

Utiliser les données pour optimiser le développement de l'auditoire



ANALYSER



LOCALISER



ENGAGER



RÉPONDRE



TRACER

Comment les données peuvent être utilisées pour optimiser les efforts de développement de l'auditoire

Les indicateurs marketing sont un élément essentiel d'un plan de développement de l'auditoire efficace. L'analyse des données peut sembler fastidieuse, mais lorsqu'elle est bien faite, elle élimine les conjectures et aide les producteurs à prendre des décisions stratégiques éclairées qui maximisent la portée et l'influence auprès de l'auditoire.

Transplant Stories est une série documentaire percutante qui suit les parcours émouvants et risqués des donneurs et des receveurs d'organes, ainsi que des équipes médicales de la Colombie-Britannique qui contribuent à transformer une perte en nouvelle chance.

Pour développer son auditoire, l'équipe a fait preuve d'agilité. En s'appuyant sur des données réelles, elle a ajusté sa stratégie pour se concentrer sur TikTok, ce qui a permis à une vidéo des coulisses d'atteindre 41 000 vues dès la première semaine. Ce succès initial a donné lieu à des publications plus fréquentes et à une attention accrue portée au contenu des coulisses. Le résultat ? Une seconde vidéo a suivi et est rapidement devenue virale, atteignant 20 500 vues.

Leçon à retenir : le développement de l'auditoire est un processus continu. Observez ce qui fonctionne et soyez prêt à changer de cap.

Histoires de proches aidants est une initiative visant à sensibiliser et à susciter de l'empathie et de la compréhension à l'égard des proches aidants. Ces séries web sincères et inspirantes mettent en lumière le travail remarquable des proches aidants à travers le Canada. Histoires de proches aidants a découvert que son auditoire principal était plus actif sur Facebook et Instagram. En tirant parti des publications collaboratives sur ces plateformes, l'équipe a pu accroître sa portée et sa visibilité. Aujourd'hui, son auditoire sur Facebook compte plus de 67 000 abonnés, et sa communauté Instagram s'élève à 3 600 abonnés et ne cesse de croître.

Ces exemples montrent que les décisions fondées sur des données concernant le choix des plateformes, les types de contenu ou la fréquence des publications peuvent considérablement améliorer le succès de votre stratégie de développement de l'auditoire.

Définir les objectifs

Évaluez ce que vous voulez réaliser avec vos actions de marketing. Fixer des objectifs réalistes est le fondement de stratégies mesurables. Vous cherchez à vendre des billets pour une projection ? Vous souhaitez que les gens regardent une émission ? Peut-être cherchez-vous à sensibiliser le public au problème de santé qui est au centre de votre histoire ? Essayez d'établir des objectifs clairs et réalisables.

Utiliser les données pour optimiser le développement de l'auditoire



ANALYSER



LOCALISER



ENGAGER



RÉPONDRE



TRACER

Tactiques pour mesurer la performance

Il est important de suivre les performances de vos stratégies de développement de l'auditoire sur chaque plateforme. Si votre projet a un site web, configurez Google Analytics et surveillez régulièrement les performances de votre site.

Les plateformes de médias sociaux comme YouTube, Instagram, Facebook et TikTok offrent des données qui révèlent des informations utiles sur qui interagit avec votre profil, à quelle fréquence et les types de contenu les plus populaires.

Les données quantitatives, c'est-à-dire les métriques exprimées sous forme de nombres, sont des indicateurs de succès importants. Les données qualitatives, c'est-à-dire les mesures subjectives qui ne peuvent pas être exprimées sous forme de chiffres, sont également essentielles. Les commentaires et les critiques sont des exemples de données qualitatives capitales qui peuvent vous aider à comprendre le succès de votre contenu.

Points de données

Les objectifs de votre projet et/ou campagne définissent quels points de données doivent être collectés et analysés. Voici quelques points de données qui peuvent vous aider à tracer l'évolution de vos stratégies par rapport aux objectifs.

- **Vues** : le nombre de personnes qui ont consulté votre contenu. Il est important de noter que les « vues » ne sont pas toujours égales. Les médias sociaux, le partage de vidéos et d'autres plateformes définissent souvent les vues différemment.
- **Taux d'achèvement de la vidéo** : pourcentage de spectateurs qui regardent une vidéo du début à la fin.
- **Auditoire** : nombre total de personnes différentes exposées, au moins une fois, à un contenu pendant une période donnée.
- **Taux d'engagement** : le pourcentage de l'auditoire qui interagit avec un élément de contenu.
- **Taux de clics** : le rapport entre le nombre d'utilisateurs qui cliquent sur un lien spécifique et le nombre total d'utilisateurs qui consultent une page, un courriel ou une publicité.

La collecte de données

Le développement de l'auditoire n'est pas une activité consistant à « définir et passer à autre chose ». Une fois que vous avez lancé votre stratégie, il est important de surveiller les points de données sélectionnés pour mesurer le succès.

Utiliser les données pour optimiser le développement de l'auditoire



ANALYSER



LOCALISER



ENGAGER



RÉPONDRE



TRACER

Les données permettent d'obtenir des informations

Au fur et à mesure que votre base de données s'agrandit, vous devriez être en mesure de voir quelles stratégies fonctionnent pour créer des auditoires, et modifier les tactiques qui ne sont pas performantes.

Essayez de trouver des modèles dans les données qui fournissent des informations exploitables. Les publications avec un acteur particulier engendrent-elles plus d'engagements? Les bandes-annonces plus longues génèrent-elles plus de vues?

Agréger les données de l'auditoire avec ScreenMiner^{MC}

Rassembler des données issues de diverses plateformes, puis les analyser peut être fastidieux et prendre beaucoup de temps. ScreenMiner^{MC} est une solution logicielle qui agrège les données de l'auditoire provenant de plusieurs sources et permet de les visualiser pour leur donner une signification instantanée.