

Beleidsplan Stichting Pruijck

Samenvatting:

Stichting Pruijck is in 2017 opgericht. Aanleiding voor dit initiatief was dat een van de oprichters van de Stichting zelf een pruik moest gaan aanschaffen als gevolg van chemobehandelingen. Zij werd ineens geconfronteerd met de hoge kosten van het aanschaffen van een pruik. De kosten hiervoor worden onvoldoende gedekt door de ziektekostenverzekering. Helaas kan niet iedereen ineens zoveel geld uitgeven aan een pruik.

Toch hebben veel mensen wel een pruik aangeschaft in het verleden. Nadat ze de pruik niet meer nodig hebben, weten ze niet goed wat ze ermee zullen doen. Stichting Pruijck geeft deze pruiken een tweede leven door ze in te zamelen en door te geven aan mensen die (tijdelijk) een pruik nodig hebben.

Een duurzame oplossing voor deze mensen die (tijdelijk) een pruik nodig hebben.

Missie:

Stichting Pruijck wil graag mensen die kaal zijn geworden, door welke omstandigheden dan ook, een stukje blijer maken door ze een mooie pruik te doneren.

Start up

November 2017: officiële oprichting notarieel vastgelegd bij notariskantoor Doude van Troostwijk te Bussum.

De oprichting en alles wat daarbij nodig was, is mogelijk geweest door bijdragen van verschillende ondernemingen, die onze Stichting een warm hart toe dragen. Al hun diensten zijn ons aangeboden om Stichting Pruijck van de grond te krijgen.

Door tussentijds verkregen éénmalige donaties, zijn we nu twee jaar verder en hebben we inmiddels 175 pruiken in ons bezit en hebben we al een aantal mensen al een stukje blijer kunnen maken met hun “nieuwe” pruik.

Marketingstrategie was tot nu toe:

- Facebook (2 x per maand een post)
- Folders liggen in meerdere ziekenhuizen in de regio o.a. AVL (afdeling oncologie) bij de informatiebalies
- Informatie sessies oncologieverpleegkundigen
- Samenwerkingen met de inloophuizen



Hoe nu verder?

Wij merken dat Stichting Pruijck zeer positief wordt ontvangen inmiddels in heel Nederland. Velen hebben al mooie pruiken gedoneerd en onze focus ligt nu op het meer zichtbaar worden zodat mensen ons kunnen vinden om een pruik bij ons te komen halen. Via de ziekenhuizen en social media kunnen we ons duidelijk nog méér profileren. We merken dat mensen liever niet geassocieerd worden met een gebrek aan financiële middelen. In een volgende fase willen wij deze drempel weghalen en een professionaliseringsslag maken.

Ons doel voor de volgende fase: het professionaliseren van Stichting Pruijck.

Dit willen we gaan bereiken door middel van:

- Het openen van een fysieke winkel waar;
 - * de deur altijd open staat, waardoor het laagdrempelig is
 - * we graag de taboe er vanaf willen halen
 - * we de mogelijkheid bieden om de pruiken te kunnen passen
 - * kennis en ervaringen kunnen worden gedeeld.
- Een ruimte hebben waar we de binnengekomen pruiken professioneel kunnen laten reinigen en eventueel klein onderhoud kan plaatsvinden
- Professionele opslag en presentatie van onze pruiken in de winkel
- Professionele actieve website
- Actieve social media campagnes
- Organiseren van actieve wervingscampagnes (a la city swim, producten die verkocht worden waar een deel wordt afgedragen aan Stichting Pruijck etc.)

Stichting Pruijck wil zich breder inzetten voor de klant

We willen mensen die chemo in het vooruitzicht hebben (waarbij er sprake zal zijn van toekomstige haaruitval) vroeg al meenemen in het zorgproces. We kunnen helpen door aan te geven:

- * wat ze eventueel te wachten te staat m.b.t haaruitval
- * dat ze langs kunnen komen in de winkel voordat ze kaal worden, om te kijken welke pruik straks het beste overeenkomt met hun eigen haar.
- * welke opmaak tips handig zijn (ev. professionele sessie met visagistes regelen)
- * dat we voedingsadviezen geven in samenwerking met een diëtiste

Kortom een plek waar alle mensen kunnen rekenen op een totaal relaxte sfeer en waar ze de mogelijkheid krijgen om thee, koffie & gezonde snacks te nuttigen, een pruik te passen of een pruik te komen doneren voor anderen! Dit om het gehele proces iets dragelijker te maken.

Dit willen we gaan realiseren door:

- het zoeken naar een makkelijk te bereiken locatie in het Gooi
- een winkel toegankelijk maken voor iedereen
- een uitnodigend karakter geven met stijl, gezelligheid en taboedoorbrekend zijn (dus pruiken in de etalage!)
- pruiken op (liefst duurzame) mooie koppen ten toon spreiden
- het aantrekken van een stylist
- een spiegelwand te maken zodat mensen pruiken kunnen passen
- voldoende ruimte creëren voor opslag
- sessies/workshops organiseren ter voorlichting van oncologieverpleegkundigen
- het aanschaffen van een kapperswasbak (voor eventueel een begeleidend 'kaal worden moment' met vriendinnen of familie met drankje en hapjes) en het reinigen van pruiken.
- minimaal 3 dagen per week open

Marketing:

- Focus meer op duurzaamheid, hergebruik
- Nog meer promotiemateriaal te laten maken om uit te delen bij inloop huizen/ziekenhuizen om meer bekendheid te verkrijgen
- Social media betaalde promoties
- Social events
- 'Eigen stevige' dozen voor vervoer en voor uitstraling en behoud
- 'Gelukspoppetje' als symbool van Stichting Pruijck meer gestalte geven

Hoe?

- Stichting Pruijck kan het niet meer doen met éénmalige donaties en zoekt samenwerking met (een) vaste partner(s)
- Een partnership van minimaal 3 jaar
- Grote sociale evenementen organiseren
- Benaderen verzekeringsmaatschappij(en) i.v.m. verrekening basistoelage

Organisatiestructuur/management:

Drie bestuursleden:

Jose van Kippersluis	Voorzitter
Inge van Gulden	Secretaris
Frederique Schaafsma	Penningmeester

De bestuursleden van Stichting Pruijck (de beleidsbepalers), ontvangen geen salaris voor hun verrichte werkzaamheden, wel hebben zij recht op een vergoeding voor gemaakte onkosten.