UITNODIGING

INCMD / DDA TALENTEN PROGRAMMA

CONCEPT&
CREATIE

2015

DUTCH DIGITAL AGENCIES

International Network Communication & Multimedia Design

UITNODIGING

Graag nodigen wij je uit om deel te nemen aan dit unieke programma tot stand gekomen door samenwerking van Dutch Digital Agencies (DDA) en het landelijke opleidingen overleg INCMD, waarin alle Nederlandse CMD-opleidingen zitting nemen.

Krijg een unieke kijk achter de schermen van de beste Nederlandse online bureaus! Directie, strategen, creatieven en designers delen hun ervaringen en tips op weg naar de realisatie van de beste online projecten. Hoe vertaal je het probleem van de klant naar de juiste online oplossing? Hoe werk je samen met de klant, met je collega's en de gebruiker? En hoe zorg je voor daadwerkelijk online succes? Ga je deze uitdaging aan om je eigen kennen,kunnen, willen en zijn te versterken voor de toekomstige beroepspraktijk?

Het INCMD-DDA Talentenprogramma (pilot) bestaat uit 8 lessen in de maanden februari tot en met juni 2015. Het INCMD heeft van elke CMD-opleiding circa 30 beste 3e jaars studenten geselecteerd die wekelijks worden uitgenodigd bij online bureaus. Julie behoren tot de uitverkorenen!

Tijdens deze 'masterclasses' die zijn ingepland van 16.00 – 19.30 uur krijg je niet alleen een presentatie van het betreffende onderwerp, maar wordt ook elke week een praktische groepsopdracht uitgewerkt. De opdracht wordt elke eerstvolgende week besproken en van feedback voorzien. Daarnaast krijgt elk drietal studenten een bedrijfscoach toegewezen die je van persoonlijke feedback en coaching voorziet.

Aan het einde van dit unieke Talentenprogramma ben je niet alleen trotse eigenaar bent van een certificaat, maar zal je ook helemaal voorbereid zijn op het werken bij een online bureau!

Heel veel inspiratie en succes toegewenst,
Paul Manuel, DDA en
Jos de Serière, INCMD

LES 1.
DIGITAL SERVICE DESIGN

Datum 10 februari 2015

Docent Dimi Albers, Team Lead, en Danijel Bonacic, Creative Director, bij TamTam

Locatie TamTam, Helicopterstraat 25, (5e verdieping) Amsterdam

Airbnb, Uber en Netflix deden het allemaal: disruption. Het disruptieve: de radicale focus op service. Die glimlach op je gezicht, wanneer je hun product gebruikt. Dat gevoel van 'hoe heb ik het ooit anders kunnen doen.. wauw!'.

Online touchpoints zijn belangrijker dan ooit en niet alleen om conversie te bevorderen of geld te verdienen. Bedrijven als Uber, Netflix en AirBnB snappen dit. Als disruptors. Ze zetten een complete industrie op zijn kop door nieuwe spel-regels te introduceren. Niet omdat hun product zo anders is. Maar omdat de service experience bepaalt wie zij zijn.

Mensen een glimlach bezorgen, met awesome digital service design experiences. Interacties die net zo gaaf zijn als een autoritje met Uber. Of een film kijken op Netflix. Dat realiseren voor (traditionele) merken en bedrijven dichtbij huis.

Key learnings

- **Opstellen van een goeie customer journey**
- **Op detailniveau nadenken en uitwerken van één of meer touchpoints uit de customer journey**
- **Service Design Conceptontwikkeling o.b.v. customer journey en de daarbijbehorende of ontbrekende touchpoints**
- **En dat allemaal voor een glimlach bij de eindgebruiker**

LES 2.
CONVERSIE
“SHOW ME THE MONEY”

Datum 3 maart 2015

Docent Ferry Meijndert, Directeur bij Evident

Locatie Evident, Kanaalweg 14 c-d, Utrecht

De tijd van het zomaar creëren van een concept voor een opdrachtgever omdat het cool is, is voorbij. De business case van opdrachtgevers moet centraal staan. De meest gestelde vraag van de opdrachtgever is: Wat levert het me op? In andere woorden. Show me the money!

Het wordt dus essentieel om te kunnen onderbouwen hoe een concept gaat bijdragen aan de bottom line van een organisatie. Als onderwerp willen we dan ook graag behandelen hoe je een business case maakt op basis van kwantitatieve en kwalitatieve resultaten om je concept zo goed mogelijk te kunnen verdedigen.

Key learnings

- **Interpreteren van een klantbriefing en deze vertalen naar een heldere probleemstelling;**
- **Concept bedenken als oplossing voor de probleemstelling uit de briefing;**
- **Concept vertalen in een totaal begroting;**
- **Concept onderbouwen op basis van een kwantitatieve en kwalitatieve businesscase;**
- **Het concept en businesscase vertalen in een pitch presentatie;**
- **Presenteren van pitch voor opdrachtgever.**

LES 3.
“JA MAAR, WIJ DACHTEN DAT”

Datum 17 maart 2015

Docent Cees-Jan Melker, Creative Director bij DotControl Digital Creatives

Locatie Dotcontrol, Van Nelleweg 1104, Tabak 1, Unit 4/5, Rotterdam

Hoe helder een briefing op het eerste oog lijkt te zijn, een verkeerde aanname is snel gemaakt. Één zin of alinea verkeerd interpreteren kan uiteindelijk van grote invloed zijn op de uitkomst van het project en nog erger: je relatie met de opdrachtgever.

Hoe ga je nu om met een briefing, wanneer is een briefing écht compleet, hoe ga je om met een aanpassing op het oorspronkelijke idee tijdens het proces. En hoe je uiteraard als team van begin tot eind niet voor onaangename verrassingen zal komen te staan.

Key learnings

- **Probeer je ‘gutfeelings’ direct te toetsen bij de klant**
- **Hoe zorg je als team voor ‘happy customers’**

LES 4.
SUCCESVOL EN SMOOTH VAN PITCH NAAR PRODUCT DOOR SAMENWERKING

Datum 31 maart 2015
Docent Gert Hans Berghuis, Managing Partner bij Fabrique
Locatie Fabrique Delft, Professor Snijdersstraat 5 in Delft

Een klant nodigt je uit om mee te pitchen of je begint een start-up en een half jaar later staat er een geweldige nieuwe website live. En iedereen vindt elkaar nog steeds aardig. Hoe doe je dat? Hoe ga je een relatie aan met klanten? Hoe zorg je dat je naar hetzelfde doel toewerkt? Hoe communiceer je met klanten? Wat zijn de valkuilen in zo'n proces? En welke rol speelt scrum daarin?

Key learnings

- Over (het starten van) de relatie met opdrachtgevers
- Over de rol van communicatie in het ontwerpproces
- Over teamrollen; waaraan herken je een succesvol team?
- Over samenwerking:input, feedback, formeel en informeel
- Over de functie van scrum daarin

LES 5.
USER EXPERIENCE

Datum 14 april 2015

Docent Roel Faulhaber, Creative Director en Joffrey Hoijer, Sr User Experience Designer bij DigitasLBi

Locatie DigitasLBi, Joop Geesinkweg 209, Amsterdam

In deze sessie behandelen we één van de kern-disciplines binnen digital media design; User Experience Design (UX).

Wat verstaan we eronder? Hoe werkt het samen met andere disciplines zoals strategie, visual design en development? Welke ontwerp-processen worden gehanteerd? Hoe ontwerpen we in een steeds veranderende markt met platformen, online campagnes, mobile devices, wearables, etc.

We staan stil bij onderwerpen als usabilty onderzoek, information architecture, interactie ontwerp, wireframing en prototyping. En tonen natuurlijk heel veel voorbeelden, tips en tricks én best practices.

Key learnings

- **Kennis en inzicht over de discipline UX binnen digital media design**
- **Ervaringen en voorbeelden uit de praktijk**
- **Praktische handvatten; do's & don'ts**
- **Inspireren en uitdagen om buiten de kaders van de opleiding te kijken**

LES 6.
DESIGN

Datum 30 april 2015

Docent Hannes van Raaij, Creatief Directeur en Steve Tirbeni, Team Lead Design bij Clockwork

Locatie Clockwork, Moermanskkade 109, Amsterdam

Een zekere Steve Jobs zei een keer: "It's not what it looks like and feels like. Design is how it works." Wij geloven dat je als organisatie te gast bent in het leven van mensen. En als je wilt dat mensen deze merken of organisaties toe laten in hun leven, dan moet je iets ontwerpen en ontwikkelen waar deze mensen echt op zit te wachten. Dan moet je zorgen dat je product of dienst het leven van deze mensen makkelijker en aangenamer maakt!

Design gaat over grafisch, het gaat over UX, het gaat over content en storytelling. Maar veel belangrijker, het gaat om het maken van keuzes. Hoe maak je in je design de juiste keuzes, waar moet je beginnen en hoe zorg je dat je jezelf altijd blijft uitdagen en verbeteren? En hoe zorg je dat je jezelf niet verliest in je design of je klanten overtuigt van het nemen van de juiste beslissingen?

Key learnings

- **Het vertalen van een idee naar een identity naar een goed design**
- **Het stellen van de juiste vragen op het juiste moment**
- **Het ontwikkelen van een goede rationale achter je designs**
- **Het overtuigen van je klanten van nemen van de juiste beslissingen**

LES 7.
DE KRACHT VAN CONTENT

Datum 19 mei 2015

Docent Tom de Vries, Online Consultant en Leon Cozijnsen, Manager Projecten bij Presenter

Locatie Presenter, Goeman Borgesiuslaan 77, Utrecht

Hoe zorg je er voor dat jouw bedrijf, verhaal, blog of post gelezen wordt door de mensen die je wil bereiken. Hoe houd je de aandacht vast, zorg je er voor dat bezoekers terug blijven komen, doorlezen, reageren of je product kopen?

Door het aanbieden van de juiste content in de juiste vorm, die de bezoeker interesseert of waar deze naar op zoek is. Wij noemen dit de kracht van content, ons inziens is het aanbieden van de juiste content de basis voor online succes. Maar hoe weet je of achterhaal je wat deze krachtige content is, daar gaat deze sessie over.

We behandelen de basis elementen van een content strategie en kijken naar hoe content kan helpen bij het besparen van kosten en tijd bij de bouw van een project.

Key learnings

- **De basis elementen van een content strategie leren kennen.**
- **Een vertaling kunnen maken van bedrijfsstrategie naar de dagelijkse content productie**
- **Dat de content het basis uitgangspunt moet zijn voor elk web project.**
- **Een kijkje in de keuken van een content specialist**

LES 8.
#NOFILTER DE HARDE WAARHEID OVER SOCIAL MEDIA

Datum 2 juni 2015

Docent Marcel van der Heijden, Managing Director en Japie Stoppelenburg, Creative Director bij a friend of mine

Locatie a friend of mine, Rokin 95-2, Amsterdam

Als je wil werken in de digitale industrie moet je een mening hebben over social media. Dat is nu eenmaal een belangrijk onderdeel van het digitale landschap. Maar die mening heb je vast al. De kennis ook.

Uit ervaring kunnen je we echter iets mededelen. Namelijk dat wanneer je met veel tijd en moeite een merk helemaal overtuigd van het nut van social media — dat het zo kansrijk is, dat ze echt moeten meedoen — dat ze je dan ineens geloven... En zeggen: "OK, doe maar."

En dan krijg je ineens € 30.000,- om iets gaafs te doen. Practice what you preach en dat soort dingen.

Grote kans dat je mooie plannen binnen vijf minuten in elkaar storten. Social media is namelijk moeilijk te pijlen. Mensen zijn ingewikkeld en rommelig. Laten zich niet zo makkelijk meesleuren in jouw prachtige plan. Socials veranderen elke dag. Hoe ga je daarmee om?

Key learnings

- **Hoe kun je écht resultaat bereiken op social media?**

LES 9.
PITCH PRESENTATIE

Datum 16 juni 2015
Docent alle docenten van concept & creatie
Locatie in A'dam

Wat moet je voor en tijdens de pitchpresentatie doen om de juiste snaar te raken bij je klant en te zorgen dat hij voor jou kiest.

Key learnings

- Krijg de juiste voorbereiding op een pitch
- Presentatietips en hoe vertrouwen te winnen van de klant
- Geef structuur binnen je creatieve chaos

DUTCH DIGITAL AGENCIES