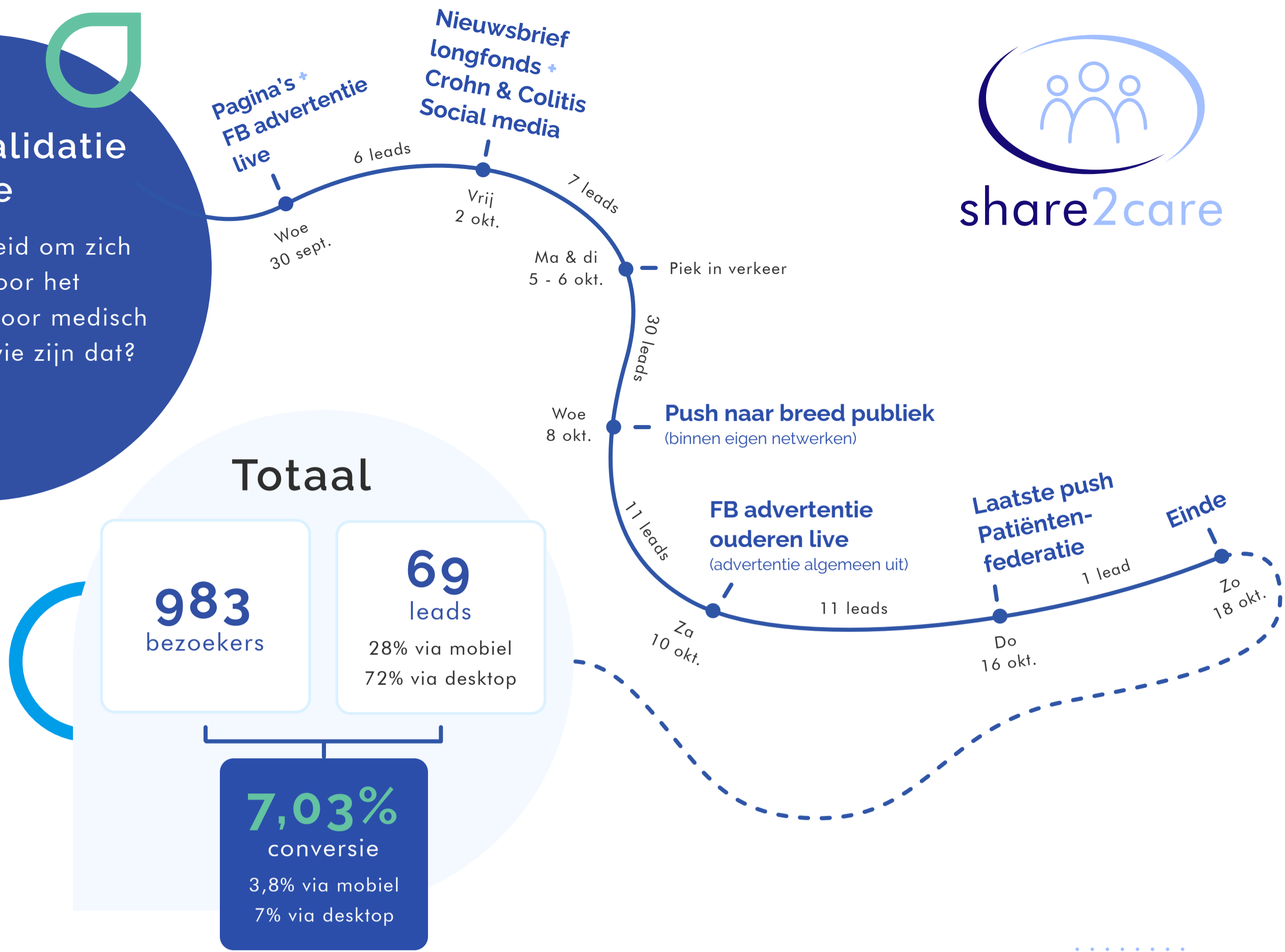


Concept validatie Share2Care

Zijn mensen bereid om zich aan te melden voor het delen van data voor medisch onderzoek? En wie zijn dat?



Benchmark

Gemiddeld Zorgsector
2,35% **2,40%**

A Variatie A (Speels)

Lead	Bezoekers	Conversie
34	478	7,11%

B Variatie B (Serieus)

Lead	Bezoekers	Conversie
35	504	6,94%

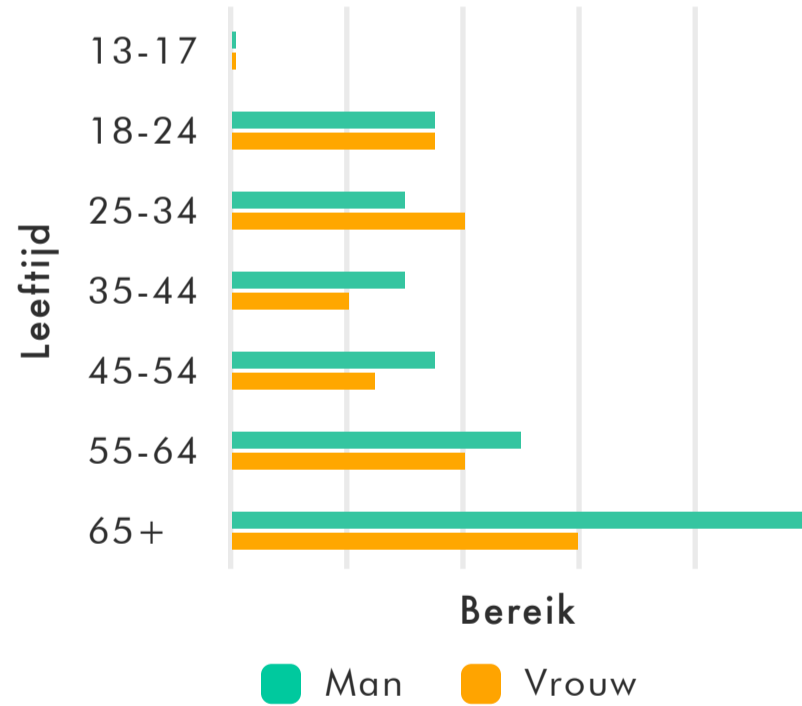
65% van de bezoekers via Facebook. Maar de meeste conversie vanuit de andere kanalen.

Ad - Algemeen

Looptijd: 10 dagen

Bereik	Unieke clicks	Conversie
20.934	329	1,6%

Voornameelijk variatie B (2x zoveel)



Ad - 50+

Looptijd: 8 dagen

Bereik	Unieke clicks	Conversie
21.476	306	1,4%



Benchmark
gemiddeld 1,5%

Conclusie

Na het analyseren van alle resultaten kan er geconcludeerd worden dat het concept Share2Care voldoende gevalideerd is om voort te zetten. Er is genoeg interesse in het concept en dan voornamelijk vanuit de doelgroep chronische patienten. Dat is gevalideerd door de conversie cijfers die in alle gevallen (zeer) positief zijn en boven de benchmark uitkomen.

Er is geen verschil in conversie gemeten tussen de twee design variaties in het algemeen. Echter had de Facebook advertentie meer conversie via de serieuze variatie (B) en kan dit een indicatie zijn dat voor een meer algemene doelgroep het toch belangrijk is dat de website serieus en vertrouwd oogt. De interesse vanuit de brede doelgroep (Facebook) is lager, dus daar zal nog nader onderzoek naar gedaan moeten worden. Het valt op dat vanuit de algemene doelgroep voornamelijk de oudere groep meer interesse lijkt te hebben in het concept. Dit neemt de zorg vrij, dat juist die groep lastig te bereiken zal zijn.