



Rapport Social Media - Aout

ANNEXE

Vues : Le nombre total de vues générées par le contenu diffusé, tous formats confondus (vidéos, publicités, etc.).

Couverture : Nombre de personnes uniques atteintes par la publicité.

Impressions : Nombre total d'affichages de la publicité (une personne peut voir plusieurs fois la même publicité).

Nombre d'interactions : Le total des actions faites sur ta publication (likes, commentaires, partages, clics, sauvegardes, etc.).

Clics : Nombre de fois où les utilisateurs ont cliqué sur la publicité.

Plateforme : Indique la plateforme utilisée pour la campagne : Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.

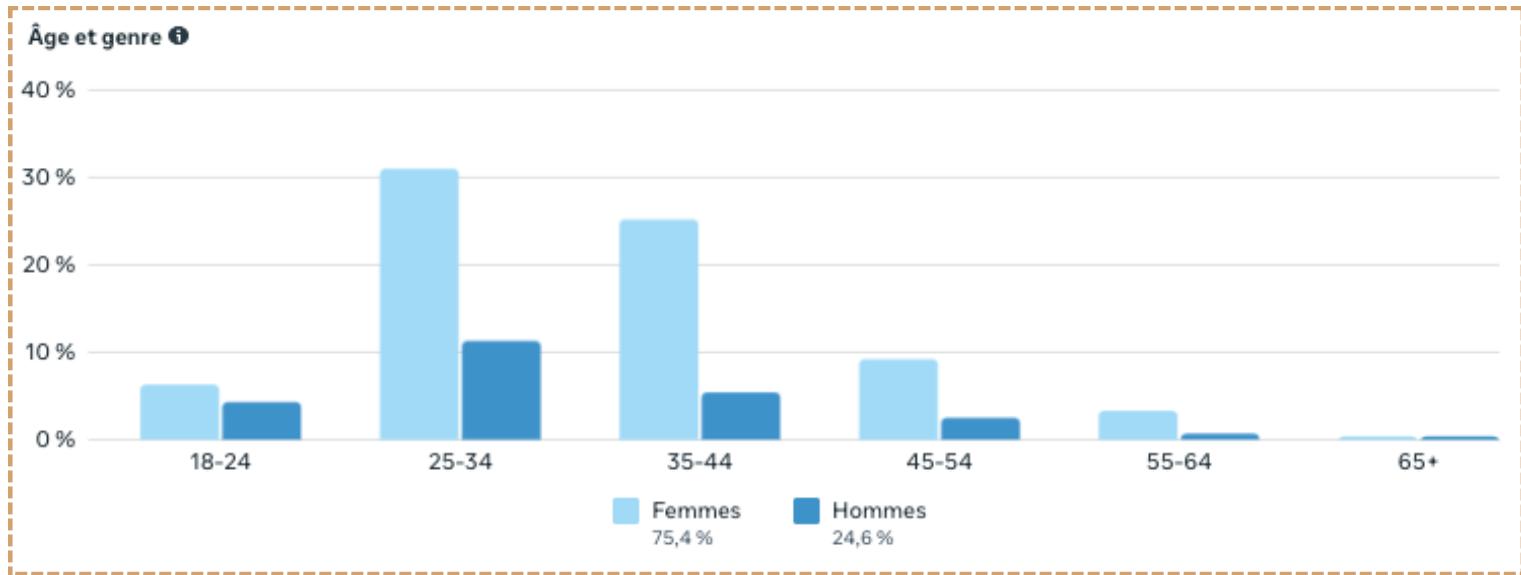
Visites : Le nombre de fois où des personnes ont cliqué pour visiter un profil après avoir vu une publication ou une pub.

Followers : Le nombre de personnes qui ont commencé à suivre le compte pendant une période donnée.

Considération : Objectif d'engager les utilisateurs pour qu'ils considèrent sérieusement le service ou produit.

REPORTING SOCIAL MEDIA

Audience : Répartition par âge et par genre



Interprétation des Résultats

Répartition par genre :

La majorité de l'audience est féminine (75,4%), contre 24,6 % de hommes.

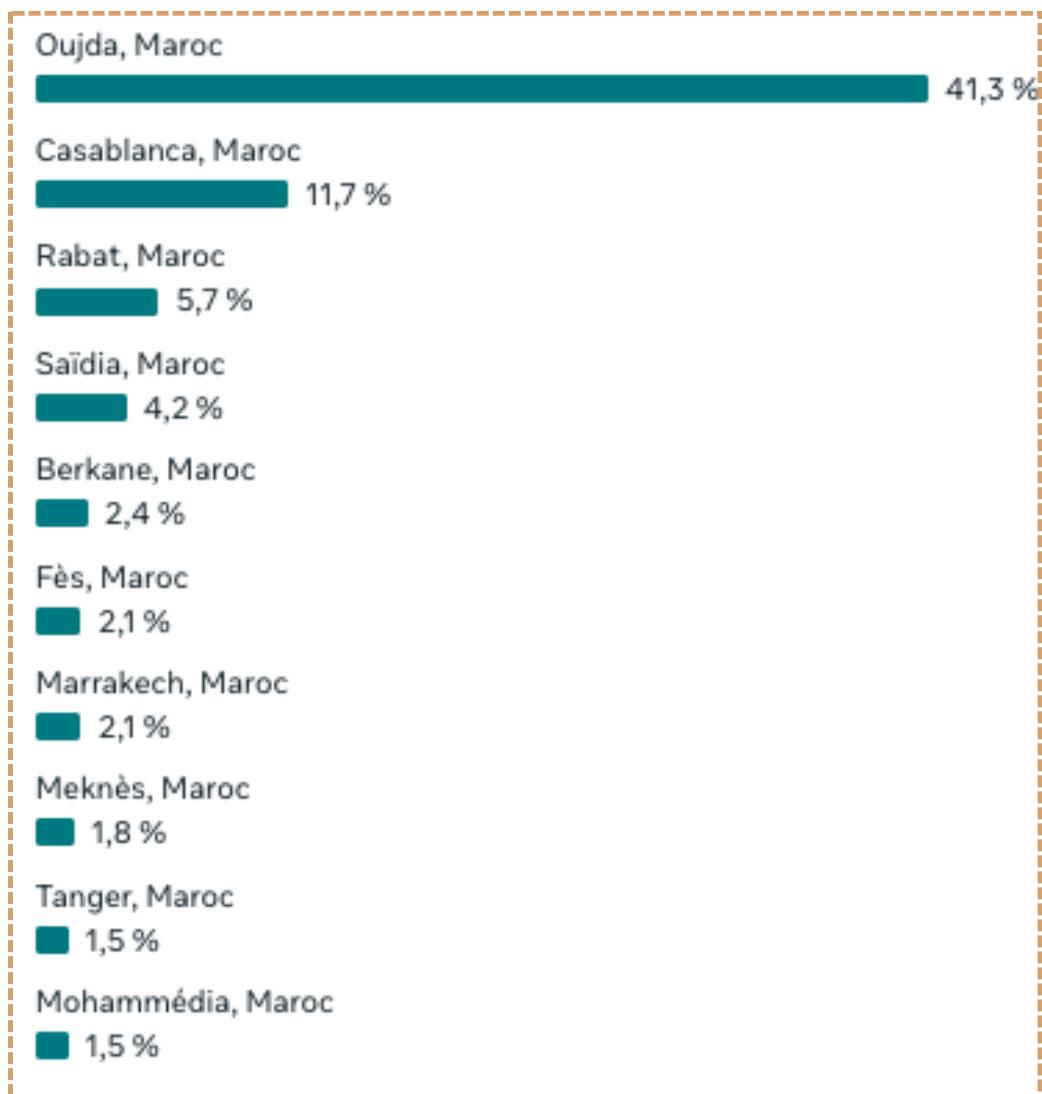
Répartition par tranche d'âge :

- Le segment dominant est 25-34 ans (42,3 %), suivi de 35-44 ans (30,6 %).
- Les 45-54 ans représentent (11,7 %).
- Les tranches d'âge 18-24 ainsi que les supérieures (55 ans et plus) ont une présence marginale.

Conclusion : L'audience est principalement composée de femmes âgées de 25 à 44 ans, avec une présence secondaire des 45 à 54 ans.

REPORTING SOCIAL MEDIA

Audience : Répartition par villes



L'audience de Medina Mall Saidia est fortement concentrée au Maroc (85%), avec une dominance nette de Oujda (41,3%), suivie de Casablanca, Rabat, Saidia et Berkane. Cette répartition confirme une excellente implantation dans les grandes villes du Royaume avec une dominance de la partie orientale

Report Instagram



Chaque génération
a son coin préféré.



Médina Mall Saïdia
المدينة مول السعيدية



REPORTING SOCIAL MEDIA - INSTAGRAM

👁 VUE

Vues 1
1.849.479 ↑ 3,5 ألف %



Observations des pics de vues

- Un total de 1 849 479 vues a été enregistré au mois d'août, traduisant une progression exceptionnelle (+3,5K %). Une première montée notable apparaît autour du 14 août, suivie d'un pic plus marqué entre le 26 et le 28 août, où les vues dépassent les 300 000 en une seule journée. Cette dynamique illustre la forte capacité des contenus publiés à générer de la visibilité ponctuelle et à capturer l'attention d'un large public sur des périodes clés.

👁 COUVERTURE

Couverture 1
1.225.476 ↑ 7,3 ألف %



Analyse des pics

- Un total de 1 225 476 personnes uniques a été atteint en août, marquant une progression remarquable (+7,3K %). Une première hausse significative apparaît autour du 14 août, traduisant un regain d'intérêt de l'audience. Le pic le plus élevé est enregistré entre le 26 et le 28 août, dépassant les 300 000 personnes atteintes en une seule journée, confirmant l'impact fort des contenus publiés sur cette période.

👁 NOMBRE INTERACTION

Nombre d'interactions avec le contenu

18.507 ↑ 3,2 ألف %

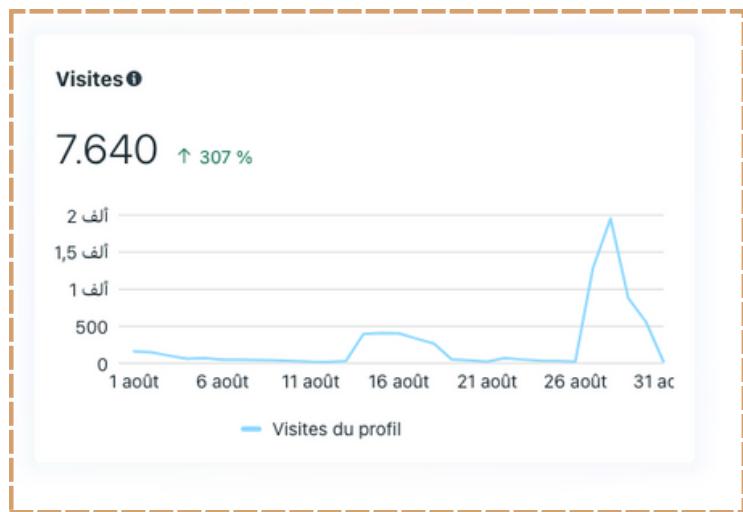


Observations des pics d'interactions

- Un total de 18 507 interactions a été enregistré, marquant une progression significative de +3,2K % par rapport à la période précédente. Une première hausse notable est observée autour du 15 au 17 août, atteignant plus de 3 000 interactions en une seule journée. Un second regain d'activité apparaît en fin de mois, confirmant la capacité des contenus à maintenir l'intérêt et à stimuler l'engagement de l'audience sur plusieurs temps forts.

REPORTING SOCIAL MEDIA-- INSTAGRAM

VISITE



Observations des pics de visites

- Un total de 7 640 visites de profil a été enregistré, marquant une progression significative de +307 % sur la période. Un pic distinct se dessine entre le 27 et le 29 août, où les visites dépassent 2 000 en une seule journée. Cette dynamique traduit un intérêt marqué de l'audience pour le profil et confirme l'efficacité des contenus à générer de la curiosité et de l'engagement autour de la page.

FOLLOWERS EN PLUS



Pics d'abonnés

- Un total de 459 nouveaux abonnés a été enregistré, représentant une progression notable de +79,3 % sur la période. Un pic clair est observé entre le 27 et le 29 août, où les abonnements dépassent les 90 en une seule journée. Cette dynamique illustre un regain d'intérêt pour le profil et confirme l'attractivité croissante des contenus auprès de l'audience.

CLICS SUR UN LIEN



Clics sur lien

- Un total de 188 clics sur des liens a été enregistré, représentant une progression significative de +100 % sur la période. Un pic clair apparaît entre le 15 et le 17 août, atteignant plus de 60 clics en une seule journée, illustrant un intérêt accru de l'audience pour les contenus et leur capacité à générer du trafic qualifié vers la page.

Report Facebook



Chaque génération
a son coin préféré.



Médina Mall Saïdia
المدينة مول السعيدية



REPORTING SOCIAL MEDIA - FACEBOOK

💡 VUES



. Analyse des pics

- Un total de 4 423 316 vues a été enregistré, marquant une progression exceptionnelle de +8,8M % sur la période. Une première hausse notable est observée autour du 15 août, suivie d'un pic massif entre le 28 et le 30 août, où les vues dépassent largement le million en une seule journée. Cette performance confirme une forte exposition des contenus et traduit un intérêt élevé et soutenu de l'audience sur ces temps forts.

💡 COUVERTURES



. Analyse des pics de couverture

- Un total de 2 129 124 personnes uniques a été atteint, marquant une progression exceptionnelle de +23,7M % sur la période. Une première hausse significative est observée autour du 15 août, suivie d'un pic majeur entre le 28 et le 30 août, où la couverture dépasse largement le million de personnes en une seule journée. Ces résultats confirment une forte diffusion des contenus et une capacité remarquable à toucher un large public sur des temps forts stratégiques.

💡 NOMBRE INTERACTION



. Analyse des pics de couverture

- Un total de 10 995 interactions a été enregistré, marquant une progression significative de +100 % par rapport à la période précédente. Une première hausse notable est observée autour du 15 au 17 août, atteignant près de 3 000 interactions en une seule journée. Un second pic apparaît en fin de mois, confirmant la capacité des contenus à maintenir l'intérêt et à stimuler l'engagement de l'audience sur plusieurs temps forts.

REPORTING SOCIAL MEDIA - FACEBOOK

VISITE

Visites 1

4.299 ↑ 12,9 %



Analyse des pics de visites

- Un total de 4 299 visites a été enregistré, marquant une progression remarquable de +12,9K % sur la période. Deux pics distincts apparaissent : une première hausse notable autour du 15 au 17 août, suivie d'un pic marqué en fin de mois (28 août) dépassant les 800 visites en une seule journée. Ces résultats traduisent un regain d'intérêt soutenu pour la page et confirment son attractivité croissante.

FOLLOWERS EN PLUS

Followers en plus 1

91 ↑ 4,5 %



Analyse des pics d'abonnés

- Un total de 91 nouveaux abonnés a été enregistré, marquant une progression notable de +4,5K % sur la période. Deux pics distincts apparaissent : une première hausse autour du 15 août, suivie d'un pic plus marqué entre le 27 et le 29 août, atteignant plus de 20 abonnés en une seule journée. Cette évolution traduit une attractivité croissante du profil et un regain d'intérêt de l'audience pour les contenus.

CLICS SUR UN LIEN

Clics sur un lien 1

4.130 ↑ 100 %

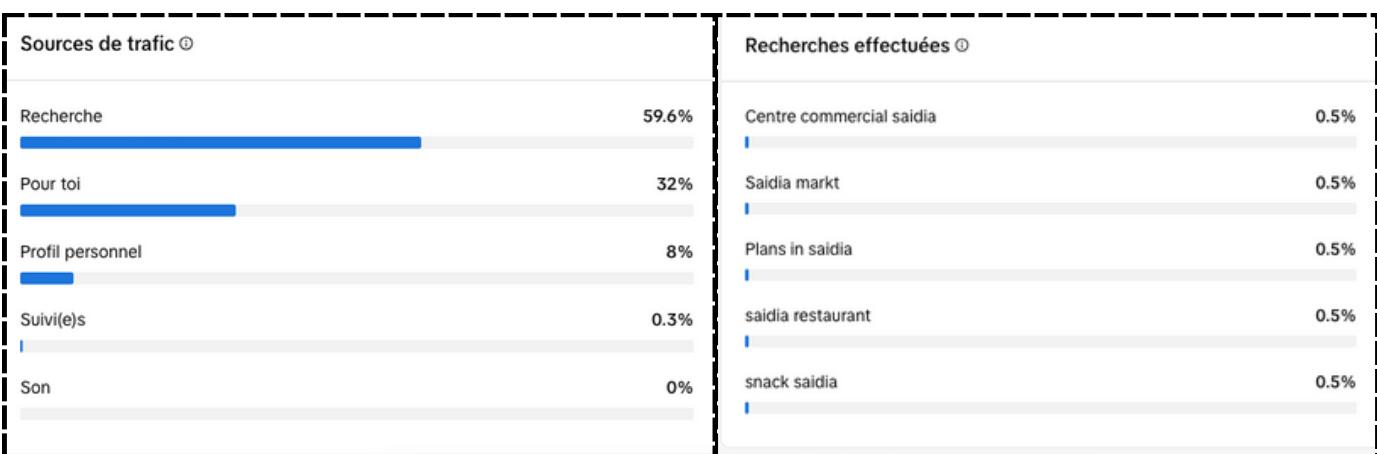
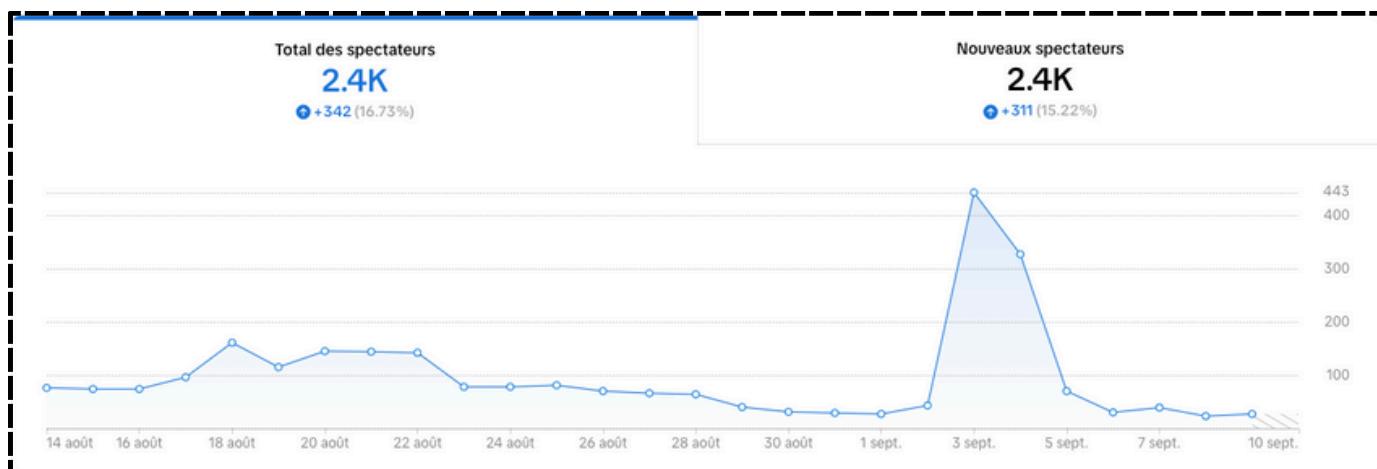
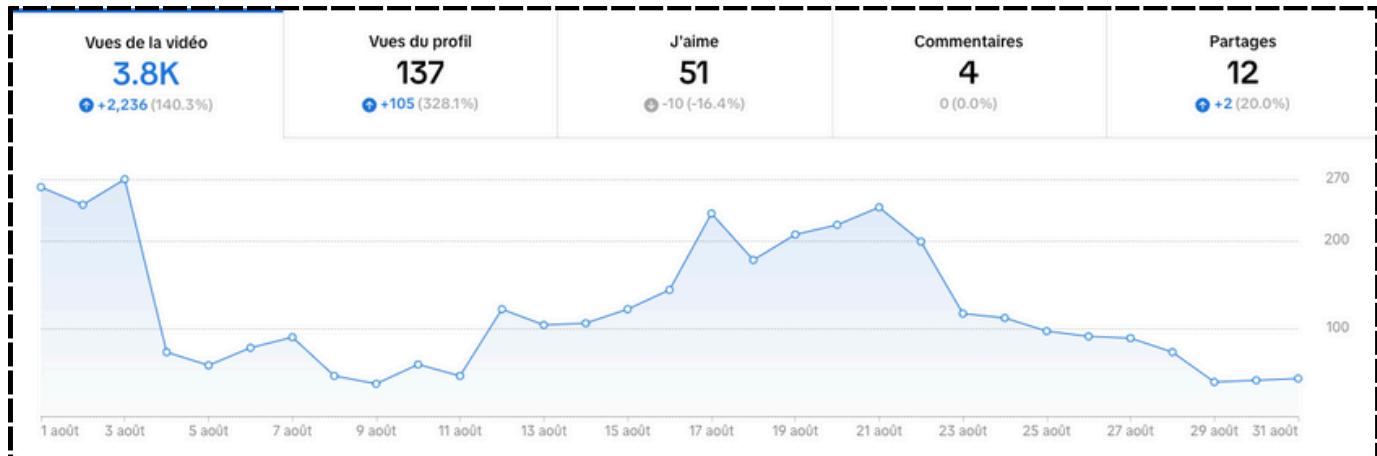


Clics sur lien

- Un total de 4 130 clics a été enregistré (+100 %), avec des pics notables mi-août et un pic majeur en fin de mois dépassant les 800 clics, confirmant un fort intérêt de l'audience et une capacité à générer du trafic qualifié.

REPORTING SOCIAL MEDIA - TIKTOK

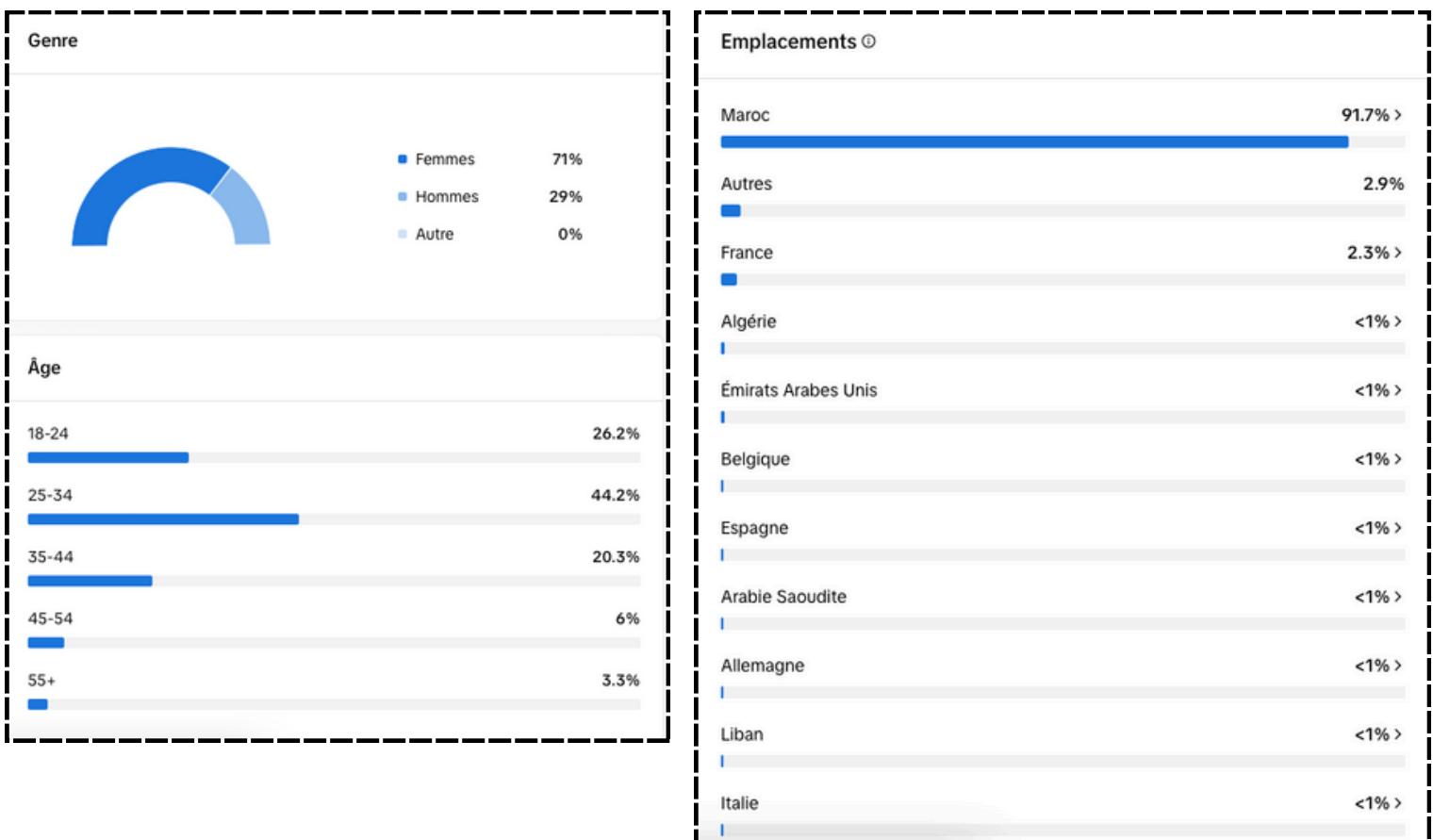
⌚ VUES



Le compte TIKTOK de Medina Mall Saïdia enregistre une forte progression en visibilité avec 3,8K vues de vidéos (+140 %) et 137 visites de profil (+328 %). L'audience est majoritairement composée de nouveaux spectateurs (2,4K, +15 %), avec un pic viral le 3 septembre. Le trafic provient surtout de la recherche (59,6 %) et de la rubrique Pour toi (32 %). Si la visibilité est solide, l'enjeu reste de renforcer l'engagement qualitatif (likes, commentaires) et de fidéliser l'audience.

REPORTING SOCIAL MEDIA - TIKTOK

📊 RÉPARTITION PAR GENRE, ÂGE ET EMPLACEMENTS GÉOGRAPHIQUES



L'audience de Medina Mall Saïdia est majoritairement marocaine (91,7 %), avec une petite ouverture internationale (France 2,3 %). Elle est composée à 71 % de femmes, et concentrée sur les 18-34 ans (70 %), cœur de cible du mall. Ce profil confirme une communauté jeune, locale et féminine, parfaitement alignée avec l'offre shopping, food & loisirs.

REPORTING SOCIAL MEDIA

BEST POST

Vues i
13.154

Couverture i
11.653

Interactions i
347

Instagram

 medina.mall.saidia



Saïdia
SUMMER FEST



medina.mall.saidia  Des concerts. Des vibes. Des souvenirs.... [more](#)

Ce contenu a généré 13 154 vues, 11 653 personnes atteintes et 347 interactions, confirmant une forte visibilité et un bon engagement. L'événementiel s'impose comme un levier clé pour renforcer la notoriété et l'attractivité du Medina Mall Saïdia.

REPORTING SOCIAL MEDIA

BEST RÉEL:

Vues ⓘ 491.462	Couverture ⓘ 456.007	Interactions ⓘ 527	Durée de visionnage ⓘ 2 h 21 min	Partages ⓘ 45	Enregistrements ⓘ 16
44 à partir des publicités 13 à partir des publicités					

Instagram
medina.mall.saidia

Ce contenu a atteint 491 462 vues et 456 007 personnes, avec 527 interactions et une durée de visionnage totale de 2h21. Les 45 partages et 16 enregistrements confirment un intérêt marqué et une bonne viralité, renforçant la notoriété et l'attractivité du Medina Mall Saïdia.

medina.mall.saidia Quand Saïdia Mediterrania s'enflamme 🔥
Une soirée magique avec DRAGANOV, THE LEILA &

Rapport Sponsoring - Août



Phase de Learning – Instagram

Dans le cadre de la phase pré-sponsoring, nous avons volontairement laissé la stratégie organique opérer afin d'analyser le potentiel naturel de la page Instagram Medina Mall Saïdia. Cette période nous permet d'identifier les premiers leviers d'intérêt, de tester le pouvoir d'attraction des contenus, et d'établir une base de référence avant l'activation média.

◆ Vues : 99 145 (+100%)

Le contenu publié a généré près de 100 000 vues, ce qui témoigne d'un fort attrait organique. Deux pics majeurs sont visibles autour du 22 et du 30 juillet, probablement en lien avec des événements ou des formats particulièrement engageants (concerts, animations, ambiance festive). Cela montre une capacité du contenu à capter l'attention même sans budget.

◆ Couverture : 22 716 personnes touchées (+100%)

La portée organique reste importante, prouvant une viralité modérée des publications, surtout sur les formats courts. Ces résultats confirment que les publications bénéficient d'un bon positionnement algorithmique sur la base des hashtags, timing ou engagements initiaux.

◆ Interactions : 859 engagements (+100%)

Le contenu suscite une réactivité visible : likes, partages ou commentaires. Même si le taux d'engagement pourrait être amélioré, ce chiffre est très encourageant pour une diffusion non sponsorisée. Il démontre que l'audience interagit lorsqu'elle est exposée au bon contenu.

◆ Visites de profil : 2 463 (+246 200%)

Ce chiffre exceptionnel met en lumière une forte curiosité pour l'identité du mall. Les utilisateurs passent à l'action après avoir vu du contenu, ce qui renforce la nécessité de travailler les éléments de conversion sur le profil (bio, lien, story à la une...).

◆ Nouveaux abonnés : +381 en organique

Le compte gagne naturellement des abonnés, avec un pic autour du 22 juillet. Cela signifie que les publications parviennent non seulement à séduire, mais aussi à convertir. Ce socle organique permet d'envisager les campagnes sponsorisées sur une audience déjà pré-qualifiée.

La phase de juillet a servi d'indicateur clair sur le potentiel naturel du compte. Les résultats démontrent :

- Une forte consommation de contenu,
- Une capacité de conversion organique,
- Un engagement positif sans budget média.

Ces éléments valident le passage à la phase de sponsoring dès août, avec un socle actif à amplifier. La stratégie paid pourra capitaliser sur les contenus ayant généré les meilleurs pics de vues et interactions, tout en renforçant la croissance de la communauté.

Phase Learning – Facebook

En l'absence de sponsoring durant le mois de juillet, la page Facebook de Medina Mall Saïdia a bénéficié d'une première phase organique permettant d'observer les performances naturelles du contenu et d'établir des repères avant lancement des campagnes payantes.

◆ Vues – 62 (+100 %)

Le contenu a généré 62 vues de manière organique, témoignant d'un début d'intérêt malgré une base d'audience encore très réduite. Une courbe ascendante s'observe en fin de mois, traduisant un potentiel de viralité sur certains formats.

◆ Couverture – 9 (+350 %)

Avec 9 personnes atteintes, la couverture reste modeste mais en croissance nette. Cette donnée reflète une visibilité encore limitée, ce qui confirme le besoin d'un soutien média pour toucher une audience élargie, notamment les MRE en séjour temporaire.

◆ Visites de la page – 33 (+100 %)

Le compte a enregistré 33 visites de page, signe qu'un certain nombre d'utilisateurs ont souhaité en savoir plus sur le lieu. Cela démontre une curiosité initiale prometteuse, à transformer en engagement ou conversion via des campagnes ciblées.

◆ Followers – +2 (+100 %)

Malgré l'absence de sponsoring, 2 nouveaux abonnés ont rejoint la page. Ce résultat, bien qu'encore limité, indique une première capacité à convertir l'intérêt en audience engagée.

Cette phase organique montre que la page commence à générer de l'intérêt, avec une croissance naturelle encourageante sur tous les KPIs. Néanmoins, les résultats restent limités en volume, ce qui renforce la nécessité stratégique d'activer rapidement le sponsoring. Cela permettra de booster la couverture, d'accélérer le recrutement de followers, et de mieux atteindre notre cible prioritaire (MRE + habitants de la région de Saïdia).

REPORTING SPONSORING

Août 2025



LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SUR INSTAGRAM ET FACEBOOK :

Campagne ↑	Diffusion ↑	Paramètre d'attribution	Résultats ↑	Couverture ↑	Répétition ↑	Coût par résultat ↑	Budget ↑	Montant dépensé ↑
Campagne trafic vers profil IG - Aout	Désactivée	7 jour(s) clic o...	3 111 Visites du profil Insta...	217 511	1,30	0,05 \$ Coût par visite du pro...	50,00 \$ Quotidien	142,48 \$
Campagne Notoriété - Aout	Désactivée	7 jour(s) clic o...	1 648 027 Couverture	1 648 027	1,16	0,13 \$ Pour 1 000 personnes...	70,00 \$ Quotidien	208,13 \$
Campagne Interaction - Aout	Désactivée	7 jour(s) clic o...	132 165 Interactions avec la p...	417 144	1,17	0,001 \$ Par engagement avec...	Utilisation du b...	190,39 \$
Interactions MMS - Aout	Désactivée	7 jour(s) clic o...	19 487 Interactions avec la p...	69 083	2,24	0,01 \$ Par engagement avec...	Utilisation du b...	112,80 \$
Notoriété MMS - Aout	Désactivée	7 jour(s) clic o...	1 274 866 Couverture	1 274 866	1,71	0,12 \$ Pour 1 000 personnes...	Utilisation du b...	147,84 \$

Tableau récapitulatif des campagnes publicitaires lancées sur Facebook et Instagram

1. Campagnes Interactions – Medina Mall Saïdia

Résultats cumulés : 151 652 interactions (132 165 + 19 487)

Couverture totale : 486 227 personnes (417 144 + 69 083)

Fréquence moyenne : 1,70 (pondérée sur les deux campagnes)

Coût par interaction : extrêmement compétitif, variant entre 0,001 \$ et 0,01 \$

Budget dépensé : 303,19 \$ (190,39 \$ + 112,80 \$)

2. Campagnes Notoriété – Medina Mall Saïdia

Résultats cumulés : 2 922 893 personnes atteintes (1 648 027 + 1 274 866)

Fréquence moyenne : 1,43 (pondérée)

Coût par 1 000 personnes touchées : entre 0,12 \$ et 0,13 \$, soit un niveau d'efficacité remarquable

Budget dépensé : 355,97 \$ (208,13 \$ + 147,84 \$)

3. Campagne Trafic vers profil Instagram – Medina Mall Saïdia

Résultats : 3 111 visites de profil IG

Couverture totale : 217 511 personnes

Fréquence moyenne : 1,30

Coût par visite : 0,05 \$

Budget dépensé : 142,48 \$



Total dépensé: 800,75 \$

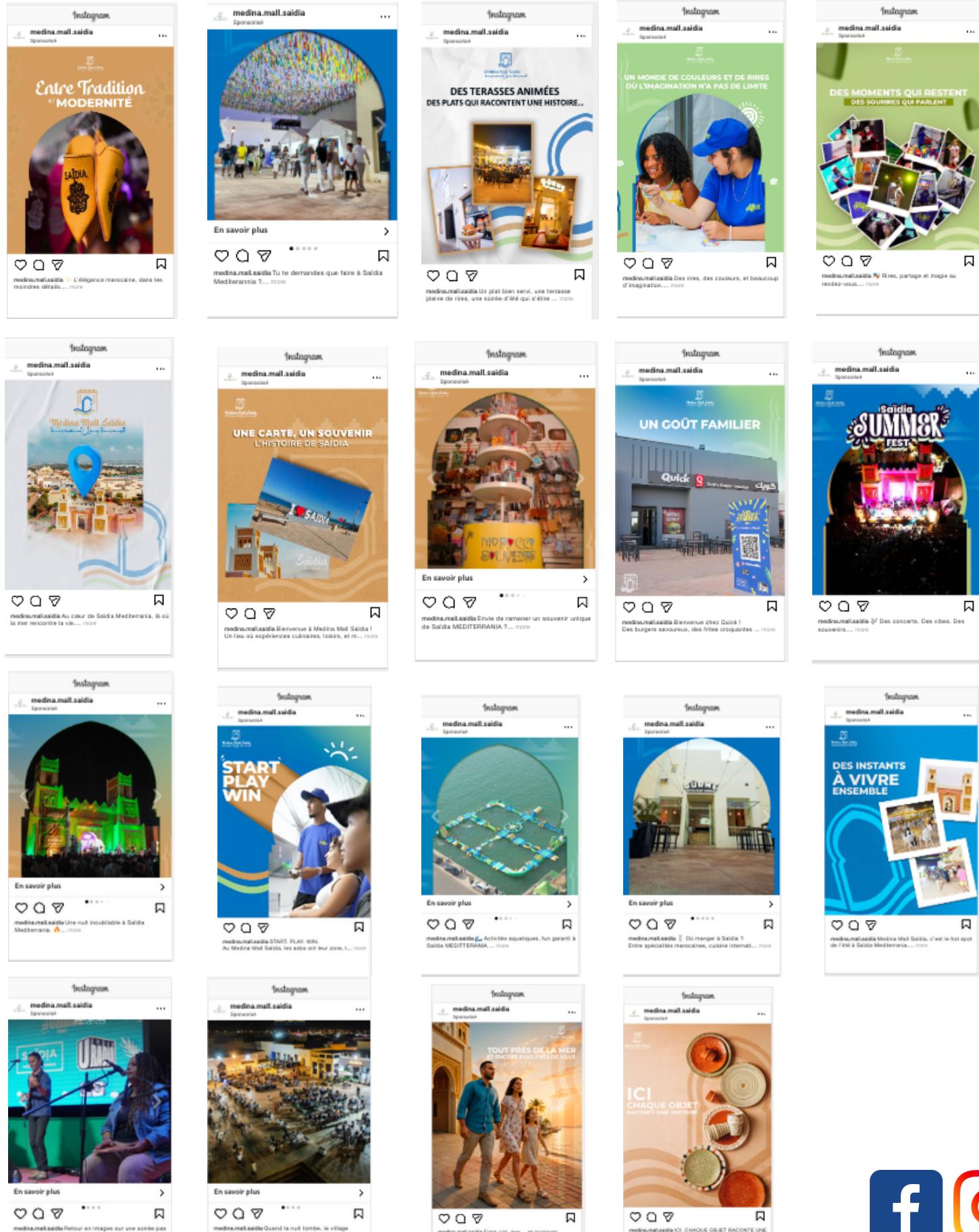


Résultats pour 43 campagnes ⓘ Exclut les éléments supprimés	7 jour(s) clic o...	—	3 335 286 comptes de l'Espace ...	1,50 par compte de l'Espace...	—	801,64 \$ Total dépensé
--	---------------------	---	-----------------------------------	--------------------------------	---	-------------------------

REPORTING SPONSORING

Août 2025

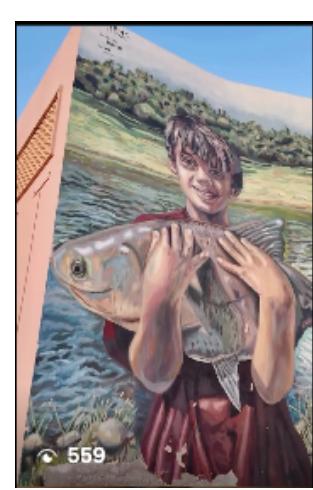
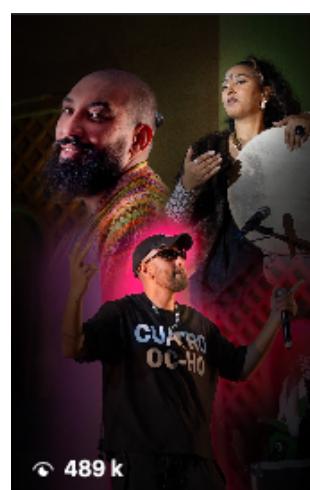
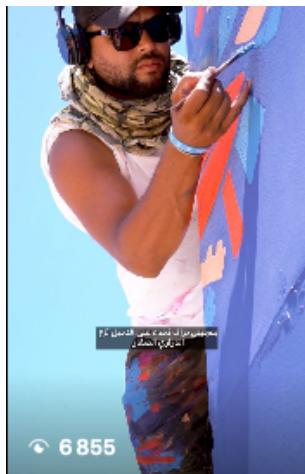
POST SPONSORISER STATIQUE



REPORTING SPONSORING

Août 2025

POST SPONSORISER REEL



REPORTING SPONSORING

Août 2025

CAMPAGNE INTERACTION

Publicité #	Diffusion ↑	Paramètre d'attribution	Résultats ↑	Couverture ↑	Répétition ↑	Coût par résultat ↑	Budget Ensemble de public.	Montant dépensé ↑
Ad Interaction - S7	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	514	12206	1,10	0,01 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,39 \$
Ad Interaction - R4	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	14924	44517	1,06	0,001 \$ Par engagement avec...	5,00 \$ Quotidien	14,14 \$
Ad Interaction - R3	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	19448	49989	1,08	0,001 \$ Par engagement avec...	5,00 \$ Quotidien	13,78 \$
Ad Interaction - R5	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	16116	53815	1,07	0,001 \$ Par engagement avec...	5,00 \$ Quotidien	14,08 \$
Ad Interaction - S2	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	465	12281	1,03	0,02 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,52 \$
Ad Interaction - S5	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	367	12242	1,03	0,02 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,51 \$
Ad Interaction - S1	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	397	12169	1,00	0,02 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,57 \$
Ad Interaction - S11	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	486	11363	1,05	0,02 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,54 \$
Ad Interaction - S12	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	429	10353	1,03	0,02 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,48 \$
Ad Interaction - S10	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	513	11157	1,07	0,01 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,58 \$
Ad Interaction - S9	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	412	10798	1,08	0,02 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,51 \$
Ad Interaction - R6	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	26783	49921	1,05	0,001 \$ Par engagement avec...	5,00 \$ Quotidien	14,64 \$
Ad Interaction - R7	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	20980	49960	1,06	0,001 \$ Par engagement avec...	5,00 \$ Quotidien	14,78 \$
Ad Interaction - R1	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	10007	36781	1,04	0,001 \$ Par engagement avec...	5,00 \$ Quotidien	14,51 \$
Ad Interaction - S4	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	446	8443	1,06	0,02 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,43 \$
Ad Interaction - S6	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	308	9962	1,02	0,02 \$ Par engagement avec...	3,00 \$ Quotidien	7,60 \$
Ad Interaction - R2	• Campagne désactivée	7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	18734	46483	1,05	0,001 \$ Par engagement avec...	5,00 \$ Quotidien	14,15 \$
Résultats pour 29 publicités		7 jour(s) clic o... Interactions avec la p...	151656	475691	1,35	0,002 \$ Par engagement avec...		303,19 \$ Total dépensé

● Campagne d'Interactions – MMS (août)

Cette campagne a généré des résultats exceptionnels, avec un total de 151 656 interactions pour un investissement global de 303,19 \$. Le coût par interaction est resté extrêmement compétitif, oscillant entre 0,001 \$ et 0,02 \$, démontrant une efficience média remarquable et une parfaite optimisation des ressources.

La campagne a permis de toucher 475 691 personnes uniques et de délivrer plus de 615 000 impressions, avec une fréquence moyenne de 1,35, garantissant une visibilité forte tout en évitant toute sur-sollicitation de l'audience.

Les annonces testées (29 au total) ont affiché des performances variées mais globalement homogènes. Certaines créations (notamment R3, R5 et R2) se sont distinguées en dépassant chacune les 18 000 à 20 000 interactions, tout en maintenant un coût minimal, preuve de la pertinence des visuels et messages choisis.

👉 En résumé : cette campagne illustre la capacité de Medina Mall Saïdia à capter l'attention et à générer un engagement massif à travers ses contenus. Elle combine engagement record, visibilité large et efficience budgétaire, confirmant que l'axe communautaire est un levier central pour renforcer la notoriété et l'attractivité du Mall.

📊 KPI clés :

Montant dépensé : 303,19 \$

Nombre total d'interactions : 151 656

Coût par interaction : entre 0,001 \$ et 0,02 \$

Couverture : 475 691 personnes uniques

Impressions : 615 000+



REPORTING SPONSORING

Août 2025

CAMPAGNE NOTORIETE

Publicité ↑	Diffusion ↑	Paramètre d'attribution	Résultats ↓	Couverture ↓	Répétition ↓	Coût par résultat ↓	Budget Ensemble de public... Montant dépensé ↓
Ad Notoriété - R1	● Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	218422 Couverture	218422	1,09	0,10 \$ Pour 1 000 personnes...	Utilisation du b... 21,94 \$
Ad Notoriété - R6	● Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	227075 Couverture	227075	1,04	0,17 \$ Pour 1 000 personnes...	Utilisation du b... 38,54 \$
Ad Notoriété - R5	● Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	227852 Couverture	227852	1,09	0,11 \$ Pour 1 000 personnes...	Utilisation du b... 24,13 \$
Ad Notoriété - R2	● Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	51133 Couverture	51133	1,01	0,11 \$ Pour 1 000 personnes...	Utilisation du b... 5,66 \$
Ad Notoriété - R4	● Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	180088 Couverture	180088	1,06	0,11 \$ Pour 1 000 personnes...	Utilisation du b... 19,67 \$
Ad Notoriété - R7	● Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	516537 Couverture	516537	1,04	0,10 \$ Pour 1 000 personnes...	Utilisation du b... 53,92 \$
Ad Notoriété - R3	● Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	374462 Couverture	374462	1,07	0,12 \$ Pour 1 000 personnes...	Utilisation du b... 44,27 \$
Ad Notoriété - Aout	● Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	1274866 Couverture	1274866	1,71	0,12 \$ Pour 1 000 personnes...	30,00 \$ Quotidien 147,84 \$
Résultats pour 8 publicités ❶		7 jour(s) clic o...	2742164 Couverture	2742164 comptes de l'Espace ...	1,49 par compte de l'Espace...	0,13 \$ Pour 1 000 personnes...	
							355,97 \$ Total dépense

● Campagne de Notoriété – MMS (août)

Cette campagne a joué un rôle clé dans le renforcement de la visibilité de Medina Mall Saïdia, en atteignant plus de 1 650 663 personnes uniques.

Avec plus de 1,7 million d'impressions délivrées, la diffusion a permis d'assurer une présence forte et régulière auprès de l'audience ciblée.

Le coût par mille impressions (CPM) s'élève en moyenne à 0,13 \$, ce qui représente un excellent niveau de performance compte tenu de l'ampleur de la couverture. La fréquence moyenne de 1,15 traduit un équilibre optimal entre répétition et nouveauté du message, garantissant une exposition suffisante sans entraîner de saturation.

👉 En résumé : Cette campagne a consolidé la notoriété de Medina Mall Saïdia, combinant une couverture massive, une diffusion équilibrée et des coûts parfaitement maîtrisés. Elle pose une base solide pour élargir encore davantage l'audience lors des futures activations et renforcer l'ancre du Mall dans l'esprit du public.

📊 KPI clés :

- Montant dépensé : 208,15 \$
- Couverture : 1 650 663 personnes uniques
- Impressions : 1 764 670
- CPM moyen : 0,13 \$
- Fréquence : 1,15



REPORTING SPONSORING

Août 2025

CAMPAGNE PROFIL IG

Publicité ↑	Diffusion ↑	Paramètre d'attribution	Résultats ↑	Couverture ↑	Répétition ↑	Coût par résultat ↑	Budget Ensemble de public... Montant dépensé ↑
Ad IG - R2	Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	.67 Visites du profil Insta...	10393	1,03	0,05 \$ Coût par visite du pro...	Utilisation du b... 3,39 \$
Ad IG - R5	Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	.66 Visites du profil Insta...	8273	1,04	0,07 \$ Coût par visite du pro...	Utilisation du b... 4,40 \$
Ad IG - R3	Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	.76 Visites du profil Insta...	7545	1,06	0,05 \$ Coût par visite du pro...	Utilisation du b... 3,78 \$
Ad IG - R6	Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	.2593 Visites du profil Insta...	173664	1,25	0,04 \$ Coût par visite du pro...	Utilisation du b... 111,18 \$
Ad IG - R4	Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	.176 Visites du profil Insta...	17984	1,12	0,06 \$ Coût par visite du pro...	Utilisation du b... 11,00 \$
Ad IG - R7	Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	.65 Visites du profil Insta...	8622	1,08	0,06 \$ Coût par visite du pro...	Utilisation du b... 3,99 \$
Ad IG - R1	Campagne désactivée	7 jour(s) clic o...	.68 Visites du profil Insta...	9494	1,06	0,07 \$ Coût par visite du pro...	Utilisation du b... 4,75 \$
Résultats pour 7 publicités ⓘ		7 jour(s) clic o...	3111 Visites du profil Insta... 217 511 comptes de l'Espace ... par compte de l'Espa...		1,30	0,05 \$ Coût par visite du pro...	142,49 \$ Total dépensé

● Campagne Trafic vers le profil Instagram – MMS (août)

Cette campagne a permis de générer un flux qualifié vers le compte Instagram de Medina Mall Saïdia, avec plus de 3 111 visites de profil. La couverture de 217 511 personnes uniques et les 267 511 impressions délivrées démontrent une visibilité solide et une diffusion bien optimisée.

Le coût moyen par visite est de 0,05 \$, ce qui reste compétitif et confirme une gestion budgétaire maîtrisée. L'analyse des performances montre que certaines annonces, comme R6 et R4, ont particulièrement contribué au volume global, preuve de la pertinence du ciblage et des choix créatifs adoptés.

👉 En résumé : Cette campagne a atteint ses objectifs de génération de trafic avec une efficacité remarquable, assurant à Medina Mall Saïdia une visibilité accrue et un afflux de visiteurs qualifiés vers son profil Instagram à un coût maîtrisé.

📊 KPI clés :

- Montant dépensé : 142,07\$
- Nombre total de visites de profil : 3 098
- CPC moyen (coût par clic/visite) : 0,05 \$
- Couverture : 217 511 personnes uniques
- Impressions : 267 511



REPORTING SPONSORING

Août 2025

SYNTHÈSE GÉNÉRALE – CAMPAGNES MÉDIA DIGITALES MEDINA MALL SAÏDIA (AOÛT)

1. Introduction

Durant le mois d'août, Medina Mall Saïdia a déployé une stratégie publicitaire digitale complète, structurée autour de trois leviers complémentaires :

- Interactions pour stimuler l'engagement communautaire et créer une proximité avec l'audience.
- Notoriété pour maximiser la visibilité de la marque et ancrer sa présence auprès d'un large public.
- Trafic vers Instagram afin de générer un flux qualifié vers le profil et encourager la conversion en abonnés.

Cette combinaison de leviers a permis de créer une dynamique cohérente et performante, confirmant la capacité de Medina Mall Saïdia à transformer un budget maîtrisé en résultats digitaux tangibles et puissants.

2. Analyse par type de campagne

a. Campagnes d'Interactions

Les campagnes d'interactions ont généré un volume exceptionnel avec 151 656 interactions, pour un coût moyen par interaction de 0,002 \$, extrêmement compétitif par rapport aux standards du marché.

La couverture a atteint 475 691 personnes uniques, et plus de 615 656 impressions ont été délivrées, avec une fréquence équilibrée de 1,35.

Certaines annonces comme R2 et R5 se sont particulièrement distinguées en dépassant les 40 000 interactions chacune, prouvant leur attractivité.

👉 Impact : Ces résultats démontrent une forte affinité communautaire autour de Medina Mall Saïdia, confirmant sa capacité à mobiliser une audience large et engagée autour de contenus visuellement attractifs et pertinents.



REPORTING SPONSORING

Août 2025

b. Campagnes de Notoriété

La campagne de notoriété a permis de toucher plus de 1 650 663 personnes uniques, avec plus de 1,65 M impressions délivrées.

Le coût par mille (CPM) moyen est resté très compétitif à 0,13 \$, assurant une excellente efficience média.

La fréquence moyenne de 1,15 a garanti une exposition répétée et qualitative, sans risque de saturation.

👉 Impact : Cette campagne a renforcé la présence digitale de Medina Mall Saïdia en assurant une visibilité massive et continue auprès de l'audience cible. Elle constitue une base solide pour ancrer durablement la notoriété du mall au niveau régional et national.

c. Campagnes de Trafic vers Instagram

Les campagnes orientées vers le trafic ont généré 3 111 visites de profil Instagram, démontrant un réel intérêt de l'audience pour découvrir davantage le mall.

La couverture a atteint 217 511 personnes uniques, avec plus de 267 511 impressions délivrées.

Le coût par visite de 0,05 \$ reste compétitif, confirmant une gestion budgétaire optimisée et un ciblage pertinent.

👉 Impact : Cette campagne a permis d'attirer un trafic qualifié vers le compte Instagram de Medina Mall Saïdia, renforçant sa visibilité organique et posant les bases d'une conversion progressive des visiteurs en abonnés fidèles et potentiels clients du mall.





Médina Mall Saïdia
المدينة مول السعيدية



MERCI !