

# Reflectieopdracht – Seminars

## Inleiding

De afgelopen weken kwamen er 3 personen spreken over hun bedrijf, hier kwamen ze ons vertellen wat hun bedrijf is, wat ze er doen, welke jobfuncties ze er hebben en hoe een professioneel werkveld voor een grafisch vormgever en/of front-end developer eruit ziet. Deze ga ik hier overlopen en duidelijk maken welke mij persoonlijk het meeste aansprak.

## Over 'Wieni'

Hier kwam Cofounder Jelle Van de Bergh naar voor om ons te vertellen over zijn bedrijf.

Jelle kwam namelijk op jonge leeftijd samen met een studie genoot al op het idee om designs en websites voor andere te maken, vanuit de passie om websites te ontwerpen en op te bouwen in de periode toen het begin van het internet bezig was. Nu 13 jaar later nog steeds met dezelfde passie als waar het mee begon, hebben ze een team gecreëerd verspreid over heel Europa. Dit team bestaat ondertussen al uit: challenging strategists, skilled software engineers, tech-savvy designers, creative developerse en dedicated product owners. Samen ontwerpen en ontwikkelen ze webapplicaties die uitblinken in preformance en gebruikservaring. Maar bovenal zijn ze een thuis voor gepassioneerde web enthousiastelingen om te leren en groeien.

Dit doen ze door voor klanten webapplicaties te maken, terwijl ze proberen zolang mogelijk bepaalde componenten (deze app of website) te laten mee gaan. Zodat ze een lange termijn partnership kunnen bekomen met deze klanten.

Verder hebben zijn er twee zaken die ze het belangrijkste vinden om een project tot een goed einde te brengen, namelijk: Test it, dus testen

- bijvoorbeeld bij een project voor studio 100, kinderen met open vragen laten praten en testen
- ze letten erop dat ze minimum 5 tot 8 users testen, om 80% van de problemen weg te halen
- Make it accessible
  - Applicaties per definitie toegankelijk te maken
  - Zorgen dat iedereen de applicaties kan gebruiken
  - Gebruik de standaarden

Ook zijn ze altijd opzoek naar nieuwe collega's om hun openstaande posities nog op te vullen, maar als basis moeten deze sowieso in een team kunnen werken want je kan niks meer alleen en je moet de klant kunnen begrijpen.

En tenslotte is één van hun grootste klanten GOPLAY, waarvoor ze een app maakte maar ook recent een uitdaging kregen om de stemmen van de Mol 2022 te registreren. Hierbij waren ze 8weken bezig voor 11 minuten voting. Omdat dit product absolute niet plat mocht gaan en de window van stemmen moest zo klein mogelijk blijven, om hackers te voorkomen

## Vragen over 'Wieni'

Bij hun had ik een vraag over hoe de combinatie tussen thuis werken en op kantoor werken nog is. Deze werd voor een stuk tijdens de presentatie beantwoord in de zin van bijvoorbeeld, dat ze naar elkaar toegaan om samen te werken thuis als teambuilding met 2 of 3. Maar ook tijdens de vragen ronden kwam aanbod dat ze met corona bijna 2 jaar niet op kantoor geweest zijn, Omdat sommige heel ver van kantoor woonde. Hierdoor moeste ze nieuwe manieren bedenken om samen te werken. En nu corona geminderd is zijn bij hun mensen die op kantoor willen werken en mogen gaan maar dit is niet verplicht.

## Over 'Made'

Hier kwam Timothy Haveit langs, hij vertelde over hun digitale design bureau 'Made'. Waar ze digitale en fysieke producten maken, maar ook verkopen ze strategieën: de interactie hoe ze het gaan of willen gebruiken. En tenslotte nog service design: hoe gaat de service zijn, bijvoorbeeld hoe zijn de toiletten geplaatst midden of op het einde van de tour / rondleiding.

Zij bestaan uit 4 grote teams:

- een user (research en validation) team
- een business design: waar ze met een ruw idee komen en dit willen gaan uitbouwen, het money deeltje
- een product team: het money design
- een digital team: de digitale producten, websites en apps bijvoorbeeld

Ze houden zich ook aan, voor hun 4 belangrijke domeinen:

- sustainable innovation en Building innovation:
  - ze gaan zich er hard in inwerken, om te kijken hoe kan ik als designer de wereld verbeteren
- smart product: nadenken over slimme producten
- Healthcare

Vervolgens hoe ziet een week er bij hun uit? Ze beginnen met een Expertise tactical (die op maandag morgen plaatsvindt), dit is met het hele team samen bespreken wat de problemen waren van de vorige week, bijvoorbeeld "de planning is heel druk en persoonlijk heb ik even ruimte voor mezelf nodig". Verder hebben ze een Hub tactical, waar ze nadenken over bijvoorbeeld de sales, en wat de problemen hier waren. Met vervolgens ook een Ggc tactical, waar de niet teamleden hun problemen kunnen bespreken. En tenslotte een Other tactical en een lpm alignment.

## Vragen over 'Made'

Tijdens de presentatie vertelde Timothy ook het wel eens voorkomt dat een designer gemiddeld 2 jaar maar dezelfde job doet. Hierbij vroeg ik me af hoe dit kwam, voordat ik deze vraag kon stellen achteraf deed iemand dit in mijn plaats. We kregen als antwoord dat binnen de digitale sector het inderdaad wel voor komt dat je in het begin van je carrière wel vaker gaat switchen van job, om ervaring op te doen en te groeien en ook door een financiële groei. Verder vroeg ik me nog af of ze bij hun ernaar kijken of je een bachelor of graad richting hebt gevolgd vooraf, maar deze vraag leek me na de presentatie niet nuttig om te stellen. Omdat ik het gevoel had dat ze sowieso vooral naar je skills kijken.

## Over 'Make it fly'

Dit is een bedrijf dat zich bezig houdt met het ontwikkelen van digitale producten en het onderhoud hiervan vertelde Yves Vanstraelen. Hun expertise is dan ook om digitale vraagstukken op te lossen en ze zijn met 80 werknemers verspreid over 4 kantoren.

Om bij hun terecht te komen moet je aller eerst binnen het bedrijf passen, je mag dan de slimste zijn maar als je niet kan samenwerken met je collega's kom je er hier niet binnen. Verder gaat het bij hun om gefaseerd werken: Discover, create en grow. En werken ze van probleem tot oplossing op maat met het stellen van duidelijke prioriteiten.

Ook geven ze veel vertrouwen naar hun werknemers toe, ze geloven dat hun medewerkers de juiste mindset hebben om iets te realiseren, ze geven hun de juiste verantwoordelijkheden. Want uiteindelijk is vertrouwen bij hun KEY.

Dan houden ze zich verder ook aan het principe rugzak, omdat ze het belangrijk vinden dat iedereen de juiste tools bezit om hun job te kunnen uitvoeren, ook worden er de juiste tools toegepast binnen elk project zolang het nuttig is. En indien nodig kan er hier altijd uitgebreid worden.

Bij projecten dan werken ze liefst met uitdagende en lange projecten, waar er voldoende maturiteit heerst, duidelijke rollen en verantwoordelijkheden van toepassing zijn. En waar de klant het gevoel krijgt dat het bedrijf alleen dit project niet tot een goed einde kan brengen, de klant zal er ook tijd in moeten steken. En tenslotte veel meten, want meten is weten, wat ze vroeger te weinig deden maar hier leerden ze wel uit om dit nu beter te doen.

### **Vragen over 'Make it fly'**

Als vragen had ik er vooraf twee voorbereid, ten eerste wat hun bedrijf zo speciaal maakt tegenover andere die zich bezig houden met het ontwikkelen van digitale producten, het onderhoud hiervan. En ten tweede vroeg ik me af hoelang een gemiddeld project bij hun kan duren.

Op mijn eerste vraag kreeg ik tijdens zijn presentatie mijn antwoord, namelijk dat ze een unieke werkplek gecreëerd hebben: deze is door hun zelf ontworpen zoals onze mensen dit zelf wouden. En verder laten ze verschillende mensen van hun verschillende kantoren met elkaar werken en doen ze tussentijdse evaluaties + feedback directe collega's (door mensen die samengewerkt hebben, dit is het meest eerlijk ook)

Op mijn tweede vraag kreeg ik dankzij een medestudent antwoord, namelijk dat het toch tussen de 6-9 maanden kan duren een project bij hun. Tijdens de kick-off word bepaald wie er gaat mee werken van de klant zijn gezelschap zelf, omdat deze dus ook 6-9 maanden mee werkt en dit moet de klant niet onderschatten.

### **Mijn visie als slot**

Als ik kijk welk van deze bedrijven mezelf het meest aansprak, kom ik uit bij 'Make it fly'. Omdat ik tijdens hun presentatie het beste gevoel kreeg, ik kreeg het gevoel als ik meer over hun te weten kwam, dat voor hun hun medewerkers het belangrijkste zijn. Door hun zoveel vertrouwen te geven, veel afwisseling, zelf hun eigen werkplek te laten creëren, elkaar te laten evalueren omdat dit inderdaad het eerlijkste is. En bij hun heb ik het gevoel dat er echt wel een hechte band is tussen collega's, wat ik zeer belangrijk vind.

Verder kreeg ik inderdaad een beter beeld van hoe het professionele werkveld van een grafisch vormgever en/of front-end developer eruit ziet, ook mijn beeld van het bedrijfsleven is toch aangepast. Omdat ik bijvoorbeeld niet wist dat het regelmatig wel eens voorkomt dat je in het begin van een carrière regelmatig wel eens wisselt van job om ervaring op te doen en te groeien en ook om een financiële groei te krijgen. Verder vind ik het interessant om te weten dat een klant zoveel betrokken is bij hun projecten, zoals bijvoorbeeld bij 'Make it fly' waar iemand van de klant zijn gezelschap het hele project samen met het team meedraait ook al kan dit 6-9 maanden duren.

Tenslotte als ik kijk of ik in één of meerdere van deze bedrijven zou willen solliciteren, kom ik opnieuw uit bij 'Make it fly' met de exacte redenen waar ik het eerder overhad waarom zei me het meeste aanspraken. Omdat ik bij hun het beste gevoel kreeg.