

START

MET VOORUITKIJKEN

Whitepaper

Design Thinking

Casus met opdrachten



Noordhoff

Brengt je verder

Casus | Gigit! Een start-up

Gijs is een fervent bezoeker van concerten en festivals. Tijdens een festival ontdekt hij een nieuw biertje. Hij zoekt het op in Untappd en beoordeelt zijn nieuwe ontdekking met een 4 uit 5. Dan denkt hij ineens: “Met een app als Untappd kan ik speciaalbier raten, er zijn apps als Runkeeper om mijn hardlooptrainingen op te slaan, er is IMDb voor de films die ik kijk, Discogs voor mijn platencollectie, maar... is er ook zo iets voor concerten? Wat als ik ook de concerten en festivals die ik bezoek in een app kan vastleggen? Zo vergeet ik niet meer welke artiesten ik heb gezien en kan ik met ratings en reviews mijn muzieksmaak met anderen delen.” Een snelle zoektocht op Google leert hem dat zo iets nog niet bestaat. Hij ziet meteen commerciële kansen: een dergelijke app zou niet alleen voor concertgangers maar ook voor poppodia en festivals waardevol zijn. Zij kunnen heel gericht adverteren onder frequente concertbezoekers en misschien kunnen er ook wel concerttickets via de app verkocht gaan worden.

Gijs gelooft in zijn idee. Zijn kennis van de muziekbusiness en digitale trends geven hem vertrouwen. Hij heeft zich ook al in de doelgroep van de app verdiept: tien geïnterviewde potentiële gebruikers zijn allemaal enthousiast. Gijs deelt zijn idee met een vriend, zijn jeugdvriend Maikel. Ook hij ziet het idee zitten.



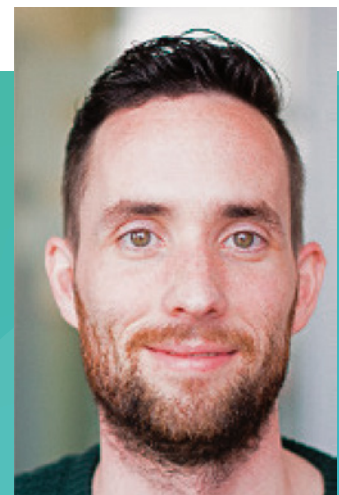
Maikel heeft al vaker apps ontwikkeld en weet wat er technisch mogelijk is. Hij kan uren achter zijn laptop bezig zijn met het uitvogelen van ultieme codes en nieuwe state of the art functionaliteiten. Per toeval ontmoeten ze twee jongens die met precies hetzelfde idee bezig zijn en besluiten samen te gaan werken. Het team wordt uitgebreid met Jannis en Geert. Jannis is een fixer; met zijn vlotte babbel weet hij mensen snel te overtuigen. Hij heeft al concrete ideeën voor mogelijke investeerders. Geert is een echte social-media-marketeer en weet als geen ander de juiste doelgroep te bereiken via de juiste online kanalen.

Het viertal besluit met het idee aan de slag te gaan. Ze plannen om gedurende twee jaar één dag per week in hun agenda vrij te houden om het idee door te ontwikkelen en te implementeren. Gijs is verantwoordelijk voor de data en het klantonderzoek. Maikel is verantwoordelijk voor de technische uitvoering. Ook houdt hij zich bezig met de vormgeving van de app. Jannis is verantwoordelijk voor de financiële kant en het algemene reilen en zeilen van de start-up: hij gaat als verkoper in gesprek met potentiële partners. Geert is verantwoordelijk voor de marketing en zorgt dat niemand mist dat de app bestaat. Na een paar maanden weten ze een substantieel bedrag bij een investeerder los te peuteren en gaan aan de slag met een eerste prototype van de app, die ze Gigit! genoemd hebben. Zou het idee dan daadwerkelijk realiteit worden?

Langzamerhand slaat het enthousiasme om in realisme en het realisme om in onzekerheid. Gaan ze de eindstreep halen? Krijgen ze de noodzakelijke extra investering wel bij elkaar? Hoe leggen ze de onderlinge afspraken over de samenwerking vast? Hebben ze zich genoeg in de gebruiker verdiept? Welk probleem lossen ze voor de gebruiker op? Welk technisch platform gaan ze gebruiken? Ze realiseren zich dat ze heel erg focussen op de uitvoering van het idee en dat ze daarin niet altijd logische stappen doorlopen. Ze vergeten dat ze ook moeten nadenken over hoe ze hun start-up als bedrijf gaan vormgeven. Ook weten ze niet altijd van elkaar waar iedereen mee bezig is. “We doen gewoon maar wat”, roept Gijs tijdens een verhitte discussie ter voorbereiding van een doorslaggevende go/no go-meeting met de bank. Ze besluiten start-up coach John in te schakelen. Bij zijn coaching gebruikt hij design thinking als methodiek. De eerste meeting staat gepland op een maandagmorgen van 09.00 tot 12.00 uur.

Over de auteur

Teun den Dekker, MSc (1983) ondersteunt organisaties bij het toepassen van design thinking als denk- en werkwijze. Sinds 2013 doet hij dit als creative director en mede-eigenaar van /LAB Service & Experience Design. Sinds het begin van zijn loopbaan is hij bovendien als gastdocent bij verschillende opleidingen betrokken, de laatste jaren als Professor Associat bij Universitat Ramon Llull in Barcelona.



Vragen

- 1 In welke fase van het designproces bevindt Gigit! zich?
- 2 Welke grondhoudingen van design thinking heeft Gigit! al toegepast?
- 3 Wat kan John doen om ervoor te zorgen dat het drietal elkaar beter gaat begrijpen?
- 4 Welke methoden uit hoofdstuk vier zou John de start-up voor de korte termijn kunnen aanbevelen?
- 5 Welke werkwijzen gebruiken start-ups nog meer om het ontwikkelproces te structureren?

Opdrachten

- 1 Gebruik de methode Roadmap voor het designproject om te bepalen hoe John de drie uur durende sessie kan vormgeven.
- 2 Maak een handleiding die John kan gebruiken om in de wekelijkse sessies het team te stimuleren de zes grondhoudingen van design thinking toe te blijven passen.
- 3 Ga op je iPhone naar de Appstore of op je Android telefoon naar de Play Store. Zoek op Gigit! en klik op de versiegeschiedenis van de app: waar blijkt uit dat Gigit! design thinking toegepast in de ontwikkeling van de app?
- 4 Download Gigit! en bekijk de verschillende functionaliteiten in de app. Welke expertise van Gijs, Maikel, Geert en Jannis zie expliciet terugkomen? Welke niet?
- 5 Laat Gigit! door vijf mede-studenten testen en gebruik hiervoor de methode(n) Focus-groep, Empathy map, Storyboard en/of Feedbackformulier prototypes. Welke aanbevelingen over verbetering van Gigit! heb je?

Heb jij tips of ideeën?

Heb je tips over de functionaliteiten of ontwikkeling van Gigit! voor Gijs, Maikel, Geert en Jannis?

Mail met ze via hello@getgigit.com