

Else & Bang pour  
**Vracs de  
l'Estuaire**

# **Bilan mensuel Linkedin & Site.**

**Février  
2023**

# 01 LinkedIn\_

# Vision globale

	Nov 2022	Déc 2022	Jan 2022	Fév 2022	Evolution (Nov-Fév)
<b>Nombre de publications</b>	4	5	5	5	-
<b>Impressions</b>	52 138	63 079	76 438	80 825	+ 4 387 impressions
<b>Nombre de followers</b>	1 387	1 410	1 452	1 485	+ 33 abonnés
<b>Clics sur les liens</b>	1 075	1 037	767	1 494	+ 727 clics sur le lien
<b>Réactions</b>	52	42	62	60	- 2 réactions
<b>Partages</b>	4	2	4	4	-
<b>Commentaires</b>	0	8	5	2	- 3 commentaires
<b>Total des interactions</b>	1 131	1 084	838	1 560	+ 722 interactions
<b>Taux d'engagement</b>	2,21%	1,73%	1,10%	1,93%	+ 0,83%

# La synthèse.

## Acquisition

**+ 33**  
abonnés

L'acquisition d'abonnés continue grâce à la stratégie de sponsoring sur la page LinkedIn.

## Engagement

**1,93 %**  
d'engagement

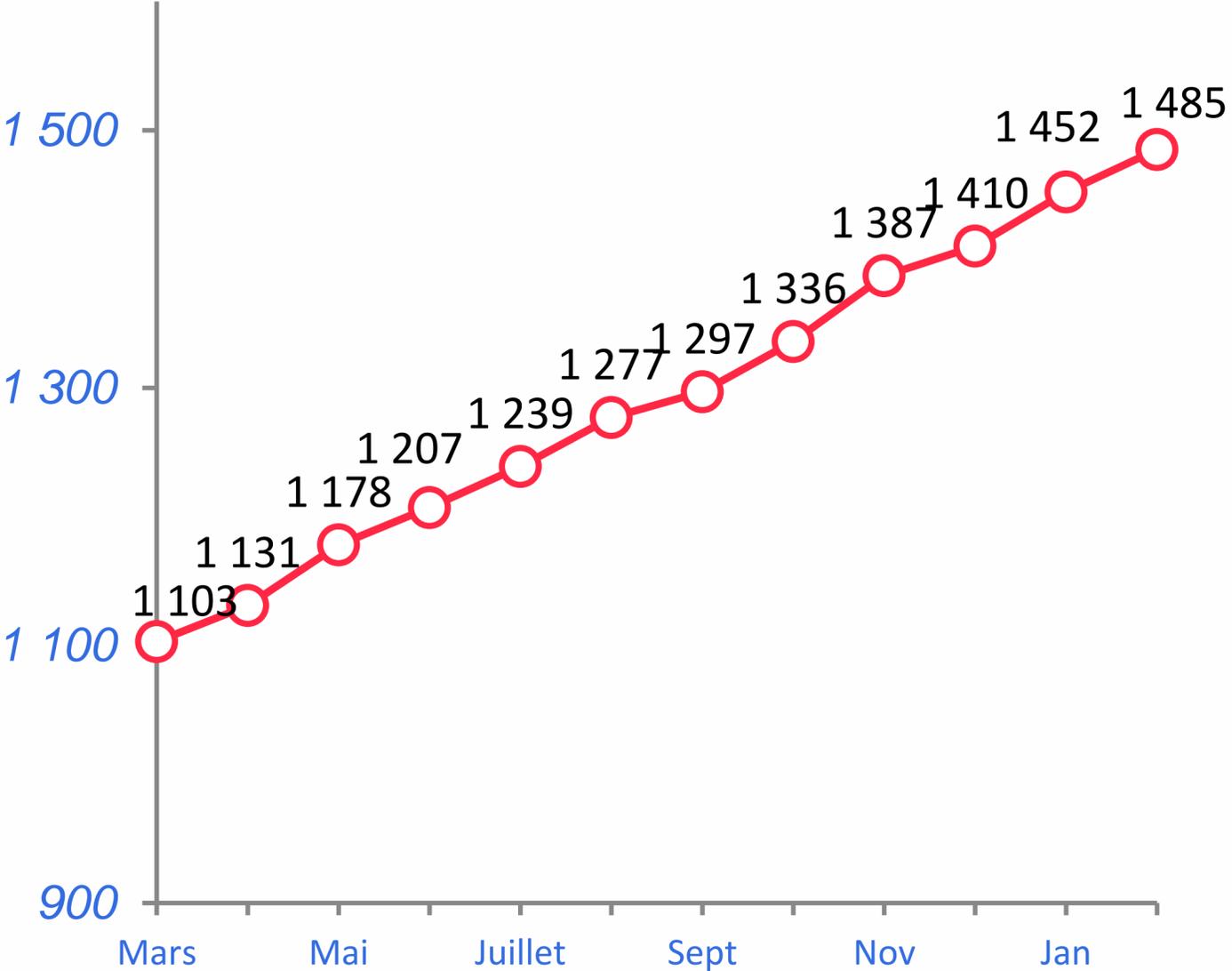
Le taux d'engagement a augmenté en ce mois de février.

## Visibilité

**80 825**  
impressions

Hausse des impressions par rapport au mois précédent.

# Nombre de fans



## Hausse du nombre d'abonnés

### Analyse

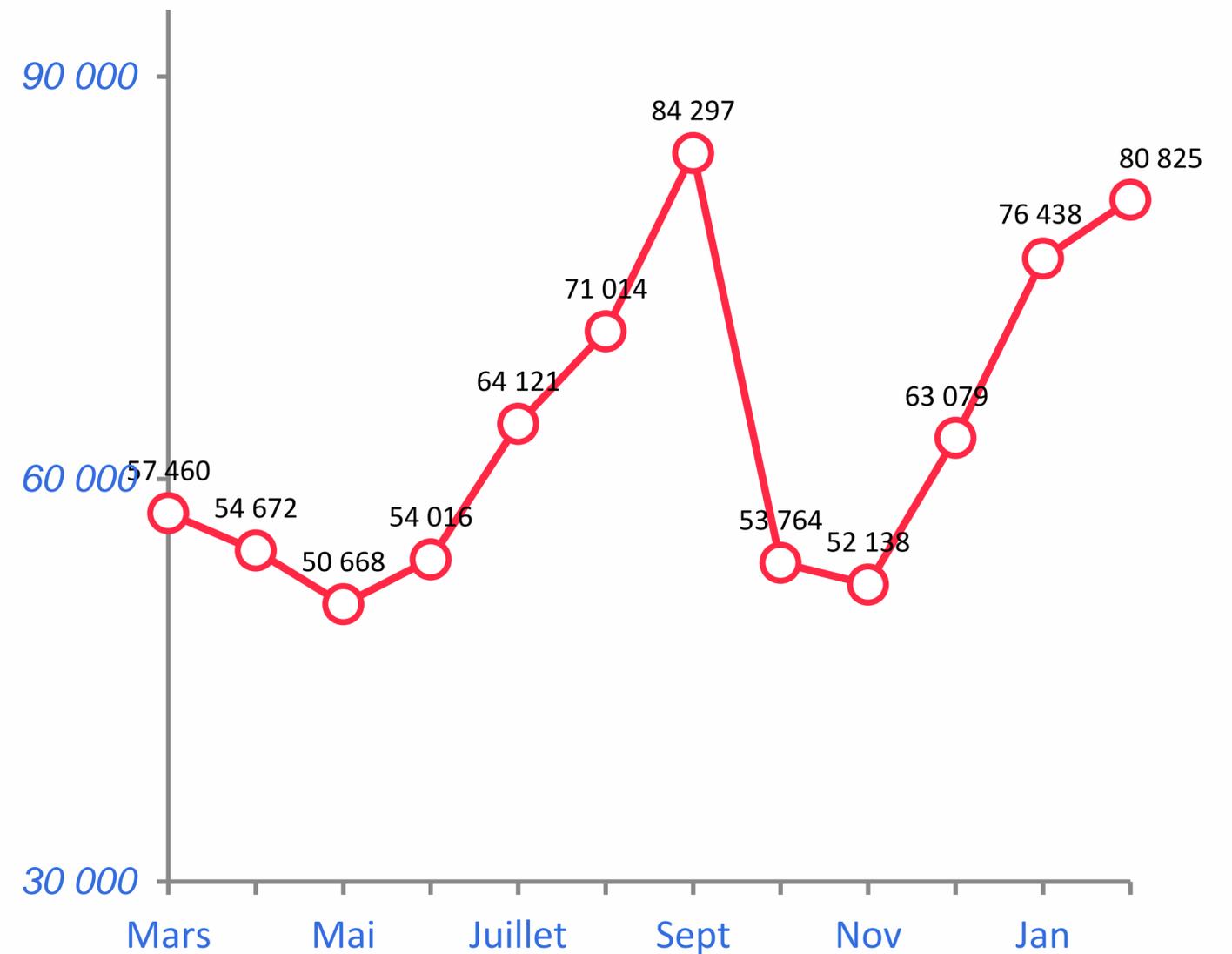
Pour ce mois de février, l'acquisition d'abonnés se poursuit de manière constante. On peut l'expliquer par une stratégie de communication et de sponsorship efficace.

# Portée des publications

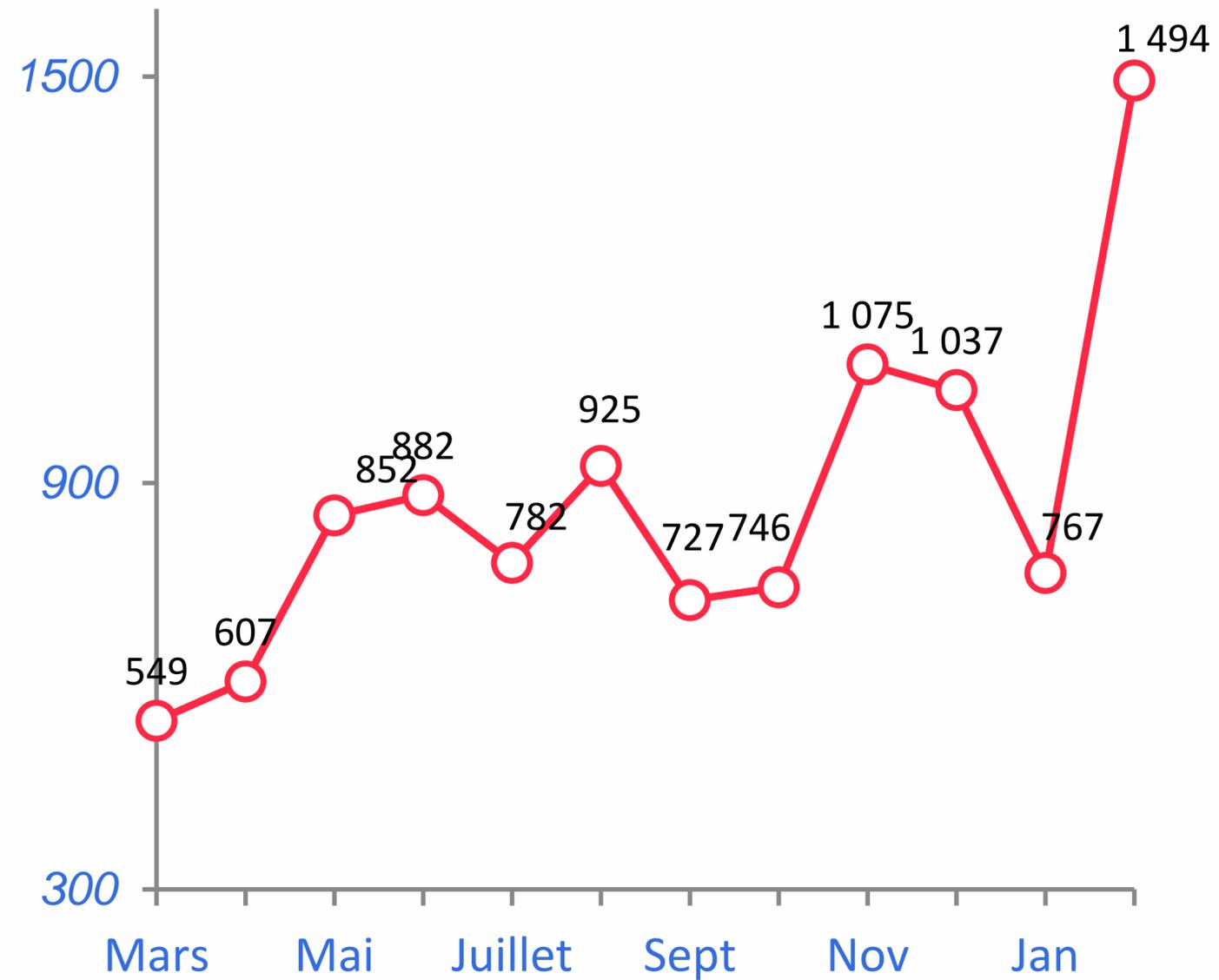
## Hausse des impressions

### Analyse

En ce mois de février, les impressions continuent d'augmenter. Cela s'explique par un intérêt particulier de la part de l'audience pour les posts du mois.



# Clic généré



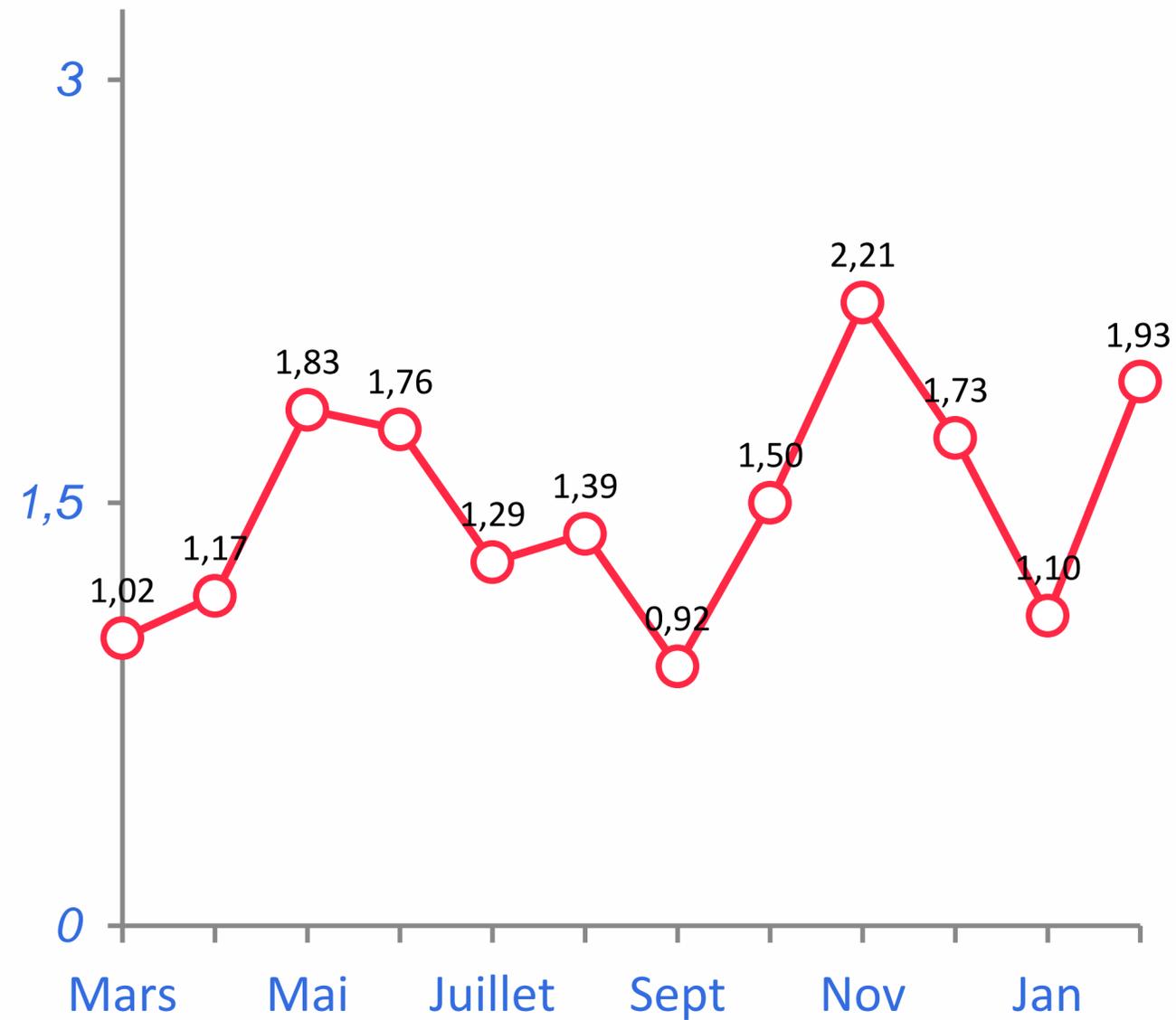
## Hausse du nombre de clics

### Analyse

Ce mois-ci, nous constatons une hausse importante du nombre de clics. Cette croissance indique un fort intérêt pour nos posts de la part des internautes. Les clics concernent : les clics sur les liens, les clics sur le profil mais aussi les clics sur l'ouverture des détails d'un post.

# Taux d'engagement

## Hausse du taux d'engagement



### Analyse

En février, le taux d'engagement augmente. On peut en déduire que les posts du mois sont pertinents et plaisent aux internautes.

Formule : nombre d'interactions (commentaires, likes, partages) divisé par la portée de la publication \* 100

# Top post **-#1**

## Analyse

- 803 impressions : 1,0 % des impressions mensuelles
- 28 clics : 1,9 % des clics mensuels.
- 12 interactions (J'aime & votes)
- Taux d'engagement : 3,74 %

 **Vrac de l'Estuaire** + Suivre ...  
1 485 abonnés  
3 sem. • 

 Quelles valeurs partageons-nous le plus avec nos collaborateurs ?

**#Dynamisme** : Nous faisons preuve d'agilité et de dynamisme en s'affranchissant du formalisme, de la lenteur administrative et des conventions lourdes des gros groupes.  
**#Intégrité** : Grâce à une équipe à taille humaine, nous sommes proches de nos clients, et tissons avec eux une relation basée sur la confiance et l'intelligence collective.  
**#Progrès** : Nos ressources et nos équipements nous permettent de placer notre expertise au service de l'innovation de nos clients.  
**#Détermination** Notre service de proximité et notre agilité nous permettent de s'adapter aux problématiques et d'inventer des solutions sur-mesure, en respectant les délais des projets.

 <https://bit.ly/3LEolGE>

**#sondage #construction #entreprise #engagement #BTP #batiment**

 Quelles valeurs partageons-nous le plus avec nos collaborateurs ?  
L'auteur peut voir votre vote. [En savoir plus](#)

 Dynamisme	30%
 Intégrité	20%
<input checked="" type="checkbox"/> Progrès 	40%
 Détermination	10%

10 votes • Sondage fermé • [Supprimer le vote](#)

 2

# Top post **-#2**

## Analyse

- 23 081 impressions : 28 % des impressions mensuelles
- 578 clics : 39 % des clics mensuels. Le lien renvoi vers la rubrique « Vrac de l'Estuaire ».
- 24 interactions
- Taux d'engagement : 2,61 %



**Vrac de l'Estuaire** + Suivre ⋮

1 485 abonnés  
1 mois • 🌐

📍 Située au pied du pont de Normandie et de l'autoroute A29, notre position nous permet d'irriguer les marchés parisiens et européens.

🚚 La proximité immédiate des réseaux routiers, ferroviaires et fluviaux nous permet de livrer sans difficulté la zone de chalandise de 350 km autour du site.

📄 <https://bit.ly/3qK7dqQ>

#lehavre #construction #BTP #batiment #béton #ciment



Le Havre  
Site de production

20 1 republication

# Top post **-#3**

## Analyse

- 7 292 impressions : 9,0 % des impressions mensuelles
- 141 clics : 9,4 % des clics mensuels. Le lien renvoi vers l'offre d'emploi.
- 10 interactions
- Taux d'engagement : 2,08 %

 **Vracs de l'Estuaire** + Suivre ...  
1 485 abonnés  
2 j • 🌐

🔔 [Alerte offres d'emploi] 🔔

Vous êtes à la recherche d'une opportunité de carrière dans l'industrie du ciment ?

👉 Postulez comme Acheteurs Industriel  
Sous l'autorité du Directeur Général Délégué de l'usine des Vracs de l'Estuaire. Vous aurez pour missions :

- Recueillir et analyser les besoins en matière d'achats des différents services de l'entreprise.
- Sourcer & benchmarker des fournisseurs en fonction de différentes variables clés
- Etablir les tableaux comparatifs, négocier les prix, les obligations et les conditions de paiement, etc.
- Créer les commandes/contrats sur SAP pour les biens/services achetés auprès des fournisseurs sélectionnés.

Pour les détails et pour postuler, c'est ici ▶  
[https://lnkd.in/e2D57K\\_B](https://lnkd.in/e2D57K_B)

#emploi #job #recrutement #ciment #BTP

👍 8 1 republication

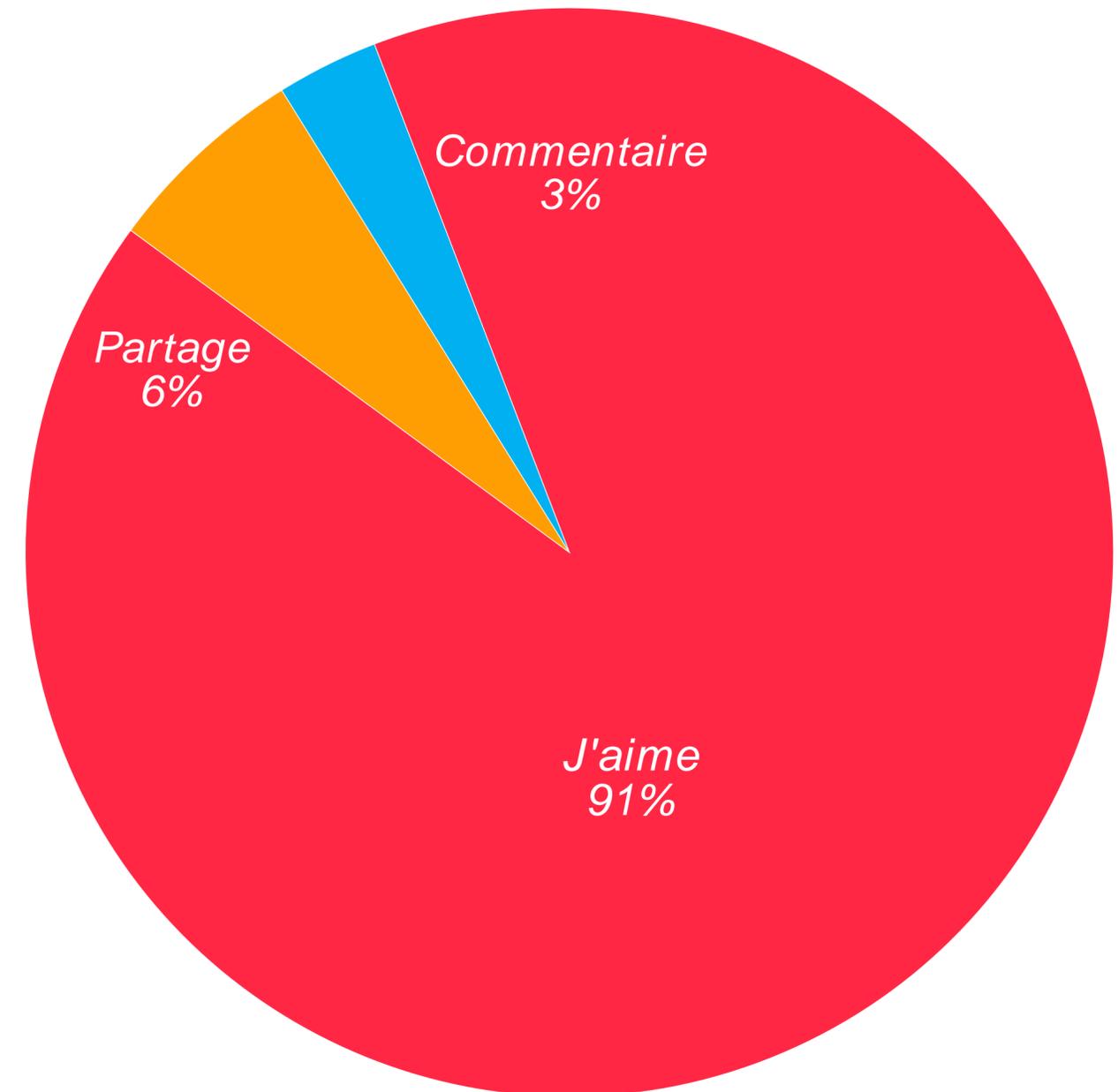
# Activité sur le compte

5 publications sur la période qui ont généré :

## Analyse

Ce mois-ci, la majorité des interactions (91%) sont des "j'aime". Suivie par les partages avec 6% et pour finir, les commentaires représentent 3%.

Le nombre de partages peut être optimisé via le relai interne des employés, notamment avec le widget « Avertir les employés » comme précisé les mois précédents.



# Top Interaction

#1



**Thierry Dauger**

Directeur commercial et marketing chez Vrac de l'Estuaire

## Analyse

Pour ce mois, c'est Thierry Dauger, Directeur commercial et marketing chez Vrac de l'Estuaire qui est la personne qui a le plus interagi sur la page avec 3 réactions.

#2



**Christophe Hillion**

Agent de consignation portuaire et manutention portuaire chez SHGT

## Analyse

La 2<sup>ème</sup> personne qui a le plus interagi sur la page ce mois-ci est Christophe Hillion avec 3 interactions (2 réactions et 1 republication).

#3



**Mehdi TAHRI** · 2e

Directeur technique chez Vrac de l'Estuaire

## Analyse

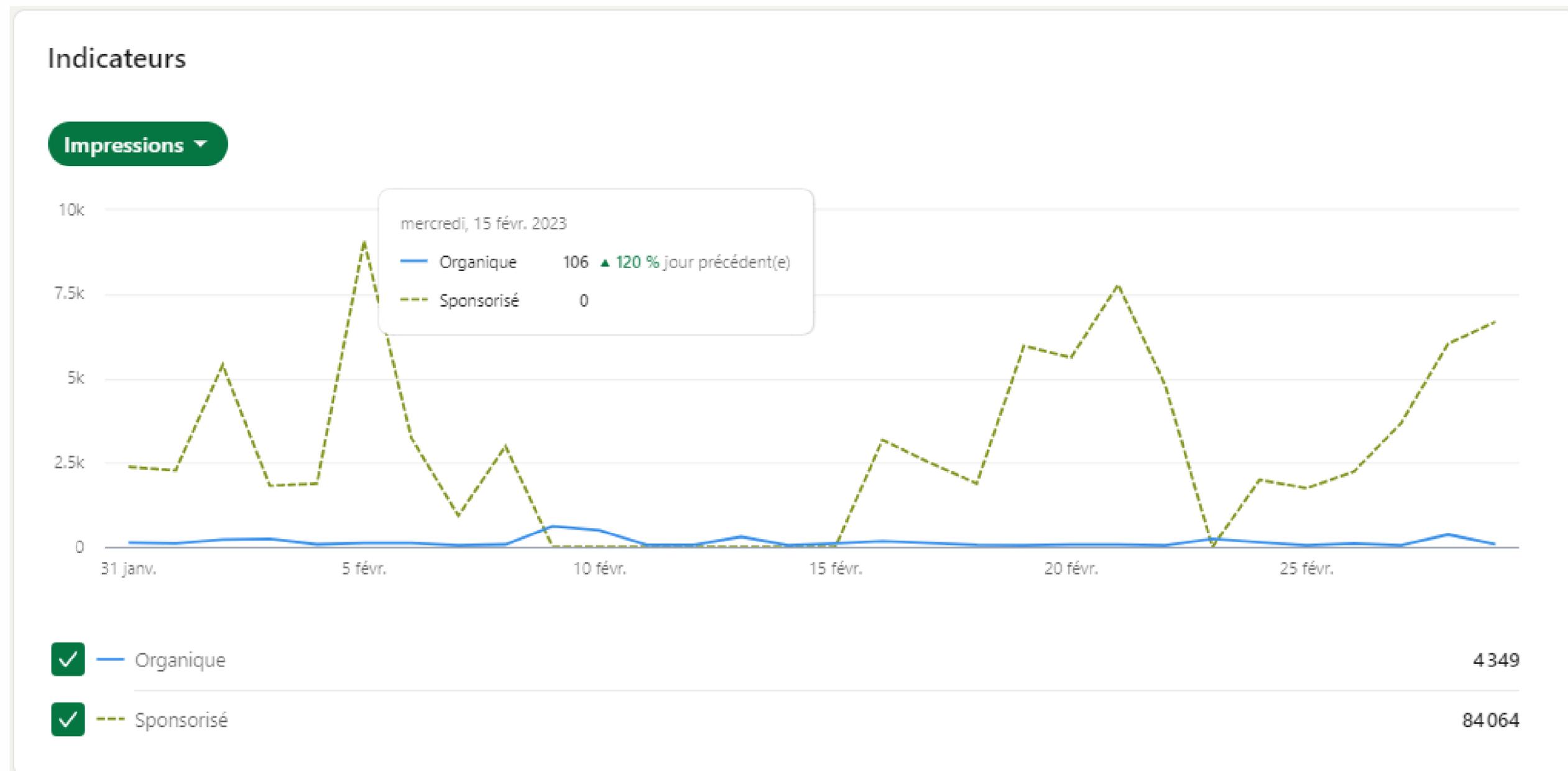
Pour finir, c'est Mehdi Tahri, Directeur technique chez Vrac de l'Estuaire qui est la 3<sup>ème</sup> personne avec le plus d'interactions sur le compte linkedIn avec 2 interactions (1 réaction et 1 republication).

# Sponsorisation

## Analyse

Au mois de février 2023, 468,47 euros furent dépensés dans la sponsorisation de nouvelles sur LinkedIn.

4 nouvelles sponsorisées sur la période :



# Sponsorisation

4 nouvelles sponsorisées sur la période :

	Nom de la campagne	Statut	Dépensé	Résultats principaux	Coût par résultat
<input type="checkbox"/>	121 campagnes	-	468,47 €	-	-
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Engagement - Feb 16, 2023</a> ID : 220723913 · Sponsored Content	Terminé(e)	200,00 €	515 Engagement 	0,39 €
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Engagement - Feb 24, 2023</a> ID : 221243863 · Sponsored Content	Actif(ve) En cours d'exécution	102,02 €	169 Engagement 	0,60 €
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Engagement - Feb 2, 2023</a> ID : 219827403 · Sponsored Content	Terminé(e)	100,00 €	559 Engagement 	0,18 €
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Engagement - Jan 26, 2023</a> ID : 219388353 · Sponsored Content	Terminé(e)	40,11 €	93 Engagement 	0,43 €
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Engagement - Feb 28, 2023</a> ID : 221460553 · Sponsored Content	Actif(ve) En cours d'exécution	26,34 €	36 Engagement 	0,73 €

## 02 Site\_



# Quelques repères

## Sessions

Une session est la période pendant laquelle un utilisateur est actif sur son site Web, ses applications, etc. Toutes les données d'utilisation (visionnage de l'écran, événements, e-commerce, etc.) sont associées à une session.

## Visites

Utilisateurs qui ont initié au moins une session dans la plage de dates sélectionnées.

## Taux de rebond

Pourcentage de sessions avec consultation d'une seule page du site au cours desquelles aucune interaction n'a été enregistrée. Une session avec rebond dure 0 seconde.

## Impressions

Le nombre d'impressions correspond au volume de recherche des utilisateurs sur Google.

## Vues uniques

Le nombre de pages vues uniques correspond au nombre de sessions lors desquelles la ou les pages spécifiées ont été consultées au moins une fois. Une page vue unique est comptabilisée pour chaque combinaison URL de la page + Titre de la page.

# La synthèse du site Internet en février 2023.

Audience

**638**  
sessions

• Vs 724 sessions en novembre

Nouveaux  
Utilisateurs

**521**  
sessions

• Vs 616 nouveaux visiteurs  
en novembre

Temps moyen  
passé

**1min13**

• Vs 1min07 en novembre

# Audience.

		Nov 2022	Déc 2022	Jan 2023	Fév 2023
Sessions		580	472	724	638
	Vs n-1	- 12,25 %	- 18,62 %	+ 53,39 %	- 11,88 %
Pages vues		1 151	840	1 399	1 106
	Vs n-1	- 19,45 %	- 27,01 %	+ 66,55 %	- 20,94 %
Pages/visite		1,98	1,78	1,93	1,73
	Vs n-1	- 8,33 %	- 10,10 %	+ 8,43 %	- 10,36 %
Temps moyen passé		00:01:17	00:01:04	00:01:07	00:01:13
	Vs n-1	- 32,46 %	- 16,88 %	+ 4,69 %	+ 8,96 %
Taux de rebond		65,52%	70,34%	68,51%	68,18%

# Pages les plus consultées en février 2023

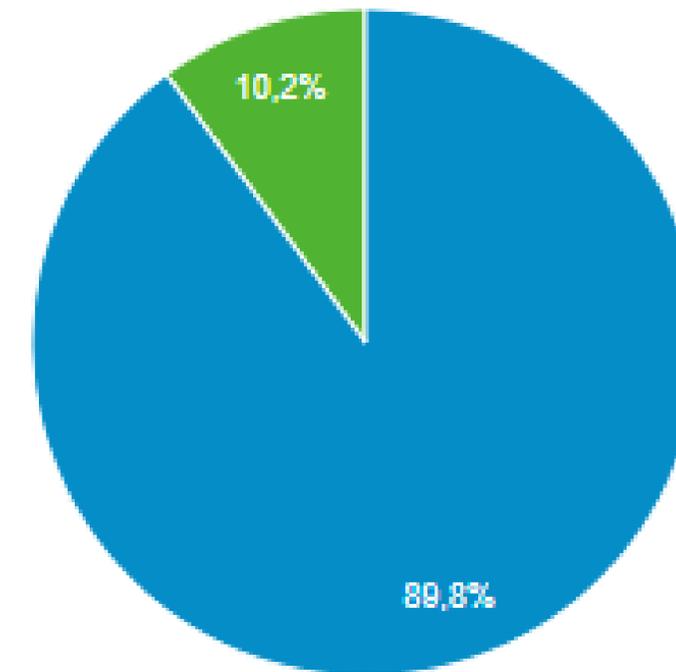
En ce mois de février, la page la plus consultée est la page d'accueil, suivie de la page « Vrac de l'Estuaire ». Nous notons aussi la visibilité de la page "Notre offre" qui arrive en troisième position.

Page ?	Pages vues ? ↓	Vues uniques ?	Temps moyen passé sur la page ?	Entrées ?	Taux de rebond ?	Sorties (en %) ?	Valeur de la page ?
	<b>1 106</b> % du total: 100,00 % (1 106)	<b>979</b> % du total: 100,00 % (979)	<b>00:01:39</b> Valeur moy. pour la vue: 00:01:39 (0,00 %)	<b>637</b> % du total: 100,00 % (637)	<b>68,18 %</b> Valeur moy. pour la vue: 68,18 % (0,00 %)	<b>57,59 %</b> Valeur moy. pour la vue: 57,59 % (0,00 %)	<b>0,00 \$US</b> % du total: 0,00 % (0,00 \$US)
1. / 	<b>445 (40,24 %)</b>	385 (39,33 %)	00:01:27	378 (59,34 %)	61,64 %	57,98 %	0,00 \$US (0,00 %)
2. /vracs-de-lestuaire/ 	<b>168 (15,19 %)</b>	145 (14,81 %)	00:02:16	88 (13,81 %)	85,23 %	62,50 %	0,00 \$US (0,00 %)
3. /notre-offre/ 	<b>132 (11,93 %)</b>	116 (11,85 %)	00:01:56	44 (6,91 %)	51,11 %	46,97 %	0,00 \$US (0,00 %)
4. /nos-realisations/ 	<b>115 (10,40 %)</b>	109 (11,13 %)	00:01:47	71 (11,15 %)	85,92 %	66,96 %	0,00 \$US (0,00 %)
5. /nous-contacter/ 	<b>53 (4,79 %)</b>	50 (5,11 %)	00:02:33	8 (1,26 %)	75,00 %	75,47 %	0,00 \$US (0,00 %)
6. /notre-magazine/ 	<b>46 (4,16 %)</b>	40 (4,09 %)	00:01:09	4 (0,63 %)	100,00 %	39,13 %	0,00 \$US (0,00 %)
7. /nous-rejoindre/ 	<b>34 (3,07 %)</b>	32 (3,27 %)	00:00:25	5 (0,78 %)	60,00 %	44,12 %	0,00 \$US (0,00 %)
8. /nos-engagements/ 	<b>26 (2,35 %)</b>	23 (2,35 %)	00:00:44	0 (0,00 %)	0,00 %	19,23 %	0,00 \$US (0,00 %)
9. /jobs/acheteur-industriel/ 	<b>24 (2,17 %)</b>	23 (2,35 %)	00:01:32	22 (3,45 %)	86,36 %	83,33 %	0,00 \$US (0,00 %)
10. /nabil-senoussi-a-la-tete-de-la-direction-generale-chez-vde/ 	<b>9 (0,81 %)</b>	7 (0,72 %)	00:09:15	3 (0,47 %)	66,67 %	66,67 %	0,00 \$US (0,00 %)

# Le type de visiteurs.

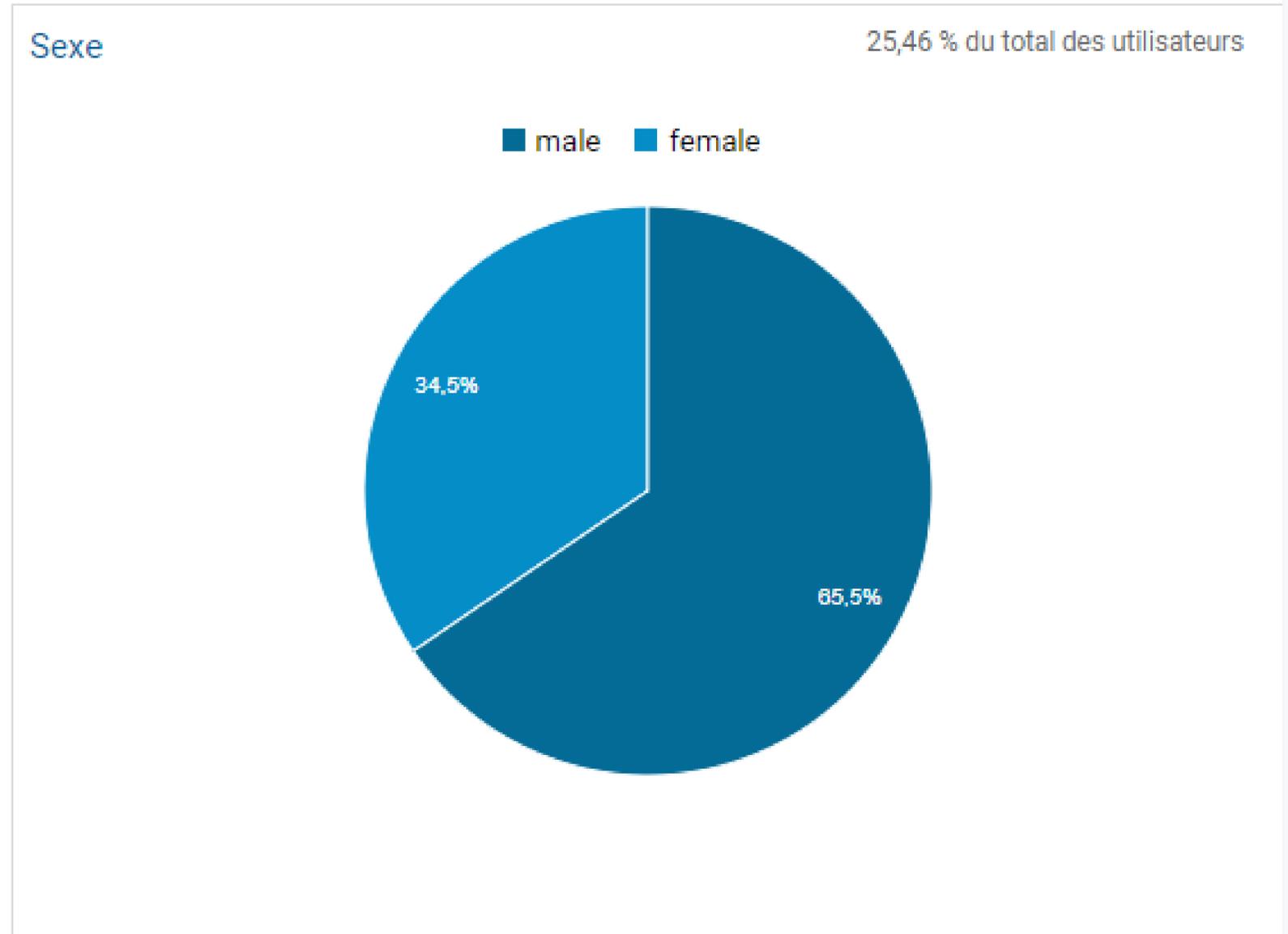
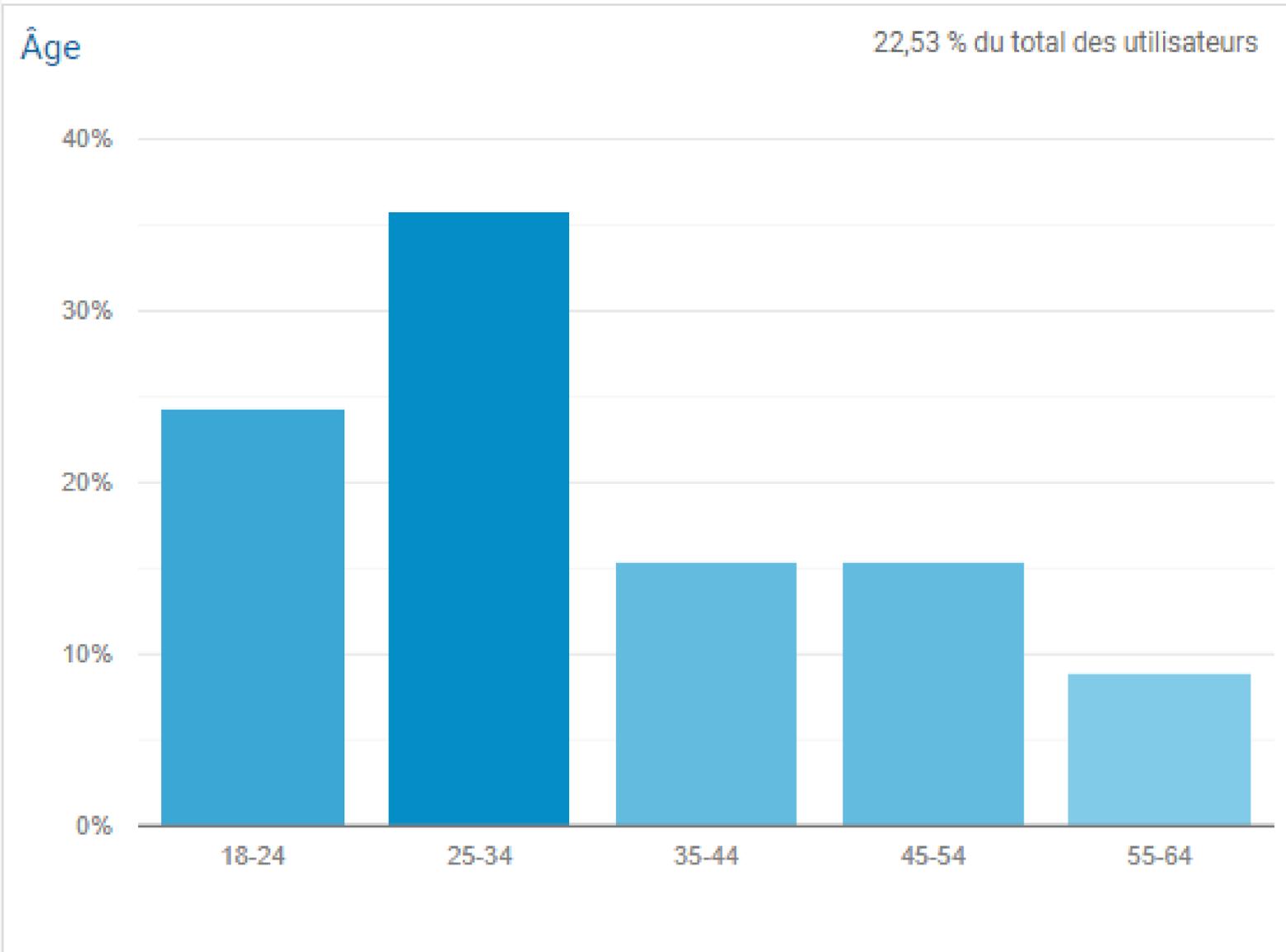
**La proportion des visiteurs venant pour la première fois sur le site est en légère baisse par rapport au mois précédent (90,6% en décembre).**

■ New Visitor ■ Returning Visitor



# Statistiques sur les utilisateurs

Pour les sessions des utilisateurs, Google enregistre plus d'hommes (65,5 %) que de femmes (34,5 %) se situant tous majoritairement dans la tranche d'âge 25-34 ans. Une grande majorité des visites (~75 %) proviennent d'utilisateurs non enregistrés par Google qui n'a donc pas de statistiques à fournir sur eux.



## 03 En résumé.

# Ce qu'il faut retenir - LinkedIn

## À noter :

- Sur LinkedIn, l'acquisition de nouveaux abonnés se poursuit avec 33 nouveaux profils.
- Au niveau des indicateurs, les impressions, le nombre de followers, les clics sur les liens et les partages sont en hausse. Les indicateurs en baisse sont les réactions ainsi que les commentaires.



# Ce qu'il faut retenir - Site\_

## À noter

- Pour ce mois de février, tous les indicateurs sont en baisse sauf le Temps moyen passé qui est en hausse et le taux de rebond qui s'est légèrement amélioré.

