

Hoogte 80 opdracht:

De opdracht:

Hoogte 80 Festival 2023 wil in een campagne een mooi en sterk verhaal overbrengen, zowel online als in de openbare ruimte. Een onderdeel van deze campagne is een fysieke, interactieve installatie in de openbare ruimte. Deze installatie kan hierbij de interesse wekken bij een doelgroep om meer te willen weten en ze te (ver)leiden naar een website of online campagne van hoogte 80. Je gaat het ontwerpprobleem onderzoeken bij de doelgroep, bedenkt oplossingen en realiseert dit tot een prototype. Het prototype wordt getest bij de doelgroep en het resultaat wordt overtuigend gepitcht aan de opdrachtgever.

Opdrachtgever:

Hoogte 80.

Doelgroep:

Gezinnen met jonge kinderen.

Ontwerpvraag:

Als eerste zijn we begonnen met een ontwerpvraag te verzinnen uiteindelijk zijn we op deze ontwerpvraag gekomen:

Hoe kunnen we jonge gezinnen doormiddel van interactieve installaties activeren om naar Hoogte 80 te gaan?

Daarna hebben we de ontwerpvraag verdeeld in kleinere onderdelen doormiddel van deelvragen. Deze zijn hieronder genoteerd:

Deelvragen:

- Hoe kunnen we doormiddel van het computerplatform Arduino een realistische interactieve installatie maken?
- Hoe kunnen we door middel van onze interactieve installatie inspelen op de interesses van jonge kinderen?
- Hoe kunnen we door middel van onze interactie installatie inspelen op de interesses van ouders?

Interview guide:

Voor het interview heb ik een buurvrouw geïnterviewd die samenwoont met haar man, zoontje van vijf, hond en drie katten. Het doel van mijn interview was om erachter te komen wat de wensen en behoeftes van mijn doelgroep was. Hier heb ik een semi-structured gekozen. Dus ik had een aantal vragen voorbereid en hier op doorgevraagd. Ik heb tijdens het interviewen de antwoorden genoteerd. Als ik er nu op terugkijk had ik denk ik het interview moeten opnemen. Zodat ik deze later nog terug kon luisteren. Maar dat heb ik helaas niet gedaan. Het is wel iets dat ik zeker in de toekomst ga doen. Hieronder zijn de resultaten uit mijn interview:

Wat vinden uw kinderen interessant/trekt hun aandacht?

Lego, letters/woorden, kleurrijke dingen, games, bordspellen, bakken/koken, honden (en dieren in t algemeen), speeltuinen, knutselspullen.

Wat trekt hun aandacht juist niet?

Alles wat roze is boeken die gelezen moeten worden, te gelijke tv shows met presentators/presentatrices, een overdaad aan keuzes (voorbeeld: een hele berg lego zonder ergens iets van inspiratie zorgt alleen voor onrust), poppen.

Waardoor verliest uw kind snel de aandacht?

als de bedoeling onduidelijk is/er te veel regels zijn.

Wat vindt u interessant/trekt uw aandacht?

Techniek, games, gebouwen en natuur.

Wat vindt u juist niet uw aandacht?

moderne kunst.

Waardoor verliest u snel de aandacht?

Als ik lang ergens stil moet zitten/aandacht voor moet hebben en het niet interessant is. tv shows waar veel herhaald wordt.

Houden uw kinderen van bewegen?

Ja

Vinden uw kinderen puzzels/nadenk spelletjes/raadsels leuk?

Ja

Vinden uw kinderen creatief bezig zijn leuk?

Ja

Wat voor spellen vindt uw kind leuk (zowel digitaal als analoog)

Digitaal: Minecraft, Disney Dreamlight Valley, Animal Crossing, Mario Kart

Analoog: Uno, regenwormen, jenga, domino, ganzenbord, kwartet in het bijzonder het dierenpoepweetjeskwartet want poep is blijkbaar erg leuk.

Wat voor spellen vond u vroeger leuk?

digitaal: Sims, Rollercoaster Tycoon

Analoog: van die knutseldingen van barbie en bordspellen gericht op barbie/prinsessen, het spel Hotel, levensweg, droomtelefoon, monopoly, triviant.

Spelen jullie in het gezin wel eens spelletjes, zo ja welke?

Ja. Mario Kart, Mario Party, regenwormen, Uno, kwartet, memory.

Wat vindt u belangrijk om te weten als u op een uitje gaat met uw kinderen?

Leeftijdscategorie/doelgroep, wat is er te doen, waar mogen de kinderen aanzitten/mee spelen, wat zijn de kosten, zijn er kosten aan de verschillende onderdelen/is het een uitje voor een hele dag of voor even en hoe vinden andere kinderen het? (museum jaarkaart

heeft speciaal museumkids bijv, de kinderen kunnen daar musea beoordelen of het kids proof is) en of de hond mee kan.

Wat vinden jullie leuke om samen als gezin te doen?

Naar het theater, naar (kinder)musea, bordspellen, zwemmen.

Wat vinden jullie juist niet leuk om samen als gezin te doen?

wandelen als er niets te doen is.

Wat maakt iets volgens u gezins-proof?

als er is nagedacht aan iedereen van een gezin: genoeg mogelijkheid om te zitten/spelen, geen strenge regels, toezicht ook zodat het veilig is en je niet je kind praktisch aan je vast moet binden wat uitjes betreft.

Wat spelletjes betreft: er moet een mate van moeilijkheid in zitten en geluk.

Welke reclames hebben uw kind beïnvloed?

Unboxing filmpjes/slukreclame bij YouTube video's voor bijv. duplo, lego of playmobil.

Wat vindt u een leuke reclame?

in de jaren 90 was er een campagne van 'maar ik rook niet' die geniaal was (maar ik rook niet appelsap kun je hem op vinden). En de reclames van Yogho yogho uit de jaren 90 van duizend mijlen onder zee. Nu zijn de reclames van CoolBlue erg leuk, omdat je elke x iets nieuws vindt. die van bol.com zijn ook erg goed altijd.

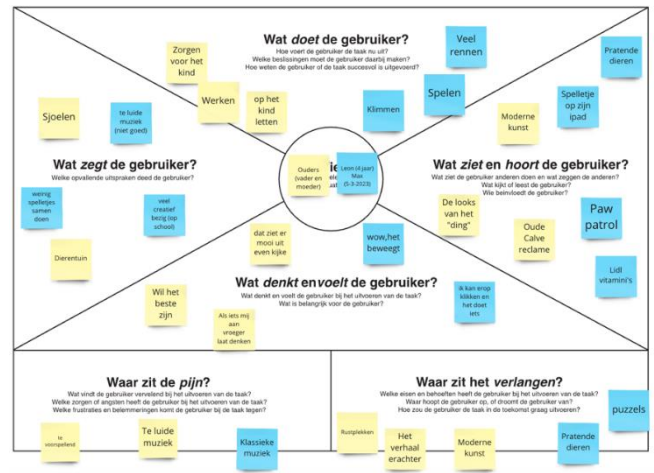
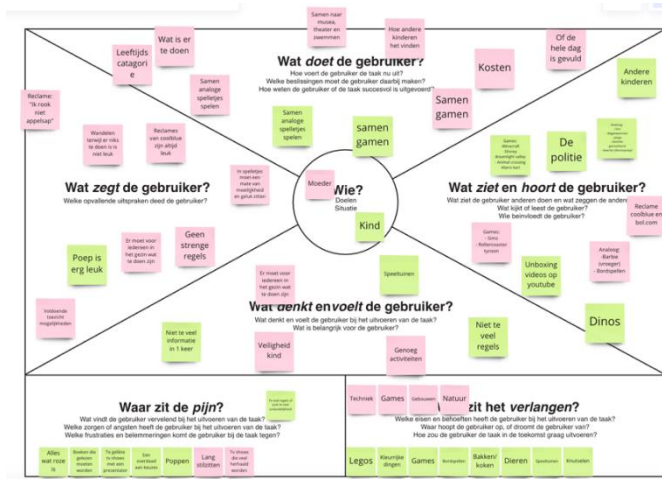
Conclusie interview:

Uit mijn interview blijkt dat spelletjes zowel bij de ouders als bij de kinderen erg gewaardeerd worden. Dit beide digitaal en analoog. Wat ook genoemd werd was het feit dat moeder en kind allebei snel hun aandacht verliezen. Dit is iets om rekening mee te houden met het maken van de interactieve installatie. Ook blijkt dat de ouders graag genoeg informatie willen hebben om al een mening te kunnen vormen over het festival voordat ze naar de website gaan.

Empathy maps:

Na de interviews hebben we onze resultaten weergegeven in een empathy map. De eerste is mijn eigen en de rest is van mijn groepsgenoten.

Empathy maps uit de aparte interviews:



Empathy maps samengevoegd:



Conclusie Empathy maps:

Na het interview afgenomen te hebben heb ik de antwoorden verwerkt in een empathymap. Dit hebben de andere uit mijn groepje ook gedaan en deze hebben wij daarna samengevoegd. Wat we uit de gezamenlijke empathymaps blijkt is dat de doelgroep het belangrijk vindt dat de sfeer van het festival naar voren komt. Ook vinden zij het fijn als het duidelijk is wat er allemaal te doen is. Wat ook bleek is dat de meeste kinderen van bewegen en spelletjes houden. Waaronder gamen. Langdradige uitleg en lastige taken vielen bij zowel de ouders en kinderen niet in de smaak. Ook wilden de doelgroep graag passende muziek bij de campagne. Uit deze ondervindingen hebben wij besloten om een spel te maken. Dit is eigenlijk ganzenborden, iets dat de meeste mensen kennen, maar dan in een nieuw jasje. We wilden het helemaal in de stijl van Hoogte 80 maken, en het uiterlijk geven van een mobile game. Om zo de aandacht van kinderen te houden en onze doelgroep nieuwsgierig te maken naar ons product.

Concept:

Interactief bordspel over het festival:

Je drukt op de knop die zorgt voor een dobbelsteen die gaat rollen. Je land dan op een vakje van het bord dat een locatie laat zien van het festival. Bij elk vakje hoort een opdracht die je laat bewegen. Je kan kiezen of je het met meer personen kan doen. Een animatie laat je de spelregels zien en is een korte inleiding.

Begin: Vul leeftijd en naam in

- Klik op start.
- Korte animatie van spelregels en inleiding van spel.
- Bordspel verschijnt.
- Spelletjes worden gespeeld en geven je een leuke ervaring + informatie over het festival.
- Speelbord in de vorm van een 80, vol met vrolijke kleuren.
- Actieve opdrachtjes en korte leerzame filmpjes met alleen nuttige informatie.
- Elk vakje heeft een kleur die voor een bepaald kaartje staat.
- Qr-code en website staat de hele tijd in beeld.

Inspiratie:





Testplan:

Nadat we ons prototype af hadden in de vorm van een paperprototype, namelijk een bordspel en kaartjes die uit te printen waren hebben we de doelgroep de het spel laten spelen. Hier hebben we ook een testplan voor opgesteld en deze hebben we uitgevoerd. Het testplan is als volgt:

- Doel =
 - Interessant zijn
 - Motiveren om naar site te gaan
 - Leuk en vermakelijk zijn
 - Visueel aantrekkelijk zijn
- Doelgroep = Ouders met kinderen
- Test methode = Bordspel + Thinking aloud
- Rollen
 - Facilitator = ik
 - Test Persoon = ouders met kinderen
 - Observant = ik + video
- Testprocedure: Vraag eerst naar eerste visuele indruk en of het visueel aantrekkelijk/interessant is. Laat vervolgens testpersonen het bordspel spelen en laat ze hard op denken en vertellen hoe ze zich voelen en wat ze erbij denken.
- Interview afnemen na de test

Interview voor en na spel:

Voor spel begint eerste indruk vragen:

- Wat vind je van het uiterlijk van het spel?
- Wat valt je het eerste op in het spel?
- Lijkt het spel je interessant om te spelen en waarom?
- Wat zou jij visueel verbeteren?

Spel opnemen en spelen. Laat de tester hardop praten en aangeven wat de tester voelt bij het spelen (leuk, niet leuk, interessant, grappig)

Mening van gebruiker tijdens het spelen dus vastleggen.

Vragen achteraf:

- Wat vond je van het spel?
- Waren er dingen die je minder leuk vond?
- Waren er dingen die je wel leuk vond?
- Wat was je favoriete ding om te doen?
- Wat vond je het minst leuk om te doen?
- Zou dit je motiveren om naar de site te gaan?
- Wat is je indruk van het festival?
- Denk je dat dit een goede campagne is?
- Wat zou je er zelf aan veranderen/verbeteren?
- Heb je nog overige opmerkingen over de campagne?

Prototype keuze en waarom:

Wij gaan een bordspel maken. Wij hebben als prototype ervoor gekozen om het eerst zelf visueel uit te werken voor we het later gaan digitaliseren. We hebben daarbij voor de techniek Thinking aloud gekozen, zodat we tijdens het beleven goed meekrijgen wat er in het hoofd van de testers omgaat en we duidelijke directe feedback krijgen spelenderwijs.

Prototype:

Ons prototype is een fysiek bordspel. Eigenlijk is het een digitaal spel, maar om het goed uit te kunnen werken hebben we het fysiek gemaakt. Wij denken dat het fysiek namelijk beter te maken is en we het net zo goed kunnen testen. Ons prototype bestaat uit een bordspel en losse kaartjes.

Begin: Vul leeftijd en naam in
Klik op start, bordspel verschijnt.

Soorten kaartjes:

Opdrachten kaartjes (voor de kinderen bedoelt)

- Doe de kabouterdans (applicatie speelt muziek af)
- Sla met je ene hand op je hoofd en draai met je andere hand een rondje op je buik en spring (timer komt in beeld 5 seconde)
- Ga hinkelen op een been (timer komt in beeld 5 seconde)

Feitenkaartjes (Voor ouders en kinderen interessant)

- Wist je dat Hoogte80 een van de hoogste punten van Arnhem is. Het ligt 80 meter boven NAP
- Wist je dat je vanaf Hoogte80 Nijmegen kan zien?

Filmkaartjes (informatief voor ouders)

Filmpje speelt zich 1x af, komen meer mensen op hetzelfde vakje speelt een ander filmpje zich af. Als de filmpjes op zijn verdwijnen ze en worden de vakjes beloningsvakjes

Tijdens de test noemen welke informatie je krijgt door middel van een filmpje, zodat de tester zich het kan inbeelden.

- Er is een gezellige picknick weide waar je zelf mag eten
- Het festival is gratis om te bezoeken
- Filmpje over artiesten die er dit jaar zijn
- Filmpje voor activiteiten voor kinderen

Puzzelkaartjes (kleine simpele spelletjes bijvoorbeeld schuifspel/memory)

- Doe memory
- Schuifpuzzel
- Zoek de verschillen

Regenboogvakjes 3

Tijdens de test noemen wat de bedoeling is, zodat de tester zich het kan inbeelden.
Komen af en toe voor en laat de mensen die meedoen met z'n vieren een minigame spelen.
Winnaar mag 2 vakjes vooruit. Minder dan 4 speel je tegen de computer.

- Minigames
 - Chicken catch
 - Doolhof
 - Geluk factor: Kies de goede doos

Strafvakjes 3

- Je moet stappen terug

Beloningsvakjes 2

- Nog een keer gooien
- Je mag stappen vooruit

Kaartjes uiterlijk:

De kaartjes matchen met de kleuren op het spelbord. Elk vakje zorgt voor informatie, leuke feitjes of een opdrachtje.



Bordspel uiterlijk:



In real life foto's:



Spel heeft een leuk uiterlijk			Feitjes zijn een leuke bonus	Nuttige informatie, let wel op volgorde	Het spel is simpel en door iedereen dus te spelen		Spelletjes zijn erg leuk	Het trekt aandacht , mensen nieuwsgierig en motiveerd
Kleurrijk spel	Lettertype beetje saai		feitjes zijn leuk meegenomen	Informatie nuttig	Van jong tot oud te spelen	Zorg er voor dat spel niet te lang duurt	Opdrachten simpel maar toch wel leuk uitdagend	Ziet er interessant uit
80 spelbord vorm is leuke easteregg			Feitjes leuk maar voegen niet zo veel toe	Picknick en gratis was nuttig	Het ziet er simpel uit (positief)		Leuke minigames	Het zou motiveren om naar de site te gaan als ik nog een activiteit zocht
Groen doet denken aan de natuur				Volgorde in informatie video's van belangrijk naar minst belangrijk (zonder belangrijke info meer kun je dat wordt afgespeeld)			Tegen elkaar spelen is leuk	Als ik tijd had zou ik kijken bij de reclame
Het ziet er duidelijk uit als een spel							Leuk want je kan een spelletje doen en niet alleen kijken	Je zou de neiging hebben om op de knopjes te drukken
Komt gemoedelijk over (sfeer festival)								Nieuwsgierig naar de knopjes
Het ziet er gezellig uit								
Het spel ziet er leuk uit								

Test uitvoeren en de resultaten:

De resultaten hebben we opgesteld in een Miro bord. Uit de resultaten kwam dat het spel er aantrekkelijk en uitnodigend uiterlijk heeft. Alleen het lettertype had spannender kunnen zijn. De feitjes die we tussendoor laten zien zijn leuk maar voegen niet heel veel toe, hier zouden we opnieuw naar moeten kijken om het interessanter te maken. De informatie die we tijdens het spelen van het spel laten zien is nuttig, maar het is wel belangrijk dat we er op moeten letten dat de belangrijkste informatie sowieso voorbijkomt, dit wellicht door middel van een volgorde toe te passen. Omdat het spel eigenlijk ganzenborden is in een nieuw jasje is het simpel te spelen. Omdat de meeste mensen het kennen. De minigames tussendoor werden positief ontvangen omdat het zorgde voor afwisseling tussen de informatie die wordt gegeven. De algemene indruk was dat het de aandacht van onze testers trekt en ze zich gemotiveerd voelen om meer over het festival op te gaan zoeken. Voor de volgende keer is het denk ik zaak om nog meer mensen uit onze doelgroep ons prototype te laten testen. Hierdoor kunnen we nog meer in beeld krijgen wat eventueel aangepast moet worden.

Terugkoppeling onderzoeksvraag:

Ontwerpvrage: Hoe kunnen we jonge gezinnen doormiddel van interactieve installaties activeren om naar Hoogte 80 te gaan?

We moeten ervoor zorgen dat het voor zowel ouders, als de kinderen interessant is. In onze interactieve installaties hebben brengen wij zowel de sfeer van het festival en de gezelligheid naar voren, maar geven wij tegelijkertijd nuttige informatie die de ouders graag willen weten, terwijl ze samen met hun kinderen een leuk spel spelen.

Door in eerste instantie al de nieuwsgierigheid aan te wakkeren bij de doelgroep door dus voor de kinderen kleuren toe te voegen en de muziek aantrekkelijk te maken zorgen we er in eerste instantie al voor dat mensen de installaties gaan bekijken. Door middel van leuke opdrachten en nuttige informatie proberen we er dan voor te zorgen dat de ouders en kinderen geïnteresseerd raken in hoogte 80. Uit ons onderzoek kwam namelijk naar voren dat veel kinderen spelletjes wel leuk vonden, vooral samen. Ook houden kinderen van bewegen (wat we in de opdrachten naar voren laten komen) en willen de ouders vooral de praktische dingen weten. Door deze dingen ze aan te schotelen denken wij dat we jonge gezinnen kunnen motiveren om te kijken op de site, omdat ze meer willen weten en al veel plezier hebben beleefd bij de installatie.

Een van onze deelvragen was in thema van het gebruik van de Arduino. Hier hebben we helaas van af moeten stappen omdat het niet realistisch was voor ons om in dit tijdsbestek een interactieve installatie te maken met de Arduino.