

Eindreflectie WPL2

Situatie:

Als case kregen wij met groep 5 een familiebedrijf in de food-industrie die zich specialiseert in artisanale diepgevroren pasta. De vraag van de klant luidt om een branding te maken rond dit concept.

Taak:

Onze taak voor WPL2 is om een merk te bouwen rond het concept van artisanale diepgevroren pasta. Hiervoor zijn er enkele criteria:

- Diepvries heeft een negatieve gevoelswaarde in de markt. Wij moeten er voor zorgen om dit op een zo positief mogelijke manier over te brengen naar klanten.
- Het bedrijf is voor B2B (business to business), maar wilt zich nu ook richten tot B2C (business to clients). Hoe zouden wij dit aanpakken?
- We voorzien een geheel nieuwe huisstijl, logo en naam. Hiervoor kregen we carte blanche.
- De huisstijl moet overal terugkomen. Zowel op digitale producten als op fysieke producten.
- Het product is ook functioneel. D.w.z. dat wij een website bouwen, app design creëren en een uitgewerkte brandguide kunnen leveren.

Actie:

Na kennismaking van het team en de opdrachten verkozen we een productowner. Ik werd verkozen. Een grote verantwoordelijkheid, maar vooral een leerrijke uitdaging. Met passie begonnen we aan het creëren van Pasta Fresca. Een naam die niet lang heeft geduurd om te vinden omdat we als team vrij vlot en vrij snel heel goed overeen kwamen ondanks dat we elkaar nog maar net kenden. Elke sprint taken verdelen liep ook vlot.

Resultaat:

Na maanden hard samenwerken hebben we dan toch een website, appdesign, brandguide en vooral een sterk merk gerealiseerd. Plaats voor vernieuwing en verbetering is er altijd, maar we zijn heel blij waar we zijn geraakt na zo een lang traject.

Zoals hierboven vermeld is er ruimte voor verbetering. Dit is niet meer dan normaal. Wij als groep vinden dit ook geen issue, maar wel een kans om te groeien en enkel beter te worden. Net zoals ons design, kan de website een heel andere wending nemen moesten we ooit op een beter idee of oplossing komen. Zo heeft ons logo na bevestiging van elk teamlid dan toch een andere kleur aangenomen enkele weken later. Dit was omdat we op de website zagen hoe ons voormalig logo niet projecteerde wat wij wouden overbrengen naar klanten.

Reflectie & Transfer:

Ik ben zowel trots als blij met ons project. Helaas niet voldaan. Ik weet dat er nog veel meer potentieel in ons project zit. Dit vind ik niet erg want ik heb hier veel uit geleerd en wil alleen nog maar meer groeien. Als productowner mag je naar mijn mening nooit 100% tevreden zijn totdat je het product verkoopt of overlaat aan een ander. Elke week zag ik nieuwe kansen voor Pasta Fresca en ik blijf er zien. Mijn leiderschapskills als productowner zijn hiervoor nog niet tot in staat. Ik vind het niet erg, maar wel moeilijk om tegen klasgenoten te zeggen wat ze moeten doen. Wij bespraken altijd alles samen en beslissing kwamen nooit vanuit één hoek. Toch moest ik vaak, op professionele wijze, teamleden aanzetten tot harder werken of zeggen dat wat ze gemaakt hebben niet goed is.

Al bij al was WPL2 een aangename en leerrijke ervaring. Er zijn nog veel zaken die ik zou kunnen neerschrijven over een heel semester maar ik zit al over de limiet van 500 woorden. Ik ben er van overtuigd dat ik met een goed gevoel op de uploadknop kan duwen.

Reflectie website:

Mijn website ziet er grotendeels anders uit dan bij WPL1. Ik vond het design niet slecht dat ik had en heb ook veel elementen behouden, maar toch heb ik ook veel veranderd. Zo heb ik 'Create', 'Visualise' en 'Improve' weggelaten. Ik heb dit vervangen door gewoon rechtstreek mijn skills te laten zien. Ook heb ik meer gelet op responsiviteit en ordelijkheid.

Ik vind mijn website nu meer overzichtelijker en vooral duidelijker. Ik hoop dat bezoekers van de website dit ook zo vinden. Ik ben blij met het resultaat. Ik hoop hiermee ook goede punten te scoren op school en bij potentiële stageplaatsen.

Al bij al vond ik het heel fijn om mijn website eens te updaten en dit ga ik in de toekomst nog vaker doen, hopelijk wel niet te vaak...