

PORTFOLIO PORTFOLIO



EINDTERM ASSESMENT JAAR 1
TREND RESEARCH & CONCEPT CREATION IN LIFESTYLE
EVA VAN ASPEREN / COMMUNITY 1C / 459085

MEET THE WRITER

Ik ben **Eva van Asperen**, geboren op 25 augustus 2003. Ik ben nu **17** jaar, nog een erg jonge leerling. Thuis woon ik samen met **mijn ouders**, mijn kat en een lieve hond. Ik heb geen broertjes of zusjes. Sinds een paar maanden woon ik op kamers in **Tilburg** met nog 3 andere studenten.

Mijn vrienden en familie omschrijven mij als: **netjes**, vindingrijk, lief, sociaal, **humoristisch**, **behulpzaam** en betrouwbaar.

hiernaast zie je een collage met **foto's** die maken wie ik ben.

Mijn ouders



Mijn beste vriendinnen



DJ



Avontuurlijk

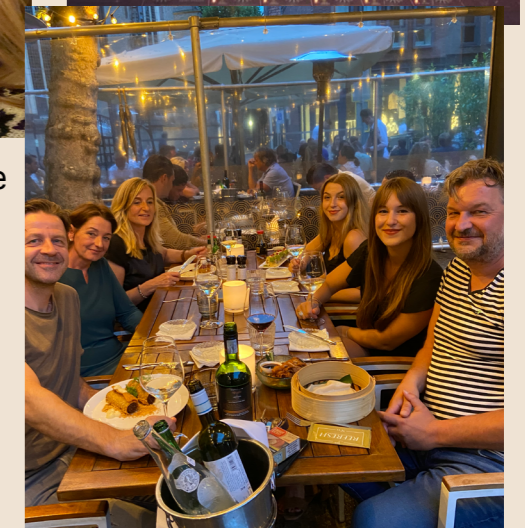
Mijn ontzettend leuke werk met het lekkerste eten



Kattenmens



Fotografie



Uiteten met familie

VOORWOORD

Om mijn Propedeuse te halen heb ik mijn eindterm assesment geschreven. Ik heb veel geleerd van mijn eerste portfolio waardoor ik deze keer een goed beeld had van hoe ik ging beginnen. Ik wil mijn community en community coach (Huib van Engelen) bedanken voor het eerste jaar op deze opleiding. Helaas is het anders gegaan dan we gewend zijn maar ik ben blij dat ik jullie heb leren kennen. Daarnaast wil ik alle coaches en peers die mij voorzien hebben van feedback en mij verder op weg hebben geholpen bedanken voor hun inzet. Hierdoor is mijn eind portfolio compleet.

INHOUDSOPGAVE

01

Inleiding
blz. 8

02

Beroepsidentiteit
blz. 10

03

Signaleren
blz. 12

04

Analyseren
blz. 17

05

Ontwerpen
blz. 21

06

Resultaatgericht
handelen
blz. 26

07

Communiceren
blz. 31

08

Professioneel
handelen
blz. 36

09

Bijlage
blz. 42

10

Nawoord
blz. 66

11

Bronnenlijst
blz. 68

**'EVERYONE STARTS AT
THE BEGINNING;
GETTING GOOD AT SO-
METHING
STARTS WITH TRYING'**

ELISE CRIPE

INLEIDING

Mijn portfolio gaat over mijn ontwikkeling tijdens het eerste jaar van de studie Trend Research & Concept Creation in Lifestyle. Ik beschrijf 6 competenties, waarin ik vertel wat ik heb gedaan om deze competenties te beheersen. Dit wordt aangevuld met bewijslasten en feedback van docenten & medestudenten. Ik reflecteer op mijn bewijsstukken volgens de STARR-methode. Wat is de opdracht? Wat heb ik gedaan om tot een eindresultaat te komen? Hoe en waarom heb ik dit gedaan en wat kan ik de volgende keer anders doen? Ook gaan jullie lezen over mijn beroepsidentiteit. Ik schrijf over hoe ik over de kwaliteit van leven denk en hoe ik mijzelf zie als TCL-professional.

Veel leesplezier!

02

MIJN BEROEPSIDENTITEIT

Ik als TCL-professional
Mijn visie op Quality of Life

Mijzelf als TCL professional:

Het eerste jaar van de studie Trend Research en Concept Creation in lifestyle zit er bijna op voor mij. Ik ben in het 2e semester gericht bezig geweest met feedback vragen. Niet alleen voor mijn assesment maar ook om echt mezelf te verbeteren in de dingen die ik doe. Dit helpt mij om een bredere kennis op te bouwen als een TCL-professional.

Doordat iedereen erg vrij is om zichzelf te ontwikkelen heb ik mij het afgelopen jaar verdiept in de modules Trend Research en Concept Creation. Ook in de sectoren heb ik mijzelf meer verdiept. Ik ben een behulpzaam persoon en ik wil graag de wereld verbeteren. Daarom is de sector health nu waar mijn interesse ligt. Ook ben ik erachter dat Concept Creation op dit moment mij het meeste aanspreekt. Het programma 'We gaan het maken' heeft mij geïnspireerd. Dit zijn uitvinders die opzoek zijn naar creatieve oplossingen voor mensen met een aandoening. Ik ben dan geen uitvinder, maar ik was wel continu bezig met het mee denken tijdens dit creatieve proces. Volgend jaar wil ik mij hier dus meer op gaan focussen. (We gaan het maken, 2021)

Ik hoop in het tweede jaar mijn kennis van een TCL-Professional weer te verbreden door aan de slag te gaan met een individueel project en door een eigen bedrijfje op te zetten met medestudenten. Ik heb een leergierige houding en sta open om veel nieuwe dingen te gaan ontdekken in het tweede jaar.

Visie op Quality of Life:

Het Felce & Perry model vind ik een mooie manier om mijn visie op kwaliteit van leven uit te leggen. Volgens hen is kwaliteit van leven zowel subjectief als objectief. Het gaat hierbij over de onderwerpen sociale wellbeing, materiële

wellbeing, fysieke wellbeing, emotionele wellbeing en ontwikkelingen & activiteiten.

Als ik denk aan mijn kwaliteit van leven denk ik aan dingen die mij gelukkig maken. In mijn vorige assesment vertelde ik dat het boek 'Ikigai' mij geholpen heeft met het vinden van mijn eigen ikigai, de reden waarvoor ik elke ochtend uit bed kom. Als ik 3 dingen mag kiezen uit het Felce & Perry model zouden dat: gezondheid, eigenwaarde en relaties zijn. Deze 3 dingen omschrijven het beste mijn kwaliteit van leven, omdat ik dit het belangrijkste vind.

Het boek 'Dingen die je alleen ziet als je er de tijd voor neemt' heeft mijn visie op de kwaliteit van leven beïnvloed. De monnik Sunim legt uit hoe je mindful met negatieve emoties om kan gaan, hij laat het belang van sterke relaties met anderen zien en benadrukt dat je vergevingsgezind moet zijn tegen over jezelf. (Sunim, 2017). Daarnaast heb ik geleerd van de filosoof Heraclitus (540-420 VC) dat de wereld bestaat uit tegenstellingen, zonder de negatieve momenten in je leven herken je ook niet de positieve momenten. Dit heeft mij vooral voor de kleine dingen in het leven, een stuk dankbaarder gemaakt. Deze 2 mensen hebben mij inzichten gegeven waardoor ik een andere kijk op het leven heb gekregen.

03

SIGNALEREN

‘De startbekwame student kan zelfstandig (inter)nationale trends opsporen die van betekenis kunnen zijn voor de maatschappelijke Quality of Life plus de achterliggende actuele waarden voor diverse doelgroepen binnen een mentaliteitsgroep en voor combinaties van diverse lifestyle-factoren.’

MICROTREND WHAT & WHERE

Tijdens de vaardigheidsmodule Trends zijn we bezig geweest om een microtrend te identificeren op basis van signalen die ik zelf heb verzameld. Om een microtrend te ondersteunen heb je bronnen en voorbeelden nodig om aan te tonen dat de microtrend zich nu voordoet.

Met een groepje hebben we signalen uit onze database in een padlet gezet. Vervolgens zijn we gaan kijken naar welke waarden en behoeften bij deze signalen hoorden en wat voor verschuiving er plaats vond. Uiteindelijk had ik 6 sector overstijgende signalen die bij elkaar pasten. Zo kon ik duidelijk uitleggen waarom de microtrend zich nu voordoet en dit onderbouwen.

De 6 signalen heb ik stuk voor stuk beschreven met daarin: wat is het? Wat is de impact van het signaal? De maatschappelijke relevantie & de waarden en behoeften en waarom willen mensen dit? Op deze manier kreeg ik de microtrend ook beter in beeld, doordat je de overeenkomsten en verschillen tussen de signalen in kaart brengt.

Wat ik de volgende keer anders zou doen is de waarden en behoeften die bij de signalen passen anders interpreteren. De waarde ‘communicatie’ kon ik vervangen door ‘contact’ want dit kwam bij elk signaal aan bod. In mijn trendomschrijving kan ik beter

laten zien welke verschuiving ik nou echt zie en zo de minder relevante stukjes eruit halen.

Zie bewijslast blz. [42](#)

Samen met 2 klasgenoten ben ik naar Den Bosch afgereisd om door de stad een route te lopen en signalen te gaan spotten. Dit deden we zodat we met een open blik konden gaan leren kijken. Een open blik heb je als trendwatcher nodig omdat je op een andere manier naar dingen kijkt. In eerste instantie lijkt een product of dienst misschien niet zo waardevol of interessant als dat het daadwerkelijk is.

We kwamen aan bij een atelier waar Babette van bracht werkt. In dit atelier zagen we veel servies & potten, dat met de hand gemaakt is, staan. We werden rondgeleid en er werd verteld dat Cor Unum bestaat uit een team van mensen die op de arbeidsmarkt ongeschikt zijn verklaard. Dit is natuurlijk al een mooi initiatief. We kwamen erachter dat achter heel veel van dit servies echt een verhaal zat. Ze werken samen met designers en zo was er een meisje die een origineel bord had ontworpen met een soort gleuf erin waar je je telefoon in moet stoppen. Je telefoon kan er letterlijk pas weer uit als je je bord leeg hebt. Dit bedacht ze omdat ze het belangrijk vond om weer echte gesprekken te voeren met haar moeder tijdens het eten.

Ook kwam ik in de stad een bankje tegen. Op deze bank stonden in regenboog kleuren mensen. Daaronder stond 'Hier is plaats voor iedereen'. Toen ik ging nadenken over dit bankje dacht ik dat het over gelijkheid zou gaan. Thuis heb ik het bankje opgezocht en Dylan van de Wal, de ontwerper van het bankje, wilde mensen een veilig en geaccepteerd gevoel geven. Zijn wie je bent, daar draait het bankje om. (2019, PlazaMedia)

Producten en diensten vallen mij nu sneller op als ik bewust om mij heen kijk. Ik denk erover na, wat is het? Wat betekent het voor de mens en onze samenleving? En wat verbetert het voor ons?

Zie bewijslast blz. [42](#)

OF VIEW.
POINT
ANOTHER
FROM

Voor mijn project heb ik voor de DOTS-analyse een trendonderzoek gemaakt. Ik had eerlijk gezegd nog niet zo'n goed beeld over hoe ik een trendonderzoek moest gaan voorbereiden en waar ik naar moest zoeken. De opdrachtgever bevond zich in de sector living.

Ik ben begonnen met het zoeken naar signalen en trendrapporten in de sector living en retail. (De opdrachtgever heeft een woonwinkel). Op Springwise vond ik een trendrapport met de living trends van 2020. Dit onderzoek deed ik zodat we dit mee konden nemen naar onze creatieve sessie en we inspiratie hadden. Ook gaat het trendonderzoek aansluiten op de pains & gains van de doelgroep. Ik heb geleerd dat een trendonderzoek sector overstijgend mag zijn. Je kan beter het vasthouden aan 1 of 2 sectoren loslaten en zoveel mogelijk in verschillende sectoren gaan signaleren en hier overeenkomsten tussen vinden.

De volgende keer ga ik mij beter inlezen over hoe je een trendonderzoek kan gaan houden en wat voor manieren hiervoor zijn. Dit kan ik aan een expert coach vragen maar ook aan mede studenten die al eerder een

trendonderzoek hebben gedaan. Verder kan ik steeds een korte conclusie schrijven met de waarde en behoefte van de mens. De vragen 'Maar waarom?' en 'Voor wie?' kunnen mij helpen om concreet met de trends bezig te zijn.

Zie bewijslast blz. [43](#)

**“TO LIVE A CREATIVE LIFE,
WE MUST LOSE OUR FEAR
OF BEING WRONG.”**

- JOSEPH CHILTON PEARCE

04

ANALYSEREN

‘De startbekwame student kan zelfstandig op gestructureerde wijze informatiebronnen raadplegen ten behoeve van trendanalytisch en ontwerpgericht onderzoek en kan lifestyle-concepten die zijn ontworpen voor diverse doelgroepen binnen een mentaliteitsgroep binnen combinaties van diverse lifestyle-sectoren analyseren op economische en maatschappelijke haalbaarheid.’

DESTEP ANALYSE

FOOD

Voor de vaardigheidsmodule adviseren gingen we een adviesgesprek uitbrengen. Om tot een goed advies te komen liepen we een aantal stappen langs. Om meer te weten te komen over de meest actuele ontwikkelingen binnen de sector waar mijn gekozen bedrijf actief is, heb ik een sectoranalyse gemaakt.

Deze sectoranalyse maakte ik in de vorm van een DESTEP-analyse. Een DESTEP-analyse maak je om een beeld te krijgen van de macro-economische omgeving. Mijn gekozen bedrijf valt binnen de sector food, waar ik zelf heel blij van werd omdat ik nog niet veel met deze sector bezig ben geweest en ik deze sector wel meer wilde gaan ontdekken.

Mijn peers hadden al ervaring met het maken van een DESTEP-analyse dus sommige van hen heb ik om wat tips gevraagd. Zij vertelden mij dat ik echt in kon gaan op feiten dus bijvoorbeeld cijfers. Ook kon ik het beste kijken naar betrouwbare bronnen zoals het RIVM, zodat je geen valse informatie overbrengt. Ik begon met letterlijk zoeken naar: 'Economische ontwikkeling voeding'. Zo ging ik alle 6 de factoren af. Wel vond ik het nog lastig om onderscheidt te maken tussen deze factoren omdat ik sommige op elkaar vond lijken zoals ecologisch en demografisch. Ik heb geleerd dat ecologisch meer gaat over de fysieke

omgeving en bij demografische factoren er wordt gekeken naar de bevolking en wat voor potentie dit voor de markt biedt.

Mijn DESTEP-analyse past bij de competentie analyseren omdat ik kritisch onderzoek heb gedaan naar de kansen en ontwikkelingen binnen een bepaalde sector.

Van Ellen van Esbroek kreeg ik de feedback om mezelf de volgende keer de vraag te stellen 'Waarom deze ontwikkelingen kansen kunnen bieden voor de opdrachtgever in deze sector'. Zo kan ik de uiteindelijke kansen beter formuleren.

Zie bewijslast blz. [44](#)

STIJLKAART

GOURMET MARKET

De volgende stap om een goed advies uit te brengen was het maken van een stijlkaart van je gekozen bedrijf. Hierin breng je de opdrachtgever in kaart. Deze analyse kon ik gebruiken als richtlijn voor de vormgeving van de persona, die we later gingen maken.

Een stijlkaart laat zien hoe een bedrijf zich presenteert aan de wereld. Hierbij heb ik gekeken naar het logo, lettertypen, kleuren, het doel van het bedrijf, hun voice in een paar woorden en de sfeer dus een aantal afbeeldingen die het bedrijf weergeeft. Zo analyseer je de merkidentiteit van het bedrijf.

Mijn vader is wegdesigner en heeft mij geholpen bij het vinden van het juiste lettertype van het bedrijf. Hij deed dit via google fonts. Ook de kleuren heb ik in Adobe Photoshop gezet om zo alle gegevens van de kleuren te krijgen. Zoals het kleurnummer, RGB en de CYMK.

Ook kon ik op de instagrampagina van het bedrijf al goed de sfeer proeven die zij wilden overbrengen. Overall kwamen de woorden 'Share, Taste & Smile' terug dus ik had al snel door dat dit hun merkpersoonlijkheid was die hun beschrijft.

Voor de volgende keer neem ik de handige trucjes voor kleureigenschappen en lettertypes mee.

Ik heb geleerd hoe je een merkidentiteit van een bedrijf goed analyseert, in mijn persona wist ik namelijk precies wat ik kon gebruiken om de huisstijl terug te laten komen.

Zie bewijslast blz. [45](#)

STAKEHOLDERS ANALYSE

POSTNL

Het laatste kwartaal ben ik bezig geweest met een project voor PostNL. Zij vroegen ons om een implementatievoorstel te maken voor het, door hun bedachte, concept. Tijdens het project heb ik mij beziggehouden met een stakeholders analyse. Het vorige half jaar heb ik dit ook gedaan, maar kreeg ik de feedback dat hij nog niet echt compleet was. Er zaten nog te weinig stakeholders in en stonden alleen in een stakeholdersmap.

Ik heb op internet gezocht hoe je een stakeholders analyse begint. Stakeholders kunnen invloed hebben op de ontwikkeling van je product of dienst. Stakeholders in kaart brengen helpt je inzicht te geven naar de invloed en het belang van jouw stakeholders.

Als eerste heb ik mijn stakeholders geïdentificeerd samen met iemand van PostNL, zij konden mij goed vertellen welke stakeholders er waren waar ik zelf niet op kon komen. Interne stakeholders maken deel uit van de organisatie, externe stakeholders zijn partijen die betrokken zijn bij het project maar geen deel uitmaken van de organisatie. Interface stakeholders zijn niet betrokken bij het project, maar kunnen door regel- en wetgeving invloed uitoefenen op de organisatie.

Daarna ben ik de stakeholders gaan categoriseren: Primaire stakeholders staan dicht bij het project, secundaire

stakeholders staan wat verder van het project af, maar hebben hier wel belang bij. Dit heb ik gedaan om de stakeholders expliciet te maken.

Als laatste ben ik de stakeholders gaan prioriteren, welke stakeholders hebben veel of juist minder invloed en welke stakeholders hebben veel of juist minder belang. Dit deed ik zodat je een overzicht creëert en je zo kan bepalen hoe je je stakeholders moet benaderen.

De volgende keer zal ik in de analyse uitleggen waarom ik een stakeholdersanalyse heb gemaakt want dit is officieel geen onderdeel van een implementatievoorstel maar wij vonden het wel handig om inzicht te creëren tussen de partijen waar wij rekening mee moesten houden tijdens het realiseren van het concept. Ook was het nog niet helemaal duidelijk wat de interface stakeholders inhielden.

Zie bewijslast blz. [45](#)

05

ONTWERPEN

‘De startbekwame student kan zelfstandig op basis van beschikbare informatie innovatieve lifestyle-concepten ontwerpen, testen en bijstellen voor diensten en/of producten voor combinaties van diverse lifestyle-sectoren, die bijdragen aan de maatschappelijke Quality of life van diverse doelgroepen binnen een mentaliteitsgroep en die economische en maatschappelijk haarbaal zijn.’

CONCEPT REGALINO

Voor het 3e project heb ik, samen met andere peers, een concept gemaakt voor Regalino. Regalino is een woonwinkel van Rafaël Goznic en hij wilde een nieuw concept voor zijn winkel zodat klanten gelijk weten, dit is de winkel van Rafaël.

We zijn begonnen met het maken van een dots-analyse. Dit deden we om pains & gains en kansen en ontwikkelingen te vinden die van toepassing zijn voor Regalino. Deze informatie hebben we meegenomen naar de creatieve sessie.

Na de creatieve sessie hebben we een thema gekozen waar we ons concept aan wilden houden. Zo heb je overzicht en ga je niet 10 verschillende ideeën uitwerken die niet bij elkaar passen. We kozen voor 'make it your own' waarbij mensen zichzelf kunnen zijn. Personaliseren staat hierbij centraal. Toen hebben we gekeken naar laagdrempelige ideeën en de inspiratiepunten. Dit deden we omdat de inspiratie ideeën niet helemaal haalbaar waren maar waar Rafaël wel inspiratie uit kon halen.

De volgende keer zou ik eerder zo'n thema kiezen omdat we nu een tijdje te veel bezig waren met ideeën die los van elkaar stonden en we er niet een geheel van hadden gemaakt. Ook is keuzes maken belangrijk want dan hadden we eerder een knoop door kunnen hakken, en te zeggen hiermee gaan we aan de slag.

Zie bewijslast blz. [46](#)

CONCEPTVERSTERKING R-NEWT

Tijdens de vaardigheidsmodule van concepting zijn we aan de slag gegaan met een conceptversterking, die de kwaliteit van leven voor jongeren tijdens de coronacrisis verbeterd, voor de jongerenorganisatie R-newt.

Hiervoor zijn we met elkaar de dots-analyse gaan maken in 1 bestand zodat iedereen elkaars informatie had. Dit deden we om vervolgens de pains & gains, problemen en kansen naast elkaar te zetten.

Na je onderzoek ga je naar een sterke ontwerprichting. Hiervoor koos je uiteindelijk 1 pain & gain en 1 kans. Deze formuleerde je in een valuefit. Toen ik een ontwerprichting had ben ik een conceptstatement gaan formuleren. Een conceptstatement geeft richting aan jou uiteindelijke conceptversterking.

Deze dingen neem je mee naar de creatieve sessie, die ik samen met 3 peers heb gedaan. Uiteindelijk ben ik met een van de wow ideeën verdergegaan en zo ben ik tot mijn conceptversterking gekomen.

De volgende keer ga ik me nog meer focussen op conceptdragers want dit had ik nu nog niet echt gedaan en die zijn wel belangrijk. Ik ga mezelf dan de vraag stellen: 'Hoe zie ik de gedachtegoed van de organisatie terug in de conceptdragers'.

Zie bewijslast blz. [46](#)

VALUEFIT & CONCEPT STATEMENT

Om een ontwerprichting te bepalen voor mijn uiteindelijk conceptversterking voor R-newt heb ik pains & gains en kansen geformuleerd in een valuefit. We zijn immers opzoek naar kansen voor de organisatie. Aan de hand van een ontwerprichting kan ik kijken welke mogelijke ideeën en oplossingen er zijn voor R-newt.

Deze pains & gains en kansen heb ik gevonden vanuit de dots-analyse. Ik begon met het omschrijven van de gain. Waar is behoefte aan voor jongeren op dit moment? Hierna beschreef ik de pain. Waardoor kan deze behoefte niet vervuld worden? Als laatste beschreef ik de opportunity. Waar zag ik kansen voor het bedrijf? Deze werden niet beschreven als oplossing maar echt als kans. Ik wilde mij richten op de doelgroep jongeren die een moeilijk thuis hebben met social media als kans. Nu had ik een ontwerprichting en begon ik met het formuleren van een innovatierichting.

Een conceptstatement is positief gesteld en geeft richting aan jou conceptversterking. Bepaalde woordenkeuzes maken een statement sterk.

De volgende keer ga ik eerder keuzes maken. Er stonden nog wat opsommingen in mijn valuefit en dit kan beter 1 lopend verhaal worden. Het gaat namelijk om de verbinding. Ook kan ik de volgende keer kijken wat er achter bepaalde behoeftes zit, zodat je gericht op de behoefte kan inspelen.

Zie bewijslast blz. [47](#)

06

RESULTAATGERICHT HANDELEN

‘De start bekwame student kan zelfstandig trendonderzoek en ontwerpgericht onderzoek plannen en organiseren, creatieve technieken toepassen tijdens het ontwikkelen van lifestyle-concepten en kan de economische en organisatorische aspecten van een lifestyle-concept uitwerken. Ten behoeve van de realisatie van lifestyle-concepten kan hij/zij draagvlak creëren bij betrokken partijen. De start bekwame student kan een opdrachtgever adviseren bij de realisatie van een lifestyle-concept en kan een organisatie adviseren bij het bewaken van de grondbeginselen van het lifestyle-concept.’

ONDERZOEKSPLAN

Tijdens de vaardigheidsmodule van trend research zijn we begonnen met het maken van een onderzoeksplan voor je microtrend. Hierin beschrijf je wat je wil gaan onderzoeken, waarom, wanneer, waar, hoe en met wie. De gedachte achter het onderzoeksplan is dat je eerst je onderzoek moet voorleggen en daarna aan de slag kan gaan.

Ik ben eerst begonnen met het formuleren van wat ik ga onderzoeken, waarom ik dit onderzoek en hoe ik dit onderzoek. Hierna begon ik met een plan van aanpak. Hierin beschreef ik het onderwerp, onderzoeksvraag, doelstelling, theorieën die we zouden gebruiken en de bronnen die ik ging gebruiken. Als laatste heb ik een planning gemaakt van de aankomende 6 weken.

Wat mij geholpen heeft met dit onderzoeksplan is dat ik structuur had voor de aankomende weken en ik wist wat ik per week ging doen en waarom ik dit ging doen. Dit geeft al meer inzicht in het hele onderzoek. Je werkt op deze manier echt naar een eindresultaat toe.

Wat ik de volgende keer anders zou doen is kwaliteitseisen aanscherpen aan mijn onderzoek. Dit kreeg ik als feedback van Ellen van Esbroek. Omdat op deze manier de kwaliteit van je eindproduct ook omhooggaat. Dit kan ik doen door concrete vragen aan mezelf te stellen.

Zie bewijslast blz. [48](#)

Voor de vaardigheidsmodule realiseren heb ik samen met een groepje een event bedacht voor de Parents Meet TCI avond. Voor dit event heb ik een draaiboek gemaakt. In een draaiboek staat gedetailleerd geschreven welke taken uitgevoerd moeten worden. Dit draaiboek helpt mij bij het voorkomen dat ik taken over het hoofd zie.

Ik heb een algemeen draaiboek gemaakt en een technisch draaiboek. In het algemene draaiboek heb ik het programma, telefoonnummers, deelnemerslijst, benodigdheden, noodsituaties, plattegrond en de huisregels beschreven. Wat moeten we bijvoorbeeld doen als het event toch online gehouden moet worden? Dit zijn zaken waar je allemaal over na moet denken.

In het technisch draaiboek heb ik omschreven wat er vooraf, tijdens en achteraf gedaan moet worden. Zoals je vooraf moet zorgen dat alles op zijn plek staat, tijdens het event je ervoor moet zorgen dat alles goed verloopt door bijvoorbeeld met hapjes en drankjes rond te gaan. En achteraf je moet zorgen dat de locatie weer wordt opgeruimd enzovoort.

Huib van Engelen gaf mij de tip om de volgende keer in tabellen te werken en vinkjes toe te voegen. Dit maakt het overzichtelijk en zo zie je gelijk wat er nog wel en niet gedaan moet worden.

Zie bewijslast blz. [48](#)

Voor het 4e project ben ik samen met mijn projectgroep bezig geweest met een implementatie voorstel voor PostNL. In een implementatie voorstel werk je stappen ofwel activiteiten uit die gedaan moeten worden om het concept van PostNL echt te lanceren.

Het concept stond er al dus dit project was iets nieuws voor ons allemaal. Dat was lastig maar ook een nieuwe uitdaging. We zijn begonnen met het kijken wat er eigenlijk in een implementatie voorstel staat. We zijn begonnen met het achtergrondonderzoek, dus de reden van het onderzoek en wat we hier mee willen bereiken. Er is een communicatieplan, concurrentieanalyse, risicoanalyse, stakeholders analyse en de juridische voorwaarden gemaakt. Hierna is ieder voor zich op zoek gegaan naar een bedrijf waarvan wij dachten dat het een potentiële samenwerking kon zijn.

Ik koos voor de gemeente Utrecht omdat mijn moeder daar bij de afdeling verzuim werkt dus ik goed aan informatie kon komen. Ik heb eerst onderzocht hoeveel personeel en kantoorbanen de gemeente Utrecht had en hoeveel verzuim er was. Daarna ben ik gaan kijken wat de gemeente Utrecht al deed om de mentale en fysieke gezondheid van hun personeel op peil te houden. Ik ben in gesprek gegaan met een collega van mijn moeder die ook op de afdeling verzuim werkt. Zij vertelde mij dat ze het

een mooi concept vonden omdat er meer aandacht voor burn-out medewerkers zou moeten zijn en zij dus zeker bereid zijn om hier verder met PostNL in gesprek over te gaan. Ik heb de contactgegevens van mijn moeders collega meegegeven en dit advies uitgebracht naar PostNL.

De volgende keer zou ik als eerste op zoek gaan naar potentiële samenwerkingen. Het was namelijk moeilijk om goed contact te krijgen omdat we hier later mee begonnen en bedrijven het zelf ook druk hebben. Op deze manier hadden we misschien ook een uitgebreider advies kunnen uitbrengen.

Zie bewijslast blz. [49](#)

**'INSPIRATION EXISTS,
BUT IT HAS TO FIND
YOU WORKING.'**

- PABLO PICASSO

07

COMMUNICEREN

'De startbekwame student is in staat om zelfstandig mondeling en schriftelijk in het Nederlands en Engels informatie, ideeën, adviezen en oplossingen in relatie tot innovatieve lifestyle concepten voor diensten of producten op het gebied van lifestyle effectief en op een creatieve manier uit te wisselen met relevante stakeholders in verschillende contexten.'

DIALOOG SESSIE

Samen met Ghuus van de Sande heb ik een dialoog sessie gehouden met onze community. Een dialoog is een gesprek waar je ervaringen deelt en meningen uitwisselt. Je luistert aandachtig naar elkaar en het is niet de bedoeling zoals in een debat dat je met (tegen)argumenten komt. Je stelt je open voor inbreng van andere, er is geen goed of fout. Zo'n dialoog-sessie is een manier om je te verdiepen in een ander en elkaar beter te leren begrijpen.

Ghuus en ik zijn begonnen met het zoeken naar 2 onderwerpen waarvan wij dachten dat wij als jongeren nu goede gesprekken over konden voeren. Deze hebben we in een presentatie gezet met een aantal verdiepingsvragen erbij zodat we het gesprek op gang konden houden.

Tijdens de dialoog begonnen Ghuus en ik met het inleiden van de onderwerpen. Daarna gaven wij als eerste onze mening zodat andere peers daar weer op in konden gaan. We hadden een lijstje gemaakt met iedereen die aanwezig was zodat we konden bijhouden hoe vaak iemand aan de beurt was zodat iedereen ook de kans kreeg om wat te zeggen. De gesprekken liepen op deze manier vloeiend en we merkten dat iedereen geïnteresseerd was in de onderwerpen en daarom ook graag hun meningen wilden delen.

Ik heb geleerd om naar andere hun meningen te luisteren en daarom kreeg ik ook een andere kijk op bepaalde onderwerpen. Mijn mening veranderde ook aan het einde van de dialoog doordat mijn peers mij nieuwe inzichten gaven.

Zie bewijslast blz. [50](#)

ENGELSE INTERVIEW VRAGEN

Voor de vaardigheidsmodule adviseren heb ik met een buitenlandse student een interview gehouden. Mijn interview ging vooral over de eetcultuur van mijn buitenlandse student omdat mijn opdrachtgever zich bevond in de sector food. Doormiddel van dit interview krijg je je doelgroep in zicht en kon je een persona gaan maken.

Ik ben begonnen met de interculturele communicatie van Egypte op te zoeken. Mijn student komt uit Egypte en met deze achtergrondinformatie kon ik dieper ingaan op de vragen. Zo kwam ik meer te weten over de Egyptische keuken en over religie en tradities.

Hierna ben ik vragen gaan opstellen die altijd van belang zijn, zoals dingen die mijn kandidaat graag in zijn vrije tijd doet en wat kwaliteit van leven voor hem betekent. Dit is voor sommige een moeilijke vraag omdat niet iedereen gelijk snapt wat hiermee wordt bedoeld en het erg breed is, dus die kon ik beter anders verwoorden. De laatste vragen gingen vooral over zijn eetcultuur en zijn ervaringen met foodhalls. Op deze manier kwam ik achter zijn waarden en behoeften in het algemeen maar ook op het gebied van food.

De volgende keer ga ik mij zelf vragen welke informatie echt relevant is voor de opdrachtgever zodat ik niet te veel onderwerpen aan kaart en het minder overzichtelijk wordt.

Zie bewijslast blz. [51](#)

ACTIVATIETOOL

Om mijn conceptversterking voor R-newt te presenteren konden we een activatietool naar keuze maken. Ik koos voor een infographic omdat ik dit al eerder in Indesign had gemaakt.

Ik begon met het kijken naar de stijl van mijn opdrachtgever op hun website. Deze stijl wilde ik terug laten komen en toch ook mijn eigen draai eraan geven, dat paste bij mijn conceptversterking. Hierna heb ik in steekwoorden het belangrijkste aan mijn conceptversterking benoemd.

Tijdens de presentaties kwam ik erachter dat mijn infographic eigenlijk een beetje simpel was en ik vergeleek mij continu met andere. Dit doe ik niet graag maar ik merkte dat ik wat achterliep als het gaat op het gebied van beeldtaal. Ik ken de basis van Indesign maar ik ben er geen professional in. Ik zou nog veel kunnen leren van mijn peers.

Samen met Babette heb ik een meeting gepland om haar om wat tips te vragen. Ik kan bijvoorbeeld in eerste instantie beginnen met het opzoeken wat een activatietool en infographic nou eigenlijk is. Zo begin je niet zo maar wat te doen maar verdiep je je erin. Ook kan ik woorden veranderen in beeld. Dit kan met illustraties maar ook met afbeeldingen. Dit maakt het beeld al meer sprekend. Aan mijn peers kan ik bijvoorbeeld vragen naar sites met illustraties die ik gratis kan gebruiken.

Deze meeting met Babette is voor mij heel nuttig geweest en ik weet nu hoe ik de volgende keer aan de slag ga met een infographic. Ook kan ik een boek over beeldtaal kopen of een cursus volgen zodat ik hier wat meer verstand van ga krijgen. Een mooi doel voor het tweede jaar.

Zie bewijslast blz. [51](#)

08

PROFESSIONEEL HANDELEN

‘De startbekwame student kan zelfstandig reflecteren op zijn eigen positie, zijn creatief proces, zijn handelen, zijn kwaliteiten en zijn internationale focus en kan werken aan de eigen ontwikkeling als professional.’

KLASSENVERTEGEN- WOORDIGER

Tijdens de eerste periode werd er iemand als klassenvertegenwoordiger verkozen. Iemand die de taak op zich wilde nemen om klasgenoten te helpen als er iets was en dit door te geven tijdens de klassenvertegenwoordigers meeting. Deze taak was voor mij uit mijn comfort zone dus wilde ik deze uitdaging graag aan gaan. Ik ben zelf wel heel behulpzaam en hou ervan om andere te helpen dus de taak past wel bij mij.

Na het eerste assesment heb ik een meeting gehad met Peer en de andere klassenvertegenwoordigers. In deze meeting bespraken we een enquête die is rondgestuurd naar alle eerstejaars leerlingen van TCL. We gaven aan hoe wij dit in onze klassen ervaarden. We lagen allemaal wel op 1 lijn. Er waren een aantal punten waar alle klassen wat moeite mee hadden en zo kon hier in het 3e en 4e semester goed aan gewerkt worden. Niet alleen de mindere dingen werden aangekaart, ook de dingen die juist goed gingen bespraken we, zodat we die mee kunnen nemen naar het volgende jaar.

Na deze meeting heeft Peer een document met de notule van dit gesprek met ons gedeeld, die ik vervolgens naar mijn klas heb gemaïld zodat zij nog konden kijken of er aanvullingen waren. Ook heb ik een berichtje gestuurd aan het einde van semester 4 dat als er nog dingen zijn die mijn klasgenoten graag anders zien of

willen veranderen, ze dit bij mij kunnen melden zodat ik dat kan doorgeven in de volgende meeting.

Ik kreeg vaak vragen over school of opmerkingen van mijn klasgenoten dus naar mijn idee vertrouwden mijn klasgenoten deze taak ook aan mij toe en voelden ze zich op hun gemak, omdat ze niet bang waren om dingen aan mij te vragen.

Zie bewijslast blz. [52](#)

Voor het laatste project heb ik de rol als notulist op mij genomen. Ik had deze rol nog niet eerder gehad dus dit was weer wat nieuws voor mij.

Een projectlid had mij wat tips gegeven hoe ik een notule kon opstellen. Zo begon ik met de datum en wie er aanwezig was. Hierna kwam de opening van de voorzitter en schreef ik de belangrijkste punten van de meeting onder elkaar. Ik probeerde het kort en overzichtelijk te houden maar mijn projectleden gaven mij als feedback om er een lopend verhaal van te maken de volgende keer. Als laatste zette ik de feedback die we die meeting kregen erin. Zo zette ik de 2 meetings per week onder elkaar en uploaden ik per week de notules in teams.

Deze rol ging mij best goed af naar mijn mening, ik zat elke meeting klaar met mijn laptop en hield de gesprekken bij. Ik heb voor de volgende keer wat tips van mijn projectleden gekregen die ik kan toepassen op de notules, zoals dikgedrukte kopjes toevoegen om het overzichtelijker te maken.

Zie bewijslast blz. [53](#)

Voor periode 3 en 4 heb ik nieuwe doelen voor mijzelf opgesteld. Zo wilde ik graag meer te weten komen over de sector health en food, wilde ik mijn presentatie skills verbeteren en wilde ik een nieuw boek vinden waar ik inspiratie uit kon halen. Deze doelen stelde ik voor mezelf omdat het mij richting geeft tijdens deze opleiding en ik zo meer uit mezelf haal.

Om het eerste doel 'meer te weten komen over de sector health en food', heb ik een project gedaan binnen de sector health en heb ik voor de sector food een destep-analyse gemaakt. Ik merkte dat ik hierdoor nog niet alles wist van de sectoren maar ik kwam er wel achter of ik dit interessant vind, en me hierin zou willen verdiepen in jaar 2.

Voor het tweede doel, mijn presentatie skills verbeteren, heb ik een dialoog sessie voor mijn community gehouden. De dialoogsessie was voor mij een goede manier om te oefenen omdat je heel vrij bent in wat je wilt gaan vertellen en ik enthousiast was over de zelfgekozen onderwerpen. Hierdoor kreeg ik andere ook weer

mee in het gesprek en laat je zenuwen sneller los. Ook hebben we het tijdens adviseren gehad over presentatie skills. Ik heb bijvoorbeeld veel geleerd over rapport maken, dus verbinding maken met de ander (bijvoorbeeld de opdrachtgever). Dit doe je bijvoorbeeld door de non-verbale communicatie van de ander te spiegelen of de energie te matchen.

Voor het laatste doel, een boek vinden waar ik inspiratie uit haal, ben ik naar de Bruna gegaan en ben ik opzoek gegaan naar een filosofisch boek. Ik ben hier de laatste tijd erg geïnteresseerd in omdat ik mezelf veel tegen kom in deze boeken en ik er veel van kan leren. Ik kwam bij het boek 'Dingen die je alleen ziet als je er de tijd voor neemt'. Dit boek gaat over een monnik die verschillende levenskwesities beschrijft. Ik haal hier inspiratie uit omdat zijn inzichten en adviezen helpen om in het drukke leven te zoeken naar rustpunten. Ook staan er illustraties in, die je aansporen om erover na te denken en er rustig de tijd voor nemen. (Sunim, 2017)

**CREATIVITY TAKES
COURAGE**

- HENRI MATISSE

09

BIJLAGE

Bewijsmateriaal en feedback die
laten zien dat ik de competenties
beheer.

BEWIJSLASTEN SIGNALEREN

[Link naar microtrend \(van Asperen, 2021j\)](#)

Feedback Maud Donga op microtrend (what & where):

‘Wat mij betreft kloppen de signalen. Alleen ik zou meer gaan zitten op de waarde ‘contact’ in plaats van communicatie. En welke type contactverschuiving zie jij dan? Als je die 3 waarden hebt, heb je wel 3 overeenkomstige waarde alleen zou je moeten vaststellen waar het nou echt over gaat. Welke verschuiving zie jij? Is ‘belemmerend’ het geen waarom er een verandering plaats vindt? Want dan zijn de laatste zinnen van je trendomschrijving nietszeggend. Die date-bekers daar hoeft niemand iets voor te doen, dit wordt voor jou gedaan. Ze hebben allemaal een verandering binnen de waarde ‘contact’, probeer je daarop te focussen en dat proberen te definiëren in je trendomschrijving. Je signalen passen op productniveau bij elkaar. Je legt goed uit wat het signaal is. Leg nog in zo’n 2 zinnen uit wat de verandering is, passend binnen de trendomschrijving. Als je het hebt over efficiëntie en motivatie bij het eerste signaal, zijn dat bijkomstige waarden en behoeften. Dan beschrijf je dus wat de impact van het signaal is en waarom mensen dit willen.

[Link naar offline spotten afbeelding 1 \(van Asperen, 2021q\)](#)

[Link naar offline spotten afbeelding 2 \(van Asperen, 2021r\)](#)

[Link naar trendonderzoek \(van Asperen, 2021o\)](#)

Feedback Ellen van Esbroek op trendonderzoek:

Je moet zelf heel goed weten wat je aan het vertellen bent en waarom dit relevant is voor de opdrachtgever. Werk daarvoor steeds met een eigen geschreven conclusie, dan ‘check’ je even je werk en maakt het voor de lezer makkelijker te volgen waarom jouw onderzoek van belang is. De informatie die je deelt is veelzijdig en is een soort sectoronderzoek en trendonderzoek in één. Dat is geen ramp: beide onderzoeken gebruik je in je valuefit om kansen te formuleren. Maar de kansen vanuit de sector zijn ontwikkelingen die het concept voor de opdrachtgever waardevoller moet maken, het trendstuk gaat aansluiten bij de pains en gains van de doelgroep. En wanneer je die laatste aansluiting wilt vinden, moet je dus bij de verschillende omschreven signalen en trends weten welke waarde/behoefte hier voor de consument (dus de mens) in zit. Die omschrijving mis ik nu nog. Ook wanneer je trendonderzoek van andere onderzoekers gebruikt, moet je zelf steeds afvragen: maar waarom? En voor wie? Dan ben je met trends bezig. Probeer vooral te kijken naar het uiteindelijk doel van dit deel van het onderzoek, en word daarin zo concreet mogelijk.

Rafaël Goznik:

Tof trendonderzoek in de bijlage van het conceptboek! Hier kan ik ook zeker inspiratie uithalen.

BEWIJSLASTEN ANALYSEREN

[Link naar DESTEP-analyse \(van Asperen, 2021e\)](#)

Feedback Ellen van Esbroek op DESTEP-analyse:

Je laat een mooie set aan relevante ontwikkelingen zien in deze DESTEP! In het document staan nog wat opmerkingen die van toepassing zijn op alle bronnen en ontwikkelingen. Blijf jezelf de vraag stellen “waarom zou deze ontwikkeling kansen kunnen bieden voor een opdrachtgever (en dus concept) in deze sector?” Als je jezelf die vraag stelt, zal je over sommige ontwikkelingen meer te weten willen komen, om de uiteindelijke kansen scherper te kunnen formuleren.

In bron (1) worden wel interessante cijfers aangehaald en zeker interessant om kansen en bedreigingen vanuit de omgeving van de opdrachtgever in kaart te brengen! Probeer ook eens de bron van de bron te bekijken, waar heeft Vakblad Voedingsindustrie zijn informatie vandaan?

Je benoemt hele relevante demografische ontwikkelingen! De volgende stap zou zijn dat je specifiek wordt in waar de kansen in deze ontwikkeling liggen.

[Link naar stijlkaart Gourmet market \(van Asperen, 2021n\)](#)

Feedback Babette van Bracht & Esther Krens over stijlkaart:

Let op dat je het goede logo pakt, het is hetzelfde bedrijf maar het zit in verschillende steden waardoor er in de stijl iets veranderd. Als je kijkt naar de beelden die jij bij je impressie hebt staan en bij die van andere peers met hetzelfde bedrijf, zie je dan een verschil? Is het zo dat je meer beeld van eten ziet of van gezelligheid? Waar denk jij dat ze zich het meest mee willen uiten? Met de komst van social media zie je dat logo's op een andere manier worden ingezet omdat ze daar met andere verhoudingen te maken krijgen. Dit is wel interessant om die in je stijlkaart mee te nemen. Je hebt de rode kleur ook meegepakt, die zie je terug in hun menu kaart, sommige zijn deze nog vergeten.

[Link naar stakeholders analyse \(van Asperen, 2021m\)](#)

Feedback Evelien Dieleman op stakeholders analyse:

Het ziet er duidelijk uit. Interne en externe stakeholders kloppen volgens mij. Wel 2 opmerkingen: ik zou ‘alle Nederlanders’ meer specificeren bijv. ‘bestellers en ontvangers van pakketten’. Ook snap ik niet wat je bedoelt met interface stakeholder en dan met name MVO.

BEWIJSLASTEN ONTWERPEN

[Link naar concept Regalino \(van Asperen, 2021c\)](#)

Feedback Rafaël Goznik concept Regalino:

Een mooi balans tussen de 'laagdrempelige concepten' en de 'inspiratie concepten'. Hiermee hebben jullie goed gekeken naar de haalbaarheid, maar hebben jullie ook out of the box concepten uitgewerkt. Ik mis bij het thema 'Make it your own' – waarbij mensen zichzelf kunnen zijn en iedereen hun eigen keuzes kan maken- een koppeling naar het onderzoek. Zo ben ik juist benieuwd of dit een behoefte is vanuit de doelgroep en welke trends hierop inspelen.

[Link naar conceptversterking R-newt \(van Asperen, 2021d\)](#)

Feedback Sandra van Eck conceptversterking R-newt:

Elkaar ontmoeten kan in het echt ook, in een app is dit wel nog een risico. Je hebt aan een hulplijn gedacht. Dat zorgt al voor een stukje veiligheid maar bedenk hoe je dit nog veiliger kan maken. Ik snap wel je punt, er zou iets moeten komen dat jongeren op die manier met elkaar in contact kunnen komen. Goed gedaan!

Emmy Polkamp:

Mooi dat je rekening houdt met het stukje veiligheid (de hulplijn). Wordt het een samenwerking met tinder? Dit soort dingen kan je nog verder gaan uitzoeken.

[Link naar valuefit & conceptstatement \(van Asperen, 2021p\)](#)

Feedback Emmy Polkamp valuefit & conceptstatement:

Mooi Statement 'Together is the way'. Hoe zien we dit verder terug in je concept?

Is het als een kans geformuleerd? Je vertelt wat R-newt al doet. Maar ik snap dat je social media als kans bedoeld. Ik zie dat je op 3 plekken eigenlijk delen van de pain omschrijft. Het is de kunst om er 1 verhaal van te maken. Je mag dingen schrappen en keuzes maken. Hierdoor zie je beter de essentie van elk vakje. Nu is het soms nog wat lang omschreven. Het is wel heel mooi dat je juist de koppeling maakt, heel specifiek, als het gaat om huiselijk geweld. Als je je focust op die groep die het thuis niet prettig heeft ben je al echt gericht bezig. Kijk wat erachter zit bij een behoefte, waarom heb je hier behoefte aan? Bijvoorbeeld bij de omhelzing, gaat het dan om huidhonger? Als je aan jongeren vraagt waar heb je nu behoefte aan en hun antwoord is als eerste 'een feestje', dan is het aan jou de taak om veel gerichter te zeggen 'en wat brengt een feestje jou normaal?'. Een feestje organiseren lukt op dit moment niet maar je kan wel als conceptontwikkelaar inspelen op de behoefte 'vrij zijn'.

Wat wil je er mee aantonen als het gaat om ontwerpen? Het is mooi om te laten zien dat je de dingen in je valuefit ook echt terug laat komen in je uiteindelijke conceptversterking. Laat zien hoe je in staat bent om je onderzoek om te buigen naar je bepaalde ontwerprichtingen, en hoe je die ontwerprichtingen weer meeneemt in je ideeën.

BEWIJSLASTEN RESULTAATGERICHT HANDELEN

[Link naar onderzoeksplan \(van Asperen, 2021f\)](#)

Feedback Ellen van Esbroek onderzoeksplan:

Je laat de basis van een onderzoeksplan zien, je weet welke basisvraag je jezelf moet stellen en hebt aan de hand van een grove weekplanning laten zien hoe je tot een bepaald doel wilt komen. Dit zal dan ook een goede basis zijn om een eerste gevoel te krijgen wat je deze vaardigheidsmodule gaat doen. Daarnaast heb je ook een origineel eigen doel geformuleerd: je wilt zelf leren trendwatchen ipv kijken naar het werk van anderen: mooi!

Voor een onderzoeksplan wat je gaandeweg zal helpen om focus te houden op het einddoel heb je concretere stappen nodig. In week 1 geef je aan de backoffice aan te vullen: hoe ga je dat doen? Welke methoden zijn geschikt om dit doel voor jou te bereiken? Wanneer is een bron of signaal geschikt om in je backoffice gezet te worden? Voor iedere week kun je jezelf dit soort vragen stellen. Door vooraf 'kwaliteitseisen' aan je onderzoek aan te scherpen gaat de kwaliteit van je eindproduct waarschijnlijk omhoog!

[Link naar draaiboek \(van Asperen, 2021g\)](#)

Feedback Huib van Engelen draaiboek:

Compleet en door middel van plattegrond ook inzichtelijk. Praktisch kan een duidelijke actielijst met mogelijkheid om af te vinken handig zijn. Een tabel met wie wat wanneer, welke hulpmiddelen, wie checkt en vervolgens een vinkje plaatsen. Bladzijde nummer (2 van 10 bijv) en revisie nr en datum laten zien of je de laatste versie hebt. Goed om te checken of iedereen dezelfde heeft. Wat zijn de risico's van het Event en hoe handel je als er iets gebeurt? Kortom; het oogt al vrij compleet en met aanvulling van fitnesses maak je het af!

[Link naar implementatie voorstel \(van Asperen, 2021h\)](#)

Feedback Evy & Mirthe PostNL:

1. Vanuit de achtergrondinformatie wordt goed duidelijk wat de opdracht is. Jullie hadden dit hoofdstuk ook Opdrachtoomschrijving kunnen noemen (doet meer eer aan de inhoud dan achtergrondinformatie) en dan het je het kopje aanleiding (reden van onderzoek) en doelstelling (wat je wilt bereiken).
2. Goed om te starten met de conclusie!
3. Potentiële bedrijven
 - Algemeen: het helpt als je alle bedrijven in een vaste structuur bespreekt: bijv. omschrijving van het bedrijf, de maatschappelijke relevantie van het bedrijf, wat ze doen voor mentale gezondheid en reactie op het voorstel.
 - Tip: bespreek eerst de 4 opties IFV, Gemeente, Fontys en ABN Amro en bespreek in een nieuw hoofdstuk het stappenplan van de samenwerking omdat die voor alle potentiële samenwerkingen geldt. Daar breng je dan ook juridische voorwaarden en de privacyverklaring in. ABN Amro verdwijnt ineens in jullie verhaal. Bespreek die wel en geef aan dat het daar niet is gelukt om in gesprek te gaan.
4. Stappenplan van de samenwerking. Paar overdenkingen:
 - Wij zouden denken dat PostNL ook al van hulp kan zijn in het eerste jaar. Niet als re-integratie in het eigen werk, maar juist om de burn-out medewerker te helpen in structuur etc. (natuurlijk afhankelijk van de klachten) zodat de medewerker zich sneller goed genoeg voelt om te gaan re-integreren in het eigen werk.
 - Hier is het ook handig een beetje door te denken hoe dit in de praktijk zou werken: als PostNL met ieder bedrijf en voor iedere burn-out medewerker een heel intake-traject moet doen om te kijken of post bezorgen wel de juiste functie is dan kost dat veel tijd en geld. Liever weet je de criteria waaraan een kandidaat moet voldoen en voor wie het bezorgen van post dus een goede optie zou zijn.

Alleen met die kandidaten gaan wij dan vervolgens een traject in. Die beoordeling kan bijvoorbeeld heel goed bij een bedrijfsarts liggen die de medewerker doorverwijst naar het PostNL traject. Dan hoeven er namelijk ook geen gevoelige gegevens over de kandidaat worden gedeeld.

- Fontys en Gemeente Utrecht – heel waardevol dat jullie ons de juiste contactpersonen geven zodat wij er verdere opvolging aan kunnen geven. Dit maakt dat we er echt iets mee kunnen!

5. Communicatieplan – het idee om verder te bouwen op de ervaring van iemand die aan het traject heeft meegedaan is heel leuk en zullen we zeker meenemen als we de eerste re-integrant hebben gehad.

6. Dit hoofdstuk wekt onze interesse. En eigenlijk vooral omdat wij de 'concurrenten' juist ook zien als potentiële partners. Misschien kunnen wij aansluiten op hun sterke punten (de persoonlijke begeleiding etc) maar wel een re-integratie-optie aanbieden. Dan kan de beoordeling of een medewerker in aanmerking komt voor het PostNL programma ook door die partner worden gedaan.

7. Risicoanalyse – Uit de tabellen kunnen wij opmerken dat jullie je echt in PostNL hebben verdiept en zo geef je ons ook richting mee in waar we rekening mee te houden hebben.

8. (Juridische voorwaarden) Sterk hoofdstuk met uitleg, onderzoek en advies. Hier zitten goede aanknopingspunten in voor ons

9. Leuk! Ook in het werkende leven zijn nieuwe projecten even zoeken in je projectteam. Jullie hebben een mooi voorstel geschreven en gedegen onderzoek gedaan. Dus hoewel het proces misschien een beetje lastig was is het een mooi resultaat!

BEWIJSLASTEN COMMUNICEREN

[Link naar dialoog \(van Asperen, 2021f\)](#)

Feedback peers dialoog:

Jenske Robberegts:

Heel professioneel en open minded staan jullie in de dialoogsessie! Jullie betrekken iedereen echt bij het gesprek.

Fieke Jacobs:

Ik vind dat jullie het goed hebben voorbereid, de verdiepingvragen waren ook handig omdat je dan beter gaat nadenken. Goed gedaan!

Fleur van Leijssen:

Ik vond dat jullie heel duidelijk communiceerden, ook fijn dat jullie zelf je eigen mening gaven. Goed dat jullie beurten gingen geven en zo iedereen betrok.

Tara ten Brink:

Jullie hebben het goed voorbereid en dit was duidelijk te zien (in bijv. de presentatie), jullie gaven goede richtlijnen en stelde kritische vragen waardoor het gesprek goed op gang bleef.

Hilde Schram:

Ik vind dat jullie je heel goed hebben voorbereid. Jullie hielden het gesprek op gang en gaven goede vragen terug of vroegen door. Dit zorgde voor een goede interactie.

[link naar Engelse interview vragen \(van Asperen, 2021i\)](#)

Feedback Paul geerts interview vragen:

Je vragen zijn duidelijk geformuleerd. Je snijdt wel heel erg veel onderwerpen aan. Wat is in het kader van het onderzoek relevant? Op zich kan een baan relevant zijn, maar met de ervaringen die jouw interview kandidaat met die baan heeft, kun je niets. De volgorde van je vragen is niet altijd even logisch. Voordat je dieper ingaat op eetcultuur zou je kunnen vragen naar eetgewoonten. Kookt je interview kandidaat vaak? Zo ja, wat? Gaat hij vaak uit eten? Je maakt het gemakkelijker voor jezelf als je de vragen in de juiste volgorde stelt en overbodige onderwerpen achterwege laat. Vraag jezelf altijd af welke informatie belangrijk is voor de opdrachtgever.

[Link naar activatietool 1 \(van Asperen, 2021\)](#)

[Link naar activatietool 2 \(van Asperen, 2021b\)](#)

Feedback Babette van Bracht activatietool:

Probeer eerst eens te kijken naar wat een activatietool of een infographic inhoudt. Je wilt mensen overtuigen van jouw conceptversterking. Iemand moet dus in actie komen. Ga echt meer op de vormgeving letten. Het voelt nog niet echt als een infographic. Illustraties kan je ook gratis downloaden. Daar kan je ook een tijdlijn mee maken bijvoorbeeld. Je tekst kan je vertalen naar beeld. Beelden die je kan maken of zoeken en die jou experience over brengen. Ook de quality of life kan je overbrengen in beeld. Een hulplijn bijvoorbeeld kan al een simpel teken zijn van iemand die belt. Je kan het ook doormiddel van eigen foto's die je hebt gemaakt doen. Je kan je puur richten op typografie alleen dan moet je al best wel goed kunnen vormgeven. Wat je ook kan doen is inspiratie zoeken op Pinterest en dit ongeveer na gaan maken. Alleen met letters aandacht vragen is heel lastig. Het visuele is in onze studie wel heel interessant, omdat je daar snel impact mee maakt. Ook kan je letten op uitlijnen, dit maakt het al veel strakker. En dan zet je daaronder een aantal images neer die jouw kenmerken van je experience laten zien. Een zoektocht naar type beelden, dan moet je wel opletten wat R-newt zelf gebruikt en wat voor sfeer dat oproept. Probeer ze dan te raken met dezelfde stijl.

BEWIJSLASTEN

PROFESSIONEEL HANDELEN

Feedback peers klassenvertegenwoordiging:

Jenske Robberegts:

Je kan aan jouw houding in de community zien dat je een klassenvertegenwoordiger bent en dat is goed. Je hebt ook verschillende keren gevraagd in de app of er nog vragen zijn en hoe jij jezelf kunt verbeteren dus dat is ook heel goed. Je hebt ook een hele goede mix tussen professioneel zijn en even kunnen lachen tussendoor. Helemaal top was je.

Fleur van Leijsen:

Ik vond het fijn dat jij de taak van klassenvertegenwoordiger op je nam. Je communiceert goed met de groep wanneer je weer een meeting had en of er nog onderwerpen waren die je mee kon nemen. Je bent erg actief en ik krijg het idee dat je er ook echt wel moeite voor doet! Superfijn.

Luca Cornelissen:

Ik vind dat je een erg professionele houding hebt in de klas. Als er vragen zijn kunnen we altijd bij jou terecht. Je geeft veel ideeën voor de klas (bij de dialoogsessies bijvoorbeeld) en staat voor iedereen klaar. Ik vind je een fijne klassenvertegenwoordiger en zie dat de rol bij jou past.

[Link naar notulist \(van Asperen, 2021k\)](#)

Feedback peers notulist:

Gideon Visser:

Top

- De notulen geven inhoudelijk genoeg informatie om te weten wat er is besproken.

Tip

- Probeer ze meer uit te schrijven zodat het een verhaal wordt i.p.v. opsomming van aandachtspunten.

De notulen kan je professionelere vormgegeven hierdoor komt het overzichtelijker over.

Fieke Jacobs:

Wat ik super vind aan je notule is dat je niet alles achter elkaar plakt maar per week. Dit is handig omdat dit overzicht geeft en iets makkelijker kunt vinden. Misschien dat je nog wel met dikgedrukte kopjes kunt werken zodat je het onderscheid van de dagen gemakkelijker ziet.

Nikita Jole:

- Je hield altijd de notulen bij en je zorgde ook dat alle informatie hierin stond. Je zette alles overzichtelijk in een mapje op teams. Ook zorgde je ervoor dat alles qua spelling er foutloos in stond.
- Ik vond het fijn dat ik de notules kon opzoeken en teruglezen en zo snel kon vinden waar ik naar zocht omdat je ze hebt geordend per week.
- Tip: misschien kan je sommige dingen wat verder uitschrijven of een soort samenvattinkje ervan maken.

NAWOORD

Ik kijk met een positieve blik terug op het eerste jaar op deze opleiding. De leer methode die wij op deze opleiding hanteren bevalt mij goed. Zowel op persoonlijk gebied als op professioneel gebied heb ik veel over mijzelf geleerd. Ik heb mezelf leren ontwikkelen door middel van reflecties schrijven op mijn acties en feedback te ontvangen en te geven. Ik ben trots op het eindresultaat en ga met veel plezier jaar 2 in.

BRONNENLIJST

- Over We Gaan Het Maken - We Gaan Het Maken - BNNVARA. (z.d.). We Gaan Het Maken. Geraadpleegd op 24 juni 2021, van <https://www.bnnvara.nl/wegaanhetmaken/over>

- PlazaMedia. (2019, 11 oktober). 11 oktober 2019 - 's-Hertogenbosch - Een nieuwe Regenboogbank | Thuisinhetnieuws.nl. [thuisinhetnieuws.nl. http://www.thuisinhetnieuws.nl/artikel/67886/een-nieuwe-regenboogbank.html](http://www.thuisinhetnieuws.nl/artikel/67886/een-nieuwe-regenboogbank.html)

- Sunim, H. (2017). dingen die je alleen ziet als je er de tijd voor neemt (40ste ed., Vol. 770). Meulenhoff Boekerij bv.

- **Afbeelding kaft:** Verhoeven, J (2021) Opgehaald van foto kaft. Van Asperen, E

- **Afbeelding 'mijn ouders':** Jongmans, E (2020) opgehaald van foto pagina 3. Van Asperen, E

- **Afbeelding 'mijn beste vriendinnen':** Verhagen, J (2020) Opgehaald van foto pagina 3. Van Asperen, E

- **Afbeelding werk:** De Vries, Q (2020) Opgehaald van foto pagina 3. Van Asperen, E

- **Afbeelding sushi:** van Asperen, E (2021) Opgehaald van foto pagina 3

- **Afbeelding 'avontuurlijk':** van Asperen, B (2019) Opgehaald van foto pagina 3. Van Asperen, E

- **Afbeelding 'fotografie':** Verhoeven, J (2021) Opgehaald van foto pagina 3. Van Asperen, E

- **Afbeelding 'DJ':** van Asperen, B (2009) Opgehaald van foto pagina 3. Van Asperen, E

- **Afbeelding kat 1:** van Asperen, E (2020) Opgehaald van foto pagina 3

- **Afbeelding kat 2:** van Asperen, E (2019) Opgehaald van foto pagina 3

- **Afbeelding 'uiteten met familie':** (2020), opgehaald van foto pagina 3. Van Asperen, E

- **Quote 1:** Real Food Whole Life. (2020, 29 april). 112 A Different Kind of Goal Setting for Big Dreams & Daily Joy with Elise Cripe. <https://realfoodwholelife.com/feelgoodeffect/goal-setting-elise-cripe/>

- **Quote 2:** L. (2020, 2 november). 20 Motivating Art Quotes That Will Inspire Any Artist. Dark Yellow Dot. <https://www.darkyellowdot.com/motivating-art-quotes-for-artists/>

- **Quote 3:** Roses, K. A. (2021, 6 januari). 24 Quotes That Will Skyrocket Your Creativity. Kites and Roses. <https://kitesandroses.com/creativity-quotes/>

- **Quote 4:** Kacey, K. (2020, 20 april). Creativity takes courage. <https://kaceyfinch.wixsite.com/justinkace/post/creativity-takes-courage>

- van Asperen, E. (2021, 24 juni). Activatietool 1. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/activatietool-1.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/activatietool-1.pdf)

- van Asperen, E. (2021b, juni 24). Activatietool 2. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/activatietool-2.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/activatietool-2.pdf)

- van Asperen, E. (2021c, juni 24). Concept Regalino. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/concept-regalino.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/concept-regalino.pdf)

- van Asperen, E. (2021d, juni 24). conceptversterking R-newt. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/conceptversterking-R-newt.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/conceptversterking-R-newt.pdf)

- van Asperen, E. (2021e, juni 24). DESTEP analyse. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/destep-analyse.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/destep-analyse.pdf)

- van Asperen, E. (2021f, juni 24). Dialoog. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/dialoog-1.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/dialoog-1.pdf)

- van Asperen, E. (2021g, juni 24). Draaiboek. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/draaiboek.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/draaiboek.pdf)

- van Asperen, E., visser, G., Cornelissen, L., Jole, N., jacobs, F., & robbertegsen, J. (2021h, 24 juni). Implementatie voorstel. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/Implementatie-voorstel.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/Implementatie-voorstel.pdf)

- van Asperen, E. (2021i, juni 24). Interview vragen food. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/interview-vragen-food.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/interview-vragen-food.pdf)

- van Asperen, E. (2021j, juni 24). Microtrend. [evavanasperen.nl. https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/microtrend.pdf](https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/microtrend.pdf)

- van Asperen, E. (2021k, juni 24). Notules. evavanasperen.nl. <https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/notules.pdf>
- van Asperen, E. (2021l, juni 24). Onderzoeksplan. evavanasperen.nl. <https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/onderzoeksplan.pdf>
- van Asperen, E. (2021m, juni 24). Stakeholders analyse. evavanasperen.nl. <https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/stakeholders-postnl.pdf>
- van Asperen, E. (2021n, juni 24). Stijlkaart gourmet market. evavanasperen.nl. <https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/stijlkaart-gourmet-market.pdf>
- van Asperen, E. (2021o, juni 24). Trendonderzoek. evavanasperen.nl. <https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/trendonderzoek-regalino-Eva.pdf>
- van Asperen, E. (2021p, juni 24). Valuefit. evavanasperen.nl. <https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/valuefit-R-Newt-2.pdf>
- van Asperen, E. (2021q, juni 24). Hier is plaats voor iedereen [Foto]. evavanasperen.nl. <https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/hier-is-plaats-voor-iedereen.jpg>
- van Asperen, E. (2021r, juni 24). Sharing is caring [Foto]. evavanasperen.nl. <https://www.evavanasperen.nl/wp-content/uploads/2021/06/sharing-is-caring.jpg>