



JOURNÉES ANNUELLES
DE SANTÉ PUBLIQUE

Histoire à succès : la page Facebook « Équipe de santé publique de l'Estrie »

Mélissa Généreux, Directrice de santé publique de l'Estrie

Yan Quirion, Conseiller en communication, CIUSSS de l'Estrie – CHUS



CENTRE DES CONGRÈS DE QUÉBEC
WWW.INSPO.QC.CA/JASP

Historique

- Mai 2014 : la Direction de santé publique de l'Estrie devient une des premières au Québec à lancer une page Facebook
- Intitulée « Équipe de santé publique de l'Estrie »
- But : créer une plateforme de communication efficace et efficiente



Pourquoi une telle page?

« There are simply massive global participation rates in social media. Anyone in public health who is not part of this is the equivalent of a scholar in the Gutenberg era who declined to show interest in the potential of books. »

Simon Chapman (2015)

Étapes de création

- Déterminer les administrateurs (avec carte de crédit)
- Trouver un titre accrocheur/rassembleur
- Trouver les photos de profil et de couverture
- Identifier le public cible
- Procéder au recrutement des abonnés
 - Partager l'information dans les divers réseaux
 - Ajouter l'information dans les signatures
 - Impliquer le personnel
 - Payer pour le recrutement

RESTEZ LOIN DE LA GRIPPE

VACCINATION UNIQUEMENT
SUR RENDEZ-VOUS À
CLICSANTE.CA

Réservez votre place
dès le jeudi 26 octobre.



Équipe de santé
publique de l'Estrie
@DSPEstrie

- Sujets variés (toutes les fonctions et axes de santé publique)
- Autonomie quant au contenu
- 1 à 7 publications par semaine
- 2 administrateurs
- « Garde Facebook »

Type de publications

- Information santé (promotion, prévention, protection, etc.)
- Actualité/nouvelles (commentaire sur études, débat sur une problématique, etc.)
- Concours
- Événements (conférence de presse, activité, etc.)
- Promotion d'outils (sites web, dépliants, etc.)
- Sondages (type « Survey Monkey »)
- Positionnement de la santé publique

Trois ans et demi plus tard

- 6700 abonnés (2/3 femmes 18-54 ans)
- 500 publications
- 2 000 000 « vus »
- 400 000 « clics »
- 25 000 autres engagements (« partage », « commentaires », « j'aime »)
- Budget : 200 \$/mois

Type de commentaires

 <p>Geneviève Gaumond Ca fait presque 6 ans que j'ai arrêté J'aime · Répondre · 4 janvier, à 09:12</p>	 <p>Jacob Morin Mais comment on peut savoir si on a été piquer si on a aucun symptome? J'aime · Répondre · Envoyer le message · 9 août, à 15:52</p>
 <p>Dominique Cote Si je l'ai eu il y a 3 ans (je ne souhaite pas ça à personne, seigneur c'est pénible), est-ce que je pourrais à nouveau l'avoir ? J'aime · Répondre · Envoyer le message · 9 septembre 2015, à 12:38</p>	<p>^ Masquer 11 réponses</p>  <p>Équipe de santé publique de l'Estrie La tique reste accrochée à la peau J'aime · Répondre · Commenté par Mélissa Généreux [?] · 9 août, à 15:56</p>
 <p>Équipe de santé publique de l'Estrie Possible, car le fait d'avoir eu la maladie ne donne pas d'immunité à long terme. Les experts recommandent aux personnes qui ont eu un diagnostic de coqueluche de recevoir une dose de rappel du vaccin (ainsi que toute personne adulte n'ayant pas eu de rappel). J'aime · Répondre · Commenté par Yan Quirion [?] · 9 septembre 2015, à 15:46</p>	 <p>Jacob Morin À ok on la voie tu bouger facilement dans plusieurs cas J'aime · Répondre · Envoyer le message · 9 août, à 15:57</p>
 <p>Dominique Cote Hum. Je vais vérifier mon carnet de vaccin. Je vous remercie. Je n'aime plus · Répondre · Envoyer le message · 1 · 9 septembre 2015, à 17:46</p>	 <p>Équipe de santé publique de l'Estrie Pas nécessairement mais elle est visible à l'œil nu (elle est noire). Il faut la retirer avec une pince à sourcil à la verticale pour la retirer au complet sans l'écraser. J'aime · Répondre · Commenté par Mélissa Généreux [?] · 9 août, à 15:59 · Modifié</p>
	 <p>Jacob Morin Quoi il arrive si on l'ecrase J'aime · Répondre · Envoyer le message · 9 août, à 15:59</p>
	 <p>Équipe de santé publique de l'Estrie Ca augmente le risque de transmission de la bactérie qui cause la maladie de Lyme J'aime · Répondre · Commenté par Mélissa Généreux [?] · 9 août, à 16:01</p>

Une publication qui s'est démarquée

- 600 000 « vus »
- 300 000 « clics »
- 9000 « partages »
- 0\$ dépensé!!!



Des sondages rapides et abordables

- Par ex. : sondage mené auprès de nos abonnés (n=324)
- 150 \$ dépensés
- Résultats :
 - 78 % ont déjà consulté une de nos publications
 - 68 % ont déjà transmis de l'information apprise sur la page
 - 32 % des répondants ont noté des changements sur leurs comportements**



Payer ou ne pas payer?

ABONNÉS DE L'ÉQUIPE SP :
±6 700



Actualité

POPULATION ESTRIENNE
SUR FB : ±250 000



Publicité

Exemple : campagne ITSS

Publicité sites Web (2013) :

- Coût : 5000 \$
- Durée : 3 semaines
- Portée : 2,1 millions
- Clics : 1987
- Coût par clic : 2,52 \$

Publicité FB (2015) :

- Coût : 410 \$
- Durée : 6 semaines
- Portée : 36 547
- Clics : 1698
- Coût par clic : 0,24 \$

Ce qu'on doit retenir

- Publications vues deux millions de fois en 3 ans
- Publications régulières (2-3 fois/semaine)
- Certains types et sujets plus populaires
 - Sondage, concours et événements
 - Maladies infectieuses et sujets généraux
- Communication bilatérale
- Meilleure connaissance de notre public cible
- Pertinence de l'investissement (temps et argent)
 - Quelques minutes ici et là...
 - Stratégie coût bénéfique

Défis rencontrés

- ↑ % d'hommes parmi nos abonnés
- Diversification des publications
- Mieux joindre les 2 nouveaux RLS
- Page plus interactive
- Adaptation aux nouvelles plateformes
(Instagram, Snap Chat, YouTube, etc.)