

BODYHOUSE

Rapport Performance Skeepers

Analyse des contenus influenceuses sponsorisés

Contenus période fêtes de fin d'année — Campagne Meta Ads

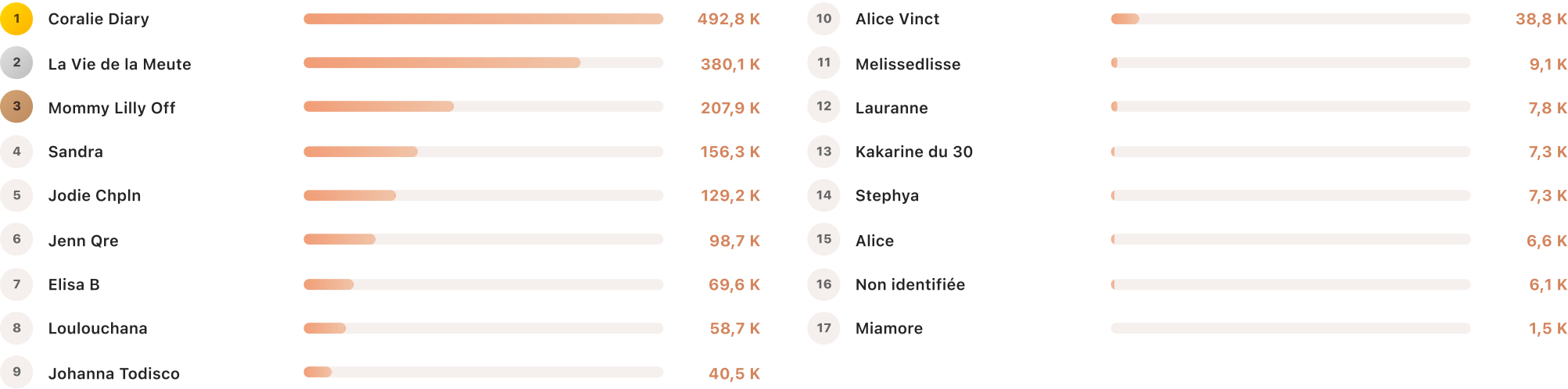
Octobre — Décembre 2025

Vue d'ensemble

Synthèse de la campagne Sleepers — Contenus influenceuses sponsorisés via Meta Ads



Classement des influenceuses — par impressions totales



Impressions par boutique



IMPRESSIONS

237,8 K

AUDIENCE UNIQUE

155,5 K

ENGAGEMENTS

118,2 K

Taux : 49,7 %

RÉTENTION 50%

20,2 %

Complétion : 39,4 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Sandra	156 335	104 350	81 806	487	10 521	6,70%	43 373	18 010
Mommy Lilly Off	60 100	33 036	26 712	487	4 928	6,98%	2 698	224
Coralie Diary	9 143	8 297	5 136	60	729	8,18%	797	65
Kakarine du 30	7 310	5 651	2 351	32	246	3,05%	612	460
Lauranne	4 508	3 798	1 994	18	331	7,41%	434	98
Jodie Chpln	221	209	103	1	16	7,69%	29	15
Johanna Todisco	58	56	23	1	3	5,17%	3	1
Elisa B	31	30	12	1	1	3,23%	4	0
La Vie de la Meute	29	28	16	0	5	17,24%	4	1
Miamore	21	20	3	0	0	—	0	0
TOTAL	237 756	155 475	118 156	1 087	16 780	—	47 954	18 874

Les vidéos de **Sandra** cumulent 156K impressions avec un CTR moyen de 6,7%, ce qui en fait les contenus les plus diffusés de la campagne nationale. La vidéo de **Mommy Lilly Off** atteint 60K impressions pour 27K engagements. Coralie Diary se distingue par le meilleur CTR de la campagne à 8,2%. Les autres contenus ont bénéficié d'une diffusion plus limitée.

IMPRESSIONS

48,8 K

AUDIENCE UNIQUE

27,9 K

ENGAGEMENTS

12,5 K

Taux : 25,6 %

RÉTENTION 50%

6,4 %

Complétion : 54,3 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Jodie Chpln	45 143	24 793	11 214	153	1 008	2,23%	2 906	1 658
Coralie Diary	2 550	2 144	970	7	114	4,34%	151	11
Johanna Todisco	611	522	173	4	23	3,44%	19	8
Mommy Lilly Off	240	217	74	1	9	2,50%	10	1
Elisa B	239	219	66	2	7	3,13%	13	5
TOTAL	48 783	27 895	12 497	167	1 161	—	3 099	1 683

La vidéo de **Jodie Chpln** concentre 93% des impressions de la boutique (45K) avec 11K engagements. Les vidéos de Coralie Diary et Johanna Todisco affichent des volumes plus modestes mais des CTR corrects (autour de 3 à 4%). La diffusion reste inégale entre les contenus.

IMPRESSIONS

214,1 K

AUDIENCE UNIQUE

101,9 K

ENGAGEMENTS

91,7 K

Taux : 42,8 %

RÉTENTION 50%

6,2 %

Complétion : 25,9 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Coralie Diary	105 978	48 118	48 118	197	1 762	0,17%	4 456	612
Mommy Lilly Off	40 693	17 243	17 247	139	2 721	0,27%	4 612	630
Jodie Chpln	31 609	15 586	11 329	50	544	0,17%	2 463	1 417
Elisa B	25 342	15 455	10 782	42	431	0,14%	1 454	621
Johanna Todisco	10 492	5 472	4 227	24	260	0,29%	373	181
TOTAL	214 114	101 874	91 703	452	5 718	—	13 358	3 461

La vidéo de **Coralie Diary** totalise 106K impressions et 48K engagements, représentant près de la moitié de la visibilité de la boutique. La vidéo de **Mommy Lilly Off** complète avec 41K impressions et le plus grand nombre de clics (2 721). Les 5 contenus couvrent un spectre d'audience cohérent avec un taux d'engagement global de 43%.

IMPRESSIONS

23,2 K

AUDIENCE UNIQUE

18,1 K

ENGAGEMENTS

10,9 K

Taux : 47,2 %

RÉTENTION 50%

9,2 %

Complétion : 49,3 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Elisa B	15 904	11 882	7 383	44	211	0,18%	1 230	555
Stephya	7 276	6 261	3 563	75	161	0,14%	893	491
TOTAL	23 180	18 143	10 946	119	372	—	2 123	1 046

La vidéo d'**Elisa B** porte 69% des impressions de la boutique avec 16K impressions et 7,4K engagements. Les vidéos de **Stephya** apportent un complément avec 7,3K impressions cumulées. Le taux d'engagement global atteint 47%.

IMPRESSIONS

178,3 K

AUDIENCE UNIQUE

95,0 K

ENGAGEMENTS

90,9 K

Taux : 51,0 %

RÉTENTION 50%

7,6 %

Complétion : 12,4 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Coralie Diary	112 852	58 104	58 979	292	1 535	0,16%	9 137	868
Mommy Lilly Off	52 554	28 340	26 321	225	1 001	0,23%	3 444	328
Jodie Chpln	6 605	4 199	2 839	13	81	0,11%	655	358
Johanna Todisco	4 631	3 114	1 927	18	100	0,17%	193	88
Elisa B	1 662	1 251	807	9	22	0,06%	124	45
TOTAL	178 304	95 008	90 873	557	2 739	—	13 553	1 687

La vidéo de **Coralie Diary** génère 113K impressions et 59K engagements. La vidéo de **Mommy Lilly Off** suit avec 53K impressions. Ces deux contenus représentent 93% de la visibilité sur Grenoble. Les autres contenus restent en retrait en termes de diffusion.

IMPRESSIONS

431,7 K

AUDIENCE UNIQUE

64,9 K

ENGAGEMENTS

175,3 K

Taux : 40,6 %

RÉTENTION 50%

6,8 %

Complétion : 28,4 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
La Vie de la Meute	340 668	—	135 316	890	6 235	0,22%	23 402	7 140
Coralie Diary	34 156	24 059	16 086	102	506	0,16%	2 478	297
Mommy Lilly Off	31 278	19 843	15 695	143	699	0,25%	2 408	277
Elisa B	12 518	10 763	2 831	14	74	0,07%	285	108
Jodie Chpln	8 001	6 104	3 392	23	117	0,10%	757	478
Johanna Todisco	5 104	4 113	2 023	26	163	0,22%	224	100
TOTAL	431 725	64 882	175 343	1 198	7 794	—	29 554	8 400

La vidéo de **La Vie de la Meute** génère 341K impressions et 135K engagements, portant l'essentiel de la visibilité de la boutique. Les vidéos de **Coralie Diary** (34K) et **Mommy Lilly Off** (31K) complètent le dispositif. Avignon Nord est la boutique la plus visible de l'ensemble de la campagne avec 432K impressions cumulées.

IMPRESSIONS

336,9 K

AUDIENCE UNIQUE

177,4 K

ENGAGEMENTS

152,6 K

Taux : 45,3 %

RÉTENTION 50%

6,7 %

Complétion : 21,1 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Coralie Diary	216 699	101 272	101 933	453	2 828	0,15%	14 947	1 715
La Vie de la Meute	38 583	25 055	16 641	110	578	0,23%	2 411	554
Jodie Chpln	37 660	21 690	15 104	66	525	0,21%	2 983	1 852
Johanna Todisco	19 597	12 032	7 625	54	414	0,18%	766	315
Mommy Lilly Off	17 882	12 791	8 321	98	356	0,18%	919	127
Elisa B	6 477	4 527	2 977	31	82	0,12%	388	173
TOTAL	336 898	177 367	152 601	812	4 783	—	22 414	4 736

La vidéo de **Coralie Diary** cumule 217K impressions et 102K engagements, représentant 64% de la visibilité de la boutique. Les vidéos de **La Vie de la Meute** (39K) et **Jodie Chpln** (38K) apportent un complément significatif. Deuxième boutique en volume d'impressions après Avignon Nord.

IMPRESSIONS

38,8 K

AUDIENCE UNIQUE

31,1 K

ENGAGEMENTS

18,6 K

Taux : 48,0 %

RÉTENTION 50%

11,8 %

Complétion : 39,3 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Alice Vinct	38 805	31 085	18 640	527	684	0,44%	4 575	1 800

La vidéo d'**Alice Vinct** est le seul contenu activé sur cette boutique. Elle atteint 39K impressions avec un taux d'engagement de 48% et une rétention vidéo à 50% de 11,8%, indiquant un bon niveau d'attention de l'audience locale.

Pas de contenu Skeepers activé sur cette boutique durant la période.
Les campagnes utilisaient uniquement des visuels et vidéos internes Body House.

IMPRESSIONS

164,0 K

AUDIENCE UNIQUE

106,9 K

ENGAGEMENTS

76,7 K

Taux : 46,7 %

RÉTENTION 50%

7,9 %

Complétion : 33,1 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Jenn Qre	98 653	60 726	49 763	474	740	0,26%	8 558	1 791
Loulouchana	58 740	41 350	24 265	227	1 002	0,59%	4 038	2 320
Alice	6 645	4 788	2 627	39	157	0,62%	344	170
TOTAL	164 038	106 864	76 655	740	1 899	—	12 940	4 281

Les vidéos de **Jenn Qre** cumulent 99K impressions et 50K engagements sur deux contenus. La vidéo de **Loulouchana** affiche un CTR de 0,59% et une bonne rétention vidéo. La vidéo d'**Alice** obtient le CTR le plus élevé de la boutique à 0,62%.

Pas de contenu Skeepers activé sur cette boutique durant la période.
Les campagnes utilisaient uniquement des visuels et vidéos internes Body House.

IMPRESSIONS

29,6 K

AUDIENCE UNIQUE

23,4 K

ENGAGEMENTS

11,2 K

Taux : 37,7 %

RÉTENTION 50%

6,7 %

Complétion : 17,3 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Coralie Diary	11 442	9 504	5 964	51	92	0,42%	1 079	100
Elisa B	7 404	4 923	2 020	27	215	2,54%	391	147
Mommy Lilly Off	5 127	3 997	1 508	20	204	3,10%	246	25
Lauranne	3 295	2 648	1 349	19	20	0,42%	225	59
Miamore	1 454	1 454	164	2	5	0,07%	32	11
La Vie de la Meute	854	843	146	1	6	—	21	2
TOTAL	29 576	23 369	11 151	120	542	—	1 994	344

La vidéo de **Coralie Diary** mène avec 11K impressions et le taux d'engagement le plus élevé. La vidéo de **Mommy Lilly Off** obtient un CTR de 3,1%. Le dispositif couvre 6 influenceuses sur différents objectifs (Engagement, Notoriété, Trafic).

IMPRESSIONS

6,1 K

AUDIENCE UNIQUE

4,6 K

ENGAGEMENTS

1,8 K

Taux : 29,9 %

RÉTENTION 50%

7,5 %

Complétion : 58,8 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Non identifiée	6 095	4 635	1 824	14	21	0,18%	456	268

Un seul contenu a été activé, dont le nom d'influenceuse n'est pas identifié dans les données. La performance atteint 6K impressions avec un taux d'engagement de 30% et une rétention vidéo à 50% de 7,5%.

IMPRESSIONS

9,1 K

AUDIENCE UNIQUE

7,2 K

ENGAGEMENTS

3,8 K

Taux : 42,1 %

RÉTENTION 50%

5,6 %

Complétion : 13,7 %

INFLUENCEUSE	IMPRESSIONS	AUDIENCE UNIQUE	ENGAGEMENTS	RÉACTIONS	CLICS	CTR	VUES 50%	VUES 100%
Melissedlisse	9 092	7 230	3 832	31	75	0,22%	510	70

La vidéo de **Melissedlisse** est le seul contenu activé sur cette boutique avec 9K impressions et un taux d'engagement de 42%. La rétention à 50% se situe à 5,6%.