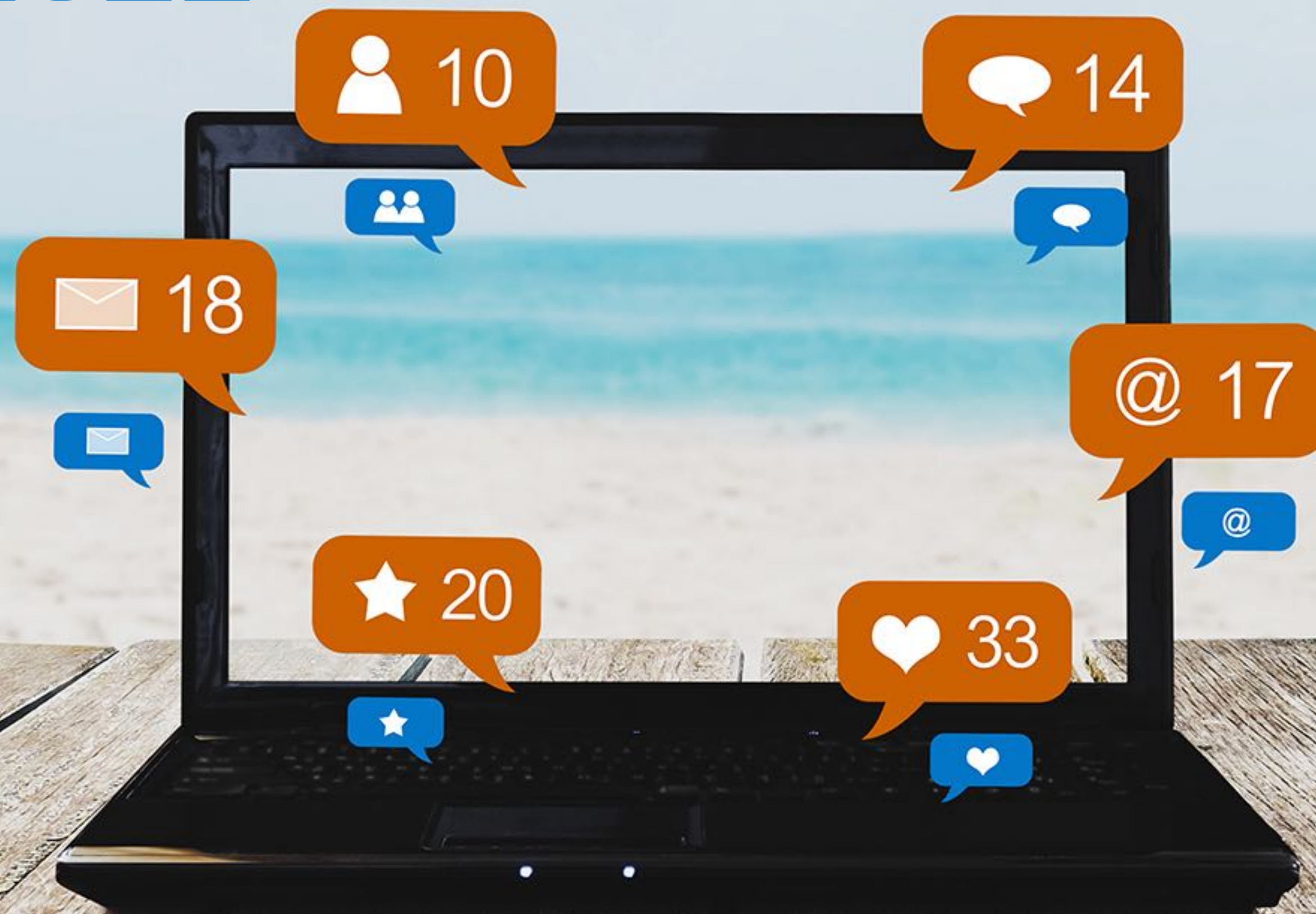


#BeyondTheScore

Le baromètre qui décortique la twittosphère Pharma
Bilan T3 2022



Un périmètre d'analyse

- 23 comptes suivis



@AbbVieFrance



@AmgenFrance



@AstraZenecaFR



@Bayer_FR



@Biogaran



@BoehringerFR



@BMSFrance



@Chiesifrance



@GSK_FR



@IpsenGroupFR



@JanssenFRA



@LEOPharmaFR



@LillyPadFR



@merck_fr



@MSDFrance



@novartis_france



@NovoNordiskFR



@Pfizer_France



@PierreFabre



@Roche_France



@SanofiFR



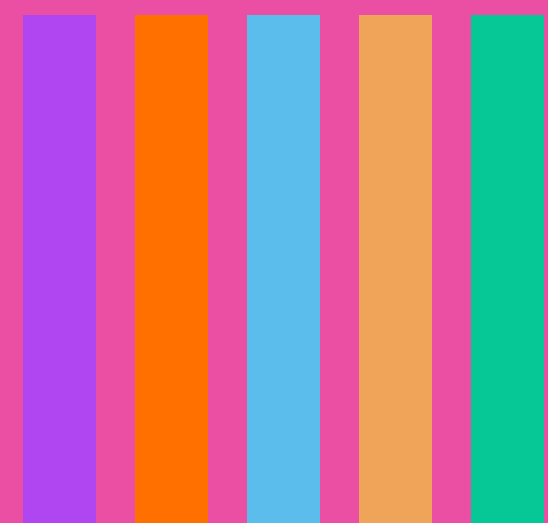
@TevaSante



@UCB_France

Abonnements & Abonnés

Ça bouge !



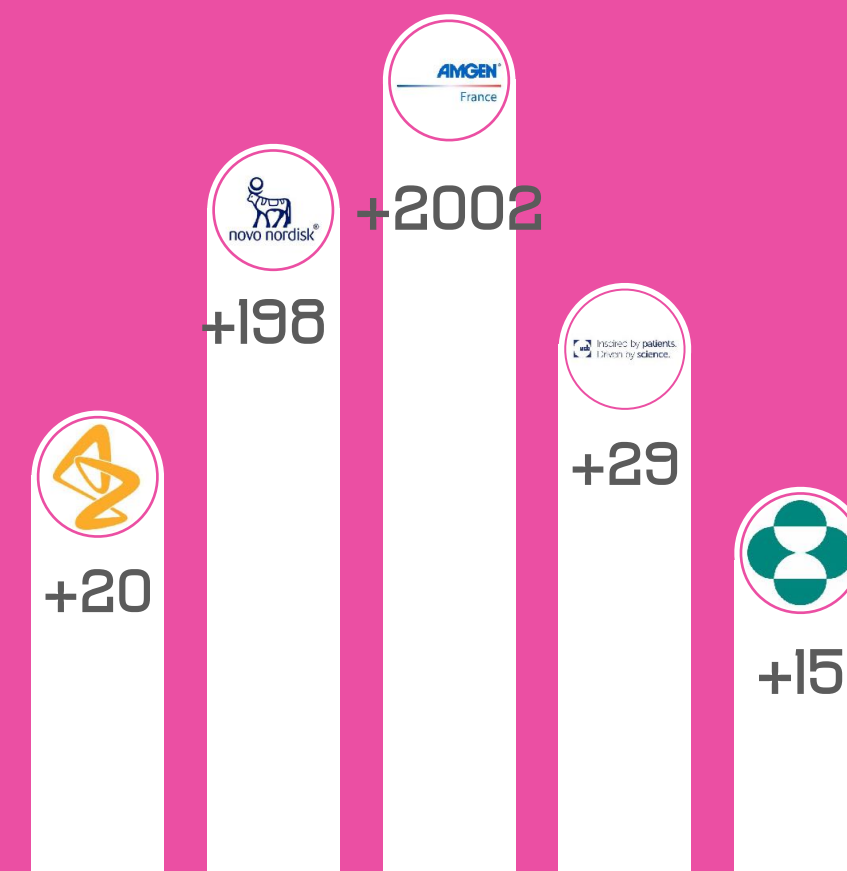
#BeyondTheScore



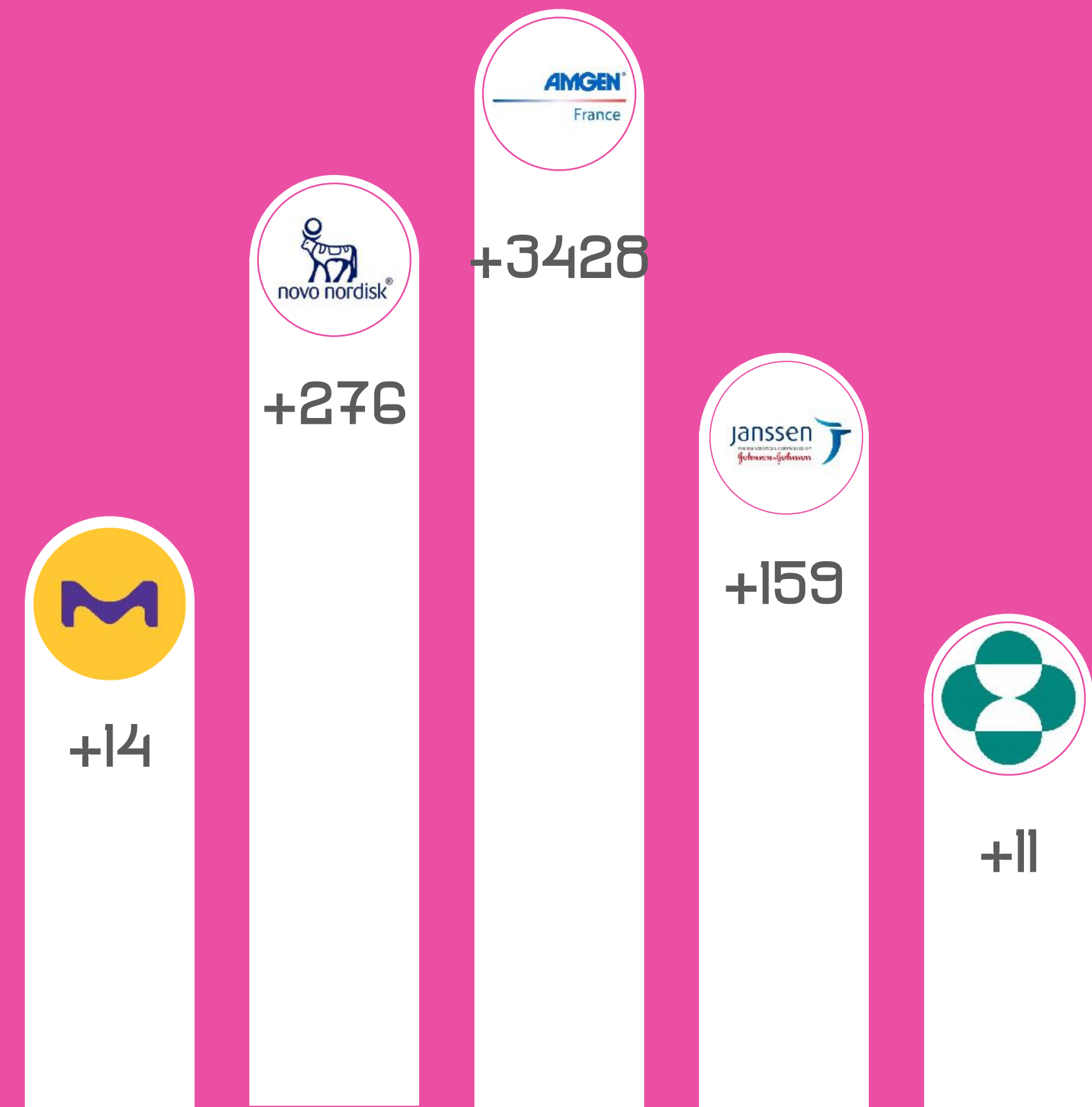
Abonnements

- Un nombre d'abonnements moyen par compte en légère augmentation sur le T3 2022 versus T2 2022 : 1 288 abonnements en moyenne vs 1 116.

Top 5 progression abonnements T2 2022



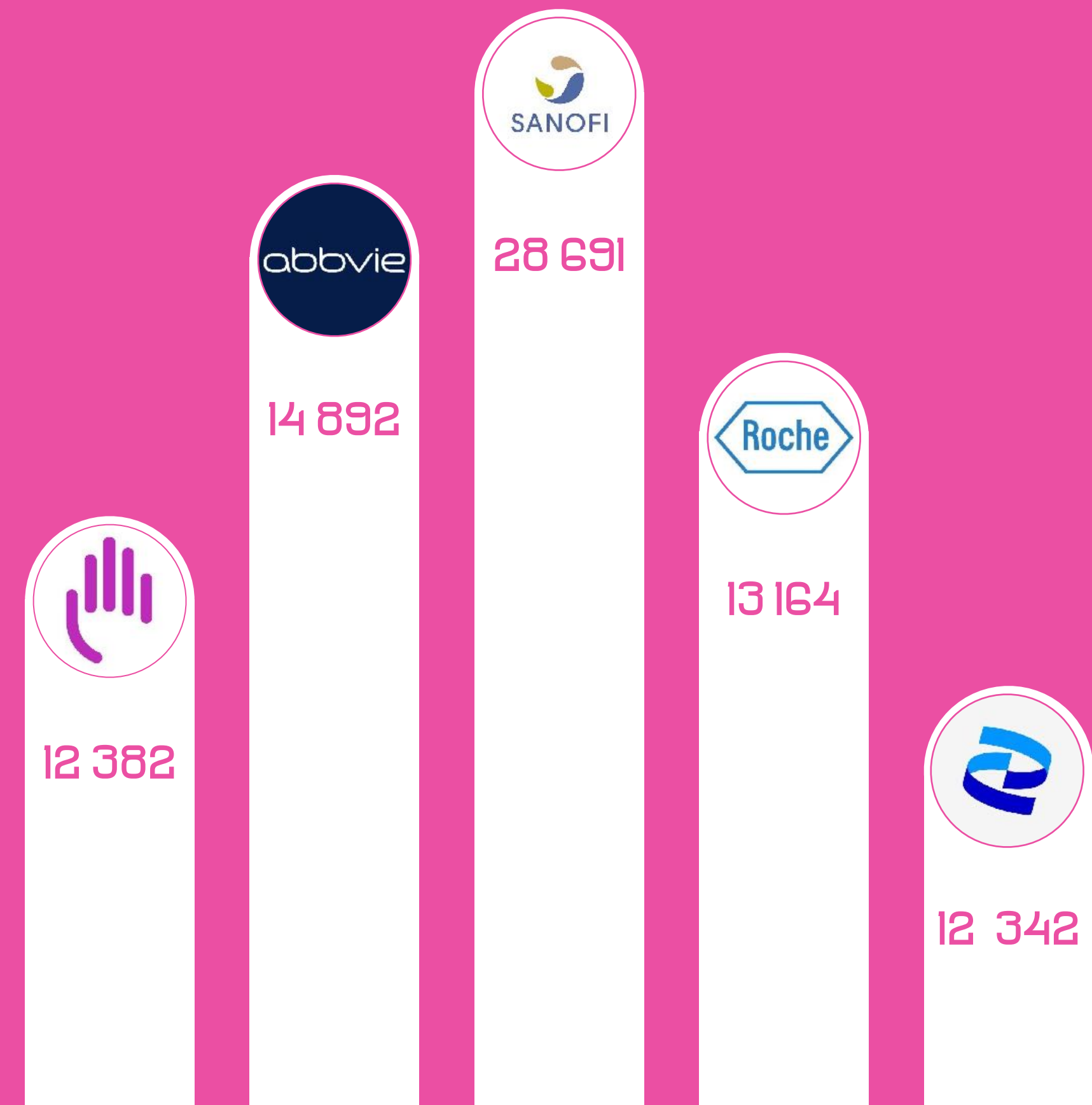
Top 5 progression abonnements T3 2022



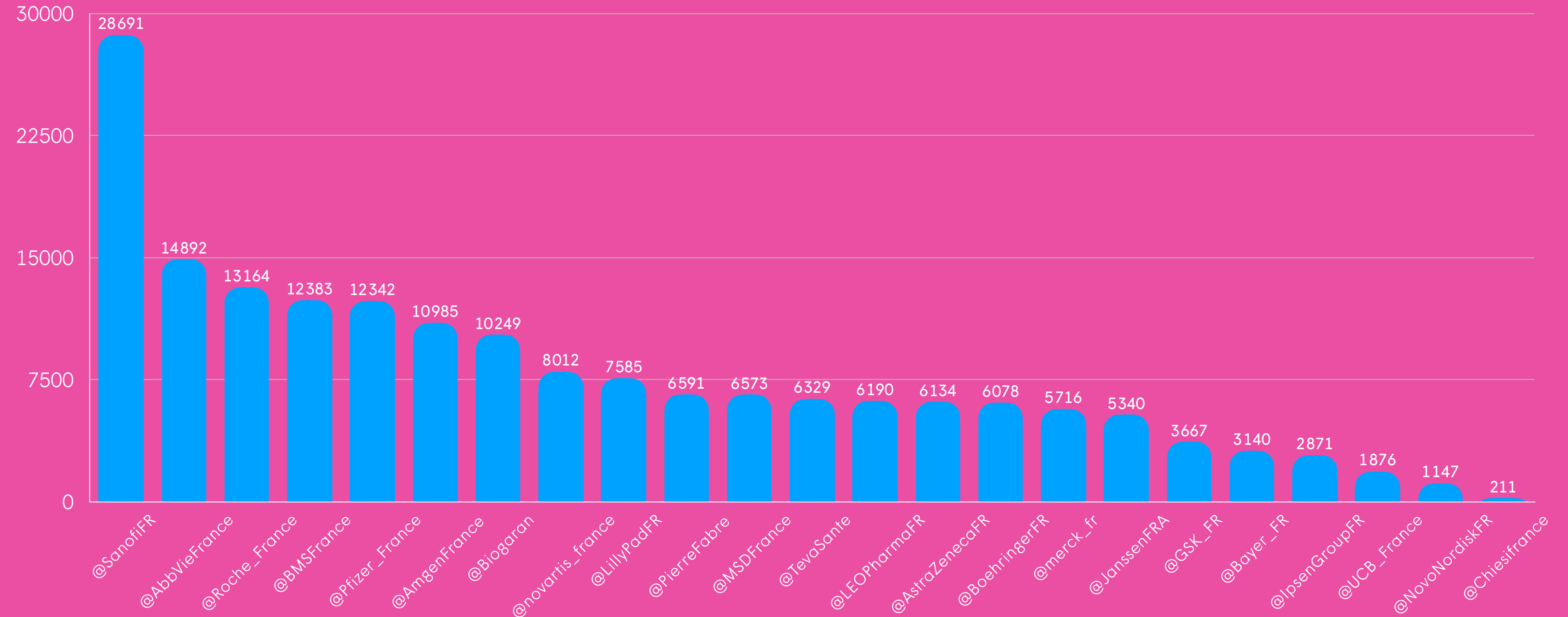
Abonnés

- Un **TOP 5** qui change pour la première fois depuis de nombreux mois avec le **passage de BMS devant Pfizer.**

Top 5 nombre d'abonnés à fin T3 2022



Classement global selon le nombre d'abonnés au 30/09/2022



Abonnés

- La **progression moyenne** sur le 3^e trimestre 2022 est de **267 nouveaux abonnés** versus 240 pour le T2 2022*.

Top 5 progression abonnés T2 2022



Top 5 progression abonnés T3 2022

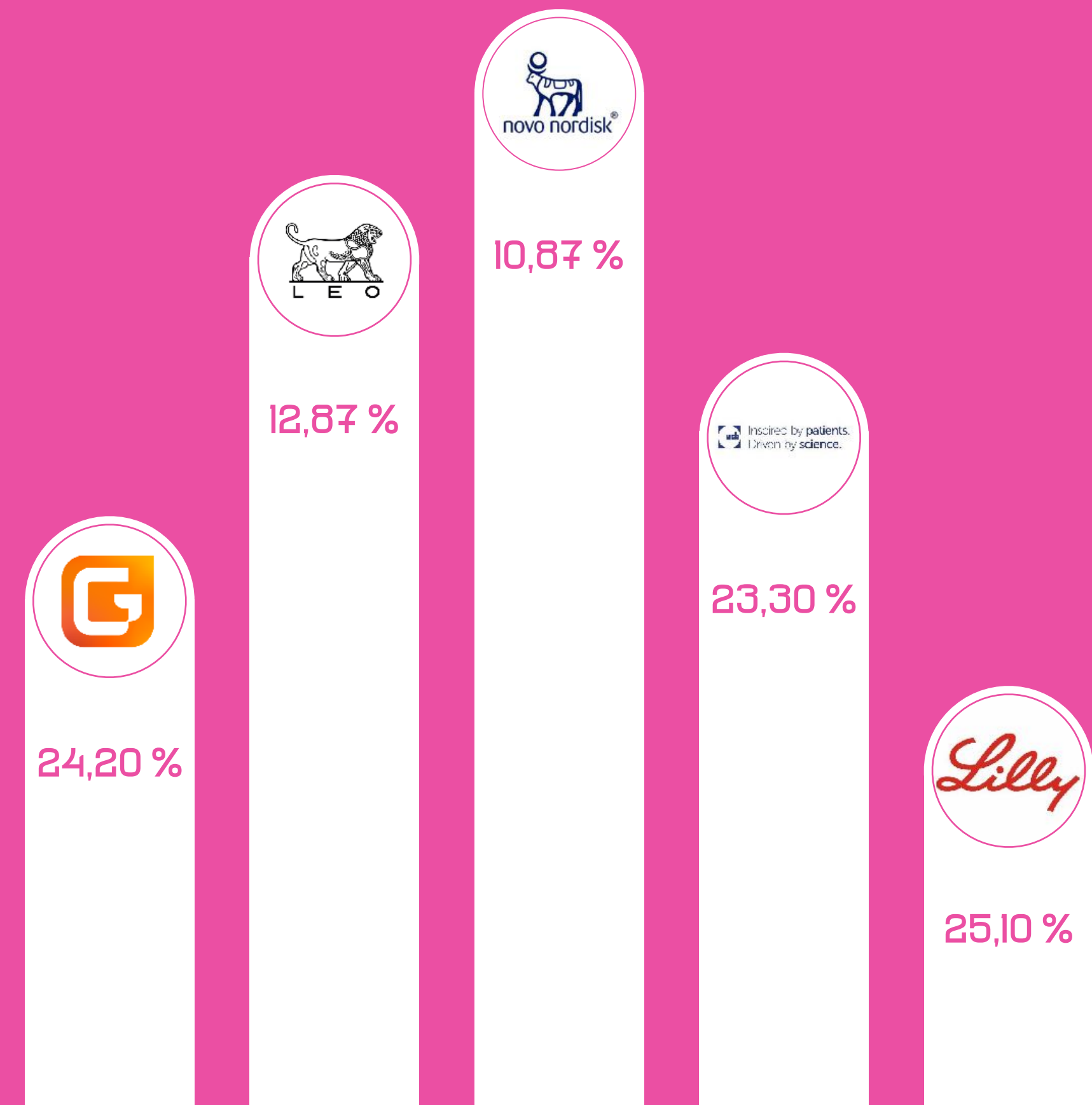


Fake followers*

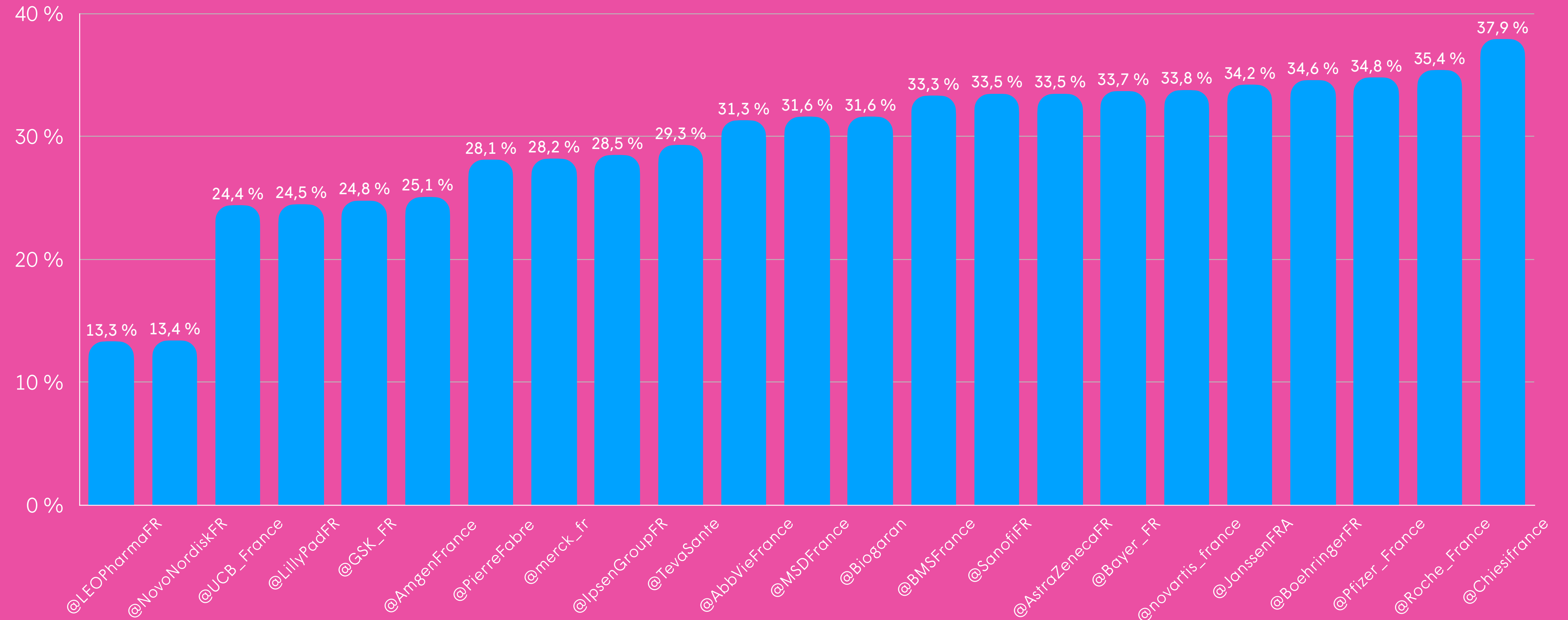
- Une moyenne de fake followers pour l'ensemble des comptes analysés en légère baisse lors du T3 (29,25% versus 30,13% lors du T2 2022).

*Qualité des followers : Une analyse de 2 000 abonnés d'un compte, tirés de façon aléatoire. Analyse de chaque abonné du compte en fonction de 25 critères. Chacun des 2 000 abonnés est noté de 1 à 10. **Les Fake Followers se caractérisent par des notes de 1, 2 ou 3 sur 10** et les points suivants : pas d'image de profil, inactif depuis plus de 120 jours, faible nombre de tweets, faible nombre d'abonnés ou d'abonnement, spams, robot...

Top 5 du plus petit nombre de Fake Followers à fin septembre 2022



Classement global selon le taux de fake followers au 30/09/2022

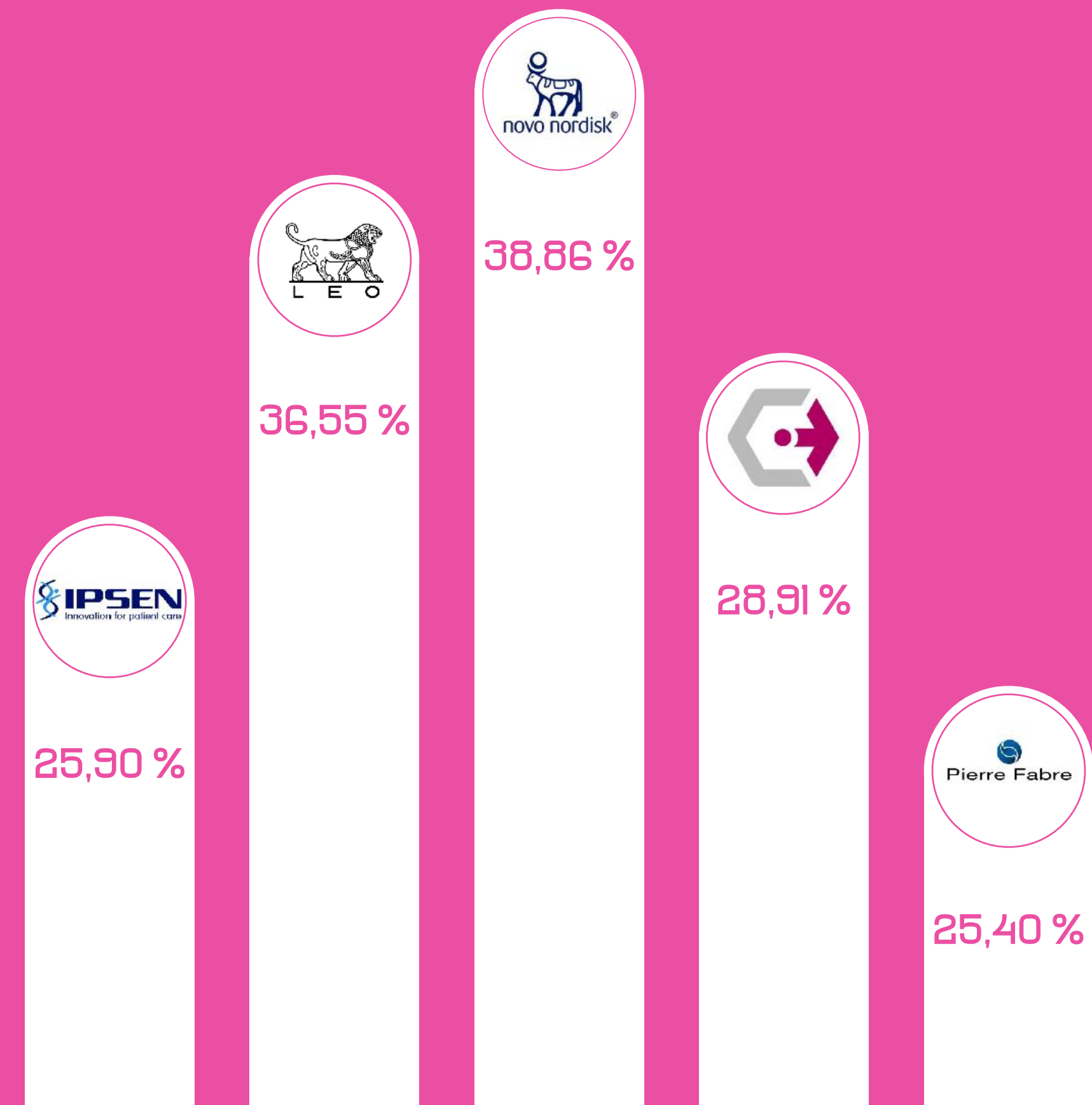


Top followers*

- Une moyenne mensuelle de top followers de **21,41 % sur le T3** (versus 20,24 % pour le T1 2022).

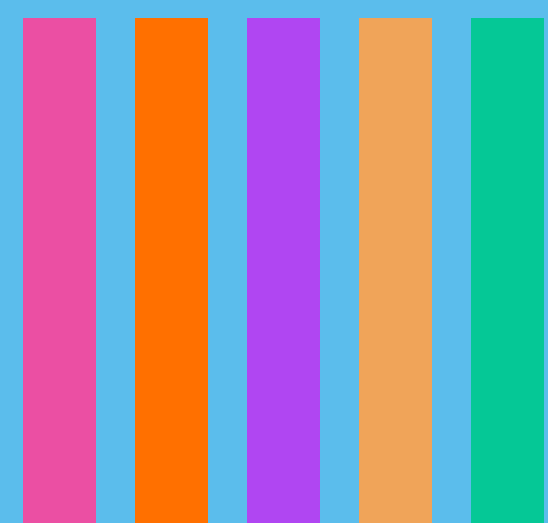
*Qualité des followers : Une analyse de 2 000 abonnés d'un compte, tirés de façon aléatoire. Analyse de chaque abonné du compte en fonction de 25 critères. Chacun des 2 000 abonnés est noté de 1 à 10. **Les Top Followers se caractérisent par des notes de 8, 9 ou 10 sur 10.** Ils sont l'opposé des Fake Followers. Un compte peut donc avoir un taux élevé de Fake followers et également un taux élevé de Top followers s'il a peu de followers avec des notes comprises entre 4 et 7.

Top 5 Top Followers au 30/09/2022



Focus tweets et contenus, Top Tweets, # & tendances

Édition T3 - 2022

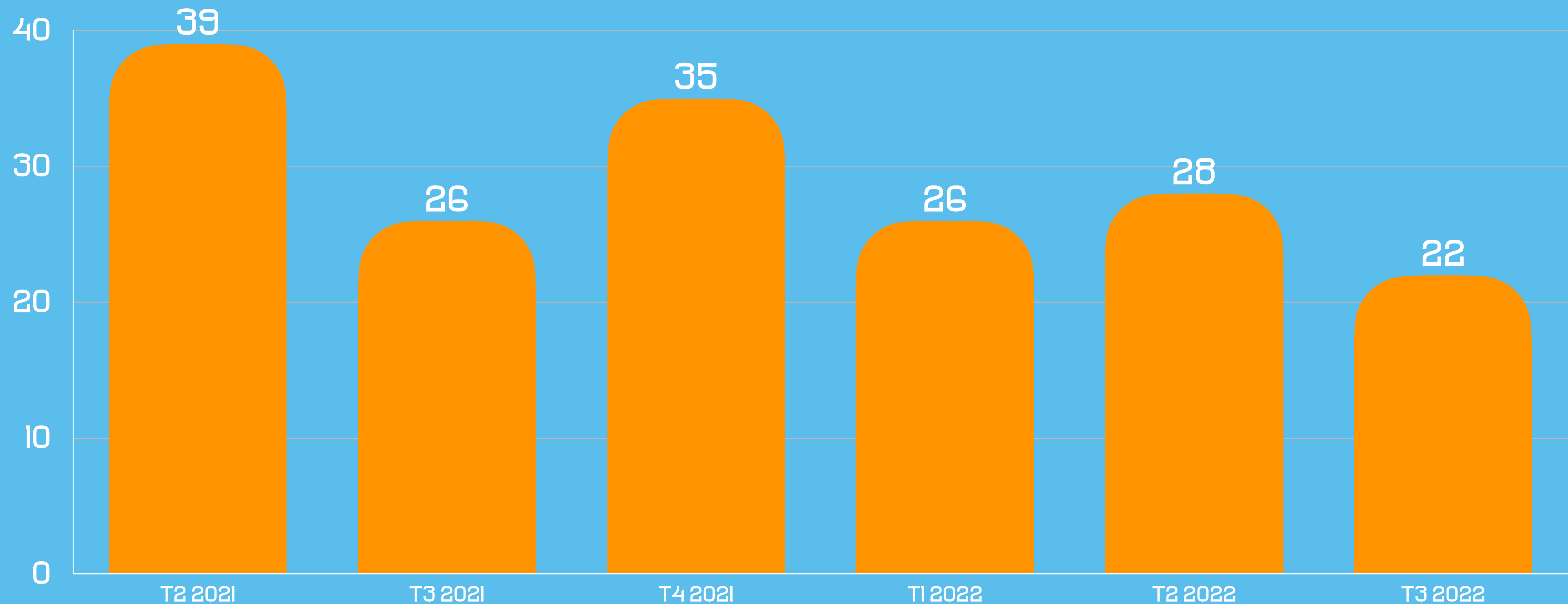


#BeyondTheScore



Une twittosphère pharma peu active cet été

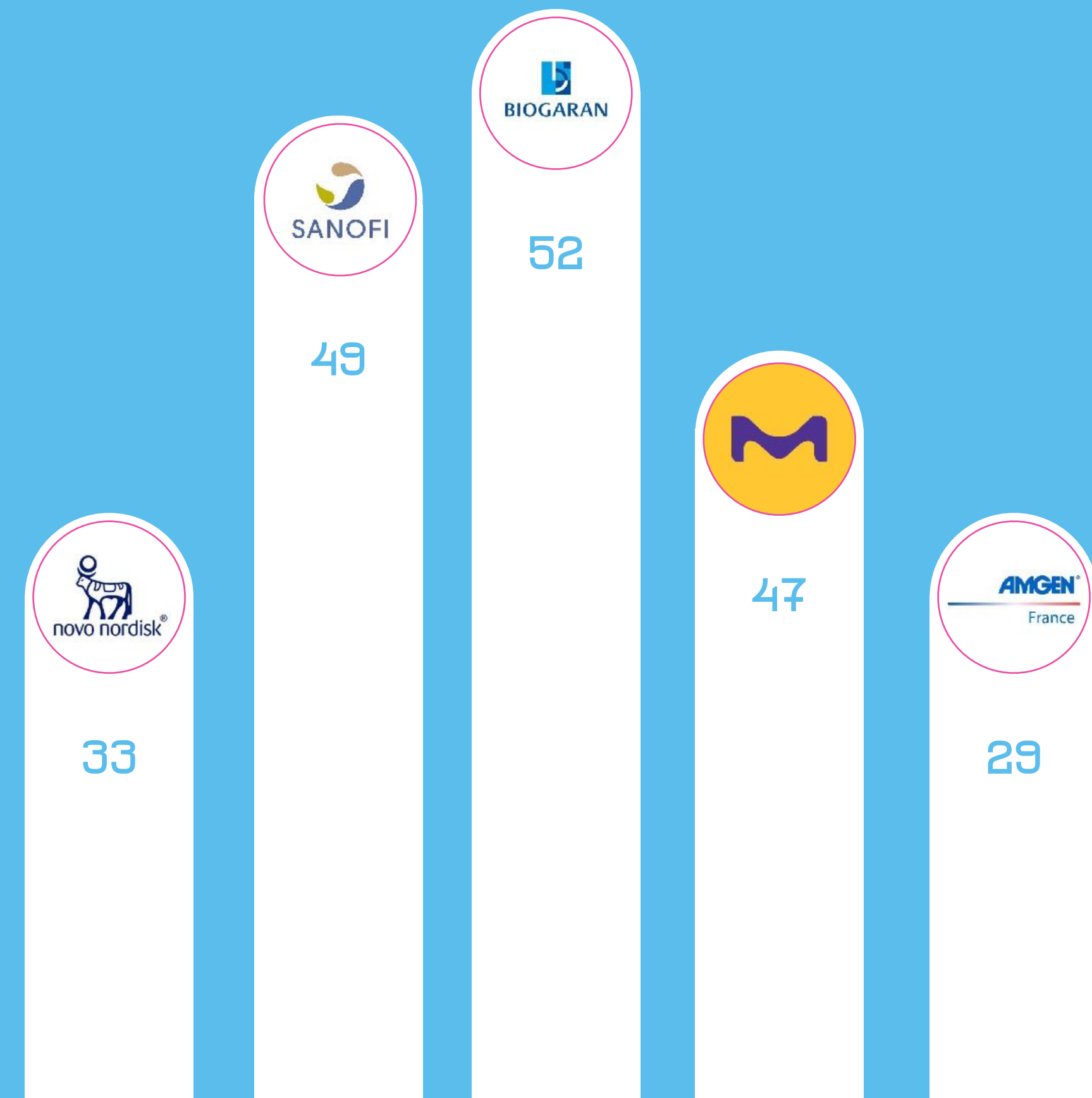
Évolution du volume moyen mensuel de tweets & retweets issus des comptes des principaux laboratoires pharmaceutiques présents sur Twitter



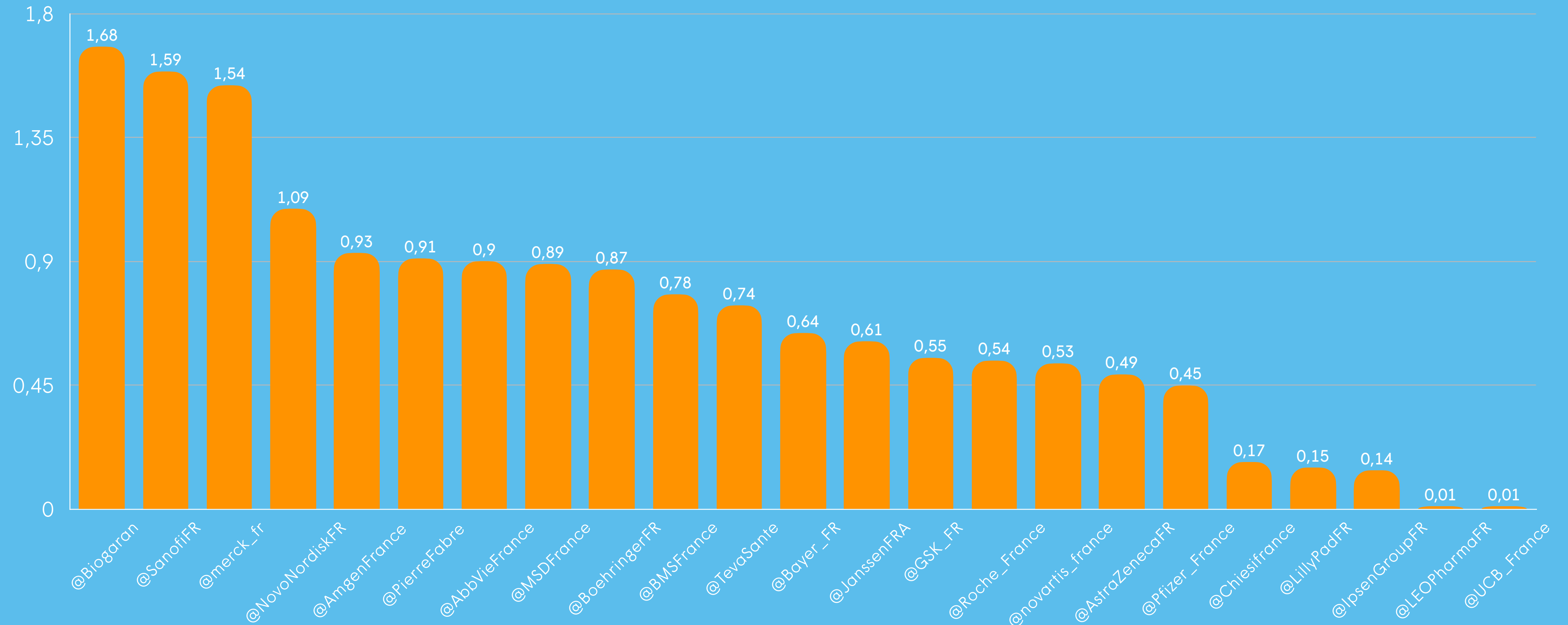
Une twittosphère pharma peu active

- Avec 0,71 tweet par compte et par jour en moyenne courant T2 2022 et une médiane située de 0,64 tweet quotidien, la pharma a été très peu active cet été...
- **Aucun compte n'a tweeté 2 ou plus fois par jour en moyenne**
- **Et seulement 4 entre 1 et 2 fois...**

Top 5 du plus grand volume de Tweets ou retweets courant T3 2022
(Moyenne mensuel)



Classement global selon le nombre moyen de tweets par jour lors du T3 2022



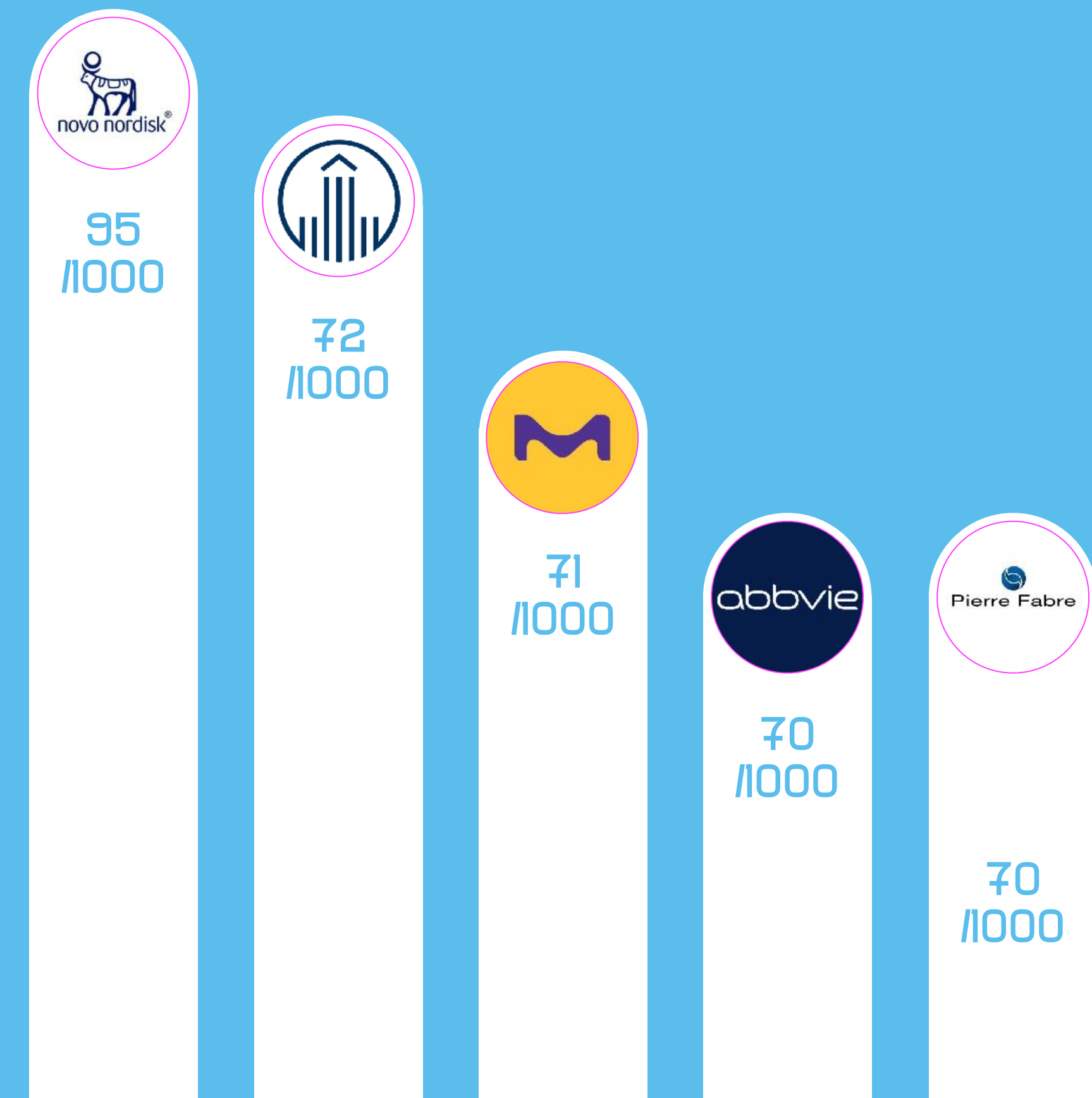
Best tweets selon le taux d'interaction* T3 2022

- Le top 5 du 3^e trimestre 2022 est complètement modifié par rapport au 2^e trimestre. Seul Novo Nordisk conserve sa 1^{re} place.

*Nombre moyen de réponses par tweet aux tweets d'un jour par rapport au nombre d'abonnés du même jour dans la période sélectionnée. Si un compte ayant 200 abonnés reçoit un total de 30 réactions à ses 10 tweets d'une journée, l'interaction est de 1,5 % ($30/10/200 = 0,015 = 1,5\%$).

Top 5 best tweets T3 2022

(en nombre de tweets parmi les 1000 meilleurs du trimestre)



Best tweets, de quoi parlent-ils ?

- Meilleurs tweets en fonction du taux d'interaction pour les comptes classés en tête des Best Tweets du trimestre.



Le Top 10 des # par trimestre

- Les # les plus utilisés parmi l'ensemble des tweets publiés par trimestre.

T4 2021

#santé	151
#patients	121
#cancer	97
#forumpatientpfizer	87
#innovation	82
#pharmaciens	74
#psoriasis	73
#rse	50
#maladie	49
#science	45

T1 2022

#santé	108
#innovation	102
#cancer	98
#science	88
#patients	76
#pharmaciens	65
#maladiesrares	58
#choixdelascience	49
#oncologie	41
#rarediseaseday	38

T2 2022

#cancer	122
#patients	105
#santé	94
#pharmaciens	90
#innovation	82
#vivatech	62
#science	58
#pierrefabre	53
#sep	43
#rse	39

T3 2022

#cancer	83
#patientes	68
#santé	61
#PierreFabre	51
#pharmaciens	53
#diabète	30
#science	28
#septembreturquoise	26
#oncologie	25
#infoofficine	24

Tendances T3 2022 * Mobilisation des collaborateurs

- Les collaborateurs de l'industrie pharmaceutique se sont mobilisés, notamment à la rentrée, autour de nombreux événements solidaires et de sensibilisation de différentes pathologies : courses, challenges...



Tendances T3 2022 * L'engagement RSE

- Une nouvelle fois, les sujets RSE étaient très présents dans les lignes éditoriales des laboratoires au cours de ce trimestre : environnement, mobilité, diversité...



Tendances T3 2022 * Communication RH

- Présentation des valeurs entreprise, valorisation des métiers et des hommes, recrutement... La communication RH était omniprésente ce trimestre.



Tendances T3 2022 * Journées mondiales

- Au cours de ce trimestre, les laboratoires poursuivent leurs publications autour de nombreuses journées mondiales pour sensibiliser le grand public avec des campagnes de prévention, invitant à passer à l'action pour le diagnostic ou l'accompagnement des patients : maladie de gaucher, cancers du sang, alzheimer, cancer de l'ovaire, personnes âgées...



Tendances T3 2022 * Actions terrain

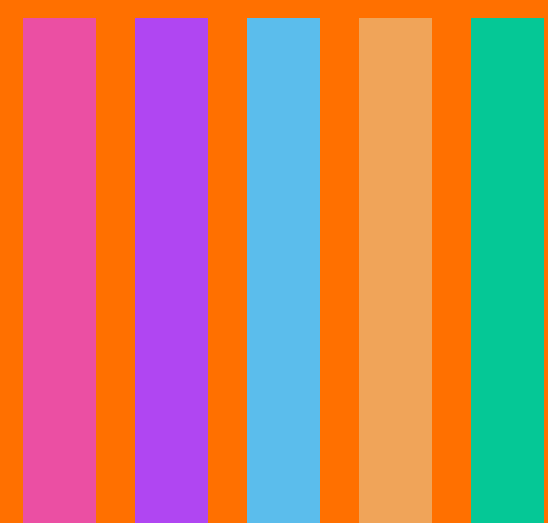
- Au cours de ce trimestre, les lignes éditoriales ont mis en avant les actions terrain autour de la sensibilisation ou la prévention.



Une question d'engagement

Focus Likes, RT, interactions et social score

Bilan T3 2022



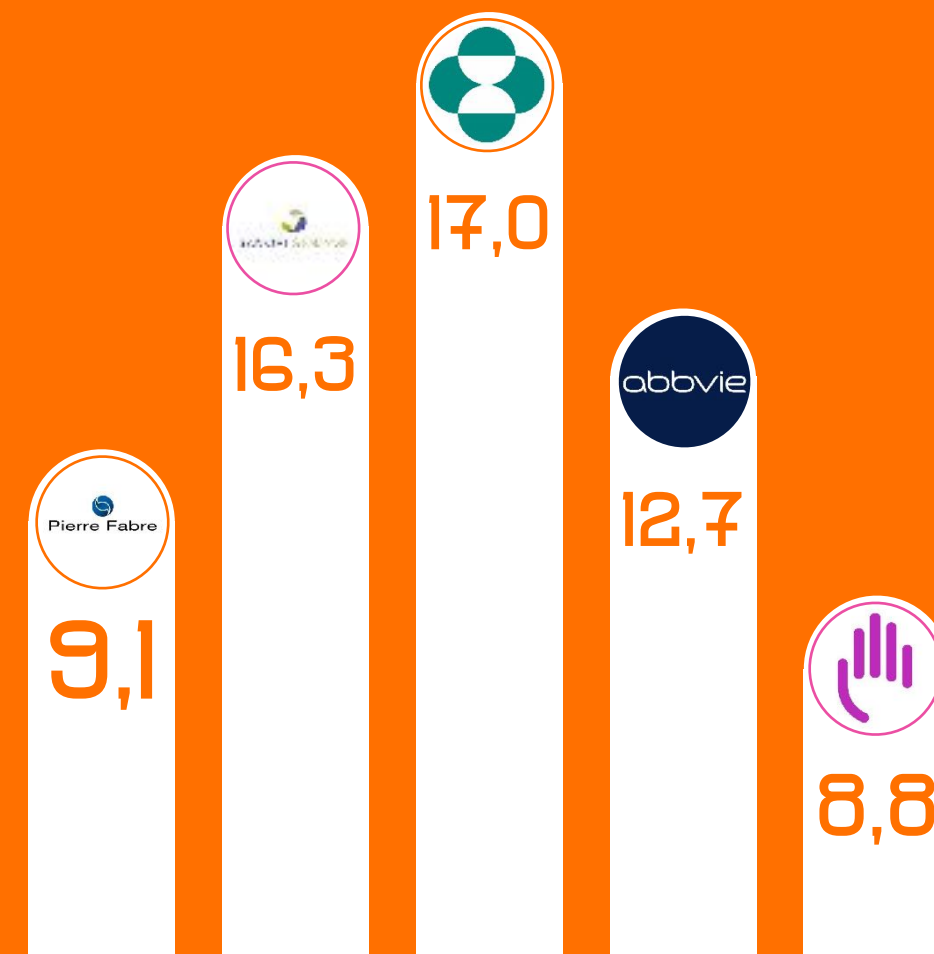
#BeyondTheScore



Likes / tweet

- Le nombre moyen de likes/tweet lors du T3 2022 continu de descendre : 5,4 likes / tweet en moyenne versus 6 pour le T2 2022 et plus de 7 lors du T1 2022...

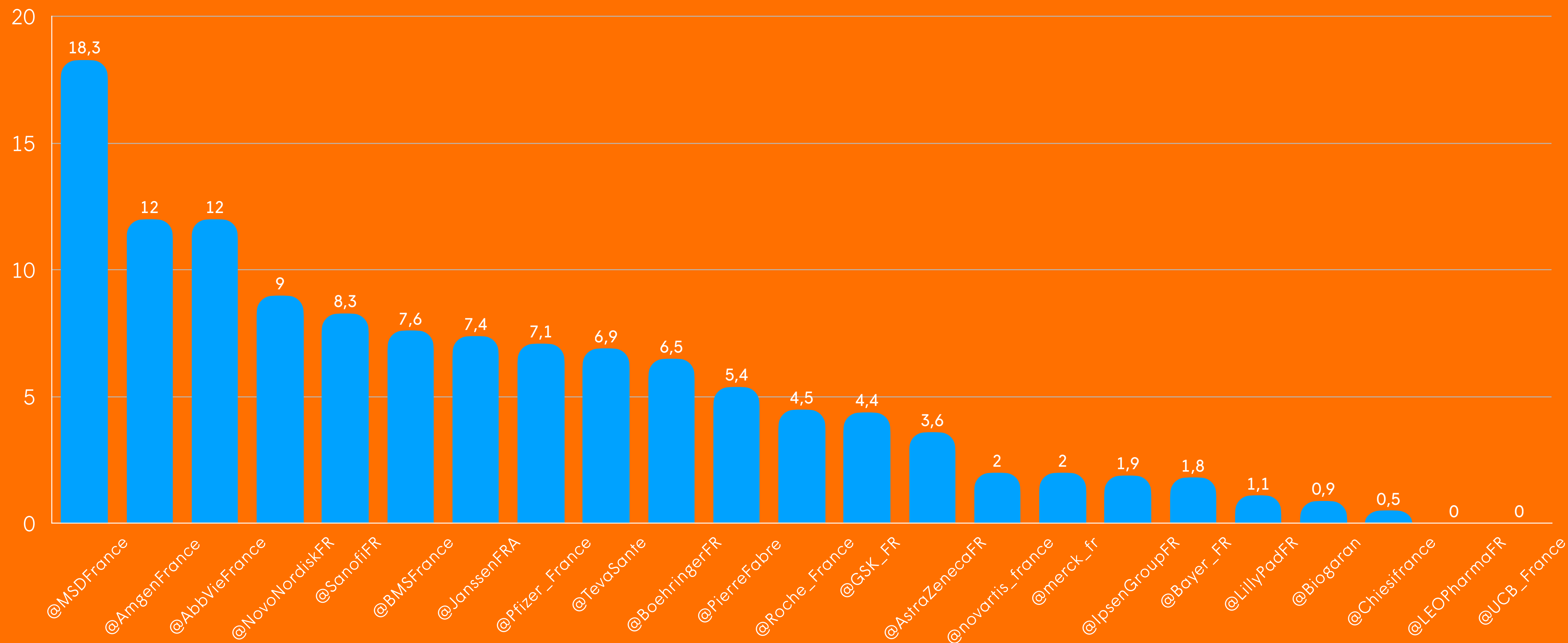
Top 5 likes / tweet T2 2022



Top 5 likes / tweet T3 2022



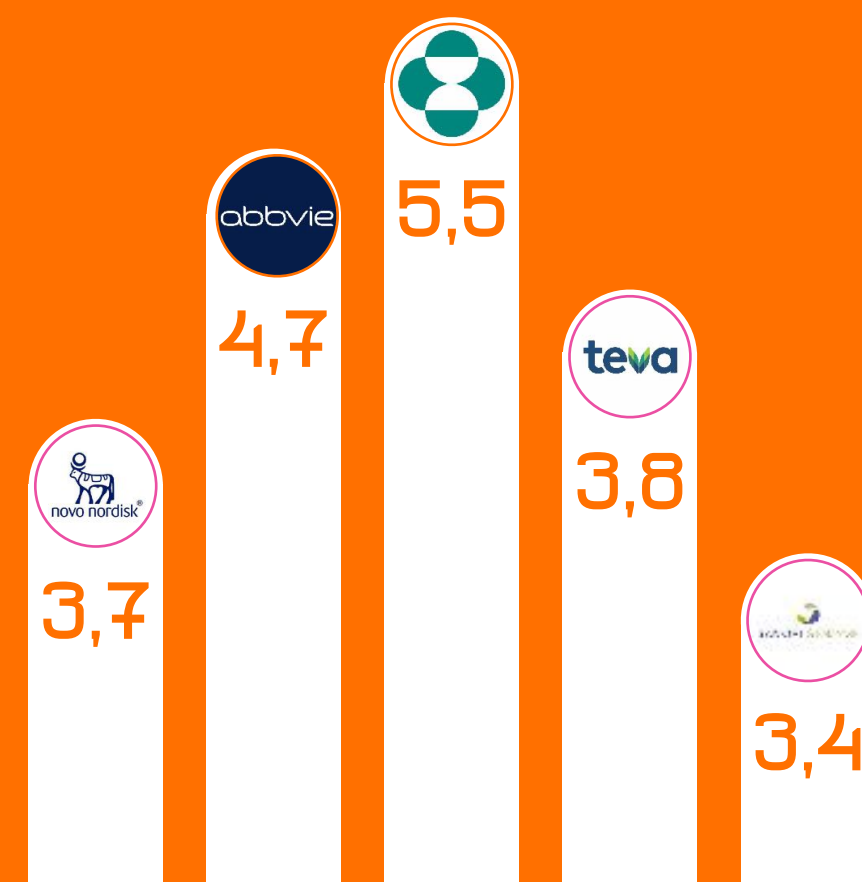
Classement global selon le nombre moyen de likes / tweet lors du T3 2022



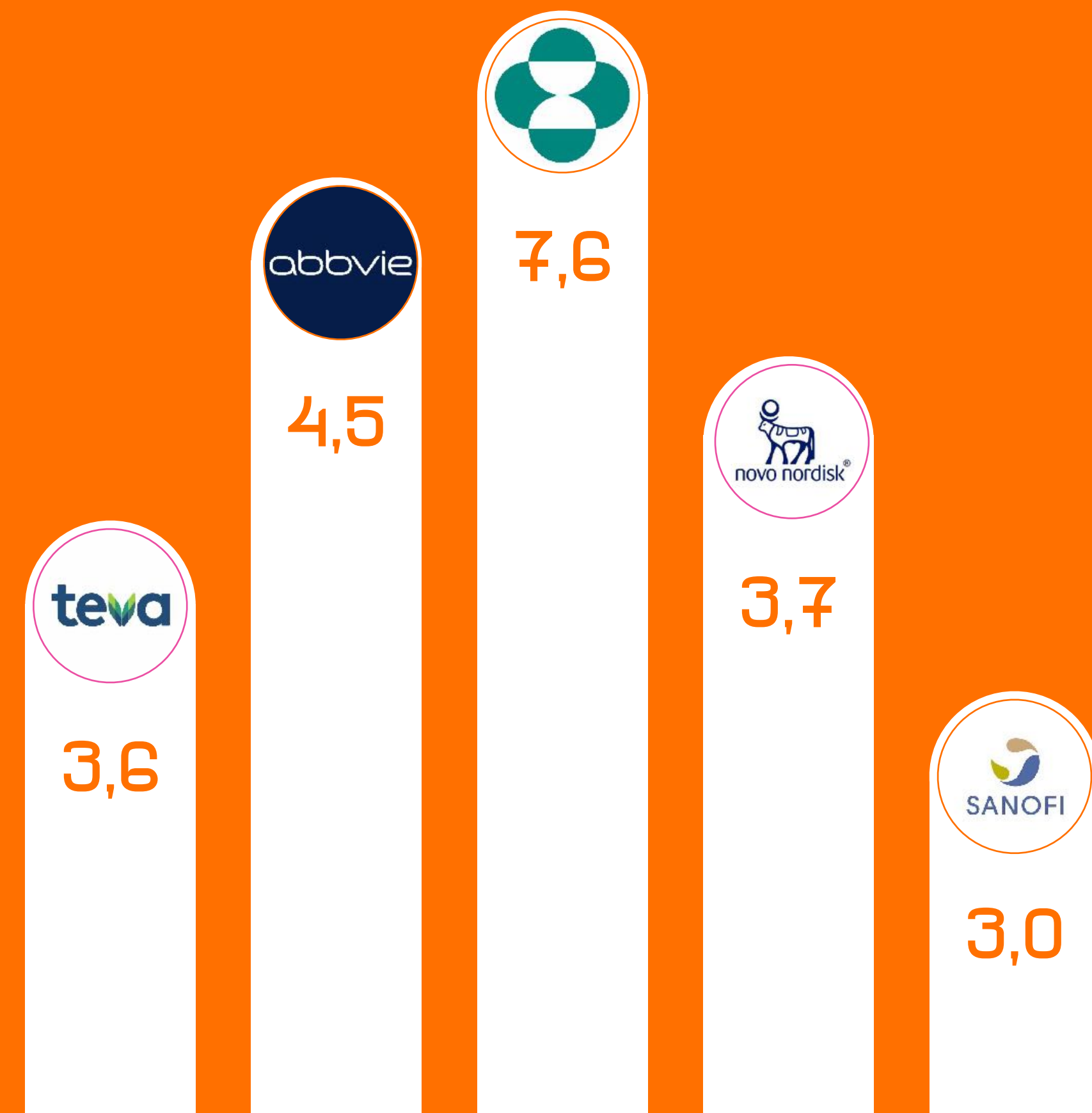
Retweets / tweet

- Comme la moyenne de likes/tweet, la moyenne de RT/tweet lors du T3 2022 continue de descendre : 2,2 RT/tweet lors du T1, 1,8 RT / tweet pour le T2 et 1,7 pour le T3 2022.

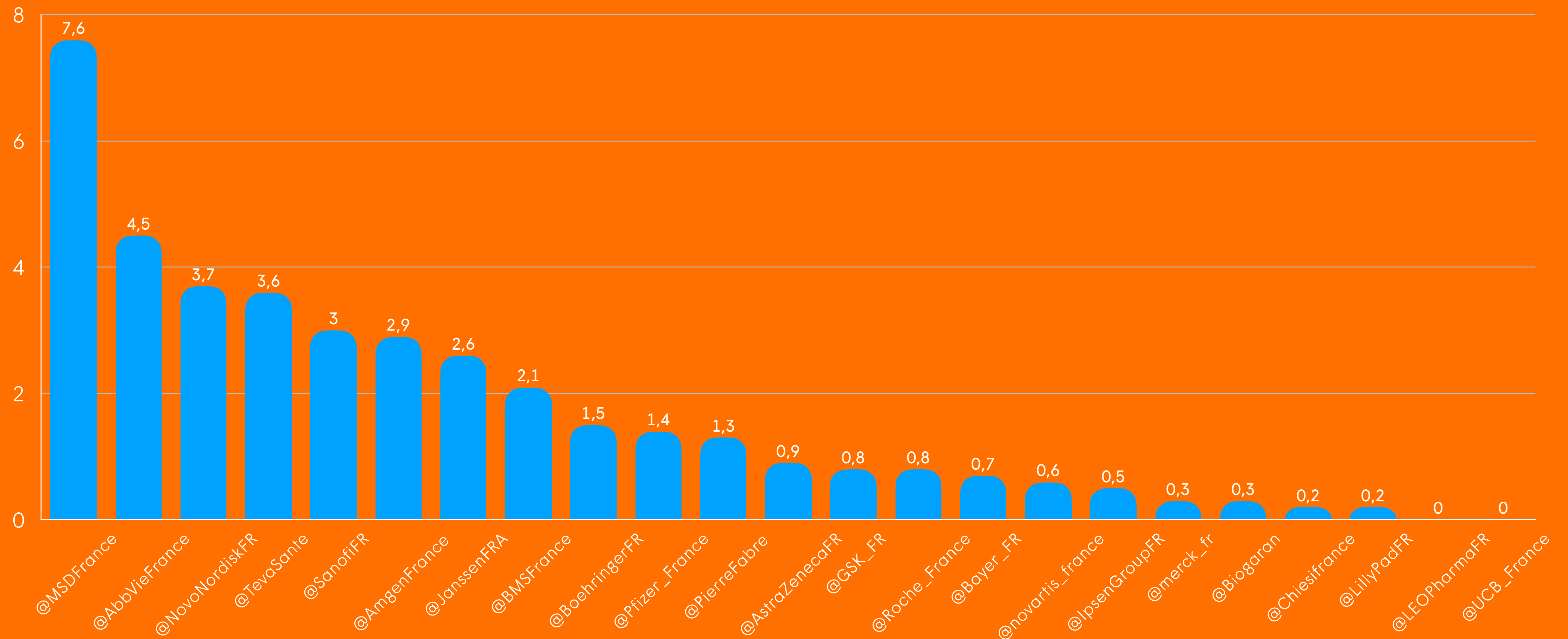
Top 5 RT / tweet T2 2022



Top 5 RT / tweet T3 2022



Classement global selon le nombre moyen de RT / tweet lors du T3 2022

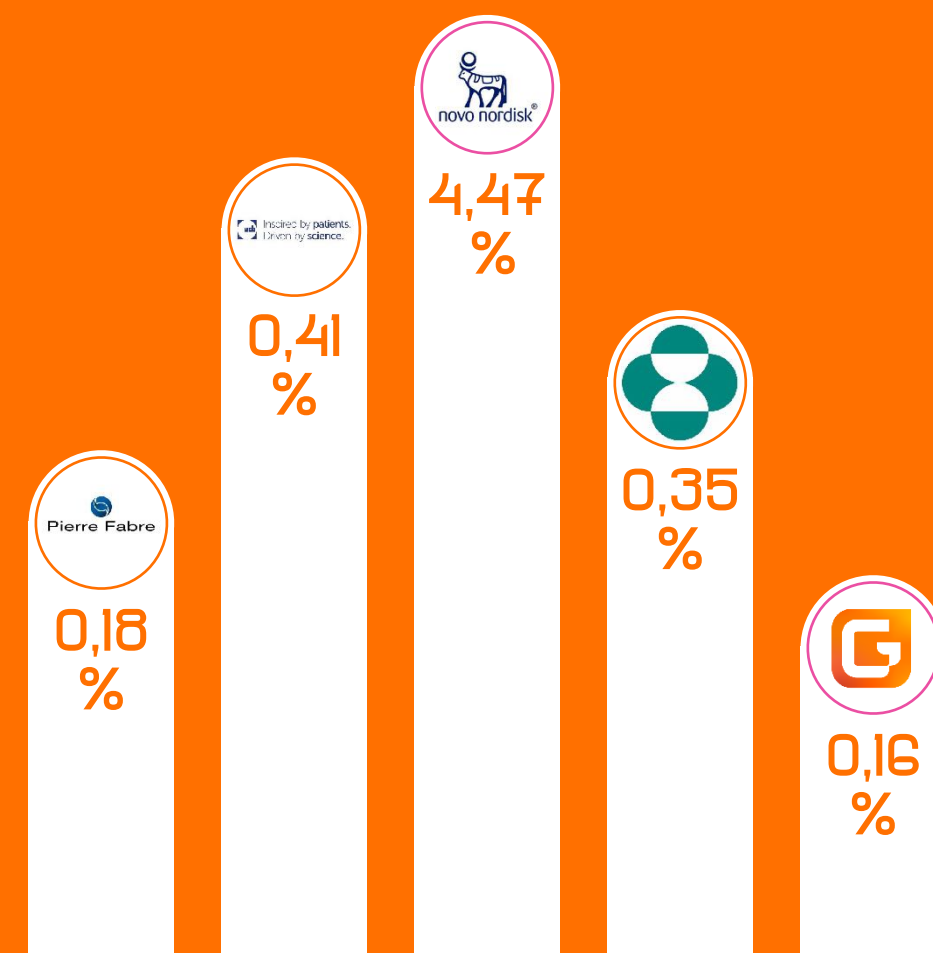


Interactions*

- Un **taux d'interactions moyen mensuel qui reste relativement élevé** ce trimestre, 0,29 % versus 0,69 % lors du T1 2022, en raison de l'arrivée récente de @NovoNordsikFR sur Twitter.
- En effet similaire à celui connu lors du T1 2021 avec l'arrivée de @GSK_FR

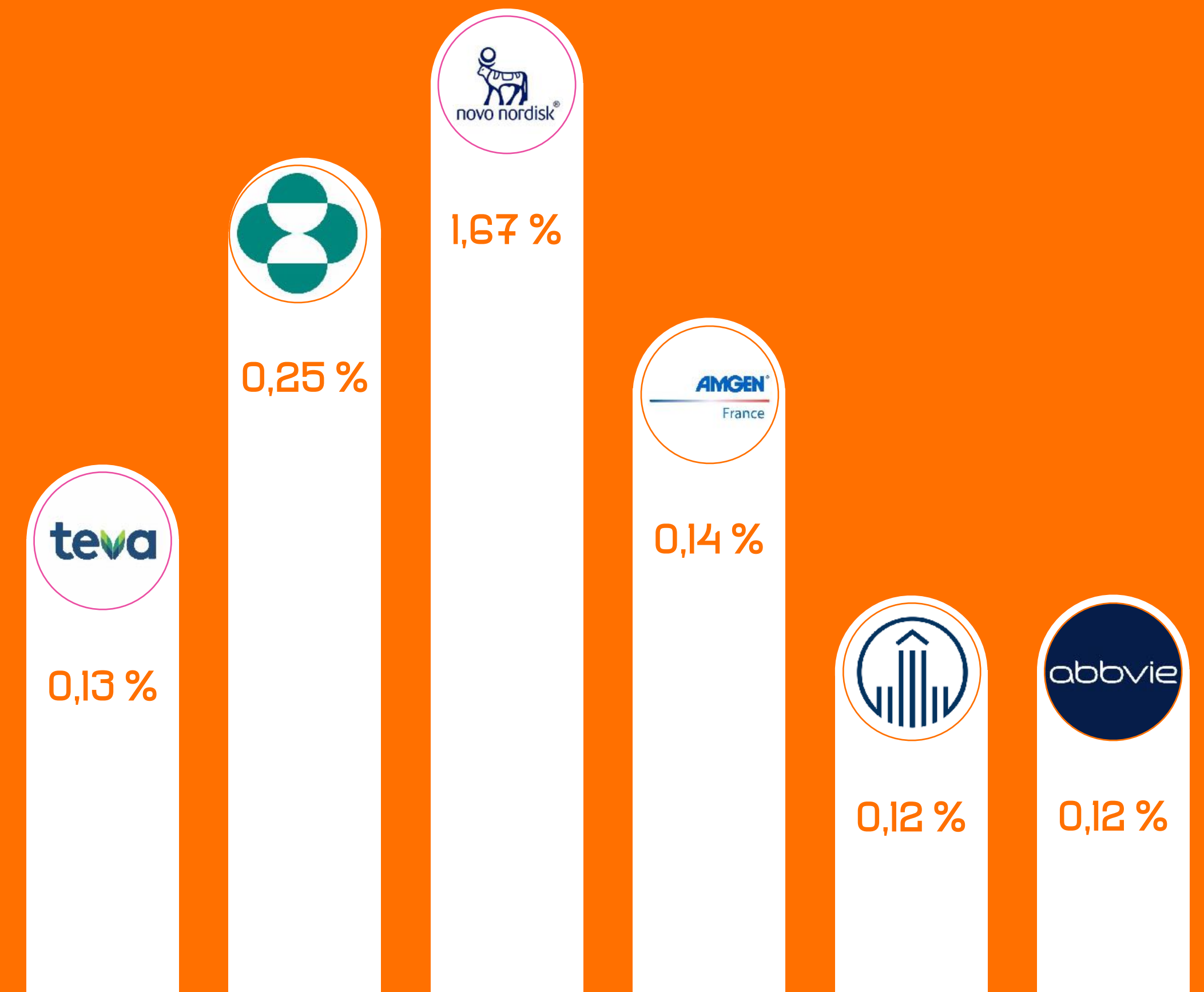
*Nombre moyen de réponses par tweet aux tweets d'un jour par rapport au nombre d'abonnés du même jour dans la période sélectionnée. Si un compte ayant 200 abonnés reçoit un total de 30 réactions à ses 10 tweets d'une journée, l'interaction est de 1,5 % ($30/10/200 = 0,015 = 1,5\%$).

Top 5 T2 2022

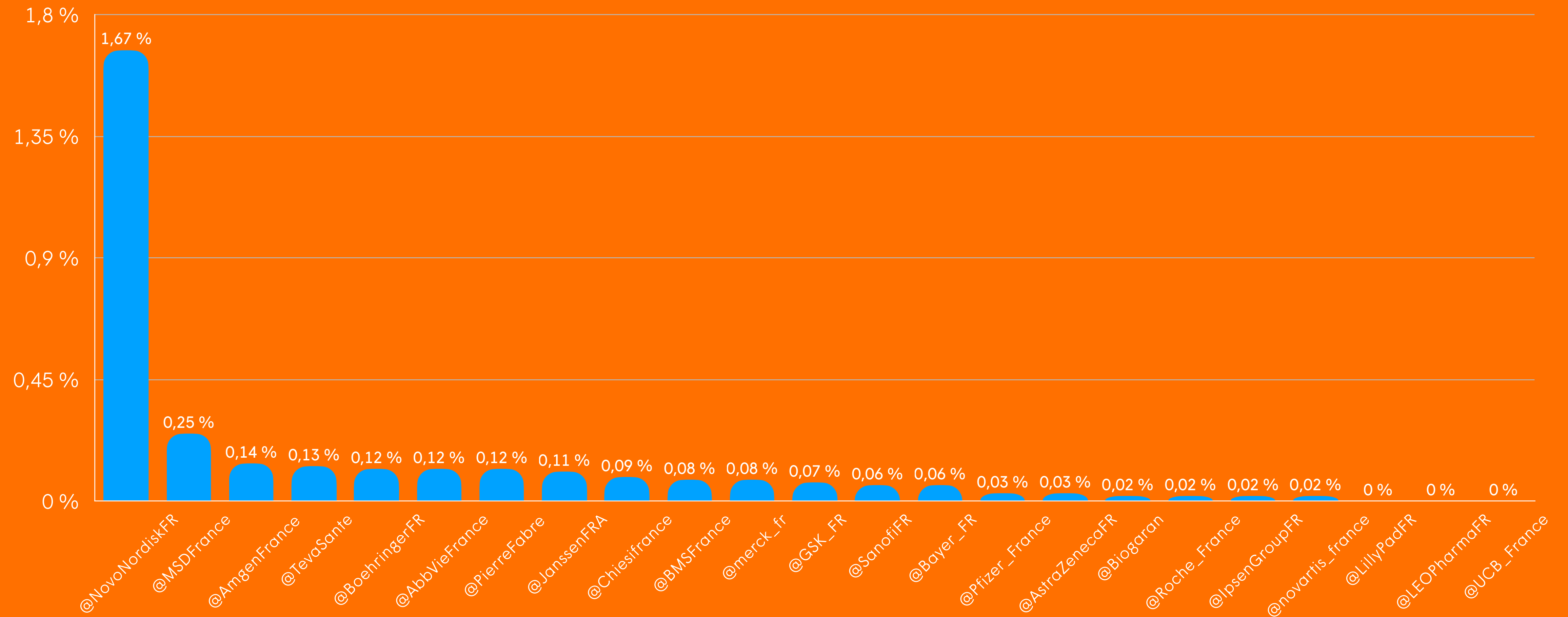


#BeyondTheScore * T3 2022

Top 5 taux d'interactions moyen mensuel T3 2022



Classement global selon le taux d'interactions moyen mensuel T3 2022



Social score

- Un **score moyen de 72 /100** (identique à ceux du T1 et T2 2022).
- Social score ou score d'engagement : une note traduisant un score composite permettant de comparer un compte Twitter à des comptes Twitter de taille approchante et reposant sur 4 critères :
 - La moyenne de RT (40 % de la note)
 - La moyenne des Likes (30 %)
 - Le nombre de tweets natifs par semaine (20 %)
 - Le ratio abonnement / abonnés (10 %)

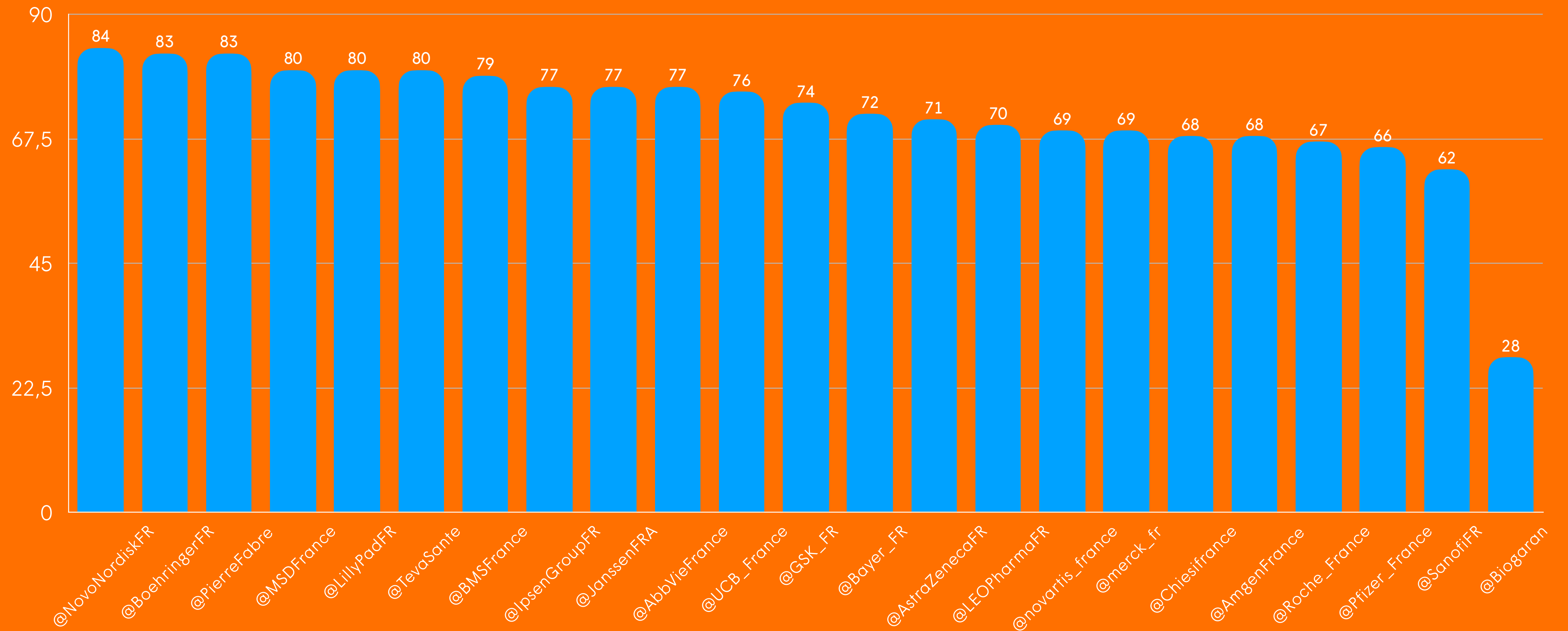
Top 5 T2 2022



Top 6 Social score moyen mensuel T3 2022



Classement global selon le social score au 30/09/2022



#BeyondTheScore

Le baromètre qui décortique la twittosphère Pharma
Bilan T3 2022

