

Personal Branding

Zouden mensen dicht bij mij, die me goed kennen, het eens zijn met deze top 3-5?

Wat zou ik in mijn professioneel leven (+ CV & portfolio) moeten doen om de items in 'houden' te versterken?

Om de eigenschappen in 'houden' te versterken, zijn hier een paar suggesties:

Strategisch denken: Benadruk in je CV en portfolio projecten waarbij je strategisch hebt nagedacht en gehandeld. Beschrijf situaties waarin je complexe problemen hebt aangepakt, doelgerichte plannen hebt opgesteld en resultaten hebt behaald. Laat zien dat je in staat bent om het grotere geheel te begrijpen en strategische beslissingen te nemen die bijdragen aan het succes van een project of organisatie.

Zelfverzekerdheid:

Geef CV en portfolio voorbeelden van situaties waarin je jezelf hebt bewezen en laat zien dat je vertrouwen hebt in je eigen vaardigheden. Vermeld projecten waar je trots op bent en beschrijf de specifieke bijdrage die je hebt geleverd. Wees duidelijk en concreet over wat je hebt bereikt en hoe dit heeft bijgedragen aan positieve resultaten.

Ambitie:

In je CV en portfolio kun je je ambitie tonen door duidelijk je doelen en aspiraties te vermelden. Beschrijf hoe je van plan bent deze doelen te bereiken en welke stappen je al hebt genomen om ze te realiseren. Laat zien dat je toegewijd bent aan je groei en ontwikkeling als professional en dat je bereid bent hard te werken om je doelen te bereiken.

Wat zou ik in mijn professioneel leven (+ CV & portfolio) moeten doen om de items in 'niet houden' te vermijden?

Concentratie verbeteren:

Werken aan het verbeteren van je concentratievaardigheden door strategieën toe te passen, zoals het elimineren van afleidingen, het creëren van een rustige werkomgeving en het plannen van geconcentreerde werksessies. Beschrijf in mijn CV en portfolio projecten waarbij ik aantoonbaar mijn concentratie hebt verbeterd en met succes complexe taken hebt voltooid.

Zorgvuldigheid:

de tijd om mijn werk grondig te controleren en te reviseren voordat je het indient. Besteed extra aandacht aan details en voorkom slordige fouten. Vermeld in mijn CV en portfolio projecten waarbij ik nauwkeurigheid en oog voor detail hebt laten zien, en benadruk de kwaliteit van mijn werk.

Reflecteren en feedback

Situatie:

Vorig jaar in de winter ontdekte ik dat ik een tumor had nadat ik mijn hoofd had gestoten tegen de bovenkant van de autodeur. Ik voelde me duizelig en in de war, maar ik heb mijn dag op het werk afgemaakt. De volgende dag werd ik wakker en voelde ik me verward. Ik sprak er met mijn moeder over en ze zei dat ik naar de dokter moest gaan, maar ik dacht dat het vanzelf over zou gaan. Na drie dagen begon er een bult te verschijnen op mijn voorhoofd. Aanvankelijk wilde ik er niets over zeggen, omdat ik bang was dat ik niet meer mocht voetballen. Gelukkig verborg mijn lange haar de bult. Maar de bult werd steeds groter, dus besloot ik uiteindelijk toch naar de dokter te gaan. De dokter had zoiets nog nooit eerder gezien en stuurde me naar het ziekenhuis. Na een scan ontdekten ze dat ik een gat in mijn schedel had.

Taak:

Mijn taak was eigenlijk om iedereen gerust te stellen en ervoor te zorgen dat niemand in de familie zich zorgen over mij maakte. Maar het allerbelangrijkste was dat ik geduldig moest wachten op de resultaten.

Actie:

De vereiste actie was een operatie, die risicovol was. Ik moest eerst verschillende tests ondergaan in het ziekenhuis. Uit de tests bleek dat ik inderdaad een operatie moest ondergaan.

Resultaat:

Ik ben tevreden met hoe de operatie is verlopen en vooral met mijn gezondheid. Ik was verrast dat mijn litteken niet zichtbaar is en mijn haar er mooi overheen groeit. Ik ben echt blij met het resultaat.

Reflectie:

Mijn zelfverzekerdheid speelde in mijn voordeel, waardoor ik sterk kon blijven tijdens dit proces. Mijn doel was om mijn familie gerust te stellen, en dat is me gelukt. Wat betreft wat ik anders had kunnen doen, kan ik eigenlijk niets bedenken, omdat het resultaat dan anders had kunnen zijn.

Opdracht reflecteren

Fase 1: Concreet ervaren

Ik viel tijdens een wedstrijd na een tackle en brak mijn enkel. Op dat moment voelde ik pijn en was ik angstig.

Fase 2: Waarnemen en overdenken

Mijn zelfverzekerdheid speelde in mijn voordeel, waardoor ik sterk kon blijven. Mijn doel was om zo snel mogelijk te revalideren.

Fase 3: Abstracte begripsvorming

Ik zou minder snel in duels durven te gaan, wat ik eerder wel roekeloos deed. Ik dacht destijds niet aan de gevolgen.

Fase 4: Actief experimenteren

Ja, ik zou mezelf opnieuw sterk kunnen houden en met de gevolgen kunnen omgaan. Maar ik geef er de voorkeur aan om gezond te blijven en geen nieuwe uitdagingen op het gebied van gezondheid aan te gaan.

Reflectie op de seminars

Inleiding:

Tijdens de seminars heb ik kennis gemaakt met verschillende bedrijven en hun aanpak op het gebied van digitale innovatie en consultancy. Ik wil graag reflecteren op de presentaties van Made, een digitaal innovatiebureau gevestigd in Antwerpen.

Made is opgericht in 2006 en heeft momenteel 30-40 medewerkers. Ze richten zich niet alleen op het ontwikkelen van digitale producten, maar ook op het bieden van strategisch advies aan klanten. Innovatieconsultancy is het adviseren over hoe een organisatie vernieuwd kan worden. Made richt zich op drie aspecten: business, behavior en strategie, om zowel hun eigen bedrijf als dat van anderen te verbeteren.

Reflectie op de presentatie:

Tijdens de presentatie werd duidelijk dat Made verschillende teams heeft die zich bezighouden met verschillende domeinen, verspreid over verschillende locaties. Ze hebben expertise op het gebied van duurzame innovatie, waarbij ze opzettelijke wijzigingen aanbrengen in producten, diensten of processen om sociale en milieuvoordelen op lange termijn te genereren. Ze maken ook gebruik van slimme producten, die gegevensverwerking combineren met interactieve functies en een gemakkelijke gebruikerservaring bieden.

Wat betreft het team, hebben ze verschillende rollen zoals crew owners, project leads en strategische leads. Ze hebben ook verschillende soorten designers, waaronder product design en digital design. Het designproces bij Made omvat crew selectie, onboarding, project start en uiteindelijk crew dissolve.

Made heeft samengewerkt met verschillende bedrijven, waaronder Alpro Soya en Pizza Hut. Voor Alpro Soya hebben ze een website ontwikkeld, en voor Pizza Hut hebben ze een loyaliteitsapp gecreëerd om klanten te betrekken en hun loyaliteit te belonen.

Conclusie:

De presentatie van Made gaf me inzicht in hun benadering van digitale innovatie en consultancy. Ik vond het interessant om te zien hoe ze verschillende domeinen aanpakken en gebruikmaken van slimme producten. Het team- en designproces werden ook duidelijk uitgelegd. Ik waardeerde ook de voorbeelden van samenwerking met grote bedrijven, wat laat zien dat Made een betrouwbare partner is in de digitale industrie.

Reflectie op Wieni:

Wieni is een bedrijf dat strategen, technisch onderlegde ontwerpers, creatieve ontwikkelaars, ervaren software-engineers en toegewijde producteigenaren samenbrengt. Ze dagen strategen uit om de juiste vragen te stellen en inspirerende ideeën te bedenken die de status quo uitdagen. Ze hebben technisch onderlegde ontwerpers die interactieve ontwerpsystemen en visueel aantrekkelijke gebruikersinterfaces bouwen, met de mindset van een ontwikkelaar en het brein van een gebruiker. Daarnaast hebben ze creatieve ontwikkelaars die de nieuwste ontwikkelframeworks gebruiken om backend-logica te verbinden met bruikbare frontends. Ze beschikken ook over ervaren software-engineers die veilige en schaalbare hosting- en streaminginfrastructuren opzetten met maximale prestaties en beschikbaarheid. Tot slot zijn er toegewijde producteigenaren die processen en mensen beheren, met een sterke focus op deadlines, concrete deliverables en kwalitatieve output.

Wieni hecht veel waarde aan "learning by doing". Ze geloven dat ze het meest en het snelst leren door echte mensen vroeg in het proces te betrekken. Door aannames te valideren en aan te passen, hebben ze de beste kans om met de juiste oplossingen te komen. Ze begrijpen het belang van het begrijpen van echte gebruikers en gaan onder hun huid om aannames uit te dagen en te valideren. Vervolgens verkennen ze specifieke scenario's om voor te stellen en te verwoorden hoe de toekomst eruit zou kunnen zien. Ze zetten deze toekomstscenario's om in tastbare output en concrete experimenten, die ze testen en valideren met echte gebruikers. Zelfs tijdens het bouwen blijven ze leren op basis van feedback van echte gebruikers. Ze finetunen en bijsturen tijdens het ontwerp- en ontwikkelingsproces om uiteindelijk met de juiste oplossingen te komen.

Wieni heeft een sterke focus op design en streeft ernaar digitale producten toegankelijk, gebruiksvriendelijk en mooi te maken. Ze begrijpen dat design niet alleen gaat om functionaliteit, maar ook om esthetiek.

Daarnaast zijn ze betrokken bij het bouwen van de producten, van softwareprogrammering tot het bouwen van webapps en implementeren van API's. Ze hebben een elastische cloudarchitectuur waarmee ze enorme gebruikerspieken kunnen opvangen, extreme beveiliging bieden en maximale beschikbaarheid garanderen.

Al met al lijkt Wieni een multidisciplinair team te zijn dat waarde hecht aan samenwerking, gebruiksvriendelijkheid en continue verbetering op basis van gebruikersfeedback. Hun benadering van leren, begrijpen, verkennen, valideren en doen, biedt een solide basis voor het ontwikkelen van effectieve digitale producten.

Reflectie op Make it fly:

Make it fly is een digitale agency groep bestaande uit 5 bedrijven, waarvan de spreker werkzaam is in Genk. Binnen de groep zijn er 3 bedrijven, waarvan 1 gevestigd is in Gent, 1 in Kortrijk en de laatste en meest afgelegen in Brugge. Ze streven ernaar om ook een kantoor in Leuven te openen om daar meer te kunnen ontmoeten. Er zijn ongeveer 80 mensen verspreid over deze locaties.

Ze werken samen met verschillende bedrijven, waaronder Plopsa Land, waarvoor ze een website hebben gemaakt.

Een "DNA match" betekent dat de groep goed moet kunnen samenwerken. Het draait niet alleen om de slimste mensen binnen de groep, maar ook om hoe ze als team functioneren. Ze streven naar een omgeving zonder egoïsme en waarin iedereen zijn werk graag doet.

Hun werkwijze begint met "discover" (ontdekken), gevolgd door strategisch denken. Daarna komt "create & grow" (creëren en groeien), waarbij ze in omvang, geavanceerdheid en ontwikkeling toenemen. De vierde stap is "design & measure" (ontwerpen en meten), en dit is tevens de laatste stap samen met het rapporteren van het ontwerp. Ze werken in fasen om van probleem naar een oplossing op maat te komen en bouwen iteratie- en validatiemomenten in.

Ze geloven in de "Super Powers" van hun personeel, wat betekent dat ze in de juiste omgeving werken en op tijd werken. Ze geven vertrouwen aan hun medewerkers door hun eigen ideeën te gebruiken en richten zich op het verstrekken van de juiste tools aan hun team. Ze noemen dit een "rugzak" en verwachten dat deze geschikt is voor het beoogde doel en upgraden deze waar nodig.

Ze hebben verschillende partnerschappen zowel binnenland als buitenland. Ze werken aan uitdagende projecten op de lange termijn. Er zijn duidelijke rollen en verantwoordelijkheden binnen de groep, en ze werken nauw samen met de klant.

Bij het "to the batmobile" (naar de Batmobile) gaat het om het ontwerpen, ontwikkelen en onderhouden van een nieuw leerplatform. Een "project kick-off" verwijst naar het tijdig werken en communiceren met de klant om projectdetails af te stemmen en ervoor te zorgen dat iedereen op dezelfde lijn zit.

Aangezien er sprake is van een "war for talent" (oorlog om talent), richten ze zich op het aantrekken van nieuwe mensen en tegelijkertijd het koesteren van bestaande toppers. Ze creëren een unieke werkomgeving en organiseren jaarlijks leuke evenementen voor het hele team. Er wordt ook een evaluatie uitgevoerd waarin iedereen respectvol zijn mening kan geven over anderen. Bovendien werkt het team 50% van de tijd op kantoor en 50% vanuit huis.

Tijdens het schrijven van deze reflectie had ik de volgende vragen voorbereid voor de gastsprekers:

Wat is de visie van Weni op projectsucces?

Hoe ziet onboarding eruit bij Weni?

Mogen de collega's bij Make it fly kiezen in welke locatie ze willen werken?

Helaas kreeg ik tijdens de seminars geen antwoord op deze vragen.

Het bedrijf Make it fly sprak mij het meeste aan vanwege hun rol als een digitale agency groep en de diversiteit van de bedrijven die er deel van uitmaken. Ik vond het interessant om te horen dat collega's de mogelijkheid hebben om 50% van de tijd vanuit huis te werken en 50% op kantoor. Belangrijke zaken, zoals teamvergaderingen, vinden plaats op een centrale locatie. De collega's worden verdeeld over vier locaties.

Na de seminars heb ik een beter beeld gekregen van het professionele werkveld van een grafisch vormgever en een front-end developer. Een grafisch vormgever is verantwoordelijk voor het omzetten van informatie naar visuele vormen en het verzorgen van de vormgeving van drukwerk en multimedia. Het belang van communicatie met klanten op een begrijpelijke manier werd ook benadrukt.

Mijn beeld van het bedrijfsleven en de verschillende jobfuncties is veranderd na deze seminars. Ik was al bekend met het werken in kleine teams, maar het werd bevestigd dat werken in kleine teams meer focus en efficiëntie kan bieden. Daarnaast werd de nadruk gelegd op het hebben van plezier met collega's tijdens het werk, zoals gezamenlijk eten na het werk.

Ja, ik zou graag solliciteren bij Weni als UX CONCEPT DESIGNER.