

**100
DAGEN**

FEB 2011 - Juli 2011

Fontys Hogeschool Eindhoven

HBO

ICT Media Design

DENNIS VAN LEEUWEN

2114833

AMBITIONS - Willem van Oranjelaan 6 - Den Bosch

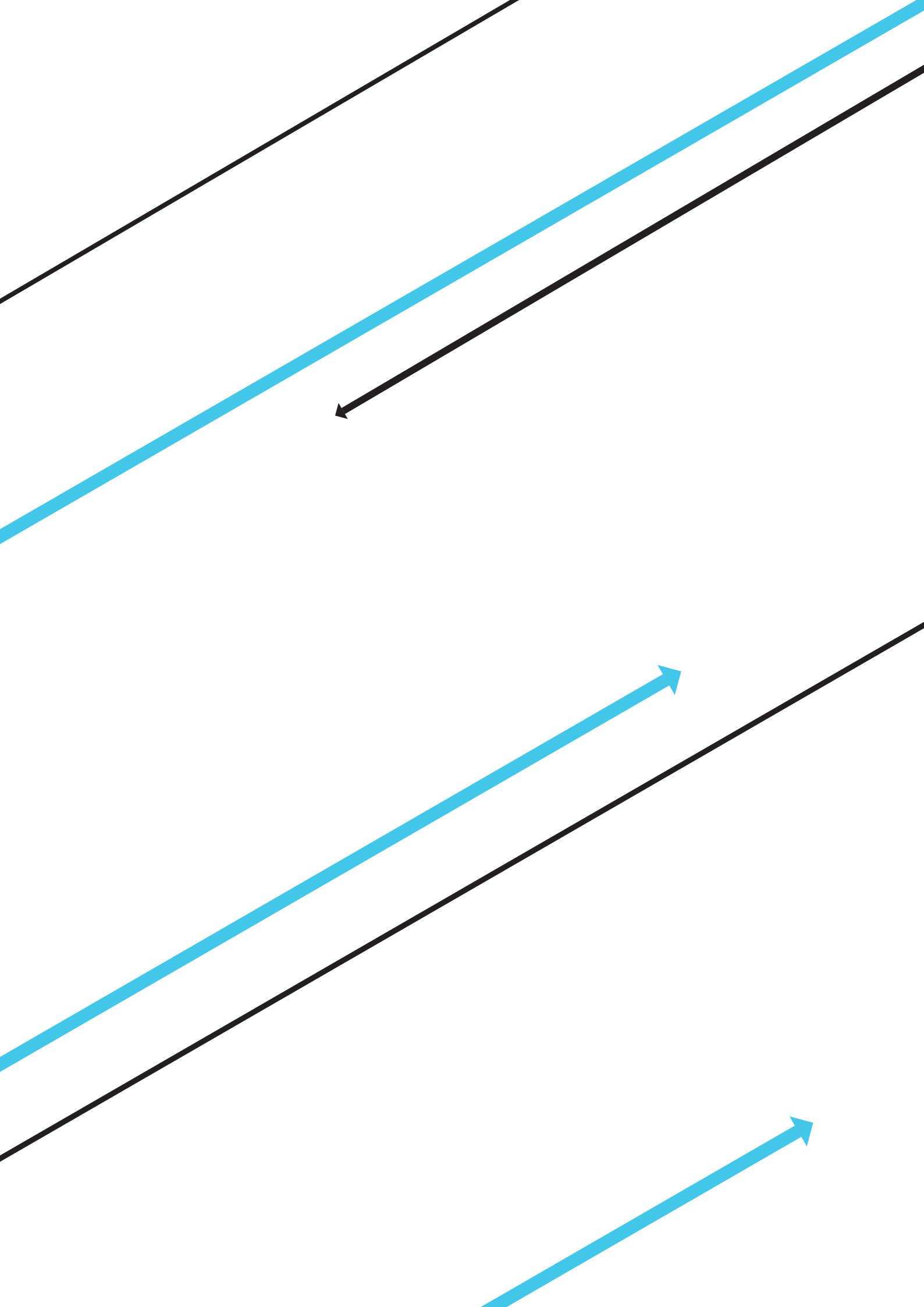
E-LEARNING 2.0

Afstudeerdocent : Dhr. F. Roosen

Tweede afstudeerdocent : Dhr. B. Veld

Afstudeerbegeleider

Dhr. E. Joosten



Voorwoord



Dit scriptie is geschreven ter afsluiting van de opleiding HBO ICT media design die ik heb gevolgd op Fontys Hogeschool te Eindhoven. Het bevat een overzicht van de trends en methodes binnen e-learning die ik tijdens mijn afstudeerperiode heb onderzocht en gerealiseerd bij Ambitions.

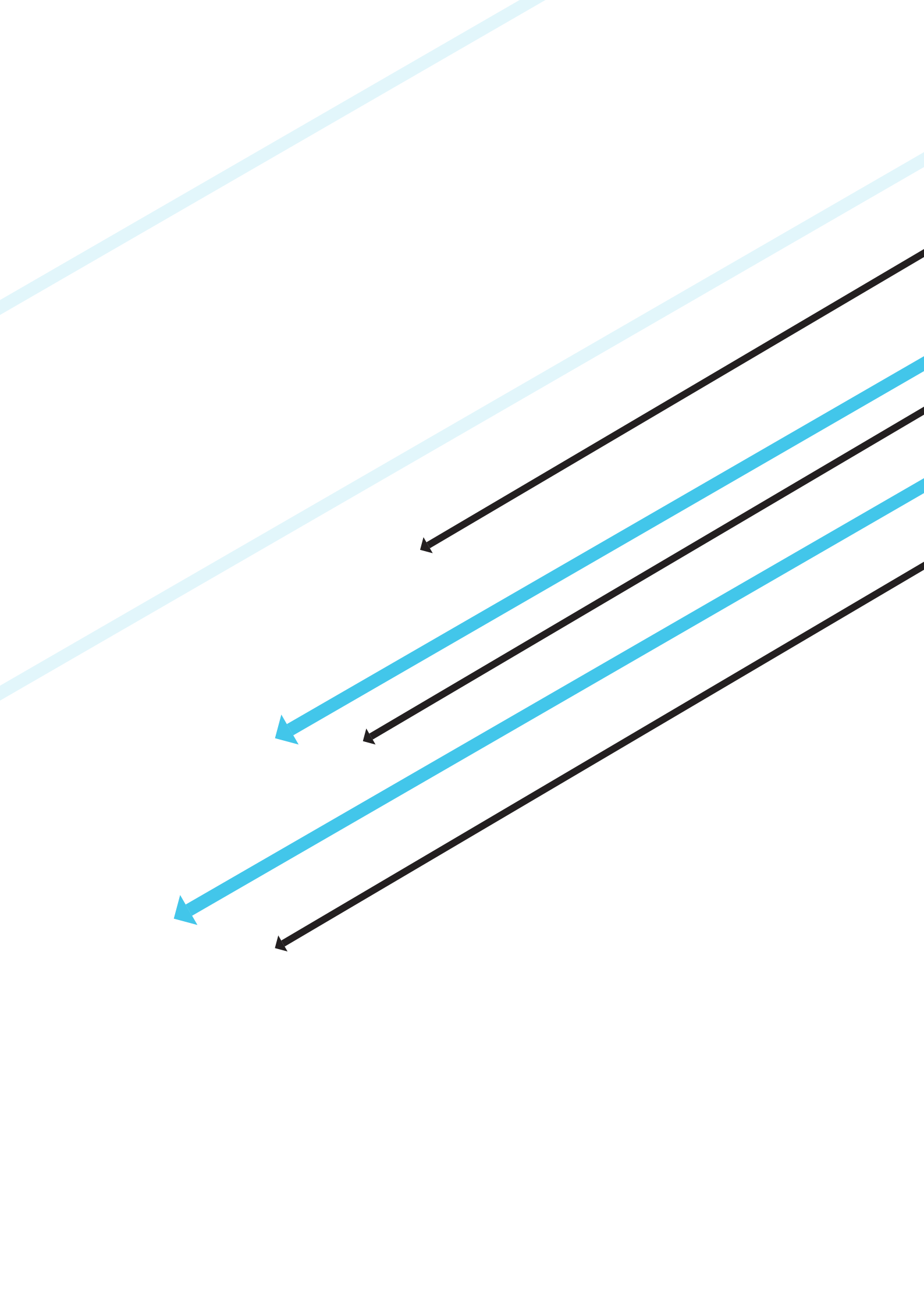
Ik wil iedereen bedanken die heeft bijgedragen bij het tot stand komen van dit eindresultaat. Allereerst Erik Joosten, mijn bedrijfsbegeleider voor het vertrouwen in de opdrachten en de kans die hij mij heeft geboden om deze opdracht tot een positief einde te brengen.

Daarnaast wil ik Frank Roosen mijn afstudeerdocent en Constanze Thomassen bedanken voor de goede ondersteuning en feedback bij het opzetten van mijn scriptie.

Tevens wil ik het hele team van Ambitions bedanken voor de mooie tijd die ik beleefd heb tijdens mijn afstudeerperiode.

Inhoudsopgave

Inleiding	1
1) Het bedrijf	2-3
2) De opdracht	4-5
3) E-learning	6-11
3.1) Algemene informatie	6
3.2) SWOT Analyse	7-11
3.2.1) Sterktes	7-8
3.2.2) Zwaktes	8-9
3.2.3) Kansen	9
3.2.4) Bedreigingen	10-11
4) Trends binnen e-learning	12
5) Huidige middelen	13
6) Verwachte trends binnen e-learning	14-17
6.1) Ebooks	14
6.2) Mobile learning	14
6.3) Augmented reality	14-15
6.4) Game based learning	15-16
6.5) Gesture-based learning	16-17
6.6) Analytics learning	17
7) Conclusie en uitsluitingen	18-19
8) Concept	20-24
9) Ontwikkelen nieuwe situatie	24-25
10) Ontwerp	26-29
10.1) Oriënteren	26
10.2) Specificeren	27-28
10.3) Photoshop ontwerp	29
11) Realisatie en nazorg	30
12) Testen nieuwe situatie	31-32
13) Toekomstplannen	33
Bijlage A : Gegevens trainingsprogramma	
Bijlage B : Digitale bijlage	
Bijlage C : PID	



Samenvatting

Het afstudeerproject is bij Ambitions uitgevoerd. Ambitions is een fullservice communicatiebureau dat de ambities van opdrachtgevers graag omzet in resultaten. Of het nu gaat om business-to-business, consumentenproducten, voorlichting in de zorgsector of arbeidsmarktcommunicatie.

Steeds meer opdrachtgevers beginnen de kracht van internet marketing te zien. De algemene kennis van de marketeers op het gebied van internet marketing is dermate laag dat er een hoop aandacht nodig is om de beginselen bij te brengen. Helaas heeft Ambitions niet de tijd om elke marketeer persoonlijk deze aandacht te geven.

Om dit probleem op te lossen worden de mogelijkheden in kaart gebracht voor het opzetten van een trainingsprogramma dat het mogelijk maakt om algemene kennis van m.k.b. klanten met betrekking tot internet marketing via e-learning te verbeteren.

Zo is er een SWOT analyse uitgevoerd over e-learning binnen het internet marketing domein. Vanuit de SWOT analyse is er gekeken naar de middelen, huidige trends en verwachte trends binnen e-learning.

Ambitions zal via een blog de algemene kennis van klanten met betrekking tot internet marketing verbeteren. Dit blog zorgt voor social learning. De interactie die ontstaat geeft cursisten de mogelijkheid om te leren van elkaar onder begeleiding van specialisten. De content is hierdoor dynamisch wat ervoor zorgt dat de lesstof altijd up to date is en snel kan insprijgen op trends en veranderingen.

Binnen het blog zijn bepaalde gedeeltes afgeschermd. Alle m.k.b. klanten van Ambitions krijgen een maand gratis toegang. In deze periode kan de klant en dus cursist zelf bepalen of de content op het blog waardevol is voor zijn bedrijf. Het blog zal opgezet worden aan de hand van de boeken "Winnen met Google" van Tonny Loombach en "Wordpress theme design" van Tessa Blakeley Silver.

Met het oog op de toekomst zal binnen twaalf maanden een mobile applicatie gelanceerd worden. Als we wat verder in de toekomst kijken zal binnen twee a drie jaar gebruik gemaakt worden van game based learning. Hierin zal een organisatie in teamverband een bepaald probleem oplossen met een competitie element erin. Na vier a vijf jaar zullen learning analytics van toepassing zijn die door rekenmodellen kunnen bepalen waar knelpunten zitten binnen een opleiding of trainingstraject.

Summary

The graduation took place at Ambitions. Ambitions is a full service communication office. Ambitions wants to transform ideas from costumers into tangible results.

More clients see the power of Internet marketing. The basic knowledge of marketeers is very low, so Ambitions needs to pay a lot of attention to the basics. Unfortunately Ambitions doesn't have the time to give each marketeer personal attention.

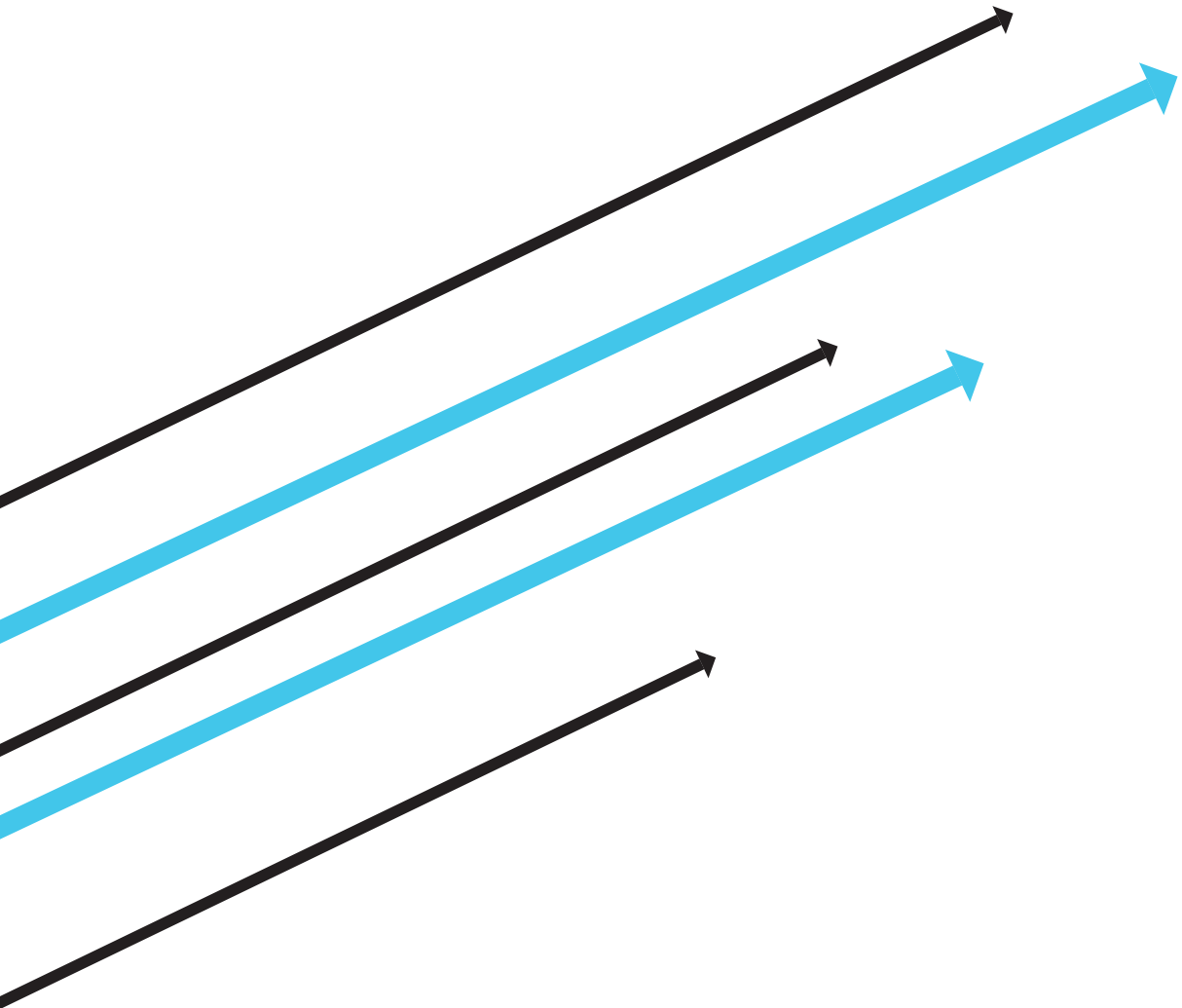
To solve this problem Dennis describes all the possible options that make it able to give clients extra training with e-learning. The goal is to develop the skills to create a internet marketing campaign.

Dennis completes a SWOT analyze about e-learning inside the internet marketing domain. After the SWOT analyze the research will look at the trends, available resources, and future trends.

Ambitions will develop a blog. This blog will teach the knowledge of Internet marketing. A blog creates social learning. Social aspects will create interaction. This interaction will create a new knowledge resource, because the content will be dynamic.

Inside the blog you can't access every location. Every costumer of Ambitions gets a free month trail period. After this period the costumer can look if the content is valuable. The blog will be build with two books. "Winnen in Google" from Tonny Loomback and "Wordpress theme design" from Tessa Blakeley Silver.

To look in to the future, Market-i will develop a mobile application in twelve months. In two a three years there will be actions of game based learning. An organization can solve specific problems with a competitions element. In four a five year learning analytics will help the training period to detect bottlenecks inside the training.



Verklarende woordenlijst

Beheersysteem (CMS)

Een beheersysteem stelt de gebruiker in staat om via een eenvoudige manier visuele en textuele aanpassingen te doen op een website.

E-learning

Het leren via een digitale omgeving.

GPS

Global Positioning System dat coördinaten doorgeeft aan bepaalde software. De software kan met deze gegevens een actie ondernemen.

Interface

Een interface is een middel waarmee twee systemen met elkaar kunnen communiceren.

Internet marketing

Marketing met behulp van de nieuwe technieken die het internet te bieden heeft.

Server

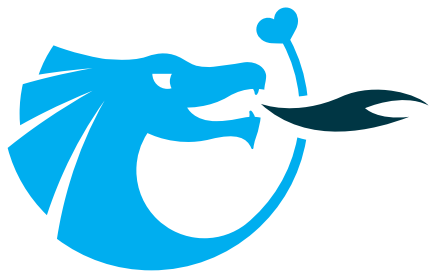
Een locatie waar bestanden opgeslagen kunnen worden. Een server is meestal verbonden met het internet of intranet.

Social media

Is een begrip voor online platformen waar de gebruikers samen met de eigenaren de inhoud verzorgen.

Zoekmachine optimalisatie (SEO)

Optimaliseren van een website voor zoekmachines zoals Google.



Ambitions

passion means impact

Inleiding

Ambitions is een fullservice communicatiebureau. Om de klant te voorzien van digitale scholing binnen internet marketing is Market-i opgezet. Market-i gaat de kennis van internet marketing bij marketeers op een hoger niveau brengen. Zodat een marketeer zelf een internet marketingcampagne kan opzetten na aanleiding van een goede strategie.

Het is essentieel dat een marketeer zelf zijn campagne kan opzetten, omdat Ambitions geen tijd heeft om elke marketeer persoonlijk te scholen.

Om alle sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen goed in kaart te brengen is er een SWOT analyse uitgevoerd over e-learning binnen het internet marketing domein. Vanuit deze analyse is verder gekeken naar de methodes en trends binnen e-learning die het mogelijk maken de cursist van scholing te voorzien.

Na aanleiding van een tijdspanne is het concept beschreven met de functionaliteiten en het ontwerp. Binnen de methodes en trends komen de volgende hoofdstukken aanbod.

In hoofdstuk 4 komen social learning, blended learning en self-servie learning aanbod.

In paragraaf 6.1 worden de mogelijkheden van ebooks beschreven. Deze kunnen tegenwoordig namelijk audiovisueel, interactief en sociale elementen bevatten.

Paragraaf 6.2 bevat informatie over mobile learning. In het eerste kwartaal van 2011 gingen er maar liefst 371 miljoen telefoons over de toonbank.

Paragraaf 6.3 tot en met 6.6 beschrijft de vier ontwikkelingen op het gebied van de verwachte trends binnen e-learning.

De eerste trend is augmented reality, een virtuele laag over de werkelijkheid, als tweede Game based learning. Door de nieuwe grafische mogelijkheden steeds aantrekkelijker. Vooral in combinatie met sociale elementen kan het prachtige resultaten opleveren.

De derde toekomstige trend is Gesture-based computing. Gesture-based computing is een manier om interactie te hebben via een computer. Er wordt geen gebruik gemaakt van de traditionele controller, muis en/of toetsenbord. Voorbeelden hiervan zijn de Wii en XBOX Kinect.

De laatste trends is analytics learning. Door verschillende rekenmodellen kunnen computers met informatie en gegevens berekenen waar knelpunten binnen een opleiding zitten.

In het laatste hoofdstuk wordt het ontwerp van nieuwe situatie uitgelegd.

1) Het Bedrijf

Ambitions

Ambitions, het bedrijf waar het afstudeerproject wordt uitgevoerd, is gevestigd in 's-Hertogenbosch. Het ging in 1983 van start als DDJ Advertising. In 2001 werd dit omgedoopt tot Ambitions. Momenteel bestaat het bedrijf uit zo'n 20 mensen.

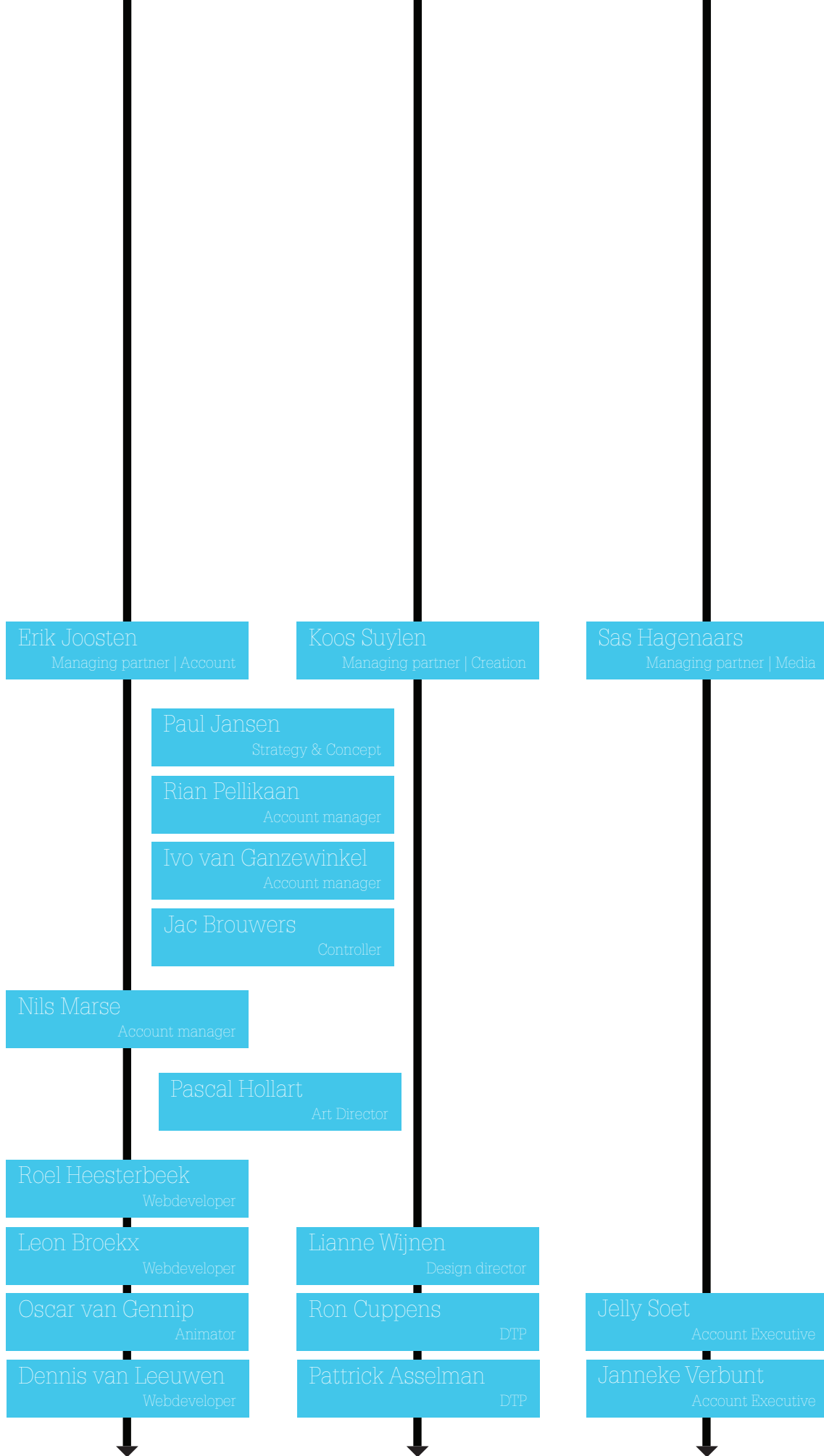
Ambitions is een fullservice communicatiebureau dat de ambities van opdrachtgevers graag omzet in resultaten. Of het nu gaat om business-to-business, consumentenproducten, voorlichting in de zorgsector of arbeidsmarktcommunicatie. Het multidisciplinaire team van 20 medewerkers kan opdrachtgevers in de volle breedte van dienst zijn met onder meer strategie, conceptontwikkeling, design en offline en online realisatie. Natuurlijk is creativiteit daarbij een belangrijke voorwaarde, maar uiteindelijk willen onze opdrachtgevers maar één ding: oplossingen waarmee ze hun doelgroep bereiken en kunnen beïnvloeden, wat leidt tot concreet resultaat.

Mijn situatie

Tijdens mijn afstudeerproject ben ik werkzaam geweest bij Webconstruction, een dochterbedrijf van Ambitions. Deze afdeling bevindt zich bovenin het pand van Ambitions. Webconstruction verzorgt diverse digitale media, waaronder websites, nieuwsbrieven, bedrijfspresentaties en animaties.

Samen met drie andere collega's heb ik voornamelijk meegewerkt aan het tot stand komen van nieuwe websites voor klanten van Ambitions en Webconstruction. Hiervoor heb ik gewerkt met programmatuur zoals Adobe Dreamweaver, Photoshop en Flash en met het CMS Dynaweb. Het betreft meestal het maken van flashanimaties.

Tegen het einde van mijn stage werd ik echter steeds meer betrokken met de internet marketing van website's. Aangezien ik veel informatie over dit onderwerp had gelezen kon ik merken dat ik me er steeds meer in specialiseerde. Ik mocht helpen met het integreren van social media en het optimaliseren van bepaalde pagina's.



2) De Opdracht

Situatie

Steeds meer marketeers beginnen de kracht van internet marketing te zien. Het werven van klanten krijgt hierdoor een hele nieuwe dimensie. De algemene kennis van de klanten op het gebied van internet marketing is dermate laag dat er een hoop aandacht nodig is om de beginselen bij te brengen. Helaas heeft Ambitions niet de tijd om elke marketeer persoonlijk deze aandacht te geven.

Probleemstelling

Hoe kan Ambitions de algemene kennis van m.k.b. klanten met betrekking tot internet marketing via e-learning verbeteren?

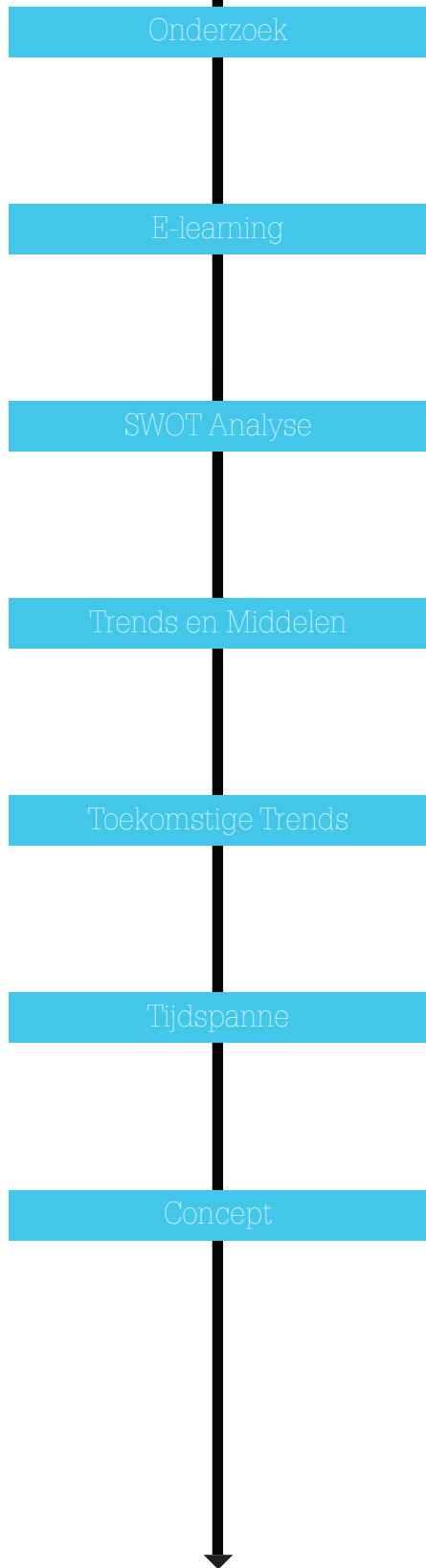
Deelvragen

- Wat zijn de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van e-learning?
- Wat zijn de trends binnen e-learning?
- Wat zijn de digitale middelen voor e-learning?

Onderzoeksmethodieken

Dit onderzoek is gebaseerd op desk research. Er wordt gekeken naar trends en middelen binnen e-learning. De bronnen zijn te vinden in het hoofdstuk "bronnen".





3) E-learning

Dit hoofdstuk bevat een uitleg over e-learning. Naast de algemene informatie is er een sterkte en zwakte analyse uitgevoerd over e-learning binnen het internet marketing domein.

3.1) Algemene informatie

E-learning is een afkorting van enterprise learning. Onder enterprise learning verstaan we het leren via een digitale omgeving. Deze digitale omgeving kan veel verschillende varianten hebben. De term e-learning wordt vanaf 1999 gebruikt. Door de nieuwe ontwikkelingen en breedbandverbindingen maken steeds meer mensen gebruik van digitale omgevingen. Volgens de statistieken van het Stir internet jaarboek blijkt dat de leeftijdsgroep van 13-34 een stijging van 22 procent heeft, 35-49 een stijging van 7 procent en 50+ een stijging van 19 procent ten opzichte van het internet gebruik van het jaar ervoor.

Met deze SWOT analyse worden sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen beschreven. Deze worden in het concept teruggekoppeld.

SWOT analyse van e-learning als training methode binnen het internet marketing domein.

Interne Sterktes	Interne Zwaktes
Het nieuwe werken	Contact leraar
Sneller afronden van een opleiding	Leren via een beeldscherm
Geen reistijd	School atmosfeer
Externe mogelijkheden	Externe bedreigingen
Kosten	Informatie overkill
Actuele kennis	Motivatie
Samenwerkend leren	Contentontwikkeling

3.2.1) Sterktes

Het nieuwe werken

In het nieuwe werken gaan mensen en organisaties flexibeler om met arbeidstijd en werkomgeving. Hierdoor is het nieuwe werken een sterkte voor e-learning. Medewerkers staan te popelen om te beginnen aan het nieuwe werken. Vooral omdat privé en zakelijk goed kan worden afgestemd.

In het onderzoek van Kluwer met als doelgroep werknemers in een kantooromgeving met meer dan tien personen blijkt dat 92 procent van de ondervraagde in 2011 wist wat de betekenis was van het nieuwe werken. In tegenstelling tot 82 procent in 2010 en 50 procent in 2009. De leeftijd geeft geen verschil qua reactie.

De meeste werknemers uit dit onderzoek van Kluwer associëren het nieuwe werken met “meer flexibiliteit en vrijheid”. 78 procent geeft in het onderzoek aan het niet erg te vinden om in het weekend te werken. Populaire plekken om te werken zijn het kantoor, thuis of onderweg. Aangezien negen op de tien mensen weet wat het nieuwe werken is en 78 procent aangeeft het niet erg vindt om in de weekenden te werken blijkt dat de werknemer graag wil profiteren van het ‘het nieuwe werken’. Hierdoor is de mogelijkheid om het nieuwe werken toe te passen een sterkte voor Market-I.

Sneller afronden van de opleiding

Het sneller afronden van de opleiding kan zowel op persoonlijk vlak voordelen hebben als via een groep. Dankzij e-learning is het mogelijk om meerdere medewerkers in korte tijd te trainen. De trainer kan digitaal zoveel mensen bereiken als nodig is.

Daarnaast is de cursist niet afhankelijk van een schoolprogramma. Binnen een school werken ze met semesters en zodra je een periode heb afgerond kun je door naar het volgende jaar. E-learning stelt de cursist in staat gebruik te maken van on demand services. On demand laat de cursist de stof op elk gewenst moment bekijken. Tijdens het kijken kan de stof gepauzeerd, door en terug gespoeld worden.

Naast het eenvoudig versnellen van de cursus is realtime toetsing ook een groot voordeel. De computer kan namelijk het werk meteen nakijken en binnen enkele seconden aangeven wat er allemaal goed en fout is. In tegenstelling tot de traditionele werkwijze waarin een docent de opdracht moet nakijken.

Wegvallen van afstanden

E-learning vereist geen reistijd. In Nederland besteedt elke arbeider 28 minuten per dag aan reizen dit blijkt uit het Regus Business Tracker-onderzoek. Van de mensen die dagelijks meer dan een uur onderweg zijn, denkt 39 procent erover na om over te gaan naar een andere baan.

Geen reistijd biedt zowel voordelen voor een werknemer als voor een werkgever. Een cursist hoeft namelijk niet meer naar een externe locatie voor scholing en vermindert daardoor een hoop ellende qua files. Daarnaast kan er thuis en op het kantoor geleerd worden waardoor de baas op elk gewenst moment nog kan beschikken over de diensten van zijn werknemer. De on-demand services stelt de cursist in staat op elk gewenst moment de training stil te zetten en weer voort te zetten.

Doordat er thuis en op het werk geleerd kan worden ontmoet je geen mede cursisten die hetzelfde proces mee maken. Echter bij e-learning is de geografische afstand te verwaarlozen.

3.2.2) Zwaktes

Contact leraar

Door gebruik te maken van e-learning zal er een stuk minder live face time zijn met een leraar. In de traditionele manier van lesgeven is er altijd een mogelijkheid om direct vragen te stellen. Dit kan gaan zorgen voor vertraging, aangezien je niet direct antwoord krijgt op je vragen.

Het is belangrijk om dit contact te stimuleren. Er kunnen met e-learning vragen worden gesteld via een forum of via een reactieformulier. Echter zijn deze methodes traag aangezien ze in de meeste gevallen persoonlijk beantwoord moeten worden. Webinars geven de mogelijkheid om direct vragen te stellen over een onderwerp.

Leren via een beeldscherm

Het leren via een beeldscherm brengt twee factoren met zich mee die van invloed kunnen zijn om het prettig ervaren van leren. Allereerst is er een grote kans op RSI. Uit het onderzoek van TNO Arbeid blijkt 20 tot 40 procent van de mensen hier last van krijgt. RSI zijn meestal chronische aandoeningen van of klachten aan nek, schouder en armen.

Naast de kans op RSI geeft het een kans op visuele vermoeidheid.

In het weblog van "Bits" van de New York Times werd onlangs een artikel geschreven over de invloed van de digitale middelen op onze ogen. Hierin kwam naar voren dat lezen via een digitaal scherm vermoeiender is dan normaal computergebruik, omdat we hierdoor langer staren naar hetzelfde punt op het beeldscherm en hierdoor minder knipperen met onze ogen.

Daarnaast is 3D-kijken heel erg in opkomst. Het beeld wordt hierdoor snel op het linker en rechteroog geprojecteerd. Voor onze ogen is dit onnatuurlijk en daardoor heel inspannend. Uiteindelijk kan het zelfs misselijkheid opleveren.

School atmosfeer

Zodra je gebruik gaat maken van e-learning is de kans groot dat je alleen aan je leerprogramma werkt.

Hierdoor heb je geen fysieke communicatie. Door interactie over vragen en lesstof kan fysieke communicatie juist een manier zijn om extra kennis te ontwikkelen. Skype stelt ons echter in staat om te communiceren met een persoon waar en wanneer je maar wilt.

De school atmosfeer kan snel worden bevorderd door gebruik te maken van opdrachten die in een teamverband opgelost moeten worden.

3.2.3) Kansen

Kosten

De kosten voor een e-learning programma kunnen drastisch lager liggen dan een live trainingsprogramma. Dit is te verklaren omdat de lesstof meerdere keren gebruikt kan worden en de specialist dus minder ingehuurd hoeft te worden.

Actuele kennis

De informatie kan bij e-learning heel goed up to date zijn. Zodra er veranderingen komen binnen een bepaald onderdeel. Dan zijn de teksten zo aangepast. Bij video's is dit uiteraard wat lastiger.

Samenwerkend leren

Het samen werken naar een doel, kan een goede stimulans zijn om extra stof tot je te nemen. Het is goed voor bepaalde competenties om goed te kunnen samenwerken met andere mensen. Daarnaast kun je elkaar stimuleren om door te blijven gaan. Het leren van elkaar is daarin ook heel belangrijk.

3.2.4) Bedreigingen

Informatie overkill

Tegenwoordig is er enorm veel informatie op het internet te vinden. SIDN, het bedrijf wat de domeinnamen registreert heeft momenteel 4.192.454 domeinen in het bestand staan. In 2010 kwamen hier 514.230 domeinen bij. Deze enorm groei is goed te verklaren door de digitalisering van de samenleving. Steeds meer mensen gaan gebruik maken van het internet.

Daarnaast is het tegenwoordig ook een stuk makkelijker om een website te maken. Met de website van Wordpress kan iemand zonder technische kennis een website maken.

Al deze domeinnamen verzorgen enorm veel informatie. Het is dus belangrijk dat de cursist alle informatie duidelijk en gestructureerd voor zich krijgt. Anders is de kans dat de cursist door de bomen het bos niet meer ziet heel groot.

Motivatie

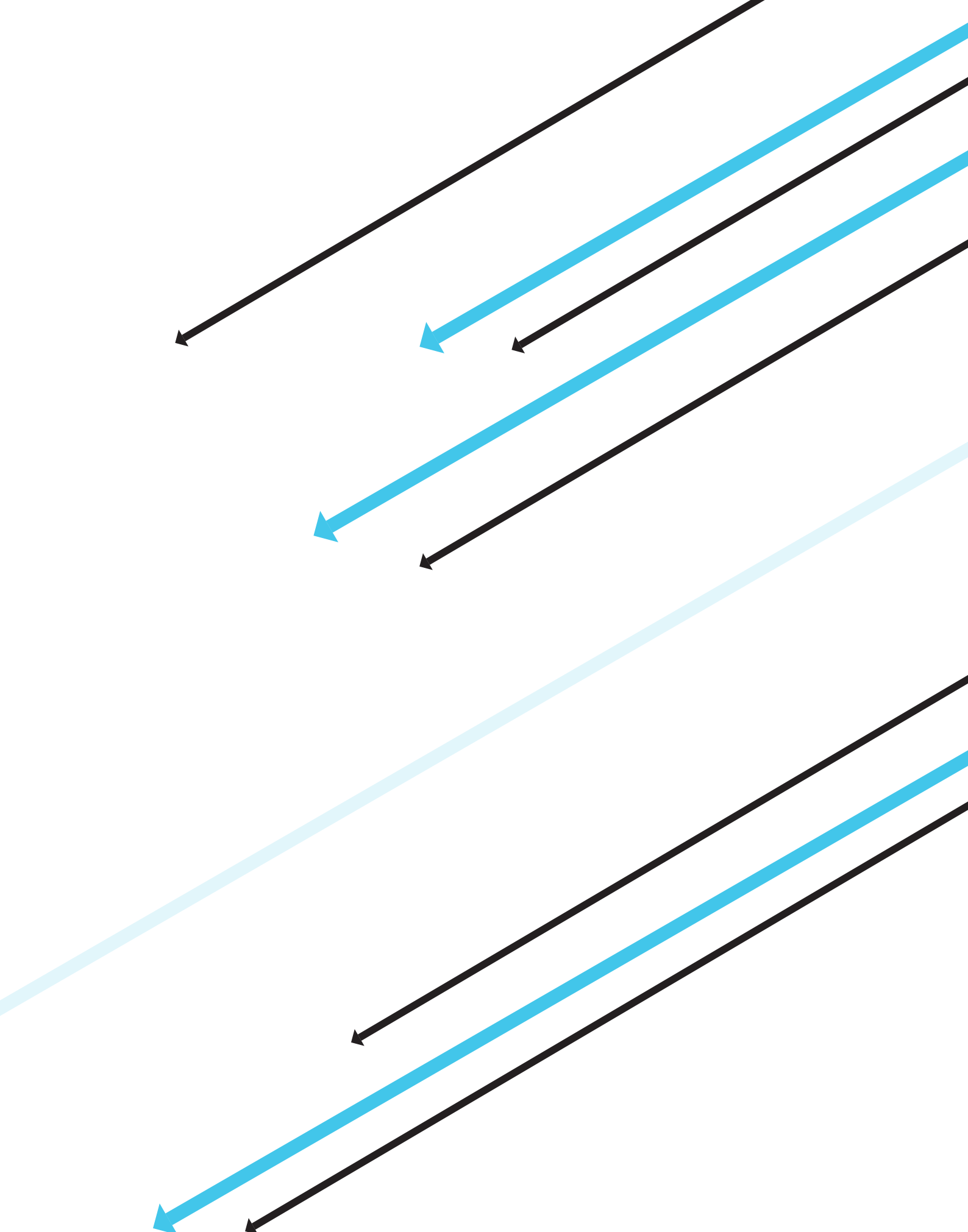
Een hele grote bedreiging is de motivatie van de cursist. Deze is namelijk minder goed te monitoren. Het inloggen is wel te traceren, maar zal nooit zo nauwkeurig zijn als een leraar die in de klas staat.

Daarnaast is de kans op afleiding op het internet een stuk groter dan in de een fysieke klas. Tegenwoordig zit heel het internet vol met reclame. In Amerika zijn alleen al in het eerste kwartaal van 2010 al 1,11 biljoen display advertenties vertoont. Dit is een schokkend aantal van 3500 per persoon.

Naast de reclame is de stap naar de emailinbox binnen een klik gemaakt.

Contentontwikkeling

De contentontwikkeling kan een bedreiging zijn. Het creëren van goede content in de vorm van teksten, ebooks en video's is tijdrovend. Concurrente websites kunnen meer updates plaatsen waardoor de content oud overkomt op de cursist.



4) Trends binnen e-learning

Dit hoofdstuk bevat de resultaten uit het onderzoek naar de huidige trends binnen e-learning en de daaraan gekoppelde middelen.

Social Learning

Social learning is het verschaffen van leerstof via Web 2.0. Het is een hype om via web 2.0 (fora, chat, blogs, wiki's en video's) informeel kennis te delen. Deze hype wordt versterkt door de koppeling naar social media tools zoals Twitter, Facebook en LinkedIn. Het actief zijn met de stof door interactie levert meer betrokkenheid op van de cursist.

Bij social learning ontstaat er een band tussen de leraren en cursisten. Door deelname aan communities ontvangen cursisten persoonlijke begeleiding door collega deelnemers, door cursusbegeleiders en door specialisten. Daarnaast is bij social learning de geografische afstand van cursisten te verwaarlozen.

Blended learning

Het combineren van c-learning (Classroom-learning) en e-learning. Traditionele les methodes zoals colleges, workshops en cursussen worden steeds meer aangevuld door online omgevingen waar meer informatie op staat. Zoals aanvullende modules, forums en presentaties die online terug te vinden zijn.

Self-service learning

Het flexibel samenstellen van het leerpakket. Hierdoor kan een cursist leren wanneer hij zelf wil. Hierdoor ontstaan individuele leerroutes. De cursist kan gemakkelijk zijn eigen training samenstellen waardoor hij alles kan toespitsen op de persoonlijke behoefte.

In combinatie met blended learning en social learning kan de cursist steeds makkelijk op een gewenst moment aan kennis toereiken. Opleiders zoals LOI en NTI adverteren werken hier al mee. Daarnaast geeft bijvoorbeeld KLM bij vluchten gratis WIFI om altijd "online" te zijn.

5) Huidige middelen

Aan de huidige trends zijn middelen gekoppeld. Deze zijn in dit hoofdstuk te lezen.

Boek

Een boek is de meest gebruikte methode om lesstof over te brengen naar cursisten. Je bent zelf verantwoordelijk voor je leerproces en er zal een fysiek persoon nodig zijn om de kennis te testen. Een traditioneel medium waar geen interactie ontstaat om extra kennis te ontwikkelen en te testen.

DVD's

Vaak worden er extra trainingen/lessen aangeboden die cursisten kunnen kijken op een dvd. Hierdoor zijn cursisten in staat de trainingen te bekijken op een dvd speler waar en wanneer zij willen. Een effectieve leerplek is namelijk beter om informatie tot je te nemen.

Blog

Een website met dynamische content. Een blog maakt het mogelijk om jouw mening en visie op het internet te zetten. Daarnaast is een blog een sterk medium om discussies en dialogen te veroorzaken.

Webinars

Een webinar is een online training door middel van een videostream. Een webinar is live en er wordt meestal een presentatie gegeven. Na deze presentatie is er een mogelijkheid om vragen te stellen.

Een webinar is interactief, omdat je live naar iemand aan het kijken bent. Je hebt hierdoor het gevoel dat je naar een leraar kijkt en hierdoor interactie kan ondergaan. Er is door e-learning steeds minder contact met de leraar en een webinar behoudt dit contact.



6) Verwachte trends binnen e-learning

Deze paragraaf bevat de resultaten uit het onderzoek naar de toekomstige trends binnen e-learning. Aan de hand van deze resultaten wordt in het volgende hoofdstuk een korte en lange termijn realisatie geschetst.

6.1) Ebooks

Ondertussen worden ebooks geaccepteerd in de consumenten wereld. Ebooks worden tegenwoordig alleen gebruikt als kopie van een fysiek boek, maar ebooks kunnen audiovisueel, interactief en sociale elementen bevatten. Deze mogelijkheden verbreden de leeservaring en dagen de definitie van lezen uit.

6.2) Mobile learning

Een recent onderzoek van mobiThinking laat zien dat in 2010, 5.3 biljoen mobiele gebruikers zijn geregistreerd. Dit is 77 procent van alle mensen op de wereld. Misschien nog belangrijker is dat in Japan 75 procent van de mensen de voorkeur heeft om te internetten via een mobile devices. Deze verandering brengt de volgende trends met zich mee. Het groeiende aantal devices met internet verbinding, flexibele web content en verbeterde netwerken.

Dat de aantallen mobile devices enorm aan het groeien zijn kunnen we verklaren door het onderzoek van International Data Corporation. Het eerste kwartaal van 2011 werden er maar liefst 371 miljoen telefoons verkocht. Dit is bijna 20 procent meer dan hetzelfde kwartaal vorig jaar. Apple is de snelste groeier. Apple heeft zijn marktaandeel bijna verdubbeld van 2,8 naar 5 procent. Daarnaast is Apple tot meest waardevol bedrijf uitgeroepen door het onderzoeksbureau van Millward Brown.

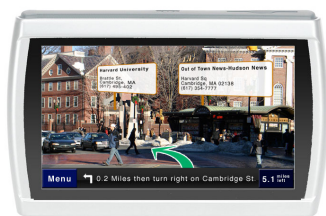
Deze devices integreren flexibele web content zoals websurfing, applicaties en interfaces. Deze opties worden steeds meer gebruikt door producers en kunnen hierdoor compleet nieuwe ervaringen geven aan de beleving.

6.3) Augmented reality

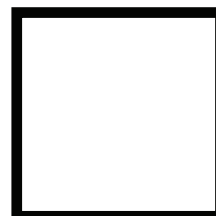
Augmented Reality (AR) is gebaseerd op een computer gestuurde laag(layer) die informatie plaats over de werkelijke wereld. Een voorbeeld van AR is te zien op afbeelding 1.1.

Er zijn momenteel twee AR methodes.

Als eerste kijkt een device naar het visuele veld van een camera. Zodra er een "marker" aanwezig is weet de software dat hij specifieke informatie moet weergeven. Een marker is weergegeven in afbeelding 1.2. Doordat AR zich verder ontwikkelt krijgt de marker een hele andere functie. De software begint namelijk ook werkelijke beelden te herkennen en is hierdoor een stuk flexibeler en minder afhankelijk van een marker.



afbeelding 1.1



afbeelding 1.2

Als tweede heb je de locatie gerichte AR. Deze maakt gebruik van de GPS en het kompas. Hierdoor weet de software waar bepaalde objecten staan die extra informatie beschikken.

30 jaar geleden was er al een beeldscherm wat op het hoofd gezet kon worden. Met dit beeldscherm kon er een virtuele laag over de werkelijke wereld geplaatst worden. Echter door de ontwikkelingen op het gebied van verbindingen en telefoons wordt het steeds meer geaccepteerd. Deze nieuwe ontwikkelingen helpen AR te evolueren.

Daarnaast reageert AR op de gebruikersinput. AR is namelijk een actieve technologie. Het kan gebruikt worden om dingen te begrijpen na een bepaalde interactie met een virtueel object ondersteund door data uit het echte leven.

6.4) Game based learning

Leren na aanleiding van een spelvorm is sinds 2003 serieus genomen toen James Gee voor het eerst beschreef wat de impact van gaming was ten opzichte van een bepaalde situatie. De potentie van leren via games neemt alleen maar toe, door de diversiteit en mogelijkheden van games. Gamen is een algemeen begrip. Het reikt uit van simpele pen en papier spellen zoals woordzoeker tot aan complexe MMO (massive multiplayer online) spellen met miljoenen spelers.

Binnen game-based learning zijn er interessante trends die bepalen wanneer een gamer betrokken raakt bij een game ongeacht de leeftijd of het geslacht. Het werken naar een doel, het bereiken van een succes, de mogelijkheid om problemen op te lossen en het samenwerken met anderen.

Vanuit de educatie kunnen we gamen opsplitsen in 3 groepen. Spellen die niet digitaal zijn, spellen die digitaal zijn, maar geen menselijke interactie realiseren en interactieve spellen.

Onder spellen die niet digitaal zijn vallen spelletjes die al in de klas gebruikt worden als aanvullende scholingsmiddelen. Digitale spellen zonder interactie zijn spellen die ontworpen zijn

voor computers en consoles zoals de Playstation, Wii en Xbox. Onder interactie games verstaan we digitale games die onderlinge communicatie realiseren, dus een manier om te communiceren met anderen over bepaalde doelen in een spel.

Extreem interessant zijn de ontwikkelingen op het gebied van MMO. Deze zijn er momenteel alleen nog maar voor gaming en nog niet puur voor educatie. Deze spellen brengen enorm veel mensen bij elkaar die samenwerken om problemen op te lossen.

Deze zijn meestal doel gebonden. Je werkt vanuit een verhaallijn naar een einde toe dat je samen tot een goed einde kan brengen. Wat MMO vooral zo'n succes maakt is de diversiteit aan activiteiten die je op je weg tegenkomt.

6.5) Gesture-based learning

Dankzij de Nintendo Wii, Apple Iphone en de Ipad heeft iedereen wel eens in contact gestaan met gesture based computing. Gesture base computing is een manier om interactie te hebben met een computer. Er wordt niet gebruik gemaakt van de traditionele controller, muis en/of toetsenbord.

Het aantal games en devices dat inmiddels gebruik maakt van gesture blijven zich ontwikkelen en brengen hierdoor een complete aura van nieuwe interfaces met zich mee.


Alhoewel de complete gesture based computing binnen educatie nog jaren op zicht moet laten wachten, moet het niet onderschat worden. Helemaal niet voor die nieuwe generatie die er aan komt. Deze studenten zullen automatisch al gebruik maken van aanraken, drukken, slepen, springen en bewegen voor het verkrijgen van extra informatie.

De eerste kennismaking met gesture based computing is voor veel mensen de film Minority Report geweest. Hierin kon Tom Cruise met gebaren bepaalde informatie verkrijgen in zijn gezichtsveld.

De maker kwam op de TED 2010 met de G-Speak. Dit was een non-fictie versie van die gebruikt werd in Minority Report. De G-Speak controleert de bewegingen en laat gebruikers hierdoor drie objecten in de lucht manipuleren.

Gesture-based computing wordt op dit moment ingevuld door Kinect van de XBOX 360. Deze verkent constant bewegingen van mensen in de game.

Zo zit er bij sommige telefoons al iDENT technologie ingebouwd. Dit is software die ervoor zorgt dat als je je telefoon naar je oor tilt je het gesprek opneemt en zodra je hem snel weer naar beneden haalt het gesprek annuleert.



Momenteel wordt Gesture based computing vooral gebruikt voor gaming, maar het is perfect geschikt om te simuleren en te trainen.

6.6) Analytics learning

Learning analytics kijkt naar informatie die verzameld is bij cursisten die hetzelfde proces of opleiding hebben doorlopen.

Statistieken, interpretaties en modellen die ervoor zorgen dat onderwijzen en leren beter begrepen worden. Door deze informatie te analyseren is het mogelijk om het toekomstige leerproces te voorspellen en hierdoor struikelblokken kan detecteren die voor problemen kunnen gaan zorgen. Het op maat maken van trainingstrajecten voor individuele studenten na aanleiding van bepaalde condities.

Deze data wordt verzameld van cursisten die assessments en examens maken. Daarnaast wordt er gekeken naar sociale interactie, zoals posts, discussies op forums en activiteiten die niet direct te maken hebben met school zoals Facebook. Voor analytics learning is het vastleggen van dagelijkse statistieken essentieel. Het uiteindelijke doel van learning analytics is inzicht te krijgen in het niveau van de cursist, zodat elke cursist een op maat gemaakte opleiding kan krijgen.

7) Conclusie en uitsluitingen e-learning

Korte termijn realisatie

Ambitions kan via een blog de algemene kennis van m.k.b. klanten met betrekking tot internet marketing verbeteren. Dit blog zorgt voor social learning. De interactie die ontstaat geeft cursisten de mogelijkheid om te leren van elkaar onder begeleiding van specialisten. De content is hierdoor dynamisch wat ervoor zorgt dat de lesstof altijd up to date is en snel kan insprijgen op trends en veranderingen.

De content moet flexibel te benaderen zijn. De cursist moet in staat zijn self-service learning toe te passen. Hierdoor kan hij zijn eigen leerroute bepalen en toespitsen op zijn individuele behoefte.

Naast het flexibel samenstellen van de leerroute moet de stof te bereiken zijn via elke locatie. Om ervoor te zorgen dat het trainingsprogramma een lange levensduur heeft is er een tijdspannen uitgewerkt om een strategie te creëren. Binnen deze strategie zijn ook de digitale middelen beschreven.

Lange termijn

Binnen 12 maanden

Ebooks en mobile learning zullen worden geaccepteerd door uitgeverij en scholen. De definitie van een ebook zal gaan veranderen. In de meeste gevallen is een ebook een kopie van een fysiek boek. Een ebook zal in de toekomst te vergelijken zijn met een applicatie die ondersteund wordt door audio, interactief zal zijn en sociale elementen zal bevatten. In combinatie met een tablet kan men werken waar en wanneer men maar wilt.

Er zal een applicatie ontwikkeld worden die gebruik maakt van de bestanden die nu geïmplementeerd worden in het blog. Deze applicatie is geschikt voor mobile learning en moet beschikken over een eigen interface.

Binnen 2 a 3 jaar

Game based learning zal worden toegepast binnen e-learning. Een game is niet letterlijk te vertalen in een spel zoals we die nu gebruiken op de computer. We gebruiken de elementen die een spel succesvol maken. Het werken naar een doel, het bereiken van een succes, de mogelijkheid om problemen op te lossen en het samenwerken met anderen.

Market-i zal zich dus meer gaan focussen op een leeromgevingen waar vele cursisten tegelijk aan een probleem werken en samen prestaties halen.

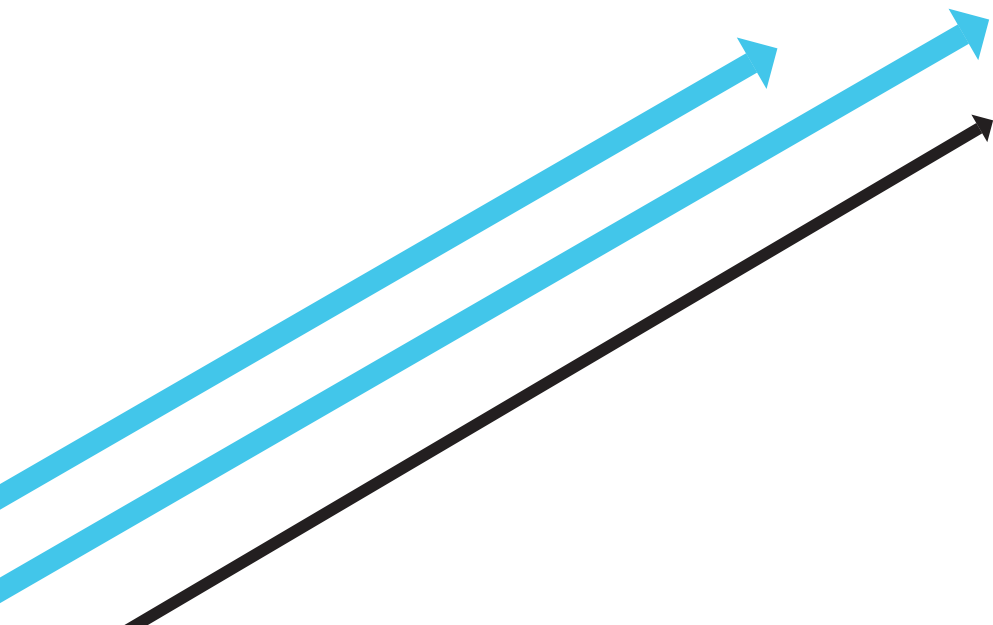
Binnen 4 a 5 jaar

Learning analytics zal worden geïmplementeerd binnen e-learning. De gegevens en ervaringen van cursisten zullen worden opgeslagen. De statistieken, interpretaties en modellen zorgen ervoor dat computermodellen snel en ontwikkelpunten berekenen voor een individu. Het uiteindelijke doel van learning analytics is inzicht te krijgen in het niveau van de cursist, zodat elke cursist een op maat gemaakte opleiding kan krijgen.

Uitsluitingen

Augmented reality(AR) zal niet worden toegepast binnen Market-i. AR creëert een virtuele laag over de werkelijke wereld. Momenteel wordt er alleen gewerkt van een beeldscherm en hierdoor is AR geen toegevoegde waarde. De principes van AR zijn wel sterk. Het leren na aanleiding van een bepaalde handleiding die je fysiek verricht.

Naast Augmented reality zal Gesture based learning ook niet worden toegepast. Gesture based learning stelt de gebruiker in staat om complexe bewegingen te maken die niet te realiseren zijn met de normale muis. Echter heeft het momenteel geen potentie binnen het trainingsprogramma van Market-I, omdat er geen complexe bewegingen vereist zijn.



8) Concept

Binnen het concept zal de terugkoppeling plaats vinden op de SWOT analyse. Om ervoor te zorgen dat alle knelpunten en kansen zijn beschreven.

Er is gekozen om dit trainingsprogramma los van Ambitions te ontwikkelen, omdat dit met het Webconstruction ook is gebeurd. Webconstruction is een dochterbedrijf en uit zich als internet expert.

Internet marketing is net zoals webdevelopment een apart vak en hierdoor is er gekozen om deze net zoals Webconstruction los van Ambitions op te zetten. Voor de naamgeving is er gekozen voor Market-i. De i wordt ugesproken als eye en staat voor internet.

Dennis zal verantwoordelijk zijn het proces binnen Market-I. Het is een risico om afhankelijk te zijn van een persoon. Alleen alles wordt zo ontwikkeld dat er makkelijk iemand aangesteld kan worden die deze positie kan overnemen.

Zoals beschreven in de korte termijn realisatie kan Ambitions het beste een blog opzetten. Een blog maakt gebruik van social learning.

Social learning

Het samenwerkend leren is een belangrijk aspect binnen een school atmosfeer. Er zal dan ook gestimuleerd worden om bepaalde onderdelen met meerdere cursisten te delen. Het is namelijk belangrijk voor de voortgang dat cursisten hun ervaringen kunnen delen met andere cursisten. Dit zal zowel via het forum gebeuren als via Facebook.

Om nog steeds contact te behouden met een specialist zullen er webinars gegeven worden die aansluiten bij een desbetreffende onderwerp. Na deze webinars zal er altijd tijd zijn om vragen te stellen. Deze webinars moeten ook een stukje school atmosfeer gaan realiseren. Aangezien deze ontbreekt bij e-learning.

Bereikbaarheid

Het blog moet vanaf elke locatie en device bereikbaar zijn. De cursist moet namelijk in staat zijn het nieuwe werken toe te passen. Hierdoor kan de cursist zijn reistijd aanzienlijk verkleinen.

Content

De contentontwikkeling zal plaats vinden binnen Ambitions. Er zal gebruik gemaakt worden van website's zoals Frankwatching en Marketingfacts. Hier staan kwalitatief hoge artikels op en worden meestal ondersteund door goede bronnen. De content moet een directe vertaling hebben naar een markt.

Het is belangrijk dat de content goed wordt opgesplitst in verschillende modules. Met modules is het mogelijk de content gestructureerd over te brengen op de cursist. De kans op een informatie overkill is namelijk heel groot. Er wordt veel over dit onderwerp geschreven. De structuur wordt aangebracht door gebruik te maken van een dashboard. Op dit dashboard zullen buttons zitten waarna je een specifiek onderwerp precies uitgelegd krijgt. In deze uitleg zal gebruik gemaakt worden van teksten, ebooks en video's.

Doordat alle content via een dashboard te bereiken is kan de cursist zelf zijn leertempo bepalen. Hij kan er dus zelf voor kiezen of hij de opleiding snel wil afronden of dat hij er rustig wat tijd in de week aan spendeert.

Om te voorkomen dat de cursist visuele vermoeidheid krijgt zal het mogelijk zijn om de webpagina's uit te printen via een simpele knop onder de pagina. Het streven is er om alle informatie bij te leveren in een ebook. Alleen dit is een lange termijn realisatie.

Klantenwerving en Verdienmodel

Het blog zal gratis worden uitgereikt aan alle m.k.b. klanten binnen Ambitions. De klanten krijgen voor elke module een maand gratis toegang. In deze periode kan de klant en dus cursist zelf bepalen of de content op het blog waardevol is voor zijn bedrijf.

Zodra de klant een maand gratis toegang heeft tot een specifieke module zal er emailmarketing worden toegepast om bepaalde elementen en case studies door te sturen. Deze emailtjes worden van tevoren klaar gemaakt en klaargezet in de software van Getresponse. Deze stelt Market-i in staat om automatisch te emailen na een aantal dagen die er worden ingegeven.

Na deze maand zal de klant voor bepaalde modules moeten gaan betalen. De kosten van een module zijn variabel en worden bepaald door de moeilijkheidsgraad van de opdracht. De modules worden eenmalig aangeschaft en automatisch bijgehouden.

Doelgroep

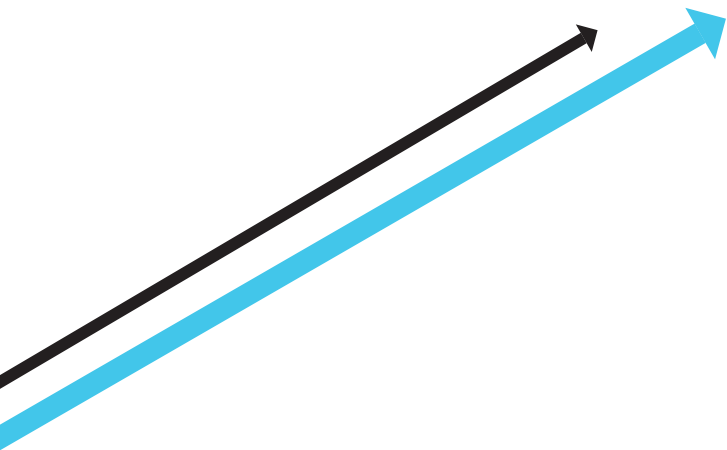
Zoals beschreven in de probleemstelling is het trainingsprogramma ontwikkeld als extra dienst voor m.k.b. klanten van Ambitions. De klanten hebben de stap al genomen om iets te kopen bij Ambitions en zullen dus ook sneller iets aannemen na aanleiding van een goede relatie die er ontstaan is in de samenwerking.

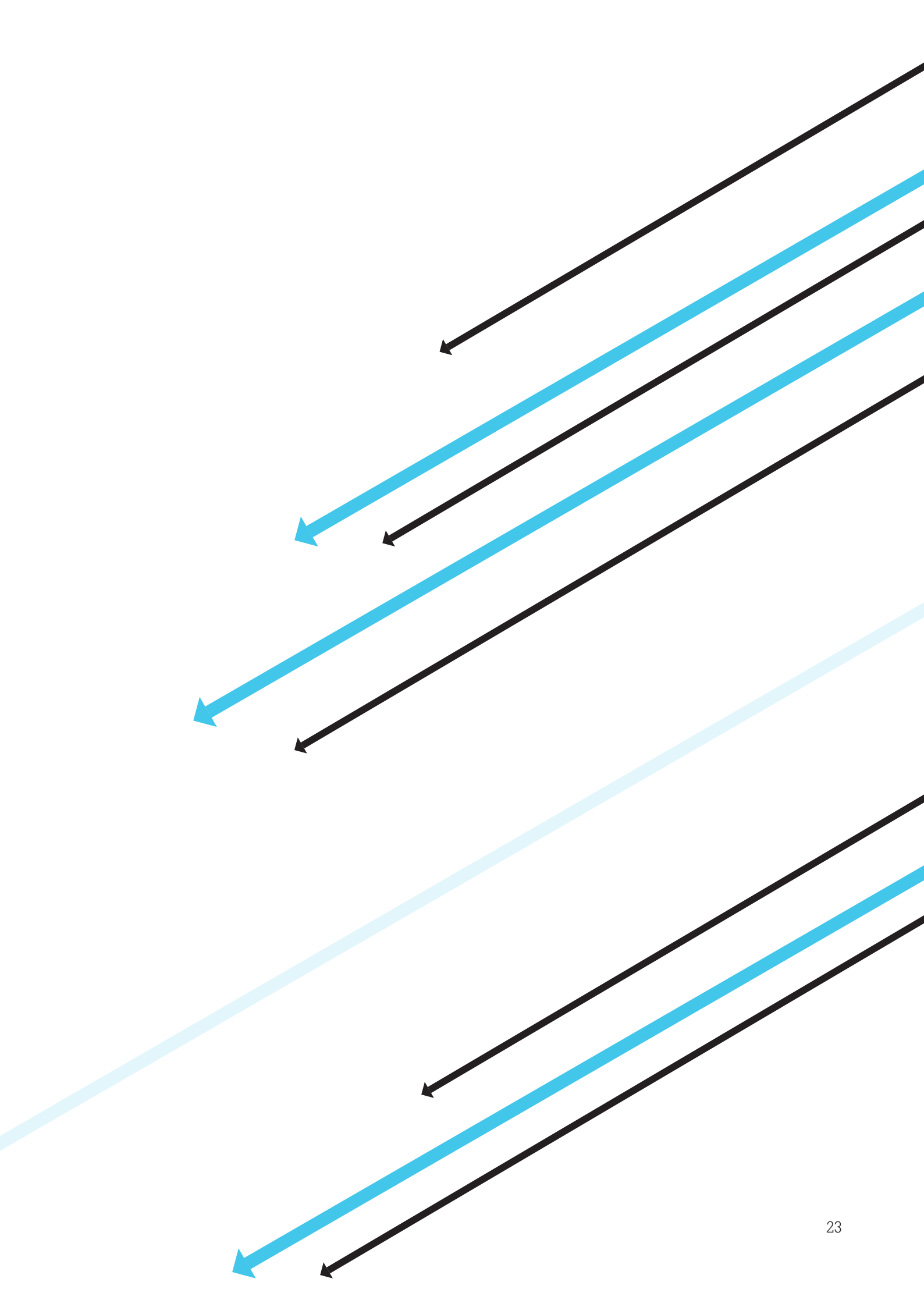
Maatwerk

Binnen de huidige klantenkring van Ambitions zal er vraag zijn naar modules die op maat gemaakt worden. De lange termijn visies en aanbevelingen zijn niet gericht op maatwerk. Mocht er voor een bepaalde klant een uitzondering gemaakt worden dan kan de visie voor die klant veranderen. De visie is enkel gericht op m.k.b. klanten.

Secundaire doelgroep

Zoals beschreven in het onderdeel maatwerk kan het zijn dat er modules ontwikkelt moeten worden gebaseerd op persoonlijke behoefte van een klant. In dit geval kunnen we spreken van een secundaire doelgroep. In deze situatie zullen de trends dus opnieuw worden bekeken.





9) Ontwikkelen nieuwe situatie

In het vorige hoofdstuk is het concept beschreven. De onderdelen en functionaliteiten van het trainingsprogramma worden in dit hoofdstuk beschreven.

CMS

Uit het onderzoek in de digitale bijlage is de keuze gevallen voor Wordpress als CMS. Mede door de diversiteit aan plugin's en het gebruiksgemak van de interface. Daarnaast gebruiken de marketleiders op gebied van informatie delen over internet marketing Wordpress. Zoals : Karelgeenen.nl en Frankwatching.nl

Om een compleet blog technisch te realiseren zal er gebruik gemaakt worden van het boek "Wordpress theme design" van Tessa Blakeley Silver. Het blog zal volledig worden opgezet volgens de handleiding "Winnen in Google" van Tonny Loornbach, Tonny heeft het voor elkaar gekregen om binnen 5 maanden op het zoekwoord "internet marketing" op de 3de positie te staan. Zijn strategie is gebaseerd op nette code en rijke content. Hij maakt geen gebruik van toepassingen om Google te manipuleren.

Membership

Het blog is compleet af te schermen voor de buitenwereld. Dit kan per pagina specifiek aangegeven worden. Dit geeft een enorme flexibiliteit. Hierdoor kan er per cursist aangeven worden welke onderdelen hij wel of juist niet mag zien. Door middel van een gebruikersnaam en wachtwoord kan de gebruiker op zijn account inloggen. Na het inloggen komt hij direct op het dashboard terecht zoals besproken in het concept.

Forum

Het forum wordt opgezet in PhpBB. De keuze voor PhpBB is gevallen door de flexibiliteit in de templates en het programma is opensource en binnen enkele klikken te installeren. Daarnaast zijn er honderden plugin geschreven die extra functionaliteiten aanbieden.

Interne links

Wikipedia scoort enorm hoog in de organische zoekresultaten. De interne structuur is heel sterk. Daarin zijn de interne links heel belangrijk. Binnen het blog van Market-i is er gekozen voor de internal link plugin. De plugin zorgt ervoor dat woorden automatisch doorgelinkt worden naar artikelen die meer informatie geven. Hetzelfde principe als Wikipedia.

Gerelateerde artikelen

Deze plugin toont gerelateerde artikelen. De gerelateerde artikelen baseert de plugin op de tags die elke bericht standaard mee krijgt. Bezoekers kunnen er nu voor kiezen om na een interessant onderwerp nog een artikel lezen van hetzelfde onderwerp. Het doel is het vergroten van de stickfactor. De tijd dat een gebruiker op een website blijft.

Breadcrumbs

Toont de weg naar een specifiek artikel. Via deze weg is het mogelijk om naar bovenliggende overzichtspagina's te navigeren. Het doel is het bevorderen van user interface en het vergroten van de stickfactor op de website.

SEO Plugin

Zoekmachine optimalisatie is natuurlijk super belangrijk voor de organische zoekresultaten van Google. Hiervoor is gekozen om gebruik te gaan maken van de All in one SEO Plugin. Deze wordt ook gebruikt op grote websites zoals Frankwatching. Deze plugin geeft de mogelijkheid om de titel, description en keywords in te geven.

Facebook

Zoals beschreven in het concept wordt Facebook ingezet om social learning te stimuleren. Er is een complete fanpage opgezet die momenteel 500 vrienden heeft. Deze fanpage maakt gebruik van verschillende technieken die de conversieratio moet verhogen. Hiermee worden de conversies in de vorm van een like gestimuleerd.

Allereerst is er een welkomstab geïnstalleerd. De welkomstab laat twee verschillende pagina's zien. Een voor de fans en eentje voor de non-fans. Op de pagina van non-fans zit een motivatie waarom ze op de vind ik leuk knop moeten drukken. Op de pagina van de fans bevindt zich een fanpage training die gratis te downloaden is.

Naast de welkomstab is er een integratie van Youtube geïnstalleerd. Alle berichten en filmpjes worden automatisch ingevoerd.

E-mailmarketing

Op het blog is het mogelijk je e-mailadres in te voeren in ruil voor een fanpage training. Zodra het e-mailadres is ingevoerd komt de bezoeker automatisch in het programma Getresponse. Getresponse is een e-mailmarketing programma wat ons in staat stelt om statistieken en berichten automatisch te versturen. Er zijn een aantal berichten in de maak die automatisch worden doorgestuurd en die voor interesse moet gaan zorgen voor specifieke modules.

10) Ontwerp

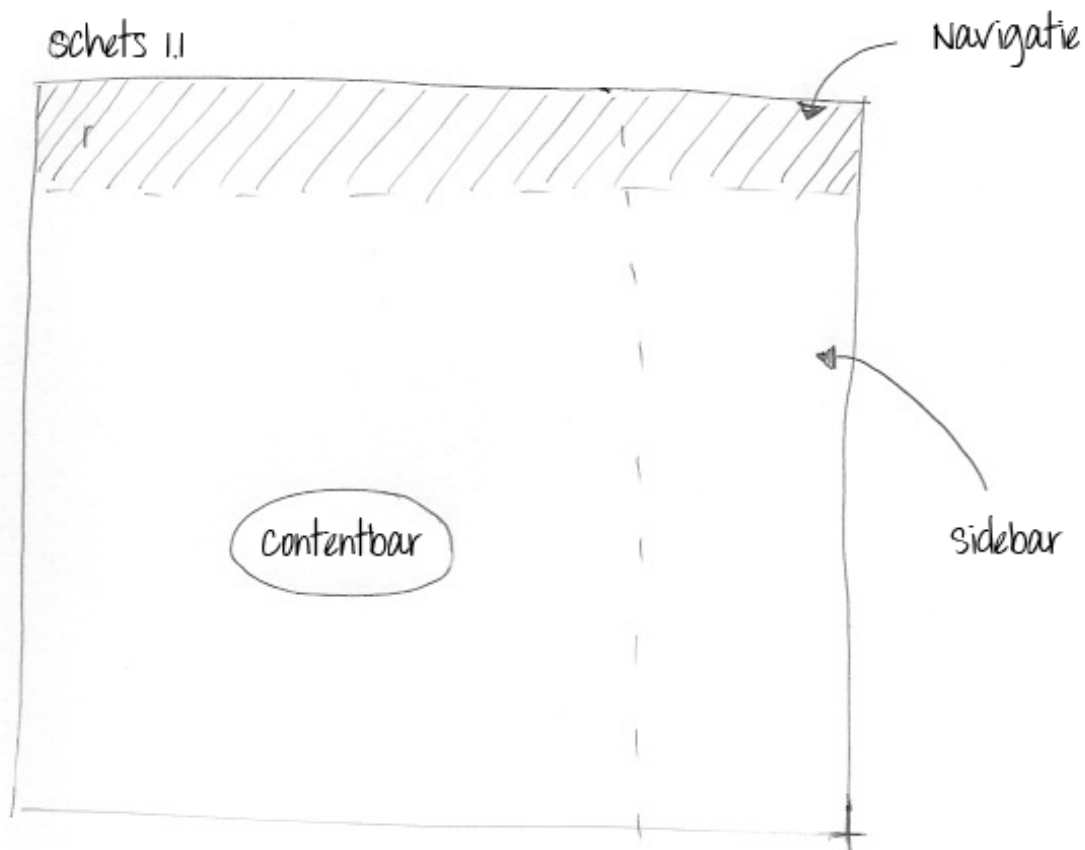
Het blog is ontworpen in samenwerking met Ricardo Creemers. Ricardo ontwerpt wekelijks nieuwe website en was hierdoor het geschikt persoon. De volgende stappen zijn doorlopen om het blog grafisch te realiseren.

10.1) Oriënteren

Tijdens de oriënterende fase is er gekeken naar de onderdelen en functionaliteiten uit het vorige hoofdstuk in combinatie met een geschikt uiterlijk voor de website. Er is gekeken naar website's zoals Frankwatching.nl, Marketingfacts.com en Dutchcowboys.nl. Deze hebben allemaal meer dan 25 duizend aanmeldingen voor de nieuwsbrief.

Naast deze grote website's is er gekeken naar de websites van Themeforest om inspiratie op te doen.

Uit deze oriëntatie is er gekozen een blog op een traditionele wijze op te zetten met daarin duidelijk drie elementen : Navigatie, contentbar, en de sidebar.



10.2) Specificeren

Binnen het specificeren van het ontwerp zijn de losse elementen van het blog beschreven en geschetst in samenwerking met de onderdelen en functionaliteiten van het vorige hoofdstuk. Het is daarbij belangrijk om te melden dat het verschil tussen de homepage en contentpage alleen zit in de contentbar.

Navigatie

De navigatie is zo simpel mogelijk opgebouwd en bevat alleen de titels van hoofdkoppen van artikelen op het blog. Om zoveel mogelijk structuur en overzicht te houden. De belangrijkste knop in de navigatie is het dashboard. Dit stelt de cursist in staat direct naar de trainingsmodules te gaan.

Home / Dashboard / Ebooks / Internet marketing / Trainingen / Contact

Sidebar

In de sidebar bevinden zich hele belangrijke elementen. Allereerst zijn de social media icons weergegeven om meer volgers te generen. Onder de social media icons bevindt zich de e-mailmarketing. Door het invullen van een formulier krijgt de bezoeker een gratis fanpage training. Zodra de gegevens hier worden ingevuld komt de aanmelder terecht in het emailmarketing programma van Getresponse zoals beschreven in de functionaliteiten.

Als derde wordt er een automatische lijst gegenereerd met de categorieën die worden besproken in de artikelen. Onder de categorieën bevindt zich de kennisbank. Een kennisbank is niets meer dan een complete lijst met links naar verschillende artikelen aan de achterkant van het blog. Als laatste bevindt zich de social plugin van Facebook om meer vind ik leuk te generen via de pagina's van het blog.

Contentbar homepage

Aan de linkse kant worden sneakpreviews gegeven van de content. Door middel van de lees meer knop kunnen bezoekers meer informatie vinden over een artikel. Tevens is het mogelijk om het artikel te delen met je eigen netwerk via Facebook, Twitter, LinkedIn en Google.

Contentbar contentpage


De contentpage bevat grote wijzigingen in de contentbar ten opzichte van de homepage. Allereerst wordt boven de artikelen de plugin breadcrumbs weergegeven. Deze wordt automatisch genereert na aanleiding van de positie in het navigatiemenu binnen Wordpress.

Zoals beschreven bij de onderdelen en functionaliteiten is het belangrijk om interne links te realiseren binnen de artikelen om een Wikipeida structuur te handhaven. De interne link plugin doet hier automatisch zijn werk, hij haalt namelijk uit een lijst de woorden die de plugin moet doorlinken. Na het schrijven van een artikel worden de woorden ingegeven en wordt alles automatisch verzorgt over alle teksten op het blog.

Onder de artikelen worden gerelateerde artikelen weergeven. Ook deze komen voort uit een plugin. Dit zal ervoor gaan zorgen dat bezoekers langer op het blog blijven.


10.3) Photoshop ontwerp

Binnen het specificeren van de opdracht zijn alle elementen met de plugin's op papier gezet en geschetst. Nu was het de taak om ook daadwerkelijk de schetsen om te zetten in een ontwerp in Adobe Photoshop. Het is ontworpen door Dennis en er is gebruik gemaakt van de hulp van Ricardo. Hierdoor is het volgende ontwerp naar voren gekomen.

HOME DASHBOARD EBOOKS INTERNET MARKETING Niche Site Competitie TRAININGEN CONTACT

De google +1 button

Gepubliceerd door Dennis van Leeuwen op 2 juni 2011 | [Plaats een reactie](#)




google.com/+1button

Sinds 1 juni 2011 is het mogelijk om een +1 button op je website te plaatsen. De +1 knop heeft nog geen directe waarde voor je website omdat deze button buiten de VS nog geen toegevoegde waarde heeft. Maar je kan alvast zorgen dat jouw bezoekers deze knop gaan gebruiken zodat je al een voorsprong hebt op je concurrenten zodra de knop actief wordt in Nederland.

De Google +1 button brengt een social aspect met zich mee. Je doet namelijk een aanbeveling naar Google zodat Google weet dat jij dit een relevante pagina vindt. Je geeft een aanbeveling vanuit je Google account. [Lees Meer »](#)

Fanpage maken

Gepubliceerd door Dennis van Leeuwen op 1 juni 2011 | [Plaats een reactie](#)




Een fanpage is een geschikte manier om je volgers elke dag te bereiken. Zodra mensen lid zijn van jouw fanpagina zullen ze jouw updates te zien krijgen in hun timeline. Hoe mooi is het als je tussen hun vrienden kan verschijnen.

Echter zitten er wel een paar ogen en haken aan het opzetten van een fanpage. Daarom heb ik een stappenplan opgezet om een succesvolle fanpage op te zetten. Deze pagina kun je [hier](#) vinden. Veel succes met jouw fanpage.

Grote keywordlijst

Gepubliceerd door Dennis van Leeuwen op 11 maart 2011 | [Plaats een reactie](#)



Fanpage Training

Naam:

Email:


[Gratis Toegang](#)

Categorieën:

- Categorieën
 - Artikel marketing
 - Facebook
 - Google
 - Internet Marketing Algemeen
 - Mobile Internet
 - Niche Site
 - Seo
 - Social Media

Kennisbank


[SEO](#) | [Begrippen](#)



Internet Marketing op Facebook

Vind ik leuk Je vindt dit leuk.

503 mensen vinden **Internet Marketing** leuk.



Benjamin Lindomar Rachael

11) Realisatie

Nu het complete ontwerp voor het blog is gerealiseerd kan het technisch gerealiseerd worden. Dit zal aan de hand van het boek “Wordpress theme design” van Tessa Blakeley Silver gebeuren.

Situatie schetsen

De eerste stap in het proces is het uitwerken van de ideeën in schetsen. Deze stap is al doorlopen in het vorige hoofdstuk.

Opzetten basisdocument

Wordpress genereert alles vanuit een index.php file. Deze is gekoppeld aan een stylesheet (css) om de website grafisch aantrekkelijk te maken.

Binnen dit basisdocument zijn alle losse elementen in verschillende div's onder elkaar gezet. Zodat alle vakken aangegeven zijn.

Grafische elementen

De volgende stap is het uitwerken van de grafische elementen. De typografie wordt opgemaakt in css. Na deze aanpassing zijn alle vakken aan de beurt waardoor er een duidelijk overzicht komt van het uiterlijk van de website. Weliswaar niet helemaal in goede kleuren, maar de verhoudingen tussen de navigatie, contentbar en sidebar is goed waar te nemen.

Nu de complete vakverdeling correct is worden alle kleuren goed gezet en de desbetreffende afbeeldingen uit Adobe Photoshop ingevoegd.

Wordpress code

Met deze 3 stappen is er een template ontwikkeld met html en css. Deze kan echter nog niet gebruikt worden door Wordpress. Dit komt omdat de dynamische wordpress codes nog niet zijn ingevoerd.

Na het implementeren van deze code kan de template geupload en geactiveerd worden in het admin panel. Nu is de laatste stap het activeren van de plugin's.

Nazorg

Het blog heeft uiteraard nazorg nodig. Alle bestanden moeten bijgehouden worden. Dennis is hier voor verantwoordelijk, omdat Dennis door gaat met de ontwikkelen van het trainingsprogramma. Er is gekozen voor de laatste update van Wordpress. Dat is versie 3.2.1. Deze versie heeft grote updates gehad aan de interface.

De toekomstige updates binnen Wordpress zullen in de meeste gevallen genegeerd worden tenzij ze heel hard nodig zijn. Het kan namelijk zijn dat bepaalde plugin's door updates binnen Wordpress niet meer werken. Dit wordt daarom zoveel mogelijk vermeden.

Dennis zet alles zo klaar dat zijn positie eventueel in de toekomst eenvoudig overgenomen kan worden.

12) Testen nieuwe situatie

Het testen van de nieuwe situatie is in samenwerking met Roel Heesterbeek uitgevoerd. Roel werkt veel aan de technische kant van het eigen CMS systeem. Hierdoor is Roel instaat kritisch te kijken naar alle elementen op de website

Broncode check

Vrijwel direct ging Roel aan de slag met de w3 validator. Deze is te vinden op <http://validator.w3.org/>.

Uit deze check kwamen verassend veel fouten naar voren, waardoor er een beetje geschrokken werd gereageerd. Echter na het doorlopen van de fouten waren er heel veel direct te herleiden, verklaren en aan te passen.

De checker gaf aan dat de meta charset niet goed was genoteerd. Na het opzoeken van de code in Adobe Dreamweaver bleek dat daar de plugin stond voor de zoekmachine optimalisatie. Deze gaf een fout terug aan de voorkant. Meteen werd er besloten om deze een update te geven vanuit het admin panel van Wordpress. Echter dit heeft het probleem niet verholpen. Momenteel wordt er gezocht naar een nieuwe plugin die dezelfde functionaliteiten heeft.

Als tweede gaf de tussenlijn in de contenbar een foutmelding. Er werd teveel gebruik gemaakt van een id. Deze is aangepast en hierdoor waren direct vijf fouten opgelost.

Als laatste kwam de fout naar voren bij het weergeven van de categorieën. Deze code genereert automatisch een lijstje met categorieën. Echter vergeet de code het lijstje netjes af te sluiten waardoor er een foutmelding naar voren komt. Het topic is doorgegeven bij Wordpress en er wordt momenteel naar een oplossing gekeken.

Browser testen

Na het verbeteren van de broncode waren de verschillende browsers aan de beurt. Het blog is bekeken op Firefox, Safari, Internet Explorer en Google Chrome. Het blog werkt op alle browsers correct.

Testen interne en externe links

Door op alle links te klikken binnen het blog kon er gekeken worden of alles goed werkten. Er werden nog 2 linkjes gevonden die niet correct werkten en deze zijn direct aangepast.

Membership

Het membership was technisch de lastigste uitdaging. Er zijn nieuwe gebruikers aangemaakt om te testen of alle afschermingen goed werken. Alles werkt goed en er kan per pagina gezegd worden wat wel en niet gezien mag worden. Heb je geen account dan is er op geen enkele manier informatie te vinden waar je voor moet betalen.

Basis zoekmachine optimalisatie

Alle pagina's zijn binnen Wordpress bekeken om te kijken of er een title, meta description of keyword tag ontbrak. Er is echter geen pagina gevonden die deze informatie niet had.

13) Toekomstplannen

Voor de komende tijd zit er nog veel werk in het uitwerken van de modules. Deze moeten een hoop aandacht krijgen en kwalitatief hoog zijn. Het doel is er om over een half jaar helemaal up to date te zijn waardoor er verder kan worden gegaan met de ontwikkeling van een applicatie.

Zoals beschreven in het verdienmodel krijgen alle m.k.b klanten een gratis trail periode voor het trainingsprogramma om zelf te ervaren of het programma waardevol is. Naast deze klanten moet er nog een extra toegelicht worden.

Novalis flex - office gaat helpen in het verspreiden van trail periode's voor het trainingsprogramma. Novalis flex - office is een bedrijf dat flexibele kantoorruimte verhuurd in Vught. Er komen dagelijks tien bedrijven over de vloer en er worden wekelijks vergaderingen en seminars gehouden. Alle gasten bij Novalis flex-office krijgen twee maanden lang een gratis membership om gebruik te maken van de diensten. Deze mensen komen in dezelfde e-maillijst terecht als de bestaande klanten van Ambitions.

Maatwerk

Zoals beschreven in het concept is het mogelijk dat er voor speciale gelegenheden een training om maat gemaakt kan worden. Match and More gaat gebruik maken van maatwerk. Match and More is een bedrijf dat verschillende soorten mensen traint in de bancaire sector. Match and More leidt honderden mensen mensen per jaar op. De training wordt voorzien in de vorm van een kleine social media training. Voorbeelden zijn : hoe kun je wel of juist niet gebruik maken van je Twitter account. Hoe moet je je Facebook profiel afschermen.

Voorloper Lef vs Grolsch

Daarnaast heeft restaurant Lef in samenwerking met Market-i de internet marketing technieken gekregen los staand van het trainingsprogramma, omdat er wat grote kansen waren op goede resultaten. Door goed gebruik te maken van de tools heeft het de aandacht gekregen van Grolsch. Samen gaat Lef een digitaal kookboek lanceren. Lef en Market-i gaan de layout verzorgen en Grolsch regelt het verkeer met hun middelen.

Waarschijnlijk gaat dit een van de eerste case studies worden. Hoe het mogelijk is om met een klein restaurant de aandacht te krijgen van Grolsch met behulp van internet marketing technieken.

Evaluatie

Ik kan oprecht zeggen dat mijn periode bij Ambitions heel goed is bevallen. Voor mijn gevoel heb ik veel verantwoordelijkheden gekregen wat altijd goed is voor je persoonlijke ontwikkelingen. Ik kende de organisatie al goed, omdat ik hier mijn oriënterende stage had gelopen. Ik wist dus van tevoren waar ik voor moest waken. Deadlines en werkdruk. Ondanks de vele opdrachten is de sfeer goed en gezellig.

Ontwikkel punten n.a.v. pop

Een hele positieve ervaring heb ik gehad met het maken van een specifieke dagplanning. Ik heb "Het internet dieet" gelezen van Elco de Boer. Volgens zijn format ben ik aan de slag gegaan. Door deze methode heb ik mijn efficiëntie een enorme boost gegeven. Tegenwoordig plan ik een dag in volgens de volgende opzet :

08:30 tot 10:30 – Belangrijkste taak

In deze fase pak ik de opdracht aan die ik de dag ervoor als zwaarste verwacht. Ondertussen weet ik dat mijn focus 's-morgens het beste is en hierdoor ben ik staat meer kwaliteit te leveren.

10:30 tot 11:00 – Pauze

Na de eerste zware periode heb ik een moment voor mijzelf om even lekker wat te eten en te drinken.

11:00 tot 12:30 – Aftikken

In deze fase werk ik aan opdrachten die ik nog verder moet uitwerken. Dit is meestal geen zware taak en vergt geen grote concentratie boog.

12:30 tot 13:00 – Victory Time

In deze fase lees ik een boek. Dit boek gaat over internet marketing of time management. Dit lees ik om inspiratie op te doen en mezelf te ontwikkelen.

13:30 tot 13:30 – Pauze

13:30 tot 15:30 – Learning by doing

Direct na mijn pauze ga ik door met dingen waar ik zelf aan kan werken. Zo schrijf ik een artikel of werk ik aan het CMS. Het doel in deze periode is het leren na aanleiding van een handeling die ik verricht.

15:30 tot 16:00 – Overige dingen

Een half uurtje om mail te beantwoorden en dingen op te zetten voor de volgende dag.

16:00 tot 18:00 – Eindsprint

Aan het einde van de dag zet ik nog even mijn headset op en geef ik nog even vol gas. Ik probeer zoveel mogelijk te doen. Het is meestal heel lastig om de focus te behouden aan het einde van de dag.

Door dit format te gebruiken kon ik mijn focus van de dag goed wegzetten. Ik weet ondertussen van mezelf dat ik in de morgen het beste resultaat lever en daar zit momenteel ook de belangrijkste taak. Het was wel lastig om je bij Ambitions aan dit format te houden. Aangezien je vaak gestoord wordt waardoor je uit je focus gehaald wordt.

Daarnaast ben ik aan de slag gegaan met een kookwekker. Deze heb ik ingesteld op een bepaalde tijd en ik probeerde zoveel mogelijk te doen in de tijd die ik krijg. Dit werkte bij mij super goed omdat de kookwekker aftelt en hierdoor zorgt dat ik het gevoel heb dat ik een wedstrijd aan het doen ben. Het zou mooi kunnen vallen onder game-based learning.

Archief

Ik heb alle rand informatie gedocumenteerd en in de een kennisbank gezet. Deze kennisbank is te bereiken via www.market-i.nl. Hierdoor kan ik alle informatie als naslagwerk gebruiken voor klanten. Binnen dit onderdeel is een groot deel geschreven over zoekmachine optimalisatie. Ik weet hierdoor precies hoe ik de broncode van een website moet inzetten om de marketingdoelstellingen te behalen.

Emailmarketing

Zoals eerder vermeldt gaan we een blog realiseren. Om extra interactie te creëren willen wij de emailadressen van bezoekers vastleggen en dat hebben we gedaan doormiddel van Getresponse. Getresponse is een applicatie wat alles met betrekking tot de mailinglist verzorgt. Het neemt heel het technische gedeelte uit handen. Ondertussen kan ik heel goed werken met dit programma en weet ik heel goed hoe ik een emailmarketing campagne moet opzetten.

Social Media

Helaas ben ik niet toegekomen aan alle onderdelen van social media die ik in mijn pop beschreven heb. Ik heb het opzetten van een succesvol social media account een beetje onderschat. Ik heb alleen de focus kunnen leggen op Facebook. Er is gekozen voor Facebook, omdat facebook momenteel marktleider is. Hier heb ik een fanpage kunnen opzetten die momenteel 500 volgers heeft.

Wat heb ik geleerd

Ik heb deze periode bij Ambitions goed zelfstandig leren werken. Ik heb nog nooit een project zo groot als dit helemaal zelf op moeten zetten. Ik vond het heel fijn, omdat ik niet zoveel afhankelijk was van groepsleden. Meestal gaat het hier namelijk fout, mensen die hun taken niet voltooien. In dit geval hoefde ik met niemand samen te werken.

Daarnaast blijft het lastig om je tijd af te bakenen voor je project. Zodra je bij het stagebedrijf zit leggen ze altijd wel werk op je bureau neer. Het is een vak apart om je hier tegen te weren. Ik heb voorgelegd om bepaalde delen thuis te maken, hierdoor had ik dus geen last van onverwacht extra werk.

Zelf had ik nog wel meer in de internet marketing willen duiken, maar dit is helaas niet gelukt, omdat het onderzoek naar e-learning en het technisch opzetten van het platform veel tijd eiste.

Bronnen

Specifieke bronnen

Stir internet jaarboek:

Jaarboek. (2011, 02 01). Van Stir: <http://www.stir.nl/publicaties/jaarboek/>

Onderzoek Kluwer:

Personeel enthousiast over het nieuwe werken. (2010, 10 20). Van Nu.nl: <http://www.nu.nl/werken-en-privé/2360444/personeel-enthousiast-nieuwe-werken.html>

Regus Business Tracker-onderzoek:

Woon-werkverkeer kost gemiddeld uur per dag. (2010, 02 13). Van Verkeersnet.nl: <http://www.verkeersnet.nl/2862/woon-werkverkeer-kost-gemiddeld-uur-per-dag/>

RSI TNO Arbeid:

Beeldschermwerk. Van beeldschermonderzoek.nl: <http://www.beeldschermonderzoek.nl/diensten/beeldschermwerk/>

Blog The New York Times:

Digitale Prikkelers zijn een gevaar voor onze ogen. (2010, 08 16). Van Kassa.vara.nl: http://kassa.vara.nl/actueel/dossiers/artikel/dossier/1579989/?tx_varakassanews%5Buid%5D=852&cHash=35480a38883dec8e4e9e536cd7c89826

Registraties SIDN.

Aantal nieuwe .nl registraties in 2010 hoger dan ooit. (2011, 04 18) Van SIDN.nl: <https://www.sidn.nl/nieuws/nieuwsbericht/article/aantal-nieuwe-nl-registraties-in-2010-hoger-dan-ooit/>

Onderzoek Mobithinking.

Global mobile statistics 2011. (2011, 06 01). Van Mobithinking.nl: <http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats>

Onderzoek International Data Corporation.

IDC: Apple is snelste groeier op telefoonmarkt. (2011, 04 29) Van Tweakers.net: <http://tweakers.net/nieuws/74170/idc-apple-is-snelste-groeier-op-telefoonmarkt.htm>

Onderzoek Millward Brown.

Apple waardevolste merk. (2011, 05 09). Van Nu.nl: <http://www.nu.nl/internet/2510310/apple-waardevolste-merk.html>

James Gee.

Deep Learning Properties of Good Digital Games How Far Can They Go? (2009, 06 17) Van James Gee: <http://www.jamespaulgee.com/node/37>

Algemene bronnen

Leren via een beelscherm:

Beelschermwerk. Van Arboportaal.nl: <http://www.arboportaal.nl/onderwerpen/fysieke-belasting/statische-werkhouding/beeldschermwerk.html>

Bronnen trends en middelen:

Zes trends in e-learning. (2008, 12 29) Van Frankwatching.nl: <http://www.frankwatching.com/archive/2008/12/29/zes-trends-in-e-learning/>

Trends in e-learning. (2009, 01 07). Van Frankwatching.nl: <http://www.frankwatching.com/archive/2009/01/07/trends-in-e-learning/>

Swot analyse

Online Learning [infographic]. (2011, 02 12). Van Dutchcowboys: <http://www.dutchcowboys.nl/online/21602>

Elearning en Trends algemeen:

E-learning: trends en ontwikkelingen. (2008, 04 01) Van E-learning.nl: <http://www.te-learning.nl/developrubens.pdf>

Internetgebruik in cijfers. Van WSI Alkmaar: <http://www.wsidirectnetresults.nl/nieuwsberichten/58/internetgebruik-in-cijfers>

Learning Technology Trends To Watch In 2011. Van Theelearningcoach.com: <http://theelearningcoach.com/elearning2-0/2011-learning-technology-trends/>

E-learning. Van e-learning.nl: <http://www.e-learning.nl/subpage.aspx?l1=4&l2=29>

Ebooks

Yes, People Still Read, but Now It's Social. (2010, 06 20). Van NYTimes: <http://www.nytimes.com/2010/06/20/business/20unbox.html>

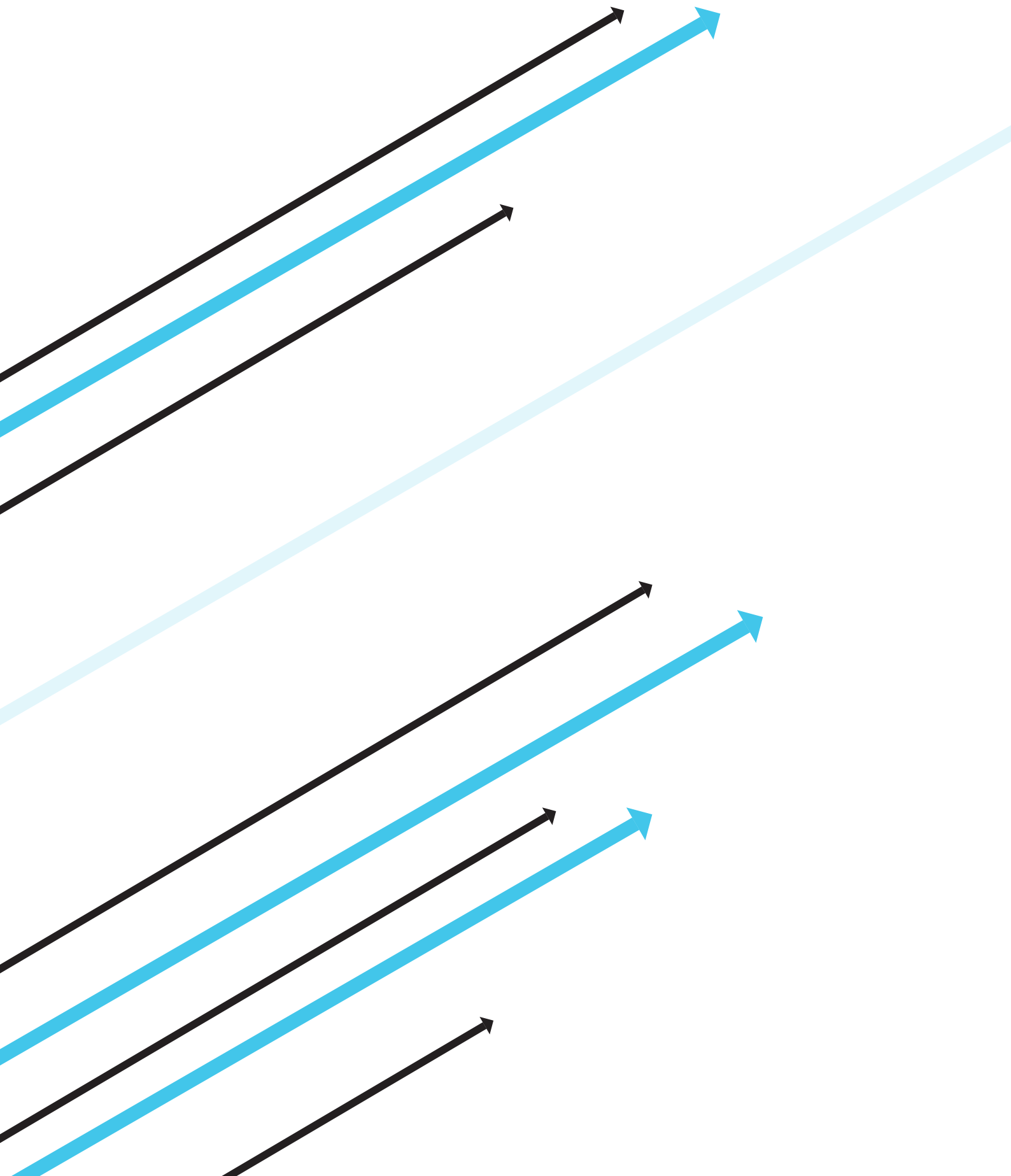
Magazine Will Cater to Mobile Readers. (2010, 08 11). Van NYTimes: <http://www.nytimes.com/2010/08/11/business/media/11nomad.html>

Mobile learning

100 Most Educational iPhone Apps. (2009, 08 31). Van Accreditedonlinecolleges.com: <http://www.accreditedonlinecolleges.com/blog/2009/100-most-educational-iphone-apps>

May 2010 Mobile Metrics Report. (2010, 06 01). Van ADMob.com: <http://metrics.admob.com/2010/06/may-2010-mobile-metrics-report/>

IDC: Apple is snelste groeier op telefoonmarkt. (2011, 04 29) Van Tweakers.net: <http://tweakers.net/nieuws/74170/idc-apple-is-snelste-groeier-op-telefoonmarkt.html>



Augmented reality

Layar: <http://www.powerhousemuseum.com/layar/>

Collaborative Augmented Reality in Schools. Van Itte.org: <http://ititee.org/uploads/cscl2009/paper236.pdf>

How The New York Times, Others Are Experimenting with Augmented Reality. (2009, 10 30) Van Poynter.org: <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/99162/how-the-new-york-times-others-are-experimenting-with-augmented-reality/>

Game based learning

Globalconflicts: <http://www.globalconflicts.eu/>

Moving learning games forward (2009) Van Education.mit: http://education.mit.edu/papers/MovingLearningGamesForward_EdArcade.pdf

Analytics Learning

7 Things you should now about analytics learning. (2010, 04 01). Van Educause.net: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7059.pdf>

Academic Analytics. (2009). Van Educause.net: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/erm0742.pdf>

Bijlage A

Inloggegevens Market-i

URL : <http://market-i.nl/wp-login.php>

Gebruikersnaam : scriptie

Wachtwoord : imdscription

Facebook fanpage

URL : <http://facebook.com/internetmarketingplatform>

Bijlage B : Digitale bijlage

