



BRYSTKREFTFORENINGENS KOMMUNIKASJONSSTRATEGI  
2022-2024



# FORENINGENS STRATEGISKE MÅL 2022-2024

Brystkraftberørte skal ha best mulig livskvalitet

Flere skal overleve brystkreft

Brystkraftforeningen skal øke antall medlemmer

Brystkraftforeningen skal være én samlet organisasjon

# BAKGRUNN

- Brystkreftforeningen hadde 15 427 registrerte medlemmer ved utgangen av 2021. Hovedgrunnen til medlemskap er at de har eller har hatt brystkreft, mens 12 % av medlemmene er pårørende, venner eller andre som engasjerer seg i brystkreftsaken. Hovedvekten av medlemmene er lojale over lang tid.
- De fleste medlemmene er 'godt voksne', hele 52 % er født før 1953 mens 7 % av medlemmene er under 45 år.
- De viktigste årsakene til medlemskap er behov for god informasjon om sykdommen og behandling, å støtte brystkreftprosjekter og forskning gjennom Rosa sløyfe-aksjonen, samt medlemsbladet Athene.
- Den viktigste rekrutteringskilden er møte med likeperson eller helsepersonell, som informerer om foreningen.
- Vi har 56 lokalforeninger, 328 tillitsvalgte og ca. 200 aktive likepersoner som gjennomførte 2415 aktiviteter i 2019.





# KOMMUNIKASJONSMÅL

## 1. ØKE ANTALL MEDLEMMER

Vi skal øke medlemsmassen til 16 500 registrerte medlemmer innen 31.12.2023, dette tilsvarer en medlemsvekst på nær 7%. Vi vil nå nye medlemmer gjennom:

### 1.1 Økt synlighet i alle kanaler.

- 25 000 sidevisninger per måned på Brystkreftforeningen.no
- Poster på Facebook skal ha en rekkevidde på 5000 eller mer, og antall følgere på Facebook skal øke med 3000 i året
- Øke antall følgere med 500 i året på Instagram

### 1.2 Kampanjer for å nå nye medlemmer, f.eks. i forbindelse med viktige merkedager.

### 1.3 Målrette digitale kampanjer til besøkende på Brystkreftforeningen.no og de som har engasjert seg på sosiale medier

### 1.4 Høy rangering på Google-søk slik at Brystkreftforeningen vises når nydiagnostiserte og andre googler brystkreft.

### 1.5 Bistå likepersonene til å nå alle brystkreftberørte, f.eks. gjennom faglig oppdatering på Teams-møter, tilrettelegge for erfaringsutveksling og utvikle godt informasjonsmateriell.

# KOMMUNIKASJONSMÅL

## 2. ORGANISASJON- OG MERKEVAREBYGGING

Vi skal fremstå helhetlig, som en kompetent, profesjonell og inkluderende informasjons - og møteplass for brystkreftberørte. Brystkreftforeningen skal være en samlet organisasjon og gjennom dialog, informasjon og veiledning vil vi styrke foreningen. Vi skal ha en lyttende holdning til - og møte - lokale behov.

2.1 Sikre riktig bruk av logo og profileringsmateriell i alle ledd.

2.2 Månedlige nyhetsbrev skal sikre jevnlig informasjon til lokalforeningene.

2.3 Gjennom Teams-møter vil vi gi opplæring i verv, faglig informasjon om brystkreft, mediehåndtering m.m.

# KOMMUNIKASJONSMÅL

## 3. ØKE MEDLEMSTILFREDSHET

Vi vil øke medlemstilfredsheten for ikke å miste medlemmer som er misfornøyde eller likegyldige til medlemskap.

Basert på medlemsundersøkelse i 2021 er 71% av medlemmene litt eller svært fornøyd med medlemskapet, mens 4% er litt eller svært misfornøyd og 25% verken eller.

3.1 Vi vil øke prosentandelen av medlemmene som er litt eller svært fornøyd med 5 %

# KOMMUNIKASJONSMÅL

## 4. ØKE SYNLIGHETEN

Brystkreftforeningen skal bli mer synlig i den offentlige debatten ved å synliggjøre saker som angår brystkreftberørte.

4.1 Vi vil øke synligheten i lokale medier gjennom sentralt utarbeidede mediasaker, pressemeldinger og kronikker som sendes lokalforeningene for innsalg i lokale medier.

4.2 Antall Retriever-treff økes med 5% fra 2021 til 2023.

4.3 Antall sidevisninger på brystkreftforeningen.no skal være ca. 25 000 hver måned.

4.4 Vi skal havne øverst på Google når folk søker på ordet *Brystkreftforeningen* og havne blant de tre øverste treffene når folk søker på ordet *brystkreft*.

# MÅLGRUPPER

Potensielle  
medlemmer

Medlemmer  
utenom  
Lokalforeninger

Medlemmer  
i Lokalforeninger

Tillitsvalgte og  
likepersoner

Fagmiljø og  
beslutningstakere



# KANALER

- **Potensielle nye medlemmer nås gjennom:**  
Athene, Brystkreftforeningen.no, informasjonsbrosjyrer som deles ut av helsepersonell eller likepersoner, annonser på Facebook og Google og aktiviteter i lokalforeningene. Vi vil utvikle Instagram til å bli en prioritert kanal for å nå yngre målgrupper. Synlighet i media gjennom kronikker og leserinnlegg m.m..
- **Medlemmer som ikke deltar i lokalforeningen nås gjennom:**  
Athene, Brystkreftforeningen.no, Facebook og Instagram. Synlighet i media gjennom kronikker og leserinnlegg m.m..
- **Medlemmer som er engasjert i en lokalforening nås gjennom:**  
Athene, Brystkreftforeningen.no, Facebook og Instagram, samt lokalforeningenes e-post og deres Facebook-side og Facebook-gruppe. Synlighet i media gjennom kronikker og leserinnlegg m.m..
- **Tillitsvalgte og likepersoner nås gjennom:**  
E-post, nyhetsbrev, Teams-møter, kurs og konferanser, samt nettsidene og Facebook.
- **Fagmiljøet og beslutningstakere nås gjennom:**  
Dialog i relevante fora, fysiske møter, synlighet i media gjennom kronikker og leserinnlegg m.m.



# STIL OG TONE

- Språket skal være empatisk, lettfattelig og aktivt. Vi skal ha enkle og tydelige budskap og bruke begreper som vanlige folk forstår. F.eks. kreftlege istedenfor onkolog.
- Det er naturlig at vedtekter og referater fra styremøter har et ryddig og korrekt språk, men språket skal ikke være upersonlig, stivt og passivt. På sosiale medier kan språket være mer direkte og uformelt, og vi kan bruke emojis med måte.
- Visuelt ønsker vi å kommunisere på samme måte, med et varmt og imøtekommende uttrykk. Styr unna kalde farger og kalde illustrasjonsbilder, som er upersonlige og «tusen på dusinet». Vi er ikke på jakt etter perfekte modeller eller avanserte medisinske illustrasjoner. Det er ikke helseutdannede som er primær målgruppe.



# KJERNEBUDSKAP OG PAY-OFF

- *Ingen skal behøve å være ensom med sin brystkreft*
- *I Brystkreftforeningen treffer du likepersoner som har taushetsplikt og god tid til å snakke med deg.*
- *Ved å støtte Brystkreftforeningen bidrar du til forskning som fører til økt overlevelse og bedre livskvalitet.*
- *Du som rammes av brystkreft eller er pårørende til noen som rammes, får informasjon og støtte hos Brystkreftforeningen.*

