

Een nieuw product voor de FANstore

In de vorige tekst heb je kunnen lezen over de verschillende producten in de FANstore. In de filmpjes heb je kunnen zien hoe er bij Philips en VDL een nieuw product wordt ontwikkeld. Ook bij de FANstore gaat er een hoop werk aan vooraf voordat het in de winkel terecht komt.

Om een nieuw product te bedenken voor de FANstore, wordt er eerst inspiratie opgedaan. Er wordt bekeken wat andere voetbalclubs en merken hebben, maar er wordt ook gekeken naar de producten van bijvoorbeeld Amerikaanse sportclubs en Disney. Er wordt constant bijgehouden wat er in de mode is en gekeken wat er in de afgelopen jaren wel en niet goed is verkocht. Als een joggingbroek het afgelopen jaar minder goed verkocht werd, wordt er bijvoorbeeld een andere joggingbroek ontworpen, worden er minder besteld of komt er even geen nieuwe joggingbroek in de volgende collectie. Er wordt ook advies gevraagd aan bedrijven waar PSV mee samenwerkt. PSV heeft een aantal leveranciers die regelmatig nieuwe producten ontwerpen. Dat scheelt de ontwerpafdeling van PSV een hoop werk.



Als er ideeën zijn voor een nieuw product, wordt er een moodboard gemaakt. Een moodboard is een groot vel waarop het idee wordt gepresenteerd met plaatjes, kleuren en logo's.

Als het idee van het moodboard is goedgekeurd, gaat de ontwerpafdeling aan de slag. Zij denken na over de juiste kleuren en over de plaats van het logo. Ze werken met een brandguide. Hierin staan afspraken vastgelegd over welke kleuren en lettertypes bij PSV horen. Bij kleding wordt vaak een collectie gemaakt met variaties, zodat mensen meerdere items kunnen kopen die bij elkaar passen- bijvoorbeeld een vest, een trui, een broek en een shirt. De ontwerpafdeling maakt tekeningen van alle producten.

Alle tekeningen gaan naar een bedrijf dat alles voor PSV uitwerkt. PSV kan dan nog één keer aanpassingen en keuzes doorgeven, waarna er samples worden gemaakt. Een sample is een eerste proefmodel van het kledingstuk.

Als de samples zijn goedgekeurd, kan de collectie worden geproduceerd. Vaak moet PSV van een product een minimaal aantal bestellen. Soms is dit aantal erg hoog. Omdat er een risico bestaat dat niet alles wordt verkocht, kan het zijn dat er op het einde toch iets niet doorgaat.

In de filmpjes en leesteksten van les 1 en 2 heb je inmiddels een hoop geleerd over het ontwerpen van een nieuw product. Van klantonderzoek, inspiratie opdoen, moodboards, ontwerptekeningen, 3D-modellen, onderzoek en testen tot prototypes en uiteindelijk een product. Met alles wat je geleerd hebt, ga je nu aan de slag om een nieuw product voor de FANstore te ontwerpen.



Voor deze leestekst hebben we gesproken met Michael Neuberger Productontwikkeling en inkoop PSV fanstore

Bekijk de verschillende ontwerpprocessen nog eens voordat je met je eigen ontwerp begint:

De ontwerpstappen van Philips

D = Definitie – Bedenk wat je wilt maken en voor wie.

I = Identificeren – Onderzoeken wat gebruikers willen.

D = Design/ Ontwerpen – bedenk en selecteren oplossingen, maak een prototype en test dit.

O = Optimaliseren – Voer de laatste aanpassingen uit ter verbetering en werk het uiterlijk verder uit.

V = Verificatie – Test of het echt werkt met een aantal gebruikers.

De ontwerpstappen van VDL

- Gebruikersonderzoeken – wat vinden gebruikers belangrijk?
- Ideeën bedenken - bijvoorbeeld op basis van de wensen van de gebruikers.
- Alle ideeën verzamelen op een bord
- Een identiteit en richting uitkiezen
- Het idee uitwerken met tekeningen, 3D-modellen en prototypes.
- Testen

De ontwerpstappen van PSV

- Inspiratie opdoen.
- Een moodboard maken
- Tekeningen maken
- Een sample maken
- De sample testen of bijstellen