

Scholen met Succes!

Marketingdashboard©

Via de Tevredenheidspeilingen van Scholen met Succes worden standaard vragen gesteld over de tevredenheid van ouders en personeelsleden op diverse terreinen van de onderwijsorganisatie. Wat de peilingen van Scholen met succes uniek maakt is dat de resultaten ook direct zijn te vertalen naar de marketing- en profileringskracht van de school, zoals de verschillende respondentgroepen dat zien.

Het Marketingdashboard geeft een eerste indicatie van de marketing- en profileringskracht van uw school. Op zes dimensies wordt via de Tevredenheidspeilingen een inschatting gegeven.

1. **Schoolleider:** de mate waarin de schoolleider ondernemend, marktgericht en klantgericht is.
2. **Team:** de mate waarin het team een enthousiaste eenheid vormt, een coherente uitstraling heeft en klantgericht is.
3. **Populatie:** de mate waarin de schoolpopulatie (ouders) qua samenstelling, betrokkenheid en enthousiasme bijdragen.
4. **Profiel:** de mate waarin de school een helder en duidelijk profiel heeft.
5. **Communicatie:** de mate waarin de school consistent en met professionele middelen communiceert met doelgroepen en buitenwacht.
6. **Gebouw:** de mate van representativiteit, zichtbaarheid, bereikbaarheid en uitstraling van het schoolgebouw (in en extern)

Vergelijking met benchmark

De inschatting is gebaseerd op de antwoorden van de respondenten op de peilingen en de vergelijking daarvan met de landelijke benchmark. Zo ontstaat dus een relatieve score.

Vergelijking met observatielijst

Deze resultaten kunnen vergeleken worden met een observatielijst die door externe adviseurs, maar ook prima door bovenschools managers kan worden ingevuld. Praktijktoetsen wijzen uit dat de indicatieve resultaten van de Tevredenheidspeilingen goed overeenkomen met de observaties van externe adviseurs en bovenschools managers. In de bijlage treft u een dergelijke observatielijst aan.

Legenda

De kleuring komt overeen met het cijfer, hierbij wordt de volgende kleuring aangehouden:

5 score ver boven gemiddeld	Zeer goed	(behorend tot de 20% best scorende scholen)
4 score boven gemiddeld	Goed	(behorend tot de 40% best scorende scholen)
3 score neutraal/gemiddeld	Gemiddelde score	
2 score onder gemiddeld	Matig	(behorend tot de 40% slechts scorende scholen)
1 score ver onder gemiddeld	Slecht	(behorend tot de 20% best scorende scholen)

Bij de bepaling van de indeling is uitgegaan van de laatste 1000 scholen die een peiling bij Scholen met Succes hebben afgenomen (jaren 2004-2007). Bij het bepalen van de grenswaarden is gekeken hoe de school scoort ten opzichte van deze 1000 scholen (bij personeel zijn dit 650 scholen).

Als men bijvoorbeeld een 5 scoort (de donker groene kleur) dan betekent dit dat men op die dimensie tot de 20% best scorende scholen hoort die bij Scholen met Succes een Tevredenheidspeiling hebben afgenomen.

Samenvatting resultaten Stichting Exemplaris

Exemplaar 1	Ouders	Personeel
Schoolleider	5	5
Team	5	5
Populatie	4	4
Profiel	1	2
Communicatie	5	4
Gebouw	5	5

Exemplaar 7	Ouders	Personeel
Schoolleider	4	5
Team	5	5
Populatie	3	3
Profiel	3	3
Communicatie	2	3
Gebouw	3	3

Exemplaar 2	Ouders	Personeel
Schoolleider	1	2
Team	2	2
Populatie	2	2
Profiel	1	1
Communicatie	1	4
Gebouw	2	3

Exemplaar 8	Ouders	Personeel
Schoolleider	1	2
Team	1	3
Populatie	2	2
Profiel	1	2
Communicatie	1	1
Gebouw	1	1

Exemplaar 3	Ouders	Personeel
Schoolleider	3	3
Team	3	3
Populatie	2	2
Profiel	3	3
Communicatie	2	1
Gebouw	1	1

Exemplaar 9	Ouders	Personeel
Schoolleider	1	2
Team	1	2
Populatie	1	1
Profiel	1	1
Communicatie	1	1
Gebouw	4	4

Interpretatie

Over het algemeen kan gesteld worden dat er een rangorde in de volgorde van het Marketingdashboard zit. De schoolleider is naar onze ervaring de belangrijkste succesfactor voor de marketing- en profileringskracht van een school. Hij of zij bepaalt in grote mate welke koers gevaren wordt, welke positionering wordt nagestreefd en welke visie, welk gezicht de school uitstraalt. Hij/zij is ook degene die het team aanstuurt en inspireert. Team en directie bepalen weer in hoge mate in hoeverre de schoolpopulatie (ouders) enthousiasme over de school uitstraalt en een eenduidig verhaal vertelt. Een helder profiel dat duidelijk en consequent wordt gecommuniceerd met professionele middelen kan goed helpen om de uitstraling van de menselijke component van de school (directie, team en populatie) te versterken. Het gebouw tenslotte is een factor van belang in de aantrekkingskracht van de school, maar kan niet op tegen het persoonlijk enthousiasme van de menselijke factor. M.a.w. een enthousiaste en aanstekelijk team dat bevolgen met kinderen werkt in een aftands, oud gebouw heeft meer marketing en profileringskracht dan een ingeslapen, plichtmatig team in een aantrekkelijk, modern schoolgebouw.

Voorbeeld

Exemplaar 4

	Ouders	Personeel
Schoolleider	5	5
Team	4	4
Populatie	5	5
Profiel	1	1
Communicatie	1	2
Gebouw	2	3

Wanneer de schoolleider rood scoort in het marketingdashboard, kan dit gecompenseerd worden door een sterk team en door groene scores op de andere dimensies, maar het blijft kwetsbaar. Over het algemeen geldt dat rode scores op andere dimensies maar moeilijk zijn te verbeteren als ook de schoolleider in het rode gebied zit.

Rode scores op de dimensies profiel en communicatie zijn over het algemeen op te lossen met gerichte, professionele ondersteuning en een bereidwillige directie en dito team. Ook een min-score op populatie is over het algemeen met gericht communicatiebeleid en inspirerende leiding van directie en team te verbeteren.

Het voorbeeld hierboven heeft op grond van deze interpretatie goede kansen om aan marketing- en profileringskracht te winnen, wanneer gericht aan de profilering en de communicatie naar doelgroepen en buitenwereld wordt gewerkt.

Bijlage: Observatielijst Marketingdashboard©

Het marketingdashboard© geeft een indicatie van de marktgerichtheid van een basisschool. Op zes dimensies kan door professionele observatoren, zoals externe adviseurs, schoolbegeleiders of bovenschools managers een inschatting worden gegeven. Het is aan te raden om deze observatielijst naast de indicatieve resultaten uit de tevredenheidspelingen te gebruiken en pas op basis van de combinatie van deze twee instrumenten tot conclusies te komen.

Toepassing

Vul per hoofdcategorie (vb schoolleider) eerst de subcategorieën in (vb ondernemend) en daarna de totaalscore. Die kan eventueel berekend worden door de subscores te vertalen naar de MD-punten (zie legenda), deze op te tellen en te middelen.

	MD-score	Observatie-score
5	score ver boven gemiddeld	++ Zeer goed
4	score boven gemiddeld	+ Goed
3	score neutraal/gemiddeld	± Gemiddelde score
2	score onder gemiddeld	- Matig
1	score ver onder gemiddeld	-- Slecht

Marketingdimensie						
		++	+	±	-	--
1. Schoolleider						
• Ondernemend, initiatiefrijk, voortvarend						
• Markt- en klantgericht						
• Representatief en sociaal vaardig						
		++	+	±	-	--
2. Team						
• Eensgezind						
• Klant/ouder-gericht						
• Enthousiaste, positieve uitstraling						
		++	+	±	-	--
3. Populatie (ouders)						
• Samenstelling (naar sociaal economische status, cultuur)						
• Tevredenheid						
• Betrokkenheid en enthousiasme						
		++	+	±	-	--
4. Profiel						
• School heeft een helder en duidelijk profiel						
• Profiel is zichtbaar in school en activiteiten						
• Profiel staat consequent in communicatiemiddelen						
		++	+	±	-	--
5. Communicatiemiddelen						
• Professionaliteit van de middelen (ziet er goed uit)						
• Profilerende uitstraling van de middelen						
• Actueel en consistent gebruik van huisstijl;						
		++	+	±	-	--
6. Schoolgebouw en plein						
• Gebouw is goed bereikbaar en zichtbaar						
• Gebouw en plein zien er verzorgd en aantrekkelijk uit						
• Gebouw en plein zijn veilig met voldoende (speel-) ruimte						

Verbetering scorepositie Marketingdashboard ©

Hieronder staat per marketingdimensie aangegeven welke interventies uit het aanbod van Scholen met Succes mogelijk zijn om de scorepositie op het marketingdashboard te verbeteren.

Marketingdimensie	
1. Schoolleider	
<ul style="list-style-type: none">• Training marketingstrategie, - marketingplanning,• Ondersteuning bij ontwikkeling en uitvoering marketing/pr beleid• Coaching	
2. Team	
<ul style="list-style-type: none">• Teambuildingsessies• Training klantgerichtheid• Workshop van tevredenheid naar trots	
3. Populatie (ouders)	
<ul style="list-style-type: none">• Ondersteuning bij gesegmenteerde doelgroepbenadering• Panelgesprekken n.a.v. tevredenheidspeilingen• Workshop ouders als ambassadeur	
4. Profiel	
<ul style="list-style-type: none">• Begeleiding bij profielontwikkeling• Profileringsessies met schoolteams• Borging schoolprofiel in diverse uitingen van de school	
5. Communicatiemiddelen	
<ul style="list-style-type: none">• Quickscan communicatiemiddelen• Huisstijlontwikkeling en borging• Ondersteuning bij ontwikkelen communicatieplan en uitvoering	
6. Schoolgebouw en plein	
<ul style="list-style-type: none">• Visitatielijst schoolgebouw en mysterycliënt• Quickscan uitstraling schoolgebouw en plein• Haalbaar en betaalbaar restylingadvies en begeleiding	

Meer informatie:

Scholen met succes
Postbus 3386
2001 DJ Haarlem

www.scholenmetsucces.nl
info@scholenmetsucces.nl