

Datapunt 4E. Spetterende pitch Proof of Concept

Stap 1. Onderbouw de presentatie die jullie hebben gegeven

InBeeld: Naomi, Ferhan, Nynke, Eline & Faye

BC 4.2.1 Je overtuigt de opdrachtgever dat jouw werk een adequaat antwoord is op de ontwerpvraag. [Organiseren]

BC 4.2.2 Je onderbouwt de gemaakte keuzes tijdens het ontwerpproces en maakt zichtbaar welke impact deze keuzes hebben op de belanghebbenden. [Organiseren & Samenwerken]

Hier onderbouwen wij waarom wij bepaalde dingen gepresenteerd hebben en wat hiervan de impact was. Wij vertellen ook welke feedback wij op specifieke stukken van de pitch hebben gekregen. **(BC4.2.1 en 4.2.2)**

Dia 1 tot en met 10: *Gezamenlijk*

Als opening van onze pitch hebben wij een toneelstukje opgevoerd, om zo de aandacht van het publiek en de opdrachtgever te trekken en hun te overtuigen van ons concept.

Als feedback hebben wij teruggekregen dat dit begin als **creatief, sterk en humoristisch** werd ervaren. Bovendien gaf het **meteen inzicht** over hoe ons concept te werk gaat.

Dia 5: *Naomi*

In deze dia hebben wij het **probleem van PAN-NL** verteld en deze **gekoppeld** aan onze ontwerpvraag. Waardoor wij duidelijk konden maken hoe en waarom het concept- doel en doelgroep **gericht** is. Als sterk punt kregen wij terug dat dit voor **duidelijkheid en richting** zorgde.

Dia 6: *Faye*

In deze dia vertellen wij **hoe wij op ons concept zijn gekomen** doormiddel van onderzoek, interviews en een eigenervaringen. Dat was namelijk dat wij ondervonden dat zowel wij als andere jongeren nergens konden vinden of planten bespoten of onbespoten zijn wat dit inhoudt. Als sterkpunt kregen wij hierover terug dat dit een **helder onderzoek** was wat het **concept onderbouwd**.

Dia 7: *Eline (individuele bijdrage)*

In deze dia vertelde wij over ons **Proof of concept** en liepen wij de prikkers en poster stuk voor stuk door. Wij hebben verteld wat ons **doel** was en hoe wij hiermee jongeren **bewuste keuzen** willen laten maken. Als sterkpunt kregen wij dat wij onze **ontwerpkeuzes sterk onderbouwd** hebben door deze **extra** te benoemen en **toe te lichten**. Daarna vertelde wij hoe je de **campagne kan inzetten** en waar je deze zou kunnen verspreiden met concrete voorbeelden daarvan.

Dia 8: Faye

Testen, om de **werking van ons concept te bewijzen** hebben wij onze testen **beschreven en toegelicht**. Als feedback kregen wij hierop dat wij hier **nog wat dieper** op het testen hadden **mogen ingaan** om de werking nog verder te bewijzen. Maar wij hebben **ervoor gekozen om dat niet te doen** omdat wij de pitch als **uitgangspunt** hebben genomen en daarom niet te diep in wilde gaan op **het totale proces**. We wouden het **kort maar krachtig** houden.

Dia 9: Nynke

Wij maken hier weer een terugkoppeling naar onze ontwerpvraag door te onderbouwen waarom ons ontwerp **de oplossing is** op deze vraag. We vertellen ook **waarom** wij de oplossing gekozen hebben als groep. We hebben gekozen voor dit ontwerp omdat dit **jongeren stimuleert** om zélf te gaan informeren, hoe meer vraag er komt hoe groter de kans dat tuincentra hun aanbod erop gaan aanpassen, daarnaast is het zowel digitaal als fysiek in te zetten. Dit ontwerp heeft veel **doorgroei mogelijkheden**, denk aan een andere doelgroep door de slogan aan te passen met een invulling die past bij een andere doelgroep, zoals blijkt uit onze test zijn de posters ook niet beperkt tot 1 locatie en zijn hierin ook veel mogelijkheden. Dit past bij PAN NL omdat deze **aanpassingen makkelijk te maken zijn** en niet veel tijd of moeite of geld kost. Als afsluiting van onze pitch hebben wij onze **slogan** ook op jouw vensterbak herhaald om het **gezamenlijk en pakkend** af te sluiten.

Vragen en feedback die wij kregen na de presentatie (BC4.2.1):

Publiek: 10 voor de performance! Iedereen was heel enthousiast en gaven aan dat het toneelstukje aan het begin er grappig was en als gevolg hun aandacht gelijk greep.

Pan-NL - Matheus: Goed idee van het ophangen van de poster op hogescholen. (Vraag) Hoe moet de prikkerverspreid worden en door wie? (Antwoord) De prikkers kunnen door activisten of bijvoorbeeld vrijwilligers van PAN-NL uitgeprint en verspreid worden door deze in planten potten in winkels of tuincentra te steken.

Gerjanne: (Vraag) Dus eigenlijk kan je de prikker op de website downloaden en uitprinten? (Antwoord) Ja, het is voor iedereen beschikbaar, vrijwilligers van pan nl kan

deze makkelijk zelf uitprinten en verspreiden als actie. De prikker en posters ondersteunen elkaar want door de prikkers en posters krijg je meer herkenning.

Bart: (Vraag) Waarom is dit alleen voor jongeren? → Omdat dit een brede doelgroep is die wij op verschillende manieren kunnen bereiken. Ook is deze doelgroep zich vaak niet bewust van het onderwerp en is er dus veel ruimte voor ons om hun te informeren. Ik ben overtuigd van de mogelijkheden tot uitbreiding die deze campagne biedt. De start van jullie presentatie was humoristisch en een heldere doorloop van het gebruik van jullie oplossing. *Wel hadden jullie nog dieper in mogen gaan op hoe jullie getest hebben.*

Robert: Erg leuk begin met het scenario! De mediamiddelen hadden wel wat meer op elkaar afgestemd mogen worden zodat het nog meer een geheel was (Qua uiterlijk). *Als tip heb ik jullie konden meer inhoudelijk ingaan op de impact van jullie concept.*

Max:

Ursula: Startpagina van de pitch roept vragen op erg leuk! Wow effect is duidelijk! Leuk het herhalen van de slogan aan het einde. En Nynke bleef supergoed in haar rol van bespoten plant. *Jullie hadden nog kunnen vertellen waar specifiek jullie getest hebben was dit bij 1 Intratuin of bij meerdere zo ja welke?*

Feedback van alle vakdocenten: Jullie trokken gelijk de **aandacht** aan het begin van de presentatie door een toneelstukje op te voeren dit was erg origineel en creatief.

Beantwoorden van vragen (BC4.2.1 en 4.2.2):

Wij kregen na afloop weinig vragen, de vragen die er wel zijn gesteld werden helder en duidelijk beantwoord. De vraag die wij wel kregen over de prikkers van pan.nl hebben we goed beantwoord met een uitgebreide uitleg die meer duidelijkheid gaf.

Impact op de belanghebbende:

De impact die we met onze pitch hebben gemaakt is het overtuigen van de opdrachtgever. Door de **demonstratie** aan het begin en een kort overzicht van ons proces hebben we aan kunnen tonen dat we de **wensen en behoeften** van de opdrachtgever hebben meegenomen in ons ontwerp. Daarnaast hebben we de **functionaliteit** van het concept kunnen demonstreren. Hoe gaat het in zijn werk en wie kunnen er allemaal aan meedoen? **Tot slot**, met de afsluiting van dit project en de eindpitch hebben we ons binnen de rol van ontwerper verder kunnen ontwikkelen

tijdens het doorlopen van het ontwerpproces en de verschillende fases te doorlopen.
Ook hebben we ervaren hoe het is om met een opdrachtgever samen te werken!