

CMD Jaar 2 experience design 1617

→ les 05 Actie en Interactie

CMDDES01-8

Je hebt voorbereid voor les 05

→ **Beeldverslag gemaakt & besproken!?**

De theorie uit les 04 vind je terug in:

→ **Beeldtaal H5 Semiotiek**

→ **Beeldtaal H6 Visuele retorica**

Inhoud vandaag

- Lesopdrachten storyboard schetsen
- Opdracht Storyboard
- Pauze
- Opdracht in samenhang met de theorie bespreken
- Gelegenheid om feedback te vragen op opdrachten
- Wrap-up

Leerdoelen les 05

→ Je kunt deze **productbeleving** plaatsen in de door jouw onderzochte **experience**.

Jij voelt mijn
#merki!

Opdracht Storyboard

In een storyboard van 6 beelden laat je de beleving/ interactie rondom minimaal 1 touchpoint. Formaat is 1 x A3. Hierop staan zes afbeeldingen met een korte fasebeschrijving. Het storyboard maakt de context van de gebruiker zichtbaar (persoonlijk, sociaal, fysiek).

De waarde, de interactie en de beleving van de doelgroep heb je onderzocht en in beeld gebracht. Nu ga je dit in een verhalend storyboard verwerken; (een gedeelte van) een interactie. Uiteraard bouw je dit op, je start met een simpele schets. Je oefent met een aantal eenvoudige visualisatietechnieken en past die toe op jouw storyboard.

Lesopdrachten

storyboard schetsen

Materialen die je zelf bij je hebt:

Potlood

Fineliner

Dikke zwarte stift

evt gekleurde stiften

Geen gum

Mapje om je schetsen mooi te houden

Aanwezig: grote vellen, A3 en A4 papier, template storyboard

Oefening schets vocabulair

Groot vel, fineliner, dikke stift, Werkboek p 2-6

Teken op een groot vel:

objecten

- basisvormen in verschillende maten: arcering, rechthoeken, cirkels
- objecten: pen, smartphone, i-watch, boek, foto, winkelbalie
- tekens: pijlen in verschillende vormen en maten

mensfiguren

- probeer verschillende varianten uit van heel abstract tot wat meer realistisch (realistische contouren maak je mbv fotografie, zie verder op in het boek)

activiteiten

- rennen, klimmen, springen

emotie

- gebruik symbolen om emotie aan te geven

houding

- combineer houding en emotie in de volgende oefening

aan het werk

Fase: schetsen

Opdracht: Storyboard

Duur: ± 20 min

Storyboard ontwerpschetsen



Deze storyboards onderzoeken het idee voor een mentordienst voor mensen die pas de diagnose diabetes type 2 hebben gekregen. Voorbeeld op p7 in het werkboek, bron: Universele ontwerpmethoden.

Storyboard ontwerpschetsen

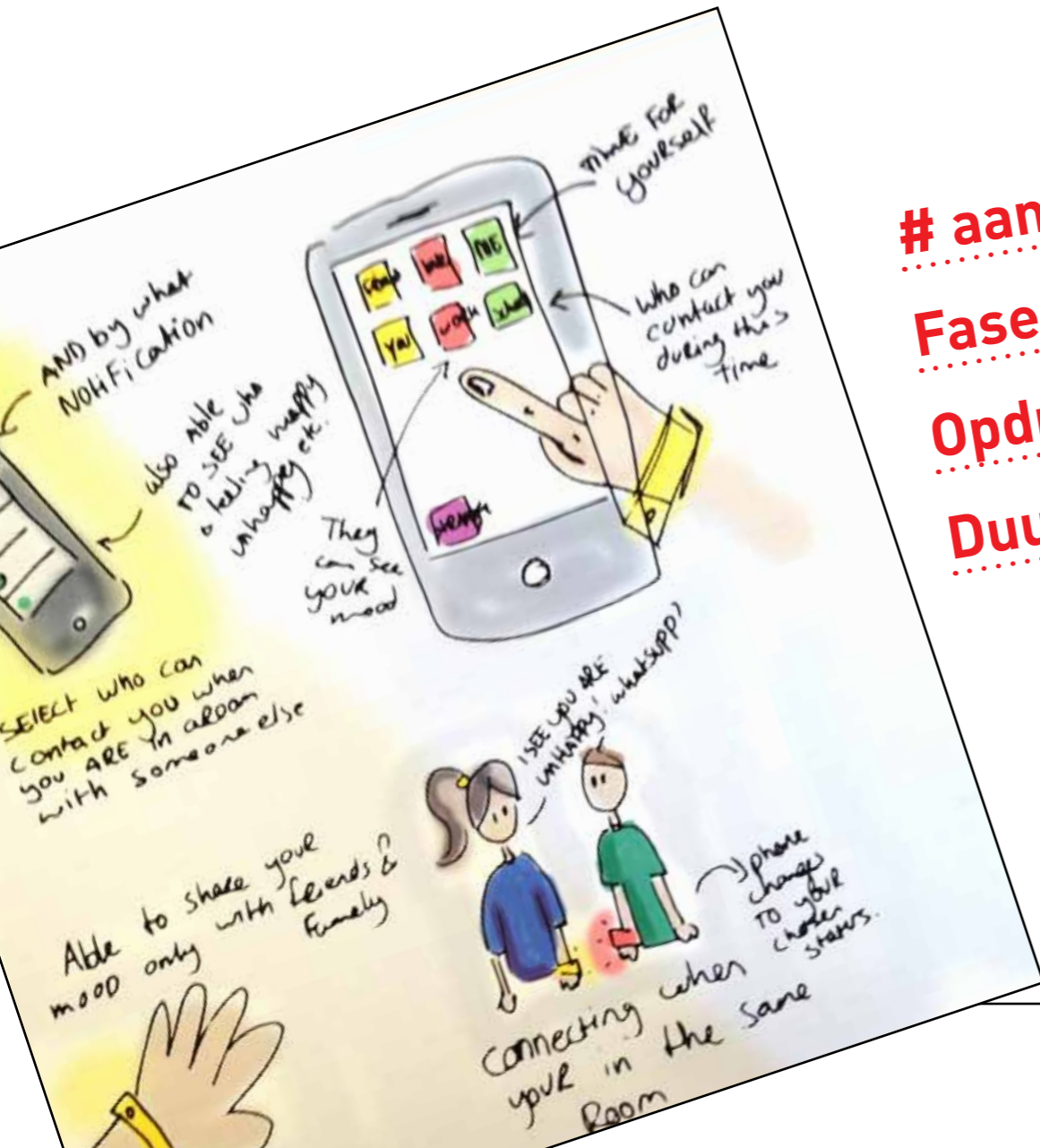
Verbeeld de interactie in de experience door 2 of meer situaties te schetsen op A3 zoals in het voorbeeld op slide 8, p7 van het werkboek.

Beschrijf de experience en verklaar de tekeningen met korte bijschriften.

aan het werk
Fase: schetsen
Opdracht: Storyboard
Duur: ± 45 min

Storyboard ontwerpschetsen

Bespreek met elkaar je schetsen en bepaal welke interactie of handeling je wilt uitwerken in het definitieve storyboard.



aan het werk

Fase: schetsen

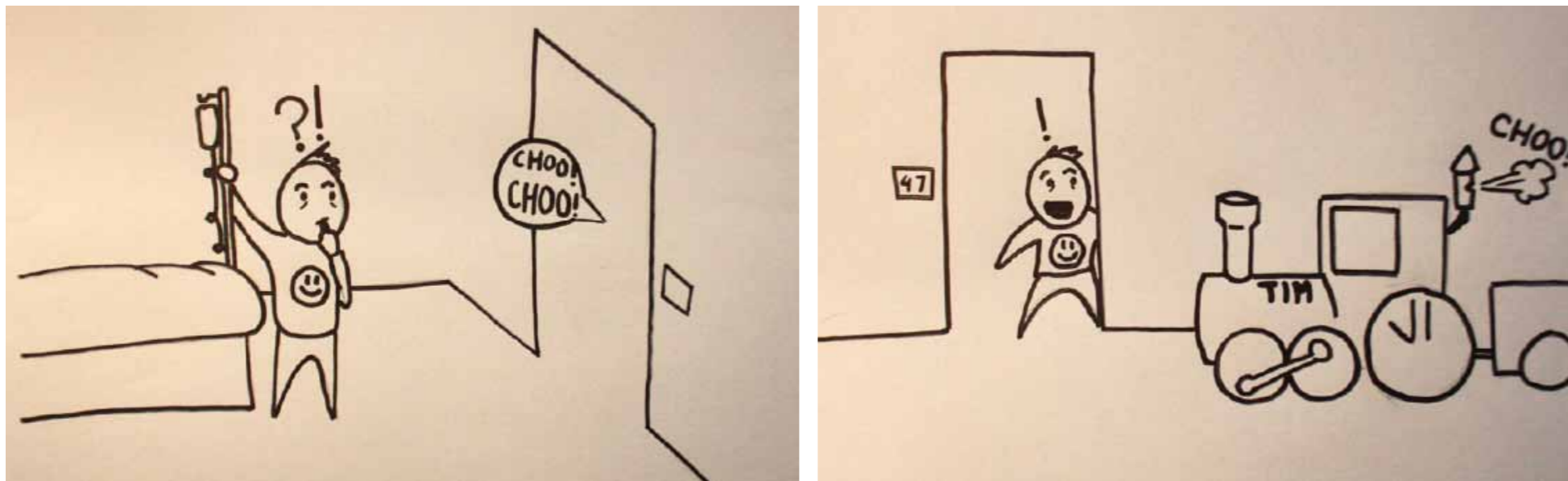
Opdracht: Storyboard

Duur: ± 15 min

Voorbeeld van een getekend storyboard

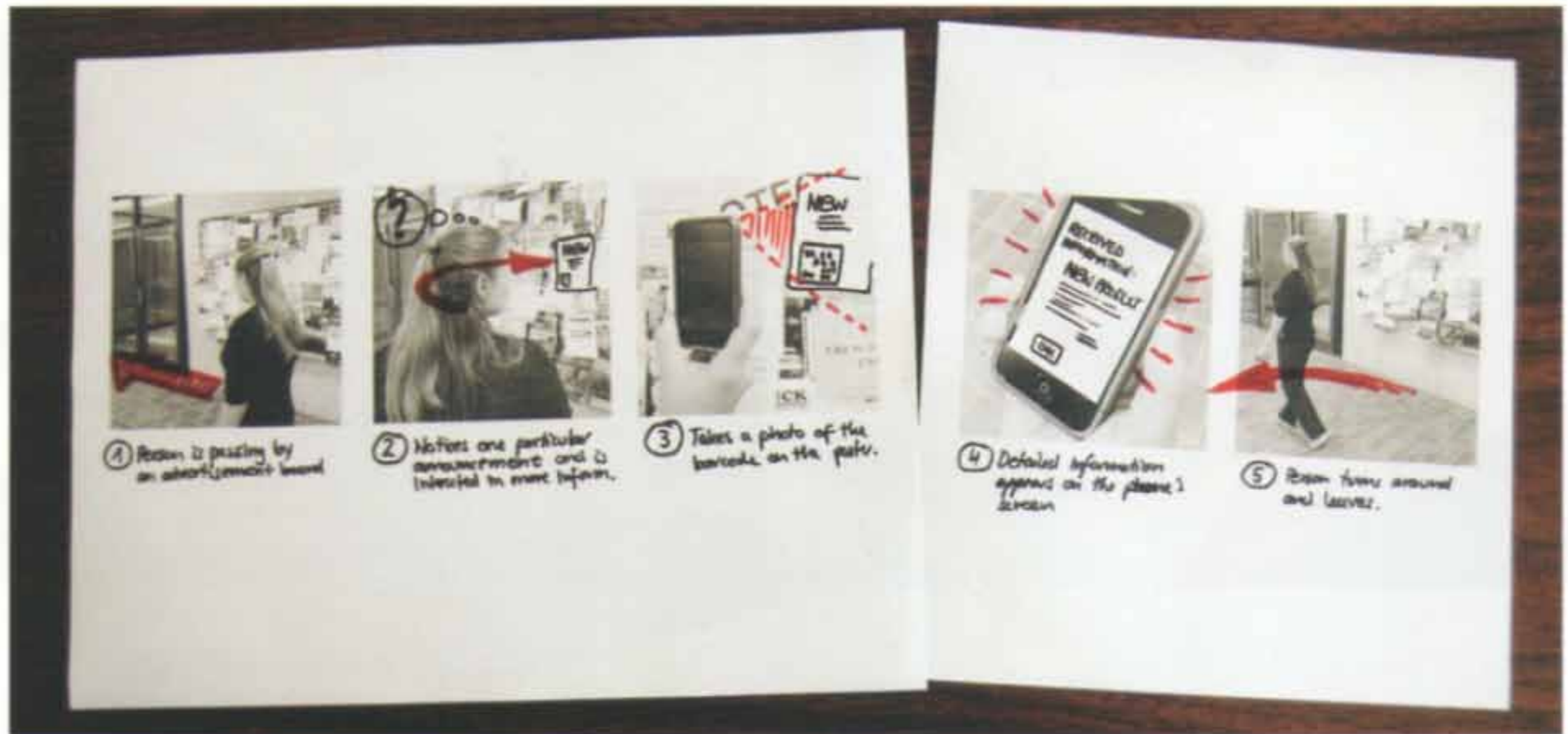


Storyboard in 5 stappen + toelichting, afbeelding uit: sketching user experiences



Visualisatie van concept met de waarde 'verwondering' in twee stappen, David Scholten 2013

Voorbeeld van een storyboard gebaseerd op foto's



Bron: sketching user experiences

Storyboard ontwerpschetsen

Teken de interactie in een storyboard van 6 afbeeldingen (2X liggend A3) + korte toelichting



aan het werk

Fase: ontwerpschetsen

Opdracht: Storyboard

Duur: ± 40 min

* Template beschikbaar, storyboard maak je in 6 afbeeldingen + toelichting. Dit mag ook in eigen getekende kaders als je hier een beter resultaat mee kunt bereiken; zoals in de voorbeelden

Pauze

Bekijk het filmpje op het blog!

Betekenisvolle beleving

Bespreek elkaars storyboard in groepjes van 3-4 studenten

Stap 1 (± 20 min): Bestudeer de volgende slides 17 t/m 23 over betekenisvolle beleving.
Teken samen de theoretische modellen na op 1 groot vel papier.

Stap 2 (± 20 min): Bespreek samen 1 storyboard;

- in welk domein past deze experience? Leg uit.
 - zou de gebruiker “flow” ervaren?
 - welke emoties roept het product op?
 - wat is de context van de gebruiker (persoonlijk, sociaal, fysiek)?
- (Herhaal stap 2 als er nog tijd over is)

Stap 3 (± 15 min) Op een A3 noteert ieder voor zichzelf:

- Je naam en de titel van je experience
- in 1 zin wat de experience inhoudt (voeg de slogan of een quote toe)
- de naam van het touchpoint
- de beleving van de gebruiker (welk domein, emotie, wat is de context?)

aan het werk
Fase: onderzoek
Opdracht: Storyboard
Duur: ± 50 min

Betekenisvolle beleving

Bron: De imagineer va p118

- De vier domeinen van beleving
- Flow, beleving van tijd
- Emoties
- Beleving van gebruiksvoorwerpen/producten
- Het interactive-experientiemodel

Wat betekent
dit voor #...?

De vier domeinen van beleving

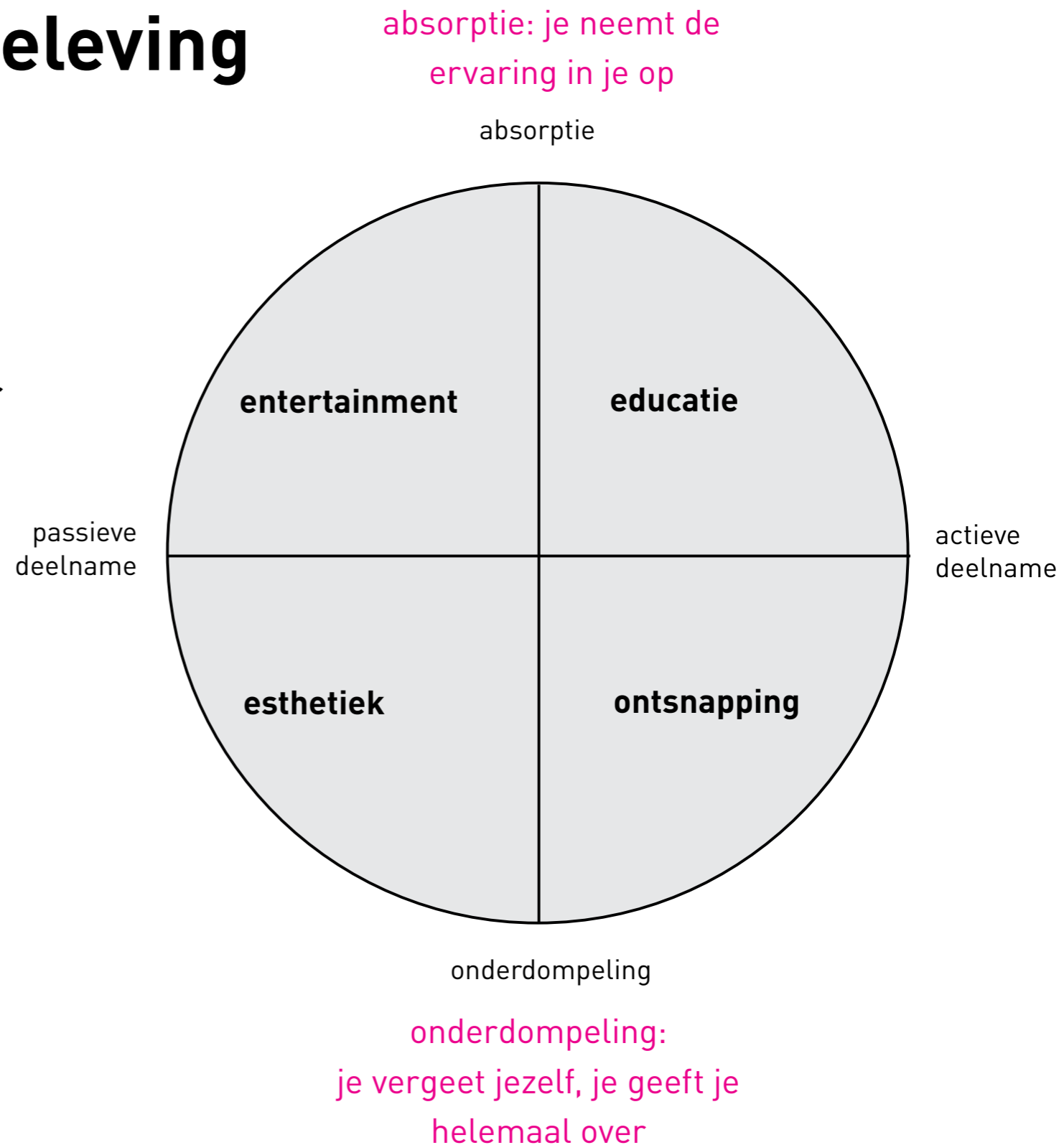
Pine en Gilmore (1999) onderscheiden vier belevisdomeinen, geordend door twee dimensies: **absorptie versus onderdompeling** in de beleving, en **actieve versus passieve** deelname aan de beleving.

entertainment: je neemt als gebruiker passief een beleving in je op, vb film

esthetiek: je bent als gebruiker passief in een omgeving, vb safari

educatie: je neemt als gebruiker een beleving in je op én speelt een actieve rol, vb kennisquiz

ontsnapping: je ontsnapt even als gebruiker aan de realiteit, je bent actief betrokken bij de beleving en je gaat op in de omgeving, vb gamen (escapisme).



Flow

Flow is de ervaring die je hebt als je ergens helemaal op in op gaat: je bent je gevoel voor tijd kwijt

Csikszentmihaly (1990) onderzocht de verschillen in de beleving van werk en ontdekte dat op kunnen gaan in je werk (flow) een positief effect heeft op gelukbeleving

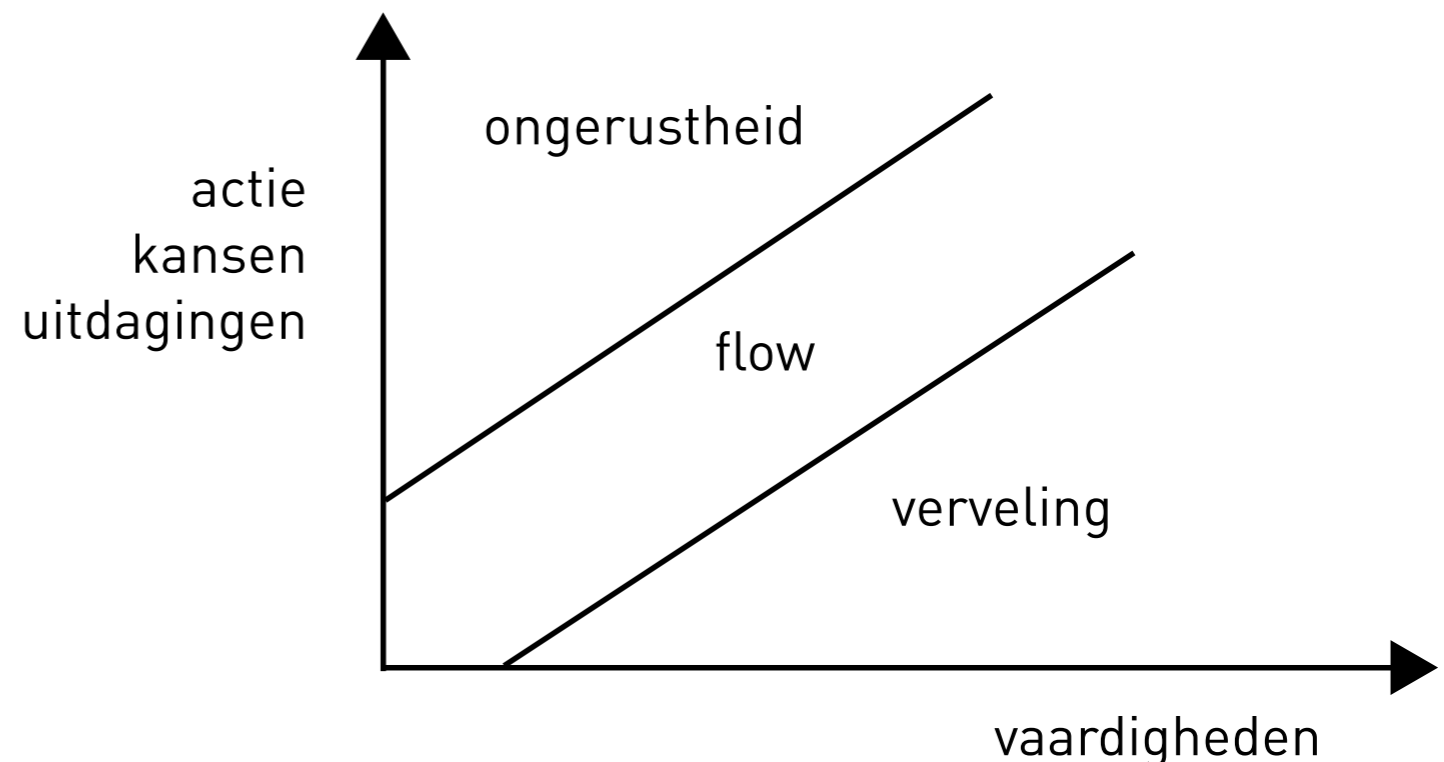
Basisvoorwaarden:

1. de activiteit heeft een helder doel en de richting en structuur van de taak is duidelijk
2. je hebt vertrouwen dat je de taak aan kan want je beschikt over voldoende vaardigheden
3. je kunt je aanpassen aan de eisen die de taak aan je stelt want je wordt voorzien van heldere feedback (al dan niet indirect)

Flow levert een gelukkig gevoel op en werkt

verslavend: een goede manier om gebruikers of consumenten bij een beleving te betrekken.

Om een optimale beleving te ontwerpen moet je er dus voor zorgen dat de taak precies voldoende uitdaging biedt om te kunnen worden uitgevoerd met de vaardigheden of middelen waar de gebruiker over beschikt (bijvoorbeeld in een game).



Emoties

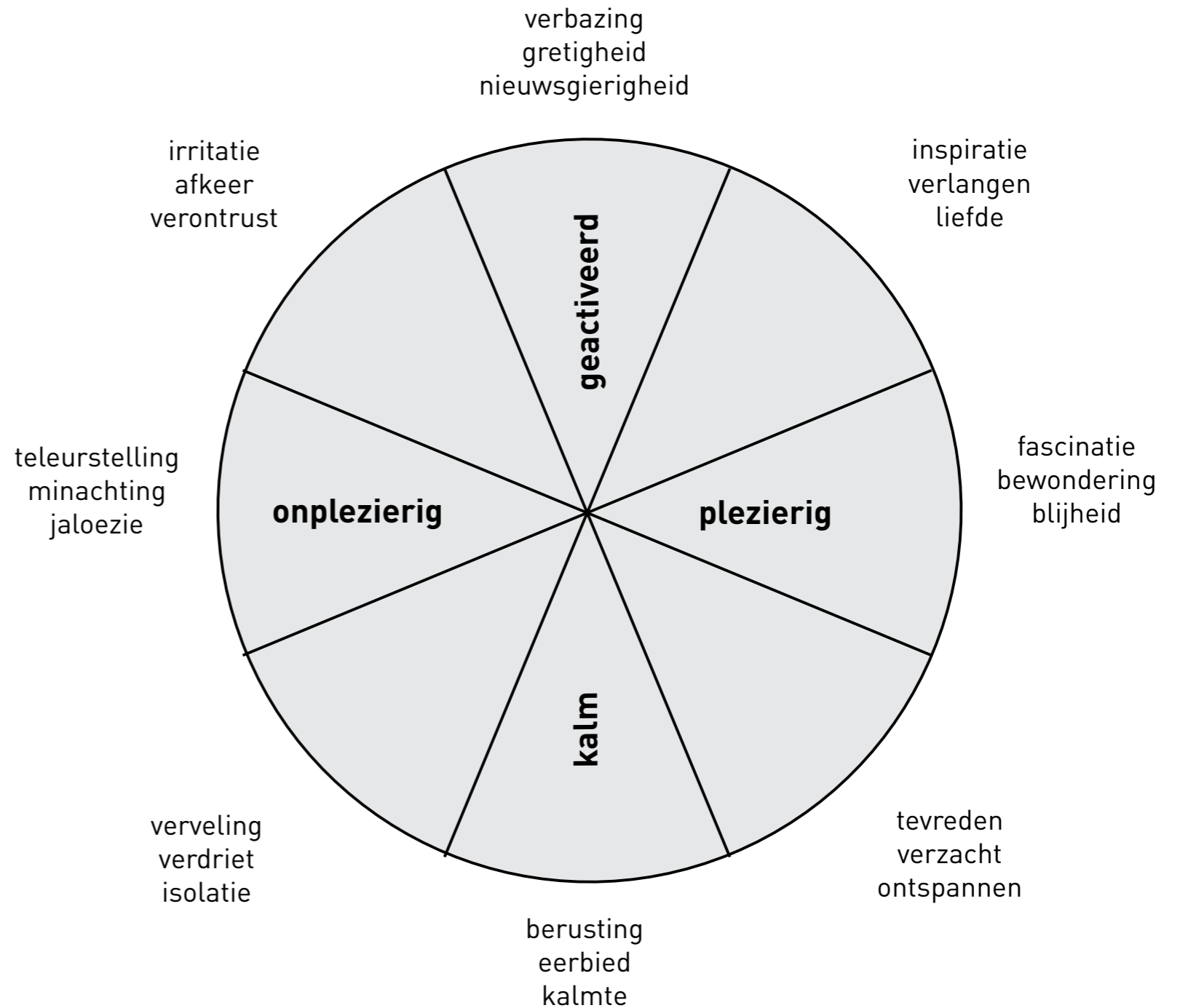
Kernemoties geordend langs twee dimensies: de eerste is de mate waarin het product behagen scheidt (plezier opwekt)

onplezierig - plezierig

en de tweede de mate waarin het product activeert of prikkelt

kalm - geactiveerd

juist de combinatie van emoties in een ervaring zorgt ervoor dat je hart sneller gaat kloppen...



Circumplex model of core affect with product relevant emotions (Desmet, 2007; adapted from Russell, 1980).

<http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/view/66/15>

Interactief-experience model*

Iedereen ervaart een belevenis op zijn eigen manier. Dit verschil in persoonlijke betekenisgeving van een **ervaring binnen een groep** hebben Falk en Dierking (1992) beschreven in dit model door de aspecten te benoemen die een rol spelen bij een (leer)ervaring waar mensen zelf betekenis aan geven.

Ze hebben hun model ontwikkeld op basis van de ervaring die een **museum** biedt en hun ideeën over hoe zo'n ervaring succesvol ontworpen kan worden.

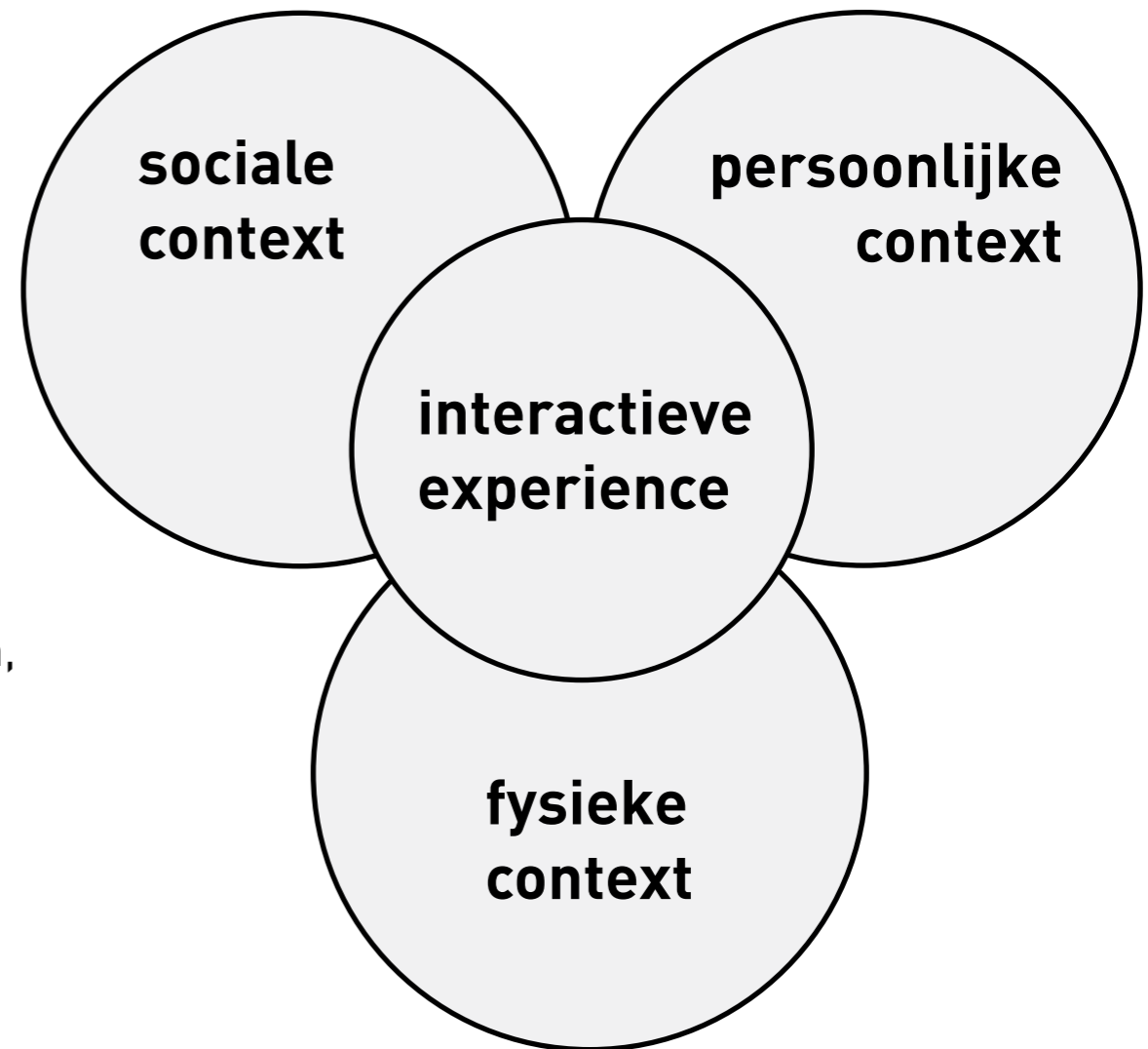
Persoonlijke context: individuele motivatie, emotie, verwachtingen, interesses, kennis, historie, cultuur en herinneringen

Sociale context: de sociale structuur waarbinnen je je bevindt (familie, vrienden, collega's)

Fysieke context: fysieke kenmerken van de situatie maar ook de sfeer, de informatie die de bezoeker krijgt om deel te kunnen nemen

Ontwerprichtlijnen: biedt individuele keuzemogelijkheden aan in de ervaring, houdt rekening met de 'sociale scripts' van de bezoekers, zorg met voldoende informatie voor een balans tussen controle en spontaniteit. Varieer om de nieuwsgierigheid te prikkelen.

Vb sociaal script: in de bibliotheek ben je stil en in de achtbaan gil je zo hard mogelijk



Basic Model of Product Emotions (Desmet)

Je waardeert een product afhankelijk van je eigen waarden en doelen.

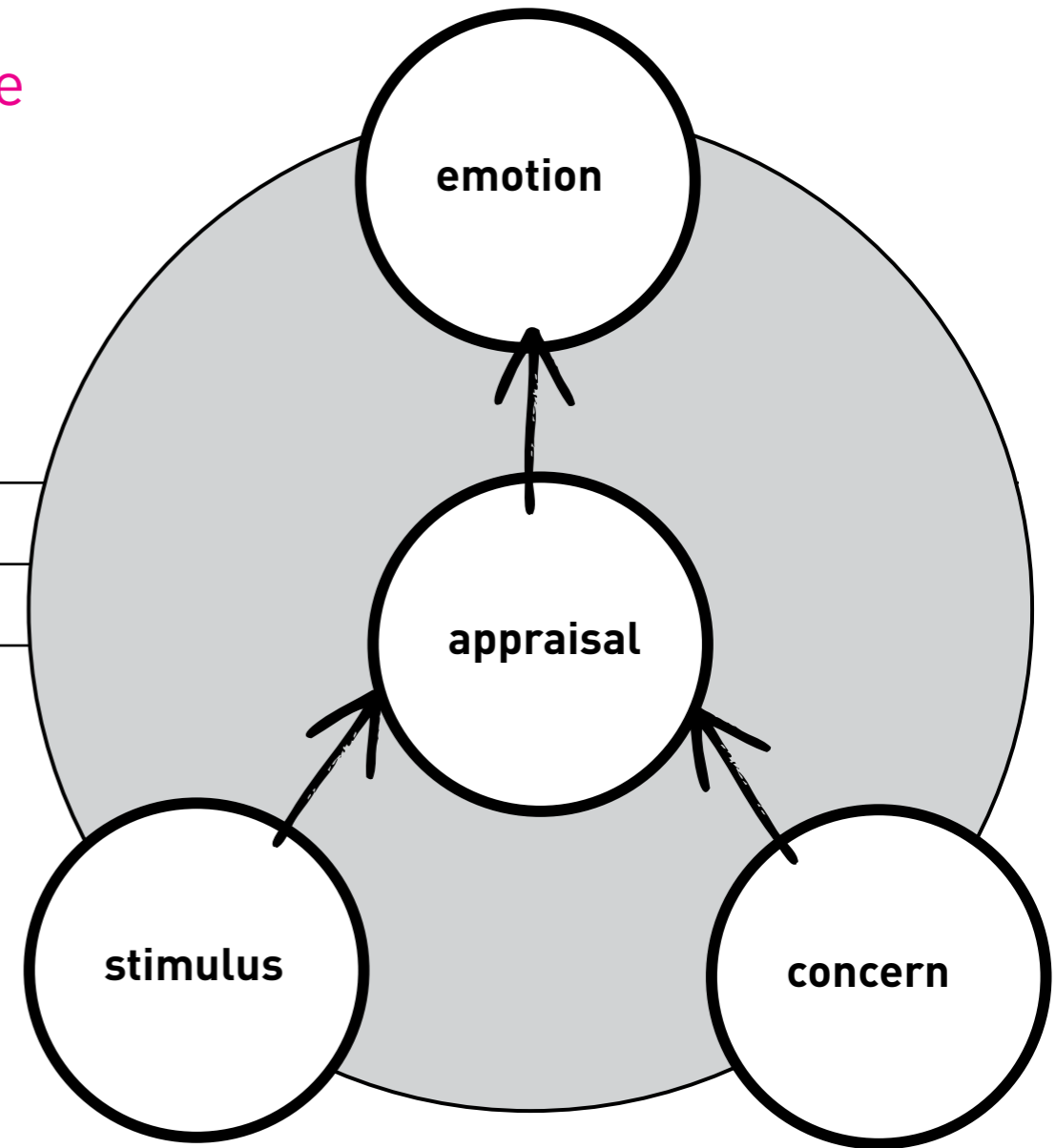
Het product roept een **positieve of negatieve emotie** op als het als **gunstig of schadelijk** ervaren wordt in het kader van een van de belangen van de gebruiker. Dit is **contextafhankelijk**.

appraisal: waardering

stimulus: product

concern: zorg of belang

bedenk of de emotie die het product oproept aansluit bij de experience



Lees: The basic model explained:

<http://experiencingarchitecture.com/2010/02/11/how-do-emotions-work-basic-model-of-emotions/>
meer lezen

<http://www.ub.edu/5ead/PDF/9/Desmet.pdf>

<http://www.jnd.org/books.html>

Waarom moet je hier als cmd-er bij stilstaan?

Als CMD-er ontwerp je een digitaal touchpoint binnen de experience van een merk.

De beoogde gebruiker waardeert de interactie (het product) binnen de totale experience van het merk.

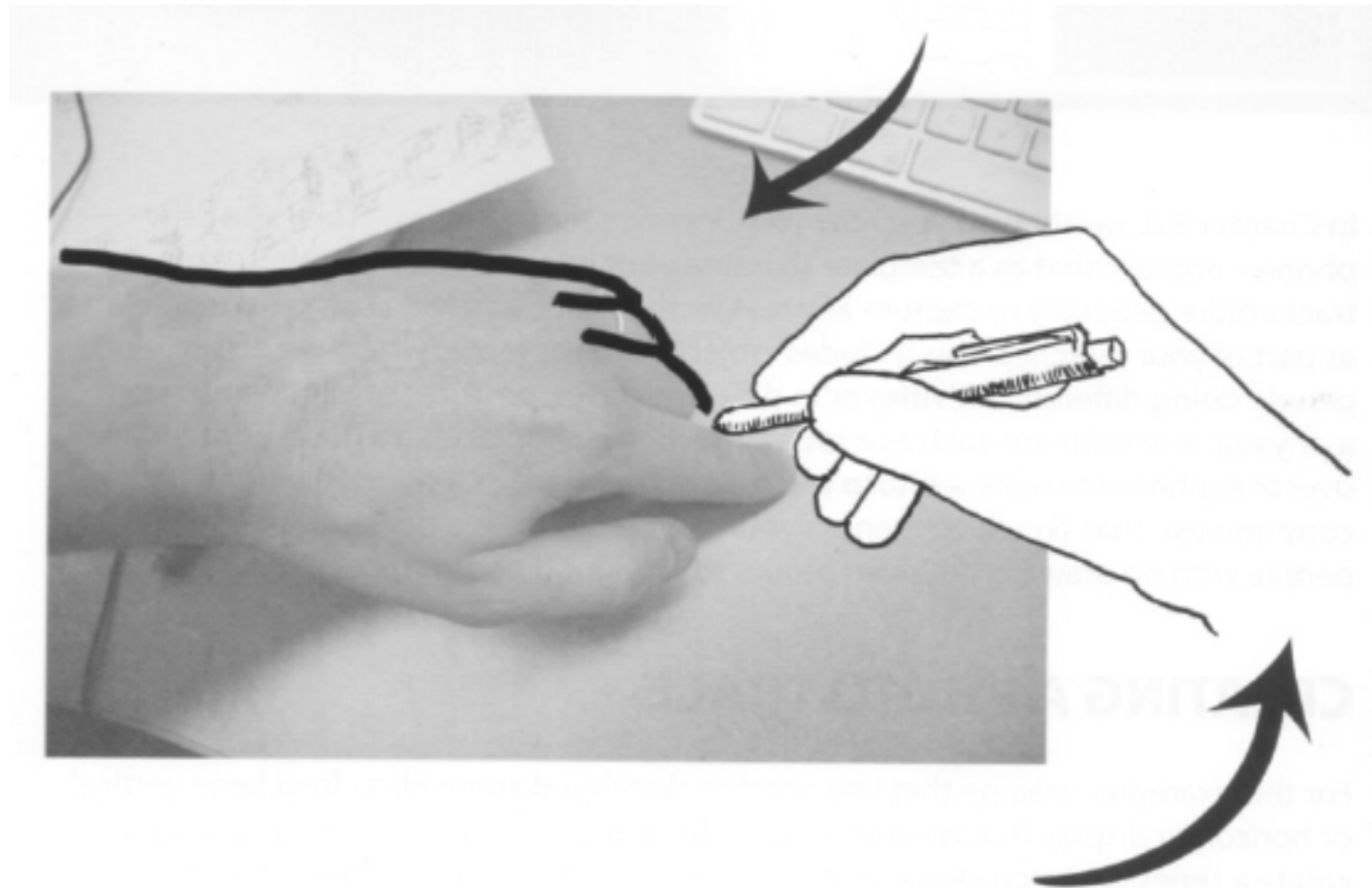
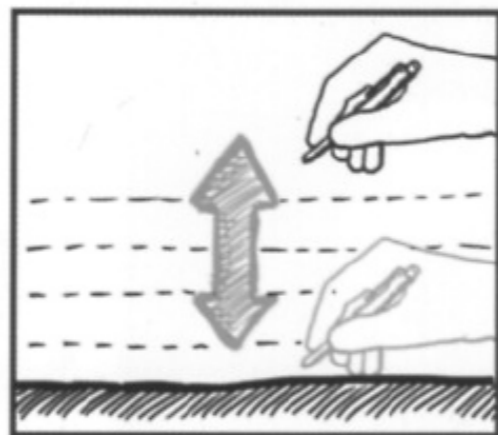
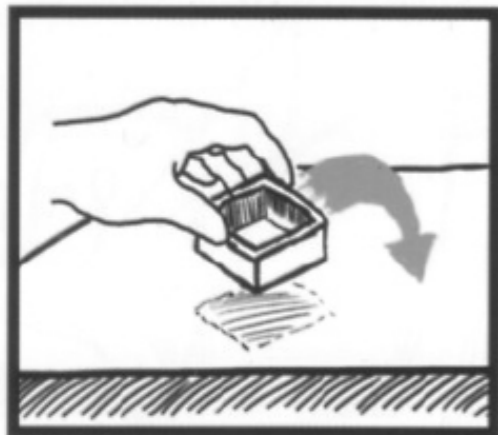
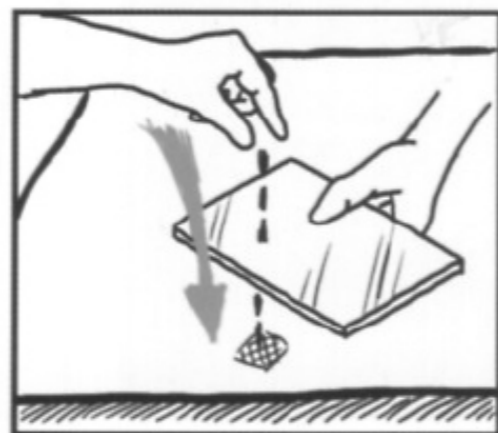
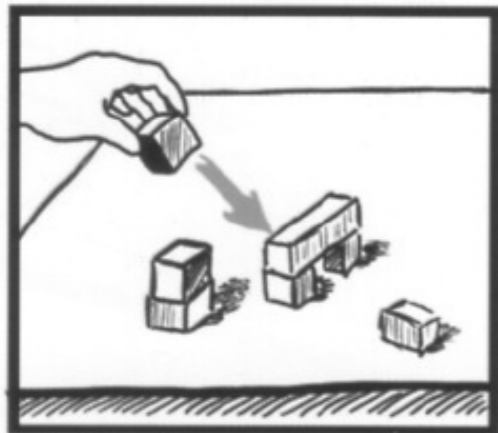
Het product vertelt het verhaal van het merk, dit verhaal moet op de juiste manier geïnterpreteerd worden door de gebruiker.

Voor de volgende les

Visualisatie technieken

Maak een verbeterde versie van het storyboard. Om je storyboard goed uit te werken gebruik je foto's als basis. Bestudeer hiervoor de voorbeelden in het werkboek v.a. p. 9.

Bekijk welke techniek je in wilt zetten ga daar mee aan de slag in de iteratie op het storyboard dat je vandaag hebt gemaakt.



Voor de volgende les

Maak de opdrachten en documenteer de resultaten in N@tschool

Bestudeer (nogmaals) interactie, betekenis in context in deze les presentatie en verwerk het in je analyse van jouw gekozen merk.

Lees reader Experience Branding Brand prototyping p91 t/m 97

Neem een betekenisvol voorwerp mee (zie volgende slide)

Praktische Tip:

→ vergeet niet om goede foto's te maken van je ontwerpschetsen

→ inscannen van schetsen kan ook, optimaliseer in beide gevallen de afbeelding in Adobe Photoshop.

Curves: Kies met de witte eyedropper tool het wit in de afbeelding → de afbeelding wordt gecorrigeerd

<https://helpx.adobe.com/photoshop/using/adjust-color-tone-levels-curves.html>

(punt 4)

Betekenisvol voorwerp

Neem voor volgende week een voorwerp mee met een verhaal; een voorwerp dat voor jou betekenis heeft.

Dit voorwerp bezit voor jou een dierbare herinnering of staat symbool voor een belangrijke periode in je leven of een belangrijk persoon.

Denk aan:

- **erfstuk**
- **souvenir**
- **kadeau**
- **foto's, tekeningen**
- **etc.**

Het mag desnoods ook een foto zijn van dit voorwerp als het fysiek onmogelijk is om het mee te nemen.

N.B. je bespreekt dit voorwerp volgende week alleen in je projectteam, niet met de hele klas.