



**designosource**

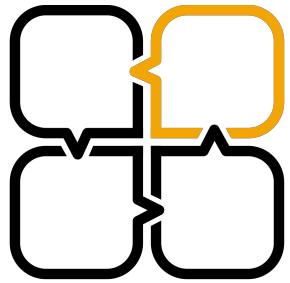
**track25**

[www.track25.be](http://www.track25.be)

2013 - 2014

## **Project**

Vlaamse Mediaregio / track25 - portaal



**track25**

cross media flanders

**Vlaamse Mediaregio / track25**

**Filip Burgelman**

Coördinator – Entrepreneurship Education  
Architect

Thomas More | DUON – Technologie en Design  
Campus Faydherbe  
Zandpoortvest 26 - 2800 Mechelen  
filip.burgelman@thomasmore.be

**Kris Vancluysen**

Project Manager  
Thomas More - More Innovation & Research  
Campus Geel  
Kleinhouefstraat 4 - 2440 Geel  
Kris.Vancluysen@thomasmore.be

Link website

[www.track25.be](http://www.track25.be)

# Inhoudstafel

<u>1. Projectplan</u>	<u>4</u>
<u>1.1 Situatieschets en probleemstelling</u>	<u>4</u>
<u>1.2 Aansturing</u>	<u>5</u>
<u>1.3 Doelstelling van het project (SMART)</u>	<u>6</u>
<u>1.4 Verwachte projectresultaten</u>	<u>6</u>
<u>1.4.1 Business goals / voordelen</u>	<u>6</u>
<u>1.4.2 User goals / voordelen voor gebruiker</u>	<u>7</u>
<u>1.5 Doelgroep en stakeholders</u>	<u>7</u>
<u>1.5.1 Doelgroep</u>	<u>7</u>
<u>1.5.2 Externe stakeholders</u>	<u>7</u>
<u>1.5.3 Interne stakeholders</u>	<u>9</u>
<u>1.6 Veronderstellingen en randvoorwaarden</u>	<u>10</u>
<u>1.6.1 Naam en logo</u>	<u>10</u>
<u>1.6.2 Landingspagina</u>	<u>10</u>
<u>1.6.3 Portaalsite</u>	<u>10</u>
<u>1.6.4 Rode draad</u>	<u>10</u>
<u>1.7 Concept</u>	<u>10</u>
<u>1.7.1 Luik 1 - Naam en logo : track25</u>	<u>10</u>
<u>1.7.2 Luik 2 - Huisstijl / style guide</u>	<u>12</u>
<u>1.7.3 Luik 3 - Landingspagina</u>	<u>12</u>
<u>1.7.4 Luik 4 - Strategie en proof-of-concept portaalsite</u>	<u>16</u>
<u>1.7.5 Luik 5 - Uitnodiging presentatie</u>	<u>25</u>
<u>1.8 Projectafbakening met functionaliteiten</u>	<u>26</u>
<u>1.8.1 Scope van het project</u>	<u>26</u>
<u>1.8.2 Functionaliteiten</u>	<u>27</u>
<u>1.9 Ontwikkeling interface</u>	<u>29</u>
<u>1.9.1 Landingspagina</u>	<u>29</u>
<u>1.9.2 Portaal</u>	<u>30</u>
<u>1.10 Relatie met andere projecten en/of initiatieven</u>	<u>32</u>
<u>1.11 Projectfasering</u>	<u>33</u>
<u>1.12 Projectbegroting, raming kosten per fase</u>	<u>34</u>
<u>1.13 Risicoanalyse</u>	<u>35</u>
<u>1.13.1 Bedenken naam en logo</u>	<u>35</u>
<u>1.13.2 Presentatie naam en logo</u>	<u>35</u>

<u>1.13.3 Scope change</u>	<u>35</u>
<u>1.14 Opportuniteiten en acties</u>	<u>36</u>
<u>1.15 Meerwaarde</u>	<u>36</u>
<u>2. Voortgangsrapportering : werkelijk gepresteerde uren per fase</u>	<u>37</u>
<u>3. Leerpunten</u>	<u>38</u>
<u>3.1 Rol van Projectcoördinator (Joeri Janssens)</u>	<u>38</u>
<u>3.2 Kay Karremans</u>	<u>38</u>
<u>3.3 Sander Geenen</u>	<u>39</u>
<u>3.4 Mike Henderyckx</u>	<u>40</u>
<u>3.5 Dries Winderickx</u>	<u>41</u>
<u>3.6 Thomas Bormans</u>	<u>42</u>
<u>4. Bijlagen</u>	<u>43</u>
<u>4.1 E-mail</u>	<u>43</u>
<u>4.2 Vergadering / Brainstorm bedenken naam</u>	<u>53</u>
<u>4.3 Mural.ly</u>	<u>53</u>
<u>4.4 Foto's presentaties</u>	<u>57</u>

# 1. Projectplan

## 1.1 Situatieschets en probleemstelling

De projectpartners willen de regio Mechelen-Vilvoorde profileren en ‘branden’ als crossmediale regio. De volledige waardeketen met betrekking tot crossmedia (audiovisueel, print, nieuwe media, reclame en de combinaties onderling) is in de regio immers aanwezig. Deze branding heeft als doel samenwerkingsverbanden uit te bouwen, activiteiten te clusteren en innovatie en ondernemerschap in media in de regio te stimuleren. Het digitale platform dat ontwikkeld zal worden zal dezelfde naam en logo dragen en fungeert als een virtueel loket van de regio.

Het heeft de volgende functies :

- Centraliseren van informatie over de crossmedia industrie in de regio.
- Een ondernemerswegwijzer zijn voor creatieve bedrijven met info over huisvesting, financiering, evenementen,...
- Een ontmoetingsplaats met het oog op samenwerking en shared resources zijn.
- Een sociaal netwerk, met nieuws en info over alle vakgebieden uit de media-industrie en over de regio.

De naam moet volgende gevoelens oproepen: jong, creativiteit, innovatie, ondernemerschap, crossmedia, economische ontwikkeling, netwerk, cluster, (geen expliciete verwijzing naar Mechelen of Vilvoorde).

Momenteel ontbreekt nog de samenhang tussen alle crossmediale bedrijven in de regio rond Mechelen-Vilvoorde, waardoor veel info, samenwerkingskansen en kansen op nieuwe innovatieve structuren gemist worden.

Daarom gaat Mechelen samen met de stad Vilvoorde een digitaal platform oprichten om de mediasector in de regio extra te ondersteunen en een optimaal investeringsklimaat uitbouwen voor de mediasector.

De bedoeling is dat mediabedrijven kunnen samenwerken en faciliteiten kunnen delen om op die manier hun kans op succes te vergroten.

De online toepassing moet de mediabedrijven in staat stellen om niet alleen kennis te delen, maar ook mensen en materiaal. Zo kunnen opnameruimtes worden gedeeld, stageplaatsen worden uitgewisseld en kan er samen onderhandeld worden over advertentiedeals en grote investeringen.

Via een samenwerking tussen lokale overheden, het bedrijfsleven en kennis- en onderwijsinstellingen - de ‘triple helix’ - wil track25 de regio Mechelen-Vilvoorde als Vlaamse crossmedia regio op de kaart zetten en ondernemerschap en innovatie in crossmedia sectoren aantrekken en versterken.

## 1.2 Aansturing

Projectcoördinator :	Janssens Joeri
Projectgroepleden :	designosource groep (eerste week)
	VMR/track25-team : Kay Karremans, Mike Henderyckx, Sander Geenen, Dries Winderickx. <i>Update ten gevolge van scope change (werkend portaal tegen 5 mei):</i> Op 10 maart werd Thomas Bormans aan het team toegevoegd omwille van kennis WordPress.
Datum aanvang :	20 september 2013
<sup>1</sup> Datum oplevering :	7 nov 2013 : 5 voorstellen (5 namen en 5 logo's) → <i>wijziging</i> : 7 nov 2013 : 1 logo en 1 naam (officiële voorstelling in Lamot Mechelen)
	Einde semester : Definitief ontwerp naam, logo en huisstijl → <i>wijziging</i> : - definitieve naam en logo voorstellen op 7 november in plaats van het einde van het eerste semester - huisstijl uitwerken tegen einde eerste semester
	Eind januari 2014 : Landingspagina → <i>wijziging</i> : Landingspagina wordt niet gebruikt.
	Einde academiejaar 2014 : strategie bepalen/informatie-architectuur en proof-of-concept van het platform/de portaalsite → <i>wijziging</i> : op 5 mei 2014 : een werkend portaal wordt verwacht met 80% van de functionaliteiten
	Eind april 2014 : ontwerp uitnodiging voor presentatie op 5 mei 2014 - digitale versie - geprinte versie
	Einde academiejaar 2014 : anysurfer op vraag van MotorMusic (Hans Bellens) : optimaliseren van site naar slechtziende / blinde gebruikers toe.

<sup>1</sup> Gedurende de totale looptijd van het project werden heel wat opdrachten binnen de initiële scope een aantal keer drastisch gewijzigd van de klant uit. Deadlines werden vervroegd alsook scope wijzigingen aangekondigd, waardoor de planning meerdere malen moest worden aangepast.

## 1.3 Doelstelling van het project (SMART)

Doelstelling	De projectpartners willen de regio Mechelen-Vilvoorde profileren en 'branden' als crossmediale regio. Deze branding heeft als doel samenwerkingsverbanden uit te bouwen, activiteiten te clusteren en innovatie en ondernemerschap in media in de regio te stimuleren. Het digitale platform dat ontwikkeld zal worden zal dezelfde naam en logo dragen en fungeert als een virtueel loket van de regio.
Specifiek	Ontsluiten van een cluster op een virtuele manier aan de hand van de bouw van een portaalsite.
Meetbaar	Een samenwerking tussen alle crossmediale bedrijven op de as Brussel-Antwerpen moet ervoor zorgen dat een portaal wordt opgebouwd die alle projecten gaat bundelen om op die manier de crossmediale bedrijven online te krijgen en in kaart te brengen. Dit met een digitaal instrument.
Acceptabel	De opdracht past perfect binnen het kader van designosource en is ideaal om te proeven van het echte werk. Ook al zal het voor ons een onafgewerkt product blijven op het einde van het academiejaar, zal het alvast interessante contacten opleveren.
Realistisch	De timing lijkt ons zeer strak, maar we zijn ervan overtuigd dat genoeg progressie gemaakt kan worden eens we door de eerste fase zijn geraakt, namelijk het vormen van de fundamenten (naam, logo, huisstijl). Dit vergt veel tijd doordat er veel samen gezeten en gebrainstormd moet worden worden.
Tijdgebonden	Het vastleggen van een strategie hangt nauw samen met het opstellen van een projectplanning, waarbij elke deadline moet worden nagestreefd per onderdeel. De eerste fases vergen heel veel tijd en de opgelegde timings zijn heel strak. Eens de teams werken als geoliede machines zal het vlotter verlopen.

## 1.4 Verwachte projectresultaten

### 1.4.1 Business goals / voordelen

Het bouwen en uitbouwen van een portaal om uit te groeien tot het Vlaamse Silicon Valley van de crossmedia. Een samenwerking tussen alle crossmediale bedrijven op de as Brussel-Antwerpen moet ervoor zorgen dat een portaal wordt opgebouwd die alle projecten gaat bundelen om op die manier de crossmediale bedrijven online te krijgen en in kaart te brengen. Ook wordt wel eens over het "Hollywood" van Vlaanderen gesproken.

Het opzetten van een virtuele en fysieke clustering van mediabedrijven met

gemeen-schappelijke profilering en positionering (branding) om door kruisbestuiving zoveel mogelijk kennis te delen.

Het ontwerpen en opzetten van een crossmediale “community”, waar vraag en aanbod op elkaar afgestemd kunnen worden op een heel toegankelijke manier via het portaal.

#### **1.4.2 User goals / voordelen voor gebruiker**

Aanbieden van informatie over de crossmedia-industrie in de regio op één centrale plaats.  
Het vormen van een ondernemerswegwijzer voor creatieve bedrijven met info over huisvesting, financiering, evenementen,...

Een ontmoetingsplaats vormen met het oog op samenwerking en shared resources (community). Een sociaal netwerk aanbieden, met nieuws en info over alle vakgebieden uit de media-industrie en over de regio.

### **1.5 Doelgroep en stakeholders**

#### **1.5.1 Doelgroep**

Stakeholders, ondernemend Vlaanderen (op termijn is het doel om internationaal te gaan) en iedereen die activiteiten wil opbouwen binnen de crossmediale sector. Starters die pas afgestudeerd zijn vinden ook hun plek binnen de doelgroep.

##### **Initieel :**

- Sterke focus op KMO's en freelancers in crossmedia (= uniek)
- Sterke focus op starters en pre-starters (studenten)

##### **Wijziging :**

De focus op KMO's en freelancers wordt ongedaan gemaakt en doorgetrokken naar alle ondernemingen en niet enkel KMO's en freelancers.

#### **1.5.2 Externe stakeholders**

1. Agentschap Ondernemen
2. Artoos Communicatiegroep
3. Bandido bvba
4. BBDO
5. Beast Animation
6. Bedenk
7. Bender & Grover
8. BlazHoffski Belgium
9. Buroform nv
10. Chromasoom
11. Compane
12. De Kaderleden
13. De Tree Musketeers
14. De Vijver Media
15. De Zeemier

16. designosource
17. Diginet
18. Endemol Belgium
19. Eurogrip België
20. Flanders DC
21. Flanders Smart Hub / Voka kvk Halle-Vilvoorde
22. From Concept to Screen
23. Heliotrope Film Directing
24. Humo NV
25. Hype Studio
26. Image4You
27. iMinds - MiX
28. Innovatiecentrum Antwerpen
29. IPHills
30. Johan Tuyaerts
31. Kluwer
32. Koeken troef
33. Lamot - Congres- en Erfgoedcentrum
34. LITES
35. LUON
36. MEDIA DESK BELGIË - VLAAMSE GEMEENSCHAP
37. Mediacademie
38. Mediaalaan
39. MediaNet Vlaanderen
40. Mediarte
41. Middernacht bvba
42. Motor Music
43. Nummer 10
44. Option Media
45. Plantyn
46. RESOC Mechelen
47. Ring TV
48. RTV
49. RV Productions Studio
50. Sanoma Media
51. Schaduwen
52. Secret Realm Productions
53. Seven Productions
54. Stad Mechelen
55. Stad Mechelen - citymarketing
56. Stad Mechelen - strategie & ontwikkeling
57. Stad Mechelen - Villa Crossmedia
58. Stad Mechelen Oh! (Ondernemershuis)
59. Stad Vilvoorde
60. Stad Vilvoorde - citymarketing
61. Stad Vilvoorde - Dienst economie
62. Stad Vilvoorde - Dienst huisvesting
63. Stage Track
64. Sultan Sushi
65. Tall Men Productions

66. Telenet
67. Testbeeld
68. The House of Marketing
69. The Ppress
70. Thomas More - algemene directie
71. Thomas More - BAS
72. Thomas More - BATAc
73. Thomas More - domein ICT
74. Thomas More - Groep Mens & Maatschappij
75. Thomas More - More Innovation & Research
76. Thomas More - MoreTV
77. Thomas More - opleiding Communicatiemanagement
78. Thomas More - opleiding Interactive Multimedia Design
79. Thomas More - opleiding Journalistiek
80. Thomas More - Postgraduaat Innovatie en Ondernemerschap
81. Thomas More - projectcoördinatie
82. Thomas More - Villa Crossmedia
83. TIMGlobal Media
84. Trendhuis
85. TV Skyline
86. UNIZO Creative Industries
87. Videohouse
88. Vlaamse Televisieacademie
89. Voka kvk Halle-Vilvoorde
90. Voka kvk Mechelen
91. Wim Robberechts & co
92. Woestijnvis
93. Wonderpixel
94. Vlaams minister-president
95. Brightfish
96. Panache Media
97. Mediahuis
98. GRIP-FACTORY
99. Square Melon
100. Caviar

### **1.5.3 Interne stakeholders**

In de eerste plaats de studenten van designosource zelf. Dit is een opdracht die zowel op het designosource portfolio kan staan als dat van de studenten zelf. Dit zorgt voor allebei voor naambekendheid en een professionele uitstraling.

De richting Interactive Multimedia Design en designosource op zich. Het draait hier vooral om naambekendheid, imago en branding. Het logo van designosource staat ook te pronken op de site, dus is er sowieso al meer naambekendheid.

Thomas More op zich, aangezien het een project is waar verschillende afdelingen binnen Thomas More bij worden betrokken (IMD, journalistiek,...).

De docenten in het designosource team omdat ze hiermee bewijzen dat ze het waard zijn om de designosource lichting elk jaar opnieuw te mogen gidsen doorheen de verschillende opdrachten

met elk hun voor- en nadelen. Ook hebben een aantal docenten een directe rol vervuld bij de aanvang van het project (brainstorms).

## 1.6 Veronderstellingen en randvoorwaarden

### 1.6.1 Naam en logo

Allereerst zijn we afhankelijk van de klant die bepaalt wat de voorwaarden zijn voor het logo (We moeten rekening houden dat we ons op het politiek toneel begeven). De klant wordt aldus geacht te weten wat niet en wel aanvaardbaar is. Dit is uiteraard belangrijk voor ons om te kunnen bepalen welke stijl, kleuren, etc. mogen gebruikt worden om geen politieke "rel" te veroorzaken. Het is niet enkel zo bij het logo, maar tevens bij de naam van het gehele concept. Initieel werden op dit vlak een heel pak restricties doorgespeeld, restricties die uiteindelijk wel versoepeld werden omwille van uiteenlopende inzichten binnen de klankbordgroep.

### 1.6.2 Landingspagina

Als het gaat over de landingspagina zijn we hier ook afhankelijk van de algemene structuur van de organisatie binnen "track25" (vb. hoeveel divisies er komen) alsook welke content vooral moet aanwezig zijn op de landingspagina. We kunnen hier besluiten dat de klant de inhoud/content moet kunnen aanleveren voor zowel de landingspagina, social media als de structuur van het portaal zelf (in functie van de informatie-architectuur en structuur van het portaal). Dit laatste geldt ook voor het portaal dat opgeleverd moest worden.

### 1.6.3 Portaalsite

Door het project heen werd al gauw duidelijk dat de politieke aard van het project telkens in het achterhoofd moet zitten. Zo ook voor het ontwerpen van de portaalsite. Discussies over welke foto (er werden foto's aangereikt van zowel Mechelen als Vilvoorde om op de site te tonen) eerst zou moeten getoond worden, dat er zeker een balans ligt tussen de getoonde foto's e.d. waren onvermijdelijk. Het is aan de klant om deze foto's aan te leveren. Ook de volgorde van de partners was een agendapunt op zich, want ook hier is de juiste volgorde afhankelijk van hoezeer alle partijen de volgorde konden waarderen.

### 1.6.4 Rode draad

Veel hing af van de klankbordgroep. Deze groep besliste welke content op welke manier op de site moet komen. Kleuren, benamingen, volgorde van logo's, content, etc. mochten niet op basis van "carte blanche" worden gekozen. Elk voorstel dat we deden moest worden voorgelegd en worden gescreend door de klankbordgroep, waar vooral de focus lag op hoe evenwichtig de "politieke balans" was.

## 1.7 Concept

### 1.7.1 Luik 1 - Naam en logo : track25

#### Achtergrond / staving :

- Historisch aspect : Spoorlijn25

Spoorlijn 25 is een Belgische spoorlijn, die Brussel met Antwerpen verbindt. Het was de eerste publieke spoorlijn op het Europese vasteland. Op 5 mei 1835 was nabij het station Mechelen de aankomstplaats van de eerste publieke treinrit op het Europese vasteland van Brussel, via Vilvoorde, naar Mechelen. Ook koning Leopold I was bij deze eerste treinrit aanwezig. Hij was incognito opgestapt in Vilvoorde om zijn veiligheid te garanderen. In die tijd bestond er heel wat weerstand tegen dit nieuwe vervoermiddel.

Deze gebeurtenis kunnen we ook zien als een voorbeeld van "crossmedia avant la lettre", aangezien tijdens deze treinrit vanuit Mechelen halt werd gehouden in Vilvoorde om zich te voorzien van water. Ook toen al was er reeds een samenwerkingspatroon tussen Mechelen en Vilvoorde.

Exact 100 jaar na de eerste treinrit, op 5 mei 1935, reed de eerste elektrische trein, met Koning Leopold II aan boord, op deze lijn onder 3000 volt.

Het traject zorgde voor een industriële revolutie en bloei in het handel drijven in Vilvoorde en Mechelen.

- Symboliek en betekenis :

Ontwikkeling van stationsbuurten Mechelen en Vilvoorde met oog op aantrekken van crossmedia en innovatieve bedrijven.

Ook nu zal de as Mechelen – Vilvoorde het begin van iets nieuw symboliseren, nl. het aantrekken van nieuwe (creatieve) industrieën en crossmedia bedrijven.

Tevens vormt het de verbinding tussen de as Brussel-Antwerpen met belangrijke punten in Vilvoorde en Mechelen. Het netwerk en kruisingen van sporen past perfect binnen het plaatje van de crossmedia, waar contacten en samenwerkingen ontstaan en uitgebreid worden alsook nieuwe innovatieve projecten tot stand komen. Er wordt ook een spoor getrokken tussen overheden, ondernemingen en kennisinstellingen.

Track is ook een Mediaterm : een geluidsspoor, een lied op een album.

*Printscreen resultaat :*



(Dit logo is tevens voorzien in verschillende formaten en kleuren afhankelijk van het gebruik ervan.)

## 1.7.2 Luik 2 - Huisstijl / style guide

Hier hebben we geopteerd om een style guide te ontwerpen en die voor te stellen aan de klankbordgroep (gebeurd op 17 december). Allereerst wordt het logo uitvergroot, waarbij afmetingen, stijlen en types worden voorgesteld zoals ze in de toekomst zouden moeten worden gebruikt. Vervolgens worden twee gebruikte lettertypes onder de loep genomen. Ook hier hebben we de afmetingen en de fontgroottes voorzien. Alsook hebben we aangegeven waar welke types gebruikt moeten worden.

Een derde luik bestaat uit het kleurgebruik, waarbij we de standaardkleuren van het logo definiëren alsook de verschillende kleuren die gebruikt worden voor de verschillende divisies binnen de organisatie (voorzien van RGB, CMYK, HEX en pantone waarden).

Als laatste onderdeel van de style guide hebben we geopteerd de verschillende formaten van stationery toe te lichten (business card, briefhoofd, envelopen, bedanktkaartje). Dit moet de toekomstige developer of marketeer in staat stellen conform te kunnen werken bij het gebruik van "track25" voor zowel web als print.

Dankzij het proactief maken van de style guide was het slechts een kleine moeite om vectoriële logo's van track25 aan te reiken voor de presentatie op 5 mei 2014. Toen werden banners gebruikt om de receptieruimte een groter track25 gehalte te geven en het logo al een plaats te geven als teaser.

*Printscreen resultaat: voorblad*



## 1.7.3 Luik 3 - Landingspagina

Initieel werd gevraagd een landingspagina te voorzien om de nodige zichtbaarheid te creëren in het online gebeuren. Een mockup en proof-of-concept (wat initieel de scope was voor dit academiejaar) zou niet volstaan om het concept de nodige visibility en aandacht te geven bij de potentieele investeerders en doelgroep(en).

We opteerden om de trend van het parallax scrollen te integreren. De landingspagina moet uiteraard passen in het concept en er werd gekozen om het verhaal rond de spoorlijn door te trekken.

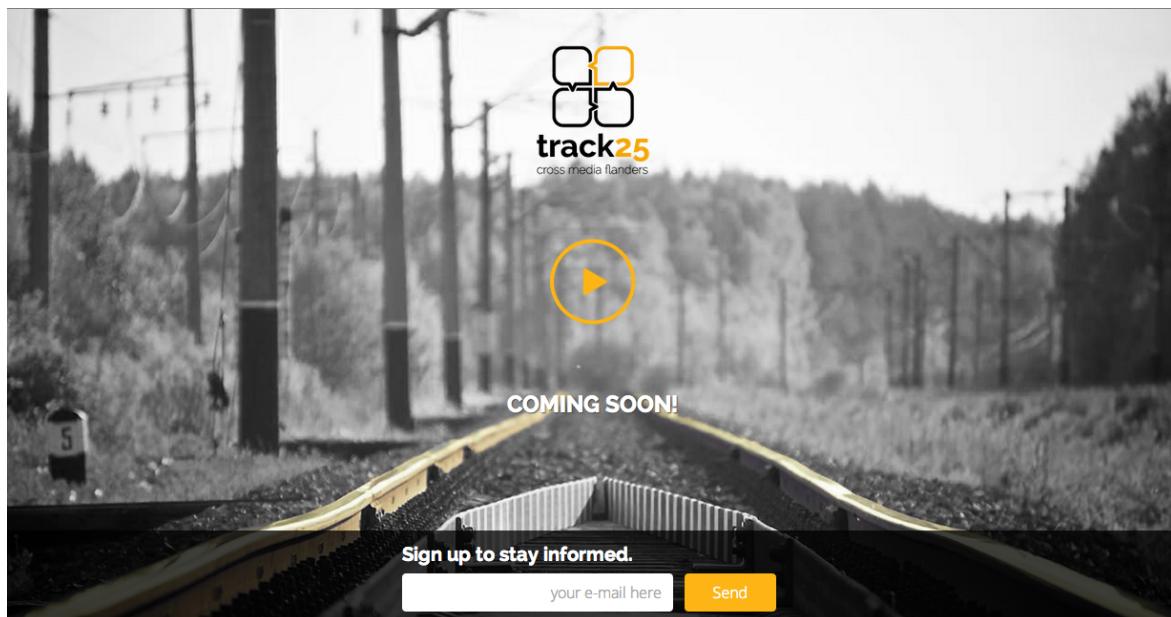
Last but not least werd de style guide op de landingspagina reeds toegepast. De stijl (logo, lettertypes, titels e.d.) werd zorgvuldig volgens de eerder bedachte style guide toegepast.

Restricties hierbij lagen vooral bij de content. Uiteindelijk werd er voorzichtig geopteerd om niet te veel informatie te tonen (op aangeven van de stuurgroep), aangezien het toch een politieke kwestie is en er geen risico's mochten genomen worden met het te veel vrijgeven van informatie. Een andere restrictie hierbij was dat de social media nog op geen enkele manier mochten gebruikt worden. Ook hier was het eerder een beslissing van politieke aard.

Het verhaal van de landingspagina kreeg jammer genoeg een anti-climax. Initieel was het de bedoeling de landingspagina te hanteren als uithangbord voor "wat komen zou", maar zover is het niet gekomen.

Uiteindelijk heeft men (de stuurgroep in samenspraak met de klankbordgroep) beslist om de landingspagina helemaal niet te gebruiken en niet online te gooien als 'teaser'. De reden voor deze beslissing was omdat er door de landingspagina te veel informatie zou getoond worden voordat track25 werd voorgesteld aan het grote publiek, iets wat men kost wat kost wilde vermijden.

*Printscreen resultaat :*



## Triple Helix

how business, education and local governments join forces



BUSINESS



EDUCATION



GOVERNMENT



## Partners

track25 is only possible thanks to the following partnership



Thomas More



Stad Mechelen



Oh! Mechelen



VOKA Mechelen



Stad Vilvoorde



VOKA Halle-Vilvoorde



## Supported by

Following organisations supported the setup of Track25



VIA - Pact2020



Agentschap Ondernemen



designosource



Soon you can follow us on social media



### 1.7.4 Luik 4 - Strategie en proof-of-concept portaalsite

Voor het begin van het tweede semester (begin februari) werd verwacht dat de klant voldoende informatie zou kunnen verschaffen vooraleer aan te vangen met informatie-architectuur en het conceptuele ontwerp.

Het vooronderzoek naar doelgroep, opstellen van persona's, concurrentieonderzoek e.d. was al voor de helft afgerond, wireframes en mockups zouden worden opgemaakt op basis van bedachte strategieën en designs. Hierop zouden we ons baseren om een uitgewerkt concept te visualiseren alsook een user testing op uit te voeren om uiteindelijk tot een proof-of-concept te komen. Deze fase werd echter plotseling onderbroken door een scope change vanuit de klankbord- en stuurgroep. Omwille van deze drastische scope change werd de fase van het vooronderzoek abrupt afgeblazen en overgaan tot het designen van de portaalsite.

**Change of scope op 8 maart : op 5 mei 2014 wordt een werkende portaal verwacht met volgende functionaliteiten :**

- toegang tot nieuws over track25 (met filter per categorie)
- informatie over de organisatie rond track25
- missie en visie moeten geïntegreerd zijn
- label track25 moet een plek krijgen op de site
- de partners moeten getoond worden, begeleid van een inleidende tekst per partner (+logo)
- toegang tot events binnen track25 (kalender)
- mogelijkheid tot het inschrijven tot nieuwsbrief / de organisatie (registratieformulier)
- toegang tot informatie ivm "ruimte voor ondernemen", waarbij de regio in beeld wordt

gebracht

- informatie over de troeven van de regio moeten centrale plek krijgen
- link naar pagina waar de community / netwerk track25 komt moet worden voorzien (maar hier geen functionaliteit gewenst voor dit academiejaar)
- infographic over reistijden met de trein tussen Brussel en Antwerpen aanmaken en integreren in de site
- proclaimer moet worden voorzien op de site

#### **Initieel verkregen content vanuit de stuurgroep :**

- Nieuws (berichten toe te voegen door partners)
  - Eventueel met onderscheid
    - Track25 Nieuws
    - Nieuws uit de crossmedia Sector
- Over Track25
  - Wat is Track25
  - Missie & Visie
  - Partners:
    - Stad Mechelen
    - Ondernemershuis Oh!
    - Stad Vilvoorde
    - Thomas More
    - Voka Mechelen
    - Voka Halle-Vilvoorde
  - Track25 Netwerk:
    - Word lid van het netwerk (form) → contacteer me nog als jullie hiermee starten
  - Track25 Netwerk in kaart gebracht (google map) → nog niet prioritair
  - Track25 Label
- Ruimte voor ondernemen (content aan te leveren door steden)
  - Troeven van de regio:
    - Mechelen: Bedrijventerreinen en huisvesting
    - Vilvoorde: Bedrijventerreinen en huisvesting
- Agenda / Activiteiten
  - Track 25 events
  - Andere events
- Matchmaking (voor geregistreerden)
  - Ik ZOEK materiaal/faciliteiten
  - Ik HEB materiaal/faciliteiten
  - Ik ZOEK talent
  - Ik HEB talent
  - Ik ZOEK projectpartners
- Mediatheek
  - Presentaties
  - Video's

- Publicaties
- Contact

We kregen de content vanuit de stuurgroep aangereikt en werd beetje bij beetje vervolledigd waar mogelijk (content moest goedgekeurd worden door de klankbordgroep, waardoor dit eerder een traag proces was). Heel wat content moest voorzien worden door de stuurgroep zelf, maar ook zij waren op hun beurt afhankelijk van de betrokken partijen / stakeholders.

Bij het bekendmaken van de scope change gaf de stuurgroep enkele voorbeelden mee van sites die reeds online staan.

Inspirerende voorbeelden :

<http://www.immovator.nl/>  
<http://www.screenbrussels.be/>  
<http://www.ondernemenderegiobrugge.be/>  
<http://www.vlaamsetelevisieacademie.be/>

Voor de uitwerking werd de keuze gemaakt tussen het CMS Drupal of WordPress. We waren het eens over de keuze voor WordPress, omdat dit ons beter leek op vlak van het aanpassen van de structuur alsook opmaak van het geheel. Aangezien we niet veel tijd hadden werd ook meteen beslist om een bestaande theme aan te kopen. In samenspraak met de docenten alsook de opdrachtgever konden we op zoek naar een theme dat het beste past bij ons concept.

We kozen Andon als theme, omdat het erg sterk leek op wat we als concept in gedachten had en het ook een aantal plugins ondersteunde die we nodig hadden na het bekijken van de gewenste functionaliteiten. Het opzetten van de WordPress was een eerste stap, het implementeren en integreren van het theme een volgende stap.

Eens de structuur en het geraamte van de site opgesteld was, konden we van start met het opmaken van de portaalsite.

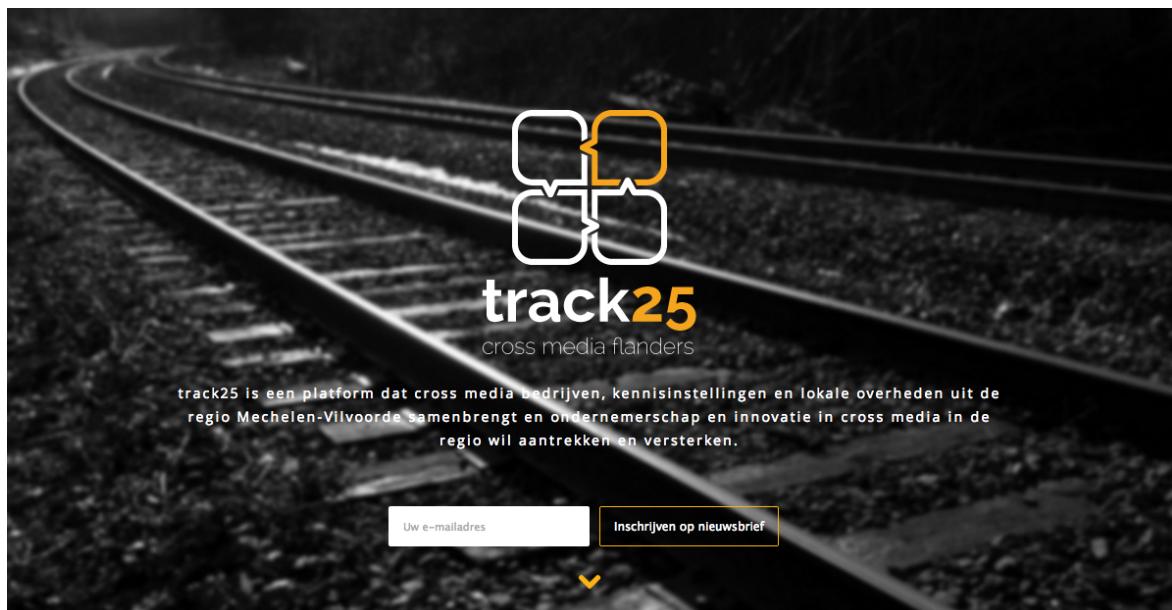
Hier werd gebruik gemaakt van GitHub, om op een zo efficiënt mogelijke manier te kunnen samenwerken aan één project. Aparte CSS-sheets werden aangemaakt (om conflicten te vermijden) en de planning werd opgesteld. Ieder teamlid kreeg zijn specifieke deeltaak met bijhorende deadline.

De PM'r werkte iteratief met de opdrachtgever om zo weinig mogelijk tijd te verliezen indien er toch iets niet was uitgewerkt zoals de klant het eigenlijk wilde. Op een aantal afgesproken data werd de contactpersoon uitgenodigd om het proces van zo nabij mogelijk te kunnen evalueren en wijzigingen doorspelen waar nodig.

Een laatste stadium bestond er in om de WordPress site online te plaatsen en te testen op de verschillende devices (tablet, mobile phone, desktop) alsook te evalueren hoe goed de site reageert op de verschillende browsers (IE, Firefox, Chrome, Opera, Safari). De laatste scherpe randjes werden weg gewerkt en de tijd was gekomen om de definitieve site door te geven aan de klant.

*Eindresultaat : [www.track25.be](http://www.track25.be)*

Printscreen resultaat :



A printscreen of the track25 news section. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, NIEUWS (which is highlighted in orange), OVER, PARTNERS, KALENDER, REGIO, CONTACT, COMMUNITY, and AL LID?. Below the navigation bar, the word "NIEUWS" is prominently displayed in orange. A sub-headline reads "vind hier het laatste nieuws over track25". Below this, there is a category filter with options: All, Business, Education, Government, and Innovation. A news item titled "Presentaties Launch Track25 05/05 online" is shown, dated KRIS 7/5/2014. It mentions that presentations from the launch and Key Note (Johan Tuyaerts) are available online. A video thumbnail for "VIDEOHOUSE" is displayed, along with a "Share" button.

## OVER

hier kan u meer informatie over track25 vinden

### Wat is track25?

In de regio Mechelen – Vilvoorde zijn tal van mediaspelers gevestigd. Het gaat om een heterogene groep van **cross media bedrijven** (audiovisueel, radio, print, web, mobile, ... ) die verschillend zijn in omvang, bedrijfsmodel, innovatiekracht en conjunctuurgevoeligheid. De volledige waardeketen op vlak van cross media **content** en **techniek** is aanwezig, gaande van opleiding tot productie en distributie.

Via een samenwerking tussen lokale overheden, het bedrijfsleven en kennis- en onderwijsinstellingen wil Track25 de regio Mechelen-Vilvoorde als **Vlaamse cross media regio** op de kaart zetten en **ondernemerschap** en **innovatie** in cross media sectoren aantrekken en versterken.

De naam verwijst naar **Spoorlijn 25**, de eerste publieke spoorlijn op het Europese vasteland die Vilvoorde met Mechelen

## PARTNERS

volgende organisaties dragen bij tot de werking van track25



## KALENDER

bekijk de opkomende events binnen track25

[Event](#) [maand](#)

### Future of Advertising Summit

#### Event details

**Begin**  
6 jun 2014 @ 08:30  
**Einde**  
6 jun 2014 @ 22:00

**Venue**  
Lamot Mechelen

## KALENDER

bekijk de opkomende events binnen track25

[Event](#) [maand](#)

di	wo	do	vr	za	zo	ma
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
19:00 Launch Track25						
12	13	14	15	16	17	18

## RUIMTE VOOR ONDERNEMEN

lees hier wat onze regio u te bieden heeft

### Troeven van de regio



Track25 als verbinding in een regio vol troeven voor cross media spelers .

## CONTACT

aarzel niet om ons te contacteren

Uw achternaam (verplicht)
Uw voornaam (verplicht)
Uw email (verplicht)
Uw bericht (verplicht)

### Contacteer ons

Track25 is een samenwerkingsverband tussen verschillende partners. Bij 'Over Track25' vindt u meer informatie over de partners en hun contactgegevens.

## NETWERK

aantal geregistreerde leden

 3**8**  
Audiovisual 2

Sound

 4

Print

 9

Online



## MOBILITEIT

track25 als verbinding in een regio vol troeven voor mediaspelers

Brussel

8

Brussel  
Airport

7

Mechelen

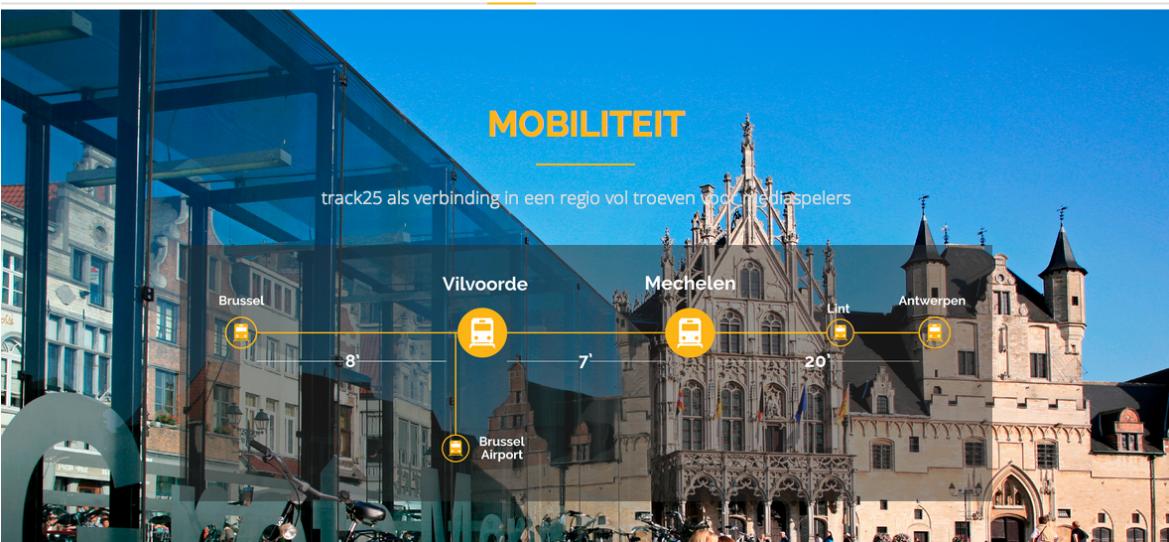
20

Antwerpen

Brussel  
Airport

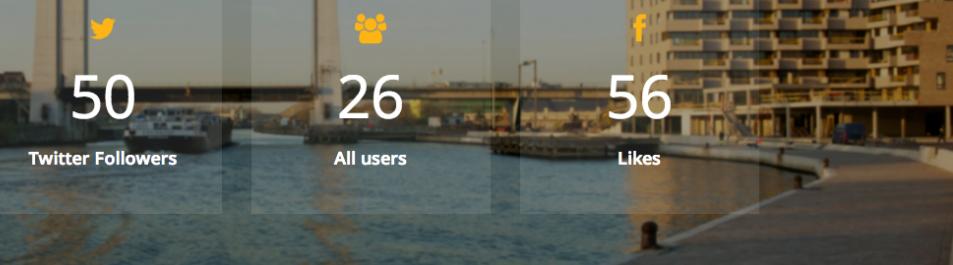
20

Antwerpen



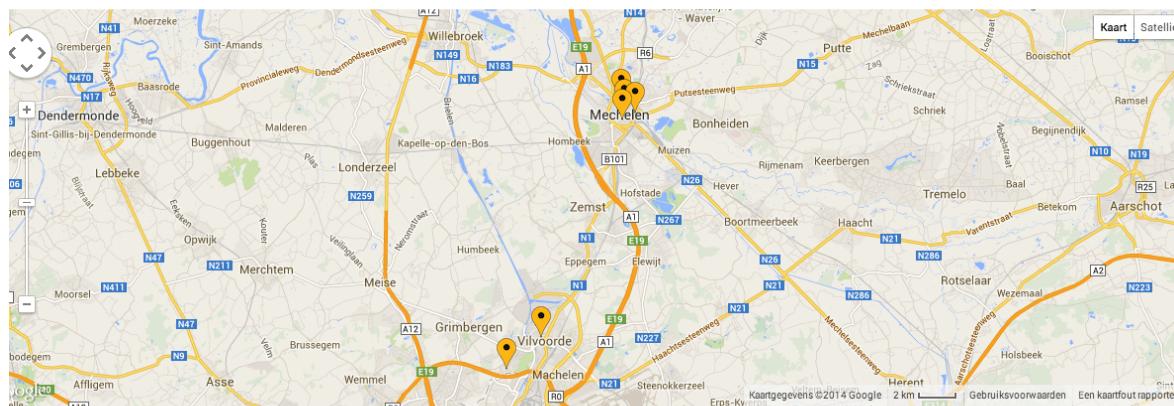
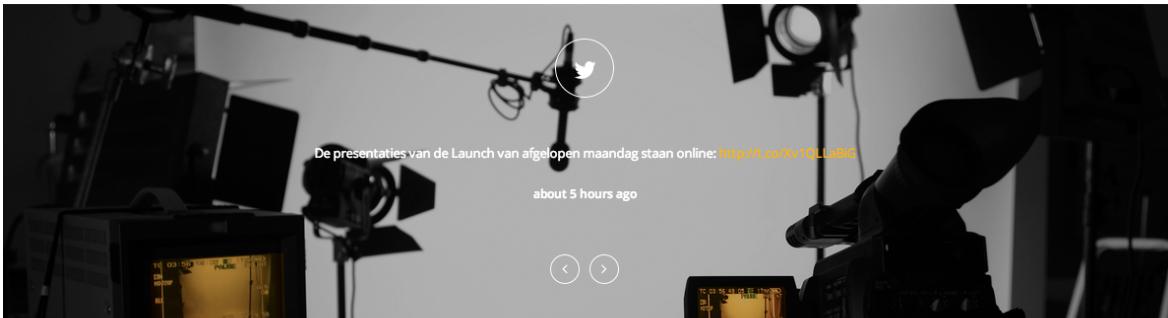
## ONLINE VOETAFDRUK

wie volgt ons?



De presentaties van de Launch van afgelopen maandag staan online: <http://t.co/Yv1QLLsB1G>

about 5 hours ago



Spoor ons op via Facebook en Twitter!



Mede mogelijk gemaakt door:



Agentschap  
Ondernemen



Vlaanderen  
In Actie  
Pact 2020

Ontworpen door:



Copyright © 2014 track25 — All rights reserved — Proclaimer

## 1.7.5 Luik 5 - Uitnodiging presentatie

- **digitaal (parallel met luik 4) :**

Als voorbereiding op het event op 5 mei moesten er uiteraard uitnodigingen worden ontworpen. Via Mural.ly hebben teamleden hun ontwerp kunnen uploaden en tonen. Daarmee is de PM'r naar de stuurgroep (en klankbordgroep) gegaan en de gemaakte concepten voorgesteld. Na een paar gevraagde aanpassingen, had de klankbordgroep de voorkeur voor het volgende ontwerp :



- **geprinte versie (parallel met luik 4) :**

De geprinte versie is haast identiek als de digitale versie, met het verschil dat er een achterkant wordt gebruikt waarop meer details komen te staan in verband met de plaats van het gebeuren

e.d.

Printscreen resultaat :



The 'programma' section shows the schedule for the day:

Tijd	Aanvangstijd	Activiteit
vanaf 18u30		Onthaal
19u00		Verwelkoming door Dirk Theunis (gastheer en CEO Videohouse)
19u15		Key note door Johan Tuyaerts (oprichter en voormalig CEO Sultan Sushi)
19u35		Hans Bonte & Bart Somers lanceren Track25
20u00		Panelgesprek met vertegenwoordigers van de sector (o.m. Mediaalan, Telenet, Thomas More, Wim Robberechts & co)
20u30		Netwerkreceptie

To the right is a map of the area around the Videohouse building, showing 'Vilvoorde centrum', 'Urban Ambiance', 'Luchthavenlaan 31', and 'De Lijn Ambiance'. A red arrow points to the entrance. The track25 logo is at the bottom left of the section.

## 1.8 Projectafbakening met functionaliteiten

### 1.8.1 Scope van het project

- bedenken van de naam
- bedenken en ontwerpen van het logo
- bepalen en opstellen van een huisstijl (style guide)
- informatie-architectuur
- concurrentie-onderzoek
- ontwerpen van de landingspagina

- ontwerpen van de uitnodiging voor de presentatie op 5/5
- conceptuele uitwerking portaal (scope change 8 maart : werkend portaal tegen 5/5)
- opzetten sociale media
- website toegankelijk maken voor mensen met een beperking. (slechtzienden)

## 1.8.2 Functionaliteiten

- **landingspagina :**

One-pager (parallax implementatie) waar statische info (beperkte info op aangeven van de stuurgroep) op komt als "teaser". De enige functionaliteit zien wij in het inschrijven op een nieuwsbrief en doorlinken naar partners op de partnerlogo's. Voorts kan er ook doorgeklikt worden naar de sociale media pagina's (die aanvankelijk echter niet publiek mochten staan).

- **portaal :**

Als structuur hebben we beslist om een hoofdpagina te maken in Wordpress die links bevat naar externe pagina's. Een parallax-effect zorgt voor een trendy en dynamisch surfgevoel bij de gebruiker.

Het resultaat is een Wordpress-site met volgende pagina's, rubrieken en functionaliteiten :

### - **hoofdpagina (met parallax geïmplementeerd op deze pagina) :**

#### *- home pagina :*

Het logo met als achtergrond een treinspoor moet meteen het thema in de verf zetten.

Op deze pagina is een call-to-action aanwezig met de optie tot inschrijving op de nieuwsbrief. We hebben hierbij gebruik gemaakt van een MailChimp account.

#### *- nieuws - dynamische content :*

Vijf nieuwsposts die vanuit de partnergroep worden ingegeven worden getoond. Standaard worden de recentste nieuwsposts getoond (de "All"-tab staat standaard open) en een tabstructuur met de vier hoofdcategorieën (Business, Education, Government, Innovation) fungeert als filter op de nieuwsposts. Hier wordt aldus een filterfunctie verwacht om de posts te tonen per gekozen hoofdcategorie.

Een link naar de nieuwsarchieven (bekijk hier al het nieuws) brengt de gebruiker naar een aparte pagina, waar alle nieuwsposts zullen te zien zijn.

Per post op de hoofdpagina kan je ook doorklikken naar de extra pagina, waar de post in detailview (met meer informatie) kan worden bezocht.

#### *- over - statische content :*

Statische informatie over "wat is track25?", "missie", "visie" en "track25 label" vindt hier zijn plek.

#### *- partners - dynamische content:*

Hier worden de partnerlogo's getoond, voorzien van een link naar extra informatie over de desbetreffende partner. Op de extra pagina per partner staat telkens een inleidende tekst alsook links naar hun website en e-mailadressen.

#### *- kalender - dynamische content :*

Een consistente manier van weergave voor nieuws en events. Ook hier worden de eerstkomende events opgeliist en kan er doorgeklikt worden om alle events te zien te krijgen. Er

is de optie voorzien om de events ofwel opgeliist ofwel als kalender weer te geven. Er kan doorgeklikt worden naar een kalenderpagina. Ook de optie om de detailpagina van de desbetreffende event te bekijken is voorzien (meer informatie wordt getoond).

Hier kan je ook doorklikken naar de extra pagina met alle events waar ook alle informatie in zijn totaliteit kan gelezen worden. Op de extra pagina (kalenderpagina) kan via navigatie naar volgende/vorige maand gegaan worden alsook gefilterd worden per "venue".

**- regio : statische pagina :**

Een pictogram brengt de gebruiker naar informatie over de regionale troeven.

**- contact :**

Een contactformulier geeft de gebruiker de mogelijkheid om zijn gegevens en berichten achter te laten.

**- footer :**

De footer is voorzien om extra informatie zoals social media (Twitter en Facebook) te promoten, alsook nog de partners te tonen die het mogelijk hebben gemaakt dat track25 in het leven werd geroepen. Op de pictogrammen van de sociale media kon doorgeklikt worden naar de opgemaakte Twitter- en Facebookpagina.

Als laatste is ook een link naar de proclaimer in de footer geplaatst. De link brengt de gebruiker naar een aparte pagina met informatie over privacy e.d.

Tenslotte brengt een icoon (pijltjes naar boven) de gebruiker helemaal naar het begin van de site.

**- extra pagina's :**

**- nieuws :**

Een link naar de detailview vanuit de hoofdpagina brengt de gebruiker naar een extra nieuwspagina die zich enkel op het gekozen artikel / nieuwspost concentreert. Hier vindt de gebruiker informatie over wie het artikel gepost heeft, wanneer het gepost is alsook krijgt hij de optie om een reactie te posten op het artikel.

Een link "bekijk hier al het nieuws" brengt de gebruiker naar een archiefpagina, waar alle nieuwsposts worden getoond. Per nieuwspost is er opnieuw een optie om een detailview van de post op te vragen en te tonen. Dit is eenzelfde link als de link die de gebruiker gebruikt als hij op de titel van de nieuwspost of op "lees meer" klikt op de hoofdpagina.

**- kalender :**

Via de hoofdpagina kan je via "bekijk hier de volledige kalender" doorklikken naar de extra pagina met alle events waar ook alle informatie in zijn totaliteit kan gelezen worden. Op de extra pagina (kalenderpagina) kan via navigatie naar volgende/vorige maand gegaan worden alsook gefilterd worden per "venue". Op de kalender kan je op de event zelf ook klikken en krijg je details te zien van de desbetreffende event.

**- Regio :**

Een pictogram brengt de gebruiker naar informatie over de regionale troeven. Deze extra pagina geeft statisch alle troeven mee die Mechelen en Vilvoorde biedt in het crossmediale landschap.

**- community :**

Een link naar een community pagina moest reeds worden voorzien, maar kreeg voorlopig nog geen content noch functionaliteit mee.

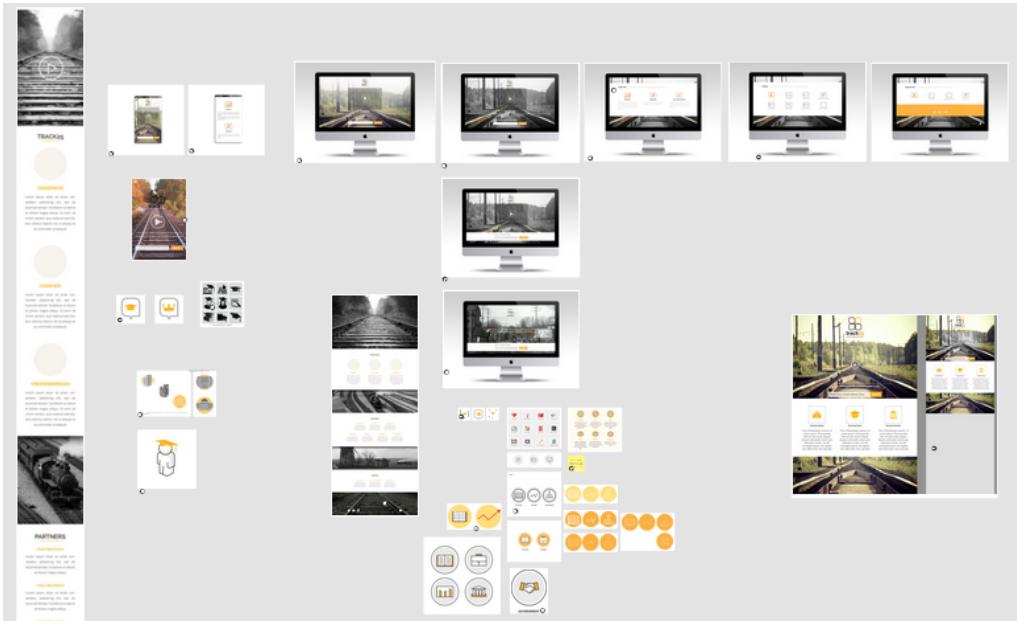
### - secties :

deze 'secties' worden gebruikt om meer informatie te geven aan de gebruiker, die doorheen de hoofdpagina scant. Hier worden volgende statistieken getoond :

- Netwerk : het aantal geregistreerde leden
- Mobiliteit : een infographic die de reistijden toont (per trein)
- Online voetafdruk : het aantal Twitter-followers, Facebook-likes en users wordt getoond
- Twitterfeed toont de laatste tweets, waar men de optie heeft te navigeren naar de vorige/volgende getoonde tweet.
- Google map : toont de partners en hun adressen op een geografische kaart.

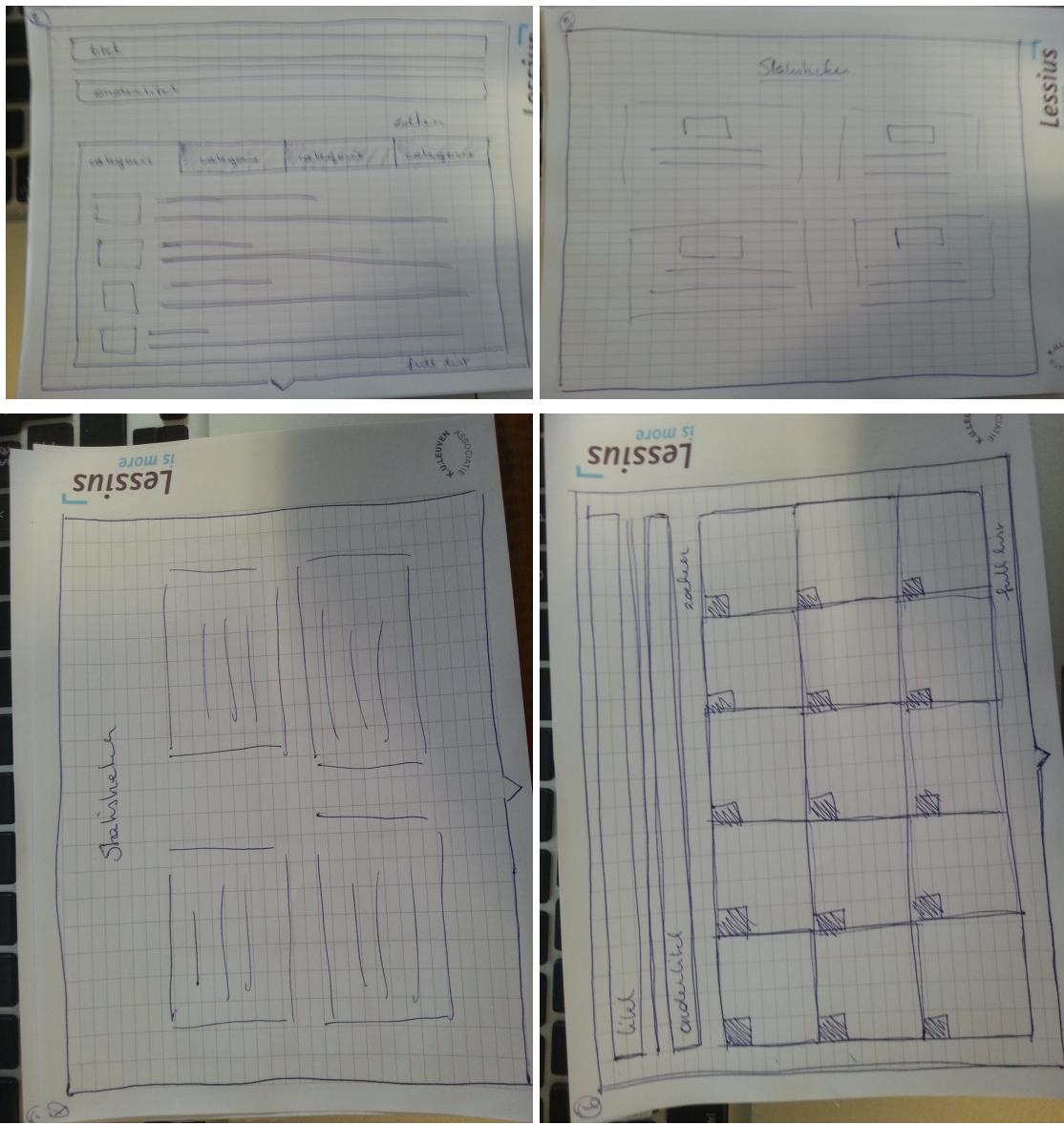
## 1.9 Ontwikkeling interface

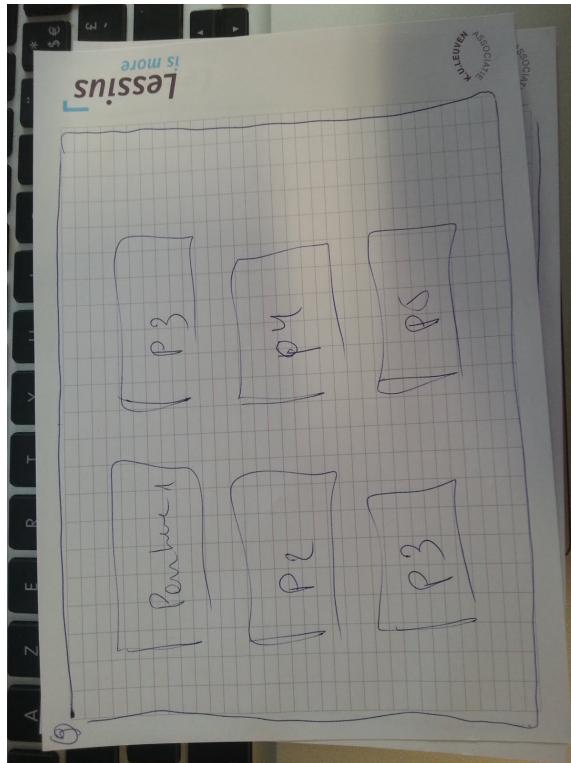
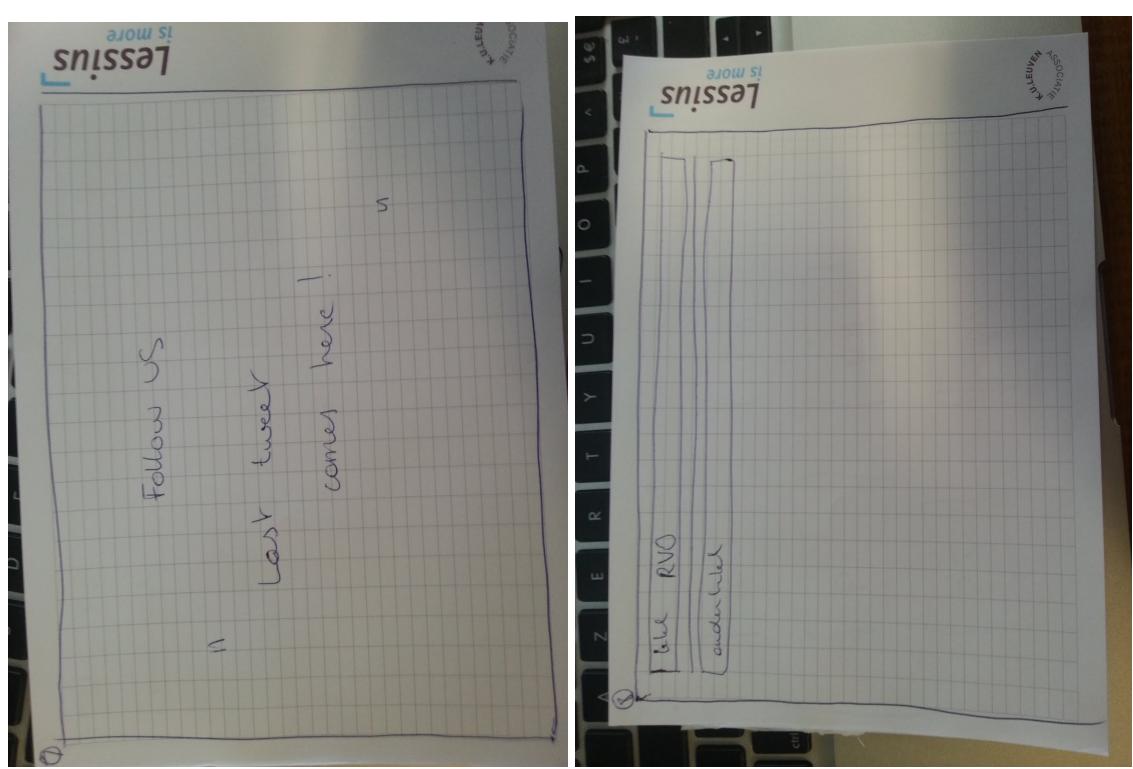
### 1.9.1 Landingspagina



Via Mural.ly werden concepten en mockups van alle teamleden voorgesteld aan de groep. Deze werden in groep besproken en werd er als team gekozen welk concept / welke uitwerking het zou halen voor de productiefase.

## 1.9.2 Portaal





Allereerst werd bepaald hoe de structuur van de portaalsite er zou uitzien. Omwille van tijdsdruk werd de klassieke manier gehanteerd en werd met pen en papier gewerkt. Eens de structuur duidelijk was gingen we over naar het uitwerken in Illustrator/Photoshop. Ook dit designproces werd zo strak mogelijk gehouden wegens de tijdsdruk en deadline van de eindpresentatie.

Voor het design van de portaal werd ook gebruik gemaakt van Mural.ly, waar ook hier alle teamleden hun inspiratie toonden. Ook hier werd in groep beslist welk design de voorkeur genoot. Ditmaal werd ook rekening gehouden met het ontwikkelen van de portaalsite. De mogelijkheden en vooral restricties binnen WordPress werden opgeliist, om een design te kiezen dat optimaal mogelijk kon worden behouden volgens restricties binnen WordPress. De look-and-feel van de landingspagina werd doorgetrokken, omdat we hiervan reeds enkel positieve feedback hadden gekregen van de klant.

## 1.10 Relatie met andere projecten en/of initiatieven

Niet van toepassing.

## 1.11 Projectfasering

	Activiteit:	Van	Tot	Resultaat
Fase 1.1 :	4 namen bedenken voorstellen aan de klankbordgroep ter voorbereiding op 7 november	30 september 2013	30 oktober 2013	PIA, MAF, FLOK, HIVE, Line25
Fase 1.2 :	Gekozen naam hanteren om een viertal logo's te bedenken. Change 30 oktober : Eén naam en één logo voor te stellen op 7 november	30 oktober 2013	7 november 2013	Track25 is gekozen als naam, waarrond een logo werd voor ontwikkeld.
Fase 2 :	Eens de klankbordgroep de naam en logo kiest een huisstijl opmaken	7 november 2013	einde semester 2013	Style guide is opgemaakt en opgesteld. Een geprinte versie is voorgesteld aan de klant.
Fase 3 :	Aanmaken van een landingspagina	begin tweede semester 2014	week 2 van tweede semester	Landingspagina afgewerkt.
Fase 4.1 :	Informatie-architectuur + strategie bepalen volgens verkregen structuur. Proof-of-concept.	week 2	8 maart 2014	Onderbroken onderzoek omwille van scope change. Document vooronderzoek afgerond.
Fase 4.2 :	Werkend portaal verwacht op 5 mei → Wireframing, mockup, visualisering portaal.	8 maart 2014	28 april 2014	Wireframing + mockups werden gemaakt en gehanteerd voor de volgende fase.
Fase 4.3 :	Developing fase.	2 april 2014	5 mei 2014	<a href="http://www.track25.be">www.track25.be</a>
Fase 5 :	Ontwerp uitnodiging presentatie 5 mei	8 maart 2014	5 mei 2014	Een ontwerp werd gekozen uit een selectie van

				voorstellen binnen de groep.
--	--	--	--	---------------------------------

## 1.12 Projectbegroting, raming kosten per fase

Er werd voor dit project geen offerte opgemaakt, omdat dit academiejaar slechts deel uitmaakt van een drieluik en pas tijdens volgend academiejaar zal worden vervolledigd.

Fase 1	Omschrijving kosten	Euro
	Totale kosten fase 1:	

Fase 2	Omschrijving kosten	Euro
	Totale kosten fase 2:	

Fase 3	Omschrijving kosten	Euro
	Totale kosten fase 3:	

Fase x	Omschrijving kosten	Euro

	Totale kosten fase x:	
--	-----------------------	--

## 1.13 Risicoanalyse

### 1.13.1 Bedenken naam en logo

Teveel mensen die werken aan het bedenken van een naam (risicograad 8/10)

→ preventief :

goed doordachte strategie bepalen hoe een brainstorm met veel mensen nog constructief kan zijn

→ alternatief :

werken in kleinere groepen voor de brainstorm.

Teveel mensen die moeten beslissen over de naam en logo (risicograad 7/10)

→ preventief :

voordien een lijn bepalen met de stuurgroep in welke richting we gaan, geen ruimte laten voor te veel opties.

Teveel achtergronden die beslissen welke gevoelswaarde er achter de naam en logo zit (risicograad 8/10)

→ preventief :

idem boven.

Te weinig tijd, te strak schema met deadlines (risicograad 10/10)

→ preventief :

strikte planning hanteren met de juiste mensen op de juiste plaats (Jira als tool gebruiken om te kijken wie op welke projecten werkt en wie wanneer beschikbaar is) alsook direct de groepen strak aflijnen, opdat er duidelijkheid is in wie waarvoor gaat werken in de groep.

→ alternatief :

onderhandelen met de stuur- en klankbordgroep om taken anders en realistischer in te delen.  
(zo is gebleken met het presenteren van naam en logo)

### 1.13.2 Presentatie naam en logo

Agenda van de presentatie werd dikwijls in vraag gesteld en het track25-team niet direct op de hoogte van de wijzigingen, waardoor er tot vrij laat tijdstip werd getwijfeld of het team ook een actieve rol moest bekleden tijdens de presentatie. (risicograad 7/10)

→ preventief :

duidelijke richtlijnen afspreken wie wat moet doen tijdens de presentatie, opdat er geen lijen uit de kast vallen tijdens het event.

### 1.13.3 Scope change

Doordat er veel partijen betrokken zijn (en vooral met verschillende politieke achtergronden) bij het project moet er rekening gehouden worden met vele meningen en verwachtingen. Dit zorgt voor druk op de scope. Een voorbeeld van een scope change was die van 8 maart, waarbij de

tijdslijn van het project opeens anderhalf jaar werd ingekort... Een eerste scope change (en er zijn er meerdere geweest doorheen het project) kwam er door de restricties voor het bedenken van de naam volledig om te gooien. Door zulke scope changes vergt het meer tijd en planning om de deadlines te blijven halen.

De grootste scope change was uiteraard de vraag dat er binnen een maand en half voor de launch een werkend geheel moest worden gepresenteerd. Dit zorgde niet alleen voor veel stress, maar tevens voor het overschrijden van geplande timings én budgetten.

→ preventief :

Bespreken om naar de toekomst toe een duidelijk contract op te stellen en clausules zo te formuleren dat scope changes die een impact hebben op timing en budgetten worden ingeperkt. Optie : per scope change een extra kost aanrekenen.

## 1.14 Opportuniteten en acties

Gezien de omvang van dit project waarbij vele spelers uit de media betrokken zijn is dit een uitgelezen kans om designosource alsook Thomas More meer op de kaart te zetten in het decor van de multimedia. Dit gaat ongetwijfeld immers op veel media-aandacht mogen rekenen.

Contacten met de betrokken bedrijven worden gelegd en indien dit allemaal verloopt volgens plan zorgt dit enkel voor meer networking en mogelijk toekomstige opdrachten die naar Thomas More kunnen worden geschoven.

Nu al is gebleken (door de presentatie op 5 mei) dat het een uitstekende bron aan netwerken heeft opgeleverd. Een paar significante personen binnen de sector zijn onder de indruk geraakt van het resultaat en dit zou voor volgende opdrachten/contacten kunnen leiden.

## 1.15 Meerwaarde

Persoonlijk denk ik dat de meerwaarde ligt in de omvang van het project. Aangezien het een grootschalig project is en er toch wel een paar officiële instanties bij betrokken zijn kan dit enkel maar positief zijn voor de naambekendheid van designosource (het logo van designosource staat te pronken op de site). Voor de studenten op zich zijn het vooral de "soft skills" die hier aan bod komen (brainstorms, conceptueel denken, informatie-architectuur). Een nadruk op de "soft skills" is nodig om een project uiteindelijk tot een goed einde te kunnen brengen. Vandaar dat deze oefening een sterke meerwaarde biedt aan de studenten die deel uitmaken van het team.

Andere meerwaarden zie ik in het teamwork, werken onder druk en vooral omgaan met scope changes (wat in de echte bedrijfswereld sowieso een factor is waar rekening moet mee gehouden worden).

De scope change (opeens werd een volledig werkend geheel verwacht) heeft ervoor gezorgd dat het team nog hechter is gaan samenwerken en vooral op development vlak grote stappen heeft gezet in het developen binnen WordPress.

En last but not least, het is en blijft een project van grote omvang, met veel spelers uit de crossmediale sector. Op beide presentaties werd reeds duidelijk dat we met grote bedrijven te maken hebben. Een aantal contacten werden reeds gelegd en dit komt ook alleen maar ten goede van designosource (en rechtstreeks ook Thomas More).

## **2. Voortgangsrapportering : werkelijk gepresteerde uren per fase**

	Gerealiseerde activiteiten	Gepresteerde uren	Kosten
Fase 1.1 :	Naam (Track25)	272	
Fase 1.2 :	Logo (Track25)	77	
Fase 2 :	Huisstijl (style guide)	57	
Fase 3 :	Landingspagina	205	
Fase 4.1 :	Informatie-architectuur	88	
Fase 4.2 :	Wireframing, mockuping	43	
Fase 4.3 :	Development portaalsite	329	
Fase 5 :	Ontwerp + uitwerking uitnodiging	21	

### **3. Leerpunten**

#### **3.1 Rol van Projectcoördinator (Joeri Janssens)**

Een eerste keer "proeven" van het leiden van een team van vijf bleek geen sinecure. Ook dat is een leerschool waar ik mijn lessen uit trek.

Brainstorms moeten op voorhand goed gestructureerd en georganiseerd worden. Initieel werd met 12 man gewerkt. Al gauw bleek ook dat een brainstorm met een groep van dergelijke omvang niet productief is en werd er beslist met een kleiner team te werken.

Aanvankelijk was het ook niet gemakkelijk een team mee te krijgen dat gemotiveerd zou meewerken, maar een 'natuurlijke selectie' (zij die wél bereid bleven om de eerste weken en maanden te doorstaan bleven over in het team) heeft er voor gezorgd dat ik mocht samenwerken met een groep supergemotiveerde en werklustige collega's.

Directe en nauwe communicatie met de contactpersonen draag ik reeds jaren hoog in het vaandel en ook hier bleek dit reeds zijn waarde te hebben bewezen. Met een coördinatieteam die zelf nog in het duister tastte i.v.m. wat het nu allemaal zou moeten zijn, was het geen droomdebuut voor mij als Project Coördinator. Er werd enorm veel gewijzigd en we moesten steeds weer de nodige flexibiliteit tonen om de aanpassingen op te vangen. Tijdervend, een harde leerschool, maar wel een zegen achteraf bekeken. Op deze manier scherpte het mijn concentratie alleen maar aan en besefte ik al heel snel in het project dat ik steeds heel kort op de bal moest spelen. Een tactiek die geloond heeft.

Een eerste communicatie met de contactpersonen (Filip en Kris) liet mij reeds van in het begin toe spontaan te bevragen, meningen te formuleren e.d. wat het werk er alleen maar op vergemakkelijkt, wat ook tot een goede relatie heeft gezorgd tussen designsource en de klant.

Al snel bleek dat het gevoel van samenwerken primeerde boven klant-bedrijf verhouding.

Een goede planning en duidelijke richtlijnen moesten echter wel snel worden opgesteld om op één lijn te zitten.

Initieel moest wel het nodige krediet worden opgebouwd bij de klant (wat totaal begrijpelijk is als je met nieuwe mensen werkt), maar na het eerste resultaat (naam en logo) was de trend gezet. Het vertrouwen was er en we konden meer onze stempel drukken op het project.

Als ik mij toespits op de technische capaciteiten, heb ik mij vooral toegelegd en kunnen profileren op grafisch vlak (ontwerpen van het logo, style guide, landingspagina, portaalsite en uitnodiging voor de presentatie).

#### **3.2 Kay Karremans**

track25 was een project waar ik vanaf de start aan gewerkt heb. Ik heb tijdens dit project veel geleerd, niet enkel technische zaken maar ook dingen zoals; omgaan met klanten, leren rekening houden met meerdere partijen (zeker met politieke achtergrond), ... Ook heb ik veel bijgeleerd over het werken in teamverband.

Tijdens de eerste fase van het project heb ik geleerd op verschillende manieren te brainstormen,

dit was nodig omdat het een zeer moeilijke taak was een gepaste naam te vinden.

De volgende fases bestonden uit het maken van een logo & huisstijl voor track25. Hier besloten we zelf (buiten vraag van de klant) een *style-guide* voor te maken, dit omdat we niet wilden dat al ons werk zou worden teniet gedaan door het foutief gebruik van de naam & het logo van track25. Dit was nogmaals een zeer leerrijke ervaring waar ik veel plezier aan heb gehad. Dit was namelijk iets wat ik al zeer lang wou ontwerpen voor een huisstijl.

Een niet technisch punt dat ik geleerd heb is hoe flexibel je moet kunnen zijn in onze sector, zo kregen we meermaals te maken met een scope-change en moesten we onze planning meermaals drastisch aanpassen. Hier heb ik veel geleerd over de teamleden van track25 en kon ik echt de motivatie zien die deze teamleden elk hadden.

Tijdens het ontwerpen van de portaal-site heb ik zeer veel geleerd over het gebruik van wordpress, hier moest ik uit mijn comfort zone stappen omdat development niet echt mijn ding is. Toch heb ik voor deze portaal-site veel werk kunnen verzetten en heb ik hier veel interessante dingen over opgestoken.

Tenslotte zullen we de portaal-site van track25 nog optimaliseren voor blinde mensen, hier kijk ik enorm naar uit en ik ben er zeker van dat dit een leerrijke ervaring zal zijn.

De uiteindelijke feedback die we hebben gekregen over ons werk was zeer positief en dit geeft voldoening voor al het werk dat je erin hebt gestoken.

### 3.3 Sander Geenen

Persoonlijk heb ik nog nooit meegewerkt aan een project van zo'n grote omvang. Het project omvatte meerdere kleinere opdrachten die uiteindelijke resulteerden in één heel groot geheel. Tevens was het ook de eerste keer dat ik participeerde aan een project met een politieke achtergrond. Dit was voor mij erg nieuw. In gewone projecten hoef je hier geen rekening mee te houden, maar in een politieke wereld natuurlijk wel. Het maakte alles een beetje lastiger. Elke kleur die je gebruikte, elke woord dat je typte mocht geen enkele partij bevoordelen of benadelen. Dit was zeker niet eenvoudig, maar al bij al was dit wel eens zeer interessant en leerrijk om te doen.

In het begin van dit project hebben we lang moeten brainstormen over een gepaste naam waarmee het project door het leven zou gaan. Dit was zeker niet eenvoudig. Er zijn zoveel spelers waarmee je rekening moet houden. We hebben tientallen uren gebrainstormd om tot een goed resultaat te komen. We hebben hiervoor zeer veel verschillende vormen van brainstorming gebruikt. Ik heb geleerd dat je niet direct moet zoeken naar een sterke naam. Het is veel beter dat je omtrent het onderwerp een goed en sterk verhaal kan bouwen. Op die manier komt een goede naam bijna van zelf. Dit is heel belangrijk en dat zal ik voor altijd onthouden.

Tijdens dit project hebben we ook een style guide gemaakt. Dit hebben we gedaan zodat de huisstijl van track25 steeds op de correcte manier gebruikt zou wordt. Het was de eerste keer dat ik een style guide maakte. Dit was ook niet simpel. Je mag niets over het hoofd zien. Ik ben zeer blij dat ik dit een keer heb kunnen doen. Nu weet ik voor de volgende keer perfect welke elementen een style guide moet bevatten en hoe ik er het best aan kan beginnen.

Gedurende dit project hebben we enkele keren te maken gehad met een change of scope. Uit zulke momenten heb ik ook erg veel geleerd. Zo heb ik geleerd dat mijn teamleden en ik erg flexibel waren. We konden ons zonder al te veel problemen aanpassen aan de veranderde situatie. We hebben steeds onze moed teruggevonden om zo keer op keer er terug opnieuw in te vliegen. Hierop ben ik toch wel een beetje (veel) trots. Tevens heb ik ook geleerd dat je er steeds vanuit moet gaan dat zulke veranderingen kunnen voorkomen. Het is dus handig dat je steeds een soort van noodplan in je achterhoofd houdt zodat je direct op zo'n change of scope kan anticiperen.

Gedurende het project waren mijn inspanningen op vlak van design van essentieel belang. Zowel voor de landingspagina als voor het gehele platform heb ik steeds een uitgebreid ontwerp gemaakt. Deze ontwerpen heb ik steeds voorgelegd aan mijn collega's. Aan de hand van hun feedback zijn de ontwerpen ontstaan tot hoe ze nu zijn.

Uiteindelijk ben ik zeer blij dat ik aan dit project heb kunnen deelnemen. Ik heb Het was uitermate leerrijk om een project van dit kaliber uit te werken. We mogen zeer tevreden zijn met het resultaat.

### 3.4 Mike Henderyckx

Van in het begin stond al vast dat het project rond track25 een unieke uitdaging zou zijn. Initieel moesten we er allemaal aan werken, maar al snel dunde het groepje met geïnteresseerden uit waardoor we met deze 5 teamleaden overbleven. Later kwam Thomas Bormans hier ook nog bij. De briefing van dit project, de Vlaamse Media Regio, was zeer vaag. Toch is onze pm'er erin geslaagd om er toch nog een structuur uit te maken. Zo wisten we uiteindelijk welke deadlines we hadden tegen wanneer. Voor de naam zijn er werkelijk talloze brainstorms geweest, waar ik er enkele van heb gemist omdat ik tegelijkertijd aan een ander project(TPC) aan het werken was.

Een eerste taak was het bedenken van een naam en een logo. Omdat we rekening moesten houden met verschillende steden (Mechelen en Vilvoorde), moesten we op zoek naar een naam en logo die zowel voor beide partijen acceptabel moesten zijn. Het feit dat we ons op politiek toneel begaven, maakte het zeker niet gemakkelijk. Het was als het ware een over en weer gepingpong. We hebben op tientallen maniere gebrainstormd, wat wel eens een leuke ervaring was. Al moet ik toegeven dat het soms wel frustrerend werkte dat een idee van ons werd afgebroken om welke reden dan ook. Na veel onderzoek zijn we op een verhaal gestoot over een spoorlijn tussen Mechelen en Vilvoorde. Na hier dieper op in te gaan werd alles plots duidelijk, de puzzelstukjes vielen als het ware in elkaar.

Nu we iets tastbaars hadden, konden we natuurlijk onderbouwde zaken gaan uitwerken. De pm'er heeft dit alles in goede banen geleid. We hebben gebruik gemaakt van mural.ly, waar op een makkelijke en efficiënte manier ideeën en gedachten op gepost kunnen worden. Al snel kwam er van alle kanten goede input, waardoor we een collectieve naam en logo hebben kunnen maken. Dit werd nog aan de hand van een zelfgemaakt filmpje voorgesteld op het eerste track25 event in Lamot Mechelen. Onze eerste deadline hebben we gehaald, wat een opluchting!

Enkel door een goede samenwerking zijn we tot dit resultaat gekomen, al moet ik zeggen dat het soms niet gemakkelijk was. De combinatie van designsource en een zeer druk semester maakte het niet bepaald makkelijk, waardoor de motivatie soms ver zoek was. We konden steeds

rekenen op een goede projectmanager die ons telkens kon motiveren om toch nog een tandje bij te steken. Toch heb ik van die eerste periode het gevoel dat ik toch nog meer had moeten doen, maar dat is mijn persoonlijke mening.

De weg naar het tweede luik van track25 lag open. We moesten een landingspagina voorzien om online al enige zichtbaarheid te creëren. Deze pagina zou ook fungeren als teaser, om het publiek warm te maken voor wat nog moet komen op 5 mei, de grote launch van track25. Het ‘tekort’ van input in luik 1, heb ik hier ruimschoots goed gemaakt door een zeer groot deel van de landingspagina te maken. Al hadden we hier misschien GIT moeten gebruiken, zodat we tegelijkertijd aan deze pagina konden werken, maar in dit geval lag het anders. We zaten al met een zeer druk schema, waardoor we het ons niet konden veroorloven door nog tijd te verliezen aan het aanleren van GIT. Op de dag van de deadline kwam de klant langs om het resultaat te bekijken tijdens een tweewekelijkse vergadering. Al was dit niet alles, hij had namelijk nog een boodschap voor ons, een scope change. Onze wereld stond even stil, we moesten namelijk een werkend portaal maken voor 5 mei. Initieel moest dit pas na 3(!) jaar, maar Kris had orders gekregen van de klankbordgroep. Mijn motivatie zat plots onder 0, net zoals iedereen van het team. Toch heeft Joeri hier weer fantastisch werk geleverd en is hij erin geslaagd om ons tijdens een teamvergadering weer op spoor te krijgen. We verwelkomden Thomas Bormans en zagen het weer helemaal zitten. Na weken hard te hebben gewerkt, met de nodige nachtjes door, zijn we op tijd klaar geraakt met het online portaal. Op 5 mei, de officiële launch van track25, werd alles goed onthaald wat mij in een eurofische staat bracht. We did it!

Ik ben zeer tevreden dat ik in dit team zit. Ik heb veel bijgeleerd van brainstorms, vergaderingen, coderen, worpress,... Maar vooral van de teamleden. Het is altijd fijn om met fijne mensen samen te werken.

### 3.5 Dries Winderickx

Track25 was een zeer leerrijk en omvangrijk project, waar verscheidene partners aan meewerkten. Allereerst zijn we begonnen met het zoeken naar een naam maar al snel bleek dat dit niet zo een makkelijke opgave was. Ons team heeft ontelbare uren gebrainstormd om op de huidige naam te komen. Maar dit lange proces was wel zeer leerrijk omdat we rekening moesten houden met een politieke factor. Zo mochten we geen enkele partij voor trekken en moesten zowel naam als logo zo neutraal mogelijk zijn, geen gemakkelijke opgave dus.

Maar zo geschiedde track25 was geboren, ten minste het logo en de naam zagen het levenslicht. Om toch zeker te zijn dat elke partij de huisstijl, die we met ons team creëerden, zou toepassen werd er ook een style guide ontworpen. Hier staat nauwkeurig in beschreven, hoe het logo moet worden gebruikt, welke kleuren waar moeten worden gebruikt, etc . Voor mijzelf was dit de allereerste keer dat ik meewerkte aan zo’n guide. Wat ik hier vooral geleerd heb was dat men niet mag onderschatten wat er allemaal bij het opstellen van een huisstijl komt kijken. Er moet rekening worden gehouden met elk detail hoe klein het ook is.

In een later stadium van dit project werden we geconfronteerd met een zware change op scope. Dit was een echte test voor onze flexibiliteit en ons doorzettingsvermogen maar door sterk teamwerk hebben we deze fase toch tot een goed einde kunnen brengen.

Tijdens dit leuke en zeer leerrijkeproject heb ik mij vooral ingezet op het vlak van design en conceptueel denken. Tijdens de verscheidene brainstorms die plaatsvonden in elke fase van dit

traject was ik in mijn element. Hierna werd elk idee omgezet in mock-ups of ontwerpen. Ook hier heb ik mijn stempel kunnen drukken door ontwerpen te maken voor de verscheidene namen in het begin van het traject, landingspagina & huidige website.

Als ik nu terug kijk op het hele project ben ik zeer trots en tevreden dat ik heb kunnen meewerken aan een project van zo'n omvang. We hebben diepe dalen gekend maar het resultaat mag er wezen.

### **3.6 Thomas Bormans**

Ik ben in dit team vrij laat bijgekomen. De overige teamleden zaten op dit project van bij het begin in september, terwijl ik er pas tegen het einde van maart ben bijgekomen. Ik kende de teamleden allemaal, niettemin is het toch altijd aanpassen. In de toekomst wil ik mij eerst meer focussen op het inwerken in een bepaald team, de manier van werken leren kennen, de verschillende tools ontdekken, ... Doordat de deadline er relatief snel aankwam, heb ik dit overgeslagen wat het soms niet altijd even gemakkelijk maakte. Ik had bijvoorbeeld niet alle bestanden, url's, snelkoppelingen, ik had geen zicht op de structuur van alle documenten op Google Drive, ... Dit bemoeilijkte alles wel een beetje.

Daarnaast heb ik in dit team mijn huidige WordPress kennis kunnen overbrengen naar de overige teamleden. Daarnaast heb ik zelf ook veel extra kennis kunnen opdoen. Zo heb ik meer kennis opgedaan betreffende het themen in WordPress, het schrijven van WordPress queries en het volledig opstellen van shortcodes. Dat zijn (basis)zaken binnen WordPress die heel interessant waren om bij te leren.

Tot slot heb ik geleerd dat niet elk team hetzelfde is. Dit is uiteraard logisch, maar dit team was toch anders. Dit was het vierde team waar ik in heb gezeten en ook het grootste. Met meer mensen samenwerken is altijd moeilijker. Niettemin heb ik zeker van mijn tijd genoten in dit team. Dit was een uitzonderlijk interessant en plezant team om mijn tijd in door te brengen. Als ik later ooit van plan ben om een bedrijf op te starten, moet ik kijken naar de mensen waarmee ik iets opstart en niet naar de kennis dat die bepaalde mensen hebben.

## 4. Bijlagen

### 4.1 E-mail

#### - Eerste contact met Filip Burgelman en Kris Vancluysen :



Joeri Janssens <janssensjoeri2409@gmail.com>  
aan filip.burgelman, Kris.Vancluysen ▾

26 sep. ★ ⌂ ⌄

Goede avond Mr. Burgelman, Mr. Vancluysen,

Vorige week mochten wij (laatstejaarsstudenten IMD) Filip Burgelman ontvangen op Thomas More Mechelen met een uiteenzetting over het project rond de Vlaamse Mediaregio. Als Projectcoördinator bij Designosource sta ik in voor het contact met jullie voor dit project.

Aangezien ik direct en nauw contact tussen de betrokken partijen als essentieel ervaar, leek het mij gepast om zo snel mogelijk een verkennend gesprek te houden. Lukt het voor jullie om eventueel begin volgende week even samen te zitten en een aantal dingen te bespreken?

Alvast bedankt voor jullie antwoord.

Met vriendelijke Groeten,  
Joeri



Kris Vancluysen  
aan mij, Filip ▾

27 sep. ★ ⌂ ⌄

Dag Joeri,

Jazeker! Een verkennend gesprek volgende week is prima voor mij.  
Hierbij een aantal mogelijke data die voor mij passen begin volgende week.

Maandag 30/09: van 10u (tot 11u)  
Dinsdag 01/10: 10u  
Woensdag 02/10: 15u  
Donderdag 03/10: 10u

Vriendelijke groeten,  
Kris



Filip Burgelman  
aan Kris, mij ▾

27 sep. ★ ⌂ ⌄

Dag Joerie,

Goede start!  
Mij past vooral dinsdag 01/10, maar dan wel om 12.00, lukt dat Kris?  
En Joeri ook natuurlijk.

Grtn, Filip

 **Filip Burgelman** 27 sep.     
aan mij, Kris 

Prima, om 12.00 dan.

Rest nog plaats te bepalen, ik stel voor bij Duon - Zandpoortvest 26, tweede verdieping.

We hebben daar alle het materiaal van het dossier bij de hand, vandaar.

Tot dan en fijn WE!

Filip Burgelman

### - Delen van informatie via dropbox :

 **Kris via Dropbox <no-reply@dropbox.com>** 1 okt. (13 dagen geleden)     
aan mij 

 Afbeeldingen worden niet weergegeven.  
Afbeeldingen hieronder weergeven - Afbeeldingen van no-reply@dropbox.com altijd weergeven

 Engels  > Nederlands  Bericht vertalen Uitschakelen voor: Engels 

Hi there,

Kris ([kris.vancluysen@thomasmore.be](mailto:kris.vancluysen@thomasmore.be)) wants to share some files in a folder called "Mediaregio" with you via Dropbox.

[View folder](#)

Enjoy!

- The Dropbox Team

**- Correspondentie na eerste overleg en voorstel namen :**



**Joeri Janssens** <janssensjoeri2409@gmail.com>  
aan Kris, Filip ▾

10:55 (1 uur geleden) ★ ↻ ▾

Goedemorgen Kris, Filip,

Nog even ter verduidelijking van ons laatste gesprek. Als ik het goed begrijp zijn volgende stappen afgesproken :

17/10 : bezoek VOKA - hier worden vier namen voorgesteld en een aantal wordt gekozen

07/11 : presentatie naam en vier logo's

eind december : de gekozen naam en bijhorend gekozen logo wordt verder gehanteerd voor de uitwerking van de huisstijl (fonts, kleurgebruik e.d.)

De reden waarom ik dit vraag is, omdat het écht wel héél kort op de bal zou zijn indien we op 07/11 ook meteen met een volledige huisstijl zouden moeten afkomen. De naam zou daartegen reeds gekozen moeten zijn (bezoek VOKA) en vier logo's die we daartegen zouden moeten gepresenteerd hebben. Dus de huisstijl zou dan na de presentatie van 07/11 worden uitgewerkt.

Gaan jullie hiermee akkoord?

Alvast bedankt.

Groeten,  
Joeri



**Kris Vancluysen**  
aan mij, Filip ▾

11:14 (1 uur geleden) ★ ↻ ▾

Dag Joeri,

Een volledige huisstijl klaar hebben tegen 7/11 is niet de bedoeling. Voor de uitwerking daarvan is er nog tijd nadien.

Wat we donderdag (bij VOKA) zouden moeten doen, maar dat zal ook een beetje afhangen van de andere projectpartners, is een aantal voorstellen van namen bespreken. We kunnen uiteraard zelf een voorzet doen en één als voorkeurnaam uitspelen.

De stuurgroep heeft altijd het laatste woord maar zal ook rekening moeten houden met de input van de KBG (7/11). Ik ben geneigd om nu donderdag al de knoop over de naam door te hakken, maar zal een beetje afhangen van hoe de andere partners dit zien. Indien we de KBG hierover laten beslissen, denk ik dat het inderdaad dan beter is van maar één naam het logo uit te werken (onze voorkeur) maar nog andere namen als tweede, derde of vierde optie te presenteren (zonder logo). We zullen donderdag nog even moeten afwachten.

Groeten,  
Kris

- Officiële meeting met VOKA :

 Kris Vancluysen ✉ 11 okt. (3 dagen geleden)   

aan Van, ROMEYNS, Filip, Kristof, CONAERTS, chris.block, mij 

Dag Mediaregio,

Even ter herinnering dat we volgende week **donderdag 17/10** om 14u opnieuw samen zitten (dit keer bij VOKA Vilvoorde, Mediaalaan 26).

Hierbij een korte agenda:

- Afsprakenprotocol en samenwerkingsovereenkomst: finale opmerkingen?
- Openbare aanbesteding studie
- Samenstelling en programma Klankbordgroep 07/11
- Eerste ideeën Designosource (Joeri van Designosource zal deelnemen aan de vergadering)

Ik heb in bijlage een document toegevoegd met mogelijke leden van de KBG. Zullen we ook bespreken en aanvullen.

Groet!  
Kris

overleg mediaregio  Postvak IN   

---

 Kris Vancluysen ✉ 1 okt. (13 dagen geleden)   

aan mij 

**okt**

<b>17</b>
do

**overleg mediaregio**

Wanneer do 17. okt 2013 14:00 – 16:00 (CEST)  
Waar Vilvoorde - VOKA (Mediaalaan 26 - Vilvoorde)  
Wie Kris Vancluysen\*

Ja Misschien Nee

## - Samenwerking Bedenk! en OH!



Van Cauwenberghe Mieke <mieke.vancauwenberghe@mechelen.be>  
aan filip.burgelman, Kris.Vancluyzen, mij

30 okt. (6 dagen geleden)

Ik heb ondertussen ook even gevraagd aan het archief of zij mogelijk nog interessante beelden hebben om te inspireren of de presentatie van 7/11 voor te bereiden.

Ook een poging om alvast de pitch per mail op te bouwen:

Inspiratie naam voor de Vlaamse Cross Media regio Mechelen-Vilvoorde:

Historisch:

Spoorlijn25

Op 5 mei 1835 was nabij het station Mechelen de aankomstplaats van de **eerste publieke treinrit op het Europese vasteland van Brussel naar Mechelen**. Een station was er op dat ogenblik nog niet en de trein maakte halt **vóór** de Leuvense vaart bij gebrek aan een brug die pas in april 1836 klaar was voor gebruik. De passagiers werden via een ponton naar de overkant gebracht en dan naar het huidige plein voor het station waar **de feestelijkheden werden gehouden**. Ook koning Leopold I was aanwezig. Hij was incognito opgestapt in Vilvoorde om zijn veiligheid te garanderen. In die tijd bestond er heel wat weerstand tegen dit nieuwe vervoermiddel.

Mechelen werd gekozen als centrum van het nieuw te bouwen spoorwegennet. Spoorlijnen vertrokken in alle windrichtingen: zuidwaarts naar Brussel en Frankrijk, noordwaarts naar Antwerpen, westwaarts naar Dendermonde, Gent, Brugge en Oostende, en oostwaarts naar Leuven, Luik en Verviers. Hiervan is de werkplaats in de wijk Arsenaal (richting Leuven) nog een levende getuige.

Symbolisch en betekenis:

Ontwikkeling van stationsbuurten Mechelen en Vilvoorde met oog op aantrekken crossmedia en innovatieve bedrijven (Sanoma + nieuwe arsenaal)

Verbinding tussen de BXL-ANTWERPEN met belangrijke punten in Vilvoorde en Mechelen

Netwerk en kruisingen van sporen

Branding:



Joeri Janssens <janssensjoeri2409@gmail.com>  
aan Kris

4 nov. (1 dag geleden)

Hey Kris,

Ik denk dat we de tekst van Mieke eigenlijk even goed kunnen gebruiken bij de mail. Zij heeft alles naar mijn mening perfect samengevat. Wat denk jij?

Inspiratie voor de naam voor de Vlaamse Cross Media regio Mechelen-Vilvoorde : **Track 25**

Historisch aspect : **Spoorlijn25**

- Op 5 mei 1835 was nabij het station Mechelen de aankomstplaats van de **eerste publieke treinrit op het Europese vasteland van Brussel naar Mechelen**. Een station was er op dat ogenblik nog niet en de trein maakte halt **vóór** de Leuvense vaart bij gebrek aan een brug die pas in april 1836 klaar was voor gebruik. De passagiers werden via een ponton naar de overkant gebracht en dan naar het huidige plein voor het station waar **de feestelijkheden werden gehouden**. Ook koning Leopold I was aanwezig. Hij was incognito opgestapt in Vilvoorde om zijn veiligheid te garanderen. In die tijd bestond er heel wat weerstand tegen dit nieuwe vervoermiddel.

- De gebeurtenis kunnen we ook reeds een "crossmedia avant la lettre" noemen, aangezien tijdens de treinrit terug vanuit Mechelen **halte werd gehouden in Vilvoorde om zich te voorzien van water...** (ook toen al een samenwerkingspatroon).

- Exact 100 jaar na de eerste treinrit, op 5 mei 1935, reed de eerste elektrische trein, met Koning Leopold II aan boord, op deze lijn onder 3000 volt.

- Mechelen werd gekozen als centrum van het nieuw te bouwen spoorwegennet. Spoorlijnen vertrokken in alle windrichtingen: zuidwaarts naar Brussel en Frankrijk, noordwaarts naar Antwerpen, westwaarts naar Dendermonde, Gent, Brugge en Oostende, en oostwaarts naar Leuven, Luik en Verviers. Hiervan is de werkplaats in de wijk Arsenaal (richting Leuven) nog een levende getuige.

- Het traject vormde voor een industriële revolutie en bloei in het handel drijven.

Symbolisch en betekenis :

- Ontwikkeling van stationsbuurten Mechelen en Vilvoorde met oog op aantrekken crossmedia en innovatieve bedrijven (Sanoma + nieuwe arsenaal).

- Tevens vormt het de verbinding tussen de as Brussel-Antwerpen met belangrijke punten in Vilvoorde en Mechelen. Het netwerk en kruisingen van sporen past perfect binnen het plaatje van de crossmedia, waar contacten en samenwerkingen ontstaan en uitgebreid worden alsook nieuwe innovatieve projecten tot stand komen.

#### **Branding : keuze logo hangt nog van de stuurgroep af?**

Hier zouden we het logo reeds kunnen toevoegen, maar hier moeten we waarschijnlijk nog de consensus afwachten van de stuurgroep (heb de indruk dat er wel een duidelijke voorkeur is, maar dat is aan u en Filip vermoed ik om hier de knop door te hakken?). Eens de keuze gemaakt kunnen we het logo voorzien van de nodige punten die we zien bij het logo (zoals de wissels centraal, tekstballonnen/communicatieketting, beeldschermen, landschap...etc.).

Wat denk jij Kris?

Groetjes,  
Joeri

#### **- content presentatiefilmpje en landingspagina**

Kris Vancluyse  
aan mij, Filip

Dag Joeri,

Zoals beloofd de info op mail.

Voor het filmpje dacht ik het als volgt: nieuwe frame:

coming soon  
[www.track25.be](http://www.track25.be)

Logo's van de partners: Thomas More / Stad Mechelen / Oh! / VOKA Mechelen / Stad Vilvoorde / VOKA Halle-Vilvoorde / Flanders Smart Hub

Overgaan naar volgend frame

Met de steun van:

Logo's: ViA - Pact2020 / Agentschap Ondernemen

Produced by:  
logo Designosource

#### **- finalisering naam + logo -> domeinnaam**

domein  

Kris Vancluyzen 11:09 (9 uur geleden)    

aan David, mij 

Hallo David,

Ik wil, voor alle zekerheid, de domeinnaam [www.track25.be](http://www.track25.be) reserveren vóór donderdag.  
Moet ik ergens op letten als ik dit doe? Of willen jullie dit doen? De afrekening is voor ons.

Groet  
Kris

---



Kris Vancluyzen  
Project manager  
Thomas More | More Innovation & Research  
Campus Geel  
Kleinhoefstraat 4 | 2440 Geel | België  
Tel. [+32 \(0\)14 80 22 30](tel:+32014802230) | Tel. 2230 (intern)  
Mob. [+32 \(0\)1479 68 79](tel:+32014796879) [54](http://www.thomasmore.be)  
[www.thomasmore.be](http://www.thomasmore.be)

Kris Vancluyzen 14 nov. (1 dag geleden)    

aan mij, Filip 

Hey Joeri,

De domeinnaam is inderdaad geregistreerd bij One.com. Daar hoort standaard een 'kleine' webruimte bij van 5GB voor 12 maanden. Zodra het platform actief zal zijn kunnen we dit eenvoudig wel overdragen naar een aan andere host met meer functies.

Ik vermoed dat Telenet dit dan wel wil sponsoren (200 eur/jaar), maar hier zijn ook wel werkingsmiddelen voor.

Groeten,  
Kris

**Van:** Joeri Janssens [mailto:[janssensjoeri2409@gmail.com](mailto:janssensjoeri2409@gmail.com)]  
**Verzonden:** woensdag 13 november 2013 23:42

**Aan:** Filip Burgelman  
**CC:** Kris Vancluyzen  
**Onderwerp:** RE: Social media

Filip Burgelman 13 nov. (2 dagen geleden)    

aan mij, Kris 

Joeri,

Laat ons dat gewoon doen, die hosting nemen bij Telenet. Of moeten we eerst een klein marktstudietje doen om de beste prijzen te weten te komen?

Geen idee eigenlijk wat dat kost, die hosting. Dat is vermoedelijk afhankelijk van paketten en functionaliteiten?

T' is ook de logica zelve dat Telenet host ihkv Track25, ik zal Elke Van Soom - ex-collega en nu werkende bij Telenet - er es over aanspreken.

Grtn, Filip

## - meeting klankbordgroep

Van: Kris Vancluysen  
Verzonden: maandag 16 december 2013 13:59  
Aan: 'Van Cauwenberghe Mieke'; Kristof Lowyck; Joeri Janssens; ROMEYNS TIM; [chris.block@braintrust.be](mailto:chris.block@braintrust.be); Bart De bruyn  
CC: Filip Burgelman  
Onderwerp: RE: Track25: verslag klankbordgroep 07/11

Dag iedereen,

Hierbij nog even een herinnering met agenda voor het **Track25-stuurgroepoverleg** van morgen, om 9u30 in Mechelen (Thomas More, DUON -> Zandpoortvest 26). Met volgende agendapunten:

- Terugblik Klankbordgroep en invulling 05/05/13
- Afspraken communicatie/IP + stavaza Designosource
- Invulling platform: verder verloop
- Procedure aanbesteding studie
- Varia

Tot morgen!  
Groeten,  
Kris & Filip

## - Tweede luik : meeting klankbordgroep

Track25 - agenda overleg 06/02 + USP  Postvak IN x   

---

 **Kris Vancluysen**  31 jan.   

aan Kristof, chris.block, Bart, ROMEYNS, mieke.vancauwe., Filip, mij

Dag iedereen,

Hierbij stuur ik jullie een agenda voor ons volgend overleg, volgende week **donderdag 06/02** om 9u30 in het **Stadhuis van Vilvoorde**.

- Een USP voor Track25: voorstel  
- Lancering 05/05  
- Haalbaarheidsstudie  
- Budget

In bijlage vinden jullie ook een document ter bespreking. Het is een voorstel over USP van Track25, vertaald in een 'missie' en structuur platform en mogelijk aanbod. We hebben ons hiervoor gebaseerd op input van de vorige vergadering en de klankbordgroep en rekening gehouden met bestaande 'initiatieven'.

Groeten,  
Kris & Filip

## - Derde luik : uitwerking portaal

 **Joeri Janssens** <janssensjoeri2409@gmail.com>  
aan Kris ▾

25 feb. ★ ↗ ▾

Hey Kris,

Zou je mij aub meer informatie kunnen geven hoe jullie "community" zien? We hebben hier reeds een paar vragen rond, want community kan je erg ruim nemen.

- wie kan er allemaal op?
- is het een forum? blog?
- is het de bedoeling dat iedereen (van student tot firma) erop kan posten?
- wat wordt er precies in zo'n community gepost? (want als je geen restricties hebt in toegang noch content, gaat dit wel eens een soep worden, vrezen we).
- wordt alles omvat in de community of is er onderscheid tussen bvb. vacatures, materiaal / faciliteiten? (ik noem maar wat).

Desnoods even deze week opnieuw afchecken? Ik kan morgen, overmorgen en vrijdag wel op Skype?

Alvast bedankt.

Groeten,  
Joeri

 **Joeri Janssens** <janssensjoeri2409@gmail.com>  
aan Kris ▾

10 mrt. (10 dagen geleden) ★ ↗ ▾

Dag Kris,

Bedankt!

Al enig idee van content waar we al mee aan de slag kunnen voor de verschillende pagina's?  
Ik denk dan ook bijvoorbeeld aan de content voor de uitnodiging. We zijn ook die reeds aan't het "voortwerpen", maar ni makkelijk als de content er nog niet is. Dit hoeft niet tot in de details te kloppen, maar misschien al een idee welke topics er op komen te staan?

Groeten,  
Joeri

Op 10 maart 2014 14:11 schreef Kris Vancluysen <[Kris.Vancluysen@thomasmore.be](mailto:Kris.Vancluysen@thomasmore.be)>:

...



Kris Vancluyzen

aan mij ▾

✉ 11 mrt. (9 dagen geleden) ⭐



Hey Joeri,

Geen probleem. Ben je iets met het schemaatje in bijlage? Ik heb het nog wat aangevuld. (zwart = structuur; groen = mag zichtbaar zijn, maar nog niet functioneel)

Dit zou er op moeten: (Heb P achter gezet voor als het aparte pagina's zijn

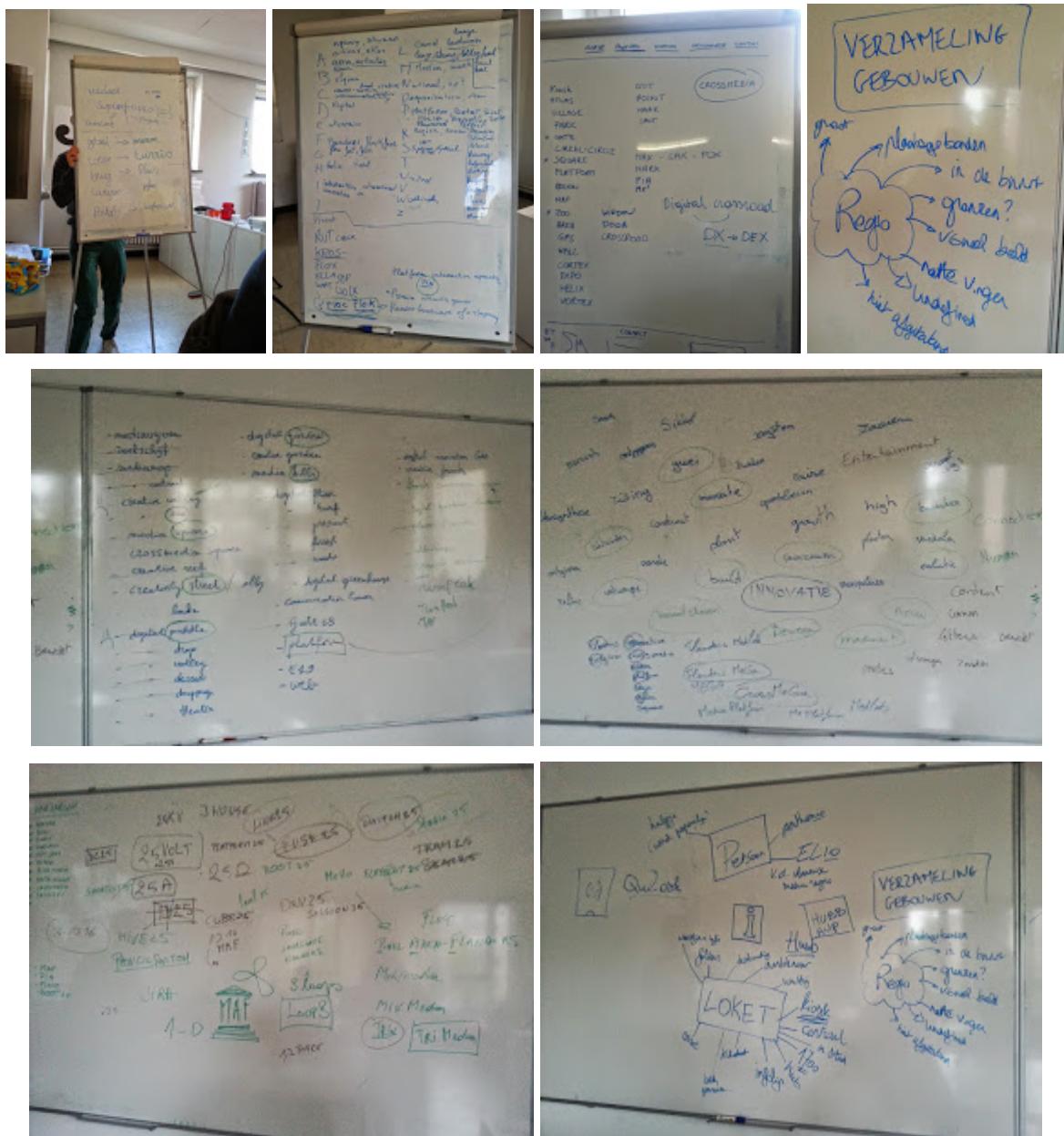
- Nieuws (dynamisch: nieuwe berichten moeten kunnen worden toegevoegd), zoals op homepage van [innovator.nl](#) en [screenbrussels.be](#)
- Over Track 25 (statisch: content volgt)
  - o Wat is Track25
  - o Missie & Visie
  - o Partners
  - o Track25 Label
- Ruimte voor ondernemen (statisch: content volgt)
  - o Troeven van de regio
  - o Bedrijventerreinen en huisvesting
    - Mechelen
    - Vilvoorde
- Agenda/Activiteiten (dynamisch, kan ook in de vorm van kalender)
- Matchmaking (mag zichtbaar zijn, maar nog geen achterliggende functionaliteit)
- Mediatheek (mag zichtbaar zijn)

Bijkomende functionaliteiten op homepage: zoekkader, twitterfeed #track25, Eventueel ook al te voorzien: link naar disclaimer en sitemap en engelse site (moet nog niet functioneel zijn, maar lijkt me wel eenvoudig toe te voegen).

Ik spring sowieso donderdag nog binnen.  
Als je nog vragen zou hebben, laat maar horen.

Groeten,  
Kris

## 4.2 Vergadering / Brainstorm bedenken naam

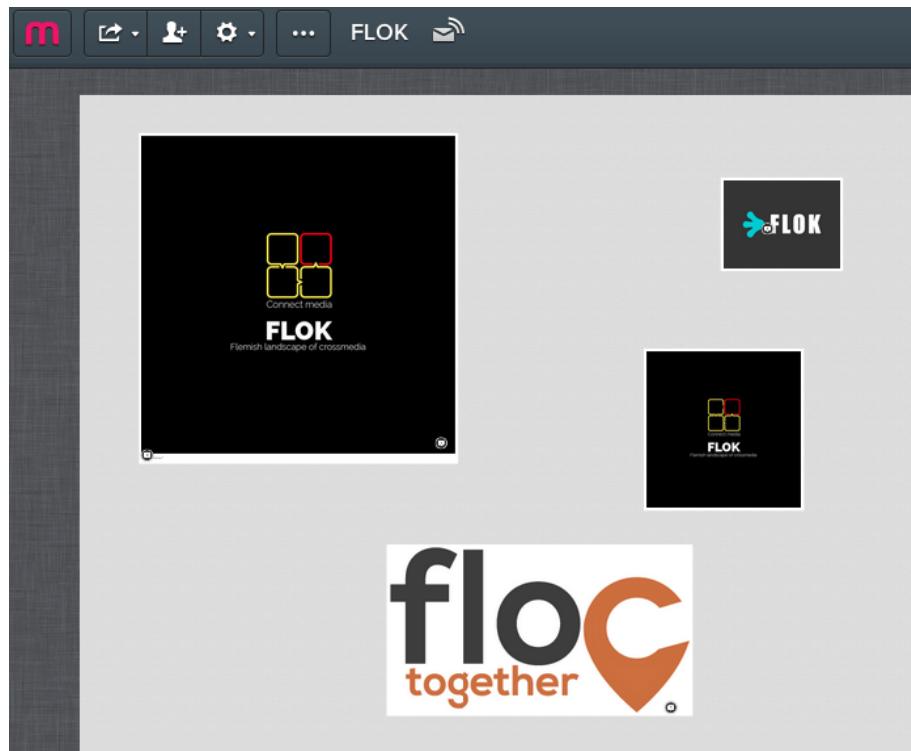


## 4.3 Mural.ly

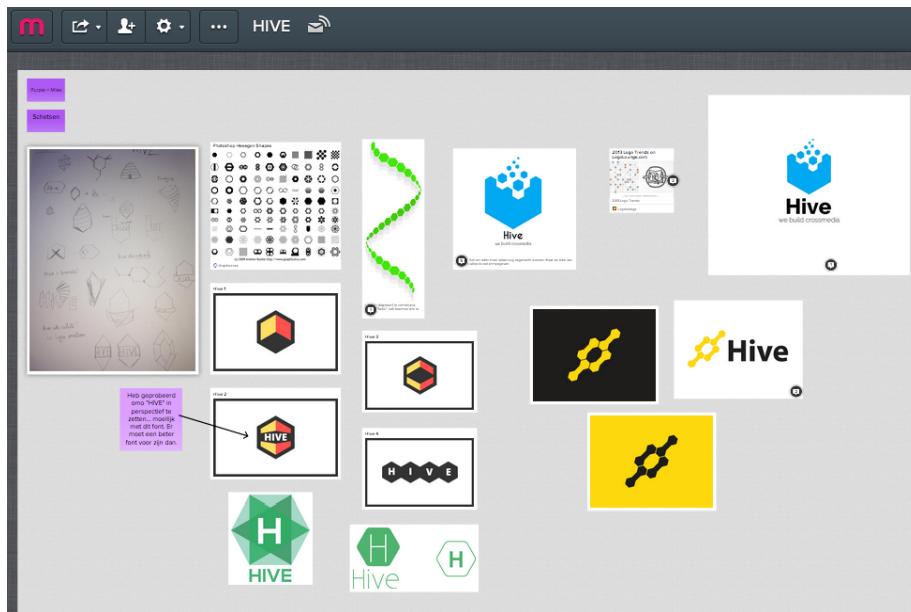
- Logo

Initieel hadden we vijf namen opgeliist (na stemronde) waarrond we zouden werken. De namen :

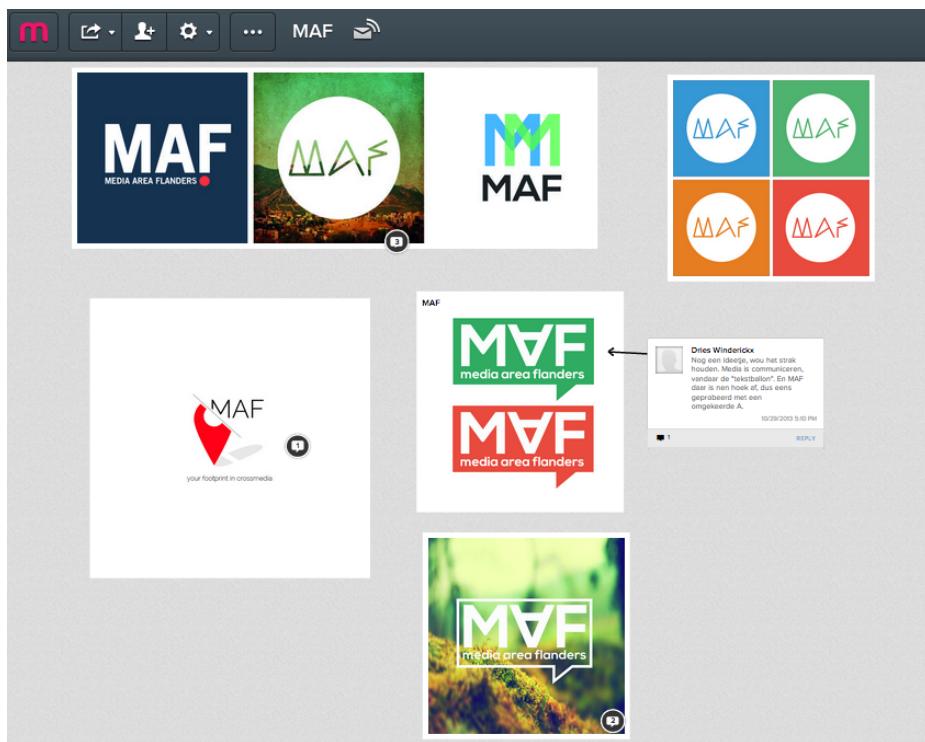
- Flok :



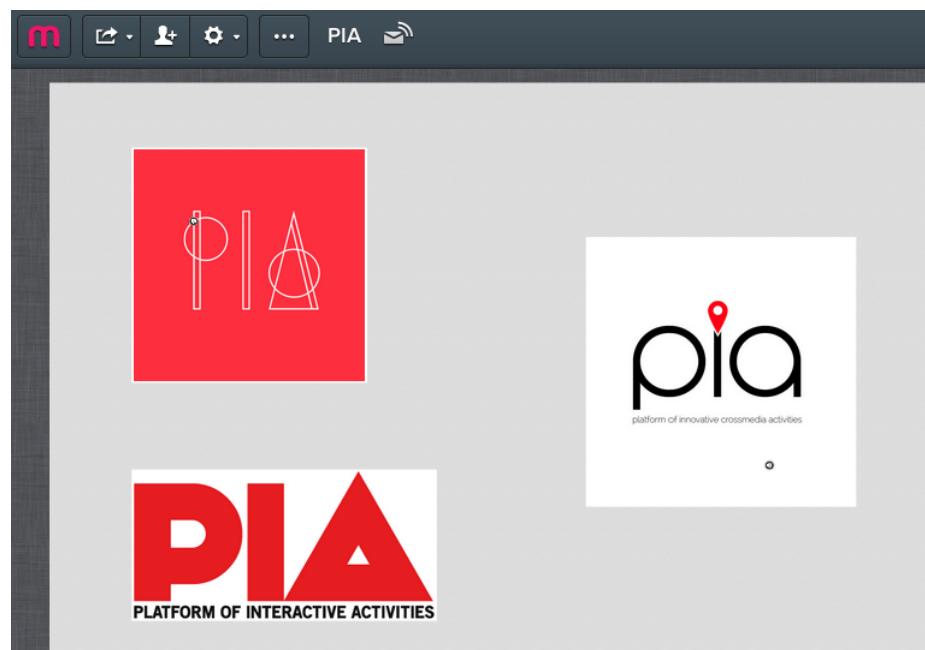
- Hive :



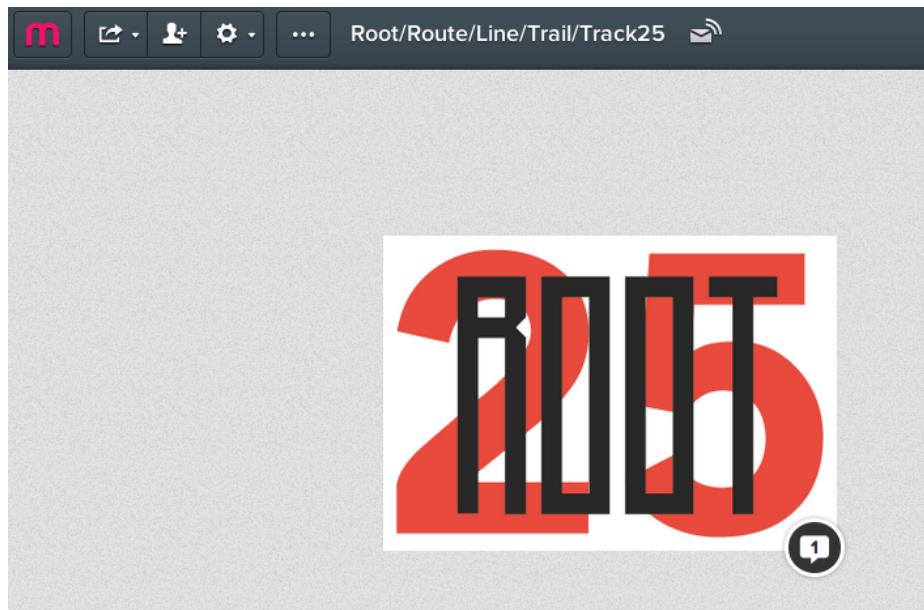
- MAF :



- PIA :



- Root25 :

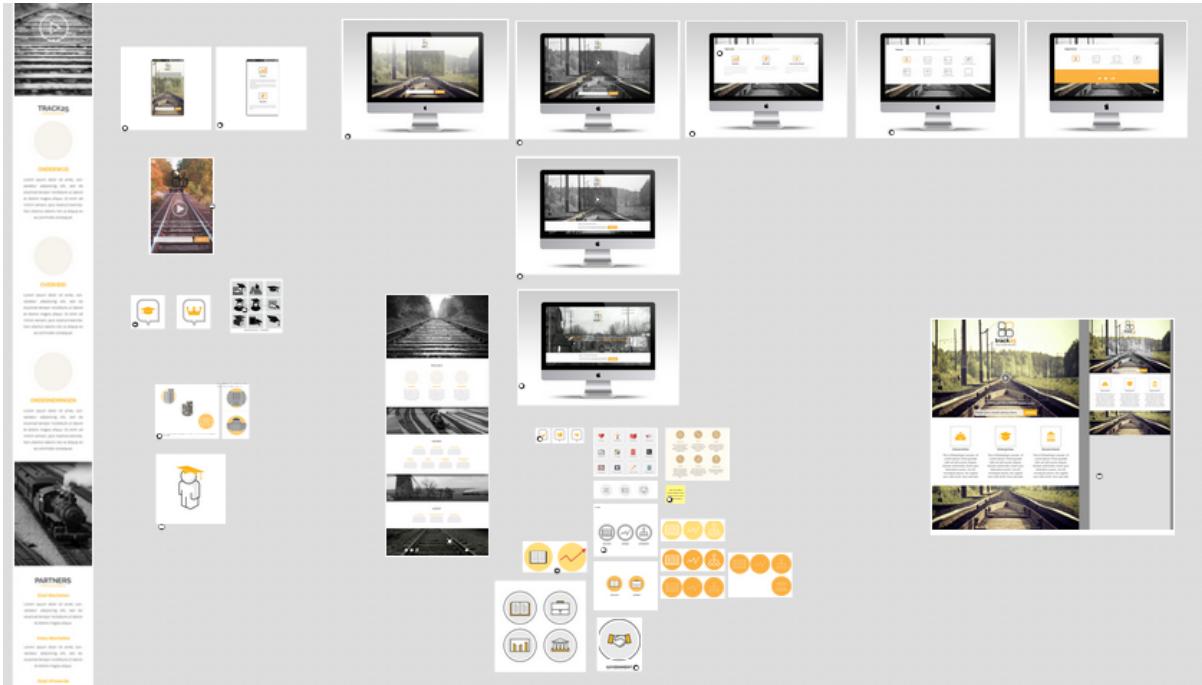


De meeting met Bedenk! en OH! bracht echter uitsluitsel over de naam en op basis van deze meeting is besloten om te gaan voor de naam "Track25".

#### - Mural.ly met het VMR-team - Track25

The screenshot shows a digital whiteboard interface with various logo concepts for 'Track25'. One concept features a green triangle with a white '25' inside. Another concept shows a black square with a red '25' and the word 'Trak25' below it. There are also several other logo variations and a small note in the bottom right corner.

#### - Ontwerp landingspagina



## 4.4 Foto's presentaties

- Presentatie naam + logo 7 november 2013 (Lamot Mechelen)



- Presentatie portaalsite 5 mei 2014 (Videohouse Vilvoorde)

