

PORTFOLIO



Melissa Ruijten
BRIGHT WORKS

Studentnummer:
2834286

Portfolio over semester 1:
september 2020 – februari 2021

Studie coach:
Daan Oudbier

Toetscode:
25X3CHAL2A

Na vier en een half jaar studeren aan Fontys Hogeschool Communicatie International Event, Music & Entertainment Studies is het voor mij tijd om te gaan afstuderen. In de tussensprint heb ik kennis kunnen maken met Challenge Based Learning. Dit beviel me heel erg omdat ik eigenaarschap had over mijn eigen leerproces en daarnaast echt werd voorbereid op het werkveld door gezamenlijk praktijkgericht te werk te gaan. Met veel plezier heb ik bijgedragen aan wat BRIGHT WORKS nu is geworden. Ik denk dat alle 24 'superhelden' van BRIGHT WORKS heel trots mogen zijn op het resultaat maar ook zeker op elkaar en de ontwikkeling die we hebben doorgemaakt.

Ik ben aan de slag gegaan in het managementteam van BRIGHT WORKS waar ik veel heb geleerd over het creëren van een goed functionerende company met gemotiveerde company leden. Daarnaast heb ik ook veel over mezelf geleerd op professioneel gebied, waardoor ik met zelfvertrouwen kan afstuderen. Hier ben ik heel dankbaar voor.

Het afgelopen jaar was geen makkelijk jaar om af te sturen vanwege Corona. Juist in een tijd dat het sociale aspect uit je leven aanzienlijk verminderd, is het belangrijk dat je als company verbonden blijft om elkaar te steunen. Iedereen is anders omgegaan met deze situatie en desondanks de moeilijke tijd die sommigen hebben ervaren, hebben we toch samen gezorgd dat we het gezamenlijke doel behaald hebben.

Ik wil alle 'superhelden' van BRIGHT WORKS bedanken, want samen hebben we de BRIGHT WORKS gemaakt tot wat de company nu is. Daarnaast wil ik Daan Oudbier bedanken, mijn studiecoach, dat hij altijd klaar stond voor alle company leden, zijn advies met ons deelde en ons heeft geholpen bij de ontwikkeling die we het afgelopen jaar hebben doorgemaakt als communicatie professionals.

Tilburg, 1 februari 2021, Melissa Ruijten



Voorwoord	1
Inleiding	3
Feedback semester 2 (Februari 2020 – Juli 2020)	4
Leerdoelen	5
Terugblik en huidige situatie	6
Competentieschema	7
Projecten en publicaties	8
<i>Project: Managementteam BRIGHT WORKS</i>	9
Competenties	11
<i>Project: Glace Lemon Magazine</i>	35
Competenties	35
<i>Project: Organisatie Show & Grow</i>	38
Competenties	38
<i>Publicatie: Intern investeren of extern uitbesteden?</i>	43
Competenties	43
Conclusie leerdoelen	46
Nawoord	48



Inleiding

Ongeveer een jaar geleden in februari 2020 heb ik een start gemaakt met mijn afstudeertraject middels Challenge Based Learning op Fontys Academy for Creative Industries. Van februari 2020 tot en met juli 2020 heb ik het eerst semester van mijn afstudeerjaar doorlopen en deze behaald. Let op: het eerste semester van mijn afstudeerjaar is het tweede semester van studiejaar 2019 – 2020. In dit portfolio neem ik u mee in mijn leerproces van het afgelopen semester (sept. 2020 – feb 2021), dus semester 1 van studiejaar 2020 – 2021.

Om mijn afstudeerniveau aan te tonen, neem ik u mee in de leerdoelen die heb opgesteld en de projecten en publicaties die ik het afgelopen jaar heb behandeld. Het afgelopen halfjaar heb ik drie projecten behandeld en drie publicaties gemaakt. Per project of publicatie laat ik zien welke beroepshandelingen, beroepsproducten, body of knowledge & skills en vaardigheden van toepassing zijn geweest in het project of de publicatie en waarom deze van toepassing waren. Door middel van bijbehorende feedback, validatie en reflecties toon ik het behalen van de vijf competenties op niveau drie en het behalen van mijn leerdoelen aan. In mijn portfolio heb ik alleen de nuttige feedback en validatie meegenomen door middel van quotes. De volledige feedback is in de bijlagen te vinden.

Per project en publicatie is een competentieschema gemaakt om overzicht te creëren.

In de leeswijzer is een overzicht te vinden van alle bijlagen betreffende dit portfolio.



.....

Het afgelopen semester ben je me positief opgevallen. Ik heb je zien groeien op het gebied van leiderschap en projectmanagement. Je hebt geleerd te werken vanuit analyses, strategieën op te zetten en deze uit te voeren. Precies zoals de competenties dit van je vragen. Daarmee laat je echt een groei zien naar een professional.

.....

Het is mooi dat je ontdekt hebt dat er een passie ligt bij digitaal tekenen. Ik denk dat je op dit vlak een geweldige potentie hebt en een unieke skill die gewaardeerd kan worden. Ik hoop van harte dat je het aankomende semester dit gegeven verder kan ontwikkelen.

Het is mooi om te zien hoe je het LLL-document levend hebt gehouden. Ik raad je aan om in je doelstellingen een nog betere en expliciete koppeling te maken naar de competenties toe. Nu kan ik zien dat je goed gegroeid bent. Maar het is mooi wanneer dit uiteindelijk nog sterker aantoonbaar kunt maken d.m.v. expert-feedback.

In je portfolio laat je goed zien welke feedback je van experts, peers en opdrachtgevers je hebt gehad. Wellicht dat het goed is om aan te geven hoe dit heeft bijgedragen aan je groei en het valideren van je doelen.

Complimenten voor de mooie beroepsproducten en publicaties (het magazine!) die je hebt gerealiseerd. Ga zo door!

- Daan Oudbier (Coach BRIGHT WORKS)

Toepassing

Ik heb deze feedback meegenomen in het formuleren van mijn leerdoelen. Ik heb namelijk al mijn leerdoelen gekoppeld aan een of meerder competenties om op deze manier beter aantoonbaar te maken door middel van feedback en validatie dat ik deze doelen behaald heb.

Daarnaast heb ik gereflecteerd op belangrijke feedback van zowel mijn company genoten als experts uit het werkveld. Wat heeft het mij gebracht, wat heb ik toegepast in de toekomst en hoe heeft het me geholpen om mijn competenties te behalen? Deze vragen heb ik meegenomen in de reflectie op belangrijke feedback.



Leerdoelen

Naar aanleiding van de feedback uit het eerste halfjaar van Daan Oudbier heb ik mijn doelen voor semester 1 herzien en ze gekoppeld aan de competenties. Mijn prioriteit lag tijdens semester 1 bij het managementteam van BRIGHT WORKS. In eerste instantie was één van mijn doelen om een eigen bedrijf te ontwikkelen in digitaal tekenen. Ik heb gedurende dit semester bewust gekozen om dit doel uit te stellen omdat de taken in het managementteam veel tijd in beslag namen om de functie goed uit te kunnen voeren. Daarnaast was dit proces heel leerzaam omdat meerdere leerdoelen terugkwamen in de taken die ik moest uitvoeren binnen het managementteam. Creëren en realiseren heb ik niet meegenomen in mijn leerdoelen. Dit wil niet zeggen dat ik niet gegroeid ben in deze competentie of hier niet aan heb gewerkt, maar in semester 2 (feb 2020 – juli 2020) ben ik dusdanig gegroeid in deze competentie dat ik het niet nodig vond om hier een leerdoel aan te koppelen. Voor validatie hiervan verwijs ik graag terug naar mijn portfolio van semester 2: **bijlage 13.1**. Let op: dit semester mag niet mee worden genomen in de beoordeling van huidig semester, omdat deze al beoordeeld is. Onderstaande doelen hebben bijgedragen aan het behalen van de competenties op niveau 3.

1. Een onderzoeksrapport opstellen.

Competentie Analyseren en onderzoeken

Waarom: Om mijn niveau te verhogen bij de competentie analyseren en onderzoeken wil ik minimaal 1 onderzoeksrapport opstellen. Afgelopen halfjaar heb ik weinig strategisch onderzoek verricht en door dit semester een onderzoeksrapport te schrijven wat gevalideerd is op niveau 3 wil ik deze competentie behalen. Op deze manier kan ik een advies binnen de company baseren op verzamelde en gemeten data waardoor mijn advies strategisch onderbouwd is.

Toepassing: Glace Lemon (pagina 36), managementteam BRIGHT WORKS (pagina 9)

2. Een strategisch organisatie- en communicatiebeleid ontwikkelen en het kunnen uitdragen met verantwoording en beargumentering.

Competenties Communicatiebeleid en Plannen en organiseren

Waarom: Om een communicatiebeleid na te kunnen streven moet je eerst het organisatiebeleid overtuigend uit kunnen dragen. Om mezelf voor te bereiden op het werkveld wil ik een strategisch beleid kunnen ontwikkelen, aansturen en uitvoeren, waarin ik kan aantonen dat ik verantwoordelijk ben en keuzes kan onderbouwen bij het uitdragen van het beleid. Om het communicatie en organisatiebeleid te ontwikkelen is ook bovenstaande doelstelling van belang.

Toepassing: Managementteam BRIGHT WORKS (pagina 9)

3. Een persoonlijke ontwikkeling doormaken door meer daadkrachtig en besluitvaardiger te zijn

Competentie Representeren

Waarom: Feedback die ik gedurende semester 2 vooral heb gekregen is dat ik mijn emotie niet altijd de overhand moet laten nemen met betrekking tot projecten of zakelijke taken. Dit zorgde ervoor dat ik niet altijd zeker was van mijn professionele kunnen en vaak twijfelde. Om mezelf te representeren als een zelfverzekerde communicatie professional wil ik vaardigheden ontwikkelen. Dit ga ik doen door keuzes feitelijk en op ethische principes te onderbouwen.

Toepassing: Managementteam BRIGHT WORKS (pagina 9)



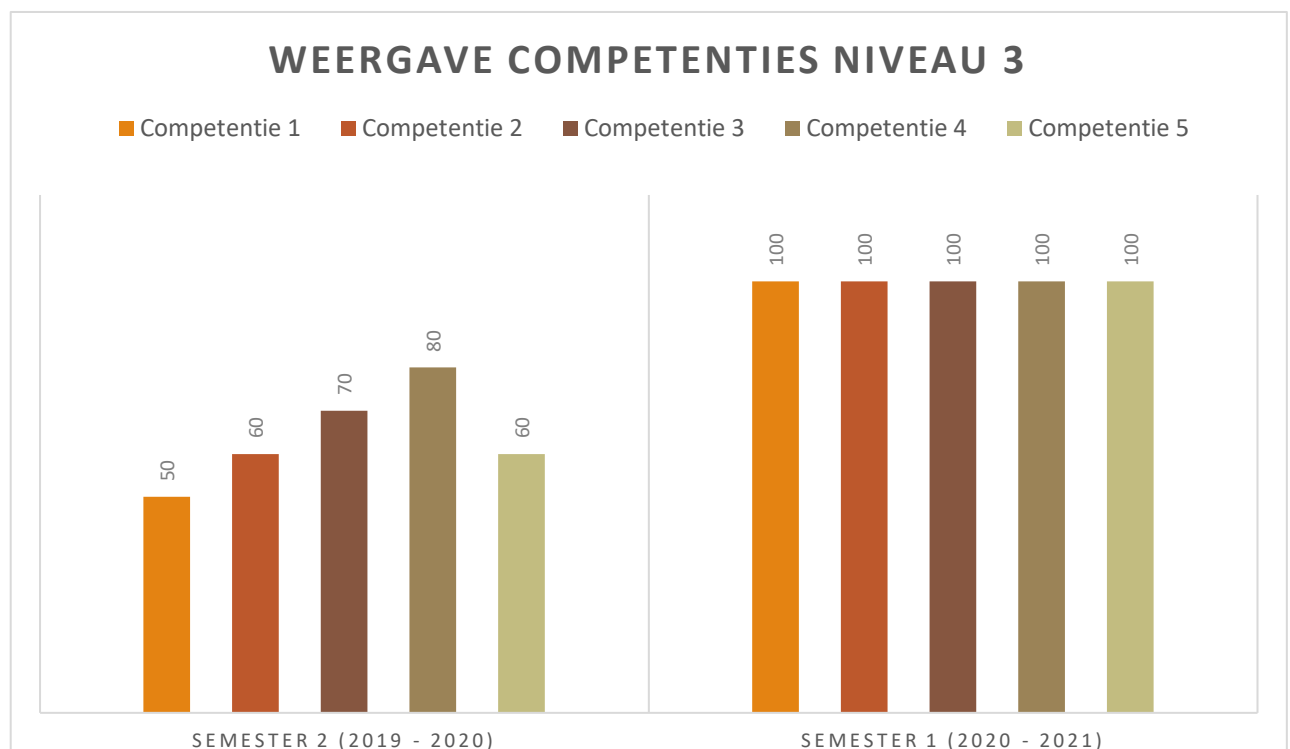
Terugblik en huidige situatie

Het tweede semester (feb 2020 – juli 2020) heb ik behaald door te werken aan alle competenties, maar met een focus op plannen en organiseren & creëren en realiseren.

Hieronder ziet u een overzicht van mijn behaalde competentie niveau na het tweede semester. Om dit niveau te valideren verwijs ik hiervoor terug naar mijn portfolio van semester 2 (bijlage 13.1). Dit semester is echter al beoordeeld en behaald en mag om deze reden niet worden meegenomen in de beoordeling van semester 1.

Door verschillende projecten en publicaties heb ik het niveau van de competenties naar niveau 3 gebracht. Let op: BRIGHT WORKS werkt met andere competenties dan alle andere afstudeercompanies. De competenties die bij BRIGHT WORKS van toepassing zijn geweest zijn:

- **Competentie 1:** Analyseren en onderzoeken
- **Competentie 2:** Communicatiebeleid
- **Competentie 3:** Plannen en organiseren
- **Competentie 4:** Creëren en realiseren
- **Competentie 5:** Representeren



Competentieschema

In het competentieschema hieronder vindt u precies met welke projecten ik aan de competenties heb gewerkt. Dit heb ik overzichtelijk in een schema verwerkt, maar voor de uitwerking van deze beroepshandelingen, beroepsproducten, body of knowledge en skills verwijs ik u door naar de projecten en publicaties die onder het competentie schema beschreven staan.

COMPETENTIES	PROJECTEN/PUBLICATIES
<i>Analyseren en onderzoeken</i>	Managementteam Glace Lemon Publicatie: intern investeren of extern uitbesteden
<i>Communicatiebeleid</i>	Managementteam Organisatie Show & Grow Publicatie: intern investeren of extern uitbesteden Publicatie: Toolkit CBL – structuur (valt onder MT)
<i>Plannen en organiseren</i>	Managementteam Organisatie Show & Grow
<i>Creëren en realiseren</i>	Managementteam Organisatie Show & Grow Publicatie: Intern investeren of extern uitbesteden Publicatie: Podcast BRIGHT TALKS (valt onder MT)
<i>Representeren</i>	Managementteam Organisatie Show & Grow Publicatie: Intern investeren of extern uitbesteden



Projecten en publicaties

Ik heb het afgelopen halfjaar mijn competenties op niveau 3 behaald door de een aantal projecten en publicaties op te pakken, te leren van feedback en door zelfreflectie. Hieronder vindt u een overzicht.

Projecten

- Managementteam BRIGHT WORKS
- Glace Lemon
- Organisatie Show & Grow

Publicaties

- Toolkit CBL-structuur (onderdeel van project Managementteam BRIGHT WORKS)
- Podcast BRIGHT TALKS (onderdeel van project Managementteam BRIGHT WORKS)
- Intern investeren of extern uitbesteden: 'Heb je er wel eens aan gedacht op een interne medewerker aan te nemen?'



Opdrachtgever:

BRIGHT WORKS

Omschrijving opdrachtgever:

BRIGHT WORKS is vanaf februari 2020 actief en opgezet door 25 afstudeer studenten binnen het challenge based learning traject van Fontys ACI.

BRIGHT WORKS is een collectief van creatieve jonge superhelden die gezamenlijk vraagstukken uit de creatieve industrie aangaan. Ze gaan geen uitdaging uit de weg en weten verdieping te vinden door aandacht te hebben voor strategie en details. Ze denken vrij, helder en krachtig en bundelen hun superkracht om een organisatie verder te helpen.

Werkzaam:

Heel semester 1.

Vanaf september 2020 tot januari 2021

Vraagstuk:

In semester 2 bleek dat er binnen de company behoefte was aan een duidelijke structuur en de taken van de company leiders verdeeld moesten worden. Met de gehele company is er besloten om team 'bedrijfsstructuur' op te zetten. Dit team heeft besloten dat er naast de company leiders een managementteam binnen BRIGHT WORKS moest komen. Het managementteam zal de volgende taken op zich nemen:

Het managementteam van BRIGHT WORKS zorgt ervoor dat alles binnen de company wordt geregeld (en evt. wordt doorgezet naar andere company leden) en houden hierover het overzicht. Alle nieuwe voorstellen vanuit de company leiders worden doorgezet naar het managementteam en zij zorgen dat dit wordt geregeld. Ze nemen zelf initiatief in taken zoals de uitwerking van BRIGHT WORKS bij de Show & Grow's. Daarnaast is het managementteam verantwoordelijk voor het handhaven van de bedrijfsstructuur en voorzien ze de company leiders van advies. Samen met de company leiders zijn zij verantwoordelijk voor het opstellen van planningen, company doelstellingen en het behalen of bijstellen van deze doelstellingen.

- BRIGHT WORKS briefing MT (bijlage 1.2.1)

Funcieomschrijving:

Manager BRIGHT WORKS

Mabel Acda en ik waren samen het managementteam van BRIGHT WORKS. Dit houdt in dat wij het afgelopen jaar de volgende taken op ons hebben genomen:

- Identiteit van BRIGHT WORKS is herzien.
- Een onderzoeksrapport opgesteld waarin we de volgende hoofdvraag beantwoorden:

'In welke mate heeft de uitwerking van de externe doelstelling van BRIGHT WORKS bij studenten en medewerkers van Fontys ACI een positief effect op de naamsbekendheid en het imago van BRIGHT WORKS?'

- Externe company doelstelling ontwikkelen en uitwerken.
- Toezicht houden op de externe hoofd- en deeldoelstellingen gedurende het gehele halfjaar door middel van projectleiders meetings.
- Adviezen geven aan zowel company leden als company leiders gedurende het gehele halfjaar.



- *Ondersteunen van company leiders bij uitwerking van de interne doelstelling gedurende het gehele halfjaar.*
- *Vacatures en briefings uitzetten voor nieuwe company gerelateerde projecten gedurende het gehele halfjaar.*
- *Company leiders ondersteunen bij het maken van planningen gedurende het gehele halfjaar.*
- *Faciliteren van een dialoogsessie om het maken van publicaties te stimuleren binnen de company.*
- *Podcast ontwikkelen met Michelle Boerkamp en Romy de Kruijf waarin we onze ervaring delen over het leiden van een company tijdens corona.*
- *Toolkit ontwikkelen waarin BRIGHT WORKS haar structuur deelt ter inspiratie voor nieuwe CBL-companies.*



Competenties

Binnen het managementteam van BRIGHT WORKS heb ik verschillende competenties aangetoond. Hieronder vindt u een overzicht van de competentie tabel met alle competenties die van toepassingen zijn geweest binnen het managementteam:

Analyseren en onderzoeken	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none"> • Initiëren, begeleiden, uitvoeren en interpreteren van analyses en (toegepaste) onderzoeken • Volgen en interpreteren van informatiestromen • Bepalen van onderzoeksdoelstellingen en vraagstellingen • Interpreteren en evalueren van informatie op strategisch niveau • Op basis van analyse en onderzoek adviseren over beleid (als gesprekspartner op strategisch niveau)
Beroepsproducten	<ul style="list-style-type: none"> • Onderzoeksrapport
Body of knowledge & skills	<ul style="list-style-type: none"> • Onderzoeksmethoden • Analysemodellen
Communicatiebeleid	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none"> • Adviseren over strategie en beleid aan het management • Vertalen van organisatiebeleid in communicatiebeleid. • Kunnen afwegen van en omgaan met verschillende interpretaties en belangen van opdrachtgever en betrokken actoren • Een concept, merk, en/of een organisatie positioneren. • Onderzoeksresultaten kunnen hanteren als input voor strategievorming • Overtuigend kunnen uitdragen van het ontwikkelde communicatiebeleid intern en extern • Het proces van strategische beleidsvorming in een organisatie kunnen faciliteren en begeleiden.
Vaardigheden	<ul style="list-style-type: none"> • Argumenteren
Plannen en organiseren	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none"> • Begeleiden van projecten en processen. • Plannen van (formatieve en/of summatieve) evaluaties, (doen) uitvoeren en interpreteren van de resultaten. • Communiceren met interne en externe betrokkenen t.b.v. het verkrijgen van draagvlak voor het project en de realisatie ervan. • Afleggen van verantwoording.
Vaardigheden	<ul style="list-style-type: none"> • Aansturen en coördineren
Creëren en realiseren	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none"> • Zichzelf creatief kunnen uiten in zowel schrijftaal, gesproken woord als in beeldtaal. • Ontwikkelen en toepassen van persoonlijke creatieve identiteit. • Samenwerken met deskundigen uit creatieve disciplines (briefing maken). • Individueel creatieve ideeën kunnen ombuigen naar een concept voor de belevingsindustrie.
Beroepsproducten	<ul style="list-style-type: none"> • Communicatiemiddelen • Levend concept
Body of knowledge & skills	<ul style="list-style-type: none"> • De onderbouwing en verantwoording van keuzes
Vaardigheden	<ul style="list-style-type: none"> • Doelgroep gerichtheid
Representeren	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none"> • Aansturing of uitvoering van de communicatiestrategie. • Woordvoering. • Publiciteit genereren (perscontacten en nieuwe media).
Beroepsproducten	<ul style="list-style-type: none"> • Presentatie
Vaardigheden	<ul style="list-style-type: none"> • Presentatievaardigheden



1. Beroepsproduct: Onderzoeksrapport – Naamsbekendheid- en imago-onderzoek BRIGHT WORKS

Bijlage: 1.1.1

Beroepshandeling: Initiëren, begeleiden, uitvoeren en interpreteren van analyses en (toegepaste) onderzoeken *Op basis van de probleemstelling (onderzoeksrapport pagina 4) die het managementteam had opgesteld, zijn Mabel en ik een longitudinaal onderzoek gestart om te meten of de naamsbekendheid en het imago van BRIGHT WORKS verbeterd tijdens de uitwerking van de externe doelstelling van BRIGHT WORKS. Dit onderzoek heeft het managementteam in zijn geheel uitgevoerd. We hebben de onderzoeksresultaten geanalyseerd en hieruit een conclusie geformuleerd (bijlage 1.1.1, pagina 17)*

Beroepshandeling: Volgen en interpreteren van informatiestromen

Om een logische structuur aan te houden binnen dit onderzoek hebben we de volgende volgorde aangehouden:

- *Is een enquête en longitudinaal onderzoek wel de juiste manier om de naamsbekendheid en het imago van BRIGHT WORKS te onderzoeken? Hiervoor hebben we advies gevraagd aan Daan Oudbier. (Zie hier zijn advies: bijlage 3.1.1)*
- *Enquête 1 opgesteld en uitgezet om te weten wat de naamsbekendheid en het imago van BRIGHT WORKS op moment 1 inhoudt.*
- *Onderzoeksresultaten van enquête 1 geanalyseerd*
- *De externe doelstelling van BRIGHT WORKS intensief uitgewerkt*
- *Enquête 2 opgesteld en uitgezet om te weten welke groei/daling de naamsbekendheid en het imago van BRIGHT WORKS op moment 2 heeft doorgemaakt.*
- *Onderzoeksresultaten van enquête 2 geanalyseerd*
- *Het verschil van beide onderzoeken naast elkaar gelegd*
- *Een conclusie geschreven*

Beroepshandeling: Bepalen van onderzoeksdoelstellingen en vraagstellingen

Aan dit onderzoek is een hoofdvraag gekoppeld en verschillende deelvragen waarmee we de hoofdvraag kunnen beantwoorden. De hoofdvraag (bijlage 1.1.1, pagina 5) van het onderzoek luidt:

‘In welke mate heeft de uitwerking van de externe doelstelling van BRIGHT WORKS bij studenten en medewerkers van Fontys ACI een positief effect op de naamsbekendheid en het imago van BRIGHT WORKS?’

De deelvragen van het onderzoek zijn te vinden in bijlage 1.1.1, pagina 7. De hoofdvraag van het onderzoek is gebaseerd op de externe doelstelling die het managementteam voor BRIGHT WORKS heeft vastgesteld. De externe doelstelling luidt:

‘De naamsbekendheid vergroten op zowel onze online communicatiemiddelen als binnen Fontys ACI. Voor ons afstudeer evenement (21 januari 2021) moet de naamsbekendheid met 167% ten aanzien van 1 november 2020 zijn gestegen.’



We hadden hierover feedback gevraagd aan Daan, omdat we in eerste instantie een aantal andere onderzoeksvragen in het onderzoeksrapport wilden verwerken, namelijk:

- Is er verschil te zien in de spontane naamsbekendheid van BRIGHT WORKS tussen de medewerkers, hoofdfase companies en afstudeerfase companies.
- Is er verschil te zien in de geholpen naamsbekendheid van BRIGHT WORKS tussen de medewerkers, hoofdfase companies en afstudeerfase companies.
- Op welke manier zijn de medewerkers, hoofdfase companies en afstudeerfase companies voor het eerst in aanraking gekomen met BRIGHT WORKS.
- Waar denken de medewerkers, hoofd en afstudeerfase companies aan bij de company BRIGHT WORKS?
- Welke drie kernwaardes passen het beste bij BRIGHT WORKS volgens de medewerkers, hoofd en afstudeerfase companies?
- Welke drie kernwaardes passen het minst goed bij BRIGHT WORKS volgens de medewerkers, hoofd en afstudeerfase companies.

Dit lijken me goede vragen om in je achterhoofd mee te nemen in de analyse. Ik zou ze niet in je rapport meenemen als expliciete onderzoeksvragen. Ik zou de onderzoeksvragen iets algemener houden over naamsbekendheid en imago. Maar in je analyses zou ik onderstaande wel allemaal meenemen.

- Daan Oudbier

Reflectie

We hebben deze vragen uiteindelijk meegenomen in de analyses (bijlage 1.1.2 en 1.1.3) van enquête 1 en 2 en één specifieke algemene hoofdvraag geformuleerd, zoals Daan ook had gezegd. Door deze feedback zijn we niet blijven hangen in het onderzoek, want bovenstaande vragen waren niet concreet genoeg om een antwoord te krijgen op wat we precies wilden meten met betrekking tot de naamsbekendheid en het imago van BRIGHT WORKS. De hoofdvraag die we hierna hebben geformuleerd was beter meetbaar. Mede doordat we er een aantal deelvragen aan gekoppeld hadden, waarmee we de hoofdvraag nog beter konden beantwoorden.

Body of knowledge & skills: onderzoeksmethoden

Om dit op de juiste manier te kunnen meten hebben wij dezelfde enquête op twee verschillende momenten uitgezet onder de doelgroep (Fontys ACI studenten en medewerkers). Moment 1 dient als 0 meting en bij moment 2 is de groei of verandering te zien. In het onderzoeksrapport hebben wij al onze onderzoeksmethoden toegelicht en onderbouwd (bijlage...)

Om de onderzoekresultaten te analyseren hebben we gebruik gemaakt van draaitabellen (bijlage 1.1.2 en 1.1.3). We hebben de vragen, waar Daan over had gezegd dat we ze mee moesten nemen in onze analyse, ook gebruikt om deze draaitabellen te ontwikkelen. Door middel van de draaitabellen worden de onderzoekresultaten overzichtelijk waardoor we hier makkelijker een conclusie aan kunnen koppelen. We hebben voor moment 1 dezelfde opzet van draaitabellen gebruikt als op moment 2 en deze naast elkaar gelegd om het verschil hiertussen te onderzoeken.



Beroepshandeling: Interpretieren en evalueren van informatie op strategisch niveau

Op basis van onze onderzoeksresultaten hebben wij een conclusie geschreven. Hieruit is gebleken dat de uitwerking van de externe doelstelling wel een positief effect had op de spontane naamsbekendheid, maar minder op de geholpen naamsbekendheid. Deze is gelijk gebleven onder de medewerkers en onder studenten zelfs gedaald ten opzichte van moment 1. Het imago van BRIGHT WORKS heeft een positieve groei doorgemaakt. In plaats van dat BRIGHT WORKS op moment 1 meer als 'langstudeerders' werd gezien, wordt BRIGHT WORKS op moment 2 meer als 'afstudeerders' gezien.

Beroepshandeling: Op basis van analyse en onderzoek adviseren over beleid (als gesprekspartner op strategisch niveau)

Op basis van de analyses die we hebben gedaan binnen het naamsbekendheid- en imago-onderzoek, hebben we als managementteam niet alleen de company leiders geadviseerd over het organisatiebeleid binnen de company, maar ook team socials over het communicatiebeleid vanuit BRIGHT WORKS. Lees hierover meer op pagina 18 (competentie 2: communicatiebeleid - Onderzoeksresultaten kunnen hanteren als input voor strategievorming). De company leiders heb ik onder meer geadviseerd om bijvoorbeeld aan te sluiten bij de organisatie van een show & grow, omdat de company zich dan meer laat zien bij andere companies en meer naamsbekendheid kan creëren binnen Fontys ACI.

'Over het algemeen ben ik aangenaam verrast over het onderzoeksrapport. Het is een goed onderzoeksrapport ook al heb ik met de bril van een scriptie gekeken. De kwaliteit is aanzienlijk beter dan wat ik in jaar 2 te zien krijg, dus complimenten daarvoor. Er zijn zeker kleine dingen die je aan kan passen, maar gezien de zelfstandigheid waarmee jullie hebben gewerkt, vind ik het een goede onderzoeksopzet, goede vragen, interessant verwerkt. De resultaten hadden overigens iets visueler gemaakt mogen worden door middel van staaf- of cirkeldiagrammen.

In mijn ogen hebben jullie met dit beroepsproduct een zeer grote substantiële bijdrage geleverd aan competentie 1

Het onderzoek is niveau 3 waardig. Alle data zijn goed verwerkt omdat je goede vergelijkingen hebt gemaakt. Het onderzoeksrapport heeft zeker een professionele uitstraling, al heb ik nog wat kleine punten betreffende rapportage genoemd die je mee zou kunnen nemen in de toekomst'. Desondanks deze punten is dit rapport professioneel gezien zeker op niveau 3.'

– Daan Oudbier

Reflectie

Daan heeft ons feedback gegeven op het onderzoeksrapport (bijlage 3.1.1) De belangrijkste feedback heb ik hierboven geciteerd. Ik ben tevreden met de feedback/validatie van Daan dat ons onderzoek zeker het afstudeerniveau bezit. Hij heeft een aantal punten benoemd over rapportage en het visueel maken van de onderzoeksresultaten. Deze neem ik zeker mee in de toekomst. Het is belangrijk om de lezer zo goed mogelijk mee te nemen in het rapport en dus elk hoofdstuk in te leiden en af te sluiten. Daarnaast heeft hij het duidelijke verschil tussen een voorwoord en een inleiding toegelicht. Deze feedback heb ik gelijk toegepast in dit portfolio door bij de inleiding mijn portfolio en de insteek inhoudelijk toe te lichten en mijn voorwoord eerder persoonlijk in te steken.



1. MT - algemeen

Als MT-lid zijn er een aantal algemene beroepshandelingen en vaardigheden die ik binnen dit team heb uitgevoerd en niet kon plaatsen onder een groter product. Hieronder volgen deze beroepshandelingen en vaardigheden?

Beroepshandeling: Adviseren over strategie en beleid aan het management

Als MT-lid bespreek ik veel samen met de company leiders over wat er binnen BRIGHT WORKS gebeurt en hoe we dit kunnen verbeteren. Dit heb ik gedurende het gehele halfjaar gedaan toen ik lid was van het managementteam. Ik heb een aantal adviezen gegeven die voor verandering hebben gezorgd binnen de company, zoals het initiëren van vacatures binnen de company (bijlage 1.2.1), het aanpassen van de incheck aan het begin van het eerste semester (bijlage 1.2.2) en het aanpassen van de uitcheck waarbij iedereen fysiek aanwezig kon zijn op school (bijlage 1.2.3).

Deze laatste heeft voor veel verandering gezorgd binnen de company, omdat we vanwege corona vaak niet bij elkaar konden zijn en op vrijdag was dit wel het geval. Samen met Michelle heb ik de uitcheck ingestoken als een 'vier' momentje, waarin elk project zijn 'Bright Moment of the week' deelt. Daarnaast lichtte elke projectleider toe welke doelen er in de desbetreffende week behaald waren. Wanneer company leden van BRIGHT WORKS een 'Bright Moment of the week' hadden, konden zij deze ook delen tijdens de uitcheck.

Impact van de aangepaste uitcheck volgens Ron en Jennifer vanuit BRIGHT WORKS:

'De uitcheck heeft een flinke boost gekregen. Persoonlijk merk ik dat de motivatie veel hoger zit, hiernaast is het te merken dat door de 'Bright Moment of the Week' veel company leden ook met trots terugkijken op hun werk. Het gene wat BRIGHT WORKS als company wilde uitstralen in het verleden is door de nieuwe uitcheck veel beter gerealiseerd. Hiermee laten jullie zien als MT, en als grondleggers van dit nieuwe concept, dat jullie professioneel het organisatiebeleid heel erg goed hebben vertaald in het communicatiebeleid door middel van strategisch denken. Tijdens de presentatie waarin jullie dit hebben voorgelegd was het concept ook duidelijk gepitcht. Als er een knop was met 'very high impact' had ik deze zeker aangevinkt!' –

– Ron Kirkels (bijlage 3.2.3)

'Ik vind het een super chille uitcheck, het is dat het weekend daarna begint, maar ik krijg er altijd heel veel energie en motivatie van. Het draagt zeker bij aan het samenhorheidsgevoel van BRIGHT WORKS op die manier. Je krijgt toch een stukje bevestiging en reactie vanuit de company wanneer jij je BRIGHT MOMENT of the week laat zien. Ik denk dat het daarom op alle fronten beter is dan de voorgaande versie van de uitcheck. Door goed aan de slag te gaan met de interne communicatiestrategie en ook actief bezig zijn met de doelen die hierbij horen, streven jullie hier zeker de interne communicatiestrategie na door bijvoorbeeld de uitcheck op een andere manier in te steken.'

– Jennifer Suttner (bijlage 3.2.3)



Reflectie

Uit bovenstaande feedback blijkt dat de uitcheck veel impact heeft gecreëerd binnen de company. Dit is voor mij een voorbeeld van advies dat veel impact heeft gecreëerd en dus goed heeft uitgekapt. Met dit voorbeeld laat ik zien dat ik niveau 3 bekwaam ben m.b.t. deze beroepshandeling.

Beroepshandeling: Vertalen van organisatiebeleid in communicatiebeleid.

De uitcheck heeft tevens met deze beroepshandeling te maken, omdat we als MT en company leiders besloten hadden dat de organisatie binnen BRIGHT WORKS meer positief en motiverend ingestoken moest worden om de betrokkenheid binnen BRIGHT WORKS te verhogen. Een van de interne doelstellingen (bijlage 2.1.1), die Michelle en Romy hebben geformuleerd, luidt als volgt:

'Betrokkenheid company leden verhogen door de krachten te bundelen, helder te communiceren en het openstaan van verschillende meningen. Tijdens het eind event in januari moet de betrokkenheid met 50% zijn verhoogd ten aanzien van 1 november 2020.'

Deze doelstelling was een deel van het organisatiebeleid van BRIGHT WORKS en de uitcheck was een deel van het vertaalde interne communicatiebeleid. De uitcheck heeft bijgedragen aan de verbeterde betrokkenheid binnen BRIGHT WORKS. Dit is te lezen in de feedback van bovenstaande beroepshandeling en in bijlage 3.2.3



2. Identiteit BRIGHT WORKS

Bijlage: 1.3.1

In bovenstaande bijlage is niet alleen de hernieuwde identiteit van BRIGHT WORKS te vinden, maar ook het gehele proces en onderbouwde keuzes die zijn gemaakt tijdens dit proces. De reden waarom we de identiteit van BRIGHT WORKS hebben herzien, vind u hieronder.

Beroepshandeling: Kunnen afwegen van en omgaan met verschillende interpretaties en belangen van opdrachtgever en betrokken actoren

Het woord ‘opdrachtgever’ is hier niet zo zeer van toepassing, maar het woord ‘company’ past hier beter in mijn geval. Gedurende het gehele halfjaar waarin ik managementteam lid ben geweest, heb ik continu verschillende interpretaties en belangen van de company moeten afwegen. Van alle company leden, de coach en de company leiders. Als MT-lid moet je snel kunnen schakelen en kunnen voldoen aan de verwachtingen van alle stakeholders. Hierbij is het belangrijk om hoofd- en bijzaken te kunnen onderscheiden en te handelen op wat echt belangrijk is.

Een voorbeeld hiervan is het herzien van de identiteit binnen BRIGHT WORKS (bijlage 1.3.1):

We weten als company leiders en als managementteam dat je een company vormt met alle company leden. Om deze reden is het dus enorm belangrijk om de identiteit ook samen te vormen en dat iedereen zich hierin moet kunnen vinden. Wij hebben de keuze gemaakt om de identiteit te herzien, terwijl de company leden hier niet op zaten te wachten. De reden dat wij deze keuze toch gemaakt hebben is omdat we wist dat we op basis van een goed identiteit een sterkere company konden vormen, onszelf beter konden positioneren en vanuit daar trots creëerden bij onze company leden.

‘Als je ziet waar we een half jaar geleden stonden als company en waar we nu staan en ik durf wel te zeggen dat nagenoeg iedereen veel meer plezier voor BRIGHT WORKS werkt. Ik durf ook wel te zeggen dat veel meer mensen trots zijn op BRIGHT WORKS. Het kost heel veel tijd natuurlijk om je te identificeren met een organisatie. En ik vind dat jullie dat heel goed doen.’

– Daan Oudbier (bijlage 3.2.7)

Beroepshandeling: Een concept, merk, en/of een organisatie positioneren.

Samen met de company leiders hebben Mabel en ik als managementteam met zijn vieren BRIGHT WORKS als company weten te positioneren. Hier hebben de identiteit, de interne en externe doelstellingen en alle uitingen hiervan aan bijgedragen.

Om een goede identiteit te creëren hebben we hulp gekregen van Gaby Crucq-Toffolo. Zij is aangesloten bij de eerste dialoogsessie over de identiteit van BRIGHT WORKS waarin wij als company leiders en MT het initiatief in hadden genomen. In ons beroepsproduct over de identiteit (bijlage 1.3.1) staat uitgebreid beschreven wat voor toegevoegde waarde zij heeft gehad. Maar wat mij bij is gebleven is dat ze zei: ‘Het wordt veel leuker voor de gehele company als er een goede identiteit staat. Wanneer je als organisatie een sterke identiteit hebt, is het gewoon een invulopdracht’. Dat Gaby dit zei tijdens de dialoogsessie heeft ervoor gezorgd dat de rest van de company ook begreep waarom we de identiteit aan wilden passen en daarnaast motiveerde het de company leden ook om hier actief over mee te doen.



3. Externe doelstelling BRIGHT WORKS

Bijlage: 1.4.1

Mabel en ik hebben het initiatief genomen om de externe doelstelling zowel te ontwikkelen als hem uit te werken en ervoor te zorgen dat hij ook daadwerkelijk behaald wordt of aangepast wordt. De externe doelstelling luidt:

'De naamsbekendheid vergroten op zowel onze online communicatiemiddelen als binnen Fontys ACI. Voor ons afstudeer evenement (21 januari 2021) moet de naamsbekendheid met 167% ten aanzien van 1 november 2020 zijn gestegen.'

Om deze doelstelling te behalen hebben we de volgende dingen gedaan:

Beroepshandeling: Onderzoeksresultaten kunnen hanteren als input voor strategievorming

Uit de resultaten van het eerste deel van het imago en naamsbekendheid onderzoek is gebleken dat BRIGHT WORKS vooral geassocieerd werd met 'langstudeerders' en 'tussensprint', maar ook met de 'huisstijl' en 'Instagram'. Die laatste twee associaties hebben kansen geboden, omdat wij als managementteam samen met BRIGHT WORKS teams socials, website en content elke twee weken een meeting hebben. Deze meeting is een initiatief vanuit het managementteam om de externe deeldoelstellingen die zijn opgesteld voor deze teams te kunnen behalen of aanpassen.

Met deze teams hebben we gedeeld dat BRIGHT WORKS als 'langstudeerders' wordt gezien en omdat 'Instagram' ook terugkwam binnen deze associaties, hebben we samen met team socials besproken dat de sociale mediakanalen professioneler ingestoken moeten worden. BRIGHT WORKS moet door middel van de social mediakanalen laten zien dat we een afstudeer company zijn en bereid zijn om onze kennis met anderen te delen door middel van tips en adviezen.

Beroepshandeling: Vertalen van organisatiebeleid in communicatiebeleid.

Mabel en ik hebben namens het managementteam de externe doelstelling opgesteld. Deze doelstelling draagt samen met de interne doelstelling bij aan het organisatiebeleid van BRIGHT WORKS. Mijn focus heeft gelegen op de externe doelstelling en de uitwerking hiervan. De uitwerking van de externe doelstelling ziet toe op hoe wij als company naar buiten treden, dus via de sociale mediakanalen, de website en hoe wij als company ons positioneren richting de rest van Fontys ACI. Wij hebben elke twee weken een projectleiders meeting over de marketing vanuit BRIGHT WORKS met team socials, website en content. Tijdens deze meetings zorgen we ervoor dat het organisatiebeleid, zoals de doelstellingen worden doorgevoerd in de communicatie uitingen van BRIGHT WORKS. Deze meetings zijn dus heel belangrijk voor het vertalen van een organisatiebeleid in een communicatiebeleid.

Beroepshandeling: Het proces van strategische beleidsvorming in een organisatie kunnen faciliteren en begeleiden

*We hebben onderzoek gedaan naar de groei van de naamsbekendheid en het imago van BRIGHT WORKS. Dit heeft ervoor gezorgd dat we de externe doelstelling op de 0-meting van het onderzoek hebben gebaseerd. De geanalyseerde resultaten van moment 1 hebben wij tijdens de projectleiders meeting altijd in ons achterhoofd gehouden, waardoor we het proces kunnen onderbouwen. Dit staat beschreven bij **Beroepshandeling: onderzoeksresultaten kunnen hanteren als input voor strategievorming**. Als MT waren wij verantwoordelijk voor het begeleiden, behalen en faciliteren van de externe hoofd- en deeldoelstellingen.*



'Ik vind de meetings met projectleiders van content, website en socials heel prettig! Op die manier houden we elkaar scherp en merk ik dat ik en daardoor ook het team gemotiveerder is om vette content neer te zetten. Qua doelstellingen mag er in de meetings nog iets meer aandacht aan besteed worden, op de manier van waar sta ik nu m.b.t. de doelstellingen en waar moeten we heen om de doelstellingen te behalen. Dit is dan even een reminder voor ons allemaal. Door de meetings vind ik het fijn dat wij als projectleiders hierin begeleid worden, we bespreken bepaalde zaken en kunnen terecht voor advies. Vaak proberen jullie eerst advies te geven, dan als team het zelf uitvoeren, lukt dit niet dan springen jullie bij. Ik vind dit een prettige manier van werken. Als tip misschien iets meer aandacht besteden aan de doelstellingen aan het begin van de meeting als soort "incheck". Verder moeten jullie niks veranderen, want ik vind het superfijne meetings die ervoor zorgen dat ik scherp blijf voor team socials.'

– Jennifer Suttner (bijlage 3.5)

Beroepshandeling: Overtuigend kunnen uitdragen van het ontwikkelde communicatiebeleid intern en extern *Samen met de company leiders en Mabel van het managementteam hebben wij de externe en interne doelstellingen gepresenteerd aan de rest van de company. Deze presentatie (bijlage 1.5.1) hebben we met twee redenen gegeven:*

- *De gehele company op de hoogte brengen van de ontwikkelde doelstellingen, te laten weten dat we dit met z'n allen willen bereiken en eventuele vragen vanuit de company leden te beantwoorden.*
- *Draagvlak creëren m.b.t. het leiding geven aan de company door het overtuigend te kunnen uitdragen van onze interne en externe doelstellingen die bijdragen aan het communicatiebeleid van de company.*

Vaardigheden: Argumenteren

De externe doelstelling hebben we beargumenteerd en dit hebben we ook naar voren laten komen tijdens bovenstaande presentatie. De gehele externe doelstelling is hier uitgelegd en beargumenteerd: bijlage 1.4

'De interne communicatie naar de company was super, alles was goed beargumenteerd waarom er meer betrokkenheid moest komen en hoe dat bereikt kon worden, hierdoor kreeg iedereen die aanwezig was een duidelijk beeld van wat er gedaan moest worden om dit te bereiken. Door de aanpak die jullie hebben gerealiseerd hebben jullie Communicatiebeleid op niveau 3 aangetikt. Alles was goed beargumenteerd en strategisch uitgelegd.'

– Douwe Grandia (bijlage 3.4)



4. Beroepsproduct en tevens publicatie: Toolkit CBL – structuur

Bijlage: 1.6.1

Samen met Romy, Michelle en Mabel hebben we een Toolkit gepubliceerd voor nieuwe CBL-companies waarin we uitleggen hoe een company optimaal kan presteren. Als BRIGHT WORKS zijnde hebben wij ons eigen beleid en onze eigen bedrijfsvoering ontwikkeld. Middels deze Toolkit willen we dit delen met andere companies, zodat we ze kunnen inspireren en motiveren om het beste uit de company te halen.

Beroepshandeling: Overtuigend kunnen uitdragen van het ontwikkelde communicatiebeleid intern en extern. We zijn als company leiders en managementteam zijnde overtuigd van ons eigen ontwikkelde beleid. Dit dragen we binnen de company uit door bijvoorbeeld onze MT-presentatie (pagina 19) of de projectleidersmeeting (pagina 26). En om deze reden willen we dit naar externen communiceren als handvat en inspiratiebron voor het ontwikkelen van een nieuwe company.

Beroepshandeling: Adviseren over strategie en beleid aan het management

We adviseren niet zo zeer aan een management, maar we adviseren wel over strategie en structuur aan externen (nieuwe companies) door onze eigen structuur als voorbeeld te gebruiken.

Feedback

Inhoudelijk hebben we feedback gevraagd en gekregen van Els Kersten. De feedback is hieronder opgenomen:

.....

'Ik ben vooral wat 'kritisch' op hoe jullie met de communicatiestrategieën omgaan en hoe jullie die toepassen. En dat is in mijn ogen vrij essentieel voor een vierdejaars communicatiestudent. Ik check dus graag in een gesprek even of jullie begrijpen wat ik bedoel met mijn feedback. Dat hangt samen met de competentie communicatiebeleid.' – Els Kersten (bijlage 3.6.1)

.....

Reflectie

We hebben een meeting (bijlage 3.6.2) ingepland om de reden achter deze feedback te achterhalen en kortgezegd maakte ze zich zorgen of wij de communicatiestrategieën wel goed begrepen. Dit kwam omdat we in onze eerste versie hadden geschreven alsof we een aantal strategieën op voorhand hebben toegepast binnen BRIGHT WORKS, terwijl dit niet het geval is geweest. We hebben de strategieën als inspiratiebron gebruikt binnen ons beleid. Naar aanleiding van de feedback van Els hebben we het document een 'toolkit' genoemd en hebben we beschreven waarom het belangrijk is om een sterke identiteit, rolverdeling, doelstelling, bedrijfsvoering, structuur en communicatiestrategie aan te houden. Hiernaast hebben we bij elk punt uitgelegd hoe BRIGHT WORKS dit gedaan heeft binnen de company als voorbeeld. Ik heb geleerd hoe belangrijk het is om op de juiste manier iets te formuleren, omdat het anders op een heel andere manier over kan komen bij de lezer.

.....

'Jullie laten hiermee je professionele ontwikkeling zien van het afgelopen jaar' – Els Kersten (3.6.1)

.....



5. Company leiders meeting met Enno van der Graaf

Beroepshandeling: Adviseren over strategie en beleid aan het management

Naast dat ik de company leiders heb geadviseerd over interne communicatiestrategie, ben ik aangesloten bij de eerste company vertegenwoordigers meeting, waarin Romy's taak hierbij op korte termijn moest overnemen. Samen met Michelle en de company vertegenwoordigers van alle afstudeer companies, hebben we in deze meeting met Enno van der Graaf onze bevindingen besproken vanuit BRIGHT WORKS over het CBL-onderwijs op afstand en hoe dit ons fysiek afgaat. Deze meeting is ervoor bedoeld om de kwaliteit van de opleiding te waarborgen en dit betekent dat we ook Enno hebben geadviseerd over wat er beter kan binnen het CBL-onderwijs. De notulen van deze meeting is te vinden in bijlage 2.3.1



1. MT - algemeen

Beroepshandeling: Begeleiden van projecten en processen.

Als MT-lid ben je samen met de company leiders verantwoordelijk voor de company en bij deze beroepshandeling zie ik de company dus ook zowel een project als een proces. Ik heb mijn rol als MT-lid serieus genomen, voelde me verantwoordelijk en heb veel tijd gestoken in de company, zoals ik dit ook zou doen in een project. Daarnaast is het vormen van de company een echt proces geweest. Wij als company leiders en MT hebben hierin moeten groeien en hebben uiteindelijk goed op elkaar in weten te spelen. Dit komt mede door het hervormen van de identiteit, het ontwikkelen van de doelstellingen, het ontwikkelen van een bedrijfsstructuur en dit hebben we allemaal geleerd door verschillende dingen te proberen, fouten te maken en hiervan te leren. Een voorbeeld van iets wat minder goed is gegaan is een dialoogsessie waarbij we de identiteit van BRIGHT WORKS aan het hervormen waren. Hieronder bij **Identiteit BRIGHT WORKS** lees je hier meer over. Een voorbeeld wat goed heeft uitgepakt is het aanpassen van de uitcheck. Bij **Competentie 2, MT – algemeen** lees je hier meer over. De gehele ontwikkelde CBL-structuur van BRIGHT WORKS is te vinden in onze toolkit: bijlage 1.6.1.

‘Melissa heeft veel tijd besteed aan het plannen en organiseren binnen BRIGHT WORKS. Denk aan de planning voor het behalen van de externe doelstellingen, briefings en vacatures opstellen, projecten opzetten. Mijn vertrouwen in Melissa is groot geweest het afgelopen semester. Daarom wil ik ook op deze competentie aangeven dat ze handelt op niveau 3.’

‘Zelf ben ik iemand die de controle graag zelf heeft, zodat ik weet dat deadlines worden gehaald. Mijn coach heeft wel eens tegen mij gezegd: Waarom zou je iemand taken geven als je diegene niet kan vertrouwen? Dat vind ik een hele waardevolle les. Bij Melissa heb ik het tegenovergestelde want haar vertrouw ik volledig. Melissa is iemand die haar deadlines haalt en/of ervoor zorgt dat haar collega’s het halen. Met Melissa werk ik graag samen omdat ze het afstuderen serieus neemt. Niet alleen de deadlines worden behaald maar de aanlevering van materialen, beroepsproducten etc. is altijd op niveau!’

- Michelle Boerkamp (bijlage 3.2.8)

‘Ik zie Melissa als een harde werker. Ze heeft een hoog gevoel van verantwoording en is altijd bereid om mee te werken aan processen, beroepsproducten of verbeteringen voor de company. Een valkuil hierin is echter dat ze te veel hooi op haar vork neemt, waardoor ze soms overladen wordt door deadlines. Petje af voor het feit dat je desondanks het hoge aantal deadlines, deze allemaal weet te behalen.’ – Romy de Kruijf (bijlage 3.2.10)

Reflectie

Hierboven is feedback/validatie te lezen van Michelle Boerkamp en Romy de Kruijf. Ik neem bovenstaande les van onze coach ook mee in de toekomst. Ik heb geen moeite met taken uit handen geven, tenzij ik niet zeker weet of het goed gebeurt en er op dat moment geen tijd is om fouten te maken. Daarom snap ik de feedback van Romy dat ik soms te veel hooi op mijn vork neem heel goed. Ik moet iemand kunnen vertrouwen om te delegeren, tenzij er wat meer ruimte is om te leren van fouten. Ik ben blij dat we wel de ruimte hadden om fouten te maken tijdens het CBL-traject.



2. Identiteit BRIGHT WORKS

Bijlage: 1.3.1

Het proces om de identiteit van BRIGHT WORKS te herzien is een initiatief van de company leiders en het managementteam. De identiteit past niet alleen bij competentie 2 maar ook bij competentie 3 om de volgende beroepshandelingen:

Beroepshandeling: Plannen van (formatieve en/of summatieve) evaluaties, (doen) uitvoeren en interpreteren van de resultaten

Zoals hierboven beschrijven kwam het initiatief vanuit de company leiders en het managementteam. Ik als MT-lid heb er dus met de rest voor gezorgd dat we drie dialoogsessies hebben gefaciliteerd over het hervormen van de identiteit van BRIGHT WORKS. Waarbij we in de eerste dialoogsessie veel uitleg hebben gekregen en in de tweede dialoogsessie veel informatie tot ons hebben genomen, hebben we tijdens de derde dialoogsessie alle resultaten geëvalueerd en gezorgd dat iedereen elke kernwaarde op dezelfde manier interpreteert door middel van verschillende presentaties waarbij elke groep niet alleen tekst gebruikt maar ook afbeeldingen per kernwaarde.

Beroepshandeling: Begeleiden van projecten en processen

Het hele proces in het hervormen van de identiteit samen met de gehele company hebben de company leiders samen met het managementteam begeleid. Tijdens de tweede dialoogsessie hadden Romy en ik een planning, namelijk:

- Huiswerk bespreken: iedereen heeft een uitleg en afbeelding bij zich over wat 'BRIGHT' voor hem of haar betekend. Deze leggen we naast elkaar en kijken of hier overeenkomsten in zitten.
- Met elkaar in dialoog over de diverse opvattingen rondom het woord 'BRIGHT'. Hier komen zinnen en woorden uit, waaruit je de kern/concretisering kan halen voor de definitie van 'BRIGHT' voor de company.
- Wanneer het onderwerp 'BRIGHT' behandeld is en definitief is, gaan we aan de slag met het opstellen van kernwaarden/piketpaaltjes. We kiezen er maximaal 4.
- De gezamenlijk gekozen kernwaarden worden vervolgens verdeeld over 4 gelijke groepen. In het geval van BRIGHT WORKS zijn dit 4 groepen van 6 personen. Binnen deze groep beginnen ze bij de start kernwaarde en hier worden binnen de groep afbeeldingen en definities aan verbonden. Wanneer dit 'pakketje' compleet is, is er een eindkernwaarde. Deze hoeft dus niet hetzelfde te zijn als de startkernwaarde, maar een afgeleide hiervan.
- Om de gehele company achter de eindkernwaarde te laten staan, draaien we alle groepen door.

De uitwerking ging niet zoals hierboven beschreven stond, omdat we deze planning van tevoren niet met de company leden hebben gedeeld. Daarnaast zijn we als groep heel lang blijven hangen op het kiezen van de kernwaarden/piketpaaltjes. De company leden verloren hun motivatie, omdat er niet genoeg duidelijkheid was.

Reflectie

Tijdens een tweede dialoogsessie over de identiteit heb ik geleerd dat het belangrijk is voor dergelijke dialoogsessies de gemaakte planning vooraf met de company leden te delen. Dit heb ik geleerd omdat de motivatie tijdens deze dialoogsessie compleet was weggezaakt bij velen en dat kwam deels omdat Romy en ik, als facilitators, geen duidelijke richting hadden aangegeven en te democratisch waren ingesteld. We hadden meer de leiding moeten nemen om sneller en efficiënter tot een eindbeslissing te komen.

Uiteindelijk hebben we met behulp van alle company leden de kernwaarden (piketpaaltjes, zoals Gaby ze noemde) helemaal uitgewerkt met een duidelijke betekenis waar elke kernwaarden binnen BRIGHT WORKS voor staat. Om van onze fouten te leren hebben we met een kleinere groep de visie, missie en oneliner hierop



aangesloten en deze hierna gepresenteerd aan de gehele company met ruimte voor vragen.

Door onze sterke identiteit hebben we gemakkelijke interne en externe doelstellingen kunnen formuleren en dus een sterk organisatiebeleid kunnen creëren, waarin we door middel van het hierop aangesloten communicatiebeleid de company sterker hebben kunnen positioneren.

Ik durf te zeggen omdat jullie als MT BRIGHT WORKS sterker neer hebben gezet en echt een organisatie ervan hebben gemaakt, en dat daarom de projecten ook beter gaan. Het kost heel veel tijd natuurlijk om je te identificeren met een organisatie. En ik vind dat jullie dat heel goed doen. – Daan Oudbier (bijlage 3.2.7)

Beroepshandeling: Communiceren met interne en externe betrokkenen t.b.v. het verkrijgen van draagvlak voor het project en de realisatie ervan.

Het was heel belangrijk dat er draagvlak werd gecreëerd voor het aanpassen van de identiteit van BRIGHT WORKS, omdat we op basis van een sterke identiteit pas goede doelstellingen konden formuleren en dus een sterk beleid voor de company konden creëren. Alle company leden moesten dus op de hoogte zijn van de reden waarom wij de identiteit wilden hervormen, zodat er motivatie ontstond om dit samen met de gehele company te doen. Om hiervoor draagvlak te creëren hebben we, zoals al eerder benoemd, Gaby Crucq-Toffolo ingeschakeld als externe expert. Daarnaast hebben we Koen en Inge ingeschakeld om de company leiders en het managementteam te ondersteunen in het goed formuleren van de visie en missie.

Beroepshandeling: Afleggen van verantwoording.

Zoals hierboven beschreven hebben we nadat de ‘nieuwe’ identiteit van BRIGHT WORKS compleet was een presentatie gehouden waarin we gehele identiteit hebben toegelicht aan alle company leden en de coach. Company leden konden hier vragen stellen. Daarnaast is deze ook te vinden in de het document waarin we het proces en identiteit hebben vastgelegd: bijlage 1.3.1



3. Externe doelstelling

Bijlage: 1.4.1

De externe doelstelling past niet alleen bij competentie 2: Communicatiebeleid maar ook bij competentie 3: Plannen en organiseren omdat we dit proces van het behalen van de externe doelstelling als MT hebben begeleid. Om de externe deeldoelstellingen binnen BRIGHT WORKS te handhaven heeft het managementteam elke twee weken een meeting met de projectleiders van team socials, team website en team content. Deze drie teams onderhouden de communicatiemiddelen van BRIGHT WORKS en wij als management zien hierop toe.

Beroepshandeling: Begeleiden van projecten en processen/ Vaardigheden: Aansturen en coördineren

Zoals hierboven beschreven begeleiden Mabel en ik uit naam van het managementteam de projectleiders meetings. We hebben onder de externe hoofddoelstelling meerdere deeldoelstellingen opgesteld met team socials, website en content. Team socials onderhoudt alle sociale mediakanalen van BRIGHT WORKS, team website onderhoudt de website van BRIGHT WORKS en zorgt dat we deze als referentie kunnen gebruiken als we gaan solliciteren na onze studie. Team content helpt zowel team socials als team website bij het bedenken en creëren van nieuwe content. De externe deeldoelstellingen zijn in bijlage 1.4.1 te vinden. Elke twee weken hebben wij samen met de projectleiders van deze teams een meeting om de deeldoelstellingen te behalen of eventueel aan te passen.

Beroepshandeling: Communiceren met interne en externe betrokkenen t.b.v. het verkrijgen van draagvlak voor het project en de realisatie ervan.

Naast het behalen van deze doelstellingen hebben de projectleiders meetings ook als doel om de projectleiders elkaar op de hoogte te brengen van de stand van zaken en of ze iets voor elkaar kunnen betekenen. Op deze manier creëren we ook draagvlak voor de realisatie van de drie projecten.

Ik vind de projectleiders meetings ontzettend fijn. Deze meetings zorgen ervoor dat iedereen van elkaar op de hoogte is en het zorgt voor een laagdrempelige manier van hulp vragen. Ook zorgt het voor een soort handvat voor mij persoonlijk, omdat ik teamleider ben voor team website, maar zelf eigenlijk vrij weinig van het bouwen van websites weet. De meetings zorgen er dan ook voor dat ik meer inzicht krijg in wat de company graag ziet op de website. De doelstellingen vind ik ook erg fijn ingesteld, al is deze voor team website wat lastiger te formuleren. Ik vind over het algemeen dat jullie niveau 3 aan tikken.

– Carmi Timmermans (bijlage 3.5)

Ook ik vind de meetings altijd erg fijn! Jullie brengen structuur aan in het gesprek waarbij iedereen aan de beurt komt om zijn zegje te doen. Zo blijven we van elkaar op de hoogte. Eigenlijk heb ik maar 1 tip en dat is iets meer nadruk leggen op de doelstellingen. Hoe ver zijn we hiermee, is het nog haalbaar of zijn ze al behaald? Al met al vind ik dat jullie zeker niveau 3 waardig zijn.

– Guusje Hazenbosch (bijlage 3.5)



4. Dialoogsessie faciliteren: Publicaties

PowerPointpresentatie: bijlage 2.4.1

Beroepshandeling: Communiceren met interne en externe betrokkenen t.b.v. het verkrijgen van draagvlak voor het project en de realisatie ervan.

Om de alle company leden te stimuleren bij het maken van publicaties hebben Mabel en ik vanuit het MT een dialoogsessie over publicaties gefaciliteerd. We merkten in de company dat hier nog veel duidelijkheden over waren en dat company leden het moeilijk vonden om te beginnen. Ons doel was om alle company leden hierbij handvaten te bieden en op deze manier draagvlak te creëren.

We hebben van tevoren contact gehad met communicatie expert Els Kersten. Deze meeting hebben we opgenomen en tijdens de dialoog als input gebruikt om later een dialoog over te voeren. Zie de video in bijlage 2.4.2 ter bewijslast. Els vertelde o.a. dat publicaties er zijn om bepaalde competenties aan te tonen die je wellicht niet aan kunt tonen door middel van je projecten.

Ook hebben we Jolanda Horsten gevraagd als copywriting expert met haar perspectief op het schrijven van publicaties. Zie bijlage 2.4.3 voor bewijslast. Als auteur heeft zij hier veel ervaring mee en heeft ze ons een heel andere kijk op publicaties laten zien dan Els Kersten heeft gedaan als communicatieadviseur. Waar Els meer in ging op de reden dat we publicaties moeten schrijven binnen CBL, ging Jolanda meer in op het gebruik van bronnen en het CCC-model van Jan Renkema. Om de company leden te helpen bij het proces van het maken van een publicaties waren beide perspectieven erg belangrijk.

We hadden de dialoog opgedeeld in drie onderdelen, namelijk:

- *Bespreken van de video van Els Kersten*
- *Reflectie moment op elkaars publicaties in viertallen*
- *Jolanda Horsten die langskwam als expert op copywriting gebied*

Ik vond jullie expertmeeting met Els erg nuttig, jullie stelden zinvolle vragen waardoor de 'vrije' randvoorwaarden van het schrijven van publicaties over het algemeen beter afbakenden. Hier had iedereen behoefte aan De theorie van Jolanda daarna werkte erg verfrissend en het CCC-model helpt mij nu om mijn publicatie inhoudelijk vorm te geven. Persoonlijk had ik graag nog wat langer de tijd gehad voor het reflecteren op elkaars publicatie, maar volgens mij hadden we dan de hele dag wel nuttig kunnen besteden aan dit onderwerp. Verder heb ik eigenlijk niets om kritisch over te zijn dus kortom, super waardevolle dialoog dankjewel!

– Iris Kleinnibbelink (bijlage 3.7)

Vaardigheden: Aansturen en coördineren

Door middel van de dialoogsessie over publicaties hebben we company leden van BRIGHT WORKS aangestuurd bij het vragen van feedback en aangestuurd in het maken van publicaties door een publicatie vanaf meerdere perspectieven te belichten, zodat de company leden tot inzichten kwamen.

Reflectie

Achteraf kwamen we erachter dat we efficiënter te werk hadden kunnen gaan door in plaats van drie onderdelen, 2 onderdelen te doen of strenger te zijn op tijdmanagement, want nu was er relatief weinig tijd om goed op elkaars publicatie in te gaan. Wel hebben we goed gecommuniceerd met experts om draagvlak te creëren bij het maken van publicaties. De company leden hebben we hierdoor wel weten te motiveren.



1. Beroepsproduct: Digitale tekeningen company leden BRIGHT WORKS

Bijlage: 1.7

Beroepshandeling: Zichzelf creatief kunnen uiten in zowel schrijftaal, gesproken woord als in beeldtaal.

Als company zijn we maar heel even fysiek bij elkaar kunnen zijn vanwege corona. In de tijd hebben we geen goede company leden foto's kunnen maken die aansloten bij de huisstijl van BRIGHT WORKS. Om deze reden hebben we lang geen foto's op onze website gehad. Ik heb toen het initiatief genomen om van bestaande foto's een digitale tekening te maken. Op deze manier kon je de tekening zo maken dat deze aansloot bij de huisstijl van BRIGHT WORKS. Ik heb 25 tekeningen gemaakt en deze tekeningen zijn voor meerdere communicatiemiddelen gebruikt, zoals op de sociale mediakanalen van BRIGHT WORKS om de company leden voor te stellen en op de website www.bright-works.nl. Bij deze beroepshandeling doel ik vooral op beeldtaal, omdat ik dit heb gebruikt bij het maken van de tekeningen.

Beroepshandeling: Ontwikkelen en toepassen van persoonlijke creatieve identiteit.

De creatieve identiteit van BRIGHT WORKS was al ontwikkeld. Ik heb alle tekeningen hierop aan laten sluiten.

Ik vind de tekeningen sterk af te leiden naar de huisstijl van Bright Works. Het is door ze te plaatsen op Instagram van meerwaarde voor verbinding/betrokkenheid tussen onszelf en de identiteit van de company.

– Iris Kleinnibbelink (3.8.1)

Body of Knowledge & Skills: de onderbouwing en verantwoording van keuzes

We maken in de huisstijl van BRIGHT WORKS veel gebruik van gele, paarse vlakken waarbij we een schaduw aangeven als een dikkere zwartere lijn. Dit heb ik ook toegepast op alle tekeningen. Ik heb gebruik gemaakt van alleen maar zwarte lijnen als scheidingslijn en schaduw en verder heb ik de tekenvlakken in één kleur gehouden zoals we bij BRIGHT WORKS ook doen om meer eenheid te creëren.

Hoi Melissa, dat ziet er heel goed uit hoor! Wat een werk ook! Maar allemaal duidelijk herkenbaar. Je uitleg is helder, al zou je net wat meer de diepte in mogen gaan. Je geeft vooral aan wat je kiest, maar niet overal even duidelijk waarom dat volgens jou de beste keuze is. Kijk daar nog even naar, want dat helpt je zeker om het niveau te laten zien, wanneer je dit goed kan onderbouwen. Het ziet er grafisch gewoon goed uit en daar kan ik dan ook niet veel over zeggen verder, al probeer ik altijd een tip mee te geven. Dus mocht je nog even tijd hebben om dit nog nét een stukje verder te brengen dan zou ik het volgende uitproberen: Ik zie verschillen in lijndikte per persoon. Wat gebeurt er wanneer je een portret met meer dan een gezicht zichtbaar (en dunne lijnen) naast een portret met slechts een gezicht en dikkere lijnen naast elkaar zet en deze bij de rest van de huisstijl houdt? (Dus het logo, de kernwaarden visuals e.d.). Zie je dan mogelijkheden om de stijl nog sterker te maken qua eenheid, zonder dat je jouw stijl echt moet omgooien (want ik snap je herkenbaarheid keuze). Wat zou er bijvoorbeeld gebeuren als je meer naar de huisstijlkleuren zou trekken? Wat zou er gebeuren als je meer zwarte schaduwen zou gebruiken? Je zou eventueel één voorbeeldje zo kunnen uitwerken en verder vooral nagaan wat je denkt dat het zou doen en wat in jouw ogen de beste optie is. Reflecteer ook zeker op de test. Hopelijk kan je hier nog iets mee, dat zou het mooi afsluiten denk ik. Goed bezig!

– Leonie Driessen (bijlage 3.8.2)



Reflectie

Op terugwerkende kracht heb ik feedback aan Leonie Driessen gevraagd om haar feedback mee te nemen in de toekomst. Leonie geeft terecht aan dat ik bij de onderbouwing van de stijl aan moet geven waarom ik bepaalde keuzes heb gemaakt en dat er lijndiktes per persoon verschillend zijn. Ik ben aan de slag gegaan met haar tip. Ik heb een tekening met dünnere lijnen waarbij er meer dan alleen het gezicht te zien is, naast een tekening gelegd waarbij ik dikkere lijnen had gebruikt en elementen van de huisstijl terug heb laten komen en ook meer de huisstijl kleuren toegepast heb. Hieronder is het verschil te zien.



Ik heb de rechter tekening aangepast met de feedback van Leonie. Hierop is te zien dat ik alle huisstijl kleuren terug heb laten komen. Het is niet erg dat de haarkleur wat minder realistisch is, omdat het nu juist meer op comic/cartoon lijkt, zoals we deze stijl ook altijd terug laten komen binnen de identiteit en huisstijl van BRIGHT WORKS. Wat ook altijd terugkomt is een dikke schaduw achter een woord, zoals je ook een zwarte schaduw achter het woordmerk van BRIGHT WORKS ziet staan. Ik heb gekozen om achter Daniëlle (rechter foto) een dikke paarse schaduw te zetten van haar contouren. Daarnaast heb ik elementen van de huisstijl toegevoegd aan de tekening, waardoor het een eenheid vormt met de identiteit. Wat ik ook geleerd heb door de feedback van Leonie is dat je niet alleen vormgeving keuzes moet kunnen onderbouwen aan de huisstijl van een bedrijf, maar ook aan de identiteit. Een van onze kernwaarden is Krachtig. De rechter foto is een stuk krachtiger door de kleuren die zijn gebruikt, maar ook door de dikkere lijnen. Daarin is de linker foto meer soft door middel van de kleuren die zijn gebruikt en de dunne lijnen.

2. Briefings en vacatures vanuit BRIGHT WORKS

Bijlage: 1.2.1

Beroepshandeling: Samenwerken met deskundigen uit creatieve disciplines (briefing maken).

Gedurende de gehele periode dat ik als MT-lid heb gewerkt binnen BRIGHT WORKS, heb ik een aantal briefings en vacatures geschreven en vormgegeven. Alle briefings die hierboven in de bijlage staan zijn intern gericht aan de company leden. Bij het schrijven van een briefing of vacature schrijf ik altijd richting de doelgroep. Om deze briefings en vacatures te realiseren, heb ik van tevoren altijd contact met Mabel Acda (andere MT-lid) om te bespreken wat we precies zoeken en wat het doel is wat we willen bereiken met de briefing/vacature. Als een briefing of vacature uit opdracht van de company leiders komt, heb ik eerst contact met hen. Samen met de company leden wordt er gezorgd dat er een team opgestart wordt naar aanleiding van de vacature. Hetzelfde geldt voor een briefing.



3. Publicatie: Podcast BRIGHT TALKS

Bijlage: 1.8.1

Beroepshandeling: *Individueel creatieve ideeën kunnen ombuigen naar een concept voor de belevingsindustrie. Michelle, Romy en ik merkten gedurende het afgelopen halfjaar dat het vormen van BRIGHT WORKS een groot proces is geweest, waarvan we heel veel hebben geleerd. Onze ervaring wilden we met anderen delen, met andere companies die nog midden in het proces zaten en wellicht konden leren van de fouten die wij hadden gemaakt. Om dit idee om te zetten naar een concept voor de belevingsindustrie hebben we gezamenlijk besloten om hier een podcast van te maken met verschillende afleveringen. Op deze manier konden we het gesprek met elkaar aangaan en elkaar aanvullen waar nodig. We hebben de podcast verdeeld in de volgende afleveringen:*

- *Introductie CBL-onderwijs*
- *Inhoud CBL-termen*
- *Leidinggeven binnen CBL*
- *Corona & BRIGHT WORKS*
- *Structuur binnen BRIGHT WORKS*

Beroepshandeling: *Zichzelf creatief kunnen uiten in zowel schrifttaal, gesproken woord als in beeldtaal. Om de luisteraars te begeleiden in het luisteren van de podcast hebben we een 'Guide' ontwikkeld. Deze 'BRIGHT TALKS – Guide' heb ik vormgegeven in de huisstijl van BRIGHT WORKS. In deze 'Guide' beschrijven wij waarom we deze podcast hebben ontwikkeld en geven we per aflevering een samenvatting. De afleveringen zijn namelijk los van elkaar te luisteren. Binnen deze 'BRIGHT TALKS - Guide' hebben Michelle, Romy en ik ons creatief geuit in schrifttaal doordat we ze begeleiden door de afleveringen heen. Ik heb me geuit in beeldtaal doordat ik de huisstijl en identiteit van BRIGHT WORKS heb verwerkt in de 'Guide'. Samen hebben we ons creatief geuit in gesproken taal, zoals in onze podcast te horen is. BRIGHT TALKS past daarnaast bij de kernwaarde vrijheid, omdat wij als BRIGHT WORKS iedereen accepteren voor wie hij is geweest en iedereen stimuleren om de beste versie van hem- of haarzelf te zijn (identiteit: bijlage 1.3.1). Hierdoor is BRIGHT TALKS een onderliggend concept van BRIGHT WORKS geworden.*

4. Verdieping 4

Briefing werving teamleden: bijlage 1.9.1

Proces verdieping 4: bijlage 1.9.2

Briefing verdieping 4: bijlage 1.9.3

Logo: bijlage 1.9.4

Verdieping 4 is een concept dat is opgezet vanuit de externe doelstelling van BRIGHT WORKS (bijlage). BRIGHT WORKS wilde zich meer laten zien onder de andere companies van CBL. Om deze reden hebben we de keuze gemaakt om samen te werken met company leden vanuit andere afstudeer companies.

Beroepshandeling: *Samenwerken met deskundigen uit creatieve disciplines (briefing maken).*

Om dit project op te zetten heb ik een briefing geschreven met de opdrachtomschrijving hoe wij hem bij BRIGHT WORKS voor ogen hadden. Het globale doel van het concept was als volgt:

Vanuit de company BRIGHT WORKS is er een initiatief gekomen om een platform te ontwikkelen waarop alle afstudeer companies elkaar kunnen helpen. Samen bundelen we onze krachten en gaan we de missie met elkaar aan om elkaar te helpen bij het realiseren van vraagstukken en publicaties. Daarnaast kunnen we elkaar tips geven, adviseren, feedback geven en kennis delen.

– Briefing (bijlage 1.9.1)



De eerste versie van de briefing (bijlage 2.8.1) heeft Els Kersten als communicatie expert gecontroleerd. Uit deze feedback (bijlage 3.10.1) bleek dat het vraagstuk niet venijnig genoeg was, omdat er al was bepaald dat het platform plaats zou vinden op MS Teams. Na deze feedback is de briefing en het vraagstuk aangepast om het wel venijnig genoeg te maken. De uiteindelijke briefing is hier te vinden: bijlage: 1.9.1

Samen met Sem de Korte (company LEF), Mabel Acda en Michelle Boerkamp (beide company BRIGHT WORKS) hebben we samengewerkt om dit concept tot uitvoering te brengen.

Beroepshandeling: Individueel creatieve ideeën kunnen ombuigen naar een concept voor de belevingsindustrie/Body of knowledge and skills: De onderbouwing en verantwoording van keuzes
Het idee dat we hadden hebben we uiteindelijk tot een concept omgebogen en daarna tot uitvoering gebracht. Het proces wat we hierbij hebben doorgemaakt vindt u hier: bijlage 1.9.2 In deze bijlage staat ook de verantwoording van onze keuzes beschreven en hoe we het concept vorm hebben gegeven.

Vaardigheden: Doelgroep gerichtheid

Het platform is geheel ingericht op afstudeerstudenten. Deze keuze hebben we gemaakt omdat wij allemaal hetzelfde niveau hanteren. We kunnen elkaar nu makkelijker helpen, adviseren, van feedback voorzien of elkaar valideren op het niveau. *Het levend concept van Verdieping 4 vindt u hier:*

<https://teams.microsoft.com/l/team/19%3acb2e3274854044938971a225ab5d2ac3%40thread.tacv2/conversations?groupId=128d21ac-8baf-4425-9b99-b945eb3cb648&tenantId=c66b6765-b794-4a2b-84ed-845b341c086a>

Reflectie

Binnen verdieping 4 zijn we aan de slag gegaan met het omzetten van een idee tot een levend concept. We hebben rekening gehouden met meerdere aspecten, zoals welk platform kunnen we hier het beste voor gebruiken om alle afstudeerders te bereiken en hoe zorgen we ervoor dat we een structuur creëren die voor iedereen duidelijk en overzichtelijk is? Vanwege de korte periode waarin we dit concept neergezet hebben, is er te veel tijd gaan zitten in bovenstaande punten en te weinig tijd in de uitvoering ervan. Het project had potentie maar door te weinig tijd te steken in de uitwerking en communicatie naar de doelgroep, loopt het platform niet zoals ik zou willen. De conclusie die ik hieruit op maak is dat het in de toekomst essentieel is om een goed projectplan op te stellen met een realistische planning. Hier had veel getackeld mee kunnen worden.



1. MT- algemeen

Beroepshandeling: Aansturing of uitvoering van de communicatiestrategie

Als MT-lid ben je verantwoordelijk voor de aansturing van de communicatiestrategie van BRIGHT WORKS, zowel intern als extern. Dit doe ik bijvoorbeeld tijdens de projectleiders meetings (competentie 3 – projectleiders meetings). Als leidinggevende moet je draagvlak creëren binnen je organisatie. De company leden moeten erachter staan dat ik de leiding op me neem. Ik heb dit gedaan door de rol als MT-lid professioneel op te pakken en door mezelf altijd goed te beargumenteren. Daarnaast probeer ik altijd rekening te houden met de belangen van de company leden, company leiders en de coach.

Binnen haar rol in het MT heeft Melissa op diverse manieren gewerkt aan de competentie 'representeren.' In mijn ogen is Melissa een goed voorbeeld van een representatieve leidinggevende. Melissa is duidelijk in het 'practise what you preach'. Gedurende momenten waar de hele company bij elkaar is en ook tijdens vergaderingen van het MT, is Melissa professioneel en representatief voor wat het MT wil uitstralen. Op deze competentie presteert Melissa op niveau 3.
– Romy de Kruijf (bijlage 3.2.10)

Melissa heeft zich aangesloten bij het managementteam om haar leerdoel leidinggeven in te zetten. Ik heb Melissa echt zien groeien aangezien ze het eerder spannend vond om keuzes te maken voor anderen of te spreken voor anderen. Maar binnen BRIGHT WORKS heeft ze zich zo ontwikkeld in het ontwikkelen van een beleid, het onderbouwen en presenteren van de doelstellingen. Melissa is iemand die een draagvlak kan creëren door haar karakter, manier van communiceren en het professioneel handelen op het gebied van een communicatiebeleid! Tevens vind ik dat ze hierdoor op niveau 3 handelt.
– Michelle Boerkamp (bijdrage 3.2.8)

Reflectie

Uit bovenstaande feedback blijkt dat ik ben gegroeid in representeren en hier ben ik het zelf ook mee eens. Voor dit halfjaar liet ik me sneller leiden door emoties, waarin ik nu bewuste keuzes heb gemaakt voor de company zonder dat ik hier te veel over in ga zitten. Ik weet wat goed is voor de company omdat ik weet waar we met de company naar toe willen groeien. Hier handel ik dan ook naar. Ik ben professioneler en daadkrachtiger geworden. Dit was ook een persoonlijk doel wat ik voor mezelf had gesteld na het tweede semester (feb. 2020 – juli 2020)



Beroepshandeling: Woordvoering

Tijdens in- en uitchecks heb ik vaak het woord gedaan namens het MT. Ik probeer mezelf hierbij altijd goed te beargumenteren om zo duidelijk mogelijk te zijn.

Bij jou Melissa merk je als je iets verwoord dan werk je ook naar een punt toe waardoor het boodschap vaak wel wat helderder lijkt

– Daan Oudbier (3.2.7)

Ze kan een draagvlak creëren door haar manier van communiceren: Rustig, duidelijk en luisteren.

- Michelle Boerkamp (3.2.8)

Hoewel ik niet veel van je heb gezien binnen projecten (mede omdat we niet bij elkaar in projectgroepen zaten), heb je een grote rol binnen de company gehad.

Vanaf semester 2 heb ik je gezicht veel gezien en stem veel gehoord tijdens meetings, dialoogsessies en belangrijke interne aankondigingen. Een betrouwbaar gezicht en geloofwaardige stem. De nieuwe concepten van MT zijn altijd duidelijk gepresenteerd en goed gewaarborgd. Mede door jullie was het top-down management erg goed gefaciliteerd. Gekeken naar de competenties zie ik in je handelingen binnen Bright Works echt een niveau 3 student. Je komt professioneel over binnen woordvoering en hebt na verloop van tijd steeds meer initiatief genomen binnen belangrijke beslissingen. Deze belangrijke beslissingen en concepten kunnen weer gekoppeld worden aan je niveau van adviseren over communicatiebeleid.

Kortweg, ik ben blij dat we iemand zoals jij in het MT hebben gekregen.

– Ron Kirkels (3.2.11)

Reflectie

Ik ben blij om te zien dat mijn woordvoering en gespreksvaardigheden als prettig worden ervaren. Op basis van deze feedback kan ik wel zeggen dat deze beroepshandeling en vaardigheid niveau 3 waardig zijn. Dit komt omdat ik altijd op de hoogte ben van wat er gebeurt binnen de company. Als het duidelijk is voor mezelf kan ik het ook duidelijk communiceren naar anderen. Eerder dacht ik vaak dat het aan mij lag, wanneer ik iets niet begreep. Dit had deels met onzekerheid te maken. Ik heb het afgelopen halfjaar geleerd om gewoon meer te vragen, want blijkbaar zorgt dat ervoor dat ik het dan wel duidelijk kan communiceren naar anderen.

2. Beroepsproduct: Presentatie externe doelstelling & hervormde identiteit

Bijlage: 2.4.1

Beroepshandeling: Woordvoering

Nadat we de identiteit van BRIGHT WORKS hervormd hadden en de interne en externe doelstellingen uitgewerkt hadden, hebben we deze aan alle company leden en de coach gepresenteerd door middel van een PowerPointpresentatie. Ik heb de woordvoering gedaan tijdens de externe doelstellingen omdat ik deze had geformuleerd en ik ze goed uit wist te leggen.



Vaardigheid: Presentatievaardigheden

Presenteren is niet iets wat ik graag doe. Dit komt omdat ik me vaak niet op mijn gemak voel. Deze keer was dit heel anders, omdat ik me fijn voelde bij de company. Ik wist wat ik aan het vertellen was en ik had hierbij een goede onderbouwing. Tijdens het presenteren is de focus gelegd op het aansturen van de communicatiestrategie binnen BRIGHT WORKS. Ik heb uitgelegd waar de percentages vandaan kwamen, zodat team socials, team website en team content wist waarop zij moesten focussen bij de uitwerking van de deeldoelstellingen.

Je hebt op een hele duidelijke manier de gepresenteerd. Wat ik sterk vond is dat je juist uitlegde WAAROM je voor die externe doelstelling hebt gekozen – HOE je het gaat uitwerken en wat er van de company wordt verwacht – PROCENT je hebt heel duidelijk voor een bepaalde % gekozen die je wilt bereiken om de doelstelling te behalen, je kon het onderbouwen. Het was beknopt en informatief niks meer en niks minder. Door de manier waarop je presenteerde merkte ik dat je wist waar je over praatte, je stond er zelfverzekerd en dat zorgde ervoor dat anderen ook in jullie doelstellingen geloven. Je hebt hierdoor een draagvlak gecreëerd. Goed dat je een PPT hebt gemaakt waarin mensen mee konden lezen. Wel was er 1 punt: Iemand vroeg waarom je hebt gekozen voor alleen afstudeerders en niet de gehele company. Toen gaf je aan ja weet ik eigenlijk niet. Probeer dit te allen tijde te vermijden. Het kan ervoor zorgen dat je vertrouwen in de doelstellingen vanuit de company minder geloofwaardig wordt en dat je dit maar gewoon even hebt bedacht. Je weet wel waarom je voor afstudeerders hebt gekozen maar als je zo'n vraag krijgt probeer dan even paar seconden na te denken voordat je gaat roepen. Overall: een sterke presentatie!

– Michelle Boerkamp (bijlage 3.4)

De presentatie heeft veel impact gehad. Jullie stonden daar best wel charismatisch maar dat komt ook omdat jullie presentatie inhoudelijk een sterk verhaal had. Je kunt ook charisma uitstralen als je een verhaal hebt dat niet gelijk begint met een kritische opmerking maar daarna de motivatie in elkaar zakt. Ik vind dat jullie het extreem goed hebben gedaan, dat zou ook mijn feedback zijn wat betreft de uitkomst.

– Daan Oudbier (bijlage 3.2.7)

Reflectie

Over het punt wat Michelle aangeeft heb ik nog een gesprek met haar gehad, zodat ze dit wat beter aan me uit kon leggen. Ze gaf aan dat ik niet te snel moet roepen dat ik het eigenlijk niet weet, omdat ik het wel weet. Dit is ook zo, maar omdat ik er dan gelijk op dat moment even geen antwoord op weet te geven, zeg ik dat ik het niet weet. Michelle gaf me als tip mee om de volgende keer te zeggen dat ik zo even terugkom op die vraag. Op deze manier heb ik in mijn hoofd wat meer tijd om beter na te denken.

Daarnaast ben ik erg trots op deze presentatie omdat ik mezelf neer heb kunnen zetten als een professioneel en zelfverzekerd MT-lid en daarmee draagvlak heb weten te creëren binnen de company.



3. Instagram Story take-over

Bijlage: 1.10.1, 1.10.2

Beroepshandeling: Publiciteit genereren (perscontacten en nieuwe media)

Omdat we meer publiciteit wilden genereren voor de sociale mediakanalen van BRIGHT WORKS heb ik het initiatief genomen om het kanaal van Fontys ACI een week over te nemen met de company. Ik had hiervoor contact met Tim van het social mediakanaal van Fontys ACI. We hebben een week uitgekozen die voor beide partijen goed in de planning viel. Deze week hebben we alle volgers van Fontys ACI een kijkje gegeven in een werkweek van BRIGHT WORKS.

Beroepshandeling: Aansturing of uitvoering van de communicatiestrategie

De externe doelstelling ziet toe op meer naamsbekendheid voor BRIGHT WORKS. Dus ook meer naamsbekendheid op de sociale mediakanalen van BRIGHT WORKS. Tijdens deze take over heb ik niet alleen hierop aangestuurd, maar ook uitgevoerd want ik vertegenwoordigde BRIGHT WORKS op de eerste en laatste dag van onze take over. Ik heb aangegeven ik de stories niet alleen overnam, maar samen met mijn company BRIGHT WORKS. De eerste dag dat ik de story overnam was gefocust op de leiding van BRIGHT WORKS. Ik heb onze structuur gedeeld en samen met Romy ingestuurde vragen over het leiding geven binnen CBL beantwoord.

Je geeft in het begin meteen aan dat onze Company de hele week de insta zullen overnemen en niet alleen jij, dit geeft meteen duidelijkheid. Verder vertel je het heel leuk, want volgens mij vind je zulke dingen best spannend. Dat is niet te zien in ieder geval. Verder vond ik die vraag wel leuk voor de interactie, waar je twee opties kon kiezen. Dit is wat laagdrempeliger dan de Q&A. Misschien had je hier wat meer van kunnen plaatsen. Verder leuk om door heen te scrollen.

– Nada Tunde (bijlage 3.9)

Reflectie

Hoewel ik presenteren voor een aantal mensen heel spannend vind, vond ik dit eigenlijk helemaal niet spannend maar vooral leuk om te doen. We hebben gedurende deze gehele week ook best wat volgers erbij gekregen op het Instagramaccount van BRIGHT WORKS. Dit wil zeggen dat de content die we in deze week geplaatst hebben interessant was en het doel om meer publiciteit te genereren is behaald.

4. Beroepsproduct: Blog – Digitaal tekenen – Website BRIGHT WORKS

Bijlage: 1.11.1

Beroepshandeling: Aansturing of uitvoering van de communicatiestrategie

Voor de website www.bright-works.com heb ik een blog geschreven over digitaal tekenen. Deze blogs zijn in het leven geroepen door team website om de website up-to-date te houden en meer verkeer naar de website te leiden door kennis te delen. Dit maakt deel uit van de externe communicatiestrategie vanuit BRIGHT WORKS. Om team website hierbij te helpen heb ik een blog geschreven over mijn persoonlijke vaardigheid, namelijk digitaal tekenen. In deze blog heb ik mijn kennis hierover met de lezer gedeeld; wat zijn de fijnste programma's en wat zijn handige 'tips & tricks' bij het maken van een digitale tekening? Op basis hiervan heb ik mijn skillset aangetoond betreffende digitaal tekenen. Om de lezer een betere inkijk te geven heb ik een verkorte 'tutorial' gemaakt over hoe ik één van de company leden in 'BRIGHT WORKS stijl' heb getekend.



Project: Glace Lemon Magazine

Opdrachtgever:

BRIGHT WORKS

Omschrijving opdrachtgever:

Glace Lemon is een initiatief vanuit BRIGHT WORKS. Jennifer, Nelly en ik zijn initiatiefnemers en hebben dit project in semester 2 opgezet. Het eerste semester heeft Nada zich aan het project toegevoegd en heeft tevens het projectleiderschap op zich genomen.

Werkzaam:

Vanaf april 2020 (semester 2) tot november 2020 (semester 1)

Vanwege vertraagde feedback zijn de laatste aanpassingen in januari 2021 gedaan.

Vraagstuk:

In het tweede semester hebben Jennifer, Nelly en ik een magazine op de markt gebracht wat gericht was op vrouwen die zich in de tussenfase van hun leven bevinden, namelijk tussen studeren en werken in. Wij zagen bij concurrenten dat er voor deze doelgroep nog geen magazine bestond en vanuit deze behoefte is Glace Lemon ontstaan. Het eerste semester sloot Nada zich bij Glace Lemon aan en hebben we besloten om een tweede editie uit te brengen, mits hiervoor plek was op de markt. **Om erachter te komen of er daadwerkelijk plek was op de markt hebben we strategisch onderzoek verricht en hiermee antwoord gekregen op de vraag.**

Functieomschrijving:

Onderzoeker - concurrentieanalyse ontwikkelen, benchmark analyse ontwikkelen.

Competenties

Binnen Glace Lemon heb ik **competentie 1: analyseren en onderzoeken** aangetoond. Hieronder vindt u een overzicht van de competentie tabel met alle beroepshandelingen, body of knowledge en skills en vaardigheden die van toepassing zijn geweest binnen Glace Lemon:

Analyseren en onderzoeken	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none">Bepalen van onderzoeksdoelstellingen en vraagstellingenInitiëren, begeleiden, uitvoeren en interpreteren van analyses en (toegepaste) onderzoeken.Interpreteren en evalueren van informatie op strategisch niveau.Gegevens van (inter)nationale onderzoeken analyseren, die op hun waarde beoordelen, daarbij hoofd- en bijzaken onderscheiden en daaraan conclusies verbinden.
Beroepsproducten	<ul style="list-style-type: none">Onderzoeksrapport
Body of knowledge & skills	<ul style="list-style-type: none">Analysemodellen



Beroepsproduct: Onderzoeksrapport

Bijlage: 4.1

Beroepshandeling: Bepalen van onderzoeksdoelstellingen en vraagstellingen

Zoals bij het vraagstuk ook omschreven staat wilden wij een nieuwe editie van Glace Lemon op de markt brengen, mits hiervoor plek was op de markt. Om erachter te komen of er daadwerkelijk plek was op de markt hebben we strategisch onderzoek verricht en hiermee antwoord gekregen op de vraag. Onze onderzoeksvraag was dan ook:

'Is er plek op de Nederlandse tijdschriftenmarkt voor een nieuw tijdschrift voor vrouwen van 20 tot 30 jaar?'

Beroepshandeling: Initiëren, begeleiden, uitvoeren en interpreteren van analyses en (toegepaste) onderzoeken. *Samen met Nelly (Neringa), Jennifer en Nada hebben we zelf het initiatief genomen om dit onderzoek te starten. In het tweede semester (feb. 2020 – juli 2020) hebben we het tijdschrift gemaakt, omdat we een gemis in de tijdschriften branche ervaarden. We misten een vrouwentijdschrift waarin verschillende genres aan bod kwamen in een leeftijdscategorie tussen 20 en 30 jaar. We wilden een tijdschrift op de markt brengen waarin alle aspecten aan bod kwamen waar een vrouw die tussen studie en werk in zit, mee te maken krijgt.*

Om strategisch onderzoek naar de bovenstaande onderzoeksvraag te kunnen doen hebben we expert Arthur Kok ingeschakeld gedurende het gehele proces. Met zijn advies en feedback hebben we het onderzoek zelf uitgevoerd en daarnaast verschillende analyses en onderzoeken geïnterpreteerd die ons hebben geholpen met het verkrijgen van een antwoord op onze onderzoeksvraag.

Beroepshandeling: Gegevens van (inter)nationale onderzoeken analyseren, die op hun waarde beoordelen, daarbij hoofd- en bijzaken onderscheiden en daaraan conclusies verbinden.

Zelf heb ik onderzoek gedaan naar de grootste concurrenten op de tijdschriftenmarkt. Ik heb de twaalf grootste vrouwentijdschriften uitgekozen op basis van oplage hoeveelheid en eerder verrichte onderzoeken. Oplagen en merkbereik van Nederlandse tijdschriften zijn gratis te vinden in het dashboard van stichting NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia). Hier heb ik me in verdiept om een benchmark analyse te creëren.

Body of knowledge & skills: analysemodellen

Naast de concurrentieanalyse en de benchmark analyse die ik heb uitgevoerd hebben Nada, Jennifer en Nelly gewerkt aan een onderzoek naar de uitgeverijen achter de grote spelers, een DESTEP-analyse en een doelgroep analyse. Door middel van al deze analysemodellen zullen wij tot een antwoord komen op onze onderzoeksvraag.

Beroepshandeling: Interpreteren en evalueren van informatie op strategisch niveau.

Om de benchmark analyse te realiseren heb ik van de volgende data punten een grafiek gemaakt:

- *Prijs per los tijdschrift*
- *Het verschil tussen totaal betaalde gerichte oplage en totaal verspreide oplage*
- *Het merkbereik per tijdschrift*
- *Frequentie per tijdschrift*

Daarnaast heb ik een eerder uitgevoerd onderzoek meegenomen in mijn analyse. Dit onderzoek liet zien in hoeverre de betaalde printoplage was toegenomen of afgenomen per tijdschrift.

Op basis van alle onderzoeksresultaten kon er een conclusie worden gecreëerd. Namelijk dat Libelle, Margriet en LINDA de grootste spelers zijn op de vrouwentijdschriften branche en dat de oplages over het algemeen een daling doormaken. Deze daling sluit ook aan op de conclusie uit de DESTEP- analyse waarin wordt



geconcludeerd dat Nederland snel ontleest. De doelgroep die wij voor ogen hadden met Glace Lemon is geïnteresseerd in andere onderwerpen dan de onderwerpen die wij in Glace Lemon wilde aansnijden en daarnaast is de vrouwentijdschriften markt op dit moment te verzadigd. Door middel van alle onderzoeksresultaten concluderen wij dat het niet rendabel is om een tijdschrift als Glace Lemon op de markt te brengen.

Het onderzoek is zeker niveau 3 waardig en de uitkomsten zijn interessant. Het rapport in z'n geheel nog niet. De drie stappen moet worden doorgelopen om het professioneel te maken. Verplaats je in de lezer.

– Arthur Kok (bijlage 6.1)

Reflectie

Bovenstaande feedback is een quote van Arthur uit zijn feedback op de eerste versie van het onderzoeksrapport. De drie stappen heeft hij toegelicht in zijn volledige feedback, deze is hier te vinden: bijlage 6.1. We zijn aan de slag gegaan met de drie stappen en voor mij hield dit in dat ik de benchmark in staafgrafieken moest zetten om zo visueel het verschil te kunnen zien tussen alle spelers.

In eerste instantie had ik alle concurrenten onder elkaar gezet waardoor het heel veel ruimte binnen het rapport in beslag nam. Arthur gaf als tip om alle concurrenten in een grote tabel te zetten. Om zo een makkelijk leesbaar overzicht te creëren. Nadat iedereen alle feedback had verwerkt hebben we opnieuw feedback ontvangen:

Goed genoeg voor de opleiding, maar niet voor het werkveld. Rapport is op hoofdlijnen qua professionaliteit in de goede richting (inleiding en conclusie), maar bevat te weinig interpretatie van de data om helder naar de conclusie toe te laten. Verder staat er te veel informatie in het rapport waarvan niet duidelijk is wat dit betekent voor jullie eindadvies. Voor een professioneel bruikbaar rapport zal de analyse van de data veel nauwkeuriger gedaan moeten worden.

– Arthur Kok (bijlage 6.1)

Reflectie

Bovenstaande feedback is een deel uit de gehele feedback die Arthur ons heeft gegeven. Ik snap de feedback van Arthur volkomen. Het is jammer dat het rapport weinig interpretatie van de data bevat. Ik weet dat dit komt omdat we als projectgroep niet zo nauw samengewerkt hebben als dat wel zou moeten. Dit komt mede omdat we pas na een aantal maanden feedback hebben ontvangen op het gehele rapport. Hierdoor fungeerde Glace Lemon in die tijd niet meer als projectgroep. Nadat we de eerste feedback hebben ontvangen heeft ieder zijn eigen deel aangepast op basis van de feedback waardoor het uiteindelijk niet een geheel is geworden. Ik neem hieruit mee dat ik in het werkveld altijd nauw zal samenwerken om tot een eenheid van informatie te komen. Dit heb ik bijvoorbeeld wel gedaan met Mabel tijdens het naamsbekendheid- en imago-onderzoek van BRIGHT WORKS en dit zal ik ook zo in de toekomst blijven doen om een zo goed mogelijk resultaat te bereiken.



Project: Organisatie Show & Grow

Opdrachtgever:

Marieke Sebregts

Omschrijving opdrachtgever:

Marieke Sebregts is docent binnen Fontys ACI, coach binnen CBL en eindverantwoordelijke voor de organisatie van de Show & Grow.

Werkzaam:

Vanaf 1 oktober 2020 – tot 16 oktober 2020

Vraagstuk:

Het lijkt misschien alsof je pas net bent begonnen aan dit nieuwe studiejaar. Toch ben je alweer een eind op weg als het gaat om het eerste semester: de eerste vier weken zitten er al op. Ofwel; over zes weken vindt de eerste show & grow al plaats. Het moment waarop je met de company andere company's gaat laten zien waar je trots op bent.

Wie kan er nu een betere show & grow organiseren dan jullie zelf? Jullie zijn immers de professionals die nu al bedrijven helpen met het bedenken van een goed concept, met het concept vertalen naar een goed communicatieplan en in het geval van events deze organiseren en communiceren. Waarom dan ook niet zelf van de eerste show & grow een gaaf event maken? Een event welke je als vierdejaars student niet wil missen en waarmee je tegelijkertijd aan verschillende leeruitkomsten kunt gaan werken.

Denk jij bij te kunnen dragen aan een onvergetelijk, leuk en inspirerend event? Help dan mee met het organiseren, communiceren en produceren van de eerste show & grow. Toon je interesse snel! Wij zoeken diverse studenten die mee willen denken over en helpen bij het concept, de communicatie, organisatie en productie van de show & grow van 16 oktober a.s. (bijlage 8.1)

Functieomschrijving:

Allround: Conceptontwikkelaar, regieboek ontwikkelaar, productie, camera

Competenties

Hieronder vindt u een overzicht met alle beroepshandelingen, body of knowledge en skills en vaardigheden die van toepassingen zijn geweest binnen de organisatie van de Show & Grow per competentie.

Communicatiebeleid	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none">• Vertalen van organisatiebeleid in communicatiebeleid.• Kunnen afwegen van en omgaan met verschillende interpretaties en belangen van opdrachtgever en betrokken actoren
Vaardigheden	<ul style="list-style-type: none">• Multidisciplinair samenwerken
Plannen en organiseren	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none">• Samenwerken met deskundigen uit creatieve disciplines en met deskundigen op het gebied van de uitvoering van digitale, audio en/of visuele middelen en print
Creëren en realiseren	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none">• Zichzelf creatief kunnen uiten in zowel schrifttaal, gesproken woord als in beeldtaal.
Beroepsproducten	<ul style="list-style-type: none">• Communicatiemiddelen
Representeren	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none">• Instructies/ briefing geven voor communicatiemiddel.• Stakeholdermanagement.



Conceptontwikkeling: Reach The Stars

Beroepshandeling: 1. Adviseren over strategie en beleid aan het management/ 2. Kunnen afwegen van en omgaan met verschillende interpretaties en belangen van opdrachtgever en betrokken actoren

Om het concept van de eerste show & grow te ontwikkelen hebben we Michelle Boerkamp en ik geadviseerd aan de rest van de organisatie om de visie van BRIGHT WORKS (een superheld ben je nooit alleen) als rode draad te gebruiken bij het thema van de show & grow. Het samenwerken tussen companies in plaats van tegen elkaar strijden was ook iets wat als feedback terugkwam uit de bootcampweek vanuit een aantal afstudeercompanies. We moeten elkaar inspireren en motiveren om het beste uit elkaar te halen.

Michelle Boerkamp heeft het projectleiderschap van de eerste show & grow op zich genomen. Ik heb haar meerdere adviezen gegeven met betrekking tot de uitvoering van de aflevering die zij tevens zou presenteren. Een voorbeeld hiervan is het draaiboek wat ze heeft gebruikt voor de aflevering. Ik heb het excellentietraject IEMES TV gedaan, waardoor ik weet dat Harmen Kuppens de regie op zich neemt tijdens de afleveringen die daar worden gemaakt. Harmen Kuppens zou ook de regie bij onze show & grow doen, dus heb ik een actueel draaiboek opgevraagd bij Jella Neefs (student-assistent IEMES TV), zodat Michelle deze aan kon houden als basis voor het opzetten van het draaiboek voor de show & grow. Hierdoor was het draaiboek voor Harmen Kuppens ook makkelijker te begrijpen.

Ook heb ik samen met Michelle gewerkt aan het regieboek waarin ik haar van feedback en advies heb voorzien over het Reach The Stars Goals formulier (bijlage 7.1). Dit is een formulier wat wij hebben opgesteld en in hebben laten vullen door alle afstudeercompanies. Op deze manier konden we een goede afweging maken in de alle belangrijke factoren waar iedere company mee te maken heeft. Ik heb Michelle ondersteunt in het zorgen dat elke company evenveel aan bod kwam in de uiteindelijke uitzending.

Vaardigheid: Multidisciplinair samenwerken

De show & grow is tot stand gekomen door samen te werken met company leden uit verschillende afstudeercompanies. Daarnaast hebben we continue feedback en advies ontvangen gedurende het project van Marieke Sebregts. Zij had al ervaring met het organiseren van een show & grow en hierdoor heeft ze ons goed op weg geholpen. Om de show & grow te realiseren heb ik presentatiekaarten moeten laten drukken, een draaiboek op moeten vragen bij IEMES TV, samengewerkt met alle company vertegenwoordigers en vooral samengewerkt met Michelle als projectleider en tevens presentatrice.

De samenwerking met Melissa Ruijten tijdens het organiseren van de SHOW & GROW heb ik als zeer prettig ervaren. Melissa heeft mij volledig ondersteund in het realiseren en de uitwerking van de SHOW & GROW. Samen hebben wij de volledige regie en productie op ons genomen. Melissa is een betrouwbare partner en voert taken op niveau uit. Melissa durf ik alle taken toe te vertrouwen omdat ze met kritisch blik de taken op hoog niveau uitvoert.

– Michelle Boerkamp (bijlage 9.4)

Voor mijn gevoel is de insteek erg goed gelukt. Er was geen competitief element wat erg fijn was. We kregen feedback waar we iets aan hadden en ook goed mee aan de slag konden. Daarnaast heeft onze company zeker van anderen kunnen leren en onderdelen toe kunnen passen dus het was erg slim om meer te delen hoe companies bepaalde problemen aanpakken.

- Indy van Lieshout, company vertegenwoordiger LEF (bijlage 9.3.1)



Reflectie

Bovenstaande validatie toont aan dat ik Michelle mij genoeg vertrouwd om taken uit handen te geven. Samen hebben we inderdaad de volledige regie en productie op ons genomen. Dit toont aan dat ik verantwoordelijk ben voor de taken die ik uitvoer en kritisch ben op wat ik aanlever.

Feedback van Indy toont aan dat we het concept goed genoeg hebben ingestoken dat alle verschillende companies van elkaar konden leren, dit was het doel van de show & grow dus deze feedback is fijn om te horen.

Competentie 3: Plannen en organiseren

Presentatiekaartjes: bijlage 7.2

Voorbeeld draaiboek: bijlage 8.2

Productionele taken

Beroepshandeling: Samenwerken met deskundigen uit creatieve disciplines en met deskundigen op het gebied van de uitvoering van digitale, audio en/of visuele middelen en print

Ik heb een aantal productionele taken op mij genomen, namelijk:

- *Het laten printen van de presentatiekaartjes*
- *Het bedienen van de autocue tijdens de uitzending*
- *Het bedienen van de camera tijdens de uitzending*
- *Het zorgen voor een actueel en kwalitatief goed voorbeeld van een draaiboek*

Tijdens deze taken heb ik continue samengewerkt met deskundigen op het gebied van de uitvoering van een draaiboek, geprinte presentatiekaartjes en camera/autocue. Het draaiboek heb ik aangevraagd bij Jella Neefs, zoals eerder aangegeven is zij student-assistent van IEMES TV. Tijdens de uitzending heb ik samengewerkt met Harmen Kuppens vanwege de autocue, camerastandpunten tijdens de uitzending. Voor de presentatiekaartjes heb ik contact gehad met een kopieerwinkel om het juiste formaat voor de presentatiekaartjes te bepalen en vanuit met stage bij een productiebedrijf wist ik dat de kaartjes voor de camera niet gedrukt mogen worden op glanzend papier. Dit heb ik ook aangegeven bij de kopieerwinkel.

Onderstaand dient als validatie op niveau 3 vanwege de bovenstaande beroepshandelingen.

Je hebt de productionele taken op niveau 3 uitgevoerd vanwege de volgende punten:

- *Je denkt vooruit op productionele onderdelen en zorgt dat die uitgevoerd worden.*
- *Je hebt je contacten van IEMES-TV ingeschakeld om ervoor te zorgen dat we een voorbeeld hadden van het regieboek en door jou wisten we hoe de uitzending zal verlopen m.b.t. TWITCH.*
- *Het bedienen van de autocue was een belangrijke toevoeging voor de algehele uitzending en je hebt ingespeeld mijn snelheid en ervoor gezorgd dat ik niet te snel ging praten.*
- *De presentatiekaartjes zijn op tijd aangeleverd en voorzien van de juiste afmetingen.*
- *Het was voor mij heel fijn om jou achter de camera te hebben, hierdoor wist ik hoeveel tijd ik per onderwerp had om te bespreken.*

– Michelle Boerkamp (bijlage 9.4)



Beroepsproducten: Communicatiemiddelen binnen de Show & Grow

Uitnodiging interne medewerkers: bijlage 7.4

Uitnodiging hoofdfase: bijlage 7.3

Briefing company vertegenwoordigers: bijlage 7.5

Beroepshandeling: Zichzelf creatief kunnen uiten in zowel schrijftaal, gesproken woord als in beeldtaal.

Ik heb meerdere communicatiemiddelen vormgegeven in het thema van de show & grow, namelijk Reach The Stars. Deze communicatiemiddelen zijn:

- *Het Reach The Stars – Goals formulier*
- *Uitnodiging voor interne medewerkers binnen Fontys ACI*
- *Uitnodiging voor de hoofdfase companies*
- *Geschreven briefing voor company vertegenwoordigers*

De briefing heb ik zowel meegeschreven als vormgegeven.

Alles wat jij hebt aangeleverd als communicatiemiddelen is op niveau 3. De vormgeving die jij gebruikt zorgt ervoor dat de belangrijke van een briefing naar voren komt en wordt benadrukt. Tevens zorg je ervoor dat een briefing gemakkelijk leesbaar is voor de ontvanger dit komt door de manier van vormgeving.

– Michelle Boerkamp (bijlage 9.4)

De debriefing was erg duidelijk. Het was echter wel fijner geweest om die eerder van tevoren te hebben gekregen. Ik had niet erg veel tijd meer om hem door te lezen omdat we hem de dag van tevoren kregen. Gelukkig was daarvoor ook al een meeting om het een en ander uit te leggen.

– Indy van Lieshout, company vertegenwoordig LEF (bijlage 9.3.1)

Reflectie

De feedback van Indy begrijp ik volkomen. We hebben binnen iets meer dan twee weken de gehele show & grow moeten realiseren. Van idee tot de uitzending. Dit betekent dat iedereen snel heeft moeten schakelen en dat is niet altijd even fijn als je als company vertegenwoordiger voor een camera moet zitten. De briefing was ervoor bedoeld om alle company vertegenwoordigers zo goed mogelijk in te lichten voor de uitzending betreffende de vragen die gesteld zouden worden en wat we van hen verwachtte.

Beroepsproduct: Briefing Company vertegenwoordigers

Bijlage: 8.1

Beroepshandeling: Instructies/ briefing geven voor communicatiemiddel.

Om alle company vertegenwoordigers zo goed mogelijk in te lichten voor de show & grow, heb ik samen met Michelle een meeting gehad met alle vertegenwoordigers van de afstudeercompanies. In deze meeting hebben we praktische zaken besproken zoals wanneer iedereen aanwezig moet zijn en zaken omtrent de coronamaatregelen zoals met hoeveel personen we maximaal in de studio mogen zijn. Daarnaast hebben we het draaiboek met alle vertegenwoordigers doorgenomen om ze voor te bereiden op de uitzending en ook alle vragen besproken die gesteld zouden worden.

Na deze meeting is er een geschreven briefing gestuurd naar de company vertegenwoordigers om alle punten die we tijdens de meeting hebben gesproken samen te vatten.

De meeting heeft een hoop duidelijkheid geschept. De briefing die we daarna ontvingen gaf deze info nog eens goed weer. Wat mij opviel in de briefing waren een aantal schrijf/taalfoutjes. Dat was wat minder, maar kan gebeuren. Wel goed om hier een volgende keer misschien nog iemand goed naar te laten kijken. Verder gaf het wel gewoon duidelijk weer wat de bedoeling was, dus dat was fijn!

– Laura Slaa, Company vertegenwoordiger Hussel (bijlage 9.3.2)

Reflectie

Bovenstaande feedback van Laura toont aan dat we voldoende instructies hebben gegeven over wat er van de company vertegenwoordigers werd verwacht. We hebben de briefing inderdaad niet laten controleren op een spellingscontrole vanwege tijdsgebrek. Dit is een minpunt want hierdoor daalt de professionaliteit, desondanks ben ik wel tevreden dat de boodschap alsnog goed is overgebracht.

Publicatie: Intern investeren of extern uitbesteden?

Bijlage: 10.1

Omschrijving

Deze publicatie heb ik in samenwerking geschreven met Mabel Acda en Michelle Boerkamp. Deze publicatie dient als eyeopener voor bedrijven die twijfelen tussen het aannemen van een interne marketing/communicatie medewerker en het inhuren van een extern marketing- en/of communicatiebureau. Het is ons opgevallen dat er namelijk vaak een extern bedrijf wordt ingehuurd voor een relatief hoge prijs terwijl er naar onze mening veel voordelen verbonden zijn aan het aannemen van een interne medewerker die ongeveer hetzelfde werk kan verzetten. In onze publicatie hebben we de voor- en nadelen van een interne medewerker en een extern bedrijf naast elkaar gelegd. Daarnaast hebben we onderzoek gedaan, feedback verzameld en ervaringen uit het werkveld meegenomen om zo tot een feitelijk correcte conclusie te komen.

Competenties

Hieronder vindt u een overzicht met alle beroepshandelingen, body of knowledge en skills en vaardigheden die van toepassingen zijn geweest binnen de organisatie van de publicatie per competentie.

Analyseren en onderzoeken	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none">• Volgen en interpreteren van informatiestromen.• Interpreteren en evalueren van informatie op strategisch niveau.• Op basis van analyse en onderzoek adviseren over beleid (als gesprekspartner op strategisch niveau).• Beschrijven van mogelijke toekomstige ontwikkelingen en scenario's.
Vaardigheden	<ul style="list-style-type: none">• Scenario denken
Communicatiebeleid	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none">• Onderzoeksresultaten kunnen hanteren als input voor strategievorming.• Adviseren over strategie en beleid aan het management.• Budgettaire consequenties van een advies overzien.
Vaardigheden	<ul style="list-style-type: none">• Argumenteren
Creëren en realiseren	
Beroepshandelingen	<ul style="list-style-type: none">• Zichzelf creatief kunnen uiten in zowel schrijftaal, gesproken woord als in beeldtaal.
Beroepsproducten	<ul style="list-style-type: none">• Communicatiemiddelen
Vaardigheden	<ul style="list-style-type: none">• Doelgroep gerichtheid
Representeren	
Body of Knowledge & skills	<ul style="list-style-type: none">• Ethische principes en bedrijfsethiek

Competentie 1: Analyseren en onderzoeken

Beroepshandeling: Volgen en interpreteren van informatiestromen.

Ik heb onderzoek verricht naar de kosten die een extern marketing/communicatie bedrijf vragen. Dit onderzoek heb ik verdeeld in informatiestromen vanuit mijn directe omgeving (zoals offertes die zijn aangevraagd bij een extern marketing bedrijf) en informatiestromen vanuit verschillende onlinebronnen. Deze informatie heb ik naast elkaar gelegd en mijn bevindingen hieruit opgeschreven. Mede vanuit deze bevindingen is de conclusie geformuleerd.

Beroepshandeling: Interpreteren en evalueren van informatie op strategisch niveau.

Het verschil tussen beide informatiestromen heb ik geanalyseerd, geïnterpreteerd en op basis hiervan hebben we alle voor- en nadelen naast elkaar gelegd en een conclusie geschreven. De conclusie is te lezen in bijlage 10.1 pagina 9.



Beroepshandeling: Op basis van analyse en onderzoek adviseren over beleid (als gesprekspartner op strategisch niveau).

Gedurende de gehele publicatie hebben we op basis van onze eigen ervaring in combinatie met het onderzoek wat we hebben verricht en dus onderbouwde feiten, een advies geschreven voor bedrijven die twijfelen tussen het aannemen van een interne medewerker en het inhuren van een extern bedrijf. In de conclusie hebben we onze belangrijkste inzichten nog eens terug laten komen en op basis hiervan geven we het advies mee dat je als bedrijf de twee opties goed moet overwegen en dat deze per bedrijf een verschillende impact kunnen hebben. Een klein bedrijf wat minder te besteden heeft zal waarschijnlijk eerder voor een interne medewerker gaan dan een groot bedrijf wat meer te besteden heeft.

Beroepshandeling: Beschrijven van mogelijke toekomstige ontwikkelingen en scenario's/ Vaardigheid: scenario denken

Doordat we zelf een offerte hebben opgevraagd bij een extern marketingbureau en daarnaast uit eigen ervaring weten wat een interne medewerker kan uitvoeren binnen een bedrijf, weten we wat de mogelijke toekomstige scenario's zijn. Dit hebben we beschreven voor beide kwesties, zoals welke gevolgen het met zich meebrengt als je één van de twee opties kiest.

Wat voor een bedrijf heel interessant is, zijn pagina's 7 tot en met 9 waar de kosten, voor- en nadelen en conclusie naar voren komen.

- Ruud de Kort, financieel directeur, Trexco Logistics (bijlage 12.2)

Competentie 2: Communicatiebeleid

Beroepshandeling: Onderzoeksresultaten kunnen hanteren als input voor strategievorming/ Beroepshandeling: Adviseren over strategie en beleid aan het management

Op basis van de onderzoeksresultaten hebben we samenvattende de voor- en nadelen naast elkaar gelegd en vanuit daar een conclusie geschreven. Deze conclusie omvat de belangrijkste elementen uit de publicatie en is tevens een advies aan directeurs of financiële adviseurs van bedrijven die twijfelen tussen het aannemen van een interne marketing/communicatie medewerker of een extern bedrijf. Met deze publicatie adviseren we het management van een organisatie. Dit advies kunnen zij gebruiken als input voor de strategievorming binnen het bedrijf.

Beroepshandeling: Budgettaire consequenties van een advies overzien.

Ik heb onderzoek gedaan naar de kosten van het inhuren van een extern marketing/communicatie bedrijf en waarom dit relatief hoge prijzen zijn. Ik heb Michelle geholpen bij het onderzoek naar de kosten van het inhuren van een interne medewerker. Deze kosten hebben we samen met de bijbehorende werkzaamheden vergeleken. Hier zijn de voor- en nadelen op gebaseerd en daaruit is een conclusie geschreven. Een extern bedrijf heeft bijvoorbeeld een heel takenpakket met expertises in huis, waar een interne medewerker dit niet heeft, maar wel sneller kan inspelen op de huidige situatie van het bedrijf en meer binding met het bedrijf heeft.

De conclusie bevat een advies dat gebaseerd is op de budgettaire consequenties.

Vaardigheid: Argumenteren

Om alles feitelijk te beargumenteren heb ik een offerte opgevraagd bij een marketingbureau. De bevindingen hieruit heb ik beschreven in de publicatie onder 'Intern investeren of extern uitbesteden'. Ook heb ik verschillende onlinebronnen geanalyseerd om te onderzoeken of de algemene kosten overeenkwamen met de offerte die ik had opgevraagd. Deze kosten lagen allemaal ongeveer in dezelfde prijsklasse.



Om deze publicatie te realiseren hebben we contact gehad met Brian Veraart, hij is medewerker bij een extern marketing/webdesign bedrijf. Hij heeft de publicatie uit zijn perspectief gelezen en onderstaande feedback laat zien dat we goed onderzoek verricht hebben.

Zo te lezen klopte het feitelijk allemaal goed, sommige dingen mochten misschien wat meer uitgelegd worden of omschreven worden. Vooral het stuk "Intern investeren of extern uitbesteden" lijkt goed te kloppen qua indicatie van salaris, kosten voor marketing, het opzetten van websites, onderhoud en voor- en nadelen.

- Brian Veraart, UI & UX designer/ front-end developer/ media developer bij Team Coda (bijlage 12.1)

Competentie 4: Creëren en realiseren

Bijlage: 10.1

Beroepshandeling: Zichzelf creatief kunnen uiten in zowel schrifttaal, gesproken woord als in beeldtaal. *Ik heb de publicatie zowel meegeschreven als vormgegeven. In het eindproduct heb ik gezorgd dat de informatie zo duidelijk en overzichtelijk mogelijk was voor de lezer. Op deze manier wordt de boodschap een stuk duidelijker. Zo heb ik bijvoorbeeld gebruikt gemaakt van quotes en duidelijke titels.*

Vaardigheid: Doelgroep gerichtheid

De gehele publicatie is specifiek gericht op directeurs en financiële adviseurs van bedrijven die twijfelen tussen het aannemen van een interne medewerker en een extern bedrijf. We proberen deze bedrijven een echte eyeopener te bieden door meerdere perspectieven van het onderwerp te belichten.

Competentie 5: Representeren

Body of knowledge & skills: Ethische principes en bedrijfsethiek

In de conclusie richten we ons vooral op het feit dat het bedrijf zelf beide keuzes goed moet overwegen, omdat de keuze voor elk bedrijf anders zal zijn. Zoals ik al eerder zei; een groot bedrijf met meer geld zal waarschijnlijk eerder een extern bedrijf inhuren dan een interne medewerker en andersom. De directeur of financiële adviseur moet zich richten op de mogelijkheden van het bedrijf en de voor- en nadelen en de conclusie van deze publicatie hebben daar een doorslaggevende factor in.

*Voor mij is dit wel echt een eyeopener om actief te zoeken naar een geschikte marketing/communicatiemedewerker die past binnen het bedrijf
– Ruud de Kort, financieel directeur, Trexico Logistics (bijlage 12.2)*

Reflectie

Bij het maken van deze publicatie heb ik er contant op toegezien dat het doel van de publicatie werd behaald, namelijk zorgen voor een eyeopener bij bedrijven. In eerste instantie was de publicatie relatief sturend geschreven. Door de publicatie uiteindelijk feitelijk te onderbouwen d.m.v. het opvragen van een offerte, online bronnen en deze na te laten kijken door Brian Veraart, heb ik ervoor gezorgd dat het doel behaald is om de lezer een eerlijke eyeopener te bieden en het onderwerp vanuit meerdere perspectieven te belichten.



Conclusie leerdoelen

Aan de start van dit semester heb ik een aantal leerdoelen opgesteld die ik op bladzijde 5 van dit portfolio heb geïntroduceerd. Op basis van alle vraagstukken die ik heb behandeld, feedback en validatie die ik het afgelopen halfjaar heb ontvangen kan ik zeggen dat ik alle drie mijn leerdoelen heb behaald.

1. Een onderzoeksrapport opstellen.

Competentie Analyseren en onderzoeken

Waarom: Om mijn niveau te verhogen bij de competentie analyseren en onderzoeken wil ik minimaal 1 onderzoeksrapport opstellen. Afgelopen halfjaar heb ik weinig strategisch onderzoek verricht en door dit semester een onderzoeksrapport te schrijven wat gevalideerd is op niveau 3 wil ik deze competentie behalen. Op deze manier kan ik een advies binnen de company baseren op verzamelde en gemeten data waardoor mijn advies strategisch onderbouwd is.

Dit doel heb ik behaald. Ik heb twee onderzoeksrapporten geschreven bij project Glace Lemon en project managementteam. Beide rapporten zijn op afstudeerniveau gevalideerd. Bekijk pagina 12 voor het onderzoeksrapport namens het managementteam en kijk pagina 36 voor het onderzoeksrapport van Glace Lemon.

2. Een strategisch organisatie- en communicatiebeleid ontwikkelen en het kunnen uitdragen met verantwoording en beargumentering.

Competenties Communicatiebeleid en Plannen en organiseren

Waarom: Om een communicatiebeleid na te kunnen streven moet je eerst het organisatiebeleid overtuigend uit kunnen dragen. Om mezelf voor te bereiden op het werkveld wil ik een strategisch beleid kunnen ontwikkelen, aansturen en uitvoeren, waarin ik kan aantonen dat ik verantwoordelijk ben en keuzes kan onderbouwen bij het uitdragen van het beleid. Om het communicatie en organisatiebeleid te ontwikkelen is ook bovenstaande doelstelling van belang.

Dit doel heb ik behaald omdat ik tijdens mijn functie in het managementteam van BRIGHT WORKS samen met de company leiders een organisatie en communicatiebeleid heb ontwikkeld en deze gedurende het afgelopen halfjaar heb uitgedragen met verantwoording en beargumentering. Dit is te lezen in verschillende feedback en validatie die ik hierop heb ontvang. Kijk hiervoor bij het project 'managementteam'.



3. **Een persoonlijke ontwikkeling doormaken door meer daadkrachtig en besluitvaardiger te zijn**
Competentie Representeren

Waarom: Feedback die ik gedurende semester 2 vooral heb gekregen is dat ik mijn emotie niet altijd de overhand moet laten nemen met betrekking tot projecten of zakelijke taken. Dit zorgde ervoor dat ik niet altijd zeker was van mijn professionele kunnen en vaak twijfelde. Om mezelf te representeren als een zelfverzekerde communicatie professional wil ik vaardigheden ontwikkelen. Dit ga ik doen door keuzes feitelijk en op ethische principes te onderbouwen.

Dit doel heb ik behaald omdat ik een groei heb doorgemaakt tijdens mijn functie in het managementteam van BRIGHT WORKS. Hierover is feedback en validatie te vinden in het project 'managementteam'.

Allereerst vind ik het bewonderingswaardig dat je hebt besloten deze functie op je te nemen om aan je persoonlijke leerdoelen te gaan werken! Daarnaast vind ik dat je zeker besluitvaardig bent.

In vergaderingen hak je vaak de knoop door en ben je niet bang om je mening te geven, ook wanneer de meerderheid van het team wellicht een andere mening heeft

- Romy de Kruijf (bijlage 3.2.5)



Nawoord

Het afgelopen jaar heb ik mezelf enorm ontwikkeld door middel van Challenge Based Learning. Alle projecten, publicaties, dialoogsessies, voortgangssessies en feedback hebben hieraan bijgedragen. Ik heb door middel van het managementteam veel geleerd over het creëren van een goed functionerende company met gemotiveerde company leden. Naar aanleiding van de feedback en validatie die ik heb gekregen heb ik terug gereflecteerd op mijn ontwikkeling en durf ik te zeggen dat ik op niveau drie voldoe bij alle vijf de competenties.

Ik ben blij dat ik gekozen heb voor Challenge Based Learning omdat ik hierdoor de ruimte heb gekregen om te leren van mijn fouten en de kans heb gekregen om te werken aan mijn persoonlijke leerdoelen. Door CBL heb ik geleerd hoe ik mezelf kan positioneren binnen de company als 'leidinggevende' en kan ik in het werkveld goed toepassen. Dit heeft ervoor gezorgd dat ik zelfverzekerd het werkveld in ga.

Met trots kijk ik terug op hoe BRIGHT WORKS zich heeft ontwikkeld als company en op alle company leden. Zij hebben allemaal bijgedragen aan wat BRIGHT WORKS nu is. Samen hebben we gewerkt naar een gezamenlijk doel om een company te vormen waaraan elk company lid zich mee kan identificeren. Dit doel hebben we zeker behaald.

Ik wil nogmaals alle company leden bedanken voor de bijdrage die zij hebben gehad in het vormen van de company en daarnaast wil ik ook Daan Oudbier bedanken voor al zijn feedback en advies over mijn functie in het managementteam. Ook heeft Daan Oudbier alle company leden geholpen bij de ontwikkeling die we het afgelopen jaar hebben doorgemaakt als communicatieprofessionals.

Ik hoop dat we na Corona met de gehele company het mooi kunnen afsluiten en samen ons diploma in ontvangst mogen nemen.

Tilburg, 1 februari 2021, Melissa Ruijten

