



BRAND HERO

Goldies Gallery Project Initiatie Document

*POWER
x
TO IMPRESS!*



Datum: 11-6-2021
Versie: 4.0
Status: Final
Auteur: Charly Vos
Student nr: 3225461

Documenthistorie

Revisies

Versie	Status	Datum	Wijzigingen
0.1	Concept	29-4-2021	Start Project Initiatie Document
0.2	Concept	10-5-2021	Uitwerking Project Initiatie Document
0.3	Concept	14-5-2021	Feedback verwerking Lisette
1.0	Compleet	19-5-2021	Laatste puntjes op de i voor eerste versie
1.1	Compleet	25-5-2021	Feedback na brainstormsessie
2.0	Compleet	31-5-2021	Feedback verwerking Lisette
3.0	Final	09-6-2021	Feedback verwerking Lisette
4.0	Final	11-6-2021	Feedback verwerking Mijke (toevoeging MoSCoW)

Goedkeuring

Dit document heeft de volgende goedkeuringen:

Versie	Datum ggkd	Naam	Functie	Goedkeuring
4.0	11-6-2021	Lisette Penterman- Overkamp	Schoolbegeleider	✓
4.0	11-6-2021	Mijke van der Zee	2e Assessor	✓
4.0	11-6-2021	Fons Coonen	Opdrachtgever	✓
4.0	11-6-2021	Stef Teeuwen	Projectbegeleider	✓

Distributie

Dit document is verstuurd aan:

Versie	Datum verzending	Naam	Functie
0.1	05-5-2021	Stef Teeuwen	Projectbegeleider
0.2	12-5-2021	Stef Teeuwen	Projectbegeleider
0.2	12-5-2021	Lisette Penterman- Overkamp	Schoolbegeleider
1.0	21-5-2021	Lisette Penterman- Overkamp	Schoolbegeleider
1.0	25-5-2021	Fons Coonen	Opdrachtgever
1.0	25-5-2021	Stef Teeuwen	Projectbegeleider
1.1	28-5-2021	Lisette Penterman- Overkamp	Schoolbegeleider
2.0	07-6-2021	Lisette Penterman- Overkamp	Schoolbegeleider
3.0	09-6-2021	Mijke van der Zee	2e Assessor
4.0	11-6-2021	Stef Teeuwen	Projectbegeleider
4.0	11-6-2021	Fons Coonen	Opdrachtgever

Managementsamenvatting

Doel van dit document

Dit document dient voor het geven van inzicht in de details van het project. In het projectplan worden afspraken tussen de opdrachtgever en de projectleider vastgelegd.

Aanleiding

Dit document is opgesteld om alle relevante basisinformatie en uitgangspunten van het project vast te leggen om het op de juiste wijze te kunnen besturen. Het heeft tot doel het project te definiëren, als basis te dienen voor het management ervan en de beoordeling van het succes van het project mogelijk te maken.

Doelstellingen

Het doel van het project is een eigen omgeving creëren genaamd Goldies Gallery voor een aanbod van wanddecoratie. Goldies Gallery is gericht op de reguliere consument maar kan ook door bedrijven worden ingezet. De aangeboden kunstcreaties zijn beschikbaar op verschillende materialen en mogelijkheden aan omlijstingen. Aan het eind van de stageperiode is een volledig werkende webshop gerealiseerd die in het bezit is van het Webwinkelkeur keurmerk waarbij gebruiksgemakkelijk belangrijk is.

Aanpak

Het project bestaat uit zes verschillende fasen. Deze verschillende fasen zullen worden beschreven in dit document

Planning

In dit document wordt de school en project planning besproken op de informatie die nu beschikbaar is. Omdat er een zomervakantie tussen zit is de precieze datum van oplevering van producten momenteel nog niet te zeggen. Wel is uitgewerkt hoeveel weken beschikbaar zijn voor de verschillende fasen.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	5
2. Achtergrond	6
3. Projectdefinitie	7
3.1 Probleemstelling	7
3.2 Projectdoelstellingen	7
3.3 Projectomgeving	7
3.4 Projectaanpak	8
3.5 Scope & Uitsluitingen	9
3.6 Uitgangspunten & Randvoorwaarden	9
Uitgangspunten	9
Randvoorwaarden	9
3.7 Beschikbare middelen	9
3.8 Afhankelijkheden	9
4. Projectorganisatiestructuur	10
5. Producten	11
5.1 Product decomposition structuur	11
5.2 Productstroomschema	12
5.3 Productbeschrijvingen	12
5.3.1 Keurmerk	12
5.3.2 Trendanalyse	12
5.3.3 Concurrentieanalyse	12
5.3.4 Project Initiatie Document	12
5.3.5 Debriefing	12
5.3.6 MoSCoW analyse	12
5.3.7 Huisstijl & Identiteit	13
5.3.8 Pagina navigatie	13
5.3.9 Wireframes	13
5.3.10 Testplan	13
5.3.11 Adviesdocument strategie	13
6. Planning	14

1. Inleiding

Dit document is opgesteld om alle relevante basisinformatie en uitgangspunten van het project vast te leggen om het op de juiste wijze te kunnen besturen. Het heeft tot doel het project te definiëren, als basis te dienen voor het management ervan en de beoordeling van het succes van het project mogelijk te maken.

Dit Project Initiatie Document (of PID) behandelt de volgende fundamentele aspecten van het project:

- Wat is het doel van het project?
- Waarom is de doelstelling relevant?
- Wie zijn er betrokken bij het project en wat zijn hun rollen en verantwoordelijkheden?
- Wat zijn de activiteiten die in het kader van dit PID en wanneer worden die uitgevoerd?
- Wat zijn de producten in dit project en wanneer worden die opgeleverd?

Het document wordt gebruikt:

- om er zeker van te zijn dat het project past binnen de visie van de stuurgroep en
- om de inhoud en voortgang van het project te kunnen bewaken.

2. Achtergrond

De Goldies Company, gevestigd in Eindhoven Zuid bestaat uit meerdere (web)shops en diensten/ producten. Zo is er de fysieke copyshop Goldies Office voor professioneel (grootgebruik) aan signing, print- en drukwerk en reclamebureau Brand Hero. Brand Hero is gespecialiseerd in Branding, Concept en strategie, Content Marketing en website / webshops. Bij deze onderwerpen komen een aantal zaken ten aanbod:

Branding:

- Het ontwerpen van een logo.
- Het bepalen en ontwerpen van een huisstijl.
- Vormgeving van tekst, signing en drukwerk

Concept en strategie:

- Het bepalen van de identiteit
- Bedenken van de marketing strategie en online marketing

Content marketing

- Opzetten van social media zaken
- SEO en SEA

Website / webshop:

- Webdesign
- Webshops gerealiseerd in WooCommerce of Magento
- Website hosting aanbieden

Door de juiste vragen te stellen helpt Brand Hero bedrijven in de regio zoals Sanden Watersport, Lamier en Riano met hun communicatie vraag. Dit zijn vooral bedrijven die al wat langer bestaan en toe zijn aan een vernieuwende en moderne branding. Door in te laten zien wat er allemaal mogelijk is worden conclusies, doelstellingen en een advies opgesteld. Samen zorgen zij ervoor dat deze bedrijven de juiste weg kiezen en afleggen, let's power up!

Brand Hero ziet andere reclamebureaus die gespecialiseerd zijn in branding als concurrentie. Dit zijn bijvoorbeeld Publik Reclamebureau Eindhoven en Sterk Reclamebureau

Mede vanwege het grote huidige aanbod dat huist in de webshop van Goldies Office, is er de wens vanuit de Goldies Company voor een specifieke en eigen omgeving voor een Goldies Gallery. Wat dit inhoudt wordt uitgelegd in het volgende hoofdstuk.

3. Projectdefinitie

3.1 Probleemstelling

De Goldies Company bestaat uit meerdere (web)shops en diensten/ producten. Zo is er de fysieke copyshop Goldies Office voor professioneel (grootgebruik) aan signing, print- en drukwerk en reclamebureau Brand Hero (voor branding, website/webshop maken, online marketing etc.). Goldies Office heeft ook een webshop van waaruit diensten en producten kunnen worden afgenomen. Hier worden o.a. afzonderlijke communicatie-uitingen/ signing aangeboden, maar dit is altijd voor een vrij directe en zakelijke omgeving. Omdat dit een vrij zakelijke omgeving is en er zoveel verschillende communicatie uitingen wordt aangeboden is er de wens vanuit de Goldies Company om een eigen omgeving te creëren voor de reguliere consument. Deze eigen omgeving biedt wanddecoraties aan in vele categorieën, een Goldies Gallery.

Goldies Gallery (www.goldiesgallery.nl), een webshop met een hoogwaardig aanbod aan wanddecoraties, met aanbod in vele categorieën zoals: steden, natuur, dieren, sport, ruimte, enz. Deze worden in een tot de verbeelding sprekende omgeving gebouwd en gepresenteerd in optima forma (dus gedrukt en beschikbaar in verschillende materialen (plexiglas, canvas, dibond, geborsteld aluminium, metaal hoogglans) en inclusief mogelijkheden aan omlijstingen (klassiek, fotolijst, baklijst, sierlijst) en formaten (M, L, XL). In de webshop zijn dus verschillende mogelijkheden waar de klant de (gewenste) afdruk op kan laten printen. De webshop moet vanaf 0 worden opgebouwd en mag een eigen styling krijgen, maar moet wel in lijn blijven met de 'Goldies universum' huisstijl.

Het Goldies universum is het overkoepelende moederbedrijf waar de verschillende Goldies websites aan toebehoren (Goldies Office, Goldies Gallery, Brand Hero en wellicht in de toekomst nog meer)

3.2 Projectdoelstellingen

Het doel van het project is een eigen omgeving creëren genaamd Goldies Gallery voor het aanbieden van wanddecoratie. Goldies Gallery is gericht op de reguliere consument maar kan ook door bedrijven worden ingezet. De aangeboden kunstcreaties zijn beschikbaar op verschillende materialen en mogelijkheden aan omlijstingen. Aan het eind van de stageperiode is een volledig werkende webshop gerealiseerd die in het bezit is van het Webwinkelkeur keurmerk waarbij gebruiksgemak belangrijk is. Wat dit keurmerk inhoudt wordt later in dit document besproken: [5.3.1 Keurmerk](#).

3.3 Projectomgeving

Momenteel werken alle werknemers van Brand Hero op locatie. Dit maakt het eenvoudig met elkaar te communiceren en vergaderen wanneer nodig. Voornamelijk de Marketing & Communicatie en grafisch vormgever expert zullen mij helpen met de realisatie van de webshop. Wanneer de webshop is gerealiseerd moeten de producten ook nog worden toegevoegd, dit kan een grote klus zijn en kan daarom verdeeld worden over alle werknemers inclusief stagiairs in die tijdens mijn afstudeerperiode aanwezig zijn.

3.4 Projectaanpak

Het project bestaat uit zes verschillende fasen:

1. Onderzoek

De opdrachtgever heeft de vraag wat er voor nodig is om een keurmerk te krijgen op de webshop. Het gaat hier om het “Webwinkelkeur” keurmerk. Hier zal onderzoek naar worden gedaan zodat dit keurmerk geplaatst kan worden en de webshop kan voldoen aan de daarvoor benodigde eisen.

Daarnaast wordt er gekeken naar de e-commerce trends van 2021 en een afweging gemaakt om deze wel of niet te implementeren.

Ook zal er in deze fase geoefend worden met het maken van webdesigns in Photoshop. Dit is er ter voorbereiding van de opdracht, er zal een focus liggen op webshops.

2. Brainstormsessie

Tijdens deze sessie wordt gekeken naar de wensen en eisen van het eindproduct. Op basis van de informatie uit de brainstormsessie kan het Project Initiatie Document worden geschreven. Naderhand wordt met deze wensen en eisen ook een MoSCoW analyse opgesteld.

3. Debriefing

De debriefing zal onder andere gerealiseerd worden door middel van het Project Initiatie Document. Daarnaast zal er een debriefing worden gemaakt voor het bedrijf.

4. Huisstijl & Identiteit

Er zal een huisstijl worden gecreëerd voor Goldies Gallery. Deze huisstijl zal zich houden aan de bestaande richtlijnen van het ‘Goldies universum’.

Net als de huisstijl zal voor Goldies Gallery een identiteit worden gecreëerd op basis van het ‘Goldies Company’ concept. Waar dit voor staat wordt uitgelegd in [2. Achtergrond](#)

5. Website

Dit is de realisatie fase. In deze fase komt onder andere het maken van een moodboard, de layout / wireframes, pagina en product inrichting naar voren.

6. Strategie

Na livegang wordt er nagedacht over de strategiebepaling. Dit betreft onder andere SEO, SEA, analytics, social media management en overige marketing en communicatie uitingen in / offline.

Deze producten zullen op een lineaire werkwijze gerealiseerd worden (waterval methode). Aan het einde van iedere fase wordt het gerealiseerde product besproken met de projectleider / opdrachtgever om feedback te kunnen geven.

Voor het opzetten van de branding zal gewerkt gaan worden met het Adobe pakket (Photoshop, InDesign en Illustrator).

De realisatie van de webshop wordt gedaan in Wordpress, Woocommerce. Daarin wordt onder andere gebruik gemaakt van de Wordpress plugin: Flatsome UX Builder.

Bij het realiseren komen design en techniek mooi samen. De user interface en experience moeten daarom goed op elkaar zijn afgestemd.

3.5 Scope & Uitsluitingen

Binnen het kader van de opdracht valt het volledig realiseren van de webshop in bezit van een keurmerk met behulp van collega's wanneer nodig.

Fase 6 strategie is optioneel. Deze wordt alleen uitgevoerd wanneer er genoeg tijd over is na de realisatie.

3.6 Uitgangspunten & Randvoorwaarden

Uitgangspunten

Zo snel mogelijk feedback verkrijgen van projectleider / opdrachtgever wanneer hierom gevraagd wordt.

Randvoorwaarden

Gedurende 20 weken minimaal 32 uur per week vrijgesteld om werkzaamheden in kader van het project uit te voeren.

Werknemers betrokken bij het project:

- Maximaal 10 uur per week beschikbaar voor begeleiding.
- Minimaal 1 uur voor bespreken stand van zaken.

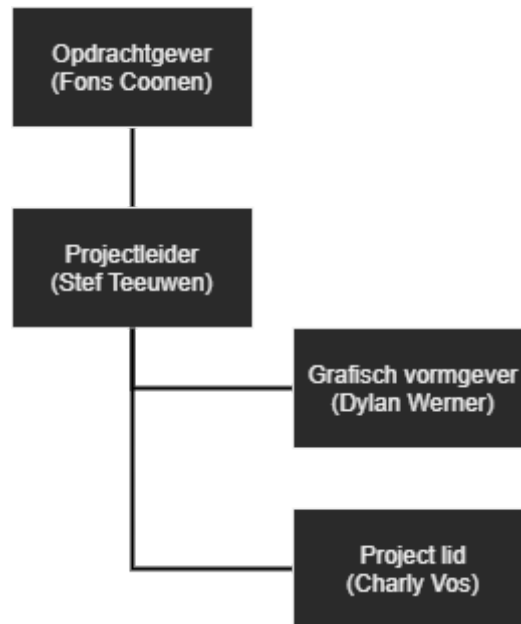
3.7 Beschikbare middelen

Er is een werkcomputer beschikbaar met de daarbij benodigde diensten van Adobe. Daarnaast zijn er verschillende werkplekken om rustig of in teamverband te werken. Ook is de nodige expertise in Branding, Concept en strategie, Content Marketing en website / webshops aanwezig.

3.8 Afhankelijkheden

Tijdens de zomervakantie zijn wellicht niet alle werknemers aanwezig. Er moet daarom goed gepland worden rond die tijd zodat ik altijd verder kan werken aan mijn project.

4. Projectorganisatiestructuur



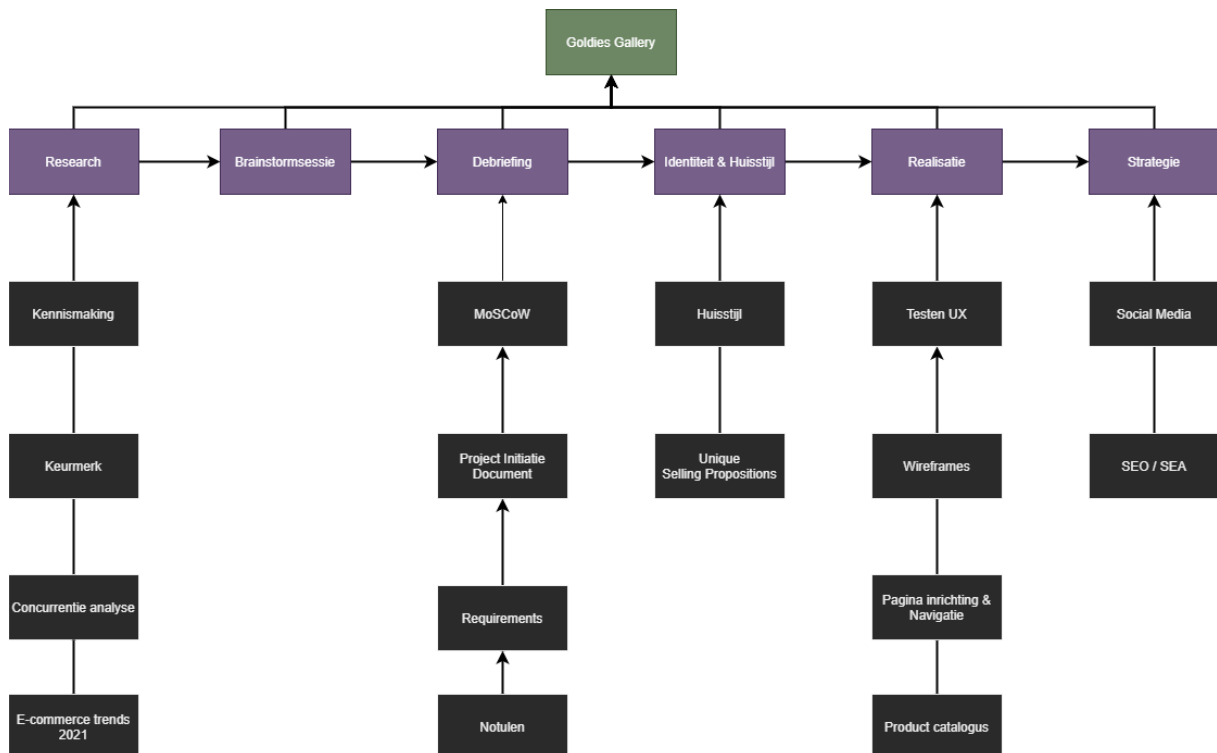
Naam	Rol	Taken
Fons Coonen	Opdrachtgever Directeur	Aangeven van de wensen / eisen van het eindproduct / Beoordeling
Stef Teeuwen	Projectleider Marketing & Communicatie specialist	Regie over de uitvoering van het project
Dylan Werner	Grafisch vormgever / Webdesigner	Begeleiding in vormgeving
Charly Vos	Project lid	Uitvoeren project

5. Producten

- Vooronderzoek (Requirements & MoSCoW, keurmerk, concurrentie, trends)
- Huisstijl (deels nog te bepalen)
- USP's (Unique Selling Propositions)
- SEO-technische titels (en later ook teksten)
- Uittekenen webshop-navigatie (wireframe webshop)
- Algemene pagina-inrichting (webshop bouwen)
- Testen UX en testrapport (testplan)
- Realisatie webshop (Wordpress + Woocommerce)
- Productinrichting (catalogus webshop)
- Strategisch meedenken in verdere internet marketing, social media, Adwords etc.

5.1 Product decomposition structuur

Diagram op basis van de fasen uitgelegd in 3.4 [projectaanpak](#)



5.2 Productstroomschema

Hiervoor wordt gerefereerd naar het kopje [projectaanpak](#). Hier worden de verschillende fasen van het project uitgelegd en benoemd welke producten gerealiseerd zullen worden. Deze fase worden in een lineaire werkwijze gerealiseerd en duidt daarom ook de volgorde aan van de producten.

5.3 Productbeschrijvingen

5.3.1 Keurmerk

Om in aanmerking te komen voor het Webwinkelkeur keurmerk moet de webshop voldoen aan bepaalde eisen. Wat deze eisen zijn wordt onderzocht in dit document. Een keurmerk is belangrijk voor de webshop omdat het een doorslaggevende factor kan zijn voor de consument. Het biedt een extra stuk betrouwbaarheid op je website. Dit product is afgerond wanneer genoeg informatie is verzameld om Goldies Office het keurmerk te laten bemachtigen.

5.3.2 Trendanalyse

Om up-to-date te blijven met de wereld moet er gekeken worden naar de laatste E-commerce trends van 2021. Dit product is belangrijk voor de uiteindelijke requirements en MOSCOW analyse om te kijken of er van nieuwe trends geprofiteerd kan worden.

5.3.3 Concurrentieanalyse

Geeft inzicht op de markt. Het is belangrijk om de concurrentie in kaart te hebben. Op basis hiervan kan de strategie afgestemd worden. Websites zoals [Art of Rotterdam](#) en [Yellowkornier](#) kunnen bijvoorbeeld als concurrentie worden beschouwd. Ligger er kansen om je (beter) te onderscheiden van de rest?

5.3.4 Project Initiatie Document

Dit document dient voor het geven van inzicht in de details van het project. In dit document worden afspraken tussen de opdrachtgever en de projectleider vastgelegd. Dit document wordt goedgekeurd door school en Brand Hero

5.3.5 Debriefing

Na de brainstormsessie komt er een speciale debriefing voor het bedrijf zelf. Grotendeels wat in het Project Initiatie Document staat wordt hier ook in vermeld. Dit document wordt goedgekeurd door Brand Hero.

5.3.6 MoSCoW analyse

Onderdeel van de debriefing is de MoSCoW analyse. Hierin staan alle wensen en eisen besproken in de brainstormsessie geordend op prioriteit. Wat zijn de minimale eisen waar het product aan moet voldoen zodat de webshop opgeleverd kan worden, in dit geval wanneer de webshop live kan.

5.3.7 Huisstijl & Identiteit

Er zal een huisstijl worden gecreëerd voor Goldies Gallery. Deze huisstijl gaat zich houden aan de bestaande richtlijnen van het 'Goldies universum'.

Net als de huisstijl zal voor Goldies Gallery een identiteit worden gecreëerd op basis van het 'Goldies universum' concept. Hierin gaat vooral gekeken worden naar de unique selling propositions van Goldies Gallery.

De huisstijl en identiteit wordt vervolgens beoordeeld door Brand Hero of deze voldoet aan de richtlijnen van het Goldies universum.

5.3.8 Pagina navigatie

Dit product geeft inzicht op de benodigde paginas. Dit creëert duidelijkheid welke paginas uiteindelijk gerealiseerd zullen worden.

5.3.9 Wireframes

Wireframes zijn de bouwtekeningen van de webshop die uiteindelijk gerealiseerd moet worden. Hierin komt duidelijk de huisstijl en identiteit naar voren van Goldies Gallery. Voor elke pagina omschreven bij de pagina navigatie zal een wireframe worden gerealiseerd. Deze wireframes zullen worden beoordeeld door Grafisch Vormgever, Dylan Werner.

5.3.10 Testplan

Er zal een test plan worden opgesteld om de UX van de webshop te testen. Bijvoorbeeld of alle pagina's / producten eenvoudig kunnen worden gevonden. Deze resultaten zullen door middel van een testrapport worden vastgelegd. Hieruit worden vervolgens conclusies getrokken.

5.3.11 Adviesdocument strategie

Over de online marketing zoals social media en adwords zal goed over na worden gedacht. Dit wordt uitgewerkt in een adviesdocument. Hierin zal de strategie worden besproken.

6. Planning

Schoolplanning:

Week 0:	Aftrap afstudeer semester
Week 1:	Start afstuderen; 2 dagen voorbereidende afstudeer werkzaamheden bij het bedrijf, 3 dagen afstudeer activiteiten op school
Week 2:	Deadline concept projectplan
Week 3:	Review projectplan + eerste bedrijfsbezoek
Week 4:	Goedkeuring projectplan
Week 8:	Voortgangsgesprek met afstudeerbegeleider of voldoende aan voorbereiding extra kennis is gedaan. Uitzwaai
Week 15:	Formatieve indicatie portfolio
Week 17:	Inleveren definitief portfolio
Week 18:	Tweede bedrijfsbezoek
Week 19-20:	Afstudeerzittingen (week 9/10 volgend semester)

Projectplanning:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1j9V77wTRfFS1wM-y_Hly1E23KifHmM3yi5BU68meV6c/edit?usp=sharing

Omdat ik eind april ben gestart is het lastig om het hele project al volledig te plannen. Er zit namelijk een zomervakantie tussen waarvan ik nog niet weet hoe deze precies gaat lopen. Mijn bedoeling is om deze gewoon door te werken aan het project.

PROJECTTIJDLIJN

PROJECTTITEL	Goldies Gallery	BEDRIJFSNAAM	Brand Hero
PROJECTMANAGER	Stef Teeuwen	DATUM	20-05-21

