

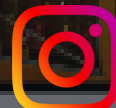
Don Lucas



Restaurante
Español

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.

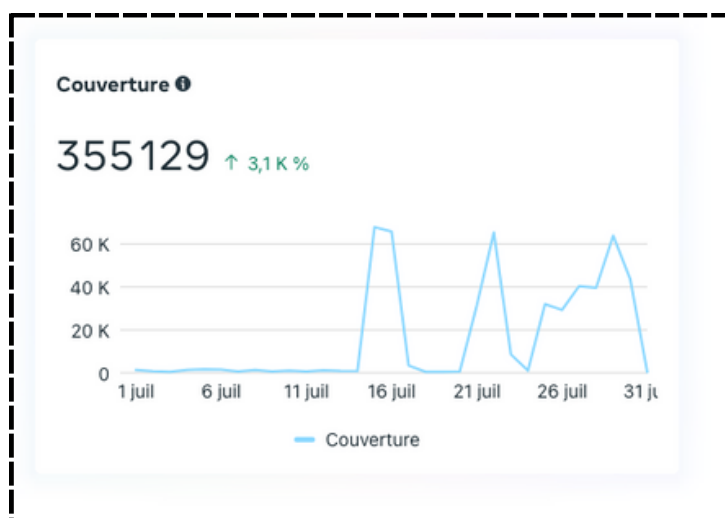
VUE



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.

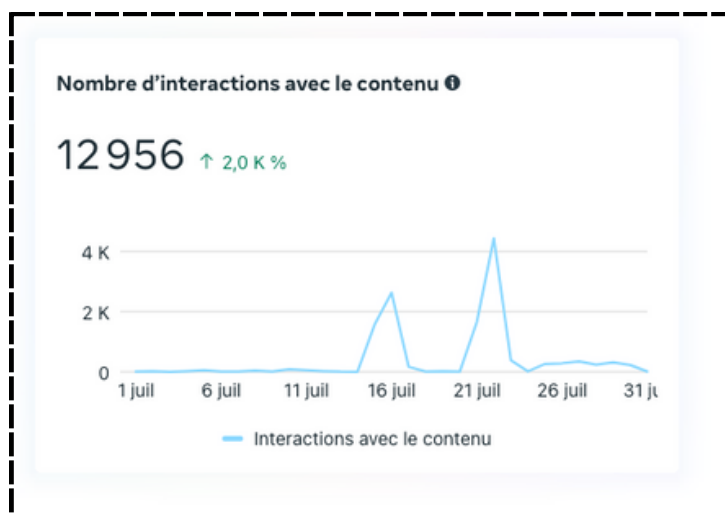
COUVERTURE



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'accroît 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



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.

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.

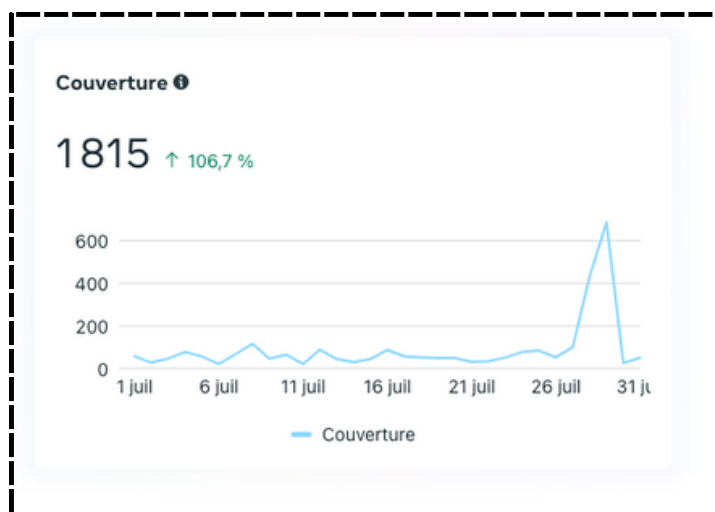
📊 VUES



• 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.

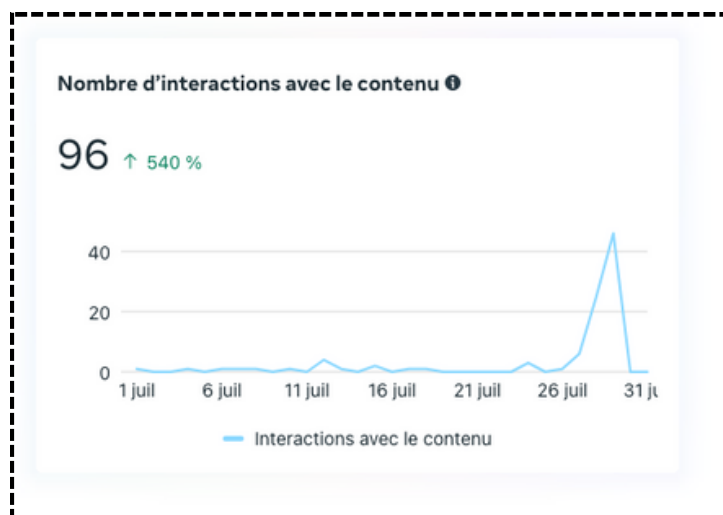
📊 COUVERTURES



• 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.

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

Vues ⓘ	Couverture ⓘ	Interactions ⓘ	Partages ⓘ	Enregistrements ⓘ
210 842	191 154	1 785	65	113
			29 à partir des publicités	39 à partir des publicités

 donlucascasa



♡

💬

📌

🔖

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

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.

Don Lucas



Restaurante
Español

RAPPORT 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	0,33 \$	35,34 \$
Campagne Trafic vers IG - Juillet	Désactivée	Volume le plus élevé	20,00 \$	7 jo...	6 412	161 951	299 090	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	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	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 \$



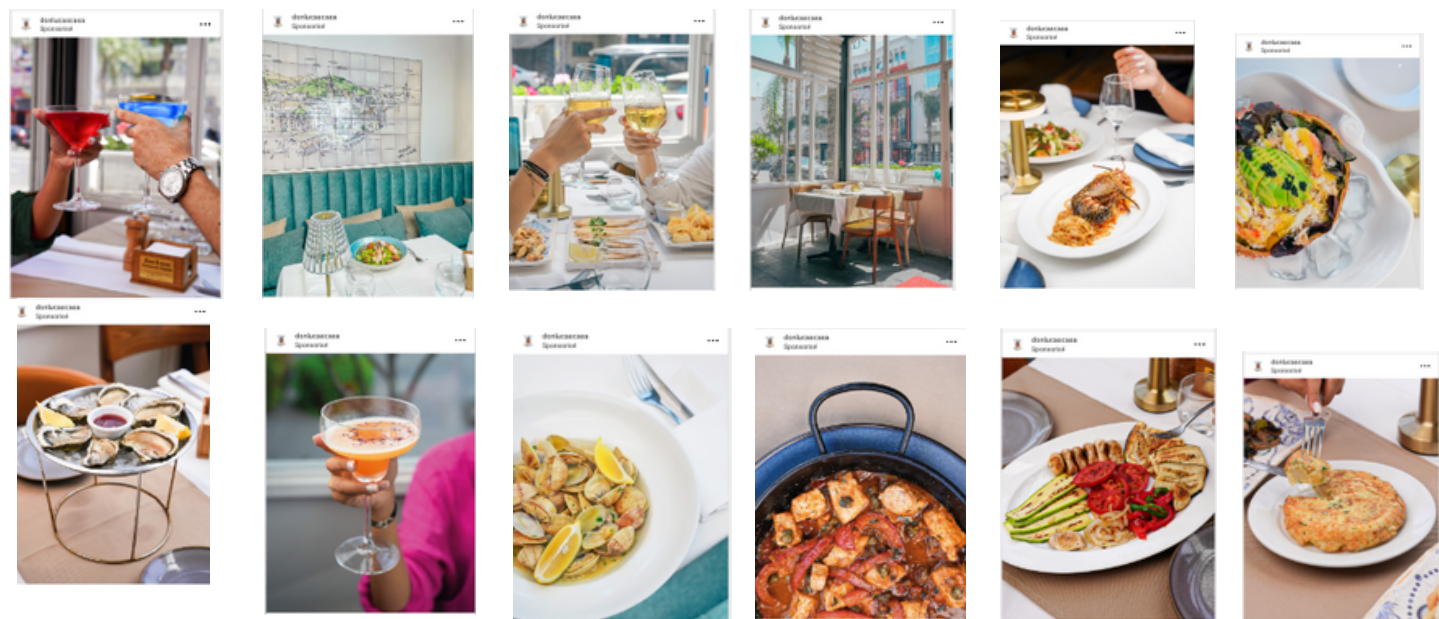
Total dépensé: 202,39 \$



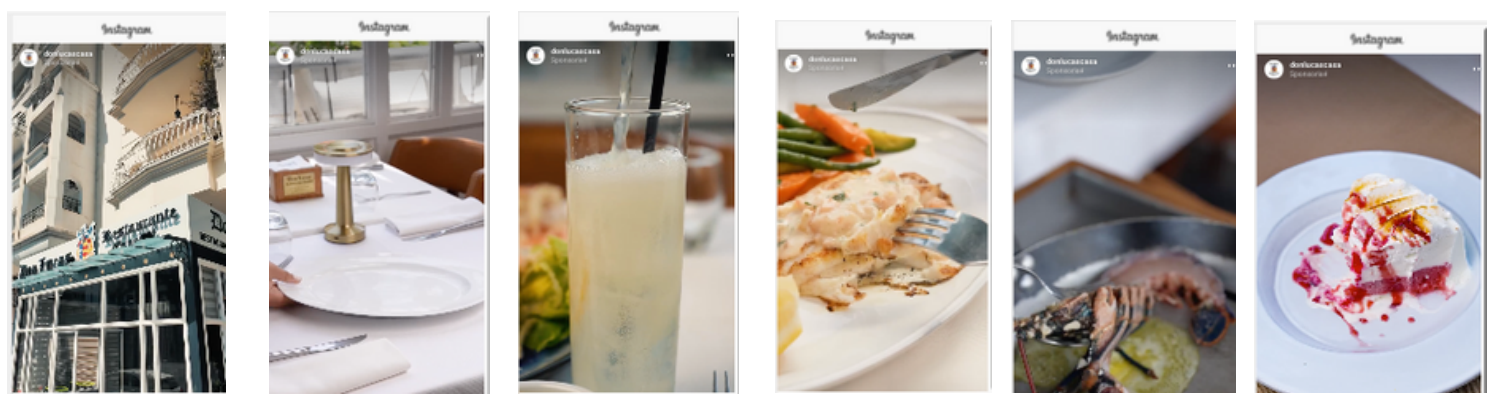
454.238	683 281	—	202,39 \$
comptes de l'Espace Compt...	Total		Total dépensé

POST SPONSORISER

STATIQUE



REEL



CAMPAGNE INTERACTION

Campagne	Statut	Ad Set	Statut	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	2273	199 073	0,001 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Dans la moye...	1,90 \$
Ad Interactions - S1	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - S1	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	2273	199 073	0,001 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Dans la moye...	1,90 \$
Ad Interactions - R3	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - R3	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	18 152	19 990	0,001 \$	Au-dessus de...	Dans la moye...	Au-dessus de...	3,70 \$
Ad Interactions - S2	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - S2	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	7 351	8 345	0,002 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Au-dessus de...	2,08 \$
Ad Interactions - S9	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - S9	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:44	24 jours	Interactions avec L...	3 751	4 118	0,004 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Dans la moye...	1,99 \$
Ad Interactions - S5	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - S5	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:44	24 jours	Interactions avec L...	3 418	3 604	0,004 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Dans la moye...	1,93 \$
Ad Interactions - R1	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - R1	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:44	24 jours	Interactions avec L...	32 560	33 784	0,0003 \$	Au-dessus de...	En dessous d...	Au-dessus de...	4,27 \$
Ad Interactions - R2	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - R2	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:44	24 jours	Interactions avec L...	30 991	33 200	0,0002 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Au-dessus de...	3,93 \$
Ad Interactions - S4	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - S4	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	2 447	2 854	0,004 \$	Dans la moye...	Dans la moye...	Dans la moye...	1,99 \$
Ad Interactions - S6	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - S6	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	3 515	3 986	0,003 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Dans la moye...	1,95 \$
Ad Interactions - S7	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - S7	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:44	24 jours	Interactions avec L...	2 421	2 764	0,004 \$	Dans la moye...	Dans la moye...	Dans la moye...	2,03 \$
Ad Interactions - S8	❌ Campagne désactivée	Ad Set Interactions - S8	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:44	24 jours	Interactions avec L...	2 514	2 747	0,004 \$	Dans la moye...	Dans la moye...	Dans la moye...	1,99 \$
Ad Interaction - R5	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - R5	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	23 845	24 172	0,001 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Au-dessus de...	5,36 \$
Ad Interaction - R2	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - R2	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:44	24 jours	Interactions avec L...	24 879	25 642	0,001 \$	Au-dessus de...	En dessous d...	Au-dessus de...	5,17 \$
Ad Interaction - S2	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - S2	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	4 075	4 421	0,004 \$	Au-dessus de...	En dessous d...	Dans la moye...	2,12 \$
Ad Interaction - R1	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - R1	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	23 394	23 857	0,0004 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Au-dessus de...	4,04 \$
Ad Interaction - S8	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - S8	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:44	24 jours	Interactions avec L...	2 441	2 756	0,004 \$	Au-dessus de...	En dessous d...	Dans la moye...	2,25 \$
Ad Interaction - R4	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - R4	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	24 266	25 621	0,0004 \$	Dans la moye...	En dessous d...	Au-dessus de...	3,90 \$
Ad Interaction - S3	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - S3	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	2 559	2 895	0,01 \$	Au-dessus de...	En dessous d...	Dans la moye...	2,22 \$
Ad Interaction - R3	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - R3	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	23 586	24 697	0,0005 \$	Au-dessus de...	En dessous d...	Au-dessus de...	4,07 \$
Ad Interaction - S4	❌ Campagne désactivée	Ad set interactions - S4	0 publicités actives	Volume le plus élevé	Interaction avec le...	Quotidien	21 juil 2025, 17:45	24 jours	Interactions avec L...	2 843	3 570	0,004 \$	Au-dessus de...	En dessous d...	Dans la moye...	2,27 \$
Résultats pour 27 publicités									94 922	109 073	266 403	0,001 \$				69,73 \$
									Interactions avec L...	comptes de l'Espa...	Total	Par engagement a...				Total dépenses

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 \$



CAMPAGNE NOTORIETE

Ad notoriété	Campagne désactivée	Ad set Notoriété	Valeur la plus é...	20,00 \$	4 août 2023, 13:02	7...	113 711	113 711	116 287	0,09 \$	Dans la moy...	---	---	9,78 \$
Résultats pour 3 publicités		0 publicités actives	Couverture unique ...	Quotidien	Il y a 10 jours	7...	Couverture	Couverture	Pour 1 000 person...					
							113 711	113 711	116 287	0,09 \$				9,78 \$
							Couverture	comptes de l'éq...	Total	Pour 1 000 person...				Total dépen...

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 \$



CAMPAGNE PROFIL IG

Ad IG - R4	Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - R4 0 publicités actives	Volume le plus é... Visite du profil	Utilisation du bu...	2...	7...	7	371	391	0,02 \$	—	—	—	0,13 \$
Ad IG - R2	Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - R2 0 publicités actives	Volume le plus é... Visite du profil	Utilisation du bu...	2...	7...	137	4 082	4 906	0,01 \$	Dans la moye...	—	—	1,93 \$
Ad IG - R3	Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - R3 0 publicités actives	Volume le plus é... Visite du profil	Utilisation du bu...	2...	7...	1 563	31 947	42 638	0,01 \$	Au-dessus de...	—	—	20,59 \$
Ad IG - S4	Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - S4 0 publicités actives	Volume le plus é... Visite du profil	Utilisation du bu...	2...	7...	254	18 478	22 099	0,02 \$	Au-dessus de...	—	—	4,07 \$
Ad IG - S2	Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - S2 0 publicités actives	Volume le plus é... Visite du profil	Utilisation du bu...	2...	7...	952	41 514	56 779	0,01 \$	Au-dessus de...	—	—	13,56 \$
Ad IG - R1	Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - R1 0 publicités actives	Volume le plus é... Visite du profil	Utilisation du bu...	2...	7...	1 071	26 092	36 006	0,01 \$	Au-dessus de...	—	—	13,88 \$
Ad IG - S3	Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - S3 0 publicités actives	Volume le plus é... Visite du profil	Utilisation du bu...	2...	7...	175	8 718	10 104	0,01 \$	Au-dessus de...	—	—	2,35 \$
Ad IG - S1	Campagne désactivée	Ad set IG - Juillet - S1 0 publicités actives	Volume le plus é... Visite du profil	Utilisation du bu...	2...	7...	2 253	74 163	126 167	0,01 \$	Au-dessus de...	—	—	31,03 \$
Résultats pour 10 publicités					—	7...	6 412	161 951 comptes de l'Espa...	299 090 Total	0,01 \$				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 \$



CAMPAGNE PAGE FB

Ad Page FB	Campagne désactivée	Ad set page FB 0 publicités actives	VOLUME le plus élevé Mentions d'aimer la ...	20,00 \$ Quotidien	2...	7...	107 Suivis ou J'aime	1145	1501	0,33 \$ Par suivi ou J'aime	—	—	—	35,34 \$
Résultats pour 3 publicités					—	7...	107 Suivis ou J'aime	1145 comptes de l'Espa...	1501 Total	0,33 \$ Par suivi ou J'aime				35,34 \$ 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 \$



BILAN APPRENTISSAGE

1) Notoriété (Reach/Impressions)

- **Ce qu'on observe**

Très forte efficience de diffusion : couverture $\approx 113\,711$ pour $116\,287$ impressions avec un coût $\sim 0,09$ \$ / 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.

- **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. reel « ambiance ») pour capter différents segments (afterwork vs. tapas/mer).

2) Interactions (Engagement)

- **Ce qu'on observe**

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



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 ciblage 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).



Don Lucas
Restaurante
Español

MERCI

