

Faculteit Communicatie en Journalistiek

Bijlage afstudeerrapport



Inhoudsopgave

Plan van aanpak	3
Inleiding.....	5
1. Analyse MijnStudent	6
1.1. Hoe het allemaal begon.....	6
1.2. Waar staat MijnStudent voor?... ..	6
1.3. De organisatie.....	7
1.4. De doelgroep	9
1.5. Communicatiebeleid en –middelen	9
1.6. De aanleiding.....	12
2. De opdracht.....	13
2.1. Probleemstelling.....	13
2.3. Tussen- en eindproducten.....	13
3. De uitvoering	14
3.1. De activiteiten	14
3.2. Tijdsplanning	17
4. Praktische zaken	20
4.2. Afspraken tussen het afstudeerbedrijf en de afstudeerder	20
4.3. Afspraken tussen de afstudeerbegeleider en de afstudeerder	21
Feedbackverslagen	20
1. Bespreking plan van aanpak.....	22
2. Bespreking conceptversie onderzoeksrapport.....	23
Urenverantwoording	23

Plan van aanpak



Faculteit Communicatie en Journalistiek

Plan van aanpak

Afstuderen bij...



Inhoudsopgave

Inleiding.....	5
1. Analyse MijnStudent	6
1.1. Hoe het allemaal begon... ..	6
1.2. Waar staat MijnStudent voor?	6
1.3. De organisatie	7
1.4. De doelgroep	8
1.5. Communicatiebeleid en –middelen.....	9
1.6. De aanleiding	12
2. De opdracht.....	13
2.1. Probleemstelling	13
2.2. Doelstelling.....	13
2.3. Tussen- en eindproducten	13
3. De uitvoering	14
3.1. De activiteiten.....	14
3.2. Tijdsplanning	16
3.3 Literatuurlijst	17
4. Praktische zaken	19
4.1. Risico's.....	19
4.2. Afspraken tussen het afstudeerbedrijf en de afstudeerder	19
4.3. Afspraken tussen de afstudeerbegeleider en de afstudeerder	20
4.4. Contactgegevens.....	20

Inleiding

Voor u ligt mijn plan van aanpak voor mijn afstudeeropdracht bij MijnStudent. Een studentenklusbedrijf uit Utrecht voor grote en kleine klussen. Dit plan van aanpak vormt de rode draad in mijn afstudeertraject.

In het eerste hoofdstuk begin ik met een analyse van MijnStudent. Wie zijn ze en wat doen ze? Waar staat MijnStudent voor? Ik bespreek ook de doelgroep en het communicatiebeleid- en middelen. Dit hoofdstuk eindigt met de aanleiding voor deze afstudeeropdracht.

In hoofdstuk 2 kunt u lezen wat de probleemstelling van deze afstudeeropdracht is. Waarom ga ik deze opdracht uitvoeren en welke doelstellingen zijn hieraan verbonden? Ook de tussen- en eindproducten die ik zal leveren zijn te lezen in dit hoofdstuk.

In hoofdstuk 3 vindt u een gedetailleerde planning van de te ondernemen activiteiten. Hierin wordt duidelijk welke activiteiten ondernomen moet worden, hoeveel tijd deze gaan kosten en welke afhankelijkheden er tussen de activiteiten zijn.

Tot slot bespreek ik in hoofdstuk 4 welke afspraken er gemaakt zijn op het gebied van tijd, middelen, informatie, kwaliteit en risico's.

1. Analyse MijnStudent

1.1. Hoe het allemaal begon...

In 2006 beginnen de drie Utrechtse studenten, Gerhard te Velde, Jochem Oldenbroek en Joren Harmanny onder de naam “De TuinStudent” naast hun eigen studie tuinen op te knappen bij mensen uit de buurt. Ze gaan heel Utrecht door onder de studentikoze bijnamen: Snoeier, Sikkell en Boombaard.

Een jaar later, in 2007, wordt de vraag al snel te groot voor de drie studenten. Studiegenoten, familie en vrienden schieten te hulp. Klanten van het vorige seizoen komen terug en langzaam begon zich een vaste klantenkring op te bouwen.

“De TuinStudent” blijkt al snel niet voldoende. Terwijl Gerhard en Jochem in de tuin staan te werken bij een vaste klant krijgen ze de vraag of zij ook niet even kunnen helpen de zolder op te ruimen. Diezelfde maand wordt Joren, tijdens het omhakken van een boom, gevraagd een computervirus te verwijderen. Studenten zijn toch ook handig met computers?

Langzamerhand ontstaat er een bedrijfsidee: iedere Nederlander de mogelijkheid bieden een student in te huren. Voor iedere klus een student met het juiste talent. Er wordt een tijd gediscussieerd over de naam (rent-a-student, student-for-rent, studenttalent, werkstudent, etc.), maar uiteindelijk wordt voor MijnStudent gekozen. Nederlanders moeten over hun eigen studenten kunnen beschikken, dat is de kern. De maanden daarna wordt er door Gerhard, Jochem en Joren gewerkt aan het opzetten van dit bedrijf.

Op 18 juni 2008 schrijven Joren, Jochem en Gerhard de vennootschap onder firma (VOF) MijnStudent in bij de Kamer van Koophandel. Bij MijnStudent kan de klant studenten inhuren voor vier typen dienstverleningen: tuinklussen, verhuisklussen, computerklussen en klussen in huis. Zowel de particuliere als de zakelijke sector kan gebruik maken van de diensten van MijnStudent. Het eerste studentenklusbedrijf in Nederland is hiermee geboren.

MijnStudent heeft sinds 2008 een enorme groeispurt doorgemaakt. Naast Utrecht hebben ze nu ook vestigingen in Amsterdam en Zwolle. Het hoofdkantoor zit echter nog steeds in Utrecht.

1.2. Waar staat MijnStudent voor?

MijnStudent heeft een filosofie geformuleerd om duidelijk te maken waar zij voor staan en gaan. Hierin wordt duidelijk wat voor bedrijf MijnStudent is. Waar mag de klant op rekenen? Waar mag de medewerker op rekenen? Deze filosofie kunt u zien als de kernwaarden van MijnStudent, maar dan geformuleerd in zeven kernregels.

1. **‘Handen uit de mouwen steken’**
Alle medewerkers van MijnStudent werken hard met enthousiasme en vol energie.
2. **‘Wat we doen, doen we goed – wat we maken, maken we mooi’**
MijnStudent weet waar haar kwaliteiten liggen. Ze weten wat ze kunnen (en wat niet). Het werk dat ze doen leveren ze af zoals ze het zelf ook zouden willen hebben.
3. **‘We zijn zelf verantwoordelijk voor wat we doen’**
MijnStudent komt haar beloftes na en ze zijn altijd aanspreekbaar op het resultaat.
4. **‘Iedereen waar wij mee samenwerken mag mee profiteren’**
MijnStudent gelooft dat ze hun werk op een leuke, goede manier kunnen doen en dat alle partijen waarmee ze samenwerken daarvan mee kunnen profiteren. Dat geldt voor klanten, studenten, leveranciers en partners.

5. **‘Een slimme aanpak levert een beter resultaat’**
MijnStudent werkt met intelligente mensen die zelfstandig meewerken en meedenken. Zij gaan altijd voor de slimste oplossing.
6. **‘Persoonlijke aandacht’**
Er zitten bij MijnStudent echte mensen aan de telefoon, geen computers. De klant krijgt één lokaal aanspreekpunt.
7. **‘Ambacht 2.0’**
MijnStudent is steeds op zoek naar de degelijkheid en romantiek van toen met de snelheid en openheid van nu.

Voor de klanten betekent dit concreet dat ze bij de diensten van MijnStudent mogen rekenen op hardwerkende en verantwoordelijk studenten die kwaliteit leveren. MijnStudent belooft in deze filosofie voor iedere klus een effectieve en passende oplossing te vinden. Soms betekent dit dat je als klant doorverwezen wordt naar een professioneel verhuis-, tuin-, klus- of PC-bedrijf. MijnStudent is erg reëel en eerlijk in wat ze (zelf) niet kunnen bieden.

Daarnaast kunnen de klanten van MijnStudent er vanuit gaan dat zij op een persoonlijke manier worden behandeld door de mensen op het kantoor.

Mensen die gebruik maken van de diensten van MijnStudent kunnen rekenen op een professionele aanpak voor een lagere prijs dan ze bij een ‘echt’ verhuis-, tuin-, klus-, of PC-bedrijf zouden betalen. Dit kan MijnStudent bieden omdat studenten een lager uurloon hebben dan bijvoorbeeld een gediplomeerd verhuizer.

Klanten moeten wel goed in hun achterhoofd houden dat de studenten deze klussen naast hun studie uitvoeren als bijbaan. Het zijn geen vakmensen, maar brengen wel een grote dosis enthousiasme en zijn leergierig. Studenten leren veel van de partners waarmee MijnStudent samenwerkt (zie paragraaf 1.3).

De USP (unique selling point) van MijnStudent is dat de studenten op **sociaal vlak erg sterk** zijn. Dit is iets wat MijnStudent vaak hoort in telefoongesprekken. Dit komt ook naar voren in het klanttevredenheidsonderzoek van MijnStudent zelf.

1.3. De organisatie

Momenteel zijn er twaalf mensen in vaste dienst bij MijnStudent. Hieronder vindt u een overzicht van de verschillende functies die deze twaalf medewerkers invullen. Daarbij is ook aangegeven hoeveel mensen deze functie(s) bekleden.

Functie	Aantal medewerkers
Marketingmedewerker	1
IT'er	2
Relatiebeheerder	4
Juridisch medewerker	1
Financieel medewerker	2
Administratief medewerker	1
Ontwerper	1

Oprichters Joren Harmanny en Gerhard te Velde nemen ook heel wat taken op zich. Oprichter Jochem Oldenbroek besluit in september 2011 om te stoppen bij MijnStudent.

In april 2012 zijn er 150 studenten in dienst van MijnStudent. Deze zijn allen in dienst op oproepbasis en hebben een 0-uren contract. MijnStudent werkt met lokale teams van studenten. Elke regio heeft een eigen team. Hierdoor kennen de studenten de stad en na verloop van tijd de klanten.

Partners

MijnStudent werkt samen met negen partners. MijnStudent zet deze partners in om de verhuis-, tuin-, klus- of PC-klussen beter te kunnen uitvoeren. De kennis van de studenten is soms niet toereikend genoeg en dan is het nodig om een echte vakman in te schakelen. MijnStudent zet daarnaast ook partners in voor diensten die zij zelf niet (meer) uitvoeren om de klant altijd zo goed mogelijk te kunnen helpen. Hieronder heb ik alle partners op een rijtje gezet.

- **Bouwbedrijf 'Wolfsbouw'**
MijnStudent werkt al sinds de oprichting van Wolfsbouw intensief samen. Grotere bouwprojecten worden gezamenlijk uitgevoerd, zodat professionaliteit van Wolfsbouw en de betaalbaarheid van MijnStudent hand in hand gaan.
- **Klusbedrijf 'DoeHetNietZelf'**
Doe het niet zelf, DHNZ, is in 2004 gestart en zet sinds MijnStudent het levenslicht zag (in 2008) met enige regelmaat. Met name bij grotere projecten zoals bijvoorbeeld een zolderverbouwing met isoleren van het dak. De studenten werken onder verantwoordelijkheid van topklusser Kees Bot, waardoor de kwaliteit gegarandeerd is en de klant voordeliger uit is.
- **Autoverhuurbedrijf 'Europacar'**
Al geruime tijd huurt MijnStudent bij Europacar bestelauto's, verhuisauto's en vrachtauto's. Op die manier kunnen bijvoorbeeld de VerhuisStudenten complete verhuizingen uitvoeren en TuinStudenten het tuinafval afvoeren.
- **Opslagbedrijf 'PickupBox'**
PickupBox levert opslagboxen voor bijvoorbeeld verhuizingen. Als de opslagbox gevuld is, wordt deze meegenomen en opgeslagen in een beveiligd opslagcentrum. Wanneer de inhoud van de opslagbox weer nodig is, wordt deze weer terug gereden naar ieder gewenst adres in Nederland. MijnStudent werkt in renovatieprojecten samen met PickupBox. MijnStudent werkt in renovatieprojecten samen met PickupBox.
- **Verhuurbedrijf 'VerhuisliftService Nederland'**
MijnStudent werkt sinds kort ook samen met VerhuisliftService Nederland. Het gebruik van een verhuislift maakt het verhuizen een veiliger en eenvoudiger voor de VerhuisStudenten.
- **Hoveniersbedrijf 'Edward Copijn Boomedokter'**
Als er bij MijnStudent een aanvraag voor een tuinklus binnenkomt waarvan ze denken dat het niet haalbaar is verwijzen ze de klant door naar een specialist zoals hovenier Edward Copijn. Dit werkt ook andersom: wanneer Edward Copijn mankracht nodig heeft, schakelt hij de TuinStudenten van MijnStudent in.
- **Technische hulp voor senioren 'Jeroen ten Houten de Lange van 60+'**
Jeroen ten Houten de Lange van 60+ klus biedt hulp aan senioren op gebied van woonaanpassingen en technisch advies. Sinds enige tijd worden de studenten van MijnStudent regelmatig ingezet ter ondersteuning van deze 60+ Klus.
- **Klusbedrijf 'Marcel van Basten' van de Klussenier'**
Sinds juni 2007 is Marcel van Basten als zelfstandig klusbedrijf aangesloten bij De Klussenier. Als MijnStudent denkt dat de een klus voor hen niet haalbaar is, verwijzen zij klanten door naar Marcel van Basten. Maar de samenwerking werkt ook de andere kant op. Marcel kreeg in 2009 de flyer van MijnStudent in de bus: *"Ik vond het meteen een goed idee. Het leek me handig om af en toe een student op een klus mee te nemen"*. De KlusStudenten van MijnStudent leren veel van Marcells aanpak en de technieken die hij toepast op klussen.
- **Oppasbemiddelingsbureau en Poetsbemiddelingsbureau 'OppasStudent en PoetsStudent'**
OppasStudent & PoetsStudent is een bemiddelingsbureau dat is opgericht door twee studerende zussen. Ze zijn actief in Amsterdam, Utrecht, Haarlem en omstreken. Studenten die willen oppassen of schoonmaken worden gekoppeld aan een vast gezin of huishouden dat op zoek is. MijnStudent wil klanten ook helpen als ze dat zelf niet kunnen. Daarom verwijzen ze onze klanten voor een oppas of poetshulp door naar OppasStudent & PoetsStudent.

1.4. De doelgroep

MijnStudent richt zich met haar diensten op de volgende drie doelgroepen:

- **Hoger opgeleide particulieren**
Deze specifieke doelgroep is gekozen vanwege het vermogen van deze groep om zich in te leven in studenten. Zij zijn vroeger zelf ook student geweest en zullen dus minder sterke vooroordelen hebben. Zij zien in dat studenten inderdaad van feesten houden zoals iedereen weet, maar ook hard kunnen en willen werken voor een extra zakcentje.
- **De zorgsector**
Studenten hebben, zo is gebleken, vaak een bijzondere band met bijvoorbeeld ouderen, autisten, geestelijk- of verstandelijk gehandicapten. In de zorgsector is er veel vraag naar de diensten die MijnStudent levert.
- **Facilitaire bedrijven**
Hierbij kunt u denken aan bijvoorbeeld een verhuisbedrijf die de diensten van MijnStudent inhuurt bij een dusdanig grote klus waarvoor ze zelf de mankracht niet hebben. Het gaat hier om partnerbedrijven die tegelijkertijd klant zijn.

Voor deze afstudeeropdracht richt ik me op de eerste doelgroep: hoger opgeleide particulieren. Deze groep kiest voor een groot deel de dienst uit op de website. Daarnaast laten de hoger opgeleide particulieren de studenten toe op privéterrein bij de verhuis-, klus-, tuin- of PC-klussen. MijnStudent heeft gemerkt dat juist deze groep huiverig kan zijn bij het inhuren van studenten. En dit is de kern van deze opdracht. Er bestaan twijfels over het kunnen van de studenten. Het gaat om privéspullen van klanten en mensen zijn hier voorzichtig mee. Het concept van een studentenklusbedrijf is voor velen nieuw. Veel klanten twijfelen erover of ze wel studenten willen toelaten op hun privéterrein.

Bij de tweede en derde doelgroep is dit minder het geval. Deze twee doelgroepen kiezen de diensten allereerst niet alleen uit op de website. Het is hierbij belangrijker om een goede band op te bouwen waardoor er naar verloop van tijd een 'gunfactor' ontstaat. Het feit dat de klussen in de zorgsector en facilitaire bedrijven niet in privésferen worden uitgevoerd maakt dat de twijfels over studenten een minder grote rol spelen.

MijnStudent is momenteel bezig om het businessplan te herschrijven, waarin deze drie doelgroepen worden beschreven. Om deze reden heb ik nu nog geen specifiekere kenmerken van de doelgroepen. Deze gegevens komen uiteraard wel in het onderzoeksrapport.

1.5. Communicatiebeleid en –middelen

MijnStudent streeft ernaar om in haar de communicatie naar de klant en de student zo transparant mogelijk te zijn.

De klant krijgt bij MijnStudent altijd direct iemand aan de telefoon en hoeft niet meerdere malen doorverbonden te worden. Er wordt naar gestreefd om op een *persoonlijke en professionele* wijze met de klant te communiceren. En niet alleen eenrichtingsverkeer, de input van de klant wordt bij MijnStudent altijd omgezet in actie.

In een item van RTV Utrecht over mijn student beschrijft een klant de communicatie met MijnStudent als volgt: 'Informeel, direct en concreet.'

De klant mag alles weten. MijnStudent is heel eerlijk en reëel in wat de studenten kunnen en vooral ook niet kunnen. Als MijnStudent denkt dat een bepaalde klus te complex is voor de studenten dan wordt er naar een andere oplossing gezocht. Zoals in de filosofie ook al naar voren kwam: wat we doen, doen we goed! Ze willen geen half werk leveren. Als ze niet in staat zijn een klus te klaren dan wil MijnStudent de klant toch kunnen helpen, via bijvoorbeeld een van de partners.

Er bestaat een open communicatiebeleid waarbij de lijn tussen de klant en een student, tussen de student en het kantoor en tussen het kantoor en de klant zo kort mogelijk blijft. De klant heeft bij MijnStudent een vaste contactpersoon die naar de best passende oplossing voor de aanvraag zoekt.

MijnStudent communiceert met haar klant via de volgende communicatiemiddelen:

- **Flyer**
Deze wordt huis aan huis bezorgd bij een groot aantal huishoudens. Hierbij wordt ernaar gestreefd om vooral bij hoger opgeleide terecht te komen. Op de voorkant van de flyer staat een foto van een groep van dertien studenten, allen gekleed in shirts en vesten van MijnStudent. Daarnaast staan ook de contactgegevens erop. Op de achterkant van de flyer staat 'Waarom MijnStudent' en 'Hoe het werkt'. De flyer is gedrukt op A5 formaat en is hiermee beknopt maar erg duidelijk. Een exemplaar van de flyer komt in de bijlage van het onderzoeksrapport.
- **Website**
De website speelt een centrale rol in de communicatie van MijnStudent. Op de website staat heel veel informatie op een overzichtelijke manier weergegeven, waardoor de klant voor veel vragen op de website terecht kan. Op de homepage komen de kopjes 'Waarom MijnStudent' en 'Hoe het werkt' van de flyer weer terug. Daarna kan de klant direct doorklikken naar VerhuisStudent, KlusStudent, TuinStudent en PC-Student. Op deze deelpagina's staat precies aangegeven wat de studenten wel en niet kunnen. De klant kan direct een offerte aanvragen of contact opnemen.
Wat mij is opgevallen bij het bekijken van de website is dat er weinig referentiemateriaal is. Er staan na een paar keer doorklikken drie korte referenties van klanten. Het is erg kort en de plek is niet erg prominent. MijnStudent zelf is zich er goed van bewust dat het op het gebied van geloofwaardigheid nog beter kan, sommige klanten vinden het moeilijk te geloven dat de studenten goed werk leveren. Dit is ook waar ik mij in deze afstudeeropdracht op richt.
- **Nieuwsbrief**
Vijf keer per jaar krijgen de klanten van MijnStudent een digitale nieuwsbrief. Deze nieuwsbrief gaat naar een klantenbestand van rond de 8000 klanten. De laatste nieuwsbrief (17 april 2012) is verstuurd naar 8203 klanten. Een voorbeeld van deze nieuwsbrief komt in de bijlage van het onderzoeksrapport.
- **Radio**
MijnStudent is regelmatig op regionale en landelijke radio te horen. Er zijn nog weinig echte studentenklusbedrijven in Nederland, en veel mensen hebben nog geen weet van het bestaan van MijnStudent. De radio is een middel voor MijnStudent om wat meer bekendheid te vergaren. De NOS heeft in augustus 2011 een miniserie voor Radio 1 gemaakt met het thema 'slim inspelen op de crisis.'
- **Krant**
MijnStudent probeert regelmatig in zowel regionale als landelijke kranten te staan. Dit is uiteraard ook bedoeld om wat meer bekendheid te verkrijgen. Ze hebben met artikelen in het Parool, AD, Spits, Metro en NCR Handelsblad gestaan. De titels van deze artikelen luiden:
 - 'Studentenhanden te huur'
 - 'Studentenverhuizers in Soest'
 - 'Nieuwe woonservice van MijnStudent'
 - 'Studentenklusbedrijf op Haagse markt'
 - 'Student klaart de klus'
 De artikelen zijn er opgericht om mensen te wijzen op de mogelijkheid studenten in te huren voor verschillende klussen. Zeker in crisistijd besteden de media hier aandacht aan.
- **Televisie**
MijnStudent zoekt het naast geprinte media en de radio ook bij de televisie. Zo zijn ze 2,5 jaar geleden bij het programma 'Bij Jort in de BV' geweest, waar aandacht is voor jong, opstartend talent. Ook zijn ze te zien geweest bij 'Uitstel van executie' van Martijn Krabbé waar de studenten hielpen met verhuizen. Naast de landelijke televisie is MijnStudent ook te zien geweest op RTV Utrecht met het item: 'Studentenklusbedrijf floreert in crisistijd'.
Het doel van deze televisie-items is in eerste instantie om bekender te worden. Daarnaast kan het voor mensen die al wel eens van MijnStudent gehoord hebben een zetje in de juiste richting zijn. Voor mensen die bijvoorbeeld twifelen over het kunnen van de studenten of niet helemaal begrijpen voor welke klussen ze MijnStudent nu precies kunnen inschakelen bieden deze uitzendingen uitkomst.
- **Merchandise**
MijnStudent heeft een groot aantal gratis fietskratten weggegeven met MijnStudent logo voorop. Gedurende een hele maand was er geflyerd in de stad Utrecht waarin mensen werden opgeroepen om op 30 december 2010 naar de Jacobibrug te komen om onder het genot van Glühwein of warme chocolade een gratis fietskrat op hun fiets te laten monteren. Deze actie was een groot succes, ondanks de kou op die dag. MijnStudent had er een gezellig decor van gemaakt met o.a. een vuurkorf. Een grote fietsstroom kwam erop af. Een grote groep kwam naar aanleiding van de flyer, maar ook

toevallige passanten sloten zich bij het gezelschap. Er fietsen nu aan paar honderd fietsen met de MijnStudent-fietskrat voorop rond.

Vanwege dit succes heeft MijnStudent hierna nog een aantal keer een zelfde actie uitgevoerd.

- **Mond-tot-mond reclame**

Mond-tot-mond reclame is een belangrijk 'middel' voor MijnStudent. Het concept van een studentenklusbedrijf is in Nederland nog redelijk nieuw, echte concurrenten zijn er (nog) niet. Als een klant een positieve ervaring heeft met MijnStudent vertelt hij/zij dit door aan anderen. Deze 'gratis' reclame verkrijgt je alleen door goed werk te leveren. Het is al veel gebleken dat klanten bij MijnStudent terecht komen door een advies van bijvoorbeeld een kennis of familielid.

In het volgende overzicht heb ik de middelmix van MijnStudent op een rijtje gezet met de bijbehorende mediums-specifieke eigenschappen. Daarnaast heb ik ook aangegeven of het medium passief of actief is en of het om een online of offline medium gaat.

Middel	Mediumspecifieke eigenschappen	Actief/Passief	Online/Offline
Flyer	Bereik selectieve doelgroep door segmentatie Laagdrempelig Call to action	Passief	Offline
Website	Groot bereik Mogelijkheid tot interactie Snel medium → grote 'wegklikfrequentie'	Actief	Online
Nieuwsbrief	Bereik selectieve doelgroep door segmentatie Doelgroepbinding	Passief	Online
Radio	Groot bereik Lage zappfrequentie	Passief	Offline
Krant	Bereik selectieve doelgroep door segmentatie Lezers hebben een sterke binding met hun krant	Passief	Offline
Televisie	Groot bereik Emotionele impact (Visueel)	Passief	Offline
Merchandise	Beleving Doelgroepbinding	Actief	Offline
Mond-tot-mond	Reclame uit de eerste hand Betrouwbaar oordeel	Actief	Offline

Uit dit overzicht wordt duidelijk dat MijnStudent zowel online als offline middelen inzet, en een combinatie tussen passieve en actieve media gebruikt. Hiermee is de middelenmix al redelijk compleet.

MijnStudent blijft echter verder denken om constant up-to-date en innovatief te blijven. Daarbij is interactie met de doelgroep erg belangrijk. Het integreren van sociale media zou goed passen binnen het huidige, open en transparante communicatiebeleid van MijnStudent. Om die reden bekijken ze nu de mogelijkheden van Facebook.

Daarnaast is er nog steeds de wens om klanten de mogelijkheid te bieden om in te loggen op www.mijnstudent.nl, net als de studenten dat nu kunnen. Dit biedt klanten de mogelijkheid om bijvoorbeeld facturen in te zien.

Zoekmachineoptimalisatie

Vindbaarheid is uiteraard ook een belangrijke tool in het communicatiebeleid. De oprichters Joren Harmanny en Gerhard te Velde hebben hard gewerkt aan een goedwerkende SEO (Search Engine Optimization) campagne. Bij veel relevante zoekopdrachten staat MijnStudent in de top vijf in Google.

Ook op het gebied van SEA (Search Engine Advertising) heeft MijnStudent haar zaakjes goed op orde. Bij veel relevante zoekwoorden staat MijnStudent in de top drie bij Search Engine Advertising in Google.

Hieronder vindt u een overzicht van een aantal zoekwoorden die ik heb ingevoerd in Google en op welke MijnStudent staat bij SEO en SEA.

Zoekwoord(en)	Plek SEO	Plek SEA
Verhuizen Utrecht	3	3
Verhuisbedrijf Utrecht	2	1
PC reparatie utrecht	2	1
Hulp in de tuin utrecht	2	1
Hulp bij het klussen utrecht	1	-

Naast alle bovengenoemde externe communicatiemiddelen heeft Mijnstudent ook een intern communicatiebeleid. Dit gaat dan voornamelijk om de binding met de studenten. Hiervoor worden de volgende middelen ingezet:

- **Videonieuwsbrief**
Via een videonieuwsbrief blijven de studenten maandelijks op de hoogte van bijvoorbeeld nieuwe collega's, borrels en andere activiteiten zoals de 'MijnStudent spelen'. Het zijn luchtige filmpjes die van ongeveer vier minuten. Het is een speelse manier om de studenten van MijnStudent op de hoogte te houden al het laatste nieuws en ze op die manier verbonden te houden met de organisatie. De studenten krijgen de videonieuwsbrief per mail opgestuurd. Momenteel gaat de nieuwsbrief naar 150 studenten per maand.
- **Intranet**
Voor de medewerkers van MijnStudent is er een intranet. Hierop kunnen de studenten en de medewerkers onder andere hun beschikbare uren aangeven, de videonieuwsbrief bekijken en er staan vacatures en loonstrookjes op. De studenten krijgt een eigen account en kunnen op deze manier ten alle tijden werkinformatie, zoals werktijden en aanvullende informatie over de klus, raadplegen.
- **Offline activiteiten**
Zoals al eerder genoemd organiseert MijnStudent een aantal activiteiten voor de studenten. Hier kunt u denken aan borrels om eens gezellig bij elkaar te komen maar ook aan de 'MijnStudent spelen'. De spelen worden georganiseerd om de band tussen en met de studenten te versterken.

1.6. De aanleiding

In een gesprek met MijnStudent kwam een probleem naar voren waar MijnStudent al een tijdje mee kampt. MijnStudent heeft gemerkt dat nieuwe klanten wat huiverig zijn om studenten in te huren en hierdoor toch besluiten geen gebruik te maken van de diensten van MijnStudent. Weten de studenten van MijnStudent bijvoorbeeld wel hoe ze een wasmachine moeten af- en aankoppelen? Kunnen ze een kast in elkaar zetten of een piano verantwoord naar buiten dragen? De klant is er (nog) niet van overtuigd dat de studenten van MijnStudent professioneel zijn en daadwerkelijk goed zijn in verhuis-, tuin-, klus- en computerklussen. Veel klanten willen dit 'eerst zien dan geloven'.

Daarnaast bestaat er een groot vooroordeel over studenten. Studenten houden van feesten en niet van werken. Zijn ze wel betrouwbaar, komen ze op tijd? Dit zijn vragen die de klant heeft. De huidige communicatiemiddelen overtuigen de klant nog niet dat deze angsten onterecht zijn, zo blijkt uit de ervaringen van de relatiebeheerders van MijnStudent.

2. De opdracht

2.1. Probleemstelling

Er bestaan nogal wat vooroordelen over de gemiddelde student. Zoals uit de aanleiding van de opdracht naar voren kwam zijn sommige klanten hierdoor huiverig om studenten in te huren voor de diensten van MijnStudent. Bij de diensten van MijnStudent laat je studenten toe op privéterrein. Bij verhuizen gaat het daarnaast ook nog om een emotionele gebeurtenis, zo blijkt uit de ervaring van MijnStudent. Voor dit soort klussen willen mensen natuurlijk een betrouwbaar bedrijf inhuren. De klanten zijn er niet van overtuigd dat de studenten van MijnStudent goed werk leveren en kunnen om deze reden kunnen ze besluiten om geen gebruik te maken van de diensten van MijnStudent.

Waar de knelpunten precies zitten (bekwaamheid, betrouwbaarheid, nauwgezetheid etc.) zal duidelijk worden na het uitvoeren van het onderzoek.

2.2. Doelstelling

De student levert goed werk af, maar daarvan zijn de klanten van Mijnstudent lang niet altijd overtuigd. De klant moet overtuigd worden dat deze angst onterecht is. Deze afstudeeropdracht is erop gericht de doelgroep te overtuigen dat zijn of haar angst niet terecht is en dat de studenten van MijnStudent de beste optie zijn voor al hun verhuis-, tuin-, klus-, en computerklussen, zeker nu in crisistijd. MijnStudent wil al langere tijd filmpjes inzetten om de klant **te laten zien** dat de studenten van MijnStudent bijvoorbeeld bekwaam en betrouwbaar zijn, om de angst bij de klant weg te nemen. Niet alleen **vertellen** dat er goed werk wordt geleverd, maar ook **bewijs tonen**.

De concrete doelstelling van deze afstudeeropdracht luidt als volgt:

Na het uitvoeren van het onderzoek en het produceren van de filmpjes is de doelgroep, hoger opgeleide particulieren, overtuigd van het kunnen van de studenten van MijnStudent. Als zij de filmpjes op de website per dienst bekijken worden eventuele twijfels en/of vooroordelen weggenomen en zullen zij overgaan tot het inhuren van de studenten voor een verhuis-, tuin-, klus- of PC-dienst.

2.3. Tussen- en eindproducten

Om erachter te komen wat een klant er van kan weerhouden om gebruik te maken van de diensten van MijnStudent zal ik beginnen met een kwalitatief onderzoek met als hoofdvraag:

‘Op welke manier verhouden de verwachtingen van (potentiële) klanten en de werkelijke ervaringen van de klanten van MijnStudent zich met elkaar?’

Waar twijfelt de klant over? Waar zitten de angsten? Om welke redenen kan een potentiële klant besluiten geen gebruik te maken van de diensten van MijnStudent? Met andere woorden: waarvan moeten we de doelgroep overtuigen?

Het tussenproduct is een onderzoeksrapport waarin bovenstaande vragen beantwoord worden. Als deze vragen beantwoord zijn ontstaat er een duidelijk beeld over de **boodschap** die duidelijk naar voren moet komen in de filmpjes die ik zal produceren. Voordat deze filmpjes geproduceerd worden zal ik hier een ‘draaiboek’ of ‘callsheet’ voor ontwikkelen. Hieronder heb ik overzichtelijk weergegeven welke eindproducten ik zal leveren.

	Tussenproduct	Eindproduct
Onderzoeksrapport	X	
Draaiboek / Callsheet filmpjes	X	
Vier filmpjes		X

Deze tussen- en eindproducten lever ik aan zowel MijnStudent als de Hogeschool Utrecht. Het onderzoeksrapport en het draaiboek lever ik aan als geprinte en ingebonden documenten.

De vier filmpjes komen op internet (waarschijnlijk YouTube) te staan en hiervan zal ik de links aan verschaffen. Als een of beide partijen de filmpjes ook op DVD wil hebben dan is dit uiteraard mogelijk.

3. De uitvoering

3.1. De activiteiten

Voordat ik een gedetailleerde planning kan maken zet ik eerst op een rijtje welke activiteiten ik allemaal ga uitvoeren.

1. Acht interviews afnemen onder **huidige klanten** van MijnStudent.
2. Acht interviews afnemen onder **potentiële klanten** van MijnStudent.
3. Deskresearch¹ naar:
 - De missie
 - De visie
 - De strategie
 - De doelstellingen
 - Het communicatiebeleid en de communicatiemiddelen
 - De huisstijl
 - Het imago
 - De identiteit
 - De doelgroep
4. **Interviews met oprichters** van MijnStudent: Gerhard te Velde en Joren Harmanny.
5. **Verwerken** onderzoeksresultaten in een onderzoeksrapport.
6. Onderzoeksresultaten vertalen naar **de boodschap** in de filmpjes
7. Het maken van een **draaiboek of callsheet** voor de filmpjes
8. **Filmen op locatie** bij de vier typen dienstverleningen: verhuizen, tuinieren, klussen en computerklussen.
9. Het **monteren** van de vier filmpjes.

De eerste zes activiteiten vormen het onderzoek waaruit duidelijk moet worden wat er precies in beeld moet worden gebracht in de filmpjes. Wat willen de klanten zien? Waarvan willen zij overtuigd worden?

Voor het onderzoek heb ik de volgende hoofd- en deelvragen geformuleerd:

Hoofdvraag

Op welke manier verhouden de verwachtingen van (potentiële) klanten en de werkelijke ervaringen van de klanten van MijnStudent zich met elkaar?

Deelvragen

1. Waar zijn de (potentiële) klanten van MijnStudent van te voren over het algemeen bang voor bij het inhuren van studenten, per dienstverlening?
2. Op welk gebied zitten de meeste twijfels?
3. Wat zijn de redenen waardoor (potentiële) klanten af kunnen haken?
4. Waar gaat het in de praktijk het meeste mis bij de uitvoering van de diensten van MijnStudent?
5. Wat vinden de klanten van MijnStudent goed aan de diensten van MijnStudent?
6. Wat wil MijnStudent zelf uitdragen (in de filmpjes)?

¹ De deskresearch doe ik aan de hand van de volgende bronnen: de website van MijnStudent, het businessplan dat momenteel herschreven wordt en eigen (internet)onderzoek naar concurrenten, het communicatiebeleid en de communicatiemiddelen.

De beantwoording van bovenstaande deelvragen leidt tot het antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek. Als de hoofdvraag beantwoord is kan ik ook antwoord geven op de gestelde beleidsvraag vanuit MijnStudent:

‘Wat is de belangrijkste boodschap die naar voren moet komen in de filmpjes per dienstverlening?’

Nadat ik het antwoord op deze vraag heb geformuleerd kan ik de filmpjes daadwerkelijk gaan produceren.

In het volgende schema heb ik de activiteiten verwerkt en eventueel onderverdeeld in deelactiviteiten. De geschatte tijd die de activiteit gaat kosten en de afhankelijkheden tussen de activiteiten zijn ook in het schema opgenomen.

Activiteit	Deelactiviteiten	Geschatte tijd	Afhankelijkheden tussen activiteiten
1 Interviews huidige klanten	1A Interview ontwikkelen 1B Acht mensen kiezen uit het klantenbestand 1C Interviews telefonisch afnemen 1D Interviews uitwerken	Vier dagen	-
2 Interviews potentiële klanten	2A Interview ontwikkelen 2B Acht mensen kiezen uit het klantenbestand 2C Interviews telefonisch afnemen 2D Interviews uitwerken	Vier dagen	-
3 Deskresearch	-	Drie dagen	-
4 Interview oprichters	4A Interview ontwikkelen 4C Interview afnemen 4D Interview uitwerken	Drie dagen	-
5 Verwerken onderzoeksresultaten in onderzoeksrapport		Drie dagen	Afhankelijk van activiteit 1, 2, 3 en 4.
6 Resultaten vertalen naar boodschap filmpjes	-	Een dag	Afhankelijk van activiteit 5.
7 Draaiboek / Callsheet	-	Een dag	Afhankelijk van activiteit 6
8 Filmen	8A Klanten en studenten bereid vinden 8B 1: VerhuisStudent 8C 2: TuinStudent 8D 3: KlusStudent 8E 4: PC-Student	Een week per filmpje. In totaal vier weken.	Afhankelijk van alle voorgaande activiteiten
9 Monteren²	9A 1: VerhuisStudent	Twee dagen per filmpje.	Afhankelijk van activiteit 8

² Het monteren van de filmpjes doe ik zelf.

9B 2: TuinStudent
9C 3: KlusStudent
9D 4: PC-Student

In totaal 8 dagen.

3.2. Tijdsplanning

Nu er een beeld is gegeven van de te ondernemen activiteiten, de bijbehorende deelactiviteiten, de geschatte tijd en de afhankelijkheden tussen de verschillende activiteiten kan ik een gedetailleerde planning maken. Hierbij gaat het om een periode van tien weken (9 april 2012 t/m 15 juni). De afstudeeropdracht zal ik inleveren op 22 juni. Er is dus rekening gehouden met een eventuele uitloop van een week.

Activiteit	Dag van de week	Datum
1 Interviews huidige klanten		
1A Interview ontwikkelen	Woensdag	11/04/2012
1B Acht mensen kiezen uit het klantenbestand	Donderdag	12/04/2012
1C Interviews telefonisch afnemen	Donderdag	12/04/2012
	Vrijdag	13/04/2012
1D Interviews verwerken	Vrijdag	13/04/2012
	Maandag	16/04/2012
2 Interviews potentiële klanten		
2A Interview ontwikkelen	Maandag	16/04/2012
2B Acht mensen kiezen uit het klantenbestand	Dinsdag	17/04/2012
2C Interviews telefonisch afnemen	Dinsdag	17/04/2012
	Woensdag	18/04/2012
2D Interviews verwerken	Woensdag	18/04/2012
	Donderdag	19/04/2012
3 Deskresearch		
	Vrijdag	20/04/2012
	Maandag	23/04/2012
	Dinsdag	24/04/2012
4 Interview oprichters		
4A Interview ontwikkelen	Woensdag	25/04/2012
4B Interview afnemen	Donderdag/Vrijdag	26/04/2012 en 27/04/2012
4C Interview verwerken	Donderdag/Vrijdag	26/04/2012 en 27/04/2012
5 Verwerken onderzoeksresultaten in een onderzoeksrapport		
	Maandag	30/04/2012
	Dinsdag	01/05/2012
	Woensdag	02/05/2012
6 Resultaten vertalen naar boodschap filmpjes		
	Donderdag	03/05/2012
	Vrijdag	04/05/2012
7 Draaiboek / Callsheet		
	Donderdag	03/05/2012
	Vrijdag	04/05/2012

8 Filmen

8A Klanten en studenten bereid vinden	Donderdag en vrijdag	10/05/2012 en 11/05/2012
8B 1: VerhuisStudent	Maandag t/m vrijdag	14/05/2012 t/m 18/05/2012
8C 2: TuinStudent	Maandag t/m vrijdag	21/05/2012 t/m 25/05/2012
8D 3: KlusStudent	Maandag t/m vrijdag	28/05/2012 t/m 01/06/2012
8E 4: PC-Student	Maandag t/m vrijdag	04/06/2012 t/m 08/06/2012

9 Monteren

9A 1: VerhuisStudent	Maandag t/m vrijdag	14 /05/2012 t/m18/05/2012
9B 2: TuinStudent	Maandag t/m vrijdag	21/05/2012 t/m 25/05/2012
9C 3: KlusStudent	Maandag t/m vrijdag	28/05/2012 t/m 01/06/2012
9D 4: PC-Student	Maandag t/m vrijdag	04/06/2012 t/m 08/06/2012

Bovenstaand schema behoeft op sommige punten nog enige uitleg:

- Maandag 9 april is niet in het schema opgenomen in verband met 2^e paasdag.
- Maandag 7 mei, dinsdag 8 mei en woensdag 9 mei zijn niet in schema opgenomen, maar zijn ingepland om onverhoopte uitloop van de onderzoeksperiode te dekken.
- Activiteit 8 (Filmen) en 9 (Monteren) overlappen elkaar. Dit komt omdat uit ervaring is gebleken dat het goed werkt om direct na het filmen te beginnen met monteren.

In de tijdsplanning zijn puur en alleen activiteiten opgenomen die bij de daadwerkelijk uitvoering van de opdracht horen. Er zijn uiteraard ook nog intervisiemomenten met mijn begeleider vanuit de Hogeschool Utrecht, Jonna Vis, en met mijn begeleider vanuit MijnStudent, Joren Harmanny. Wanneer deze momenten plaatsvinden is nog niet duidelijk. Ik kan nog niet inschatten hoeveel behoefte ik hiervoor zal hebben. Deze momenten zijn wel opgenomen in de urenverantwoording.

3.3. Literatuurlijst

- Borsboom, Paula. *Afstudeergids Bedrijfscommunicatie 2012-2013*. Hogeschool Utrecht.
- Baarda, Ben. *Dit is onderzoek – Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten. Noordhoff Uitgevers B.V.
- Dijkerman, Daphne. *Crossmedia Theorie 1*. 1 februari 2012. Verkregen van <http://www.slideshare.net/ExploreMedia/crossmedia-theorie1>
- <http://edwardcopijn.nl/>
- <http://europcar.nl/>
- <http://lokaaloket.nl/debilt/aanbieder.php?id=4159>
- <http://klussenier.nl/profiel/%7BC669C745-4CDD-4109-948C-F38F2F677C0B%7D/de-klussenier-marcel-van-basten-utrecht.htm>
- <http://mijnstudent.nl>
- <http://oppasstudent.nl/>
- <http://pickupbox.nl/nl/home>
- <http://poetsstudent.nl/>
- <https://sites.google.com/site/dhznznl/>
- <http://verhuislifthuur.nl/>
- <http://wolfsbouw.nl/>
- Joren Harmanny, Gerhard te Velde. *Businessplan MijnStudent 2012*. Utrecht.

- Lugt van der, Dick. *Interviewen in de praktijk – Interviewers, geïnterviewden en het interview*. Groningen/Houten. Noordhoff Uitgevers B.V.
- Mitra Nazar en Jildou van Opzeeland. *Studentenklusbedrijf floreert in crisistijd*. RTV Utrecht. 20 februari 2012.
- Rinskje Koelewijn. *Studentenhanden te huur*. NRC Handelsblad, Zaterdag 10-03-2012, Sectie: , Pagina: NH_NL05_018. Verkregen van <http://www.mijnstudent.nl/media/4103/nrc-studentenhanden-te-huur>
- *Student klaar de klus*. Spitsnieuws. 3 november 2011.

4. Praktische zaken

Bij het uitvoeren van deze opdracht komen natuurlijk ook de nodige risico's kijken. Om deze zo veel mogelijk te vermijden zijn er een aantal duidelijke afspraken gemaakt.

4.1. Risico's

Aan iedere grote opdracht zitten risico's verbonden. Hieronder heb ik de risico's voor deze afstudeeropdracht op een rijtje gezet. Bij ieder risico heb ik direct vermeld wat ik eraan kan doen om het risico te vermijden, te verkleinen of de 'schade' te beperken.

- Een laptopcrash
Het is onwaarschijnlijk, maar het kan gebeuren. Om ervoor te zorgen dat er geen probleem optreedt als het toch gebeurt maak ik dagelijks kopieën van mijn werk door het werk naar mijn mail te sturen.
- Regen op de dag van opname
Dit is in Nederland niet heel onwaarschijnlijk. Om ervoor te zorgen dat er geen probleem ontstaat als het regent op de dag van een opname heb ik in mijn planning voldoende tijd ingeroosterd om het een dag later te doen. Bij een 'normale' klus, waar niet gefilmd wordt, kan dit natuurlijk ook gebeuren. MijnStudent zorgt er in deze gevallen voor dat de klus op zeer korte termijn opnieuw wordt ingepland. Dit is overigens alleen bij verhuis- en tuinklussen een probleem.
- Klanten of studenten die achteraf niet willen dat het filmpje gepubliceerd wordt.
Om dit te voorkomen laat ik de studenten en de klanten die bereid zijn om mee te werken van te voren een contract tekenen waarbij ze toestemming geven voor publicatie van het filmpje voor een bepaalde periode (In overleg met MijnStudent zal ik bepalen hoelang dit is. Dit ligt eraan hoelang zij het filmpje willen gebruiken op de website).
- Het lukt niet om een moment te vinden voor een interview met de oprichters vanwege drukte
Om dit risico zo klein mogelijk te houden plan ik dit interview ruim van te voren in.
- Een gebrek aan tijd
Om ervoor te zorgen dat ik niet in tijdnood kom heb ik een gedetailleerde planning gemaakt met activiteiten van dag tot dag. Ik heb voldoende uitloopt bij de verschillende onderdelen ingepland. Mocht het onverhoopt toch zo zijn dat ik niet genoeg tijd heb dan produceer ik in plaats van vier maar twee filmpjes.
- De kwaliteit van de opdracht is niet voldoende
Regelmatig feedback vragen van mijn afstudeerbegeleider Jonna Vis moet voorkomen worden dat ik helemaal in de verkeerde richting ga. Mocht de kwaliteit aan het einde van de rit toch niet voldoende zijn dan is het zaak om te achterhalen op welke punten het aan kwaliteit ontbreekt. Ik zal mijn opdracht verbeteren en in augustus opnieuw inleveren.
- De klanten of studenten zeggen af voor een opname
Dit kan nooit helemaal voorkomen worden. Om het risico zo klein mogelijk te houden zal ik de dag voor opname nog contact zoeken met beide partijen om ze eraan te helpen herinneren en te controleren of ze er nog steeds achter staan.

4.2. Afspraken tussen het afstudeerbedrijf en de afstudeerder

Middelen en informatie: MijnStudent verleent toegang tot informatie en middelen die ik nodig heb.

Tijd: Mocht het onverhoopt niet lukken om de vier filmpjes af te krijgen in de gestelde tien weken dan maak ik deze hierna af.

Organisatie: Op iedere maandag en dinsdag werk ik aan de opdracht op het kantoor van MijnStudent. De rest van de dagen werk ik vanuit huis.
MijnStudent betaalt €250,- per maand. Bij het afronden van de vier filmpjes wordt dit bedrag verdubbeld.

4.3. Afspraken tussen de afstudeerbegeleider en de afstudeerder

Kwaliteit: Ik volg de richtlijnen voor een betrouwbaar en valide onderzoek zoals geleerd tijdens de opleiding en aangegeven in het studieboek 'Dit is onderzoek' van D.B. Baarda.

Organisatie: Feedback en overleg kan op iedere werkdag, behalve op vrijdag.

4.4. Contactgegevens

Afstudeerder: Milou Derks
Herenstraat 44
3512 KE Utrecht
06 33 74 21 28
milou.derks@student.hu.nl / milouderks@gmail.com

Afstudeerbedrijf: MijnStudent - Joren Harmanny
Grebbeberglaan 15
3527 VX Utrecht
030 20 11 762 / 06 42 43 13 28
joren@mijnstudent.nl

Afstudeerbegeleider: Hogeschool Utrecht - Jonna Vis
Padualaan 99
3584 CH Utrecht
06 51 77 51 83
jonna.vis@hu.nl

Om risico's te verkleinen of hopelijk te vermijden geldt dit document als een bindend contract.

Handtekening afstudeerbedrijf	Handtekening afstudeerbegeleider	Handtekening afstudeerder
-------------------------------	-------------------------------------	---------------------------

--	--	--

*De geprinte versie is door het afstudeerbedrijf, de afstudeerbegeleider en de afstudeerder getekend.

Feedbackverslagen

1. Bespreking plan van aanpak

Feedbackverslag overleg 18/04/2012

Aanwezigen: Jonna Vis en Milou Derks

Op woensdag 18 april 2012 heb ik mijn plan van aanpak besproken met mijn afstudeerbegeleidster Jonna Vis. In dit feedbackverslag ga ik in op wat er besproken is in dit overleg en wat dit voor gevolgen heeft.

Jonna wees me allereerst op het feit dat ik nog even moest kijken naar de afwisseling in het gebruik van woordgebruik. 'Ik' was een veelvoorkomend woord in het plan. Daarnaast was er ook teveel afwisseling tussen tegenwoordige- en verleden tijd.

In mijn plan van aanpak heb ik uiteraard ook gekeken naar MijnStudent als organisatie. Hier misten nog een aantal dingen. Hoeveel mensen werken er? Werken de studenten op oproepbasis? Wat betekenen de geformuleerde kernwaarden concreet voor de klanten? Ook het communicatiebeleid kon op bepaalde punten nog iets uitgebreider. Jonna adviseerde mij om de zaken die voor mij erg vanzelfsprekend zijn even uit te leggen, zodat een onafhankelijke lezer het ook begrijpt.

Ik vertelde aan Jonna dat MijnStudent momenteel bezig is met het herschrijven van het businessplan. Om die reden heb ik nog geen toegang tot alle informatie die ik nodig heb. Jonna gaf me als tip om dit te noemen in het plan van aanpak. Het is niet erg als er dingen missen, zoals een duidelijke missie en visie van de organisatie. Als je het maar wel uitlegt.

Samengevat moesten een aantal onderdelen in mijn plan van aanpak nog wat uitgebreider geanalyseerd worden. De essentie was goed, maar hier en daar behoefte het wat meer verdieping.

Daarnaast hebben we het ook nog even gehad over het onderzoek. We hebben nog eens kritisch gekeken naar de hoofdvraag en de deelvragen. Ik was hier zelf nog niet voor 100% tevreden over.

Het was erg fijn dat Jonna hierover meedacht. Uiteindelijk heeft ze me net even een ander inzicht gegeven. Na wat ombuigen en omvormen zijn de hoofdvraag en deelvragen nu naar volle tevredenheid geformuleerd. De focus op de korte films in het onderzoek is nu verlegd naar de verhouding tussen de verwachtingen en de ervaringen van de (potentiële) klanten. Daarnaast hebben we een beleidsvraag geformuleerd waarin de boodschap in de films centraal staat.

Ook wees Jonna me op de literatuurlijst. Deze was nog niet opgemaakt volgens de APA-normen.

Na het overleg met Jonna heb ik de besproken zaken verbeterd, aangepast en/of aangevuld in mijn plan van aanpak. Ik heb met Jonna afgesproken de herziene versie van het plan op maandag 23/04/2012 op te sturen.

Ik vond het erg fijn om even feedback te krijgen. Het gaat om een grote opdracht die ik zelfstandig uitvoer. Het is erg fijn als er af en toe iemand meedenkt en je even in de juiste richting kan sturen.

2. Bespreking conceptversie onderzoeksrapport

Feedbackverslag overleg 08/06/2012

Aanwezigen: Jonna Vis en Milou Derks

Op vrijdag 8 juni 2012 heb ik de conceptversie van mijn onderzoeksrapport besproken met mijn begeleidster Jonna Vis. Ook heb ik de eerste versies van de klus-, tuin en verhuisfilm laten zien. In dit feedbackverslag ga ik in op wat er besproken is in dit overleg en wat dit voor gevolgen heeft.

We begonnen met het bespreken van het onderzoeksrapport. Jonna gaf aan dat ik een prettige schrijfstijl heb in het rapport. Ondanks dat het een omvangrijk document is, vond ze het makkelijk te lezen.

Ze gaf aan dat er een hele goede basis lag en dat haar opmerkingen voornamelijk details waren. Spelfouten was ze niet tegengekomen, enkel wat dubbele spaties. Deze had zij gemarkeerd in het rapport.

Hier en daar gaf ze suggesties voor het anders formuleren van bepaalde zinnen, of het ombuigen van de tegenwoordige tijd naar de verleden tijd. Voor als nog waren het alleen schoonheidsfoutjes.

Ze gaf aan dat ik ook nog even naar de bronvermelding moest kijken. We twijfelden er beide aan of bepaalde bronnen wel met een voetnoot vermeld moesten worden. Dit heb ik na het gesprek aan de hand van een APA-bronvermeldinghandleiding, die Jonna me heeft opgestuurd, verbeterd.

Daarnaast waren er nog een aantal onderdelen die van de bijlage naar het rapport konden. De DESTEP-analyse en het 7S-model had ik aanvankelijk in de bijlage geplaatst. Jonna vond terecht dat deze beter in het onderzoeksrapport passen.

Daarnaast gaf ze nog een hele interessante tip, die misschien in de aanbevelingen zou kunnen worden opgenomen. Jonna was in de twee dagen voor deze bespreking op cursus geweest waar het onder andere over social media. Sociale media bieden de mogelijkheid om nieuws snel te verspreiden. Zij vertelde het een en ander over deze cursus en haar idee in relatie tot mijn onderzoeksrapport. Het ging erom hoe we de tevreden klanten van MijnStudent kunnen stimuleren om actief te worden op de nieuwe Facebookpagina van MijnStudent. Kunnen we hen op laten treden als een soort ambassadeurs en ervoor zorgen dat deze tevreden klanten hun vrienden en kennissen vertellen over MijnStudent?

Ik werd geïnspireerd door haar idee en zag haar tip als een waardevolle toevoeging voor mijn rapport. Het had niet direct te maken met mijn onderzoeksvraag, om deze reden vonden wij het goed passen in de aanbevelingen. We hebben samen kort gebrainstormd over hoe dit vormgegeven kon worden en na het gesprek ben ik hier direct mee aan de slag gegaan. Het heeft geresulteerd in een vierde aanbeveling, waar de marketingmedewerker van MijnStudent erg enthousiast van werd. Zij is ermee aan de slag gegaan.

Na de bespreking van het onderzoeksrapport hebben we de klus-, tuin- en verhuisfilm bekeken. De voice-over stond hier helaas nog niet onder. Jonna vond echter dat de films, ook zonder voice-over, er erg goed en professioneel uitzagen. We hebben het missen van de input van de klant in de tuin- en klusfilm nog even besproken. We waren het erover eens dat dit wenselijk was geweest. De omstandigheden waren helaas zo dat dit niet is gelukt. Ik gaf aan dat ik in het afstudeerrapport zou beschrijven waarom dit het geval is. Zij vroeg of MijnStudent de films al gezien had. Het is uiteraard van groot belang wat MijnStudent van het eindresultaat vindt. Een aantal dagen ervoor heb ik de films aan oprichter Joren Harmanny laten zien. Hij vond de films *“heel erg goed. Deze films staan over vijf jaar nog steeds op de website!”*

Na afloop van dit gesprek ben ik aan de slag gegaan met de feedback van Jonna omtrent het onderzoeksrapport. Toen ik dit afgerond had voelde het alsof het onderzoeksrapport nu echt compleet was. Wederom was de feedback van Jonna erg opbouwend en bruikbaar.

Urenverantwoording

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Afstudeervoorstel	17/02/2012	15:00 – 18:00	3.00
	24/02/2012	08:30 – 11:00	2.30
Plan van aanpak	09/03/2012	19:00 – 22:00	3.00
	14/03/2012	13.00 – 18.00	5.00
	18/03/2012	12.00 – 17.00	5.00
	23/03/2012	08.30 – 12.30	4.00
		13:00 - 17.00	4.00

Activiteiten voorafgaande aan de afstudeerperiode (17/02/2012 – 23/03/2012 Blok C).

Totaal aantal uren voorafgaande aan de afstudeerperiode: **26.30** uur

Activiteiten in week 1 van de afstudeerperiode (10/04/2012 – 13/04/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Afspraak met afstudeerbegeleider Jonna Vis	10/04/2012	09:00 – 10:00	1.00
Afspraak met Joren Harmanny van MijnStudent		12.30 – 15.00	2.30
Plan van aanpak		19:00 – 22:00	3.00
Plan van aanpak	11/04/2012	08.30 – 12.00	3.30
Ontwikkelen interview huidige klanten		13.00 – 18.00 19.00 – 21.30	5.00 2.30
Acht mensen kiezen uit het klantenbestand	12/04/2012	09:00 – 10:00	1.00
Afnemen interviews bij huidige klanten		10:00 – 12.30 19.00 – 21.00	2.30 2.00
Verwerking interviews		15:00 – 18:00	3.00
Verwerking interviews huidige klanten	13/04/2012	9:00 – 12.30 14.00 – 16.30	3.30 2.30
Afnemen interviews bij huidige klanten		18.30 – 21.00	2.30

*Maandag 09/04/2012 is niet in het schema opgenomen vanwege tweede paasdag.

*Het afnemen van de telefonische interviews kostte meer tijd dan gedacht. De belangrijkste oorzaak hiervoor was het feit dat mensen tijdens kantooruren weinig tijd hadden en mij vroegen op een later tijdstip terug te bellen.

Totaal aantal uren in week 1: **34.30** uur

Activiteiten in week 2 van de afstudeerperiode (16/04/2012 – 21/04/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Verwerking interviews huidige klanten	16/04/2012	09:00 – 12.30	3.30
		13:00 – 15.00	2.00
		Ontwikkelen interview potentiële klanten	15:00 – 18:00
Ontwikkelen interview potentiële klanten	17/04/2012	09:00 – 12.30	3.30
Acht mensen kiezen uit het klantenbestand		13:00 – 14:00	1.00
Onderzoeksrapport hoofdstuk 1: onderzoeksoptzet		14:00 – 18:00	4.00
Afnemen interviews potentiële klanten	18/04/2012	09:00 – 11:00	2.00
Bespreken plan van aanpak met afstudeerbegeleider Jonna Vis		12:00 – 13.00	1.00
Afnemen interviews potentiële klanten		14:00 – 18:00	4.00
		19:00 – 20:00	1.00
Bijwerken plan van aanpak	19/04/2012	08.30-12.00	3.30
Afnemen interviews potentiële klanten		13.00-18.00	5.00
Verwerken interviews potentiële klanten	20/04/2012	09:00 – 12:00	3.00
		13:00 – 17:00	4.00
Bijwerken plan van aanpak	21/04/2012	13:00 – 17:00	4.00

Totaal aantal uren in week 2: **44.30** uur

*Op 17/04/2012 stond op de planning het afnemen van de interviews met potentiële klanten. Dit is helaas niet gelukt vanwege moeilijkheden met het verkrijgen van de gegevens van deze mensen. Dit is op 18/04/2012 opgelost.

Activiteiten in week 3 van de afstudeerperiode (23/04/2012 – 28/04/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Ontwikkelen interviews oprichters	23/04/2012	09:00 – 12:00	3.00
		13:00 – 15:00	2.00
Afmaken plan van aanpak		15:00 – 18:00	3.00
Feedbackverslag schrijven n.a.v. intervisie met Jonna Vis		19.00 – 21.00	2.00
Perfectioneren interviews oprichters	24/04/2012	08.30 – 10.00	1.30
Onderzoeksrapport hoofdstuk 1: onderzoeksoptzet		10.00 – 12.00	2.00
Interview Gerhard te Velde		12.00 – 13.00	1.00
Interview Joren Harmanny		13.00 – 14.00	1.00
Verwerking interviews oprichters		14.30 – 18.00	3.30
Verwerking interviews oprichters	25/04/2012	08.00 – 12.00	4.00
Bijwerken plan van aanpak		12.30 – 13.00	0.30
Terugbellen: afnemen laatste interview potentiële klant: PC-Student		13.00 – 13.15	0.15
Verwerken laatste interview potentiële klant		13.15 – 15.00	1.45
Onderzoeksrapport hoofdstuk 1: Onderzoeksoptzet		15.00 – 18.00	3.00

Deskresearch – SWOT-analyse	26/04/2012	08.30 – 12.00	3.30
		15.00 – 17.30	2.30
Deskresearch -DESTEP-analyse		13.00 – 15.00	2.00
Deskresearch: DESTEP-analyse	27/04/2012	09.00 – 12.00	3.00
		13.00 – 18.00	5.00
Deskresearch 7S-analyse			
Deskresearch: SWOT-analyse	28/04/2012	14.00 – 17.00	3.00
Totaal aantal uren in week 3: 47.30 uur			

Activiteiten in week 4 van de afstudeerperiode (01/05/2012 – 06/05/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Klanttevredenheidsonderzoek	01/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
Maken algemeen sentiment		12.30 – 18.00	5.30
		20.30 – 22.00	1.30
Onderzoeksrapport hoofdstuk 2:	02/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
Resultaten VerhuisStudent en KlusStudent		13.00 – 18.30	5.30
Onderzoeksrapport hoofdstuk 2:	03/05/2012	08.30 – 12.00	3.30
Resultaten TuinStudent en PC- Student		12.30 – 15.00	2.30
Onderzoeksrapport hoofdstuk 2: Resultaten MijnStudent algemeen		15.00 – 18.00	3.00
Onderzoeksrapport hoofdstuk 2:	04/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
Resultaten MijnStudent algemeen		12.30 – 17.00	4.30
Onderzoeksrapport hoofdstuk 2: Resultaten MijnStudent algemeen	05/05/2012	13.00 – 17.00	4.00
Deskresearch: Concurrentieanalyse	06/05/2012	13.00 – 17.00	4.00

*Maandag 30/04/2012 is niet in het schema opgenomen vanwege Koninginnendag. Om deze reden heb ik op zaterdag 05/05/2012 en zondag 06/05/2012 wat uren ingehaald.

Totaal aantal uren in week 4: **43.00** uur

Activiteiten in week 5 van de afstudeerperiode (07/05/2012 – 13/05/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Deskresearch: Concurrentieanalyse	07/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
Deskresearch: Het talent van de student		12.30 – 18.00	5.30
Deskresearch: imago en identiteit	08/05/2012	08.30 – 12.00	3.30
Bereid vinden van klanten en studenten voor eerste filmpje		12.30 – 18.00	5.30
Onderzoeksrapport aanbevelingen		20.00 – 22.30	2.30
Quitclaim maken	09/05/2012	08.30 – 11.30	3.00
Bespreken concept onderzoeksrapport met Jonna Vis		12.00 – 13.00	1.00
Aanpassingen in onderzoeksrapport maken n.a.v. bespreking met Jonna Vis.		14.00 – 19.00	5.00
Bellen klanten en studenten voor filmpjes	10/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
Onderzoeksrapport conclusie		13.00 – 15.00	2.00
Feedbackverslag schrijven n.a.v. intervisie met Jonna Vis		15.00 – 17.00	2.00
Onderzoeksrapport conclusie	11/05/2012	08.30 – 12.00	3.30
Bellen klanten en studenten voor filmpjes		13.00 – 18.00	5.00
Bellen klanten en studenten voor filmpjes	12/05/2012	13.00 – 17.00	4.00

Terugbellen klanten en studenten n.a.v. eerste telefoongesprek	13/05/2012	14.00 – 18.00	4.00
--	------------	---------------	------

Totaal aantal uren in week 5: **52.30** uur

Activiteiten in week 6 van de afstudeerperiode (14/05/2012 – 19/05/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Onderzoeksrapport conclusie en beantwoording beleidsvraag	14/05/2012	08.30 – 12.00	4.00
		13.00 – 15.00	2.00
Bijlage compleet maken en opmaken		15.00 – 18.00	3.00
Bellen klanten en studenten voor filmpjes		20.00 – 21.30	1.30
Intervisiebijeenkomst met Jonna Vis	15/02/2012	09.00 – 11.00	2.00
Bellen klanten en studenten voor filmpjes		13.00 – 14.30	1.30
Onderzoeksrapport beantwoording beleidsvraag en maken tijdlijn		14.30 – 18.00	3.30
Onderzoeksrapport beantwoording beleidsvraag en maken tijdlijn	17/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
		13.00 – 16.00	3.00
Onderzoeksrapport Voorwoord en inleiding			
Bellen klanten en studenten voor filmpjes	16/05/2012	16.00 – 18.00	2.00
Filmen eerste klus		09.30 – 14.30	5.00
Ordenen beeldmateriaal eerste klus		16.00 – 18.00 19.00 – 20.00	2.00 1.00
Onderzoeksrapport doorlezen op spel- en taalfouten	18/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
Bellen klanten en studenten voor filmpjes		13.00 – 18.00	5.00
Filmen tweede klus	19/05/2012	09.00 – 18.00	9.00
Ordenen beeldmateriaal			

tweede klus	20.30 – 22.30	2.00
--------------------------	----------------------------	-------------------

Totaal aantal uren in week 6: **52.30** uur

Activiteiten in week 7 van de afstudeerperiode (21/05/2012 t/m 26/05/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Onderzoeksrapport: in orde maken literatuurlijst volgens APA-norm	21/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
Bellen klanten en studenten voor filmpjes		13.00 – 15.00	2.00
Toevoegen quitclaim, (video)nieuwsbrief en flyer aan de bijlage		15.00 – 16.00	1.00
Begin afstudeerrapport: analyse		16.00 – 18.00	2.00
Afstudeerrapport: analyse	22/05/2012	09.00 – 12.00	3.00
Filmen eerste tuinklus		13.00 – 17.00	4.00
Ordenen beeldmateriaal eerste tuinklus	23/05/2012	08.30 – 12.00	3.30
Afstudeerrapport: analyse		13.00 – 18.00	5.00
Filmen tweede tuinklus	24/05/2012	09.00 – 18.00	9.00
Filmen eerste verhuisklus	25/05/2012	09.00 – 18.00	9.00
Ordenen beeldmateriaal verhuisklus 1 en tuinklus 2	26/05/2012	11.00 – 13.00 14.00 – 18.00	2.00 4.00

Totaal aantal uren in week 7: **47.30** uur

Activiteiten in week 8 van de afstudeerperiode (28/05/2012 t/m 03/05/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Op zoek naar achtergrondmuziek filmpje tuinklus	28/05/2012	10.00 – 14.00	4.00
Intervisie met Jonna Vis	29/05/2012	09.00 – 10.00	1.00
Concurrentieanalyse uitbreiden met StudentenKarwei		11.00 – 15.00	4.00
Afstudeerrapport: analyse		15.00 – 18.00	3.00
Afronden conceptversie Onderzoeksrapport	30/05/2012	09.00 – 13.00	4.00
Monteren tuinfilm		14.00 – 16.00	2.00
Monteren tuinfilm	31/05/2012	09.00 – 12.00 12.30 – 18.00	3.00 5.30
Schrijven voice over filmpje tuinklus	01/06/2012	08.30 – 12.00	3.30
Afstudeerrapport: analyse		13.00 – 17.00	4.00
Monteren klusfilm	02/06/2012	09.00 – 13.00 14.00 – 19.00	4.00 5.00
Monteren verhuisfilm	03/06/2012	09.00 – 12.30 14.00 – 20.00	3.30 6.00

*Op maandag 28/05/2012 heb ik geen volle dag gemaakt in verband met 2^e Pinksterdag.

Totaal aantal uren in week 8: **52.30** uur

Activiteiten in week 9 van de afstudeerperiode (04/06/2012 t/m 09/06/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Schrijven voice-over klus- en verhuisfilm	04/06/2012	09.00 – 12.00	3.00
		13.00 – 16.00	3.00
		16.00 – 18.30	2.30
Bespreken ruwe versie klus-, tuin- en verhuisfilm met MijnStudent			
Afstudeerrapport: aanpak	05/06/2012	09.00 – 12.00	3.00
Inspreken voice-over met Thomas van Oosterom		15.00 – 18.00	3.00
		20.00 – 22.00	2.00
Afstudeerrapport: aanpak en procesverslag	06/06/2012	08.30 – 12.30	4.00
		13.00 – 17.00	4.00
Voice-over plaatsen onder tuin- en verhuisfilm	07/06/2012	09.00 – 12.00	3.00
		13.00 – 17.00	4.00
Bespreken conceptversie onderzoeksrapport met Jonna Vis	08/06/2012	09.00 – 10.15	1.15
Aanpassingen in onderzoeksrapport		11.00 – 12.30	1.30
		13.00 – 18.00	5.00
Bellen klanten en studenten voor PC-filmpje	09/06/2012	10.00 – 12.30	2.30
Aanpassingen in onderzoeksrapport		14.00 – 18.00	4.00
Totaal aantal uren in week 9: 45.45 uur			

Activiteiten in week 10 van de afstudeerperiode (11/06/2012 t/m 16/06/2012).

Activiteit	Datum	Van tot	Aantal uren
Aanvullingen aanbevelingen onderzoeksrapport n.a.v. feedback Jonna Vis	11/06/2012	09.00 – 12.30 13.30 -14.30	3.30 1.00
Puntjes op de i onderzoeksrapport		14.30 – 18.00	3.30
Voice-over plaatsen onder klusfilm	12/06/2012	09.00 – 13.00	4.00
Afstudeerrapport: procesverslag		14.00 – 18.00	4.00
Afstudeerrapport: procesverslag	13/06/2012	08.30 – 12.30 13.00 – 16.00	4.00 3.00
Afstudeerrapport: evaluatie	14/06/2012	08.30 – 12.30 13.00 – 16.00	4.00 3.00
Afstudeerrapport: evaluatie	15/06/2012	08.30 – 12.30 13.00 – 16.00	4.00 3.00
Puntjes op de i onderzoeksrapport en afstudeerrapport	16/06/2012	10.00 – 13.00 14.00 – 18.00	3.00 4.00
Totaal aantal uren in week 10: 37.00 uur			

Totaal aantal uren over het gehele afstudeertraject: **483.45** uur