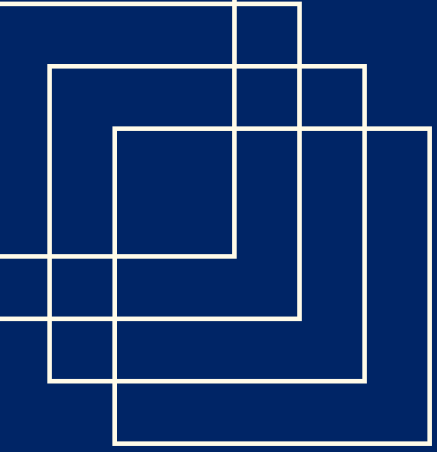


FASE 3

IDEATION WEEK

Laura.ai



REQUIREMENTS

1. Vrijwillige adoptie

2. Bestaand productkader: Wellbeing AI-coach werknemers, dashboard werkgevers

3. Privacybewuste oplossing

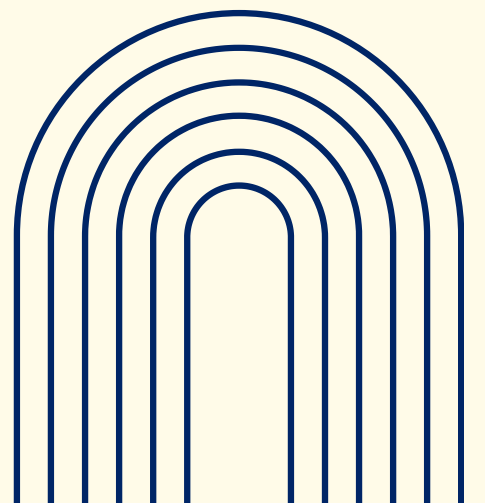
4. Gebruiksvriendelijk (Ease of Use TAM)

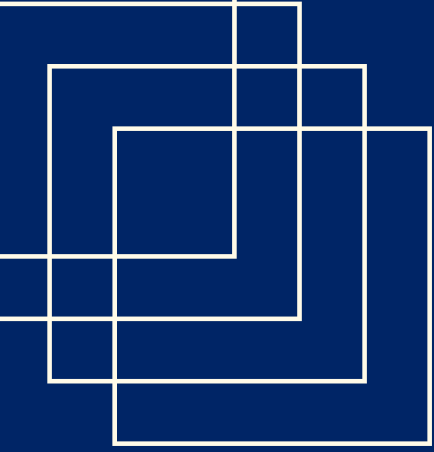
5. Vertrouwen uitstralen

6. Diverse talen

7. Chatfunctie

8. Conform AI/Privacy-Regulering





CONSTRAINTS

1.

Beperkt budget

2.

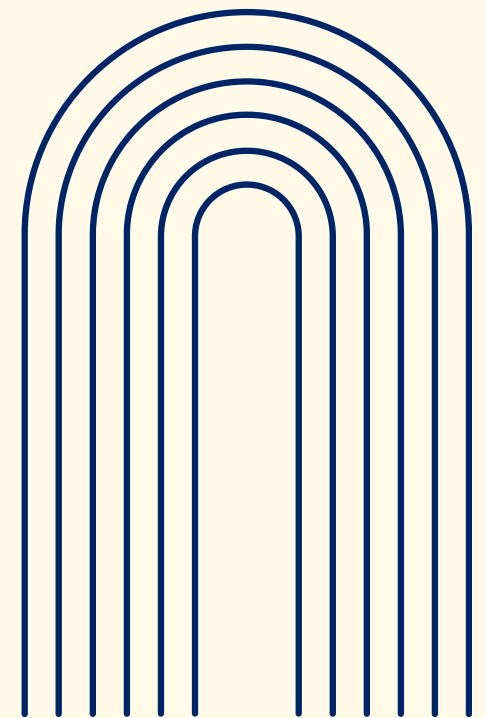
Doelgroep

3.

Tijd

4.

Focus op mentale gezondheid



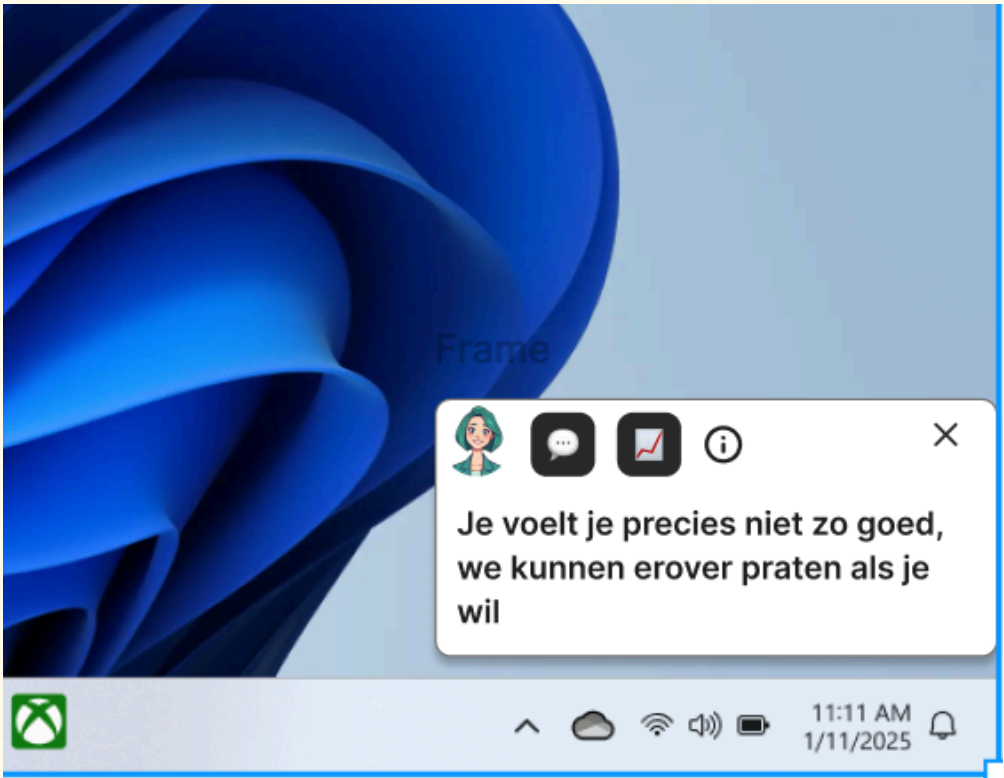
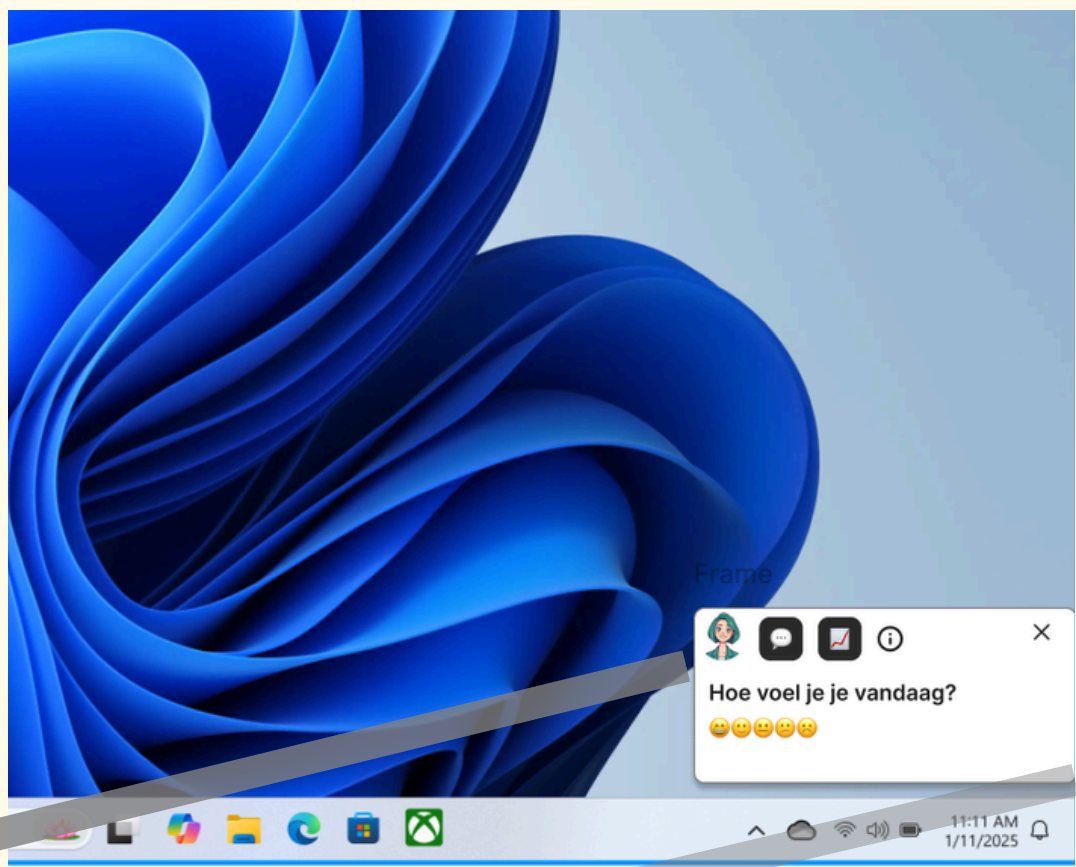
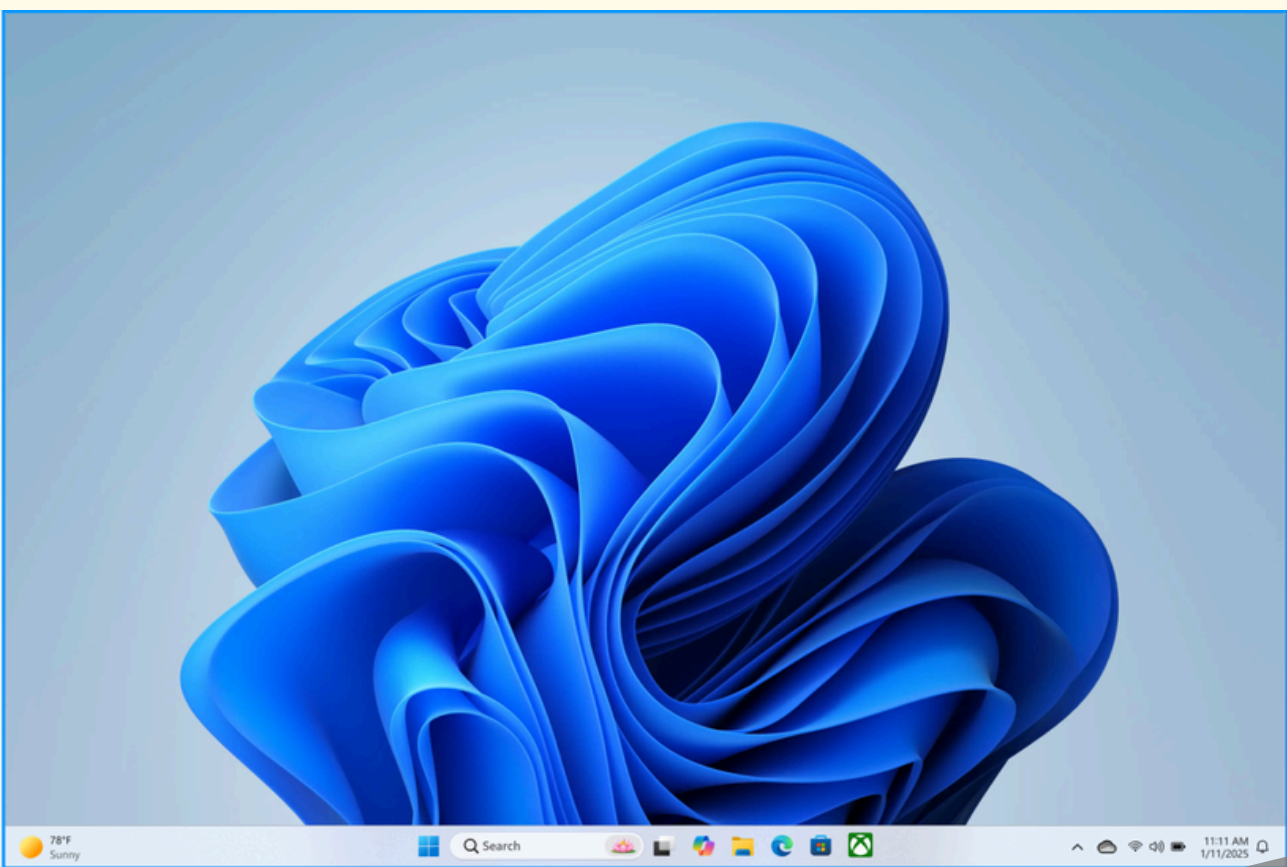


OPLOSSINGEN

1. Notificaties
2. Gamification
3. Werknemersdashboard
4. Privacyslot



OPLOSSING 1: NOTIFICATIES



				Hoe voel je je vandaag?	-X
Energie				    	
Stress				    	
Ik voel mij				    	

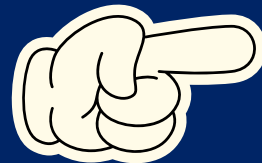
OPLOSSING 1: NOTIFICATIES



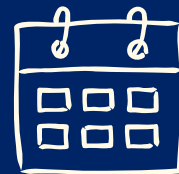
Voordelen



Laagdrempelig



Nudging



Integreren met agenda



Aanmoediging tot
engagement

Nadelen



Toestemming



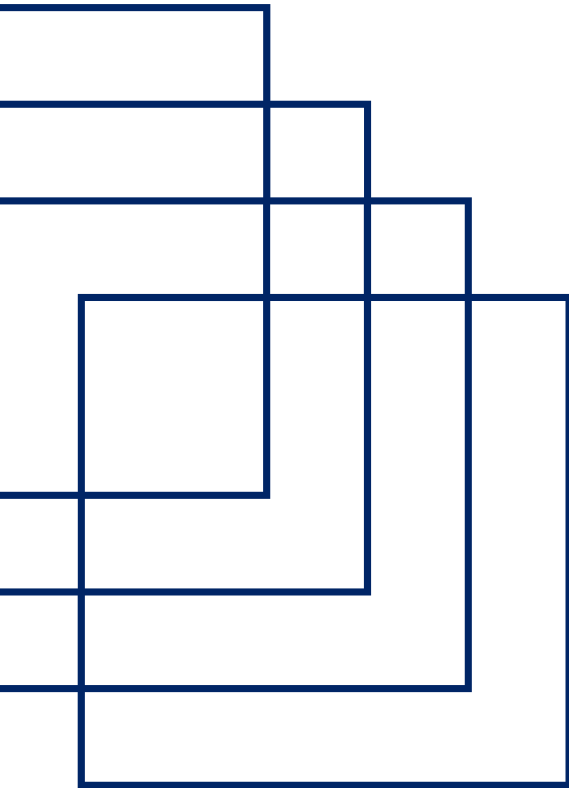
Licenties



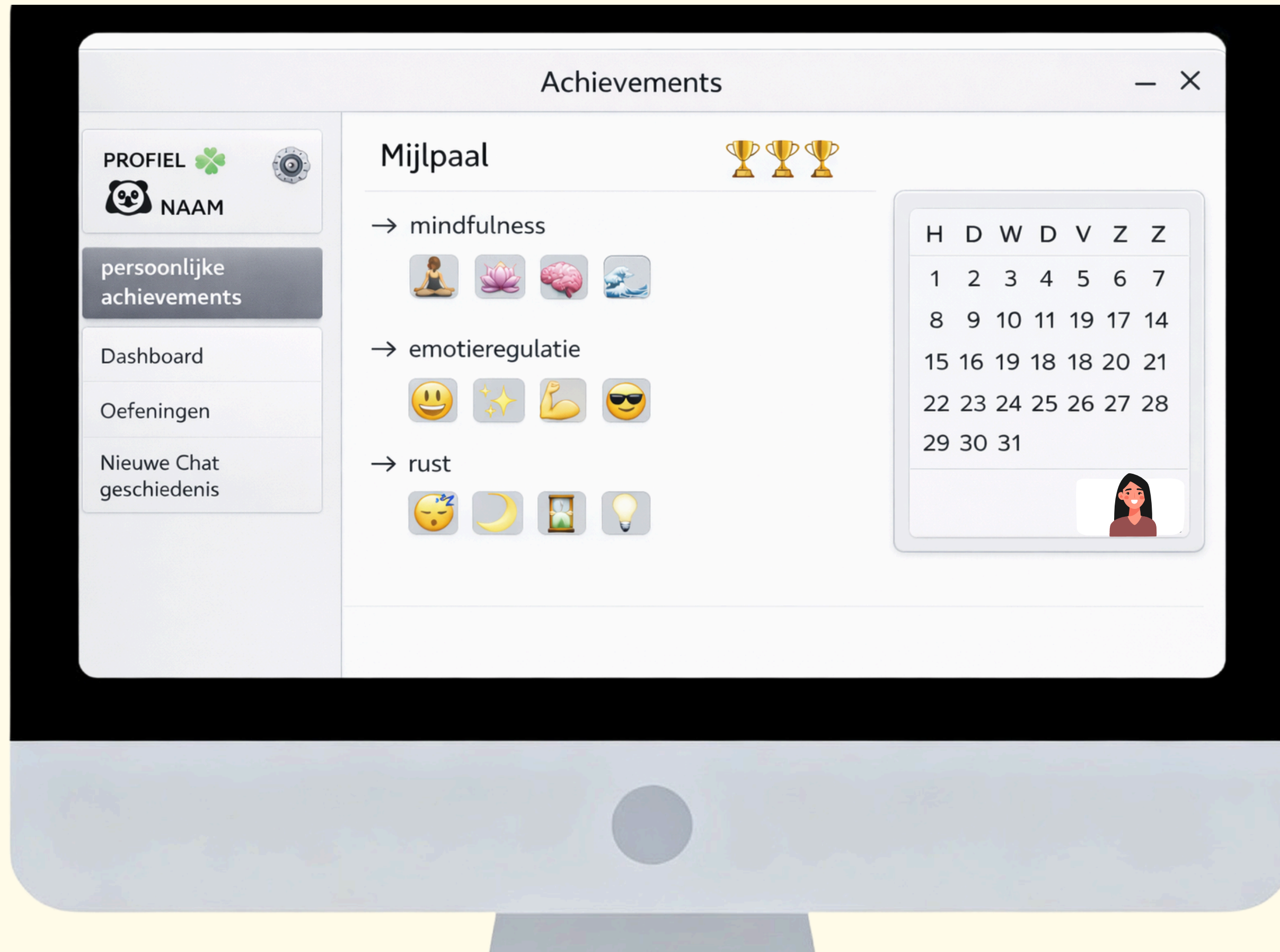
Persoonlijke data delen



Irritatie en afkeer



OPLOSSING 2: GAMIFICATION



OPLOSSING 2: GAMIFICATION



Voordelen

Lock-in

Eigen opvolging

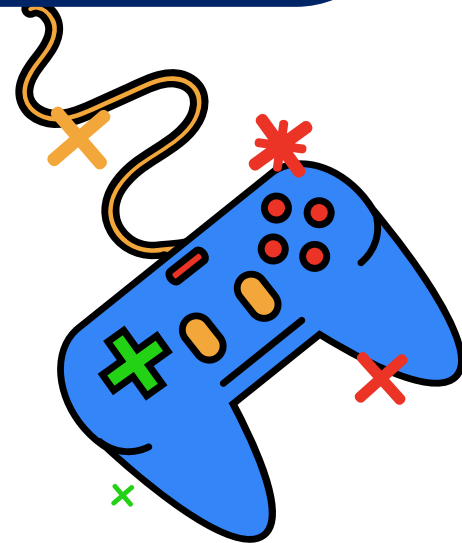
Retentie

Competitiviteit

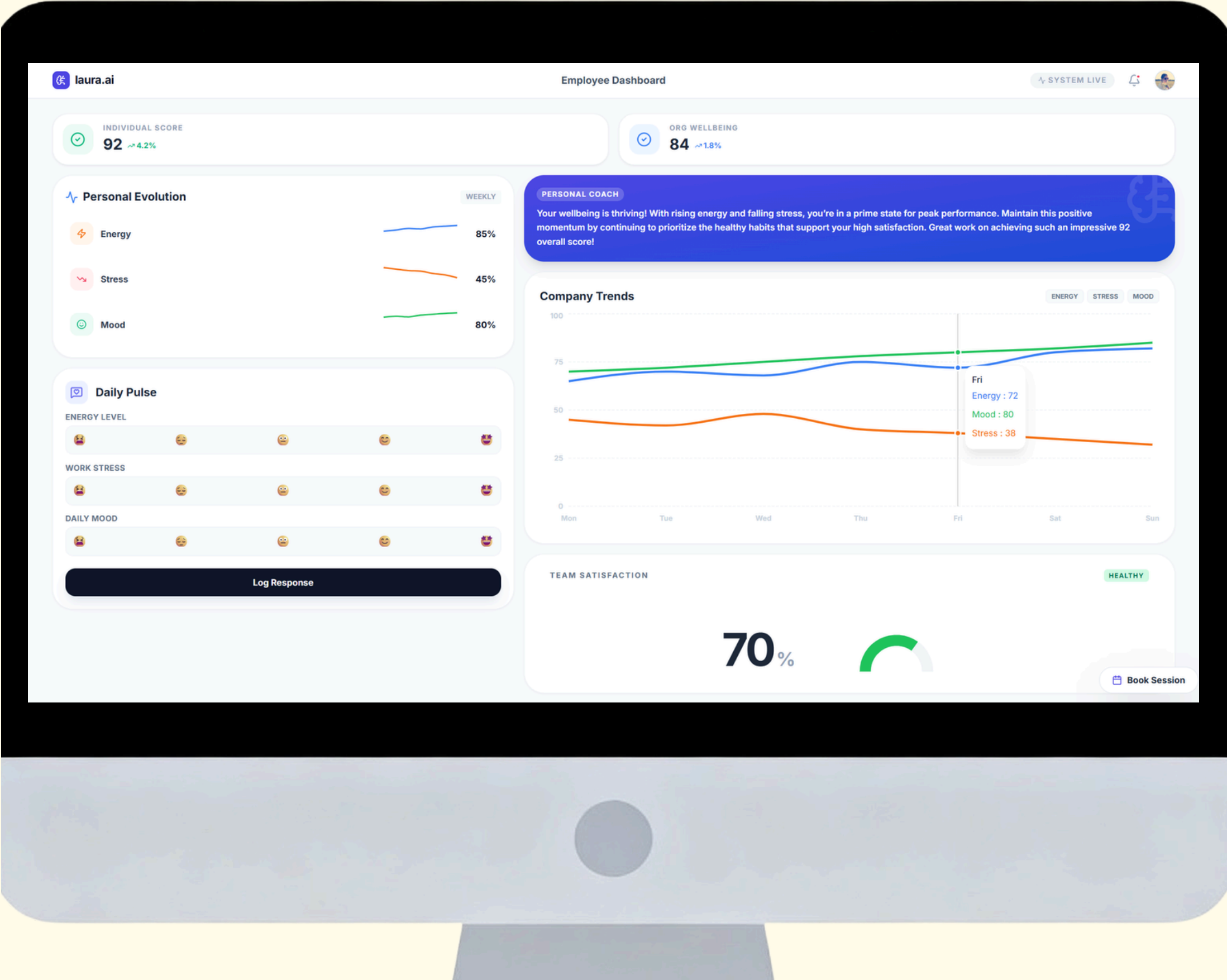
Schuldgevoel

Werkdruk/stress kunnen verhogen

Complexity of reality



OPLOSSING 3: WERKNEMERSDASHBOARD



OPLOSSING 3: WERKNEMERSDASHBOARD

Voordelen

What's in it for me?

Quantified selves (individueel en organisatie)

Transparantie

Nadelen

Schijnobjectiviteit

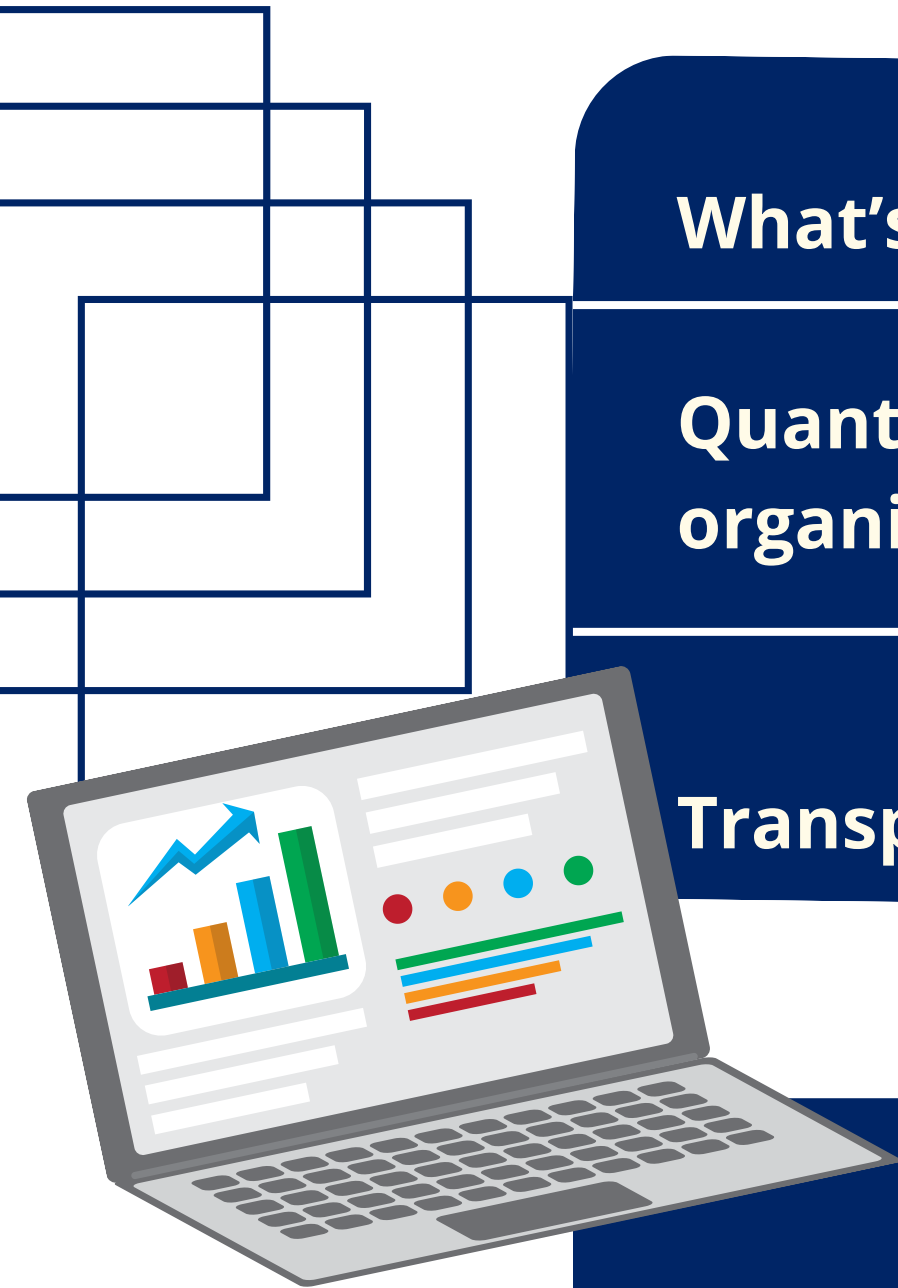
Onbetrouwbare data

Interpretatieproblemen (voor gebruiker)

Context ontbreekt

Spanningen

Individueel vs. collectief
Empowerment vs. surveillance
Zelfkennis vs. reductionisme



OPLOSSING 4: FOCUS OP PRIVACY

1. Visualisatie datastroom

Bij eerste gebruik



OPLOSSING 4: FOCUS OP PRIVACY

2.

Privacyknop

The screenshot shows the LauraAI Wellbeing app interface. At the top, there's a header with a menu icon, the text "LauraAI Wellbeing", and a "100% PRIVACY" badge. The main content area features a large smiley face icon and the question "Hoe voel je je vandaag?". Below this, a subtitle reads "Ik ben Laura, hier om te luisteren, volledig anoniem." There are six buttons arranged in two rows: "Ik heb stress", "Ik ben angstig", "Ik heb nood aan een babbel", "Kort gesprek", "Diep", and "Kritisch". At the bottom, there's a text input field with the placeholder "Typ hier..." and a microphone icon. A small "Inzicht in welzijn" link is on the bottom left, and a "Anoniem & Versleuteld" badge is on the bottom right.

The screenshot shows a "Privacy bij LauraAI" dialog box with a blue header and a close button. It contains three numbered points explaining the privacy policy:

- 1 Eerst jij**
Jouw bericht of stemfragment wordt tijdelijk verwerkt om kenmerken te berekenen, zoals toon of emotionele intensiteit. Die kenmerken zijn getallen, geen zinnen of opnames.
- 2 Dan anonimiseren we**
Deze kenmerken worden losgekoppeld van je naam, account en toestel. Niemand – ook je werkgever niet – kan zien wat jij persoonlijk hebt gezegd of gevoeld.
- 3 Alleen het team blijft over**
De losse gegevens worden samengevoegd met die van anderen. Alleen groepspatronen (zoals "het team voelt zich deze week meer vermoeid") worden zichtbaar voor de organisatie. Individuele bijdragen verdwijnen in het gemiddelde.

At the bottom, there is a dark blue button labeled "Begrepen".

OPLOSSING 4: FOCUS OP PRIVACY



Voordelen

Transparantie over dataverwerking
Verkleint informatie-asymmetrie

Noden gebruiker

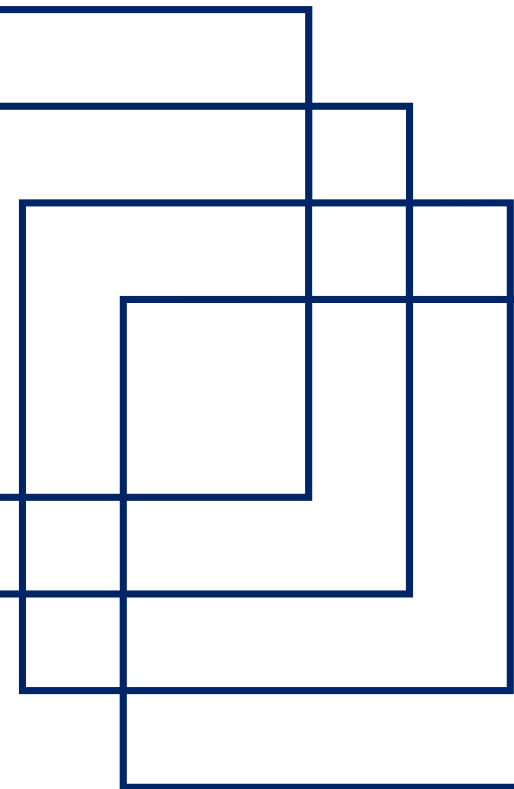
Missie & visie Laura.AI:
Doel, waarden en toekomst van
Laura.AI

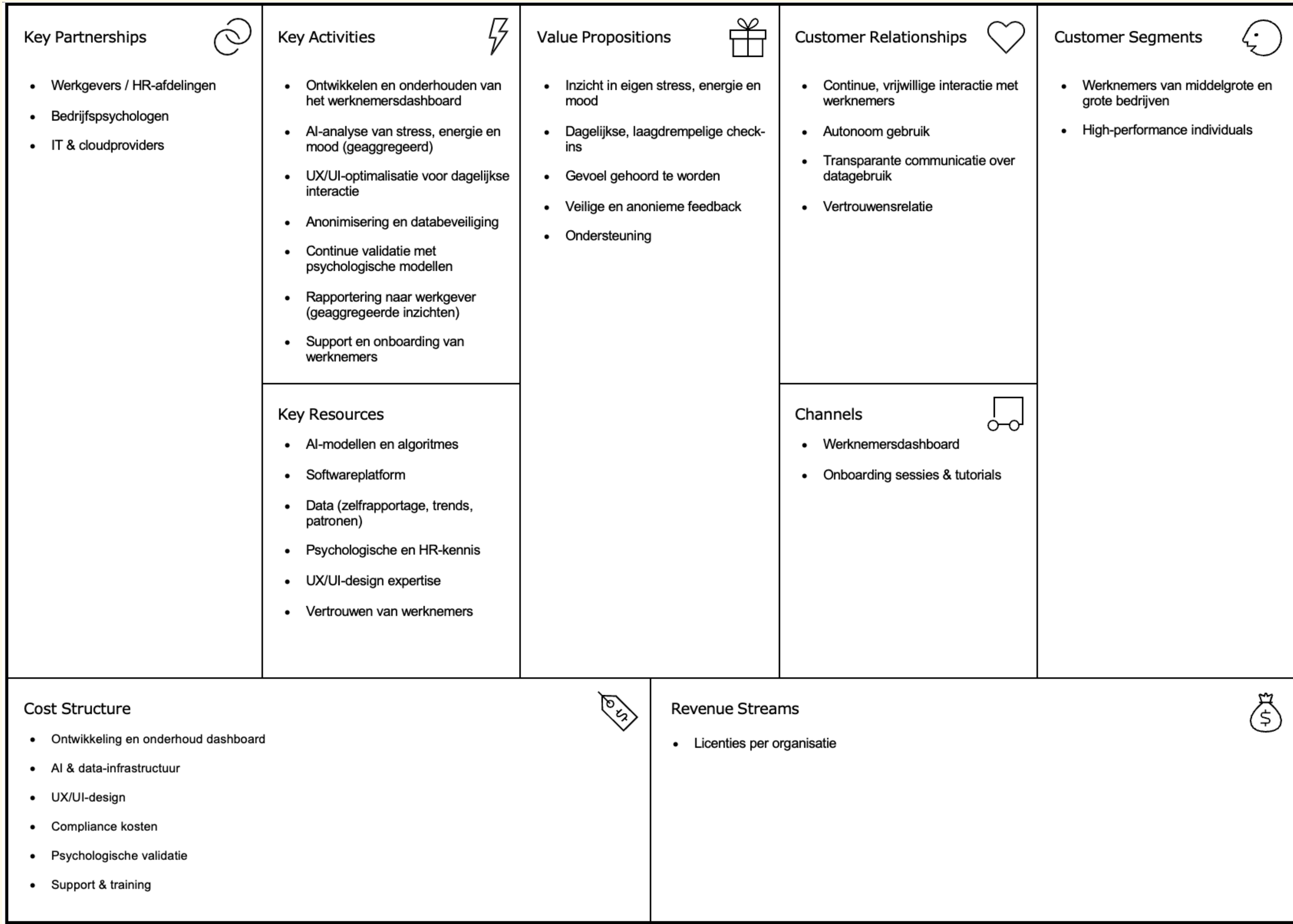
Nadelen

Transparantieparadox: voldoende
uitleg = vaak te complex of te lang
~bounded rationality

Moeilijk effectieve gevolgen te begrijpen
met louter tekst/beeld over
dataverzameling

Denkbeeldige controle:
Gevoel van controle (vaak illusoir)
verhoogt risicobereidheid





HOE GAAN WE VERDER?



Gebruikersonderzoek

- Literatuuronderzoek
- Interviews
- Walkthroughs



Verdere designkeuzes



VRAGEN?

LITERATUUR

- Boyd, D. & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data. Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon, *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-679.
- Sharon, T. (2017). Self-tracking for health and the quantified self: Re-articulating autonomy, solidarity, and authenticity in an age of personalized healthcare. *Philosophy & Technology*, 30(1), 93–121. <https://doi.org/10.1007/s13347-016-0215-5>.
- Lupton, D. (2016). The diverse domains of quantified selves: Self-tracking modes and dataveillance. *Economy and Society*, 45(1), 101–122.
<https://doi.org/10.1080/03085147.2016.1143726>
- Acquisti, A., Brandimarte, L., & Loewenstein, G. (2020). Secrets and Likes: The Drive for Privacy and the Difficulty of Achieving It in the Digital Age. *Journal of Consumer Psychology*, 30(4), 736–758. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1191>