

## Datapunt 4E. Spetterende pitch Proof of Concept

### Stap 1. Onderbouw de presentatie die jullie hebben gegeven

InBeeld: Naomi, Ferhan, Nynke, Eline & Faye

**BC 4.2.1** Je overtuigt de opdrachtgever dat jouw werk een adequaat antwoord is op de ontwerpvrage. [Organiseren]

**BC 4.2.2** Je onderbouwt de gemaakte keuzes tijdens het ontwerpproces en maakt zichtbaar welke impact deze keuzes hebben op de belanghebbenden. [Organiseren & Samenwerken]

Hier onderbouwen wij waarom wij bepaalde dingen gepresenteerd hebben en wat hiervan de impact was. Wij vertellen ook welke feedback wij op specifieke stukken van de pitch hebben gekregen. **(BC4.2.1 en 4.2.2)**

### Dia 1 tot en met 10: *Gezamenlijk*

Als opening van onze pitch hebben wij een toneelstukje opgevoerd, om zo de aandacht van het publiek en de opdrachtgever te trekken en hun te overtuigen van ons concept.

**Als feedback** hebben wij teruggekregen dat dit begin als **creatief, sterk en humoristisch** werd ervaren. Bovendien gaf het **meteen inzicht** over hoe ons concept te werk gaat.

### Dia 5: *Naomi*

In deze dia hebben wij het **probleem van PAN-NL** verteld en deze **gekoppeld** aan onze ontwerpvrage. Waardoor wij duidelijk konden maken hoe en waarom het concept- doel en doelgroep **gericht** is. Als sterk punt kregen wij terug dat dit voor **duidelijkheid en richting** zorgde.

### Dia 6: *Faye*

In deze dia vertellen wij **hoe wij op ons concept zijn gekomen** doormiddel van onderzoek, interviews en een eigenervaringen. Dat was namelijk dat wij ondervonden dat zowel wij als andere jongeren nergens konden vinden of planten bespoten of onbespoten zijn wat dit inhoudt. Als sterkpunt kregen wij hierover terug dat dit een **helder onderzoek** was wat het **concept onderbouwd**.

### Dia 7: *Eline (individuele bijdrage)*

In deze dia vertelde wij over ons **Proof of concept** en liepen wij de prikkers en poster stuk voor stuk door. Wij hebben verteld wat ons **doel** was en hoe wij hiermee jongeren **bewuste keuzen** willen laten maken. Als sterkpunt kregen wij dat wij onze **ontwerpkeuzes sterk onderbouwd** hebben door deze **extra** te benoemen en **toe te lichten**. Daarna vertelde wij hoe je de **campagne kan inzetten** en waar je deze zou kunnen verspreiden met concrete voorbeelden daarvan.

#### **Dia 8: Faye**

Testen, om de **werking van ons concept te bewijzen** hebben wij onze testen **beschreven en toegelicht**. Als feedback kregen wij hierop dat wij hier **nog wat dieper** op het testen hadden **mogen ingaan** om de werking nog verder te bewijzen. Maar wij hebben **ervoor gekozen om dat niet te doen** omdat wij de pitch als **uitgangspunt** hebben genomen en daarom niet te diep in wilde gaan op **het totale proces**. We wouden het **kort maar krachtig** houden.

#### **Dia 9: Nynke**

Wij maken hier weer een terugkoppeling naar onze ontwerpvrage door te onderbouwen waarom ons ontwerp **de oplossing is** op deze vraag. We vertellen ook **waarom** wij de oplossing gekozen hebben als groep. We hebben gekozen voor dit ontwerp omdat dit **jongeren stimuleert** om zélf te gaan informeren, hoe meer vraag er komt hoe groter de kans dat tuincentra hun aanbod erop gaan aanpassen, daarnaast is het zowel digitaal als fysiek in te zetten. Dit ontwerp heeft veel **doorgroei-mogelijkheden**, denk aan een andere doelgroep door de slogan aan te passen met een invulling die past bij een andere doelgroep, zoals blijkt uit onze test zijn de posters ook niet beperkt tot 1 locatie en zijn hierin ook veel mogelijkheden. Dit past bij PAN NL omdat deze **aanpassingen makkelijk te maken zijn** en niet veel tijd of moeite of geld kost. Als afsluiting van onze pitch hebben wij onze **slogan** “Ook op JOUW vensterbank” herhaald om het **gezamenlijk** en **pakkend** af te sluiten.

#### **Vragen en feedback die wij kregen na de presentatie (BC4.2.1):**

**Publiek:** 10 voor de performance! Iedereen was heel enthousiast en gaven aan dat het toneelstukje aan het begin erg grappig was en als gevolg hun aandacht gelijk greep.

**Pan-NL - Matheus:** Goed idee van het ophangen van de poster op hogescholen en universiteiten. (Vraag) Hoe moet de prikker verspreid worden en door wie? (Antwoord) De prikkers kunnen door activisten of bijvoorbeeld vrijwilligers van PAN-NL uitgeprint en verspreid worden door deze in plantenpotten in winkels of tuincentra te steken.

**Gerjanne:** (Vraag) Dus eigenlijk kan je de prikker op de website downloaden en uitprinten? (Antwoord) Ja, het is voor iedereen beschikbaar, vrijwilligers van pan-nl

kunnen deze makkelijk zelf uitprinten en verspreiden als actie. De prikker en posters ondersteunen elkaar want door de prikkers en posters krijg je meer herkenning.

**Bart:** (Vraag) Waarom is dit alleen voor jongeren? → Omdat dit een brede doelgroep is die wij op verschillende manieren kunnen bereiken. Ook is deze doelgroep zich vaak niet bewust van het onderwerp en is er dus veel ruimte voor ons om hen te informeren. Ik ben overtuigd van de mogelijkheden tot uitbreiding die deze campagne biedt. De start van jullie presentatie was humoristisch en een heldere doorloop van het gebruik van jullie oplossing. *Wel hadden jullie nog dieper in mogen gaan op hoe jullie getest hebben.*

**Robert:** Erg leuk begin met het scenario! De mediamiddelen hadden wel wat meer op elkaar afgestemd mogen worden zodat het nog meer een geheel wordt (Qua uiterlijk). *Als tip heb ik: jullie konden meer inhoudelijk ingaan op de impact van jullie concept.*

**Max:** De intro gaf meteen inzicht over hoe het concept werk. Dit maakte de intro erg sterk. Jullie geven een beknopt inzicht van jullie onderzoek en onderbouwen de (ontwerp-)keuzes en koppelen dit terug aan de ontwerpvrage.

**Ursula:** Startpagina van de pitch roept vragen op erg leuk! Wow effect is duidelijk! Leuk het herhalen van de slogan aan het einde. En Nynke bleef supergoed in haar rol van bespoten plant. *Jullie hadden nog kunnen vertellen waar specifiek jullie getest hebben, was dit bij 1 Intratuin of bij meerdere, zo ja welke?*

**Feedback van alle vakdocenten:** Jullie trokken gelijk de **aandacht** aan het begin van de presentatie door een toneelstukje op te voeren, dit was erg origineel en creatief.

**Reactie (4.2.2):** N.a.v. de feedback die we kregen, dat we nog wat meer konden ingaan op de impact die ons ontwerp heeft op de stakeholders, geven we nog een kleine reactie. Wat het gaat betekenen voor PAN NL wanneer ze onze oplossing gaan inzetten is het volgende; er wordt meer informatie verspreid over PAN NL en het doel waar zij voor staan. Zo creëren we meer bekendheid over dit onderwerp en is de kans groter er minder bespoten planten verkocht gaan worden dan op dit moment (deze conclusie trekken we a.d.h.v. de afgenomen tests). Voor de jongeren zal dit betekenen dat informatie over dit onderwerp toegankelijker wordt, het probleem wordt meer zichtbaar en biedt ruimte aan degene die er geïnteresseerd in zijn om zich meer te verdiepen hierin. Met ons ontwerp wordt dit op een laagdrempeligere manier gedaan en stimuleren we jongeren om te gaan informeren i.p.v. het ze af te dwingen om naar de boodschap te luisteren/lezen. De impact die dit ontwerp op ons als ontwerpers heeft, is dat we een ervaring rijker zijn met betrekking tot het werken voor een opdrachtgever. Dit was voor ons de eerste keer en we hebben nu echt een heel proces meegemaakt. Daarnaast, hoe bekender en zichtbaarder ons ontwerp wordt, hoe meer aandacht we

krijgen voor ons bedrijf. Wat in de toekomst kan zorgen voor eventueel nieuwe opdrachten.

### **Beantwoorden van vragen (BC4.2.1 en 4.2.2):**

Wij kregen na afloop weinig vragen, de vragen die er wel zijn gesteld werden helder en duidelijk beantwoord. De enige vraag die wij hebben kregen over de prikkers van Matheus van PAN-NL hebben we beantwoord met een uitgebreide uitleg die meer duidelijkheid gaf.

### **Impact van de pitch op de opdrachtgever (belanghebbende) (4.2.2):**

De impact die we met onze pitch hebben gemaakt is het bieden van een oplossing voor het probleem van de opdrachtgever en hem overtuigen van het werken van deze oplossing. Door de **demonstratie** aan het begin en een kort overzicht van ons proces hebben we aan kunnen tonen dat we de **wensen en behoeften** van de opdrachtgever hebben meegenomen in ons ontwerp. Daarnaast hebben we de **functionaliteit** van het concept kunnen demonstreren. Hoe gaat het in zijn werk en wie kunnen er allemaal aan meedoen? (**Belanghebbende PAN-NL opdrachtgever**)

**Tot slot**, met de afsluiting van dit project en de eindpitch hebben we ons binnen de rol van ontwerper verder kunnen ontwikkelen tijdens het doorlopen van het ontwerpproces en de verschillende fases. Ook hebben we ervaren hoe het is om met een opdrachtgever samen te werken! Het heeft ons dus veel nieuwe ervaringen en kennis gebracht. (**Belanghebbende Wij als ontwerpers**)

### **Fotos's feedback Proof of Concept:**

Feedbackformulier presentaties

Namen studenten: Terhan, Eline, Naomi, Faye

Feedback van: Bert Aupers

Omcirkel het antwoord, svp. rechts is ruimte voor aanvullende opmerkingen/

- a) De presentatie maakt duidelijk hoe en waarom het concept doel- en doelgroepgericht is

☒ ~~Nog niet volledig~~  
☒ Ja  
Meer dan verwacht

Waarom is dit alleen voor jongeren?

- b) Wij zijn overtuigd van de potentie van het concept

☐ Nog niet volledig  
☒ Ja  
Meer dan verwacht

met mogelijkheid tot uitbreiding campagne

- c) De vragen die wij gesteld hebben zijn overtuigend beantwoord

☐ Nog niet volledig  
☒ Ja  
Meer dan verwacht

Sterke punten:

humoristische presentatie en doorloers v/h gebruik van jullie oplossing (een bereik om tuitencentrum)

Aandachtspunten:

Je zou nog dieper kunnen ingaan op hoe jullie hebben getest.  
hoe hebben jullie onderzoek hoe jongeren bewust/gepast kunnen worden?  
Hoe wordt het gerealiseerd/overgedragen?

Feedbackformulier presentaties

Namen studenten: Ja, Beeld, Ferhan, Nijlke, Joke, Naomi, Elise

Feedback van: Siganne

Omcirkel het antwoord, svp. rechts is ruimte voor aanvullende opmerkingen/

- a) De presentatie maakt duidelijk hoe en waarom het concept doel- en doelgroepgericht is

Nog niet volledig

Ja

Meer dan verwacht

Door de structuur van presentatie en de wat performanties wordt het duidelijk ~~aan~~ welke concept inhoud. Jullie onderbouwen het goed door onderzoeken

- b) Wij zijn overtuigd van de potentie van het concept

Nog niet volledig

Ja

Meer dan verwacht

Ja, zeker ook op basis van wat jullie teruggeven uit de testen in tuincentrum

- c) De vragen die wij gesteld hebben zijn overtuigend beantwoord

Nog niet volledig

Ja

Meer dan verwacht

weinig vragen, maar goed beantwoord

Sterke punten:

- \* Jullie zien er top verzorgd uit!
- ++ De structuur van de presentatie met performance is heel top!
- \* Jullie staan als team, goede visuele ondersteuning presentatie

Aandachtspunten:

~~Wat voor een met zoeken~~



Feedbackformulier presentaties

Namen studenten: J. D. Sald

Feedback van: Max

Omcirkel het antwoord, svp. rechts is ruimte voor aanvullende opmerkingen/

- a) De presentatie maakt duidelijk hoe en waarom het concept doel- en doelgroepgericht is

Nog niet volledig

☒ Ja

Meer dan verwacht

- Jullie geven bekropt inzicht in het onderzoek
- Onderbouwing van (ontwerp-)keuzes.
- koppeling van tests en ontwerp.

- b) Wij zijn overtuigd van de potentie van het concept

Nog niet volledig

☒ Ja

Meer dan verwacht

- Sterke intro
- Terugblik op ontwerpspoor.

- c) De vragen die wij gesteld hebben zijn overtuigend beantwoord

Nog niet volledig

☒ Ja

Meer dan verwacht

Sterke punten:

- De intro geeft meteen inzicht in hoe het concept werkt.

Aandachtspunten:

Feedbackformulier presentaties

Namen studenten: Leeld X, Pan-ne

Elme, Nymbe, Namine, Ferhan

Feedback van: maple

Omcirkel het antwoord, x.p. rechts is ruimte voor aanvullende opmerkingen/

- a) De presentatie maakt duidelijk hoe en waarom het concept doel- en doelgroepgericht is

Nog niet volledig

☒ Ja

Meer dan verwacht

- b) Wij zijn overtuigd van de potentie van het concept

Nog niet volledig

☒ Ja

Meer dan verwacht

- c) De vragen die wij gesteld hebben zijn overtuigend beantwoord

Nog niet volledig

☒ Ja

Meer dan verwacht

Sterke punten:

overtuig. hoeie middelen voor  
een actie bij een van de  
achtstijvers.

Aandachtspunten:



Feedbackformulier presentaties

Namen studenten: Elise, Jorin, Nyke, Jare, Naomi

Feedback van: Ursula

Omcirkel het antwoord, svp. rechts is ruimte voor aanvullende opmerkingen/

- a) De presentatie maakt duidelijk hoe en waarom het concept doel- en doelgroepgericht is

Nog niet volledig

Ja

Meer dan verwacht

goed gedaan - met uitleg op bod/gr code  
medewerke - deze is anders potentie dat mag mee uitleg  
- vraag (antworp) is best lang / onderzoek met fold's, goed!

- b) Wij zijn overtuigd van de potentie van het concept

Nog niet volledig

Ja

Meer dan verwacht

goed: fold's  
was het te julle goed? - alke inkaten?  
goed gedaan!

- c) De vragen die wij gesteld hebben zijn overtuigend beantwoord

Nog niet volledig

Ja

Meer dan verwacht

Waarom opdoechtere: priklike goed uitgelegd!

Sterke punten:

1. startpagina PP loopt vraag op: leuk!
2. start superleuk! Rolletje
3. Nyke blijft te begrepen bleen; knap (extra punt :)
4. ook in jouw eerste boek! = slogan

Wouw - effect  
is duidelijk

Aandachtspunten:

- bij het einde: zet nogrecht de antworp vraag op late PP

