

# Begeleidingstraject profilering

## De kracht van uw school meten en laten weten!

Scholen met Succes helpt u graag bij het ontwikkelen van een onderscheidend schoolprofiel. Samen gaan we op zoek naar de krachten van uw school. En maken we de vertaalslag naar een samenhangend, passend en onderscheidend profiel. Vervolgens stellen we een communicatie-actieplan op, waarin wordt vastgelegd hoe het profiel effectief naar buiten kan worden gebracht.

Het begeleidingstraject bestaat uit vier fasen.

### 1) Onderzoek en analyse

#### Wat?

Huidige situatie in beeld brengen, zodat we weten wat onze uitgangspunten zijn.

#### Hoe?

Op basis van (bestaande) onderzoeken.

#### Doel

Sterke en zwakke punten van de school in kaart te brengen en ontwikkelingen in de omgeving signaleren (kansen en bedreigingen).

#### Opbrengst

Formatie werkgroep profilering, onderzoeksrapport, deel 1 van het communicatieactieplan, opzet marketinginformatiesysteem.

### 2) Schoolprofiel en strategie

#### Wat?

Met het team op zoek naar een profileringsstrategie.

#### Hoe?

Teammiddag profilering en het schrijven van de profielschets.

#### Doel

Een breed gedragen, door het team geaccordeerde profielschets.

#### Opbrengst

Profielrichting, invulling profiel, concept 125, profielschets, propositie/slogan, deel 2 van het communicatieactieplan, presentatie van het schoolprofiel aan ouders en leerlingen (digitaal, op papier of persoonlijk in een bijeenkomst).

### 3) Communicatie en PR

#### Wat?

Strategisch communiceren, passend bij de doelstelling(en) en de doelgroepen.

#### Hoe?

Bestaande communicatiemiddelen bekijken in relatie tot het profiel. Vervolgens wordt bepaald of nieuwe/aanvullende middelen nodig zijn.

#### Doel

Helder en onderscheidend de doelgroepen informeren en enthousiasmeren.

#### Opbrengst

Huisstijlbriefing, communicatiemiddelenmix, persmap, perslijst, ideeën over de inzet van ouders als ambassadeur, compleet communicatieactieplan.

#### Optioneel

Scholen met Succes biedt de mogelijkheid om de gewenste communicatiemiddelen voor de school vorm te geven en te produceren. Ook het ontwikkelen van een nieuwe, op het profiel toegesneden huisstijl behoort tot de mogelijkheden.

### 4) Borging

#### Wat?

Aandacht voor het profiel vasthouden.

#### Hoe?

Door middel van de werkgroep profilering, marketinginformatiesysteem, profielschets en communicatieactieplan.

#### Doel

Borgen van het profiel, imago, aandacht voor PR en communicatie.

#### Opbrengst

Communicatieactieplan opnemen in het beleidsplan