

**Plan van Aanpak**  
**Social Media project**  
**Stal te Bokkel**

**Studenten** Dennis Visschedijk 438332  
Aileen Temming 474094  
Stefan Ortsen 481295  
Niels Konings 449822  
Renee Preijde 482835

**Versie** 2.4

**Datum** 28 november 2011

**Semester** ASOM

**Klas** B

## Inhoudsopgave

1. Inleiding .....	3
2. Achtergronden.....	4
2.1 Het bedrijf.....	4
2.2 Diensten.....	4
2.3 Afdelingen.....	4
2.4 Aanleiding voor het project .....	5
3. Probleemstelling & Projectopdracht .....	6
3.1 Probleemstelling .....	6
3.2 Opdracht.....	6
3.3 Onderzoeksvraag .....	6
3.4 Deelvragen.....	6
3.5 Doelstellingen .....	6
4. Aanpak .....	8
4.1. Methode / Werkwijze .....	8
4.2. Instrumenten .....	8
5. Projectgrenzen & Randvoorwaarden.....	9
5.1. Projectgrenzen.....	9
5.2. Randvoorwaarden .....	10
6. Projectorganisatie.....	11
6.1 Projectinrichting .....	11
6.2 Projectcommunicatie.....	13
6.3 Hulpmiddelen en procedures .....	14
7. Kwaliteit.....	15
7.1 Richtlijnen .....	15
8. Risico's .....	16
8.1 Interne / Externe risico's.....	16
8.3 Toetsing op haalbaarheid .....	17
9. Planning & Fasering .....	18
9.1 Fasering.....	18
9.2 Planning .....	18
10. Kosten & Baten .....	19
10.1 Kosten .....	19
10.2 Baten.....	21
Bijlage .....	22
Bijlage 1 .....	22

## 1. Inleiding

Voor een bedrijf met 350 klanten, is het geen optimale situatie als alle interne<sup>1</sup> communicatie per e-mail verloopt. Zeker niet als slechts een van de werknemers al het e-mailverkeer op zich neemt en hier per dag maar liefst twee uur mee bezig is. Iedereen die in de wereld van digitale communicatie of social media zit, beginnend of niet, zal direct inzien dat dit beter kan. Zo ook wij als projectgroep.

Binnen het semester ASOM werden we gevraagd een opdrachtgever te zoeken voor een social media project. Dit is bij ons Stal te Bokkel geworden, om de bovengenoemde reden. Er heerst een situatie die duidelijk aan verbetering toe is, wat we een erg leuke uitdaging vonden. Ook doet het bedrijf verder vrijwel niets met social media, waardoor er ook op dat gebied nog veel mogelijkheden liggen voor ons.

Onze projectgroep bestaat uit Stefan Ortsen, Aileen Temming, Niels Konings, Dennis Visschedijk en Renee Preijde, alle vijf digitale communicatiestudenten aan de HAN in Arnhem. Momenteel zijn we bezig in het semester ASOM, wat staat voor Advise a Social Media Solution. We werken allemaal mee aan dit project vanuit een eigen domein. In dit plan van aanpak is deze taakverdeling te vinden, net als alle overige informatie en afspraken die van belang zijn voor een goed verloop van het project.

We starten het plan van aanpak met een kleine uiteenzetting van het bedrijf, in het hoofdstuk *Achtergronden*. Hier zal onder andere duidelijk worden wat voor soort bedrijf Stal te Bokkel is en welke afdelingen er zijn. In *Probleemstelling & Projectopdracht* zal duidelijk worden wat het probleem is dat binnen dit bedrijf speelt, wat voor ons de reden was juist dit bedrijf te kiezen voor ons project. In het hoofdstuk *Aanpak* laten we zien op welke manier we te werk zullen gaan en welke methode en instrumenten we hiervoor gebruiken.

In een apart hoofdstuk zijn de *Projectgrenzen & Randvoorwaarden* opgenomen. Hierin zal duidelijk worden wat wel en niet tot de projectactiviteiten behoort en aan welke randvoorwaarden voldaan moet worden om dit project tot een goed einde te kunnen brengen. In *Projectorganisatie* zal duidelijk worden wat de betrokken partijen in dit project zijn en wat hun rol is binnen dit project. Vervolgens zal in het hoofdstuk hierop de *Kwaliteit* besproken worden.

Aan ieder project zijn risico's verbonden. Deze bespreken we in het hoofdstuk *Risico's*, zowel intern als extern. We zullen daarbij maatregelen opnoemen die we kunnen treffen om de risico's zoveel mogelijk de kop in te drukken en daarnaast de toetsing van deze risico's bespreken.

---

<sup>1</sup> Met interne communicatie wordt de communicatie tussen Stal te Bokkel en de klanten bedoeld. Zij zijn namelijk stakeholders.

In het hoofdstuk *Planning & Fasering* komt de planning aan bod aan de hand van de fases waar wij dit project in verdeeld hebben. Ten slotte zullen we in het laatste hoofdstuk de *Kosten & Baten* bespreken.

## 2. Achtergronden

*In de inleiding is te lezen dat Stal te Bokkel een bedrijf is met ongeveer 350 klanten. De komende weken zullen we toewerken naar een passend social media advies voor dit bedrijf en uiteindelijk ook de implementatie hiervan. Maar wat voor bedrijf is Stal te Bokkel precies? Hoe steekt het bedrijf in elkaar achter de schermen? In dit hoofdstuk geven we hier alvast een globaal beeld van.*

### 2.1 Het bedrijf

Stal te Bokkel werd omstreeks 1968 oorspronkelijk opgestart als gemengd agrarisch bedrijf, door de huidige eigenaren Gerrit en Dora te Bokkel. In 1990 begon dit echtpaar met de ombouw van dit bedrijf tot een manegebedrijf samen met hun drie zoons Erwin, Sjacco en Davy en hun dochter Daniëlle. Tegenwoordig zijn de heer en mevrouw te Bokkel de eigenaren van de stal en de grond die daarbij hoort. Echter zitten zij samen met hun dochter Daniëlle in een maatschap. Zij hoopt binnen een jaar het bedrijf geheel over te nemen.

### 2.2 Diensten

- Manegelessen voor iedereen van acht jaar en ouder, ongeacht het niveau.
- Privélessen (ook voor mensen met een eigen paard van buitenaf)
- Verhuur van paarden voor bosritten
- Verhuur van paarden voor de lange termijn (voornamelijk aan mensen die de wedstrijdssport in willen)
- Pensionstalling
- Africhting van paarden
- Dekhengst

### 2.3 Afdelingen

De heer te Bokkel gaat over de economische kant van het bedrijf, gaat over de fokkerij, in- en verkoop, gezondheid van de paarden en hij gaat soms mee als groom op concours. Daarnaast houdt hij erg van mensen. Mevrouw te Bokkel geeft dagelijks les, zowel groepslessen als privélessen. Dochter Daniëlle te Bokkel rijdt zelf actief wedstrijden, geeft ook groeps- en privélessen en neemt de privélessen aan wedstrijdruiters voor haar rekening. Dit doet zij ook voor ruiters met een eigen paard van buitenaf. Ook is zij grotendeels verantwoordelijk voor de communicatie binnen het bedrijf en zal zij het bedrijf gaan voortzetten later. Deze twee laatste gegevens zorgen er samen voor dat zij de belangrijkste opdrachtgever is binnen ons project.

## 2.4 Aanleiding voor het project

Een van de projectleden, Renee Preijde, rijdt zelf bij Stal te Bokkel. In een gesprek met Daniëlle te Bokkel kwam ze erachter dat het e-mailverkeer veel tijd kost in dit bedrijf en dat er verder vrij weinig ervaring is met social media. Toen we als projectgroep een opdrachtgever moesten zoeken kwamen wij zo al snel bij Stal te Bokkel terecht.

Daniëlle is binnen Stal te Bokkel grotendeels verantwoordelijk voor de communicatie. Per dag besteedt zij ongeveer twee uur aan al het e-mailverkeer. Als ze een e-mail verstuurt naar al haar klanten, krijgt ze hierop verschillende reacties variërend van een woord tot hele verhalen met vragen erin. Het is logisch dat dit veel tijd kost en Daniëlle zou hier dan ook graag een oplossing voor zien. Wij denken dat er op dit gebied nog veel winst te behalen is qua tijd in dit bedrijf, wat we graag waar willen maken. Wij zien het feit dat e-mailverkeer binnen dit bedrijf zoveel tijd kost als een probleem en zullen het dan ook als zodanig benaderen in ons project. In het volgende hoofdstuk *Probleemstelling & Projectopdracht* gaan we hier verder op in.

## 3. Probleemstelling & Projectopdracht

*Stal te Bokkel wil graag geadviseerd worden over het gebruik van social media. Vooral omdat de externe communicatie niet soepel verloopt en erg veel tijd kost. In dit hoofdstuk wordt de probleemstelling aan het licht gebracht en zal de projectopdracht uiteen worden gezet.*

### 3.1 Probleemstelling

Momenteel wordt er bij Stal te Bokkel geen gebruik gemaakt van social media. Alle communicatie met leden, klanten, prospects en derden gaat vooral via het gebruik van e-mail. Vooral het contact met leden neemt momenteel via e-mail te veel tijd in beslag.

### 3.2 Opdracht

Adviseer ons hoe we de interne communicatie kunnen verbeteren.

### 3.3 Onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag luidt als volgt: Hoe kunnen we de interne communicatie bij Stal te Bokkel verbeteren?

### 3.4 Deelvragen

De onderzoeksvraag kent ook nog een aantal deelvragen.

- Hoe verloopt de huidige communicatie bij Stal te Bokkel?
- Waar zitten de knelpunten in de huidige communicatie?
- Hoe kan social media de communicatiestromen vereenvoudigen?
- Hoe kan social media Stal te Bokkel helpen om nieuwe leden, klanten en relaties binnen te halen en de naamsbekendheid te vergroten?

### 3.5 Doelstellingen

De doelstelling van dit project is om binnen negen weken de interne communicatie van Stal te Bokkel te verbeteren met behulp van social media.

Bij deze doelstellingen hebben we een aantal subdoelen geformuleerd:

- Door middel van een uitgebreide analyse, binnen negen weken, een compleet beeld krijgen van het bedrijf, aan de hand van het 7S-model, waarbij eventuele problemen aan het licht gebracht worden.
- Het goedgekeurde advies implementeren in week zeven en acht en de opdrachtgever daarbij betrekken.

- In een evaluatieronde in week negen eventuele verbeterpunten aan het licht brengen en daarnaast meten wat het opgebracht heeft door te bekijken hoeveel tijd er per dag nog besteed wordt aan de interne communicatie.

## 4. Aanpak

*Om de projectopdracht en bijbehorende producten op tijd af te krijgen hebben we voordat we aan het project begonnen een vaste werkwijze voorgesteld. Met deze vernieuwde versie van de watervalmethode zorgen we er voor dat alles in fasen verloopt.*

### 4.1. Methode / Werkwijze

Tijdens het project maken we gebruik van een vernieuwde versie van de watervalmethode. We gebruiken hiervoor het Sashimi-model. In dit model zijn de fasen hetzelfde als in het traditionele watervalmodel, alleen nu overlappen de fasen elkaar ook. Het voordeel voor ons hierbij is dat we tijdens de analyse van de situatie ook al vast kunnen voortborduren op het onderzoek, en tijdens het onderzoek sommige dingen al kunnen invullen voor de analyse.

Daarnaast zijn de algemene voordelen van de watervalmethode ook van toepassing op ons project:

- Wanneer in het begin van het project fouten worden ontdekt, kost het minder inspanning (en dus tijd en geld) om deze fout te herstellen. Bij het watervalmodel wil men alle fasen eerst goed afsluiten voordat men verder gaat met de volgende fase. Men gaat er vanuit dat de fasen altijd goed zijn voordat men verder gaat met een volgende fase.
- Bij het waterval model legt men de nadruk op documentatie. In de nieuwere software ontwikkelings methoden maakt men minder documentatie. Dit heeft tot gevolg dat als er nieuwe mensen in het project opgenomen worden en er mensen weggaan het lastig is om de kennis over te dragen. Dit nadeel heeft de klassieke watervalmethode niet.
- Het is een recht-toe-recht-aan-methode. De manier van werken zorgt er voor dat er zich concrete fasen vormen. Hierdoor weet men in welke fase men zit.
- Men kan in deze methode gebruik maken van mijlpalen. Mijlpalen kunnen worden gebruikt om de voortgang van het project in te schatten.
- De waterval-methode is erg bekend. Veel mensen hebben er ervaring mee, dus kunnen er gemakkelijk mee gaan werken.
- Wanneer frequent gedeeltes van het softwareproduct worden opgeleverd geeft dit de klant vertrouwen, maar ook het softwareontwikkelingsteam.

### 4.2. Instrumenten

Belangrijk bij de methode van de watervaltechniek is dat de planning en de tijd scherp in de gaten gehouden worden. Hier zal de projectleider dus voor moeten waken. Om dit te versimpelen en om de planning overzichtelijk en inzichtelijk te maken voor alle projectleden en de docent maken we gebruik van het online scrumboard Trello. Hierin kunnen we vanaf dag 1 tot en met de oplevering alle fase en mijlpalen plaatsen.



## 5. Projectgrenzen & Randvoorwaarden

In het hoofdstuk Aanpak wordt uitgelegd waarom we voor de Sashimi methode kiezen en hoe we deze methode toe gaan passen. Gedurende het project voeren we alle projectactiviteiten uit in de stappen van deze methode. Het is daarbij belangrijk af te bakenen welke projectactiviteiten binnen het project vallen en welke erbuiten. Dat doen we in dit hoofdstuk. Ook zijn in dit hoofdstuk de randvoorwaarden opgenomen waar aan voldaan moet worden, willen we dit project succesvol kunnen uitvoeren.

### 5.1. Projectgrenzen

Wij gaan onderzoeken of social media de communicatie tussen Stal te Bokken en haar leden, klanten, relaties en prospects kan verbeteren. Daarnaast onderzoeken wij ook of de huidige communicatiestromen vereenvoudigd kunnen worden. Ook gaan wij onderzoeken of social media de bekendheid van Stal te Bokkel kan vergroten en daardoor een eventuele groei in leden, klanten en relaties kan opleveren. Wanneer social media geschikt blijkt te zijn voor Stal te Bokkel, gaan wij onderzoeken welke social media het meest geschikt zijn om te implementeren.

Hieronder zullen we aangeven welke projectactiviteiten wel, en welke niet binnen ons project vallen. Dit doen we zowel in de lengte als in de breedte van het project.

#### Lengte van het project

De aftrap van het project is op maandag 31 oktober 2011. In onze planning nemen we deze week op als week 0, omdat deze week vooral gericht is voor het verschaffen van projectinformatie, afspraken maken met begeleiders en overige voorbereiding. Op maandag 7 november 2011 gaan we werkelijk van start met ons project, dat eindigt op vrijdag 20 januari 2012. Op deze datum is het project volledig afgerond.

#### Breedte van het project

De volgende activiteiten vallen binnen het project:

- Analyseren
- Onderzoeken
- Adviseren
- Ontwerpen
- Beheren
- Evalueren

Deze activiteiten zijn onderverdeeld onder de verschillende projectleden. Ieder neemt twee van deze activiteiten voor zijn of haar rekening, soms in combinatie met een medeprojectlid. De activiteiten zijn als volgt gecombineerd: analyseren/adviseren, onderzoeken/evalueren, ontwerpen/beheren. Verderop in dit Plan van Aanpak zal worden beschreven wie welke activiteiten zal uitvoeren.

Hoe uitgebreid deze activiteiten uitgevoerd zullen worden hangt van verschillende zaken af. Ten eerste natuurlijk van het moment waarop de opdrachtgever tevreden is. Ten tweede speelt het een rol wanneer de experts (zie verderop in dit document) tevreden zijn. Tenslotte is het van belang dat alle activiteiten zodanig zijn afgerond, dat het voldoende informatie en uitkomst oplevert voor een projectlid dat op deze activiteit verdergaat.

Ook zijn er activiteiten die niet in de breedte van het project vallen. Dit gaat voornamelijk op voor de activiteiten ontwerpen en beheren. Er wordt een ontwerp afgeleverd voor social media, waar de opdrachtgever tevreden mee is en welke we naar behoren zullen laten werken. Eventuele aanpassing van dit ontwerp of de werking hiervan valt na 20 januari niet meer binnen dit project. Wat betreft het beheer zullen we zorgen dat hiervoor de juiste tools aangereikt worden, dat de goede informatie verschaft wordt en dat de opdrachtgever op de hoogte is hoe het ontwerp te beheren valt. Het beheer nemen wij na 20 januari niet voor onze rekening.

We hebben de activiteiten genoemd die niet binnen het project vallen. Mocht de opdrachtgever er behoefte aan hebben, deze activiteiten na afloop van het project nog wel (deels) door ons te laten vervullen, dan kunnen hier eventueel nieuwe afspraken over gemaakt worden. Een van de projectleden, Renee Preijde, is zelf klant bij Stal te Bokkel en zij zou hier eventueel nog voor benaderd kunnen worden.

Voor dit project is er geen budget beschikbaar gesteld.

## 5.2. Randvoorwaarden

Om dit project tot een goed einde te kunnen brengen zijn er verschillende randvoorwaarden waaraan voldaan moet worden:

- Beschikbaarheid van de projectleden: vier dagen in de week om samen te werken, een dag per week om individueel aan het project te werken.
- Beschikbaarheid van de experts: minimaal een keer per week en eventueel op aanvraag.
- Beschikbaarheid van de procesbegeleider: minimaal twee keer gedurende het project, daarnaast op aanvraag.
- Beschikbaarheid van de opdrachtgever: op aanvraag.
- Ieder projectlid dient te beschikken over een computer met werkende internetverbinding en een Dropboxaccount om de gezamenlijke documenten in te delen.
- Contactgegevens van alle betrokken partijen zijn bekend bij elkaar.
- Betrokkenen stellen elkaar op de hoogte wanneer ze te laat of verhinderd zijn.

## 6. Projectorganisatie

*Bij projectorganisatie komen de projectinrichting, projectcommunicatie en hulpmiddelen en procedures aan bod. Bij de projectinrichting wordt duidelijk welke rollen en functies er binnen het project zijn. Deze functies worden in een organigram gezet, zodat de organisatie binnen het team duidelijk wordt.*

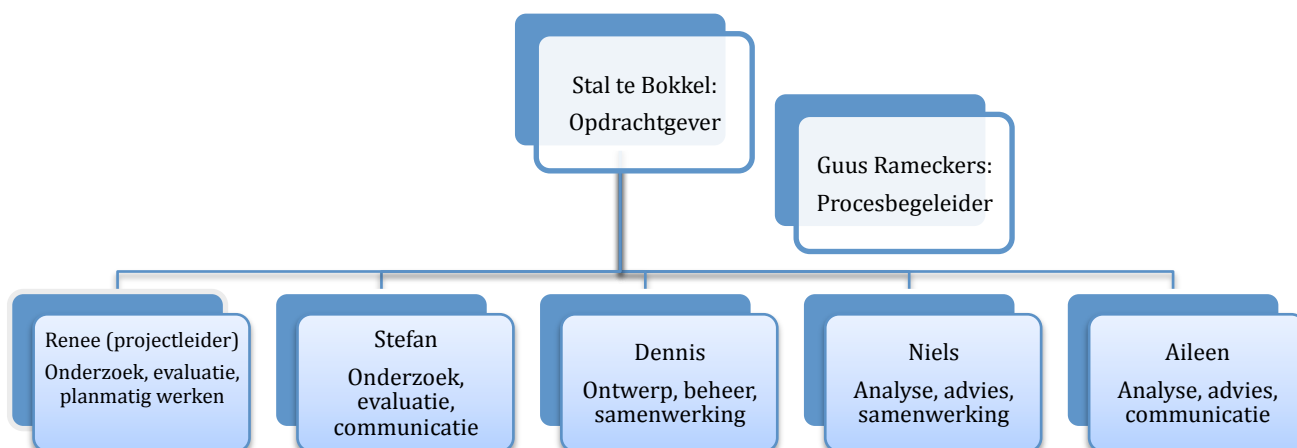
*Bij projectcommunicatie wordt in kaart gebracht hoe de communicatie binnen het projectteam en de communicatie met de opdrachtgever en procesbegeleider gaat verlopen. Als laatste de paragraaf hulpmiddelen en procedures waar in staat van welke hulpmiddelen wij gebruik gaan maken. Daarnaast hebben wij een aantal procedures opgesteld voor een goed verloop van dit project.*

### 6.1 Projectinrichting

Binnen de projectgroep zijn er verschillende functies te benoemen. Deze functies vallen onder twee doelen die tijdens dit project aan de orde zijn.

1. Functies die als doel hebben het project te realiseren, deze worden gerealiseerd met ondersteuning van docenten (experts)
2. Functies die als doel hebben de individuele projectleden persoonlijk te laten ontwikkelen

In dit organigram wordt duidelijk hoe de functies zijn verdeeld binnen onze projectgroep.



Toelichting organigram:

Wie	Functie(s)	Taken	Contactinformatie
<b>Stal te Bokkel</b>	Opdrachtgever	Regelmatig overleg projectgroep (incl. telefonisch overleg, mailcontact)	<b>Naam:</b> <b>Telefoonnummer:</b> <b>E-mail:</b>
<b>Renee</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projectleider</li> <li>• Onderzoek en evaluatie</li> <li>• Planmatig werken specialist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verantwoordelijk voor alle communicatie met de opdrachtgever</li> <li>• Analyseren van de organisatie en daarbij behorende doelgroep(en)</li> <li>• Maken en bewaken van een planning</li> </ul>	<b>Woonplaats:</b> <b>Telefoonnummer:</b> <b>E-mail:</b> info@reneepreijde.nl <b>Website:</b> www.reneepreijde.nl <b>Twitter:</b> @Rpreijde
<b>Stefan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderzoek en evaluatie</li> <li>• Communicatie specialist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyseren van de organisatie en daarbij behorende doelgroep(en)</li> <li>• Verantwoordelijk voor de interne en externe communicatie, presentaties voorbereiden en uitvoeren</li> </ul>	<b>Woonplaats:</b> <b>Telefoonnummer:</b> <b>E-mail:</b> <b>Website:</b> www.stefanortsen.nl <b>Twitter:</b> @eindbaas
<b>Dennis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ontwerp en beheer</li> <li>• Samenwerken specialist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderzoeken welke social media geschikt is</li> <li>• Verantwoordelijk voor het bewaken van een goede samenwerking binnen de projectgroep</li> </ul>	<b>Woonplaats:</b> <b>Telefoonnummer:</b> <b>E-mail:</b> <b>Website:</b> www.dennisblog.nl <b>Twitter:</b> @denn024
<b>Niels</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse en advies</li> <li>• Samenwerken specialist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opstellen van een adviesrapport en beheerplan</li> <li>• Verantwoordelijk voor het bewaken van een goede samenwerking binnen de projectgroep</li> </ul>	<b>Woonplaats:</b> <b>Telefoonnummer:</b> <b>E-mail:</b> <b>Website:</b> www.nielskonings.nl

			<b>Twitter:</b> @Nkonings
<b>Aileen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse en advies</li> <li>Communicatie specialist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opstellen van een adviesrapport en beheerplan</li> <li>Verantwoordelijk voor de interne en externe communicatie, presentaties voorbereiden en uitvoeren</li> </ul>	<b>Woonplaats:</b>  <b>Telefoonnummer:</b>  <b>E-mail:</b>  <b>Website:</b> www.aileentemming.wordpress.com <b>Twitter:</b> @aileentemming
<b>Guus Rameckers</b>	Procesbegeleider	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wekelijks overleg projectgroep</li> <li>Mailcontact onderhouden projectgroep</li> </ul>	<b>E-mail:</b> Guus.Rameckers@han.nl <b>Website:</b> www.guusrameckers.wordpress.com <b>Twitter:</b> @Guus_tweets

## 6.2 Projectcommunicatie

Er zijn twee soorten communicatie aanwezig binnen dit project:

Informele communicatie → communicatie tussen projectleden  
→ communicatie richting opdrachtgever  
→ communicatie richting procesbegeleider

Formele communicatie → vergaderen  
→ rapporteren

Deze vormen van communicatie worden voornamelijk vertegenwoordigd door de communicatiespecialisten. We hebben een uitzondering gemaakt voor de communicatie richting de opdrachtgever. Dit omdat Renee wekelijks de opdrachtgever bezoekt, al dan niet voor persoonlijke doeleinden. Zij heeft hierdoor op een laagdrempelige manier regelmatig contact met de opdrachtgever.

### Overleg

Tijdens het project zullen er verschillende overlegmomenten plaatsvinden met de opdrachtgever, procesbegeleider of alleen de projectgroep. De besprekingen met de opdrachtgever zullen plaatsvinden wanneer wij en de opdrachtgever dat noodzakelijk vinden. Verdere overlegmomenten zullen telefonisch of per e-mail plaatsvinden.

Wij hebben besloten wekelijks een overlegmoment in te plannen met onze procesbegeleider. De opdrachtgever heeft aangegeven de afspraken hiervoor bij voorkeur per e-mail te willen maken. Tijdens dit overleg kunnen wij als projectgroep de voortgang bespreken, besluiten nemen en nieuwe afspraken maken. De procesbegeleider zal hier aanwezig zijn voor advies en ondersteuning.

Wanneer we feedback wensen te ontvangen op een van de projectdocumenten mogen we deze ten alle tijde naar de opdrachtgever sturen per e-mail. Zij heeft daarbij aangegeven dat ze het handig vindt als er in de begeleidende e-mail wordt aangegeven welke hoofdstukken ze precies naar moet kijken. Zij heeft aangegeven ons dan binnen twee dagen van feedback te kunnen voorzien.

### **Rapportage**

De overlegmomenten die zullen plaatsvinden worden ook gerapporteerd. Het maken van notulen of een actielijst behoren ook tot deze vorm van rapporteren. Deze worden regelmatig overlegd met de opdrachtgever of procesbegeleider.

### **6.3 Hulpmiddelen en procedures**

Het gebruik van verschillende hulpmiddelen zorgen ervoor dat het project soepel verloopt. In principe zijn alle hulpmiddelen standaard binnen handbereik, zodat het gemakkelijk is deze te gebruiken en/of te raadplegen.

Procedures worden vastgelegd om onduidelijkheden over bijvoorbeeld het opleveren, wijzigen en goedkeuren van documenten te voorkomen. De hulpmiddelen en procedures die wij hebben vastgelegd, zijn terug te vinden in bijlage 1.

## 7. Kwaliteit

*In het vorige hoofdstuk werd de projectorganisatie uiteengezet. Hierbij werden alle betrokken partijen, hun rol en hun contactgegevens in kaart gebracht. In dit hoofdstuk zullen we aangeven hoe al deze betrokken partijen bijdragen aan de kwaliteitsbewaking van het project.*

*Kwaliteit is de mate waarin het projectresultaat voldoet aan de gestelde (kwaliteits)eisen en waarmee de doelstelling wordt bereikt. De gehele groep is eindverantwoordelijk voor de waarborging van kwaliteit. De kwaliteit kan op een aantal manieren worden getoetst. Daar zullen we in dit hoofdstuk verder op in gaan.*

### 7.1 Richtlijnen

Voor alle op te leveren documenten gelden algemene regels:

- Op alle teksten zijn juiste spelling, grammatica en interpunctie van toepassing.
- Documenten zijn verzorgd opgemaakt (kopjes, paginanummering, alinea's).

### 7.2 Feedback

De belangrijkste manier van controle is feedback. De feedback zorgt ervoor dat wij als groep op één lijn blijven met elkaar, de docenten en de opdrachtgever. Hiervoor zijn verschillende momenten ingepland:

- **Tussentijds rapporteren naar de opdrachtgever**  
We zullen wekelijks rapporteren aan de opdrachtgever. Zo weet deze hoe het project ervoor staat en kan hierop gereageerd worden. Het rapporteren op zich kan zeer efficiënt door de notulen van de wekelijkse vergadering met de opdrachtgever te delen.
- **Expertmomenten**  
Tijdens de expertlessen zullen de teamleden per rol feedback ontvangen op hun onderdeel van het project. Zij communiceren dit met de groep, zodat voor de groep duidelijk is wat de docenten verwachten. Tevens zijn deze momenten een belangrijk controle-instrument, doordat je de voortgang kunt vergelijken met andere groepen.
- **Vergaderingen**  
Zoals al vermeld zullen we wekelijks vergaderen. Tijdens de vergaderingen kunnen teamleden elkaar van feedback voorzien voor zover dat nog niet gebeurd is in de desbetreffende week. Ook wordt er gekeken of de planning wordt nageleefd. Wanneer er afgeweken wordt van het schema moet dit worden verantwoord. Verder zal er een aantal keer met de procesbegeleider vergaderd worden, zodat er zeker geen twijfel kan bestaan.

Wanneer een product aan de richtlijnen voldoet en met goedkeuring door alle feedbackmomenten is gekomen, voldoet het dus aan de criteria en is de kwaliteit gewaarborgd.

## 8. Risico's

*Om te voorkomen dat we tijdens het project tegen risico's aanlopen en onvoorziene problemen tegen komen hebben we voorafgaand aan het project een risicoanalyse gemaakt. In deze risicoanalyse bekijken we welke risico's er zijn, wat de mogelijke oplossingen zijn en hoe zwaar het risico weegt.*

### 8.1 Interne en externe risico's

Om een goed overzicht te krijgen van de mogelijke risico's van onze projectgroep is er hieronder een tabel gemaakt waarin de meest voorkomende risico's besproken zijn. Daarnaast is direct gekeken naar een mogelijke oplossing. De risico's zijn verdeeld tussen interne en externe risico's en aan ieder risico is een wegingsfactor meegegeven waarbij 1 het laagste risico is en 10 het hoogste.

Risico	Oplossing	Intern / Extern	Wegingsfactor
Ziekte van een van de teamleden.	Bij een korte ziekteperiode zal het werk opgevangen moeten worden door mede teamleden.  Bij langere ziekte periode zullen we de opdrachtgever een alternatief scenario aanbieden, waar we diens goedkeuring voor vragen.	Intern	6/10
Geen reactie van de opdrachtgever	Wanneer er tijdens het project niet binnen twee dagen op onze vragen gereageerd wordt, kijken we samen met onze projectbegeleider Guus naar een oplossing.	Extern	8/10
Systeemcrash	Een systeemcrash zal bij ons project weinig invloed hebben aangezien wij er voor zorgen dat de files op verschillende laptop's dan wel pc's wordt opgeslagen en het gezamenlijk op Dropbox is opgeslagen.	Intern	1/10
Tijdnood	Om te voorkomen dat wij in tijdnood komen zullen we ons goed aan de planning moeten houden en deze nauwlettend in de gaten moeten houden. Mochten we achter raken op schema dan moet er direct actie ondernomen worden.	Intern	4/10
Opdrachtgever is niet akkoord met het voorop gestelde	Door veelvuldig overleg met opdrachtgever en de opdrachtgever goed bij de opdracht te betrekken	Extern	5/10



Social Media plan	en daarnaast goed naar de opdrachtgever te luisteren kan dit grotendeels voorkomen worden.		
Onze doelgroep maakt geen gebruik van Social Media.	Dit probleem kunnen we niet oplossen maar doordat we dit probleem al direct bij de analyse kunnen constateren kunnen we overschakelen op een andere soort opdracht of insteek van de opdracht.	Extern	8/10
Er wordt niet gereageerd op de enquête door de doelgroep.	Wanneer er totaal niet gereageerd wordt op de enquête door onze doelgroep zal er misschien een prijs of cadeau aan het invullen van de enquête gehangen moeten worden.	extern	4/10

### 8.3 Toetsing op haalbaarheid

Gezien het feit dat de helft van onze mogelijke risico's externe factoren bevatten gaan wij tijdens onze analyse gebruik maken van een DESTEP-analyse. Dit houdt in dat wij de organisatie gaan testen op de volgende factoren; demografisch, economisch, sociaal/cultureel, technologisch en politiek/juridisch.

Doordat wij gebruik maken van de DESTEP-analyse krijgen wij inzicht in de externe omgeving van de organisatie. Hierdoor kunnen wij in kaart brengen wat de mogelijke kansen en bedreigingen zijn in het landschap waar de organisatie in opereert. Aan de hand hiervan kunnen wij mogelijke risico's een hogere wegingsfactor geven en kunnen wij mogelijke niet geziene kansen tegen het lijf lopen.

De bevindingen van de DESTEP-analyse gaan wij vervolgens gebruiken bij het maken van de SWOT-Analyse, welke weer een onderdeel zal zijn van de situatieanalyse.

## 9. Planning & Fasering

*In het vorige hoofdstuk hebben we de projectrisico's besproken. Een belangrijk onderdeel om te zorgen dat risico's beperkt worden is de planning. De planning zullen we daarom in dit hoofdstuk behandelen.*

### 9.1 Fasering

Voor onze planning gebruiken we de Sashimimethode. Dit is een methode die ingedeeld is in vijf fasen, die elkaar deels overlappen. Dat betekent dat we niet afhankelijk zijn van de afronding van een fase voordat we met een volgende fase verder kunnen. Dit is voor ons van belang omdat we in verschillende domeinen werken, waarbij sommige domeinen al voorbereidend werk doen voor een bepaalde fase. Hieronder staan de verschillende fasen die de planning bevat met de producten die per fase opgeleverd zullen worden.

- **Analyse**
  - Plan van aanpak
  - Social Media Action Research Plan
  - Social Media Analyse
  - Concurrentieanalyse
  - Social Media Examination Report
  
- **Ontwerp**
  - Social Media Concept
  - Adviesrapport
  
- **Implementatie**
  - Implementatieplan
  - Implementatie uitvoering
  
- **Testen**
  - Testen
  - Testrapport
  - Evaluatie
  
- **Onderhoud**

### 9.2 Planning

De planning is opgenomen in bijlage 2. De planning wordt bewaakt door onze expert planmatig werken. Zij zal afwijkingen zoveel mogelijk proberen te voorkomen en op te lossen.

## 10. Kosten & Baten

*Tijdens het gehele project zal de opdrachtgever noch de school financiële kosten maken voor het ontwikkelen van alle producten. Het gebruik maken van werkruimtes, het inschakelen van experts, de afspraken met de opdrachtgever en de tijd die wij als projectgroep hierin steken, vallen ook onder kosten en zullen in dit hoofdstuk worden behandeld.*

### 10.1 Kosten

#### Uren voor opdrachtgever

Wat	Tijd	Bijzonderheden
Contact onderhouden met de projectgroep	Max. 1 uur per week	Hierbij gaat het om alle contact via mail en telefoon
Overleg met de projectgroep	5 á 6 momenten voor en tijdens projectfase  Max. 1 dagdeel per moment	
Aanwezigheid bij de eindpresentatie	Max. 1 uur	
Totaal:	33 uur (max)	Dit is een ruwe schatting van de uren die de opdrachtgever moet maken, om het contact zo open mogelijk te houden.

#### Uren voor projectgroep

Fase	Wat	Tijd	Bijzonderheden
Vorbereidende fase	1 <sup>e</sup> afspraak met opdrachtgever	1 uur	Deze fase vindt plaats voor de officiële projectfase begint (week 0) en gedeeltelijk in de eerste week van de projectfase (week 1)
	Plan van aanpak bespreken	2 dagdelen	
	Plan van aanpak schrijven	2 dagdelen	
	Event. plan van aanpak aanpassen	2 dagdelen	
Onderzoeksfase	Organisatie analyseren	1 week	
	Doelgroep selecteren	3 dagdelen	
	Doelgroep onderzoeken	1 week	
	Opstellen onderzoeksrapport	4-6 dagdelen	

Uitvoerende fase	Onderzoek naar diverse social media platformen	1 week	
	Social media selectie	2-4 dagdelen	
	Opstellen adviesrapport	1 week	
	Opstellen beheerplan	4-8 dagdelen	
	Workshop voorbereiden en uitvoeren samen met de opdrachtgever	2-3 dagdelen	
Evaluerende fase	Met de opdrachtgever de geleverde service bespreken en evalueren	1 dagdeel	
Overige (besprekingen e.d.)	Wekelijkse bespreking procesbegeleider	1,5u p/w	
	Besprekingen met opdrachtgever	5 á 6 dagdelen	
	Mailcontact opdrachtgever	1 u p/w	
	Experts raadplegen	2 dagdelen p/w	
	Totaal	357 uur = 45 uur per week	1 dagdeel = 4 uur
			Hierbij is uitgegaan van 8 weken in combinatie met een 40-urige werkweek. Deze uren zijn een pure schatting en gebaseerd op de maximale tijd die aan een onderdeel besteedt kan worden. Daarnaast worden de meeste onderdelen door twee projectleden verzorgd, waardoor de daadwerkelijke uren lager kunnen uitvallen.

## Uren per individu

Elk projectlid heeft wekelijks 40 uur te besteden aan het project. Dit kunnen uren zijn die op school worden vervuld, maar ook buiten school zal er tijd aan het project worden besteed. Daarnaast heeft de opdrachtgever ons in de gelegenheid gesteld om, wanneer dat nodig is, ook daar een werkplek te creëren.

Gekeken naar de planning is nog niet bekend wie welke uren gaat vervullen. Dit wordt in de aanloopfase van het project gespecificeerd.

## 10.2 Baten

### Algemene baten

Deze producten worden in ieder geval opgeleverd:

- Een organisatieanalyse en een doelgroeponderzoek
- Een uitgebreid onderzoek naar verschillende social media platformen die geschikt kunnen zijn voor de opdrachtgever.
- Aan de hand van deze onderzoeken een adviesrapport, met daarin advies over geschikte social media platformen.
- Passende begeleiding bij het implementeren van één of meerdere social media platformen.

Gericht op interne communicatie:

- Efficiënte communicatie met klanten.

Gericht op externe communicatie:

- Meer naamsbekendheid, die verder reikt dan de omliggende gebieden (denk hierbij ook aan toeristen die een combinatie willen maken van paardrijden en op vakantie gaan).
- Meer naamsbekendheid in de paardensport (denk hierbij aan belangrijke competities)

## Bijlage

### Bijlage 1

#### Hulpmiddelen

Tijdens dit project maken wij gebruik van meerdere hulpmiddelen. Deze zijn onder te verdelen in twee categorieën:

Werkruimte, kantoorbenodigdheden en ondersteunde soft- en hardware:

- Verschillende lokalen en ruimtes op school (vooraf reserveren)
- Eventueel een werkruimte bij onze opdrachtgever
- Iedereen beschikt over een laptop om thuis en op school te kunnen werken
- Software als Microsoft Word
- Op school zijn printers en kopieerapparaten aanwezig

Personen:

- Opdrachtgever, voor het uitwisselen van informatie
- Procesbegeleider, voor ondersteuning en advies tijdens het proces
- Experts (binnen school), voor ondersteuning bij het ontwikkelen van de op te leveren producten

#### Procedures

Hier beschrijven wij welke procedures bij dit project worden gevolgd. Er worden hier verschillende procedures genoemd:

Overdrachtsprocedures: van project naar organisatie

- Elk groepslid is verantwoordelijk voor zijn of haar op te leveren documenten en de overdracht daarvan naar docenten (de experts).
- Documenten voor de opdrachtgever worden verzameld en door de verantwoordelijke overgedragen naar de opdrachtgever.

Wijzigingsprocedures: wie mag wijzigingen doorvoeren en hoe vindt dat plaats?

- Elk groepslid mag wijzigingen doorvoeren, mits overlegd met overige groepsleden.
- Elk groepslid is verantwoordelijk voor zijn of haar werk en zal deze ook zelf moeten wijzigen waar dan nodig is.
- Wanneer de opdrachtgever een wijziging wil doorvoeren, wordt dat uitgevoerd door een lid van de projectgroep.

Goedkeuringsprocedures: wie/hoe keuring van tussen- en eindresultaat

- De opdrachtgever keurt tussentijdse oplevering van de producten (in welke fase dan ook).
- Wanneer een tussenoplevering of eindoplevering niet goed wordt gekeurd, zijn de projectleden verantwoordelijk voor het verbeteren ervan.
- Wanneer een tussenoplevering of eindoplevering is goedgekeurd, wordt dat opgenomen in het verslag.

Kwaliteitsprocedures: omgaan met kwaliteit, handboeken, vaste methoden

- Elk projectlid gebruikt zijn opgedane kennis uit de coursefase en de daarbij horende methoden.
- Om de kwaliteit te bewaken worden de op te leveren documenten regelmatig voor feedback naar docenten (experts) gestuurd.