

VVSG

Vereniging van
Vlaamse Steden
en Gemeenten

Studio Regio: de gebruiker in de regio

Peter Cousaert, VVSG

Service Design is...

...**een ingesteldheid:**
de gebruiker centraal

...**een methodiek:**
co-creatie met gebruikers & medewerkers

...**een instrumentarium:**
een verzameling oefeningen & technieken



Ingezet voor...

... het ontwerpen van alle mogelijke vormen van om het even welke dienstverlening...

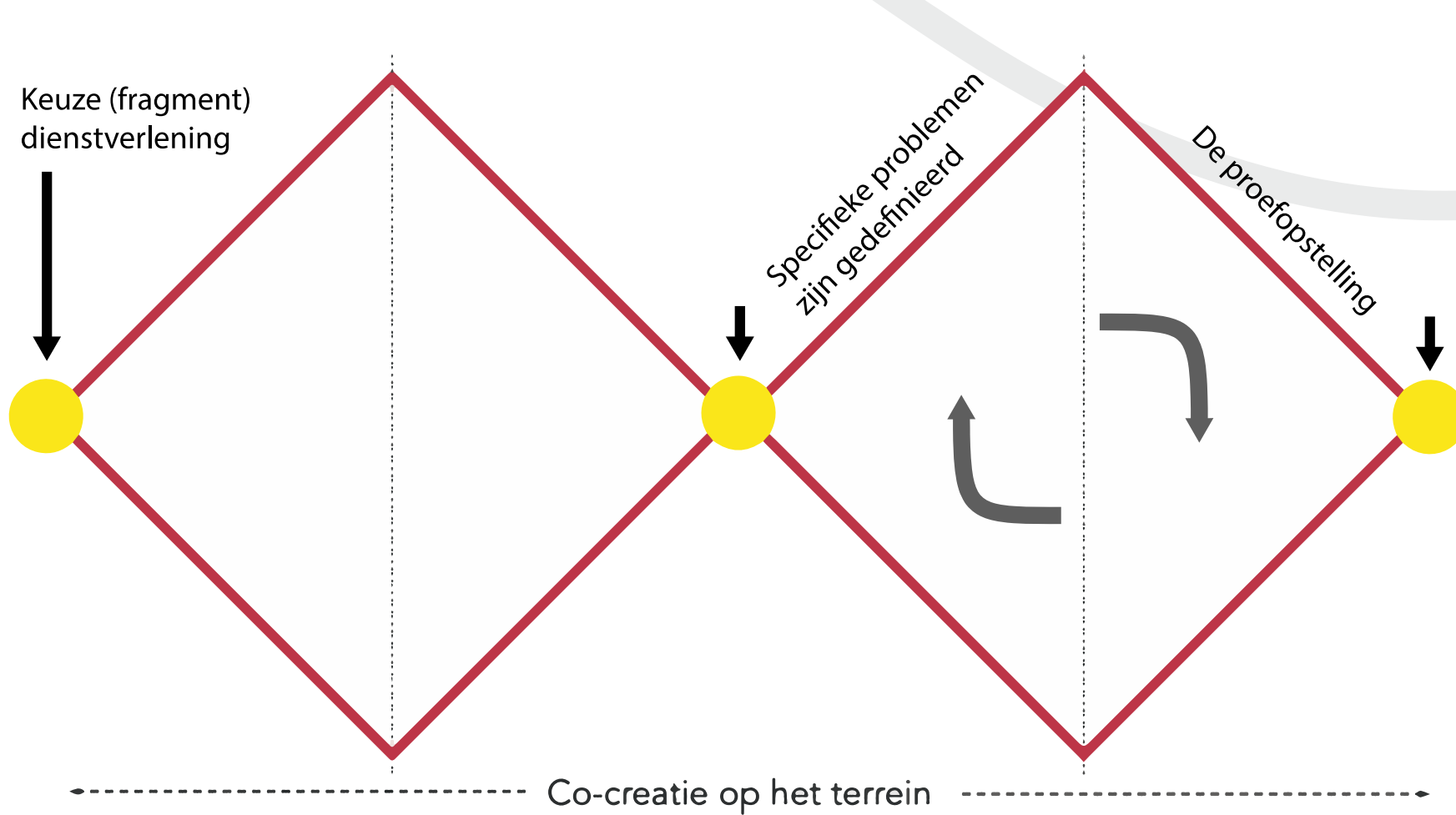
voor interne en externe gebruikers,
nieuwe en bestaande dienstverlening

Op een methodische manier.
In de reële situatie.
Met alle spelers.
Proefondervindelijk



De gebruiker

Design



ONTDEK

Inzichten opdoen door in de context van gebruikers te gaan

DEFINIEER

Identificeren van het probleem dat we willen oplossen en waar we verandering willen

ONTWIKKEL

Exploreren van de verschillende richtingen voor een effectieve oplossing

OPLEVEREN

Snelle, goedkope experimenten / testings en leren over implementering

VVSG

Vereniging van
Vlaamse Steden
en Gemeenten

Kennismaking met de gebruiker



Tarieven zwembad

Een zwembeurt

Doelgroep	Niet-Gelenaars	Gelenaars
Kind 0-3 jaar	Gratis	Gratis
Kind 4-17 jaar	2,90 euro	2,50 euro
Volwassene	4,10 euro	3,40 euro
Ochtend*/Middag***	2,00 euro	1,70 euro
Groep (vanaf 10 personen)	2,40 euro p.p.	2,00 euro p.p.

10 beurten-kaart

Doelgroep	Niet-Gelenaars	Gelenaars
Kind	27 euro**	26,30 euro** (12 beurten)
Volwassene	37,50 euro**	36,60 euro** (12 beurten)
Ochtend/Middag***	20,00 euro**	17 euro**

20 beurten-kaart

Doelgroep	Niet-Gelenaars	Gelenaars
Kind	50,40 euro**	45,80 euro** (25 beurten)
Volwassene	70,50 euro**	64,10 euro** (25 beurten)

Jaarkaart

Doelgroep	Niet-Gelenaars	Gelenaars
Kind	161,90 euro**	133,90 euro**
Volwassene	218 euro**	184,30 euro**

Jaarkaart ochtend/middag: enkel op weekdays van 6.30u tot 8.30u en van 12u tot 13u

Doelgroep	Niet-Gelenaars	Gelenaars
Volwassene	104,40 euro**	87 euro**

Zomerkaart 1 maand

Doelgroep	Niet-Gelenaars	Gelenaars
Kind	19,90 euro**	16 euro**
Volwassene	28,20 euro**	22,90 euro**

Je kunt een ticket kopen tot 30 minuten voor sluitingstijd.

Je kunt betalen met cash, bancontact, sportcheques en [Geelse Cadeaubons](#).

In het zwembad is het ook niet allemaal rozegeur...

10 dingen die je nog niet wist over plassen in het zwembad

Mens & Lichaam 28 januari 2014 Mark Traa



Het gebeurt, dat weten we. En nog wel op grote schaal. Maar hoe erg is het? En kan het kwaad? Tien antwoorden op vragen die elke zwemmer zich weleens stelt.

1. Volgens Amerikaans onderzoek **plast één** op de vijf mensen wel eens in het zwembad.
2. Topzwemmer Michael Phelps maak er geen geheim van: ook hij plast regelmatig in het zwembad. En zijn collega-zwimmers trouwens ook. 'We doen het gewoon als we aan de muur hangen', verklaarde hij in The Wall Street Journal. De Telegraaf drukte het fijntjes uit: 'Recordolympiër Michael Phelps laat naast zijn gouden medaillespoor nog een **gouden spoor** achter, maar dan in het zwembad.'

home > tips > zwemmen

Zwemmersjeuk: krijgt u jeuk na zwemmen in zoet water?

LAATST BIJGEWERKT: JUNI 2016



TIPS Als u na een zwempartijtje in zoet water vol staat met fel jeukende rode vlekjes en bultjes, net alsof u mazelen hebt, dan hebt u waarschijnlijk zwemmersjeuk. Ieder jaar zijn er in de zomer meldingen van zwemmersjeuk. Het zou momenteel de meest voorkomende gezondheidsklacht zijn bij recreatie in oppervlaktewater. Zwemmersjeuk wordt veroorzaakt door de larven (cercariën) van een platworm

(*Trichobilharzia ocellata*) die voorkomt in zoet water.

Wat zijn de symptomen?

Zwemmersjeuk veroorzaakt jeuk en huiduitslag. Bij een tweede contact met de platwormpjes kan de jeuk veel heviger zijn en enige weken aanhouden en gepaard gaan met koorts en hoofdpijn.

• Jeuk

Als de larven van de platworm uw huid binnendringen, ontstaat binnen enkele minuten een soms hevige jeuk. De jeuk verdwijnt meestal na enkele uren.

VVSG

Vereniging van
Vlaamse Steden
en Gemeenten

Enkele technieken

De persona

Een **persona** is een archetype van een gebruiker, ofwel een karakterisering van een bepaald type gebruiker, van wie je je kan voorstellen dat hij of zij van de dienst gebruik zou maken.



Persona

Naam _____

Beroep _____

Leeftijd en geslacht _____

Omschrijving en biografie

Beschrijf de situatie van de persoon, met onder andere huwelijksstatus, talenten, hobbies..

Problemen en zorgen

Wat houdt hem of haar wakker. Wat irriteert deze persoon? Wat is zijn of haar grootste probleem? Wat vindt hij/zij niet leuk?

Wensen en dromen

Wat maakt hem / haar echt gelukkig? Wat zijn hobby's of passies? Waar droomt hij/zij van?

Persoonlijkheid

Het interview

Aan de hand van een diepte-interview gaan we op zoek naar de gebruikerservaring én naar de context waarin de gebruiker gebruik maakt van de dienst.

AAN DE SLAG MET... HET INTERVIEW



DOEL VAN DE FICHE:

Om een goed zicht te krijgen op de problemen waarmee een doelgroep worstelt, kan een reeks interviews verhelderend zijn. Een gericht interview geeft meer voeling met de doelgroep en brengt zaken in zicht die je als hulp- en dienstverlener zelf niet kunt bedenken. In een interview peil je vooral naar hoe de gebruiker zijn of haar situatie en de dienstverlening ervaart. Deze fiche geeft richting aan de opmaak van een interview. We werken een voorbeeld uit.

STAP 1: DOEL EN DOELGROEP

1.1 Formuleer een objectief

bv de stad wil betekenisvolle vrijetijdsactiviteiten organiseren voor tieners

1.2 Wat willen we te weten komen?

Formuleer enkele hypothesen na een analyse van het probleem.

- Probleem: er zijn veel hangjongeren in de gemeente

Hypothesen:

- Jongeren vervelen zich omdat er te weinig activiteiten voor hen zijn voorzien

- Jongeren zijn angstig om deel uit te maken van het volwassenenleven, maar er wordt te weinig gedaan om hen dichterbij te brengen

1.3 Formuleer een centrale vraag

Hoe kan een stad de vrijetijdsbeleving van jongeren verbeteren

1.4 Wie is de doelgroep?

Denk na over de variabelen om de doelgroep te definiëren

Bv. Tieners: jongens en meisjes, - 14 jaar / 14 - 17 jaar / sociale klasse, zorgmijder/zorgvrager...

STAP 4: SELECTEER PERSONEN EN PLAN DE INTERVIEWS

- Selecteer personen en plan je interview

- Mix op basis van de variabelen

- Doe voldoende interviews, maar voer geen wetenschappelijk onderzoek

- Denk na over de locatie: vaak is de leefwereld van de geïnterviewde interessant

STAP 3: DE VRAGENLIJST

- Test altijd je vragenlijst (bv bij een collega);
- Hou de doelgroep voor ogen in het soort vragen die je stelt;
- Stel maar één vraag tegelijk;
- Simpele vragen, geen complexe woorden, jargon is uit den boze;
- Geen suggestieve vragen;
- Van algemene naar specifieke vragen;
- Bevraag de beleving;
- Stel open vragen;
- Vragen over wat was, minder over wat zou moeten zijn. Dit laatste vinden gebruikers vaak te abstract.

STAP 4: UITVOERING VAN HET INTERVIEW

- Stel jezelf en het doel van het interview voor;
- Benadruk de confidentialiteit;
- Stel de geïnterviewde op zijn / haar gemak;
- Denk na over hoe je notities neemt;
- Beluister, leg niet uit. Ga niet in de verdediging;
- Dank aan het einde van het interview;
- Vraag of mensen willen meewerken of op de hoogte blijven.

STAP 5: VERWERK DE INZICHTEN

Degenen die de interviews delen hun inzichten op een overleg door ze visueel voor te stellen. Dit kan bijvoorbeeld door afbeeldingen op internet te zoeken die passen bij het inzicht. Door samen naar de inzichten te kijken, kom je tot nieuwe inzichten in functie van oplossingen.

FAQ: WIE DOET HET INTERVIEW?

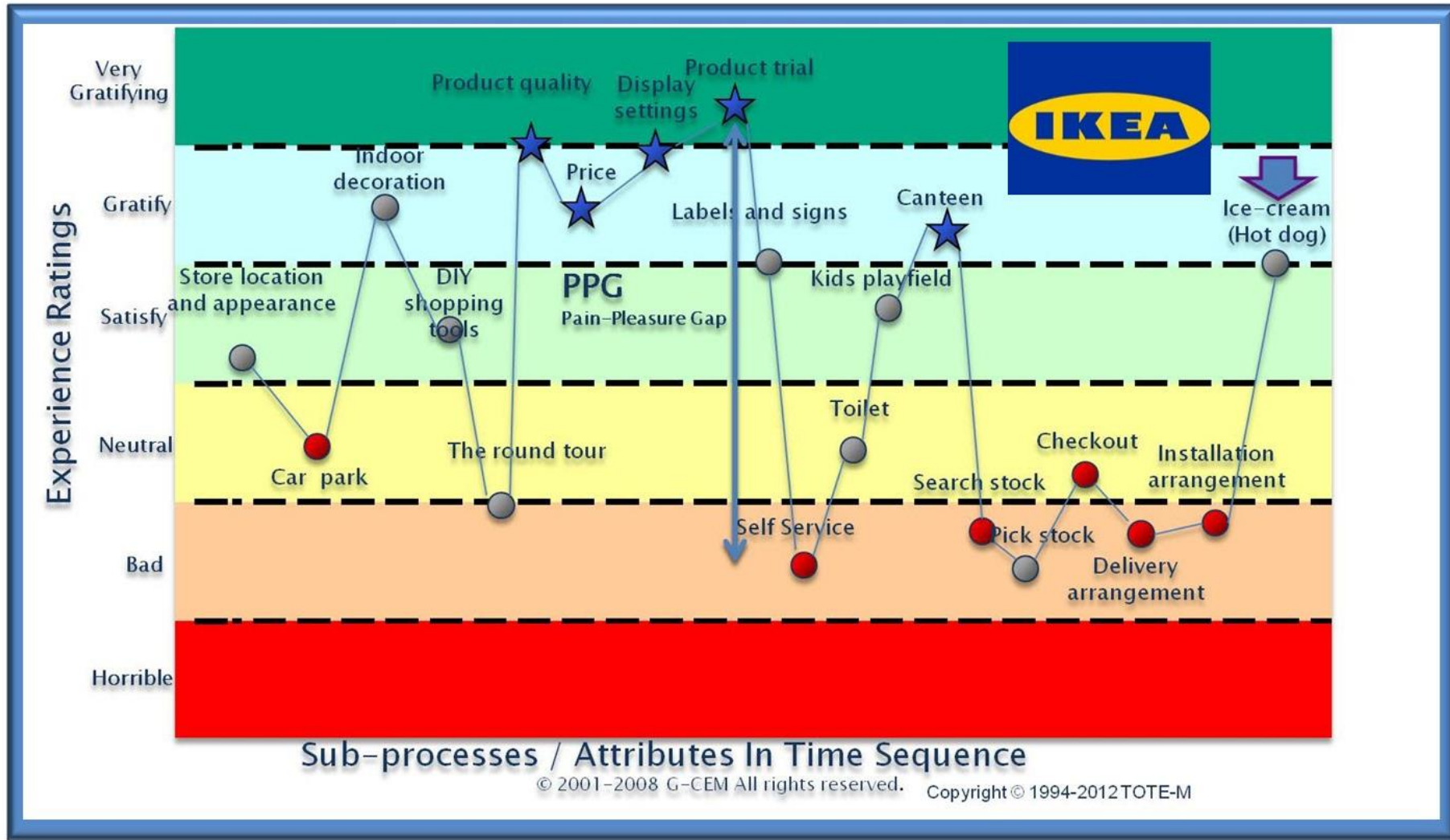
Je kan de interviews uitbesteden. Maar nog interessanter is het als hulp- en dienstverleners en leidinggevenden de interviews zelf gaan doen. In die interviews krijg je immers voeling met de beleving van de gebruiker en hoe die je hulp- en dienstverlening ervaart. Let wel goed op de machtbalans. Bijvoorbeeld: het kan interessant zijn dat de voorzitter van het bijzonder comité voor de sociale dienst een interview gaat doen met iemand met een leefloon. Kies er dan voor dat het hij of zij een interview doet met een ex-cliënt. Het kan ook interessanter zijn elkaars cliënten te interviewen.

De gebruikersreis

STAPPEN GEBRUIKER															
SUBSTAPPEN GEBRUIKER															
FRONTSTAGE ACTIES															
Zeer positieve ervaring															
Positieve ervaring															
Neutrale ervaring															
Negatieve ervaring															
Zeer negatieve ervaring															

De customer journey of gebruikersreis bestaat uit de verschillende stappen die de gebruikers nemen voor, tijdens én na een dienstverlening. Een overzicht van alle interacties die klanten met je organisatie hebben, helpt je beter begrijpen hoe ze precies denken. In die gebruikersreis geef je ook aandacht aan de beleving van die gebruiker.

Klantbelevenis



Customer Journey IKEA

Het dagboek

Het dagboek of 'a day in the life of' is een ethnografische 'studie' waarin je de gebruiker van de dienst volgt tijdens een typische dag. Het doel is de routines, gewoontes en typische activiteiten van de gebruiker te leren kennen. Het geeft inzicht in de noden, gedragingen en doelen van de gebruiker. Je kan deze techniek ook gebruiken om je persona's te verfijnen. Het is nodig om naar het gedrag en de gedachten te kijken van je gebruiker buiten de interacties met je dienst.

AAN DE SLAG MET... HET DAGBOEK

DOEL VAN DE FICHE:

Het dagboek of 'a day in the life of' is een ethnografische 'studie' waarin je de gebruiker van de dienst volgt tijdens een typische dag. Het doel is de routines, gewoontes en typische activiteiten van de gebruiker te leren kennen. Het geeft inzicht in de noden, gedragingen en doelen van de gebruiker. Je kan deze techniek ook gebruiken om je persona's te verfijnen. Het is nuttig om naar het gedrag en de gedachten te kijken van je gebruiker buiten de interacties met je dienst.

STAP 1: DOEL EN DOELGROEP

Ga op zoek naar mensen die gebruiker of potentieel gebruiker zijn van je dienst. Denk na over de variabelen om de doelgroep te definiëren
Bv. Tieners: jongens en meisjes, - 14 jaar / 14 - 17 jaar / sociale klasse, zorgmijder / zorgvrager...

Als je dit al deed via persona's, dan kan je daar zeker verder mee aan de slag.

STAP 2: MAAK 'EEN DAG IN HET LEVEN'-VRAGEN

Koppel de vragen in elk geval wel aan de basisvraag waarop je in je traject een antwoord probeert te bedenken.

Voorbeelden van vragen:

- Om hoe laat sta je meestal op? Waarvan word je meestal wakker?
- Wat is het eerste wat je doet als je opstaat? Waarom?
- Wat eet je als ontbijt? Met wie ontbijt je?
- Heb je nog andere ochtendrituelen?
- Wat zijn typische activiteiten tijdens de dag?
- Heb je doorheen de dag rituelen?
- Als je drie uur hebt waarin je niets moet doen, wat doe je dan?

STAP 3: CREËER INDIEN NODIG EEN HULPMIDDEL

Het kan helpen een hulpmiddel te maken om een gesprek of een observatie te ondersteunen. Denk aan een A4 waarop overzicht van een dag per uur wordt gegeven.

STAP 4: BRENG DE DAG IN KAART

Er zijn verschillende manieren om dit te doen. We sommen er enkele op:
- Geef het hulpmiddel mee en voer er met de gebruiker een gesprek over nadien. Een andere optie is dat je mensen hiervoor in groep samen brengt
- Vul het hulpmiddel in samen met de gebruiker en stel vragen om het scherp te krijgen
- Indien er tijd voor is kan je ook de dag van de persoon echt volgen. Daarin maak je dan een combinatie van observaties en de vragen.

Vergeet niet om goede notities te nemen.

STAP 5: VISUALISEER DE INZICHTEN

Een goede visualisatie kan zorgen voor een goede structurering van de opgedane inzichten.

WAT WE WETEN:

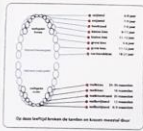
KLEIN NETWORK



WORK-FAMILY FIT



DOELGROEP



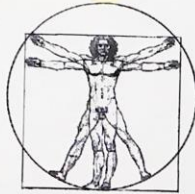
RISICO OVERLAP



LEEFTIJD KIND

VERLATEN / ONDERHANDELD

HOLISTISCH



LINK NET OUDER-
HUIS



LINKEN MET WERK



SIGNALENEN



JARONJ
REGULEER
FOSINE d. EXERT

EXTEREN HEBBEN NIE
EN SOORJE - BINNEN
GEDEN.
SOMME 'IN LINDEN



Aandachtspunten in aanbod



Wat beweegt mensen?

Clientsmerken 15%	Sociaal Network 40%
Methodieken 15%	Relatie MA / Client 30%



Onduidelijk wat werken betekent voor aanvullende uitbreiden

NET-WETEN

GROEPSWERK



INTERGENERATIONEEL



ASBT TRAINING

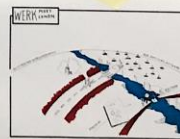


BUURTWERK



INFOPUNTEN

SOORT AANBOD



WERK



WERK OKTIE
Bij HUIS



COMBI
KINDER-
ZORG

Woon-werk verkeer komt van relatief (het gng in, over of

WA
HEK

Je moet ook den duur

Bevind

Schaamte voor OCMW-st

Sollicitat

W: Alle
veel van
om OCMW
wek de

Lessen voor de toekomst

- Denk niet dat je weet hoe de gebruiker de dienstverlening beleeft
- Stop met vergaderen '*onder ons*'
- Kom buiten - ga kijken & luisteren
- Laat verhalen van gebruikers je innovaties sturen
- Pas op voor *experten* 😊
- Vanuit kleine veranderingen kan je veel in gang zetten.
Dat is de oplossing als je vastloopt in complexiteit

