

## A Brand new VCLB

Geachte bestuurder,

Het beleidsplan 2014-2020 van de VCLB-Koepel stelt strategische doelstelling 5: 'VCLB is een sterk merk'. Om dat waar te maken, werken we samen met een externe partner: [het onderzoeks- en expertisecentrum Memori](#) van Thomas More. Met hen lopen we **een traject dat moet leiden tot een merkconcept voor alle vrije centra**. Er bestaan heel wat modellen en stappenplannen om zo'n traject te lopen, maar er komen steeds dezelfde componenten in terug. De belangrijkste idee is dat je niet meteen concrete communicatie-acties uitvoert, maar eerst werkt aan de onderbouw. **Een sterk merk bouw je op sterke fundamenten**. Sterke merken hebben een sterke identiteit die in alles terugkomt. Wat zijn onze kernwaarden? **Wat is het DNA van de organisatie?** Wie en waar staan we voor? Wat is ons archetype? We gaan op zoek naar onze wortels om daar vervolgens ons merkconcept op te bouwen. Het overzicht van de verschillende stappen in het traject vindt u achteraan in dit document.



Die zoektocht gaan we nu beginnen. Samen met Memori. Zij vragen om een stuurgroep samen te stellen om het traject mee op te volgen. Onze raad van bestuur vond het raadzaam dat deze stuurgroep zou bestaan uit zowel een directeur als een bestuurder voor elke provincie. De raad van bestuur besloot hiertoe op te roepen op hun vergadering van 22 april jongstleden.

**De opdracht van deze stuurgroep is om de voortgang van het project te bewaken.** De stuurgroep zal 3 keer samenkomen en krijgt op dat moment een overzicht van waar het project staat, resultaten die er al zijn en welke plannen nog uitgevoerd zullen worden. De stuurgroep heeft de volgende taken:

- advies geven in functie van het goede verloop van het project;
- advies geven over de communicatie over het traject binnen de vrije centra;
- zorgen voor gedragenheid van het project;
- betrokkenheid en actieve deelname in de sector creëren.

Dit is het verhaal van de vrije centra voor leerlingenbegeleiding. Niet van de koepel, niet van één centrum. Het is óns verhaal. Een stuurgroep lid neemt een expliciete trekkersrol op zich. Hij of zij enthousiasmeert de eigen achterban en stelt zich op als een ware ambassadeur voor het project. Daardoor vergroot hij of zij de motivatie en betrokkenheid van de medewerkers.

**Alle stuurgroep leden nodigen we uit op de directiedag op 11 juni aanstaande.** Op deze directiedag voorzien we een 'Kick-off'-presentatie van het project 'A Brand New VCLB'. Daar wordt niet enkel het projectverloop voorgesteld maar krijgt u ook inhoudelijke input over

merkopbouw, het hoe en waarom van zo'n traject en handvatten om zelf over het project te communiceren.

Deze stuurgroep zal zoals gezegd drie keer samenkomen. Twee data liggen al vast: **17 juni en 2 juli**, telkens in de namiddag.

U begrijpt dat we graag eerstdaags horen wie er voor uw provincie bereid is om dit project mee te bewaken.

**Hebt u vragen?** Neem dan gerust contact op met Annelies De Graeve, communicatie verantwoordelijke VCLB-koepel: [annelies.degraeve@vclb-koepel.be](mailto:annelies.degraeve@vclb-koepel.be), 02 240 07 67.



## Overzicht Project

	<u>Periode</u>
<u>Samenstelling stuurgroep</u>	april-mei 2015
<u>Kick-offpresentatie</u>	11 juni directiedag
<u>Stuurgroep 1</u>	17 juni namiddag
<u>Werkpakket 1</u> Deskresearch identiteitsaccenten op basis van beleidsdocumenten (VCLB2020, CLB-rollen etc.) 5 gesprekken stakeholders Resultaat: Nota 1 'Corporate DNA'	juni 22-23 juni eind juni
<u>Stuurgroep 2</u>	2 juli namiddag
<u>Werkpakket 2</u> 3 Focusgroepen (8p): 1 met directie, 2 met mensen uit het veld. Resultaat: Nota 2 'Identiteits- en imagoaccenten'	september
<u>Werkpakket 3</u> Online enquête: kwantitatieve bevraging bij alle VCLB'ers Resultaat: Nota 3 'Prioritering deeldoelgroepen'	oktober
<u>Werkpakket 4</u> Resultaat: Finale beleidsnota, merkconcept.	november
<u>Slotpresentatie 1</u>	Te plannen
<u>Slotpresentatie 2</u>	Te plannen
<u>Werkpakket 5</u> Uitwerking communicatiestrategie en beleid Huisstijlontwikkeling	