# Peer Reviews:

Na de presentatie die gegeven is door Alara; hebben we andere groepjes ondervraagd voor Feedback over ons concept.

**Joey’s Groep (TLE11)**

Hij vind onze Pitch heel mooi gedaan maar vind wel dat er veel gaten zitten in ons concept. Ook vind hij dat het beter is als we het concept wat duidelijker weer geven aangezien hij het nog niet helemaal snapte.

Ook vind Joey  dat  “het Butterfly Effect” niet te maken heeft met het spel.

Joey vind dat een oudere doelgroep beter is aangezien je dan de schok-reactie groter kan maken waardoor de “Butterfly-effect” meer in het concept terug komt.   Als je je spel goed promoot doodmiddel van Social Media kan het goed worden.

Hij vind dat we ons doelgroep beter kunnen veranderen naar 18-29 jarigen.  Omdat hij niet geloofd dat die kinderen hun ouders iets kan aanleren.  Ook vind hij het zorgwekkend voor kinderen. So Kill ur Darlings.

**Irene’s Groep(TLE7)**

In tegenstelling tot Joey vind Irene het juist beter dat onze doelgroep bestaat uit kinderen in plaats van jong-volwassenen. Dit vind zij een goed idee omdat jong-volwassenen (volgens haar) minder gamen en meer bezig zijn met hun leven op orde te krijgen in tegen stelling tot kinderen.

Ook vind ze de pitch erg mooi omdat we de “Butterfly-Effect” erin verwerkt hebben,wat mooi samen komt met de stof die de andere 2de jaars studenten geleerd hebben in hun eerste jaar.

**Tim’s Groep(TLE9)**

Momenteel vind het groepje van Tim het concept nogal vaag. Ze hebben wat het concept precies inhoud niet kunnen afleiden van de pitch & kunnen daarom het spel nog niet goed inbeelden.

Nadat we het spel beter uitlegden kwamen ze gezamenlijk op de conclusie dat we een soort “Life is Strange”-achtige game in elkaar wilden zetten. De tip die ze aan ons gegeven hebben hierbij is dat een verhalen game niet goed zal werken voor 12 tot 18-jarigen als leerstof.

Wel vonden ze het idee om een versneld leven’s spel met versnelde keuzes, waarbij je aan het einde ziet waar je keuzes voor gezorgd hebben, erg leuk.

**Home Switch(TLE5)**

Hun vinden het concept idee om mensen op psychologische wijze te laten schikken om ze zodoende in actie te laten komen een goed idee.

Wel vinden ze dat als we zo’n spel maken het schok effect niet te groot moet zijn aangezien het doelgroep bestaat uit kleine kinderen.

De meeste pitches die gegeven werden waren erg zakelijk in tegenstelling tot onze eigen pitch. Dit verschil maakte onze pitch erg opvallend.  Aan het begin van onze pitch dachten ze “waar wilt deze groep heen gaan met het Butterfly Effect” maar naarmate de pitch doorging konden connecties neergelegd worden & werd de pitch heel interessant en meeslepend.

Wel vroeg team 5 zich af waarom we het concept technisch op de computer willen aanpakken en het niet doen in de vorm van  bijvoorbeeld een kaart spel.