



Feedback van Stan (4 maart 2024):

Stan gaf ons waardevolle feedback over ons werk. Hij vond dat we goed op weg waren, maar dat we meer iteraties moesten maken. Hij gaf ook tips over hoe we een lettertype het beste kunnen testen, namelijk door het te gebruiken in een mediatoepassing, zodat we een beter beeld krijgen van hoe het eruit komt te zien. We gaan nu alle mediatoepassingen uitwerken zodat we deze binnenkort aan de klant kunnen laten zien om het te bespreken.

Mijn Reflectie:

Ik begrijp nu dat het maken van meer versies van onze ontwerpen ons helpt om betere resultaten te krijgen. Door lettertypen te testen in echte mediatoepassingen kan ik beter zien hoe ze er in de praktijk uitzien en werken.

Toepassing:

Ik heb de feedback toegepast door verschillende versies van onze ontwerpen te maken en de lettertypen in echte media te testen in Figma. Dit heeft ons geholpen om beter na te denken over onze keuzes en ervoor te zorgen dat we goed voorbereid waren voor onze presentatie aan de klant. Door meer versies te maken en te testen, konden we duidelijker zien wat wel en niet werkt en hebben we uiteindelijk een sterker ontwerp gemaakt.

Ik was niet heel handig met Figma, daarom heeft Stan me geholpen om handiger te worden met Figma door me te laten zien hoe ik een grid kan gebruiken in het programma.

Feedback van Paul (7 maart 2024):

Vandaag kregen we feedback van Paul. We hebben onze voortgang van de afgelopen weken besproken, inclusief de beslissingen die we tot nu toe hebben genomen. Een belangrijk punt uit de feedback was dat we moeten oppassen niet te veel te doen, omdat dit zou kunnen leiden tot verlies van focus op de gewenste stijl en uiteindelijk onduidelijkheid over onze doelen. De docent suggereerde ook dat we bij het interviewen van de studenten beter gebruik hadden kunnen maken van een enquête om ons onderzoek te documenteren en te verifiëren.

Mijn Reflectie:

Ik heb geleerd dat het belangrijk is om gefocust te blijven en niet te veel verschillende dingen tegelijk te doen, omdat dit kan leiden tot verwarring en verlies van duidelijkheid over onze doelen. Ik begrijp nu ook dat het gebruik van enquêtes een betere manier is om onderzoek te documenteren en te verifiëren.

Toepassing:

Ik heb de ontvangen feedback toegepast door ons te richten op de belangrijkste aspecten van ons project en onze focus te verscherpen. Daarnaast hebben we enquêtes gebruikt tijdens het interviewen van studenten. Dit heeft geholpen om onze onderzoeksresultaten beter te documenteren en betrouwbaarder te maken. De enquête vind je bij leeruitkomst 3 branding en leeruitkomst 4 bij feedback branding.

Gesprek met Stan over Klantverwachtingen (8 maart 2024)

We hebben Stan om feedback gevraagd om beter te begrijpen wat de klant precies wil, zodat we ons daar beter op kunnen richten.

Na ons gesprek met Stan hebben we besloten dat het beste plan is om door te gaan met ons eigen goede werk en ons te richten op het leveren van kwaliteit. We vonden het ook verstandig om de klant nogmaals te vragen wat precies zijn verwachtingen zijn en wat hij wil bereiken met ons werk. We hebben wel een idee, maar extra onderzoek kan helpen om het nog duidelijker te krijgen. Zoals Stan zei: "Gewoon vette shit maken!"

Mijn Reflectie:

Ik heb geleerd dat het belangrijk is om goed te begrijpen wat de klant wil en regelmatig te controleren of we nog steeds op dezelfde lijn zitten. Dit helpt ons om er zeker van te zijn dat we de juiste dingen doen en dat ons werk voldoet aan wat de klant verwacht.

Toepassing:

We hebben de klant opnieuw benaderd om zijn verwachtingen te verduidelijken en hebben dit inzicht gebruikt om ons werk beter af te stemmen op zijn doelen. Hierdoor konden we gerichter werken.

Feedback Inzicht in Contentstrategie Dennis (19 maart 2024)

In het begin was het voor mij en mijn groepsgenoten niet helemaal duidelijk wat contentstrategie precies inhield en hoe we dit konden toepassen in onze opdracht. Echter, na de uitleg over contentstrategie werd alles veel helderder voor ons. We begrijpen nu beter dat contentstrategie draait om het verbinden van ons merk met onze doelgroep, terwijl mediaproducten de visuele aspecten omvatten die we maken. Door deze strategie te overdenken, realiseren we ons hoe we ons merk effectief kunnen laten resoneren bij onze doelgroep, door gebruik te maken van diverse kanalen zoals advertenties, social media, en zelfs televisie. Een slimme tip die we hebben gekregen was om de doelgroep, in ons geval studenten, vroeg in het semester te benaderen met informatie over het SoundLab.

Mijn Reflectie:

Ik heb geleerd dat het belangrijk is om niet alleen te focussen op het maken van mediaproducten, maar ook om een strategie te hebben voor hoe we onze doelgroep bereiken en betrekken.

Dit begrip helpt me beter nadenken over hoe we ons merk kunnen laten zien aan meer mensen.

Toepassing:

Ik heb de contentstrategie toegepast door plannen te maken voor het gebruik van verschillende media om onze doelgroep te bereiken. We hebben specifieke acties ondernomen om studenten aan het begin van het semester te informeren over het SoundLab, wat ons helpt om een sterkere verbinding met hen op te bouwen.