

Podcast de pharmacie clinique sur les ondes

Clinical pharmacy podcast on air

Tout est parti d'une idée simple : favoriser le partage et les retours d'expérience en pharmacie clinique.

Voilà résumé en quelques mots le projet du podcast PharmaClinique qui a débuté en juin 2019. Et l'aventure continue aujourd'hui au-delà des dix épisodes prévus initialement. Car oui, au début, seulement quelques enregistrements de cette idée originale étaient envisagés. Tout est parti d'un enseignement d'un DU de journalisme médical et le souhait de mettre en application la théorie enseignée. Puis, au fil des épisodes mis en ligne, l'audience a commencé à augmenter. De plus en plus de professionnels de ville et de l'hôpital ont apporté des retours positifs et bienveillants. Ce qui n'était au début qu'un projet d'étude est probablement en train d'évoluer vers un nouveau média professionnel pharmaceutique.

Car le podcast constitue en effet un nouveau mode de communication. Très développé aux États-Unis, ce média apporte une nouvelle expérience, complémentaire de l'information professionnelle « classique ». En France, les émissions restent encore confidentielles, mais le potentiel de développement est important.

Dans le monde de la santé, ces audios pourraient trouver une place complémentaire au côté des médias traditionnels (revues scientifiques, formations ou encore congrès). Les résultats obtenus par le projet PharmaClinique sur un sujet « de niche » semblent valider cette théorie.

Mais la mise en ligne d'épisodes n'est pas sans contrainte.

Comme pour tout média, le choix des sujets publiés est primordial afin de convaincre l'audience. Ces derniers doivent à la fois répondre à la ligne éditoriale fixée, tout en suscitant de l'intérêt pour les auditeurs. Le choix des intervenants est donc un élément primordial. Pour le podcast PharmaClinique, le souhait est de mettre dans la lumière des acteurs de terrain impliqués dans des activités de pharmacie clinique.

L'enregistrement d'un podcast suppose des connaissances techniques pour pouvoir diffuser un son de qualité. Mais sur ce point il faut être rassurant, il existe aujourd'hui de nombreux outils simples d'utilisation qui permettent à des novices de produire des enregistrements de qualité.

Enfin, le dernier point important repose sur la communication. Les podcasts ne sont pas aujourd'hui référencés sur les moteurs de recherche. Donc, la promotion doit être réfléchie grâce à d'autres canaux. Et c'est là que les réseaux sociaux jouent un rôle capital. Ils assurent rapidement et largement une diffusion de l'information.

À côté de ces contraintes, cette activité apporte bien sûr beaucoup de plaisir, de rencontres et d'échanges. Cela explique pourquoi ce projet continue aujourd'hui à proposer toutes les semaines un nouveau sujet sur le thème de la pharmacie clinique.

Pour découvrir ou suivre le podcast, rendez-vous donc sur les ondes et les plateformes numériques de musiques et de podcasts avec ce mois-ci l'épisode 16 portant sur le *Journal de Pharmacie Clinique* avec les trois rédacteurs en chef !

- article et audio : https://lnkd.in/dtNz5_q
- sur Ausha (plateforme d'écoute sur internet) : <https://lnkd.in/d3Hp9Xb>
- sur iTunes : <https://lnkd.in/dkGZPRj>
- sur Spotify : <https://lnkd.in/dntPXqk>
- sur Deezer : <https://lnkd.in/dNU2j3V>
- sur Google Podcast : <https://lnkd.in/dUEnbVj>
- sur Youtube : <https://lnkd.in/d4FPdyU>

Podcast : à l'origine formé par la contraction des mots "iPod" et de "broadcast", ce média permet l'écoute d'audio via internet. À la différence des sons et des vidéos classiques, les auditeurs de podcast téléchargent des fichiers édités par les auteurs. Cette caractéristique accorde une grande liberté du moment des écoutes et du choix du contenu.

Liens d'intérêts : l'auteur déclare ne pas avoir de lien d'intérêts en rapport avec cet article.

Romain Lecointre

Clinique du Parc Lyon, Lyon, France
<r.lecointrepro@gmail.com>