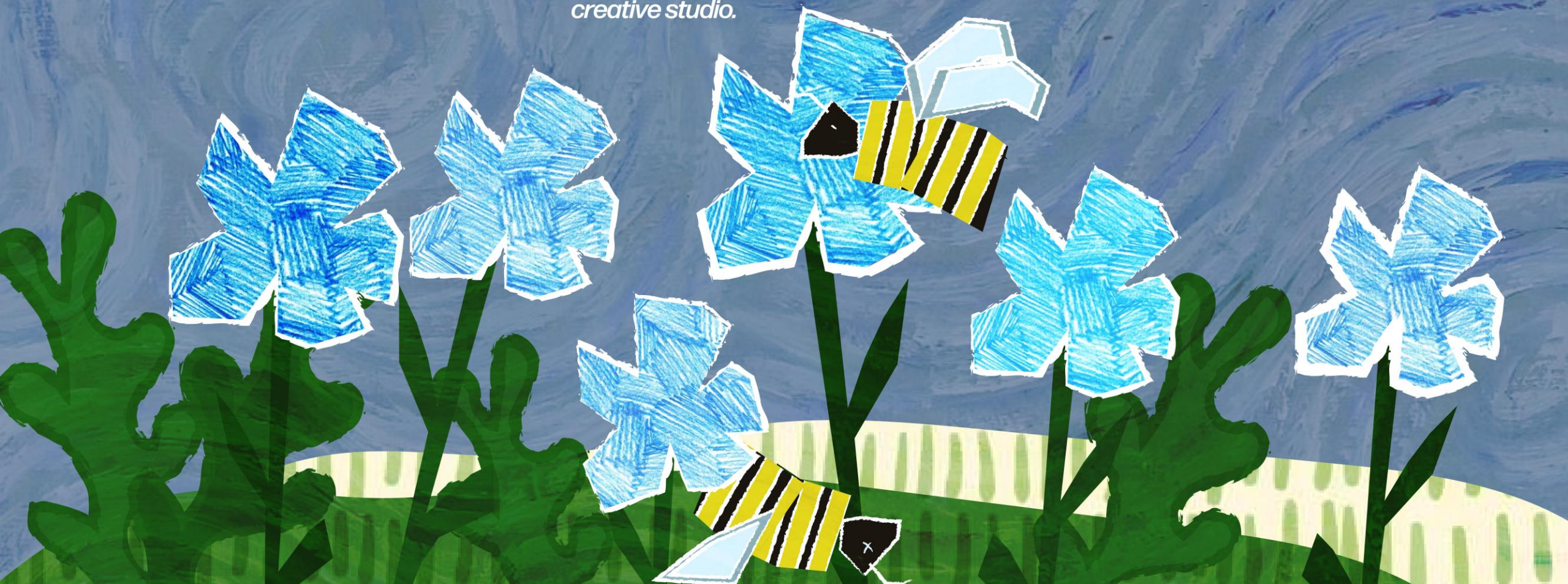


SE'IS


creative studio.



ontmoeting met de opdrachtgever.


 gezondheidsrisico's meenemen


 de bewustwording vergroten bij jongeren. focussen op.

 guerrilla-actie houden is een goede manier om bewustwording te creëren.

 tiktok account actiever maken (door middel van qr-codes).

pressure cooker.

 ideeën opgedaan.

 ontwerpvrage opgesteld.

 onderzoeksvragen opgesteld.

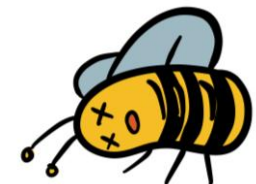
test en resultaten.



eerste prototype resultaten.



wat we hier uit meenemen.



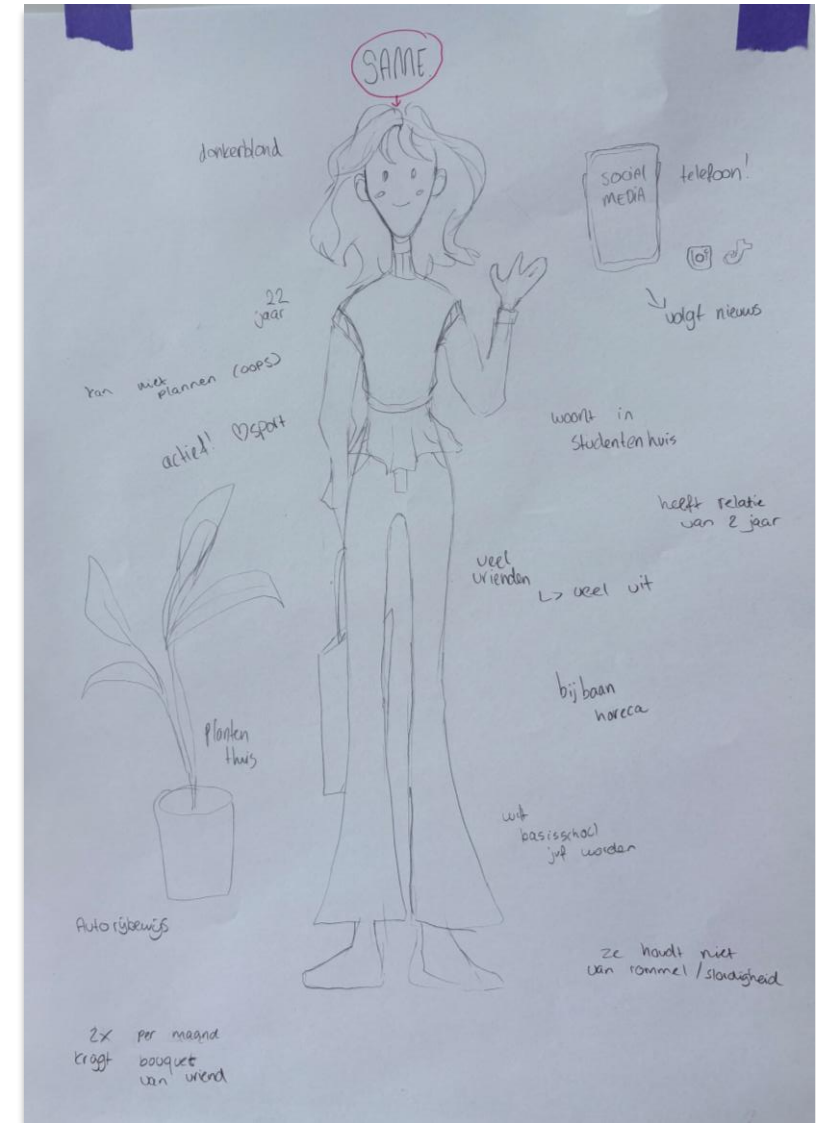
persona en mindset.




sanne.



mooie bloemen kopen voor haar partner.
die er zo mooi mogelijk uitzien.




iteratie en creatieve sessies. (divergeren)



doel 1 – storyboard.



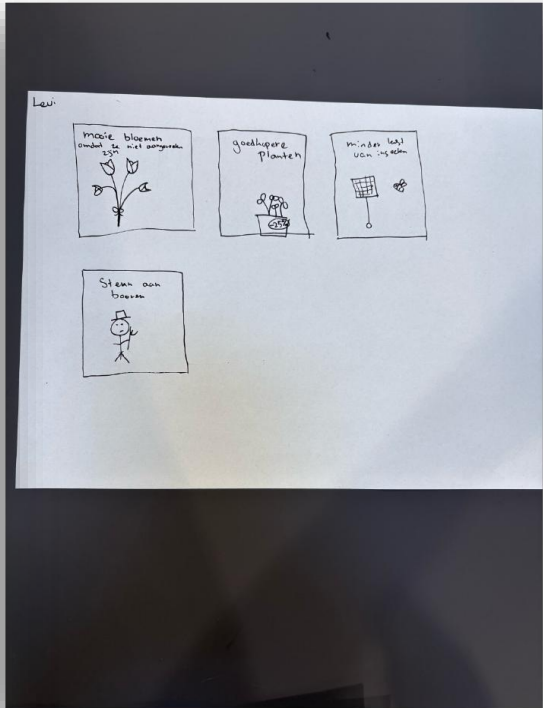
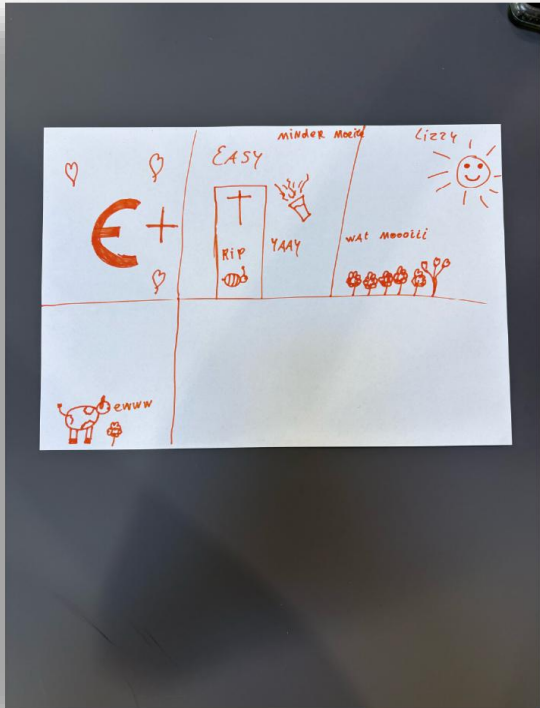
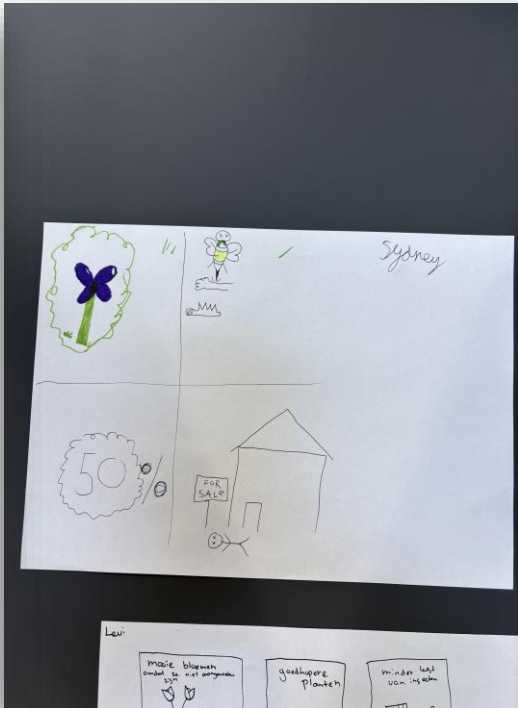
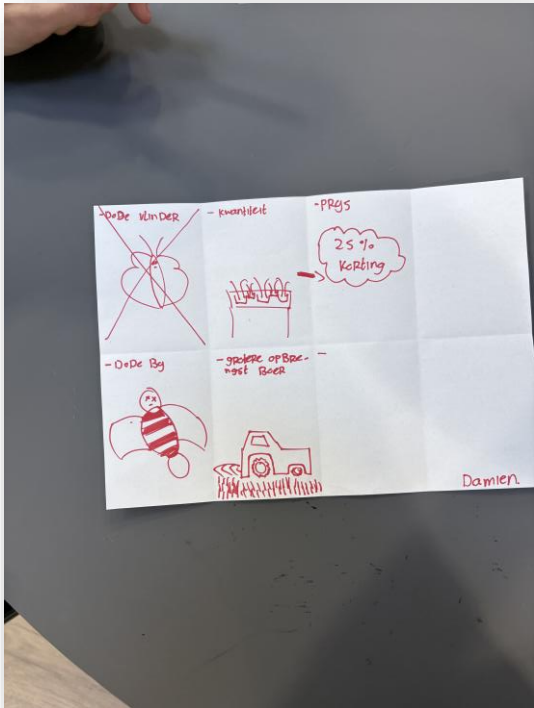
doel 2 – omgekeerd denken.



doel 3 – profication techniek.



doel II.



[illegible]



convergeren.



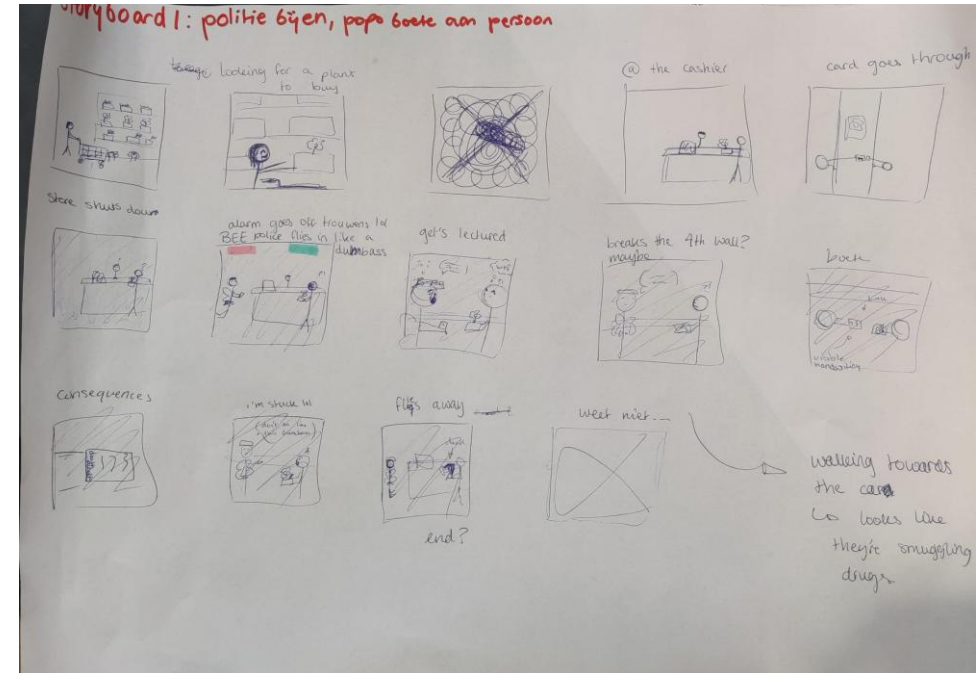
combinatie van de ideeën tot uiteindelijke resultaat.



- dode insecten rondom planten
- foto-museum voor jongeren over gevaren van pesticiden
- reclame oplossing huizenmarkt
- video van politieagent die bekeuring geeft dode bijen



storyboards uit cocd.





week V prototype



hi-fi prototype.



dode bijen op een flyer gezet



scan my back



aanvullend informatie met qr code.



sterke slogans op de achterkant



flyers.

week V prototype



qr code → video.

test en resultaten II.



flyers vervagen in de vrolijke kleuren van de bloemen en planten.



koppeling aan filmpjes is een goede toevoeging.



flyers op de grond kan ervoor zorgen dat ze het juist niet oprapen (hygiëne).





samenwerking.



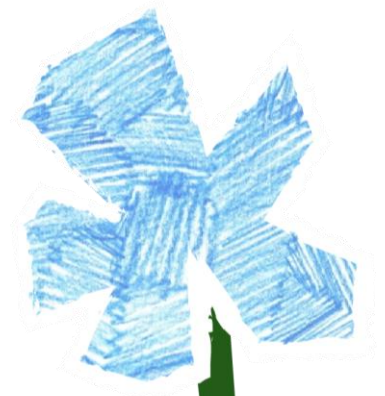
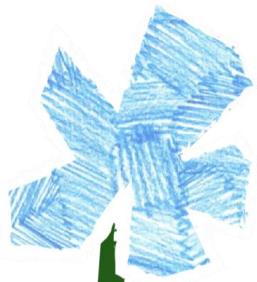
emilie zorgde voor een soepele samenwerking.



tips en tops gegeven.



elke week teamvergadering gehouden.



wat ging goed? en wat minder?



contact gehouden met opdrachtgever.



in samenwerking punten waar we tegenaan liepen.



bÿe :)

