

Bevindingen Expert interviews

Na het uitvoeren van verschillende verkennende interviews met de founder en twee editors bij Kinder zijn de volgende punten naar voren gekomen. Deze zijn hieronder per kopje omschrijven.

Research voor het schrijven.

Het is belangrijk om de kaders van het onderwerp te weten. Het is niet zo zeer van belang om diep op alles in te kunnen gaan. Het is als journalist belangrijk om aanknopingspunten te kunnen vinden voor de persoon die je aan het interviewen bent. Je dient een techniek te ontwikkelen om snel relevante informatie op te zoeken zodat je de geïnterviewde alles laat toelichten aan de hand van de vragen die jij als interviewer stelt.

Bronnen voor het schrijven.

Beide editors gaven aan dat zij op platformen zoals Discord of Reddit zaten. De reden hiervoor is omdat dit kanalen zijn met een groot aantal gebruikers. Deze gebruikers laten natuurlijk een voor een weten hoe zij tegen zaken aankijken en waarom ze er zo over denken. Het is een rijke bron aan input, invalshoeken en perspectieven op een bepaald onderwerp. Erg handig wanneer je opzoek bent naar inspiratie.

"I like to go on reddit, there are a lot of possible angles for articles. You can get a lot of input by these kinds of platform." - Davide

Het produceren van content.

Door de stricte deadlines bij Kinder gaven zij aan dat dit soms een obstakel kan zijn voor het creatief zijn. Als richtlijn hebben zij dat ze dagelijkse nieuwe content produceren om een hun community te kunnen vergroten. Ze geven aan dat zij zelf een nieuwe invalshoek proberen te vinden uit de content die ze zelf lezen maar omdat ze zoveel moeten produceren gaat dit ten kosten van hun creativiteit.

"I get ideas from the things i read so i try to find my own angle to the pieces i've read." - Deniz

Workflow

Davide & Deniz volgen ongeveer dezelfde workflow. Deze ziet er uit als volgt:

- Ze starten bij Google Search.
- Ze zoeken naar topics overeenkomend met het onderwerp waar ze over gaan schrijven.
- Ze lopen social media na om te kijken of andere mensen ookal over het onderwerp hebben geschreven of gesproken. Je kunt hier denken aan Facebook, Twitters, Youtube of Reddit.
- Ze zoeken vervolgens naar nieuws gerelateerd artikelen in de Google's nieuws sectie en lezen hier op in.
- In de tussentijd noteren ze alle onderwerpen en namen die ze zijn tegen gekomen in de verschillende bronnen.
- Na het inlezen proberen zij een invalshoek te vinden die nog niet is toegelicht of besproken is.
- Vervolgen hun onderzoek over een juiste invalshoek.

Gedurende dit proces schrijven ze wel kort wat de bevindingen zijn om de vervolgens uit te kunnen werken tot een concept. En van een concept door naar de final version.

De favorieten plekken om hun nieuws te lezen.

Beide editors gaven aan dat zij graag op The Guardian waren, New York Times, Outline, Wired en Reddit.

Cruciale aandacht punten voor het Publisher Portal

Het is belangrijk dat het portaal een niveau van expertise uitstraalt, zo weten de lezers dat de doelen waaraan zij doneren een bepaald niveau van effectiviteit hebben bereikt. Maar het is ook belang om in kaart te brengen waarom mensen dan het Kinder platform zouden moeten gebruiken ipv. van elke andere fundraiser tool zoals Facebook Fundraiser, IG donations of Amazon Smile?

“I think it is important to establish kinder as brand to come over as a trustable thing. If there was someone that is trustworthy i would go for that.” - Deniz

“The idea is that you write an article and so you want to giving your reader the opportunity to act upon the article right, to be part of the story. So the publisher portal should give the journalist the indication that a charity proven to be effective by Kinder standards (vetting etc). But the bigger question, there is something still missing? Because why don't we use facebook fundraiser, IG donations, Amazon smile. or every other fundraising platform. What makes kinder different? This is a crucial question.” - Davide

De favorieten plekken om hun nieuws te lezen.

Beide editors gaven aan dat zij graag op The Guardian waren, New York Times, Outline, Wired en Reddit.

Cruciale aandacht punten voor het Publisher Portal

Het is belangrijk dat het portaal een niveau van expertise uitstraalt, zo weten de lezers dat de doelen waaraan zij doneren een bepaald niveau van effectiviteit hebben bereikt. Maar het is ook belang om in kaart te brengen waarom mensen dan het Kinder platform zouden moeten gebruiken ipv. van elke andere fundraiser tool zoals Facebook Fundraiser, IG donations of Amazon Smile?

Het idee is dus dat er een Publisher portal komt waar je als editor, journalist naar toe kan gaan. Het is echt een plek waar je moet inloggen als journalist en waar je gewoon goede doelen kan vinden, waar je voor gaat werven aan de hand van de donatie widget. Stel je zoekt op malaria, dan vind je 5 malaria gerelateerde organisaties waar zij zelf uit kunnen kiezen. Misschien zie je wel 5 verschillende artikelen die wij hebben geschreven ter inspiratie maar dat is nu niet belangrijk. Voor nu is het cruciaal dat zij gewoon een widget pakken, en deze plaatsen in hun artikel voor het werven van fondsen.

"I think maybe this is not just in terms of the tool. I think it is important to establish kinder as brand to come over as a trustable thing. If there was someone that is trustworthy i would go for that." - Deniz

"I think that the idea is that you write an article and so you want to giving your reader the opportunity to act upon the article right, to be part of the story. So the publisher portal should give the journalist the indication that a charity proven to