

From brief to contract: Abductive initiation for dynamic projects

Joris Raaphorst

Industrial Design, Vitality squad, Research group Systemic Change, Technical University Eindhoven, NL

Correspondence:

Groene Loper 3. 5612 AE EINDHOVEN
Email: j.raaphorst@student.tue.nl
Student number: 1685368

Version:

1.0

Abstract

Many organizations thrive when they can exploit their position in the market. But at some point every company has to innovate, to prevent becoming obsolete. For those that are used to linear, predictable processes, it can be a scary and difficult experience to engage with innovators like designers. These innovators follow an unpredictable process which dynamically shifts between the certain and the uncertain. Where flexibility is key, not only in the definition of the solution, but since “innovation in meaning is as important as technological innovation” (Verganti, 2009), just as much in the problem formulation. This reframing of the problem is required to overcome paradoxical problems, which expands the context and can be difficult for the owner of the problem. Many designers have developed strategies to deal with the barriers that complicate frame innovation. One of these strategies is envisioning alternative futures, a process which activates abductive reasoning, which is also associated with reframing problems.

This study explores the effect of envisioning alternative futures on the coping mechanisms designers apply to deal with frame creation barriers during the initiation phase of a project. Because during the first alignment between a problem owner and a solution provider a properly formulated scope, can make or break an innovative project.

Keywords: dynamic capabilities, frame innovation, reframing, abductive reasoning, design futuring, envision, speculative design

Introduction

When reviewing the history of design we find that design as a discipline has been constantly redefining itself and expanding its borders. Initially design was intended for the technical creation of artefacts (Simon, 1969). In 1983, Schön challenged as well researcher as practitioner to consider the technical versus the ‘artistry’ in his work *The Reflective Practitioner*. Rittel and Webber’s work

(1973) offer an alternative to the sequential steps of a problem definition and a problem solution, but instead argue that the development of these should go hand in hand. And Buchanan's work about Buchanan's work about 'wicked problems' in 1992 which expands the realm of design from graphic and industrial design to service and interaction design.

After 1994, a strong increase in academic research resulted in the formulation of Design Thinking, coined by Roger Martin (2009), with fundamental works on the practice from Lawson 2005 and Cross in 2011, describing abductive processes in order to make sense and generalize from observations. In line with the abductive nature of design Krippendorff (2006) defined design as a matter of creating meaning, reversing the relation between the object and its intention. Verganti (2009) extended on his work arguing that "innovation in meaning is as important as technological innovation".

It is this link with innovation that Design Thinking owes its popularity to, as it offered 'a way of thinking' allowing non-designers to participate in a designers sensemaking practice. (Johansson & Woodilla, 2009). This sensemaking capacity, to deal with complexity, was particularly interesting for the area of design management, which accelerated when the world's largest design company IDEO started to marketed themselves as 'an innovation company' (Kelley, 2001, 2005; Brown, 2008, 2009) and when Roger Martin (2007) started to promote the education of design thinking to management students.

Kimbell's (2011) critical review of literature describes three main descriptions of design thinking:

1. 'A cognitive style of individual designers engaged in problem solving'
2. 'A general theory of design as a field or discipline focused on taming wicked problems'
3. 'An organizational resource for businesses and other organizations in need of innovation.'

Magistretti et al. (2020) building on Brown, 2009, Liedtka, 2015, and Micheli et. al 2019 framed is as "Design Thinking can be conceived as a way of framing, reframing, and enacting actions to solve various problems by harmonizing user desirability, economic viability, and technological feasibility". Design practices, often applied via workshops, are

now often used to align stakeholders and manage complexity in strategic planning and policy making. (Liedtka et al., 2020).

The literature indicates that design thinking has a lot of potential. But in reality the act of framing and reframing can be quite complicated. The problem owner and the solution provider are often two different people, representing different organizations, bearing different stakes and mitigating different risks. And a sudden reframing might cause a lot of trouble, however is not reframing a better solution?

Related Works

Before a project starts, the funder (clients or internal problem owner) needs to be certain that they are making a reliable investment decision (Zwikael, 2019), so they generally meet with directors or managers to initiate the project. During this initiation 'phase' many of the project elements are considered. Like the context and scope (idea, need or problem), risks, conditions, goals, milestones, timelines, budget and human (or other) resources. Depending on the size of investment or risk of the project, a separate 'planning phase' could follow to further crystalize the plans for dealing with roles & responsibilities, requirements, schedule, change, risks, issues, quality, outsourcing, business implementation and communications. (European Commission, 2021) (Project Management Institute, 2021).

A problem owner will express their framed intent for the project on a spectrum of detailed to fuzzy, in the form of writing, verbally or both. After which the problem owner and the solution provider need to develop a mutual understanding about the vision of the project. During this briefing, both solution provider and problem owner will have to reframe their preliminary appreciation of the situation and create a shared vision on the project. Ideally this vision contains a desired end state or goal; prioritisation and selection of relevant features; problem scope, solution scope; resource constraints; and projected value (Hey, Joyce, & Beckman, 2007).

Reframing is what happens during this briefing moment. If the framing happens with all parties involved, each party will have their own 'frame'. Each party will frame what is appropriate and admirable, as well as what is possible based on their personal expert knowledge about the nature of the problem space, and their experience with design solutions of similar artefacts. (Eckert, Stacey, & Clarkson, 2004)

According to Paton & Dorst (2011) “designers saw briefing as a process of negotiation with the clients to define a ‘vision’ (mutually shared understanding) of what the project would be, an approach, and a shared appreciation of value to be achieved”. Their study resulted in three barriers (fixation, problem solving mindset and resistance to journey) and three enablers (conjecture, contextual engagement and metaphor & analogy) of reframing. (Fig.1)

The awareness and potential to reframe is dependent (among other things) on the problem owners and solution providers design experience. As they may be unaware that frames can change. The activities associated with the creation of a brief and the negotiations for its (re)definition are not often examined within a design context. (Paton & Dorst, 2011)

Dorst expanded on these findings in his work *Frame Innovation* (2015). Providing an extensive description of the process and barriers of applying frame creation in order to initiate Innovation based on roughly one hundred example cases.

Firstly Dorst identifies three fundamental barriers in frame innovation

Seeing

“Perception of the world being organized by solutions rather than problems” or myopia/fixation in the context, not being able to see beyond our professional disciplinary context.

Thinking

“The world is used to a static notion of ‘rationality’, irrationality is not culturally accepted” or Rationalist Paradigm (Lakoff & Johnson, 1999) & Problem Solving Paradigm (Simon, 1996) VS Reflective Practice (Schön, 1983) [naming, framing, moves, evaluating]

Doing

“The world has set ways (best practice) of dealing with novelty and innovation in order to ensure efficiency” or Risk of Novelty (Risk Aversion), the newer something is, the more unpredictable a project becomes with regards to required time, expenses and other risks.

Secondly he points out five lessons from problem-focused design practices (co-evolution, developing problem situations, creating frames, exploring themes, and fostering a discourse) and provides a new nine-step frame creation model based on these lessons.

Archaeology > Paradox > Context > Field > Themes > Frames > Futures > Transformation > Integration
Dorst however points out that the model looks “deceptively linear” and as such expresses the deeper principles in “10 golden rules”.

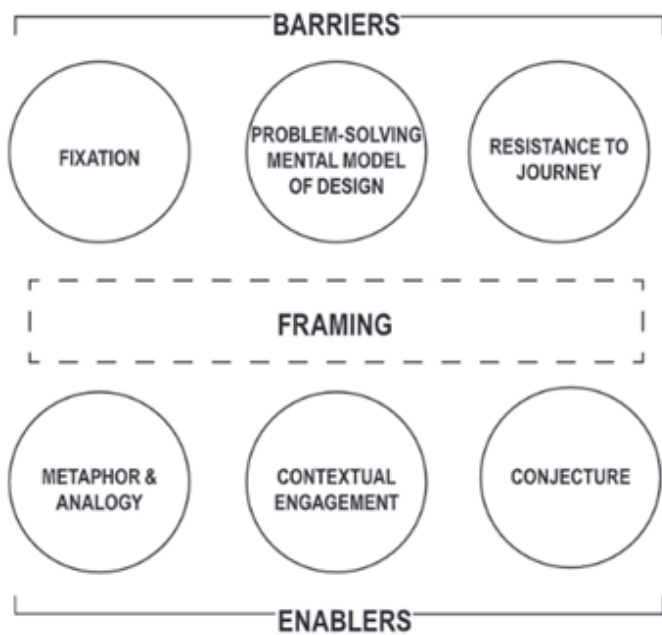


Figure 1 - Frame creation barriers by Paton and Dorst

General principles
Attack the context
Suspend Judgement
Embrace Complexity
Zoom out, expand and concentrate
Quality
Search for patterns
Deepen the Themes
Sharpen the frames
Applying in broader context
Be prepared
Create the moment
Follow Through

Table 1: 10 golden rules of Frame Innovation

Dorst finalizes his work with a list of the seven stages of Frame creation:

1. **Research:** gather knowledge required to tackle a problem situation and identify stakeholders.
2. **Initiation:** key stakeholders are contacted and the project is formed
3. **Frame Creation:** nine-step frame creation workshop
4. **Design & Business Exploration:** frame proposals are explored by mapping out the design possibilities and exploring the (business) value of these design concepts and ideas.
5. **Path to Action:** mapping out the activities and the transformation needed for realisation
6. **Handover:** results are handed over to the partner organizations for implementation
7. **Evaluation:** results, process, and underlying methods/tools are evaluated.

During a qualitative study, Paton and Dorst (2011) interviewed 15 expert design practitioners in order to understand “How do expert designers experience framing as a socially situated practice?” and “What are the patterns of variation for different experiences of framing?” their results showed that the designers described Typical and Innovative projects, which overlaps with the framework of ordinary and dynamic capabilities from David Teece (2007). They show a correlation between the involvement of the Expert Designers in the definition of the and the Innovativeness of the projects. A contrast between ordinary and dynamic capabilities has become apparent following the works of (Eisenhardt & Martin, 2000; Laaksonen & Pelteniemi, 2018; Teece, 2014; Winter, 2003). Ordinary Capabilities (OC) describe best practises (doing things right), optimized tasks like administration or governance, not varying much between organizations. Conversely, Dynamic Capabilities (DC) are more transformative, as they try to match technological, business and customer needs (doing the right thing at the right time). It involves creativity, vision and imagination, and is linked with innovativeness. With more organizations dealing with wicked problems, these dynamic capabilities, described as sensing, seizing and transformation, have increasingly become more important. (Teece, 2007)

Sensing is an act of inductive reasoning, it relies on emphasizing with the user, investigating socio-cultural trends, researching past knowledge and deferring judgement. It is associated with empathy, and a ‘naïve mind’

Seizing refers to the execution focused, deductive reasoning mechanics, for instance rationally and logically experimenting via prototypes or brokering knowledge.

Transformation (or reconfiguring) defines the moment of reframing, the continuous recombination of resources and competences in order to achieve consistent innovative performance, it requires critical abductive thinking, and embracing ambiguity in order to reframe the situation accordingly. The principle of abductive reasoning are reoccurring throughout the design process, it is used to for instance abduct the *final design concept* > from the *evaluation criteria*, and are *multiple design concepts* abducted from > the *design target*, which are abducted from > the *design intent*. (Lu & Lia, 2012)

Approach

In Design education a lot of attention is given to the design process from the moment of briefing until the time of delivering. In education this briefing is often relatively broad and open allowing for exploration and mistakes, but without the need for reframing the viewpoint of the ‘client’.

“Framing is a key creative process that designers have strategies for, which are often not explicitly reflected on by professionals and are not taught to students of design.” - Paton & Dorst (2011)

However the first framing is a crucial moment in the design process. The frame with which a project is viewed, is shaping the assumptions and boundaries of a project, setting it up for success or failure. It is the foundation on which many resources (time, money and supplies) are invested. We have to ensure the project foundation is sound and is allowed flexibility, to reassess the frame of the project (co-evolving problem definition) while the project is running.

As such the design process has the unique capacity to deal with wicked problems, which are often riddled with paradoxes. These inherently unsolvable problems are fixated within their perceived context, making it vital to be flexible enough the shift this context in order to surpass these paradoxical barriers.

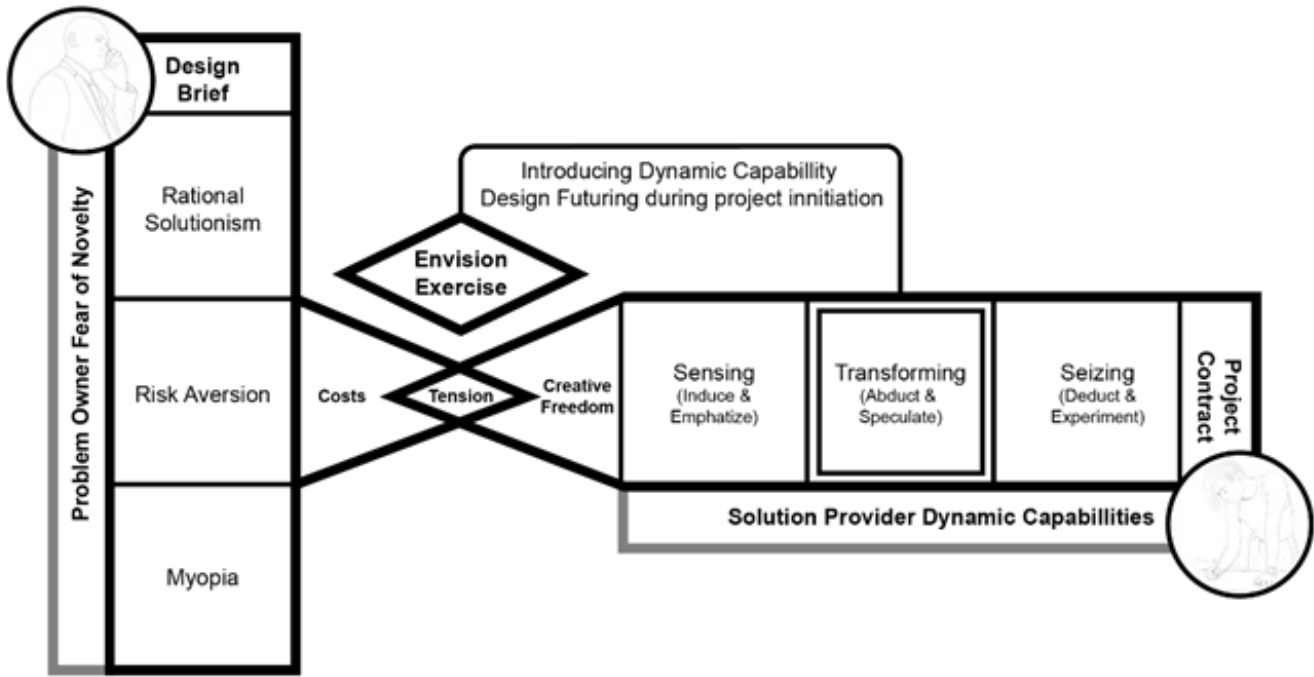


Figure 2- Theoretical background of study

Therefore this study focuses on the brief to contract phase, the initiation of a project is interesting because it contains the first reconfiguration moment for both client as designer. Both parties will have to make a commitment towards each other in which the offering and expectations weigh up against their worries.

Both the problem owner and the solution provider have to overcome the frame creation barriers. When we compare designers with problem owners, a designer will probably have more experience than problem owners with frame innovation. Since we encounter more reframe moments in our dynamic practise. It is therefore interesting to learn about how designers coop with frame creation barriers.

The purpose of this study is to test if the theory of Frame Innovation, can be enhanced, by introducing the Dynamic Capability 'transformation' before the

first moment of reframing. We introduce this dynamic capability by activating designers to envision the future before writing a quotation. The way designers propose the use of the dynamic capabilities was studied, in order to elicit the coping mechanisms designers apply to deal with the frame creation barriers.

Set-up

The study was performed with 12 participants, of which 6 participants had over 20 years of experience in product design and 6 participants with less than 3 years of experience but at least three years of schooling in the design. This split was chosen to learn more about the difference between educated and experience driven process formulation. (Fig. 3)

To simulate the brief to contract moment, the participants were all asked to write a quotation based on one of four different fictional design cases. Each case

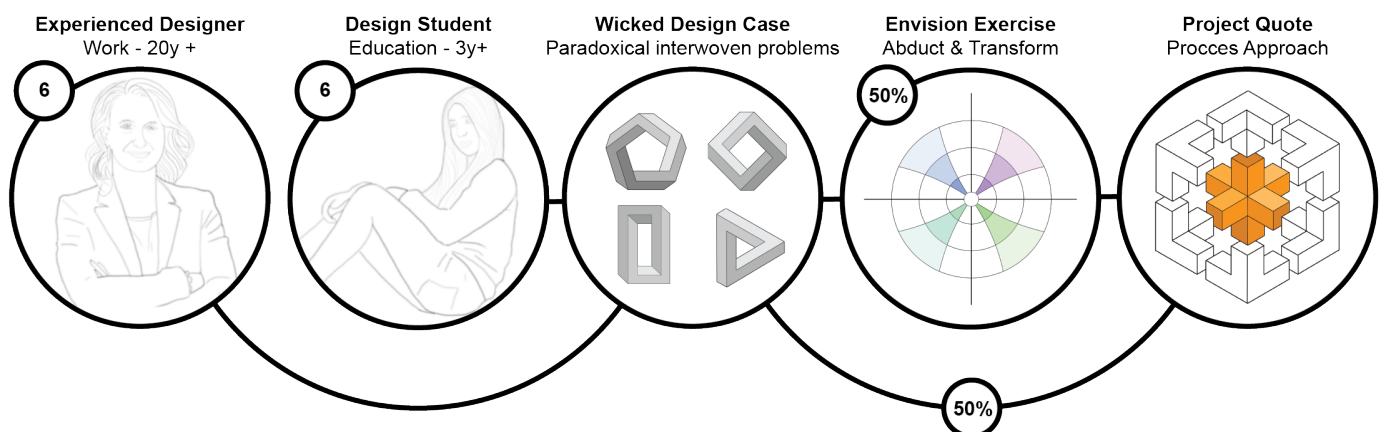


Figure 3 - Study set-up

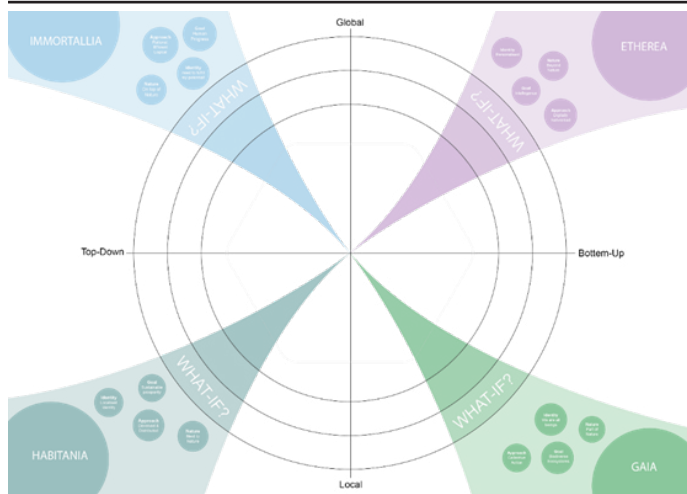


Figure 4: Envisioning Exercise Template

was based on a similar structure but revolved around a different contextual contemporary paradox (e.g. Sustainable Consumerism, Affordable Healthcare for the Undying, Fairtrade Capitalism and Data privacy & Digital Demand) in which stakes for people, planet and profit are intertwined. (Appendix 1) The participants were asked to select a case which was fitting for them, allowing them to work from a familiar context.

Half of each participant group was asked to perform a short (10 min.) envisioning exercise, in order to initiate abductive reasoning. For this exercise the future was divided in four scenarios based on the ‘four co-emerging futures’ from Reon Brand (2011). (Fig. 4) After showing a short movie (15 sec.) per scenario, to visually stimulate speculative thinking, the participants were asked to write down three things about how their design case would be affected by the scenario.

The participants then were asked to write the quote. (Appendix 2) The participants were asked to think out loud for recorded and transcription.

After finalizing the quotes, the participants were asked to fill in a questionnaire (Appendix 9) to understand their context and professional roles, and record their opinion regarding the frame creation. Finally the participants were asked to reflect on the topic in an open dialogue with the facilitator.

Quantitative data

In Appendix 4 the self-associated background of the study group is shown, next to this the survey validated the importance and complexity of reframing and the roles of solution providers and problem owners in this. The last part asked the participants that performed the exercise to reflect on the effect, of the exercise on their quotation writing. The final three questions of the survey served as an interesting indicator on the question if the integration of the dynamic capability ‘transformation’ by envisioning the future before the brief to contract phase, had effect on the frame creation barriers. The graph (fig. 5) summarizes the results of these three questions and show that almost all participants agree with the statement that the exercise they performed helped them to overcome myopia, fear of novelty and solutionism.

The results entice us to predict that: *‘the envisioning exercise impacted the way the participants formulated their quotation, increasing the use of abductive processes associated with frame innovation, because the participants were more aware about the frame creation barriers.’*

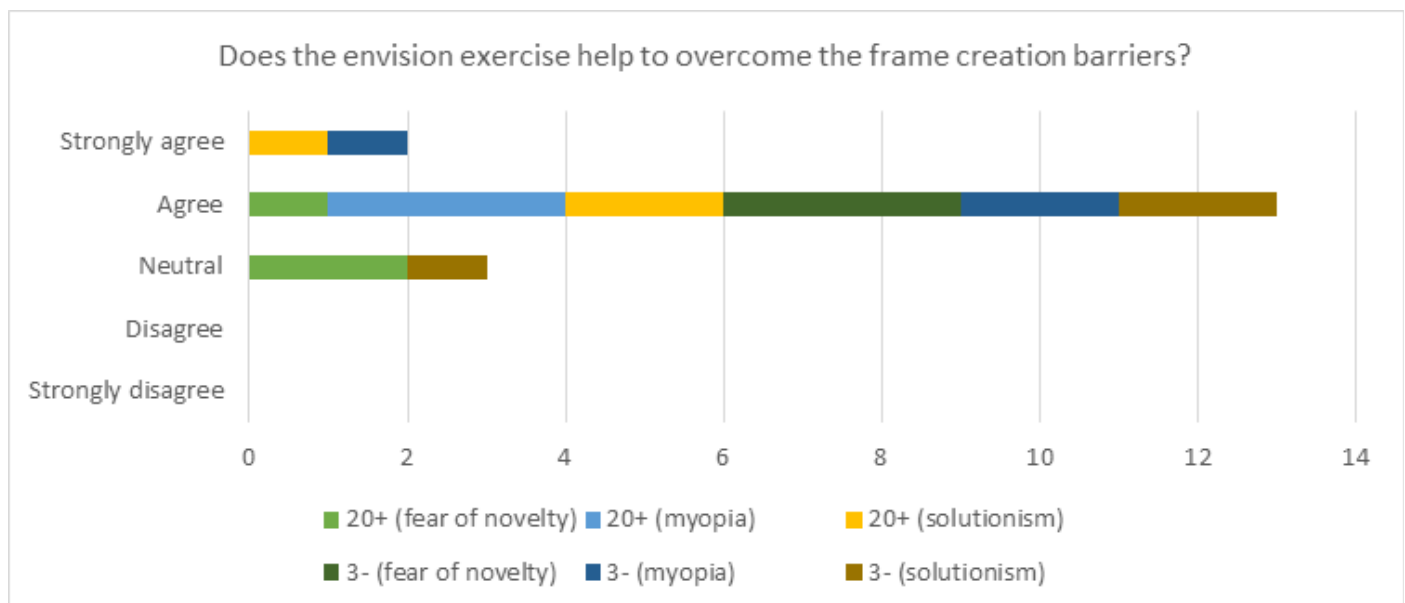


Figure 5: Self-reported results on effect envision exercise

Qualitative analyses

The transcripts and quotes were analysed following the method of thematical analyses. A codebook (Table 2) was derived from the dynamic capabilities (Teece) and the frame creation barriers (Dorst).

Since the cognitive reasoning modes of deduction, induction and abduction play a key part in the dynamic capabilities they have been used in this study to identify the application of the dynamic capabilities. They are derived from philosophy and logic, and deduction and induction are quite commonly known. Abduction was firstly introduced by philosopher Charles Sanders Peirce (1992) in his response on René Descartes. (Appendix 5)

Dynamic Capabilities		
Seizing	Sensing	Transforming
Deductive reasoning	Inductive reasoning	Abductive reasoning
Rational and logically experimenting via prototypes or brokering knowledge.	Emphasizing with the user, investigating socio-cultural trends, researching past knowledge and deferring judgement.	Reframing, continuous recombination of resources, critical abductive thinking and embracing ambiguity
Frame Creation Barriers		
Myopia - Seeing	Risk Aversion - Doing	Solutionism - Thinking
Causing narrow contextual grounding	Risks when pursuing novelty	Rational problem solving mindset
“The world is used to a static notion of rationality, irrationality is not culturally accepted”	“The world has set ways (best practice) of dealing with novelty and innovation in order to ensure efficiency”	“Perception of the world being organized by solutions rather than problems”

Table 2: Key definitions - Code book thematic analyses

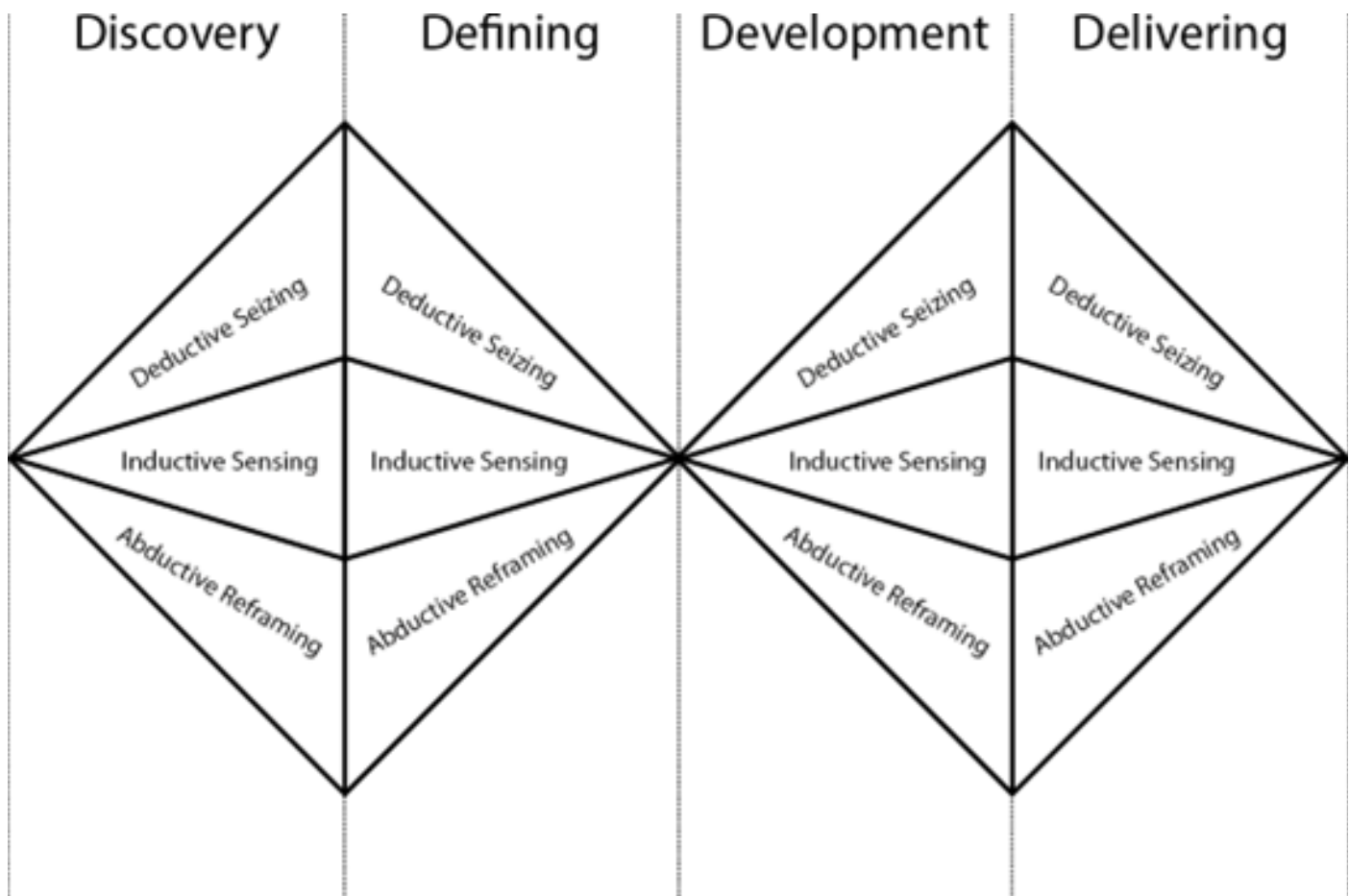


Figure 6: Three cognitive pathways through the double diamond model

Theoretical Analyses

During the theoretical analyses 204 dynamic capabilities were highlighted, of which 102 were assigned as seizing, 68 were assigned as sensing and 56 moments could be defined as transforming. It illustrates how deductive thinking is, even in the design practise, is the dominant cognitive reasoning method, followed by induction and abduction. (Table 3)

Curiously abduction was applied rarely by students. Out of the 56 moments of abduction, 45 were registered in the quotes from the experienced designers, and only 11 were formulated by the design students.

The other lens through which the data was analysed were the three frame creation barriers. During the analyses 13 cases were highlighted of participants failing to overcome the barriers, of which solutionism was dominant with 9 registrations. Also 53 moments were registered in which participants actively overcame the barriers, of which 29 times risk aversion was highlighted. (Table 4)

	Sensing	Seizing	Transforming
Professionals	36	51	45
Students	31	50	11
Total	67	101	56

Table 3: Output count - Dynamic capabilities

	Solutionism	Solutionism	Risk Aversion	Risk Aversion	Myopia	Myopia
Professionals	11	4	18	1	8	1
Students	4	5	11	1	1	1
Total	15	9	29	2	9	2

Table 4: Output count - Frame creation barriers

Defining Problem		Defining Solution	
Discovery	Define	Develop	Deliver
<i>Myopia</i>	<i>Risk Aversion</i>	<i>Solutionism</i>	<i>Risk Aversion</i>
Three levels of Contextual Inclusion	Three Levels of Critical Thinking	Three levels of Differentiation	Three levels of Validation
<i>(Deductive Divergence)</i> Scan Status Quo	<i>(Deductive Convergence)</i> Justification Scope	<i>(Deductive Divergence)</i> Optimizing Solution	<i>(Deductive Convergence)</i> Rational Validation
<i>Vertical Knowledge</i>	<i>Rational Paradoxes</i>	<i>Optimised Output</i>	<i>Validate Viability</i>
Asking & Receiving scope	Justification of	Optimization	Validating (KPI's)
Scanning State of the Art	• Goal	Experimenting	Concluding
• Market	• Scope		
• Legislation	• Reframe		
• Production			
• Product			
• Ecosystem			
<i>(Inductive Divergence)</i> Contextual Engagement	<i>(Inductive Convergence)</i> Dialectic Alignment	<i>(Inductive Divergence)</i> Shaping Solutions	<i>(Inductive Convergence)</i> Contextual Validation
<i>Horizontal Knowledge</i>	<i>Multidisciplinary Paradoxes</i>	<i>Directed Output</i>	<i>Validate Desirability</i>
Discussing scope	Selection	Concepting	User Validation
• Client	• Alignment	Co-creation	
• Stakeholder	• Discussion	Visualizing	
• User	• Power dotting	Concept communication	
		Storytelling & Branding	
<i>(Abductive Divergence)</i> Contextual Immersion*	<i>(Abductive Convergence)</i> Challenging Scope	<i>(Abductive Divergence)</i> Envision Solutions	<i>(Abductive Convergence)</i> Suspended Judgement
<i>Complex Knowledge</i>	<i>Complex Paradox</i>	<i>Differentiated Output</i>	<i>Validate Feasibility**</i>
External driver	Open formulated goal	Ideation	Approaches & Routes
Internal driver	Open to Alternatives	Brainstorming	
Observation/ Experience		Design Futuring	

Table 5: Overview structured themes

Emerging themes & patterns

During the analyses a familiar pattern emerged from the data. Since all participants were asked to propose a project process. They roughly followed the structure of the double diamond method (Design Council UK, 2005) in their proposed project processes. They did however differ in their application of the dynamic capabilities. As such the themes were structured according to this model, revealing three pathways

through the double diamond model. (Fig. 6)

Themes overview

After mapping the dynamic capabilities onto the model, the essence of the frame creation barrier themes were in mapped over the dynamic capabilities. Showing how the specific application of the dynamic capability appears to contribute to overcoming the barriers. (Table 5)

Naming and pattern analyses

For each segment a description was formulated, based on the highlighted quotes and themes that lie beneath them (Appendix 3) . Building upon this each segment could be named. This model (fig. 7) could then be used to analyse the quotations for a second time, allowing us to visualize the patterns in the data. (fig. 8) By overlaying the visuals allows us to understand what the dominant pathways were per particular group of participants. (fig. 9)

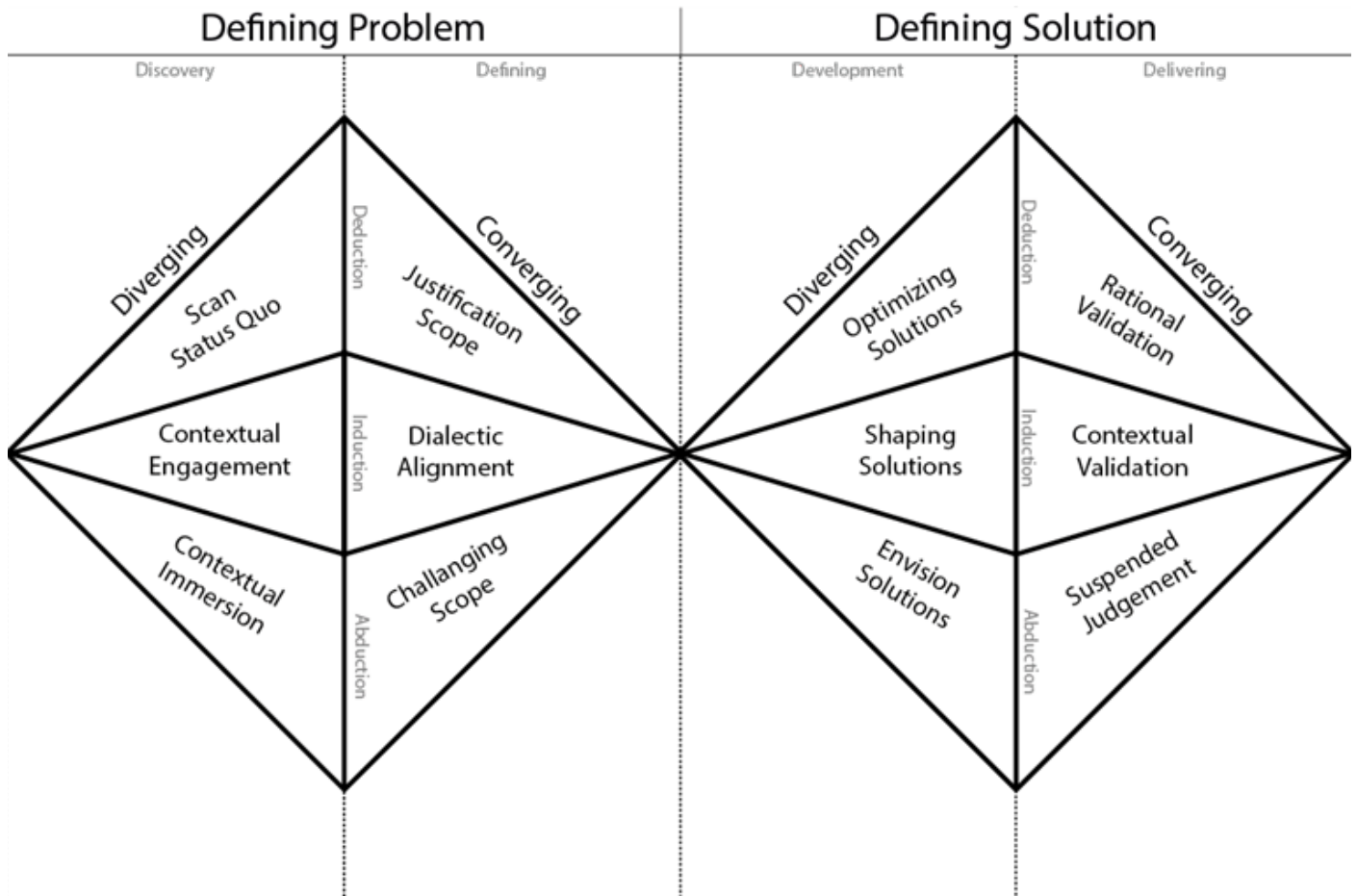


Figure 7: Formulated steps per cognitive pathway

PROFILE PER PARTICIPANT			
Professional & Exercise	Professional	Student & Exercise	Student

Figure 8: Pattern visualization - per participant

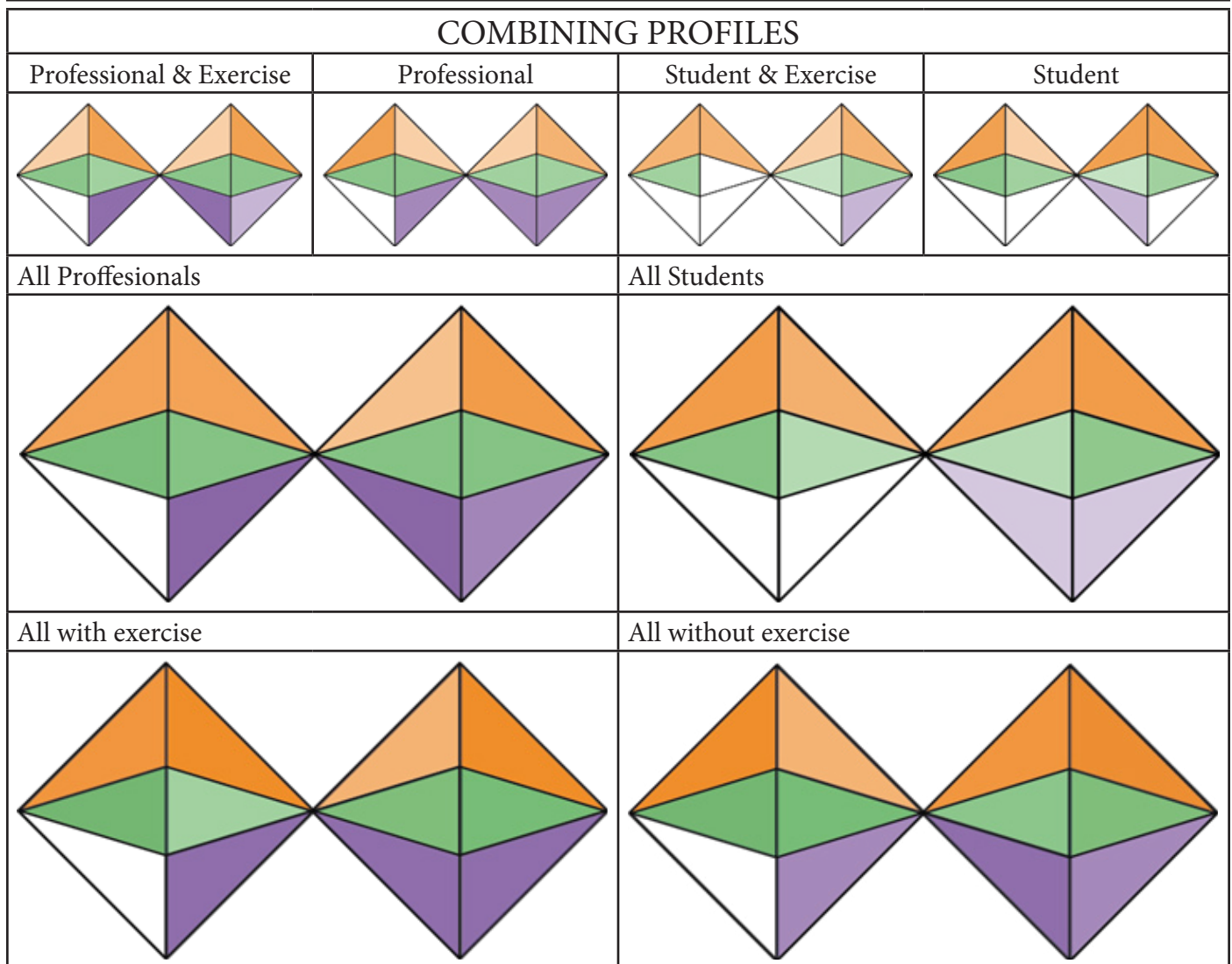


Figure 9: Merged visualizations for pattern recognition

Conclusion

Envision Exercise

Comparing the profiles of the participant which participated in the envisioning exercise allows us to reflect upon the prediction made based on the survey: *'the envisioning exercise impacted the way the participants formulated their quotation, increasing the use of abductive processes associated with frame innovation, because the participants were more aware about the frame creation barriers.'*

The results show that to some degrees in the pool of professionals the abduction increased. The difference is however not very prominent and can be accounted to other factors, like a stronger representation of the engineering role in the group of 'professionals without exercise'. We can conclude that the impact of the exercise didn't significantly influence the adoption of reframing mechanisms. It however doesn't exclude the possibility that it would impact the openness of the Problem Owners mindset, which based on the responses of the survey might be feasible.

Experience

When comparing the profiles between the professionals and the students, both deduction and induction are frequently applied by both professionals and students. Which was to be expected since these are both common within the design practise. A very clear distinction becomes visible when we inspect the abductive processes. With the exception of one participant, all professionals applied at least 2 modes of abduction. Where out of the students only three managed to meet the requirements for one abductive indication. It seems to validate the finding of Paton & Dorst (2011) which states that the awareness and potential to reframe is dependent on the design experience. It is curious that such a vital design skill is hardly familiar to the students of design. And it begs the question why.

Discussion

Envision Exercise

That the envision exercise was not impactful on the project processes was surprising, because the participants all indicated that the exercise supported them in overcoming the barriers.

The results tell us that the envisioning exercise didn't cause a significant effect on the adoption of reframe mechanisms, on which the participants were analysed.

The questionnaire however didn't ask about re-framing mechanisms but about the effect on the frame creation barriers. A third analyses could show us how the exercise impacted the frame creation barriers, however, the frame creation barriers were significantly harder to spot during the analyses, as the moments participants fail to overcome them are thankfully limited. And the moments participants overcome them are part of the coping mechanisms elicited in the thematical analyses.

Since a full third analyses didn't fit within the time constraints, we can only speculate about how the participants perform following the model in figure 10.

Another reason why the exercise might had little impact is due to the lack of involvement of problem owners. As the exercise is originally intended to be used by designers during a briefing moment to create openness in problem owners. The exercise still might have a positive impact on the position of the problem owner towards the frame creation barriers.

Experience

After each data collection session a reflective open conversation was held. During the final sessions the difference between students and professionals had become apparent, and the students were asked to reflect upon this difference. During these conversations we speculated on why this occurred and confidence was put forward as one of the most likely reasons. That students might refrain from questioning more experienced professionals might happen because they are unfamiliar with the constraints of working in a new context with clients

“On the university we don't learn this, because I think you do learn this in the University, but I think that you don't learn this in a new context”

And, in the university they are more familiar with the constraints, which are generally quite open and flexible. Which would suggest that students are familiar

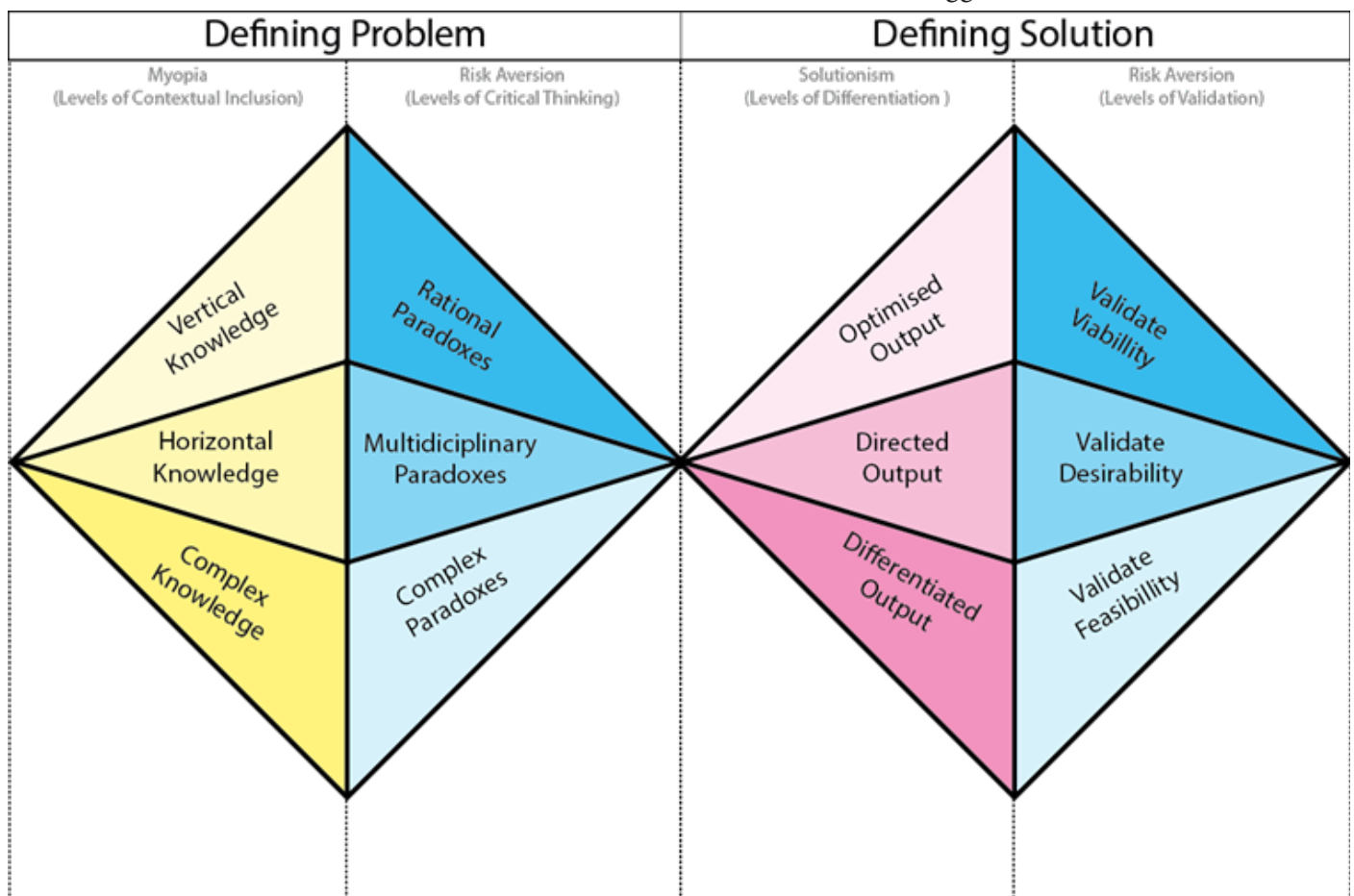


Figure 10: Indicators coping mechanisms frame creation barriers

with working within an open problem space, but are just unfamiliar with having to challenge and convince a client in order to reframe.

“Yes the hard reality of the work, because here (in university) we do have the feeling that we are free to the max, we can place our own constraints, everything is possible, even if it is not possible. You now, only possible in 30 year? Who cares?”

More experienced professionals probably have experienced the consequences of narrow or wrongly framed projects. And have as such become trained to challenge the constraints in the scope, dealing with convincing the client to reframe if required.

“that which the client tells you, you oppose, and for that you need confidence. I would maybe be more prone to really try to get that client aboard, where if you have more than 20 years of experience I might not experience this need as much. And for that reason I might adapt my way of working to the wishes of the client. And as such I think it is interesting to think if we would achieve the best result with this, and if that isn't actually a stupid thing to do”

Limitations

The simulation of the briefing was limited in size, leaving much space for contextual interpretation. Which, for some was difficult to deal with, there only response would be to plan a meeting and discuss the quote. As such for one participant the facilitator simulated the role of Problem Owner in order to allow the participant to move forward.

All but one professional confirmed that the briefing and quotation they wrote were comparable to reality, where it, that these versions were more compact than normal and would normally contain more carefully formulated constraints.

Many of the students were quite unfamiliar with receiving such a briefing and writing a quote. Which in itself was an interesting find, since it is quite common practice, but appears not to be part of the educational program.

The fictional cases were very comparable but the essence of the proposed problems differs, which might have affected the proposed project processes. An unequal distribution of the cases wasn't taken into account during this study.

A limitations of the analyses strategy is that the link between the coping mechanisms and the barriers based on literature and induction. Since the link between the mechanisms and the barriers might be induced wrongly from the thematical analyses, the resulting patterns might contain fallacies.

Next to this it proved to be very difficult to locate the frame creation barriers in the data. Failings to overcome barriers were easy to spot but rare. Inversing the barrier to find coping strategies was harder than estimated and resulted in a doubtful model, which surely holds value but does need future investigation to draw any conclusions from. (fig. 10)

Future research

From the Envisioning Exercise point of view it would be interesting to research if it would be effective to use it with problem owners that commonly work with designers. The self-reported data from the survey would suggest a high change of success, but the behavioural data from the test couldn't confirm its effect. Even if the exercise would not be effective, it would be interesting to learn why it isn't effective, since a strong body of literature points into this direction.

Secondly it would be interesting to investigate the gap between highly experienced professionals and students. A study with more junior professionals might be insightful, to see when the skill to apply abductive strategies is acquired by experience. Next to this it would be interesting to conduct a more qualitative study on the use of abductive reasoning throughout the Industrial Design faculty students, to verify the existence of this gap.

This study was performed with designers from one particular design agency and students from one particular University. It is important to study if this phenomenon exists in other design education institutes and if there exists a difference between company cultures.

Finally and probably most interesting is to understand why students struggle to apply abductive methods. Literature and professional experience suggest the importance of this skill, so can this skill become part of the educational system? And if it is already part of it, then and how could it be applied more effectively?

References

Brand, R., & Rocchi, S. (2011). Rethinking value in a changing landscape. A model for strategic reflection and business transformation. A philips design paper.

Buchanan, R. (1992). Wicked Problems Thinking in Design. *Design Issues*, 8, 5-21. <https://doi.org/10.2307/1511637>

Cross, N. (2011). *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. New York: Berg.

Dorst, K. (2015). Frame Creation and Design in the Expanded Field. *She Ji*, 1(1), 22–33. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2015.07.003>

Eckert, C., Stacey, M., & Clarkson, P. J. (2004). The lure of the measurable in design research. *Design Society*.

Eisenhardt, Kathleen M., and Jeffrey A. Martin. 2000. “Dynamic Capabilities: What are They?” *Strategic Management Journal* 21(10– 11): 1105– 21.

European Commission, C. of E. in P. M. (CoEPM2). (2021). PM2 project management methodology : guide 3.0.1. (v3.0.1).

Hey, J. H., Joyce, C. K., & Beckman, S. L. (2007). Framing innovation: negotiating shared frames during early design phases. *Journal of design research*, 6(1-2), 79-99.

Higgins, S., Hall, E., Wall, K., Woolner, P., & McCaughey, C. (2005). *The impact of school environments: A literature review*. London: Design Council.

Johansson- Sköldberg, Ulla, Jill Woodilla, and Mehves Çetinkaya. 2013. “Design Thinking: Past, Present and Possible Futures.” *Creativity and Innovation Management* 22 (2): 121– 46.

Kelley, T. & Littman, J. (2001). *The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America’s Leading Design Firm*. New York: Currency.

Kimbell, L. (2011). Rethinking design thinking: Part I. *Design and culture*, 3(3), 285-306.

Krippendorff, K. (2006). *Meaning, Participation,*

and Dialogue. In *Participatory Design Conference*. Laaksonen, Ola, and Mirva Peltoniemi. 2018. “The Essence of Dynamic Capabilities and their Measurement.” *International Journal of Management Reviews* 20 (2): 184– 205.

Lawson, B. (2005). *How Designers Think*. New York: Architectural Press

Liedtka, J.M. (2015). Perspective: Linking Design Thinking with Innovation Outcomes through Cognitive Bias Reduction. *Journal of Product Innovation Management*, 32, 925-938.

Liedtka, Jeanne. 2020. “Putting Technology in its Place: Design Thinking’s Social Technology at Work.” *California Management Review* 62 (2): 53– 83.

Magistretti, Stefano, Claudio Dell’Era, and Nicola Doppio. 2020. “Design Sprint for SMEs: An Organizational Taxonomy based on Configuration Theory.” *Management Decision* 58 (9): 1803– 1817.

Martin, Roger L. 2009. *The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage*. Cambridge, MA: Harvard Business Press.

Micheli, Pietro, Sarah J. S. Wilner, Sabeen Hussain Bhatti, Matteo Mura, and Michael B. Beverland. 2019. “Doing Design Thinking: Conceptual Review, Synthesis, and Research Agenda.” *Journal of Product Innovation Management* 36 (2): 124– 48.

Paton, Bec, and Kees Dorst. 2011. “Briefing and Reframing: A Situated Practice.” *Design Studies* 32 (6): 573– 87.

Peirce, C. S. (1992). *The essential Peirce: selected philosophical writings (Vol. 2)*. Indiana University Press.

Project Management Institute. (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PM-BOK®174; Guide) – and the Standard for Project Management (ENGLISH)*.

Rittel, H. W. & Webber, M. M. (1973). Dilemmas in a General Theory of Planning. *Policy Sciences*, 4(2), 155-169. <https://doi.org/10.1007/BF01405730>

Schon, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. New York: Basic Books.

Simon, H. A. (1996). *The Sciences of the Artificial*. Cambridge: MIT Press.

Teece, David J. 2014. "The Foundations of Enterprise Performance: Dynamic and Ordinary Capabilities in an (Economic) Theory of Firms." *Academy of Management Perspectives* 28 (4): 328– 52.

Winter, Sidney G. 2003. "Understanding Dynamic Capabilities." *Strategic Management Journal* 24 (10): 991– 5.

Zwikael, O., & Smyrk, J. R. (2019). *Project management: A benefit realisation approach*. Springer.

APPENDIX - contents

A.1 - Fictional Cases	p. 17-20
A.2 - Quotation Template	p. 21-22
A.3 - Theme Explanation	p. 23-24
A.4 - Quantitative Results Survey	p. 25
A.5 - Definitions Cognitive Reasoning Modes	p. 26
A.6 - Pitch	p. 27
A.7 - Demoday	p. 28-30
A.8 - Transcripts	p. 31-135
A.9 - Survey question list	p. 136-147

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Target group: DemoDay visitors

First pilot study

Fictional Case

From: Kleen <Kleen@info.com>

Send on: Friday, 21 October 2022 9:00

To: Designovate <Designovate@request.com>

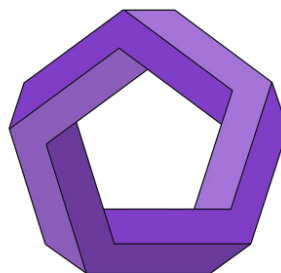
Subject: Quotation request – Sustainable FMCG

Dear Designovate,

We are Kleen, a globally operating player in cleaning products. We are known for our large brands that help millions of households world wide to clean their laundry. The EU is shifting its policy towards FMCG (fast moving consumer goods), as a result we have to reduce 25% of plastic usage before 2025. However we already have optimized the reduction of the plastic usage in our packages in last the years for cost saving. Our R&D department has calculated that the only way we can reduce our plastic usage with a maximum of 20%, would be to change the shape of our bottles from wide to round. The impact of this however, is that the label space will be decreased with 50%, which we think will have a severe impact on our marketing impact. We wish to ask you to propose a project to find a solution and help **us conform with the 2025 EU policy**.

We offer an initial budget of €50.000 for this project, could you send us a quotations with your proposal?

Simon Veght



M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Target group: DemoDay visitors

First pilot study

Fictional Case

From: Jeens <Jeens@info.com>

Send on: Friday, 21 October 2022 9:00

To: Designovate <Designovate@request.com>

Subject: Quotation request -

Dear Designovate,

We are Jeens, a Dutch jeans brand for young and trendy adults. You might know us from our slogan 'Tomorrow's Denim'. Our production sites used to be in China but have shifted to Bangladesh over the last 10 years. Recently a new law passed in Bangladesh on fairtrade labour, increasing our production costs by 10%, we however think it would be a perfect opportunity to really make a difference, and so we hope to instead offer an additional 10% to create a more fair world. The board and stakeholders however expects at least a 5% growth over the next two years. We want to ask you to propose a project for a solution on how we **make Jeens fair and how we can keep up with our main competitors** (Levi's, G-Star Raw, BOSS, Armani).

We offer an initial budget of €50.000 for this project, could you send us a quotations with your proposal?

Elizabeth Star



M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Target group: DemoDay visitors

First pilot study

Fictional Case

From: WMO-Eindhoven <WMO@ehv.nl>

Send on: Friday, 21 October 2022 9:00

To: Designovate <Designovate@request.com>

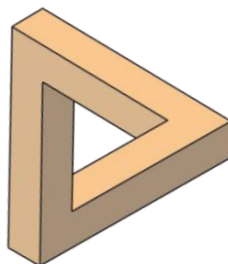
Subject: Quotation request -

Dear Designovate,

We are from the WMO-council in Eindhoven. A local healthcare technology firm had a recent technological breakthrough and has put us into a tricky position, due to a surprising effect of their dementia medication the overall life expectancy of their users has increased with 25 years. It reduces the chances on fatal implications significantly but doesn't make the user more vital. Their company has filed a request to start large scale local trials in our municipality. The promise of such medicine is amazing but we foresee a tremendous increase of healthcare costs. We wish to ask you to propose a project for a solution on how we can run this **test in our society without bankrupting our healthcare funds.**

We offer an initial budget of €50.000 for this project, could you send us a quotations with your proposal?

Danny van Geest



M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
All persons and cases in this study are purely fictional!
Target group: DemoDay visitors
First pilot study

Fictional Case

From: Deevelo <Deevelo@info.com>
Send on: Friday, 21 October 2022 9:00
To: Designovate <Designovate@request.com>
Subject: Quotation request

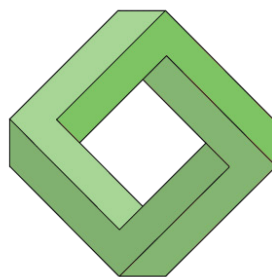
Dear Designovate,

We are Deevelo, a software company specialised in mobile applications for dietary applications. We have been running a service for several years now, but a new study proposes a feature that has proven to be highly effective in behaviour change with regards to healthy eating.

It however, requires an extreme amount of privacy sensitive data which it collects via an AI system. We think consumers might not accept this element of the design, so we wish to ask you to propose a project for a solution on how apply this **behaviour change mechanic without consumer rejection**.

We offer an initial budget of €50.000 for this project, could you send us a quotations with your proposal?

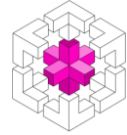
Stefanie Grünberg



M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Select

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

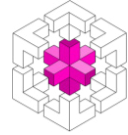
Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – ...		Amount
	€	

Phase 2 – ...		Amount
	€	

Phase 3 – ...		Amount
	€	

Phase 4 – ...		Amount
	€	

Phase 5 – ...		Amount
	€	

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @ 06-		
Name authorised signatory	Survey	
<i>Fictional Signature</i>		

Theme Explanation

Deductive Problem Definition

Deductive Divergence (Scan Status Quo)

As we receive the scope, we accept its initial shape and break it apart into segments to review the existing status quo in for instance market, legislation, production, product and ecosystems. It allows for a vertical exploration of the topic supporting sensemaking and the grounding of our assumptions.

In this approach often the initial questions is accepted as truth, outsourcing the responsibility of its validity. Due to limited horizontal exploration there is also a risk of fixation within a certain practise, which can consist within professional silos.

Deductive Convergence (Justification Scope)

To converge we can measure and rationalize our goals, and scope offering solid arguments to reframe. It generally focusses on the feasibility of the constructed project frame and the viability of the project constraints. Reducing the risks of fundamental contradictions and a potential mismatch of expectations and resources.

Inductive Problem Definition

Inductive Divergence (Contextual Engagement)

During the briefing often a conversation with the client takes place in which the scope is discussed. Based on the initial problem statement a conversation can also be initiated with users and other stakeholders. This way the designer can collect multiple perspectives to the problem and discuss contextual inconsistencies.

Inductive Convergence (Dialectic Alignment)

Combining (multiple) perspectives in a dialectic discussion can help to elicit paradoxes which consist between professional disciplines. By engaging in discussion and performing more intuitive selection methods like Power Dotting we can incorporate the voice of many stakeholders while respecting the weight of the vote from the decision maker.

Deductive Solution Definition

Deductive Divergence (Optimizing Solution)

Commonly found in the later stages of the product development cycle. Concepts are developed and tested and revised, resulting in a trial and error cycle in which an experimental principle or concept is validated and optimized.

Deductive Convergence (Rational Validation)

The concepts are valued based on their performance on pre-set KPI's, this mode of convergence checks per isolated indicator if or to what extent the concept complies to the set indicator. These can range from hard to soft requirements and often support a Go or No Go decision for future development.

Inductive Solution Definition

Inductive Divergence (Shaping Solutions)

Based in preliminary indications from the context conceptual solutions can be formulated. These are commonly translated into sketches and rough models, in order to visualize and communicate the essence of the concept. Often in the form of storytelling the quality of the concepts and their fit with the brand or company can be communicated and valued.

Inductive Convergence (Social Validation)

In design, user validation is common practise and is the main source of inductive convergence in the solution space. A concept or early stage product can

Abductive Problem Definition

Abductive Divergence (Contextual Immersion)

During Abductive Divergence within the problem space we are immersed in the context, experiencing it from a first person perspective. It exposes us to multiple internal and external drivers which supply us with a rich sensemaking experience of the complexity surrounding the stated problem.

Abductive Convergence (Challenging Scope)

The practice of abductive convergence can be considered as a risk as it might introduce fallacies into the project which could potentially side-track the project. However it can also be viewed as a process of challenging the existing problem statement on its narrow framing resulting in a wider scope.

One could consider this as contradicting, since the effects on the scope are seemingly divergent. The scope however it reframed from a wider context and has from that perspective been converged into a problem statement. If we consider this process as the integration of a wider context into the project, it can help us dealing with more complex problems.

Abductive Solution Definition

Abductive Divergence (Speculating Ideas)

Ideation is one of the corner stones of the design practise, commonly designers attempt to generate a high quantity of potential solutions, these offer us a differentiated view on the potential solution directions. During this process the person generating the potential solutions envisions and speculates, with the risk of generating in fallacies, these are however filtered out through more inductive and deductive processes.

Abductive Convergence (Suspended Judgement)

Similar to the Abductive Convergence mode in the problem space, is this mode in the solution space prone to fallacies if applied without being careful. As a result of a design process, a client might be supplied with potential scenarios or approaches instead of concrete solutions.

This way a designer is able to condense the insights from their research into potential solution directions without becoming to concrete, which might invite the fallacies. By suspending judgement ,complex paradoxical elements can be integrated into the solutions and can become a subject of conversation.

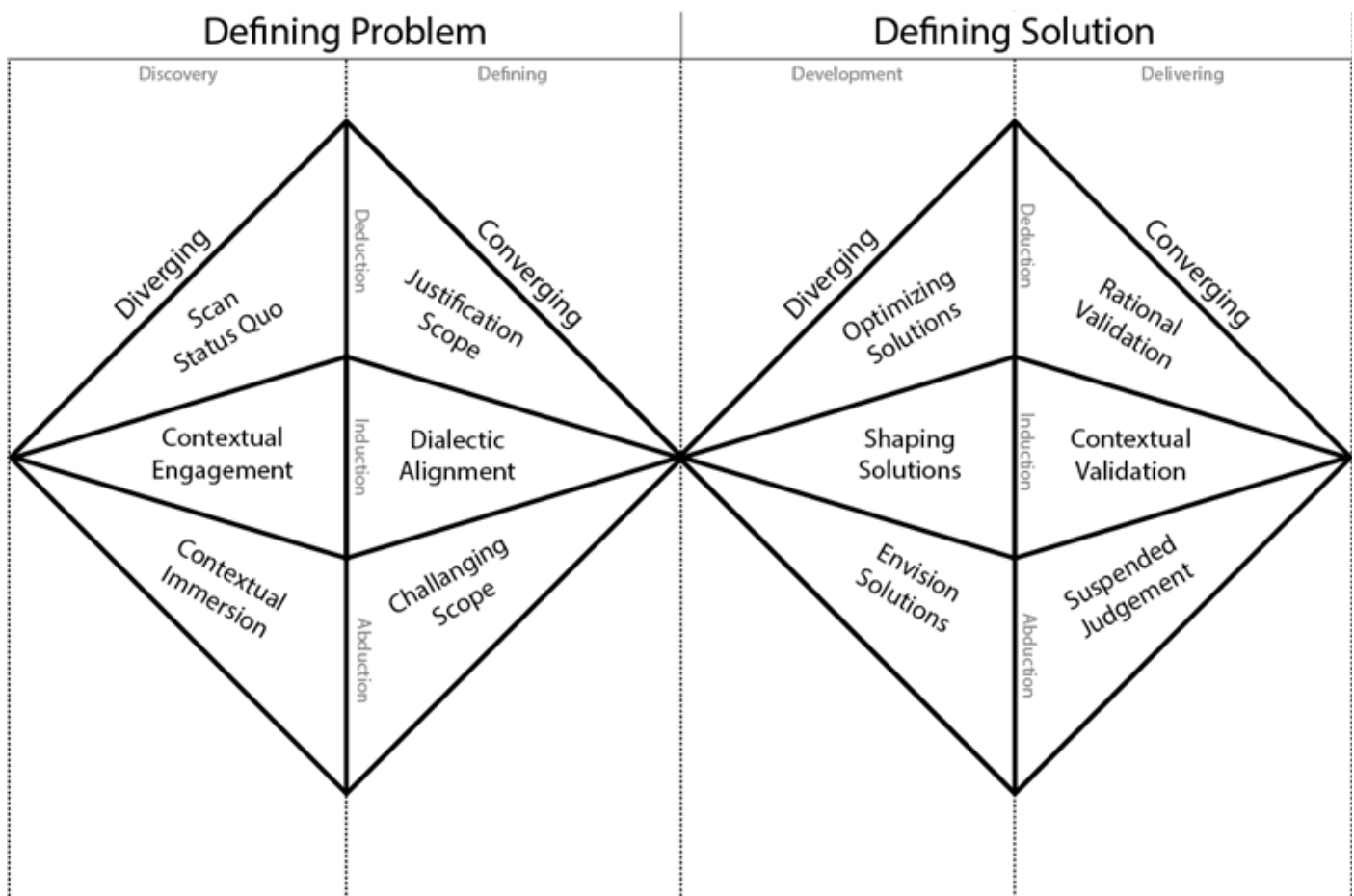


Figure 7: Formulated steps per cognitive pathway

Survey	Exercise	Strongly disagree		Disagree		Neutral		Agree		Strongly agree	
		20y+	3y-	20y+	3y-	20y+	3y-	20y+	3y-	20y+	3y-
Designer	y	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1
	n	0	0	0	0	0	0	2	0	1	3
Engineer	y	0	0	0	0	0	1	0	2	3	0
	n	0	0	0	0	2	1	0	2	1	0
Project manager	y	0	0	0	0	0	2	1	0	2	1
	n	0	0	0	0	2	0	1	3	0	0
Strategist	y	0	0	1	1	0	1	2	0	0	1
	n	0	0	1	1	0	1	2	1	0	0
Researcher	y	0	0	2	0	1	0	0	1	0	2
	n	0	0	0	0	3	2	0	1	0	0
Solution Provider	y	0	0	0	1	0	1	0	0	3	1
	n	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1
Problem Owner	y	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0
	n	0	1	2	1	0	0	1	1	0	0
Marketeer	y	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
	n	1	1	2	1	0	1	0	0	0	0
Investor	y	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0
	n	2	3	1	0	0	0	0	0	0	0
Define the problem	y	0	0	0	0	0	0	1	1	2	2
	n	0	0	0	0	0	0	2	2	1	1
Solve the problem	y	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1
	n	0	0	0	0	0	0	2	1	1	2
Is very common in our practice	y	0	0	0	0	0	1	0	0	3	2
	n	0	0	0	0	0	0	2	1	1	2
Is complex	y	0	0	1	0	0	0	0	2	2	1
	n	0	0	0	0	1	0	2	2	0	1
Is something we try to avoid	y	2	0	1	2	0	1	0	0	0	0
	n	0	1	3	1	0	0	0	1	0	0
Is something we anticipate	y	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0
	n	0	0	0	1	0	0	2	1	1	1
Is easy for the solution provider	y	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0
	n	0	1	1	1	2	0	0	1	0	0
Is easy for the problem owner	y	1	0	2	1	0	1	0	1	0	0
	n	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Is essential for success	y	0	0	0	0	0	0	1	3	2	0
	n	0	0	0	0	2	0	0	1	1	2
Causes failure	y	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0
	n	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0
Impacted the way I wrote the quote	y	0	0	0	1	0	2	3	0	0	0
	n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Was not beneficial to the quotation	y	0	0	2	1	0	2	1	0	0	0
	n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Helps to overcome fear for novelty	y	0	0	0	0	2	0	1	3	0	0
	n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Helps to overcome a narrow context	y	0	0	0	0	0	0	3	2	0	1
	n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Helps to overcome solutionism	y	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0
	n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Table 6: Quantative results of survey

Cognitive Reasoning

Cognitive reasoning		
Deduction	Induction	Abduction
<p>In deduction a major-premise (general rule) and a minor-premise (specific case) together result in a conclusion.</p> <p>It is the most common form of reasoning in science, because it is considered the strongest, if the major-premise and minor-premise are correct, the result will be true.</p>	<p>In induction the minor-premise (specific case) is observed several times. The results show a consistent pattern, therefore the pattern is considered a major-premise (general rule)</p> <p>This form of reasoning is not uncommon in science but is not as strong as deduction. It has a small chance of being false, the lower the sample size smaller this chance.</p>	<p>In deduction an unexpected minor-premise (specific case) is explained with a best possible explanation (major -premise), other explanations might also be true. By comparing several abductions based on likeliness the best explanation is inferred.</p> <p>If an abduction is used as proof it is considered a fallacy from a deduction point of view.</p>
<p>Rule: All the marbles from this bag are red.</p> <p>Case: This is a marble from this bag.</p> <p>Reasoning > Result: This marble is red.</p>	<p>Case: These marbles come from this bag</p> <p>Result: These marbles are red</p> <p>Reasoning > Rule: All marbles from the bag are red.</p>	<p>Rule: All marbles in this bag are red.</p> <p>Result: These marbles are red</p> <p>Reasoning > Case: These marbles are from this bag.</p>

Table 7: definition of deductive, inductive and abductive reasoning

Pitch

‘The following pitch was prepared for the demoday. The story during the demoday evolved over time and was adapted to the audience. The pitch was presented after preliminary analyses but before the thematical analyses was executed, resulting in missing insights at that time.’

The Pitch

After switching my job as Designer at VanBerlo to pursuing a master, I had observed a tension which I could not shake.

During almost all projects, I experienced a gap between the client, the problem owner, and the designer, the solution provider.

The problem owner, often used to more linear, exploitative, processes, is commonly used to investing into project in which the nature of the outcome is clear.

Designers however follow a more dynamic process in which the nature of the outcome is unclear. To find the best solution, designers need to not only iterate on the solution, but often need to reframe the problem during a running project.

This tension I experienced between client and designer was often grounded in the anxiety of the client. Caused by a rational problemsolving mindset and a narrow contextual understanding clients experience a fear of novelty. As this can cause unforeseen risks to emerge during the project.

As designers we have tools that we apply to manage these thresholds to innovation. We find them in the design thinking model, but they are well summarized in the Dynamic Capabilities from David Teece. In my research I hypothesised that applying these mechanisms during the project initiation phase, between receiving the briefing and agreeing to a contract, could help to bridge the gap between client and designer.

The Dynamic Capabilities exist of three main functions; Seizing, Sensing and Transforming, which correspond with deductive, inductive and abductive reasoning.

Since Seizing and Sensing are more commonly applied than Transformation, I focussed my research on this mechanism.

To simulate a scenario in which the effect of Transformation or Reframing, could be tested I asked participants to write a quick quote on a fictional design brief, for these I wrote four different cases, comparable from briefing construct but different from a context point of view. All four were based on a paradoxical problem in which planet, people and profit stakes are interwoven.

50% of the participants were asked to perform an envisioning exercise before they wrote the quote. It prompted them to apply abductive reasoning on the problem they just had been confronted with. For the study 6 designers with over 20 years of experience and 6 students with little work experience were asked to participate.

They were asked to think out loud so I could record their reasoning process. Which I could analyse besides the written quote.

Afterwards an extensive survey captured the context of each participants and asked them to reflect on how close to reality the scenario was. It also asked them about their opinion of the relevance of the study and how they perceived the application of the exercise during this specific moment in a project. Finally it asked those that performed the exercise if they thought it would help to overcome the thresholds of Myopia, solutionism and the fear of novelty. Early results show that almost all participants view the reframing as an essential step to success, and do acknowledge the complexity of it.

Based on early observations the experienced designers all showed evidence of applying the transformation capability, which was applied significantly less by the students. It shows that another factor, could be at play in the Transformative capability, Experience. And however the data still needs to be thoroughly examined, initial insights indicate that indeed the exercise prompts people to look beyond the scope of the proposed question, to look for the question behind the question.

The observation that experienced designers apply this Reframing mechanism naturally and students do not, might suggest that design education could profit from putting more emphasis on the Reframing capability.

Demoday

For the demoday a trilogy was created to support the presentation of the story. The story would start in the middle, explaining the essence of the study, the set-up and the main findings. The poster to the left was used to explain the positioning of the phenomenon in the commonly know double diamond, the right poster visualized the most relevant quantitative data to support a dialogue around the findings.

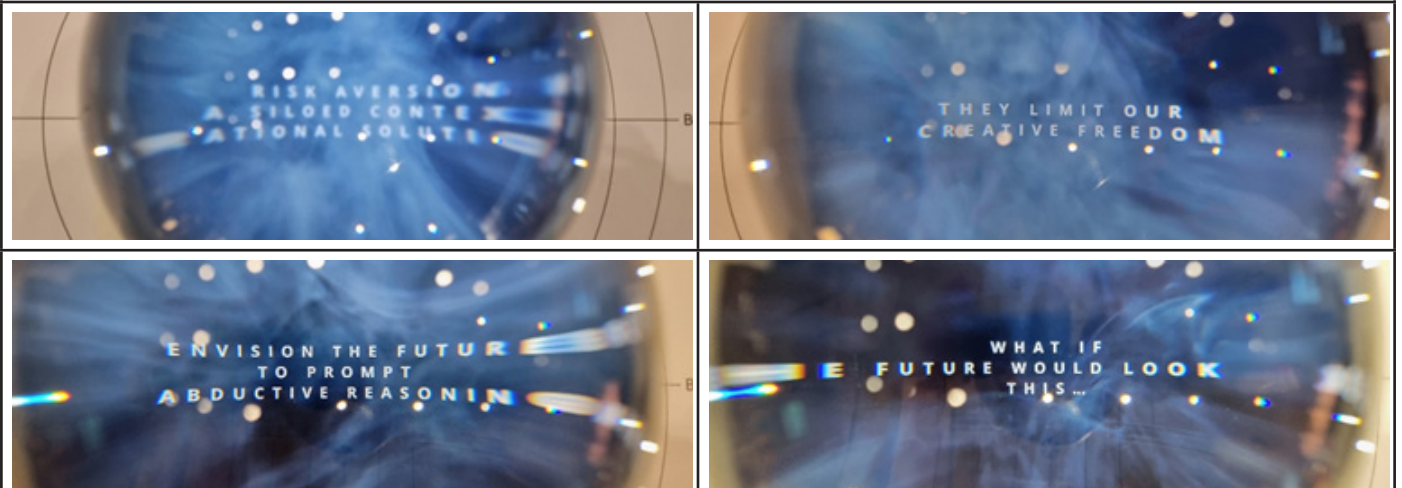
The template in the middle showcases a showroom like version of the envision exercise, in which a very similar version of the template was used. The glass ball in the middle functioned as an monitor, presenting a 90 seconds movie in which the four 15 second movies were presented plus a guiding story for moment when the presenter would not be available.



Impression of the four future scenarios

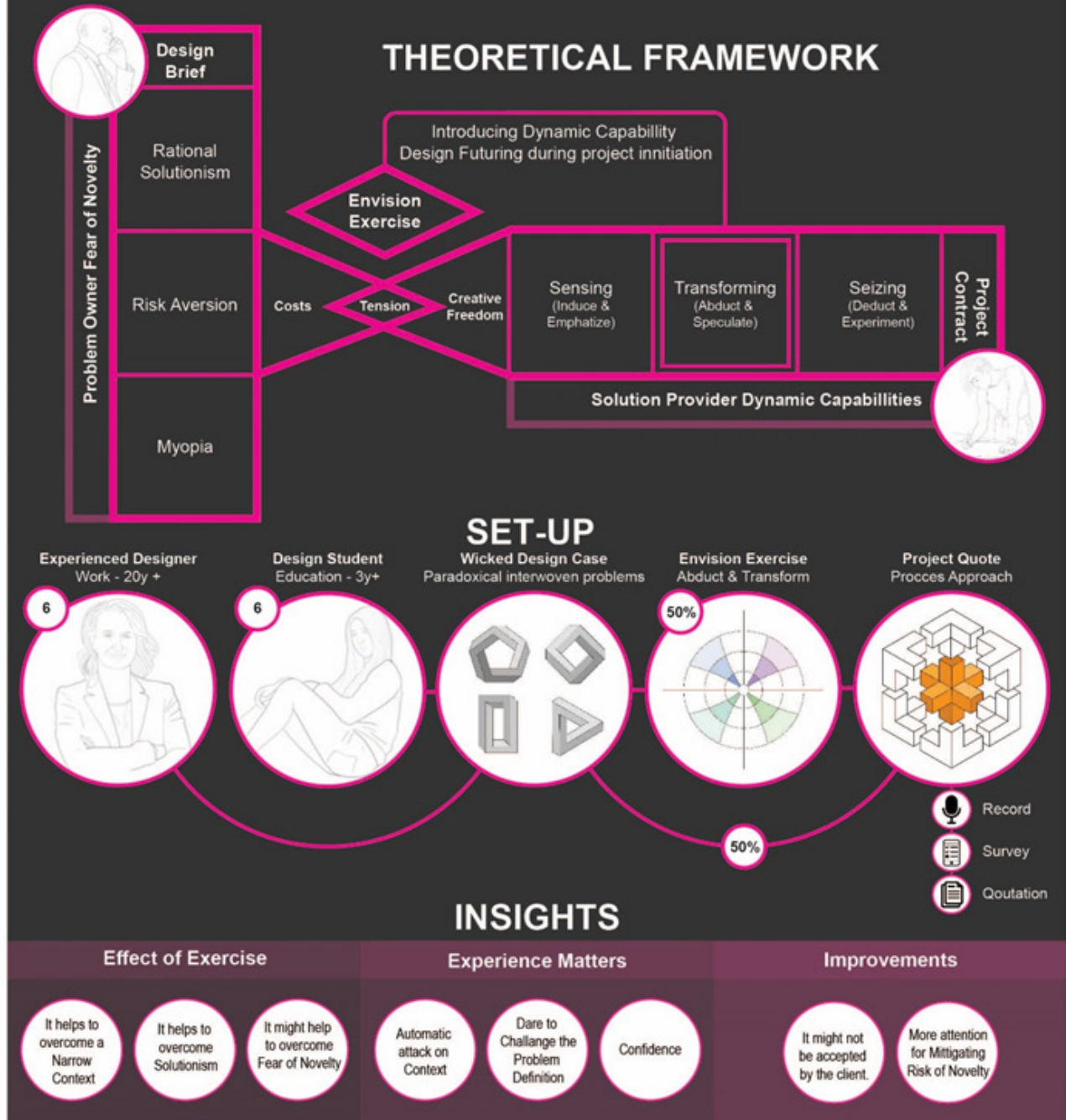


Storytelling in movie



FROM DESIGN TO BRIEF

Design Futuring for more Creative Freedom



FROM DESIGN BRIEF TO CONTRACT

A Dynamic Problem Space

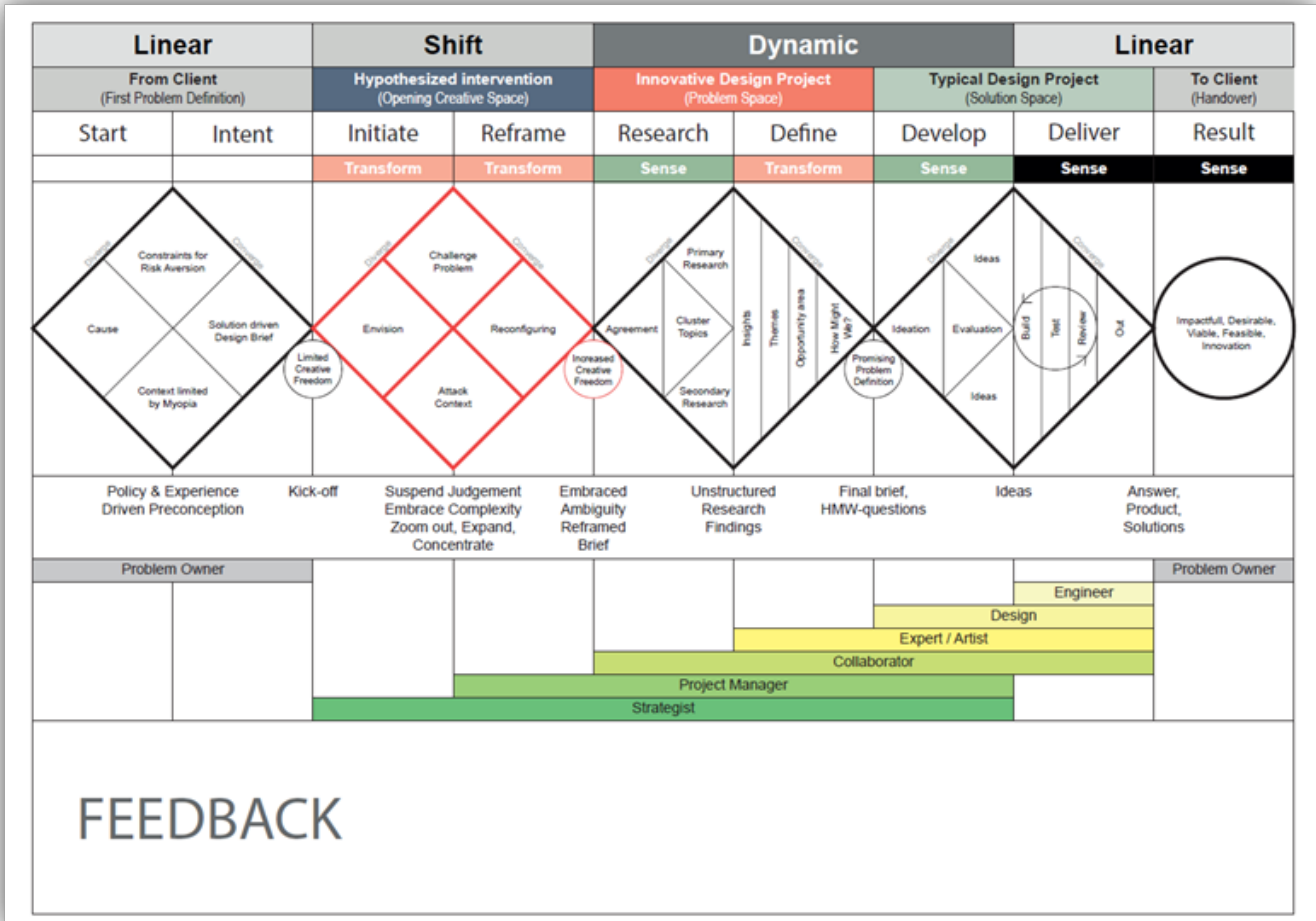
STUDENT NAME :
JORIS RAAPHORST

COACH:
JIM STEENBAKKER

SEMESTER:
M12

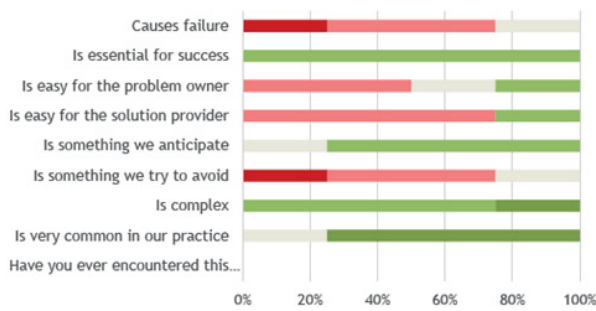
We learn during our education how to approach design and problemsolving by splitting up the problem space and the solution space. When working for the industry however, you might experience that the initial problem formulation is performed by higher management layers, resulting in solution focused projects without the freedom to reframe.

This study explores the effect of abductive reasoning on the mindset of those formulating the problem space, in order to allow for more open and flexible projects from the start that often result in more impactful innovations.

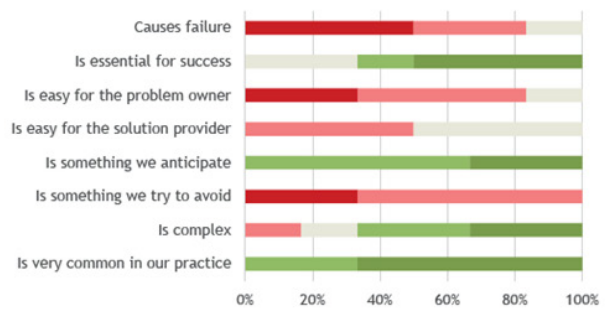


QUANTATIVE DATA OVERVIEW

According to students reframing...



According to professionals reframing...



Helps to overcome a narrow context



Helps to overcome fear for novelty



Helps to overcome solutionism



Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly agree

A.8 - Transcripts

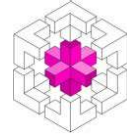
The following set of pages present the transcripts and filled in forms that were collected during the sessions with participants. All names have been censored in compliance with the data privacy requirements.

However if due to the extensive size of the body of data anything could be traced back to the participants I would kindly ask you to refrain from any form of action on this information, to respect the privacy of the participants and to contact the author of this document about the identified information, thank you in advance!

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Kleen

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date 24/11/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

Development of a packaging solution for a laundry cleaner.

Activities:

Phase 1

Research user experience of the current product (info assumed available)

Research production possibilities

Investigate solutions to reduce plastic other than "wide to round bottle"

Research on materials and sustainability scoring

Narrow Context

Solutionism

Risk Aversion

Goal: reduce sustainable impact as much as possible while retaining in-store presence (at least 25% plastic reduction)

REFRAME!

Phase 2

Ideate solutions

Selection of ideas to concept directions

Ranking of concept directions and selection with client

Phase 3

Refining ideas in chosen direction, ideating on partial solutions

Discuss and select with client, find optimal solution

finalize design and generate final deliverables

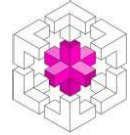
Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	Research report Concept ideas in sketch and renderings Concept design packaging in renderings and physical prototypes (3D sketches)
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – ...	Amount
	€ 10000

Phase 2 – ...	Amount
	€ 20000

Phase 3 – ...	Amount
	€ 20000

Phase 4 – ...	Amount
	€

Phase 5 – ...	Amount
	€

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @ 06-		
Name authorised signatory	Survey	
<i>Fictional Signature</i>		

Transcriptie

00:00:00 Spreker 1

Ja, je wilde net wat interessants zeggen.

00:00:03 Spreker 3

Ja , de oefening, die die ik net Gedaan heb die helpt wel. Het zet me ook. De vraag is heel concreet van clean. En heel erg. To the Point heel Gericht op oké, We hebben label ruimte nodig, extra label ruimte en dat realiseren. Dat hun R&D zegt, ze hebben uitgerekend dat de enige manier waarop ons plastic gebruiken werd reduceren met 20 Procent is dat we van een Een platte naar een ronde fles gaan. Nou, daar wil ik graag challengen, want dat, denk ik dat dat wel meevalt. Daar kun je wel wellicht andere oplossingen voor verzinnen, andere Technieken die ik het gebruikt? En zij maakt zich vooral zorgen wel met label oppervlak, dat dat daar nog kleiner wordt en de schapruimte In de winkel wordt kleiner. Want ja uhm ... Dus ik begrijp een concernce, Maar ik zou graag terug willen gaan naar de vraag van oké, hoe kunnen we met behoud van de huidige presence? Want Dat is eigenlijk de juiste presence In de winkel. Hoe kun je dan toch? Minder plastic gebruiken. En ik zou graag challengen om wat verder te kijken en andere Misschien nog wel grotere stap te maken dan 20% plastic reductie. Want we moeten naar 25 procent En ze zeggen, we hebben ze een target 20%, Waarom starten op 20% terwijl je naar 25% moet moet, begin dan ook met het target van 25% of misschien moet je wel helemaal van het plastic af. Volkomen gaan kijken, je kan ook je product geconcentreerder maken is ook een oplossing om om de verpakking kleiner te maken.

Kun je nog steeds platform pakken en dan Heb je ook een plasticproductie! Er zijn allerlei andere oplossingen dan Alleen maar je fles van ovaal naar rond en het is heel duidelijk vanuit de marketing wordt een geroepen, oehh dat kan je niet, dat willen we Niet, want we hebben geen... ja?

Maar de vraag is, en, Dat is lastig uit deze opdracht te lezen, die ruimte ervoor om verder te kijken.

En ik zou op basis van deze van deze brief zou ik geen quote gaan schrijven. Op basis van deze vraag zou ik een reacties schrijven, en dat is iets anders dan een quote. Ik zou hier nog geen quote van maken. Dat is te weinig informatie om een quote te maken.

Ja, dat zou ik, als ontwerpbureau In het verleden, zou ik dat zeker gedaan hebben. Dan kun je het gaan, nou kijk dan gaan we kijken. Geen probleem, zoek je een oplossing. Maar ik zou daar nu nog meer naar reageren van. Nou ik zou verder willen kijken of we een uh... Ja, want Dit is een een eerste stapje. En, dit kunnen we heel makkelijk doen, waar het is er ruimte om wat verder te kijken. Kunnen we dat budget daarvoor gebruiken?

00:03:05 Spreker 1

Maar daar kan je ook een quote voor schrijven toch?

Dat je zegt van, Ik wil eigenlijk nog een stap naar voren.

00:03:07 Spreker 3

Ja daar kan ik een quote voor schrijven maar tegelijkertijd wil graag als ik een quote schrijf dat de kans op slagen heel groot is. En op het moment dat ik nu een quote ga schrijven, van Oké, We kunnen het onderzoeken, en dan zeggen ze, ja, dat was helemaal de vraag niet, dus gaan we naar een ander. Ik vind dit nog te weinig informatie om een quote te schrijven. Maar dat met die aanname ga ik wel een quote graag, maar dan ga ik toch wel redelijk concreet houden om dan

Narrow Context

Risk Aversion

Narrow Context

Solutionism

bewaar ik bewaar ik de opdracht eigenlijk. En, Dat is hoe ik plastic kan besparen met het huidige product .

00:03:39 Spreker 1

Oké en, Waarom kies je er dan niet voor om? Toch zeg maar een voorstel te doen om, meer naar de voorkant te schuiven.

00:03:46 Spreker 3

Omdat we de kans van zaken daarop heel Klein is.

Spreker 1

Oke, ja En dus normaal gesproken zou ik eerst informeren bij welke wetgeving van oké is er ruimte? Is er een mogelijkheid om wat verder te kijken dan Alleen maar Deze opdracht uitvoeren, want Als je verder wil Kijken dan is 50 K ook wel erg krap en dus die fles ontwikkelen voor 50 k dat is al best wel een Challenge? Dat ligt een beetje eraan wat voor ruimte er is, maar dan kunnen we best een opdrachten doen maar Op het moment dat we wel moeten gaan kijken, dan hebben ze na het project geen alternatieve fles nog. Snapje, dus, dan hebben ze wel richting waar ze kunnen onderzoeken, of waar je verder zou kunnen gaan. Maar het is nog niet een concrete fles, maar het is niet een concrete oplossing, inderdaad is dat de vraag is, dan wil ik mijn complete oplossing op korte termijn.

00:04:46 Spreker 1

Is dat de concrete vraag?

00:04:54 Spreker 3

Find a solution and conform with the 2025 EU policy Ja, dat komt, er moet dus een oplossing gevonden worden. En er zijn echt heel veel vragen die ik zou hebben. Oké, zijn hebben bereid te investeren in Nieuwe vullijnen. Dat soort dingen, is daar ruimte voor? U staat ook daarmee, of is die ruimte helemaal niet, voor welke markt is bedoeld?

De Europese blijkbaar, willen ze dat dan ook nog wereldwijd doorvoeren? Er ze zijn dus een hele hoop aanvullende vragen die ik zou stellen. Voordat ik een offerte zou schrijven. Maar jouw vraag is om een offerte te schrijven, ik doe een aantal aannames hierin...

Ok.

Start met schrijven

00:07:36 Spreker 1

Voel je vooral vrij om je gedachtes uit te spreken, dat is makkelijk voor mij ...

00:07:39 Spreker 2

Oh ja oké ja.

Het is lastig om nou om te beginnen, inderdaad.

Out of the blue offerte schrijven is best best lastig. Vaak gebruik een andere offerten als, zoals guideline. Het houdt gewoon op om je structuur te krijgen in je offerte. Normaal gesproken gebruik

ik ook een template met een aantal stappen, maar op zich is dat prima, het zit wel redelijk in mijn hoofd.

Ik ben even aan het puzzelen hoe ik begin

En hoe concreet de deliverables zijn, ik denk dat ik toch maar even beginnen bij de deliverables.

50 K, maar dan kunnen we niet verder gaan dan een concept. Uitwerking, Dat zit er ook niet bij. Er zit ook een behoorlijk stukje strategie in, en dat is meestal niet waar ik een Quote voorschrijf. Eigenlijk nooit een quote voor schrijf.

Ik denk wel ook wat **user Research** gedaan moet worden. **Hoe wordt een Verpakking, ervaren.** Marketing kennende is dat **Als je plastic gaat reduceren, dan Wij willen ze dat graag op de verpakking zetten** en Dan, wil je dat ook graag **met je Verpakking Laten blijken dat je aan plastic productie** doet.

Het kan zijn dat er wat **negatieve Effecten zijn van het verminderen van plastic** en dat Wil je compenseren met? Met een bepaalde vormgeving en uitstraling van het product, waardoor Mensen waardoor onze mond accepteert dat in verpakking minder steviger, of minder.... Dat dat wel negatieve dingen Zijn, Maar dat het wel voordeel heeft dat er minder plastic is Dus dan moet je altijd uitkijken.

Ik typ eventjes wat de deliverables die ik even nu inschat.

En je zegt 40 minuten, normaal gesproken, schrijf ik niet in 40 minuten een offerte

En we zijn al even bezig, we zittten al op 25 minuten,

Ja, ik heb niet in 15 minuten een offerte geschreven, dat komt ook wel Omdat ik niet zo vaak offertes schrijf.

Als je 15 minuten verder heb, Ik heb, dan moet hij heel erg op basis van anderen zijn,

00:11:44 Spreker 1

Het mag best wel een algemene inzet zijn dat ehh...

00:11:50 Spreker 3

Ja, dat begrijp ik.

00:11:55 Spreker 1

Ik zie het als een.. De reactie die je in je hoofd had, die je normaal zou sturen, dat kun je natuurlijk ook een beetje met een algemeen structuurtje opschrijven.

00:12:06 Spreker 3

Ja, normaal zou ik veel uh, Wordt het heel erg, de scope en de afbakeningen gedefinieerd en de stappen en de Tijd? Ja, daar ga ik, En in welke vorm de deliverables opgeleverd worden. Hoeveel meetings Er zijn? Dat is allemaal... Ik ga een aantal dingen echt aannemen, want anders wordt dit het wel echt... gedetailleerd

00:12:32 Spreker 1

Ja precies, dat is ook niet waar het werk op getoetst wordt

00:12:37 Spreker 3

nee precies, zou het ongeveer Niet een nette tekst, maar meer een aantal bullet-points in die stappen.

typing

En uh.. Doet Research naar de huidige research of the user experience van het huidig product maar daarvoor Neem ik aan dat hij aanwezig is. Dat is een Activiteit die je doet met Research, Maar het is niet dat we die customer experience moeten gaan doen, want dan Is de 50 k al op.

Dan moeten er wat onderzoek gedaan worden naar de mogelijkheden van productie binnen het bedrijf. Op daarin verwacht ik niet al te veel tijd te zitten.

Dat is eigenlijk, een van de vragen die ik graag beantwoord zou hebben, die ga ik nu in een offerte stoppen want die heb ik nodig om ...

00:15:15 Spreker 1

Maar dat is op zich ook logisch toch?

00:15:20 Spreker 3

Een onderzoek naar de werkelijke vraag, daar is niet echt een onderzoek voor nodig. Ik ga ook een stukje schrijven waar ik bevestiging krijgen voor de werkelijke achterliggende vraag achterliggende probleem.

Want dat schrijft hij niet heel concreet, de label ruimte wordt kleiner

Maar ja, dat labelruimte wordt wat kleiner, dan zeggen ze, oké, het heeft een heeft een voor marketing 1 grote impact. Wat het belangrijk is voor marketing, is dat de store presence eigenlijk dat dat gelijk blijft.

Maar dat kun je ook op andere manieren bereiken dan Alleen Maar het logo groot houden, je kan er ook iets anders mee doen, Opvallender maken, Je kunt de kleur en

Dat is altijd lastig. Maar ehh..

Ik zou een aantal breder willen onderzoeken wat de mogelijkheden zouden plastic te besparen dat het hele product behalve dan Alleen Maar de oplossing

Komt dus best anders.

Dus ik zou dat zeker challengen, die oplossing van brede naar een ronde fles.

Ja volgens mij heb ik dat wel neergezet? Ik zou normaal gesproken veel uitgebreide tekst hebben neergezet.

00:18:18 Spreker 1

Begrijpelijk, het is binnen de kaders van de mogelijkheden.

00:18:24 Spreker 3

Helemaal goed, de strekking is, dit samenvatting, dus dit is wel degelijk....

Spreker 1

Solutionism



Dat is belangrijk?

Spreker 3

Ja, precies.

00:18:36 Spreker 1

En uiteraard zijn er tal van clauses en onderliggende fundamenten die gebruikt normaal om...

00:18:45 Spreker 3

Ook juridisch moet je heel erg oppassen met wat je schrijft

Te voorkomen dat de klanten ja, Maar dat staat er ook in Dat jullie dat zouden doen? Nou, dat zie je allemaal moet, Je moet je anders zien dus, dat probeer je er allemaal goed in te werken.

typing

Dit is wel heel standaard Ideate Solutions, Selection of ideas, concept direction, ranking of the concept directions and selecting the final

Nou, Dat is heel erg basis De Delftse werkmethode

00:21:36 Spreker 3

En dan moet er Natuurlijk Onderzoek gedaan worden naar de mogelijke beschikbare materialen.

Sustainability scoren van dat.... Hoe die op sustainability Scoren want ja, Alleen materiaal plastic reductie, ja. Dat kan je zeggen, OK nou en gebruiken we de PVC En dan gaan we met 20% reduceren, harstikke goed, ja *sarcastisch*. Durf ik dan wel te challengen dat Je Misschien, **Het gaat eigenlijk meer om de totale reductie en niet alleen plastic**, maar plastic reductie als met een ander materiaal kunt bereiken dat je dit soort scores met 50% omlaag gaat, is dat natuurlijk fantastisch, ondanks het feit dat je maar 25 procent minder plastic gebruikt. Uhm, maar als je een biosbased of biodegradable plastic gebruikt kan impact veel groter zijn dan alleen maar productie en Misschien kan je nog wel een sterke kunststof die bio degradable is, zo zijn er wel meer oplossingen dan Alleen maar plastic reduceren.

00:22:46 Spreker 3

Nog wel een concreet iets, We krijgen van een klant. Krijg ik wel een vraag van God die hem normaal gesproken een goudkleur deksel, in dat materiaal, daar zitten metaal flakes in, Nou is Natuurlijk gewoon funest voor recycling, Dat is niet te recyclen, dat spul. Tenzij je het precies diezelfde gouden doppen Apart in gaat zamelen, dat Gebeurt niet, dus het vervuult je je afvalstroom en Hun vraag was, kunnen we op een andere manier, die is er nog steeds die wel Sustainable is. Kunnen we dan een goudkleurig of in ieder geval een parelmoerachtige effecten gestopt krijgt? En het antwoord op is eigenlijk, nou nauwelijks, dat is eigenlijk niet mogelijk .Dus moet je ook even kijken, oké moet je je brand wat aan gaan passen, Toch opvallende présence en aanwezig en nog houdt. Maar ja En dus inderdaad van een gouden naar een blauwe dop, Dat is op een Sustainability wijze een hele mooie stap, terwijl je geen grammen plastic reduceert.

00:24:25 Spreker 4

Dus wat ik wil duidelijk maken in deze offerte is dat de doelstelling. Uhm...

Verlaag zoveel mogelijk de sustainability impact.

REFRAME

Dan zet ik eigenlijk bij van, wat ik nu heb beschreven, is van reduce, sustainable... de goal is "reduce sustainabel impact as much as possible while maintaining in store presence" Daarbij zou ik als doelstelling zetten dan minimaal 25% plasticproductie. Dat moet sowieso doen, en wil je sowieso bereiken. Ja en 20% goal die ik benoemd is ja, dat is een beetje jammer, want we gaan naar 25% toa dus, dit is een stap, het is niet slim om 20% te doen. Want dan zit je over een paar jaar, en moet je alsnog allemaal werk gaan doen om die laatste 5% nog te halen om te voldoen aan de Europese Regels.

00:27:50 Spreker 3

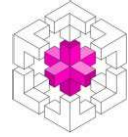
Ik denk dat dit wel ongeveer de samenvatting is van de tekst.

Mist survey & Reflectie!

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Jeens

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date 24/11/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

Dear ms/ mr.

Thanks for the RFQ for the Fair Jeens " Tommorow's Denim"

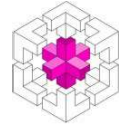
We are exited to read that your company is up for the challenge to create a better labour,

We hope to have a suitable approach in this offer, but if there are any questions please feel free to reach out to us to get to a better brief and agreement.

Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Narrow Context

Risk Aversion

Offer

Phase 1 – Research & Insights	Amount
Stakeholders interview, Market scan brands, Process factory scan, Eco system research, Sustainability approach, fair trade mapping	€ 15.000

Phase 2 – Research & Insights	Amount
Ideation: Translation insights into first idea's, create denim eco system overview with hotspots for labour improvements and sustainability issues, Create idea's on how Jeans can show/ explain the end user how there product is made in a fair way. Ideate on storytelling, worker engagement, material usage, work environment, packaging,	€ 15.000

Solutionism

Phase 3 – design approaches	Amount
Develop 4 design approaches /routes which present how Jeans could create their Jeans of tommorow. Showing examples how these idea's could come tolife.	€ 20.000

Phase 4 – ...	Amount
	€

Phase 5 – ...	Amount
	€

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @ 06-	
Name authorised signatory <i>Fictional Signature</i>	

[Survey](#)

Transcriptie

00:00:00 Spreker 1

Dus de opname van [REDACTED] Feeling the pressure

Nee, dus Ik heb hier een Request for quotation

Van jeans en omdat ze dus naar Bangladesh zijn gegaan met een productie is die dus 10%, zijn de productiekosten met 10% gestegen. Ze willen een groei maken en 5% over een next 2 years. Ze zoeken naar een oplossing. Hoe ze jeans Fair in balans met de main comeptors kunnen houden.

Budget indicatie is 50.000 Je hebt in jouw quotatie ook die opbouw zoals wij met een aantal faseringen.

Zullen een stukje Research moeten gaan doen Omdat wij de Jean smart Natuurlijk niet zo goed kennen als Jeans zelf of, We gaan eerst gaan we een aantal stakeholders gaan we interviewen daarvoor, dat zal binnen Jeans zijn, maar ook in de markt, even kijken wie dat zijn?

In dat Research stuk ik ook een stukje Marscan hebben waar zij willen spelen, want hier staan in ieder geval Gstar, Raw Boss en Armani en dat zijn allemaal verschillende gepositioneerde merken. Dus Ik wil eigenlijk een marktscan doen om te kijken waar ze naartoe willen bewegen, Als merk.

Ik weet nog meer in dat Research stuk hebben? Ik wil vanuit de fabriek in Bangladesh wil ik eigenlijk uitleg over hoe? Wat het verschil was in China met met Bangladesh qua fairtrade Labour. Waar die kosten dan in zitten van die die 10% gestegen kosten.

Eigenlijk wil ik even duidelijk krijgen waar die methodes in zitten, want je hebt waarschijnlijk een aantal in een naaiatelier met je kom komen garen binnen. Er wordt geweven of is het volledig geweven dat proces even goed. Moeten we even goed in dat Research helder krijgen? Dat hebben we allemaal nodig om uiteindelijk een stukje ideation te gaan doen?

En zoals we normaal opbouwden bouwen, zou ik dit verhaal ook opbouwen in stukje Research stukje ideation concepting? Uiteindelijk Natuurlijk een aantal voorstellen, en dat Research stuk, daar zal ook nog een stukje.

Ja, Ik wil eigenlijk dat dat ecosysteem wat beter begrijpen van hoe die Jeans tot stand komt, welke suppliers. Waar we zeg, maar uiteindelijk het verschil kunnen maken.

Als ik dan ga naar de ideation fase, dan zou ik vanuit de marktscan gaan bepalen hoe jeans Kunnen vertalen naar een... Hoe we dat fairtrade verhaal in het merk ten uiting kunnen krijgen, vanuit de methodes en de processen hoop ik haakjes te vinden waar we ook weer op design gebied, zeg maar misschien wat kunnen vertellen over? Kijk, op deze manier ga je minder, verf nodig hebben of ga je minder chemische processen kunnen gebruiken, of minder garen uiteindelijk toepassen of mensen minder lang achter de naaimachines te hoeven te Laten zitten. Om Misschien toch daar wat te winnen.

Op materiaal gebruik, op manufacturing gebruik, en dan zou ik ook vanuit die marktscan kijken nog een keer van oké als Bos daar zit en als Armani daar zit en kunnen we dan In het design dus vormgeving ook het verhaal van fair dus terug te Laten komen? Het kan dus ook bijvoorbeeld zijn door degene die hem gemaakt heeft, dus de naam van die persoon te verwerken, bijvoorbeeld in 'manufacturing by'...

Solutionism

Maar vanuit het ecosysteem wil ik eigenlijk nog even kijken of We kunnen kijken naar is er iets te halen in hoe het verpakt wordt, is het iets te halen In hoe het de vervoerd wordt, Verschillende stromen, verpakking, presentatie, concept gebied, € 50.000. Hoe wil ik die verdelen?

PROMPT REFRAME

Ik denk zelfs dat ik niet eens heel veel design voorstellen ga voorstellen. Meer op zoek gaan naar verschillende approaches. Dus Ik ga geen designs maken, Maar ik ga hier meer. Op zoek naar. Approaches, design approaches wil ik het gaan noemen. Ik denk dat ik er ergens rond 4 richtingen ga uitkomen. Max, want Ik heb niet... Kom ik even een verdeling van uren gaan maken.

Ja zoiets ga ik het doen, en dan mag ik een typen...

Hoeveel tijd heb ik al verbruikt inmiddels Joris?

00:11:38 - Facilitator

Eens even kijken 11 minuten zijn er nu voorbij, maar Als je meer nodig hebt dan, voel je vrij.

Ik denk dat dit proces op zichzelf wel heel inzicht vol was, hoor ik ik?

00:11:59 Spreker 2

Ik probeer hier af een korte formulering en dan, ik zal ook wel hard op uhhh wat Ik ga schrijven in als aanhef. Eerst bedankt je Natuurlijk altijd voor de voor de Request.

00:13:45 Spreker 2

MYOPIA

Ik, ik zou, ik zou dus In het in dit eerst terug reageren naar zo van sowieso bedankt voor de voor de RFQ en dat wij... heel fijn, excited zijn dat dit Dit bedrijf echt die stap wil die Challenge wil aangaan om een betere labour omstandigheden te creëren voor hun werknemers. En dat ze ook niet? Bang zijn om die 10% daarvoor meer te gaan betalen en dat wij heel graag hun daarbij willen helpen om te kijken hoe ze die stap kunnen maken naar dat het product ook uitdraagt dat dit echt op een fair manier geproduceerd wordt, maar dat dat ook een uiting komt In het product zelfs en Misschien zelfs nog wel in In het verhaal eromheen als stukje reclame of marketing. Dat is wat ik kort wil vertellen, eigenlijk in het eerste stukje, ik even kijken of ik dat formuleer is, dat ik geen design oplossingen willen aanbieden, maar meer op zoek wil gaan met ze naar design approaches. Ze willen niet, zeg maar voor hun een nieuwe broek gaan ontwerpen, want zij zitten in fashion hebben wij niet, Maar dat wij echt gaan kijken of we samen met hun kunnen gaan zoeken naar een aanpak een design aanpak en dat begint op heel veel niveaus in een bedrijf waar we haakjes kunnen vinden. Hoe ze dat verhaal van fair jeans maken, van tomorrows denim nog beter, verweven kunnen krijgen in het bedrijf en dat zit op dus op productie. Dat zit in praten ze met suppliers hoe ze aan een cartoon komen, hoe ze wassen, hoe ze naaien, hoe ze hun medewerkers. Een hele fijne Werkomstandigheden bieden het kan zelfs zijn stukje begeleiding en opleiding van van Mensen, Maar we gaan haakjes zoeken wat we uiteindelijk ook kunnen vertalen in het In het proces en hoe we dat dan uiting dan kunnen laten komen. Uiteindelijk ook naar de eindklant toe. Dus hoe weet ik als eindklant dat die broek of dat shirtje zeg maar ook echt op die manier gemaakt is, is dat puur Omdat ik een label erin vind met van hey, Gemaakt met responsibility of is dat inderdaad dat ik het kan tracen en dat ik zelfs inzicht krijg van oké, moet ik het doen, komt daarvan en weet je wat? Ik heb ook nog een actie dat Als ik een scheurtje in mijn ding heb, kan ik terug naar de winkel gaan ze het voor mij maken. Ook weer dezelfde Mensen die er die het oorspronkelijke dit keer hebben gemaakt. Zoiets, bijvoorbeeld, dus Ik ga het in deze stappen ga ik het aanbieden. Ik denk dat ik € 15.000 ga stoppen In het stukje Research, 15.000 in een stukje ideation. En dan wil ik nog op die approaches om daar een soort van richtingen voor het bepalen. We zitten te denken aan 3 tot 4

richtingen. En daar pak ik dan € 20.000 voor en hierin zit Natuurlijk ook een aantal overleggen met met de klant en met stakeholders. Dus ja daar gaat ook tijd in zitten. Het zou mooi zijn als we vanuit hun paar contactpersoon krijgen waar we continu contact mee kunnen houden, zeker ook om die insides op te halen en dat begin stuk. Zo gaan we het aanbieden. Hoeveel tijd heb ik nog? Want zo snel typ ik niet.

Facilitator

00:18:05 Spreker 2

Gewoon uitspreken is op zich is dit ook goed hoor, denk ik, want Ik kan met die uitleg kan ik ook wel een heleboel. Het template is echt heel erg om de setting te creëren, dus Misschien is het wel goed.

Dit is Misschien wel interessant om nog even uiteen te zetten, dus de deliverables en de fases.

Participant:

Misschien dat ik hier nog wel wat mee schuif dadelijk, dus ik als ik er achter kom.

F

Ben je er een beetje doorheen?

P

Nou, nee, normaal doe ik er wel langer over.

F

Nee, dat snap ik, maar volgens mij, Ik heb het idee dat je het er redelijk uitgebreid al erin hebt staan, toch? Snap dat het normaal, zeg maar een aantal paginas is maar.

P

Het is een flink bedrag dus daar moet je ook goed voor leveren, denk ik.

F

Eens willen deliverables erin staan. Misschien is hij nog wel even interessant.

00:29:04 Spreker 1

Zeg maar wat jij uiteindelijk?

00:29:06 Spreker 2

Ik heb hier In de offer, heb ik.

00:29:08 Spreker 1

De livebox ook.

00:29:10 Spreker 2

Archeaology

Heb ik per fase een aantal dingetjes erin getypt. Ja, dat, dat moet eigenlijk nog veel uitgebreider wat mij betreft, maar. Ik denk wel dat ik het Grof heb omschreven. Je vindt fase een ga ik, dus die stakeholder interview doen marktscan van de andere grenzen waar ze daarop positioneren.

Process Factory SCAN en Ecosystem Research, Sustainability approach and the fair Trade mapping. Want Ik wil Natuurlijk zo goed mogelijk kunnen begrijpen wat bij hun fair is en fairtrade kan zijn in een eerlijke prijs betalen, Maar het kan ook verder doorgaan. Het kan ook dus zijn van dat je dus wat ik al zei, hè? Dus die die omstandigheden van die arbeider van die worker dat je daar nog veel meer op inzoomt en misschien willen ze dat helemaal niet, maar hoor ik dan ook al, want dat zou ik hier ook altijd bij aanvullen. Het eerste verhaal hier hierboven. Je kan er een verhaaltje bij Natuurlijk blablabla zo van wie hoopt u... (niet verstaandbaar) Growth in this alvor Maar en die.

00:30:50 Spreker 2

Nou, kijk, Ik ga nu vanuit mijn. Kijk, ik zou altijd Als ik dit binnen krijg, zou ik eerst gaan bellen, want Ik heb nog veel vragen, zeg maar een stukje briefing, wat we altijd zeggen is van hopelijk hebben we hiermee een suitable offer gemaakt. Een suitable approach? Maar ik kan me voorstellen dat eigenlijk jullie zeggen van nee, maar dit hebben we al gedaan. We hebben al die marktscan, dat is allemaal al gedaan. We willen hier gaan positioneren, dan kunnen we dat er uithalen en dan kan ik bijvoorbeeld meer tijd stoppen voor die € 50.000 in Misschien toch tot meer design voorstellen

00:31:33 Spreker 1

Nee, Maar dat is heel duidelijk hoor en. Het is ook weer een van de **limitaties voor dit onderzoek** Natuurlijk om het. Om bepaalde factoren eruit te halen, zeg maar, heb ik het een en ander of weggelaten of juist vastgezet.

00:31:50 Spreker 1

Maar snapt het proces doorgaans het complexer is.

-- START SURVEY! --

00:32:51 Spreker 2

Shorty mezelf the following professional Rolls.

Solution provider ja, kan Misschien wel met oplossingen, Maar het is niet dat we de oplossing op maken. Dat moeten ze zelf doen. Wat bedoel je met solution provider?

Facilitator: Ben jij degene die de oplossingen komt brengen of?

Participant

Ja voor een gedeelte, wel?

Investitor zeker niet.

00:36:51 Spreker 1

Een vraag 7, is een moeilijke vraag?

00:36:54 Spreker 2

Je hebt meerdere antwoorden, want hier staat van is complexiteit Vital een more so voor de problem owner cliënt than voor de solution provider. Het is niet altijd waar, want Als je Als de

problemen owner inderdaad zoiets heeft van hé, ik moet de briefing toch bijstellen. Dat betekent dat wij onze offerte eigenlijk ook moeten bijstellen, want de vraagstelling veranderd, dus We moeten eigenlijk de hele project weer opnieuw gaan bekijken, terwijl we Misschien een akkoord hadden op 50.000 waar we net over hadden, betekent dat we Misschien nu wel een project gaan hebben van 60. En moet je door die hele mangel weer, terwijl je eigenlijk al bezig was met een richting op te gaan. Of dus, wat doe je dan? Ga je die 50.000 opmaken aan kijken op het eind van de plakken we er nog wat aan vast die gaan. Dus Het is, Het is niet Alleen voor de de problem owner, zeg Maar de cliënt. Vital of complex, maar hier staat van do you experience this? Ja soms wel. Soms niet de enige, ja? And why do you think this is? Dat ik het experience of?

00:38:07 Spreker 1

Ja, Waarom denk je dat het voorkomt?

-

00:45:07 Spreker 2

Yes & no haha Yes en no. * Want?* Nou wij krijgen zoveel verschillende vragen binnen Joris je liet er 4 zien, je hebt natuurlijk klanten waar je al jaren mee werkt. Die waar je al level mee zit en dit zijn Misschien een aantal klanten waar je nog nooit voor hebt gebruiken. Deze vraag van jeans zit In de fashion kant. Kijk even rond ken hier geen project wat we op fashion hebben gedaan, zeg maar, maar Als je kijkt op. Kijken hoe we, Fairtrade bijvoorbeeld. Ik heb jaren geleden, toen zat jij nog in je luiers waarschijnlijk hebben we voor zelfs voor de fair Trade winkel in Eindhoven gewerkt en daar hebben we fairtrade speelgoed voor ontworpen. En er is een collega van mij, toen ook naar Indonesië geweest en die heeft daar In de fabriek meegeholpen om daar stappen te maken om het proces zeg maar te verbeteren. En ja, daar heb ik wel een leuke insides van, zeg maar kijk op het moment dat jij die die ervaring hebt bij een bepaald project kun jij ook veel sneller een betere briefing weer zeg maar, want als jij alles weet van de fashion markt of alles weet van, dan kun je daar je kennis in verwerken In het ja, terwijl Als we als er een nieuwe markt nog stuk komt, hadden er nooit iets mee hebben gedaan. Ja, dan is het voor ons ook een stukje investeren in zo'n markt.

F: Ja dat is natuurlijk.

00:47:41 Spreker 2

Wat was anders in deze brief briefing, dan normaal ja...

Ik denk dat hij normaal wat uitgebreider is. En zijn het ook vaak eerst gesprekken voordat je echt een hebben, ook wel eens heel vaak ook gewoon dat het gewoon een pure mondeling gesprek is en dat we dan een een offerte maken in plaats van dat je echt een Briefing krijgt en vaak zijn het powerpoints hele presentaties dus. En die recieven we niet, maar die die worden eerst gepresenteerd en uitgelegd.

00:49:01 Spreker 2

Wat is de quotation in your World? Compared to the qoutes you normally send? Yes but smaller

Ja en er gaat geen qoute de deur uit die door 1 persoon is geschreven. Daar kijken altijd minimaal nog twee Mensen overheen en ik vraag altijd input van anderen.

END OF SURVEY – START REFLECTIE

F Krijg je gewoon de hele over zeggen, dus ja. Best wel pittig, denk ik. Om hem om hem zo even in in speed hoge snelheid, zeg maar zo'n ding te maken.

P Nou op zich op zich niet niet pittig, jongens. Enkel Als je iets goeds wilt doen, dan. Moet je meer tijd? In stoppen ja. Dus Dit is echt echt uit losse pols.

F Maar dat is ook. Het is ook echt om een meet. Het is een algemene meting. Zeg maar, had ik?

P wat ik sowieso ook zou doen, hè? Als ik zo een zo een vraag binnen zou krijgen, zou ik ook al dan zeg maar mezelf al een beetje gaan verdiepen In de materie. Dus dus Als ik een een Als ik de klant niet te pakken zou krijgen om wat? Vragen te stel. Ja, dan zou ik die vraag al proberen te gaan zoeken. De antwoorden er al een beetje op In het internet, of Misschien bij collegas of bij binnen Accenture of rapporten opzoeken. Wat kan ik vinden daarop? Wie kan ik erbij betrekken en en wat ik ook van? Dat is heel doel is van deze fase. Moet ik eigenlijk bij iemand anders neerleggen? Moet ik helemaal niet bij mezelf neerleggen. Ik zou hier bijvoorbeeld dan misschien een baptist of zo bij vragen of je veel meer in die materie, zit ja.

00:54:58 Spreker 2

Nee, nee, tuurlijk. En, Dat is op zich ook heel logisch, hè? Dit is gebaseerd op een stuk theorie, zeg maar waar ik zeg, maar ingedoken ben daar heb je verschillende richtingen. Ik volg er nu een, maar jij was een nul meting, want Er is namelijk een interventie van de dag, misschien ken je het nog wel van? Nee, We hebben ooit een presentatie gehad van Reon Brand...

Time skip

00:55:49 Spreker 2

De eerste briefing is zoveel gespreks starten dan ook hè, want je? Je hebt een tanden geschreven. Heb je een bedrag aan geld aangekoppeld is waarin de klant zegt Van. Oké, dit wil betalen als deze Deliveroo. Zeg maar dan uit. Maar wat jij stelde in een van die vragen, hè, wat? Wat ik vaak communie was voortschrijdend inzicht, hè? Je hebt dus op een gegeven moment bijna in die Research fase Misschien nog later In het project bij erachter. Gekomen dat er In de fabriek is niet kan of dat er een stakeholder eenmaal over het hoofd is gezien. Wat weet ik veel Wat en daarmee is dat dat we dynamische zeg, maar een project, Ja dat verandert Misschien al heel veel En, wat jij zei Van, Je kunt vanaf vanaf het begin, al zeg ik het van geruchten van ja, maar sowieso 50% of 10%. Maar Je kunt ook zeggen van, Laten we nou als eerste Samen gaan exploreren en dan dat aan elkaar gaan stellen? Dat zijn ook vaak die die eerste gesprekken die een moment dat zij ons. Een briefing zoals jou en die 4 Regels, zeg maar als een Powerpoint, Laten zien van kijk wij zijn dit aan het onderzoeken, en wij zien dat wij inderdaad de kosten gaan omhoog, omdat we verplaatst zijn naar Indonesie, Maar we zien het ook wel kans en verse, zeg maar beter te maken. Maar tuurlijk, dan gaan wij al vragen stellen, gaan we ook nog oké sowieso, Goed, hè die kans, maar waar denk je die uit de halen? Hebben jullie daar al plannen voor. Dan ga je al die vragen stellen dan? En dan kun je Natuurlijk ook verwerken, al in je in je offerte in je plan maar dat is ook Misschien een beetje het eerste stuk wat ik zei Van die stakeholders interviewen. Daar gaat dat in gebeuren, want daar ga je dat als jij mij vraagt om een offerte te schrijven wat je deed, dan ga ik dat natuurlijk doen voor jou, had hem al terug kunnen leggen dan natuurlijk om te kijken wat ze zouden zeggen? Ja, Je moet eerst weer meer weten. Maar dan hadden wij het onderzoek moeten stoppen. Op dat moment.

maar dan is het.

00:58:11 Spreker 1

Ja ja ja. Maar dat vind ik ook zo interessant. Zeg maar hieraan hè dat van hoe, hoe los je dat dan op Als je? Zo'n vraag Krijgt Natuurlijk ga je proberen contact te krijgen, zoveel mogelijk informatie in te winnen van te voren...

00:58:29 Spreker 2

Dat voorbeeld wat je zei over [REDACTED]. Als jij niet die klant bent van een van die dingen, kun jij eigenlijk helemaal geen antwoorden Geven aan [REDACTED]. Dus gaat [REDACTED] allemaal vragen op schrijven.

00:58:54 Spreker 1

Maar hoe verwerk je dat? Dat stuk van ja wat wij noemen Challenge, zeg maar. In je aanpak in je onderzoek.

00:59:07 Spreker 2

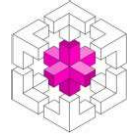
Dat legt dat legt wel zeg, Maar de de vinger op de zere plek denk ik van, Dat is precies. Wat ik probeer? Te ontdekken, hoe zorg je dat aan iemand die. Zo goed. Gewend is aan hele lineaire processen en weet als ze zeg maar € 30.000 ergens in stopt wat die dan krijgt. Hoe leg je hem uit dat je zeg maar een proces gaat doen waarvan je niet weet wat de uitkomst gaat zijn, Omdat het ook wel eens € 30.000 duurder kan zijn, Maar dat het dan wel echt beter is om het te doen. En hoe ga je daar dan mee om? En uiteindelijk is het idee dat dus de dat die interventie niet bedoeld is voor de designer, Maar dat de designer die kan gebruiken om de mindset te openen van de klanten waarmee die is. Dat is de achterliggende gedachte maar gezien ik dat niet kan simuleren, draai ik het nu om dan test ik het nu met de designer. Die al heel veel ervaring heeft, zodat we zeg maar in retrospectie kunnen zien. Oké, dus zeg maar, verandert de mindset hierdoor ook al ben je zeg maar door de wol geverfd.

P: Wie wie heb je nog meer? Op je lijstje staan.

F: [REDACTED], [REDACTED], [REDACTED]. Voor de eerste eerste ronde, allemaal oudgedienden.

THE END

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
All persons and cases in this study are purely fictional!
Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Kleen

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

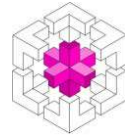
Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – ...	Amount
orientatie fase met stakeholders om de briefing onder de loep te nemen, om te kijken waar de getallen vandaan komen ende speelruimte te verkennen	€ 3000
Phase 2 – ...	Amount
inventariseren hoe je met de eis rond om kan gaan, welke vrijheid heb je als ontwerper om de 50% label space reductie te verkleinen: gesprek met marketing	€ 5000
Phase 3 – ...	Amount
in hoeverre kan je op technisch vlak omgaan met de eis rond welke mogelijkheden in vorm heb je	€ 20000
Phase 4 – ...	Amount
vormopbouw in CAD, iteraties, renders, modelbouw	€ indicatief 25000
Phase 5 – ...	Amount
aanloop naar productie, afstemming met productiepartner/supplier	€ 10000

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V.

@

06-

Name authorised signatory

[Survey](#)
Fictional Signature


Transcriptie

00:00:00 Facilitator

Het is Test 3 met [REDACTED] en met gaat over project Kleen.

00:00:20 Participant

Nou het eerste wat ik lees, dus Ik denk 25% plastic reducement, of hoe zeg je dat dan? Ik vraag me. Af waar die 25% vandaan komt? Dat is een eerste vraag wat je zou moet hebben, Hè, waar komt dat vandaan?

00:00:50 Facilitator

Zoals mij staat dat Dat is vanwege de policy die gaat veranderen in 2025

00:00:58 Participant

Is dat de policy 25% reductie, Maar dat is gewoon globaal rond.

00:01:00 Facilitator

Het een hypothetische... Ja gewoon Iedereen In de E.U moet in 2025.

00:01:06 Participant

Ja, Maar dat wil niet zeggen dat hij als jij toch doet dat jij nog 1 keer 25 procent eraf kan halen.

00:01:14 Facilitator

Nee maar aan het zeg, maar zover als dit is, dit is de richtlijn, laten we het zo zeggen, dit in het hypothetische project, zeg maar, is dit waar ze aan moeten voldoen op basis van hun huidige portfolio.

00:01:30 Participant

Kun je 20%, ja de tweede dus ze is gaan er vanuit dat het label Space kleiner wordt en daar moet Je moet je iets mee en ik zit even te denken, Je moet natuurlijk eerst een inventarisatie doen en kijken of we een claim klopt, van die 50% reductie van label space. Wel lastig normaal ga je met zo iemand in gesprek. Om wat meer achtergrond te krijgen, dat is een quote schrijven op basis van deze briefing is eigenlijk al bijna onmogelijk. Dus het eerste wat je? Wat ik zou doen is een eerste fase aanbieden, waarbij ik dus alle Stakeholders bij elkaar breng om die briefing nog eens onder de loep te nemen, om te kijken van waar komen deze getallen vandaan, want dan verken je je speelruimte, zeg maar. En dat kan in een workshop dan kan je een dag voor inplannen voor de juiste partijen.

00:04:12 Facilitator

Ik reken hier een voor de vorm zo ongeveer even € 1.000 Per dag zeg maar, hè?

00:04:16 Participant

Ja precies, poe, nou ja, dat ligt er een beetje aan wie er allemaal bij zit, maar workshop kost nog wel meer dan 1000, dus echt twee tot 3 keer. Als we wat meer mensen aan Laten schuiven? Dat zal ik eens neerzetten.

00:04:36 Facilitator


REFRAME

Ja je kan ook beginnen inderdaad een proces en dan Laten we dat voor stuk schrijven. Dat doen als dat makkelijker is, hoor dat doet doe het op de manier waarop jij prettig vindt. Er zit geen volgorde in.

00:06:20 Participant

SEIZING WAY OF REFRAMING

Kijk, want dat is altijd een beetje, hè, met zo'n opdracht je hoeft algemeen. Nemen we niet meteen de briefing als waarheid aan zeg maar en altijd in gesprek van joh, wat wil je en wat wil je bereiken? En in dit geval is dat 25%, maar inderdaad komt dat uit die uit die regelgeving hebben jullie zelf onderzoek gedaan waar jullie zitten, en kom je dan ook op 25% uit, en dat soort vragen wil je wel beantwoord hebben.

Ik zit even te kijken als je wat Als je dan die fase hebt gedaan, dan kan je, stel je moet bij die getallen blijven. Gaan we dan voor het gemak even vanuit. Dan heb je eigenlijk een marketingprobleem, en niet zozeer, een technisch probleem? Een technisch probleem is eigenlijk een gegeven in deze briefing, dus in die zin, weet ik eigenlijk niet wat je als...

Dan is het meer een toch weer een marketing en design opdracht dan een technische opdracht. Ik ben even de mogelijkheden aan het verkennen hoor, want wat wij natuurlijk doen is van hè, ze zeggen van, je moet naar rond toe. En, wij gaan natuurlijk dat rond vraagstuk aanpakken, wat is rond, denk ik dan? Ik denk dat je daarmee aan de gang gaat, en dat is een design vraag. Dus dat zou fase twee zijn, denk ik inventariseren hoe je... Welke vrijheid?...

typing

Als je daar niks kan, dan moet je met de shelf presence aan de gang, dan kan je het zoeken in de vorm, denk ik, een aantrekkelijkere vorm die presence heeft op de op de shelf, of kleur, maar is allebei dingen die aan je brand language komen, zeg maar. Ik vind het wel een heel erg design vraagstuk, moet ik zeggen, dus ik weet niet of ik dit nou... hoe ik hier nou de goeie case heb gekozen.

Het enige technische wat hier in zit is inderdaad die bottle vorm. In hoeverre kan je afwijken van die theoretisch optimale ronde vorm? En dat is ook een... dus dat zijn eigenlijk wel 3 fases die je kan allemaal scheiden, denk ik.

typing

ANTICIPATES REFRAME

Als je zo'n quote schrijft dan begin je eigenlijk, tenminste wat ik altijd doe, met te kijken welke vragen je beantwoord zien te krijgen. En als je er achter komt dat je na 1 fase een andere richting op moet? Of het 1 grote kans is dat je een andere richting op moet, dan heeft het niet zoveel zin om die andere fases aan te bieden. Dat doen we heel vaak, hè, dan bieden we maar heel klein gedeelte aan, ja, zoiets zou ik hier geloof ik ook doen?

Ja, wat we dan vaak doen, is hier toch een bedrag noemen indicatief. Want stel dat we er toch mee aan de slag moeten, dan moet je wel aan zo'n bedrag denken, maar dat is natuurlijk heel erg afhankelijk van wat je precies gaat doen. Dat is heel moeilijk om een indicatie te geven.

typing

Dit is eigenlijk ook een gesprek, in fase twee, een gesprek met marketing. Het is een heel erg strategisch verhaal, want je moet er eerst achter komen. Van hé, hoe staat marketing erin? Als ze heel erg strikt zijn. Bijv. we kunnen niks met vorm en kleur, dan kun kan je er ook niet zoveel.

Zullen we daar eens 5000 voor pakken.

Ja en, technische vlak... dit vind ik een beetje lastige inschatting, want die wordt eigenlijk wel bepaald door fase 1 en 2, maar stel, ben je hier een week of twee mee bezig, twee man nou gehaalde 20.000, hè? Dan hou je nog geen 30 over voor de rest, ja kijk dat gesprek moet je sowieso aan, kijk die 50.000 wat je daarvoor kan.

Het ligt er een beetje aan, of het ook... Wat is hier je uitgangspunt? Dat het 1 fles is of een range aan producten?

00:18:09 Facilitator

Het gaat over 1 product.

00:18:10 Participant

Dan is het vrij straight forward.

00:19:31 Participant

Overreaches indication Ja, Ik denk dat zo in zou steken. Heb je het nog... want we zitten nu op 63k, ja, dit zou ik er toch voor willen vragen, toch is nog krap ja *reken hardop* We zitten

Facilitator:

Maar ik denk dat prima is, je geeft aan wat je nodig hebt om met een resultaat te komen toch? Dat zij zo'n brief sturen met een budget erin, zou ik maar een richting dus uh... Alright uhm even gezien de tijd. De deliverables heb je aardig in die fase staan ook, hè, dus een groot stuk is in principe. Eigenlijk zet je daar hetzelfde in, maar dan in 1 verhaal. Ik heb beide erin staan om mensen de mogelijkheid te geven of om voor het een of voor de andere structuur te kiezen. Dus het is niet perse nodig om nu nog die bovenkant helemaal in te vullen.

00:21:58 Participant

Oké ja.

EINDE QUOTE SCHRIJVEN

00:22:01 Facilitator

Wat ik wel zou willen vragen is of je de survey wil doen, die gaat mij aardig wat inzicht geven.

00:22:12 Participant

Maar ja, wat ik me afvraag is wat jij hier uit probeert te halen, maar wat ik probeer over te brengen, is dat je heel erg in gesprek moet met zo'n klant.

00:22:24 Facilitator

Dat weet ik, het project heet brief to contract, in de vragen, zul je? Ook al het een en ander tegenkomen. Voor sommige mensen doe ik een interventie. Voor sommige mensen doe ik het niet. Bij jou heb ik het niet gedaan. En, het gaat er om dat ik het verschil kan meten tussen hoe je de dingen benadert met de input of zonder de input

00:22:51 Participant

Hoe bedoel je?

00:22:54 Facilitator

Nou ja, dat leg ik je straks leg ik iets anders, dan verpest ik nu de antwoorden dan van de survey.

START SURVEY

00:22:55 Participant

Ja oké prima. Hoe hoeveel jaar? 24 jaar...

Hier staat Professional Rolls als ik zeg van, ik ben natuurlijk als een engineer opgeleid, maar ik zie mezelf niet als een typische werktuigbouwkundige. Ik heb de neiging om dit te doen *klikt iets aan* maar het hangt een beetje af van je definitie van engineer.

00:24:06 Facilitator

Er staat heel duidelijk. I associate myself as the following professional Roll, dus Het gaat over je eigen perceptie ervan.

00:24:10 Participant

Solution provider solution provider is heel erg afhankelijk op welk vlak je oplossingen, Maar ik zou zeggen, ja. Problem Owner, tot op zekere hoogte.

00:25:02 Participant

Investor? Ja je besteed je tijd en energie erin, in die zin zou ik dat zeggen, misschien. Maar geen geld. Het is een beetje, wat wil je hier?

Facilitator

Dit gaat over context bepaling, dus ik zou er niet te lang bij blijven hangen. Dit geeft me al een heel goed beeld. Dat is om het ook zeg maar bewijsbaar te kunnen maken van hier zie ik verschillende factoren hoe die samenhangen, maar er zit nog wel wat achter, er zitten nog een paar vragen in, dus sorry. Mocht je het niet redden, Ik kan hem eventueel opsturen als je dat liever hebt, weet je, Als je dan?

00:25:56 Participant

Goeie ja, ik kijk even hoe ver ik kom ik heb nog 10 minuten.

EINDE SURVEY!

00:26:01 Facilitator

Dan doen we nu nog even een momentje nakletsen.

Wat je wel zal zien in de survey is dat, waar ik naar op zoek ben, is naar wat de impact kan zijn, van verschillende manieren van redeneren op hoe onze mindset werkt ten opzichte van als je een probleem tegenkomt, hoe je ermee omgaat. Tuurlijk is de setting niet perfect, maar de setting is niet perfect te krijgen in een test als dit. Maar ik kan wel zeg maar zien, een test die we nu gedaan hebben, hoe je redeneert en dat is dus wat met elkaar vergelijk met de interventie. Die gaat dus over envisioning, dus dan moet je in de toekomst kijken van oké, stel in 4 verschillende toekomstscenario's, wat voor impact gaat dit hebben op het project wat ik nu aan het doen ben. En

daarna ga je de quotatie schrijven of je begint gewoon. En wat is dan de impact op hoe redeneert je tijdens het schrijven van zo'n quotatie

00:27:31 Participant

Ik het nog niet helemaal, eerst heb je een briefing en dan ga je aan de gang en dan kom jij met die interventie, en dan kom je met nieuwe informatie of hoe moet ik dat zien?

00:27:38 Facilitator

Nee, nee, ik geef je gewoon een onderstroom je hebt je hebt 4 verschillende. In de ene toekomst richting willen mensen immortal worden, in de andere gaat alles via het internet en een soort van digitale entiteit. Hier leven we in samenhang met de natuur, maar leven we naast elkaar en hier leven we met elkaar.

00:28:10 Participant

Ok, jij zegt met die interventie, zeg jij, ik ga me je een bepaalde richting opsturen?

00:28:18 Facilitator

Ik activeer een bepaalde gedachte principe.

00:28:22 Participant

Ja, en ga je dan anders die quote schrijven, ja, dat is best interessant!

00:28:26 Facilitator

Dat is een beetje de vraag en wat mijn vermoeden is, een soort van mijn hypothese. Is dat als je dit doet, je dus abductief redeneert, dus je kijkt naar hoe iets zou moeten zijn in de toekomst, soort van je ideale wereld. En je gaat dan redeneren van hoe zou ik het dan willen hebben?

Dat door er op die manier naar te kijken, gaan we sneller de probleemstelling aan de kaak stellen? Dat is zeg maar mijn theorie en wat ik dus nu al wel begin te zien in de eerste 3 testen. Is dat mensen inderdaad, als je ze het niet geeft, vrij snel bezig gaan. Oké, Proces, oplossingen, dit en dit en dit en dit. En als ik de interventie wel doe, dan zijn mensen van hmm... zijn we wel het goede Probleem aan het oplossen?

Daar is dus geen perfecte quotatie voor nodig...

00:29:25 Participant

Wij zijn daar binnen [REDACTED] natuurlijk behoorlijk in getraind om die vragen al meteen te stellen, wat zijn we aan het oplossen? Ik ben wel benieuwd wat je in binnen [REDACTED] er uit krijgt en je doet het ook bij anderen of niet?

00:29:44 Facilitator

Ja, ik doe nu, zeg maar. Mijn idee is mijn eerste mijn eerste test sequens om zo te zeggen, en ik heb doe nu 6 Mensen in een week. En dan ga ik kijken van nou, wat zijn daar de conclusies van die allemaal binnen [REDACTED]? En daarna wil ik buiten [REDACTED] gaan kijken, wil ik de test iets aanpassen, dan wil ik dezelfde principes gaan testen. En op die manier hoop ik dan te kunnen ontdekken wat de effecten daarvan zijn.

00:30:14 Participant

Het is wel interessant

00:30:15 Facilitator

Ik vind het heel erg, heel erg mooi.

00:30:17 Participant

Wij zijn natuurlijk ook met de toekomst bezig. In de zin van met sustainability, dan gaan we met de planeet om, een heel groot onderwerp nu. Dus Als je dat als mindset hebt bij het schrijven van plannen ik verwacht eigenlijk wel dat dat invloed heeft op hoe je, je plan vormgeeft.

00:30:44 Facilitator

Maar wat ik eigenlijk wilde onderzoeken is, wat is het effect op degene die met het probleem naar je toe komt, want over het algemeen is het in ons voordeel als we flexibele projecten aangaan, want dan hebben we meer ruimte om te navigeren. En, ik hoop dat ik dit uiteindelijk met de klant zelf... , en dat is dan de theorie, dat als je dit met de klant zou gaan doen, dat de klant dan dus makkelijker meer risico neemt, minder lineaire processen beoogd en makkelijker aan boord stapt met projecten waar de uitkomst onbekender is.

00:31:23 Participant

En het geeft ons ook, kijk als je de klant bevraagt, over de probleemstelling.

Ik weet eigenlijk niet, zit wel een beetje vol vanaf nu. Over de briefing, aan de Kaak stellen, is niet het goede woord in? Ieder geval in gesprek gaan met de klant over de briefing. Wat de vrijheden zijn? Dat is natuurlijk inderdaad zoiets...

Ik weet eigenlijk niet wat ik wou vertellen. Iets om ruimte in je project te creëren. Maar ook, dom te voorkomen, het is ook verwachtingsmanagement, ook om te voorkomen dat de klant het onrealistische eisen komt die wij niet kunnen waar maken. Dat is ook een belangrijk punt om het goed over die briefing te hebben. Dat is wat ik wou zeggen.

00:32:40 Facilitator

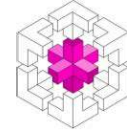
Ik wil je niet lang ophouden, hoor. Ik stuur deze op, probeer ook een beetje los te laten wat we net bespraken, Maar ik vind het wel fijn om ook nog even gewoon zeg maar een op een reflectie te hebben over wat ik nou aan het doen ben, dan snap je het een beetje.

00:32:56 Participant

Ja leuk vond wel interessant het is ook een beetje een psychologisch vraagstuk ook.

EINDE

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Kleen

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date 24/11/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

WIDEN SCOPE, Initiating Reframing

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

the activities needed to investigate options to solve the problem of the new packaging regulations.

The goal as set has many consequensis for the current products, for the packaging as itself as well as (brand) presentaatien. therefor we would like to focus on the goal, by setting it clear what the obejective really is. instead of a set in stone solution.

After the goal is clear, we would like to focus on quatative possible solution by looking furture then the current way of packging/formulas.

ABDUCTIVE IDEATION

Within a multidisiplenary workshop we will focus on a wide and open range of possible solutions for getting packaging down. Not only making the bottle lighter.

Risk Aversion

These quantative possible solutions. These will be rated on a Go/NoGo on the hard requirements as being set in the main goal. This will result in idea's that are valid and in some that are not, these are disqualified.

The qualified idea's are then furture rated on "soft"goals like label space, enviomental impact, band impact, etc.

This will result in several groups of ideas that can rated on pro's and con's where possible these con's are solved and the ideas are visualised in image and text and show the main impact they have on the set hard and soft goals. These "concepts" will be presented and discused with the client. and will be the be the end deliverable for this part of the project and will give a good starting point for furture investigation and possible research/desision making by the client.

SOLUTIONISM - no final solution offered

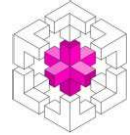
Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – ...	Amount
	€

Phase 2 – ...	Amount
	€

Phase 3 – ...	Amount
	€

Phase 4 – ...	Amount
	€

Phase 5 – ...	Amount
	€

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @	06-	
Name authorised signatory	Survey	
<i>Fictional Signature</i>		

Transcriptie

00:00:01 Spreker 2

Oké, dan gaan we eerst een interventie doen, even een kleine oefening om de hersen cellen te activeren. Wat je hier ziet zijn 4 kwadranten van hoe de toekomst eruit zou kunnen gaan zien. Je hebt een richting die die is top down vanuit de overheid en globaal. Immortalia, de mens is alleen maar bezig met zijn eigen potentieel, het individueel zo lang mogelijk leven en het liefst onsterfelijkheid behalen. Het is rationeel, efficiënt gaat over logica. Habitatie we staan naast natuur, dus we moeten zelf moeten we het goed hebben, maar het is ook wel fijn als de natuur ook nog in stand blijft, Sustainable prosperity, dus het is gedevalueerd, dus zeg maar wat meer lokale oplossingen, goed verdeeld en onze identiteit is afhankelijk van waar we wonen. Dan heb je Gaia. We zijn part of nature. Het belangrijkste is biodiverse ecosystemen, dat doen we door voornamelijk te werken vanuit het collectieve, het is dus heel erg lokaal en het is heel erg vanuit de mensen want uiteindelijk, we are all beings. En Etherea, deze twee zijn heel groot contrast, we zijn Beyond nature, het hoofddoel is intelligentie, we zijn voornamelijk digitaal met elkaar verbonden en alles is gepersonaliseerd op jou, en dus global.

Om je gedachtes wat te sparken heb ik per kwadrant een filmpje, van 15 seconden, en daarna zou ik je willen vragen of je op een post it note, wil opschrijven, wat voor zeg maar stel, dit zou de toekomst zijn, wat voor effect heeft dat op jouw project of op dit project? Dus in dit geval op Kleen, wat zou het effect zijn van die toekomst op Kleen. En dat kan in een paar bulletpoints.

Ja? dan beginnen we met Gaia. Mag je op start drukken!

Heb je er een beetje beeld bij?

Participant

Heel weinig nog even Joris maar.

00:02:59 Spreker 2

Het gaat dus echt om de toekomstvisie.

00:04:00 Spreker 3

Ongeveer 3 bulletpoints had je het over he?

00:04:03 Spreker 2

Ja wat je wil, als je denkt, ik heb een beeld van wat het impact kan zijn, dan gaan we door naar de volgende.

Ok, dan pak ik de volgende, dan gaan we naar Etherea.

Als je hem nog een keer wil zien, dan moet je het zeggen.

00:05:38 Spreker 3

Ja, ik zit eventjes als een gek te brainstormen.

00:05:44 Spreker 2

Ja, Dat is heel goed.

00:05:48 Spreker 4

Ik denk ook wat je denkt op durft te schrijven, zeg maar, of dat het überhaupt kan.

00:05:57 Spreker 2

We hebben het over de toekomst, hè? Alles mag.

*

00:06:42 Spreker 2

Ok. Habitania

*

En, dan gaan we naar de laatste, Immortalia.

*

00:10:27 Spreker 2

Alright, dan gaan we nu weer even van de toekomst gaan we weer terug naar het nu dus. Dan leg ik aan kant.

Je hebt een mail gekregen, en ze hopen op een mailtje terug met een voorstel en ze zoeken een indicatie, als ze jouw € 50.000 geeft, wat ga je er dan mee doen en hoe gaat dat dan hun helpen?

Het lijkt heel erg op hoe een quick quote van ██████████ eruit ziet. Dus je hebt je algemene mailtje terug en de deliverables en de fases met de verdeling, even om makkelijk te rekenen, zo ongeveer € 1.000 per. Dus dan een beetje beeld kan doen, vanaf dit punt ongeveer 20 minuutjes. Dus ik zou zeggen, wees vooral niet te pietluttig, maar dat gaat vooral om de grote lijnen van hoe zet je het op en wat zijn je aannames en het liefst even je redenering zoveel mogelijke hardop uitspreken. Dat helpt mij enorm met begrijpen hoe je dit benadert. Dan ga ik hier zitten en vanaf dit punt mijn mond houden.

00:11:52 Spreker 3

Dan zit ik even hardop te denken. Zit dat nu nog gelinkt aan die oefening die we net gedaan hebben?

00:12:03 Spreker 2

Nee, de oefening is puur...

00:12:23 Spreker 3

Het ging echt over de vraag die hier zo staat. (yes)

Ik denk als hun al 25, ze moeten 25 reduceren en ze even kijken hoor.

Ze moeten 25% eraf halen. Ze hebben er al een hoop afgehaald, want ze denken met 20% het maximum behaald te hebben, dus de 25 gaan ze niet halen in die zin. Zonder dat die enorme impact op dat label, te weg is. Dus mijn idee zou zijn om...

want het had ook te maken met innovatie? Voornamelijk, geloof ik hè, Als ik jou had begrepen.

00:13:18

Ik zou denk ik? Mijn quote voor een deel opzetten als een inspannings of een als een **onderzoek** en een deel als een **inspanningsverplichting**.

Waar ik eigenlijk wel aan 1 kant, **een beetje een hekel aan heb** maar aan de andere kant denk ik dat het in zo'n geval moet. Omdat je AI ziet dat er dergelijke zware consequenties aan zitten, om te gaan doen wat er gevraagd wordt. Dat je iets **verder out of the box** moet denken dan wat ze nu doen, met maakt de fles van een vormpje maar terug naar rond, waardoor je minder afval krijgt. Dus ik denk, ik zou hem als eerste, de **vraagstelling opengooien**.

Dan ga ik gewoon maar even opsommen met gewoon een mintekentje ervoor, denk ik. Ja ik ga het even met opsommingen doen. Dat is om even jou de grove lijnen te doen.

00:15:02 Spreker 3

Dus ik zou het doel, zou ik opnieuw, **ik zou niet beginnen met de oplossing, ik zou beginnen met het doel**.

Dus ik zou het doel opnieuw ter discussie of nee, het doel redefinieren, of duidelijk redefining / getting it clear.

Daar even niet als leidraad het uitgangspunt van de klant gebruiken, Maar dat even opengooien.

Dat zou ik doen met een **multidisciplinair team** en dat heb ik gegarandeerd fout gespeeld, maar dat zal. Vind jij helemaal goed!

Dus daar zou design engineering, ik noem het even chemical, maar dan heb ik het over de Formula.

Maak het in production en daarmee zou ik een, workshop to do quantitative ideation.

(DELETES TEMPLATE DOOR HOME KNOP!)

00:18:57 Spreker 3

Oké, ik begin even opnieuw, het zit toch in mijn kop, hoe heette die dame?

00:19:53 Spreker 6

Nou, dan zou ik in ieder geval in die mail uitleggen dat de goal as set, erg kritisch lijkt, en dat je verder moet gaan, dan wat er nu als oplossing in het voorstel van hun staat.

Ik zou het echt het stukje dus wat ik net ook zei. Eerst de focus om op het goal, by Getting clear, what the objective really is in stead of a set in stone solution?

Dan zou ik zeggen van, in principe van hoe je het aan wilt pakken, dus beginnen met ideation om... nee beginnen met, het duidelijk krijgen van het goal.

Typing out loud

Dan zou ik zeggen van dat je in een **multi disciplinaire workshop** je focust op een **brede en open solutions, for getting packaging down, not only making the bottle**.

En Als je dan die workshop hebt gehad? Dan heb je eigenlijk een berg Kwantitatieve ideeën. Welk je wil gaan scoren op... ik zou zeggen van, je hebt eigenlijk een berg, **een berg kwantitatieve Solutions**.

Die wil je eerst op de **harde criteria, toetsen, these will be rated, Go / No go**.

SOLUTIONISM

MYOPIA

ABDUCTIVE IDEATION

Zo dat je zo hard mogelijk gewoon een harde cut kunt maken van, als je dit zou kunnen doen.

Bijvoorbeeld, ik zag toevallig vorige week voorbijkomen, je maakt bruistabletten, waardoor je die hele fles niet meer nodig hebt. Dan bespaar je heel veel plastic, punt, die moet door.

Risk aversion



typing

Ik zou zeggen dan degene die daar niet aan voldoen, aan de goals die je zelf hebt gezet. Die kwalificeer je, en dan blijf je over met, een hoogstwaarschijnlijk, kleinere groep die wel gekwalificeerd is en die ga je raten op de next Groep soft criteria, die niet aan die wetgeving voldoen, maar wat in de briefing staat, waar de label Space, anders, positiever uitpakken, misschien ook wel een heel ander verhaal aan vast te leggen, te hangen is.

Nou, zou ik zeggen, de dingen die je dan overhoudt, die laatste groep, daarmee ga je,

typing.. rated on pro's & con's where possible these cons are solved ideas are...

Nou, dan zou ik die visualiseren in image en tekst en dan zou ik, eigenlijk een soort van bijna advertisement maken per idee, wat de impact van per idee is op de harde goals die je hebt van de hard en soft goals...

typing

Dat is die, moet ik nog iets saven Joris voor de zekerheid even staat gewoon op save drukken.

Want ik werk nooit eigenlijk in die dingen.

EINDE QUOTE!

Kort overleg, survey wordt nagestuurd, focus op REFLECTIE.

START REFLECTIE

00:35:39 Spreker 2

Waar ik echt heel erg nieuwsgierig naar ben is die oefening die je hebt gedaan van tevoren, heb je het idee dat dat invloed heeft gehad op hoe je schreef.

00:35:56 Spreker 3

Nee, die heb ik eigenlijk compleet daarna weer losgelaten.

00:35:59 Spreker 2

Het is heel komisch, want waar ik hypothetisch naar op zoek ben dat deed jij meteen, terwijl andere mensen dat niet doen en jij hebt de oefening wel gedaan, en de mensen die de oefening niet doen doen het niet. Die gaan meteen beginnen een proces op te schrijven. Die komen met oplossingen.

Jij zegt nee, eerst naar de vraagstelling kijken. Tot nu toe is het consistent.

Als je een oefening doet stel je de probleemstelling ter ter discussie. Terwijl op het moment dat je dat niet doet. Duik je er meteen in.

00:36:46 Spreker 3

Dat je misschien je vooroordeel zelf hebt van dit moet het gaan worden en dat opent je geest even. ja, ik denk dat dat geen verkeerde aan eerste aanname zou zijn.

00:36:50 Spreker 2

Dat is grappig toch?

00:36:55 Spreker 3

We hebben een keer Ivo ken je nog, die was hier, die had een leverancier uitgenodigd met een productietechniek die niemand kende Slag Extrusie. De hele Studio, de maand die daarna was, een nieuw flesje, Oh, kunnen we geen slag extrusie, een maand lang? Iedereen deed dat, nou niemand die kon ik gebruik van maken en na 1,5 maand was compleet weg. Heb ik het één of twee keer nog gehoord in de jaren daarna.

Wat on top of mind is, waar je mee bezig bent geweest, dat ga je natuurlijk implementeren en wat jij daar laat zien is hoeveel verschillende standpunten dat er zijn.

Ik denk dat dat sowieso van invloed is, dat je daardoor zoiets hebt, van oh, er is niet een standpunt. Wat ik voor mezelf, sowieso altijd enorm heb van, wat is nou eigenlijk de vraag en uit jouw beschrijving staat dan eigenlijk, dat ze zichzelf bijna in de voet hebben geschoten om plastic te bezuinigen als ze nu nog meer moeten doen, gaat een enorm impact op het spul hebben en eigenlijk staat er tussen haakjes geschreven dat het niet kan. Ja, dan is de oplossing ook niet valid, want dan is de oplossing is een K-oplossing, want die gaat niet werken, want die is niet goed genoeg. Dus dan moet je naar een andere oplossing, dus dan moet je niet kijken naar de oplossing. Maar moet je kijken naar het probleem.

00:38:24 Spreker 2

Dat is precies wat er gebeurt. Dat is heel komisch. Elk van deze opdrachten heeft een fundamentele paradox, ze zijn niet op te lossen.

00:38:34 Spreker 3

Ik ben heel benieuwd hoeveel mensen hier daarop reageren die toch die paradox willen oplossen?

00:38:39 Spreker 2

Ja en wat en wat ze dus doen, is dat ze een compromis sluiten, is dat ze ergens anders iets wegpakken en dat verplaatsen om de vraag te beantwoorden, maar daardoor gaat er dus iets anders naar beneden, terwijl eigenlijk moet je zeggen is, is de vraagstelling wel goed? En kunnen we die context verbreden we, dat is de theorie, hè?

00:39:03 Spreker 3

Het is theorie, maar eigenlijk is een keiharde waarheid voor veel mensen vaak niet aan willen. Want wat je heel ziet heel vaak ziet, mensen die, we hebben het hier zelf pas geleden nog gehad. Komt iemand die vertaalt een probleem, naar een antwoord, de mensen die er door beïnvloed worden, zwaar door beïnvloed worden, gaan helemaal over de zeik en gaan toch meewerken aan dat antwoord, terwijl dat ze absoluut niks met dat antwoord te maken willen hebben. En dan gaan ze toch uitwerken, dan heb ik zoiets van, wat the fuck ben je nou aan het doen?

Begin nou eerst eens even met die vraag, want die vraag klopt niet. Komt er hier bij mij een klant en die zegt, EVE Box, ik wil een 230 V charger. Want we weten dat het 12 uur duurt om die auto op te laden, maar dat kan goed genoeg, want veel mensen zijn 12 uur, thuis. Weet je dat zeker? Dat weet ik zeker. Hartstikke goed gaan wij die charger voor jou in het werpen.

Is dat het slimste? Nee is niet het slimste. Maar goed, hier zitten fout in (verwijst naar study briefing) dus hier moet je de vraag opnieuw gaan stellen. Daarom zei ik in het begin, ja, ik hou er niet van om de vraag opnieuw te stellen, maar je moet hem nu.

00:40:19 Spreker 2

Maar waarom hou je er niet van om die vraag opnieuw te stellen?

00:40:22 Spreker 3

Omdat ik er een hekel aan heb om iemand die... Veel bedrijven die heel veel tijd hebben gestoken in het komen tot een nieuwe propositie. Wat dat dan ook mogen zijn. Daarom noem ik het even niet een idee, maar een propositie, en je gaat als tussen haakjes ontwerp bureau zijn in veel gevallen een leek. Zeggen van jaaa, maar die vraag klopt helemaal niet.

We moeten niet vragen van welke... Ik heb dat ooit met Goodman meegemaakt, welke nieuwe afzuigkap moeten we gaan maken. Nee, welk metaalproduct moet er hier uit de fabriek gaan komen? Want wij zijn een metaalbewerker. En dan heb ik zoiets van. Ja, heel leuk, maar nu zet jij een stap te ver. Hun hebben uitgezocht met marketing, dit is het product waar onze klanten op zit te wachten, en je gaat ons vragen om daar met de feiten die jij bent gekomen van dit moet er allemaal in zitten, want dan gaat ie scoren om daar met een goed ontwerp te gaan komen. Dan vind ik niet dat ik tegen die tijd moet zeggen, Ik wil eerst nog eventjes zoveel van jouw budget om die vraag nog een keer te gaan onderzoeken, want dat mag ik dan aannemen dat hun dat zelf goed gedaan hebben, ik stel ze die vraag wel, weet je dit zeker? Ja, dan weet ik zeker, oké dan gaan we dat doen voor jou?

Ik zou wel mijn zorg uitspreken, als ik denk dat het anders in elkaar zit, maar dan gaan we die opdracht gewoon op die manier invullen.

00:41:46 Spreker 2

En nu zitten zeg maar, is het dan alinea, dan ligt het er redelijk bovenop natuurlijk dat het hè, je kan het, in principe kun je het gewoon lezen dat het niet kan, maar in een proces kom je er natuurlijk heel vaak halverwege pas achter dat er ergens gewoon een fundamentele tegenstelling in zit.

00:42:04 Spreker 3

En die is nou mooi, want dan zie je dan maar een klant is te overtuigen van jongens om het even terug naar de tekentafel. We hebben het met Worldline destijds gedaan. Zo'n scherm jongens? (duid een flink formaat met handen) Weet je dit zeker? Toen kon het opeens allemaal niet he? Toen ging het ding te groot worden binnen de specs die hun gezet hebben en dan moet je gewoon zeggen van, We gaan even helemaal terug, oké, een ander scherm, ja maar dan klopt er helemaal niks meer, wat we met een andere afdeling aan het doen zijn. Ja, zeg maar wie is nu leading wat er op het scherm moet of wat het scherm gaat zijn? Die is heel moeilijk hoor, dat blijft, dat zal altijd heel moeilijk zijn.

Hetzelfde als jij, ik zeg het maar even omdat ik er zelf mee bezig ben. Je bent een huis aan het bouwen. Je komt er halverwege achter dat je hem eigenlijk 10% groter had willen hebben. Ja, daar wordt helemaal Niemand blij van, maar ja.

00:43:00 Spreker 2

Nou ja, soms is het nodig, hè?

00:43:05 Spreker 3

Ja, soms verandert er iets in de markt, waardoor je wel moet opeens.

00:43:08 Spreker 2

Ja en in welke mate je de flexibiliteit inbouwt in je traject in de stuur ruimte die je hebt in een project. Om te kunnen anticiperen op dat soort dingen, dat is natuurlijk ook iets, bij [REDACTED] al veel gebeurt. Heel veel bedrijven zijn het helemaal niet gewend, hè?

Die plannen, gewoon een soort van Waterval, zo BAP dit stopt erin, dat krijg ik eruit. We weten het zeker. Ja, als over 3 maanden de wereld veranderd is, dan hebben ze alsnog dat. Ja, dan was er geen moment waarop ze konden bijsturen.

00:43:42 Spreker 3

Nou ja, als je eigenlijk in een hokje stopt en, weet ik veel, je had als fuji de zoveelste camera met fotorolletje bent gaan maken, omdat je de deur hebt dichtgedaan voor de buitenwereld. En je komt naar buiten toe en er loopt iemand met een telefoon en die maakt daar foto mee. Dan denk ik dat je toch hebt gedacht, wat heb ik de afgelopen 5 jaar? Zit te doen in mijn in mijn hokje.

00:44:02 Spreker 2

Nou ja precies dat, de achterliggende gedachte hierbij is dus dat in 3 manieren van redeneren inductief, dus dat moet je een beetje denken aan empathie. Je ervaart dingen van mensen om je heen en dus kun je een soort van globale inschatting maken van hoe dat voor de rest van de wereld ongeveer zou zijn, de tweede is deductief een beetje Sherlock Holmes, die kan heel goed deductie dus die weet precies, dit, dit en dit is er als gevolg, dat betekent de butler heeft het gedaan.

En abductief is dus dat je naar de toekomst kijkt. Met het idee van, oké, wat zijn nou een ideaal wereldbeeld zijn? Of een verschrikkelijk wereld beeld, en wat zou er moeten gebeuren om dat te voorkomen of te bewerkstelligen? En dat laatste, dat gebeurt dus bijna nooit, in businessprocessen. Die manier van redeneren van zeer zeldzaam, in design een van de weinige disciplines waar dat regelmatig voorkomt. En het idee is dus om dat proces eigenlijk naar voren te halen en om dat met de klant te gaan doen, zodat ze zich op de hoogte zijn van het feit dat de toekomst.

00:45:25 Spreker 3

Ik vind dit een hele grappige die jij nu doet. World War Z. Pak hem maar eens terug, ik heb dat een paar keer dat ik het er met een paar klanten over heb gehad. What if, als je zo'n scenario hebt? Worldline is daar een voorbeeld van. Ik heb dat ook bij Heineken gedaan en ik dus in jouw project, hoe ingewikkelder je projecten zijn, hoe langer worden, hoe groter de kans dat dat ergens iets gaat veranderen in de wereld waardoor we er nog meer verandert.

World War Z zit een stukje in over Israël? Israël heeft een muur gezet rondom een stad die waren voorbereid op die Zombie Apocalyps het met als reden, de Fifth man noemde hun dat je gaat met 5 man om de tafel zitten en bedenkt van wat er in de toekomst allemaal gaat gebeuren. En als er 4 dezelfde meningen toegedaan zijn, moet 1 anticiperen op het complete tegenovergestelde.

(Oh grappig)

Die heb ik een aantal keer gebruikt, ook bij klanten van, wat als jij hier nu mee bezig bent? Met Goodman hebben het echt aan de hand gehad. Die wilden een afzuigkap in de vorm van de allereerste iPhone, belachelijk idee, maar hun wilden het. Hebben wij gemaakt, ging allemaal heel stroperig, heel langzaam, want ze wil allemaal geen keuzes maken. Apple komt uit heeft een andere,

ziet er compleet anders uit. Je brengt een nieuw product op de markt, wat eruit ziet als een oud ander product, die waren de lul.

Ze hebben 20 van die dingen verkocht, waar ze volgens mij, (eventjes buiten de boekjes om, maar ze zijn toch failliet) waar volgens mij € 150.000 in is gaan zitten en dat was door een reden van buitenaf meteen niet meer relevant, dat gebeurt.

Als [REDACTED] valt dat denk ik nog mee, misschien op enkele, om maar even op het cleaning te blijven, die mensen, omdat die wereld heel dynamisch is over het algemeen, komt er een competitor met een product, kan het zomaar zijn dat jouw product opeens helemaal niet meer relevant is, of as is, en de wereld is doorgegaan, wat doe je dan?

00:47:29

Nou ja ik bedoel jullie hebben een partij, dat weet ik dat, die bezig zijn met dingen die als het op de markt brengen, het hele schap verandert.

00:47:40 Spreker 3

Of niet.

00:47:45 Spreker 2

Of niet inderdaad, maar als het wel gebeurt, dan kan het dus ook zomaar zijn dat als een ander eerder is, ja, dan moeten ze weer heel snel zijn weet je dus dat, ja, die de dynamiek, is superbelangrijk.

Ik denk dus dat dat is wat mijn theorie uitwijst is. Dat deze manier van redeneren, eigenlijk iets heel basaals. Dat die dus echt kan bijdragen om daarop te anticiperen en ook de bereidheid, want dat is eigenlijk waar ik onderzoek naar doe. Je hebt een aantal drempels van mensen om die dynamische processen aan te gaan en die drempels die zou je daarmee dus waarschijnlijk kunnen overkomen.

Dat ga ik nu testen.

00:48:31 Spreker 3

Ja ja, nou, als je kijkt even naar alle stage gate decision tree is die er van allerlei hele grote bedrijven, waar hele uitgebreide van zijn. Het enige wat je daarin doet is het toetsen van je project aan de goals die je hebt gezet. Terug, ik ben nog nooit een stage tegengekomen waar staat, toetsen hem ook even aan de huidige markt of aan de markt van overmorgen, ben ik nog nooit eentje tegengekomen.

00:49:00 Spreker 2

Of gebruik je fantasie is, wat zou er fout kunnen gaan?

00:49:04 Spreker 3

Ja nou, die zitten er dan nog wel in veel processen nog wel eens in, maar daar is dan meer. Wat kan er fout gaan met dit product? Ja dit product. Niet, wat kan er fout gaan op de markt, neem de graanprijs, bijvoorbeeld nu.

00:49:17 Spreker 2

Wat als?

00:49:17 Spreker 3

Ja als jij graan taartjes wilde gaan verkopen de afgelopen paar jaar af afgelopen jaar, en je uit traditionele gasoven wil gaan bakken. Dan heb je een aardig probleem.

00:49:22 Spreker 2

Ja, ja, een pittig pittig business.

Ook boeiend zijn, kritische materialen of kritische metalen, ja, en zo heb je nog wel meer kritische grondstoffen of resources waar je afhankelijk van bent. Wat gebeurt er? Wat als er met iets met die met die resources gebeurt? Wat?

00:49:44 Spreker 3

Heb jij met Taco gesproken? (nee) Taco heeft een keer een project gedaan voor een groot Turks bedrijf en daar hebben ze daadwerkelijk echt future scenarios uitgezet van meest zonnige scenario naar een doomsday scenario en dat was echt donker. De pleuris breekt uit. Nou, ze zijn dichtbij.

En, dat ging dus ook over... die oefening die we eerst gedaan hebben. Toen ging het echt eventjes heel erg over het environment. Dus wat als iedereen doodgaat van smog en de wereld zakt in elkaar blijft en blablabla.

Iedereen had zoiets van, pfff wat de **** dit slaat echt nergens op, maar die die ging ook heel erg ver, maar er alleen al eventjes een keertje over nadenken. Wat gaat er komen? Wat kan er de komende 5 jaar gebeuren voordat ons product op de markt is of voordat ons product op richting zijn piek gaat van verkopen, ik bedoel, je hoeft niet bij heel veel producten of helemaal niet ver naar voren te kijken. Je hoeft geen 10, 15 jaar naar voren te gaan. Als jij al kan bedenken wat er de komende 5 jaar gaat gebeuren, de meeste producten waar wij aan werken of projecten dat duurt, nou, laat ik zeggen, een jaar tot 2 jaar voordat het op de markt is en daarna moet het naar zijn piek toegaan. Nou over die 5 jaar kun je het best wel een Scenariootje of 3 schrijven van zonnig naar donker.

00:51:13 Spreker 2

Als je in tuimelaar als metafoor neemt die, als je die maar gewoon een paar keer een flinke hengst geeft, zeg maar, de markt heeft natuurlijk nu enorme klappen gehad, dus op heel veel verschillende gebieden is die zeg maar destabiliseert. Die is nog steeds een bijkomen, en daar zit daar zit gewoon een amplitude in en die maar langzaam afzwakt. En, die gaat nog wel een keer die kant op en dan gaat ie nog wel een keer terug. Dan gaat echt en dat gebeurt op heel veel fronten, voor de zorg en dat is in de internationale politiek en dat soort dingen. Het is heel actueel, en heel moeilijk om te voorspellen aan de ene kant, aan de andere kant, des te belangrijker om na te denken over wat als.

00:51:52 Spreker 3

Ja, maar wij doen het eigenlijk nooit, maar ik ja, dit zet mij natuurlijk ook weer eventjes aan het denken. Ik denk gewoon 3 scenario's van het meest zonnige, een realistisch en het meest negatieve. Besteed daar met de mensen die er een klein beetje verstand van hebben met een man of 5, zeg maar eens eventjes twee uurtjes per scenario aan...

00:52:15 Spreker 2

Hoeveel tijd heb je nodig om puur die mindset te switchen, om gewoon in een andere gedachte staat te komen, hoe lang ben je daar mee bezig geweest? Was nog geen 10 Minuten, dit kun je met een klant doen op een tafel op het moment dat je hem voor het eerst tegen komt.

00:52:25 Spreker 3

Nee inderdaad, ja, je hebt er helemaal niet veel tijd voor nodig, want het is toch geen exacte data. Je hoeft alleen maar eventjes te gaan roepen van wat je allemaal denkt. Hou dat maar eens een keer tegen je concept aan en zeg even What IF, het is die of het is die of het is die of het is die. Nou, dan kun je in ieder geval even een klein beetje voorbereid zijn of iets.

00:52:48 Spreker 2

Wat ik denk is dat dat dus invloed heeft op de manier waarop je een project benadert. En, het gaat er dus niet om dat het klopt, want je hebt hier verder niet naar gekeken, maar het gaat erom dat je je mindset anders is, maar je redeneert op een andere manier? Dat is mijn vermoeden.

00:53:03 Spreker 3

Denk ik wel.

Je hebt dingen, hè? Hoe heet het, Mind-fuck, ja, als je ziet wat je allemaal kunt beïnvloeden van mensen, kun je ook gewoon beïnvloeden dat je je hoofd even openzet, zonder dat ik het überhaupt door heb dat het is gebeurd.

00:53:19 Spreker 2

Ja, hoe cool zou het zijn als dit echt werkt, zeg maar als dit, en het lijkt...

00:53:24 Spreker 3

Waardoor je eerlijker gaat schrijven of realistischer gaat schrijven, Misschien.

00:53:29 Spreker 2

Of kritischer, Het is maar net hoe je het wil noemen, maar ik bedoel die 10 minuten. Dat is wel een goede investering.

00:53:33 Spreker 3

Ja, dat dacht ik ook... interessant, benieuwd waar je uitkomt.

00:53:39 Spreker 2

Ik ook.

Nou, het is wel een moeilijk hoor, want het is dus een thema wat enorm veel factoren heeft, dus om het als wetenschappelijk onderzoek te benaderen. En daarom is die vragenlijst ook zo excessief, ik moet heel veel verschillende elementen afvangen om te kunnen zeggen, van oké, als je die wegstreept tegen elkaar en die wegstreept, dan zie je deze effecten ontstaan?

00:54:07 Spreker 3

Kijk, exacte wetenschap zal het nooit worden. Maar, je doet niet voor niks. Het valt me nog tegen hoeveel mensen het uiteindelijk doen, maar als je echt een goede workshop hebt met een goede facilitator, die doen niet voor niks even een oefening vooraf. Weet ik veel, open your mind of wat dan ook, Han die heeft hem ooit een keer bij mij gedaan. Toen ging het over insecten. Welk insect

ben jij bij iedereen In de tafel langs, voorstelrondje? En welk insect ben jij? Iedereen gaat om rare dingetjes te doen. Maar even die opening van, anders nadenken dan dat je normaal doet, zie je terug in zo'n meeting, 100% dus ik denk een denkoefening voordat je een offerte gaat maken. Ik heb het nog nooit gedaan, maar ik denk dat het op zich best interessant is.

00:54:58 Spreker 2

Ja dus dat.

00:55:01 Spreker 3

Nice dat zegt de kerel, die eerst eigenlijk alleen flesjes aan het tekenen was.

00:55:06 Spreker 3

Ben je blij met je keuze?

Spreker 2

Ja, Het is gaaf, hoor. Ik bedoel, het is 100% een investering in mezelf ja,

00:55:12 Spreker 3

Natuurlijk, dat is heel hard nodig, het is de belangrijkste persoon die er.

00:55:17 Spreker 2

Ja precies, Maar het is zo vet dat je, ik heb hier natuurlijk, ik kom natuurlijk vanuit een enorm praktische opleiding ipo, hè? Ik ben er laatst nog deze week nog terug geweest. Ja, dan sta je toch weer te kijken van oh ja hier leer je gewoon CAD tekeningen maken, nadenken over mechanische constructies. Dat soort dingen weet je dat materiaalkunde dat zijn de dingen waar je mee bezig bent tijdens die opleiding.

00:55:40 Spreker 5

Ja, echt de hard skills?

00:55:41 Spreker 2

En dan kom je hier, en dan zie je hoeveel andere denkrichtingen, er zijn en dan ben je een van de enigen die echt die hard skills echt in de vingers heeft, van de jonge lui die hier rondlopen in ieder geval, want de rest ontwerpers en strategische denkers en dat soort dingen daar heb ik zo verschrikkelijk veel van geleerd en werelden zijn voor mij opengegaan en de deur op een kiertje gezet en nu kan ik gewoon de dingen die ik echt interessant vind. Ja, daar kan ik gewoon met volle aandacht. Gewoon helemaal induiken.

00:56:14 Spreker 3

Het stuk nog bijna net een stukje voor je uitvinders stukje, zeg maar ja, daar is je impact ook gewoon veel groter? Ja de impact is gewoon gigantisch, want daar bepaal je of dat er, Shit in shit out.

Is jouw initiële briefing verkeerd? Ja, dan komt er uit wat iemand al heeft voorgesteld. Dat hoeft niet het goeie product te zijn of de goede dienst. Of wat dat dan ook maar gaat zijn.

00:56:43 Spreker 2

Exact maar daar dat is ook waar dit over gaat, zeg maar hoe zorg je ervoor dat het gene wat je doet, dat dan die hele investering van tijd, dat het zin heeft, weet je wel, dat dat je echt een verschil maakt in plaats van dat je gewoon, zeg maar, blijft draaien, blijft draaien. Je krijgt wel uurtjes binnen, dat is hartstikke leuk, maar wat is nou daadwerkelijk het verschil?

00:57:05 Spreker 3

Sommige dingen zijn... We hebben een tijdje geleden hebben we een projectje gedaan, dan zou ik even voor me houden van wat was. Twee jonge dames die een product, die wilde business gaan doen en zijn op een product gekomen, omdat een van hen had een passie had voor een bepaald iets en toen hadden ze bedacht van, weet je wat? Wij gaan gewoon daar een product voor neerzetten. Heel eerlijk gezegd, 100% me too dus, wat jij hier had, een hele duidelijke vraag, dit willen wij. En niet meer de vraag, geen ruimte, en vind ik ook geen reden van ons uit, Is dit wel wat jij wil?

De vraag wel gesteld, weten jullie zeker dat je hier heel veel business in gaat steken en dat je daar dadelijk, zonder dat hun dat nog wisten, want daar hadden ze geen flauw idee van, dat jij dadelijk. Bijna half miljoen verder bent voordat dat ding de is, en dat je je niet dan pas realiseert van oh, dit was niet het ding dat wij hadden moeten doen om business te gaan drijven.

Ja, dat weten we zeker. Oké, dan gaan we dat nu voor je ontwerpen, maar slaap er eerst nog maar eens even een paar nachtjes over en je krijgt volgende week voor mijn offerte, slaap daar ook nog eens een keer even een weekje over.

Want als hij gaat rijden, jij gaat niet zeggen, als je dadelijk noem eens even € 70.000 aan bij [REDACTED] heb uitgegeven om tot matrijs tekeningen te komen. Want er was al een heel lean project. En dan moet je nog eens een keer datzelfde bedrag aan matrijsen uit gegeven en nog een keer datzelfde bedrag aan jouw eerste batch die je gaat inkopen en dan heb ik het nog niet over alle andere geld wat je hebt uit moeten geven om hier formules en dergelijke te maken van het product wat er nog een keer in moet? Als dat eenmaal loopt? Na 70.000 Euro [REDACTED], durf jij er dan überhaupt achter te komen? Van oh shit, wij moeten helemaal geen product maken. Wij kunnen onze Formule zo gaan verkopen. Ja, en dat verkopen wij in een product van een ander. Dat is hetgeen wat ik nog heb voorgedragen?

Ik ben gaan googlen, en kwam met een product wat anderen al maakte wat 80% hun waarheid al was willen jullie [] bijna dat half miljoen uitgeven om 20% verschil te gaan maken met wat er al is en daar was het antwoord, ja, want wij weten zeker dat wij het anders gaan doen. Ja, mijn zeggen heb je, dan ga ik doen waar ik jou het allerbeste mee kan helpen om daar te gaan komen.

00:59:40 Spreker 2

Uiteindelijk als zij met een groot pot met geld aankomen. Ze zeggen, dit wil ik nou eenmaal. Ja dan op een gegeven moment geef je wel mee, natuurlijk.

00:59:56 Spreker 3

Als ik jou uitnodig om bij mij te komen eten, en ik vraag wat je waar wil, jij en jij zegt, ja, Ik wil ook graag zuurkool met worst. Dan denk ik van, weetje zeker Joris? geen tapas? Nee, zuurkool met worst is wat ik echt wil eten. Nou, dan zorg ik dat ik de lekkerste zuurkool en worst ga maken die Ik kan bedenken voor jou, maar dan ga ik geen tapas maken.

01:00:17 Spreker 2

Ook al is dat je expertise. Ja, ja, ik kom graag een keer tappas eten overigens.

01:00:18 Spreker 3

Zeker mijn expertise!

Maar we hebben hier mensen gehad in het verleden die het altijd nodig vonden om de vraag van de klant te herdefiniëren. En, dat vind ik heel irritant, dat vinden ik klanten heel erg irritant, als je dat als een must doet...

Tussen haakjes, wie weet het beter wat er moet komen dan je klant? Wie is het makkelijkste om in een valkuil te stappen? Is ook je klant.

01:00:52 Spreker 2

Dat is denk ik het interessante ook daar zit een heel interessant spanningsveld, ook van in welke mate wil je daar invloed op uitoefenen en met een oefening als deze bijvoorbeeld, kun je het gesprek voeren. Kun je het erover hebben, kun je die bewustwording creëren, maar uiteindelijk is het niet jouw keuze. Als ontwerper zijnde, je kan natuurlijk een opdracht afwijzen als je denkt van ik, ik bescherm je tegen jezelf of zo, maar.

01:01:21 Spreker 3

Oh ja, dat kan.

Maar ik denk dat je als dit het doel is van zo'n oefening. De vraag achter de vraag nog een keer stellen, maar niet voor een traject van waar je normaal project voor had moeten doen. Want dat is wat mensen hier op een gegeven moment wilden doen. Gelukkig is daar niemand meer die dat wilde doen die er nog is zeg maar hier. Ik denk de vraag achter de vraag nog een keer duidelijk hebben is eigenlijk iets wat je in elk project moet doen.

Hier had ik gedacht 10 - 15% van mijn budget, dat is een 5 tot 7.500 zat ik ongeveer in mijn hoofd om in ieder geval te vragen achter de vraag nog een keertje duidelijk te krijgen en dan eerst nog eens een keer maar eens met het goal. En dan komt ie daarna wel met je ideation met de oplossing, want dan betaal je eigenlijk nog een keer de vraag achter de vraag. Want dan ga je er de vraag achter de vraag oplossingen bedenken waar die niet om had gevraagd.

Maar meestal is dat al omdat je ziet van dat, ja klanten die in een bepaalde richting zitten te denken ook een beetje blind worden voor, de oplossing die ze bedacht hebben, of er is iemand in de organisatie die... Nou we hebben dat bij Heineken meegemaakt die een veel te grote beertender had die bijna niet verkocht werd. Er was iemand boven in Heineken die vond dat er een heel groot apparaat moest komen en al het marketingonderzoek wat zei, de man des huizes wil dat ook, maar van de vrouw des huizes komt die niet op het aanrecht te staan, want dan krijgt hij geen ruimte voor, die laatste heeft gelijk. Daarom moest er binnen twee jaar tijdens een kleintje ontwikkeld worden?

En die hadden die vraag moeten stellen waar jij het nu over hebt, want dan hadden ze met de eerste keer met het juiste productie komen.

01:03:12 Spreker 2

Dat is grappig, want Dat is twee van de 3 drempels inderdaad die ik normaal tegenkom of die ik erover tegenkwam In de literatuur. Zeg maar fixation en Myopia, dat is bijziendheid er is er nog een, resistance journey. En dus dat mensen niet bereid zijn om, vanuit hun eigen positie opzij te stappen

01:03:40 Spreker 3

Ohh, om over zijn eigen schaduw te stappen inderdaad, ja, ja.

01:03:43 Spreker 2

Je hebt nog risk of novelty. Die is wel heel belangrijk en dat is ook iets waar je rekening mee moet houden.

01:03:52 Spreker 3

Risk of novelty is als zijnde, je zet een nieuw product tot de markt en je weet niet wat Het gaat doen?

01:03:56 Spreker 2

Ja, sommige dingen wil je gewoon exploiteren in plaats van exploreren.

Sommige dingen heb je gewoon een succesformule en dan willen ze, daar willen ze een vernieuwing op. En, waarom niet? Weet je wel als dat werkt? Als dat succesvol is, is dat ook goed en is dat veel minder risicovol. Heb je dat misschien wel veel sneller voor elkaar dan? Het moment dat je nu weer iets compleet nieuws bedenkt?

01:04:18 Spreker 3

Als je heel simpel kijkt naar wat investeerders zitten te kijken en met veel startups heb ik toevallig vorige week in een stuk over zitten lezen. Die willen weten hoe wanneer hun exit moment weer gaat zijn en hoeven ze dan verdiend hebben. Doe jij een MeToo product? Kun je dat redelijk goed voorspellen, want dan zeg je van goh, we hebben die en die voordelen, en dan weten we met al onze kennis en ervaring uit het verleden, want die biedt dan misschien wel opeens garantie voor de toekomst. Dat dit gaat beter renderen dan het product wat we nu hebben.

Dus dat, in plaats van over twee jaar, verdiend zich dat binnen 1,5 jaar terug. Maar ik ga nu eventjes iets doen wat nog niemand doet. Ja, daar kun jij dus geen peil op trekken, dus die angst is als je daar je geld in moet gaan steken, ja, krijg je koude voeten.

01:04:59 Spreker 2

Dat zijn dan de drempels, en ik denk door abductief te redeneren kun je kijken van nou, er zijn de zijn de voor en de nadelen, wegen die op tegen elkaar. Ik bedoel, het is terecht niet zwart wit, anders was het wel logisch geweest, maar nee, het is, het is een hele complexe afweging die je altijd maakt, maar ik denk dat het helpt.

01:05:29 Spreker 3

Ik denk het ook, het is altijd weer wat top of mind is, is het wat je of het nou bewust of onbewust is, is toch wat je toe gaat passen en ik denk zo'n oefening ja, wat je al zegt, kost je veel minder tijd dan de discussie er alleen al over hebben, van wat moeten we nou gaan doen.

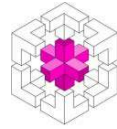
De discussie met die klant aangaan van ja, oh, we halen het niet, ja, maar ik wil toch een brand grote ja, dat halen we niet. Ja, maar dat wil ik toch, dan zit je met de allerduurste mensen van het hele bedrijf, zit je op dat moment bij elkaar om die discussie te hebben, dan moet je misschien maar wat goedkoper aanpakken in het begin, in plaats van dat je al zoveel verder bent, ja.

01:06:08 Spreker 2

Eigenlijk wilde ik deze reflectie natuurlijk na je server moeten doen. In deze In de survey komen een aantal van dit soort vragen langs, dus vergeet maar even dat we het hier over gehad hebben.

EINDE

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Kleen

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date 25/11/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

the development of the next package for Kleen laundry.
 As we need to reduce plastic more than what is physically possible within the normal packaging constraints we need to go beyond the standard way of handling a typical packaging project. We propose to start with a workshop at your location where we will brainstorm on the future of this packaging.
 Concept car visuals for each favorable route to explain the routes and to be able to value them will be created.
 One or two routes than can be further developed.

See the rest of the details in our activity and deliverable list.

Kind regards,

Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

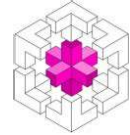
Randy Bos

20221115-Quotation

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	workshop with as result different concept routes concept routes explained 2 concepts preliminary developed as sketch and 3D file
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – workshop	Amount
on site workshop, 2 persons, 1 day preparation workshop	€ 5000

Phase 2 – concept car	Amount
concept car creation (sketch) selection traffic light creation + discussion	€ 18000

Phase 3 – concept design	Amount
concept design (sketch, max 5 concept) alignment & selection meeting concept design preliminary 3D (max 2 concepts)	€ 27000

Phase 4 – ...	Amount
	€

Phase 5 – ...	Amount
	€

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @ 06-	Survey	
Name authorised signatory <i>Fictional Signature</i>		

Transcriptie

00:00:06 Spreker 1

Het is test 5 Randy

00:00:18 Spreker 3

Misschien is dat wel een goede, multiple touch points. Ja, ik was zelfs aan het denken wat ook een interessante is, natuurlijk die je hebt die multiple touchpoints. Maar je hebt ook dit is voor een heel deel ook nieuw futures waar we allemaal heel erg mee bezig zijn. Dus, dit is een opportunity die je eigenlijk moeten pakken, als je daar niet in meegaat dan kan je jezelf misschien zelfs out dated maken.

00:01:01 Spreker 1

Nou ja zeker, het is een onderstroom waar je rekening mee moet houden.

Allright, gaan we naar de volgende Gaia. Local communities by the people.

Als je hem nog een keer wil zien, dan kan dat.

00:01:30 Spreker 3

Nee, ik wou alleen even kijken, dit is het part of nature, daarnaast gaan kijken hoe die met die andere kanten zit, dat vind ik een lastige van deze.

00:01:43 Spreker 1

Deze moet je een beetje zien, dat is wat je nu heel erg ziet, is dat we steden, die maken we wel groen, maar het is de ons gemaakt groen, dus het is een gras grasveld met alleen maar gras. En hier gaat het echt om biodiversiteit. We leven samen met de natuur. Biodiversiteit is het hoogste doel. Terwijl hier gaat het nog steeds heel erg over onze eigen welvaart.

00:02:21 Spreker 3

Ahh, yes dit zou ik zo doen, locally produced, ja sorry voor mijn slechte schrijven op dit moment local available packaging and reuse of recycling.

00:03:06 Spreker 3

Snap je wat ik ermee bedoel. Dus local available packaging dus eigenlijk ga je per locatie kijken, welke packaging is hier het meest handig om te gebruiken daarbij kan ik ook een klein systeem neerzetten die mijn packaging, reuses of recycled. Daar ben ik minder afhankelijk van wat er in de wereld te krijgen is, maar wat op die lokale markt te krijgen is.

00:03:29 Spreker 1

Ja precies, en als je vanuit het perspectief nou nog net iets verder in de toekomst zou kijken, dus gewoon even je wilde fantasie aanzetten.

00:03:41 Spreker 3

Dan zeg ik even een products. reGen of zelfs custom.

00:04:07 Spreker 1

Oh ja, Juist right, gaan we naar de volgende

Habitnia

00:04:41 Spreker 3

Linken best wel wat dat betreft

00:04:44 Spreker 1

Ja dit, dit is wel een soort van de extremen van deze

00:04:49 Spreker 3

Ja dus Daarom bijvoorbeeld deze hier, die kan best wel linken, hè Dat is de eerste wat bij mij opkomt, is namelijk point three van gaia Wat je zelf hier iets meer denk ik qua gevoel gaat krijgen is Paper packaging Solids Relateer ik het echt even op dat project, die projectaanvraag Dat vind ik wel een interessante Ik moet 3e vinden

00:05:33 Spreker 1

In het verschil van deze en die is ook heel erg, dit collective en die is zeg maar meer top down, dus dit gaat dit is door de mensen en dit is door overheden grote organisaties ieder geval dus dat misschien is iets waar je

00:05:50 Spreker 3

Ja, maar daarom ga ik al naar die paper packaging, solid en dergelijke, want dat doe je nog steeds in een fabriek ergens maken, maar daar reduceer ik me waist stromen bij wat ik hier wat fijn vind hier bij die gaia heb je die locally produced, dan kan het zijn dat ik die koemelk gebruik om deze zeep te maken weet ik veel of dat mogelijk is, op zo'n gedachte dus locally echt locally produced met producten waar ik local kan krijgen, misschien is het harmonized containers, slash packaging ja zie het als een bierfles en bijna alle bierflesjes hebben deze vorm, en dat ik 1 soort packaging heb voor 1 categorie

00:07:01 Spreker 1

Allright laatste.

00:07:35 Spreker 3

Ik denk dat ik hier meer ga denken aan, Big refill containers, containers, dispensers, of een laundry service. Had je niet verwacht van mij, dus ik heb hier gewoon systemen in mijn huis die de die ik vervul, dat kan in mijn vaatwasser zijn, maar dat kan ook gewoon een dispenser die ergens staat en dat zijn er allemaal vrij standaard dingen.

00:08:47 Spreker 1

Ik vind het grappig, ik had die eigenlijk hier verwacht laundry services had ik hier eigenlijk verwacht Ja ik weet niet waarom.

00:08:50 Spreker 3

Nee, Ik vind dat die wel daar, is

00:09:08 Spreker 1

EINDE EXERCISE

Het gaat ook om even om de mindset shift. Alright, dankjewel, dan leggen we deze andere kant. Hebben we dat ook gedaan dan gaan we nu naar deze zul je wel een beetje herkennen. Hij is gebaseerd op wat ik hier ooit ben tegengekomen.

Hier mag je gewoon een verhaal als een soort van reactie typen, naar de klant je kan denken aan hoe interpreteer je het probleem, wat zijn je doelen, wat je pro's, wat voor resultaten et cetera

Dit kan ook gewoon, dat kun je ook beschouwen Als het mailtje, wat teruggaat en dan heb je hieronder de deliverables met het budget, maar je mag ongeveer, je kan ook weer voor het gemak even € 1 000 per dag rekenen, dus dat is 10 weken pak m beet. En de fases waarin je zeg maar amount kan aangeven en hier kun je nog een titel geven aan de fases. En naderhand heb ik nog een survey die duurt ongeveer 10 minuten, die is wel heel belangrijk voor mij, dus ja, mocht je daar geen tijd voor hebben, kan ik hem eventueel kunnen sturen, maar het beste is om het direct erna te doen. Wat ik merkte, is dat heel veel mensen of die, of deze doen, ik kan me ook voorstellen dat je niet meteen een quote niet meteen fases kunt schrijven en dat je gewoon meteen een reactie wil of gewoon een reactie wil sturen Je mag ze splitsen, als je wil, je kan ook alleen het proces opstellen. Uiteindelijk heb je maar 25 minuten ofzo om het te doen, dus dat het best...

00:11:04 Spreker 3

Ja om 3 uur heb jij de volgende denk ik

00:11:07 Spreker 1

Nee om 4 uur.

00:11:08 Spreker 3

Oh, ja, nou dan heb ik tijd zat.

Je wil dat ik hem hier even invul nu

00:11:22 Spreker 1

En wat ik graag wil vragen is of je hardop wil redeneren, want dan kan ik namelijk zien wat voor overwegingen je maakt dat is voor mij het belangrijkste

00:11:30 Spreker 3 **START QUOTE**

Abductive Ideation

Ik zie als ik deze vraag zie dan willen ze packaging gaan reduceren op dit moment met een huidige packaging analyse wat ze hebben gedaan om naar rond te gaan Kunnen ze maximaal 20% doen, dus ze moet een grotere verandering gaan gebeuren, daarbij worden label te klein, dus eigenlijk wil je gaan kijken van wat voor andere mogelijkheden zijn er. Dus wat ik dan zou voorstellen is om eerst een workshop te gaan doen om zo te kijken van welke alternatieven kunnen we vinden ten opzichte van een ronde fles, van een wide fles naar een ronde fles kan ik alternatieven vinden. Alternatieven zijn onder andere, ik ga ik naar een ander packaging format, of ga ik naar een ander soort service format, bijvoorbeeld grieven of iets dergelijks om dat goed uit te zetten, denk ik dat het handig is om met het team van de klant een workshop te doen waarmee je 1/2 dag brainstorm hebt en wat voorbereiding vanuit onze kant. Daarna zou je die ideeën kunnen gaan uitwerken. En het selecteren, dat is voor mij tweede deel van de eerste fase, dat is 1 totale fase, zo zou ik het doen aan dat is eigenlijk preparation, brainstorm en misschien is zelfs een conceptfase, zo je dan kunnen maken om te zeggen van deze verschillende concepten werk ik visualiseer ik iets meer, zodat ze ook bij weten van wat voor soort impact gaat dat geven. Na die keuze ga je eigenlijk de packaging verder uit ontwerpen. Zo zie ik even het project

Ik zal effe dichten.

00:16:29 Spreker 2

Hou je vooral niet in om je gedachtes uit te spreken.

00:17:01 Spreker 3

Ik zou eerst een **Concept car visual** maken, for each route **to explain** the roots. En je wil ze eerlijk kunnen **vergelijken**, daarom lijkt het me goed om elk concept ideeën route wat eruit komt te analyseren op wat favourable is.

Want dan kan je eerlijk het concept vergelijken, daarbij zou ook een **stoplicht diagram analyse** maken, wat wij initieel hebben gebruikt, dat ga ik hier niet neerzetten.

En dan één of twee routes kunnen we dan verder ontwikkeld worden.

Want hier na gaan we gewoon eigenlijk

00:19:53 Spreker 1

Ja, dat zijn de fases van het proces

00:20:01 Spreker 3

Ja, dat is de verdeling.

Wil je dat ik dat ik dat hier verder uitdetailleer

Want normaal zou ik een brief vooraf schrijven op het begin met een klein beetje inkijk in het plan, zoals ik nu eigenlijk al doe, ik zou eerst een **workshop** doen, waar je 1/2 dag brainstorm doet, daaruit ga je eigenlijk een beetje **power dotten** van dit zijn de interessante routes om verder mee te gaan.

Daarbij wil ik een **diverse groep hebben van de klant, zoals marketing, maar ook R&D.** ← **Risk Aversion**

Maar die details, die leg ik apart uit in mijn in mijn offerte, niet in mijn begeleidende brief.

Ja, want hier begin ik al heel, after that bla bla, maar eigenlijk zou je hier normaal zeggen, concept car visuals...

En dan zou ik eigenlijk zeggen van, de rest van de details kan je in de volledige activiteitenlijst vinden.

00:22:34 Spreker 3

Qua deliverables hebben we een workshop, concept routes, concept routes explained... wat willen ze hebben voor die 50K Het totaal project tot en met uitgewerkte packaging denk ik, hè

00:23:39 Spreker 1

Reads from brief: We wish ask you to propose a project of find a solution and help als conform with the 2025 EU policy

00:23:50 Spreker 3

Ja, maar als ik hem **volledig uit moet dan wikkelen**, dan kijk ik dat van 50k niet gedaan

00:23:54 Spreker 1

Nou, We zijn ook initial budget, hè

00:23:55 Spreker 3

Dus concept routes explained en dan zeg ik **two concept preliminary development...**

Dat is dan mijn workshop, en in die workshop zit onder andere... De workshop, Dat is onsite, two persons, one day

typing out loud

Nu ga ik even spelen, want dit is best wel wat werk, kijk eens die is 20, dit is ook meer, nee, dat is wel lekker. We moeten de bedragen wat ophogen, anders kom ik niet uit.

00:30:22 Spreker 1

Allright! Even opslaan!

EINDE QUOTE

00:30:33 Spreker 3

Sneller dan 25 minuten.

00:30:37 Spreker 1

Nou, dat vind ik... dat is eerste observatie van mij, heel grappig is dat als ik dit met studenten doe, dan zijn ze redelijk snel klaar, maar is niet heel erg uitgebreid met alle anderen met wie ik tot nu toe heb gedaan, die komen niet uit. Maar als jij het doet vlieg je er doorheen, maar dat is gewoon omdat je zo ervaren bent.

00:30:59 Spreker 3

Ja, ik doe dit wat vaker en dan kijk ik zo, wat kan ik doen voor 50K en dan denk ik eigenlijk zo'n Workshop zou eigenlijk wat duurder zijn, maar dat is meestal vlieg je naar Londen ik zeg maar wat, en dan moet ik de dag daarvoor daar heen vliegen, dus dan wordt zo'n workshop veel duurder al, omdat je een 1/2 dag van mensen ook kwijt bent, misschien zelfs een dag, dus voor een dag daar te zijn, ben je al twee dagen voor twee personen kwijt, dan voorbereiding daarvoor ja voor deze jij relatief blind in. Daarbij hebben wij van origine al redelijk veel voorbereiding, zulke soort workshops

00:31:36 Spreker 1

Daar ben ik wel benieuwd heb Je het idee dat je zeg maar invloed hebt ervaren van het doen van zo'n oefening en hoe je dit benadert je schrijft dan schrijft hij namelijk heel duidelijk volgens mij iets over dat we een iets in asses the future moeten doen, is dat hier

Ik weet het niet, je had het hier ergens opgeschreven

00:31:58 Spreker 3

Ja, ja hier future of this packaging.

00:32:01 Spreker 1

Ja is dat iets dat vanuit jezelf komt of denk je dat ook komt omdat we net die oefening gedaan hebben

00:32:06 Spreker 3

Deze komt van mij redelijk uit mezelf, maar dat komt ook omdat Sustainability future packaging heel erg hot is op dit moment. Eigenlijk elk nieuw project wat wij doen binnen de packaging wereld is meer kijken van ja, maar hoe zorg ik dit toekomst bestendig is

En dus daar zijn we heel veel mee bezig, dat is zelfs iets wat ik proactief trigger bij de klant zoveel mogelijk. En natuurlijk, dit (wijst naar oefening) zet je wel je mindset al Natuurlijk in zo'n gedachte Als je het bij mij relatief standaard er al in.

Een packaging die ik nu ga ontwerpen die is op zijn vroegst over twee jaar op de markt

Dus ja voor veel bedrijven is dat al extreem in de toekomst.

00:33:09 Spreker 1

Ja, ja, en hoe doe je dat dan Als je zo'n future zo toekomstvisie met een klant wil delen, ik neem aan dat klanten dat niet makkelijk vinden, of wel

00:33:21 Spreker 3

Nee, maar ze komen nu met een vraag van, ik wil een packaging doen, daarbij raden ze het niet om van gewoon wide fles naar rond te gaan, zien ze zelf al van ik red het niet, hè Ik heb 20%, dus iets anders gaan gebeuren, dat zien ze zelf ook al. Ik moet iets anders gaan doen anders komen ze ook niet naar mij met deze vraag Dus ze moeten iets anders gaan doen dan wat ze standaard zouden doen. En, dat zie ik als een kans om te kijken van ja maar het is het eigenlijk dat je dan echt moet gaan doen, in plaats van maar gewoon in die Schets modus te springen en van oké, dan gaan we een ander flesje tekenen, wat misschien nog gunstiger is, halen we het misschien. Waarschijnlijk ga je het niet halen, want die berekening hebben ze al is gedaan, dus ze moeten veranderen, en die verandering, als je dat realiseert, dan is het ook heel slim om goed na te gaan denken van wat is de juiste manier om te gaan veranderen en, dat triggert dat voor mij gewoon en daarom denk ik ja laten we eerst met een aantal mensen samen zitten om te kijken van wat voor soort veranderingen zijn er allemaal mogelijk Wat zien we aan oplossingen

00:34:39 Spreker 1

Ja interessant, aan de ene kant bevestigt het mijn hypothese, want het is iets wat je vanuit, heb ik het idee, vanuit nature al bent gaan doen, omdat je het gevoel hebt dat dat nodig is en bij mij komt het gewoon uit literatuur. Ik denk dat mijn literatuur onderbouwd wat je nu doet.

00:35:01 Spreker 3

Ja, ja, dat klopt, maar het is bij mij natuurlijk ook ervaring 18 jaar voor ██████████ werken of 17 Ik weet het niet mee. Zo lang voor ██████████ werken, zelfs ik als Mechanical Engineer ben zo gebrainstormd in een andere manier van denken ja waarbij je het beter is om echt te kijken van wat is eigenlijk echt je probleem En dat is nu 25%, zodra die op de markt is komen ze met de volgende uitdaging. Ik zou ook kunnen zeggen van nou, wacht even stop eens even 20% extra in de fles nu kan ik ook 25% zeggen

Is dat de juiste manier Nee, en laten we het echt goed doen en dat stukje greenwashing, daar ben ik totaal niet van. Laten we dat op de goede manier doen en dan kijken we wat zijn de mogelijkheden. Want die mogelijkheden, dat kunnen echt opportuniteiten zijn voor bedrijven

00:36:07 Spreker 1

Cool, heel interessant ik In het laatste onderdeel Dit is even om de context van mij, zeg maar echt goed te snappen , wat heb ik ook nodig om wetenschappelijk te kunnen bewijzen, dat wat ik zeg dat dat dan zou moeten kloppen, dus de vraag of je deze survey wil doen. En ik hou de opname aan, er zitten een aantal kwalitatieve dingen in, dus het kan ook zijn dat je denkt van ja, maar dit heeft meer uitleg nodig, dan kun je het gewoon uitspreken dan kun je het op die manier het toch overbrengen.

START SURVEY

00:37:13 Spreker 3

Ik associeer mij naar meerdere professional rollen, dat is onder andere designer...

Ik zal die verdeling wat sterker maken, ook ik zie me als een strategisch een beetje. Een Solution Provider, niet als een Probleem Owner...

Om de context even uit te leggen in mijn vakgebied hoe ik werk, schakel ik heel erg naar marketing met researchers, met &D die afdeling met de suppliers, met supply, dus de fabriek zelf, die afvullen doet en dergelijke. Daardoor voel ik mij ook betrokken in zo'n rol, maar is het niet mijn rol, dus daarom is dit soms een beetje lastig, zoals marketeer, ja, ik ben totaal geen marketeer, maar ik weet wel hoe ze denken, wat voor hun belangrijke dingen zijn, dus daarom zet ik die op neutraal, en investor zet ik ook op neutraal. En dat is niet omdat ik investeer, maar de investeringen die nodig zijn voor een project in mijn ROI die gaan wel invloed hebben of er een go of een no go komt.

Ik kan volgende klikken, denk ik

Ik define & solve the probleem omdat ik steeds meer die vragen, ik wil altijd de vragen achter de vraag weten. Klant komt met een probleem bij ons, maar eigenlijk zeggen hier van, we zijn hier klaar voor de toekomst. We moeten echt een switch gaan maken. Ik heb collega's die die praten zelfs op een gegeven moment een klanten probleem aan, omdat ze zelf niet zien dat ze een probleem hebben. En dat is vooral wat ik interessant vind, is hoe kan ik die klant zo goed mogelijk helpen, dus ik Define het probleem en ik los het op.

--

(reframing questions)

Dat is zeker complex, en ik strongly disagree dat we dat moeten voorkomen, heel veel zijn erop tegen, voor mij is dat innovatie.

En later kwam ik erachter, zo doe ik ook al mijn projecten, ik stuur continu bij. Later heb ik geleerd Dat is eigenlijk Agile.

00:41:57 Spreker 1

Is het net zo moeilijk voor de solution provider als voor de problem owner?

00:42:08 Spreker 3

Ja, denk ik wel, omdat je continu moet bijsturen, maar die problemen Owner die moet ook begrijpen van hé, mijn probleem is eigenlijk niet veranderen, dus mijn uitkomst, wat ik straks ga krijgen. Wat ik eigenlijk vaak bij een briefing neerzet, dan verwacht je een bepaalde uitkomst en die verwachting die worden dus ook elke keer anders omdat mijn aansturing anders wordt. Ik denk dat het van beide wel lastig is.

Reframing, dat causes geen failure, dat is niet de reden van failure.

Ik denk zoals het hier staat, hè, dat het een meer complex is voor de Problem Owner dan voor designers. Dat is meer omdat de designers daar gewend zijn mee om te gaan. Het maakt het werk niet makkelijker voor een designer.

Reframing is part of innovatie, tenminste, dat is hoe ik dat zie, hoe de rest van de wereld, dat ziet maakt mij niet uit.

Ik denk dat het vooral belangrijk is dat bij innovatie, is de outcome niet voorspelbaar, en als het voorspelbaar is, dan is jouw stukje innovatie al een stuk ingevuld.

Ik denk dat die brief best wel dichtbij was alleen normaal krijg ik geen budget indicatie.

00:48:02 Spreker 1

Nee, ja, die zit er heel duidelijk bij, ik heb daarvoor gekozen om het vergelijkbaar te houden.

00:48:08 Spreker 3

Precies ja had ik begrepen, en dat vind ik ook een goeie Als ik weet ja.

Op welke manier verschilt deze, nou ja, dat gezegd, not that much.

Wat verschilt er eigenlijk in deze quote, wat had ik aangegeven, want heb ik anders gedaan?

00:48:42 Spreker 1

Gaat meer over de opzet van de quota

00:48:55 Spreker 3

Alleen inderdaad hoe de quote geschreven wordt.

Die hadden we gedaan, hè

00:49:13 Spreker 1

Wat vond je er eigenlijk van?

00:49:18 Spreker 3

Ik vind die interessant en ik vind dat wel leuk om na te denken, omdat het ongewoonte is, is het misschien even lastig op het begin. Misschien als je dat vaker doet, dat je sneller een liedje gedachte stand zet

Het zet je wel in een denk modus om verschillende mogelijkheden te zoeken.

00:52:00 Spreker 3

Nou wat ik zei, ik denk dat, dat je mind wel zet en het denken in verschillende alternatieven.

EINDE SURVEY!

00:53:21 Spreker 1

Dan zijn we in principe klaar, kunnen de opname nog heel even laten lopen. Het is ook wel interessant om te reflecteren met je, als je daar nog tijd voor hebt.

00:53:31 Spreker 3

Heel kort daarvan, [REDACTED], die zit te wachten.

00:53:33 Spreker 1

Ja, ik denk dat je door de evaluatie al aardig door hebt, waar ik mee bezig ben je. De hoofdvraag is, ik heb 3 hoofd drempels gedefinieerd, bijziendheid, risico voor nieuwigheid en de rational problem solving mindset. En ik heb ook een aantal methodes gevonden waarmee die zou kunnen overkomen. Nou ja, dit is daar dan één van, en dat gaat dus over abductief redeneren, dus dat je eigenlijk eerst bedenkt van hoe zou het moeten zijn, of wat zou er fout kunnen gaan en vervolgens gaat nadenken, oké, wat zou ik dan nu moeten doen om dat te realiseren of te voorkomen. En die methode van denken komt vrij veel voor in design, maar niet zo heel erg veel voor in andere disciplines. Daardoor hebben designers vaak wel de mogelijkheid om dat te doen, maar hebben andere partijen daar moeite mee. En wat ik dus nu onderzoek is of door dit te doen in eerste instantie met senior designers. Om te kijken van hoe reageren ze daarop en is het al onderdeel van hun proces, of nog niet, en met het idee dat als dat zo is, dan betekent dat waarschijnlijk dat dit een goeie strategie is om mensen die in uit een lineair proces komen, te ondersteunen om die transitie te maken. En daarbij heb ik dus deze oefening ontworpen, om ze te helpen, want dat is lekker kort, dus je kan het bij de eerste meeting doen. Maar het zet je wel aan het denken, je kan hem natuurlijk ietsje langer doen, als je wat dieper erin wil gaan, voor het onderzoek heb ik hem een beetje Kort gehouden.

00:55:26 Spreker 3

Nee ik, Ik vind het wel interessant nou wat ik zei van dat zet je even een andere denkwijzen. Waardoor je sneller geneigd bent om wat breder te denken, dan je denk ik standaard geneigd bent. Nu, zoals ik uitgelegd heb, door mijn werk wat ik nu allemaal doe, doe ik dat al veel meer, en probeer ik alleen maar breder te gaan in alle projecten om echt te kijken van, wat is nu eigenlijk het probleem voor de klant. Want vaak weet de klant helemaal zelf niet wat z'n probleem eigenlijk is. Die stelt wel een vraag aan mij maar daar zit vaak een vraag achter die vraag.

00:56:17 Spreker 1

Ja en wat ervaar je dan als de grootste drempel om innovatie te bereiken met je klanten?

00:56:26 Spreker 3

Het rechtlijnige denken van de klant zelf. De klant die weet gewoon van, ik heb een vraag en eigenlijk is dit het antwoord, kan je dat voor mij uitwerken.

Dat is eigenlijk vaak een vraagstelling waar veel klanten mee komen. Stelt deze klant ook... nu is dit nog een relatief open vraag. Omdat ze niet weten, ze komen er niet uit, maar vaak is het wel van ja, kan je voor dit of dit merk een nieuwe packaging ontwerpen en die packaging moet van PET zijn, dat stukje van de puzzel hebben ze al opgelost, en daardoor worden je mogelijkheden heel erg beperkt.

Het is veel interessanter om de vraag te stellen, is pet wel het juiste materiaal waar we naartoe moeten gaan voor dit project?

00:57:27 Spreker 1

En, denk je dat dit voldoende, het niveau heeft dat een klant daar wat mee kan, of denk je dat het te abstract wordt?

00:57:38 Spreker 3

Ik denk dat je qua gevoel heel erg moet gaan aftasten van is daar een klant er voor open om af te wijken van zijn proces. En daar zit een heel stuk tactiek achter, en klantkennis, denk ik.

Hebben we de ene klant die pakt het wel, de andere niet, de andere zegt van nee, ik heb gewoon een petfles nodig klaar. Als dat in dit geval een HDPE fles was, had ik kunnen zeggen, maar de petflessen kunnen we het halen 25% reductie.

00:58:22 Spreker 1

En, stel je zo dit als dit als een soort van opwarmertje tussendoor doen, bij een nieuwe klant, dus je hebt nog nooit ontmoet, je hebt niet echt een band, zou je dit dan, zeg maar als je warm ups, exerciser van 10 minuten met durven doen?

00:58:45 Spreker 3

Als er ruimte voor is, en dat is het, als een klant zo'n mail naar mij stuurt, van kan je mij een quote maken, dan kan ik geen exercise doen, dan verwacht hij een quote. Dit zijn wel interessante dingen om bij die Brainstorm wat ik heb voorgesteld, als een ijsbreker te gebruiken, want dan zet ik wel iedereen zijn gedachten open om te kijken van ja, welke kanten kunnen we allemaal wel op.

00:59:15 Spreker 1

Ja, maar dan plaats je hem dus na je contract, en het idee nu is, om hem juist naar voren te halen, dus voordat je het contract hebt opgesteld.

00:59:24 Spreker 3

Ja, maar dan is het een vraag, eigenlijk een beetje van, op welke manier en hoe kan ik dit met een klant gaan bespreken, want ik vind dat het lastig altijd om veel in een klanten te investeren. Voordat ik weet, gaan we met elkaar samenwerken, is het een klant waar ik al langer mee samenwerk, dan is het wel makkelijker te doen, want dan heb je een steady business.

00:59:47 Spreker 1

Zou je het kunnen gebruiken om te peilen, dus stel je voor, je zou het met een klant doen en de ene klant die reageert goed op de exercise die gaat er helemaal in mee, en een andere die vindt dat moeilijk, die gaat er moeilijker mee om. Zou je dan ook conservatiever of progressiever schrijven?

01:00:08 Spreker 3

Nee, ik denk niet dat mijn quote zou beïnvloeden. Omdat ik echt probeer na te denken, wat is het beste om te doen voor deze klant, en als een klant het er niet mee eens is, en die zegt gewoon van nee, ik wil gewoon dat je dit en dit uitvoert. Dan ben ik misschien niet de juiste persoon om dat project voor hem te doen. Omdat ik de meeste waarden wil leveren voor een klant, en niet wil uitvoeren wat hij zegt en daarmee eigenlijk geen oplossing bied, voor zijn probleem. Voor zijn echte probleem, wil die dat per se wel, dan kan ik altijd nog op de stoel gaan zitten van oké, dan doen we het, maar weet dit zou beter zijn dan. Soms doen we wel het gewoon uitvoeren, simpel gezegd hè, denigrerend even naar het werk. Maar als ik zie dat er veel meer pretentie is, dan zal ik het eerste eens heel duidelijk gaan bespreken. Kan ik deze methode dan gebruiken om wel zo ver te krijgen? Ja misschien wel...

01:01:23 Spreker 1

Als, je zou het misschien als een niet als een initiële altijd include. Maar als een soms inzetbaar voor bepaalde model.

01:01:31 Spreker 3

Ja dat denk ik wel, en ik denk het inzetbaar is als een klant zegt van nee, ik wil dit doen. Als je met zo'n, als je dan zo tegenover elkaar staat, eigenlijk met mening, dan is het misschien goed om zo'n oefening te doen.

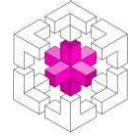
01:01:55 Spreker 1

Ja, oke, ja want op zich kun je het natuurlijk, je kan het je bij een eerste ontmoeting zoals online zou het kunnen doen via maar cool, ja heel interessant, dankjewel.

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Kleen

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date 25/11/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

our support in reaching the plastic reduction target

We do believe we can help you

our approach is to first get a better understanding while at the same time trying to get all stakeholders on board for this challenging objectives.

Below our phased approach.

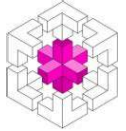
Archeology

Risk Aversion - Multiple perspectives, acknowledge complexity of alignment.

Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	- rapport advies visualisatie
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Archaeology

Offer

Phase 1 – Scoping and strategy	Amount
<ul style="list-style-type: none"> - in kaart brengen status quo - waar is nog winst te behalen, war zet het meeste zpoden aan de dijk - verkennen van alle mogelijkheden voor [lastic reduction, niet beperkt tot optimalisatie van bestaande formats, maar ook alternatieven zoals refill models, compaction, etc. - aantal interviews met key stakeholders, om d egrotere complexiteit in kaart te brengen workshop waarin je terugkoppelt, en middels een paar beakouts tot een aantal scenarios 	€ 30000

Deductive & Abductive exploration & generation!

Solutionism

Phase 2 – valideren van de scenarios	Amount
<ul style="list-style-type: none"> - verder uitdiepen van de meest kansrijke scenarios - impact en potentieel in kaart brengen - visualiseren/filmpje - advies/filtering Keuze, en in een formaat gieten om senior management te overtuigen 	€ 20000

Phase 3 – uitwerken van een van die scenarios (for next quote)	Amount
<p style="text-align: center;">↑ Anticipating Reframe</p>	€

Phase 4 – ...	Amount
	€

Phase 5 – ...	Amount
	€

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V.		
@	06-	
Name authorised signatory	Survey	
<i>Fictional Signature</i>		

Transcriptie

00:00:34 Spreker 1

2025 policy, Het begint al leuk ja, Dat is heel tight 3 jaar, wat wil je dat doe?

00:00:48 Spreker 3

Dan ga ik nu uitleggen

Deze is een gebaseerd op de quote die hier wel vaker hebt gezien, denk ik.

Er zijn twee pagina's, de ene pagina laat een geeft je alle ruimte om een reactie te schrijven naar de klant toe en de andere pagina gaat het dieper in op het proces, dus met deliverables, offerings, fases, etcetera. Wat ik merk is dat sommige mensen die beginnen hier, sommige mensen beginnen aan de voorkant, sommige mensen doen alleen dit en slaan deze over of doen het andersom stel, je wil helemaal geen quote schrijven, dan kun je deze ook beschouwen als een mail, een soort van reactie die je schrijft dus dat is een beetje aan jouw, maar dit krijg je en dan is de vraag, wat is je reactie?

00:01:40 Spreker 1

Ja mijn eerste reactie zou zijn, regel een meeting.

00:01:44 Spreker 3

Ja nee, uiteraard

00:01:45 Spreker 1

Ja maar dat is wel het eerste wat je zou doen hè, want ik denk dat als ik dit lees, dan denk ik van, er een oplossing in, hoezo is dat de oplossing die we moeten hebben? Ik bedoel, we gaan bepaalde richting in en dat zou ik meteen gaan challengen.

Challenge Frame



00:02:05 Spreker 3

Oké, ja heel goed, bij het formuleren van je reactie hierop graag zoveel mogelijk hardop denken, dat helpt mij heel erg met het begrijpen van je redenering, zeg ik, Ik ga me proberen er niet mee te bemoeien.

00:02:17 Spreker 1

Oké, ik zal proberen het een beetje in Telegram stijl te doen.

Our support, zou ik zeggen, ik moet jou vertellen dat Ik sowieso niet gewend ben om op Windows te typen, dat is een en twee is dat ik wat aan mijn handen heb, dus dat ik veel typfouten maak daar waarschuw ik je ook vast voor.

00:03:01 Spreker 3

Dat is ook goed, je kan ook bullet punten en het uitleggen als dat makkelijker is dan want ik transcribe dit sowieso dus dan...

00:03:12 Spreker 1

Even kijken in reaching our support and reaching the plastic reduction target.

Dad zou ik zeggen, We do believe we can help you have this, you can help. Uh nou, engelse heb ik niet eens, maar

00:03:53 Spreker 3

Multiple perspectives

Oh, laat maar lekker, ik zou zeggen, schrijf. Schrijf een beetje, maar spreek vooral veel. Dat is het makkelijkst.

00:04:00 Spreker 1

Archeology

Ik zou zeggen our approach zou dan zijn is toch first, get the better understanding, while at the same time trying to get all stakeholders, on board for this challenging objective.

Dat is wat ik zou zeggen. Below our phased approach.

Er wordt daar nogal wat geroepen, hè dus we moeten eigenlijk eerste complexiteit in kaart brengen, hè want hier wordt gezegd van 25% plastic reduction dan zeggen ze van, het is al gerealiseerd, dat snap ik en dan is er eigenlijk nog maar weinig te halen, dan kan je zelfs zeggen, min or maximum 20% het zijn natuurlijk een beetje bullshit getallen, maar zeg je van je kunt van White round gaan, maar dan haal je nog steeds met 20%, dus we moeten eigenlijk breder gaan kijken om te kijken of we of via alternatieve methodes kunnen gaan krijgen, dus dat betekent dat je je scope moet verbreden. Nou ga ik eventjes nu naar hoe we dat dan zouden doen,

Phase one, zou ik zeggen, ja misschien scopen, ja strategy zou ik het misschien wel noemen. En dan zou ik zeggen, on one end, gaat het dan om het goed in kaart brengen het gaat nu over het Nederlands. Dat mag he?

Ja, dan zal ik in kaart brengen van De status quo.

Waar is nog winst te behalen, waar zet het de meeste zoden aan de dijk. Dat zou je willen weten en dan met een soort van verkennen, van alle mogelijkheden voor plastic reduction.

Niet beperkt tot optimalisatie van bestaande formats, maar ook alternatieven.

Zoals, refill models, compaction om wat te noemen Etcetera. En zou je zeggen van oké, daar gaan we in ieder geval kijken wat is er meerdere daar te vinden. Dan zou ik zeggen dat je misschien ook nog wel een aantal interviews met key stakeholders, om de grotere complexiteit in kaart te brengen. Misschien een workshop waarin je terugkoppelt, en middels een paar breakouts, kom je dan tot een aantal scenarios. In volgende stuk ga je dan eigenlijk het bijna verder exploreren, of ja, het valideren van de scenario's, dus dat is eigenlijk verder uitdiepen van de meest kansrijke scenarios.

De impact en potentieel in kaart brengen, ik ga het ook visualiseren, hè waar hebben we het precies over en je gaat een advies of een filtering, wat zijn de meeste kansrijke. Dat zou ik doen en dan daar moet uit volgen, een keuze en misschien het in een format gieten om senior management te overtuigen.

De vervolgfase is eigenlijk het uitwerken van een van die scenario's, maar dat is dan altijd voor next quote. Omdat je gewoon niet weet niet weet wat het precies gaat zijn, hè. Je begint net zoals bij een scoping, en wat je dan krijgt is... Deliverables, in de vorm van een rapport, een advies en een visualisatie.

Dan zou ik zeggen, dat is scoping & strategie wil je ook nog getallen weten? We kunnen dit wel doen voor € 30 000 ofzo, en hier visualiseren, misschien gaan we wel een filmpje maken, om mensen te overtuigen, hè. En daar willen we dan misschien nog 1 keer 20K voor hebben, dan hebben we precies de 50.000€

En dan willen ze van die 50 000 alles gedaan hebben, wat natuurlijk nergens op sloeg Ik weet niet hoe groot een portfolio is überhaupt, Het is van het volgende eventjes, maar goed.

EINDE QUOTE

00:11:15 Spreker 3

Nou nou, die schut je vlot uit je mouw, ik kan niet anders zeggen, ik sla hem even op dan hebben we, dat is in ieder geval veilig gesteld. Nu heb ik bij sommige mensen een interventie gedaan en bij sommige mensen doe ik het niet. En als ik nu hier even inkijk, eigenlijk het eerste wat je zei is Challenges, die vraag stellen.

00:11:53 Spreker 1

Ja, want je ziet, je ziet al meteen dit, dit gaat niet worden, want ja, daar gaan ze hun targets niet meer halen, ik moet gewoon fundamentele ingrijpen anders dan lukt het je niet.

00:12:07 Spreker 3

Je biedt wel meteen een aantal oplossingen en dan vooral wat voorbeelden van oplossingen.

00:12:13 Spreker 1

Ja, omdat het anders wel heel abstract blijft, hè Dus Je moet wel op een gegeven moment, ja, je kan zeggen, dit gaat het niet worden, dus laten we kijken wat het wel kan worden. Ja dan heeft je klant natuurlijk ook zoiets van, waar denk je dan aan? Dat is de vraag die ik terug ga krijgen. En in dit gebied, met deze specifieke vraag, dat bijtje hebben we natuurlijk eerder mee gehakt, dus wij weten wel een beetje wat globale oplossingsrichtingen zijn. Er kan nog iets nieuws zijn, hè. Die kan nog iets zelf niet gezien hebben, daarom doe je ook nog meer onderzoek maar je hebt globaal een idee welke richting je op moet denken om de target wel te halen.

00:12:56 Spreker 3

Waar ik wel benieuwd naar ben, als je zo'n soort proces initieert, vinden klanten dat dan makkelijk, dat je niet zomaar reageert met, oké, we gaan het voor je oplossen! We doen Stap, stap, zoveel zoveel, zoveel...

00:13:26 Spreker 1

Dat hangt een beetje van de volwassenheid van de klant af. En er zijn klanten, hè waar bijvoorbeeld en mijn Reckit of een Unilever aankom die zullen meteen zeggen van ja. Hoewel, er zullen wel afdelingen zijn binnen zo'n organisatie die zo'n vraag zouden kunnen stellen, maar met een aantal andere stakeholders die gewoon ook wat meer begrip hebben van complexiteit. Krijg je zo'n vraag of anders natuurlijk. Die hebben dit in hun hoofd al gedaan. Als je klanten hebt die minder volwassen zijn of op dit gebied minder volwassen zijn. Wat je vaak doet Is ook misschien een aantal scenarios neer je zetten, en ik zeg nu van, dit is het nu aan te bevelen scenario, maar het kan zijn dat we zeggen, van ja, dit kan, maar we kunnen hier bijvoorbeeld ook een alternatief bieden. Laten we eerst 1 of 2 formats van je pakken, en dan met een kleine slag kijken of we überhaupt kunnen bereiken wat je denkt te kunnen bereiken. Wat dan waarschijnlijk niet gaat lukken, hè dus kijk op die manier

kan je het kan je het proberen voor ze te doen. Dus vaak ook het bieden van een aantal verschillende opties dat we helpen op een gegeven moment die klant mee te nemen in je het denk proces en wat ervaring ook wel leert, is dat je soms ook je niet moet laten verleiden tot een proces waar je toch niks uit kan halen.

Dus op het moment dat bij wijze van spreken zij denken dat we het hele portfolio van € 50 000. Dat we het daarmee kunnen gaan redden en wij weten al van daar gaan wij het niet mee redden en dan kunnen we € 50 000 omzetten. Maar dan hebben we er een hoop gezeik aan en we bereiken niet iets waar die bij de klant blij mee is. Dan kun je het misschien beter niet doen, maar dan kan je misschien beter zeggen van ja, dit gaat niet lukken, we denken dat je € 100 000 moet investeren en laten we dan een klein beginnen om je daar een voorproefje van te voelen. We merken dat dat vaak wel werkt op het moment dat je het verhaal goed hebt, hè. Dus op het moment dat jij alleen zegt van ja, dit is niet goed, we moeten het anders doen, dat werkt niet. Maar als je inderdaad al zegt, je moet het anders doen, want... en we denken zus en we denken zo, dan is het wel makkelijker om zo'n klant mee te mee te krijgen.

START SURVEY

00:15:37 Spreker 3

Oké, ja dan gaan we naar de laatste fase van het onderzoek. Het is een survey het zijn pak hem beet 20 vragen. Er zitten ook heel veel van die klik vraag tussen, dus dat zou redelijk snel moeten gaan. Voel je ook vrij om kort te antwoorden en het uit te leggen, verbaal als je dat liever hebt.

00:15:59 Spreker 1

Oké, nou, ik zet hier gewoon eerst even director, maar dat is natuurlijk een vrij algemene term. Maar ik ben vooral ook account verantwoordelijk dus ook op grote lijnen met de klant en de klantrelatie, meedenken strategisch. Zoiets, hè.

En het is 26 jaar ervaren,

(reactie op professional rol, problem owner) Het probleem moet je laten liggen waar ze horen en dat is bij de klant!

00:17:43 Spreker 1

(reactie op reframing)

Ja, nee, dat gebeurt dus iets Very Common, ja kijk, ja, Ik denk het wel, het is natuurlijk niet altijd dat je helemaal fundamenteel dingen anders gaat doen, maar toevallig vanochtend gesproken met Randy en met Andrés, een project waar wij ook gevraagd werden om een bepaalde Proof of Concept van de Engineers te verbeteren bij usability. Ja, we komen daar gewoon niet uit, en eigenlijk zeggen we, we sturen ze terug naar de tekentafel. Want eigenlijk het werkingsconcept wat ze gekozen hebben, gaat user technisch gewoon niet werken en dat is toch tegen komen.

Reframe problem definition during running project is complex, ja natuurlijk.

Is something with try to avoid, nee dat niet

Something we anticipate, ja, want daar schrijven onze quote wel op, dat we zorgen dat er altijd escapes in zitten

Is easy voor de solution solution provider, nou, het is natuurlijk nooit makkelijk

Is easy for the Problem Owner, ook niet

Is essential for succes, ik weet niet of per se essentieel is voor succes, om er voor open te staan is wel belangrijk

Causes failure, nee, niet per se, wat als je het niet doet, heb je ook failure.

00:19:12 Spreker 3

Als je hier zou moeten kiezen welke is meer dan de ander (problem owner, solution provider)

00:19:18 Spreker 1

Ja, dan is het wel meer voor de Problem Owner denk ik. Dat hangt er ook een beetje vanaf hoe zijn natuur dan is.

(Volgende vraag)

Yes, dat is zo, en dat is zo omdat ze natuurlijk, ze werken tegen deadlines, tegen budgetten en hebben te maken met verwachtingen. Dus we zullen het intern moeten verkopen, ofwel, als het een klein bedrijfje is waar er geld in zit of waar ze met investeerders werken, hè. Het zal impact hebben op hun prognose, financieel en pipeline, hè. Dat idee.

Do you need to deal with flexibility in your projects? Jazeker zorgen dat je de quote helder en handig schrijft, dus duidelijk omschrijven wat je belooft, dus wij beloven geen werkend principe. Maar beloven dat we de feasibility van de werking onderzoeken. Dus je probeert het goed af te bakenen. Ja, dat luistert nauw. En maximeren aantal richtingen, en iteraties van startpunten, welke aannames baseren we het proces op.

Ze gaan we er vanuit, dat was een mooie die Eric van Dorst vaak deed. We gaan er wel vanuit dat het gene wat jullie proberen te bereiken met de technologie die je kiest, dat dat ook daadwerkelijk haalbaar is, als dat niet haalbaar is, dan is deze offerte bij wijze van spreken niet meer geldig. In de praktijk is natuurlijk altijd mooi om het op te schrijven, lastig om het in het proces te verkopen. Maar goed, je hebt in ieder een stok om mee te slaan.

(Volgende vraag) Ja first, omdat werkelijke innovatie altijd met onbekenden en happy accidents te maken heeft. Je kan nooit helemaal voorspellen wat er uitkomt. Als je dat kan doen, dan ben je waarschijnlijk niet aan het innoveren. Als je weet wat er uit gaat komen, want dan is te bekend.

Was de briefing comparable? Ja een beetje wel

What way does it differs? Er zat al wel heel erg een oplossingsrichting in de brief gevat, anders dan alleen kaders en doelstellingen. En budget ruimte krijgen we ook zelden mee.

Was the quote comparable? Yazz, natuurlijk, het is uiteindelijk veel uitgebreider en beter afgebakend.

00:24:00 Spreker 1

(denk je dat een exercise voor het schrijven van een quote, goed zou zijn?)

Nou ja, dat doen we natuurlijk wel, hè, dus we hebben natuurlijk ook heel vaak dat er een soort van eerste stukje werk verkopen, waarin we eigenlijk proberen met dit soort methodes richting te geven aan een project.

00:25:25 Spreker 3

Alright nou, dat ging hartstikke vlot Ja, ja, We kunnen wat ik meestal doe is nog heel even nakletsen onder record dat is wel interessant, want je hebt nu een beetje beter beeld waarschijnlijk waar ik mee bezig was is echt om te kijken van hoe kunnen we nou het reframen stimuleren aan het begin van een project bij de initiëren van een project en die probleemstelling echt aan de kaak stellen. En natuurlijk, jullie zijn heel ervaren jullie doen dat voor een heel groot deel en dat zie je gewoon. Dat zie je erin terug en waar ik naar op zoek ben is en dat is de toevoeging van die exercise, dat voegt Design futuring toe, dus dat je een toekomstbeeld schetst, alternatieve toekomsten gaat benaderen en op die manier Abductief redeneren, initieert.

En de vraag is dus of daarmee de manier waarop je dit benadert, of dat dan versterkt wordt, en of je daarmee sterker geneigd bent om de probleemstelling ter discussie te stellen en breder te kijken. Want als dat voor jullie al geldt... en door de reflectie erop kan, ik meten of dat voor klanten ook zou gaan werken, of dat kan.

Dus dat is waar ik naar op zoek ben. Stel, je zou zo'n test met een klant gaan doen. 10 minuten lang verschillende toekomstscenario's beschouwen en kijken wat voor impact dat zou hebben op

00:27:00 Spreker 1

Waar ga je die beschouwen of ga je met hem craften?

00:27:04 Spreker 3

Nee, je hebt 4 onderstromen in dit geval, deze ken je misschien nog wel. Immortallia, Habitania, Ehterea en Gaia, gebaseerd op Reon Brand, Die heeft ooit een lezing bij ██████ gegeven, die heeft soort co-emerging futures geschreven en op basis daarvan dacht ik van nou, dan zet ik gewoon 4 kwadranten neer, de onderliggende stromen van waar de toekomst heen aan het bewegen is en op basis daarvan ga je dan een indicatie maken van nou wat en waar gaat de toekomst heen .

00:27:27 Spreker 1

Ja, ik vind het vrij abstract, voor het gemiddelde project wat we doen. We doen natuurlijk ook wel dingen als future scenario planning, maar dan hebben we ook echt te maken met wat langere termijn vragen. Zoals, we zijn nu hier, we moeten ons eigenlijk informen van, wat zijn de big bets, welke kant moeten we moeten we ons op oriënteren, maar op het moment dat we een concrete vraag krijgen, bijvoorbeeld zoals je hem net had, denk ik dat dat als je met dit aankomt in de brifing fase, ik denk dat het klant denkt, ja, maar hier vraag ik toch niet om...

00:28:36 Spreker 3

Nee, dat snap ik.

00:28:40 Spreker 1

Dat is ook altijd een beetje wel de balans die je moet zien te vinden. Sommige klanten hebben een hele concrete vraag. En als wij dan te ver uit gaan zoomen en te abstract gaan maken, op een gegeven moment, raak je dan iemand kwijt, dus je moet zorgen dat je daar wel een goede balans in vind.

00:28:57 Spreker 3

Ja en stel, ik heb dit, dit voelt ver van je af, maar ik heb dat ook in een filmpje gegoten om wat kleur te geven, dus *laat filmpje zien*

Stel, je zou een klant zo'n filmpje laten zien, en je past hem toe als Warm up exercise zou dat iets zijn wat je te zou toepassen?

00:29:30 Spreker 1

Als ik aan de vraag denk wie je mij net voorlegde van die plastic reduction, dan is het nog veel te grote gap de klant snapt dat totaal niet meer, als er iemand naar mij toe komt en zegt van, Oké ik wil mijn pipeline omvormen of we staan voor een grote uitdaging vanwege Sustainability, we moeten echt stappen gaan maken, maar we weten niet wat. Prima, dan weet ik niet of ik deze zou gebruiken, maar dan moet je op een abstracter niveau beginnen.

00:30:03 Spreker 3

Maar je denkt dat die voor gemiddelde projecten te abstract is, nog? (Ja)

Maar het fenomeen van abductief denken, is dat iets wat je wel ook op abstractere niveaus misschien toepast al?

00:30:21 Spreker 1

Leg eens precies uit wat je ermee bedoelt?

00:30:22 Spreker 3

Dus dat je objectief is dat je kijkt van, hoe zou ik iets willen hebben, of hoe zou iets kunnen verlopen en hoe kan ik dat laten gebeuren of voorkomen dat het gebeurt, dus dat is een manier van denken die in design vrij veel voorkomt, maar daarbuiten vrij weinig, omdat mensen over het algemeen deductief of inductief redeneren.

00:30:48 Spreker 1

Ja, ik vind hem lastig. Ik kan me wel voorstellen dat er een tool zou kunnen zijn die je daarbij helpt, maar dan zou ik bij wijze van spreken eerder de structuur nemen, dan dat ik echt daadwerkelijk aan de invulling zou hangen die hier is, want ik denk dat de structuur, ook op een concreter niveau best wel best wel praktisch kan zijn. Dat bij wijze van spreken hier in die Assen zou kunnen staan aan de ene kant, heel traditioneel, we blijven consumabels verzenden en de andere kant van nee, er is geen ownership meer, zoiets, versus we hebben alles nog van plastic of we hebben helemaal geen plastic meer. Dat soort dingen, dat je eigenlijk de inhoud van de rand kiest en dat je hem dan met die klanten eigenlijk gebruikt om te gaan zeggen, wat zou dit betekenen, of dat?

Maar nog steeds denk ik, het is een leuk tool en dan denk je van dat ga ik gebruiken voor een intake van zo'n klant. Maar eigenlijk is dat een proces waarvan ik denk, dat is waarde, die moet je verkopen.

00:31:52 Spreker 3

Ja en dat is dus het ook een beetje waar ik op zoek ben, want ik heb het idee dat dus je innovatievere projecten zou kunnen opstarten als je dit als warm up doet voordat je zo'n intake doet. Dat is een beetje ook wat ik uitprobeer, is dat zo, of niet?

00:32:09 Spreker 1

Nou, wat ik me kan wat ik me kan voorstellen is dat het een ook een salestool kan zijn die je op een gegeven moment gebruikt, als je op een event aan het spreken bent. We hebben hier op een gegeven moment op de Dutch Design Week ook dat we events organiseren waarbij we klanten natuurlijk warm maken voor wat we doen en hebben we ook break outs waar we die klanten stukje design thinking laten ondervinden er mee aan de slag laten gaan, dus ja. Ik denk dat het in zo'n setting wel zou kunnen passen, maar als het dan een heel concrete vraag is, dan denk ik dat het ofwel te abstract is, of het is zou heel nuttig kunnen zijn, maar dan wil ik het verkopen.

Is gewoon waarde, want het is design thinking, iedereen claimt dat nu te doen en te kunnen. Maar we hebben natuurlijk als ontwerpers daar wel degelijk iets wat heel veel mensen niet kunnen.

En ja, dan kun je iedereen wel gaan leren vissen of wij kunnen blijven vissen en de vis verkopen. En ik zeg niet dat we een Design Thinking Monopolie zouden moeten hebben of zo, maar we moeten onszelf ook niet... Het is wel iets wat we goed kunnen... Dat de waarde die we brengen.

00:33:30 Spreker 3

Je denkt dat als je dit doet met mensen, dat ze dan ineens de waardes en de principes van design thinking kunnen?

00:33:37 Spreker 1

Nee, dat je het niet te makkelijk weg moet geven.

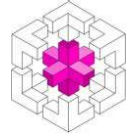
00:33:43 Spreker 1

Als je het te kort door de bocht doet, dan zou het bij je intake een heel snel simpel tooltje moeten zijn, wat je heel praktisch kan inzetten om op een gegeven moment gesprek beter te structureren. Aan de andere kant denk ik ook dat het dat je misschien wel net zo ver komt, door gewoon goede vragen te stellen en goed te luisteren. En daar ben ik liever mee bezig, dan dat ik in z'n eerste gesprek heel geforceerd een tooltje de oor ga lopen duwen.

Ik denk dat dat ook de ervaring die ik dan heb, ik zou gewoon met open vizier zo'n gesprek in gaan. Ik moet luisteren en op gegeven moment proberen, ja heel zoetjes aan de uitdaging en de complexiteit helder te krijgen.

EINDE

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

WMO

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date 1/12/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

I have a plan to perform a test which aims to calculate the healthcare cost for over-aged elderly in the coming 25 years. The test will be performed in Eindhoven, and the testers should be a group of over-aged elderly that are given this new drugs. We will then follow their health status and their healthcare expenses regularly, dus we will have the financial report how much it might cost for the healthcare system in the coming 25 years.

MYOPIA - Context not attacked or expanded.

Project is positioned in the the exploration phase, and allows for reframing afterwards.

Project however researches something that was already evident in the brief.

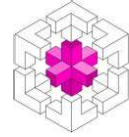
Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	a proposal on calculating the healthcare cost for over-aged elderly
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – research	Amount
research about the current healthcare system and possible population increasing curve.	€

Phase 2 – ...	Amount
distribute the drugs to a group of elderly people who are over the average life length of Eindhoven region. and ask consent to follow up their health situation.	€

Phase 3 – ...	Amount
check their healthcare expenses monthly for a continuous half year. so we know briefly how much an over aged elderly would spend.	€

Phase 4 – ...	Amount
then calculate if everyone have extended 25 years how much healthcare money it might cost in Eindhoven and check if the current system can afford that	€

Phase 5 – ...	Amount
Purely deductive analyses on proposed situation, intrinsic paradox not spotted, project as proposed will reveal the paradox.	€

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V.		
@	06-	
Name authorised signatory	Survey	
<i>Fictional Signature</i>		

Transcription

F: test 8 with [REDACTED]

(Explanation of research)

- WMO case was chosen

(reading the case)

(Explain Envision Exercise)

(Shows Ethera)

P: ok, in the future maybe people will be ery excited to have a longer life, easier, during their retirement time they have far more to do, artist or something. But after a while they discover that everyone lives so long, they have to choose in what direction to go...

It is quite dificult...

(supportive talking by facilitator)

SKIPPED EXERCISE TRANSCRIPT

Stops at 34:13

EXPLAIN QUOTE

START QUOTE WRITING – starts 36:33 – Verbal nuances

(rereading the brief)

Starts

Phase 1, So its like building a test, to see **how** it is possible to not bankrupt the healthcare funds.

So we start with research on the health system.

...

(Speaks what she types)

F: and your also giving them the cure than? Because I don't think a lot of people will be living 25 y in a nursing home.

P: It is hypothetically give them 25 y of money, we imagin them having 25 y of resources.

F: how should we... no I should shut up....

...

(Participant has trouble getting started, facilitator explains the brief again)

NO NUANCE IN RECORDING

SURVEY

- Sometimes **when you don't get requirements it is very difficult to think of something new.** But with strict requirements, people might think of something out of the box

No other comments during Survey.

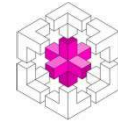
REFLECTION

F: Long story about chalangeing the framed question.

P: I indeed was to much stuck into the context. Only during the survey and you listed the narrow context, I realized that I was trapped.

NO FURTHER QOUTES OR INSIGHTS FROM INTERVIEW.

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

DEEVELO

Your Name:

[Redacted]

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date

2/12/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

the project for AI consumer acceptance in your dietary app. Based on your request for quotation, we understood that the main challenge is to understand the user behaviour and how they view the collection of privacy sensitive data with the purpose of better dietary advice. Using these insights, you ask for a solution of incorporating the novel AI system into your existing application which your users will accept.

Stating provided Frame

Deepen & expand knowledge

Our approach would consist of first understanding the problem through literature review and build-upon already existing insights in this field to propose several (2+) methods for collecting this data, communicating this to the user and the value it will propose to the user.

Deductive Risk Aversion

Next, a user test should be done with your already existing user base to understand which of the proposal would have most potential for acceptance. This will be tested with simple prototypes or similar methods.

Inductive Risk Aversion

Outcome of this phase will be insights into the trade-offs your user base makes when it comes to collecting privacy sensitive data.

No Strong Reframe Anticipated

These insights will then be used to formulate and develop a high-fi prototype of the best design. This design will then be validated again with the user base to verify the choices made. Based on this we will make suggestions for further improvements if needed.

Reflective development

"Or back to the drawing table" (From transcript)

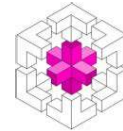
Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

[Redacted signature]

20221115-Quotation

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

SOLUTIONISM

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	Different propositions for solutions, user research outcomes, one potential solution with prototype
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – Literature review		Amount
Understanding State of the Art for data collection, behaviour change and trade offs people make for sharing privacy sensitive data	€	5000

Phase 2 – Prototypes/ mock-ups		Amount
Create potential ways of how the data can be collected, explanations that are given, motivations, etc.	€	10000

Phase 3 – User tests		Amount
Test the prototypes and evaluate how people perceive this. Find the best option for collecting the privacy- sensitive data	€	10000

Phase 4 – Create high-fi prototype		Amount	"Or back to the drawing table" (From transcript)
Based on result phase 3, create a high fi prototype.	€	15000	

Phase 5 – Validation		Amount
Test results phase 4 with target users	€	10000

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @ 06-		
Name authorised signatory	Survey	
<i>Fictional Signature</i>		

Transcriptie

00:00:00 Spreker 1

Dus dit is test 9 met [REDACTED]

We gaan een oefening doen, in die oefening heb ik 4 design cases geschreven. Die zijn allemaal heel erg vergelijkbaar met elkaar, maar inhoudelijk anders. Maar qua opzet zijn ze allemaal hetzelfde en je werkt voor een organisatie design Designovate en zij leveren van begin tot eind leveren oplossingen voor mensen die design oplossingen nodig hebben. Je krijgt een van deze 4 mails binnen en je wordt gevraagd in die mail om een quotatie, een offerte, terug te sturen als reactie, want ze willen graag weten, of je en hoe je zou kunnen helpen. Om iedereen een beetje te helpen, heb ik er 4 geschreven vanuit verschillende onderwerpen, verschillende domeinen zodat je iets kan kiezen wat een beetje bij je aansluit. Het eerste project gaat over Kleen is een organisatie globaal die maken schoonmaakmiddelen en ze moeten kunststof besparen met de flesjes van hun flessen. In 2025 moet er 25% bespaard zijn, maar hun R&D afdeling heeft is erachter gekomen dat als ze een volledig optimaal doen, dat ze dan eigenlijk nog maar 20 Procent kunnen besparen. En misschien zijn er nog wel andere mogelijkheden voor, maar dat is wel ingewikkeld, dus ze zijn op zoek naar een oplossing

Project twee is van Jeens is een spijkerbroeken organisatie die is heeft zijn productie van China naar Bangladesh verplaatst en ze moeten een deel investeren in meer fairtrade produceren en ze willen eigenlijk nog iets verder gaan, maar ze willen tegelijkertijd ook competitie kunnen blijven drijven op de markt

Project 3 is van de gemeente Eindhoven deze gaat iets fictiever. Er is een farmaceutische organisatie die heeft een medicijn ontwikkeld waarmee ze Alzheimer en dementie zo goed als volledig Genezen ze hebben een prognose gemaakt en ze denken dat Mensen ongeveer 25 jaar langer gemiddeld daardoor kunnen leven maar het probleem is dat ze niet vitaler worden van het medicijn ze blijven Alleen langer leven ze vinden het wel heel interessant, dus ze willen graag een test doen alleen ze zijn bang dat als ze hier met 100 000 mensen gaan testen, dat ze dan een zorginfarct krijgen en ze weten niet hoe ze dat moeten oplossen dus Er zijn op zoek naar een oplossing.

En project 4 is van Develo is een software Company die gespecialiseerd is in dietary applications. Ze zijn al aantal jaar zijn ze testen aan het runnen, maar een nieuwe studie die zegt dat ze dat ze een hele effectieve gedragsverandering kunnen laten plaatsvinden. Alleen het vereist wel een heleboel datacollectie van privacygevoelige informatie die door een AI systeem verwerkt wordt. Ze zijn bang dat een consument dit niet wil accepteren zoals we zijn op zoek naar een oplossing over hoe ze deze gedragsverandering mechanisme kunnen implementeren zonder consumenten afwijzing.

Welke van deze 4 spreekt je het meeste aan?

00:04:07 Spreker 5

Doe me de laatste maar.

00:04:09 Spreker 1

OK, dat is leuk je bent de eerste die deze kiest.

00:04:12 Spreker 5

AI is iets meer mijn vak gebied.

00:04:16 Spreker 1

Ik zou zeggen, lees hem rustig door

00:04:53 Spreker 5

Ja, moet ik eerlijk gezegd meteen denken aan TikTok, wat net in het nieuws was. Die gewoon alles verzameld en dat mensen daar kennelijk geen problemen mee hebben, want het bied ze wat.

00:05:03 Spreker 1

Ja, dat is nog weer een ander verhaal. We gaan voordat we gaan beginnen aan het schrijven van de quote, een oefening doen en in die oefening gaan we even naar de toekomst kijken. Dit houdt in dat we 4 verschillende toekomstscenario's gaan bekijken.

De ene heet immortalia, de naam zegt het al een beetje, de mens is vooral gericht op het ontwikkelen van zijn eigen potentie. Het gaat allemaal om Human Progress. Mensen zijn On Top Nature, dus ze maken gebruik van de natuur, maar ze zijn het eigenlijk al ontstegen en hun wijze van aanpak is voornamelijk rationeel, efficiënt en logisch. Het is globaal en het is heel erg top down georganiseerd.

De tweede is Habitania, houdt in dat mens en natuur naast elkaar leven, dus er is ruimte voor de natuur (eigenlijk dus een kruising tussen deze twee) Maar de mens leeft in welvaart, ze zijn niet heel erg betrokken met de natuur, ze zijn lokaal georganiseerd, maar wel top down ingericht.

De derde is een Gaia, in Gaia is de mens part of nature, dus ze zijn helemaal immersed. Het hoofddoel is in bio diverse Ecosystems. Het meeste wat er wordt georganiseerd wordt in een collectief gedaan, alles is dus ook lokaal georganiseerd en door de mensen zelf en, we are all beings, dus iedereen is elk wezen wat leeft is onderdeel is van het systeem

De laatste is Ethera en hier zijn mensen, voorbij de natuur, dus Beyond nature. Mensen zijn voornamelijk bezig met intelligence. AI is heel groot geworden, alles gaat online, alles is met elkaar verbonden en alles gaat om personalisatie. Dingen zijn dus ook globaal, maar het is wel bottom up, dus het is wel door de mensen zelf.

Nou, dit zijn 4 onderstromen van onze huidige maatschappij, die zijn gedefinieerd door Reon Brand in zijn paper over co-emerging futures.

Ik ga je vragen of je op deze post-it per richting 4, 3 of 4 bullet-points wil schrijven met een algemeen beeld van hoe jij denkt dat deze case, beïnvloed zou worden in die toekomst. Je kan dat op verschillende manieren benaderen, je kan denken, dit is over twee jaar, 5 jaar, 20 jaar of 10 jaar, 30 jaar, 100 jaar. Dat mag je helemaal zelf inrichten. Je kan ook denken, ik gebruik het framework van the three horizons, dus dan is dit possible dit is probable en dit is plausible.

00:08:46 Spreker 2

Ja, maar je wilt daarin wel verschillende levels.

00:08:49 Spreker 1

Nee, dat hoeft niet, je mag daarin mag je de volledige vrijheid. Het gaat er vooral om dat je nadenkt over hoe de toekomst eruit zou kunnen zien en dit biedt je gewoon wat handvaten om dat te doen. Om je nog verder te ondersteunen, even wat makkelijker te maken, heb ik wat leuks gemaakt. Dit is Ethera, niet schrikken, hij maakt een beetje lawaai. (laat filmpje zien)

Ja, dus dit is gewoon even om het verhaal een beetje kleur te geven. Dat is Etherea, dus daarmee de vraag of je daarmee wilt beginnen.

00:10:00 Spreker 5

In de echte distant future, als het zo is (verwijst naar filmpje), denk ik eigenlijk dat het probleem maar misschien niet eens bestaat. Dat we denken dat de privacygevoelige data is, want ik gok dat alle data dan toch wel bekend is, dus dat begrip, privacy gevoelig, een stuk minder problematisch is omdat we gewend zijn aan het delen van al veel meer data.

00:11:35 Spreker 3

Ik denk ook dat sowieso in zo'n toekomst we de waarde hechten aan dat gepersonaliseerde veel hoger is. Dus dat de balans tussen die afweging die mensen gaan maken, anders is dat is de hele samenleving al op privacy gevoel op personalized gefocust is.

Ja, dus dat al die data eigenlijk al verzameld is.

(volgende, Habitania)

Ik denk dat hier het lokale aspect is veel belangrijker, ook is van waar je eten vandaan komt het is niet alleen een dieet, maar dat onderdeel moet zijn van.

Zou ergens denken, maar dat is waarschijnlijk meer bij Immorallia, dat is de invloed van de overheid. Maar ik verwacht dat, het is nog wel top down, maar next to nature, sustainable prosperity. Vraag ik me af of dat even sterk is hier, dat het misschien verplicht zou kunnen worden om die data te verzamelen. Want je hebt wel Sustainable prosperity als toekomstperspectief vat onder Sustainability ook wel dat het leven Sustainable moet zijn en de zorg. Dus als we hiermee zouden kunnen voorkomen dat er meer zorg nodig is. Zou dat invloed kunnen hebben voor hoe mensen er tegenaan kijken, van dat ze die dieet adviezen krijgen, en of het überhaupt een advies is of een verplichting. Is dat meer, denk ik voor hoe mensen tegen die app aankijken, afhankelijk van de hele overheid. Hoe ga ik het samenvatten? Ik noem het even, keep health Sustainable Healthcare

To use the app, en als het een obligation is, dan moet je nog steeds rekening houden met de privacygevoelige informatie, maar heb je het probleem van ga mensen het gebruiken ja of nee, niet meer.

En Misschien nog met local, als je dat verder trekt, die privacygevoelige data. Dat wordt natuurlijk opgeslagen ergens, maar dat het local zou kunnen zijn, dus bijvoorbeeld dat het een machine learning of AI model is wat alleen op jouw telefoon draait waardoor de data helemaal niet meer terug naar het bedrijf gaat, maar super lokaal opgeslagen wordt. Wat denk ik ook uitmaakt voor of mensen oké zijn met of opgeslagen wordt of niet.

(Gaia)

Ja, ik denk dat je in dit geval opeens allemaal andere dingen, behalve gezondheid van de mens moet meenemen. Het is niet alleen de gezondheid van de mens, maar de gezondheid van het hele ecosysteem. En dat je daar een balans in moet vinden tussen oké, misschien is het gezond voor de mens om nu vlees te eten, maar is het gezond voor de omgeving. Misschien is het nu gezond voor de mens om meer te gaan lopen, oké, dat past ook in het beeld van de omgeving, dus dat je niet alleen kijkt naar wat het goed voor de mens maar plaatje van dieet eigenlijk veel breder trekt naar wat is goed voor de hele natuur.

Ok, wat nog meer? Denk ook inderdaad dat het is meer vanuit de Mensen komt. En, ik denk dat je in zo'n geval ook minder geneigd zijn veel data te delen met een grotere instantie, dus dat denk ik sowieso.

Misschien dat je hier de motivatie meer zoekt in, niet alleen wat doel voor jou zelf, maar wat het doel voor het grotere geheel.

Oké, en nu gaan we naar de laatste

(Immortallia)

Oké en hoe ver is een dieet nog nodig als je kan genetisch manipuleren?

(Misschien is het wel de reden dat Mensen zo lang kunnen leven)

I need to fulfill my potential, ik denk dat er wel voor zorgt dat ze zelf inzien, dat als ze langer gezonder willen leven, want dat is nodig om een potentie te kunnen bereiken, dat ze dan misschien eerder geneigd zijn om het gebruik van zo'n app te willen gebruiken en ok te zijn het delen van die data.

00:24:08 Spreker 1

Grappig het zijn allemaal redenen, waarom mensen de app door die stroming graag zouden willen gaan gebruiken.

00:24:28 Spreker 5

Door Topdown zou het best wel eens verplicht kunnen worden,

00:25:21 Spreker 5

Ja ook efficiency and logical, ik kan me ook ergens voorstellen dat op een gegeven moment consequenties zijn voor als je je niet optimaal gedraagt. Zoals op de Dutch Design Week, ik weet niet of je het hebt gezien. Er was een installatie die scande je gezicht en je moest wat gegevens invoeren en dan zeiden ze vanaf welke leeftijd je geen gezondheidszorg meer zou krijgen. Dat zou ik echt ook hier in plaatsen zo van, het wordt heel rationeel benaderd, van oké, jij leeft niet gezond genoeg.

00:25:55 Spreker 1

Een beetje China praktijken, hè

00:25:57 Spreker 5

Ja, maar ook het efficiënte, logical, dat vind ik hier ergens bij passen.

00:26:45 Spreker 1

Wat zou je beschouwen als een de best case scenario en wat zou je beschouwen als de worst case scenario?

00:26:54 Spreker 5

En ik moet kiezen uit die 4?

00:27:07 Spreker 5

Ik denk deze, deels heeft dat gewoon met mijn eigen overtuiging te maken dat ik sowieso vind dat natuur onderdeel moet blijven. En dat we niet naar het compleet digitale systeem moeten.

Compleet topdown en teveel rationeel spreekt me ook niet per se aan, dus daardoor vallen die voor mijn gevoel al meer de gewone principe af.

En dan is het een beetje tussen die twee dat ik twijfel. Ergens ben ik wel meer voor bottom up trouwens. Ik sloeg hier aan net bijvoorbeeld doordat ik denk dat het bijvoorbeeld met privacygevoelige data, hoe goed is dat het gewoon op de telefoon blijft en het niet gedeeld wordt. Maar dat denk ik niet eens per se alleen onderdeel van die dat, het zou net zo goed hierbij kunnen, maar dat heb ik niet opgeschreven.

00:28:04 Spreker 1

Worst case scenario?

00:28:06 Spreker 5

Vind ik het lastigere. Aan de ene kant lijkt het me heel vaak me af of Beyond Nature erger is dan On Top of Nature. Want ik denk dat je natuur niet moet onderdrukken, maar bij welke doe je dat. En ik heb het gevoel deze dat eerder doet dan die, want hier bouw je voort erop en hier onderdruk je het voor mijn gevoel meer.

00:28:36 Spreker 1

Dankjewel, dan leggen we deze aan de kant.

00:28:43 Spreker 5

Hele andere approach, je krijg hele andere antwoorden, denk ik steeds.

00:28:48 Spreker 1

Oh ja, heel verschillend, dat is ook juist leuk.

START QUOTE

Nu dus de vraag of je een Quote wil schrijven. Even de uitleg, ik heb deze gebaseerd op een aantal quotes die ik gewoon heb als standaard templates. Wat men meestal doet is dat ze eerst een reactie sturen naar de klant, dat kun je zien als een de mail terug. Dus hier staat een standaard afsluiting. Bla bla bla, bedankt voor je tijd en energie, dit is een beetje, hoe een quote wordt opgeschreven in design projecten. Dit zijn de design deliverables. Hier wordt het budget bepaald, nou budget is € 50 000, ongeveer € 1.000 per dag, dus 50 dagen is ongeveer 10 weken.

00:30:06 Spreker 5

Heel fijn dat er al bij staat want ik heb echt geen flauw benul!

00:30:10 Spreker 1

Maar dat is even een indicatie van nou, wat is ongeveer de tijdlijn, hoeveel budget is er voor het project. En dan kun je hier aangeven, de naam van de fase, dit is wat we ongeveer in die fase gaan doen en dit zou dan ongeveer de tijd zijn die we erin stoppen. Op die manier kun je een beetje een indeling maken, je hoeft ze niet allemaal te vullen, als je denkt, ik heb er meer nodig, kun je gewoon door blijven typen, dan worden de letters kleiner. En, je kunt hier ongeveer 20 minuutjes voor nemen. De ene vindt het fijn om hier te beginnen, omdat het wat structuur geeft, de ander, die begint hier, dus het is helemaal aan jezelf. Sommige mensen doen alleen dit, sommige mensen doen

alleen dat, en dat is ook prima, maar het gaat vooral om dat ik je Je manier van redeneren, leer begrijpen. Dus hard op denken alsjeblieft.

00:31:06 Spreker 5

Oké nou stap een is überhaupt van, ik heb nog nooit zoiets moeten doen, dus ik heb echt geen flauw benul, dat wordt leuk. Even denken waar ik ga mee beginnen.

Ok sowieso mijn gedachte is wel van, op basis van die 4, dat heb je me vast niet voor niks laten doen. Dus voor welke toekomst ga ik het doen, slash, het zijn alle 4 potentiële toekomsten, dus hij moet eigenlijk resistent zijn tegen alle 4. Want er is niet aangegeven welke en de opdrachtgever heeft ook niet aangegeven welke, toch? Het staat niet?

Oké een vraag, hier heb ik het collects privacy sensitive data which collects via an AI system. Ik neem aan dat de privacy sensitive data gebruikt wordt voor het AI system correct?

Oké, voor mijn gevoel is dit grotendeels Research, want Je moet onderzoeken, tot welke mate mensen het oké vinden in verschillende manieren, dus het is deels te ontwerpen, denk je ik en dan deels testen dan deels weer ontwerp, dus dat zou ook al een beetje als fase zien. Misschien start ik daar wel mee. Behaviour change is ook wel veel over bekend en wat met privacy gevoeligheid, dus misschien wel eerst een literature review.

En daarin dus understanding de state of the art for behaviour change, and than ... *typing*

Dan fase twee, mock-ups maken en prototypes die ik daarna kan testen.

Dan is het user-tests...

If needed go back to the drawing table *hihi*

Daar kan ik dan ook de deliverables uit halen...

Oké, Ik heb nu echt geen idee hoe dit zou zitten in het aantal dagen, dus daar ga ik nu maar eens naar kijken, of ik niet te veel te ambitieus ben.

Ik denk niet dat het evenredig verdeeld is, ik denk dat dit redelijk afgebakend is, dat je goed kan inschatten hoeveel tijd ervoor nodig slash, hoeveel geld. Want dat kan je vooraf redelijk, inschatten. dan fase twee is, denk ik meer tijdsintensief, de volgende fase allemaal. Ik vraag me ook af of dit binnen 10 weken gedaan kan worden, ik denk het eigenlijk niet.

Oké, kan ik je ook gewoon een aantal weken even invullen?

00:39:04 Spreker 1

Doe maar het aantal dagen keer 1000

00:39:05 Spreker 3

Is het voor 1 persoon?

00:39:15 Spreker 1

Ja, in principe hebt je allemaal specialisten bij je werken, dus je kan allerlei expertise inschakelen Als je ze nodig hebt.

00:39:24 Spreker 5

Ok, dat scheelt. Ik denk dat dit een teamactiviteit is, dus dat daar sowieso twee mensen aan werken, dus dat het dagen aantal ook al verdubbeld wordt, ik denk dat er dan relatief wel de workload van 3 weken moet zijn...

Ik voel me hier zo out of my depth *haha*

00:40:17 Spreker 1

Ja, het is een hele globale verdeling, je mag hem echt wel met een natte vinger maken, dit is ook niet het meest kritiek hoor, deze zit er ook puur in om mensen in een klein beetje in een kader te geven.

00:40:49 Spreker 5

Ik denk niet dat je hier tijd voor hebt ook al zou het wel moeten, maar dan moeten ze maar opnieuw een project uitzetten.

typing

Ik zit te denken dat ik wil vertellen, wat de gedachte achter de fases zijn, waarom ik die motivatie zou doen. Ja, ik zit ook te denken inderdaad aan die problemen interpretation, dat er geen misvatting ontstaat over dit, zeggen zij dit interpreteer ik en als ik niet zeg wat ik interpreteer, kan daar al wat fout in gaan. Maar ik weet niet precies hoe ik dat ga zeggen..

SENSEMAKING

Incorporates flexibility,
internal risk aversion

typing

Misschien wil ik dit nog helemaal niet vastleggen hoe je het gaat testen, want dan kunnen ze je er aan houden.

Nou ja, we zouden ook user interviews kunnen doen, nou, goed laat ik maar hier gewoon bij blijven.

Dat wil zeggen dat ik ook even aanbevelingen doe, maar niet implementeer.

EINDE QUOTE!

00:51:17 Spreker 1

Oke, nice nou en strak in de 20 minuten, ik moet zeggen dat voor iemand die nog nooit een quote heeft gemaakt, ging dat je verrassend goed af. Ik heb professionals die meer ervaring hebben, meer zien struggelen.

00:51:36 Spreker 5

Ja, gewoon opschrijven en niet te veel nadenken *haha*

00:51:41 Spreker 1

Ja, maar wat je opschrijft is wel logisch. Ik bedoel, nou ja, dit soort processen zijn ook redelijk standaard natuurlijk.

00:51:47 Spreker 5

Ja, het scheelt dat mijn vak ze is een system thinking, daarbij moesten we een project planning maken dat is het een beetje gerelateerd hieraan, je moest een beetje bedenken welke fases heb je, hoeveel tijd heb je ergens voor.

00:52:01 Spreker 1

Ja, heb je het idee dat je invloeden van de oefening had, op hoe je het schreef.

00:52:06 Spreker 5

Nee uiteindelijk heel weinig, en dat was deels een bewuste keuze, gezien de tijdsframe die een voor staat, dat ik denk van, ja, je kan er wel heel veel meer onderzoek in gaan doen, maar ik hoop dat er bij de user test, als je dat strategisch uitkiest, dat je daarin kan sturen en het een beetje kan onderzoeken.

Maar als ik een meeting zou hebben met het bedrijf, zou het wel meer invloed hebben, want ik zou ze erop gaan bevragen, van wat hun visie is, zodat je dat mee kan nemen, want ik denk dat je met je app kan sturen welke kant je opgaat. Dus het is niet per se van je app moet ook overal in werken, maar je kan ook bewust kiezen van wij willen die kant op als bedrijf, dat is onze visie. Zoals dat bedrijf wat meer fairtrade wilde doen. Dus dat zou je nog een fase kunnen zijn om tafel zitten met ...

00:53:12 Spreker 1

Dit is een relatief uitgebreide enquête zit ongeveer 20 vragen in, dus dan weet je een beetje wat je kan verwachten. Deze is een groot deel is om de context te schetsen van wat je achtergrond en een deel is om te valideren, ik denk dat je naderhand een stuk beter idee zult hebben van wat ik nou eigenlijk aan het testen ben, dus daar kunnen we dan nog even over spreken. Voel je vooral vrij om nuances, van antwoorden uit te spreken, die, kan ik dan meenemen uit de opname.

START SURVEY - HIGHLIGHTS

00:54:14 Spreker 1

Dus deze is altijd interessant

00:54:17 Spreker 5

Ik vind mezelf niet per se designer, maar designer researcher, dus ik ga niet voor strongly agree.

Projectmanager ook neutraal. Ik heb het gevoel met sommige projecten dat je een beetje wel die taken meekrijgt.

strateeg, disagree, maar ook weer niet volledig.

Researcher wel

Solution provider, neutral, de ene keer ben ik degene die de problemen creëert door research te doen en je nieuwe vragen open doet. Aan de andere kant kun je het ook zien als, je zoekt antwoord op bepaalde vragen

Probleem oh nee Ik associeer dat meer met echt bedrijven die opdrachten hebben en dat soort dingen, dus ik niet

Marketeer nee,

Investor ook niet

Define the probleem is, het denk ik vooral.

Oké, ik met deze zit ik even twijfelen wat is het probleem waar ik aan werk school solve ik dat nou niet per se, maar ook wel weer een beetje, dus laat we het op neutraal zeten

Nou, Ik denk dat dat heel je komt altijd dingen tegen hangt een beetje vanaf het project of het complex is of niet maar ik denk dat het altijd best complex is om je grenzen moet stellen, en dat is altijd open voor de discussie

Something you avoid? In een studentenproject ja, omdat je maar een beperkt aantal tijd hebt en dat is denk ik voor veel dingen. Maar het is ook weer niet zo dat het als het echt niet anders kan, dat we het niet doen, dus neutraal

Ja dat nog wel

Ik denk dat Het niet makkelijk is voor problem owner, Wie definieert het project definieert het probleem is dat het probleem owner ja Dus initieert diegene de herdefinitie, of niet ?

00:57:29 Spreker 1

In deze stelling, , is de probleem owner degene die naar de solution provider toegaat en zegt, Ik heb een probleem en de solution provider lost hem op.

00:57:38 Spreker 5

Oké, dan gaan we het andersom doen Het is easy for the solution provider Dan denk ik het niet, want dan komt het niet vanuit jezelf dat je het ziet dat er verandering moet komen, maar je kan opeens een andere eisen doorkrijgen en Ik denk dat dat irritant is, want dat kan je Een stap terugdoen grappig.

Is Essential fors succes dat denk ik wel, want Je moet flexibel en aanpassen op wat je vindt, dus Je moet niet hoog 80 door blijven gaan omdat je dat nou eenmaal In het begin hebt gezegd, maar Als je nieuwe kennis hebt, moet je dat meenemen,

Causes failure, Kan denk ik al de tweede kant op uitslaan, dus ik laat het tot nu toe als het heel laat in het proces is, ik kan me opeens niet meer houdbaar maken om het succesvol af te ronden

00:58:58 Spreker 1

En je gaf het antwoord hierop eigenlijk net andersom, hè heb ik complexer was voor de solution provider dan voor de problem owner.

In je vorige stelling gaf je aan dat het voor de solution provider complexer is En voor de problem Owner makkelijker

00:59:22 Spreker 5

Oké, het probleem definiëren is natuurlijk, dat doet de solution provider niet, dus ik zat te denken hoe ze ermee omging als het wordt hergedefinieerd. Is dat hetzelfde? Want Als de solution provider gewoon het probleem krijgt, dan zijn ze helemaal niet betrokken bij het herdefiniëren toch? Of ja, nee het kan een feedbackloop zijn

Voor mij een beetje kip ei verhaal ook, want op basis van de solution provider krijgt bijvoorbeeld een problem owner waarschijnlijk informatie waardoor ze het probleem gaan herdefiniëren en dat krijgt een solution provider dat weer door en dat gaat denk ik een beetje door

01:00:08 Spreker 1

De reden dat het er zo staat, is omdat de klant, die heeft een stelling, die heeft een richting die je op wil. Die heeft een beeld gevormd als bij zichzelf onderzoek gedaan, et cetera en die komt dan bij zo

een oplossingsleveraar, designer, en dan moeten designers een probleem oplossen, maar heel vaak zitten er elementen in die niet opgelost kunnen worden. Dus dan komt de designer terug en die zegt, ja, we moeten het probleem anders gaan zien. Dus, doorgaans is het dus voor de solution provider makkelijker om het op te lossen. Omdat ze dus dan de ruimte krijgen om om het probleem heen te werken.

01:00:52 Spreker 5

Maar dat is dan anders dan hoe ik het interpreteerde

-

01:06:18 Spreker 5

(impact van test op schrijven quote) Neutral, was niet helemaal niet, want ik denk dat ik iets meer daardoor op de Research en Testing ging zitten, maar het was ook niet dat ik echt een hele andere manier gebruikte.

Maar het was wel beneficial.

01:07:03 Spreker 5

Narrow context) Daar hoopt het denk ik zeker mee, want je wordt gewoon geforceerd om een heel andere situatie na te denken.

Ja, ik denk wel dat het kan helpen, maar ik denk dat het dan wel, misschien dat het nog iets explicieter moet, want je kan hier al meteen het probleem gaan oplossen.

Ja nee, dat is ook hiermee mogelijk, maar je wordt er niet direct toe getriggerd om na te denken wat het onderliggend probleem wat deze app doet en dan even kijken hoe dat in dat scenario is, terwijl het wel mogelijk is, maar het is niet wat ik deed

-EINDE SURVEY-

01:08:33 Spreker 1 – uitleg facilitator

-Oké, wat Nee Het dit stuk, voornamelijk Oké om echt, te onderzoeken Wat is nou het effect van die oefening en en die oefening wat die oefening eigenlijk doet, is die veroorzaakt Objectief redeneren, dus Dat is dat je nadenkt over de toekomst en dan gaat redeneren, oké, wat moet ik nu doen om In de toekomst een effect te Genereren en dat mechanisme is wat ze in dit literatuur zien als een transformatie mechanisme, Als je hebt, je hebt ook nog deductief en inductief denken, , die hebben ook wel zo zijn effecten Alleen, deze wordt niet heel veel gebruikt, behalve in design gek, vakgebieden komt dat heel veel voor Dus mijn vraag is hoe

Stoppen Mensen dat in hun kwalitatieve of als ze een project benaderen en Als we dat van tevoren doen, versterk dat dan en help dat dan door met het opzetten en doorbreken van een aantal drempels die ik ook gedefinieerd heb je Fixation bij , je merkt je aan de aan de lat Was de laatste Vraag dus solution is bij bijziendheid en Keer op novelty en Dat is dus de vraag helpt, helpt dat mechanisme dat overkomen En Als het goed is, zal ik dus zien dat bij Mensen die die oefening niet gedaan hebben Of die niet vanuit nature dat doen, , want Dat is wel een complicatie in mijn-

01:10:25 Spreker 5

Ik wil net zeggen, ik denk dat ik het hetzelfde bijna gedaan zou hebben, omdat ik het van nature al doe, omdat het er een beetje ingedramd is na 5 jaar ID

01:10:34 Spreker 1

En je merkt je merkt dat ik merkte in jouw quote dat je toch nog wel heel erg op de op de oplossing aan het zoeken bent, terwijl de meeste Mensen tenminste de Mensen die weg 20 jaar ervaring hebben, die zijn, die zijn al vanuit nature Die gaan heel erg van nee, Maar ik wil eerst met de klant praten Ik wil eerst kijken of de vraag die die stelt de vraag achter de vraag, maar Waarom wil die dit nou Wat is de reden daarvan

En dat stukje, dat dat Dat is, echt die ervaring en Daarom heb ik besloten om niet verder te gaan met nog meer experts, designers, maar juist nu wat meer studenten te kijken van stoppen Ze is Dat is dat inherent aan de opleiding en het vakgebied, of is dat iets wat ook met ervaring komt En een van mijn inzichten is, dat denk ik dat zelfverzekerdheid een element speelt Dus hoe In hoeverre durf jij met een klant tegen een klant zeg je van Ben je Wel de juiste vraag Aan het stellen Als je 20 jaar ervaring hebt

01:11:39 Spreker 5

Ja nee dat inderdaad wel wat ik inderdaad kan voorstellen. Plus, ik denk ook gewoon dat zeker voor studenten dat ze In het stramien van design projecten zitten. Tenminste voor mij, omdat ik ook nooit echt met zo'n cliënt gewerkt heb, of tenminste niet officieel dat je teveel gewend bent van ik kan zelf overwegen het weer een beetje doen en we doen dat gaandeweg wel.

01:12:08 Spreker 1

Ja, maar dat kan dus in een project ook eigenlijk niet, dat verandert dus niet echt, je hebt meer vrijheid in een studentenproject dan In een werkproject.

01:12:14 Spreker 5

Jawel, dat bedoel ik dat het juist In de studentenproject dat ik daar aan gewend ben van oh, dat komt ergens halverwege dat literatuuronderzoek, dan krijg je vragen, dan ga je er nog een keer naar kijken op basis van die achtergrond. Dus Daarom zou ik voor mij sowieso het ook pas na literatuuronderzoek komen, omdat ik dan achtergrondinformatie zou hebben waarmee ik met de klant aan tafel kan gaan zitten, omdat ik dan meer inhoud heb voor het gesprek.

01:12:42 Spreker 1

Dus ja, ja, dat is het lastige, want sls je eenmaal die offerte hebt geschreven, je hebt een akkoord erop, dan moet je je daaraan houden zetten, dus dan is het nog heel moeilijk om hem te verleggen.

01:12:53 Spreker 5

Daar zat ik met die van mij ook wel tegen aan, van hoe specifiek moet ik het doen, want alles wat je opschrijft, daar word je aangehouden, dus eigenlijk moet je het heel globaal mogelijk houden.

01:13:01 Spreker 1

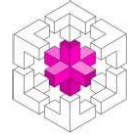
En de spanning die vaak heerst is dat als je dit met een klant doet, dan wil een klant die wil, die gaat, die gaat pushen op dat dat je strakkere afspraken moeten hebben dat ze beter moeten weten wat de uitkomst gaat worden en wanneer dat dan gaat worden, Omdat ze gewoon rechtlijnige processen gewend zijn die je veel beter kunt controleren. Maar ja, zo werkt ons vakgebied gewoon niet, Dus Daarom ben ik die mechanismes aan het onderzoeken, en dat Is wel heel leuk.

Ben benieuwd ben benieuwd wat eruit gaat komen.

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Deevelo

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

leuk, dat jullie ons benaderen.

om realistische doelen te stellen en dezelfde verwachtingen te hebben van het project, stel ik voor om samen een meeting in te plannen.

- hier zal ik de verscgillende fases verder toelichten en is er ruimte voor discussie

hier onderv zal ik de verschillende fases kort toelichten, en dit aanvullend uitleggen in de meeting:

fase

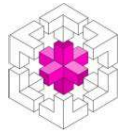
werk haalbaar binnen de tijd, eerste quota en na de ,eeting komt de uiteindelijke quota

Anticipate initial reframe

Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	<ul style="list-style-type: none"> - customer journey - wetgeving - etische aanbeveling - prototype
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Archeaology

Offer

Phase 1 – X		Amount
in kaart brengen van de huidige situatie, een kennismakings meeting, goal project vast stellen. Welke uitkomsten, en waar werken we naar toe.	€	2 weken 10.000

Phase 2 – X		Amount
ethical / wetgeving, wat is er er wel en niet toegestaan. Waar kruisen de ethische waarden met data privacy. Van wie is data en is er duidelijk toestemming voor gegeven.	€	1 week 10.000

Phase 3 – ...		Amount
user testen, diepte interviews en customer journeymap in kaart brengen	€	3 weken 15.000

Phase 4 – ...		Amount
prototype bouwen	€	2 weken 10.000

Phase 5 – ...		Amount
usertesten, verbeteren prototype en een aanbeveling schrijven	€	2 weken 5.000

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @ 06-		
Name authorised signatory <i>Fictional Signature</i>	Survey	

Transcriptie

00:00:06 Spreker 2

Dit is [REDACTED] Test 11.

Nou, Dit is dus de e mail die je krijgt, ze vragen of je dus een mailtje terug wil sturen met voor een project van ongeveer 50 000€ dit is gebaseerd op hoeveel verschillende quotaties eruitzien heb je?

Heb je wel een quote gemaakt? (nee)

Oké nou, dan wordt dit een leuke eerste oefening. Wat je meestal doet is je schrijft een reactie naar de klant En ja, hier staat al een standaard afronding, Dus Het gaat me vooral over van nou, hoe benader je nou het probleem en Hoe, hoe leg je dat uit? Vervolgens geef je even aan van nou dit Zijn De de deliverables van hoe dit project eruit zou zien En, Dit is in fases hoe het project opgedeeld is en dan kun je hier een beetje een schatting maken van hoe duur hoeveel het zou kosten Je kan e hebt € 5 000,50 dagen ongeveer zo ongeveer 10 weken effectief Als je het in je eentje zou doen, maar je werkt bij design aviator werkt heel veel, heel veel verschillende expertises werken daar, dus Als je bepaalde expertises nodig hebt die je zelf niet hebt, kun je daar gebruik van maken En ja, sommige Mensen beginnen hier hier beginnen gewoon met een verhaal te typen Andere Mensen die denken, Oh ja, Ik heb een beeld, dus dan ik Ik ga eerst even in die fase, dus ga ik een beetje aanklooien en je kan dus gewoon iets aantikken en dan intypen Alleen Deze zou ik niet gebruiken Want die is toevallig gekoppeld aan die Dat is Alleen voor deze, dus een klein foutje in dus je kan de fase namelijk in Je hier wel even in lokje veronderstellen?

00:02:32 Spreker 5

Ethics is de-, in- or abductive?

Ik heb 1 ding wat al gelijk mijn eerste trigger is en dat is hoe ethical het is en waar je wetgeving zit en wat? Wel en wat niet mag dus dat is sowieso iets wat ik zou uitzoeken. Maar dat is niet waar ik zou beginnen. Ik denk ook liever eerst in fases. Dus ik zou een fase doen over ethical en wetgeving.

Oké dus een van de eerste dingen is die bij mij binnenkomt, gaat over ethical en wetgeving, wat is er wel niet toegestaan en waar kruisen de ethische waarden met data privacy? En, van wie is de data? Is daar duidelijk toestemming voor gegeven, dat is iets wat ik zelf heel belangrijk vind, dus dat is ook wat ik mee zou nemen.

Personal Moral?

Wat ik dus een beetje kruisend vind is dat ze denken dat het misschien niet geaccepteerd wordt, dus ik zou eerst ook dan bij fase 1 in kaart brengen van de huidige situatie en een kennismaking meeting en goal van project vaststellen.

Space for Reframe

Sensing & Seizing Frame conformation

Ik denk dat het heel erg belangrijk is om in de eerste fase eerste in kaart te brengen wat de huidige situatie is, maar ook kennismaking met het bedrijf en hun app, en ook de goal vaststellen zodat je samen heb vastgesteld welke uitkomsten er worden verwacht en waar je echt naartoe werkt, zodat daar niet later problemen over kunnen ontstaan.

Dan zou ik eerst dus een stukje naar een ethical en wetgeving gaan, Fase 3 is bij mij user testen fase 5 is dan ook user testen en verbeteren, en fase 4 is prototype bouwen. User testen, diepte interview en customer journey.

Dus Ik heb nu mijn 5 fases eigenlijk

uitgezet, user testen, verbeteren, prototype en een aanbeveling schrijven.

Ja, ik vind die verschillende fases heel belangrijk, zodat op het moment dat je ergens na een fase stopt, je wel weet hoeveel geld je ervoor krijgt. 10 weken, dus je ontvangt 5000 per week als je het zo bekijkt, eigenlijk geef ik alles twee weken behalve fase twee, dat zet ik op een week en fase 3 zet ik op 3 weken.



Misschien ga ik nog wat shiften?

Want ik vind wel dat hoe verder je naar het project toe werkt, je zou in het begin zal je er veel intensiever mee bezig zijn, dus dat alles staat niet per se week geconnect, dus ik zou wel gaan veranderen, ik verwacht wel dat ik er twee weken over doe, maar ik zet hem daar wel op 5000 en ik zet de eerste op 10 000, omdat ik wel vind dat je ook al behaal je die stappen sneller, ik vind qua ja dingen die je daar doet vind ik het heel belangrijk, plus ik denk ook dat je die fases eerst moet doorlopen. Ja, je neemt wel een project aan, dus als ze de stekker eruit trekken, dan wil ik wel dat er geld binnen is gekomen en dat het niet allemaal energy voor niks is geweest. Moet ik hier een heel hele brief schrijven?

00:10:54 Spreker 2

Net iets meer Het gaat hier om de tone of voice, dus , hoe spreek? Hoe benader je zo'n klant, hè? Wat voor beloftes maak je?

00:11:10 Spreker 5

Moet ik het schrijven, mag ik het vertellen?

00:11:12 Spreker 2

Je mag het ook vertellen, dat is ook goed

00:11:13 Spreker 5

Oké, daar ben ik iets sterker in.

00:11:17 Spreker 2

Zou je het wel dan met sleutelwoorden willen doen? Want dan is het makkelijker aan elkaar vast te knopen?

00:11:24 Spreker 5

Ik zou eerst uitspreken, leuk dat jullie ons benaderen, om eigenlijk realistische doelen te stellen en dezelfde verwachtingen te hebben van het project stel ik voor om Samen een meeting in te plannen. Hier zal ik de verschillende fases verder toelichten en is er ruimte voor discussie. Hieronder zal ik de verschillende fases kort toelichten, en dit aanvullend uitleggen de mening. Ja fase 1 blablabla staat daar echt een beetje onder beschreven

Ja, ik zou heel erg zijn om gelijk een meeting in te plannen zodat het niet te lang blijft liggen. En ook dat je ook zo op dezelfde lijn zit. Ik hou er van heel transparant daarin te communiceren, zoals, ik ben benieuwd of jullie nog andere dingen hebben die we van die jullie van ons verwachten hier binnen. En, ik zou nog iets afspreken over wat er wordt gedaan zodra er uitloop is, dat we daar een afspraak wil overmaken. Het moet wel haalbaar zijn binnen die tijd?

En soort van, wat we dan uit op de uiteindelijke quota, want dit is eigenlijk een eerste quota, na de meeting komt de uiteindelijke quota.



En onder die quota zou ik dan zetten van, we tekenen voor het werk wat is beschreven binnen deze fases, **zodra er aanvullend iets wordt verwacht, zullen we daar nieuwe quota voor opstellen.**

Dat is het, denk ik.

00:15:23 Spreker 2

Alright, Misschien de deliverables kun je nog doen, is dat nog aardig?

Hoe zou je die omschrijven?

00:15:41 Spreker 5

Ik zou een customer journey schrijven, wetgeving, etische ... ja, zoiets zou ik zetten?

00:16:14 Spreker 2

Dan ga ik hem even opslaan, zodat hij niet verloren gaat

EINDE QOUTE

00:16:37 Spreker 2

Alright, dan heb ik ter afsluiting hiervan je hebt een survey, die is heel belangrijk voor mij om kunnen meten in hoeverre je dat verschilt ten opzichte van anderen.

00:17:49 Spreker 2

Hoe vond je het om een quote, schrijven

00:17:57 Spreker 5

Wat ik zeg, ik heb het nog nooit eerder gedaan, dus is denk ik best wel lastig, dus om dat zo te schrijven, ik weet ook niet of ik het zelf snel zo zou doen. Ik zou er sowieso hulp bij vragen van iemand die daar ervaring mee heeft dus, ik zou het nooit helemaal alleen zo gelijk doen Ik zou het gewoon wel hulp of bij vragen.

00:18:21 Spreker 2

Ja precies, Dat is ook heel logisch natuurlijk.

(START MET SURVEY IN STILTE)

00:20:17 Spreker 5

(vraag 7) Ik vind een beetje moeilijk, want het is het is heel in, wat voor context je het plaatst? Ik denk dat een designer soms een antwoord geven wat een probleem owner meer geld kost. Of eigenlijk net niet valt in wat hij verwacht.

(flexibilliteit) Ja eigenlijk constant, ik werk veel met stakeholders samen, dus eigenlijk ben ik constant in mijn planning te schuiven want sommige dingen zijn voor hun belangrijker of hebben prioriteit meer.

Ik denk dat het meer gaat over dynamic projects, als je resultaatgericht werkt ben je gefocust om 1 probleem op te lossen. Maar het kan zijn dat het later in onderzoek blijkt, dat je een soort van met oogkleppen op werkt. En het echte probleem of mogelijkheid tot innovatie mist.

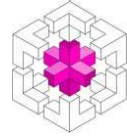
Ja, ik denk dat ik eigenlijk dit wel deels voor probeerde te stellen door te zeggen, dit is een eerste opzet van je quote, daarna wil ik samen zitten om daarna de final quote te sturen.

EINDE SURVEY

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Deevelo

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

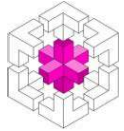
our approach towards dealing with sensitive data of the people that would use your AI based dietary behavior change applications.

In a second file you can see further elaboration on the phases including a visual overview of our approach.

Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl
 All persons and cases in this study are purely fictional!
 Second pilot study



Fictional Quotation

What if users will never accept this? quite a closed framing

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	solution for costumers accepting AI using their data
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Archeaology

Offer

Phase 1 – ...	Amount
Kennismaken product Wat is de AI tool; wat doet het; wat verzamelt het precies aan informatie; wie zijn de eindgebruikers; is ieder stukje data nodig;	€ 5000

Phase 2 – ...	Amount
Kennismaken gebruiker Interviews; workshops en andere methodes om inzicht te krijgen in de waarde die de tool heeft voor de gebruiker en waarom de data gevoelig ligt	€ 7500

Abduction with Solutionism

Phase 3 – ...	Amount
Ideation Brainstormen, co-designen, en meer om tot een richting te komen hoe de eindgebruiker het idee heeft controle te hebben over de data en de voordelen te willen accepteren.	€ 10000

Phase 4 – ...	Amount
Prototyping De ideeën uitwerken tot de applicatie de juiste visualisaties, interactie heeft die aansluiten bij de resultaten uit fase 3	€ 15000

Phase 5 – ...	Amount
testen en finetunen testen van de applicatie ontwikkeld in fase 4. hierna de feedback verwerken tot een uiteindelijk product.	€ 12500

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @ 06-	
Name authorised signatory <i>Fictional Signature</i>	

[Survey](#)

Transcription

F: Test 12

P: Ok

F: Heb je vragen?

P: Op zich is dit duidelijk

F: Ok, dan gaan we naar de quote, dit template is gebaseerd op hoe je bij andere bedrijven een offerte wordt ingericht, jou case is Deevelo, je mag hier even je naam en dergelijke zetten. Dan kan ik hem terug vinden.

Alright, dan ga ik hem even kort laten zien, je kan hier een bericht terug sturen, het is je tone of voice, hoe benader je het probleem, wat is je interpretatie. Hoe vang je het ongeveer op. Dit is je standaard afwikkeling, je aanhef en zo vind ik allemaal niet heel erg spannend, het gaat vooral om je proces van denken.

Dan heb je hier wat meer gefaseerd denken, deliverables, je hebt 50.000€ dat is ongeveer 1000€ per dag, 50 dagen, 10 weken, effectief. Binnen Designovate, heb je verschillende expertises, dus als je expertises nodig hebt, kun je er voor het gemak vanuit gaan dat deze ter beschikking staan.

En hier kun je dus verschillende, per fase, aangeven, dit is wat we in de fase gaan doen, er is nog een survey aan het einde, deze duurt ongeveer 10 minuten. Dus ik zou hier ongeveer 20 minuutjes voor nemen.

P: Ok best wel een lastige opdracht om op basis van zo'n klein mailtje een offerte op te stellen. Zelf zou ik dat niet zomaar kunnen, maar ik zal mijn best doen.

(Checks brief again)

(Probeert een deel van de brief in de offerte te kopiëren)

Ik begin bij de deliverables, solution for... (typing)

Ik zou in eerste instantie **meer willen weten f het product wat ze hebben, wat bieden ze, voor welke klanten werken ze, welke users hebben ze, wat wordt er precies van die users aan informatie verzameld.**

Fase 1 kennismaken, wat is de...

Dit is natuurlijk wel, wat je natuurlijk stuurt ook aan die partij, ik zou dat wel anders opschrijven, dit is puur voor mezelf.

F: Het gaat puur om je proces stappen, dus ik hecht niet veel waarde aan mooie verwoorde zinnen.

P: Ok

...

Ja ik praat niet veel he?

Ik zal even kort uitleggen. Ik denk dat ik ga beginnen met kijken naar **wat willen ze nou precies, wat hebben ze nou, wat verzameld het, wat doet het.** Vervolgens kijken **voor wie is het, waarom is het**

gevoelig, waarom is het juist wel positief voor hun? En dan wil ik eigenlijk die 2 aan elkaar koppelen, en tot ideeën komen waarop...

...

Wat gaat dit kosten? Ik zou eerst alle stappen op een rijtje zetten, en dan pas nadenken van ok, wat gaat dit kosten, en daar dan de prijs aan koppelen.

F: Ja die 50.000 is ook slechts een indicatie natuurlijk.

...

Hoe zou je de jongens mailen? Als je ze een berichtje zou sturen?

P: Ik zou dit netje uittypen, veel meer met bullet-points werken, en eventueel ook een, als dit de offerte allemaal is, zou ik ook eventueel een uitgebreider bestand erbij sturen met wat meer toelichting op de. Zij benaderen mij, dus ik hoef ze niet echt te overtuigen, maar alsnog zou wel iets meer toelichting eraan zetten over de fases.

...

EINDE SCHRIJVEN QOUTE!

SURVEY START

Some we try to avoid: Ik zelf niet, maar ik wel dat het in de design wereld is wat men probeert te ontwijken. Dus ik zeg disagree.

Anticipate? Denk wel dat dat nodig is.

Easy SP? Nee

Easy kun je op verschillende manieren interpreteren, maar ik denk dat degene die het dichtst bij het probleem staat... hmmm lastig, ik zeg wel neutraal

...

Ik heb wel aanvragen ontvangen, maar dat zag er wel anders uit.

REFLECTIE

F: Je hebt nu de survey gedaan, dus je hebt wel een iets beter beeld van wat ik probeer te doen.

P: Ja, denk het

F: De oefening die je er normaal voor doet, is er eentje waarmee je in de toekomst gaat kijken. Ik heb 4 scenario's en dan is het de vraag, wat voor impact zou dit toekomst scenario hebben op deze case. Over, 2 of 5 of 20 jaar, dan maak ja daar een inbeelding van.

Denk je dat dit zou helpen?

P: Ik denk dat als je terug komt op de vraag over waarom dat goed zou zijn, om de client te laten zien dat je meer flexibiliteit nodig hebt, is om te laten zien, dat wat er gaat gebeuren in de toekomst dat dit heel verschillend kan zijn. Maar ik weet niet, als ik denk aan de toekomst, dan denk ik wel een stukje verder weg, en dan heb je waarschijnlijk je project al afgerond.

F: Het bedrijf bestaat als het goed is nog wel

P: Dat maakt het voor deze specifieke opdracht misschien wel lastig.

Voor de klant, die denkt dan, ik kom over 5 jaar wel terug als het anders is geworden.

Maar ik denk wel dat dit een beeld kan geven, dat het op een heleboel verschillende manieren kan lopen. En dat wel handig is om open te blijven staan, hoe ontwikkelingen zich in de wereld van technologie, want hier aan de ontwikkelingen ontzettend snel.

En om daar rekening mee te houden en er voor open te staan, dat is wel belangrijk, dus ik denk dat het in die zin zeker interessant kan zijn. Om van te voren een sessie te hebben met de client, als hij niet zelf daar al voor open staat.

F: Het is eigenlijk een poging om te kijken, om te zien of mensen die een project initiëren, meer open kunnen maken voor het herzien van de vraag die ze stellen. In elk project en elke case die nu langskomt zit een onderliggende paradox, dus die opdracht kun je eigenlijk niet helemaal oplossen, want als je dit oplost moet je compromissen sluiten aan de andere kant, en dan kom je daar weer in de knoop.

Dat houdt ons designers natuurlijk bezig, want daardoor is er altijd werk. Maar door de vraag anders te stellen, door de context anders aan te vliegen (is het idee tenminste) Kun je vaak, wel om dat paradox heen werken zonder die compromissen te sluiten. Dat is in iedergeval wat de theorie zegt. En wat ik nu aan het bekijken ben, is ook, kunnen we dat proces door abductief redeneren toe te voegen aan dat proces, dat is dat je vooruit kijkt en denkt, wat als de toekomst er zo uit zou zien, wat kan ik dan nu doen om dat te realiseren of te voorkomen. En op de manier hoop ik dus dat we meer inzicht kunnen krijgen in hoe dat proces werkt.

P: Ja ik denk een hele lastige, het heel simpel gewoon budget en tijd is, waar een heleboel bedrijven op zeggen, deze opdracht hebben we nu voor je liggen. Je gaat dit maar doen, we hebben hier zelf dit geld voor. Anders moeten ze het weer gaan verantwoorden bij hun baas en zijn baas. En ik denk dat dat gewoon het heel complex maakt. Plus een stukje korte termijn, lange termijn denken, daar zijn we als mens niet goed in, lange termijn denken, maar dat is natuurlijk wel iets waar we nu steeds meer naar toe gaan. Ik denk ook dat er steeds meer bedrijven die gewoon natuurlijk veel duurzamer, op de lange termijn denken, ik denk dat het daarin wel goed aansluit. Om ook te kijken of je dit soort processen op een veel duurzamere manier aan kunt vliegen. Maar dat is wel, ja, dat is nu toevallig een stage project wat ik doe, daar ligt ook gewoon een opdracht, en eigenlijk merken we nu al in het proces dat het anders moet, dan hoe die opdracht is, en die heeft ook gewoon een aantal taken die uitgevoerd moeten worden. Maar ja, dat moet wel gewoon gedaan worden, want daar moet dan gewoon geld tegenover staan. Maar het zou prettiger zijn als daar meer flexibiliteit is om dat anders aan te vliegen. Maar ik denk wel dat daar het lastigste punt zit, hierin.

F: Dat is ook 1 van de dingen die ik telkens tegenkom, en wat heel grappig is, dat als je dit doet met mensen die heel veel ervaring hebben, die doen dat dus, en voor ze een traject aangaan. Challenges ze de brief, dus zeggen ze, ja, is de vraag die jij mij stelt, wat is de vraag achter die vraag, waarom wil je dit oplossen, waarom heb je deze oplossing nodig, en daardoor merk je dat ze in eerste instantie zeggen, ik weet niet of dit het probleem is wat we moeten oplossen. Ik denk dat dat er een ander probleem is wat we moeten oplossen, en met 20 jaar ervaring is het misschien ook wel makkelijker om een klant te zeggen, dan als je vers van school komt, maar dat is wel een heel interessant fenomeen, dat dat verschil er is, waarom denk je dat dat er is?

Waarom zou jij het moeilijk vinden om dat tegen een klant te zeggen?

P: Om dat je eigenlijk, dat geen wat de klant zegt, daartegen ingaat, en daarvoor moet je wel zelfverzekerdheid hebben en ik zou misschien ook meer geneigd zijn om die klant heel graag binnen te willen halen, terwijl je met 20 jaar ervaring daar misschien minder behoefte aan heeft. En om die reden zou ik mezelf dan, en mijn werkwijze misschien iets aanpassen naar de wensen van de klant. Daarmee denk ik dat het wel interessant om te denken, of je daarmee wel het beste resultaat behaalt, en dat eigenlijk niet heel stom is om dat te doen.

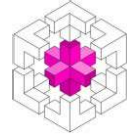
F: Ik denk dat dat wel een goeie conclusie is van mijn onderzoek, dit zal ongetwijfeld ongeveer de eindconclusie zijn van mijn onderzoek.

EINDE

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Kleen

Your Name:

C.C. Anne den Dorst

Eindhoven, date 9/12/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

Write a reply to the client, touch upon topics like: problem interpretation, goals, approach, results, etc.

Dear Simone de Vecht,

Wij zijn geïnteresseerd in deze designcase, maar voor we een offerte gaan maken zouden wij graag een meeting willen plannen om meer inzicht te krijgen in de mogelijkheden en constraints van deze design case. Ik zou graag meer inzicht willen hebben in jullie productie mogelijkheden en partners, en in jullie marketing eisen en waarden. zouden jullie een meeting kunnen plannen met de juiste medewerkers om hier over te kunnen brainstormen?
na deze meeting kan ik dan een offerte opsturen.

in de bijlage is de tot nu toe voorlopige offerte te vinden.

mvg

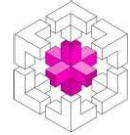
Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

Yours sincerely,

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number	Dsgn3078
Deliverables	3 tussen concepten en een final prototype
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – ...		Amount
Orientation phase:	€	

Phase 2 – ...		Amount
	€	

Phase 3 – ...		Amount
	€	

Phase 4 – ...		Amount
	€	

Phase 5 – ...		Amount
	€	

This document is part of a study conducted by master student Joris Raaphorst from the TU/e Eindhoven, the studies aims to investigate the thresholds of initiating innovative projects. In essence it tries to understand how dynamic projects with uncertain outcomes are proposed to understand the mechanisms used by experienced professionals. All cases, persons and proposals are purely fictional, no rights can be reserved from this document. The information gathered from the session and this document will be thoroughly analysed, to understand the context of the information participants are strongly encouraged to participate in the survey below. All data will be anonymised before analyses, no person will be referenced without explicit consent. All data will be stored on local or cloud based storage services based in the EU.

Designovate B.V. @ 06-		
Name authorised signatory	Survey	
<i>Fictional Signature</i>		

Transcription

F: Test 11

Zo, klein beetje context, ik kwam er achter dat er tussen de klant en de designer een soort spanning heerst. En die vond ik gewoon heel erg interessant, en heb daar dus onderzoek naar gedaan, er zijn dus een aantal manieren waarop designers met dingen omgaan die anders zijn dan hoe traditoanele business met dingen omgaat, die barrieres heb ik onderzocht, van waar komt die spanning nu vandaan. Er zijn ook een aantal mechanismen die wij als designers gebruiken om te gaan met die barrieres, en 1 daarvan ben ik aan het onderzoeken. Bij sommigen activeer ik dat mechanisme, bij andere niet, ik vertel je aan het einde of ik dat doe bij jou of niet. Dat is ongeveer de opstelling van de setting.

Dan heb ik voor jou 4 leuke cases, je werkt op dit moment, je bent afgestudeerd, en je werkt bij Designovate. Hartstikke leuke ontwerpstudio, er werken ongeveer 80 man, heel veel verschillende expertises, jullie krijgen een email en die beland bij jou op je bureau. Je mag dus nu kiezen van welke organisatie die komt.

(Uitleg cases)

(Kiest nummer 1 – Klein)

(Leest hem door)

(Uitleg invullen quote)

Heb je hier vragen over?

P: Ja, want ik heb niet het gevoel dat ik voldoende informatie heb over de opdracht, kweenie wat ze hebben uitgeprobeerd, wat de mogelijkheden zijn qua materiaal verandering, dat soort dingen allemaal, waar ligt daar de vrijheid.

F: Je moet het echt zo interpreteren, je hebt niet meer informatie, dit ligt op je bureau, je krijgt deze mail, en ze vragen jou, kun je een offerte opsturen? Dan is het aan jou de vraag, hoe reageer je? Stel je zegt ik ga helemaal geen quote schrijven, dat kan, dan kun je dat bijvoorbeeld hier invullen en dit beschouwen of je een mailtje terug stuurt.

Dit is dus heel erg om te meten om te kijken, wat zou je reactie zijn?

P: Ok, ja dan zou dat mijn reactie zijn, om een meeting in te plannen, met hun team, en dat soort dingen.

F: Probeer hard op te redeneren

P: Ik schrijf dus een mailtje naar Simone de Veght, want ik verwacht dat het team al wel meer heeft nagedacht over mogelijkheden en beperkingen, van hun bedrijf, van hoe hun bedrijf er uit ziet en dat soort dingen allemaal. Of ik zou ze nu moeten gaan opzoeken, maar ik verwacht dat een meeting beter inzicht zou kunnen geven wat mijn opties zijn. Want ik kan wel een offerte sturen van, joh, ik ga een design studie beginnen. Daar ga ik dus ideation, concepting en dat soort dingen allemaal. Ja, dat kan wel, maar het lijkt me gewoon heel logisch om eerder een meeting te hebben voor ik een offerte stuur, en dan eerder een traject te beginnen en dan er achter te komen dit gaat helemaal kut, of we hebben niet de mogelijkheden om dit te realiseren. Maar nogmaals, ik heb nog niet eerder daadwerkelijk in het bedrijfsleven gewerkt, wel, maar niet op dit soort posities.

In need of clear constraints. Needs to understand background and production before proceeding.

(Typing)

Zoiets, en dan zou ik nu, omdat ik een voorlopige moet zeggen...

Maar ik vind dat wel een beetje, normaal gesproken zou doen, om dat een voorlopige offerte sturen voor een meeting om dan een beetje inzicht te bieden in hoe duur het ongeveer wordt. Maar bieden zelf 50.000€ mijn probleem is dat ik dus niet hun eisen weet, of hun connecties in de werkende wereld, waardoor ik mijn planning slecht kan invullen. En dat is nu wat ik ongeveer ga doen in deze offerte, dus zie ik het nut niet zo van deze voorlopige offerte.

(starts typing)

Ik verwacht dat dit een hele, in het begin zou het een semi technische ontwerpdracht zijn. Ik denk dat het voornamelijk om een constructie in de fles zou kunnen zijn. Om bijvoorbeeld een dunnere wanddikte in de fles te pakken. Of door bijvoorbeeld andere productietechnieken gemaakt kan worden. Of misschien productie bedrijven die het misschien goedkoper kunnen doen. Maar waarschijnlijker materiaal verandering. Maar dat is allemaal weinig Design verandering. Mogelijk, maar dat weet ik allemaal niet, maar dat is allemaal design en meer materiaal en productie.

F: Stel we hebben nu even die meeting, misschien is dat makkelijker, en je mag mij vragen stellen, dan geef ik je wat extra context.

P: Ok, hoe maken jullie nu flessen?

F: We doen nu Extrusion Blow Moulding.

P: Is dat de meest efficiënte voor grote schaal?

F: Ja we produceren ongeveer 20.000 flessen per maand, dus er zit een high speed filling line achter, en kijk wat wij doen, wij berekenen de structural toeload, omdat we ze natuurlijk op pallets moeten verschepen. Dus ze moeten een bepaald sterkte hebben, en we proberen zo veel mogelijk kunststof er natuurlijk al uit te halen, want hoe minder plastic er in zit, hoe goedkoper het is om die flessen te produceren. Dus over de laatste jaren hebben we het plastic gebruik al zo goed als geminimaliseerd. En zien we eigenlijk alleen nog maar opties in het veranderen van de vorm van de fles. De meest optimale vorm is natuurlijk een cirkel, eigenlijk net iets ovaal. Dat is de sterkste vorm, alleen zelfs dan komen we nog 5% tekort, dus dat is een beetje ons probleem.

Daarnaast gebruiken we HDPE, ja dat is het meest hoogwaardige materiaal wat we kunnen gebruiken. Het is 1 van de beste materialen om te recyclen, want het is iets wat al heel veel in de afvalstromen zit.

P: Ok, en waar zien jullie de meeste potentie tot verandering? Je zegt dus in de vorm, maar dat is dus een richting die jullie nog niet helemaal hebben uitgewerkt?

CLEARLY EXPOSES

F: Nou ja, dat is dus ons dilemma, we moeten aan die eis gaan voldoen. Maar we zien vanuit onze R&D geen opties binnen hoe we het kunnen ontwerpen, dus daarom dachten we, we kloppen bij iemand anders aan in de hoop dat jullie wel met een slimme oplossing kunnen komen.

P: Ja, ok, en zeg je nu dat jullie heel erg gespecialiseerd zijn in het onderzoek doen naar vorm? Of is dat vorm design niet heel erg?

F: We zijn geen designers, maar we hebben vooral werktuigbouwkundige jongens, die vanuit een technisch oogpunt heel goed kunnen berekenen wat de optimale sterkte vorm is, en wat de meest optimale vorm is voor spuitgieten enzo, maar daar zijn we natuurlijk al jaren in gespecialiseerd.

Strong arguments that the point of writing a quote if a budget is already indicated. Plus missing info restricts participant from making a planning.



Strong focus on optimization, also speculates on potential directions.



Strongly building on real life experiences from facilitators previous occupation as Design Engineer.



Facilitator makes exception and offers to simulate the proposed meeting, to give more context for the participant.



Participant searches for opening



Facilitator offers a freepass to go beyond traditional thinking.



Pushes participant to think outside of the box, away from a optimization direction. But highlighting the qualities of the design discipline.



P: ja, nou dan heb ik echt totaal geen idee wat ik precies hier te doen heb.

F: Ok

P: Ja, dat is een beetje mijn punt, ja.

Participant chokes on paradox

Attempt to ensure participant is comfortable with the situation

F: Ok, ja dan is de opdracht niet gelukt. Ok, leuk, interessante richting, dat kan ook gebeuren.

Nou dan hou het in principe op, wat helemaal prima is, want het thema wat ik aan het onderzoeken ben is al gedekt. Het was een beetje freewheelen net, maar wat ik nu graag zou willen doen of je een survey zou willen invullen. En misschien gaat die ook wel wat licht schijnen op de hoe en wat, ik ben benieuwd. Een deel is reflectie op jou als persoon, als professional, een deel als reflectie op de simulatie, en een deel is om echt wat dieper de theorie in te gaan en hoe je dat zelf ervaart. Het zijn ongeveer 20 vragen, dus dan weet je een beetje wat je kan verwachten.

SURVEY – nuances

P:

(reframing) Je het is vaak genoeg voorgekomen, zeker bij research semesters, je begint met een probleem, en je komt iets anders tegen. Je maakt natuurlijk aannames en die ga je testen, nja, en soms verschuift dat, dus dan verschuift je problem definition ook. Of je neemt, nieuwe onderdelen aan wat zou passen bij je solution, of dat je toch nog weer nieuwe vind, dus ja dat kan zeker veranderen.

Ja, laat ik het zo zeggen, misschien is het niet common genoeg, maar het zou zo moeten zijn, ik denk dat we daar altijd heel kritisch op moeten zijn. Ik zeg dus niet dat het altijd gebeurt, maar zou moeten.

Easy SP – nee, ligt er beetje aan, voor designers zelf niet, want het maakt hun werk moeilijker, maar voor de user en het bedrijf, die wel, maar voor de designer niet perse, het ligt er een beetje aan wat je wilt, makkelijk werk is snel producten ontwerpen, of goede producten.

Easy PO – denk het easy is, ik denk wel dat het goed is voor de PO in the long run. Maar ik denk dat zij, wat ik altijd heb met klanten, die hebben altijd van die ideeën in hun hoofd. Dus als dan ook het idee wordt aangepast denk ik dat ze helemaal kapotgaan.

Causes failure – Ja misschien ook wel, ligt er aan of er een time constraint is, het is een beetje het 1 of het ander.

PO vs SP – oh, is de client, ok goed...

Nee, ik denk dat het sowieso lastig is voor de PO, maar denk dat dit per design het er aan ligt of het lastig is voor hun. Want je hebt namelijk, dat merk ik zelf ook wel, met mensen die samenwerken, sommige zijn gewoon heel erg open, en die willen juist gewoon mee onderzoeken, kijk voor hun zou het allemaal niet zo'n probleem zijn, vinden ze allemaal helemaal leuk. Maar je hebt ook mensen die willen gewoon iets af hebben, doel gericht, die hebben een vast plan, planning helemaal uitgewerkt wat je dan ineens allemaal moet omgooien, die kunnen daar wel moeite mee hebben.

(flexibility in project) Ja, een beetje huilen eigenlijk voornamelijk... hahaha

Ik heb zelf namelijk zelf zoiets, als ik iets heel gedetailleerd uitwerk zie ik de risico's. Wanneer het dus niet goed gaat, dus dan zie ik precies de taken die ik nog moet doen, of die ik eerst had uitgedacht en dan kan ik dus heel duidelijk kijken van ok, mijn planning verschuift wat voor invloed

heeft dat op de taken die eigenlijk nog had willen doen. En dan kan ik dus heel goed denken, dan schrap ik ze of dan moet ik ze sneller uitwerken, maar dat helpt mij altijd, een gedetailleerde planning, klinkt soms raar want je denkt een open planning kun je makkelijker mee schuiven, maar ik vind dat dus fijner om de risico's te overzien.

En daarnaast flexibility, Als we het hebben over de problem definition, wat ik altijd probeer te doen is een heel erg snel, diepgaand kwalitatief onderzoek doe naar de gebruiker en probleem, daardoor haal ik het meeste er al uit, vrij in het begin van het project. Je kan natuurlijk ook andere problemen tegen komen, zoals prototyping, ja dan ben je gewoon fucked, dat is gewoon doorgaan.

...

V9 - Dynamic vs Linear – ja, vind ik een lastige vraag, vind ik een beetje hetzelfde als die ID departement. Hier komen geniale ideeën uit, maar ja, in mijn mening, weinig in opzichte van wat we hier bedenken, omdat we de realiteit van de businesswereld, die het dus op de markt moet brengen, verkopen, er geld aan moeten verdienen, niet meenemen in onze sessies.

Ik wel dat de meest geniale ideeën uit onderzoeksinstituten komen met dynamische processen.

Maar dat is dus een beetje de vraag, ik denk dat processen die in businesswereld worden uitgewerkt de markt halen met succes.

Dus als je mij vraagt, wat is het meest innovatieve en impactfull... de weinige die het halen die zullen meer innovatief en impactfull zijn, maar ik verwacht dat er in het werkende gebied, dus dan de linear projects, projecten de markt halen.

Ja ik denk wel de dynamic projects, de wat grotere bedrijven gebruiken ook meer research enzo.

V10 - is the briefing comparable?

P: (vraag over of het vanuit persoonlijke of fictieve rol moet worden beschouwd)

F: Andwoord – Ja dat is een beetje, in dit geval is het vergelijkbaar met wat je bijvoorbeeld van klanten zou krijgen, of is het vergelijkbaar met wat je van de universiteit zou krijgen. Ik denk dat allebei geldt, is het ene meer dan het andere?

P: Nou, ik heb geen echte ervaring met dit soort berichten, ik was stagaire dus ik had mijn eigen opdracht en ik had wel contact met de buitenwereld. Maar die vroegen me niet om zo'n case aan te nemen.

F: En als je hem dan vergelijkt met wat je vanuit de opleiding krijgt?

P: Ik vond het wel een Han opdracht, IPO meer, Van de HAN, waar ik eerst heb gestudeerd. Maar opzich wel.

(brief differs)

Op de uni gaan ze vaak ietsje meer in op de problem statement, hier is de problem statement natuurlijk heel duidelijk, het had weinig emotionele gevolgen, of dat soort dingen, wat ik misschien wel miste... (geen antwoord)

Ik denk het wel, op de HAN werden we niet gevraagd om perse contact met het bedrijf op te nemen, dus het was een grotere design brief. Dus de vragen die ze nu aan jou ging stellen, die zouden daarmee voornamelijk beantwoord worden.

Aan de andere kant hebben we ook een keer een project gedaan bij Phillips, en toen gingen we ook langs, konden we praten en zo, maar die project brief was wel echt groter.

F: Om daar op te reflecteren, het moet natuurlijk behapbaar blijven binnen een bepaalde tijd en ik ben ook wel benieuwd wat mensen doen als ze weinig informatie krijgen.

P: Ik ga vragen stellen, ik wil mensen spreken, ja godverdomme, wat bedoel je hier mee ...

(comparable quote)

Geen ervaring-

(Exercise before briefing?)

Ja, zoals ik al heb aangegeven, heeft dat mijn voorkeur, Ik denk dat her vooral te maken heeft, zoals bij het bussiness ding, je bent niet het wiel op reventen, als je zo meteen heel leuk moet een opblaas ding komt waar die mensen als gewoon 10.000 keer aan hebben gedacht, of intern, dat is gewoon een beetje kut, ga gewoon wat anders doen.

- Je kan eerder obvious dingen voor de andere partij vermijden.
- Je kan ook dingen van elkaar leren
- En ook voornamelijk, de verwachtingen zijn correcter, wat dus minder frustratie opwekt
- En als laatste denk ik ook, ze hebben iets meer gevoel voor controle, en invloed, wat over het algemeen goed werkt, aangezien je aan hun baby zit. (is mijn verwachting)

EINDE SURVEY

REFLECTIE

P: Wat wilde je doen qua exercise?

F: Ja, ga ik je vertellen, in alle opdrachten die ik uitdeel, zit ene fundamentele paradox. Het is in principe een probleem wat je niet kan oplossen, maar er zijn wel manieren om dat te doen, want die komen we als designers wel vaker tegen. We zijn in principe equipped met de middelen om daar me om te gaan.

Jij zei, ik weet niet wat ik hier dan doe. Maar je had in principe ook kunnen zeggen, van ok, dan doen we een stap terug, dan moeten we de context verbreden en gaan kijken van, ok, kunnen we misschien wel de formulering, dat er minder formulering in de fles zit, of misschien moeten we wel een heel ander systeem optuigen waardoor je helemaal geen plastic mee nodig hebt. Misschien moet je wel een wasstraat beginnen in plaats van dat je iedereen flessen naar huis stuurt.

Er zijn heel veel andere manieren om met ene probleem om te gaan, maar binnen de context die ik je gaf, is het niet te oplossen. Dat was interessant om te zien, want jij liep hierop vast, of die beginnen gewoon maar te schrijven, die gewoon een quote hebben geschreven voor iets wat ze niet op kunnen lossen. En dat is dus best wel komisch, en precies daar gaat het onderzoek over, want dat gebeurt dus best wel vaak, en wat je dus kan doen, je hebt dus verschillende manieren van redeneren, inductief, abductief en deductief, en die kun je koppelen aan wat ze noemen 'Dynamic Capabilities' en dat zijn de hoofd mechanismes die we kunnen toepassen, om in design thinking processen met dit soort problemen om te gaa en te leren omdenken. En we hebben dus abductive thinking heb ik toegepast bij andere mensen, waarin je dus naar de toekomst gaat kijken. En nadenkt, ok, wat nou als de toekomst er zo of zo uitziet, wat zou dat voor impact hebben op deze situatie. En je gaat dus wat verder kijken dan wat relevant is voor de case. En daardoor worden mensen dus automatisch uit die bestaande context gehaald. En kijken ze dus naar een situatie, van

'oh, misschien is dit helemaal niet de goede richting, misschien moeten we de vraag anders stellen.'
Ik heb dus ook 4 verschillende filmpjes, ik zet de opname even op pauze.

(Filmpje wordt laten zien)

En dat gaat dus over Reon Brand en zijn werk, op basis daarvan laat ik dus mensen eerst eens kijken naar wat kan de toekomst met zich meebrengen en wat voor impact heeft dat in deze situatie. En dat laat ik mensen helemaal zelf doen. En op een gegeven moment zie je dus dat mensen die dat gedaan hebben, op een andere manier zo'n quote benaderen, dan mensen die dat niet hebben gehad, en als wij dat als designers al hebben, dan ben ik dus ook heel benieuwd nog, maar dat heb ik niet kunnen onderzoeken, wat wel heel interessant zou zijn, van stel je zou dit in een situatie doen waar de klant en de designer samen aan tafel zitten, of dan die drempel de een klant heeft, en die drempels zijn. Myopia, (bijziendheid), Fixation dat ze dus in hun eigen oplossing blijven hangen. Rational solutionism, daar trapt je zelf natuurlijk heel mooi in, van er moet een oplossing komen. En Fear of Novelty, en dat komt van een angst om iets nieuws te doen waarvan je de uitkomst nog niet weet. Hoe uitgebreid je probleem wordt, en dat zei je zelf ook al, je hebt een wat meer engineering manier. Want je wil de risico's beheersen, en dat soort drempels zorgen er dus voor dat je moeilijker met innovatieve oplossingen komt, dus op een gegeven moment ben je deelproblemen aan het oplossen van een oplossing die in zichzelf wel niet de goede oplossing is.

P: Ja ok, maar ik moet ook wel zeggen, dat de moeilijkheid aan dit ding, vond ik dat je een opdracht aan het doen bent voor een ander productie bedrijf, die ook eigen designs en engineers heeft, dat is anders dan iets oplossen voor een gebruiker, want die bedrijven hebben ook gewoon kennis, en die vinden dingen, en die willen dingen, of die willen dingen niet. En dat is allemaal veel duidelijker dan bijvoorbeeld een gebruiker.

F: Ja ok, maar uiteindelijk ben je een probleem voor de gebruiker aan het oplossen.

P: Ja, een gebruiker die direct terugpraat met eigen kennis.

F: Ja, maar in de realiteit werkt dat dus wel vaak zo.

P: Niet altijd, dat ligt er heel erg aan wat voor bedrijf je bent.

F: Heel vaak in ieder geval, werk je als ontwerper en bied je oplossingen voor bedrijven die normaliter een proces hebben waarmee ze de markt bedienen. En af en toe moeten ze innoveren. Er zijn maar weinig bedrijven die altijd aan het innoveren zijn.

P: Ja, ok, het zijn misschien de bedrijven waar ik zou willen gaan werken.

F: Maar goed, daar gaat het dus over het gaat dus over de manier waarop je redeneert, en wat voor impact, als ik je prompt om anders te redeneren, wat voor impact dat heeft op de manier waarop je probleem oplossend vermogen werkt.

Dat uh... is wat ik onderzocht heb, lekker complex haha.

P: Ik denk wel echt dat de setting, lastig is, ik weet niet of ik hetzelfde had gereageerd in daadwerkelijke setting, als professional, in een bedrijf, dat daadwerkelijke ander bedrijfsteam.

F: En dat is ook heel moeilijk, dat is ook waarom ik zo'n lange vragen lijst aan het einde heb. Om dat te kunnen plaatsen. Ik leg 2 groepen naast elkaar, je hebt studenten die nog weinig ervaring hebben en mensen die 20 jaar + ervaring hebben, die laat ik dit allebei doen, en die vergelijk ik met elkaar.

P: Ik denk inderdaad wel dat dit uitmaakt. Want ik merkte ook aan het begin, nu moet ik me eerst gaan inleven als professional, waar ik een taak moet gaan doen die ik nog nooit heb gedaan. En toen dacht ik wel echt fuck.

F: In principe is het niet heel veel anders wat je nu doet als een professor je een opdracht geeft. Of als je een opdracht gaat doen voor je stage.

P: Jawel, dat is dus wel anders, dan had ik hem heel anders benaderd, want hier weet je niet wat je te wachten staat, in de buiten wereld, in deze functie. Hier weet ik precies hoe ik me moet gedragen, en wat ik wel of niet kan maken, en dan heb ik heel veel vrijheid, en dus had ik inderdaad het hele proces veel breder aangepakt. Dan was ik niet dit aan het doen.

Maar ik weet in het bedrijfsleven, ben ik ook wel een paar keer naar een bedrijf toe. En die zijn soms heel stug in dingen, zeker de engineers bedrijven, ja dat, ik zit daar dan van I dunno, dus die context mist wel.

F: Het gaat ook om de durf he, durf je dat probleem te challengen. En dat is ook wel iets wat naar boven komt, dat bijna niemand op de universiteit dat durft. Die zeggen allemaal heel braaf, van ok, dit is de opdracht en daar moet ik binnen blijven, iedereen die 20 jaar ervaring heeft, die heeft zoiets van ja, dat kan niet, dus ik ga eerst maar eens tegen ze zeggen dat ze wat anders moeten gaan doen.

Dus die durven dat meteen te doen, en daar zit een heel groot verschil, en ik denk dat dit 1 van de grote uitkomsten is van mij onderzoek.

P: Ja, die zie ik ook wel ja!

F: Dat ik ook tegen de opleiding ga zeggen, van joh, daar moet je eigenlijk meer aandacht aan geven, want mensen moeten die durf hebben om dat te doen. De vraag is gewoon heel vaak niet...

P: Ik vraag me wel af, want ik zie het inderdaad wel gebeuren, als ik nog niet professioneel genoeg ben, zou ik zelf ook moeite hebben me dat zelf voor te stellen. Terwijl ik hier wel het gevoel heb dus wel professioneel genoeg te zijn in de departement. Dat ik wel weet wat ik wel en niet kan maken. Je kent de constraints. Ik denk dat daar ook verschil in zit, dus ook wel tussen ouderen, maar ook wel dat het verschil dus misschien niet moet zijn, ok op de universiteit leer je dat niet, want ik denk dat je dat op de universiteit wel leert, maar ik denk niet dat je het leert in een nieuwe context.

F: Ja precies, misschien is dat het ook wel voor een deel. Dat we meer vanuit een bedrijfscontext moeten leren ontwerpen op ene universiteit.

P: Ja, de harde realiteit van het werk. Want hier heb je wel het gevoel, want je mag freebeyen tot de max, je zet je eigen constraints, alles is mogelijk, ook al is het niet mogelijk, pas over 30 jaar, ach weetje, boeien, wat dat betreft...

F: Dat is hier het grote probleem, hier krijgen ze wel de ruimte, maar niet de weerstand. En daardoor krijg je dat je op het moment dat je hier vandaan komt, je het idee hebt van ohh ik weet hoe het werkt. En krijg je ineens ene stugge productiebedrijf tegenover je, wat zoiets heeft van, nee, dat wil ik helemaal niet, en hoe overtuig je ze dan, en dat is een heel groot deel van je professionele ontwikkeling en iets wat ik denk dat 1 van de grote onderscheidingen tussen een senior en een junior ontwerper. Dat je weet hoe dat werkt

P: Ja, die zie ik wel ja, daarom wil ik ook bij een productie bedrijf gaan werken.

F: Ohja, lekker aan de andere kant van de tafel gaan zitten.

P: En de kennis meenemen naar ontwerp bureaus, zodat je niet te vaak in dit soort onderhandelingsposities hoeft te zitten. Waar veel verloren kan gaan, dat vind ik altijd jammer.

F: Ja ik heb het juist andersom gedaan, ik ben bij een ontwerpstudio gaan werken, ik heb heel vaak aan de tafel gezeten aan deze kant, ik heb daar gezien, niet dat ik de doorslaggevende stem heb, want er zijn heel veel mensen met ervaring die ook aan die tafel zitten, maar daar zie je het gewoon gebeuren, ook met ervaren mensen. Die gewoon die klant, die gewoon zoiets heeft, van ik geef jou gewoon 50.000 euro en dan wil ik een oplossing.

En dat is ook iets wat in die vragen terug komt, van ja we kunnen nu niet zeggen voor 50.000 euro heb jij ene goede oplossing, maar we kunnen wel voor dat bedrag een project inzetten en dan weten we met zo veel zekerheid dat er wat leuks uitkomt, maar eigenlijk zouden we het liefst zo'n proces optuigen maar dan kan het zijn dat we 3 of 4 keer terug moeten naar eht begin punt, maar dan heb je uiteindelijk wel een serieuze oplossing, maar dat is natuurlijk een heel lastig verkoopbaar verhaal. Hoe controleer je dat, hoe bouw je dat in, en dat is ook waar ik begonnen ben, met projectmanagement, en hoe link je dat aan het design thinking proces. En dat dynamische proces, en ik ben ene beetje hier op uitgekomen, en dan krijg je een beetje zo'n vorm.

P: oh god ene beetje he user centered design spiraaltje.

F: Ja, dat is het inderdaad, hier doe je onderzoek, en dan weet je nog niet wat de oplossingsrichting gaat zijn. En op een gegeven moment weet je een beetje van oh, nou we weten wel ongeveer dat de oplossing in deze richting ligt, en dan ga je door je iteratie cycles heen, en je gaat elke keer een stapje terug, en dat doe je elke keer opnieuw. Tot je zoeits hebt van ok nu weten we wel wat het gaat worden, dan kom je nog een paar hobbeltjes tegen onderweg, maar daar kom je dan wel uit.

Maar goed, dat is een modelletje waar ik al heel lang mee aan het werken ben. Daar ga ik nog een, maar ik ben bezig om een hele ontwerp methode aan vast te hangen, maar ja.

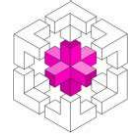
P: ahh, een bloemetje.

EINDE

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Client name:

Jeens

C.C. Joris Raaphorst

Eindhoven, date 16/11/22

Dear manager,

Please find below our quotation for ...

A research-based project aiming to enable Jeens to be fair and able to keep up with main competitors.

The goal of this assignment is ...

Figure out practical steps on how Jeens is able to make their production processes more fair for the environment and labor. On top of this, the aim is to look into competitors, assess their and Jeens' position in the market and how to stay competitive.

We will approach the project as follows ...

We will approach it as a research project with practical and actionable outcomes. The knowledge gained will be used to inform potential directions to make Jeens more fair and competitive.

This project results will ...

The results will be actionable and practical steps on how to take Jeens to next level. With this, we intent to create a knowledge foundation for Jeens to refer to and use in future work. This means that you will be better able to make informed decisions about the company and be able to ground your actions in research so that you can better elaborate upon it to stakeholders.

Should you have any further questions, I would be happy to answer them at a personal meeting at your convenience. Could you please indicate what moment would suit you in the coming days? In the alignment call we can discuss potential alterations or optimizations to the approach. Thank you very much for your time and consideration.

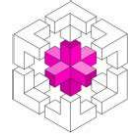
Yours sincerely,

[Redacted signature]

M1.2 – Research semester - Joris Raaphorst – j.raaphorst@student.tue.nl

All persons and cases in this study are purely fictional!

Second pilot study



Fictional Quotation

Activities and deliverables

Project number and name	Dsgn3078
Deliverables	<p>a full analysis of the current production process and three separate plans on how to innovate it</p> <p>a full competitor analysis with suggested innovations/actions to stay competitive and strengthen market position</p> <p>a final report, summarizing and concluding on all of the findings during this project including the final innovations, actions or directions Jeens can incorporate in their business</p>
Budget	50.000€ (1000€ * 50 days = 10 weeks)

Offer

Phase 1 – Current Production Process	Amount
In-depth user-research to establish the current production process and fairness of labor. Mostly focussed on in-company research with several stakeholders. (10.000)	€ 5.000
Phase 2 – Innovate Production Process	Amount
Involve outside stakeholders and use their knowledge to innovate the current production process and fairness of labor. Use the previously mentioned phase and its outcomes to inform this phase. (15.000)	€ 5.000
Phase 3 – Competitor Analysis	Amount
Dive into competitors and assess their position in the market. identify their strengths and weaknesses as well as gain insights into customer experiences (15.000)	€ 5.000
Phase 4 – Insights from competitor analysis	Amount
Summarize outcomes and use it to make actionable and innovate steps to take. (5000)	€ 5.000
Phase 5 – Prepare final deliverables	Amount
Summarize and conclude all of the research. Use it to make well-informed suggestions and prepare the final deliverables for the client. (5000)	€ 5.000

The fee/ cost for meeting, travel expenses, courier cost and reprography, unless specifically mentioned, are not included within this budget. These costs will be decided upon the basis of a subsequent calculation. Amounts are in EURO and excluding VAT. Orders will be executed within the submitted offer. This offer remains valid for two weeks. Assuming that it is not signed. If you agree to this offer, we would be pleased to receive a signed copy in return or your formal Purchase Order. Payment is due 30 days after the invoice date. Both the General Project Conditions (see appendix) and General Terms of Delivery apply to this offer. The General Terms of Delivery may be downloaded [here](#). By signing this offer or sending a Purchase Order in return, you declare to have received the General Terms of Delivery and agree with them. Any legal relationship between parties following liability is limited to the amount of 1,000,000.00 euro (one million). This quote and all of the resulting agreements and alliances between the parties shall be governed by Dutch law.

Designovate B.V. @ 06-	
Name authorised signatory	
<i>Fictional Signature</i>	

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

Evaluation Briefing Study - TEST

Thank you for participating in this study, you have performed a quotation exercise which will be analysed together with the other results. To gain a deeper understanding of the context this form collects information about your background and experience. It also asks you to reflect on the exercise and compare it to your previous practices.

* Vereist

Background

In this section you are asked to describe your professional role and experience, especially related to design and project management practices.

1. Please describe your professional role *

2. How many years of work experience do you have? *

https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=R_J9zM5gD0qddXBM9g78ZJyfl9xnETtBqOFD... 1/11

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

3. I associate myself with the following professional roles *

	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree
Designer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Engineer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Project manager	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Strategist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Researcher	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solution Provider	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Problem Owner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marketeer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=R_J9zM5gD0qddXBM9g78ZJyfl9xnETtBqOFD... 2/11

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

Problem Definition & Problem Solution

When we consider an overall project, we can distinguish two different fundamental actions.

1. In one the we aim to **understand and define the problem**
2. In the other we come up with a **solution for this problem.**

4. In my work I... *

	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree
Define the problem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solve the problem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=R_J9zM5gD0qddXBM9g78ZJyfl9xnETtBqOFD... 3/11

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

Reframing the problem

When, in a project, and a problem is defined and your solving the problem, we can encounter a scenario in which the problem definition should be redefined.

5. Have you ever encountered this situation? *

- Yes
- No
- Not sure

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

6. I think reframing the problem definition during a running project... *

	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree
Is very common in our practice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Is complex	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Is something we try to avoid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Is something we anticipate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Is easy for the solution provider	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Is easy for the problem owner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Is essential for success	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Causes failure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=R_J9zM5gD0qddXBM9g78ZJyfl9xnETtBqOFD... 5/11

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

Co-evolving problem and solution definitions

Our changing understanding of problems during the invention of solutions can cause us to feel the need to deviate from the original project plans in the contract.

7. Research suggests that reframing the problem definition during a running project is complex yet vital, more so for the Problem Owner (client) than the Solution Provider (designers etc.). Do you experience this? And why do you think this is? *

8. Do you need to deal with flexibility in your projects? And how do you incorporate this in your project? *

9. If you compare dynamic projects processes with uncertain outcomes to linear projects with more defined outcomes. Which one do you think, is more effective in generating innovative and impact full solutions? Why do you think this? *

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

Reflection on Study

During the study you received a fictional mail with a request for a quotation. You were asked to write this quote. This was an effort to simulate the initiation of a design project. Now we want to

10. Was the fictional brief comparable to messages you normally would receive? *

Yes

No

11. Could you explain in what way the brief differs? *

12. Was the quotation you wrote comparable to quotes you normally would send? *

Yes

No

13. Could you explain in what way the quote differs? *

https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=R_J9zM5gD0qddXBM9g78ZJyfl9xnETtBqOFD... 7/11

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

14. For 50% of the participants we perform an exercise before they write the quote. Imagine you would perform a short exercise involving design thinking methods with your clients during the initiation phase before writing a quotation for them. Do you think this would help them to agree to a more open and flexible project process? Can you explain why? *

15. Did you perform the 'envisioning' exercise between receiving the brief and writing the quotation? *

- Yes
- No

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

Envisioning Exercise

You have performed an envision exercise, between receiving the project brief and writing the

16. What did you think of the exercise? *

https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=R_J9zM5gD0qddXBM9g78ZJyfl9xnETtBqOFD... 9/11

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

17. *THE ITALIC PART EXPLAINS A FEW DEFINITIONS IN THE QUESTIONS!*

Fear of novelty: To achieve innovation we have to get outside of our comfort zone, the unknown however comes with risks, these can cause anxiety that push us towards the safe path.

Narrow context: Innovation requires overcoming paradoxes, to do this we often need to expand the context surrounding the problem, this can be difficult since we all are biased based on our personal and professional life.

Solutionism: Due to our rational thinking brains many people have the tendency to immediately start solving the problems without questioning if they are solving the correct problem.

PLEASE MARK TO WHAT EXTEND YOU AGREE WITH THE STATEMENTS!

The envision exercise... *

	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree
Impacted the way I wrote the quote	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Was not beneficial to the quotation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helps to overcome fear for novelty	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helps to overcome a narrow context	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helps to overcome solutionism	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11-01-2023 14:36

Evaluation Briefing Study - TEST

Thank you for your participation!

Your participation is very much appreciated, if you would like to stay in contact or receive the paper on this study please feel free to leave your contact information!

18. I would like to receive the results of the research

Yes

No

19. E-mail it to:

20. Personal message or other remarks

Deze inhoud is niet door Microsoft gemaakt noch goedgekeurd. De gegevens die u verzendt, zal worden gestuurd naar de eigenaar van het formulier.

 Microsoft Forms

https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=R_J9zM5gD0qddXBM9g78ZJyfl9xnETtBqOF... 11/11

Closing page