

## BILAN DES RÉSEAUX SOCIAUX

### 1/ Twitter

#### Analyse quantitative

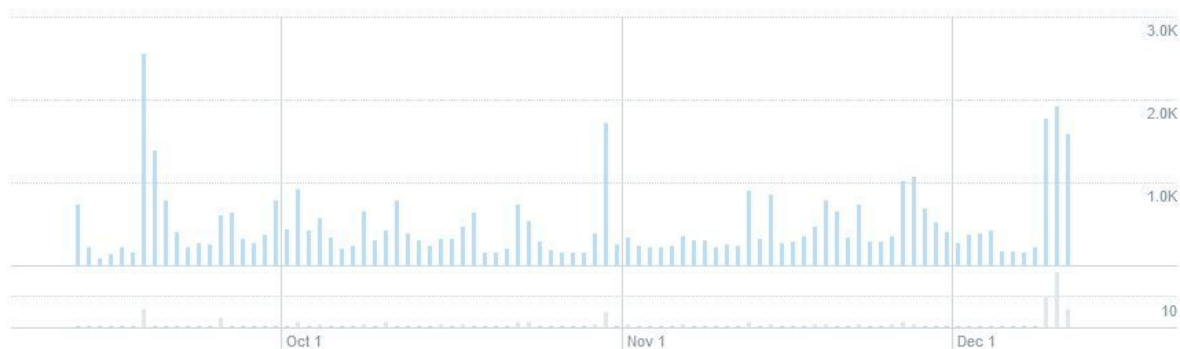
Depuis le 01/09/2019 au 16/12/2019

**Nombre de Tweets : 60**

**Impression des Tweets : 44K**

*(nombre de fois où le tweet a été vu par des twittos)*

Vos Tweets ont obtenu **44.0K impressions** sur cette période de **91 jours**.



**Visites du profil du Grab : 656**

**Nouveaux abonnés : 97**

**Clics sur les liens : 175 soit 2/jour**

**Retweets : 86 soit 1/jour**

**J'aime : 209 soit 2/jour**

#### Top 5 des meilleurs Tweets

**25/09 : Vendanges Marc Chovelon**

*(impressions : 2873)*

**18/09 : Lancement du nouveau métaprogramme de l'INRA France**

*(impressions : 2599)*

**29/10 : Punaises du chou**

*(impressions : 2033)*

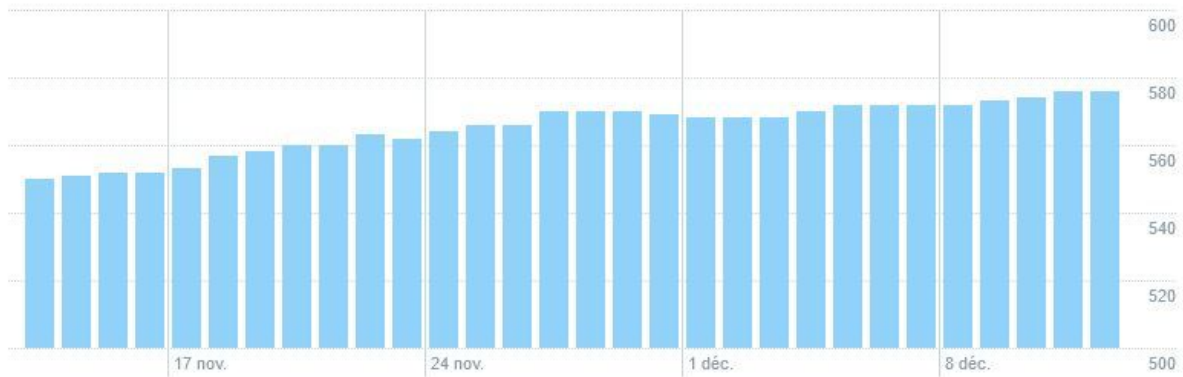
**27/11 : Annonce des JT arbo**

*(impressions : 1628)*

18/09 : Tech&Bio apéritif 40 ans

(impressions : 1590)

La courbe des abonnés du 13/11/2019 au 12/12/2019



Récapitulatif sur 28 jours

Vos Tweets ont obtenu **16.7K impressions** sur cette période de **28 jours**.



Nombre de Tweets : 27 (+68,8%)

Impression du Tweet : 16,7K (+63,2%)

Visites du profil : 255 (+105,6%)

Mentions : 8 (+14,3%)

Nouveaux abonnés : 576 (+25)

Analyse qualitative

L'audience Twitter

France : 86%

Italie : 2%

Belgique : 2%

--

Ile de France : 14%

PACA : 5%

### Intérêts

Nom d'intérêt

% d'audience

Actualités scientifiques

99 %

99% des abonnés Twitter du Grab sont intéressés par l'actualité scientifique.

## 1/ Facebook

### Analyse quantitative

Depuis le 01/09/2019 au 16/12/2019

Nombre de posts : 30

Nombre de j'aime sur les posts : 89

Nombre de partages : 36

Nombre de personnes touchées : 6139

(nombre de personnes pour lesquelles des informations de la page sont apparues sur leur écran)

Nombre d'abonnés : **+528**



### Top 5 des meilleures publications

**Vendanges Marc Chovelon**

(1.4K personnes touchées / 9 j'aime)

**Retour visite serre bioclimatique Villelaure**

(734 personnes touchées / 24 j'aime)

**Annonce JT Arbo**

(571 personnes touchées / 11 j'aime)

**Retour visite de la Durette**

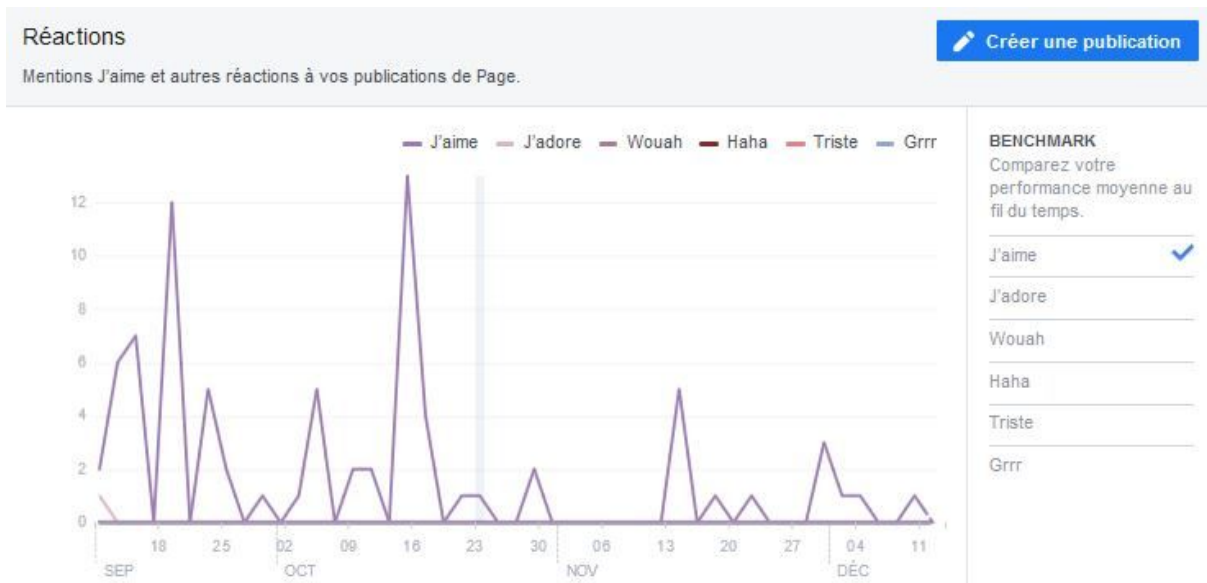
(372 personnes touchées / 8 j'aime)

**Annonce présence du Grab Tech&Bio**

(313 personnes touchées / 16 j'aime)

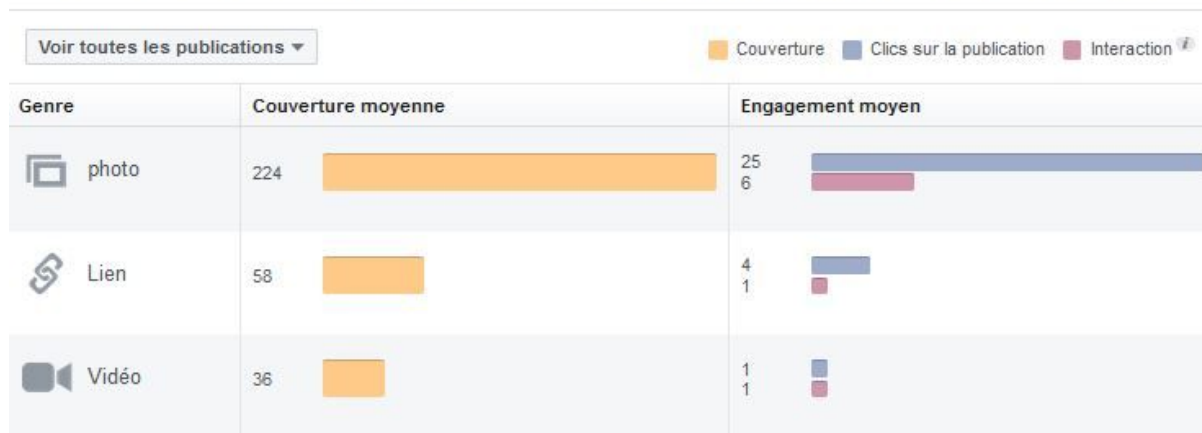
Analyse qualitative

Les réactions aux publications



## Engagement de l'audience selon le type de publication

Performance des différents types de publications en fonction de la couverture et de l'engagement moyens.



Les posts avec des visuels reçoivent plus de mentions j'aime que les posts avec des liens seuls. Ils ressortent moins dans le fil d'actualité donc veiller à mettre un visuel par post pour engager la communauté.

### Qui sont les abonnés du Grab ?

**France** : 363 abonnés

**Maroc** : 13 abonnés

**Algérie** : 13 abonnés

**USA** : 13 abonnés

**Italie** : 12 abonnés

**Belgique** : 10 abonnés

**Canada** : 9 abonnés

**Royaume-Uni** : 6 abonnés

**Pays-Bas** : 6 abonnés

**Brésil** : 5 abonnés

**Abonnés région PACA** : 61% de l'audience

**Abonnés hors PACA** : 39% de l'audience

**33% des abonnés** du Grab (FB + Twitter) **sont en région PACA**. Nous préconisons d'agrandir la couverture géographique du Grab afin de toucher de nouvelles personnes / groupes / associations, ... susceptibles d'être intéressés par les travaux du Grab.

## Les hashtags qui fonctionnent

Les hashtags qui fonctionnent le mieux et qui sont pertinents avec la cible et le contenu des posts sont :

**#innovation | #recherche | #scientifique | #technologie | #bio | #agriculturebio  
#maraichage | #viticulture | #arboriculture | #grab | #expérimentations | #résultats |  
#agriculture | #avignon**

Chaque post doit contenir des hashtags relatifs à son contenu, par exemple le territoire, le type de cultures, les partenaires, le contexte, le type de photo, le type de recherches, ... avec en base commune, la liste de hashtags ci-dessus.

## Recommandation stratégique

La communauté du Grab, tous réseaux confondus est de : **1093 abonnés**

### **Twitter : posts résultats + posts techniques**

**Twitter** : le public est averti et au fait des actualités scientifiques il paraît donc plus cohérent de favoriser des posts de résultats d'expérimentation et des posts techniques.

Par exemple les **6 posts de résultats** ont reçu :

- **Twitter** : 23 retweets et 31 j'aime
- **Facebook** : 15 likes et 7 partages
- 

### **Facebook : posts avec des visuels et de "l'humain"**

**Facebook** : il s'agit du grand public qui ne réagit pas aux posts des résultats d'expérimentations certainement par méconnaissance mais qui, par contre apprécie les contenus avec de l'humain (retours sur visite, posts de l'équipe, etc)

Par exemple **4 posts avec "photo d'équipe"** ont reçu :

- **Twitter** : 7 retweets et 16 j'aime
- **Facebook** : 20 j'aime et 9 partages

bleu  
t(\*)mate

