

## stap 6 - een interventie ontwerpen

In de voorgaande stappen heb je uitgebreid aandacht besteed aan het 'waarom' en het 'hoe' van je interventie. Nu is het dan eindelijk tijd voor het 'wat'. Houd hierbij de vorige stappen wel scherp in het achterhoofd! Het 'wat' is enkel het middel om de gewenste impact (je doelstelling) bij mensen te realiseren. Soms kan een kleine verandering in de leefwereld al leiden tot het gewenste effect, in andere gevallen is verandering op beleidsniveau nodig om dit te bereiken.

### STAPPENPLAN

In deze stap pak je de resultaten van alle voorgaande stappen er weer bij; de doelstelling, de gewenste interactie en het productkarakter, en ga je ideeën bedenken voor interventies die hierbij aansluiten. Begin breed! Schrijf alles op wat in je opkomt en creëer door op elkaars ideeën. Denk hierbij niet alleen aan fysieke producten, maar ook aan nieuwe rollen, services, diensten of beleidsvoeringen. Vervolgens ga je kritischer kijken en selecteer je enkele ideeën die de gewenste impact het beste realiseren. Deze ideeën werk je verder uit tot conceptniveau. Dan is het een goed moment om je concept te toetsen met experts en eindgebruikers.

1

#### HOU EEN OPEN BRAINSTORM (MAAK GEBRUIK VAN DE BRAINSTORMTIPS!)

> Inventariseer ook wat er allemaal al bestaat. Je hoeft niet het hele wiel opnieuw uit te vinden!

2

#### SELECTEER DE BESTE IDEEËN (MAXIMAAL 3)

> Welke ideeën sluiten het beste aan bij de doelstelling en gewenste interactie?

3

#### WERK DEZE IDEEËN VERDER UIT TOT CONCEPTEN

> Geef je concept een naam, illustreer de interactie en beschrijf wat het precies doet.

4

#### BESPREEK DE CONCEPTEN MET EXPERTS & EINDGEBRUIKERS

> Vraag in een vrije en veilige setting feedback op de concepten.

5

#### MAAK GEZAMENLIJK EEN KEUZE VOOR HET EINDCONCEPT

> Pas de concepten aan op basis van de feedback en maak een keuze.

## reframing methode - ideation

Bij het nemen van sommige processtappen is wat extra informatie over de achterliggende ontwerpmethodiek 'reframing' nodig. Hieronder vind je uitleg over het bedenken en vormgeven aan nieuwe ideeën.



### BRAINSTORMEN

Brainstormen is een vak apart. Ter begeleiding van je brainstorm alvast een paar basisregels:

1. Luister goed naar elkaar, zeg geen 'ja maar', maar 'ja en', associeer door op elkaars ideeën!
2. Visualiseer zoveel mogelijk, ook als je (denkt dat je) niet kan tekenen!
3. Divergeer en convergeer; om tot goede ideeën te komen wil je eerst een brede selectie van ideeën genereren. En vervolgens de beste ideeën selecteren en convergeren naar slechts een paar concepten.
4. Inspiratie kun je er niet uitpersen. Als je vast zit, zit je vast. Ga in dat geval even wat anders doen, of loop even een rondje buiten.

Ter inspiratie beschrijven we hieronder 3 brainstorm technieken. Kies een techniek die bij je past!

**1. HKJ 's:** Knip jullie missie op in een paar HKJ's (hoe kun je 's) en schrijf deze op een post-it. Bijv. 'Hoe kun je mensen motiveren?' of 'Hoe kun je jongeren bereiken?'. Wijs een gespreksleider aan die notuleert (op post-its of op een groot vel papier) en de tijd bijhoudt. Klaar om te brainstormen?! Noem in 5 minuten zo veel mogelijk antwoorden op een HKJ. Je mag hierbij de context volledig loslaten en roepen wat er in je opkomt. Zodra de 5 minuten zijn afgelopen bekijken jullie samen de lijst en selecteer je de bruikbare elementen. Doe dit voor alle HKJ's. Aan het einde heb je een lijst met 'werkzame ingrediënten' voor jullie ideeën.

**2. Safari:** Beter goed gejat dan slecht bedacht! Neem de eerder geformuleerde 'gewenste interactie' als uitgangspunt. Dit mag een letterlijke beschrijving zijn maar je mag ook een analogie gebruiken. Ga er vervolgens op uit! (in real-life, online, of in eigen fantasiewereld). Kijk goed om je heen: zijn er producten of diensten uit andere domeinen die precies de ervaring bewerkstelligen die jullie hebben geformuleerd? Bijv. supporters van de marathon, wetransfer, runkeeper. Zodra je een paar goede voorbeelden hebt gevonden, ga je deze samen ontleden: welke elementen zorgen voor die ervaring en kunnen jullie gebruiken bij jullie eigen dienst of product?

**3. Back to the future:** Bedenk wat je in de ideale situatie in de toekomst (2025 of zelfs verder) zou willen bereiken. Formuleer dat in de vorm van een krantenkop. Bijv. 'Nooit meer een broodtrommeltje mee naar school; kabinet realiseert na 5 jaar debat de warme-school-lunch voor alle basisscholen.' Teken vervolgens een tijdslijn van 2018 tot aan 2025 en bespreek met elkaar: welke stappen moeten er wanneer gezet worden, zodat de krantenkop er daadwerkelijk gaat komen? Wat voor een producten of diensten horen daarbij?

### FEEDBACK VAN DE EINDGEBRUIKER & EXPERTS

Wanneer je een goed concept hebt bedacht en een eerste uitwerkingsslag gemaakt is, is het tijd om de eindgebruikers en experts te betrekken. Wat is hun reactie op het idee? En wat kun je daarvan leren? Wacht hier niet te lang mee! Ook al voelt het spannend om iets te laten zien wat nog niet af is. Bij een schetsmatig concept voelen mensen zich juist vrijer om eerlijke feedback te geven. Het is immers toch nog niet 'af'. Zorg er wel voor dat je helder communiceert wat je idee is, en hoe het er mogelijk uit kan gaan zien. De eindgebruiker of expert moet wel alle informatie hebben om bruikbare feedback te kunnen geven op het concept!





**3** WERK IEDER GEKOZEN IDEE UIT TOT EEN CONCEPT

Vul voor ieder gekozen idee onderstaand canvas helemaal in! Houd bij het uitwerken van het idee de karaktereigenschappen van de interventie, die voortkwamen uit de gekozen analogie in stap 5 van de toolkit erbij. Hoe komen deze eigenschappen terug in het concept?

GEEF HET CONCEPT EEN NAAM:

---

---

---

BESCHRIJF DE INTERACTIE (WAT DOET HET?)

---

---

---

---

WIE ZIJN ER BETROKKEN? (WIE DOET WAT?)

---

---

---

---

BESCHRIJF HET CONCEPT (WAT IS HET?)

---

---

---

---

TEKEN (ELEMENTEN UIT) HET CONCEPT:

---

---

---

---

---

---

---

---

