



HANDBOEK

PERSONAS' & VISITORS' JOURNEY



VOORWOORD

Voor u ligt een document met daarin de praktische uitvoer van een Personas' Journey en een Visitors' Journey. Mocht je als organisatie onderzoek willen doen naar de doelgroepen die aangesproken worden/aangesproken moeten gaan worden, zijn dit twee tools die hier goed voor te gebruiken zijn, elk met hun eigen voordelen en beperkingen.

Wanneer u nog niet weet welk van de twee aanpakken het beste past bij uw organisatie, is het aan te raden het bijbehorende theorieboek goed door te nemen. Hierin vindt u alle achterliggende theorie van de twee Journeys en daarbij ook de situaties waarin deze het beste toepasbaar zijn. Met name hoofdstuk 3 van dit theorieboek diept goed uit wat precies de verschillen en voor- en nadelen zijn van beide Journeys.

Als uw organisatie al wel op een rijtje heeft welk van de twee het vruchtbaarst zou zijn, kunt u in het volgende document een handig overzicht vinden van alles wat er nodig is om een Personas', dan wel Visitors' Journey op te zetten.

Naast voorbeeldvragen die u uzelf moet stellen, vindt u in dit document ook praktische lijstjes met benodigdheden, zaken die vooraf geregeld moeten worden en een voorbeeld-draaiboek dat gemakkelijk zelf in te vullen is. Voor meer achtergrondinformatie over de reden dat bepaalde keuzes zijn gemaakt, verwijzen we u graag door naar het bijbehorende theorieboek.

INHOUD

PERSONAS' JOURNEY

<u>Voorbereiding.</u>	6
Individuele afspraken.	6
Regelen en verdiepen.	6
Kennismakingsdag.	8
Checklist.	9

Uitvoering.

Algemene planning.	10
Checklist.	13

Resultaten.

Uitkomsten.	14
Conclusie.	14
Aanbevelingen.	14

Voorbeeld planning.	22
---------------------	----

23. Voorbeeld draaiboek

VISITORS' JOURNEY

16. Voorbereiding

16. Individuele afspraken
16. Regelen en verdiepen
16. Kennismakingsdag
17. Checklist

18. Uitvoering

18. Algemene planning
20. Checklist

21. Resultaten

21. Uitkomsten
21. Conclusie
21. Aanbevelingen

22. Voorbeeld planning



PERSONAS' JOURNEY

Dit is de eerste fase in het traject naar een Personas' Journey. Centraal staat het verkrijgen van informatie over de organisatie die een Personas' Journey wil gaan uitvoeren, het uitlijnen van verwachtingen en het doen van vooronderzoek.

AFSPRAKEN MET ORGANISATIE

Voordat er iets anders kan gebeuren, is het belangrijk dat men rond de tafel gaat zitten met de organisatie waarvoor de Personas' Journey opgezet gaat worden. Inzicht verkrijgen in de wensen en behoeften is een essentieel element. Eveneens is voor veel mensen de Personas' Journey een relatief onbekend begrip. Leg uit wat er gaat komen. Tijdens dit gesprek zullen de volgende vragen zo goed mogelijk beantwoord moeten worden:

- Wat wil de organisatie met de Personas' Journey bereiken?
- Welke wensen heeft het bedrijf?
- Wat verwachten ze van de deelnemers?
- Is het duidelijk wat een Personas' Journey inhoudt?
- Waar moet specifiek op worden gelet?
- Over welke doelgroepen wil men inzichten verkrijgen?
- Kunnen deze doelgroepen zo specifiek mogelijk beschreven worden?
- Zijn er nog dingen waar rekening mee gehouden moet worden?

Een hoofddoel tijdens dit gesprek is het verduidelijken van de te onderzoeken doelgroep. Let er op dat deze niet te abstract zijn (Aziaten, Grieken), maar dat de deelnemers zich hier goed in kunnen inleven. Een goed voorbeeld is "Jong modaal plus met kinderen". Start hierna direct een vooronderzoek naar deze doelgroepen.

Neem tijdens dit gesprek ook de kans om het bedrijf te leren kennen. Het is belangrijk om te weten wat de deelnemers van de Personas' Journey gaan meemaken. Vraag welke onderdelen onderzocht moeten worden en of ergens een bijzonder focus op ligt. Dit is ook handig voor de evaluatiefase: je hebt dan als facilitator een beter begrip van de benoemde aspecten.

REGELEN EN VERDIEPEN

Na de startafpraak kan men beginnen met het voorbereiden van de Personas' Journey. Het vooronderzoek naar de doelgroepen is een goed begin. Zo is het belangrijk dat je weet wat de doelgroep bezighoudt, in wat voor soort omgeving ze zich bevinden en wat hun motivatie is om naar het desbetreffende bedrijf te stappen.

Let op; formuleer de doelgroepen niet te specifiek. Dit beperkt de deelnemers in het inlevingsproces. Laat persoonlijke details (speelt tennis, houdt van kunst) achterwege, deze vullen deelnemers naar eigen interpretatie in, en focus op algemenere zaken (leeftijd, geslacht).

Tijdens de Journey zullen de deelnemers zich moeten inleven in de doelgroepen. Dit proces zal door sommigen mensen als moeilijk worden ervaren. Vandaar dat het een idee is om een kennismakingsdag te organiseren. Tijdens deze kennismakingsdag kun je er voor kiezen om een inleefworkshop te organiseren. Deze helpt de deelnemers met het open staan voor inleving. Dit kan intern geregeld worden, maar ook door een professional.

Deze professional (bijvoorbeeld een theaterdocent) kan de groep helpen met het verkrijgen van nieuwe inzichten. Weeg per organisatie af of een professional voordelig is. Hiernaast een overzicht van de grootste voor- en nadelen.

	VOORDELEN	NADELEN
INTERN FACILITEREN	• Er is een kans dat het project beïnvloed wordt door subjectiviteit • Meestal goedkoper dan iemand inhuren. • Alles is onder eigen controle. Jij bepaalt.	• Tijd-intensief • Meerdere personen voor nodig. • Vooraf moet men zich inlezen in het inlevingsproces. • Minder mogelijkheid tot observaties tijdens proces.
PROFESSIONAL	• Wordt professioneel en objectief uitgevoerd. • Kost minder voorbereidingstijd. • Deelnemers zien de professional als autoriteit. • Mogelijkheid tot observeren groep tijdens proces.	• Kans op hogere kosten. • Een netwerk is vereist om een professional te regelen. • Groep kan zich terughoudender opstellen tegenover professional, door scepticisme. • Kans op miscommunicaties.

KENNISMAKINGSDAG

Om te zorgen dat iedereen die mee doet aan de Personas' Journey zich helemaal op zijn/haar gemak voelt en dezelfde verwachtingen heeft wat betreft de uitvoering, is het handig om voor de eerste bijeenkomst een kennismakingsmiddag te plannen. Deze dag is bedoeld om iedereen naar wens te informeren, twijfels weg te halen en vragen te beantwoorden, maar vooral om iedereen enthousiast en comfortabel te maken. Deze kennismakingsdag loopt als volgt:

1. Voorstelronde (5 min)

Laat alle deelnemers zijn/haar naam voordragen en vertellen van welk bedrijf ze komen/wat hun functie is. Aangezien dit al snel wat taai wordt, kun je een extra factor toevoegen als 'waar kunnen we jou aan herkennen?'. Zo kom je er bijvoorbeeld achter dat iemand een vintage kledingboetiek heeft of heel erg van wielrennen houdt. Nét dat kleine beetje meer persoonlijkheid wat het kennismaken gemakkelijker maakt.

2. Energizer (15 min)

Deze oefening is om de groep wat beweeglijker te maken en uit hun schulp te trekken. Voorbeelden en uitleg van de energizers kunt u vinden in het theorieboek, hoofdstuk 1.5.

3. Inleefworkshop (1 - 1.5 u)

Regel hiervoor de professional die eerder werd genoemd, of zorg dat je deze zelf voorbereid hebt. Iemand met ervaring en kennis, die daadwerkelijk kan uitleggen hoe het werkt, straalt kracht uit en de deelnemers zullen eerder meedoen. Daarnaast heeft deze persoon de kans om de groep actiever te maken en alvast klaar te stomen voor de Personas' Journey.

4. Netwerken (30 min)

Na afloop van de eerste kennismakingsbijeenkomst is het goed om de deelnemers ook eventueel even de tijd te gunnen om netwerken. Zo hebben ze elkaar al op persoonlijk vlak leren kennen, maar het wordt vanuit de groep zeker gewaardeerd om ook even professioneel te kunnen praten. De deelnemers kunnen op deze wijze met elkaar verwachtingen uitspreken.

CHECKLIST

- ☐ Afspraak gemaakt met organisatie
- ☐ Feedback over afspraak naar organisatie, zodat verwachtingen op papier staan
- ☐ Locatie voor kennismakingsdag
- ☐ Eventuele lunch
- ☐ Koffie/Thee
- ☐ Eventuele presentatie met beamer
- ☐ Iemand die de dag begeleidt
- ☐ Naamstickers
- ☐ Energizer uitgezocht
- ☐ Eventuele professional voor inleefworkshop
- ☐ Eventueel intern iemand voor begeleiding inleefworkshop
- ☐ Eventuele benodigdheden voor inleefworkshop
- ☐ Eventuele borrel voor naderhand
- ☐ Deelnemers op de hoogte gebracht van locatie, tijd en verwachtingen
- ☐ Naderhand bedankje naar deelnemers met samenvatting dag

De uitvoering is de dag waarop een Personas' Journey plaatsvindt bij het bedrijf. Wanneer alle voorbereidingen die op de volgende pagina zijn aangegeven zijn gedaan, is het een vrij rustige dag voor de organisatie.

1. Vooraf

Mail de deelnemers wat er van ze wordt verwacht; hoe laat aanwezig zijn, lunch wel/niet inbegrepen, deels buiten dus misschien een paraplu mee, parkeergelegenheden etc. Zorg dat de vragen die nog ontstaan beantwoord worden en dat je als organisatie een duidelijk beeld hebt van het aantal deelnemers dat er komen.

2. Aankomst team (uur voor start)

Zet een beamer klaar, de lunch, koffie en thee. Breng waar nodig bewegwijzering aan zodat deelnemers de juiste ruimte kunnen vinden. Ook is het handig om tijdens deze dag één of twee camera's te hebben waarmee foto's en video's gemaakt kunnen worden.

3. Aankomst deelnemers

Geef de deelnemers bij binnenkomst een naamkaartje, zodat deze nogmaals geoefend kunnen worden. Wanneer ze elkaar begroet hebben en aan de lunch zitten, is het tijd voor een korte herhaling-presentatie. Zorg dat deze goed te verstaan is.

4. Herhaling-presentatie (10 min)

Deze presentatie bevat een kort overzicht van wat een Personas' Journey ook al weer is (wat duidelijk is geworden op de kennismakingsdag), hoe het inleven werkt en wat de te onderzoeken doelgroepen zijn. Mogelijk kan dit deel van de presentatie gedaan worden door een van de medewerkers van het te onderzoeken bedrijf. Na een kort overzicht van de planning is het tijd om samen met de deelnemers terug te kijken naar een mogelijke eerdere uitvoering van de Personas' Journey. Vragen waar je hierbij aan kan denken zijn:

- Wat vond u van het inleven?
- Waren de doelgroepen realistisch en haalbaar voor de Personas' journey?
- Waren er aan de praktische kant nog opmerkingen?
- Wat heeft u gezien bij het vorige bedrijf dat meegenomen kan worden naar eigen organisatie?
- Wat verwacht men over het algemeen van de dag?

5. Energizer (15 min)

Deze zorgt voor de vertrouwde, levendige sfeer die is ontstaan op de kennismakingsdag. Voor voorbeelden van energizers, zie theorieboek – hoofdstuk 1.5.

6. Inleefworkshop (1 u)

De inleefworkshop staat in het teken van het volledig inleven en onderdompelen in een Persona. Wanneer je de workshop zelf begeleid is het dus van belang dat je zo veel mogelijk weet over de doelgroepen.

In het theorieboek (hoofdstuk 2.3.1) worden de zintuigen besproken en hoe deze gebruikt kunnen worden bij het inlevingsproces. Gebaseerd op deze zintuigen, kun je als begeleider inleefdozen maken. Leg op de dozen een 'paspoort' neer van de Personas. Denk hierbij aan; naam, leeftijd, nationaliteit (ingevuld) en lege vakjes met vragen als; 'mijn hobby's zijn;', 'mijn levenswens is;'.

Het feit dat de deelnemers deze vakken zelf moeten invullen draagt bij aan het inlevingsproces. In de dozen treffen de deelnemers vervolgens verschillende objecten aan die iets te maken hebben met de doelgroep. Deze objecten spelen in op bijvoorbeeld geur (parfum), smaak (bepaalde snoepjes) en zicht (voorwerpen die associaties opwekken).

Geef de deelnemers even wat tijd om dit in te vullen en groepen te vormen in karakter. Zo kunnen een man, vrouw en een kind samen een gezin vormen en twee toeristen misschien een koppel. Laat ze samen bedenken wat 'hun verhaal' is.

7. Personas' Journey (1.5 u)

Na de inleefworkshop gaat de groep, op de medewerkers van het te onderzoeken bedrijf na, het bedrijf in. De keuze voor dit onderscheid is simpel; de medewerkers vallen eerder uit hun rol en trekken hierin anderen waarschijnlijk mee.

Het is tijdens deze fase handig als je als organisatie af en toe even meeloopt en kijkt wat de deelnemers doen. Vallen ze uit hun rol? En waar gebeurt dit? Waarom? Wat voor groepsdynamiek ontstaat er? Ook is dit een goed moment om beeldmateriaal te maken. Zorg er ook voor dat de deelnemers een plattegrond mee krijgen, met daarop de zalen van het museum die onderzocht moeten worden. Tevens is papier om notities op te maken nuttig.

Geef de deelnemers de tijd om op hun eigen tempo het bedrijf te ervaren, laat ze vooral zo veel mogelijk met rust. Wanneer er geobserveerd wordt, doe dit in stilte en op de achtergrond. Geef de deelnemers van tevoren wel een duidelijke eindtijd mee, zodat de dag niet gaat uitlopen. Wanneer alle deelnemers terug zijn in de beginruimte, is het verstandig om ze even vijf tot tien minuten te laten overleggen. Ze hebben waarschijnlijk veel met elkaar te bespreken en zullen dit automatisch onderling doen.

8. Algemene evaluatie (40 min)

Wat waren de positieve punten van de organisatie? Waar zit er nog ruimte voor verbetering? Wat voelde je toen je door het bedrijf liep? Zorg er als leider van de discussie voor dat er niet te veel op het negatieve gefocust wordt en zoek hierin een balans.

De afgevaardigden van het betreffende bedrijf zullen waarschijnlijk neigen om in een defensieve rol te schieten. Let hierop en zorg dat ze niet het hoogste woord hebben. Het is goed om deze discussie te hebben, maar stop er ook niet te veel tijd in. Alle deelnemers hebben hun opmerkingen opgeschreven tijdens de journey. Deze resultaten komen bij het desbetreffende museum uit.

9. Napraten

Geef de deelnemers hierna even de tijd om te ontspannen en informeel na te praten. Maar houdt als organisatie zeker een oogje in het zeil; dit is vaak de fase waarin er creatieve oplossingen voor problemen ontstaan of er nog nieuwe ideeën voor het museum worden genoemd.

Hierna gaat iedereen naar huis, stuur gerust nog een bericht na om ze te bedanken voor hun inzet.

MEENEMEN

- ☐ Bewegwijzering
- ☐ Plakband
- ☐ Schaar
- ☐ Pennen voor deelnemers
- ☐ Invulvellen voor notities en opmerkingen
- ☐ Presentaties op USB
- ☐ Laptop (2x in geval van technische problemen)
- ☐ Naamstickers
- ☐ Eventuele klemborden
- ☐ Plattegronden
- ☐ Camera's
- ☐ Lijst met namen deelnemers
- ☐ Eventuele beamer
- ☐ Notitiemogelijkheden voor organisatie
- ☐ Eventuele benodigdheden voor energizer
- ☐ Inleefboxen
- ☐ Paspoorten

CHECKLIST

- ☐ Introductie e-mail met praktische informatie
- ☐ Eventuele vragen beantwoorden
- ☐ Duidelijk hoeveel mensen er mee doen
- ☐ Maak voor het team een callsheet
- ☐ Beamer, lunch, koffie en thee (borrel) regelen met het bedrijf
- ☐ Bewegwijzering en plattegronden afdrukken
- ☐ Presentatie voorbereiden
- ☐ Camera's opladen
- ☐ Energizer voorbereiden
- ☐ Notitiebladen uitprinten
- ☐ Inleefboxen maken per persona
- ☐ Paspoorten maken en afdrukken

RESULTATEN

UITKOMSTEN

CONCLUSIE

AANBEVELINGEN

Na afloop van de Personas' Journey is het tijd voor het verwerken van de resultaten. Dit gebeurt volgens drie fases: uitkomsten, conclusie, aanbevelingen.

UITKOMSTEN

Na afloop van de Personas' Journey is het van belang dat alle geschreven notities en losse opmerkingen tijdens het intervisiegesprek op een nette manier gedocumenteerd worden. Een handig overzicht hiervan, zal er voor zorgen dat de bedrijven achteraf van elkaar en van het intervisietraject kunnen leren. Hoe de deelnemers elkaar goed van feedback kunnen voorzien, is te lezen in het theorieboek, hoofdstuk 4.

CONCLUSIE

Afhankelijk van wat het bedrijf vraagt van de Personas' Journey, heb je als facilitator de keuze om na het sorteren en documenteren van de uitkomsten hier wel of geen conclusies uit te trekken. Heb je een hoofdvraag geformuleerd? Dan is dit het moment om deze te beantwoorden. Misschien zijn er eerder observatieonderzoeken gedaan en is dit een uitgelegene kans om de twee resultaten te koppelen.

AANBEVELINGEN

Eventueel kunnen er nog aanbevelingen geschreven worden op basis van de conclusies die uit de resultaten zijn getrokken. Zorg dat dit tijdens het kennismakingsgesprek met het bedrijf duidelijk afgesproken wordt. Dit slaat weer terug op het managen van de verwachtingen van alle partijen. Stuur naderhand een bericht naar opdrachtgevers en deelnemers waarin je ze bedankt voor de deelname en input die ze hebben gegeven. Spreek met de opdrachtgever duidelijk af wat, wanneer af moet zijn.



VISITORS' JOURNEY

Dit is de eerste fase in het traject naar een Visitors' Journey. Centraal staat ook hier het verkrijgen van informatie over de organisatie die de Journey wil gaan uitvoeren, het uitlijnen van verwachtingen en het doen van vooronderzoek.

AFSPRAKEN MET ORGANISATIE

Voordat er iets anders kan gebeuren, is het belangrijk dat men rond de tafel gaat zitten met de organisatie waarvoor de Visitors' Journey opgezet gaat worden. Inzicht verkrijgen in deze wensen en behoeften is een essentieel element. Zorg dat na dit gesprek alle verwachtingen duidelijk zijn en op papier staan. Tijdens dit gesprek zullen de volgende vragen zo goed mogelijk beantwoord moeten worden:

- Wat wil de organisatie met de Visitors' Journey bereiken?
- Welke wensen heeft het bedrijf?
- Wat verwachten ze van de deelnemers?
- Is het duidelijk wat een Visitors' Journey inhoudt?
- Waar moet specifiek op worden gelet?
- Over welke doelgroepen wil men inzichten verkrijgen?
- Kunnen deze doelgroepen zo specifiek mogelijk beschreven worden?
- Zijn er nog dingen waar rekening mee gehouden moet worden?

Een hoofddoel tijdens dit gesprek is het verduidelijken van de te onderzoeken doelgroep. Maak hier de afweging tussen een doelgroep die al bekend is met het bedrijf of een doelgroep die ze willen gaan aantrekken.

Neem tijdens dit gesprek ook de kans om het bedrijf te leren kennen. Het is belangrijk om te weten wat de deelnemers van de Visitors' Journey gaan meemaken. Vraag welke onderdelen onderzocht moeten worden en of ergens een bijzonder focus op ligt. Dit is ook handig voor de evaluatiefase: je hebt dan als facilitator een beter begrip van de benoemde aspecten.

REGELEN EN VERDIEPEN

Na de startafpraak kan men beginnen met het voorbereiden van de Visitors' Journey. Het vooronderzoek naar de doelgroepen is een goed begin. Zo is het belangrijk dat je weet wat de doelgroep bezighoudt, in wat voor soort omgeving ze zich bevinden en wat hun motivatie is om naar het desbetreffende bedrijf te stappen/mee te doen aan een onderzoek, maar bovenal moet je weten waar ze te vinden zijn.

CHECKLIST

- ☐ Afspraak gemaakt met organisatie
- ☐ Feedback over afspraak naar organisatie, zodat verwachtingen op papier staan
- ☐ Uitgezocht hoe doelgroep te benaderen & motiveren.
- ☐ Eventuele lunch
- ☐ Koffie/Thee
- ☐ Eventuele presentatie met beamer
- ☐ Iemand die de dag begeleidt
- ☐ Naamstickers
- ☐ Energizer uitgezocht
- ☐ Eventuele borrel voor naderhand
- ☐ Deelnemers op de hoogte gebracht van locatie, tijd en verwachtingen
- ☐ Naderhand bedankje naar deelnemers met samenvatting dag

De uitvoering is de dag waarop een Visitors' Journey plaatsvindt bij het bedrijf. Wanneer alle voorbereidingen die op pagina 20 zijn aangegeven zijn gedaan, is het een vrij rustige dag voor de organisatie.

1. Vooraf

Mail de deelnemers wat er van ze wordt verwacht; hoe laat aanwezig zijn, lunch wel/niet inbegrepen, deels buiten dus misschien een paraplu mee, parkeergelegenheden etc. Zorg dat de vragen die nog ontstaan beantwoord worden en dat je als organisatie een duidelijk beeld hebt van het aantal deelnemers dat er komen.

2. Aankomst team (uur voor start)

Zet een beamer klaar, de lunch, koffie en thee. Breng waar nodig bewegwijzering aan zodat deelnemers de juiste ruimte kunnen vinden. Ook is het handig om tijdens deze dag één of twee camera's te hebben waarmee foto's en video's gemaakt kunnen worden.

3. Presentatie

Het is handig om de deelnemers op de hoogte te stellen van werkwijzen. Dit is in principe simpel; loop door het bedrijf zoals je normaal zou doen. Als je wilt dat men tijdens het lopen notities maakt is dit ook het moment om dit aan te geven. Zorg dat de deelnemers alles weten wat ze moeten weten voordat ze het bedrijf ingaan. Mogelijk kan dit deel van de presentatie gedaan worden door een van de medewerkers van het te onderzoeken bedrijf. Geef ze ook een kort overzicht van de planning.

4. Mogelijke energizer (15 min)

Deze zorgt voor een vertrouwde, levendige sfeer. Voor voorbeelden van energizers, zie theorieboek – hoofdstuk 1.5.

5. Visitors' Journey (1.5 u)

Na de mogelijke energizer gaat de groep, op de medewerkers van het te onderzoeken bedrijf na, het bedrijf in. De keuze voor dit onderscheid is simpel; de medewerkers hebben geen authentieke ervaring en vallen waarschijnlijk niet onder de te onderzoeken doelgroep.

Het is tijdens deze fase handig als je als organisatie af en toe even meeloopt en kijkt wat de deelnemers doen. Waar lopen ze tegen aan? Waar letten ze op of waar lopen ze gewoon langs? Wat voor groepsdynamiek ontstaat er? Ook is dit een goed moment om beeldmateriaal te maken. Zorg ervoor dat de deelnemers een zo'n realistisch mogelijke ervaring krijgen; help ze nergens mee, tenzij een bezoeker normaliter ook hulp zou krijgen.

Geef de deelnemers de tijd om op hun eigen tempo het bedrijf te ervaren, laat ze vooral zo veel mogelijk met rust. Wanneer er geobserveerd wordt, doe dit in stilte en op de achtergrond. Geef de deelnemers van tevoren wel een duidelijke eindtijd mee, zodat de dag niet gaat uitlopen. Wanneer alle deelnemers terug zijn in de beginruimte, is het verstandig om ze even vijf tot tien minuten te laten overleggen. Ze hebben waarschijnlijk veel met elkaar te bespreken en zullen dit automatisch onderling doen.

6. Algemene evaluatie (40 min)

Wat waren de positieve punten van de organisatie? Waar zit er nog ruimte voor verbetering? Wat voelde je toen je door het bedrijf liep? Zorg er als leider van de discussie voor dat er niet te veel op het negatieve gefocust wordt en zoek hierin een balans.

De afgevaardigden van het betreffende bedrijf zullen waarschijnlijk neigen om in een defensieve rol te schieten. Let hierop en zorg dat ze niet het hoogste woord hebben. Het is goed om deze discussie te hebben, maar stop er ook niet te veel tijd in. Alle deelnemers hebben hun opmerkingen opgeschreven tijdens de journey. Deze resultaten komen bij het desbetreffende museum uit.

7. Napraten

Geef de deelnemers hierna even de tijd om te ontspannen en informeel na te praten. Maar houdt als organisatie zeker een oogje in het zeil; dit is vaak de fase waarin er creatieve oplossingen voor problemen ontstaan of er nog nieuwe ideeën voor het museum worden genoemd.

Hierna gaat iedereen naar huis, stuur gerust nog een bericht na om ze te bedanken voor hun inzet.

MEENEMEN

- ☐ Bewegwijzering
- ☐ Plakband
- ☐ Schaar
- ☐ Pennen voor deelnemers
- ☐ Invulvellen voor notities en opmerkingen
- ☐ Presentaties op USB
- ☐ Laptop (2x in geval van technische problemen)
- ☐ Eventuele klemborden
- ☐ Camera's
- ☐ Lijst met namen deelnemers
- ☐ Eventuele beamer
- ☐ Notitiemogelijkheden voor organisatie
- ☐ Eventuele benodigdheden voor energizer

CHECKLIST

- ☐ Zorg voor genoeg deelnemers in de betreffende doelgroep
- ☐ Introductie e-mail met praktische informatie
- ☐ Eventuele vragen beantwoorden
- ☐ Duidelijk hoeveel mensen er mee doen
- ☐ Maak voor het team een callsheet
- ☐ Beamer, lunch, koffie en thee (borrel) regelen met het bedrijf
- ☐ Bewegwijzering afdrukken
- ☐ Presentatie voorbereiden
- ☐ Camera's opladen
- ☐ Energizer voorbereiden
- ☐ Notitiebladen uitprinten

RESULTATEN

UITKOMSTEN

CONCLUSIE

AANBEVELINGEN

Na afloop van de Visitors' Journey is het tijd voor het verwerken van de resultaten. Dit gebeurt volgens drie fases: uitkomsten, conclusie, aanbevelingen.

UITKOMSTEN

Na afloop van de Visitors' Journey is het van belang dat alle geschreven notities en losse opmerkingen tijdens het intervisiegesprek op een nette manier gedocumenteerd worden. Een handig overzicht hiervan, zal er voor zorgen dat de bedrijven achteraf van elkaar en van het intervisietraject kunnen leren. Hoe de deelnemers elkaar goed van feedback kunnen voorzien, is te lezen in het theorieboek, hoofdstuk 4.

CONCLUSIE

Afhankelijk van wat het bedrijf vraagt van de Visitors' Journey, heb je als facilitator de keuze om na het sorteren en documenteren van de uitkomsten hier wel of geen conclusies uit te trekken. Heb je een hoofdvraag geformuleerd? Dan is dit het moment om deze te beantwoorden. Misschien zijn er eerder observatieonderzoeken gedaan en is dit een uitgelezen kans om de twee resultaten te koppelen.

AANBEVELINGEN

Eventueel kunnen er nog aanbevelingen geschreven worden op basis van de conclusies die uit de resultaten zijn getrokken. Zorg dat dit tijdens het kennismakingsgesprek met het bedrijf duidelijk afgesproken wordt. Dit slaat weer terug op het managen van de verwachtingen van alle partijen. Stuur naderhand een bericht naar opdrachtgevers en deelnemers waarin je ze bedankt voor de deelname en input die ze hebben gegeven. Spreek met de opdrachtgever duidelijk af wat, wanneer af moet zijn.

VOORBEELD PLANNING

PERSONAS' JOURNEY

12.00	Ontvangst deelnemers
12.15	Start lunch
12.30	Start presentatie (ondertussen lunch)
12.45	Start intervisie (mogelijke terugblik op eerdere uitvoeringen)
13.15	Start energizer
13.30	Start Journey binnen en buiten (waar mogelijk)
14.40	Einde Personas' Journey (uiterlijk)
14.30	Start algemene evaluatie
15.30	Einde algemene evaluatie
16.00	Borrel

VISITORS' JOURNEY

12.00	Ontvangst deelnemers
12.15	Start lunch
12.30	Start presentatie (ondertussen lunch)
12.45	Start energizer
13.00	Start Journey binnen en buiten (waar mogelijk)
14.40	Einde Journey (uiterlijk)
14.30	Start algemene evaluatie
15.30	Einde algemene evaluatie
16.00	Borrel

CALLSHEET | PROGRAMMA | DRAAIBOEK | BIJLAGE

ORGANISATIE	STANDPLAATS	TELEFOONNUMMER	CONTACTPERSOON

CALLSHEET | **PROGRAMMA** | DRAAIBOEK | BIJLAGE

Draaiboek m.b.t. evenement:

Aantal personen:

Locatie:

Contactpersoon:

Datum:

Tijd:

HOOFDLIJNEN PROGRAMMA

12.00 uur	Ontvangst deelnemers
12.15 uur	Start lunch
12.45 uur	Start Energizer
13.00 uur	Start inlevingsproces
14.00 uur	Start Personas' Journey
15.20 uur	Einde Personas' Journey
15.20 uur	Start evaluaties
16:00 uur	Afronding + eventueel borrel

CALLSHEET | PROGRAMMA | **DRAAIBOEK** | BIJLAGE

TIJD	ACTIE OMSCHRIJVING	LOCATIE	VERANTWOORDING	OPMERKING
10.00-10.30	Aankomst projectgroep			
10.30	Vorbereidingen starten			
11.30	Laatste check			
12.00-12.15	Inloop deelnemers			
12.15-12.45	Lunch			
12.45-13.00	Energizer			
13.00-13.15	Algemene presentatie			
13.00	Ontvangst groep volgende ruimte			
13.15-13.50	Personas kiezen			

CALLSHEET | PROGRAMMA | **DRAAIBOEK** | BIJLAGE

TIJD	ACTIE OMSCHRIJVING	LOCATIE	VERANTWOORDING	OPMERKING
13.50-14.00	1e groep inleeffilm			
14.00	1e groep start Journey			
14.00-14.10	2e groep inleeffilm			
14.10	2e groep start Journey			
14.10-14.20	3e groep inleeffilm			
14.20	3e groep start Journey			
14.00-15.20	Samenkomst bevindingen			
15.20-15.45	Bespreking / samenvatting			
15.45-16.00	Einde van de dag / borrel			

CALLSHEET | PROGRAMMA | DRAAIBOEK | **BIJLAGE**

Ruimte voor mogelijke aantekeningen

