

Reflectieopdracht – Seminars

Inleiding

Tijdens onze sessies werkplekieren ontvingen we 3 sprekers die over het werkveld 'digitale vormgeving' kwamen spreken. Ter voorbereiding van deze seminars heb ik meer info opgezocht over deze drie bedrijven: Made, Weni en Make It Fly. Ze zijn immers niet exact hetzelfde. Made doet erg overkoepelende designopdrachten, waar Weni louter gefocust is op het web. Make It Fly is een digital agency dat diensten en online toepassingen ontwikkelt voor zijn klanten. Ik zal hieronder toelichten wat mij is bijgebleven.

Made, een veelzijdig ontwerpbureau.

Voor Made had ik een aantal specifieke vragen. Dit bedrijf is gevestigd in Antwerpen, en zou dus erg interessant kunnen zijn als potentiële stageplaats. Bovendien zijn ze ook erg gericht op product-development, ook dit interesseert mij enorm. Hun portfolio is indrukwekkend, projecten zoals Ecover, Bringme of MyPitch zijn bijzonder interessant.

Een van de vragen die ik had was de volgende:

'Julie doen aan allerlei activiteiten zoals user-research, business-design, maar ook aan UX-prototyping en productontwikkeling, hoe of waar valt deze puzzel uiteindelijk samen?'

Ik heb alvast geleerd dat er erg veel vergaderingen of *tacticals* plaatsvinden, en dat *user validation* erg belangrijk is in hun proces. Kortom, vormgeving vindt altijd plaats met input van meerdere mensen. De workflow wordt wel opgesplitst in domeinen of teams, met elk hun eigen specialisaties.

Een andere vraag is de volgende:

'Welke rol kan iemand die Digitale Vormgeving studeert bij deze firma spelen?'

Deze werd door de spreker (Craig Soenen) beantwoord tijdens de presentatie. Made heeft een digitale tak, waar user-research gebeurt, maar ook het ontwikkelen van interfaces en applicaties. Hier kan een stagiair deelnemen aan bv. de 'sprints' die worden georganiseerd, en in teams deelnemen aan projecten.

Via de website van Made vond ik een erg boeiende presentatie van dezelfde spreker, over hoe Disney zijn *User Experience* benadert. Dit heeft me aangezet tot een aparte vraag. (Ik deel onderaan ook graag de link, want de presentatie is echt inspirerend.) Ik vroeg welke vergelijking er kon gemaakt worden tussen de manier van werken bij Disney en Made. Bij beide bedrijven is er een doorgedreven ambitie om de verwachtingen te overstijgen binnen het concept 'Money & Magic'. Zolang het rendabel blijft gaan ze tot het creatieve uiterste, ten behoeve van de gebruiker.

Weni, webdesigners met een aparte kijk.

De tweede spreker was Jelle Van Den Bergh van Weni. Naar mijn gevoel is Weni een bedrijf met een iets duidelijkere corebusiness. De focus ligt duidelijk op het web, met enkele specifieke merken, zoals GoPlay, Bruzz of Dagelijkse Kost. Een groot aantal merken uit het medialandschap dus.

Ik was erg gecharmeerd door hun website, vooral de duidelijke en open communicatie viel me op. Ook de spreker kwam erg oprecht en sympathiek voor de dag. Weni is duidelijk geen alledaagse firma. Ze hanteren een asymmetrische manier van werken, die je niet bij elke andere job terugvindt. Dit geeft een vorm van vrijheid die erg aanspreekt.

Er zijn veel raakvlakken, maar van de inhoud ben ik niet volledig overtuigd. Ik ben niet zeker of de zenders GoPlay of Bruzz me voldoende interesseren om hier regelmatig aan te werken. Misschien verlies je zo toch een beetje creatieve vrijheid? Het takenpakket is wel vergelijkbaar bij Made en Make It Fly. In de aanpak van projecten komen zaken zoals sprints, *iteration* of *double-diamonds* telkens terug.

Ik had verder deze vraag genoteerd, waarover de spreker iets interessants heeft verteld:

Wieni hecht schijnbaar veel belang aan 'accessibility', zie bv. de vermelding van Anysurfer. Is dit iets waarmee je als ontwikkelaar het verschil kan maken?

Jelle vertelde ons een anekdote over '33 tips voor een nog betere zekergezond.be'. Dit artikel is erg boeiend, het geeft ook aan dat een digitaal vormgever niet alleen bij de vorm moet stilstaan, maar ook de inhoud. Onderaan deel ik de link naar dit artikel.

Make it Fly, digitale hoogvliegers.

De laatste spreker was Yves Vanstraelen, van Make It Fly uit Genk. Make it Fly is een *Digital Agency*, ze bieden totaaloplossingen aan hun klanten in aan aantal vakgebieden. Hun expertise kan worden opgedeeld in de volgende vijf domeinen: Web, Mobile, Enterprise, Creative en Marketing.

Zoals bij de voorgaande bedrijven hanteert Make It Fly een vergelijkbare werkwijze. Het valt me op dat teamwerk erg belangrijk is in de digitale sector. Ik heb geleerd dat teams altijd kunnen veranderen, flexibiliteit en openheid zijn dus erg belangrijk. Het proces, gaande van concept tot uitvoering is in grote lijnen gelijk aan de vorige bedrijven. Ook bij Make It Fly is het valideren van een concept erg belangrijk. Opmerkelijk was ook dat de betrokkenheid van de klant uitdrukkelijk verwacht wordt.

Make It Fly is een groep van 5 aparte afdelingen: Duo, Nascom, Corecrew, Mediasoft en Entity(One). Zo heeft het bedrijf meer dan 80 werknemers, en is het gevestigd in Genk, maar ook Brugge of Gent. Ik vroeg aan de spreker op welke manier de teams zijn samengesteld bij een gemiddeld project.

Gemiddeld gaat het om 8 personen, waaronder UX-designers, de project-lead en webdevelopers, of de servicedesk. Doorheen het proces kan de samenstelling ook wijzigen.

In hun aanpak streven ze ernaar om de aparte teams zo goed mogelijk te ondersteunen. Zo bieden ze toch wel een meerwaarde, de bedrijfscultuur is open, en ze zetten in op 'fun', maar ook op regelmatige feedbackmomenten en flexibel thuiswerken. Toegegeven, ook om te kunnen concurreren met grotere spelers zoals Cegeka, in de *war for talent*.

Conclusie

Het bezoek van de drie sprekers maakt alvast één ding erg duidelijk: digitaal vormgeven doe je nooit alleen. In grote lijnen is hun werkwijze gelijkaardig. De gebruiker staat hierbij centraal, en door middel van *Agile* en *Design Thinking* wordt al in de vroege ontwerpfase een product uitvoerig op de proef gesteld. Tweede besluit: er wordt nooit zomaar iets gebouwd, de voorbereiding is vaak bepalend voor het succes van een product. Ook de bedrijfscultuur valt me erg op. Ik heb al een korte loopbaan achter de rug, maar in een eerder traditioneel bedrijf. Bij de bedrijven die langs zijn gekomen is er veel openheid, denk ik, en wordt er opvallend meer moeite gedaan om de werknemers goed te omkaderen. Ik zou graag werken voor alle drie, maar elk bedrijf heeft ook zijn minpunten. Ik kan alleen maar concluderen dat een beroep als UI/UX-designer nog niet zo gek klinkt.

Craig Soenen (Made) – “My secret love for Disney”

<https://youtube.com/watch?v=rjWVjKXySHY&feature=share&si=EMSikaIECMiOmarE6JChQQ>

Jelle Van Den Bergh – “33 tips voor een nog betere zekergezond.be”

<https://jelvdb.medium.com/33-tips-voor-een-nog-betere-zekergezond-be-eabf6f40c48>