



# SPEL REGELS

# DIT SPEL IS GEBASEERD OP 'DESIGN THINKING'

Dit is een creatief proces om problemen op te lossen.

## WAAROM?

Het gaat ervan uit dat verandering altijd mogelijk is.

## HOE?

Je stelt de mens ('gebruiker') centraal, moet goed samenwerken en durven te experimenteren.

## EN NU? DIT SPEL BESTAAT UIT 5 STAPPEN

1. Inleven – kruip in de huid van de gebruiker
2. Definiëren – formuleer de design challenge
3. Brainstormen – bedenk zoveel mogelijk oplossingen
4. Bouwen – ga de beste oplossing(en) bouwen
5. Testen – test de oplossing bij de gebruiker

Elke stap heeft een andere kleur en vorm en bevat een aantal kaartjes met verschillende opdrachten die je gaan helpen tijdens het design proces.

**LATEN WE AAN DE SLAG GAAN!**



# STAP 1. INLEVEN

# WAAROM?

Om de beste oplossingen te bedenken moet je in de huid van de gebruiker moeten kruipen.

## HOE?

1. Observeer gebruikers en hun gedrag in de context van het probleem. Verzamel informatie zonder te oordelen.
2. Ga het gesprek aan met gebruikers. Leer wat ze graag doen, hoe ze het doen en waarom.
3. Probeer te ervaren wat jouw gebruiker ervaart.



# BOUW JE TEAM

🕒 15 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●● **Materiaal** pen, papier  
**Deelnemers** het hele ontwerpteam

1. Doe een kort voorstelrondje (bijvoorbeeld naam, leeftijd, woonplaats, beroep, hobby's en waarom je meedoet).
2. Bepaal samen wie waar goed of minder goed in is. Schrijf dit op en gebruik dit om de taakverdeling te maken.
3. Inventariseer hoeveel tijd elk lid van het team heeft. Is er bijvoorbeeld een periode dat iemand wat drukker is en dus wat minder voor dit project kan doen? Probeer alvast afspraken te maken over (vaste) vergaderdagen, data en tijden.



# INTERVIEW ELKAAR

🕒 6 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●● **Materiaal** pen, papier

**Deelnemers** tweetallen in het ontwerpteam



Interview de persoon die naast je zit over dit onderwerp en maak aantekeningen

**3 MINUTEN**



Wissel van rol en doe het nog een keer

**3 MINUTEN**






# NOG EEN KEERTJE INTERVIEWEN


🕒 6 minuten **Moelijkheidsgraad** ●●● **Materiaal** pen, papier  
**Deelnemers** tweetallen in het ontwerpteam

Ga dieper in op de inhoud die uit het vorige interview naar boven kwam.



Interview de persoon die naast je zit nog grondiger over het onderwerp en maak aantekeningen

**6 MINUTEN**



Wissel van rol en doe het nog een keer

**6 MINUTEN**



# 5 WAAROM'S

🕒 15 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●● **Materiaal** pen, papier  
**Deelnemers** tweetallen in het ontwerpteam

Door vaak (5x) de vraag 'waarom' te herhalen kom je snel tot de échte kern van het probleem. Werk in tweetallen.

## VOORBEELD

### HET MONUMENT VALT UIT ELKAAR (PROBLEEM)

**Waarom?** Ze gebruiken veel chemicaliën voor het onderhoud.

**Waarom?** Om de duivenpoep op te ruimen.

**Waarom?** Er zijn te veel duiven die daar de insecten eten.

**Waarom?** Insecten komen af op het licht van het monument.

**Waarom?** Het licht blijft ook in de winter nog lang aan.



# DEFINIEER JE UITDAGING

🕒 10 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●● **Materiaal** pen, papier

**Deelnemers** het hele ontwerpteam

Jouw groep gaat aan de slag met een thema, maar dit thema is nog heel breed. Natuurlijk gaan jullie in de volgende stappen onderzoek doen om het steeds concreter te maken. Toch is het belangrijk om eerst de uitdaging helder te hebben. Deze mag nog best wel breed zijn. Een uitdaging begint met een probleem.

1. Wat is het (grootste) probleem binnen dit thema?
2. En wat is dus de uitdaging?

## VOORBEELD

**Thema:** Pensioen in makkelijke taal voor jongeren.

**Probleem:** De kennis van jongeren op het gebied van pensioen is laag.

**Uitdaging:** Hoe zorgen we ervoor dat de kennis van jongeren op het gebied van pensioen verbeterd wordt?



# DEFINIEER JE PUBLIEK

🕒 6 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●●

**Materiaal** post its, flipover, pen **Deelnemers** het hele ontwerpteam

## **STAP 1.**

Schrijf alle mensen of groepen op die direct betrokken zijn bij jouw uitdaging. Voor wie ontwerp je? Schrijf alle groepen op post-it's en plak ze op de muur.

## **STAP 2.**

Schrijf nu op dezelfde manier alle mensen of groepen op die indirect betrokken zijn bij je directe doelgroep.

## **STAP 3.**

Verbind de groepen en schrijf erbij hoe. Zijn er fans? Sceptici?

## **STAP 4.**

Sla de informatie op en verwijfs hiernaar gedurende de rest van het traject.





# HUISWERK KAART

# DE GEBRUIKER LEREN KENNEN

🕒 15-45 minuten

**Moeilijkheidsgraad** ●●● **Materiaal** laptop/pen en papier

**Deelnemers** lid ontwerpteam en de persoon voor wie je ontwerpt

Het is belangrijk om te weten hoe jouw gebruiker eruit ziet. Waar maakt die persoon zich zorgen over? Wat vindt die persoon prettig?

## **STAP 1.**

Beslis hoe je de persoon voor wie je ontwerpt wilt leren kennen: interview, enquête, observeren, et cetera.

## **STAP 2.**

Voer bovenstaande methode uit. Hierbij is het belangrijk dat hij/zij weet dat er geen goed of fout antwoord is en dat je op zoek bent naar eerlijke antwoorden.

## **STAP 3.**

Documenteer alles grondig en analyseer je gegevens. Vergelijk de resultaten met die van de rest van het team.



# TIP KAART

# TIP

Bij deze methodiek staat de gebruiker en zijn/haar beleving centraal. Vanuit dat uitgangspunt kunnen de meest creatieve ideeën naar voren komen.

Maar natuurlijk zul je als ontwerper behoefte hebben aan meer context, data en andere gegevens dan naar voren komen in interviews. Kennis is namelijk ontzettend belangrijk. Inlezen in een onderwerp en het doen van wat onderzoek helpt je om straks tot een beter idee te komen.



# HUISWERK KAART

# ONDERZOEK DOEN

🕒 6 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●●

**Materiaal** post-it's, flipover, pen **Deelnemers** het hele ontwerpteam

## STAP 1.

Als jullie de uitdaging hebben geformuleerd, is het tijd om meer over het onderwerp en de context te leren. Denk aan internet, tijdschriften, kranten of boeken om te weten wat er speelt.

## STAP 2.

Probeer goed te bedenken welke vragen belangrijk zijn om te beantwoorden, zodat je tot een goed kennisniveau komt.

## STAP 3.

Verdeel de verschillende thema's en vragen waar jullie meer over willen weten en creëer subgroepen. Deel je kennis in de volgende vergadering.

## STAP 4.

Bekijk ook wat anderen voor jullie al hebben geprobeerd. Wat werkte wel en wat werkte niet?

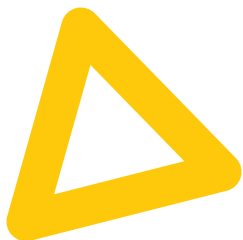


# TIP KAART

# TIP

Bepaal hoe jullie onderling informatie gaan uitwisselen en structureren. Kies een platform waarop dat goed kan (denk aan bijvoorbeeld Google Docs).





# STAP 2. DEFINEER

# WAAROM?

Het probleem is gevonden. Nu moet je het definiëren om een specifieke en zinvolle uitdaging te formuleren gebaseerd op jullie nieuwe inzichten en kennis van het probleem.

## HOE?

1. Organiseer alle informatie die tot nu toe is verzameld.
2. Focus op het reorganiseren van de informatie, met name op de belangrijkste zaken. Kijk naar overkoepelende en/of terugkerende thema's. Zoek de kern van het probleem.
3. Definieer een nieuwe missie waarin de nieuwe inzichten vanuit het proces in terugkomen.



# INFORMATIE VERZAMELEN EN ORDENEN

🕒 15-45 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

Materiaal laptop/pen en papier Deelnemers het ontwerpteam

Jullie hebben allemaal informatie verzameld.

## **STAP 1.**

Deel de informatie die je hebt opgehaald met elkaar (per persoon of per subgroep).

## **STAP 2.**

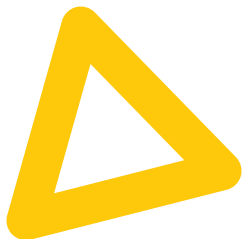
Zijn er duidelijke overeenkomsten of verschillen?

## **STAP 3.**

Welke informatie is niet relevant of overbodig?

## **STAP 4.**

Houd alleen de relevante informatie over en probeer dit schematisch weer te geven.



# TIP KAART

# TIP

Maak een mindmap! Zet de uitdaging die jullie hebben geformuleerd in het midden van een vel papier. Probeer de thema's die volgens jullie impact hebben op de uitdaging in kernwoorden eromheen te zetten. Breid die vervolgens weer uit met andere subthema's.

Probeer voor elk thema met subthema een andere kleur te gebruiken en probeer het zo kort mogelijk (liefst 1 woord) op te schrijven.





# DE GEBRUIKER DEFINIËREN

🕒 10 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

**Materiaal** laptop/pen en papier **Deelnemers** het ontwerpteam







# WENSEN VAN DE GEBRUIKER VASTLEGGEN

 10-15 minuten **Moelijkheidsgraad** ●●●

**Materiaal** laptop/pen en papier **Deelnemers** het ontwerpteam

1. Wat heb je geleerd over de wensen van de gebruiker?  
Wat zou de gebruiker willen?
2. Welke behoeften liggen er achter deze wensen?
3. Wat is de meest belangrijke wens volgens jullie? En de meest belangrijke bijpassende behoefte?



# HERDEFINIEER HET PROBLEEM

🕒 10 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

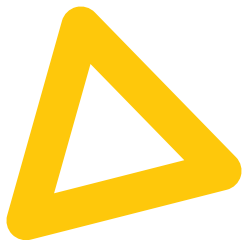
**Materiaal** laptop/pen en papier **Deelnemers** het ontwerpteam

Schrijf nu op wat volgens jou de kern van het probleem is vanuit het perspectief van de gebruiker. Het expliciet maken van het probleem dat jullie aankaarten zorgt ervoor dat je tot de juiste uitdaging komt. Deze is dan gebaseerd op de opgedane kennis en informatie van de relevante mensen en omgeving. Hierbij is het belangrijk om drie elementen (gebruiker/doelgroep, behoeften en wensen) expliciet te benoemen.

## VOORBEELD

[doelgroep] zoekt een manier om ..... [behoefte gebruikers], omdat ... [wensen van de gebruiker]

Jonge zzp'ers zoeken een manier om pensioen op te bouwen, omdat zij later ook een goed pensioen willen ontvangen.



# TIP KAART

# TIP

Houd in de gaten hoe lang jullie nog hebben voor het advies af moet zijn en probeer samen een planning te maken. Als je vergadert buiten de (eventuele) vaste data om, zorg er dan voor dat ruim van te voren de data vastliggen.



# STAP 3. BRAINSTORM

# WAAROM?

Op zoek naar oplossingen voor het probleem.

Door zoveel mogelijk ideeën de revue te laten passeren, komt de creativiteit vanzelf los.

## HOE?

1. Beperk je niet en verken een groot gebied aan oplossingen. Bouw op oplossingen, zodat ze groeien en vermenigvuldigen.
2. Beoordeel de ideeën nog niet en noem alles wat in je opkomt. Focus op de 'wat als' en niet 'hoe kan'.
3. Kwantiteit en variëteit is wat je wilt. Zijn alle interessante combinaties van ideeën genoemd?



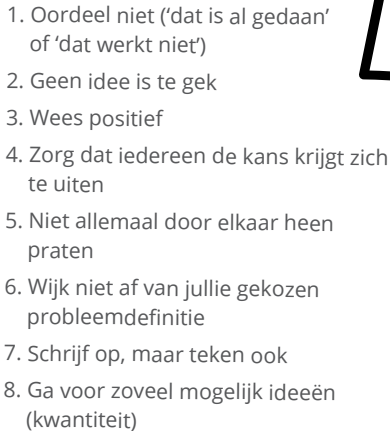


# TIP KAART

# TIP

## BRAINSTORMREGELS

Je kent het wel: brainstormsessies die nergens toe leiden. Het doel van een brainstorm is dan ook niet meteen het perfecte idee, maar veel goede ideeën en creativiteit. Een paar handige regels:

- 
1. Oordeel niet ('dat is al gedaan' of 'dat werkt niet')
  2. Geen idee is te gek
  3. Wees positief
  4. Zorg dat iedereen de kans krijgt zich te uiten
  5. Niet allemaal door elkaar heen praten
  6. Wijk niet af van jullie gekozen probleemdefinitie
  7. Schrijf op, maar teken ook
  8. Ga voor zoveel mogelijk ideeën (kwantiteit)

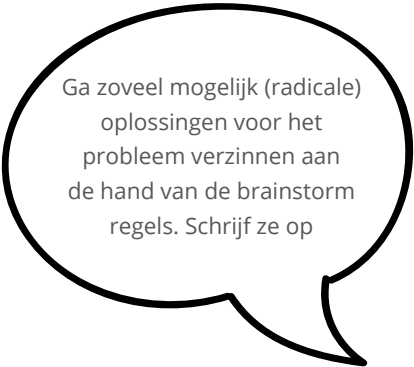


# BRAINSTORMEN

🕒 40-60 minuten **Moelijkheidsgraad** ●●●

**Materiaal** pen en papier post-its/flipovers

**Deelnemers** het ontwerpteam



Ga zoveel mogelijk (radicale) oplossingen voor het probleem verzinnen aan de hand van de brainstorm regels. Schrijf ze op



# BEHOUDEN EN WEGGOOIEN

 15 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

Materiaal laptop/pen en papier Deelnemers het ontwerpteam

Goed gedaan! Er liggen nu ontzettend veel ideeën.

## **STAP 1.**

Welke ideeën zijn toch eigenlijk geen échte oplossing voor het probleem?

## **STAP 2.**

Welke ideeën zijn nog te vaag? Kunnen die scherper geformuleerd worden?

## **STAP 3.**

Wees niet bang om ideeën te schrappen als ze niet goed genoeg zijn.



# MIX AND MATCH

 10-15 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

Materiaal laptop/pen en papier Deelnemers het ontwerpteam

## **STAP 1.**

Cluster ideeën die op elkaar lijken.

## **STAP 2.**

Bekijk of je ideeën kunt clusteren gebaseerd op thema's die naar boven kwamen tijdens het onderzoek.

## **STAP 3.**

Kijk of bepaalde ideeën samen één sterke oplossing kunnen vormen en schrijf dit op.

Nu gaan jullie van ideeën naar oplossingen!



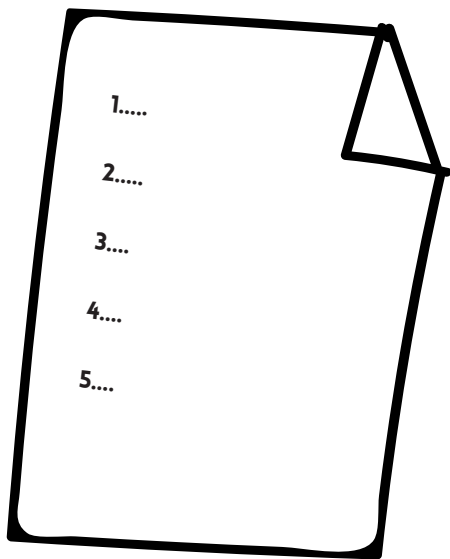


# 5 OPLOSSINGEN KIEZEN

🕒 5 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

Materiaal laptop/pen en papier **Deelnemers** het ontwerpteam

Schrijf de 5 beste oplossingen op waar jullie tot zijn gekomen.





# HUISWERK KAART

# FEEDBACK OPHALEN

🕒 15-20 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

**Materiaal** pen en papier **Deelnemers** het ontwerpteam en stakeholders

Leg de verzonden oplossingen voor aan een aantal stakeholders en toekomstig gebruikers. Luister naar hun feedback en maak aantekeningen.



Probeer goed te verdelen wie feedback ophaalt bij welke stakeholders om dubbel werk te voorkomen.



# REFLECTEREN

🕒 10 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

Materiaal laptop/pen en papier Deelnemers het ontwerpteam

Ga met de groep bij elkaar zitten en deel de feedback die bij elke oplossing naar voren is gekomen. Bepaal samen in hoeverre de feedback verwerkt kan worden bij de oplossing.

Zaten er oplossingen tussen die al geprobeerd zijn en ook niet aangepast kunnen worden? Waren er oplossingen waar alle partijen enthousiast over waren? Over welke oplossing is de groep het meest enthousiast? Kunnen er nog oplossingen samen worden gevoegd?



- Probeer het op een groot vel uit te tekenen.
- Wees niet bang om gewoon ergens een streep door te zetten.



# TIP KAART

# TIP

Als er veel discussie is in de groep over wat het beste idee is en jullie worden het niet eens, dan is het soms het beste om er gewoon over te stemmen. De oplossing die de meeste stemmen krijgt wordt dan gekozen als 'beste oplossing'.





# TIP KAART

# TIP

Het kan natuurlijk voorkomen dat niet iedereen van de groep aanwezig is bij elke vergadering of sessie. Dat is helemaal niet erg, maar als er beslissingen worden genomen is dat soms moeilijk.

In principe kan de groep die wel aanwezig is, de beslissingen maken en verdergaan in het proces. Als het mogelijk is kunnen de afwezigen nog per Whatsapp, telefoon of op een andere manier betrokken worden.



Zorg er ook voor dat beslissingen snel en helder gecommuniceerd worden naar mensen die er niet bij waren, het liefst met wat context (waarom is de afweging gemaakt).



# STAP 4. BOUWEN

# WAAROM?

Ideeën uit je hoofd halen en in de fysieke wereld brengen met een prototype.

## HOE?

1. **Ruw:** houd de prototypen ruw. Zorg ervoor dat de kernwaarden van het idee tastbaar worden.
2. **Snel:** maak de prototypen in korte tijd, zodat er een minimale investering in zit per oplossing.
3. **Interactie:** de echte waarde van het snelle prototype is om het uit te proberen. Gebruik het zoals de gebruiker het ook zou gebruiken.



# TIP KAART

# TIP

Woorden als bouwen en prototype wekken al snel de indruk dat deze fase heel ingewikkeld gaat worden. Wees gerust: deze fase gaat om het uitwerken van jullie oplossing om het zo concreet mogelijk te maken. Op deze manier kunnen relevante stakeholders die aanspreken niet anders dan er snel mee aan de slag te gaan!



# ROADMAPPEN

 10-20 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

**Materiaal** flipover en actielijst **Deelnemers** het ontwerpteam

Jullie hebben inmiddels al een beetje een beeld hoe de oplossing eruit komt te zien. Online, offline of juist allebei. Gaan jullie een petitie starten, een app maken of iets heel anders? Wat is daarvoor nodig?

## **STAP 1.**

Maak een lijst van dingen die jullie willen gaan maken die de oplossing ondersteunen.

## **STAP 2.**

Maak subgroepen die aan de slag gaan met verschillende aspecten van het uitwerken van de oplossing.

## **STAP 3.**

Maak samen een planning en een actielijst met bijbehorende deadlines.





# PARTNERS ZOEKEN

 40-60 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

**Materiaal** laptop met internet

**Deelnemers** het ontwerpteam (subgroepen) en externe partijen

## **STAP 1.**

Inventariseer (eventueel in subgroepen) wat er al is gedaan rondom het onderwerp van jullie oplossing.

## **STAP 2.**

Het zou zonde zijn om met elementen uit jullie concept het wiel opnieuw uit te vinden. Zijn er ontwikkelingen waar jullie concept op voort kan borduren?

## **STAP 3.**

Welke partijen zouden geïnteresseerd zijn in jullie concept? Kijk of jullie hen misschien kunnen benaderen.



# KLANTREIS UITWERKEN

 20-30 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●●

**Materiaal** flipover en actielijst

**Deelnemers** het ontwerpteam of een subgroep

Uitwerken van de zogenoemde 'klantreis' is belangrijk om het proces vanuit het perspectief van de gebruiker te visualiseren. Online zijn verschillende formats te vinden om een klantreis in uit te werken. Een populaire variant is die waarbij de x-as de tijd symboliseert en de y-as de emotie van de gebruiker. In de grafiek zet je de contactmomenten met de gebruiker. Een andere methode is om per fase aan te geven welke emotie de gebruiker zal hebben, wat zijn/haar taken zijn en via welke kanalen dit gebeurt.

1. Werk de klantreis uit zoals dat voor jullie concept handig is.
2. Bedenk welke problemen de gebruiker misschien kan ervaren.
3. En hoe je deze eventuele problemen weg kunt nemen.



# BOUWEN: TEKENEN!

🕒 15 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

**Materiaal** markeerstift en papier

**Deelnemers** het ontwerpteam of een subgroep

Beginnen bij de basis: een markeerstift en een stukje papier. Er is geen simpelere, goedkopere en snellere manier om een prototype te bouwen. Het is ook nog eens een leuke manier om een eerste indruk van het concept op papier te krijgen.



Maak je geen zorgen als je niet kan tekenen! Juist door gebrek aan detail ga je meer nadenken over de klantreis en grotere lijnen.



# BOUWEN: POWERPOINT/KEYNOTE

 60 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

**Materiaal** laptop met PowerPoint of Keynote

**Deelnemers** het ontwerpteam of een subgroep

Je kunt digitaal een prototype ontwerpen met PowerPoint of Keynote. Vooral als je niet bekend bent met ontwerpen kan het handiger zijn om een programma te gebruiken dat je goed kent en op je laptop hebt staan dan iets nieuws gaan proberen. Online zijn handige tips te vinden om een prototype te bouwen met deze programma's.





# BOUWEN: POWERPOINT/KEYNOTE

🕒 60-90 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

Materiaal laptop Deelnemers het ontwerpteam of een subgroep

De heel populaire Marvel POP (Prototype On Paper) App is simpel te gebruiken en biedt de mogelijkheid om je papieren schets op het scherm te zetten. Je kan in de app zelf bouwen, maar je kan ook foto's van je schetsen uploaden en met een paar aanpassingen heb je snel een interactief prototype ontworpen.



Er zijn ook andere methodes om zo te bouwen, zoals met Photoshop of het programma Sketch.



# STAP 5. TESTEN

# WAAROM?

Testen helpt om het prototype in contact te brengen met actieve gebruikers.

## HOE?

1. **Verfijnen:** wees voorbereid op het maken van wijzigingen aan het prototype, zelfs tijdens het testen.
2. **Leren:** observeer hoe gebruikers omgaan met je prototype.
3. **Opnieuw definiëren:** ga terug naar de oorspronkelijke probleemstelling en verfijn wat is waargenomen.



# KLAARMAKEN VOOR TESTEN

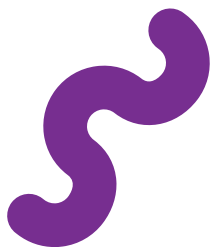
🕒 10-20 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

**Materiaal** laptop **Deelnemers** het ontwerpteam of een subgroep

Er is gebouwd, het ziet er tof uit, maar hoe kun je het prototype echt gaan testen? Er zijn online platforms waar je kunt niet alleen een prototype kan bouwen maar ook 'live' kan gaan. In het programma *Invision* kun je uploaden wat je al gemaakt, hebt maar het ook door gebruikers laten testen.



Daarnaast kun je ook makkelijk een domeinnaam aanvragen en een website starten (bijvoorbeeld door middel van *Strato*) om het concept te lanceren voor de testfase. Testen kan ook door middel van focusgroepen.



# TIP KAART

# TIP

Onthoud dat je het prototype aan het testen bent en niet de gebruiker. Het prototype is ontworpen aan de hand van een probleemstelling en er moet nu getest worden of het een oplossing biedt.





# TESTEN

 40-60 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●●

**Materiaal** prototype, pen en papier

**Deelnemers** het ontwerpteam en (een) gebruiker(s)

Testen kan heel simpel zijn. Vraag één of meerdere mensen uit de doelgroep om jullie prototype te testen. Let hierbij op de volgende dingen:

1. Leg het niet uit, maar laat het zien. Zo krijg je de echte ervaring te zien.
2. Vraag gebruikers om hardop te vertellen wat ze denken.
3. Observeer goed en probeer gebruikers niet te corrigeren als ze iets fout doen. Maak aantekeningen.
4. Stel nog wat vragen na afloop om te controleren of je goed hebt begrepen hoe de gebruiker het prototype ervaarde.



# TIP KAART

# TIP

Bij testen hoort ook verbeteren. Dat betekent dat je een stap terug moet naar 'bouwen'. Dat is helemaal niet erg! Dit zorgt er juist voor dat de oplossing beter wordt voor de gebruikers.



# TESTEN

 40-60 minuten **Moeilijkheidsgraad** ●●●

Deelnemers de presentatoren uit het ontwerpteam

Tijd om jullie briljante idee te pitchen! Jullie hebben iets moois gemaakt, maar nu moeten jullie anderen overtuigen van de oplossing. Een paar tips voor een goede pitch:

1. Een briljant idee moet je altijd in maximaal 10 minuten kunnen pitchen. Zorg voor een goed tempo en raffel de conclusie niet af.
2. Vertel het als een verhaal. Het is bewezen dat storytelling langer de aandacht van de luisteraars vasthoudt. Zelfs mensen die houden van data, vallen voor de emotie achter een goed verhaal.
3. Houd een hele scherpe focus: wat is de uitdaging, wat is de oplossing, waarom is het uniek en voor wie is het?
4. Wees ontzettend enthousiast, want enthousiasme is aanstekelijk.
5. Oefenen en oefenen van te voren.
6. Maak een Q&A waarin jullie alvast bedenken wat mensen kunnen gaan vragen en wat jullie antwoord daarop is.



# TESTEN

 40-60 minuten Moeilijkheidsgraad ●●●

Materiaal laptop Deelnemers het ontwerpteam

## EEN FANTASTISCHE PRESENTATIE MAKEN

Hieronder een paar tips om een presentatie te maken die het publiek aanspreekt en betreft bij het verhaal.

1. Als het om tekst gaat: less is more. Zet nooit te veel informatie op een slide. Met name als je er iets op zet wat je ook zal zeggen.
2. Betrek het publiek erbij, bijvoorbeeld door vragen te stellen.
3. Gebruik audio/video.
4. Gebruik afbeeldingen.
5. Maak grapjes.





# GEFELICITEERD!

Jullie hebben samen iets moois gebouwd! Maar nog beter: jullie durfden de uitdaging aan te gaan en lieten jullie niet tegenhouden door beren op de weg. Jullie hebben bewezen dat iedereen met optimisme en creativiteit verandering in gang kan zetten.