

1

“Durf te kiezen voor een doelgroep”

Op een open dag komen leerlingen en ouders. Op wie is de communicatie gericht, wie is de beslisser? Dat varieert per regio, maar meestal zijn het de kinderen die beslissen (zolang het een school is die de ouders ook geschikt vinden...).

2

“Leerling echt centraal”

Als de leerling centraal staat, geef hem dan ook alle aandacht. Richt je met je vragen en antwoorden primair op de leerling. Ouders komen op de tweede plaats. Ze vinden het prettig als je hun kind belangrijk maakt.

3

“Ken je bezoekers”

De meeste ouders en leerlingen zoeken op het open huis/open avond de bevestiging van hun keuze. Niet de school bepaalt wat ouders en hun kinderen belangrijk vinden, maar de bezoekers zelf. In veel gevallen is op het moment van het open huis/avond de schoolkeuze reeds gemaakt. Achterhaal wat de bezoeker (niet) wil.

4

“Stel vragen”

Stel vragen en achterhaal wat de potentiële leerling (en ouder) wil en vindt.

5

“Het is spannend”

Realiseer je dat ouders en hun toekomstige brugklasser voor een belangrijke keuze staan. Dat is spannend.

- Voor de leerling: Welke school wordt het en waar gaan mijn vrienden naar toe?
- Voor de ouders: Aan welke school kan ik mijn 'kostbaarste bezit' toevertrouwen?

“Vriendelijke docenten”

Communicatie is vaak horen wat niet gezegd wordt... Dat geldt ook voor de open dag. We kunnen veel informatie geven, maar uiteindelijk krijgt de bezoeker een (hopelijk goed) gevoel over wat hij/zij ziet: prettige en vriendelijke docenten. What you see is what you get.

“Gewone mensentaal”

Doe niet moeilijk en zogenaamd belangrijk. Spreek gewone-mensentaal. Snapt mijn buurvrouw het?

“Beleving”

Blijf zo dicht mogelijk bij de beleving van de kinderen en ouders. Die zijn meer geïnteresseerd in de eerste schooldag dan in de organisatie van de bovenbouw.

“Hoe concreter, hoe beter”

Het vmbo is qua structuur behoorlijk ingewikkeld. (Je moet bijna vwo gehad hebben om het te snappen...) Leg niet uit hoe het onder de motorkap eruit ziet, maar vertel wat en hoe je er kunt leren.

“Herkenbare boodschap”

Profilering vraagt om een herkenbare boodschap, die:

- Aantrekkelijk is voor potentiële leerlingen en ouders
- Uitvoerbaar is door de docenten en onderwijspersoneel van de school

“Belofte is ook opdracht”

Elke belofte naar buiten is een opdracht aan jezelf. Je verhaal hoeft niet compleet te zijn. Hou het kort en benadruk wat jij belangrijk vindt. Zorg voor een 'doorverwijzing naar meer informatie' voor de mensen die meer willen weten.

12

“Veelgestelde vragen”

Bedenk vooraf wat de tien meest gestelde vragen zullen zijn en bedenk alvast goede antwoorden. Verspreid deze vooraf onder de collega's zodat er nog consistentere antwoorden worden gegeven.

13

“Lastige vragen”

Vragen zijn lastig als je er geen antwoord op weet. Maak een lijst en bedenk duidelijke antwoorden. Neem deze vooraf door.

14

“Vorbereiden open dag”

Begin vooral vroeg aan de voorbereiding van de open dag. Belangrijk punt op de lijst: bedenk een thema, een aantrekkelijke belofte. Vraag je vervolgens af hoe je dit thema gaat communiceren naar de basisschoolleerlingen van groep 8.

15

“Vergeet eigen leerlingen niet”

Vergeet de eigen leerlingen niet, met andere woorden: hang ook posters op in school, gebruik de website, social media en schroom niet de ouders van leerlingen die al bij u op school zitten goed te informeren over en te betrekken bij de open dag.

16

“Overdrijf niet”

Ga niet overdreven tekeer met cadeautjes, en als u dat doet, bedenk dan eens iets origineels of functioneels (lipgloss, bandenplakset, zadelhoesje, fietsbel met schoollogo)

17

“Ambassadeur”

De eigen ouders en leerlingen van de school spelen een cruciale rol. Je kunt ze inzetten omdat ze geloofwaardig zijn en de meeste gasten kennen die komen. Zorg wel voor een goede rol en briefing vooraf.

“Twee positieve contacten”

18

Je hebt de eigen medewerkers (docenten, ouders, leerlingen) niet aan een touwtje. Er kan van alles mis gaan tijdens het rondje door de school. Zorg dat er minstens twee positieve contacten zijn, bijvoorbeeld:

1. Bij binnenkomst (door de rector/directeur zelf)
2. Bij vertrek ('heeft u alles gevonden wat u zocht, zijn er nog vragen' of korte enquête)

“Mystery Guest”

De blik van een betrokken buitenstaander kan je veel waardevolle informatie opleveren over wat goed gaat en wat beter kan. Nodig een collega van een andere school, een oud-collega, oud-leerling, deskundige ouder of professional uit die anoniem rondloopt op de open dag en verslag doet. Zeg wel tegen de collega's die meewerken dat er zo iemand komt en koppel de resultaten terug.

“Nooit negatief”

Ga uit van je eigen kracht (en zoek ook uit hoe die er uit ziet). Zet je niet af tegen wie of wat dan ook. En zeg nooit (lees: **nooit**) iets negatiefs over collega-scholen.

“Follow up”

Welke keus maakt een kind uiteindelijk? Verzamel namen en e-mailadressen van de bezoekers. Zeg duidelijk dat je dat doet om ze op de hoogte te houden. Het is goed om ca. twee weken nog iets te laten horen. Dat kan een bedankkaartje zijn, een mailtje of een foto van het evenement (liefst met het betreffende kind erop) of een verwijzing naar de website. Interessant zijn ook de kinderen die voor een andere school kiezen. Je kunt ze vragen waarom ze wel voor de andere en niet voor jouw school hebben gekozen.