



# Designing The Right Thing

10.02.2017

---

Alex Dekker  
10761012  
alexanderdekker.nl

# Dennis Shalman



"I look like I'm 65."

Age: 54  
Work: International Relations Manager @ Philips  
Family: Married with kids  
Location: Eindhoven

## Goals

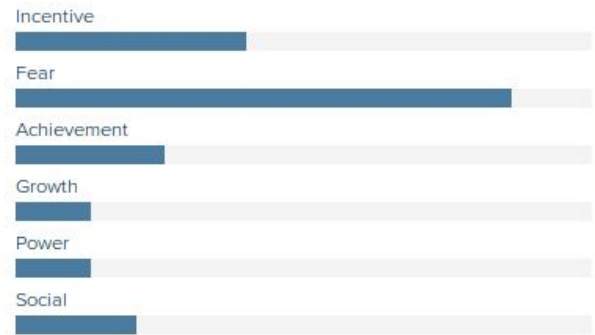
- Lose weight
- Prevent heart problems
- Look better
- Have more energy for his family

## Frustrations

- Has hardly any time to spend
- Has a slight drinking problem
- Has a sleeping problem

Stressed Smart Rich  
Responsible

## Motivations



## Bio

Dennis is originally from England and has a PhD in Molecular Physics. After graduating he moved several times, until he met his wife in The Netherlands. He started working a lot, first as a researcher, but after a few years he worked his way to being the manager in the department of international relations. This job is very stressful, but he makes enough money to let both of his daughters go to University and pay their bills. Because of his stressful life, he has gained a lot of weight over the years.

# Charlie Zwanenhof



"I want to embrace life."

Age: 22  
Study: Media and Communication  
Family: Single, on Tinder a lot  
Location: Amsterdam

## Goals

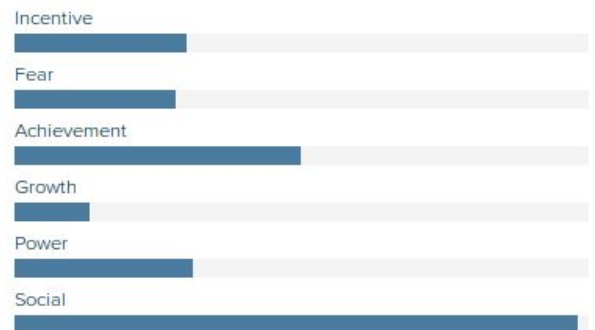
- Wants to be a beauty vlogger
- Wants to travel around the world
- Great social life, and wants to be the perfect, healthy woman

## Frustrations

- Not very technical at all
- People always need to know how perfect she is

Hip Vegetarian Admired  
Hypocrite

## Motivations



## Bio

Charlie was born and raised in a town called Amstelveen, but now studies at the Hogeschool van Amsterdam. She never drank a lot when she was a teenager, but was always focussed on sports, fashion and gossip. After high school she discovered Tumblr, Instagram and popular concepts like natural detoxing.

	Decision to change lifestyle	Orientation	The product sets personal Goals	The user tries to reach the set goals	The product gives feedback	The customer achieves goals
Actions		Search the web Ask friends and family	Use the product to see what the user should do	Exercise Follow diet		Set more ambitious goals
Questions	"How can I improve my lifestyle?"	"What product should I use?"	"Is this really going to help?"	"Is this really worth it?"	"Should I keep going?"	"How much more can I improve?"
Happy Moments			Motivation is acquired	Confidence is tested It's exhausting	Either be happy or disappointed	"Yay I'm capable of changing my lifestyle!"
Pain Points	Need to make time	No clue what is useful and what is not				Results isn't tangible right away
Opportunities	Targeted advertisement		Set achievable goals, and give a promising message	Motivate the user	Show improvements being made, and keep motivating	Compliment the user, and suggest new goals

## Concept 1

### **Bfit**

Bfit is een social network waarbij de gebruiker kan inchecken door middel van het maken van een foto, bij sportscholen. Daar kan de gebruiker aangeven welke doelen hij heeft behaald. Ook kan de gebruiker aangeven wat hij/zij die dag heeft gegeten. Al deze resultaten leveren op den duur achievements op, en zijn gelinkt aan Facebook en Instagram.

Het sociale aspect trekt gebruikers als Charlie aan, maar Dennis zal dit medium niet snel gebruiken.

## Concept 2

### **Infinity Watch**

Door middel van MEMS-sensoren houdt de Infinity Watch bij hoeveel kilometers de gebruiker al heeft gelopen/gefietst. Met de hulp van Low energy Bluetooth geeft het horloge de gegevens door een feedback gevende App. Het concept van een horloge dat bijhoudt hoeveel je af hebt gelegd bestaat al, maar wat uniek is aan Infinity Watch, is dat hij zelfonderhoudend is. Door middel van gebruikelijke kinetic self-charging technieken en het thermoelectric effect. Doordat de user buiten is en door het bewegen warm wordt, is er een groot temperatuurverschil tussen de lucht en de huid. Hiermee kan energie worden opgewekt.

Als we kijken naar onze persona's zien we dat dit concept werkt voor beide. De gestresste Dennis zal vergeten zijn horloge op te laden, maar met de Infinity Watch is dat geen probleem. Het feit dat dit horloge self-sustainable is zorgt ervoor dat hij ook bij Charlie in de smaak valt.

## Concept 3

### **Snap Track**

Wanneer de gebruiker een foto maakt van zijn/haar eten binnen Snap Track, ziet de App, met behulp van image recognition, wat er op het bord van de gebruiker ligt. Door middel van een neural network weet Snap Track hoeveel calorieën de gebruiker op dat moment tot zich neemt. Als de gebruiker Snap Track consistent gebruikt, zal de App advies leveren over hoeveel de gebruiker moet bewegen om een gezonde levensstijl te behouden, gebaseerd op hoeveel de gebruiker eet.

Beide persona's willen geen ingewikkeld systeem, en voor het gebruik van Snap Track hoeft de gebruiker enkel foto's te maken.

## Individuele Reflectie

Persoonlijke creativiteit tot uiting brengen binnen een opdracht was leuk en verfrissend. Het creëren van een neutrale Customer Journey Map was in het begin lastig, maar toen de x-as eenmaal stond, verliep het relatief soepel.

Het denken vanuit gebruikers in plaats van het product leverde andere concepten op dan als ik dat niet had gedaan.

Het grafisch vormgeven heb ik nog niet veel talent voor.