

# CONCEPTION ET ÉVALUATION D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE DE DISSÉMINATION DES COMMUNICATIONS DU DÉPARTEMENT DE PHARMACIE SOUS FORME DE COURTES VIDÉOS : ÉTUDE PILOTE

A.Adé<sup>1</sup>, D. Lebel<sup>2,3</sup>, J.F. Bussières<sup>1,2,3</sup>

<sup>1</sup> Unité de recherche en pratique pharmaceutique, Centre hospitalier universitaire Sainte-Justine, Montréal, Québec, Canada

<sup>2</sup> Département de pharmacie, CHU Sainte Justine, Montréal, Canada

<sup>3</sup> Faculté de pharmacie, Université de Montréal, Montréal, Québec, Canada

## Introduction

- Les professionnels de santé sont confrontés à une surcharge d'informations et n'ont pas le temps d'intégrer toutes ces informations et de les transformer en connaissances utiles à leur pratique.
- Le département de pharmacie du CHU communique régulièrement des informations (p.ex. nouveautés cliniques ou administratives, suivi de comités, nouvelles feuilles d'ordonnances pré-rédigées, alertes, pénuries) aux professionnels de santé par courriel via l'envoi pharmacie.

## Objectifs

- Optimiser les communications de la pharmacie au sein du CHU
- Concevoir et évaluer une nouvelle stratégie de dissémination de l'envoi pharmacie sous forme de courte vidéo

## Méthodes

- Étude pilote prospective de type pré-post intervention.
- Diffusion de l'envoi pharmacie aux professionnels de santé du CHU (médecins, pharmaciens, infirmières, résidents en médecine et en pharmacie) :
  - d'abord par courriel (pré intervention)
  - puis sous forme de courte vidéo (post intervention)
- Un hyperlien vers questionnaire en ligne anonyme (SurveyMonkey, Palo Alto, CA, ÉUA) était associé à chaque envoi
  - Le premier questionnaire (n= 6 questions) visait à évaluer les perceptions des professionnels de santé sur l'envoi pharmacie et leur niveau d'accord avec le fait de le recevoir sous forme de courte vidéo
  - Le second questionnaire (n = 6 questions) visait à déterminer le degré d'appréciation de la vidéo.
- Seules des statistiques descriptives ont été effectuées.

## Résultats

- Conception de la vidéo**
  - Des règles de rédaction ont été établies
    - Durée maximale de 3 minutes
    - Reproduction du contenu intégral de l'envoi courriel en pièces détachées
    - Mise en évidence des éléments clés par surlignage
    - Masque de saisie compatible avec l'affichage de la capture d'écran du présentateur
  - Un outil de capture a été identifié (Screencast-o-matic (USA) et testé
    - Lecture de la présentation par un pharmacien
    - Affichage de la capture d'écran en vignette droit inférieure
  - Un format vidéo a été identifié (.avi) avec publication sur le compte Youtube de la pharmacie en mode privé
- Taux de participation**
  - Pré intervention : 5% (n=34/577)
  - Post intervention : 12% (n=70/577)
- Résultats**
  - 85% des répondants en pré et post considèrent le contenu des envois pharmacie utiles ou très utiles pour leur pratique
  - 61% étaient intéressés de recevoir l'envoi pharmacie sous forme de vidéo
  - 87% des répondants ayant visionné la courte vidéo la considèrent très intéressante et envisagent de visionner les futures vidéos du département de pharmacie.
  - Voir Tableau 1 et Figure 1



Figure 1- Exemple d'affichage d'un envoi pharmacie en format vidéo

Tableau 1 — Profil des réponses des participants aux questionnaires pré et post intervention

Questions	PRE video n (%)	POST video n (%)
<b>1. Quel est votre titre d'emploi/statut ?</b>	n=34	n=70
Médecin	16 (47)	10 (14)
Médecin résident	7 (21)	11 (16)
Pharmacien	1 (3)	12 (17)
Pharmacien résident	0	8 (11)
Infirmière	9 (26)	23 (33)
Autre member du personnel	1 (3)	6 (7)
<b>2. Avez-vous lu les ENVOIS pharmacie en 2016 ?</b>	n=34	n=69
Oui, tout le temps	10 (29)	18 (26)
Oui, parfois	16 (47)	36 (52)
Non	8 (24)	15 (22)
<b>3. À combien estimez-vous le nombre d'ENVOIS PHARMACIE en 2016 ?</b>	n=32	n=63
5 ou moins	10 (31)	12 (19)
6 à 10	15 (47)	36 (57)
Plus de 10	7 (22)	15 (24)
<b>4. Trouvez-vous le contenu des ENVOIS Pharmacie :</b>	n=28	n=66
Très utile à votre pratique	2 (7)	11 (17)
Utile à votre pratique	22 (79)	46 (70)
Peu utile à votre pratique	4 (14)	9 (13)
Inutile	0	0
<b>5. Seriez-vous intéressé à recevoir un hyperlien avec une courte vidéo (60-120 secondes) résumant le contenu de l'ENVOI PHARMACIE ?</b>	n=31	NA
Oui, en complément du texte	12 (39)	NA
Oui, sans texte	7 (22)	NA
Non	12 (39)	NA
<b>6. En ce qui concerne le circuit du médicament (i.e. renseignements découlant du département de pharmacie, du comité de pharmacologie et ses sous-comités), considérez-vous être</b>	n=34	n=68
Très suffisamment informés des décisions et choses à savoir	3 (8)	3 (4)
Suffisamment informés	20 (59)	51 (75)
Insuffisamment informés	10 (30)	13 (19)
Très insuffisamment informés	1 (3)	1 (2)
<b>6. Après avoir visionné la VIDÉO de l'envoi pharmacie, indiquez votre niveau d'accord à l'énoncé suivant: "Je trouve la formule VIDÉO très intéressante et j'envisage sérieusement de visionner les vidéos dans le futur »</b>	NA	n=69
Très en accord	NA	37 (54)
Partiellement en accord	NA	23 (33)
Partiellement en désaccord	NA	7 (10)
Totalement en désaccord	NA	2 (3)

## Conclusion

- La communication des informations de la pharmacie sous forme de courte vidéo est une stratégie de dissémination adaptée aux attentes des PS.
- L'équipe de gestion du département de pharmacie a choisi de publier systématiquement une vidéo pour ses « envois pharmacie » dans le futur.