



Communication digitale en santé, sur les réseaux sociaux

DATES	DURÉE	TARIFS / PARTICIPANTS
24 SEPT 2026 04 FEV 2027 20 MAI 2027	1/2 jour	* 500€ HT / participant

* À partir de 3 participants du même organisme : 450 € HT / participant



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les règles encadrant la communication en santé
- Concevoir des supports publicitaires conformes
- Adapter la communication selon le statut des produits et le public ciblé
- Maîtriser les usages des réseaux sociaux dans un cadre réglementé
- Identifier les risques et les encadrer, notamment avec les influenceurs



PRÉREQUIS

- Aucun prérequis nécessaire



PUBLIC

- Chef de produit
- Responsable et collaborateurs communication
- Responsable et collaborateurs marketing
- Personne en charge du digital en santé

PROGRAMME

Introduction

Distinction entre publicité et information

1. Rappel des règles de communication

- Spécificités selon les produits : médicaments, dispositifs médicaux, compléments alimentaires...
- Différences selon les destinataires : grand public, professionnels de santé

2. Réseaux sociaux

- Contenus des posts
- Fonction « like », « partage », « #hashtags »
- Photos avant/après, témoignages
- Surveillance et modération des contenus

3. Influenceurs

- Définition
- Conditions d'exercice dans le secteur de la santé
- Risques juridiques et sanctions