

Valutazione ROI campagna informativa donazione organi

→ OBIETTIVI

Valutare l'effetto di una campagna informativa svolta dal Centro Trapianti Regionale del Piemonte con l'inserimento di un opuscolo informativo e della "tessera donatori" all'interno dei settimanali l'Espresso, Panorama, Famiglia Cristiana, Chi, Donna Moderna e del mensile Focus.

→ SOLUZIONE

Nella settimana successiva alla campagna informativa, una rete di intervistatori ha realizzato interviste presso un campione casuale di edicole della regione. Nelle 68 edicole prescelte sono state intervistate 3.380 persone.

Di queste circa il 16% aveva acquistato o ricevuto in abbonamento la settimana precedente una delle riviste di interesse, mentre il 10% ricordava di aver visto l'opuscolo.

È stato possibile allo stesso modo calcolare la percentuale di successo dei vari obiettivi della campagna:

- Lettura dell'opuscolo
- Visione del tesserino donatore
- Compilazione del tesserino

Agli intervistati è stato inoltre posto un breve quiz sulla donazione degli organi per misurare l'effetto della campagna informativa sulla conoscenza diffusa nella popolazione.

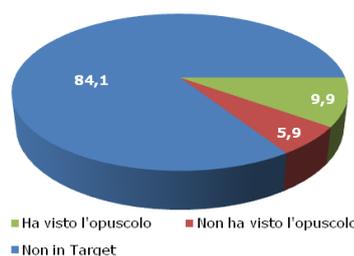
→ BENEFICI

La ricerca ha consentito di misurare l'effettivo ritorno della campagna di informazione e di individuare in che modo e in che misura i diversi segmenti della popolazione sono a questo tipo di iniziative.

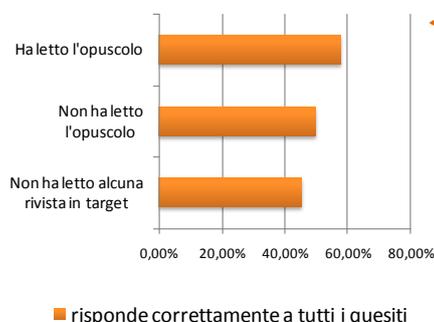
Nel futuro sarà quindi possibile sfruttare i risultati emersi per individuare target specifici per comunicazioni più mirate.



← Frontespizio dell'opuscolo allegato alle riviste.



← Probabilità di visione e di lettura dell'opuscolo



← Effetti della lettura dell'opuscolo sulla conoscenza dell'argomento