Eindreflectie WPL2

Reflectie op project en mezelf

Het project begon voor mij op een heel onduidelijke manier. Ik kwam terecht in een groepje met mensen die ik nooit eerder had gezien. De uitleg van het project was onduidelijk voor mij. Het einddoel en taken zag ik geen correlatie in en ik vond het niet meer interessant om eraan te werken.

Vervolgens heb ik toch geprobeerd om een beetje het einddoel in te zien van het project en te maken wat er gevraagd werd en beetje per beetje werd het voor mij duidelijk naar waar wij gericht zijn.

We zijn begonnen met het voeren van interviews waar ik zelf de notities nam omdat ik geen goede sociale skills had. Brecht had dit wel dus hij had ons op dit vlak enorm vooruitgeholpen. Daarna hebben we aan benchmarking gedaan en een stappenplan opgesteld met belangrijke dingen die we moeten doen. We hebben een concept poster gemaakt en na deze beginfase van research zijn we overgegaan naar het “doen” fase waarbij we echt dingen gingen maken.

Ik vond dat het leukste omdat we zelf op zoek moesten gaan naar bijvoorbeeld een kleurenpallet en font. Ook konden we zelf posters, mockups en een logo maken. Dit vond ik het meest interessante gedeelte want ik focus me graag op dat gedeelte waarbij ik creatief aan het werk kan gaan.

Er was een periode waarbij het voor mij een beetje tegenviel en ik dus minder werk had opgeleverd dan de anderen. Maar zij waren hier heel begripvol voor en gaven mij de tijd om terug in de werkflow te geraken en hadden zelf meer werk opgeleverd dan mij waar ik ze dankbaar voor ben.

Ik vond de sprint reviews heel handig omdat we dan konden laten zien wat we al hebben gemaakt om concrete feedback te krijgen en duidelijkheid te krijgen over hoe we verder moeten en wat er verbeterd moest worden.

De eindpresentatie en pitch vond ik ook heel leuk om te doen. Ik ben normaal geen fan van presenteren maar omdat wij zo lang hebben gewerkt aan dit project wist ik er genoeg over om duidelijke informatie te geven over wat wij hebben gedaan. De sprint reviews waarbij we moesten presenteren hebben ook geholpen omdat we vaker uitleg moesten geven en het voor mij dus een voorbereiding en oefenperiode was om het eindresultaat te presenteren.

Ik heb uit dit project geleerd dat ik met mensen kan werken die volledig anders zijn dan mij en totaal verschillende interesses hebben als ik. Ik heb geleerd dat feedback vragen niet betekent dat je de lector/klant vraagt om het project zelf te maken maar om te weten in welke richting je op moet gaan om de klant blij te maken. Ik heb geleerd dat presentaties geven niet zo erg is als het lijkt zolang je weet wat je aan het vertellen bent. Ik vond dat dit project mij heeft geholpen om te groeien als persoon en meer inzicht te krijgen op het werkveld en hoe een project aangepakt moet worden.

STARRT-methode

Scenario: Rebranding Duikclub Dolfijn en website maken

Situatie (S): Duikclub dolfijn heeft een verouderde website die onvolledig is. Ook is er geen duidelijke branding.

Taak (T): Wij kregen de opdracht om de website te vernieuwen en compleet te maken en voor branding te zorgen om meer klanten aan te trekken. We moesten ook een app maken maar die moesten we niet coderen, enkel het design voor maken.

Actie (A): We hebben een volledige website en app gemaakt voor hen. Ook hebben we een mooie branding gemaakt. Uiteindelijk hebben we dit project ook gepitcht voor onze lectoren en voor andere geïnteresseerden.

Resultaat (R): De presentatie verliep soepel en je slaagde erin de investeerders te boeien. Ze stelden veel vragen en toonden interesse in het investeren in je bedrijf.

Reflectie (R):

Reflectie op Situatie (S): Het was een uitdagend en interessant project die we hebben gekregen want het lag volledig uit mijn leefwereld en het was een project waar ik niet echt interesse in had. Toch vond ik de taken die we moesten uitvoeren wel interessant en fijn dus over het algemeen was het wel een fijn project om aan te werken.

Reflectie op Taak (T): Ik vond dat het project en onze taken heel onduidelijk waren. Ik wist niet wat het einddoel was en wat we eigenlijk horen te bereiken met dit project dus ik denk dat vanuit de kant van de lectoren zelf hier wat verandering in mag komen. Zodat we in het begin goed weten wat het eindresultaat zal moeten zijn zodat wij hier van het begin op een goede en stressvrije manier naar kunnen werken.

Reflectie op Actie (A): Ik heb geprobeerd om altijd zo hard en goed mogelijk te werken aan het project en om de nodige steun te bieden aan de groep om een mooi eindresultaat te verkrijgen. Dit is me niet altijd gelukt en er was een periode waarbij mijn inzet niet goed was omdat ik met persoonlijke situaties zat buiten school. Ik vond dat ik dus op bepaalde momenten niet hard genoeg heb gewerkt en het team een beetje in de steek heb gelaten. Zij hebben hier wel begrip voor getoond en extra werk verricht zodat we het project tot een mooi eind kunnen brengen.

Reflectie op Resultaat (R): Ik vond persoonlijk het eindresultaat van de website heel goed uitzien. Ik heb er zelf niet veel aan gewerkt omdat ik meer bezig was met bijvoorbeeld mockups, de app en de branding. Maar over de website was ik heel tevreden van het eindresultaat. Van de app was ik niet echt heel enthousiast over het eindresultaat. Ik vond dat het niet goed overeen kwam met de website en het er een beetje kinderachtig uitzag wat mij een beetje heeft teleurgesteld. Over de mockups en de branding zelf was ik wel weer blij mee en vond ik het er goed uitzien.

Reflectie op Tijd (T): Aan het begin van het project was het voor mij een beetje onduidelijk wat we moesten doen terwijl we veel taken achter elkaar kregen dus het was een beetje chaos. Aan het midden van het project was het wel weer duidelijk en waren er een stuk minder taken die er gemaakt moesten worden. Aan het einde van het project was nog steeds alles duidelijk maar was er een beetje tijdsnood doordat nog niet alles af was maar gelukkig hebben we alles op tijd af kunnen krijgen.

Reflectie op Relatie (R): Je hebt effectief gecommuniceerd met de investeerders door hun vragen te beantwoorden en hun interesse te behouden gedurende de presentatie.

Reflectie op Team (T): Ik vond dat mijn team heel behulpzaam was en altijd verantwoordelijkheid namen voor de taken die ze kregen. Als ik zelf ergens mee vast zat kon ik altijd hulp vragen. Ook was de sfeer altijd rustig en respectvol. We hebben ook eens aan teambuilding gedaan door te gaan poolen met de gehele groep wat de band tussen ons versterkte.

Verken de
onderwaterwereld!
Duikclub
Dolfijn

Duikclub Dolfijn
Duiken is als
VAKANTIE
@DUIKCLUBDOLFIJN
DUIKCLUBDOLFIJN
Verken de
onderwaterwereld!
Duikclub
Dolfijn

Duikclub Dolfijn
Beleef de ervaring
VAN DUIKEN
@DUIKCLUBDOLFIJN
DUIKCLUBDOLFIJN

Duikclub Dolfijn
DUIK
Lessen
22 JULY 2024
Kom samen met ons een duikinitiatie volgen in het
zwembad van Bilzen
Deelname is GRATIS

Duikclub Dolfijn
Beleef de ervaring
VAN DUIKEN
@DUIKCLUBDOLFIJN
DUIKCLUBDOLFIJN

Duikclub Dolfijn
25%
KORTING
DUIK
LESSEN
LESUREN
08:00 - 12:00
Contacteer ons
+123-345-789

Duiken is als
VAKANTIE
Duikclub Dolfijn
@DUIKCLUBDOLFIJN
DUIKCLUBDOLFIJN

Verken de
onderwaterwereld!
Duikclub
Dolfijn

Verken de
onderwaterwereld!
Duikclub
Dolfijn
Verken de
onderwaterwereld!
Duikclub
Dolfijn
Subway
MTA
1 2 3

Duikclub Dolfijn
DUIK
LESSEN
Contacteer ons
+123-345-789
MEER INFO
Olympic Bl
RIGHT LANE
BUSES AND
RIGHT TURNS
ONLY
BIKES OK
ONE WAY
Figueroa St
WELLS
FARGO

Duikclub Dolfijn

Inhoud

- Kleuren
- Fonts
  - Kop
  - Tekst
- Missie
- Visie
- Brand archetype
- Mockups
- Logo

Kleuren

#03294

#486897

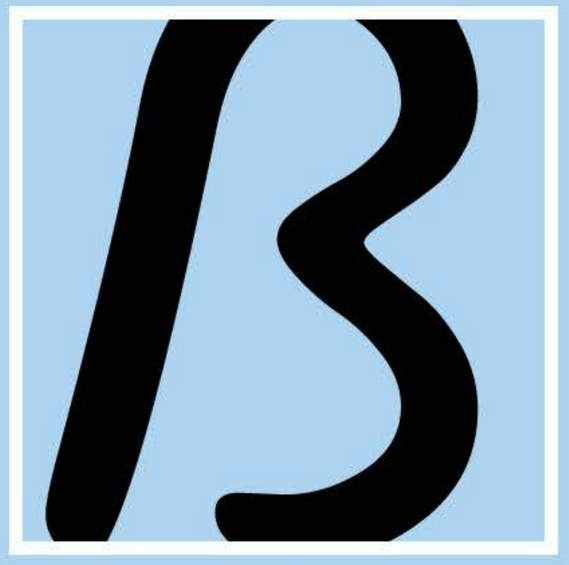
#ADD3F0

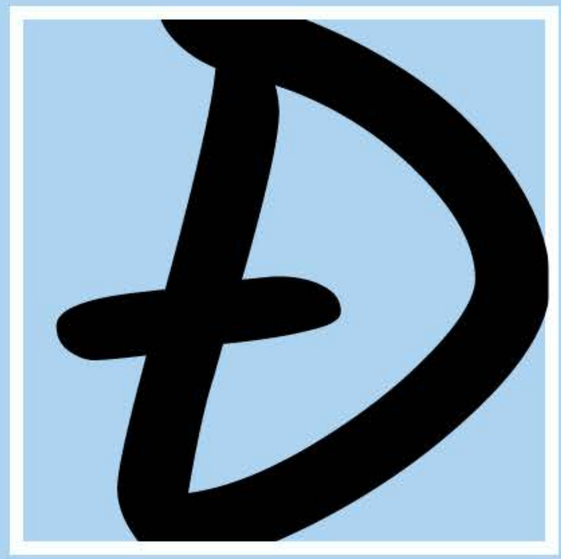
#FBAO32

#FBFFFE

Lettertype

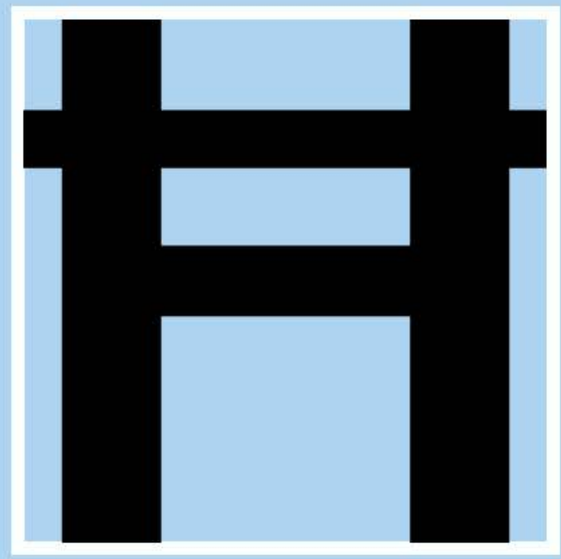
Kalam

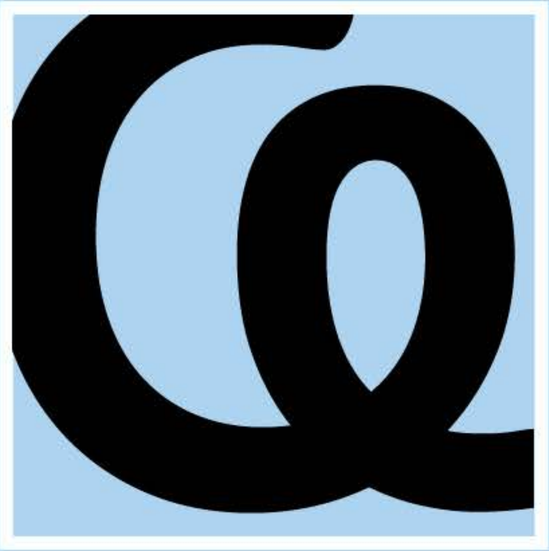




Lettertype

Lato





Missie

We streven naar een online gemeenschap voor duikliefhebbers waar iedereen zich welkom voelt, met ruimte om avonturen te plannen, te socializen en onze passie voor duiken te delen, ongeacht ervaringsniveau. Sluit je aan en ontdek samen de onderwaterwereld!

Visie

We streven ernaar de ultieme ontmoetingsplek te zijn voor duikers van alle niveaus, waar iedereen zich thuis voelt en hun passie kan delen. Ons doel is een levendige duikgemeenschap te creëren waar iedereen kan groeien, leren en hun verhalen kan delen, en met moderne technologie en gebruiksvriendelijkheid willen we een nieuwe standaard zetten voor duikclubs, zowel online als offline, om duikavonturen voor iedereen mogelijk te maken.

Archetype

The Everyman
BELONGING
You're Just Like Me
And I'm Just Like You
BRAND VOICE
BRAND MESSAGE
Friendly
Humble
Authentic
When we treat each other with honesty and friendliness we can live together in harmony

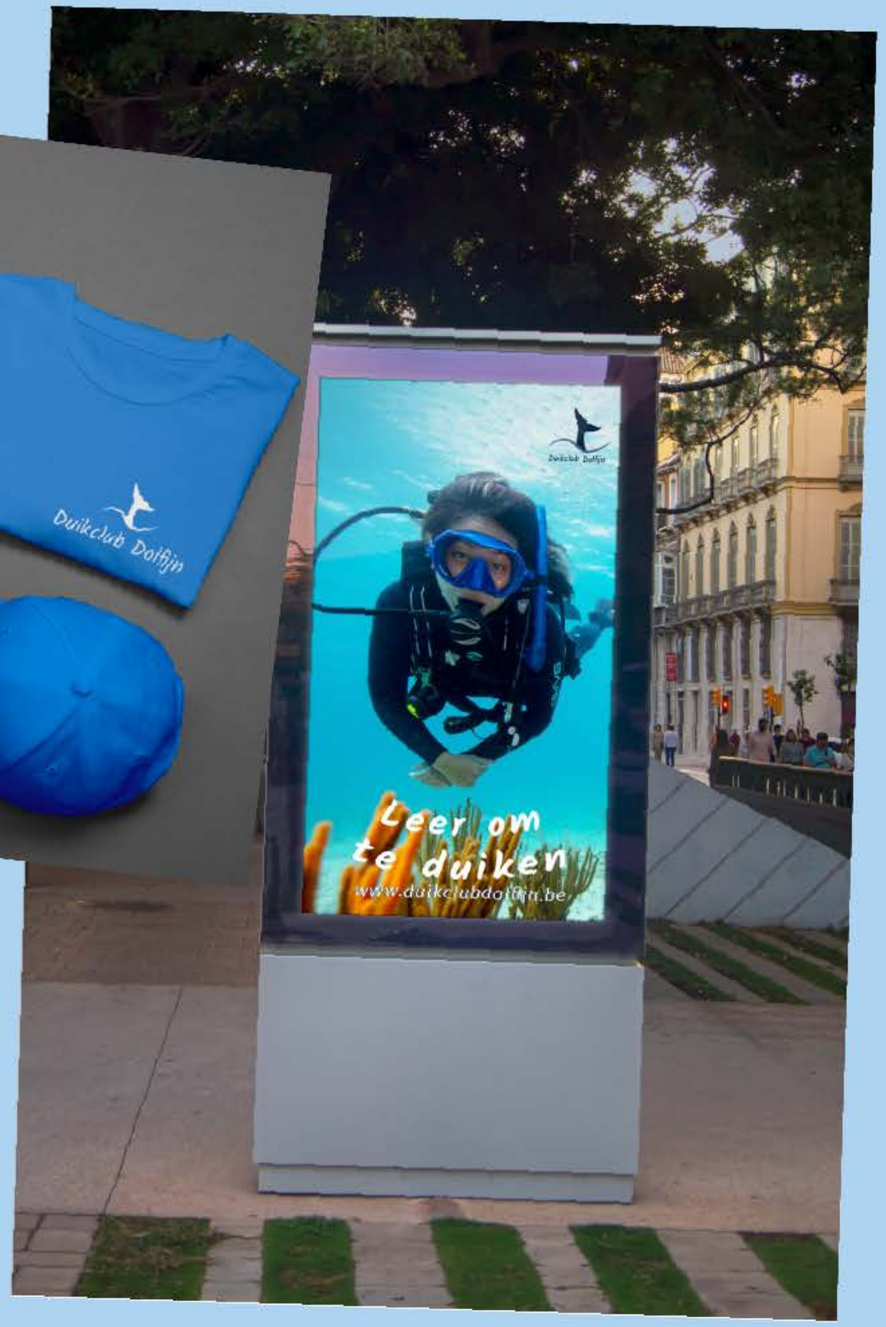
THE EXPLORER
FREEDOM
Don't Fence Me In
BRAND VOICE
BRAND MESSAGE
Exciting
Fearless
Daring
You Only Get One Life.
Get Out And Make It Count.

Mockups

Duikclub Dolfijn

Notebook Mockup
Duikclub Dolfijn

Duikclub Dolfijn


Leer om te duiken
www.duikclubdolfijn.be

Logo

Duikclub Dolfijn

Duik-App Login

E-mail

Wachtwoord

INLOGGEN

Nog geen account? Maak er een aan!

REGISTREER

Account aanmaken

Naam

Gebruikersnaam

Email

Wachtwoord

Bevestig wachtwoord

REGISTREER

Al een account? Log je in!

LOGIN

Je volgende activiteiten

Spaghetti avond 22/03

Duikmoment Grevelingenmeer 23/03

Duikmoment Mol 25/03

Leaderboard

John	80m
Jonas	73m
Jan	66m

Logboek

Import kalender

Eetdag spaghetti avond

Op een gezellige avond in een knus Italiaans restaurant, gevuld met de aroma's van versgebakken brood en tomatensaus, verzamelden vrienden en familie zich voor een onvergetelijke spaghetti-avond...

€5

INFO

Duikmoment Mol

Op een gezellige avond in een knus Italiaans restaurant, gevuld met de aroma's van versgebakken brood en tomatensaus, verzamelden vrienden en familie zich voor een onvergetelijke spaghetti-avond...

Gratis

INFO

Duikmoment Grevelingenmeer

Op een gezellige avond in een knus Italiaans restaurant, gevuld met de aroma's van versgebakken brood en tomatensaus, verzamelden vrienden en familie zich voor een onvergetelijke spaghetti-avond...

Gratis

INFO

Eetdag spaghetti avond

Op een gezellige avond in een knus Italiaans restaurant, gevuld met de aroma's van versgebakken brood en

Vrienden

Jonas

Ann

Jasper

Piet

Daniel

Jozef

Jozef

Friends | Suggestions | Requests

Contacten

Lisa Voeg toe

Jozef Voeg toe

Anna Voeg toe

Mert Voeg toe

Aanbevolen

Ahmed Voeg toe

Yasin Voeg toe

Peter Voeg toe

Friends | Suggestions | Requests

Verzoeken

Jan	Accepteer
Peter	Accepteer
Sara	Accepteer
Johan	Accepteer
Anna	Accepteer
Piet	Accepteer
Daniel	Accepteer

Friends Suggestions Requests

Belgie Nederland Europa

Belgie | Nederland | Europa

Belgie Nederland Europa

Behaald | Locaties | Dui

Another bottle down the hatch

20/20

Another bottle down the hatch II

40/40

Treasure hunter

10/10

Vind 10 Schipwraken of andere gezonken monumenten

Treasure hunter

10/10

Vind 10 Schipwraken of andere gezonken monumenten

Behaald | Locaties | Dui

Another bottle down the hatch

20/20

Another bottle down the hatch II

40/40

Treasure hunter

10/10

Vind 10 Schipwraken of andere gezonken monumenten

Treasure hunter

10/10

Vind 10 Schipwraken of andere gezonken monumenten

Behaald Locaties Dui

Another bottle down the hatch

20/20

Another bottle down the hatch II

40/40

Treasure hunter

10/10

Vind 10 Schipwraken of andere gezonken monumenten

Treasure hunter

10/10

Vind 10 Schipwraken of andere gezonken monumenten

Nieuwe log ingeven

2019 | 2020 | 2021

Greverlingenmeer
20/02

Beringen
15/03

Antwerpen
12/04

Gent
29/05

Maastricht
31/06

Mol
05/08

Beringen
18/08

Antwerpen
28/08

Mol
10/09

Greverlingenmeer
29/09

Greverlingenmeer
17/10

Eindhoven
01/11

Beringen
18/12

Gent
28/12

Nieuwe log ingeven

2019 2020 2021

Greverlingenmeer
20/02

Beringen
15/03

Eindhoven
12/04

Mol
29/05

Maastricht
31/06

Eindhoven
05/08

Beringen
18/08

Antwerpen
28/08

Gent
10/09

Greverlingenmeer
29/09

Greverlingenmeer
17/10

Mol
01/11

Beringen
18/12

Gent
28/12

#69

Datum

19/03/2024

Locatie

Zoute landen

Depth

Average	500 psi
Max	0 psi

Air

Start	500 psi
Einde	0 psi

Opslaan

Mail URL

URL

Add

Mail URL

Email

Add

Vrienden

Profiel

Instellingen

Joris

E-mail

joris@mail.com

Gebruikersnaam

joris3600

Hoofd Club

Duikclub Dolfijn

Log uit

Donkere modus

Notificaties

Locatie

Taal

NL

Grevelingenmeer, Nederland

Het Grevelingenmeer is het grootste zoutwatermeer in Europa en biedt duikers een unieke onderwaterervaring.

Met helder water en een gevarieerde onderwaterflora en -fauna, trekt deze locatie duikers van verschillende niveaus aan.

Duikplekken zoals de Kabbelaar, met zijn interessante wrakken en talrijke vissen, maken het Grevelingenmeer een populaire duikbestemming.

Locatie: Tussen de eilanden Goeree-Overflakkee en Schouwen-Duiveland, op de grens van Zuid-Holland en Zeeland

Inkom: Gratis

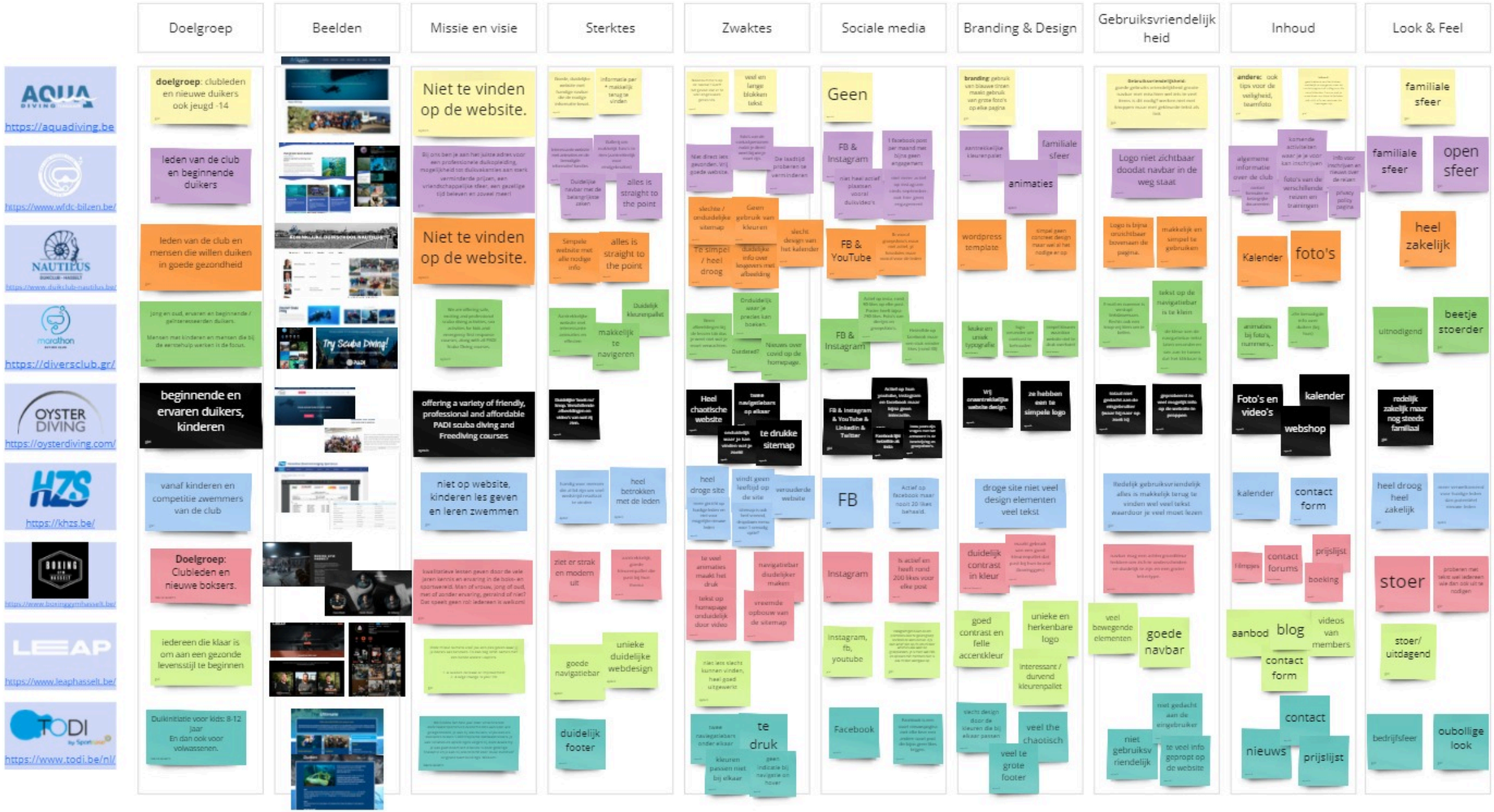
Mogelijke bezichtiging:

- wrakken
- vissen

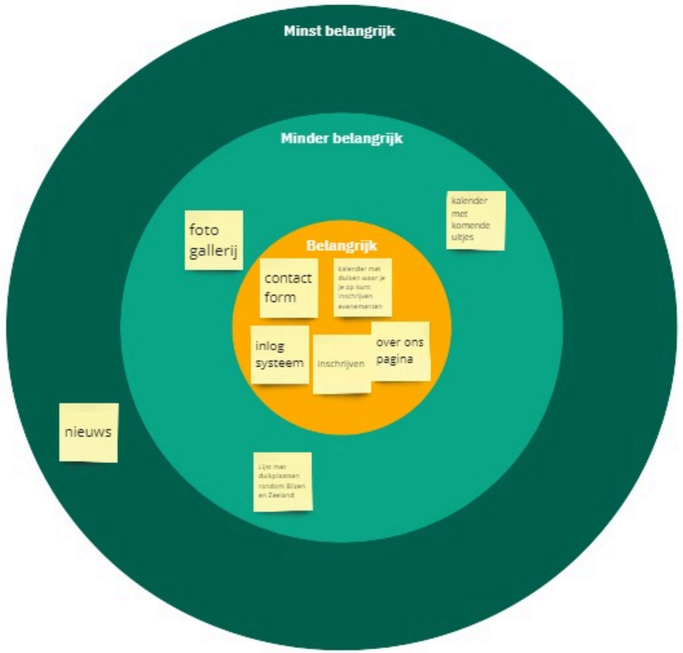
De meerderheid van duikclub websites hebben een heel slechte structuur en het design trekt op niks. Er is bijna nooit duidelijkheid en als je op zoek bent naar iets moet je een lange tijd op zoek gaan. Er waren wel een paar uitzonderingen die het wel goed deden. Op deze websites kon je gemakkelijk vinden waar je naar zoekt en meteen alle belangrijke informatie vinden.

Sommige van deze websites gebruikten zelfs twee navbars. Het lijkt erop dat ze het als database gebruikten en niet als steuntje voor leden en mogelijke nieuwe duikers. Het lijkt totaal niet op een website waar je informatie uit kan halen.

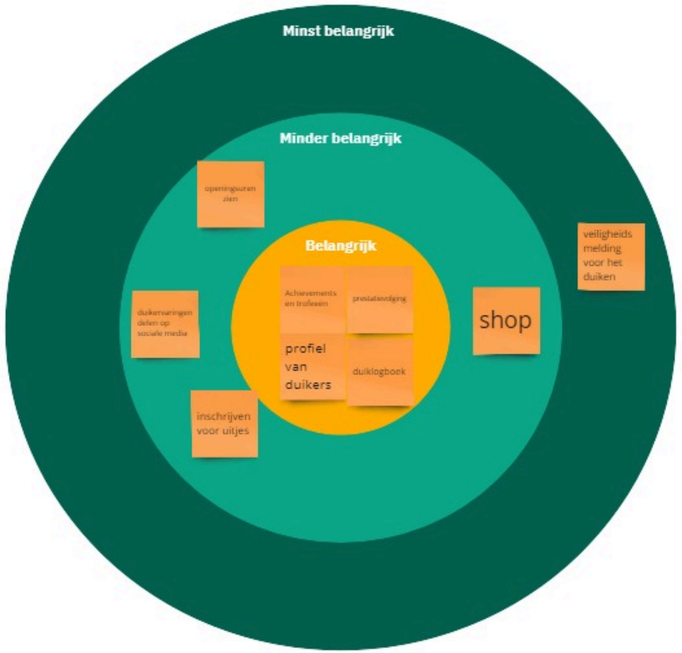
Waar wij dus op moeten letten is om zo weinig mogelijk informatie op de website te zetten maar wel genoeg dat er (bijna) geen nood is om contact op te nemen tenzij je je officiëel wilt inschrijven.
Het design moet aantrekkelijk zijn en de ux moet aangenaam zijn voor de eindgebruikers en dus simpel en makkelijk te gebruiken zijn.



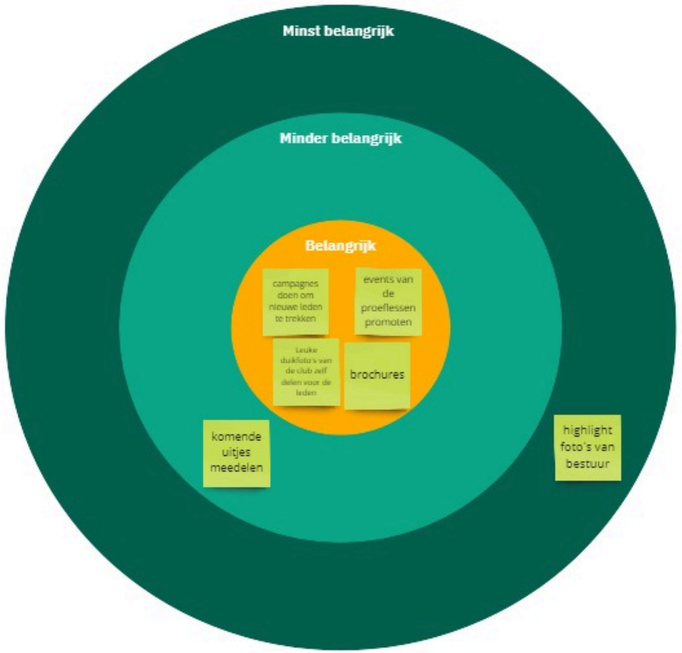
Prioriteiten van website features



Prioriteiten van app features



Prioriteiten van social media posts



Oswald

Designed by Vernon Adams, Kalapi Gajjar, Cyreal

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

Arvo

Designed by Anton Koovit

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

Allan

The art craft be

Winden

KOP

Regular 400

Angkor

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

Duikclub Dolfijn

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

Bold 700

Merriweather

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

Duikclub dolfijn

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

tekst

Lato

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

Montserrat

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

Regular 400

Kalam

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

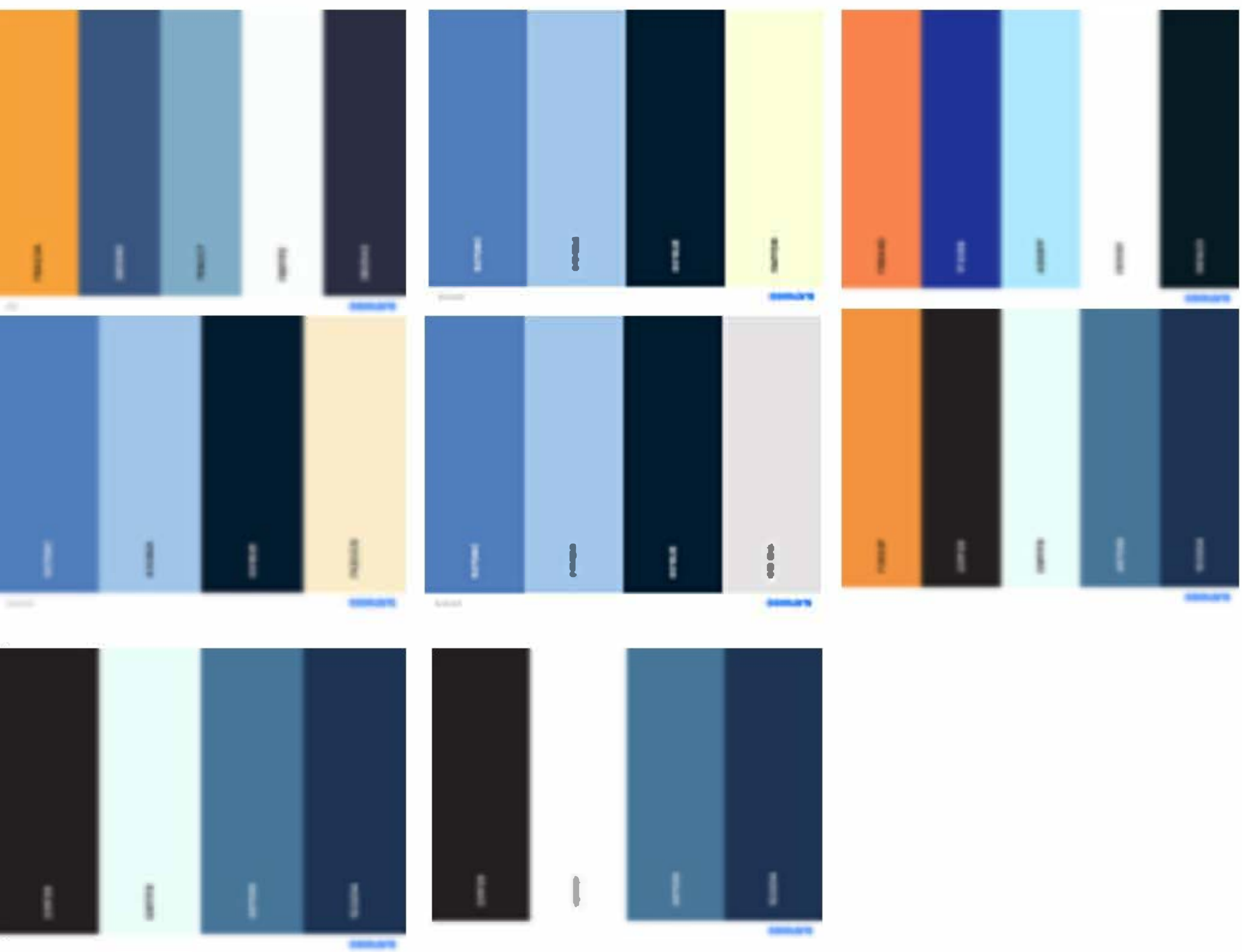
Duikclub dolfijn

Lato

Whereas disregard and contempt for human rights have resulted

Optie 1

Optie 2



1. Websites

Denk aan:
1. Event websites
2. Product websites
3. Campaign websites
4. En meer

Homepagg
- Algemene info over de club op de homepagg
- Een paar foto's van de club, dierfjes en leden/bestuur
- Naam van komende evenement met link naar agenda/evenements

Contact
- contactformulier waarop je snel een vraag kan stellen
- FAQ
- contactgegevens van de club + de openingsuren

Documenten
- de belangrijkste documenten samen met de privacy en policy van de club

Fotogalerij
- verschillende foto's en video's van de club, uitjes, dieren die ze gezien hebben, unieke andere dingen die ze gevonden hebben onder het water,...

Kalender
- Komende activiteiten
- Komende groepjuitjes
- Mogelijkheid te boeken voor een activiteit

Inschrijven
- algemene info over inschrijven (wat je nodig hebt, wat je gaat doen, how lang je gratis mag proberen,...)
- formulier om je in te schrijven voor de club

Login
- Enkel voor geregistreerde leden voor exclusieve features

Over ons
- extra informatie over de club
- het verhaal achter de club
- de leden
- het bestuur

Locaties
- Locaties waar ze soms gaan zwemmen
- Locaties die gepland staan voor in de toekomst te bezoeken
- De bezochte locaties (met het aantal bezochte keren om te laten zien waar er veel gedoken wordt en welke plaatsen minder. Zo weten ze welke leuker zijn.)

2. Applicaties

Denk aan:
1. Product startups zoals op producthunt
2. Gamification: teamwork, Belonningen & prijzen, Leaderboards
3. Personal customisations
4. En meer

Homepagg
- makkelijk de openingsuren zien
- komende activiteiten
- activiteiten waar je je voor hebt ingeschreven
- Leaderboard met de top 3 duikers van de week/maand

Achievements
- Jouw achievements
- Nog te behalen achievements
- Achievements waar je al aan bent begonnen en hoe ver je al bent
- Hoeveel keer je de club hebt bezocht
- Hoeveel achievements je nog moet behalen voor een prijs
- Leaderboard met de duikers die het diepst onder water zijn gegaan

Prestatie
- Statistieken bijhouden van de duiken, zoals het aantal duiken, totale duiktijd
- gemiddelde diepte
- andere relevante gegevens om de voortgang van de duiker te volgen.

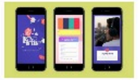
Shop
- Verschillende items die direct besteld kunnen worden
- Kinderspeelgoed zoals dolfijn knuffels
- T-shirt
- drankflessen
- sleutelhangers
- muismat
- Glazen
- Foto album van jezelf en foto's die jij hebt gemaakt
- Foto album met alle foto's (die jij wilt)
- Mogelijkheid naar de club te laten leveren en daar af te halen

Journal/logboek
- Schrijven wat je allemaal hebt gezien
- Jouw gevoelens
- Je ervaring
- Welke dieren je gezien hebt
- Welke nieuwe dingen je hebt geleerd
- Welke eraklaen je hebt gezien
- Wat je in de toekomst nog zou willen doen/zien
- ...

3. Digitale campagnes

Denk aan:
1. Online marketing campagnes
2. Social media campagnes
3. en meer

Campagne van de week: de Insta Stories van reclamebureau Ogilvy Social.Lab



Top 4 tips voor video content op social media: https://www.purerinds.nl/pure-blog/video-content-social-media/

posters?

Facebook
- poster met info over de club
- gericht naar de oudere mensen
- simpel design maar duidelijk en aantrekkelijk

Instagram
- video/reel van de club en hun activiteiten (geen uitlag, enkel coole dingen die ze gezien hebben bv of leuke/aantrekkelijke ervaring met de clubnaam op het einde)
- post met als facebook maar wat meer inzet op design om het aantrekkelijker dan de facebook post te maken met enkel de benodigde info

4. Fysiek: Campagne, winkels en/of product

Denk aan:
1. Leuke campagne in een winkel, festival, markt, etc.
2. Pop-up of guerilla campagnes
3. Permanente winkels en hun inkleding
4. Verpakkingen, gift boxes, etc
5. Auto's, vans, busjes, foodtrucks, etc
6. Brochure, afsprakenboekjes etc

Campagne/product
- Box met hun logo en naam voor naar locatie te gaan met de groep
- Brochures uitdelen
- Posters buiten en in café's ophangen