

Diseña: Planificación de la implementación

Argumento de ventas

Pregunta central:

¿Qué tendrá de especial tu escuela para los estudiantes, educadores, familias y tu comunidad?

Para ayudar a distintas personas a comprender y entusiasmarse con tu visión escolar, deberás poder describirla breve y gráficamente, destacando los detalles que más importan.

Paso 1 – Investiga

Repasa el trabajo que has hecho en módulos anteriores e identifica las 3 o 4 características principales que definirán la experiencia del estudiante en tu escuela.

Piensa en cómo describirías estas características a estudiantes, familias, maestros, empleados y otros grupos—incluyendo, si es relevante, a tu junta escolar local, al regulador de escuelas chárter, a los patrocinadores potenciales y otros.

Si necesitas contexto, visita los sitios web de algunas escuelas de tu área y fíjate en cómo se presentan ante el gran público, en sus materiales para despertar el interés de estudiantes y sus familias, en las ofertas de trabajo y otros aspectos.

Trabaja solo o en grupos pequeños, enumera las cualidades más relevantes de tu escuela y redacta un argumento de venta breve (el famoso “elevator pitch”) de tu escuela que subraye dichas cualidades.

Paso 2 – Reflexiona

Repasa los argumentos de venta con tu equipo y explora estas cuestiones:

- ¿Cómo enfocas cada argumento de venta para comunicar lo que hace especial a tu escuela? Elige uno o trabaja en equipo para crear uno nuevo que combine los mejores aspectos de cada opción.
- ¿Cómo puedes adaptar tu argumento de venta para comunicarte con grupos específicos, incluyendo a estudiantes, familias, maestros y otras partes interesadas?
- ¿Qué elementos o valores clave necesitas priorizar o proteger durante el proceso de implementación, pase lo que pase?

¿Por qué es especial tu escuela? Enumera las características clave de la experiencia del estudiante.

1.

2.

3.

4.

Argumento de venta