



RÉSEAUX SOCIAUX

Et les labos les plus influents sont...

Capacité à être proche de sa communauté, à occuper l'espace d'expression sur le web et les réseaux sociaux, à faire réagir à ses contenus et à propager l'information... on ne naît pas « leader d'opinion », on le devient. En la matière Sanofi, MSD France et Pfizer sont les champions dans l'industrie pharmaceutique selon le baromètre 2018 de l'agence Ultramedia en partenariat avec Linkfluence.

Ces laboratoires développent leurs communautés sur Twitter à vitesse grand V (+ 62 % en moyenne en un an) en s'exprimant sur les pathologies, l'innovation santé et les grandes causes qu'ils soutiennent. Quant aux internautes, ils s'expriment en majorité sur des sujets plus grinçants comme l'actualité économique du secteur, le prix des médicaments, les restructurations... et les scandales pharmaceutiques. © LAURENT LEFORT

Palmarès (note globale sur 100)*

*8 indicateurs d'influence permettent d'apprécier trois principaux attributs de la marque, et de déterminer une note globale sur 100.

