CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
1 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Centro de Transfusión 30 ANIVERSARIO

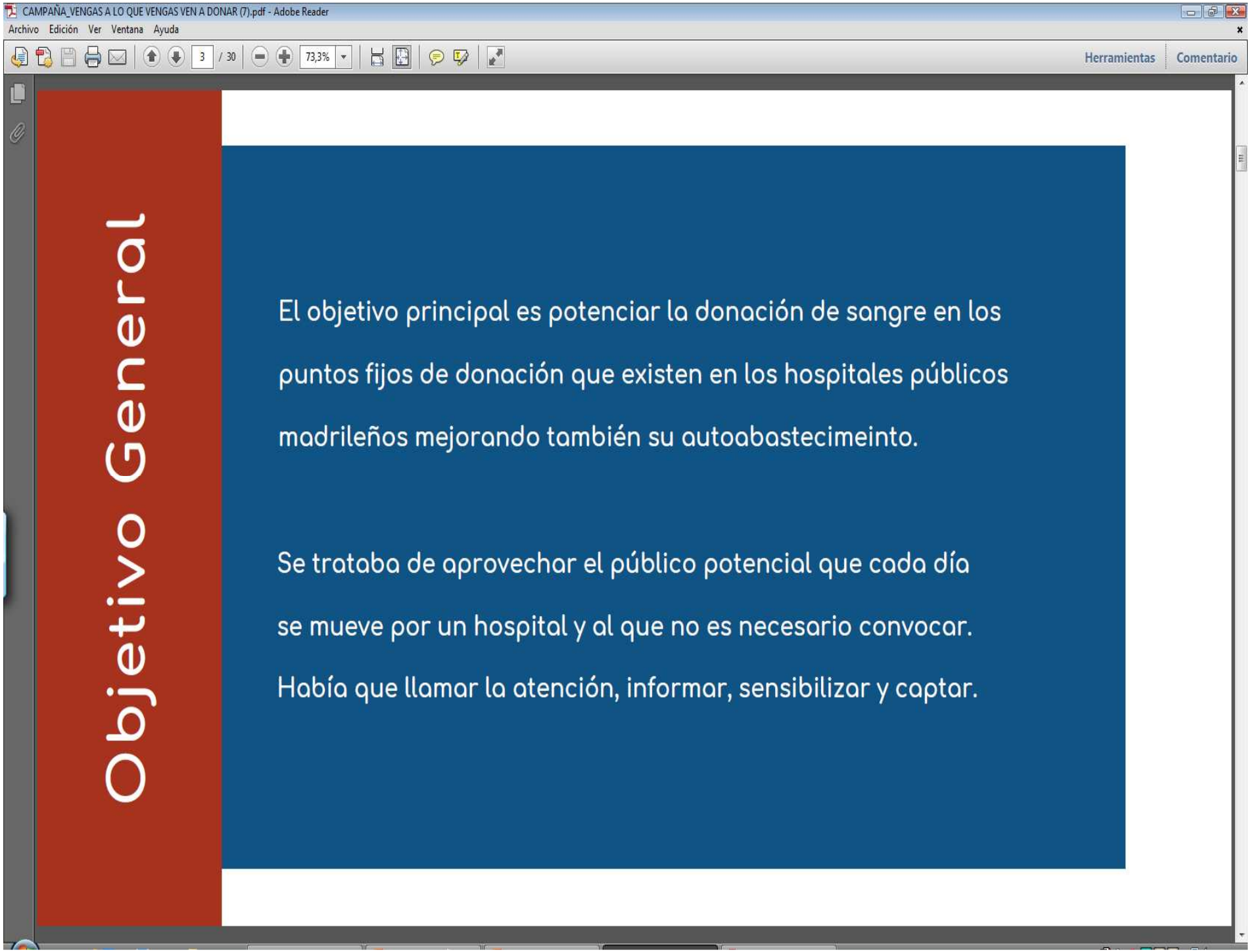
Campaña de donación de sangre en hospitales

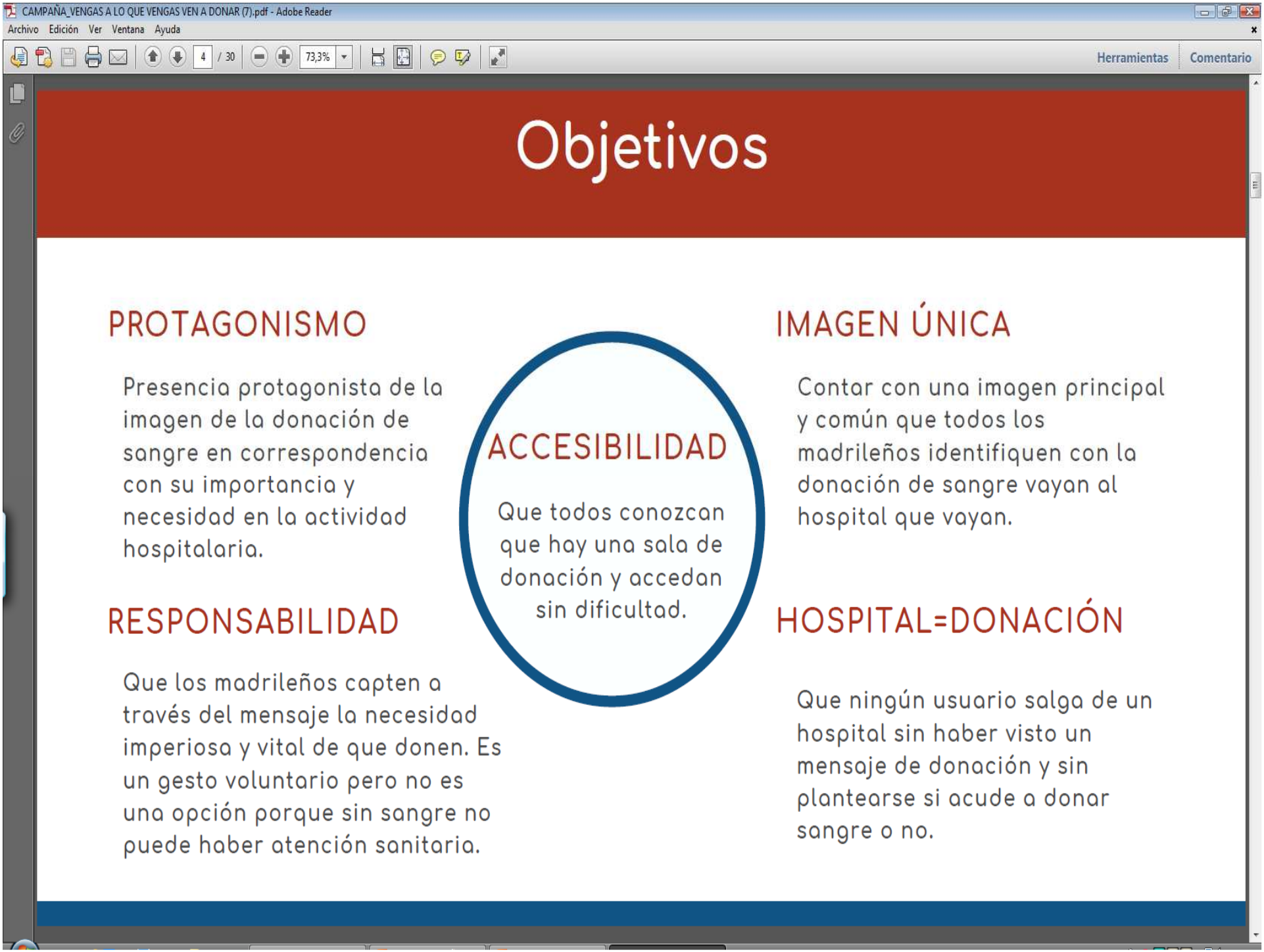
MARZO 2017

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
2 / 30 73,3% Herramientas Comenta

Motivación

- Sólo un porcentaje mínimo de las personas que pasan por los hospitales donan sangre. Cada día se realizan entre 35-50 donaciones en centros grandes, 4-6 en los más pequeños. El margen, por tanto, para captar donantes, es muy amplio.
- La imagen de la donación de sangre no tiene la visibilidad que corresponde a una necesidad que es vital y transversal en todos los servicios hospitalarios.
- La sala de donación en muchos hospitales no es de fácil acceso y en general no existía una señalización eficaz.
- La Comunidad de Madrid carecía de una imagen única que identificara la donación en todos los hospitales.
- En la Encuesta de Satisfacción 2016, al preguntar a los nuevos donantes sobre el motivo de no haber donado antes, la respuesta mayoritaria fue: "Por que no me lo había planteado".


CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
3 / 30
73,3%
Herramientas
Comentario
Objetivo General
El objetivo principal es potenciar la donación de sangre en los puntos fijos de donación que existen en los hospitales públicos madrileños mejorando también su autoabastecimeinto.
Se trataba de aprovechar el público potencial que cada día se mueve por un hospital y al que no es necesario convocar.
Había que llamar la atención, informar, sensibilizar y captar.


CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
4 / 30
73,3%
Herramientas
Comentario
Objetivos
PROTAGONISMO
Presencia protagonista de la imagen de la donación de sangre en correspondencia con su importancia y necesidad en la actividad hospitalaria.
ACCESIBILIDAD
Que todos conozcan que hay una sala de donación y accedan sin dificultad.
IMAGEN ÚNICA
Contar con una imagen principal y común que todos los madrileños identifiquen con la donación de sangre vayan al hospital que vayan.
RESPONSABILIDAD
Que los madrileños capten a través del mensaje la necesidad imperiosa y vital de que donen. Es un gesto voluntario pero no es una opción porque sin sangre no puede haber atención sanitaria.
HOSPITAL=DONACIÓN
Que ningún usuario salga de un hospital sin haber visto un mensaje de donación y sin plantearse si acude a donar sangre o no.

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
5 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Mensajes

MENSAJE DIRECTO

No es un lema general sobre la donación. Es un mensaje directo al receptor, que le interpela y le obliga a plantearse una decisión.

SIN EXCUSAS

Es tan importante que, si estás sano, no hay excusa. En cualquier caso, "vengas a lo que vengas ven a donar".

AHORA

Te están esperando. No lo pienses más. Aquí tienes una sala para donar.

Si tienes más de 18 años,
pesas más de 50 kilos y estás sano

VENGAS A LO QUE VENGAS, VEN A DONAR

En este hospital puedes donar tu sangre a otros. Cuando tú la necesites, otros lo harán para ti.

Tienes una sala de donación esperándote.

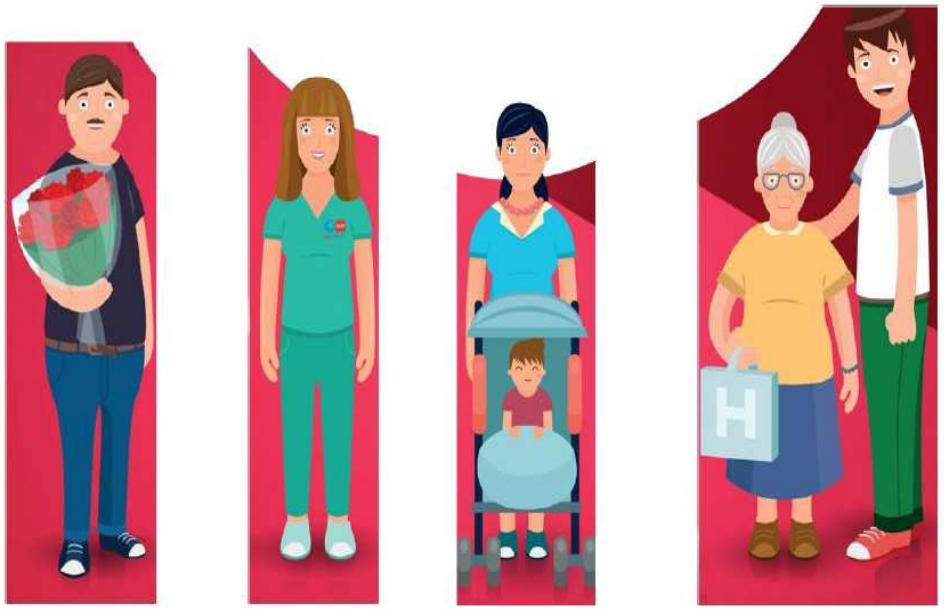
CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
6 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Público objetivo

La imagen de campaña identifica claramente el público al que nos dirigimos: Todas las personas que acuden al hospital cada día y que no tienen ninguna patología que les impida donar, personal del hospital, visitas, familiares acompañantes de pacientes, usuarios que van a consultas por temas menores ...
En un hospital medio varios miles de personas entran cada día por su puerta:

2.339 PERSONAL
361.636 CONSULTAS/AÑO
12.311 INTERVENCIONES/AÑO
1.788 PARTOS/AÑO

El uso de ilustraciones en vez de fotos acerca más el mensaje al usuario y suaviza un lema imperativo.



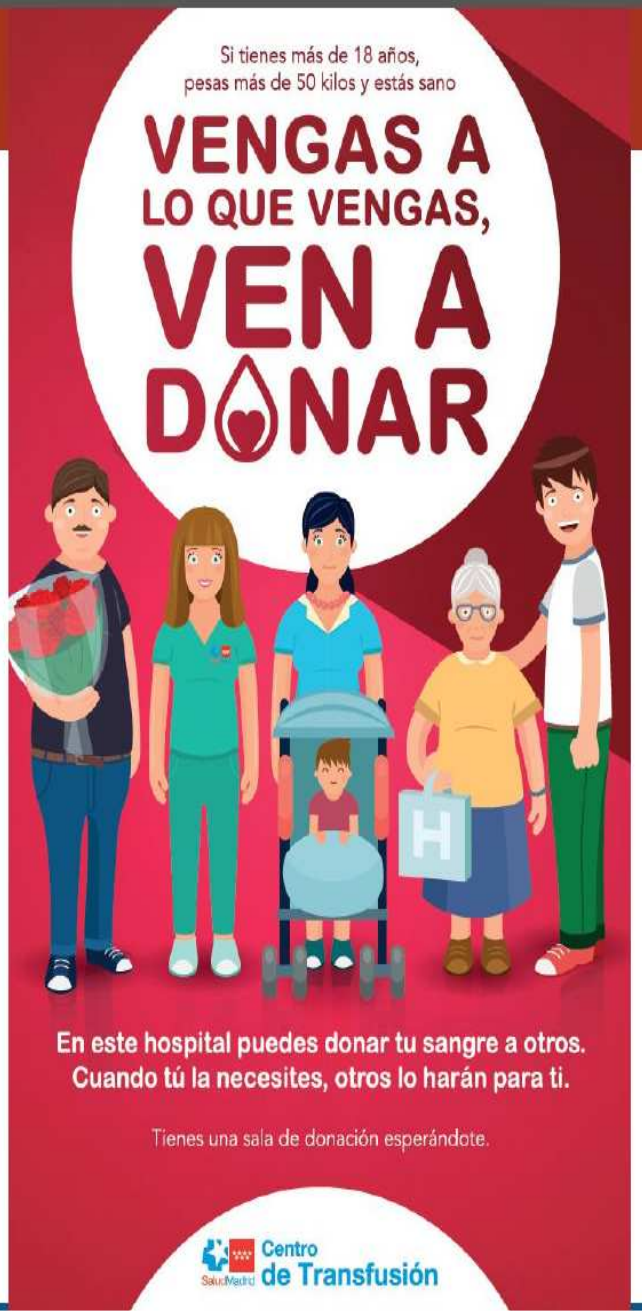
Datos 2016 de un hospital medio como el Hospital de Getafe.

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
7 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Materiales

CAMPAÑA DE DONACIÓN DE SANGRE EN HOSPITALES

Campaña formada por materiales en 7 formatos diferentes, instalada en 22 hospitales de la red pública de la Comunidad de Madrid



CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
10 / 30 73,3% Herramientas Comentario

VINILOS SUELO

1 vinilo de 200x270cm
en hall de hospital
y 10 vinilos de 50x80cm
hasta la sala de donación

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
11 / 30 73,3% Herramientas Comentario

PÓSTER PEANA

2 Póster peana para
recepción y mostradores
de información

CARTELES

De 20 a 50 carteles A3 y
de 4 a 6 en formato A2,
por hospital

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

12 / 30 73,3% Herramientas Comentari

FOLLETOS

75.000 en formato A5 para su distribución a todos los hospitales para utilización de enfermeras de captación.

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
13 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Instalación

VISIBILIDAD

Es la primera imagen que ve el usuario nada más entrar en el hospital

IMPORTANCIA

Su presencia de grandes dimensiones quiere dar idea de su importancia

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
14 / 30 73,3% Herramientas Comentario

DE LA MANO HASTA LA SALA DE DONACIÓN

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
15 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Desde múltiples formatos el usuario está recibiendo el mismo mensaje:
"Vengas a lo que vengas ven a donar"

VINILO PARA PUERTA

Se instalaron de 2 a 4 vinilos por cada hospital para sus puertas centrales.

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
9 / 30 73,3% Herramientas Comentario

ENARA

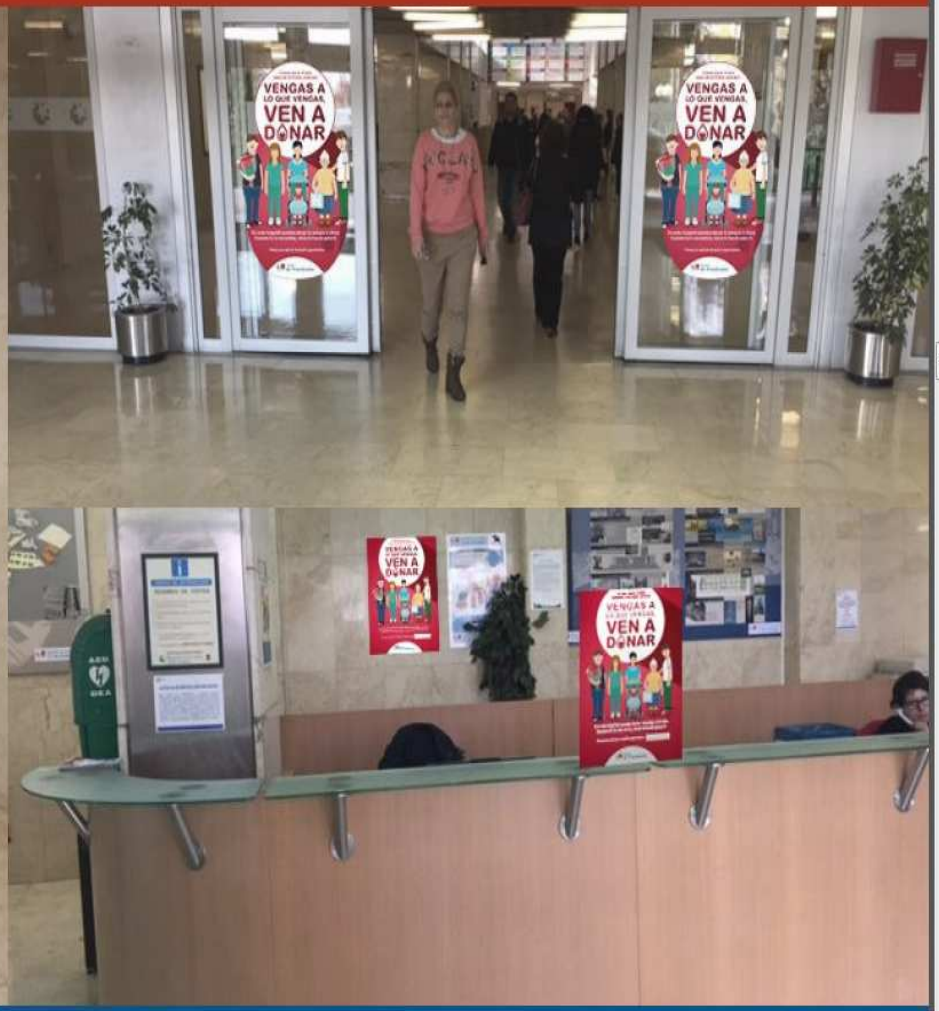
2 enaras
de 85x217cm
por hospital

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

15 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Desde múltiples formatos el usuario está recibiendo el mismo mensaje:
"Vengas a lo que vengas ven a donar"



CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

16 / 30 73,3% Herramientas Comentario

La imagen se adapta a cualquier tipo de soporte, según las necesidades de cada hospital.

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
17 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Recursos económicos

COSTE DE LA CAMPAÑA

- Creatividad: 5.445 €
- Producción e instalación de materiales: 27.200 €
- Total: 32.652 €

El coste ha supuesto en torno a 1500 € por cada hospital.

Financiado a través del presupuesto del Centro de Transfusión.

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

18 / 30 73,3% Herramientas Comentario

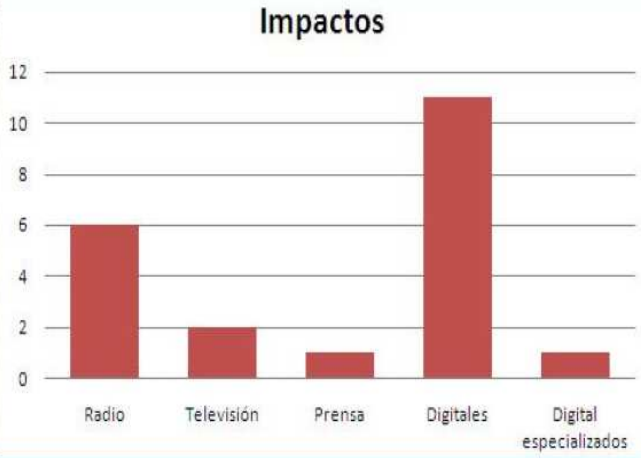
Presentación de la campaña

27 DE MARZO. HOSPITAL GREGORIO MARAÑON

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
19 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Impactos en medios

Televisión	2
Radio	6
Prensa escrita	1
Digitales	11
Digital especializado	1
Total	**21**



Impactos día 27 de marzo

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
20 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Twitter

esther chica y 5 más retwittearon

Getafe_Dona @getafe_dona · 17 oct. 2017

Han venido a vernos Roberto para ayudarnos a promover la donación de sangre. **Vengas a lo que vengas VEN A DONAR.** #hospitaldegetafe

3 16 15

carmen torres
@tatatorres1515

Siguiendo

#HospitalFundaciónAlcorcón en campaña desde la entrada hasta la Unidad de Donantes..Vengas a lo que vengas, Ven a donar

14:46 - 27 mar. 2017

13 Retweets 13 Me gusta

13 13

CentroDeTransfusión
@Madridonasangre

⚡ ""Vengas a lo que vengas, ven a donar"" por @josealcrespo

"Vengas a lo que vengas, ven a donar"

Jose A. Crespo @josealcrespo

El Centro de Transfusión de la Comunidad de Madrid coordina una nueva campaña de fomento de la donación de sangre en 22 hospitales públicos de la región, dirigida a los visitantes, familiares y...

Moments

12:32 - 28 mar. 2017

4 Retweets 7 Me gusta

4 7

Agregar otro Tweet

Los tuits del 27 de marzo con motivo de la presentación de la Campaña generaron 22.300 impresiones. Desde entonces, ha seguido protagonizando imágenes, memes y mensajes con el "Vengas a lo que vengas ven a donar"

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

21 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Momentos Maratones de Donación de sangre en hospitales

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

22 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Momentos Maratones de Donación de sangre en hospitales

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

23 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Momentos Maratones de Donación de sangre en hospitales

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
24 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Momentos Maratones de Donación de sangre en hospitales

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

25 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Momentos Maratones de Donación de sangre en hospitales

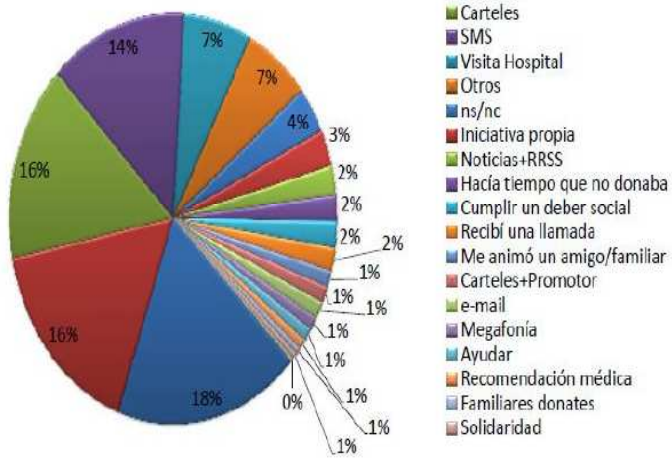
CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
26 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Primeros efectos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

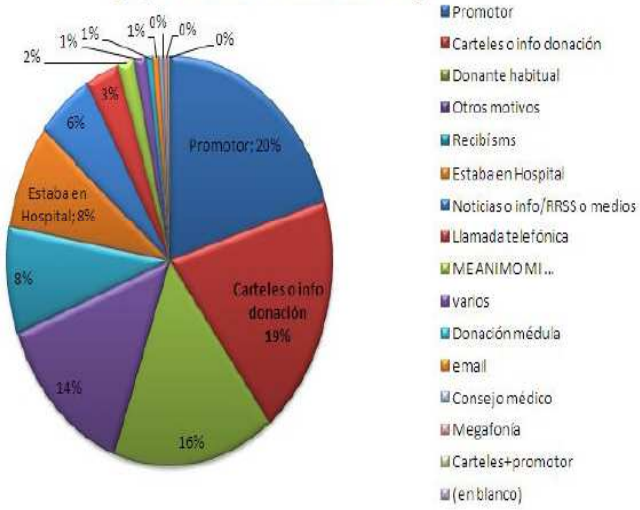
2016-2017

Qué información le ha llevado a donar hoy



En la Encuesta de satisfacción 2016 un 16% de los donantes se informó gracias a los carteles. 16%

¿Qué le llevo a donar hoy?



En la Encuesta de satisfacción 2017 los donantes que se informaron gracias a los carteles. ascienden a un 19%

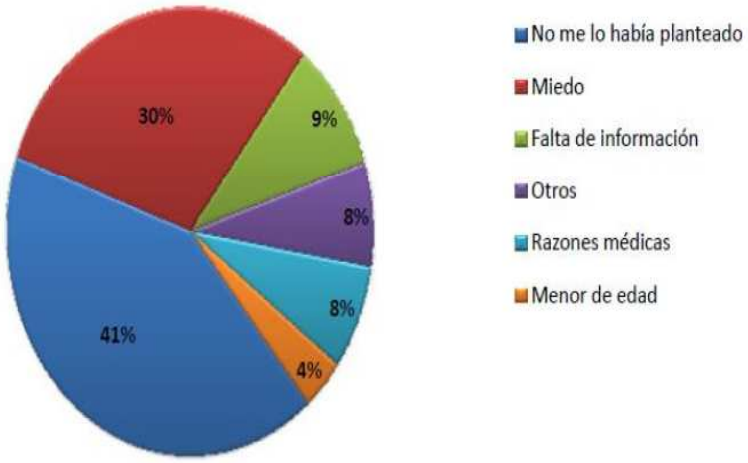
CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
27 / 30 73,3% Herramientas Comentario

Primeros efectos

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

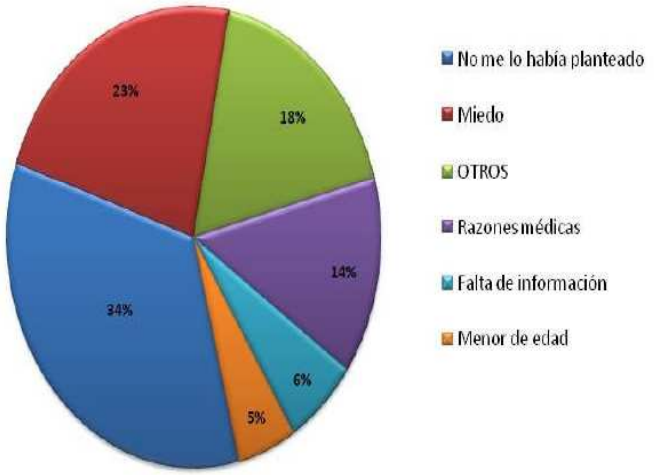
2016-2017

2. No había donado hasta ahora por...



En la Encuesta de satisfacción 2016 la respuesta No me lo había planteado supuso un 41%

2. No ha donado hasta ahora por...



En la Encuesta de satisfacción 2017 la respuesta No me lo había planteado descendió a un 33 %

CAMPAÑA_VENGAS A LO QUE VENGAS VEN A DONAR (7).pdf - Adobe Reader
Archivo Edición Ver Ventana Ayuda
29 / 30 73,3% Herramientas Comentari

Valoración

NO ME LO HABÍA PLANTEADO"	Según la Encuesta de Satisfacción 2017, las personas que no habían donado antes porque no se lo habían planteado han bajado de un 41 a un 33%.
ACCESIBILIDAD	Los vinilos de suelo han mejorado la señalización y, con ello, la accesibilidad a la sala de donación. Un donante viene a dar y, por tanto, cualquier molestia o dificultad para llevar a cabo su gesto generoso, puede tener unos efectos importantes de disuasión.
IMAGEN COMÚN	La Campaña contribuye a trasladar una imagen común de la donación de sangre en todos los hospitales, que refuerza la idea de pertenencia a un mismo sistema de hemodonación.
PROPUESTA DE MEJORAS	Tras la implementación de la campaña, hemos valorado que en algunos hospitales, bien por su tamaño o por la dificultad de acceso a la sala de donación se hace necesaria la instalación de más materiales.