



OAR woensdag 3 maart 2021 - Beroepsvraagstukken

Definitie beroepsvraagstuk:

Een beroepsvraagstuk is een beschrijving van
 1) gewenste impact voor
 2) een opdrachtgever gericht op
 3) één of meerdere belanghebbenden, vertaald naar
 4) een oplossing zoals een product, een dienst of een advies

Toelichting bij beroepsvraagstuk:

1 Welke impact wil je maken?

- andere doelgroep bereiken
- bewustwording
- hogere conversie
- maatschappelijk probleem aanpakken
- ...

2 Voor wie?

- Opdracht namens opdrachtgever
- commercieel
- non-profit
- overheid

Of: maatschappelijk vraagstuk aanpakken zonder specifieke opdrachtgever

Het kan het ook een autonoom 'project' zijn, bijvoorbeeld een eigen onderneming.

3 Richting welke belanghebbenden?

Niveau 1: alleen opdrachtgever en doelgroep

Niveau 2: beperkt aantal belanghebbenden, geen tegenstrijdige belangen

Niveau 3: verschillende belanghebbenden, mogelijk tegenstrijdige belangen

4 Welke oplossing?

Niveau 1: oplossing is eenvoudig en staat vast. Hoef alleen uitgewerkt te worden.

Niveau 2: oplossing is eenvoudig maar staat nog niet vast. Er zijn meerdere mogelijke oplossingen, waarvan er één uitgewerkt wordt

Niveau 3: oplossing is complex en/of staat nog niet vast. Er zijn meerdere mogelijke oplossingen, waarvan er één uitgewerkt wordt.

Niveau	1. Welke impact?	2. Voor wie?	3. Welke belanghebbenden?	4. Welke oplossing?
1	Bewustwording over de invloed van fake news op meningsvorming	BNNVARA	- opdrachtgever - jongeren van 18-25	Een serie explainer video's voor Instagram
2	Bewustwording over de invloed van fake news op meningsvorming	BNNVARA	- opdrachtgever - jongeren - overheid	Kies het juiste online platform dat aansluit bij de doelgroep
3	Bewustwording over de invloed van fake news op meningsvorming	BNNVARA	Onderzoek welke belanghebbenden betrokken zijn en welke belangen zij hebben	Onderzoek wat het optimale middel is om de impact te maken

BESCHRIJVINGEN IMPACTGEBIEDEN:

VERDIENERS EN ONDERNEMERS (CB)

Als verdieners en ondernemers hebben we impact op marktw waarde. We maken het verhaal rendabel. We zijn bezig met het bedenken, maken en exploiteren van mediamat en content die financiële waarde creëren, of we maken producten van anderen rendabel. We moeten daarvoor kennis hebben van businessmodellen, weten hoe markten werken en een (eigen) bedrijf kunnen runnen. Verdieners zijn innovatieve ondernemers, verantwoordelijke experts die altijd op zoek zijn naar mogelijkheden en waarde.

VERBEELDERS EN VERMAKERS (CB)

Als verbeelders en makers hebben we impact op de belevingswereld. We maken verhalen die mensen aan het denken zetten en de verbeelding prikkelen. Verhalen die informeren, verrassen, boeien en ontspannen. Verbeelders en makers weten wat media teweeg kunnen brengen. We hebben een neus voor wat er verteld moet worden en maken dat begrijpelijk en inhaalbaar. Op die manier kunnen we nieuwe verhalen vertellen met inzet van de juiste middelen: beeld, geluid, tekst en code. Daarnaast moeten we kritisch naar verhalen kunnen kijken, waarbij we het effect van onze keuzes op wat we vertellen begrijpen. Verbeelders en makers zijn creatief, hebben lief en een eigen stijl.

WERELDERBETRAAERS (CO+CB)

Als wereldverbeteraars hebben we impact op dat wat de wereld beghoudt. We vertellen verhalen om de wereld sociaal, eerlijker en duurzamer te maken. We oefenen invloed uit op economische, maatschappelijke en duurzaamheidsvraagstukken via media en communicatie. We verdiepen ons in verschillende standpunten en kijken naar het verhaal achter het verhaal. We kijken kritisch naar de macht van media en communicatie en de ontwikkeling van technologie. We reflecteren op de ethische kwesties die daarmee samenhangen. Wereldverbeteraars zijn veranderingsgeest en durven positie te kiezen.

VERNIEUWERS (CO+CB)

Als vernieuwers hebben we impact op de ontwikkelingen van de toekomst. We vertellen de verhalen van morgen. We moeten daarvoor op basis van onderzoek alle (technologische) ontwikkelingen van nu en van de toekomst in kaart brengen. We helpen netwerken (merken, bedrijven, organisaties en alle andere plekken waar mensen samenwerken) inspelen op dat wat komen gaat. We kunnen met bestaande en nieuwe middelen vernieuwende verhalen ontwikkelen. Daarnaast moeten we kritisch kunnen reflecteren op ethische kwesties die samenhangen met de inzet van media en communicatie. Hoe verhalen mens en technologie zich tot elkaar? Vernieuwers zijn intrinsiek nieuwsgierig naar trends, lokaal en globaal, en denken out of the box, het zijn early adopters.

VERLEIDERS EN VERMARKTERS (CO)

Als verleiders en vermarkters hebben we impact op menselijk gedrag. We vertellen overtuigende verhalen. We zijn daarvoor bezig met het signaleren en begrijpen van ideeën of commerciële communicatievraagstukken van netwerken (merken, bedrijven, organisaties en alle andere plekken waar mensen samenwerken). We zien ook de actuele maatschappelijke en organisatorische context van die vraagstukken. Verleiders maken we verankerde communicatieoplossingen waarmee we doelgroepen in beweging brengen en producten en diensten vermarkten. We moeten een vraagstuk kunnen bekijken vanuit verschillende perspectieven. Wie (her)kennen het belevingsproces, geven het vorm en reflecteren op ethische vraagstukken. Verleiders zijn creatieve denkers en doeners.

VERBINDERS EN VERANDERAARS (CO)

Als verbinders en veranderaars hebben we impact op de relaties en reputaties van netwerken. We vertellen verhalen die verbinden of aanspreken tot verandering. Daarvoor luisteren we allereerst naar wat mensen en netwerken merken, bedrijven, organisaties en alle andere plekken waar mensen samenwerken te vertellen hebben. Op basis van wat we horen ingetogen en verbinden we en helpen we bij verandering. We ontwerpen en registreren daarvoor communicatieprocessen gericht op stakeholders, doelgroepen en reputatiemanagement. Zowel binnen als tussen netwerken. Verbinders en veranderaars zijn experts op het gebied van gedrag, samenwerking en het creëren van draagvlak.

Naam OAR lid: Eric Ariëns	1 Welke impact wil je maken? Social media engagement om maatschappij te beschermen Privacy voor bestaanden Data naar bedrijven Algemeen "toevankelijk" maken Kwaliteitsvolle berichten per berichten Aanpak van Google+ / FB advertentie modellen Makken technologie voor bescherming journalisten Data security evenwicht maken	2 Voor wie? Bedrijven Overheidsinstellingen Overheid Journalisten	3 Richting welke belanghebbenden? Bedrijven, verschillende belanghebbenden	4 Welke oplossing?	5 Welk impactgebied?
------------------------------	---	--	--	---------------------------	-----------------------------

Naam OAR lid: Gaetan	1 Welke impact wil je maken? Bewustwording werking van algoritmen (bijv. Spotify) Bewustwording privacy omgeving (het is niet altijd vergoed) Gebruikersvriendelijk aanpakken op en demand sensing	2 Voor wie? Bijv. Veldstad	3 Richting welke belanghebbenden? Gebruiker Adverteerders Demographics (gebruiker)	4 Welke oplossing? Nieuwe advertentie mogelijkheden op en demand sensing (gebruiker ontdekken)	5 Welk impactgebied?
-------------------------	--	--------------------------------------	--	--	-----------------------------

Naam OAR lid: Anita	1 Welke impact wil je maken? Bing naar tussen verhouding en burgers Educatie Marketing Privacy in technologie Taalverrijking voor niet taalvaardigen	2 Voor wie? Wanneerburgers Marketingburgers Gebruikers sociaal en internet Lagereklassen	3 Richting welke belanghebbenden? Burgers Ouderen, de zorg, mentaliteitsburgers Burgers, vertelwoorden overheid Overheid, onderwijs	4 Welke oplossing? Game, interactie, storytelling Chatbots Aanpakken Nieuw content taal	5 Welk impactgebied? Verbinders en veranderaars, verbinders & veranderaars Verleiders en vermarkters, verbinders & veranderaars Verleiders en vermarkters, verbinders & veranderaars
------------------------	---	---	--	--	--

Naam OAR lid: Gijs	1 Welke impact wil je maken? Ontwikkelen nieuwe (digitale) sales kanalen Maakmaken personeel duurzamer into acties Consistency Diversiteit of mesh verhalen	2 Voor wie? Bezoekers Profil en non-profit Brand owners Welderen	3 Richting welke belanghebbenden? Bedrijven & consumenten Opdrachtgever Opdrachtgever, "het vak" Organisatie en maatschappij, Tech en creatie, Profil en non-profit, AI, culture, culture, ethische	4 Welke oplossing? eCommerce, journey, Business design, service design, product design Samenwerken met consumenten Leads, Leads, Cultural change, New services Onderzoek, Veramen van content, Tips & tricks Nieuwe samenwerkingen, Inspiratie, Onderzoek	5 Welk impactgebied? Verleiders en vermarkters, verbinders & veranderaars, verbinders & veranderaars Verleiders en vermarkters, verbinders & veranderaars Verleiders en vermarkters, verbinders & veranderaars
-----------------------	--	---	--	---	--

Naam OAR lid: Yvonne Campens	1 Welke impact wil je maken? Customer journey verbeteren efficiency op en geld besparen	2 Voor wie? bedrijf / aanbieder online dienst / product	3 Richting welke belanghebbenden? bedrijfsleider / klant vermarkters interne staff medewerkers aankoopkeuzes	4 Welke oplossing? web based back office processen en interoperability samenwerken met consumenten anti competition law data analytics AVG en privacy	5 Welk impactgebied? verleiders en ondernemers verleiders en vermarkters, verbinders & veranderaars
---------------------------------	--	---	---	---	--

Naam OAR lid: Christjan	1 Welke impact wil je maken? "Nieuw" merken van te kijken ontdekken / promoten gebruikersvriendelijk, op en plaats online, interactief	2 Voor wie? Welderen / te promoten Welderen dienst (drukt, word, word) publieke en commerciële veranderaars bedrijven, tegen te promoten bedrijven kanaal algemeen subscribers Welderen / te promoten	3 Richting welke belanghebbenden? makers, producenten kijken, alle partijen bestaande en nieuwe diensten / producten opdrachtgever (de D)	4 Welke oplossing? Content, verbeelding, Best practices, Verleiders campagnes in, lokale media van Content bestanden / presentaties, Content, Verleiders direct brand, mark, marketing	5 Welk impactgebied? verleiders en ondernemers, verbinders & veranderaars verleiders & vermarkters, verbinders
----------------------------	---	---	--	---	---

Naam OAR lid: Eppo	1 Welke impact wil je maken? Digitale verhalen bij digitale transformatie Impactful meer vermarkters, verleiders Algemeen, Datajournalistiek	2 Voor wie? Algemeen Digitaal vermarkten cultureel en media cultureel entertainment / taal voor Cultureel media	3 Richting welke belanghebbenden? Quaalyke Media, Nieuw maatschappij Civiel ML cultuur media, demografie, taal, taal	4 Welke oplossing? Verleiders campagne en content Eenheid, distributie, verbeelding, inspiratie, ethiek New platformen/bestanden om veramen te verbinden Transparante algoritmen en betere demografische data	5 Welk impactgebied? verleiders en vermarkters, verbinders & veranderaars verleiders, vermarkters, verbinders, veranderaars verleiders, vermarkters, verbinders, veranderaars
-----------------------	---	--	---	--	---

Naam OAR lid: Leonie	1 Welke impact wil je maken? Bewustwording over de invloed van reclame op social media Bewustwording van de invloed van reclame op social media Bewustwording van de invloed van reclame op social media Nieuwe strategie op beweging brengen van te lopen bij mark X Bewustwording van reclame	2 Voor wie? Overheid, onderwerp-organisaties Commercieel dienstverlenend bedrijf dat nu vooral van verkopen (bijvoorbeeld een online of commerciële dienst) Adverteerder	3 Richting welke belanghebbenden? Overheid, generatie Z en jongere Opdrachtgever + doelgroep van opdrachtgever Opdrachtgever + doelgroep van opdrachtgever Opdrachtgever + doelgroep van opdrachtgever	4 Welke oplossing? Onderzoek / 3 digitale middelen om jongeren bereikt te maken van de invloed van reclame op social media, en hoe zij de op andere plekken kunnen bereiken Nieuw / 1 ontdekken een schakel tussen op een online of social platform Nieuw / 2 ontdekken een schakel tussen op het juiste online platform dat aansluit bij de doelgroep Onderzoek / 3 digitale middelen om een nieuwe, jonge doelgroep van te bereiken en hen aan te spreken met een nieuw	5 Welk impactgebied? verleiders & vermarkters verleiders & vermarkters, vermarkters
-------------------------	---	--	---	--	--

Naam OAR lid: Max	1 Welke impact wil je maken? Draagvlak creëren voor een ideeën Bewustwording van de invloed van reclame op social media Bewustwording van de invloed van reclame op social media Bewustwording van de invloed van reclame op social media	2 Voor wie? Welderen / te promoten/overheid, gemeenten, veranderaars Onderwerporganisatie Onderwerporganisatie	3 Richting welke belanghebbenden? Verleiders & vermarkters, verbinders en veranderaars Alleen opdrachtgever en doelgroep Alleen opdrachtgever	4 Welke oplossing? Onderzoek / 3 digitale middelen om jongeren bereikt te maken van de invloed van reclame op social media, en hoe zij de op andere plekken kunnen bereiken Producten, verhalen, verhalen, presentaties, verhalen Middelen van welke kanalen naar strategie op bereiken te verbinden Onderzoek / 3 digitale middelen om een nieuwe, jonge doelgroep van te bereiken en hen aan te spreken met een nieuw	5 Welk impactgebied?
----------------------	--	--	---	--	-----------------------------