



innovatievragen

PORAAD


VAN INNOVATIEVRAAG NAAR DEELBAAR RESULTAAT

COMMUNICATIETIPS VOOR HET DELEN VAN JE RESULTATEN





... NAAR DEELBAAR RESULTAAT

Je bent nu een tijdje bezig met jouw innovatievraag. Waarschijnlijk heb je gedurende het proces veel geleerd over hoe je een verandering in jouw organisatie kan stimuleren. Ook krijg je steeds meer grip op hoe het eindresultaat van dit traject eruit gaat zien. Wat dit eindresultaat is hangt samen met de aard van je innovatie.

Een eindresultaat is niet altijd het belangrijkste en zeker niet het enige resultaat dat je met communicatie wil delen. Het eindresultaat heb je ontwikkeld voor een specifieke groep stakeholders.

Tegelijkertijd zijn er andere stakeholders in het proces betrokken die je inzicht wil geven in de bredere opbrengsten van je innovatievraag. Je kan bijvoorbeeld denken aan procesinzichten die je kan delen of een handreiking voor andere scholen die met een vergelijkbare innovatie bezig zijn. Of je zet communicatie in om je project te borgen in je organisatie.

In dit document vind je een aantal stappen met bijbehorende vragen die je helpen om je communicatie over je opbrengsten vorm te geven. Communicatie is maatwerk en de vragen en voorbeelden in dit document zijn dan ook nooit volledig. Zie ze als inspiratie om je denken op gang te brengen.



STAP 1: DOELGROEP

Wie wil je bereiken? Eerder in het proces heb je een stakeholdersanalyse gemaakt. Op welke van deze stakeholders ga je je communicatie richten?



VOORBEELDEN

- eindgebruikers van je product
- samenwerkingspartners
- andere scholen
- collega's binnen en buiten je eigen school of bestuur
- belangenorganisaties
- bibliotheken
- ICT-coördinatoren



STAP 2: DOEL

Communicatiedoel: Wat wil je bereiken bij deze doelgroepen? Wat moet je doelgroep weten (kennis), vinden (houding) of doen (gedrag). Het doel kan per doelgroep verschillen.



VOORBEELDEN

- je product promoten
- de relatie versterken
- draagvlak creëren
- verantwoording afleggen
- resultaten borgen
- informeren over resultaten



STAP 3: BOODSCHAP

Welk verhaal of boodschap wil je vertellen? Dit kan een concreet product zijn. Maar ook procesinzichten zijn waardevol om te delen. Probeer vanuit je doelgroep te denken: wat heb jij te bieden waar zij wat aan hebben? Voorkom dat je alleen aan het zenden bent. Communicatie gaat ook over luisteren (vragen stellen) en verbinden.



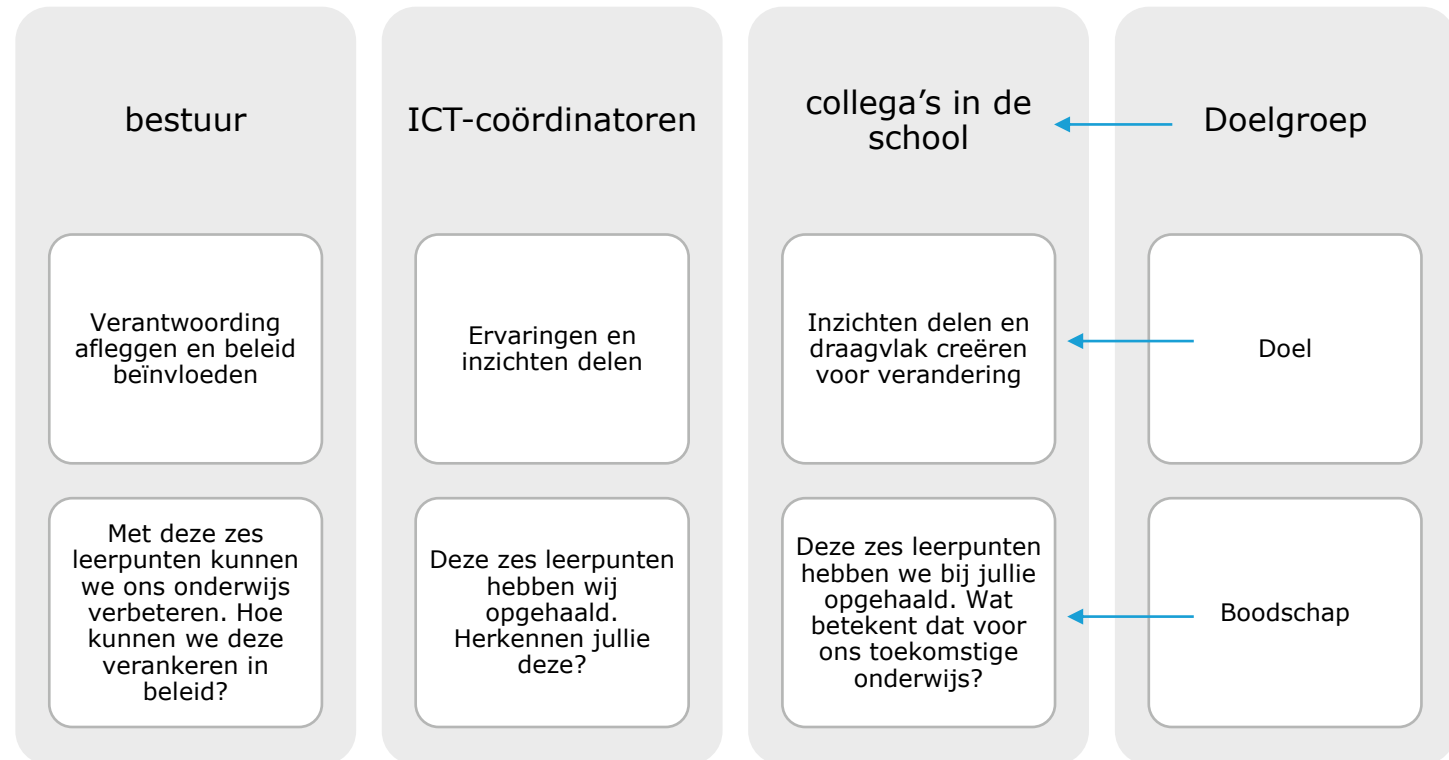
VOORBEELDEN

- het gebruiksgemak van je ontwikkelde leerlijn
- de geleerde lessen in het traject
- een handreiking voor het opzetten van onderzoek
- de verbeterde ICT-bekwaamheid van je team
- de meerwaarde van een samenwerking
- het belang van een vervolgtraject
- je visie op veranderen binnen je organisatie



VOORBEELDMATRIX FICTIEVE INNOVATIEVRAAG:

Hoe kunnen we de ervaringen met digitaal lesgeven tijdens de sluiting van de scholen gebruiken om ons onderwijs blijvend te verbeteren?





STAP 4: COMMUNICATIEMIDDELEN

Welke middelen ga je inzetten? Het middel dat je kiest moet passen bij jouw doelgroep en het doel dat je nastreeft.

- Waar bevindt je doelgroep zich en hoe wil hij graag bereikt worden?
- Wat voor soort communicatie past bij je doel? Wil je vooral informeren? Dat kan via een online bericht, nieuwsbrieven, mailing etc. Wil je samenwerken of meer interactie? Denk dan aan bijeenkomsten of werksessies. Heb je een product dat je wil promoten? Zorg dat het er verzorgd uitziet en besteed aandacht aan de presentatie.
- Start met het verzamelen van veel ideeën. Later kies je hieruit de beste.
- Bespreek je plannen met de PO-Raad. Bekijk samen hoe je jouw resultaten kan delen via onder andere de website www.slimmerlerenmetict.nl/innovatievragen



INSPIRATIE EN VOORBEELDEN



Haak aan bij **bestaande overleggen**, bijeenkomsten of conferenties om daar je verhaal te vertellen. Bijvoorbeeld een interne studiedag.



Heb je veel data verzameld of wil je een proces toelichten? Dan is een **infographic** een geschikte vorm. Hierin kan je bijvoorbeeld onderzoeksresultaten weergeven of een stappenplan voor jouw verandering visualiseren.

Zoek contact met **netwerken** van mensen/organisaties voor wie jouw product interessant is. Kijk of je via hun kanalen (nieuwsbrief, website, social media) je product of inzicht kan verspreiden.

Heb je een routekaart of overzicht gemaakt waar andere scholen gebruik van kunnen maken? Organiseer een **webinar** waarin je je instrument toelicht en vragen beantwoordt.

Organiseer een **bijeenkomst** om je bevindingen te delen. Verbind hieraan een call to action: wat kunnen je stakeholders met deze inzichten of producten? Hoe kunnen zij jou verder helpen?

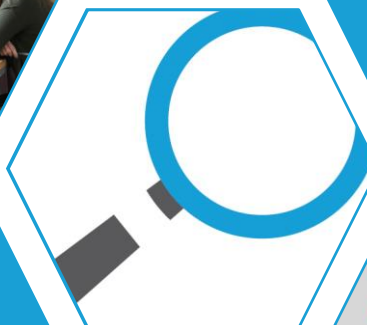
Wil je product met andere delen? Maak dan een (digitale) **flier** of brochure met de belangrijkste informatie.

Heb je een ontdek-innovatielab opgezet? Organiseer een **workshopmiddag** waarop je stakeholders zelf het lab kunnen ervaren.

Zijn andere innovatievragen met vergelijkbare onderwerpen bezig? **Zoek contact** met elkaar en deel je communicatie-ideeën.

Verantwoording afleggen aan je bestuur of andere stakeholders? Maak een mooie **presentatie** waarin je je proces toelicht. Verwerk hierin ook reacties van je eindgebruikers. Of vertel je verhaal in een korte video.

Durf je je kwetsbaar op te stellen en je valkuilen en successen te delen met collega's in het onderwijs? Benader een **vakblad** of onderwijssite en deel je verhaal.





VOORBEELDEN UIT EERDERE VERSNELLINGSVRAGEN

De Innovatievragen zijn een vervolg op de 'versnellingsvragen'. De afgelopen jaren zijn 21 versnellingsvragen aangepakt. De meeste zijn inmiddels afgerond en de resultaten hiervan vind je bij [de praktijkvoorbeelden op onze website](#).

We lichten een paar voorbeelden uit op de volgende slides.



VOORBEELD 1: WELK LEERMATERIAAL IS GESCHIKT VOOR NIEUWKOMERS EN KAN DIFFERENTIATIE MOGELIJK MAKEN?

In het nieuwkomersonderwijs ontbreekt het aan goede lesmethodes. Bestaand lesmateriaal voldoet niet aan de moderne eisen en digitaal materiaal is niet of nauwelijks ontwikkeld. Het gevolg? Leraren gebruiken reguliere methodes die niet aansluiten bij de doelgroep en passen deze zelf aan - zo goed en zo kwaad als dat gaat. Primo Schiedam ging in een versnellingsvraag op zoek naar betere differentiatie bij het digitaal taalonderwijs voor nieuwkomers.

- [Onderzoek en tool \(https://www.kennisnet.nl/app/uploads/kennisnet/publicatie/Kennisnet-KiesWijzer-digitaal-leermateriaal-NT2.pdf\)](https://www.kennisnet.nl/app/uploads/kennisnet/publicatie/Kennisnet-KiesWijzer-digitaal-leermateriaal-NT2.pdf)
- [Beeldplaat proces \(https://www.slimmerlerenmetict.nl/files/2019-02/NT2%20leermateriaal%20beeldplaat%20totaal%202019_1.pdf\)](https://www.slimmerlerenmetict.nl/files/2019-02/NT2%20leermateriaal%20beeldplaat%20totaal%202019_1.pdf)



VOORBEELD 2: WELKE ROL KAN VIRTUAL REALITY OF AUGMENTED REALITY SPELEN BIJ DIEP LEREN IN DE KLAS?

Als een kind 'diep leert', verandert er iets in zijn brein. Er ontstaan meer verbindingen tussen hersencellen en bestaande verbindingen worden versterkt. Hierdoor onthoudt het kind de lesstof beter. Ambion wilde hier via een versnellingsvraag meer over te weten komen. Hoe kun je VR en AR op een handige manier inzetten in de klas? Hoe richt je een les in die het 'diep leren' stimuleert met AR en VR? En kunnen we hierdoor andere lesmethoden vervangen?

- Onderzoek (<https://www.nro.nl/wp-content/uploads/2017/02/067-Antwoord-Virtual-Reality-en-Augmented-Reality-in-het-primair-onderwijs-2019.pdf>)
- Wikiwijs en checklist
[https://maken.wikiwijs.nl/98226/Virtual reality en augmented reality in het onderwijs#!page-3097735](https://maken.wikiwijs.nl/98226/Virtual%20reality%20en%20augmented%20reality%20in%20het%20onderwijs#!page-3097735))



VOORBEELD 3: HOE ONTWIKKEL JE EEN DIGITAAL PORTFOLIO ALS LEERLINGVOLGSGYSTEEM?

Met een kindportfolio als leerlingvolgsgysteem kunnen leerlingen hun eigen ontwikkeling volgen, doelen stellen en feedback krijgen. De producten die tot nu toe op de markt zijn, blijken echter vaak te star en beperkt in hun mogelijkheden. Daarom is hier onderzoek naar gedaan in een versnellingsvraag. Hoe kan een digitaal portfolio het onderwijsproces – waarbij het kind en het leren centraal staat – ondersteunen? En aan welke eisen moet het systeem voldoen zodat het voor verschillende scholen bruikbaar is?

- Routekaart (<https://www.kennisnet.nl/app/uploads/kennisnet/digitale-leermiddelen-toetsen/Generieke-routekaart-digitaal-portfolio.pdf>)
- Toolkit (<https://www.kennisnet.nl/app/uploads/kennisnet/publicatie/Kennisnet-Handleiding-toolkit-digitaal-portfolio.pdf>)



STAP 4: COMMUNICATIEMIDDELEN

Je hebt nu een verzameling aan ideeën. Maar waarschijnlijk onvoldoende tijd of middelen om alles uit te voeren. Dat vraagt om prioritering.

Bespreek je ideeën met collega's. Welke plannen vinden zij kansrijk en realistisch?

De effort/impact matrix van Eisenhower kan ook helpen. (Zie hiernaast) Hierbij prioriteer je je plannen op basis van de inspanning die het kost en het verwachte effect.

	WEINIG INSPANNING	VEEL INSPANNING
VEEL IMPACT	SUPER Ideeën om direct mee aan de slag te gaan.	PRIMA Kun je dezelfde impact maken met minder inspanning?
WEINIG IMPACT	ZWAK Matige ideeën. Kun je de impact groter maken?	SLECHT Waardeloos. Focus je op de andere ideeën.

Illustratie © HatRabbits



STAP 5: UITVOERING

Denk bij de uitvoering van je plannen aan:

Planning: wees realistisch en kies je timing zorgvuldig. Wanneer is de kans het grootste dat je boodschap aankomt?

Budget: is er voldoende budget voor je plannen?

Team: wie is waarvoor verantwoordelijk en wie voert welke taak uit?



STAP 6: EVALUATIE

Neem je communicatieacties mee in je projectevaluatie. Vragen die je hierbij kan stellen zijn:

Zijn de
communicatiedoelen
uit stap 2 behaald?

Welke middelen
hebben goed
gewerkt en welke
niet?

Hoe hebben de
stakeholders op je
resultaten
gereageerd?

Wat zou ik een
volgende keer anders
doen?



innovatievragen

PORAAD


AAN DE SLAG