



WEBINAIRE

Outils du numérique pour promouvoir la santé mentale

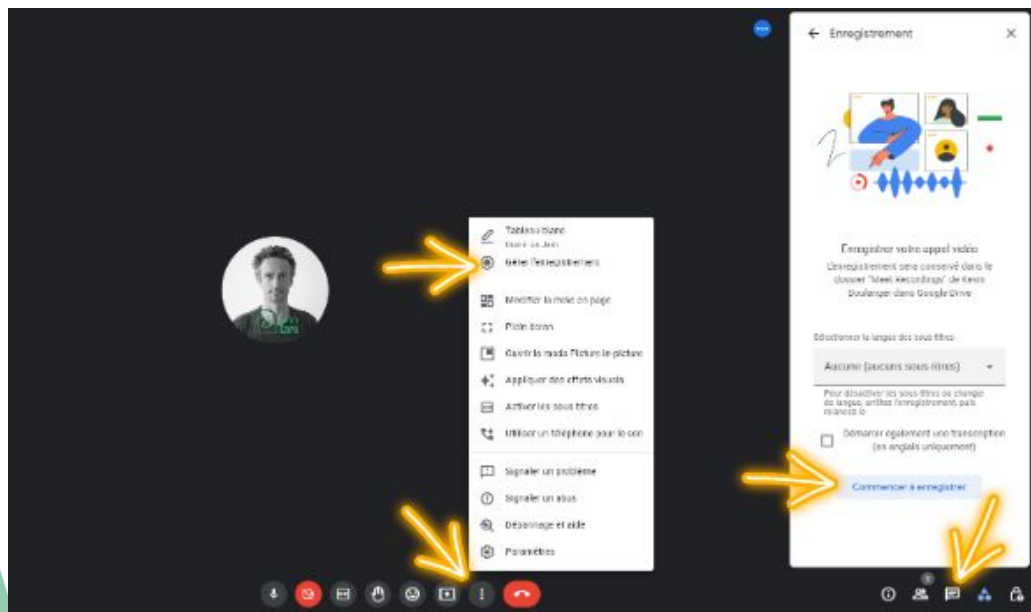
Mathieu Cerbai
Association Raptor Neuropsychy
hectorleraptorneuropsychy@gmail.com



PREAMBULE

1/ Séance enregistrée (anonymisée)

2/ Interaction par le chat (en bas à droite)





WEBINAIRE

Outils du numérique pour promouvoir la santé mentale

Mathieu Cerbai
Association Raptor Neuropsychy
hectorleraptorneuropsychy@gmail.com



PRÉSENTATION DU OU DES ORATEURS



Psychologue spécialisé en Neuropsychologie

Président de l'Association Raptor Neuropsychy
Créateur de contenus en santé mentale

- Design graphique
- Montage vidéo
- Communication sur les réseaux sociaux

Conflit d'intérêt

Néant





Sommaire

1. Présentation brève de l'association Raptor Neuropsychy
2. Outils du numérique : comment s'en saisir ?
3. Exemples de contenus :
 - a. Eco-Anxiété
 - b. Addiction aux smartphones
 - c. Neuropsychologie et Jeux Vidéo
4. Quelles limites ?
5. Vers une santé mentale collaborative à l'ère du numérique



Présentation brève de l'association Raptor Neuropsychy

Projet fondé à l'automne 2019, le Raptor Neuropsychy est une association à but non-lucratif (loi 1901) qui s'est donné plusieurs missions :

- Informer le grand public sur la santé mentale et les thèmes associés
- Donner des outils de psychoéducation aux professionnel.le.s (santé, social, médico-social, éducation...)
- Proposer une plateforme collaborative dans la création de contenus

L'équipe est constituée de 20 personnes, en majorité des psychologues et étudiant.e.s en psychologie (mais pas que !)



Présentation brève de l'association Raptor Neuropsy

PÔLES D'ACTIVITÉ DE L'ASSOCIATION RAPTOR NEUROPSY

Bureau restreint :

- **Présidente :** Marie-Armelle RINEAU
- **Vice-Présidente :** Eva MATHIEU
- **Secrétaire Gen. :** Mathieu CERBAI
- **Secrétaire Adj. :** Lola VAUNE
- **Trésorière :** Emma GARCIA

Chargé.e.s de mission :

- **Community Manager :** Eva MATHIEU
- **Chargée de partenariats :** Emma GARCIA
- **Mascotte :** Geraldo le Manchot

Membres actifs/actives :

- Géraldine COFFE
- Alison DEMANGEON
- Oriane PASTORE
- Lucas RONAT

Dino-Partenaires :

- Iris CHIPAUX
- Marjorie DRANEBOIS
- Sébastien SERLET

	Pôle Psychiatrie	Pôle Neurologie	Pôle Enfants/Ados	Pôle Séniors	Pôle Neuropsychy	Pôle Vie Affective et Sexualité	Pôle Etudes	Café Jurassique
Représentant.e.s	 M. CERBAI Neuropsychologue E. MATHIEU Psychologue	 L. RONAT Neuropsychologue	 O. PASTORE Psychologue M-A. RINEAU Neuropsychologue	 L. RONAT Neuropsychologue	 M. CERBAI Neuropsychologue	 G. COFFE Psychologue A. DEMANGEON Docteure en Psychologie	 E. MATHIEU Psychologue	 M. CERBAI Neuropsychologue
Exemples de contenus abordés	Troubles psychiques Métiers de la psychiatrie Prise en soins globale (e.g. TCC, RC, ETP, EMDR) Rétablissement Création d'outils pratiques	Accidents Vasculaires Cérébraux Traumatismes crâniens Sclérose en Plaques Epilepsies Imagerie cérébrale (e.g. IRM, EEG)	Neuropsychologie de l'enfant Psychologie du développement Troubles des apprentissages TDAH, TSA, Dys- Etablissements (e.g. CAMSP, ULIS)	Centre Mémoire Maladies neuro-dégénératives Lieux d'accueil pour nos seniors Missions des psy en gériatrie Soutien aux aidants	Fonctions cognitives Métier de neuropsychologue Cerveau Evaluation neuropsychy Histoire de la neuropsychy	Outils pratiques Développement psychosexuel Cerveau et sexe Education à la vie affective et sexuelle Sexualité et handicap	Informer les lycéen.ne.s Témoignages Outils à destination des stagiaires Champs d'application de la Psychologie Insertion professionnelle	Jeux vidéo et cognition Eco-Anxiété Cahier de vacances de la psycho Addiction aux smartphones Biais cognitifs

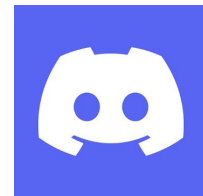
Dernière mise à jour : 27/03/2023

Outils du numérique : comment s'en saisir ?

La création de contenus : **Canva / Da Vinci Resolve**

La communication : **Wix / YouTube / Réseaux sociaux**

La collaboration : **Google Drive / Discord**



Outils du numérique : comment s'en saisir ?



Canva Espace design v Entreprise v Éducation v ...

Rechercher votre conte

Créer un design

RN Raptor Neuropsy
Équipes • 8 9

- Accueil
- Projets >
- Modèles >
- Pôle marque **NOUVEAU** >
- Applis >
- Ajouté aux favoris
- Raptor Neuropsy
- Livre Raptor Neuropsy
- Présentations
- Fiches et Livrets
- ESCAPE
- + Inviter des membres
- Corbeille

M.E.T.A.
6 A4
Mallette d'exercices pour l'AD - ADULTE

Capacités Attentionnelles
A4
Exercices pour me concentrer et me focaliser au quotidien

Le burn-out en doctorat
A4
Le repérer et en sortir

Planification et Organisation
A4
Exercices pour gérer mes tâches et mener mes activités

Imagerie cérébrale et maladies neurodégénératives
A4
Comment les imageries contribuent-elles aux diagnostics ?

CHASSE AUX ŒUFS !
Publication Instagram
SABREZ VOUS LES TROUVER ?

MND et Imagerie
2 A4

Brochure Raptor Neuropsy
2 Trifold Brochure (EU)

Hector le Raptor - Tome I (2/4)
4 A4 Livre Raptor Neuropsy

Eco-Anxiété
A4

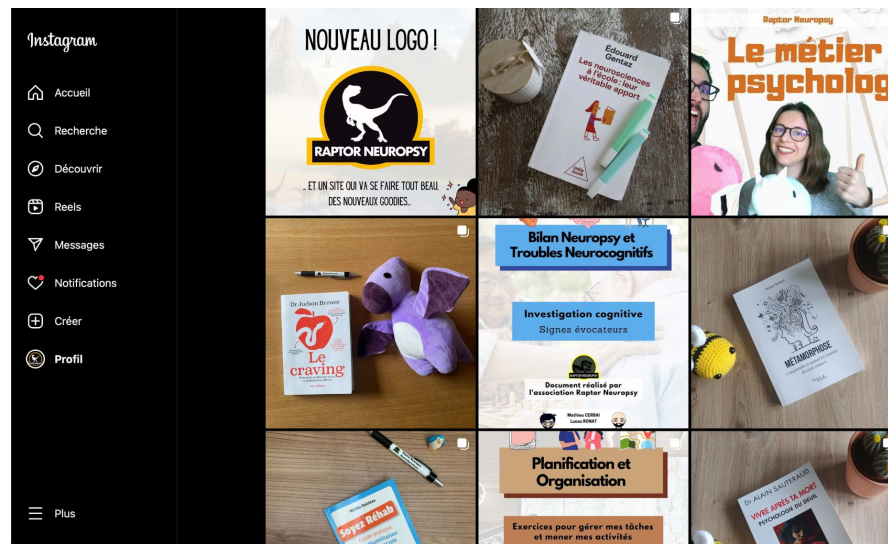
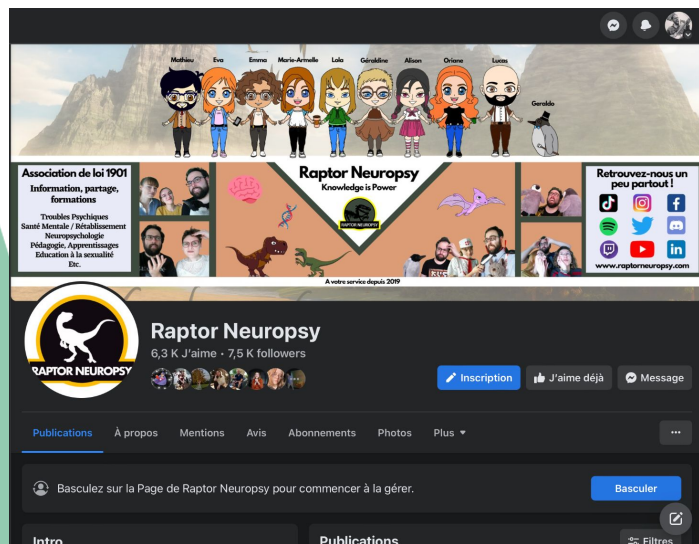
Guerre et Santé Mentale
A4

Jeux vidéo et neuropsychologie
A4
Le gaming au service de nos fonctions cognitives

Addiction aux smartphones
A4
Comprendre le phénomène et l'accompagner



Outils du numérique : comment s'en saisir ?



Outils du numérique : comment s'en saisir ?



Mon Drive > Raptor Neuropsy

Rechercher dans Drive

Nouveau

Mon Drive

Ordinateurs

Partagés avec moi

Récents

Suivis

Corbeille

Espace de stockage

8,17 Go utilisés sur 15 Go

Augmenter l'espace de stockage

Dossiers

- Administratif
- Ambassadeurs Santé ...
- Concours coloriage
- Formations Raptor
- Images
- Logo.png
- MAJ Site
- Outils
- Partenariats
- Projets en cours
- Recrutement
- Réseaux sociaux et com
- Vieux Docs
- Youtube

Fichiers

- Clitoris.png
- Identité de genre.png
- Notes accompagneme...
- Nouvelle brochure.pdf





Outils du numérique : comment s'en saisir ?

ECN Q UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR VOTRE E-COMMERCE 2021 Liliou v

Quand publier ?

Lundi

Mardi

Mercredi

Jeudi

Vendredi

Samedi

Dimanche

9h à 15h 16h à 18h

Conseils

- Publiez des contenus visuels (vidéos et images)
- Misez sur des publications qui incitent à la réaction des internautes
- Utilisez la publicité en ligne Facebook Ads pour être visible*

* La vidéo, type de post qui a le meilleur taux d'engagement. 2. C'est le moyen le plus en plus utilisé.

Objectifs

- Construire une communauté et la fidéliser
- Relayer du contenu comme vos articles de blog
- Mettre en avant : vos produits et vos actions promotionnelles - des informations générales et la vie de l'entreprise

Outils Facebook

- PUBLICITÉ Ads. +
- REPORTING Insight +
- MEASURE Pixel +
- ANALYSE IQ +

Audience

VISITEURS VINGTES **46 millions** par mois, en France

TRANCHE D'ÂGE **49%** des visiteurs représentent la tranche 25-34 ans

CHIFFRES CLÉS **40 millions** d'entreprises utilisent Messenger

Venez explorer le e-commerce sur www.ecommerce-nation.fr in @ t w i f

ECN Q UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR VOTRE E-COMMERCE 2021 Liliou v

Quand publier ?

Lundi

Mardi

Mercredi

Jeudi

Vendredi

Samedi

Dimanche

19h à 23h

Conseils

- Faire de la vidéo de manière récurrente
- Avoir une identité visuelle
- Etre authentique
- Avoir du bon matériel

Travaillez bien vos mots-clés, vos titres et vos descriptions pour que votre chaîne et vos vidéos soient facilement trouvable

Objectifs

- Fonder et fédérer une communauté, gagner en notoriété et en vitalité
- Valoriser votre référencement et attirer du trafic, humaniser votre entreprise
- Montrer vos produits en vidéo, se rapprocher du consommateur

Outils Youtube

- ANALYSE Analytics +
- BOOSTER TubeBuddy +
- ÉDITEUR KineMaster +

Audience

VISITEURS ACTIFS **46,6 millions** par mois, en France

TRANCHE D'ÂGE Les 10-34 ans passent, en moyenne **46%** du temps sur mobile

RÉPARTITION PAR GENRE **70%** de Femmes **30%** d'hommes

CHIFFRES CLÉS **93%** des Français vont sur mobile, au moins une fois par mois

Venez explorer le e-commerce sur www.ecommerce-nation.fr in @ t w i f

ECN Q UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR VOTRE E-COMMERCE 2021 Liliou v

Quand publier ?

Lundi

Mardi

Mercredi

Jeudi

Vendredi

Samedi

Dimanche

8h à 10h 17h à 18h

Conseils

- Utilisez les hashtags dans vos publications*
- Utilisez les contenus visuels (image vidéo en 4K)
- Utilisez du storytelling de vos publications
- Soignez vos accroches pour attirer l'attention
- Identifiez les personnes impliquées dans votre publication*
- Misez sur l'engagement et sur la qualité

* En fonction de votre cible et de vos centres d'intérêt de votre communauté. 2. Cela vous permettra d'établir une portée supplémentaire.

Objectifs

- Développer son réseau faire de la prospection
- Promouvoir son activité et augmenter la visibilité
- Partager du contenu et de l'actualité la vie de l'entreprise et mettre en avant son équipe

Outils LinkedIn

- REPORTING Campaign Manager +
- PIN AUTOMATISER Prospectin +
- ANALYSE LeadFuze +

Audience

VISITEURS ACTIFS **17 millions** par mois, en France

RÉPARTITION PAR GENRE **52%** d'hommes **48%** de femmes

TRANCHE D'ÂGE Moyenne estimée à **44 ans**

CHIFFRES CLÉS **85%** des décideurs (BtoB) en France, utilisent LinkedIn

Venez explorer le e-commerce sur www.ecommerce-nation.fr in @ t w i f



Exemples de contenu





Quelles limites ?

- Fracture numérique
- Coordination de plusieurs plateformes
- Epuisement professionnel
- S'y retrouver parmi les fausses informations
- ...



Vers une santé mentale collaborative ?

- La plus-value des **créations en commun**
- Notre exemple :
 - Psychologues travaillant avec la réalité virtuelle, en addictologie, en médiation avec l'animal...
 - Professionnel.le.s de tous horizons (EAPA, Ergothérapeutes...)
 - Associations et services (e.g. CREHPSY Grand-Est, PRISME)
 - Etudiant.e.s
 - ...
- Les événements en **présentiel** pour **créer du lien** et agrandir son **réseau**





Sources et références

1. Desmarais, M. É., Rocque, R., & Sims, L. (2022). Comment faire face à l'éco-anxiété: 11 stratégies d'adaptation en contexte éducatif. *Éducation relative à l'environnement. Regards-Recherches-Réflexions*, 17(1).
2. Radtke, T., Apel, T., Schenkel, K., Keller, J., & von Lindern, E. (2022). Digital detox: An effective solution in the smartphone era? A systematic literature review. *Mobile Media & Communication*, 10(2), 190-215.
3. Raouafi, S., & Etindele Sosso, F. A. (2017). Cyberpsychology: Video games as a perspective for cognitive training. *Ment Health Addict Res*, 2(3), 1-2.





Take home message

A l'heure où l'accès aux outils du numérique ne cesse de croître, n'importe qui peut **créer ses propres ressources** et **développer leur partage**.



Take home message collaboratif



N'hésitez pas à fouiller sur les **réseaux sociaux** (surtout LinkedIn, Facebook et Instagram également) pour repérer ce qui se fait et ce que vous pouvez apporter.

N'hésitez pas à contacter des collègues de diverses spécialités et professions pour créer des contenus communs, qui auront plus d'**impact** et de **visibilité**.

hectorleraptorneuropsych@gmail.com



EVALUATION

Barre de menu >> webinaire >> laissez un commentaire

Vous regardez le contenu

Bibliographie médicale au quotidien : veiller, réaliser et partager grâce au Dragi Webdo

📍 En ligne
Ajouté le 6 juillet 2022

Contenu ♥ Ajouter aux favoris Facebook LinkedIn Email

Francophone	
Formations	\$ Prix GRATUIT
Dates et heures	
Le 29/11/2022 de 13h00 à 13h30	
Public visé	📁 Domaines d'expertise Formation continue, Médecine générale, kinésithérapeutes, pharmaciens
Accréditation	\$ Type de webinaire Non sponsorisée
Non	

Ce webinaire, porté par le Dr Malmartel (Paris), vous permettra d'organiser efficacement une veille bibliographique centrée sur vos champs d'intérêt ou être à jour de façon plus large sur les actualités concernant votre spécialité. Il vous présentera également une façon d'utiliser et de diffuser les informations grâce à un exemple de veille en médecine générale existant depuis plus de 8 ans.

WEBINAIRE

Bibliographie médicale au quotidien :
veiller, réaliser et partager grâce au
Dragi Webdo

CLÔTURÉ



[Laissez un commentaire](#)

Contenu dépassé/confit d'intérêt non explicite



Médicalement Geek
Membre depuis le 26 août 2022

Merci

1/ Couper l'enregistrement

2/ Répondre les questions du chat (en bas à droite)

