

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

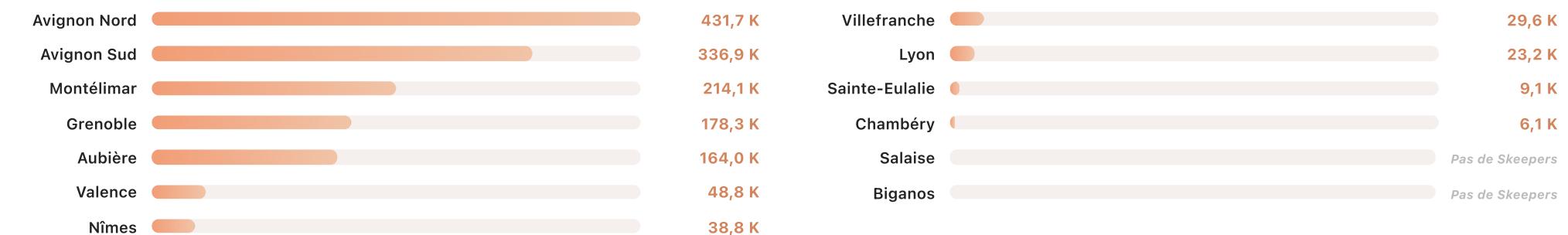
Synthèse de la campagne Skeeters — Contenus influenceuses sponsorisés via Meta Ads



Classement des influenceuses — par impressions totales



Impressions par boutique



1

Campagne Nationale

NATIONAL

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.

3

Montélimar

5 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%.

5

Grenoble

5 CONTENUS

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.

9

Salaise

PAS DE DONNÉES

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

10

Aubièrē

3 CONTENUS

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%
Melissedlisso	9 092	7 230	3 832	31	75	0,22%	510	70

La vidéo de **Melissedlisso** 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%.