

A one year

JOURNEY

of a Lifestyle student



INHOUDSOPGAVE

INLEIDING	p. 1
SIGNALEREN	p. 3
ANALYSEREN	p. 5
ONTWERPEN	p. 7
RESULTAATGERICHT HANDELEN	p. 9
COMMUNICEREN	p.11
PROFESSIONEEL HANDELEN	p.13
QUALITY OF LIFE	p.15
BEST PRACTICES (bijlagen)	P.17

INLEIDING

Voor u ligt “A one year journey of a lifestyle student”, het assessmentdossier van Marijke Bleijswijk, studente International Lifestyle Studies te Fontys ACI. Met dit assessmentdossier blik ik terug op afgelopen leerjaar. Een inspirerend jaar waarin ik hard heb gewerkt aan de competenties die mij zullen vormen tot een succesvolle Lifestyle professional. Ervaringen en ontwikkelingen die ik dit jaar heb opgedaan zal ik met jullie delen. In dit assessmentdossier zullen de competenties signaleren, analyseren, ontwerpen, resultaatgericht handelen, communiceren en professioneel handelen aan bod komen. Dat ik deze competenties bezit en heb ontwikkeld zal ik bewijzen door het toevoegen van mijn “best practices”. Tevens zal ik mijn visie op Quality Of Life met jullie delen.

SIGNALEREN



Ik hou mijn ogen open, ik kijk goed om me heen, ik ben bezig met signaleren. Overal waar ik kom pas ik “cultural brailing” toe, ik gebruik mijn zintuigen en neem waar. Ik ben op de hoogte van actualiteiten en heb mij zo ontwikkeld dat ik met een kritische blik kijk naar de maatschappij en haar veranderingen. Op straat en via deskresearch vind ik interessante gegevens, ook wel coolhunts genoemd, deze sla ik op in mijn database.

Blog

Aan het begin van het jaar maakte ik via Wordpress mijn eigen blog aan. Dit blog heb ik gebruikt om mijn gevonden coolhunts te verwerken. Binnen de sectoren health, leisure, appearance, food en human movement, ging ik opzoek naar coolhunts. Deze vond ik door middel van cultural brailing en deskresearch. In het verleden liep ik door een winkelstraat en was ik gefocust op het product dat ik wou kopen. Nu zie ik meer, veel meer. Wanneer ik nu door een winkelstraat loop dan kijk ik niet alleen meer naar producten die ik wil kopen, ik gebruik al mijn zintuigen. Zo kijk ik bijvoorbeeld of ik nieuwe winkels of producten zie en wat voor winkelpubliek er rondloopt. Daarnaast kijk ik naar de huisstijl van een winkel, zoals de vormgeving en het personeel. Verder let ik op geuren, geluid en kleurgebruik. Dit doe ik niet alleen in een winkelstraat, maar ook in de trein, onderweg, achter mijn pc. Kortom eigenlijk doe ik het altijd en overal. Wanneer ik iets interessants of vernieuwends zie onthoud ik dit, ik maak foto's, aantekeningen of screenshots. Mijn meest interessante en vernieuwende gegevens verwerk ik op mijn blog, soms alleen en soms gecombineerd. Als ik coolhunts combineer doe ik dit om het signaal te versterken. Mijn gevonden coolhunts koppel ik aan verschillende trends. Ik schreef bijvoorbeeld een artikel over the “*Artistic Urban*” en koppelde deze aan urbanizaton. Tijdens het schrijven van een blogpost onderzoek ik eerst de coolhunts en omschrijf deze. Daarna zoek ik naar achterliggende waarden.

Dit doe ik door mezelf af te vragen waarom deze coolhunt voor belang zou kunnen zijn. Ik probeer me dan te verplaatsen in de mentaliteitsgroep. Vervolgens bekijk ik de waarden nogmaals en probeer ik deze te koppelen aan de Quality Of Life van de mentaliteitsgroep. Dit doe ik met behulp van het Felce & Perry model. Deze waarden en koppeling naar Quality Of Life noem ik regelmatig in de laatste alinea van mijn blogpost.

Trendpit

Tijdens de Amsterdam Fashion Week (AMFW), waarbij ik team Trendpit versterkte heb ik de competentie signaleren het meest ontwikkeld. Tijdens de AMFW2014 ben ik vijf dagen aanwezig geweest op de fashionweek. Ik bezocht catwalk shows, zocht naar actualiteiten binnen deze sector en nam ook het straatbeeld onder de loep. Zo deed ik bijvoorbeeld onderzoek naar de “Hipstercultuur”. Ik verzamelde informatie en actualiteiten. Ik hield social media bij zoals Twitter en Facebook. Verder schreef ik blogposts. Tijdens het schrijven van een blogpost ging ik opzoek naar achterliggende waarden en langetermijntrends. Op deze manier kon ik appearance weerspiegelen aan maatschappelijke kwesties en ontwikkelingen. Dit is terug te lezen in mijn artikel over “*Covered Faces*”. Ik heb hierbij ingezien dat het uiterlijk vaak een weerspiegeling is van de maatschappij.

ANALYSEREN



Ik neem waar, ik sla informatie op, ik doe onderzoek en probeer vervolgens verbanden te leggen. Ik kijk analytisch naar mijn waarnemingen. Dit houdt in dat ik verbanden leg, verbanden op trendniveau, maar ook verbanden binnen conceptontwikkeling. Tijdens trendanalyse ga ik opzoek naar dieperliggende waarden en behoeften achter signalen, om deze vervolgens te vertalen naar een trend. Binnen concepting voer ik analyses uit over de sector, opdrachtgever, maatschappij, mentaliteitsgroep en een combinatie hiervan. Om de waarden, behoeften en identiteit te achterhalen en hier vervolgens verbanden tussen te leggen. Ten slotte wordt er tijdens het ontwikkelen van een concept vaak een haalbaarheidsanalyse opgesteld.

Trendkaart

Afgelopen jaar zocht ik naar coolhunts en actualiteiten. Mijn coolhunts omschreef ik op mijn blog. Actualiteiten deelde ik op Twitter en verzamelde ik in een dummy. Tijdens het maken van mijn trendkaart voegde al deze signalen samen. Mijn signalen ben ik gaan clusteren. Dit deed ik door middel van een “Evidence wall”. Een overzichtelijke, zelfgecreëerde muur waarbij je signalen analyseert, om deze vervolgens te verbinden. Ik begon door onder elk signaal de behoefte te schrijven. Dit deed ik door mezelf te verplaatsten in de mentaliteitsgroep, ik vroeg mezelf af welke behoefte er aan het signaal zou kunnen hangen. Toen ik eenmaal de behoeften had gevonden, ben ik de signalen met dezelfde soort behoeften met elkaar gaan verbinden. Op deze manier maakte ik verschillende clusters. Per cluster zocht ik naar waarden, dit deed ik door de behoeften nogmaals te bekijken. Deze waarden omschreef ik vervolgens in een clusternaam, ook wel woordwoord genoemd. Het ontwerpen van de clusternaam deed ik door middel van een brainstormsessie. Ik ben waarden met elkaar gaan koppelen, zo kwam ik uit op Solidarity, wat staat voor solidarity en diversity.

Om een sterkte trendkaart te creëren zocht ik drie clusters die elkaar versterkte. Ik kwam uit op de trendkaart “*Escapism*”. Om mijn Trendkaart sterk en overzichtelijk te maken heb ik een korte tekst geschreven per cluster en heb ik deze versterkt door beeldmateriaal.

Haalbaarheidsanalyse

Afgelopen jaar was het Appearance Experience event. Voor dit event ontwierp ik samen met mijn projectgroep verschillende ideeën. De vijf beste ideeën omschreef ik in een evenementvoorstel. Om de haalbaarheid van de ideeën te onderzoeken schreef ik een *haalbaarheidsanalyse*. Ik heb hierbij factoren getraceerd en geanalyseerd die van belang waren tijdens de realisatie van het uiteindelijke concept. Zo analyseerde ik het personeel, de locatie, praktische uitvoerbaarheid, belangstelling, financiële haalbaarheid en eventuele risico's. Ik heb bijvoorbeeld de locatie bezichtigd en onderzocht of het idee praktisch uitvoerbaar was.

ONTWERPEN



Ik heb vaak ideeën, soms zijn ze origineel, soms onmogelijk, soms realistisch. Maar samen vormen ze altijd het begin van een ontwerp. Een ontwerp voor een nieuw concept dat past bij een bepaalde mentaliteitsgroep. Het concept heeft een positieve invloed op de mentaliteitsgroep en draagt bij aan de Quality Of Life. Tijdens het ontwerpen van een concept overleven heel veel ideeën het niet. Maar de ideeën die wel overleven vormen de grondbeginselen voor een innovatief concept dat economisch en/of maatschappelijk haalbaar is.

Bas Kusters

“Ontwerp een product, dienst, beeld of object voor de Bas Kusters community, buiten de sector appearance.” Dit was de opdracht waarmee ik de Flee challenge van start ging. De Flee challenge is een workshop waarbij door middel van creativiteit nieuwe concepten ontworpen worden. Het ontwerpen van het concept bestond uit verschillende fasen. Als eerste heb ik de mentaliteitsgroep geanalyseerd, in dit geval de community van Bas. Al snel kwam ik tot de conclusie dat zij net als Bas van een feestje houden. Ook analyseerde ik Bas, om zo zijn identiteit en waarden te achterhalen. Na de analyse-fase ging het creatieve proces van start. Ik bezocht een rommelmarkt en kocht heel veel verschillende dingen. Thuis ben ik deze materialen met elkaar gaan verbinden. Zo kwam ik op rare creaties, bijvoorbeeld een lampjeskoffer. Tijdens de tweede workshop twee kreeg ik drie woorden waarover ik een verhaal schreef. Ik maakte een aantal tekeningen van hoofden en materialen. Kortom, ik beoefende verschillende creatieve technieken. De analyses vormden samen met de creatieve technieken de ingrediënten voor het nieuwe concept; de “*Plas Kusters*”. Een oplossing voor moodkillende dixi’s op festivalterreinen. Deze dixi is net als Bas humoristisch, afwijkend en een tikkeltje brutaal. Het biedt een extra belevenis voor de festivalganger, omdat het festival doorgaat op de WC.

Dit alles maakt dat de Plas Kusters een positieve bijdrage levert aan de Quality Of Life van de mentaliteitsgroep. Het concept was duidelijk, alleen moest het nog verbeeld worden. Om het concept zo goed mogelijk over te brengen maakte ik samen met mijn teamgenoten een levensechte “Plas Kusters”. Tijdens het ontwerpen hiervan gebruikte we tweedehands spullen, verf, spuitbussen, kleding en zelfs een echte WC. Ik vond het fijn om naast creatieve denktechnieken ook mijn handen te gebruiken tijdens het ontwikkelen van een concept.

Creative Paradise

Afgelopen jaar heb ik verschillende creatieve denktechnieken opgedaan. Deze kwamen ook tijdens de “Creative Paradise” in het blok living weer van pas. Tijdens dit blok maak ik samen met mijn projectgroep een creatieve ruimte voor de student van 2020. De sector-, doelgroep-, maatschappij- en opdrachtgever-analyse waren op dat moment al uitgewerkt in mindmaps. Met behulp van deze mindmaps ging ik opzoek naar een valuefit, ik koppel waarden vanuit de doelgroep, sector, maatschappij en opdrachtgever aan elkaar. Op basis hiervan ontwierp ik de zin “*Share your expressions and stay in balance*”. Deze zin was zo sterk dat we hem meteen hebben gebruikt als concepstatement. De waarden komen namelijk naar boven en het is duidelijk welke richting we op willen gaan met dit ontwakende concept.

RESULTAAT GERICHT HANDELEN



Ik heb een doel, die ik binnen een bepaald termijn wil realiseren. Want mijn opdrachtgever verwacht binnen een bepaalde tijd een kwalitatief goed concept. Na de briefing ga ik aan de slag want de deadline moet gehaald worden. Ik maak een planning en duidelijke afspraken met mijn projectgroep. Vervolgens ga ik het creatieve proces in, ik laat mijn fantasie gaan, maar zorg wel dat het concept realiseerbaar blijft. Dit creatieve proces ga ik in met behulp van verschillende creatieve technieken. Zodra het concept staat ontwerp ik een advies voor de opdrachtgever in vorm van een conceptboek, presentatie of adviesgesprek.

Plan van aanpak

Tijdens de sector appearance realiseerde ik samen met mijn projectleden het “Venus or Penis” event. Dit was een onderdeel van de “Appearance Experience”. Bij het organiseren van dit event kwam veel kijken. Het was daarom belangrijk dat alles tot in de puntjes was uitgewerkt en wij tijdens het event niet voor verassingen zouden komen te staan. Mijn rol binnen de projectgroep was planner en kwaliteitsbewaker. Na de briefing met de opdrachtgever ben ik begonnen met het schrijven van een *Plan van Aanpak* (PvA) . Een belangrijk onderdeel van het PvA is de planning. Daarom maakte ik een overzicht met belangrijke data, deadlines die behaald moesten worden waren hierin opgenomen. Achter de deadlines omschreef ik bij wie bepaalde onderdelen ingeleverd moesten worden en wie hiervoor verantwoordelijk voor was. Vervolgens maakte ik een weekplanning, zodat wij per week konden zien welke activiteiten er geplant stonden en wat we in die week gerealiseerd wilden hebben. Later heb ik deze planning opgedeeld in fases, zodat overzicht werd gecreëerd binnen de verschillende fases van het project. Ten slotte maakte ik ook de projectorganisatie/planning, zodat iedereen wist waar zij verantwoordelijk voor was. Met een goede planning blijft de kwaliteit bewaakt en is er geen sprake van tijdsnood.

Creatieve tweedaagse

Vroeger zag ik creativiteit als iets wat te maken had met kunst en een rijke fantasie. Tijdens de *creatieve tweedaagse* is mijn blik op creativiteit veranderd. Hier draaide het om creatief denken. Ik heb hier veel nieuwe creatieve denktechnieken opgedaan. Voor mij bestaat een creatief proces nu uit drie fasen, namelijk de startfase, divergerende fase en convergerende fase. Tijdens de startfase creëer ik analysevragen. Daarna is het tijd voor de meest leuke fase, namelijk de divergerende fase. In deze fase ga ik ideeën spuien, alles is goed want tijdens een creatieve sessie is er een regel namelijk: uitstellen van oordeel. Ik gebruikte tijdens de divergerende fase diverse technieken. Zo was er een spui-fase waarin ik zoveel mogelijk ideeën in een korte periode opschreef, ook had ik een analogie met de natuur en verplaatste ik me in een superheld. Tijdens de convergerende fase gebruikte ik de COCD-box, om vervolgens een concept te ontwikkelen. Na afloop van deze intensieve tweedaagse ben ik in staat om nieuwe creatieve denktechnieken toe te passen tijdens het ontwikkelen van een concept.

COMMUNICEREN



Ik praat, ik schrijf, ik beweeg. Ik geef signalen af om iemand iets duidelijk te maken. Ik wil in contract treden met anderen om informatie te geven en te ontvangen. Door te communiceren sta ik in verbinding en ontstaat er interactie. Ik treed in contact, niet altijd met woorden, maar ook door middel van beeld en verhaal. Vaak face 2 face, maar ook regelmatig online. Door met veel mensen te communiceren verbreed ik mijn netwerk en vergroot ik mijn kennis en kansen.

Presentatie food

Hard werkte mijn projectgroep en ik in aan “Festifoodies”. Een trendboek binnen de sector food voor onze opdrachtgever Cookaholics. Ik ben enthousiast en trots op dit trendboek en had de eer om dit trendboek samen met Nadia te presenteren aan de opdrachtgever. Spannend, want je hebt maar een kans en die moet goed zijn. Het begon bij mijn outfit, aangepast aan ons trendboek, maar niet overdressed. Ik maakte kleine kaartjes met steekwoorden om tijdens het presenteren vast te houden, mocht ik iets vergeten dan kon ik een blik werpen. Samen met Nadia bereidde ik me voor, we oefenden samen, want we kregen pas de dag voor de presentatie via school te horen dat wij moesten presenteren. Stiekem was ik toch wel erg zenuwachtig, omdat ik best onzeker ben over mijn presenteren. Toen het zover was, heb ik mijn zenuwen opzij gezet. De *presentatie* stond klaar dus ik kon beginnen. Ik heette Gijs van Cookaholics en ander publiek welkom. Daarna zei ik het volgende: “Ik neem jullie graag mee in de wereld van de Festifoodies and their 6th sense”. Met deze zin hoopte dat ik de luisteraar nieuwsgierig te maken, zodat men aandachtig zou luisteren. Tijdens de presentatie vertelde ik over de doelgroep, dit versterkten we door een moodboard. Voor de trends die wij over wilden brengen hadden wij zelf namen bedacht. Bijvoorbeeld “seetruth”, dat staat voor het zien en de langetermijntrend transparantie. Ik vertelde over enkele trends.

Tenslotte gaf ik de opdrachtgever mondeling een kort advies. Tijdens de presentatie maakten wij gebruik van zelf ontworpen, beeldmateriaal via de beamer. Ik vond het heel spannend om te presenteren, maar achteraf was ik blij dat ik het gedaan had. Deze ervaring heeft een bijdrage geleverd aan het verbeteren van mijn mondelinge communicatie.

Meester

Contact met het werkveld is belangrijk, om zo je netwerk uit te breiden, maar zeker ook om nieuwe kennis en ervaring op te doen. Via internet ging ik opzoek naar mensen die werkzaam zijn binnen dit vakgebied. Ik zocht een *meester* binnen de sector appearance, omdat ik binnen deze sector graag mijn netwerk wil uitbreiden. Ik verzond veel e-mails, maar kreeg geen respons. Via de EYP-lessen leerde ik over personal branding, ik besepte dat ik mezelf moest “verkopen”. Ik besloot mijn persoonlijkheid uit te stralen via de e-mail en ontwierp mijn eigen “studie CV”. Ik stelde een e-mail op en voegde deze toe als bijlage. Dit had meer succes, want na wat mail-verkeer had ik een afspraak met Jutka van Jutka & Riska. Werkzaam binnen de sector appearance en leisure. Ik maakte een aantal afspraken voor aankomend jaar en sleepte zo mijn eerste opdracht binnen. Volgend jaar ga ik samen met haar team een concept bedenken voor op Lowlands. Daarnaast zal ik kennis maken met haar personeel en het werkveld. Hierdoor zal ik mijn netwerk uitbreiden en meer ervaring opdoen binnen mijn favoriete sector en het werkveld.

PROFESSIONEEL HANDELEN



Ik leer mezelf kennen, elke dag weer opnieuw. Ik kijk terug, wat ging goed, wat ging fout, wat moet ik de volgende keer anders doen? Ik kijk kritisch naar mezelf, naar de fouten die ik maak maar ook naar mijn vorderingen. Door deze kritische blik leer ik van mijn fouten en kan ik werken aan mijn kwaliteiten. Door te reflecteren op mezelf, kan ik mezelf beter ontwikkelen. En steeds wanneer ik mij verder ontwikkel kan ik trots zijn op mezelf, want als ik terug kijk doe ik het steeds een beetje beter.

iBlog

Lef tonen, durven, out of the box! Dit zijn de woorden die tijdens lifestyleweek drie centraal stonden. Tijdens deze week moest ik veel lef tonen. Ik volgde een lef-worskhop, een survival en een urban-survival. Na afloop van deze week kreeg ik de opdracht om mijn ervaringen te verwerken en te delen via een *iBlog*. Ik maakte een nieuw blog aan genaamd "need guts for trust". Op dit blog vertelde mijn verhaal door middel van tekst en beeld. Op dit blog werd duidelijk hoe ik deze week had ervaren en hoe ik lef had getoond. Tijdens deze week werd ik uitgedaagd, ik moest verplicht verschillende soorten lef tonen. Soms vond ik het lastig om hier mee om te gaan. Hoe ik me hierbij voelde en wat dit met mij deed omschreef ik op mijn blog. Door te reflecteren opende ik mijn ogen. Ik keek naar mezelf en hierdoor kwam ik erachter dat mijn mindset was veranderd. Zo schreef ik "Als je lef toont en zo je kansen probeert te grijpen of zelf creëert draait lef bij aan de Quality Of Life, je verlegt je grenzen, bent bezig met zelfontplooiing en dit zal bijdragen een gevoel van tevredenheid. In de komende jaren ga ik mijn grenzen verleggen en nog meer lef tonen dan ik al deed." Hierin reflecteer ik op mijn positie en geef ik tevens aan hoe ik mezelf verder kan ontwikkelen. Door op deze manier te reflecteren heb ik mezelf weer een stukje beter leren kennen en weet ik waaraan ik moet werken als ik mezelf nog verder wil ontwikkelen.

Interview

Dit jaar ging ik opzoek naar inspirerende mensen, mensen uit het werkveld. Mensen die mij iets konden vertellen over hun passie. Ik hield een *interview* met twee inspirerende mensen. Ze waren beiden totaal verschillend. Zo interviewde ik Lisa van Noorden, conceptontwikkelaar en kunstenares. Ik vind haar een inspirerend persoon, omdat ze door middel van kunst en kennis concepten versterkt en ontwikkelt. Ik vroeg naar haar werkwijze met betrekking tot concepting, blik op huidige trends en visie op Quality Of Life. Ook interviewde ik Sharon van Hesp, werkzaam op gebied van duurzaamheid en ontwikkeling. Ik vond haar een inspirerend persoon, omdat zij dagelijks bezig is met de Quality Of Life van verschillende mentaliteitsgroepen. Ik vroeg haar persoonlijke dingen zoals haar visie op Quality Of Life en huidige trends. Maar ook vroeg ik haar dingen over "The good family" waar zij op dat moment werkzaam was. Ik kreeg op die manier inzicht in deze organisatie, bijvoorbeeld hoe ze het bekostigen, hun missie en doelgroep. Door deze inspirerende interviews heb ik mijn netwerk uitgebreid. Door mijn netwerk uit te breiden en interesse te tonen in mensen uit het werkveld leer ik ook om op een professionele wijze met mensen in gesprek te komen en mijzelf op een professionele manier te presenteren.

QUALITY OF LIFE



“Ik leef in een wereld waarin ik doe wat ik leuk vind, waarin ik mezelf kan ontwikkelen en ontplooien. Een wereld waarin ik iets wil bereiken, maar waarin saamhorigheid en ontspanning nooit vergeten wordt. Een wereld waarin niemand gek of raar is, want positiviteit staat centraal. Een wereld waarin geld niet gelukkig maakt. Een wereld waarin we bewust kijken naar onszelf, maar ook naar anderen. Een wereld waarin we samenwerkingen aangaan om zo oplossingen te bedenken, zodat de wereld leefbaar blijft voor ons, maar ook voor volgende generaties.”

Dit is de visie op Quality Of Life die ik dit jaar heb ontwikkeld. Door het jaar heen heb ik mezelf beter leren kennen en ben ik er ook achter gekomen wat voor mij nou echt belangrijk is. Ik heb nieuwe inzichten opgedaan over de wereld waarin we nu leven en wat de toekomst gaat brengen. Ik heb mezelf afgelopen jaar enorm ontwikkeld en dit geeft mij een tevreden gevoel. Ik heb mezelf ontplooid en denk dat dit gevoel van erkenning voor iedereen belangrijk is. Het gevoel dat je werkelijk iets kan en iets kan bijdragen. Ik ben open-minded gaan denken, ik heb nu minder vooroordelen en vind mensen niet snel meer gek of raar. Ik kwam erachter dat je samen sterker staat dan alleen, dat het leuker is om iets samen te doen en er op deze manier ook meer te bereiken is. Ik zag in dat geld geen geluksindicator is, en dat geluk op andere manieren te meten is. Ook zag ik in dat als we niet duurzaam leven, dit grote consequenties zal hebben voor volgende generaties. Daarom ben ik zelf duurzamer gaan leven, ik denk vaker na bij de dingen die ik doe.

Ik kijk met een postieve blik naar de wereld.
Want als Lifestyleprofessional bewandel ik een pad waarin ik denk in oplossingen en mogelijkheden.

BIJLAGEN



BEST PRACTICES

SIGNALEREN

- Blogpost Artistic Urban
- Nieuwsartikel Covered Faces

ANALYSEREN

- Trenkdaart Escapism
- Haalbaarheidsanalasye Venus or Penis event

ONTWERPEN

- Plas Kusters
- Conceptstatement Creative Paradise

RESULTAAT GERICHT HANDELEN

- Plan van aanpak (PvA)
- Creatieve tweedaagse

COMMUNICEREN

- Presentatie Food
- Meester

PROFESSIONEEL HANDELEN

- iBlog
- Interview

BEOORDELING & FEEDBACK