

YOUTH AWARENESS

WITH
GOALS.



Eefje van Grinsven
Studentnumr. 2347245
Toetscode: 25L3MEESTO

CONTENT

INLEIDING

SAMENVATTING

1 WAT

2 WIE

3 HOE

4 HOEVEEL

OVERALL-VISUALISATIE

BRONNEN

INLEIDING

Voor u ligt het conceptboek GOALS. GOALS. is ontstaan vanuit het conceptstatement: 'Let's get to know me'. GOALS. is gericht op de sociale aanpasser en de erkenningszoeker. GOALS. is een toevoeging aan het huidige onderwijssysteem, wat de stap naar een meer divers onderwijs stimuleert. Een concept waarvan ik overtuigd ben dat het aansluit bij de waarden van Ezzev foundation, actuele trends en waar de inspirerende inzichten van de sociale aanpasser en erkenningszoeker samengebracht is met een cross-sectorale blik. Het concept geeft antwoord op de eerder gestelde hoofdvraag: 'Hoe kan een lifestyleconcept de identiteitsvorming van Nederlandse jongeren tussen 10 en 14 jaar tijdens de overstap van primair naar voortgezet onderwijs verbeteren gericht op zelfverzekerdheid betreft identiteit die vanuit de omgeving gevormd wordt?'

Het kwalitatieve onderzoek dat is uitgevoerd door middel van desk- en fieldresearch kunt u in het hoofdrapport na lezen. In het hoofdstuk WAT ziet u de centrale conceptdrager en is de look&feel van GOALS. gevisualiseerd. In het tweede hoofdstuk WIE staan de gekozen mentaliteitsgroepen: sociale aanpasser en de erkenningszoeker centraal. Hoofdstuk drie, HOE wordt duidelijk hoe het GOALS. geïmplementeerd kan worden. In het laatste hoofdstuk HOE-VEEL staan de kosten weergegeven. Dit conceptboek is het eindresultaat, ik hoop dat u er met net zoveel plezier in kijkt als ik.

Eefje van Grinsven

This is the conceptbook, the result of the main report written for Ezzev foundation, which focuses on taboo-breaking and innovative concepts aimed at young people to allow them to achieve passions. This analytical report is the start of a lifestyle concept that will improve the quality of life for Dutch youth between 10 and 14 years old. The main question that will be researched is:

'How can a lifestyle concept improve the process of identity formation during the switch from primary to secondary education for Dutch youth between 10 and 14 years, focusing on feelings of self-confidence about the identity that is shaped by the environment?' This main question is answered in four different analyses, subdivided in the following: target group, client, trends and sector. In this there has been attention for societal and contemporary aspects.

As a target audience, Dutch youth between 10 and 14 years old were chosen. This group is in the phase of transition from primary to secondary education. This has been researched by means of desk research, interviews and observations. Important values were found and a pain and gain was formulated. Self-confidence, recognition, challenges and independence are important values for the target group, values that they can sometimes fulfil, sometimes not. Friends and family are important sounding boards.

Pain: "I would like to show more of myself than just the teacher's advice and the CITO-score."

Gain: "I would like it if my school knows how I feel and what I want to accomplish later on."

For Ezzev the main importance lies with the creation of quality and confidence, aimed at self-development. Apart from this, Ezzev has formulated the following core values in designing concepts for young people: inclusivity, responsibility, transparency, sincerity, frankness and self-confidence.

Within the trend analysis innovative products and services were researched by means of both field research and desk research. The outcome has been displayed in a trend map to illustrate visual connections. The following three trends were chosen as input for the research:

'Perfect connection': perseverance and motivation are important key words for this trend.

For education 'perfect connection' can have a lot more potential than is now

realised. Co-creating is something that is already done on higher levels of the educational system, but in practice it is still not implemented enough.

'Forever going': perfection and holism are important key words for this trend. A more holistic approach to education and effective handling of the sensitivity of young people can be used to realise better future perspectives.

'New reality': self realisation and wisdom are important key words for this trend. This trend is quite known for big companies, but in society this trend is quite underdeveloped.

Through desk research and field research an important analysis has been made for the important developments in the sectors living and appearance. From this three developments emerged: future perspectives, co-creation and personal approach. Subdivided by different sources, these developments are substantiated in the DESTEP.

After the analytical phase the design phase started. From the pains and gains that were formulated in the value fit canvas a value proposition was proposed. The concept statement 'Let's get to know me' was the starting point for the design phase. This phase started with a creative session with the eighth grade of the Petrus and Paulus primary school in Breda. The concept designs are the result where the pains are converted in 'relieve' and the gains in 'create'.

The concept designs are both trend driven as market driven. Based on the concept statement 'Let's get to know me' three concept designs were developed. These are two products and one service, respectively 'It's a match', 'My own future plan' and 'Future Business Vlog'. To come to the concept design that matches the formulated philosophy, these three concepts were tested with the target audience. This was done to create support for realisation of the projects. The target group gave important insights during the tests, so that the design could be adjusted, to make it so that it can be implemented directly and really creates an added value for Ezzev.

GOALS.

'Challenges, co-creation and creativity give young people self-awareness about themselves and their unexplored capabilities.'

GOALS. refers to the trends 'new reality', 'perfect connection' and 'forever going'.

During the project GOALS. young people are challenged to find a creative way to express the reality as it takes place in front of their eyes, they are expected to look for companies they feel connected to and to use their knowledge and expertise to inspire the company. Secondary education expects independence from its new students. By participating in the project they already have the right challenge and chance to develop this before going to their new school. GOALS. is a good fit for the vision and mission of Ezzev because this project provides young people with the chance to develop themselves. This is also what the target group is looking for: the right challenge and the right guidance.

GOALS. is a project that is offered to primary schools by Ezzev. The project is aimed at students in the eighth grade and can be implemented in the lesson schedule after the CITO-test and the holiday. The goal is to make the students feel more self-secure by means of a project and to offer them a chance to develop themselves a bit more before starting high school. The tone of voice towards the schools is accessible but formal. The lessons should be experienced as playful and informal by using contrasting colours and the use of visuals. The project GOALS. is implemented in the lesson schedule, which places it in the class room where the other classes were also followed. The class room needs to have enough computers to make it possible for every four children to share a computer and work along with the expert. To optimise the learning experience there should be an informal and casual atmosphere in the class room. For most students the information will be new and perhaps a bit overwhelming, so it is important that they feel free enough to ask questions.

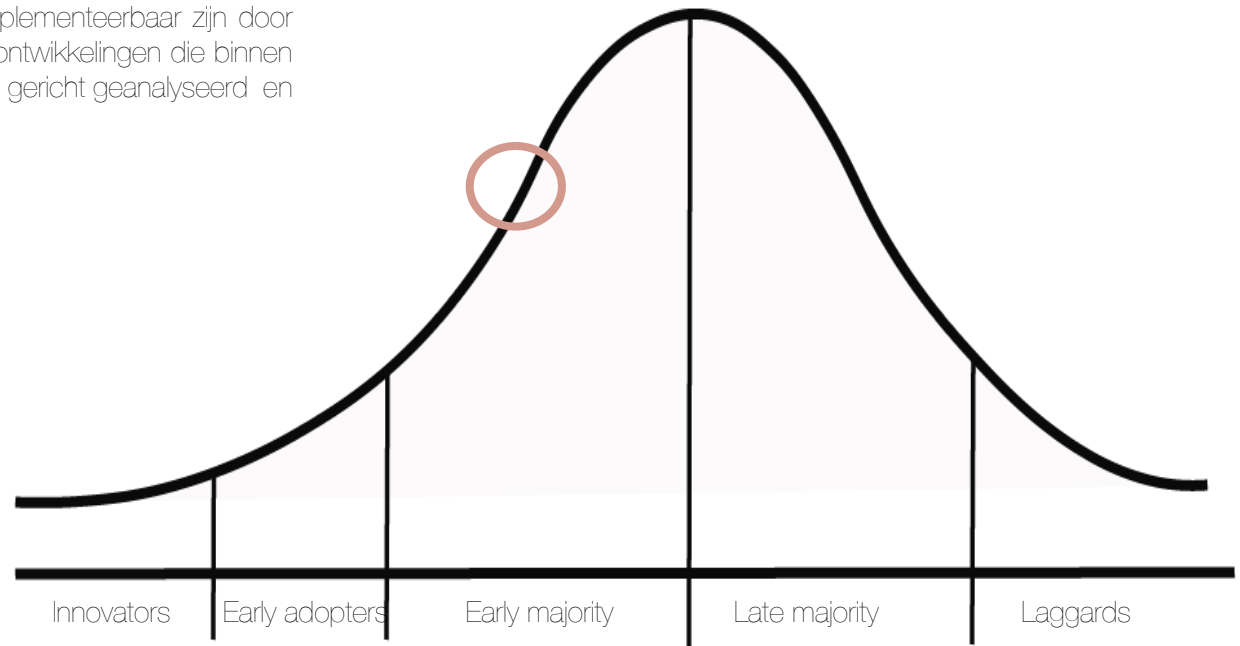
To launch and implement the concept in the right way, both Ezzev's existing network of experts is used and new collaborations are explored. The existing expert network will be consulted for designing the lesson schedule and managing the ethical responsibility that this entails, while the new collaborations will be those with primary schools and companies. The priority of all participants should be young people and their quality of life. The network should understand and properly communicate the GOALS. identity: self-confidence, awareness and co-creation.

The goal of the project GOALS. is improving the quality of life of the mentality group 'social adjusters' and 'recognition seekers'. Because it is designed from the pain and gain of the mentality group, it focuses on multiple elements that are important for the social adjusters and recognition seekers.

The social adjusters and recognition seekers highly value material, social and development activities. The concept design GOALS. is directed building attention

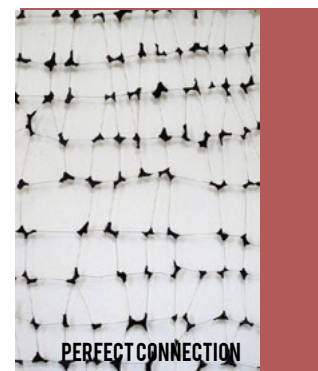
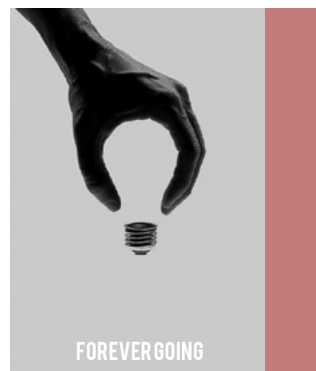
for the project in a development based way, which will make the young people more confident when they reach their goal. The youth is actively working with innovation and creativity by the challenge that is posed by GOALS. Because of this, they will also pay attention to their own emotional well-being because by the end of the project, they will be more conscious of their qualities, their positive self-image, status and the ultimate goal: more self-confidence. This improves the quality of life because they are more sure of themselves, which makes the transition to high school less overwhelming. They have already reached a goal that was not previously asked of them.

Ezzev streeft in al zijn projecten naar ; verantwoordelijkheid, transparantie, oprechtheid, onbevangenheid en zelfverzekerdheid. Ezzev wilt zich zo flexibel mogelijk inzetten om processen zo goed mogelijk te beheersen. Het draait hierbij om het behoudt van kwaliteit. Hiernaast richt Ezzev zich op awareness gericht op: 1 Youngsters bewust laten worden over online rechten en over de effecten van online aanwezigheid, 2 de gevolgen van nieuwe technologie op identiteit en 3 identity labels. Het doel hierbij is om jongeren en hun omgeving de verantwoordelijkheid te geven voor het realiseren van hun passies. Hiernaast is het doel van de stichting om jongeren te helpen om af te stappen van het automatische gedrag ten opzichte van gedrag dat is geworteld in de ontwikkelde, persoonlijke ethiek. Bijgaand is het van belang dat Ezzev een bijdrage levert aan sociale vernieuwing en het tegengaan van sociale uitsluiting. Innovatieve en taboe-doorbrekende projecten en concepten die implementeerbaar zijn door meerdere doelgroepen. Ezzev houdt zich bezig met ontwikkelingen die binnen de maatschappij spelen. Deze ontwikkelingen worden bewust opgemerkt en hier wordt vervolgens op ingespeeld. Ezzev bevindt zich op de trendcurve bij de early majority. Het bedrijf oriënteert zich *bottum-up* en streeft naar *innovatieve*- en *taboe-doorbrekende* projecten en concepten die implementeerbaar zijn door meerdere doelgroepen. Ezzev houdt zich bezig met ontwikkelingen die binnen de maatschappij spelen. Deze ontwikkelingen worden gericht geanalyseerd en hier wordt vervolgens op ingespeeld.



TRENDS

Met de focus op het onderwijs kan de trend 'Perfect connection' meer betekenen dan men nu beseft. Co-creëren binnen het onderwijs gebeurt al op hoger niveau, echter wordt dit in de praktijk nog niet genoeg doorgevoerd. In samenhang met de trend 'Forever going' is er een meer holistische kijk op het onderwijs nodig. Het doelmatig omgaan met de gevoeligheid van jongeren kan hier ingezet worden om betere ontwikkelingen te realiseren gericht op de toekomst. De trend 'New reality' is bij grotere bedrijven al redelijk bekend, echter is de trend nog niet in grote mate aanwezig binnen de maatschappij. Jongeren voelen een hoge druk betreft opgroeien en volwassen worden. Hierdoor wordt creativiteit beperkt en blijft men in hokjes denken. Door interactieve interactie en out-of-the box handelingen kunnen leerlingen leren om vanuit een nieuw perspectief de wereld en zichzelf te bekijken. Generatie F staat niet bekend om zijn of haar vasthoudendheid. Het is een generatie dat per dag kijkt en de toekomst rooskleurig ziet, hiernaast zien zij ook dat de wereld langzaamaan vernietigd wordt en zijn dus innovatief met duurzame concepten. Jongeren tussen de 10 en 14 jaar zijn gevoelig voor de omgeving. Door de druk van de perfecte selfie en het creëren van een identiteit online en offline is het belangrijk om te richten op de bewustwording van ons online en offline leven.



**PERFECTIE
HOLISTISCH
DOELMATIGHEID
GEVOELIGHEID**

**VASTHOUDENDHEID
INDIVIDUALITEIT
DUURZAAMHEID
MOTIVEREND**

**WIJSHEID
VERASSING
SPONTANITEIT
ZELFREALISATIE**

TELL YOUR OWN STORY

TOOLBOX

GROWTH

KNOW IT ALL

REALISTIC



ONLINE LIFESTYLE

EMOTION

SUPPORT - CROWDFUNDING

INDIVIDUAL

CO-CREATE

SELF PROTECTED



ESCAPE

IMAGINATION

VIRTUAL LIFE

RETOUCHED

CROSS-CULTURAL



WAT

GOALS.

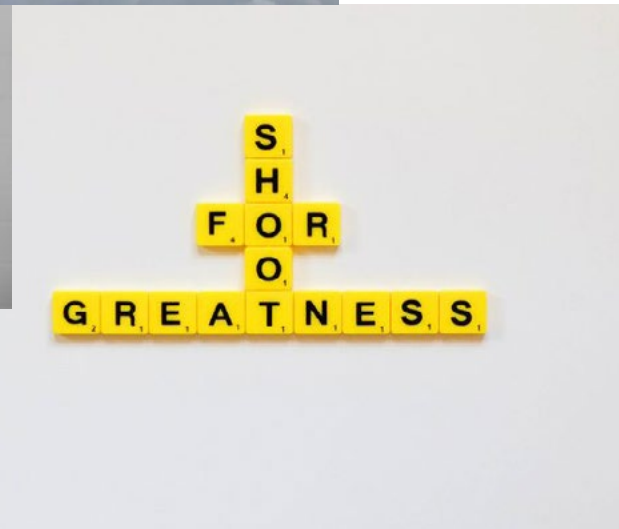
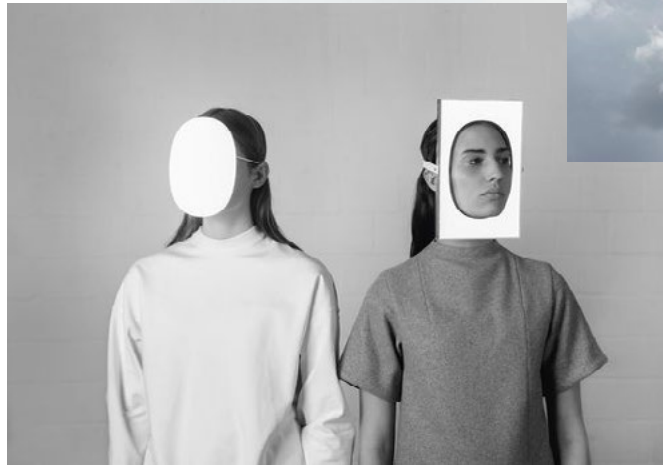
'Uitdaging, co-creatie en creativiteit leiden tot awareness bij jongeren over zichzelf en hun onontdekte skills.'

GOALS. staat voor zelfverzekerdheid en uitdaging voor jongeren. Met Goals. leer je netwerken en jezelf presenteren naar de buitenwereld toe.

Goals. slaat terug op de trends New reality, Perfect connection en Forever going. Tijdens het project GOALS. worden jongeren uitgedaagd om op een creatieve manier de realiteit vanuit hun ogen weer te geven, er wordt van hun verwacht dat zij op zoek gaan naar bedrijven waar zij een klik mee voelen en hier hun kennis en vaardigheden gaan inzetten om het bedrijf te inspireren met hun inzicht. Het middelbaar onderwijs verwacht zelfstandigheid van de nieuwe leerlingen. Door het project te volgen krijgen zij al de juiste uitdaging en kans om dit te ontwikkelen voordat zij naar hun nieuwe school gaan. GOALS. sluit goed aan bij de visie en missie van Ezzev omdat het project jongeren de kans en verantwoordelijkheid geeft om zich te ontwikkelen. Dit is ook waar de doelgroep naar op zoek is, naar de juiste uitdaging en de juiste begeleiding.

GOALS. is een project dat vanuit Ezzev wordt aangeboden aan basisscholen. Het project is gericht op de groep 8 leerlingen en kan in het lessenplan na de Cito-toets en de vakantie worden geïmplementeerd. Het doel is om de kinderen door middel van het project meer zelfverzekerd te laten voelen en zichzelf nog meer te ontwikkelen voor wanneer zij starten op het middelbaar onderwijs.

Het project bestaat uit 4 theorie- en praktijklessen om de basiss te leren gericht op: vloggen, editen, presentatie en netwerken. Vervolgens zullen de jongeren worden uitgedaagd om dit in de praktijk uit te voeren in de vorm van een vlog over een bepaalde sector gekozen door zichzelf. De vlog moet een bepaald thema hebben gericht op de toekomst en de rol van het bedrijf hierin. Zo leren de jongeren te netwerken, plannen en zichzelf te presenteren naar de buitenwereld. Door de verantwoordelijkheid te bieden zullen zij al een GOAL behaald hebben dat zorgt voor meer zekerheid en verbeterde zelfkennis.



Let's get to know me.
GOALS.

Beeld v.b.v.o. 42,43,44,45 en 46

GOALS.

Uitdaging, co-creatie en creativiteit leiden tot awareness bij jongeren over zichzelf en hun onontdekte skills.



Les

01



Les

02



Les

03



Les

04

- Awareness
- Zelfverzekerd
- Co-creatie
- Uitdaging

Let's get to know the student.

Les 1 - 150 minuten

Les 1 is de kick-off van project GOALS. De leerlingen krijgen het lessenplan te zien en worden gelijk geïnspireerd in de les presenteren komen de onderwerpen toekomst (wat zijn de actuele ontwikkelingen) en duurzaamheid aan bod, en leren de jongeren zichzelf neer te zetten en de daarbijhorende tone-of-voice.

Les 2 - 120 minuten

Les 2 is de vlog-les. Hoe vlog je nou het beste en hoe oud je de camera vast? De leerlingen leren hoe beeld en de camera werkt. Verder zal de les praktijkgericht worden waar de leerlingen de kans krijgen om een korte vlog te maken om goed te kunnen oefenen.

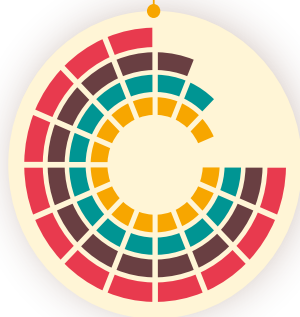
Les 3 - 130 minuten

Les 3 is de edit-les. Hoe werk je met het programma adobe premiere en wat zijn de short-cuts die zij kunnen gebruiken bij het monteren van hun vlog. De leerlingen zullen in deze les de vlogs van de vorige les editen door middel van een handleiding en vooral ook zelf proberen in het programma.

Les 4 - 120 minuten

Les 4 is de netwerkles. Welke bedrijven of sectoren bevinden zich in ons eigen netwerk en hoe kan de leerling het bedrijf bereiken? De les bestaat uit: zakelijke gesprekken oefenen, e-mail opstellen en hoe zij het beste hun tips voor het bedrijf kunnen pitchen tijdens de vlog.

GOALS. is een project dat vanuit Ezzv wordt aangeboden aan basisscholen. Het project is gericht op de groep 8 leerlingen en kan in het lessenplan na de Cito-toets en de vakantie worden geïmplementeerd. Het doel is om de kinderen door middel van het project meer zelfverzekerd te laten voelen en zichzelf nog meer te ontwikkelen voor wanneer zij starten op het middelbaar onderwijs.



Centrale conceptdragers
GOALS.

Het lessenplan wat de mentaliteitsgroep uitdaagt, bestaat uit vier theorielessen die in een vlog worden geïmplementeerd door de jongeren.

GOALS. brengt de jongeren in contact met het bedrijfsleven die zij mogen inspireren vanuit hun inzicht gericht op duurzaamheid en de rol van het bedrijf.

GOALS. laat de jongeren een uitdaging aangaan, waardoor zij, na voltooiing, zich meer zelfverzekerd zullen voelen. Het geeft hen inzicht in hun kwaliteiten en de invloed die zij op hun eigen omgeving kunnen hebben.

Het project GOALS. wordt geïmplementeerd in het lessenplan waardoor de fysieke omgeving tijdens de lessen die voorafgaand aan het project in het klaslokaal plaatsvinden. Het klaslokaal dient voldoende computers te hebben voor elke vier kinderen om tijdens de theorielessen mee te kunnen doen met de expert. Om te kunnen leren dient de sfeer in het lokaal informeel en ongedwongen aan te voelen. Voor de meeste leerlingen zal de informatie nieuw zijn en spannend, dus het is van belang dat zij zich vrij genoeg voelen om vragen te kunnen stellen.

Klaslokaal

In het klaslokaal zal er tijdens les 1 'sheets' worden uitgedeeld die de leerlingen gedurende het project bij zich kunnen houden om de begrippen en materialen te kunnen bekijken. Zij mogen deze kaarten houden en mee naar huis nemen om ook de ouders kennis te laten maken met het project GOALS.

Qua materialen hoeven er niet al te veel kosten gemaakt worden. Tegenwoordig heeft bijna elke jongere tussen de 10 en 14 jaar een smart-phone. Met de smart-phone kan de leerling de vlog opnemen. De school dient alleen wel in het bezit te zijn van computers of tablets. De meeste computers of tablets hebben een standaard edit-programma waar de vlog vervolgens mee kan worden ge-edit. De materialen die vanuit Ezzev aan de scholen worden aangeboden betreffen het lessenplan. De school zal het lessenplan per jaar afnemen en uitvoeren. De vlog's van de leerlingen zijn hier het eindproduct van. Hier zal nog wel een terugkoppeling van gevraagd worden om de kwaliteit te waarborgen.

*Extra

Het lessenplan kan zich ook ontwikkelen tot een online portal waar de school de informatie vindt en de aanmelding automatisch verloopt/ Dit advies is voor de langere termijn, op korte termijn is de feedback en persoonlijke input van de scholen naar Ezzev en andersom van groot belang voor het verzekeren van het doel van het concept en de terugkoppeling van de jongeren zelf.

GOALS.

Uitdaging, co-creatie en creativiteit leiden tot awareness bij jongeren over zichzelf en hun onontdekte skills.

Welkom bij project GOALS.

De komende weken ga je leren hoe je vlogt, netwerkt, presenteert en editen. Stel al je vragen, wees creatief en behaal je GOALS.!



Presenteren

Presenteren kan ook veel meer manieren dan een powerpoint! Je leert hoe jij jezelf kan presenteren naar bedrijven en in een vlog, en hoe je jou identiteit laat zien in een korte tijd.

Benodigdheden : Tafels in een kring, flipover voor mindmap presenteren, actualiteiten uit kranten, voorbeelden van duurzame ondernemingen



Vloggen

Ben jij de nieuwe toekomst vlogger? In deze les leer je hoe je de camera gebruikt, hoe je goed in beeld bent, en hoe je de vlog kan filmen. Ook gaan we eerst even oefenen!

Benodigdheden : Tafels aan de kant, vlogcamera



Editen

Niet alles gaat in een keer goed, zeker niet met filmen. Laat de camera doorlopen en begin opnieuw met je tekst. In deze les leer je hoe je de beste beelden en fragmenten uitkiest en hoe je er een mooi geheel van maakt.

Benodigdheden : Vlogcamera, SD-kaartjes, computers met edit-programma erop

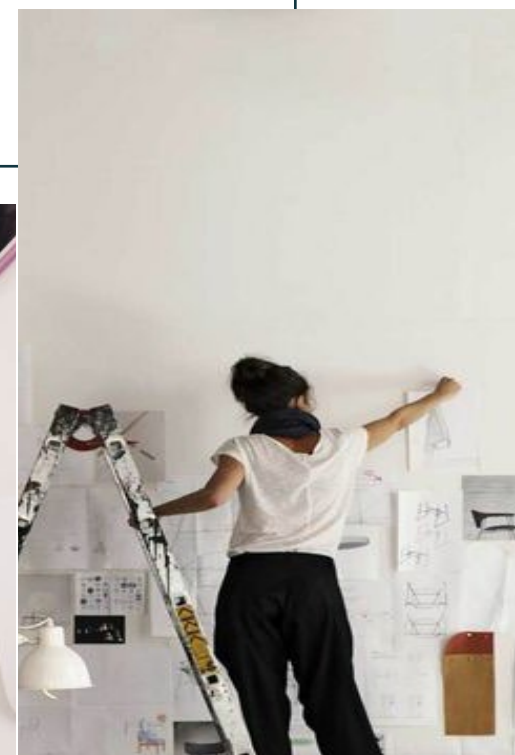


Netwerken

Welke bedrijven ken jij al? Hoe bereik je een bedrijf? In deze les leer je hoe je een bedrijf benaderd, hoe je jouw tips aan het bedrijf geeft, en hoe je het contact onderhoud.

Benodigdheden : Computers, mogelijke bedrijven, flipover, voorbeeld e-mails en telefoonsprek voorbeelden

~~SHOULD.~~
~~WOULD.~~
~~COULD.~~
DID.





"JUST KIDS"

De sociale aanpassers en erkenningszoekers zoeken naar erkenning in de directe omgeving zoals vrienden en idolen. Uitdaging speelt een belangrijke rol bij de keuze voor het middelbaar onderwijs. De omgeving richt zich voornamelijk op de kinderen, echter beïnvloeden de ouders de kinderen anders dan vrienden of de huidige school.

Onzekerheid is een belangrijk onderdeel van het dagelijks leven van de mentaliteitsgroep. Terwijl zij zelf grote veranderingen doormaken, worden er vanuit de huidige school en de ouders verwachtingen uitgesproken richting de jongeren. Zelfstandigheid is hier een keywoord dat door iedereen anders wordt geïnterpreteerd.

Het is voor de mentaliteitsgroep belangrijk om zelfverzekerd en zelfstandig te worden. De keuze voor het voortgezet onderwijs is een bepalende keuze voor de komende 6 jaar. Onder invloed van de huidige leraar en de ouders krijgen zij de informatie en input voor deze keus. Doordat de jongeren vaak beoordeeld worden op de Cito-toets score en op het beeld dat de leraar van hem of haar heeft, voelen zij zich onzeker of de goede keus wel gemaakt wordt.

Als er gekeken wordt naar de kwaliteit van leven van de mentaliteitsgroep sociale aanpassers en de erkenningszoekers tussen de 10 en 14 jaar oud, vinden zij sociaal en emotioneel welbevinden en ontwikkeling & activiteiten belangrijk. Voornamelijk zelfverzekerdheid en vrienden zijn belangrijke elementen. Vrienden worden als een belangrijk referentiepunt gezien op kleding en houding gebied, ouders worden vaak informatief gezien een belangrijk referentiepunt. Naast zelfverzekerdheid en vrienden vindt de mentaliteitsgroep steun en positiviteit ook belangrijk. Jongeren hebben behoefte aan positieve stimulering en de juiste opbouwende feedback.



IK HEB HEEL VEEL ZIN OM VOLGEND
JAAR HEEL VEEL NIEUWE MENSEN
TE LEREN KENNEN.
IGO WITH THE FLOW

SOCIALE AANPASSER

TEUNTJE

19-07-2005



Tone of voice

De sociale aanpasser en erkenningszoeker waardeert bedrijven die transparant, online en offline en uitdagend de jongeren benaderen. GOALS. is ontwikkeld op de waarden: zelfverzekerd – awareness en co-create om transparant te zijn in hun project en de uitdaging aan te bieden aan de sociale aanpasser en erkenningszoeker. GOALS. wordt gecommuniceerd in heldere taal, met minimalistische vormen gecombineerd met gaming-icoontjes en kleuren die aanzetten tot zelfontwikkeling.

Omgeving

Het is belangrijk dat Ezzev samen met de experts een sterke basis legt in het lessenplan zodat het project in het (vertrouwde) klaslokaal van de sociale aanpassers en erkenningszoekers echt als een nieuwe uitdaging aanvoelt. Sociale aanpassers en erkenningszoekers zijn gevoelig voor de omgeving en GOALS. dient hier op in te spelen als een open ruimte waar zij hun eigen weg in mogen vinden. Via Youtube zullen de vlogs naar buiten worden gebracht en zal GOALS. zich ontwikkelen tot een toevoeging voor het toekomstig bestendig onderwijs.



IK HOOP DAT IK OP DE
MIDDELBARE SCHOOL
AAN MIJN TOEKOMST KAN
WERKEN EN GERICHTE VAKKEN
KAN VOLGEN DIE IETS
TOEVOEGEN.

ERKENNINGSZOEKER

PHILIP VAN LEEST

04-04-2004





Om GOALS. Te laten slagen zijn onderstaande stappen nodig. De ontwikkeling hiervan is bij uitstek een iteratief proces; omdat de samenstelling van het project mee ontwikkelt met de jaarlijkse terugkoppeling en de actualiteiten, met als voornaamste doel te voldoen aan de juiste uitdaging voor de mentaliteitsgroep jongeren.

Chairman – Onno Hansen

Het is belangrijk dat Onno, die verantwoordelijk is voor de output van Ezzev Foundation, goed op de hoogte is van de conceptdefinitie. Het conceptstatement 'Let's get to know me' staat voor jongeren die zichzelf ontdekken en exposen. GOALS. zet dit in werking door de juiste uitdaging te bieden. Op basis van deze informatie kan hij passende experts en communicatie-uitingen ontwikkelen, uitvoeren en communiceren. Alle uitingen dienen ervoor te zorgen dat de sociale aanpassers en de erkenningszoeker dit project ervaren zoals het bedoeld is.

Treasurer - Hein Wils

Hein dient gedurende dit project de kwaliteit te waarborgen en bewaakt de omgeving waarin het project zich afspeelt en de implementatiekosten. Op deze manier kan er op een effectieve wijze en doelgericht worden gewerkt aan het implementeren van het project GOALS

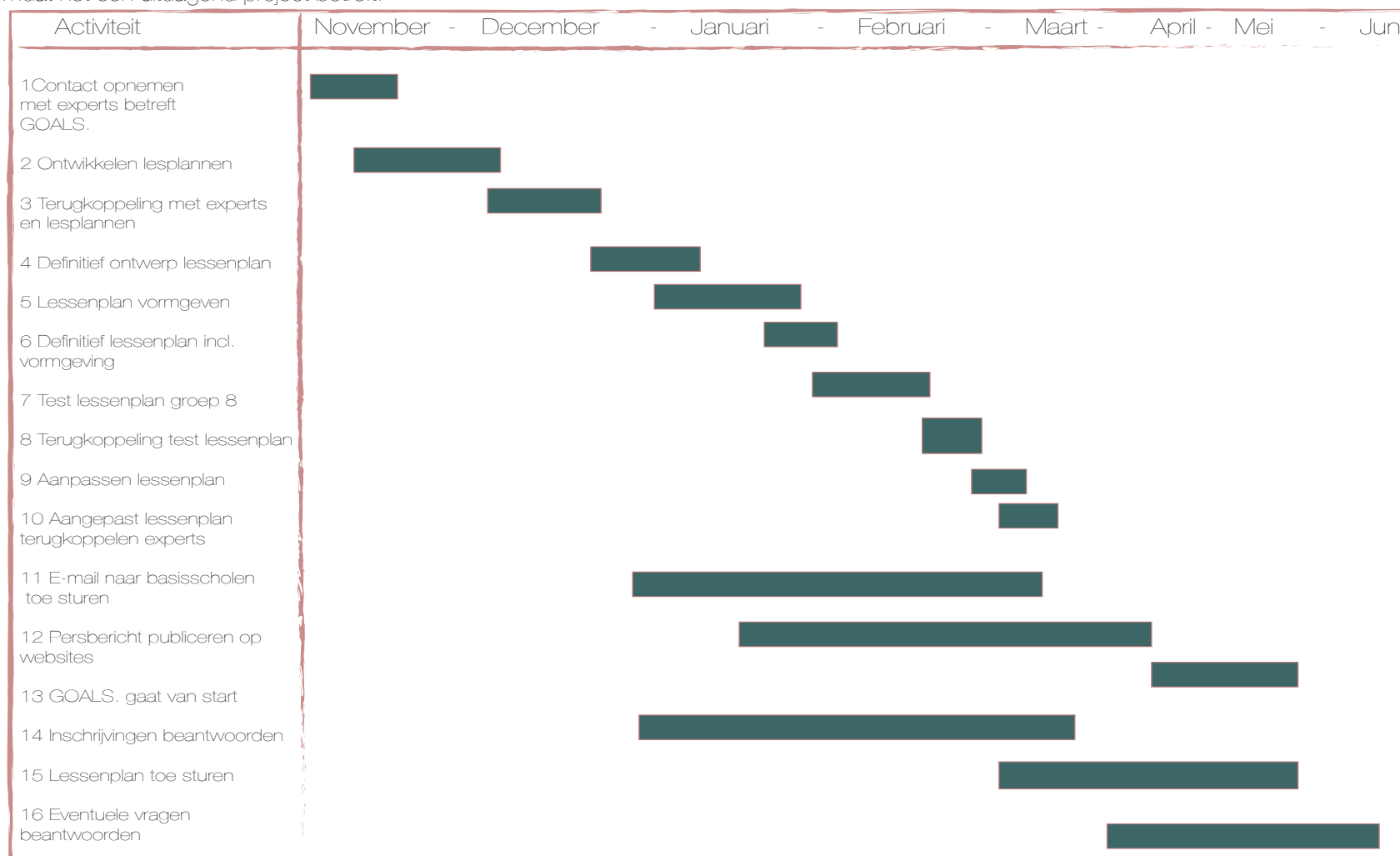
Naast dat Ezzev deels haar organisatie moet aanpassen om het project GOALS. van de juiste kwaliteit te voorzien en bewaken, dient de school die het project zal gaan uitvoeren ook zijn organisatie aan te passen. Voor veel leraren of leraressen is ook deze informatie nieuw, dus is het van belang dat zij zich de informatie eigen maken om zichzelf in staat te stellen om het project te leiden. Hiernaast wordt de customer journey vanuit de school weergegeven.

Om het concept op een goede manier te lanceren en implementeren wordt er gebruik gemaakt van zowel het bestaande netwerk van experts van Ezzev als van nieuwe samenwerkingen. Het bestaande netwerk van experts zal worden geraadpleegd voor het indelen van het lessenplan en de ethische verantwoordelijkheid die hierbij hoort, de nieuwe samenwerkingen zullen bestaan uit de basisscholen en bedrijven. De prioriteit van alle betrokkenen moet gericht zijn op de jongeren en hun kwaliteit van leven. Het netwerk moet de waarden van de identiteit van GOALS. ; zelfverzekerdheid, awareness en co-create begrijpen en communiceren.

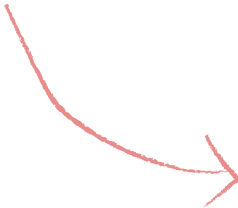
Hiernaast kan er gebruik gemaakt worden van het netwerk van gemeenten, scholenverenigingen en ouders. Ook bij deze communicatie is het van belang dat zij het imago versterken in plaats van verzwakken.

In hun netwerken zitten veel mogelijke stakeholders of interessante experts die het project willen uitbreiden of internationaal willen verspreiden. Het project GOALS. stimuleert de samenwerking tussen bedrijven, leerlingen en scholen waardoor er een versmelting zal plaatsvinden van deze sectoren. Het geeft de jongeren een stem naar de bedrijven toe die van invloed zijn op de toekomst van de jongeren.

De huidige organisatie van Ezzev en de vaste fondsen waar zij mee werken zullen geïnformeerd worden over het concept. De mentaliteitsgroep sociale aanpassers en erkenningszoekers zijn peer-gevoelig en dus dient hier rekening mee gehouden te worden juist omdat het een uitdagend project betreft.



Stap 1: Om GOALS. te realiseren is de eerste stap die Ezzev moet zetten het zoeken van experts met een vergelijkbare missie en motivatie en zich openstellen met het beschikbaar stellen van de juiste informatie. De experts dienen een les te kunnen opzetten gericht op de basiskennis betreft: editen, presenteren, vloggen en netwerken. De les moet in twee uur gegeven kunnen worden en begrijpelijk zijn voor de leerlingen. De theorielessen zullen verdeeld worden over een week en het uitvoeren over drie weken. De docenten kunnen de les zelf geven. Bij interesse kan het concept tot in detail besproken worden waarna het maken van concrete afspraken en afstemming zal volgen.



Stap 2: Het online naar buiten brengen van het project naar scholen toe. Dit zal via een e-mail en diverse persberichten op de juiste websites naar buiten worden gecommuniceerd. De reden waarom het ook op ouders gericht wordt omdat deze de omgeving van de jongeren bepalen. Tijdens stap 2 is het mogelijk om scholen zich in te laten schrijven voor het aankomende jaar, of om meer informatie aan te vragen. Binnen Ezzev zal het lessenplan nogmaals bekeken worden en een proef gedraaid worden met een klas. De start van de eerste start van het project kan dan eventueel nog worden aangepast zodat het nog beter aansluit op de mentaliteitsgroep.

Moment 1: De school krijgt de e-mail en leest op diverse websites over het project GOALS. De school koppelt het terug naar de leerlingen, die erg enthousiast zijn over wat zij horen en gaan graag de uitdaging aan.

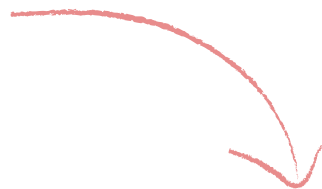
Moment 3: De school krijgt het lessenplan met daarbijhorend stappenplan, materialenlijst en verdere toelichting op de extra mogelijkheden tot het lessenplan en het doel.



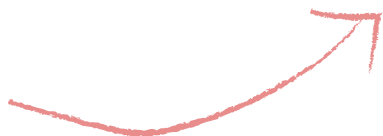
Moment 2: De school schrijft zich in en geeft aan dat zij graag meer informatie ontvangen over het project GOALS.



Stap 3: De scholen voorlichten en meenemen in het proces van het project. Het is van belang dat de scholen het potentieel van het project inzien en wat het voor de leerlingen en hun toekomst kan betekenen. Vervolgens zullen de inschrijvingen verwerkt worden en het lessenplan geleverd. Scholen zijn hier nog in de gelegenheid om enkele vragen te stellen. Om de kwaliteit te waarborgen dienen de scholen terugkoppeling te geven op het project. Er zal hier iemand voor aanstellen zodat er consistent kan worden gecommuniceerd.



Stap 4: De start van de eerste inschrijvingen van het project zullen starten. Gedurende start zal de marketing doorgaan om scholen ervan te attenderen welke scholen er al mee zijn gestart in hun omgeving. Na de eerste uitvoering zal er een tweede oppeiling terugvanuit de scholen worden gedaan om het project weer te actualiseren voor het volgende jaar.



Moment 5: Na de theorielessen en enige oefenlessen, zijn de leerlingen gestart met bedrijven zoeken. Zij bespreken de sectoren in de klas en nemen onder begeleiding van de leraar contact op met het bedrijf.



Moment 7: Nadat de vlogs zijn ge-edit, hebben de leerlingen kennis van de verschillende bedrijven en sectoren. De leerlingen hebben ontdekt wat zij interessant vinden en wat zij zelf al kunnen ondernemen.



Moment 4: De school start met het project GOALS. en de leerlingen reageren erg positief en zijn uitgedaagd om de nieuwe informatie tot zich te nemen.



Moment 6: Na de les presenteren, waarin ook toegespitst wordt op duurzaam en toekomst zullen de leerlingen gaan vloggen op het bedrijf naar keuze. In de les hebben zij de vaardigheden aangeleerd. Op het bedrijf geven zij tips over de toekomst en hoe het gekozen bedrijf hierin een rol kan spelen. Het project daagt de leerlingen op een laagdrempelige manier uit, maar wel op zo een manier dat het een voldoening zal geven wanneer afgerond. een voldoening die het zelfvertrouwen zal doen toenemen.

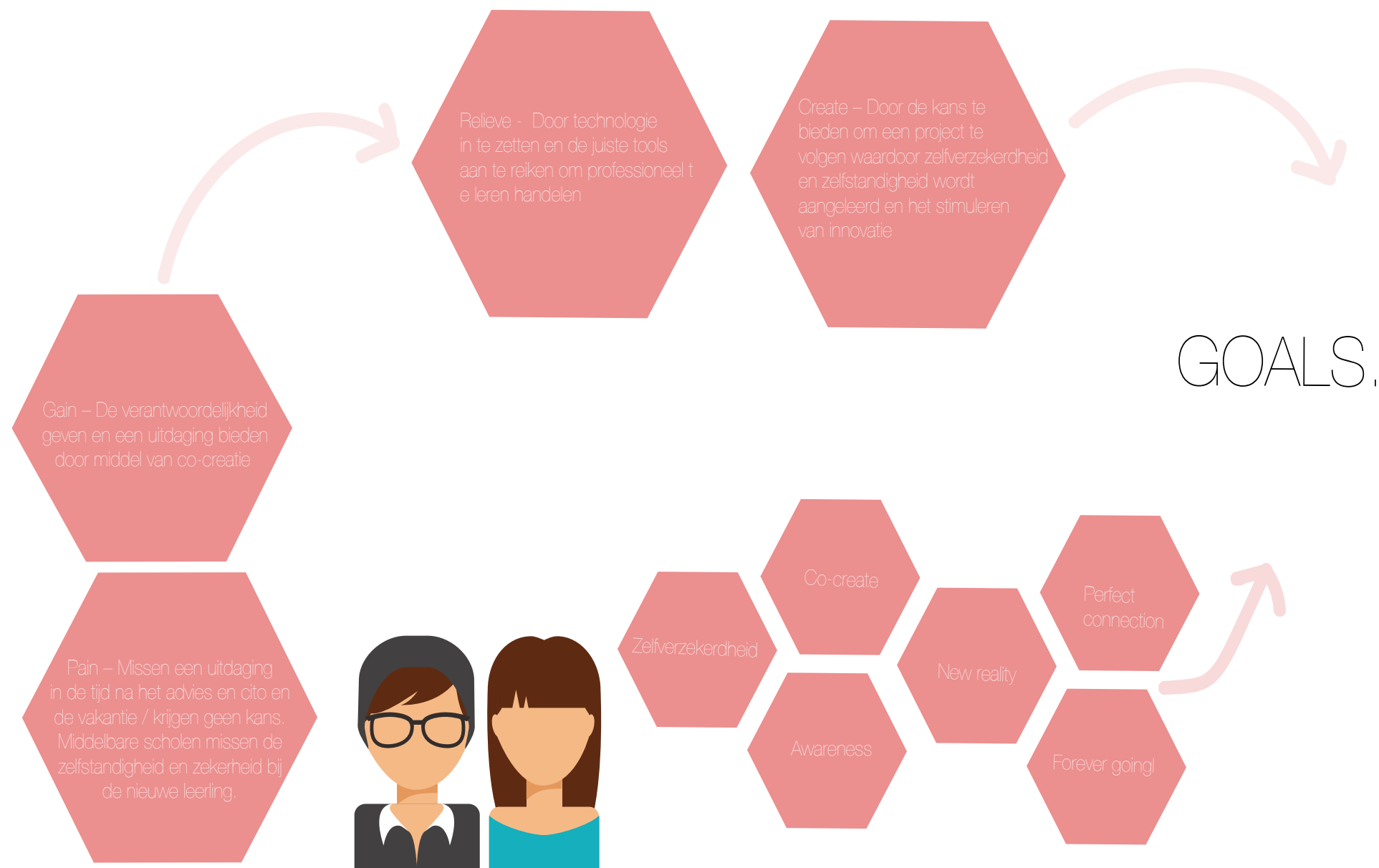
HOEVEEL



Om te berekenen hoeveel geld er nodig is om het concept 'GOALS' te realiseren, wordt er een investeringsbegroting opgesteld. In deze begroting wordt onderscheid gemaakt tussen vaste en vlottende activa. Vaste activa staan voor middelen die langer dan een jaar aanwezig zullen zijn. Vlottende activa staat voor middelen die korter dan een jaar aanwezig zijn. De begroting is opgesteld met de toegevoegde functie op de website.

Er is een keuze voor Ezzev om het project gratis voor de basisscholen aan te bieden om maatschappelijk verantwoord ondernemen te stimuleren. Een andere mogelijkheid is om het project te verkopen aan basisscholen voor een bepaalde prijs. Dit kan in abonnementsvorm of in eenmalig, waarin de school de mogelijkheid krijgt om het per jaar af te nemen.

Vaste activa	Kosten
Kantoor	€0.00
Computers	€0.00
Telefonie	€0.00
Computer	€0.00
Website	€0.00
Functie Inbouwen in website	€550,0 incl.BTW
Vlottende activa	
Persbericht op diverse websites	€659,85 incl.BTW
Vormgeving lessenplan	€1017,- incl. BTW
Ontwikkeling lessenplan	€0.00
Uren up-to-date lessenplan	€0.00
Liquide middelen	
Bank	N.V.T
Kas	N.V.T
Aanloopkosten	
Openingskosten	€ N.V.T
Onvoorziene kosten (10% van totaal)	€ 240,68 incl. BTW
Patent kosten project	€180,- incl. BTW
	Totaal
	€ 2.406,85



BRONNEN

- 1 Eyes, Pink Blouse, geraadpleegd op 1 mei 2017, van www.hkm.nyc
- pink and black aesthetic, Louis vuitton, geraadpleegd op 1 mei 1017, van www.tumblr.com/tagged
- 2 How To Optimize Your Planner, Lifestyle (2017), Geraadpleegd op 24 april, van www.bloglovin.com
- 3 Based on billions past, The Perfect Hideaway (2015), geraadpleegd op 24 april 2017, van www.bloglovin.com
- 4 Fashion design, Leonie Barth, Not just a label, geraadpleegd op 24 april 2017, van www.leoniebarth.com
- 5 Shoot for greatness, artist unknown, geraadpleegd op 24 april 2017, van www.pinterest.com
- 6 Petillon's balloons, Charles Pétillon, geraadpleegd op 24 april 2017, van <https://www.visionaireworld.com/blog/charles-petillons-balloons/>
- 7 So You Got Fired. Now What? , geraadpleegd op 24 april 2017, van www.careerontessa.com
- 8 Creative workspace, Sarah Akiyama (2016), geraadpleegd op 24 april 2017, van www.bloglovin.com
- 9 EASTSECRET, resorts, geraadpleegd op 1 mei, 2017, van www.fashion.sohu.com
- 10 Wall art, creative session, gallery, post-its, geraadpleegd op 1 mei 2017, van www.post-it.com/creating
- 11 Food Styling & Culinary Creative Direction, A. Keville, AKJ, geraadpleegd op 1 mei 2017, van www.ajkfoodstyling.com