Pharmactuel dans les médias sociaux

Roxane Therrien[1,2], B.Pharm., M.Sc., rédactrice adjointe, Julie Méthot[3,4], B.Pharm., Ph.D., rédactrice en chef, Louise Mallet[2,5], B.Sc.Pharm., Pharm.D., CGP, rédactrice adjointe
[1]CHU Ste-Justine, [2]Faculté de pharmacie, Université de Montréal, [3]Institut universitaire de cardiologie et de pneumologie de Québec (IUCPQ), [4]Faculté de pharmacie, Université Laval, [5]Centre universitaire de santé McGill
www.pharmactuel.com

Introduction

Suite à une réunion du comité de rédaction de *Pharmactuel*, il a été décidé que la revue devait être présente dans les médias sociaux.

Roxane Therrien, rédactrice adjointe, a été la personne mandatée pour s'occuper de ce dossier.
Les pages Facebook et Twitter de *Pharmactuel* ont été créées le 21 juin 2012.

Objectifs

Évaluer le temps nécessaire pour créer et maintenir des pages dans Facebook et Twitter.
Récolter les statistiques reliées à la fréquentation de ces pages.
Identifier les forces et les limites de la présence de *Pharmactuel* dans les médias sociaux.

Méthodologie

Du 21 juin 2012 au 8 février 2013, la personne responsable a noté tout le temps investi dans la création et le maintien des pages incluant le temps d'autres personnes ayant contribué à développer ces pages.
Les statistiques sur la fréquentation ont été compilées à partir des pages Facebook et Twitter.

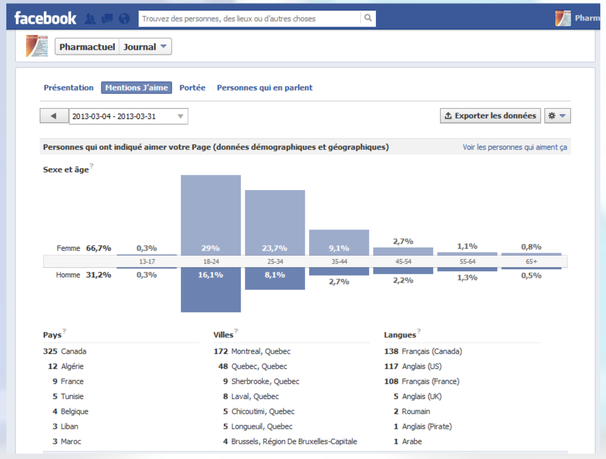
Résultats

Temps total investi
- 16,5 heures (en 232 jours) soit environ 4 minutes par jour

Statistiques au 3 avril 2013

Nombre d'amis : 372

Nombre d'abonnés : 95
Nombre d'abonnements : 40
Nombre de tweets : 27



Conclusions

Forces des médias sociaux pour *Pharmactuel*

Publiciser la revue et ses activités à travers la francophonie internationale.
Créer une communauté.
Rejoindre un grand nombre de personnes en temps réel.
Élargir le lectorat au-delà des membres de l'A.P.E.S.
Atteindre davantage les jeunes pharmaciens.
Ajouter de la crédibilité à la revue.

Limites des médias sociaux pour *Pharmactuel*

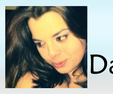
Code d'éthique et de rédaction à élaborer et à respecter.
Gestion des partenaires et de la concurrence à considérer.
Être présent de manière constante, aucune personne ressource nommée en ce moment.
Non expertise en matière de réseaux sociaux et de communication de la personne responsable actuellement.

Bref...

Il est possible d'être présent dans les médias sociaux avec un investissement minimal de temps.
Il importe de se doter d'un code d'éthique et de rédaction en matière de réseaux sociaux.
Pharmactuel poursuivra sa présence dans les médias sociaux.

Remerciements

Denis Lebel


Daniella Meneghini

SUIVEZ PHARMACTUEL SUR FACEBOOK ET TWITTER!