



TECHIETREASURE
shop

RAPPORT

ANALYSE DE CAMPAGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Deuxième semestre de 2024

OBJECTIF DU RAPPORT



TECHIETREASURE

shop

Ce document résume huit campagnes marketing menées entre juillet et décembre 2024 sur Instagram, Facebook, TikTok et YouTube.

L'analyse comprend la portée, l'engagement, les ventes et des observations sur la qualité du contenu.

Campagne : Make it viral!

Commentaires :

- La campagne misait sur l'humour, mais manquait d'un produit clair.
- Faible nombre de rediffusions vidéo : le contenu n'était pas assez attrayant.
- Aucun lien vers la boutique en ligne n'était inclus.
- Les utilisateurs ont demandé « Que promouvez-vous exactement ? ».
- Les commentaires manquaient de mots-clés pertinents.
- Le hashtag utilisé n'avait aucun rapport avec la marque.

PLATEFORME :



PORTÉE : 12,300

TAUX DE CLICS : 1.1%

VENTES : 2

Campagne : Autumn bundle blast

Commentaires :

- La seule campagne avec une offre clairement définie et des visuels percutants.
- Le style visuel était cohérent sur toutes les plateformes.
- La moitié des clics ont abouti à des paniers abandonnés : il faudrait améliorer les descriptions des produits sur le site.
- Nombreux partages (75+) : bonne visibilité organique.
- Certains utilisateurs ont déclaré avoir entendu parler de TechieTreasure pour la première fois.
- Campagne bien programmée, à l'approche de la rentrée scolaire.

PLATEFORME :



PORTÉE : 8,200

TAUX DE CLICS : 2.7%

VENTES : 8



TECHIETREASURE
shop

Campagne : Reach for the stars

Commentaires :

- Les stories ont été publiées pendant les heures de travail, ce qui a limité leur portée.
- Aucun sticker interactif n'a été utilisé.
- Les produits n'étaient pas clairement présentés.
- La marque est passée inaperçue.
- Les couleurs étaient difficiles à distinguer sur les téléphones.
- Aucune publication n'a suivi.

PLATEFORME :



STORIES INSTAGRAM

PORTÉE: 5,600

TAUX DE CLICS : 0.9%

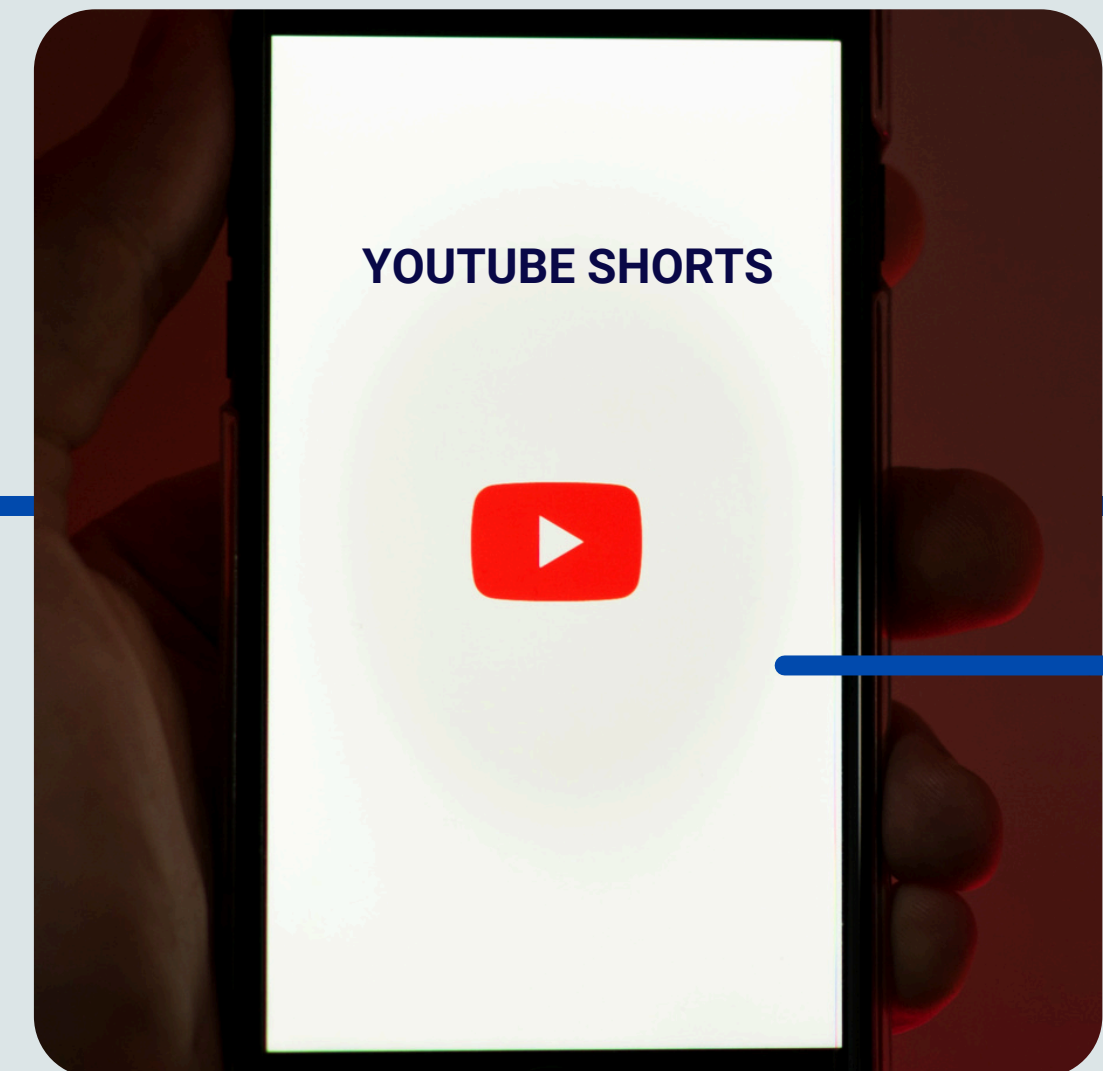
VENTES : 1

Campagne : Keep it simple

Commentaires :

- Bonne idée, mais la vidéo était trop longue (58 secondes).
- Le ton était trop formel pour des Shorts.
- La vidéo n'était pas optimisée pour les téléphones.
- Aucune description ni lien fourni.
- La plupart des commentaires provenaient d'employés/d'amis.
- Le son était mauvais, la voix de la personne était difficile à entendre.

PLATEFORME :



PORTÉE : 6,700

TAUX DE CLICS : 1.5%

VENTES : 2

Campagne : Early bird tech picks

Commentaires :

- La seule campagne avec des vraies démonstrations des produits.
- Utilisation de Reels Instagram avec un bon rythme et une bonne musique.
- Les commentaires montraient des questions de la part d'acheteurs potentiels, ce qui montre un intérêt.
- Format facile à partager.
- La plupart des ventes provenaient de Reels.
- J'ai reçu 3 messages avec des demandes, ce qui est un signe positif.

PLATEFORME :



PORTÉE : 9,400

TAUX DE CLICS : 3.3%

VENTES : 12

Campagne : The challenge week

Commentaires :

- Grand effort dans le tournage, mais le message n'est pas clair.
- La campagne n'est pas expliquée au début, ce qui prête à confusion.
- Les commentaires variaient entre la confusion et le négatif.
- Aucun hashtag renvoyant vers TechieTreasure.
- L'introduction était trop longue, ce qui a fait perdre l'attention des spectateurs.
- Le produit n'apparaît que dans les 8 dernières secondes.

PLATEFORME :



PORTÉE : 11,100
TAUX DE CLICS : 1.0%
VENTES : 1

Campagne : Unlock the future

Commentaires :

- Des images statiques à la place d'une vidéo.
- Le langage est trop technique.
- Le titre n'attire pas l'attention.
- La plupart des commentaires étaient des spam.
- Pas de promotion payante (uniquement organique).
- Pas d'offre spécifique.

PLATEFORME :



PORTÉE : 7,300

TAUX DE CLICS : 0.8%

VENTES: 1

Campagne : Personal picks from staff

Commentaires :

- Idée intéressante, mais mal exécutée.
- Aucun lien émotionnel avec le client.
- Photos incohérentes sur le plan visuel.
- Aucun hashtag utilisé.
- On ne comprend pas pourquoi ces produits ont été choisis.
- Les publications manquaient de cohérence dans leur style, ce qui les rendait difficiles à mémoriser.

PLATEFORME :



PORTÉE : 5,100

TAUX DE CLICS : 0.6%

VENTES : 0



Conclusion

Les campagnes de TechieTreasure, pendant le second semestre de 2024, ont principalement souffert de :

- Faible engagement et ciblage imprécis.
- Faible connexion visuelle et émotionnelle avec les clients.
- Mauvaise utilisation des outils spécifiques à la plateforme (ex : autocollants, Reels, boutons CTA).
- Absence de lien vers la boutique dans 5 campagnes sur 8.
- Exceptions positives : « Autumn Bundle Blast » et « Early Bird Tech Picks ».

