

# Reflectieverslag

Reflectie op de afstudeerperiode

Door M.E. van Mastrigt

Id-code: 1582022

Hogeschool Utrecht



Reflectieverslag  
Reflectie op de afstudeerperiode

Datum en plaats van verschijnen  
Utrecht, 09-06-2014

Student  
M.E. van Mastrigt  
+31 (0)6 19 07 366  
maxencevanmastrigt@outlook.com  
Id-code: 1582022



Hogeschool Utrecht  
Faculteit voor Communicatie en Journalistiek  
Bedrijfscommunicatie  
Afstudeerrichting Marketingcommunicatie  
Begeleider: Vincent Koetsier



eMpoly B.V.  
Keizerstraat 37  
7411 HE Deventer  
0570 646440  
info@empoly.nl  
Begeleider: Peter ter Linde

# Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Reflectie aanpak project	5
2.1 Activiteiten	5
2.2 Planning	6
2.3 Risico's en problemen	6
2.4 Urenverantwoording: logboek	7
2.5 Projectmatig werken	9
3. Reflectie werk en resultaten	10
4. Beoordeling opgeleverde producten	13
Perspectief eMpoly	13
4.1 Perspectief organisatie	14
4.2 Perspectief vakgebied	14
5. Bijlagen	16
I. Feedbackverslagen	16

# 1. Inleiding

Voor u ligt het reflectieverslag dat ik heb geschreven in het kader van mijn afstudeerperiode bij eMpoly. Door te reflecteren kijk ik terug op de afgelopen periode. Door te reflecteren op mijn afstudeerperiode kan ik in de toekomst eventueel mindere punten verbeteren. De punten die goed zijn gegaan kan ik meenemen in mijn ervaring en verder blijven ontwikkelen. Uiteindelijk moet de reflectie ervoor zorgen dat ik bij een volgend project of opdracht een hoger niveau haal.

In dit verslag evalueer ik het proces van afstuderen, de opgeleverde producten en mijn eigen ontwikkeling. Daarnaast dient een deel van het reflectieverslag als urenverantwoording voor de Hogeschool Utrecht.

In de bijlagen vind u tevens de feedbackverslagen op die ik heb gemaakt naar aanleiding van de begeleidingsgesprekken met docent Vincent Koetsier.

## 2. Reflectie aanpak project

### 2.1 Activiteiten

In het begin van de afstudeerperiode heb ik in het Plan van Aanpak de geplande activiteiten en producten weergegeven. Dit waren:

Definitiefase	Tussen-/eindproduct <b>Plan van Aanpak</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Beschrijving opdrachtgever</li><li>2. Aanleiding</li><li>3. Probleemanalyse</li><li>4. Beleidsvraag</li><li>5. Product(en)</li><li>6. Onderzoek</li><li>7. Planning</li><li>8. Communicatie-afspraken</li><li>9. Risico's en afspraken</li><li>10. Literatuurlijst</li><li>11. Akkoordverklaring</li></ol>
Realisatiefase	<b>Afstudeerrapport</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Onderzoeksrapport:<ol style="list-style-type: none"><li>a. Concurrentieanalyse;</li><li>b. Organisatie-analyse;</li><li>c. Doelgroepanalyse;</li><li>d. Media- en middelenanalyse.</li></ol></li><li>2. Advies over de strategische inzet van communicatiemiddelen en –media na aanleiding media &amp; middelen analyse*</li><li>3. Marketingcommunicatieplan ** EN Communicatiemiddelen, -media</li><li>4. Presentatie van het werk</li></ol>
Evaluatiefase	<b>Reflectieverslag over project en eigen ontwikkeling</b>

\*Het advies over de strategische inzet van communicatiemiddelen en –media onderdeel van het marketingcommunicatieplan.

\*\* Het marketingcommunicatieplan bestaat uit meerdere onderdelen, incl. communicatiemiddelen- en media advies, implementatie-advies en evaluatie-advies. Waar het marketingcommunicatieplan uit bestaat wordt hieronder weergegeven.

*In hoeverre heb ik de activiteiten, die in mijn PvA zijn beschreven, daadwerkelijk uitgevoerd?*

Door projectmatig te werken heb ik alle bovengenoemde activiteiten en producten kunnen uitvoeren tijdens mijn afstudeerperiode. Ik heb bij nazorg zelfs een extra activiteit op mij genomen: het realiseren van de website die ik voor eMpoly heb ontworpen in de realisatiefase.

*Wat heeft anders uitgedaakt dan verwacht?*

De geplande inhoud van het marketingcommunicatieplan, welke ik vooraf heb weergegeven, ziet er in werkelijkheid anders uit. Ik heb de inhoud van het plan aangepast, zodat hij beter aansluit bij het vooraf uitgevoerde onderzoek, de resultaten daarvan en de wensen van de opdrachtgever.

## 2.2 Planning

In de definitiefase heb ik voor het Plan van Aanpak een strokenplanning gemaakt, bestaande uit een strakke planning, verdeeld over 21 weken. Het maken van deze planning ging mij gemakkelijk af; ik ben een nauwkeurig en gestructureerd persoon. Hierdoor kon ik een strak en vooral haalbaar plan opstellen.

### *Hoe is mijn planning verlopen?*

Ik heb mijn planning vrij goed kunnen volgen. Om te voorkomen dat ik tijd te kort kwam heb ik een uitlooptijd van twee weken ingeroosterd in de strokenplanning. Uiteindelijk kwam dit goed van pas. De media- en middelenanalyse was meer werk dan ik vooraf gepland had. Andere onderzoeken waren daarentegen een aantal dagen eerder afgerond dan gepland. Ook ben ik een aantal dagen ziek geweest, maar door de extra ingeplande uitlooptijd ben ik uiteindelijk niet in tijdnood gekomen.

De geplande gesprekken met docent Vincent Koetsier zijn in werkelijkheid niet allemaal uitgevoerd. Er waren vier individuele gesprekken ingepland, maar uiteindelijk hebben we drie afspraken gehad. De eerste afspraak waren twee gesprekken in één afspraak: het introductiegesprek en het feedbackgesprek over mijn Plan van Aanpak. Tijdens de derde afspraak met Vincent Koetsier gaf hij mij feedback op mijn conceptrapport.

Verder hebben wij vooral contact gehad via e-mail. Dit is voor mij echter ruim voldoende geweest. Als ik meer hulp nodig had gehad, was ik zeker naar hem toe gegaan, maar dit was in dit geval naar mijn mening niet noodzakelijk.

## 2.3 Risico's en problemen

Risico's die ik vooraf in het Plan van Aanpak heb benoemd waren:

1. Risico: Mijn OV-Chipkaart gaat stuk, of wordt gestolen
2. Risico: Mijn bronnen zijn niet compleet genoeg.
3. Risico: Ik werk thuis en heb geen direct informatie voorhanden.
4. Risico: Er treden (onverwachte) kosten op bij de dataverzameling en/of de uitvoering van communicatiemiddelen.
5. Risico: Er zijn (menselijke) problemen op de werkvloer.
6. Risico: Er doen zich technische problemen voor.

### *Welke van de bovengenoemde risico's ben ik ook werkelijk tegengekomen?*

Ik ben geen van bovengenoemde risico's daadwerkelijk tegengekomen.

### *Tegen welke andere problemen ben ik aangelopen en hoe heb ik die opgelost?*

Tijdens de sollicitatie bij het afstudeerbedrijf heb ik met Jeroen Voortman (medewerker eMpoly) afgesproken dat ik een aantal dagen per week vanuit huis zo werken, zodat ik niet zo vaak en lang hoefde te reizen. De eigenaar van eMpoly, Peter ter Linde was het hier echter niet mee eens. Helaas vertelde hij mij dit pas in de derde week van de afstudeerperiode. Ik heb nog geprobeerd hem om te praten, maar dat heeft niets geholpen.

eMpoly is echter een klein en gezellig bedrijfje, dus heel erg vond ik het niet. Ik ben gewoon iedere dag met plezier naar Deventer gereisd. Uiteindelijk was het misschien zelfs beter voor mijn werk dat ik niet thuis kon werken, want ik heb hierdoor het bedrijf wel heel goed leren kennen. Een geluk bij een ongeluk, zal ik het maar noemen.

## 2.4 Urenverantwoording: Logboek

Om een zo volledig mogelijk overzicht te hebben van de werkzaamheden die ik tijdens mijn afstudeerperiode heb verricht, heb ik een logboek bijgehouden. Deze heb ik hieronder in een tabel weergegeven.

De totale beschikbare studiebelasting voor de afstudeerperiode bedraagt 840 uur. Het logboek hieronder laat zien hoeveel tijd ik per week heb besteed, aan welke werkzaamheden.

Week	Datum	Werkzaamheden	Uren per taak	Uren totaal*	Opmerking
1	03/02 - 04/02	✓ Start afstudeerperiode: introductie werkvloer	16	40	
	05/02 - 07/02	✓ Start Plan van Aanpak	24		
2	10/02 - 14/02	✓ Plan van Aanpak	40	40	
3	17/02 - 19/02	✓ Plan van Aanpak	27	40	
	19/02	✓ Gesprek stagedocent plan van aanpak (incl. reistijd)	5		
	20/02	✓ Start Concurrentieanalyse	8		
4	24/02 - 26/02	✓ Concurrentieanalyse	24	40	
	27/02	✓ Start Organisatieanalyse	16		
5	03/03 - 06/03	✓ Afmaken Organisatieanalyse	31	40	
	05/03	✓ Interview/vragenlijst Jeroen Voortman en Peter ter Linde	1		
	07/03	✓ Start Doelgroepanalyse	8		
6	10/03 - 14/03	✓ Afmaken Doelgroepanalyse	40	40	
7	17/03 - 21/03	✓ Media- en Middelenanalyse	40	40	Deze week was ik ziek.
8	24/03 - 28/03	✓ Verder aan Media- en Middelenanalyse	32	40	
	26/03	✓ Intervisiebijeenkomst 1 (incl. reistijd)	8		
		✓			
9	31/03 - 03/04	✓ Afmaken Media- en Middelenanalyse	32	40	
	04/04	✓ Start Marketingcommunicatieplan	8		
10	07/04 - 11/04	✓ Marketingcommunicatieplan	40	40	Goedkeuring via mail, dus geen tijd verbruikt.
09/04	✓ Definitieve goedkeuring Plan van Aanpak Vincent Koetsier	0			
11	14/04 - 18/04	✓ Marketingcommunicatieplan design	40	40	
12	21/04 - 24/04	✓ Marketingcommunicatieplan	32	40	
	25/04	✓ Start marketingcommunicatie-middelen: posters	8		
13	28/04 - 02/05	✓ Marketingcommunicatie-Middelen: design koffiebekers, folder en flyer	40	40	
14	05/05 - 09/05	✓ Marketingcommunicatie-middelen: website design	32	40	

	07/05	✓ Intervisiebijeenkomst 2 (incl. reistijd)	8		
15	12/05 - 13/05	✓ Marketingcommunicatie-middelen webdesign en e-maildesign	16	40	
	14/05 - 15/05	✓ Onderzoek in onderzoeksrapport zetten	16		
	16/05	✓ Marketingcommunicatieplan verbeteren	8		
16	19/05	✓ Marketingcommunicatieplan verbeteren	8	40	
	20/05	✓ Afstudeerrapport samenvoegen	8		
	21/05	✓ Spelling nakijken	8		
	22/05 - 23/05	✓ Presentatie voorbereiden	16		
17	26/05	✓ Presentatie voor eMpoly	1	40	
	26/05 - 28/05	✓ Afstudeerrapport afmaken	19		
	28/05	✓ Concept afstudeerrapport inleveren bij Vincent Koetsier (inclusief reistijd)	5		
	29/05 - 30/05	✓ Verplichte vrije dagen	16		
18	02/06 - 03/06	✓ Start reflectieverslag	16	40	
	04/06 - 05/06	✓ Implementatieplan	11		
		✓ Feedbackgesprek Vincent Koetsier	5		
	06/06	✓ Evaluatieplan schrijven	8		
19	09/06	✓ Vrije dag: Pinksteren		40	
	09/06 - 10/06	✓ Verbeteren afstudeerrapport	16		
	11/06 - 12/06	✓ Reflectieverslag afmaken	16		
	13/06	✓ Alles afmaken	8		
20	16/06	✓ Inleveren afstudeerstukken bij Praktijkbureau (incl. reistijd)	5	40	
		✓ Afronding op afstudeerstage	35		
21	23/06 - 27/06	✓ Afronding op afstudeerstage	40	40	
		✓ Start nuuren contract			

Totaal aantal uren	840 uur
--------------------	---------

\*Opmerking bij uren: een werkdag bij eMpoly was 8 uur. Een fulltime werkweek was 40 uur.



## 2.5 Projectmatig werken

Één van de competenties (van de opleiding Bedrijfscommunicatie) is projectmatig werken. Als ik terug kijk op de afgelopen afstudeerperiode denk ik zeker dat ik projectmatig heb gewerkt: op basis van een plan heb ik een project uitgewerkt, geleid en de afgesproken activiteiten en resultaten behaald. Daarnaast kon ik goed opschieten met andere professionals in het bedrijf. Helaas was er maar één andere communicatie-professional waar ik mee kon samenwerken. Maar ook met de professionals van andere afdelingen en met de andere afstudeerder kon ik goed opschieten en samenwerken.

Daarnaast ben ik er goed in geslaagd op een planmatige wijze te werken:

Van te voren heb ik onderscheid gemaakt in vier fases: de initiatiefase, de definitiefase, de realisatiefase en de evaluatiefase.

Ik heb mijn planning vrij strak aangehouden en heb hierdoor echt kunnen focussen op één onderdeel van het afstudeertraject tegelijk, om chaos te voorkomen. Door alle onderdelen planmatig te volgen heb ik een soepel lopende afstudeerperiode gehad.

Natuurlijk was planmatig werken niet stressvrij, want deadlines zijn nog altijd strak en belangrijk. Maar stress is voor mij niet slecht: hierdoor presteer ik juist beter en heb ik mijn afstudeerrapport op tijd af gekregen.

### 3. Reflectie werk en resultaten

In totaal heb ik aan het eind van de afstudeerperiode drie eindproducten opgeleverd: een Plan van Aanpak, een afstudeerrapport en dit reflectieverslag. Het afstudeerrapport bestaat weer uit diverse tussenproducten die zijn bijgevoegd als bijlagen van het afstudeerrapport. Hieronder evalueer ik het Plan van Aanpak, het Afstudeerrapport en de tussenproducten van het afstudeerrapport.

#### *Plan van Aanpak*

##### Goede punten

Zoals ik eerder al aangaf: ik ben een nauwkeurig persoon. Het beste aan mijn Plan van Aanpak is naar mijn mening dan ook dat het heel overzichtelijk is doordat het Plan van Aanpak veel structuur bevat. Dat maakt het prettig om terug te lezen.

##### Minder goede punten

De activiteiten en tussenproducten die ik in het Plan van Aanpak heb geformuleerd zijn redelijk abstract. Hierdoor was het later in het proces lastiger om te achterhalen welke producten ik precies ging opleveren. Het was bijvoorbeeld even onduidelijk of ik het evaluatieplan als los onderdeel zou opleveren of als onderdeel van het marketingcommunicatieplan. Gelukkig was het niet zo onduidelijk dat ik hier niet uitkwam.

Vind je het door jou behaalde resultaat van voldoende niveau?

Het door mij gerealiseerde Plan van Aanpak is voor mij zeker wel van voldoende niveau, de volgende keer zou ik alleen iets meer uitleggen over de inhoud van de op te leveren activiteiten en tussenproducten.

#### *Afstudeerrapport*

##### 1: Onderzoeksrapport

##### Goede punten

Het onderzoeksrapport is heel uitgebreid. Ik heb vier verschillende onderzoeken uitgevoerd, wat resulteerde in een dik pakket met informatie. Doordat ik zoveel informatie heb verzameld kon ik goed een advies formuleren in het marketingcommunicatieplan.

Ik vind het onderzoeksrapport ook leuk geschreven, al zeg ik het zelf. Meestal zijn onderzoeken vrij droog om te lezen. Ik heb in mijn onderzoeksrapport geprobeerd om het onderzoek op een lekker leesbare manier te schrijven. Zo is het voor het afstudeerbedrijf ook leuk om te lezen.

##### Minder goede punten

Het afstudeerrapport was misschien iets té uitgebreid. Ik heb ook onderzoek naar dingen gedaan die ik uiteindelijk nergens voor nodig had. Dat is zonde van de tijd, die ik ook had kunnen besteden aan andere onderdelen van mijn afstudeerrapport.

Ook vind ik achteraf mijn kwalitatieve interview een beetje karig. Het interview draagt verder ook niet heel veel bij aan het marketingcommunicatieplan. Aan de andere kant: empoly heeft weinig werknemers met wie ik nog meer een interview af had kunnen leggen.

Vind je het door jou behaalde resultaat van voldoende niveau?

Ik vind mijn onderzoeksrapport zeker van voldoende niveau. Het is begrijpelijk geschreven en inhoudelijk in orde.

Wat zou je een volgende keer anders doen?

De volgende keer dat ik een onderzoeksrapport maak, ga ik van te voren beter na welke vragen echt relevant zijn voor het product dat ik ga realiseren.

Ook ga ik volgende keer meteen de pagina nummers van literatuurbronnen noteren, zodat ik deze achteraf niet hoeft terug te zoeken. Dat scheelt een hoop tijd en moeite.

## 2: Marketingcommunicatieplan

### Goede punten

Ten eerste vind ik het marketingcommunicatieplan qua vormgeving en inhoud goed aansluiten op de doelgroep en op wat het afstudeerbedrijf voor ogen had. Het afstudeerbedrijf heeft dit ook nog tegen mij gezegd na afloop van mijn presentatie van het marketingcommunicatieplan.

Daarnaast vind ik de ideeën die ik heb gepresenteerd in het marketingcommunicatieplan creatief en vernieuwend, maar toch haalbaar voor het bedrijf en passend bij de doelgroep. Ik heb echt gekeken naar de trends en naar wat haalbaar is voor het bedrijf. Hierop heb ik de ideeën gebaseerd en op een creatieve manier vormgegeven.

Ik heb heel veel tijd besteed aan de spelling en grammatica in mijn marketingcommunicatieplan. Ik vind het zelf belangrijk dat de spelling helemaal correct is. Hopelijk is dit terug te zien!

Ook heb ik geprobeerd om het plan op een leuke manier te schrijven en te presenteren qua vormgeving. Het is geen droge tekst, maar is prettig om te lezen en begrijpelijk voor lezers van buitenaf.

### Minder goede punten

Het budget is wat aan de krappe kant. Ik ben niet heel goed met cijfers en heb daarnaast de begroting wat krap uitgewerkt. Ik denk wel dat het uitgerekende bedrag haalbaar is, maar ik zou het zelf wat breder nemen. Het afstudeerbedrijf wilde echter zo min mogelijk uitgeven, dus zij zijn tevreden.

Vind je het door jou behaalde resultaat van voldoende niveau?

Ik vind het marketingcommunicatieplan zeker van voldoende niveau. Het voldoet aan de eisen van een marketingcommunicatieplan en is daarnaast op een leuke manier geschreven en mooi vormgegeven. De inhoud is gebaseerd op het uitgevoerde onderzoek en op mijn creatieve ideeën. Hierdoor voldoet het marketingcommunicatieplan aan de wensen van het afstudeerbedrijf en hopelijk ook aan die van de Hogeschool Utrecht.

## 3: Marketingcommunicatiemiddelen en –media

### Goede punten

De marketingcommunicatiemiddelen zijn goed vormgegeven, want ik heb de door mij geadviseerde huisstijl voor MooiWerk aan gehouden en mooie beelden gebruikt. Hierdoor zijn de marketingcommunicatiemiddelen ook aantrekkelijk: de opmaak is creatief en er is goed over nagedacht. Mijn creatieve inzicht heeft hierbij geholpen.

Daarnaast heb ik de tekst in de communicatiemiddelen geschreven aan de hand van de door mij geadviseerde tone-of-voice. Ik heb geprobeerd om de doelgroep op de juiste manier aan te spreken en volgens mij is dat wel gelukt.

De communicatiemiddelen zijn eenvoudig in te zetten. De implementatie heb ik duidelijk weergegeven in het marketingcommunicatieplan.

### Minder goede punten

Ik sla soms iets te veel door in het ontwerpen van media in middelen, omdat ik dit heel erg leuk vind om te doen. Hierdoor besteed ik minder tijd aan de inhoud en maak ik nog wel eens een typefout. Hier ga ik zeker op letten als ik weer een communicatiemiddel maak.

Vind je het door jou behaalde resultaat van voldoende niveau?

Natuurlijk vind ik mijn eigen communicatiemiddelen en – media van voldoende niveau. Het zou raar zijn als ik dat niet zou vinden en ze toch in zou leveren.

Ze zijn van voldoende niveau door de kennis die ik heb opgedaan tijdens mijn opleiding en doordat ik goede literatuur heb gebruikt die mij heeft geholpen bij het maken van de communicatiemiddelen en –media.

#### 4: Presentatie van het werk

##### Goede punten

Ik heb de presentatie mooi vormgegeven aan de hand van de door mij geadviseerde huisstijl van MooiWerk. De opdrachtgever was hierdoor meteen onder de indruk.

Ik kwam volgens de opdrachtgever professioneel en deskundig over tijdens de presentatie. Dit kwam door mijn houding en door de uitleg van het uitgevoerde onderzoek. Ook vond de opdrachtgever dat ik goed rekening had gehouden met de doelgroep en met wat eMpoly wil uitstralen.

##### Minder goede punten

Ik was van te voren heel zenuwachtig, waardoor ik even mijn tekst vergat. Gelukkig had ik mij goed voorbereid en kon ik de presentatie zo weer oppakken.

De presentatie duurde iets langer dan gepland. Dat kwam mede doordat er tussendoor iemand binnen kwam. Ook wilde ik af en toe te lang dingen uitleggen.

Er was geen beamer aanwezig, dus heb ik het opgelost door te presenteren op een computerscherm. Het was niet ideaal, maar werkte uiteindelijk prima. In de toekomst kan ik beter van te voren uitzoeken of er een goed scherm is om op te presenteren.

Vind je het door jou behaalde resultaat van voldoende niveau?

Ik vind deze presentatie zeker van voldoende niveau.

In het verleden was ik wat onzeker en had ik ook moeite met presenteren. Ik vond lessen over presenteren verschrikkelijk omdat ik dacht dat ik er niet goed in was. Tijdens de minor International Advertising ben ik er achter gekomen dat ik helemaal niet slecht ben in presenteren. Ook was mijn zelfvertrouwen stukken verbeterd.

Als ik terugkijk naar mijn presentatie voor eMpoly ben ik zeer tevreden. De feedback van de opdrachtgever was zeer positief en ik had een goed gevoel toen ik de beelden terugkeek. Ik sta er een stuk zelfverzekerder bij dan een paar jaar geleden en ik praat helder en begrijpelijk.

Bij mijn volgende presentatie hoop ik minder zenuwachtig te zijn om mijn ideeën nog beter over te brengen.

## 4. Beoordeling opgeleverde producten

### 4.1 Perspectief eMpoly

*Zijn de bovengenoemde opgeleverde producten voldoende voor eMpoly?*

Zeker. De opgeleverde producten leveren een duidelijke bijdrage aan het realiseren van de strategische doelen van de organisatie. Dit weet ik, omdat medewerkers van eMpoly mij dit hebben laten weten tijdens de feedback op mijn presentatie.

De missie en visie van eMpoly richten zich op het bieden van kwaliteit aan de doelgroep en mijn plan sluit daar heel goed bij aan. Bij de uitvoering van de communicatiemiddelen heb ik rekening gehouden met de doelgroep en wat het beste voor hen zou zijn.

Ook heb ik rekening gehouden met het feit dat de organisatie nog steeds winst moet kunnen maken.

Is er in de organisatie voldoende draagvlak om met deze producten aan de gang te gaan? Is er niet te veel weerstand?

Ik heb mijn marketingcommunicatieplan zo gemaakt dat er niet veel man nodig is om hem uit te kunnen voeren, dus er is voldoende draagkracht. eMpoly heeft maar één communicatiemedewerker, maar wil mij ook inhuren voor de uitvoering van communicatie in de toekomst. Ik denk dat ik en de andere communicatiemedewerker dit marketingcommunicatieplan prima kunnen uitvoeren.

Ik heb ik het plan ook geadviseerd om eventueel een extra afstudeerstudent in te huren die hierbij kan helpen.

Er is niet teveel weerstand. De organisatie vindt mijn marketingcommunicatieplan juist een heel goed idee en wil er snel mee aan de slag gaan.

*Zijn de producten voor deze organisatie als innovatief te beschouwen?*

De door mij gerealiseerde producten zijn voor de organisatie zeker innovatief, want er zijn voor eMpoly amper communicatiemiddelen- en media in hun huidige communicatie. De huidige communicatiemedewerker doet bijna niets aan communicatie. De organisatie was daarom ook erg enthousiast over mijn communicatie-ideeën en -producten.

## 4.2 Perspectief Opdrachtgever

*Zijn de bovengenoemde opgeleverde producten voldoende voor opdrachtgever Peter Ter Linde?*

Zeker. Ik denk dat de opgeleverde producten voldoende zijn voor Peter Ter Linde, want de producten en het resultaat uit de producten zijn zeer bruikbaar voor zijn organisatie.

Door mijn uitgebreide en begrijpelijke beschrijving van de communicatiemiddelen in het marketingcommunicatieplan kan eMpoly direct aan de slag met de uitvoering hiervan.

Peter Ter Linde heeft mij zelfs laten weten hoe tevreden hij was door mij een nul-uren contract voor de zomer aan te bieden. Als ik na de zomer aan het werk ga als freelancer/zzp'er wil Peter Ter Linde zeker een klant worden.

Daarnaast denk ik dat mijn opgeleverde producten voldoende zijn voor de opdrachtgever, omdat de vooraf beoogde doelen en doelgroepen van de opdrachtgever met de opgeleverde producten worden bereikt. Het marketingcommunicatieplan is zelfs helemaal opgezet rondom de beoogde doelgroep. In het onderzoeksrapport heb ik eerst een grondige doelgroepanalyse verricht. De doelgroep die hieruit voortkwam sloot toevallig ook goed aan met de doelgroep die het bedrijf voor ogen had.

Het doel van het onderzoek is ook bereikt. Dit doel was: het inzicht krijgen in de wensen van de doelgroep en de huidige communicatie van het bedrijf, concurrenten en welke media en middelen het beste ingezet kunnen worden.

Dit doel is bereikt, want ik heb grondig onderzoek verricht met duidelijke resultaten. Op deze resultaten heb ik daarna het marketingcommunicatieplan gebaseerd. Het beoogde doel van het marketingcommunicatieplan is nog niet bereikt, want dit plan is nog niet ten uitvoering gebracht.

Vervolgstappen voor de opdrachtgever zijn dus het uitvoeren van het marketingcommunicatieplan. Hierbij hoort ook het inzetten van de door mij geadviseerde en gemaakte communicatiemiddelen en -media. De implementatie van het plan is weergegeven in de vorm van een planning. Deze is terug te vinden in het marketingcommunicatieplan.

Daarnaast heb ik de opdrachtgever in mijn presentatie geadviseerd om een vervolgonderzoek te doen naar sociale-mediastrategieën, omdat uit de organisatieanalyse naar voren kwam dat zij nog geen goede, duidelijke strategie hebben.

## 4.3 Perspectief vakgebied

*Zijn de bovengenoemde opgeleverde producten voldoende voor het vakgebied?*

Een typische BC'er voldoet natuurlijk aan de competenties van Bedrijfscommunicatie. Deze competenties zijn:

1. Probleem analyseren
2. Onderzoeken
3. Adviseren en planvorming
4. Ontwikkelen en ontwerpen
5. Produceren
6. Implementeren
7. Evalueren
8. Projectmatig werken
9. Professioneel handelen

Maar een BC'er is naar mijn mening niet alleen een lijst aan competenties.

- Een BC'er is boven alles een specialist in communicatie, communicatiemiddelen en heeft verstand van (sociale) media en hoe deze in te zetten.

- Ook is een typische BC'er geduldig. Hij/zij kan goed luisteren naar wat er precies van hem/haar gevraagd wordt en weet een balans te vinden tussen zijn/haar eigen visie en die van de organisatie waar hij/zij voor werkt.
- Een BC'er kan goed zelfstandig werken en heeft daar het nodige zelfvertrouwen voor. Zo kan een BC'er lastige beslissingen maken in tijden van crisis en dit op een professionele en overtuigende manier overbrengen. Door zijn/haar zelfstandigheid kan een BC'er snel handelen en deadlines halen.
- Om deze deadlines te halen is ook een goede planning nodig. Een BC'er moet dus ook goed vooruit kunnen denken en een opdracht als één geheel plaatje kunnen zien. Op deze manier kan een BC'er problemen snel oplossen: hij/zij ziet het grotere plaatje en weet wat er nodig is om het probleem op te lossen.
- Een BC'er moet naar mijn mening ook creatief zijn/ creatieve ideeën hebben. Zonder creativiteit maakt het niet uit hoe goed je onderzoek is, want zonder creativiteit verzin je alleen saaie ideeën.

Wat is typerend voor mij als BC'er? Wat zijn mijn beroepskwaliteiten?

- Ik ben heel zelfstandig, maar werk ook graag in teams. In een team bloeien mijn creatieve ideeën nog meer op en komen we samen tot een nog beter idee.
- Ik kan goed luisteren naar een opdrachtgever en een goede balans vinden tussen mijn visie en ideeën over communicatie en die van de opdrachtgever.
- Ik heb zelfvertrouwen. Ik was in het verleden erg onzeker en dit kwam ook naar voren tijdens mijn eerste stage. Mijn begeleider toen zei tegen mij dat alles wat ik deed goed was, maar dat mijn onzekerheid mij in de weg zat. Hierdoor ben ik juist harder aan mijn zelfvertrouwen gaan werken het afgelopen jaar en dat is gelukt. Tijdens mijn afstudeerstage heb ik een aantal keer voor mijn ideeën op moeten komen en heb ik mensen weten te overtuigen van mijn ideeën door mij zelfverzekerd op te stellen.
- Ik ben creatief en houd van nieuwe ideeën bedenken en deze uit te voeren.
- Ik ben een planner. Ik plan alles graag ver van te voren uit. Ook mijn werk. Hierdoor heb ik een goed overzicht van de taken die ik moet doen en de deadlines die ik moet halen.
- Soms ben ik nog wel wat ongeduldig. Ik verwacht wel eens teveel van anderen, omdat wat ik vraag voor mij geen uitdaging is. Maar als iemand dit aangeeft heb ik daar wel altijd begrip voor en vind ik een oplossing.

Mijn werk laat ook zien dat ik een typische BC'er ben:

mijn werk toont deskundigheid en creativiteit. Ik heb laten zien dat ik goed projectmatig kan werken (zelfstandig onderzoek), veel creativiteit heb (design), advies kan geven op een professionele manier (presentatie en marketingcommunicatieplan)

Ik vind dat ik in voldoende mate ben opgeleid voor dit vakgebied.

Als ik kijk naar andere communicatiespecialisten, van een andere opleiding, merk ik dat zij veel minder goed zijn opgeleid. Dit merk ik aan hun manier van denken, maar ook aan hun lak aan verantwoordelijkheid.

Tijdens mijn afstudeerperiode heb ik ook gemerkt dat ik goed ben opgeleid voor dit vakgebied.

Collega's waren steeds meer onder de indruk van mijn kennis en kunnen. Hierdoor heb ik meteen een klus kunnen scoren die start als ik klaar ben met afstuderen.

## **5. Bijlagen**

### **I. Feedbackverslagen**



# I. Feedbackverslagen

Gesprek 1 & 2: Intakegesprek/Plan van Aanpak  
19/02/2014

Besproken:

- Kennismaking met elkaar
- Probleem van afstudeerbedrijf dat de afstudeerder gaat oplossen
- Plan van Aanpak doornemen
- Beleidsvraag moet bondiger geformuleerd worden

Afgesproken:

- Koetsier gaat mijn Plan van Aanpak grondig doorkijken
- Koetsier stuurt feedback op Plan van Aanpak door in de komende week
- Afstudeerder gaat ondertussen verder met haar planning; verder aan concurrentieanalyse

Intervisiebijeenkomst 1: Met Vincent Koetsier en de andere afstudeerders  
26/03/2014

Presentatie: Tijdens de presentatie moesten we de volgende vragen beantwoorden:  
Wat is je afstudeerbedrijf voor een bedrijf?  
Wat is je afstudeeropdracht?  
Hoe ver ben je nu?

Besproken na afloop van presentaties:

- Wat zijn dingen waar je nu tegenaan loopt?
- Heb je nog tips voor je mede-afstudeerders?
- Hoe is de sfeer op het bedrijf?
- Ik heb tips gegeven aan de andere afstudeerders met betrekking tot het opstellen van onderzoeksvragen.

Conclusie: Ik ben de enige waarvan het PVA al was goedgekeurd en ik ben daarmee ook de enige die nog op schema loopt. De rest is nog bezig met het PVA of met een begin aan het onderzoek. Goed bezig dus.

Intervisiebijeenkomst 2: Met Vincent Koetsier en de andere afstudeerders  
07/05/2014

Besproken:

- Opnieuw voorstellen, want er was een nieuwe afstudeerder bij.
- Vragen die we hebben besproken:
  - Hoe ver ben je nu?
  - Waar loop je tegenaan?

Het was een korte intervisiebijeenkomst. Bijna iedereen had nu een goedkeuring gekregen voor het Plan van Aanpak.

### Gesprek 3: Feedback op conceptrapport

05/06/2014

Feedback van Vincent:

- Inhoud: sommige dingen iets uitgebreider uitleggen.
- Er moet nog een stukje over het uitgevoerde onderzoek in het afstudeerrapport.
- Meer uitleg over de implementatie van communicatiemiddelen en –media.
- Spelling, grammatica en formuleringen nakijken.
- Paginanummers bij bronnen in de tekst toevoegen.

Vincent vond de (creatieve) opmaak van het afstudeerrapport heel mooi. Alle feedback die Vincent heeft gegeven verwerk ik in het afstudeerrapport. Ik kreeg ook de tip om spelling te laten nakijken door externen, dus ik ga mijn vriend en collega's hiernaar laten kijken.