



Onderzoeken

Onderzoek doe je om een overzichtelijk beeld te vormen van de opdracht. De eisen van de opdrachtgever en de doelgroep zijn hierin de sleutel. Je probeert zo breed mogelijk informatie te verzamelen.



Concept ontwikkelen

Vervolgens ga je aan een concept werken. Je creëert zo veel mogelijk ideeën door bijv. Brainstormen of associaties. Je gaat op zoek naar een concept wat het beste past binnen de eisen van de opdrachtgever en wat tevens het beste aansluit op de doelgroep.



Verbeelden

Als volgende stap ga je, je gekozen concept verbeelden. Dit doe je door schetsen te maken, moodboards, kleuren en het thema te vertalen in visuals.



Realiseren

De laatste stap is de realisatie van je concept en/of ontwerp. Je probeert je idee zo ver mogelijk uit te werken tot een daadwerkelijk product.

Joey Koene, 0900412,
CMD1F
Persoonlijke reflectie affiche

Briefing 1: We zijn met de projectgroep samen gekomen en hebben een vergadering gehad en tevens een brainstormsessie. Ook heb ik mijn moodboard gemaakt van Rotterdam. Ik ben hiervoor op een aantal plaatsen geweest waar ik nog nooit eerder ben geweest. Ik heb nu een grotere kennis van de stad en ik heb iets meer ervaring met photoshop.

Briefing 2: Na briefing 2 hebben we wederom een vergadering(en) gehad en zijn we ook weer op zoek gegaan naar een nieuw en beter concept nadat we 'Kill you darling' toegepast hadden. Wij hebben ook met het hele team Curve fever gespeeld, een online game waar ik de spelanalyse voor heb gemaakt. We kwamen op een nieuw concept welke ik toen heb verduidelijkt en concreetiseert. Ik heb hiermee geleerd om kritischer te kijken.

Briefing 3: we zijn hier bezig gegaan met alle details. de spelregels stonden maar, ik heb het spel kritisch doorlopen en de regels laten lezen door familie. de verbeterpunten vervolgens doorgestuurd naar de anderen. Daarnaast heb ik de teamfactsheet in elkaar gezet. Wel is het de laatste week de mist in gegaan over de gemaakte afspraken van mijn kant. zie het maar als een kwestie van beter plannen...

Het doel van de opdrachtgever is één van de belangrijkste punten om in het visier te houden.

dit doe je vooral in het onderzoeks- en ontwikkelingsproces.

De opdrachtgever is uiteindelijk geeft uiteindelijk de doorslag voor jouw werk.

Je werkt naar een product toe waar jij en met name je opdrachtgever tevreden mee zijn.

De doelgroep kun je het best in kaart brengen door middle van een doelgroeponderzoek en een interesse-onderzoek.

op deze manier kom je te weten wat de gemiddelde leeftijd is en wat de grote lijn is qua interesses. (wat de doelgroep verlangt in jou game)

Het iteratief proces geeft een stukje zorgvuldigheid en structuur in je werk. Je weet constant met welke stap je bezig bent wat het werken efficiënter maakt. Maar. Persoonlijk vind ik het volgen van deze stappen niet noodzakelijk. Als je volgens het vaste proces werkt kan het zo zijn dat de herhaling wat saai wordt.

Marcel : Vormer – treedt snel op de voorgrond en is impulsief, maar dat levert wel nieuwe ideeën op.
Tom : Plant – komt met slimme ideeën en innovaties.
Max : Groepswerker – rustig en luisterd vooral goed naar de rest. Stille kracht die genoeg werk verzet.
Reinhart : voorzitter – Neemt veel initiatief en houdt iedereen betrokken, verdeelt het werk & hakt knopen door wanneer nodig.