#BeyondTheScore

Le baromètre qui décortique la twittosphère Pharma...
et éclaire les pratiques sur Instagram !

Bilan TI 2023

#BeyondTheScore

- Le baromètre de la Twittosphère pharmaceutique…
- et, nouveauté 2023, un **focus trimestriel sur les comptes Instagram corporates** des laboratoires pharmaceutiques présents en France

#BeyondTheScore

Focus Twittosphère pharmaceutique

Périmètre d'analyse Twitter

- 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

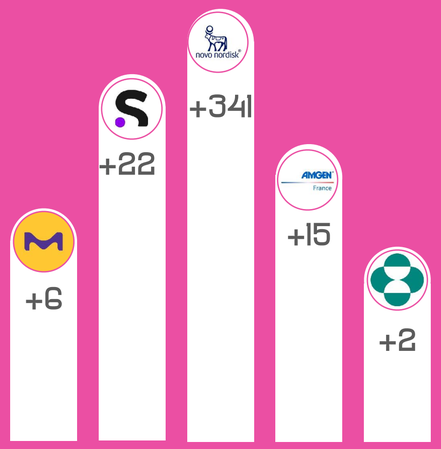
Abonnements & Abonnés
Ça bouge !

#BeyondTheScore

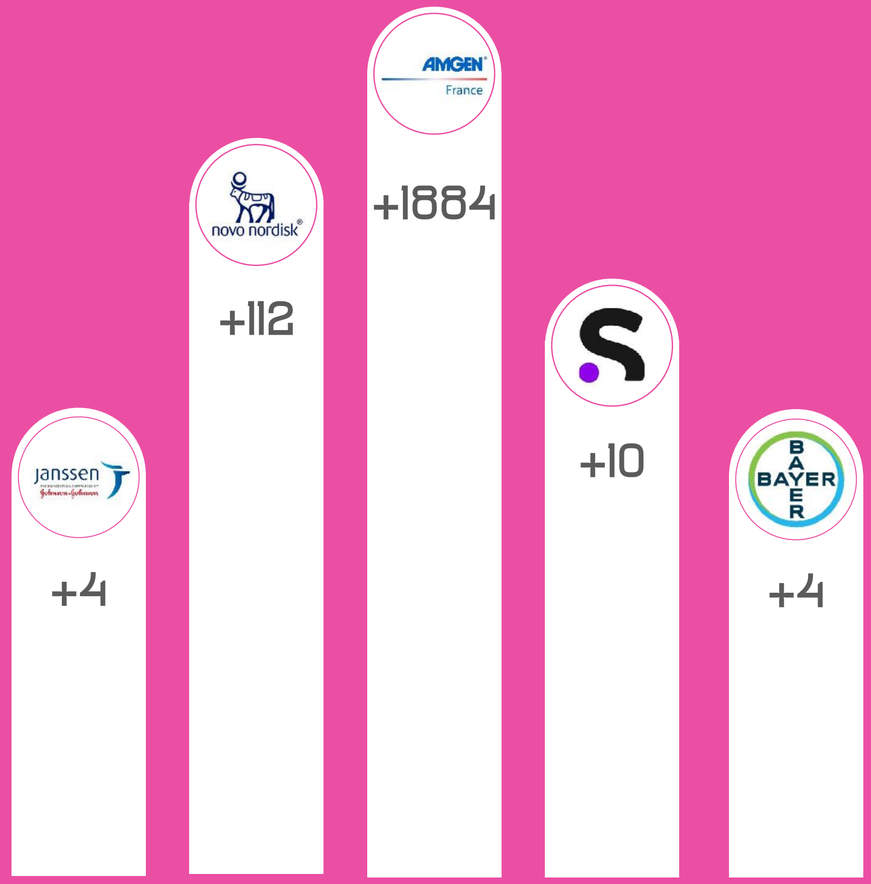
Abonnements

- Un nombre d'abonnements moyen par compte en très légère augmentation à fin T1 2023 vs T4 2022 : + 12 nouveaux abonnements en moyenne.

Top 5 progression abonnements T4 2022



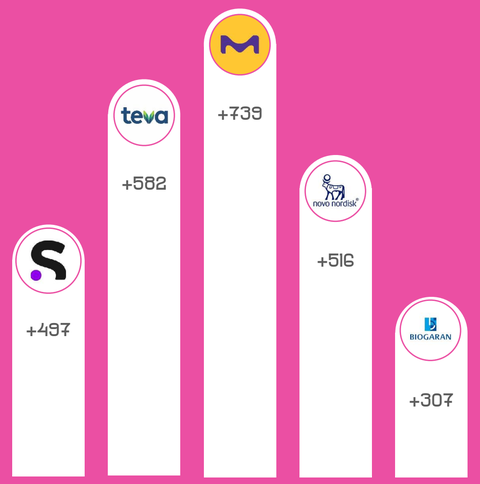
Top 5 progression abonnements T1 2023



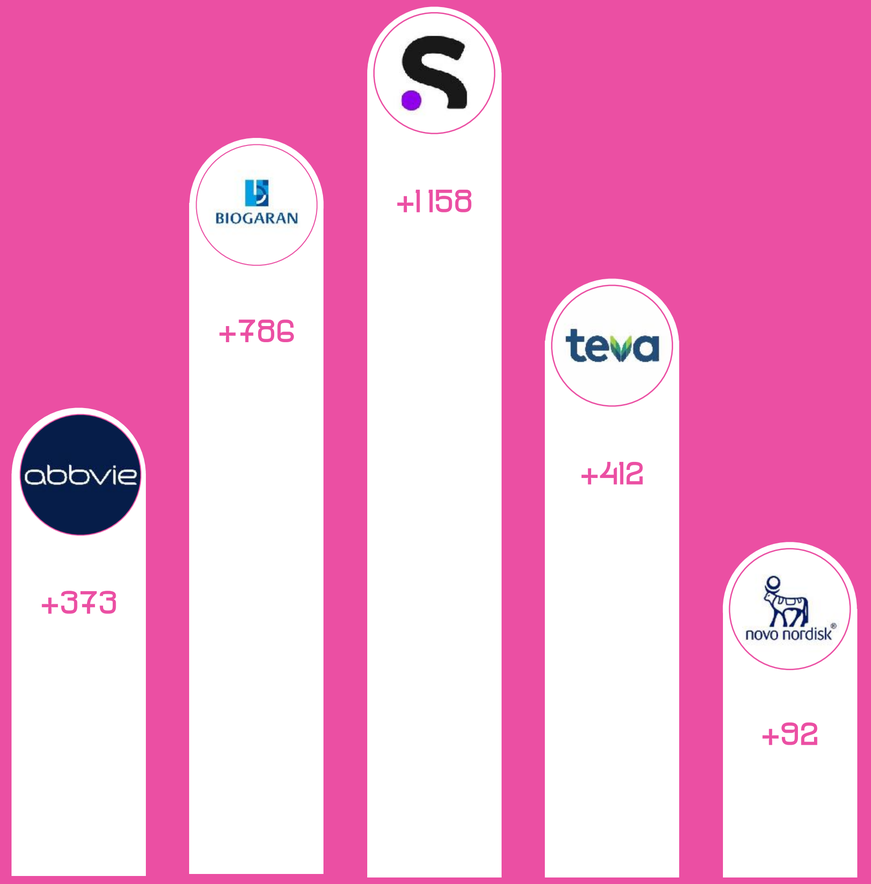
Abonnés

- Une croissance moyenne de **116 nouveaux abonnés** par compte sur les 3ers mois de l'année 2023 mais avec de fortes disparités. 12 comptes sont en progression.

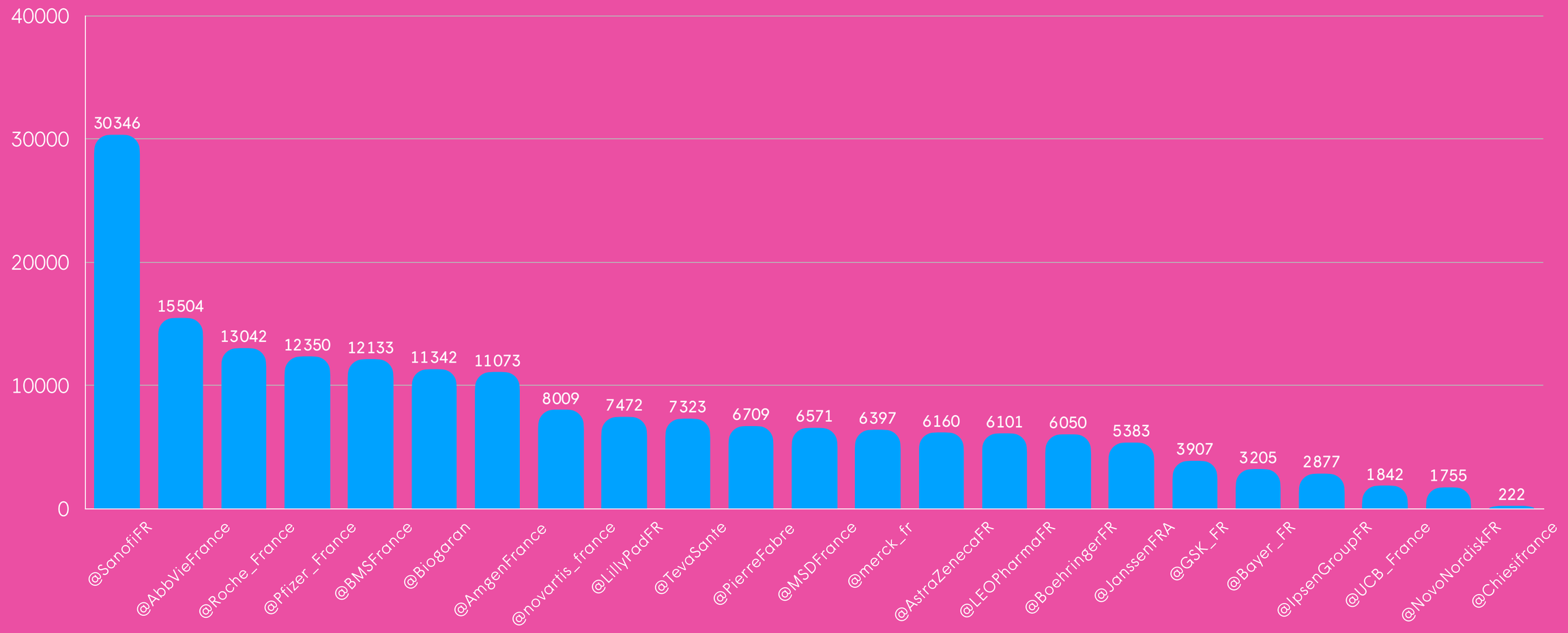
Top 5 progression abonnés T4 2022



Top 5 croissance abonnés T1 2023



Classement global selon le nombre d'abonnés au 31/03/2023

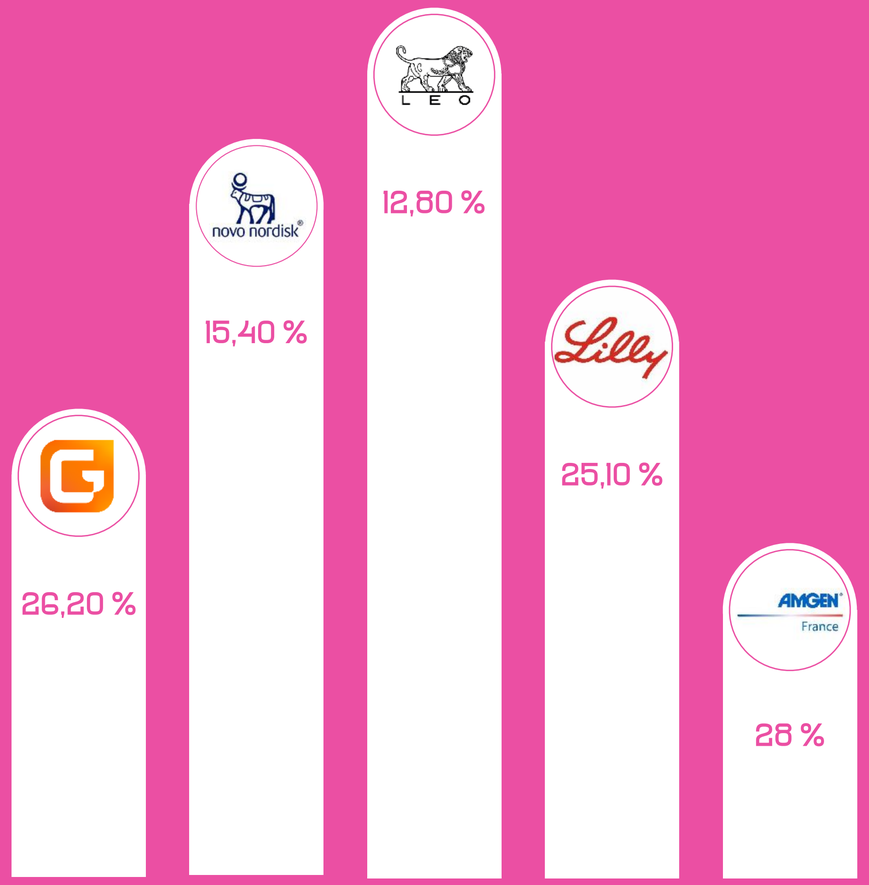


Fake followers*

- Une moyenne de Fake followers pour l'ensemble des comptes analysés en hausse de 3,06 % à fin T1 2023 versus T4 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 au 31/03/2023

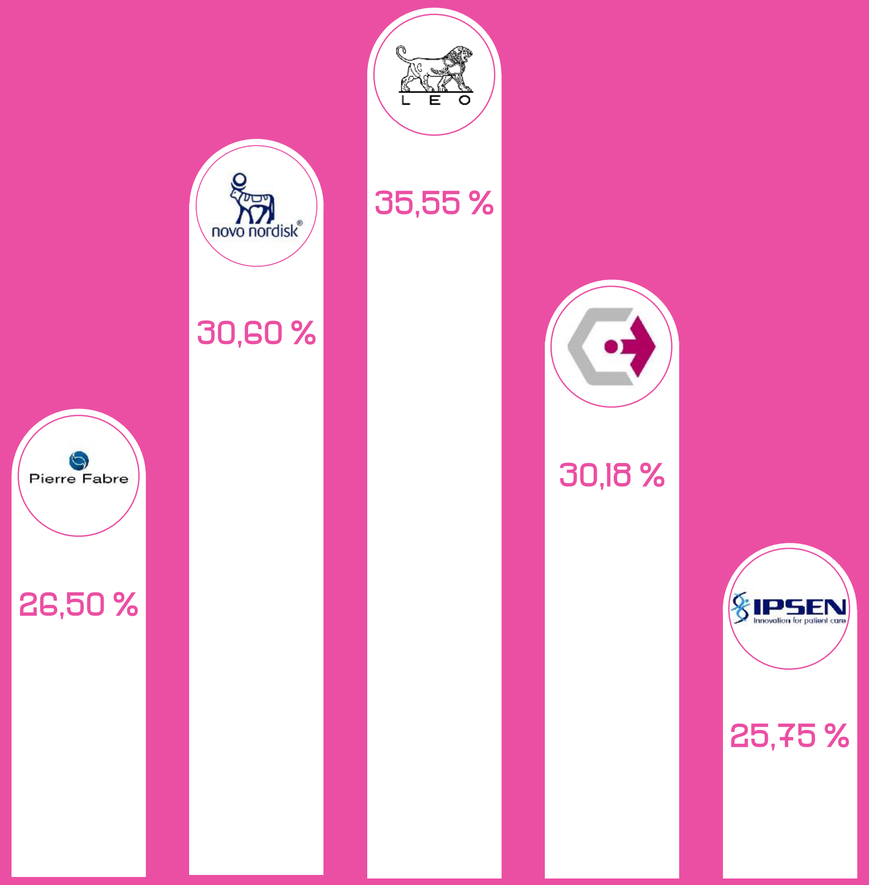


Top followers*

- Une moyenne de Top followers de **20,16 % à fin T1 2023** (versus 20,33 % fin T4 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 31/03/2023



Focus tweets et contenus, Top Tweets, # & tendances

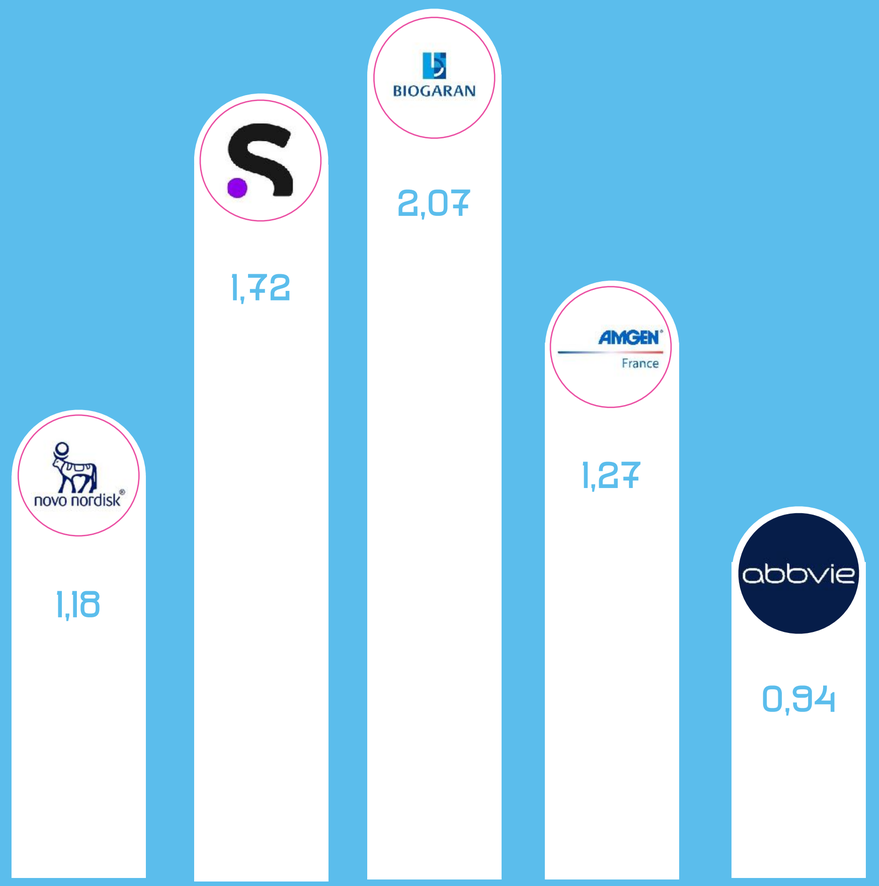
Bilan T1 2023

#BeyondTheScore

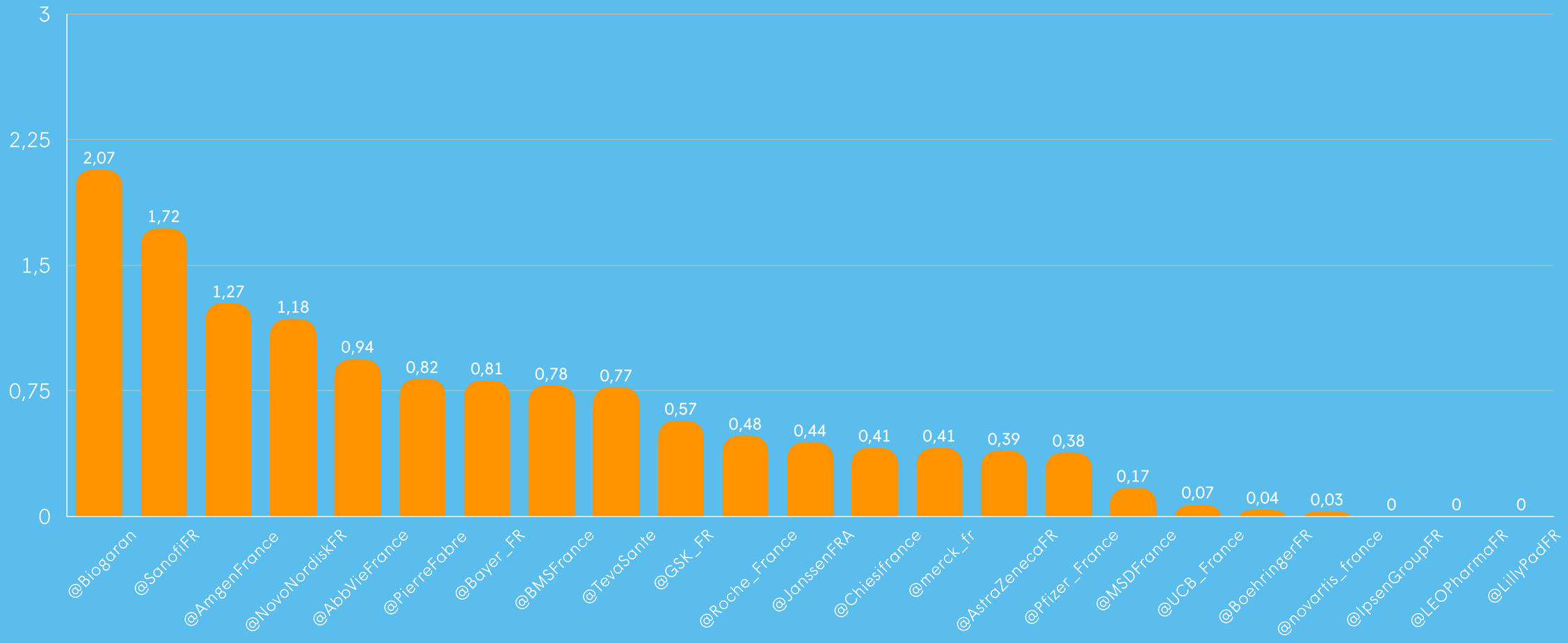
Une twittosphère pharma très peu active

- Avec 0,60 tweet par compte et par jour en moyenne courant T1 2023 (0,81 pour T4 2022) et une médiane de 0,44 tweet quotidien, la pharma a été très peu active en ce début année…
  - **Seuls 4 comptes ont twitté plus d'1 fois par jour !**

Top 5 du plus grand nombre de tweets ou retweets courant T1 2023 (Moyenne quotidienne)



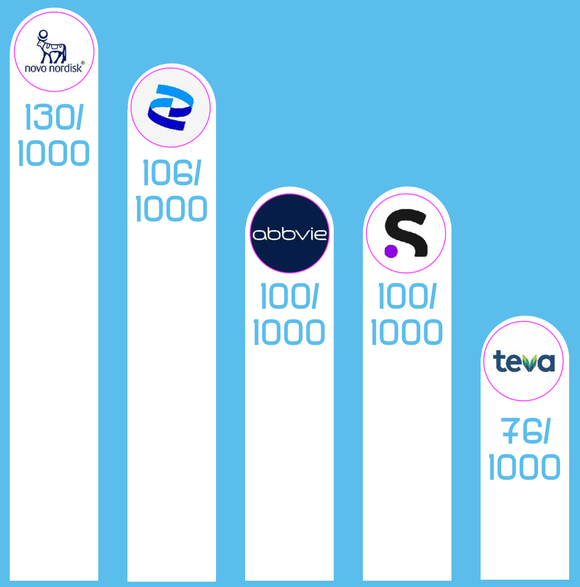
Classement global selon le nombre moyen de tweets par jour courant TI 2023



Best tweets selon le taux d'interaction*

Top 5 best tweets T4 2022

(en nombre de tweets parmi les 1 000 meilleurs du trimestre)



**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 a 200 abonnés et 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 T1 2023

(en nombre de tweets parmi les 1 000 meilleurs du trimestre)

#BeyondTheScore • Twittosphère • T1 2023

Best tweets, de quoi parlent-ils ?

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

Le Top 10 des # par trimestre

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

T2 2022		T3 2022		T4 2022		T1 2023	
#cancer	122	#cancer	83	#santé	74	#cancer	64
#patients	105	#patientes	68	#cancer	62	#santé	60
#santé	94	#santé	61	#patients	54	#patients	49
#pharmaciens	90	#PierreFabre	51	#infofficine	53	#PierreFabre	38
#innovation	82	#pharmaciens	53	#PierreFabre	40	#SIA2023	24
#vivatech	62	#diabète	30	#JournéeCroissance	37	#RSE	23
#science	58	#science	28	#MSDAVENIR	29	#MarsBleu	22
#pierrefabre	53	#septembreturquoise	26	#diabète	29	#médicaments	18
#sep	43	#oncologie	25	#TeamSanofi	26	#Paris2024	16
#rse	39	#infoofficine	24	#OctobreRose	25	#innovation	16

Tendances TI 2023 • Prévention et sensibilisation autour du cancer…

- La prévention et sensibilisation autour du cancer a été très présente au cours de ce 1er, trimestre notamment sur la Journée Mondiale contre le Cancer et sur Mars Bleu, mois de sensibilisation au cancer colorectal. Plusieurs laboratoires comme Amgen, Bayer, Pierre Fabre, Janssen, MSD ou Sanofi ont multiplié les publications avec des prises de paroles de collaborateurs ou le lancement de campagnes dédiées comme #Thewonderfulcolon (Pierre Fabre), #ProstateModeDEmploi (Bayer), #TesteTonSuperPouvoir (MSD) ou la participation de campagnes nationales comme #UneJonquilleContreleCancer de l'Institut Curie (Janssen).

Tendances TI 2023 • ...et des maladies rares

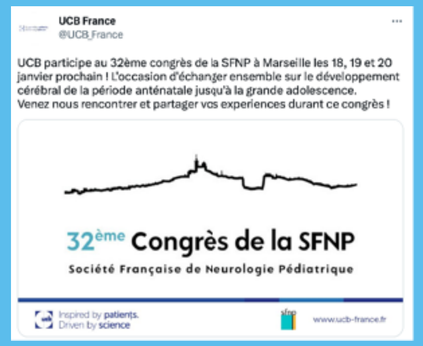
- La Journée internationale des Maladies Rares le 28 février a été l'occasion pour plusieurs laboratoires de communiquer autour de ces pathologies dont l'errance diagnostique est très présente.

Tendances TI 2023 • La diversité et les femmes à l'honneur

- Le sujet de la diversité et de la place des femmes en santé reste très présent dans les lignes éditoriales au cours de ce 1er trimestre, marqué notamment par la Journée des Femmes en Science (11 février) et la Journée Internationale des droits des femmes (8 mars). À noter quelques campagnes comme celle d'Amgen sous le hashtag #commited4good ou #EmbraceEquity (Janssen, Pfizer).

Tendances TI 2023 • La présence sur les congrès médicaux

- Les laboratoires souhaitent asseoir leur expertise et affirmer leur soutien aux professionnels de santé. Cela se traduit par de plus en plus de publications autour des congrès médicaux et de leur présence (vs 2022)



Tendances TI 2023 • Un engagement éco-responsable

- Les actions menées et engagements autour des enjeux de développement durable étaient très présentes dans les lignes éditoriales de ce trimestre : publication d'index et rapports ou campagnes de sensibilisation comme #Ecogestes (Bayer).

Une question d'engagement

Focus Likes, RT, interactions et social score

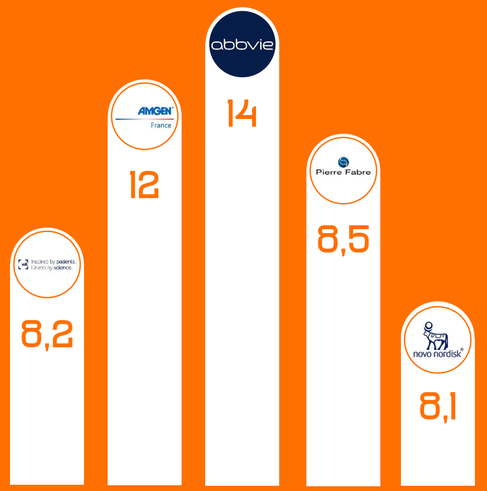
Bilan T1 2023

#BeyondTheScore

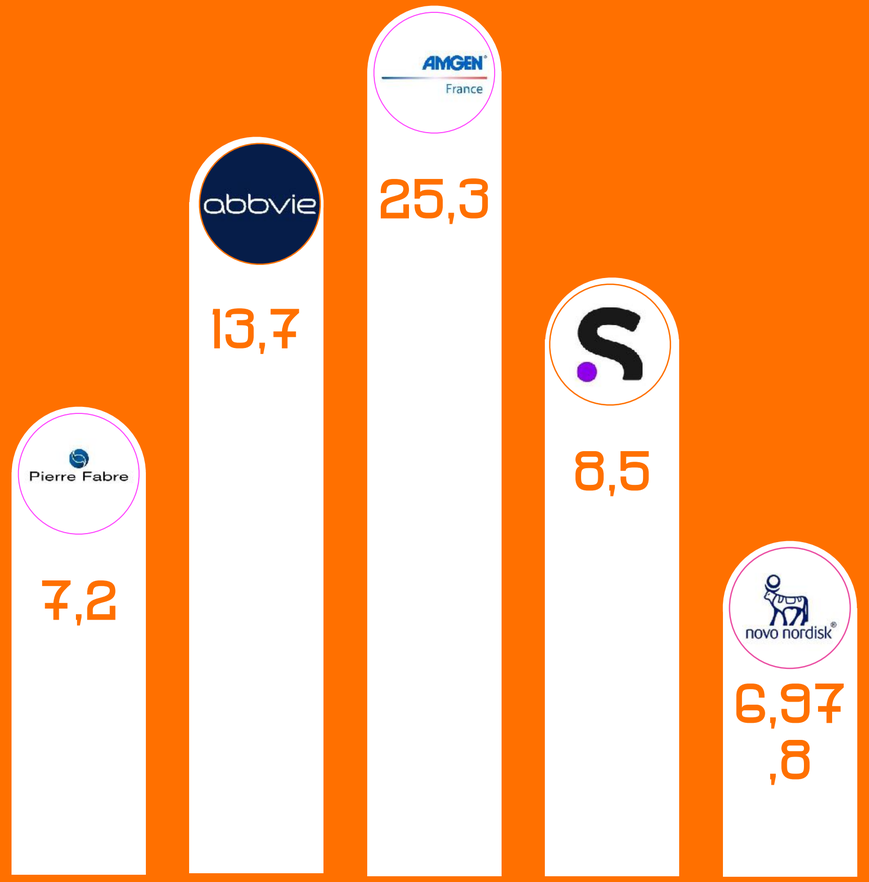
Likes / tweet

- Le nombre moyen de likes/ tweet lors du T1 2023 est en baisse. **La moyenne est désormais de 4,9 pour les 20 comptes actifs ce trimestre !**

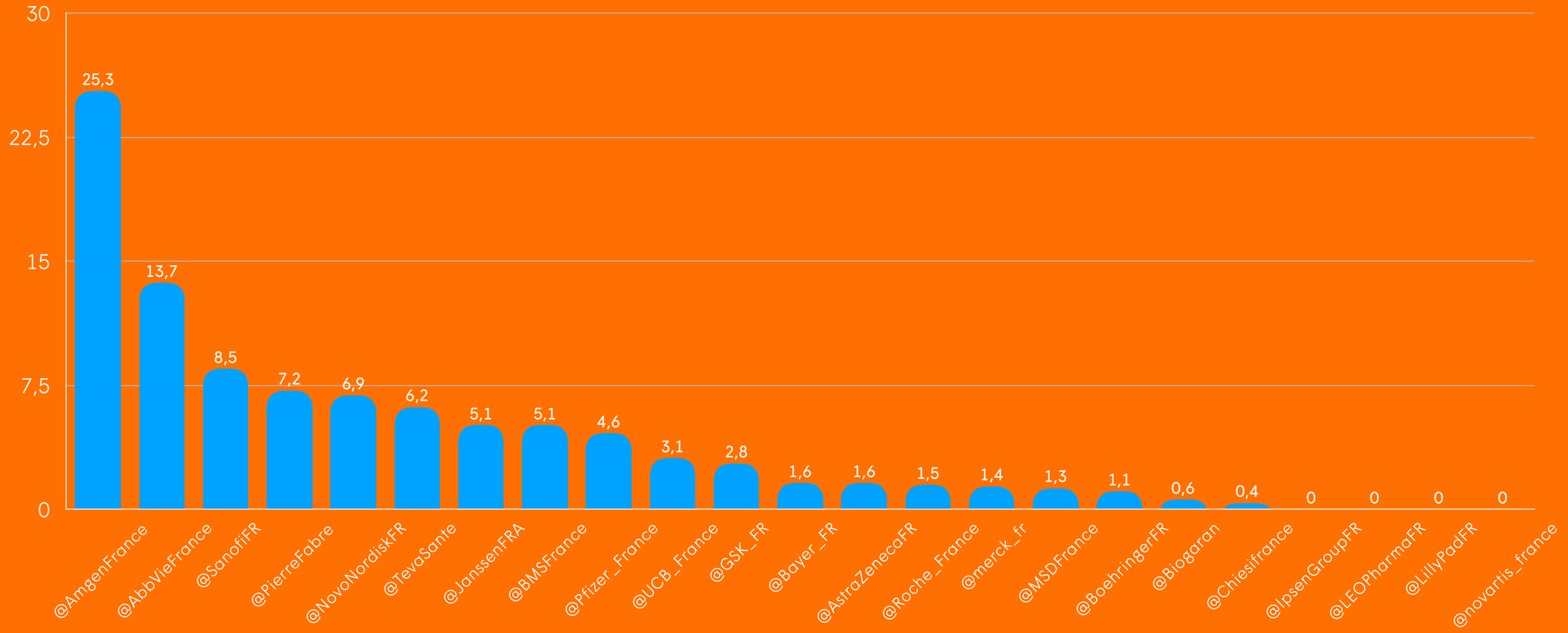
Top 5 likes / tweet T4 2022



Top 5 likes / tweet T1 2023



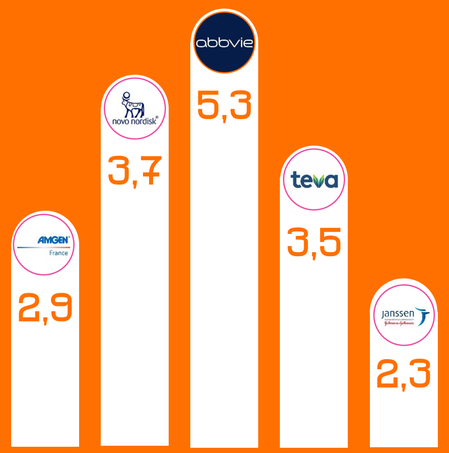
Classement global selon le nombre moyen de likes / tweet T1 2023



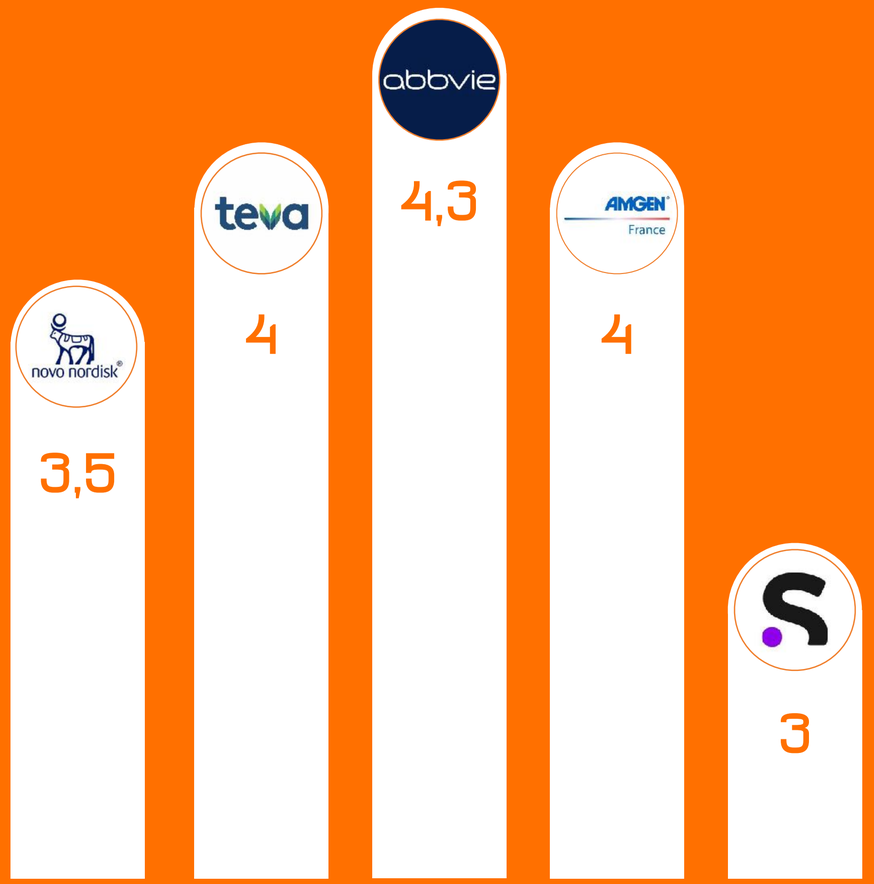
Retweets / tweet

- Comme les likes/tweet, la moyenne de RT/tweet courant T1 2023 est en baisse. Elle est de **1,4 RT/tweet pour les 20 comptes ayant twitté ce trimestre.**

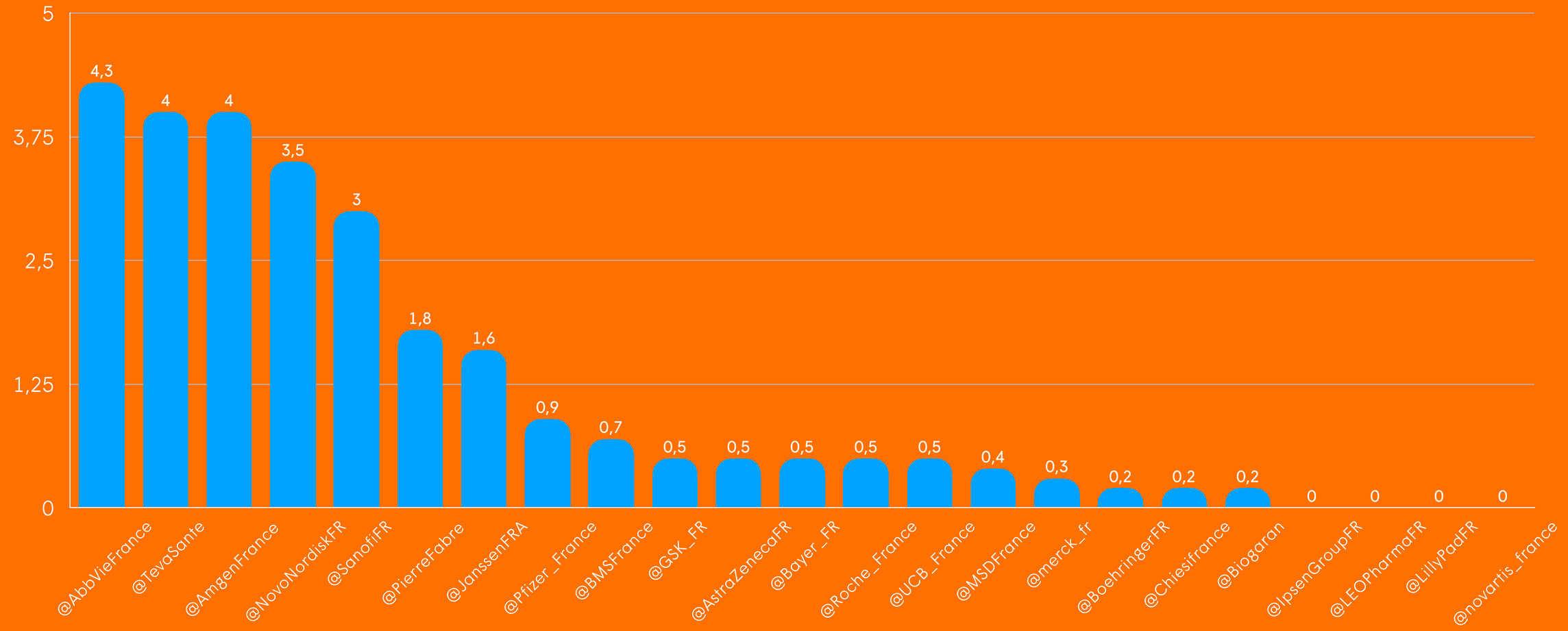
Top 5 RT / tweet T4 2022



Top 5 RT / tweet T1 2023



Classement global selon le nombre moyen de RT / tweet TI 2023

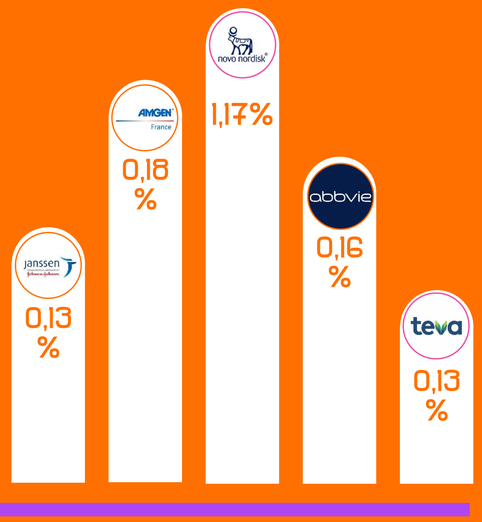


Interactions*

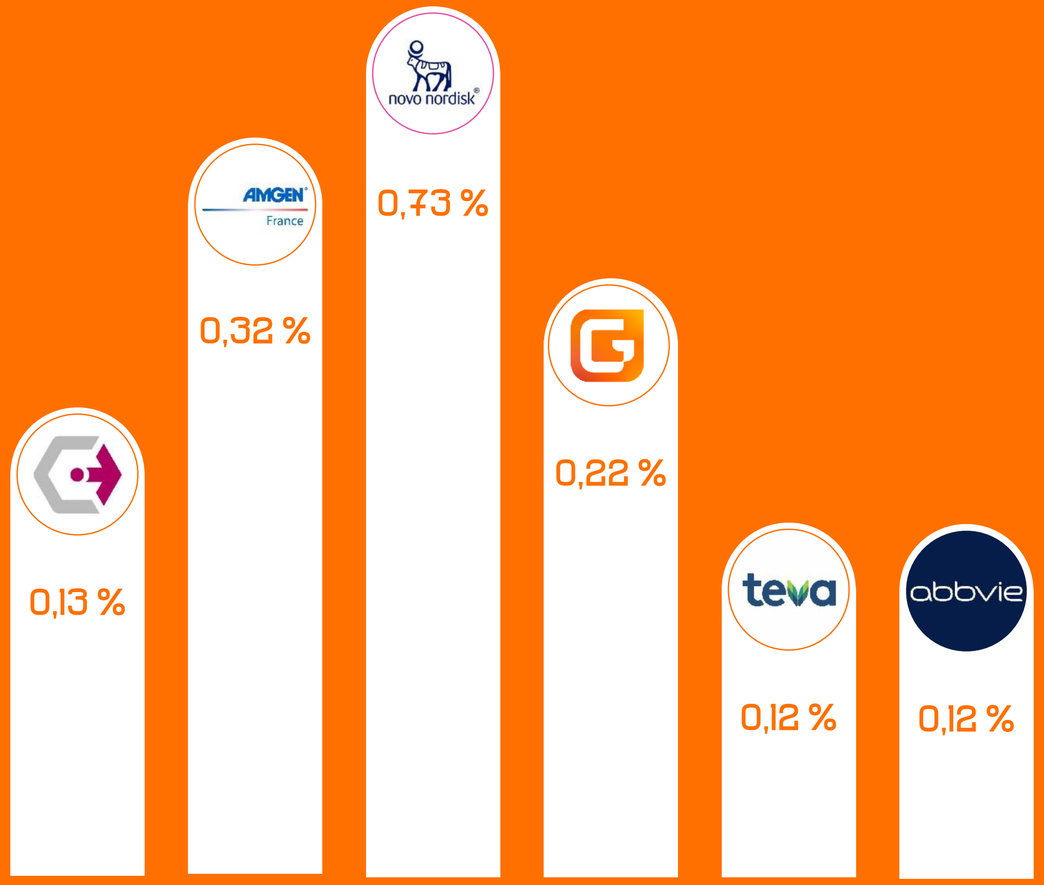
- Un **taux d'interactions moyen mensuel tous comptes actifs ce trimestre est de 0,10 % mais la médiane est de 0,04 %.**

*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 T4 2022

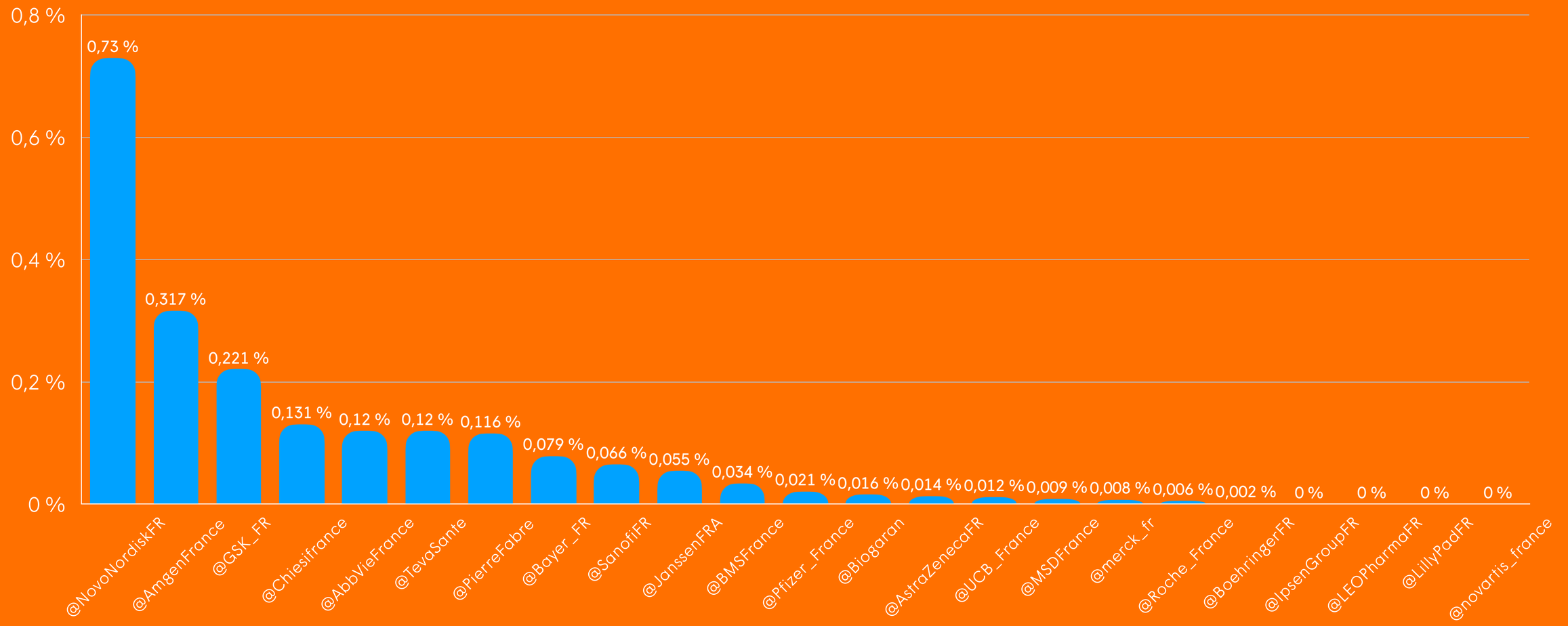


Top 5 taux d'interactions moyen mensuel T1 2023



#BeyondTheScore • Twittosphère • T1 2023

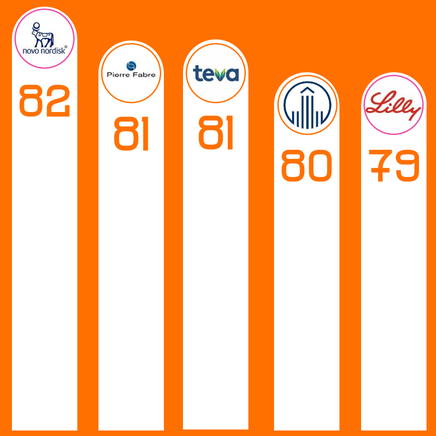
Classement global selon le taux d'interactions moyen mensuel TI 2023



Social score

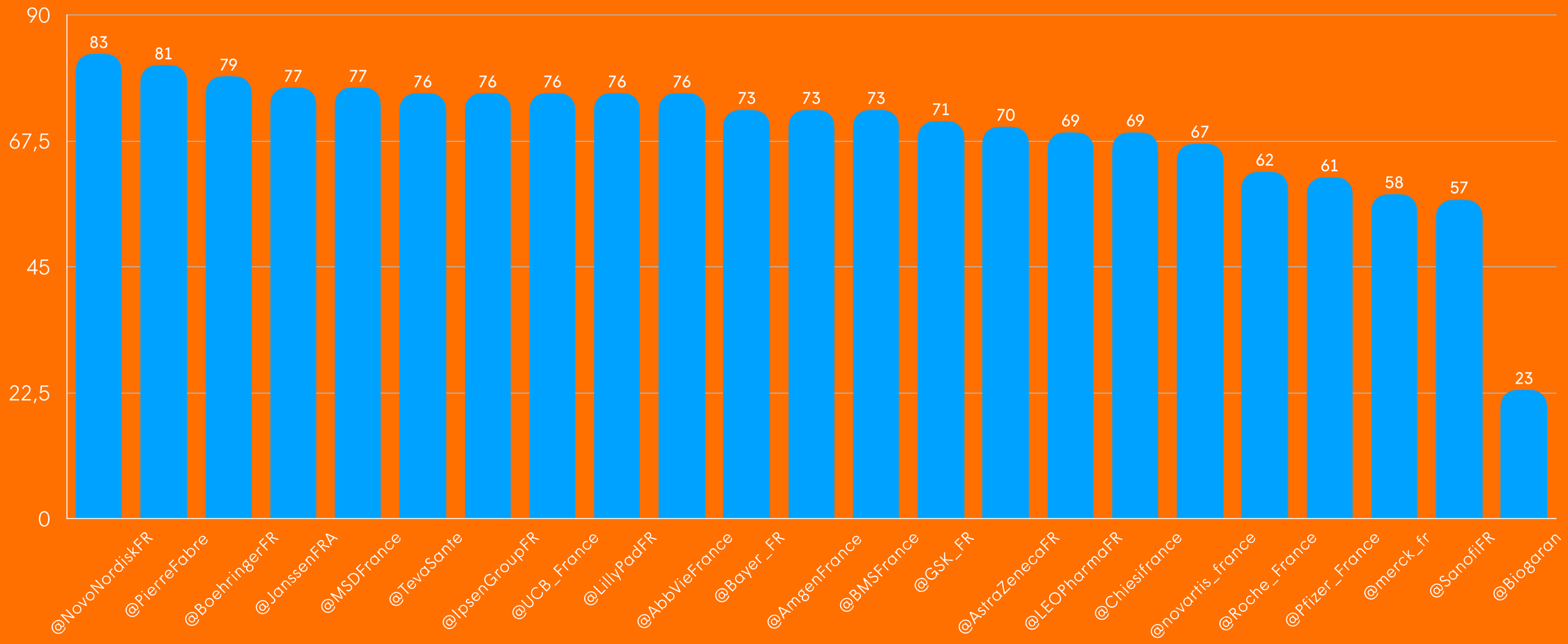
- Un **score moyen de 72 /100** (identique à ceux du T1 et T2 2022).
- Social score ou score d'engagement : une note traduisant un score composite permettant de comparer un compte Twitter à des comptes Twitter de taille approchante et reposant sur 4 critères :
  - La moyenne de RT (40 % de la note)
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

Top 5 T4 2022



Top 5 Social score moyen mensuel T1 2023

Classement global selon le social score moyen au 31/03/2023

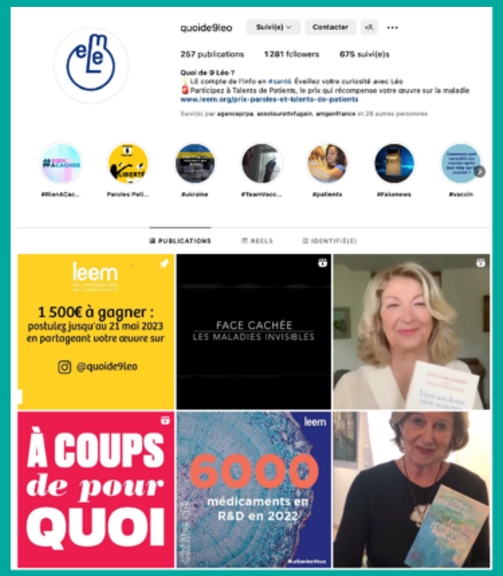


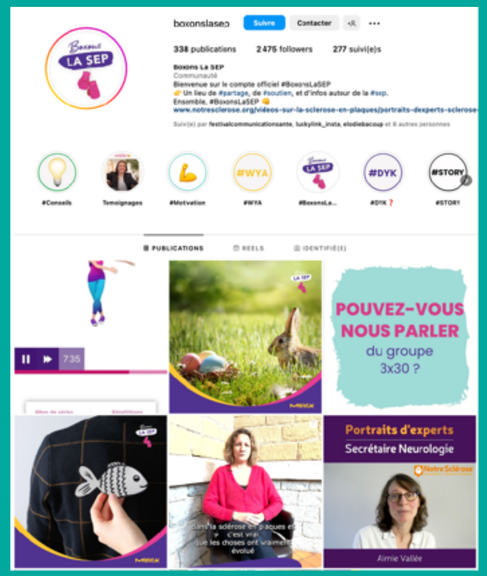
#BeyondTheScore

Focus Instasphère pharmaceutique

Périmètre d'analyse Instagram

- Instagram est désormais d'un usage courant dans l'univers pharmaceutique. Qu'il s'agisse du Leem, avec Quoi de 9 Léo ? (quoide9leo), ou de compte dédié à une maladie, une campagne ou un service comme Boxons la SEP de Merck, Paye Ton Mal de Dos d'AbbVie ou Bioggy by Biogaran.





Périmètre d'analyse Instagram

- Instagram est également utilisé de façon plus corporate et ce sont ces comptes officiels que nous analyserons chaque trimestre.

Amgen France

Bayer France

BMS France

LEO Pharma France

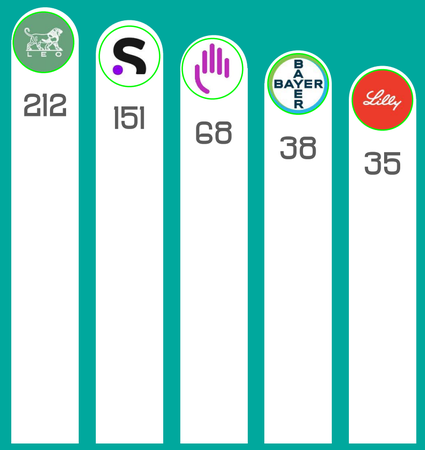
Lilly France

Sanofi France

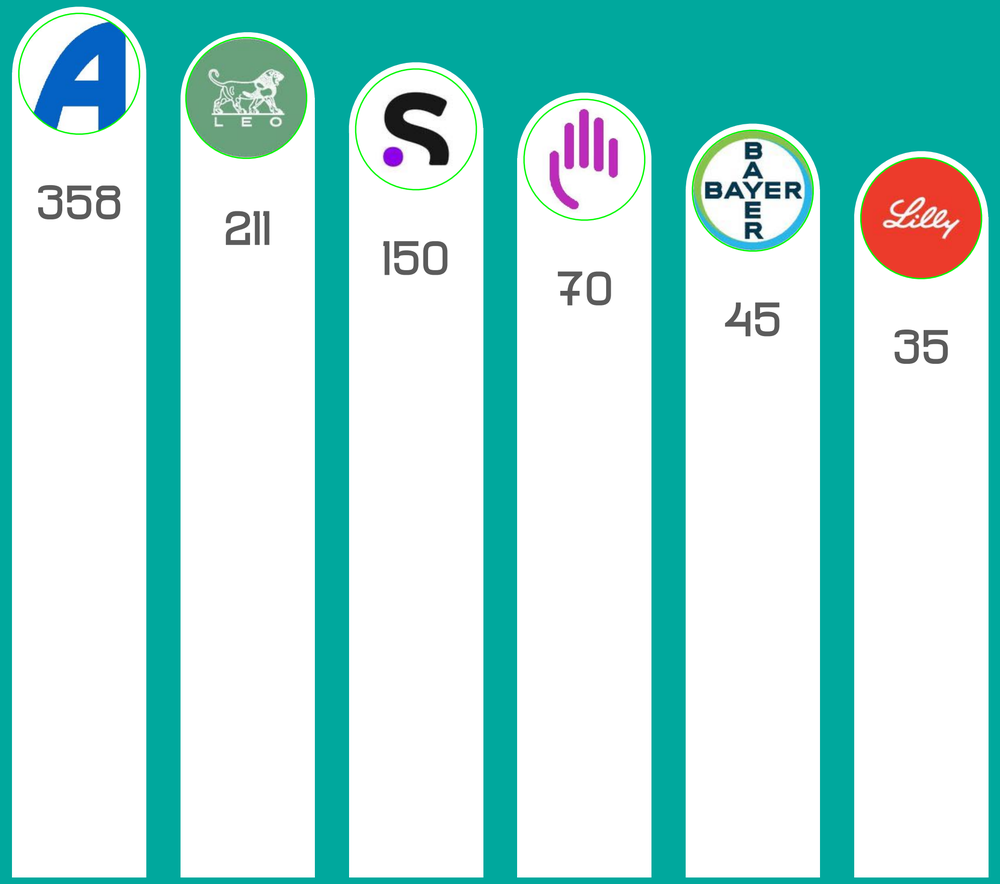
Abonnements

- Un nombre d'abonnements moyen par compte très stable d'un trimestre à l'autre. Seule l'**arrivée dynamique d'Amgen France** vient modifier le classement.

Classement selon le nombre d'abonnements à fin T4 2022



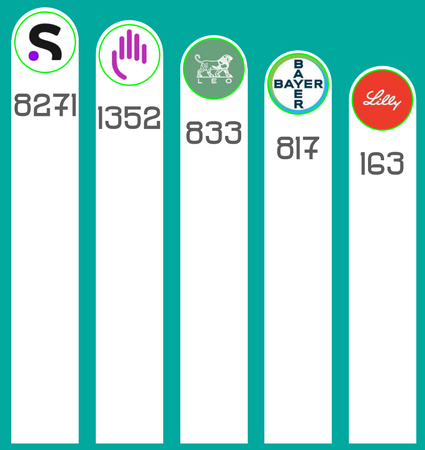
Classement selon le nombre d'abonnements à fin T1 2023



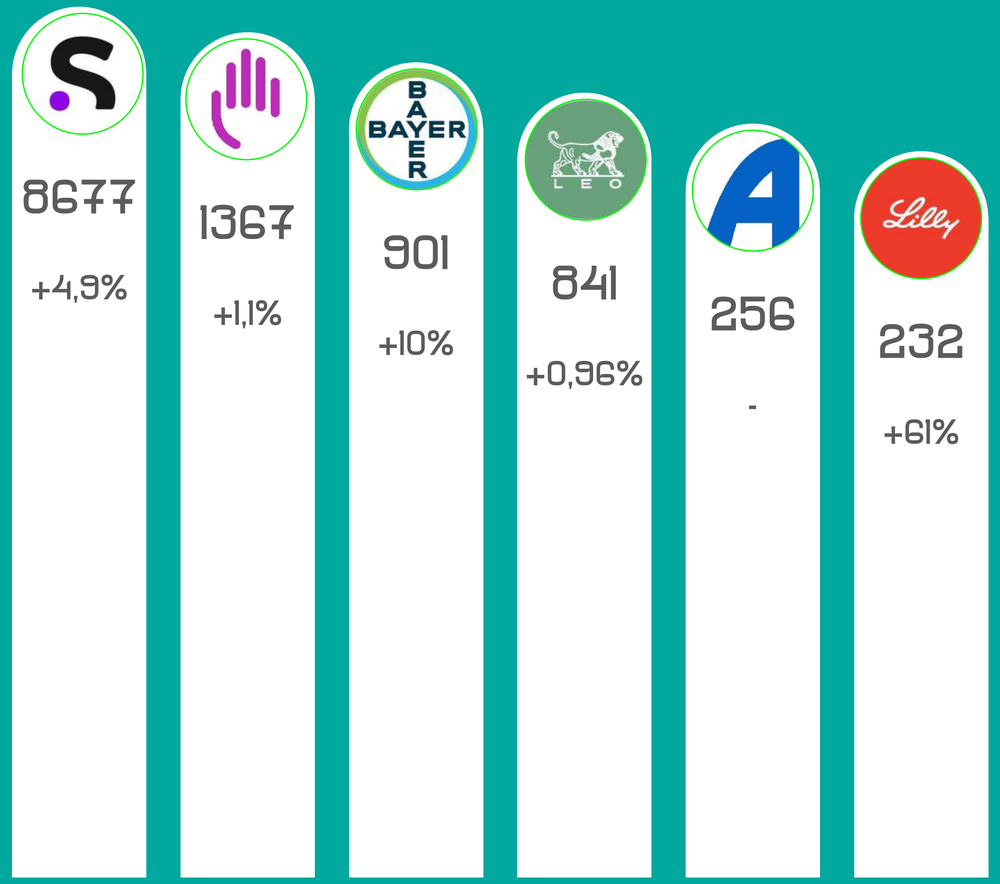
Abonnés

- Un classement selon le nombre d'abonnés qui bouge… **Bayer France passe devant LEO Pharma France et Amgen France entre directement en 5e place !**

Classement selon le nombre d'abonnés à fin T4 2022



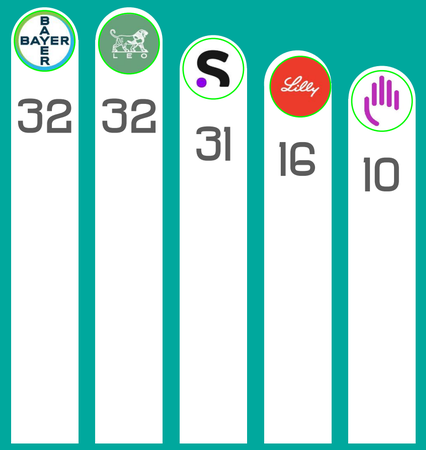
Classement selon le nombre d'abonnés à fin T1 2023



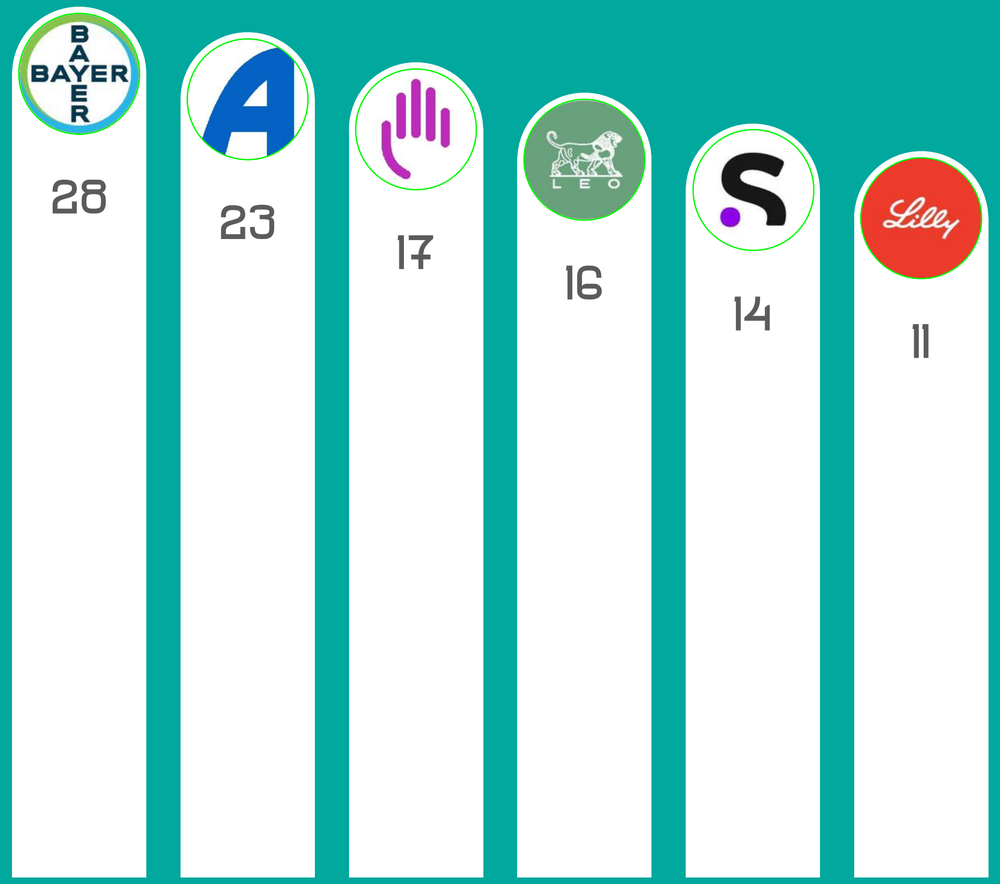
Une Instasphère peu active…

- Sachant qu'Adam Mosseri recommande 2 posts et 2 story par jour… avec une moyenne quotidienne de 0,22 contenus publiés lors du T1 2023, l'Instasphère pharmaceutique est très peu active…

Classement selon le nombre de contenus publiés lors du T4 2022



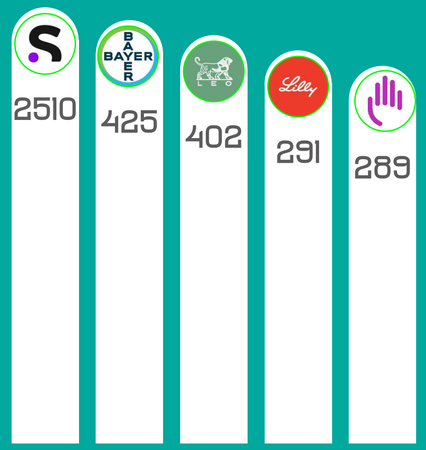
Classement selon le nombre de contenus publiés lors du T1 2023



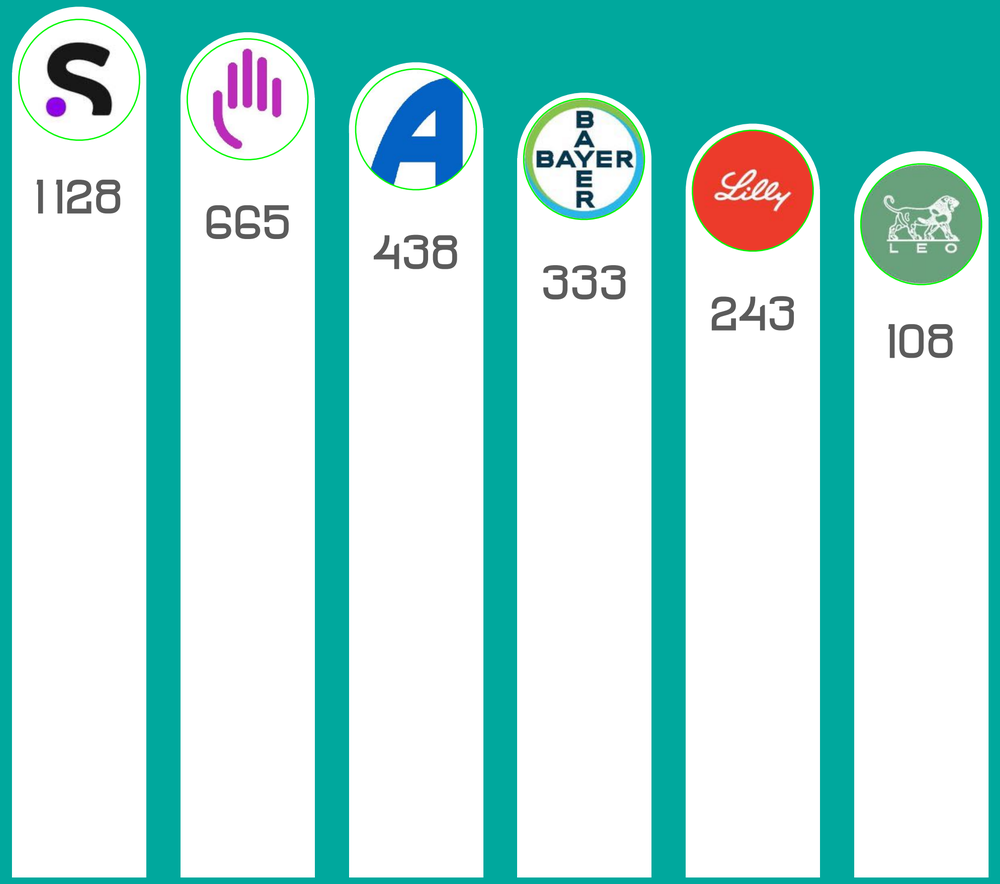
… mais qui suscite l'intérêt…

- Si l'Instasphère pharmaceutique publie peu, ces contenus suscitent des réactions. Ainsi, en moyenne, lors du T1 2023, chaque contenu posté a reçu 27 réactions.

Classement selon le volume de réactions lors du T4 2022



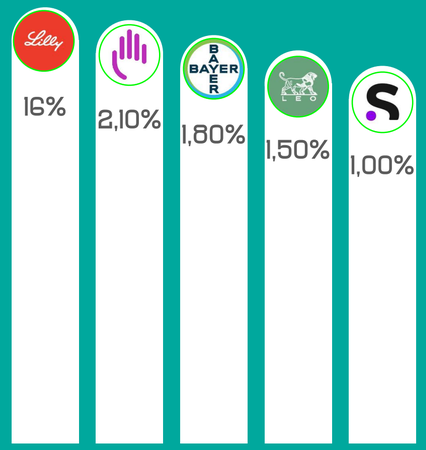
Classement selon le volume de réactions lors du T1 2023



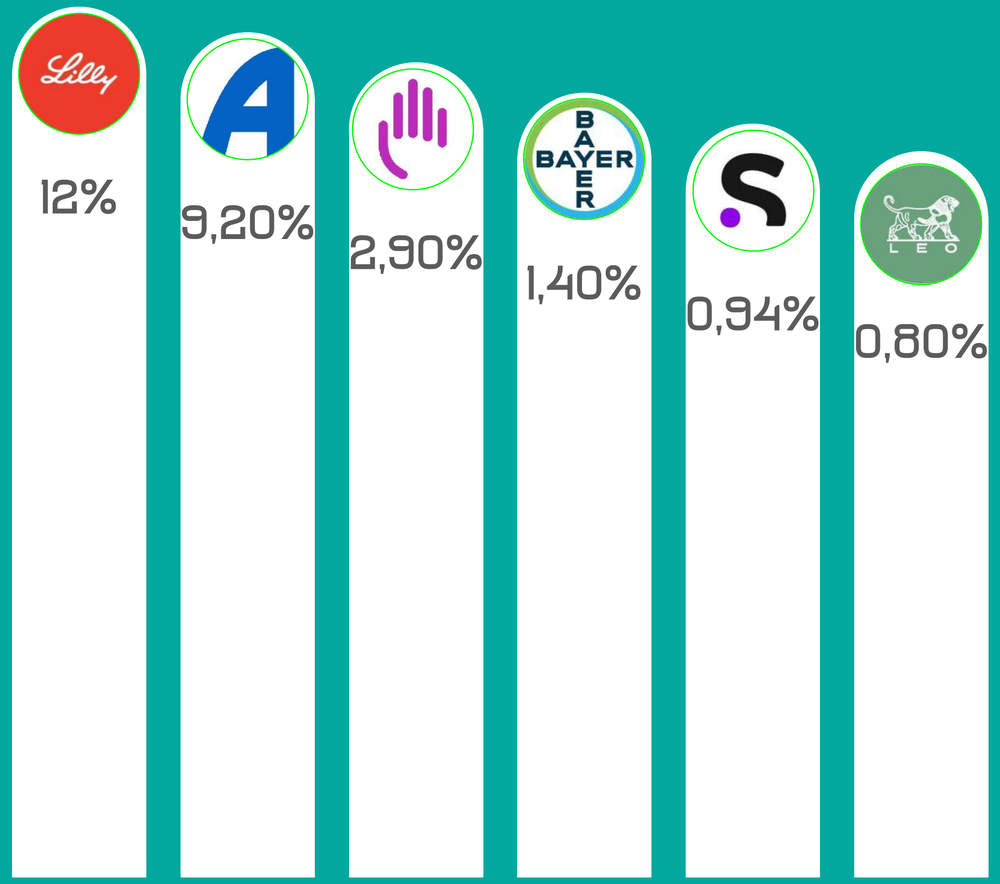
… et engage !

- Si l'Instasphère pharmaceutique publie peu, elle sait créer de l'interaction. Lors du T1 2023, le taux de post interaction global moyen est de 4,54 % (vs 4,48 % pour le T4 2022).

Classement selon le taux de post interaction lors du T4 2022

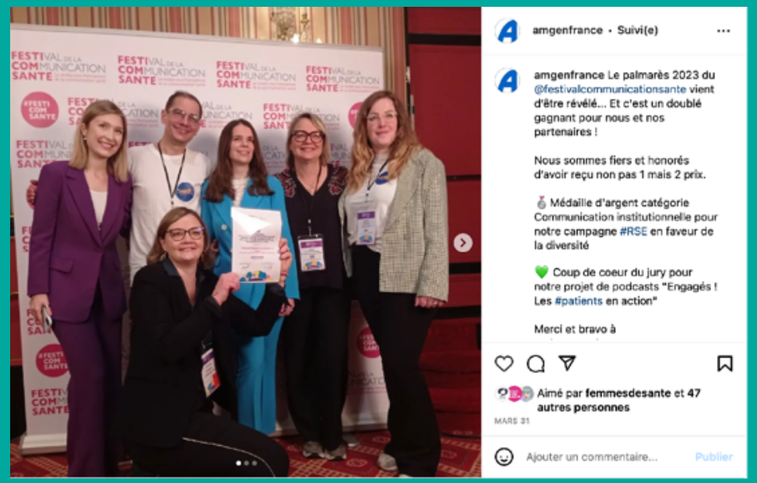


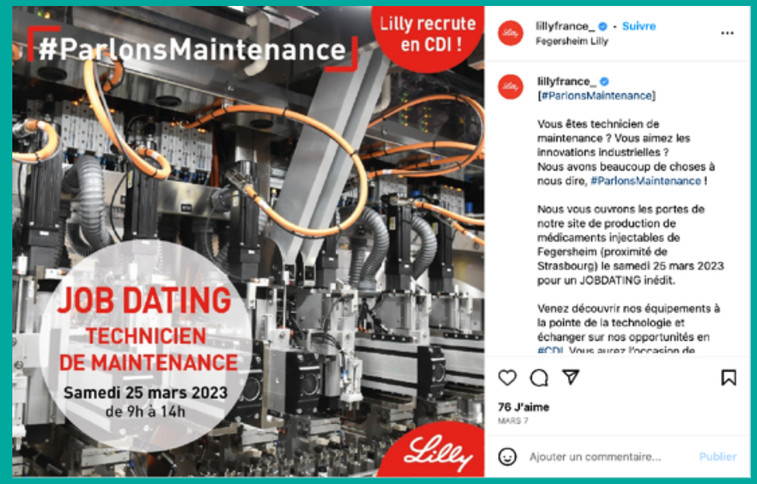
Classement selon le taux de post interaction lors du T1 2023



Top 3 contenus

- Classement des 3 meilleurs posts du T1 2023 en fonction du taux de post interaction… surprise, **il n'y aurait pas que LinkedIn pour parler recrutement comme le démontre Lilly France**.





Tendances TI 2023

- Sur les comptes Instagram institutionnels observés, les lignes éditoriales sont principalement axées sur des campagnes de prévention et sensibilisation autour de pathologies, des témoignages de patients et soignants, les engagements RSE ou la mise en valeur de la marque employeur, des métiers et des hommes.

#BeyondTheScore
SOCIAL MEDIA
Social Media
Snapchat
WhatsApp
Instagram
Telegram
Twitter
BUZZ ESANTE
LaUMa communication