

PR beleidsplan Andreashof



September 2016

Inleiding

Wie zijn wij;

WSKO Andreashof is een basisschool voor kinderen van 4 t/m 12 jaar. De school heeft 328 leerlingen. (per 1 oktober 2016) In schooljaar 2016/2017 hebben we 14 groepen waarvan 3 kleutergroepen; daarnaast van groep 3 t/m 8 elk 2 (op 1 groep 8 na). We werken met het vertrouwde jaargroepensysteem. Dat betekent dat de geboortedatum van een kind in principe bepalend is voor de plaatsing in een groep. In individuele gevallen wordt hiervan ook afgeweken als dat nodig is.

Doel van het plan;

Door middel van het PR-plan willen we meer duidelijkheid geven wat wij als basisschool Andreashof al communiceren naar ouders, leerlingen en leerkrachten en hoe we dit kunnen aanscherpen. De PR is het gezicht van de school en geeft de uitstraling naar de buitenwereld toe. Het is dus van belang dat hier duidelijkheid over is, zodat er geen verschillen in kunnen ontstaan.

In het ouderbetrokkenheid onderzoek wordt de communicatie als goed beoordeeld en we streven ernaar om dit te behouden. Ouders zijn blij met de sfeer binnen de school, inrichting van de school, school ziet er opgeruimd uit en dit willen we voortzetten binnen de school.

Doelgroepen;

De doelgroep waar we mee te maken hebben zijn voornamelijk de ouders van de leerlingen, leerkrachten, nieuwe ouders, peuterspeelzalen/ kinderdagverblijf, buitenschoolse opvang, sportvereniging, logopedie, dyslexie begeleiding, fysiotherapie, ergotherapie, kindercoaching en de pers.

Communicatiemiddelen van Basisschool Andreashof;

Persoonlijk:

- Informatieavond: Aan het begin van het nieuwe schooljaar wordt er een ouderavond georganiseerd voor de ouders waarin de leerkrachten vertellen over de groep, hoe er wordt lesgegeven en wat er in het schooljaar aanbod komt in deze groep. In februari vindt er een tweede informatieavond plaats voor groep 3.
- Rapportavond: Twee keer per jaar vinden er rapportavonden van 10 minuten plaats. De eerste avond vindt plaats in oktober/november. De tweede avond vindt plaats naar aanleiding van het rapport wat de leerlingen ontvangen.
- Oudergesprekken; de deur staat altijd open voor ouders. De ouders kunnen altijd (voor en na schooltijd) naar de leerkrachten lopen voor een gesprek of om een afspraak te maken.
- Kijkavond: Ieder jaar is er een kijkavond rond de sinterklaasperiode. Incidenteel vindt er een kijkavond plaats met de projectweek.
- Voortgezet Onderwijs informatieavond. Op deze avond krijgen de ouders met hun zoon/dochter informatie over de verschillende Voortgezet Onderwijs scholen.
- Kennismaking nieuwe leerlingen: Leerlingen die bijna 4 jaar worden en ingeschreven staan op de Andreashof ontvangen een kaart dat ze welkom zijn. Ouders en leerling hebben een gesprek met de (desbetreffende) leerkracht van de leerling. Tevens krijgt de nieuwe leerling de gelegenheid om drie dagdelen te wennen in zijn nieuwe groep.
- 2 maanden gesprek; Als er een nieuwe leerling start op de Andreashof wordt er na 2 maanden een gesprek met ouders gehouden over het welbevinden van het kind.
- Open dag: 1 keer per jaar is er een open dag op basisschool de Andreashof. Dit doen we samen met kinderdagverblijf en de naschoolse opvang.

- Nieuwjaarsreceptie; in september begin van het nieuwe schooljaar is er een receptie voor ouders/verzorgers van de leerlingen van de Andreashof.
- Aan het begin en einde van het schooljaar houden we een viering in de Andreaskerk. Ouders worden uitgenodigd om hierbij aanwezig te zijn.

Schriftelijk:

- Schoolgids; de schoolgids staat ter kennisgeving op de site van de Andreashof. Ouders kunnen daar alle informatie lezen met betrekking tot de school.
- Jaarkalender; Op de website van de Andreashof staat de agenda met de belangrijkste data van het schooljaar.
- Nieuwsbrief; Iedere maand wordt de nieuwsbrief gemaakt door de leerkrachten. Hierin wordt beschreven wat de laatste nieuwsontwikkelingen zijn van de school. De leerkrachten leveren de teksten aan en de directie maakt er een brief van. De nieuwsbrief wordt digitaal verstuurd naar de ouders/verzorgers. Tevens wordt men in de nieuwsbrief nogmaals geattendeerd op de belangrijkste data van deze maand.
- Flyers/poster; (door middel van een flyer willen we bij de nieuwbouw huizen reclame maken voor de school.
- Pers/Advertenties; Dit punt moeten we gaan versterken. Hieronder meer duidelijkheid over.
- Scholen op de kaart; Met de Andreashof staan we op de kaart, zodat ouders die een basisschool zoeken in Kwintsheul kunnen zoeken op internet. Zij zien meteen welke voorzieningen erbij aanwezig zijn.

Digitaal;

- Website; De website van de Andreashof wordt up to date gehouden. Het is fijn als er foto's worden gemaakt van evenementen of bezoeken met de groep zodat deze foto's op de website kunnen worden gezet. Iedere maand is er een groep van de maand, waarop de groep leuke foto's en teksten toegevoegd op de site. Zorg dat alleen leerlingen die toestemming hebben gegeven op de website staan. (als bijlage zit de toestemmingsbrief PR)
- Schoolkrant; Twee keer per jaar verschijnt er een digitaal schoolkrant die de leerlingen zelf hebben gemaakt.
- Facebook; Door middel van facebook kunnen we aan ouders laten zien wat we doen op de Andreashof. Deze facebook pagina moet up to date blijven. Deze pagina gebruiken we om te laten zien wat we doen in de klassen, excursies buiten de school ed. Ook hiervoor geldt, zorg dat alleen leerlingen op facebook komen waarvan de ouders toestemming hebben gegeven. (als bijlage zit de toestemmingsbrief PR)
- Intern Whats app; Een whats app groep aanmaken met alle leerkrachten van de Andreashof. Deze whats app groep alleen gebruiken voor school gerelateerde onderwerpen (dus geen onzin).
- Tijdens een schooluitje maakt de leerkracht de foto's en worden geplaatst de site. Ouders kunnen wel foto's maken maar publiceren het niet op de site/facebook.

Overig;

- Evenementen: de jaarlijkse evenementen komen ieder jaar aanbod zoals; sportdag, schoolreisje, konings spelen, cultuurdag/week, activiteitenweek groep 8, afscheidsavond groep 8.

Pers;

- Voor grote evenementen of festiviteiten (kerst, sinterklaas, koningsspelen ed.) van de school zou het een goede PR voor de Andreashof zijn als we de pers inschakelen. Daarbij kunnen we denken aan tekst en foto's aanleveren voor in de plaatselijke krant. (Quintus blad, Groot Westland, ed.)
De collega's die in de werkgroep zitten van het evenement zijn verantwoordelijk voor het stukje tekst.

Als bijlage 2 is er een lijst toegevoegd met mail adressen van de lokale pers.
In het navolgende wordt per categorie een aantal praktische tips gegeven.

Persoonlijke communicatie;

- Maak duidelijk wat de school onderscheidt van andere scholen (Unique Selling Point).
- Maak in gesprekken of op informatiebijeenkomsten gebruik van aantrekkelijk presentatiemateriaal. Foto's, filmpjes maar ook het laten zien van schoolmateriaal spreekt tot de verbeelding en kan positief werken.
- Neem de tijd voor gesprekken.
- Geef alle bezoekers het gevoel dat ze welkom zijn, ongeacht het doel waarvoor ze komen (dus ook de schoonmaker of de schilder).
- Zorg dat iedereen de telefoon op dezelfde manier opneemt.
- Zorg dat het personeel altijd positief praat over de eigen school en de collega's. Het personeel is een visitekaartje voor de school.
- Probeer negatieve verhalen die er rondgaan (door bijvoorbeeld ouders) te stoppen. Ga op zoek naar de bron en ga een gesprek aan met degene die kritiek heeft en neem hem/haar serieus.
- Toon belangstelling en betrokkenheid bij ouders en kinderen. Onthoud belangrijke gebeurtenissen (bv. een geboorte, overlijden), schrijf ze desnoods op en vraag er later nog eens naar.

Tips voor het bezoek van ouders aan de school;

- Start het gesprek met luisteren en vraag naar de verwachtingen van de ouder ten aanzien van de school.
- Neem rustig de tijd voor het gesprek en de rondleiding (jas uit, koffie aanbieden).
- Besteed niet alleen aandacht aan de ouders, maar betrek vooral ook het kind in het gesprek en de rondleiding.
- Zorg dat de school netjes en opgeruimd is.
- Bezoek een groep om de sfeer in de klas te laten proeven.
- Vul, indien van toepassing, samen het inschrijfformulier in.
- Noteer de gegevens, inclusief e-mailadres, van de ouders.
- Bel na ongeveer twee weken na het gesprek of er nog vragen zijn.
- Stuur de nieuwe ouders na het bezoek ook de nieuwsbrief van de school.
- Vraag aan ouders die kiezen voor een andere school, naar de reden hiervoor. Vraag ook aan ouders die wél kiezen voor jouw school, waarom zij hiervoor gekozen hebben.

Schriftelijke communicatie;

- Zorg bij schriftelijke communicatie voor zoveel mogelijk uniformiteit in de uitingen. Dit vergroot de uitstraling van professionaliteit van de school.
 - Dit betekent eenduidigheid in:
 - Lettype en –grootte
 - Indeling van (informatie)brieven
 - Wijze waarop afzender wordt vermeld (dus bijvoorbeeld altijd het vermelden van naam, functie en naam van de school)
 - Gebruik en plaats van logo van de school.
- Om de eenduidigheid makkelijker te realiseren is het raadzaam gebruik te maken van een vast format voor brieven, waarbij het voorgaande al voor een deel is vastgelegd. Dit geldt ook voor leerkrachten die bijvoorbeeld een briefje schrijven aan ouders over een uitstapje.
- Maak gebruik van aantrekkelijke illustraties en foto's. Mensen raken steeds visueler ingesteld en kijken liever plaatjes dan dat ze lezen. Om teveel tekst te vermijden, kan ook worden verwezen naar de website.
 - Vraag aan ouders toestemming of foto's van hun kinderen mogen worden gebruikt voor communicatiedoeleinden.
 - Laat belangrijke schriftelijke uitingen ook lezen door een ander en laat controleren op taal- en spellingfouten. Vooral van scholen worden foutloze teksten verwacht!

Tips bij het maken van een persbericht;

- Het voordeel van een persbericht ten opzichte van bijvoorbeeld een advertentie, is dat het geen kosten met zich meebrengt en dat een artikel in de krant of tijdschrift geloofwaardiger overkomt dan een advertentie.
- Zorg dat het bericht nieuwswaarde heeft en vraag je steeds af wat interessant is voor de lezer. Bijvoorbeeld: bericht over een fusie tussen scholen is vooral interessant als je kunt vertellen wat voor voordelen dat voor kinderen en ouders oplevert.
- Overvoer de redacties niet met persberichten en stuur alleen berichten die nieuwswaarde hebben. Zorg ervoor dat de redacties je serieus blijven nemen en niet het gevoel hebben dat je bij elke activiteit iets toestuurt, in de hoop dat je in krant komt.
- Zet in de titel van het bericht altijd de naam van de school. Sommige mensen lezen alleen maar koppen en hebben dan toch de naam van de school gezien.
- Schrijf in de eerste alinea de kern van de boodschap en houd daarbij de 5 W's (wie, wat, waar, wanneer, waarom) en H (hoe) aan. In de volgende alinea's kunnen de details worden omschreven. Als een krant niet zoveel ruimte heeft, kan ze volstaan met de eerste alinea en hoeft het bericht niet te herschrijven.
- Maak het de redactie zo makkelijk mogelijk door een goed bericht te schrijven dat de kranten 1-op-1 kunnen overnemen.
- Maak het bericht niet te lang.
- Schrijf zakelijk. Dit komt het meest professioneel over en zal daarmee serieuzer worden genomen. Gebruik niet teveel reclametaal.
- Schrijf objectief. Vermijd meningen, behalve als ze in een citaat van een persoon staan.
- Gebruik een actieve schrijftaal. Vermijd woorden als worden, men, zullen e.d.
- Laat een ander persoon het bericht lezen en controleren op spelling- en taalfouten.
- Stuur, indien mogelijk, een foto mee. Zorg dat deze niet te klein is, omdat hij anders niet scherp kan worden afgedrukt. Kranten gebruiken bij voorkeur een foto van minimaal 1 MB.

- Let op de uiterste inleverdatum voor een persbericht. Dit verschilt per krant, maar als je het bericht uiterlijk vrijdagmiddag verstuurt, zit je altijd goed.
- Nodig bij speciale evenementen de redactie uit en geef direct extra informatie over het evenement.
- Als je persoonlijk contact hebt met een journalist, is het beter het persbericht persoonlijk naar hem/haar te sturen.

Digitale communicatie;

Voor digitale communicatie gelden dezelfde tips als voor schriftelijke communicatie. Daarnaast nog enkele aanvullingen:

- Zorg voor eenduidigheid in presentaties van de school (in bijvoorbeeld power point).
- Zorg voor een aantrekkelijke en overzichtelijke website. Het is vaak de eerste kennismaking met een school en dus zeer belangrijk. Laat direct op de eerste pagina zien wat de school uniek maakt ten opzichte van andere scholen.
- Zorg dat de website altijd actueel is. Zet nieuws er direct op en haal oud nieuws er tijdig af.
- Maak af en toe een mail met daarin een groet, bijvoorbeeld een kerstgroet of mensen een fijne vakantie te wensen. Deze mail kan ook naar een breder bestand dan alleen ouders worden verstuurd.
- Negatieve discussies/opmerkingen over de school via de sociale media zijn slecht voor het imago van de school. Maak het personeel (maar ook bijvoorbeeld stagiaires) ervan bewust dat ook schijnbaar onschuldige opmerkingen op Facebook een negatief beeld kunnen oproepen over de school.
- Maak gebruik van sociale media, bijvoorbeeld Facebook.

Overige communicatie;

- Zorg voor een aantrekkelijke buitenkant van de school en denk daarbij ook aan het schoolplein. Het is de eerste kennismaking als mensen de school bezoeken. Heeft de school van buitenaf een aantrekkelijke uitstraling, ook voor kinderen? Denk hierbij aan gebruikte kleuren, wat hangt er op de ramen e.d.
- Zorg dat de naam van de school goed zichtbaar is.
- Zorg dat duidelijk is waar de hoofdingang is (een school heeft vaak verschillende ingangen).
- Zorg dat ook de school er van binnen aantrekkelijk uitziet. Is het opgeruimd, ook in de klassen? Straalt het rust uit? Zijn er aantrekkelijke kleuren gebruikt? Is er gemaakt materiaal van de kinderen te zien, ook in de gangen?
- Laat "buitenstaanders", zowel volwassenen als kinderen, eens door de school lopen (een zg. audit) en vraag wat ze aantrekkelijk en juist minder aantrekkelijk vinden. Zorg van te voren voor een lijst met punten waar in ieder geval op gelet zou moeten worden. Denk bij volwassenen niet alleen aan betrokken ouders, maar ook aan directeuren en ander personeel van collega-scholen.
- Organiseer evenementen (sport, goede-doelen-acties) met doelgroepen, bijvoorbeeld met sportclubs, kinderdagverblijven, peuterspeelzalen, BSO e.d. Het samenwerken zorgt niet alleen voor een kostenbesparing, maar het vergroot ook de mogelijkheden en het bereik onder de doelgroepen.

Datum.....

Beste ouder(s) en/of verzorger(s),

De scholen van het WSKO stellen informatie over de leerlingen die zij in hun administratie hebben, beschikbaar voor de betreffende ouder(s) en/of verzorger(s).

Via uw persoonlijke gebruikersnaam en inlogcode kunt u deze gegevens in het Ouderportaal van Parnassys zien.

Deze inloggegevens, die u via de mail heeft ontvangen, gaan de hele basisschoolperiode van uw kind(eren) mee. Bewaar deze dus goed! U vindt in het Ouderportaal, als u op de naam van uw kind klikt, onder "groep" de naam van uw kind en de klasgenootjes van zijn/haar groep.

Daarnaast plaatsen wij foto's of video's van schoolactiviteiten op de website van de school of gebruiken dit in andere media-uitingen van de school. Hierbij kan het zijn dat uw kind op een foto of video staat. Ook hiervoor hebben wij uw toestemming nodig. Daarnaast zullen wij dit schooljaar starten met een Facebook account van de school. Hierop komen activiteiten vanuit school online, met mogelijk foto's van uw kind hierop. Hier willen we ook uw toestemming voor vragen. Op de antwoordstrook op de achterzijde kunt u aangeven of u hiermee akkoord gaat. Wij verzoeken u vriendelijk om dit in te vullen, te ondertekenen en zo spoedig mogelijk in te leveren bij de leerkracht van uw kind.

Ieder schooljaar zullen we u een herinnering sturen via de nieuwsbrief, zodat u uw toestemming kunt wijzigen.

Met vriendelijke groet en dank voor uw medewerking,
Team WSKO Andreashof

Deze toestemmingformulier geldt voor de gehele basisschoolperiode. Mocht er toch iets veranderen kunt u dit doorgeven aan de directie.

De heer/mevrouwOuder/verzorger van

....., uit groep
.....

....., uit groep
.....

....., uit groep
.....

Geeft **wel / geen*** toestemming om foto's of video's te gebruiken voor op de website of andere media-uitingen van de school.

Geeft **wel / geen*** toestemming om foto's of video's te gebruiken voor op de Facebook pagina van de school

Plaats, datum, handtekening

.....,

.....

*** doorhalen wat niet van toepassing is**

Bijlage 2. Redacties lokale pers

		Uiterste dag aanleveren bericht
Algemeen		
AD, Westlandse Courant	hc.westland@ad.nl	
WOS	nieuws@wos.nl	
Groot Westland	redactie@groot-westland.nl	Vrijdag 18 uur
Het Hele Westland	redactie@hethelwestland.nl	Maandag 9 uur
Radio West	redactie@omroepwest.nl	
Monster		
	moc.nieuws@thuisbladen.nl	Maandag 17 uur
's-Gravenzande		
	sgravenzander@sonneveld.nl	Maandag 12 uur
Wateringen en Kwintsheul		
	redactie@velonieuws.nl	Maandag 10 uur
	redactie@haagmedia.nl Zuidwesterkrant	
Poeldijk		
	de_poeldijker@hotmail.com	Maandag (zie site voor data)
	moc.nieuws@thuisbladen.nl	Maandag 17 uur
De Lier		
	redactie@bazuin-delier.nl (digitale nieuwsbrief)	