

Reflectieopdracht – Seminars

Sprekers en mijn reflectie.

De sprekers en de bedrijven die ze representeren

Tijdens de les van werkplekleren 1 kregen we op 17 oktober twee sprekers over de vloer. De eerste spreker vertegenwoordigde het bedrijf 'MADE', het tweede bedrijf was de co-eigenaar van Wienie. Beide kwamen gepassioneerd vertellen over het bedrijf, het bedrijfsleven en hun projecten. De week erna, op maandag 24 oktober kregen we nog een spreker te horen. Hij werkt bij Make it Fly.

De opdracht van werkplekleren 1.

Natuurlijk kregen we een opdracht voordat de sprekers kwamen. We moesten vragen verzinnen en hun websites al eens bekijken. Na elke spreker was er een vragenronde waarbij we elk onze vragen konden stellen, en deze werden dan beantwoord. Ik had een aantal vragen opgeschreven, en heb hier één van gesteld aan 'MADE'. De vragen die ik had opgeschreven klonken als volgt: 'Wanneer is voor jullie een opdracht/project geslaagd?', 'Wat zijn de normen en waarden van het bedrijf?' en 'Hoe proberen jullie het bedrijf te representeren tegenover potentiële klanten', maar de vraag die het geworden is, de vraag die ik gesteld heb, heb ik ter plekken verzonnen. Ik stelde de vraag: 'Heeft u ooit al voorgehad dat u de ideeën van de klant niet goed vond, en hoe bent u hiermee omgegaan?'

Made: Design & Innovation Agency

Vanzelfsprekend kan ik moeilijk het antwoord van de vraag onthullen zonder eerst even de kennismaking met het bedrijf te bespreken. MADE, gelegen in Antwerpen, is een innovatie bureau en een design agency. Ze hebben gewerkt aan verschillende projecten, zoals Alpro, Pizza hit, Ecover en meer. 'Excite change, push delivery through design & innovation' is hun slogan. Ze willen een impact op de wereld hebben aan de hand van positieve veranderingen. (Zoals bijvoorbeeld hun samenwerking met Ecover, en zoeken naar duurzamere oplossingen. Ze hebben toen een refill-station bedacht en in werking gezet)

Slechte ideeën, wat doe je ermee?

Zoals eerder besproken had ik dus een vraag gesteld. Hij werd zeer uitgebreid beantwoord door de spreker. Het bedrijf heeft in het verleden wel al eens een klant geweigerd doordat ze een 'slecht' idee hadden. Bijvoorbeeld als het een idee is dat niet lucratief gaat zijn, of een idee dat niet aansluit bij de normen en waarden van 'Made'. Ze proberen dit eerst aan de klant uit te leggen, en meestal is dit al voldoende om het project aan te passen of te annuleren. Jammer genoeg zijn er soms ook klanten die niet willen luisteren naar de mening van het bedrijf. Dan moet er een interventie plaatsvinden, vaak aan de hand van enquêtes en steekproeven. Hiermee proberen ze aan te tonen dat de mensen niet geïnteresseerd zijn in vernieuwingen of veranderingen.

Wieni

De tweede spreker waar we naar mochten luisteren was zoals in de inleiding al reeds besproken was, de co-eigenaar van het bedrijf. Hij beschreef zichzelf en zijn medewerkers als *challenging strategists*, *tech-savvy designers*, *creative developers*, *skilled software engineers* en *dedicated product owners*.

Hij had het vooral over hoe het bedrijf is en welke sfeer ze proberen te creëren. Er is een grote focus op het team en empathie tegenover elkaar, de klant et cetera. Ze streven naar kwaliteit en punctualiteit. Ze zijn geïnteresseerd in uitdagende en inspirerende opdrachten. Zoals de spreker meerdere aankaarten, hebben ze een 'Get shit done' en 'no-nonsense' motto.

Hoewel het heel aangenaam was om te luisteren, vond ik het persoonlijk zeer jammer dat er weinig gesproken werd over opdrachten uit het verleden, hoe ze opdrachten aanpakken en hun manier van werken in het algemeen. Dit zorgde ervoor dat ik vrij weinig heb bijgeleerd, als ik er terug over denk.

Wel ga ik onthouden hoe team-gebonden het daar is. De passie die hij had, kon je ervaren gewoon door zijn manier van praten. Het was heel makkelijk om aandachtig te luisteren, juist doordat het zo hartstochtelijk verteld werd.

Make it fly

Make it fly is een groep van vijf bedrijven (duo. , Nascom, Corecrw, Mediasoft en Entity[one]) gevestigd in 4 locaties: Brugge, Gent, Genk en Kortrijk. Ze hebben vooral expertise in web, mobile, enterprise, creative en marketing.

Bij de *hiring-process* proberen ze te kijken of je binnenin het bedrijf past, een echte *culture fit* dus zoals zij het zeggen. Dit vind ik een goed idee, als je goed overeenkomt met je collega's ga je graag (of tenminste liever) naar het werk gaan. Met als gevolg dat er beter en gemotiveerder te werk wordt gegaan.

Wel vond ik één ding dat verteld werd een beetje hypocriet. De spreker vertelde dat er niet geloofd wordt in hiërarchische rangen zoals 'senior' en 'junior', maar als je de website bekijkt. En om specifiek te zijn, de vacatures, staat er wel dat ze zoeken naar een senior UX/UI designer, een senior PHP developer en dergelijke. Ik snap dan niet zo goed waarom hij vermeldt dat ze er niet in geloven, wanneer er wel duidelijk gebruik wordt gemaakt van zulke termen.

Mijn ondervindingen.

Ik had verwacht dat iedereen vragen ging voorbereiden en deze gingen stellen, maar ik was verbaasd dat er weinig vragen gesteld werden. Hierdoor voelde ik me een beetje verplicht om dan toch maar iets te vragen. Hoewel ik een beetje angstig was om dit te doen, ben ik wel blij dat ik dit gedaan heb. Het gekregen antwoord was heel interessant en heeft wel meer inzicht gegeven in de bedrijfswereld. Hiervoor hebben de andere sprekers ook voor gezorgd.

Als er nog een keer sprekers komen, ga ik proberen meer vragen te stellen. Dit is ook zeker iets dat ik in de toekomst in een gewone les ook moet proberen. De empathie van Wieni wil ik ook (later) toepassen tegenover mijn medestudenten, collega's en ook in de niet-werk gerelateerde delen van mijn leven.

