

Analyses statistiques

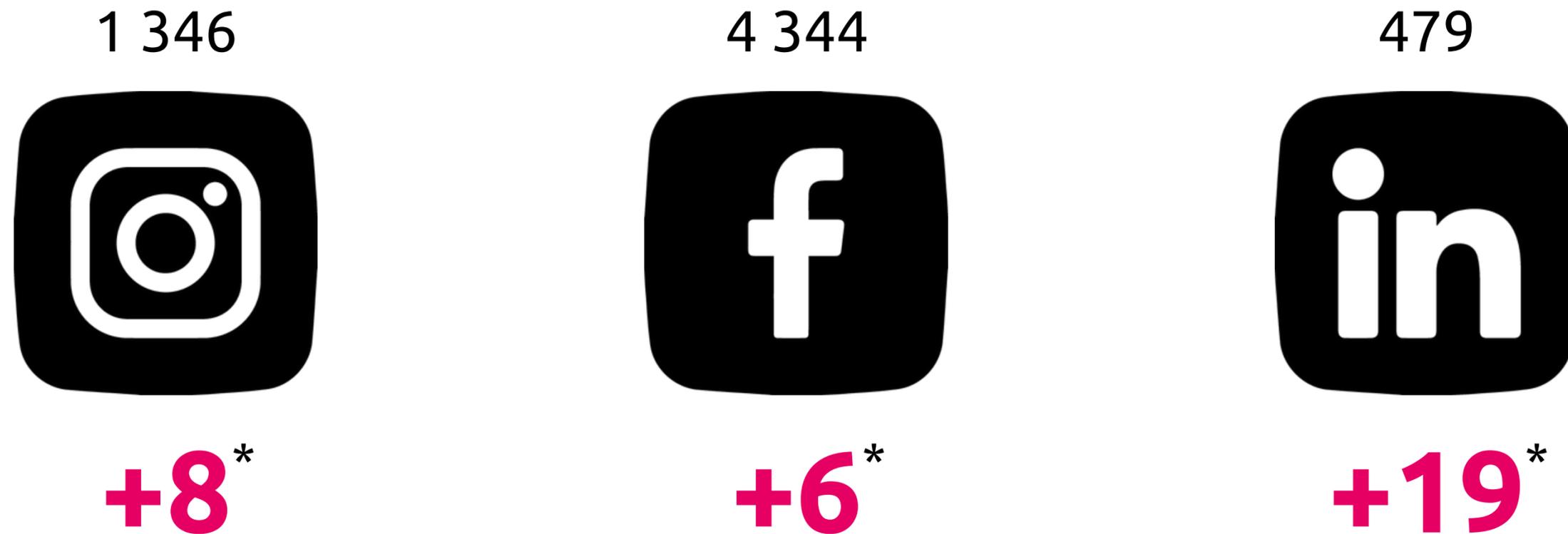
Réseaux sociaux

Juin 2022

Eholo(Geek)

Vue globale des réseaux sociaux

Évolution du nombre d'abonné·es



→ On gagne **un bon nombre d'abonné·es** par mois donc c'est bien même si ça peut être amélioré.

→ Sur **LinkedIn**, on gagne beaucoup plus facilement des abonné·es.

*En moyenne /mois depuis 01/2022

Couvertures



Couverture : Nombre de personnes qui ont vu une publication



6 600*



5 600*



1 000*

→ On a **beaucoup** de couvertures sur **Instagram** (notamment grâce aux reels) et sur **Facebook**, contrairement à LinkedIn qui en fait beaucoup **moins**. On arrive donc à toucher plus de personnes avec Instagram et Facebook.

*En moyenne /mois depuis 01/2022

Taux d'engagement



Calcul du taux d'engagement

$$\frac{\text{Réactions} + \text{Commentaires} + \text{Partages}}{\text{Couverture}} * 100$$

Taux d'engagement moyen des réseaux



3% à 6%

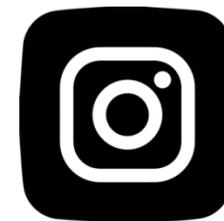


0,5% à 1%



2% à 4%

Taux d'engagement Ekolo[Geek]



10%*



2%*



5%*

→ Le taux d'engagement reste **constant** au fil des mois sur chaque plateforme. C'est **positif** puisqu'en augmentant le nombre d'abonné·es, le taux d'engagement a tendance à diminuer.

→ Si on compare nos taux d'engagement à ceux des réseaux sociaux, on a de **très bons résultats !**

*En moyenne /mois depuis 01/2022

Vue globale



→ Beaucoup de couvertures, gains d'abonné·es par mois et fort taux d'engagement

→ Réseau le plus **complet** en terme d'objectifs (visibilité, communauté)



→ Beaucoup de couvertures, gain d'abonné·es mais très peu d'engagement

→ Permet de faire passer des **infos** mais **pas beaucoup de communauté**



→ Peu de couvertures mais fort gain d'abonné·es et bon taux d'engagement

→ **Moins de découvrabilité** mais **forte communauté**

Instagram

Statistiques des publications



Couvertures	Impressions (Total)	Impressions depuis la page d'accueil	Impressions depuis le profil	Impressions depuis les hashtags
500	250	190	30	5

J'aime	Commentaires	Partages	Enregistrements	Visites du profil	Abonnés	Taux d'engagement
23	0,4	0	1,2	1,6	0,2	10%

→ Quasiment toutes les impressions viennent de la page d'accueil, et du profil, donc les personnes qui voient nos publications sont **abonné·es** ou des visiteur·euses de notre page. Si on veut toucher plus de personnes, il faut entre autres, travailler davantage les hashtags (tester).

→ Pas mal de j'aime mais très **peu de commentaires, partages, enregistrements** donc à améliorer.

*En moyenne /mois depuis 01/2022

Types de publications



REELS (et Carrousels)

Beaucoup de couvertures, de j'aime, d'impressions, enregistrements
→ **meilleur** format, forte **découvrabilité**

EKOLO[GEEK] TEAM

Bonnes stats constantes → beaucoup de visites du profil et bon taux d'engagement

PANIER DU MOIS

Bonnes stats → beaucoup d'enregistrements et de visites du profil

JOURNÉE MONDIALE

Les posts avec de bonnes infos, bien détaillées fonctionnent mieux, encore plus en carrousels.

→ Toutes les catégories fonctionnent bien donc à **continuer**.

ACTE EKOLO[GEEK]

Bonnes stats constantes

Stories stickers :

- Est-ce que tu aimes ce rdv hebdo ?
 - 5 "Oui"
 - 2 "Non"
- Est-ce que tu aimerais un autre rdv hebdo à la place ?
 - 2 "Ouais, pourquoi pas"
 - 1 "Ah non, j'adore !"
 - 1 "Je sais pas"
- Des idées ?
 - Clara : "En plus des actes, un rdv hebdo le samedi avec une proposition de sortie écolo ou "les samedis défis" mais j'ai peur que ce soit redondant."

Challenge de la déconnexion



	Couvertures	J'aime	Commentaires	Partages	Enregistrements	Visites du profil	Abonné·es	Taux d'engagement	Taux d'engagement avec sticker
Post Lancement	400	46	0	0	7	19	4	11%	
Autres posts	160	14	0,5	0	0,125	1	0	9%	
Stories	130					0,6%	0,2%	8%	11

→ Le 1er post a été **beaucoup vu** et a suscité **plus d'engagement**. Les posts suivants, beaucoup **moins** mais les stats restent constantes ce qui signifie que les personnes qui ont suivi le challenge **l'ont suivi jusqu'au bout**. Elles ont beaucoup **interagit** avec les stickers en story !

→ Un challenge comme celui-ci suscite **beaucoup plus d'engagement que les publications habituelles** donc intéressant pour faire des boosts d'engagement.

*En moyenne /mois depuis 01/2022

Stories



AVEC STICKERS INTERACTIFS

Beaucoup de **couvertures** et d'**interactions**

→ à développer

ÉVÉNEMENT

Couvertures correctes mais pas incroyables

→ Intéressant d'en faire pour montrer ce qu'on fait mais **pas indispensables**

ÉVÉNEMENT INTERNE

Couvertures plutôt bien

→ Bien montrer les **événements festifs**, c'est plus convivial et humain

JOURNÉE MONDIALE

Bonnes couvertures et **bon taux de rétention**

→ à développer

PARTAGE DE NOS POSTS

Pas beaucoup de couvertures

→ À ne faire que si **nécessaire** car en complément de la story sinon ce n'est pas la peine

PARTAGE DE POSTS EXTÉRIEURS

Très peu couvertures

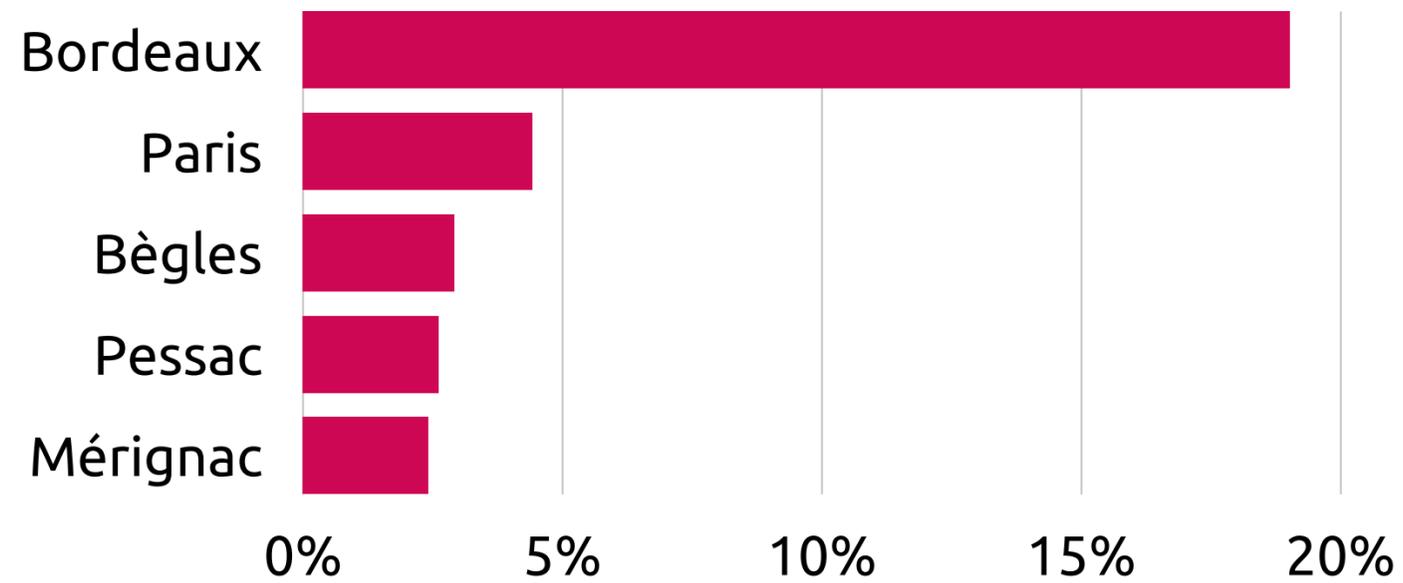
→ Intéressant pour le **partage d'infos** et la **solidarité** mais pas des plus pertinent pour les stats

→ Toutes les catégories fonctionnent bien donc à **continuer en améliorant les contenus.**

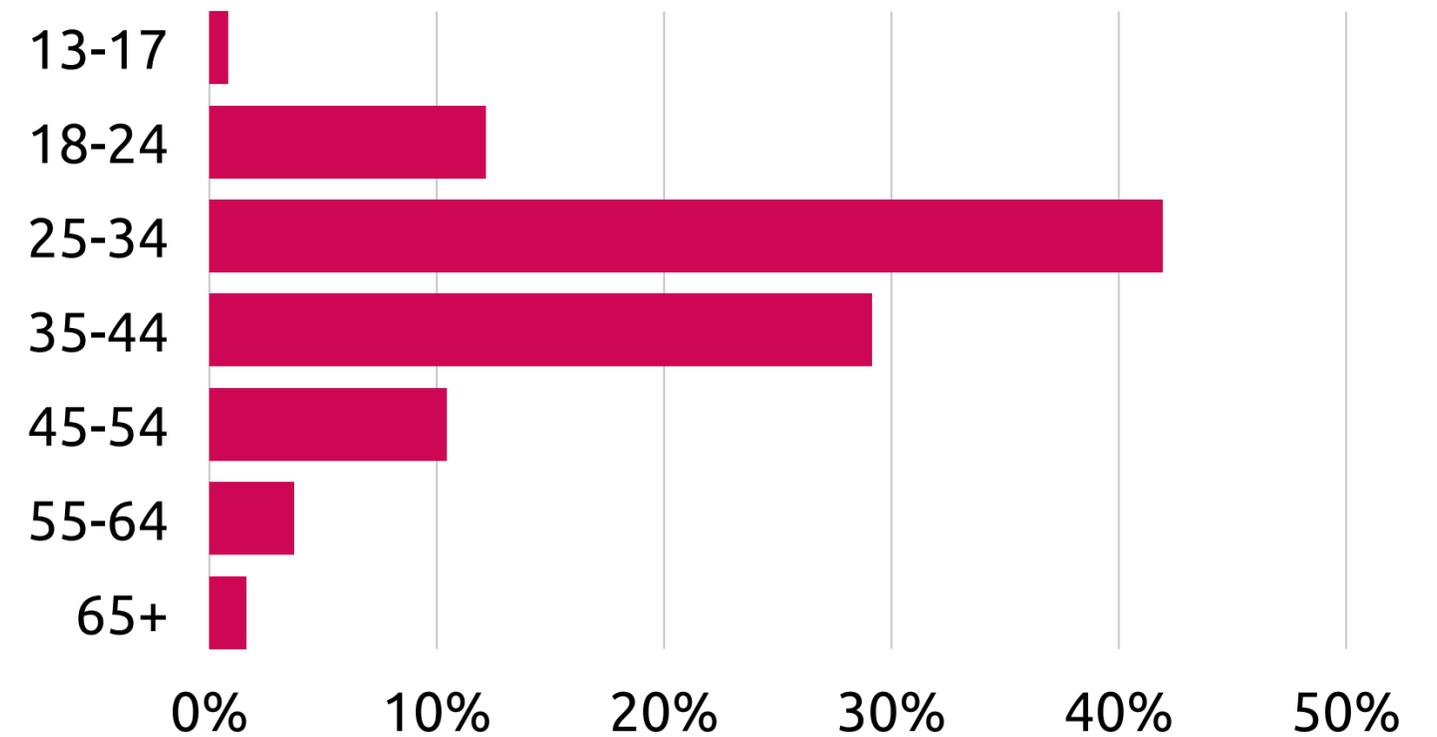
Abonné·es



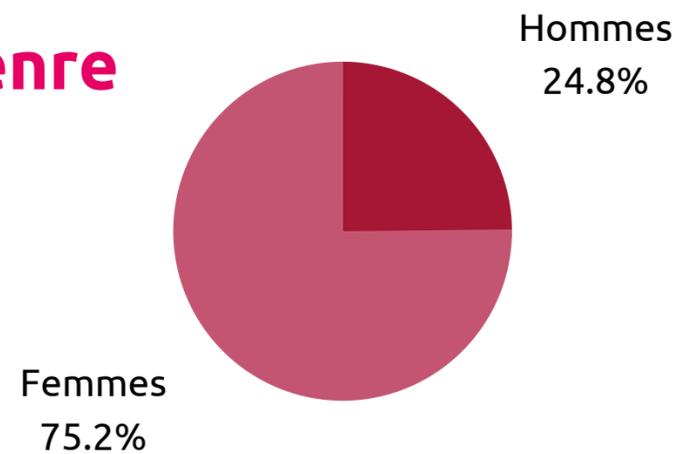
Localisation



Tranche d'âge



Genre



Facebook



Statistiques des publications



Couvertures	Réactions	Commentaires	Partages	Clics	Taux d'engagement
457	9	0,7	0,7	7	2,19%

→ Réseau qui permet de **diversifier les interactions** et de rediriger vers des **sites externes** (même si ce n'est pas à privilégier pour l'algo).

→ **Taux d'engagement faible** mais lié à la plateforme.

*En moyenne /mois depuis 01/2022

Types de publications



MONDAY MOTIVATION

Couvertures et réactions bien

ÉVÉNEMENT

Moins de couvertures et réactions mais ça va
→ Permet d'annoncer nos événements

EKOLO[GEEK] TEAM

Beaucoup de couvertures et d'interactions
→ Meilleure catégorie de posts

PANIER DU MOIS

Moins bonnes stats mais on vient de commencer (peu de recul car que 2 posts)

JOURNÉE MONDIALE

Fort taux d'engagement

→ Toutes les catégories fonctionnent bien donc à **continuer**.

Challenge de la déconnexion



	Couvertures	Réactions	Commentaires	Partages	Clics	Taux d'engagement
Post Lancement	855	29	1	8	18	4,44%
Autres posts	450	8	2,8	1	6,4	2,7%

→ Le 1er post a été **beaucoup vu** et a suscité **plus d'engagement**. Les posts suivants, moitié **moins** mais les stats sont en légère augmentation au fil du challenge, ce qui signifie que les personnes qui ont suivi le challenge l'ont **suivi jusqu'au bout** et que certaines se sont même **rajoutées**.

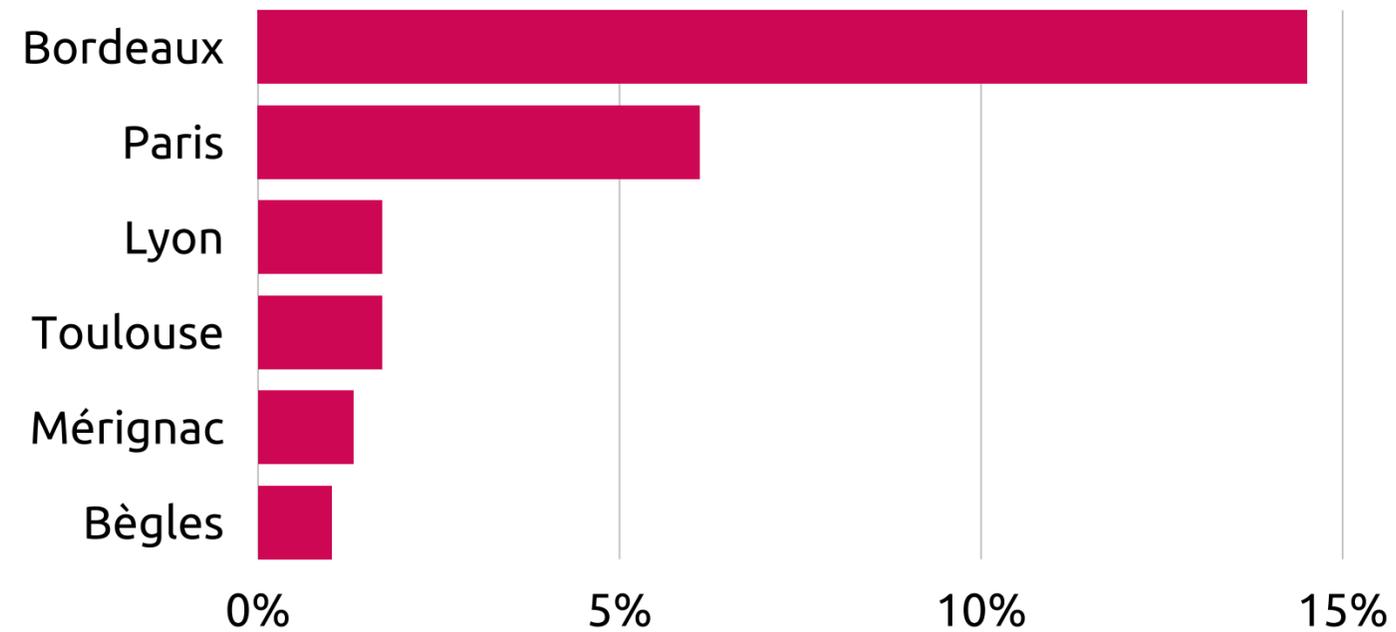
→ Chaque post du challenge a fait **beaucoup de couvertures, réactions, commentaires**. Plus que les posts habituels donc c'est vraiment positif ! Sur Facebook, c'est à ce jour ce qui nous a permis de susciter **le plus d'engagement**.

*En moyenne /mois depuis 01/2022

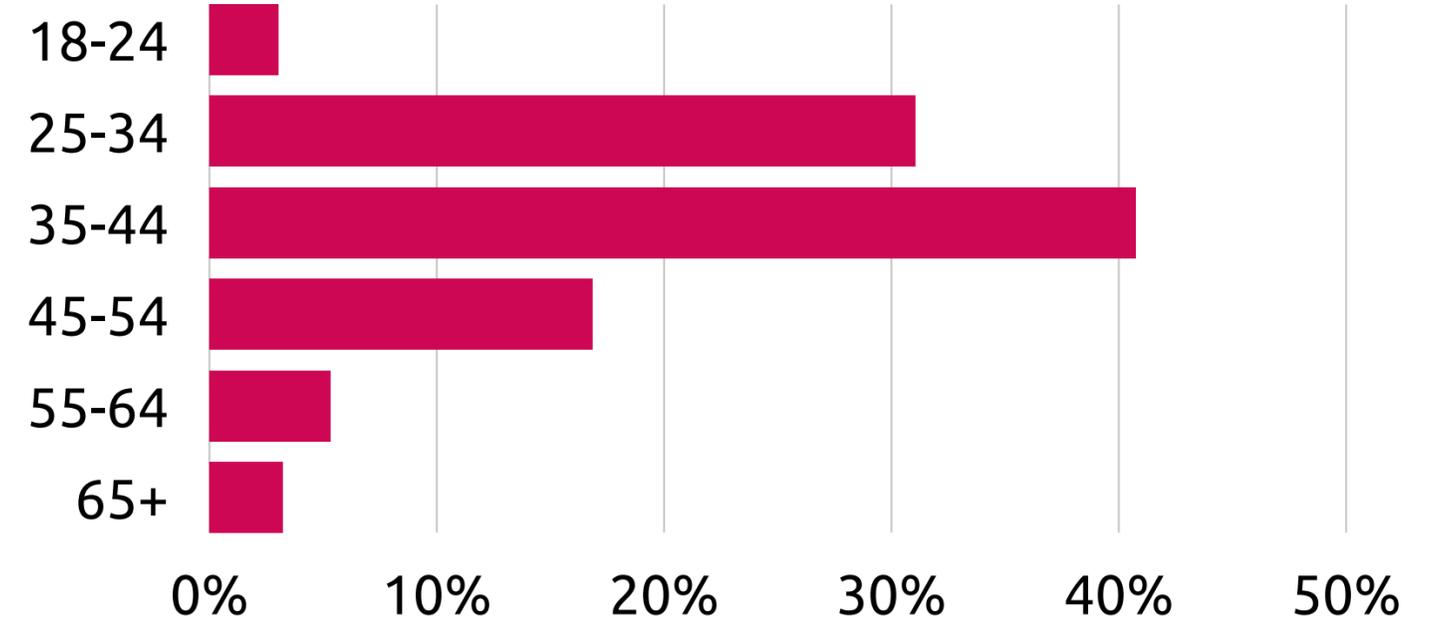
Abonné·es



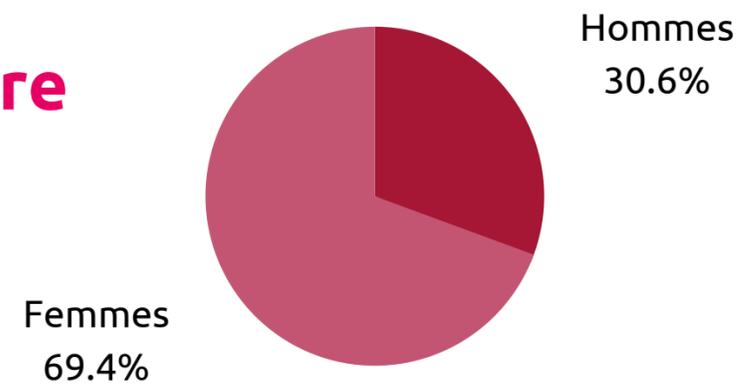
Localisation



Tranche d'âge



Genre



LinkedIn



Statistiques des publications



Couvertures	Impressions	Réactions	Commentaires	Partages	Clics	Taux d'engagement
150	260	7	0,1	1	23	5,27%

→ Les posts ne font pas beaucoup de couvertures donc on ne touche que **certain·es de nos abonné·es** mais on a un **bon taux d'engagement**.

*En moyenne /mois depuis 01/2022

Types de publications



CARROUSEL

Beaucoup de couvertures, d'impressions, de réactions et de partage

→ Format qui fonctionne très bien sur LinkedIn chez nous et en général

EKOLO[GEEK] TEAM

Beaucoup de couvertures et d'interactions

→ Meilleure catégorie de posts

MONDAY MOTIVATION

Peu de couvertures et peu d'engagement

→ Les posts vraiment **axés travail** fonctionnent mieux donc ne poster que des choses directement en rapport et arrêter ceux recoupés avec Instagram et Facebook.

JOURNÉE MONDIALE

Peu de couvertures et d'interactions

→ Si on en fait, bien les sélectionner, **axer sur le travail** et donner de bonnes infos

→ **Arrêter les Monday Motivation** et les remplacer par des posts ponctuels sur des **sujets intéressants** liés au travail.

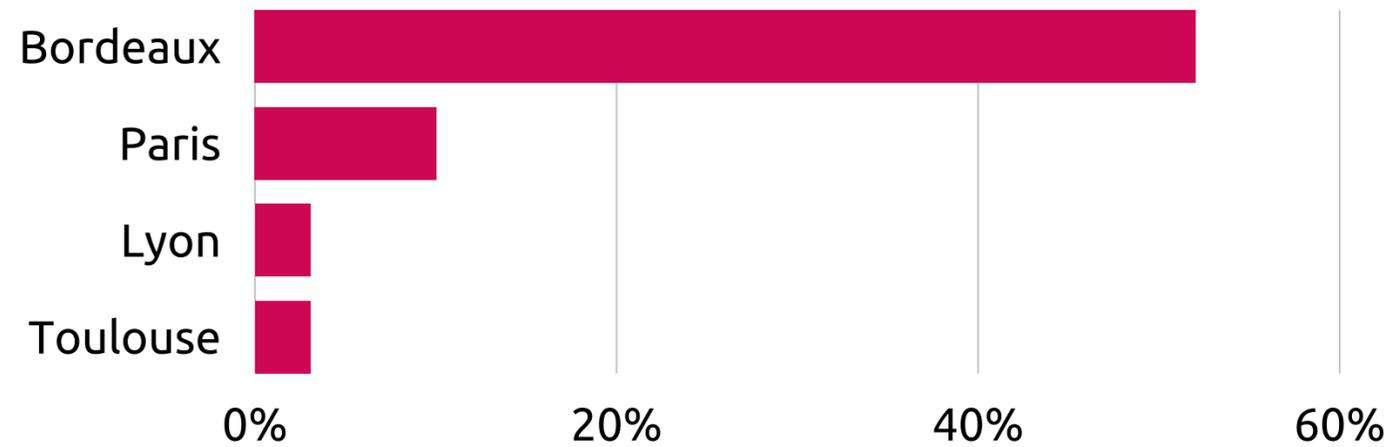
→ Ne poster sur les Journées Mondiales que si cela est **pertinent**.

→ Continuer voire renforcer les posts **Ekolo[Geek] Team** car c'est le plus pertinent sur la plateforme et ce qui plaît le plus. On peut d'ailleurs taguer les personnes.

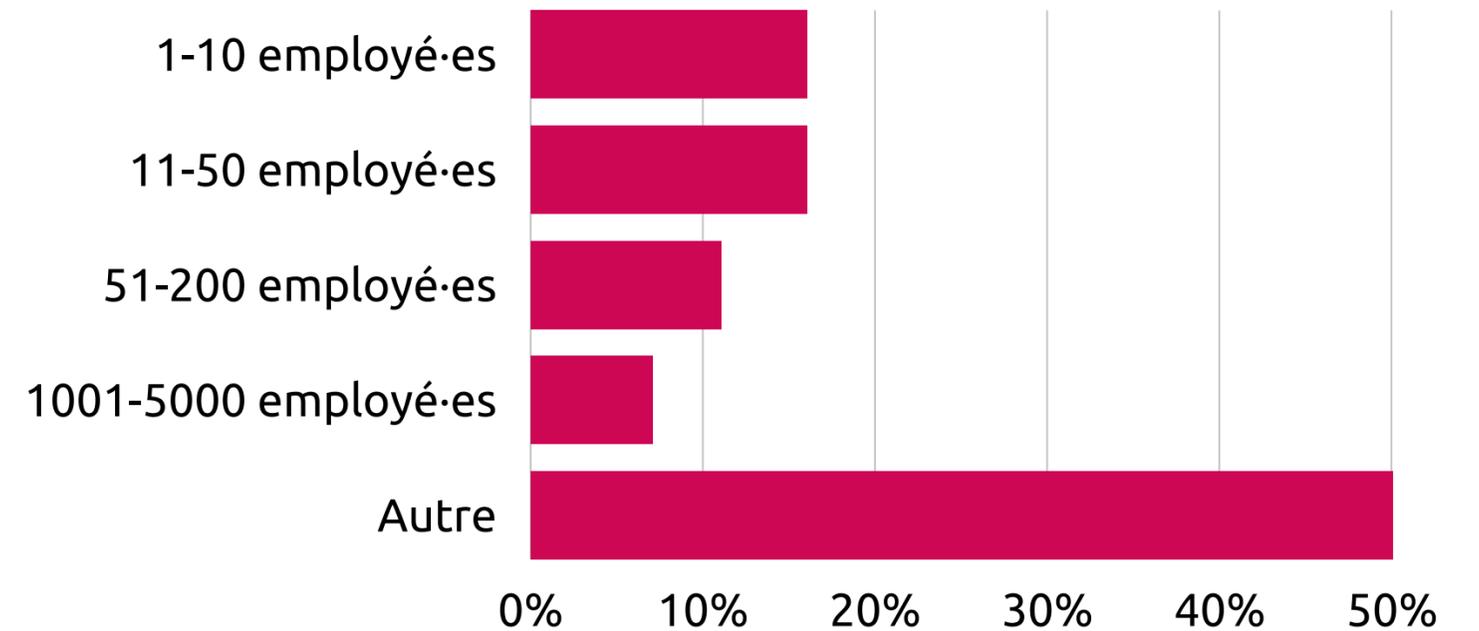
Abonné·es



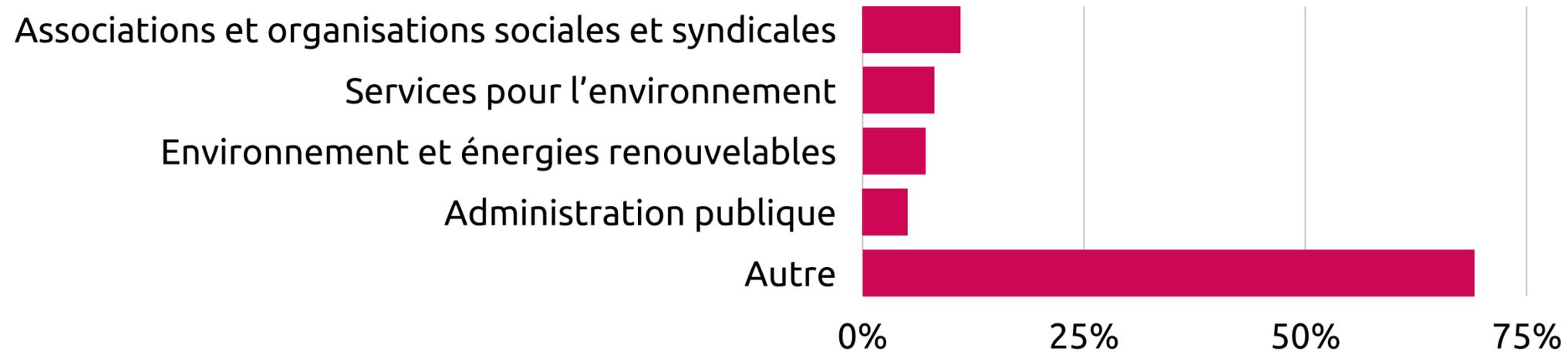
Localisation



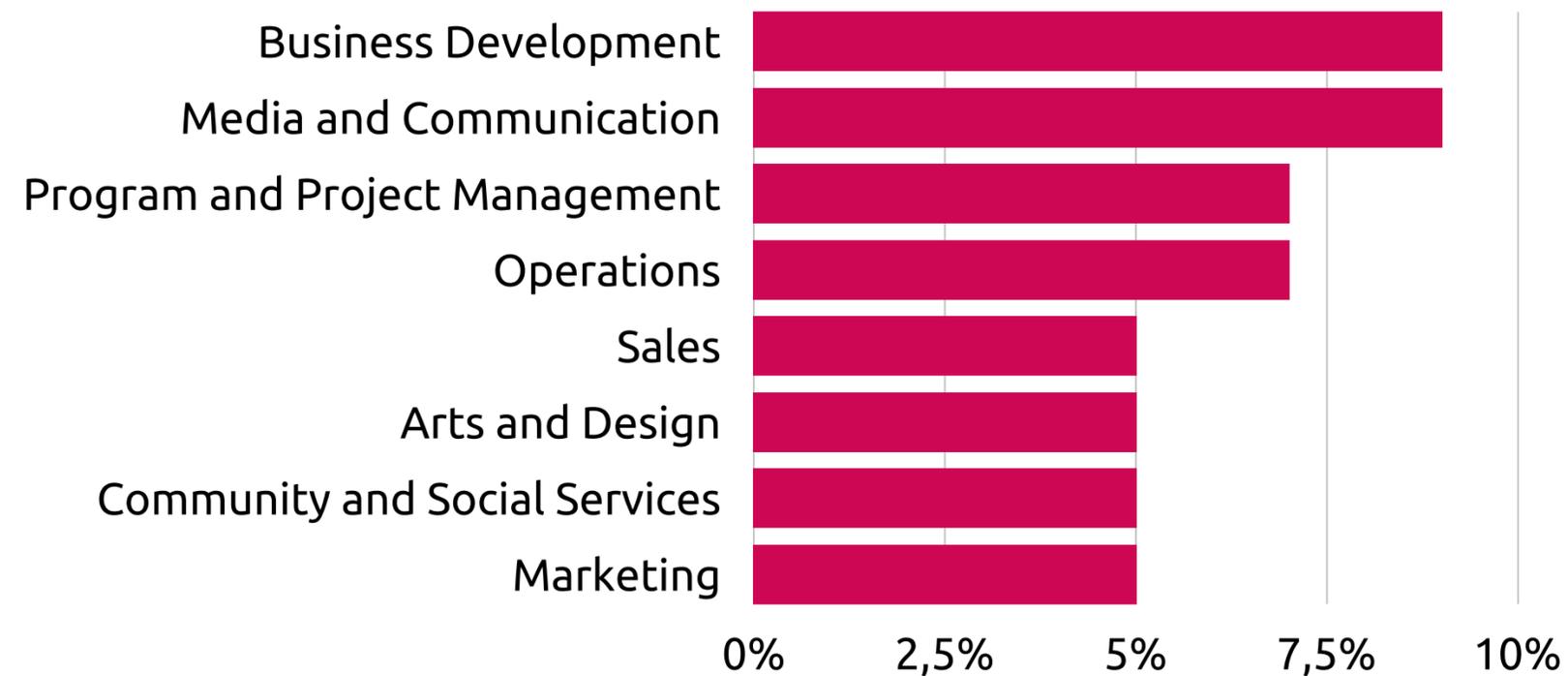
Taille de l'entreprise



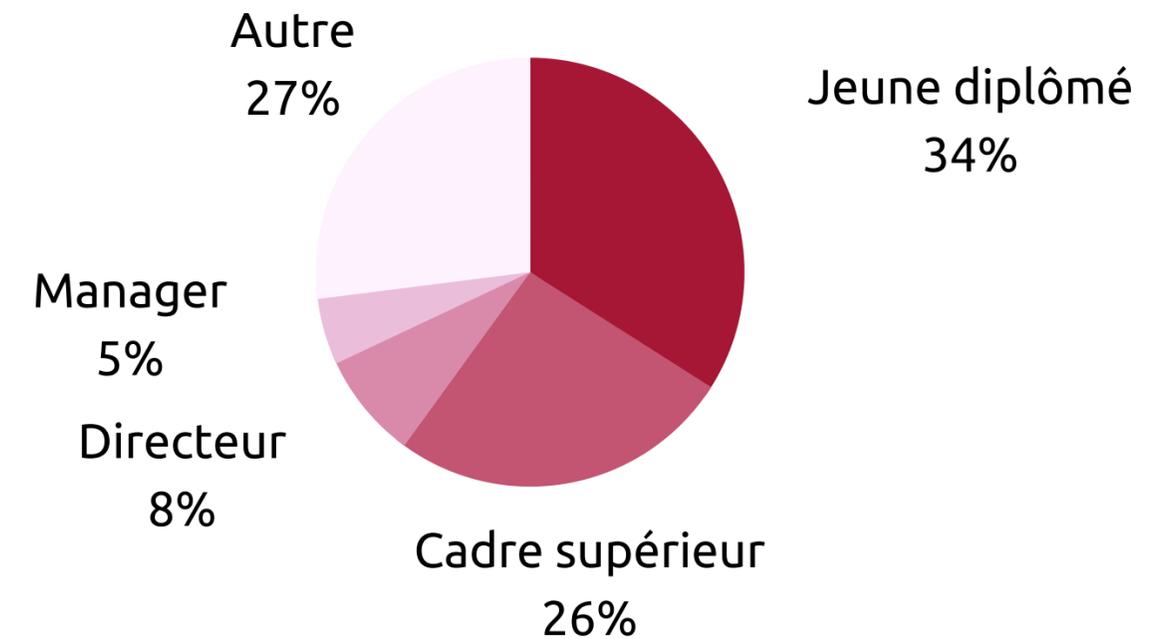
Secteur



Fonction



Niveau hiérarchique



Les préconisations d'Éléa

Instagram : Planning de publications



Fréquence	Jours	Catégories	Format
2 posts /semaine	Lundi 8h	Acte Ekolo[Geek]	Image
	Vendredi 18h	Sujet	Image, Carrousel, Reel
	Jour pertinent	Panier du mois	Image
		Ekolo[Geek] Team	Image, Reel, Vidéo
		Journée mondiale	Carrousel
1 story /semaine + Stories Événement	Mercredi 12h	Sujet	Image + Stickers interactifs
	Jour pertinent	Journée mondiale	Image + Sticker Lien
		Événement	Photo + Textes infos
		Événement interne	Vidéo
		Partage de nos posts	Si associé à d'autres stories
		Partage de posts extérieurs	Si on a un intérêt

Facebook : Planning de publications



Fréquence	Jours	Catégories	Format
2 posts /semaine	Lundi 8h	Acte Ekolo[Geek]	Image
	Jeudi 18h	Événement	Image
	Jour pertinent	Panier du mois	Image
		Ekolo[Geek] Team	Image, Vidéo
		Journée mondiale	Image, Galerie, Lien
Partage des stories Instagram			

LinkedIn : Planning de publications



Fréquence	Jours	Catégories	Format
1 post /semaine	Lundi 9h	Sujet en rapport avec le travail	Carrousel, Image
		Ekolo[Geek] Team	Image, Vidéo
		Commercial	Image, Carrousel, Vidéo

Recommandations



Je trouve indispensable d'être sur les RS car si tu n'as pas de présence numérique, tu n'existe pas donc on ne peut pas te faire confiance (e-réputation).

L'objectif des réseaux sociaux est de gagner en visibilité pour sensibiliser au maximum les gens. De plus, on se fait connaître et ça incite à venir sur nos événements. D'autre part, on essaie au maximum de créer une communauté engagée.

Travailler les contenus pour qu'ils soient complémentaires entre réseaux et avec la newsletter pour diminuer le temps de travail sur chaque tâche.

Demander aux bénévoles s'ils veulent aider : photos, contenu, idées. Il faut par contre avoir un process qui nous permet de tout prévoir en avance et ne pas être dans le rush parce qu'ils n'ont pas eu le temps de le faire.

Travailler les ponts entre mobilisation physique et sur le web.

On peut mettre en place l'idée de Pierre de faire une page du site en non répertorié avec toutes nos sources. Le lien resterait toujours dans le biolink Instagram et serait mis dans les posts pertinents sur Facebook et LinkedIn.

Biolink Instagram : On peut faire une belle page responsive sur le site Ekolo[Geek].

Il faudrait faire du tri dans les abonné·es Instagram car il arrive souvent que des comptes s'abonnent en mode "abonne-toi je rends" mais c'est mauvais pour nos stats donc c'est bien de faire le tri de temps en temps.

Temps passé /semaine



Aujourd'hui

Éléa
3H00

Pierre
3H30

Julien
30min

Estimations

Éléa
2H30

Pierre
2H30

Julien
30min