

# BUDGET PARTICIPATIF



## —● Objectif, budget et ciblage de la campagne

### Budget



**320€ initialement puis 420€**  
40€/jour puis 60€/jour à partir  
du 30/09

### Durée



**8 jours**  
Du 27/09/19 au 05/10/19

### Objectif



**Engagement**  
Nombres d'interactions

### Ciblage démographique



**Résidents**  
18 – 65+

### Ciblage géographique



**Portée locale très ciblée**  
Grenoble +4 km

## —● Indicateurs clés de performance



### Objectif

5 355 interactions

- Impressions : 198 028
- Portée : 61 088
- Coût par résultat : 0,08€
- Clics sur un lien : 3 552
- Coût par clic sur un lien : 0,12€
- Taux de clic sur un lien : 1,79%
- Réactions : 777
- Commentaires : 51
- Partages : 111



### Montant dépensé

416,11 € / 420 €



# ● Engagement de l'audience

## Performances sponsorisées et organiques

<b>69 717</b> Personnes touchées		
<b>773</b> Réactions, commentaires et partages <i>i</i>		
<b>5 763</b> Clics sur la publication		
<b>923</b> Affichages de photos	<b>3 770</b> Clics sur un lien	<b>1 070</b> Autres clics <i>i</i>

<b>417</b> 👍 J'aime	<b>355</b> Sur la publication	<b>62</b> Sur les partages
<b>15</b> ❤️ J'adore	<b>13</b> Sur la publication	<b>2</b> Sur les partages
<b>22</b> 😂 Haha	<b>22</b> Sur la publication	<b>0</b> Sur les partages
<b>5</b> 😱 Wouah	<b>5</b> Sur la publication	<b>0</b> Sur les partages
<b>3</b> 😡 Grrr	<b>3</b> Sur la publication	<b>0</b> Sur les partages
<b>174</b> Commentaires	<b>131</b> Sur la publication	<b>43</b> Sur les partages
<b>137</b> Partages	<b>129</b> Sur la publication	<b>8</b> Sur les partages

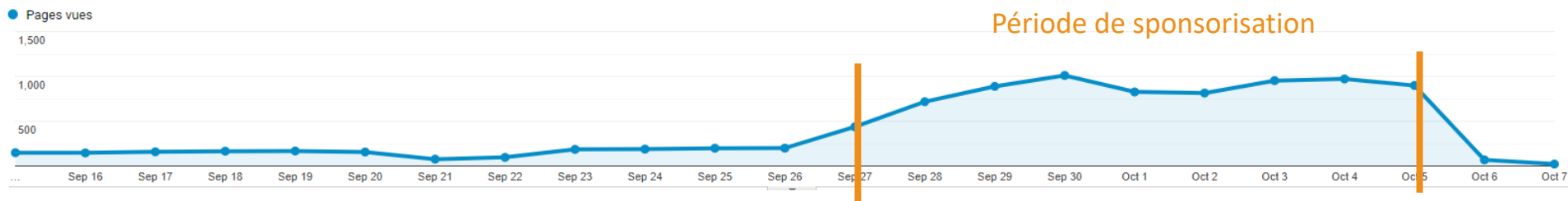


## ● Commentaire

-  **Maya Boytcheva** Avis des Grenoblois Pas axe avec voitures tout les commerçants ferme un après outre ! Ça tué emploi vous avez les solutions ?  
3 days ago
-  **Monica Phill** Il serait plus intelligent d'utiliser ce budget pour rendre un peu de sa superbe à notre ville ... nettoyer les rues .. les tags immondes ... planter autre chose que des poireaux le long du cours de la Libération ... et j'en passe. ... tout cela est de la poudre aux yeux ...  
3 days ago
-  **Chantal de Tresserve** Quand on voit ce que vous avez d'intelligent à proposer il y a de quoi rire , je propose de virer tous ces écolos à la con en voilà un beau projet.  
3 days ago
-  **Marine Palerm** Chantal de Tresserve les projets sont proposés par des citoyens pas très sympa comme commentaire. Si vous avez de meilleures idées exprimez les. Le budget participatif est ouvert à tous  
3 days ago
-  **Claire Decamp** je rigole , le numéro 20 : un lieu de bien être à la villeneuve . ils étaient sélectionnés ... ils n'ont rien eu et doivent se représenter à nouveau .....
-  **Lila Maeress** \*\* les cuisines du cœur 🙏👍  
3 days ago

- Plus de **61 000 personnes** ont à **Grenoble, et dans un rayon de 4km seulement** vu cette publicité. Cette **audience très qualifiée** vous permet d'obtenir des résultats importants à des coûts intéressants.
- La mise en place d'un objectif d'interactions a permis de générer **777 réactions** à votre publications. On note aussi un bon engagement au niveau du nombre de **partages** de la publicisations, qui s'élève à **111**. Le sujet semble ainsi susciter un intérêt global de votre audience.

# Statistiques Google Analytics



Page ?	Source ?	Pages vues ?	Vues uniques ?	Temps moyen passé sur la page ?	Entrées ?	Taux de rebond ?	Sorties (en %) ?
		<b>9 492</b> % du total: 2,38% (399 073)	<b>6 803</b> % du total: 2,31% (294 090)	<b>00:01:09</b> Valeur moy. pour la vue: 00:01:15 (-8,16%)	<b>2 199</b> % du total: 1,61% (136 607)	<b>31,14%</b> Valeur moy. pour la vue: 46,53% (-33,07%)	<b>40,70%</b> Valeur moy. pour la vue: 34,23% (18,89%)
1. /1112-un-mois-pour-voter.htm	m.facebook.com	<b>3 416</b> (35,99%)	<b>2 134</b> (31,37%)	00:00:28	<b>444</b> (20,19%)	28,60%	31,50%
2. /1112-un-mois-pour-voter.htm	google	<b>2 243</b> (23,63%)	<b>1 725</b> (25,36%)	00:01:55	<b>203</b> (9,23%)	44,34%	44,63%
3. /1112-un-mois-pour-voter.htm	(direct)	<b>1 202</b> (12,66%)	<b>919</b> (13,51%)	00:01:23	<b>383</b> (17,42%)	39,79%	46,17%
4. /1112-un-mois-pour-voter.htm	t.co	<b>284</b> (2,99%)	<b>197</b> (2,90%)	00:00:50	<b>159</b> (7,23%)	22,36%	44,37%
5. /1112-un-mois-pour-voter.htm	facebook.com	<b>257</b> (2,71%)	<b>210</b> (3,09%)	00:01:01	<b>8</b> (0,36%)	28,57%	37,74%
6. /1112-un-mois-pour-voter.htm	ecosia.org	<b>129</b> (1,36%)	<b>92</b> (1,35%)	00:01:54	<b>9</b> (0,41%)	55,56%	48,06%
7. /1112-un-mois-pour-voter.htm	grenoble.fr	<b>121</b> (1,27%)	<b>103</b> (1,51%)	00:01:18	<b>82</b> (3,73%)	13,25%	38,84%
8. /1112-un-mois-pour-voter.htm	bing	<b>114</b> (1,20%)	<b>90</b> (1,32%)	00:02:37	<b>4</b> (0,18%)	50,00%	55,26%
9. /1112-un-mois-pour-voter.htm	yris.grenoble.local	<b>106</b> (1,12%)	<b>79</b> (1,16%)	00:01:10	<b>58</b> (2,64%)	13,56%	36,79%
10. /1112-un-mois-pour-voter.htm	instagram.com	<b>96</b> (1,01%)	<b>53</b> (0,78%)	00:00:39	<b>3</b> (0,14%)	66,67%	33,33%

- La page **/1112-un-mois-pour-voter** a reçu près de **9 500 visites** depuis mi-septembre, avec un pic de connexion au moment de la sponsoring, entre le 27 septembre et le 5 octobre.
- Parmi ces visites on en note **3 769 en provenance de Facebook et Instagram**, soit 40% des visites. **Facebook** est ainsi la **première source de trafic** vers votre page.

