

Basisschool anoniem

Haarlem

Communicatiemiddelenanalyse



Haarlem, april 2009

Inhoudsopgave

Inleiding	Blz. 2
Hoofdstuk 1 Huisstijl	Blz. 3
Hoofdstuk 2 Analyse website	Blz. 5
Hoofdstuk 3 Analyse schoolgids	Blz. 9
Hoofdstuk 4 Analyse nieuwsbrief	Blz. 11
Hoofdstuk 5 Concurrenten	Blz. 14
Hoofdstuk 6 Conclusie	Blz. 16
Contactgegevens	Blz. 17

Inleiding

Het belang van een goede eerste indruk

Een basisschool heeft de beschikking over een breed scala aan instrumenten om ouders, leerlingen en andere doelgroepen te informeren en te enthousiasmeren.

Naast het persoonlijke contact met leerkrachten, de uitstraling van het team en het schoolgebouw zijn de schoolwebsite, de schoolgids en de nieuwsbrief waardevolle communicatiemiddelen voor een school.

Om een indruk te krijgen van hoe basisschool Anoniem en haar concurrenten zich aan de buitenwereld presenteren, hebben wij in onze beoordeling, naast een objectieve, professionele blik, ook rekening gehouden met de indruk die de communicatiemiddelen kunnen hebben op de zich oriënterende ouder.

Onderdelen van de analyse

1. Consistentie

Is er een duidelijke huisstijl als basis?

Is de boodschap van alle communicatiemiddelen consistent?

2. Vorm

Oogt het communicatiemiddel professioneel en uitnodigend?

Is er sprake van een juiste verhouding tussen beeld en tekst?

Met welke kleuren, lettertypes en illustraties wordt er gewerkt?

Bij schriftelijk materiaal: zijn formaat en papier onderscheidend?

3. Inhoud

Wordt voldaan aan de informatiebehoefte van de zich oriënterende ouder?

Wordt voldoende duidelijk waarop de school zich nu onderscheidt?

Is de tekst helder, toegankelijk en voor de doelgroep goed leesbaar?

Hoofdstuk 1 Huisstijl; Logo en herkenbaarheid

Als school wil je een bepaalde indruk maken, een bepaald beeld achter laten bij de klanten (ouders en leerlingen). Eén van de middelen die je als school daarvoor hebt, is een huisstijl.

Identiteit en huisstijl

Elke organisatie, ook een school, heeft een bepaalde identiteit, ook wel de corporate identity genoemd. De corporate identity beïnvloedt het imago van de organisatie, de beeldvorming bij de doelgroepen. De identiteit van de organisatie wordt uitgedragen via communicatie, gedrag en symboliek.

Communicatie vindt plaats door visuele en verbale boodschappen naar buiten te brengen. Gedrag is de manier waarop de organisatie daadwerkelijk handelt en de symboliek is het gezicht van de organisatie in de vorm van de huisstijl en bedrijfsnaam. Deze drie moeten consistent met elkaar zijn om het gewenste identiteitsbeeld te vormen en uit te dragen. Een huisstijl moet dus de kernwaarden van de organisatie uitstralen.

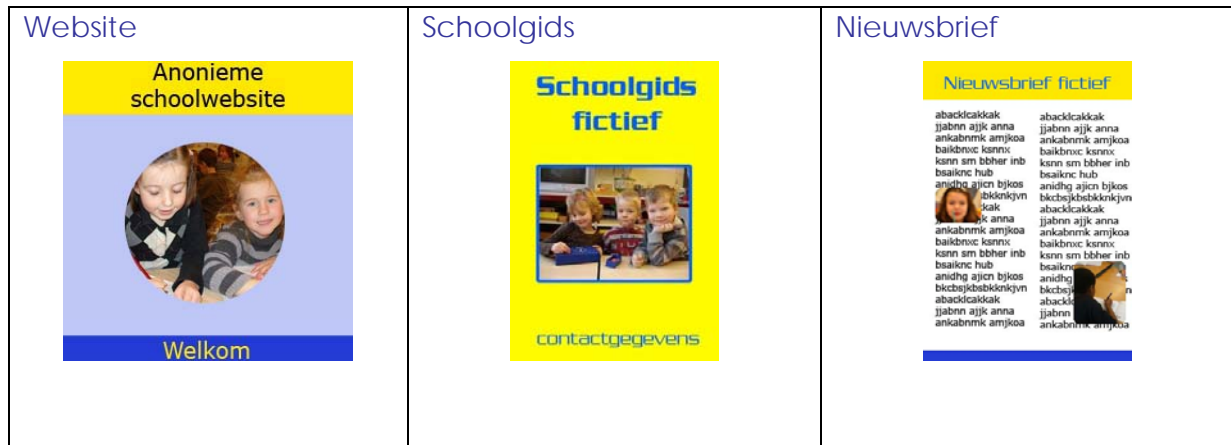
Een huisstijl bestaat uit een vijftal elementen

- **Woordmerk**
- **Beeldmerk**; een symbool dat verwijst naar activiteiten of kenmerken van de school (denk aan de schelp van Shell)
- **Typografie**; door gebruik van lettertypes kan een school zich onderscheiden, dan wel bepaalde kenmerken benadrukken (een zakelijk of juist speels lettertype, ouderwets of juist modern)
- **Kleur**: Idem als bij typografie (warm of juist koel, veel kleur of juist zwart/wit)
- **Kenmerkende vormen**: vormen die de herkenbaarheid vergroten, zoals de golf van Coca-Cola

Door een huisstijl te ontwerpen die bij de identiteit van de organisatie past en deze consistent door te voeren, wordt de naamsbekendheid van de organisatie versterkt. Het is daarnaast een manier om je als organisatie te onderscheiden ten opzichte van de concurrentie.

In dit hoofdstuk beoordelen we of basisschool Anoniem beschikt over een huisstijl en in welke mate deze consistent wordt toegepast. Onderstaande communicatiemiddelen zijn fictief en geen voorbeelden van 'good practice'.

Bevindingen



Een huisstijl ontbreekt nog. De communicatiemiddelen zijn allemaal verschillend vormgegeven waardoor de herkenbaarheid ontbreekt.

- Het logo is als beeldmerk op alle middelen weergegeven. Maar op de website ontbreekt het woordmerk, voer dit consistent door. In de schoolgids staat beschreven dat het logo een ondertitel heeft 'bouwen aan de toekomst', is dit bewust weggelaten? Het beeldmerk is erg leuk maar het is jammer dat het niet beter wordt benut.
- Het lettertype wordt niet eenduidig doorgevoerd. Gebruik een lettertype en maak afspraken voor de opmaak van titels, kopteksten en platte tekst. De voorkeur gaat uit naar een schreefloos lettertype, vermijd *Comic Sans*.
- Het zou goed zijn als een vast kleurenpalet wordt gehanteerd. Het logo is hiervoor een goed uitgangspunt, varieer met de verzadiging van de kleuren.
- Het beeldelement van het logo zou beter kunnen worden benut in de vormgeving van de communicatiemiddelen.

Hoofdstuk 2 Analyse van de website – www.Anoniem.nl

De internetsite van een school is natuurlijk voor de eigen ouders een bron van informatie, maar ook de oriënterende ouder moet er terecht kunnen voor informatie over de visie/missie, de identiteit en onderwijs van de school. Naast actuele informatie over projecten en excursies, moet er dus ook meer algemene, vaste informatie op te vinden zijn. Hoe krijg je deze informatie goed weergegeven op een website? Steve Krug, een internetgoeroe, vat zijn opvatting daarover samen in de slogan '*Don't make me think*'. Het gaat mis als de gebruiker moet nadenken over wat hij moet doen. Als elke stap voor zich spreekt en hij niet hoeft na te denken, is hij bereid om tijd op een website door te brengen. Als de gebruiker bij elke stap moet denken 'wat moet ik nu doen?' of 'waar dient deze knop eigenlijk voor', is de kans groot dat hij afhaakt.

Om nadenken van de bezoeker te voorkomen zijn er een aantal tips en trucs:

- Gebruik een duidelijke visuele hiërarchie. De belangrijkste dingen zijn visueel groter dan de kleinere dingen. Zorg voor een rustig beeld en verdeel de pagina in duidelijke secties.
- Maak gebruik van voor de gebruiker bekende conventies. Gebruik bijvoorbeeld gewoon 'zoeken' als tekst voor de button naast een zoekveldje en noem de homepage gewoon 'home' of 'start'.
- Maak duidelijk wat klikbaar is en wat niet. Gebruik bijvoorbeeld alleen onderstreepte woorden als er ook op geklikt kan worden, of maak buttons.
- Zorg voor een goede navigatie. Een goede navigatie bevat impliciet de instructies en de opties die voorhanden zijn. Het moet voor de gebruiker duidelijk zijn waar hij zich op de site bevindt en hoe hij weer terug kan keren naar vorige pagina's.
- Vermijd overbodige tekst en overbodige instructies. Zorg dat de homepage niet te druk wordt.

Basisschool Anoniem- website	++	+	-	--
<i>Vorm</i>				
Navigatie			X	
Uitstraling			X	
Verhouding tekst/beeld				X
Kleurengebruik			X	
Lettertype(s)		X		
Illustraties			X	
<i>Inhoud</i>				
Informatie voor oriënterende ouder				X
Profilerende informatie				X
Taalgebruik		X		

1. Vorm

De site begint met een spetterende opening, dit is erg creatief en speels. De



homepage zelf is helaas minder spectaculair, terwijl je er veel van verwacht door de flitsende opening. De website zou aantrekkelijker vormgegeven kunnen worden, ontwikkel een *header* en een duidelijk menu. Het is even zoeken voordat je ontdekt dat het logo als menu dient. Maak het de bezoekers makkelijk en plaats de menuonderdelen onder het logo, dat is men

gewend. Op de site kan beter gebruik worden gemaakt van sprekende vorm- en beeldelementen. Het logo kan hiervoor als uitgangspunt worden gebruikt. Het kader dat wordt gebruikt (met regenboogkleuren) oogt erg druk, gebruik liever een effen kleur (lichte variant van een logokleur). Zorg ervoor dat de paginatitels consistent worden opgemaakt, de paginatitel 'medezeggenschapsraad' is dikgedrukt en de andere titels niet. Verder zou het leuk zijn als op de website sprekende foto's zouden staan, hiermee kan de sfeer van de school worden geuit. Op de homepage moet direct de sfeer en identiteit van de school zichtbaar zijn, dit is nu niet het geval.

Advies:

- Ontwikkel een aantrekkelijke vormgeving voor de website, gebruik het logo als uitgangspunt
- Maak het menu beter toegankelijk, de bezoeker moet hier niet naar hoeven zoeken
- Gebruik sprekende vorm- en beeldelementen om de site sprekender te maken
- Het kader met regenboogkleuren is erg druk, gebruik liever een effen kleur afgeleid van het logo (een lichte variant)
- Geef de paginatitels consistent vorm
- Illustreer de tekst met beeldmateriaal, vooral op de homepage moet de identiteit en sfeer van de school goed naar voren komen.

2. Inhoud

De website voldoet inhoudelijk niet aan de informatiebehoeften van (oriënterende) ouders. Een welkomstwoord ontbreekt, hierin moet duidelijk worden wat de school uniek maakt en bezoekers moeten welkom worden geheten. Er is geen informatie te vinden over het onderwijs, de school, profilering, praktische zaken etc. Enkel informatie over de MR, OR staan online. Voor overige informatie moet de schoolgids of andere documenten worden gedownload, maar dit is toch een drempel. Het is aan te raden om de belangrijkste informatie kort en krachtig op de website te plaatsen. Verder is het belangrijk dat het nieuws recent is, er staat nu enkel een bericht uit augustus 2008. Deze pagina kan effectiever worden benut door verslag te doen van projecten, activiteiten en vieringen. Plaats op de homepage enkel het meest recente nieuws. Het zou ook leuk zijn als groepenpagina's worden gemaakt, waar de klas zich kan voorstellen en informatie gegeven kan worden over wat ze leren en doen. De teksten die online staan zijn goed geschreven, maar lees de teksten altijd na op foutjes (bv: de grote hal *isomgetoverd*).

Advies:

- Vul de website inhoudelijk beter. Plaats de belangrijkste informatie (zoals onderwijs, profilering en praktische zaken) online
- Het is voor bezoekers een drempel om PDF bestanden te openen, voor extra informatie zijn PDF's wel geschikt

- Zorg dat het nieuws recent is. Benut deze pagina effectiever, doe hier verslag van activiteiten/projecten/vieringen etc.
- Plaats op de homepage enkel het meest recente nieuws
- Maak groepenpagina's aan: laat de klas zich voorstellen en vertellen wat ze zoal doen en leren op school
- Lees de teksten na op type- en spelfouten

Hoofdstuk 3 Analyse van de schoolgids

Een schoolgids heeft als doel ouders te informeren, of dat nu gaat om ouders die al voor de school gekozen hebben, of om ouders die de keuze nog moeten maken. Met de informatie uit de schoolgids krijgen ouders een beeld van de school en daarmee argumenten om wel of niet voor de school te kiezen. De schoolgids schept ook verwachtingen ten aanzien van het onderwijs, die gedurende de schoolperiode waar moeten worden gemaakt. Een zorgvuldige presentatie van wat de school aan ouders en leerlingen te bieden heeft is daarom verstandig. Door serieus na te denken over wat u in de schoolgids laat zien en op welke manier u dat vormgeeft, geeft u aan de (potentiële) ouders serieus te nemen.

Basisschool Anoniem - schoolgids	++	+	-	--
<i>Vorm</i>				
Uitstraling		X		
Verhouding tekst/beeld				X
Kleurengebruik (voorkant)	X			
Lettertype(s)		X		
Illustraties				X
<i>Inhoud</i>				
Informatie voor oriënterende ouder	X			
Profilerende informatie		X		
Taalgebruik			X	

1. Vorm

De voorkant van de schoolgids is goed en overzichtelijk vormgegeven. Het is alleen raar dat op de titelpagina een ander lettertype wordt gebruikt voor de schoolgidstitel, wees hier consistent in. De gids valt goed op omdat de voorkant in kleur is gedrukt. De schoolgids is ook netjes ingebonden, dat geeft een verzorgde indruk. De binnenkant van de schoolgids is erg kaal en door de grote hoeveelheid tekst niet goed toegankelijk. Het zou fijn zijn als tekst wordt afgewisseld met beeldmateriaal. Hierdoor kan ook de sfeer van de school worden geuit. Het gebruikte lettertype is



goed leesbaar en de teksten zijn consistent vormgegeven. De hoofdstuktitels zouden meer mogen opvallen, plaats ze in een groter formaat dan de paragraaftitels.

Advies:

- Geef de schoolgidstitel consistent vorm
- Maak de binnenkant aantrekkelijker en zorg voor meer overzicht
- Vermijd lange teksten, dit maakt de gids slecht toegankelijk
- Zoek een goede verhouding in tekst en beeld
- Laat de hoofdstuktitels meer opvallen dan de paragraaftitels

2. Inhoud

Ouders kunnen eenvoudig specifieke informatie opzoeken, met behulp van de inhoudsopgave. Het is ook fijn dat er een voorwoord is, maar die kan wel krachtiger en meer enthousiasmerend worden geschreven. In de schoolgids wordt goed uitgelegd waar de school voor staat. Probeer ook extra informatie te geven, bijvoorbeeld hoe worden kinderen voorbereid op de maatschappij? Verder is er informatie over de inhoud van het onderwijs, zorg voor leerlingen, de leerkrachten en praktische zaken. Het is ook goed dat de relaties van de school met de omgeving worden benoemd. Alleen een afsluitend woord zou nog wenselijk zijn. Verder kunnen de teksten korter en krachtiger worden geschreven, hierdoor wordt de schoolgids beter toegankelijk. Vermijd ook moeilijk en omslachtig taalgebruik (bv: de vereniging is ontstaan uit een bestuurlijke integratie).

Advies:

- Schrijf het voorwoord krachtiger en meer enthousiasmerend
- Geef extra informatie bij de profilering, hoe komen de uitgangspunten terug in het dagelijks onderwijs?
- Schrijf een slotwoord
- Schrijf de teksten kort en krachtig, dit maakt de gids beter toegankelijk
- Vermijd moeilijk en omslachtig taalgebruik

Hoofdstuk 4 Analyse van de nieuwsbrief

De schoolniewsbrief is niet alleen geschikt om ouders te informeren over praktische zaken, het is ook het middel bij uitstek om de relatie met de ouders te versterken.

Door ze op de hoogte te houden van het reilen en zeilen op de school betreft u ze bij het schoolleven van hun kind(eren) en kunt u ze enthousiast maken voor dingen die op stapel staan.

Bij het samenstellen van een nieuwsbrief is het daarom goed om niet alleen te kijken naar wat er gebeuren moet en wie daar voor nodig zijn. Ook (met trots en enthousiasme) terugblikken op dingen die gebeurd zijn, bedankjes aan ouders, jarige leerlingen en een welkom aan nieuwe kinderen en hun ouders horen in de nieuwsbrief thuis.

Basisschool Anoniem – Nieuwsbrief (maart 2009)	++	+	-	--
<i>Vorm</i>				
Uitstraling			X	
Verhouding tekst/beeld				X
Lettertype(s)			X	
Illustraties				X
<i>Inhoud</i>				
Informatie voor ouders		X		
Profilerende informatie			X	
Taalgebruik		X		

1. Vorm

De nieuwsbrief ziet er druk en onoverzichtelijk uit, drie tekstkolommen is te veel van



het goede. Het zou ook fijn zijn als een rustige *header* wordt ontwikkeld. Hierin kunnen de contactgegevens, het logo en de nieuwsbriefftitel worden geplaatst. Verder is het raadzaam om een ander lettertype te gebruiken, *Comic Sans* is slecht leesbaar. De nieuwsbriefftitel mag meer opvallen, gebruik bijvoorbeeld een origineel lettertype. In de platte tekst worden sommige woorden dikgedrukt, maar hierdoor lijkt het een koptekst. Benadruk

woorden liever door ze cursief te plaatsen. Het zou leuk zijn als de teksten in de

nieuwsbrief worden ondersteund met beeldmateriaal, hiermee kan de identiteit van de school worden geuit. Tot slot zou de kalender aantrekkelijker en overzichtelijker vormgegeven kunnen worden, bijvoorbeeld zo:

Belangrijke data:

- 3 april: voorjaarsconcert van 18.30 tot 20.00 uur
- 5 april: oudergesprekken groep 8
- 10 april: start project 'ga je mee?' groep ½

Advies:

- Ontwikkel een aantrekkelijke vormgeving voor de nieuwsbrief; gebruik vormelementen, opvallende tekstonderdelen, een *header* en beeldmateriaal
- Gebruik maximaal twee tekstkolommen, anders wordt het te druk
- Laat de nieuwsbriefftitel meer opvallen, gebruik een origineel lettertype
- Vermijd het lettertype *Comic Sans*, dit is slecht leesbaar
- Benadruk woorden door ze cursief te plaatsen, zodat het geen kopteksten lijken
- Illustreer de tekst met beeldmateriaal, hiermee kan de identiteit tot uiting komen
- Maak de kalender overzichtelijker en aantrekkelijker

2. Inhoud

'Wist u dat?' is een leuke manier om informatie onder de aandacht te brengen. De tekst over de veranderingen in de inzet van docenten is nogal warrig, het overzicht ontbreekt. Probeer vooraf altijd goed te bedenken wat je wilt overbrengen en wat hiervoor de beste manier is. Probeer kort en krachtig te schrijven. Het is fijn dat de teksten in tekstblokken zijn verdeeld met ieder een eigen koptekst. De teksten kunnen wel meer enthousiasmerend worden geschreven bijvoorbeeld; 'wij zouden het fijn vinden als een aantal ouders meegaan ter ondersteuning'. De identiteit en sfeer van de school zouden benadrukt moeten worden, bijvoorbeeld door verslag te doen van schoolprojecten.

Advies:

- Voorkom warrige teksten. Bedenk van te voren welke informatie moet worden overgebracht en hoe dat het beste kan worden gedaan
- Schrijf kort en krachtig
- Schrijf enthousiasmerend
- Laat de profilering van de school in de tekst naar voren komen.

Hoofdstuk 5 Concurrenten

Hieronder volgt een impressie van de manier waarop de concurrenten van Basisschool Anoniem zich presenteren. De belangrijkste concurrenten zijn:

1. Concurrent één

De website is simpel vormgegeven maar er worden wel vrolijke kleuren gebruikt. De



site ziet er wel overzichtelijker en professioneler uit dan die van Anoniem. Beide scholen kunnen echter de sfeer van een basisschool meer naar voren brengen. De website voldoet aan de informatiebehoefte van ouders en er wordt goed uitgelegd waar de school voor staat.

Inhoudelijk kan basisschool Anoniem hier nog wat van leren. Het is ook een leuk idee om, net zoals de Jozefschool, berichten uit de pers over de school op de site te plaatsen.



2. Concurrent twee

De site ziet er weinig professioneel uit en de sfeer van een school ontbreekt, net zoals bij Anoniem. De tekst is slecht leesbaar op de drukke achtergrond. De site heeft een leuk welkomstwoord. Beide sites voldoen niet aan de informatiebehoefte van (oriënterende) ouders.



3. Concurrent drie

De website heeft een kille uitstraling, dit komt door het kleurgebruik. Tevens ontbreken sprekende foto's.

Inhoudelijke informatie over onderwijs en profilering ontbreekt, net zoals bij Anoniem. De Meerbrug heeft wel groepenpagina's waar leuke informatie op staat. Beide scholen zouden meer beeldmateriaal moeten plaatsen bij de tekst. Tevens dienen de sites inhoudelijk beter worden gevuld.

Hoofdstuk 6 Conclusie

Basisschool Anoniem kan qua vormgeving en inhoudelijk nog een hoop verbeteren. Op het gebied van vormgeving zijn dit de aandachtspunten:

1. De school heeft een goed vormgegeven logo, maar laat het woordmerk ook op de site terugkomen. Tevens zou het goed zijn als de ondertitel erbij wordt geplaatst. Om tot een huisstijl te komen moet de school afspraken maken over typografie, kleurgebruik, beeldgebruik en het zou leuk zijn als herkenbare vorm- of beeldelementen gebruikt zouden worden. Het logo vormt een goed uitgangspunt voor de ontwikkeling van de huisstijl.
2. De website opent spectaculair maar de site zelf is saai. Ontwikkel een aantrekkelijke *header*, een menu en gebruik beeldmateriaal om de sfeer van de school tot uiting te laten komen.
3. De voorkant van de schoolgids is goed vormgegeven, maar de binnenkant is kaal en saai. Met behulp van beeld- en vormelementen zou dit veranderd kunnen worden.
4. De nieuwsbrief oogt druk en is onoverzichtelijk, dit komt mede door de hoeveelheid tekstkolommen. Het is aan te raden om een rustige *header* te ontwerpen en gebruik te maken van beeldmateriaal. Vermijd het lettertype *Comic Sans* en laat de nieuwsbriefftitel meer opvallen. Ook de kalender kan beter worden vormgegeven.

Inhoudelijk moeten de middelen voldoen aan de informatiebehoeften van (oriënterende) ouders, dit is nu niet altijd het geval. Let op de volgende dingen:

1. De website biedt te weinig informatie. Geef informatie over de school, het onderwijs en praktische zaken online weer. PDF-bestanden vormen een drempel bij het informeren. Zorg verder dat het nieuws recent is en het zou leuk zijn als groepenpagina's worden ontwikkeld.
2. De schoolgids voldoet wel aan de informatiebehoefte van ouders. Maar de teksten zijn erg lang en er wordt moeilijk/omslachtige taal gebruikt.
3. Het onderdeel 'wist u dat?' in de nieuwsbrief is erg leuk. Maar vermijd warrige teksten, kom tot de kern en breng het overzichtelijk. Let er ook op dat de teksten enthousiasmerend worden geschreven.

Contactgegevens

Scholen met Succes

Postbus 3386

2001 DJ Haarlem

Website: www.scholenmetsucces.nl

E-mail: info@scholenmetsucces.nl

Telefoonnummer: 023- 534 11 58