

LEESWIJZER

PROJECT 3: TDE EINDHOVEN

Door Rick van Gerwen

Aanleiding van de opdracht:

Dit project gaan we als Fontys samen werken met het bedrijf TDE Eindhoven voor de KNVB en dan specifiek voor het WK vrouwenvoetbal van 2019.

Tijdens dit project staat AR centraal en zijn door de opdrachtgever vier verschillende categorieën geformuleerd namelijk: gamification, experience, face en datavisualisatie. Elke groep gaat met één categorie aan de slag en probeert middels deze AR-Functie de volgende hoofdvraag te beantwoorden:

*Hoe kan AR een verrijking zijn van de experience van het WK
Vrouwenvoetbal 2019 tijdens en rondom wedstrijden voor hen die niet
bij de wedstrijd(en) zijn?*

Als groep (Nick, Ahmed, Ruben en ik) gaan wij ons dit project focussen op de AR-techniek face.

Aanpak:

Om de hoofdvraag te beantwoorden heb ik verschillende deelvragen opgesteld. Deze worden in het verloop van de leeswijzer verder behandeld.

Hoe wordt de AR-techniek face op het moment ingezet tijdens campagnes door bedrijven in de sector sport?

Bieb – Om hier achter te komen ben ik op internet opzoek gegaan naar relevante voorbeelden. Zo bleek dat een van de grootste evenementen in Amerika namelijk de SuperBowl al jaren gebruik maakt van deze AR-functie. Maar ook andere bedrijven, vooral in Amerika, maken gebruik van face filters. Zo heeft Nissan een speciale app ontworpen waar gebruikers foto's kunnen nemen met face filters met kleuren van de verschillende scholen. Deze app bleek een succes en laat dan ook zien dat campagnes niet afhankelijk hoeven te zien van externe sociale media. Met de campagne van TOTO begin dit jaar begint de hype van Amerika richting Nederland te komen.

[Zie portfolio - Oriëntatiefase.](#)

Hoe is ons concept opgebouwd?

Werkplaats – Ons concept is voortgebouwd op een hashtag namelijk #IkBrulMee. Binnen de KNVB Oranje app kunnen de gebruikers foto's maken met verschillende ontworpen face filters. Om je foto extra kracht mee te geven kan er op bepaalde momenten gekozen worden om je foto te voorzien van een sticker. Na de wedstrijd worden de leukste en grappigste genomen foto's en video's verwerkt in een samenvatting van het legioen. Dit moet ervoor zorgen dat de gebruiker eerder gebruik gaat maken van de nieuwe functie in de app.

[Zie portfolio - Conceptfase.](#)

Hoe kan #IkBrulMee het beste worden gecommuniceerd?

Werkplaats – Met de groep hebben we een communicatieplan voor het concept opgesteld. Hierin ben ik verantwoordelijk geweest voor de propositie, positionering en de inzet van de media/ middelen.

[Zie portfolio - Conceptfase.](#)

Is #IkBrulMee uitvoerbaar voor het TDE Eindhoven?

Werkplaats – Om deze vraag te beantwoorden heb ik samen met mijn groepje een businessplan opgesteld. Hier heb ik eerst zelf individueel een plan opgesteld op deze vervolgens de vergeleken met mijn andere

groepsleden om uiteindelijk samen te komen tot één goed uitgedacht businessplan. Hieruit bleek dat een sponsor van de KNVB ingezet zou kunnen worden om de kosten van het concept #IkBrulMee te financieren.

[Zie portfolio - Conceptfase.](#)

Hoe komen de verschillende stickers eruit te zien?

Werkplaats – Het ontwerpen van stickers die de gebruikers naast de face filters kunnen inzetten bij het nemen van een foto heb ik opgepakt. Hierin heb ik gekozen om verschillende stickers te ontwerpen voor de verschillende fases. Zo kunnen er stickers worden ingezet voor, tijdens en na een wedstrijd en gaan de ontwerpen van heel algemeen (score) naar heel specifiek (doelpuntenmaker).

[Zie portfolio - Ontwerpfase.](#)

Resultaat:

Uiteindelijk hebben we als groep verschillende face filters ontworpen en gemaakt met AR. Maar ook hadden we in ons concept gekeken naar de wat we komen doen met de foto's in de lange termijn. Hieruit was het idee van een complicatie van het legioen naar voren gekomen. We hebben er in de laatste week voor gekozen om ook dit naast de filters en stickers uit te gaan werken. Hieruit is een demovideo gekomen, waarin naast het idee goed zichtbaar werd ook op deze manier onze filters en stickers naar voren kwamen.

Reflectie:

Dit project heb ik vooral stappen gemaakt in mijn professionele houding. Naar aanleiding van de ingevulde peerreviews van mijn groepsgenoten van het vorige project bleek ik een afwachtende rol aan te hebben genomen. Dit project wilde ik dus ook meer gaan sturen in een actieve rol, ofwel de leiding nemen. Zo werd ik ook de eerste dag van het project de groepsleider. Later in het project nam ik zelfs de taak als klassenleider over van Michelle. Hierdoor was ik veel meer betrokken in de klas, doordat ik tussenpersoon was tussen Fontys en de contactpersoon van de opdrachtgever (Samet).

Verder was het dit project erg druk dit kwam mede door de verschillende vrije dagen en de vervroegde opleiding. Ondanks deze iets wat beperkte 4 weken ben ik toch trots op wat we als groep hebben laten zien. Zeker omdat we op het begin aan het puzzelen waren naar een concept en hierin een beetje vast kwamen te zitten.

Helaas ben ik dit project niet in aanraking gekomen met het programmeren van producten. Maar hierdoor heb ik me wel kunnen ontwikkelen op andere gebieden van de opleiding zoals op het gebied van ontwerpen.

Beoordelings-dimensie	Bewijs*
Oordeelsvorming	<i>Zie leeswijzer.</i>
Trends	http://ptm6.rickvg.nl/tde.php#orientatiefase
Concept	http://ptm6.rickvg.nl/tde.php#conceptfase
Business Model	http://ptm6.rickvg.nl/tde.php#conceptfase (Businessmodel)
Marketing	http://ptm6.rickvg.nl/tde.php#conceptfase (Communicatiestrategie)
Communicatie	http://ptm6.rickvg.nl/tde.php#eindfase (Eindpresentatie)
Professionele houding	<i>Zie reflective.</i>
Design	http://ptm6.rickvg.nl/tde.php#ontwerpfase
User Experience	-
Gebruikersonderzoek	-
Development	-

**Tussenhaakje het kopje (H3) waar het te vinden is onder de (H2). Zo is bijvoorbeeld 'Businessmodel' een subkop in de hoofdkop 'Conceptfase'.*