

Gebruiksonderzoek ***Mediaguide*** **Centraal Museum**

Definitief rapport naar aanleiding van een kwalitatief gebruiksonderzoek

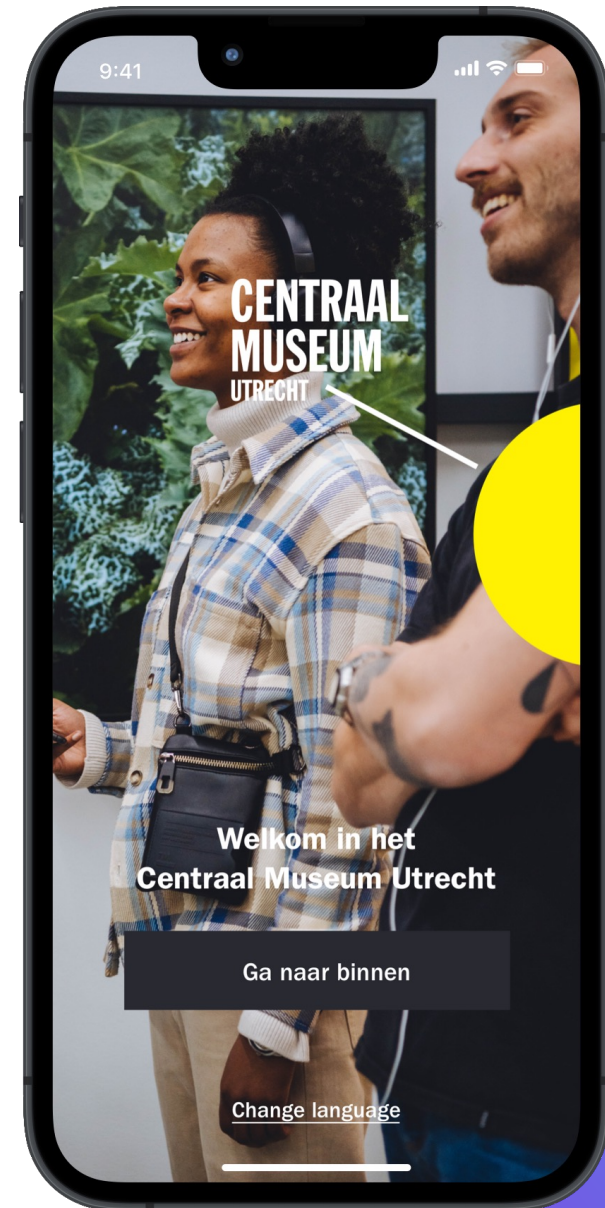
MN | Design & qualitative research

Juni 2024

Aanleiding

Samen met de doelgroep heeft het Centraal Museum, door middel van de 'design thinking' methode, een mediaguide ontwikkeld die de bezoeker een complete ervaring biedt: voorafgaand aan, tijdens en na hun museumbezoek. Met als doel om niet loyale jongere museumbezoekers (vaker) naar het museum te laten gaan.

Door middel van een kwalitatief gebruiksonderzoek wil het Centraal Museum nagaan in hoeverre het ontwikkelde concept aan de behoeften van de doelgroep voldoet en hen daadwerkelijk aanzet om (vaker) naar het Centraal Museum te gaan.



Concept & testmateriaal

Op basis van diverse sessies met de doelgroep en de beschikbare technische infrastructuur is een concept ontwikkeld, dat de bezoeker een complete ervaring biedt:

- Voorafgaand aan hun bezoek kunnen bezoekers met behulp van de media guide een persoonlijke tour samenstellen.
- Tijdens hun museumbezoek kan men door middel van deze persoonlijke tour het meeste uit het bezoek halen.
- Na afloop van hun bezoek, ontvangt men een samenvatting van het bezoek: welke werken men heeft gezien, welke vragen zijn beantwoord. Ook ontvangt men verdiepende en inspirerende content, die men thuis kan bekijken (links naar podcasts, YouTube filmpjes, Spotify afspeellijsten, et cetera).

Het concept is vertaald naar een werkend prototype dat als basis dient voor het gebruiksonderzoek.

- *Link naar mediaguide: mediaguide.centraalmuseum.nl*
- *Link naar gepersonaliseerde tour: mytour.mediaguide.centraalmuseum.nl*



Onderzoeksdoel

Het gebruiksonderzoek heeft tot doel om na te gaan in hoeverre het ontwikkelde concept van de mediaguide en de gepersonaliseerde tour aan de behoeften van de gebruiker voldoet en hen daadwerkelijk aanzet om (vaker) naar het Centraal Museum te gaan.

Onderzoeksvragen

- In hoeverre zou men de mediaguide en de gepersonaliseerde tour gebruiken?
- Wat zijn redenen om dit al dan niet te doen?
- Hoe ervaart men het gebruik van de mediaguide en de gepersonaliseerde tour voor, tijdens en na het museumbezoek?
- In hoeverre werken alle functionaliteiten?
- Mist men nog dingen, of zijn er dingen die juist weggelaten kunnen worden?
- Voor:
 - Waar verwacht men informatie over de persoonlijke tour?
 - Wat verwacht men van de content in de mediaguide?
- Tijdens:
 - Waar zou men starten?
 - Weet men hoe men de mediaguide/gepersonaliseerde tour moet gebruiken?
- Na:
 - Wat vindt men van de content?
- Heeft men nog ideeën om de mediaguide/gepersonaliseerde tour te optimaliseren of door te ontwikkelen?
- Zet de mediaguide/gepersonaliseerde tour de niet loyale jongere bezoekers inderdaad aan om het Centraal Museum (vaker) te gaan bezoeken?



Uitvoering

Om het gewenste inzicht te verkrijgen, is een gebruiksonderzoek uitgevoerd bestaande uit drie fases, waarin het natuurlijke gebruik van de media gide en de gepersonaliseerde tour is nagebootst:



1 Voor

- Korte introductie
- Samenstellen persoonlijke tour

2 Tijdens

- Museumbezoek aan de hand van de persoonlijke tour.

3 Na

- Nabespreken persoonlijke tour.
- Bekijken en evalueren van de 'wrapped'.

- Aantal deelnemers: n=10 (5 per dag), allen vertegenwoordigers van de culturele alleseters.
- Methode: semi-structured interview met 'think aloud' methode.
- Tijd per deelnemer: t=1,5 uur (30 minuten per fase).
- Data: vrijdag 19 en 26 april 2024
- Locatie: Centraal Museum Utrecht (fase 1 en 3 vonden plaats in het auditorium van het Centraal Museum).
- De gesprekken zijn opgenomen door middel van een voice-recorder en tijdens de gesprekken zijn aantekeningen gemaakt.

The background features a large, abstract graphic on the right side, composed of overlapping, rounded shapes in various shades of blue and purple. The colors transition from a light blue at the bottom to a darker purple at the top. The text is positioned on the left side of the page, set against a plain white background.

Conclusies & Aanbevelingen

Conclusies – algemeen

Over het algemeen worden de mediaguide en de gepersonaliseerde tour positief ontvangen: men is van mening dat de gepersonaliseerde tour een bezoek aan het Centraal Museum kan verrijken:

- ✓ De tour is eenvoudig en in korte tijd samen te stellen door het beantwoorden van 8 korte vragen.
- ✓ De content is verrijkend door de persoonlijke verhalen.
- ✓ De tour leidt niet teveel af tijdens het bezichtigen van de werken. Doordat er veel met audio gewerkt wordt, hoef je niet de hele tijd op je telefoon te kijken.
- ✓ De tour biedt voldoende vrijheid: je kunt ook werken bekijken, die niet in jouw tour zijn opgenomen.
- ✓ De manier waarop men de persoonlijke tour kan samenstellen (door het selecteren van de 'tags' de afbeeldingen), wordt verassend, speels en leuk gevonden.

Wel moeten er een aantal zaken worden aangepast, om ervoor te zorgen dat men de gepersonaliseerde tour daadwerkelijk zou gaan gebruiken (zie 'Aanbevelingen').



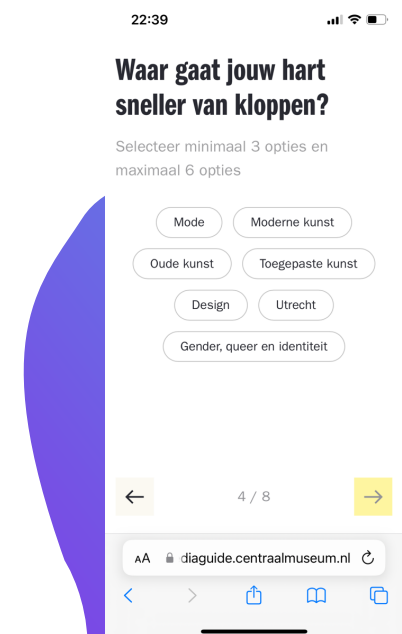
Conclusies – voor, tijdens en na

- Voor het bezoek:
 - Men verwacht zelf een soort audio tour samen te kunnen stellen door werken of thema's te selecteren.
 - Men verwacht de gepersonaliseerde tour thuis, onderweg of bij het museum samen te zullen gaan stellen. De plek waarop men informatie verwacht, hangt samen met het moment waarop men de tour zou samenstellen:
 - Thuis/onderweg: de beste manier zou zijn via de website of een e-mail (als je online tickets gekocht hebt). Daarnaast kan ook gedacht worden aan social media of de nieuwsbrief.
 - Bij het museum: bij de kassa d.m.v. een QR code.
 - Het samenstellen van de tour gaat eenvoudiger en sneller dan verwacht.
 - Tijdens het bezoek:
 - De werken zijn in de huidige vorm te moeilijk te vinden.
 - Content: de persoonlijke benadering wordt gewaardeerd, maar er moet wel een duidelijke link zijn naar de werken en de fragmenten moeten niet te lang duren. De content mag niet teveel afleiden (audio content wordt als voorbeeld van niet afleidende content genoemd).
 - Na het bezoek:
 - De wrapped doet de deelnemers denken aan spotify wrapped. De meningen over de 'wrapped' lopen uiteen: een deel vindt het leuk, anderen niet.
 - Mijn favorieten moet verbeterd worden
 - Nog meer ontdekken.
- 

Aanbevelingen – 1/2

Aanbevelingen geordend naar prioriteit (gedetailleerde aanbevelingen zijn opgenomen in de bevindingen):

1. Verbeteren van de vindbaarheid van de werken in het museum.
 - De werken/stops zijn moeilijk te vinden in het museum. Dit komt door het ontbreken van een plattegrond en doordat het onduidelijk is dat de 'stops' genummerd zijn en de nummers chronologisch de route door het museum volgen.
2. Categorieën/tags verduidelijken of link met de collectie/tentoonstellingen beter communiceren:
 - Het is niet altijd duidelijk of de categorieën/tags een link hebben met de collectie/tentoonstellingen van het Centraal Museum. Bij Vooral bij 'Gender, queer en identiteit' en 'Utrecht' vraagt men zich af of er een link is met de collectie/tentoonstellingen van het Centraal Museum.
 - Veel deelnemers weten niet wat er onder toegepaste kunst wordt verstaan. En het onderscheid tussen toegepaste kunst en design is niet altijd duidelijk.
3. Beter toelichten van het selecteren van de afbeeldingen om je voorkeuren aan te geven:
 - Het was op de eerste dag onvoldoende duidelijk of je je op de afbeelding of de tekst eronder moet richten.
 - Het is onvoldoende duidelijk of de afbeeldingen een kunstwerk of een categorie vertegenwoordigen.
 - Men heeft meer informatie nodig, nu is men soms verbaasd/geïrriteerd door het resultaat.



Aanbevelingen – 2/2

4. Inhoudelijk: persoonlijke verhalen zijn sterk, maar:
 - er moet wel een duidelijke link met het kunstwerk zijn
 - en de fragmenten mogen niet te lang duren.
5. Zorg ervoor dat de content de bezoeker zo min mogelijk afleidt (audio content wordt als voorbeeld van niet afleidende content genoemd).

Alhoewel men de persoonlijke tour verrijkend vindt, is het uit het onderzoek niet duidelijk geworden of de gepersonaliseerde tour bezoekers daadwerkelijk aanzet om het museum vaker te gaan bezoeken. Dit hangt van veel meer facetten af, bijvoorbeeld of men vaker in Utrecht of in andere steden naar het museum gaat. Als men het museum vaker gaat bezoeken is het belangrijk dat de gepersonaliseerde tour steeds anders wordt samengesteld en blijft verrassen.



An abstract graphic on the right side of the page, consisting of several overlapping, rounded shapes in various shades of blue and purple. The colors range from a light cyan to a deep, dark purple. The shapes are layered, creating a sense of depth and movement.

Bevindingen

Verwachting

Verwachting persoonlijke tour

Over het algemeen verwacht men zelf een soort persoonlijke audio tour samen te kunnen stellen, door werken of thema's te selecteren die passen bij de eigen interesses. Men verwacht dat men nog wel de vrijheid heeft om ook andere werken te bekijken.

Waar en wanneer

Er zijn 3 situaties waarin men de gepersonaliseerde tour zou samenstellen:

- Thuis (maximaal 1 week van tevoren)
- Onderweg naar het museum
- Of bij het museum zelf

In de eerste twee gevallen verwacht men een link naar de mogelijkheid om een persoonlijke tour samen te stellen op de website (omdat men zich daar zou oriënteren) of in de e-mail na het kopen van online tickets. Via social media of de nieuwsbrief zou ook kunnen, al is niet iedereen actief meer op social media en ontvangt men zoveel nieuwsbrieven, dat men deze niet altijd grondig leest. Bij het museum zelf verwacht men een QR code te kunnen scannen bij de ingang/kassa.



“Krijg je bijvoorbeeld een plattegrond te zien waar je dan uit kan kiezen wat je allemaal wilt zien? Of krijg je thema's en kies je daar je thema's uit?” – Man, 31 jaar, business analist

“Nou ja, dan denk ik inderdaad dat ik op basis van mijn interesses kan aangeven van ik wil graag wat meer over dat onderwerp weten of wat meer over die tijd of dat type kunst. En dat de app mij dan eigenlijk een route aangeeft van oké, dan ga je deze zuilen langs en dan vertel ik als je er bent iets over wat je ziet.” – Vrouw, 33 jaar, project manager test en inspectie branche

Voors en tegens

De deelnemers noemen de volgende triggers en barrières om de persoonlijke tour samen te stellen:

Voors

- Persoonlijke relevantie: alleen werken bekijken die aansluiten bij je interesses.
- Niet teveel werken bekijken, minder overweldigend.
- Audio tour: niet te ingrijpend, je hoeft niet teveel op je telefoon te kijken.

Tegens

- Je maakt wel nog steeds gebruik van je telefoon en men gaat juist naar het museum, om niet de hele tijd scrollend op de bank te zitten.
- Men wil zich laten verrassen, dus het moet niet alleen maar gebaseerd zijn op je eigen interesses.

“

“Dat het misschien inderdaad het persoonlijker maakt om naar een museum te gaan. Dat je meer je eigen route ergens in kan kiezen.” – Vrouw, 27 jaar, leerkracht basisonderwijs

“Maar aan de andere kant kan het ook wel weer een verrijking zijn. Dus ja, ik denk dat het ook een beetje afhangt van wat er in die omgeving is en wat je ermee kan.” – Vrouw, 27 jaar, communicatieadviseur OCW

“Ja, ik weet niet zo snel of ik het zou gebruiken. Omdat je gebruik moet maken van je eigen telefoon, zoals ik het nu begrijp. En dat ik dan misschien ook naar een museum zou gaan om juist even daar afstand van te nemen.” – Vrouw, 27 jaar, leerkracht basisonderwijs

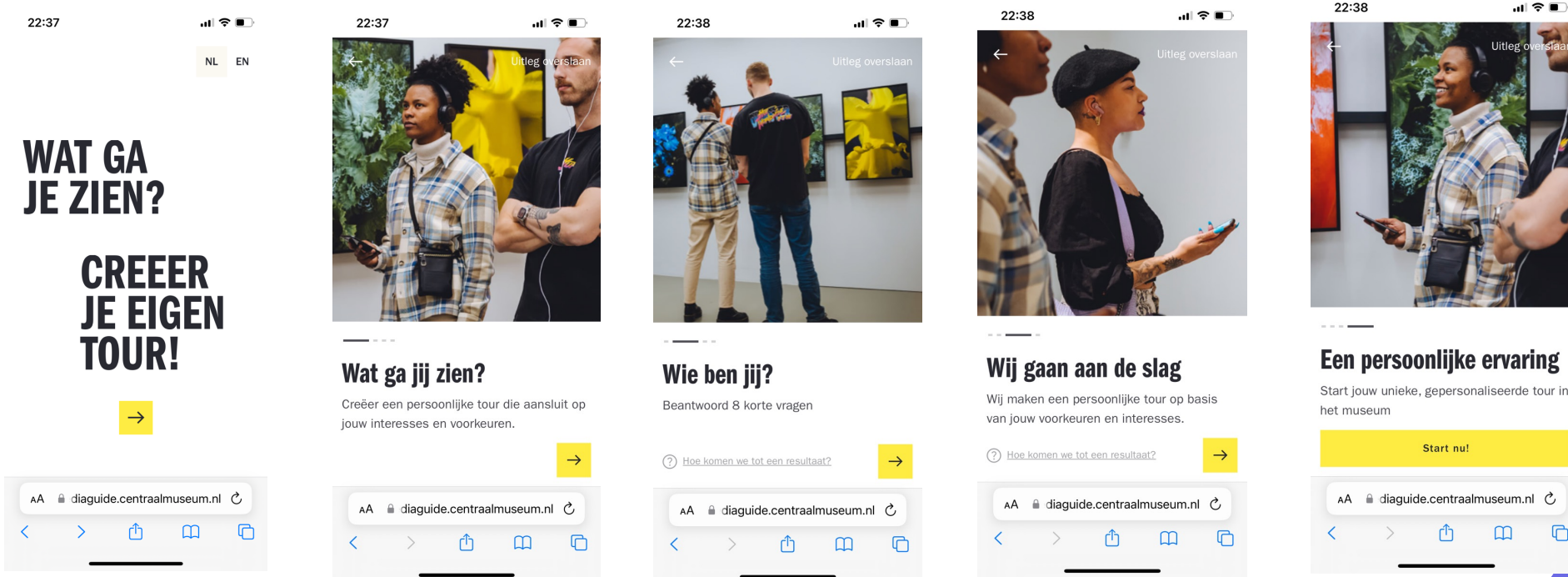
“Want ik vind het dus ook wel weer fijn om gewoon even zonder telefoon, zeg maar, te zijn. Want je doet toch een uitje. En ik vind dan, als je dan de hele tijd nog op je telefoon zit, dat vind ik aan de ene kant jammer.” – Vrouw, 27 jaar, communicatieadviseur OCW



Voor

Samenstellen persoonlijke tour

Introductie slides



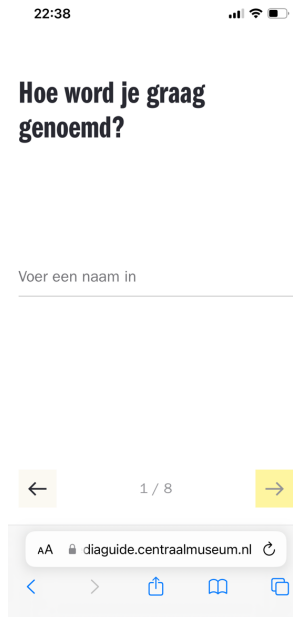
Over het algemeen klikken de deelnemers snel door de introductie slides heen. De tekst wordt veelal niet zorgvuldig gelezen, maar gescand.

- Desgevraagd zegt men de introductie slides wel duidelijk te vinden.
 - De meeste deelnemers klikken niet op de link bij het vraagteken 'Hoe komen we tot een resultaat?'. Men verwacht zelf al dat het resultaat voortkomt uit het beantwoorden van de 8 korte vragen.
 - Het navigeren gaat eenvoudig: de gele knoppen trekken de aandacht, vormen een duidelijke 'call-to-action' en leiden de gebruiker soepel door de flow. Enkele deelnemers geven ook aan dat de zwarte streepjes aangeven dat je kunt 'swipen'.
- ✓ Aanbeveling: De introductie zou eventueel wat beknopter kunnen. De link naar 'Hoe komen we tot een resultaat?' kan wellicht worden weggelaten.

8 korte vragen



- De gele feedback slides worden positief ontvangen. Het voelt als een soort gesprek.



- Hoe word je graag genoemd vindt men een fijne vraag: je kunt zelf beslissen of je je eigen naam wilt opgeven of niet.
- Een enkeling vraagt zich wel af waarom het Centraal Museum je naam nodig heeft, maar over het algemeen vindt men het geen bezwaar om hem in te vullen.



- Op deze pagina wordt gelijk duidelijk waarom het Centraal Museum je naam wil weten.
- Over het algemeen vindt men het leuk dat men hier persoonlijk wordt aangesproken.
- Een enkeling geeft aan dat dit later in de flow nogmaals gedaan zou kunnen worden.



- Het feit dat gevraagd wordt of je al vaker in het Centraal Museum geweest bent, wordt als prettig ervaren.
- Het wekt wel de verwachting dat de tour hierop afgestemd wordt.



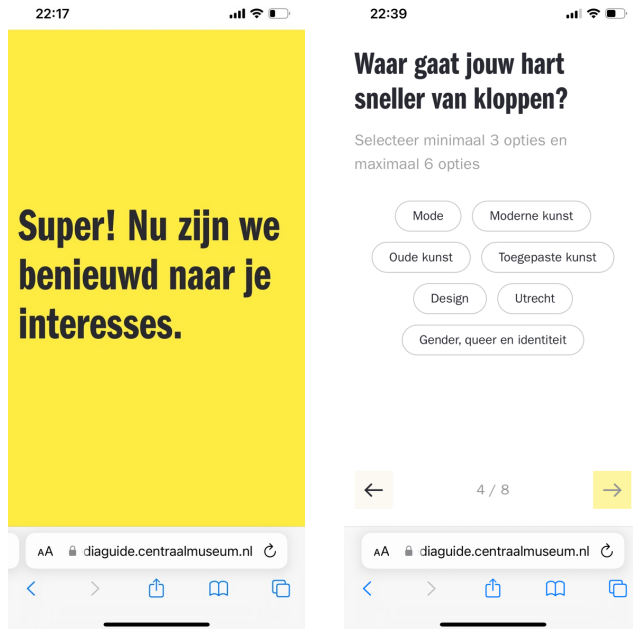
- De zin 'We zijn benieuwd naar je voorkeuren' wekt onterecht de verwachting dat je hier al bepaalde werken of thema's gaat selecteren.



- Men vindt het prettig dat je kunt kiezen hoe je de informatie tot je wilt nemen.
- De meeste deelnemers kiezen voor lees of luister.
- Kijken wordt te afleidend gevonden: je wilt niet de hele tijd naar je telefoon kijken tijdens het museumbezoek.

- ✓ 'We zijn benieuwd naar je voorkeuren' zou aangepast kunnen worden, zodat het duidelijker is dat het om je voorkeur gaat voor de manier waarop je de informatie tot je neemt en niet je voorkeuren met betrekking tot de kunstwerken.

8 korte vragen: Waar gaat jouw hart sneller van kloppen?



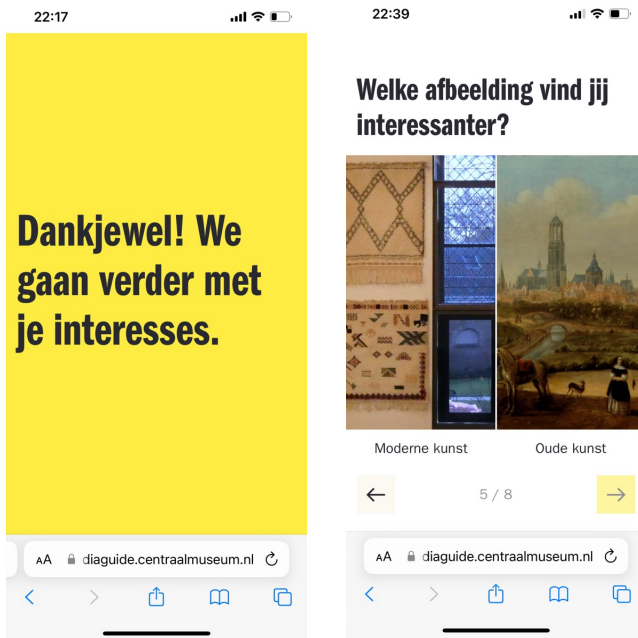
- Men verwacht dat de 'tags' een soort categorieën zijn en dat deze een relatie hebben met de collectie/tentoonstellingen van het Centraal Museum.
- Maar bij 'Gender, queer en identiteit' en 'Utrecht' vraagt men zich af of dit het geval is.
- Veel deelnemers weten niet wat er onder 'toegepaste kunst' wordt verstaan. En het onderscheid tussen toegepaste kunst en design is ook niet duidelijk.



“En ik weet dus niet zo goed wat toegepaste kunst is, eigenlijk.” Vrouw, 25 jaar, socioloog

- ✓ Aanbevelingen:
 - Het is belangrijk dat er een duidelijke link is tussen de categorieën en de collectie/tentoonstellingen van het Centraal Museum.
 - De term 'toegepaste kunst' kan wellicht ergens worden toegelicht.

8 korte vragen: Welke afbeelding vind jij interessanter?



Over het algemeen vindt men het leuk dat er afbeeldingen worden gebruikt om je interesses in kaart te brengen (meer op je gevoel, intuïtief), maar:

- Het is onvoldoende duidelijk of je het werk zelf selecteert of de categorie (moderne kunst, oude kunst, etc.).
- De kunstwerken passen niet altijd duidelijk bij de categorie die eronder genoemd wordt.
- Soms ziet men twee vergelijkbare kunstwerken (bijvoorbeeld 2 Rietveld stoelen), maar vallen ze onder verschillende categorieën (bijvoorbeeld toegepaste kunst en design).
- Soms vindt men het lastig om te kiezen, omdat men beide afbeeldingen of categorieën interessant vindt of juist niet.
- Ook geeft men hier soms aan dat men hoopt dat men nog wel verrast gaat worden en niet alleen de kunstwerken gaat bekijken die men hier selecteert.



“Ja, dus dat is een beetje lastig als je de afbeelding interessant vindt, maar het onderwerp minder of andersom, dan zit je in een dubio.” – Vrouw, 25 jaar, socioloog

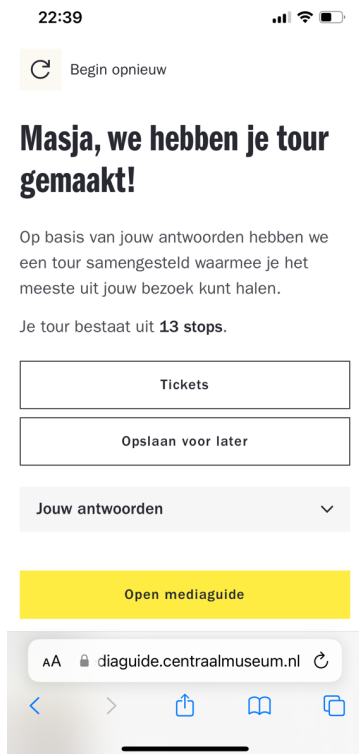
✓ Aanbevelingen:

- Het is belangrijk dat het duidelijk is of je een kunstwerk selecteert of een categorie.
- Het is belangrijk dat de afbeeldingen helder genoeg zijn en goed passen bij de categorie eronder.

Van deze slide zijn twee varianten getest:

- Dag 1: Welke afbeelding vind jij interessanter?
- Dag 2: Wat spreekt jou het meest aan?

We hebben je tour gemaakt!

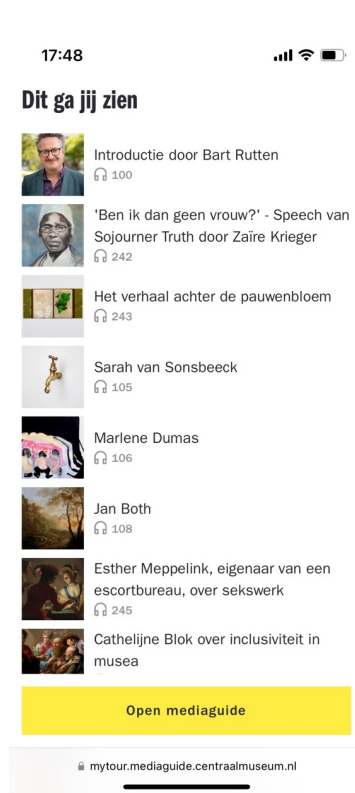


- Bij deze pagina reageert men vaak enthousiast dat de de tour sneller klaar is dan men had verwacht.
- Ook waardeert men het feit dat men direct kan zien uit hoeveel 'stops' de tour bestaat en dat dit een beperkt aantal is. Enkele deelnemers geven aan dat het ook prettig zou kunnen zijn om te zien lang de tour ongeveer gaat duren of om zelf een tijdsduur te kunnen kiezen (dat je bijvoorbeeld een tour van 30, 60 of 90 minuten kunt kiezen).
- 'Tickets' en 'Opslaan voor later' zijn duidelijk, maar alleen van toepassing indien je de persoonlijke tour thuis of onderweg samenstelt. Indien je bij het museum bent, wil men graag direct de tour openen.
- De drop down met 'Jouw antwoorden' wordt nauwelijks geopend en de mogelijkheid om je antwoorden terug te zien wordt ook niet relevant gevonden.
- 'Open mediaguide' wordt niet altijd duidelijk gevonden, omdat de term mediaguide niet eerder geïntroduceerd is. Men stelt zelf voor om dit te veranderen in: start mijn persoonlijke tour.

✓ Aanbevelingen:

- Drop down met 'Jouw antwoorden' zou weggelaten kunnen worden.
- 'Open media guide' vervangen door een duidelijkere CTA, bijvoorbeeld 'start mijn persoonlijke tour'.

We hebben je tour gemaakt! Dit ga jij zien



• Dit ga je zien:

- Bij 'Dit ga jij zien' verwacht men de 'stops' aan te kunnen klikken voor meer informatie.
- Een aantal deelnemers geeft aan het niet logisch te vinden dat bij alle 'stops' een koptelefoon icoon staat, terwijl het niet alleen maar audio fragmenten zijn.
- Soms staan er werken bij die men juist niet geselecteerd heeft, dit vindt men vreemd en ook onprettig.
- Sommige deelnemers zijn van mening dat de tour te letterlijk gebaseerd is op de werken die men geselecteerd heeft en dat men te weinig verrast wordt.
- Nummers: niet duidelijk dat dit de nummers van de 'stops' zijn.



“Nu zie ik toch het plaatje dat ik saai vond. Hoezo? Kijken. Nu krijg ik deze dingen. Of ze het op zo weinig kunnen baseren.” – Vrouw, 25 jaar, socioloog

✓ Aanbevelingen:

- Het zou van toegevoegde waarde zijn als je de 'stops' kunt aanklikken en alvast een korte samenvatting/introductie kunt zien.
- Het is belangrijk om voldoende verrassing te bieden, zeker voor meer frequente bezoekers.



Tijdens

Uitvoeren persoonlijke tour

Tijdens de tour

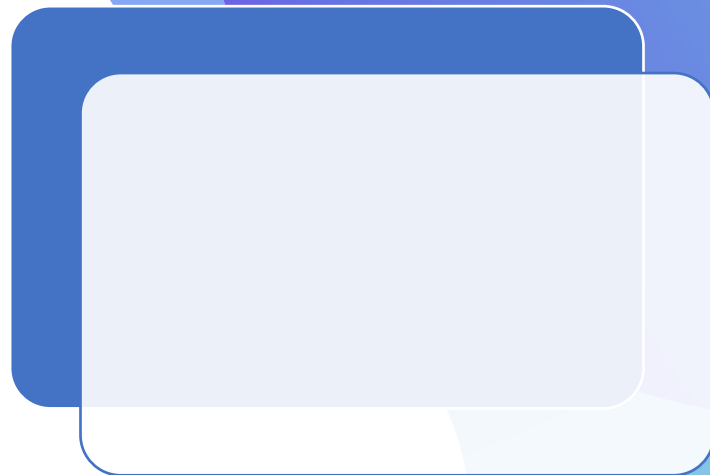
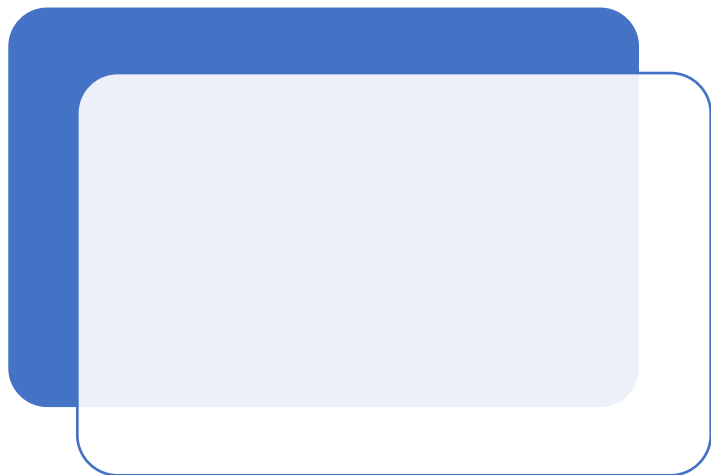


- De kunstwerken/stops zijn moeilijk te vinden in het museum. Dit komt doordat er niet altijd direct/duidelijk naar een kunstwerk verwezen wordt, door het ontbreken van een plattegrond en doordat het onduidelijk is dat de 'stops' genummerd zijn en de nummers chronologisch de route door het museum volgen.
 - Inhoudelijk: de content/fragmenten wordt wisselend ontvangen:
 - De persoonlijke benadering wordt over het algemeen leuk en verrijkend gevonden.
 - Maar soms is de link met het kunstwerk onvoldoende duidelijk of duurt het te lang voordat deze duidelijk wordt (bijvoorbeeld bij het muziekstuk).
 - Sommige fragmenten worden te lang gevonden.
 - Vaak komt men er pas later achter dat men ook informatie kan verkrijgen over andere werken door het nummer van de 'stop' in te voeren in het menu onderaan de pagina. Deze mogelijkheid wordt wel zeer gewaardeerd. Vaak ziet men andere werken die men ook interessant vindt en daar zou men dan ook graag meer informatie over willen ontvangen.
- ✓ Aanbevelingen:
- Duidelijker maken bij welk kunstwerk de stop hoort.
 - Eventueel een plattegrond toevoegen of duidelijker communiceren dat de nummers van de 'stops' chronologisch zijn.

“

“Ik zou het wel fijn vinden als je een beetje gewoon een overzicht hebt van, goh, dit is de plattegrond en dan misschien erop plotten, van dit bevindt zich daar. Dat je ook wel een beetje een richting hebt van, dan kan ik daarheen wandelen. Ja, want nu was ik wel echt aan het zoeken. – Vrouw, 25 jaar, socioloog

“En dat was soms best wel lastig terugvinden ook. Omdat er natuurlijk niet echt een duiding staat van dit staat hier, dit staat daar. Dus daar was ik in eerste instantie met de tour veel mee bezig. En ik heb de eerste stukken ook niet per se gevonden, zeg maar.” – Man, 31 jaar, freelance grafisch vormgever



Na
Bedankt voor je bezoek en
'wrapped'.

Bedankt voor je bezoek



- Op deze pagina ontbreekt een duidelijk call to action. Bekijk jouw bezoek met gele pijl is een beetje te klein en trekt daardoor te weinig de aandacht.
 - De meeste nadruk ligt op de beoordelingen en het rondje met de pijl (tour nogmaals bekijken).
 - Rondje met pijl niet helemaal duidelijk
 - Over het algemeen beoordeelt men hier de applicatie (meestal met 4/5). Enkele deelnemers geven aan dat zij het niet duidelijk vinden of je nog iets moet doen om je beoordeling op te slaan.
 - Men geeft aan dat men tijdens de tour ook om een beoordeling gevraagd werd. Dit vond men minder prettig, omdat men zich op de kunstwerken en de uitleg hierbij wil concentreren. Bovendien vindt men het logischer om de applicatie te beoordelen, nadat men de gehele tour volbracht heeft.
- ✓ Aanbevelingen:
- Overwegen om alleen na afloop van de tour een beoordeling te vragen.
 - Een indicatie geven dat de beoordeling opgeslagen is.
 - De call to action van deze pagina verduidelijken, bijvoorbeeld door meer de nadruk te leggen op 'bekijk jouw bezoek' en minder op het opnieuw afspelen.
 - Het icoon voor opnieuw afspelen eventueel verduidelijken.

Wrapped



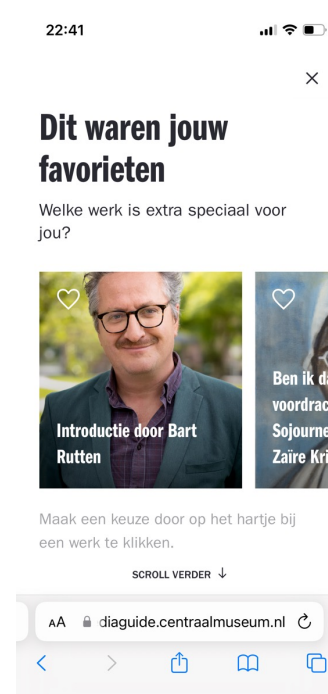
Deze pagina wordt duidelijk gevonden. Ook duidelijk dat je op het gele vlak met de pijl moet klikken.

✓ Aanbevelingen:

- Overwegen of je de wrapped samenvatting wilt behouden.
- 'Dit waren jouw favorieten' veranderen in zoiets als 'Selecteer jouw favorieten'
- Bij nog meer ontdekken ervoor zorgen dat er vooral doorverwezen wordt naar andere tentoonstellingen en evt podcasts of boeken.

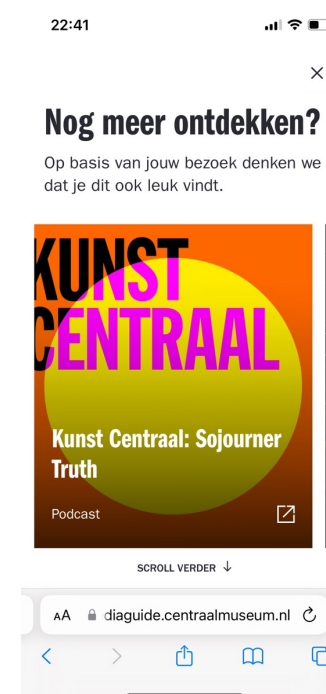


De deelnemers geven zelf aan dat het hen doet denken aan Spotify wrapped. Dit idee wordt wisselend ontvangen. Een deel vindt het leuk, speels en herkenbaar. Anderen vinden het een beetje overdreven en niet goed passen bij een museum. De navigatie is hier wat minder duidelijk. Sommige deelnemers proberen op 'scroll verder' te klikken, in plaats van daadwerkelijk te scrollen.



Dit waren jouw favorieten:

- De titel komt vreemd over, omdat men nog helemaal geen favorieten gekozen heeft.
- Daarnaast vindt men het onlogisch dat je maar 1 favoriet kunt kiezen.
- Enkele deelnemers geven aan dat het logischer zou zijn om tijdens de tour aan te geven wat je favorieten zijn.



Nog meer ontdekken? Wordt wisselend ontvangen.

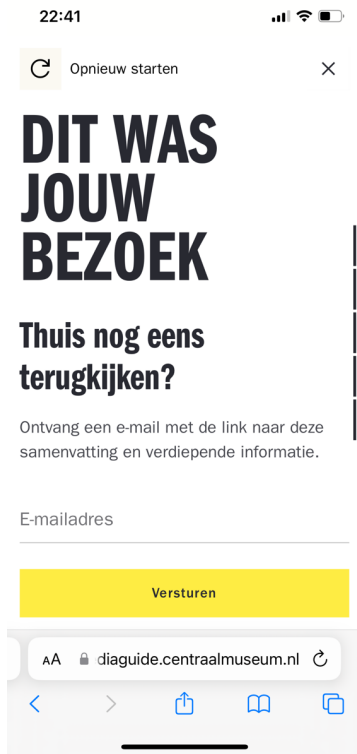
- Men moet een beetje zoeken wat voor soort items het zijn.
- Men verwacht voornamelijk andere tentoonstellingen, maar komt er naar enige tijd achter dat er ook andere items zijn, zoals podcasts, boeken en producten.
- De producten worden niet door alle deelnemers gewaardeerd.



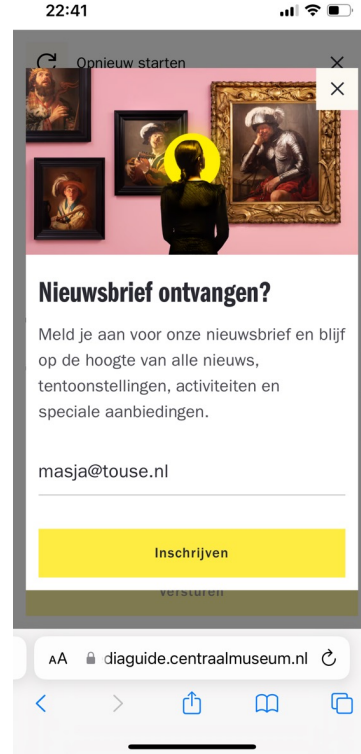
“Spotify wrapped achtig. Stom hoeft je niet te doen. Niet zo TikTok achtig.” – Vrouw, 25 jaar, socioloog

“Geinig, Spotify wrapped insights. Werkt fijn: scrollen.” – Man, 31 jaar, freelance grafisch vormgever

Wrapped



- Thuis nog eens terugkijken? Deel vindt dit interessant anderen niet. Wanneer men het interessant vindt, vult men een e-mailadres in.
- Wel een beetje teleurgesteld als men ziet dat men op dezelfde samenvattingspagina uitkomt.
 - Mail belandt soms in spam folder.



- Dit doet men niet altijd, men ontvangt al teveel nieuwsbrieven, volle inbox. Het wordt wel gewaardeerd dat dit apart wordt uitgevraagd.



Eindevaluatie

Over het algemeen is men positief en geeft men aan dat men de persoonlijke tour ook zelf zou gaan gebruiken, zeker als bepaalde verbeterpunten doorgevoerd zijn.

Triggers:

- De persoonlijke tour was eenvoudig samen te stellen.
- De tour was een verrijking: vooral de persoonlijke verhalen bij de werken.
- Men vindt het fijn dat je met deze tour ook nog de vrijheid hebt om zelf andere werken te bekijken.

Barrières:

- De navigatie in het museum zelf moet absoluut duidelijker.
- De content moet niet te lang zijn en duidelijk aansluiten bij het kunstwerk.
- Men vindt het niet fijn als men teveel met de telefoon bezig is. Daarom werken audio fragmenten eigenlijk het best. Video content leidt meer af.
- Men vindt het niet fijn als de tour teveel gebaseerd is op de werken die men zelf gekozen heeft, men wil ook graag verrast worden.

Technische belemmeringen:

- Niet geschikt voor dark mode
- Voor: applicatie blijft soms hangen bij het selecteren van de afbeeldingen
- Tijdens: fragment stopt wanneer je je telefoon kantelt.

Delen:

- Dit zou men alleen doen als anderen aangeven geïnteresseerd te zijn in het Centraal Museum.
- Men zou dit voornamelijk via WhatsApp doen, omdat men weinig gebruik gemaakt van Social Media of het niet te breed wil delen.



“Broaden your horizon. Als je de quiz invult (8 vragen): jammer dat het zo 1 op 1 is.” – Vrouw, 27 jaar, pensioenuitvoerder

Vragen?

MN | Design and qualitative research

Masja Notenboom

E: masja@masjanotenboom.nl

M: 06-13133173

Gespreksleidraad 1/2

Masja Notenboom | Design & qualitative research
masja@masjanotenboom.nl



Projectnummer: 2024-02

Gebruiksonderzoek - mediaguide Centraal Museum

Methode

Individueel gebruiksonderzoek verdeeld over 3 fases: voor, tijdens en na het museumbezoek.

Datum onderzoek
19 en 26 april 2024

Tijden

Zie selectie instructie

Locatie

Centraal Museum Utrecht

Aantal respondenten

n=10 vertegenwoordigers van de culturele alleseters (n=5 per dag)

Duur

t=90 min

Doel van het onderzoek

Het gebruiksonderzoek heeft tot doel om na te gaan in hoeverre het ontwikkelde concept van de mediaguide en de gepersonaliseerde tour aan de behoeften van de gebruiker voldoet en deze daadwerkelijk aanzet om (vaker) naar het Centraal Museum te gaan.

Dit leidt tot de volgende onderzoeksvragen:

Algemeen:

- In hoeverre zou men de mediaguide en de gepersonaliseerde tour gebruiken?
- Wat zijn redenen om dit al dan niet te doen?
- Hoe ervaart men het gebruik van de mediaguide en de gepersonaliseerde tour voor, tijdens en na het museumbezoek?
- In hoeverre werken alle functionaliteiten?
- Mist men nog dingen, of zijn er dingen die juist weggelaten kunnen worden?

Voor:

- Waar verwacht men informatie over de persoonlijke tour?
- Wat verwacht men van de content in de mediaguide?

Tijdens:

- Waar zou men starten?
- Weet men hoe men de mediaguide/gepersonaliseerde tour moet gebruiken?

Na:

- Wat vindt men van de content?
- Heeft men nog ideeën om de mediaguide/gepersonaliseerde tour te optimaliseren of door te ontwikkelen?
- Zet de mediaguide/gepersonaliseerde tour de niet loyale jongere bezoekers inderdaad aan om het Centraal Museum (vaker) te gaan bezoeken?

Masja Notenboom | Design & qualitative research
masja@masjanotenboom.nl



Intro: uitleg en voorstellen (10")

De moderator legt testsituatie uit:

- Welkom, mijn naam is Masja en dit is Annelies/Marije.
- Doel van het onderzoek:
 - Het Centraal Museum heeft een digitale tool ontwikkeld, waarmee je een persoonlijke tour kunt samenstellen, voorafgaand aan je museumbezoek.
 - Met dit onderzoek willen we nagaan hoe mensen deze tool en de persoonlijke tour ervaren. Wat is er goed aan het idee en de manier waarop het uitgevoerd is en wat kan er nog beter?
 - Het Centraal Museum heeft een prototype gemaakt, zodat we je het kunnen laten ervaren. De tool is nog niet helemaal af. Normaal gesproken zou je meer content kunnen bekijken. We willen het nu aan je voorleggen, zodat we input kunnen verzamelen om de tool verder te ontwikkelen.
 - We willen je vragen om zo open en eerlijk mogelijk te zijn, op dit moment kunnen we nog dingen aanpassen voordat het echt gemaakt gaat worden. We zijn hier om van jouw ervaringen te leren!
- Er zijn geen foute antwoorden mogelijk, het gaat om jouw beleving/persoonlijke mening. Als er dingen onduidelijk zijn, horen we het graag.
- Onafhankelijkheid onderzoeker: ik werk zelf niet voor het Centraal Museum, maar als onafhankelijk onderzoeker voor meerdere bedrijven/organisaties.
- Als het wat jou betreft akkoord is, maken we graag een audio-opname van het gesprek. Deze gebruiken we alleen om onze notulen verder uit te werken, als de rapportage klaar is, worden de opnamen verwijderd.
- In de rapportage worden geen namen genoemd. Je deelname is daarmee anoniem.
- Duur: 90 minuten

Voorstellen:

- Kun je om te beginnen kort iets over jezelf vertellen:
 - Voornaam, leeftijd, wat je zoal doet in het dagelijks leven (werk, hobby's), waar je woont, thuissituatie (woon je alleen of met anderen?).
- Kun je iets vertellen over jouw culturele interesses:
 - Waar hou je zoal van op cultureel gebied?
 - Bezoek je weleens culturele instellingen? Zo ja, welke? En hoe vaak?
 - musea
 - festivals
 - theaters
 - galeries
 - muziekpodia/popconcerten
 - bioscopen
 - Heb je een museumjaarkaart? Waarom wel/niet?
 - Kende je het Centraal Museum al voordat je voor dit onderzoek benaderd werd? Zo ja, heb je het weleens eerder bezocht? Zo ja, wanneer/hoe vaak? Wat heb je gezien en hoe vond je het?
 - Welke andere musea bezoek je weleens? Wat voor soort musea spreken jou het meeste aan?

Masja Notenboom | Design & qualitative research
masja@masjanotenboom.nl



Vooraf – maken van een persoonlijke tour (15")

Itr: leg de deelnemer uit dat het Centraal Museum een tool heeft ontwikkeld, waarmee je voorafgaand aan je bezoek een persoonlijke museumtour kunt samenstellen.

- Eerste indruk (voor openen mediaguide):
 - Wat vind je van het idee om voorafgaand aan je bezoek een persoonlijke museumtour te kunnen samenstellen? Wat spreekt je hierin aan, wat juist niet?
 - Waar verwacht je informatie te kunnen vinden over de mogelijkheid om een persoonlijke tour samen te stellen en de tool waarmee je dit kunt doen? (itr: eerst open, daarna geholpen: bijvoorbeeld via social media, website, museum zelf, e-mail bevestiging, et cetera)
 - Wat is je verwachting van de persoonlijke tour? (itr: eerst open, daarna geholpen: bijvoorbeeld m.b.t. de content)
 - Waar en wanneer zou je de persoonlijke tour samenstellen? (itr: thuis, bij het museum, ergens anders? Hoe lang van tevoren?)

Itr: Dan mag je nu de mediaguide openen

(<https://mytour.mediaguide.centraalmuseum.nl>) en willen we je vragen deze te gebruiken, zoals je dat normaalgesproken zelf ook zou doen. Wel willen we je vragen om hierbij 'hardop te denken': zeggen wat je ziet en denkt. Dan kunnen wij als het ware je gedachten lezen.

- Algemeen (voor alle pagina's):
 - Wat is je eerste indruk?
 - Wat spreekt je aan, wat juist niet?
 - Wat vind je van de instructies/uitleg? In hoeverre zijn deze duidelijk?
 - itr: observeer of het duidelijk is hoe men van de ene naar de andere pagina kan navigeren. Indien onduidelijk vraag waarom.
- Start:
 - Wat ga je zien? Creër je eigen tour!
 - Wat ga je zien? Creër een persoonlijke tour die aansluit op jouw interesses en voorkeuren.
- Wie ben jij? Beantwoord 8 korte vragen.
 - Is het duidelijk waarom er 8 vragen gesteld worden? (itr: om meer te weten te komen over je persoonlijke interesses)
 - Zou je normaal op het vraagteken klikken voor meer informatie? Zo ja, waarom? En in hoeverre is deze uitleg duidelijk?
- 8 korte vragen...
 - 1/8 Hoe word je graag genoemd?
 - 2/8 Ben je al vaker in Centraal Museum geweest?
 - 3/8 Hoe ervaar jij het liefste je bezoek?
 - 4/8 Waar gaat jouw hart sneller van kloppen?
 - Wat vind je van de 'tags'/onderwerpen? Begrijp je de termen die gebruikt worden (itr: duidelijk dat deze op collectie slaan)? Wat verwacht je erbij? In hoeverre zijn het onderwerpen die je persoonlijk aanspreken? Waarom wel/niet?
 - Mis je nog bepaalde onderwerpen, zo ja welke?
 - 5/8-8/8 Welke afbeelding vind jij interessanter?
 - Hoe vind je het om op deze manier jouw voorkeur aan te geven? Zijn de foto's duidelijk genoeg om jouw voorkeur op te baseren?
 - Wat vind je van de 8 korte vragen? En de gele terugkoppelingsschermen tussendoor?
 - Is het duidelijk waar de antwoorden op deze vragen voor gebruikt worden?
 - In hoeverre vind je deze vragen eenvoudig of moeilijk te beantwoorden?



Gespreksleidraad 2/2

Masja Notenboom | Design & kwalitatieve research
masja@masjanotenboom.nl



- We hebben je tour gemaakt
 - Wat vind je van deze pagina? Wat lees/bekijk je hier?
 - Wat doe je nu? (itr: Gaat men tickets kopen, opslaan voor later, 'jouw antwoorden' nog eens bekijken, de mediaguide openen?)
- Jouw persoonlijke tour:
 - Wat vind je van deze pagina? Hoe zou je nu te werk gaan?
 - Zou je het museum gaan bezoeken om deze persoonlijke tour te gaan gebruiken? Waarom wel/niet?
 - Hoe zorg je ervoor dat je je persoonlijke tour bij het museum kunt gebruiken?
 - > Start de tour....

*Itr: dan mag je nu het Centraal Museum gaan bezoeken m.b.v. je persoonlijke tour. We zien je over **30 minuten** hier graag weer terug, ook als de tour nog niet afgelopen is (in dat geval kun je na afloop van het interview verder gaan). Als je hier terug bent, bespreken we je ervaringen met jouw persoonlijke tour tijdens je museumbezoek.*

Tijdens – museumbezoek (10")

Itr: De volgende vragen stellen we als de deelnemer terugkomt van het museumbezoek.

- In hoeverre was het duidelijk waar je moest beginnen? Waarom wel/niet?
- In hoeverre was het duidelijk hoe de persoonlijke tour werkt? Waarom wel/niet?
- Kon je de verschillende kunstwerken goed vinden? Waarom wel/niet?
- Wat vond je van de informatie die de persoonlijke tour geeft bij de kunstwerken?
- Voldeed de inhoud van de persoonlijke tour aan je verwachtingen? Waarom wel/niet? Wat zijn eventuele verbeterpunten?
- Wat doet de persoonlijke tour met je ervaring van het museumbezoek? Kan dit je ervaring verrijken?

Na het museumbezoek - wrapped (10")

Itr: leg uit dat men na het museumbezoek een 'wrapped' ontvangt, een soort samenvatting waarmee men kan terugblikken op het bezoek.

- Wat vind je van dit idee? Zou je dit graag willen ontvangen? Waarom wel/niet?
- Bedankt voor je bezoek
 - Wat zou je nu doen?
 - Zou je ingaan op het verzoek om de applicatie te beoordelen? Waarom wel/niet? Laten invullen en vragen waarom.
 - Zou je klikken op 'Bekijk jouw bezoek'? Waarom wel/niet?
- Wat zag jij? Blik terug op je bezoek!
 - Hoe komt dit op je over?
 - Hoe zou je hier te werk gaan? (itr: is het duidelijk hoe je hier kunt navigeren?)
 - Positieve/negatieve aspecten van het idee/de uitvoering?
- Dit waren jouw favorieten. Maak een keuze door op het hartje bij een werk te klikken.
 - Itr: observeer of het duidelijk is hoe dit werkt?
- Nog meer ontdekken?
 - Zou je de extra aangeboden content lezen/bekijken? Waarom wel/niet?

Masja Notenboom | Design & kwalitatieve research
masja@masjanotenboom.nl



- Zou je (onderdelen van) de samenvatting willen delen? Waarom wel/niet? En zo ja, met wie en op welke manier?
- Thuis nog eens terugkijken: zou je je e-mailadres invullen om link naar samenvatting en verdiepende informatie toegestuurd te krijgen?
- Na e-mailadres invullen: Je ziet hier ook een pop-up met de mogelijkheid om je in te schrijven voor de nieuwsbrief. Zou je dat zelf doen? Waarom wel/niet? (itr: is dit een goed moment?)

Slotevaluatie (10")

- Nu je alles gezien hebt, wat vind je van de tool en de mogelijkheid om een persoonlijke museumtour aan te maken?
- Hoe heb je het gebruik van de mediaguide en de persoonlijke tour ervaren: voor, tijdens en na het museumbezoek? Wat vind je positief dan wel negatief?
- Uitstraling/toon:
 - Hoe zou je de uitstraling/toon van de mediaguide beschrijven?
 - Wat vind je van de vormgeving, kleuren, fotografie? En de manier waarop ze je aanspreken?
- Werkte alles zoals het zou moeten werken?
- Mistte je nog bepaalde zaken, of waren er dingen die juist weggelaten kunnen worden?
- Wat doet deze tool en de persoonlijke tour met je beeld van het Centraal Museum?
- In hoeverre onderscheidt het Centraal Museum zich hiermee van andere musea?
- Heb je vaker apps gebruikt waarmee je een persoonlijke (museum)tour kunt samenstellen? Zo ja, zijn er dingen waar het Centraal Museum nog iets van kan leren of andersom?
- Verwacht je dat deze tool en de mogelijkheid om een persoonlijke tour te creëren ervoor kan zorgen dat je vaker het Centraal Museum gaat bezoeken? Waarom wel/niet?
- Zou je je vrienden aanraden om de tool en de persoonlijke tour te gebruiken? Waarom wel/niet?
- Het Centraal Museum wil hiermee jongere museumbezoekers vaker het museum laten bezoeken, gaat dat lukken denk je? Waarom wel/niet?
- Heb je verder nog suggesties ter verbetering?

Afsluiting

- Hartelijk dank voor je deelname!

Deelnemersoverzicht

Vrijdag 19 april	Leeftijd	Geslacht	Woonplaats	Woonsituatie	Hoogst afgeronde opleidingsniveau	Dagen per week werkzaam	Bezit museumjaarkaart	Centraal Museum Utrecht bezoek
10:30 - 12:00	31	Man	Utrecht	Samen met partner	WO	6-7 dagen per week	Nee	Niet
11:00 - 12:30	33	Vrouw	Utrecht	Alleenstaand	HBO	4-5 dagen per week	Nee	1 keer
13:00 - 14:30	32	Man	Utrecht	Samen met partner	WO	4-5 dagen per week	Nee	2 keer
13:30 - 15:00	27	Vrouw	Utrecht	Alleenstaand	WO	4-5 dagen per week	Ja	2 keer
15:00 - 16:30	25	Vrouw	Utrecht	Samen met een of meer huisgenoten	WO	4-5 dagen per week	Nee	1 keer
15:30 - 17:00	35	Vrouw	Utrecht	Alleenstaand	MBO niveau 3	3 dagen per week	Nee	Niet
Vrijdag 26 april	Leeftijd	Geslacht	Woonplaats	Woonsituatie	Hoogst afgeronde opleidingsniveau	Dagen per week werkzaam	Bezit museumjaarkaart	Centraal Museum Utrecht bezoek
10:30 - 12:00	31	Man	Veenendaal	Alleenstaand	WO	4-5 dagen per week	Ja	Niet
11:00 - 12:30	27	Vrouw	Utrecht	Samen met partner	WO	4-5 dagen per week	Ja	Niet
13:00 - 14:30	31	Man	Utrecht	Alleenstaand	HBO	4-5 dagen per week	Nee	1 keer
13:30 - 15:00	27	Vrouw	Utrecht	Alleenstaand	WO	4-5 dagen per week	Ja	1 keer
15:00 - 16:30	34	Vrouw	Utrecht	Alleenstaand	HBO	4-5 dagen per week	Nee	Niet
15:30 - 17:00	32	Man	Utrecht	Alleenstaand	HBO	3 dagen per week	Nee	Niet