

Opdracht:

We kregen de briefing voor het project om een Redesign/aanpassing te maken voor fontys ict dit waren de requirements:

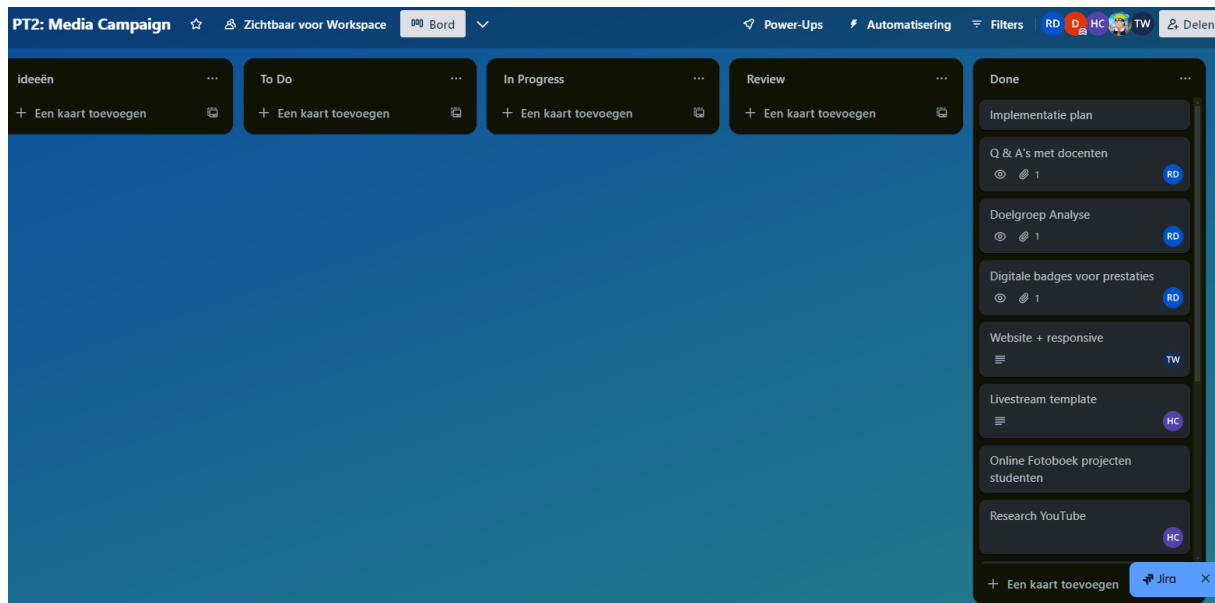
Activities

There is no fixed list of activities for the first sprint, because your approach and chosen methods depend on the chosen product. A number of standard activities and associated products have been listed as a guide:

- Finding inspiration for your product, concerning campaigns, visuals etc
- Define the goal (check with client)
- Define brand identity
- Analyse the target audience
- Analyse the current media products (website, communication products), define what is missing
- Generate ideas
- Make a strategy and planning
- Make your marketing means
- Test them

Werkverdeling:

We zijn direct begonnen met het opzetten van een trello om het werk te verdelen:



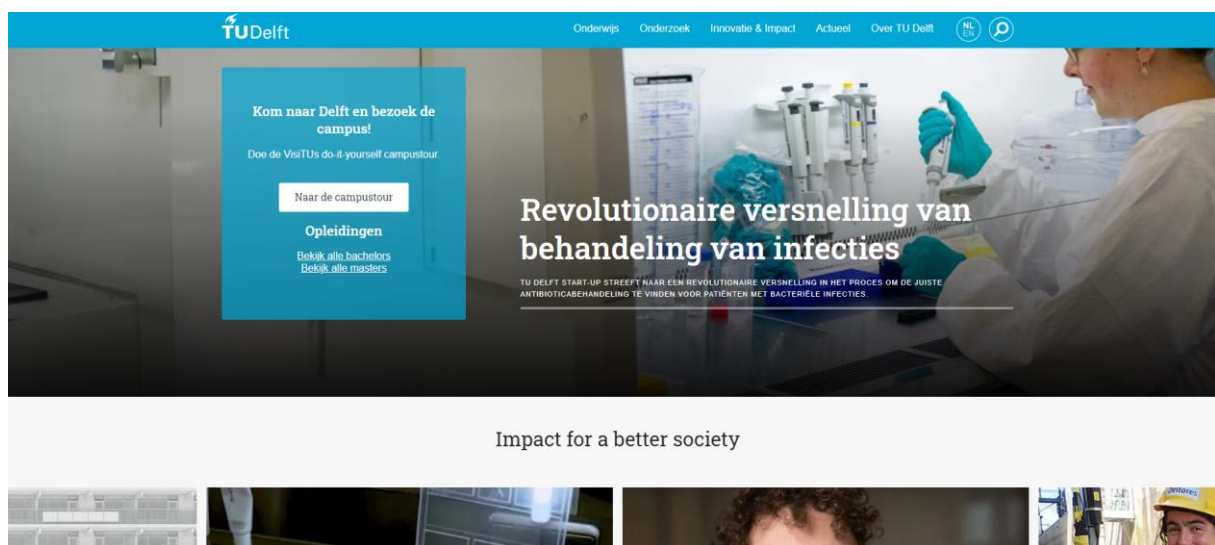
We hebben de taken opgedeeld + wat extra ideeën bedacht.

Oriëntatie:

Ik ben gaan kijken bij andere scholen om dingen de cherrie picken die hun misschien wel of niet goed doen.

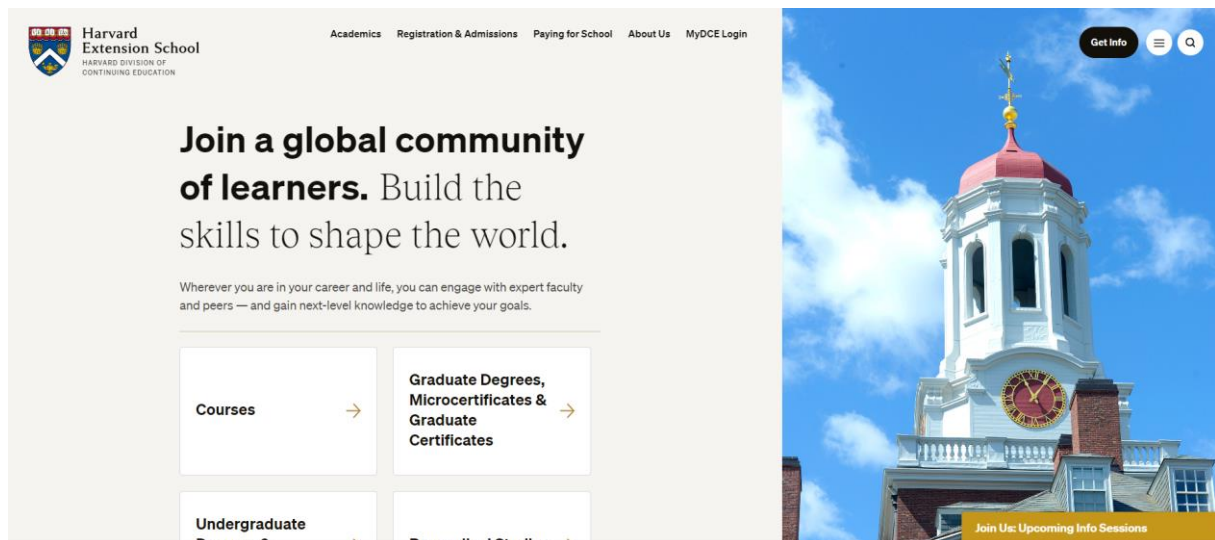
TU Delft:

<https://www.tudelft.nl/>



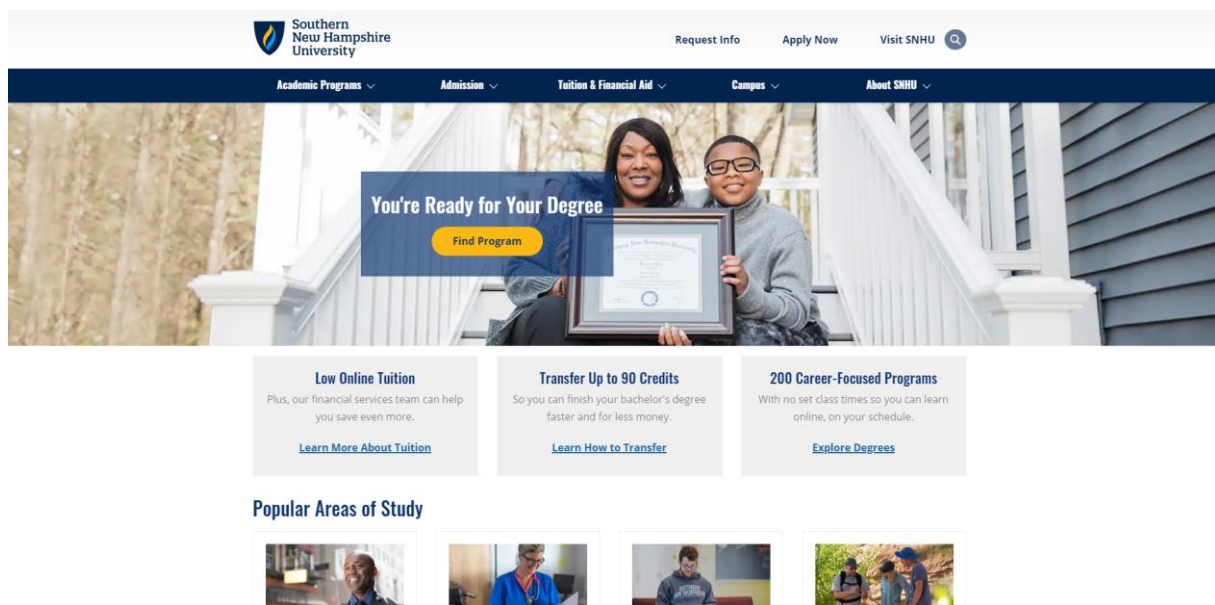
Harvard:

<https://extension.harvard.edu/>



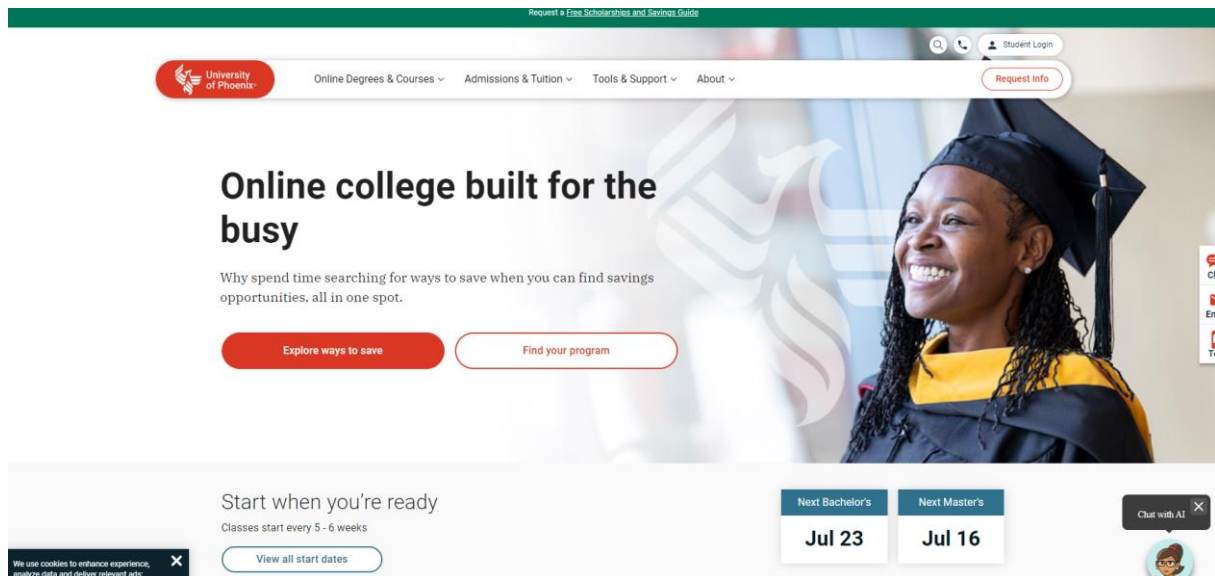
Southern New Hampshire University:

<https://www.snhu.edu/>



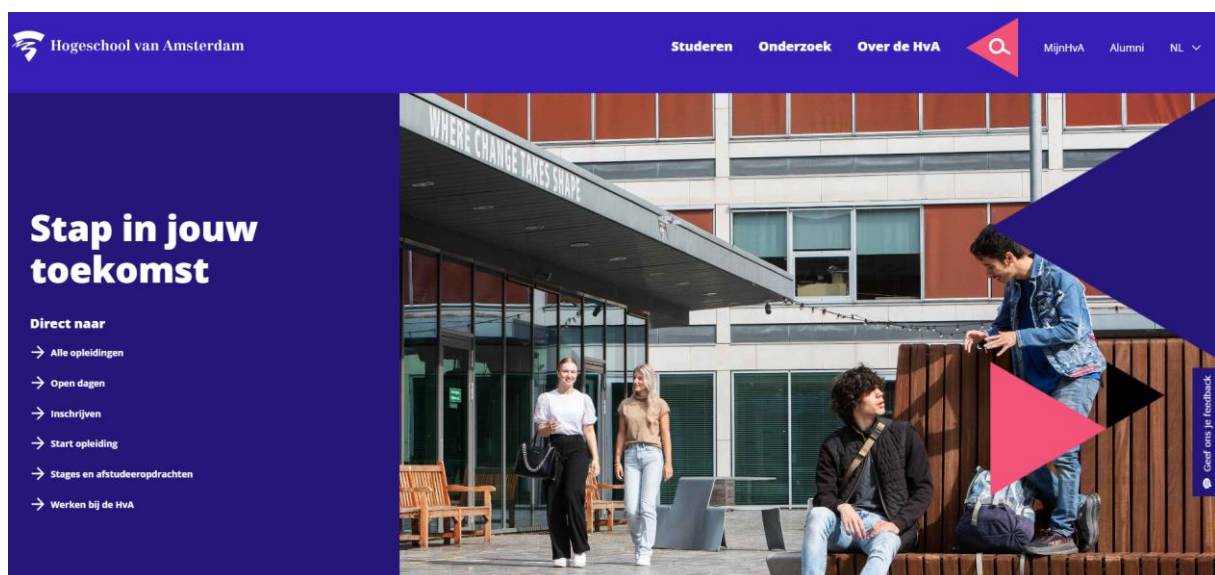
University of pheonix:

<https://www.phoenix.edu/>



Hva(bedenker van de CMD methods):

<https://www.hva.nl/>



Doelgroep:

Als 1^e ben ik begonnen met het maken van een doelgroep analyse daar kwam dit uit:

Carrièreswitchers: De groeiende vraag naar ICT-vaardigheden is duidelijk zichtbaar in Nederland. Volgens het CBS zijn ICT-vaardigheden essentieel in de huidige arbeidsmarkt en is er een grote vraag naar mensen met deze vaardigheden. Veel bedrijven hebben moeite om ICT-vacatures te vervullen, wat kansen biedt voor carrièreswitchers die de overstap naar de ICT-sector willen maken

Professionals in technische functies zonder formele ICT-opleiding: Het CBS rapporteert dat de vraag naar ICT-specialisten hoog is, vooral in technische functies. Veel bedrijven bieden ICT-cursussen aan hun personeel aan om hen te helpen hun vaardigheden te formaliseren en te verbeteren, wat deze groep professionals een goede kans geeft om hun carrière in de ICT-sector voort te zetten

Recent afgestudeerden van niet-ICT-gerelateerde opleidingen: Jongeren tonen steeds meer interesse in ICT vanwege de carrièremogelijkheden in softwareontwikkeling, data-analyse en IT-beheer. Het CBS bevestigt dat de digitale vaardigheden onder jongeren hoog zijn en dat deze vaardigheden steeds belangrijker worden in de arbeidsmarkt.

Werkende professionals die hun vaardigheden willen upgraden: Er is een toenemende behoefte aan ICT-vaardigheden in diverse sectoren zoals marketing, financiën en administratie. Het CBS benadrukt dat digitale vaardigheden een belangrijk onderdeel zijn van de moderne arbeidsmarkt, en professionals zoeken vaak naar manieren om hun ICT-kennis te verbeteren om competitiever te blijven

Oudere volwassenen op zoek naar nieuwe uitdagingen: De digitale vaardigheden onder volwassenen in de leeftijdsgroep 40-50 jaar zijn belangrijk om relevant te blijven in een snel veranderende digitale wereld. Veel volwassenen willen hun kennis bijwerken en nieuwe uitdagingen aangaan naast hun huidige carrière, wat door het CBS wordt ondersteund als een groeiende trend

Ondernemers en freelancers: Zelfstandige ondernemers en freelancers zien de waarde in van het ontwikkelen van ICT-vaardigheden om hun bedrijf te laten groeien. Volgens het CBS maken veel bedrijven en zelfstandigen gebruik van nieuwe ICT-toepassingen zoals clouddiensten en Internet of Things (IoT) om hun efficiëntie en marktpositie te verbeteren

Conclusie:

De diverse doelgroep voor de deeltijdopleiding ICT biedt een brede kans om verschillende individuen met uiteenlopende achtergronden en doelstellingen aan te spreken. Door zich op deze doelgroep te richten, kan de opleiding een diverse groep studenten aantrekken en hen helpen hun doelen te bereiken in de groeiende ICT-sector.

Bronnen:

<https://longreads.cbs.nl/ict-kennis-en-economie-2022/>

<https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2023/48/ict-kennis-en-economie-2023>

<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/19/nederland-europese-koploper-digitale-vaardigheden>

Persona:

Ik heb een persona gemaakt op basis van mijn onderzoek naar de doelgroep:

DAAN JANSSEN



Gender : man
Leeftijd : 28
Opleiding : Mbo Marketing
Bezigheden : Project manager

BIOGRAPHY

Als een gedreven marketingstudeerder van 28, combineert hij zijn passie voor creativiteit met analytisch denken om innovatieve strategieën te ontwikkelen die merken doen opvallen in een competitieve markt.

MOTIVATIONS

Zijn diepgewortelde nieuwsgierigheid naar consumentengedrag en zijn drang om impact te maken, stimuleren hem om voortdurend te streven naar nieuwe inzichten en innovatieve benaderingen binnen het marketingveld.

FRUSTRATIES

Beperkingen van traditionele marketingmethoden
Verlangen naar meer ruimte voor creativiteit en experimentatie
Ondervinden van weerstand binnen organisaties tegen verandering

MOTIVATIES

Diepgewortelde nieuwsgierigheid naar consumentengedrag
Drang om impact te maken in het marketingveld
Streven naar continue groei en innovatie

BRANDS



NIKE SPOTIFY

Research:

Voor mijn research over wat aanslaat op de doelgroep heb ik gebruik gemaakt van de deelvragen methode zoals hieronder vermeld:

Doelstellingen van het Onderzoek

Het onderzoek had als doel om de volgende vragen te beantwoorden:

1. Wat zijn de huidige percepties en verwachtingen van (potentiële) studenten van Fontys ICT Deeltijd?
2. Welke digitale en traditionele marketingtools kunnen de betrokkenheid en tevredenheid van studenten verhogen?
3. Hoe kunnen we de zichtbaarheid en aantrekkelijkheid van de opleiding verbeteren?

Methodes

Mijn onderzoek bestaat uit:

- Enquêtes: We hebben enquêtes afgenomen onder huidige en potentiële studenten van de deeltijdopleiding om hun verwachtingen en voorkeuren te peilen.
- Analyse van Concurrenten: We hebben een analyse uitgevoerd van vergelijkbare opleidingen en hun marketingstrategieën.

Resultaten

Uit de analyse kwamen drie hoofdstrategieën naar voren die bijzonder goed aanslaan bij de doelgroep van Fontys ICT Deeltijd:

1. Digitale Badges voor Projecten:

- Bevindingen: Studenten waarderen herkenning en validatie van hun prestaties. Digitale badges zijn een moderne en effectieve manier om behaalde competenties en afgeronde projecten te tonen.
- Voordelen: Ze bevorderen motivatie, bieden een visueel aantrekkelijk en deelbaar bewijs van vaardigheden, en kunnen eenvoudig geïntegreerd worden in professionele netwerken zoals Youtube.
- Implementatie: Een digitaal platform voor het toekennen en beheren van badges kan worden ontwikkeld, gekoppeld aan de projecten en cursussen binnen de opleiding.

2. Visitekaartjes:

- Bevindingen: Ondanks de digitale transformatie blijft er een behoefte aan tastbare 'dingen'. Visitekaartjes bieden studenten een professionele uitstraling en een gemakkelijke manier om contactgegevens uit te wisselen tijdens open dagen.
- Voordelen: Ze zijn eenvoudig te personaliseren, kunnen dienst doen als klein brevet en versterken de merkidentiteit van de opleiding.
- Implementatie: Ontwerp stijlvolle, gepersonaliseerde visitekaartjes voor studenten, voorzien van het Fontys ICT Deeltijd-logo en een QR-code die leidt naar hun online portfolio of youtube-profiel.

3. YouTube Streams:

- Bevindingen: YouTube is een krachtig platform voor kennisdeling en community building. Livestreams en opnames van lessen, workshops en evenementen trekken een breed publiek en bieden langdurige zichtbaarheid.
- Voordelen: YouTube streams vergroten de bereikbaarheid en toegankelijkheid van de opleiding, bieden potentiële studenten een inkijkje in het lesprogramma, en versterken de betrokkenheid van huidige studenten.

- Implementatie: Creëer een YouTube-kanaal voor Fontys ICT Deeltijd. Organiseer regelmatige livestreams van colleges, gastlezingen en Q&A-sessies met docenten.

Conclusies en Aanbevelingen

De rebranding van Fontys ICT Deeltijd moet zich richten op het integreren van moderne, digitale elementen die aansluiten bij de verwachtingen van de doelgroep, gecombineerd met traditionele middelen die professionaliteit en tastbaarheid bieden.

Aanbevelingen:

1. Integratie van Digitale Badges: Ontwikkel een platform voor het toekennen van badges en maak het onderdeel van de curriculumstructuur.
2. Uitgave van Gepersonaliseerde Visitekaartjes: Ontwerp en produceer visitekaartjes voor alle studenten en maak deze beschikbaar tijdens open dagen.
3. Oprichting van een YouTube-kanaal: Start een officieel YouTube-kanaal voor de deeltijdopleiding en ontwikkel een contentstrategie die regelmatige uploads en livestreams omvat.

Deze strategieën zullen niet alleen de merkidentiteit van Fontys ICT Deeltijd versterken, maar ook de betrokkenheid en tevredenheid van studenten verhogen, wat uiteindelijk zal bijdragen aan een toename in inschrijvingen en het behoud van studenten.

Branding/Brand identity:

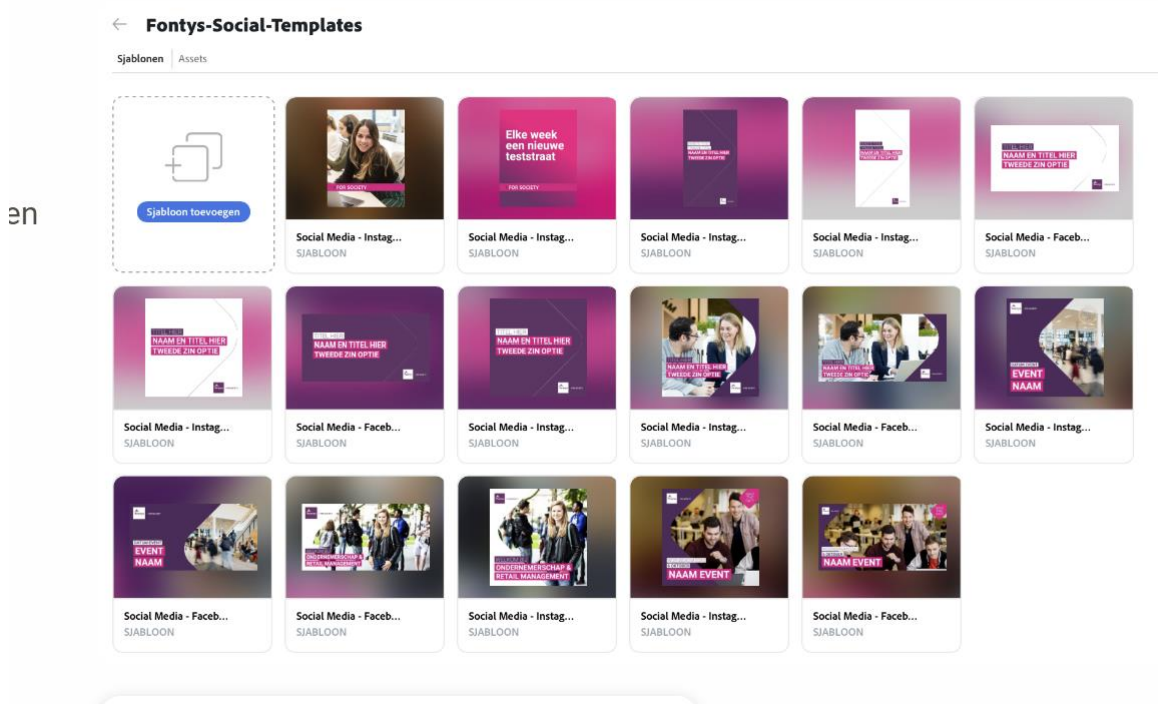
Devan heeft de Branding gemaakt echter waren we hier natuurlijk vrij beperkt in aangezien we rekening moesten houden met de stijl van fontys.





<https://www.fontys.nl/Fontys-Huisstijl-Positionering-en-profilering-1.htm>

gebruikte elementen voor inspiratie:



Typografie

Nieuw: Roboto is de huisstijlletter van Fontys en beschikbaar op de Fontys werkplekken (MS Office, Sharepoint, internet).

Dit open font wordt door alle devices geaccepteerd. Verschillende devices staan sinds 2022 het gebruik van een eigen lettertype niet meer toe. Daarom faseren we Fontys Frutiger uit. Roboto vervangt in 2023 ook het lettertype Arial in de 'kantooromgeving'. Sjablonen in MS Office worden binnenkort aangepast.



Roboto

Ab

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

Roboto Condensed

Ab

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

Hoofdkleur

Hoofdkleur is en blijft paars. Dat is de huiskleur van Fontys waar Fontys op herkend wordt. In de uiting is paars duidelijk en zichtbaar aanwezig.

Accent/Signaal kleuren

Met een accent of signaal kleur wordt een boodschap of een actie extra onder de aandacht gebracht. Deze kleuren worden gebruikt op de Fontys website. Aan de voorkant (covers, omslagen, sjablonen, templates etc.) zijn deze kleuren in aanvulling op Fontys paars te gebruiken. Ook komen deze kleuren voor bij bijv. call-to-action communicatie.

Secundaire kleuren

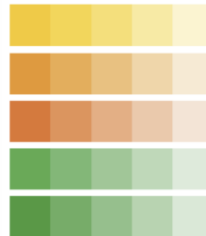
Nieuw is het palet aan ondersteunende kleuren. Indien gewenst, kan de vormgeving verlevendigd worden door dit kleurenpalet. Voorwaarde is wel dat deze kleuren 'in binnenwerk' gebruikt worden, ze zijn altijd ondergeschikt aan paars, magenta en blauw. Het is niet de bedoeling dat Fontys in haar communicatie herkend gaat worden op deze kleuren. Wel is het mogelijk om een bepaalde kleur in de toegestane gradaties te gebruiken om de boodschap extra kracht bij te zetten. Bij duurzaamheid is bijvoorbeeld de kleur groen van toegevoegde waarde. Deze kleuren behoren niet tot het web-kleurgebruik.



HOOFDKLEUREN



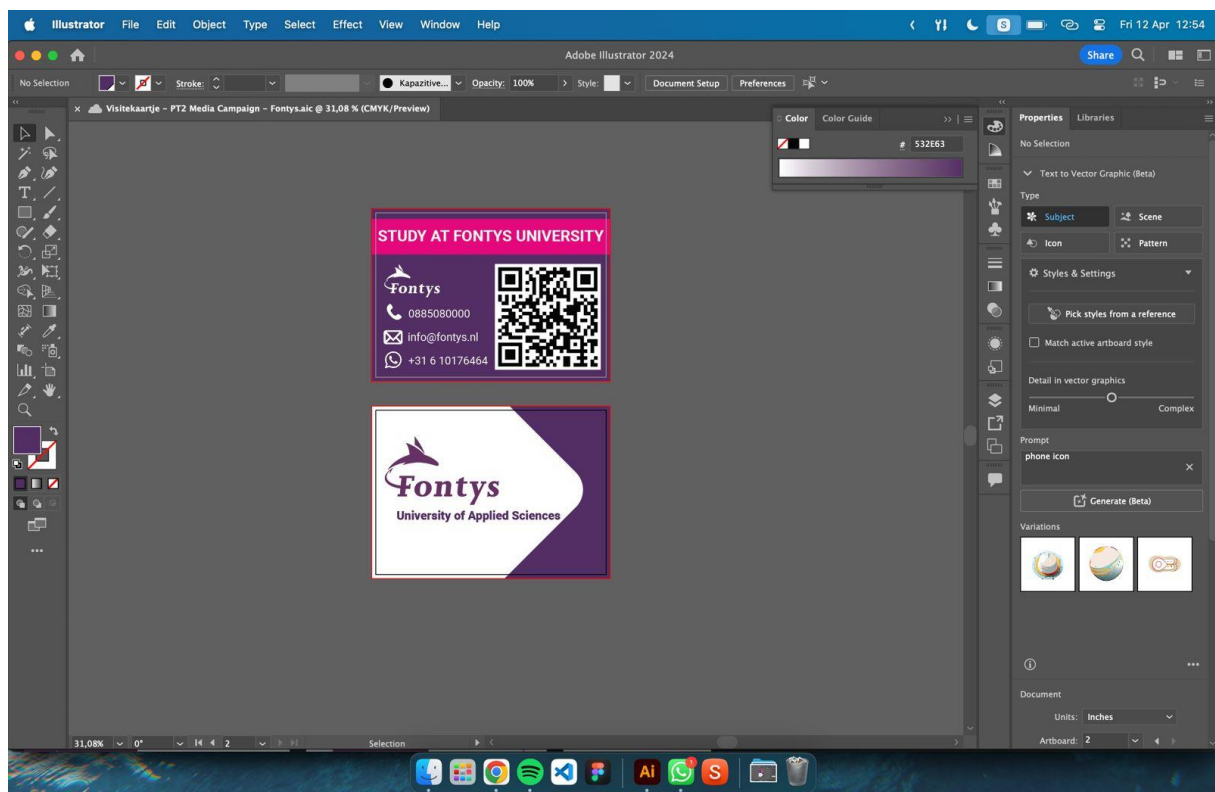
ACCENT/SIGNAAL KLEUREN



SECUNDAIRE KLEUREN

Visite kaartje

Daarna hebben we een Visite kaartje ontworpen:



Q en A's met docenten (youtube streams):

Uit mijn research kwam dat er hard gewerkt moest worden aan de socials, we hebben onze producten hier ook op afgesteld we hebben onze focus gelegd op youtube omdat onze doelgroep voornamelijk daarop te vinden is (leeftijd 17-29), voor de youtube streams hadden we

uitgevogeld dat het leuk zou zijn om Q en A's met docenten te doen hieronder de vragen die ik heb opgesteld:

Wat maakt de deeltijdopleiding HBO ICT aan Fontys uniek?

Hoe ziet het curriculum eruit en welke vakken worden er gegeven?

Hoe worden de lessen georganiseerd voor deeltijdstudenten?

Welke mogelijkheden zijn er voor werkende professionals om de opleiding te combineren met hun baan?

Wat zijn de toelatingseisen voor de deeltijdopleiding?

Kunnen studenten rekenen op ondersteuning vanuit de opleiding als ze moeite hebben met bepaalde vakken?

Hoe is de verhouding tussen theoretisch onderwijs en praktische toepassingen binnen de opleiding?

Zijn er mogelijkheden voor stages of praktijkervaring tijdens de opleiding?

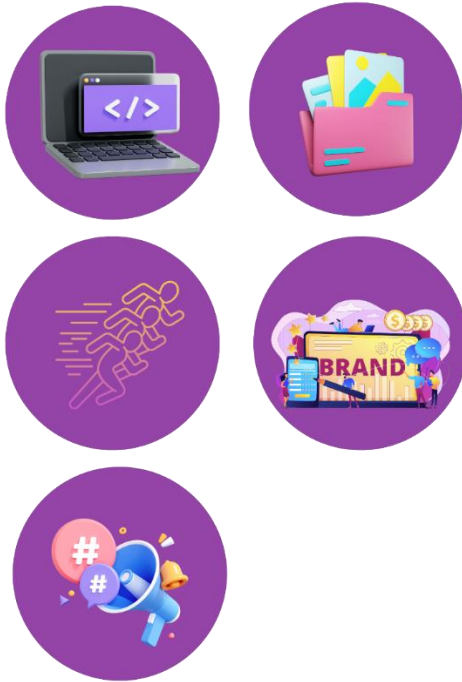
Hoe wordt de opleiding beoordeeld door voormalige studenten en werkgevers?

Wat zijn de carrièremogelijkheden voor afgestudeerden van de deeltijdopleiding HBO ICT aan Fontys?

Digitale badges:

Ik heb ook wat Digitale badges ontworpen omdat ik een research heb gedaan, hier kwam ook het onderdeel gamification uit dus we hebben een digitaal punten sparen systeem bedacht en hier heb ik de ontwerpen daarvan :

Badges



Survey:

Ik heb een survey gehouden met mijn vrienden over de website van Fontys ict Deeltijd over wat hun bevindingen waren ze vallen allemaal binnen de doelgroep

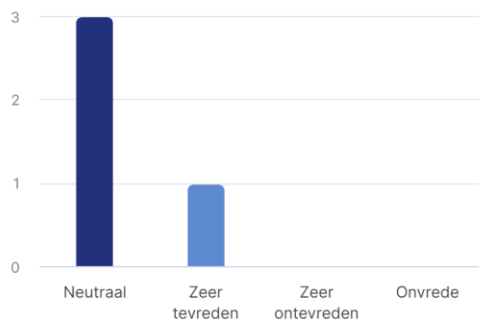
- Florian houtappels, 23 jaar
- Gijs van Der looy, 24 jaar
- Wessel Wouters, 23 jaar
- Vince Vlassak, 22 jaar

Dit waren de Vragen:

<https://www.survio.com/survey/d/G5J7G5O7S0O6I2O9E>

Resulateten:

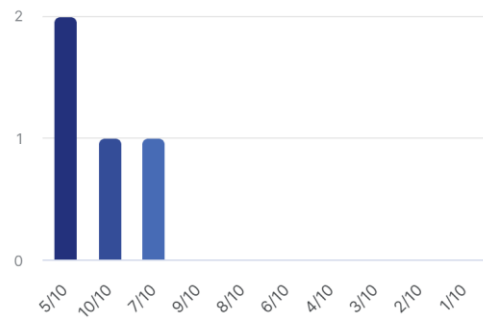
1. Wat is uw mening over het huidige thema (website stijl) van Fontys ICT Deeltijd?



[Open grafiek detail](#)

[Draaitabel](#)

2. Hoe tevreden bent u over het huidige info op de website van Fontys ICT Deeltijd?



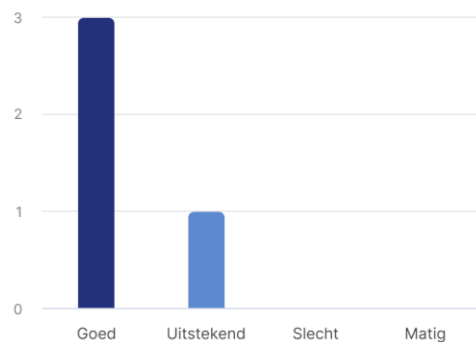
[Open grafiek detail](#)

3. Wat zou u graag zien veranderen aan de website van Fontys ICT Deeltijd?

ANTWOORD	AANTAL	RATIO
De info wat gestructureerder	1	25%
die video bovenin leid erg af	1	25%
Meerdere pagina's	1	25%
Wat meer structuur in	1	25%

[Open grafiek detail](#)

4. Hoe vind u dat de leerjaren zijn geformuleerd?



[Open grafiek detail](#)

[Draaitabel](#)

5. Welke kleuren associeert u momenteel het meest met Fontys ICT Deeltijd?

ANTWOORD	AANTAL	RATIO
Paars en Wit	1	25%
Paars, Zwart, Blauw	1	25%
paars, zwart, wit	1	25%
Paars, Zwart, Wit, Blauw	1	25%

[Open grafiek detail](#)

6. Hoe zou u de uitstraling van Fontys ICT Deeltijd omschrijven?

ANTWOORD	AANTAL	RATIO
formeel	1	25%
Neutraal	1	25%
saai	1	25%
Statisch	1	25%

[Open grafiek detail](#)

7. Welk aspect van Fontys ICT Deeltijd vindt u het meest waardevol en waarom?

ANTWOORD	AANTAL	RATIO
de leerjaren, je weet precies wat je krijgt	1	25%
De opdeling van de leerjaren dat heeft niet iedere website	1	25%
de toelatingseisen	1	25%

 [Open grafiek detail](#)

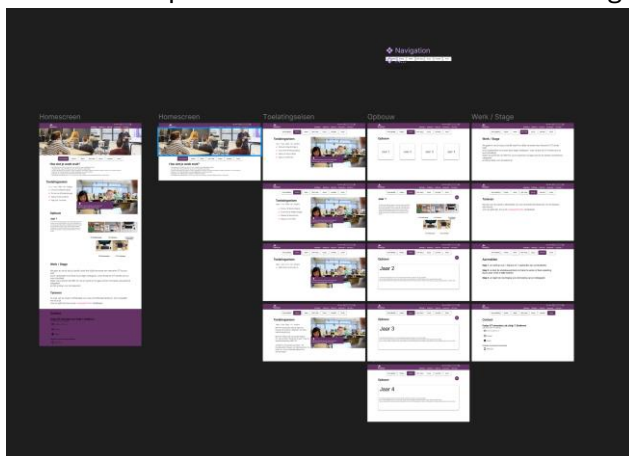
8. Heeft u nog op en aanmerkingen?

ANTWOORD	AANTAL	RATIO
-	1	25%
evt. wat minder info op de website zetten	1	25%
nee	1	25%
nee	1	25%

 [Open grafiek detail](#)

Website:

Travis heeft de website ontwikkeld in figma, omdat uit de Survey kwam dat er in de vorige website veel tekst stond, en het daardoor lastig te vinden was. Hebben we er voor gekozen om de website compact te maken en de info minimaal gehouden.



Link:

[https://www.figma.com/design/oloo06VFj0604vqjVXcsmo/Fontys-Website-Deeltijd-\(Copy\)?node-id=0-1&t=kIdPXmz5Iar63BOO-1](https://www.figma.com/design/oloo06VFj0604vqjVXcsmo/Fontys-Website-Deeltijd-(Copy)?node-id=0-1&t=kIdPXmz5Iar63BOO-1)

Presentatie:

Op het einde heb ik de presentatie gemaakt en geven met Devan en Sem en gepresenteerd.

(Staat in mijn portfolio)

Personal Note:

Aan het einde van dit project verslechterde mijn persoonlijke situatie.