



designosource

designosource

www.designosource.be

2013 - 2014

1 Inhoud

2	Projectplan	1
2.1	Situatieschets en probleemstelling	1
2.2	Aansturing.....	1
2.3	Doelstelling van het project (SMART)	2
2.4	Verwachte projectresultaten.....	3
2.4.1	Business goals/ voordelen	3
2.4.2	User goals/ voordelen voor gebruiker.....	3
2.5	Doelgroep en stakeholders.....	4
2.5.1	Externe stakeholders.....	4
2.5.2	Interne stakeholders:	4
2.5.3	Doelgroep	4
2.6	Veronderstellingen en randvoorwaarden	5
2.6.1	hosting.....	5
2.6.2	kennis ICT	5
2.6.3	CMS	5
2.6.4	Oplevering	5
2.7	Concept	6
2.8	Projectafbakening met functionaliteiten	6
2.8.1	Scope van het project.....	6
2.8.2	Functionaliteiten	6
2.9	Ontwikkeling interface.....	7
2.9.1	Resultaat Website.....	8
2.9.2	Resultaat designoverse	10
2.9.3	Resultaat analytics 1sept -> 25 mei	10
2.9.4	Resultaat Social Media	11
2.10	Relatie met andere projecten en/of initiatieven	11
2.11	Projectfasering.....	12
2.12	Projectbegroting, raming kosten per fase	13
2.13	Risicoanalyse.....	14
2.13.1	Wat kan er misgaan	14
2.13.2	Hoe groot is het risico dat dit voorvalt?	14
2.13.3	Welke preventieve acties zijn mogelijk.....	14
2.13.4	Welke alternatieve noodoplossingen zijn mogelijk	14
2.14	Raming totale kosten.....	14
2.15	Meerwaarde.....	15
3	Voortgangsrapportering: werkelijk gepresteerde uren per fase	16

3.1	Postcalculatie:	16
4	Leerpunten	17
4.1	Nils	17
4.2	Rias	17
4.3	Wannes	17
4.4	Stijn	18
4.5	Dries	18
4.6	Thomas	18

2 Projectplan

2.1 Situatieschets en probleemstelling

De designosource website van 2012-2013 is van de vorige studenten die aan designosource hebben gewerkt, we willen dan ook een eigen stijl, visie en richting uit met onze website. We nemen dan ook ineens de kans om de social media strategie en het blog nog verder uit te breiden.

2.2 Aansturing

Projectcoördinator:	Rias Van der Veken
Projectgroepleden	<ul style="list-style-type: none">- Wannes De Roy- Nils Janssens- Dries Winderickx- Stijn Schets- Rias Van der Veken
Datum aanvang:	Eerste designosource dag
Datum oplevering	Website: 22 november; social media: ongoing.

2.3 Doelstelling van het project (SMART)

Doelstelling:	Het bereik van designosource op het web verbeteren
Specifiek	Er zijn verschillende doelgroepen waar we onze website op richten. Het voornaamste is dat we potentiële klanten geïnteresseerd krijgen om met ons te werken. Verder willen we toevallige voorbijgangers ook omzetten naar potentiële klanten of fans en volgers. Door middel van de sociale media en het blog kunnen we meer interactie krijgen met klanten/fans & volgers en zo meer mensen naar onze website trekken.
Meetbaar	Met Google Analytics of de ingebouwde statistieken bij Wordpress kunnen we bekijken hoeveel bezoekers er terechtkomen op onze pagina's en van waar deze komen. Meestal ligt dit hoger na enkele berichten op de sociale media. Ook op de Facebook pagina van designosource kan goed worden gemeten hoeveel mensen bepaalde posts bereikt. Verder ook in het aantal likes op Facebook, volgers op Twitter, aantal views op filmpjes op Vimeo/Youtube.
Acceptabel	Een vernieuwde website zorgt zeker voor publiciteit en meer bereik..
Realistisch	Een nieuw verhaal, visie en website zal zeker voor een groter bereik zorgen, we moeten dit echter behouden via de sociale media en Designoverse.
Tijdgebonden	De website heeft een deadline van eind november, ze is gepland om online te gaan op 22 november. De sociale media wordt heel het jaar door uitgevoerd door een apart social media team (zie projectgroepleden)

2.4 Verwachte projectresultaten

Een website waarmee we kunnen pronken op wedstrijden, dit wil zeggen ontworpen en gemaakt met de nieuwste trends en technologieën in gedachten.

2.4.1 Business goals/ voordelen

Een verbeterde en indrukwekkende website zorgt voor een imago van professionalisme en kunde. Dit zorgt ervoor dat potentiële klanten ons minder zullen aanzien als "maar een studentenproject". Dit zal ook meer klanten opleveren voor ons en het volgende jaar designosource.

Met een nieuw verhaal en een nieuwe visie moeten we dit goed kunnen overbrengen.

2.4.2 User goals/ voordelen voor gebruiker

De volledige website moet een toffe ervaring zijn, we moeten dus zorgen voor een interactieve en aangename website, de gebruiker zal hierdoor regelmatig willen terugkeren.

Potentiële klanten moeten kunnen zien wat we allemaal kunnen doen voor hen, hiervoor moet de website indrukwekkend zijn maar ook moeten de projecten die we al hebben gedaan gemakkelijk te vinden zijn. Als de potentiële klant dan onder de indruk is moet deze gemakkelijk contact met ons kunnen opnemen.

De website moet bereikbaar zijn op de meest courante mobiele apparaten. Met een responsive website zal dit een goede gebruikerservaring opleveren

Wijzelf als teamleden van designosource moeten gemakkelijk blogposts, filmpjes, quotes, statiestieken, ... kunnen plaatsen op designoverse. Als dit gemakkelijk gaat kost het ons minder tijd om de website up-to-date te houden.

2.5 Doelgroep en stakeholders

2.5.1 Externe stakeholders

Thomas More is een externe stakeholder, wij zijn onderdeel van Thomas More en dragen mee het imago van de school. Als designsource een indrukwekkende practice enterprise is dan zullen studenten eerder voor Thomas More of IMD kiezen. Ook zullen bedrijven meer geneigd zijn om IMD'ers aan te werven eens ze afgestudeerd zijn door een verbeterd imago van de opleiding.

2.5.2 Interne stakeholders:

Wij als studenten zijn natuurlijk een van de belangrijkste interne stakeholders. Via de website hebben wij de kans om zowel onszelf als ons werk te promoten. Zeker toekomstgericht kan dit een voordeel zijn om werk te zoeken.

De studenten die na ons aan Designsource meedoen zijn ook belangrijke stakeholders. Wij trekken klanten en opdrachten aan die waarschijnlijk vervuld zullen worden door de toekomstige leden. Hoe interessanter en uitdagender de nieuwe projecten, hoe beter.

Onze lectoren zijn de laatste interne stakeholders. Ze willen toekomstige leden graag aantrekken/aansporen om bij Designsource te solliciteren. Ook willen de lectoren dat er nieuwe klanten/projecten worden aangetrokken.

2.5.3 Doelgroep

De doelgroep van onze website kan worden opgedeeld in 4 categorieën:

2.5.3.1 Sympathisanten

Mensen geïnteresseerd in designsource en onze practice enterprise. Ze willen op de hoogte gehouden worden van onze projecten, berichten en bezigheden. De belangrijkste informatie voor deze doelgroep is het team en designoverse (blog).

2.5.3.2 Potentiële klanten

Deze doelgroep wil zien waartoe we in staat zijn en aan welke projecten we al hebben meegewerkt. De belangrijkste informatie voor deze doelgroep is het team en de projecten.

2.5.3.3 Potentiële werkgevers

Potentiële werkgevers zullen meer geïnteresseerd zijn in studenten die afstuderen met al enige werkervaring. De website toont dan ook wat we kunnen en welke projecten we allemaal tot een goed einde kunnen brengen.

2.5.3.4 Toekomstige designsourcers

Deze doelgroep wil zien wat er van hun verwacht wordt moesten ze zich hiervoor willen aanmelden. Ook de manier van werken en welke projecten er gemaakt worden zijn belangrijk.

2.5.3.5 Toevallige voorbijgangers

De toevallige voorbijganger is iemand die een link krijgt toegestuurd of op google onze website tegenkomt. Bij deze bezoeker willen we een indruk achterlaten waardoor deze zich bekeert tot de sympathisanten.

2.6 Veronderstellingen en randvoorwaarden

De klant is designsource zelf.

2.6.1 hosting

De hosting wordt op dit moment nog steeds verzorgd door Eigen Domein. Hoe lang dit gaat duren, weten we eigenlijk niet maar zolang het gratis blijft gaan we hiermee door.

2.6.2 kennis ICT

Iedereen van designsource heeft een grote kennis van ICT, design en programmeren. Hierdoor kunnen er vaak meningsverschillen ontstaan. De afspraak die hier gemaakt is, is dat het team dat aan de website werkt de uiteindelijke knoop doorhakt.

2.6.3 CMS

De website wordt ontwikkeld met behulp van WordPress, dit was in het vorige jaar ook zo en is een goed systeem om verder mee te gaan.

2.6.4 Oplevering

De deadline van de website kan verschoven worden maar het blijft steeds A.S.A.P. De afgesproken ultieme deadline voor de website was midden december. De groep van vorig jaar had rond deze periode hun nieuwe website gelanceerd en we willen onze website sneller afwerken zodat we sterk naar buiten komen met de nieuwe groep en nieuwe identiteit.

2.7 Concept

Eenzijds willen we een website die een indruk achterlaat op onze volgers en onze potentiële klanten. Hoe beter deze laatste doelgroep onze website vindt, hoe meer kans we hebben dat ze voor designsource kiezen. Dit is de belangrijkste 'parameter' waaraan het resultaat moet voldoen: indruk maken.

Daarnaast willen we ook proberen om met de nieuwe website in de prijzen te vallen. Het is dus de bedoeling dat onze code volledig volgens de regels van de kunst geschreven is, en dat ze mensen verbaast. Zelfs mensen 'in het wereldje' moeten dus onder de indruk zijn van de website.

2.8 Projectafbakening met functionaliteiten

2.8.1 Scope van het project

Een website met 2 pagina's: Home en designoverse.

De homepage zal een pagina zijn met parallax scrolling en indrukwekkende graphics. De designoverse pagina zal een standaard blog-layout zijn waar de regel "content is king" voorop ligt. Alle artikels, filmpjes, foto's... moeten gemakkelijk te lezen zijn.

De social-media strategie wordt volledig vernieuwd met Wannes als verantwoordelijke om de berichten te plaatsen op Twitter en Facebook. Er wordt dan verwacht van alle teamleden dat deze interessante blogposts, artikels of weetjes in een document zetten die we dan kunnen delen via het designsource Twitter account of de Facebookpagina. Op deze manier proberen we meer interactie te krijgen tussen de verschillende doelgroepen.

2.8.2 Functionaliteiten

Sterren van de landingspage in website ("zet een ster in ons universum")

Op de landingspagina (<http://launch.designsource.be>) hadden we een sign-up formulier dat na het inschrijven op de nieuwsbrief een ster zette in het universum op de landingspagina. Het uiteindelijke resultaat van de sterrenhemel hebben we dan overgezet naar de uiteindelijke website.

Informatie over wie we zijn en wat we doen

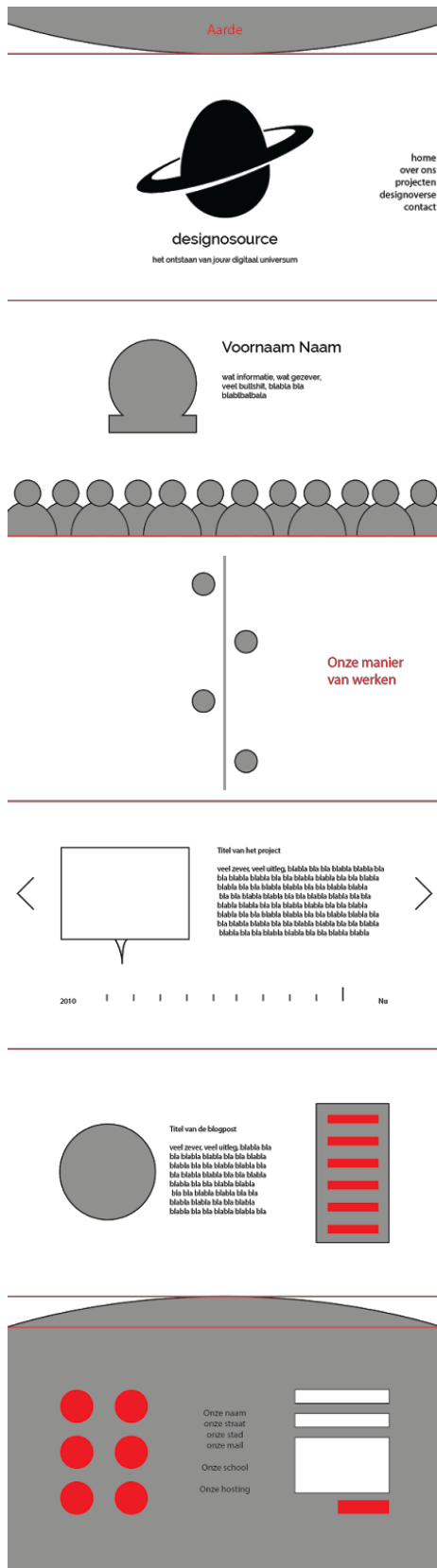
Informatie over het huidige team en een link naar de websites van de vorige teams

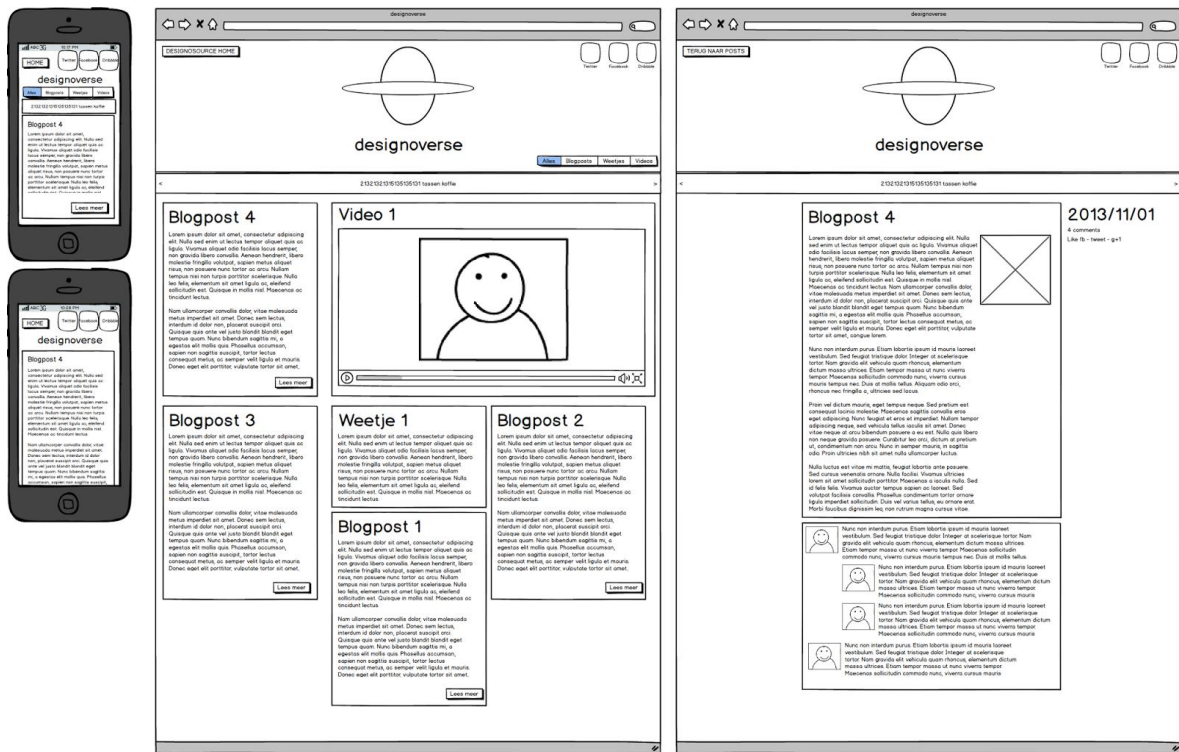
Informatie en een showcase van alle projecten (2010-2013)

designoverse (blog waarop filmpjes, artikels, reviews, ... kunnen gepost worden)

contact en inschrijven op de nieuwsbrief

2.9 Ontwikkeling interface





2.9.1 Resultaat Website





Naam
Robby Vanelderen

Skills
Coaching & Teaching

Motto
To boldly go where no teacher has gone before.



Wat doen we

designosource lanceert al je projecten in het digitaal universum, beter bekend als het wereldwijde web. Wij gaan geen enkele uitdaging uit de weg: web design, branding, sociale media & mobile design. Dat alles behoort tot ons takenpakket. Maar dat is niet alles, zo kan u ook bij ons terecht voor online marketing campagnes, Search Engine Optimization (SEO), en nog zo veel meer. Je kan het zo zot niet bedenken of we doen het!

Wij verleggen graag onze grenzen en evolueren continu om een perfecte service te bieden. Graag maken we van uw project een ster in het digitaal universum!

5...4...3...2...1, LIFT OFF!

Ons bedrijf

designosource werd opgericht in 2011 door enkele ambitieuze docenten van de opleiding Interactive Multimedia Design aan de Thomas More Hogeschool van Mechelen. Deze practice enterprise geeft een team van twaalf studenten de kans om mee te gaan in het reilen en zeilen van een echt multimedia bureau. Ze doen unieke ervaringen op door projecten van opstart tot oplevering in team uit te werken voor reële klanten. De studenten zijn aspirant-astronauten die klaar staan om elke project met succes te lanceren.

De websites van de vorige jaren vind je hier: **2011-2012 & 2012-2013**

To boldly go where no student has gone before.



2.9.4 Resultaat Social Media

2.9.4.1 Twitter

Begonnen met 135 volgers en 85 Tweets → nu +-300 volgers en 500 Tweets

2.9.4.2 Facebook

Begonnen met 160 likes en 650 maximum bereik → nu 360 likes en 1050 maximum bereik

2.10 Relatie met andere projecten en/of initiatieven

Geen relaties met andere projecten. Projecten die we ontwikkelen komen wel op onze website.

2.11 Projectfasering

	Activiteit:	Van	Tot	Resultaat
Fase 1:	Ontwerp verhaal, logo en launch page	begin designsource	04/10	Begin. Launch page groot succes.
Fase 2:	Informatie- en websitestructuur + kleurenschema	4/10	11/10	Afgewezen door collega's.
Fase 3:	Mobiele en desktop mock-ups klaar.	11/10	18/10	Uitgesteld wegens foute informatiestructuur
Fase 4:	Ontwikkelen van de nieuwe website + launch op 1 november	18/10	31/10	Uitgesteld wegens foute informatiestructuur.
Fase 2 (opnieuw):	Nieuw idee website in samenwerking met volledig team designsource	14/10	18/10	Nieuw idee: Parallax Infinite scroll
Fase 3:	Wireframes opstellen	18/10	24/10	Goedgekeurd.
Fase 4:	Mock-ups en ideeën uitwerken in photoshop/illustrator	25/10	4/11	Goedgekeurd.
Fase 5:	Begin uitwerking website	5/11	22/11	Goedgekeurd.

2.12 Projectbegroting, raming kosten per fase

Fase 1	Omschrijving kosten	Euro	Manuren
	Verhaal	3600	60
	Logo	1440	24
	Launch Page	1200	20
	Totale kosten fase 1:	6240	104

Fase 2	Omschrijving kosten	Euro	Manuren
	Structuur	300	5
	Kleurenschema	120	2
	Totale kosten fase 2:	420	7

Fase 3	Omschrijving kosten	Euro	Manuren
	Wireframes	480	8
	Mock-ups	960	16
	Totale kosten fase 3:	1440	24

Fase 4	Omschrijving kosten	Euro	Manuren
	Uitwerking website	3000	50
	Totale kosten fase 4:	3000	50

2.13 Risicoanalyse

2.13.1 Wat kan er misgaan

Aangezien dit een project voor onszelf is, hebben we veel vrijheid. Het project moet echter wel door het hele team goedgekeurd worden, wat niet eenvoudig is aangezien er 12 mensen volledig achter het eindresultaat moeten staan. Hierdoor kan het zijn dat er in sommige fases veel tijd verspild wordt, en dat er opnieuw zal moeten begonnen worden aan een fase.

2.13.2 Hoe groot is het risico dat dit voorvalt?

Relatief groot, al zal dit vooral voorvallen in de voorbereidende fases waar de meeste beslissingen genomen moeten worden.

2.13.3 Welke preventieve acties zijn mogelijk

Communicatie. Er moet goed binnen het gehele team gecommuniceerd worden, en er moet per fase meerdere malen teruggekoppeld worden. Zo lopen we niet het risico om één fase volledig verkeerd af te ronden, en vervolgens opnieuw te beginnen.

2.13.4 Welke alternatieve noodoplossingen zijn mogelijk

In het slechtste geval zal niet iedereen akkoord zijn en moeten we met een meerderheid de beslissingen maken. Het is uiteraard de bedoeling dat het volledig team (12 man) achter het eindresultaat staat, maar als de kosten dreigen op te lopen, moeten we met het desingo-team (5 tot 6 mensen) knopen doorhakken.

2.14 Raming totale kosten

€ 11.100 van de totale projectkosten wordt uit eigen middelen gefinancierd	Het project is volledig intern, en wordt dus ook volledig zelf gefinancierd.
€ 0,00 van de totale projectkosten wordt uit de subsidie gefinancierd	

2.15 Meerwaarde

Door onze site te vernieuwen, en aan te passen aan de nieuwe stijl van designosource, hopen we om meer visibiliteit voor designosource te creëren. Enerzijds hopen we de aandacht van huidige volgers, sympathisanten en klanten op te krikken. De grote vernieuwing heeft veel aspecten, en dus veel kans om elke volger wel met één van deze aspecten aan te spreken. Zo is er de volledige website, de nieuwe stijl, het nieuwe logo, de nieuwe slogan, een introductie-video, en een nieuwe manier van social-media-gebruik.

Met deze vernieuwing hopen we ook een hoop nieuwe klanten te lokken. Ook volgers en sympathisanten leiden uiteindelijk mogelijks tot nieuwe volgers.

Ons einddoel is dus om nieuwe klanten te lokken, en dit door visibiliteit en volgers.

3 Voortgangsrapportering: werkelijk gepresteerde uren per fase

	Gerealiseerde activiteiten:	Gepresteerde uren	Kosten
Fase 1:	Verhaal, logo & Launch page	100	€ 6.000
Fase 2:	Structuur + kleurenschema	8	€ 480
Fase 2 (opnieuw):	Structuur	5	€ 300
Fase 3:	Wireframes + Mockups	25	€ 1500
Fase 4:	Uitwerking in code	70	€ 4200

3.1 Postcalculatie:

Raming van de kosten: € 11.100

Werkelijke kosten: € 12.480

4 Leerpunten

4.1 Nils

Onze eigen site was het eerste project dat ik bij designosource maakte. Het was meteen een zeer leerrijk project, omdat we wel met verplichtingen zaten (werken in team, en volgens de regeltjes), maar we hadden toch nog genoeg vrijheid. De site was voor onszelf, dus we waren onze eigen klant. Hierdoor kan je veel meer experimenteren, wat zeer goed was voor een eerste opdracht. Het teamwerk heeft bovendien ook veel bijgeleerd. Al het werk dat je doet, moet besproken worden. Een totaal andere ervaring dan alleen werken dus.

4.2 Rias

Dit was mijn eerste ervaring als projectleider, als gevolg heb ik hier veel geleerd over verantwoordelijkheden en verwachtingen die je hebt van medestudenten. Ook iedereen zijn kwaliteiten en specialiteiten inschatten was in het begin moeilijk. Het project zelf ging in het begin wat moeizaam met ons team wegens een paar communicatiefouten naar de rest van designosource, vooral rond feedback en correcties maar uiteindelijk zijn we er volledig uitgeraakt en hebben we mits een verschuiving van de deadline het project goed opgeleverd.

Op technisch vlak heb ik veel bijgeleerd over Javascript en WordPress. Een parallax/animatie website ontwikkelen was moeilijker dan ik initieel gedacht had. Op vlak van Javascript heb ik veel bijgeleerd over animaties, jQuery en het gebruiken van de Skrollr plug-in. Bij WordPress vooral custom post types, het beheren van een blog en hoe je een uitgebreide front-end pagina integreerd met WordPress functionaliteiten (zoals laatste post, laatste video).

4.3 Wannes

Dit eerste project van het jaar was voor mij een goede starter. Mits wat beginnersfouten zijn we er geraakt. Het moeilijkste aan het project was de begin fase, het wireframen en designen. We moesten iedereen van het designosource team op dezelfde golflengte brengen en ons als bedrijf duidelijk profileren d.m.v ons zelfbedacht concept/logo/slagzin. Mits 1 keer herbegonnen te zijn nadat er duidelijk onenigheden waren over het design en de profilering zijn we tot een consensus gekomen. Het was belangrijk om ons bedrijf en het nieuwe image duidelijk over te laten komen en iedereen die op website komt van de eerste keer doen begrijpen wat we zijn, wie we zijn en waar we voor staan. Aan development heeft vooral Rias als projectleider gewerkt en verantwoordelijkheid genomen, hij was hier sowieso al de meest geschikte persoon voor. Ik heb dan samen met de rest van het team de designgerelateerde beslissingen en finale afwerkingen voor ons genomen. Dit was het eerste project dat ik ondernam in designosource en was direct wel een reality check van wat er ons te wachten stond op vlak van team werk en de nieuwe werkomgeving.

4.4 Stijn

De website van desginosource was voor mij een zeer goed project om kennis te maken met designsource zelf. Door de architectuur en het concept van het bedrijf mee uit te denken heb ik een goede achtergrondkennis opgebouwd voor de rest van het jaar. Mijn technische input voor de website lag vooral op het vlak van design en architectuur. Zo heb ik meegewerkt aan de structuur en wireframes in de eerste fase. In de tweede fase heb ik mij volledig gefocust op het design, hierbij heb ik verschillende designs ontwikkeld om zo tot een overeenkomst te komen bij de volledige groep. Naast de technische vaardigheden heb ik ook kennis gemaakt met het volledige team, omdat de website het hele team vertegenwoordigd heeft het hele team hieraan gewerkt. Hier heb ik al snel de voor en nadelen van het werken in een grote groep ontdekt. Zo is het bijvoorbeeld zeer handig om feedback te ontvangen van verschillende personen, maar is het weer zeer moeilijk om tot een concrete beslissing te komen met verschillende mensen. Dat een bedrijf niet enkel over sterke individuen maar ook over een sterke groep draait had ik snel door.

4.5 Dries

Deze eerste uitdaging binnen designsource was voor mij zeer leerrijk, zeker op vlak van organisatie en werken in teamverband. Vooral deze laatste was niet gemakkelijk, in de eerste fase werden alle beslissingen door het volledige team genomen. Compromissen sluiten met 12 man was geen lachertje maar ondanks dit alles hebben we deze uitdaging tot een goed einde gebracht.

Ik heb me tijdens dit project vooral bezig gehouden met het ontwerp in al zijn facetten, hieronder versta ik brainstormen, concept, wireframing, mock-ups, content- strategie. En op al deze vlakken heb ik dan ook zeer veel bijgeleerd. ik durf dan ook oprecht zeggen dat ik trots ben op dit eerste project dat binnen designsource is gelanceerd. Ook de manier waarop we als team zijn samengekomen, om dit werkjaar een nieuwe visie te creëren, verdient te worden aangehaald. Al bij al voor dit eerste project een topprestatie maar ook zeker en vooral een zeer leerrijk proces.

4.6 Thomas

Rias en ik hebben samen de landingspagina gemaakt op één avond tijd. Dit was meteen ook de enige grote inbreng die ik had in dit project. Echte leerpunten heb ik bijgevolg niet dankzij dit project.