**Interne memo**

Aan : MT/DT

Van : Mariëlle Boerman

**Onderwerp : Plan van aanpak Open dagen 2016**

**Uit de evaluatie van de Open dagen 2015 kwam de wens naar voren om de organisatie van de open dagen 2016 te starten met een bijeenkomst, waarbij met meerdere partijen centrale afspraken worden gemaakt. Denk aan thema, doelstellingen, speerpunten, centrale inrichting, catering, promotie, interne communicatie etc. Dit startmoment heeft inmiddels plaats gevonden. Op donderdag 29 oktober heeft er een ontbijtsessie plaatsgevonden met opleidingsbeheerders mbo Zwolle, teamleiders vo en afvaardiging van de ondersteunende diensten. De opleidingsbeheerders in Hardenberg hebben samen met de teamleider en Marketing en communicatie op maandag 9 november bij elkaar gezeten. De bevindingen zijn meegenomen in een gesprek met Theo Schotman en Jolanda Drent op dinsdag 10 november. In deze memo zetten we op een rij welke kaders we willen hanteren voor de komende Open dagen. De memo is meegelezen en aangevuld door de sterrolhouders Marketing en Communicatie.**

**Uitgangspunten:**

* We werken met een centraal plan voor alle open dagen, waarin thema’s en doelstellingen zijn vastgelegd. De daadwerkelijke uitvoering kan per open dag verschillen. Het vo zal een ander accent leggen, dan het mbo. En het mbo Hardenberg zal door de samenwerking met het Alfa College een andere uitvoering krijgen dan het mbo Zwolle. Doel is wel om slim samen te werken en voordeel te doen met elkaars ideeën en activiteiten.
* We werken met een centraal budget voor de open dagen, waarbij per team ook nog een deel vrij is in te vullen. Deze begroting wordt opgesteld door Marketing en communicatie en is als bijlage toegevoegd.
* Alle middelen die gebruikt gaan worden moeten in de nieuwe huisstijl worden gepresenteerd. Hiervoor is het belangrijk dat alle wensen rondom materiaal voor de kerstvakantie zijn geïnventariseerd.
* Voor veel collega’s is het de eerste open dag van de Groene Welle die ze meemaken. Tijdig beginnen met organiseren, informeren en communiceren is daarom belangrijk.
* We werken niet met vooraanmelding voor de Open dag. Wel willen we bezoekers registeren die de open dagen bezoeken. Op deze manier bouwen we aan een bestand van potentiele leerlingen en studenten. We kunnen hen in een later stadium uitnodigen voor een andere voorlichting en kunnen kijken of bezoekers ook daadwerkelijk aanmeldingen worden. Hiervoor is samenwerking met de ondersteunende diensten belangrijk.
* Collega’s en leerlingen/studenten die meehelpen aan de Open dag zijn herkenbaar als ‘groene welle’. Dit houdt in dat collega’s allemaal een badge dragen, leerlingen vo en studenten mbo in herkenbare kleding lopen. Belangrijk is om tijdig te inventariseren hoeveel shirts we nodig hebben. Met te grote aantallen leerlingen wijken we uit naar badges voor leerlingen.
* De interne communicatie over de Open dagen gebeurt digitaal. Hiervoor is een aparte ruimte voor de Open dag beschikbaar. Alle collega’s moeten hier hun informatie kunnen vinden. Deze site wordt ondersteund door M&C en ICT. Met speciale banners op de homepagina worden medewerkers attent gemaakt op de berichten en documenten.

**Doelstellingen**

* **Groei aantal bezoekers**

Voor de open dagen vo en mbo Zwolle streven we naar een groei in het aantal bezoekers. Mbo Hardenberg richt zich op een gelijk aantal bezoekers. Dit houdt in dat:

Potentiele studenten

2016 2015 2014 2013

Vo 300 286 285 250  
Mbo-Zwolle 400 363 295 335  
Mbo-Hardenberg 1200 1200 87 90

We denken dat groei voor het vo en mbo Zwolle reëel is, omdat we meer investeren in het pre-oriëntatie en oriëntatiefase. Zo zetten we in op social media, bieden we een keuzetest op onze website en zijn we actief in voorlichtingen en beurzen. Bij al deze momenten communiceren we onze open dagen.

De locatie Hardenberg richt zich niet op groei, maar wil wel graag mailadressen verzamelen van geïnteresseerden. Zij richten zich op minimaal 60 adressen van potentiele leerlingen, die zich via de website inschrijven voor een nieuwsbrief.

* **Waardering van bezoekers positief**

Alle opleidingen streven er naar dat de bezoekers met een goed, maar reëel gevoel de open dagen verlaten. Het beeld dat mensen hebben van de school en opleiding is na het bezoek verhelderd en positief. Dit moeten we meten via een digitale enquête.

**Speerpunten**

Om de doelstellingen te halen hebben we twee speerpunten geformuleerd. Hiermee willen we (ook in de aanloop naar de Open dagen) bezoekers laten zien hoe waarom een groene opleiding bij hen past en waarin we ons onderscheiden. De speerpunten zijn: 1) Beeld van het vak / vakmanschap en 2) internationalisering. Wanneer we kijken naar de invulling per open dag, dan zien we het volgende:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Beeld van het vak / vakmanschap | Internationalisering |
| Vo | * Helder maken wat de vakken inhouden * Leerlingen inzetten bij activiteiten * Aandacht voor doorstroom naar het groene mbo door openstellen van mbo-lokalen waar studenten mbo bezoekers te woord kunnen staan * Laten zien voor welke beroepen je opleidt / bij welke bedrijven je terecht kunt | * Aandacht voor de internationale activiteiten * Studenten die vertellen over hun ervaringen * Presentatie middels foto/film (gemaakt door medewerkers (sterrolhouders internationalisering) zelf op basis van materiaal dat er ligt/beschikbaar is. |
| Mbo | * Elk (cluster) van opleiding heeft een activiteit waarin het beroep duidelijk wordt. Dit kan zijn een workshop, demo, verhaal (oud)-leerling, presentatie belangrijk bedrijf, ect. Ook een bezoek aan een praktijklocatie, bijvoorbeeld Hoefsmederij, behoort tot de mogelijkheden. Binnen de financiële kaders kan veel, als het maar bijdraagt aan een goed beeld creëren van het beroep/vakmanschap.   Via de website en plattegrond wordt het programma duidelijk gemaakt. Deadline voor doorgeven activiteiten is 7 december a.s. | * Bij elke opleiding komt het onderdeel internationalisering aanbod in de vorm van een foto/filmpresentatie met ervaringen van studenten (gemaakt door medewerkers (sterrolhouders internationalisering) zelf op basis van materiaal dat er ligt/beschikbaar is. * Het onderdeel internationalisering wordt bij elke opleiding op dezelfde manier herkenbaar gemaakt * Inzet docenten/studenten die het verhaal over internationalisering doen |

**Doelgroepen – en middelenmatrix**

Bij de organisatie van de open dagen hanteren we verschillende doelgroepen. De externe doelgroepen willen we informeren, motiveren en activeren om een open dag te bezoeken; de interne doelgroepen willen we informeren en activeren om een goede organisatie van de Open dag neer te zetten. We zetten hiervoor verschillende middelen in.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Externe doelgroepen** | | | **Interne doelgroepen** | | | |
|  | Decanen vo-scholen | Basisscholen | Potentiele leerlingen en hun ouders/verzorgers | Medewerk-ers | Team- leiders | MT | DT |
| Advertenties kranten/ onderwijsbijlage | x | x | x | x |  |  |  |
| Facebook |  |  | x | x |  |  |  |
| Aankondiging schoolgebouw |  |  | x | x |  |  |  |
| Website | x | x | x | x |  |  |  |
| Mailingen | x | x |  |  |  |  |  |
| Posters | x | x | x | x | x | x | x |
| Flyers | x | x |  |  |  |  |  |
| Intranet |  |  |  | x | x | x | x |
| Google Adwords |  |  | x |  |  |  |  |
| Twitter | x | x | x |  |  |  |  |
| Filmpjes | x | x | x |  |  |  |  |
| E-mail |  |  |  |  | x | x | x |
| Digitale nieuwsbrief | x | x | x |  |  |  |  |
| Team- vergaderingen |  |  |  | x | x |  |  |

**Begroting**

Zoals bij de randvoorwaarden aangegeven werken we met een centrale begroting. Deze is opgenomen in de bijlage.

**Evaluatie**

Zowel bij de bezoekers als de medewerkers wordt de Open dag geëvalueerd. Medewerkers krijgen daags na afloop van de Open dag een mail met verzoek om hun ervaringen en meningen door te geven. Deze mail wordt centraal door Marketing en Communicatie opgesteld en verstuurd. De input voor de vragen komt van de eindverantwoordelijken voor de organisatie (zie kopje verantwoordelijken)

**Planning**

In de bijlage staat de planning voor de organisatie van de Open dagen. Hierin staan de centrale activiteiten vermeld en de activiteiten die moeten gebeuren voor de organisatie van de open dagen vo en mbo Zwolle. De planning van de open dag mbo Hardenberg wordt gemaakt door het team daar.

**Verantwoordelijken**In het traject rondom de Open dagen zijn op verschillende niveaus medewerkers betrokken. Omdat we spreken van drie verschillende open dagen zijn er ook drie verschillende overlegsituaties:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Eindverantwoordelijk | Beslissen over | Werkt samen met |
| Centrale organisatie | Directeur Ondersteunende diensten / Marketing en Communicatie | * Budget * Speerpunten * Middelen extern | Teamleider FD |
| Open dag vo | Teamleiders vo / Marketing en Communicatie | * Speerpunten * Inrichting * Plattegrond * Activiteiten * Draaiboek * Middelen intern | Teamleider FD / docenten |
| Open dag mbo Zwolle | Opleidingsbeheerders / Sterrolhouders Marketing en Communicatie / Marketing en Communicatie | * Activiteiten * Middelen intern * Inrichting * Draaiboek opleidingen * Plattegrond | Teamleider FD / docenten |
| Open dag mbo Hardenberg | Locatieleider / Marketing en Communicatie | * Activiteiten * Middelen intern * Inrichting * Draaiboek * Plattegrond | Opleidingsbeheerders / studenten Hardenberg in kader organiseren evenementen |

De eindverantwoordelijken hebben in de aanloop naar de Open dagen wekelijks overleg om de voortgang te bespreken. Dit gebeurt kan ook gebeuren via e-mail.

**BIJLAGE ACTIEPUNTEN ORGANISATIE OPEN DAGEN 2016**

1. **Programma en activiteiten**

**1.1 Centraal**

* Tijdens de open dagen werken we met een rondleiding voor bezoekers op gezette tijden. Deze rondleiding heeft als doel om geïnteresseerde bezoekers alle unieke onderdelen van de locatie te laten zien en persoonlijke toelichting te geven.   
  De rondleidingen worden voor Zwolle verzorgd door Theo Schotman en Jolanda Drent. De studenten in Hardenberg zorgen voor een rondleiding door hun locatie. De tijden van de rondleiding worden vanaf januari gecommuniceerd via de website. De rondleiding zelf zal grotendeels gebaseerd zijn op de route van vorig jaar 🡪 ACTIE: Theo Schotman/Jolanda Drent ism Marketing en communicatie

**1.2 Open dag vo Zwolle**

* Het vo zet in op een filmpje, waarbij bezoekers kennis maken met een dag uit het leven van een vo-leerling. Deze wordt gepresenteerd in de kantine. Daarnaast wordt er een compilatie gemaakt van filmpjes die een beeld geven van het vo. Hiervoor wordt filmmateriaal gebruikt dat de afgelopen periode al is gemaakt en gedeeld via website en Facebook 🡪 ACTIE: *Jasper en Wilfred ism M&C*
* Het vo blijft werken met centrale voorlichtingsrondes voor het vmbo-groen en het Groene Lyceum. De tijden worden vanaf januari ook gecommuniceerd via de website 🡪 ACTIE: *Teamleiders vo ism M&C.*
* Tijdens de open dag zal ook de stagemarkt weer plaats vinden. Studenten zijn zelf verantwoordelijk voor de inrichting en bemensing. 🡪 ACTIE: Marijke Benedictus ism Marketing en communicatie

**1.3 Open dag mbo Zwolle**

* De mini-onderneming krijgen een plek op de open dag. Elke onderneming richt een stand in en zorgt voor bemensing op alle dagen. Er is ook een centrale briefing waarin staat wat doel is, hoe zich op te stellen etc. 🡪 ACTIE: ???? ism M&C
* De studentenraad mbo presenteert zich op de Open dag. Ze laten zien dat ze bestaan en promoten hun activiteiten. Ze kunnen hiervoor gebruik maken van een stand. De inrichting en bemensing is een verantwoording van de studentenraad zelf. Er is ook een centrale briefing waarin staat wat doel is, hoe zich op te stellen etc. 🡪 *ACTIE: Berlinda de Boer ism studentenraad*

1. **Inrichting en aankleding Open dag**

**2.1 Centraal (locatie Zwolle)**

* Een reëel beeld geven van de dagelijkse werkelijkheid in de school. We willen een rustige, opgeruimde en gestructureerde indruk geven. Dit doen we door uniforme aanduidingen, gebruik van plattegrond voor bezoekers (in een leuke opmaak met toelichting over opleidingen).
* Goede aandacht voor de routing. Onderdelen waar geen activiteiten zijn, moeten ook niet bereikbaar zijn voor bezoekers. Hiervoor moeten leuke, kleurrijke, groene afscheidingen worden bedacht. ACTIE 🡪 Studentenwinkel Groene Passie ism M&C
* Met banners of stoepborden worden de belangrijkste plekken aangeduid. Denk hierbij aan centrale voorlichtingen, aankondigingen start rondleidingen, presentaties over zorg en begeleiding. ACTIE 🡪 M&C in overleg met teamleiders vo en opleidingsbeheerders
* De beide entrees aantrekkelijk en groen inrichten met voldoende ruimte voor aanmeldcomputers. Het start dan al met de buitenentree. Duidelijk maken dat er iets gebeurt in de school door ‘luchtballonnen’ bij de ingangen en bloembakken op de parkeerplaats. Ook de koe kan worden gepimpt en dienen als leuke aankleding van de school. Op het parkeerterrein kunnen ook de trekkers worden geparkeerd. Niet voor het machinelokaal in verband met brandveiligheid.
* Zorgen voor een goede schoonmaak van lokalen en ruimtes die worden gebruikt. ACTIE 🡪 Jolanda Drent ism John Sijbom.

**2.2 Open dag vo Zwolle**

* Het vo maakt geen actief gebruik van de grote kantine. Om deze toch aantrekkelijk te maken, moeten we goed kijken naar de opstelling. In een vroeg stadium kijken wat we in de kantine willen laten zien en hoe we dat het beste kunnen benutten 🡪 ACTIE: Theo Schotman i.s.m. M&C

**2.3 Open dag mbo Zwolle**

* De kantine beter benutten door goed te kijken naar de opstelling. De hippische opleidingen willen zich hier weer presenteren en wellicht kan ook de minionderneming een plek krijgen. In een vroeg stadium kijken wat we in de kantine willen laten zien en hoe we dat het beste kunnen benutten 🡪 ACTIE: Theo i.s.m. M&C

**2.4 Open dag mbo Hardenberg**

* Goed nadenken over de plek en de routing naar het voorlichtingslokaal/plek. Zorgen voor een groene herkenbaarheid met bijvoorbeeld ballonnen, bloemen of lintjes. Zorgen voor gezamelijke uitstraling met Alfa College 🡪 ACTIE: locatieleider
* Zorgen voor voldoende computers met verbinding naar website om adressen voor nieuwbrieven te verzamelen.

1. **Catering**

**3.1 Centraal (locatie Zwolle)**

* Op dit moment legt de catering voor medewerkers en leerlingen een relatief groot beslag op de begroting. De facilitaire dienst kijkt naar mogelijkheden om hierop te bezuinigen. 🡪 ACTIE: Theo ism keuken
* Voor bezoekers moet het mogelijk zijn om gratis koffie/thee/frisdrank te krijgen met een koekje. 🡪 ACTIE: Theo ism keuken
* Nadenken over mogelijkheid van uitdelen duurzame hapjes met producten die we ook zelf kweken (paprika, tilapia, etc). Duidelijk maken dat producten ook vanuit eigen kweek komen. 🡪 ACTIE: Theo ism keuken.
* Leerlingen beschikbaar voor het uitdelen van hapjes. 🡪 ACTIE: TL ism keuken
* Nadenken over plek voor eten collega’s en leerlingen. 🡪 ACTIE: Theo ism keuken
* Koffiepunten voor collega’s (of bezorging van koffie/thee in lokalen) 🡪 ACTIE: Theo ism keuken
* Maandags na de open dagen worden medewerkers centraal bedankt voor hun medewerking met een kleine versnapering en toelichting op aantal bezoekers etc.🡪 ACTIE: Jolanda Drent

1. **Ontvangst**

**4.1 Centraal (locatie Zwolle)**

* Zorgen voor een goede bemensing bij de twee ingangen. We blijven werken met shifts, waarbij (iedereen van) de ondersteunende dienst een rol heeft. Op deze manier voorkomen we ergernissen in het niet tijdig of helemaal niet aflossen. Wellicht inzet studenten mogelijk 🡪 ACTIE: Theo ism M&C
* Zorgen voor voldoende aanmeldmogelijkheden voor bezoekers bij beide uitgangen. Hier ook een collega bijzetten. Goed draaiboek maken en korte vragenlijst opstellen 🡪 ACTIE: Theo ism M&C en ICT
* Bij aanmelding bezoekers ook een attentie meegeven. 🡪 ACTIE: Theo ism M&C
* Bij aanmelding ook de plattegrond met een korte toelichting meegeven 🡪 ACTIE: M&C

**4.2 Mbo Hardenberg**

* In verband met samenwerking Alfa College goede aandacht voor de ontvangst bezoekers. Bij beide ingangen moeten idealiter studenten van beide onderwijsinstellingen staan, die bezoekers kunnen doorverwijzen naar de juiste plek. Hierbij kan er best onderscheid gemaakt kunnen worden in de kleding van de gastheren, maar de moeten over en weer kunnen doorverwijzen. 🡪 ACTIE: locatieleider

1. **Promotie en communicatie**

**5.1 Intern**

* Bijtijds afspraken maken over doorgang van lessen op de Open dagen. 🡪 ACTIE: teamleiders i.s.m. M&C
* Elke open dag starten met een formele aftrap waarbij de teamleider/directeur vo/mbo de collega’s, leerlingen en studenten te woord staat. Na afloop van de open dag bestaat de mogelijkheid om een consumptie te nuttigen. ACTIE: Eimert Fikse ism teamleiders
* Uniform verhaal voor alle opleidingen. Hiervoor moeten voorlichtingssheets worden ontwikkeld die ruim op tijd aan de collega’s worden uitgereikt. Denk hierbij ook aan onderwerpen zoals ‘hoe vind ik een stage?’, ‘over de grenzen’ (internationale activiteiten) 🡪 ACTIE: teamleiders i.s.m. M&C
* Duidelijk maken welke externe communicatieacties we centraal oppakken. Denk aan mailingen, advertenties, inzet social media. 🡪 ACTIE: M&C
* Zorgen voor interne ambassadeurs die de open dagen op externe evenementen willen uitdragen. Hiervoor zijn dan de communicatiemiddelen beschikbaar zoals posters, flyers. 🡪 ACTIE: M&C ism opleidingsbeheerders

**5.2 Extern**

* Heldere aankondiging op het gebouw. Al voor de kerstvakantie. 🡪 ACTIE: M&C
* Inventariseren interesse in tijdelijke bestikkering van auto’s medewerkers. Al voor de kerstvakantie. 🡪 ACTIE: M&C
* Posters Open dagen meegeven aan leerlingen die op stage gaan. 🡪 ACTIE: teamleiders + opleidingscoördinatoren/stagedocenten
* Bijtijds het overzicht hebben van acties die de opleidingen uitvoeren in het kader van vakmanschap. Door deze op de site te zetten en via Facebook/Twitter te communiceren kunnen we meer aandacht voor Open dag genereren. 🡪 ACTIE: M&C + opleidingsbeheerders
* Alle inhoudelijke informatie die tijdens de Open dag wordt gecommuniceerd staat ook op de website. We ontwikkelen geen extra middel, zoals een opleidingskaart. De informatie moet allemaal op de website te vinden zijn. Eventueel kunnen bezoekers de voorlichtingssheets (zie hierboven) als uitdraai mee krijgen.
* Uitzoeken van mogelijkheid presenteren op (licht)borden bij de prominente invalswegen in Zwolle en Hardenberg 🡪 ACTIE: M&C