

Design Rationale

Service Design

Elif Yildirim
Elijah Delgado
Calvin Sprengers
Robin Korkor



Inleiding

De tentoonstelling Things That Matter in het Wereldmuseum vertelt verhalen over cultuur, identiteit en objecten met persoonlijke betekenis. Ondanks deze rijke inhoud ervaren veel bezoekers echter moeilijkheden bij het navigeren door de tentoonstelling en raken ze overweldigd door de hoeveelheid informatie. Dit belemmert een diepe connectie met de expositie en reduceert de impact van de ervaring. Wij willen dit veranderen door een oplossing te bieden die niet alleen de bezoeker begeleidt, maar hen ook onderdompelt in een betekenisvolle, multisensoriële reis.

We hebben een iteratief ontwerpproces gevolgd, waarbij we intensief onderzoek hebben gedaan naar de knelpunten in de bezoekerservaring. Door middel van observaties, interviews, customer journeys en brainstormsessies hebben we inzichten verzameld over de behoeften van zowel bezoekers als stakeholders. Deze inzichten hebben geleid tot de ontwikkeling van een vernieuwend wayfinding-concept dat werkt met meerdere zintuigen zoals geur, geluid en zicht. Ons concept biedt twee routes – een snelle, directe route en een meditatieve, reflectieve route – zodat bezoekers hun eigen tempo en ervaring kunnen kiezen.

Ons definitieve concept integreert geurdispensers, subtiele geluidseffecten en innovatieve lichtgebruik om bezoekers intuïtief te begeleiden en te betrekken bij de inhoud van de tentoonstelling. Dit document beschrijft het volledige proces: van probleemstelling tot oplossing, inclusief de designbrief, stakeholderanalyse, doelgroepbeschrijving, oplossingsrichting, en een concreet plan voor realisatie. Met dit concept creëren we een impactvolle en inclusieve ervaring die de tentoonstelling Things That Matter naar een hoger niveau tilt.

Inhoud

Design Brief	4.
Stakeholders	6.
Doelgroep	8.
Oplossingsrichting	9.
Definitieve oplossing	14.
Realisatie	23.
bronnenlijst	

Design Brief

Bezoekers

Uit interviews en observaties blijkt dat bezoekers van het Wereldmuseum in een matrix kunnen worden geplaatst op basis van hun voorkeuren voor interactie en tekst: van veel tot weinig.

- Passieve toeschouwer: Beweegt eenvoudig door de expositie met visuele, makkelijk begrijpbare elementen en weinig tekst.
- Lezer en reflector: Houdt van structuur en een rustig tempo om verbanden te leggen en onderwerpen te verkennen.
- Ervaringsgerichte bezoeker: Geeft de voorkeur aan zintuiglijke prikkels en emotionele ervaringen, geleid door visuele of auditieve signalen.
- Diepgang- en interactiezoeker: Zoekt uitgebreide informatie en interactieve mogelijkheden voor grondig begrip.



Probleem

De problemen in de *Things That Matter*-expositie komen voort uit de uiteenlopende behoeften van de bezoekers. Door het ontbreken van een duidelijke route missen passieve toeschouwers kamers, terwijl ervaringsgerichte bezoekers en diepgangzoekers overweldigd raken door de hoeveelheid informatie zonder voldoende gelegenheid om te reflecteren. Lezers en reflectoren ervaren een gebrek aan structuur en samenhang tussen de kamers, wat hun beleving belemmert. Deze diversiteit in verwachtingen maakt duidelijk dat er een oplossing nodig is die inspeelt op zowel navigatie- als belevingsuitdagingen, zodat de tentoonstelling beter aansluit bij de behoeften van alle bezoekers en de waarde van de kunstwerken volledig tot hun recht komt.



Design Challenge

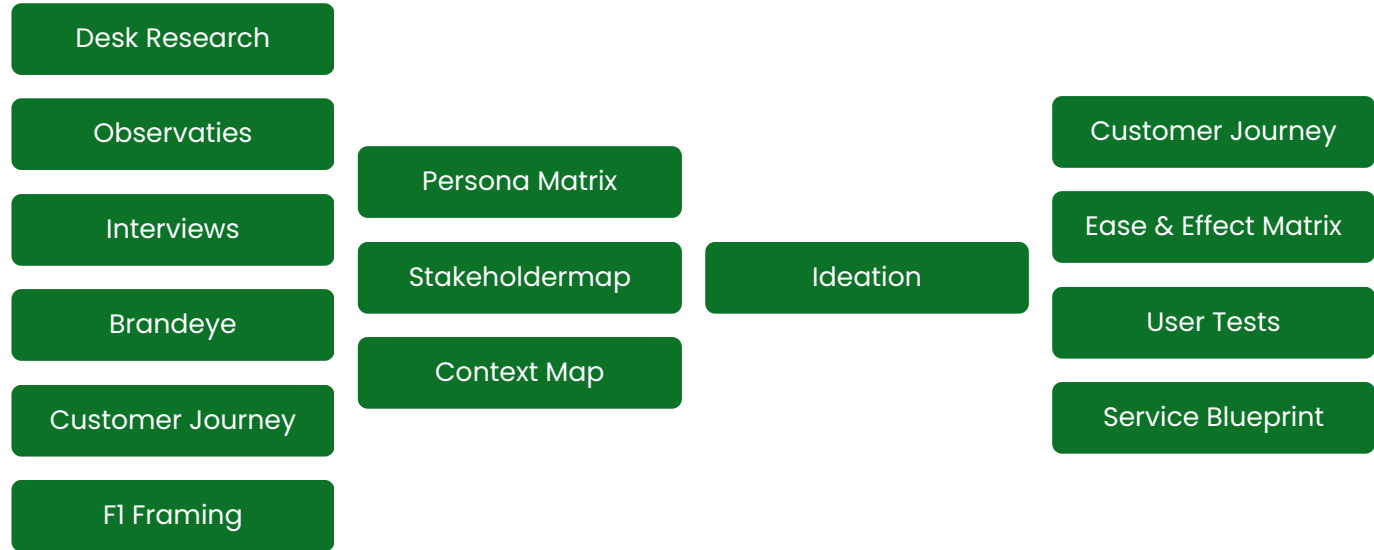
Hoe kunnen we een intuïtieve, multizintuiglijke route creëren voor de 'Things That Matter' expositie die inspeelt op de behoeften van diverse soorten gebruikers, zodat iedereen – ongeacht leesvoorkeur, tempo etcetera op een impactvollere manier de expositie kan ervaren?

Design Brief

Onderzoeksvragen

- Welke typen bezoekers bezoeken de expositie en hoe beïnvloedt hun gedrag en betrokkenheid de bezoekerservaring?
- Wat is de huidige indeling en route van de expositie en welke problemen ervaren bezoekers hierdoor?
- Welke doelen heeft het Wereldmuseum met betrekking tot de impact van de 'Things That Matter'-expositie en hoe kunnen wij ervoor zorgen dat deze doelen beter bereikt worden?
- Hoe kan een multizintuiglijke en meditatieve route tussen de kamers meehelpen aan een betere ervaring en verhoogde impact voor bezoekers?
- Welke stakeholders kunnen betrokken worden bij de ontwikkeling van een multizintuiglijke-route in de expositie, en hoe groot zal hun rol zijn?

Gebruikte Tools



Belangrijkste Eisen Uit PVE

- De bezoeker wil een duidelijke en makkelijke manier om door de tentoonstelling te bewegen, zonder elementen hiervan te missen.
- De bezoeker wil ruimte voor rust en reflectie binnen de 'Things That Matter' ruimte, om informatie beter te laten bezinken.
- De bezoeker wil een balans tussen kerninformatie en verdieping, zodat ze zelf kunnen kiezen om dieper op het thema in te gaan.
- Het museum wil de impact van de Things That Matter tentoonstelling verhogen, zodat bezoekers een diepere connectie voelen met de expositie en de informatie langer blijft hangen.

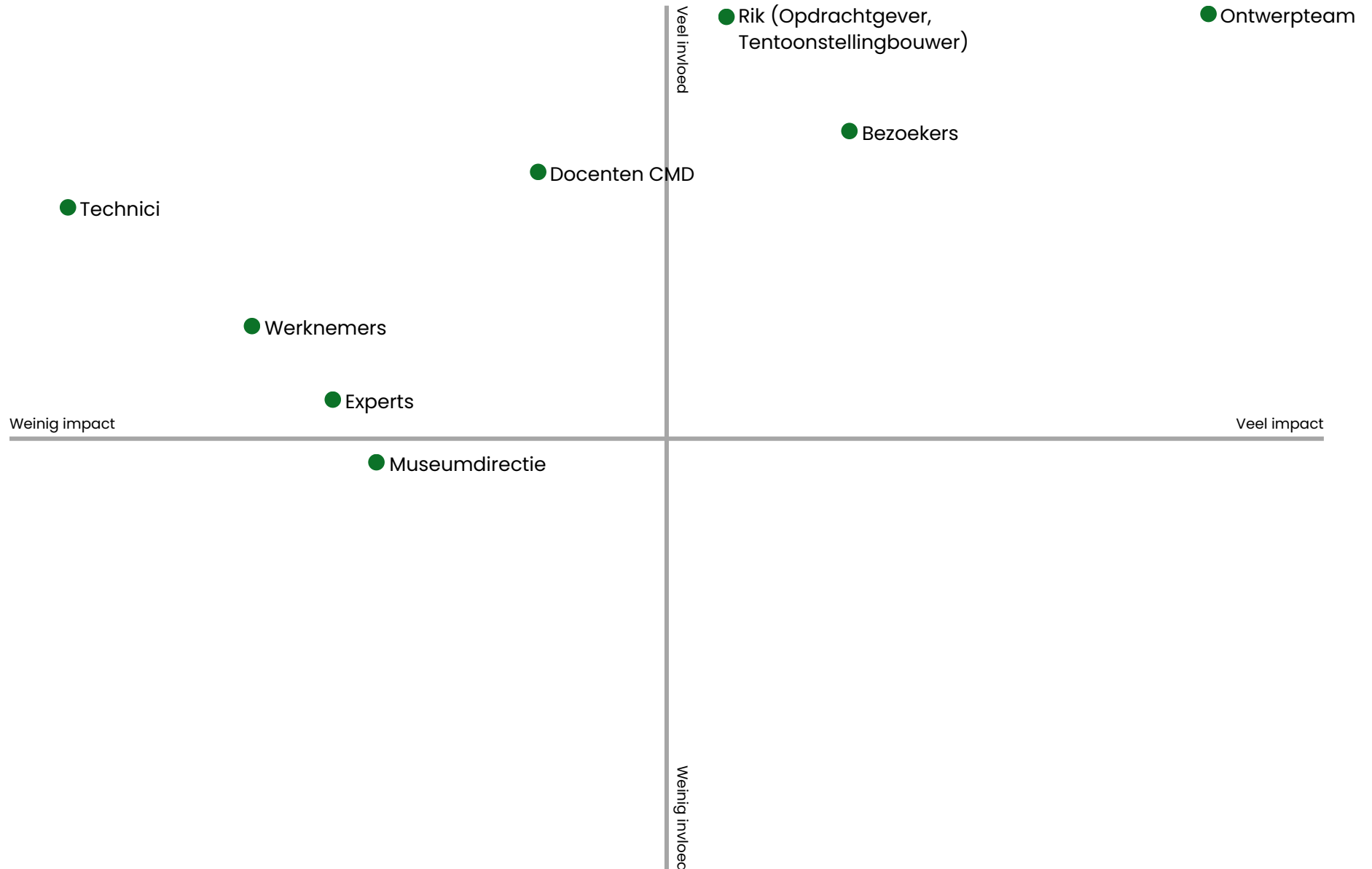
Stakeholders

De stakeholdermap biedt een overzicht van alle betrokkenen bij het project en hun onderlinge relaties. Dit helpt ons te begrijpen wie invloed heeft op het ontwerp en wie we moeten betrekken om een succesvolle oplossing te ontwikkelen.

	Bezoekers	Rik	Museumdirectie	Technici	Experts	Werknemers	Ontwerpteam
Bezoekers		Bezoekers willen een interessante, duidelijke, en toegankelijke ervaring die aansluit bij hun behoeften en verwachtingen.	Bezoekers willen een goed georganiseerde, boeiende ervaring met duidelijke informatie en goede faciliteiten.	Bezoekers willen een probleemloze, interactieve ervaring waarin de technologie goed werkt en geen storingen veroorzaakt.	Bezoekers willen dat experts hen voorzien van diepgaande context en uitleg, zodat ze een beter begrip van de tentoonstelling kunnen krijgen.	Bezoekers verwachten dat werknemers hen helpen met praktische informatie en zorgen voor een soepele ervaring tijdens hun bezoek.	Bezoekers willen dat het ontwerpteam de tentoonstelling visueel en interactief aantrekkelijk maakt, zodat ze gemakkelijk kunnen navigeren
Rik (Tentoonstelling-maker)	Rik wil dat bezoekers betrokken raken en een positieve, leerzame ervaring opdoen.		Zorgen voor een tentoonstelling die voldoet aan de visie en doelstellingen van de directie.	Verlangt technische ondersteuning voor de implementatie van interactieve en visuele elementen	oekt feedback en advies over de inhoud en interpretatie van de tentoonstelling om deze te verbeteren en te verfijnen volgens de laatste inzichten en best practices in het vakgebied.	Zoekt samenwerking en uitvoering van het ontwerp en de praktische aspecten van de tentoonstelling.	Verwacht creatieve input, technische expertise en implementatie van het ontwerpconcept naar de tentoonstellingsruimte.
Museumdirectie	De museumdirectie wil tevreden bezoekers die terugkomen en positieve feedback geven.	Verwachten dat de tentoonstelling zowel educatief als financieel haalbaar is, met aandacht voor de belangen van het museum en de bezoekers.		De museumdirectie verwacht dat de technici zorgdragen voor de technische implementatie van de tentoonstellingen die de beleving ondersteunen.	De museumdirectie verwacht van experts dat zij inhoudelijke kennis en inzichten leveren om de tentoonstelling te verrijken en relevant te maken voor het publiek.	De museumdirectie verwacht van werknemers dat zij bijdragen aan het succes van de tentoonstelling door hun werk efficiënt en professioneel uit te voeren.	De museumdirectie verwacht dat het ontwerpteam creatieve en innovatieve concepten levert die de beoogde bezoekerservaring versterken.
Technici	Technici willen dat bezoekers het systeem gebruiken zoals bedoeld, zonder technische complicaties, en dat ze eventuele problemen snel melden.	Verwachten duidelijke richtlijnen over het ontwerp en de functionaliteit van de tentoonstelling, evenals haalbare technische specificaties	Technici willen duidelijke richtlijnen, voldoende middelen en ondersteuning van de museumdirectie om de technische aspecten van de tentoonstelling te realiseren.		Technici willen van experts inzicht in de inhoud en context van de tentoonstelling, zodat ze technologieën kunnen integreren die de boodschap en ervaring versterken.	Technici willen dat werknemers zich bewust zijn van technische vereisten en eventuele beperkingen van de tentoonstelling.	Technici willen dat het ontwerpteam rekening houdt met technische haalbaarheid en beperkingen.
Experts	Experts willen dat bezoekers hun kennis op waarde schatten en interesse tonen in de diepgang van de tentoonstelling en de behandelde thema's.	Verwachten een ontwerp dat zorgvuldig rekening houdt met de inhoudelijke en educatieve doelen, en dat wetenschappelijk verantwoord en cultureel respectvol is.	Experts willen duidelijke richtlijnen over het doel en de visie van de tentoonstelling, zodat zij hun kennis kunnen afstemmen op de gewenste boodschap en ervaring.	Experts verwachten van technici dat ze innovatieve technische oplossingen bieden die de interactie met de tentoonstelling verrijken.		Experts willen dat werknemers goed geïnformeerd en opgeleid worden, zodat zij kunnen bijdragen aan de juiste implementatie en werking van de tentoonstelling.	Experts willen dat het ontwerpteam een concept ontwikkelt dat zowel innovatief als haalbaar is, met respect voor de inhoud en context van de tentoonstelling.
Werknemers	Werknemers willen dat bezoekers zich respectvol gedragen en de regels van het museum volgen, zodat de ervaring voor iedereen aangenaam blijft.	Verwachten duidelijke richtlijnen, ondersteuning en instructies om hun werk efficiënt en zonder problemen te kunnen uitvoeren.	Werknemers willen duidelijke communicatie en ondersteuning van de museumdirectie om hun werkzaamheden goed te kunnen uitvoeren	Werknemers verwachten dat technici zorgen voor een soepele werking van de technologie en eventuele technische storingen snel oplossen.	Werknemers verwachten dat experts hen voorzien van relevante kennis en begeleiding, zodat ze hun taken met de juiste expertise en accuratesse kunnen uitvoeren.		Werknemers willen dat het ontwerpteam praktische en duidelijke instructies biedt voor de uitvoering van het project, zodat ze hun werk efficiënt kunnen uitvoeren
Ontwerpteam	Het ontwerpteam wil dat bezoekers de interactieve elementen gebruiken zoals bedoeld	Biedt feedback, technische oplossingen en ontwerpadvies om de visie van de tentoonstelling effectief te vertalen naar een praktische realiteit.	Het ontwerpteam wil van de museumdirectie duidelijke richtlijnen, doelen en voldoende middelen om hun ontwerpen effectief te kunnen realiseren.	Het ontwerpteam verwacht dat technici meedenken over de integratie van technologie in het ontwerp.	Het ontwerpteam verwacht van experts dat zij praktische inzichten en advies bieden om het ontwerp te verfijnen en ervoor te zorgen dat het concept inhoudelijk correct is.	Het ontwerpteam verwacht dat werknemers de ontwerpen op een professionele manier uitvoeren.	

Stakeholders

De stakeholdermap biedt een overzicht van alle betrokkenen bij het project en hun onderlinge relaties. Dit helpt ons te begrijpen wie invloed heeft op het ontwerp en wie we moeten betrekken om een succesvolle oplossing te ontwikkelen.



De personamatrix categoriseert bezoekers op basis van hun voorkeuren voor interactie en tekst, waardoor een breed scala aan behoeften wordt vertegenwoordigd en de tentoonstelling relevanter wordt voor diverse groepen.



De needs en wants van de vier doelgroepen geven inzicht in de specifieke verwachtingen en verlangens van elke groep, wat ons helpt bij het creëren van een meer toegankelijke en betekenisvolle tentoonstelling voor diverse bezoekers.

Passieve toeschouwer:

Needs:

- Makkelijk door de tentoonstelling bewegen zonder veel te lezen.
- Overzicht van de belangrijkste informatie zonder diepgang.
- Visueel aantrekkelijke presentatie die snel te begrijpen is.
- Moeiteloze route door de tentoonstelling.
- Toegankelijke indeling zonder hinder van drukte.

Wants:

- Snel overzicht van de tentoonstelling zonder stil te staan.
- Eenvoudige, begrijpelijke visuele en interactieve elementen.
- Snelle ervaring zonder iets belangrijks te missen.
- Overzichtelijke en gemakkelijke doorloop.

Lezer en reflector:

Needs:

- Duidelijke, uitgebreide teksten die de informatie helder uitleggen.
- Rustige omgeving om te lezen en de thema's te reflecteren.
- Goed gestructureerde tentoonstellingen om de volgorde van informatie te volgen.

Wants:

- Diepgaande informatie over objecten, zoals historische en culturele context.
- Zelfstandig navigeren zonder haast om te verdiepen in interessante onderwerpen.
- Extra informatie, zoals boeken of apps, om verder te leren na het bezoek.

Ervaringsgerichte bezoeker:

Needs:

- Zintuiglijke elementen (licht, geluid, geur) voor fysieke en emotionele ervaring.
- Interactieve onderdelen voor actieve ontdekking.
- Intuïtieve navigatie zonder lange teksten.

Wants:

- Meeslepende ervaring die thema's en verhalen tot leven brengt.
- Afwisseling in presentatievormen (video's, geluiden, interactieve installaties).
- Vrijheid om eigen pad te kiezen en op eigen tempo te navigeren met visuele of auditieve signalen.

Diepgang en interactiezoeker:

Needs:

- Gedetailleerde en gestructureerde informatie over kunstwerken en thema's.
- Interactieve technologieën zoals audiotours of touchscreens voor verrijking.
- Mogelijkheid om vragen te stellen of meer context te krijgen.

Wants:

- Combinatie van tekst en interactie voor diepere verkenning.
- Visueel aantrekkelijke digitale hulpmiddelen voor zelfontdekking.
- Interactieve objecten voor meer betrokkenheid en verdieping.

Oplossingsrichting

Productvisie:

Het eerste product idee ziet er als volgt uit: Om de ervaring tussen de tentoonstellingsruimtes (de 'boxes') te verbeteren en een grotere impact en diepere beleving bij de bezoekers te creëren, stellen we een multimedia-route voor tussen de verschillende ruimtes. Deze route zal meerdere zintuigen aanspreken, zoals geur en geluid, om de totale ervaring te verrijken en de beleving van de tentoonstelling te versterken.

Er zal zorgvuldig worden nagedacht over de lengte van de route tussen de tentoonstellingsruimtes, zodat bezoekers bijvoorbeeld meer tijd krijgen om na te denken over diepgaande of zware onderwerpen. De route zal aanvoelen als een soort 'meditatieve' ervaring, die de overgang tussen de verschillende ruimtes verbetert en de gehele ervaring dieper maakt.

Route: De route verbindt de verschillende ruimtes en maakt gebruik van multimedia om de ervaring te verbeteren.

Multizintuiglijke ervaring: De route gebruikt elementen zoals geur en geluid om de beleving van de bezoekers te verrijken.

Meditatieve route: De route is ontworpen om bezoekers meer tijd te geven om na te denken over zware onderwerpen, met een rustige, meditatieve overgang tussen de ruimtes.

Belangrijke elementen

Routes tussen de 'boxes'

De route verbindt de verschillende ruimtes en maakt gebruik van multimedia om de ervaring te verbeteren.

Multizintuiglijke ervaring

De route gebruikt elementen zoals geur en geluid om de beleving van de bezoekers te verrijken.

Meditatieve route

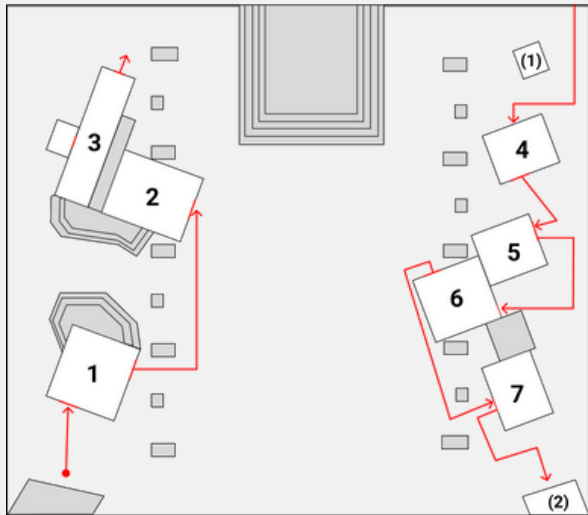
De route is ontworpen om bezoekers meer tijd te geven om na te denken over zware onderwerpen, met een rustige, meditatieve overgang tussen de ruimtes.

Oplossingsrichting

In de ideation fase hebben we drie concepten ontwikkeld: een direct pad, een abstract pad, en een middenweg. Deze variëren van eenvoudige navigatie tot interactieve en verrassende ervaringen, zodat ze verschillende voorkeuren van bezoekers aanspreken.

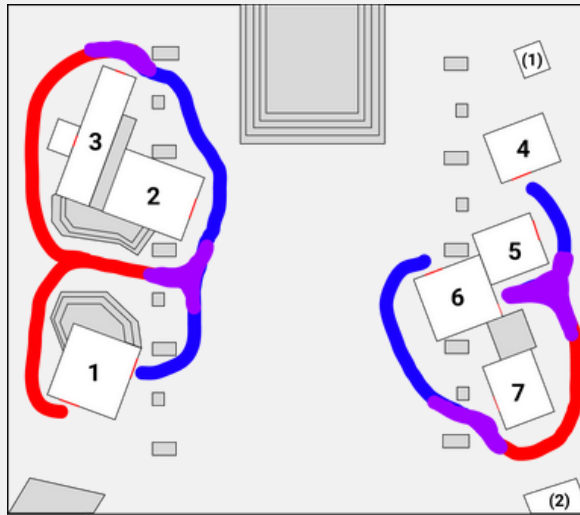
The Sensory Tunnel

een directe route tussen expositiedelen, met een focus op drie zintuigen: visuele lichtsporen die het tempo van de gebruiker bepalen, rustgevende muziek voor een meditatieve sfeer, en geurdispensers die de beleving versterken, zoals Tibetaanse wierook bij de boeddhistische kamer. Dit concept creëert een rustgevende en reflectieve overgang tussen de tentoonstellingsonderdelen.



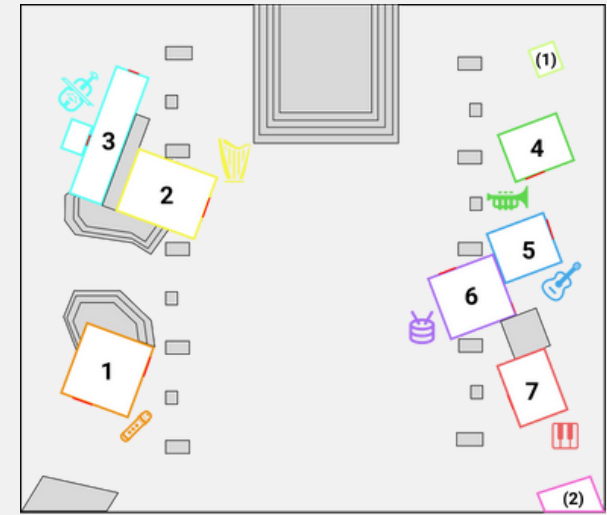
Kleurgecodeerde Paden

is een systeem dat bezoekers door de tentoonstelling leidt met twee visueel gekleurde routes, geïnspireerd door de Intercity Direct. De rode, meditatieve route gebruikt warm, dim licht om reflectie te bevorderen, terwijl de blauwe, efficiënte route helder licht biedt voor een snelle doorgang en focus op belangrijke objecten. Paarse lichtprojecties markeren de kruispunten, waardoor bezoekers intuïtief kunnen kiezen tussen de routes en hun eigen tempo kunnen bepalen.



The Sound Of Things That Matter

In dit concept navigeren bezoekers vrij door de tentoonstelling, geleid door licht en geluid in plaats van vaste paden. Elke 'doos' is verlicht en bevat een muziekinstrument dat past bij een bepaald thema. Het geluid en licht werken samen om een harmonieuze ervaring te creëren, waarbij bezoekers op hun eigen tempo en intuïtief de tentoonstelling kunnen verkennen, wat zorgt voor een persoonlijke en diepere connectie met de kunst.

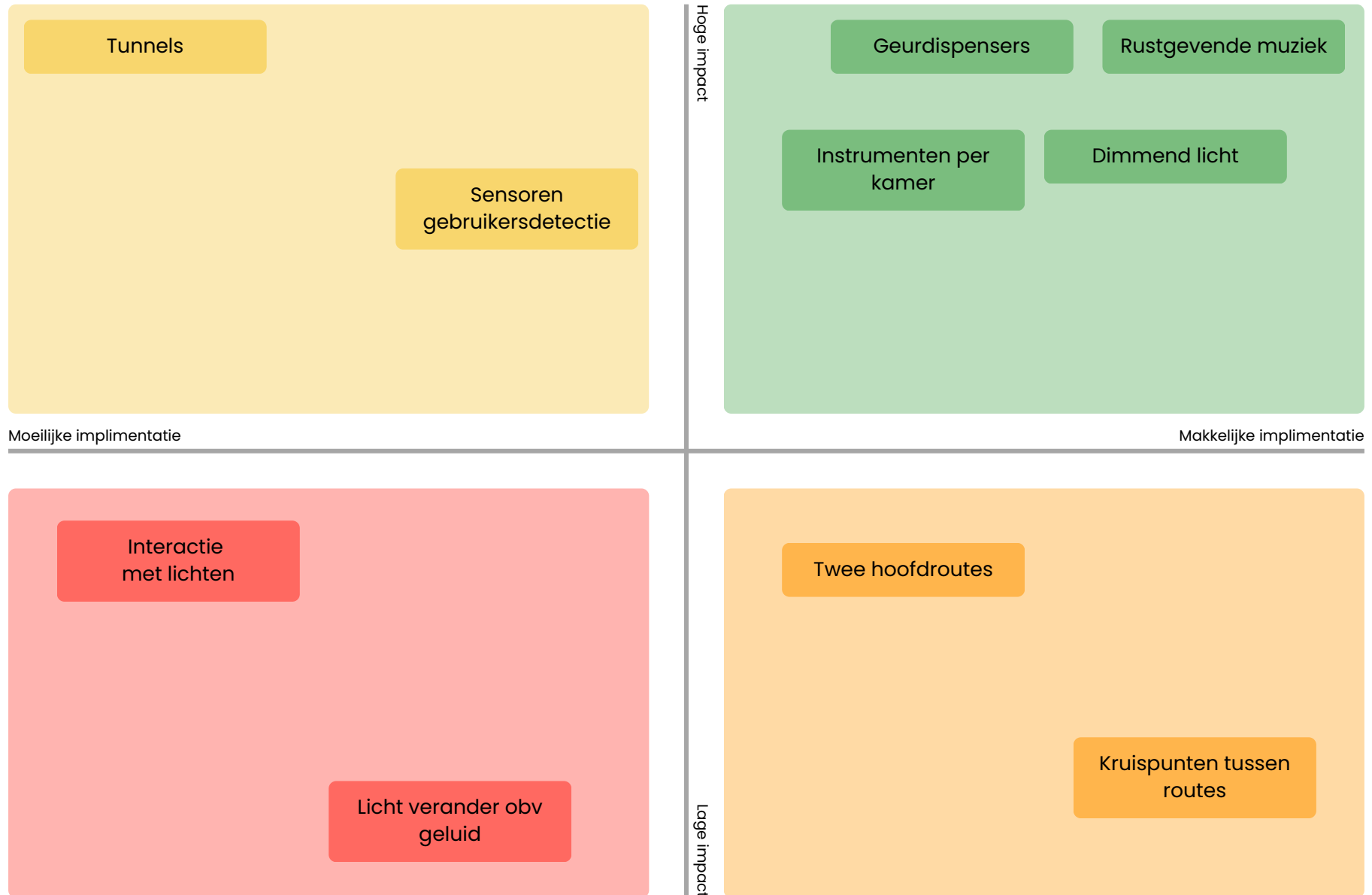


Directe route

Abstracte route

Oplossingsrichting

We hebben de elementen van de drie concepten geanalyseerd met behulp van een Ease and Effect Matrix, waarin we haalbaarheid en impact beoordeelden. Op basis van deze inzichten hebben we de meest krachtige en praktische elementen gecombineerd tot één samenhangend concept.



Oplossingsrichting

We hebben de onderdelen van de drie concepten geanalyseerd met behulp van een Ease and Effect Matrix, waarin we haalbaarheid en impact beoordeelden. Op basis van deze inzichten hebben we de meest krachtige en praktische elementen gecombineerd tot één samenhangend concept.

Mogelijke en bezwaren

Toegankelijkheid:

Visuele en auditieve signalen kunnen lastig zijn voor bezoekers met zintuiglijke beperkingen, wat kan leiden tot uitsluiting.

Overprikkeling:

Overmatig gebruik van licht en geluid kan voor sensorische overbelasting zorgen, vooral bij gevoelige bezoekers.

Afleiding van kunst:

Technologie zoals licht en geluid kan de aandacht afleiden van de tentoonstelling, wat de beleving kan beïnvloeden.

Culturele gevoeligheid:

Onzorgvuldige keuze van geluiden en kleuren kan als beledigend worden ervaren door bepaalde groepen.

Emotionele impact:

Geluid en licht kunnen sterke reacties oproepen, zowel positief als negatief, afhankelijk van persoonlijke voorkeuren.

Informatieoverload:

Te veel prikkels kunnen bezoekers overweldigen, waardoor belangrijke informatie verloren gaat.

Mogelijke oplossingen

Toegankelijkheid:

Bied alternatieven zoals kaarten of audiogidsen aan om inclusiviteit te waarborgen.

Overprikkeling:

Zorg voor rustruimtes met comfortabele zitplaatsen en zachte verlichting.

Afleiding van kunst:

Geef korte uitleg of audiobeschrijvingen bij kunstwerken om essentiële context te bieden.

Culturele gevoeligheid:

Betrek diverse achtergronden bij de keuze van geluiden en lichten om respect en passendheid te garanderen.

Impact op de ervaring:

Creëer mogelijkheden voor bezoekers om feedback te geven en verbeterpunten te identificeren.

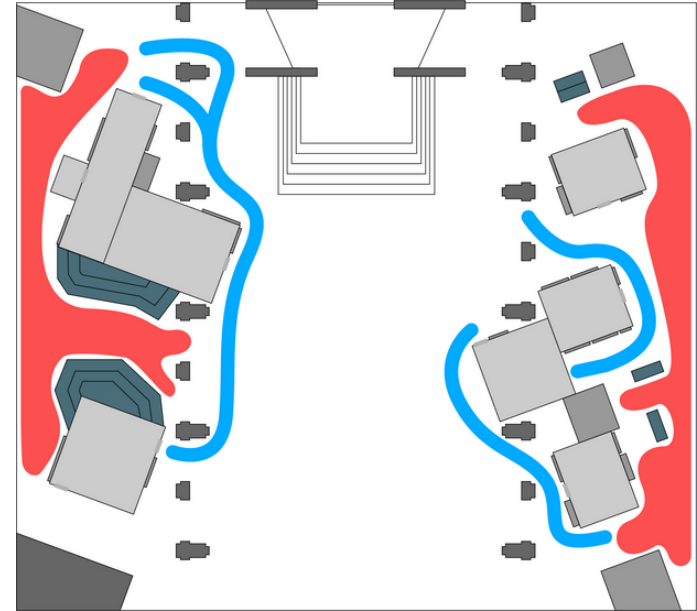
Informatieoverload:

Introduceer prikkels zoals licht en geluid geleidelijk om de ervaring overzichtelijk te houden.

Definitieve oplossing

Het product is een vernieuwende manier van wayfinding op basis van meerdere zintuigen. De expositie wordt opgedeeld in twee 'routes' die de gebruiker op eigen tempo begeleiden. Het eerste pad is een directe, snelle route. Het tweede pad is een langere, 'meditatieve' route.

Voorafgaand aan elke kamer zal er door middel van geurdispensers een passende geur afgegeven worden. Een voorbeeld is de geur van Tibetaanse wierook bij de kamer waar elementen van het boeddhisme te zien vallen. Daarnaast zal er per kamer een subtiel geluid in de vorm van muziek o.i.d worden afgespeeld. Deze elementen (geluid & geur) zullen de gebruiker dieper in de context van de kamer meenemen om op deze manier de impact te verhogen.



Element 1: Wayfinding

Blauwe (snelle) route

Geeft de meest **tijdsefficiënte** route weer. Geschikt voor bezoekers die **geen interesse** hebben in veel **diepgang** (bv: passieve toeschouwer).

Weergegeven d.m.v een **direct pad** op de vloer. **LED-verlichting** zorgt voor **helder, koel blauw licht**.

Fungeert als een **visuele gids**. Werkt **niet afleidend**.

Rode (meditatieve) route

Geeft de meest **diepgaande** en **tragere** route weer. Geschikt voor bezoekers die **interesse** hebben in **veel diepgang** (bv: Diepgang en interactiezoeker).

Abstract pad, **geen directe** lijn maar **ruimte** van licht. **Subtiële, warme rode lichtstralen** voor een kalmerende sfeer.

Maakt gebruik van **huidige rustplekken** (bv tussen kamer 2 & 3). Deze zijn **comfortabel, uitnodigend** en meer in de **stijl** van het **Wereldmuseum** ingericht.

Definitieve oplossing

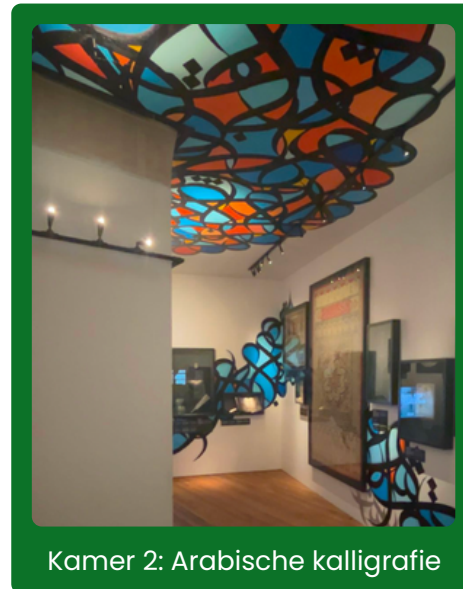
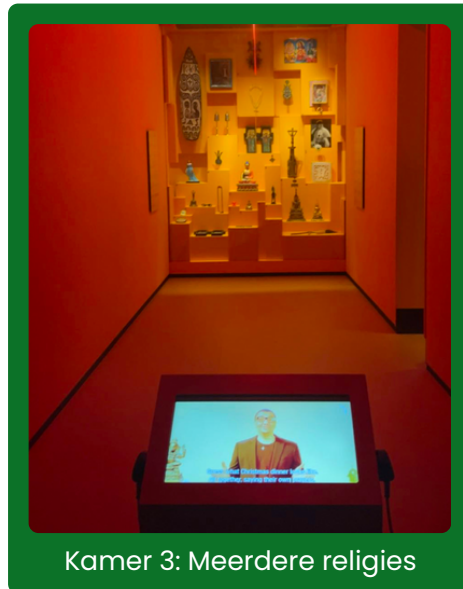
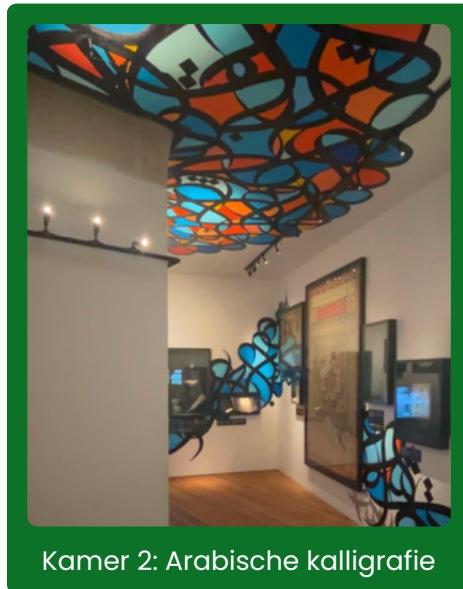
Element 2: Geur

Elke kamer zal gelinkt worden aan een toepasselijke geur. door middel van geurdispensers zal deze geur worden afgegeven, om zo de impact te verhogen.

Deze combinatie roept emoties, inleving en een sterkere sfeerbeleving op. De (emotionele) impact vergroot, de expositie wordt interactiever en informatie zal beter worden opgeslagen.

Element 3: Geluid

Naast geur zal elke kamer ook gelinkt worden aan een toepasselijk geluid. Deze zal worden verspreid door middel van speakers.



Verf



Sandelhout



Traditionele Arabische muziek



Spirituele muziek zonder tekst



Dispensers



Speakers

Definitieve oplossing

Validatie

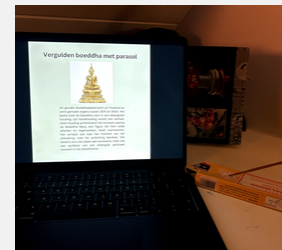
Om ons concept te valideren hebben we tests uitgevoerd. We hebben het concept gesplitst in twee elementen: wayfinding en geur / geluid. Aan de hand van deze tests tonen wij aan dat de wayfinding verbeterd is en dat de impact van de expo wordt verhoogd door inzet van geur / geluid.

Test 1: Wayfinding

Test 2: Geur & geluid

Aan de hand van de onderdelen in kamer 3 van de tentoonstelling zijn er een aantal informatiekaarten ontworpen. De test-groep is opgesplitst in twee delen. Groep A heeft de informatiekaarten gelezen zonder gekoppeld geur en geluid. Groep B heeft de kaarten gelezen met gekoppeld geur en geluid (Sandelhout wierook en kalme Indiase sitarmuziek).

Na circa 5 minuten wachten zijn beide groepen gevraagd een vragenlijst in te vullen over de zojuist opgenomen informatiekaarten

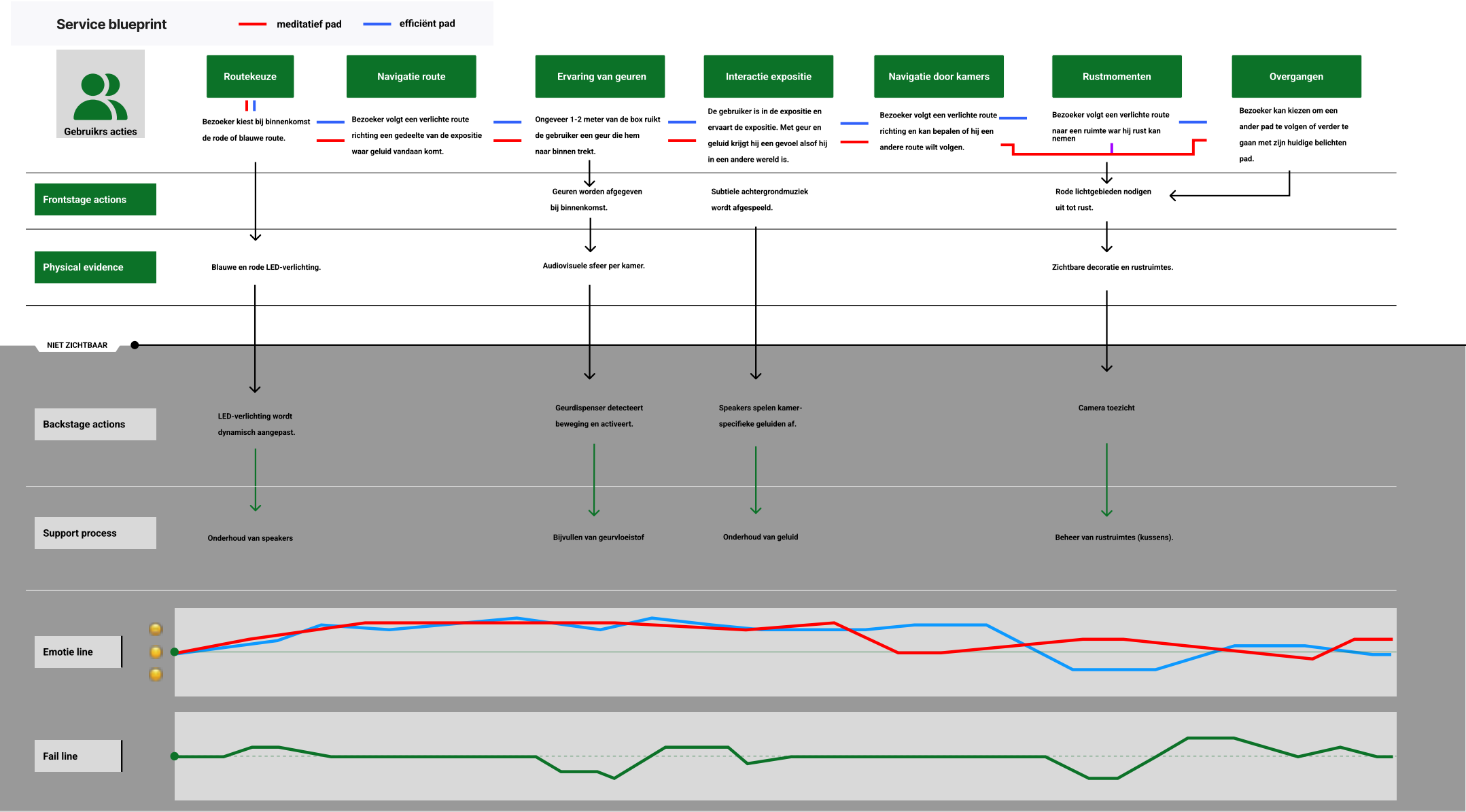


Testgroep B (met geluid en geur) scoort beter op de test dan testgroep A (zonder). Hoewel de kleine testgroepen enige voorzichtigheid vereisen, ondersteunt dit samen met eerder onderzoek de conclusie dat geur en geluid bijdragen aan beter onthouden van informatie en een grotere impact van Things That Matter.

Definitieve oplossing

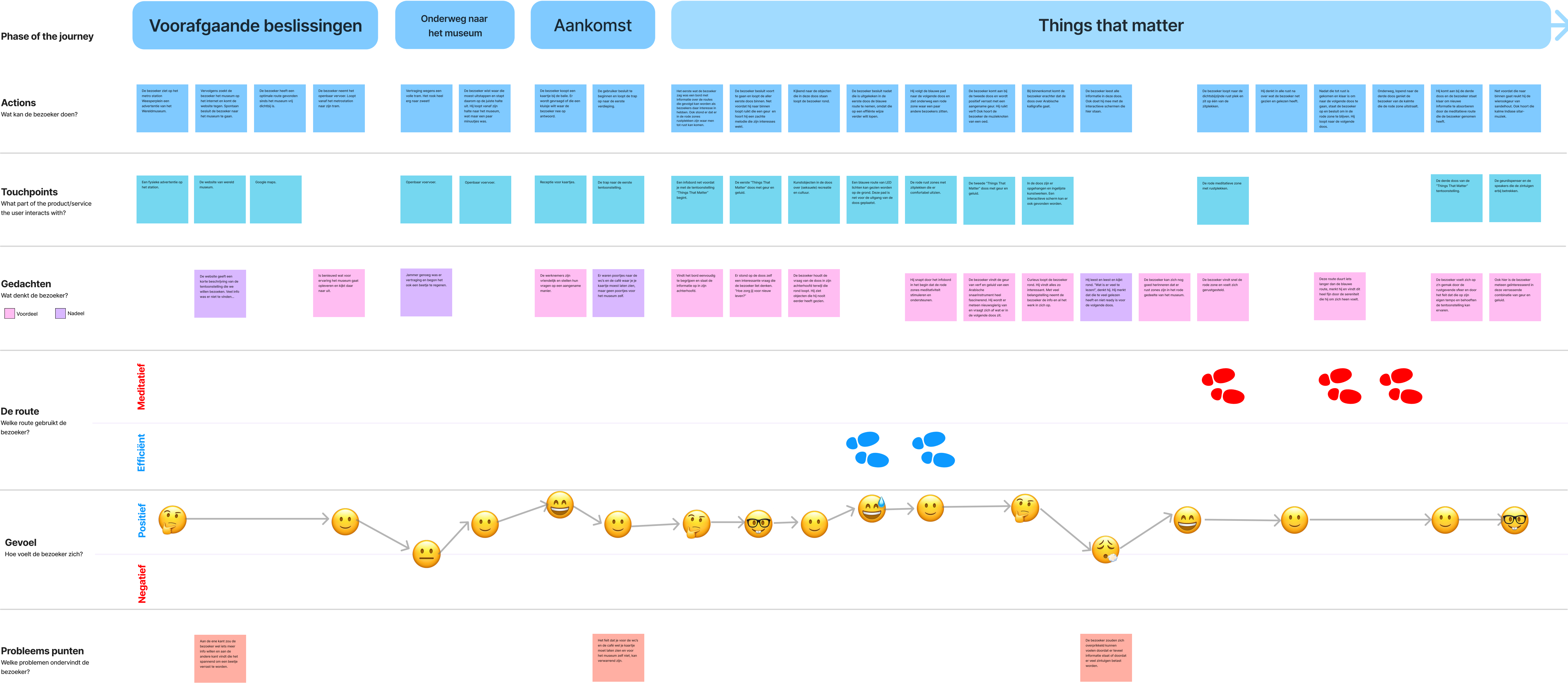
Service blue print

Om stakeholders te helpen met ons product hebben we een service blueprint gemaakt om te zien wie er waarmee te maken heeft.



Customer Journey van het nieuwe concept

1



Customer Journey van het nieuwe concept

2



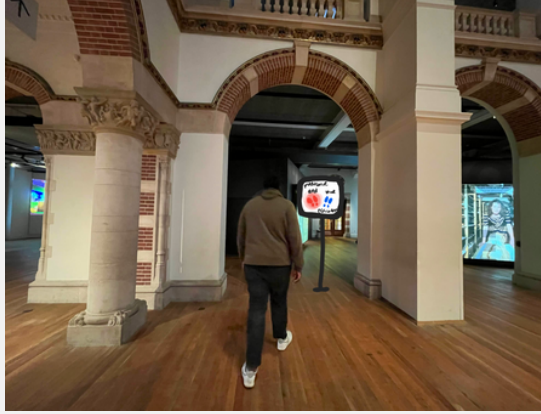
Definitieve oplossing

User Journey

Ter visualisatie hebben we de user journey van dit concept fotografeerd en bewerkt. Hier vertellen we hoe de bezoeker door dit concept heen loopt.



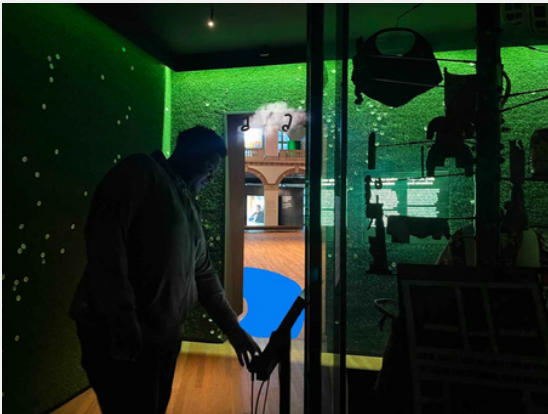
De gebruiker besluit te beginnen en loopt de trap op naar de eerste verdieping.



Het eerste wat de bezoeker zag was een bord met informatie over de routes die gevolgd kan worden.



De bezoeker besluit voort te gaan en loopt de aller eerste doos binnen.



Kijkend naar de objecten die in deze doos staan loopt de bezoeker rond.



De bezoeker besluit daarna de blauwe route te nemen, omdat die op een efficiënte wijze verder wilt lopen.



Hij volgt de blauwe pad naar de volgende doos en ziet onderweg een rode zone.

Definitieve oplossing



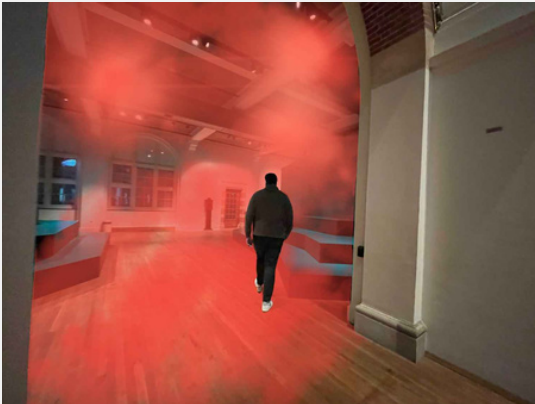
De bezoeker komt aan bij de tweede doos en wordt positief verrast met een aangename geur. Hij ruikt verf!



De bezoeker leest alles en interacteert met de schermen. Na veel lezen wordt het hem opeens te veel.



De bezoeker kan zich nog goed herinneren dat er rust zones zijn in het rode gedeelte van het museum.



De bezoeker loopt naar de dichtbijzijnde rust plek en zit op één van de zitplekken.



Na een tijdje gezeten te hebben, besluit hij gezellig een gesprek met een mede bezoeker.

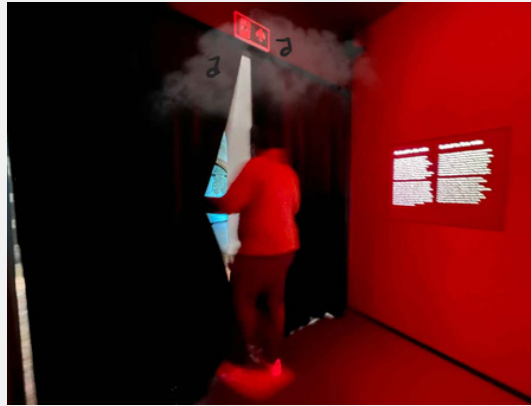


Nadat die klaar is om naar de volgende doos te gaan, staat de bezoeker op en besluit om in de rode zone te blijven.

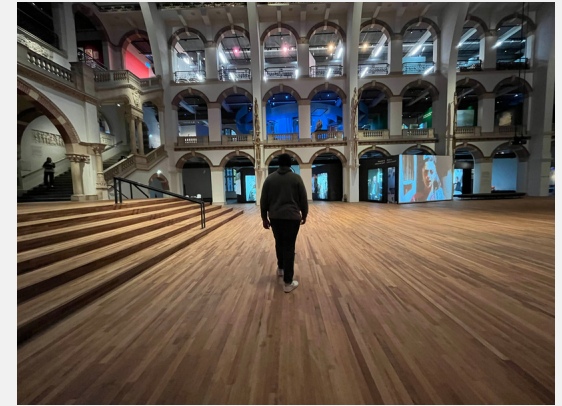
Definitieve oplossing



Hij komt aan bij de derde doos. Net voordat die naar binnen gaat reukt hij de wierookgeur van sandelhout.



Nadat die alles gelezen heeft is die uitgekeken. Hij loopt uit de doos.



De bezoeker loopt naar de overkant zodat die op dezelfde wijze de rest van de tentoonstelling kan bekijken.

Begin tot nu

Terugkoppeling naar voorafgaande weken (Week 1 t/m 12) Tijdens de eerste 12 weken van het project hebben we ons gericht op het vaststellen van de design challenge en het in kaart brengen van de doelgroepen. Door intensief overleg en samenwerking met stakeholders hebben we de belangrijkste wensen en behoeften verzameld.

Om de ervaringen en de huidige situatie in het Wereldmuseum te begrijpen, hebben we diverse onderzoeksmethoden en tools ingezet, zoals interviews, plattegrondanalyse, observaties, brainstormsessies, method mapping, SCAMPER, deskresearch, customer journeys en het beantwoorden van deelvragen.

Op basis van deze inzichten hebben we meerdere concepten ontwikkeld die niet alleen onze projectdoelen ondersteunen, maar ook aansluiten bij de behoeften van verschillende stakeholders. Deze concepten hebben we regelmatig besproken en getoetst bij stakeholders om ze verder te verfijnen en uiteindelijk richting een totaalconcept te werken.

Tijdens deze weken hebben we geleerd om effectief te pendelen tussen het grote plaatje (zoals het verbeteren van de totale bezoekerservaring) en de details (zoals het ontwerpen van specifieke interactievormen). Daarnaast hebben we ervaren hoe belangrijk het is om de input van zowel stakeholders als eindgebruikers voortdurend mee te nemen in het proces. De verschillende onderzoeksmethoden hebben daarbij een belangrijke rol gespeeld in het creëren van een solide basis voor onze concepten.

Toekomst

Na de groenlicht presentatie gaan we als team door met het complete ontwerp van ons project. In deze fase richten we ons op het testen, verbeteren en presenteren van ons prototype. De volgende stappen zullen worden ondernomen:

Testplan en Gebruikerstesten 2

Dit wordt de tweede ronde van het testen waar we naar het hele complete proces kijken om zeker te zijn dat het prototype voldoet aan alle eisen van alle stakeholders.

Hypothese formuleren

Op basis van onze conceptontwikkeling formuleren we hypothesen, zoals: "Bezoekers ervaren meer rust en reflectie bij het volgen van de rode route." Deze hypothesen worden getest tijdens de gebruikerstesten.

Prototyping

Ons team maakt een functioneel prototype dat een realistische weergave biedt van ons concept. Dit prototype zal ons helpen tijdens de testen om de haalbaarheid en effectiviteit te beoordelen.

Moment of Truth Mapping

We brengen de belangrijkste momenten van interactie met ons concept in kaart om te identificeren waar bezoekers positieve of negatieve ervaringen hebben & waar het mis zou kunnen gaan.

Trainingsplan

We maken een plan om het museum team voor te bereiden op het implementeren en onderhouden van het concept, zodat zij bezoekers kunnen begeleiden en ondersteunen indien het nodig zal zijn.

Feedback Verwerken

De feedback uit de tests en van stakeholders wordt verwerkt in verbeteringen aan het concept & prototype, waarbij we iteratief blijven werken van het groenlicht, presentatie en feedbackmomenten van begeleiders.

UXD en QA

We optimaliseren de gebruikerservaring (User Experience Design) en voeren kwaliteitscontroles uit (Quality Assurance) om ervoor te zorgen dat alle elementen van ons concept goed functioneren en gebruiksvriendelijk zijn.

Ontwerp en eindpresentatie

We bereiden zowel een ontwerp- als een eindpresentatie voor waarin we het volledige proces, het concept en de impact daarvan presenteren aan de stakeholders en andere betrokkenen.

Met deze planning zorgen we ervoor dat we ons concept niet alleen goed testen en optimaliseren, maar ook volledig voorbereiden voor de implementatie en het complete ontwerp stadium van het project. Voor de gehele planning kunt u het product biografie bekijken.