

PEOPLE
IGNORE
DESIGN
THAT
IGNORES
PEOPLE



STAGIE

Periode
Februari - Juli 2019

CAMPAGNE

Charloisse Lagedijk 536
Stephan Butter
Stephan@campagne.nl
www.campagne.nl

COEN MARKUS

0938035
Communicatie & multimedia design
Mariniersweg 82
Coen_Markus@hotmail.com
www.markuss.nl



INHOUD

Colofoon	2
Stagebedrijf Beschrijving van het bedrijf	4 - 7
Vormgeven van interactie Leerdoel 1	8 - 12
Concepting ontwikkeling Leerdoel 2	13 - 17
Weet wat je product doet Leerdoel 3	18 - 21
Professionaliseren	22 - 26
Samenwerken	27 - 29
Inrichten ontwerpproces	30 - 33
Onderzoek	34 - 37
Reflectie gehele stage	38
Voorgangsgesprek	39 - 40
Bijlagen	41 +

campagne

In mijn zoektocht naar een stage heb ik grof gezegd 50 bedrijven benaderd door middel van een mailing. 9 van deze bedrijven hebben ook daadwerkelijk gereageerd om op een kennismakingsgesprek te komen. Hier ben ik ook op bezoek geweest.

Bij het eerste gesprek gaf het bedrijf al aan dat ze me wel wilden aannemen maar ik ben niet voor de eerste en de beste gegaan. Wat zeg ik, ben natuurlijk wel voor de beste gegaan!



Keuze stagebedrijf

Van al de leuke en minder leuke sollicitaties die ik heb gehad was er een die bleef hangen en voor mij het meest vertrouwd en professioneel overkwam en dat was Campagne. Het is een relatief klein bedrijf voor de jaren met ervaring die ze hebben. Het bedrijf bestaat sinds 30 dec 1981. Het is begonnen als reclamebureau en uitgroeid tot een allround communicatiebureau. Ze staan ervoor om klanten uit vaste patronen te halen. Met nieuwe inzichten, data, creatieve, heldere ideeën en integrale oplossingen die borg staan voor energie én resultaat. In Nederland en daarbuiten. De core business bestaat uit complexe vragen omzetten naar een krachtige strategie. Van logisch denken naar creatieve magie. De uitwerkingen zijn opvallend, verrassend, effectief en versterken de kracht van het merk. Dit kan bestaan uit een website, app, folder, video, fotografie of concepten waarbij hele events te pas komen. Het ging niet altijd even goed, met de crisis hebben ze een flinke klap gehad en is het bedrijf geslonken. Vandaag de dag zijn ze weer helemaal terug en opnieuw aan het uitbreiden!

Werkwijze

Bij Campagne gaan ze niet zomaar aan de slag. Vanuit nieuwsgierigheid gaan we op zoek naar relevante insights. De 'liberator' (het unieke idee) komt boven tafel als je je doelgroep kent en begrijpt. Daarbij gaat het niet alleen om wat ze doen, maar vooral zom waarom ze dat doen. Door onderzoek wordt dit duidelijk en op basis van die inzichten, weten wat er echt speelt. Ik kan je complexe vragen omzetten naar een krachtige strategie. De uitwerkingen zijn opvallend, verrassend, effectief en versterken de kracht van het merk.

Slim nadenken en handelen om het maximale te bereiken staan hierbij centraal. Iets wat erg belangrijk is voor een ontwerper. Door hier mijn stage te lopen hoop ik dit onder de knie te krijgen. Hierom en de goede klik die we hadden denk ik dat Campagne mij goed zal doen als stagebedrijf.



Doelstellingen Campagne op korte en lange termijn. Tot 2020.



Bedrijf/organisatie-cultuur

Organisatiecultuur is de verzameling van normen, waarden en gedragswijzingen die gedeeld worden binnen het bedrijf. Bedrijfscultuur binnen Campagne bestaat eigenlijk uit een combinatie van meerdere culturen. De twee die ik vooral vind aansluiten bij het bedrijf zijn:

Personencultuur

De personencultuur kenmerkt zich door prioriteit te geven aan het individu binnen de organisatie. Het bedrijf staat als het ware in dienst van de medewerkers. Er is veel gelijkheid op de werkvloer.

Taakcultuur.

De taakcultuur kenmerkt zich door taakgerichtheid en professionaliteit. Elke afdeling van de organisatie heeft een grote zelfstandigheid en verantwoordelijkheid. Het behalen van doelgericht resultaat is de grote drijfveer binnen het bedrijf. Er wordt gebruik

gemaakt van freelancers, als stagiar word je hetzelfde behandeld als de andere werknemers. Je kan zo bij de manager of art director binnenstappen zonder probleem. Er is een goede werkverdeling waardoor ieder kan focussen op zijn eigen professie.

AMIN

Campagne is lid van AMIN. Een wereldwijd netwerk van onafhankelijke communicatiebureaus. Dankzij dit internationale netwerk kunnen wij onze klanten voorzien van lokale kennis en creativiteit in de belangrijkste markten over de hele wereld. Alle bureaus in het AMIN-netwerk opereren zelfstandig, het management is aanspreekpunt, per land is er één reclamebureau aangesloten waardoor de samenwerking tot bijzondere resultaten leidt.



ORGANIGRAM



VORMGEVEN VAN INTERACTIE

Wat?: Ik wil zelfstandig een website kunnen ontwerpen die aansluit bij de afgesproken huisstijl, esthetisch correct is vormgegeven en functioneert zoals verwacht wordt.

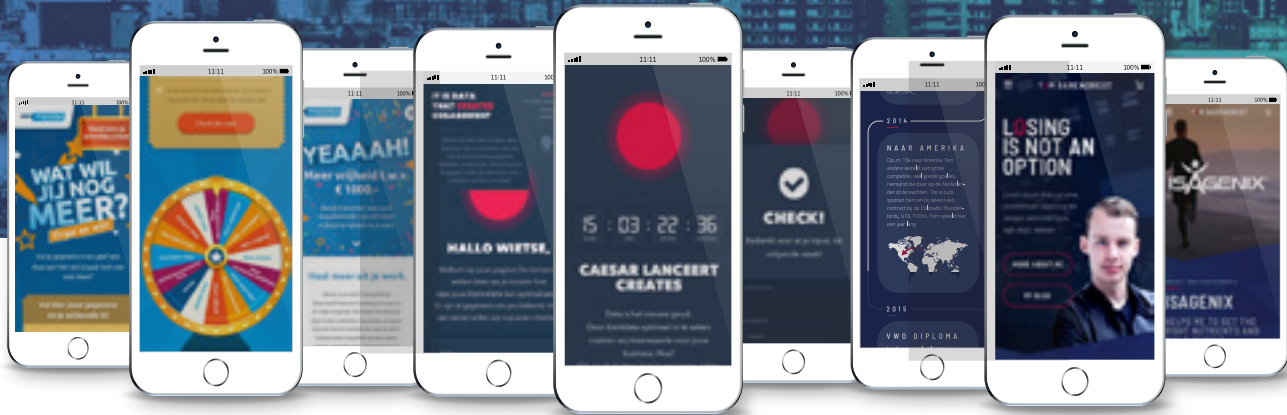
Het vervaardigen van interactie design. Het ontwerpen van interfaces die je met je vingers bedient en doorheen klikt. Dit kan een app of website zijn voor een mobile device of desktop. Gemaakt vanuit (eigen) sitemap schetsen tot het document dat afgeleverd wordt aan de programmeur. Keuzes die ik gemaakt heb, kan ik onderbouwen waardoor ik zelfstandig beslissingen kan maken met betrekking tot design en interactie op de webpagina.

Waarom?: Online en interactie heb ik nog weinig van in mijn portfolio maar is een groot onderdeel van een user experience designer. Echter heb ik geen professionele ervaring met het ontwerpen van websites of apps voor mobile device of desktop. Ik wil hier graag meer over leren en ervaring opdoen om zo een completere ontwerper te zijn.

Ik wil ook niet meer afhankelijk zijn van programma's als Mobirise of Wordpress om een website te zetten en wil leren samenwerken met programmeur(s).

Hoe?: Professioneel ontwerpen van wire-frames en schermen om zo een goed gebruiksvriendelijk interactief ontwerp te maken dat aansluit bij de opdrachtgever en gebruiker.

- Onderzoek welke functies onder welke pagina's gaan komen en bedenken hoe je deze functies vorm gaat geven met usability als meetlat. Maak schetsen van onder andere site-maps en schermen. (Conceptontwikkeling)
- Usability testing a.d.h.v. paper prototype/demo programma's als Marvel & Invision. Test hiermee de flow van je interactieve product, sitemap & wireframe. (Onderzoeken)
- Het ontwerp presenteren en bespreken met de opdrachtgever en/of account.
- Na akkoord van de opdrachtgever en andere belanghebbende wordt de opdracht tot in detail nauwkeurig uitgewerkt door de programmeurs en eventuele problemen of aanpassingen worden besproken. (Realiseren)



Situatie

Samen met mij stagebegeleider Stephan zijn wij de interaction & UX-designers van het productieteam binnen Campagne (stagebedrijf).

Ik heb nog weinig ervaring met het ontwerpen van interactie op professioneel niveau en ben op dit gebied onzeker in het maken van ontwerpkeuzes op eigen intuïtie. Dit wordt uitgewerkt in het programma Sketch waar ik nog weinig tot geen software kennis van heb. Voor een opdracht worden de ontwerpcriteria van de klant gebriefd door account, zij lopen met ons door de opdracht heen, leggen de wensen van de klant bij ons neer en onderhouden het klantencontact. Ik mag aan verschillende interactieve producten meewerken of zelfstandig uitvoeren onder de supervisie

van Stephan. Grote opdrachten denken we samen uit en we overwegen keuzes waarna taken worden verdeeld. Bij evaluaties intern of met de klant word ik meegenomen in het overleg. Er wordt van mij verwacht dat ik weloverwogen ontwerpkeuzes maak die doeltreffend zijn en de usability versterken. Ik krijg veel inspraak over de opdrachten, er worden ontwerp vragen bij me neergelegd en mijn inzichten worden meegenomen.

Taak

Ik ben hier om te helpen en te leren over het ontwerpen van interactie, gebruiksvriendelijkheid en user experience. Dit doe ik als stagiair van Stephan. Er wordt verwacht dat ik een leergierige en enthousiaste houding aanneem. Ik denk mee, doe onderzoek en realiseer; creatieve concepten, functionaliteiten, touchpoints, scherm schetsen, sitemaps, flowcharts, desktopsite, mobile responsive en clickable prototype. De user experience staat hierbij centraal. Om dit te kunnen verwirkelijken leer ik werken met Sketch en Invision. Deze skills ga ik trainen om zo een sterke interaction designer te worden als mijn stagebegeleider Stephan.

Acties

Ik ben begonnen met het responsive maken van desktopontwerpen voor STL 'WatWilJijNogMeer (bijlage 1)' en het toevoegen van een call to action, dit was onwettig door het gebrek aan ervaring in Sketch en interaction designen.

Na een week mocht ik zelfstandig een website designen voor Tom Barendregt (bijlage 2). Hiervoor ben ik in het diepe gegooid. Ik heb me goed voorbereid door mezelf te verdiepen in het product, persoon, vergelijkbare functionaliteiten en infographic's op andere media uitgingen. Schetsen, ideeën uitschrijven, proberen, veel feedback vragen en spieken bij Stephan. Ik heb in 7 werkdagen de website opgezet. Ik vond het lastig om lang aan 1 project te werken en was zelden tevreden met mijn ontwerpen. Heb veel versies gemaakt tot de uiteindelijk opgeleverde bij de programmeur. We hebben later nog een meeting gehad met Tom Barendregt om zijn website door te nemen. (<http://tombarendregt.previewzone.nl/>)

Creates (bijlage 3). Hiervoor hadden we een marketingbespreking met 5 andere personen uit het bedrijf. Er was al een plan maar ik kon toch inbreng geven m.b.t interactie in de bol. Voor Creates heb ik veel aanpassingen of toevoegingen

gedaan die soms lastig te doen waren zonder de usability te verzwakken. Ik heb verschillende dingen geprobeerd, feedback gevraagd en oplossingen onderzocht. Gebruikte bron: <https://www.cygnismedia.com/blog/15-interaction-design-tips/>

Santeon (bijlage 4), een grote website. Stephan en ik zijn gebriefd, ik heb noties gemaakt. Na de briefing heb ik alle gerelateerde documenten uitgeprint, mezelf ingelezen en aantekeningen gemaakt ter voorbereiding op het uitdenken en brainstormen over de website. Ik ben met Stephan gaan zitten om de grote berg content in een website te gieten die AAA scoort op de toegankelijkheidsrichtlijnen. We hebben eerst bedacht wat op welke pagina gaat komen en zijn wireframes gaan schetsen. We hebben verschillende functionaliteit en pagina/menustructuren uitgedacht. Van dit resultaat heb ik een sitemap gemaakt. Ook heb ik een deel van de wireframes/functioneel ontwerpen (21x bijlage 4) gemaakt, door goede schetsen was dit makkelijk. We hebben dit gepresenteerd aan account en keuzes voorgedragen. Na akkoord hebben we de pagina's verdeeld en zijn we gaan uitwerken. De samenwerking met Stephan gaat echt goed. Hij heeft veel ervaring in het ontwerpen van interactieve uitingen en ik leer veel van hem.



In de bijla ge vindt u uitvergrotingen

Schetsen, functies testen en uitwerken pagina's WPFPG (Bijlage 5). Het resultaat in Invision gezet om mijn keuzes te testen. Invision functies ontdekken (<https://www.invisionapp.com/studio/learn>). Correcties die ik zag heb ik geëvalueerd met Stephan en aangepast. Het voelt goed om een sterk ontwerp aan te leveren. <https://projects.invisionapp.com/prototype/WPFPG-cjsx2cepn002jsg01a71fi408/play/e6a035c5>

Voor Prosper (Bijlage 6) heb ik de website responsive voor telefoon gemaakt en een Invision prototype gemaakt. Dit werd gebruikt om te presenteren aan de klant.

Voor HaMarketing (Bijlage 8) heb ik een nieuwe product pagina ontworpen met een speciale price selection functie en interactief gemaakt in Invision om dit te testen en presenteren.



Resultaat

Bij het responsive maken heb je niet veel eigen inbreng maar het hielp goed om in te zien in wat de standards zijn binnen mobile designs. Door te kijken in oude sketch bestanden en vragen om feedback ging dit goed. (SLT Bijlage 1)

Tom Barendregt bleef ik te lang hangen in de content, ik had eerder moeten starten met de pagina's opstellen en digitaal werken. Dit probeerde ik makkelijk te maken voor mezelf door dingen uit Illustrator naar sketch te kopiëren, dit werkte alleen voor kleine objecten. De infographic moest ik opnieuw maken in Sketch wat frustrerend was. Ik heb bij dit project veel geleerd over het lezen van een pagina en hoe essentieel koppen en subkoppen zijn om je gebruiker te sturen.

Het variëren in plaatsing en structuur van content speelt hierbij een grote rol.

Het was een lang project, ik vond het soms lastig om dag in en uit met hetzelfde bezig te zijn.

Creates moest snel en veel mensen uit het bedrijf hadden hier een aandeel in. Met een hogere werkdruk en snel resultaat nodig voor een creatief concept. Bij mezelf de UX-speerpunten weer opgefrist om de van mij gevraagde interacties correct te verwerken in de pagina's. Ik kreeg als feedback dat ik goed secuur kan werken omdat ik zonder tegenslagen of fouten de punten wist te verwerken.

Santeon: Door een goed relevante en snelle voorbereiding heb ik mezelf sterk ingezet bij het uitdenken van de website. De samenwerking met Stephan ervaart hij als prettig en ziet mij als een gelijkgestemde. Het maken van een sitemap was goede input voor een grote website als deze. Hierdoor en door Invision was de flow goed te presenteren aan derde en belanghebbenden. Mijn bewustwording van interactie is erg versterkt door Invision, hierdoor heb ik verschillende ontwerpen kunnen testen op usability en kunnen presenteren.

Reflectie

Het moeilijkste aan interaction design vond ik van start gaan, het proces kwam al snel stil te staan. Ik was onzeker in keuzes maken waarbij ik niet wist waar ik op moet letten. Door het te doen, dingen te proberen, steeds resultaten evalueren en feedback te vragen wordt je ontwerp completer en gebruiksvriendelijker. Door te testen krijg je ervaring, leer je sneller ontwerpkeuzes maken in de toekomst en zie je hoe je gebruiker denkt.

Ik kan het interaction designproces nu zelf en doe dit van het begin tot het einde. Ik ben er nog niet als UX-designer, maar ik ben goed onderweg. Door goed te kijken hoe anderen werken, ervaring opdoen en feedback te vragen valt alles te leren. Op deze manier heb ik verschillende ontwerpen voor Campagne weten te maken waar ik trots op ben.

In de loop van m'n stage wist ik beter wat ik aan het doen was en waren er minder versies nodig voor de definitieve. Ik kan bewuster keuzes maken en onderbouwen die resulteren tot een gebruiksvriendelijk product. Als ik kijk naar wat ik hier geleerd heb en de toffe opdrachten die ik heb mogen doen, heb ik dit leerdoel behaald voor 80%. Alleen dit loopt langzaam af als je niks doet want je zal op dit gebied altijd moeten blijven leren, ontwikkelen en meegaan met techniek.

Transfer

Het leerproces dat ik hier begonnen ben wil ik door gaan zetten. In dit vak ben eigenlijk nooit klaar met ontdekken en kan je altijd dingen leren om een betere ontwerper te worden. Ik ervaar veel plezier in het vak en dit wordt gezien. Ik mag hier blijven werken na mijn stage. Zo kan ik mijn design skills dagelijks blijven beoefenen en mezelf nog verder ontwikkelen op dit gebied. Dingen als content filteren, pagina lay-out, gebruik van sketch, interactie vormgeven, menu structuren enz. kan ik nog veel meer over leren en ervaring mee opdoen. Als ik zie hoeveel ervaring ik al rijk ben na dit halfjaar ben ik benieuwd wat de toekomst nog te bieden heeft!

CONCEPT ONTWIKKELING

Wat?: Concept ontwikkeling. Iets wat vaak een lastig onderdeel is: een sterk concept bedenken dat aansluit bij de opdrachtgever en de doelgroep. Dit is iets wat niet altijd even makkelijk ging tijdens de samenwerking op school. Ik ben benieuwd hoe de creativiteit wordt gemotiveerd in een bedrijf als Campagne en hoe komen hier Campagne waardige concepten uit? Wat voor technieken worden er gebruikt en kan ik dit proces vervaardigen en in beeld krijgen.

Waarom?: In mijn opleiding is de term 'creatieve technieken' een bekend begrip en ideevorming behoort tot een van onze competenties, een onderdeel dat lastig meetbaar is en voor veel mensen moeilijk te omvatten of te forceren. Zelf vind ik dit het meest frustrerend onderdeel, zoekend naar de passende oplossing of een idee. Als dit niet lukt kom je nergens of maak je iets dat uiteindelijk niet gaat werken. Een cruciaal onderdeel waar ik beter in wil worden.

Hoe?: Dit onderdeel wordt uitgevoerd door de art-directors Bart en John, zei bedenken bijna alle strategische concepten zijn verantwoordelijk voor de creatieve output en denken met je mee. Ik zou de kennis van Bart en John willen opdoen om het bedenken van concepten te leren. Als ik hun werkwijze door heb wil ik deze zelf gaan beoefenen op bijvoorbeeld een nieuwe opdracht voor campagne of kleinere onderdelen van een grote opdracht. Naast John en Bart is er natuurlijk ook nog mijn begeleider Stephan hij is ook erg creatief en zit vol goede ideeën.

Situatie

Een ijzersterk idee is vrijwel het belangrijkste voor een concept. Alleen hoe kom je hierop? Dit kan soms makkelijk gaan maar ook heel erg moeizaam. De manier waarop je brein ideeën genereert en oplossingen bedenkt kan je stimuleren. Ik heb meegewerkt aan concepten. Soms stapte ik half in het project en heb ik ideeën bedacht op ontwerp oplossingen of heb meegedacht aan een concept of website.

Taak

Ik ben ingezet om ontwerp oplossingen te bedenken voor verschillende opdrachten of nieuwe concepten. Het was de bedoeling dat ik functionaliteiten bedenk en toevoeg die gebruiksvriendelijk zijn. Dit mag niet afwijken van de huisstijl of het concept. Ik woon besprekingen bijgewoond wa arin ik meedenk voor een nieuw concepten of verdere uitwerkingen van een bestaand concept. Hierbij dacht ik vanuit de gebruiker, conversie, functionaliteit en de doelstelling. Ik heb mezelf voorgenomen om de inbreng van andere te evalueren en de bron van het idee te achterhalen.

Acties

Voor Tom Barendregt heb ik onder andere nagedacht over de uitvoering van de sportprestaties pagina. Ik heb inspiratie opgedaan door verschillende infographics en sportpagina's te bezoeken, ik heb schetsen gemaakt en gespard met Stephan over mijn ideeën voor de uitwerking.

Ik heb meegedacht in de creatieve sessie voor Creates, Dit was in de vorm van een presentatie en brainstormsessie. Voor een nieuw concept waarvoor ik pagina's heb gemaakt en functionaliteiten heb bedacht. Ik heb opgelet wat voor ideeën gedeeld werden tijdens de meeting en hoe de creativiteit werd ingezet tijdens deze sessie.

Santeon heb ik vanaf het begin tot het eind aan meegewerkt. Samen met Stephan zijn we een aantal keer apart gaan zitten om de insteek, functionaliteiten en de indeling van de pagina's te bedenken. Hierbij heb ik opgelet welke stappen we allemaal ondernomen hebben.

De zelfstandige opdracht die ik heb gedaan voor HaMarketing! waarbij ik een ontwerp heb gemaakt voor de prijsindicatie pagina met een creatieve insteek. Ik heb onderzoek gedaan naar andere prijs indicatoren in dezelfde branche en daarbuiten. Vervolgens heb ik schetsen gemaakt om bepaalde ideeën beter voor me te zien. Uitkomsten heb ik geëvalueerd met André (de manager) en Stephan.

Acties

Voor Rachel (stagiair account) heb ik meegedacht voor haar afstudeeropdracht. We hebben een mindmap gemaakt voor namen en nieuwe touchpoints voor het concept. Mijn idee voor een optionele naam is het uiteindelijk geworden en ik heb een touchpoint bedacht dat de primaire en secundaire doelgroep binnen dit concept met elkaar brengt in de vorm van een spel.

Gedurende mijn stageperiode heb ik constant opgelet hoe collega's te werk gaan. Als ik vastliep of te weinig inspiratie had heb ik manieren bedacht om hier doorheen te komen. Ik ben buiten gaan lopen in pauzes, heb design platformen gezocht als: <https://www.elegantthemes.com/blog/resources/bad-web-design-a-look-at-the-most-hilariously-terrible-websites-from-around-the-web>, <https://www.awwwards.com/websites/>, <https://uxplanet.org/>, gedachten verzetten en ontspannen doormiddel van muziek, feedback gevraagd om samen verder te denken.

Resultaat

Door mee te draaien in grotere opdrachten en de kickoff's hiervan, kon ik zien hoe hier bij een tof bedrijf als Campagne ideeën tot stand komen. De strategie met de doelstelling die hieraan verbonden zit wordt bedacht door een van de strategen uit het bedrijf, gezamenlijk met de art-directors wordt dit vertaald naar een uniek concept wat gepresenteerd en gepitcht wordt aan het productieteam (waar ik deel van uit maak). Tijdens zo een presentatie wordt het idee verder uitgedacht, de volgende stappen worden verdeeld en de uitingen krijgen vorm. Door dit proces gezamenlijk te doen blijft de kraan van mogelijke oplossingen en ideeën stromen waardoor het concept uitgewerkt kan gaan worden. Doordat ik dit proces inzie begrijp ik nu hoe essentieel de samenwerking en hierbij de rolverdeling is voor een goed creatief proces met een sterk concept als uitkomst.

Door een pitch of briefing van account krijg ik al vaak ideeën voor de uitwerking. Na een snelle schets begin ik met het realiseren hiervan. Uiteindelijk loop ik soms vast of ben niet tevreden met het resultaat. Ik probeer hier uit te komen door te schetsen maar dit werkt niet altijd door gebrek aan inspiratie. Op zulke momenten helpt het voor mij om opzoek te gaan naar wat voor oplossingen andere ontwerpers toepassen, hoe ze dit vormgegeven en de beleving hierachter. Zo krijg ik goede inspiratie voor mijn eigen weg naar een passende ontwerpoplossing. Naast dat volg ik platvormen als awwwards en Uldesign-patterns Dit helpt voor goede gedachtestroom. De beste gedachtestroom die je nog kan hebben is die in een spar sessie met collega's en feedback vragen. Je kan elkaar inspireren en bepaalde keuzes nog bedenken of evalueren. Dit is iets wat ik erg veel terug zie binnen Campagne.

Bij de opdracht voor de Santeon website heb ik samengewerkt met Stephan op zijn wijze voor het uitdenken van de site en functionaliteiten. Door dit traject met Stephan te beoefenen zijn we samen op verschillende oplossingen gekomen. Omdat we samen hebben gezocht naar ideeën en deze hebben uitgedacht wordt het voor mij ook makkelijker om dit in de toekomst te kunnen doen.

Reflectie

Ik ben er achter gekomen dat door elkaar te inspireren met ideeën over concepten en een stel creatieve koppen je de sterkste concepten krijgt. Het helpt om je gedachten niet te hard te forceren maar eerst inspiratie op te doen of bij een echte vast looper even je gedachte op iets anders te zetten. Tijdens mijn stage heb ik veel dingen moeten bedenken maar zonder de mensen om mij heen die er waren om me te inspireren, mee te denken en feedback te geven had dit niet zo succesvol geweest.

Voor dit leerdoel had ik nog iets meer in de concept fase willen duiken, ik heb nu veel in de oplossende en meedenkende rol aangenomen. Dit vergt ook conceptueel denken in een beleving maar is niet direct het idee voor 'the bigger picture'. Om deze reden vind ik dat mijn leerdoel maar voor 70% behaald is. Het blijft soms lastig dat de lijn naar je oplossing of concept absoluut niet recht is maar dat is ook de uitdaging wat het vak leuk maakt.

Transfer

In de toekomst wil ik mezelf verder ontwikkelen in het conceptueel denken. Ik zou het tof vinden als een door mij bedacht concept gebruikt zal worden voor een opdracht binnen Campagne. Voor die tijd wil ik mezelf verder ontwikkelen op het gebied van ideevorming en inspiratie. Door ervaring, lifestyle en beoefen wil ik dit tot een tweede natuur maken.

WEET WAT JE PRODUCT DOET

Wat?: De nazorg voor interactief onlineproducten. Het hanteren van Google Analytics en programmas als Hotjar is iets waar ik graag meer over zou leren. Om zo het gedrag van de gebruiker te kunnen onderzoeken. De uitkomsten hiervan zou ik willen gebruiken om ontwerpkeuzes te beargumenteren of om te experimenteren qua design of content om het product nog gebruiksvriendelijker/ efficiënter te maken.

Waarom?: Ontwerpen is een onzeker beroep, keuzes die je maakt zijn niet direct meetbaar op goed of fout. Dit kan je wel testen. En wie kan dit nou beter dan de gebruiker zelf. Met Google Analytics kan je inzicht krijgen over het gedrag van de gebruiker en waar hij vandaan komt of hoe hij afhaakt. Als ontwerper kan je hierop inspelen en aanpassingen overwegen die het uitstapmoment kunnen voorkomen.

Hoe?: Voor een site die gemaakt is door Campagne of mijzelf zou ik graag de nazorg doen en in de gaten houden hoe de gebruiker reageert bij het bezoeken van deze pagina's. Om dit te kunnen doen moet ik kennis vergaren over de programma's Analytics & Hotjar. Ook moet ik deze programma's met de bijkomende data leren lezen en hanteren (onderzoek). HaMarketing!, een dochteronderneming van Campagne is hierin gespecialiseerd. Ik kan ze om informatie en hulp vragen. Daarnaast zijn +/- 2 dagen in de week Harold (developer) & Ruben (internetmarketeer) aanwezig, zij hebben hier ook veel verstand van en kan ik om hulp vragen.



Situatie

Om mijn interactieve ontwerpkeuzes te kunnen meten en/of onderbouwen heb ik tools gevonden die mij hierbij kunnen helpen. Hotjar en Google Analytics kunnen zeer bruikbare data aanleveren over het functioneren van mijn product. Ik ben in deze programma's gedoken om deze tools te beheersen.

Om dit te kunnen doen heb ik hulp gekregen van verschillende mensen binnen Campagne; Stephan, Ruben, Glenn, Harold en Sven van (online marketing bureau) HaMarketing!. Zij hebben mij geholpen door te sturen, kleine workshops geven, HotJar code installeren en voorzien van toegang tot webpagina's die online staan.

Taak

Even uit de vertrouwde ontwerpstoel en een duik in de wereld van data-analyses. Het is aan mij om te leren hoe ik de programma's hanteer en de inkomende data analyseer en hierop inspelen. Krijg inzicht in mankementen of kansen. Speel hierop in door advies te geven of aanpassingen te doen die je vergelijkt.

Er werd van mij verwacht dat ik gebruikmaakt van de kennis die wij intern hebben en informeer bij collega's voor de grove lijnen en het opstarten. Leren de programma's hanteren kan ik zelf doen door online-informatie te vergaren via tutorials of artikelen te bekijken. Door dit te doen wil ik met feiten nieuwe of bestaande ontwerpkeuzes kunnen onderbouwen zodat ik mensen kan enthousiasmeren/overtuigen over mijn keuze(s).

Acties

Met Stephan heb ik besproken wie ik het best zou kunnen raadplegen voor dit leerdoel. Hij gaf als advies om Ruben(Internetmarketeer bij Campagne) of iemand van HaMarketing! te benaderen. Omdat bij HaMarketing! ongeveer 8 man hier dagelijks mee bezig is heb ik ervoor gekozen om hen eerst te benaderen. Voor problemen waar ik later opstuit zou ik Ruben dan kunnen benaderen.

Ik heb Sven aangesproken, de directie van HaMarketing! ik heb mijn leerdoel omschreven en gevraagd of ik een keer langs zou mogen komen om hier het een en ander over te leren of om mee te draaien. Hij gaf aan dat ik hem even een mailtje moest doen voor een afspraak.

Acties

Zelf had ik al onderzoek gedaan naar de tool en wat informatie voorbereid zodat ik niet helemaal zonder kennis aan hoeft te schuiven. Van boeiende bevindingen heb ik aantekeningen gemaakt in m'n notitieboekje. *Google Analytics, Ultimate Beginner's Guid (Ranking Academy 2019, 25 November)* <https://youtu.be/gBeMELnxdlg>

Bij HaMarketing! heb ik uitleg gekregen over de werkwijze die zij toepassen met daarbij de cijfers die af te lezen zijn in Google Analytics of HotJar. Het viel me op dat ze vooral Analytics gebruiken. Ik heb er zoveel mogelijk van proberen mee te pikken en aantekeningen gemaakt. Eigenlijk had ik gehoopt een dagje mee te kunnen draaien en begeleiding zou krijgen.

Dan maar zelf aan de slag. Ik heb bij Harold (developer) de inloggegevens opgehaald om bij de backend van de websites te komen. Een grootte brij aan informatie, waar begin ik? Ik heb eerst tutorials opgezocht om te zien wat de mogelijkheden zijn. *Top Conversion Paths (Swanick 2017, 16 Juli)* <https://youtu.be/O5i9YKvX2mg> & *Google Analytics Beginners Tutorial (Hall 2017, 20 december)* <https://youtu.be/P3V01bDbIR0>

Nu HotJar, dit ging iets moeilijker van start. Om dit te installeren moest er code aangepast worden van de webpagina's die ik wil opnemen. Hiervoor heb ik contact opgenomen met Harold die me doorverwees naar Ruben.

Met HotJar geïnstalleerd in de code kon ik aan de slag. Opnieuw verschillende tutorials gekeken en gebruikgemaakt van de <https://help.hotjar.com> website waar veel bruikbare artikelen op stonden. *Troubleshooting FAQs for Heatmaps (Hotjar 2019)* <https://help.hotjar.com/hc/en-us/articles/De-basisbeginselen-van-de-webanalyse-tool-HotJar:-uitleg+-tips> <https://www.digitalanalisten.nl/basisbeginselen-hotjar-uitleg-tips/>

De lessen en data die ik hieruit heb weten te halen heb ik ingezet om mijn onderzoek uit te voeren voor Campagne met als onderzoeksvraag: Hoe kunnen we meer hits genereren op de Campagne website?

Resultaat

Het maken van een afspraak met HaMarketing! ging niet vanzelf op, de eerste mail kreeg ik geen reactie. Met wat aandringen en een keer langsgaan heb ik toch een afspraak weten te regelen.

Het programma Google Analytics is zeer bruikbaar als je weet wat je wil. Je kan heel veel data inzien, de relevantie hiervan hangt af van de probleemstelling die je wil gaan oplossen. Belangrijke inzichten die je krijgt via Analytics zijn:

- Via welke route bezoekers mijn site bereiken. Als ze vanaf een andere site komen kan je ook zien welke dit zijn. (Social, direct, referral of organicsearch)
- Welke route mensen volgen als ze op je site zijn. (Volgorde van pagina's etc.)
- Vanaf welke locatie/stad/land de website bezocht wordt.
- Wie is je bezoeker: Leeftijd, man/vrouw.
- Ook kan je zien wat voor device en welke browser er gebruikt wordt. Je kan zelfs zien wat voor telefoon er op je website zit.
- Vergelijkingen maken over verschillende tijdperiodes.



Hotjar is meer op gericht om in te zien hoe een bezoeker zich gedraagt op de webpagina. Je kan erg toffe dingen zoals:

- Een heatmap maken waarmee je kunt zien waar je gebruikers gemiddeld het meest klikken, hun muis naartoe bewegen of scrollen/blijven staan.
- Je kan recordings bekijken van wat mensen aan het doen zijn op je pagina, je ziet ze letterlijk hun muis bewegen.
- Voeg feedback labels toe om terugkoppeling te krijgen van je gebruikers.

Allemaal snufjes die voor mij als UX/UI-designer erg goed van pas komen. Ik heb ze weten toe te passen in mijn onderzoek naar de Campagne website.

The logo for Hotjar, featuring the word "hotjar" in a bold, lowercase sans-serif font. A small red flame icon is positioned above the letter 'j'.

Reflectie

Je kan je interactieve product testen door er een prototype van te maken. Maar het is nog sterker als je het test wanneer het online staat. Dit is hoe het gaat functioneren in de praktijk met echte potentiële klanten en niet in een gemaakte testomgeving. Je kan gedragingen inzien zonder dat de gebruiker hier bewust van is. Iets wat voor mij belangrijke informatie is waar ik beslissingen op kan baseren. Ben erg blij dat ik dit heb kunnen leren en toepassen tijdens mijn stage. Het was eigenlijk best makkelijk door de vele tutorials en artikelen die hierover te vinden zijn. Ik vind dat ik dit leerdoel voor 65% heb weten te behalen. Ik kan gericht data opzoeken en aflezen maar ik heb het nog niet echt weten te gebruiken in een A-, B-test of een aanpassing voor op een site.

Transfer

Ik heb Analytics en Hotjar geïnstalleerd op de Campagne website en een advies gegeven voor verbeteringen. Dit advies zou ik graag willen doorvoeren op de site om te zien wat het daadwerkelijk doet met de conversie en het gedrag van je bezoeker. Ook zou ik dit in de toekomst willen gebruiken om te zien wat mijn eigen ontwerpkeuzes en verwachtingen uitkomen. Dit is in ieder geval een tool waar ik graag meer over wil leren en vaker ga gebruiken in de praktijk.



“Een ontwerper heeft reflectief, innoverend en lerend vermogen.”

Je reflecteert tijdens het ontwerpproces voortdurend kritisch en zelfstandig op je leerproces en eigen ontwikkeling als ontwerper: je geeft sterke en (toekomstige) leer- en ontwikkelpunten aan, en probeert deze uit door wijziging van gedrag, standpunten of aanpak.

Je kerntaken hierbij zijn:

- Kennis en vaardigheden bepalen
- Reflecteren
- Leren zelfsturend te leren.

PROFESSIO

Situatie

Ik ben stage komen lopen bij Campagne om hier de geleerde vakkennis vanuit de opleiding communicatie en multimediadesign te gaan praktiseren op professioneel niveau. Binnen het bedrijf wordt interesse en nieuwsgierigheid gemotiveerd. Als ik iets wil doen dat niet direct binnen mijn straatje ligt, krijg ik hier ruimte voor, mag ik dingen proberen en krijg ik hulp. Stephan (stagebegeleider) helpt me hierbij of denkt mee als ik er niet uit kom. Deze vrijheid werkt goed voor het verwekelijken van mijn leerdoelen en geeft veel mogelijkheden om mezelf door te ontwikkelen.

PROFESSIONALISEREN

Taak

Ik ben hier om mezelf te ontwikkelen als CMD'er. Hierbij neem ik de rol aan als UX/UI-designer binnen Campagne. Dit doe ik in eerste instantie als 'sidekick' van Stephan maar door ervaring, leren en feedback wil ik ook op een gelijk niveau komen. Om dit zelfstandig te kunnen doen moet ik vaardigheden onder de knie krijgen als sitemapping, user flow, content schikken, sketch, ideevorming, prototyping, digitaal denken, feedback opnemen, evalueren en meer. Om dit te verwerkelijken heb ik leerdoelen opgesteld die ik in de loop van mijn stage wil gaan behalen.

Ik wil bewust worden van mijn acties, deze evalueren en op anticiperen om gedrag aan passen te kunnen passen.

Acties

Ik heb een Word document bijgehouden om de bezigheden van de dag in te bloggen. Zo weet ik aan het eind van mijn stage nog wat ik allemaal gedaan heb en waar ik tegen aanliep om zo voortgang in mijn handelingen te kunnen zien. Aan het einde van de dag kon ik even relativieren bij mijzelf wat er nou goed of juist slecht ging.

Voor interactieve ontwerpen wordt hier sketch gebruikt. Omdat ik Adobe programma's gewend ben, was de overstap naar Sketch (waar ik misschien 1 keer mee had gewerkt) nogal een 'pain in the ass'. Om makkelijk te beginnen mocht ik een al gemaakte webpagina in sketch mobile responsive maken (STL WatWilJijNogMeer bijlage 1). Om het programma te beoefenen en ontdekken.

Het schuiven en scalen ging goed want ik m'n eigen site mocht gaan maken (Tom Barendregt bijlage 2). Vanaf hier is het hard gegaan en na 2 maanden had ik het programma zo goed als onder de knie. Artdirector Bart stond ervan te kijken dat ik bij Campagne pas met sketch heb leren werken. -Ik heb verschillende interactieve producten gemaakt en dingen geprobeerd. Zoals omschreven in het leerdoel: Vormgeven van interactie. Door te evalueren, reflecteren en feedback vragen leer ik snel. Zo kom ik steeds met een kortere weg tot het eindproduct. Heb een logies proces en ben zeker in mijn ontwerpkeuzes.

Acties

Mijn opgestelde leerdoelen en mijn verwachtingen vanuit het stagebedrijf heb ik gedeeld met mijn stagebegeleider Stephan. We hebben besproken hoe ik dit wil gaan aanpakken, of dit mogelijk is en wat ik hiervoor nodig heb. Om dit duidelijk in beeld te brengen voor Stephan en mijzelf heb ik een persoonlijke roadmap gemaakt om deadlines op te stellen.

Eens in de maand of om de 2 weken, plan ik met Stephan een evaluatiemoment in. We bespreken de vooruitgang van mijn leerdoelen en hoe Campagne de samenwerking ervaart met mij als stagiair. Deze begeleiding en aandacht werkt motiverend voor mij en maakt mij bewust van mijn doelen en progressie. De feedbackmomenten vanuit HR doen we hierbij ook en pas mijn houding

hierop aan. Uitkomsten; Ik ben gaan kijken naar meer ontwerp oplossingen dan de eerste de beste. Ik heb mijn manier van onderzoeken aangepast, ik blijf meer aan de oppervlakte en ga pas ergens diep op in als dit relevant is voor de uitwerking of de user experience.

Invision is het programma waarin bij Campagne prototypes gemaakt worden. Ik had hier nog nooit mee gewerkt en ben hierin gedoken om mezelf dit aan te leren. The basics had ik snel onder de knie, alleen om het prototype nog beter te maken wilde ik hovers en mouse-overs toevoegen. Om dit te doen heb ik onderzoek gedaan en de uitgebreidere app van Invision geïnstalleerd. Hierdoor heb ik strakke prototypes gemaakt met animatie in de buttons om de beleving te presenteren.

Als ik vastloop door gebrek aan programma/vakkennis of een inspiratieblok, zoek ik zelfstandig naar oplossingen. Ik zoek dingen op via Youtube of Google en probeer het uit. Zo vind ik inspiratie of middelen als:

<https://www.awwwards.com/websites/business-corporate/>
<https://www.frankwatching.com/archive/2018/07/09/ux-ui-de-verschillen-toepassing-in-je-design/> <https://www.cygnismedia.com/blog/15-interactive-design-tips/>
<https://thenounproject.com/dorxela/uploads/?i=1623699>
<https://www.invisionapp.com/studio/learn>

Om over Google Analytics en Hotjar te leren ben ik bij HaMarketing! op bezoek gegaan om een kijkje te nemen in de keuken. Om te begrijpen hoe zij met deze programma's te werk gaan. Vanaf hier ben ik deze programma's zelf gaan ontdekken met behulp van het internet en de Campagne sites die al online staan voor data. Leerdoel: Weet wat je product doet.

Samen met Bart(art-director) creatieve technieken beoefenen

	mei			juni			juli			augustus		september
	4.1 13 mei	4.2 20 mei	4.3 27-28-29 mei	4.4 3 jun	4.5 10 jun	4.6 17 jun	4.7 24 jun	4.8 1 jul	4.9 8 jul	4.10 15-7-2019	4.11 22 jul	4.12 29 jul t/m 23 aug
	Terugkoming 2			Terugkoming 4			Terugkoming 6			Terugkoming 8		Terugkoming 10
	Voorbereiding aflevering: vraag beantwoorden en video's uitzetten			feedback op concepten			Halve dagen blokken voor stageverslag.			Halve dagen blokken voor stageverslag.		
	Lijst in Hightouch Concept aflevering 20 mei			feedback op concepten			Lijst in Hightouch aflevering 20 jun 23.00u.			Lijst in Hightouch aflevering 20 jul		
	Aanpak 10 werkdagen (7 weken) feedback concepten			terugkoming + feedback concepten			terugkoming + feedback concepten			terugkoming + feedback concepten		
HA Marketing benaderen voor begeleiding in Analytics + Onderzoek starten	Evaluatie op verslag met Stephan, wat ontbreekt er nog om voldoende af te ronden?			Evaluatie op verslag, wat ontbreekt er nog om voldoende af te ronden? Laten lezen door Petra.			Presentatie voorbereiden			Laatste stage week		
	Schrijven concept verslag, uitdenken wat er in moet komen en graf opzetten.			Feedback van Pia mee nemen en handelingen inplannen indien nodig.								

Resultaat

Op de manier van werken en de houding die ik aannam binnen het bedrijf werd erg positief gereageerd. Ik kreeg waardering voor het secure werk dat ik aanlever en de snelheid waarmee in dingen oppak/leer. Ik kreeg feedback als: houd deze houding vast, je weet wat je aanlevert, goede communicatie en je vraagt geen onnodige dingen, realistische kijk op eigen werk en kan meedraaien als volwaardig collega. Kortom: Coen regelt het wel. (Stephan)

Door de leergierige en reflecterende houding die ik aangenomen heb, word ik steeds beter in het vak en leer veel. Hierdoor wordt het werk makkelijker en steeds leuker. Je kan meer doen op één dag waardoor de tijd voorbijvliegt en negatieve aspecten van het vak verdwijnen (lange dagen/creativeblock). Ik kan zelfstandig anticiperen om ontwerp oplossingen te vinden voor een probleem. In de vorm van een interactief product oplossen dat voldoet aan de Campagne norm.

Door deze ontwikkeling tijdens mijn stage ben ik van meerwaarde geweest voor verschillende projecten of heb ik projecten zelfstandig uitgevoerd. Dit leidde tot positieve evaluatiemomenten en een leuke, leerzame stageplaats waar ik mezelf op verschillende gebieden heb weten te ontwikkelen.

Reflectie

Door de werkhouding die ik aannam, heb ik het maximale uit mijn stage weten te behalen. Ik heb gebruikgemaakt van de handvaten die mij aangeboden zijn om mezelf te ontwikkelen. Al mijn leerdoelen en competenties heb ik hier kunnen voldoen en mezelf ontwikkeld tot volwaardig werknemer. Toen ik begon met het eerste project had ik niet verwacht dat interaction designen me zo goed af zou gaan, door te focussen, feedback, inspiratie en proberen kom je steeds verder en leer je het sneller dan je denkt. Als ik kijk naar de voortgang, feedback en de doelen die ik heb weten te behalen heb ik dit leerdoel voor 100% weten te behalen.

Transfer

Na 1 Juli ben ik welkom om bij Campagne in dienst te komen als vakantiekracht. In deze tijd wil ik de stijgende lijn in mijn kunnen doorzetten en blijven ontwikkelen binnen het vakgebied. Ik kijk ernaar uit om gewoon lekker te werken zonder de bijmaak van stage maar alleen focussen op het maken van toffe dingen.

Ik zou niet veel willen veranderen aan mijn werkwijze, dit is ook niet nodig als ik mijn feedback zie. Alleen zou ik meer willen doen met onderzoek en dan vooral field research om een beter beeld te krijgen van situaties in plaats van dit inbeelden vanachter mijn bureau. Iets wat ik zou willen bereiken door collega's de meerwaarde hiervan te laten zien.

Door deze ervaring ben ik een completere ontwerper geworden die zelfstandig kan handelen op een breedspectrum. Hier heb ik vooral geleerd over interaction design maar in eerdere stages en scholing heb ik vaardigheden geleerd als: Grafisch design, DTP en animatie. Naast editen en coderen kan ik bijna met alles overweg als het om media gaat. Dit geeft een mooie mogelijkheid om ooit zelf een bedrijf te starten. Met deze houding, motivatie en meer ervaring kan ik daar zeker komen!



SAMENWERKEN

“Een ontwerper heeft vermogen tot communiceren, samenwerken en doorzetten.”

Je overbrugt disciplines, culturen en nationaliteiten in diverse samenwerkingsverbanden; je wisselt op een authentieke wijze ideeën en informatie uit en weet anderen te inspireren, enthousiasmeren en overtuigen. Je kerntaken hierbij zijn:

- Anderen informeren, inspireren, enthousiasmeren en overtuigen
- Samenwerken bevorderen.

Situatie

Er werken +/- 25 mensen bij Campagne waar ik dagelijks direct of indirect mee te maken heb. Om mijn werk zo goed mogelijk te kunnen uitvoeren heb ik contact met verschillende mensen uit het bedrijf en werk met hun samen. Stephan is mijn stagebegeleider met hem werk ik het meest samen en kan hier terecht met vragen of opmerkingen.

Taak

Ik neem een proactieve en sociale houding aan, denk mee in meetings, spreek ideeën uit, ontvang briefings, stel vragen wanneer er onduidelijkheden zijn, evalueer feedback, deel inzichten en weet mensen hierover te enthousiasmeren of overtuigen ongeacht afkomst of cultuur. Dit doe ik in de rol als UI/UX-designer. Ik wil geaccepteerd worden binnen het bedrijf zonder betweterig over te komen of onhandige situaties te creëren door bijv. fout te communiceren

Acties

Ik heb afspraken ingepland voor het inwerkdocument. Tijdens deze afspraken heb ik kennisgemaakt met elke afdeling binnen het bedrijf. Wat ze doen en wie wat doet.

Terugkomdagen op school heb ik gecommuniceerd naar André die de planning maakt.

Ik laat vroegtijdig van me weten als ik verhinderd ben.

Met Stephan heb ik maandelijks voortgangsgesprekken gehad om mijn leerdoelen en het functioneren binnen Campagne te bespreken.

Gedurende mijn stage heb ik uitkomsten geëvalueerd met Stephan en hier feedback over ontvangen. Bij vragen probeer ik het zelf op te lossen. Als dit niet lukt laat ik ter onderbouwing keuzes en daarbij het proces zien waarna ik begin met vragen.

Ik heb een meeting bijgewoond van Creates (Bijlage 3). Omdat er al een plan was en ik niet echt wat verkeerd wilde zeggen heb ik niet veel toegevoegd, alleen een kleine toevoeging aan de groeiende bol.

Behulpzaam zijn, inzet tonen en langer blijven. STL-kraskaarhouder ontwerpen, Rabobank truien, Creates schorten en spatelkaarten. Heb ik een stapje extra voor gezet door langer te blijven en iemand uit de brand te helpen die het druk had.

Inbreng/enthousiast maken: De infografic op de website van Tom Barendregt (Bijlage 2) had ik voor bedacht dat die bij het scrollen op de pagina volloopt. De bol van Creates (Bijlage 3) gaat harder gloeien zodra je meer vragen invult. Het gebruik van Invision studio. Dit zijn een aantal voorbeelden van input waarmee ik collega's heb weten te overtuigen. Dit heb ik voornamelijk weten te bewerkstellen met het geven van argumenten.

Interactieve producten die afgerond zijn lever ik aan bij de programmeur Harold. Kort bespreken (voor hoever dat nog niet gedaan was) wat er allemaal moet gaan gebeuren en reflecteren van het eindresultaat.

Santeon (Bijlage 4) we kregen de briefing in de vergaderruimte, bij de vorige meeting heb ik de kat uit de boom gekoken. Om dit te voorkomen heb ik wat tips opgezocht om meer mee te draaien

in het gesprek. (<http://roykatoele.nl/7-tips-om-beter-te-leren-luisteren/>) Ik heb gecontroleerd of ik de kerngedachte en actie die de gebruiker moet gaan doen juist heb geïnterpreteerd.

Met Stephan Santeon uitdenken, content besproken, geschetst, mogelijkheden afgewogen, wireframen en ik heb Stephan weten te enthousiasmeren over een sitemap. Samen de indeling van de site besproken, uitgedacht en sparren over ontwerpkeuzes. Het was erg leerzaam en tof om dit samen te doen. Zeker bij een grote site als Santeon.

De inzichten en uitwerking overlegd in een bespreking met account, in dit geval Joanne en Ruben (Internetmarketeer). Input die ik had bij het maken van de sitemap en mij overbodig leek (het toevoegen van VBHC bevindingen per behandeling) heb ik bij het gesprek nog eens voorgesteld. Bij nader inzien vonden ze het wel van belang dat dit op de pagina zal komen. Het is fijn om je ideeën uit te kunnen spreken en evalueren met collega's.

Invision Studio inzichten delen met Stephan en overtuigen over dingen als de meerwaarde van mouse-over animatie en de korte lijntjes met Sketch.

Resultaat

Inwerkdokument, ik maak niet alleen kennis met de afdelingen en de persoon erachter. Maar leer ook over Campagne met daarbij de missie en visie die we hier voor ogen hebben.

De samenwerking met Stephan verliep erg goed, begon me hier gauw thuis te voelen. Mijn functioneren en samenwerking viel goed in de smaak en kreeg positieve feedback van Stephan (deelt kennis en vaardigheden): Erg trots op, gaat geweldig goed. Hij deelt inzichten over Invision. Dit doet hij als stagiair erg goed. (Afweging tussen behoefte en wensen van gebruiker): Je doet hier goed over sparren en denkt het uit. Door zelf dingen te proberen voor ik vragen ga stellen hoef ik Stephan niet teveel van z'n werk af te houden en kan ik meerdere vragen in een keer stellen. Ik kreeg complimenten over mijn secure werkhouding omdat is zonder fout de punten weet te verwerken. Dit komt grotendeels door mijn notitieboekje waar ik aantekeningen in maak tijdens een bespreking of briefing waardoor aandachtspunten afgestreept kunnen worden.

Bij het uitwerken van Santeon kon ik zien wat voor stappen Stephan allemaal nam en wat hij deed op punten waar ik normaal vastliep. Hierdoor kan ik mijn eigen workflow versterken.

Ik kreeg positieve feedback op mijn abstracte sitemap en het werd gezien als een bruikbare toevoeging die ook met de klant gedeeld mag worden. Veel positieve dingen dus!

Ik was nog vergeten het vervolgscherm erbij te sturen wat André een beetje gek vond dat ik dat niet gelijk gedaan had. Niet heel handig maar goed. 10 min later had hij het wel.

Reflectie

Ik draai na deze eerste 3 weken al volop mee in het bedrijf, word sommige dagen zelf 14 uur ingepland en mijn mening wordt serieus genomen en beslis mee in de overwegingen. Iets waar ik een gevoel van waardering door krijg wat positief werkt voor mijn persoonlijke werksfeer. Heb het gevoel dat ik geaccepteerd word en begrepen en dat blijkt ook uit het feit dat mij een baan is aangeboden om hier te blijven werken voor de zomer. Iets wat aantoont dat mijn samenwerking goed op niveau is en dus ook een dikke voldoende voor deze competentie!

Transfer

Functioneel ontwerp, hoe de site gaat functioneren. Dit communiceren de account manager naar de klant voor er uitgewerkt gaat worden om grote wijzigingen en dus meerwerk te voorkomen. Iets wat ik ook naar toekomstige webdesignklanten zou communiceren.

Mijn houding en gedrag ben ik tevreden over en word geaccepteerd binnen het bedrijf. Ik wil dit door blijven zetten en gewoon lekker mezelf zijn zoals ik hier al doe.

INRICHTEN ONTWERPPROCES

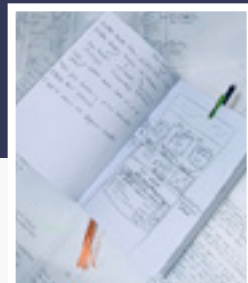
“Een ontwerper heeft organiserend vermogen”

Je beargumenteert de keuzen voor het inrichten van het ontwerpproces en de gehanteerde methoden en technieken, rekening houdend met de context, de gebruiker, belanghebbenden en de ontwerpogave (-doelstelling); je overziet de gevolgen van de ontwerpbeslissingen (helicopterview) ten aanzien van het ontwerpproces en verbindt hieraan conclusies. Je kerntaken hierbij zijn:

- Ontwerpogave formuleren
- Inrichten ontwerpproces

Situatie

Vanuit school heb ik de theorie over een ontwerpproces meegekregen, fases doorlopen en dit beoefend bij fictieve opdrachten. Dit deed ik samen met medeklasgenoten die hier eveneens als mij weinig ervaring mee hadden. Tijdens mijn stage bij Campagne wil ik leren hoe het ontwerpproces hier wordt ingedeeld, uitgevoerd en dit zelf beoefenen. Verschillende afdelingen en mensen komen hierbij te pas. Ik zal hoofdzakelijk begeleid worden door Stephan die dit proces dagelijks van het begin tot het eind doorloopt.



Taak

Als UX/UI-stagiair wordt van mij verwacht dat ik tijdens mijn stage het ontwerpproces leer uit te voeren en uiteindelijk zelfstandig kan doorlopen in samenwerking met de mensen die hiervoor nodig zijn. Er wordt van mij verwacht dat ik mijn mening inbreng, meedenk over het ontwerpproces en afvraag waarom het zo gaat. Ik wil het proces begrijpen met daarbij de benodigdheden en stappen die gedaan moeten worden. In dit proces staat de eindgebruiker centraal. Mijn plan is om mee te draaien in de productie om het proces te praktiseren. Om te beginnen als hulp maar gaandeweg steeds meer zelfstandig het traject doorlopen.

Acties

Als we in het Campagneteam starten met een nieuwe opdracht beginnen we altijd met een interne kick-off. Hierin wordt met een projectgroep de onderwerpen als data, doelgroep onderzoek, customer

journey, doelstellingen en natuurlijk ook de wensen van de klant besproken en vaak ook de brand guide. In de meeste gevallen is er vaak al data bekend van de huidige website die door middel van Google Analytics en Hot-Jar zijn verkregen.

Als er iets onduidelijk is vraag ik erover door of zoek ik zelf informatie op. Ik heb onderzoek gedaan naar verschillende gebruikers: Bezoekers van de Campaigne site heb ik onderzocht met Google Analytics. Voor een site als Santeon (Bijlage 4) of Prosper (Bijlage 6) die in de medische zorg gebruikt wordt heb ik AAA accessibility onderzocht zodat de content voor elke bezoeker, jong/oud, arm/rijk bereikbaar is met een correcte presentatie. <https://www.drempelvrij.nl/over-het-waarmede/waarmede-2/over-wcag-20>

Het uitdenken van het concept begint altijd op papier, de input van account en het eigen onderzoek voeg ik samen om te vertalen naar een website of interactief product. Verschillende ideeën en oplossingen worden uitgeschetst. Er wordt nagedacht over functionaliteiten en welke positieve of negatieve aspecten dit met zich meebrengt. Op basis van deze inzichten en usability concluderen we welke optie volgens ons het best zal gaan werken. Om dit vast te leggen worden menustructuren, wireframes en sitemaps uitgeschetst. Ik heb een meeting gehad met Bart (Artdirector) om te leren over ideevorming en hoe je hersenen werken. Ik maak gebruik van een A5 schetsboek voor kleine schetsen en een A3 kladblok voor grotere schetsen. Voor elke opdracht heb ik hier wel gebruik van gemaakt, voor de een meer dan de ander. Een goed voorbeeld waar ik dit erg veel voor heb gedaan is Tom Barendregt (Bijlage 2) en Santeon (Bijlage 4).

Acties

Om de opdracht correct te kunnen uitvoeren moet je het product of dienst begrijpen. Hiervoor heb ik vaak onderzoek gedaan naar verschillende ondernemingen. Dit onderzoek bestaat binnen Campagne uit deskresearch en de input die je krijgt vanuit account. Via deskresearch heb ik verschillende customer journeys onderzocht en doorlopen. Om zwakke of sterke punten in te zien. Voorbeelden hiervan zijn:

<https://www.santeon.nl/over-santeon/> (Bijlage 4)

<http://www.wpfg.nl/> (Bijlage 5)

<https://www.ha-marketing.nl/ha-werkwijze> (Bijlage 8)

<http://www.ludvigsvensson.com/> (Bijlage 10)

https://motexion.nl/dealersite/dealer/order#dealer_order_result_anchor (Bijlage 12)

Dit is niet het enige waar ik onderzoek naar heb gedaan, je bekijkt vergelijkbare websites om inspiratie op te doen. Ik onderzoek functionaliteiten die ik in het product wil gaan gebruiken. Bij gebrek aan vakkennis onderzoek ik ook tutorials of informatieve video's/pagina's om kennis te vergaren over hetgeen dat ik wil gaan doen.

Als het concept is uitgedacht en geschetst kan de uitwerking beginnen. Dit start altijd met het functioneel ontwerp/interaction design. Dit is een document met daarin uitgelegd wat elke knop gaat doen en waar dit geplaatst wordt. Als het functioneel ontwerp is goedgekeurd ga ik aan de slag met de uitwerking in Sketch. Alleen bij een grote site als Santeon (Bijlage 4) heb ik een sitemap gemaakt op eigen verzoek, normaal maakten ze hier geen gebruik van maar door de complexiteit was dit wel wenselijk. Van al de bijlages heb ik de uitwerking verzorgd, behalve dare2be1 & WWJNM. Hier heb ik kleinere onderdelen van gemaakt. Creates (Bijlage 3), Santeon (Bijlage 4) en Prosper (Bijlage 6) heb ik in samenwerking gedaan met Stephan.

Het ontwerp zet ik in Invision om het interactief te maken. Zo kan je je ontwerpresultaten testen op usability, look, feel en flow. Het resultaat bespreek ik met Stephan en account, inzichten die hieruit komen neem ik mee en test opnieuw tot het product geen mankementen meer heeft. Naast het evalueren van je resultaten wordt het Invision document ook gebruikt om te presenteren aan de klant. Dit viel zo in de smaak dat ze het hebben doorgestuurd naar de klant. Voorbeelden van Invision projecten zijn: <https://projects.invisionapp.com/prototype/WPFG-cjsx2cepn002jsg01a-71fi408/play/e6a035c5> <https://projects.invisionapp.com/prototype/ProtoProsperV2-cjtojr6p-c0026dw01y5baor6q/play/f5f65915> <https://projects.invisionapp.com/prototype/HaMarketing-cjub4hyyp-00how001xflybkt9/play/c34b1478> <https://projects.invisionapp.com/prototype/SanteonPrototype-cjvm3438d-003gxq01l477jwwr/play/82da5500> Naast deze manier van evalueren ben ik ook in programma's gedoken als Google Analytics en Hotjar. (Leerdoel: Weet wat je product doet)

Resultaat

Voor mijn gevoel bleef ik soms iets te lang hangen in de content en had wat eerder kunnen gaan beginnen met de pagina's schetsen, vooral bij Tom Barendregt (Bijlage 2) was dit het geval. Gaande het project heb ik hier beter mee leren omgaan door alleen relevante informatie te vergaren. Je hoeft niet alles te weten.

Het ontwerpproces van Campagne weet ik te vervaardigen en kan ik nu zelfstandig uitvoeren. Het werkt fijn om een proces te kunnen doorlopen, hierdoor loop je niet snel vast en kan je blijven doorwerken. Toevoegingen zoals Invision of het maken van een sitemap werd als bruikbaar ervaren door Stephan en Joanne (Account).

Tijdens mijn stage heb ik aan erg toffe producten gewerkt waardoor mijn design skills enorm zijn gegroeid. Daarnaast is mijn werksnelheid aanzienlijk omhooggegaan. Stephan vindt de samenwerking met mij ook top gaan. In het begin was ik nog wat afwachtend, maar tijdens de stageperiode ben ik steeds pro-actiever geworden.

Reflectie

Het aangeleerd ontwerpproces van Campagne vind ik realistischer dan dat wat wij op school hebben geleerd. Het lijkt erg veel op elkaar en de fases zijn eigenlijk hetzelfde maar heb ik nu veel meer focus op de uitwerking dan het vooronderzoek. Dit is zeker niet onbelangrijk maar kan je veel sneller doorheen in de praktijk. Voor het ontwerpproces zijn al de onderdelen aan bod geweest en heb ze meerdere keren in samenwerking of zelfstandig uitgevoerd. Ik doe dit nog niet zo vloeiend als Stephan maar ik begrijp en kan het proces. Voor 85% heb ik deze competentie weten te halen, na de zomer zit ik wel op een 100%.

Transfer

In de toekomst wil ik dit proces nog veel vaker gaan beoefenen. En dit net zo kunnen al Stephan, ook bij het indelen van een website weet hij goed welke stappen hij wil ondernemen waardoor hij gewoon resultaat boekt. Ik wil nog vaak vastlopen als ik alleen werk, op deze manier werken zou ik graag willen mee nemen uit mijn stage. Wel vind ik dat het uiteindelijke product getest moet worden door de eindgebruiker om te kijken hoe je product functioneert. Tot nu toe wordt dat alleen gedaan bij de klant en intern bij Campagne. Hier valt volgens mij nog wel wat te winnen.



ONDERZOEK

Onderzoeksvraag: Hoe kunnen we meer hits genereren op de Campagne website?

Hiermee wordt bedoeld dat er meer aanmeldingen moeten komen op www.campagne.nl van potentiële klanten. Op dit moment worden er bijna geen klanten binnengehaald via de website en wij geloven dat hier meer uit te halen valt. Aan mij om dit te bewerkstelligen en onderzoek te doen hoe ik het aantal conversies zou kunnen verhogen.

Inzichten

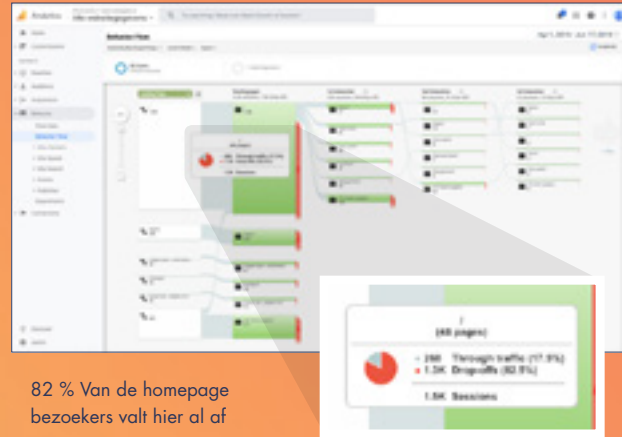
Analytics: -De enige route waarop conversies worden voltooid is via een Referral website. Dit is een andere pagina die verwijst naar de Campagne website. De site waar het om gaat is www.clutch.co

Meerdere pagina's lopen dood waar door de gebruiker uitstapt. Je wil hem eigenlijk op je site houden en doorverwijzen naar een vervolgpagina tot hij bij het contact/aanvraag veld komt. De pagina's met het hoogste uitstappercentage zijn:

1 Wat we doen (40% van de bezoekers op deze pagina). Deze pagina loopt dood.

2 Playground (36% van de bezoekers op deze pagina). Alleen doorstroom naar de detailpagina van de projecten/post's. Hier loop je ook dood. Geen button terug naar Playground, verwijzing naar contact of gerelateerde projecten.

3 Team (33% van de bezoekers op deze pagina). Loopt ook dood, kan misschien doorverwijzen naar: 'Wat het team maakt' dus de playground.



Meer traffic

Omdat www.clutch.co de grootste en enige bron is van conversie is kunnen we dit misschien uitbreiden. We worden niet bovenaan weergegeven en zijn nog vrij lastig vindbaar op www.clutch.co. Als we hierin investeren kunnen we via deze route koopgrage klanten winnen. Van de bezoekers via www.clutch.co vult 13,64% het contactformulier in.

Aanhaken bij nieuwe of uit te breiden ondernemingen in de buurt van Rotterdam. Target deze bedrijven.

Content blijven updaten. Nieuwe projecten die zijn afgerond presenteren op de website of delen via de socialmedia-accounts. Dit geeft bevestiging van ervaring en grootschalige opdrachten doen voor meer vertrouwen bij je bezoeker.

Meer conversie

Het eerste beeld van de homepage versterken. Wees super specifiek over wat je kan betekenen voor je bezoeker want 80% haakt hier vaak al af. Bijv.: LIBERATING BRANDS. Onderscheid je van de rest en je krijgt 2x zoveel aanvragen. Om dit nog meer te versterken kan er nog een testimonial worden toegevoegd met 5 sterren voor sociale erkenning. (Flux 2018, 18 juni) Improving Landing Page Conversion Rate <https://youtu.be/hGfvd6yW5qI>

Als je na het eerste beeld naar beneden scrollt op de homepage werkt de link van het eerste project niet. Je wilt je bezoeker niet hier al kwijtraken. Bij de andere projecten mis ik eigenlijk een link naar de webpagina. Hierdoor ga je wel van de Campagne site af maar

dit lijkt mij belangrijke bewijsvoering voor een potentiële webdesign klant en gebruiksvriendelijk als hij dit met een klik kan zien.

Doorverwijzen naar contact/afpraak maken. Voor; Playground (“Wil jij dit ook?”) en Wat we doen (“Wat kan jouw onderneming gebruiken?”). Of zelfs al een aanvraag voor een offerte of prijsindicatie. (Selecteer het totale pakket en laat de gebruiker dingen wegstrepen i.p.v. toevoegen) (Loorbach 2016, 8 maart) Conversie Optimalisatie Training <https://youtu.be/2jIhwgq3rg>

Voeg een aanbieding toe die gelimiteerd is in aanbod of tijd van aanschaf. Zo geef je de bezoeker het idee dat zijn vrijheid om deze dienst aan te schaffen wordt ontnomen als hij het nu niet doet. (Patel 2017, 12 Juli) 7 Cool Hacks That'll Boost Your Conversion Rate <https://youtu.be/2j1hzwgq3rg>

Laat voor een kleine vergoeding of gratis potentiële klant een preview krijgen van wat Campagne voor hem kan betekenen. Dit zou bijvoorbeeld kunnen zijn een magazine cover of 404-pagina ontwerp. Je geeft je gebruiker iets waardoor hij het gevoel heeft dat die iets terug moet geven. (Loorbach 2016, 8 maart) Conversie Optimalisatie Training <https://youtu.be/JESp4MSM9Pg>

Maak het persoonlijk door bijvoorbeeld de stad waar de bezoeker vandaan komt te noemen. Do you want to liberate your brand? Wij zijn Campagne, gespecialiseerd om ondernemingen een boost te geven door middel van design of een creatief concept. Wil jij gevonden worden in Rotterdam? (gegevens invoeren)

Exit pop-up, een laatste bericht voor hij je webpagina verlaat. Probeer de bezoeker door middel van een gif of afbeelding te overtuigen van wat hij mist al die nu weg gaat. Stukje tekst met button: Yes I want to liberate my brand! (Patel 2017, 12 Juli) 7 Cool Hacks That'll Boost Your Conversion Rate <https://youtu.be/2j1hzwgq3rg>

Als er uitstap plaatsvindt op de contactpagina krijg je een mail met een gepersonaliseerde foto. De boodschap kan zijn: Hey (Naam), ben ik onbeleefd geweest?, Hey (Naam), wij keken ernaar uit om jou te ontmoeten. Wat ging er mis? Of Hey (Naam). Niet zo verlegen, we bijten niet.

Remarketing op mensen die je site/contactpagina hebben bezocht maar geen conversie hebben gedaan. Target deze mensen via Facebook, Youtube, Instagram enz.

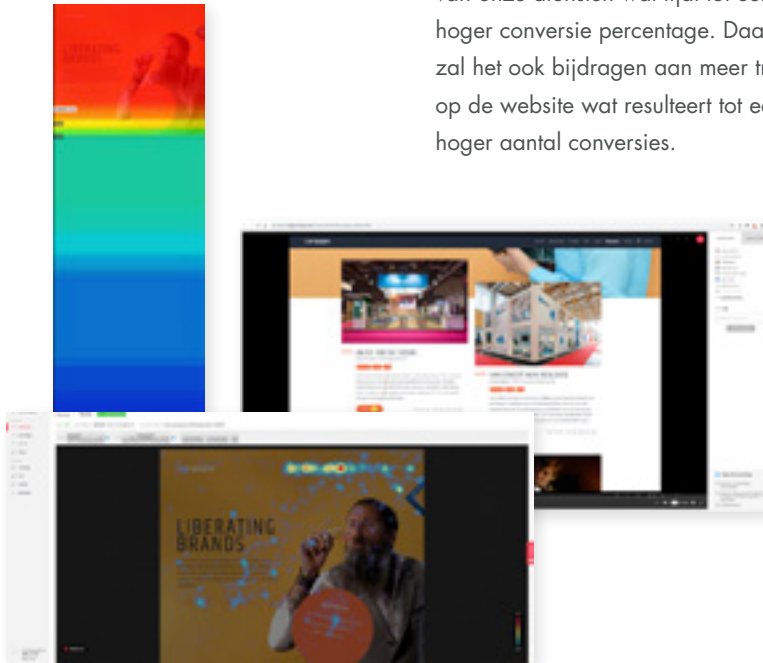
Remarketing op mensen die www.clutch.co hebben bezocht.

Sociale erkenning door reviews van klanten prominent weer te geven.



Meer service:

- Er zijn nu 3 loketten waar projecten gevonden kunnen worden: homepage, ons werk en playground.
- Een vragenlijst om te achterhalen wat je al hebt gedaan om je merk te boosten of waar nu staat. (Dit werkt ook mee aan de conversie)
- Indicatie van wat jouw media uitging gaat kosten. Informeren via de mail of telefonisch contact.
- Als er contact wordt gezocht zorg dan voor een snelle, leuke en warme reactie op een aanvraag. Voorkom dat je te serieus of kill overkomt.



Conclusie

In dit onderzoek is gezocht naar een antwoord op de vraag: Hoe kunnen we meer hits genereren op de Campagne website? De hoeveelheid conversies die wordt gedaan is erg laag en er valt hier nog veel te winnen. Hiervoor heb ik onderzoek gedaan naar verschillende aspecten of tricks die de conversie zouden kunnen versterken.

Door de bovengenoemde punten uit te voeren en online te zetten maken we een goede kans om de huidige 680 maandelijkse bezoekers beter te kunnen sturen en te verlijden tot de aanschaf van onze diensten wat leidt tot een hoger conversie percentage. Daarnaast zal het ook bijdragen aan meer traffic op de website wat resulteert tot een hoger aantal conversies.

Bronnen

Hogere conversie op je site?

Motiveer, help en trigger je bezoeker (Concept7 2012, 6 augustus) <https://medium.com/concept7/hogere-conversie-op-je-site-motiveer-help-en-trigger-je-bezoeker-a2ae210af21c>

Cialdini's 6 overtuigingsprincipes in de praktijk (Cialdini & Loorbach 2013, 10 september) <https://imu.nl/sales/cialdini-6-beinvloedingswapens/>

7 Cool Hacks That'll Boost Your Conversion Rate (Patel 2017, 12 Juli) <https://youtu.be/2jllhwgq3rg>

Conversie Optimalisatie Training (Loorbach 2016, 8 maart) <https://youtu.be/JESp4MSM9Pg>

Improving Landing Page Conversion Rate (Flux 2018, 18 juni) <https://youtu.be/hGfvd6yW5qI>

Top Conversion Paths Report in Google Analytics (Swanick 2017, 16 Juli) <https://youtu.be/O5i9YKvX2mg>

Google Analytics Beginners Tutorial (Hall 2017, 20 december): <https://www.youtube.com/watch?v=p3v01bdbir0>

Troubleshooting FAQs for Heatmaps (Hotjar 2019) <https://help.hotjar.com/hc/en-us/articles/>

REFLECTIE TOTALE STAGE PERIODE

Reflectie

Ik heb een erg leuke stageperiode gehad, ik heb mezelf verder weten te ontwikkelen in het vak als interaction designer. Het was erg tof om kennis te maken met een bedrijf als Campagne. Door eerdere stages had ik een beetje een negatief beeld en zag ik tegen mijn stage op. Maar na de eerste week wist ik al dat ik hier een gezellige en leerzame tijd zal gaan hebben.

Campagne is een erg goed stagebedrijf geweest voor mij en was zeer tevreden over mijn aandeel in het bedrijf en het werk dat ik hier verricht. Dit lieten ze blijken uit de bedrijfsfeedback, voortgangsgesprekken en complimenten over mijn functioneren. Naast dit is mij ook een baan aangeboden om hier in de zomer te blijven werken iets waar ik erg naar uitkijk. Nog wel in de vorm van een 0 uren contract op oproepbasis maar het is in ieder geval een goed begin om mezelf verder te ontwikkelen binnen dit vakgebied. Lekker betaald krijgen voor de uren die ik maak, als ik zo door blijf gaan tikt het wel aan.

Ik heb erg veel opdrachten mogen doen van klein tot groot, dingen mogen proberen, ik werd vrijgelaten in mijn ontwerpen, kreeg hulp wanneer ik erom vroeg en word behandeld als

een volwaardig werknemer. Door deze omstandigheden heb ik veel geleerd over het creatieve proces van andere en mezelf, reflecteren op eigen ontwerpkeuzes, feedback verwerken, samenwerken en het gebruik van tools als Analytics, Hotjar, Invision en Sketch. Door deze stage heb ik binnen een halfjaar een grote sprong weten te maken wat betreft mijn UX/UI-skills.

Transfer

In de toekomst wil ik hier veel gaan werken. Als ik terug naar school ga voor mijn minor wil ik nog aangehaakt blijven in het bedrijf door bijvoorbeeld één dag in de week te gaan werken als ruimte voor is naast school. Het zal goed zijn voor mij om binnen deze creatieve omgeving te blijven. Er valt hier nog erg veel te leren en geloof dat als ik hier aangehaakt blijf dit erg zal helpen voor mijn verdere carrière. Als ik deze stijgende lijn weet door te zetten wordt het een veelbelovende toekomst.

VOORTGANGS GESPREK 1

10-5-2019

handtekening student	handtekening bedrijfsbegeleider	handtekening stagebegeleider
		

PROFESSIONALISEREN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat:
Je bewaakt je stageplan zodat je aan je competenties kunt werken tijdens je stage. Je informeert je bedrijfsbegeleider en andere belanghebbenden regelmatig over je stage en je voortgang.	Word verwacht dat je eigen verantwoording pakt. Neem de tijd ervoor en duidelijk formuleren richting omgeving.
PROFESSIONALISEREN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat:
Je zoekt zelfstandig en actief benodigde (vak- en domein-) kennis en vaardigheden die nodig zijn om je werkzaamheden in je stage uit te voeren.	Houd dit vast, je bevindt je goed in de communicatie. Je probeert dingen uit. Coen regelt het wel.
PROFESSIONALISEREN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat:
Je kunt afleiden wat er verbeterd moet worden en wat al op niveau is, zowel in gedrag als in uitvoering van je werk.	Geen andere gedrag. Realistische kijk op eigen werk
EMPATHIE	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat:
Je maakt afwegingen tussen de behoeften, en wensen van gebruikers (en hun omgeving), de opdrachtgever en andere belanghebbenden en neemt de conclusies als uitgangspunt voor ontwerpbeslissingen.	Denkt mee in verschillende projecten en gebruikers. Ben je al goed mee bezig. Maakt afwegingen op basis van dit.
SAMENWERKEN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat:
Je deelt kennis en vaardigheden met collega's, teamleden, opdrachtgevers en andere belanghebbenden.	Erg trots op, gaat geweldig goed. Invision inzichten worden gedeeld. Doet hij als stagiair erg goed!
SAMENWERKEN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat:
Je informeert belanghebbenden (in woord en beeld) gedurende het ontwerpproces tijdig, volledig en correct over de voortgang.	Doe je goed
SAMENWERKEN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat:
Je brengt onafhankelijk (gevraagd en ongevraagd) advies uit.	Geen toelichting
ONDERZOEK	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat:
Je stelt je onderzoekend op door op zoek te gaan naar perspectiefwisselingen, je oordeel uit te stellen en routines en aannames kritisch te bevragen.	Je bent nieuwsgierig maar probeer ook andere dingen als er al een oplossing is of voor de hand ligt. Ga voor verandering

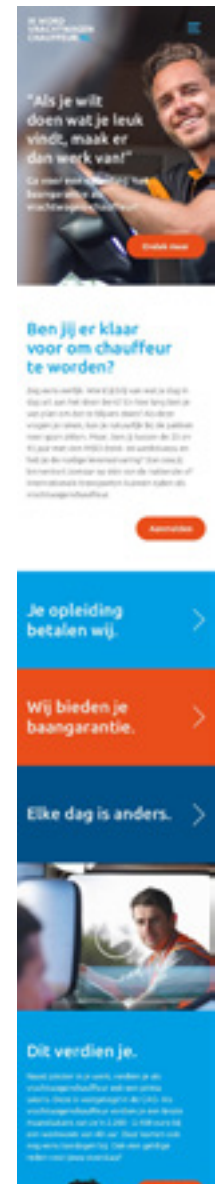
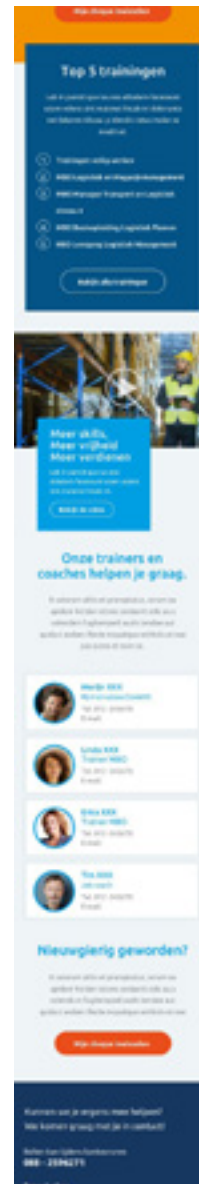
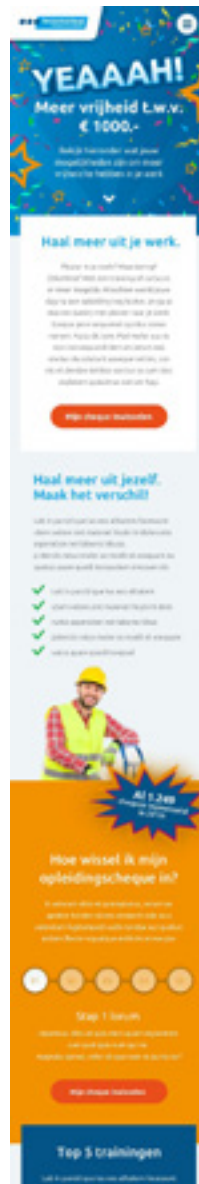
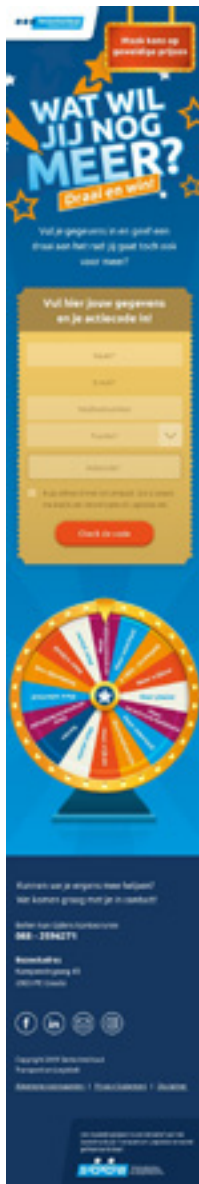
VOORTGANGS GESPREK2

10-5-2019

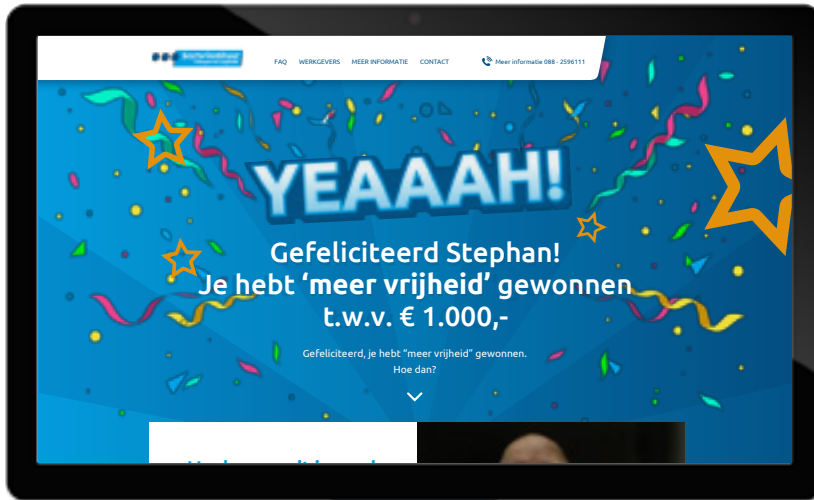
handtekening student	handtekening bedrijfsbegeleider	handtekening stagebegeleider
		

PROFESSIONALISEREN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat: _____
Je bewaakt je stageplan zodat je aan je competenties kunt werken tijdens je stage. Je informeert je bedrijfsbegeleider en andere belanghebbenden regelmatig over je stage en je voortgang.	Besteed er goed aandacht aan. Hebben evaluaties. Houd dit vast. Stappen plan gemaakt.
PROFESSIONALISEREN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat: _____
Je zoekt zelfstandig en actief benodigde (vak- en domein-) kennis en vaardigheden die nodig zijn om je werkzaamheden in je stage uit te voeren.	Vasthouden.
PROFESSIONALISEREN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat: _____
Je kunt afleiden wat er verbeterd moet worden en wat al op niveau is, zowel in gedrag als in uitvoering van je werk.	Je weet wat je opleverd en vraagd dingen waar nodig.
EMPATHIE	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat: _____
Je maakt afwegingen tussen de behoeften, en wensen van gebruikers (en hun omgeving), de opdrachtgever en andere belanghebbenden en neemt de conclusies als uitgangspunt voor ontwerpbeslissingen.	Je doet hier goed over sparren en denkt na.
SAMENWERKEN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat: _____
Je deelt kennis en vaardigheden met collega's, teamleden, opdrachtgevers en andere belanghebbenden.	Ja gaat ook goed.
SAMENWERKEN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat: _____
Je informeert belanghebbenden (in woord en beeld) gedurende het ontwerpproces tijdig, volledig en correct over de voortgang.	Geen toelichting.
SAMENWERKEN	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat: _____
Je brengt onafhankelijk (gevraagd en ongevraagd) advies uit.	Ja.
ONDERZOEK	nog niet voldoende / voldoende / goed op niveau omdat: _____
Je stelt je onderzoekend op door op zoek te gaan naar perspectiefwisselingen, je oordeel uit te stellen en routines en aannames kritisch te bevragen.	Goed op niveau, je blijft kritisch

STL Wat Wil Je Nog Meer Bijlage 1 Mobile design



STL Wat Wil Je Nog Meer Bijlage 1 Desktop design



STL Wat Wil Je Nog Meer Bijlage 1 Maling

GOED DE ZOMER IN? EN DAARNA?

Wat heb je aan een opleiding?

Waarom zou jij een opleiding volgen? Hoe kun je het beste aan de slag met de zomer? Hoe kun je het beste aan de slag met de toekomst? Hoe kun je het beste aan de slag met de toekomst? Hoe kun je het beste aan de slag met de toekomst?

Als 1.700 mensen hebben al dit arrangement

Deze adviseurs helpen je graag

Je kan kiezen uit deze opleidingen

Rekening openstellen?

BEN JIJ KLAAR VOOR DE TOEKOMST?

Ben jij klaar?

Top 5 opleidingen

Je kan kiezen uit deze opleidingen

Je kan kiezen uit deze opleidingen

Rekening openstellen?

MAAK JE KEUZE WAAR GA JIJ VOOR?

Vrijblijb campagne

Top 5 opleidingen

Je kan kiezen uit deze opleidingen

Rekening openstellen?

ONZE TRAINERS EN COACHES HELPEN JE GRAAG.

Regening in kaart

Deze adviseurs helpen je graag

Top 5 opleidingen

Je kan kiezen uit deze opleidingen

Rekening openstellen?

STL Wat Wil Je Nog Meer Bijlage 1

BEN JIJ KLAAR VOOR DE TOEKOMST?

Opdrachten

Top-5 opleidingen

Deze adverteerders helpen je graag

Je kan kiezen voor:

Willingheid gevonden?

AL 1.249 MENSEN DOEN MEE

Deen weten wat je nog niet weet?

Heel veel informatie video

Deze adverteerders helpen je graag

Je kan kiezen voor:

Willingheid gevonden?

LAATSTE KANS!

Wetenschap kan je nog verrassen!

Heel veel informatie video

Al 1.787 mensen hebben zich aangemeld

Deze adverteerders helpen je graag

Wilt u meegedien?

Je kan kiezen voor:

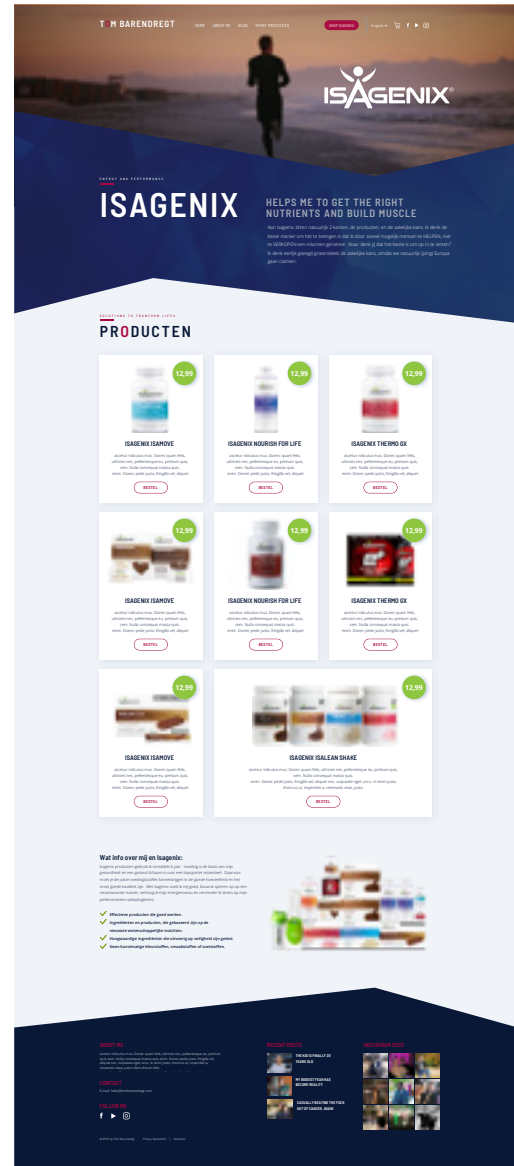
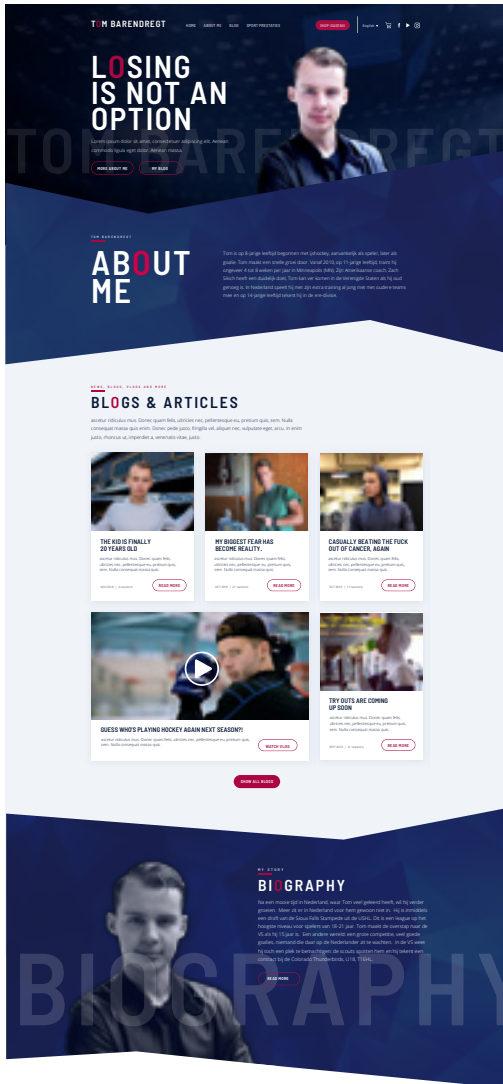
Willingheid gevonden?

GEFELICITEERD!

Beide Deen, bedankt voor het meedoen!

Heel veel informatie video

Tom Barendregt Bijlage 2 Destop design



Tom Barendregt Bijlage 2 Desktop design

TOM BARENDREGT

Tom Barendregt is een sportwetenschapper en fysiotherapeut. Hij is werkzaam bij de Universiteit van Amsterdam en heeft een eigen praktijk. Hij is ook een vroege adopteerder van de Nederlandse taal op LinkedIn.

CONTACT

E-mail: tom@tombarndregt.nl

FOLLOW ME

TOM BARENDREGT
Universiteit van Amsterdam

SPORTVERENIGINGEN
Eindhoven University of Applied Sciences
Technische Universiteit Eindhoven

OPLEIDING
MSc Sportwetenschappen

SPORT PRESTATIES

Tom is een succesvolle sportwetenschapper met verschillende prestaties op zijn conto. Hij heeft een doctoraat in de Sportwetenschappen behaald aan de Universiteit van Amsterdam. Hij is ook een vroege adopteerder van de Nederlandse taal op LinkedIn.

LEUKEMIE

Waar stond ik?

Mijn behandeling

De behandeling van leukemie is een proces dat vaak maanden of jaren kan duren. Het is belangrijk om samen te werken met een multidisciplinair team van artsen en verpleegkundigen. Het is ook belangrijk om de juiste informatie te verzamelen en te delen met uw familie en vrienden.

MATCHIS

GEZONDHEID

Wat info over mij en tegelijk:

- **Waarom lopen?** Lopen is een van de beste manieren om gezond te blijven en het risico op ziekten te verminderen.
- **Waarom eten?** Eten is een van de beste manieren om gezond te blijven en het risico op ziekten te verminderen.
- **Waarom slapen?** Slapen is een van de beste manieren om gezond te blijven en het risico op ziekten te verminderen.

Waarom lopen?

Lopen is een van de beste manieren om gezond te blijven en het risico op ziekten te verminderen. Het is ook een van de beste manieren om uw mentale gezondheid te verbeteren.

Waarom eten?

Eten is een van de beste manieren om gezond te blijven en het risico op ziekten te verminderen. Het is ook een van de beste manieren om uw mentale gezondheid te verbeteren.

Waarom slapen?

Slapen is een van de beste manieren om gezond te blijven en het risico op ziekten te verminderen. Het is ook een van de beste manieren om uw mentale gezondheid te verbeteren.

BLOGS & ARTICLES

THE KIDS IS FINALLY 20 YEARS OLD!

De laatste update van de blog is nu beschikbaar. Het is een artikel over de ervaringen van Tom met zijn kinderen.

MY BROTHER FEELS HAS BECOME REALITY!

De laatste update van de blog is nu beschikbaar. Het is een artikel over de ervaringen van Tom met zijn broer.

CASUALLY BEATING THE FUCK OUT OF CANCER, AGAIN

De laatste update van de blog is nu beschikbaar. Het is een artikel over de ervaringen van Tom met zijn ziekte.

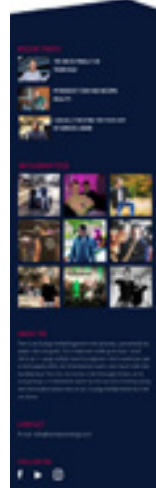
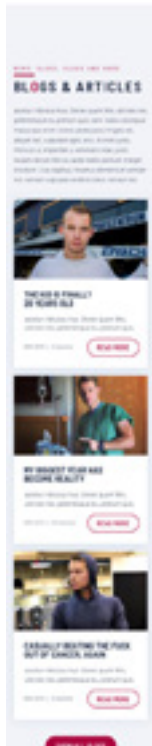
TRY OUTS ARE COMING UP SOON!

De laatste update van de blog is nu beschikbaar. Het is een artikel over de ervaringen van Tom met zijn sport.

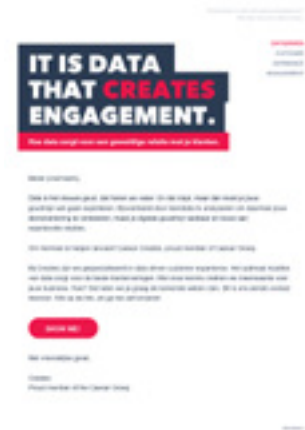
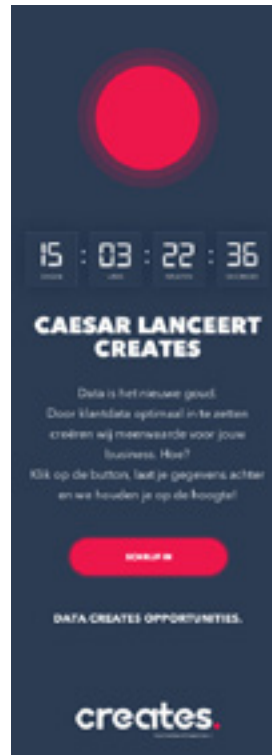
GUSS WHO'S PLAYING HOCKEY AGAIN NEXT SEASON?

De laatste update van de blog is nu beschikbaar. Het is een artikel over de ervaringen van Tom met zijn sport.

Tom Barendregt Bijlage 2 Desktop design

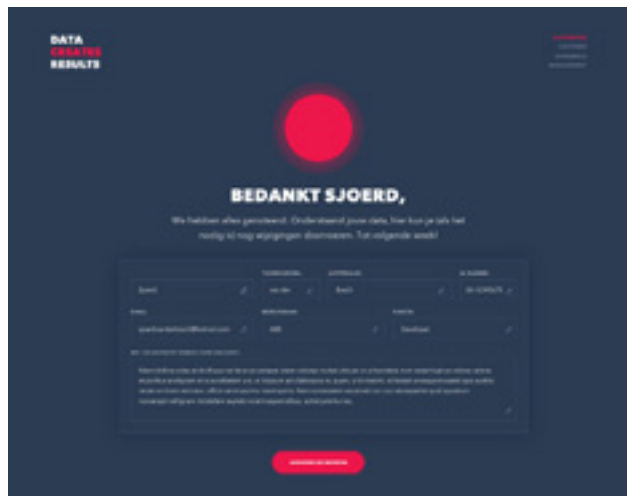
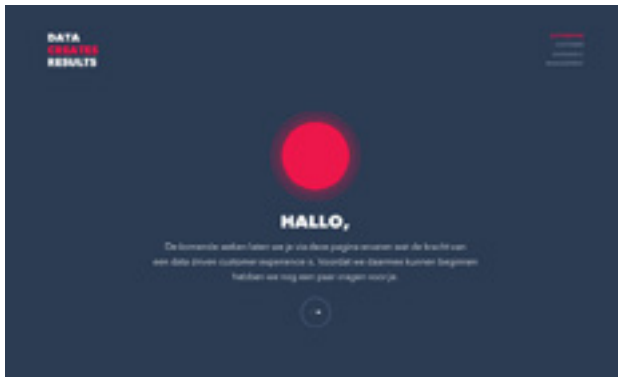


Creates Bijlage 3



Bekijk de site live op:
<https://www.creates.nl/>

Creates Bijlage 3



Creates Bijlage 3 Workshop page

LET'S CREATES YOUR FUTURE TOGETHER

CREATES TOMORROW: KENNISSEVENTS

AI AND MACHINE LEARNING

EMAIL MARKETING & MARKETING AUTOMATION

CUSTOMER EXPERIENCE

DATA ANALYTICS

LET'S CREATES YOUR FUTURE TOGETHER

AI AND MACHINE LEARNING

CUSTOMER EXPERIENCE

DATA ANALYTICS

CREATES WORKSHOPS

WORKSHOP CREATES BREAKFAST

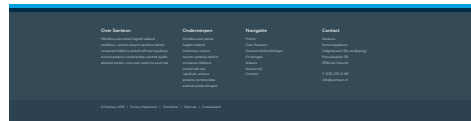
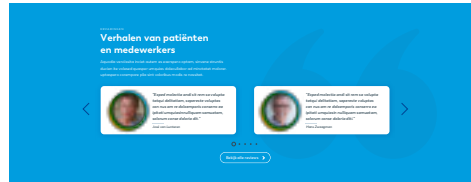
CREATES WORKSHOPS

WORKSHOP CREATES BREAKFAST

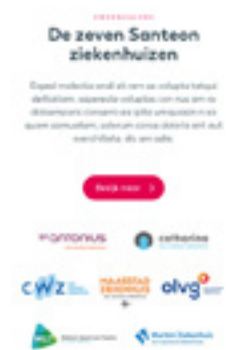
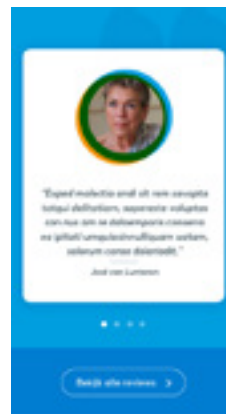
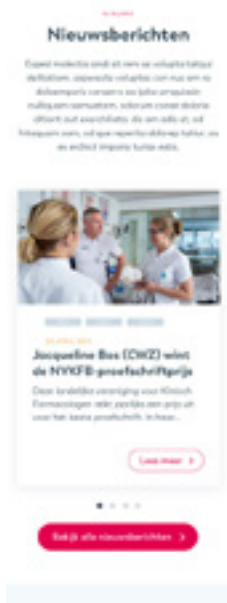
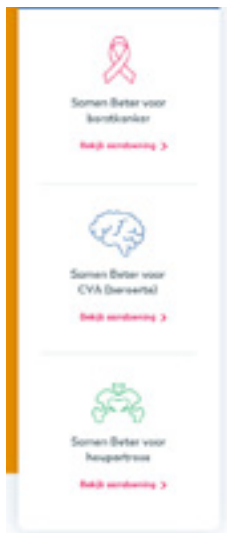
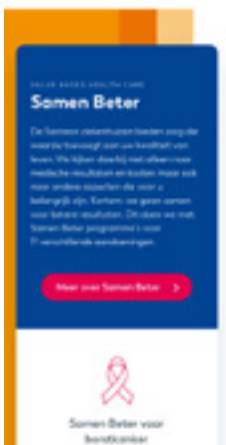
CREATES WORKSHOPS

WORKSHOP CREATES BREAKFAST

Santeon Bijlage 4

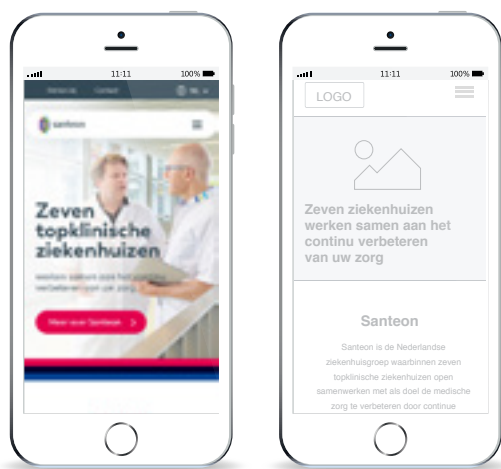
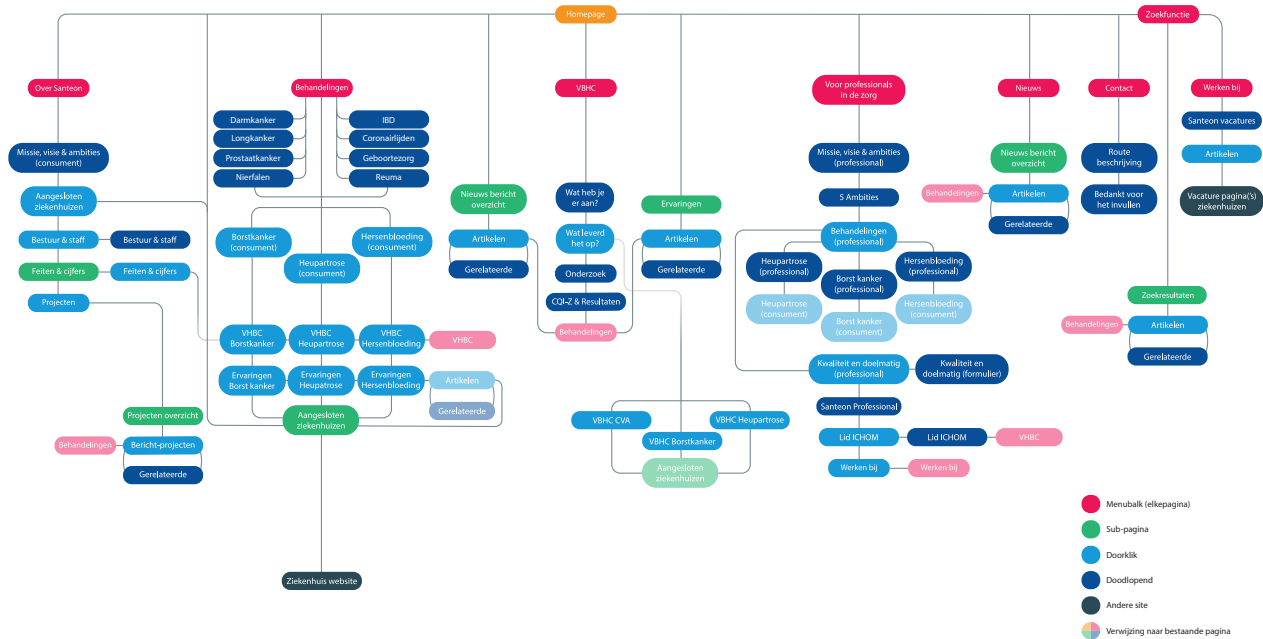


Santeon Bijlage 4 Mobile design



Santeon Bijlage 4 Sitemap

Sitemap Santeon.nl

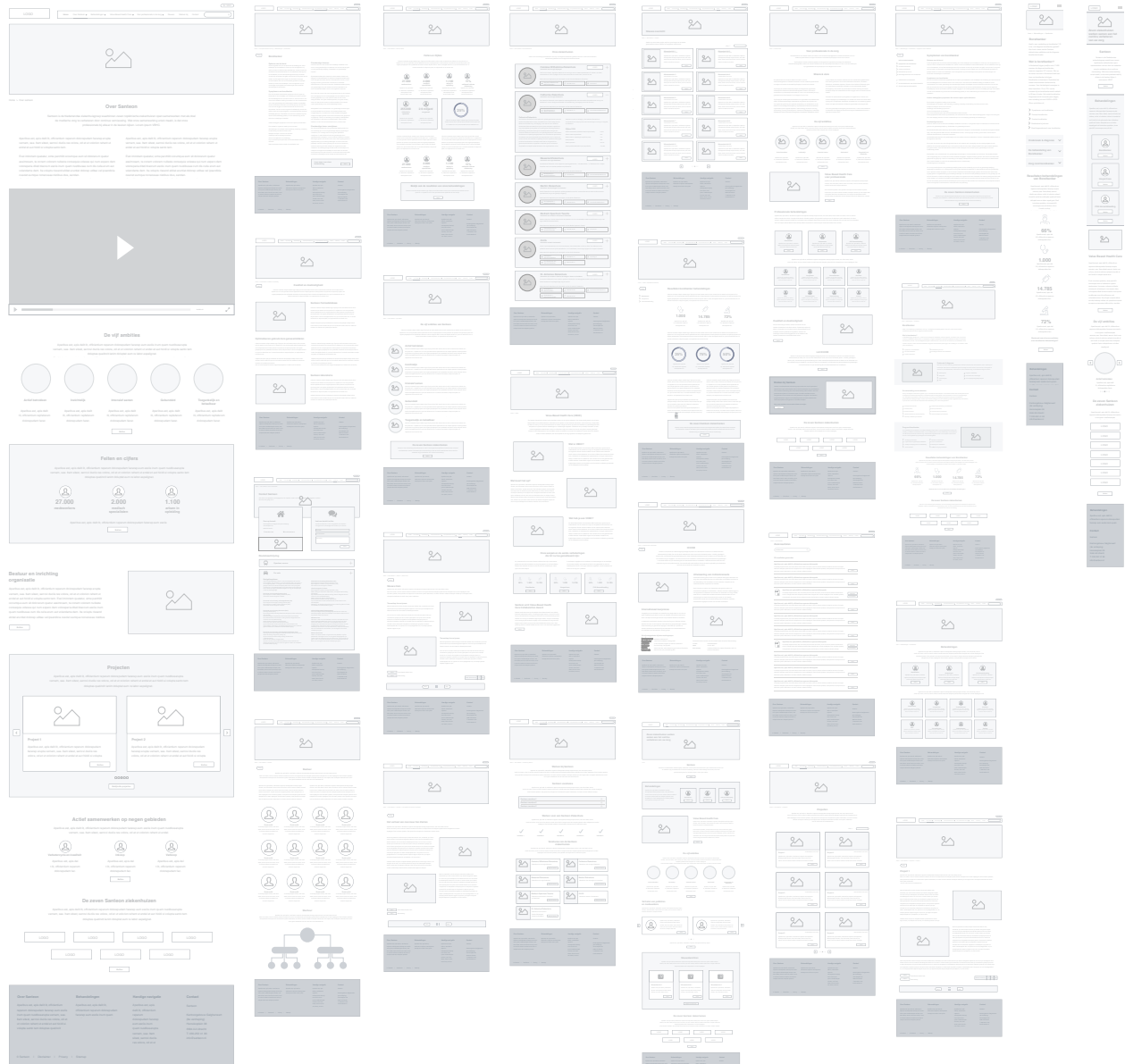


Jaaroverzicht behandelingen

- Borstkanker
- Longkanker
- CVA
- Heupartrose
- Nierschade
- Geboortezorg
- Prostaatcancer
- Colorectaal carcinoom
- Reuma
- Coronairlijden
- IBD



Santeon Bijlage 4 Functioneel ontwerp



Santeon Bijlage 4 Uitdenken ontwerp

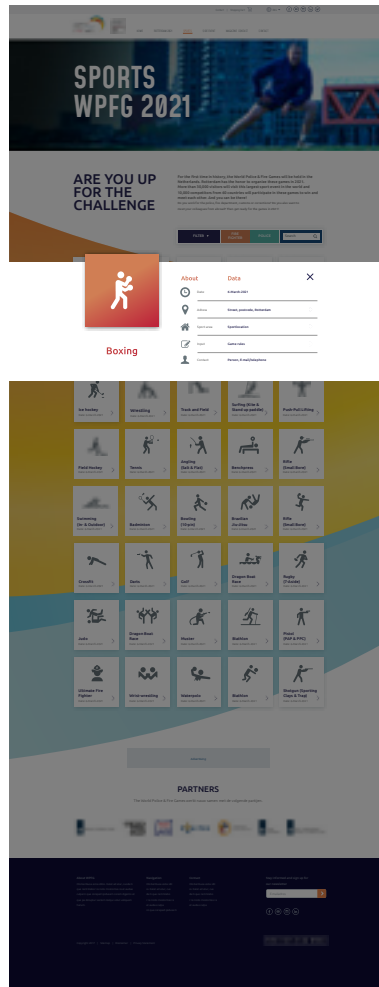
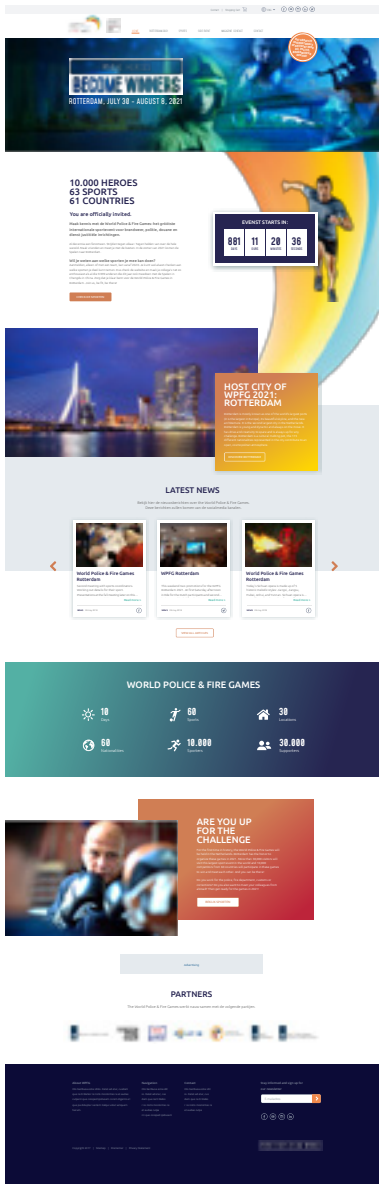


Bekijk de Invison demo op:

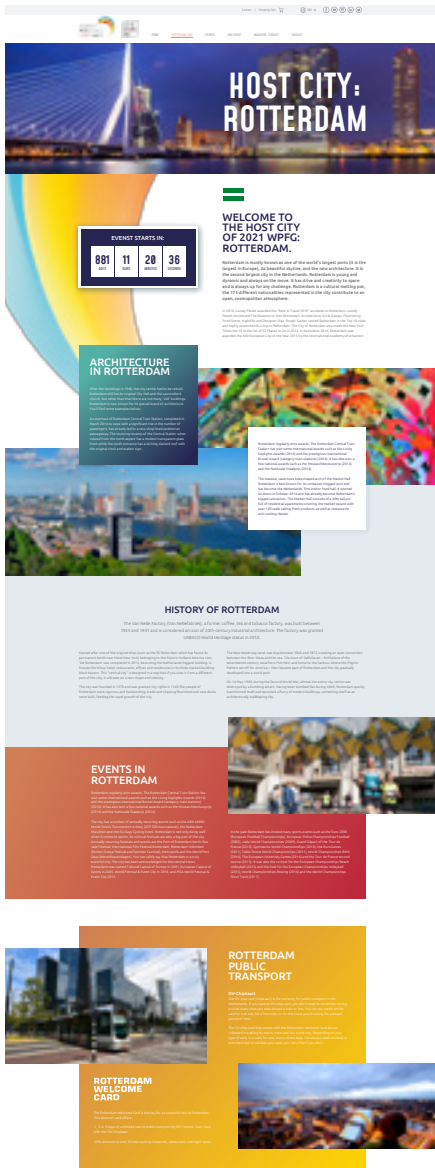
https://invis.io/SQSJFYOKHEG#/369075224_Onze_Aanpak_Copy_3



World Police & Fire Games Bijlage 5 Webdesign



World Police & Fire Games Bijlage 5



Bekijk de Invison demo op:
https://invis.io/QZSQXUQKXAS#/350350835_Custom_Preset_Copy_23

Prosper Bijlage 6 Mobile design




VERWACHTINGEN OVERTREFFEN

Samenwerkende prostaatkanker klinieken

Osamentio est re, et molescil iminimo lorpore icidium, quatlar re pero vendita derem non perum noncest lab im nia volore dolupta temporeici con it quis sit que volupat laccu.

[Meer over prosper](#)

[Neem contact op](#)

PROSPER

Waarom? Over Prosper. Expertise/robotchirurgie

Osamentio est re, et molescil iminimo lorpore icidium, quatlar re pero vendita derem non perum noncest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que volupat laccu, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem.

Venimposre ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas estur si que sedit, illupatet velenempor surtur, none magnis diame molorev nation cortiosam officio rporov idelles molupatrem quae pligine nimendit exerunte volupta spitaqui qui dolorei untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolent parchilla imaginaido. Im illessi volupata nonsenberit doluptus eturepta netusanis eate pedis parid.


[Meer over robotchirurgie](#)



Geslecteerd door zorgverzekers Zilveren Kruis als koploperziekenhuis voor prostaatkankeroperaties.

Onderzoek heeft aangetoond dat patiënten na afloop veel minder complicaties ervaren wanneer zij geopereerd zijn door een gespecialiseerd team met veel ervaring

[Koploper ziekenhuis](#)




BEHANDELMETHODES

Robotchirurgie

Oreici consequis volupte sit quis sit que volupat laccu, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusa faccum hicitatia nonsediatem, Venimposre ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas estur si que sedit, illupatet velenempor surtur, none magnis diame molorer nation cortiosam officio rporov idelles molupatrem quae pligine nimendit exerunte volupta spitaqui qui dolorei untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe consequi iatur, nis debita quam.

[Lees meer](#)



PROSPER

Wat? What's in it for me?

Osamentio est re, et molescil iminimo lorpore icidium, quatlar re pero vendita derem non perum noncest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que volupat laccu, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem, Venimposre ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas, estur si que sedit, illupatet velenempor surtur, none magnis diame molorer nation cortiosam, officio rporov idelles molupatrem quae pligine nimendit exerunte

- ✓ Osamentio est re, et molescil iminimo
- ✓ lorpore icidium, quatlar re pero vendita
- ✓ rep taest, cusciensis aligeni magnhi

[Meer over prosper](#)

VOORELEN

Waarom kiezen voor Prosper?

Osamentio est re, et molescil iminimo lorpore icidium, quatlar re pero vendita derem non perum noncest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que volupat laccu, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem.

- ✓ Osamentio est re, et molescil iminimo lorpore
- ✓ Quatlar re pero vendita derem non perum noncest
- ✓ Lab im nia volore dolupta temporeici consequis volupt
- ✓ Ae sit quis sit que volupat laccu
- ✓ Hyporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum nonsediatem es ea que diatio
- ✓ Debisi corum core porehento eumenienti doluptas est sedit, illupatet velenempor surtu

BEHANDELMETHODES

Robotchirurgie

Osamentio est re, et molescil iminimo lorpore icidium, quatlar re pero vendita derem non perum noncest ab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que.



Sjors den Rooijakker
Dienstevoet bij Prosper

Osamentio est re, et molescil iminimo lorpore icidium, quatlar re pero vendita derem non perum noncest lab im nia volore dolupta temporeici.

[Lees meer](#)

[Bekijk alle ervaringsverhalen](#)

LOCATIE PROSTAATCENTRUM

1 behandelcentrum 3 aangesloten ziekenhuizen

1 behandelcentrum 3 aangesloten ziekenhuizen

Osamentio est re, et molescil iminimo lorpore icidium, quatlar re pero vendita derem non perum noncest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que volupat laccu, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem.

[Lees meer](#)



Prosper is een initiatief van:



Heeft u vragen of bent u op zoek naar meer informatie?

Neemt u gerust contact met ons op.

[Bel](#) [Bel mij terug](#) [Stuur een e-mail](#)

Over prosper

Milieu: Solo benev fupadi velend andiam, utiam asant, oporvus delica conerep babore stozal ait aut teubidit, ecore plaectu recatendae exozat quidit dolupta suram, core sum quid mo ex et aut dolupta.

scipidandae aut doluptas sed maio motoreci ip, d'evalquam aut taut laccu noisim dis volo volorem aditescab ilaape esto conem accado.

Contact

prosper
Middelhagedijk 2
5623 EJ Eindhoven
T: 040 - 239 91 11
info@prosper.nl

[f](#) [in](#)

© prosper 2019
Privacy Statement
Disclaimer
Overname
Contactformulier



Home

Over Prosper

Robotchirurgie

Over prostaatkanker

Patientervaringen

Resultaten

Contact

Veelgestelde vragen

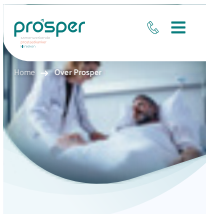
[Meer over prosper](#)

[Neem contact op](#)

PROSPER

Waarom? Over Prosper. Expertise/robotchirurgie

Prosper Bijlage 6 Mobile design



De kliniek voor robot prostaatoperaties

Osamentio est re, et molestici minimo lorpore iciduciam, quatit re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequi voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae natorem sinvendae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimporae ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento, eumenienti doluptas estur si que sedti, illupatet velenempor su.

Gespecialiseerde kliniek

oreici consequi volupte sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusa faccum hicitatia nonsediatem. Venimporae ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas estur si que sedti, illupatet.



We werken met een super gespecialiseerd team op één locatie:

Osamentio est re, et molestici minimo lorpore iciduciam, quatit re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia vo lore dolupta temporeici consequi voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimporae ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenie.



De patiënt centraal

De patiënt onderwerp 1

Voluptat laccus, si imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimporae ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumen. imporepudae natorem sinvendaeus debisi corum core porehento eumen ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusa m faccum hicitatia nonsediatem. Venimporae.

De patiënt onderwerp 2

Offitio iporrov ideltes moluplatem quae pligritie nimeridit exerunte volupta splatqui qui dolorei untorep taest, cusienis aligeni magnhi cicipimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolonit parchillia imaginmaio.

De patiënt onderwerp 3

Offitio iporrov ideltes moluplatem quae pligritie nimeridit exerunte volupta splatqui qui dolorei untorep taest, cusienis aligeni magnhi cicipimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolonit parchillia imaginmaio.

Bekijk de ervaringen →

Aangesloten zorgverzekeraars

Osamentio est re, et molestici minimo lorpore iciduciam, quatit re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia vo lore dolupta temporeici consequi voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimporae ea que



Meer over koploperziekenhuis →



Innovatie en ambitie

Osamentio est re, et molestici minimo lorpore iciduciam, quatit re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequi voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimporae ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas estur si que sedti, illupatet velenempor surtur, none magnis diame moloreer nation coritiosa offitio iporrov

Heeft u vragen of bent u op zoek naar meer informatie?

Neemt u gerust contact met ons op.



Over prosper

Minibus solo tenet fugati velend andamus, untrum assum optatus delicia conserere labore storat ait aut isquibus, victore praecti rectatendae estotat quidlo dolupta turam, core sum quid mo ex et aut dolupta.

sipgandae aut doluptas sed maio moloreer ipi, d'evelliquam aut laud laccus noxum dis volo volorem aditatercab itaque esto conem accabo.

Contact

prosper
Michelangelolaan 2
5623 EJ Eindhoven
T: 040 - 239 91 11
E: info@prosper.nl



Contact

Home → Contact

Contactgegevens

Osamentio est re, et molestici minimo lorpore iciduciam, quatit re pero vendita derem non perum nonecest.

Bezoekadres Postadres
Michelangelolaan 2 Postbus 1350
5623 EJ Eindhoven 5602 ZA Eindhoven

Tel: 040 - 239 91 11
E-mail: info@prosper.nl



Contactformulier

Voornaam*:

Achternaam*:

Telefoonnummer*:

E-mailadres*:

Uw bericht of opmerking*:

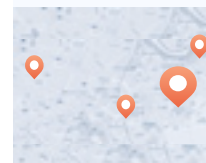
Ik ga akkoord met het [privacybeleid](#) van Prosper



Verstuur bericht →

Route en parkeren

Osamentio est re, et molestici minimo lorpore iciduciam, quatit re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequi voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae natorem sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimporae ea que diatio dolla cus debisi.



Heeft u vragen of bent u op zoek naar meer informatie?

Neemt u gerust contact met ons op.



Over prosper

Minibus solo tenet fugati velend andamus, untrum assum optatus delicia conserere labore storat ait aut isquibus, victore praecti rectatendae estotat quidlo dolupta turam, core sum quid mo ex et aut dolupta.

sipgandae aut doluptas sed maio moloreer ipi, d'evelliquam aut laud laccus noxum dis volo volorem aditatercab itaque esto conem accabo.

Contact

prosper
Michelangelolaan 2
5623 EJ Eindhoven
T: 040 - 239 91 11
E: info@prosper.nl



© prosper 2024
Privacy Statement
Disclaimer
Sitemap
Cookiebeleid

Prosper Bijlage 6 Mobile design

PROSTAANKANKER
Over prostaatanker

Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas estur si que sedti, illuplatet veletempor surtur, none magnis diame molorer natiom cortiosam officio rporov idelles moluptatem quae pligine nimendi exerunte volupta spitaqui.

- Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae.
- sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinven dae prae qui nusam faccum hicitatia nonsed nimpores ea que d iatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas es tur si que sedti, illuplatet veletempor surtu.
- none magnis diame molorer natiom cortiosam officio rporov idelles moluptatem quae pligine nimendi exer.
- qua dolore untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe co ntequ iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolont parchillia imaginaio.
- parchillia imaginaio. Im illesci voluptata nonsebenit doluptas eturepa netusanis este pedis parcid ma iligendi dendi, slatur a dut volut repudam que ne exerum quas.

OVER PROSTAANKANKER
De prostaat verwijderen met de Da Vinci robot

Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas estur si que sedti, illuplatet veletempor surtur, none magnis diame molorer natiom cortiosa effecto rporov idelles moluptatem quae pligine nimendi exerunte volupta spitaqui qui dolorei untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolont parchillia imaginaio. Im illesci voluptata nonsebenit doluptas eturepa netu sanis este pedis parcid m.

ONZAKEN
Symptomen van prostaatanker

Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non

DIAGNOSE
Diagnose

Voluptat laccus, si imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumen, imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenab imporepudae naturam sinvendae prae qui nusa m faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores.

Officio rporov idelles moluptatem quae pligine nimendi exerunte volupta spitaqui qui dolorei untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolont parchillia imaginaio.

Officio rporov idelles moluptatem quae pligine nimendi exerunte volupta spitaqui qui dolorei untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolont parchillia imaginaio. Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumenienti doluptas estur si que sedti, illuplatet veletempor surtur, none magnis diame molorer.

RESEARCH
Onderzoek van prostaatanker

Voluptat laccus, si imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumen, imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores.

Officio rporov idelles moluptatem quae pligine nimendi exerunte volupta spitaqui qui dolorei untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolont parchillia imaginaio.

Officio rporov idelles moluptatem quae pligine nimendi exerunte volupta spitaqui qui dolorei untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolont parchillia imaginaio.

BEHANDELING
De behandeling van prostaatanker

Voluptat laccus, si imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus debisi corum core porehento eumen, imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores.

Prostaatanker onderwerp 1

Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici nonecest lab im nia volorem non perum nonecest lab im taes sit quis sit que

Prostaatanker onderwerp 2

Voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus doluptas estur si que sedti, illuplatet veletempor surtur, none magnis di

Prostaatanker onderwerp 3

Officio rporov idelles moluptatem quae pligine nimendi exerunte volupta spitaqui qui dolorei untorep taest, cusciensis aligeni magnhi cipicimpe consequi iatur, nis debita quam, atur, qui quam dolont parchillia imaginaio.

PROSTAANKANKERSTICHTING
Aangesloten bij de prostaatankerstichting

Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem.

BEHANDELING
De behandeling van prostaatanker

Voluptat laccus, si imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem. Venimpores ea que diatio dolla cus debisi corum

prosper

Ervaringen
Home → Over Prosper → Team

Onze urologen

Osamentio est re, et molescil inimino vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinvendae prae.

Eric Vrijhof
Urolog

Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum

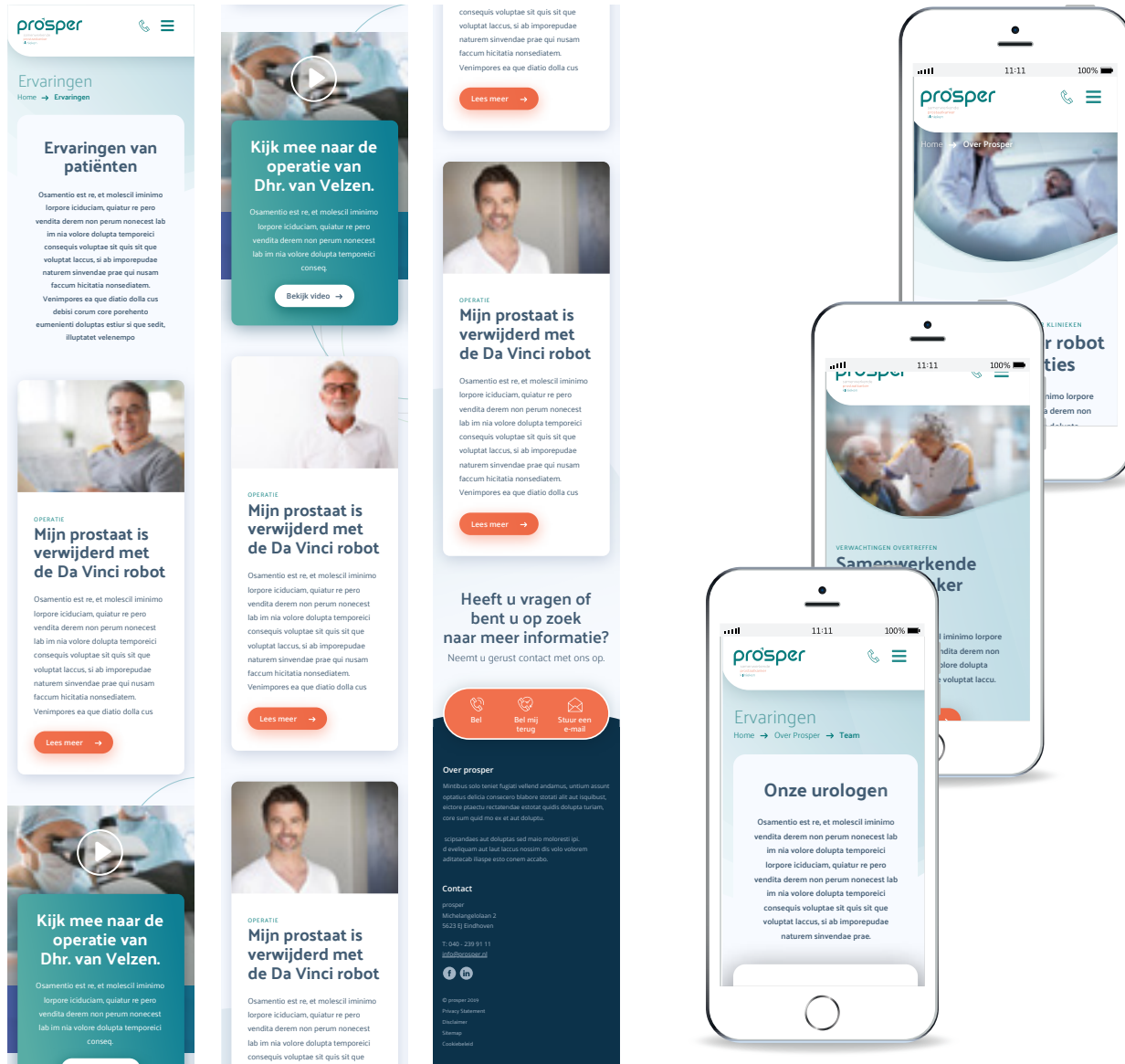
eric@prosper.nl
[ericvrijhof@linkedin.com](https://www.linkedin.com/in/ericvrijhof/)

Eric Vrijhof
Urolog

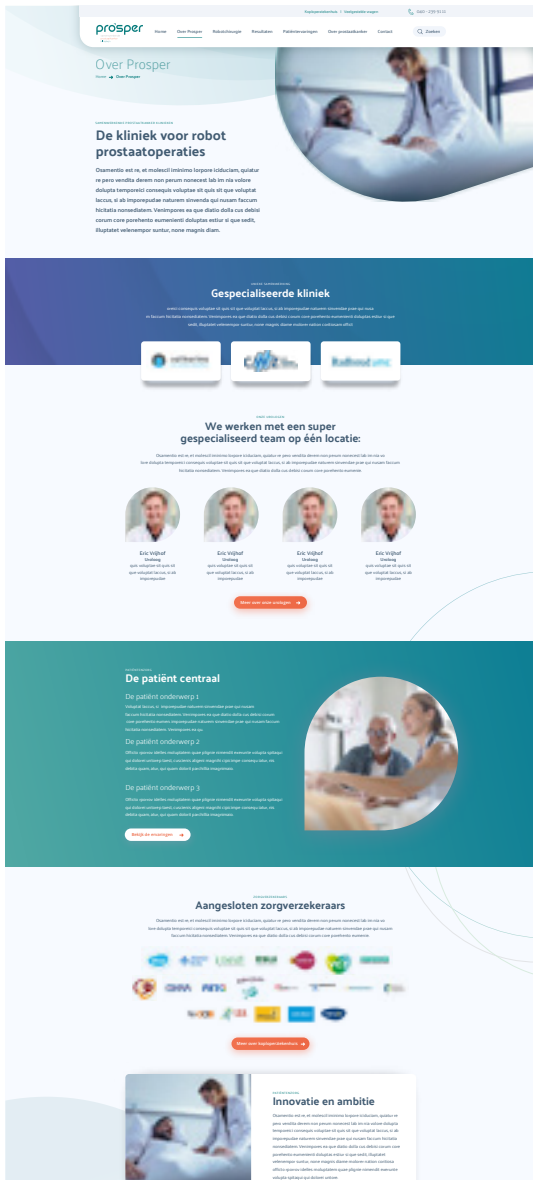
Osamentio est re, et molescil inimino lorpore iciduciam, quatlar re pero vendita derem non perum nonecest lab im nia volore dolupta temporeici consequis voluptae sit quis sit que voluptat laccus, si ab imporepudae naturam sinvendae prae qui nusam faccum hicitatia nonsediatem.

Heeft u vragen of bent u op zoek naar meer informatie?
Neemt u gerust contact met ons op.

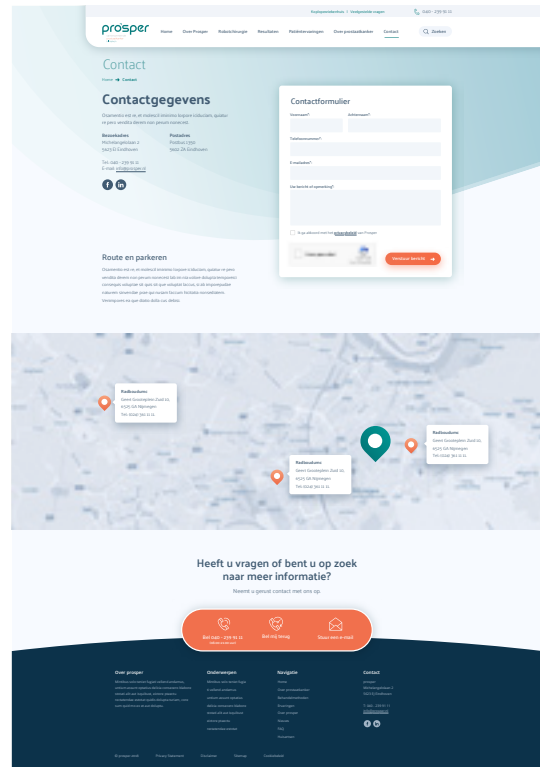
Prosper Bijlage 6 Mobile design



Prosper Bijlage 6 Desktop design

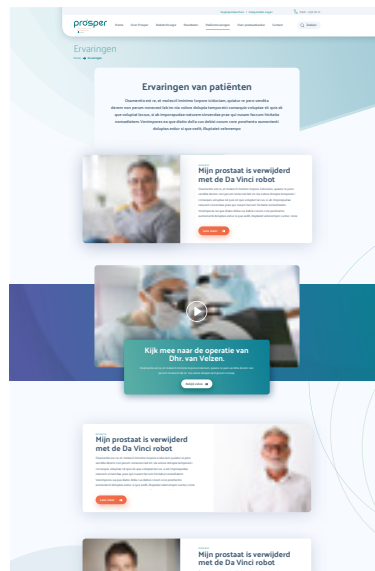
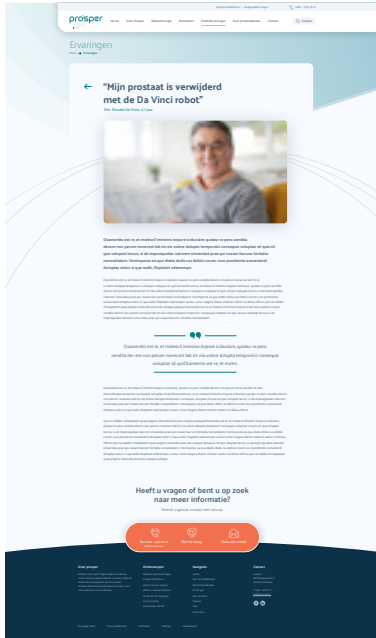


Prosper Bijlage 6 Desktop design



Bekijk de Invision demo op:
<https://projects.invisionapp.com/prototype/ProtoProsperV2-cjtojr6pc0026dw01y-5baor6q/play/f71ed8ae>

Prosper Bijlage 6 desktop design

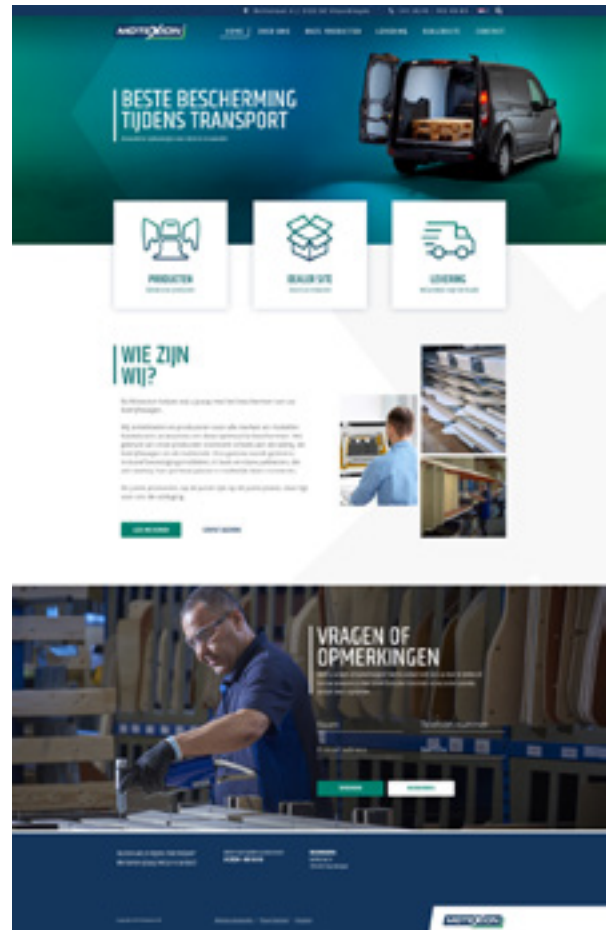
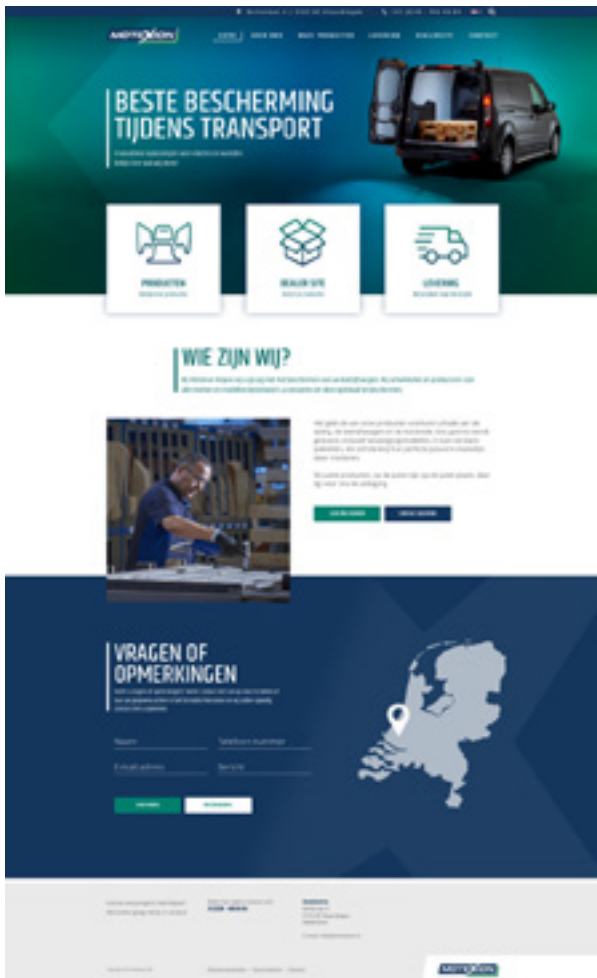


Rotterdam Topsport Bijlage 7 Vragenlijst sporters

The image shows a vertical screenshot of a survey form. At the top, there is a header with the Rotterdam Topsport logo and four small portraits of athletes. Below this is a large orange section with the hashtag #OLYMPICGROUND and some introductory text. The main part of the form is titled 'VRAGENLIJST' and contains several sections with text and input fields. At the bottom right of the form, there is an orange 'Verstuur' button. The footer of the page includes the Rotterdam Topsport logo and some navigation links.



Motexion Bijlage 8 Motexion webdesign



Motexion Bijlage 8 Motexion webdesign klantendomein

