

Werkplekleren: Dashboard CV



Carolina Augustyniak



Diedre Schwillens



Pieter Buckinx

10V00

INHOUD

1. Link figma prototype

2. Concept poster

3. Agile werkwijze

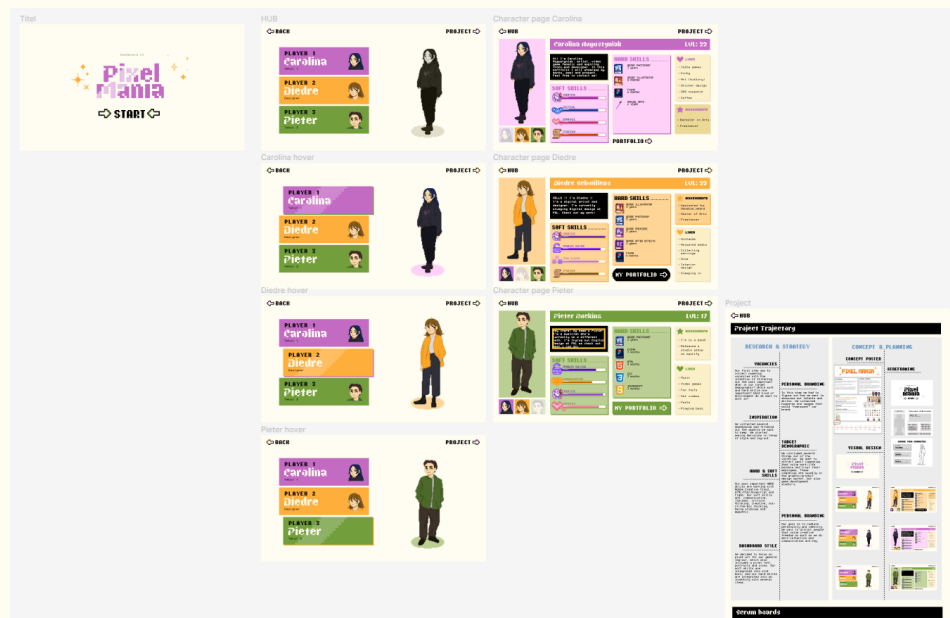
3.1. Weekly standups

3.2. Scrumboards

3.3. Retrospective & sprint review

FIGMA PROTOTYPE

<https://www.figma.com/file/mt4Kb5Ks0n2R3GmH1QQsAc/prototype-WPL?type=design&node-id=197%3A11&mode=design&t=I6b2ddri0N0Yux3X-1>



CONCEPT POSTER

PIXEL MANIA

DOELGROEPEN:

Welke types werkgevers?

Onze doelgroep omvat voornamelijk kleinschalige, familiale bedrijven. Deze bedrijven zijn niet bang om out-of-the-box te denken en hebben vertrouwen in hun werknemers op zowel creatief als persoonlijk vlak.

De bedrijven die ons interesseren zitten in de grafische sector, product/dienst ontwikkeling en webdesign.

Welke cultuur zoeken we op?

Een cultuur die het belang van work-life balance niet onderschat en vertrouwen heeft in hun team. Deze werkwijze is inclusieve, toegankelijke omgeving waar men vrij ideeën kan uitwisselen en ook terecht kan met problemen en/of feedback. Levenslang leren wordt gepromoot en men daagt elkaar uit.

PERSONAL BRANDING:

Welke uitstraling willen we tonen?

We willen een uitstraling tonen die persoonlijkheid en identiteit hoog in het vaandel draagt. Door onze pixel art ontwerpen te integreren in het dashboard, hopen we dat het onze interesses en creatieve mindset overbrengt en dat we soortgelijke werkgevers aantrekken.

Hoe zetten we onszelf in de kijker?

Wij hechten veel belang aan het out-of-the-box denken, zowel op het werk als op persoonlijk vlak. Dankzij onze creatieve achtergrond en laid-back persoonlijkheid stellen we ons flexibel op en zijn we niet bang om kritisch te zijn over ons eigen werk. Zelfreflectie en communicatie is key.

Wat is onze missie/visie?

Onze missie is om onze eigen stijl verder te ontwikkelen en op de kaart te zetten. Ons doel is om iets echt interactief en memorabel te creëren.



CONCEPT:

elementen van videogames toepassen

We willen het geheel doen lijken op een soort minigame, om zo tot een speels en memorabel geheel te komen.

Waarom pixel art?

De stijlkeuze refereert naar onze gezamenlijke liefde voor videogames, naar ook naar onze drang voor humor en speelsheid. Als digitale kunstenaars is de pixel voor ons een ultieme bouwblok. De beperkte grafische mogelijkheden dagen uit en prikkelen de creativiteit!.

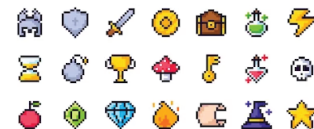
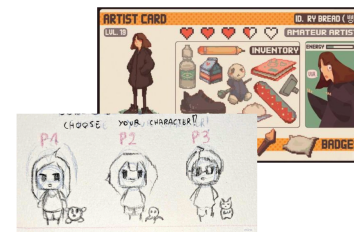
DASHBOARD:

We maken een digitale avatar op het dashboard die iets verteld over ons.

INDIVIDUELE PAGINA:

Je hard skills worden getoond alsof het objecten in onze "inventory" zijn. Je kan als je evolueert dus skills toevoegen aan je inventory.

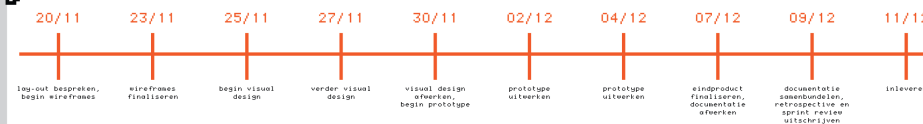
De soft skills worden getoond alsof het een "health bar" is. Hoe beter je bent in een bepaalde skill, hoe meer de balk wordt opgevuld.



Carolina Diedre Pieter



tijdslijn



AGILE WERKWIJZE

MIRO BOARD: https://miro.com/app/board/uXjVNX810Zc=?share_link_id=883634464712

AGILE WERKWIJZE

1. Weekly standups

WEEK 1: VACATURES

Op Corda kregen we uitleg over het project waarna we vacatures moesten analyseren om verschillende elementen uit te halen. Wat is onze doelgroep? Wat zijn belangrijke skills? Het scrumbord werd vervolgens aangemaakt met een taakverdeling. We probeerden elk persoon een taak te geven waarin hij/zij kon uitblinken.

JOB TYPE

grafisch vormgever
product design
UI/UX
marketing/branding
webdesign
front-end

BEDRIJFSTYPE

product/dienst
ontwikkeling
agencies
marketing/
reclamebureaus
game development
studios

BEDRIJFSCULTUUR

kleinschalig
familiaal
klantgericht
inclusief
ondersteunend
leergierig
wederzijds
respect
vertrouwen
flexibel

SOFT SKILLS

detailgericht
vertalen van
abstracte concepten
naar design
out-of-the-box
denken
flexibiliteit
communicatief
teamspeler
zelfstandig
klantgerichtheid
oplossingsgericht
empathisch
creatief
kritisch

HARD SKILLS

HTML
CSS
JAVASCRIPT
FIGMA
ADOBE CREATIVE
CLOUD
GITHUB
UI / UX
TALENKENNIS
(NL / EN)

AGILE WERKWIJZE

1. Weekly standups

WEEK 2: PERSONAL BRANDING

Na de belangrijke elementen uit de vacatures te filteren, konden we het branding aspect aanpakken. Hoe willen we onszelf profileren? Dit hebben we gedaan aan de hand van een oefening in Miro. We vonden het moeilijk om een algemene branding te vinden aangezien we 3 individuen zijn met een heel uiteenlopende visie, maar dit is uiteindelijk gelukt.

WEEK 3: INSPIRATIE (+concept poster)

In het kader van personal branding hebben we inspiratie verzameld van zowel CV's als dashboards. We hebben gekeken naar verschillende manieren om data te visualiseren.

Na het basisonderzoek af te ronden, hebben we meer zicht op wat we effectief willen bereiken/maken. Deze conclusies en reflecties zijn inbegrepen in onze concept poster.

WEEK 4: WIREFRAME / TESTING

We hebben een idee voor ons visueel design, maar moeten nog akkoord gaan met onze huisstijl. (font type, naam van onze groep, ...) We lijsten de nodige grafische elementen op zodat we een overzicht hebben van welke beelden we moeten maken.

AGILE WERKWIJZE

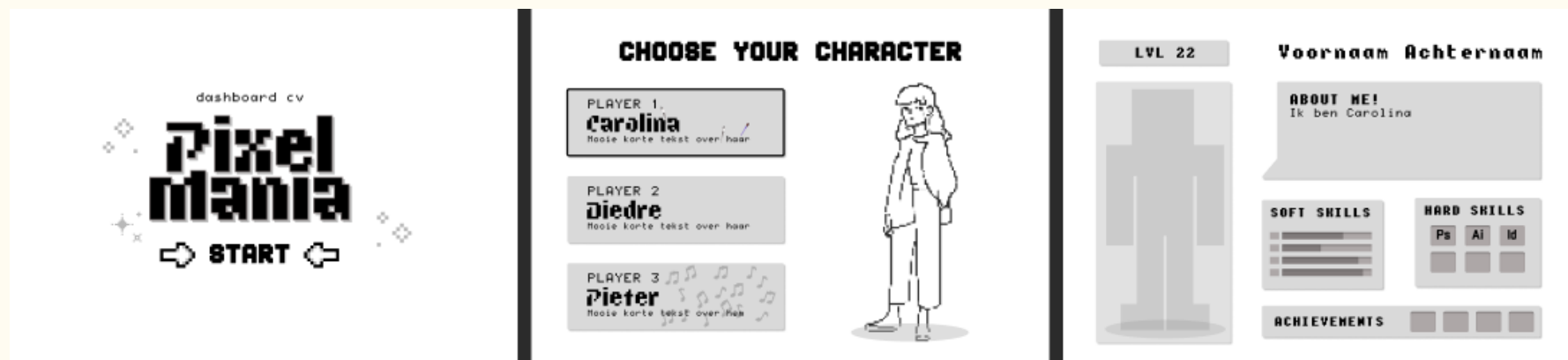
1. Weekly standups

WEEK 5: WIREFRAME / TESTING

Alle elementen zijn opgelijst, het kleurenpalet is beslist en de pixel icoontjes voor de soft en hard skills zijn bijna afgewerkt. We hebben verschillende versies van de hub pagina waaruit we een beslissing gemaakt hebben.

WEEK 6: VISUAL DESIGN / PROTOTYPING

We hebben onze algemene lay-out besproken en de wireframes gefinaliseerd, waarna we konden beginnen aan ons visuele design en prototyping.

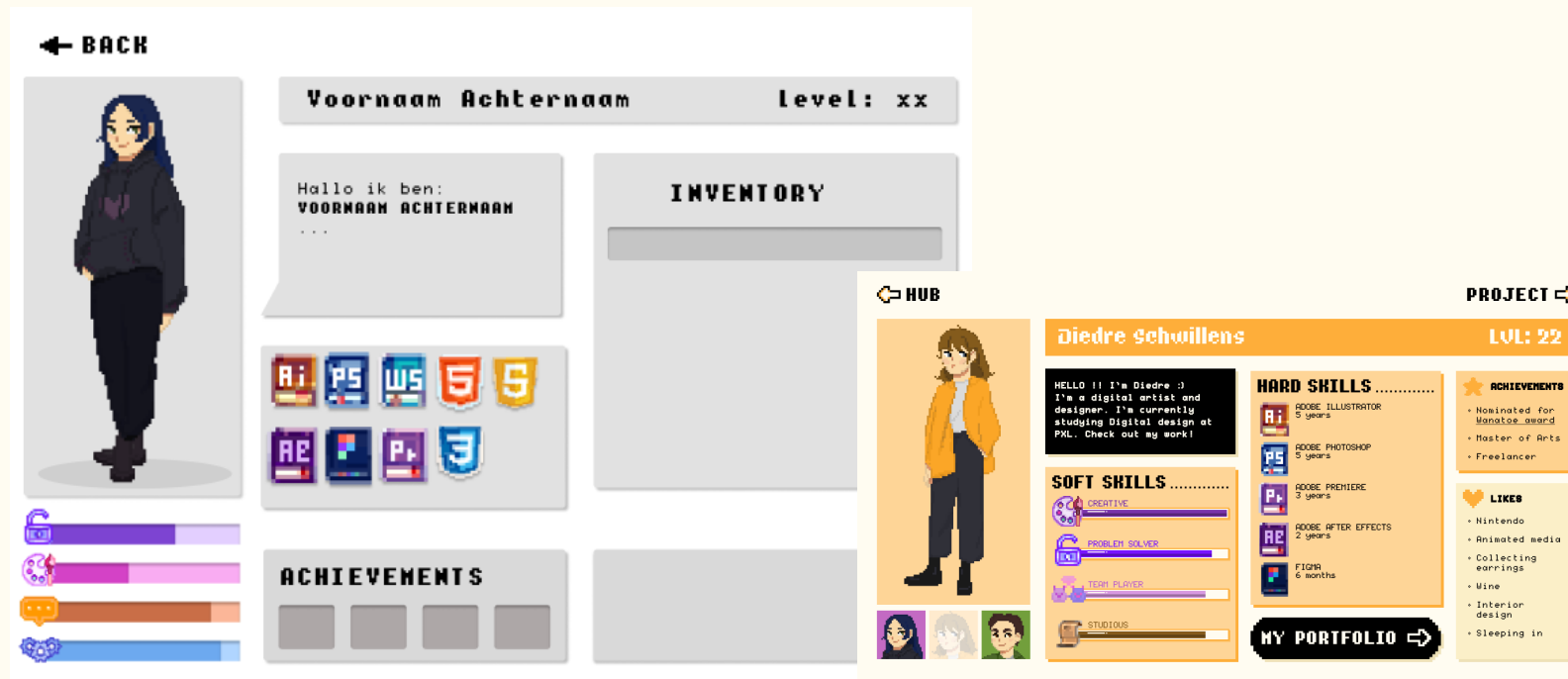


AGILE WERKWIJZE

1. Weekly standups

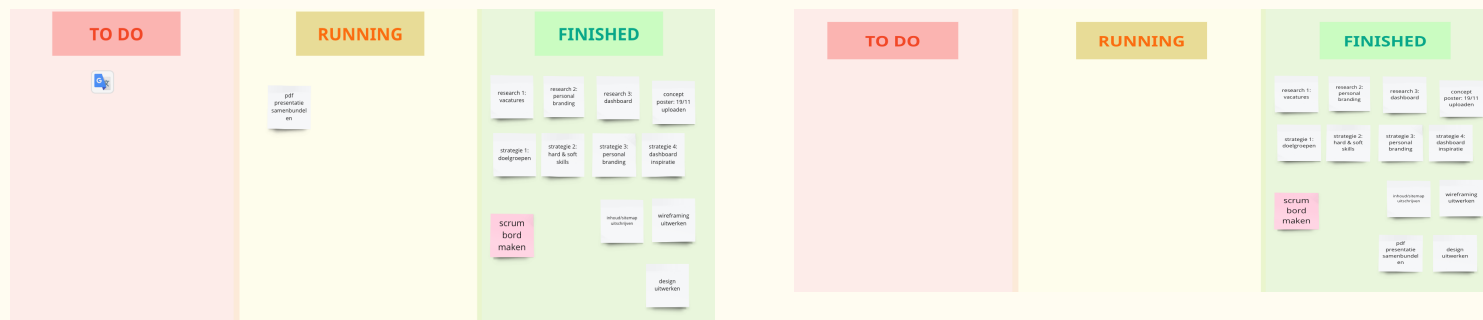
WEEK 7: AFWERKING

De prototype, traject pagina en portfolio's worden gefinaliseerd.



AGILE WERKWIJZE

2. Scrumboards



AGILE WERKWIJZE

3. Retrospective & sprint review

EVALUATIEMEETING:

Wat ging goed tijdens dit project?

Onze uiteenlopende skills zorgden voor inspirerende samenwerking

Wat ging minder goed tijdens dit project?

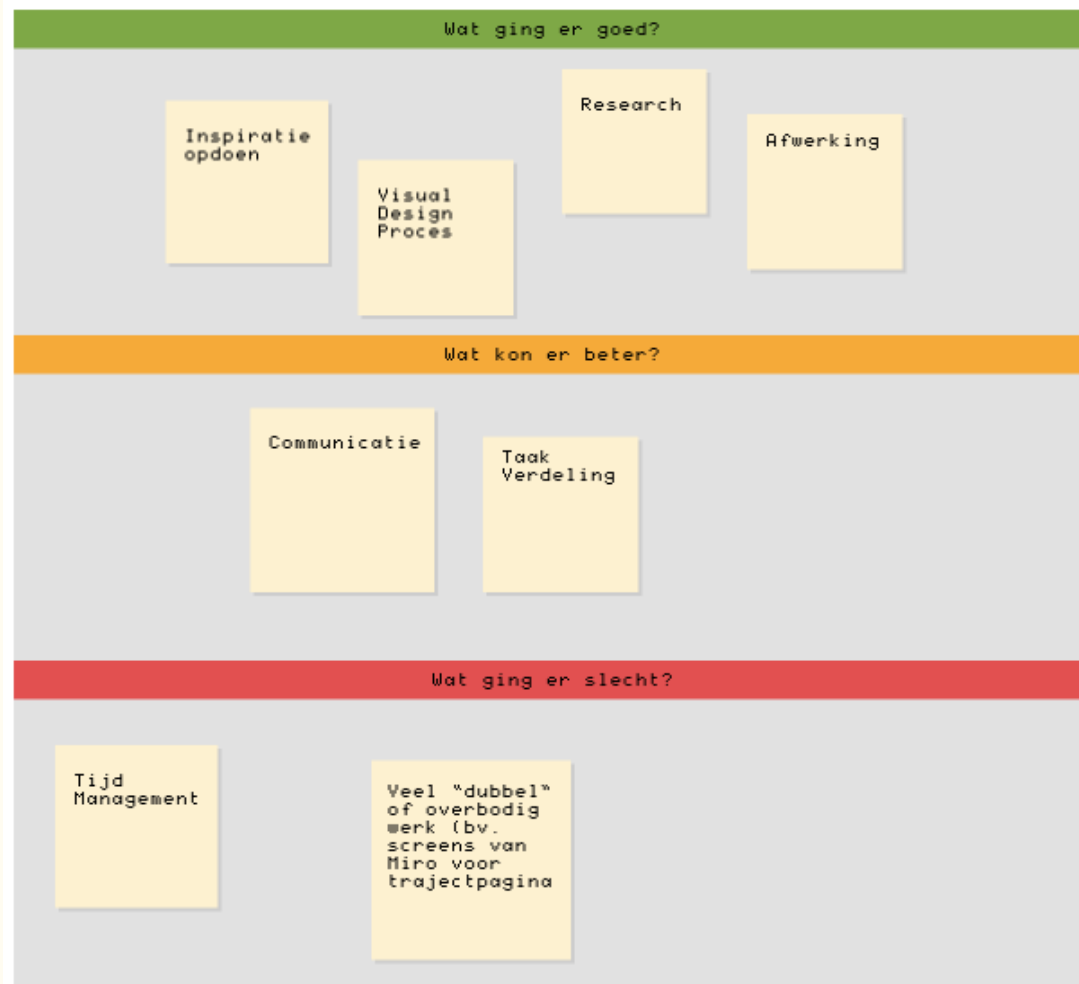
De takenverdeling: de taken waren niet gelijk verdeeld en waren soms onduidelijk. We hebben ook weinig om feedback of begeleiding gevraagd waardoor we onzeker waren over ons product.

Wat willen jullie in WPL2 anders of beter doen?

Beter vastleggen wat er specifiek gevraagd wordt zodat de takenverdeling vlotter en efficiënter kan verlopen. Vaker om feedback vragen.

AGILE WERKWIJZE

3. Retrospective & sprint review



Dashboard CV



← BACK

PROJECT →

PLAYER 1
carolina

Tekst 1



PLAYER 2
Diedre

Designer



PLAYER 3
Pieter

Tekst 3



← HUB

Project Trajectory

RESEARCH & STRATEGY

VACANCIES

Our first step was to collect numerous vacancies with the intention of filtering out the most important: what is our target demographic? Which soft and hard skills are important? What kind of environment do we want to work in?

INSPIRATION

We collected several dashboards and filtered out the aspects we want to keep. We started making decisions in terms of style and lay-out.

HARD & SOFT SKILLS

Our most important HARD skills are working with Adobe Creative Cloud, HTML/CSS/Javascript and Figma. Our soft skills are: communicative, flexible, critical thinking, creative, out-of-the-box thinking, being studious and empathic.

DASHBOARD STYLE

We decided to focus on pixel art for our general lay-out, which also includes a pixel font, portraits and icons. Our soft skills are integrated into stat bars, and our hard skills are integrated into an inventory with several items.

PERSONAL BRANDING

In this step we had to figure out how we want to showcase our talents and skills. We collected legends and logos that would "represent" our brand.

TARGET DEMOGRAPHIC

We concluded several things out of the vacancies. We want to attract small companies that value work-life balance and trust their employees. These companies are usually in the graphic/product design sector, but also game development studio's.

PERSONAL BRANDING

Our goal is to radiate personality and identity. We want to attract people that value creative freedom as much as we do. Self reflection and communication are key.

CONCEPT & PLANNING

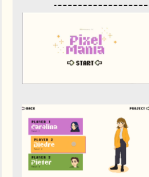
CONCEPT POSTER



WIREFRAMING



VISUAL DESIGN



Scrum board evolutie

