

Autour des opportunités et risques des réseaux sociaux



Béatrice FRANCES-BOULAIRE // Responsable communication
ANFH – 21 novembre 2023

Réseaux sociaux

- 41 000 abonnés (FB / LinkedIn principalement)
- 2M de vues de posts **en 2022**



Site internet *(depuis février 2022)*

- 1M de pages vues / 770 000 visiteurs



Application mobile *(depuis mars 2021)*

- 5000 téléchargements / 252 000 pages vues
- 2360 notifications activées

Intranet

- 3M pages vues / 1,5M visiteurs uniques



Stratégie

(Pour quoi faire, pour qui)

Objectif(s)
Clair(s)



Un
public
cible ?

- ✓ Notoriété, image
- ✓ Innovation
- ✓ Proximité
- ✓ Santé publique
- ✓ Information du patient
- ✓ Recrutement, attractivité
- ✓ ...

- ✓ Grand public
- ✓ Patients
- ✓ Proches, aidants ...

Choisir ses réseaux

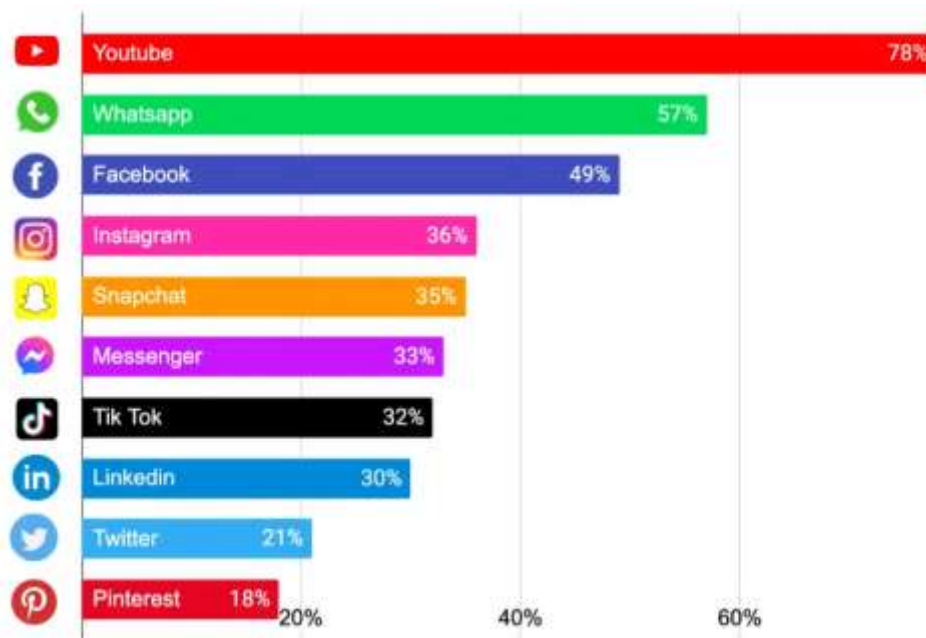
l'impactant

Grand public, santé publique

l'image en plus

les pros, recrutement

la presse, l'innovation la réactivité



Source : <https://www.awitec.fr/> 2023

Ecrire pour sa communauté

Messages

Répondre aux besoins de votre public

- ✓ Leurs intérêts
- ✓ Leurs besoins
- ✓ Leurs préoccupations

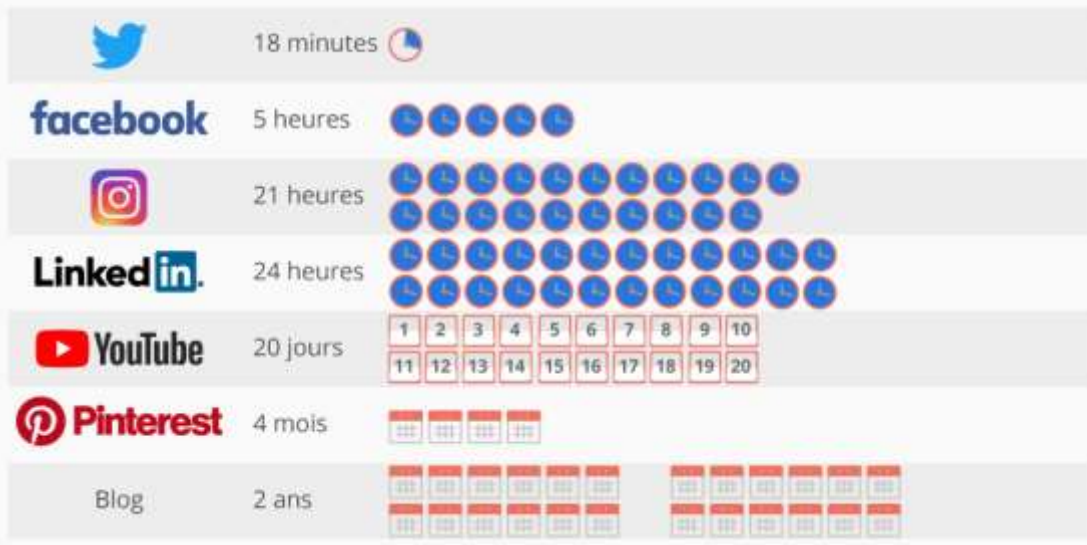
Ton

- ✓ Clair et vulgarisé
- ✓ Professionnel
- ✓ Humaniste
- ✓ Empathique

Un autre espace-temps

L'instantanéité du contenu sur les réseaux sociaux

Comparaison des durées de vie d'un post sur différents réseaux sociaux*



2h26/jour

Sources : We are social 2023 – statista 2018

Planning éditorial

5 points clés

1. Planifier à l'avance
2. Adapter selon les plateformes
3. Varier le types de contenus
4. Intégrer call-to-action
5. Cohérence visuelle et ton

Analyser et ajuster
Contenus saisonniers
Evaluer



La modération

- Protection de la communauté
- Protection de l'image de marque
- Gestion de l'e-réputation
- Respect charte
- Améliorer l'engagement



**Garder le contrôle
Espace sûr**

Les moyens

- Contributions internes
- 10 % à 100 % ...
- Abonnement outils de publication/veille
- La publicité ponctuellement

Questions

Merci !