

Meer leerlingen. *Oei!* *Hoe?*

Communicatieadvies
voor VO-scholen



Leerlingen werven

Elk jaar een gedoe. En tegelijk heel belangrijk. Want het bepaalt de financiën van je school.

Sommige scholen lijken als vanzelf steeds voldoende aanmeldingen te behalen. Andere kunnen hoog of laag springen, maar krijgen er maar niet genoeg. Hoe pak jij het aan?

Kun je het eigenlijk wel beïnvloeden?

Ja, je kunt er als school veel aan doen. Maar het is niet makkelijk. Er is meer nodig dan naamsbekendheid en open dagen. Je moet echt in de hoofden van je doelgroep kruipen. En gedragstechnieken benutten. Hun hersens prikkelen. De gevoelige snaar vinden. Dát is marketing. En het is een beetje psychologie.

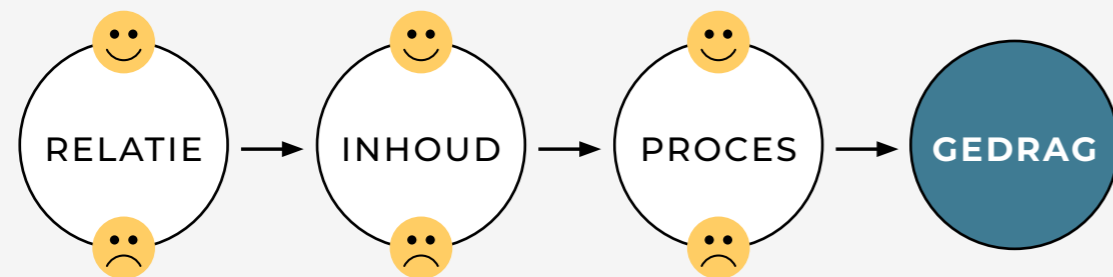
Communicatiestrategie ►► de gevoelige snaar vinden

Gebruik jij al communicatiestrategie als fundament voor je communicatie? Je resultaten gaan er dan flink op vooruit. Want pas als je weet waar hij zit, kun je die gevoelige snaar raken.

Beïnvloeden begint met goed luisteren. Welke overwegingen zijn doorslaggevend voor iemands schoolkeuze? Wat zijn de grote gemene delers?

Veel campagnes krijgen mensen niet of nauwelijks in beweging omdat ze de werkelijke drijfveren en weerstanden van hun doelgroep negeren.

Associaties, herkenningen, verwachtingen, hoop en natuurlijke neiging tot gemak. In dure psychologische woorden: consonanties, dissonanties, motivaties, scepsis, actiebereidheid en inertie.



Een goede relatie, motiverende inhoud en soepel proces bepalen de keuzes.

Leerlingen werven

Het zijn bijna altijd de 11-jarigen die vooropgaan in het bepalen van de school-shortlist. En zij hebben bovendien de grootste stem in de eindkeuze. Komen de ouders er dan niet aan te pas? Jawel, zeker wel. Ook zij hebben een belangrijke rol. Want als zij de voorkeur van hun kind steunen, verandert een wens in een intentie. Een grote stap.

Toch richten de meeste scholen zich vooral op de ouders. Op de website, in de wervingsmaterialen, in presentaties. En nemen de kinderen nauwelijks serieus. We zien veel moeilijke woorden, abstracte begrippen, leerlingen worden als derde persoon (ze) benoemd. We zien veel **talking heads** en gebouwen.

Waar zijn kinderen gevoelig voor?

Stel je voor, je bent 11 jaar en je moet (mee)beslissen naar welke grote school je gaat...

Geef je veel aandacht aan schoolinhoudelijke kwaliteiten? Mwah.

Deze kinderen willen vooral een **fijne school**. Ze zoeken herkenning, willen zich spiegelen aan hun leeftijdsgenoten, of net iets ouder. Wat kiezen je vriendjes? Hoe zijn de leerlingen op die school? Zijn ze leuk, vriendelijk? Of stoer, een beetje eng? Hoe zal de sfeer er zijn? Zijn de docenten streng of lief? Zijn de docenten en kinderen daar net als ik (huidskleur, achtergrond, interesses, attitude)?

Waar zijn ouders en verzorgers gevoelig voor?

Zij willen eigenlijk vooral gerustgesteld worden. Horen dat het een **goede school** is. Dat hun kind er ook doorgroeimogelijkheden heeft. Goed geholpen en ondersteund wordt. Inhoudelijk snappen ook zij er vaak weinig van. Hoe hoogopgeleid ze misschien ook zijn, ze komen niet uit het onderwijs.

Ervaring

Ik heb al heel wat VO-scholen geholpen aan meer leerlingen. Met een aanpak die hen structureel aantrekkelijker maakt. Dat kan ik ook voor jouw school doen.

IK WERK NU VOOR

- Adriaan Roland Holtschool (vwo, havo, vmbo-t) in Bergen NH
- Calvijn College Amsterdam (vmbo-t, -k, -b) in Amsterdam
- Comenius Lyceum Amsterdam (vwo, havo, mavo) in Amsterdam
- Stad College (havo, vmbo-gl, -k, -b) in Almere

IK HEB EERDER GEWERKT VOOR

- De Savornin Lohman (vmbo-t, -k, -b) in Hilversum (nu Lucent College)
- Geert Groote College (vwo, havo, vmbo-t) in Amsterdam
- Rudolf Steiner College (vwo, havo, vmbo-t) in Haarlem
- Vitusmavo (vmbo-t, -k, -b) in Naarden (nu Montessori Lyceum Gooise Meren)
- Willem de Zwijger College (gymnasium, atheneum, havo) in Bussum (nu Montessori Lyceum Gooise Meren)

De succescijfers mag ik hier niet openbaar maken.
In een persoonlijke kennismaking vertel ik meer.



Meer weten?

Ik ben Victor Cijis. Communicatiestrateg, reclamestrateg, campagnestrateg, websitestrateg, gedragsveranderaar. Zullen we samen de hersens van je doelgroep prikkelen?

MOBIEL +31 6 53 400 269
VAST +31 20 894 3 498
MAIL victor@cijs.nl
WEBSITE www.cijs.nl

Cijs & Co Communicatieadvies
Keizersgracht 241
1016 EA Amsterdam