

STAGE PORTFOLIO

FEBRUARI T/M MEI 2024



GEMAAKT DOOR

Iris van Dijk
NHL Stenden, Leeuwarden
TEAM Communicatie



TITELPAGINA

Stage portfolio

Opleiding: AD online content creator

Onderwijsinstelling: NHL Stenden, Leeuwarden

Inleverdatum: 13 mei 2024

Student

Student: Iris van Dijk

Studentnummer: 4913264

E-mailadres: iris.van.dijk2@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-83054832

Stagedocent

Stagedocent: Brenda Speelman

E-mailadres: brenda.speelman1@nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-23697327

Stagebegeleider

Stagebegeleider: Mike Wortel

E-mailadres: mike@team.nl

Telefoonnummer: 06-58731688

Stage-instelling

Stage bedrijf: TEAM communicatie

Bezoekadres: De opslach 57

Postcode en plaats: 8448 GV Heerenveen

INLEIDING

Beste lezer,

Voor u ligt mijn portfolio met daarin al mijn gemaakte werk van mijn stageperiode. Tijdens mijn stage bij TEAM heb ik voornamelijk meegewerkt aan de projecten binnen het content team. Dit houdt in dat ik mij heb gericht op de fotografie, videografie en het schrijven van teksten voor verschillende bedrijven. Als creatieve en enthousiaste content creator kon ik hier veel creativiteit in kwijt, wat heeft geleid tot verschillende vormen van content. Deze content is terug te vinden in dit portfolio. Ik ben blij dat ik mijn bijdrage heb kunnen leveren binnen het team. Hierdoor heb ik veel nieuwe dingen kunnen leren en heb ik waardevolle ervaringen opgedaan. Hierdoor ben ik gegroeid in mijn persoonlijke profilering als content creator en zijn alle competenties terug te vinden in mijn gemaakte werk.

Veel leesplezier!

INHOUDSOPGAVE

Over het bedrijf.....	06
Competentie 1.....	07
<i>BOIKON analyse</i>	08
<i>LinkedIn onderzoek</i>	10
<i>Instagram statistieken</i>	19
Competentie 2.....	20
<i>BOIKON content ideeën</i>	21
<i>Aanbeveling One Note</i>	22
<i>Rubrieken A.P. van den Berg</i>	23
<i>Inzetten van TikTok</i>	25
<i>Content optimalisatie</i>	28
Competentie 3.....	31
<i>Content kalender A.P. van den Berg</i>	32
<i>Organisatie TEAM shoot</i>	34
<i>Projectmanagement</i>	36
<i>Planning shootdag</i>	38
Competentie 4.....	41
<i>Voorbeeld content BOIKON</i>	42
<i>Swipe post BOIKON</i>	44
<i>Behind the scence A.P. van den Berg</i>	47
<i>Behind the scence BOIKON</i>	50
<i>Shoot bij machine fabriek Douna</i>	52
<i>Meet the TEAM video</i>	54
<i>Swipe posts BOIKON 2.0</i>	55
<i>TEAM in actie shots</i>	59
<i>Internationale vrouwendag Instagram post</i>	60
<i>Content Abemec</i>	63
<i>Video ondertiteling</i>	78
<i>Uitwerking interview</i>	79
<i>Behind the scenes video Wits</i>	81
<i>Uitnodiging personeelsdag Gils</i>	84
<i>Shoot Sportverlichting</i>	87

Competentie 5.....	89
<i>Instagram stories team account</i>	90
<i>Adobe learnings</i>	92
<i>Interne vergaderingen</i>	93
<i>Hoe ben ik op een shoot?</i>	98
STARR-reflectie.....	99
Bronvermelding.....	101
Stage voortgang.....	103
Bijlagen.....	121

OVER HET BEDRIJF

Een strategisch en creatief communicatiebureau met een brutaal randje, dat is TEAM. Wij zijn er voor merken die zichzelf willen blijven, maar wél een niveautje hoger willen. Volop ambitie en onuitputtelijke drive, dat is TEAM. Voeten in de Friese klei, blik gericht op de horizon. Mooie dingen maken zonder mooie praatjes. Van merkpositioneringen tot slimme campagnes, bij TEAM zorgen we ervoor dat het klopt. Bij ons staat het succes van het merk waaraan we werken voorop.



Opsmuk, bravoure en prietpraat, dat is niet zo ons ding. Wij hebben het leuk met onze opdrachtgevers. Hard werken en mooie dingen maken, dat doen we bij TEAM met ons hart. We gaan diep, doorgronden, verbinden en draaien er niet om heen. Van krachtige merkpositioneringen tot slimme campagnes, we helpen je. Dat kunnen we alleen maar met elkaar. Samen vormen wij het hart dat binnen TEAM (en zelfs ons logo) centraal staat. Wij zorgen dat het klopt. Integriteit is de sleutel tot succesvolle communicatie. Daar staan we voor! (TEAM Live your brand, 2024)

COMPETENTIE 1

Analyseren en onderzoeken

Competentie één gaat over analyseren en onderzoeken. Hierbij is het de bedoeling dat ik als student heb gemonitord, geanalyseerd en vervolgstappen heb geformuleerd. Op de onderstaande pagina's zijn een aantal opdrachten te zien waar ik mee aan de slag ben gegaan voor TEAM en passen bij deze competentie.

Reflectie competentie 1

Bij deze competentie lag de nadruk op het analyseren en onderzoeken gedurende mijn hele stageperiode. Mijn doel hierbij was om voornamelijk nieuwe dingen te leren en gegevens te analyseren om beter inzicht te krijgen in hoe iets in elkaar steekt of hoe iets verbeterd kan worden. Mijn analyse begon daarom met een kort onderzoek naar het bedrijf BOIKON, een klant van TEAM waar ik veel voor zou gaan doen. Ik begon met het verkennen van de website om kijken wat voor bedrijf dit precies is, waar zij voor staan en wat ze doen. Vervolgens ben ik de Instagram pagina gaan analyseren en heb ik gekeken naar mogelijke verbeterpunten.

Tijdens mijn stage viel het mij op dat TEAM veel gebruikt maakt van LinkedIn. Dit is ook wel een logisch platform gezien dit het grootse medium is gericht op B2B, oftewel de doelgroep waar TEAM zich op richt. Aangezien ik weinig wist over LinkedIn, heb ik een onderzoek gedaan om het platform beter te begrijpen en zo ook beter advies kan geven. Daarnaast heb ik de statistieken van TEAM op LinkedIn bekeken.

Als laatst heb ik de statistieken van Instagram geanalyseerd en dan met name die van de stories omdat ik hier tijdens mijn stage een rol in heb gehad. Het bekijken van deze statistieken gaf mij een inzicht in de prestaties van de content en hielp om te begrijpen wat goed werkt en wat misschien nog beter kan.

Na het schrijven van deze competentie is er een goede start ontstaan waar ik de rest van mijn portfolio mee verder kan. Ik heb veel geleerd over het bedrijf BOIKON en het platform LinkedIn, en de statistieken hebben mij waardevolle inzichten gegeven. Daarom ben ik tevreden met het resultaat bij deze competentie. Een leerpunt dat ik meeneem naar een volgende keer is dat ik dan twee keer naar de statistieken zou kijken. De eerste keer als nulmeting en vervolgens om te zien of er verbeteringen zijn geweest.

BOIKON analyse

BOIKON is een bedrijf waar ik tijdens mijn stage veel op ga focussen. Om deze klant van TEAM te leren kennen heb ik een kort onderzoek gedaan naar hun website en heb ik de Instagram pagina geanalyseerd. Hierbij zijn mij een aantal dingen opgevallen, waarbij ik vervolgens een aantal content ideeën heb bedacht.

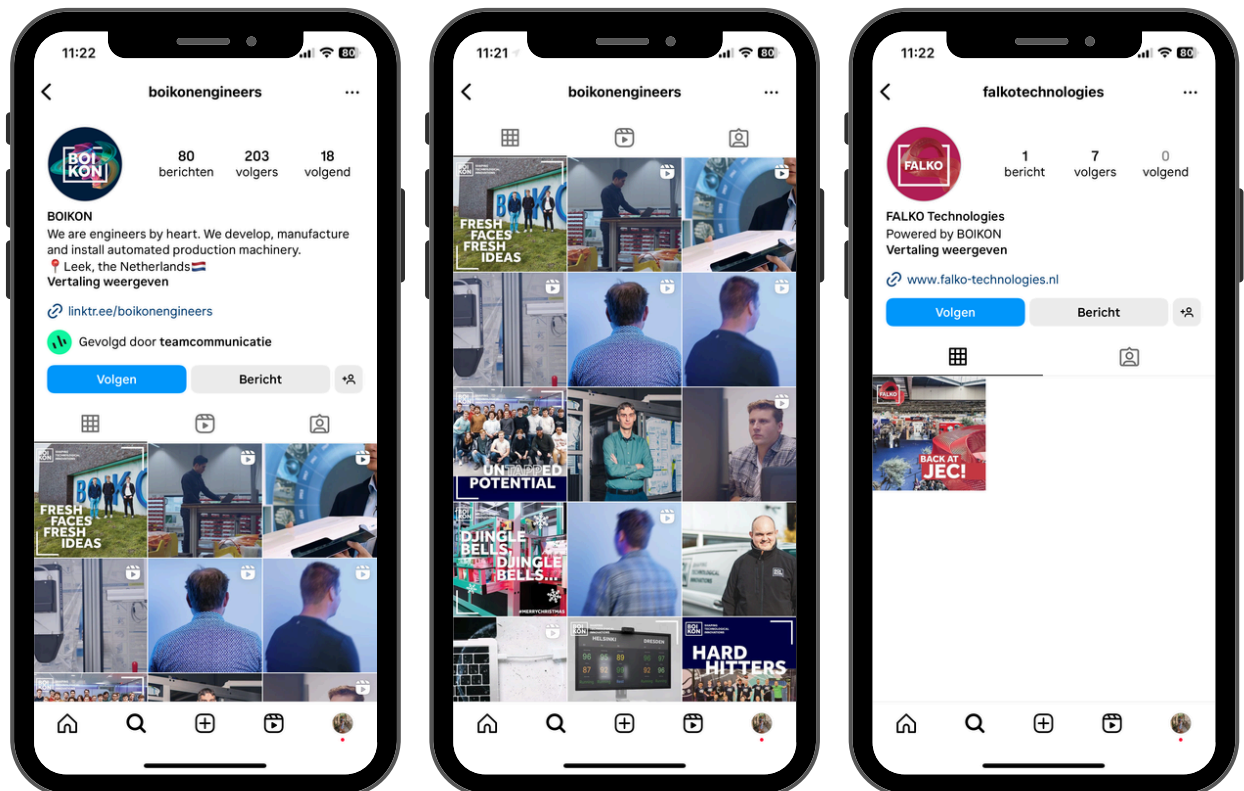
Op de Instagram van BOIKON staan op dit moment helemaal geen carrousel posts. Uit onderzoek blijkt dat carrousel posts leiden tot een hoger doorklikpercentage en een groter bereik. Je houdt langer de aandacht van de volgers vast, waardoor je hoger in de feed terecht komt (Admin, 2022). Hier zou dus meer op ingespeeld kunnen worden.

Daarnaast zie ik geen Instagram stories terugkomen in de vorm van highlights. Misschien wel leuk om af en toe ook een paar korte video's en foto's te maken van bijvoorbeeld achter de schermen die geplaatst kunnen worden in de stories en vervolgens opgeslagen kunnen worden in de vorm van highlights. Hier kunnen ook de overige posts en Reels uitgelicht worden of bijvoorbeeld een interactieve vorm van content geplaatst worden aan de hand van een poll wat kan zorgen voor meer interactie en betrokkenheid met de volgers.

Op de Instagram pagina van BOIKON valt het mij op dat er niet veel wordt uitgelicht over de onder liggende bedrijven, maar deze echt een aparte Instagram pagina hebben. Deze pagina's hebben een stuk minder volgers dan BOIKON zelf. Misschien een idee om meer over deze losse bedrijven te plaatsen en het volgen te stimuleren. Ook zou er op deze accounts meer actief geplaatst kunnen worden om zo meer betrokkenheid te creëren en de doelgroep te bereiken (Carter, 2021).



Hieronder zijn een aantal screenshots te zien waarin deze bevindingen naar voren komen. Hier is te zien dat er geen gebruik wordt gemaakt van highlights, oftewel hoogtepunten. Als je een story plaatst verdwijnt deze weer na 24 uur, maar deze kun je een goede plek geven door gebruik te maken van de hoogtepunten. Dit is een van de eerste dingen die je ziet als je een Instagramprofiel bezoekt en is daarmee de perfecte tool om je bedrijf te laten zien op social media. Het geeft je de gelegenheid om uit te leggen wat je bedrijf doet en waar je voor staat. (Indruk Maken op Je Klanten met Instagram Highlights | Mijnwebwinkel., z.d.)



Uit deze analyse blijkt dus dat er nog ruimte is voor verbetering in het gebruik van verschillende functies op Instagram, zoals carrousel posts en stories met highlights. Het toevoegen van carrousel posts kan leiden tot een hoger doorklikpercentage en een groter bereik, terwijl het gebruik van Instagram stories met highlights de mogelijkheid biedt om achter de schermen te laten zien, interactieve content te delen en meer betrokkenheid te creëren. Het doorvoeren van deze verbeteringen kan bijdragen aan een aantrekkelijke aanwezigheid op Instagram voor BOIKON wat kan zorgen voor meer volgers en betrokkenheid. Om hier een beeld voor te creëren heb ik een aantal content ideeën bedacht die terug zijn te vinden bij competentie twee.

LinkedIn onderzoek

LinkedIn is het grootste professionele social networking platform ter wereld, met in totaal meer dan 690 miljoen leden in meer dan 200 verschillende landen. In Nederland zijn er 5 miljoen mensen die hun zakelijke portfolio delen, waaronder TEAM. LinkedIn is een platform waar TEAM en hun opdrachtgevers veel op te vinden zijn. Persoonlijk weet ik nog niet zoveel van dit platform, maar ben ik meer thuis in de kanalen Instagram en TikTok. Omdat TEAM voornamelijk is gericht op B2B, is het wel verstandig om meer kennis te verkrijgen over LinkedIn, omdat dit misschien wel het meest gebruikelijke kanaal is om met andere bedrijven in contact te komen. Ik heb daarom een onderzoekje gedaan naar LinkedIn, zodat ik zelf meer kennis krijg over dit platform, maar ook beter advies kan geven aan TEAM om dit kanaal zo goed mogelijk in te zetten (Groot, 2023).

Wat is LinkedIn?

LinkedIn is een social networking platform voor professionals met miljoenen gebruikers. Je kunt het vergelijken met Facebook, maar dan voor je carrière. Het medium werd in 2003 opgericht en heeft het doel om professionals wereldwijd met elkaar in contact te brengen. In totaal maken meer dan 690 miljoen leden in meer dan 200 landen gebruik van het platform. Gebruikers delen hun zakelijke portfolio en inspirerende content op hun profiel, plaatsen of reageren op vacatures en kunnen elkaar berichten sturen. Gebruikers met een compleet en professioneel profiel krijgen wel tot vier keer meer connecties, leads en kansen aangeboden. (LinkedIn Marketing in 2024 - LinkedIn Gids | Brandfirm, 2023)

LinkedIn-bedrijfspagina's bieden een unieke manier voor je bedrijf om je te onderscheiden in de markt. Eind 2018 werd deze functie gelanceerd en gaf mensen de mogelijkheid om hun favoriete bedrijven te ontdekken. Voor bedrijven, organisaties en instellingen was dit juist de manier om in contact te komen met hun publiek. Als je regelmatig van jezelf laat zien en horen leidt dat weer tot meer connecties en weergaven van je content. Met LinkedIn voor bedrijven kun je:

- Alles delen over de vaardigheden, producten, diensten en ervaringen
- Jouw zakelijk netwerk uitbreiden en onderhouden
- Nieuwtjes over jouw vakgebied volgen en delen
- Vacatures vinden en plaatsen
- Nieuwe en uitdagende zakelijke kansen vinden
- Discussiëren over vakinhoudelijke onderwerpen in speciale groepen

Doelgroep

LinkedIn is het grootste sociale platform dat zich rechtstreeks richt op de zakelijke markt. Het is een ontzettend krachtig platform voor professionals. Of je nu geweldige content over jouw specialisatie wil delen, op zoek bent naar nieuw talent om je bedrijf te versterken of je doelgroep wil bereiken om jouw product of dienst aan te bieden. (LinkedIn Marketing in 2024 - LinkedIn Gids | Brandfirm, 2023)

Doelgroep van LinkedIn:

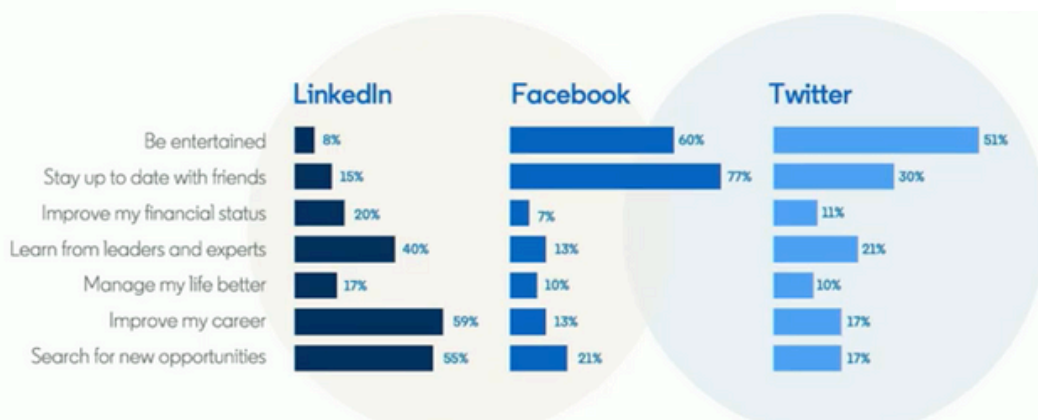
- LinkedIn heeft meer dan 690 miljoen leden
- Ongeveer 45% van deze leden is maandelijks actief
- 57% van de leden zijn mannelijk, en 43% dus vrouwelijk
- De leeftijd van deze leden ligt tussen de 20 en 65 jaar

LinkedIn staat bekend als een van de snelst groeiende social media netwerken voor zakelijke doeleinden en een krachtig platform voor B2B-marketing. Je vindt er voornamelijk gebruikers die hun LinkedIn-profiel openen met een zakelijk doel. De kans dat iemand interesse heeft in het nemen van beslissingen voor een bedrijf is hier hoger dan op andere social media platformen, zoals Instagram of TikTok. 50% van het social media verkeer naar B2B-bedrijfssites is afkomstig van LinkedIn. (LinkedIn Marketing in 2024 - LinkedIn Gids | Brandfirm, 2023)

Naast B2B-marketing wordt LinkedIn ook steeds populairder voor B2C-marketing. De zakelijke doelgroep op LinkedIn is uiteraard niet de hele dag aan het werk. Zo kan je jouw marketingcampagne ook goed inzetten op de professional in zijn vrije tijd. Over het algemeen is er dus voor bijna elke branche wel een publiek op LinkedIn. Er zijn op dit moment meer dan 30 miljoen bedrijfspagina's op LinkedIn. Als jij daar nog niet tussen zit, mis je kansen om jezelf en je bedrijf onder de aandacht te brengen bij de doelgroep.

Consumers approach platforms with distinct intents

People come to LinkedIn to achieve their ambitions, not just to be entertained



Content types

Er zijn verschillende type content die je kan delen op LinkedIn, waaronder: (O'Ford, 2023)

Een post (een bericht)

Dat is voor de hand liggend. Een tekst waarin je je volgers een update geeft over jouw bedrijf, je medewerkers, de missies en de producten of diensten. Elk bericht kan weer een verschillende doelstelling hebben, zoals naamsbekendheid of het genereren van meer leads.

Een opiniepeiling

Een opiniepeiling is ook wel bekend als de poll. De poll trekt snel de aandacht van je netwerk en is een hele handige manier om te polsen hoe je connecties over een bepaald onderwerp denken. Het invullen kost maar een paar seconden tijd en het levert jou een berg aan informatie op. Je kunt zelf kiezen hoe lang je de poll wil laten lopen, met een maximum van twee weken.

Afbeeldingen

Waar afbeeldingen het op een platform als Pinterest of Instagram heel goed doen, valt dat tegen op LinkedIn. Jouw connecties hoeven niet overtuigd te worden door een mooie afbeelding, want ze hebben vaak dezelfde interesse als jouw bedrijf. De tekst in het bericht blijft het belangrijkste. Dit betekent natuurlijk niet dat je geen afbeeldingen moet delen, maar dat je extra goed kijkt naar wat een afbeelding toevoegt aan een post.

Video's

LinkedIn is niet het enige platform waarvoor dit geldt: video's zijn populairder dan ooit. Video's op LinkedIn hebben dan ook 5x meer kans dan andere soorten content om een gesprek tussen leden op gang te brengen.

Documenten

Upload en deel je PowerPoint presentaties, Word documenten en PDF bestanden. Dit is een makkelijke manier om informatie te delen aan de hand van rapporten en onderzoeken. Je kunt het bestand zo uploaden. Geef het bestand een relevante titel, zodat het onderwerp duidelijk is bij gebruikers.

Het is niet aan te raden om een post van Facebook of Instagram ook op je LinkedIn-profiel te zetten. Op elk platform vind je namelijk een andere doelgroep die op een andere manier aangesprokenen willen worden. Aangezien LinkedIn een professionele netwerksite is, is het beter om je toon redelijk formeel en serieus te houden. Wel maken steeds meer bedrijven gebruik van een informelere manier van schrijven, om zo de persoonlijkheid van het merk te weerspiegelen. (Gulden, 2023)

LinkedIn kan dus erg interessant zijn voor een bedrijf. Hieronder zijn nog een paar voordelen beschreven.

Je netwerk opbouwen

Het opbouwen van een netwerk kan lastig zijn. Je wilt de juiste mensen ontmoeten, degenen die belangstelling hebben in jou en je product of dienst. LinkedIn maakt het gemakkelijk om je netwerk uit te breiden en de juiste mensen te ontmoeten.

Jezelf positioneren

Meer dan 94% van de B2B-marketeers gebruikt LinkedIn om content te delen. Denk aan de laatste nieuwtjes over je bedrijf, advies, behaalde successen en inzichten. Het is een geweldige manier om jezelf te positioneren.

Leads genereren

Zoals eerder beschreven is 50% van het sociale mediaverkeer naar bedrijfswebsites afkomstig van LinkedIn. Dat is enorm veel. LinkedIn kan je dus inzetten als lead bron. Je gaat actief en makkelijk opzoek naar nieuwe connecties die dezelfde interesses delen.

Werving

Zo goed als LinkedIn is voor mensen om een baan te vinden, is het ook een geweldige bron voor jou om werknemers te vinden. Je kunt vacatures plaatsen of mensen individueel benaderen om te zien of ze geïnteresseerd zijn in een sollicitatie bij jouw bedrijf.

Posten op LinkedIn

Mensen zijn ongeduldige types en dat is op LinkedIn niet anders. In de eerste paar seconden bepaalt een lezer of jouw post interessant is of niet. Schrijf je kernboodschap daarom in de eerste twee zinnen. Zo weet een gebruiker of hij wel of niet door wil lezen en de interactie aan wil gaan. (LinkedIn Marketing in 2024 - LinkedIn Gids | Brandfirm, 2023)

Het is ook van belang dat je rekening houdt met de gekozen tijdstippen. Om 3 uur 's nachts op een zaterdag maak je weinig kans bij je netwerk. Omdat LinkedIn een zakelijk platform is, zijn de gebruikers ook vaak actief onder werktijden. Zorg er dus voor dat jouw bericht wordt geplaatst tussen 9 uur in de ochtend en 6 uur in de avond. Uit onderzoek blijkt dat 9 uur in de ochtend op dinsdagen en woensdagen het meest succesvol zijn om jouw doelgroep te bereiken.

Net zoals bij de meeste social media platforms beloont het algoritme van LinkedIn diegenen die regelmatig berichten plaatsen. Als dagelijks te veel is, streef er dan naar om op zijn minst elke week één of twee berichten te plaatsen. Kies een vaste dag in de week, zodat het een routine wordt en het makkelijk vol te houden is. Je kunt er ook voor kiezen om een vaste rubriek terug te laten komen. Zo heb je altijd een vaste dag van de week waarop je een onderwerp terug laat komen. Ook je doelgroep weet op deze manier wat ze van jouw als bedrijf kunnen verwachten.

Net zoals op Twitter en Instagram is een hashtag op LinkedIn een handig hulpmiddel om een bepaalde doelgroep te bereiken. Omdat LinkedIn een professioneel platform is, is het belangrijk om hashtags passend te houden. Kies voor hashtags die passen bij jouw bedrijf, branche, product of dienst. LinkedIn stelt automatisch relevante hashtags voor wanneer je een post aan het schrijven bent. Er zijn geen grenzen aan het aantal hashtags dat je in een bericht mag gebruiken. Toch wordt het aangeraden om elke post te beperken tot een maximum van vijf hashtags. Te veel hashtags gebruiken kan er namelijk toe leiden dat het LinkedIn-algoritme je post als spam ziet. Je kunt ervoor kiezen om vaste hashtags te gebruiken. Zo maak je jouw content optimaal vindbaar voor je doelgroep.

Het gebruik van emoji's in een LinkedIn post kan lezers helpen om je boodschap beter te begrijpen. Ze geven een vriendelijk accent aan een soms wat saaie bedrijfswereld. Maar wees voorzichtig, want een overdaad aan emoji's kan rommelig en kinderachtig overkomen. (Groot, 2023)

Ook zijn het gebruik van witregels van belang in je tekst. Dit zorgt voor een fijne leesbaarheid en zorgt ervoor dat een lezer eerder geneigd is om de hele tekst te lezen.

Hoe meer interactie onder een bericht, hoe beter voor het algoritme. Het algoritme houdt jouw LinkedIn posts in de gaten door te kijken naar de interactie. Reageert er iemand op je bericht, zorg dan ook weer voor een passende reactie terug. Hoe meer comments je post krijgt, hoe beter LinkedIn jouw bericht waardeert.

LinkedIn trends

LinkedIn is een platform dat op veel vlakken in beweging is. Er zijn daarom ook een paar nieuwe trends voor 2024 waar op ingespeeld kan worden. Persoonlijke aandacht is toch wel de rode draad binnen de LinkedIn trends. Hiermee wordt bedoeld dat er veel aandacht is voor de mens in het bedrijf. Het gaat om het delen van echte verhalen en het opbouwen van een langdurige relatie met je doelgroep. (Pannekeet, 2023)

Trend 1: Humanisering van bedrijven/merken

Authenticiteit wordt steeds belangrijker op social media. De toenemende populariteit van platforms zoals TikTok en BeReal omschrijven dit. Wie is de persoon achter het bedrijf? Mensen doen liever zaken met mensen dan met een logo. Daarom doen persoonlijke verhalen het goed op LinkedIn.

Daarnaast wordt humanisering van het werk steeds populairder. Dit houdt in dat er zichtbaar wordt gemaakt wat de medewerkers binnen het bedrijf te vertellen hebben. Transparantie en verhalen van achter de schermen maken het bedrijf aantrekkelijk voor potentiële kandidaten.

Trend 2: Community/relatie

In 2024 ligt de focus nog meer op het bouwen van relaties. Merken moeten minder pushen op producten en meer aan relaties met klanten bouwen. LinkedIn-groepen worden hierdoor steeds populairder. Een groep met gelijkgestemden is een geweldige tool om te groeien als bedrijf. Interactie op LinkedIn is hierdoor ook erg belangrijk. Persoonlijke verhalen zijn hiervoor goed om in te zetten. Ook heeft de poll de drempel om te reageren verlaagd. In 2024 gaat het nog meer om de interactie met volgers. LinkedIn live en LinkedIn audio zijn mooie tools voor meer interactie met je doelgroep.

Trend 3: Creativiteit

Een derde trend is creativiteit. Bedrijven moeten creatief zijn om met minder budget de aandacht te krijgen van (potentiële) klanten. Hierbij krijg je de hulp van Artificial Intelligence (AI). Dit is een goede tool voor inspiratie, maar je kunt er ook hele teksten door laten schrijven. AI wordt steeds slimmer en stemt teksten steeds beter op de maker af. Zorg er alleen wel voor dat het dicht bij jezelf blijft en het niet lijkt alsof de tekst door een robot is geschreven. Hierdoor wordt de authenticiteit een stuk minder.

Video's zijn een zeer krachtige manier om mensen kennis met je te laten maken. Die is ook te zien aan het succes op TikTok en Instagram. Korte video's werken ook goed op LinkedIn. Aangezien de video's op LinkedIn vaak onder werktijd worden bekeken op kantoor zonder audio, is het handig om ondertiteling toe te voegen.

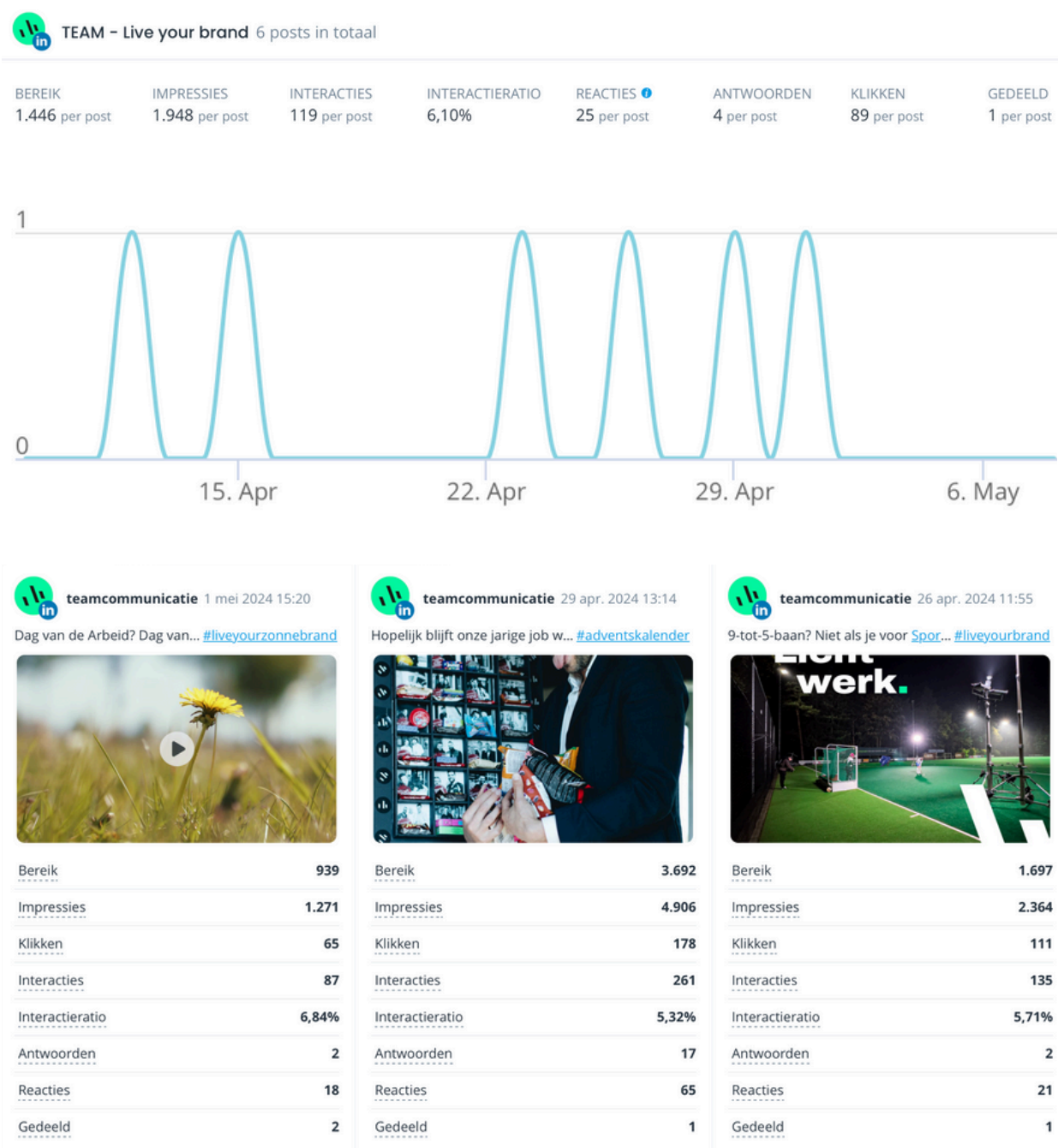
Trend 4: HR-trends, klantreis

Laat zien wat je voor medewerkers doet als bedrijf en laat vooral ook de medewerkers zelf aan het woord als ambassadeur voor de organisatie. Als bedrijf kun je bijvoorbeeld wel zeggen dat je een duurzaam bedrijf bent of het leuk is om daar te komen werken, maar het is veel geloofwaardiger als een medewerker hierover verteld.

Daarnaast kijken werkgevers tegenwoordig steeds meer naar welke vaardigheden je bezit en wil leren. Het gaat hierbij om het continu ontwikkelen van vaardigheden binnen een organisatie (Pannekeet, 2023).

Als we kijken naar de LinkedIn-pagina van TEAM valt het op dat er op dit moment 1702 volgers zijn, een aanzienlijk aantal, zelf 657 meer dan op Instagram. Door de statistieken van 10 april tot en met 7 mei te analyseren via het programma Goosto, is te zien dat TEAM redelijk consistent is met posten op LinkedIn en gebruik maakt van de verschillende content vormen. De berichten hebben gemiddeld een bereik van 1446 per post en 119 interacties per post. Op basis van deze gegevens kan worden geconcludeerd dat TEAM het op LinkedIn al aardig goed doet.

In de afbeelding hieronder is de consistentie in het posten te zien, met daarbij het gemiddelde bereik, het aantal reacties, interacties, ect.



Conclusie

Het onderzoek naar LinkedIn heeft waardevolle inzichten opgeleverd voor het beter begrijpen en benutten van dit platform. Als grootste professionele sociale netwerk ter wereld, biedt het verschillende mogelijkheden voor het opbouwen van professionele relaties, het delen van kennis en het bevorderen van zakelijke groei.

Het belangrijkste inzicht is dat LinkedIn een krachtig platform is voor B2B-marketing, waarbij de focus ligt op het creëren van waardevolle relaties en het delen van authentieke verhalen. De opkomende trends in 2024 benadrukken het belang van authenticiteit, creativiteit en humanisering. De trends bieden waardevolle kansen voor bedrijven om zich te onderscheiden en de betrokkenheid op LinkedIn te vergroten.

De conclusie is dus dat LinkedIn een essentieel platform is voor professionele en bedrijven die streven naar zakelijk succes en groei. Door regelmatig relevante en inspirerende content te delen, kun je een community opbouwen rondom je bedrijf. Hierdoor kom je makkelijker in contact met de juiste mensen. Met de juiste strategie en een consistentie in je posts, kan je als bedrijf veel waarde halen uit het platform.



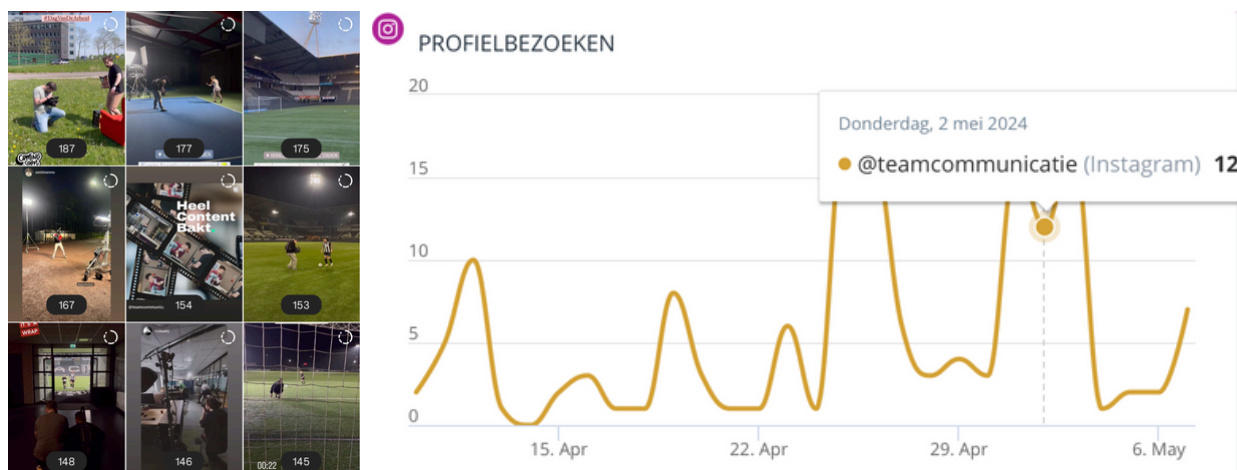
Instagram statistieken

TEAM maakt redelijk actief gebruik van Instagram. Zelf ben ik medeverantwoordelijk voor het plaatsen van Instagram stories, wat ik erg leuk vind om te doen. Bij competentie vijf ga ik hier verder op in. In dit hoofdstuk wordt er gekeken naar de statistieken van deze Instagram stories en Instagram in het algemeen. Op dit moment heeft de Instagram pagina van TEAM 1045 volgers.

In de onderstaande afbeeldingen zijn de statistieken te zien van 10 april tot en met 7 mei. Hieruit blijkt dat er 19 publicaties zijn geweest die een gemiddeld bereik hebben van 171 per post. Er zijn in totaal 153 profielbezoeken geweest, 122 interacties en er is vier keer doorgeklikt naar de website. Daarnaast zijn er deze maand zeven nieuwe volgers bij gekomen, alleen zijn er geen reacties geweest.



Er zijn dus best veel profielbezoeken geweest in de afgelopen maand. In de afbeelding hieronder is te zien wanneer de meeste profielbezoekers waren. Het valt hierbij wel op dat dit voornamelijk de dagen zijn dat er gepost wordt. Op donderdag 2 mei heb ik een aantal Instagram stories geplaatst. Dit is dan ook de dag dat er 12 profielbezoeken zijn geweest. Hieronder is te zien hoeveel accounts deze stories hebben bereikt. Hieruit blijkt dat het aantal bereikte account rond het gemiddelde zit en het daadwerkelijk iets doet met het aantal profielbezoeken.



COMPETENTIE 2

Communicatiebeleid ontwikkelen en erover adviseren

Competentie twee gaat over communicatiebeleid ontwikkelen en erover adviseren. Hierbij is het de bedoeling dat ik als student mogelijkheden signaleer en adviseer over de inzet van online content voor de organisatie. Hieronder zijn een aantal voorbeelden te zien van gemaakte onderdelen die passen bij deze competentie.

Reflectie competentie 2

Voor deze competentie heb ik me gericht op het ontwikkelen en adviseren van communicatiebeleid. Mijn doel hierbij was om TEAM nieuwe inzichten te geven over mogelijke oplossingen en nieuwe communicatiemiddelen of strategieën. Gedurende mijn hele stageperiode heb ik hieraan gewerkt, beginnend met het bedenken van verschillende content ideeën voor het bedrijf BOIKON, die uit stand zijn gekomen door mijn analyse bij competentie één. Ik heb hiervoor verschillende ideeën bedacht en vervolgens uitgewerkt.

Daarnaast heb ik geadviseerd om gebruik te maken van het programma OneNote. Dit advies kwam voort vanuit een vergadering waarin werd besproken dat de projectmanagers opzoek waren naar een nieuw programma om notities en planningen met elkaar te delen. Daarnaast heb ik een stuk geschreven over TikTok, een platform dat tegenwoordig niet meer weg te denken is, maar waar TEAM momenteel geen gebruik van maakt. Ik heb verschillende voordelen beschreven en de suggestie gegeven om toch eens te overwegen om dit platform in te zetten.

Verder heb ik een aantal rubrieken bedacht voor het bedrijf A.P. van den Berg. Deze rubrieken kunnen worden gebruikt in de social content van het bedrijf. Hieruit heb ik geleerd dat er veel meer gedachte zit achter alleen een leuke rubriek en er wel een strategie achter moet zitten. Dat is soms best lastig om te bedenken, maar uiteindelijk ben ik tevreden met het resultaat.

Tot slot heb ik nog een aantal ideeën bedacht om de content die wordt gemaakt op een shoot maximaal te benutten en op verschillende manieren in te zetten. Dit was een vraag vanuit Mike, omdat dit beter is voor het budget en de klant. Deze competentie heeft mij nog meer laten inzien dat het belangrijk is dat er achter elk stukje content een idee zit. Dit is daarom iets wat ik meeneem voor de toekomst, maar voor nu ben ik tevreden met het resultaat en de gekregen feedback.

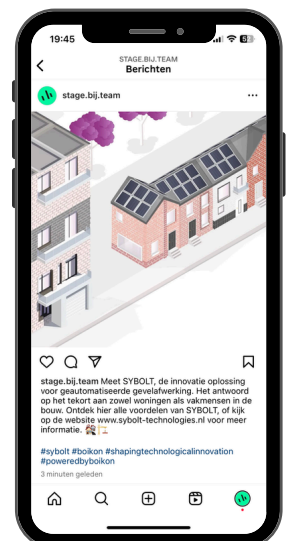
BOIKON content ideeën

Na aanleiding van mijn analyse van BOIKON heb ik een aantal content ideeën bedacht die ingezet kunnen worden op de social media kanalen van het bedrijf. Uit de analyse bleek dat er nog ruimte is voor verbetering in het gebruik van verschillende functies op Instagram, waaronder carrousel posts en stories met highlights. Daarnaast zou het misschien leuk zijn om interactieve stories in te zetten door gebruik te maken van de poll of quiz functie.

De ideeën die ik heb bedacht zijn ontstaan na het analyseren van de website van BOIKON en de huidige Instagram. Daarnaast heb ik gekeken wat voor soort rubrieken en content andere bedrijven inzetten en heb ik op internet gezocht naar inspiratie. Door deze input met elkaar te combineren en te verwerken in de stijl van BOIKON zijn er een aantal ideeën uit gekomen die hieronder zijn te lezen:

- Klant reviews (interview, quote of video vorm)
- Demonstraties van producten in de vorm van een video
- Achter de schermen bij een werkdag (vlog in de stories of Reel rubriek)
- Weetjes/feitjes over BOIKON (mogelijk in quiz stijl in de stories)
- Terug in de tijd, geschiedenis van BOIKON, #ThrowbackThursday
- Infographic swipe, hoe werken de machines, wat zijn de voordelen, ect.
- Blog uitlichten in de post:
 - Call to action naar de website met "lees het hele verhaal"
 - Partnership highlights
 - Persoonlijke verhalen van werknemers

Een aantal uitgewerkte versies van deze ideeën zijn te vinden bij competentie vier. Deze ideeën kunnen op verschillende manieren worden toegepast en maximaal benut worden, zoals hieronder te zien van YouTube-video naar Instagram-post.



Aanbeveling One Note

Op donderdag 21 maart heb ik een vergadering van projectmanagement bijgewoond om meer inzicht te krijgen in wat zij eigenlijk allemaal doen en bespreken tijdens z'n vergadering. Ik heb hierdoor een beter beeld gekregen van de taken die bij de rol van projectmanager horen. Tijdens deze vergadering kwam naar voren dat ze opzoek zijn naar een programma waar iedereen zijn gedeelde notities en taken in kwijt kan, zodat iedereen van elkaar kan zien waar ze mee bezig zijn. Deze manier van aanpak is handig, zodat iedereen altijd op de hoogte is van de nieuwste ideeën en plannen, maar ook bijvoorbeeld als er iemand ziek is. Zo weet een ander teamlid ook altijd waar diegene mee bezig is en kunnen deze taken makkelijk over genomen worden.

Zelf heb ik veel gewerkt in het programma One Note. Dit vind ik persoonlijk een hele fijne app waar je alles goed in bij kan houden, maar ook kan delen met anderen. Een georganiseerde notitie waarin je kunt werken met verschillende tabbladen, kleuren, taken en nog veel meer. Tijdens de vergadering kwamen ze er niet helemaal uit welk programma hiervoor handig is, dus daarom heb ik aanbevolen om One Note te gebruiken. Ik heb een korte uitleg gegeven over hoe deze app werkt en wat je er allemaal mee kunt. Iedereen was erg enthousiast, en zijn dit programma dan ook gelijk gaan inzetten.

Hieronder is nog een stukje feedback te lezen over mijn aanbeveling:



Sima Melkumjan

Aan: Iris van Dijk



Vr 5-4-2024 14:56

Hi Iris,

Bij deze de feedback vanuit mijn kant. 😊

Tijdens het PM overleg hebben we het gehad over wat we als PM'ers missen in onze dagelijkse werkzaamheden. We waren opzoek naar een tool om het overzicht te bewaren in de lopende projecten, zodat ook elke PM'er daarbij kan. Zo heb je aangegeven dat het programma OneNote misschien handig voor ons kon zijn en dat heeft zeker gewerkt!

Ik gebruik OneNote dagelijks waarin ik alle lopende zaken en gemaakte afspraken noteer, To Do lijstjes opstel en bijhoud. Maar ook dat ik van een andere PM'er heel makkelijk kan inzien waar hij/zij mee bezig is. Handig voor als er iemand een keer niet is.

Al met al een fijne tool om mee te werken, dus dank voor je advies en succes met je portfolio!

Met vriendelijke groet,

Sima Melkumjan

Project Manager | De connectie

Rubrieken A.P. van den Berg

A.P. van den Berg is een klant van TEAM waarvoor wij de complete huisstijl en communicatie mogen doen. TEAM heeft verschillende voorstellen gedaan voor een communicatieconcept waar uiteindelijk één bepaalde route uit is gekozen. Hierbij is vervolgens een contentplan opgesteld die wordt gepresenteerd aan de opdrachtgever. De volgende stappen waar TEAM nu mee aan de slag mag gaan is het maken van een nieuwe website, het maken van een corporate movie en een magazine. Daarnaast wordt er ook social content gemaakt in de vorm van tekst, foto en video. Dit gebeurt aan de hand van verschillende rubrieken.

Mijn taak was om voor dit bedrijf een aantal content rubrieken te bedenken. Deze rubrieken worden gepresenteerd aan de eigenaar van het bedrijf om vervolgens akkoord te krijgen voor uitvoering. In de afbeelding hieronder zijn mijn bedachte rubrieken te zien.



Voor inspiratie heb ik gekeken bij andere soortgelijke bedrijven en de huidige trends. Daarnaast heb ik en bedacht wat ik zelf altijd wel leuk vind om op social media te zien. Op basis van deze informatie heb ik de rubrieken omschreven.

Deze rubrieken heb ik vervolgens gepresenteerd aan mijn stagebegeleider Mike. Hierop heb ik een aantal feedback punten gekregen om vervolgens weer te verbeteren. De feedback van Mike is hieronder te lezen:

“De rubrieken zijn leuk bedacht, vooral ook de naam ter land, ter zee en in de toekomst. Hier kunnen we zeker een aantal ideeën van mee nemen. Wel zijn het voornamelijk hygiëne rubrieken, wat betekend dat je ze tussendoor goed in kunt zetten voor vaak terugkomende content. Hierbij is het wel zo dat deze rubrieken best standaard zijn en eigenlijk voor elk bedrijf ingezet kunnen worden. Ook moet je je bedenken dat ze eigenlijk maar één hoofdproduct hebben, dus wat zou je daar dan elke keer van moeten plaatsen? Kunnen we hier genoeg content van maken? Denk daar nog eens over na en zet dit vervolgens in een contentkalender. Probeer daarnaast ook nog een unieke rubriek te bedenken die bijvoorbeeld maar twee keer in het jaar ingezet wordt. Een hero rubriek die echt anders is dan anders en mogelijkheid heeft om viraal te gaan.”

Na de feedback van Mike ben ik aan de slag gegaan met de aanpassingen. In mijn eerste versie zat er niet per se een gedachte achter de rubrieken, maar dit is natuurlijk wel de bedoeling. Na de feedback heb ik daarom meer rubrieken bedacht aan de hand van het 3H-model. Ik heb nog twee extra rubrieken bedacht die ingezet kunnen worden als hero content. Deze zijn dus unieker dan de rest, passen naar mijn idee echt bij A.P. van den Berg en worden minder vaak geplaatst. Deze nieuwe rubrieken zijn hieronder te lezen.

RUBRIEKEN

Hieronder zijn een aantal content ideeën te zien voor op de socials van AP van den Berg

Ter land, ter zee en in de toekomst (hub)

- Naamsbekendheid en productbekendheid
- Over toepassing voor projecten in de hele wereld
- Plannen voor de toekomst
- Demonstreren hoe de machines werken

Team takeover (hub)

- Werknemers nemen het account over en laten een dag in hun leven zien
- Persoonlijke verhalen over mogelijkheden, loopbanen en functies
- Variatie in het werk laten zien en de sfeer bij het bedrijf proeven
- Achter de schermen bij het ontwerpproces, ect.

Innovator Insights (hero)

- Elk half jaar meekijken bij een klant die de techniek van AP van den Berg gebruikt
- De meest innovatieve projecten in actie zien aan de hand van video
- Een mix van inspirerende verhalen, achter de schermen inzicht en interviews
- Een beeld bij de verschillende mogelijkheden van de innovatieve oplossingen

Discovering Depths (hub)

- Elke maand de diepte in met AP van den Berg
- Fascinerende verhalen over de laatste technologische ontwikkelingen en hoogtenpunten
- Mijlpalen uit de geschiedenis en hoe deze zich ontwikkelen in de toekomst
- Discovering Depths onthult spannende avonturen en innovatieve prestaties

Inzetten van TikTok

TikTok, het lijkt bijna wel het verboden kanaal hier binnen TEAM. Van verschillende collega's heb ik alleen maar negatieve dingen over TikTok gehoord en willen ze dit kanaal ook niet inzetten als extra kanaal binnen de content strategie. Maar waarom eigenlijk niet? Niet de juiste doelgroep? Of niet de juiste uitstraling? Wat de reden ook is, naar mijn idee is het inzetten van TikTok helemaal niet z'n gek idee, en ik zal uitleggen waarom.

TikTok is de afgelopen jaren uitgegroeid tot een van de populairste social media platforms ter wereld. Dan hebben we het over meer dan een miljard actieve gebruikers per maand! Bedrijven maken gebruik van het platform om hun merk te promoten, hun doelgroep te bereiken en hun producten en/of diensten te verkopen. Dit is dan ook de reden waarom je als bedrijf in deze tijd bijna niet meer om TikTok heen kan.

TikTok heeft een specifiek algoritme dat gebruikers content in de zogeheten for you page toont op basis van hun eerdere interacties en interesses. Dit algoritme biedt kansen voor bedrijven om de juiste doelgroep te bereiken en het engagement te vergroten op een manier die anders niet mogelijk zou zijn. TikTok heeft het hoogste engagementpercentage in vergelijking met andere social mediakanalen. Het engagementpercentage van TikTok is namelijk 5,96%. Op Facebook is dat 0,07% en op Instagram 1,22%.

De doelgroep van TikTok is voornamelijk generatie Z, of te wel jongeren. Dit is niet per se de doelgroep van TEAM, maar zeker geen reden om TikTok niet toe te voegen in de contentstrategie. Naast jongeren zitten er namelijk ook heel veel verschillende bedrijven op TikTok en dat is dan weer wel de doelgroep die TEAM wil bereiken. Daarnaast kun je TikTok ook gemakkelijk inzetten om een eventueel nieuwe doelgroep te verkennen, de algemene merkbekendheid te vergroten en gebruik te maken van cross-promotie om zo een breder publiek te trekken.

TikTok marketing kan ook worden ingezet voor employer branding. Door het creëren van leuke en creatieve video's over de bedrijfscultuur en werkomgeving, kunnen bedrijven zichzelf op een positieve manier presenteren aan potentiële werknemers. Dit kan helpen bij het aantrekken van de juiste kandidaten.

TikTok draait vooral om creativiteit en authenticiteit. Je moet dus in staat zijn om op een creatieve manier je boodschap over te brengen en de juiste snaar te raken bij de gebruikers van het platform. De typische TikToker heeft een relatief korte spanningsboog. De content op TikTok is vaak kort en snel. Je moet dus de aandacht van de kijker in de eerste seconde weten te pakken, anders haken ze af. Het inspelen op populaire trends is hiervoor een goede optie. Je hebt kans om sneller viraal te gaan en dus door een groot publiek gezien te worden.

Al bijna overtuigd om TikTok in te zetten? Dit zijn de do's en don'ts op het platform.

Do's

- **Wees creatief en authentiek:** TikTok gebruikers houden van content die origineel en oprecht is. Probeer creatief te zijn met je video's en laat je merk op een authentieke manier zien.
- **Ken je doelgroep:** TikTok heeft een jonger publiek dan andere sociale media. Zorg ervoor dat je de doelgroep begrijpt en content creëert die aanspreekt.
- **Gebruik populaire muziek:** TikTok draait grotendeels om audio. Gebruik populaire nummers en geluiden om de aandacht van gebruikers te trekken.
- **Wees consistent:** Zorg ervoor dat je regelmatig content plaatst om de betrokkenheid van je volgers te behouden en om gevonden te worden.
- **Gebruik hashtags:** Gebruik relevante hashtags om je inhoud te categoriseren en meer bereik te krijgen.

Don'ts

- **TikTok is anders dan andere platformen:** Het is belangrijk om te begrijpen dat TikTok een uniek publiek heeft en een unieke stijl van content creatie ten opzichte van andere social media platformen.
- **Niet te commercieel zijn:** TikTok gebruikers houden niet van opdringerige advertenties. Probeer inhoud te creëren die vermakelijk is en je merk op een subtiele manier promoot.
- **Niet links laten liggen:** TikTok is een interactief platform. Wees betrokken bij je volgers en reageer op opmerkingen en berichten.



Voorbeelden van bedrijven die het al erg goed doen op TikTok:

Scrubdaddy

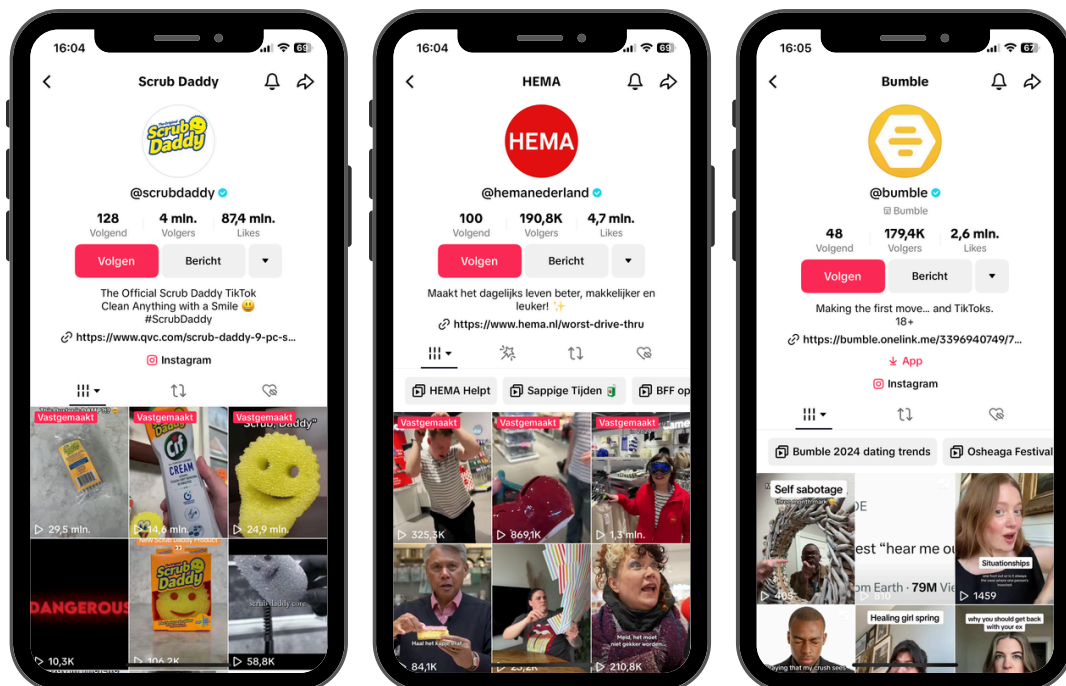
Een mooi voorbeeld is het bedrijf scrubdaddy. De uitvinder van deze speciale schuurspons had al succes op tv. Maar toen een TikTokker een video maakte over hoe je met deze spons de meest vieze oppervlaktes schoon krijgt en deze wereldwijd viral ging, zag het bedrijf de verkoopcijfers pas echt stijgen.

Hema

Hema heeft een TikTok account waarop ze verschillende video's delen van hun werknemers en hun werkzaamheden. Zo laten ze bijvoorbeeld zien hoe de producten worden gemaakt en hoe het is om in een van hun winkels te werken. Dit doen ze op een hele grappige manier die inspeelt op de huidige trends.

Bumble

Diensten promoten door middel van TikTok. De datingapp Bumble maakt er slim gebruik van. Om de aandacht van jonge gebruikers te trekken lieten ze influencers verschillende hashtags gebruiken om hun campagne te promoten. Dit resulteerde in een enorme groei van hun volgers en downloads van de app.



Dus, is TEAM binnenkort ook te zien op TikTok? Experimenteer met verschillende soorten content en analyseer de prestaties om deze verder te optimaliseren. Laat zien dat TEAM een leuk en creatief bedrijf is en wie weet zorgt dit wel voor meer bereik, engagement en uiteindelijk nieuwe klanten.

Content optimalisatie

TEAM wil natuurlijk zoveel mogelijk verschillende soorten content ophalen bij een shoot. Op dit moment gaat dat nog niet altijd zoals gehoopt en is er ter sprake gekomen dat er bespaart moet gaan worden. Op dit moment kost het gewoon te veel geld om twee content werknemers op pad te sturen voor bijvoorbeeld maar één video. Een optie die naar voren kwam is om hiervoor iemand in z'n eentje op pad te sturen, alleen dit wordt binnen het content team niet echt gewaardeerd. Je hebt toch eigenlijk altijd wel wat extra handjes nodig voor het opbouwen, het filmen, foto's maken of stellen van de interview vragen. Een andere optie is daarom om zoveel mogelijk uit een shoot te halen, zodat je van bijvoorbeeld een interview niet alleen een video hebt, maar nog meer andere vormen van content. Hieronder heb ik een aantal ideeën beschreven met hierbij voorbeelden.

Er zijn talloze vormen van online content. Deze kunnen worden ingedeeld in verschillende categorieën op basis van hun vorm, doel en medium.

Tekstuele content:

- Artikel
- Blogpost
- Nieuwsartikel
- E-book
- Handleiding
- Productbeschrijving
- Review
- Persbericht

Visuele content:

- Afbeeldingen
- Infographics
- Video's
- Animaties
- Grafieken en diagrammen
- Illustraties
- Presentaties

Video content:

- Vlogs
- Tutorials
- Webinars
- Interviews
- Productdemonstraties
- Documentaires

Audio content:

- Podcast
- Muziek
- Audioboeken
- Geluidsfragmenten

Interactieve content:

- Quizzen en enquêtes
- Polls
- Games
- Virtuele rondleiding

Sociale media content:

- Post (tekst, afbeeldingen, video's)
- Stories
- Reels
- TikToks
- Twitter threads
- LinkedIn-artikelen
- Facebook-evenementen
- Livestreams

Gebruikers gegenereerde content:

- Reviews
- User-generated video's
- Foto's van klanten
- Reacties op sociale media
- Forums en discussiebijdragen

Hierboven staan slechts enkele vormen van online content. De diversiteit en creativiteit van online content blijft groeien en er komen steeds meer technologieën en platforms bij. Welke content vorm je inzet is afhankelijk van het doel, de doelgroep en het onderwerp. Deze lijst is een goede inspiratiebron voor meer content ideeën die TEAM zou kunnen inzetten voor hun klanten om zo de content te optimaliseren en meer uit een shoot te kunnen halen.

Inmiddels ben ik al bij een aantal shoots geweest, waaronder voor het bedrijf A.P. van den Berg. Hier hielden we een interview met een werknemer, waar vervolgens een video van wordt gemaakt. Behalve een video zou je hier natuurlijk ook een geschreven versie van kunnen maken in de vorm van een blog of artikel. Als het een wat langer en interessant interview is, kan ook enkel het geluid opgenomen worden om hiervan een podcast te maken. Een podcast is tegenwoordig erg populair en kan erg leuk zijn om informatie te delen met klanten en/of personeel. Interessante informatie uit het interview over een bepaald onderwerp zou misschien ook kunnen worden weergegeven aan de hand van een infographic, grafiek of diagram. Dit zou vervolgens weer op social media geplaatst kunnen worden. Daarnaast zou je op social media ook korte snipets kunnen delen vanuit het interview. Je zou ook een aantal leuke quotes uit het interview kunnen halen en deze in de vorm van een foto post met tekst op social media kunnen plaatsen. Op een shoot dag kunnen er ook achter de schermen beelden gemaakt worden voor op social media, zoals in de Instagram stories. Achter de schermen content zou ook gemaakt kunnen worden aan de hand van een livestream, zodat kijkers live mee kunnen kijken bij een shoot.

Het inzetten van verschillende kanalen is ook een onderdeel van optimaliseren van content. Dit staat ook wel bekend als 'multichannel content optimization' of cross-channel content optimization'. Het doel hiervan is om te zorgen dat jouw content wordt aangepast aan de stijlen en voorkeuren per kanaal. Het inzetten van verschillende kanalen zorgt ervoor dat je content gezien wordt door een breder publiek. Dit vergroot de kans dat de content sneller bij de juiste doelgroep terecht komt. Ook helpt het bij het verbeteren van je zichtbaarheid in zoekmachines. TEAM maakt al gebruik van verschillende kanalen, maar misschien valt hier nog meer aan toe te voegen. Het kanaal TikTok zou misschien wel een goede optie zijn. Bij competentie twee vertel ik meer over deze optie en het inzetten van dit kanaal.

COMPETENTIE 3

Plannen en organiseren

Competentie drie gaat over plannen en organiseren. Hierbij is het de bedoeling dat ik de organisatie en planning van online content heb verzorgd met behulp van passende tools en technieken. Hieronder zijn een aantal opdrachten te zien waar ik aan heb gewerkt en passen bij de competentie plannen en organiseren.

Reflectie competentie 3

Bij deze competentie heb ik me gericht op verschillende aspecten van planning en organisatie. Mijn doel hierbij was om te leren hoe alles qua planning in elkaar steekt voor bijvoorbeeld een shoot of een contentkalender. Gedurende mijn stageperiode heb ik gewerkt aan verschillende opdrachten. Eén daarvan was het opstellen van een contentkalender voor het bedrijf A.P. van den Berg. Eerder had ik al rubrieken bedacht, die nu worden gepland in een kalender. Hiervoor heb ik theorie opgezocht over de beste planning voor social media. Dit moest vervolgens wel overeenkomen met de wensen en het budget van de klant, wat heeft geleid tot een resultaat waar ik tevreden over ben. Ik heb geleerd om te kijken naar de wensen van de klanten en de optimale tijden en dagen per platform.

Daarnaast hebben we gewerkt aan de planning en organisatie van een TEAM shoot. Ik heb hierbij ook een rol in de organisatie. Helaas is deze shoot al een aantal keer uitgesteld, waardoor ik er niet meer bij kan zijn. Wel ben ik mee geweest op locatiebezoek en heb ik een rolverdeling en opstelling bedacht voor in de foto. Hierdoor heb ik ingezien dat er veel voorbereiding nodig is om de shoot zo soepel mogelijk te laten verlopen.

Ik heb ook twee dagen meegelopen met het projectmanagementteam met als doel om inzicht te krijgen in hun werkzaamheden, en dat is zeker een stuk duidelijker geworden. Tot slot heb ik zelf ook een rol gehad in de planning van een shoot. Dit vond ik best spannend, omdat ik me verantwoordelijk voelde als de shoot zou uitlopen. Dit was vanwege verschillende redenen ook het geval, ondanks dat ik de planning goed in mijn hoofd had. Ik heb hiervan geleerd dat het lastig is om van tevoren een planning te maken, omdat het toch vaak anders loopt dan van tevoren gedacht. Ook moet ik strenger zijn op de planning en het tempo. Dit is iets wat ik nog lastig vind en is daarom een mooi leerdoel voor in de toekomst.

Contentkalender A.P. van den Berg

Voor het bedrijf A.P. van den Berg heb ik een aantal rubrieken bedacht. Deze rubrieken waren te zien onder het hoofdstuk competentie twee. Hierbij heb ik vervolgens een contentkalender gemaakt. Hierin heb ik omschreven hoe vaak elke rubriek terug zou moeten komen en wat de rubriek inhoudt. Vervolgens heb ik deze ingedeeld in de maand april als voorbeeld met daarbij de genoemde tijd en het kanaal. De dagen en tijden zijn gebaseerd op onderzoek van de beste scorende dagen en tijden volgens Coosto. Hieronder is het resultaat te zien:

CONTENTKALENDER

LinkedIn is voornamelijk het hoofd kanaal waar op gepost zal worden, omdat A.P. van den Berg zich richt op klanten binen de B2B. Daarnaast zal alle content ook op Instagram geplaatst worden.

Rubriek ter land, ter zee en in de toekomst

Bij deze rubriek worden de toppers van A.P. van den Berg in beeld gebracht door te vertellen over de plannen voor de toekomst. Ook worden de machines gedemonstreerd om een beter beeld te geven van hoe dit werkt. Dit is het gene wat A.P. groot heeft gemaakt en waarmee ze zich onderscheiden van de concurrentie. Deze post zal 4x per jaar terug komen in de vorm van foto en video.

Rubriek team takeover

Bij deze rubriek staat te werknemer centraal. In de vorm van een video wordt een dag in het leven van een werknemer laten zien om een beeld te geven van het werk. Er worden persoonlijke verhalen vertelt, de mogelijkheden binnen A.P. van den Berg, de veratie in het werk en de verschillende loopbanen worden laten zien. Op deze manier krijgen potentiële nieuwe collega's een goed beeld van het bedrijf. Deze rubriek wordt 4x in het jaar geplaatst.

Rubriek innovator Insights

In de vorm van een soort korte documentaire worden verschillende klanten van A.P. van den Berg in beeld gebracht. Het wordt een mix van inspirerende verhalen, achter de schermen inzicht en interviews om een inzicht te geven bij welke klanten en welke plekken de techniek van A.P. wordt ingezet. De machines in actie! Deze rubriek wordt 2x per jaar geplaatst.

CONTENTKALENDER

Rubriek discovering Depths

In de vorm van foto en grafische posts worden mijlpalen getoond uit de geschiedenis, hoogte punten van medewerkers aan de hand van quotes, een indruk gegeven van het pand en innovatieve prestaties weergegeven. Deze rubriek komt maandelijks terug en gaat over het beter leren kennen van het bedrijf A.P. van den Berg.

Het doel is om wekelijks iets te posten op LinkedIn en Instagram. De bovenstaande rubrieken komen maar een aantal keer terug in de kalender. Een aantal eerdere meer standaard bedacht rubrieken zouden wel wekelijks terug kunnen komen. Twee voorbeelden hiervan zijn:

Vraag en antwoord

- Antwoorden op veel gestelde vragen van klanten
- Antwoorden op vragen over de machines en het werk

Wist je dat ...?

- Flashbacks en mijlpalen uit de geschiedenis van AP van den Berg
- Leuke en interessante weetjes

Op de pagina hieronder is te zien hoe de contentkalender er eventueel uit zou komen te zien. De dagen en tijden zijn gebaseerd op de best scorende dagen volgens Coosto.

Bij het indelen van de contentkalender is rekening gehouden met de beste dagen en tijden van plaatsen volgens Coosto (2024). Op Instagram zou je het meest bereik hebben op maandag en woensdag. Piek tijden hiervoor zijn op maandag om 13 uur, woensdag om 9 uur en vrijdag om 13 uur. Naast Instagram zal dezelfde content ook geplaatst worden op LinkedIn. Volgens Coosto (2024) zijn maandag t/m vrijdag de beste dagen om hier te posten. Maandag, woensdag en donderdag kun je het best rond 15 uur posten en op vrijdag tussen 8 en 10 uur in de ochtend.

Hoe vaak je moet posten is afhankelijk van de doelstelling, het platform en het soort bedrijf. Op de meeste platformen is twee tot drie keer per week plaatsen goed genoeg, terwijl het voor sommige niches of platformen normaal is om elke dag twee berichten te plaatsen. Voor A.P. van den Berg is dit een beetje afhankelijk van het budget. Daarom is er gekozen om één keer in de week iets te posten. Het belangrijkste is dat je als bedrijf consistent bent online. Of dit nou drie keer in de week is of maar één keer, dat maakt dan niet heel veel uit. (Hulspas, 2023)

Hieronder is de gemaakte contentkalender te zien:

CONTENTKALENDER						
Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag	Zondag
1.	2.	3. ● Ter land, ter zee en in de toekomst 15:00: ● uitleg video conus	4.	5.	6.	7.
8. ● Wist je dat...? 13:00: ● oprichting in 1966	9.	10.	11.	12.	13.	14.
15.	16.	17.	18.	19. ● Team takeover 13:00: ● De dag van Eddy	20.	21.
22.	23.	24. ● Discovering depths ● 09:00: quote van Jan	25.	26.	27.	28.
29. ● Vraag en antwoord 13:00: Insta story	30.	1.	2.	3.	4.	5.

● LinkedIn
● Instagram

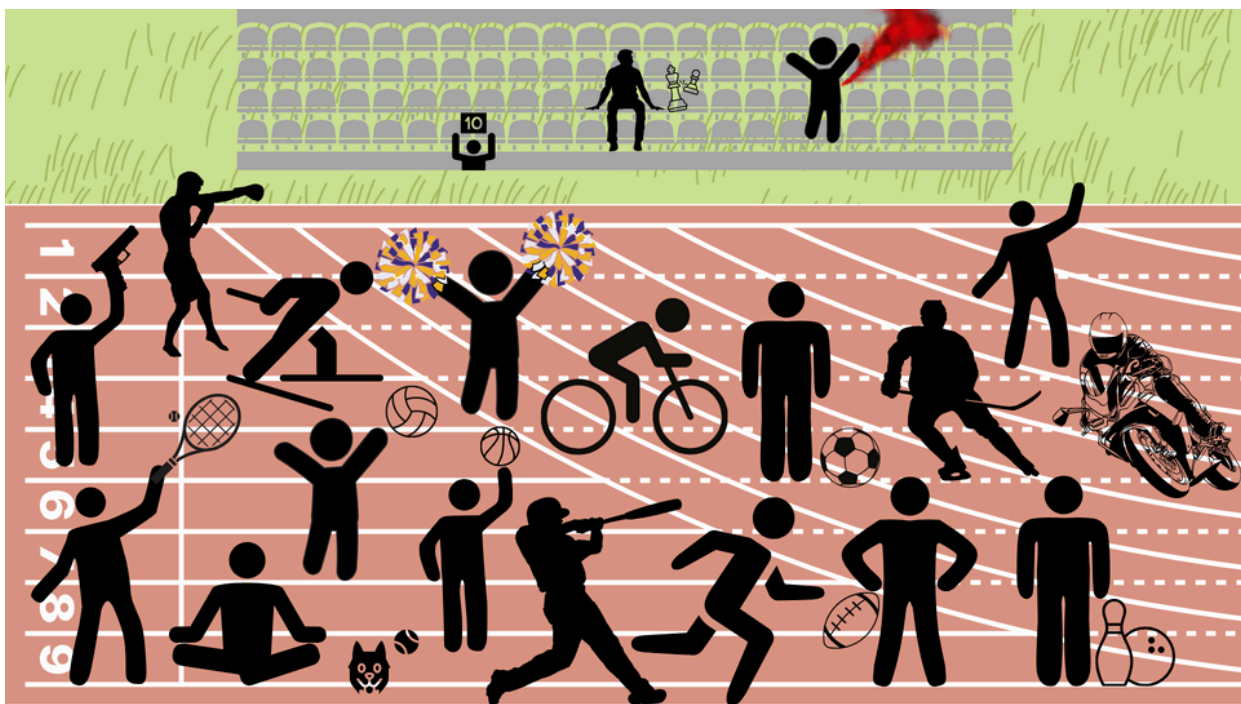
Organisatie TEAM shoot

Elk jaar doet TEAM een shoot met alle collega's. Er wordt dan een groepsfoto en een video gemaakt die op de website komen te staan. De shoot vindt plaats op een atletiekbaan en heeft als thema Olympische Spelen. Iedereen beeld hierbij een andere sport uit. De shoot zou plaatsvinden op dinsdag 2 april, alleen niet iedereen kon aanwezig zijn op deze dag. Daarom is de shoot nu verplaatst naar eind mei en worden de voorbereidingen hiervoor ook verplaatst. Wel had ik alvast een overzicht gemaakt van alle sporten die iedereen gaat doen. Ook heb ik een moodboard gemaakt en een schets van het idee hoe de foto eruit komt te zien. Het resultaat hiervan is hieronder te zien:

Rolverdeling van het team

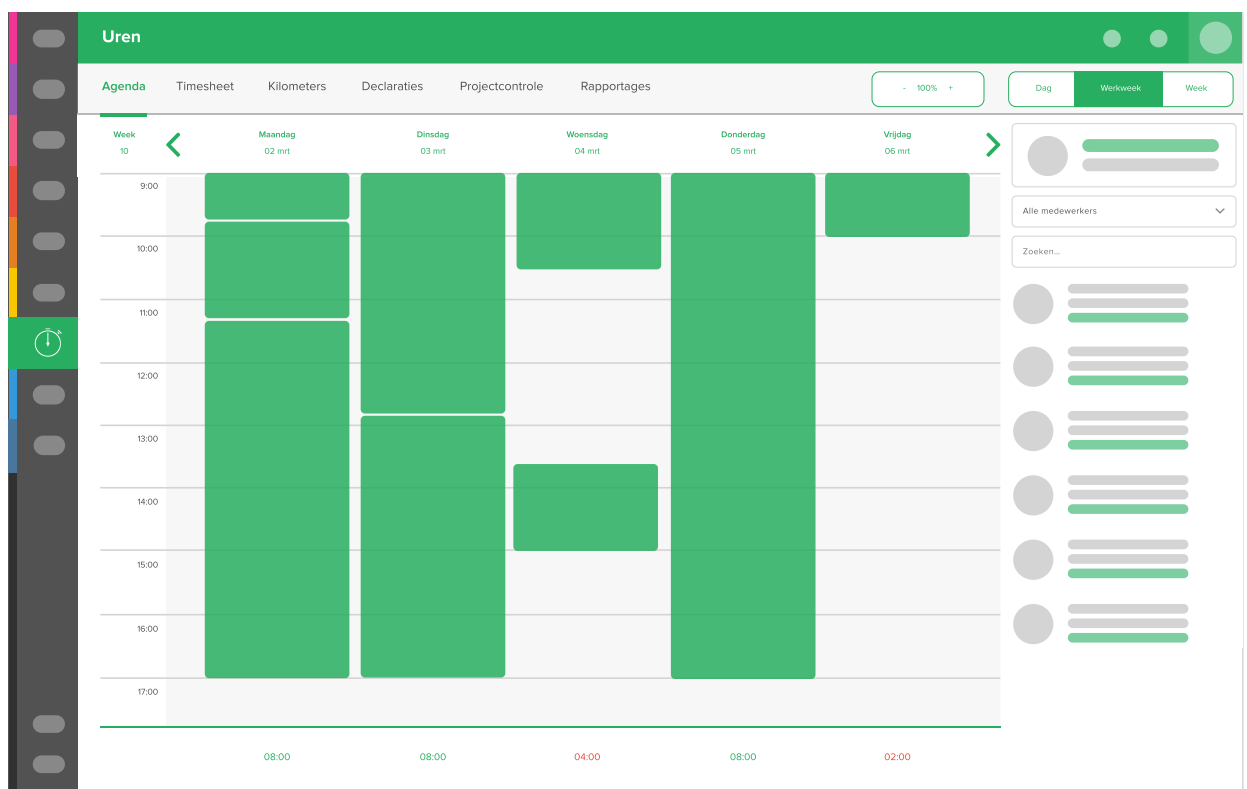
Medewerker	Sport/activiteit	Attributen nodig?
Martin	Voetbal	
Chantal	Startschot	Startschotpistool
Pim	Padel	
Brent	IJshockey	
Mike	Windsurfen of MotoGP	
Sima	Cheerleader	Outfit + pompoms
Eline	Yoga	
Niek	Survival run	
Dylan	Bowlen	Bowlingschoenen
Kim	Wielrennen	
Willemke	Boksen	
Tim	Hardlopen/estafette	
Victor	Langlaufen	
Stefan	Rugby	Rugbybal
Bjorn	Basketbal	
Luc	Honkbal	
Patrick	Jiu jitsu	
Lion	Hooligang	Fakkel
Dick	Tennis	
Jesse	Schaken	Schaakbord
Iris	Volleybal	
Leif	Jury	Jurybord
Mambo	Baton (estafette)	Baton

An aerial photograph of a sports field. A red running track surrounds a green grassy area. In the center of the field, there are two brown, cone-shaped structures. To the right of the field, there is a red rectangular area. Various pieces of equipment, including a blue container and a yellow container, are scattered around the field. Three labels are overlaid on the image: 'Tribune' at the bottom center, 'Team' on the right side, and 'Camera' on the right side.

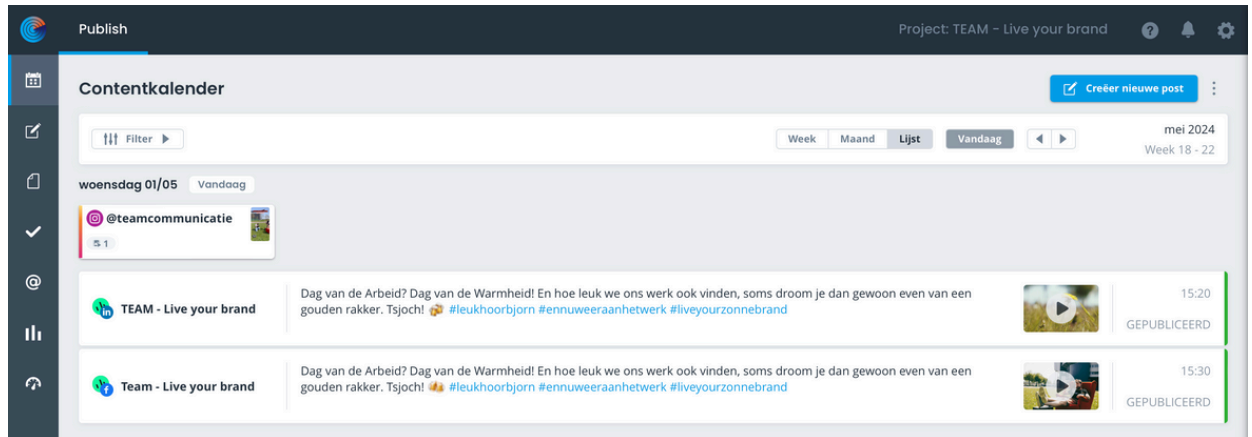


Projectmanagement

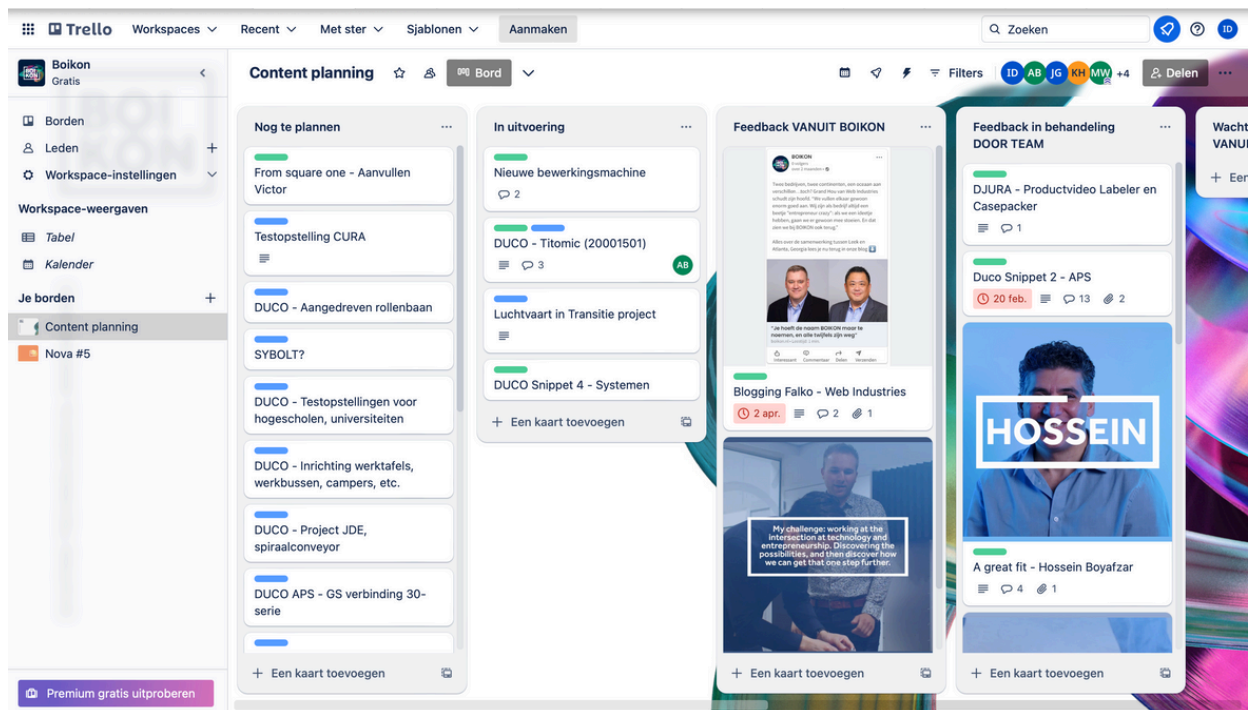
Binnen TEAM heb je ook een aantal projectmanagers. Zij zorgen ervoor dat alles goed loopt, dat de opdrachten op tijd worden aangeleverd, dat de facturen verstuurd worden, hebben contact met de klanten en zorgen voor de planning. Om een beter beeld te krijgen van hun werkzaamheden heb ik ook twee dagen bij deze afdeling meegelopen. Hierbij heb ik voornamelijk uitleg gekregen over alle werkzaamheden, heb ik een vergadering bijgewoond en heb ik meegekeken en gedacht met het maken de verschillende planningen. Bij TEAM werken ze hiervoor in verschillende programma's. De projectmanagers plannen alle werkzaamheden van de andere collega's in. Dit gebeurt in het programma Simplicate. Elke opdrachtgever van TEAM heeft een bepaald budget. Hier hoort dan weer een bepaald aantal uur bij wat onderverdeeld kan worden onder alle collega's. Hieronder is een screenshot te zien van hoe dit programma eruitziet.



Om eigen content in te plannen wordt het programma Goosto gebruikt. Hier zijn alle social media accounts van TEAM aan gekoppeld. Zo kan alles vanuit hier ingepland worden. Daarnaast kun je in dit programma ook concepten plaatsen en alle statistieken bekijken. Op de volgende pagina is dit programma te zien.



Als laatst heb je nog het programma Trello. Hier wordt de content in geplaatst voor de klanten. Collega's van TEAM hebben toegang tot dit programma, maar ook de opdrachtgevers kunnen dit inzien. In dit programma kunnen concepten worden geplaatst, waar de opdrachtgever vervolgens feedback kan geven. Nadat de uiteindelijke content is goedgekeurd door de klant, kan dit worden ingepland op het juiste kanaal. Hieronder is te zien hoe dit programma eruitziet van bijvoorbeeld het bedrijf BOIKON, waar ik ook zelf toegang tot heb.



Planning shootdag

Donderdag 2 mei hadden we een grote shoot voor het bedrijf Sportverlichting. Bij deze shoot waren ook externe mensen aanwezig voor het licht en werd er gewerkt met modellen. Deze shoot was dan ook een stuk groter dan waar ik tot nu toe eerder bij ben geweest. Z'n grote shoot heeft ook een duidelijke planning en shotlist nodig om ervoor te zorgen dat er niks wordt vergeten. Deze planningen worden altijd gemaakt door de projectmanagers. De shotlist worden gemaakt in samenwerking met het contentteam. Mijn taak was om de planning in de gaten te houden om ervoor te zorgen dat alles op tijd liep. Daarnaast moest ik Mike ondersteunen bij de shots die werden gemaakt. Ik heb hiervoor de volgorde bepaald qua logische indeling met verplaatsing van het licht. Daarbij moest ik in de gaten houden of er geen shots werden overgeslagen. Hieronder is een deel van de shotlist te zien met daarbij de indeling qua volgorde hoe ik het heb gepland.

Scene	Shot	Omschrijving	Locatie
1.Trainingsveld	1. 1	<i>Wijd shot:</i> Donker onduidelijk en onscherp beeld, geluiden dat er getraind wordt.	Trainingsveld Almelo
	2. 2	<i>Medium close:</i> Donker onduidelijk en onscherp beeld, geluiden dat er getraind wordt.	
	3. 3	<i>Wijd shot:</i> De lichtmasten springen aan. Jeugdspeler is druk aan het trainen voor zichzelf.	
	4. 7	<i>Medium shot:</i> Jeugdspeler gaat tot het gaatje en traint zich suf.	
	5. 8	<i>Close up:</i> Gezicht bezweet en vermoeid van het trainen.	
	6. 4	<i>Wijd shot:</i> Er wordt op het doel geschoten, we zien de bal over, naast, op de lat en uiteindelijk in het doel eindigen.	
	7. 6	<i>Medium:</i> Er wordt op het doel geschoten, we zien de bal over, naast, op de lat en uiteindelijk in het doel eindigen.	
	8. 5	<i>Wijd:</i> Het kind is nog aan het trainen met het stadion op de achtergrond met de stadion lampen al aan.	

Op shoots waar wordt gewerkt met externe modellen moet een quitclaim worden ingevuld. Dit is een formulier waarin het model toestemming geeft aan TEAM om gebruik te maken van de gemaakte beelden. Tijdens deze shoot was het mijn taak om ervoor te zorgen dat iedereen de quitclaim volledig invulde.

INFO PROJECT	
OMSCHRIJVING	Het is donker, je hoort geritsel op een veld van iemand die aan het oefenen is. De lampen gaan aan. We zien een jong kind zijn/haar techniek oefenen. Er wordt op het doel geschoten, we zien de bal in het net vliegen. We gaan terug naar de persoon die schoot, nu zien we een volwassen persoon staan (bekende sporter?) Vanuit hier volgen verschillende shots van kinderen, tieners, volwassenen die helemaal in de zone zijn binnen hun sport. We zien close-ups van schoppen, slagen, gooien, etc. Het zweet op de hoofden. We eindigen met een shot van kind 1 die het veld afloopt (met daarnaast de pro?) waarop we een leeg veld zien, het licht gaat uit, het logo verschijnt. Einde video. Overige materiaal en kleding: Sportkleding die bij de sport hoort. Kleding (prof) – Heracles of zwarte/witte trainingskleding. Fitness materiaal voor op het veld, voor oefeningen. Nette wedstrijdbal. Toegang spelerstunnel voor eindshot.
DOEL	Ophalen brand movie en key visuals voor Sportverlichting.com
PLATFORM(EN)	Website en social media

PLANNING			
TIJD	LOCATIE	BESCHRIJVING	VERANTWOORDELIJK
16:00	Park Bathmen, Hogeweg 24, 7437 VH Bathmen	Crewcall	TEAM
16:15	Park Bathmen, Hogeweg 24, 7437 VH Bathmen	Locatie 1: opbouwen	TEAM
17:00	Park Bathmen, Hogeweg 24, 7437 VH Bathmen	Locatie 1: productie film en fotografie	TEAM
18:00	Park Bathmen, Hogeweg 24, 7437 VH Bathmen	Locatie 1: afbouwen	TEAM
18:30	Reistijd Heracles	Naar de andere locatie	TEAM
19:00	Heracles Almelo, Van Riemsdijkplein 1, 7606 JA Almelo	Eten – Gezamenlijk eten bij het stadion van Heracles. Eten wordt verzorgd door Sportverlichting.	Sportverlichting
20:00	Heracles Almelo, Van Riemsdijkplein 1, 7606 JA Almelo	Locatie 2: Opbouwen	TEAM
20:45	Heracles Almelo, Van Riemsdijkplein 1, 7606 JA Almelo	Locatie 2: Productie film en fotografie	TEAM
21:30	Heracles Almelo, Van Riemsdijkplein 1, 7606 JA Almelo	Locatie 2: afbouwen	TEAM
22:00	C.V.V. Oranje Nassau Almelo, Maardijk 130, 7609 PR Almelo	Locatie 3: Opbouwen materialen op het trainingsveld van Heracles	TEAM
22:30	C.V.V. Oranje Nassau Almelo, Maardijk 130, 7609 PR Almelo	Locatie 3: Productie film en fotografie	TEAM
23:30	C.V.V. Oranje Nassau Almelo, Maardijk 130, 7609 PR Almelo	Locatie 3: afbouwen	TEAM
00:00	C.V.V. Oranje Nassau Almelo, Maardijk 130, 7609 PR Almelo	einde	TEAM

Op de pagina hierboven is de vooraf gemaakte planning voor de shoot te zien. Aan mij de taak om ervoor de zorgen dat deze shoot ook volgens planning zou lopen. Ik had de hele planning in mijn hoofd waardoor alles goed en op tijd was opgestart. Al snel merkten we dat het opbouwen van de externe lampen veel meer tijd kostte dan van tevoren bedacht. Dit zorgde gelijk in het begin al voor vertraging, maar dit kon later wel weer ingehaald worden. Iets later dan gepland reden we door naar de volgende locatie. Hier begonnen we gelijk met de opbouw terwijl we aan het wachten waren op het eten. Hierdoor hebben we weer wat tijd in kunnen halen, maar helaas moesten we hierna nog erg lang wachten op het eten en tot het donker werd. Deze shoot moest namelijk gefilmd worden in het donker, omdat het draait om de verlichting op het veld. Door het lange wachten liepen we al snel een uur uit. Hier kon natuurlijk niemand iets aan doen, maar hierdoor moesten we wel wat sneller door de shots heen. Op dit moment vond ik het wel lastig om nog aan te geven hoe lang we voor alle shots hadden, omdat de planning al uitliep maar ook ineens de helft van de shotlist was geschrapt. Hierdoor deden we soms wel te lang over een aantal shots wat Mike bij mij aangaf. Vanaf toen heb ik hier beter op gelet en hebben we uiteindelijk de laatste shots wat sneller afgerond.

Door deze taak voelde ik mij wel verantwoordelijk voor de uitloop van de shoot, dus voor de volgende keer kan ik hier nog strenger in zijn. Toch blijft het lastig om van tevoren te plannen hoe een shoot eruit gaat zien, want het gaat toch vaak anders dan je van tevoren had bedacht.

COMPETENTIE 4

Creëren en realiseren

Competentie vier gaat over creëren en realiseren. Hierbij is het de bedoeling dat ik in tekst, beeld, film en/of geluid verschillende soorten online content ontworpen, geschreven en geproduceerd heb. Hieronder zijn verschillende opdrachten te zien waarbij ik content heb gemaakt voor TEAM en voor verschillende opdrachtgevers van TEAM, dat past bij competentie vier.

Gemaakte video content is te bekijken op YouTube via de onderstaande linkjes. Daarnaast stuur ik een WeTransfer link mee waar alle video content in een map terug te vinden en te downloaden is.

Reflectie competentie 4

Deze competentie draait volledig om het creëren van aansprekende en passende content. Dit vond ik dan ook de leukste competentie om aan te werken tijdens mijn stage. Ik heb gewerkt aan verschillende soorten content in de vorm van foto, tekst, video en grafisch ontwerp, voor verschillende bedrijven. Mijn doel hierbij was om zo mooi mogelijke content te maken dat past bij de huisstijl en de wensen van het specifieke bedrijf. Dit was daarnaast ook de perfecte kans om meer te leren over de verschillende Adobe-programma's. Ik heb in de tussentijd veel waardevolle feedback ontvangen van verschillende collega's. Hierdoor kreeg ik telkens weer nieuwe inspiratie, tips en inzichten waar ik veel van heb kunnen leren.

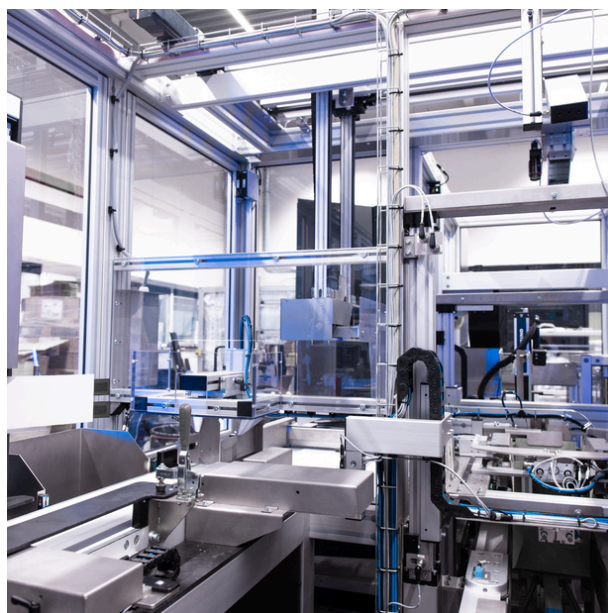
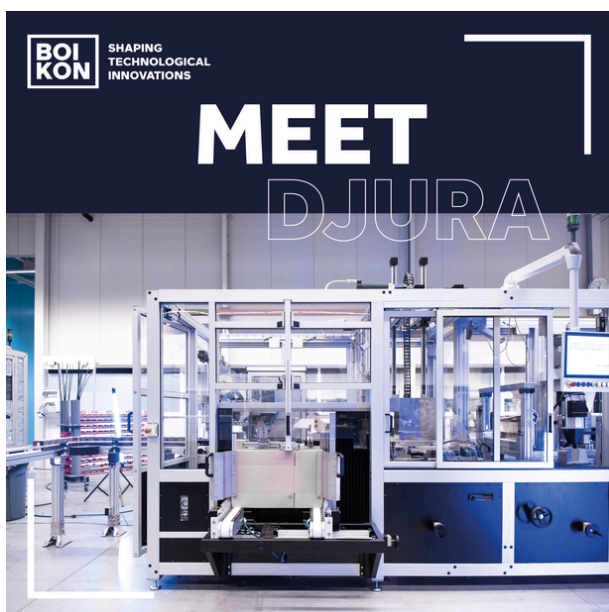
Vaak kreeg ik opdrachten van collega's waar ik mee aan de slag kon gaan. Deze opdracht werkte ik dan uit volgens mijn eigen inzicht om vervolgens feedback te vragen en mijn werk te verbeteren. Dit was voor mij een effectieve aanpak en fijne werkwijze, waardoor ik veel heb kunnen leren van mijn collega's die elk hun eigen kwaliteiten hebben. Alle kennis en ervaring die ik hierbij heb opgedaan kan ik toepassen op de content die ik in de toekomst ga maken. Ik ben tevreden met de resultaten die ik heb behaald binnen deze competentie.

Voorbeeld content BOIKON

Voor het bedrijf BOIKON heb ik een korte Instagram analyse gedaan. Hierbij heb ik verschillende content ideeën bedacht, die terug zijn te vinden onder competentie twee. Vervolgens heb ik deze ideeën zelf uitgewerkt in verschillende voorbeelden van hoe deze content eruit kan komen te zien. Op dit moment zijn deze posts nog niet geplaatst, omdat BOIKON eerst akkoord moet geven op de ontwerpen en het budget. Hierdoor zijn er helaas geen statistieken aanwezig om te zien hoe deze post gepresteerd hebben. Wel heb ik wat feedback gekregen van een collega:

De posts passen goed bij de huisstijl van BOIKON en kunnen we goed gebruiken als inspiratie. Mooi gebruik gemaakt van scherpe foto's en tekst in beeld. Let er wel op dat niet alle tekst even goed leesbaar is bijvoorbeeld in de post van Kalong.

Hieronder zijn de gemaakte post te zien:



WAT ONZE KLANTEN ZEGGEN

Typ hier de
klant review

LICHTER
&
STERKER
MILIEUVRIENDELIJKE



*Een terugblik naar het verleden, terwijl
wij ons richten op de toekomst.*



Kalong He (34)

"Als ik ergens aan begin, dan
wil ik het ook afmaken."

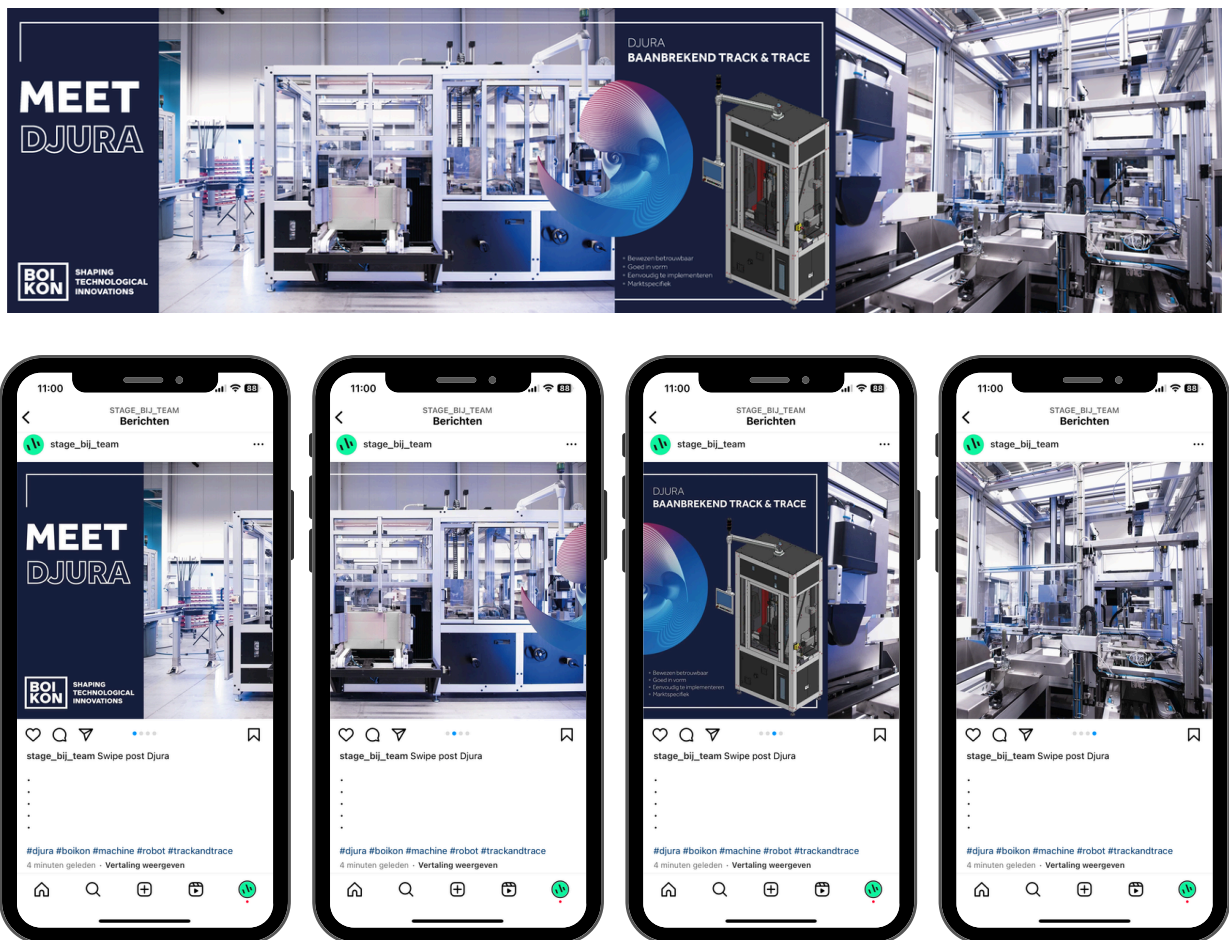
Nico Katuin

Naar de Verenigde Staten en
terug met Nico Katuin.



Swipe post BOIKON

Uit mijn analyse kwam naar voren dat BOIKON geen gebruik maakt van swipe posts op Instagram. Dit is zonde, want swipe posts zijn beter voor het engagement. Mike, mijn stagebegeleider, zei dat hij het hier mee eens was en het een goed idee vond om meer swipe posts te plaatsen op de Instagram van BOIKON. Hij vroeg aan mij of ik een swipe post wilde ontwerpen die stimuleert om te swipen, het liefst zonder daarvoor een standaard pijl illustratie te gebruiken. Hieronder is het resultaat van deze post te zien:

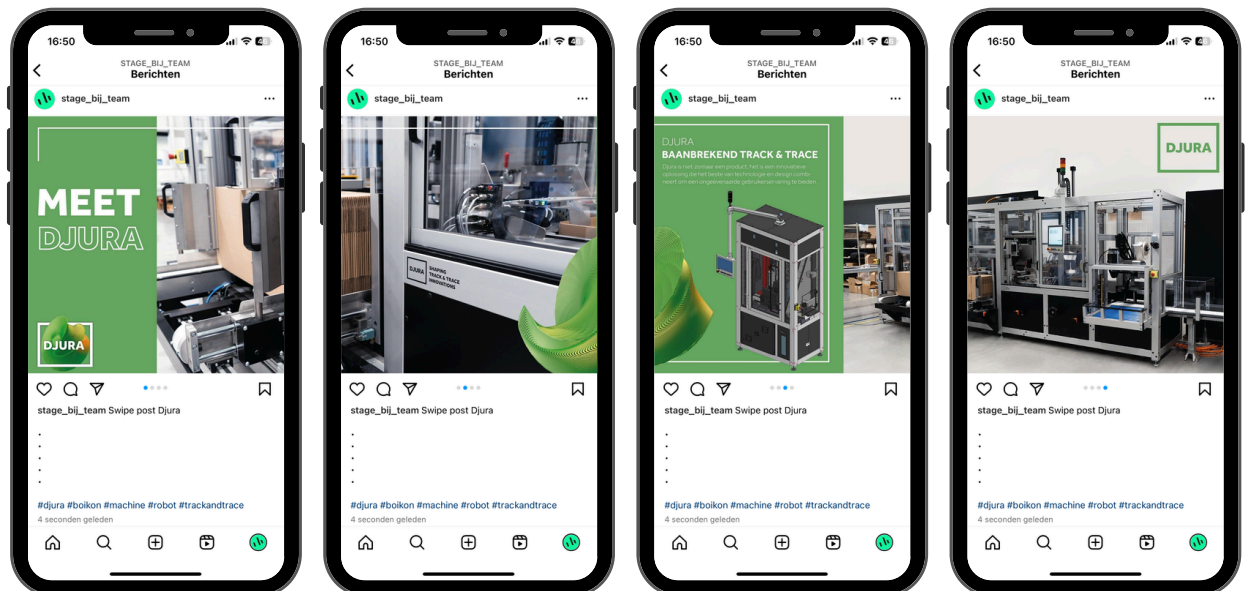
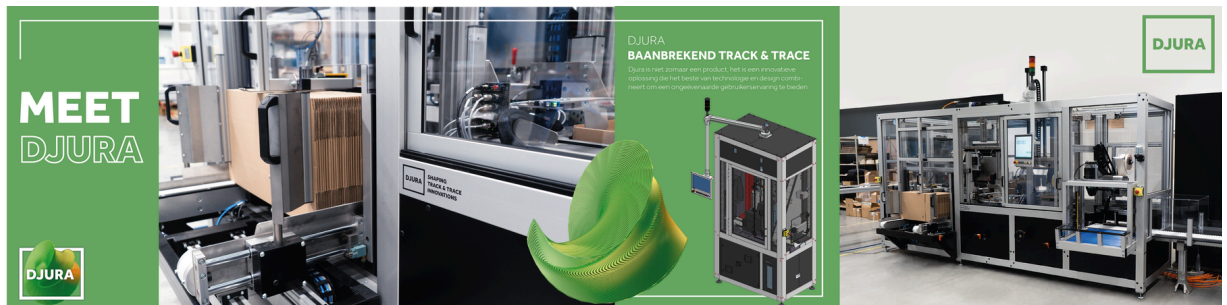


Gekregen feedback:



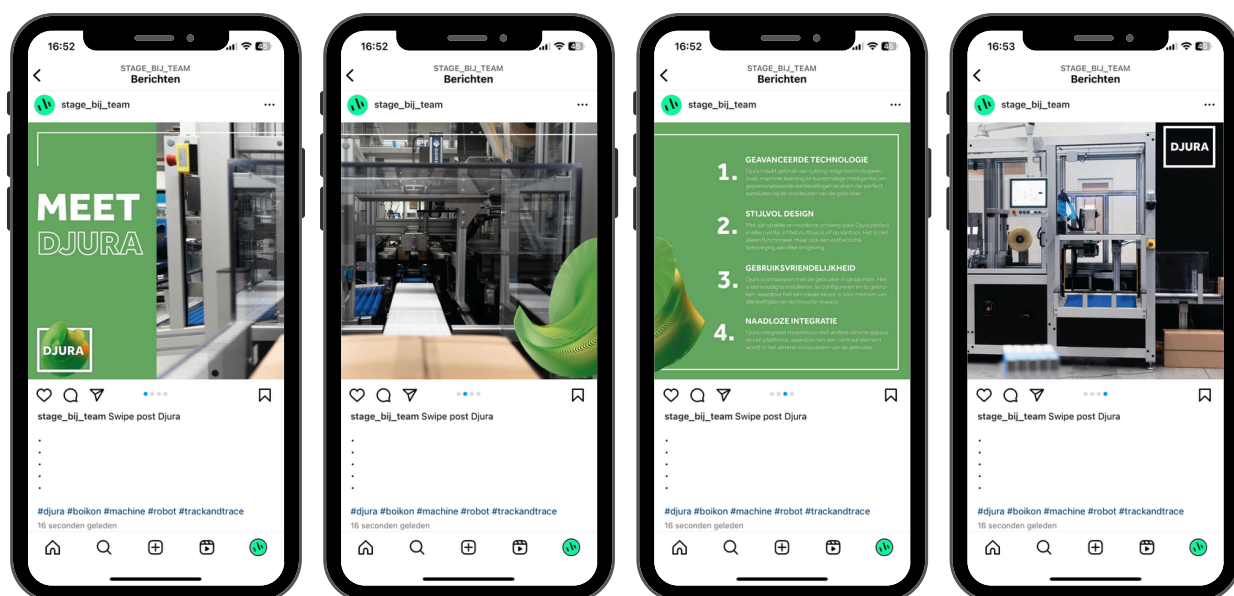
Verbeter versie 1

Zou ingezet kunnen worden als soort rubriek "Meet Djura", waarbij dezelfde slide wordt gebruikt met elke keer andere foto's en elke keer een ander feitje, functie of USP. De foto's zijn aangepast in foto's die ik zelf heb gemaakt.



Verbeter versie 2

Hierbij worden alle UPS's onder elkaar weergegeven. Dit zou ingezet kunnen worden bij elk onder vallend bedrijf van BOIKON. Door de foto's en de illustratie door te laten lopen in verschillende slides moet je aangetrokken worden om door te swipen, zonder daarvoor gebruik te maken van een standaard pijltje.



Gekregen feedback van Mike:

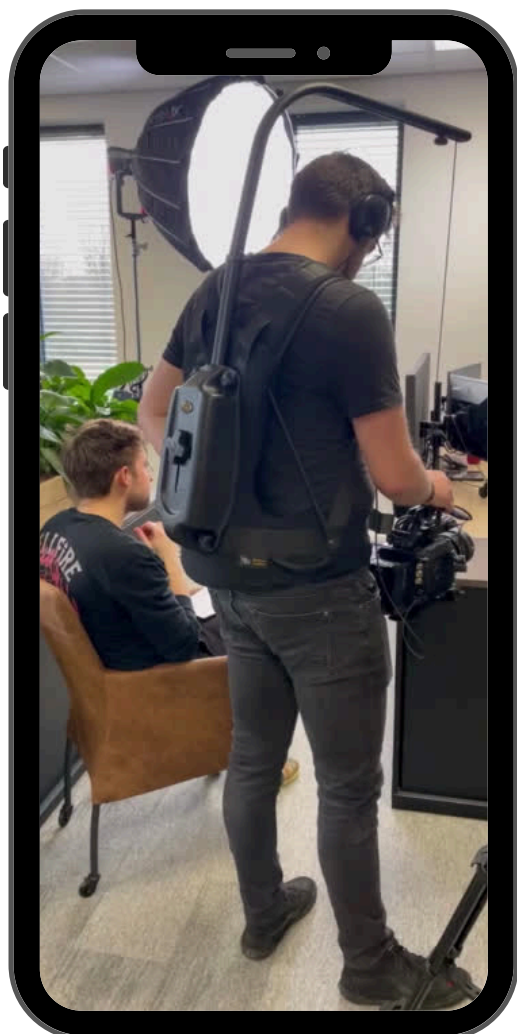
"Ziet er top uit! Ik vind persoonlijk de tweede verbeter versie beter waar je alle USP's overzichtelijk uit hebt geschreven. Hoe zorg je ervoor dat mensen blijven swipen? De laatste swipe is alleen een foto, misschien wat saai. Dit is wel een goed format om te gaan testen, dus probeer vooral wat goed werkt en wat niet. Je mag nu ook voor de andere bedrijven van BOIKON z'n soort post gaan maken en plaatsen in de contentkalender. Schrijf er nog een passende caption bij en dan is het helemaal top."

Behind the scence A.P. van den Berg

In mijn tweede stage week ben ik mee geweest op twee shoot dagen voor het bedrijf A.P. van den Berg. Ik vond het erg leuk om te zien hoe z'n shoot eraan toe gaat en te leren hoe alles gaat qua opbouwen, voorafgaand aan een shoot en hoe alles in z'n werk gaat op de shoot dag zelf. Er werden verschillende interviews gehouden waar een video van werd gemaakt. Mijn taak deze dagen was om te helpen met het opbouwen van de set en achter de schermen content te maken in de vorm van foto, video en Instagram stories. Dit zal worden gebruikt voor de Instagram van TEAM. Ik heb verschillende foto's gemaakt en bewerkt in Lightroom. Op de volgende pagina's is het resultaat hiervan te zien. Ook heb ik twee video's gemaakt. Hiervoor heb ik eerst alle beelden geschoten en vervolgens bewerkt in het programma Inshot. Hieronder is het resultaat van deze video's te zien:

Behind the scence video's

Ik heb twee behind the scence video's gemaakt die beide zijn geplaatst in de Instagram stories van TEAM. Klik op de link om de video te bekijken.



[Link video dag 1](#)



[Link video dag 2](#)

Behind the scene foto's dag 1



Behind the scene foto's dag 2



Behind the scence BOIKON

Ik ben mee geweest op een shoot bij het bedrijf BOIKON in Leek. Weer totaal iets anders dan de shoots bij A.P. van den Berg waar ik eerder deze week was. Ik vond het erg leuk om dit bedrijf na mijn analyse in het echt te zien. De machines vond ik erg indrukwekkend en daarom ook leuk om vast te leggen op beeld. Net als op de vorige shoots deze week heb ik weer achter de schermen foto's en video's gemaakt van hoe de shoot eraan toe gaat. Daarnaast heb ik zelf nog een aantal foto's gemaakt van de machines en robots. Hieronder is het resultaat hiervan te zien:

Behind the scence video

Ik heb een behind the scence video gemaakt van de shoot bij BOIKON. Daarnaast ook nog een leuke selfie voor de Instagram story van TEAM.



[Link video](#)

Behind the scene foto's



Shoot bij machinefabriek Douna

Ik ben mee geweest op een shoot van machinefabriek Douna in Leeuwarden. Zij zitten in de halve finale van Friese ondernemer van het jaar. Voor hun presentatie wilden ze graag een kleine brand movie laten maken met daarbij een aantal foto's. Bij deze shoot was het mijn taak om de foto's te maken en vervolgens te bewerken. Daarnaast mocht ik meedenken over de video shots en heb ik weer een behind the scence video gemaakt. De resultaten hiervan zijn hieronder te zien:

Behind the scence video

Achter de schermen bij een shoot bij machinefabriek Douna.



[Link video](#)

Foto's voor in de presentatie



Meet the TEAM video

Op de Instagram van TEAM is een nieuw format geïntroduceerd genaamd meet the TEAM. Van elk personeelslid wordt een korte video gemaakt waarbij te zien is wat hij of zij doet op een gemiddelde werkdag en wat de functie is van deze persoon. Een van deze video's heb ik mogen maken. Ik heb de beelden geschoten en de video bewerkt. Ik heb nog maar één keer eerder in het programma Premiere Pro gewerkt, dus dit was nog wel een uitdaging. Ik heb een korte uitleg gehad van een collega en verder heb ik zelf vooral verschillende dingen uitgetroefd en tutorials bekeken op YouTube. Hieronder is het eindresultaat van de video te zien met daarbij feedback van een collega die normaal deze video's maakt.



[Link naar de video van Sima](#)

Gekregen feedback:



Stefan

Aan: Iris van Dijk



Wo 28-2-2024 14:33

Ello,

Ziet er over het algemeen goed uit, eventueel mag je over een paar clips "warp stabilizer" gebruiken om het schokkerige uit het beeld te halen (dit zal ik je zo laten zien).

Tot slot mag je je out-punt ook nog ietsjes langer in je tijdlijn zetten zodat je in je edit nog even zwart beeld hebt 😊.

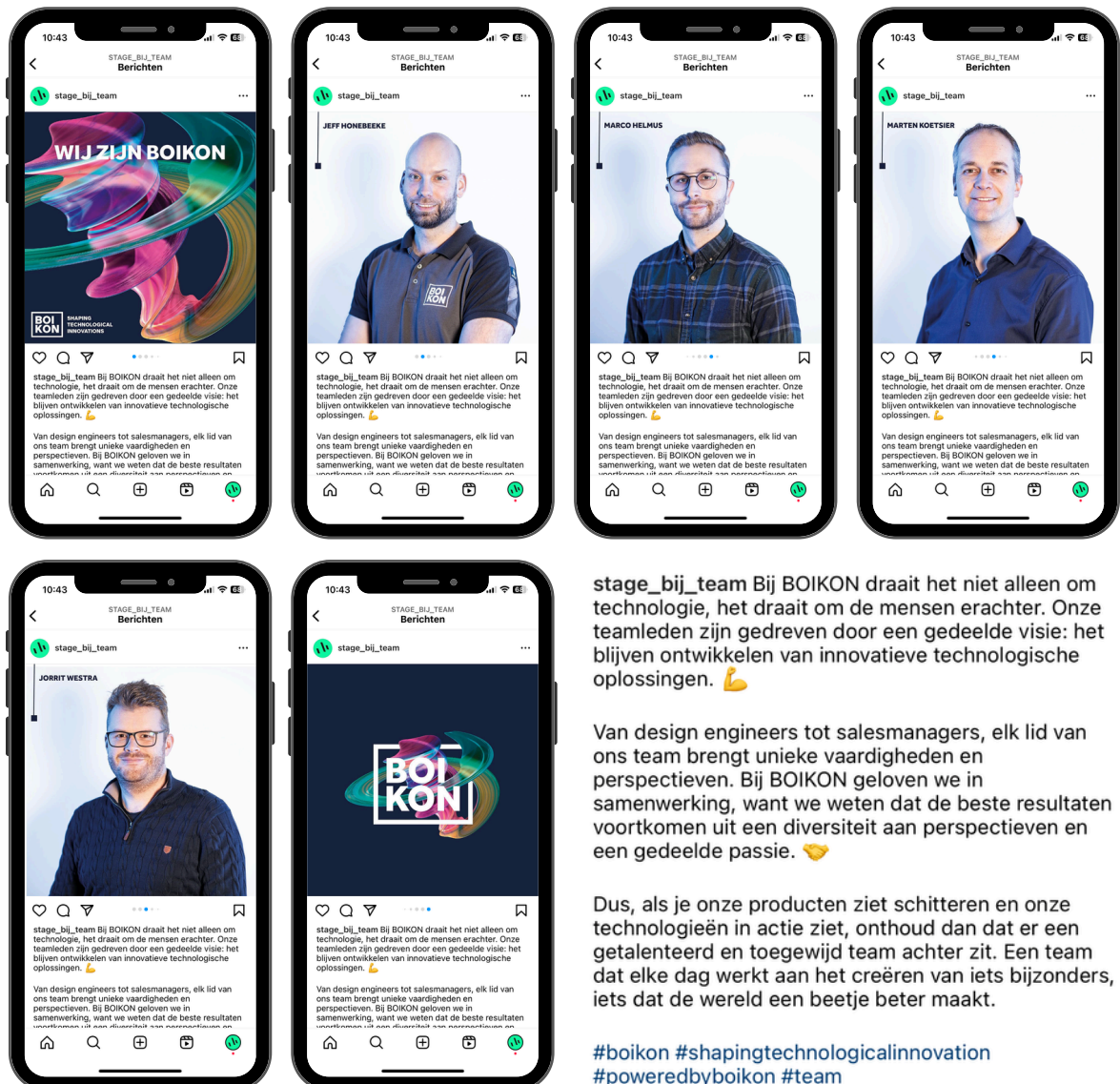
Goeie start!

Swipe posts BOIKON 2.0

Na de vorige positieve feedback van Mike heb ik de opdracht gekregen om nog meer van dit soort swipe posts te maken voor BOIKON. Onder BOIKON vallen verschillende technologieën die worden gezien als apart bedrijf. Deze bedrijven hebben ook allemaal een apart Instagram en LinkedIn account. Bij elk bedrijf past een bepaalde kleur en stijl. Deze heb ik verwerkt in de verschillende posts. De foto's die gebruikt zijn in de posts zijn al eerder gemaakt en bewerkt door een collega bij TEAM of heb ik van de website van BOIKON. De foto's die gebruikt zijn in de post van DJURA heb ik wel zelf gemaakt en bewerkt. Bij elke post heb ik ook een passende caption geschreven. Hieronder is het resultaat te zien:

BOIKON algemeen

Hieronder is een post voor het algemene account van BOIKON te zien. Het doel hiervan is om het persoonlijk te maken en meer mensen in beeld te verwerken. Dit wordt op dit moment nog niet veel gedaan, maar zal wel meer aandacht trekken.



stage_bij_team Bij BOIKON draait het niet alleen om technologie, het draait om de mensen erachter. Onze teamleden zijn gedreven door een gedeelde visie: het blijven ontwikkelen van innovatieve technologische oplossingen. 🧡

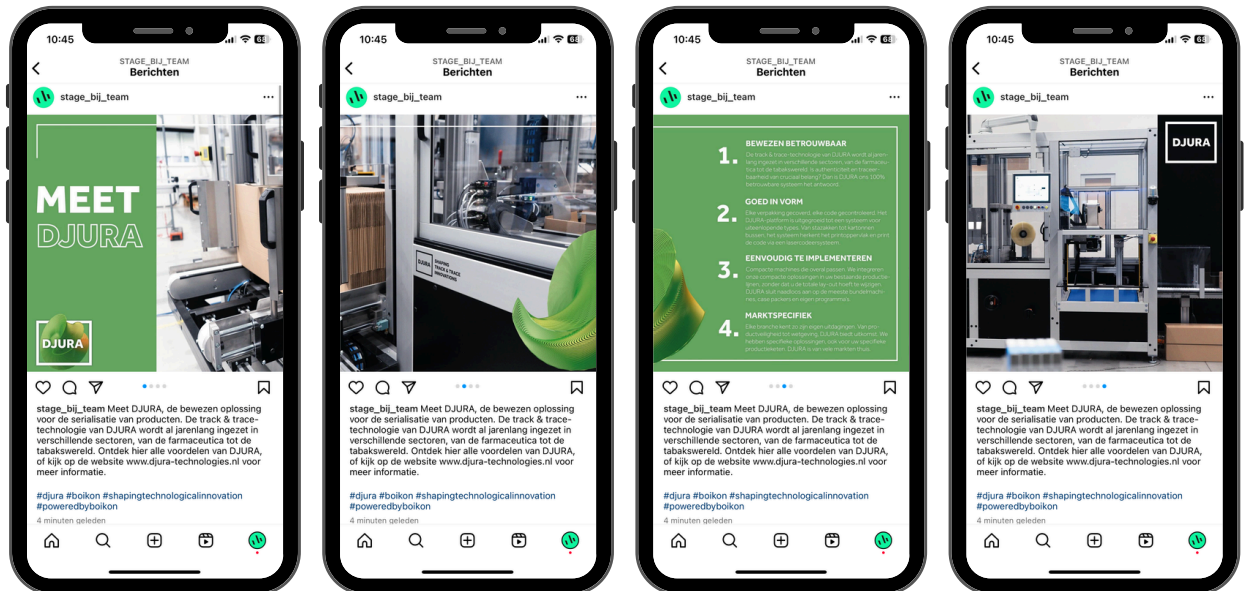
Van design engineers tot salesmanagers, elk lid van ons team brengt unieke vaardigheden en perspectieven. Bij BOIKON geloven we in samenwerking, want we weten dat de beste resultaten voortkomen uit een diversiteit aan perspectieven en een gedeelde passie. 🧡

Dus, als je onze producten ziet schitteren en onze technologieën in actie ziet, onthoud dan dat er een getalenteerd en toegewijd team achter zit. Een team dat elke dag werkt aan het creëren van iets bijzonders, iets dat de wereld een beetje beter maakt.

#boikon #shapingtechnologicalinnovation
#poweredbyboikon #team

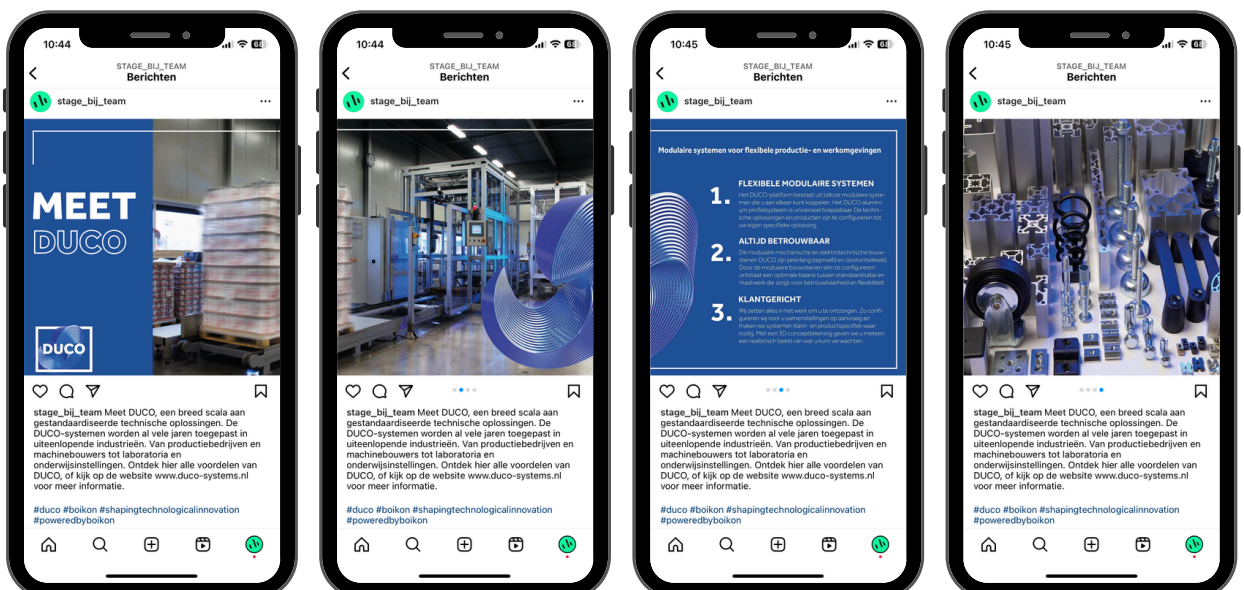
Post DJURA

Caption: Meet DJURA, de bewezen oplossing voor de sterilisatie van producten. De track & trace-technologie van DJURA wordt al jarenlang ingezet in verschillende sectoren, van de farmaceutica tot de tabakswereld. Ontdek hier alle voordelen van DJURA, of kijk op de website www.djura-technologies.nl voor meer informatie.



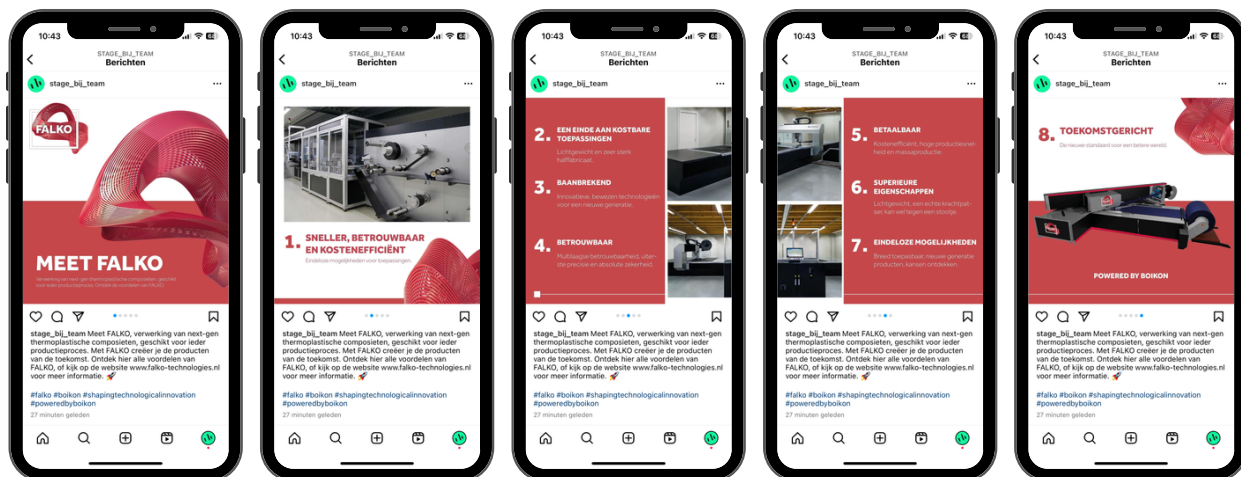
Post DUCO

Caption: Meet DUCO, een breed scala aan gestandaardiseerde technische oplossingen. De DUCO-systemen worden al vele jaren toegepast in uiteenlopende industrieën. Van productiebedrijven en machinebouwers tot laboratoria en onderwijsinstellingen. Ontdek hier alle voordelen van DUCO, of kijk op de website www.duco-systems.nl voor meer informatie.



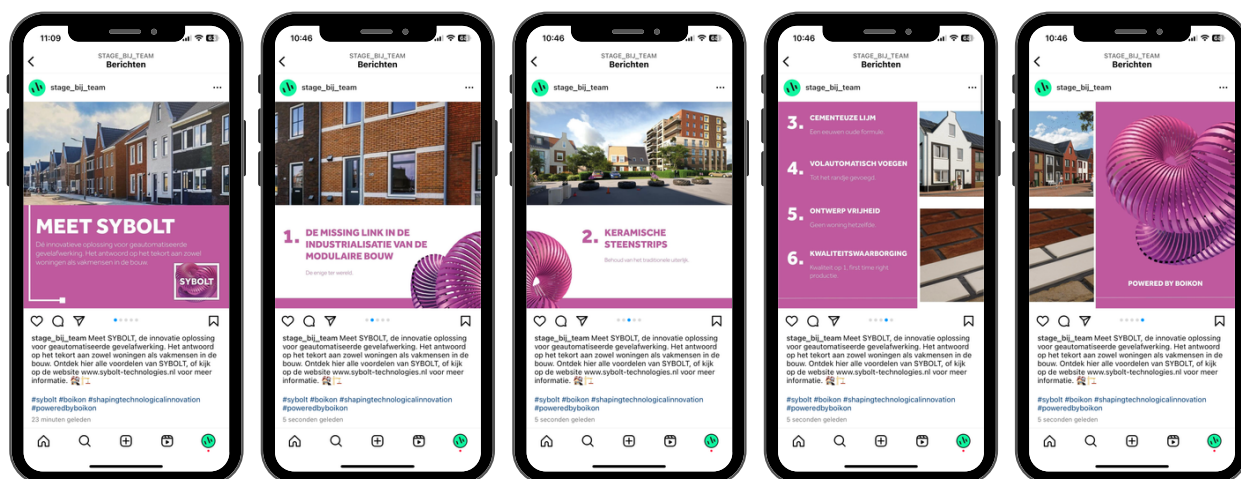
Post FALKO

Caption: Meet FALKO, verwerking van next-gen thermoplastische composieten, geschikt voor ieder productieproces. Met FALKO creëer je de producten van de toekomst. Ontdek hier alle voordelen van FALKO, of kijk op de website www.falko-technologies.nl voor meer informatie. 🚀



Post SYBOLT

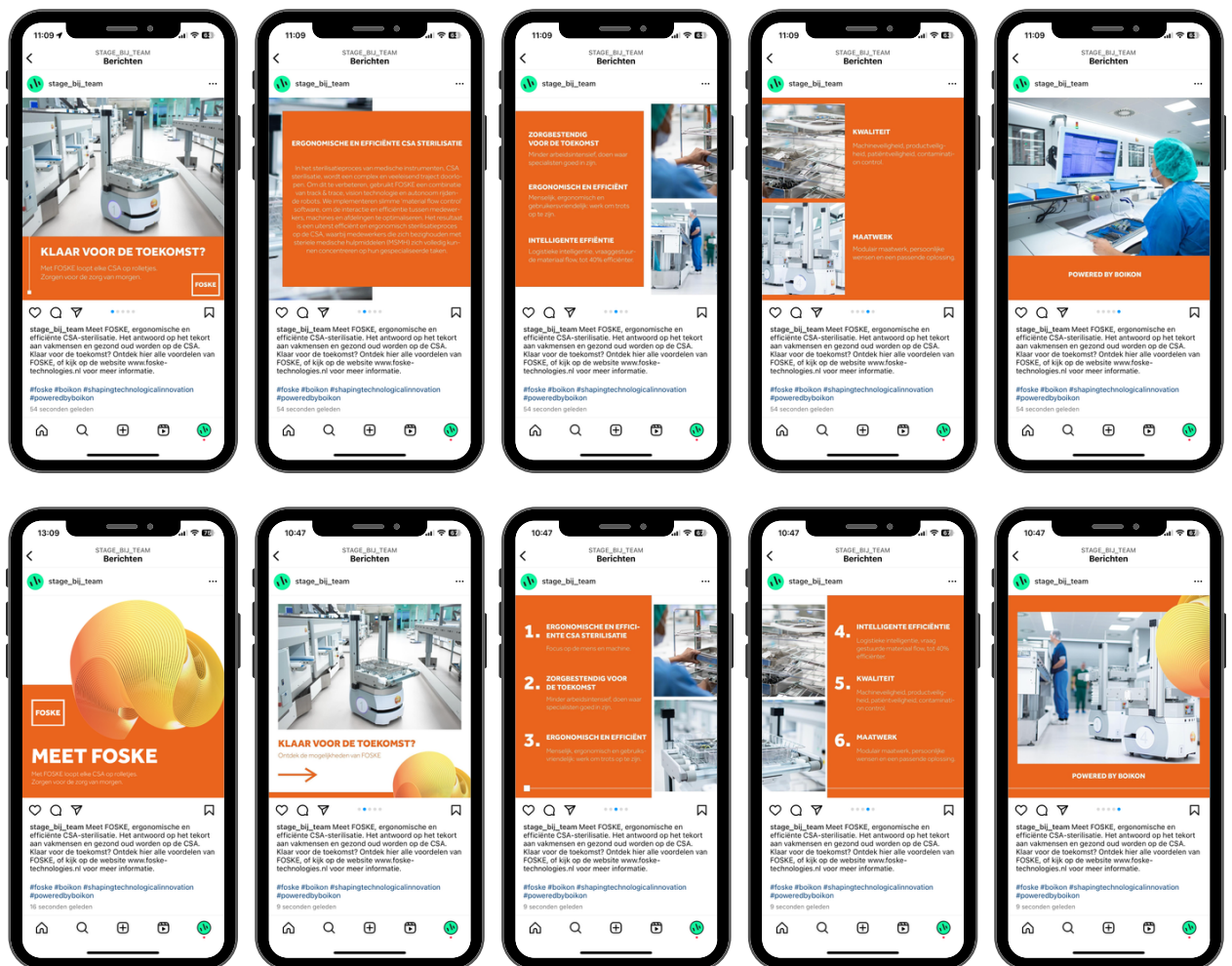
Caption: Meet SYBOLT, de innovatie oplossing voor geautomatiseerde gevelafwerking. Het antwoord op het tekort aan zowel woningen als vakmensen in de bouw. Ontdek hier alle voordelen van SYBOLT, of kijk op de website www.sybolt-technologies.nl voor meer informatie. 🏠🏗️



Post FOSKE

Van FOSKE heb ik twee versies gemaakt. De bovenste swipe is de eerste versie. Persoonlijk was ik hier niet helemaal tevreden over, daarom heb ik nog een tweede versie gemaakt die ik zelf mooier vind.

Caption: Meet FOSKE, ergonomische en efficiënte CSA-sterilisatie. Het antwoord op het tekort aan vakmensen en gezond oud worden op de CSA. Klaar voor de toekomst? Ontdek hier alle voordelen van FOSKE, of kijk op de website www.foske-technologies.nl voor meer informatie.



TEAM in actie shots

Donderdag 7 maart ben ik mee geweest op een shoot van zorggroep oude en nieuweland (ZONL). Deze shoot was midden op het marktplaats in Steenwijk. Er moest hier een video geschoten worden en een aantal foto's voor een campagne om nieuwe werknemers te werven. Bij deze shoot heb ik geholpen met klaarzetten en was het mijn taak om shots te maken van mijn collega's Stefan en Luc. Deze shots worden gebruikt voor de werknemers video's die we maken voor op de Instagram van TEAM, zoals het voorbeeld van Sima die al eerder in het portfolio naar voren kwam. Alle verschillende shots heb ik uitgezocht, achter elkaar geplakt en bewerkt in Adobe Premiere Pro. Weer een mooie oefening om dit programma te leren kennen. De eerste versie is zonder colorgrading en stabilisatie. Daarna heb ik een YouTube tutorial bekeken en uitleg gehad van een collega. Vervolgens heb ik de video bewerkt tot het uiteindelijke resultaat dat hieronder is te zien.



Video shots before



Video shots after

Naast de video beelden heb ik ook een aantal Instagram stories en achter de schermen foto's gemaakt. Hieronder zijn een paar van deze foto's te zien:



Internationale vrouwendag Instagram post

Vrijdag 8 maart is het internationale vrouwendag, tijd om alle vrouwen van het kantoor in het zonnetje te zetten. Ik heb de opdracht gekregen om een Instagram post te maken voor op de pagina van TEAM. Ik ben begonnen met het uitsnijden van alle personen in Photoshop. Daarna heb ik deze uitsneden geplakt in Indesign waar ik de verdere opmaak heb gemaakt. Door deze opdracht heb ik weer mooi kunnen oefenen in deze programma's. Ik heb verschillende versies gemaakt en tussendoor feedback gekregen. Hierdoor ben ik uiteindelijk bij de laatste versie gekomen. Hieronder is het resultaat te zien van het proces:





De feedback die ik tussendoor heb ontvangen heb ik telkens aangepast. Dit is terug te zien in het proces. Eerst had ik twee aparte slides met drie vrouwen per pagina. Toen kreeg ik te horen dat het misschien toch leuker was om alle vrouwen op één pagina te zetten. Ook kreeg ik als tip om de achtergrond wat te vervagen en misschien een overloop toe te voegen. Ik heb nog een beetje gespeeld met de kleuren qua tekst om te kijken wat het mooist was. Eerst had ik het logo in een hartje, omdat Sima zei dat ze dat erg leuk en toepasselijk vond. Daarna kreeg ik weer van iemand anders te horen dat het misschien meer past bij Valentijn, dus heb ik het weer weggehaald. Als laatste stap heb ik nog wat meer diepte toegevoegd door de tekst een stukje achter de foto te plaatsen. De laatste post die rechtsonder is te zien, is de uiteindelijke post geworden die geplaatst zou worden.



Victor van Werkhoven

Aan: Iris van Dijk



Vr 8-3-2024 10:30

Hej Iris,

Ik heb nog even e.e.a. veranderd aan de post, zoals je zometeen op de socials wel zult zien. Ik neem je even mee in mijn overwegingen:

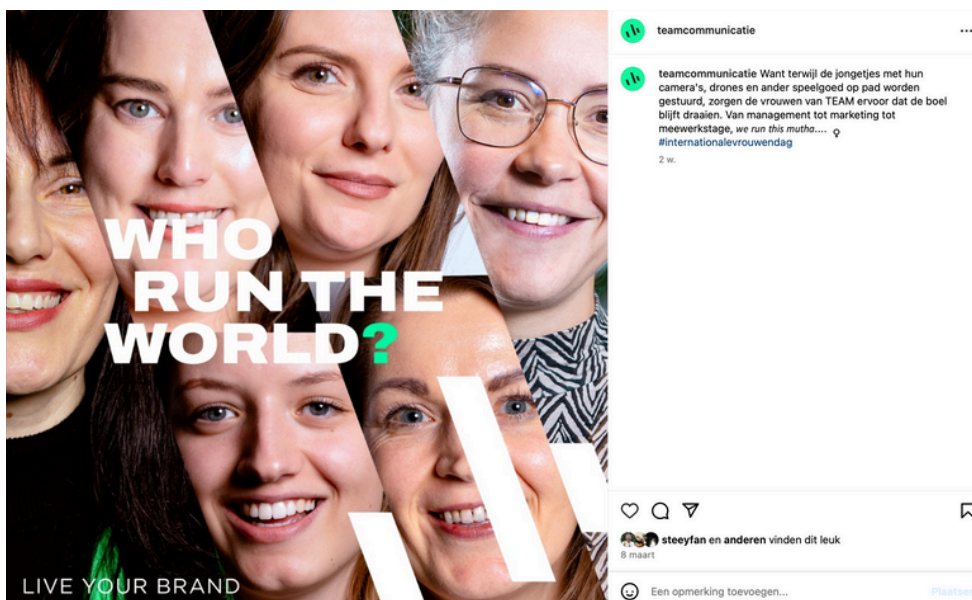
- De huisstijl van Team heeft Archivo als lettertype (we hebben in het verleden ook wel Gotham gebruikt, maar dat doen we al een tijdje niet meer). Bovendien proberen we het gebruik van dropshadow tot een minimum te beperken, en heeft een postje een vaste opzet met het logo rechtsonder en "Live Your Brand" linksonder. Beiden ook altijd in het wit of groen (weet dat we het bij Jesse hebben veranderd in de VS-vlag, was ik ook geen fan van). We proberen onze klanten altijd op het hart te drukken om zich aan de huisstijl te houden, dan moeten we zelf ook *practicen what we preach*.
- Probeer, als je een foto met tekst/caption ontwerpt, je altijd af te vragen: wat wil ik hiermee communiceren? Wat voegt de tekst toe? Dat hoeft niet heel veel te zijn, een simpel woordgrapje, leuze of andere "hook" is voldoende (en het hoeven ook geen ellenlange volzinnen te zijn, daar is het aparte tekstveld voor), maar het moet iets extra's bieden. Op een plaatje van Mambo op 4 oktober zouden we niet alleen "Dierendag" zetten, en met een foto op 5 december waar alleen maar "Sinterklaas" op staat blijft ook niemand hangen.

Kortom: houd huisstijl en intentie in gedachte, dan ben je er al voor de helft! (En ik ben me bewust van de ironie dat ik op Internationale Vrouwendag aan het *mansplainen* ben 😊)

Victor van Werkhoven

Content Creative | Vormgever met inhoud

Vrijdag is mijn vrije dag van stage, maar was wel de dag dat deze post online zou komen. Toen ik op Instagram keek zag ik ineens een totaal andere post staan en dus niet de post die ik had gemaakt. Ik vond het wel een beetje vreemd, want ik dacht als iedereen hem niet mooi vindt mogen ze dat echt wel eerlijk tegen mij zeggen, want dan heb ik er wat aan. Maar toen ik maandag weer op kantoor kwam zag ik deze mail met feedback. Blijkbaar had ik een oud lettertype van TEAM gebruikt en mag het logo niet afwijken van de witte kleur en de positie rechtsonder. Dit wist ik zelf niet en de genen die mij tussendoor feedback gaven wisten dit blijkbaar ook niet. Dit is dus iets om de volgende keer op te letten. Hieronder is de post te zien die uiteindelijk is geplaatst door Victor:



Content Abemec

Maandag 18 maart heb ik een dagje meegekeken en gewerkt bij het studio team. Zij doen voornamelijk de grafische opdrachten, wat ik ook erg leuk vind. Daarom heb ik het initiatief genomen om daar eens een dagje aan te schuiven. Ik vond het erg leuk om hier ook een beter beeld van te krijgen en zelf aan de slag te gaan met een opdracht. Op dit moment zijn ze druk bezig met een concept presentatie voor het bedrijf Abemec. De inhoud hiervan was al bedacht, maar de vormgeving heb ik gedaan. Deze presentaties worden altijd vormgegeven aan de hand van een bepaalde stijl. Deze stijl heb ik dan ook overgenomen en toegepast voor Abemec. Er zijn voor dit bedrijf twee verschillende concept routes bedacht. Ik heb de vormgeving voor de eerste concept route gemaakt. Dit concept heet aantrekkelijk werk. Hierbij wordt de liefde en passie voor agro en mechanisatie laten zien en leggen we de focus op de techniek. Verdere informatie over dit concept is terug te lezen in de presentatie. Hieronder is het resultaat van de content te zien:

Posters



Vacatures



ABEMEC
MECHANISATIE OP MAAT

KARTREKKERS GEZOCHT!

Heb jij een agrarisch hart en schakel jij met jouw kennis en vaardigheden de hele dag probleemloos tussen de monteurs, verkopers en klanten? Dan zijn we op zoek naar jou!

Als chef werkplaats ben jij:

- Het eerste aanspreekpunt voor klanten
- Planner in de werkplaats van de monteurs
- Verantwoordelijk voor werkorders en facturering

Jij bent een professional met:

- Een afgeronde technische mbo-opleiding
- Ervaring met landbouwmechanisatie
- Ervaring met het maken van plannings

Wij bieden jou:

- Een boeiende en gevarieerde functie
- Een omgeving die continu in beweging is
- Een betrokken team met enthousiaste collega's

Ben jij dé Chef Werkplaats die het verschil maakt? Klik dan op solliciteren, voeg je motivatie en CV toe en wie weet ben jij binnenkort onze nieuwe collega!

www.abemec.careers.com



ABEMEC
MECHANISATIE OP MAAT

TREKT LEREN EN WERKEN JOU?

Ben jij een Hbo'er met kennis van de agrarische sector, jeukende handen en heb jij vrije uren te besteden naast je studie of ben jij nog op zoek naar een stage opdracht? Kom dat werken bij Abemec!

Wat ga je doen:

- Helpen bij verschillende projecten
- Aan de slag met een marktonderzoek
- DEMO's geven op velddagen of opendagen

Wij zoeken:

- Een 3e of 4e-jaar Hbo'er
- Een goede beheersing van de Nederlands taal
- Ervaring of affiniteit met de agrarische sector

Wij bieden:

- Een uitdagende en afwisselende baan
- Leren en werken in een leerzame omgeving
- Een goed salaris met goede arbeidsvoorwaarden

Spreek deze vacature jou aan? Klik dan op solliciteren, voeg je motivatie en CV toe en wie weet ben jij binnenkort onze nieuwe collega!

www.abemec.careers.com

Social media posts



ABEMEC
MECHANISATIE OP MAAT

OP DE TREKKER MET...

ROLAND KUIJPER



ABEMEC
MECHANISATIE OP MAAT

MACHTIG MOOI

Concept presentatie

Hieronder is de concept presentatie te zien. Het concept van de content is bedacht door Lion net als de vormgeving van de presentatie. Ik heb deze presentatie zelf nagemaakt in Adobe Indesign om te oefenen in dit programma. Vervolgens heb ik hier mijn eigen gemaakte content ingezet. Hier resultaat is hieronder te zien:



THEMA

Het overkoepelende thema in de arbeidscommunicatie luidt:

AANTREKKERLIJKER WERK (Aantrekkelijk werk in de techniek)

Hierop kunnen we allerlei variaties maken en zo inspelen op de doelgroep

Algemeen:

- Een loopbaan met aantrekkingskracht
- Een baan met trekkracht
- Wat trekt jou aan in het werk?

Leidinggevend:

- Ben jij een kartrekker?
- Kartrekkers gezocht!
- Loopbaan voor technische kartrekkers

Events:

- Wat een (publieks)trekker!
- Speel ook een voortrekkersrol

Switchers:

- Mogen we even aan je trekken?

Opleidingen:

- Trekt leren en werken jou?

02

LIVE YOUR BRAND



VISUEEL

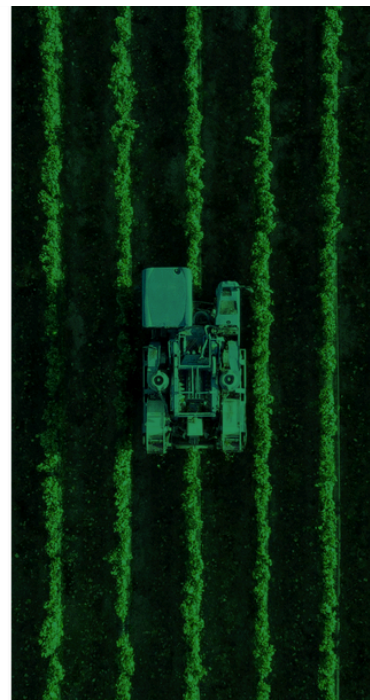
We laten in fotografie en video de liefde en passie voor agro en mechanisatie:
Man and machine!

We leggen de focus op techniek, je ruikt als het ware de smeer en diesel.
We tonen de grootsheid van machines.
We maken techniek indrukwekkend en daarmee aantrekkelijk voor de doelgroep.

Grafisch spelen we met iconen die landbouwmechanisatie representeren.
Met een grafische trekkerband als hoofdicoon

03

LIVE YOUR BRAND



CONTENT

Op de trekker met...

Verhalen op en rondom de trekker. Het gaat over liefde voor merken. Over de techniek onder de motorkap. Over hydraulische systemen waar de trekker mee is uitgerust. Over hoe je er de uiterste prestaties uithaalt. En hoe je de trekker goed verzorgd.

Er even aan trekken

Opleidingen in beeld. Van Abemec Academy tot T-rijbewijs.
Van leren & werken trajecten tot bij- en omscholing.

Machtig Mooi

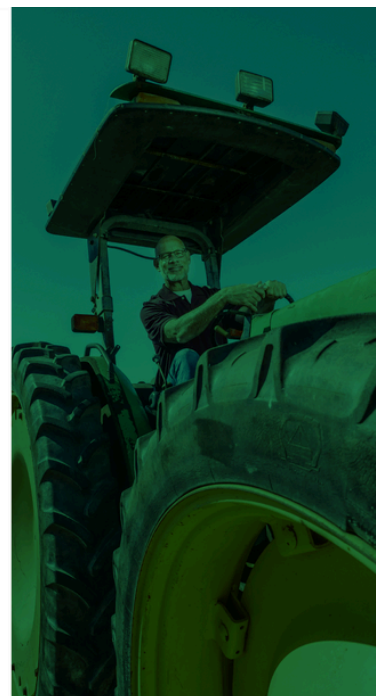
Verhalen over hoe we bij Abemec boeren helpen op hun bedrijf. Hoe we paraat staan. Meerijden met een servicebus. Het contact met de boer. Hoe we adviseren. Zaken financieel mogelijk maken. Hoe we innoveren.

Vacatures

We gaan vacatureteksten veel aantrekkelijker maken. Dit doen we meer te vertrekken uit de drijfveren en behoeften dan vanuit functieomschrijving en vereisten.

04

LIVE YOUR BRAND



POSTERS



05

LIVE YOUR BRAND



SOCIAL MEDIA POSTS



07

LIVE YOUR BRAND

VACATURES

ABEMEC
MECHANISATIE OP MAAT

**KARTREKKERS
GEZOCHT!**

Heb jij een agrarisch hart en schaker jij met jouw kennis en vaardigheden de hele dag probleemloos tussen de monteurs, verkopers en klanten? Dan zijn we op zoek naar jou!

Als chef werkplaats ben jij:

- Het eerste aanspreekpunt voor klanten
- Planner in de werkplaats van de monteurs
- Verantwoordelijk voor werkorders en facturering

Jij bent een professional met:

- Een afgeronde technische mbo-opleiding
- Ervaring met landbouwmechanisatie
- Ervaring met het maken van plannings

Wij bieden jou:

- Een boeiende en gevarieerde functie
- Een omgeving die continu in beweging is
- Een betrokken team met enthousiaste collega's

Ben jij de Chef Werkplaats die het verschil maakt? Kijk dan op solliciteren, voeg je motivatie en CV toe en wie weet ben jij binnenkort onze nieuwe collega!

www.abemec.careers.com

ABEMEC
MECHANISATIE OP MAAT

**TREKT LEREN EN
WERKEN JOU?**

Ben jij een Hbo'er met kennis van de agrarische sector, joukende handen en heb jij vrije uren te besteden naast je studie of ben jij nog op zoek naar een stage opdracht? Kom dan werken bij Abemec!

Wat ga je doen:

- Helpen bij verschillende projecten
- Aan de slag met een marktonderzoek
- DEMO's geven op vrijdagen of opendagen

Wij zoeken:

- Een 3e of 4e-jaar Hbo'er
- Een goede beheersing van de Nederlandse taal
- Ervaring of affiniteit met de agrarische sector

Wij bieden:

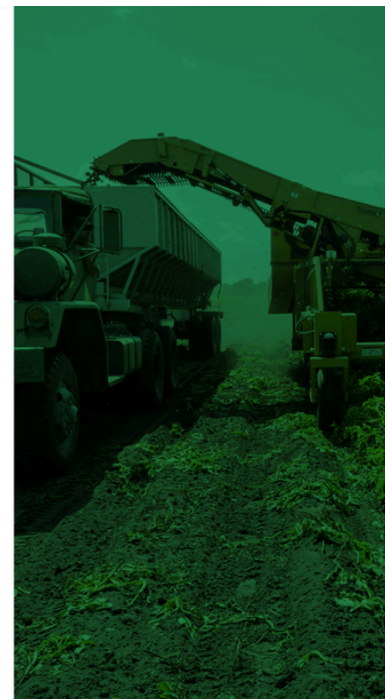
- Een uitdagende en afwisselende baan
- Leren en werken in een gezamenlijke omgeving
- Een goed salaris met goede arbeidsvoorwaarden

Spreek deze vacature jou aan? Kijk dan op solliciteren, voeg je motivatie en CV toe en wie weet ben jij binnenkort onze nieuwe collega!

www.abemec.careers.com

08

LIVE YOUR BRAND



Feedback van Lion

Van mijn collega Lion heb ik heel wat waardevolle feedback gekregen. Deze feedback hebben we ook samen besproken, zodat ik het vervolgens aan kan passen voor een verbeter versie. Hieronder heb ik een paar punten uit de gekregen feedback uitgelicht:

- Probeer al een hint te geven naar wat gaat komen door de fotografie en grafische elementen die je toepast in bijvoorbeeld je posters door de gehele presentatie terug te laten komen.
- Breng consistentie in je tekst opmaakt: lettertype, titels, plaatsing en kleuren.
- Je zou de teksten in de presentatie nog iets leesbaarder kunnen maken door met kleur of grafische elementen de tekst aan te kleden.
- De verhoudingen van de posters kloppen niet helemaal in vergelijking tot de mock-ups waardoor het nu niet mooi aansluit



lion 28 mrt

Probeer op deze pagina nog even iets anders te doen met je opmaak. door de foto er even iets anders in te zetten bijvoorbeeld dan zorg je voor meer diversiteit binnen je presentatie en houd je de slides interessant om naar te kijken.

In dit hoofdstuk word de visual besproken dus goed om hier ook de beeldtaal te laten zien zoals je het toepast op de posters bijvoorbeeld.

Hier wil je ook de iconen laten zien die je toepast in het concept, ik stel voor om zelf een hoofd beeldmerk te maken die je toepast in je concept en 3 sub iconen te laten zien die je toe zou kunnen passen op de vacatures.



lion 28 mrt

Je zou de teksten in je presentatie nog iets leesbaarder kunnen maken door met kleur of grafische elementen de tekst aan te kleden. gebruik hiervoor elementen die je ook toepast in de uitingen van je concept route, zo houd je de styling mooi gelijk.



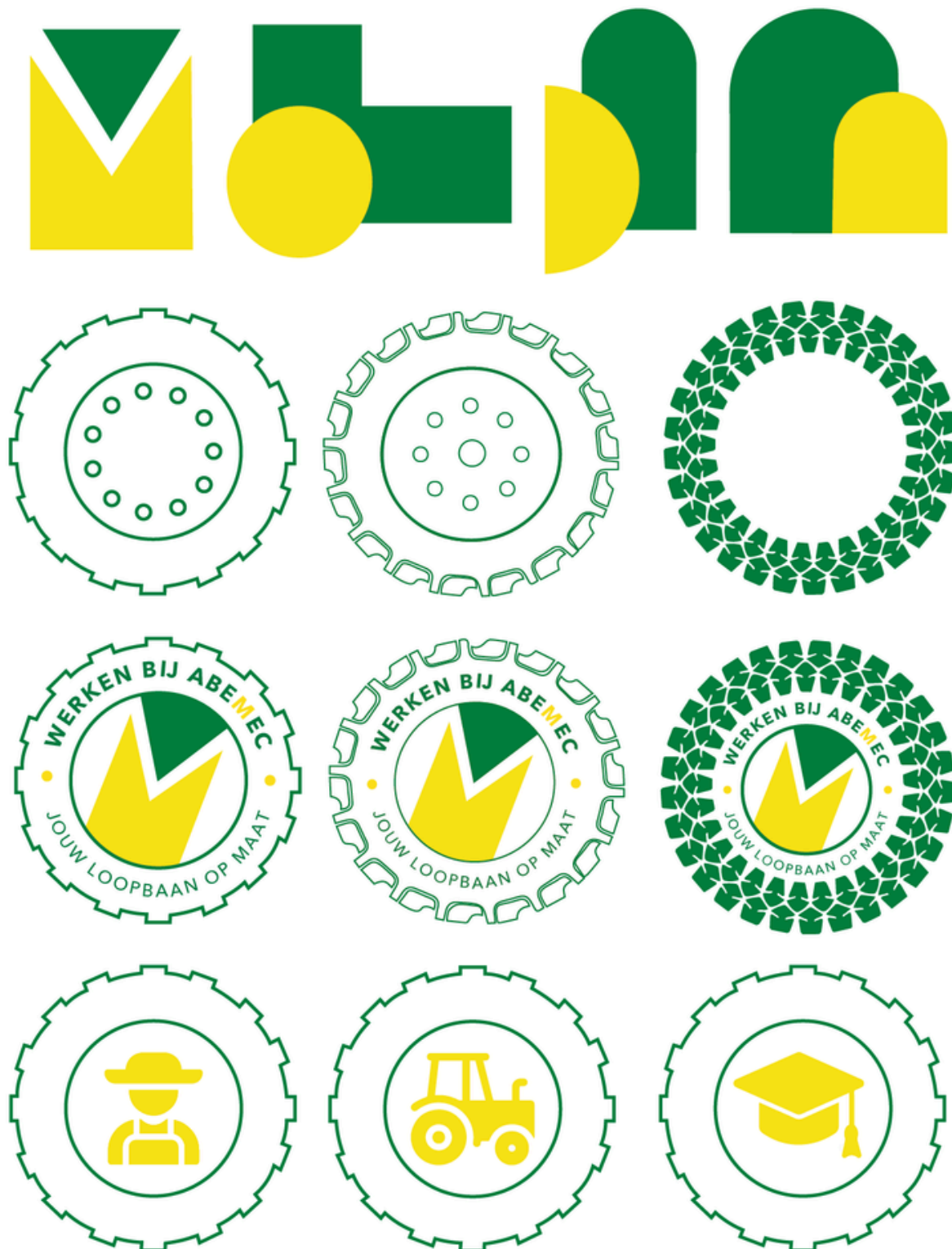
lion 28 mrt

Leuke voorzet om er een vacature in te zetten. Ik denk dat dit goed te combineren is met je content slide. Ik zou een van de vacatures uitkiezen en hier een simpele social-post van maken met je concept elementen en een call to action naar de vacature.

Verbeter versie

Na de feedback van Lion heb ik verschillende illustratie iconen gemaakt voor in de content en de presentatie. Vervolgens heb ik de concept presentatie aangepast. Hieronder is het resultaat te zien:

Illustratie schetsen:



Liggende poster met mock-up:



Vacature social post:



ABEMEC
MECHANISATIE OP MAAT

WERKEN BIJ ABEMEC
Jouw loopbaan op maat

KARTREKKERS GEZOCHT!

Heb jij een agrarisch hart en schakel jij met jouw kennis en vaardigheden de hele dag probleemloos tussen de monteurs, verkopers en klanten? Bekijk dan onze vacature!

Tweede versie concept presentatie:



AANTREKKERLIJK WERK

Uitleg

Kandidaten die bij Abemec passen, zullen altijd twee dingen gemeen hebben:

- Ze zijn gek op techniek, hoe groter hoe beter.
- Ze voelen zich verbonden met de agrarische wereld, met boeren.

Ze hebben zelfs hun eigen voorkeur voor merken.
Vooral als het over trekkers gaat. Over passie gesproken...

Of je nu monteur bent of meer een commerciële functie ambieert,
bij Abemec kun je je passie kwijt.

Abemec is dan ook een zeer aantrekkelijke werkgever. Niet alleen werkinhoudelijk.
Er zijn veel meer redenen waarom Abemec een grote trekkracht heeft op kandidaten. Gezellige kleine teams. Zekerheid. Contact met de boer. Opleiding. En ga zo maar door.

Dat gaan we vertellen en laten zien.

02

LIVE YOUR BRAND



THEMA

Het overkoepelende thema in de arbeidscommunicatie luidt:

AANTREKKERLIJKE WERK (Aantrekkelijk werk in de techniek)

Hierop kunnen we allerhande variaties maken en zo inspelen op de doelgroep

Algemeen

Een loopbaan met aantrekkingskracht
Een baan met trekkracht
Wat trekt jou aan in het werk?

Leidinggevenden

Ben jij een kartrekker?
Kartrekkers gezocht!
Loopbaan voor technische kartrekkers

Events

Wat een (publieks)trekker!
Speel ook een voortrekkersrol

Switchers

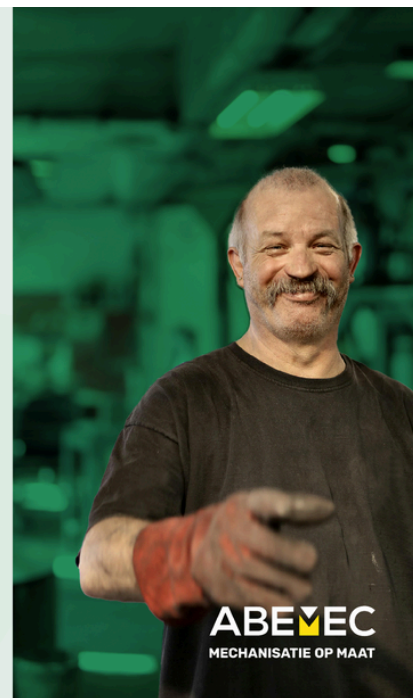
Mogen we even aan je trekken?

Opleidingen

Trekt werken en leren jou?

03

LIVE YOUR BRAND



VISUEEL

We laten in fotografie en video de liefde en passie voor agro en mechanisatie.
Man and machine!

We leggen de focus op techniek, je ruikt als het ware de smeer en diesel.
We tonen de grootsheid van machines.
We maken techniek indrukwekkend en daarmee aantrekkelijk voor de doelgroep.

Grafisch spelen we met iconen die landbouwmechanisatie representeren.
Met een grafische trekkerband als hoofdicoon



04

ABEMEC
MECHANISATIE OP MAAT



CONTENT

Op de trekker met...

Verhalen op en rondom de trekker. Het gaat over liefde voor merken. Over de techniek onder de motorkap. Over hydraulische systemen waar de trekker mee is uitgerust. Over hoe je er de uiterste prestaties uithaalt. En hoe je de trekker goed verzorgd.

Er even aan trekken

Opleidingen in beeld. Van Abemec Academy tot T-rijbewijs. Van leren & werken trajecten tot bij- en omscholing.

Machtig Mooi

Verhalen over hoe we bij Abemec boeren helpen op hun bedrijf. Hoe we paraat staan. Meerijden met een servicebus. Het contact met de boer. Hoe we adviseren. Zaken financieel mogelijk maken. Hoe we innoveren.

Vacatures

We gaan vacatureteksten veel aantrekkelijker maken. Dit doen we meer te vertrekken uit de drijfveren en behoeften dan vanuit functieomschrijving en vereisten.

07

LIVE YOUR BRAND



Tweede feedback ronde:

De tweede versie van de concept presentatie is vervolgens weer opnieuw beoordeeld. Lion gaf aan dat hij er het echt mooi uit vond zien en dat ik alle feedback punten goed heb verwerkt. Wel viel het hem op dat de mock-up van de posters niet helemaal scherp zijn. Ook gaf hij aan dat de lijnen van de illustraties in mijn posts wel erg klein lijken net als de tekst in de vacature post.

Naast Lion heeft ook mijn collega Dick feedback gegeven op de tweede versie. Hij had concept dit nog nooit eerder gezien, dus hij kon met een frisse blik kijken naar de presentatie. Hem vielen dan ook weer een aantal andere punten op. Aan de hand van deze punten kan ik later weer een nieuwe versie gaan maken. Hieronder zijn de belangrijkste punten uit de feedback van Dick te lezen:



dickkaper 1 mei

Kijk maar wat je met deze opmerking doet, is geen halszaak hoor. Kwestie van smaak.

Ik ben zelf niet zo'n fan van deze achtergrond met in elkaar overlopende cirkels hier. Ik zag dat hij uit een andere presentatie komt, uit dat stuk over de EVP. Daar is het een uitvergroting van en komt het terug in die illustraties over de EVP. Hier past iets strakkers beter, denk ik. {Het beeldmerkje van het logo er heel licht uitvergroot achter met groene overlay?}



dickkaper 1 mei

Ik wordt een klein beetje onrustig van de foto icm met het logo rechtsboven. Is er een ander foto voor de achtergrond of kan hij misschien iets zakken?



dickkaper 1 mei

Misschien mooi om kop wat meer omhoog te plaatsen. Dan komt de foto beter uit. Ik heb hem zelf nu even iet omhoog geschoven. Misschien kan de foto ook iets omhoog, zodat deel met de machine iets verder van het Abemec logo komt te staan... Of je moet het perse gecentreerd willen houden.



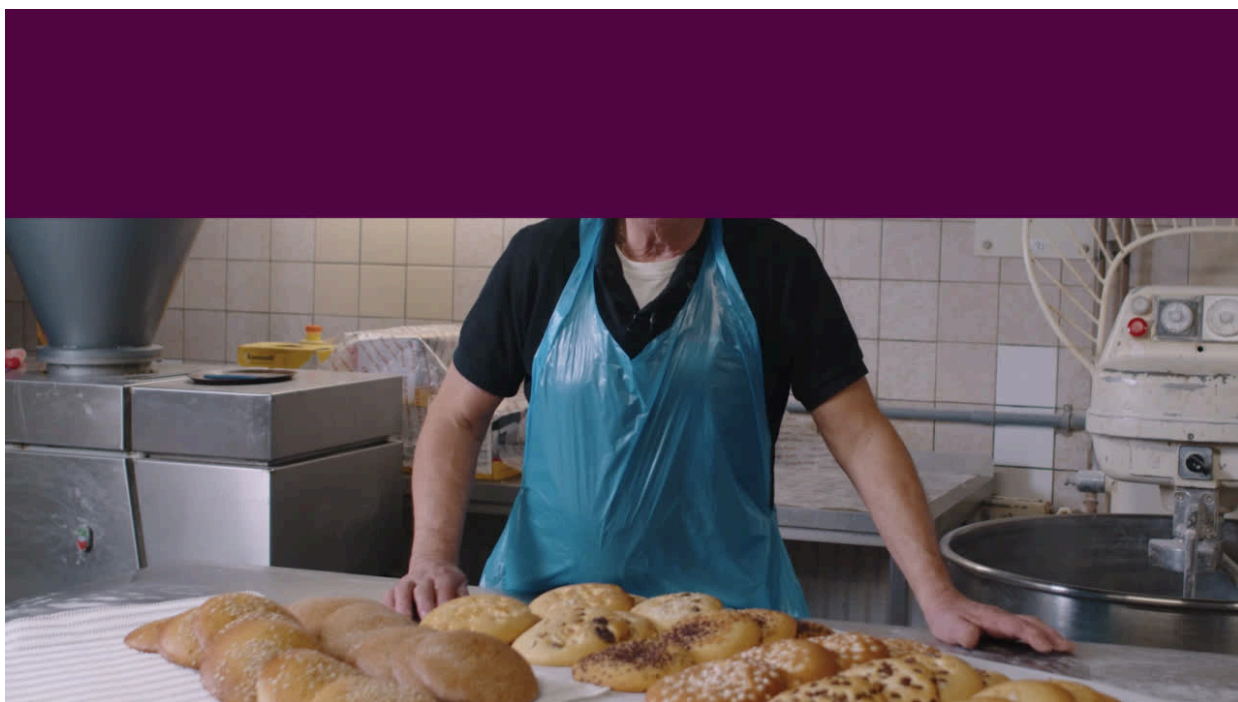
dickkaper 1 mei

TEAM 'kroontje iets duidelijker in beeld? Je moet nu drie keer kijken of het er wel of niet staat.... of mijn ogen worden slechter. ;) Dit geldt ook voor de laatste pagina, al staat hij daar iets duidelijker op.

Video ondertiteling

Voor Royal Smilde zijn er een aantal video's gemaakt. Deze video's moesten ondertiteld worden, dus hier ben ik mee aan de slag gegaan. Dit had ik hiervoor nog nooit eerder gedaan, dus ik had eerst een korte uitleg gekregen en ben vervolgens zelf bezig gegaan. In totaal moesten er zes video's ondertiteld worden. Hieronder zijn twee van deze video's te zien als voorbeeld.

Video Johan



Video Bas



eigenaar samen met mijn vrouw

Uitwerking interview

Pim, de eigenaar van TEAM, heeft een interview gedaan met het bedrijf Kenonz in Gorredijk. Mijn taak was om dit interview vanuit de opname uit te typen en te verbeteren waar nodig. Het resultaat van dit interview is hieronder te zien:

Waarin onderscheiden jullie je?

Wij onderscheiden ons van andere bedrijven in het feit dat de mensen die hier werken echt de tijd van hun leven hebben. Als ze later 80+ zijn en in het bejaardenhuis zitten, wil ik graag dat ze kunnen zeggen: "Dat waren de mooiste jaren van mijn carrière". Dat streven komt vanuit de horeca waar ik vroeger heb gewerkt. Als er mensen bij mij aan de tafel zaten wilde ik ze de mooiste avond van het jaar laten beleven. Die beleving wil ik graag teruggeven aan de mensen die bij mij werken. Dat is denk ik het allerbelangrijkste waarin wij ons onderscheiden.

Daarnaast door dingen als bijvoorbeeld evenementen allemaal net even anders aan te pakken dan anderen en extreem persoonlijk te zijn richting onze mensen. Dit doen we bijvoorbeeld met de camping tour die we geven. Deze zomer gaan we 'Lago di Kenonz' doen. Dan ga ik met een boot en in een Italiaans autootje mensen ophalen. We gaan in gesprek over de toekomst van ons bedrijf en ik laat ze echt meedenken in de organisatie.

Wat vind jij als ondernemer het mooiste van je vak?

De creativiteit die ik heb kan ik goed kwijt in het bedrijf, dat vind ik erg leuk. Iets wat ik echt vanuit huis heb meegekregen is om goed voor de mensen te zijn, dit vind ik daarom erg belangrijk. Daarnaast vind ik het leuk om de verbinding te leggen met sport. Dat ik als ondernemer ook voorzitter mag zijn van een prachtig mooie sportclub. Hier kan ik maatschappelijk veel voor betekenen, maar ik kan er ook weer heel veel uit halen. Ik vind dat je als ondernemer in Nederland veel meer kan doen voor het maatschappelijke, omdat je daar als bedrijf ook echt wel resultaat uit kan halen. Wij hebben bijvoorbeeld ongeveer 70 mensen van ons personeelsbestand dat bestaat uit korfballers en daarnaast nog vele andere sporters. Door het netwerk en de naam die je hebt gekregen in onze sport hebben we er heel veel uit kunnen halen.

Waar wil je over 5 jaar na nu staan?

Dat zijn twee dingen. Als eerst wil ik de vetste werkgever van Nederland zijn, dat iedereen zegt: "daar wil ik bij horen, bij dat bedrijf." Het tweede ding is dat ik landelijk dekkend wil zijn. Op dit moment hebben we vijf kantoren. Als we zeven kantoren hebben vind ik dat we landelijk dekkend zijn. Dan kunnen we leveren bij elke gemeente in de provincie waterschap in Nederland.

En als je kijkt naar LDODK, want dat zie ik ook deels als ondernemen. Dan wil ik een toonaangevende topclub in Nederland zijn. We staan op dit moment in de top, maar daar willen we natuurlijk ook blijven. Nu met het aanstellen van onze topcoach en de semi professionalisering die we gaan doen als eerste korfbalclub in Nederland is het doel om toonaangevend te zijn de komende jaren.

Noem eens een afspraak die je voor de komende week in de agenda hebt staan.

Wat springt eruit, waar verheug je je op?

Dat is niet zo moeilijk, dat zijn de play-offs van LDODK. Ik moet zeggen dat de laatste twee, drie weken alles in het teken staat van de club. De verdeling op dit moment is misschien wel 30/70, dus 30% bedrijf en 70% club. Ik heb gelukkig een directie staan die dat hier allemaal goed regelen. Mijn energie gaat op dit moment even naar de club, want we willen natuurlijk landskampioen worden. De komende weken spelen we de play-offs en hopelijk staan we dan 13 april in de finale in Ahoy.

Welke ondernemers tip zou je met iedere lezer willen delen?

Betekent maatschappelijk iets voor je omgeving. Als ondernemer krijg je hier ook zeker iets voor terug. Zowel een netwerk, maar ook voor je eigen ontwikkeling is het de moeite waard. Oh, en kom vooral eens kijken bij een thuiswedstrijd van LDODK.

Behind the scenes video Wits

Woensdag 27 maart ben ik mee geweest naar een shoot voor het bedrijf Wits. Deze shoot vond plaats in de oude sluisfabriek in Drachten. Een prachtige locatie, waar verschillende foto's werden gemaakt voor in het jubileumboek. Per persoon werden er foto's gemaakt in verschillende settings. Mijn taak bij deze shoot was om te helpen bij het verbouwen van de setting en het maken van een behind the scenes video. Deze video heb ik gefilmd met mijn eigen camera en vervolgens bewerkt in Adobe Premiere Pro. Ik heb tijdens het editen weer veel over dit programma kunnen leren. Hieronder is een eerste versie te zien en vervolgens het eindresultaat. Tussendoor heb ik feedback gekregen van Stefan en Luc. Dit heb ik tijdens het bewerken meegenomen.

Video versie 1



Bij deze video had ik eerst een muziekje toegevoegd die ik zelf heel leuk vond, maar volgens Stefan niet goed bij TEAM paste. Dit heb ik daarom veranderd naar een wat stoerder muziekje. Ook kreeg ik te horen dat de cuts tussen de video's wel wat sneller kunnen. Daarnaast zouden ze het leuk vinden dat ik nog wat leuke overgangen toe zou voegen met daarbij een geluidseffect. Dit maakt de video wat interessanter en is ook voor mij weer een goede oefening in Premiere. Ik heb dit toegevoegd, nog een aantal keer veranderd en nog een tekst toegevoegd. Het eindresultaat van de video is op de volgende pagina te zien.

Video versie 2

Gekregen feedback van Luc:



Luc Hop

Aan: Iris van Dijk



Do 4-4-2024 10:50

Voor een eerste eigen video erg knappe kwaliteit.

Leuk ingeleid en ook mooi einde qua storytelling.

Voor een volgende video:

Meer close ups, nu iets teveel alleen totaal en wijd zodat je meer kunt afwisselen met perspectieven.

Wat iets zou kunnen toevoegen, is tussendoor een shot met live geluid van bijvoorbeeld lachende mensen of een grappige quote oid.

Met vriendelijke groet,

Luc Hop

Content creative | De Klik

Ik ben erg blij met de feedback die ik heb gekregen van Luc. Hij is positief over het eindresultaat en geeft goede tips voor een volgende keer waar ik zeker iets mee kan. Tijdens een concept presentatie aan de klant is deze video ook laten zien. De opdrachtgever was ook erg tevreden met de video. Ze vond het erg leuk en gaf als tip mee om misschien nog een logo van Wits en TEAM toe te voegen als eind shot.

Ook Pim was erg tevreden met het eindresultaat van de video. Naast het maken van de video heb ik ook een aantal achter de schermen foto's gemaakt. Een paar van deze foto's zijn hieronder te zien.



Uitnodiging personeelsdag Gils

Donderdag 25 april heb ik een dag meegekeken met mijn collega Victor. Hij is binnen TEAM werkzaam als copywriter en schrijft dus voornamelijk alle teksten die gebruikt worden voor de content. Zelf vind ik dit ook altijd wel een leuk en interessant onderdeel, dus het leek mij leuk om meer te leren over dit gebied en de werkzaamheden die Victor allemaal doet. Hij heeft mij verteld over wat hij zoal doet op een werkdag en vertelde over een opdracht waar hij mee bezig was voor het bedrijf Gils. Dit bedrijf heeft een personeelsdag op de planning staan en hier moet een pakkende uitnodiging voor geschreven worden. Ik stelde voor om deze opdracht ook als oefening op te pakken, wat ik erg leuk vond om te doen.

Ik ben begonnen met het bekijken van alle informatie die was doorgestuurd met een voorbeeld uitnodiging van vorig jaar. Aan de hand van deze informatie heb ik een eerste versie geschreven. Deze heb ik vervolgens naar Victor gestuurd voor feedback. Deze feedback is hieronder te lezen. Daarna heb ik de verbeterpunten verwerkt in een tweede versie. Beide versies zijn te lezen op de volgende pagina's.



Victor van Werkhoven

Aan: Iris van Dijk








Do 25-4-2024 12:34



2024 Gilsdag Uitnodiging.pdf

721 kB

TOPS

- Mooie enthousiaste toon, sluit goed aan bij de sfeer van de dag
- Goed aangesloten op de huisstijl van Gils, mooi overzichtelijk, goed gebruik van witruimte (het document kan "ademen", elementen niet te dicht op elkaar)
- Ondanks beperkte informatie/briefing een document gemaakt dat op het eerste gezicht 'klopt', alle informatie die ik zou willen hebben als werknemer staat er in, niet meer, niet minder. Hele goede basis om op door te bouwen

TIPS

- Kleine slordigheidsfoutjes: Hogeveen ipv Hoogeveen, Oost moet met een hoofdletter, komma achter postcode is niet nodig.
- Maak slim gebruik van dikgedrukte tekst om gegevens te benadrukken. Zo kan de lezer de brief sneller 'scannen' op de nuttigste info. Bijvoorbeeld zaken als **Paviljoen Schoonhoven, 7 juni en 10:00u**
- Op dit moment staan de naam van de locatie en het adres op twee verschillende plekken. Voor het overzicht wil je die het liefste bij elkaar hebben, zodat het in één oogopslag te zien is.
- Denk eraan dat mensen ook vanaf een andere kant kunnen komen aanrijden (bijv Emmen), dan heb je een andere afslag.
- Vermoed dat er geen sprake gaat zijn van een reguliere OV-bus, dat is te ver lopen en de bus gaat niet frequent genoeg. Dat deel van de uitleg mag achterwege blijven.

Zie bijlage voor mijn versie. We komen allebei helaas informatie tekort om in één keer een correcte brief op te maken, we weten niet welke delen van de tekst van vorig jaar ze 1-op-1 over willen nemen, wat er is geregeld met het vervoer, etc. Dus vind dat je met die beperkte basis iets heel keurigs heb neergezet.

Victor van Werkhoven

Content Creative | Vormgever met inhoud





Beste toppers van Gils,

De jaarlijkse Gilsdag staat weer voor de deur en we kunnen niet wachten om er samen een geweldige dag van te maken. Dus, markeer vrijdag 7 juni in je agenda en bereid je voor op een dag vol plezier, avontuur, lachen en onvergetelijke momenten. Dit jaar verwelkomen we jullie graag bij Paviljoen Schoonhoven nabij Hogeveen.

Het programma start om 10:00 uur en zit vol met leuke activiteiten. Van teambuildingspellen tot heerlijk eten en drinken, we hebben alles gepland om ervoor te zorgen dat dit een dag wordt om nooit te vergeten. De details van de activiteiten houden we nog even geheim, maar trek kleding aan waarin je lekker kan bewegen.

Reisinformatie

Marten Kuilerweg 47
7913 XG, Hollandscheveld

Met de auto is de locatie gemakkelijk bereikbaar. Neem afslag Hogeveen-oost, vanaf daar is het nog een kleine 10 minuten rijden naar de locatie. Gratis parkeren is mogelijk op het naastgelegen parkeerterrein.

Reis je met het openbaar vervoer? Dan kun je het best met de trein naar Hogeveen. Vanaf daar stap je op buslijn 33 richting Coevorden. Je stapt uit bij de dichtstbijzijnde bushalte, Elim Carstendijk 150. Vanaf daar is het nog een half uur lopen naar de locatie.

Planning

10:00 – 10:45	Ontvangst met koffie, thee en een zoete lekkernij
10:45 – 11:45	Activiteit ronde 1
12:00 – 13:15	Lunch
13:30 – 14:30	Activiteit ronde 2
14:30 – 15:30	Borrelen en happen
15:30 – 16:30	Activiteit ronde 3
16:30 – 18:30	Diner
18:30 – 20:00	Naborrel

We kijken ernaar uit om jullie allemaal te zien op de Gilsdag! Lukt het niet om aanwezig te zijn op vrijdag 7 juni? Laat het dan zo spoedig mogelijk weten, zodat wij hier rekening mee kunnen houden. Mocht je nog vragen hebben, dan horen we dit graag!

Met enthousiaste groet,

Marrit



Beste toppers van Gils,

De jaarlijkse Gilsdag staat weer voor de deur en we kunnen niet wachten om er samen een geweldige dag van te maken. Dus, markeer vrijdag **7 juni** in je agenda en bereid je voor op een dag vol plezier, avontuur, lachen en onvergetelijke momenten.

Het programma start om **10:00 uur** en zit vol met leuke activiteiten. Van teambuilingsspellen tot heerlijk eten en drinken, we hebben alles gepland om ervoor te zorgen dat dit een dag wordt om nooit te vergeten. De details van de activiteiten houden we nog even geheim, maar trek kleding aan waarin je lekker kan bewegen en vergeet vooral je goede humeur niet.

Reisinformatie

Paviljoen Schoonhoven
Marten Kuilerweg 47
7913 XG Hollandscheveld

Het paviljoen en de recreatieplas Schoonhoven liggen ten zuidoosten van Hoogeveen en is met de auto makkelijk te bereiken. Vanuit Meppel neem je de afslag Hoogeveen-Oost. Vanaf daar is het nog een kleine 10 minuten rijden naar de locatie. Kom je vanuit Emmen? Dan neem je afslag Nieuwlande naar het zuiden. Bij het paviljoen vind je een gratis parkeergelegenheid.

Reis je met het openbaar vervoer? Dan staat er om ... uur een taxi klaar bij station Hoogeveen. De trein-kaartjes worden een week van te voren gekocht.

Planning

10:00 – 10:45	Ontvangst met koffie, thee en een zoete lekkernij
10:45 – 11:45	Activiteit ronde 1
12:00 – 13:15	Lunch
13:30 – 14:30	Activiteit ronde 2
14:30 – 15:30	Borrelen en happen
15:30 – 16:30	Activiteit ronde 3
16:30 – 18:30	Diner
18:30 – 20:00	Naborrel

We kijken ernaar uit om jullie allemaal te zien op de Gilsdag! Lukt het niet om aanwezig te zijn op vrijdag 7 juni? Laat het dan zo spoedig mogelijk weten, zodat wij hier rekening mee kunnen houden. Mocht je nog vragen hebben, dan horen we dit graag!

Met enthousiaste groet,

Marrit

Shoot Sportverlichting

Donderdag 2 mei hadden we een shoot voor het bedrijf Sportverlichting. Dit was de grootste shoot waar ik tot nu toe bij ben geweest en ook weer totaal iets anders dan de rest. Dit vond ik daarom ook wel leuk om zo mee te maken. De shoot begon om vier uur in de middag en de laatste shots werden gemaakt om half twee in de nacht. Voor deze shoot moest het namelijk donker zijn, omdat het allemaal draait om de verlichting van het veld. De shoot begon in de middag in de tennishal in Bathmen. Hier werd een tennisser gefilmd en gefotografeerd met de lampen in de hoofdrol. Toen dit allemaal op beeld stond reden we door naar de volgende locatie, het stadion van Heracles in Almelo. Ik vond het erg leuk om hier überhaupt een keer te zijn, te voetballen op het veld en natuurlijk content te maken. Hier deden we een shoot met een volwassen voetballer en een jonger kind. Als laatste locatie gingen we naar het naastgelegen Trainingsveld. Hier hebben we de laatste shots opgenomen en zat de lange dag erop. Mijn taak deze dag was om alles qua planning in de gaten te houden, meer is hier al over verteld bij competentie drie. Daarnaast was het aan mij om achter de schermen beelden te maken in de vorm van foto's en video's. Mijn eigen initiatief was om ook hier Instagram stories te maken, om zo de volgers mee te nemen gedurende de dag. Deze stories zijn te zien bij competentie vijf. De foto's die ik heb gemaakt staan op de pagina hieronder. Tijdens de shoot heb ik voornamelijk videobeelden gemaakt. Mijn collega Stefan heeft hier vervolgens een video bij gemaakt. Het resultaat van deze video is hieronder via de link te zien.



[Link naar de video](#)

Behind the scene foto's sportverlichting



COMPETENTIE 5

Representeren

Competentie vijf gaat over representeren. Dit houdt in dat ik de organisatie online vertegenwoordig, collega's ondersteun en eigenaarschap toon op het gebied van online vraagstukken. Hieronder zijn een aantal punten te zien waarbij ik heb ingespeeld op de competentie representeren.

Reflectie competentie 5

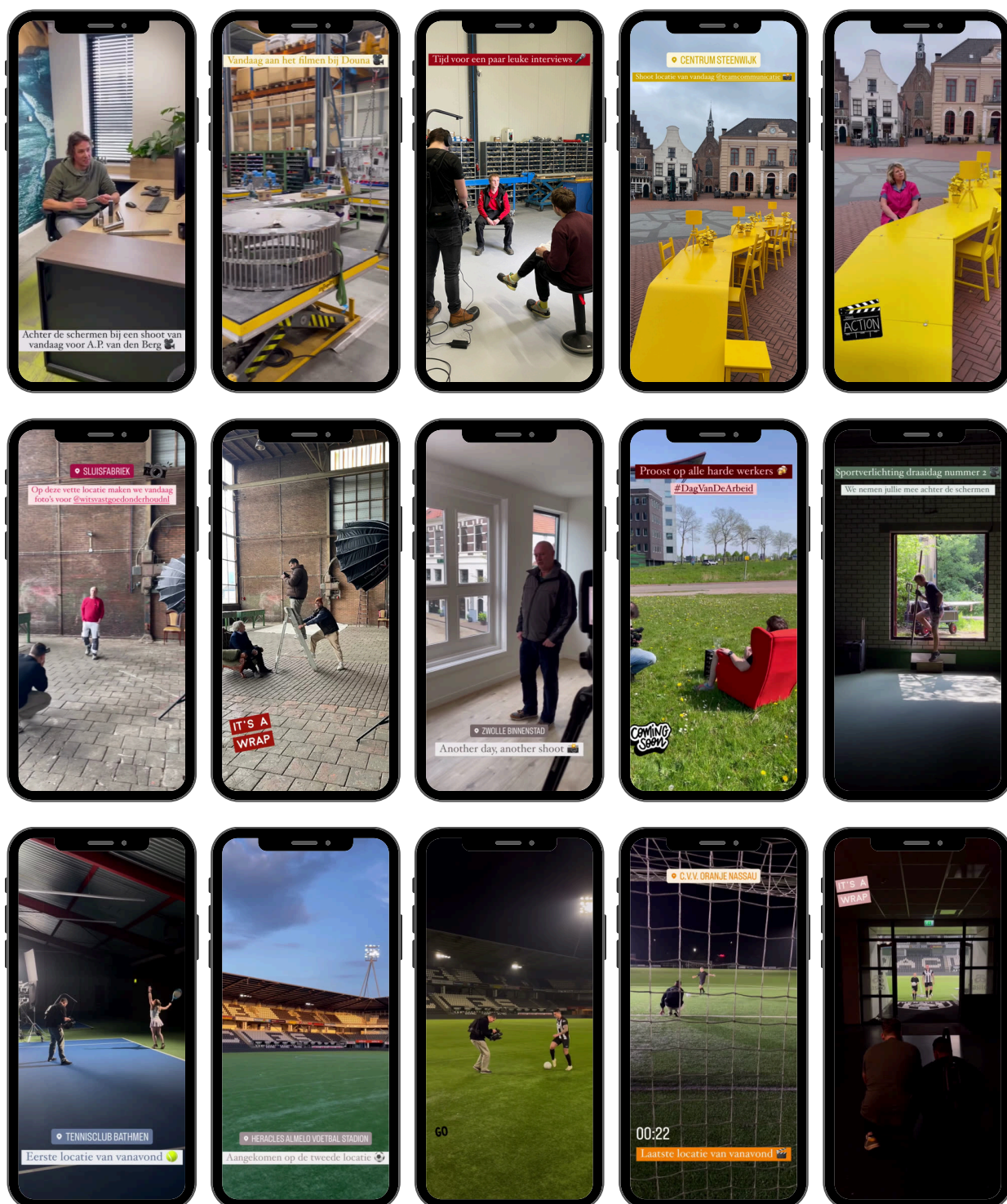
Deze competentie draait om mijn representatie gedurende de gehele stageperiode. Hierbij gaat het erom dat ik TEAM online vertegenwoordig, mijn collega's ondersteun en eigenaarschap toon met betrekking tot online vraagstukken. Mijn doel hierbij was om dit zo goed mogelijk uit te voeren om zo representatief en professioneel te zijn richting TEAM en de klanten. Zelf ben ik hier wel tevreden over, maar om inzicht te krijgen in hoe mijn collega's mij hierop beoordelen heb ik een aantal beoordelingsformulieren opgesteld met vragen over mijn representeren op het gebied van een shoot, richting klanten en tijdens een vergadering. Daarnaast heb ik gedurende mijn stageperiode zoveel mogelijk feedback verzameld van verschillende collega's. Deze gekregen feedback valt ook onder competentie vijf, maar ik heb ervoor gekozen om dit te verwerken verspreid door het gehele portfolio. Mijn collega's hebben natuurlijk allemaal een ander beeld van mij en zien dingen die ik zelf misschien niet inzie. Daarom heeft deze feedback mij leerzame inzichten gegeven waar ik in de toekomst mee verder kan.

Naast het verzamelen van de feedback heb ik tijdens mijn stage de medeverantwoordelijkheid gehad over de Instagram stories van TEAM, wat goed past bij het online vertegenwoordigen van de organisatie. Dit vond ik ook erg leuk om te doen en ik ben blij dat ik hierin de vrijheid heb gekregen. Daarnaast heb ik bij deze competentie gewerkt aan het verbeteren van mijn vaardigheden in verschillende Adobe-programma's, omdat TEAM veel met deze programma's werkt en ik eigenlijk alleen de basis kende. Ik heb een aantal certificaten behaald wat mijn professioneel representeren ondersteund.

Over het algemeen ben ik tevreden met de resultaten van deze competentie. Als leerpunt neem ik mee dat ik meer mijn ideeën en meningen zou moeten delen, om zo mijn eigenaarschap en professionaliteit nog verder te tonen.

Instagram stories TEAM account

Tijdens mijn stage ben ik medeverantwoordelijk voor het maken en plaatsen van Instagram stories op het Instagram account van TEAM. Dit vind ik erg leuk om te doen, ook omdat ik hier mijn eigen creativiteit in kwijt kan. Er is niet per se een bepaalde stijl, daarom heb ik zelf een stijl aangehouden die ik mooi vind. Hieronder zijn een aantal van mijn geplaatste stories te zien.



Link naar de video stories

Zelf vond ik het erg leuk om deze stories te maken. Ik denk ook wel dat ik deze verantwoordelijkheid goed heb opgepakt en bij elke shoot wel iets heb geplaatst. Om te zien of mijn collega's daar ook zo over denken heb ik hier een stukje feedback op gevraagd. De feedback die ik heb gekregen is hieronder te lezen.



Stefan

Aan: Iris van Dijk



Beantwoorden



Allen beantwoorden



Doorsturen



Ma 6-5-2024 16:34

Hey Iris,

Bij deze een stukkie feedback voor jouw bewijsvoering;

Tips

- Goed dat je uit jezelf al filmt, maar probeer soms iets meer "out of the box" te denken (lekkere cliché, I know). Denk hierbij aan een geinig shot waarin je een collega verrast of een grapje uithaalt ofzo. Kan allemaal!
- Wanneer we in onze stories een tekst zetten, doen we dit vaak met een wat "losse" vibe, denk aan een woordgrapje o.i.d. het mag een lichtelijk droge ondertoon hebben mits dat past bij de klant.

Top

- Je pakt het goed op, wanneer wat tijdens het schieten wel eens vergeten om iets op social media te gooien zie ik jou geregeld met je telefoon al behind the scenes footage schieten, dus dat is goed!
- Goed dat je ook zelf al dingen durft te plaatsen zonder alles langs ons te halen, assertiviteit "goes a long way"

Met vriendelijke groet,

Stefan de Vries

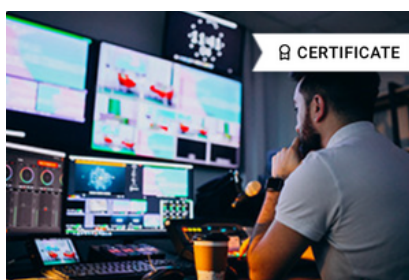
Content creative | De Klik



Uit de feedback blijkt dat Stefan ook vindt dat ik dit goed oppak en hierin de verantwoordelijkheid neem. Dit is natuurlijk fijn om te horen! Daarnaast geeft hij als tip dat het soms wat meer "out of the box" mag en soms wat meer met een grappige, droge tekst. Dit is niet echt iets dat bij mij past, maar is wel een beetje de stijl van TEAM dus dit is iets waar ik de volgende keer meer op zou kunnen letten.

Adobe learnings

Bij TEAM werkt iedereen in de verschillende Adobe programma's. Ik heb hier al een beetje ervaring mee vanuit school, maar dat is echt minimaal. Tijdens mijn stage is deze kennis al een stuk gegroeid vanwege verschillende opdrachten die ik heb gemaakt. Om mezelf hier nog meer in te verdiepen heb ik een aantal cursussen gevolgd via de website Alison. Hierbij volg je een aantal modules die je uiteindelijk afsluit met een toets. Bij het behalen van een percentage van minimaal 80%, behaal je een certificaat. Dit is een mooie toevoeging op mijn persoonlijke cv, omdat ervaring met Adobe een veel gevraagde vaardigheid is bij veel bedrijven. Daarnaast kan ik het natuurlijk goed gebruiken voor mijn stage portfolio bij het onderdeel representeren. Hiermee kan ik namelijk aantonen dat ik over deze vaardigheden beschik en dit op een professionele manier aan kan tonen aan de hand van een certificaat. Hieronder is een overzicht te zien van de cursussen die ik heb afgerond. Mijn behaalde certificaten zijn terug te vinden in de bijlagen. In de toekomst wil ik graag nog meer Adobe cursussen volgen om mijn vaardigheden op dit gebied verder te ontwikkelen en in te kunnen zetten bij TEAM.



Information Technology

Adobe Premiere Pro for Beginners

100% complete

[More Info](#)

[Continue](#)



Personal-Development

Fundamentals of Adobe Illustrator CC

100% complete

[More Info](#)

[Continue](#)



Personal-Development

Adobe Photoshop for Beginners

100% complete

[More Info](#)

[Continue](#)

Interne vergaderingen

Tijdens mijn stageperiode ben ik bij een aantal vergadering aangeschoven. Hierbij kon ik kijken hoe dit eraan toe gaat, wat er voornamelijk besproken wordt en wat de rolverdeling is onder mijn collega's. Daarnaast heb ik natuurlijk ook mijn eigen ideeën en kennis in kunnen brengen. Naar mijn eigen idee heb ik best een aantal ideeën voorgesteld, waardoor ik actief meedeed met de vergadering.

Mijn eerste vergadering was met het content team en ging over de TEAM shoot. Het thema van deze shoot is Olympische Spelen en hierbij moesten een aantal ideeën worden bedacht qua locatie, rolverdeling en uitbeelding per persoon. Het idee is dat iedereen op de foto een bepaalde sport uitbeelddt. Mijn idee was om daarnaast ook nog iemand toe te voegen die een prijs uitreikt. Daarnaast stelde ik voor om een scheidsrechter en jurylid toe te voegen, omdat je nu ook de mensen zonder sport een thema kan geven. Ook heb ik een suggestie gedaan voor de camera hoek en foto compositie, waar de meesten het wel mee eens waren. De shoot gaat plaatsvinden op een atletiekbaan. Ze hadden het eerst over de atletiekbaan in Drachten, maar toen vertelde ik dat er in Heerenveen ook een baan is en dus lekker dicht bij het kantoor zit. Hier ben ik toen op locatie geweest om te kijken of dit een goede optie is. Na een aantal banen met elkaar vergeleken te hebben gaan we toch voor de atletiekbaan in Emmeloord.

Mijn tweede vergadering was met het projectmanagement team. Zij hebben wekelijks een overleg en hier wilde ik graag een keer bij zijn. Hierdoor heb ik een duidelijker beeld gekregen bij de taken die horen bij deze functie. Tijdens deze vergadering heb ik het programma OneNote voorgesteld en uitgelegd. Meer hierover is terug te lezen bij competentie twee.

Naast deze vergaderingen neem ik ook deel aan korte overleggen die bijvoorbeeld plaatsvinden voorafgaand aan een shoot. Tijdens deze bijeenkomsten wordt de laatste belangrijke informatie gedeeld over hoe alles gaat lopen. Verder is er ruimte voor ideeën, opmerkingen of vragen.

Voor dit onderdeel heb ik een beoordelingsformulier opgesteld, omdat mijn collega's natuurlijk het best kunnen beoordelen hoe ik mij heb gerepresenteerd tijdens de vergaderingen. Ik heb dit formulier door twee collega's laten invullen. De beoordelingen die ik heb gekregen is op de onderstaande pagina's te lezen.

Beoordeling deelname vergadering	G	V	O	S
Heeft actief deelgenomen tijdens vergaderingen		X		
Deelt haar mening en heeft een relevante bijdrage		X		
Heeft vragen gesteld of input gegeven	X			
Is duidelijk en beknopt in de communicatie	X			
Kan standpunten en ideeën helder overbrengen		X		
Luistert actief naar de bijdragen van anderen	X			
Doet actief mee aan het besluitvormingsproces		X		
Feedback ontvangen en hierop reageren	X			

Sterkte punten	Verbeterpunten
• Luistert aandachtig • Komt met ideeën • Neemt feedback mee	• Mag iets aanwezig zijn bij besprekingen, durf je ideeën en mening in de groep te gooien!

Toelichting:

Je doet het prima, maar wees niet bang om je hoorbaar te maken.

Beoordeling deelname vergadering	G	V	O	S
Heeft actief deelgenomen tijdens vergaderingen		X		
Deelt haar mening en heeft een relevante bijdrage		X		
Heeft vragen gesteld of input gegeven		X		
Is duidelijk en beknopt in de communicatie	X			
Kan standpunten en ideeën helder overbrengen		X		
Luistert actief naar de bijdragen van anderen	X			
Doet actief mee aan het besluitvormingsproces			X	
Feedback ontvangen en hierop reageren		X		

Sterkte punten	Verbeterpunten
Communicatief sterk en voelt zich verantwoordelijk	Meer aanwezig zijn en jezelf laten horen

Toelichting:

Hoe ben ik op een shoot?

Zoals eerder vermeld bij competentie vier, heb ik de kans gehad om meerdere keren mee te gaan op shoots bij klanten van TEAM. Dit vond ik het leukste van mijn stage, omdat je hier echt actief bezig bent met het maken van content, wat ik het leukst vind om te doen. Daarnaast geeft dit ook een beter beeld bij de klanten en wat het werk van het content team nou precies inhoudt.

Ik ben mee geweest op verschillende shoots en heb hierbij samengewerkt met verschillende collega's. Hierdoor heb ik meerdere kanten, klanten en werkwijzen kunnen ervaren waar ik veel van heb kunnen leren. Mijn rol tijdens deze shoots was meestal het assisteren bij het opzetten en verplaatsen van de set en het maken van achter de schermen content voor social media.

Hoe ik mij gepresenteerd op een shoot en naar de klanten toe, kan het best beoordeeld worden door de collega's die met mij op pad zijn gegaan. Zij kunnen een eerlijke beoordeling geven met waardevolle feedback waar ik voor de toekomst veel van kan leren. Daarom heb ik een beoordelingsformulier opgesteld en laten invullen door twee collega's die mij het meest hebben gezien tijdens een shoot. De resultaten hiervan zijn te lezen op de onderstaande pagina's.

Uit deze beoordelingen blijkt dat beide collega's positief zijn over mijn representeren naar de klant toe en de samenwerking met het team. Een leerpunt die ik hieruit kan halen is dat ik meer ideeën moet delen. Dat ik meer mijn mening moet delen is voor mij wel een bekend feedback punt dat ik vaker te horen krijg. Dit vind ik soms nog lastig, maar het is iets waar ik me nog verder in kan ontwikkelen gedurende de rest van mijn stageperiode.

Beoordeling representeren op een shoot	G	V	O	S
Samenwerking met andere teamleden	X			
Heeft ondersteund en geholpen waar nodig	X			
Algemene houding en gedrag tijdens een shoot dag	X			
Professioneel presenteren richting de klant	X			
Effectief omgaan met de planning en timing	X			
Heeft creatieve ideeën en suggesties bijdragen		X		
Actief bijdragen aan een positieve klantbeleving	X			
Feedback ontvangen en hierop reageren	X			

Sterkte punten	Verbeterpunten
• Goede teamplayer • Ondersteund goed • Neemt actief deel	• Gooi je mening / visie lekker in de groep, kan gewoon! Wanneer jij ideeën hebt mag je ze altijd voorstellen.

Toelichting:

Je bent een goede ondersteuning en helpt ons goed mee op shoot.

Beoordeling representeren op een shoot	G	V	O	S
Samenwerking met andere teamleden	X			
Heeft ondersteund en geholpen waar nodig	X			
Algemene houding en gedrag tijdens een shoot dag		X		
Professioneel presenteren richting de klant	X			
Effectief omgaan met de planning en timing	X			
Heeft creatieve ideeën en suggesties bijdragen			X	
Actief bijdragen aan een positieve klantbeleving		X		
Feedback ontvangen en hierop reageren		X		

Sterkte punten	Verbeterpunten
Planning en betrouwbaar in het uitvoeren van taken	Suggesties en creatieve ideeën/input leveren

Toelichting:

Mooie behind the scenes video's gemaakt en daarin veel groei laten zien, vooral voor iemand die nog niet eerder zelf iets had gefilmd/gemonteerd. Gaat goed met feedback om en verwerkt dat daarna ook goed.

STARR-REFLECTIE

Situatie

Van 5 februari tot en met 20 juni loop ik stage bij communicatiebureau TEAM. In een periode 14 weken heb ik zoveel mogelijk bewijslasten verzameld van het werk dat ik heb gedaan voor TEAM gedurende mijn stage. Ik ben aan de slag gegaan voor verschillende competenties en heb hierbij telkens feedback verzameld van meerdere collega's.

Taak

Mijn taak was voornamelijk om mee te werken met de verschillende werkzaamheden binnen TEAM en hiervan zoveel mogelijk bewijslasten te verzamelen. Het doel voor mij was om een duidelijk beeld te krijgen van de verschillende functies en werkzaamheden binnen het bedrijf en hiervan zoveel mogelijk nieuwe dingen te leren. Vanuit school werd er verwacht dat ik verschillende werkzaamheden zou verrichten die de verschillende competenties vervullen. Van mezelf verwachte ik hierbij goede inzet en een professionele houding. Daarnaast was het mijn taak om zo veel mogelijk feedback te verzamelen op mijn gemaakte werk om het vervolgens weer te verbeteren.

Actie

Gedurende mijn stage kreeg ik opdrachten van mijn collega's waar ik mee aan de slag kon gaan. Deze opdrachten werkte ik dan uit en vroeg vervolgens om feedback om hiermee weer aanpassingen te maken. Dit was voor mij een effectieve aanpak en een fijne werkwijze, waardoor ik veel heb kunnen leren van verschillende collega's met allemaal hun eigen kwaliteiten. Zo verzamelde ik al snel input voor in mijn portfolio. Daarnaast heb ik zelf het initiatief genomen om naast het content team ook eens bij andere werkzaamheden mee te kijken waaronder bij het team van projectmanagers en het studio/grafisch team. Hierdoor heb ik van alle verschillende afdelingen een beter beeld gekregen en heb ik ook van meerdere mensen nieuwe dingen kunnen leren wat erg waardevol is geweest.

Resultaat

Deze manier van aanpak is voor mij zeker effectief geweest, omdat ik hierdoor veel verschillende kanten van het werk heb kunnen zien en ook veel verschillende dingen heb kunnen leren van meerdere collega's. Mijn werk tot nu toe heb ik allemaal verzameld en in dit portfolio gestopt en is naar mijn idee een goed gevuld portfolio geworden met voor elke competentie een aantal punten. Zelf ben ik tevreden over het behaalde resultaat.

Reflectie

De weken zijn voor mijn gevoel echt voorbijgevlogen. De eerste weken waren voor mij best wel even wennen, omdat dit mijn eerste full time stage is. Inmiddels voel ik me wel thuis binnen TEAM, weet ik wat iedereen voor werkzaamheden doet en heb ik meer geleerd over hoe het werk er binnen een communicatiebureau eraan toe gaat. Omdat ik al veel verschillende kanten van het werk heb kunnen meemaken kan ik nu wel zeggen dat ik toch het maken van de content het leukste vind om te doen. Niet alleen binnen het content team, maar ook voor het grafische deel. Ik heb wel ingezien dat het werk als projectmanager en leider op een shoot het minst bij mij past. Ik heb het meest geleerd door gewoon mee te werken met de rest en uit de gekregen feedback van mijn collega's. Hieruit neem ik mee dat er altijd een gedachte zit achter het gene dat je maakt. Daarnaast heb ik voornamelijk nieuwe dingen geleerd over de Adobe programma's en verschillende manieren van video editen. Dit zijn voor mij erg waardevolle punten die ik zeker meeneem naar de toekomst. Als de deadline voor school straks is behaald heb ik nog zes weken stage bij TEAM waarin ik niks meer hoeft te doen voor school. In deze periode kan ik dus full time aan de slag voor TEAM en wil ik gaan ontdekken waar nou echt mijn specialisatie zit. Wat vind ik nou echt het allerleukst? Wat wil ik nog meer leren? Hier kan ik de komende weken mee aan de slag.

BRONVERMELDING

Admin. (2022, 30 juni). De 4 voordelen van een carrousel post voor een beter engagement! MarketingTools. <https://marketingtools.nl/blog/de-4-voordelen-van-een-carrousel-post-voor-een-beter-engagement/#:~:text=Deze%20vorm%20van%20content%20is,wordt%2C%20hoe%20groter%20het%20bereik.>

Coosto. (2024, 8 februari). De beste tijden om te posten op Instagram in 2024. Coosto. <https://www.coosto.com/nl/blogs/de-beste-tijden-om-te-posten-op-instagram-2024>

Groot, W. (2023, 7 juli). Alles over LinkedIn. The Ecom Agency B.V. <https://theecomagency.nl/kennisbank/linkedin/alles-over-linkedin/>

Gulden, M. (2023, 29 maart). Wat is LinkedIn en wat kun je ermee? The Marketing Factory. <https://themarketingfactory.nl/social-media-kennisbank/linkedin/wat-is-linkedin-en-wat-kun-je-ermee/>

Hulspas, M. (2023, 10 mei). Hoe vaak posten op social media als bedrijf? | Zichtbaarheid | Leads | Groei. EVEReONE. <https://evereone.nl/blog/social-media/hoe-vaak-posten-op-social-media-als-bedrijf/#:~:text=Op%20de%20meeste%20platforms%20is,om%20regelmatig%20te%20blijven%20posten.>

Indruk maken op je klanten met Instagram Highlights | Mijnwebwinkel. (z.d.). <https://www.mijnwebwinkel.nl/blog/indruk-maken-op-je-klanten-met-instagram-highlights>

LinkedIn marketing in 2024 - LinkedIn gids | Brandfirm. (2023, 20 december). Brandfirm. <https://www.brandfirm.nl/linkedin-marketing/>

O'Ford, E. (2023, 13 oktober). 11 types of content to post on LinkedIn now if you want to beat the algorithm. <https://www.linkedin.com/pulse/11-types-content-post-linkedin-now-you-want-beat-algorithm-o-ford>

Pannekeet, T. (2023, 16 november). Haal in 2024 alles uit LinkedIn: speel in op deze belangrijke trends. Frankwatching.

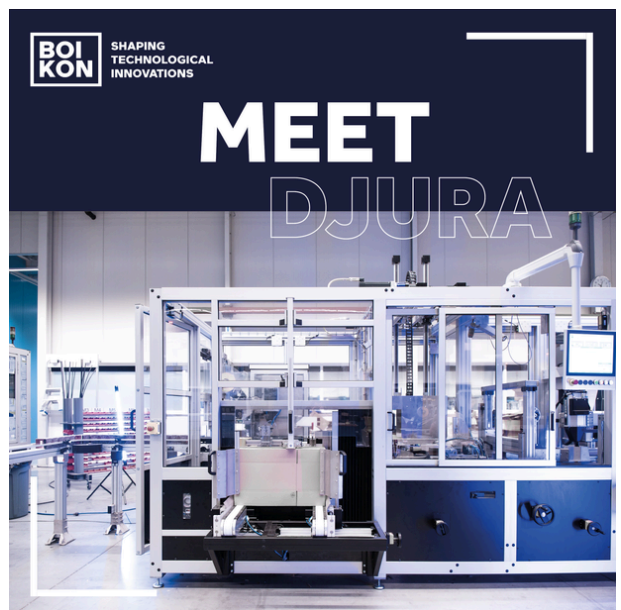
<https://www.frankwatching.com/archive/2023/11/16/linkedin-trends/>

TEAM Live your brand. (2024b, maart 30). TEAM. TEAM. <https://www.team.nl/>

STAGE VOORTGANG

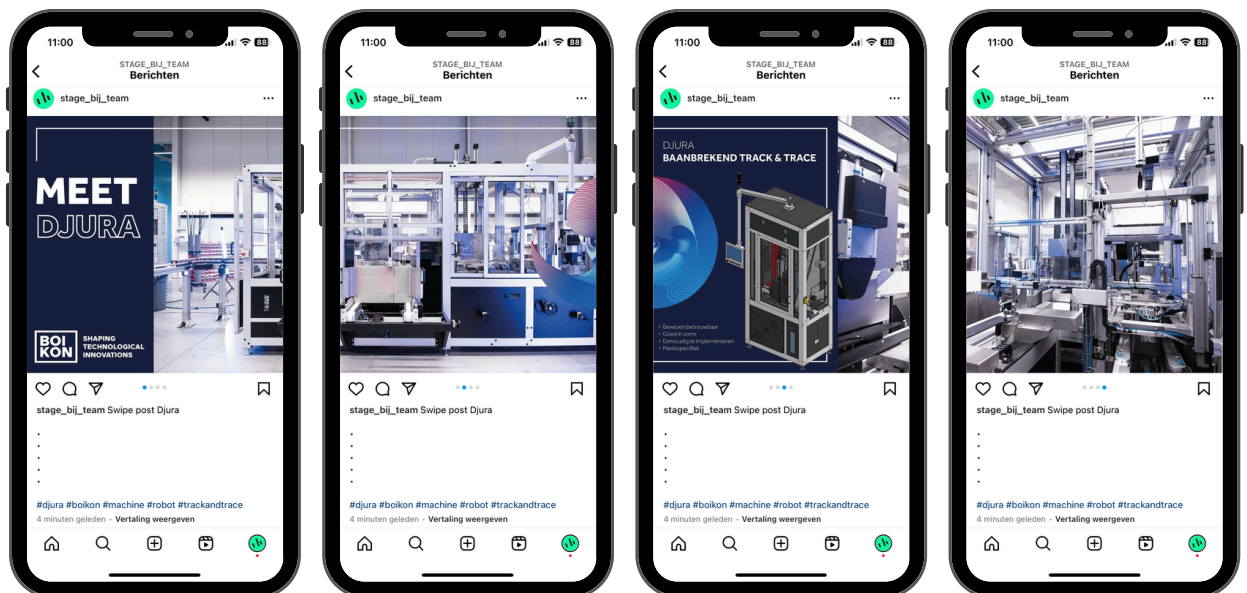
Week 1

Mijn eerste stage dag begon op 5 februari. Ik ben in gesprek gegaan met mijn stagebegeleider Mike over wat ik allemaal ga doen en voor welk bedrijf ik voornamelijk eerst aan de slag zal gaan. Dit is het bedrijf BOIKON, het moederbedrijf van vijf onder vallende bedrijven in innovatieve techniek. Deze week stond voornamelijk in het teken van TEAM leren kennen, mijn plekje vinden, alles instellen en onderzoek doen naar het bedrijf BOIKON. Ik heb met iedereen even gekletst en gekeken waar iedereen mee bezig was. Deze week was voor iedereen een rustige week. Hierdoor had ik verder ook nog niet heel veel te doen, dus heb ik vast een begin gemaakt met mijn schoolopdrachten en het opstellen van de contentadviesvraag. Ook heb ik een aantal post ideeën bedacht voor BOIKON en hierbij voorbeeld content gemaakt. Deze week nam TEAM ook afscheid van een stagiair. Hier hebben wij een leuke Instagram foto van gemaakt om haar afscheid en mijn start aan te kondigen. Daarna hadden we nog een afscheidsborrel. Ik vond de eerste week best spannend en een beetje inkomen, maar er hangt een gezellige sfeer en iedereen is erg aardig, dus dat is fijn! Ik ben benieuwd hoe de rest van mijn tijd hier zal verlopen. Hieronder is een van mijn gemaakte BOIKON posts te zien en de foto die we hebben gemaakt voor de Instagram van TEAM.



Week 2

Mijn tweede week begon met een kort gesprekje met Mike, mijn stagebegeleider. We hebben afgesproken om elke week dinsdag middag een vast momentje in te plannen waarop we samen even gaan zitten voor overleg, vragen, ect. Deze week kwam Brenda langs en heb ik mijn contentadviesvraag en werkzaamheden gepresenteerd. Voor BOIKON ben ik bezig geweest met het maken van een slide post die we terugkomend in kunnen zetten. Verder ben ik deze week mee geweest op drie shoots. Twee ochtenden bij A.P. van den Berg op kantoor en in de loods en een middag bij BOIKON in Leek. Ik vond het leuk om mee te gaan en te zien hoe z'n shoot eraan toe gaat. Bij deze shoots heb ik behind the scenes foto's en video's gemaakt en heb ik geholpen met klaarzetten. Hiervan heb ik een aantal Reels gemaakt die geplaatst kunnen worden op het Instagram account van TEAM. Hier ben ik nu ook zelf op ingelogd, zodat ik ook altijd Instagram stor kan plaatsen. Daarnaast ben ik wat aan het oefenen in de Adobe programma's. Bij TEAM werken ze allemaal in Adobe. Vanuit school ken ik wel de basis van de meeste programma's, maar daar kan nog wel verbetering in komen. Ik ga daarom zoveel mogelijk oefenen en content maken. Mijn collega's helpen mij hier ook bij en kunnen uitleg geven, dus dat is fijn. Hieronder is mijn gemaakte swipe post te zien met feedback die ik daarop heb gekregen.



Mike Wortel

Aah ja, die mogen dan wel in de kleuren en shapes van djura, ook is t misschien wel lekker om iets meer feitjes/usp's te zien, of duidelijker. En hoe kunnen we zoiets houdbaarder maken zodat we het vaker in kunnen zetten?

Week 3

Deze week begon ik met het uitzoeken van de behind the scenes foto's en video's van BOIKON die ik vorige week had gemaakt. Ook had ik feedback gekregen op de slide post die ik had gemaakt voor BOIKON, dus dit heb ik verwerkt en verbeterd. Dinsdag ben ik weer mee geweest op een shoot. Deze keer voor de machinefabriek Douna. Zij staan in de halve finale van Friese onderneming van het jaar. Hiervoor wilden ze graag een soort kleine brand movie laten maken, dus we zijn de hele dag bezig geweest met filmen en foto's maken. Mijn taak die dag was om voornamelijk de foto's te maken die in hun presentatie komen te staan. De dag daarna ben ik bezig geweest met het uitzoeken en bewerken van deze foto's. Tijdens het bewerken heb ik weer wat nieuwe dingen over Adobe Lightroom geleerd van een collega. Deze week heb ik ook weer een gesprekje gehad met Mike, mijn stagebegeleider. Hierin heb ik aangegeven dat ik wel wat meer zou willen doen, omdat ik niet altijd iets te doen heb waardoor de dag soms wel lang duurt. Als het goed is ga ik nu ook wat meer mee kijken en meehelpen bij het studio/grafisch team, omdat dit mij ook erg leuk lijkt. Vorige week is Brenda langs geweest waardoor ik nu mijn contentadviesvraag duidelijk voor ogen heb. Deze week heb ik daarom een goede start gemaakt met mijn analyse en heb ik een gesprek ingepland voor een nulmeting met een collega. Ik heb niet per se een vaste dag dat ik bezig ben met school, maar doe dit tussendoor als ik tijd heb en dat is op dit moment voldoende. Hieronder zijn een aantal van mijn gemaakte en bewerkte foto's te zien van deze week.



Week 4

Alweer de vierde stage week. Een week zonder shoots, dus een week lang op kantoor. Ik merk dat ik toch nog wel moet wennen om elke dag vroeg te beginnen en de hele dag achter mijn laptop te zitten. Ik heb een kantoorbaan van 9 tot 5 altijd als een nachtmerrie gezien en nu zit ik er midden in haha. Gelukkig voel ik me inmiddels al wat meer thuis en leer ik mijn collega's beter kennen, dus dat is wel leuk. Ik ben deze week begonnen met een klein onderzoekje naar LinkedIn. Dit is een kanaal dat binnen TEAM en de opdrachtgevers veel wordt gebruikt, maar waar ik eigenlijk helemaal niet zoveel van weet. Ook heb ik op maandag een gesprekje gehad met mijn collega Tim voor mijn contentadvies. Hij is degene die de website maakt en meer weet van SEO. Ik had een aantal vragen hierover, dus dit heb ik allemaal kunnen stellen. Hierna had ik een beter beeld bij hoe SEO op dit moment wordt ingezet en hoe ik eventueel een nulmeting hiervan kan gaan doen. Ik vind het wel een lastig onderwerp, dus ik moet er nog wel heel erg inkomen. Dinsdag had ik weer het wekelijkse gesprekje met Mike. Ik heb nu gelukkig wat meer taken gekregen, zodat ik meer te doen heb. Ik ga aan de slag met het maken van meer verschillende posts voor het bedrijf BOIKON. Ik mag deze vervolgens ook gaan inplannen en plaatsen, zodat dit ook weer valt onder de competentie plannen die ik moet behalen tijdens mijn stage. Dit is allemaal best veel werk, dus hier heb ik deze week veel tijd aan besteed. Daarnaast heb ik deze week nog een video gemaakt voor op de Instagram van TEAM. Ik heb voor het eerst gefilmd met de deze camera en vervolgens bewerkt in Premiere Pro. Hieronder is de uiteindelijke vraagstelling voor mijn contentadvies te lezen.

Hoe kunnen we de huidige content op de website van TEAM optimaliseren aan de hand van SEO, om zo de vindbaarheid voor de juiste doelgroep te verbeteren?



Februari in foto's



Week 5

Deze week ben ik begonnen met de laatste afwerkingen en de puntjes op de i voor de swipe posts voor BOIKON. Deze staan inmiddels klaar om gedeeld te worden met BOIKON voor feedback om vervolgens te plaatsen op Instagram. Vrijdag 8 maart is het internationale vrouwendag, dus hier moest natuurlijk een Instagram post van gemaakt worden. Ik heb de taak gekregen om hier een videoconcept bij te bedenken en uit te voeren. Uiteindelijk hebben we toch maar besloten om hier een foto post van te maken, omdat de meeste vrouwen deze week niet op kantoor zijn maar natuurlijk wel op de video zouden moeten. Wel heb ik even kunnen oefenen met de grote camera. Dit was mijn eerste keer filmen met deze camera, dus dat was wel even wennen. Deze camera is namelijk best wel groot en zwaar, maar ik heb een aantal leuke shots van het kantoor kunnen maken als oefening. Daarna ben ik aan de slag gegaan met het maken van de Instagram post. Ik heb hiervoor eerst alle vrouwen uit een foto geknipt aan de hand van Photoshop, dus dit was ook gelijk weer een goede oefening. Ik heb hiervoor een YouTube tutorial gekeken en wat hulp gehad van een collega. Daarna heb ik alles samengevoegd met een leuke achtergrond en tekst erbij. Ik heb hier toen nog feedback op gekregen en vervolgens weer verwerkt, zodat deze voor vrijdag klaar staat om te plaatsen. Donderdag middag ben ik mee geweest op een shoot voor zorginstelling oud en nieuwe land in Steenwijk. Ik vond het leuk om hierbij te zijn en mee te kijken met weer een totaal ander soort shoot en ander bedrijf. Tijdens de shoot heb ik een aantal shots gemaakt voor de medewerkers video's van onze eigen Instagram en voor wat behind the scenes beelden. Hieronder is een stukje uit het proces van de Internationale vrouwendag post te zien.

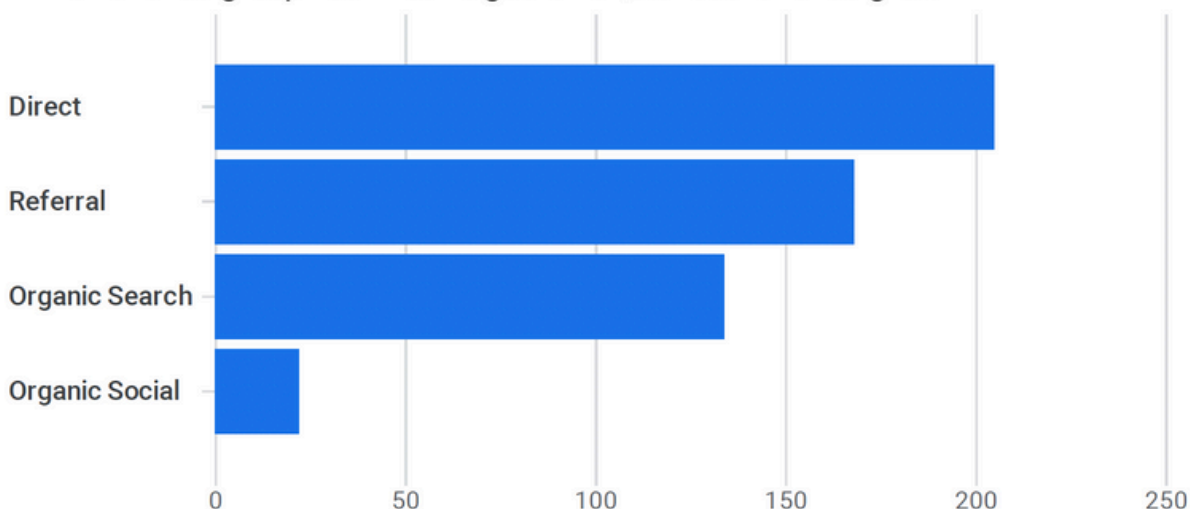


Week 6

Ten opzichte van vorige week, was deze week weer erg rustig. Er waren geen shoots, dus ik was de hele week op kantoor. Verder was er voor mij ook niet heel veel anders te doen, daarom ben ik eigenlijk de hele week bezig geweest met mijn contentadvies. Dit vond ik ook wel even fijn, omdat ik hier eerder nog niet heel veel tijd aan had besteed en ik nu ook wat meer informatie had gekregen waar ik mee verder kon. Ik heb daardoor deze week een hele slag gemaakt met het advies en heb samen met Tim (degene die de website maakt) nog wat statistieken bekeken en gelijk de eerste uitgangspunten al verwerkt op de website. Woensdag was er een collega jarig. Hiervoor hebben we nog een leuke paas activiteit gedaan wat wel leuk was. Volgende week kan ik hopelijk weer meer doen voor TEAM qua content en ga ik ook een dagje mee kijken en helpen bij het studio/grafisch team. Hieronder is een stukje resultaat te zien uit mijn SEO onderzoek.

Nieuwe gebruikers per

Primaire kanaalgroep voor nieuwe gebruiker(Standaard kanaalgro... ▼



Week 7

Deze week begon met een gesprekje met Pim, de eigenaar van TEAM. Hij wilde graag weten hoe het met mijn contentadvies ging, dus dit heb ik even laten zien. Daarna ben ik maandag een dag bij het studio/grafisch team gaan zitten. Hierdoor heb ik ook van deze afdeling een beter beeld gekregen en heb ik mee kunnen werken aan een concept presentatie. Ik vond dit erg leuk om te doen en heb vooral ook heel veel nieuwe dingen geleerd over InDesign. Dinsdag zat ik weer op mijn eigen plekje. Vandaag zat ik voor het eerst bij een vergadering over een shoot die we gaan doen met ons eigen team. Hierbij hebben we verschillende ideeën bedacht die ik vervolgens mocht uitwerken tot een foto schets. Deze week was er een collega jarig, dus hebben we met het hele team taart gegeten. Daarna ben ik met Stefan en Victor op locatie bezoek geweest bij de atletiekbaan in Heerenveen om te kijken of dit een mooie locatie is voor de TEAM shoot. Eenmaal terug op kantoor heb ik verschillende rubriek ideeën bedacht voor het bedrijf A.P. van den Berg. Ook had ik vandaag weer een voorgangsgesprekje met Mike. Hieruit blijkt dat ik vooral door met gaan met het meekijken bij verschillende afdelingen, zodat ik aan het einde van mijn stage kan zeggen wat nou echt mijn specialisatie is. Dit heb ik de volgende dag dan ook gelijk gedaan door mee te kijken bij een vergadering van het projectmanagement team. Zij hebben elke donderdag ochtend een overleg en het leek mij wel interessant om hier eens bij te zijn, zodat ik ook een beter beeld krijg van het hun allemaal doen. Ik vond het interessant om hierbij te zitten en heb ook gelijk een advies gegeven. Ze waren namelijk opzoek naar een programma waarin ze gedeelde notities kunnen schrijven. Ik heb veel gewerkt met het programma OneNote en heb geadviseerd om dit te gebruiken. Verder heb ik deze week feedback teruggekregen waaruit blijkt dat ik de rubrieken voor A.P. nog wat verder uit moet werken aan de hand van een contentkalender. Daarnaast ben ik bezig geweest met het ondertitelen van een video voor Royal Smilde. Ik had dit nog nooit eerder gedaan, maar vond het wel leuk om te doen en heb dus weer wat nieuws geleerd. Ook ben ik bezig geweest met de schets voor de TEAM shoot. Hieronder is een deel van het resultaat te zien van mijn studio dag.

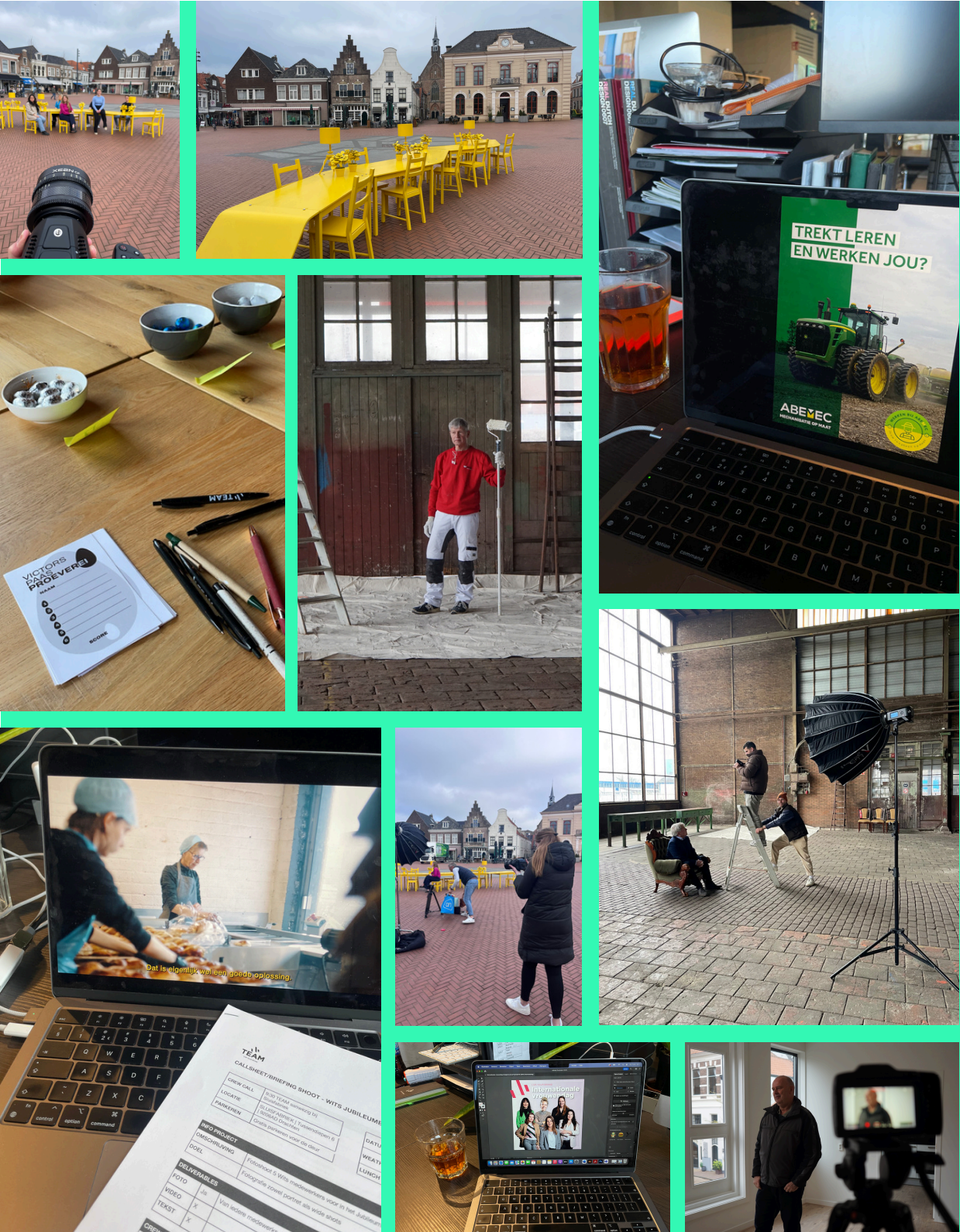


Week 8

Mijn week begon maandag weer op kantoor. Afgelopen vrijdag was de eerste terugkomdag op school. Dit vond ik wel fijn, omdat ik nu wat meer duidelijkheid heb over wat er precies in het portfolio moet komen. Maandag heb ik dit gelijk voor mezelf opgeschreven en toegepast in mijn portfolio. Ik heb bij elke competentie een aantal dingen opgeschreven die ik daarvoor zou kunnen doen. Verder heb ik alle onderdelen tot nu toe in mijn portfolio gezet. Hierdoor heb ik een duidelijker beeld van wat ik al heb en wat ik nog moet doen. Verder ben ik bezig geweest met het uittypen van een interview voor op de website van Ondernemend Friesland. Woensdag had ik weer een gesprekje met Mike. Ik heb mijn portfolio tot nu toe laten zien en verteld wat ik bij elke competentie van plan ben om te gaan doen. Daarna werd het gesprek ineens onderbroken door Tim met de vraag of ik mee wilde naar Travyk. Dit is een marketingbureau in Heerenveen waar TEAM een samenwerking mee heeft. Zij nemen veel SEO-taken op zich. Daarom vond ik het zeker interessant om mee te gaan, omdat dit ook zeker een toegevoegde waarde kan hebben voor mijn contentadvies. Ik heb bij dit gesprek vooral geluisterd en een aantal aantekeningen gemaakt van punten die ik nog verder wil onderzoeken. Na afloop van het gesprek werd ook gezegd dat ik altijd langs mag komen voor meer vragen en als ik een keer mee wil kijken. Donderdag hadden we weer eens een shoot. Dit keer voor het bedrijf Wits. Deze shoot vond plaats in een oude sluisfabriek in Drachten. Een prachtige locatie waardoor er ook prachtige foto's uit zijn gekomen. Mijn taak bij deze shoot was het verbouwen en verplaatsen van de setting en het maken van behind the sence beelden. De shoot duurde de hele dag en ik vond het erg leuk om hier bij te zijn. Donderdag was er weer een andere shoot. Dit was in een appartement in de binnenstad van Zwolle voor het bedrijf Gills. Twee van de vier appartementen werden dezelfde dag nog afgeleverd aan de huurders. Hier hebben we verschillende foto's gemaakt en hebben we een interview video geschoten. Mijn taak was om achter de schermen beelden te maken en een camera in de gaten te houden tijdens het interview. Eenmaal terug op kantoor heb ik nog een kort gesprekje gehad met Lion. Hij heeft feedback gegeven op mijn gemaakte presentatie. Deze feedback hebben we samen besproken, zodat ik een tweede versie kan gaan maken. Hieronder zijn een paar achter de schermen beelden te zien van de shoots deze week.



Maart in foto's



Week 9

Deze week ben ik begonnen met het uploaden en uitzoeken van alle beelden van de shoots van vorige week. Daarna hadden we een paasbrunch met het hele team. Dit was erg gezellig en ook gelijk informatief, omdat het werd gecombineerd met een kwartaal meeting. Hierin werd verteld welke nieuwe klanten eraan komen en wat de doelen voor de toekomst zijn. Daarna ben ik aan de slag gegaan met het bewerken van de achter de schermen video van Wits. Uiteindelijk was dit meer werk dan ik had gedacht en ben ik hier het grootste deel van de week mee bezig geweest. Ik heb de video bewerkt in Premiere Pro, waar ik nog lang niet alles van weet. Tijdens het bewerken heb ik weer veel geleerd over het toevoegen van verschillende overgangen en geluidseffecten dankzij de hulp van collega's. Tussendoor heb ik feedback gekregen en telkens verwerkt in de video. Ik ben blij met het uiteindelijke resultaat. Verder heb ik deze week een aanbeveling geschreven over het toevoegen van TikTok in de communicatiestrategie. Deze week ging erg snel voorbij, het waren natuurlijk ook maar drie dagen vanwege Pasen, maar ik ben ook lekker bezig geweest dus dat was erg fijn. Het resultaat van de video voor Wits is hieronder te zien met daarbij gekregen feedback.

Link naar de video

Luc Hop

Aan: Iris van Dijk



Do 4-4-2024 10:50

Voor een eerste eigen video erg knappe kwaliteit.

Leuk ingeleid en ook mooi einde qua storytelling.

Voor een volgende video:

Meer close ups, nu iets teveel alleen totaal en wijd zodat je meer kunt afwisselen met perspectieven.

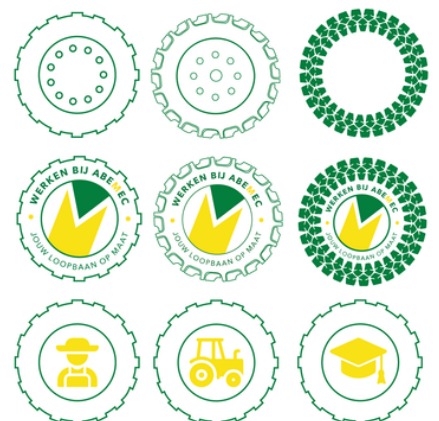
Wat iets zou kunnen toevoegen, is tussendoor een shot met live geluid van bijvoorbeeld lachende mensen of een grappige quote oid.

Met vriendelijke groet,

Luc Hop

Content creative | De Klik

Inmiddels zit ik alweer op de helft van mijn stage. De weken zijn best wel snel voorbijgegaan en de deadline komt inmiddels steeds dichterbij. Deze week ben ik daarom begonnen met het maken van een kleine planning voor mezelf. Wat heb ik al gedaan en vooral wat moet ik nog allemaal doen? Ik heb weer wat opdrachten aan mijn portfolio toegevoegd. Daarna ben ik bezig geweest met het maken van een contentkalender voor het bedrijf A.P. van den Berg. Verder had ik wat feedback teruggekregen op mijn gemaakte concept presentatie voor Abemec. Dit heb ik verwerkt en aangepast. Verder ben ik deze week bezig geweest met mijn contentadvies. Ik heb een voorbeeld advies doorgelezen en een mailtje gestuurd naar dezelfde man die mij heeft geholpen met de nulmeting. Hij gaat een nieuwe test doen om te kijken of het inmiddels al iets is verbeterd. Verder vind ik het nog steeds een best lastig onderwerp. Ik merk dat ik een beetje vast loop op het gedeelte van content creëren en content planning, omdat dit totaal anders is als bij bijvoorbeeld meer engagement op Instagram. Daarnaast vind ik het nog best lastig om te concurrenten te bepalen en te bekijken hoe zij het doen op SEO gebiedt. Dit is niet altijd even duidelijk te zien. Deze week was er een meeting op teams om je vragen hierover te stellen, dus dat was wel fijn. Gelukkig ben ik deze week wel weer een stukje verder gekomen en heb ik hopelijk het grootste gedeelte klaar voor het eerste feedback moment vanuit school. Hieronder is nog een deel van mijn verbeter versie te zien vanuit de concept presentatie van Abemec.



Week 11

Deze week ben ik voornamelijk aan de slag gegaan met mijn contentadvies. Ik ben hier al een tijdje niet meer mee bezig geweest, maar 22 april kunnen we het eerste concept al inleveren voor feedback. Ik wil het dan graag al zo goed als af hebben, zodat ik alleen nog de feedback moet verwerken en de puntjes op de i kan zetten voor het officiële inlever moment. Ik heb deze week een enquête gemaakt en verstuurd voor onderzoek over zoekgedrag en website gebruik onder de doelgroep bedrijfseigenaren. Later deze week heb ik het resultaat hiervan verwerkt in het verslag. Eerder zijn al verschillende uitgangspunten verwerkt op de website en er zijn inmiddels ook weer een aantal nieuwe websitepagina's bij gekomen. Ik heb daarom nog een keer een test gedaan om te zien of de verbeteringen ook al daadwerkelijk positieve invloed hebben. Ook zijn hier weer nieuwe resultaten uit gekomen over de nieuwe pagina's waar andere verbeteringen uit gehaald kunnen worden. Daarnaast heb ik het vraagstuk nog iets anders omschreven door het verhogen van het websiteverkeer toe te voegen. Woensdag en donderdag heb ik bij het projectmanagement team gezet. Mijn bedoeling was om hier te helpen bij de planning, zodat ik dit kan toevoegen aan mijn portfolio. Helaas was het wel rustig en viel er niet veel te plannen. Dit was wel jammer, maar door alleen al even bij het team te zitten krijg je al een beter beeld van wat zij precies allemaal doen. Ik ga later nog een dag mee lopen, wanneer er wat meer werk is. Vrijdag was er weer een terugkomdag op school. Hierbij kregen we weer wat meer informatie over het portfolio, het advies en de beoordeling. Ook was er nog ruimte voor vragen, waardoor alles wel weer een stukje duidelijker is geworden dus dat is fijn. Natuurlijk was het ook leuk om iedereen weer te zien! Hieronder is de aangepaste contentadviesvraag te lezen:

Hoe kunnen we de huidige content op de website van TEAM optimaliseren aan de hand van SEO om meer websiteverkeer te genereren en de vindbaarheid voor de juiste doelgroep te verbeteren?

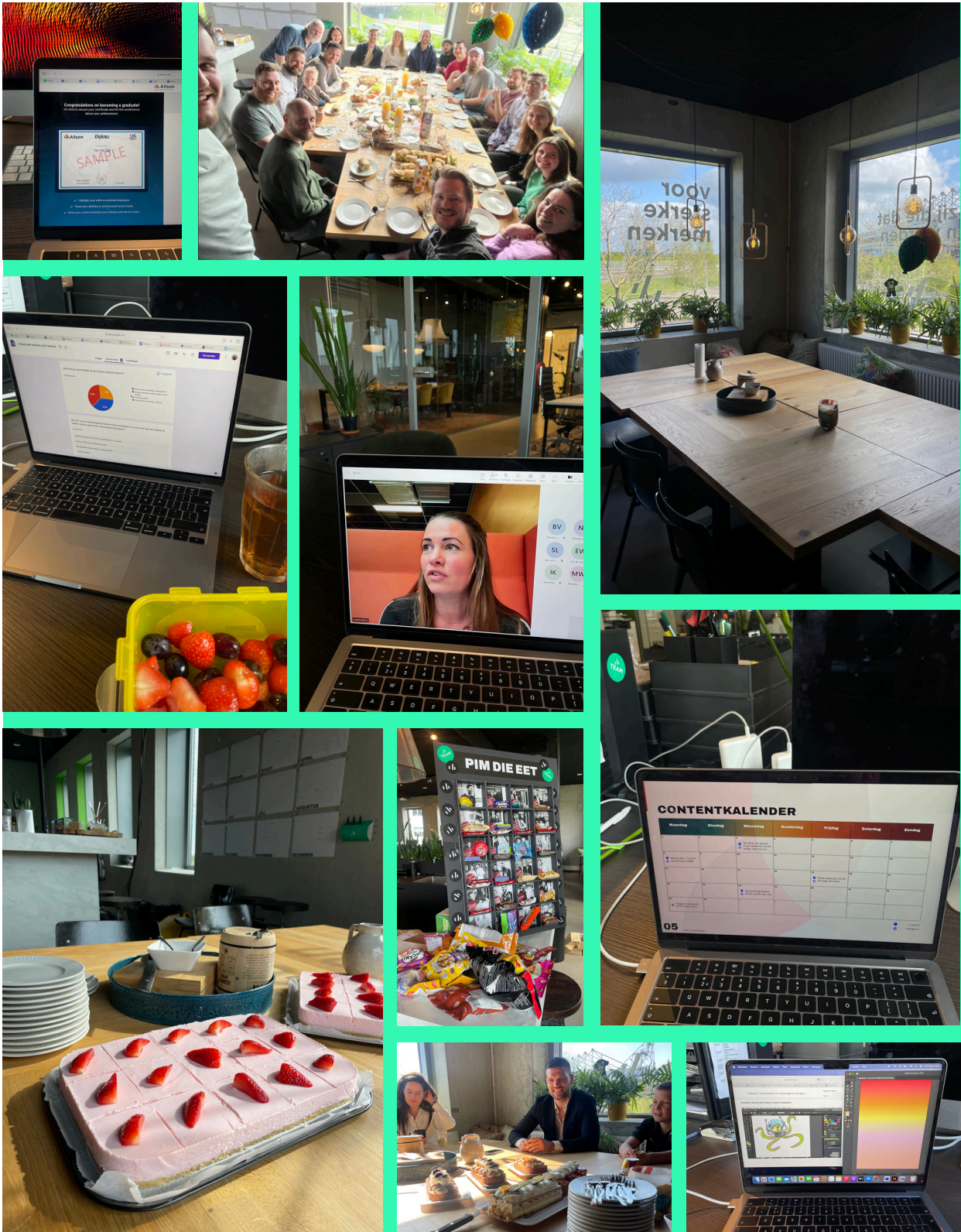


Week 12

Zaterdag 20 april was ik jarig en dit hebben we maandag op kantoor gevierd. Ik heb getrakteerd op taart en ik heb nog een leuk cadeautje gekregen. Verder ben ik vandaag nog bezig geweest met het zo ver mogelijk afmaken van het advies. Vandaag was namelijk de deadline voor het eerste feedback moment. Dinsdag ben ik begonnen met een Adobe cursus over Illustrator. Ik heb een website gevonden waar je gratis verschillende cursussen kunt volgen en kunt afronden met een certificaat. Er zijn verschillende Adobe cursussen die ik graag wil gaan doen om zo meer kennis over deze programma's te krijgen. In veel vacatures binnen het werkgebied is Adobe een veel gevraagde vaardigheid, dus z'n certificaat past mooi op mijn cv. Daarnaast is het natuurlijk ook een goede toevoeging aan mijn stage portfolio aangezien iedereen binnen TEAM ook gebruik maakt van alle Adobe programma's. De cursus duurde best wel lang, dus hier ben ik uiteindelijk bijna de hele dag mee bezig geweest. Eind van de middag had ik nog een gesprekje met Mike over mijn schooldag afgelopen week. Verder hadden we het over de laatste updates, mijn gemaakte werk en de dingen die ik nog graag zou willen leren. Woensdag ben ik verdergegaan met een volgende cursus, namelijk die over Adobe premiere pro. Ook hier ben ik de hele dag mee bezig geweest. Donderdag heb ik een dag meegewerkt met Victor. Hij is copywriter binnen TEAM en dit is iets wat mij ook wel leuk lijkt. Hij heeft mij verschillende dingen verteld over zijn werkzaamheden en ik heb gewerkt aan een uitnodigingstekst voor het bedrijf Gils. Dit vond ik erg leuk om te doen en toen was de week alweer voorbij. Hieronder is een van mij behaalde certificaten te zien van de Adobe cursus.



April in foto's



Week 13

Deze week ben ik vooral bezig geweest met het contentadvies. Hiervoor heb ik content gemaakt en getest op Instagram aan de hand van een A/B test. Ik heb een to do list gemaakt, zodat ik een duidelijk overzicht heb voor mezelf wat er nog allemaal moet gebeuren. Woensdag was het de dag van de arbeid. Hiervoor hebben we een grappige video gemaakt voor op de Instagram van TEAM. Daarna had ik nog een overleg met Mike over de shoot van donderdag. Hij vertelde hoe alles er precies uit komt te zien die dag en wat er van mij wordt verwacht. Mijn taak is om alle shots af te vinken en in de gaten te houden of we alles op beeld hebben staan wat op de spotlist staat. Ook moest ik de tijd bewaken, om te zorgen dat we niet te lang bezig zijn met een bepaald shot. Daarnaast ga ik ook weer behind the scenes beelden maken. De volgende dag was het zo ver. Ik had de ochtend vrij, want deze shoot moest gefilmd worden in het donker voor het bedrijf sportverlichting. Het gaat dus een lange avond worden. We vertrokken twee uur richting de tennisbaan in Bathmen. Dit was een overdekte hal waar eerst een tennisser op beeld werd gezet met de lampen van sportverlichting als hoofdonderwerp. Mijn verantwoordelijkheid was om de personen op beeld een formulier te laten tekenen waarop ze akkoord geven op het gebruik van de beelden. Ongeveer anderhalf uur later reden we door naar de volgende locatie, namelijk het voetbalstadion van Heracles. Hier gingen we eerst alles opbouwen en daarna hebben we met z'n allen lekker gegeten. Daarna was het donker genoeg om te beginnen met filmen. Hier hebben we een volwassen voetballer met een kleiner jongentje gefilmd. Toen alles hier op beeld stond moest alles weer afgebroken en verplaatst worden naar de laatste locatie van de avond, namelijk het trainingsveld naast het stadion. Hier hebben we de laatste beelden gemaakt. Uiteindelijk waren we kwart voor drie weer terug op kantoor in Heerenveen. Wel een lange dag, maar wel erg leuk om eens bij z'n grotere productie te zijn. Ik heb tijdens deze dag verschillende Instagram story gemaakt om de volgers mee te nemen achter de schermen. Daarnaast heb ik allemaal behind the scenes foto's en video's gemaakt. Een aantal van deze foto's zijn hieronder te zien:



Week 14

Deze week is alweer de laatste week voor de deadline. Maandag 13 mei moet alles ingeleverd zijn, dus deze week moest er nog even geknald worden voor de laatste loodjes in het advies en mijn portfolio. Deze stage week had maar drie dagen vanwege Hemelvaart, dus een lekker kort weekje. Alleen dit betekent wel ook maar drie dagen om alles af te krijgen voor de deadline. Hierdoor voelde ik deze week wel veel tijdsdruk om alles op tijd af te krijgen. Deze week heb ik feedback ontvangen vanuit school, wat ik vervolgens heb verwerkt. Daarnaast heb ik de laatste punten van feedback verzameld bij mijn collega's en toegevoegd in mijn portfolio en advies. Ik heb verschillende reflecties geschreven en ik heb het advies uitwerkt tot een eindconclusie. Helaas bleek alles toch wel wat meer werk te zijn dan ik had gedacht, waardoor ik woensdag nog niet alles heb kunnen afronden. Vandaar dat ik ook het hele weekend nog bezig ben geweest. Het was een intensieve, maar nuttige week waarin ik nog veel heb kunnen doen. Ik wacht nog op de laatste feedback en evaluatieformulieren en dan ben ik klaar om alles in te leveren. Hieronder is nog een stukje feedback te lezen die ik deze week heb ontvangen over mijn gemaakte Instagram stories.



Hey Iris,

Bij deze een stukkie feedback voor jouw bewijsvoering:

Tips

- Goed dat je uit jezelf al filmt, maar probeer soms iets meer "out of the box" te denken (lekkere cliché, I know). Denk hierbij aan een geinig shot waarin je een collega verrast of een grapje uithaalt ofzo. Kan allemaal!
- Wanneer we in onze stories een tekst zetten, doen we dit vaak met een wat "losse" vibe, denk aan een woordgrapje o.i.d. het mag een lichtelijk droge ondertoon hebben mits dat past bij de klant.

Top

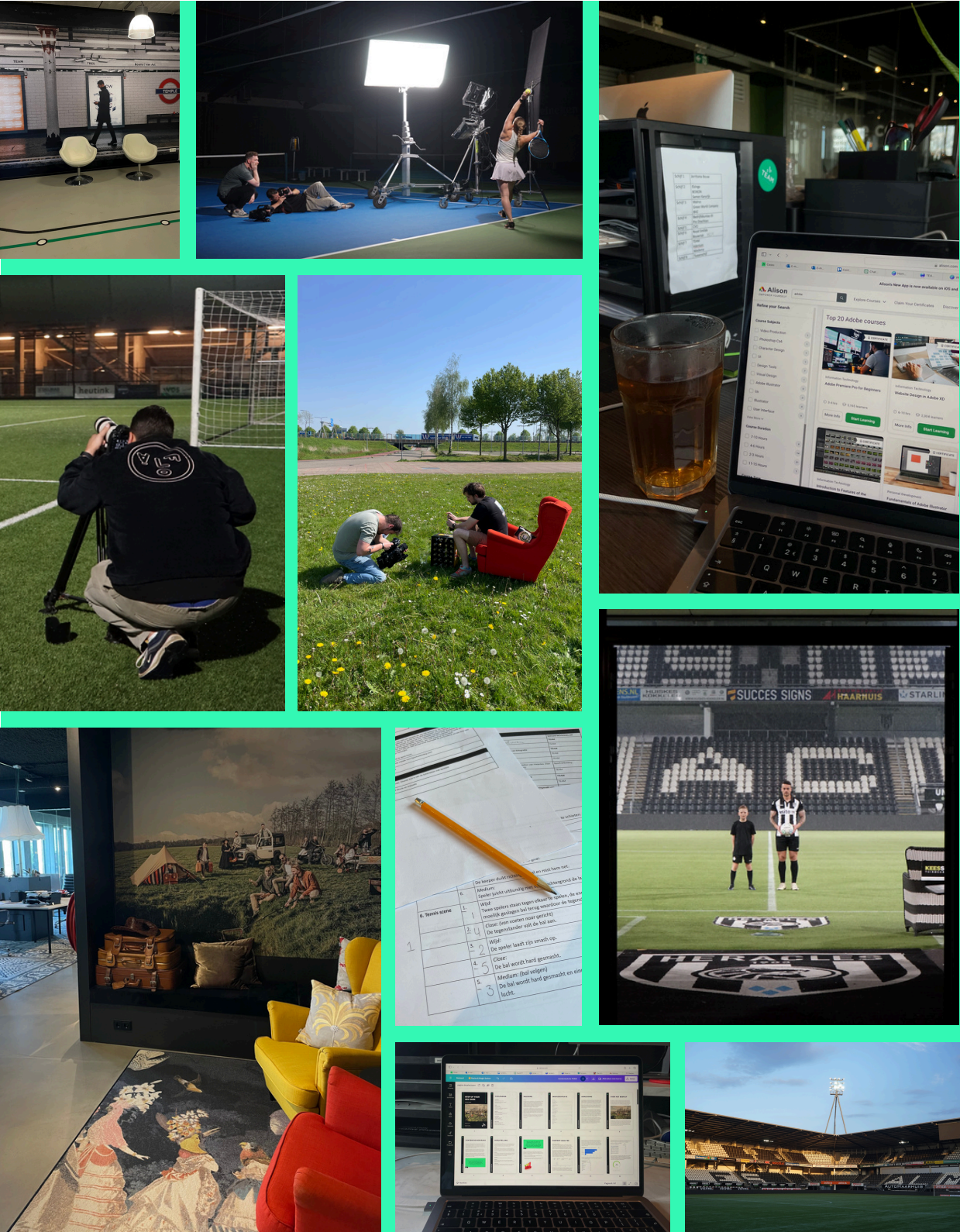
- Je pakt het goed op, wanneer wat tijdens het schieten wel eens vergeten om iets op social media te gooien zie ik jou geregeld met je telefoon al behind the scenes footage schieten, dus dat is goed!
- Goed dat je ook zelf al dingen durft te plaatsen zonder alles langs ons te halen, assertiviteit "goes a long way"

Met vriendelijke groet,

Stefan de Vries
Content creative | De Klik



Mei in foto's



BIJLAGE

Presentatie eerste stagegesprek

AFSTUDEERSTAGE TEAM
CONTENTADVIESVRAAG EN WERKZAAMHEDEN



PAGE 02

TEAM
LIVE YOUR BRAND

INHOUD

- Contentadviesvraag
- Werkzaamheden
- Persoonlijke profilering
- Globale planning

PAGE 03

CONTENTADVIESVRAAG

"Hoe kunnen we de huidige content op de website van TEAM optimaliseren aan de hand van SEO, om zo de vindbaarheid te verbeteren?"



PAGE 04

WERKZAAMHEDEN

- Meewerken met opdrachten
- Content maken
- Mee op shoot dagen
- Fotografie, video, teksten



PAGE 05

PERSOONLIJKE PROFILERING

- Competentie 1 - Analyseren en onderzoeken
- Competentie 2 - Communicatie beleid ontwikkelen en adviseren
- Competentie 3 - Plannen en organiseren
- Competentie 4 - Creëren en realiseren
- Competentie 5 - Representeren



PAGE 06

GLOBALE PLANNING

- Week 1 t/m 4 = Kennismaken, vooronderzoek, adviesvraag opstellen
- Week 5 = Startgesprek geweest, contentadviesvraag definitief, contentanalyse
- Week 6 t/m 7 = Contentanalyse
- Week 8 = Contentuitgangspunten + strategie
- Week 9 = Strategie verder uitwerken en onderbouwen
- Week 10 = Voorbeeldcontent + onderdeel testen
- Week 11 = Contentcreatie + onderdeel planning
- Week 12 = Concept inleveren voor feedback
- Week 13 t/m 14 = Feedback terug ontvangen en verwerken
- Week 15 = Inleveren eerste poging (maandag 13 mei)



Adobe certificaten

Congratulations on becoming a graduate!

It's time to secure your certificate and let the world know about your achievement.



- ✓ Highlight your skills to potential employers
- ✓ Share your abilities on professional social media
- ✓ Show your current employer your initiative and drive to learn

Congratulations on becoming a graduate!

You scored 96%

It's time to secure your certificate and let the world know about your achievement.



- ✓ Highlight your skills to potential employers
- ✓ Share your abilities on professional social media
- ✓ Show your current employer your initiative and drive to learn

Congratulations on becoming a graduate!

You scored 95%

It's time to secure your certificate and let the world know about your achievement.



- ✓ Highlight your skills to potential employers
- ✓ Share your abilities on professional social media
- ✓ Show your current employer your initiative and drive to learn

Eind beoordeling

Zie de volgende twee pagina's voor de eindbeoordeling die ik heb gekregen op mijn stage van mijn stagebegeleider Mike. Ik ben blij met de gekregen feedback en ik kan mezelf hier wel in vinden. Het leerpunt die Mike meegeeft is voor mij een vaker terugkomend punt waar ik de komende weken nog aan kan gaan werken.



Student: Iris van Dijk

Studentnummer: 4913264

Datum: 13-05-2024

Stage organisatie: TEAM Live Your Brand

Stage docent: Brenda Speelman

Met dit formulier wordt het eindwerk zo goed mogelijk ondersteund. Het geeft een volledig beeld vanuit de stageorganisatie over de ontwikkeling, groei en bijdrage van de student tijdens de afstudeerstage.

Hoe heeft de student gefunctioneerd en zich professioneel ontwikkeld als Online Contentcreator?

Iris heeft zich in haar tijd hier verder kunnen ontwikkelen als contentcreator, vooral op uitvoerend vlak. Ze is veel meegeweest op verschillende soorten shoots en heeft daarbij ook kennis kunnen maken met de verschillende aspecten op het gebied van contentcreatie. Van social content tot brand movies heeft Iris mee kunnen maken.

Hoe is het eindwerk ontvangen? Contentadvies en Portfolio?

Iris heeft zich overduidelijk verdiept in het onderwerp met haar contentadvies. Daarnaast heeft ze opdrachten uit kunnen voeren waar we zeker wel bruikbare dingen uit hebben kunnen halen en wat mee kunnen, overall goed ontvangen.

Hoe heeft de student zich persoonlijk ontwikkeld?

TEAM is een organisatie waar je vaak een beetje in het diepe gegooit wordt. Hoewel we ondersteuning bieden vinden we het ook belangrijk dat mensen initiatief tonen. Dit is gedurende de stage vind ik, verbeterd bij Iris. Ze heeft hier persoonlijke een mooie slag kunnen slaan.

Waar kan de student zichzelf nog verbeteren?

Iris mag zichzelf wat vaker laten zien. Meer initiatief tonen en soms wat meer op de voorgrond staan. Wat haar gevraagd doet voert ze goed uit, maar er is nog ruimte voor ontwikkeling binnen het initiatief nemen.

Wat zou je de student nog willen meegeven?

Durf! Laat jezelf zien en geef een mening. Dit maakt je sterk, geeft je vertrouwen en daarmee laat je duidelijk zien dat je kennis hebt van hetgeen wat je maakt. Je weet het wel, je mag het ook zeggen. Als je dit meer weet toe te passen komt het helemaal goed.

Naam stagebegeleider: Mike Wortel

Datum: 13-05-2024

Handtekening voor akkoord stage:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mike Wortel', written in a cursive style.