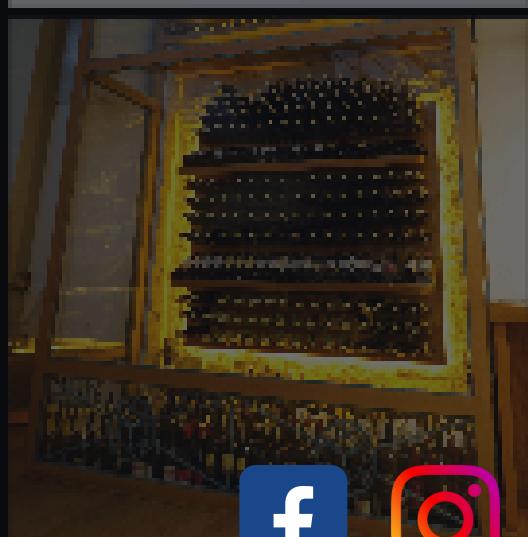
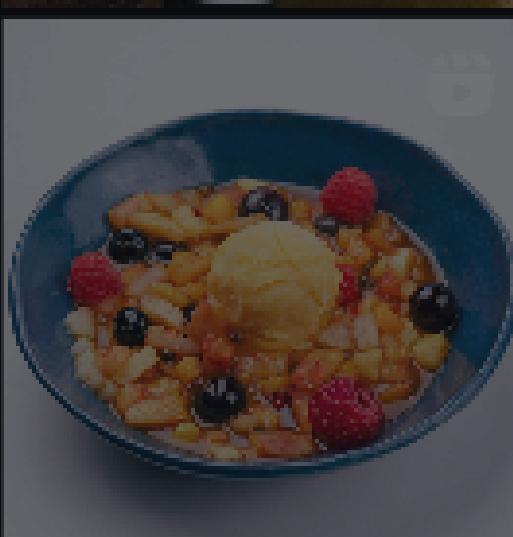
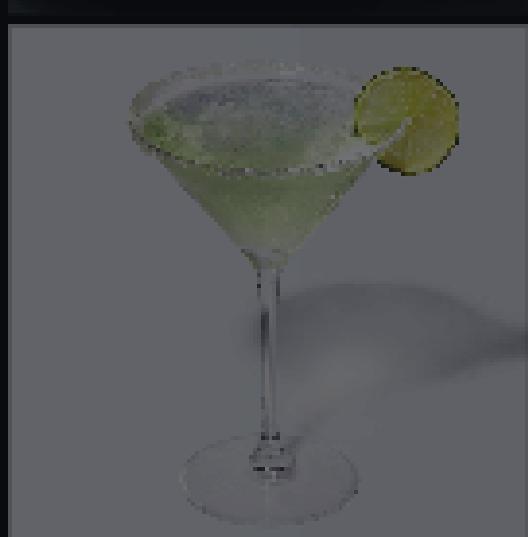
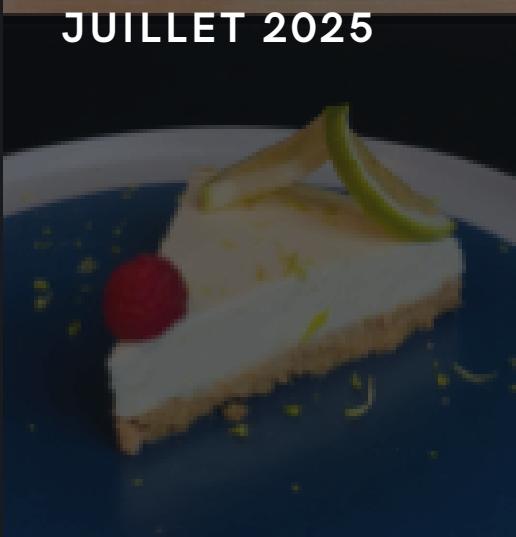
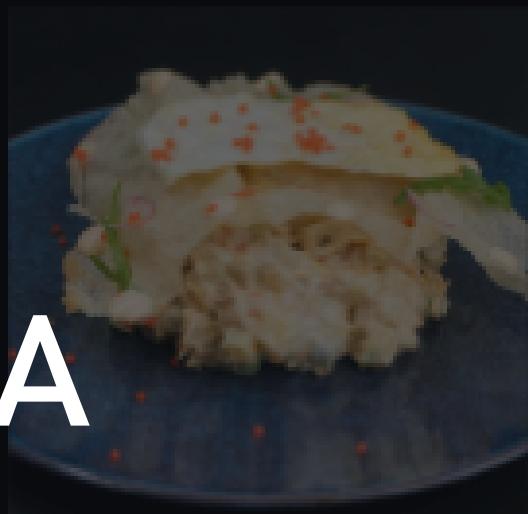
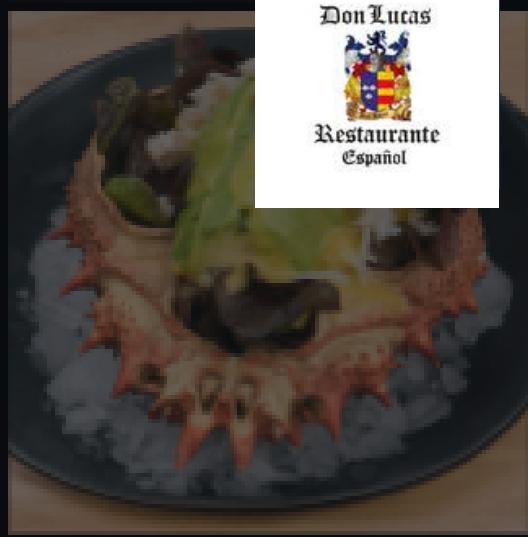
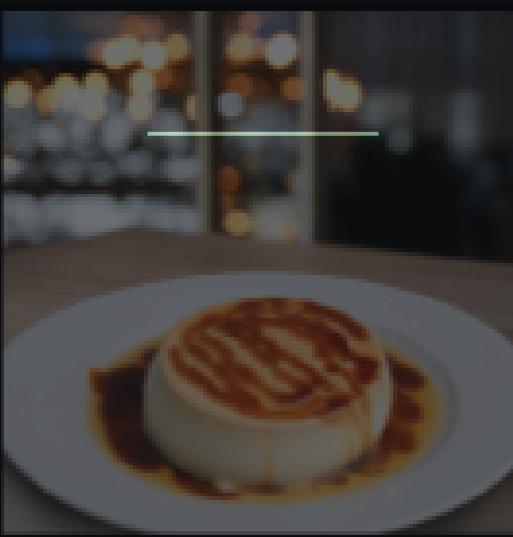


RAPPORT SOCIAL MEDIA

JUILLET 2025



💡 Audience : Répartition par âge et par genre



Interprétation des Résultats

Répartition par genre :

La majorité de l'audience est masculine (59,1%), contre 40,9 % de femmes.

Répartition par genre :

L'audience se compose majoritairement d'hommes (59,1 %), tandis que les femmes représentent 40,9 %.

Répartition par tranche d'âge :

Les données de répartition par âge ne sont pas significatives ou ne sont pas disponibles dans ce rapport.

Conclusion :

L'audience est principalement masculine, avec une proportion féminine également notable, ce qui montre une certaine mixité mais une prédominance d'hommes.

REPORTING SOCIAL MEDIA - INSTAGRAM

Juillet 2025

🔍 VUE

Vues ⓘ

912 842 ↑ 321,6 %



Observations des pics de vues

- Un total de 912 842 vues a été enregistré en juillet, marquant une progression significative de +321,6 %. L'activité reste modérée en début de mois, avant une nette accélération dès le 15 juillet. Un premier pic majeur est observé autour du 17 juillet, suivi d'un second plus marqué le 21 juillet. La fin du mois confirme cette dynamique, avec une intensité soutenue et un nouveau pic autour du 30 juillet, traduisant un fort engagement et une visibilité accrue auprès de l'audience.

🔍 COUVERTURE

Couverture ⓘ

355 129 ↑ 3,1 K %



Analyse des pics

- La couverture a atteint 355 129 personnes en juillet, affichant une progression remarquable de +3,1 K %. Après un début de mois calme, une première hausse notable est enregistrée autour du 16 juillet, suivie d'un second pic vers le 21 juillet. La dynamique s'accentue en fin de mois, culminant le 30 juillet, preuve d'un impact fort et d'une visibilité grandissante auprès de l'audience.

🔍 NOMBRE D'INTERACTION

Nombre d'interactions avec le contenu ⓘ

12 956 ↑ 2,0 K %



Observations des pics d'interactions

- Un total de 12 956 interactions a été enregistré en juillet, marquant une progression significative de +2,0 K % par rapport à la période précédente. Deux pics majeurs se distinguent autour du 17 juillet et du 22 juillet, traduisant un fort engagement du public lors de ces périodes clés.

REPORTING SOCIAL MEDIA - INSTAGRAM

Juillet 2025

🔍 CLIC SUR LIENS



Observations des pics de clics

- Un total de 6 118 clics a été enregistré en juillet, traduisant une progression notable de +100 % sur la période. Après un début de mois sans activité significative, le volume de clics s'intensifie à partir du 26 juillet, culminant autour du 30 juillet. Cette dynamique reflète une mobilisation croissante de l'audience et un intérêt concret pour le contenu proposé.

🔍 VISITE



Observations des pics de visites

- Un total de 14 192 visites de profil a été enregistré en juillet, marquant une progression significative de +127,1 %. Après un début de mois marqué par une activité modérée, la dynamique s'accélère nettement en fin de période, avec deux pics distincts autour du 27 juillet et du 30 juillet, traduisant un intérêt croissant de l'audience pour le profil et les contenus associés.

🔍 FOLLOWERS EN PLUS



Pics d'abonnés

- Un total de 1 124 nouveaux abonnés a été enregistré en juillet, représentant une progression positive de +69,5 % sur la période. Plusieurs pics d'acquisition se distinguent, notamment autour du 10 juillet et du 27 juillet, traduisant une attractivité renforcée du profil et un intérêt croissant de l'audience pour les contenus diffusés.

REPORTING SOCIAL MEDIA - FACEBOOK

Juillet 2025

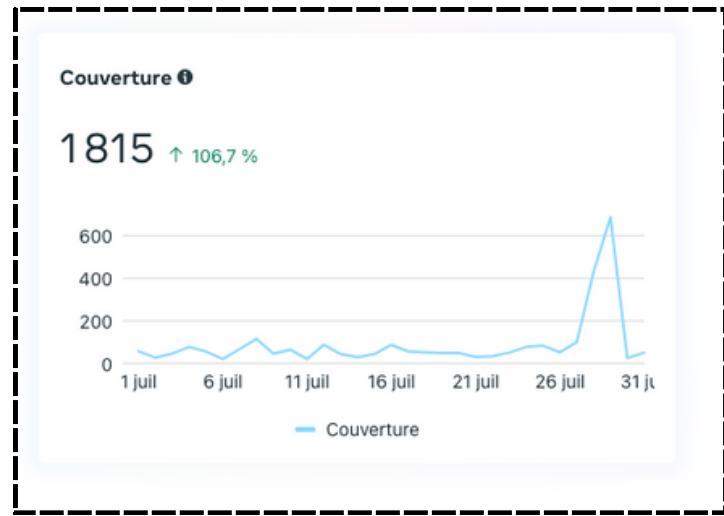
💡 VUES



. Analyse des pics

- Un total de 624 718 vues a été enregistré en juillet, marquant une progression exceptionnelle de +35,0 K %. Après un début de mois calme, une nette accélération est observée à partir du 15 juillet, avec deux pics majeurs autour du 17 juillet et du 22 juillet. La fin du mois maintient cette dynamique positive, culminant de nouveau vers le 30 juillet, confirmant une forte exposition et un intérêt soutenu de l'audience.

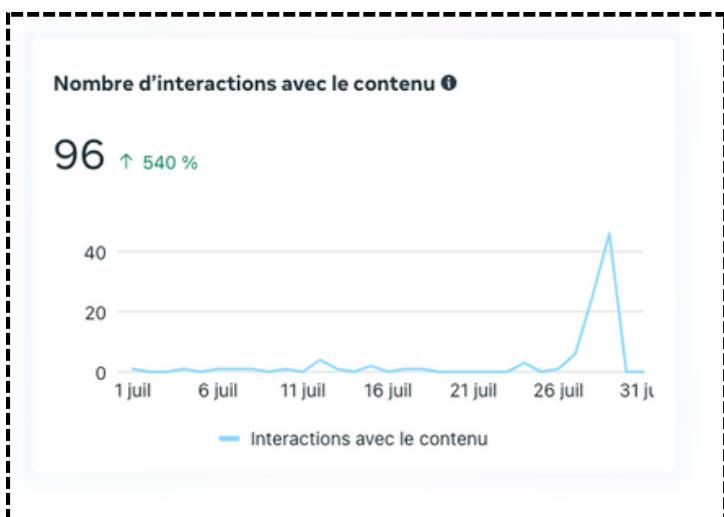
💡 COUVERTURES



. Analyse des pics de couverture

- Un total de 1 815 personnes uniques a été atteint en juillet, représentant une progression positive de +106,7 % sur la période. Après une activité relativement stable durant la première partie du mois, un pic marqué est observé autour du 30 juillet, traduisant une forte exposition et une diffusion optimale du contenu auprès de l'audience en fin de période.

💡 NOMBRE D'INTERACTIONS



. Analyse des interactions

- Un total de 96 interactions a été enregistré en juillet, marquant une progression notable de +540 % sur la période. Après une activité modeste en début de mois, un pic marqué est observé autour du 30 juillet, illustrant un regain d'engagement et une réceptivité positive de l'audience vis-à-vis du contenu diffusé.

REPORTING SOCIAL MEDIA - FACEBOOK

Juillet 2025

🔍 CLIC SUR LIENS



Analyse des pics de clics

- Un total de 2 clics a été enregistré en juillet, marquant une progression positive de +100 %. Un pic net est observé autour du 30 juillet, traduisant une mise en avant ponctuelle mais efficace, qui a su inciter l'audience à l'action.

🔍 VISITE



Analyse des pics de visites

- Un total de 834 visites a été enregistré en juillet, soit une progression notable de +102,9 %. L'activité est marquée par plusieurs hausses ponctuelles tout au long du mois, avec un pic significatif en fin de période, traduisant un regain d'intérêt marqué pour la page et une visibilité renforcée.

👤 FOLLOWERS EN PLUS



Analyse des pics d'abonnés

- Un total de 81 nouveaux abonnés a été enregistré en juillet, représentant une progression remarquable de +2,6 K % par rapport à la période précédente. Après un mois relativement stable, un pic marqué apparaît en fin de période, traduisant une hausse significative de l'attractivité de la page et un regain d'intérêt de l'audience.

REPORTING SOCIAL MEDIA - TIKTOK

Juillet 2025

REPORTING SOCIAL MEDIA - TIKTOK

Juillet 2025

BEST POST

Juillet 2025

Vues <small>1</small>	Couverture <small>1</small>	Interactions <small>1</small>	Partages <small>1</small>	Enregistrements <small>1</small>
210 842	191 154	1 785	65	113

donlucascasa



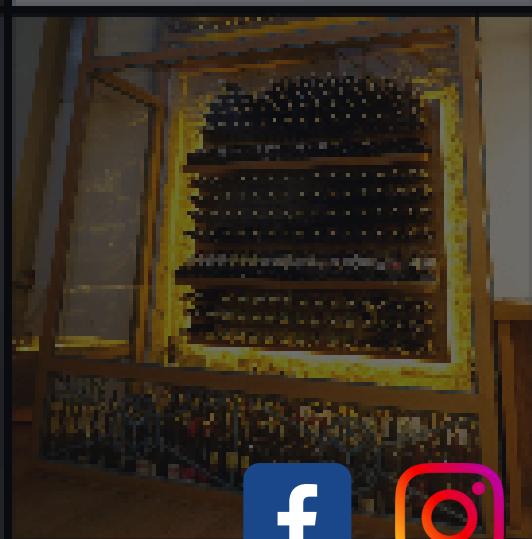
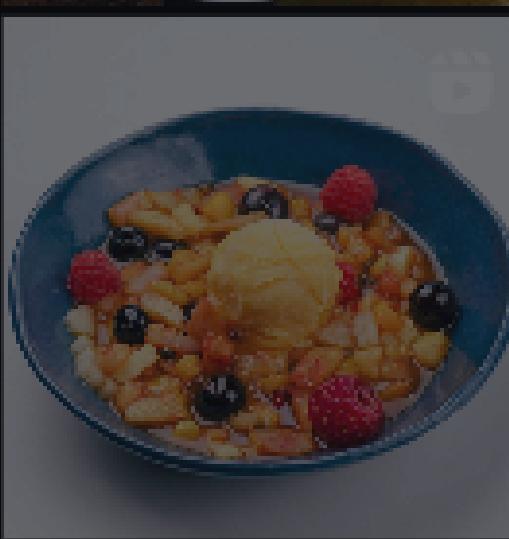
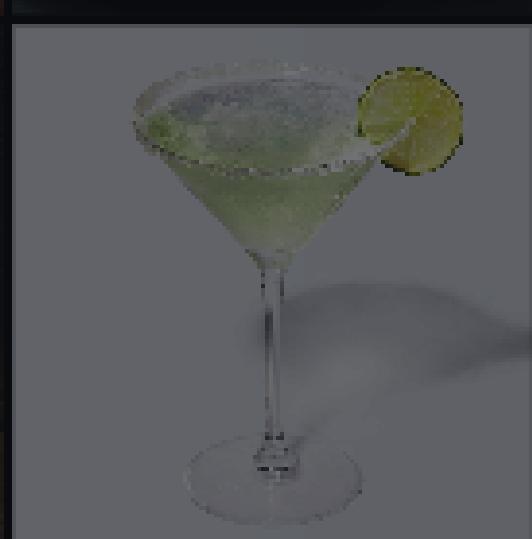
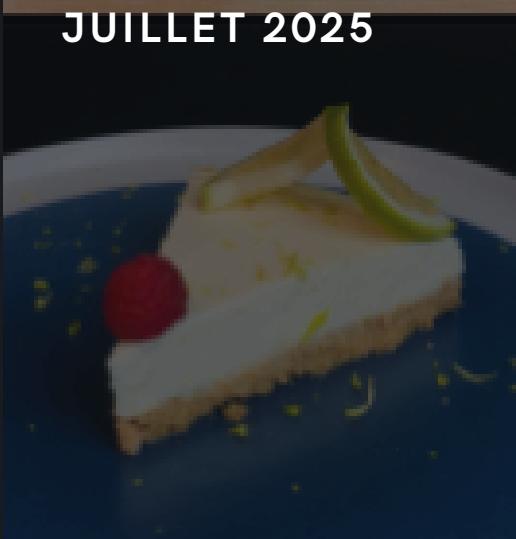
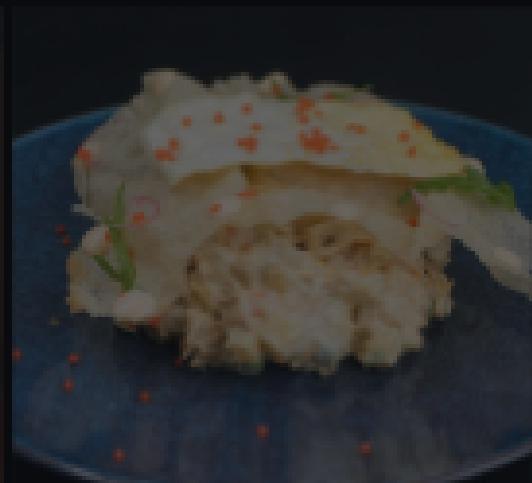
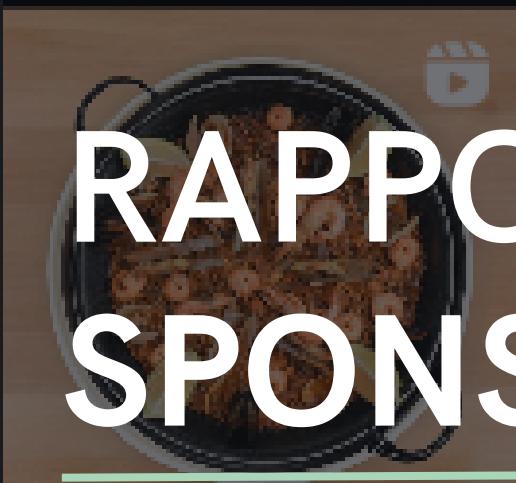
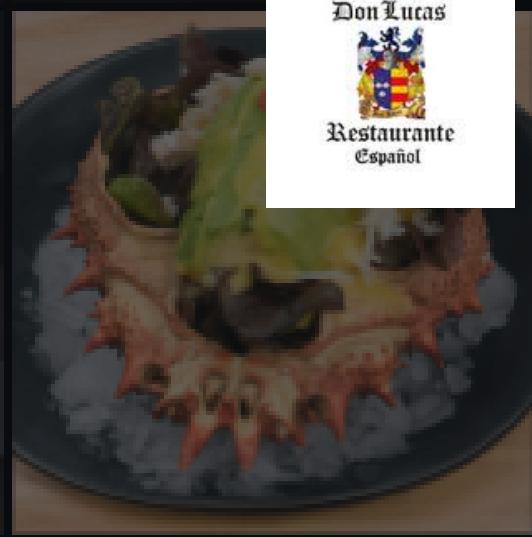
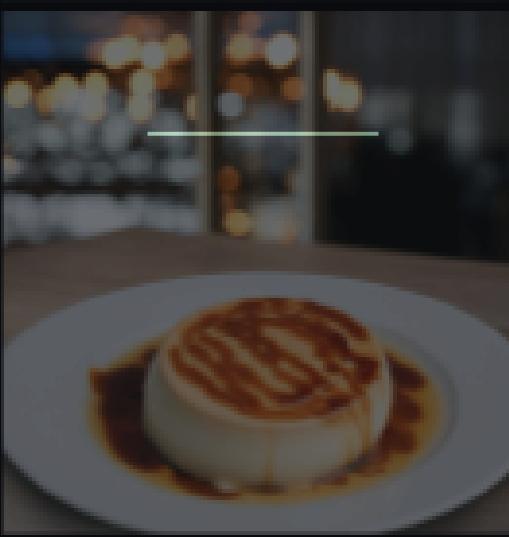
Ce contenu a atteint 210 842 vues et touché 191 154 personnes, générant 1 785 interactions, 65 partages et 113 enregistrements. Ces résultats démontrent l'efficacité du contenu à capter l'attention, stimuler l'engagement et renforcer l'intérêt durable de l'audience.



donlucascasa Un lieu, une ambiance, une signature.
Du Lundi au Dimanche de 12h à 00h30
📍 : 101 Rue Ali Abderrazak, Quartier Racine,
Casablanca
📞 : 0 80-8619041

RAPPORT SPONSORING

JUILLET 2025



REPORTING SPONSORING

Juillet 2025



LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SUR INSTAGRAM ET FACEBOOK :

campagne Notoriété - Juillet	Désactivée	Utilisation de la stratégie d'ensemble de publi...	Utilisation du budget de... 7 jo...	113 711	113 711	116 287	0,09 \$	9,78 \$
Campagne J'aime la page FB	Désactivée	Utilisation de la stratégie d'ensemble de publi...	Utilisation du budget de... 7 jo...	107	1145	1501	Pour 1 000 personnes touchées : 0,33 \$	35,34 \$
Campagne Trafic vers IG - Juillet	Désactivée	Volume le plus élevé	20,00 \$ 7 jo... Quotidien	6 412	161 951	299 090	Coût par visite du profil Instagram : 0,01 \$	87,54 \$
campagne de interactions 2 - Juillet	Désactivée	Utilisation de la stratégie d'ensemble de publi...	Utilisation du budget de... 7 jo...	42 909	96 256	119 584	Interactions avec la publicité : 0,001 \$	29,79 \$
campagne de interactions - Juillet	Désactivée	Utilisation de la stratégie d'ensemble de publi...	Utilisation du budget de... 7 jo...	52 013	121 345	146 819	Par engagement avec la publicité : 0,001 \$	39,94 \$

Tableau récapitulatif des campagnes publicitaires lancées sur Facebook et Instagram

1. Campagne Notoriété - Juillet

Type : Objectif Notoriété

Résultats : 113 711 personnes atteintes – 116 287 impressions

Coût par 1 000 personnes touchées : 0,09 \$

Budget dépensé : 9,78 \$

2. Campagne J'aime la page FB

Type : Objectif Suivis/J'aime page Facebook

Résultats : 1 145 nouveaux abonnés – 1 501 interactions

Coût par suivi/J'aime : 0,33 \$

Budget dépensé : 35,34 \$

3. Campagne Trafic vers IG - Juillet

Type : Objectif Trafic (visites de profil Instagram)

Résultats : 6 412 visites de profil IG – 161 951 personnes atteintes – 299 090 impressions

Coût par visite : 0,01 \$

Budget dépensé : 87,54 \$

4. Campagne Interactions 2 - Juillet

Type : Objectif Interactions

Résultats : 42 990 interactions – 96 256 personnes atteintes – 119 584 impressions

Coût par engagement : 0,001 \$

Budget dépensé : 29,79 \$

5. Campagne Interactions - Juillet

Type : Objectif Interactions

Résultats : 52 013 interactions – 121 345 personnes atteintes – 146 819 impressions

Coût par engagement : 0,001 \$

Budget dépensé : 39,94 \$



Total dépensé: 202,39 \$



454 238

comptes de l'Espace Compt...

683 281

Total

202,39 \$

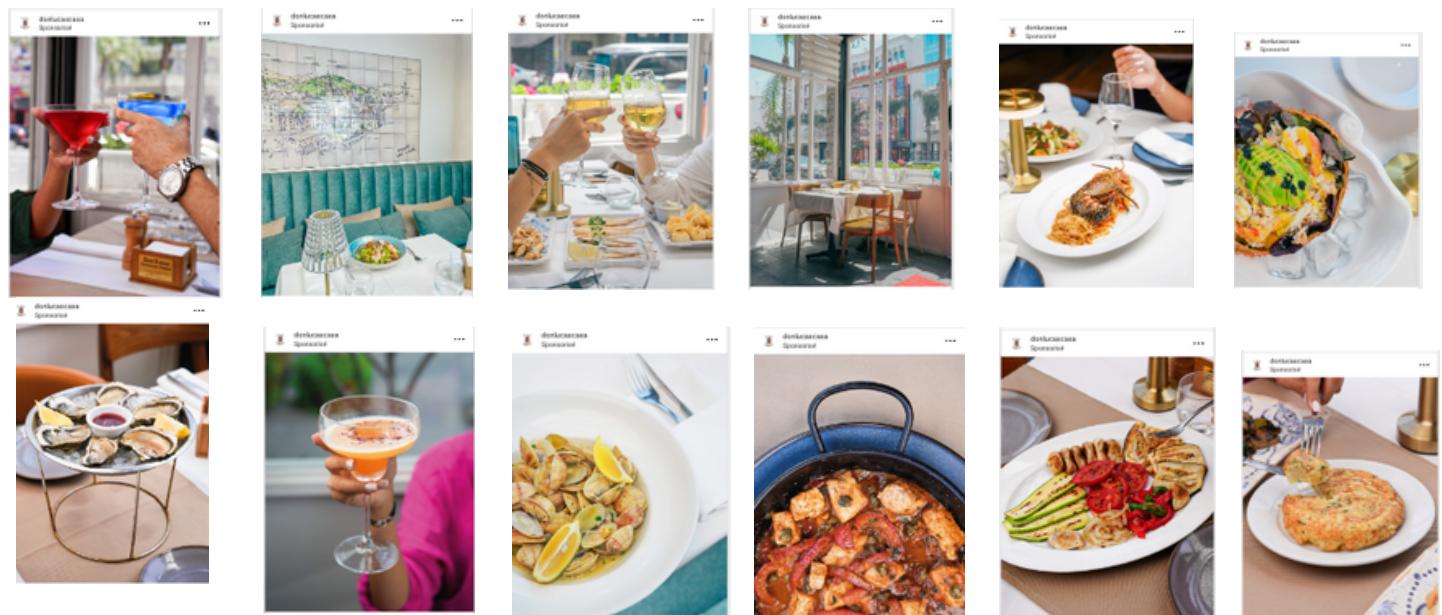
Total dépensé

REPORTING SPONSORING

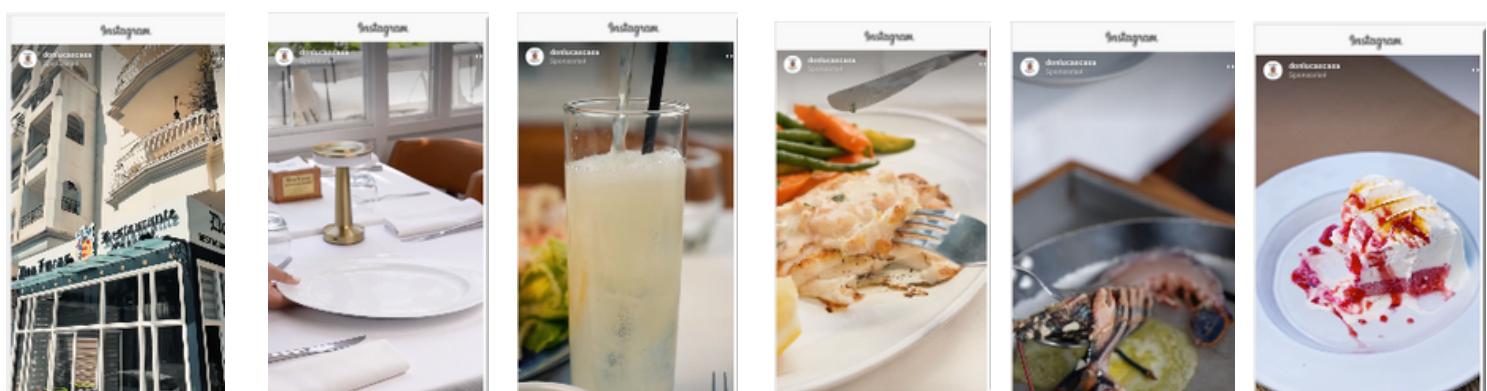
Juillet 2025

POST SPONSORISER

STATIQUE



REEL



REPORTING SPONSORING

juillet 2025



CAMPAGNE INTERACTION

Ad interactions - 53	Ad Campagne désactivée	Ad Set interactions - 53	Volume le plus élevé avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	921	1782	1939	Par engagement a...	Dans la moye...	20,0%
	Ad Interactions - S1	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Volume le plus élevé avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	Interactions avec L...	442	2210	2273
	Ad Interactions - R3	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	Quotidien	3 à 7 jours	7...	Interactions avec L...	0,00\$	Dans la moye...	35 % des publicit...
	Ad Interactions - S2	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	Quotidien	3 à 7 jours	7...	Interactions avec L...	8,090	18152	19990
	Ad Interactions - S9	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	Quotidien	3 à 7 jours	7...	Interactions avec L...	0,00\$	Ad-dessus de...	Dans la moye...
	Ad Interactions - S5	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	Quotidien	3 à 7 jours	7...	Interactions avec L...	0,00\$	Ad-dessus de...	3,70 \$
	Ad Interactions - R1	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	Quotidien	3 à 7 jours	7...	Interactions avec L...	904	7351	8345
	Ad Interactions - R2	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	Quotidien	3 à 7 jours	7...	Interactions avec L...	0,00\$	Dans la moye...	35 % des publi...
	Ad Interactions - S4	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:44	7...	Interactions avec L...	549	3751	4118
	Ad Interactions - S6	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:44	7...	Interactions avec L...	540	3418	3604
	Ad Interactions - S7	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:44	7...	Interactions avec L...	14976	32560	33784
	Ad Interactions - S8	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:44	7...	Interactions avec L...	16974	30991	33200
	Ad interaction - R5	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	Interactions avec L...	466	2447	2854
	Ad interaction - R2	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	Interactions avec L...	573	3515	3986
	Ad interaction - S2	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:44	7...	Interactions avec L...	504	2421	2744
	Ad interaction - R1	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:44	7...	Interactions avec L...	470	2514	2747
	Ad interaction - S8	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:44	7...	Interactions avec L...	11327	23394	23857
	Ad interaction - R4	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	Interactions avec L...	509	2441	2756
	Ad interaction - S3	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	Interactions avec L...	30648	24266	25621
	Ad interaction - R3	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	Interactions avec L...	419	2559	2895
	Ad interaction - S4	Ad Campagne désactivée	0 publications actives	0 publications actives	Interaction avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	Interactions avec L...	8692	23586	24697
Résultats pour 27 publicités			Volume le plus élevé avec la campagne	1500	21 juil 2026, 17:45	7...	597	2843	3550	0,00 \$	Ad-dessus de...	35 % des publi...
						—	94 922	399 023	266 403	0,001 \$	Dans la moye...	35 % des publi...
							Interactions avec L...	Total	Par engagement a...	69,73 \$	Total dépensé	20,0%

Conclusion – Campagne Interactions – Juillet (Don Lucas)

La campagne Interactions de juillet pour Don Lucas a généré des performances remarquables, renforçant l'engagement autour de la marque. Avec 266 403 interactions issues de 199 073 comptes atteints, le restaurant a bénéficié d'une visibilité massive tout en suscitant une forte participation du public. Le coût moyen par engagement, extrêmement bas à 0,001 \$, démontre une excellente efficacité publicitaire et un retour sur investissement optimal.

Ces résultats traduisent un ciblage précis, une pertinence créative et une forte affinité du public avec les contenus proposés. La combinaison d'une portée importante et d'un taux d'interaction élevé positionne Don Lucas comme une marque dynamique et attractive, tout en consolidant sa communauté locale.

Montant dépensé : 69,73 \$
Nombre total d'interactions : 266 403
Coût par interaction : 0,001 \$



REPORTING SPONSORING

Juillet 2023

CAMPAGNE NOTORIETE

Ad notoriété	Campagne désactivée	Ad set Notoriété	Volume le plus élevé	20,00 \$	4 avr 2020, 13:02	7...	113 711	113 711	116 287	0,09 \$	Dans la moyenne	—	—	9,78 \$
Résultats pour 3 publicités	0 publicités actives	0 publicités actives	Couverture unique	Quotidien	Il y a 10 mois	—	113 711	Couverture	116 287	0,09 \$	Pour 1 000 personnes	—	—	Total dépensé

Conclusion – Campagne Notoriété – Juillet (Don Lucas)

La campagne Notoriété pour Don Lucas a délivré d'excellents résultats, assurant une visibilité optimale du restaurant auprès d'un large public. Avec 113 711 personnes atteintes et 116 287 impressions, l'opération a permis de renforcer efficacement la présence de la marque sur le marché local. Le coût très compétitif de 0,09 \$ pour 1 000 personnes touchées démontre un excellent rapport qualité-prix et un ciblage pertinent. Ces performances témoignent d'une diffusion maîtrisée, idéale pour asseoir la notoriété du restaurant et préparer le terrain pour de futures actions marketing orientées engagement et conversion.

Montant dépensé : 9,78 \$
Nombre total d'impressions : 116 287
CPM (coût pour 1 000 impressions) : 0,09 \$



REPORTING SPONSORING

Juillet 2023

CAMPAGNE PROFIL IG

Ad IG - R6	▪ Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - R4 0 publicités actives	Volume le plus... Visite du profil	Utilisation du bu... 2... 7... Visites du profil Ins...	7 137 1563	371 4 082 31 947	391 4 906 42 638	0,02 \$ 0,01 \$ 0,01 \$	— Dans la moye... Au-dessus de...	— — —	— — —	0,13 \$
Ad IG - R2	▪ Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - R2 0 publicités actives	Volume le plus... Visite du profil	Utilisation du bu... 2... 7... Visites du profil Ins...	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	1,93 \$
Ad IG - R3	▪ Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - R3 0 publicités actives	Volume le plus... Visite du profil	Utilisation du bu... 2... 7... Visites du profil Ins...	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	20,59 \$
Ad IG - S4	▪ Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - S4 0 publicités actives	Volume le plus... Visite du profil	Utilisation du bu... 2... 7... Visites du profil Ins...	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	4,07 \$
Ad IG - S2	▪ Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - S2 0 publicités actives	Volume le plus... Visite du profil	Utilisation du bu... 2... 7... Visites du profil Ins...	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	13,56 \$
Ad IG - R1	▪ Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - R1 0 publicités actives	Volume le plus... Visite du profil	Utilisation du bu... 2... 7... Visites du profil Ins...	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	13,88 \$
Ad IG - S3	▪ Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - S3 0 publicités actives	Volume le plus... Visite du profil	Utilisation du bu... 2... 7... Visites du profil Ins...	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	2,35 \$
Ad IG - S1	▪ Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - S1 0 publicités actives	Volume le plus... Visite du profil	Utilisation du bu... 2... 7... Visites du profil Ins...	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	— — —	31,03 \$
Résultats pour 10 publicités 				— — —	— — —	6 412 Visites du profil Ins... comptes de l'Espa...	161 951 Total	299 090 Coût par visite du ...	0,01 \$ Total	— —	— —	87,54 \$ Total dépensé

Conclusion – Campagne IG – Juillet (Don Lucas)

La campagne Visites de profil Instagram pour Don Lucas a été particulièrement performante, générant un trafic qualifié vers la page Instagram du restaurant.

Les annonces ont suscité un fort intérêt, attirant un grand nombre d'utilisateurs curieux de découvrir l'univers culinaire et l'ambiance du lieu.

Le coût par visite, remarquablement bas, démontre l'efficacité du ciblage et la pertinence des visuels et messages utilisés.

Montant dépensé : 87,54 \$

Nombre total de visites de profil IG : 6 412

Coût par visite de profil : 0,01 \$



REPORTING SPONSORING

Juillet 2023

CAMPAGNE PAGE FB

Ad Page FB	Campagne désactivée	Ad set page FB	Volume le plus élevé	20,00 \$	2...	7...	Suivis ou J'aime	107	1145	1501	0,33 \$	-	-	-	35,34 \$
Résultats pour 3 publicités			Mentions J'aime la...	Quotidien	Il...	7...	Suivis ou J'aime			Par suivi ou J'aime					Total dépensé

Conclusion – Campagne FB – Juillet (Don Lucas)

La campagne Suivis de page Facebook – Juillet pour Don Lucas a permis de renforcer la communauté en ligne et d'augmenter l'audience fidèle autour du restaurant.

Grâce à un ciblage pertinent et à des visuels attractifs, l'opération a généré de nouveaux abonnés à un coût très compétitif, consolidant la présence digitale sur Facebook et créant une base d'audience qualifiée pour les futures actions marketing.

Montant dépensé : 35,34 \$

Nombre total de suivis/J'aime : 107

Coût par suivi/J'aime : 0,33 \$



REPORTING SPONSORING

Juillet 2023

BILAN APPRENTISSAGE

1) Notoriété (Reach/Impressions)

- **Ce qu'on observe**

Très forte efficience de diffusion : couverture ≈ 113 711 pour 116 287 impressions avec un coût ~0,09 \$ / 1 000 pers. touchées.

La campagne a rempli son rôle de top-funnel : toucher massivement et à très bas coût l'audience locale, en posant les bases des conversions aval (engagements, visites de profil, follows).

- **Pourquoi c'est intéressant**

Un CPM/CPP aussi bas indique un ciblage pertinent à grande échelle et des visuels « faciles » à servir par l'algorithme.

Plus la notoriété est large en local, plus les pools de retargeting (vues, engagers, visiteurs du profil) seront volumineux et performants.a

- **Pistes d'optimisation**

Conserver ce levier mais limiter la répétition sur 7-10 jours (risque d'usure) et renforcer le géo-ciblage autour des quartiers à plus forte affinité (Anfa, Gauthier, Maarif, Ain Diab...).

Tester 2 variations créatives (statique vs. réel « ambiance ») pour capter différents segments (afterwork vs. tapas/mer).

2) Interactions (Engagement)

- **Ce qu'on observe**

Volume d'engagement très élevé : ≈ 266 403 interactions pour 69,73 \$ (≈ 0,001 \$ / interaction).

Les posts ont fortement nourri l'algorithme et élargi l'audience chaude (likes, commentaires, sauvegardes, partages).

- **Pourquoi c'est intéressant**

À ce coût, l'engagement devient un véritable moteur de remarketing : on peut re-cibler ces profils avec des call-to-actions plus « business » (réservation, DM, itinéraire).

L'algorithme a trouvé du signal de qualité (classements d'engagement corrects) → bon signe pour la suite en conversion.

- **Pistes d'optimisation**

Créer audiences personnalisées par type d'interaction (engagement 30j / 60j, vues vidéo 50-95 %) et les exclure des campagnes d'acquisition pour éviter la cannibalisation.

Mettre 1-2 hooks testés (carrousel « tapas/mer » vs. « afterwork & drinks ») pour segmenter l'intérêt et pré-qualifier le trafic aval.



REPORTING SPONSORING

Juillet 2023

3) Trafic vers le profil Instagram (IG Profile Visits)

- **Ce qu'on observe**

≈ 6 412 visites du profil pour 87,54 \$ (≈ 0,01 \$ / visite), impressions ≈ 299 090 et portée ≈ 161 951.
 Très bon ratio coût/résultat → forte capacité d'acquisition de nouveaux followers à court terme.

- **Pourquoi c'est intéressant**

Les visites profil constituent l'étape clé avant le follow ou l'initiation d'un DM (réservation, info).
 Les résultats indiquent que nos créas et ciblages matchent bien avec l'intention « social ».

- **Pistes d'optimisation**

Mettre en place une campagne dédiée "Followers IG" en CBO (acquisition pure) + retargeting (visiteurs profil 30j & engagers 30j).

Limiter placements aux environnements IG les plus contributifs (Feed, Reels, Explorer) si les métriques par placement confirment l'écart.

A/B test CTA (→ « Visit profile », « Send message », « View menu ») pour identifier le meilleur déclencheur.

4) Suivis/J'aime Page Facebook

- **Ce qu'on observe**

107 nouveaux suivis/j'aime pour 35,34 \$ (≈ 0,33 \$ / follow).

Bon complément d'écosystème pour les événements et offres relayés côté FB (audience locale plus mature).

- **Pourquoi c'est intéressant**

La base FB renforce la preuve sociale et offre un canal supplémentaire pour faire remonter événements / menus / lives.

- **Pistes d'optimisation**

Mutualiser l'effort : retargeter sur FB les visiteurs IG/engagers (cross-pollinisation).

Optimiser la créa FB avec social proof (avis, nombre d'abonnés, extraits UGC).





MERCI

