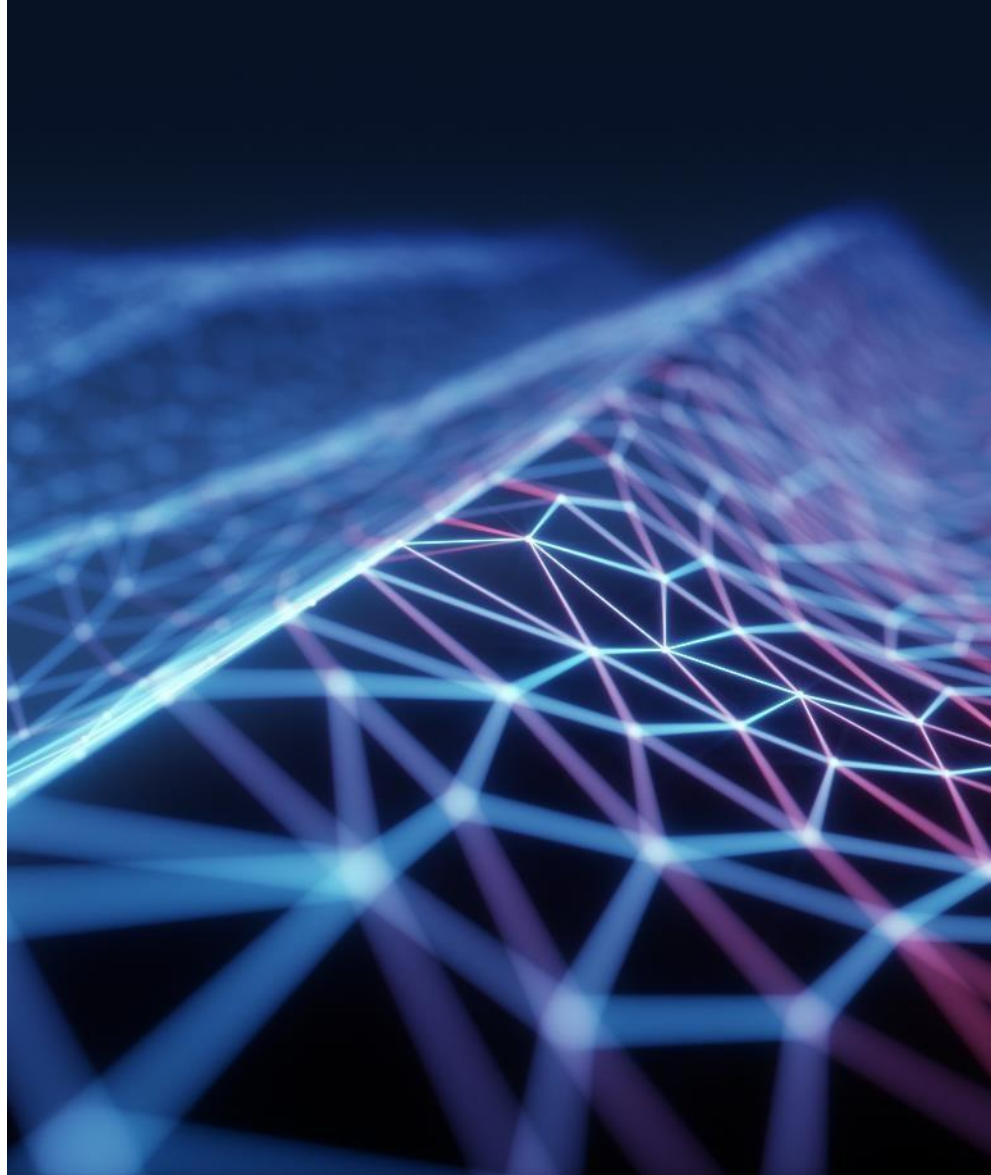




**PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DE
LA PAGE LINKEDIN "ON-X GROUPE"**

DU 01/11/2020 AU 31/10/2021

[→ VOIR DANS POWER BI](#)





ETUDE DE LA COMMUNAUTÉ

Du 01/11/2020 au 31/10/2021

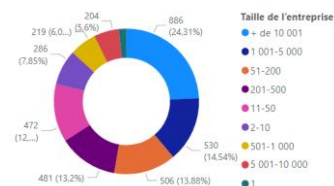
ETUDE DE LA COMMUNAUTÉ

Du 01/11/2020 au 31/10/2021

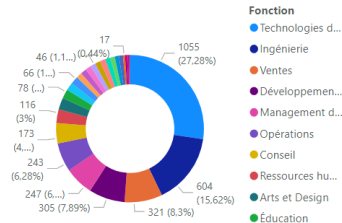
Abonnés gagnés sur la période

1271

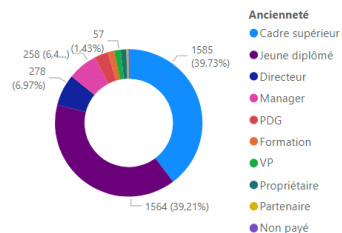
Total d'abonnés par Taille de l'entreprise



Total d'abonnés par Fonction



Total d'abonnés par Ancienneté



PROFIL DES ABONNÉS

➔ Total d'abonnés par Taille de l'entreprise :

- Près d'un tiers des abonnés sont en poste dans une Grande Entreprise
- Et près de la moitié sont en poste dans une PME ou ETI

➔ Total d'abonnés par Fonction :

- Près de 43% des abonnés travaillent dans les secteurs des Technologies de l'information et de l'Ingénierie.

➔ Total d'abonnés par Ancienneté :

- 80% des abonnés sont à part égale des cadres supérieurs ou des jeunes diplômés.

La page LinkedIn prête aussi bien à la communication vis-à-vis :

- D'experts, voire d'experts décisionnaires, qui évoluent dans le secteur du numérique et qui peuvent devenir de potentiels contacts client ou de potentielles recrues sur des postes senior.
- De jeunes diplômés qui peuvent être de potentielles recrues sur des postes junior.



ETUDE DE LA PAGE

Du 01/11/2020 au 31/10/2021

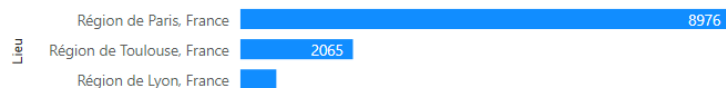
ETUDE DE LA PAGE

Du 01/11/2020 au 31/10/2021

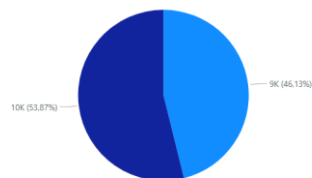
Nombre de Vues de la page Total sur la période

18581

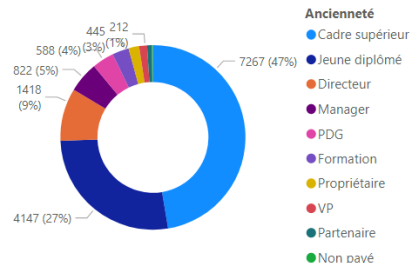
Nombre de vues par Lieu



● Somme de Vues de la page Total (ordinateur) ● Somme de Vues de la page Total (mobile)

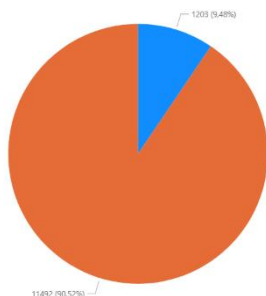


Nombre de Vues par Ancienneté



Nombre de Vues par Page

● Somme de Vues de la page Emplois (total) ● Somme de Vues de la page Vie d'entreprise (total) ● Somme de Vues sur la page de présentation (total)



AUDIENCE DE LA PAGE "ON-X GROUPE"

→ Nombre de vues par Lieu

- Ce sont les régions où siègent les agences ON-X Groupe qui sont en tête des audiences, avec près de **50% des vues pour la Région de Paris**.

→ Appareil utilisé

- Le mobile reste légèrement plus utilisé que l'ordinateur mais les deux sont proches d'un **50/50**.

→ Nombre de vue par Ancienneté

- Comme pour l'analyse de notre communauté, on retrouve les deux mêmes CSP en tête. Ici, les **cadres supérieurs sont plus engagés et représentent 47% des vues de la page**. Les **jeunes diplômés, eux, représentent 27%**.

→ Nombre de Vues par Page

- La **page de présentation représente 90,52% des vues de notre page**.
- **Attention, la page "emplois" représente près de 10% des vues totales et n'est pas "entretenu" par ON-X Groupe**.



ETUDE DES POSTS

Du 01/11/2020 au 31/10/2021

ETUDE DES POSTS

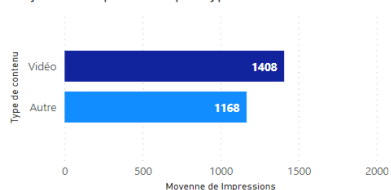
Du 01/11/2020 au 31/10/2021

Nombre de posts sur la période

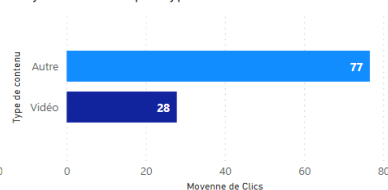
102

Taux de clics, Impressions et Taux d'Engagement par Post

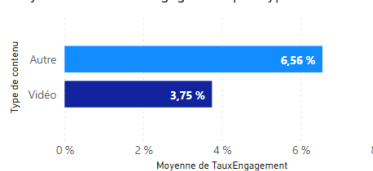
Moyenne d'Impressions par Type de contenu



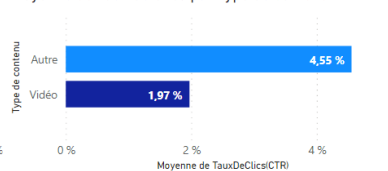
Moyenne de Clics par Type de contenu



Moyenne de Taux d'Engagement par Type de contenu

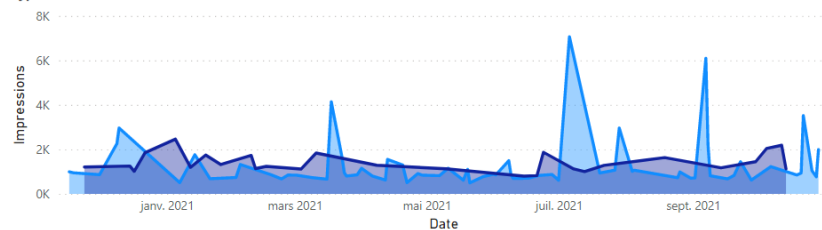


Moyenne de Taux de Clics par Type de contenu



Nombre d'Impressions par Date

Type de contenu ● Autre ● Vidéo



PERFORMANCE DES POSTS

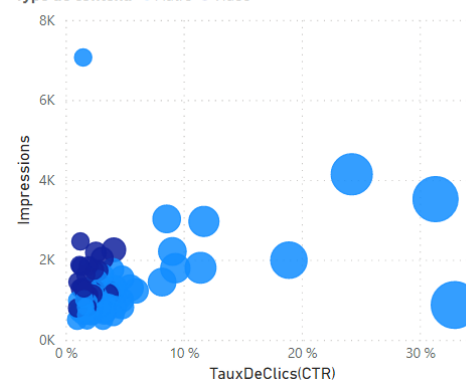
→ Sur l'année, un total de **102 posts** a été réalisé.

→ Analyse des KPI par Type de contenu

- En règle générale, les posts de type "video" génère plus d'impressions (hors posts "viraux").
- En revanche les utilisateurs sont plus engagés lorsqu'ils sont face à un post "autre" que vidéo.

Taux de clics, Impressions et Taux d'Engagement par Post

Type de contenu ● Autre ● Vidéo





ETUDE DES CONCURRENTS

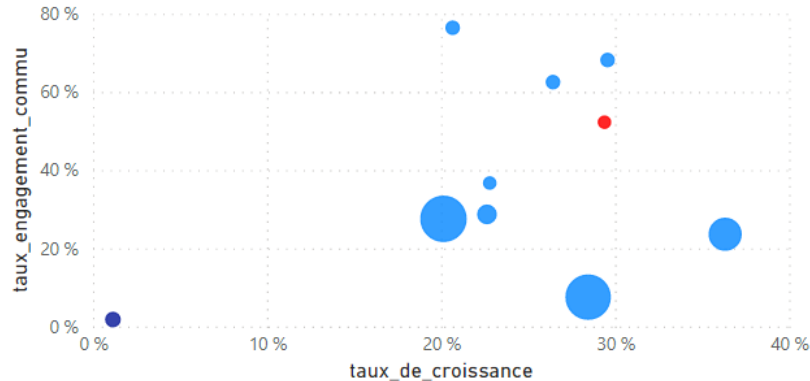
Du 01/11/2020 au 31/10/2021

ETUDE DES CONCURRENTS

Du 01/11/2020 au 31/10/2021

Page	Total d'abonnés	Total de posts	interaction_moyenne_post
Sopra Steria	412704	500	227
ALTEN	377355	241	118
Devoteam	179666	497	85
OCTO Technology	45595	462	28
ON-X Blockchain (Chain Accelerator)	11239	41	5
SQUAD Conseil et Expertises	11054	233	30
WALLIX Group	8786	239	28
Intrinsec	5935	116	35
HARMONIE TECHNOLOGIE	5329	57	34
ON-X Groupe	4974	107	24

Taux d'engagement et Taux de croissance par Page et Taille de page



EVOLUTION CONCURRENTIELLE

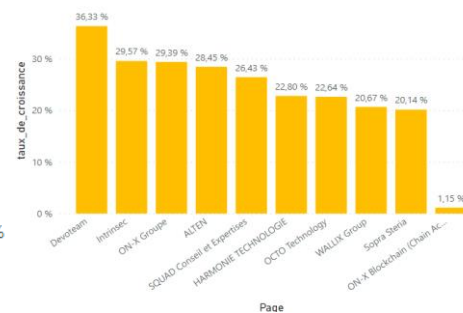
→ Concurrents

- Sur 8 concurrents, La page ON-X Groupe est celle qui compte le moins d'abonnés.

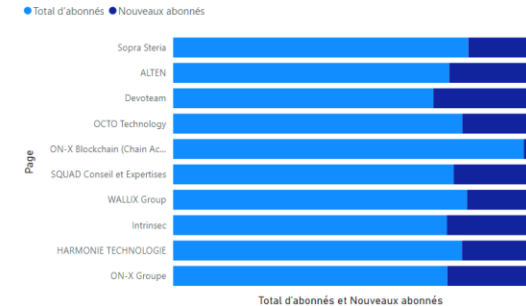
→ Analyse des KPI par Page

- En revanche, la **page ON-X Groupe** fait partie des trois pages les plus croissantes, avec un **taux de croissance à 29,39%**. La page se classe aussi 4^{ème} pour son **taux d'engagement de la communauté à 52,25%**
- Attention à la page ON-X Blockchain qui ne semble pas très active malgré ses 11 239 abonnés.

Taux de croissance par Page



Part de Nouveaux abonnés sur le Total d'abonnés par Page





ETUDE DE L'ÉVOLUTION – NOVEMBRE 2020

Du 01/11/2020 au 30/11/2020

ETUDE DE L'ÉVOLUTION – NOVEMBRE 2020

Du 01/11/2020 au 30/11/2020

Abonnés gagnés sur la période

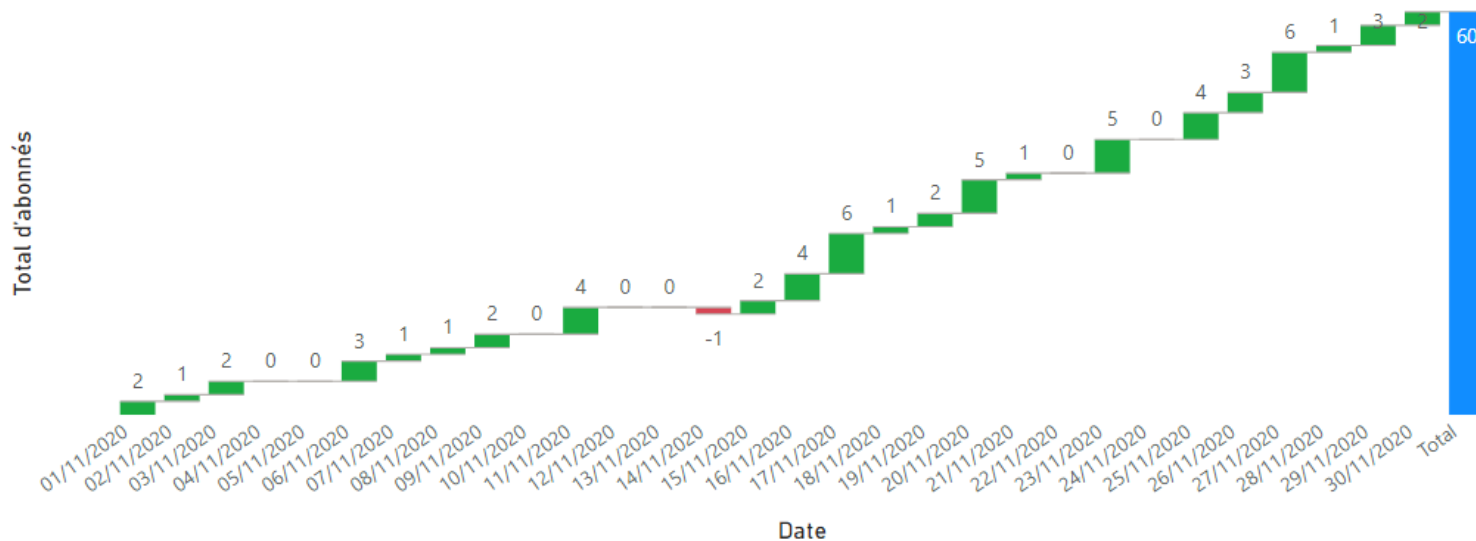
60

ÉVOLUTION DES ABONNÉS

Sur le mois de novembre 2020, la page a gagné 60 abonnés.

Variation des abonnés par Date

● Augmenter ● Diminuer ● Total



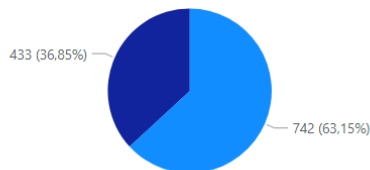
ETUDE DE L'ÉVOLUTION – NOVEMBRE 2020

Du 01/11/2020 au 30/11/2020

Nombre de Vues de la page Total sur la période

1175

● Somme de Vues de la page Total (ordi... ● Somme de Vues de la ...



ÉVOLUTION DE L'AUDIENCE

Sur le mois de novembre 2020, **1175 visites** ont été faites sur notre la page.

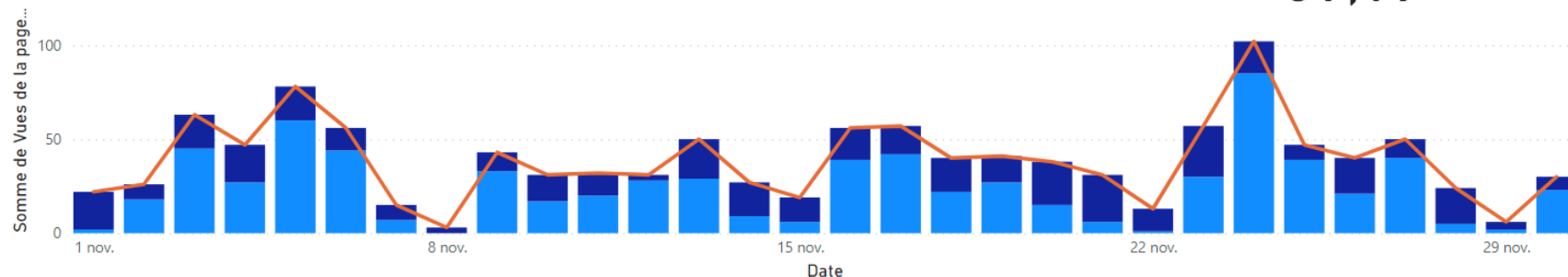
Avec une **moyenne de 39 visites par jour**.

63% de ces visites ont été faites sur un **ordinateur**.

Les weekends moins de personnes sont actives sur LinkedIn, surtout le dimanche.

Variation des Vues de la page Total par Date

● Somme de Vues de la page Total (ordinateur) ● Somme de Vues de la page Total (mobile) ● Somme de Vues de la page Total (total)



Moyenne du Nombre de Vues de la page par jour

39,17

ETUDE DE L'ÉVOLUTION – NOVEMBRE 2020

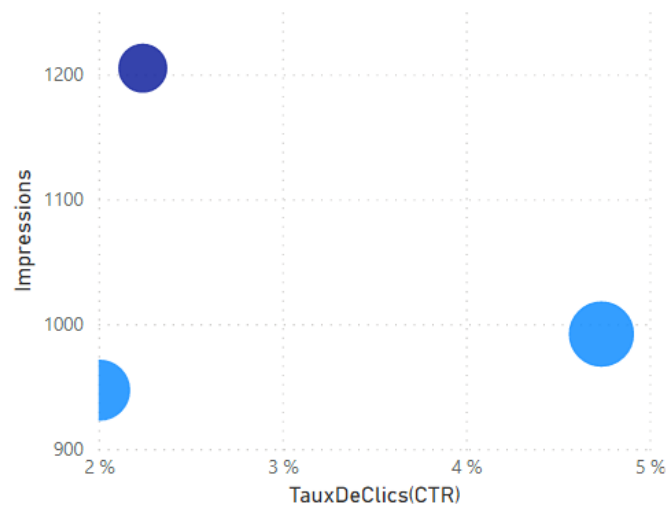
Du 01/11/2020 au 30/11/2020

Nombre de posts sur la période

3

Taux de clics, Impressions et TauxEngagement par Post

Type de contenu ● Autre ● Vidéo

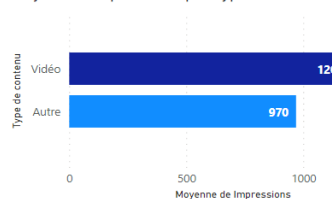


PERFORMANCE DES POSTS

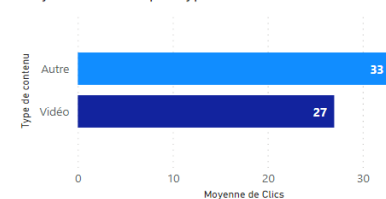
Sur le mois de **novembre 2020**, un total de **3 posts** a été fait qui [reflète la tendance globale](#) en fonction du type de contenu.

- Un post vidéo supérieur en matière d' "impression".
- Deux posts "autre" supérieurs en matière d'engagement.

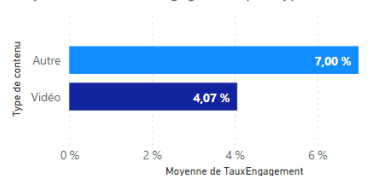
Moyenne d'Impressions par Type de contenu



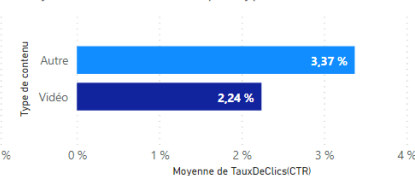
Moyenne de Clics par Type de contenu



Moyenne de Taux d'Engagement par Type de contenu



Moyenne de Taux de Clics par Type de contenu



NOUS CONTACTER



Accélérateur du numérique



www.on-x.com

SIÈGE PARIS

15 quai de Dion Bouton
92800 PUTEAUX
01 40 99 14 14
contact@on-x.com

TOULOUSE

78 allée Jean Jaurès
31000 TOULOUSE
05 61 47 72 00
contact.tls@on-x.com

LYON

WOJO Part-Dieu - Silex 1
15 rue des cuirassiers
69003 LYON
contact.lyon@on-x.com