

Van melkvoeding naar met de pot mee-eten

Afstudeerproject Voedingsjungle

Raven Lakerveld
500780960

Algemene informatie

Student
Raven Lakerveld
500780960
info@ravenlakerveld.nl

Begeleider
Marije ter Beke
m.l.ter.beke@hva.nl

Opdrachtgever
Voedingsjungle
Michelle van Roost
michelle@voedingsjungle.nl

Opleiding
Afstudeerjaar
Communication & Multimedia Design
Hogeschool van Amsterdam

Wibautstraat 2–4
1091 GM Amsterdam

Datum
14 juni 2022, Amersfoort

Inhoudsopgave

Aanleiding ..... Blz. 4
Design Challenge ..... Blz. 5

1. Verkennen & Definiëren ..... Blz. 6
Stakeholder Map ..... Blz. 7
Belangrijkste inzichten onderzoek ..... Blz. 8
Persona: voor het eerst moeder ..... Blz. 9
Productvisie ..... Blz. 9
Persona: opdrachtgever ..... Blz. 10
Stappenplan & Boek ..... Blz. 10
Programma van Eisen ..... Blz. 11

2. Idee-generatie ..... Blz. 12
User Goals ..... Blz. 13
Inspiration wall ..... Blz. 13
Ideation & Sketching ..... Blz. 14
Morphological Chart ..... Blz. 14
Brainstormsessie ..... Blz. 15

3. Concepten ..... Blz. 16
Concept 1: persoonlijk overzicht ..... Blz. 17
Concept 2: eetdagboek ..... Blz. 18
Concept 3: lessen over voeding ..... Blz. 19
Vormgeving ..... Blz. 20

4. Het Ontwerp ..... Blz. 23
Wegwijs in de Voedingsjungle ..... Blz. 24
1. Informatie over voeding ..... Blz. 25
2. Meest gestelde vragen ..... Blz. 29
3. Ouders in de buurt ..... Blz. 30
4. Passende recepten ..... Blz. 32
Waarde van digitaal ..... Blz. 34
Informatie Architectuur ..... Blz. 36
Visuele Hierarchie ..... Blz. 37
Persuasion ..... Blz. 38
Sitemap ..... Blz. 39
Onboarding ..... Blz. 40

5. Testen & Iteraties ..... Blz. 41
Testen & Iteratie 1 ..... Blz. 42
Testen & Iteratie 2 ..... Blz. 43

6. Conclusie & Aanbeveling ..... Blz. 44
Conclusie ..... Blz. 45
Aanbeveling ..... Blz. 46

7. Literatuurlijst ..... Blz. 47

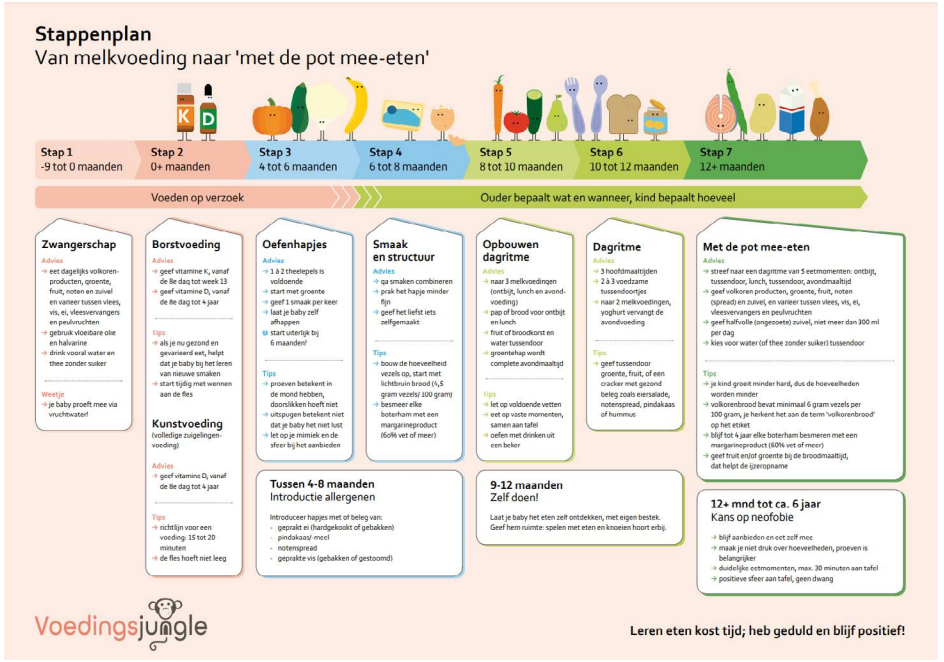
Aanleiding

Na 3,5 jaar bij CMD in Amsterdam ervaring op te hebben gedaan, mocht ik op zoek naar een passend afstudeerproject. Mijn persoonlijke focus lag hierbij op UX en UI design. Ook was ik op zoek naar een project rondom het thema ‘innovatie in de zorg’ en vond ik het belangrijk dat het project een maatschappelijk belang had.

Tijdens mijn zoektocht naar een project had ik een oproep geplaatst op NextDoor. Zo kwam ik in contact met Michelle van Roost, van het kennis- en communicatiebureau Voedingsjungle. Zij heeft het boek 'Wegwijs in de Voedingsjungle' geschreven. Dit boek informeert ouders over de eet- en smaakontwikkeling van hun kind, door middel van praktische tips en adviezen die wetenschappelijk zijn onderbouwd. Naast het boek ontwikkelde Michelle een stappenplan die de belangrijkste momenten van de eet- en smaakontwikkeling benadrukt, zoals het starten met vaste voeding.

Hoewel er de eerste 1000 dagen in de eet- en smaakontwikkeling ontzettend veel gebeurt is deze kennis bij ouders vaak niet vanzelfsprekend. Hierdoor kunnen ouders deze ontwikkeling niet positief beïnvloeden en kunnen er gezondheidsrisico's ontstaan. (Voedingsjungle, 2022).

Het stappenplan dient als houvast voor zorgprofessionals en is momenteel gratis te downloaden op de website van Voedingsjungle. Het wordt echter ook regelmatig meegegeven aan ouders, terwijl het hier dus niet voor is ontwikkeld. Michelle was op zoek naar iemand die het stappenplan kon digitaliseren: een digitaal hulpmiddel die de Jeugdgezondheidszorg (JGZ) zou kunnen inkopen en die ouders zelfstandig zouden kunnen gebruiken.



Het stappenplan van Voedingsjungle

“In 2020 werden er in Nederland 168 681 kinderen geboren” (CBS, 2020)

Design Challenge:

Hoe kan het gedigitaliseerde stappenplan van Voedingsjungle ouders met kinderen (-9 maanden tot 2 jaar) stapsgewijs informeren, ondersteunen en stimuleren bij de eet- en smaakontwikkeling van hun kind, zodat zij die positief kunnen beïnvloeden?

1. Verkennen & Definiëren

Stakeholder Map

> Ik heb mij tijdens mijn onderzoek gefocust op de primaire en secundaire doelgroep. In deze Stakeholder Map beschrijf ik de probleemsituatie vanuit de verschillende perspectieven.

Primaire doelgroep

Ouders met kinderen van -9 maanden tot 2 jaar
De primaire doelgroep is ouders met jonge kinderen, vanaf de zwangerschap tot het tweede levensjaar van het kind. De huidige informatievoorziening rondom voeding sluit niet aan bij haar behoefte. (zie PB 4.1 Empathy Map, What do they see?)

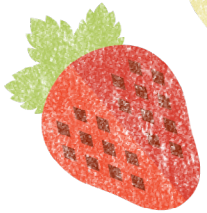
Secundaire doelgroep

Opdrachtgever: Michelle van Roost van Voedingsjungle
Michelle is voedingsdeskundige, BGN-gewichtsconsulent 'kind en gezin' en mijn opdrachtgever. Haar valt op dat kennis over de eet- en smaakontwikkeling van een kind niet vanzelfsprekend is bij ouders. Hierdoor kunnen ouders deze ontwikkeling niet positief beïnvloeden en kunnen er gezondheidsrisico's ontstaan, zoals het ontwikkelen van een allergie. De kennis komt nu vanuit commerciële organisaties, waardoor deze niet voor elke ouder beschikbaar is. Ieder kind heeft echter wel recht op een gelijke start. Michelle heeft het stappenplan van Voedingsjungle ontwikkelt en heeft de wens om dit te digitaliseren.

Jeugdverpleegkundigen bij het Consultatiebureau (CB)
De ouders komen in contact met jeugdverpleegkundigen bij het CB of de JGZ. Zij spelen een rol in de informatievoorziening richting de ouders, maar hebben vaak onvoldoende tijd om kennis toe te lichten.



Belangrijkste inzichten onderzoek



> Ik startte mijn project met het doen van onderzoek naar de doelgroep. Hierbij heb ik literatuurstudie gedaan naar de behoeften van ouders en 7 ouders geïnterviewd.

Overweldigd door informatie
Ouders zien door de bomen het bos niet meer door de veelheid aan (online) informatie (NCJ, 2020). Zij moeten bovendien vaak zelf op onderzoek uit, terwijl zij hun handen vol hebben aan het zorgen voor hun kindje. De verhalen die de ouder hoort en leest zijn wisselend en ze mist overzicht en structuur.

Informatievoorzieningen richting de ouder:
- Adviezen van de jeugdverpleegkundige
- Materialen van het CB
- Het eigen sociale netwerk
- Online (google, forums, apps)

"Het is moeilijk om te filteren wat nou echt belangrijk is." (zie PB 3.2.2 Ouders, Anoniem)
"Je gaat als ouder echt een soort van studie aan" (zie PB 3.2.2 Ouders, Eva)

Dat de ouder zich overweldigd voelt met informatie kwam zowel uit de interviews als de literatuurstudie.

Gevoel afwegen met het advies
De ouder is een gevoelsmens. Zij hecht niet veel waarde aan de curven en de lijntjes, omdat elk kind anders is. De ouder is alert op de signalen die haar kind geeft en wil voeding niet forceren. Zij weegt constant haar gevoel af met de ervaring van professionals en maakt uiteindelijk zelf daarin een keuze. Zij vindt het belangrijk dat haar eventueel afwijkende keuze wordt gerespecteerd.

"Ik zag dat het gewoon goed met hem ging." (zie PB 3.2.2 Ouders, Natasja)
"Het zijn natuurlijk autoriteiten, voor mijn gevoel had ik geen keus. Best wel frustrerend." (zie PB 3.2.2 Ouders, Eva)

Gebrek aan ondersteuning
De beginnende ouder wil het graag goed doen. Alles is nieuw en voelt even belangrijk. Wat mag haar kind eten? En hoeveel dan? De ouder heeft behoefte aan persoonlijke hulpverlening bij het CB (Wijnja, 2018), maar de vragen die zij stelt blijven vaak onbeantwoord. De ouder voelt zich niet gehoord en ondersteund wat leidt tot onzekerheid en frustratie.

"Ik had niks aan de gesprekken. Ze dachten niet met mij mee." (zie PB 3.2.2 Ouders, Evelien)
"In het begin had ik gebeld omdat hij slecht dronk. Toen zeiden ze: 'Wat denk je zelf dat het is?' Sindsdien kom ik er nooit meer met vragen." (zie PB 3.2.2 Ouders, Merel)

Behoefte aan contact met andere ouders
De ouder wilt met andere ouders (ervaringsdeskundigen) in contact komen om ervaringen en tips mee uit te wisselen. Zij vindt het vooral waardevol om ouders te ontmoeten waarvan de kinderen zich in dezelfde leeftijdsfase bevinden.

"De grootste vraagbaak is toch wel de whatsappgroep met het groepje dames van de Pregnancy Centering Groep. Dat is echt heel erg nuttig." (zie PB 3.2.2 Ouders, Evelien)

Het ontbreken van kennis over voeding
De ouder mist de belangrijkste momenten van de eet- en smaakontwikkeling waardoor zij deze niet positief kan beïnvloeden. Hierdoor maakt zij onbewust fouten door bijvoorbeeld te vroeg te starten met vaste voeding (Bos, 2017). Ouders vertrouwen blind op het babyschap en zijn geneigd om vast te houden aan hun overtuigingen rondom voeding (GGD Amsterdam, 2022). Daarnaast kunnen zij zonder kennis over voeding geen gerichte vragen stellen aan de jeugdverpleegkundigen (Voedingsjungle, 2022).

Het missen van inspiratie qua voeding
De ouder gaat online op zoek naar recepten, maar mist toch inspiratie voor voeding.

Persona: Voor het eerst moeder

> De toekomstige gebruiker is iemand die voor het eerst een kindje krijgt.

Situatie

De moeder die voor het eerst een kindje krijgt wordt al snel uitgenodigd om langs te komen bij het consultatiebureau (CB) en denkt dat dit verplicht is. Het ouderschap is voor haar nieuw en dus ervaart zij veel onzekerheid. Wat mag wel? En wat niet? Bij het CB blijven haar vragen onbeantwoord en voelt zij zich niet gehoord. Als gevolg hiervan gaat zij zelf op onderzoek uit.



Persoonlijkheid

gemotiveerd | sociaal | gestructureerd | vriendelijk | gevoelsmens

Gevoelens

trots | onzeker | gefrustreerd | overweldigd

Levensdoel

"Ik wil zo goed mogelijk voor mijn kind zorgen."

Gedrag

- bezoekt het CB voor de vaccinaties en ter controle.
- zoekt informatie op internet of gebruikt hiervoor digitale tools.
- lost vragen op met hulp van eigen sociale netwerk

Frustraties

- de informatievoorziening vanuit het CB ontbreekt of sluit niet aan bij haar behoefte
- voelt zich niet gehoord en ondersteund door de jeugdverpleegkundige
- moet vaak zelf onderzoek doen, maar raakt overweldigd door de hoeveelheid aan informatie

Heeft behoefte aan ...

→ een centraal overzicht waar zij informatie kan vinden over de eet- en smaakontwikkeling van haar kind
→ een netwerk met andere ouders (lotgenoten) om ervaringen en tips mee uit te wisselen
→ meer inspiratie voor voeding

Productvisie

Een mobiele applicatie

Uit mijn onderzoek blijkt dat ouders regelmatig gebruik maken van hun telefoon (zie PB 4.3 Tijdlijn & Context) Zij gebruiken ook meerdere apps rondom de ontwikkeling van hun kind. Een app is daarnaast een stuk mobieler dan een fysiek stappenplan.

Zelfstandig te gebruiken

De ouder is iemand die zelf graag de regie heeft (zie PB 4.1 Empathy Map, Who are we empathizing with?) Een zelfstandig te gebruiken app zou haar dus passen. Zo kan zij in haar eigen tijd kennis op doen over voeding. Dit voorkomt ook dat de werkdruk van jeugdverpleegkundigen toeneemt. Zodoende ontstaat er ruimte tijdens de fysieke afspraken op het CB.

Wetenschappelijk onderbouwd

Alle informatie is wetenschappelijk onderbouwd en komt uit het stappenplan, het boek Voedingsjungle of van Michelle zelf tijdens expert reviews.

Context

De ouder is met eetmomenten vaak thuis. Het gemiddeld aantal eetmomenten op een dag is 7. (zie PB 4.3 Tijdlijn & Context)

Persona: Michelle van Roost

> Michelle is naast opdrachtgever ook voedingsdeskundige. Zij vertelde mij meer over haar wensen en frustraties.

Over Michelle

Michelle van Roost is levensmiddelentechnoloog (WUR) en BGN-gewichtsconsulent (gespecialiseerd in kind & gezin). Hierdoor weet zij goed wat er speelt in de industrie, maar ook aan de keukentafel. In 2017 richtte zij het kennis- en communicatiebureau Voedingsjungle op, met als doel om helderheid te bieden in de wirwar aan voedingsadviezen. Ze schreef samen met Manon van Eijsden het boek 'Wegwijs in de Voedingsjungle'. Michelle is daarnaast moeder van 3 kinderen.



Persoonlijkheid

ondernemend | nieuwsgierig

Doel

"Gezond gedrag versterken, gezond gewicht stimuleren."

Wensen

- het stappenplan van Voedingsjungle digitaliseren in de vorm van een tool die het JGZ kan inkopen.
- meer ouders bereiken, omdat ieder kind het recht heeft om gezond op te groeien, ongeacht de herkomst of SES van de ouder.
- ouders concrete handvatten bieden als het gaat om de eetopvoeding van hun kind.

Frustraties

- ouders kunnen de eet- en smaakontwikkeling van hun kind niet positief beïnvloeden omdat het hen ontbreekt aan kennis.
- de kennis komt vanuit commerciële organisaties en is dus niet voor elke ouder beschikbaar.
- de materialen voor informatie die ouders wordt geboden zijn niet altijd even goed te gebruiken. Het bevat weinig herkenbaar beeldmateriaal en is te talig.

"Ieder kind heeft recht op een kans om gezond op te groeien."

Stappenplan & Boek

Rol van het stappenplan

Tijdens het ontwerpen van 'Wegwijs in de Voedingsjungle' diende het stappenplan als leidraad voor het ontwikkelen van het product. Hierin staat namelijk kort & bondig de belangrijkste informatie. Ik heb deze informatie wel opnieuw gestructureerd en vormgegeven, zodat het bij de behoeften van de ouder past (zie blz. 25, 1. Informatie over Voeding)

Rol van het boek

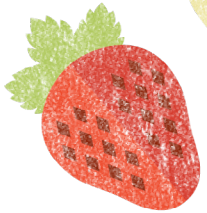
Ik kwam er achter dat de informatie in het stappenplan niet volledig genoeg was voor de ouder. Ik haalde daarom extra informatie uit het boek. Denk hierbij aan:

- Recepten
- Het 'waarom' van een thema. Bijvoorbeeld: 'Waarom zijn oefenhapjes belangrijk?'
- Het 'wanneer' bij een thema. Bijvoorbeeld: 'Wanneer mag ik beginnen met oefenhapjes?'

Expert Reviews

Ook de input tijdens gesprekken met Michelle nam ik mee in het digitaliseren van het stappenplan. Michelle heeft mij meer kunnen vertellen over de signalen die je als ouder kunt herkennen dat je kindje klaar is voor een thema. De stappen hebben wel een duidelijk begin en eind die moet worden vastgehouden, maar daarbinnen is nog wel enig verschil, aangezien de ontwikkeling bij elk kind verschillend is.

Programma van Eisen



De inzichten uit mijn onderzoek vertaalde ik naar een Programma van Eisen (PvE)

Het afstudeerproject De oplossing moet ...

- een digitaal interactief product zijn
- een klikbaar prototype zijn.
- dient beoordeeld te worden door iemand uit het werkveld.

De opdrachtgever De oplossing moet ...

- ervoor zorgen dat ouders kennis op doen over de eet- en smaakontwikkeling van hun kind, zodat zij die positief kunnen beïnvloeden.
- ouders attenderen op de belangrijkste momenten in de eet-en smaakontwikkeling.
- voor iedere ouder toegankelijk zijn (ongeacht taal, cultuur, sociaaleconomische status, opleidingsniveau etc.) (bijv. ondersteunend beeldmateriaal, in alle talen beschikbaar, toegankelijke terminologie etc.)
- herkenbaar beeldmateriaal bevatten.
- de ouder autonomer maken, zodat er tijdens de afspraken met de jeugdverpleegkundige meer ruimte ontstaat.

De jeugdverpleegkundige De oplossing moet ...

- zelfstandig kunnen worden gebruikt door de ouder, zodat de jeugdverpleegkundige niet meer werk krijgt.

De gebruiker

Informatievoorziening voeding De oplossing moet ...

- de ouder ondersteunen bij de eet- en smaakontwikkeling van het kind (wat een kind op welke leeftijd mag eten en hoeveel, hoe je allergieën kunt voorkomen)
- de ouder in staat stellen om in de toekomst van de eet- en smaakontwikkeling van haar kind te kijken, zodat zij weet wat zij kan verwachten.
- de ouder structuur en overzicht bieden door informatie centraal en eenduidig aan te bieden.
- informatie prioriteren, zodat de ouder weet welke informatie het belangrijkst is en zodat zij dit niet zelf hoeft te filteren.
- snel en laagdrempelig zijn. (zoekfunctie)
- informatie persoonlijk afstemmen op de ouder (bijv. de leeftijdsfase van het kind, of dagelijks vs wekelijks), zodat de ouder alleen informatie ziet die op dat moment relevant is (onboarding, formulier).

Inspiratie voor voeding De oplossing moet ...

- inspiratie voor voeding (recepten) bieden, passend bij de leeftijdsfase van het kind en deze (moderne) tijd.
- de mogelijkheid bieden om recepten persoonlijk af te stemmen (filteren en sorteren)
- het mogelijk maken om recepten op te slaan.

Ondersteuning & vertrouwen De oplossing moet ...

- angst en onzekerheid bij de ouder wegnemen.
- benadrukken dat de kennis wetenschappelijk onderbouwd is en dus betrouwbaar.
- de vragen die ouders hebben rondom voeding beantwoorden met een kort en bondig advies.
- een meedenkende, adviserende en geruststellende houding/persoonlijkheid hebben.

Contact met andere ouders De oplossing moet ...

- de ouder de kans bieden om ervaringen en tips met andere ouders uit te wisselen, zodat zij elkaar verder kunnen helpen.
- de ouder helpen bij het vinden van andere ouders (ervaringsdeskundigen) die zich in een soortgelijke situatie begeven, zodat de ouder niet het gevoel heeft dat zij er alleen voor staat.

Afspraken bij het CB De oplossing moet ...

- de mogelijkheid bieden om bij lastige vragen (laagdrempelig en persoonlijk) contact op te nemen met de vaste jeugdverpleegkundige.

De context De oplossing moet ...

- een mobiele applicatie zijn
- passen in de thuisomgeving van de ouder

2. Idee-generatie

Tijdens de idee-generatie fase ging ik de breedte in om mogelijke oplossingen te verkennen. Hierbij maakte ik gebruik van diverse methoden, waaronder: User Goals, Inspiration Wall, Sketching, Ideation, Morphological Chart en een Brainstormsessie.



User Goals

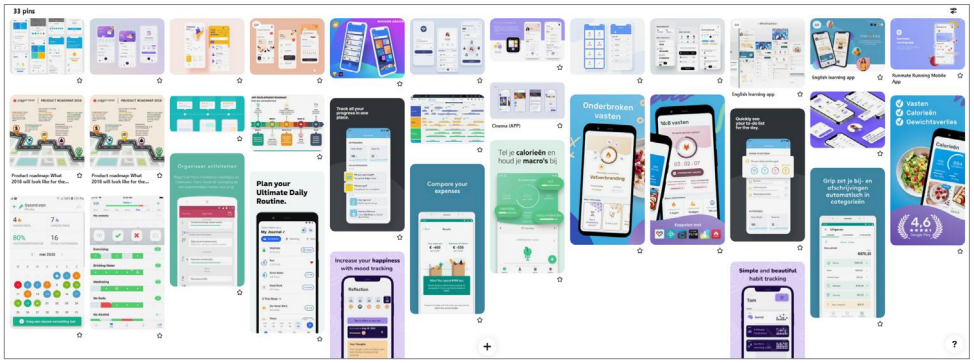
> Om ideeën te genereren formuleerde ik vanuit mijn Programma van Eisen 10 User Goals.

1. De ouder wilt een **centraal overzicht** van de **fase in de eet- en smaakontwikkeling** waarin haar baby zich bevindt en wilt hierbij de toekomst kunnen kijken, zodat zij weet wat zij kan verwachten.
2. De ouder wilt weten **wat haar kind mag eten en hoeveel** en wilt hierbij inspiratie voor **recepten** ontvangen.
3. De ouder wilt de informatie kunnen **afstemmen op haar persoonlijke voorkeur**, zodat zij alleen informatie te zien krijgt die op dat moment relevant is (leeftijdsfase, onboarding, informatie prioriteren)
4. De ouder wilt worden **herinnerd aan de belangrijkste momenten** in de eet- en smaakontwikkeling
5. De ouder wilt andere ouders **(ervaringsdeskundigen)** vinden die zich in een soortgelijke situatie begeven om zo ervaringen en tips uit te wisselen en elkaar verder te helpen.

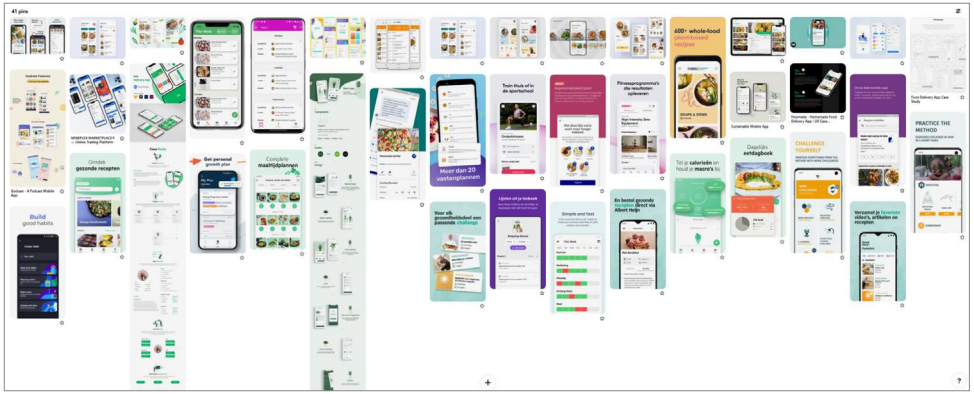
Zie alle User Goals in de Productbiografie (zie PB 5.1 User Goals)

Inspiration Wall

> Ik gebruikte Pinterest om inspiratie op te zoeken bij de verschillende User Goals.



Inspiratie voor User Goal #1

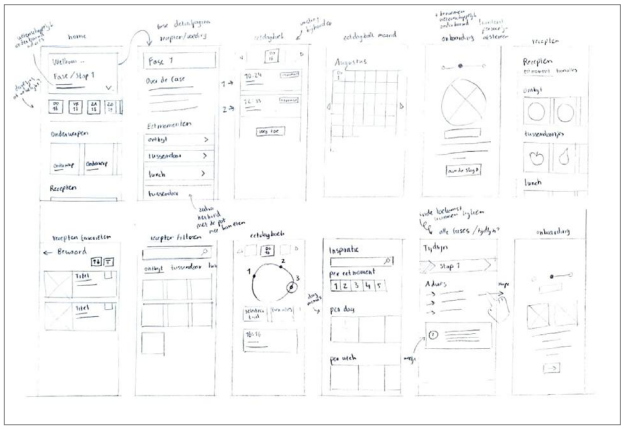


Inspiratie voor User Goal #2

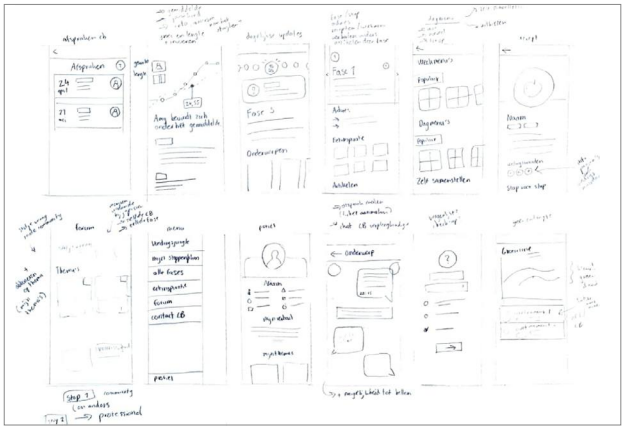
Zie alle inspiratieborden in de Productbiografie (zie PB 5.2 Inspiration Wall)

Ideation & Sketching

Met het schetsen ging ik op zoek naar manieren om de informatievoorziening aan de ouder te presenteren.

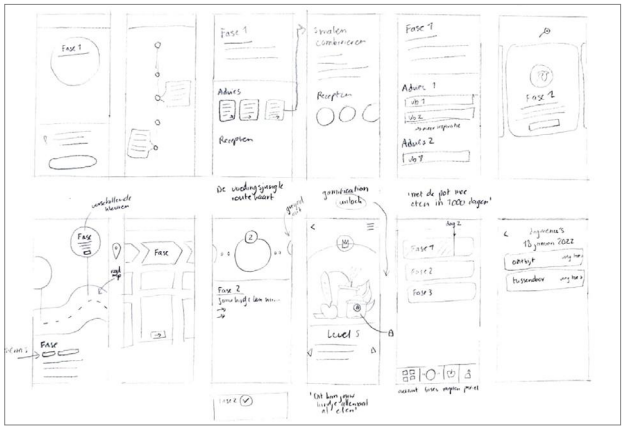


Schermschetsen #1



Schermschetsen #2

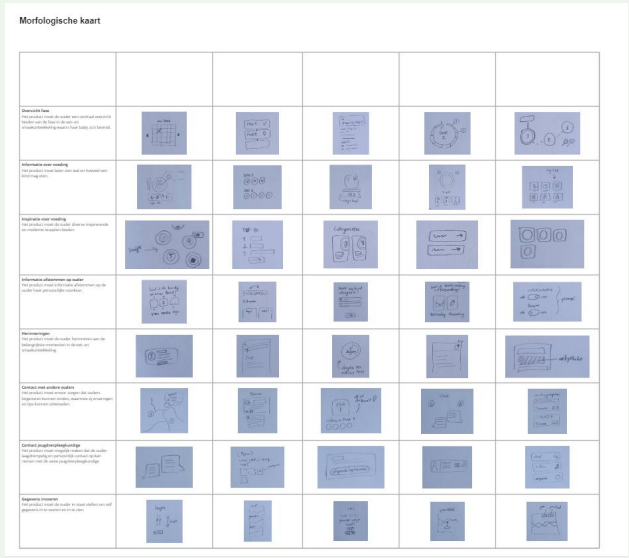
Zie volledige grootte in de Productbiografie (PB 5.3 Ideation & Sketching)



Schermschetsen #3

Morphological Chart

Voor verschillende eisen van het product onderzocht ik mogelijkheden om dit te visualiseren.



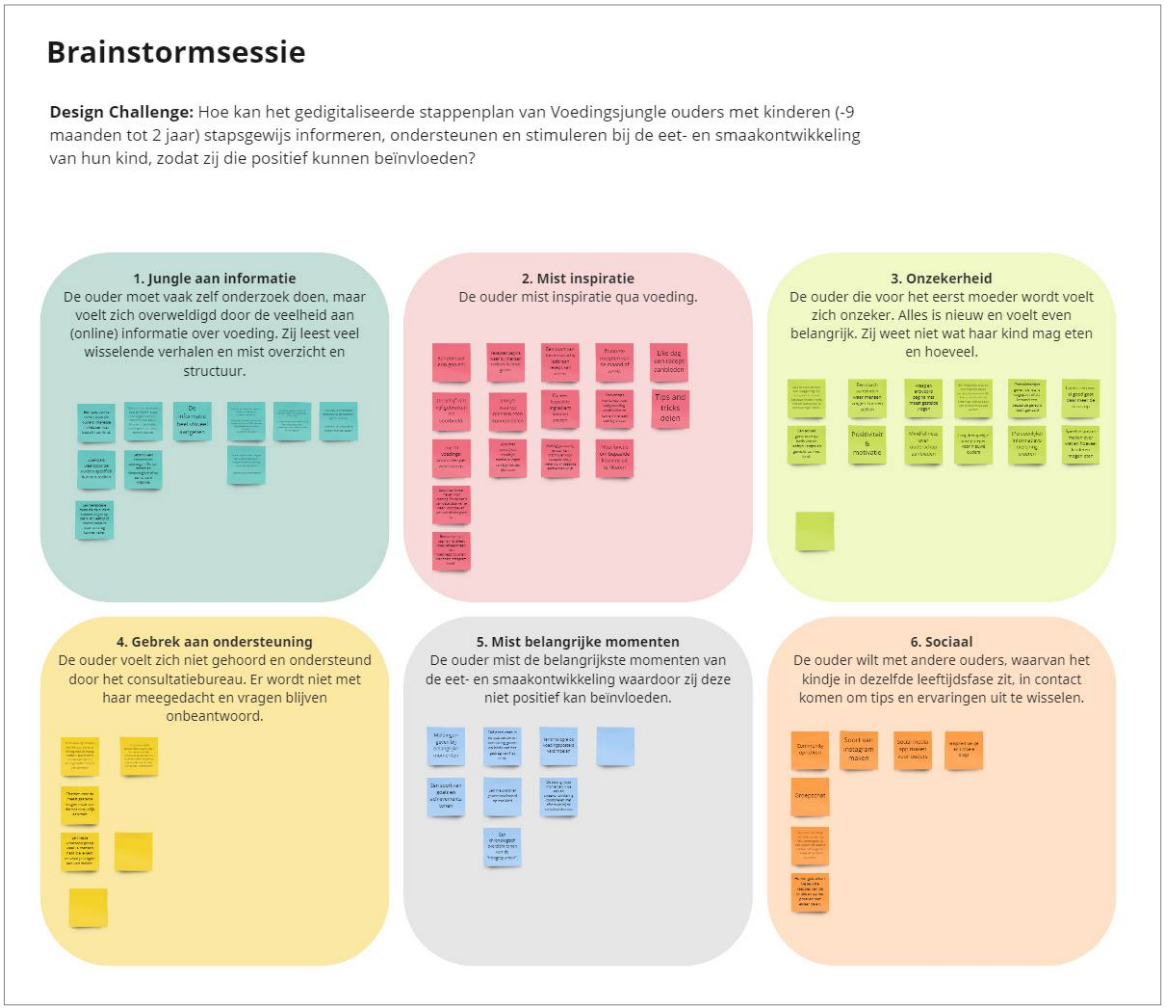
Morfologische kaart in MIRO

Zie volledige grootte in de Productbiografie (PB 5.4 Morphological Chart)

Brainstormsessie

Ik organiseerde een digitale brainstormsessie met 3 andere studenten van CMD.

Zie volledige grootte en meer informatie in de Productbiografie (PB 5.5 Brainstormsessie)



Canvas in MIRO tijdens de Brainstormsessie



Extra HKJ's

3. Concepten

De ideeën die ik had opgedaan trechterde ik tot 3 verschillende concepten. De concepten presenteerde ik tijdens de Feedback Frenzy en aan mijn opdrachtgever.

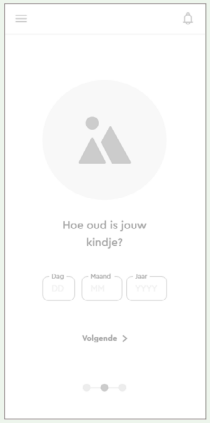
Concept 1: persoonlijk overzicht

Het eerste concept was een persoonlijk afgestemd overzicht van de stap waarin de ouder zich bevindt, aangevuld met passende recepten.

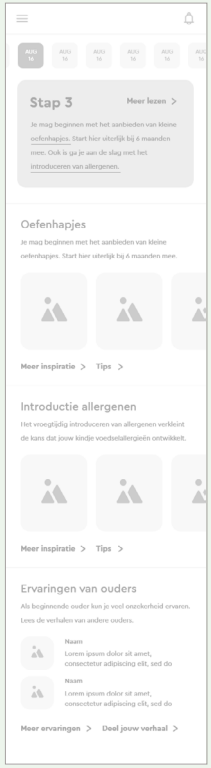
→ Persoonlijk afgestemd tijdens de onboarding
→ Herinnert de ouder aan belangrijke momenten
→ Advies in combinatie met recepten
→ Ervaringen van ouders lezen en delen



1. Onboarding: introductie
Zodra de ouder de app opent komt ze terecht bij de onboarding. Hier wordt wat verteld over de inhoud en het doel van de app.



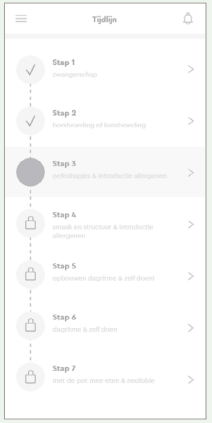
2. Onboarding: persoonlijk afstemmen
Om ervoor te zorgen dat de ouder uiteindelijk alleen informatie te zien krijgt die voor haar relevant is worden er vragen gesteld. Zo weet de app straks bij welke stap de ouder is.



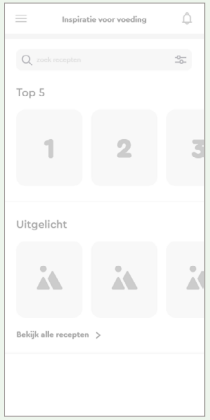
3. Home
Na de onboarding komt de ouder bij haar persoonlijke overzicht terecht. Er wordt wat vertelt over de stap waarin haar kindje zich nu bevindt en er worden passende recepten geboden.



4. Detailpagina stap 3
Als je via home op 'meer lezen' klikt bij stap 3 kom je terecht op de detailpagina van die stap. Hier kun je kort en bondig advies lezen over de stap.



5. Tijdlijn
De ouder kan ook naar de tijdlijn navigeren. Hier kan zij zien bij welke stap van het stappenplan zij is, welke stappen zij heeft afgerond en welke stappen er nog gaan volgen.



6. Inspiratie voor voeding
Op de home staan recepten opgedeeld in thema's (bij stap 3 zijn dat oefenhapjes en allergenen). Op deze pagina staan alle recepten van stap 3, gesorteerd op de top 5 volgens andere ouders en een aantal uitgelichte recepten.



7. Groeicurve
De ouder kan in de app ook de groeicurve bekijken. Er wordt aangegeven of haar kind minder of meer weegt dan het gemiddelde. Vervolgens wordt informatie gegeven over wat dit precies betekent.



8. Pushmeldingen



9. Ervaringen ouders
Het is op de home ook mogelijk verhalen van ouders te lezen of je eigen verhaal te delen.

Peer Review & Expert Review
Tijdens de Feedback Frenzy kreeg ik de feedback dat ik mij nog meer mocht verdiepen in de optimale flow en de volgorde waarin ik de informatie weergeef. (zie PB 7.1 Peer Review 1) Mijn opdrachtgever had de voorkeur voor dit concept (zie PB 7.2 Expert Review 1). Ik had zelf ook het gevoel dat deze richting een antwoord kon vormen voor de design challenge en dus ging ik verder met dit concept.

Concept 2: eetdagboek

Het tweede concept bood ouders de mogelijkheid om eetmomenten vast te leggen, verantwoorde dagelijkse menu's uit te kiezen en vragen te noteren.

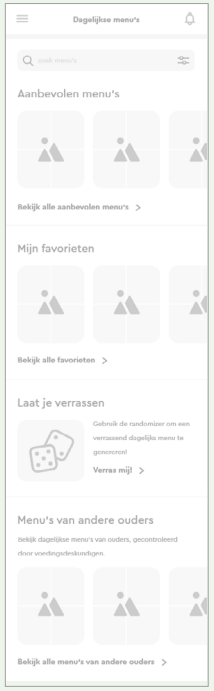
→ Persoonlijk afgestemd
→ Dagelijkse menu's als houvast
→ Eetdagboek waarbij de ouder vragen kan noteren
→ Informatie over voeding in de vorm van artikelen
→ Helpt ouders elkaar vinden



1. Home
Op de home staat een klok met de verschillende eetmomenten van het kind. De ouder kan deze eetmomenten toevoegen. Op deze pagina is het ook mogelijk om FAQ te bekijken of contact op te nemen met de verpleegkundige.



2. Home: dagelijks menu
De ouder kan er ook voor kiezen om een dagelijks menu toe te voegen aan haar dag. Dit menu past bij de stap waar haar kind zich in bevindt.



3. Dagelijkse menu's
Dit is de pagina met de dagelijkse menu's van stap 3. Het bestaat uit aanbevolen menu's, de ouder haar favoriete menu's, een randomizer en menu's van andere ouders (goedgekeurd door verpleegkundigen)



4. Mijn eetdagboek
De ouder kan ook het eetdagboek inzien. Zo kan zij alle eetmomenten terugvinden. Als zij die dag een vraag heeft genoteerd dan kan zij die ook terugvinden. Vragen kan zij stellen bij haar fysieke afspraak met de verpleegkundige.



5. Meer over voeding
Hier kan de ouder meer leren over voeding, mocht zij daar interesse in hebben.



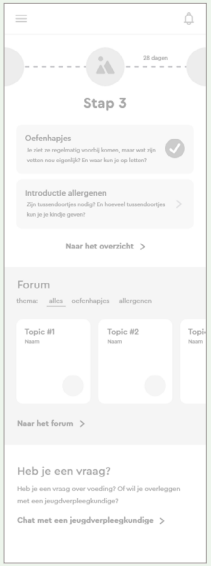
6. Moedergroepen
De app faciliteert ook in het vinden van whatsapp-groepen met moeders in dezelfde fase. Het blijkt dat mensen het namelijk waardevol vinden om samen met een aantal moeders een groep te vormen.

Feedback
Mijn opdrachtgever vond dit concept meer passen bij haar rol als gewichtsconsulent, maar niet voor 'Wegwijs in de Voedingsjungle'. Wel waren mede-studenten enthousiast over de recepten, het noteren van vragen en de moedergroepen. Dit nam ik mee naar mijn final concept. Wel moest ik voorkomen dat de app te veel features zou bevatten. Ik wou niet dat de ouder het overzicht zou verliezen.

Concept 3: lessen over voeding

Het derde concept boodt ouders de mogelijkheid om meer te leren over voeding door hier korte lessen in te volgen, aangevuld met een forum.

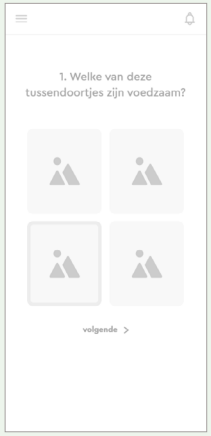
→ Persoonlijk afgestemd
→ Korte lessen over voeding
→ Forum
→ Chatten met de vaste jeugdverpleegkundige



1. Home
Hier staat bij welke stap de ouder is. Per thema staat een les. Daaronder staat ook een forum voor ouders die bij stap 3 zijn. Het is ook mogelijk te chatten met een verpleegkundige.



2. Overzicht stappen
De ouder kan alleen de lessen volgen van de stap waarin zij zich bevindt, de volgende stap is nog op slot. Zo blijft de informatievoorziening behapbaar.



3. Les over voeding
Een voorbeeld van hoe een les eruit kan zien. In het antwoord wordt vertelt waarom het antwoord goed of fout is.

Feedback
Als feedback kreeg ik dat ik voor dit concept onderzoek moest doen naar hoe je mensen iets leren. Toch leek dit concept mij minder passen bij de doelgroep, omdat het toch wel tijdrovend kan zijn. Ik ben hier daarom niet mee verder gegaan. (zie PB 7.1 Peer Review 1)

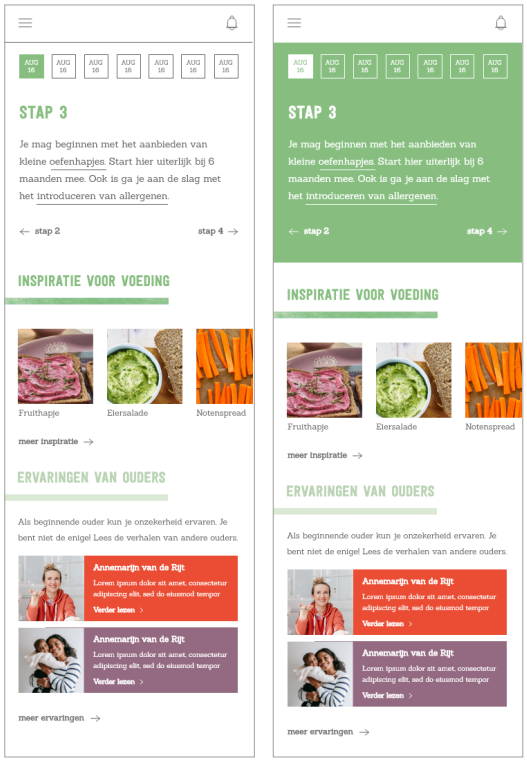
Vormgeving

De wens van de opdrachtgever was om de huisstijl van het boek 'Wegwijs' in de Voedingsjungle aan te houden.

Tijdens een tussentijdse presentatie presenteerde ik een moodboard en twee schermontwerpen aan mijn opdrachtgever.



Moodboard huisstijl

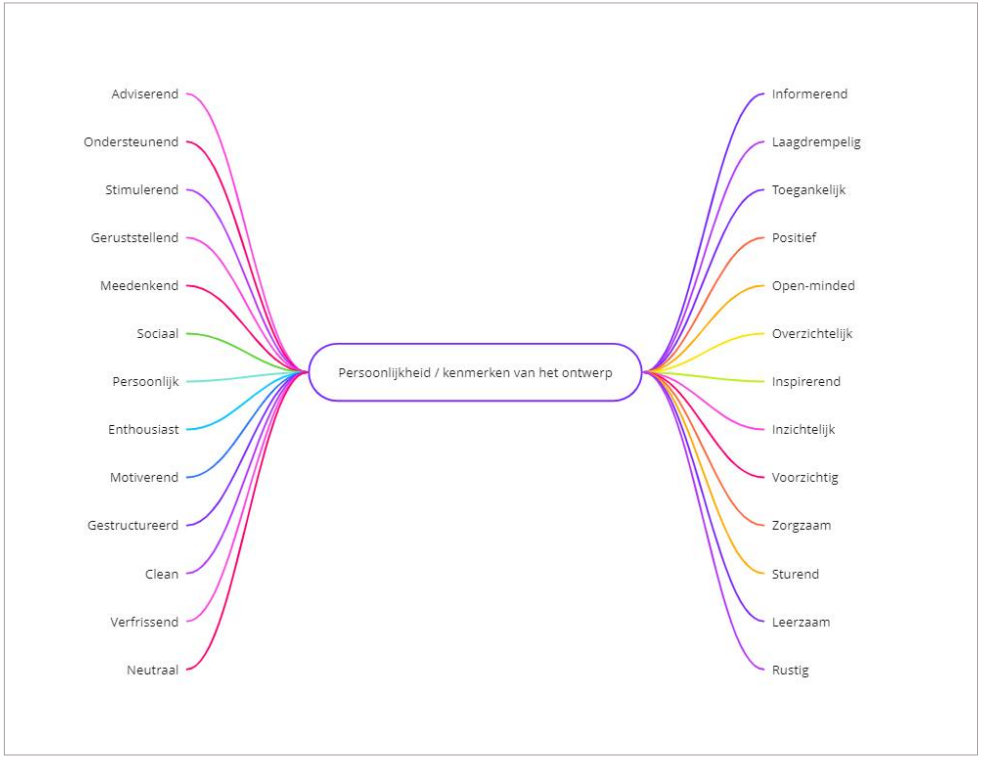


Schermontwerpen in de huidige huisstijl

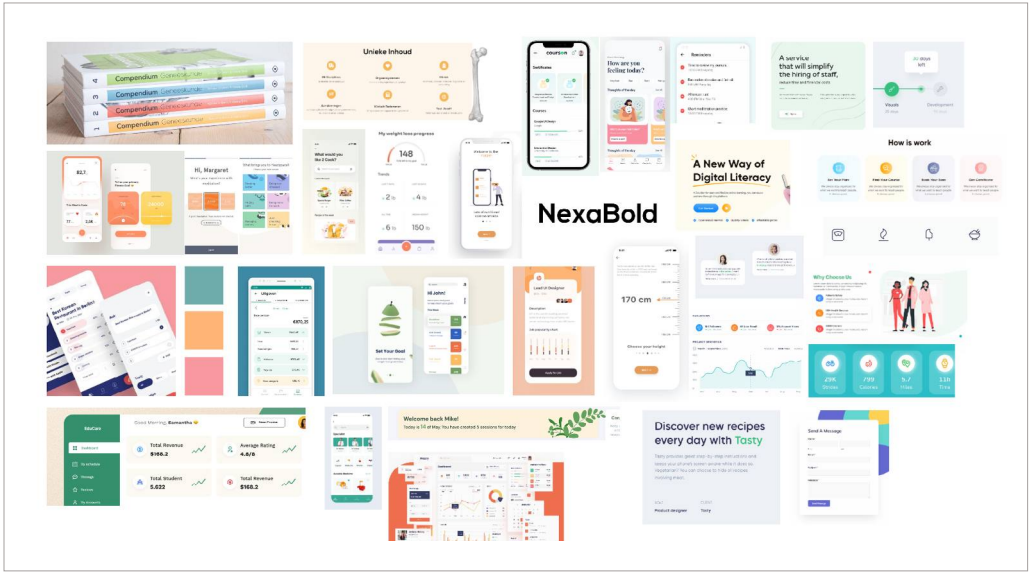
Vormgeving

Vanuit mijn onderzoek concludeerde ik echter dat de speelse en kleurrijke huisstijl van Voedingsjungle niet aansloot bij de doelgroep.

Om die reden ging ik zelf op zoek naar een nieuwe huisstijl door een woordenweb en een moodboard te maken.



Kenmerken van het ontwerp



Moodboard

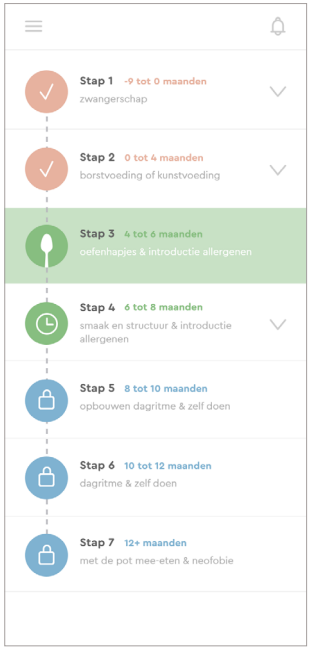
Vormgeving

Ik ontworp een nieuwe visuele identiteit. Omdat de app herkenbaar beeldmateriaal moest bevatten van het boek combineerde ik dit met illustraties uit het boek.

Het ontwerp straalt professionaliteit en betrouwbaarheid uit, maar is niet te klinisch. Het is enigszins speels door de illustraties, maar wel overzichtelijk.



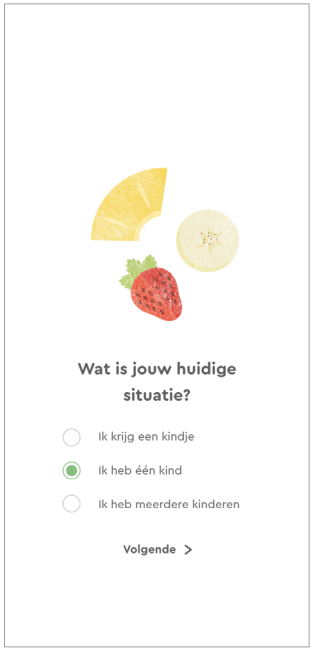
Home



Alle stappen



Introductie



Onboarding



Profiel



Recepten

4. Het Ontwerp

Wegwijs in de Voedingsjungle

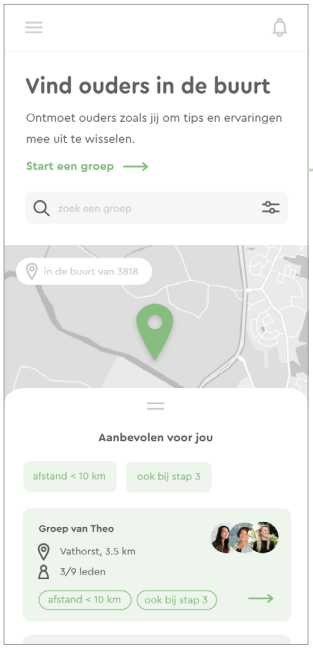
De app 'Wegwijs in de Voedingsjungle' informeert, ondersteunt en stimuleert de ouder bij de eet- en smaakontwikkeling van het kind. Dit doet de app op 4 manieren.



1. Door **informatie over voeding** op een overzichtelijke en persoonlijk afgestemde wijze aan te bieden.

2. Met een **meest gestelde vragen** pagina waar de ouder antwoord kan vinden op vragen, maar ook kan zien welke vragen er bij andere ouders spelen.





3. Door het mogelijk te maken om **ouders in de buurt** te ontmoeten.

4. Door **passende recepten** aan te bieden



1. Informatie over voeding

> Met het opnieuw structureren, vormgeven en digitaliseren van de informatie ontworp ik een informatievoorziening die beter aansluit bij de behoeften van de ouder.

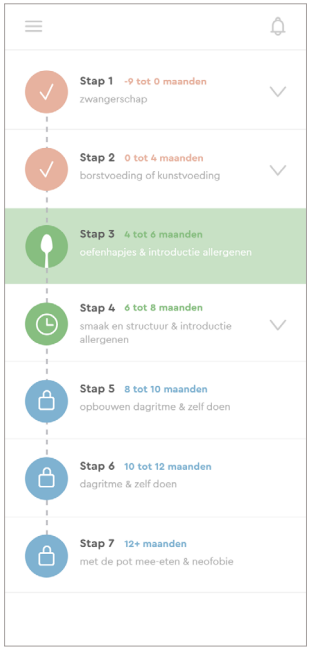
Ontwerpkeuzes

Om ouders bewust te maken van de eet- en smaakontwikkeling biedt de app een centraal overzicht met informatie over de stap waarin het kind zich bevindt. Elke stap bevat twee thema's die elk een eigen detailpagina hebben. Informatie over deze thema's wordt gelaagd aangeboden en is afgestemd op de behoeften van de ouder.

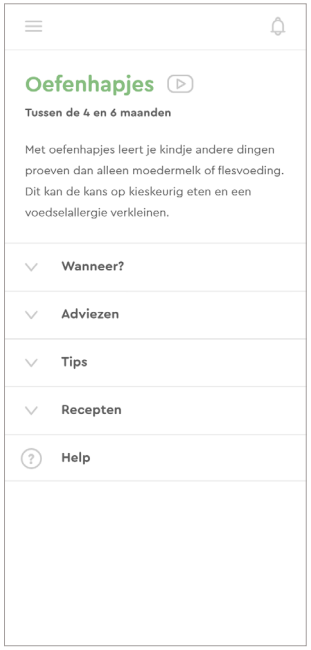
Bij het overzicht van alle stappen kan de ouder ook informatie vinden over de eerstvolgende stap, zodat hij of zij zich kan voorbereiden op wat komen gaat. Door middel van pushmeldingen blijft de ouder op de hoogte van de belangrijkste momenten in de eet- en smaakontwikkeling.



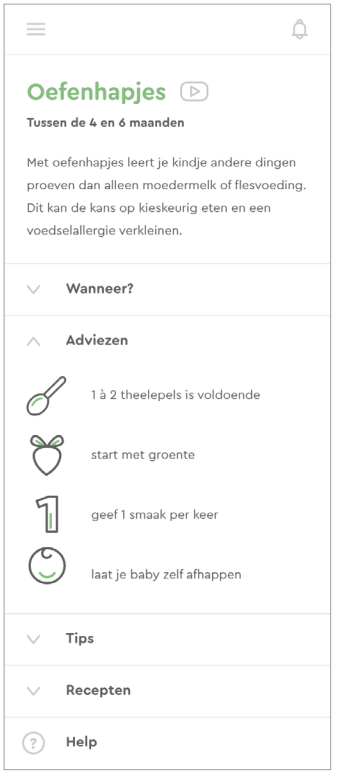
Home



Alle stappen

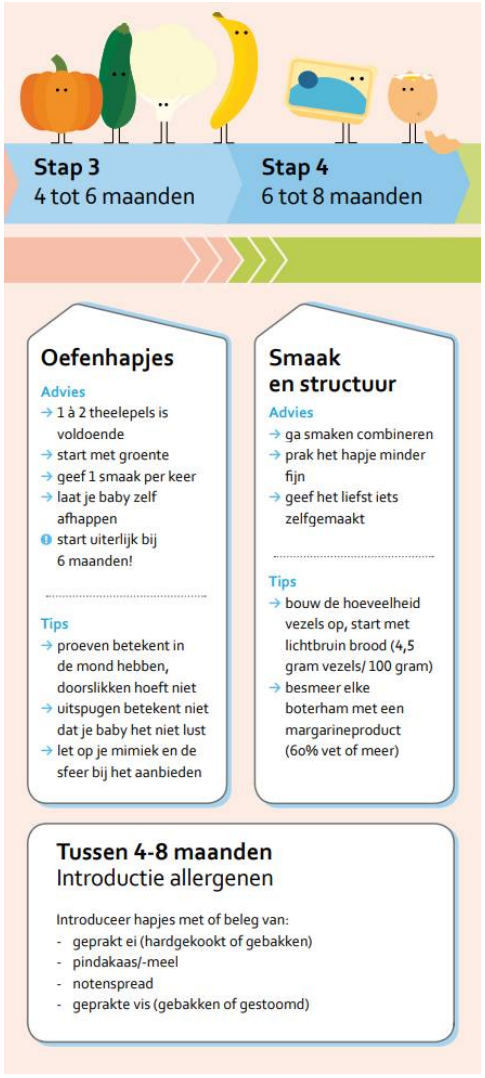


Thema detailpagina

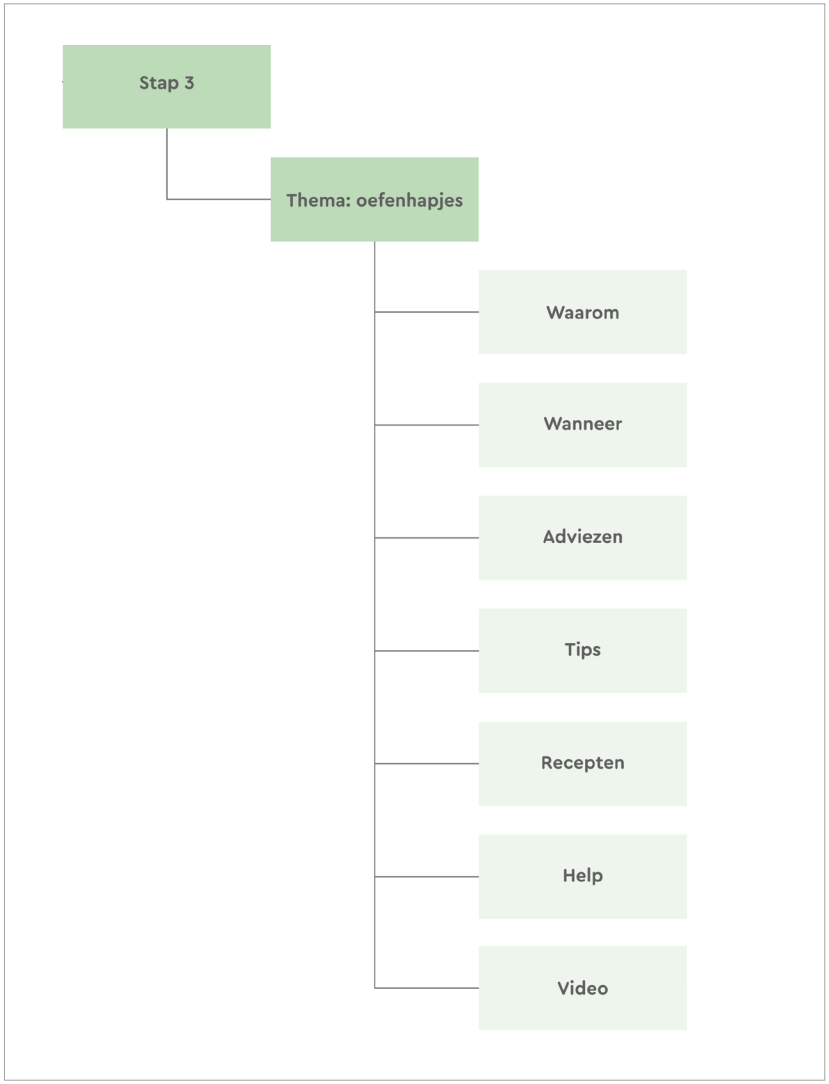


Thema detailpagina – Adviezen

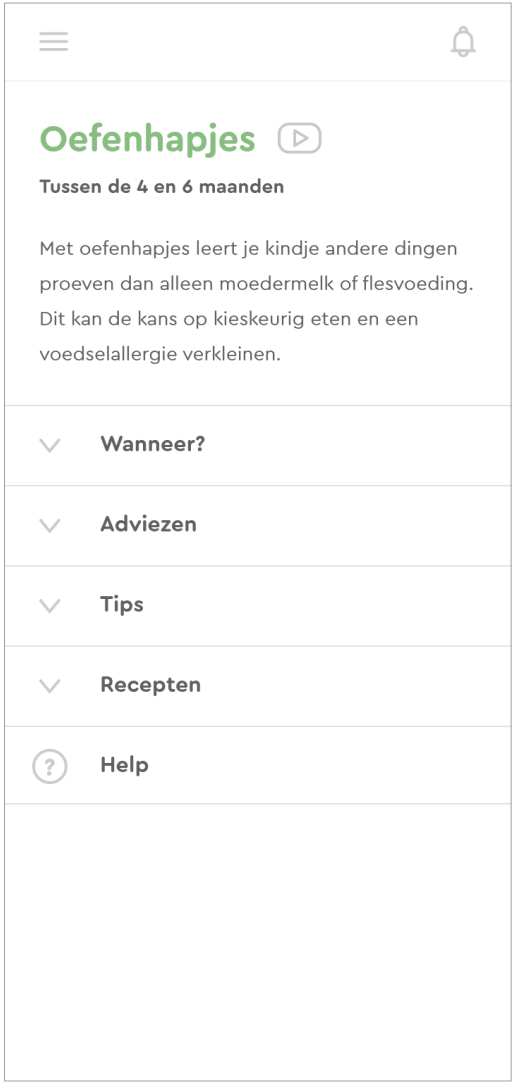
Het huidige advies vs. het nieuwe ontwerp



Het 'oude' advies bij stap 3 in het fysieke stappenplan

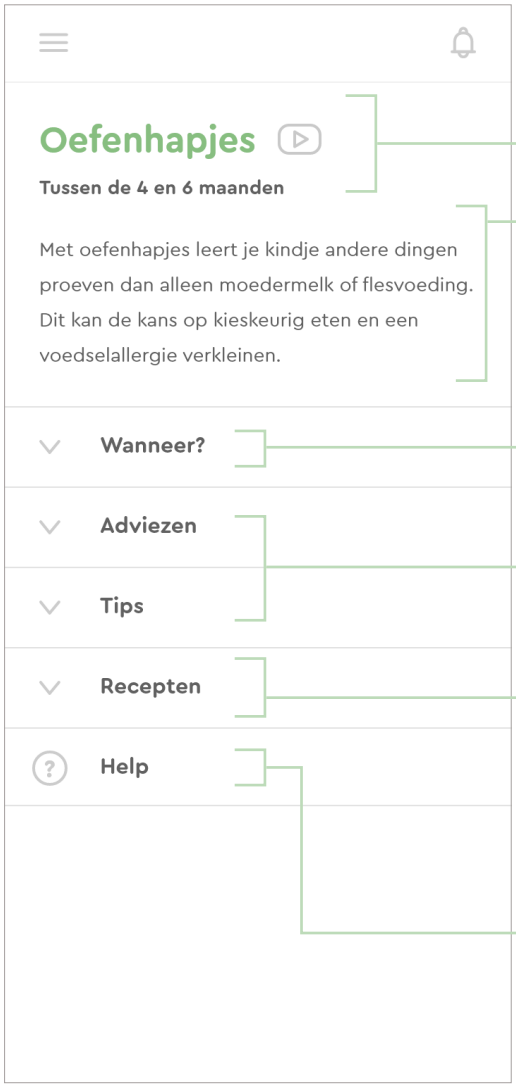


Opzet voor een nieuwe organisatiestructuur



Het nieuwe ontwerp

De detailpagina van een thema: Oefenhapjes



Thema detailpagina

Elke thema-pagina begint met de **titel** van het thema, in dit geval 'Oefenhapjes'. Ook wordt de **leeftijdsfase** hier nogmaals benoemt. Het is mogelijk om alle informatie rondom het thema als **video** te bekijken.

De titel wordt gevolgd met het **waarom**: Waarom is dit thema in deze leeftijdsfase zo belangrijk?

Bij **wanneer** wordt nogmaals de leeftijdsfase benoemt, maar ook dat het per kind verschillend is. Hier vindt de ouder een lijst met signalen waaraan de ouder kan herkennen dat zijn of haar kindje klaar is voor oefenhapjes.

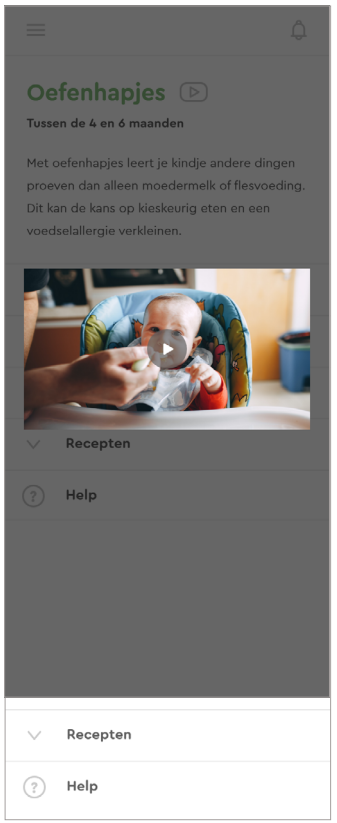
Hier staan de belangrijkste **adviezen** en **tips** opgesomd met daarbij een icoon om de informatie visueel te ondersteunen.

Naast de informatie worden hier recepten aangeboden die passen bij het thema. Zo kan de ouder vrijwel direct aan de slag.

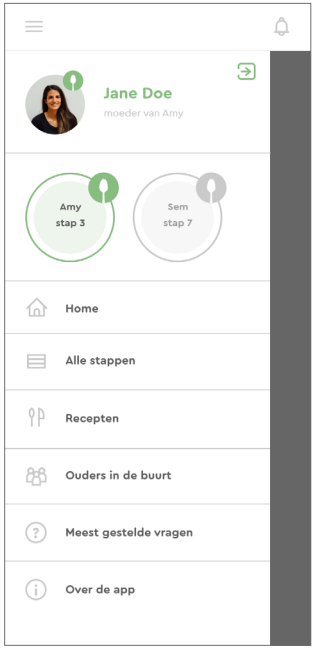
Mocht de ouder vastlopen of vragen hebben over voeding, dan kan zij bij de **meest gestelde vragen** kijken of direct **contact opnemen met een jeugdverpleegkundige.**



Thema detailpagina – Wanneer



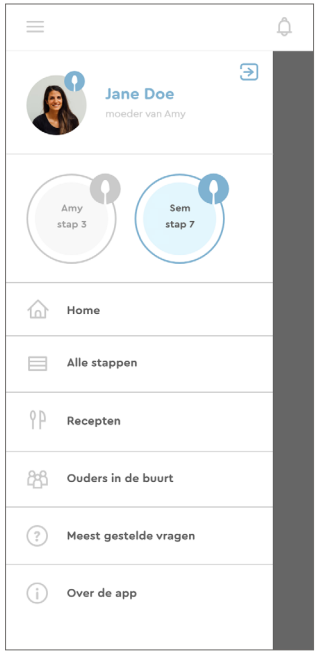
Thema detailpagina – Tips



Menu – Kind 1



Home – Kind 1



Menu – Kind 2



Home – Kind 2

Als de ouder meerdere kinderen heeft kan de ouder dit bij de onboarding aangeven. Via het menu of het profiel kan de ouder snel wisselen tussen de informatievoorziening voor het ene kind en voor het andere.

2. Meest gestelde vragen

Om de ouder te ondersteunen bij vragen rondom voeding beschikt de app over een meest gestelde vragen pagina, met daarbij de mogelijkheid om direct contact op te nemen met het CB.

Ontwerpkeuzes

Om ouders te ondersteunen beschikt de app over een pagina met de meest gestelde vragen van ouders. De ouder kan een specifieke vraag opzoeken via de zoekbalk, of oriënteren op vragen die spelen bij andere ouders. Doordat de ouder er achter komt dat ze niet de enige is die worstelt met vragen ontstaat er een stukje herkenning en kan zij zich minder eenzaam gaan voelen. Onderaan het scherm zal continu een call-to-action 'bel een verpleegkundige' blijven staan. Bij twijfels is het namelijk de bedoeling dat de ouder contact opneemt met een verpleegkundige.



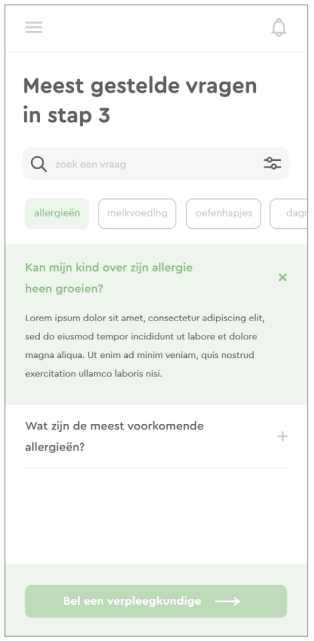
Meest gestelde vragen



Meest gestelde vragen stap 3



Meest gestelde vragen stap 3



Meest gestelde vragen stap 3

Job Story: Wanneer ik kennis op doe over voeding wil ik snel en laagdrempelig de meest gestelde vragen kunnen bekijken zodat ik weet welke vragen er spelen bij andere ouders.

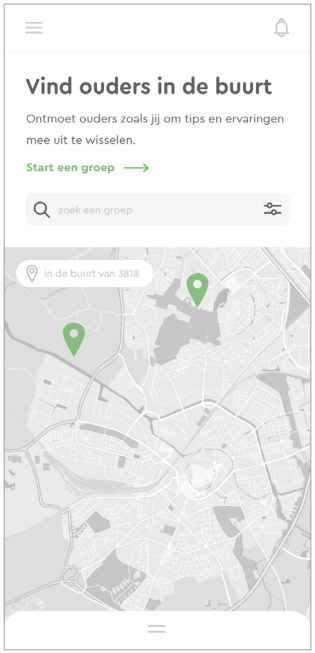
3. Ouders in de buurt

> Omdat de ouder het waardevol vindt om andere ouders te ontmoeten, maar het vinden van een groep niet vanzelfsprekend is maakt de app het mogelijk om ouders in de buurt te vinden.

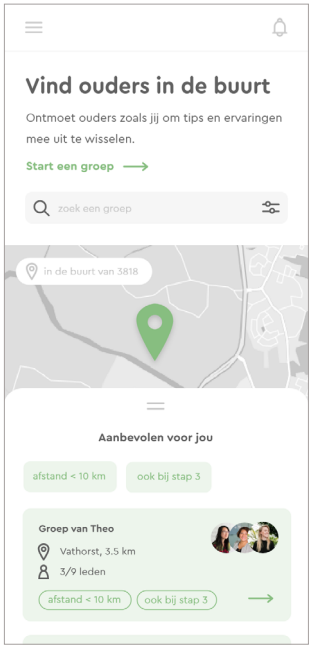
Ontwerpkeuzes

De app maakt het mogelijk om samen met ouders in de buurt en ouders die bij dezelfde stap zijn een groep te vormen. Op het moment dat je lid wordt van een groep krijg je toegang tot een link naar de whatsappgroep. Zo kun je laagdrempelig vragen stellen aan ouders en eventueel ook fysiek met elkaar afspreken. Een mooie bijeenkomst is dat kinderen zo ook al vroeg speelmaatjes kunnen vinden.

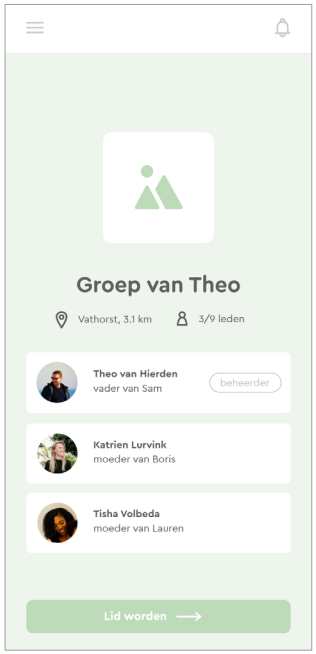
Naast het vormen van groepen worden bij recepten ervaringen van ouders gedeeld. Hier kun je dus lezen hoe bijvoorbeeld een oefenhapje een andere ouder is afgegaan, of je kunt zelf jouw ervaring delen.



Ouders in de buurt



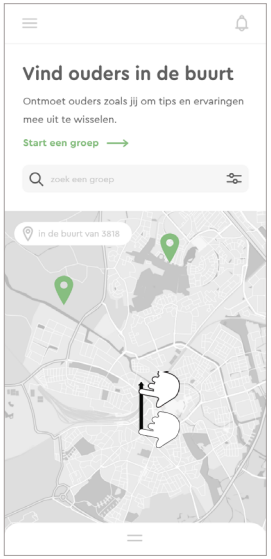
Ouders in de buurt



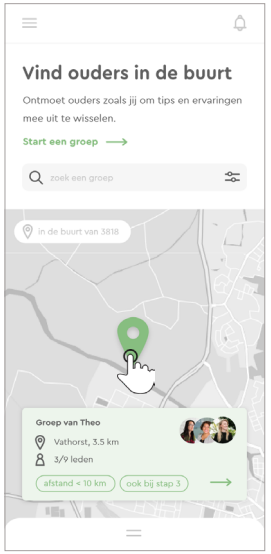
Groep detailpagina



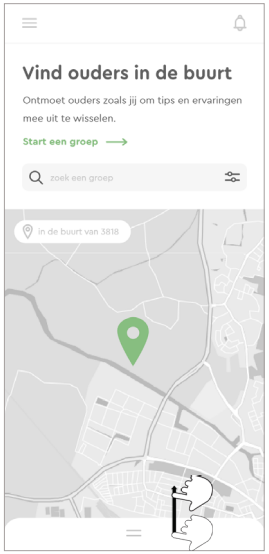
Recept detailpagina



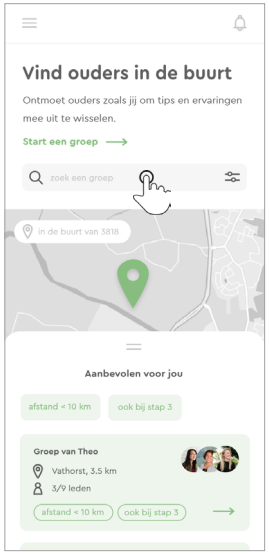
Ouders in de buurt



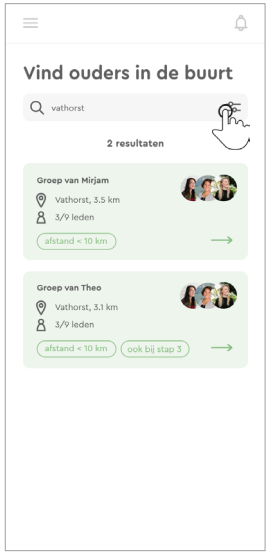
Ouders in de buurt



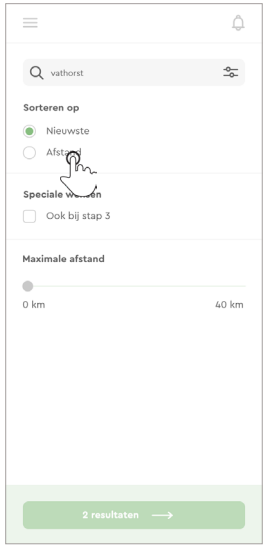
Ouders in de buurt



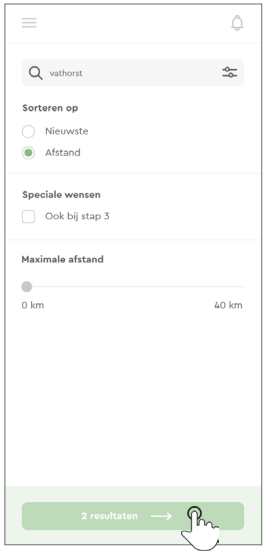
Ouders in de buurt



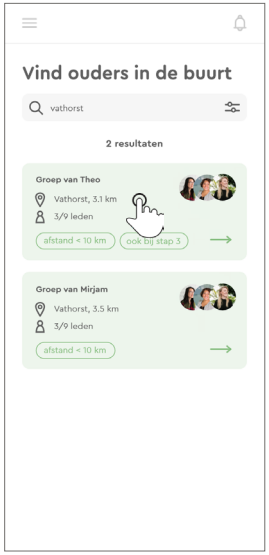
Ouders in de buurt – Zoeken



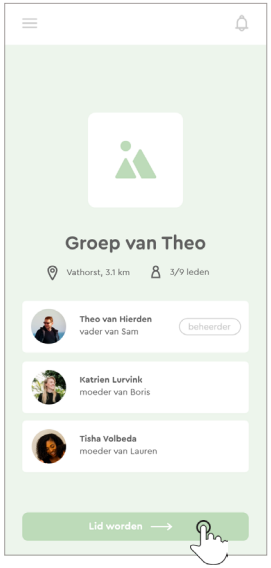
Ouders in de buurt – Filter



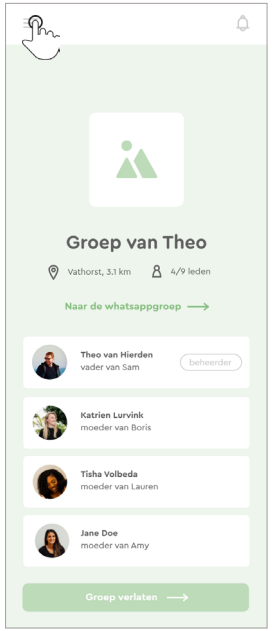
Ouders in de buurt – Filter



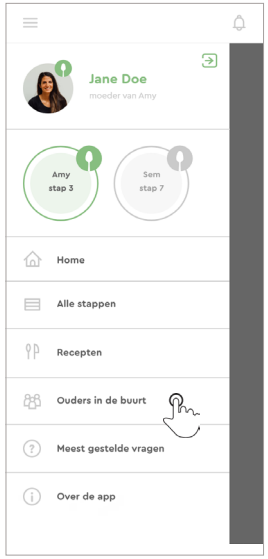
Ouders in de buurt – Zoeken



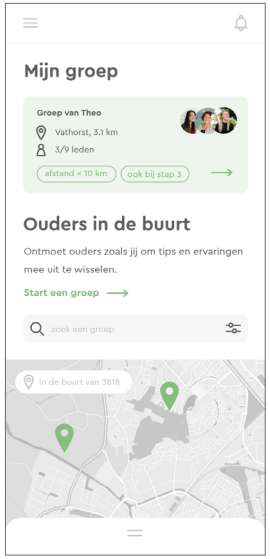
Groep detailpagina



Groep detailpagina



Menu



Ouders in de buurt

Job Story: Wanneer ik behoefte heb aan contact met andere ouders wil ik een groep ouders in de buurt kunnen vinden zodat ik tips en ervaringen kan uitwisselen.

4. Passende recepten

> Ouders miste voorbeelden bij het huidige stappenplan. De app helpt daarom bij het vinden van recepten die aansluiten bij de stap waarin het kind zich bevindt.

Ontwerpkeuzes

De app biedt recepten op basis van de stap waarin het kind van de ouder zich bevindt. Binnen dit aanbod kan de ouder op verschillende manieren een recept vinden:

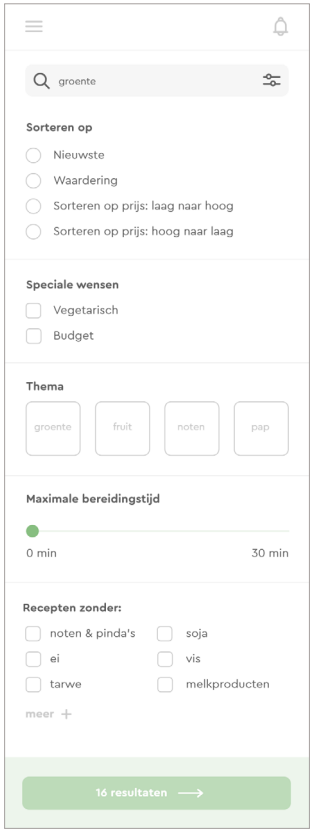
- Het zoeken en filteren van een recept (bijvoorbeeld op basis van wat zij al in huis heeft)
- Het bekijken van aanbevolen recepten
- Het bekijken van populaire thema's bij andere ouders
- Het bekijken van recepten van het seizoen
- Het gebruiken van de randomizer

Juist de link tussen de kennis en de praktische voorbeelden die daarbij horen is waar ouders behoefte aan hebben.

De ouder kan recepten ook opslaan bij zijn of haar favorieten. Zodra de ouder zich door het stappenplan heen beweegt breidt het eetpalet van het kind zich uit.



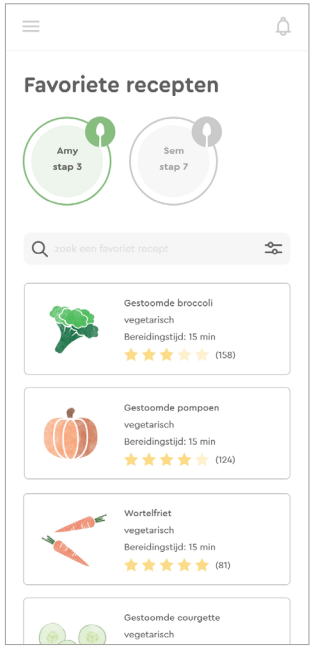
Recepten



Recepten – Sorteren



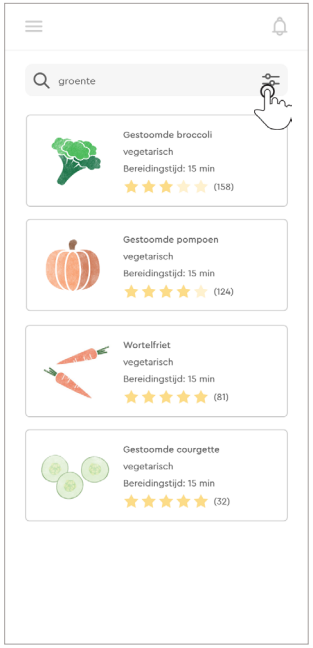
Recept detailpagina



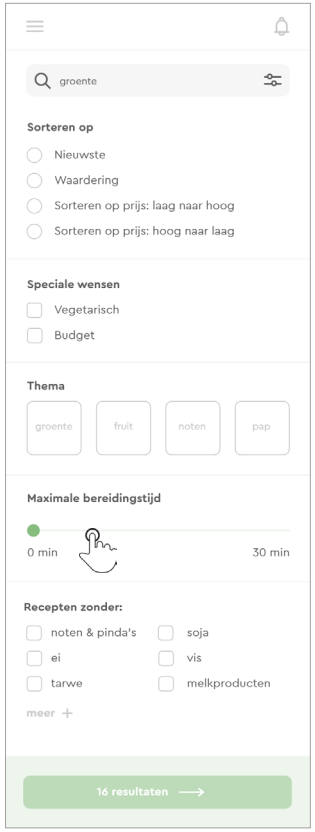
Favoriete recepten



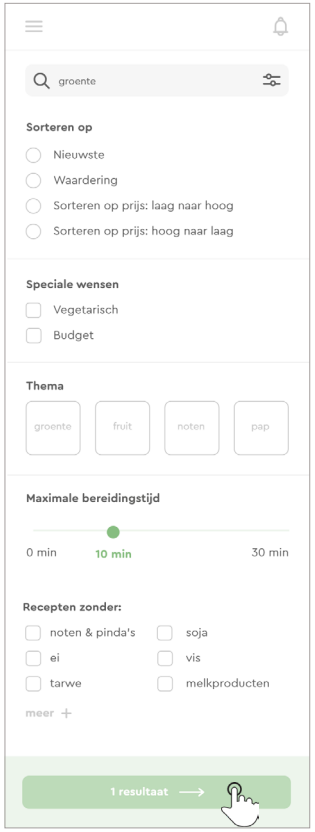
Recepten



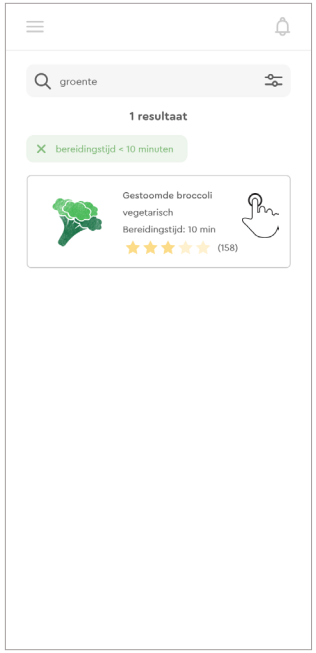
Recepten – Zoeken



Recepten – Filter



Recepten – Filter



Recepten – Zoeken



Recept detailpagina

Job Story: Wanneer ik een recept ga zoeken wil ik kunnen zoeken en filteren zodat ik een passend recept vind.

Waarde van Digitaal

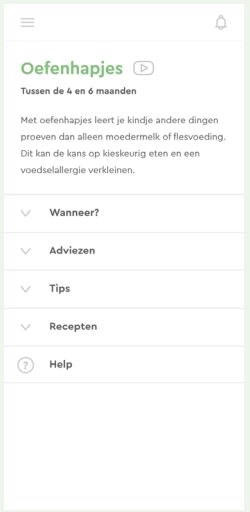
> Naast het opnieuw structureren en vormgeven van het advies bood het digitaliseren van de informatievoorziening nog veel meer waardevolle mogelijkheden.

Zo kun je ...

1. **informatie doseren**
2. **informatie persoonlijk afstemmen**
3. **informatie ten alle tijden aanbieden**
4. **data verzamelen over het gebruik en zo de UX verbeteren**
5. **social media linken en zo meer ouders bereiken**
6. **de gebruiker attenderen op belangrijke momenten**
7. **informatie aanbieden in verschillende vormen**
8. **social media linken en zo meer ouders bereiken**

Voor meer informatie, zie PB 3.8 Waarde van Digitaal)

1

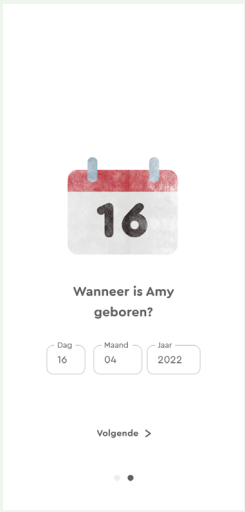


Thema detailpagina

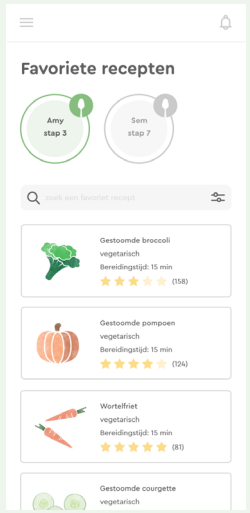


Thema detailpagina – Tips

2

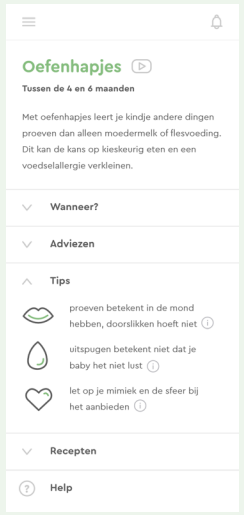


Onboarding

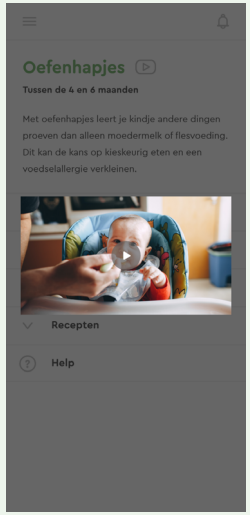


Favoriete recepten

7



Thema Detailpagina – Tips



Thema Detailpagina – Video

6



Pushmeldingen

Informatie Architectuur

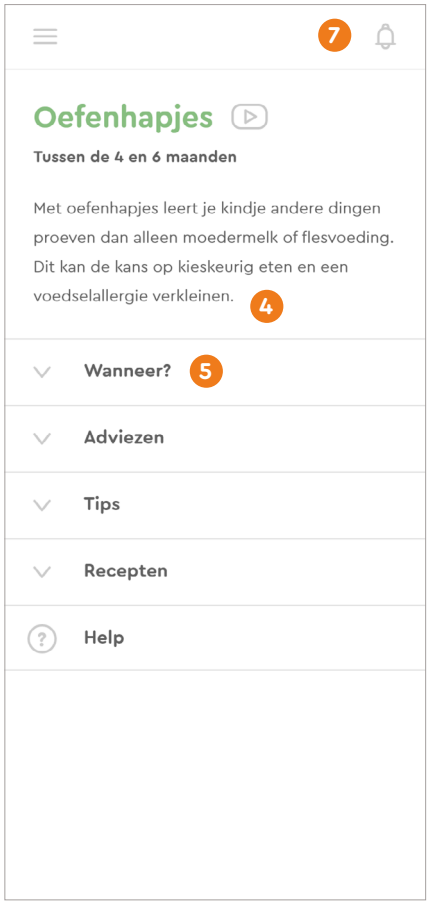
In de app vindt de ouder op verschillende manieren informatie.

1. **Finding known items: zoeken naar een recept**
2. **Exploring**
3. **Refining and narrowing**
4. **Getting a broad idea**
5. **Diving into detail**
6. **Discovering unknown things**
7. **Keeping up to date**
8. **Re-finding**

(zie PB 3.5 Het Presenteren van het Advies)



Recepten



Thema detailpagina



Mijn profiel

Visuele Hierarchie

> Door te kijken naar de principes van visuele hierarchie vallen de belangrijkste items in de app goed op bij de gebruiker.

1. **Using size and scale to pull focus**
   'Stap 3' is groter dan de body tekst en grijpt daardoor als eerste het oog van de gebruiker.

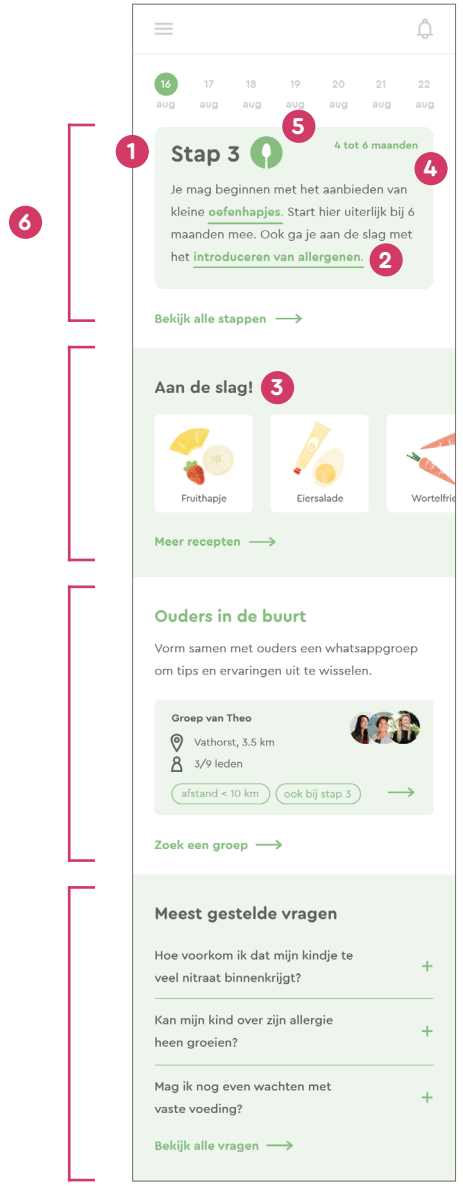
2. **Using color and contrast to make objects stand out**
   De thema's 'oefenhapjes en 'introduceren van allergenen' zijn van kleur en worden daardoor als belangrijk gezien ten opzichte van andere elementen.

3. **Harnessing typefaces**
   Het font van de kopjes zijn groter dan de body tekst en hebben meer gewicht.

4. **Using spacing to direct the user:**
   De informatie van stap 3 staat los van de rand en valt hierdoor beter op.

5. **Balance and symmetry**
   De informatie van stap 3 en de aanbevolen moedergroep worden symmetrisch weergegeven.

6. **Proximity of elements:**
   De content op de home is opgedeeld in verschillende onderdelen. De elementen die dicht bij elkaar staan worden met elkaar geassicieerd.



Home

Persuasion

In het ontwerp komen een aantal beïnvloedingsprincipes van Cialdini terug.

1 Consistentie

Mensen maken keuzes die hen logisch lijken. De belangrijkste acties die de gebruiker moet nemen volgen elkaar logisch op. Zo begint de ouder met het op doen van kennis over de stap en worden er bij 'aan de slag' meteen recepten aangeboden.

2 Sociale bewijskracht

Mensen zijn geneigd om hun gedrag af te stemmen op wat anderen doen, zeker wanneer zij onzeker zijn. Op de pagina met recepten staan populaire thema's. Ook staan er bij elk recept ervaringen van andere ouders.

3 Eenheid

Mensen hebben behoefte aan eenheid. Ouders worden bij ouder groepen gematcht met ouders in dezelfde stap en/of ouders in de buurt.



Home

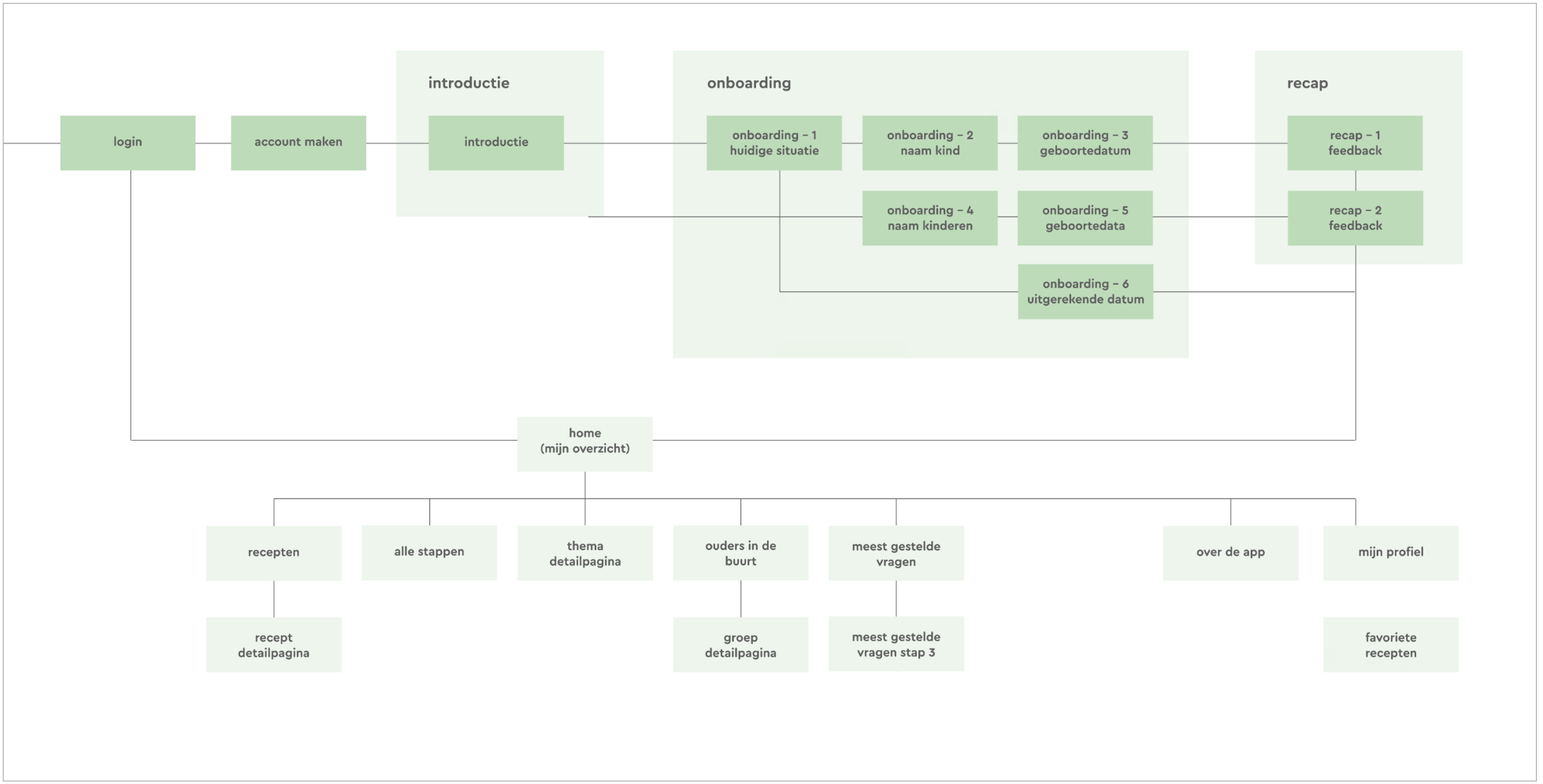


Recepten

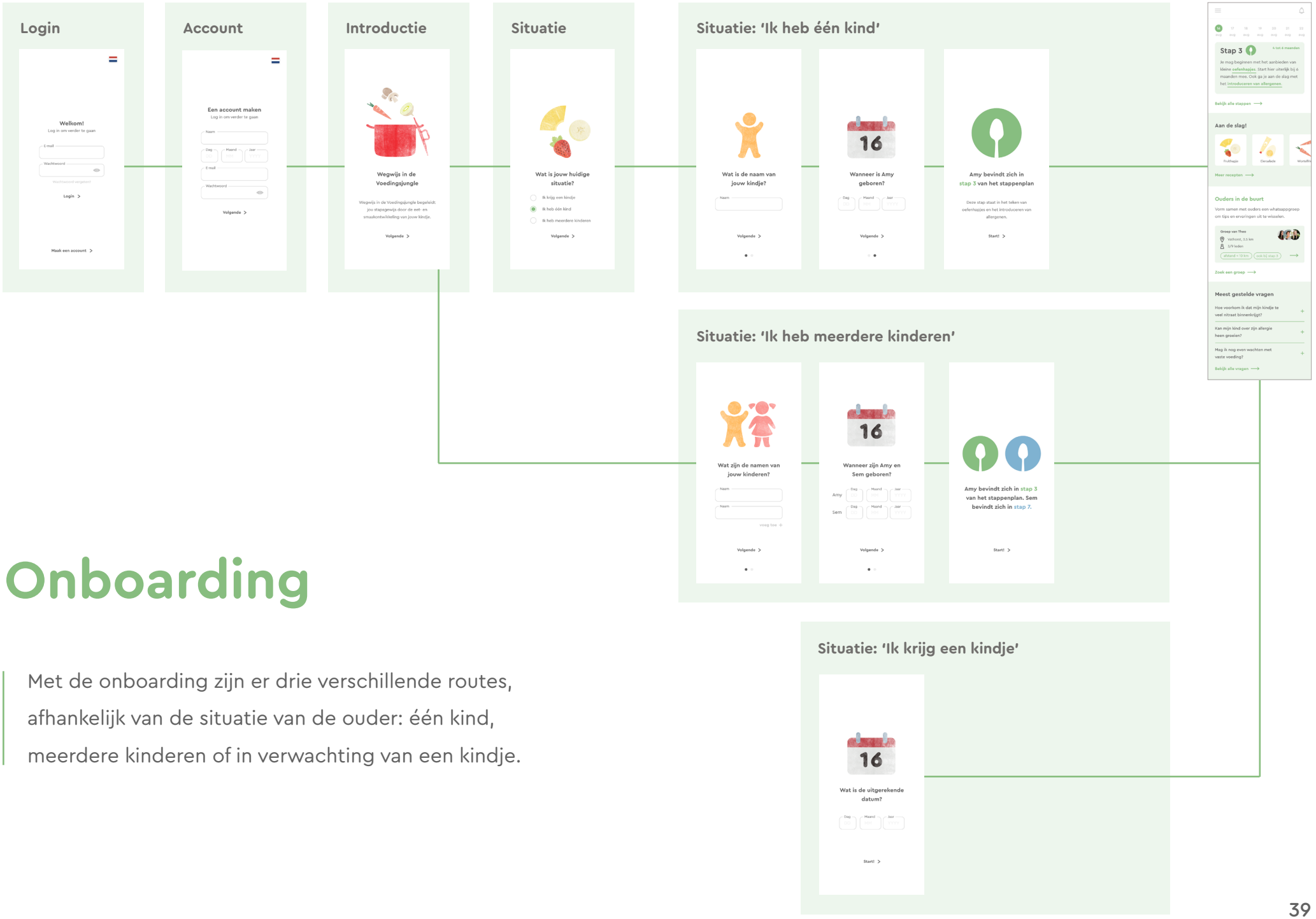


Recept detailpagina

Sitemap



Sitemap



Onboarding

Met de onboarding zijn er drie verschillende routes, afhankelijk van de situatie van de ouder: één kind, meerdere kinderen of in verwachting van een kindje.

5. Testen & Iteraties

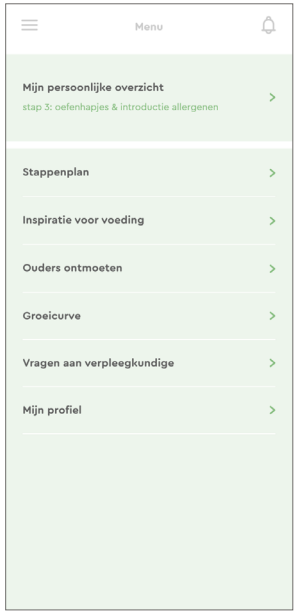
Testen & Iteratie 1

> De eerste versie van het prototype (V1) testte ik met drie mensen in mijn omgeving. Het doel hierbij was om de flow te verbeteren zodat ik het prototype kon testen met de doelgroep.

Usability Testing 1

Tijdens de eerste Usability Test omschreef ik een scenario aan de testpersoon en gaf ik hem of haar een specifieke taak. Ik vroeg hen hierbij hardop na te denken. Ik kon meekijken met het scherm en noteerde wat mij opviel.

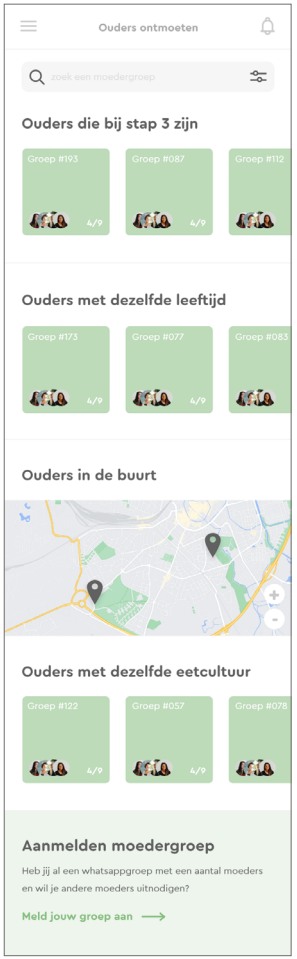
Ik paste vooral dingen aan in de flow, terminologie, tone of voice en het visual design. Voor de uitgebreide resultaten, zie PB 7.3 Usability Testing 1.



Menu



Home



Ouders ontmoeten



Stap 3 detailpagina

Testen & Iteratie 2

> Een nieuwe versie van het prototype presenteerde ik tijdens de groenlichtpresentatie, maar ook aan mijn opdrachtgever. Daarnaast testte ik het prototype met de doelgroep.

Groenlichtpresentatie

Ik mocht meer de uitdaging aangaan. Dit deed ik door weer terug de onderzoeksfase in te duiken. In de eindsprint deed ik onderzoek naar Persuasion, Informatie Architectuur, Visuele Hierarchie, Micro-interacties en de waarde van digitaliseren. N.a.v. het onderzoek kon ik het advies opnieuw vormgeven.
(zie PB 9. Aantekeningen, week 14, 18/05)

Expert Review 2

- Het waarom en wanneer van een thema duidelijk benoemen.
- De informatie over voeding meer visualiseren.
- Recepten kunnen delen met andere ouders.
- Uitwerken hoe het werkt als je twee kinderen hebt.
- Focussen op de 'goed genoeg' ouder en niet de 'perfecte' ouder.
- Een FAQ toevoegen zodat vragen van ouders worden beantwoord.

(zie PB 7.4 Expert Review 2)

Usability Testing 2

- Groeicurve eruit halen, omdat de ouder hier eigenlijk weinig waarde aan hecht.
- Vragen noteren eruit halen en vervangen met een FAQ
- Gemixte groepen ouders vasthouden. Wel ouders matchen op basis van de locatie.
- Kleine aanpassingen in de flow en terminologie.
- Minder knoppen in het menu

(zie PB 7.5 Usability Testing 2)

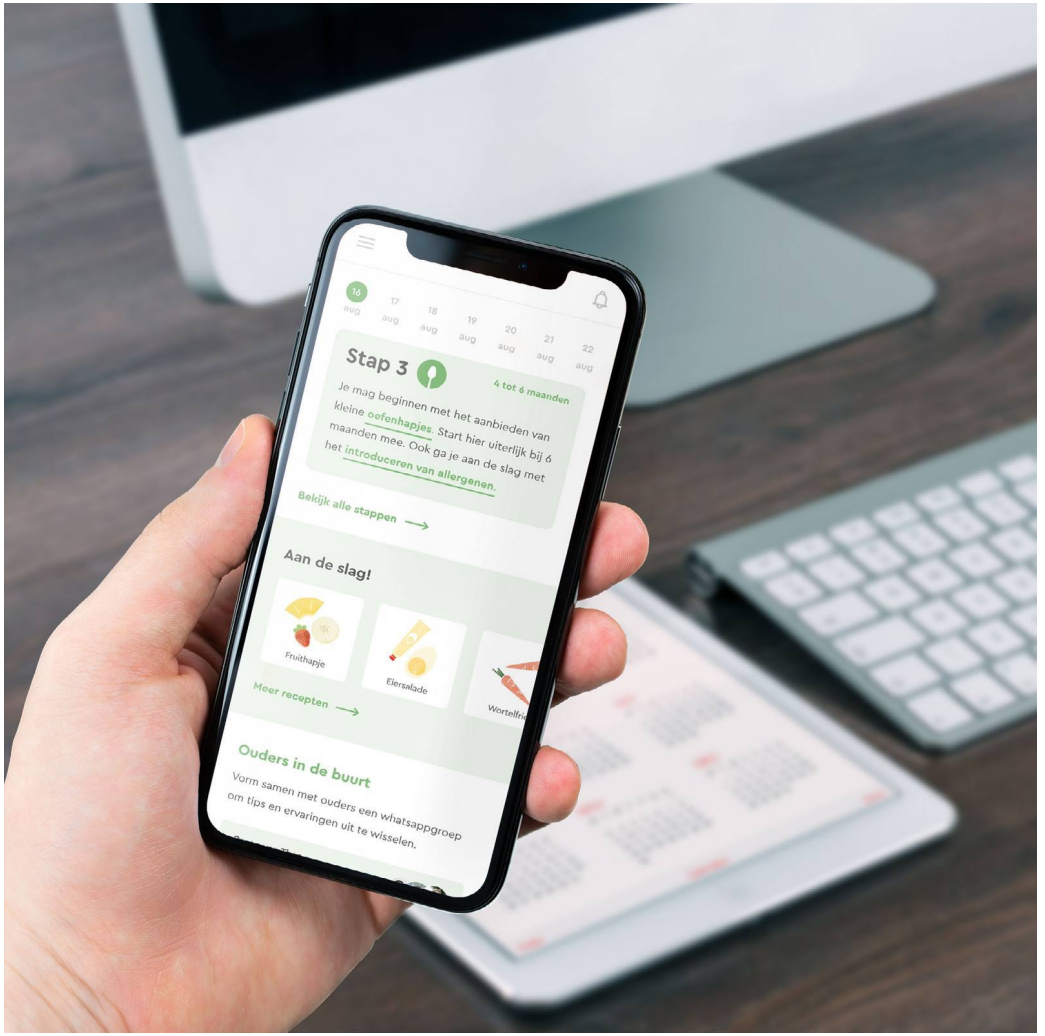
6. Conclusie & Aanbeveling

Conclusie

> In mijn conclusie geef ik aan hoe het eindproduct antwoord geeft op de Design Challenge.

De Design Challenge luidde als volgt: Hoe kan het gedigitaliseerde stappenplan van Voedingsjungle ouders met kinderen (-9 maanden tot 2 jaar) stapsgewijs informeren, ondersteunen en stimuleren bij de eet- en smaakontwikkeling van hun kind, zodat zij die positief kunnen beïnvloeden?

De app 'Wegwijs in de Voedingsjungle' informeert, ondersteunt en stimuleert de ouder bij de eet- en smaakontwikkeling van hun kind. Dit doet de app door informatie persoonlijk af te stemmen en de ouder stapsgewijs door de eet- en smaakontwikkeling van hun kind te begeleiden. De ouder doet kennis op waardoor zij deze ontwikkeling positief kan beïnvloeden.



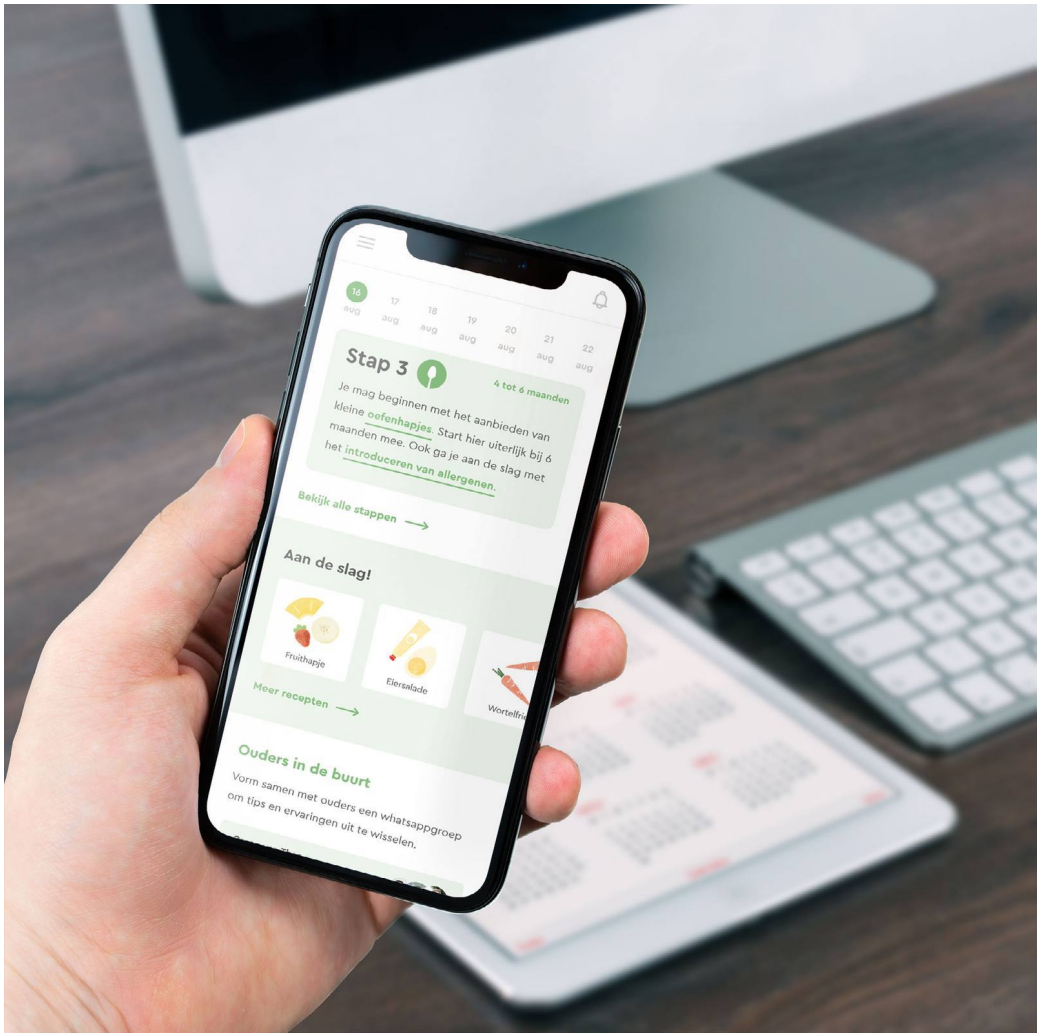
Wegwijs in de Voedingsjungle

Aanbeveling

> In de aanbeveling geef ik aan welke vervolgstappen zouden kunnen worden ondernomen wat betreft het eindproduct.

De app focust zich nu op de westerse eetcultuur, omdat Michelle van Roost zich hier met het boek Voedingsjungle op focust. Aangezien het product wel voor iedere ouder toegankelijk moet worden is het belangrijk om de app te verrijken met meerdere eetculturen.

De app 'Wegwijs in de Voedingsjungle' zou daarnaast kunnen worden uitgebouwd naar 'de eerste 1000 dagen' app, een app waarbij naast voeding ook thema's als slaap en ontspanning worden meegenomen.



Wegwijs in de Voedingsjungle

7. Literatuurlijst

Literatuurlijst

- Van Roost, M., Van Eijsden, M., Van Eijsden, M., & Van Roost, M. (2021). Wegwijs in de voedingsjungle. Van Duuren Media.

- Wat ouders verwachten van de jeugdgezondheidszorg. (2020, 21 juli). NCJ. Geraadpleegd op 16 februari 2022, van https://www.ncj.nl/actueel/nieuws/artikel/wat-ouders-verwachten-van-de-jeugdgezondheidszorg
Jive. (2021). GGD Hollands Noorden. Geraadpleegd op 16 februari 2022, van https://gezondnhn.nl/jive?cat_open_code=cgd7c8whejdjcD&report=km2021_ggd_1

- Wijnja, A. (2018). HBO Kennisbank. HBO Kennisbank. Geraadpleegd op 16 februari 2022, van https://hbokennisbank.nl/details/sharekit_hhs:oai:surfshareit.nl:0ea805f5-5e91-41eb-b8d8-2c6d3f519c75?q=Consultatiebureau

- Bos, C. H. (2017, 26 juni). HBO Kennisbank. HBO Kennisbank. Geraadpleegd op 16 februari 2022, van https://hbokennisbank.nl/details/sharekit_hz:oai:surfsharekit.nl:fcd1f480-ce62-422a-bb9b-f99ee46cb2d7

- A. (2022, 16 februari). Samenvatting onderzoek Muzus. GGD Amsterdam. Geraadpleegd op 16 februari 2022, van https://www.ggd.amsterdam.nl/gezonde-kansrijke-start-amsterdam/onderzoeken-rond-eerste-1000-dagen-kind/samenvatting-onderzoek-muzus/

- Balkhi, S. (2021, 7 juni). 7 Reasons Interactive Content is the Future of Content Marketing. Social Media & Influencer Marketing Speaker, Consultant & Author. Geraadpleegd op 1 juni 2022, van https://nealschaffer.com/interactive-content-future-of-content-marketing/

- Pintilie, D. (2022, 7 mei). 7 Types of Interactive Content—Why and How to Use Them. Single Grain. Geraadpleegd op 1 juni 2022, van https://www.singlegrain.com/blog-posts/content-marketing/7-types-of-interactive-content-why-and-how-to-use-them/