

auteur(s)

**Pieter Jan Stappers**  
p.j.stappers@io.tudelft.nl

intro

**De laatste jaren staan begrippen als 'co-creatie', 'ethnografie', 'gebruikersparticipatie' steeds meer in de belangstelling in het ontwerpveld. Bedrijven herkennen dat het voor hun steeds belangrijker wordt om de klant goed te begrijpen; ontwerpers zoeken naar manieren om een rijker begrip op te bouwen van het alledaagse leven van de gebruiker, zodat de producten die ze maken beter aansluiten bij dat leven.**

titel

## De achtergrond van contextmapping

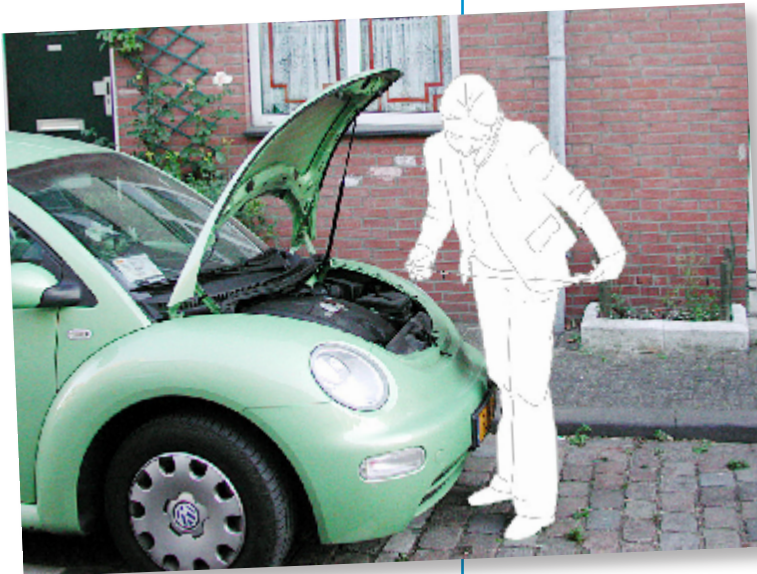
body

Om dit begrip op te bouwen hebben ontwerpers meer nodig dan de klassieke opdrachtsomschrijving of gangbare, veelal kwantitatieve en zuiver tekstuele, rapporten van marktonderzoek. Het is voor hen even belangrijk om empathie op te bouwen, de situatie van de gebruiker en diens belangen in te voelen, als om de functionele mogelijkheden van het product te begrijpen. Dit wordt uitgedrukt in uitspraken als "in de schoenen van de gebruiker te gaan staan".

Een manier hierbij is om gebruikers op te nemen in het ontwerpteam: co-creatie. Een andere is om de ontwerper onder te dompelen in het leven van de gebruiker. Een derde manier is om samen met gebruikers een rijk beeld op te bouwen van hun waarden en behoeften.

In de praktijk krijgen ontwerpers weinig tijd en geld beschikbaar om met de gebruiker om te gaan. Daarom is het belangrijk effectief en efficiënt te werken.

*"You must step into the  
USER'S SHOES"*



*Telefoneren gebeurt binnen  
een context: wie belt ze?*

Een landkaart als metafoor voor de info die ontwerpers over gebruikers moeten hebben

De contextmapping methode bouwt zo'n kaart op in drie fasen. Eerst het verzamelen van data, met technieken als cultural probes en generative tools. Vervolgens het interpreteren en structureren tot inzichten, met methoden van kwalitatief onderzoek. Als laatste het communiceren van de inzichten, met een nadruk op zowel objectieve als subjectieve gegevens.

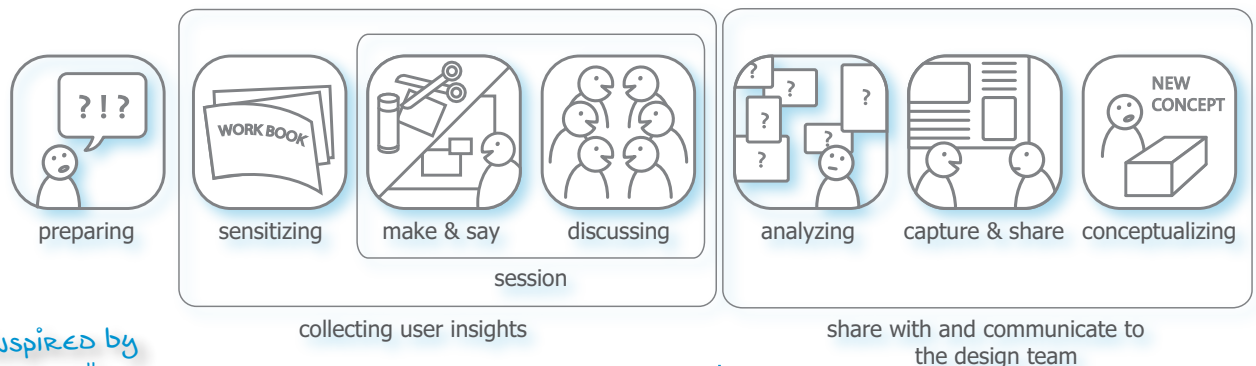
In de afgelopen vijf jaar heeft de contextmapping groep van ID-StudioLab onderzoek verricht naar deze methoden, in samenwerking met Nederlandse en internationale industrieën en ontwerp bureaus. De bevindingen worden vrijwel direct in het onderwijs toegepast, zoals in het Rich Insights! Project, maar ook in workshops, cursussen, en via de website.



#### Referenties

Sleeswijk Visser, F., Stappers, P.J., van der Lugt, R., Sanders, E.B.-N. (2005) Contextmapping: Experiences from practice. *CoDesign*, 1(2), 119-149

#### Het contextmapping proces



"I'm not inspired by  
your diagrams"

[R&D about marketing data]