

Veel bedrijven hebben de afgelopen jaren een digitale transformatie doorgemaakt en zijn agile geworden. Tijd voor de volgende stap: de band met klanten verdiepen, zodat je meer waarde kunt bieden en je je beter kunt onderscheiden. “Consumenten kijken steeds meer naar waar een bedrijf voor staat”, vertelt managing director Strategy & Delivery Susanne van Mulken. “Gedeelde waarden kunnen zelfs een grotere invloed op hun keuze hebben dan de prijs van een product of dienst. Echter, bedrijven weten niet altijd wát hun klanten nu echt belangrijk vinden.

Of hoe ze die gedeelde waarden sterker tot uitdrukking kunnen brengen. Niet alleen in een mooie commercial, ook en vooral in het ontwerp van de dienst zelf. De vraag is: hoe creëren we diensten die waardevol, authentiek en geloofwaardig zijn? Informatat kan daarbij helpen. We zijn een ervaren digitaal ontwerp bureau. Met zo'n 80 mensen ontwerpen we diensten, platforms, websites en apps waar



Informatat

Thema: True experience design

zowel mensen als organisaties gelukkig van worden. En we helpen organisaties op weg om dat ook zelf te kunnen. Door ‘voordoen, meedoen, en zelf doen’. Hiervoor passen we TrueX design toe: onze eigen aanpak om een scherpe digitale strategie en krachtig ontwerp neer te zetten waarmee je tot in details je waarden tot uiting brengt in je dienst.

Zo helpen we met TrueX design sterke, herkenbare diensten in de markt te zetten die als waardevol worden ervaren en mensen helpen meer uit hun werk en leven te halen. Informatat levert alle design expertises die je daarvoor nodig hebt. Denk aan service design, ux design, contentstrategie, visual design, front-end design, design organisatie. Alles voor een true experience.”

WWW.INFORMATAT.NL



Keen Design

Thema: Eerst Discovery, vóór aanbesteding of RFP



Twee typische problemen bij aanbestedingen of RFP's: de leveranciers lijken wel appels, peren, bananen of mango's, én de offertes liggen heel ver uiteen.

Drie typische gevolgen: u kiest een goedkopere leverancier – wat altijd meerwerk oplevert – óf het selectietraject wordt heel complex, óf u moet budget zoeken voor een duurdere leverancier. De reden: leveranciers kunnen vaak onmogelijk bepalen wat de klant precies wil, en hoe. Offertes worden dan interpretaties, of krijgen ruime onzekerheidsmarges.

Een Discovery zet klanteisen en -wensen om in een conceptontwerp dat leveranciers inzicht biedt in de specifieke functionaliteiten en de omvang en complexiteit van het product. Ook wordt het technische landschap van de klant beschreven, opdat leveranciers duidelijker

lijker kunnen zijn over het benodigde landschap. Een Discovery, meestal €20.000 à €40.000, helpt bepalen wat het juiste ‘fruit’ is, brengt offertes dichterbij elkaar en helpt klant en leverancier om duidelijker verwachtingen en prijs af te stemmen. Dat neemt veel onzekerheid weg. Een logische stap, want ook zonder Discovery vooraf heb je een conceptontwerp en een beschrijving van het technische landschap nodig.

OVER KEEN

UX-bureau Keen Design bedient vanuit Utrecht en Frankfurt zowel commerciële als (semi-)overheidsorganisaties. Keen heeft veel ervaring in grote en complexe projecten. Wij leveren de concrete schermontwerpen die de ontwikkelaars nodig hebben, mét een verbinding van de bedrijfsstrategie tot die ene knop op dat ene scherm. Een verbinding die in grote projecten vaak verloren gaat.

Ook betrekken we in al onze projecten echte gebruikers. Zij zijn de wandelende waarheden die onmisbaar zijn voor een succesvol product.

WWW.KEEN.DESIGN