

Retour campagne de recrutement volontaires 2014-2015

Taux de transformation

Tunnel de conversion – phase 1



Fév-Juillet 2014

Sources de trafic
sur le site
(données quanti)

SEM 75%	facebook 12,50%	SS 1%	direct 3,17%	emails 11%
------------	--------------------	----------	-----------------	---------------

Sources d'appels
(données quali)

site web 26,19%	réseaux sociaux 14,60%	SIS 5,71%	entourage 4,60%	associations 2,06%
--------------------	---------------------------	--------------	--------------------	-----------------------

639 APPELS AUX SIS

36 % sont éligibles

406 ne sont pas
éligibles selon les
critères définis – 64%

233 PERSONNES ELIGIBLES

24 % des personnes éligibles prennent rendez-vous
auprès d'un centre de vaccination

177 n'ont pas pris RDV –
76 %

Taux de
conversion
global 5,47 %

56 PERSONNES PRE-INCLUES (S4)

62,5 % des pré-inclusions
validées

21 ne peuvent être inclus
dans l'essai PINI – 37,5 %

35 PARTICIPANTS
INCLUS (S0)



Tunnel de conversion – phase 2

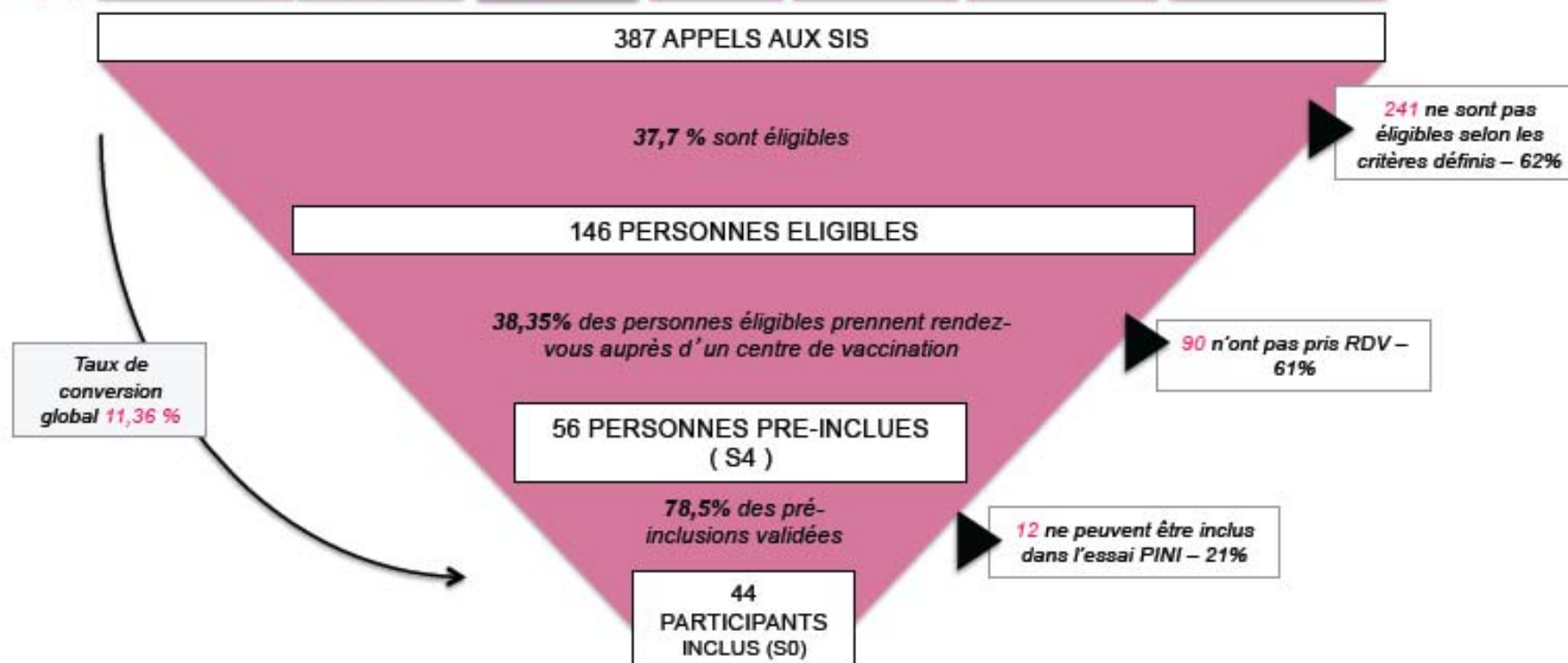
Oct 2014-fev 2015

Sources de trafic
sur le site
(données quanti)

SEM 58,27%	Direct* 20%	818 2,46%	818 2,46%	818 2,46%	Facebook 2,94%	Email 1 1,87%
---------------	----------------	--------------	--------------	--------------	-------------------	------------------

Sources
d'appels
(données quali)

site web 6,73%	réseaux sociaux 8,48%	affiche ou dépliant 7,02%	entourage 3,22%	Association 3,22%	Autres* 27,49%	Non réponses 41,52%
-------------------	-----------------------------	---------------------------------	--------------------	----------------------	-------------------	------------------------



*On peut inclure « Autres » les campagnes presse et opérations de mobilisation terrain.

Synthèse des résultats au 09/02/15

Cumulés



Au 09/02/15	Vs fin de la phase 1 au 10/09/14	Evolution sur moyenne mensuelle Phase 1 = 7 mois Phase 2 = 4 mois
▪ 1026 appels traités par Sida Info Service	> 639 + 387	+6,3 %
▪ 379 potentiels participants identifiés par le SIS	> 233 + 146	+9 %
▪ 188 rendez-vous effectués ou programmés	> 80 + 108	+245 %
▪ 79 participants inclus	> 35 + 44	+220 %
▪ Taux de transformation	> 5,47% / 11,36% > 7,7% sur 11 mois	Phase 2

Taux de transformation

Centres (sur 10 semaines – Phase 2)

Nov 2014-Fev 2015

