TAGATY · SUIVI META ADS

Christelle Collet-Maussan
Audio Déclic gratuit · test capture / vente

Rapport de la journée : 22 septembre 2026
Campagne : Sept 2026 - Christelle - Audio gratuit Audio Déclic - Acquisition - 3 angles - FR BE CH. Données Meta/Windsor lues le 23 septembre 2026.

RAPPORT DE LA JOURNÉE

DÉPENSE	**41,21 €**	A + B réunis
IMPRESSIONS	**1 433**	Affichages de la publicité
CLICS	**51**	Clics enregistrés par Meta
ACHATS META	**0**	Aucune commande confirmée

Lecture et recommandation

Les deux campagnes ont diffusé le 22 septembre. Le test B vers la page de vente/paiement a généré 21 clics pour 17,07 €, tandis que le test A vers la page de capture a généré 30 clics pour 24,14 €. Les deux chemins suscitent donc de l'intérêt, mais cette seule journée ne permet pas encore de choisir un gagnant.

Recommandation importante : conserver les deux chemins et comparer les inscriptions et commandes confirmées dans Systeme.io avant d'arbitrer.

Ce qui est confirmé / à confirmer

Meta confirme la diffusion et les clics. Aucun achat pixel n'est remonté. Systeme.io reste la référence pour confirmer une commande et un chiffre d'affaires ; aucune vente n'est déclarée ici. Hotjar n'était pas accessible lors de cette exécution : aucune observation de comportement n'est ajoutée.

Repères de lecture

INDICATEUR	TEST A · CAPTURE	TEST B · VENTE / PAIEMENT	LECTURE
CTR	3,63 %	3,46 %	Les deux sont au-dessus du repère indicatif 0,8–1,2 % : intérêt publicitaire favorable.
CPC	0,80 €	0,81 €	Dans une zone favorable autour d'1 € ; écart trop faible pour conclure.
CPM	29,23 €	28,12 €	Coût pour 1 000 affichages élevé par rapport à un repère large 8–18 € ; à suivre selon pays et audience.
Passage tunnel	À confirmer	À confirmer	Le nombre de pages réellement chargées n'est pas disponible dans cette extraction Windsor.

Les repères de marché sont indicatifs et ne remplacent pas la comparaison entre les deux parcours avec un volume suffisant.

RAPPORT GLOBAL

Tendance et test A/B

Du 18 au 22 septembre, la campagne A a dépensé 127,80 € pour 4 935 impressions et 210 clics. Le test B, lancé le 22 septembre, ajoute 17,07 € et 21 clics. Le budget cumulé observé atteint 144,87 €. Ce volume permet de lire l'intérêt publicitaire, pas encore la rentabilité stable.

DATE	A · CAPTURE	B · VENTE / PAIEMENT	LECTURE
18 sept.	24,80 € · 61 clics	—	A seule, bon intérêt publicitaire.
19 sept.	26,50 € · 59 clics	—	A seule, bon intérêt publicitaire.
20 sept.	27,72 € · 37 clics	—	A seule, coût à surveiller.
21 sept.	24,64 € · 23 clics	—	A seule, diffusion moins efficace.
22 sept.	24,14 € · 30 clics	17,07 € · 21 clics	Première journée comparable A/B, encore exploratoire.

Analyse à retenir

Le test B n'est pas évalué sur le chiffre d'affaires à ce stade : le rapprochement Systeme.io est indispensable. Le produit d'entrée peut ensuite nourrir le parcours vers tes offres plus complètes, mais cette stratégie ne remplace pas la vérification des inscriptions, paiements et coûts d'acquisition.

Point à vérifier demain

Comparer les pages réellement chargées, les inscriptions de la capture, les commandes de la page de vente et les observations Hotjar dès que l'accès est disponible. Ne pas couper une campagne sur la seule base des clics du 22 septembre.