

Bilan Réseaux Sociaux

OBJECTIFS PRINCIPAUX

- Notoriété et visibilité de l'événement
- Engagement et fidélisation
- Sensibilisation au don d'organes

Bilan Réseaux Sociaux

STRATÉGIE ÉDITORIALE

Axes de contenu :

- Sport
- Portraits d'équipes / participants
- Sensibilisation au don d'organes
- Informations événementielles
- Partenaires & sponsors

Formats utilisés :

- Reels (prioritaires)
- Carrousels (prioritaires)
- Stories
- Posts statiques

Bilan Réseaux Sociaux

FRÉQUENCE DE PUBLICATION

Instagram

3x semaine avant événement

1x par jour pendant la CDC

1 semaine après / 2-3 xsemaine mi-fin avril

+ stories

Publication initiale sur compte La Course du Coeur en collaboration avec Astd.don

Facebook : repost sur La Course Du Coeur

LinkedIn : 1-2 posts / mois

X : laissé de côté car peu d'impact et aucune équipe présente sur ce réseaux donc focus sur les réseaux qui fonctionnent le mieux

Bilan Réseaux Sociaux

INSTAGRAM 



Janvier : 2 reels + 7 publications

- Vues : 16K (+110%)
- Vues non followers : 29% (+83%)
- Engagement : 2,5%
- Followers : +8

Février : 2 reels + 10 publications

- Vues : 26K (+62%)
- Vues non followers : 35% (+95%)
- Engagement : 3,4%
- Followers : +21



Janvier : 2 reels + 7 publications

- Vues : 6K
- Vues non followers : 62%
- Engagement : 2,5%
- Followers : +8

Février : 2 reels + 10 publications

- Vues : 16K
- Vues non followers : 66%
- Engagement : 4,75%
- Followers : +4

Bilan Réseaux Sociaux

INSTAGRAM 



Mars : 13 reels + 30 publications

- Vues : 141K (+431%)
- Vues non followers : 47% (+604%)
- Engagement : 4,4%
- Followers : +134

Avril : 9 reels + 17 publications

- Vues : 53K
- Vues non followers : 35%
- Engagement : 3,5%
- Followers : +6



Mars : 13 reels + 30 publications

- Vues : 91K
- Vues non followers : 78%
- Engagement : 5,1%
- Followers : +33

Avril : 9 reels + 17 publications

- Vues : 29K
- Vues non followers : 72%
- Engagement : 1409
- Followers : +10

Bilan Réseaux Sociaux

INSTAGRAM



Résultats :



- Croissance abonnés : +8%
- Comptes touchés : 16.682 (+436%)
- Vues : 323.098 (dont 33,5% non followers)
- Engagement moyen : 2,9%
- Clics vers lien en bio : 110 (+358%)



- Croissance abonnés : +7%
- Comptes touchés : 6810 (+196%)
- Vues : 137.751 (dont 75% non followers)
- Engagement moyen : 4,9%
- Clics vers lien en bio : 12 (+135%)

Bilan Réseaux Sociaux

INSTAGRAM 

Résultats :

Les résultats montrent une forte dynamique de croissance et de visibilité.

La portée a connu une progression très importante avec 16 682 comptes touchés (+436%), ce qui indique que le contenu a été largement diffusé au-delà de l'audience habituelle.

Cette tendance est confirmée par le volume élevé de 323 098 vues, dont 33,5% proviennent de non-abonnés, signe d'une bonne capacité à toucher de nouveaux publics.

La croissance des abonnés reste positive (+8%), ce qui montre que cette visibilité commence à se convertir en audience, même si cela peut encore être optimisé.

Bilan Réseaux Sociaux

INSTAGRAM 

Résultats :

Point fort majeur : visibilité

→ très forte augmentation du reach et découverte par de nouveaux utilisateurs

Point fort secondaire : engagement

→ contenu suffisamment intéressant pour générer des interactions

Point d'amélioration : conversion

→ inciter davantage au passage à l'action (clics, abonnements)

Bilan Réseaux Sociaux

INSTAGRAM 

Résultats :

La stratégie actuelle fonctionne très bien pour gagner en visibilité et toucher une nouvelle audience.

L'enjeu principal sera désormais d'optimiser la conversion, en incitant davantage les utilisateurs à passer à l'action (s'abonner, cliquer, etc.).

Bilan Réseaux Sociaux

INSTAGRAM 

Résultats :

- Top formats : Carousels
- Top contenu : Contenus humains (témoignages) génèrent le plus d'engagement

Publications

1



2

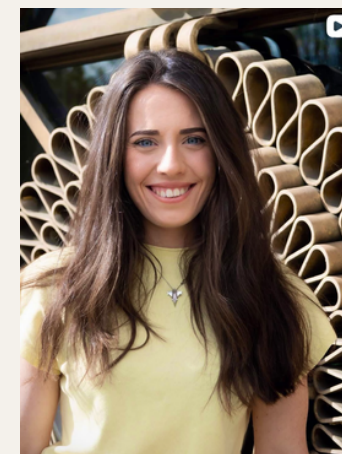


3



Reels

1



2



3



Bilan Réseaux Sociaux



FACEBOOK



Janvier : 2 reels + 7 publications

- Vues : 37K
- Vues non followers : 58,4%
- Engagement : 5,4%
- Followers : +3

Février : 2 reels + 10 publications

- Vues : 39K
- Vues non followers : 56%
- Engagement : 6,2%
- Followers : +18

Bilan Réseaux Sociaux



FACEBOOK 

Mars : 13 reels + 30 publications

- Vues : 138K
- Vues non followers : 57%
- Engagement : 6,9%
- Followers : +75

Avril : 9 reels + 17 publications

- Vues : 51K
- Vues non followers : 44.8%
- Engagement : 5,3%
- Followers : +4

Bilan Réseaux Sociaux



FACEBOOK 

Résultats :

- Croissance abonnés : total 6735 (+100 followers) +1,6%
- Vues : 265.894
 - Non followers : 54,8%
- Engagement moyen : 6,28%

Bilan Réseaux Sociaux



FACEBOOK



Résultats :

Une très bonne visibilité avec 265 894 vues, portée majoritairement par des non-abonnés (54,8 %), ce qui indique une excellente recommandation par l'algorithme Facebook.

A noter que le format Reel est le format qui permet le plus d'attirer de nouveaux followers (60% arrive par ce biais).

L'engagement moyen de 6,28 % confirme la pertinence des formats visuels utilisés (photos et Reels), transformant efficacement cette audience élargie en interactions concrètes.

Bilan Réseaux Sociaux



FACEBOOK 

Résultats :

- Top formats : Carousels
- Top contenu : Contenu informatif / Carousels sensibilisation don d'organes
- Top contenu nouveaux followers : Reel

Publications

1



2



3



Bilan Réseaux Sociaux

LINKEDIN



Top Contenu

JAN-AVR :

6 publications

Impressions : 9419

Reactions : 341

Commentaires : 29

Republications : 8

Engagement : 29,8%

Clics : 2431

1



**Retour en images
sur la CDC**

2



**Oui au don
d'organes, oui à la vie**

3



**Medisite article
avant CDC**

Bilan Réseaux Sociaux

LINKEDIN



Résultats :

Avec seulement 6 publications, le contenu a généré 9 419 impressions et un total significatif d'interactions, dont 341 réactions, 29 commentaires et 8 republications.

Le taux d'engagement élevé de 29,8 % souligne l'intérêt marqué de l'audience pour les contenus partagés, tandis que les 2 431 clics traduisent une réelle volonté d'en savoir plus et de s'impliquer.

Ces résultats traduisent une communication ciblée et impactante, capable de susciter l'attention et l'interaction.

Bilan Réseaux Sociaux

EVOLUTION FOLLOWERS PAR RS

		Followers		Evolution %
RS	Compte	Dec	Avr	
Instagram	lacourseducoeur	1935	2093	8,17%
	astd.don	635	680	7,09%
Facebook	Les Amis du Sport et du Don	3094	3097	0,10%
	La Course du Coeur	6631	6731	1,51%
LinkedIn	Les Amis du Sport et du Don	1343	1371	2,08%

Bilan Réseaux Sociaux

CONCLUSION

Suggestions / axes de développement :

- Plus de témoignages vidéos/photos de greffés
- Développer les collabs avec influenceurs/parrains et marraines des équipes → faire en sorte qu'ils publient un reel en collab sur leurs RS
- Témoignages de participants pendant la course en format video pour pousser l'émotion
- Augmenter encore plus la fréquence de publication quotidienne pendant la course
- Continuer à pousser le format Reel pour l'aquisition de followers et maximiser la visibilité
- Optimiser la conversion, en incitant encore plus les utilisateurs à passer à l'action (s'abonner, cliquer, etc.).