



Verandering identiteit Rosa Kuiper Atelier

Plan van Aanpak - 2021
Kenza, Saifeddine, Yasmin & Zineb
4 VWO

ALGEMENE INFORMATIE

Auteurs

4 vwo technasium:

Saifeddine Boujeddaine (teamleider)

14 jaar, klas 4v1

Leerdoelen:

- Motiveren: Zorgt dat de verdeling van taken is gebaseerd op individuele behoeften en mogelijkheden.
- Overtuigingskracht: Reageert constructief, tactvol en niet defensief op negatieve reacties of weerstand.

Kenza El Hassnaoui (waarnemend leider)

15 jaar, klas 4v2

Leerdoelen:

- Initiatief: Onderneemt actie om werkprocessen (weer) op gang te brengen of te versnellen; wacht niet op aanwijzingen (van begeleiding / opdrachtgever of anderen).
- Ambitie: Vraagt voor komende projecten/opdrachten meer verantwoordelijkheden.

Yasmin Pour Molaei

16 jaar, klas 4v3

Leerdoelen:

- Plannen en organiseren: Werkt ordelijk en systematisch volgens het (door begeleiding) opgestelde stappen- of activiteitenplan.
- Gespreksvaardigheid: Formuleert goed lopende en volledige zinnen.

Zineb Ouchou

15 jaar, klas 4v1

Leerdoelen:

- Ambitie: Vraagt voor komende projecten/opdrachten meer verantwoordelijkheden.
- Creativiteit: Experimenteert met mogelijke oplossingen/methoden.

ALGEMENE INFORMATIE

Data

Dit project loopt van 4 januari 2021 tot 16 juni 2021.

Opdrachtgever

Rosa Kuiper Atelier, vertegenwoordigd door Rosa Kuiper: oprichter Rosa Kuiper Atelier en Rosa Kuiper Design, grafisch ontwerper en art-director.

Rosa Kuiper: - hello@rosakuiper.com
- +31 (0) 6 53686511
- <https://rosakuiper.com/>



INTRODUCTIE

Rosa Kuiper Design wordt geleid door Rosa Kuiper. Zij leidt een designbedrijf en een atelier bedrijf: Rosa Kuiper Design en Rosa Kuiper Atelier. Als zzp'er zorgt zij, samen met haar designbedrijf, ervoor dat verschillende bedrijven een identiteit kunnen krijgen. Al haar projecten verwerkt zij in haar portfolio:

<https://rosakuiper.com/>

Als zzp'er moet Rosa haar complete aandacht geven aan haar designbedrijf. Dit zorgt er weer voor dat haar Atelier niet de nodige aandacht krijgt dat het eigenlijk hoort te krijgen. Rosa Kuiper Atelier draait voornamelijk om de persoonlijke dingen die Rosa graag doet. In dit atelier verwerkt zij allerlei ontwerpen die ze zelf heeft bedacht. Maar het is dan wel de bedoeling dat de wereld dit te zien krijgt. Kortom, Rosa Kuiper Atelier heeft nog geen identiteit.

Omdat Rosa zelf werkt met het geven van identiteiten aan andere bedrijven, moet er rekening worden gehouden met het feit dat er te werk wordt gegaan op een desgelijkse manier. Dit houdt in dat er m.b.v. een handige manier wordt omgegaan met het geven van een identiteit aan Rosa Kuiper Atelier: branding.



Figuur 1: Voorbeeld van Rosa Kuiper's kunst: The Toothpick

INHOUDSOPGAVE

| | |
|---|-----------|
| Algemene informatie..... | pagina 2 |
| Introductie..... | pagina 4 |
| Inleiding..... | pagina 6 |
| Hoofdstuk 1: Reden en Relevantie..... | pagina 7 |
| 1.1 De motivatie..... | 7 |
| 1.2 De opdrachtgever..... | 7 |
| 1.3 De opdracht..... | 8 |
| 1.4 Vooronderzoek..... | 9 |
| 1.5 Programma van Eisen (PVE)..... | 11 |
| 1.6 Aannames en Risico's..... | 12 |
| Hoofdstuk 2: Deliverables..... | pagina 13 |
| Deliverable 1 t/m 10..... | 13 t/m 14 |
| Hoofdstuk 3: Planning..... | pagina 15 |
| 3.1 De deliverables in de planning..... | 15 |
| 3.2 De algemene planning..... | 21 |
| Proces en Afronding..... | pagina 27 |
| Literatuurlijst..... | pagina 28 |

INLEIDING

Welkom lezer,

Op het Technasium volgen wij het extra vak O&O. Bij dit vak is het de bedoeling dat er een project wordt uitgevoerd onder leiding van een opdrachtgever en onze docenten. Momenteel zijn wij bezig met een keuzeproject. Normaliter zoeken de docenten een bedrijf voor de leerlingen dat geïnteresseerd is in het leiden van een project. Tijdens een keuzeproject draaien we de rollen om. Nu moeten de leerlingen zelf een opdrachtgever zoeken. Samen kunnen ze een project vormen. Wij hebben na een lange zoektocht een opdrachtgever gevonden. Dit werd uiteindelijk Rosa Kuiper Design.



Figuur 2: Het Technasium Logo

HOOFDSTUK 1: REDEN EN RELEVANTIE

1.1 De motivatie

Bij O&O wordt er onderscheid gemaakt tussen een onderzoeksproject en een ontwerpproject. Momenteel voeren wij een ontwerpproject uit. Maar de vraag is natuurlijk hoe wij op dit project zijn gekomen.

Om te beginnen hebben wij onze kwaliteiten met elkaar vergeleken, waarbij wij ook hebben gekeken naar de verschillende bètawerelden. Hieruit hebben wij geconcludeerd dat wij allen geïnteresseerd waren in de twee bètawerelden Mens & Milieu (M&M) en Lifestyle & Design (L&D). Uiteindelijk probeerden wij verschillende bedrijven te contacteren die te maken hadden met deze werelden, maar vanwege Covid-19 was dit best lastig. Veel bedrijven hadden zelf al moeite met het ‘onderhouden’ van hun eigen bedrijven. Maar gelukkig vonden wij iemand die erg geïnteresseerd is in onze samenwerking: Rosa Kuiper.

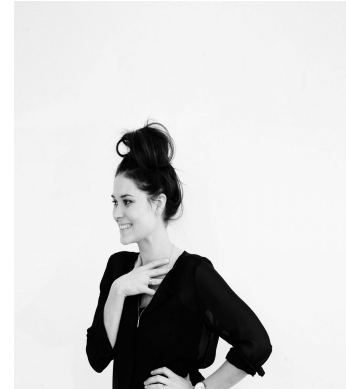
1.2 De opdrachtgever

De opdrachtgever van dit project is Rosa Kuiper. Rosa is een grafische ontwerper en art director uit Amsterdam. Ze is de oprichter van het Rosa Kuiper Design en Rosa Kuiper Atelier.

Rosa vestigt een groot deel van haar aandacht aan haar designbedrijf. Ze ontwerpt verscheidene dingen voor bedrijven, zoals een logo of design. Daarnaast zorgt Rosa ervoor dat andere bedrijven een identiteit krijgen. Ze heeft bijvoorbeeld een paar projecten gedaan waarbij ze identiteit gaf aan een boek. De opmaak van deze boeken is door Rosa ontworpen.

Momenteel is Rosa bezig met een project voor een dierenkliniek. De opdrachtgever wilt graag een idee hebben om meer aandacht te trekken bij mensen in het openbaar. Oftewel een bredere identiteit. Rosa gebruikt hiervoor haar BRANDING methode.

Rosa behandelt haar Atelier meer als een hobby. Zo maakt zij er artistieke sieraden. Daarnaast wil zij er open voor staan om verschillende kanten op te gaan met haar atelier. Maar allereerst wil zij de wereld haar creaties laten zien.



Figuur 3: Rosa Kuiper

1.3 De opdracht

Rosa Kuiper leidt naast haar designbedrijf een atelier bedrijf. Knutselen en ontwerpen zijn hobby's van Rosa. Ze ontwerpt o.a. graag sieraden, zoals: kettingen, armbanden en sieraden. Zij wilt meer aandacht besteden aan deze hobby's en wilt dat publiceren in haar atelier. Rosa heeft echter een probleem. Zij investeert veel tijd in haar hoofdbedrijf, waardoor ze weinig tijd heeft om een identiteit aan haar nieuwe bedrijf te geven. Zij wil graag een leuke en mooie identiteit hebben voor haar atelier. De opdracht is dat wij voor Rosa Kuiper Atelier een identiteit ontwerpen en eventueel creëren. De benodigde informatie hiervoor moet worden verkregen door onderzoek te doen naar branding. Het uiteindelijke product wordt geheel uitgewerkt in een definitief eindverslag.



Figuur 4: Oorbellen gemaakt door Rosa Kuiper

1.4 Vooronderzoek

Voor dit project moet er een identiteit voor Rosa Kuiper Atelier worden ontworpen. Om dit doel te bereiken is er kennis over branding nodig.

Wat is branding?

Branding is een instrument binnen marketing en verwijst naar alle technieken die helpen een gunstig beeld van een bedrijf te vormen in de hoofden van het grote publiek. Het merk van een bedrijf gaat primair om beeldvorming bij anderen, in tegenstelling tot wat vaak wordt gedacht, en waarbij mensen het logo en de merknaam zien als het merk. Bovendien is het aantal merken tegenwoordig zo groot dat het erg van belang is een unieke identiteit te hebben om zich van de anderen te onderscheiden. Uiteindelijk is de logica van de aanpak eenvoudig te begrijpen: hoe meer je werkt aan de positionering van het bedrijf, hoe meer je erin zult slagen dichterbij de consument te komen.

Hoe bepaal je een merkidentiteit?

Een identiteit is meer dan alleen logo's ontwerpen en productnamen vertalen in eender welke taal. Deze stap vereist zorgvuldigheid en vaardigheden op het gebied van grafisch ontwerp, psychologie en communicatie.

Het is essentieel om een unieke branding te creëren. Alle merken moeten echter dezelfde problemen aanpakken die worden ingedeeld in vier verschillende categorieën:

- Visuele en tekstuele identiteit,
- Werken aan merkcommunicatie,
- Fysieke en virtuele media uitkiezen,
- Een merk marketingplan op middellange/ lange termijn hebben.

Visuele en tekstuele identiteit

Het creëren van een visuele identiteit is een belangrijke stap voor het creëren van een merkidentiteit. Dit werk begint met een diepgaande zoektocht naar de betekenis achter de verschillende grafische vormgevingstechnieken. De visuele identiteit van het bedrijf wordt toegelicht en aangetoond in een charter dat de regels voor het intern en extern gebruik van uw visuele elementen definieert. Dit zorgt voor een coherente en sterk onderbouwde visuele communicatie. Het tekstuele gedeelte van de branding vult een kwalitatieve visuele identiteit aan. Hieronder valt de naam van het bedrijf en te gebruiken sleutelwoorden.

Merkcommunicatie

Merkcommunicatie is alles wat een bedrijf doet, continu, om merkvoorkeur bij hun doelgroep te bewerkstelligen. Het door en door kennen van de doelgroep en de communicatie personaliseren naar hen zijn belangrijke stappen naar een positieve branding voor je bedrijf.

Fysieke en virtuele media

Media wordt onderscheidt door twee verschillende categorieën: fysieke en virtuele media. Onder fysieke media valt bijvoorbeeld visitekaartjes, folders, flyers, uithangborden en uitstalramen. Met virtuele media wordt o.a. social media en websites bedoeld.

Merkmarketingplan

Een marketingplan beschrijft hoe je inspeelt op de markt met als doel zoveel mogelijk verkopen. Door het schrijven van zo'n plan heb je een duidelijk beeld van de markt en haar behoeften. Zo kun je beter inspelen op veranderingen.

Stappenplan Rosa Kuiper

Zoals eerder is vermeld ontwikkelt de opdrachtgever, Rosa Kuiper, zelf ook identiteiten voor andere bedrijven. Hierbij heeft zij ook te maken met branding. Dit doet zij over de loop van twee tot drie maanden. Zij heeft hiervoor haar eigen stappenplan:

1. Samen starten met een strategie
2. Brainstormen over een beeld voor het bedrijf (wat is het merk? waar staan ze voor? wat is de boodschap en doelgroep?)
3. Drie kernwaarden hangen aan het beeld van het bedrijf
4. Verhaal hieromheen schrijven
5. Ontwerp maken; inspiratie opdoen en beeldmateriaal verzamelen (woorden, kreten, liedjes, kranten, media)
6. Presentatie met beeld en schetsen voorstellen aan opdrachtgever
7. Uitwerking van het idee

1.5 Programma van Eisen (PvE)

In het Programma van Eisen staat waar het uiteindelijke resultaat aan moet voldoen. Rosa Kuiper biedt ons de mogelijkheid aan om dit project met veel vrijheid en verantwoordelijkheid uit te voeren. Hierom zijn de eisen van de opdrachtgever heel algemeen.

- ▷ Budget: max. €1000,- (zo creatief mogelijk tegen een lage prijs).
- ▷ Out of the box denken.

Daarnaast hebben wij een vooronderzoek uitgevoerd waarbij wij een paar eisen hebben opgesteld. (De eisen van branding worden in het PvA geplaatst bij het uitvoeren van het vooronderzoek (zie deliverable 1.4)).

1.6 Aannames en Risico's

Wat moet er worden opgeleverd?

Een aanbeveling voor een nieuwe identiteit van het bedrijf Rosa Kuiper Atelier.

Voor wie wordt dit gedaan?

Voor de oprichter van het Rosa Kuiper Atelier, Rosa Kuiper.

Hoe kunnen wij dit doel bereiken?

- Onderzoek op internet
- Research op de website van Rosa Kuiper Design
- Deliverables

Wanneer moet dit plan gerealiseerd kunnen worden?

Dit plan moet voor 16 juni 2021 gerealiseerd kunnen worden.

Waarom wordt er een aanbeveling gemaakt?

De opdrachtgever, Rosa Kuiper, wilt meer tijd besteden aan haar kunstprojecten met Rosa Kuiper Atelier. Momenteel kan zij daar weinig tijd en aandacht aan besteden vanwege het feit dat zij het te druk heeft met haar hoofdbedrijf Rosa Kuiper Design. Door een aanbeveling voor een nieuwe identiteit voor haar bedrijf op te leveren helpen we haar om een nieuwe stap te zetten naar een veelbelovende toekomst voor haar atelier.

HOOFDSTUK 2: DELIVERABLES

Deliverable 1: Definiëren van een opdracht

Deliverable 2: Planning

Een concrete planning waarin beschreven staat wie wanneer aan welke deliverable gaat werken. Daarnaast staat er wie er verantwoordelijk wordt geacht voor welke deliverable en of taken af zijn of nog niet. Hierin staan ook deadlines, dagen zonder les en contactmomenten met de opdrachtgevers.

Deliverable 3: Groepswebsite

Er moet een duidelijke groepswebsite worden opgeleverd waarin de 5W-vragen en H-vraag zijn verwerkt in een mooie lay-out met als aanvulling wat achtergrondinformatie over ons en de opdrachtgever.

Deliverable 4: Literatuuronderzoek naar branding

Vooronderzoek naar een unieke en effectieve manier om een bedrijf een identiteit te geven. Er wordt gezocht op internet naar verschillende websites. Er wordt een document opgeleverd met 5 tot 10 manieren voor het identificeren van een bedrijf (branding). Ook wordt er een document opgeleverd waarin 5 tot 10 manieren, die Rosa Kuiper gebruikt voor het identificeren van bedrijven, uitgewerkt zijn.

Deliverable 5: Brainstormsessie

Er wordt onderzoek gedaan naar de verschillende brainstormtechnieken die er zijn. Er wordt een document opgeleverd waarin 3 tot 5 verschillende brainstormtechnieken helemaal worden uitgewerkt met de juiste benodigdheden en intenties. Het team zal een aantal van deze brainstormtechnieken gebruiken om tot minimaal 10 ideeën te komen.

Deliverable 6: Uitwerking Drie ideeën

Drie ideeën om Rosa Kuiper Atelier te identificeren in het openbaar, waar de opdrachtgever later een go of no-go voor geeft. Deze ideeën worden bedacht d.m.v. de TRIZ-methode en de brainstormsessies. Van elk van de ideeën wordt ook een uitgewerkt document gemaakt.

Deliverable 7: Bijwerking Programma van Eisen

Op basis van het gekozen idee, wordt het Programma van Eisen bijgewerkt. De uitgewerkte eisen voor het uiteindelijke product worden opgeleverd aan de opdrachtgever. Een deel daarvan zijn de verduidelijkte eisen van de opdrachtgever zelf en het andere deel is erbij bedacht naar eigen bevindingen.

Deliverable 8: Go/no-go

Er wordt een presentatie opgeleverd met de drie ideeën, waarin de concepten worden uitgelegd. Aan de hand van deze presentatie wordt door de opdrachtgever een go gegeven voor één of meerdere ideeën of een no-go voor alle ideeën.

Deliverable 9: Uitwerking idee

Het idee waarvoor de opdrachtgever een GO heeft gegeven zal verder worden uitgewerkt tot een uiteindelijk product. Hierbij wordt gelet op het PvE. Het uiteindelijke product wordt 'tentoongesteld' aan de opdrachtgever in de vorm van een aanbeveling.

Deliverable 10: Eindverslag en eindpresentatie

Het uiteindelijke idee, de gedachtegang van de opdrachtgever en het verloop van het project zal worden uitgewerkt in een definitief eindverslag. Dit idee zal ook worden gepresenteerd voor de opdrachtgever met alle bijbehorende eisen en waarden.

3.1 De deliverables in de planning

| Uitgewerkte deliverables | Wat houdt het in? | Voorwaarden | Verantwoordelijk |
|--------------------------|---------------------------------------|--|---------------------|
| Deliverable 1.1 | Algemene mail opstellen | 1) Schrijf een mail met de algemene kenmerken over ons, de opdracht van het keuzeproject en de aanvraag als opdrachtgever. 2) Controleer spellingsfouten. 3) Toon de mail aan het team. | Zineb en Yasmin |
| Deliverable 1.2 | Opdrachtgevers bereiken | 1) Stel een lijst op met de algemene eigenschappen die te vinden zijn over een bedrijf in Excel. 2) Geef van minstens 25 bedrijven weer wat hun informatie is bij de gegeven algemene eigenschappen, in het Excel-bestand | Saifeddine en Kenza |
| Deliverable 1.2.1 | Opdrachtgevers bellen/mailen | 1) Alle bedrijven in het Excel-bestand moeten worden bereikt. | Alle teamleden |
| Deliverable 1.3 | Wekelijkse mail voor de opdrachtgever | 1) Schrijf een mail met updates over wat er is gedaan. 2) Toon de mail aan het team. 3) Stuur het naar de opdrachtgever en naar de docenten | Saifeddine |

| Uitgewerkte deliverables | Wat houdt het in? | Voorwaarden | Verantwoordelijk |
|--------------------------|---|---|---------------------|
| Deliverable 2 | Planning | 1) Er moet een duidelijke planning aanwezig zijn waarin elke taak omschreven is. 2) De planning moet gemaakt zijn op een SMART-methode. 3) De planning moet duidelijk weergeven wanneer welke deliverables/deadlines ten einde komen. 4) De planning moet regelmatig bijgewerkt worden en beschikbaar zijn voor het team. | Saifeddine |
| Deliverable 3 | Groepswebsite | 1) Er moet een site aangemaakt worden waarin duidelijk algemene informatie over ons aanwezig is. 2) In de site moet alle documenten upgeload zijn. 3) De site moet beschikbaar zijn voor elk teamlid. 4) De site moet regelmatig bijgewerkt worden. 5) De site moet duidelijke informatie bevatten over de opdracht en opdrachtgever. | Yasmin |
| Deliverable 4.1 | Vooronderzoek: 5 tot 10 manieren van branding | 1) Er moeten minimaal 5 sites gevonden worden waarin professioneel wordt uitgelegd wat hun manier van branding is. 2) Dit moet duidelijk worden verwerkt in een apart document in APA-stijl. | Kenza |
| Deliverable 4.2 | Uitwerking manieren branding | 1) De manieren van branding die in de gevonden sites staan uitgewerkt moeten worden samengevat in een apart document. | Zineb en Saifeddine |

| Uitgewerkte deliverables | Wat houdt het in? | Voorwaarden | Verantwoordelijk |
|--------------------------|--|---|------------------|
| Deliverable 5 | Verschillende brainstormmanieren vinden en uitwerken | <ol style="list-style-type: none"> 1) Er moet goed gezocht worden op internet welke verschillende brainstormtechnieken handig zijn voor ons project. 2) Er moet een apart document worden aangemaakt waarin duidelijk wordt verwerkt welke manieren er zijn gevonden. 3) De manieren moeten een juist stappenplan hebben. 4) Er moet duidelijk omschreven zijn welke benodigdheden er nodig zijn. | Yasmin |
| Deliverable 6.1 | Uitwerking ideeën d.m.v. brainstormsessies | <ol style="list-style-type: none"> 1) Alle brainstormtechnieken worden gebruikt bij het bedenken van nieuwe ideeën. 2) De TRIZ-methode moet goed gebruikt worden. 3) Er moeten veel ideeën worden verzameld. | Alle teamleden |
| Deliverable 6.2 | Beslissing 3 ideeën | <ol style="list-style-type: none"> 1) Er moet worden gekozen welke drie ideeën de beste zijn. | Alle teamleden |
| Deliverable 7.1 | PvE bijwerken | <ol style="list-style-type: none"> 1) De eisen die al aanwezig waren moeten verbeterd worden. 2) Aan de hand van de brainstormsessies met de drie ideeën moeten er nieuwe eisen worden bedacht. 3) De nieuwe eisen moeten worden uitgewerkt. | Saifeddine |

| Uitgewerkte deliverables | Wat houdt het in? | Voorwaarden | Verantwoordelijk |
|--------------------------|----------------------------------|--|---------------------|
| Deliverable 7.2 | PvE bijwerken na GO/NO-GO moment | 1) De informatie die de opdrachtgever heeft gegeven moet worden omgezet tot nieuwe eisen. 2) Er moet gekeken of de voorafgaande eisen niet bijgewerkt moeten worden. | Zineb |
| Deliverable 8.1 | Vorbereiden GO/NO-GO moment | 1) Er moet een presentatie worden gemaakt. 2) Er moet goed onderscheid kunnen worden gemaakt tussen de verschillende onderwerpen. | Saifeddine en Kenza |
| Deliverable 8.2 | GO/NO-GO moment | 1) Er moet worden beslist wie welke dia tot zijn/haar beschikking stelt. 2) Er moet goed worden besproken wat er allemaal gaat worden besproken met de opdrachtgever. 3) De tekst moet goed voorbereid zijn. | Alle teamleden |
| Deliverable 9.1 | Analyse op het gekozen idee | 1) Het beste idee dat is gekozen door de opdrachtgever zal opnieuw worden geanalyseerd. 2) Meer informatie zal worden verzameld en geplaatst worden in een nieuw document. 3) Het idee wordt bekeken met voor- en nadelen. | Zineb en Kenza |
| Deliverable 9.2 | Testmodellen bedenken | 1) Er moeten minstens 5 ideeën worden uitgewerkt die als voorbeeld kunnen worden gepresenteerd aan de opdrachtgever. | Saifeddine |

| Uitgewerkte deliverables | Wat houdt het in? | Voorwaarden | Verantwoordelijk |
|-----------------------------|-------------------------|---|------------------------|
| Deliverable 9.2.1 | Testmodellen uitwerken | 1) Van de uitgewerkte ideeën moet een 'prototype' worden gemaakt. 2) Er moet worden getest of het idee goed uitgewerkt is. 3) De resultaten moeten worden uitgewerkt in een apart document. | Zineb, Yasmin en Kenza |
| Deliverable 10.1 | Eindverslag opmaak | 1) Er moet alvast een juiste lay-out worden gekozen voor het maken van het verslag. 2) Er moet worden gekeken naar professionele eindverslagen. | Saifeddine |
| Deliverable 10.1.1.1 | Eindverslag Hoofdstuk 1 | 1) Uitwerking Voorpagina 2) Uitwerking Informatie 3) Uitwerking Samenvatting 4) Uitwerking Inhoudsopgave 5) Uitwerking Inleiding | Saifeddine |
| Deliverable 10.1.1.2 | Eindverslag Hoofdstuk 1 | 1) Uitwerking Opdrachtgever 2) Uitwerking Opdracht 3) Uitwerking Probleemstelling | Zineb |
| Deliverable 10.1.2.1 | Eindverslag Hoofdstuk 2 | 1) Uitwerking Deelopdrachten | Saifeddine |
| Deliverable 10.1.2.2 | Eindverslag Hoofdstuk 2 | 1) Uitwerking Proces en Afronding | Zineb |

| Uitgewerkte deliverables | Wat houdt het in? | Voorwaarden | Verantwoordelijk |
|---------------------------|--------------------------------|--|----------------------------|
| Deliverable 10.1.3 | Eindverslag Hoofdstuk 3 | 1) Uitwerking Vooronderzoek 2) Uitwerking Programma van Eisen 3) Uitwerking Idee Generatie 4) Uitwerking Concepten 5) Uitwerking Conceptkeuze 6) Uitwerking Uitwerking concept 7) Uitwerking Presentatie uiteindelijk ontwerp 8) Uitwerking Evaluatie uiteindelijk ontwerp 9) Uitwerking Conclusies en aanbevelingen | Saifeddine, Zineb en Kenza |
| Deliverable 10.1.4 | Eindverslag Hoofdstuk 4 | 1) Uitwerking Nawoord/Evaluatie/Reflectie 2) Uitwerking Bronnenlijst 3) Uitwerking Bijlagen | Yasmin |
| Deliverable 10.2.1 | Vorbereiden eindpresentatie | 1) Er moet een presentatie worden gemaakt. 2) Er moet goed onderscheid kunnen worden gemaakt tussen de verschillende onderwerpen. | Kenza en Yasmin |
| Deliverable 10.2.2 | Eindpresentatie | 1) Er moet worden beslist wie welke dia tot zijn/haar beschikking stelt. 2) Er moet goed worden bespreken wat er allemaal gaat worden besproken met de opdrachtgever. 3) De tekst moet goed voorbereid zijn. | Alle teamleden |

3.2 De algemene planning

| Week | Dag | Algemeen | Saifeddine | Kenza | Zineb | Yasmin |
|------|-------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 1 | 04-01 | | 1. Opdrachtgever zoeken (begin) | 1. Opdrachtgever zoeken (begin) | 1. Opdrachtgever zoeken (begin) | 1. Opdrachtgever zoeken (begin) |
| | 05-01 | | 1.2 (begin) | 1.2 (begin) | 1.1 (begin) | 1.1 (begin) |
| 2 | 11-01 | Toetsweek | | | | |
| | 12-01 | | 1.2 (eind) | 1.2 (eind) | 1.1 (eind) | 1.1 (eind) |
| 3 | 18-01 | DEADLINE 1: POP begin | POP | POP | POP | POP |
| | 19-01 | | 1.2.1 (begin) | 1.2.1 (begin) | 1.2.1 (begin) | 1.2.1 (begin) |
| 4 | 25-01 | | | | | |
| | 26-01 | | | | | |

| Week | Dag | Algemeen | Saifeddine | Kenza | Zineb | Yasmin |
|------|-------|--------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| 5 | 01-02 | | | | | |
| | 02-02 | | 1.2.1 (eind) | 1.2.1 (eind) | 1.2.1 (eind) | 1.2.1 (eind) |
| 6 | 08-02 | Studiedag | 1.Opdrachtgever gevonden (eind) | 1.Opdrachtgever gevonden (eind) | 1.Opdrachtgever gevonden (eind) | 1. Opdrachtgever gevonden (eind) |
| | 09-02 | | PvA (begin) | PvA (begin) | PvA (begin) | PvA (begin) |
| 7 | 15-02 | | | | | |
| | 16-02 | | | | | |
| 8 | 22-02 | Voorjaarsvakantie | | | | |
| | 23-02 | | 2 (begin) | | | |

| Week | Dag | Algemeen | Saifeddine | Kenza | Zineb | Yasmin |
|------|-------|--|-------------|-------------|------------|-----------------|
| 9 | 01-03 | | 2 (eind) | | | |
| | 02-03 | DKJL DEADLINE 2: 05-03-2021 CONCEPT PVA | 1.3 (begin) | | | |
| 10 | 08-03 | | 1.3 (eind) | | | 3 (begin) |
| | 09-03 | | | | | |
| 11 | 15-03 | | | | | |
| | 16-03 | DEADLINE 3: 19-03-2021 PVA | PvA (eind) | PvA (eind) | PvA (eind) | PvA (eind) |
| 12 | 22-03 | DEADLINE 4: POP tussen | POP | POP | POP | POP 3 (eind) |
| | 23-03 | | Portfolio | 4.1 (begin) | Portfolio | 5 (begin) |

| Week | Dag | Algemeen | Saifeddine | Kenza | Zineb | Yasmin |
|------|-------|---------------------------------|---|---|---------------------------|---------------------------------------|
| 13 | 29-03 | | 4.2 (begin) | 4.1 (eind) Portfolio | 4.2 (begin) | 5 (eind) Portfolio |
| | 30-03 | | 4.2 (eind) 6.1 (begin) | 6.1 (begin) | 4.2 (eind) 6.1 (begin) | 6.1 (begin) |
| 14 | 05-04 | Toetsweek | | | | |
| | 06-04 | | 6.1 (eind) 6.2 (begin) | 6.1 (eind) 6.2 (begin) | 6.1 (eind) 6.2 (begin) | 6.1 (eind) 6.2 (begin) |
| 15 | 12-04 | | 6.2 (eind) | 6.2 (eind) | 6.2 (eind) | 6.2 (eind) |
| | 13-04 | Start Ramadan | 7 (begin) | 8.1 (begin) | Portfolio | 3 (begin) |
| 16 | 19-04 | | 7 (eind) 8.1 (begin) | | | |
| | 20-04 | DEADLINE 5: GO/NO-GO | 8.1 (eind) 8.2 (begin) 8.2 (eind) | 8.1 (eind) 8.2 (begin) 8.2 (eind) | 8.2 (begin) 8.2 (eind) | 3 (eind) 8.2 (begin) 8.2 (eind) |

| Week | Dag | Algemeen | Saifeddine | Kenza | Zineb | Yasmin |
|------|-------|-------------|-------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| 17 | 26-04 | | 9.2 (begin) | 9.1 (begin) | 9.1 (begin) | 3 (begin) |
| | 27-04 | | 9.2 (eind) 10.1 (begin) | 9.1 (eind) 9.2.1 (begin) | 9.1 (eind) 9.2.1 (begin) | 3 (eind) 9.2.1 (begin) |
| 18 | 03-05 | Meivakantie | | | | |
| | 04-05 | Meivakantie | | | | |
| 19 | 10-05 | | 10.1 (eind) | 9.2.1 (eind) | 9.2.1 (eind) | 9.2.1 (eind) |
| | 11-05 | | 10.1.1.1 (begin) | 10.2.1 (begin) | 10.1.1.1 (begin) | 10.2.1 (begin) |
| 20 | 17-05 | | 10.1.1.1 (eind) 10.1.2.1 (begin) | | 10.1.1.2 (eind) 10.1.2.2 (begin) | |
| | 18-05 | | 10.1.2.1 (eind) | 10.2.1 (eind) | 10.1.2.2 (eind) | 10.2.1 (eind) |

| Week | Dag | Algemeen | Saifeddine | Kenza | Zineb | Yasmin |
|------|-------|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--|
| 21 | 24-05 | | 10.1.3 (begin) | 10.1.3 (begin) | 10.1.3 (begin) | 10.1.3 (begin) |
| | 25-05 | DEADLINE 6: Eindverslag | 10.1.3 (eind) | 10.1.3 (eind) | 10.1.3 (eind) | 10.1.3 (eind) |
| 22 | 31-05 | DEADLINE 7: POP eind | POP | POP | POP | POP |
| | 01-06 | | 10.2.2 (begin) | 10.2.2 (begin) | 10.2.2 (begin) | 10.2.2 (begin) 3 (begin) |
| 23 | 07-06 | Technasium parade? | | | | |
| | 08-06 | | | | | |
| 24 | 14-06 | DEADLINE 8: Beoordelings gesprekken | | | | |
| | 15-06 | | 10.2.2 (eind) Portfolio | 10.2.2 (eind) Portfolio | 10.2.2 (eind) Portfolio | 10.2.2 (eind) Portfolio 3 (eind) |

Afronding opdracht

Als afronding van de opdracht wordt een aanbeveling voor een nieuwe identiteit van Rosa Kuiper Atelier geleverd aan de opdrachtgever. Dit gebeurt in de vorm van een onderzoeksverslag, met daarin per gemaakte deliverable een aparte paragraaf en een extra paragraaf met daarin de daadwerkelijke aanbeveling. Als aanvulling op dit verslag kan ervoor gekozen worden om een aantal typen prototypen van het product te ontwikkelen, afhankelijk van het idee en de beschikbare tijd.

Proces

Het grootste deel van het contact met de opdrachtgever, Rosa Kuiper, wordt geregeld door het team zelf. De teamleider is hiervoor verantwoordelijk. Ondertussen is er sprake van overleg tussen onze leraren, Dion Lembekker en Gerard van Soelen, en de opdrachtgever Rosa Kuiper om onze deliverables te bespreken. Op 14 juni zal het team het uiteindelijke concept presenteren voor de opdrachtgever.

Work. Rosa Kuiper. <https://rosakuiper.com/>

Wat is branding?: de basics van branding op een rijtje. (2019, 15 mei). GO! Total Branding. <https://gototalbranding.nl/branding/>

Complete Guide op Branding. (2021) Sortlist. <https://www.sortlist.nl/branding-bureau>

Design | Grafisch charter. (2014, 10 juni). Mission-Systole. <https://www.mission-systole.be/nl/services/strategic-marketing/design/>

Mol, L. (2019, 19 maart). *Merkcommunicatie & merkimago: van bedrijf naar merk.* Traffic Builders. <https://www.traffic-builders.com/merkcommunicatie-merkimago-van-bedrijf-naar-merk/>

Bijvoet, N. (2020, 29 september). *Onderscheidende merkcommunicatie met deze 3 onmisbare ingrediënten.* Frankwatching. <https://www.frankwatching.com/archive/2019/09/17/onderscheidende-merkcommunicatie/>

Wat staat er in een marketingplan? (2020, 18 december). MKB Servicedesk. <https://www.mkb servicedesk.nl/49/wat-staat-marketingplan.htm>