

Analyse des performances Instagram

La nouvelle publication a des meilleurs résultats que la précédente. Même si la portée est quasiment identique. Avec les modifications qu’on a apportées au contenu, ça nous a permis d'avoir davantage d’engagement et un meilleur intérêt.

Publication 2 : Détails la Villa

Indicateur	Résultat
Vues	2731
Comptes touchés	982
Visite de profil	36
J’aime	61
Enregistrements	6
Clics sur le lien en bio	4

Le visuel de cette publication attire bien plus que la FAQ. On avait déterminé qu’elle été trop textuelle, avec la nouvelle, on a une belle photo de la ville qui montre un visuel immrsif et n contenu qui est, du coup, plus facile à consommer.



Portée

- 2 731 vues
- 982 comptes touchés

C’est quasiment identique à la FAQ.

61 likes pour 982 comptes touchés : 6,2 % C’est bien mieux que ce qu’on a eu avec la FAQ.

6 sauvegardes. C’est inférieur à la FAQ (7), mais on comprend avec ca que les personnes aiment la publication mais la considèrent moins comme une ressource à conserver

Sur le résultat on a 61 likes contre 17 sur la précédente, soit une augmentation de 260%.

On a aussi réussi a améliorer le fait que les utilisateurs décrochaient progressivement en avançant les slides du carrousel. Avec le post la on voit que les likes sont répartis uniformément.

On a 0 partage. Pour notre lieu plus le fait que ce soit l'événementielle, c'est dommage normalement c'est un contenu qui devrait être partagé aux futurs mariés.

sur l'Audience : Followers : 96,1 %
Non-followers : 3,9 %

C'est notre principal point faible à améliorer par la suite.

Sources de vues

- Fil : 95,8 %
- Profil : 4,2 %

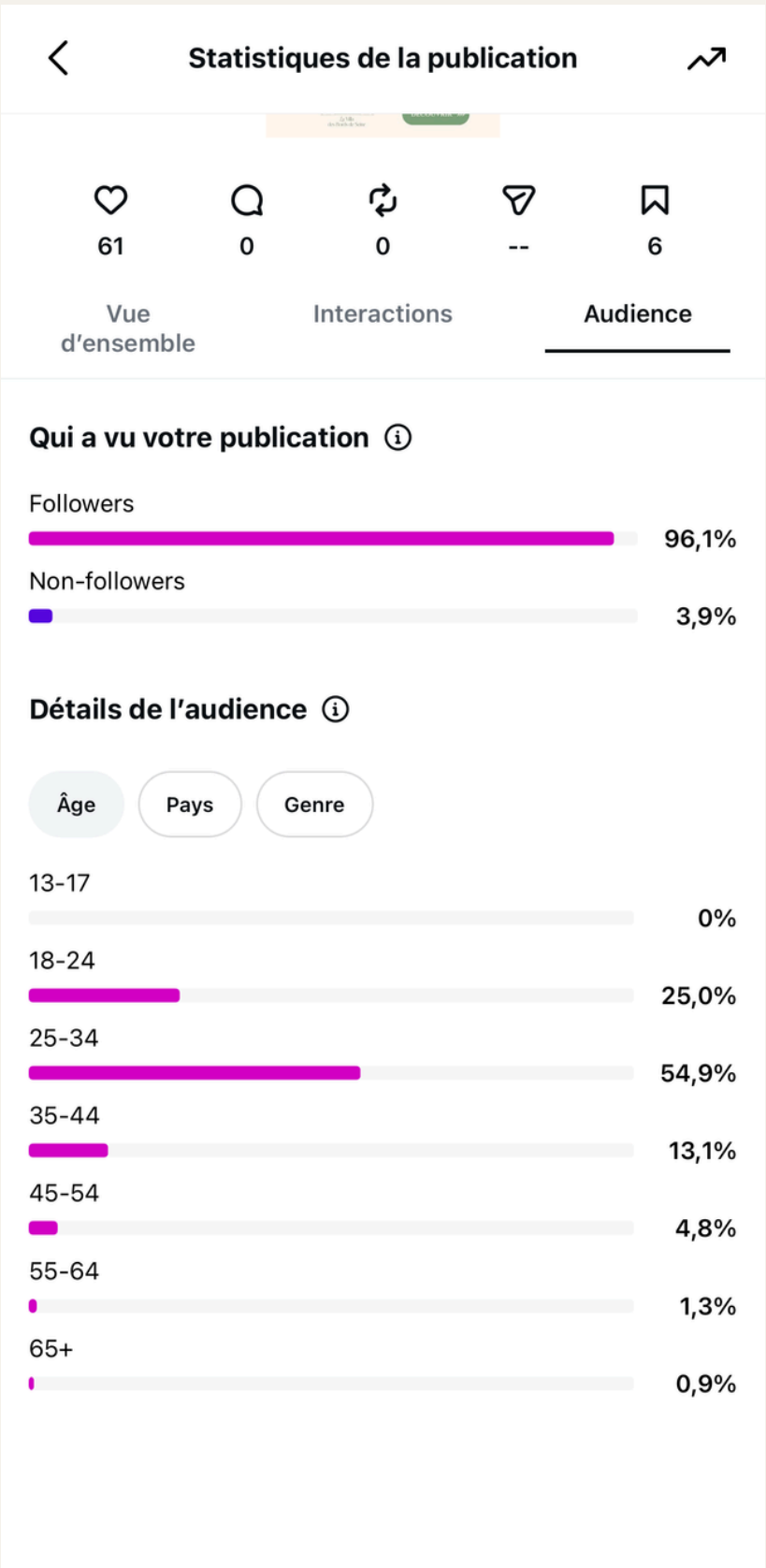
Comparé à la FAQ :

- Fil : 71,2 %
- Profil : 28,7 %

Ca a beaucoup mieux fonctionné directement dans le fil Instagram. On garde ces visuels qui cette fois a capté l'attention immédiatement.

La présentation Villa : Plus de likes ; Plus agréable à consommer ; Plus visuelle
Mais : Peu de clics; Trop peu de nouveaux utilisateurs

Cette publication est plus engageante que la FAQ. Par contre, la FAQ convertissait plus les personnes intéressées en visites de profil et en clics vers le site. Donc l'idéal pour les prochaines publications sera donc de conserver ce format qui est bien visuel tout en réintégrant des informations utiles qui poussent davantage à l'action.



Sur tiktok : Analyse de la vidéo qui a le mieux fonctionné et qui a le plus de performance à analyser elle a généré de l’engagement et des abonnés.

Indicateur	Résultat
Vues	22 085
Spectateurs uniques	17 800
Likes	655
Partages	247
Enregistrements / Favoris	604
Nouveaux abonnés	62

Sources de trafic

- Pour Toi : 86,4 %
- Recherche : 6,8 %
- Profil : 4,1 %

Contrairement aux publications Instagram, ce tiktok n’a pas été vue principalement par les abonnés. TikTok l’a distribuée à des inconnus. C’est ce qu’on recherche mais c’est surtout la force de TikTok.

Taux de likes : $655 \div 22\,085 = 2,97\%$

604 favoris : $604 \div 22\,085 = 2,7\%$ on considère avec nos post tiktok que les favoris sont un meilleur indicateur que les likes.

Quand quelqu’un sauvegarde : généralement il se dit “Je veux retrouver cette vidéo plus tard.” Et c’est exactement ce qu’on cherche pour la villa, parce qu’on est un lieu.

Nouveaux abonnés 62 abonnés Sur insta on avait aucune des publications qui a généré de nouveaux abonnés. avec un seul tiktok on en a eu 62.

Par contre on a la plupart des spectateurs qui quittent à 0:01 ca veut dire qu’on a pas une bonne accroche.

avec les recherches on voit :

- Domaine mariage
- Domaine mariage IDF
- Mariage 150 personnes
- Villa des bords de Seine

Tgrace a ca on est bien placé sur le référencement et le trafic des pourtoi
Le pourcentage femme est plus fort que celui des hommes ce qui est parfaitement cohérent avec le secteur mariage.

Ce qu'on va retenir de cette vidéo a reproduire sur les prochaines :

Positionnement clair : "Domaine 150 invités dans les Yvelines"

L'utilisateur sait immédiatement ce qu'il regarde parce que dans une seule phrase on a cité le type de lieu, sa capacité et sa localisation

On répond bien a ce que cherches les visiteurs : "Je cherche un domaine de mariage."

idées d'accroche pour les prochaines vidéos : "Voici l'un des plus beaux domaines de mariage des Yvelines."

L'objectif c'est de se baser sur cette vidéo qui est la plus vue et qui a été largement diffusée à des personnes qui ne connaissaient pas encore la Villa tout en générant des partages, des favoris et de nouveaux abonnés.

