



WEBINAIRES



Société Santé  
en français

SÉRIE  
**DÉVELOPPEMENT  
PROFESSIONNEL**

---

# Médias sociaux – Hootsuite et les contenus

Par Patrick Gatien, Hootsuite

La Société Santé en français est un Mouvement national mobilisateur qui, par la force de ses 16 réseaux provinciaux, territoriaux et régionaux, travaille pour améliorer l'état de santé de l'ensemble des francophones et Acadien.ne.s vivant en situation minoritaire au Canada grâce à l'augmentation de l'accès à des services de santé de qualité offerts dans leur langue.

## Objectifs des webinaires

- Offrir un meilleur accès aux nouvelles connaissances
- Faciliter la prise de décision éclairée par les données probantes
- Favoriser les interactions entre producteurs et utilisateurs de connaissances

# Atelier de formation - Société Santé en Français

8 mars, 2017

#AtelierSSF



# Agenda - #AtelierSSF

- Introduction - formateur
- Retour sur la dernière formation
- Questions?
- Introduction à Hootsuite
- MéSo Payé

# Introduction - formateur



**Patrick Gatién**  
**@PatGatién**

# Introduction - médias sociaux

## BRIDGE INSIGHT : LES RÉSEAUX SOCIAUX QUI COMPTENT EN 2016



RÉSEAUX SOCIAUX

**3,025 MILLIARDS**  
D'INTERNAUTES  
**2,060 MILLIARDS**  
ACTIFS SUR LES RÉSEAUX

**68%**  
DES INTERNAUTES  
**28%**  
DE LA POPULATION  
MONDIALE

**TEMPS PASSÉ**  
**1H30**  
PAR JOUR  
EN FRANCE  
**2 HEURES**  
PAR JOUR  
DANS LE MONDE

**PÉNÉTRATION DES**  
RÉSEAUX SOCIAUX  
DANS LE MONDE



FACEBOOK

**RÉSEAU SOCIAL**  
DANS 128 PAYS  
SUR 137 ÉTUDIÉS  
N°1

**1.490 MDS**  
D'UTILISATEURS  
**10 MDS**  
DE MESSAGES  
ENVOYÉS PAR JOUR  
**4.5 MDS**  
DE LIKES  
PAR JOUR  
**1.8 M**  
DE LIKES  
PAR MINUTE  
**4.75 MDS**  
DE PARTAGES  
PAR JOUR

**TEMPS PASSÉ**  
SUR FACEBOOK  
**6H45**  
PAR MOIS

**AU RÉVEIL 48%**  
DES 18-34 ANS  
SE CONNECTENT  
AGE MOYEN : 22 ANS

NBRE **f**AN PAGES : 50 M  
INACTIVES : 70% DES PAGES  
LIKÉES : 89 PAR COMPTE (MOY.)



TWITTER

**307 MILLIONS**  
D'ACTIFS MENSUELS  
**2,3 MILLIONS**  
EN FRANCE  
**80%**  
SUR MOBILE

**44%**  
DES INTERNAUTES  
N'ONT JAMAIS TWEETÉ

**61%**  
- 35 ANS  
**55%**  
HOMMES  
**19%**  
CADRES  
SUP.  
**33%**  
EN ÎLE DE  
FRANCE

**LES TWEETS**  
AVEC UNE PHOTO  
**2x** + DE  
PARTAGE

**TEMPS PASSÉ**  
SUR TWITTER  
**170 MIN**  
PAR MOIS



GOOGLE+

**TEMPS PASSÉ**  
SUR GOOGLE+  
**6:47 MIN**  
PAR MOIS

**359 MILLIONS**  
D'ACTIFS MENSUELS  
**540 MILLIONS**  
AVEC LES CONNEXIONS  
VIA G-MAIL  
**1,5 MDS**  
PHOTOS UPLOAD / JOUR

**1 MILLION**  
DE SITES  
INTÈGENT UNE  
GOOGLE MAP

**15 MILLIONS**  
DE SITES TRACKÉS  
SUR ANALYTICS



INSTAGRAM

**300 MILLIONS**  
D'ACTIFS MENSUELS  
**85 MILLIONS**  
POUR INSTA-DIRECT

**30%**  
D'UTILISATEURS AUX USA

**30 MDS**  
DE PHOTOS  
PARTAGÉES  
**2,5 MDS**  
DE « J'AIME »  
CHAQUE JOUR  
**70 M**  
DE PHOTOS PARTAGÉES  
CHAQUE JOUR

**1**  
UTILISATEUR SUIT EN MOYENNE  
**134**  
PERSONNES

**46%**  
DES UTILISATEURS  
SUIVENT DES MARQUES

**70%**  
DES MEMBRES FRANÇAIS  
SE CONNECTENT 1 FOIS  
PAR JOUR



PINTEREST

**85%**  
DES USAGERS  
SONT DES FEMMES

**30%**  
DES ACTIFS  
ONT ENTRE  
**25 ET 34 ANS**

**100 MILLIONS**  
DE MEMBRES

**TEMPS PASSÉ**  
SUR PINTEREST  
**16 MIN**  
PAR MOIS

**POPULARITÉ DES PINS**  
EN FONCTION DES JOURS  
DE LA SEMAINE

**LUNDI** FITNESS  
**MARDI** HIGHTECH  
**MERCREDI** CITATION  
**JEUDI** MODE  
**VENDREDI** BLAGUES  
**SAMEDI** VOYAGE  
**DIMANCHE** FOOD



LINKEDIN

**380 MILLIONS**  
DE MEMBRES  
**10 MILLIONS**  
DE MEMBRES EN FRANCE

**34%**  
DES MEMBRES AUX USA

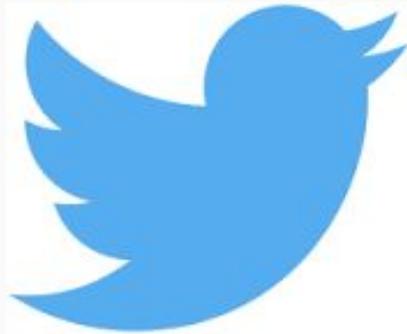
**DEUX NOUVEAUX**  
MEMBRES CHAQUE  
SECONDE

**TEMPS PASSÉ**  
SUR LINKEDIN  
**17 MIN**  
PAR MOIS

**79%**  
+34 ANS  
**44 ANS**  
AGE MOYEN

**27%**  
DES VISITES VIA MOBILE

# Réseaux Sociaux



# Retour

- L'importance d'établir des objectifs pour donner une direction

# Les questions à se demander

- Vous cherchez à accomplir quoi comme organisme?
- Sans les médias sociaux, vous accomplissez votre objectif comment?
- Vous aimeriez que les gens interagissent avec vous comment?
- Votre mandat se traduit comment sur les médias sociaux?
- Quels sont vos mesures de résultats?
- Que représente un bon résultat pour votre objectif?
- Quantitatif ou qualitatif?

# Définir vos objectifs - Stratégie

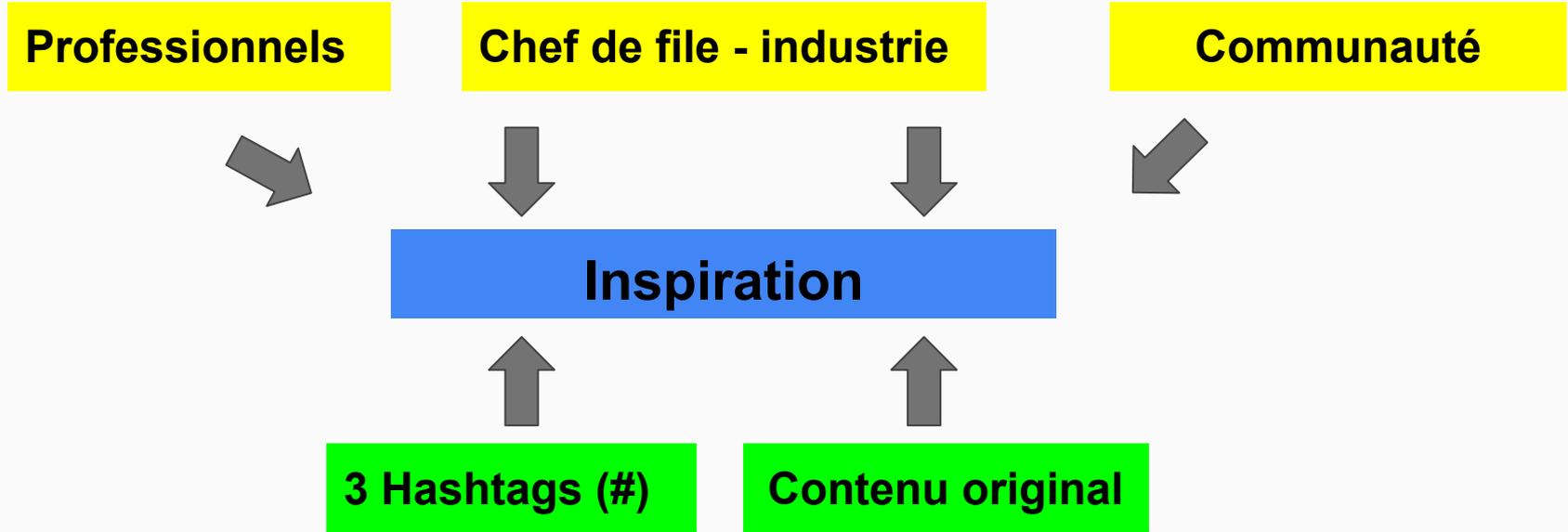
- Alignement entre objectifs marketing et médias sociaux

<b>Vos Objectifs</b>	<b>Objectifs Médias Sociaux</b>
Notoriété de la marque	Reach
Partage d'information	Consommation
Bouche-à-oreille	Partage, Retweets
Réseautage	Engagement
Communauté	Followers

# Retour

- L'importance d'établir des objectifs pour donner une direction
- Stratégie de contenu

# Inspiration pour le contenu



# Retour

- L'importance d'établir des objectifs pour donner une direction
- Stratégie de contenu
- Plan quotidien
  - Parcourir et participer - 6 minutes
  - Surveiller - 4 minutes
  - Poster - 3 minutes
  - Mesurer - 2 minutes
  - Planification - 3 minutes

# Pourquoi un plan quotidien?

- En moyenne, les gens passent au-delà de 3h par jour sur les médias sociaux
- En structurant votre utilisation des médias sociaux aux éléments clés pour votre société, on réduit le montant de temps
- Le nouveau temps accordé peut maintenant être utilisé pour autre fonction de votre rôle

# Plan quotidien

- Parcourir et participer - 6 minutes
- Surveiller - 4 minutes
- Poster - 3 minutes
- Mesurer - 2 minutes
- Planification - 3 minutes

# Questions?



Hootsuite?



# MéSo Payé

- Au début, les MéSo étaient un endroit pour demeurer en contact avec notre communauté
- Le tout a maintenant changé - pay to play
- 2012 - 16%
- 2015 - 2%
- 2017 - 1%
- Malgré ceci, 25% des achats sont influencés pour des recommandations sur les médias sociaux selon une étude McKinsey
- Donc ça pose un problème pour les entreprises
- Une combinaison entre les médias Sociaux payés et l'influence de ses employés

# Merci!

Patrick Gatien

[@PatGatien](#)

<https://ca.linkedin.com/in/patrickgatien>

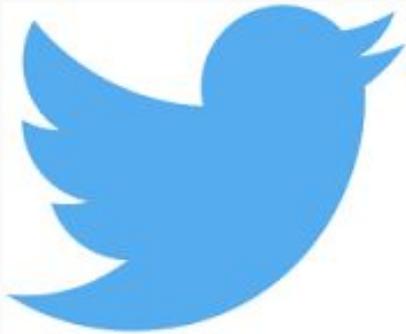
SpareMin - @PatGatien

# Facebook



- Réseau axé sur les consommateurs (B2C)
- Utilisateurs actifs mensuels - **1,49 milliard**
- Utilisateurs actifs mensuels sur mobile - **1,3 milliard**
- Contenu partagés chaque jour - **4,75 milliard**
- Temps passé sur Facebook - **6h45/mois (~)**
- Pages Fan inactives - **70% des pages (<1/mois)**
- Pages Fan likées - **89/utilisateurs (~)**
- ↑ Traffic - mi-semaine entre 1-3pm
- Les jeudis et vendredis, la participation ↑ de 18%

# Twitter



- Réseau hybride - convient pour B2B et B2C
- 2e réseau le plus populaire pour B2B
- Utilisateurs actifs mensuels - **304 millions**
- Utilisateurs actifs quotidiens - **100 millions**
- Tweets envoyés/jour - **500 millions**
- Temps passé sur Twitter - **3h/mois (~)**
- **80%** des membres utilisent leur mobile pr accéder
- **44%** des utilisateurs n'ont jamais tweeté

# LinkedIn



- Réseau axé sur le marketing B2B
- Nombre de membres inscrits - **380 millions**
- Utilisateurs actifs mensuels - **97 millions**
- Utilisateurs actifs quotidiens - **35% des membres**
- Temps passé sur LinkedIn - **17mins/mois (~)**
- Démographie - **79%** des membres ont > 34 ans
- Âge moyenne des membres - **44 ans**
- **27%** des visites sont via mobile

## Que souhaitez-vous accomplir sur les médias sociaux? (9 responses)

Faire connaître les besoins et l'importance des services de santé en français pour les communautés francophones et acadienne en situation minoritaire au Canada et aussi inciter les acteurs à se mobiliser.

Rejoindre un plus grand auditoire et engager les gens directement

Informer le public et motiver les personnes de demander et d'offrir des services en français.

meilleure promotion

Sensibilisation à notre information

réussir à avoir une meilleure visibilité

Sensibiliser et éduquer les individus, organismes, professionnels aux besoins de santé des populations francophones.

Fair connaître notre organisme, partager les événements et de l'information pertinente.

développement d'une stratégie ad hoc, découverte de nouvelles fonctions sur ces outils

# Objectifs



# L'objectif de votre société

## Quel est l'objectif de votre société? (10 responses)

De mobiliser les partenaires au travers le Canada afin que les communautés francophones et acadienne en situation minoritaire puissent recevoir leurs services de santé en français.

Devenir le promoteur principal et la première source d'information en médecine universitaire au pays.

Créer des partenariats pour augmenter l'accès aux services et programmes en français pour les Insulaires.

promotion des femmes francophones de Colombie Britannique

Engagement des citoyens et évaluation du rendement du système de santé du NB.

Offrir des services et des occasions de rassemblement pour les francophones et francophiles de la région de Surrey

Optimiser le système de santé pour offrir des services de qualité aux francophones.

améliorer l'offre de services de santé en français

Développement de la notoriété, accroissement de l'engagement des communautés

Santé

# Définir vos objectifs - SMART

- Simple/Spécifique,
- Mesurable,
- Ambitieux,
- Réaliste,
- Temporel

**Non-mesurable:** Je vais augmenter mon “reach” et l’engagement sur les médias sociaux

**Mesurable:** Je vise à augmenter mon “reach” par 100 followers par semaine et je tiens à répondre à toutes les requêtes sur Twitter à l’intérieur de 24h.

**Non-temporel:** Je vise à augmenter ma communauté Facebook de 20,000 Likes

**Temporel:** Je vise à augmenter ma communauté Facebook de 20,000 likes avant la fin septembre



# Stratégie de développement de contenu

- Utiliser la règle des tiers
  - 1/3 du contenu fait la promotion de votre société - services, communauté, etc...
  - 1/3 du contenu partage les idées et histoire des influenceurs de l'industrie - médias, etc...
  - 1/3 du contenu origine de la société via contenu original ou conversations
- Différents genres de postes
  - 50% de votre contenu dirige les gens vers votre site web - consommation d'info
  - 25% de votre contenu vient d'une source externe, crédible et pertinente - médias, médecins
  - 20% de votre contenu servira à commencer des conversations - engagement, discussions
  - 5% de votre contenu n'aura rien à faire avec votre société

# C'est quoi les 3 #?

 **RÉSEFAN**  
@ResefanNunavut



TWEETS 408  
FOLLOWING 210  
FOLLOWERS 102

Le Résefan a pour mission de contribuer au mieux-être et à l'amélioration de la santé des francophones du Nunavut.

📍 Iqaluit, Nunavut [resefan.ca](http://resefan.ca)

RETWEETS/TWEET 0.3  FAVORITES/TWEET 0.1 

[View Top Tweets on MyTopTweet.com](#) >

TOP HASHTAG(S) [LESS](#)

#parlezhautetfort #santéfr #bellcause  
#nunavut #nspsummit

 **RésoSanté**  
@resosante



TWEETS 859  
FOLLOWING 156  
FOLLOWERS 197

Recueil d'informations sur la santé qui s'adresse aux francophones et francophiles de la Colombie-Britannique.

📍 Vancouver, C.-B. Ca... [resosante.ca/fr/](http://resosante.ca/fr/)

RETWEETS/TWEET 0.2  FAVORITES/TWEET 0.3 

[View Top Tweets on MyTopTweet.com](#) >

TOP HASHTAG(S) [LESS](#)

#santé #forumsanté #français #gratuit  
#concours

 **Santé en français**  
@santefrancais



TWEETS 2.0k  
FOLLOWING 1.1k  
FOLLOWERS 1.4k

La Société a été créé en décembre 2002 pour améliorer l'accès à des services de santé en français pour les communautés francophones et acadienne du Canada.

📍 Ottawa, Ontario, Can... [santefrancais.ca](http://santefrancais.ca)

RETWEETS/TWEET 3  FAVORITES/TWEET 1.9 

[View Top Tweets on MyTopTweet.com](#) >

TOP HASHTAG(S) [LESS](#)

#santéfr #parlezhautetfort #nhlc2016  
#jmebouge #frcan

# Plusieurs chapeaux



# Parcourir et Participer

- L'interaction avec vos clients est une des raisons principales pour votre participation sur les médias sociaux
- 9/10 clients souhaitent avoir des interactions d'importance avec leurs marques préférées, mais souvent les sociétés ne sont pas à la tâche
- **La première étape pour votre routine avec les médias sociaux est de toujours porter attention à votre communauté**

# Parcourir et Participer - 6 minutes

- Vérifier vos notifications
- “Like” les postes de votre communauté au sujet de votre boîte
- Répondre aux nouveaux postes et “Like” de votre communauté
- Répondre aux nouveaux messages de votre communauté





Write a comment...



**Anita Guagliardo** Laure Anne

Unlike · Reply · 1 · March 27 at 10:29pm



**Laure Anne** Motivée !!!!

Like · Reply · March 28 at 8:35am



**Chambre de Commerce Francophone de Vancouver** Dépêchez-vous il ne nous reste que 2 places si vous voulez vous inscrire !

Like · Reply · Commented on by Van Cev [?] · March 28 at 10:47am



**Chambre de Commerce Francophone de Vancouver** Laure Anne

Nous prévoyons une 2ème session pour cet atelier car nous étions complet en 3 jours. Souhaitez-vous y participer ? Si oui, envoyez-moi un message sur [info@ccfvancouver.com](mailto:info@ccfvancouver.com)

Like · Reply · 1 · Commented on by Van Cev [?] · March 31 at 9:08am



**Chambre de Commerce Francophone de Vancouver** Merci Anita Guagliardo pour le partage ! Nous sommes contents d'avoir des fans actifs sur notre page ! En espérant avoir le plaisir de vous rencontrer à un de nos prochains événements !

Like · Reply · 1 · Commented on by Van Cev [?] · March 31 at 9:09am



**Anita Guagliardo** Quelle date? Je serais intéressée également! Merci!

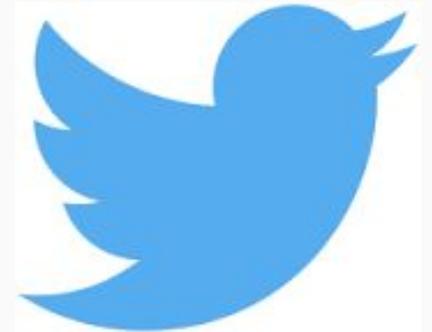
Like · Reply · 1 · March 31 at 4:48pm



**Chambre de Commerce Francophone de Vancouver** On est en train de regarder le calendrier avec Patrick. Le mieux c'est encore de vous inscrire sur notre liste de diffusion sur notre site Internet [www.ccfvancouver.com](http://www.ccfvancouver.com) pour recevoir les infos et la date. Je vous ajoute à ma liste du groupe n.2 aussi en attendant.

# Parcourir et Participer - 6 minutes

- Sous “Mentions”, vérifiez les nouvelles interactions avec votre communauté ainsi que les nouvelles personnes qui vous suivent
- Prenez le temps de répondre aux questions pertinentes qui vous sont posées
- Encore en croissance? Remerciez vos nouveaux “Followers”...avec un message personnalisé si possible



# Parcourir et Participer - 6 minutes

- Vérifiez et modérez vos nouvelles connections
- Vous publiez sur LinkedIn Publisher?
  - Répondre aux commentaires qui méritent une réponse extensive
  - Remerciez les gens qui ont lus votre article



# Surveiller

- Une fois les messages retournés, dédiez du temps pour surveiller ce qui se passe sur les réseaux
- Vérifiez les histoires qui prennent de la popularité
- Voir si vous pouvez trouver du contenu qui est à propos pour votre industrie et votre communauté.

- Feuilletez votre Feed
- Feuilletez vos recherches de nouvelles d'industrie pré-déterminées, pour trouver du contenu populaires dans votre réseau.
- Vérifiez vos recherches pré-déterminées;
  - Nouvelles d'industrie
  - Les mentions de votre boîte (@)
  - Hashtags de votre marque
  - Et tout autre aspect que vous avez manqué dans le premier bloque
- Vérifiez LinkedIn Pulse et tout autre matériel via LinkedIn Publisher qui vient des gens que vous suivez.



# Surveiller

Home Tab x Customers x PatGatien (Twitter) x Gats56 (Twitter) x Patrick Gatien (LI & FB) x RésoSanté x Insight & Content x Frisbee x +

+ Add Stream + Add Social Network

### services santé | santé en français

Keyword PatGatien

fotoGnique retweeted

**#ONfr** @ONfr\_TFO  
14 hours ago

Santé en français : «il faut dépasser le Hello/Bonjour!», dit présidente sortante de @RefletSalveo [www5.tfo.org/onfr/sante-en-...](http://www5.tfo.org/onfr/sante-en-...) #onfr #frcan

4 1

Luc Pelletier @kimenici  
12 hours ago

@DrouinDa c'est ce que ça donne 60 ans de règne libéraux en outaouais=pourris, comment chauffer Barrette pour qu'il donne + services santé?

Show Conversation

r\_laforest retweeted

**Martin Normand** @M\_Normand  
14 hours ago

L'offre active, c'est plus qu'une formule - Santé en français: «il faut dépasser le hello/bonjour!» [www5.tfo.org/onfr/sante-en-...](http://www5.tfo.org/onfr/sante-en-...) #onfr

### santé AND français geocode:49.2431,-123.0899,25km

Search P...

Caroline Cloutier @Cloutiec  
2 days ago

La ministre fédérale de la Santé se met au français

Jane Philpott @janephilpott  
Je commence 1 semaine d'immersion française aujourd'hui. Je vais tweeter en français seulement. N'hésitez pas à corriger ma grammaire!

Schneewe1 retweeted

**Le CRIP** @lecrip\_org  
2 days ago

Les grandes #ambitions du français #Visiomed dans la #santéconnectée | [tinyurl.com/zos4y5r](http://tinyurl.com/zos4y5r)

# Poster

- Postez votre contenu en temps réel tel que besoin
- Si vous n'utilisez pas un outil pour poster à long-terme, utilisez ce temps pour poster votre contenu de la journée
- Si possible, ayez toujours du contenu intéressant et informatif pour votre audience
- Ça peut être du contenu original de votre business où des articles qui proviennent de sources externes

- Postez un article pertinent - soit de votre création où d'une source fiable et informative
- Pigez un tweet pour faire un ReTweet (RT) - concentrez-vous sur un message qui contient une photo où un vidéo, où un témoignage d'un client satisfait
- Postez un tweet qui dirigera les gens vers votre site web
- Publiez et partagez un article via LinkedIn Publisher





## Réseau Santé Nouvelle-Écosse

@reseausantenouvelleecosse

Home

About

Photos

Likes

Notes

Videos

Events

Posts

Create a Page



Réseau Santé Nouvelle-Écosse

August 21 at 2:15pm · 🌐



C'est avec plaisir qu'on vous présente notre premier profil des professionnels de la santé francophones de la Nouvelle-Écosse, qui dresse le portrait de Pam Robichaud de la région de Clare.

PAM ROBICHAUD

Originaire de la Baie Sainte-Marie, Pam Robichaud travaille depuis plus de vingt ans dans les soins infirmiers. Motivée par les membres de sa famille pour poursuivre une carrière en soins de santé, elle occupe maintenant le poste de gestionnaire des services de soins infirm...

Continue Reading



« J'ai été motivée premièrement par mes parents. Ils m'ont inculqué l'importance de l'éducation pour réussir dans la vie et aussi l'idée que je puisse travailler avec mon cerveau et non juste mes muscles et mon échine, comme ils l'avaient fait avant moi. »

Profil des professionnels de la santé

**PAM ROBICHAUD**

👍 Like

💬 Comment

➦ Share

📧 Hootlet



👍 8

# Mesurer votre progrès

- Aligner vos analytiques avec vos objectifs
- Examiner les données qui mesurent le progrès vers vos objectifs
- Liste d'outils disponibles;
  - Google Analytics
  - Facebook Insights
  - Twitter Analytics
  - LinkedIn Analytics
  - Hootsuite - [grader.hootsuite.com](https://grader.hootsuite.com)
  - [Foller.me](https://foller.me)

## Mesurer - 2 minutes

- Facebook Insights démontre les statistiques démographiques de public;
  - Âge, Région, Sexe
- Nombre de Likes
- Nombre d'utilisateurs actifs mensuel
- Nombre de Likes quotidien
- [Twitter Analytics](#) vous donnent l'information sur;
  - Les mentions
  - Les retweets
  - Click sur les liens
  - Nombre d'impression
- LinkedIn partage ses informations pour les pages Compagnie via Analytics Tab;
  - Impressions, clicks, interactions
  - Engagement, nouveaux followers



## Topics, Hashtags & Mentions Things that really matter

### Topics

The topics section shows the overall words usage on Twitter in form of a tag cloud. The more a certain word is used, the larger it is in the cloud.

#### WHAT THIS IS ALL ABOUT

httpstcodoxkkmnz2u **test** **provoque** volant **travailler** faux **avis** donner tous fruits nouvelle pre soins vrai  
quoi **faire** autre fait **estce** infirmiers **pensezvous** **gagner** **dun** **essayez** parle ami **chance** vue  
**francophone** sant semaine **tatsunis** voulezvous **plus** ici alcool **problme** forme **connaissezvous** enfants  
savoir nez **vraiment** bon **contre** quand troubles fils **canada** essayer neutre rpondez **bonne** **journe**  
**tesvous** courez nationale **soir** rsosant merci **cest**

**TIP** Hover a topic to see how many times it has recently been used.

### # Hashtags

Tagging is not essential to Twitter, but can definitely grow your reach.

#### POPULAR HASHTAGS

#sant #gratuit #franais #yoga #enceinte #maladie #enfants #colombiebritannique #enfant #infirmires #bracelet #sommeil  
#humour #tabac #mlangeur #fatigue #eau #activit #gntique #cancer

### @ Mentions

This section shows the user profiles that @resosante has interacted with.

#### MENTIONS AND @REPLIES MEANS INTERACTIONS



**TIP** Clicking on a user, will take you to their Foller.me profile. Use Ctrl+Click (or Cmd+Click for Mac users) to open in a new tab.

# Planification

- Dernier élément du plan quotidien afin de vous donner amplement de temps pour répondre aux autres messages, en personne!
- Utilisez ce temps afin de trouver du contenu pour le lendemain ou la semaine à venir
- N'oubliez pas les anniversaires, les journées spéciales, saisons, etc...
- Pigez le temps optimal pour poster selon les habitudes de votre audience
- Trouvez du contenu pertinent pour chaque réseau

## Planification - 3 minutes

- Choisissez de compter une histoire
- Un message riche en visuel
- Limitez votre contenu à 1-2 par jour
  
- Vous planifiez vos tweets à l'avance? Faire certains de les espacer.
- Utiliser différents formats (vidéo, photo, GIF) afin de mieux connaître le contenu qui performe
- Vous partagez du contenu d'une autre source? Faites certains d'ajouter les hashtags et les mentions qui conviennent.
  
- Le contenu partagé est d'une note un peu plus sérieuse et orienté vers un public professionnel.



**Pour recevoir les invitations aux  
prochains webinaires**

**[info@santefrancais.ca](mailto:info@santefrancais.ca)**

# SVP remplir le questionnaire d'évaluation du webinaire

<https://fr.surveymonkey.com/r/8marshootsuite>