

# HEALTHPERANTO

BAROMÈTRE DES TENDANCES  
ET MÉTIERS EN COM' SANTÉ

# 360



- RESULTATS 2019 -



En partenariat avec **AACC**  
SANTÉ

# Healthperanto 360 qu'est-ce que c'est ?



Un baromètre des tendances et métiers de la communication santé



Réalisé du 30 janvier au 4 mars 2019



Par les étudiants du MBA Com' Santé de l'EFAP, en partenariat avec l'AACC Santé



Questionnaire envoyé par mail et relayé sur les réseaux sociaux

# Grands enseignements

---



Fidélité des répondants à la com' santé: 16 ans en moyenne



Grande tendance confirmée: digitalisation des relations en santé  
60% de com' digitale vers les cibles principales, et dans tous les domaines



La vidéo outil privilégié, quelle que soit la cible



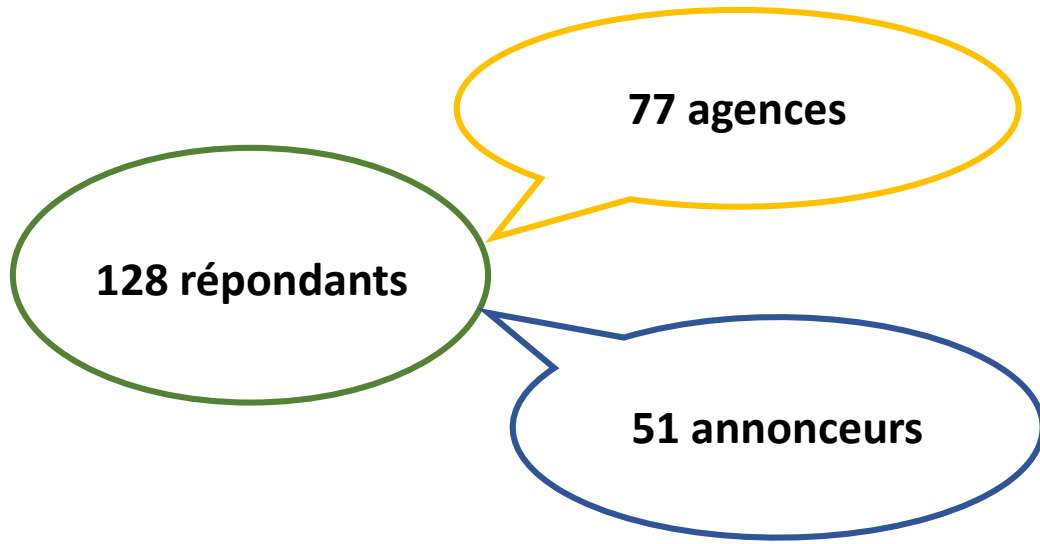
Forte utilisation des réseaux sociaux, majoritairement gérés en interne



Métiers du digital les plus recherchés: social media manager, chef de projet digital

Pour en savoir plus, lisez la suite...

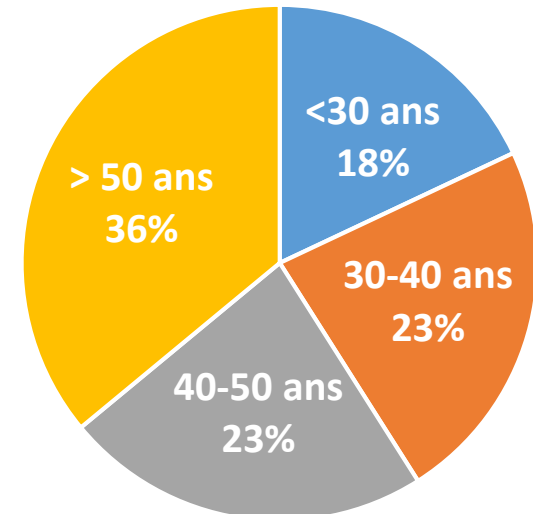
# Qui a répondu au baromètre?



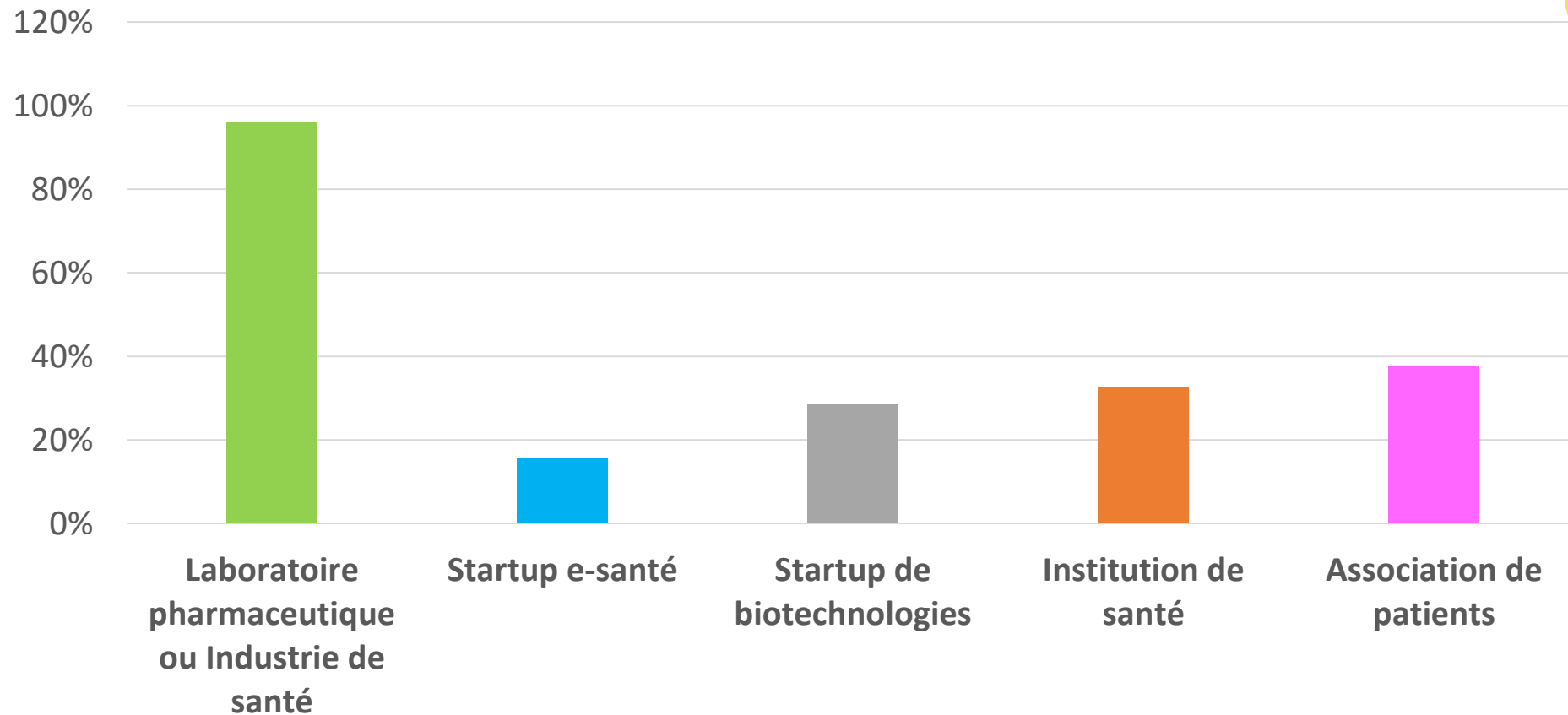
Labos pharmaceutiques / Industries de santé  
Startups biotechnologie et e-santé  
Institutions de santé  
Centres hospitaliers  
Associations de patients

En moyenne depuis 16 ans en communication et santé

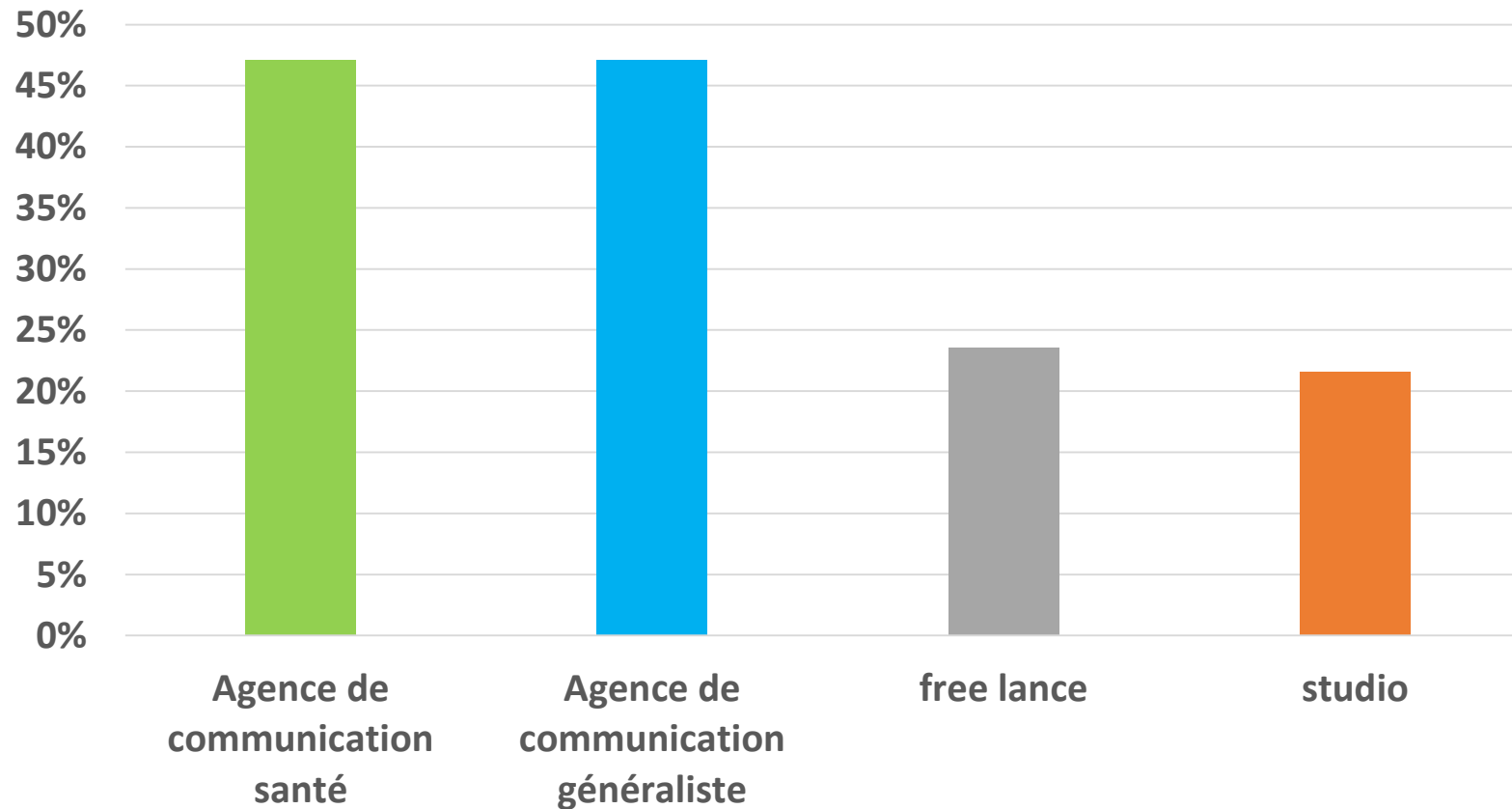
Age des répondants



# Agences: Avec quel(s) annonceur(s) travaillez-vous ?



# Annonceurs: Avec quel(s) partenaire(s) travaillez-vous ?



96%

DES INTERROGÉS CONFIRMENT LA TENDANCE DE 2018:  
« LA DIGITALISATION DES RELATIONS AVEC/ENTRE  
PATIENTS ET AVEC/ENTRE PROFESSIONNELS DE SANTÉ »

## Selon vous, quelles sont les autres tendances en com' santé ?

Agences

Rôle croissant et central du patient

Du « cure » au « care » :  
Prévention / Chronicisation / Vieillessement

Mauvaise image et suspicion sur  
l'industrie des produits de santé / Fin des blockbusters  
et produits de niche

Pression réglementaire sur la communication

1

Rôle croissant et central du patient

Du « cure » au « care » :  
Prévention / Chronicisation / Vieillessement

Pression des autorités de santé sur le prix  
des produits et technologies de santé

Pression réglementaire sur la communication

2

3

4

Annonces

# Auprès de quelle(s) cible(s) utilisez-vous la com' digitale ?

Agences

Annonces

Professionnels de Santé

1

Professionnels de Santé

Patients

2

Patients

Grand Public

3

Collaborateurs

Collaborateurs

4

Grand Public



# Quelle est la cible prioritaire de votre com' digitale ?

Agences

Annonces

Professionnels de Santé

1

Professionnels de Santé

Patients

2

Grand Public

Grand Public

3

Patients

Collaborateurs

4

Collaborateurs

# Quelle est la part du digital sur votre cible prioritaire ?

Agences

Annonceurs



# Pour quel(s) objectif(s) utilisez-vous le digital ?

Agences

Communication et  
promotion produit

Disease Awareness,  
Sensibilisation, Prévention

1

Disease Awareness,  
Sensibilisation, Prévention

Annonces

Communication  
institutionnelle

Medical Communication,  
Medical Education (MedEd)

2

Communication et  
promotion produit

Communication  
institutionnelle

3

Medical Communication,  
Medical Education (MedEd)

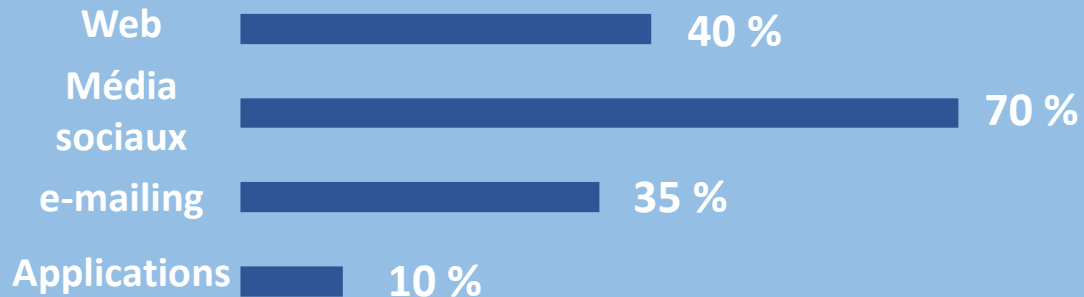
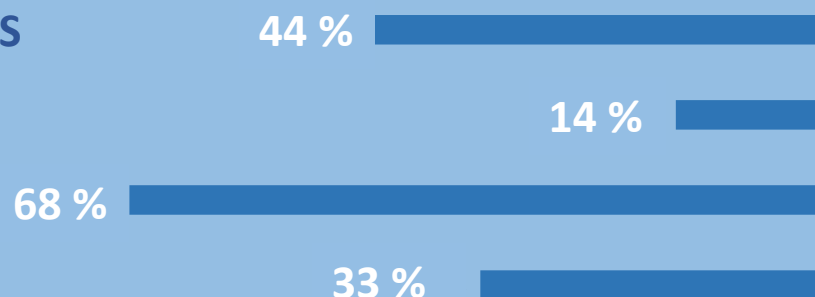
# Sur votre cible prioritaire, quels canaux digitaux utilisez-vous en priorité ?



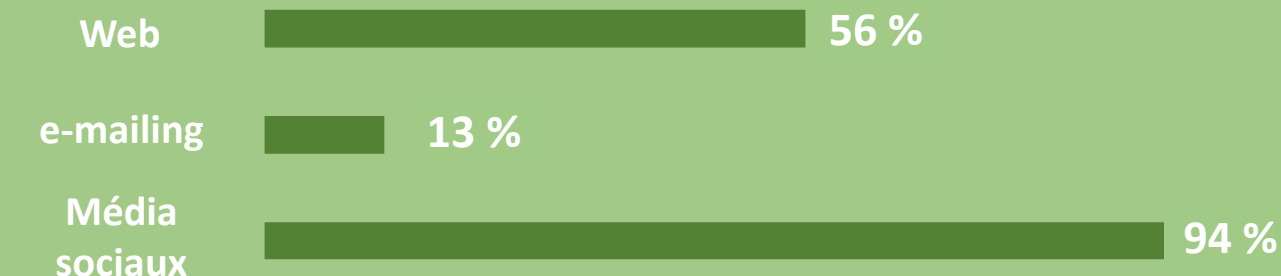
**Agences**

**Annonceurs**

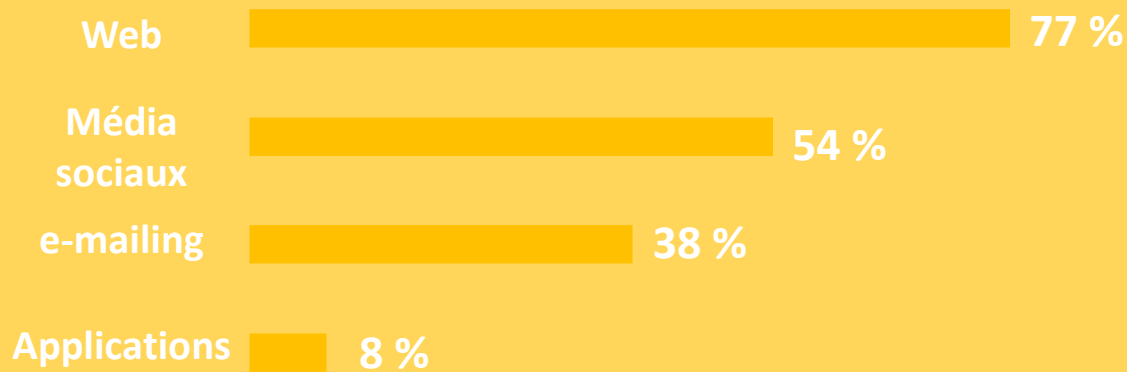
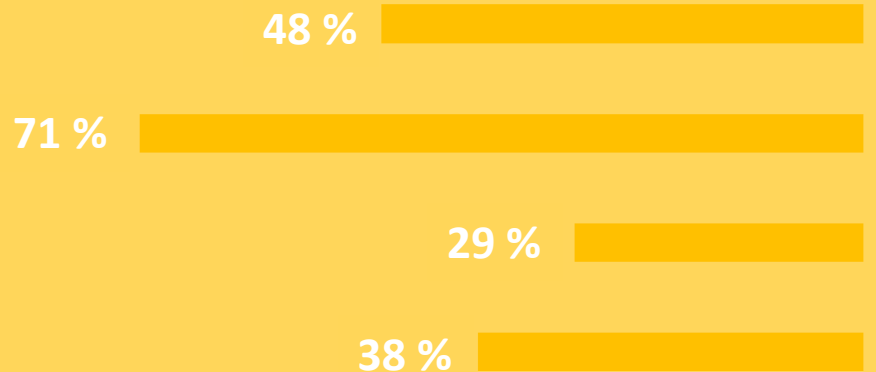
**PROFESSIONNELS  
DE SANTÉ**



**GRAND PUBLIC**



**PATIENTS**



# Vers les professionnels de santé, quels outils utilisez-vous en priorité ?



- Aides de visite
- Vidéos en ligne
- Site promotionnel
- Site institutionnel / Display
- Serious game / MOOC

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

- Vidéos en ligne
- Site institutionnel
- Site promotionnel
- MOOC / Aides de visite
- Display

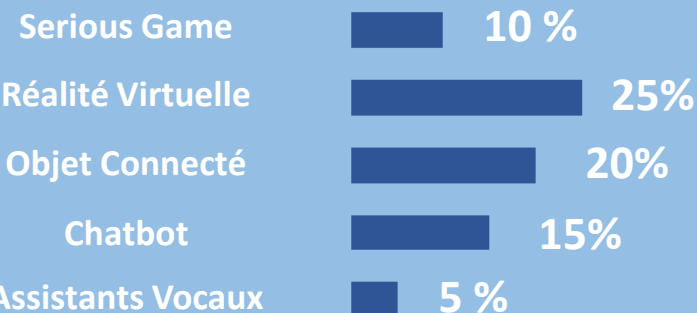
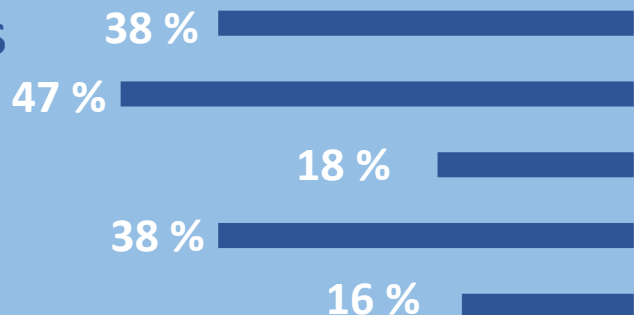
# Quels nouveaux outils digitaux pensez-vous développer ?



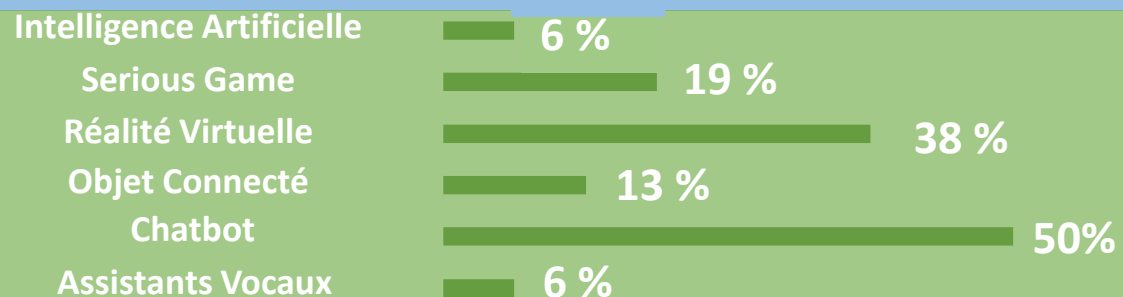
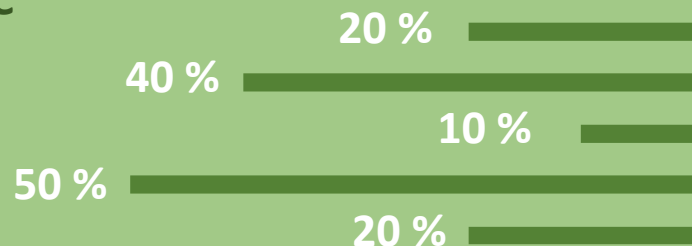
## Agences

## Annonceurs

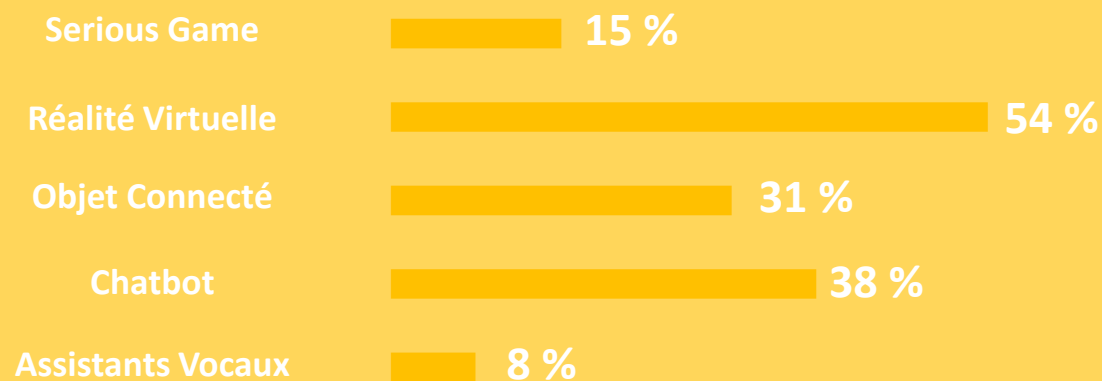
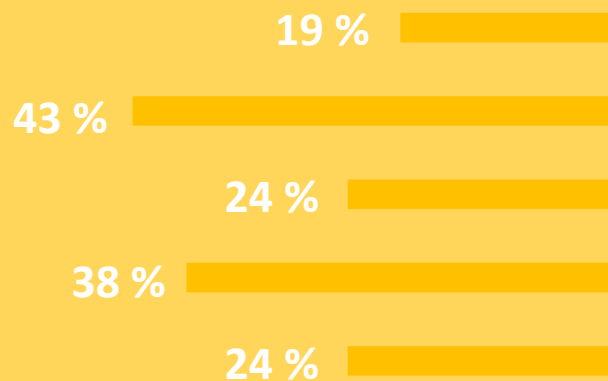
### PROFESSIONNELS DE SANTÉ



### GRAND PUBLIC



### PATIENTS

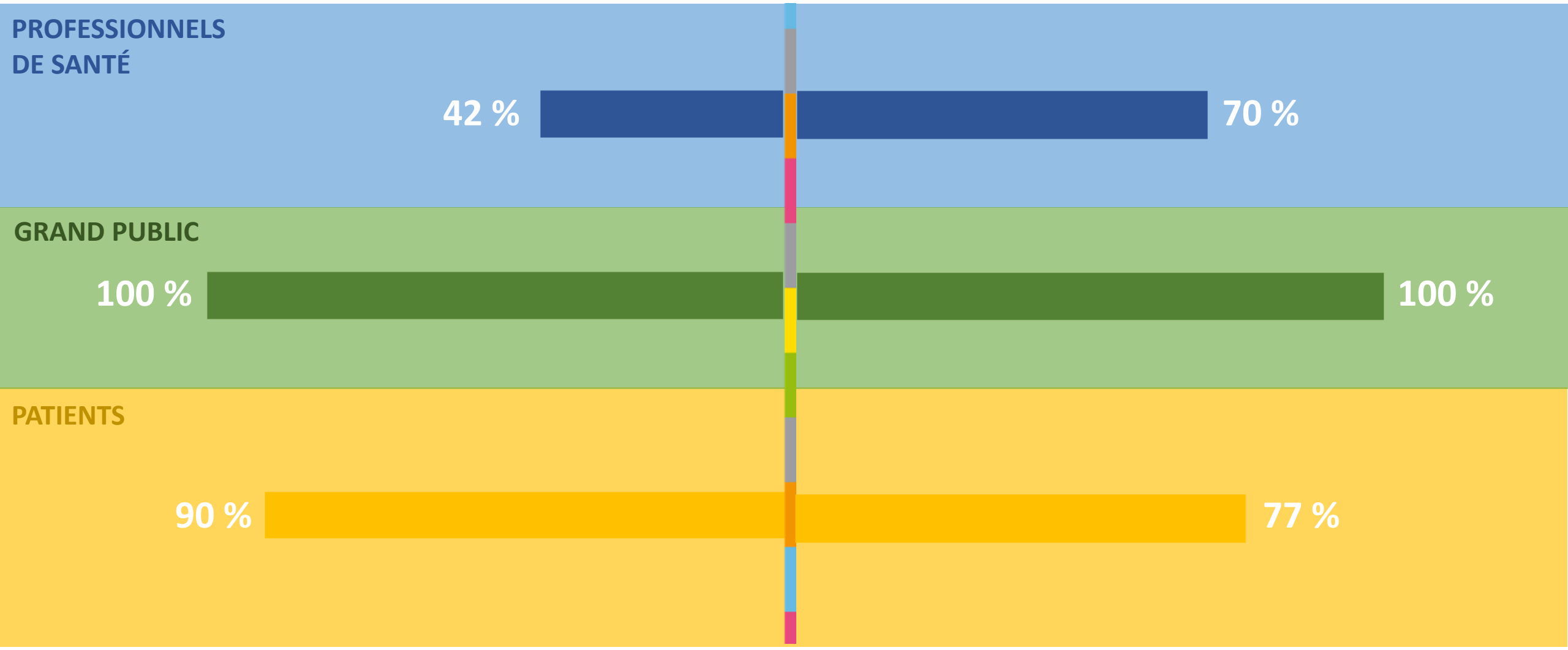


# Utilisation des réseaux sociaux vers la cible prioritaire :



**Agences**

**Annonceurs**

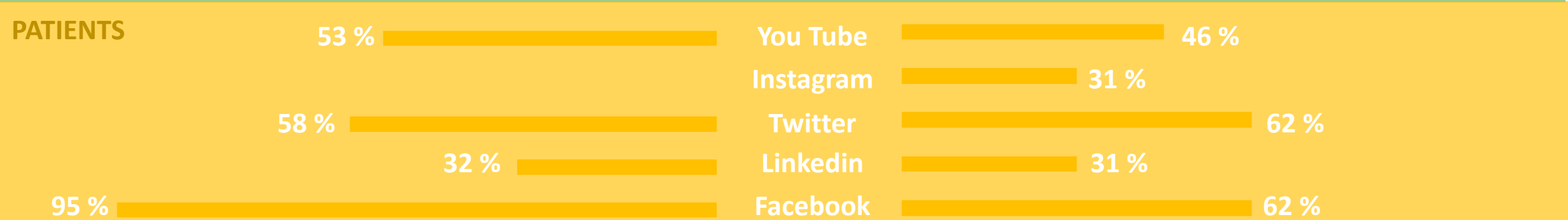
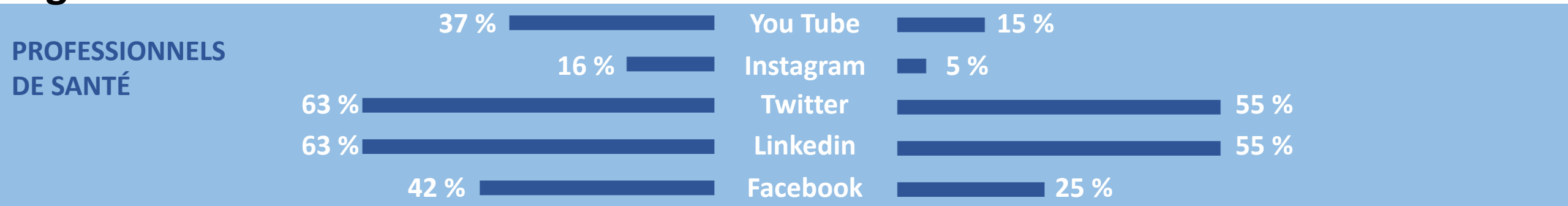


# Quels réseaux sociaux utilisez-vous principalement ?



## Agences

## Annonceurs





# Vos communications sur les réseaux sociaux sont encadrées par une charte éditoriale :



**Agences**

**Annonceurs**

PROFESSIONNELS  
DE SANTÉ

84 %

100 %

GRAND PUBLIC

70 %

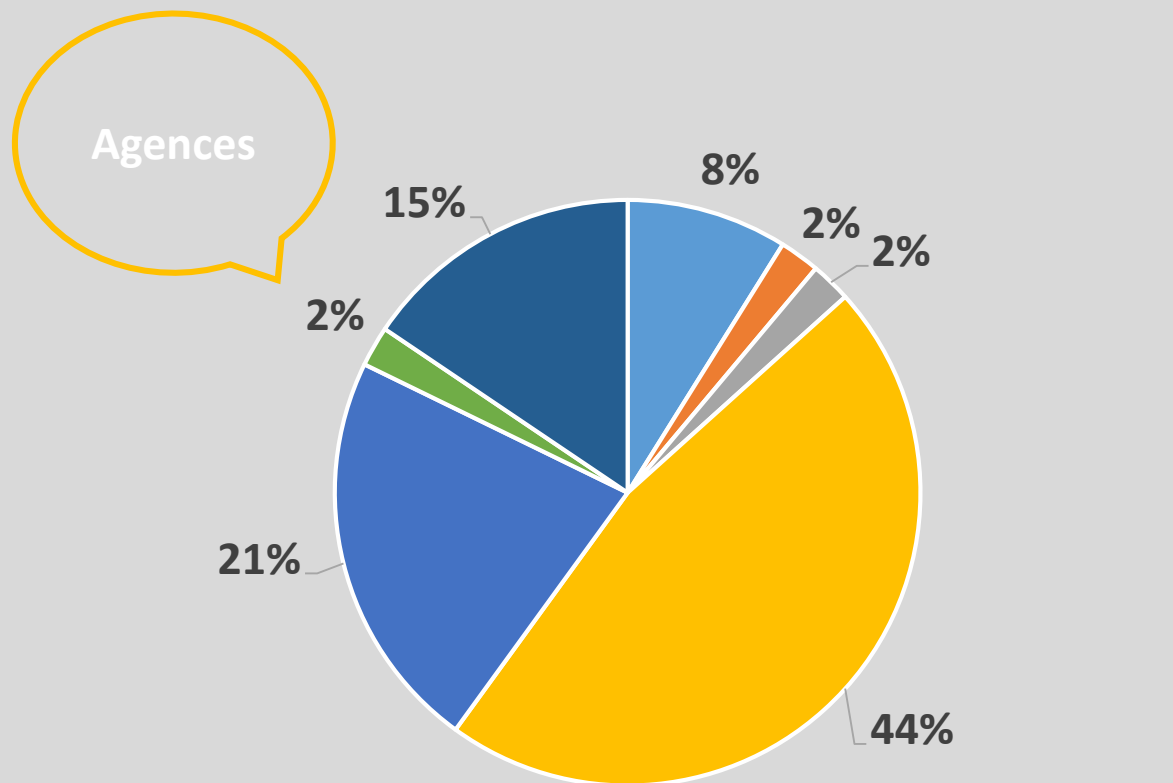
81 %

PATIENTS

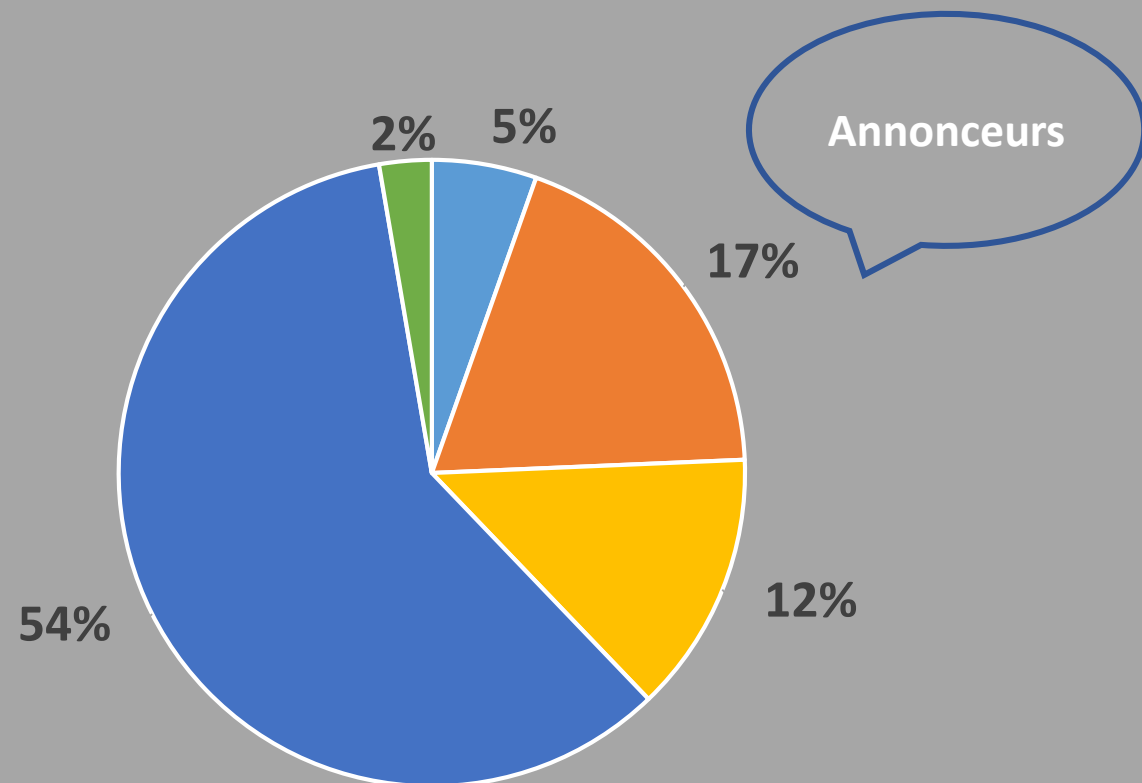
79 %

100 %

# Qui est en charge de coordonner, suivre et alimenter vos communications sur les réseaux sociaux ?



- Stagiaire
- Président de l'Agence et son assistant
- Géré par clients
- Community Manager interne
- Community Manager externe
- Chef de projet interne en duo avec concepteur rédacteur
- Autre collaborateur à temps partiel



- Stagiaire
- Chargé de communication
- Community Manager interne
- Community Manager externe
- equipe communication institutionnelle

# Quel est l'intérêt d'utiliser des réseaux sociaux ?

Agences

Proximité et échange avec ma cible

Créer une communauté

Disponibilité des indicateurs de performance (KPI)

S'inscrire dans les tendances

Exploiter des données

1

2

3

4

5

Annonces

Proximité et échange avec ma cible

Créer une communauté

Disponibilité des indicateurs de performance (KPI)

S'inscrire dans les tendances

Exploiter des données

A large, light green, rounded shape containing the percentage 90% in white text.

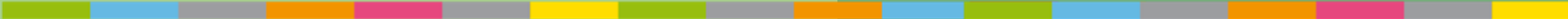
90%

DES AGENCES INTERROGÉES  
PENSENT QU'ELLES DEVRAIENT  
FAIRE PLUS D'OPÉRATIONS  
DIGITALES

DES ANNONCEURS INTERROGÉS  
PENSENT QU'ILS DEVRAIENT  
FAIRE PLUS D'OPÉRATIONS  
DIGITALES

A large, light green, rounded shape containing the percentage 76% in white text.

76%

A horizontal bar composed of 15 small, colored rectangular segments in various colors including green, blue, purple, orange, pink, and yellow.

DES AGENCES INTERROGÉES  
ESTIMENT AVOIR TOUTES LES  
COMPÉTENCES HUMAINES  
NÉCESSAIRES POUR  
COMMUNIQUER DANS LE  
DIGITAL

A large, dark green, rounded shape containing the percentage 47% in white text.

47%

A large, dark green, rounded shape containing the percentage 41% in white text.

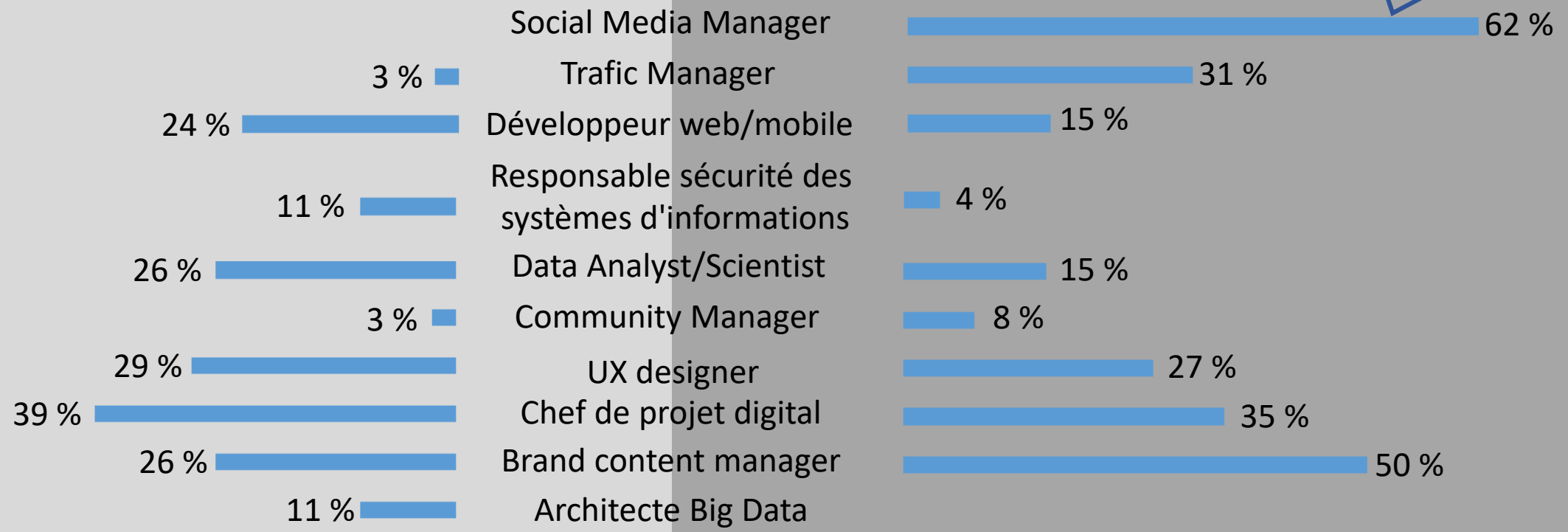
41%

DES ANNONCEURS INTERROGÉS  
ESTIMENT AVOIR TOUTES LES  
COMPÉTENCES HUMAINES  
NÉCESSAIRES POUR  
COMMUNIQUER DANS LE  
DIGITAL

# Quels métiers et compétences vous manquent pour développer le digital ?

Agences

Annonceurs



# Acquisition des métiers et compétences manquantes



Agences

Annonces

Sous-traitance / Recrutement

1

Recrutement

Formation des collaborateurs

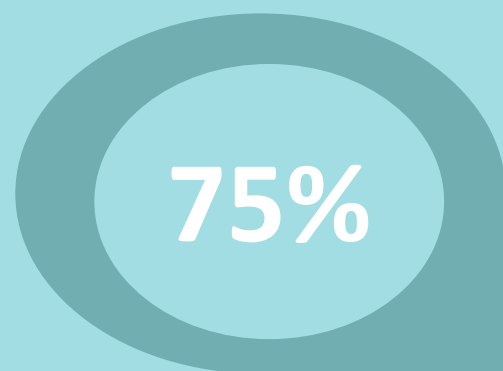
2

Formation des collaborateurs

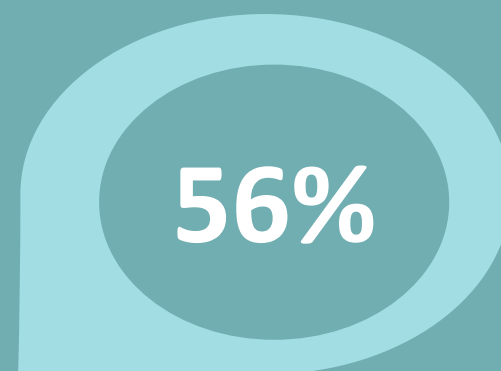
3

Sous-traitance

# Les métiers de demain



DES INTERROGÉS PENSENT QUE DE  
NOUVEAUX MÉTIERS VONT APPARAÎTRE



DES INTERROGÉS PENSENT QUE DES  
MÉTIERS VONT DISPARAÎTRE

# Merci aux participants !

