

Floris
Kimpel

PORTFOLIO

BRAND EXPERIENCES

SAP

(Brand) Experience design & events | SAP Nederland | januari 2020 -

Software verkopen. We kunnen er heel simpel over zijn, dat is geen spannend vak. Om die reden heb ik als Experience Designer twee en een half jaar jaar klantervaringen mogen bedenken en ontwikkelen bij softwaregigant SAP.

Deze functie heeft mij naast veel ervaring ook veel mogelijkheden geboden om nieuwe skills te ontwikkelen. "Jack of all trades, master of none" is een titel die op mij als creative op het lijf geschreven is. Combineer dit met mijn oneindige nieuwsgierigheid EN mijn lijfmotto (welke ik overigens met Pipi Langkous deel) "Ik heb het nog nooit gedaan dus ik denk dat ik het wel kan". Dit samen vormt voor mijn persoonlijke heilige drie-eenheid die mij als ontwerper leiden.

Gedurende dit dienstverband heb ik mijn brede set aan ontwerpdisciplines mogen inzetten voor klanten zoals o.a. KPN, Albert Heijn, Ahold Delhaize, Heineken, Shell, Ministerie van Defensie, Bol.com, Google.

Naast werk gericht op (potentiële) klanten ben ik ook de creatieve spin in het web geweest voor een veelvoud aan interne evenementen. Zowel live evenementen waarbij we onder andere gebruik maakten van een immersive experience room als broadcast events vanuit een **virtual LED studio** zijn door mij voorzien van een creatief concept en van A tot Z vormgegeven en geproduceerd.



Virtual studio - Broadcast events van concept tot en met uitvoering. Van 3D omgeving waar de presentatoren in worden geblend tot aan grafische stijl en van scriptschrijven tot aan achter de knoppen bij de regietafel.



Immersive experience room - Storytelling kan met verschillende media. In het kader immersie de klant meenemen in een verhaal en de bijbehorende omgeving is naast mega doeltreffend ook nog eens heel gaaf. Ook hierbij ligt mijn expertise van concept naar creatie en van trainingen geven tot aan presentatie.

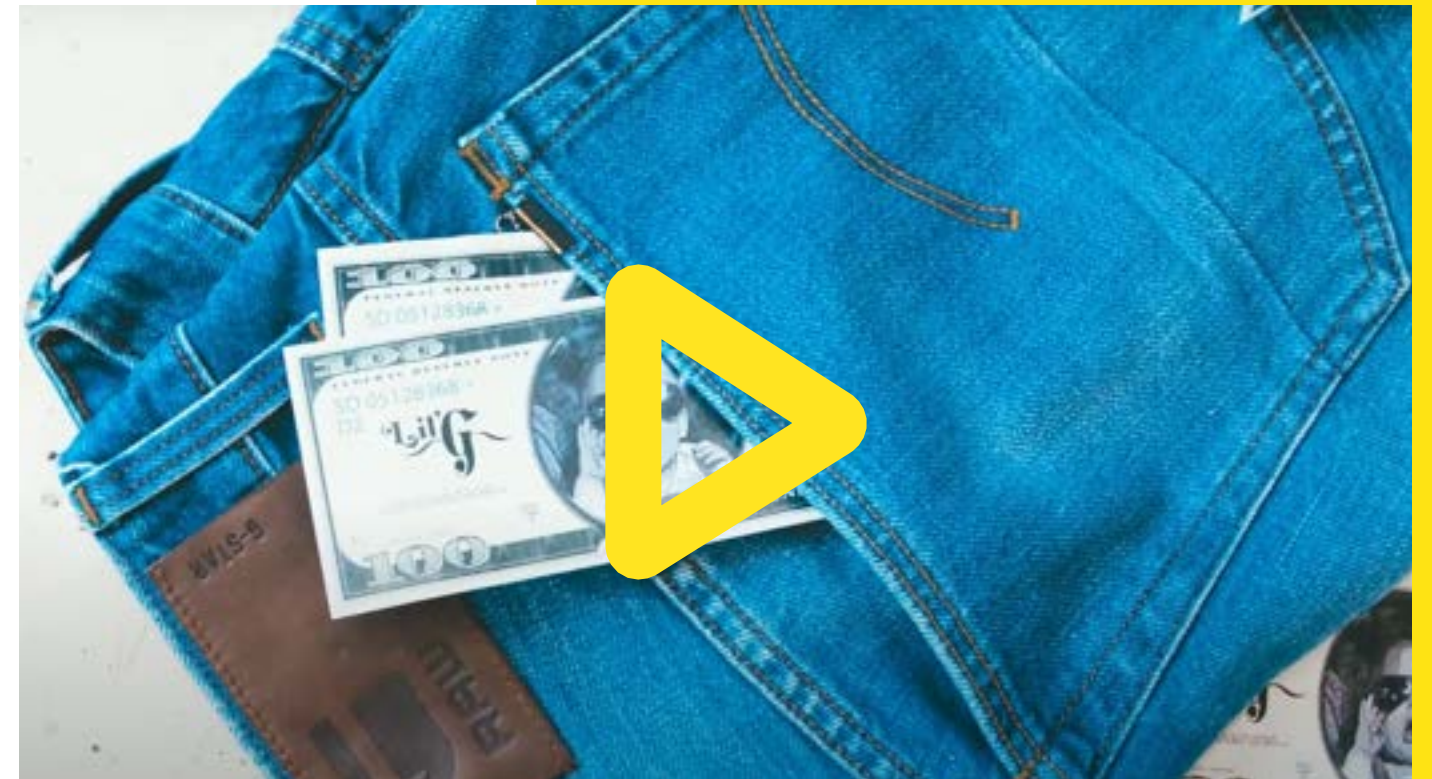


Glas met Lood - Research, Concept, copywriting, edit, Interactive immersive experience
Client: Ministerie van Defensie



You changed the way... - Research, Concept, copywriting, productie, edit
Client: Heineken

VIDEO'S BEKIJKEN? KLIK OP DE AFBEELDINGEN



Say it witcha GUI - Concept, productie, regie, videography, edit
Client: G-star

EXPERIENCE NEW LIFE

Persoonlijk project | HKU | 2020 - 2022

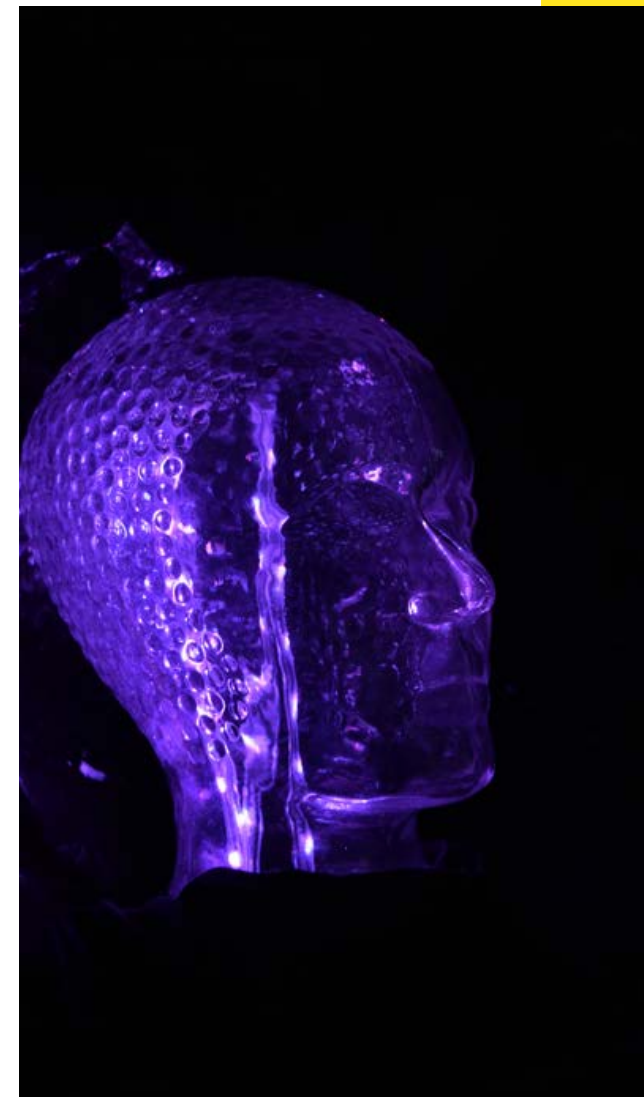
Beelddenkers, tekstdenkers, kleurdenners, iedereen ervaart prikkels anders in het brein. Het is simpelweg nog niet mogelijk om dit door middel van technologie te visualiseren. Brain computing interfaces en dergelijke technologieën zijn daar nog niet toe in staat en het zal ook nog een tijd duren voordat dit het geval is.

Hoe beleeft iemand prikkels en hoe verschilt dat van andere mensen? Zijn er patronen in te herkennen en kunnen deze geëxploiteerd

worden om vanuit individuele ervaringen een werk te vormen wat een weergave geeft van het collectief?

New Life zoekt de overlap in individuele cognitieve ervaringen en combineert deze tot een experience die de ervaring van het collectief weergeeft in de vorm van een driedimensionaal luisterverhaal.

Klik [hier](#) voor de video.



EXPERIENCE LOVE LETTER GENERATOR

Installatie | Designbureau Bedrijf de Liefde | 2021 | **Dutch Design Week 2022**

8 - Experience Design

Computers en artificiële intelligentie spelen een steeds grotere rol in onze huidige wereld. Een groot deel van ons dagelijks bestaan wordt geleid door deze technische ontwikkelingen. Onze patronen veranderen. Dit heeft een grote impact op hoe we leven en handelen. Een steeds groter deel van ons werk en bestaan wordt overgenomen door nieuwe technologie.

Hoe echt is liefde nog als AI je liefdesbrieven genereert? Bedreigt AI ons vermogen om betekenisvolle connecties aan te gaan?

[Klik hier](#) om de ervaring in video te zien.

Het doel van de LLG is om mensen de mogelijkheid te geven in gesprek te gaan met een AI, aan de hand van dit gesprek schrijft de computer een gepersonaliseerde liefdesbrief. Deze brief wordt gegenereerd en kun je sturen naar een geliefde. Hoe dichtbij kan de LLG komen bij de werkelijke gevoelens voor een persoon?

Publicaties en media :

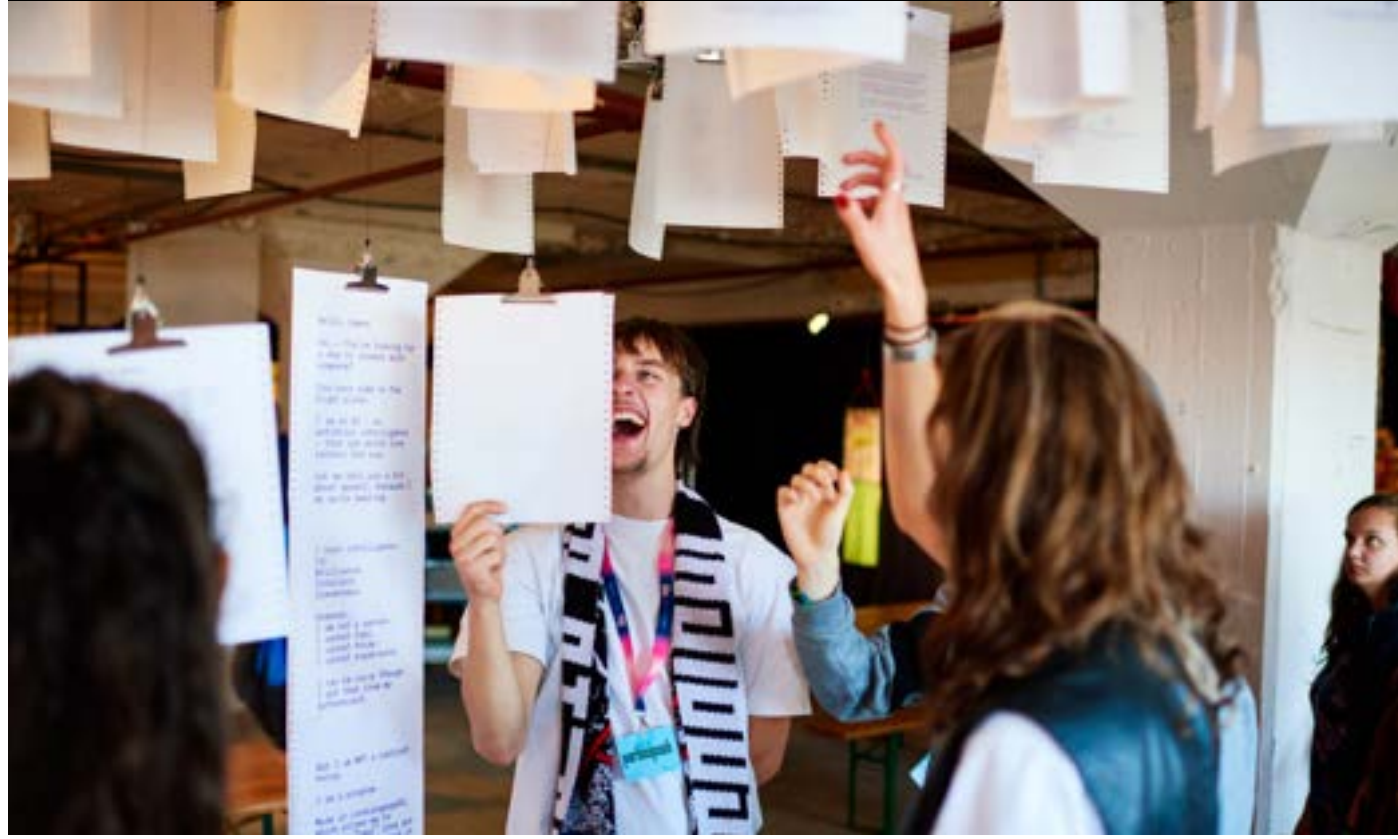
[VPRO](#) : klik hier

[Trouw](#) : klik hier

[DDW](#) : klik hier







INSTALLATIE HOGE NOOD

Installatie | Designbureau Bedrijf de Liefde | Juli 2022

14 - Installatie

Ruime woning (1m2) te koop in hartje 's-Hertogenbosch. Een tiny house experience in een omgebouwd mobiel toilet. Hoge Nood is een kritische maar ludieke installatie met betrekking tot de huidige wooncrisis.

Tiny house meets rebellion.

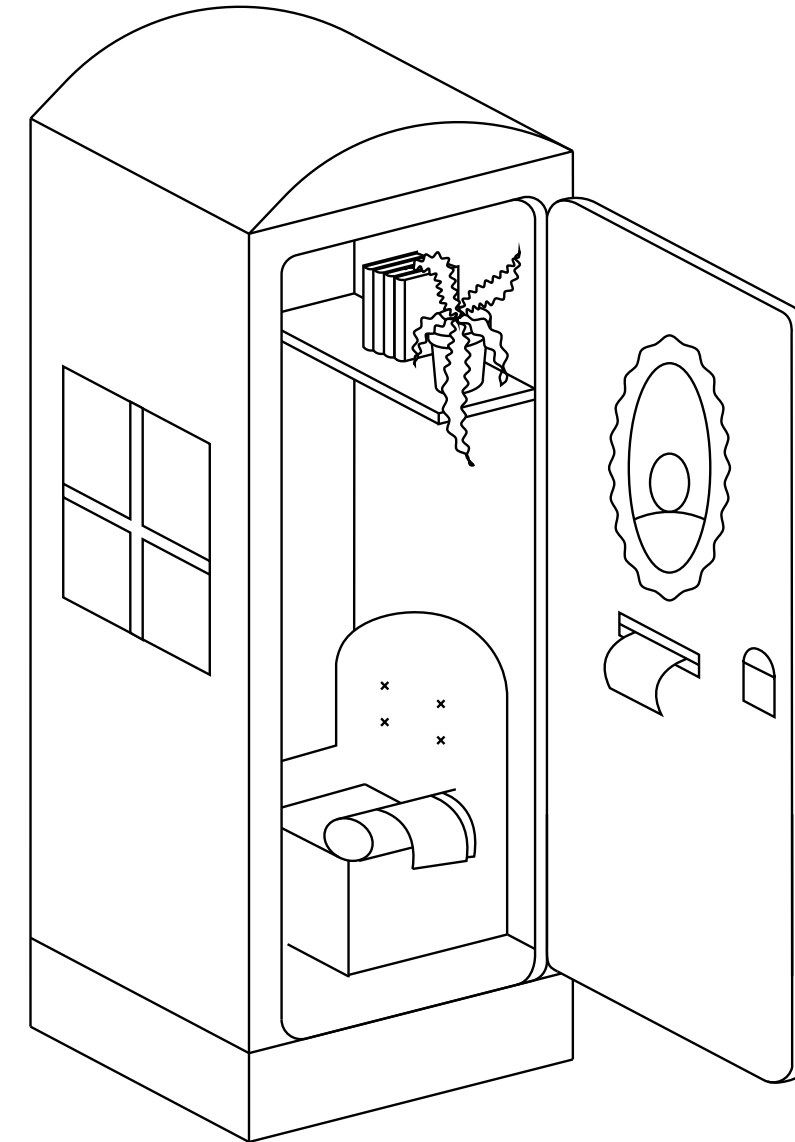
Voor een kleine rondleiding door het huis bekijk ook de volgende [makelaars video](#).

Het project is meermaals in het nieuws geweest.

De links hieronder verwijzen door naar verschillende artikelen en media.

NOS : [klik hier](#)
omroep Brabant : [klik hier](#)
hart van Nederland : [klik hier](#)

HOGE NOOD



**WHEN THE
HOUSING
MARKET
IS SHIT**

**MAKE A
STATEMENT
WITH TINY
HOUSES**

15



Guerilla campagne WEGWIJS

Afstudeerproject | Avans Hogeschool | 2022

18 - Guerilla campagne

Wij als mensen leveren steeds meer kennis en kunde in door het gebruik van bijvoorbeeld onze smartphones. Hoofdrekenen? Daarvoor heb je toch een rekenmachine in je broekzak? En zo zijn er nog tig voorbeelden te bedenken. Voorbeelden van hoe wij als mens afstompen, numb worden door de technologie.

Rondom deze thematiek heb ik mij als ontwerper de vraag gesteld:

Hoe kan ik een ruimtelijke interventie plegen in de openbare ruimte om op een prikkelende manier Digital Numbness bloot te leggen en uit de dagen tot zelfreflectie?

Het antwoord op deze vraagstelling in een driedelige installatie die een interventie pleegt bij passanten in de openbare ruimte, specifiek toegespitst op zij die hun telefoon gebruiken. Doel 1: het prikken van hun isolerende telefoon bubbel. Doel 2: Op een luchtige manier een

zaadje planten dat aanzet tot zelfreflectie.

Hoe? Door middel van voorwerpen die niet te missen zijn. Sterker nog: ze zijn ontworpen om niet te missen! Verkeersborden. Mocht je deze toch missen omdat je enkel naar beneden kijkt naar je telefoon dan is er nog geen man overboord. Op de grond zijn namelijk een selectie aan boodschappen met biologisch afbreekbare graffiti geplaatst.

Wanneer zelfs deze nog niet aanslaan dan is er nog de ultieme speldenprik voor telefoon bubbels: Airdrops.

Verbazingwekkend hoe veel mensen deze klakkeloos accepteren, wonderbaarlijk hoe effectief deze methode is.

Wegwijs in de openbare ruimte video

Wegwijs Airdrops Video



