

# PROJET 4

Etape 1 Création de contenu omnicanal



Formation Chef Marketing 2024.  
Gérez une situation de crise sur les réseaux sociaux d'une collectivité.

## Table des matières

Demande d'autorisation auprès des utilisateurs Facebook. ....	2
Contenu d'une telle autorisation :.....	2
Modèle d'autorisation .....	3
Les publications .....	4
Homogénéité visuelle : Le respect de la charte graphique .....	4
Le format .....	4
Les publications .....	4

## Demande d'autorisation auprès des utilisateurs Facebook.

Contenu d'une telle autorisation :

Voici le schéma de la demande d'autorisation :

### **1) Identification des Parties :**

- Nom de la collectivité territoriale.
- Nom complet de l'auteur du contenu généré par l'utilisateur.
- Adresse électronique de l'auteur du contenu.

### **2) Objet de l'Autorisation :**

- Autorisation d'utilisation du contenu généré par l'utilisateur par la collectivité territoriale.

### **3) Description du Contenu Généré :**

- Brève description du contenu généré par l'utilisateur (par exemple : photo de vélo sur une piste cyclable, texte sur l'expérience cycliste, etc.).

### **4) Durée de l'Autorisation :**

- Indiquer si l'autorisation est valable pour une durée spécifique ou indéterminée.

### **5) Révocation de l'Autorisation :**

Clarifier le droit de l'auteur du contenu de révoquer l'autorisation à tout moment par notification écrite.

### **6) Consentement :**

Confirmation de l'auteur du contenu qu'il a lu, compris et accepté les termes de l'autorisation.

### **7 ) Signature et Date :**

Espace pour la signature manuscrite de l'auteur du contenu et la date de la signature.

## Modèle d'autorisation

Nom de la Collectivité Territoriale : Cityville

Objet de l'Autorisation : Autorisation d'utilisation du contenu généré par l'utilisateur sur les réseaux sociaux et autres supports de communication de la collectivité territoriale.

Nom et Prénom de l'Auteur du Contenu: .....

Adresse électronique de l'Auteur du Contenu : .....

Description du Contenu Généré par l'Utilisateur : [Insérer une brève description du contenu généré par l'utilisateur] :

.....  
.....  
.....

Durée de l'Autorisation : Cette autorisation est valable pour une durée indéterminée, à moins que l'auteur du contenu ne révoque explicitement cette autorisation par écrit, à la collectivité territoriale. l'adresse suivante :

.....  
.....

En signant cette autorisation, l'auteur du contenu confirme qu'il a lu, compris et accepté les termes et conditions de cette autorisation.

Ecrire la mention « lu et approuvé » suivi de la date, le lieu et la signature.

*La collectivité territoriale s'engage à respecter la vie privée de ses utilisateurs et à obtenir leur consentement explicite avant toute utilisation de leur contenu. Toute information personnelle recueillie sera traitée conformément aux lois et réglementations en vigueur sur la protection des données. [RGPD](#)*

## Les publications

Homogénéité visuelle : Le respect de la charte graphique



Pour créer les publications, nous avons intégré les couleurs et la typographie du logo de Cityville :

Bleu : #5774b8

Jaune : #f4bf02

Police d'écriture : Roboto

Nous avons également introduit des variations de tailles et d'angles, incluant une inclinaison de +15°, pour insuffler davantage de dynamisme en accord avec le contenu des publications.

### Le format

Bien que Facebook accepte plusieurs formats de publication 16X9 ; 3x2 ; 1X1, nous avons délibérément opté pour le format carré (1x1) afin d'assurer une meilleure réactivité sur les écrans, offrant ainsi une présentation équilibrée et adaptée aux diverses orientations, tout en garantissant une expérience visuelle optimale.

### Les publications



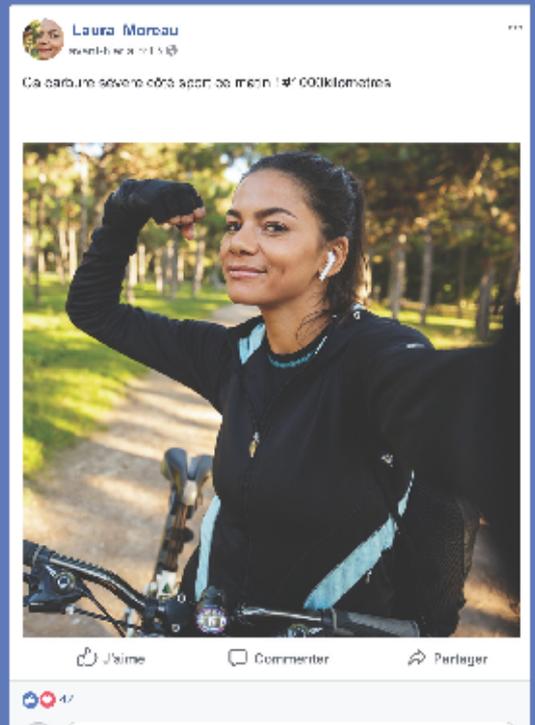
Cityville

02 février à 10:02



Quand on partait de bon matin, quand on partait sur les chemins... 🌞🚴🌟 #1000kilometres #velo #pistecyclable #bike #concoursfacebook

**PRÊT  
FEUX  
ROULER!**



**«Ça carbure sévère côté sport ce matin !»**

Comme Laura Moreau soyez prêt à pédaler vers une journée pleine de vitalité et de découvertes ! #1000kilometres.

👍👎❤️ 1984

20 commentaires 03 partages

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager



Cityville

02 février à 10:02

Sortir du quotidien, améliorer sa santé 🌟👉, participer et tenter de gagner un super cadeau ! 🎁  
#1000kilometres #velo #pistecyclable #bike #concoursfacebook

**TOUJOURS  
LES BONS  
GESTES!**



**«Jamais sans mon masque !»**

Un grand merci à David Morel de montrer l'exemple ! #1000kilomètres.

👍👤❤️ 2124

21 commentaires 07 partages

👍 J'aime

🗨️ Commenter

➦ Partager

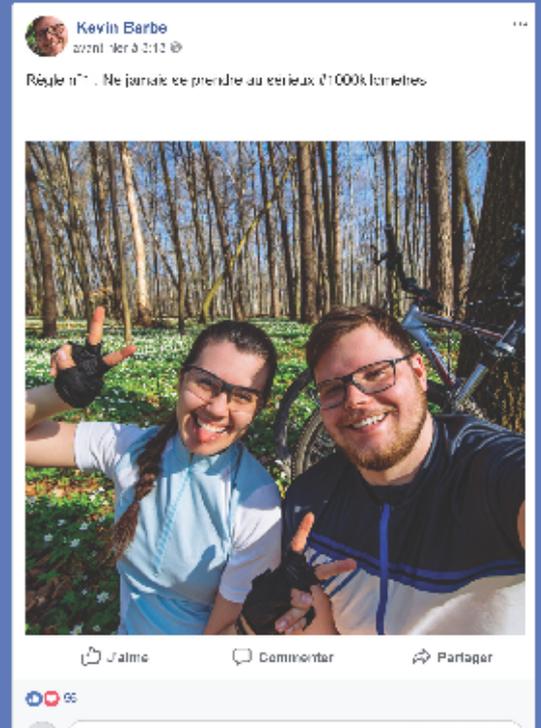


Cityville

02 février à 10:02

Participer et tenter de gagner un super cadeau donne le sourire la preuve ! #1000kilometres #velo #pistecyclable #bike #concoursfacebook 🌟

**ROULEZ AVEC  
LÉGÈRETÉ AU  
QUOTIDIEN!**



**«Ne jamais se prendre au sérieux !»**

Ne jamais se prendre au sérieux, mais toujours prendre son vélo ! #1000kilomètres.  
Merci pour votre publication Kevin Barbe.

👍👤❤️ 1954

16 commentaires 08 partages

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

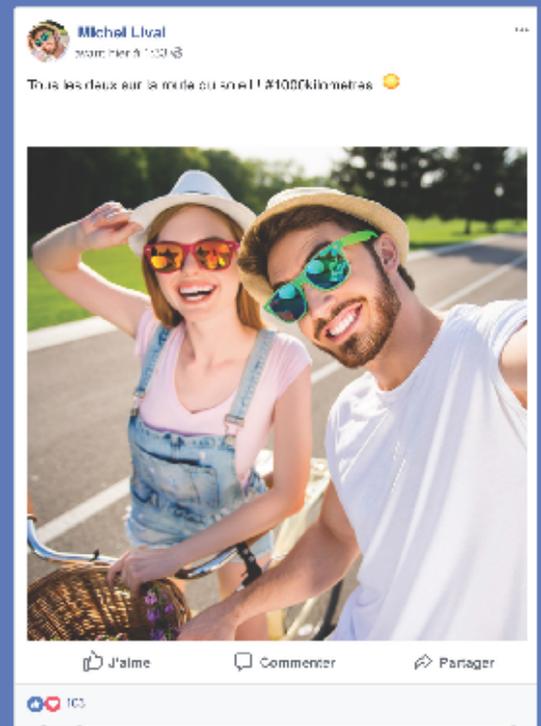


Cityville

02 février à 10:02

😊 Vivez une aventure inoubliable à nos côtés avec le concours 🚴🏻 #1000kilometres ! Prêts à explorer de nouveaux horizons ? #velo #pistecyclable #bike #concoursfacebook

***C'EST ENCORE  
MIEUX EN  
TANDEM!***



**«Tous les deux sur la route du soleil»**

Merci à Michel Lival de nous partager ce moment de bonheur sur nos route !

#1000kilometres

👍👎❤️ 1854

15 commentaires 06 partages

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

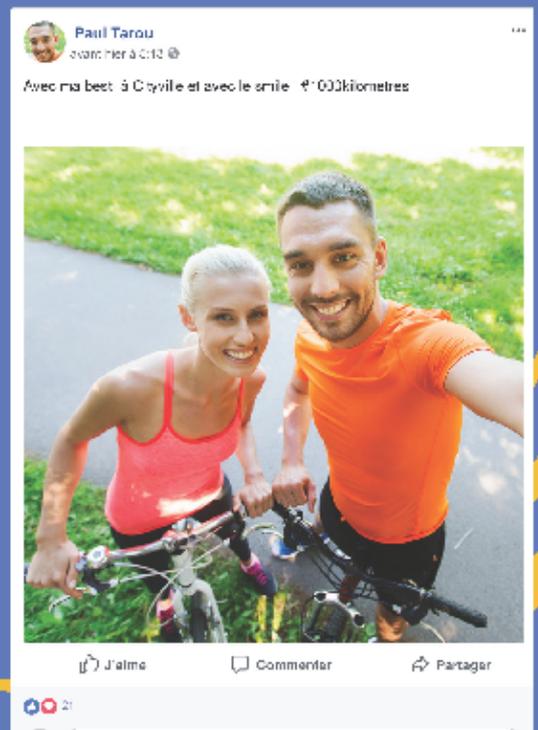


**Cityville**

02 février à 10:02

Avec plaisir à Cityville! ✨ Nous sommes ravis de voir votre enthousiasme pour le concours #1000kilometres. N'hésitez pas à partager votre expérience en participant et en encourageant d'autres à rejoindre l'aventure! 🏆🚴🏃 #velo #pistecyclable #bike #concoursfacebook

**ROULEZ AVEC  
LE SMILE  
À CITYVILLE!**



**«Avec ma best à cityville et avec le smile»**

**Merci à Paul Tarou de nous partager ce moment de bonheur sur nos route !**

**#1000kilometres**

2979

18 commentaires 03 partages

J'aime

Commenter

Partager

# Projet 4

Etape 2 Modération de publication



## PUBLICATION À MODÉRER



### Action à réaliser (répondre, ignorer, masquer, supprimer) :

Supprimer et envoyer un message privé expliquant la raison

### Justification :

ici, on supprime les messages insultants, voir on bloque les utilisateurs pour les bannir de la page et ne plus que cela se reproduise

### Réponse (si nécessaire) :

Aucune réponse nécessaire.

### Message privé :

Bonjour M.Robin,

Nous avons été informés de votre message inapproprié sur notre page. Nous tenons à vous rappeler que nous avons des directives de modération en place pour assurer un environnement respectueux et sûr pour tous les membres de notre communauté. Votre message a été supprimé et votre compte a été bloqué pour violation de nos règles.

Nous vous prions de respecter nos directives à l'avenir afin d'éviter toute mesure supplémentaire. Si vous avez des questions ou des préoccupations, n'hésitez pas à nous contacter en privé.

Cordialement,  
L'équipe de modération de la page

# PUBLICATION À MODÉRER



« Adorable ! Comment on fait pour participer au concours ? ça sert à quoi le hashtag ? »

**Action à réaliser (répondre, ignorer, masquer, supprimer) :**

Répondre

**Justification :**

Ne pas répondre à une question concernant le règlement pourrait non seulement interrompre le dialogue avec l'utilisateur, mais aussi engendrer de la confusion et potentiellement nuire à l'image de la collectivité territoriale.

En fournissant des réponses claires et transparentes, basées sur les termes officiels du concours, nous démontrons notre engagement envers l'équité et la communication ouverte.

Cela renforce la confiance des participants dans l'intégrité de nos concours et maintient une relation positive avec notre communauté en ligne.

**Réponse (si nécessaire) :**

Merci pour votre intérêt ! Pour participer au concours, il vous suffit de partager une photo ou une vidéo de vous en train de profiter d'une balade à vélo dans la région de Cityville, en utilisant le hashtag #1000kilometres. N'oubliez pas de consulter le règlement du concours pour tous les détails et conditions de participation. Bonne chance !

# PUBLICATION À MODÉRER



« Si vous voulez un casque à -50%, j'ai de super deals, envoyer moi un MP pour en savoir plus »

Action à réaliser (répondre, ignorer, masquer, supprimer) :

Supprimer , message privé

Justification :

C'est de la publicité et la suppression de ce commentaire est justifiée car celui-ci est hors sujet, non constructif, source de confusion ou non conforme aux règles établies. Cela permet de maintenir un environnement en ligne sain et respectueux pour tous les utilisateurs.

Réponse (si nécessaire) :

Aucune réponse est nécessaire.

**Message privé :**

Bonjour,

Nous avons remarqué votre message publicitaire sur notre page. Nous tenons à vous rappeler que la promotion de produits ou de services sur notre plateforme sans autorisation préalable est contraire à nos règles communautaires.

Votre message a été supprimé conformément à nos directives de modération.

Merci de votre compréhension.

Cordialement,

L'équipe de modération de la page

# PUBLICATION À MODÉRER



*« Je suis trop contente de voir de plus en plus de pistes cyclables et endroit de faire du vélo franchement ça me motive à prendre mon vélo au lieu de tout faire en voiture je me sens plus en sécurité ça fait du bien et ça fait du bien à mon corps aussi »*

Action à réaliser (répondre, ignorer, masquer, supprimer) :

Répondre

Justification :

Meilleur engagement de la communauté , meilleur cohésion , renforcement de la relation client.

Réponse (si nécessaire) :

Merci pour vos encouragements ! Nous sommes heureux que notre réseau de pistes cyclables vous motive à opter pour le vélo. Votre sécurité et votre bien-être sont notre priorité. À bientôt sur nos pistes !



**Plan de gestion de crise**

PROJET 4

# Gérez une situation de crise sur les réseaux sociaux d'une collectivité

Alexandre Jacquet formation Chef de projet marketing

## Table des matières

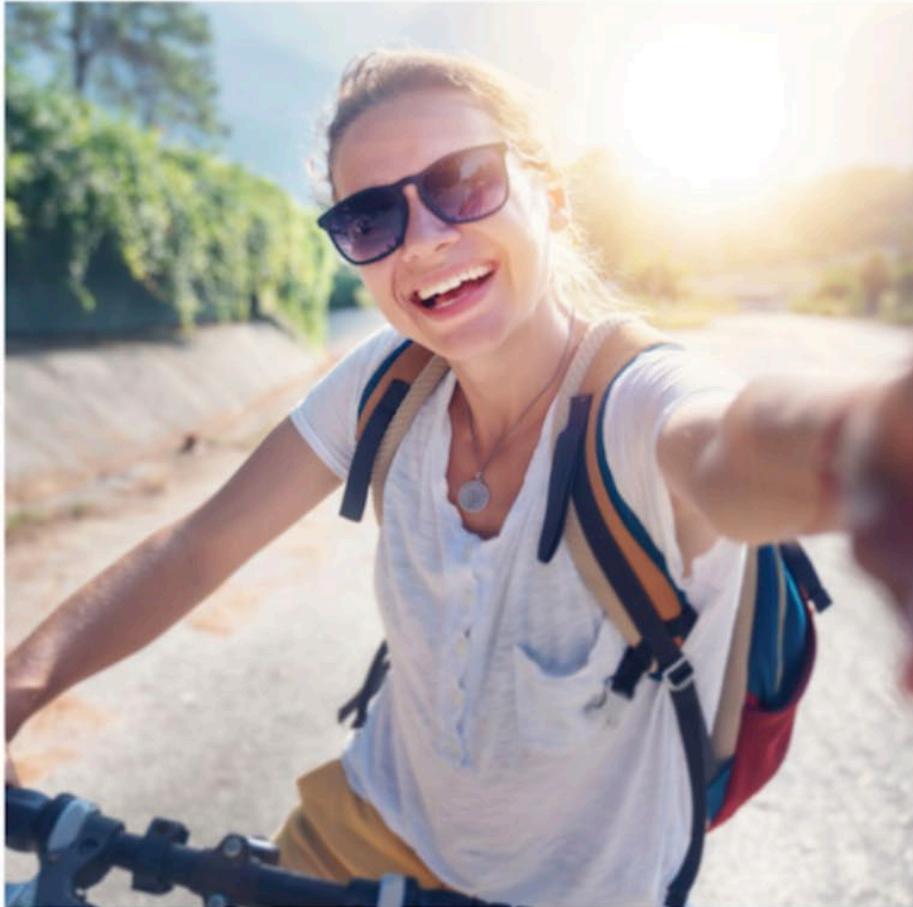
IMPORTANT : .....	4
ACTIONS À METTRE EN PLACE POUR GÉRER LA CRISE : .....	4
LES ACTIONS : .....	4
LES RÉPONSES AU COMMENTAIRES : .....	5
UNE PROPOSITION DE GESTION DE CRISE : .....	6
ÉCHANGE PAR MESSAGERIE.....	7
COMPTE RENDU APRÈS LA GESTION DE CETTE CRISE : .....	8
UNE PROPOSITION D'AU MOINS DEUX RECOMMANDATIONS POUR ÉVITER CE TYPE DE SITUATION À L'AVENIR.....	11



**Olivia Coutil**

Aujourd'hui à 18h · 🌐

Le vélo c'est trop kiffant ! #1000kilometres



👍 Like

💬 Comment

➦ Share

👤 David and 4 autres



**Isabelle Coutil** Je trouve ça inadmissible comme concours. Ma fille a eu un accident à cause de vous. Elle est tombée de son vélo juste après avoir pris son selfie et voilà ce que ça donne ! Elle aurait pu se blesser gravement. Que faites-vous avec nos impôts, c'est n'importe quoi ! Elle mérite des excuses, faites quelque chose !

undefined · undefined · 5 mins



1



**Rémi Mosa** J'avoue c'est abusé ! Tout mon soutien à vous et votre fille.

undefined · undefined · 5 mins



3



**Louise Marie** Oh la pauvre ! J'espère qu'elle va bien...

undefined · undefined · 5 mins



3

## IMPORTANT :

*Nous allons supposer dans la continuité de cet exercice que suite à cette simple chute, la cycliste s'est blessée plus gravement. Il est important de noter que les effets des accidents peuvent parfois se manifester ultérieurement.*

## ACTIONS À METTRE EN PLACE POUR GÉRER LA CRISE :

### LES ACTIONS :

Pour répondre à la crise actuelle, nous mettons en place une cellule de crise composée des départements suivants : communication/marketing, service juridique et service des relations presse.

### **Message d'attente :**

- Cela permet également de tempérer les attentes quant au délai de réponse, montrant ainsi la volonté de fournir une réponse complète et réfléchi.

### **Communiqué de presse :**

- Cela démontre la transparence et la volonté de communiquer ouvertement sur la crise et les mesures prises pour y remédier.

Nous rédigerons un communiqué de presse détaillant les événements récents et les mesures que nous prenons pour y faire face. Ce communiqué sera diffusé sur notre site web officiel et réseaux sociaux.

### **Nomination d'un porte-parole :**

- Nous désignerons un porte-parole haut placé au sein de Cityville, qui possède une excellente capacité de communication, pour faire une déclaration. La présence d'un porte-parole garantit une communication claire et efficace, renforçant ainsi la confiance du public dans notre capacité à gérer la situation.

### **Contenu multimédia :**

- Nous compléterons le communiqué de presse avec la déclaration du porte-parole, permettant une communication plus directe et transparente.

La vidéo permet de transmettre des messages de manière dynamique et impactante. En fournissant le contenu du communiqué de presse et de la réponse en vidéo, nous offrons une expérience plus immersive et accessible au public. Cela permet également de personnaliser la communication en montrant un visage humain derrière l'entreprise, ce qui peut renforcer la connexion émotionnelle avec notre audience.

**Dans nos communications, nous adopterons les stratégies suivantes :**

*Reconnaissance des faits* : Nous fournirons une explication factuelle de la situation, en reconnaissant toute responsabilité le cas échéant, et en présentant des excuses si nécessaire. Nous exprimerons également notre empathie envers ceux affectés par cet accident.

*Solutions à court terme* : Nous détaillerons les mesures immédiates prises pour résoudre le problème actuel et proposerons des solutions pour aider les personnes concernées.

*Solutions à long terme* : Nous annoncerons les actions que nous prenons pour éviter que de telles situations se reproduisent à l'avenir, démontrant notre engagement envers l'amélioration continue et la responsabilité sociale de notre entreprise.

**LES RÉPONSES AU COMMENTAIRES :**

**COMMENTAIRE :**

« je trouve ça inadmissible .... »

**RÉPONSE :**

Madame merci pour votre message, en attendant une réponse complète de notre part, nous tenons à vous informer que nous prenons cette situation très au sérieux et que nous nous engageons à fournir une réponse rapide. Un message privé vous a été envoyé.

**COMMENTAIRE :**

« C'est abusé ! tout mon soutien à vous et à votre fille »

**REPONSE :**

Nous vous remercions chaleureusement pour votre soutien et vos pensées positives envers la participante. Nous prenons cette situation très au sérieux et mettons tout en œuvre pour garantir sa sécurité et son bien-être.

**COMMENTAIRE :**

« Oh la pauvre ! j'espère qu'elle va bien . »

**REPONSE :**

« Nous apprécions grandement votre empathie envers la participante. Nous vous tenons informés de toute évolution concernant cette situation. Merci pour votre soutien continu. »

## UNE PROPOSITION DE GESTION DE CRISE :

*Question : Que s'est-il passé exactement lors de l'accident de la jeune fille lors du concours ?*

Réponse : Lors du concours, un incident malheureux s'est produit impliquant une participante. Nous travaillons actuellement en étroite collaboration avec toutes les parties concernées pour clarifier les circonstances exactes de l'incident et assurer le bien-être de la participante.

*-Question : Quelles mesures avez-vous prises immédiatement après l'accident pour assurer la sécurité de la petite fille ?*

Réponse : Dès que l'incident nous a été signalé, nous avons de suite lancé une enquête interne approfondie pour comprendre les causes de l'incident et prendre les mesures correctives appropriées.

*-Question : Comment comptez-vous prévenir de tels accidents à l'avenir lors de vos événements ?*

Réponse : La sécurité de tous les participants est notre priorité absolue. Nous examinons attentivement nos protocoles de sécurité existants utilisés dans tels concours. Nous travaillons en collaboration avec des experts juridiques et dans ce cas la police municipale pour les améliorer continuellement nos événements. Nous mettrons en œuvre toutes les mesures nécessaires pour prévenir de tels accidents à l'avenir et garantir des événements sûrs pour tous.

*-Question : Quelle assistance offrez-vous à la famille de la jeune fille après cet incident ?*

Réponse : Nous restons en contact étroit avec la famille de la jeune fille pour leur fournir tout le soutien nécessaire. Cela inclut un soutien émotionnel et toute l'aide pratique dont ils pourraient avoir besoin. Nous nous engageons à les accompagner tout au long de ce processus.

*-Question : Comment assurez-vous la transparence et la communication pendant cette période de crise ?*

Réponse : Nous nous engageons à maintenir une communication ouverte et transparente avec notre communauté tout au long de cette période. Nous partagerons régulièrement des mises à jour sur la situation et répondrons à toutes les questions et préoccupations de manière honnête et opportune. La confiance de notre communauté est primordiale pour nous, et nous mettrons tout en œuvre pour la préserver.

## ÉCHANGE PAR MESSAGERIE

Cityville : Bonjour Madame, nous avons été informés de l'accident impliquant votre fille lors de notre événement cycliste. Nous sommes profondément désolés pour ce qui s'est passé et nous espérons sincèrement qu'elle se rétablisse rapidement. Nous prenons cet incident très au sérieux et nous voulons vous assurer que nous mettons tout en œuvre pour comprendre ce qui s'est passé et éviter que cela ne se reproduise à l'avenir.

Isabelle Coutil : Que comptez-vous faire pour aider ma fille ? Elle s'est blessée lors de votre événement.

Cityville : Nous prenons la situation très au sérieux et nous travaillons sur des mesures pour empêcher que cela ne se reproduise à l'avenir. Est-ce que votre fille reçoit actuellement les soins médicaux nécessaires ?

Isabelle Coutil : Oui ma fille est soignée, merci de votre sollicitude c'est bien, mais ça ne suffit pas. Je veux des garanties concrètes ! faut arrêter votre jeu stupide !

Cityville : Nous comprenons votre préoccupation. Nous allons renforcer nos protocoles de sécurité afin d'améliorer la sécurité de nos participants.

Isabelle Coutil : Et comment comptez-vous assurer la sécurité des participants à l'avenir ?

Cityville : Nous réévaluerons nos procédures et mettrons en place des mesures supplémentaires, dont nous vous tiendrons informée.

Isabelle Coutil : J'attends de voir ces améliorations. C'est inacceptable que ma fille ait été blessée.

Cityville : Nous sommes désolés pour ce qui est arrivé à votre fille. Nous prendrons toutes les mesures nécessaires pour éviter que cela ne se reproduise.

## COMPTE RENDU APRÈS LA GESTION DE CETTE CRISE :

### INTRODUCTION :

Lors du concours #1000kilometres, nous avons malheureusement été confrontés à un incident fâcheux. Une mère a exprimé son désarroi quant au fait que sa fille de 15 ans soit tombée de son vélo en tentant de prendre une photo pour participer au concours.

### LES ÉTAPES RÉALISÉES PENDANT LA GESTION DE CRISE

Dans un premier temps, nous avons répondu au commentaire de la mère sur un post publié sur Facebook, en lui proposant de discuter en privé afin de mieux comprendre la situation et de trouver une solution adaptée.

Ensuite, nous avons entamé un dialogue avec la mère de la jeune fille, en lui envoyant d'abord un message privé sur les réseaux sociaux, puis en communiquant avec elle par e-mail. La mairie s'est engagée à soutenir cette famille tout au long du processus de résolution de la crise.

La troisième étape a consisté à mettre en place une cellule de crise, réunissant les équipes de communication et juridique, afin d'explorer les différentes solutions disponibles. Nous avons décidé dans un premier temps de rédiger un communiqué de presse et de réaliser une vidéo avec un porte-parole désigné.

Par la suite, nous avons diffusé le communiqué de presse et la vidéo, mettant en avant les actions que nous avons entreprises pour gérer la situation de manière transparente et responsable.

Dans la méthodologie d'inscription au concours une incitation à la validation complète du règlement a souhaité. Dorénavant nous incitons vivement les participants au concours à lire attentivement et à valider l'ensemble du règlement. Il est crucial de souligner que la sécurité est notre priorité absolue, comme stipulé à la page 3 du règlement concernant la prise de la photo en mode selfie. Nous mettons en évidence l'importance de respecter ces consignes pour garantir la sécurité de tous les participants.

Réalisation d'une vidéo tutoriel : Nous avons produit une vidéo « tuto » réalisée par la police de la ville détaillant les mesures de sécurité à prendre par les cyclistes pour participer au concours.

Cette vidéo fourni des instructions claires et visuelles sur la manière de se mettre en sécurité avant de prendre la photo, conformément aux exigences du règlement.

Pour finir la suppression des publications non conformes : Nous avons pris des mesures immédiates pour supprimer toute publication ou participation ne respectant pas les règles de sécurité routière énoncées dans le règlement du concours. Cependant, nous veillons à ne pas bloquer les participants concernés, afin qu'ils aient l'opportunité de rectifier leur participation et de retenter leur chance tout en respectant les consignes de sécurité.

## UN COMPTE RENDU DES ÉCHANGES AVEC ISABELLE COUTIL

Cityville a pris l'initiative de contacter la mère de la victime pour exprimer ses excuses et sa préoccupation concernant l'accident survenu lors de l'événement.

Ils ont exprimé leur engagement à comprendre les circonstances de l'accident et à prendre des mesures pour éviter de tels incidents à l'avenir.

La mère, Isabelle Coutil, a exprimé son inquiétude et demandé des garanties concrètes quant à la sécurité des participants à l'avenir.

Cityville a répondu en assurant qu'ils renforceraient leurs protocoles de sécurité et fourniraient des garanties écrites.

Isabelle Coutil a exprimé son attente quant à la mise en œuvre de ces améliorations, soulignant l'inacceptabilité de la blessure de sa fille.

Cityville a conclu en réitérant ses excuses et son engagement à prendre toutes les mesures nécessaires pour éviter de tels incidents à l'avenir.

## UNE PROPOSITION D'AU MOINS DEUX RECOMMANDATIONS POUR ÉVITER CE TYPE DE SITUATION À L'AVENIR.

Pour améliorer notre gestion de crise et prévenir d'éventuelles répercussions négatives à l'avenir, nous proposons les actions suivantes :

1. Renforcement de la veille informationnelle : Nous allons renforcer notre veille informationnelle en examinant les concours similaires organisés par d'autres municipalités. Cela inclura l'identification des sujets qui ont déclenché des crises et l'analyse des réponses apportées par ces municipalités. Cette démarche nous permettra d'apprendre des expériences passées et d'adapter nos propres pratiques en conséquence.
2. Intégration des processus d'actions comme ligne de conduite : Nous élaborerons un compte rendu détaillé des processus d'actions mis en œuvre lors de cette crise, afin de les utiliser comme ligne de conduite en cas de nouvelles crises.
3. Ces processus incluront les étapes de gestion de crise, les responsabilités des différentes parties prenantes et les mesures correctives prises pour résoudre la situation.
4. Construction d'une base de contenus prêts à l'emploi : Nous créerons une base de contenus "prêts à l'emploi" à utiliser en cas de nouvelle crise. Cette base comprendra des messages clés, des directives de communication pour assurer une réponse rapide et efficace en cas d'urgence.

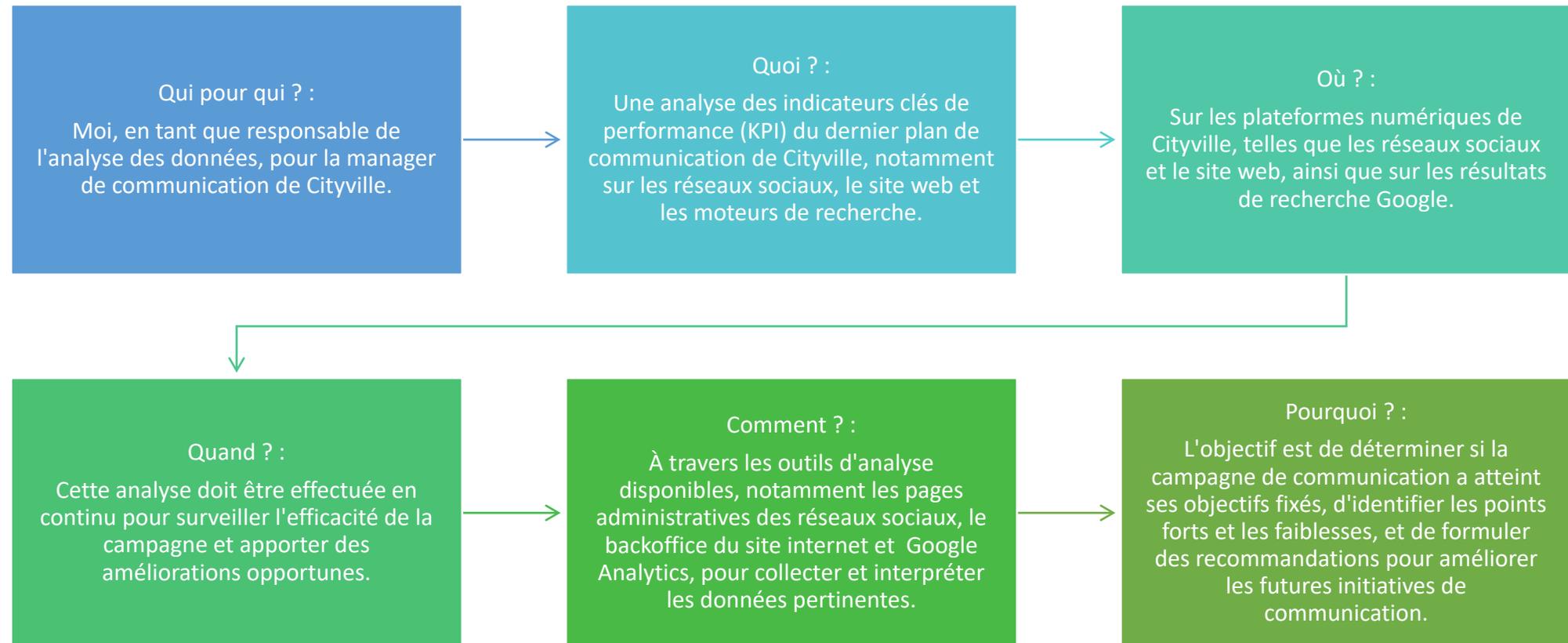
# Analyse du Jeu Concours des 1000 kilomètres

---

Alexandre Jacquet  
Formation chef marketing 2024



# QQOQCP de l'Analyse des KPI du jeu concours





# Les KPI POUR LE JEU CONCOURS

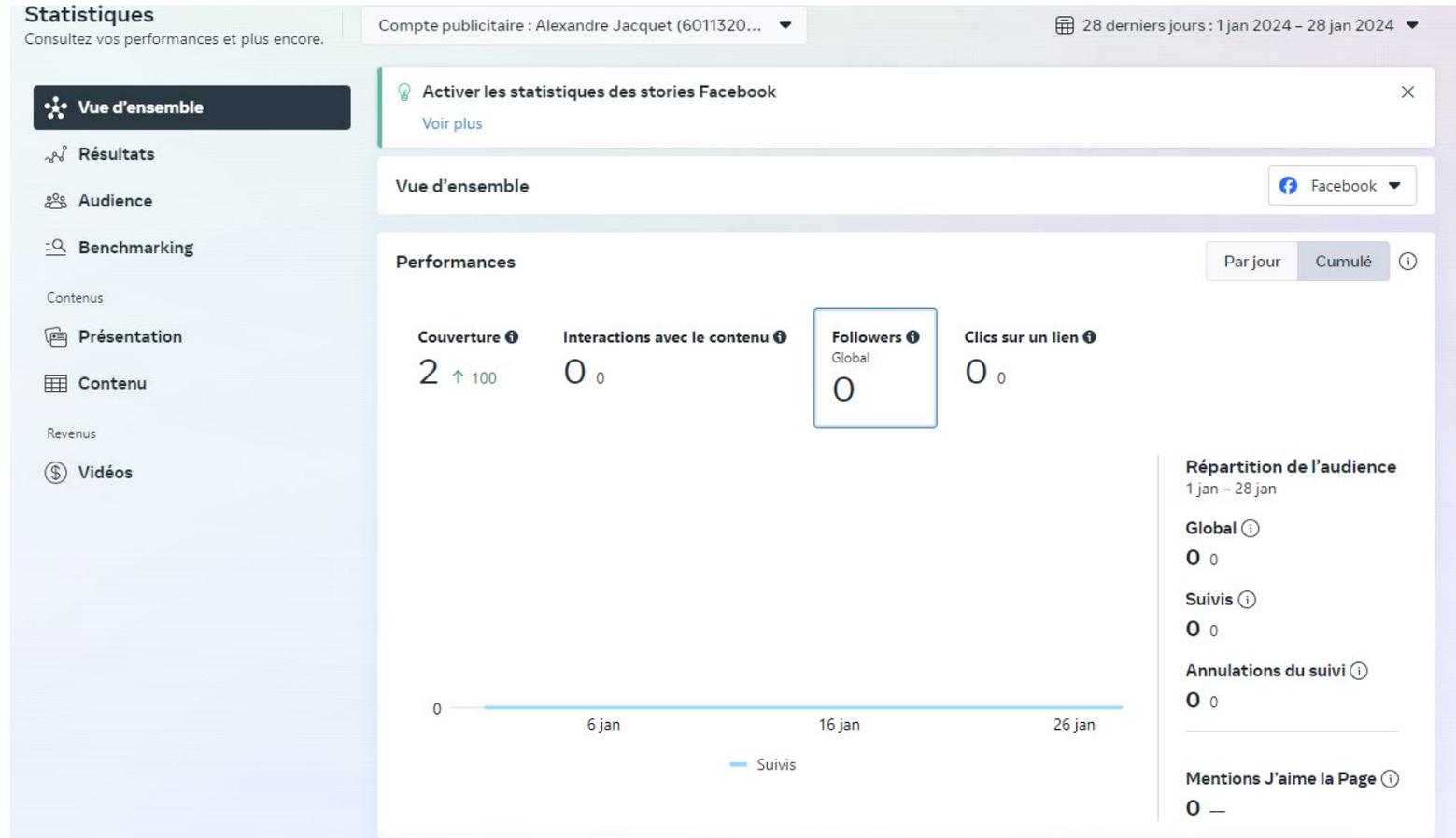
## Quantitatif et Qualitatif

- Dans cette partie précise nous avons choisis de nous focaliser sur des KPI dit Quantitatif , POURQUOI ?
- **Mesurabilité claire** : Les indicateurs quantitatifs offrent des mesures tangibles et objectives, ce qui les rend faciles à interpréter et à comparer dans le temps. Par exemple, le nombre de mentions sur les réseaux sociaux ou le nombre d'abonnés peut être mesuré de manière précise.
- **Suivi dans le temps** : Les données quantitatives permettent de suivre l'évolution de la notoriété de manière chronologique, ce qui permet de détecter les tendances et les changements de manière plus précise.
- **Facilité de communication** : Les chiffres et les statistiques ils offrent une vision concrète et chiffrée de la situation.
- **Aide à la prise de décision** : Les indicateurs quantitatifs peuvent fournir des insights précieux pour prendre des décisions stratégiques, telles que l'allocation de ressources marketing ou l'identification de nouvelles opportunités.

Cependant, il est également important de ne pas négliger les **indicateurs qualitatifs**, qui peuvent apporter des **informations complémentaires** sur des aspects tels que la **perception de la ville**, l'engagement émotionnel des utilisateurs, ou la qualité des interactions sur les réseaux sociaux. Nous verrons ce point pour l'analyse de Notoriété.

# Les KPI

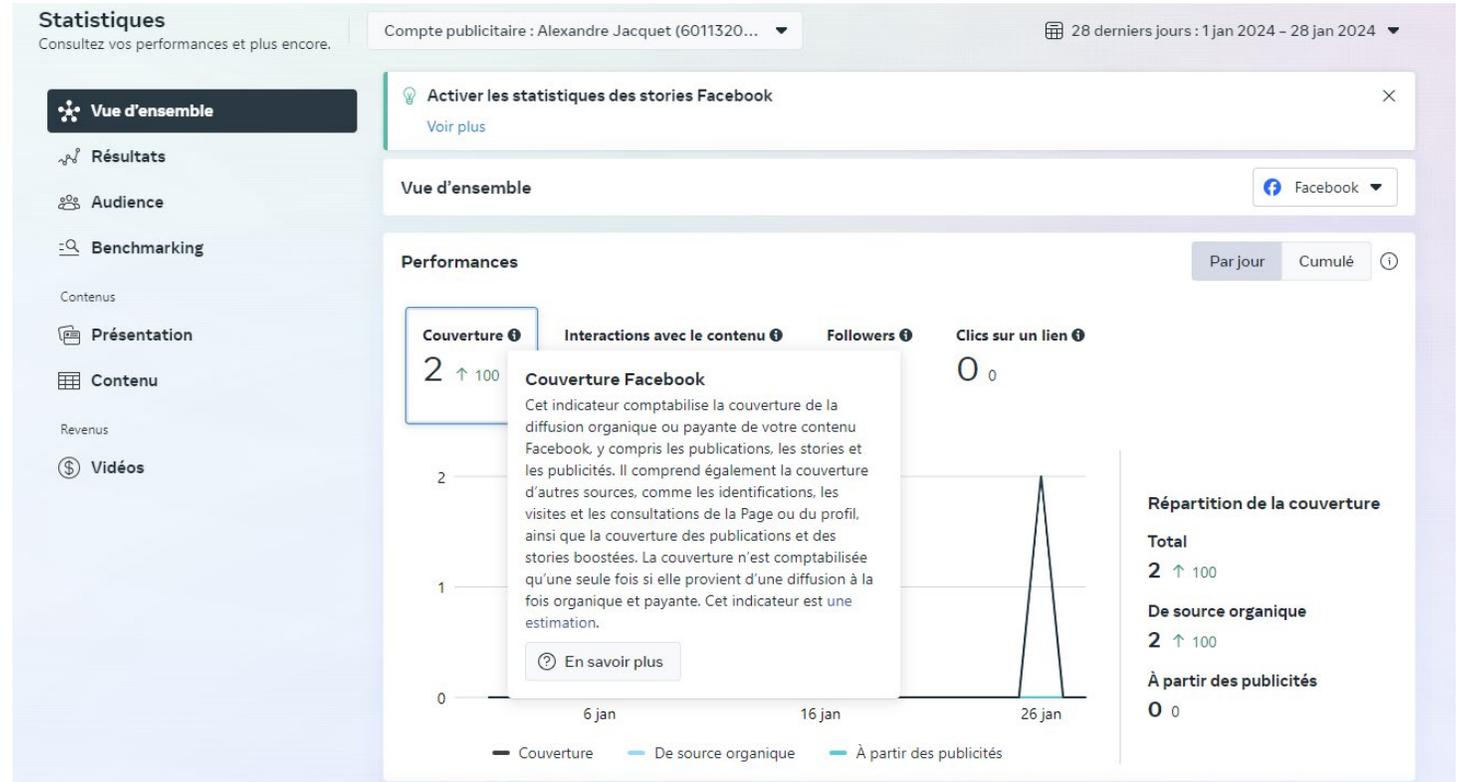
## 1. Nombres de Followers :



# Les KPI

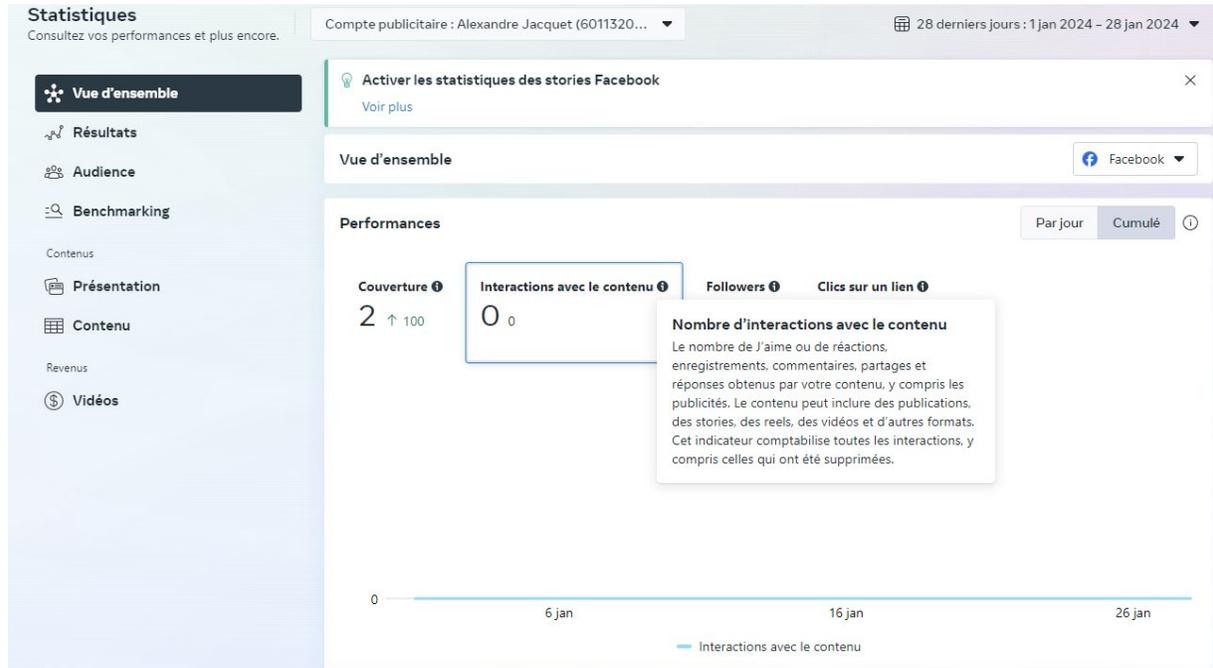
## 2. Couverture Facebook

- La couverture Facebook est le nombre total de personnes qui ont vu une Cityville, qu'elle soit organique (gratuit) ou payante. Cela comprend aussi les identifications les visites de page ou du profil.



# Les KPI

## 3. Interactions et Taux d'engagement :



! Sur l'ensemble des publications !

Pour chaque publication

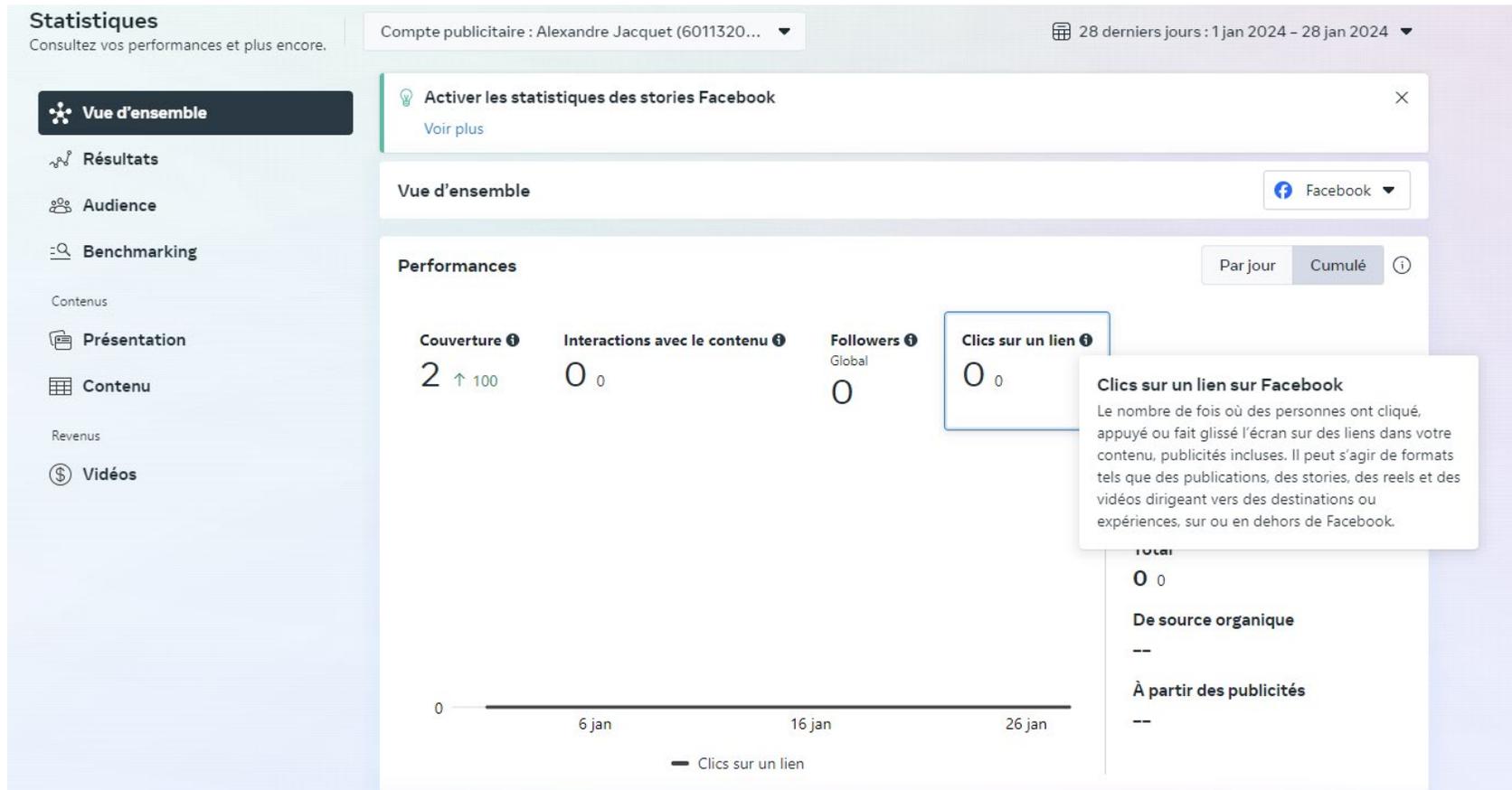
The screenshot shows a table of individual ad performance metrics. The table has columns for 'Titre' (Title), 'Date de publication' (Publication date), 'Couverture' (Reach), 'Mentions J'aime et...' (Likes and mentions), 'Commentaires' (Comments), 'Partages' (Shares), and 'Clics sur des stickers' (Sticker clicks). Two ads are listed: 'EXERCICE test 1' and 'KPI KPI'. The 'EXERCICE test 1' ad has 0 reach, 1 reaction, 1 comment, and 0 shares. The 'KPI KPI' ad has 1 reach, 0 reactions, 0 comments, and 0 shares.

Titre	Date de publication	Couverture	Mentions J'aime et...	Commentaires	Partages	Clics sur des stickers
EXERCICE test 1 Cityville Exercice	Booster Lundi 29 janvier 10...	0 Couverture	1 Réactions	1 Commentaires	0 Partages	--
KPI KPI Cityville Exercice	Booster Vendredi 26 janvier ...	1 Couverture	0 Réactions	0 Commentaires	0 Partages	--

$$\text{Taux d'engagement} = \frac{\text{Nb d'interactions}}{\text{Nb d'impressions}} \times 100$$

# Les KPI

## 4. Clics sur un lien :



# Les KPI

## 5. CPM : coup par mille

- Si dans le cas Cityville à booster ses publications pour plus de visibilité le CPM détermine le montant moyen pour 1000 impressions de leurs publications.

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for a specific ad account. The top navigation bar includes the account name 'Compte publicitaire : Alexandre Jacquet (6011320...)', an 'Exporter les données' button, and a date range of '28 derniers jours : 1 jan 2024 - 28 jan 2024'. A notification banner prompts to 'Activer les statistiques des stories Facebook'. The main content area is titled 'Tous les contenus' and features a table of ad performance metrics. The table columns are: Interactions, Impressions, Résultats, Revenus estimés, CPM publicitaire, Coût par résultat, Moyenne des minut..., Lectures, and Minutes vues. Two rows of data are visible, each with a radio button for selection. A tooltip for 'CPM publicitaire' is overlaid on the table, defining it as the average amount paid by advertisers for 1,000 impressions of their ads, including the fee paid to Facebook.

	Interactions <sup>i</sup> ↓	Impressions <sup>i</sup> ↓	Résultats <sup>i</sup> ↓	Revenus estimés <sup>i</sup> ↓	CPM publicitaire <sup>i</sup> ↓	Coût par résultat <sup>i</sup> ↓	Moyenne des minut... <sup>i</sup> ↓	Lectures <sup>i</sup> ↓	Minutes vues <sup>i</sup> ↓	Ré
<input type="radio"/>	2 Interactions	0 Impressions	--	--	--	--	--	--	--	--
<input type="radio"/>	0 Interactions	2 Impressions	--	--	--	--	--	--	--	--

**CPM publicitaire**  
Le montant moyen payé par les annonceurs pour 1 000 impressions de leurs publicités, y compris la part payée à Facebook.

# LES OUTILS D'ANALYSE DE LA NOTORIETE DE CITYVILLE : LE TABLEAU DE BORD

Indicateurs performance	Type de KPI	Sources des données	Période de Suivi	Résultats	Evolutions
<b>Nombre de followers sur les Reseaux sociaux</b>	Quantitative	MetaBusiness	Semaine 1		
<b>Nombre de nouveaux followers sur les Reseaux sociaux</b>	Quantitative	MetaBusiness			
<b>Taux d'impressions</b>	Quantitative	MetaBusiness		%	
<b>Taux d'engagements sur les publications</b>	Quantitative	MetaBusiness			
<b>Nombre de clics vers les liens publiés</b>	Quantitative	MetaBusiness			
<b>Sentiment des mentions ( positif, negatif , neutre )</b>	Qualitative	Manuel		"+ ; = ; -"	
<b>Nouveaux articles ( presse, blog,vlog podcast...) sur Cityville</b>	Quantitative	Google alert / Feedly			
<b>Sentiments dans les articles ( positif, negatif , neutre )</b>	Qualitative	Manuel			
<b>Tendance des sujet associés Recherche google</b>	Qualitative	Google trend			
<b>Tendance des requetes associées Recherche google</b>	Qualitative	Google trend			
<b>Traffic du site web</b>	Quantitative	Google analytics			

# PISTES D' ACTIONS POUR LE PROCHAIN JEU CONCOURS



**Capitaliser sur les succès passés :** Identifier les éléments qui ont contribué au succès des jeux concours précédents et les réutiliser ou les améliorer pour les prochains concours.

- Exemple : La bonne participation via les # sur les réseaux sociaux.



**Apprendre des erreurs et des crises :** Analyser les difficultés rencontrées lors des concours passés pour renforcer les mesures de sécurité et clarifier les règles à l'avenir.

- Par conséquent assurons-nous de renforcer les directives et de sensibiliser davantage à l'importance de la sécurité dans les futurs concours. Il faudra envisager également d'introduire un processus de validation plus rigoureux pour garantir le respect des règles.



**Innover et diversifier :** Explorer de nouvelles idées et concepts pour diversifier les jeux concours futurs, en tenant compte des tendances actuelles et des intérêts du public cible.

- Par exemple, un concours de quiz en ligne sur des sujets liés à la ville ou des concours de création de contenu vidéo d'événements locaux.