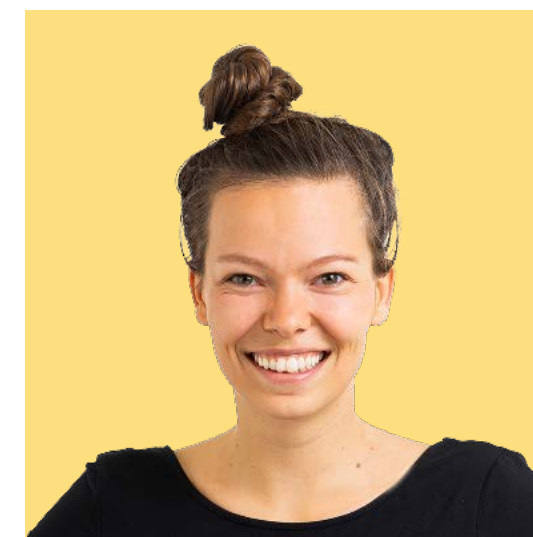
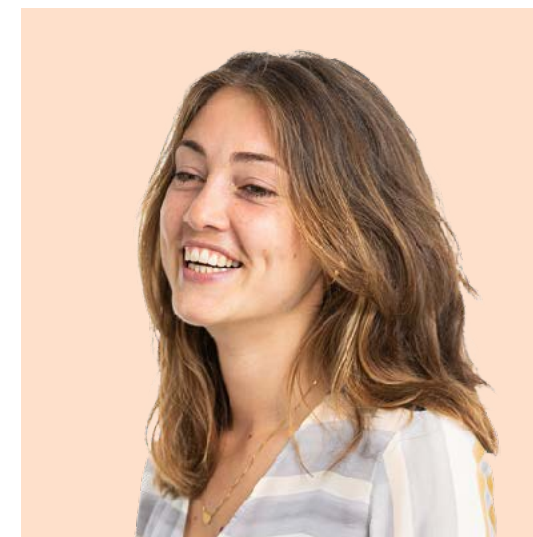
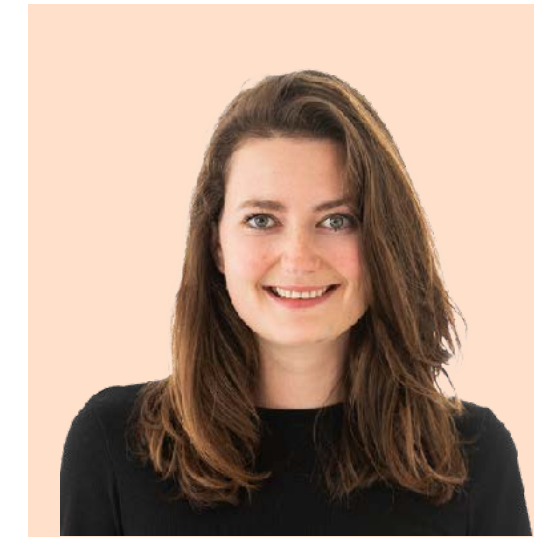
Design Thinking voor Fysieke Ruimtes

WIJ ZIJN UNPLUGGED

Onze wereld draait om mensen. Klanten en medewerkers bepaleen namelijk het succes van een service of bedrijf.

Logisch dus om hen centraal te stellen bij het ontwerp van nieuwe en betere oplossingen. Toch gebeurt dit vaak niet. Daarom zijn wij er.

We observeren, leren, leven ons in en mixen de kennis van onze gedragsexperts, service designers en strategen.





**Wij zetten de
mens centraal in
alles wat we doen.**



Want, vanuit empathie
en begrip ontwerp je
de beste oplossingen.

HANDBOEK

Een betekenisvolle ruimte maakt een positieve impact op menselijke emoties en hun gedrag. Is jouw winkel of kantoor nog wel ingericht op behoeftes die zijn veranderd door de tijd?

Het innoveren van ruimtes start bij het begrijpen van de mensen die er gebruik van maken. Zo krijg je inzicht in de waarden en tekortkomingen die een ruimte kenmerkt en hoe deze de ervaring van mensen beïnvloeden. Ga van inzichten naar kansgebieden om te bepalen waar ruimtelijke interventies nodig zijn om de ervaring te verbeteren.

Zelf aan de slag? Dit handboek helpt je om de principes van **Design Thinking** toe te passen op het ontwerp van fysieke ruimtes.

DE FYSIEKE RUIMTE

Een optimale ervaring vraagt om een samenspel van alle touchpoints in de ruimte.

01. Human Touchpoints

Klanten, Medewerkers, Passanten

02. Physical Touchpoints

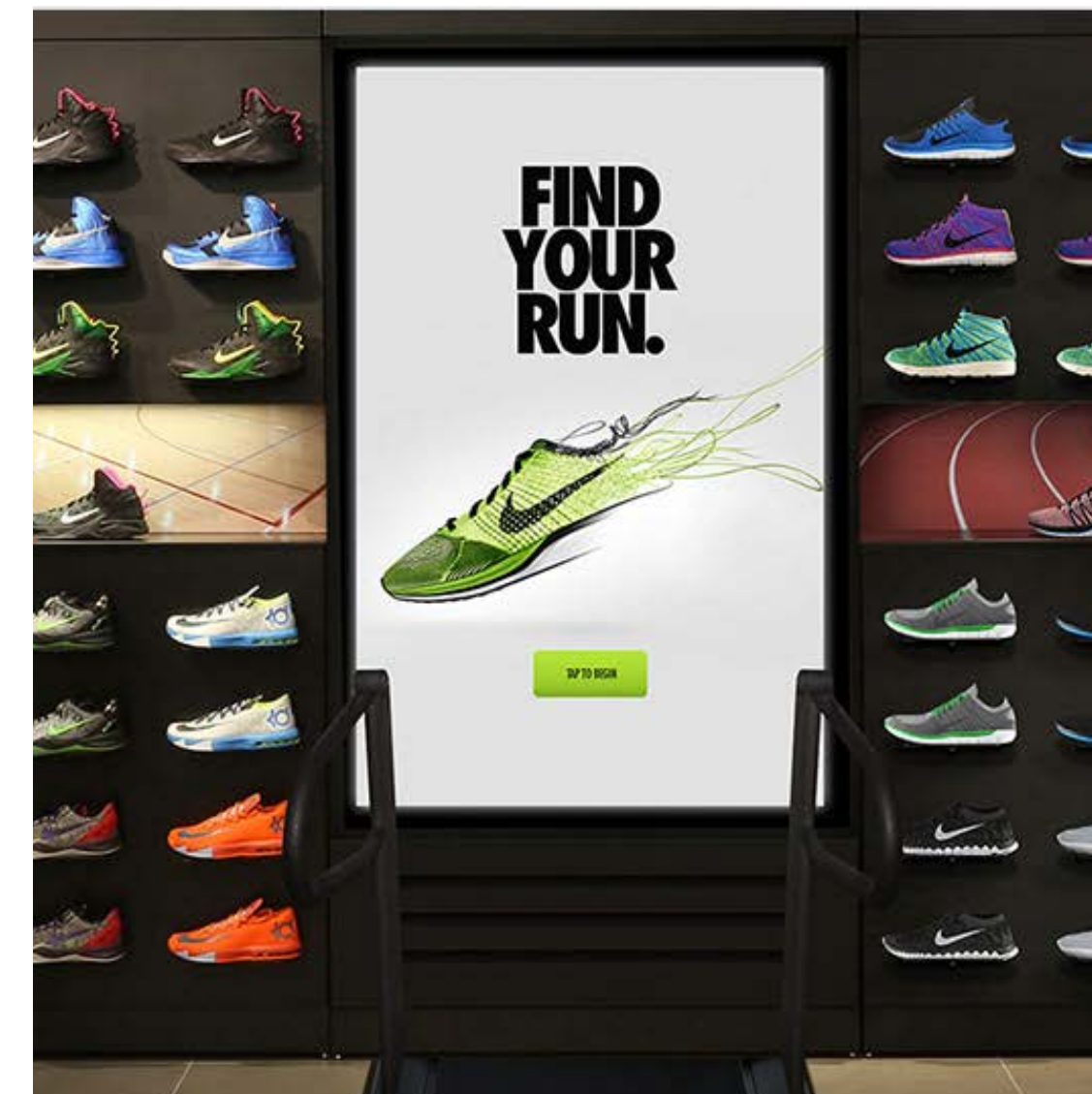
Architectuur, Routing, Meubels, Producten, Signing

03. Digital Touchpoints

App, Web, Screen, AR, VR, Projectie

04. Intangible Touchpoints

Licht, Temperatuur, Geluid, Geur



DESIGN THINKING

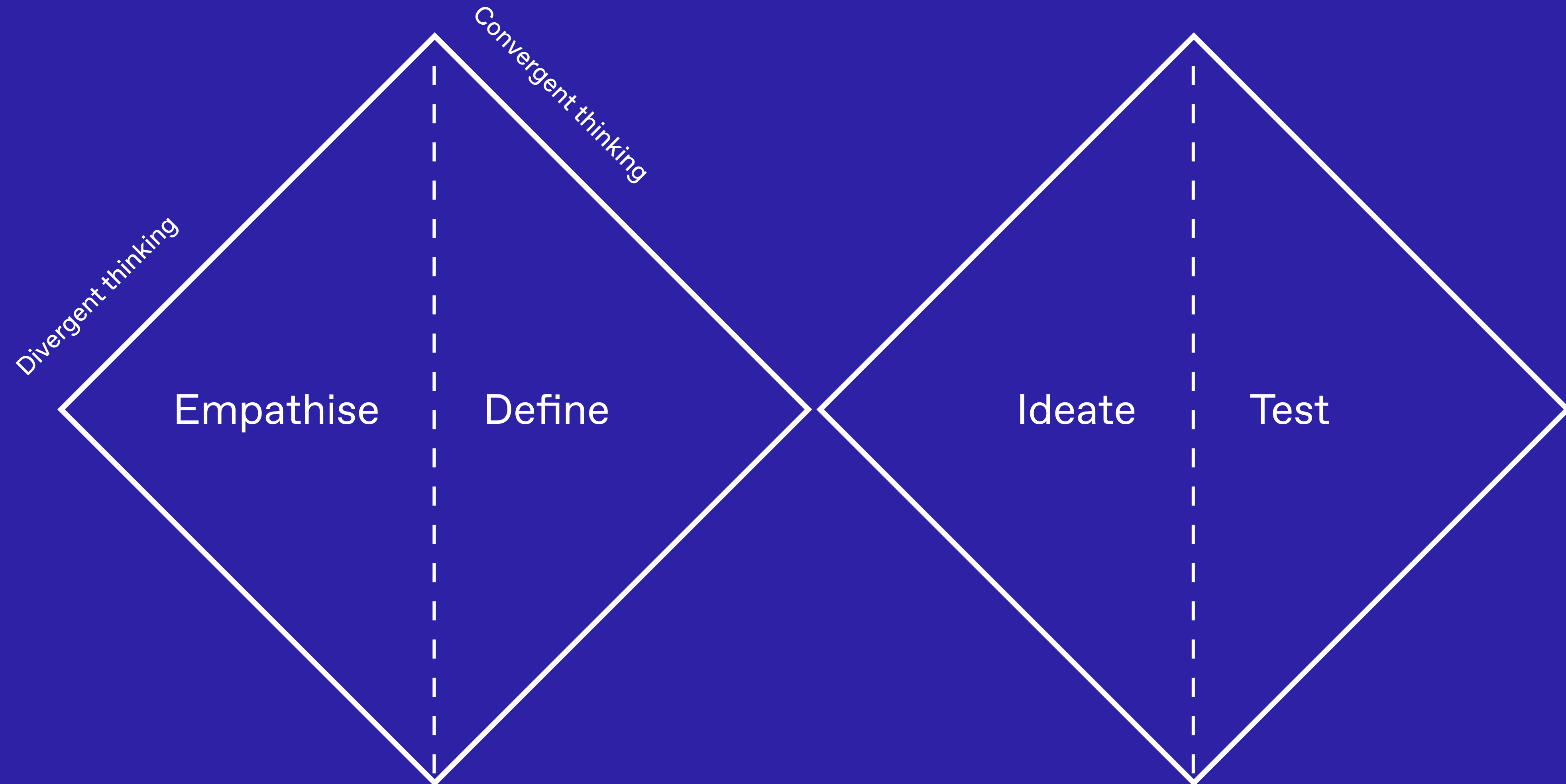
Build your way forward.

Daar geloven wij in. Daarom werken
wij volgens de principes van design
thinking.

DE PRINCIPES

- Empathie is de kern.
- Fall in love with the problem. Not the solution
- Klanten staan centraal.
Wij luisteren en toetsen alles: Inzichten, aannames en ideeën.
- The Double Diamond.
Doing the right things, Doing things right

DE STAPPEN



EEN GREEP UIT ONZE TOOLBOX

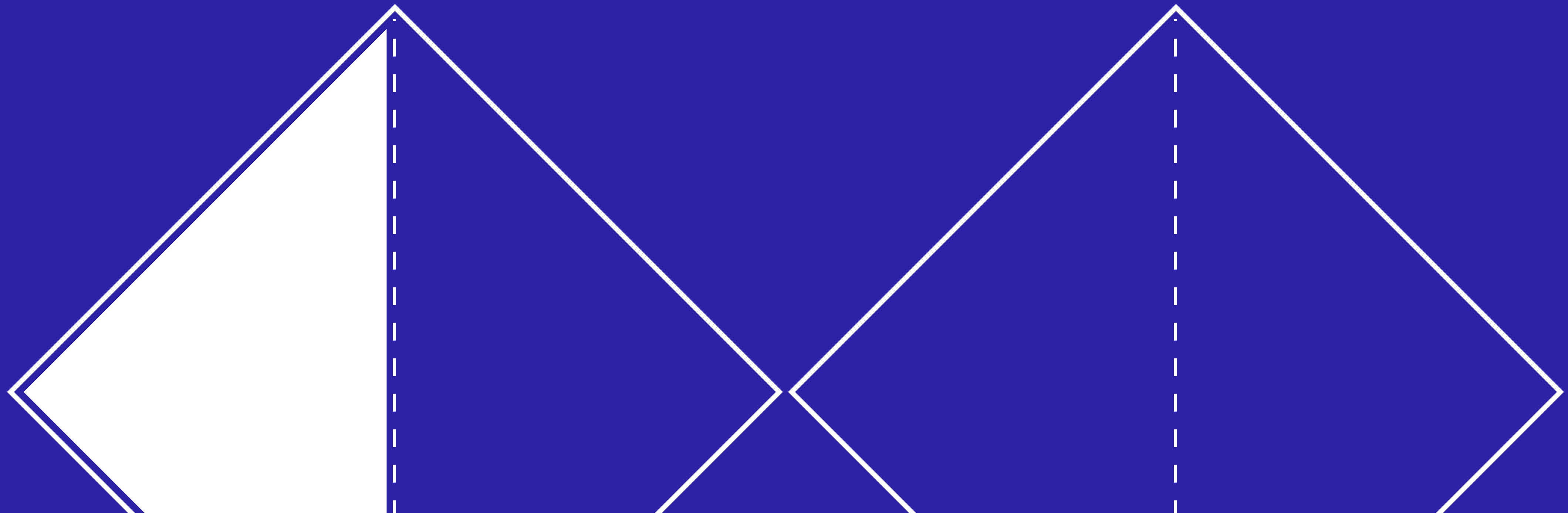
Per stap delen we tips en tools,
waar je zelf mee aan de slag kunt.

01. Empathise

Het ontwerpen van
fysieke ruimtes start bij
het begrijpen van
je gebruikers.

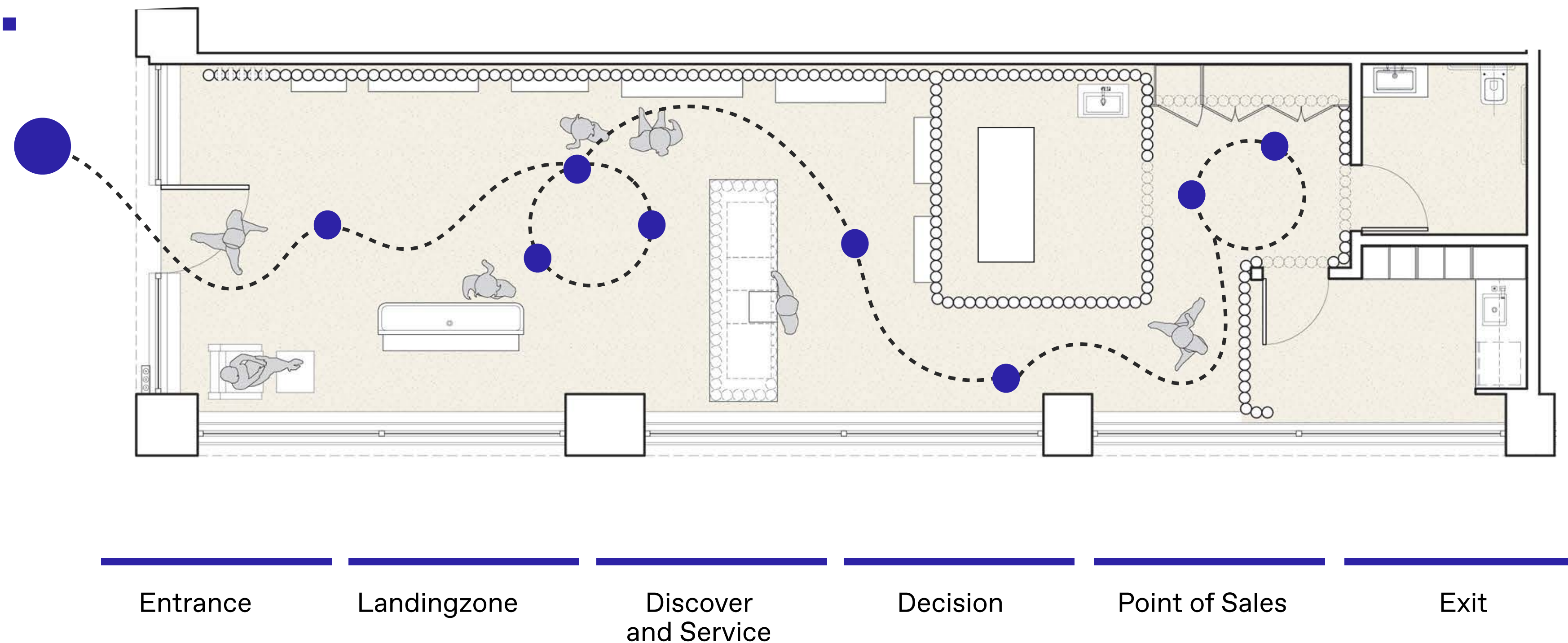
01. Empathise

Door kwalitatief onderzoek ontdek je wat een doelgroep drijft en waar ze tegenaan lopen. Dit kun je doen met verschillende technieken. Denk aan observatie, participatie, context mapping en desk research.

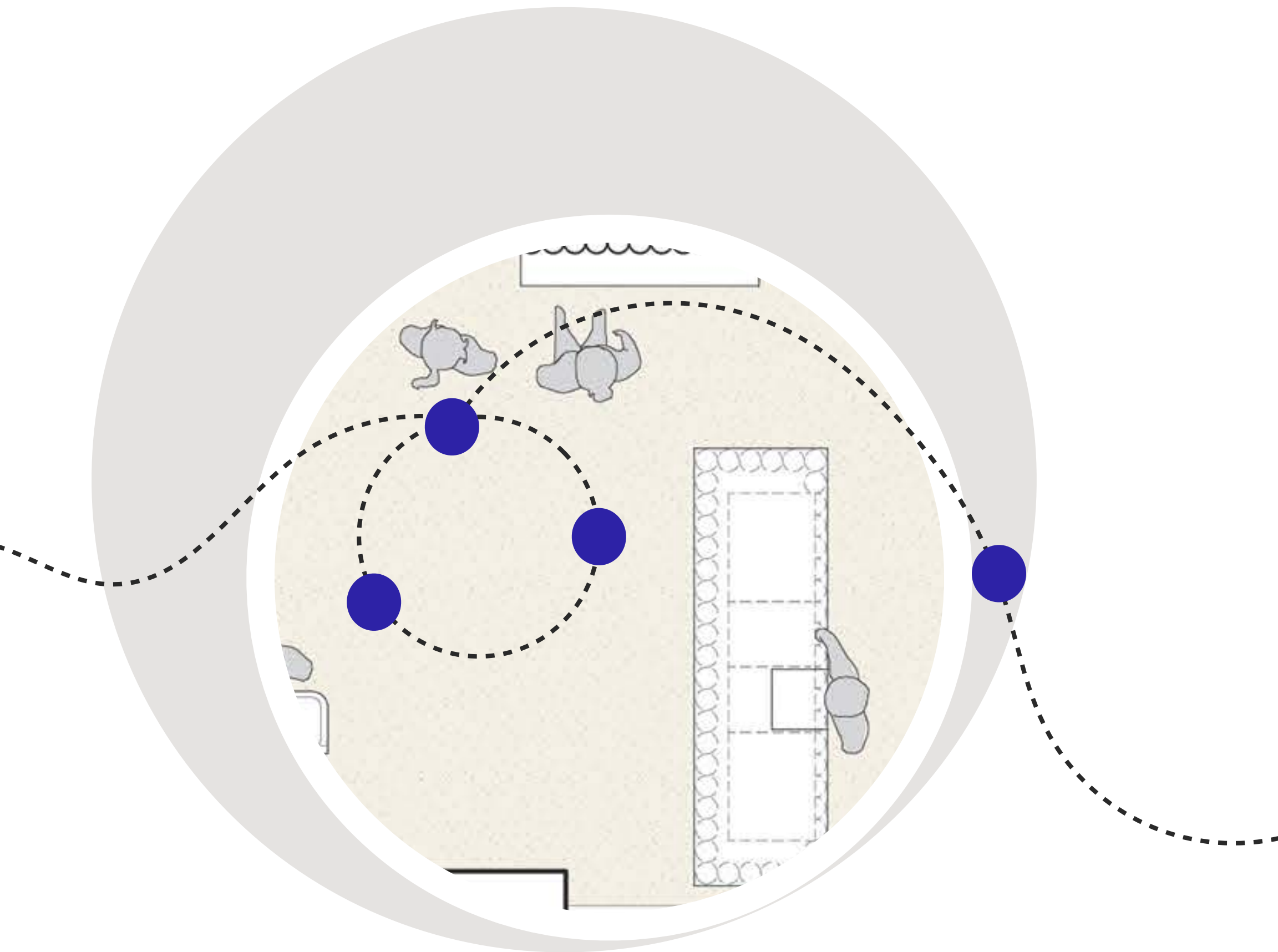


01. Empathise

Pak regie over de beleving,
door de klantreis in kaart te
brengen.



01. Empathise



Focus op 1 moment.

Focus op één moment in de beleving. Welke medewerker- of klantreis doorlopen gebruikers?

Breng de huidige ervaring in kaart, en definieer waar potentie ligt om te verbeteren.

Onderzoek in de eerste stap pains en gains. Probeer te ontdekken welke touchpoints effect hebben op deze ervaring. Zo weet je precies aan welke knoppen je kunt draaien om de ervaring te optimaliseren en gericht te kunnen testen.

01. Empathise

User Value Deck

Het 'User Value Deck' kun je gebruiken als middel om:

- 01. Je doelgroep centraal te stellen
- 02. Een behoefte aan te duiden
- 03. Dezelfde taal te spreken

In het 'User Value Deck' vind je functionele en emotionele waarden die een doelgroep belangrijk vinden bij het gebruik van een bepaalde ruimte of een specifiek product. Zo is het op een vliegveld belangrijk om zo snel mogelijk van A naar B te komen, en zijn routing + signing essentieel om mensen hierin te helpen. Bij een ruimte voor ontspanning kan dit juist voor onrust zorgen.

Selecteer een top 3 of top 5 van de User Values die het beste bij je doelgroep past. Bekijk op die manier naar je bestaande of nieuwe product.



SOCIAL IMPACT



Self-transcendence

LIFE CHANGING



Provides hope



Self-actualization



Motivation



Heirloom



Affiliation/belonging

EMOTIONAL



Reduces anxiety



Rewards me



Nostalgia



Design/aesthetics



Badge value



Wellness



Therapeutic value



Fun/entertainment



Attractiveness



Provides access

FUNCTIONAL



Saves time



Simplifies



Makes money



Reduces risk



Organizes



Integrates



Connects



Reduces effort



Avoids hassles



Reduces cost



Quality



Variety



Sensory appeal



Informs



01. Empathise

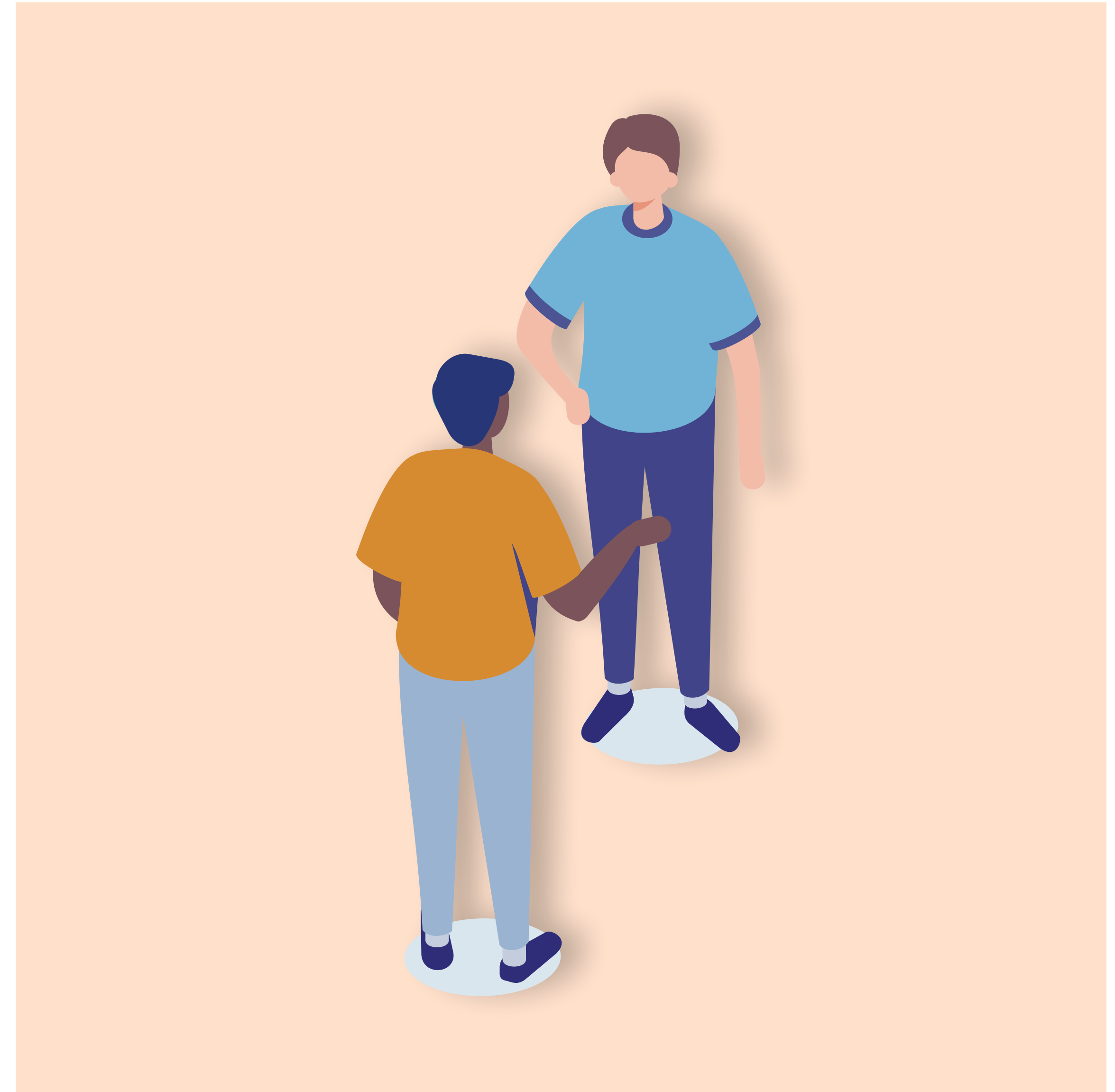
Luister

Er is geen betere manier om wensen en problemen van degenen voor wie je ontwerpt te begrijpen dan door rechtstreeks met hen te praten.

Betrek hen zoveel mogelijk in het proces door interviews af te nemen en op die manier aannames te bevestigen of ontkrachten en tot nieuwe inzichten te komen.

Interviews zijn echt de perfecte start van de inspiratie fase.

Interviews kunnen soms wat ontmoedigend zijn, maar door goed te luisteren ontgrendel je allerlei inzichten die je anders nooit had gehad. Je kunt de doelgroep ook meenemen in een co-creatie sessie en samen met hen oplossingen bedenken voor hun problemen.



Onderzoeksmethodes



Interviews
Wat zeggen/denken
mensen?



Workshops
Wat voelen mensen en wat
zijn hun dromen?



Observaties
Wat doen/gebruiken
mensen?

Bewust



Onbewust

01. Empathise

Waarom interviewen als methode?

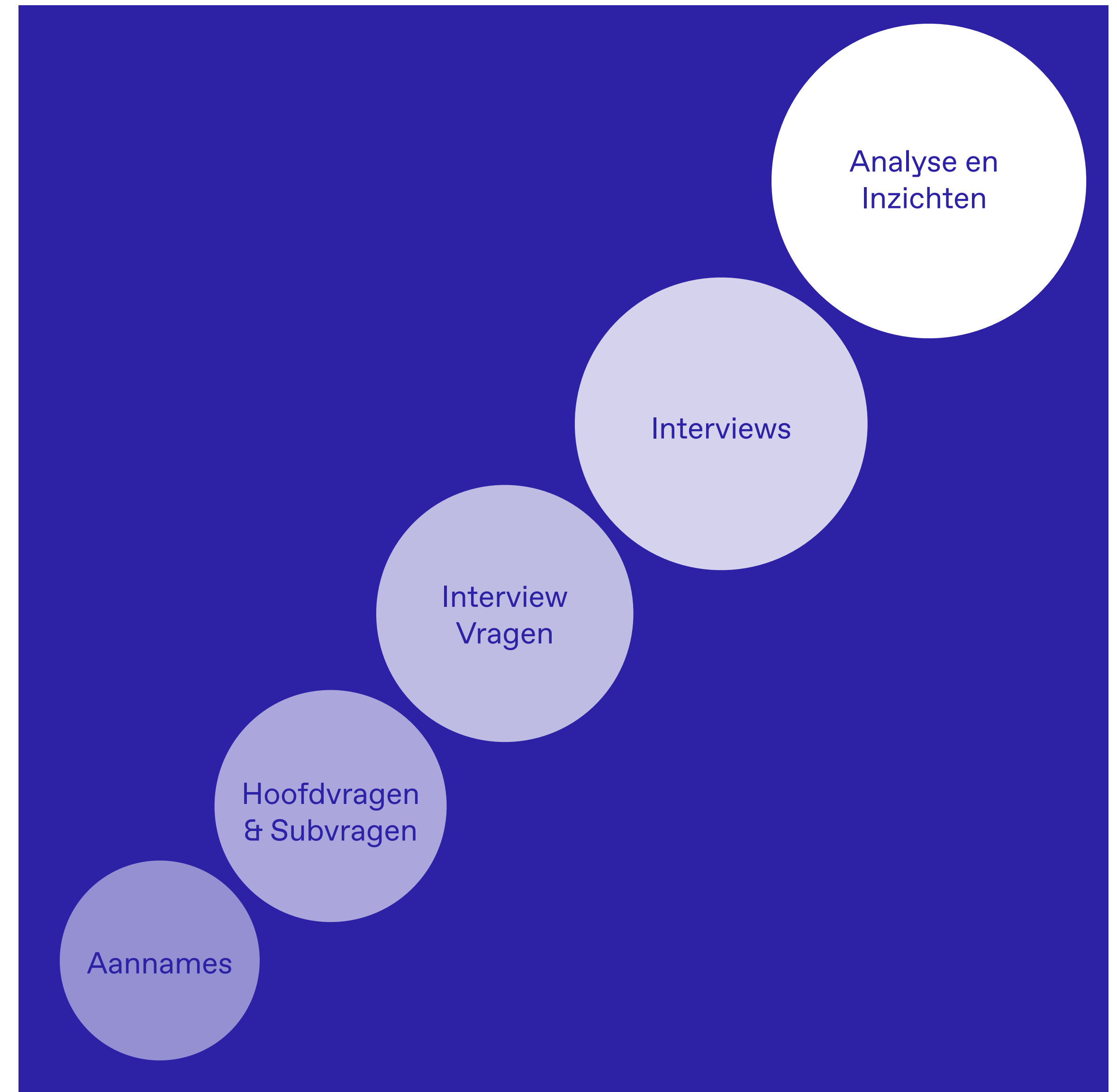
01. Gemakkelijk van aannames naar inzichten

02. Dit kan je altijd zelf doen

03. Behapbaar en gemakkelijk in te zetten

04. Snelle manier om inzichten te verzamelen

05. Snel te analyseren



ONZE TIPS

01. Wees open over het doel en de aanpak.

02. Begin met een opwarmertje.

03. Blijf stil en vraag door.

04. Niet invullen voor een ander.

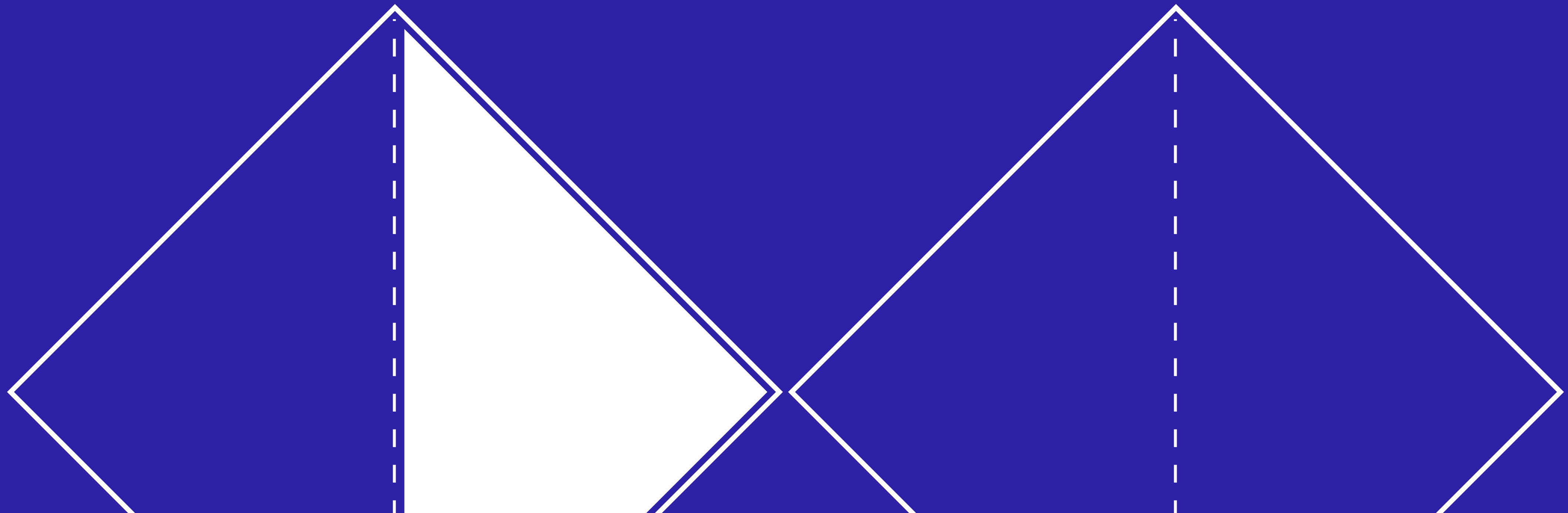
05. Maak er een leuk gesprek van.

02. Define

Een concrete
probleemstelling
definiëren is essentieel
voor succes.

02. Define

Onderzoek heeft alleen waarde als je het vertaald naar scherp inzicht. Door behavioural analysis zie je patronen en vooral kansen. Maak het helder door een concreet probleem te definiëren.



02. Define

Het Probleem

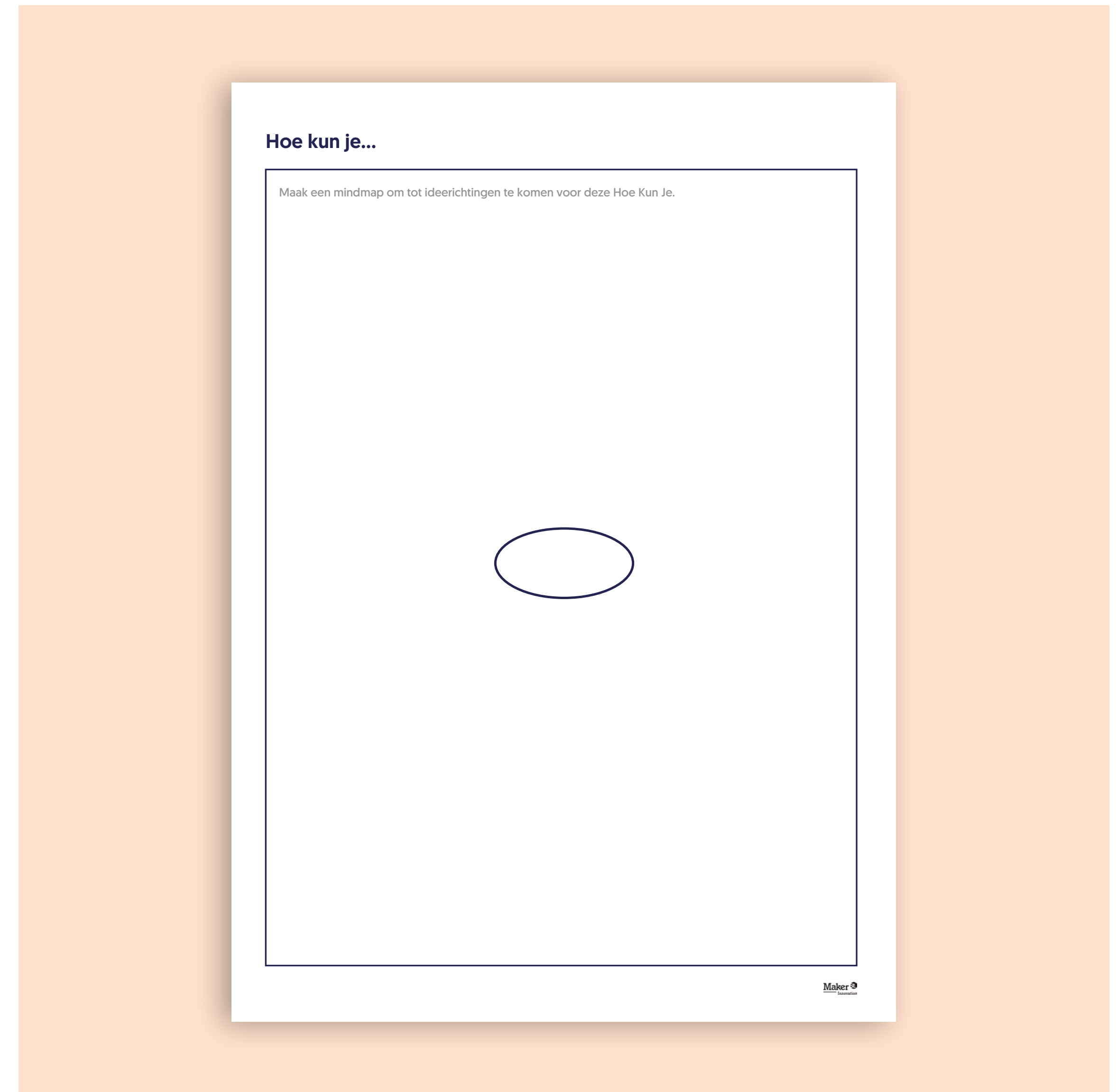
Door je uitdaging te omschrijven als een vraag zorg je ervoor dat je er antwoord op kunt geven.

01. Probeer je inzichten opnieuw te formuleren door 'Hoe Kun Je' voor je inzicht te plaatsen.

02. Het doel is om meerdere oplossingsrichtingen te vinden, dus als jouw inzichten verschillende 'Hoe Kun Je'-vragen vormen, is dat geweldig.

03. Vraag jezelf af of je 'Hoe Kun Je'-vraag en je gaat helpen oplossingen te bedenken. Zo niet, verbreed het dan. Jouw 'Hoe Kun Je' is perfect als je deze kunt beantwoorden en als startpunt kunt gebruiken voor je brainstorm.

04. Zorg er ten slotte voor dat jouw 'Hoe Kun Je's' niet te breed zijn. Ze zouden je een kader voor je brainstorm moeten geven, maar voldoende breedte bieden om verschillende ideeën te verkennen.

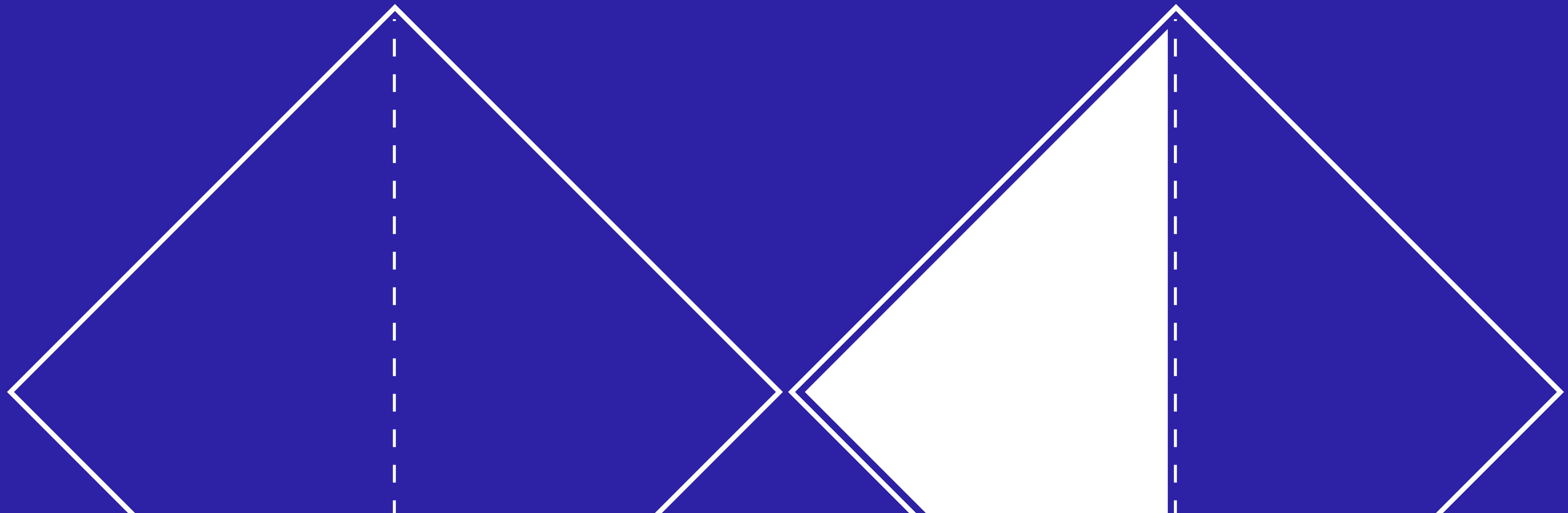


03. Ideate

Ideeën genereren, en de best mogelijke oplossing selecteren voor je doelgroep.

03. Ideate

In deze stap bedenken we oplossingen voor de gevonden problemen en kansen. Het liefst in co-creatie met mensen die gebruik maken van de ruimte.



03. Ideate

Mind Map

Een mind map is een hulpmiddel voor visueel denken dat helpt bij het structureren van informatie, zodat je nieuwe ideeën beter kunt analyseren, begrijpen, synthetiseren, herinneren en genereren.

01. Begin in het midden van een lege pagina en schrijf of teken het idee / oplossing dat je wilt ontwikkelen.

02. Schrijf alle gerelateerde subonderwerpen rond dit centrale onderwerp en verbind ze elk met een lijn vanuit het midden. Herhaal hetzelfde proces en genereer zoveel mogelijk subtopics op een lager niveau naar eigen inzicht en verbind elk van deze weer met het subonderwerp.

03. Zodra je klaar bent, wissel jouw mind map met die van je collega zodat je elkaars mind map aan kunt vullen.



03. Ideate

Moodboards

Zoek naar inspiratie beelden die het gevoel weergeven waar je naar op zoek bent. Kijk goed naar de elementen en verschillende touchpoints waarom iets je aanspreekt. Beschrijf bij iedere afbeelding welke concrete eigenschap gaat helpen bij het verbeteren van de ervaring.

Denk bijvoorbeeld aan:

Vorm (Volume, Rond, Scherp etc)

Compositie (Symmetrisch, Dynamisch etc]

Materiaal (Zacht, Transparant, Warm etc)

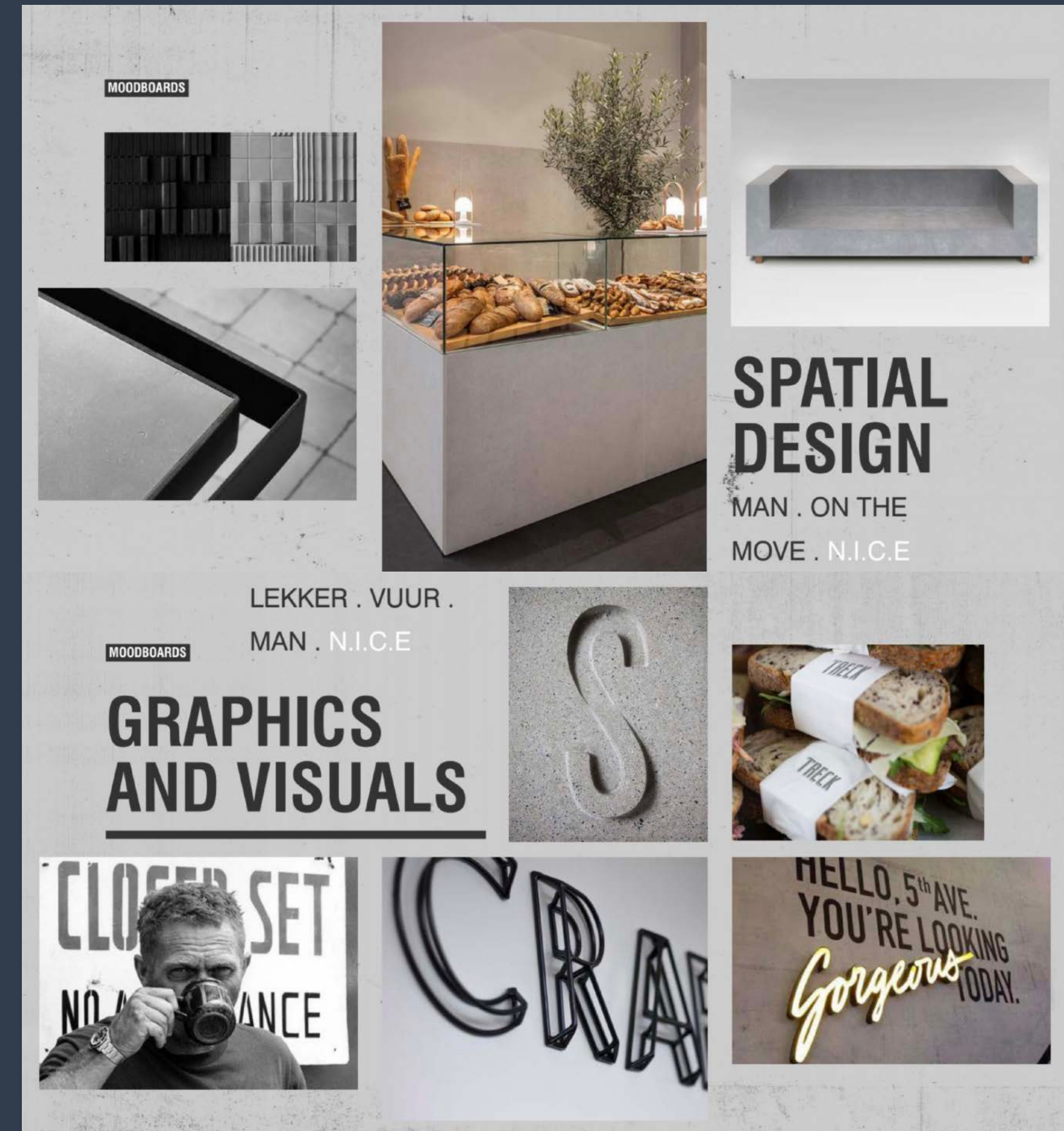
Digitaal [Interactief, Dynamisch, etc]

Licht [Spot, Warm, Intensiteit etc]

Geluid [Volume, Ritmisch etc]

Geur [Sterk, Zoet etc]

Gedrag [Vriendelijk, Uitdagend etc]



03. Ideate

Hand schetsen

Hiervoor kun je de 'Crazy 8' gebruiken. Het is een snelle schetsoefening die mensen uitdaagt om in acht minuten, acht verschillende ideeën te schetsen. Het doel is om verder te gaan dan je eerste idee, vaak het minst innovatief. Om vervolgens een breed scala aan oplossingen voor je uitdaging (bijvoorbeeld je HKJ) te genereren.

Bij deze methode is het belangrijk om te beseffen dat het ruwe schetsen zullen zijn en je hiervoor absoluut geen design achtergrond nodig hebt. De schetsen hoeven alleen het idee over te brengen.

De ideeën hoeven daarnaast ook nog niet geweldig te zijn. Vreemde, onmogelijke en onpraktische ideeën maken vaak plaats voor echte geïnspireerde ideeën. Het heet niet voor niets 'Crazy 8'.

Crazy 8			

Concept creatie

Een template om van idee naar een duidelijk overzicht van een concept te komen.

Het helpt je om je concept samen te vatten door kritische vragen te beantwoorden: wie is je doelgroep? Welke problemen los je hiermee op? Wat is die oplossing?

Daarnaast zorgt het ervoor dat je een idee wat meer ‘volwassen’ maakt. Een Concept Card is een goede manier om zeker te zijn dat je over alle belangrijke aspecten van een idee hebt nagedacht.

Concept Card

1. Dit concept is voor...

Omschrijf je doelgroep

2. Hun probleem is...

Omschrijf het probleem

3. Wij bieden hen...

Omschrijf de oplossing

Sketch it!

Visualiseer de oplossing

4. Wij zien resultaat wanneer...

Omschrijf de succes criteria/ metrics

5. Is het een radicaal idee?

Plot je idee op deze as

←

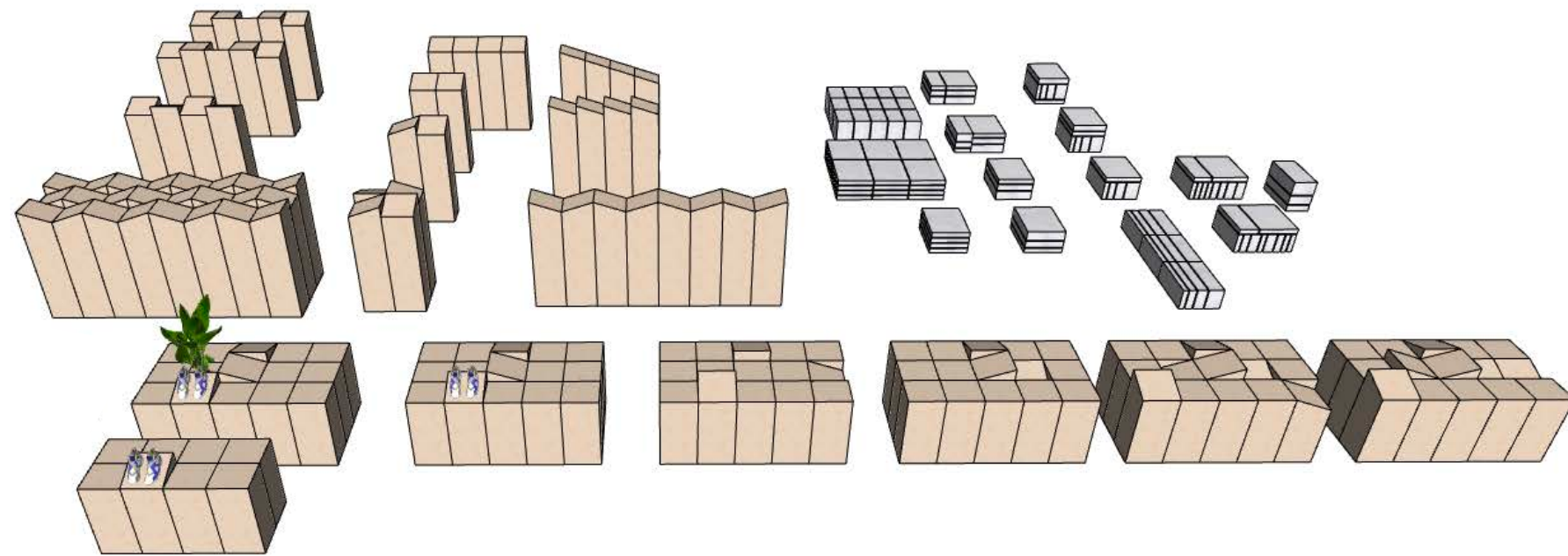
Safe

Radical

→

3D modelleren.

Meubel studies: compositie en configuratie



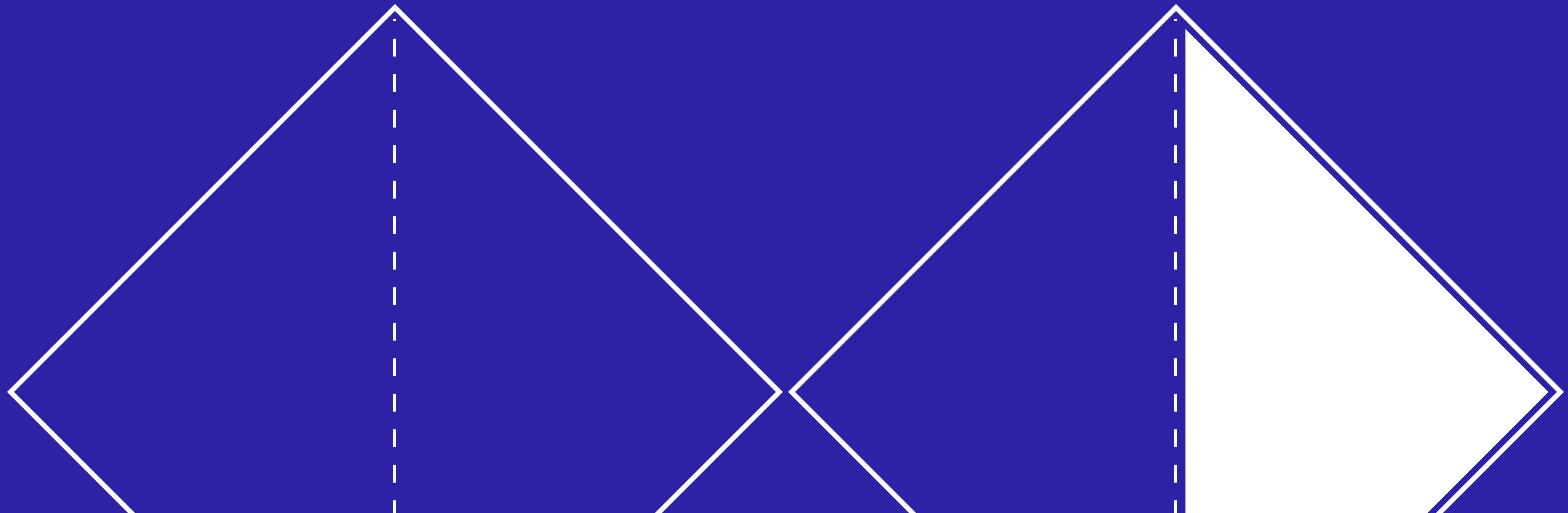
Voordat je een prototype gaat bouwen, helpt het om te studeren in 3D. Hierdoor kun je vroeg in het proces studeren op diverse mogelijkheden en welk effect dit heeft op de totale beleving.

Zet verschillende modellen naast elkaar om het verschil te zien. Test bijvoorbeeld verschillende kleuren of materialen maar behoudt dezelfde vorm. Leg ideeën voor aan je team om zo samen te zoeken naar de concepten die de grootste potentie hebben.

Bedenk wat je wilt gaan testen. Welk element is hierin leidend? Gaat het over vorm? Wanneer een eigenschap ondergeschikt is kun je het beste een 'neutrale' variant kiezen. Bijvoorbeeld een neutrale kleur of materiaal als je wilt testen welke vorm of compositie de ervaring ten goede komt.

04. Test

We valideren altijd of een concept werkt voor jou klanten of medewerkers. Zij zijn immers de mensen die de oplossing gaan gebruiken. Door te testen weet je zeker dat je tijd en geld steekt in de juiste dingen.



04. Test

Een prototype bouwen
op basis van wat je wilt
meten. Klaar? Testen
maar..

04. Test

Live prototyping

Een live prototype biedt de kans om je oplossing een paar weken in Real Life te testen. Dit is de kans om te leren hoe jouw oplossing in de praktijk werkt.

01. Bepaal wat je wilt testen. Gaat het erover of ze jouw product of dienst kunnen vinden, door de juiste routing? Wordt signing waargenomen en voegt het iets toe aan de klantbeleving? Worden gebruikers meer verleid tot een gewenst gedrag?

02. Overweeg om meerdere live prototypes tegelijk in te zetten. Dan kun je sneller verschillende ideeën testen en zien hoe ze samenwerken.

03. Stop nooit met herhalen. Als er iets mis is gegaan op dag 1, probeer dan een nieuwe aanpak op dag 2 en 3 etc.



04. Test

Get Feedback

Deel wat je hebt gemaakt met de mensen voor wie je het ontwerpt (of collega's) en kijk wat ze denken. Feedback vragen zorgt ervoor dat je de mensen, waarvoor je ontwerpt, centraal houdt in je project.

01. Er zijn veel manieren om dit te doen: een groepsinterview, mensen in de openbare ruimte vragen stellen, een exportinterview doen of een co-creatie sessie houden.

02. Eerlijke feedback vastleggen is cruciaal.

03. Deel je idee met veel mensen, dit kan off- en online.

04. Schrijf je feedback die je hoort op en gebruik deze om je ideeën mee aan te scherpen.



Define Succes

Omschrijf samen met je team hoe succes eruit ziet. Hierdoor blijven jullie op koers en heb je iets om naartoe te werken en weet je ook wanneer je bij moet sturen.

01. Kijk allereerst naar je 'Hoe Kun Je' vraag en gebruik dat als startpunt van succes.

02. Kijk naar je Roadmap en ga op zoek naar belangrijke datums en milestones. Wat is succes in de komende twee maanden, in het komende jaar, in vijf jaar?

03. Stel je voor hoe succes er vanuit verschillende invalshoeken uit zou zien. Hoe zit het met het perspectief van de mensen waarvoor je ontwerpt? Of voor de organisatie?

04. Zijn er externe succes factoren?

Hoe kun je...

GET UNPLUGGED



Liza Hidding
Service Designer
liza@unplugged.amsterdam
+31 (0)6 45 26 53 04