

# Retrospective & Creative Brief - Vermist!

---

## Business Case en uitdaging 10.2g

### Resultaat sessie semi-pro's

- De belangrijkste leerpunten
- Conclusie leerpunten

### Resultaat design sprint

- Inzichten uit de Design Sprint
- Dit is de Design Challenge
- User stories: voor wie maken we het en waarom
- Gedetailleerde feedback op mock-up
- Conclusies validatie mock-up

### Creative Brief: wat we gaan maken

- Focus prototype: het prototype in het kort
  - Functies: speciaal gemaakt voor verschillende gebruikers
  - Technologie: hoe gaan we het maken
- 

## What's going on? 🙄

### Business Case: zoeken naar vermiste personen, moet anders kunnen toch?

Jaarlijks worden meer dan 40.000 mensen als vermist opgegeven. Gelukkig zijn 70% van de personen binnen 24 uur teruggevonden. De politie komt niet altijd direct in actie, of er gaat enige tijd overheen voordat er een concreet zoekplan is.

Terwijl juist snelheid van handelen cruciaal is voor de vindbaarheid, en direct betrokkenen enorme bereidheid tonen om te helpen met zoeken. Hier ziet de politie een kans: burgers starten vaak zelf een zoekactie voordat de politie iets (kan) doen. De vraag van de politie: hoe zetten we die bereidheid van de burger om naar effectieve inzetbaarheid voor het helpen zoeken naar die vermiste?

Het valt op dat burgers, politie en andere hulporganisaties vaak ongestructureerd samenwerken. Hierdoor worden bijvoorbeeld niet de juiste gebieden uitgekamd of wordt er meerdere malen op één locatie gezocht.

### Uitdaging: maakbaar, toegankelijk en met de grootst mogelijke impact

10.2e (operationeel expert bij de politie) heeft vanuit de vraag veel ideeën en input

opgedaan. Nu is het is tijd voor de volgende stap: het ontwikkelen van een prototype zijn idee te valideren. In een nader te bepalen vorm. Onze uitdaging: we bedenken, ontwerpen en valideren een oplossing die maakbaar en toegankelijk is, met de grootst mogelijke impact.

## Hoe gaat zo'n zoekactie eigenlijk? 🤔

### Resultaat sessie met (semi-)professionals

Paniek! Er is iemand kwijt. Haast niemand is hierop voorbereid, en de 'gewone' burger heeft er geen ervaring mee. Bij de constatering van een vermissing handelen mensen intuïtief en zetten ze middelen in die ze kennen. Ze gebruiken Whatsapp en Facebook om hun netwerk in te schakelen. Dit begint klein en kan groter worden naarmate de zoekactie voortduurt. De politie wordt, afhankelijk van het profiel van de vermiste, meestal niet als allereerste ingeschakeld.

Ondanks dat vermissing van personen in alle vormen voorkomt, zijn er belangrijke leerpunten die altijd opgaan.

### De belangrijkste leerpunten over zoekacties uit de sessies met (semi-)professionals

1. De input van de melder is cruciaal voor een effectieve zoekactie, ervan uitgaande dat deze de meeste kennis heeft over de vermiste. In een ideale situatie is deze informatie beschikbaar voor (semi-)professionals en mag er niets verloren gaan.
2. De eerste 24h van een zoekactie zijn doorslaggevend, daarom moet deze zo snel mogelijk beginnen. Toekomstbeeld: in geval van een melding bij de politie moet de melder direct op de hoogte worden gebracht van het bestaan van een middel dat helpt bij een zoekactie.
3. Omdat verschillende individuen en partijen niet optimaal samenwerken is niet duidelijk wie waar heeft gezocht. Prangende behoefte van de (semi-)professionals: één overdraagbare bron die elke individuele zoekactie registreert. Dit zou erg helpen.
4. Een effectieve zoekactie begint bij gemotiveerde deelnemers, zij zoeken beter dan minder betrokken zoekers. Direct betrokkenen zijn in elk geval gemotiveerd.
5. Er is kennis en data beschikbaar met betrekking tot vermissing. Dit is momenteel niet eenvoudig toegankelijk in dergelijke stresssituaties. Voor onvoorbereide burgers al helemaal niet. Met deze kennis en data kan een zoektocht veel gericht worden ingezet.
6. De belangrijkste zoeklocaties kunnen effectiever worden opgepakt door (semi) professionals. Burgers moeten weten wanneer en waarvoor zij het beste professionals kunnen inschakelen.
7. Een vermist persoon is een gevoelig onderwerp voor de direct betrokkenen. Door de direct betrokkenen de regie te geven in het begin van de zoektocht, kunnen zij bepalen aan wie wel en niet wordt gecommuniceerd.

### Conclusie leerpunten

Bied direct betrokkenen bij vermissing een tool waarmee ze een zoekprofiel kunnen aanmaken en diverse individuele zoekacties kunnen bijhouden. Tegelijkertijd moet de tool reeds beschikbare kennis over potentiële vindplaatsen bieden.

# Retrospective van de Design Sprint

## Inzichten uit de design sprint

Met behulp van interviews met twee burgers en een semi-professional hebben we het volgende geobserveerd / gehoord:

- **Direct betrokken burgers bij een vermissing willen 'iets doen'.** Ze zijn gedreven omdat ze de persoon (het liefst in goede gezondheid) terug willen vinden. Dit biedt potentie!
- **Direct betrokkenen starten vrijwel direct na de ontdekking van vermissing met zoeken.** Niemand is voorbereid op een vermissing. Het resultaat is afhankelijk van hetgeen wat vaak ontbreekt: mensen met de juiste kennis op de juiste plek. De tool die we ontwikkelen kan deze educatieve rol nemen. Door de grote actiebereidheid te faciliteren met concrete kennis, sturing en hulp kunnen we de kwaliteit en efficiëntie van zoekacties door 'leken' drastisch vergroten.
- **Als na de eerste zoekacties nog geen resultaat is geboekt, worden meer mensen en organisaties betrokken.** Zodra een zoekactie groter wordt, is het bijhouden van tips en zoekwerk complexer en wordt de kans op 'ruis' groter. Wat er nu gebeurt, is dat er een dagboek wordt bijgehouden, zodat de coördinator informatie kan structureren. Door te zorgen dat dit eenvoudige overzicht en de mogelijkheid om informatie over te dragen kan een coördinator de actie snel opschalen. Een logboek helpt hierbij.
- **Social media kunnen positief en negatief werken.** Positief: activatie van mensen. Negatief: verspreiding van valse zoekinformatie en aanwijzingen. Dit kan worden opgelost door de distributie van zoekgerelateerde informatie binnen de tool te laten plaatsvinden.
- **Burgers beschikken niet over goed kaartmateriaal.** Een app als Topo-gps en de toggle in Google maps tussen kaart en satelietbeelden helpen om een goed beeld te krijgen van de omgeving.
- **Deelnemers willen zich zo nuttig mogelijk inzetten.** Een coördinator wil weten waar zoekers zijn (geweest) om ze goed aan te sturen. Een zoeker wil graag weten waar hij moet zoeken, en waar al gezocht is.
- **Focus op het zoeken, niet op de telefoon.** Tijdens het zoeken willen zoekers niet hun telefoon of een kaart continu hoeven te raadplegen voor navigatie instructies. 'Goed' zoeken is al moeilijk genoeg en wordt verstoord door externe prikkels. Een oplossing kan zijn: het zoeken in groepjes / tweetallen en het minimaliseren van externe prikkels zoals aanwijzingen / notificaties of taken uitvoeren via een mobiele telefoon. Dit zijn 'tips' die de burger moet krijgen via de app.
- **Wanneer moet het stokje over naar de politie?** Nu wordt vaak de politie in het begin van de zoekactie gebeld, terwijl ze niet meteen iets kunnen doen. Stel, er komt een app waarmee je kunt starten met zoeken, hoe wordt duidelijk wanneer de politie er (opnieuw) erbij moet worden betrokken?

## Dit is de Design Challenge

Dit is de definitie van de opdracht die we gezamenlijk aangaan:

**Betrokkenen zelf een zoekactie laten opstarten en coördineren, zodat ze snel, makkelijk en effectief aan de slag kunnen (en later vrij gemakkelijk (semi)professionals kunnen betrekken).**

## User Stories: voor wie maken we het en waarom

Hierbij hebben verschillende mensen een eigen belang bij het gebruik van de tool. We noemen:

1. **Initiator:** Wanneer ik hulp heb ingeschakeld wil ik zo snel mogelijk een plan hebben, zodat ik snel een zoekactie kan opzetten.
2. **Initiator/coördinator:** Wanneer de eerste betrokkenen zich hebben gemeld voor hulp wil ik hen zo snel en effectief mogelijk kunnen organiseren, zodat er direct gezocht kan worden.
3. **Zoekhulp:** Wanneer ik word uitgenodigd voor een zoektocht wil ik duidelijke informatie krijgen zodat ik weet waar ik moet zoeken en waar ik op moet letten.
4. **Coördinator:** Wanneer ik een grote groep mensen aanstuur wil ik de juiste realtime informatie kunnen zien en evalueren, zodat ik de opschaling effectief en snel kan beïnvloeden.

## Gedetailleerde feedback op de Mock-Up

Op vrijdag 29-9 hebben 2 burgers, 2 semi-professional en 1 professional gesproken. De deelnemers lopen de 'app' door en vertellen wat ze zien, vinden en blij worden. Of niet.

## Loading Your Experience

Wat we hebben gedaan: een zoeker scenario of een coördinator scenario voorgelegd aan de deelnemers. Hieronder lees je, in dikgedrukt, de functies van de tool. Direct daaronder staat de validatie.

**We vragen in het begin aan de initiator alleen de hoognodige kenmerken van de vermissing op te geven omdat de initiator snel een zoekgebied (= een plan) wil hebben en hij anders snel afhaakt.** Kenmerken zijn: naam, leeftijd, geslacht, locatie laatst gezien met datum/tijd aanduiding, vervoer, foto.

*Validatie: Voor gebruikers is dit allemaal vrij logisch.*

**Het zoekplan wordt gevisualiseerd door een kaart met zoekgebied (kaart met cirkel en rasterindeling) omdat zoeken altijd gebeurt op een geografische locatie.**

*Validatie: Het zoekplan bestaat uit een zoekgebied en concrete tips. Die tips kunnen nu in onze*

*oplossing makkelijk over het hoofd worden gezien, waardoor een 'schuurtje als slaapplek voor een moe kindje' snel over het hoofd wordt gezien als mogelijke vindplaats.*

### **In het menu staan tips die handvatten geven over hoe en waar te zoeken in dit specifieke geval.**

*Validatie: Deelnemers bezochten niet uit zichzelf het menu, als ze daar eenmaal in waren gaven ze aan dat ze 'tips' handig vonden en ook wat ze daar zouden verwachten. De meest urgente tips waarmee gestart wordt moeten op een andere wijze aangeboden worden.*

### **Belangrijke meldingen over acties voor de zoekhulp worden nu als onderdeel van het scherm getoond.**

*Validatie: dit valt nog te weinig op, belangrijke meldingen zijn belangrijk genoeg om een scherm te vullen waardoor de aandacht nergens anders heen kan.*

### **De zoekactie moet makkelijk te delen zijn; met behulp van een link die snel kan worden gedeeld (a la Tikkie).**

*Validatie: dit snappen de deelnemers. Waarschijnlijk nog beter als ze de gehele flow zelf doorlopen. Een vraag die door een deelnemer werd gesteld: "wie ga ik uitnodigen; mijn netwerk of dat van de buurvrouw? Die laatste heeft mijn voorkeur maar heb ik niet in mijn contacten. Dan zou het via de telefoon van de buurvrouw moeten." Tips hierover zijn ook welkom om dit zo smooth mogelijk te laten verlopen. Kunnen we hier iets slims op verzinnen?*

### **Registreren moet zowel voor de initiator als zoekhulp zo simpel mogelijk zijn; voor initiator willen we minimaal een e-mail en wachtwoord hebben of inloggen via Facebook omdat ze dan later nog kunnen switchen tussen devices (mobiel → desktop of laptop). Voor de zoekhulp willen we een naam en optioneel een telefoonnummer.**

*Validatie: "wie kan mijn telefoonnummer allemaal zien? Als dat alleen de hulpinstanties en mijn directe omgeving dan heb ik daar geen problemen mee." Hier moeten we meer informatie over verstrekken.*

### **De zoekcirkel past zich aan op basis van 'nieuwe' informatie zoals bijvoorbeeld een update van de locatie laatst gezien.**

*Validatie: dit scenario hebben we niet getoetst maar we vermoeden dat we hierover bij de onboarding iets moeten melden. De zoeker verwacht sturing.*

### **We gebruiken de kaart van Google maps**

*Validatie: deelnemers geven aan dat de informatie op een Google kaart niet volledig is. Bosrijke of recreatiegebieden staan er niet altijd op terwijl dat wezenlijk belangrijke informatie is voor de zoekers. "Zoeken in een bosrijk gebied verloopt anders dan in een open veld. Daarnaast kleeft je anders als je weet dat je door de braamstruiken heen moet lopen." De kaarten van Google maps vertonen onvoldoende details waardoor deelnemers die met het gebied onbekend zijn zich niet goed kunnen voorbereiden op hun zoektocht. Wanneer is men bekend genoeg met een gebied? De mogelijkheid om satelietbeelden te zien zou al helpen (als deze recent genoeg zijn)*

### **Een zoekhulp kan pas zoeken als hij zich in het zoekgebied bevindt en zoekt zelf een raster uit waar hij gaat zoeken. De informatie over de inzet van andere zoekhulpen helpt hem om een geschikt gebied uit te kiezen.**

*Validatie: Hier is duidelijk verschil te zien tussen burgers en (semi)professionals. Burgers hebben meer begeleiding nodig en willen zeker weten dat ze met iets nuttigs bezig zijn. Zomaar ergens beginnen zien ze niet direct als heel nuttig. Binnen het zoekgebied verwachten ze een zekere volgorde qua prioriteiten, ook als de coördinator dat niet heeft aangegeven.*

**Een belangrijke vondst kunnen melden in de app (bijv. een fiets, kledingstuk van de vermiste).**

*Validatie: aan deelnemers moet van tevoren duidelijk worden gemaakt dat ze dit kunnen doen en waar deze melding terecht komt. Anders bestaat de kans dat belangrijke informatie niet wordt geregistreerd.*

**Ten alle tijde de mogelijkheid om hulp in te roepen, via een bericht aan de coördinator of direct 112 bellen.**

*Validatie: hoe de hulpfunctie nu is ingericht verwachten deelnemers direct 112 of contact met de politie. Wellicht een beter onderscheid maken in bericht aan coördinator en hulp inroepen door ze te scheiden. Opvallend is dat per deelnemer verschilt wanneer het moment aanbreekt om de politie bij de zoektocht te betrekken. Een driver hierin is de onzekerheid over het beschikken van de juiste kennis bij de zoekende. En de wens om geen getuige te zijn van een overleden bekende/dierbare.*

*Dit risico is er altijd en daar zijn deelnemers zich min of meer bewust van. In wezen is iedere betrokkene een held op zijn manier.*

**Een coördinator moet een zoekactie op elk moment kunnen afsluiten, waarbij iedere deelnemer een bericht hierover krijgt.**

*Validatie: niet bij iedereen getoetst maar eerste signalen zijn positief. Het bericht zelf nog kunnen 'bewerken' is een voorwaarde.*

**De zoeker kan een belangrijke vondst melden via 'meld deze plek', waarbij de locatie geregistreerd wordt en er fotomateriaal en een beschrijving kan worden toegevoegd.**

*Validatie: dit wordt als zeer waardevol gezien.*

**De coördinator kan een zoekgebied prioriteit geven, zodat actieve zoekhulpen zich verplaatsen naar dat gebied om te helpen zoeken.**

*Validatie: het idee wordt gewaardeerd, de uitvoering kan op verschillende manieren geïnterpreteerd worden wat onwenselijk is. Als zoekers ergens niet mogen komen moet het duidelijk zijn (bijvoorbeeld als er honden aan het zoeken zijn) en als zoekhulp juist wel nodig is moet dat ook duidelijk zijn zodat iedereen de aandacht op dat gebied richt.*

**De zoeker heeft de mogelijkheid op elk moment de zoekactie te stoppen, waarbij de zoektocht wel gelogd wordt (en getoond aan anderen).**

*Validatie: alle hulp moet worden gewaardeerd, elke deelnemer moet in staat zijn de eigen grenzen aan te geven en moet dus op elk moment kunnen stoppen met de zoekactie. Belangrijk hierbij is dat de resultaten van de zoekactie geborgd worden.*

**De coördinator kan 'achteraf' handmatig zoekacties toevoegen (bijvoorbeeld als er al zoekacties zijn geweest voordat de app in gebruik wordt genomen)**

*Validatie: niet uitgebreid besproken maar wanneer wel besproken wordt dit handig gevonden.*



[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]

- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]



[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]

[Redacted text block]

- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

- [Redacted list item]
- [Redacted list item]
- [Redacted list item]

- 10.2.g [redacted]

[redacted]

- [redacted]

10.2.g [redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

## Creatieve briefing: dit is wat we gaan maken 📱🎉

Tijdens de designsprint hebben we een mock-up gemaakt die aansluit bij de behoeften van de gebruikers; coördinator en zoeker. Hier hebben we gelet op de factoren toegankelijkheid van en een positieve impact op zoekacties.

Deze mock-up gaan we nu met de feedback uit de validatie beter maken, zowel in details als in focus van de oplossing. Met als resultaat een werkend prototype dat kan worden ingezet bij een pilot. Bij deze pilot gaan we uit van een vast scenario. Zo testen we niet alleen in een bredere, meer concrete context (een echte zoekactie), maar krijgen we ook beter inzicht in de maakbaarheid van het definitieve product.

Omdat we voor het prototype niet alle features volledig kunnen uitwerken, starten we de bouw ervan met het definiëren van de MVP. Een Minimum Viable Product beschrijft de functionaliteiten van een product die het tenminste moet hebben om echt levensvatbaar te zijn. Dit is het product in zijn puurste vorm, de ideale balans tussen waarde en de complexiteit om het te realiseren. Dit betekent een scherpe keuze tussen features, of een keuze uit alle mogelijke oplossingsrichtingen voor een feature.

Om met een helder, haalbaar plan te komen voor het prototype, starten we de bouw met een sessie om deze keuzes te maken. Deze keuzes worden geïnformeerd door de business case en de uitgangspunten alle mogelijke functies in deze brief.

## Het prototype in het kort ⚡

**Helpen is het toverwoord.** Niemand is voorbereid op een vermissing en daarom kan je wel wat ondersteuning gebruiken bij het starten en coördineren van een zoekactie. Dat is precies wat deze app doet. Het is je 'kameraadje' bij het zoeken, en de kennisbron als je een actie leidt.

We helpen nog beter bij een zoekactie als we de volgende uitgangspunten aanhouden:

- **Betere kennisoverdracht:** aanwezige kennis rondom vermissingen zoveel mogelijk in context aanbieden. Hierdoor kunnen zoeker en coördinator beter geïnformeerd aan de slag.
- **Vergroten gebruiksvriendelijkheid:** gebruikers beter ondersteunen en informeren bij het gebruik van de app: wat wordt er van je verwacht, waar je moet zoeken, feedback en meldingen, etc.

## **Functies: speciaal gemaakt voor verschillende gebruikers** 💪

De app heeft verschillende core-functies die, nogmaals, helpen bij het starten en coördineren van een zoekactie.





