

MARKETING

Groeien tegen een dale

Groeien tegen een dalende trend in: dat mag een succes genoemd worden. De Scholengemeenschap Lelystad schreef dit jaar aanzienlijk meer leerlingen in dan vorig jaar. Dat is mede veroorzaakt door veranderingen in de wervingsstrategie. Een good practice.

DOOR CAROLINE DE HAAS EN
GERARDINE MARECHAL

De Scholengemeenschap Lelystad is een brede scholengemeenschap met vmbo, havo en vwo. De school vervult een pioniersrol in Lelystad waarin de bevolkingsgroei stagneert. Dat vraagt een actief wervingsbeleid.

Goed pr-beleid is transparant, consistent en authentiek. Daarnaast moet het voortvloeien uit de visie van de school. In de visie van de SGL staan centraal:

- het bieden van hoge kwaliteit op alle fronten;
- het ontplooiën van talenten van iedereen in school, leerlingen én docenten;
- het behoud van het sociale karakter van de school als leefgemeenschap.

ACTIEF WERVINGSBELEID

PR is niet meer weg te denken uit de publieke sector. VO-scholen kunnen niet meer volstaan met een gadget voor basisschoolverlaters op de open dag. Ook de harde kengetallen doen er toe: kwaliteitskaart en slagingspercentages zijn voor ouders belangrijke graadmeters. Verder is een actuele en levendige website cruciaal.

Welke mogelijkheden heb je als school om je overtuigend te presenteren aan ouders die moeten kiezen voor hun kind? We beschrijven hieronder de keuzes die onze school heeft gemaakt:

Betrek de basisschoolleerkracht

Deze belangrijke persoon bij het schooladvies wordt vroeg in het schooljaar uitgenodigd op een voorlichtingsbijeenkomst over het voortgezet onderwijs, gemeenschappelijk georganiseerd door alle VO-scholen. De leerkracht krijgt niet alleen zakelijke informatie over de onderwijsinrichting, maar ook over hun oudleerlingen. Deze hebben tijdens de men-

torlessen brieven aan ze geschreven over hoe het hen nu vergaat.

Laat leerlingen groep 8 sfeer proeven

Aan het begin van het schooljaar wonen de leerlingen van groep acht de opening van de jaarlijkse Kinderboekenweek op de SGL bij. Daarbij hoort een schrijfwedstrijd rond het thema van de Kinderboekenweek. Groepachters komen aan het begin van de Kinderboekenweek naar de SGL voor een voorstelling door leerlingen en voor de prijsuitreiking van de schrijfwedstrijd. De winnende schrijfproducten worden later gebundeld en in boekvorm aan de prijswinnaars aangeboden. Weer een moment om basisschoolverlaters in onze school sfeer te laten proeven.

PR IS NIET MEER WEG TE DENKEN UIT DE PUBLIEKE SECTOR

Voor leerlingen zijn de open dagen beslissend, zo blijkt uit enquêtes over de beslisfactoren bij de schoolkeuze. Op de Open Huis-avond staat de leerling centraal: in eerste instantie spreken wij de kinderen aan, en niet hun ouders. Bovendien hebben onze eigen leerlingen de grootste rol bij de ontvangst, rondleiding, proeflesjes en demonstraties. Ze krijgen die avond een boekje met tips van huidige eersteklassers 'Hoe overleef ik de brugklas?' Dit ervaren ze als een hart onder de riem. Na afloop geven ze hun mening over de avond op een enquêteformulier in ruil voor een presentje.

Laat ouders sfeer proeven

In het najaar komen de ouders van basisschoolverlaters op school voor de informatie-avond speciaal voor ouders. Na een



De mentor is een vaste baken voor de instromende 'brugpiepers'.

korte bijeenkomst waarin de rector de schoolcultuur schetst, worden de ouders in kleine groepen voorgelicht door een onderbouw- en bovenbouwleerkracht, vooral over de begeleiding in de eerste schoolweken en het eerste leerjaar. Daarnaast wordt een doorsnee-schooldag van een brugklasler geschetst. Dit deel draagt een interactief, persoonlijk, informeel karakter. Ouders en kinderen weten dat scholen zichzelf rooskleuriger voorstellen op open dagen. Daarom vragen sommigen om rondleidingen onder reguliere schooltijd. Dat kan

nde trend in



altijd; dit schooljaar was zelfs vraag naar een rondleiding onder een pauze voor een eerlijk beeld van de veiligheid en de sfeer.

De Grote Stap

In 2009 hebben we in het wervingstraject voor het eerst gebruik gemaakt van het boek 'De Grote Stap'. Dit praktisch informatieboek over het voortgezet onderwijs ontvangen de ouders aan het eind van de informatie-avond. Het eerste hoofdstuk is schoolspecifiek, voor het overige bevat dit boekwerk informatie die betrekking heeft

op het voortgezet onderwijs in het algemeen. Op de informatie-avond voelen ze zich vaak overspoeld met informatie en dit boek geeft ze de mogelijkheid alles thuis nog eens rustig door te lezen en te bespreken met hun kind.

Aanmelding

Ook tijdens de eigenlijke aanmelding hantieren we een persoonlijke benadering. Na de administratieve inschrijving volgt een 'warme' inschrijving. Ervaren collega's bespreken met de nieuwkomer en de ouders

de plaatsingswens van de leerling en zijn verwachtingen. Ook bespreken we de persoonlijke achtergrond van de leerling: waarom koos je voor deze school, wat moeten we van jou weten om je goed te kunnen laten starten en hoe kijken anderen (je ouders, leerkracht) tegen jou aan? Wat zijn je sterke kanten, waar moeten we je mee helpen? Om de leerling op zijn gemak te stellen geven we al veel informatie over wat van ons verwacht kan worden, maar ook over praktische zaken als de eerste kennismaking, de eerste schooldag, de schoolboeken en het schoolkamp in de kennismakingsperiode.

Doe wat je belooft

De beste pr is alledaagse trouw aan de uitgangspunten van je visie. Tijdens het kennismakingstraject moet de school bewijzen dat beloftes worden nagekomen. Voor de zomervakantie maken basisschoolverlaters kennis met de nieuwe mentor en klas. Bij de klassensamenstelling is rekening gehouden met minstens één plaatsingswens. De mentor zorgt op de kennismakingsochtend in juni voor een goede en veilige sfeer in de nieuwe groep. Mentoren zijn daarvoor geschoold in het Leefstijl-programma. Zo worden meteen omgangsregels opgesteld die de leerlingen zelf hebben geformuleerd. Ook investeert de mentor in praktische maar relevante zaken als namenkennis. Iedereen kan zo met vertrouwen aan de zomervakantie beginnen.

TEN SLOTTE

Zoals in meer non-profitorganisaties voelen onderwijsverzorgers zich ongemakkelijk als ze het gevoel krijgen hun school te moeten verkopen. Maar wie gericht is op kwaliteit en gelooft in de eigen kracht, kan basisschoolverlaters en hun ouders er effectief van overtuigen dat de grote stap veilig en succesvol kan verlopen.

Caroline de Haas (cdhaas@sgl.nl) en Gerardine Marechal (gmarechal@sgl.nl) zijn Afdelingsleiders Scholengemeenschap Lelystad