



Geschreven door: Anne Vroegop, directeur & trainer UX Basistraining

Het vakgebied User Experience Design (UX) is continue in beweging en ontwikkelt zich voort. In 1999 begon ik aan de HBO opleiding Interaction Design, dat zich toen onder andere richtte op het ontwerp van cd-roms. Tegenwoordig noemen veel Interaction Designers zichzelf UX designers. Veel van hen hebben zich gespecialiseerd in specifieke interfaces en gebruikers zoals voor mobile, gamification, conversie, finance, en health.



Al jaren geef ik UX/Interaction Design trainingen, ze zijn altijd goed bezet en ik vroeg mij af; hoe kan dit? Is mijn vakgebied een trend geworden? Dat laatste vond ik het meest interessant. Ik ging bij mijn huidige klanten na waarom zij belangstelling hadden voor user experience design en het klopte. Veel van hen besloten hun onderzoeks-, ontwerp- en ontwikkelactiviteiten voor user experience te formaliseren en structureler in te richten.

Maar waarom? Ik heb 4 redenen kunnen ontdekken...

Reden 1: Toename digitale touchpoints

Er is een toename gekomen van het aantal digitale touchpoints; waar interacteert mijn digitale klant met mijn merk? Hoe verloopt dat en waar kan het verbeterd worden? En welke verbeteringen voeren we als eerste uit en waarom?

Het vakgebied Service Design is een onderdeel van User Experience Design.

Reden 2: Organisaties veranderen van verkoop gericht naar klantgericht.

De trend is nu officieel komen overwaaien uit Amerika: veel bedrijven starten momenteel in-house UX afdelingen; design en klantbeleving worden bedrijfskritisch en verhouding inhuur en eigen mensen verandert. Vanzelfsprekend wordt het succes van een UX team of afdeling in belangrijke mate bepaald door de kwaliteit van de teamleden.

De mate waarin een UX designer de rol van coach, mentor en facilitator van competenties goed vervult, is mede bepalend voor de kwaliteit van het team. Essentieel is dat ieder teamlid zijn eigen briefing ophaalt.

Reden 3: Bedrijven willen betere online betrokkenheid

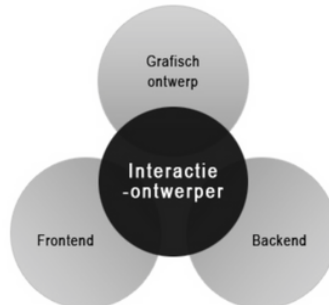
In (het nuchtere) Nederland, maar ook in de rest van Europa komt het maar mondjesmaat voor op websites van bedrijven: gamification. Veel bedrijven zijn in eerste instantie niet gecharmeerd van badges, punten en avatars. En gelijk hebben ze. Het vraagt om de juiste inzet van persuasieve technieken en gamification principes, gebaseerd op behoeftes van online gebruikers. En dan komen User Experience designers om de hoek kijken.

Het recept in 5 stappen:

1. Breng eerst de gebruikers behoeftes in kaart, tezamen met de matrix en data uit Google Analytics.
2. Laat die terugkomen in een persona.
3. Ontwikkel vervolgens een gamificationframework (www.gamificationframework.com)
4. Brainstorm vervolgens met de game principes kaarten.
5. Ontwikkel een prototype en test het bij je doelgroep en pas de gamification aan op de behoefte van de gebruiker.

Reden 4: Bedrijven willen betekenisvol zijn

De websites van veel bedrijven zijn gebruiksvriendelijk: goed bruikbaar, betrouwbaar en functioneel, maar hoe krijg je een plezierige online beleving die ook nog eens betekenisvol is? Om dat te verkrijgen is zijn 3 zaken nodig: 1. Kennis 2. Creativiteit 3. Ervaring
Een goed begin is het halve werk, dus begin met een goed idee dat je ombouwt naar een gedegen innovatief (d.w.z betekenisvol) concept. Maar wanneer is een idee goed? Een checklist met daarop 12 toetsingscriteria die je krijgt bij de UX Basistraining geeft antwoord op de vraag hoe betekenisvol je idee is.



Het is altijd leuk om een kijkje in de keuken te krijgen van een aantal award winnende projecten. Graag vertel ik mooie waargebeurde verhalen rondom bekende online projecten. Hoe er met verschillende budgetten een groot bereik gehaald kon worden, inzichten hoe je innovatie tot stand kan laten komen bij logge organisaties maar ook de missers komen aan bod.

Om innovatieve toepassingen te ontwikkelen moet er ook ruimte zijn om ‘fouten’ te maken, zoals veel te hoge ambities hebben met een project zonder eerst een pilot te ontwikkelen. En niet te vergeten: duurzame innovatieve oplossingen komen alleen tot stand dankzij de juiste samenwerking tussen klanten en hun gebruikers en tussen marketeers, interactie designers, art directors en strategen!