

Analyse des Campagnes Publicitaires sur les Réseaux Sociaux

Contrôle continu – Module 1

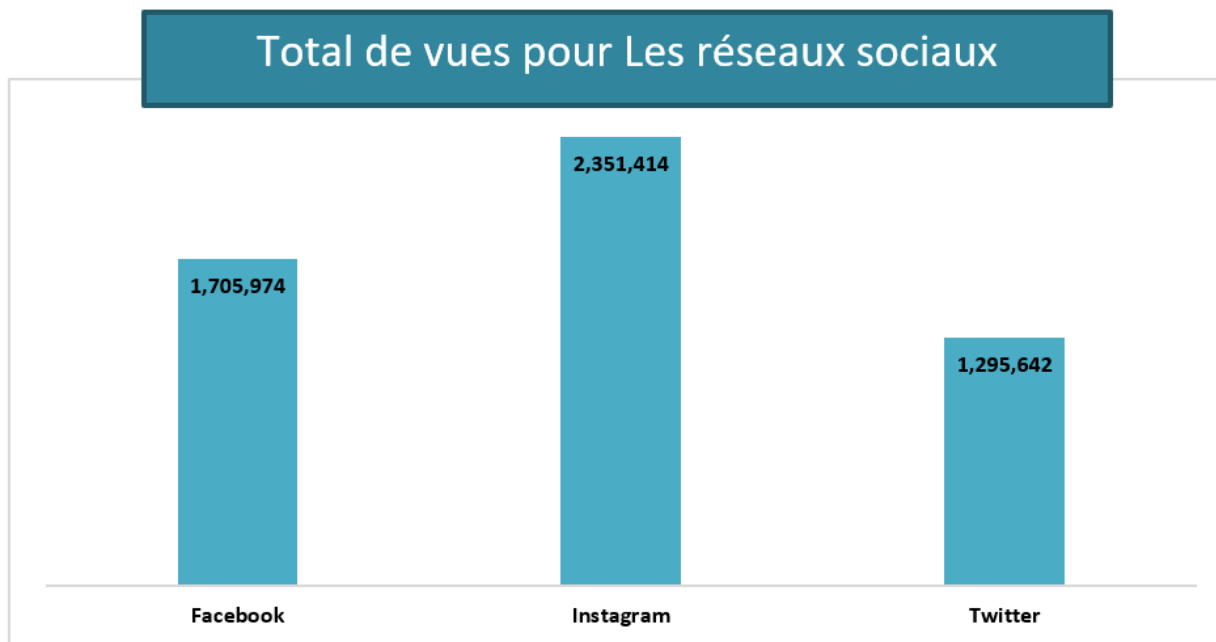
Contexte

Evaluation l'efficacité des campagnes publicitaires menées sur différents réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) et d'optimisation les stratégies de marketing pour maximiser les ventes et l'engagement des clients.

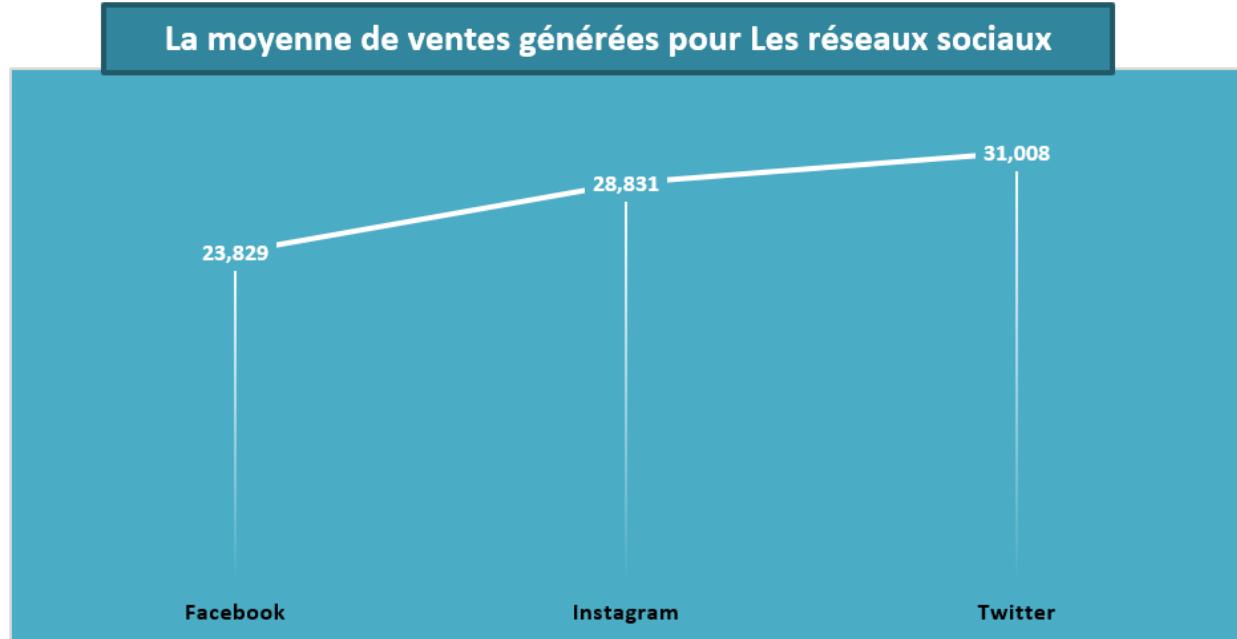
Plan

- 1- Analyses les données
- 2- Conclusion Global
- 3- Recommendation

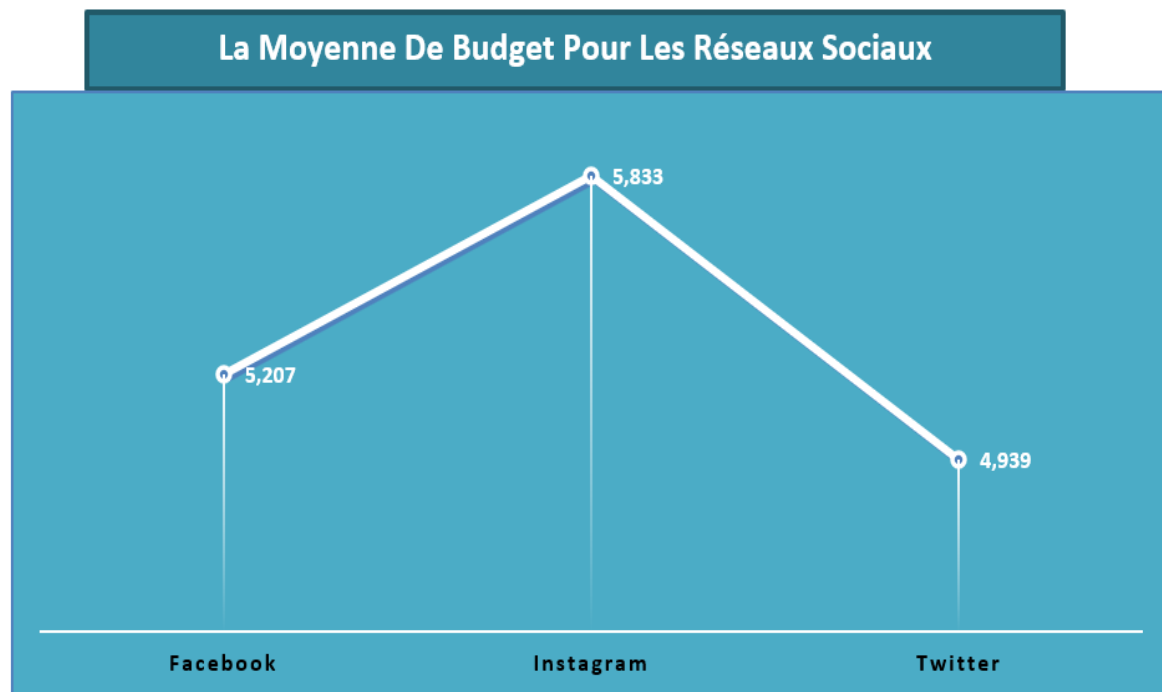
1- Analyses les données



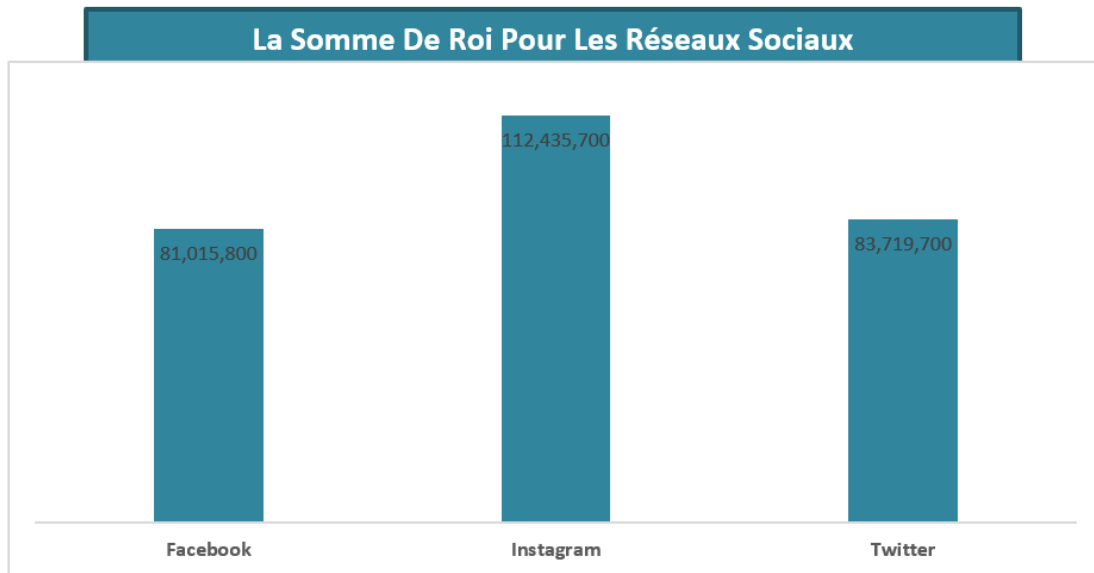
- La plateforme **Instagram** génère le plus grand nombre de vues, atteignant un total de 2,351,414.



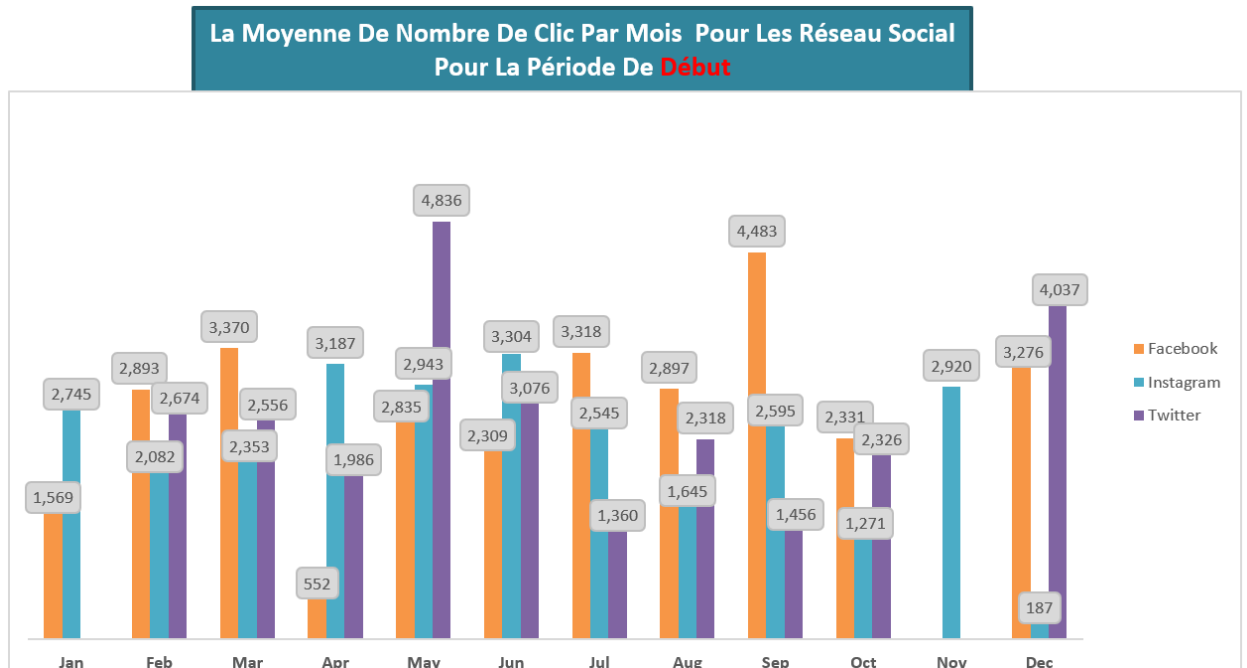
- Twitter a généré une moyenne de vente élevée avec 31,008
- Facebook a généré une moyenne de vente le moins élevée avec 23,829



- La moyenne de budget de plateforme la plus élevée est observée sur Instagram, avec 5 833 euros. Facebook suit de près avec une moyenne de 5 207 euros, tandis que Twitter a la moyenne la plus basse avec 4 939 euros. Cela indique que les annonceurs investissent davantage dans leurs campagnes publicitaires sur Instagram et Facebook par rapport à Twitter.

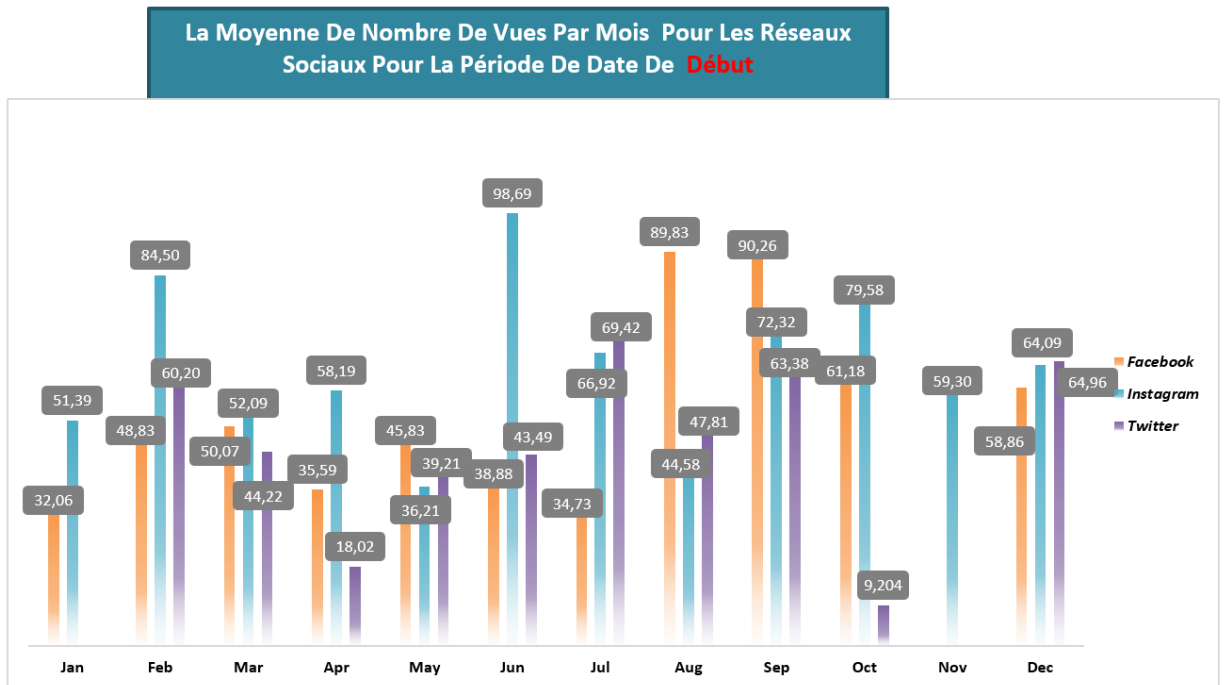


- Instagram affiche la somme de ROI la plus élevée parmi les trois réseaux sociaux, totalisant **112,435,700**. Facebook suit de près avec un total de **81,015,800** de ROI, tandis que Twitter présente un total de **83,719,700** de ROI

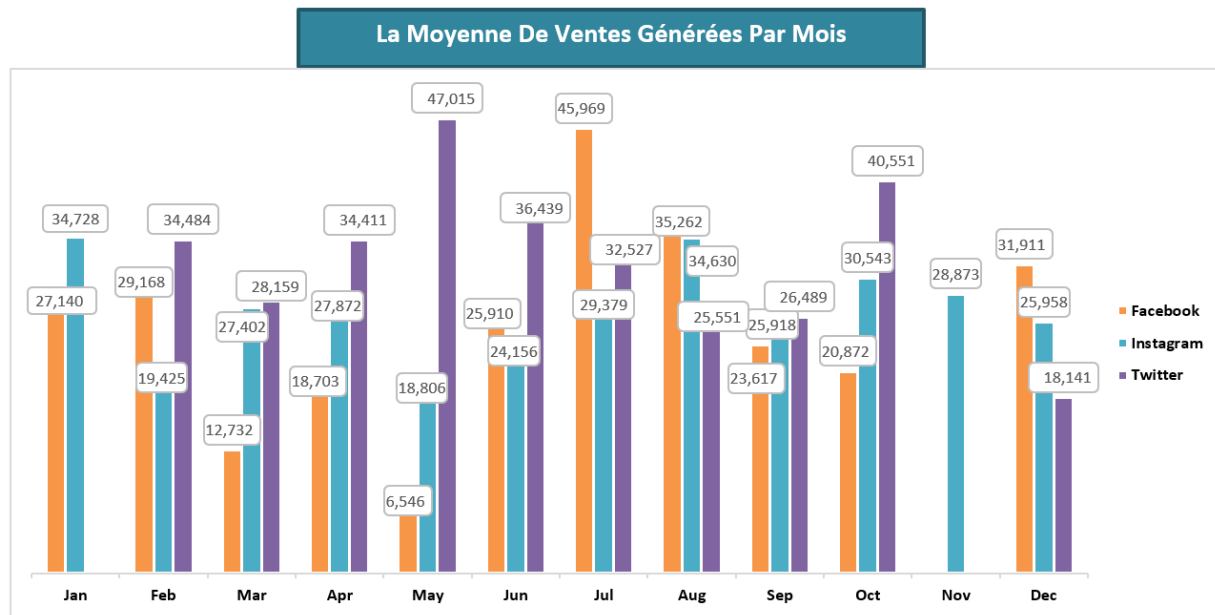


- Les mois de mai et de décembre ont les moyennes de clics les plus élevées pour la plateforme Tweeter, ce qui peut indiquer une période d'activité accrue ou des campagnes publicitaires efficaces pendant ces mois
- Le mois de novembre montre une moyenne de clics élevée pour Instagram, mais aucune donnée n'est disponible pour Facebook et Twitter, ce qui peut indiquer un manque de données ou une absence d'activité sur ces plateformes ce mois-là. Idem, aucune donnée pour la plateforme Tweeter pour le mois de Janvier

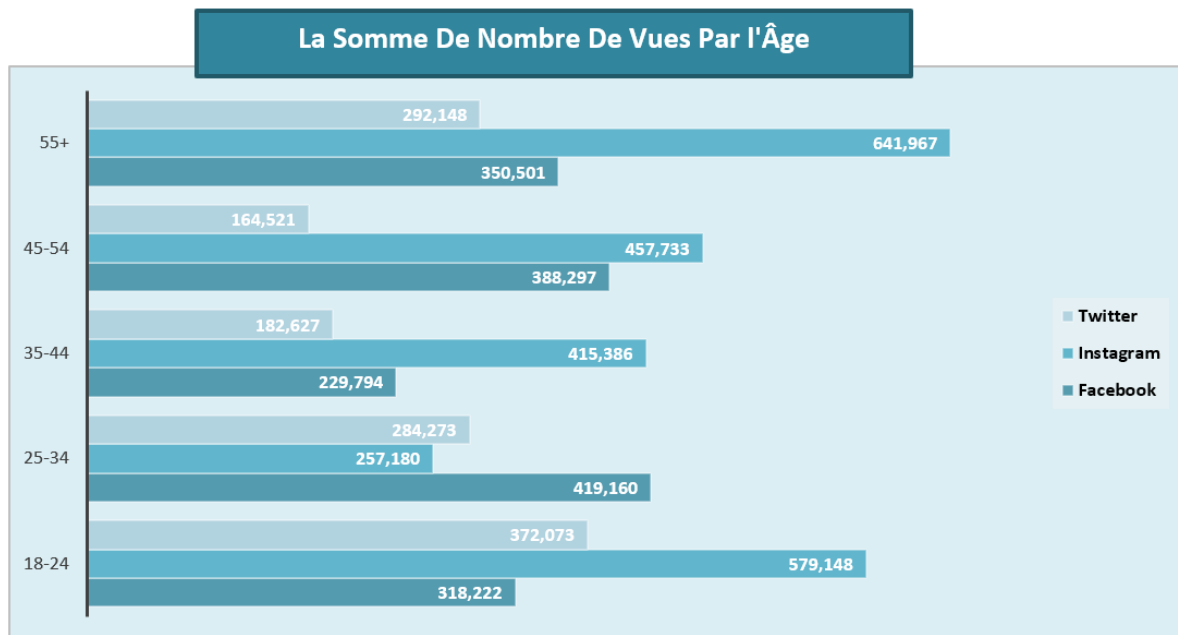
On va analyser les données en observant la Moyenne de vues, de clics et de ventes pour la même période qui est la période de Début



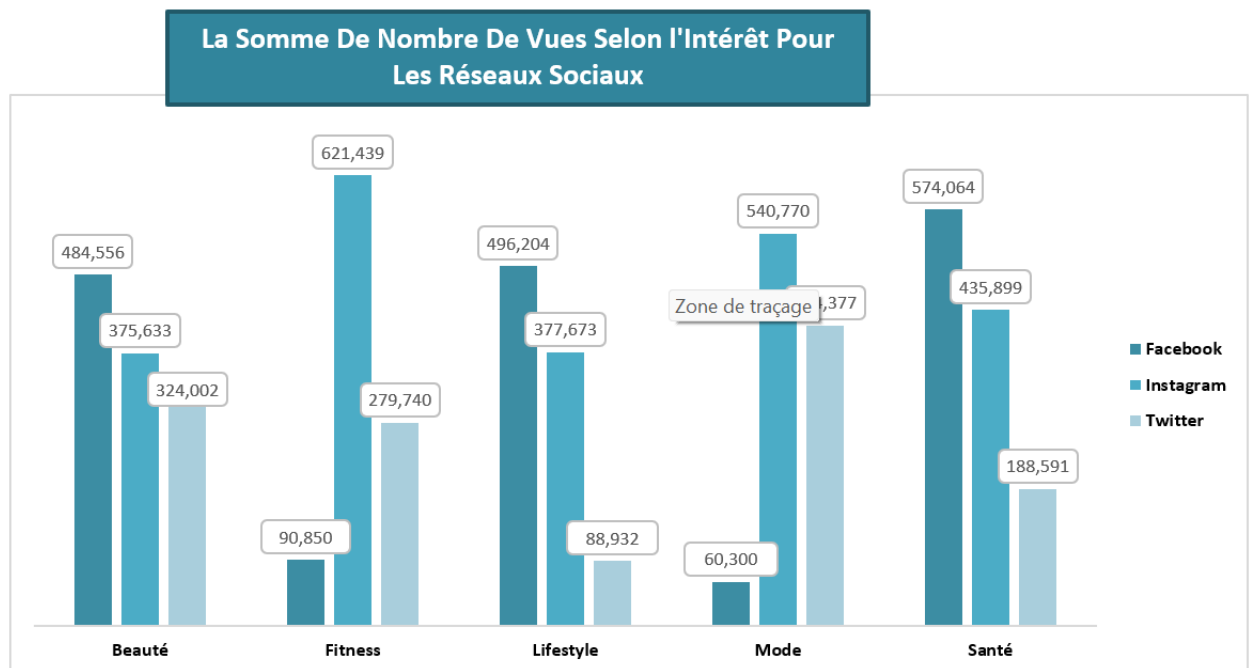
- Le mois de novembre montre une moyenne de vues pour Instagram, mais aucune donnée n'est disponible pour Facebook et Twitter. En plus, aucune donnée n'est disponible pour le mois Janvier pour la plateforme Twitter
- Globalement, Instagram a la moyenne de vues la plus élevée, suivie de près par Facebook, tandis que Twitter a la moyenne la plus basse.



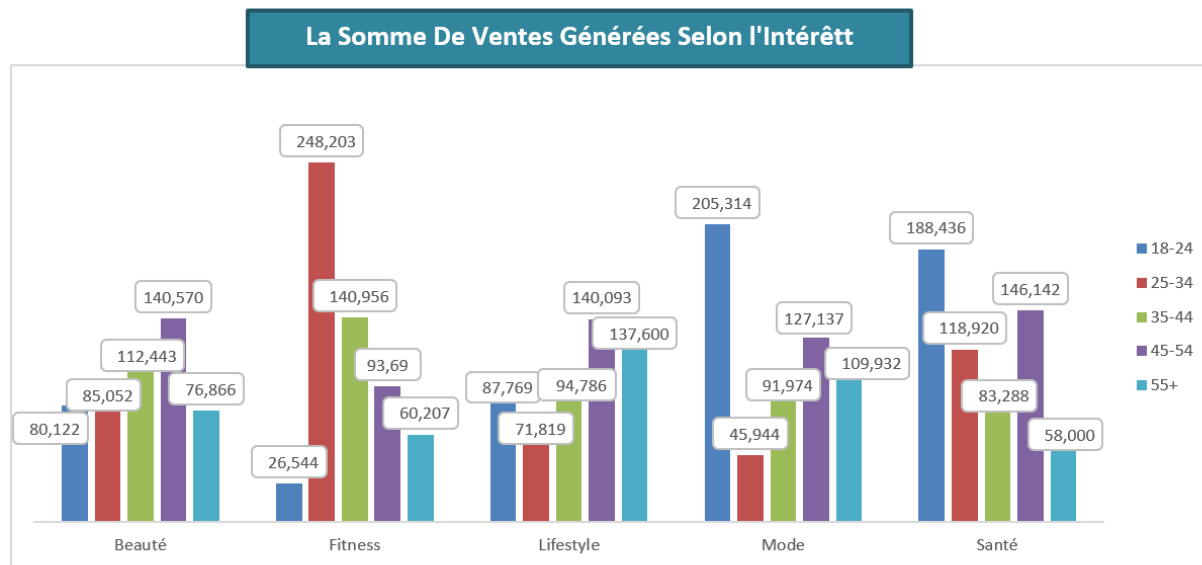
- En moyenne, Twitter génère le plus de ventes par mois parmi les trois réseaux sociaux, avec une moyenne de **31 008** euros. Instagram suit de près avec une moyenne de **28 831** euros, tandis que Facebook a la moyenne la plus basse avec **23 829** euros.
- Les mois de Mai montre la moyenne de ventes la plus élevée pour Twitter et la moyenne la plus basse pour Facebook, suggérant peut-être une période de faible performance commerciale.
- Le mois de novembre présente une moyenne de ventes de **28,873** pour Instagram mais aucune donnée n'est disponible pour Facebook et Twitter



- Le groupe d'âge des 55 ans et plus présente la somme de vues la plus élevée pour l'ensemble des réseaux sociaux, totalisant **1,284,616** vues. Cela suggère que ce groupe d'âge est particulièrement actif sur les réseaux sociaux en termes de visualisation de contenu.
- Dans chaque groupe d'âge, Instagram a la somme de vues la plus élevée parmi les trois réseaux sociaux. Par exemple, pour les personnes âgées de 18 à 24 ans, Instagram totalise **579 148** vues, pour les personnes âgées de 25 à 34 ans, Instagram totalise **257 180** vues, et ainsi de suite.
- Globalement, Instagram totalise la somme de vues la plus élevée parmi les trois réseaux sociaux, suivi de près par Facebook, tandis que Twitter a la somme de vues la plus basse. Cette tendance est cohérente dans chaque groupe d'âge ainsi que dans le total général.

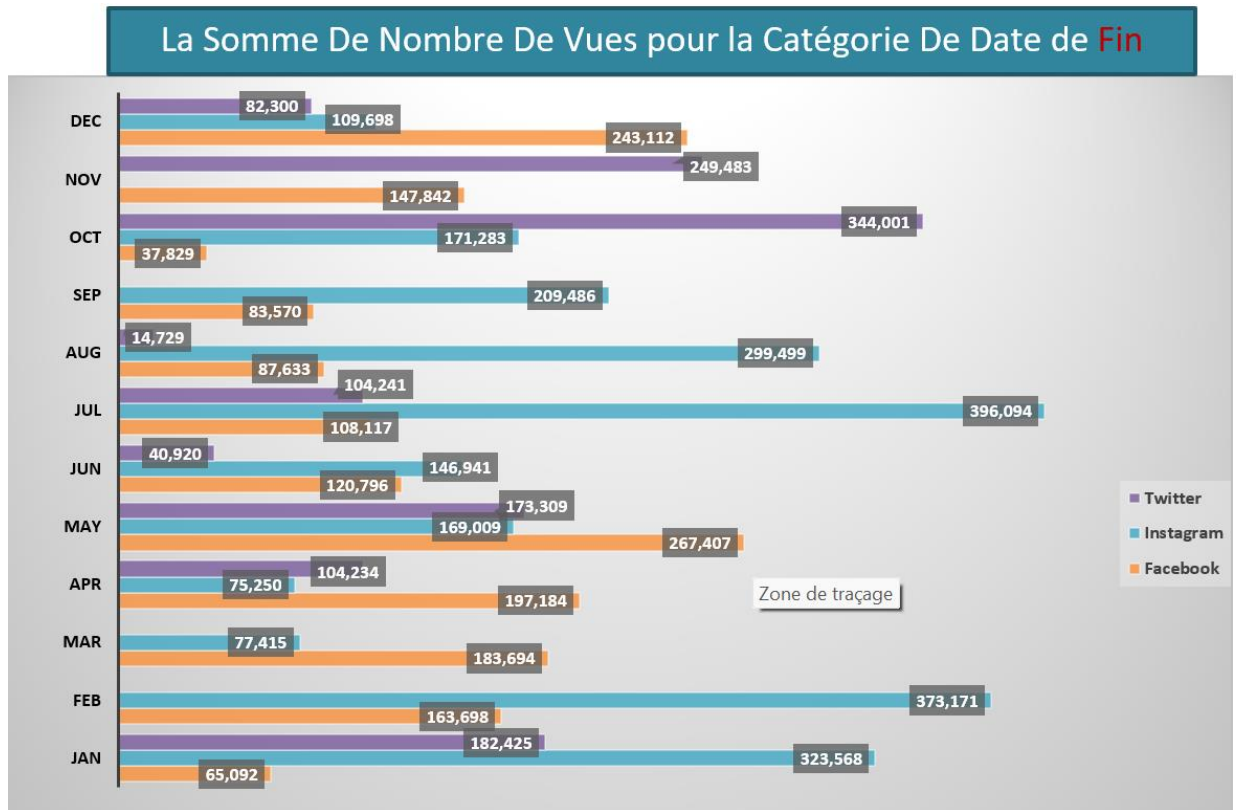


- Globalement, ces données mettent en évidence l'importance d'Instagram comme plateforme de visualisation de contenu dans une variété de domaines d'intérêt, tandis que Facebook et Twitter présentent également une activité significative mais généralement inférieure en termes de vues.
- La catégorie "**Santé**" affiche également des chiffres élevés, totalisant **1 198 554** vues au total, principalement sur Facebook et Instagram. Cela indique un intérêt considérable du public pour les contenus de santé sur les réseaux sociaux
- Le domaine "**Mode**" présente une somme de vues totale de **1 015 447**, avec une forte présence sur Instagram avec **540 770** vues. Cela démontre l'importance d'Instagram comme plateforme de choix pour les contenus liés à la mode
- La catégorie "**Fitness**" se distingue également avec une somme de vues totale de **992 029**, Principalement alimentée par Instagram qui totalise **621 439** vues. Cela suggère que le contenu lié à la forme physique et au bien-être est particulièrement populaire sur Instagram.

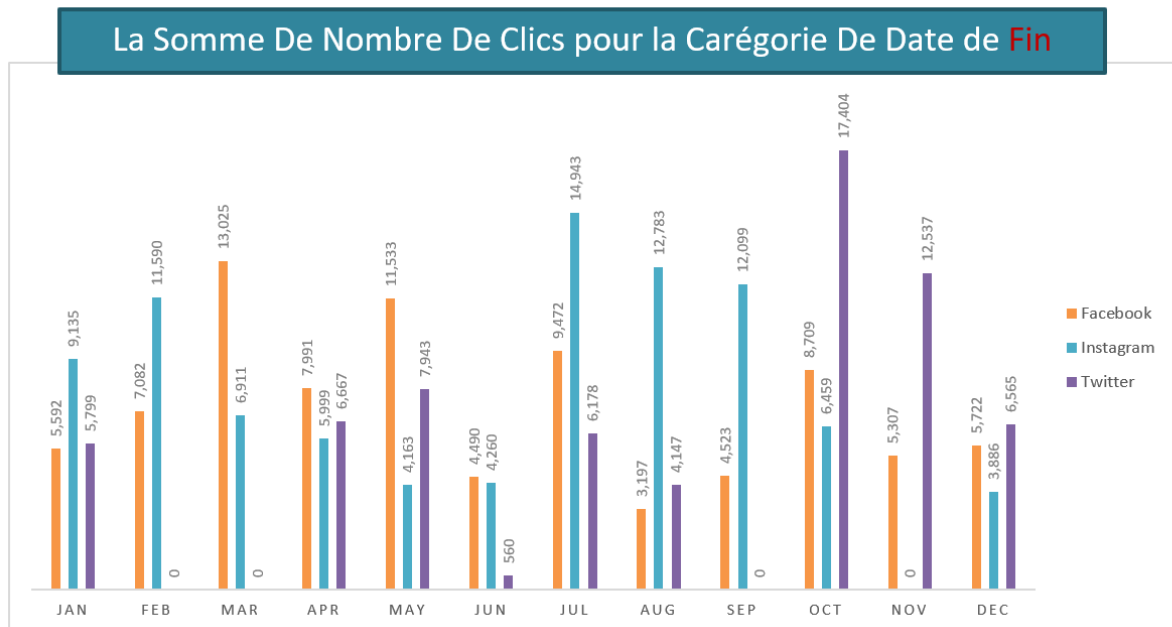


- Globalement, les personnes de 45 à 54 ans ont contribué de manière significative aux ventes dans tous les domaines d'intérêt, tandis que les personnes âgées de 55 ans et plus ont généralement le moins contribué aux ventes. Cependant, les chiffres varient selon les domaines d'intérêt.
- La catégorie "**Santé**" affiche également des chiffres significatifs, totalisant 594 786 euros. Les personnes de 18 à 24 ans ont contribué le plus à ces ventes, suivies par les personnes de 45 à 54 ans.
- Le domaine "**Mode**" présente la somme de ventes la plus élevée parmi les cinq catégories, totalisant 580,301 euros. Les personnes de 18 à 24 ans ont contribué le plus à ces ventes, suivies par les personnes de 45 à 54 ans.
- Le domaine "**Fitness**", Les personnes âgées de 25 à 34 présente la somme de ventes la plus élevée

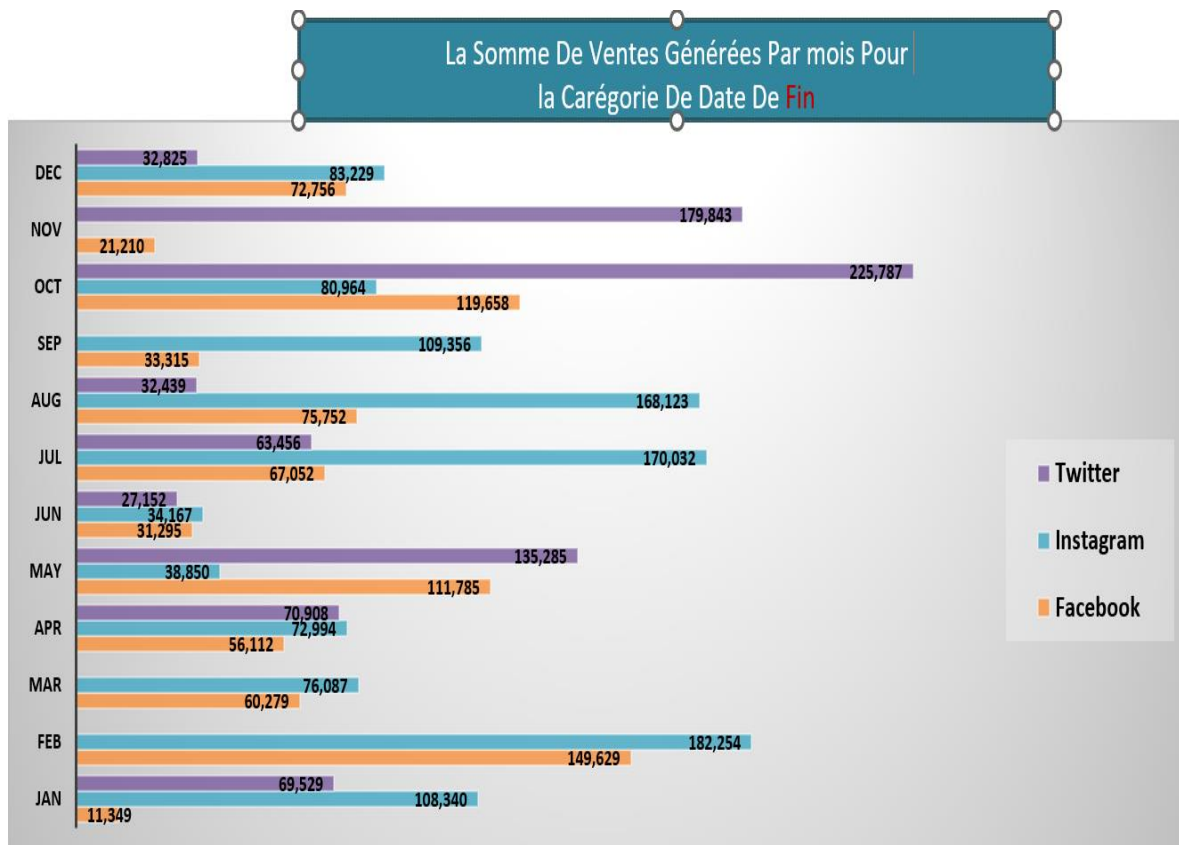
On va analyser les données en observant la Somme de vues, de clics et de ventes pour la même période qui est la période de Fin



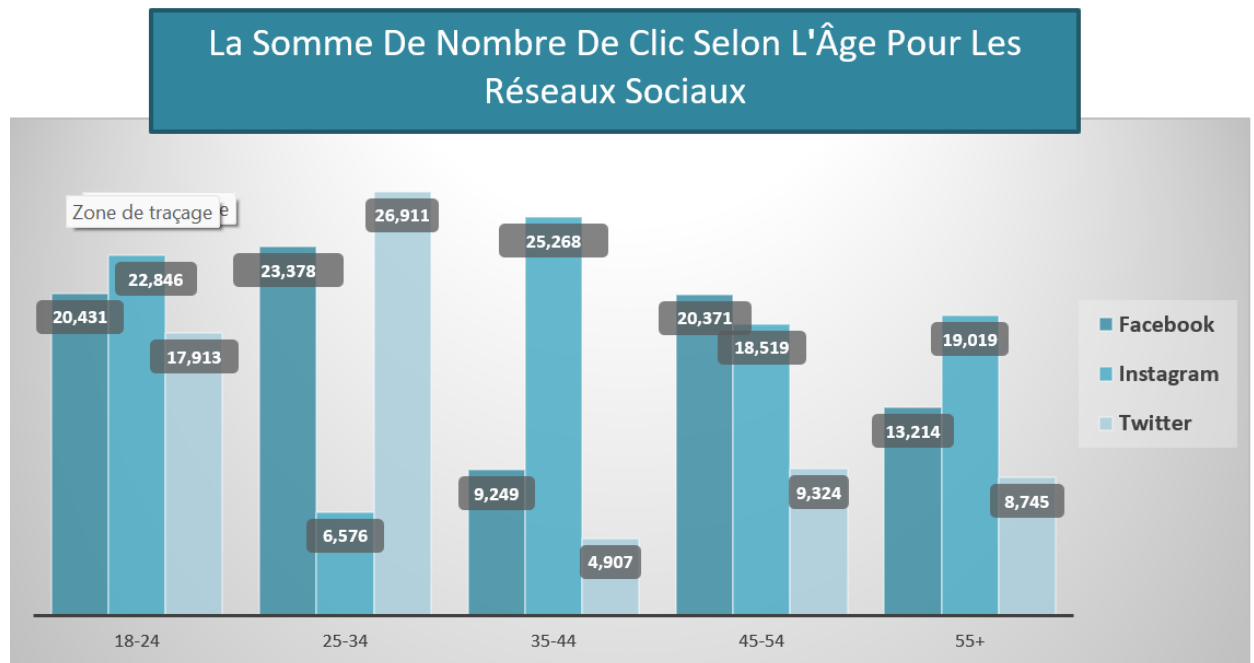
- **Instagram** est le réseau social dominant en termes de nombre de vues par mois, avec une somme totale de **2,351,414** vues. Cela représente une part importante du total général de vues.
- **Twitter**, bien qu'il ait généré moins de vues que Facebook et Instagram, contribue tout de même de manière significative au total général, avec une somme totale de **1,295,642** vues.
- La plateforme Twitter ne présente Aucune donnée pour les mois Février et Mars
- Le mois de **Mai** présente la somme de vues la plus élevée, avec un total de **609,725** vues, principalement alimenté par **Facebook**.
- Les mois de février et de juillet montrent également des chiffres élevés en termes de vues, avec **536,869** vues et **608,452** vues respectivement, principalement grâce à **Instagram**.
- Les mois de **Août** et de **Octobre** présentent des chiffres relativement bas en termes de vues. Ex : Août : Twitter **14,729** et Octobre : Facebook **37,829**. Ce qui peut indiquer une période de moindre activité ou d'efficacité moindre des campagnes publicitaires.



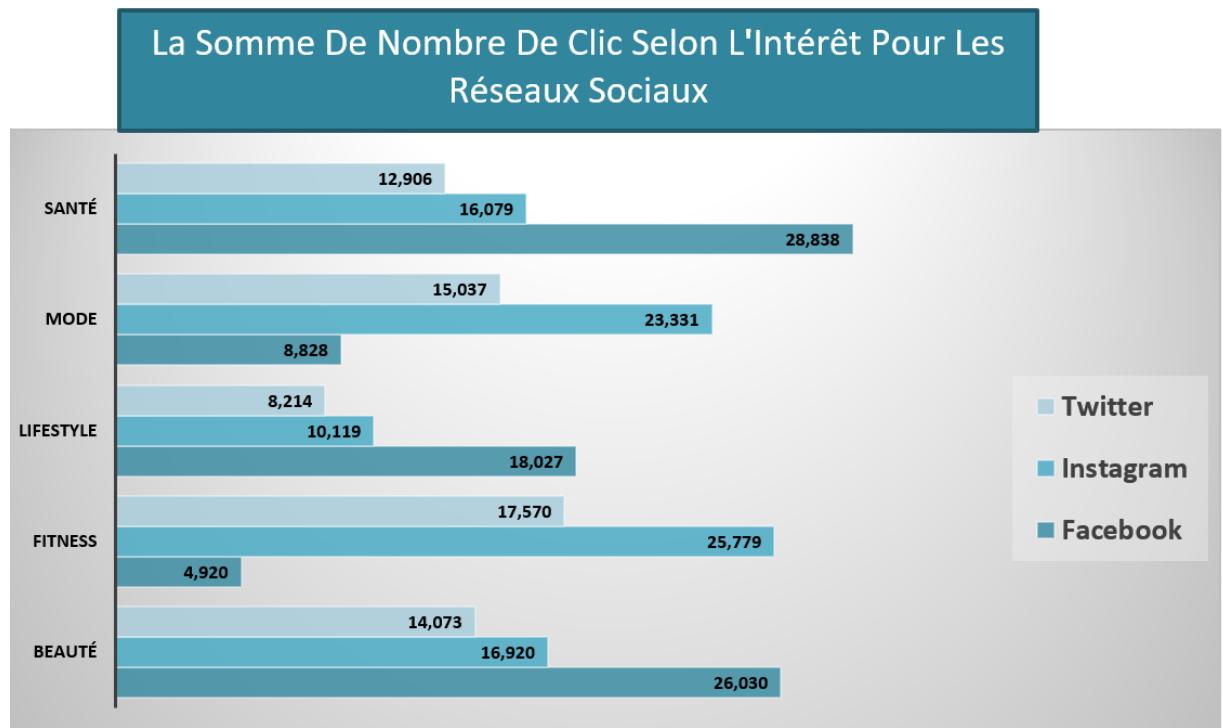
- Les mois de juillet et d'octobre présentent les chiffres les plus élevés en termes de clics, avec respectivement 30 593 clics et 32 572 clics, principalement grâce à Instagram et Facebook.
- Les mois de juin et de septembre montrent des chiffres relativement bas en termes de clics, ce qui peut indiquer une période de moindre activité ou d'efficacité moindre des campagnes publicitaires.
- Twitter ne présente aucune donnée pour les mois Février, Mars et Septembre, bien qu'il ait généré moins de clics que Facebook et Instagram



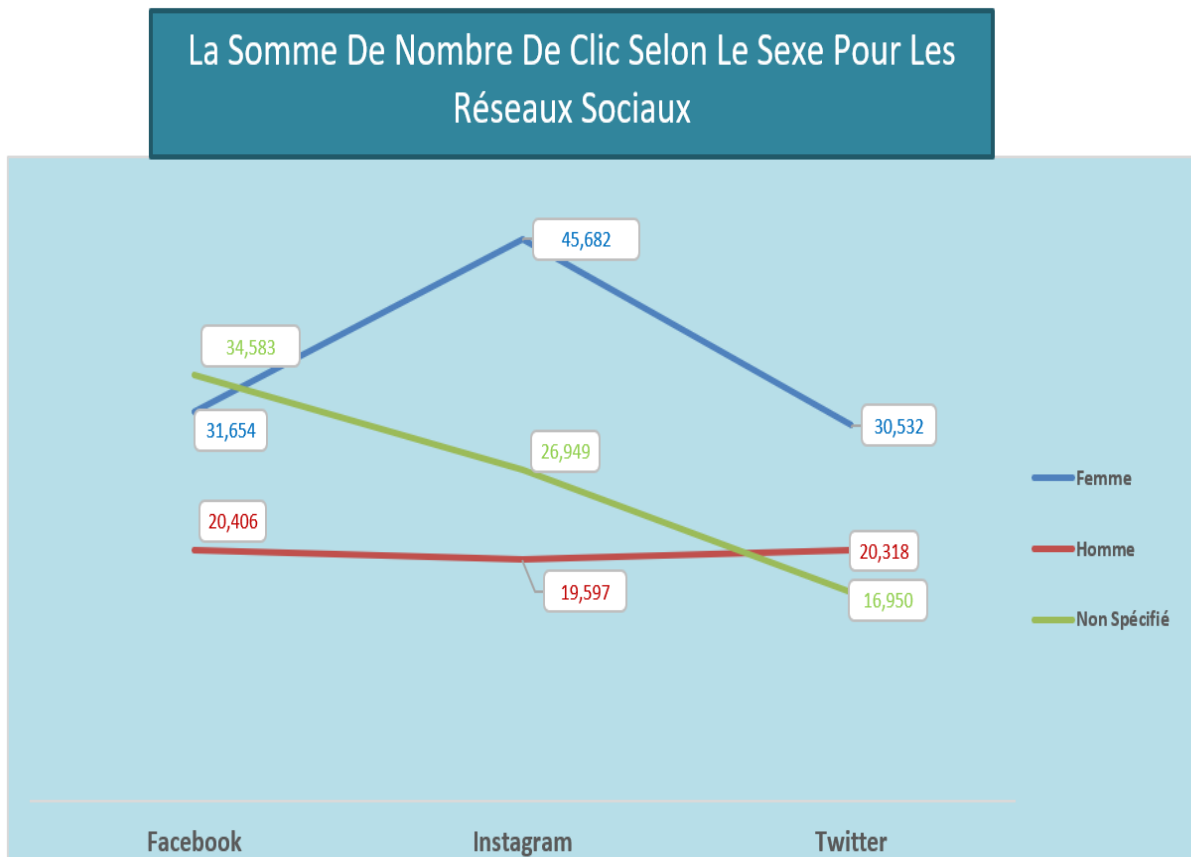
- Instagram est le réseau social dominant en termes de ventes générées par mois, avec une somme totale de 1,124,396 euros. Cela représente la plus grande part du total général des ventes.
- Le mois d'octobre présente la somme de ventes la plus élevée, avec un total de 426,409 euros, principalement grâce à Twitter.
- Les mois de février et de juillet montrent également des chiffres élevés en termes de ventes, avec respectivement 331,883 euros et 300,540 euros, principalement grâce à Instagram et Facebook
- Les mois de juin et de septembre montrent des chiffres relativement bas en termes de ventes, ce qui peut indiquer une période de moindre activité commerciale



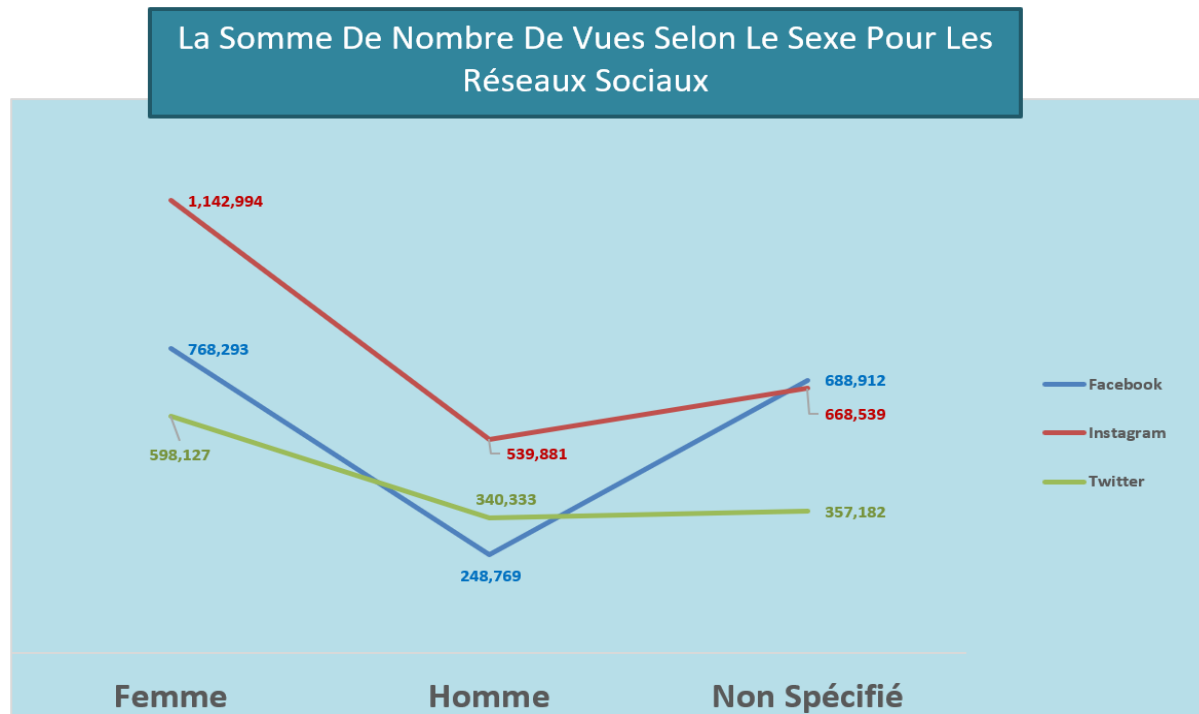
- Les utilisateurs âgés de 18 à 24 ans ont généré le plus grand nombre de clics sur Instagram, avec un total de 22,846 clics. Cependant, les clics sur Facebook sont également significatifs dans cette tranche d'âge, avec un total de 20,431 clics.
- Les utilisateurs âgés de 25 à 34 ans, Twitter est le réseau social dominant en termes de clics, avec un total de 26,911 clics. Les clics sur Facebook est également présente, mais moins élevés que sur Twitter.



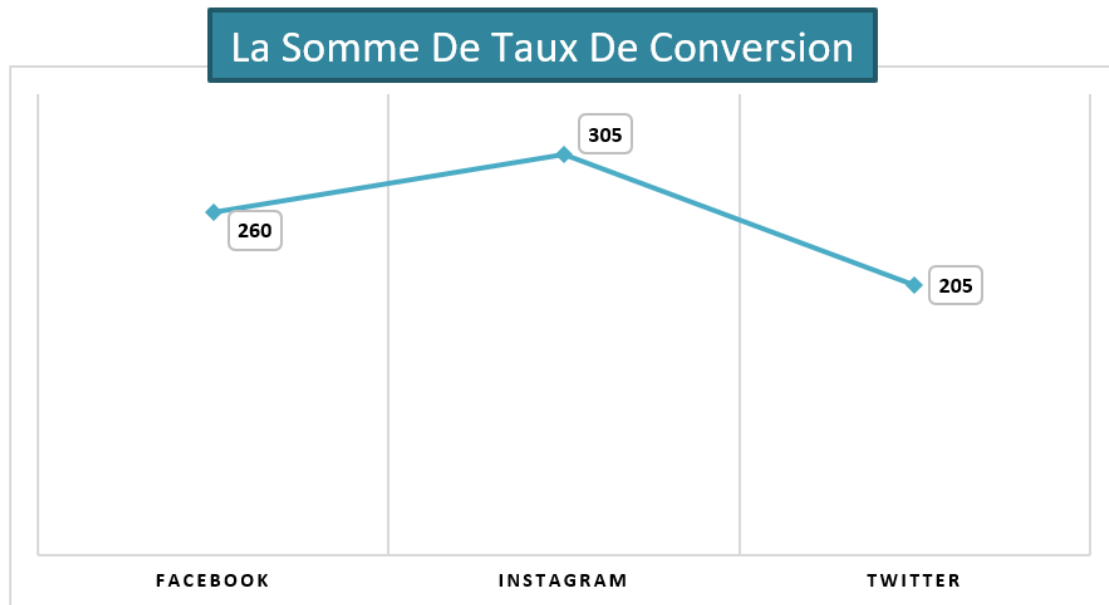
- Les intérêts liés à la "Beauté" et à la "Santé" sont les plus populaires en termes de clics, avec respectivement **57,023** et **57,823** clics au total. Facebook est le principal contributeur pour ces deux intérêts, suivi par Instagram.
- "Fitness" est également un intérêt important en termes de clics, avec un total de **48,269** clics. Instagram est le principal contributeur pour cet intérêt, suivi par Facebook.
- Les intérêts liés au "Mode" et au "Lifestyle" ont également généré un nombre significatif de clics, avec respectivement un total de **47,196** et **36,360** clics au total. Instagram est le principal contributeur pour ces deux intérêts, suivi par Facebook.



- Les femmes représentent le groupe le plus actif en termes de clics sur les réseaux sociaux, avec un total de **107 868** clics. Elles sont particulièrement actives sur Instagram, où elles ont généré **45 682** clics
- Les hommes sont également actifs, contribuant à un total de **60 321** clics. Ils sont légèrement moins actifs que les femmes sur Facebook et Instagram, mais leur participation est assez proche sur Twitter
- Les utilisateurs non spécifiés ont généré un total de **78 482** clics, montrant qu'ils sont également une composante importante de l'engagement global sur les réseaux sociaux.



- Les femmes sont le groupe le plus actif en termes de vues sur les réseaux sociaux, avec un total de **2,509,414** vues. Elles sont particulièrement actives sur **Instagram**, où elles ont généré **1,142,994** vues.
- Les hommes sont également actifs, contribuant à un total de **1,128,983** vues. Ils sont moins actifs que les femmes sur tous les réseaux sociaux, mais leur participation est significative.
- Les utilisateurs non spécifiés ont généré un total de **1,714,633** vues, montrant qu'ils sont également une composante importante de l'engagement global sur les réseaux sociaux.



- **Instagram** affiche le taux de conversion le plus élevé parmi les réseaux sociaux listés, avec un total de 305

2- Conclusion Globale

À partir des divers des données sur l'engagement et les performances des réseaux sociaux, il est clair que chaque plateforme a ses propres forces et faiblesses. Globalement, **Instagram** semble être la plateforme la plus performante en termes d'engagement, de nombre de vues, de clics et de taux de conversion, suivie de près par Facebook. Twitter, bien qu'important, semble être légèrement en retrait par rapport aux deux autres plateformes.

Pour la Catégorie de Date de Début : Il y a une absence de donnée sur les mois Janvier et Novembre pour Twitter et le mois de Novembre pour Facebook

Pour la catégorie de Date de Fin : il y a une absence de données sur les mois de Février, de Mars et de Septembre pour Twitter, et le mois de Novembre pour Instagram

3- Recommendations

- Optimisation des campagnes sur Twitter

Bien que Twitter soit moins performant que les autres plateformes, il reste un canal important pour l'engagement. Il est recommandé d'analyser les campagnes existantes sur Twitter pour identifier les opportunités d'optimisation, telles que l'amélioration du ciblage, du contenu et des tactiques d'engagement

- Renforcement de la présence sur Instagram et Facebook

Étant donné leur popularité et leur efficacité, il est recommandé de renforcer la présence sur Instagram et Facebook en investissant davantage dans des campagnes publicitaires ciblées, du contenu engageant et des interactions avec les abonnés.

- Renforcement les publicité ciblées les femmes

Les femmes représentent le groupe le plus actif en termes de clics de vues sur les réseaux sociaux

