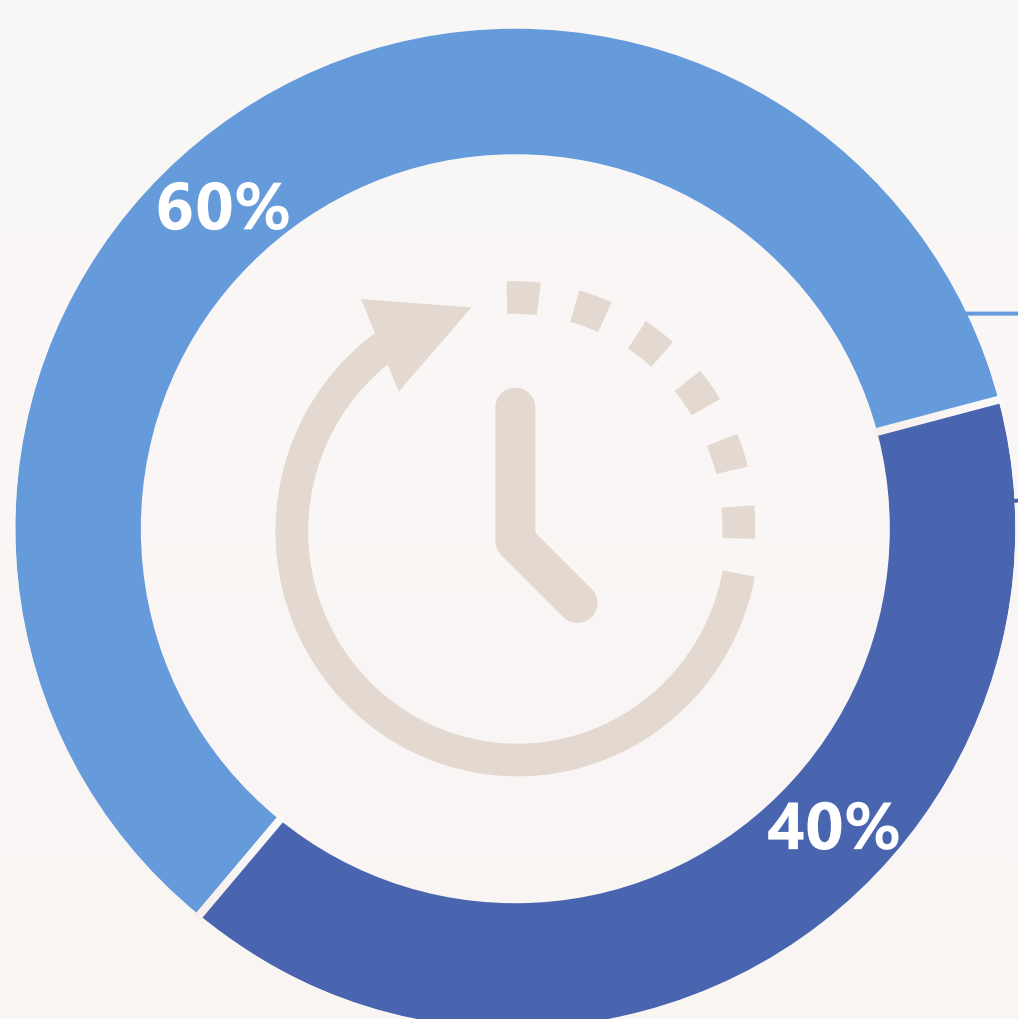




Les médecins sont-ils ouverts à l'industrie pharmaceutique sur les réseaux sociaux?

Nous avons interrogé 151 médecins canadiens pour évaluer leur comportement et niveau d'engagement envers les médias sociaux et autres technologies en ligne, tout en mesurant leur ouverture à communiquer avec l'industrie pharmaceutique via ces plateformes numériques.



Comment les médecins passent leur temps en ligne



En moyenne, les médecins passent 2 heures sur les réseaux sociaux pour un usage professionnel et entre 4 à 5 heures par semaine pour leurs loisirs. Le téléphone intelligent est l'appareil le plus utilisé.

Alors que la plupart des médecins naviguent en ligne, il n'est pas surprenant que les jeunes médecins passent plus de temps sur les réseaux sociaux.

Le niveau d'accord avec les énoncés suivants

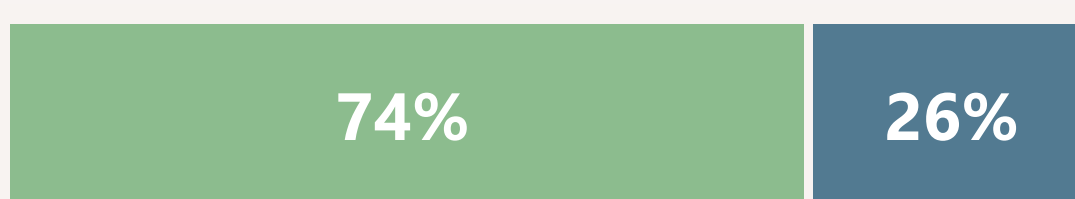


EN ACCORD

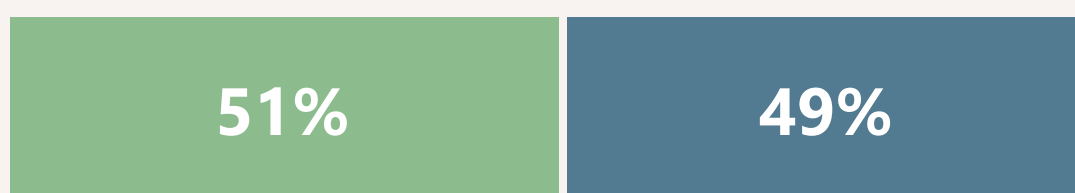


EN DÉSACCORD

L'utilisation grandissante des médias sociaux dans un cadre professionnel aura un impact positif sur le secteur de la santé si les médias sont bien utilisés.



En général, je ne fais pas confiance aux informations que je lis en ligne qui sont présentées par un fabricant pharmaceutique/de dispositifs médicaux.



60% conviennent que l'utilisation des médias sociaux dans un cadre professionnel n'est pas encouragée.

Aucune différence significative entre les médecins généralistes et les spécialistes.



Lorsque nous avons demandé s'il était convenable que des entreprises pharmaceutiques discutent avec des médecins sur les médias sociaux (Twitter, Facebook, Instagram):



57% des médecins généralistes estiment que c'est inapproprié



75% des spécialistes estiment que c'est inapproprié

Dans l'ensemble, plus de la moitié des médecins considère qu'il y a une place pour l'industrie pharmaceutique dans les médias sociaux. Cependant, la fiabilité perçue des informations en ligne des fabricants reste un problème.

Le principal obstacle à surmonter est la croyance partagée par la majorité des médecins à laquelle l'utilisation des médias sociaux n'est pas encouragée dans un cadre professionnel. Aussi, les spécialistes estiment dans une large mesure que les médias sociaux sont un moyen inapproprié d'interagir avec l'industrie pharmaceutique.