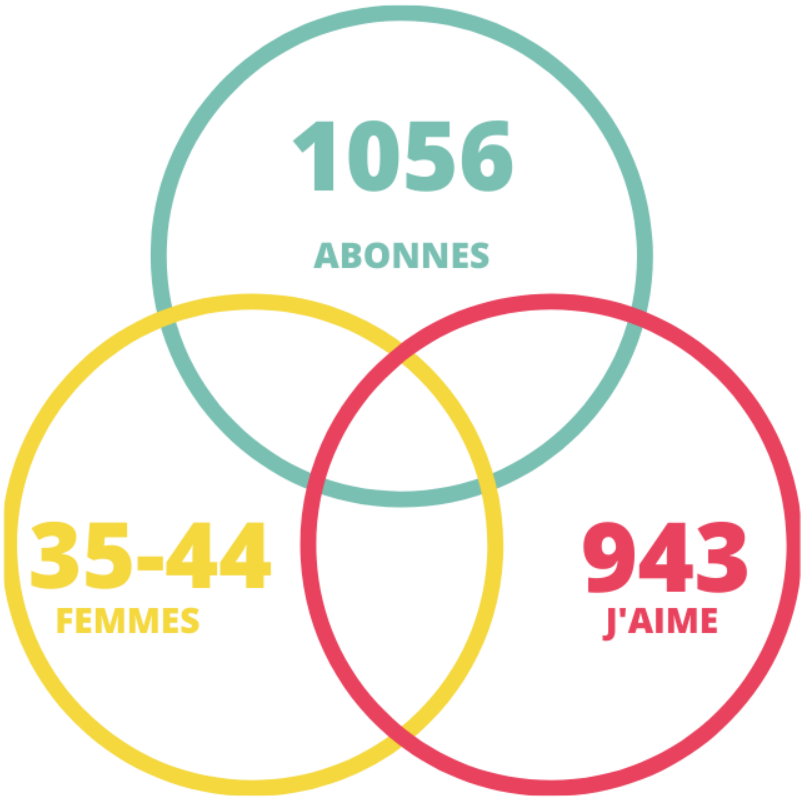
Synthèse de l’engagement

Du côté de Facebook :

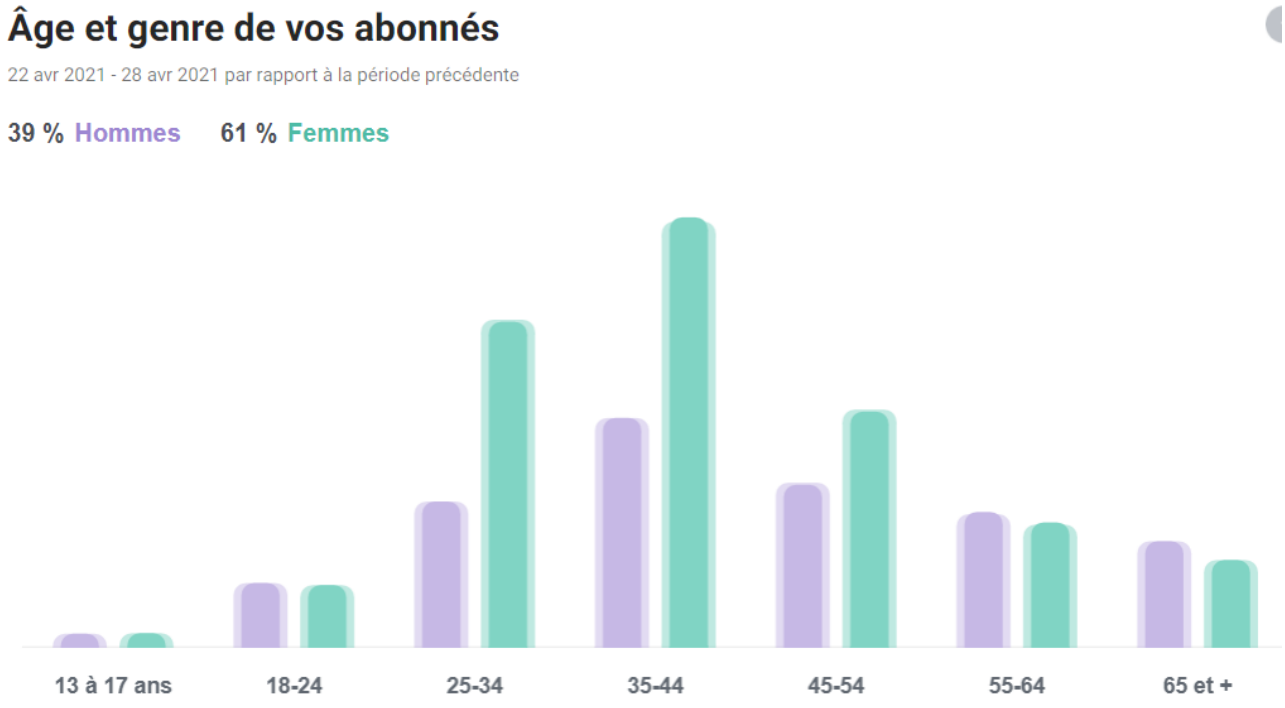


Abonnés :

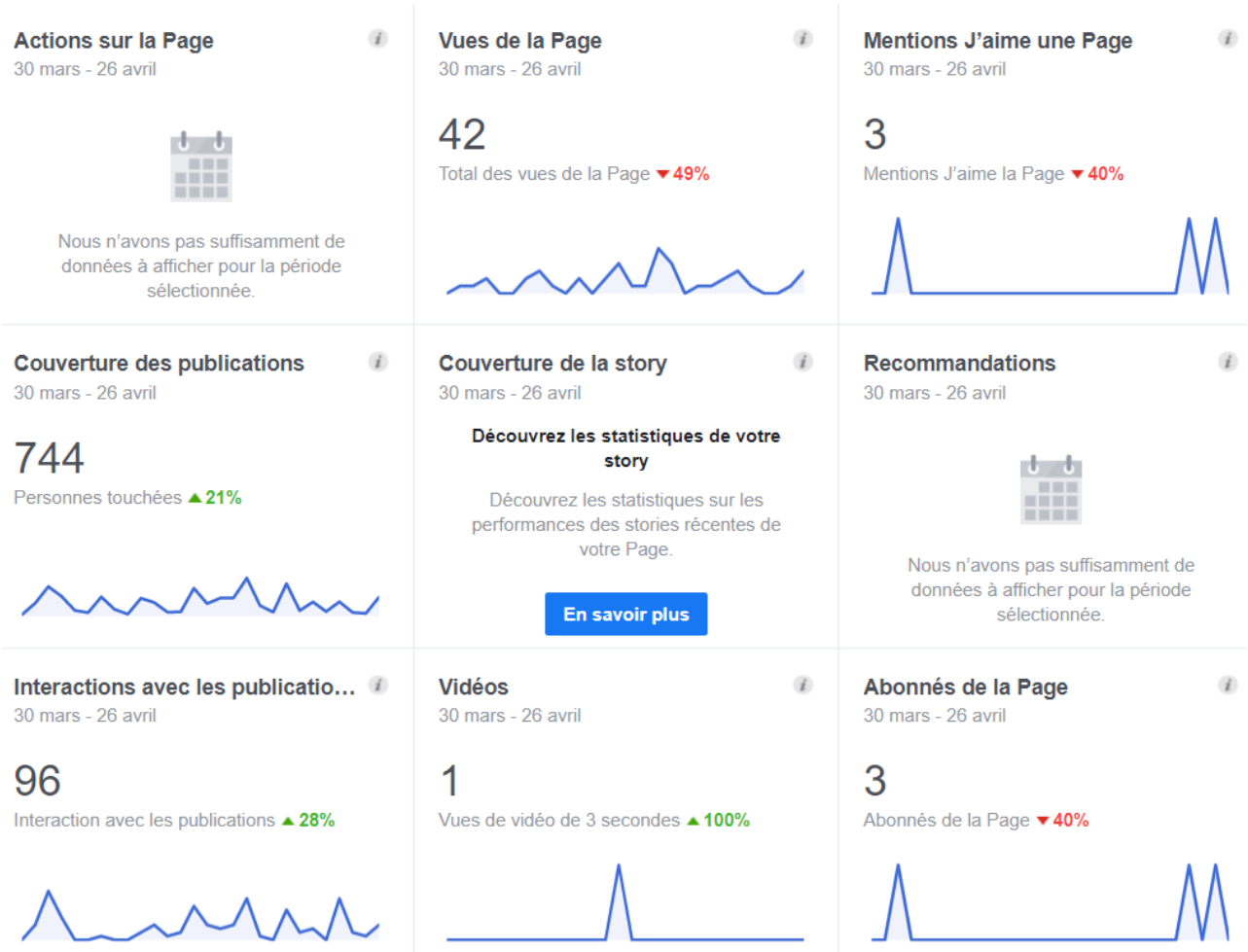
1. Femmes entre 35 et 44 ans
2. Femmes entre 25 et 34 ans
3. Hommes entre 35 et 44 ans / Femmes entre 45 et 54 ans

- La majorité provient de France, plus spécialement de Dijon, Paris et région BFC

- La majorité réagissent (aiment la publication), la partagent ou la commentent (plus rare)



Synthèse globale de la page sur 1 mois (du 30 mars au 26 avril) :



Synthèse de l'engagement des dernières publications d'avril :

Couverture : Organique / Payée | Clics sur la publication | Réactions, comm

Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Couverture	Interactions
26/04/2021 16:34	[Recrutements] 📣 La MJC Auxerre cherche			91	0 1
23/04/2021 11:40	[Confinées mais jamais à court d'idées]💡			111	10 3
21/04/2021 14:06	Découvrez 3 courts-métrages à visionner			103	1 1
19/04/2021 11:22	[Offre d'emploi 📣] L'Association des CIBFC -			192	8 2
16/04/2021 13:00	[Initiatives solidaires] 🌿 Sensibilisation au			254	5 7
15/04/2021 13:27	[Les ateliers jeunes #2 : « Et si on parlait comme			115	1 1
14/04/2021 12:06	La Mjc Dijon Gresilles poursuit son initiative de			125	2 2
12/04/2021 12:00	[Cinéma en plein air 2021 : Une toile sous les			220	5 5
09/04/2021 13:40	[Se former à l'animation & à la médiation] Avis			101	3 0
08/04/2021 10:22	Découvrez 3 courts-métrages à visionner			119	2 2
05/04/2021 12:00	[Concours de courts-métrages] 🎥 Amateurs,			115	0 1

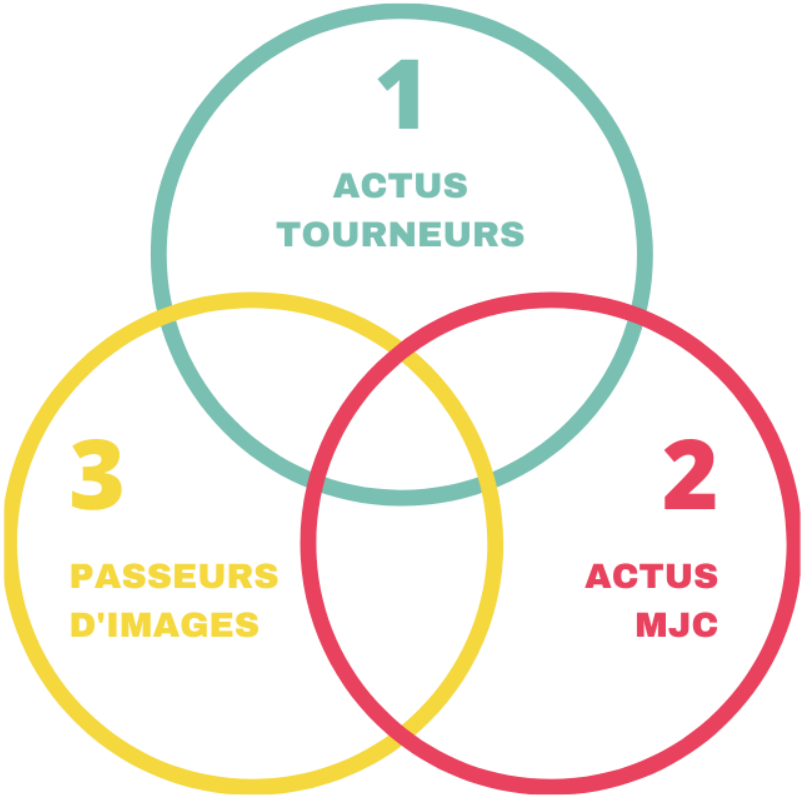
Exemples de publications qui fonctionnent au niveau de l'engagement et de la couverture (octobre - avril) :

(vu la publication au moins une fois, bleu= clic sur la publication, rose= réactions, commentaires, partage) :

16/04/2021 13:00	[Initiatives solidaires] 🌿 Sensibilisation au			254	5 7	
12/04/2021 12:00	[Cinéma en plein air 2021 : Une toile sous			220	5 5	
22/03/2021 14:01	Mars : des MJC sous le signe de la nature 🌿			150	6 7	
19/03/2021 14:43	Malgré la situation sanitaire qui ne permet			186	3 5	
16/02/2021 12:49	[Passeurs d'images : le kit cinéma contre les			195	9 8	
21/01/2021 11:11	[La Fête du court métrage : faciliter			461	17 6	
14/01/2021 10:43	[Report du festival Tournez Bobines] 🎬			563	5 13	
29/10/2020 10:26	[CIRCUIT CINEMA] 🎥 Dernière chance de			331	6 6	
27/10/2020 10:58	[Infos Cinéma] 🎬 Couvre-feu ne rime pas			207	17 6	
23/10/2020 16:27	📢 [Couvre-feu & Cinéma] 🎥 Suite à la			1,3K	8 0 11	

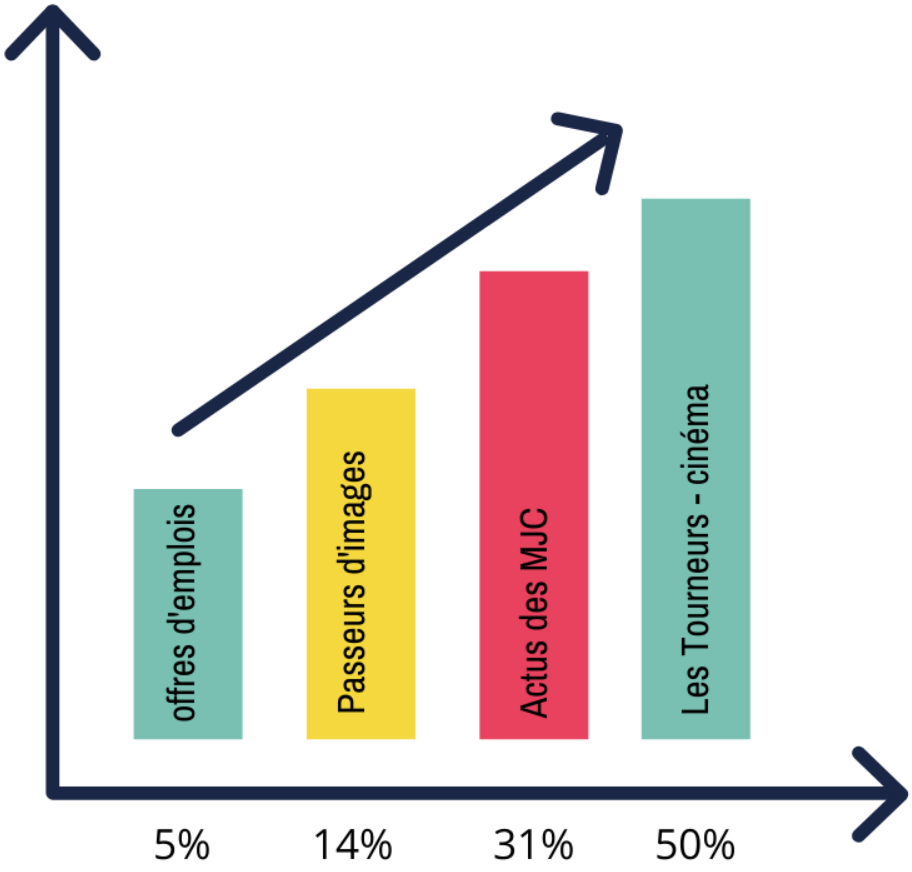
Exemple de 42 femmes & bien plus : la couverture n'est pas énorme (98 personnes ont vu la publication au moins une fois) mais proportionnellement, l'engagement est plus élevé, ça signifie que la publication a suscité beaucoup d'interaction malgré une couverture plutôt faible, donc ce type de publication est efficace :

SYNTHESE :



Type de publication qui fonctionne le plus	Type de publication qui

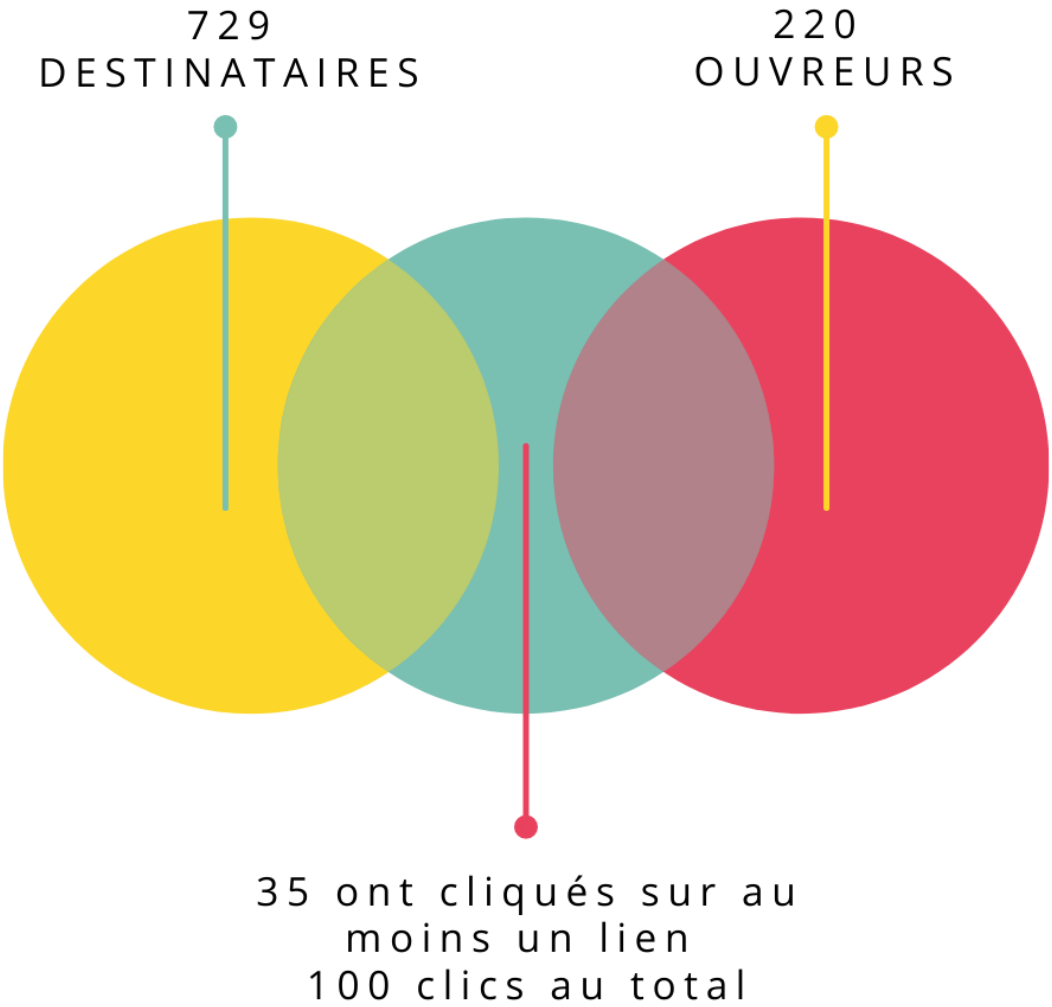
(engagement, clic, réaction) :	fonctionne le moins :
Actus Tourneurs et cinéma : partage d'actualités cinéma, événements et infos liés aux tourneurs	Les publications "extérieures" à la FRMJC et au réseau (ex : actions culturelles , projections débats...)
Actus MJC : partage des actualités liées aux MJC, partage d'articles du site, résonnances d'actions entre les MJC, actions mises en place sur le réseau	Appels à projets, à participation, à signatures...
Actus Passeurs d'images : actualités et actions du dispositif, partage d'événements	Les publications sans photo (plutôt début octobre)
Offres d'emplois : offres de recrutement parmi le réseau et les partenaires	



- Le résultat semble cohérent, puisque les personnes qui visitent la page s'attendent davantage à voir du contenu concernant le réseau (MJC, tourneurs), donc il est logique que ces publications intéressent et suscitent plus d'interaction et d'engagement que les publications qui ne sont pas en lien direct.

Du côté de la newsletter :

Campagne Octobre Novembre Décembre 2020 :



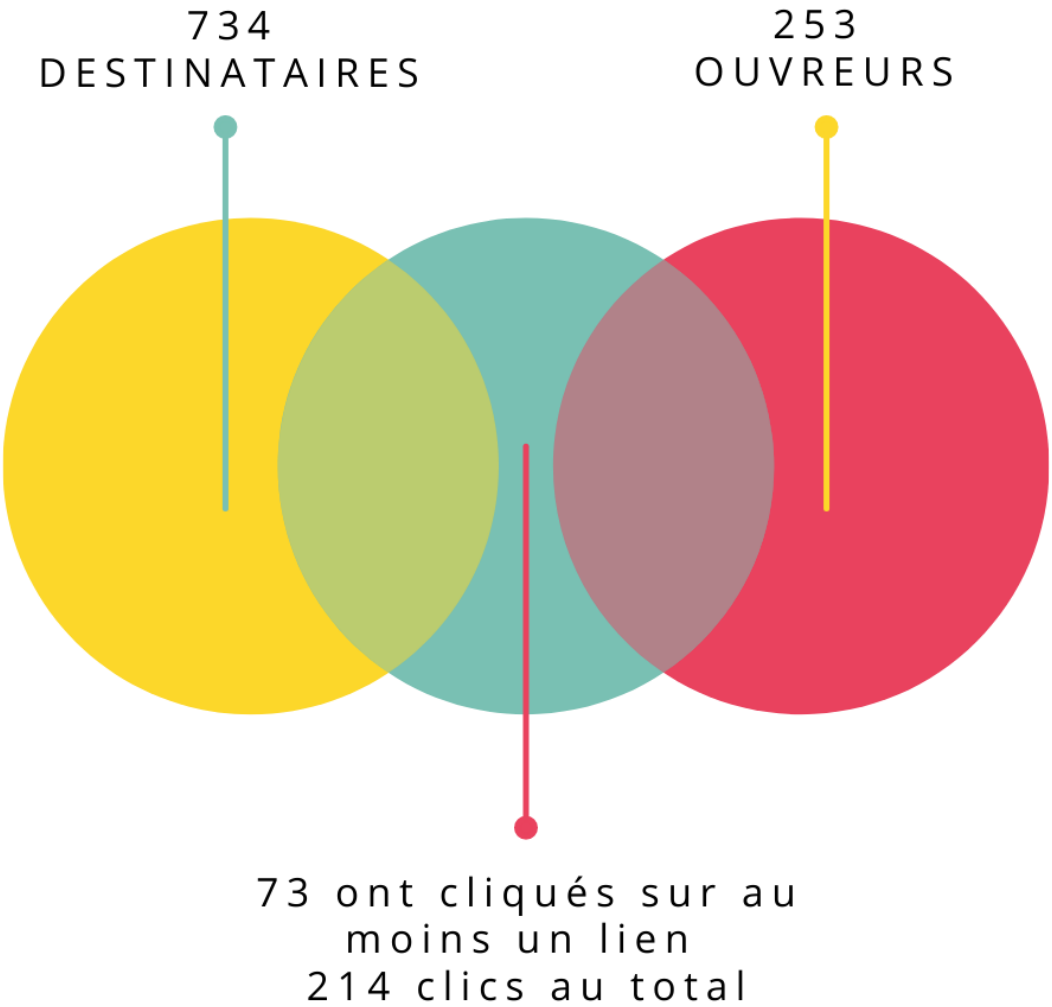
Ouverture et clic parmi les contacts :

Taux d'ouverture le plus élevé	Taux de clic le plus élevé
1. MJC et réseau (239.71%)	1. MJC et réseau (102.94%)
2. Autres contacts (58.70%)	2. Administration BFC (9.76%)
3. Administration BFC (41.46%)	3. Autres contacts (5.07%)

LISTE	DÉLIVRÉS	SOFT BOUNCES	HARD BOUNCES	TAUX D'OUVERTURE	TAUX D'OUVERTURES MULTIPLES	TAUX DE CLIC	TOTAL DES CLICS
[4] Autres contacts : **79,52%** 559 contacts	**98,75%** 552	**1,07%** 6	**0,18%** 1	**34,06%** 188	**58,70%** 324	**3,26%** 18	**5,07%** 28
[6] MJC et Réseau : **10,10%** 71 contacts	**95,77%** 68	**1,41%** 1	**2,82%** 2	**50%** 34	**239,71%** 163	**22,06%** 15	**102,94%** 70
[8] Médias : **1%** 7 contacts	**100%** 7	**0%** 0	**0%** 0	**0%** 0	**0%** 0	**0%** 0	**0%** 0
[11] Pros : **2,13%** 15 contacts	**100%** 15	**0%** 0	**0%** 0	**13,33%** 2	**13,33%** 2	**0%** 0	**0%** 0
[12] Bibliothèques : **1%** 7 contacts	**100%** 7	**0%** 0	**0%** 0	**14,29%** 1	**14,29%** 1	**0%** 0	**0%** 0
[14] Administration BFC : **6,26%** 44 contacts	**93,18%** 41	**2,27%** 1	**4,55%** 2	**26,83%** 11	**41,46%** 17	**7,32%** 3	**9,76%** 4

Ouvreurs :	**Non ouverts :**	**Clics multiples : (contacts actifs)**
Villers le lac	Sochaux	Dole
Imphy	Pont-de-Roide	Maison phare
Montchapet	St-Exupéry	Maison maladière
Fleurey	Longs Traits	Bourroches
Dole	Migennes	Capucins
Maison phare	Heritan	
Maison maladière	Demigny	
Bourroches	Chenôve	
Capucins	Nuits-Saint-Georges	
UDMJC71	Montbard	
	Chatillon	

Campagne Janvier Février 2021 :



Ouverture et clic parmi les contacts :

Taux d'ouverture le plus élevé	Taux de clic le plus élevé
1. Contacts très actifs (66.67%)	1. MJC et réseau (118%)
2. Bibliothèques (42.86%)	2. Administration BFC (62.5%)
3. MJC et réseau (40%)	3. Contacts très actifs (32.88%)

LISTE	DÉLIVRÉS	SOFT BOUNCES	HARD BOUNCES	TAUX D'OUVERTURE	TAUX D'OUVERTURES MULTIPLES	TAUX DE CLIC	TOTAL DES CLICS	DÉSINSCRITS	PLAINTES
[11] Pros : **5,21%** 15 contacts	**100%** 15	**0%** 0	**0%** 0	**20%** 3	**40%** 6	**13,33%** 2	**13,33%** 2	**0%** 0	**0%** 0
[12] Bibliothèques : **2,43%** 7 contacts	**100%** 7	**0%** 0	**0%** 0	**42,86%** 3	**71,43%** 5	**0%** 0	**0%** 0	**0%** 0	**0%** 0
[14] Administration BFC : **15,28%** 44 contacts	**90,91%** 40	**9,09%** 4	**0%** 0	**32,50%** 13	**70%** 28	**15%** 6	**62,50%** 25	**0%** 0	**0%** 0
[16] Contacts très actifs : **77,08%** 222 contacts	**100%** 222	**0%** 0	**0%** 0	**66,67%** 148	**132,43%** 294	**20,72%** 46	**32,88%** 73	**1,80%** 4	**0%** 0
[4] Autres contacts : **80,04%** 357 contacts	**98,32%** 351	**0,84%** 3	**0,84%** 3	**14,25%** 50	**17,38%** 61	**2,56%** 9	**3,99%** 14	**0,57%** 2	**0%** 0
[6] MJC et Réseau : **18,16%** 81 contacts	**98,77%** 80	**1,23%** 1	**0%** 0	**40%** 32	**190%** 152	**21,25%** 17	**118,75%** 95	**0%** 0	**0%** 0
[8] Médias : **1,79%** 8 contacts	**100%** 8	**0%** 0	**0%** 0	**12,50%** 1	**25%** 2	**0%** 0	**0%** 0	**0%** 0	**0%** 0

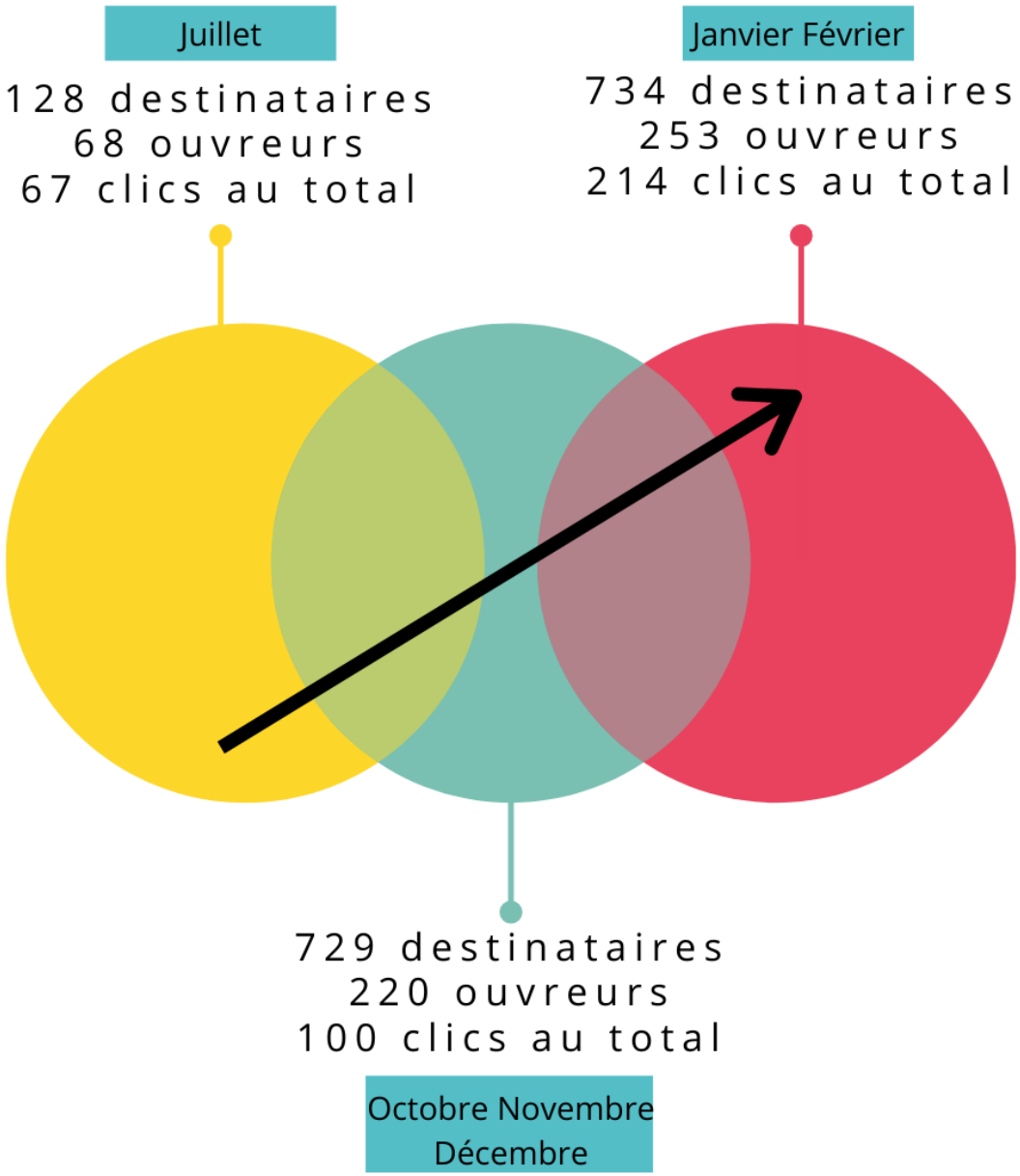
Ouvertures & clics dans le réseau des MJC :

Ouvreurs :	Non ouverts :	Clics multiples : (contacts actifs)
MJC Montbéliard	Villers-le-lac	Migennes
MJC St Julien	Seloncourt	Montchapet
MJC Migennes	St Exupéry	Bioux
MJC Heritan	Nuits-Saint-Georges	Trajectoire Formation
Pascal Defosse (imphy ?)	Blanchettes	Montbéliard
MJC Montchapet	Chatillon	
MJC Chenove	Montbard	
Maison phare		
MJC Longs traits	Sochaux	
MJC Demigny	Chenôve	
UDMJC 89	Pont-de-roide	

2 dernières campagnes (sur les 6 derniers mois) :

Ouvert :	**Non ouvert :**
Nuits Saint Georges	MJC St Julien
Seloncourt	Imphy
St-Exupéry	Montchapet
Dole	MJC Cudot
Montbard	
UDMJC89	

Graphique de l’évolution sur les 3 dernières newsletters :


Juillet
128 destinataires
68 ouvreurs
67 clics au total
Janvier Février
734 destinataires
253 ouvreurs
214 clics au total
729 destinataires
220 ouvreurs
100 clics au total
Octobre Novembre Décembre