

Tot stand gekomen in het kader van RAAK Vitale Oudere

Auteur: L. Koopmans MSc, Ing. Karin Overbeek; onderzoekers lectoraat Industrial Design
Redactie: Ing. Karin Overbeek; onderzoeker lectoraat Industrial Design,
 Ir. K.M.M. van Beurden; lector Product Design, Drs. M. van der Meer

© Saxion, januari 2011 (versie 1.0)

Saxion Kenniscentrum Design en Technologie

Saxion Kenniscentrum Gezondheid, Welzijn en Technologie

Partners: Jaarsma+Lebbink, Novay, Panton, Sentrum, Syntens, en Technologie Kring Twente

www.55plustoolbox.nl

Tool Consumentenbeleving

Deze tool dient als hulpmiddel voor een betere inleving in de doelgroep, zodat het product een uitstraling krijgt die bij de doelgroep past. Voor het ontwerpen van een product wordt meestal uitgegaan van een bepaalde doelgroep. Het uiterlijk van het product kan op de gekozen doelgroep worden afgestemd, zodat er een bepaalde productbeleving wordt gecreëerd die past bij de doelgroep. Door de juiste productingrediënten (zoals kleur, decoratie, materiaal en vorm van het product) te selecteren, zal het product beter bij de doelgroep aansluiten.

De tool is toe te passen in de volgende fases: 'Definieer: verkennen', 'Creëer: product ontwikkelen' en 'Creëer: marketing'. In deze fases wordt o.a. de doelgroep gedefinieerd, het programma van eisen opgesteld en vastgesteld hoe de doelgroep benaderd moet worden voor de verkoop van het product. Een voorbeeld van hoe het ontwerpproject aangepakt kan worden wordt hieronder besproken. In het document "Workshop Consumentenbeleving" is achtergrondinformatie over de verschillende stappen te vinden. Per stap wordt verwezen naar desbetreffende paragraaf of hoofdstuk.

1. **Stel de wereld vast (paragraaf 2.2);** Deel de doelgroep in in de wereld die het beste bij de doelgroep past. Doe dit aan de hand van het BSR-model van de SmartAgent Company. Lees voor meer informatie het document 'Workshop Consumentenbeleving'.
2. **Verdiep je in de wereld (paragraaf 2.3);** Verdiep je in de wereld door middel van het maken van een collage. In de collage mogen afbeeldingen van o.a. mensen en producten voorkomen. Ook woorden kunnen helpen bij een betere beeldvorming van de doelgroep.
3. **Verdiep je in productingrediënten, sferen en stijlen (hoofdstuk 3);** Verdiep je in de productingrediënten, sferen en stijlen die passen bij de wereld en de doelgroep. Maak een moodboard met afbeeldingen van producten. Let hierbij op de kleur, decoratie, materiaal en vorm van het product. Op het moodboard mogen dus geen afbeeldingen van mensen komen.
4. **Vertaal de bevindingen naar productvormgeving;** Ontwerp de vormgeving van het product. Met behulp van het moodboard is te zien wat voor producten de doelgroep als mooi of prettig ervaart. Ook is te zien welke productingrediënten de doelgroep belangrijk vindt.
5. **Selecteer het beste vormgeving;** Selecteer de vormgeving van het product dat het beste aansluit bij de doelgroep. Eventueel kunt u hiervoor een consumentenonderzoek uitvoeren, om te onderzoeken welk concept het meest gewaardeerd wordt en waarom.