

**Werving & Selectie**

**Social  
Media  
Architect**

**bij RauwCC**

# Colofon

Dit dossier is het resultaat van de samenwerking tussen De Haagse Hogeschool, Hogeschool Inholland, het Technasium Maris Belgisch Park in Den Haag en het communicatiebureau RauwCC in het kader van het project Beroepen in Transitie. Dit project werd gefinancierd door Sia (NRO) in het kader van de KIEM regeling (KIEM 21st century skills project). Hieraan hebben meegewerkt:

Lectoraat Duurzame Talentontwikkeling (De Haagse Hogeschool)  
Dr. Ellen Sjoer  
Rachelle van Harn, MSc

Lectoraat HRM & Persoonlijk Ondernemerschap (Inholland)  
Dr. Petra Biemans  
Dr. Jeany van Beelen-Slijper

Technasium Maris Belgisch Park  
Karin Derks

RauwCC  
Maarten Reijgersberg

Auteurs: Rachelle van Harn, Ellen Sjoer en Petra Biemans  
Datum van opleveren: 3 oktober 2019

Werving & Selectie: Social Media Architect bij RauwCC is in licentie gegeven volgens een Creative Commons Naamsvermelding-GelijkDelen 4.0 Internationaal-licentie.



# Inleiding

De arbeidsmarkt verandert: traditionele beroepen zijn in transitie en ook ontstaan er nieuwe beroepen. Een voorbeeld van een nieuw beroep is de Social Media Architect (SMA). Het lectoraat Duurzame Talentontwikkeling van De Haagse Hogeschool en het lectoraat HRM en Persoonlijk Ondernemerschap van Inholland hebben een onderzoek uitgevoerd naar de Social Media Architect, verricht bij RauwCC en gefinancierd als Kiemproject. De vernieuwing van functieprofielen stond hierbij centraal. Een andere partner in het project was het Technasium Maris Belgisch Park. Zij wilden aandacht besteden aan nieuwe beroepen als onderdeel van hun studiekeuzelessen. Dit onderzoek heeft een concreet voorbeeld opgeleverd van hoe netwerken van vo, hbo en mkb samen de uitdagingen van een veranderende arbeidsmarkt kunnen aanpakken. Hierna wordt gefocust op de wervingskaarten, gemaakt voor Rauwcc. Dat is een van de resultaten van het Kiem project.

RauwCC is een Rotterdams communicatiebureau met een focus op social media. De 17 medewerkers hebben verschillende rollen en behoren tot verschillende *full-service teams*. Een team wordt gevormd door de strateeg, ontwerper, creative (copywriter en videograaf), content manager en teamlead. Zij doen samen het werk van de SMA. De SMA leeft zich in in de klantbehoefte en de doelgroep en vertaalt dit in co-creatie naar digitale content zodat de boodschap die uitgedragen wordt de doelgroep raakt en in beweging brengt.

Bij een van de teams zijn de rollen nader onderzocht door middel van diepte-interviews met de teamleden. Zij zijn gevraagd naar hun werkzaamheden en wat zij moeten kennen en kunnen om die werkzaamheden goed uit te kunnen voeren. Op basis van deze dataverzameling konden verschillende conclusies getrokken worden. Deze zijn gepresenteerd in een gepeerreviewed artikel (Sjoer, Beelen-Slijper, Biemans en Jacobs, 2019) als bijdrage aan de jaarlijkse conferentie van de European Society for Engineering Education (SEFI). Sjoer, E., Beelen-Slijper, J., Biemans, P., Jacobs, F. (2019), Cross-overs in technology-related jobs. 21st century skills of a social media architect. In: *Varietas delectat... Complexity is the new normality. Proceedings of the The 47th SEFI Annual Conference*, Budapest, 16-19 September 2019

Per rol zijn de professionele activiteiten en bijbehorende kennis en vaardigheden in kaart gebracht. Hierbij kwam naar voren dat verschillende vaardigheden bij iedere rol belangrijk zijn. Zo werd creativiteit en samenwerken het vaakst genoemd. Verder bleken flexibiliteit, communicatie, ICT vaardigheden, kritisch denken en verantwoordelijkheid belangrijke vaardigheden van de SMA.

Echter, de rollen en taken van SMA's in het team verschillen van elkaar en daarmee ligt de nadruk per rol op verschillende aspecten van vaardigheden. Met andere woorden, de vaardigheden krijgen per rol een andere invulling. Zo betekent creativiteit voor de strateeg het gebruik van technieken voor het genereren van ideeën en het omzetten van deze ideeën in een (media)strategie of aanpak die effect heeft op mensen. Creatief denken en een nuttige bijdrage leveren voor de klant (het resultaat van creativiteit) zijn hierbij de belangrijkste elementen. Voor de ontwerper betekent creativiteit meestal het aantonen van originaliteit en vindingrijkheid in concreet werk, bijvoorbeeld een logo.

Om overzichtelijk weer te geven wie welke professionele activiteiten uitvoert, welke kennis daarvoor nodig is en hoe de vaardigheden per rol een invulling krijgen, zijn de rollen uitgewerkt in 'wervingskaarten'. Deze kaarten worden gepresenteerd in dit dossier. De kaarten bieden samen een compleet overzicht van het werk van de SMA en bieden een goede basis voor de werving en selectie van nieuwe collega's bij RauwCC.

# Strateeg

## Professionele activiteiten

Eindverantwoordelijk voor content strategie van de klant (bedenkt de strategie en houdt vinger aan de pols bij de klant, maar voert niet uit).

Geeft input voor offertes.

Achterhaalt vraag achter de vraag.

Productontwikkeling binnen strategisch werkveld.

Gesprekspartner bij interne inhaakmeetings.

Afhankelijk van vraag, voert de strateeg uit:

- faciliteert een why-sessie
- faciliteert een SMA-strategiesessie
- doet onderzoek naar markt, concurrenten, kanalen doelgroep, aantal volgers, tone of voice et cetera.
- bedenkt contentstrategie in samenwerking met het team
- bedenkt rubrieken in samenwerking met het team
- bedenkt communicatiestrategie in samenwerking met het team.

## Kennis

1. Marketing/sales (theorie).
2. Psychologie: 'Dat je weet hoe mensen denken en hoe mensen werken'.
3. Journalistiek: 'Dat je weet hoe een tekst zich opbouwt, hoe je bepaalde dingen neer moet zetten om een bepaalde boodschap over te brengen'.

## Samenwerken

1. Specifieke en brede expertise voor de samenwerking: 'Het moet wel echt een teamplayer zijn en heel goed zijn in een specifiek ding en dan ook nog goed zijn in een paar andere dingen.'
2. Het beste uit je collega's halen: 'Anderen laten 'shinen'.
3. Complimenten geven.

## Communicatie

Goed kunnen luisteren:

1. Inlevingsvermogen: 'Het is echt ook aanvoelen. [...] dingen herkennen, dus bepaalde emoties of wat ze belangrijk vinden.'
2. De vraag achter de vraag achterhalen: 'En dat kan rubriceren in je hoofd naar goede vragen, zodat je echt het onderste boven kan halen.'
3. Verbinding leggen tussen denkwijze en processen van de klant en werkwijze bedrijf.
4. De juiste snaar weten te raken: 'Niet eens mbo hebben gedaan of mavo, maar die wel echt de

juiste snaar weten te raken en dingen kunnen overbrengen en bepaalde vragen kunnen stellen en dat kunnen rubriceren ook in hele compacte plannen, waar mensen iets mee kunnen, dat vind ik belangrijker dan iemand die zo'n wetenschappelijke onderzoek kan schrijven, omdat je daar gewoon veel meer aan hebt. [...] want je hebt wel communicatieprofessionals tegenover je zitten. Dus je moet snappen hoe zij denken en vanuit wat hun referentiekader is.'

## Creativiteit

1. Vrij kunnen nadenken: 'Niet in dit kan niet of dit kan wel. Echt proberen iets gewoon alles los te laten en dingen, mooie dingen bedenken'.
2. Flexibel en snel ergens op kunnen aanhaken: 'De pijnpunten, de dingen waar mensen blij van worden, waar ze op triggeren en dat om kan zetten in goede ideeën, in een strategie waarbij je mensen echt helpt, dus een paar stappen vooruit'.
3. Het faciliteren van anderen (collega's, de opdrachtgever, et cetera) om creatief te denken: 'Als klanten met een probleem zitten of een uitdaging waar ze zelf niets op kunnen bedenken om daar dan wel iets op te bedenken. Of om ze dusdanig mee te nemen in een bepaalde andere denkwijze dat ze er zelf op komen. [...] daar komen verrassende dingen uit.'

## **Kritisch denken**

Verwerken van informatie:

1. Door mensen te spreken: HR, klant, kant van de klant.
2. Denkvaardigheden: analyseren, synthetiseren, evalueren. De content manager faciliteert het analyseren van patronen over de effecten van de social media uitingen, door het aanleveren van cijfers. De strateeg neemt de lead en trekt conclusies op basis van de aangeleverde informatie.

## **ICT vaardigheden**

1. Omgaan met statistieken: Het kunnen lezen en er ook iets over kunnen zeggen. Hiervoor moet de strateeg kunnen werken met monitorsystemen (zoals OBI4wan of Coosto).
2. Volledig begrijpen welke kanalen/platformen er zijn en hoe die werken.

## **Organisatie- en planningsvaardigheden**

1. De eigen werkzaamheden en die van anderen inplannen in het (gezamenlijk) planningssysteem.
2. Het team aanzetten om op tijd te plannen.
3. De uren bijhouden.

# Creative (designer & videographer)

## Professionele activiteiten

### Designer:

Verantwoordelijk voor beeld en stijl.

Verzamelen van info bij klant en daarbij tot de essentie gaan.

Schetsen van het voorstel, het verhaal zo eenvoudig mogelijk neerzetten.

Presentatie van een aantal voorstellen aan de klant.

Na keuze het voorstel uitwerken (bijvoorbeeld in een brandboek).

Foto's maken, selecteren, bewerken en dan naar content manager (interne opdrachtgever).

Bestanden opmaken, zowel voor drukwerk als digitaal.

Bewaken van huisstijlen, maar ook stijlbewaker (ervoor zorgen dat dingen niet afwijken voor de klant).

Designers worden betrokken bij strategische sessies, maar zijn voornamelijk uitvoerend aan het werk en maken bijvoorbeeld gifs, polls en infographics.

### Videographer:

Van A tot Z verantwoordelijk voor alle film en video.

Videographers worden betrokken bij strategische sessies, maar zijn voornamelijk uitvoerend aan het werk en zijn bezig met het filmen (geluidsman, cameraman), editen, monteren en opleveren van content.

Bij uitbesteding nemen videographers soms de rol van regisseur op zich.

## Kennis

### Designer:

1. Kennis van diverse software pakketten (zie ICT skills voor voorbeelden).
2. Op de hoogte zijn van afmetingen, formats en trends van social media.

### Videographer:

1. Kennis hebben van de camera-apparatuur
2. Kennis hebben van de software om mee te kunnen editen en monteren
3. Technische kennis van het vak, zoals weten wanneer een shot mooi is, wanneer een edit te lang of te kort is en waar geknipt kan worden in de storytelling.

## Samenwerken

1. Collega's kunnen inschakelen t.b.v. het resultaat: Enerzijds kan er samen (tegelijktijd) gewerkt worden aan een vraagstuk: 'dan heb je twee creatieve blikken'. Anderzijds kan er na elkaar gewerkt worden aan een vraagstuk: 'ik schrijf het op en collega doet er nog een sausje overheen omdat hij dat beter kan'.
2. Het uitbesteden van werkzaamheden. Hiertoe moet de creative effectief kunnen overleggen met

de websitebouwer of kunnen schakelen met de drukker om iets nieuws voor elkaar te krijgen.

## Communicatie

1. Verzamelen van informatie bij de klant: 'Vaak hebben klanten geen idee, dus ik probeer het een beetje voor te kauwen: "Waar moet ik aan denken qua kleuren?".'
2. Het maken van afspraken met de klant.

## Creativiteit

### Designer:

1. Tot iets nieuws komen/origineel zijn: 'in design komt je eigen creativiteit tot uiting'.
2. Optimaliseren: 'Het is ook best belangrijk om te checken of iets al bestaat als je het maakt. Je wil niet steeds opnieuw het wiel uitvinden maar je moet wel steeds nieuwe dingen te ontdekken.'
3. Aansluiten bij de behoefte van de klant: de klant een 'veilige optie bieden' en 'iets waar ze zelf niet meteen aan denken'.
4. Iets van buiten gebruiken als inspiratiebron, bijvoorbeeld muziek of kunst in een museum.

### **Videographer:**

1. Creativiteit komt tot uiting in beelden (visueel ingesteld): 'Ik denk echt heel erg in beelden'.

## **Kritisch denken**

1. Passende oplossingen bedenken: 'Als creative los je ook problemen op'. Het verhaal moet kloppen in het design 'daar moet je een heel slim haakje in vinden'. Ik ga kijken wat het belangrijkste is en waar kan ik iets slims mee? Dan probeer ik het helemaal uit te kleden tot de essentie.'
2. Werken aan betere en snellere workflows.

## **Flexibiliteit**

1. Openstaan voor kritiek/feedback: 'Als een collega zegt dat hij of zij iets lelijk vindt, wordt er vaak wel gezegd waarom, maar je moet wel goed kunnen schakelen in zo'n situatie. Het kan dat je iets maakt waar mensen niet tevreden mee zijn. Als je dat teveel op jezelf betreft [...] Ja, je moet daar wel overheen kunnen stappen. Dat komt ook met de jaren wel. Hoe ouder je wordt, hoe makkelijker dat gaat, maar dat is wel een belangrijke eigenschap.'
2. Concessies doen t.b.v. het resultaat: 'Je moet als creative ook voor een ander kunnen werken. Soms moet je voorzichtig zijn met je eigen stijl. Je moet je ook kunnen inleven in de klant. We maken nooit dingen die we niet mooi vinden maar je moet soms wel concessies doen.'

## **ICT vaardigheden**

1. Animaties kunnen maken, video's kunnen maken et cetera. Hiertoe moet een creative goed kunnen werken met diverse programma's, zoals InDesign, After Effects, Première, Photoshop, Illustrator.
2. Cameravaardigheden (software en hardware).

## **Attitude**

1. Openstaan voor nieuwe dingen/verandering/nieuwsgierig zijn: 'niet alleen wat er in het werkveld gebeurt [...] maar ook bijvoorbeeld trends. Wat speelt er? Wat wordt er veel gemaakt?'
2. Openstaan voor kritiek/feedback: 'Ik denk dat ik goed ben in mezelf aanpassen aan wat er van me gevraagd wordt. Dat ik iemand ben die openstaat voor zowel kritiek als veranderingen, maar ik vind mijn mening wel belangrijk. Ik zou het ook niet zomaar doen als iemand vraagt of ik iets kan veranderen. Ik wil wel achter mijn eigen ontwerp blijven staan.'

# Copywriter

## Professionele activiteiten

Verantwoordelijk voor alle tekst.

Interviewen van de doelgroep.

Schrijven van teksten, zoals scripts, maar ook van korte tekstjes (zoals bijschriften van social media posts).

Redigeren en controleren van teksten.

Complexe zaken concreet maken en eenvoudig uitleggen.

Bedenken van nieuwe naam voor een product.

NB: Werkzaamheden zijn zeer gefragmenteerd.

## Samenwerken

Collega's in kunnen schakelen:

1. Enerzijds door het tegenlezen van elkaars teksten: 'Alleen haal je er nooit het beste uit'.
2. Anderzijds door het samenwerken (tegelijkertijd) aan een product voor een klant of een tender: 'Vanuit het team [...] we hebben bijvoorbeeld vorige week heel hard gewerkt aan een tender. Toen zaten we letterlijk met zijn vijven in een document. De een keek naar teksten, de ander naar het ontwerp, weer iemand anders was onderaan de financiën voor elkaar aan het boksen. Dat geeft heel veel voldoening.'

## Communicatie

1. Goed kunnen schrijven: 'Zeker nu voor social moet je in een of twee zinnen alles kunnen vertellen. Of in ieder geval iemand over de streep trekken om verder te lezen.'
2. Complexe zaken concreet kunnen maken en eenvoudig uit kunnen leggen.
3. Strategisch inzicht hebben, bijvoorbeeld bij interviews.
4. Inlevingsvermogen, ofwel je kunnen verplaatsen in wat de doelgroep van de klant wil lezen.
5. In dialoog met de klant gaan: 'Als je dan als antwoord krijgt [van de klant] 'dat het niet goed voelt', bedoelen ze eigenlijk dat het niet helemaal is hoe ze het voor zich zien. Maar als dat is waar je doelgroep op aanslaat, als het doet wat je voor elkaar wilt krijgen, kun je er best nog even over nadenken. Daar staan ze niet altijd voor open. In eerste instantie ga ik niet akkoord. Dan wil ik er nog een keer over sparren. Soms red je het niet, maar dan heb je het in ieder geval geprobeerd.'
6. Communicatie serieus nemen, foutloos

Nederlands kunnen schrijven en daarvoor staan (Engels kunnen schrijven is mooi meegenomen): 'Het probleem met tekst is dat het snel achteruit holt [...] de gemiddelde schrijfkunsten van de Nederlander. Het wordt ook niet serieus genomen. We hadden een stagiair en die schreef dan bijvoorbeeld in Asana [...] onze onderlinge projecttool [...]. "Doe mij even bladiebla". Daar had ik iets van gezegd, maar toen zei ze dat het alleen maar voor interne communicatie was. Nee, het is niet 'maar voor intern'. We praten in normale zinnen met elkaar. Dat appje doe je maar naar je vrienden. Daar begint het al een beetje mee. Ze zijn daar ook niet meer kritisch op.'

## Creativiteit

1. Iets nieuws bedenken/origineel zijn: 'als ik een script moet schrijven voor een motion graphic, een pay-off moet bedenken, een campagne moet schrijven of een nieuwe naam voor een merk moet bedenken [...] dan ga ik soms op die fiets zitten met een kladblaadje voor mijn neus.'

## Kritisch denken

1. In de omgang met collega's en klanten moet je kritisch blijven en soms je poot stijf durven houden.

## ICT vaardigheden

1. Werken in gezamenlijke planningstool.
2. Basis handwerk op social media: 'Ik moet wel weten wat er wel en niet kan op een socialmediaplatform. Het is niet per se mijn vakgebied maar ik moet soms ook een advertentie op Facebook plaatsen. Ik heb



gelukkig een collega die er heel veel van weet, maar alsnog moet je het zelf kunnen.'

## Flexibiliteit

1. Je moet kunnen meebewegen en openstaan voor kritiek/feedback van collega's: 'Soms heeft een collega een beter idee dan jij terwijl hij of zij niet eens copywriter is.'
2. Flexibiliteit richting klant: enerzijds door open te staan voor de feedback van klanten, ook als de feedback negatief is: 'Laat je niet gelijk op de kast jagen. Je moet het gewoon even goed lezen. Soms heb je het niet goed begrepen en dan moet je terug.' Anderzijds door diverse specialisaties te kunnen bieden.
3. Flexibiliteit in tijd: 'Als iemand zegt dat iets dezelfde middag nog online moet en het gecontroleerd wil hebben, kan ik wel zeggen dat ik daar geen tijd voor heb, maar daar is niemand mee geholpen.'
4. Flexibiliteit in mindset: 'Niet alleen in je tijd maar ook omschakelen van iets schrijven voor een fietsbakker en dan ineens voor een advocaat. Je moet heel snel je mindset kunnen omgooien. Je moet eigenlijk zorgen dat je de klant of het onderwerp heel goed kent voor je aan de slag gaat. Je moet je er echt in verdiepen.'

## Organisatie- en planningsvaardigheden

1. Eigen tijd inplannen: Toen ik stukken van 6000 woorden schreef, ging ik gewoon drie dagen thuiszitten. Maar nu die teksten niet meer zo lang zijn, moet ik een flinke buffer hebben, wil ik thuis kunnen gaan werken. Maar we hebben een tool voor onze tijdregistratie, waar we onze dag mee plannen. Als [...] werkt, werkt hij per dag misschien aan één of twee designklussen, maar ik ben soms wel met twintig verschillende dingen bezig. Iedereen vraagt of ik dingen kan controleren [...] het is heel gefragmenteerd. Daar moet je wel tegen kunnen.'

# Content manager

## Professionele activiteiten

Verantwoordelijk voor het daadwerkelijk plaatsen (op tijd en correct) van alles wat gecreëerd wordt. Hiertoe heeft de contentmanager akkoord van de klant nodig.

Monitoren van social media kanalen, om te kijken naar interactie op posts.

Social media abonnement (voor klant) beheren.

Advies naar klant, meedenken met plannen die uit strategieën volgen.

Zorgen dat de copywriter teksten en creatieve beelden aanlevert.

99% van de tijd achter beeldscherm.

Contentmanager en teamlead zijn belangrijk duo in het team. De contentmanager is de creatieve spin in het web, waar teamlead de praktische spin in het web is.

## Kennis

1. Basiskennis van hoe een website werkt: 'snappen dat een algoritme van Facebook op een bepaalde manier in elkaar zit.'
2. Basiskennis van de werking van sociale media.
3. Op de hoogte zijn van technologische ontwikkelingen en ontwikkelingen in de social media: 'Je moet gedreven zijn door data, je moet altijd gewoon op de hoogte zijn van wat werkt tegenwoordig, wat is nieuw.'
4. Wetgeving, zoals AVG: 'Die zijn eigenlijk relevanter dan de grote communicatiestrategieën.'

## Samenwerken

1. Samenwerken (tegelijkertijd) met collega's aan concrete opdrachten: 'die brainstorm met het hele team te doen omdat je dan gewoon meerdere disciplines en expertises bij elkaar hebt en dan krijg je gewoon de leukste ideeën.'
2. Werk van SMA samen vormgeven: 'we zijn heel erg veel met elkaar in gesprek. Het is een nieuwe branche, het is nieuw werk, dus er zijn geen gebaande paden die we kunnen nemen. [...] we zijn ook binnen het team altijd aan het uitzoeken van doen we dit, omdat we dit de vorige keer ook deden, of doen we dit omdat dit het beste werkt.'

## Communicatie

1. Inlevingsvermogen in klantcontact: 'een relatie met een klant op te bouwen dat ze je gaan zien als collega in plaats van klant'. [...] 'je moet je goed kunnen inbeelden in de klant, maar ook in de doelgroep van die klant'.

2. Object van het werk is communicatie: media-uiting genereert slechte kritieken of boze berichten: 'want ook als het slecht is, biedt dat kans om het gesprek aan te gaan.' [...] en dat de klant een beetje met de handen in het haar zit, nou we doen er maar niks mee, maar dat is eigenlijk het slechtste wat je kan doen, want het is gewoon een kans om de interactie aan te gaan met je klant en een relatie op te bouwen en laten zien dat het je wel boeit wat erover je gezegd wordt.'
3. Foutloos Nederlands kunnen schrijven. Engels kunnen schrijven is mooi meegenomen.

## Creativiteit

1. Enige vorm van zelf creëren.
2. Gebruiken van werkvormen die de leukste ideeën opleveren.
3. 'Omdenken' bij een negatieve reactie: 'Is het een negatieve reactie, probeer altijd begrip te tonen, ga niet in de aanval. Ja, probeer het gewoon te begrijpen waar de frustratie vandaan komt denk ik. En ja probeert het om te kantelen naar iets positiefs.'

## Kritisch denken

1. Denkvaardigheden: analyseren (en synthetiseren). De content manager faciliteert het analyseren van patronen over de effecten van de social media uitingen, door het aanleveren van cijfers. (De strateeg neemt de lead en trekt conclusies op basis van de aangeleverde informatie).
2. Proactief meedenken met de klant.

## **ICT vaardigheden**

1. IT kunnen toepassen: de content manager is degene die alles plaatst.
2. Kunnen werken met de interne planningstool.

## **Flexibility**

1. Plannen gemakkelijk kunnen omgooien: 'Stel je voor je content staat klaar voor de week en dan belt de klant ja, nee, er is nu iets aan de hand en dat moet snel gecommuniceerd worden, dus alles moet opschuiven en ja dan moet je gewoon gaan schakelen. Dan gaat alle content of naar volgende week, of naar de prullenbak en dan ga je iets anders maken.[...] meedenken met de klant, want je wilt eigenlijk nooit stil komen te liggen, altijd de consistente stroom aan content online hebben.'
2. Snel schakelen tussen klanten en opdrachtgevers.

## **Organisatie- en planningsvaardigheden**

1. Stressbestendig zijn: 'Je moet om kunnen gaan met chaos.'
2. Het overzicht kunnen houden en zorgen dat alles loopt en op tijd af is (ter ondersteuning van de teamlead).

## **Accountability**

1. Verantwoordelijkheid nemen voor een project.

# Teamlead

## Professionele activiteiten

Verantwoordelijk voor goede samenwerking in het team. De teamlead is hierbij meer aanvoerder of meewerkend voorman dan manager.

Gezamenlijke verantwoordelijkheid van de teamleads is de ontwikkeling van teamleden en de binding binnen en tussen teams.

Verantwoordelijk voor het uitbreiden van de bestaande business. Daarnaast denkt de teamlead na over het creëren van nieuwe business. De teamlead maakt de offertes (ondernemerskant).

Projectmanagement (klant- en teamzijde). De filter tussen klant en team wanneer het nodig is.

Doet ook mee aan workshops en creatieve sessies zonder klant.

Is overal van op de hoogte en is van alle markten thuis.

Klankbord en sparringpartner van ondernemer (de baas).

## Kennis

1. Mensenkennis.
2. Planningskennis.
3. HR kennis.

## Samenwerken

1. Leiderschapskwaliteiten, zoals samenwerken met collega's: 'Of ik laat Erik, onze 3D-designer, wel een storyboard maken, want hij is wel goed met tekenen.'
2. Samenwerken met andere bedrijven of toeleveranciers: 'Hebben wat kruisbestuiving in klanten die bij hun bijvoorbeeld de website laten maken en door ons de creatieve invulling daarvan laten doen.'

## Communicatie

1. Heel veel luisteren naar wat mensen willen en niet willen in het team.
2. Netwerken: als ondernemer moet je gewoon ergens zijn en gewoon veel praten met mensen.
3. Klant achter zijn broek aan zitten (de copywriter hierbij helpen): 'Als je bijvoorbeeld akkoord nodig hebt voor een tekst omdat hij online moet. Dat hoort er ook allemaal bij. Het is niet alleen uitvoerend.'
4. Bepaald gevoel voor politiek hebben.

## Creativiteit

1. Ondernemerschap, ondernemersinzicht.

2. 'Cool maken': 'Wij zijn liever bezig met klanten die we een soort van cool kunnen maken, omdat ze het gewoon zelf niet weten en dat de creativiteit bij ons ligt.'

## Kritisch denken

1. Steeds nadenken over hoe werkprocessen beter of efficiënter kunnen.

## Flexibility

1. Snel iets opleveren door snel te schakelen kan eigenlijk niet, maar lukt dan toch net). De teamlead moet kunnen inschatten wanneer dit nodig is, door over teams heen te kijken.
2. Cross-channel-aanwezigheid: 'Dus niet zozeer alleen Facebookpostjes doen, ook gewoon klanten helpen met waar moet je hoe aanwezig zijn. Dus dan zit het minder in abonnementsvorm en meer in creatie en adviesrol.'

## Organisatie- en planningsvaardigheden

1. Het overzicht kunnen bewaren: 'In het stukje projectmanagement, dus we doen heel veel voor klanten en al die werkzaamheden zijn verdeeld over verschillende mensen binnen het team, maar je moet er natuurlijk wel voor zorgen dat het allemaal samen komt.'
2. Zorgen dat alles loopt en op tijd af is.

