

SCHOOLPROFILERING met PIT!

De Cornelis Musiuschool in Delft vierde zes jaar geleden haar tachtigjarig bestaan. Een feest met een zwart randje, want het ging niet goed met de school. Het imago was slecht, het leerlingaantal liep terug en ouders kozen steeds vaker voor de concurrerende school in de wijk. Aan Scholen met Succes werd gevraagd hoe de school haar aantrekkingskracht weer kon vergroten, in de hoop op termijn weer meer leerlingen in de school te krijgen.

Een eerste stap was het oprichten van een PR-groep. In deze groep nam niet alleen de directie plaats, maar ook een leerkracht van de onder- en de bovenbouw, ouders uit de MR/OR en een medewerker van de peuterspeelzaal. Op die manier kregen de belangrijkste groepen in en rond de school een stem. De PR-groep werd gedurende een jaar opgeleid om praktisch aan de slag te kunnen met marketing en communicatie.

Waar staan we?

Eerst werd de huidige marktsituatie van de school in beeld gebracht. Er werd gekeken naar bestaand onderzoeksmateriaal in de school, zoals de onlangs afgenomen oudertevredenheidsspeiling. Daarnaast werden een aantal gerichte onderzoeken opgezet, waaronder panelinterviews met de eigen ouders en interviews met ouders van kinderen op de concurrerende school. Ook werden demografische gegevens in kaart gebracht, waaronder het leerlingverloop, het eigen marktaandeel en dat van de concurrentie.

Strategisch plan

Na bespreking van de resultaten in de PR-groep werd een SWOT opgesteld (analyse van sterke en zwakke punten van de school en kansen en bedreigingen in haar omgeving). Deze werd besproken tijdens

een studiedag met het hele team. Gezamenlijk werd een (communicatie) strategie geformuleerd. Daarbij werd de huidige slogan, de school met PIT, als uitgangspunt genomen. PIT stond voor Professioneel, Intelligentie en Toekomstgericht. Drie termen die voor de ouders geen inhoud hadden en ook intern niet voldoende leefden. Met de SWOT in het achterhoofd werd gekozen voor een nieuwe invulling: Plezier, Inzet en Talent.

Samen met het team werden deze drie kernwaarden ingevuld aan de hand van de dagelijkse schoolpraktijk. Wat doen wij op het gebied van Plezier, Inzet en Talent? Waarin kunnen ouders en leerlingen die PIT herkennen?

Het profielwiel

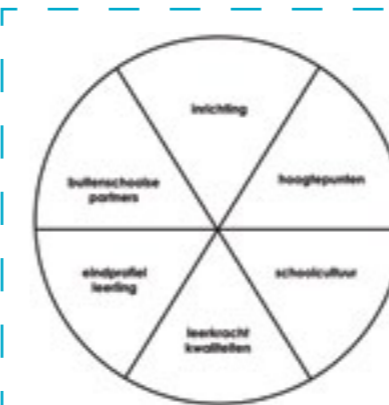
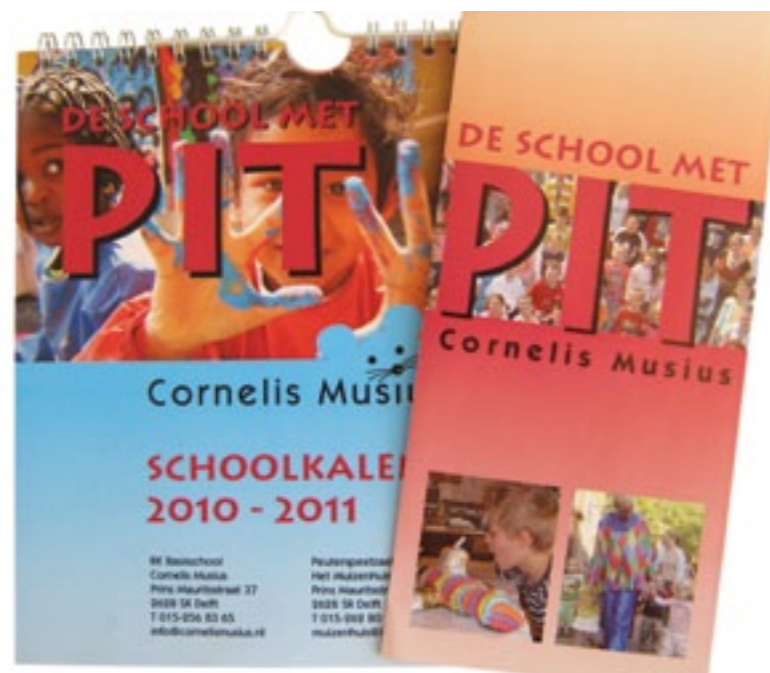
In de PR-groep is na de studiemiddag het profiel verder uitgewerkt, met behulp van het profielwiel. PIT moest herkenbaar zijn in:

1: het eindprofiel

- van de leerling
- 2: de schoolcultuur/het pedagogisch klimaat
- 3: de inrichting van het schoolgebouw en schoolplein
- 4: de hoogtepunten/toppers
- 5: de buitenschoolse partners
- 6: de kwaliteiten van de leerkrachten

Plannen maken

Om het profiel goed door te voeren in de school is er een marketing-/communicatieplan opgesteld voor de middellange termijn. De algemene doelstelling



Zes sleutelvragen:

1. Welke eindprofiel hebben we voor ogen bij een kind dat na acht jaar onze 'wereldschool' verlaat?
2. Welke onvergetelijke, onderwijshoogtepunten hebben daaraan bijgedragen?
3. Welke buitenschoolse partners helpen ons het schoolprofiel te realiseren?
4. Hoe draagt ons schoolklimaat bij aan de vorming van de kinderen?
5. Hoe is aan de inrichting ons profiel te herkennen?
6. Welke (specifieke) kwaliteiten vraagt het profiel van de leerkrachten?

van het traject werd omgezet een naar SMART-doelstelling (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden). Deze werd uitgesplitst per doelgroep om vervolgens vast te leggen wat er moest gebeuren om die doelstellingen te behalen. Daaraan gekoppeld maakten we met de school een actieplan voor het lopende schooljaar. Want nu was het tijd om aan de omgeving te laten weten dat de Cornelis Musiuschool PIT heeft.

Van binnen naar buiten

Het team stond achter de gekozen strategie, aan hen nu de taak om het waar te maken. Niet alleen moesten zij letterlijk met PIT voor de klas staan, er moest ook inhoudelijk worden gewerkt aan met name Talentontwikkeling. Er werd onder andere gekozen voor extra aandacht voor Techniek. In de stad van de TU een logische keuze.

Ook de eerste indruk van de school, het gebouw, moest beter. Oude, vershoten gordijntjes werden vervangen door op maat gemaakte raamstickers met het logo en de naam van de school. Daarnaast wer-

den de rust en orde in de klassen en op de gangen hersteld. Op het gebied van buitenschoolse partners werd de samenwerking met de peuterspeelzaal geïntensiveerd. Het eerste zichtbare resultaat van die inspanningen was het gezamenlijk uitbrengen van een professionele, wervende folder. Ook de andere middelen werden vernieuwd, met inhoudelijk steeds weer aandacht voor Plezier, Inzet en Talent.

Vier jaar later

De Cornelis Musiuschool is nu vier jaar verder. Directeur Karin Brand is nog volop bezig met de profilering van haar school. De nadruk ligt op 'laten zien wat we doen'. Zo is er 's ochtends een inloopkwartier. In dit kwartier mogen ouders binnenlopen en werk van hun kinderen bekijken. Eens

in de zes weken is er inloop-extra, dan mogen ouders zelfs een les bijwonen. Er is nu inhoudelijke samenwerking tussen de peuterspeelzaal en de kleutergroepen en met resultaat, de doorstroom is enorm verbeterd.

Karin: "Ik vind het belangrijk om uit te blijven leggen waar we mee bezig zijn. Ik hoor gelukkig steeds vaker terug van ouders dat het goed gaat. We zien ook groei in de onderbouw. Die resultaten houden ons enthousiast."

PIT leeft inmiddels in de school en onder ouders. Het team is zich er wel van bewust dat ze kritisch moeten blijven kijken naar de inhoud. De vraag 'maken we nog waar wat we zeggen' blijft op de agenda. Voor meer informatie, Scholen met Succes, www.scholenmetsucces.nl, 023 - 5341158

Communicatieplan Cornelis Musiuschool

Op basis van analyse ziet de SWOT (strength, weakness, opportunity, threat) voor de Cornelis Musiuschool er als volgt uit:

Sterk	Zwak
Degelijk klassikaal onderwijs met differentiatie mogelijkheden	Onduidelijkheid van het onderwijsconcept in- en extern
Gemotiveerd en professioneel personeel / stabiel team	Veel kinderen met extra aandacht/gewicht
Vakleerkrachten bewegingsonderwijs en creatieve vorming	
Kleinschalige school. Kleine groepen, veel individuele aandacht	Communicatie in- en extern / Niet voldoende naar buiten gericht
Organisatie van activiteiten (straatspeeldag etc.)	Te weinig positieve profilering
Deelname brede school	
Gemengde school (niet zwart, maar ook niet wit)	
Samenwerking met Peuterspeelzaal/Voorschool	Onzichtbaar / Onaantrekkelijke uitstraling van gebouw en plein
Samenwerking met Stichting de Lange Keizer	
Ligging naast de crèche (Woezelhuis)	

Kansen	Bedreigingen
Enige vrije toegankelijke school in de Wippolder	Negatief imago in de buurt
Nieuwe directie	Aantrekkingskracht van Prins Mauritschool (staat bekend om kwaliteit) en Oostpoort (Jenaplan school)
Nieuwbouw	Opvanghuis bij ingang
	Hoog percentage laag opgeleide ouders / negatieve houding aan de poort
Techniekmuseum verhuist naar plek dicht bij school. Profilering op techniek	Opheffingsnorm / teruglopend leerlingaantal