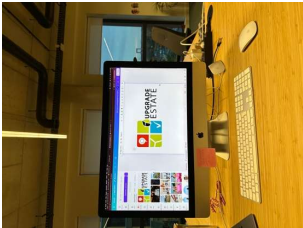


feedbackfiche



Léon Berteloot

Berteloot.leon@gmail.com

Stageplaats:

Upgrade Estate
info@upgrade-estate.be
Sarie Rooms - +32 494 34 97 12 – sarie.rooms@upgrade-estate.be
Huisvestingen aanbieden op een sociale manier
Marketing afdeling:
- Emilie Van Roy: content dj
- Sarie Rooms: content dj
- Heleen Gistelinck: marketing coordinator
- Lennart: brand director marketing
- Lauren: UX/UI Designer
- Tilde: Graphic designer
- Anouk: Senior graphic designer
- Audrey: marketing automation specialist
- Matthias: developer
- Nils Vanhauwaert: CCO

Takkenpakket:

WAT?	HOE?	WIE/WAT	WANNEER?	RESULTAAT?
1 De doelgroep en hun noden in kaart brengen (Empathize en Define fase)	- Digitale enquête opstellen en verspreiden bij Kortrijkse studenten - Persona's ontwikkelen op basis van data - SWOT-analyse uitvoeren van Upkot in de studentenmarkt	- Studenten als respondenten - Begeleiding van marketingteam - Tools: Forms, Miro, Excel	Week 1	Een onderzoeksrapport met duidelijke persona's, SWOT die basis vormen voor de strategie
2 Creatieve communicatie ideeën en contentformat s ontwikkelen	- Brainstormsessi e organiseren - Innovatieve contentformats bedenken - Concepten selecteren en	- Team Upgrade Estate - Tools: Miro, Canva, Whiteboards	Week 2 – 3	Een reeks goedgekeurde concepten en formats die ervoor zorgen dat Upkot top of mind wordt

3	Een contentplan opstellen voor Upkot Kortrijk	- SMART-doelstellingen formuleren en contentpijlers vastleggen - Waardepropositi e bekijken via hun BMC - Customer Journey Map uitwerken - Strategie structureren in een concreet plan	- Team Upgrade Estate - Data uit onderzoeksfase - Modellen: BMC, Customer Journey Map	Week 4-5	bij Kortrijkse studenten Een volledig uitgewerkte content- en communitystrategi e voor Upkot Kortrijk die kan uitgewerkt worden.
4	Creatieve content ontwikkelen en testen	- Op basis van goedgekeurde formats effectief content creëren - Testen van de content - Feedback verzamelen en resultaten analyseren	- Ondersteuning van Marketingteam voor publicatie - Tools: is in samenspraak met het team	Week 6	Een reeks eigen geproduceerde contentstukken die de strategie tastbaar maken.

Cultuur:

Je komt terecht in een heel warm bedrijf waar iedereen op een gelijkaardige manier wordt behandeld. Wanneer je daar stage doet krijg je de kans om begeleidt te worden, maar je krijgt ook heel veel vrijheid en verantwoordelijkheid. Ze verwachten wel dat je zelf dingen in handen neemt, en aan de slag gaat met hun feedback. Het is een bedrijf dat heel resultaatgericht is, al is er ook ruimte voor fun. Zo organiseren ze vanuit Upgrade Estate wekelijks activiteiten voor de werknemers: loopevenementen, cadeautjes tijdens sinterklaas... Er is een klein beetje maar heel weinig hiërarchie. Degene van het management team hebben ook gewoon een bureau tussen de werknemers. De eigenaars zijn ook altijd in voor een praatje, zo heb ik met de oprichter kort even gepraat over mijn stage. Dit toont perfect aan hoe die bedrijf te werk gaat.

Studentenprofiel:

- **Creatief:** Creativiteit is een essentiële competentie binnen Upgrade Estate, zowel op grafisch vlak als in het bedenken van concepten en oplossingen. De organisatie verwacht dat een student niet alleen aantrekkelijke visuals, video's en content kan uitwerken, maar ook creatief kan nadenken over hoe een merk zich onderscheidt in een competitieve vastgoedmarkt. Die creativiteit is nodig om originele ideeën te ontwikkelen die aansluiten bij de leefwereld van studenten en om verhalen te brengen die verder gaan dan het louter promoten van een kot, maar ook inzetten op beleving, identiteit en community.
- **Strategisch en analytisch:** Binnen Upgrade Estate is strategisch denken onmisbaar om marketingacties doelgericht en onderbouwd uit te werken. Een student moet in staat zijn om inzichten uit onderzoek, persona's en analyses te vertalen naar concrete marketingkeuzes. Die strategische blik zorgt ervoor dat content en campagnes passen binnen een groter geheel en bijdragen aan de lange termijnpositionering van Upkot. Marketing wordt hierbij niet gezien als losse acties, maar als een doordachte helboom die rechtsreeks gekoppeld is aan de doelstellingen van de organisatie.
- **Zelfstandig, proactief en initiatief nemend:** Upgrade Estate werkt in een omgeving waar veel vertrouwen en verantwoordelijkheid wordt gegeven, waardoor zelfstandigheid en initiatief cruciale eigenschappen zijn. Van een student wordt verwacht dat hij of zij zelf kansen detecteert, ideeën voorstelt en deze ook zelfstandig kan uitwerken. Proactief handelen, ownership opnemen over taken en vlot kunnen plannen zorgen ervoor dat projecten efficiënt vooruitgaan en dat de student een actieve rol speelt binnen het team, in plaats van louter uitvoerend te werken.

Persoonlijke evaluatie met betrekking tot deze stageplaats:

1. **Ik nam veel initiatief en verantwoordelijkheid**
Tijdens mijn stage heb ik niet afgewacht tot taken mij werden toegewezen, maar nam ik zelf initiatief. Ik stelde ideeën voor, nam ownership over opdrachten en werkte zaken zelfstandig uit. Hierdoor kon ik echt meedraaien in het team en voelde ik mij meer dan alleen een stagiair.
2. **Ik dacht strategisch mee en vertaalde inzichten naar actie**
Ik heb geleerd om niet zomaar content te maken, maar eerst na te denken over de doelgroep en het grotere verhaal. Door het uitwerken van personas en analyses kon ik gericht werken en mijn ideeën beter onderbouwen. Dat hielp mij om strategie en creativiteit met elkaar te combineren in concrete marketingacties.
3. **Ik groeide sterk in mijn communicatie en creativiteit**
Doorheen de stage ben ik duidelijk gegroeid in hoe ik communiceer, zowel schriftelijk als inhoudelijk. Ik leerde mijn ideeën beter verwoorden, visueel sterker denken en creatiever omgaan met marketingopdrachten. Ik durfde ook sneller mijn mening geven en voorstellen doen.

Negatief:

1. **Ik vroeg niet altijd snel genoeg om extra werk**
Soms had ik sneller kunnen aangeven dat ik ruimte had voor extra taken of nieuwe verantwoordelijkheden. In plaats van zelf actief te vragen of er nog werk was, wachtte ik af. Achteraf bekeken had ik hier proactiever kunnen zijn om nog meer uit mijn stage te halen.
2. **Ik durfde in het begin nog niet volledig mezelf te zijn**
In de eerste weken paste ik mij sterk aan en durfde ik mijn eigen stijl en persoonlijkheid nog niet volledig te tonen, ook niet in de content die ik maakte. Pas later in de stage begon ik meer mijn eigen creativiteit en ideeën te laten zien. Achteraf gezien had ik dit vroeger mogen doen.
3. **Ik mocht mijn standpunt soms sterker verdedigen**
Wanneer ik overtuigd was dat een bepaald type content of idee kon werken, durfde ik mijn mening niet altijd even assertief te brengen. Ik heb geleerd dat het belangrijk is om mijn standpunt duidelijker te onderbouwen en te blijven verdedigen, zeker wanneer ik geloof in het potentieel van een idee.