

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## Inhoud

Inleiding	1
1. Analyse	2-5
1.1 <i>Het Grote Voorbeeld</i>	2
1.2 <i>Imago</i>	2-3
1.3 <i>Concurrentie</i>	4
1.4 <i>Toekomst</i>	5
2. SWOT	6
3. Globale strategie	7
4. Doelgroepen	8
5. Doelstellingen	9
6. Strategie per doelgroep	9-10
7. Communicatiemiddelenmix	11
8. Actieplan	14

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## Inleiding

De Het Grote Voorbeeld is een katholieke basisschool met ca. 140 leerlingen in de wijk Bommeldam te Haarlem. De school is te typeren als een klassikale buurtschool, zonder een specifiek profiel.

De Het Grote Voorbeeld heeft een zwak tot negatief geladen imago dat deels door ouders van eigen leerlingen wordt uitgedragen. Het leerlingaantal is de laatste vijf jaar drastisch gedaald. Sinds 2004 zit de school onder de opheffingsnorm.

Het bestuur besloot in juni 2006 om een onderzoek te laten doen naar de mogelijkheden tot voortbestaan van de school. Er is besloten de school nog zeker 4 jaar open te houden, met jaarlijks tussentijdse toetsing in december. In die 4 jaar is het zaak om de school kwantitatief en kwalitatief te laten groeien.

Het streven is om het leerlingaantal in deze periode boven de 200 leerlingen te brengen. Om dit te bereiken zal er ingezet worden op alle ouders van de omliggende buurten. Hiermee wordt mede nagestreefd dat op de school een vermenging ontstaat van verschillende sociale milieus in Bommeldam.

Daarbij is imagoverbetering en profilering een speerpunt dat liefst dient te leiden tot aantrekkingskracht op een populatie hoger opgeleide ouders in de periferie van de wijk en in de toekomstig te realiseren nieuwbouw waar naar verwachting 650 woningen gerealiseerd zullen worden.

Dit communicatieplan dient als handvat voor het concreet maken van voorgaande voornemens, voor het uitvoeren van die voornemens en, middels evaluatie, het controleren of de uitvoering van de voornemens correct verloopt.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 1. Analyse

### 1.1 Het Grote Voorbeeld

Het Grote Voorbeeld is gevestigd in de wijk Bommeldam, een wijk met veel sociale woningbouw. In de wijk wonen 685 4-12 jarigen, hiervan bezoeken 107 kinderen Het Grote Voorbeeld.

Vanaf het jaar 2002 laat de school een teruglopend aantal leerlingen zien. Het leerlingaantal is met 59 procent afgenomen.

Per 1 oktober	2002	2003	2004	2005	2006
Aantal II	232	203	168	177	136
terugloop	-12	-29	-35	+9	-41

Het merendeel van de leerlingen van de Het Grote Voorbeeld woont in de wijken Bommeldam en Crabbehof. Slechts enkele leerlingen komen uit de naburige wijken Wielwijk en Sterrenburg.

### 1.2 Imago

#### Eigen ouders:

Wat betreft het imago blijkt uit de oudertevredenheidsspeiling dat de eigen ouders met name ontevreden zijn over:

- Het ontbreken van rust en orde op school
- Het ontbreken van een duidelijke visie
- Het omgaan met verschillen tussen leerlingen

De eigen ouders zijn tevreden over de leerkrachten op Het Grote Voorbeeld, wat betreft de inzet en motivatie, de omgang met de leerlingen, de mate waarin de leerkracht naar de ouders luistert en de vakbekwaamheid. Ook de aandacht voor gymnastiek en creatieve vakken scoort hoog.

De indruk van de eigen ouders is dat de school in de buurt een zwak imago heeft. Uit persoonlijke gesprekken met ouders komen nog de volgende punten naar voren:

#### Positief

- De school heeft kleine groepen
- Er werken goede leerkrachten met veel ervaring
- Degelijk klassikaal onderwijs met ruimte voor projecten

#### Negatief

- De school is niet goed zichtbaar in de buurt
- De school profileert zich niet voldoende t.a.v. de sterke punten

#### Externen:

Er is gesproken met twee peuterleidsters en de ex-adjunct directeur van de school over het imago van de school.

Zij zijn van mening dat de school onvoldoende elan uitstraalt. De school levert wel voldoende kwaliteit, maar is onvoldoende zichtbaar voor de ouders en de omgeving.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

De indruk van ouders met kinderen op de peuterspeelzaal is dat Het Grote Voorbeeld een school is voor ouders uit de lagere sociale milieus. De samenwerking met Het Kleine Voorbeeld, de voorschool en Piramide zijn onder deze ouders niet bekend. Ook ouders met kinderen op het kinderdagverblijf (Het Voorbeeldje) hebben het over een school met ouders van 'laag allooi'.

Ouders met kinderen op een andere school dan Het Grote Voorbeeld zijn eveneens van mening dat Het Grote Voorbeeld geen goede school is. Zij vinden dat er te weinig structuur wordt geboden en dat er teveel kinderen (en ouders) uit de lagere sociale milieus op school komen. Er wordt wel gesproken over Het Grote Voorbeeld als 'de school voor a-socialen'.

Positief wordt gesproken over de vele leuke activiteiten die door de school worden georganiseerd.

In de regionale pers is Het Grote Voorbeeld niet voldoende aanwezig. Op de voorpagina van de gemeentegids voor de wijk staat bijv. een foto van BS Het Boegbeeld. Niet alle activiteiten die geschikt zijn voor publicatie zijn naar de pers gecommuniceerd en er is geen publiciteitsplan aanwezig.

## Personeel:

Het eigen personeel geeft aan betrokken te zijn bij de school en een grote saamhorigheid te ervaren. Wat betreft het imago van de school noemen zij de volgende punten:

### Positief

- De school is een echte buurtschool
- Degelijke klassikale school

### Negatief

- Het ontbreekt aan uitstraling naar buiten
- Weinig communicatie naar buiten toe (ouders/buurt)
- Evenwicht sociale achtergronden van ouders is weg, teveel ouders met lagere sociaal economische status
- Te lang kinderen laten 'doorsudder' (cognitief / sociaal emotioneel)
- Veel wisselingen en/of onrust geweest in sommige groepen

Het imago van Het Grote Voorbeeld is, samenvattend, zwak op het gebied van:

- Structuur (rust en orde)
- Visie
- Communicatie
- Sociale status ouders en leerlingen

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 1.3 Concurrentie

In de wijk is naast Het Grote Voorbeeld nog één andere school gevestigd, het reformatorische Boegbeeld. Dit is een streng klassikale school die zich profileert op kwaliteit (o.a. via de kwaliteitskaarten). Onder ouders op de peuterspeelzalen in de directe omgeving staat deze school bekend als 'dé basisschool'. Ouders kiezen voor het Boegbeeld op basis van goede mondreclame.

Het Boegbeeld is de meest nabijgelegen school en trekt een groot aantal leerlingen uit de wijk Bommeldam. Deze school is daarmee voor Het Grote Voorbeeld een geduchte concurrent.

Ook gaan er veel kinderen uit de wijk Bommeldam naar 'het Evenbeeld' (een Jenaplanschool), 'Het Spiegelbeeld' en de 'Montessorischool Standbeeld'. Buiten Haarlem trekt OBS Heiligbeeld in Heemstede ook nog een aantal leerlingen.

Het Grote Voorbeeld heeft een marktaandeel van 26%.

### Concurrentieverhouding

School	Brin	2002	2003	2004	2005	2006
Het Grote Voorbeeld	13KK	232	205	168	177	136
Evenbeeld	13 FA	362	374	362	364	359
Boegbeeld	10WI	301	282	281	294	302
Het Spiegelbeeld	14KW	278	271	224	238	255
Montessori Standbeeld	15IE	364	401	395	387	390

Absoluut en procentueel heeft Het Grote Voorbeeld de meeste leerlingen met gewicht. Het verhoudingsgewijze aandeel van leerlingen met gewicht neemt echter wel af binnen Het Grote Voorbeeld over de afgelopen jaren (van 42,4% procent in 2000 naar 32,4% procent in 2006).

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 1.4 Toekomst

Vanuit de totale wijk Bommeldam zijn er de komende jaren gemiddeld zo'n 75 vierjarigen per jaar te verdelen, dat zijn ongeveer evenveel leerlingen als de voorgaande jaren. Voor Het Grote Voorbeeld wordt een stijging van het leerlingaantal voorzien.

### Prognose

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Het Grote Voorbeeld	180	185	205	219	218	217	224	227	229	232
Evenbeeld	373	375	392	406	413	414	424	432	436	447
Boegbeeld	298	304	325	339	338	339	343	347	348	352
Het Spiegelbeeld	244	244	249	252	259	262	266	272	277	283
Montessori Standbeeld	390	395	395	405	402	404	403	408	414	415

Bron: Leerlingenprognose 2006 Gemeente Haarlem

De prognose voor het schooljaar 2006/2007 wijkt wel 25% af van het werkelijke aantal leerlingen voor dat jaar. Volgens de prognose zouden er 180 leerlingen op school zitten in 2006, in werkelijkheid zijn dat er 136.

### Nieuwbouw

In Bommeldam komen er de komende vier jaar 650 (dure) koopwoningen bij (150 in 2007-2008 en 500 in 2009-2010). Een groot deel van deze woningen zullen worden betrokken door gezinnen met hogere inkomens.

### Samenwerking

In de school is peuterspeelzaal Het Kleine Voorbeeld gevestigd. Potentiële ouders maken via deze peuterspeelzaal 1,5-2 jaar kennis met de school. De samenwerking met Het Kleine Voorbeeld zal worden geïntensiveerd, om doorstroom naar de Het Grote Voorbeeld te optimaliseren.

Door samenwerking met Stichting Voorbeeldig is op de Het Grote Voorbeeld vanaf schooljaar 2007/2008 opvang na schooltijd mogelijk. Stichting Voorbeeldig heeft in de school een locatie: "De Beeldjes". De kinderen worden hier na schooltijd opgevangen en kunnen kiezen uit verschillende activiteiten om aan mee te doen.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 2. SWOT

Op basis van bovenstaande analyse ziet de SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) voor Het Grote Voorbeeld er als volgt uit:

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degelijk klassikaal onderwijs met differentiatiemogelijkheden</li> <li>• Gemotiveerd en professioneel personeel / stabiel team</li> <li>• Vakleerkrachten bewegingsonderwijs en creatieve vorming</li>   <li>• Kleinschalige school. Kleine groepen, veel individuele aandacht</li> <li>• Organisatie van activiteiten (straatspeeldag etc.)</li> <li>• Deelname brede school</li> <li>• Gemengde school (niet zwart, maar ook niet wit)</li>   <li>• Samenwerking met Peuterspeelzaal/Voorschool</li> <li>• Samenwerking met Stichting Voorbeeldig</li> <li>• Ligging naast de crèche (Het Voorbeeldje)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onduidelijkheid van het onderwijsconcept in- en extern</li> <li>• Veel kinderen met extra aandacht/gewicht</li>   <li>• Communicatie in- en extern / Niet voldoende naar buiten gericht</li> <li>• Te weinig positieve profilering</li>   <li>• Onzichtbaar / Onaantrekkelijke uitstraling van gebouw en plein</li> </ul>
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enige vrije toegankelijke school in de Bommeldam</li> <li>• Nieuwe directie</li>   <li>• Nieuwbouw</li>   <li>• Veel buitenschoolse partners</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negatief imago in de buurt</li> <li>• Aantrekkingskracht van Boegbeeld (staat bekend om kwaliteit) en Evenbeeld (Jenaplan school)</li>   <li>• Hoog percentage laag opgeleide ouders / negatieve houding aan de poort</li>   <li>• Opheffingsnorm / teruglopend leerlingaantal</li> </ul>

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 3. Globale strategie

Om weer een positief beeld van Het Grote Voorbeeld in Bommeldam en omgeving te bereiken (en daarmee meer nieuwe leerlingen in de school te halen) zal de school een eenduidige en onderscheidende visie naar buiten brengen:

Het Grote Voorbeeld; De school met PIT, Plezier Inzet en Talent. De nadruk ligt daarbij vooral op de T van Talent (ontwikkeling).

Het onderwijs blijft klassikaal aangestuurd maar met leerlinggestuurde elementen Het Boegbeeld is strak klassikaal. Leerlinggestuurd is daarmee onderscheidend voor Het Grote Voorbeeld.

De kinderen werken vanuit hun eigen unieke talenten en maken deel uit van wat er in de school gebeurt. Dat kan door de kleinschaligheid, hierdoor is er aandacht voor verschillen en ruimte voor extra goede begeleiding en zorg van een professioneel en stabiel team.

Deze boodschap wordt de komende vier jaar éénduidig naar alle voor de school relevante doelgroepen gestuurd, in de voor hen meest geschikte vorm / met de voor hen meest geschikte middelen. Doel is het imago van de school verbeteren en daarmee een positievere mondreclame in de buurt te ontwikkelen. Het Grote Voorbeeld zal zo weer een aantrekkelijke, voor de hand liggende keuze worden voor ouders van vierjarigen.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 4. Doelgroepen

Voor Het Grote Voorbeeld zijn de volgende doelgroepen te onderscheiden:

### 1. Primaire doelgroep voor herstel van het imago:

*Eigen ouders*

De ouders met kinderen op Het Grote Voorbeeld wonen voornamelijk in de wijk Bommeldam, zijn voor het grootste deel van Nederlandse afkomst (78%) en hebben een relatief laag opleidingsniveau (41% van de ouders heeft MAVO/VBO als hoogst genoten opleiding tov 19% landelijk).

Zij zijn tevreden over de school, maar moeten dit (nog) gaan uitdragen. De school dient ze hierin te faciliteren. Door een duidelijke en eenduidige visie uit te dragen als team, geef je de eigen ouders een boodschap mee, die zij makkelijk(er) door kunnen geven; Het Grote Voorbeeld is de school met PIT!

De school zal de eigen ouders ter ondersteuning van deze boodschap moeten faciliteren met hand-outs (folders ed).

### 2. Secundaire doelgroep voor herstel van het imago:

*Regionale media*

In de regionale media is Het Grote Voorbeeld nu te weinig aanwezig. Er is geen pers/publiciteitsplan in de school aanwezig en er is binnen de school niet één aangewezen persoon die de pers benaderd.

De komende vier jaar zal er per schooljaar een pers/publiciteitsplan worden uitgewerkt.

### 3. Primaire doelgroep voor marktherstel:

*Ouders met kinderen op de peuterspeelzaal/crèche in Bommeldam*

Deze kiezen nu nog vaak voor het Boegbeeld op basis van het slechte imago van Het Grote Voorbeeld. Voor deze ouders moet Het Grote Voorbeeld weer (meer) zichtbaar worden. Contacten moeten worden aangehaald en aangehouden. Het Grote Voorbeeld moet een gezicht krijgen op peuterspeelzaal en crèche. Hiervoor zijn goede contacten met management en leid(st)ers nodig. Ook voor moet informatiemateriaal voorhanden zijn om uit te delen aan de ouders met kinderen die de peuterspeelzaal gaan verlaten.

### 4. Secundaire doelgroep voor marktherstel:

*(Hoger opgeleide) Ouders uit de nieuwbouwwijk*

Het Grote Voorbeeld is gebaat bij een meer gemêleerde samenstelling van de ouderpopulatie. In de nieuwbouwwijk komen naar verwachting hoger opgeleide tweeverdieners te wonen. Deze moeten in een zo vroeg mogelijk stadium in contact komen met Het Grote Voorbeeld. Een deel van deze ouders zal nog geen voorkennis hebben over de school en wordt daardoor niet gehinderd in hun keuze door het negatief imago / verleden van Het Grote Voorbeeld.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 5. Doelstellingen

Aan het einde van het schooljaar 2010/2011 is het leerlingenaantal van Het Grote Voorbeeld (incl. aanmelding nieuwe kleuters) gegroeid naar 200.

Doelstelling gefaseerd over 4 jaar:

Voor het schooljaar 2007/2008: 145 leerlingen

Voor het schooljaar 2008/2009: 160 leerlingen

Voor het schooljaar 2009/2010: 180 leerlingen

Voor het schooljaar 2010/2011: 200 leerlingen

## 6. Strategie per doelgroep:

### 1. Eigen ouders:

Onder de eigen ouders worden 10 ambassadeurs gezocht/aangewezen. Deze krijgen een voorlichtingsdag(deel) van de school en worden voorzien van hand-outs (folders, kalender, etc) en zullen actief ouders met jonge kinderen uit de eigen omgeving aanspreken om ze te wijzen op Het Grote Voorbeeld. Zij overleggen met een vast contactpersoon binnen de school over hun bevindingen. De school geeft daar, waar mogelijk, opvolging aan (nabellen, uitnodigen voor rondleiding etc.).

Daarnaast wordt er naar de eigen ouders duidelijk(er) gecommuniceerd waar de school voor staat (visie), met in het komende schooljaar extra aandacht voor talentontwikkeling, rust en orde en aandacht voor verschillen\*. Doel is om van deze ouders tevreden ouders te maken, die met trots over de school vertellen. De eigen ouders zullen zo steeds meer bij gaan dragen aan positieve mondreclame voor Het Grote Voorbeeld.

*\*Per schooljaar zal, na peiling onder de ouders, steeds worden bekeken welke punten extra aandacht dienen te krijgen in de communicatie.*

Dit vraagt niet alleen om een extra inspanning van de ouder-ambassadeurs, maar vooral ook van het personeel. Ook zij moeten zeer bewust communiceren/ de visie van de school uitdragen, naar de ouders van hun leerlingen en naar de leerlingen zelf.

Ook de aankleding van lokalen en de ontvangst van de leerlingen 's ochtends op school spelen daarbij een belangrijke rol. Het gebouw moet een rustige, ordelijke impressie bieden. De leerkrachten en directeur zijn bij binnenkomst en bij het uitgaan van de school zichtbaar voor leerlingen én ouders.

Voor de PR groep is het van groot belang vinger aan de pols te houden bij het personeel om eventuele struikelblokken tijdig te signaleren en op te pakken.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 2. Pers

Door de PR groep wordt een knipselmap bijgehouden. Hierin worden de publicaties over de eigen school, maar ook die over de concurrentie bijgehouden. Met de media waarin de school niet vaak vermeld wordt, wordt contact gezocht om ze te wijzen op de school en de komende projecten.

Er wordt een lijst samengesteld met perscontacten voor de relevante media. Zo is voor iedereen in de school duidelijk waar persberichten kunnen worden ingeleverd en bij wie er moet worden nagebeld, dan wel gemaïld.

Per schooljaar wordt een publiciteitsplan geschreven waarin opgenomen wordt:

- activiteiten in de school, geschikt voor publicatie
- per activiteit: geschikt voor welke media?
- verantwoordelijke(n) binnen de school voor kopij
- tijdsplanning
- evaluatie

## 3. Ouders met kinderen op de peuterspeelzaal/crèche in Bommeldam:

De interim directeur legt dit schooljaar (2007/2008) de basis voor een netwerk met het Het Voorbeeldje, Het Bommeltje en Wielewaal. De nieuwe directeur zal deze contacten actief onderhouden. Ook hier geldt dat op alle peuterspeelzalen en op de crèche folders en ander informatiemateriaal (schoolgids) van Het Grote Voorbeeld voorhanden is en blijft. Daarnaast wordt er gekeken naar de mogelijkheden om gezamenlijke activiteiten te ontwikkelen en zal er een vertegenwoordiger van Het Grote Voorbeeld aanwezig zijn op informatieavonden voor ouders.

Het Bommeltje heeft hierbij een speciale positie, deze peuterspeelzaal valt in het VVE cluster, maar de kinderen stromen nu voornamelijk door naar het Boegbeeld. Binnen Het Grote Voorbeeld wordt 1 leerkracht coördinator voor het VVE cluster, met als doel in de toekomst gezamenlijk activiteiten te organiseren om Het Grote Voorbeeld ook binnen het Bommeltje een gezicht te geven.

Met Het Kleine Voorbeeld wordt 4 x per jaar besproken welke gezamenlijke activiteiten er worden ondernomen. Dat geldt voor activiteiten met de kinderen, maar ook voor gezamenlijke PR activiteiten, zoals presentaties op buurtfeesten etc.

## 4. Ouders in de nieuwbouwwijk

Via gemeente/ projectontwikkelaars /makelaars wordt door de school onderzocht wanneer welke woningen worden opgeleverd. Via ouders in de buurt, leerkrachten of, indien mogelijk via de projectontwikkelaar/makelaars wordt de nieuwe bewoners een folder van Het Grote Voorbeeld aangeboden.

Daarnaast wordt de mogelijkheid onderzocht tot het plaatsen van een link naar de schoolsite op [www.nieuwbouw.nl](http://www.nieuwbouw.nl), de informatiesite voor de nieuwbouwwijk.

Via gemeente wordt opgevraagd of en wanneer er informatie-avonden voor de nieuwe bewoners worden gehouden. Op die avond zijn folders van de school voorhanden en / of is er een vertegenwoordiger van de school aanwezig om de nieuwe bewoners op Het Grote Voorbeeld attent te maken.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 7 Communicatiemiddelenmix

### 1. Eigen ouders:

Voor de eigen ouders is vooral de communicatie over de kinderen en het onderwijs van belang. Zij zijn al bekend met PIT, maar nog niet met de invulling daarvan. De komende vier jaar moet aan de ouders duidelijk worden wat talentontwikkeling en klassikaal onderwijs met leerlinggestuurde elementen inhoudt. Deze boodschap moet zo worden gebracht dat deze voor ouders makkelijk is door te vertellen (mondreclame). Daarvoor worden de volgende middelen ingezet:

#### **Ansichtkaart PIT**

Iedere nieuwe ouder krijgt, voor zijn/haar kind op school begint, een welkomstkaart, gericht aan de leerling, met daarop, naast een welkomstboodschap, nog eens de gemaakte afspraken (evt. wendagen, startdatum etc.)

#### **Kalender PIT**

Naast de schoolgids krijgen alle ouders aan het begin van het schooljaar een jaarkalender met daarin de belangrijkste data, maar ook extra aandacht voor de onderwijsinhoudelijke thema's die dat schooljaar centraal staan.

**Special (4 x per jaar):** In de special wordt aan de hand van thema's de visie op onderwijs van Het Grote Voorbeeld toegelicht aan de ouders. Deze visie wordt toegelicht met voorbeelden uit de dagelijkse praktijk, zodat ze voor de huidige ouderpopulatie goed leesbaar en makkelijk te reproduceren zijn. Zie als voorbeeld de special rust en orde.

**Nieuwsbrief:** 1x per 2 weken worden ouders via de nieuwsbrief op de hoogte gehouden van data en gebeurtenissen die voor hen en hun kinderen van belang zijn.

**Rapporten PIT:** Naast het reguliere rapport wordt in het schooljaar 2008 het PIT rapport ingevoerd. In dit rapport wordt kort toegelicht waar het kind het meeste plezier aan beleefd, waarvoor hij/zij zich met de leerkracht samen extra heeft ingezet en waar zijn/haar talenten liggen.

**Afsluiting Projectweken intern:** De projectweken worden niet alleen vermeld in de nieuwsbrief, maar steeds weer afgesloten met een inloopmiddag, waarop ouders de gelegenheid krijgen te zien waar de kinderen mee bezig zijn geweest. Deze projectweken worden zoveel mogelijk gelinkt aan de uitgangswaarden van de school: Plezier, Inzet en Talent.

Daarnaast wordt door het team van Het Grote Voorbeeld in 10-minutengesprekken, op inloopavonden etc. een open, rustige sfeer neergezet met nadruk op de drie basiswaarden van de school: Plezier, Inzet en Talent.

#### **Folders PIT:**

De ouderambassadeurs worden voorzien van strooifolders, om hun verhaal kracht bij te zetten. De folders zijn ook op een centrale plaats in de school voorhanden, zodat ook andere ouders deze kunnen lezen en verspreiden.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## Internet:

De site wordt goed up to date gehouden met informatie en foto's. Ook de nieuwsbrief en de special worden op de site geplaatst. De pluim van de week wordt één keer per maand toegelicht, zodat voor ouders duidelijk is/wordt wat voor inspanning (INZET) de groep heeft geleverd.

## 2. Pers

### Informatiemap

Behalve het eerdergenoemde publiciteitsplan, is er op de school, op een centrale plek, een informatiemap voorhanden, zowel digitaal als fysiek. Bij vragen over de identiteit van de school kan deze map worden toegezonden / gemaild. In de map zit oa: Een korte samenvatting van waar de school voor staat (kan ook de folder zijn), de schoolgids, een recent positief krantenartikel en een activiteitenkalender.

### Persberichten

Voor iedere activiteit die zich leent voor publicatie (bijzondere gasten in de klas, straatspeeldag, activiteiten voor het goede doel, bijzondere prestaties van leerlingen) wordt een persbericht geschreven. Deze wordt toegestuurd aan de contacten uit de eerdergenoemde perscontactenlijst. Bij voorkeur worden de persberichten voor verzending geredigeerd door een ouderlid van de PR groep, om onderwijsjargon te vermijden. Het streven is om bij ieder persbericht een passende foto voorhanden te hebben, dan wel te (laten) maken. Deze persberichten worden, waar mogelijk, vergezeld van een uitnodiging aan de pers om bij de bewuste activiteit aanwezig te zijn.

## 3. Ouders met kinderen op de peuterspeelzaal/crèche

### Folders

Op eerdergenoemde peuterspeelzalen zijn folders van de school voorhanden. Eens in de drie maanden wordt geïnformeerd of er nog voldoende folders op de peuterspeelzaal aanwezig zijn (en wordt van de gelegenheid gebruik gemaakt om de banden nog eens extra aan te halen).

### Posters

Aankondigingen van buurtfeesten, open dagen etc. worden via de PIT posters door de buurt verspreid. Ook op de peuterspeelzaal en crèche kunnen deze posters (met toestemming van de leidinggevenden) worden opgehangen.

### Informatiemap

Ook op de peuterspeelzalen/crèche is een informatiemap aanwezig, in beheer van de leidinggevenden. De leidsters kunnen, bij vragen van ouders over de school, deze map ter inzage geven.

## Advertenties

2 x per schooljaar wordt er in de regionale pers een advertentie geplaatst met een uitnodiging voor een rondleiding op Het Grote Voorbeeld, de school met PIT. Deze advertenties worden opgemaakt in de huisstijl om de herkenbaarheid te vergroten.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 4. Ouders in de nieuwbouwwijk

### Folder

Bij oplevering van nieuwe woningen krijgen de nieuwe bewoners de PIT folder in de brievenbus.

### Posters

Op centrale plaatsen in de nieuwbouwwijk komen de posters met aankondigingen van open dagen, buurtfeesten etc. te hangen

### Advertenties

2 x per schooljaar wordt er in de regionale pers een advertentie geplaatst met een uitnodiging voor een rondleiding op Het Grote Voorbeeld, de school met PIT. Deze advertenties worden opgemaakt in de huisstijl om de herkenbaarheid te vergroten.

### Internet

Via de site [www.nieuwbouw.nl](http://www.nieuwbouw.nl) een link naar de schoolsite. Op de internetsite [www.hetgrotevoorbeeld.nl](http://www.hetgrotevoorbeeld.nl) komt een korte, inleidende tekst, waarin de visie van de school (PIT) wordt uiteengezet. Dit wordt de vaste startpagina van de site. Deze tekst is dusdanig kort dat scrollen niet nodig is.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld

## 8 Actieplan

### *Planning:*

Goede planning is essentieel voor een communicatieplan. Onder planning wordt verstaan de volgorde waarin middelen worden ingezet of de boodschap wordt opgebouwd. Er zijn verschillende mogelijkheden daarvoor, bijvoorbeeld:

Eenzelfde boodschap via verschillende media aan de doelgroep aanbieden. Dit kan verspreid over een langere periode (10 advertenties in 10 weken), maar ook een piek in korte tijd (10 advertenties in 2 weken).

### *Organisatie:*

Wie doet wat binnen de organisatie? Vooraf moet duidelijk worden vastgelegd in het communicatieplan, wie welke taken heeft. Niet alleen intern, maar ook bij het inschakelen van derden, zoals grafisch vormgevers, copywriters, perscontacten etc.

Vergeet hier niet te inventariseren welke kennis al in huis is, niet alleen bij het personeel, maar ook bij ouders! Daarmee kunnen, indien nodig, tijd en kosten worden bespaard.

### *Financiën:*

De uitvoering van een communicatieplan kost geld. In een kostenbegroting kun je alle kosten op een rij zetten. Denk niet alleen aan mediaplaatsingen, maar ook aan de aanmaakkosten van advertenties e.d., rechten op foto's, inschakeling van bureaus en de post 'onvoorzien' (5-10% van het totaalbudget).

### *Monitoring:*

Door tussentijdse meetpunten in te stellen, kun je kijken of de activiteiten voldoende opleveren en zo niet kun je zaken bijstellen. Door goed te monitoren kun je tijdig bijspringen als het niet goed gaat.

### *Evaluatie*

Heb je de doelstelling gehaald? Wat ging er goed? Wat ging er minder goed? Deze en andere vragen worden bij het evalueren beantwoord. Door dit goed inzichtelijk te maken, zorg je ervoor dat je in de toekomst een (nog) beter communicatieplan kunt maken.

# Communicatieplan Het Grote Voorbeeld