

Jaarplan 2024-2025



look good **feel better**

MEER VERTROUWEN BIJ KANKER



Bezoek onze website www.lookgoodfeelbetter.nl

Inhoud

• Welkom	1
• Missie en visie	2
• Waarden	3
• Pijlers	4
• Patiënten Programma	5
• Positionering Organisatie	6
• Financieel Fundament	7
• Netwerk	8
• Patiënten	9
• Ambassadeurs	
• Partners	
• Fondsen en donateurs	
• Strategische overwegingen	
• SWOT	10
• Het jaar in cijfers	11
• Vooruitblik 2024 - 2025	12
• Bereik in de sociale media	13
• Toekomstvisie	14
• Slotwoord	15



Huidverzorging



Make-up



Haarwerken en alternatieven

Welkom

Beste lezer,

Met enthousiasme presenteren wij ons jaarplan 2024-2025. Als **Look Good Feel Better** zetten wij ons in voor het steunen van mensen met kanker bij hun uiterlijke verzorging. Wij willen ze meer vertrouwen geven. Ons streven is om alle mensen die getroffen zijn door deze ingrijpende ziekte te bereiken en hen te steunen tijdens het behandeltraject door het herstel van zelfvertrouwen en eigenwaarde. Met de toenemende aantallen mensen die gediagnosticeerd worden met kanker blijft ons werk belangrijk en relevant.

Het afgelopen jaar hebben wij wederom de veerkracht van diegenen die geconfronteerd worden met kanker gezien. Wij zijn ervan overtuigd dat elk individu het recht heeft om zich goed te voelen, ongeacht de uitdagingen die het leven hen biedt. Dit jaarplan weerspiegelt onze commitment om bij te dragen en een verschil te maken in het leven van diegenen die de impact van kanker ervaren.

Look Good Feel Better zorgt voor praktische ondersteuning, tips, adviezen en empowerment op het gebied van uiterlijke verzorging. Ons kernteam en onze toegewijde beautyprofessionals/vrijwilligers zetten zich in om workshops, advies en producten aan te bieden, die bijdragen aan meer vertrouwen bij kanker. Niet alleen het uiterlijk verbeteren, maar ook het innerlijke welzijn versterken. In dit jaarplan delen we onze visie, doelen en strategieën die gericht zijn op het vergroten van ons bereik, het verbeteren van onze dienstverlening en het bevorderen van de bewustwording dat uiterlijke verzorging bij kanker bijdraagt aan de eigenwaarde en het zelfvertrouwen.

Dank aan al onze donateurs, partners, vrijwilligers en een ieder die ons steunt in ons streven om het (zelf)vertrouwen te herstellen en de last van kanker te verlichten. Samen zorgen we voor een wereld waarin elke persoon, ongeacht de kanker, kan stralen en zich goed kan voelen.



Met hartelijke groet,

Henriëtte Uffing
Directeur Stichting Look Good Feel Better



Missie en visie

Look Good Feel Better wil mensen met kanker **meer vertrouwen** geven door middel van **uiterlijke verzorging**.

Wij werken eraan dat uiterlijke verzorging een vaste **aanvulling** wordt op de **behandeling** van iemand met kanker.

Wij willen **dichtbij huis** de gewenste en **kwalitatieve support** aanbieden. Zodat mensen met kanker **vandaag** meer vertrouwen krijgen en zich beter kunnen voelen.



look good **feel better**
MEER VERTROUWEN BIJ KANKER

‘Zo waardevol om dit samen met andere patiënten te doen’



‘Wat fantastisch deze workshop, super fijn die nuttige tips’

Waarden Look Good Feel Better



Kwaliteit

Look Good Feel Better staat voor kwalitatief hoogwaardige adviezen en activiteiten voor mensen met kanker.

Wij zijn blij met productdonaties. We letten hierbij wel op dat het cosmeticaproduct aansluit wat betreft samenstelling of beleving bij de behoefte en de kwaliteit die wij willen bieden aan onze doelgroep. Zo selecteren we bijvoorbeeld weloverwogen de inhoud van de cadeautasjes die we meegeven aan de deelnemers van de workshops.

Daar waar van toepassing hebben we protocollen opgesteld, zoals bij onze workshops en bij de ontspanningsbehandelingen. Dat zorgt voor consistentie maar draagt ook bij aan de standaard waarmee we willen werken.

Als stichting hebben we de **ANBI status** en zijn we een **CBF erkend** goed doel (categorie B).



Expertise

We werken eraan om hét expertisecentrum van uiterlijke verzorging bij kanker te worden. Wij zijn het enige goede doel dat zich hierop richt.

Onze programma's bieden praktische tips en workshops op het gebied van huidverzorging, make up, haarwerken en alternatieven.

De workshops die we offline en online organiseren worden gefaciliteerd door gediplomeerde beauty professionals zoals schoonheidsspecialisten, visagisten, huidtherapeuten en kappers/haarwerkspecialisten.

De beautyprofessionals worden aanvullend getraind door Look Good Feel Better.

Wij delen ook onze kennis via andere kanalen, zowel online (via website en sociale media met name Instagram) als offline in de vorm van brochures voor de patiënten en professionals.



Betrokken

Iedereen inclusief onze eigen ambassadeurs/vrijwilligers, onze medewerkers en het bestuur kent wel iemand die geconfronteerd wordt met kanker.

Look Good Feel Better is er om mensen met kanker te ondersteunen, hen te helpen er goed uit te zien, zodat ze zichzelf blijven herkennen in de spiegel en om zich beter te voelen voor, tijdens en na de behandeling.

Onze adviezen zijn niet medisch van aard. We zetten ons er voor in dat uiterlijke verzorging een vaste aanvulling wordt op de behandeling van kanker.

Wij beschikken over een uitgebreid netwerk van ervaringsdeskundigen, oncologie verpleegkundigen, ondersteuningsconsulenten en beautyprofessionals. Door ervaringen uit te wisselen, te delen, ontwikkelingen te volgen en contacten te onderhouden blijven we betrokken.



Uitstraling

De impact die kanker en de behandeling heeft op het uiterlijk is bij veel patiënten duidelijk zichtbaar in de vorm van haarverlies. Maar ook andere bijwerkingen zoals een droge huid, broze nagels, een dof teint, rode vlekken en huiduitslag kunnen voorkomen.

Make-up en cosmetica kunnen de kanker niet laten verdwijnen, maar Look Good Feel Better staat voor het belang van uiterlijke verzorging bij kanker, want het draagt bij aan de eigenwaarde en het zelfvertrouwen.

Wij zorgen voor een pauze, een paar uur tijd voor jezelf die lang daarna meegaan. Een moment waarin je weer in de spiegel durft te kijken en je de ogen herkent van de tijd vóórdat je kanker kreeg.

We willen mensen in hun kracht zetten en ze laten stralen, ofwel **meer vertrouwen bij kanker** geven tijdens het behandeltraject.

Pijlers

Bij **Look Good Feel Better** werken we eraan om meer te zijn dan alleen een stichting die zich inzet voor uiterlijke verzorging bij kanker. Ons doel is te groeien tot een expertise centrum, waarbij wij alle steun kunnen bieden aan diegenen die getroffen zijn door kanker en die behoefte hebben aan advies bij hun uiterlijke verzorging.

De komende jaren richten we ons op en investeren we in de volgende drie strategische pijlers om onze groei te ondersteunen:

1. Patiënten Programma
2. Positionering Stichting
3. Financieel Fundament

Met elk pijler willen wij bereiken dat wij effectieve en duurzame steun kunnen bieden aan diegenen die het nodig hebben.

Wij zijn er om de neveneffecten van de behandeling van kanker te verlichten en de mensen te begeleiden en te steunen bij hun uitdagende reis op het gebied van kanker. Samen met partners, vrijwilligers, beautyprofessionals en andere betrokkenen werken wij aan het creëren van een omgeving waarin elke patiënt de steun en zorg ontvangt die zij/hij verdient.

Onze pijlers tonen niet alleen onze toewijding aan de patiënten, maar ook onze ambitie om een krachtige en ondersteunende stichting op te bouwen. Waarbij wij onderstaande punten belangrijk vinden:

- bevorderen van het herstel
- het behandeltraject draaglijker maken
- een veilige haven creëren bij onze workshops waar ervaringen worden gedeeld en eventueel vriendschappen worden gesmeed en waar patiënten zich begrepen en gesteund voelen
- En bovenal om er goed uit te zien en je beter te voelen!

‘Dankzij jullie tips kreeg ik weer uitdrukking op mijn gezicht’



1. Patiënten Programma

Workshops 'Uiterlijke verzorging bij kanker' op locatie én online.

Onze workshops zijn de kern van onze patiënten activiteiten. Wij organiseren op zoveel mogelijk locaties onze workshop. Daarnaast verzorgen wij ook workshops online. Dit is een goed alternatief voor diegenen die niet in de gelegenheid zijn naar een workshop op locatie te gaan. Zodat ze veilig in hun eigen omgeving toch onze tips en adviezen verkrijgen. Onze workshops (op locatie en online) worden zeer gewaardeerd. In onze workshops geven wij tips over huidverzorging, make-up, haarwerken en alternatieven. Onze wens is de workshops uit te breiden met nagelverzorging en kleur- en styling adviezen.



Online platform

Het platform met online workshops willen we laten uitgroeien tot een breder platform, waar mensen gelijkgestemden vinden, vragen kunnen stellen aan deskundigen, informatie en inspiratie vinden en de weg naar de juiste (beauty)professionals bij hen in de buurt. Momenteel bekijken we de mogelijkheden om diverse 'hart onder de riem' pakketten aan te bieden via onze website om dierbaren te laten weten dat er wordt meegeleefd.

Campagnes

Onze campagne 'Geef een glimlach cadeau' is al jaren een succes. Binnen één maand bereiken we, dankzij de partners en de deelnemende schoonheidsspecialisten, een groot deel van onze doelgroep. Voortbordurend op dit succes gaan wij de komende jaren meerdere campagnes opzetten. Het voorstel is per kwartaal een campagne te houden en die ook online uit te dragen. Ideeën voor de campagnes zijn:

- Q1 Geef een glimlach cadeau
- Q2 Samen bouwen aan vertrouwen
- Q3 'Let us put a smile on your face'
- Q4 Stralend de winter door!

Individuele behandelingen

Voor diegenen die behoefte hebben aan 1-op-1 advies is er de mogelijkheid om een afspraak te maken bij één van onze beautyprofessionals in hun eigen regio.

Informatie en voorlichting

Wij vertellen graag over ons werk en alle mogelijkheden op het gebied van uiterlijke verzorging bij kanker. Deze informatie verstrekken wij via onze website, sociale media, gastlessen, informatiemarkten en open dagen waar we bij aansluiten.

Ondersteunende activiteiten

Gedurende het jaar zijn wij bij diverse activiteiten aanwezig om ons werk onder de aandacht te brengen en ook daar direct steun te bieden aan diegenen die er behoefte aan hebben.

Training en scholing vrijwilligers

Wij geven trainingen aan onze vrijwilligers om ze goed voor te bereiden, ze naar een hoger niveau te tillen en ze op de hoogte te brengen van de laatste ontwikkelingen op gebied van uiterlijke verzorging bij kanker. Komende jaren ligt de focus op meer consistentie hierin.

2. Positionering Stichting

Door een combinatie van onderstaande strategieën positioneert Look Good Feel Better (LGFB) zich als een aantrekkelijke en impactvolle keuze voor de beautyprofessionals, voor bedrijven en voor allen die willen bijdragen aan een positieve verandering in de levens van diegenen die getroffen zijn door kanker.

Storytelling en Impactverhalen

De impact van ons werk communiceren d.m.v. krachtige verhalen. Het persoonlijke verhaal laten zien van diegenen die door LGFB zijn gesteund. Individuele verhalen maken het verschil. We hebben al twee vrouwen gevolgd en hun verhaal vastgelegd op film. Het delen van inspirerende verhalen creëert een emotionele connectie en benadrukt de waarde van onze stichting.

Communicatiematerialen

We zijn bezig onze huisstijl op te frissen en een nieuwe brochure uit te brengen, die we wijd gaan verspreiden, zodat bij alle relevante partijen LGFB zichtbaar is. Deze lijn willen we in alle communicatiematerialen doorvoeren, zodat we meer structuur en consistentie doorvoeren in al onze uitingen.

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

Binnen het MVO-beleid van bedrijven past een mooie samenwerking met onze stichting. Een onderdeel van het partnerschap is de communicatie. Wij kunnen als LGFB bijdragen aan een maatschappelijk betrokken imago van het merk of bedrijf dat met ons samenwerkt. Hier tegenover staat dat wij kunnen meeliften op de communicatie en het bereik van bestaande en nieuwe partners. Komende jaren gaan wij aandacht geven aan samenwerkingen waarbij de bijdrage van het bedrijf een directe impact heeft op onze doelgroep en het tevens bijdraagt aan het imago van maatschappelijke betrokkenheid van het bedrijf.

Partnerschappen met Bedrijven

Gelukkig hebben wij al met meerdere bedrijven een mooi partnerschap. Maar we zijn altijd op zoek naar nieuwe partnerschappen met bedrijven die affiniteit hebben met onze missie. De partnerschappen bestaan uit: financiële steun, productdonaties (producten die relevant zijn voor uiterlijke verzorging bij deze kwetsbare doelgroep) en desgewenst de inzet van expertise en medewerkers voor onze stichting. Ons streven is om samen te werken aan onze gemeenschappelijke doelen en zo een win-winsituatie te creëren.

Evenementen en Campagnes

Ons idee is om vier keer per jaar een aantrekkelijk evenement en/of campagne te organiseren. Zodat we elk kwartaal zichtbaar zijn en we de aandacht trekken. Dit kan een fondsenwervende campagne zijn, een bewustmakingscampagne of een creatief online initiatief, waarmee we een duidelijke boodschap zenden.

Digitale Marketing en Sociale Media

Onze boodschap verspreiden we via Instagram, facebook, LinkedIn en Youtube. Onze focus ligt op Instagram. Om boeiende content te creëren werken we dit jaar met een uitgebreide contentkalender voor meer structuur en inzicht. Onze ervaring is dat persoonlijke verhalen aanspreken en ook succesverhalen gaan we meer delen. Door volgers te betrekken bij ons werk verwachten wij meer zichtbaar te zijn. Interactie op sociale media kan de bekendheid vergroten, waarmee we onze doelgroep beter bereiken en het aantal donateurs kunnen verhogen.

Transparantie en Verantwoording

In ons jaarverslag is te lezen hoe wij ons budget besteden. Daarnaast willen wij ook in onze nieuwsbrieven regelmatig rapporteren over onze activiteiten en impact, zodat onze partners, vrijwilligers en donateurs goed geïnformeerd worden over wat we doen.

3. Financiële Fundament

De komende jaren moeten we bouwen aan een meer solide, financieel fundament. Onderstaande punten zijn hierbij van belang:

Strategisch Fundraisingplan

Met het in dienst nemen van een relatiemanager, die begin 2024 van start gaat, maken we een begin met het ontwikkelen van een gedetailleerd fondsenwervingsplan, dat verschillende bronnen van inkomsten identificeert. Denk hierbij aan individuele donaties, bedrijfssponsoring, fondsenwervingscampagnes, nalatenschappen en andere mogelijke financieringsbronnen. Door een goed financieel plan te implementeren en proactief te reageren op veranderingen in de omgeving, kan Look Good Feel Better (LGFB) een duurzaam, financieel succes bereiken.

Diversificatie van Inkomstenbronnen

Van belang is om niet té afhankelijk te zijn van één specifieke inkomstenstroom, vandaar dat wij inzetten op samenwerking met meerdere partners en spreiding van inkomsten. In 2023 hebben wij wederom de ziekenhuizen verzocht om een vrijwillige bijdrage. In 2024 handhaven wij dit. Daarnaast willen wij ook andere bronnen uitbreiden of aanboren.

Zakelijke Partnerschappen

Wij zijn blij met onze partners die ons steunen en willen ons netwerk van zakelijke partners uitbreiden. We gaan hiermee actief aan de slag door bedrijven te vragen om ons werk structureel te ondersteunen en LGFB te adopteren als hun maatschappelijke doel. Hiervoor ontwikkelen we verschillende pakketten.

Donateurrelaties en Behoud

Wij hebben een kleine groep van donateurs. Deze donateurs gaan we regelmatig informeren over ons werk en de impact hiervan. Om aan deze donateur-relatie te bouwen, verwachten wij de kans op herhaalde donaties en eventueel langdurige steun te vergroten. Tevens willen wij meer donateurs aantrekken.

Vermogensfondsen

Wij zijn blij met de steun die wij ontvangen van vermogensfondsen, die aansluiten bij onze doelgroep en die passen bij onze missie en activiteiten. Afgelopen jaar hebben we donaties ontvangen van o.a. Gravin van Bylandt Stichting, St Vititus Opus en Vaillantfonds. Wij blijven vermogensfondsen aanschrijven.

Nalatenschappen en Erfenissen

Op onze website de mogelijkheid vermelden om Stichting Look Good Feel Better op te nemen in testamenten. Dit kan een inkomstenbron opleveren op de langere termijn.

Campagnes/Evenementen

Door het organiseren van een campagne of evenement werken we aan onze bekendheid en kunnen we extra financiële middelen genereren. Door ons netwerk van vrijwilligers meer te activeren en kant en klare ideeën aan te dragen, hopen wij ze zo te enthousiasmeren om geld in te zamelen en acties te ondernemen.

Online Donatiemogelijkheden

Via onze website is het mogelijk te doneren. Echter zijn hier nogal wat handelingen voor benodigd. Een gebruiksvriendelijk donatieproces kan de drempel voor donaties verlagen. Ook via sociale media is doneren mogelijk. Dit verder onderzoeken en in kaart brengen hoe we deze bron zo goed mogelijk kunnen benutten.

Doorlopende acties

Affiliate programma's. Onze afspraak met bol.com voortzetten. Onze brushes actie met Blisso nieuw leven inblazen. En we zijn net gestart met MedSocks. Daarnaast staan we open voor nieuwe affiliate partners.

Regelmatige Evaluatie en Aanpassing

Door regelmatig de financiële strategieën te evalueren en waar nodig aan te passen op basis van de resultaten en veranderende omstandigheden, blijven we alert op nieuwe kansen en kunnen we strategieën aanpassen om zo te blijven groeien.

Ons netwerk

Momenteel werken wij samen met een groot aantal partners. Onze wens is om meer partners aan te trekken, daarom zijn we drie pakketten aan het ontwikkelen. Een bedrijf kan dan kiezen welk pakket het beste aansluit bij hen en zo een partnerschap met ons aangaan.

Voor het doneren van producten is er een wensenlijst samengesteld om zo kwalitatief goed geschikte producten te ontvangen voor onze kwetsbare doelgroep. Producten om cadeau te geven én om direct mee aan de slag te gaan tijdens de workshop.

Bij onze campagne 'Geef een glimlach cadeau' werken wij samen met zes partners. Ook hier willen wij graag meer partners en een groter spreidingsgebied bewerkstelligen, om meer mensen met kanker die glimlach cadeau te geven. Daarvoor gaan we de komende zomer gericht de bedrijven benaderen en persoonlijk bezoeken.

We hebben voor dit jaarplan een SWOT analyse gemaakt (zie pag. 10), om inzicht te verkrijgen waar onze kansen liggen. En om te bekijken welke bedrijven wij kunnen benaderen voor samenwerking, zowel binnen als buiten ons netwerk.

Het netwerk van **Look Good Feel Better** is opgedeeld in verschillende categorieën:

- Patiënten
- Ambassadeurs
- Partners
- Fondsen en donateurs



Netwerk Look Good Feel Better

Patiënten



Jaarlijks wordt er bij ruim **128.900 mensen** kanker gediagnosticeerd: 53% man (68.736) 47% vrouw (60.191). Bron: NKR Cijfers 2023

Met onze activiteiten bereiken we hoofdzakelijk vrouwen in de leeftijdscategorie **40-75 jaar**. Dat betekent een doelgroep van circa 36.500 vrouwen (61% vd vrouwen met kanker).

Het bereiken en uitbreiden van de doelgroep blijft een belangrijk aandachtspunt. We sluiten mannen en een andere leeftijdscategorie niet uit, maar richten ons voorlopig in de communicatie vooral op vrouwen.

Partners



Vele **cosmeticabedrijven** zijn gelieerd aan onze organisatie. Meerdere merken doneren hun producten voor onze workshops. Met enkele bedrijven hebben wij een partnerschap. Daarnaast ontvangen wij veel **operationele ondersteuning** van de NCV. En logistieke ondersteuning van Verdel Logistiek en Bode Scholten Transmission.

44 ziekenhuizen verlenen momenteel medewerking aan de workshops. Dit willen wij graag uitbreiden naar meer ziekenhuizen/locaties waar onze workshops worden georganiseerd.

Ons doel is de komende jaren **nieuwe partners** en **sponsors** aan te trekken, buiten onze geijkte paden.

Ambassadeurs



Onze **circa 350 vrijwilligers** zijn onze belangrijkste groep ambassadeurs.

Oncologische verpleegkundigen en ondersteuningsconsulenten in de ziekenhuizen verzorgen de promotie van LGFB naar patiënten.

Onze **eigen medewerkers** en het bestuur leveren allemaal ook op hun eigen manier een bijdrage in de bekendheid en **het netwerk** van LGFB.

De rol die **influencers, bloggers** en **BN-ers** kunnen vervullen, verdient de nodige aandacht in de positionering van LGFB. Hierop hebben we ons nog nauwelijks gericht en daar liggen nog kansen.

Fondsen en donateurs



Wat betreft onze **financiën** is een groot deel afkomstig van **Roparun**, een zeer belangrijke begunstiger voor ons.

Het spreiden van inkomsten vinden we belangrijk voor een stabiel financieel fundament van onze organisatie.

Diversificatie in het aantal fondsen is een prominente taak van de nieuwe relatiemanager.

Daarnaast dienen wij jaarlijks bij diverse **Vermogensfondsen** een aanvraag in. Afhankelijk van datgene waarvoor wij financiën nodig hebben. Ook de komende jaren blijven wij dit doen.

SWOT

We hebben een kritische evaluatie uitgevoerd van onze organisatie door middel van een SWOT-analyse. Het doel van deze SWOT-analyse is om inzicht te verkrijgen van onze interne sterktes/capaciteiten en zwaktes/uitdagingen, evenals de externe kansen en bedreigingen waarmee we worden geconfronteerd. Het biedt ons waardevolle inzichten in ons functioneren en vormt een essentiële basis voor het jaarplan van 2024 -2025. Zo kunnen we gericht werken aan het aanpakken van eventuele knelpunten en het benutten van nieuwe kansen en de koers uitzetten voor **Look Good Feel Better**.

Sterkte

- Enige goede doel gericht op uiterlijke verzorging bij kanker
- Groot aantal gemotiveerde beautyprofessionals als vrijwilligers
- Veel positieve feedback van deelnemers en ambassadeurs
- Bestaand netwerk, krachtige founding partners en goede contacten binnen NCV en hun leden
- Jarenlange kennis en ervaring incl. ANBI en CBF erkenning
- Inspirerende internationale organisatie, actief in 27 landen

Zwakte

- Vermindering aantal partners, fondsen en financiële middelen
- Relatief lage naamsbekendheid en merkbeleving bij publiek
- Grote ambities, maar kleine organisatie met beperkte mankracht
- Lage frequentie en geringe consistentie in communicatie
- Afhankelijkheid van de oncologie verpleegkundigen
- Afhankelijkheid van beperkt aantal donateurs

Kansen

- Toenemende doelgroep met kanker met grotere overlevingskans
- Meer focus op kwaliteit van leven en 'overall wellbeing'
- Organisaties meer gericht op maatschappelijk verantwoord ondernemen
- Aansluiten bij behandelwijze van zorgconsulenten en dagbehandelcentra
- Uitbreiden van ons netwerk, buiten de geijkte paden
- Bereik vergroten door influencers, bloggers en BN-ers

Bedreigingen

- Andere partijen die workshops 'uiterlijke verzorging bij kanker' gaan organiseren
- Ziekenhuizen meer focus op zorg, minder budget voor LGFB
- Goede doelen-moeheid / Aandacht naar grotere goede doelen
- Eigen programma's van cosmeticamerken en andere lifestyle bedrijven
- Verminderde interesse van cosmeticamerken en partners
- Potentiële reputatie schade door beleid van andere goede doelen

Het jaar in cijfers

	Behaald 2022	Behaald 2023	Trend LY	Plan 2024
Workshops op locatie	67	134	↑	200
Workshops online	70	40	↓	48
1:1 behandelingen	610	800	-	800
Masterclass	5	1	↓	1
Patiënten	1578	2038	↑	2400
Vrijwilligers	340	349	-	375
Ziekenhuizen	32	44	↑	52
FTE	1,5	1,3	↓	1,9

	Behaald 2022	Behaald 2023	Trend LY	Plan 2024
Financiële steun	€ 207.568	€ 184.565	↓	€ 215.100
Aantal fondsen	3	3	-	3
Aantal partners	8	10	↑	12

‘Leuk om zo bezig te zijn met lotgenoten’



‘Het is zo bijzonder dat dit kosteloos wordt aangeboden’





www.lookgoodfeelbetter.nl

Voor 2024-2025 hebben we een duidelijkere en sterkere positionering van **Look Good Feel Better** voor ogen. Het aantal medewerkers is uitgebreid naar 3 (1,9 FTE). De nieuwe medewerker zal zich hoofdzakelijk richten op fondsenwerving en communicatie/vergroten naamsbekendheid. Samen met het aantreden van nieuwe bestuursleden zorgt dit voor nieuw elan en ook mogelijkheden meer activiteiten op te zetten.

De activiteiten die we voor patiënten opzetten, blijven we zeker behouden en uitbreiden. De feedback van de deelnemers geeft aan dat, als ze eenmaal over de drempel zijn, ze onze adviezen en steun zeer waarderen. Zij kunnen met de tips thuis verder om zich beter te voelen. Van belang is om de drempel dus zo laag mogelijk te houden en met de tendens van de tijd mee te gaan in ons aanbod.

Er is werk aan de winkel voor wat betreft onze naamsbekendheid en positionering. Komend jaar gaan wij onze communicatiematerialen vernieuwen. Professionaliseren wij onze contentkalender verder en voeren we alles zo consistent mogelijk door op alle kanalen. Inmiddels is de eerste aanzet gedaan voor een opfrisser van onze huisstijl en rollen we onze sociale media strategie uit.

We zijn dankbaar voor de hoeveelheid vrijwilligers die zich inzetten voor LGFB. De motivatie van de vrijwilligers is cruciaal in het uitdragen van ons merk en de waarden waar we voor staan. De afgelopen jaren is er minder tijd en aandacht besteed aan de merkbeleving en de verbinding met onze vrijwilligers. Daar komt in 2024-2025 verandering in. De training wordt opnieuw vorm gegeven en er worden bijeenkomsten georganiseerd om ze nog meer bij LGFB te betrekken.

De mogelijkheden voor samenwerking met partners onderzoeken we. Door meer structuur hierin aan te brengen verwachten we een aantrekkelijker stichting te worden voor onze (nieuwe) partners en voor het werven van nieuwe inkomstenbronnen.

Bereik in de (sociale) media

Kanaal	Adres	Volgers 2022	Volgers 2023	Trend LY	Bereik en betrokkenheid	Plan 2024	Toelichting en tactiek 2024
Website	www.lookgoodfeelbetter.nl	Ruim 16.000 bezoekers	25.671 bezoekers	↑	+	Groei	Plan om user experience te optimaliseren Call to actions toevoegen en merk finetunen Proactief inhoud en links updaten
Website	www.geefeenglimlach.nl	onbekend	onbekend	↓	+/-	Behoud	Een korte periode per jaar staat deze website open voor onze campagne. Traffic en integratie naar andere website monitoren en merk finetunen
Instagram	Lookgoodfeelbetter_nl	1034	1262	↑	+	Groei	Kanaal met hoogste prioriteit en donatieknop Community uitbouwen, merk en # finetunen Proactief DTC engagement stimuleren
Facebook	Look Good Feel Better Nederland	3596	39	↓	+	Behoud	Eind 2023 nieuw account gestart, deze actief aanpakken en volgers genereren.
LinkedIn	Look Good Feel Better NL	onbekend	741	↑	+/-	Groei	BTB connecties uitbreiden Maandelijks post publiceren Proactief nieuwe leads creëren
Youtube	Look Good Feel Better NL	onbekend	46	-	-	Linken	Linken naar LinkedIn voor BTB en Insta DTC Actief Socutera en Tutorial benutten
X	LookGoodFeelBetterNL	onbekend	581	-	-	Linken	Doorverwijzen naar facebook en Instagram Passief en geen berichten posten



Toekomstvisie

In de komende jaren streeft Look Good Feel Better (LGFB) naar een toekomst waarin we een onmisbaar expertisecentrum zijn, voor steun, advies en hulp voor individuen die getroffen zijn door kanker. Onze visie is gericht op het verbreden van onze impact en het innoveren van onze dienstverlening om nog meer mensen steun te kunnen bieden en meer vertrouwen bij kanker te geven.

Uitgebreide Toegankelijkheid

We zien een toekomst waarin onze diensten en ondersteuning nog toegankelijker zijn voor alle mensen in Nederland, ongeacht geografische locatie of sociaal-economische achtergrond. Via een combinatie van fysieke en virtuele middelen bouwen we een community op, waarbij wij streven naar herstel van eigenwaarde en meer vertrouwen bij kanker.

Innovatieve Programma's

Onze toekomstvisie omvat innovatie in onze programma's. Waarbij wij ons verder ontwikkelen en onderzoeken welke nieuwe benaderingen voor uiterlijke verzorging en welzijn bij kanker er nodig zijn om te blijven aansluiten bij onze doelgroep. Dat de mensen met kanker via ons expertisecentrum hun weg weten te vinden in de voor hen onbekende wereld van uiterlijke verzorging bij kanker.

Empowerment en Educatie

LGFB streeft naar een toekomst waarin we niet alleen uiterlijke transformatie mogelijk maken, maar ook empowerment en educatie bevorderen. We stellen mensen in staat om zelfverzekerd om te gaan met de fysieke en emotionele uitdagingen van kanker, niet alleen tijdens behandeling, maar gedurende hun gehele traject.

Samenwerking en Allianties

Onze toekomstvisie omvat het verder uitbreiden van samenwerkingsverbanden en allianties met beautyprofessionals, bedrijven en andere organisaties. Door onze krachten te bundelen, kunnen we de ondersteuning vergroten en een breder scala inzetten om onze doelen te bereiken.

Zichtbaarheid en Bewustwording

Een toekomst waarin LGFB erkend wordt als dé stichting in het bevorderen van het welzijn van mensen met kanker door steun bij hun uiterlijke verzorging en ze meer vertrouwen bij kanker te geven. Door het vergroten van onze zichtbaarheid en bewustwording streven we ernaar om diegenen die onze hulp nodig hebben te bereiken en te inspireren.

Duurzame Financiële Stabiliteit

Onze toekomstvisie omvat het bouwen van een duurzaam financieel fundament om continuïteit te waarborgen. We willen een stichting zijn die in staat is om op lange termijn stabiel te blijven door middel van diverse inkomstenbronnen. In deze toekomstvisie blijft onze missie centraal staan: meer vertrouwen geven door middel van uiterlijke verzorging en het verbeteren van het welzijn van mensen met kanker.

Slotwoord

Met dit jaarplan zetten wij een duidelijk beeld neer waar Look Good Feel Better staat en waar wij heen willen.

Onze ideeën zullen niet in één jaar allemaal gerealiseerd kunnen worden, maar hiermee is de eerste stap gezet. Door aandacht te blijven geven aan onze patiënten programma's, te werken aan onze positionering en ons financiële fundament uit te bouwen en te waarborgen, zijn wij in staat toekomstbestendiger te worden. En kunnen wij ons mooie werk voortzetten voor al die mensen die getroffen worden door kanker, nu en in de toekomst.

“Let us face cancer together”

Hartelijke groet,
Henriëtte Uffing
Directeur





look good **feel better**

MEER VERTROUWEN BIJ KANKER



www.lookgoodfeelbetter.nl



[@lookgoodfeelbetter_nl](https://www.instagram.com/lookgoodfeelbetter_nl)



Look Good Feel Better Nederland



Look Good Feel Better NL



Stichting Look Good Feel Better

Beughof 23A 3984 LP Odijk

Tel. 030-697 15 11

info@lookgoodfeelbetter.nl

