

-- memo --

19 november,

*Ik heb zitten nadenken over de website. Ik wil in ieder geval onze skills duidelijk voor het voetlicht brengen, waar we goed in zijn: interactie, code, design, End user first. Het moet duidelijk worden dat we digitale oplossingen ontwikkelen. Dat we slimme ideeën bedenken, en toepassingen maken die ertoe doen. Dat we high end producten opleveren. Maar ook gewoon dat we coole dingen maken omdat we internet snappen: liefde voor het web, kennis van het digitale, nerdy stuff etcetera. We zoeken natuurlijk investeerders die net als wij risico's durven/willen nemen. Een goed idee is alles. We doen natuurlijk alles met een gebruiker in het achterhoofd (of op het netvlies, of op het tekenbord, you catch my drift). Misschien kunnen we iets schrijven over de voordelen van werken met een klein team (niet vastgeroest, geen overhead, directe betrokkenheid, snel inspringen op veranderingen). Buzzwords: Lean&mean. Agile ux & development. Freedom. Timeboxing. Shippable products. Prototyping method. Iets over onze werkwijze, visie, waar we voor staan, waarin we ons onderscheiden van grote bedrijven, maar juist ook van andere startups. Ik wil benadrukken dat we de inhoudelijke kwaliteit van onze producten voortdurend toetsen. User testing is belangrijk, hiermee kunnen we ons onderscheiden. Het feit dat we korte iteraties doorlopen. Veel kleine releases doen (continu en tijdig bijsturen). Een opdrachtgever komt nooit voor verrassingen te staan, we willen dat hij voortdurend nauw betrokken is en altijd op de hoogte (transparant proces). Maar eigenlijk gaat het er vooral ook om dat die website uitstraalt hoe tof we zijn. In één oogopslag moet duidelijk zijn dat we van mooie dingen houden: mooie code, mooie ideeën, mooie oplossingen. Geruisloze interactie. Potentiële investeerders moeten zien dat we leven voor het web, denken in web, web drinken. Omdat we nog geen portfolio hebben, zullen we het sowieso vooral moeten hebben van de kwaliteit van die website zelf – van de mentaliteit, energie, attitude, bravoure en lef die eruit spreken. Presentatie van het team lijkt me essentieel (misschien elk teamlid afzonderlijk?) Het kan trouwens ook heel goed werken om juist niets te zeggen, ik kwam gisteren een site tegen waarop niets stond, die site is één en al sfeer en identiteit, weinig tekst (awbymary.com). Het feit dat we klein zijn betekent niet dat we geen heldere taakverdeling hebben of niet professioneel werken, maar misschien moet dit soort informatie niet op de site. Snelheid en flexibel werken lijken me een unique selling point (energiek, niet al te formeel, gedrevenheid, wil om te leren). In ieder geval zullen we goed na moeten denken over tone-of-voice. Ik heb op ander sites rondgekeken. Je komt er vanalles tegen: who we are, wat we doen, wat we niet doen, hoe we werken, drive, passie, meet the team, The Team (met hoofdletters), core values, skills, portfolio, selected work, projects, proces, methode, aanpak, friends, likes, heroes, partners, visie, careers, manifesto...we kunnen een tagline verzinnen, die fungeert als een soort branding slogan, iets wat je niet uit je hoofd krijgt als je het eenmaal leest.*