

*Handboek
voor de jacht*

Q

Quick Brown Foxes

Welkom bij onze samenwerking

Het komt niet elke dag voor dat je samen met een roedel vossen op jacht gaat. Het zijn aardige beestjes, maar ze houden ook van heldere afspraken. Kwestie van niet op de tafel van de taxidermist te eindigen, komen de vossen daarom met deze korte gebruiksaanwijzing. Zo weet je wat jij van ze kan verwachten.

En wat zij van jou verwachten.

Wij bouwen merken met betekenis

Quick Brown Foxes helpt mensen en hun merken betekenisvol te zijn. Wij geloven dat merken die er echt toe doen, luisteren naar de mensen die ze willen helpen. Zulke merken ontstaan uit de overtuiging van de mensen erachter. Wij helpen die mensen te vertellen waar hun merk voor staat. Want wanneer je gelooft in wat je doet, kan je ook anderen overtuigen.

Daarom helpen we je te ontdekken wie je bent, hoe er naar te handelen en daar vervolgens aandacht mee te verdienen. Als het even kan, doen we dat weg van de gebakken lucht en de grote woorden. Er wordt al genoeg geschreeuwd. We geloven vooral in daden die voor zich spreken.

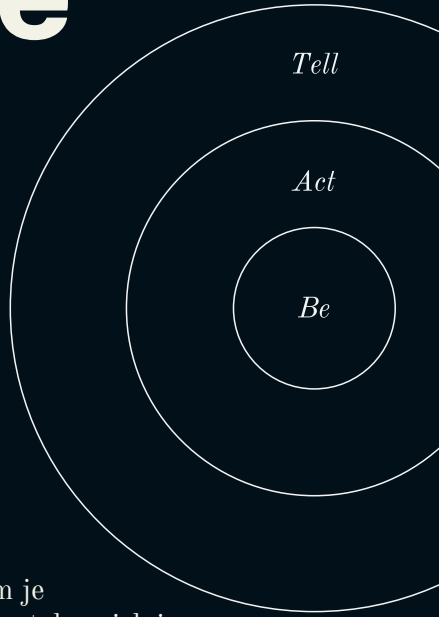
Om te begrijpen wat spraakmakend is, kan je best luisteren naar de mensen voor wie je wat wil betekenen. Want op het snijpunt van wat merken kunnen en wat mensen willen ontdek je wat echt telt. Daar bouwen wij merken vanuit betekenisvolle ervaringen. Van beweren naar bewijzen.

We bouwen merken als een architect die het ontwerp op papier zet, de eerste stenen goed legt en vervolgens blijft sturen. We zorgen voor begrip. Daar voegen we inspiratie en verbeelding aan toe. Zo maken we de verhalen over mensen en hun merken nog groter, rijker en duurzamer.

Ons werk is klaar als onze klanten geloven in wat hun merk betekent, er naar handelen en er anderen van overtuigen.

Onze werkwijze

Ontdek eerst wie je bent, dan hoe je daarnaar handelt en er vervolgens aandacht mee verdient. We werken met een eigen model en structuur: het team dat je adviseert of je diensten ontwerpt, is ook het team waarmee je contact hebt. Zonder tussenstappen, drempels of complexe processen.



BE

Bepaal wie je bent, waarom je als organisatie een bestaansreden hebt. En waarom je daar als mens achter staat, waarom je dat zelf aanspreekt en motiveert. Die keuzes vertalen zich in waarden, principes en een eigen identiteit.

ACT

Handel naar die identiteit. Ontwerp je diensten, producten en de processen door te luisteren naar de mensen voor wie je wat wil betekenen. Die keuzes uiteten zich in gedrag bij jezelf en je medewerkers.

TELL

Wie handelt naar zijn overtuiging wordt vanzelf geloofwaardig. En daaruit ontstaat ook goede, oprechte communicatie. Aandacht die je verdient door je werking dus, niet door een mooie verpakking zonder meer.

We werken voor fijne klanten, net zoals jij

Een fijne klant:

- Begrijpt dat communicatie van binnenuit komt
- Is bereid te luisteren naar de mensen voor wie zij of hij iets wil betekenen
- Heeft de middelen en mogelijkheden om de ambitie waar te maken
- Wil met ons werken aan oplossingen die betekenisvol zijn
- Wil met ons eens goed gaan eten. En wij met hem.

We maken cool werk, dat werkt

Wanneer is het cool? Wanneer we fier zijn als we het aan iemand anders tonen.

Wanneer werkt het? Als het voldoet aan de voorwaarden die in het begin zijn overeengekomen met jou, de klant.



Het proces is het project



Het verloop van het project is voor ons net zo belangrijk als het resultaat.
Een 5-gangen-menu smaakt nog beter als het juist wordt geserveerd.

Een project heeft een begin.

En een einde. Anders was het een programma. En dat doen we meestal niet.
Het einde van het project spreken we dus van in het begin goed af.

Elke maandag bespreken de vossen samen de lopende projecten, en de
nieuwe vragen van afgelopen week.

Dan heb jij uiterlijk dinsdag altijd een antwoord.

Afspreken doen we graag bij ons in Maastricht, en dat mag overal zijn in
Maastricht, leuke plekken genoeg - we hebben er zelfs een vossenkaart voor.
We gaan er niet om liegen, dat zou ons uiteraard goed uitkomen. Maar jou
ook want het is de ideale plek om even afstand te nemen van de dagelijkse
beslommeringen. Natuurlijk komen we even graag bij jou langs als het echt,
echt, niet anders kan.

De drie fases van een project

Define

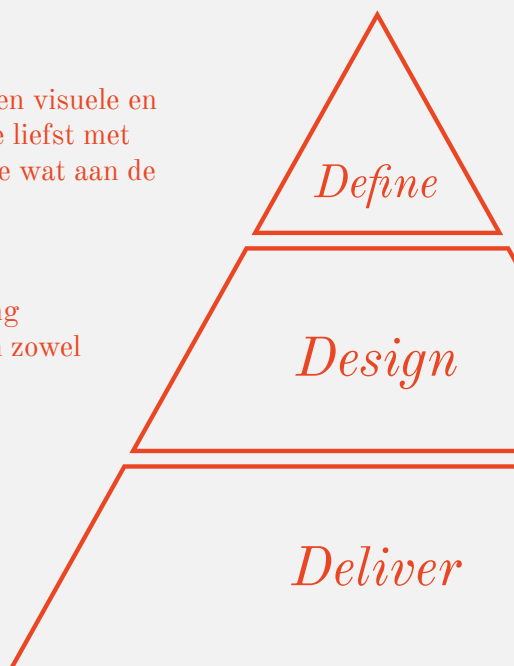
We onderzoeken en definiëren een oplossing in de vorm van concepten, strategische aanbevelingen of moodboards. We praten met jou, je partners, je klanten of eender wie ons én jou kan wijzer maken.

Design

We ontwerpen de oplossing, stippelen een visuele en structurele richting uit. Ook dit doen we liefst met jou, je partners, je klanten of eender wie wat aan de oplossing zal hebben.

Deliver

De productie van de ontworpen oplossing wordt in de deliver fase gedaan. Dit kan zowel afgeleide dragers als fysieke producties omvatten.



Een project bestaat uit tijd, middelen en output

Elk project heeft een oppervos en meestal ook een team met afgelijnde taken en rollen.

De oppervos is jouw aanspreekpunt voor alle vragen over het project.

Hij leidt het team vanuit:

- een duidelijke planning
- duidelijke verwachtingen in deliverables
- duidelijke omschrijving

Dat alles brengen we mooi samen in het projectcanvas, de reisgids voor ons project zeg maar.

Het projectcanvas



Dit zijn de 10 vragen bij de start van elk project. Zo weten we samen waar we aan gaan werken. Deze vragen zullen je dus bekend in de oren moeten klinken.

1. Wat is de context?
2. Wat is de waarde?
3. Wat is de scope?
4. Wie zijn de stakeholders?
5. Wat is de timing?
6. Hoe verloopt het project?
7. Wie is het team?
8. Waar vinden we informatie?
9. Zijn er beschikbare resources?
10. Wat is het budget?

Project etiquette

Enkele basisprincipes die fundamenteel zijn voor onze (samen)werking.

Hoe werkt ons bureau?

Creatieve vossen laat zich niet vangen in vaste processen. We maken namelijk maatwerk en dat vraagt elke keer opnieuw om een bijzondere aanpak. We gaan op zoek naar inzichten, invalshoeken en ideeën die een oplossing bieden voor de vraag.

We hebben een briefing nodig en gaan daar mee aan de slag.

We komen terug naar jou met oplossingen als we er zelf helemaal achter staan. Omdat we starten vanaf een wit blad, maken we in onze creaties haast altijd assumpties die we liefst zo snel mogelijk afstemmen met jou. En met jouw klant. Als het even kan liefst in dezelfde tijd en ruimte.

Wat is 'samen'werken

We gaan graag samen op jacht, met een gedeeld doel. Jullie krijgen van ons volledig inzicht in onze werking, we hebben liefst ook jullie volledige transparantie. Kaarten op tafel dus. Ben je niet akkoord, zeg het snel, dan kunnen we er wat aan doen.

Je spreekt met de mensen die voor jou aan het werk zijn, en dat is meestal een team.

We werken in spurtjes met afstemmomenten tussendoor. Maar als we aan de slag gaan, dan werken we liefst vanal in één ruk door. Dus zonder pauzes tussen de spurten. Dat vraagt ook beschikbaarheid aan kantenzijde.

Changes en last minutes

Elk project krijgt een planning met milestones en afstemmomenten. Dat maken we op in samenspraak met jou en we stemmen daar onze agenda's op af. Uiteraard kunnen er onvoorziene omstandigheden en bijkomende vragen zijn. We gaan daar mee om maar er lopen ook andere projecten. Wijzigingen in de planning hebben gevolgen voor heel wat mensen, vandaar dat we ze liefst respecteren. Kan het echt niet anders, dan schuift allicht heel de planning op.

Wijzigingen in scope zijn eenvoudig: moet er minder gebeuren, gaan we minder aanrekenen. Komen er bijkomende vragen zullen we dat signaleren. Dat laatste geldt ook voor correctierondes: er is uiteraard altijd ruimte voor feedback, maar komen er echt meer correcties dan voorzien of dan realistisch, gaan we ook dat signaleren.

Veelvoorkomende vossensoorten

Geen enkele vos laat zich in een hokje zetten. Zo heeft elke vos een combinatie van rollen op die hem of haar uniek maken:

Projectmanager

Organiseert en beheert projecten, zorgt voor duidelijke communicatie en goede afspraken. Bewaakt budgetten, motiveert mensen, blijft kritisch en houdt altijd de doelstellingen van het project in het oog.

Strateg

Helpt bedrijven de juiste weg in te slaan. Luistert, ontdekt, stelt vragen, wil de afgelegde weg begrijpen, analyseert de mogelijkheden, schept inspiratie, zoekt uitwegen, scherpt visies aan, stippelt een nieuwe koers uit en gaat samen op pad.

Creative

Heeft minimaal 3 keer zoveel inbeeldingsvermogen als een gemiddeld mens. Tekent concepten uit, bepaalt creatieve richting en weet daarmee te verwonderen.

Designer

Ontwerpt diensten, ervaringen, interfaces, boodschappen, producten, vormen, kanalen en gedrag.

Copywriter

Schept verhaalwaarde, creëert verhaallijnen, schrijft verhalen, redigeert teksten, formuleert standpunten, framet boodschappen, schiet headlines, buttons, blogs, scenario's, hashtags en tikt desgewenst ellenlange artikels over vanalles en nog wat.



Quick Brown Foxes