

# Frontend Challenges

## Blok 1

### Casus | Blogs

Het internet wemelt van de blogs. Persoonlijke blogs, zakelijke blogs, reisblogs, foodblogs, beautyblogs. Maar wat is een blog nu eigenlijk precies en waarom bloggen zoveel mensen en bedrijven? In deze blog (jawell!) leg ik je precies uit wat bloggen nu is en wat de voordelen zijn. En hoe jij er ook simpel eentje maakt. Je ontwerpt en programmeert een blogpagina over bloggen.

#### Wat is een blog?

Om te beginnen geef ik je mijn definitie van een blog:

Een blog is een informatief of inspirerend artikel dat online staat, regelmatig verschijnt, een persoonlijk haakje heeft met een informele tone-of-voice en waarop lezers kunnen reageren.

Ik leg de vetgedrukte punten even kort voor je uit.

#### Informatief of inspirerend

In een blog vertel je iets aan de lezer waar hij wat aan heeft. Heel vaak is dat iets informatiefs (hoe je snel kunt afvallen, waarom slapen gezond is) maar het kan ook inspirerend zijn (een persoonlijk verhaal over hoe je omgaat met lastige pubers). Bedenk wel: hoe meer waarde je biedt met jouw blog, hoe makkelijker je lezers kunt krijgen. Dagboek-verhaaltjes over hoe je het eten liet aanbranden moeten wel heel erg leuk geschreven zijn, willen ze een breed publiek trekken.

#### Online

Uiteraard staat een blog altijd online. Anders noemen we het een artikel of een column. Qua inhoud maakt het niet zo'n verschil en ik heb ook wel blogs geschreven die later in een vakblad kwamen. Maar om het onderscheid helder te hebben noemen we een blog alleen een blog als hij online staat. Lees verderop waar je hem het beste kunt plaatsen.

## Regelmatig

Eén ei is geen ei en één blog is geen blog. Als mensen een blog zien, verwachten ze er altijd meer. Hoe vaak je moet bloggen hangt een beetje van jezelf af en wat je ermee wilt bereiken (zie ook het onderdeel Geld verdienen met je blog). Maar één blog per maand is wel het minimum.

## Persoonlijk

Het leuke van een blog is dat het altijd iets persoonlijks heeft. Bij een persoonlijke blog spreekt dat voor zich, maar ook bij zakelijke blogs is er vaak een persoonlijk element aanwezig. Al is het maar omdat elke ondernemer een andere kijk heeft op de zaak. De tips die bedrijf a geeft over een bepaald onderwerp, kunnen heel anders zijn dan die van bedrijf b.

## Informeel

Bij een blog hoort ook altijd een losse en informele schrijfstijl. Dat maakt bloggen ook zo makkelijk en leuk om te doen. Je hoeft je niet te houden aan saaie stijlregels die je wellicht op school geleerd hebt. Schrijf gewoon zoals je praat. En omdat iedereen kan praten, kan ook iedereen bloggen.

Tuurlijk helpen een paar schrijftips, maar je hebt er echt niet veel nodig. Hier vind je de [11 belangrijkste schrijftips voor bloggen](#).

## Reageren

Ook dit is iets wat een blog onderscheidt van de meeste andere artikelen: de mogelijkheid voor de lezer om te reageren. Ik zou deze optie altijd aanzetten, want het zorgt voor directe interactie met je publiek. Daarnaast zorgt het voor social proof: als lezers zien dat er gereageerd is door andere lezers, dan voelen ze zich gesterkt om jouw blog te lezen. Ze zijn immers niet de enigen, blijkbaar is de blog waardevol. Bang dat niemand reageert? [Zo vergroot je je reacties](#).

## Waar komt de naam 'blog' vandaan?

De term blog is al bijna zo oud als het internet zelf, al noemde men het eerst een weblog. Oftewel een log (soort dagboek) op het web (oude naam van het internet). Weblogs waren dus een eigenlijk gewoon online dagboekjes. Het was de Amerikaan Jorn Barger die in 1994 voor het eerst deze term gebruikte.



*Peter Merholz, alias de Blog Boy*

Vijf jaar later maakte een andere Amerikaan Peter Merholz daar een grapje van. In plaats van weblogschreef hij op zijn site we blog.

Zo las het ineens als een werkwoord: we blog, wij bloggen (of bedoelde hij [wee blog](#), een kleine blog?).

Sindsdien werd blog de gangbare term, ook in Nederland, en spreekt ook bijna niemand meer over weblogs, maar gewoon over blogs.

# Verschil tussen persoonlijke en zakelijke blogs

Grofweg bestaan er twee soorten blogs: persoonlijke en zakelijke blogs. En dan is er nog zo iets als een combinatie van die twee. Ik zal de verschillen toelichten.

## Persoonlijke blogs

Dit soort blogs lijken het meest op de blogs zoals die oorspronkelijk bedoeld waren. Als weblogs, online dagboeken. In een persoonlijke blog draait het erg om de verteller die opschrijft wat hij of zij zelf allemaal meemaakt. Dat kan bijvoorbeeld een reisverslag zijn (travelblog) maar ook de dagelijkse besommeringen als moeder van twee kleine kids (mamablog). Maar je hebt ook bloggers die over alles en nog wat schrijven, gewoon wat ze leuk vinden.

Enkele voorbeelden van persoonlijke blogs:

- [ikbenirisniet.nl](http://ikbenirisniet.nl)
- [iliveformydreams.com](http://iliveformydreams.com)
- [kersenbloesems.nl](http://kersenbloesems.nl)
- [Viviansvocabulaire.nl](http://Viviansvocabulaire.nl)

## Zakelijke blogs

Toen blogs steeds populairder werden, begonnen ook bedrijven te bloggen. Zo werd de zakelijke blog geboren. In een zakelijke blog gaat het meer over het vakgebied waar het bedrijf in opereert. Een zakelijke blog geeft daar tips en adviezen over. Zo kan een bedrijf dat hardloopschoenen verkoopt bijvoorbeeld een blog maken met [tips om blessures te voorkomen](#). Bedrijven met dit soort informatieve blogs laten zien dat ze veel verstand van hun vakgebied hebben. Ze profileren zich als expert en hopen zo meer klanten te trekken.

Enkele voorbeelden van zakelijke blogs van grote en kleine Nederlandse bedrijven

- [nn.nl/blog](http://nn.nl/blog)
- [capgemini.com/nl-nl/blogs](http://capgemini.com/nl-nl/blogs)
- [monsterboardblog.nl](http://monsterboardblog.nl)
- [markbongers.nl/facebook-marketing-blog](http://markbongers.nl/facebook-marketing-blog)
- [midz.nl/blog](http://midz.nl/blog)
- [webinargeek.com/blog](http://webinargeek.com/blog)
- [socialmediaondernemer.nl/blog-pagina](http://socialmediaondernemer.nl/blog-pagina)
- [debloggendedeurwaarder.nl](http://debloggendedeurwaarder.nl)
- [debloggendeadvocaat.nl](http://debloggendeadvocaat.nl)

## Voordelen van een zakelijke blog

Een blog heeft vooral voor bedrijven veel voordelen. De belangrijkste op een rijtje:

**Profileren als expert** – Zoals hiervoor al genoemd kan een bedrijf zich met een blog profileren als expert. En mensen doen graag zaken met experts. Als jij in jouw blog laat zien dat je verstand van zaken hebt, kun je sneller klanten krijgen.

**Beter scoren in Google** – Blogs zijn ook erg geschikt om bezoekers te trekken via Google. Als een potentiële klant een informatieve vraag heeft over jouw product of dienst en die aan Google stelt, toont Google jouw blog als deze het juiste antwoord geeft.

**Je bouwt een band op** – Door regelmatig iets van je te laten horen, bouw je een band op met jouw publiek. Niet iedereen wordt altijd meteen klant, maar als ze ooit besluiten jouw product of dienst aan te schaffen denken ze wel het eerste aan jou. Omdat ze jou nu goed kennen.

Lees hier alle [11 redenen waarom een zakelijke blog goed is voor je business](#)

## Geld verdienen met je persoonlijke blog?

Zakelijke blogs hebben dus als doel om meer bekendheid te creëren voor het bedrijf en om zo meer omzet te genereren. Persoonlijke blogs hebben dat doel in principe niet. Toch zijn er ook bloggers die met hun persoonlijke ontboezemingen geld proberen te verdienen. Die hopen dan op zoveel lezer dat ze er adverteerders mee kunnen trekken. Denk aan de mamablogs, de travelblogs, de foodblogs en de beautyblogs. Het verschil met een zakelijke blog is dat deze bloggers van hun blog hun business willen maken, terwijl bedrijven met een zakelijke blog al een business hebben en daarover bloggen. Dit heeft vooral gevolgen voor hoe vaak je moet bloggen. Een bedrijf hoeft maar een paar goede zakelijke blogs te hebben om al interessant te zijn voor potentiële klanten (die zien dan al wel dat diegene expert is). Maar iemand die van bloggen zijn business wil maken, zal voortdurend moeten bloggen. Je moet immers een flink publiek opbouwen om interessant te zijn voor investeerders. Geeft natuurlijk niet, want bloggen is nu je business, dus moet je er ook tijd in stoppen, maar het is wel hard werken. Vraag maar aan Cynthia Schultz die ik ooit sprak en die destijds als Miss Lipgloss [minimaal elke dag blogde](#) om haar publiek tevreden te houden.

# Blogs of vlogs?

Naast blogs zie je tegenwoordig ook steeds meer vlogs. Vlogs zijn in feite de visuele tegenhanger van blogs. De v staat voor video. Video-blogs dus. (Of eigenlijk video-logs, is het woordje log toch weer terug van weggeweest) Ik hoor dan ook vaak zeggen dat bloggen dood is en dat je beter kunt gaan vloggen. Mensen zouden liever naar filmpjes kijken dan naar geschreven tekst. Hoewel ik een groot voorstander ben van vlogs en heilig geloof in de toegevoegde waarde, zal ik blogs nog zeker niet afschrijven. En heus niet omdat ik blogkracht ben. :-). Ik denk namelijk dat je twee soorten publiek hebt: mensen die graag filmpjes kijken en mensen die liever lezen. Of eigenlijk twee soorten situaties. Als ik in een trein zit of met mensen om me heen, ga ik geen vlogs bekijken. Dan lees ik liever een berichtje. Op andere momenten kijk ik wel weer liever een filmpje. Het best is misschien we de combinatie zoals ik ook uitleg in deze [blog/vlog over de verschillen tussen bloggen en vloggen](#).

## Of podcasts?

En dan heb je ook nog de podcast. Dat is eigenlijk de audioversie van een blog. Weer een andere tak van sport met weer andere regels en voordelen (zo kun je een podcast weer goed beluisteren in de auto of tijdens wandelen of hardlopen). In theorie kun je één blog in drie varianten maken: een geschreven tekst, een video en een audio. Zo kan iedereen kiezen welke vorm hem het beste aanspreekt. Maar als blogger moet je er wel zin in hebben om dat allemaal te doen.

## Hoe maak je een blog: een simpel stappenplan

Een blog maken is niet zo moeilijk. Met deze 5 stappen maak je al een heel goede blog:

### **1 – Kies je onderwerp**

Als je een blog wil maken die goed gelezen wordt, moet je vooral zorgen voor een goed onderwerp. Daar begint het dus mee. Het liefst natuurlijk een onderwerp waar veel mensen in geïnteresseerd zijn.

Voor zakelijke blogs is Ubersuggest een mooie tool om mee te beginnen. Hier kun je zien hoe vaak er op een bepaald onderwerp gegoogeld wordt. Een mooie indicatie dus voor wat mensen willen weten.

Voor persoonlijke blogs is het vooral belangrijk dat je je eigen doelgroep kent. Waar worden zij enthousiast van? Wat zijn issues waar ze wellicht mee worstelen. Als je al een tijdje blogt kun je ook terugkijken: welk soort blogs werden goed gelezen. Dan weet je ook wat werkt.

## **2 – Schrijf zoals je praat**

Zoals eerder gezegd is de stijl van een blog net alsof je praat. Ga dus gewoon lekker vrijuit opschrijven wat je anders ook tegen iemand had gezegd. Heb je een bepaalde vraag waar mensen mee zitten en waar jij antwoord op wilt geven (bijvoorbeeld in de vorm van een paar tips), werk die dan gewoon zo goed mogelijk uit en vertel alles wat je weet.

Het leuke van bloggen is dat er niet echt een goed of fout is. Het is jouw blog, jouw verhaal, jouw kijk op de zaak. En het is jouw schrijfstijl. Wel helpen de volgende twee punten om meer lezers te krijgen.

## **3 – Maak een korte inleiding**

Lezers willen best lange blogs lezen (en als jij tot hier bent gekomen, is dat het bewijs, want ik ben al over de 1000 woorden). Maar in het begin zijn ze ongeduldig en willen ze weten waar jouw blog over gaat. Maak je inleiding daarom kort en krachtig. Ik geef je in de blog [5 handige tips met de High Five Formule](#).

## **4 – Maak een pakkende titel**

Lezers zien de hele dag honderden blogs voorbijkomen in hun timeline, op Google, in hun mail of waar dan ook. Op basis van de titel moeten ze beslissen of ze die gaan lezen of niet. Wil je dat ze voor jouw blog kiezen, maak je titel dan niet warrig of abstract. Een pakkende titel is een duidelijke titel, zodat de lezer meteen weet of hij verder moet klikken. Lees hier [10 tips voor een pakkende titel](#).

## **5 – Kies voor korte alinea's**

Blogs zijn voor beeldscherm geschreven en dat betekent dat ze makkelijk leesbaar moeten zijn met veel witregels en tussenkopjes. Lezers vinden het prettig als ze een tekst snel kunnen scannen en dat de tekst niet als een muur van woorden op hen afkomt. Maak je alinea's dus kort en werk waar je kunt met bullet points.

Leestip: [Maak van je blogtekst geen blok tekst](#)

Als je deze 5 stappen zet heb je al een hele goede blog gemaakt: hij sluit aan bij wat je lezer wil weten, is geschreven vanuit jouw hart en expertise, heeft een pakkende kop en leest ook prettig door een overzichtelijke structuur en korte inleiding. Niks kan meer misgaan.

# De beste plek om je blog te plaatsen

Wat is nu de beste plek om te bloggen? Dat kan op verschillende manieren, elk met een hun voor- en nadelen. Ik geef je enkele opties:

## **1 – Een eigen site**

Heb je al een site (als bedrijf bijvoorbeeld) dan is het eenvoudig om je blog daar onder te brengen. Maak een apart gedeelte en noem die blog (of tips). Het voordeel is dat de bloglezers nu al direct op jouw site zitten – daar waar je meestal ook je producten en diensten verkoopt.

## **2 – Een losse blogsite**

Je kunt ook kiezen om een aparte blogwebsite te maken. Zeker als je een persoonlijke blog start, kan dat een optie zijn. Je maakt een blogsite eenvoudig en gratis met WordPress. Jouw blogs komen nu steeds in anti-chronologische volgorde op je blogsite te staan. Dus steeds de nieuwste bovenaan.

Je moet nu wel zelf voor je bezoekers gaan zorgen. Zeker in het begin (als lang niet iedereen jou kent) kan dat nog wel even duren.

(Overigens kun je met WordPress ook gewone websites bouwen en daar dan alsnog een onderdeel blog aan toevoegen.)

## **3 – Op social media**

Je kunt je blogs ook direct plaatsen op social media, bijvoorbeeld op Facebook of LinkedIn. Voordeel is dat je nu niks hoeft te bouwen en dat je vaak al volgers (en dus lezers) hebt. Nadeel is dat je weinig controle hebt in de opmaak en dat je ook niet weet aan wie Facebook of LinkedIn jouw blog laat zien – ze laten namelijk niet alles aan iedereen zien.

## **4 – Op een site/blog van iemand anders**

Je kunt ook aanhaken bij bestaande blogwebsites. Dat wordt een gastblog genoemd. Denk bijvoorbeeld aan bepaalde mamablogs of travelblogs waar jij dan af en toe een bijdrage voor maakt. Of bij zakelijke blogs aan een HR-blog als HR-Base of marketingblog als Marketingfacts. Voordeel is dat die blogs vaak al een flink groot publiek hebben waar je op meelift. Nadeel is dat je minder zeggenschap hebt, vaak aan redactionele richtlijnen gebonden bent en minder makkelijk je producten/diensten kunt verkopen.



# Lezers krijgen

Wie blogt wil ook gelezen worden natuurlijk. Maar hoe krijg je die? Het helpt als je aanhaakt bij een bestaande blog zoals ik hiervoor al zei. Maar als je je eigen blog start, wil je ook wel gevonden worden. Hoe zorg je daarvoor? Paar tips:

**Delen, delen, delen!** – Hoe meer jij jouw blog verspreidt, hoe groter de kans op lezers. Deel je blog dus zeker op je eigen social media-kanalen als Facebook, Twitter en LinkedIn. Maar vergeet ook niet bepaalde forums uit jouw vakgebied niet. Of denk aan de reactie onder blogs van anderen. Maak het wel relevant en dump niet alleen maar je linkje zonder toelichting.

**Leg een mailbestand aan** – Ook al vinden jouw lezers jouw blogs nog zo leuk, je kunt niet van ze verwachten dat ze uit zichzelf elke dag op jouw site gaan kijken of je weer iets geplaatst hebt. Geef ze de optie om zich in te schrijven voor jouw blogmail (ik noem het [liever geen nieuwsbrief](#)). Zo kun je ze een mail sturen als je een nieuwe blog hebt.

**Word vindbaar in Google** – Zorg dat je blogs aansluiten bij vragen die gesteld worden in Google. Zo kun je elke dag bezoekers krijgen die jouw blog op die manier vinden. Zonder dat je er omkijken naar hebt. Je moet wel zorgen dat die blog hoog komt in Google, maar [dat leer ik je in een dag](#).

**Schrijf goede blogs** – Maar het allerbelangrijkste is door gewoon goede en leuke blogs te maken. Blogs die waarde bieden aan de lezer. Want dan krijg je niet alleen blijde lezers, die lezers zullen hem ook weer delen onder hun vrienden en dan kan het hard gaan.

# De Challenges

## Design Challenge 1

1. Ontwerp in XD een blogpagina. Verwerk daarin het bovenstaande blogartikel.
2. Zoek en gebruik afbeeldingen die afkomstig zijn van [www.pexels.com](https://www.pexels.com).
3. Gebruik hiervoor de Desktop Artboard.
4. Laat jouw ontwerp goedkeuren door de docent.

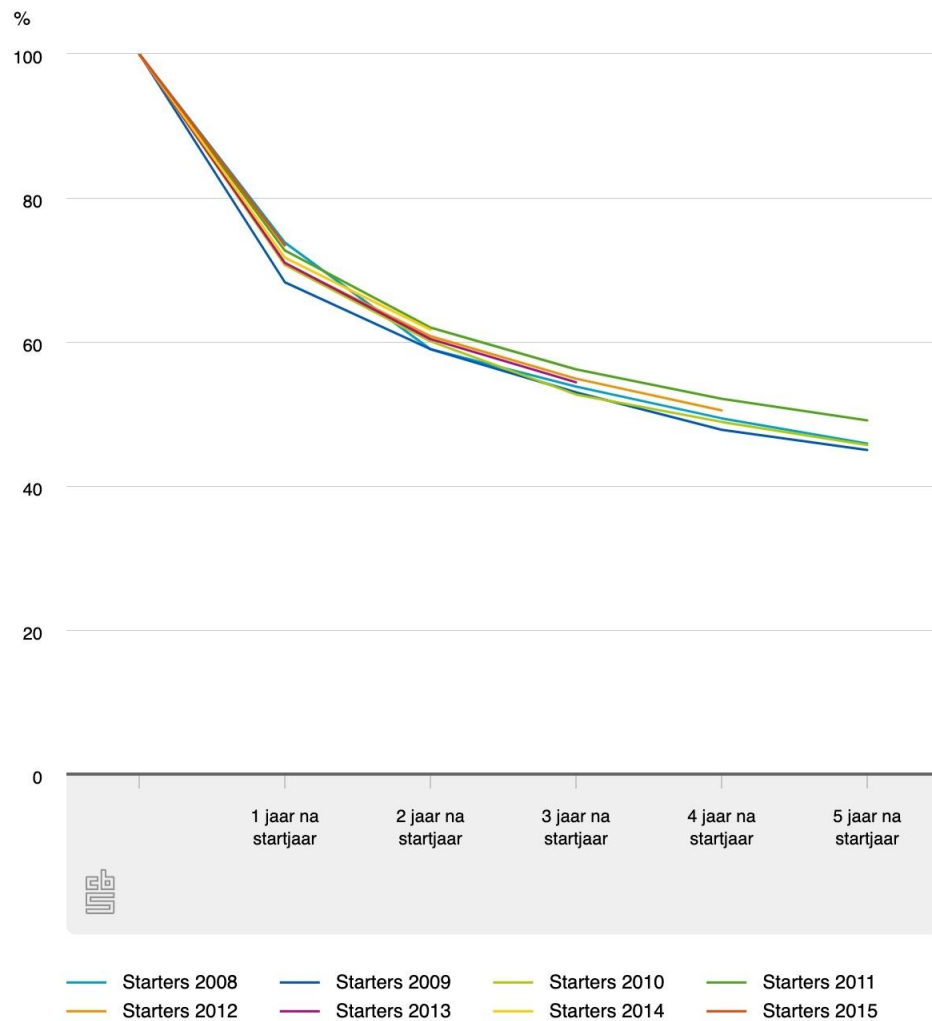
## HTML Challenge 1

1. Zet jouw ontwerp van Design Challenge 1 om tot een webpagina.
2. Gebruik enkel en alleen HTML.
3. Laat jouw code goedkeuren door de docent.

## Casus | ZZP'ERS

In de periode 2008-2015 startten er jaarlijks gemiddeld 206 duizend zzp'ers en stopten er 176 duizend zzp'ers. Het gaat daarbij om werkenden met een hoofd- of neveninkomen als zzp'er. Tot de stoppers behoren ook zzp'ers die met pensioen gaan. Van alle startende zzp'ers is na één jaar ruim 70 procent nog steeds actief als zelfstandige (met of zonder personeel). Na vijf jaar is nog iets minder dan de helft actief.

Startende zzp'ers die zelfstandige blijven (met of zonder personeel)



Afbeelding C1

	Starters 2008 (%)	Starters 2009 (%)	Starters 2010 (%)	Starters 2011 (%)	Starters 2012 (%)	Starters 2013 (%)	Starters 2014 (%)	Starters 2015 (%)
	0	0	0	0	0	0	0	0
1 jaar na startjaar	2,2	2,1	1,9	1,8	2,3	2,2	1,9	2,1
2 jaar na startjaar	2,8	3,1	2,6	2,8	3,1	2,9	3,0	
3 jaar na startjaar	3,4	3,4	2,9	3,3	3,6	3,6		
4 jaar na startjaar	3,5	3,5	3,2	3,6	4,2			
5 jaar na startjaar	3,6	3,7	3,5	4,2				

Afbeelding C2

## HTML Challenge 2

1. Maak met enkel HTML een webpagina met de volgende drie onderdelen:
  - a. Een onderdeel waarin de gegevens van afbeelding C2 zijn weergegeven in een tabel.
  - b. De volgende inleidende tekst: Heb je plannen om een eigen bedrijf op te starten? Stel jezelf dan de volgende 15 krachtige vragen omdat je dan zeker weet of jij er klaar voor bent om van jouw bedrijf een fantastisch succes te maken.
  - c. Een enquêteformulier waarin de volgende vragen erin worden verwerkt:
    - i. In welke markt wil ik een bedrijf starten?
    - ii. Kan ik mijn bedrijf vanuit huis opstarten en managen?
    - iii. Hoeveel startkapitaal heb ik nodig?
    - iv. Hoe bepaal ik de juiste locatie voor mijn bedrijf?
    - v. Op welke doelgroep(-en) ga ik mij focussen?
    - vi. Moet ik een ondernemingsplan schrijven?
    - vii. Is een franchise concept een optie of zet ik zelf mijn bedrijf op?
    - viii. Moet ik op een locatie starten of direct op meerdere locaties?
    - ix. Hoelang duurt het voordat ik mijn bedrijf winstgevend kan maken?
    - x. Heb ik specifieke vergunningen nodig voor het starten van mijn bedrijf?
    - xi. Hoe ziet mijn concurrentie eruit?
    - xii. Wat is de toegevoegde waarde van mijn product of dienst?
    - xiii. Hoe ga ik mijn bedrijf financieren?
    - xiv. Waar haal ik de juiste mensen en kennis om mijn bedrijf succesvol te maken?
    - xv. Wat zijn de gevolgen als ik faal?
2. Maak eerst in XD een prototype.

## CSS Challenge 1

1. Voor deze opdracht ontvang je van de docent een XD-file met een ontwerp van een landingpage.
2. Maak in de XD-file een mobile version dat past bij het huidige ontwerp.
3. Laat je ontwerp goedkeuren door de docent.
4. Zet het ontwerp om tot een werkende webpagina. Doe dat aan de hand van HTML en CSS. Probeer dit eerst mobile first te doen. De benodigde materialen, zoals afbeeldingen, kan je exporteren vanuit XD.
5. Laat je webpagina goedkeuren door de docent.