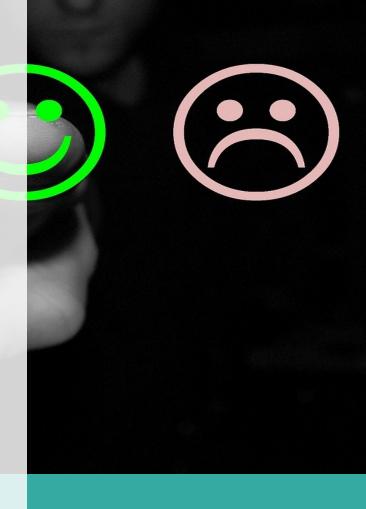
STATISTIQUES Suivi et analyse du site internet des réseaux sociaux et des Newsletters



12/01/2022

IXAD





Site internet

www.ixad.fr

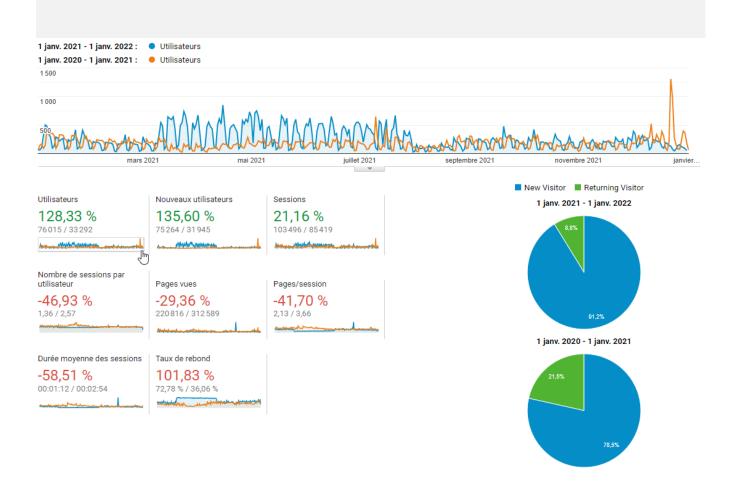
Période d'analyse : Janvier 2021 > Janvier 2022

Belle augmentation du nombre de visiteurs et de nouveaux visiteurs sur notre site.

Ceci s'explique par une meilleur référencement et une publicité plus "poussée" pour se rendre sur le site chercher des informations.

Beaucoup de connexions ont lieu entre mars et juillet, mais aussi en fin d'année, ce qui correspond à la période des inscriptions FI.

« Forte augmentation du nombre de visiteurs et de nouveaux visiteurs sur le site d'ixad. »



Analyse des pages les plus visitées

La formation initiale a cette année encore les pages les plus vues sur le site Les élèves se connectent sur ixad.fr et se rendent dans leur espace promo pour y consulter leurs infos de promo, les documentations, planning etc.

On y retrouve encore les accès de la promo 2020/2021 qui s'y connectait encore pour accéder à leur espace. Les nouvelles promos se connectent désormais uniquement sur le site ixad.fr pour cliquer sur le lien "espace élève" qui les renvoi sur moodle.

En formation continue très peu d'intéraction. La page du catalogue des formations est peu suivie, il semblerait que les avocats consultent plutôt la liste des formations via leur espace et non pas en version "image" telle que proposée sur le site. Ces données ne peuvent cette année encore pas être évaluées du fait des limites techniques de GEDA.



Réseaux Sociaux

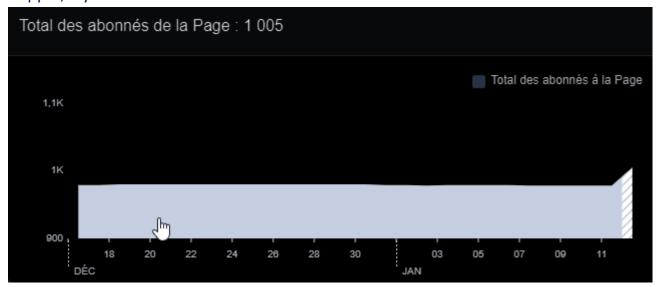
Facebook

Analyse de la page : https://www.facebook.com/IXAD.NORD.OUEST/

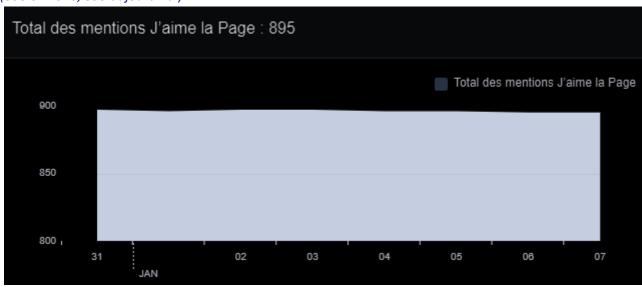
Période d'analyse : Janvier 2021 > janvier 2022

Nombre d'abonnés au 10/02/2021 : 930 Nombre d'abonnés à 01/01/2022 : 1005

75 nouveaux abonnés en moins d'un an, la page Facebook continue son évolution. Rappel, il y avait 816 abonnés avant 2019.



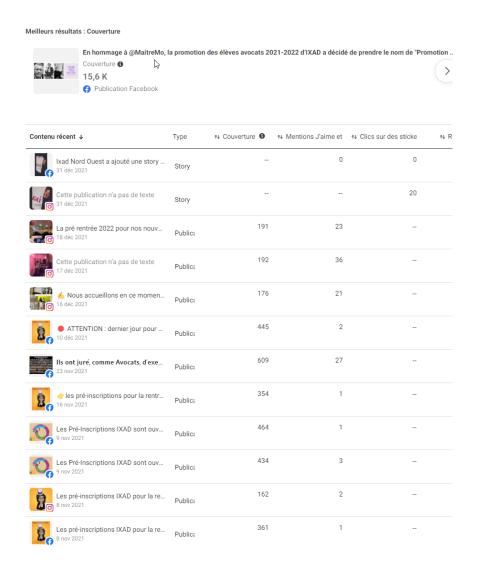
Le nombre d'interactions (de "j'aime") sur la page d'IXAD a augmenté également : (838 en 2020, 895 aujourd'hui)



Concernant les post les plus vues et les plus "aimés" on retrouve essentiellement les infos concernant les élèves (cibles + marquées de Facebook).

Facebook ayant fusionné cette année avec instagram on remarque que les partages sur instagram sont devenus majoritairement "likés" par les élèves.

A noter enfin que le post annonçant que la promo 2021 porterait le nom de Maître Mô a été vu 15600 fois (c'est notre meilleure taux de couverture)



«La page Facebook est toujours (et encore plus) suivie, avec une cible publique + "grand public" que les autres réseaux sociaux». S'y ajoute maintenant les partages instagram très suivis par les élèves et les jeunes (moins par les avocats)

Réseaux Sociaux

Twitter

Analyse de la page : https://twitter.com/IXADNordOuest

Période d'analyse : Janvier 2021 > janvier 2022

Nombre d'abonnés au 10/02/2021 : 644 Nombre d'abonnés à 01/01/2022 : 784

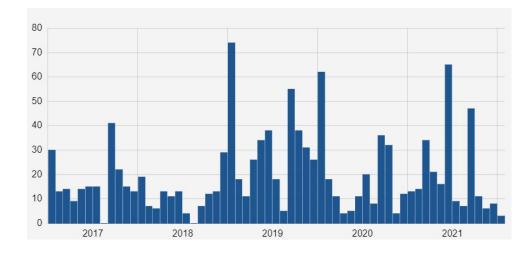
Twitter n'offre (toujours) pas beaucoup de possibilités de statistiques très poussées (pas de comparaison de chiffres sur une longue période)

Ci-dessous un récapitulatif par exemple sur les **derniers 28 jours**



D'une manière générale le nombre d'abonnés a fortement augmenté cette année (plus de 100 supplémentaires)

Le nombre de tweet que nous diffusons reste constant mais supérieur à 2020 :



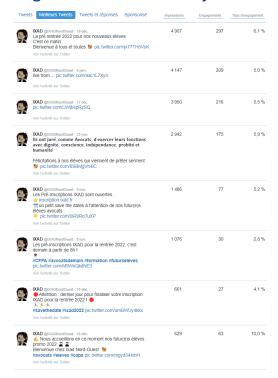
Les interactions avec nos tweet (Like et retweet) sont de plus en plus fréquentes :



« Plus de 100 nouveaux "follower" sur twitter qui reste le réseau le plus suivi par les Avocats et acteur du Droit. Pour autant nous constatons cette année un meilleur suivi par les élèves FI

Constat

Sur twitter, les tweets concernant les élèves, la formation initiale sont plus retweetés cette année que les précédentes. Il semblerait que la population twitter des Avocats s'intéresse moins au réseau pour le "sérieux" et les formations et + sur des sujets "légers". En revanche les jeunes semblent + suivre le réseau et l'actualité FI.



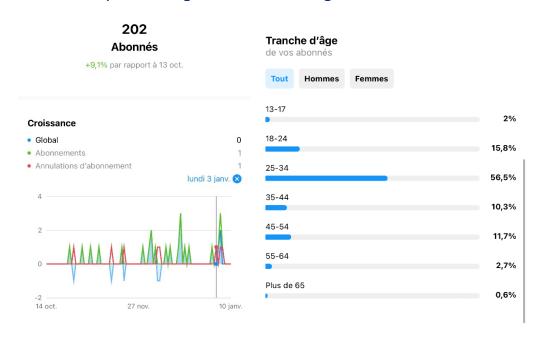
Instagram

Analyse de la page : https://www.instagram.com/ixad.nord.ouest/

Période d'analyse : Janvier 2021 > janvier 2022

Nombre d'abonnés au 10/02/2021 : 146 Nombre d'abonnés à 01/01/2022 : 202

Le compte Instagram, ouvert en Septembre 2019, est en constante évolution et suivi. De nombreux jeunes élèves s'y trouvent et s'y retrouvent. On y constate de nombreux partages de la vie des élèves avocats (dans leur PPI et autres stages) la fusion avec Facebook renforce les partages possibles, une publication partagée sur Facebook l'est maintenant automatiquement également sur Instagram.



« Instagram confirme sa montée en puissance auprès des jeunes qui aiment y trouver des stories, photos et montages

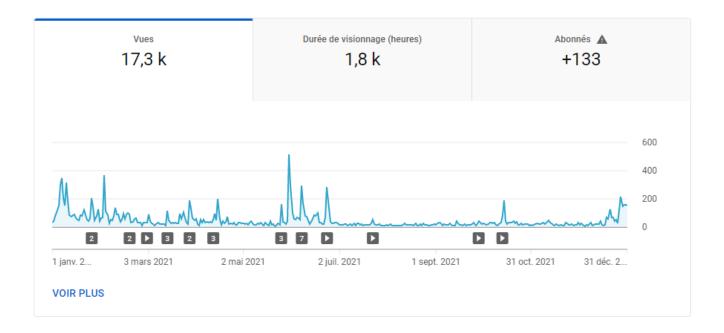
Youtube

Analyse de la page : http://bit.ly/ixadyoutube
Période d'analyse : Janvier 2021 > janvier 2022

Nombre d'abonnés au 10/02/2021 : 148 Nombre d'abonnés à 01/01/2022 : 281

Une nouvelle augmentation du nombre d'abonnés et de personnes qui suivent notre chaine et nos vidéos :

Vos vidéos ont enregistré 17302 vues en 2021



Les plus grands succès vidéos sont les live du concours de plaidoirie, ainsi que les vidéos que doivent regarder les élèves (cours de déontologie). Les vidéos "corporate" de présentation d'IXAD et du parcours d'un élève avocat sont également les plus visionnées.

Vidé	Durée Durée moyenne d'une Vues d'Uses vue vidéo vidéo vier d'une v				
	Total	173	302	6:21	12,3 %
	REFORME DU DIVORCE	2521 14	,6%	16:06	8,5 %
	Parcours d'élèves avocats IXAD	2485 14	,4 %	1:10	42,6 %
	LE SYNDROME DU BEBE SECOUE	1097 6	,3 %	11:35	7,8 %
	Concours de plaidoirie de Caen 2021	923 5	,3 %	2:28	22,5 %
	IXAD - Formation professionnelle des avocats du Nord-Ouest	603 3	,5 %	0:38	56,3 %
	CONCOURS DE PLAIDOIRIES DES ELEVES AVOCATS - SELECTION	551 3	,2 %	6:29	7,8 %
	Histoire de la profession d'avocat	450 2	,6 %	14:20	28,0 %
	Introduction à la déontologie	413 2	,4 %	16:38	37,2 %
	CONCOURS DE PLAIDOIRIE DES ELEVES AVOCATS 2022	405 2	,3 %	15:00	11,2 %
	Billet d'introduction 2021	376 2	,2 %	1:32	54,3 %
	Organisation institutionnelle de la profession	321 1	,9 %	12:38	28,4 %
	Présentation du Barreau d'Amiens	319 1	,8%	3:02	59,1 %
	Principes essentiels et statut	318 1	,8%	11:37	26,6 %
	Présentation du barreau de Laon	313 1	,8%	3:06	29,1 %
	Présentation du Barreau de Dunkerque	307 1	,8%	2:56	40,0 %
	Présentation du Barreau de SENLIS	305 1	,8%	3:28	32,2 %
	Présentation du Barreau de Lille	302 1	,8%	3:13	33,1 %
	Présentation du Barreau de Saint Omer	288 1	,7%	2:32	32,2 %
	Présentation du Barreau de Compiègne	262 1	,5%	2:55	41,4 %
	Présentation du Barreau de Soissons - BONUS	242 1	,4%	3:00	31,1 %
	Présentation du Barreau de Beauvais	228 1	,3 %	3:36	30,2 %
	Concours de Plaidoirie 2020 - Mémorial de Caen	212 1	,2%	2:16	19,9 %
	Présentation du Barreau de DOUAI	209 1	,2%	3:27	32,5 %
	SELECTION DES CANDIDATS / CONCOURS DE PLAIDOIRIE DE CAE	205 1	,2%	3:28	5,0 %
	Message à la promô	205 1	,2%	2:08	62,9 %
	Présentation du Barreau de Valenciennes	202 1	,2%	4:11	34,3 %
	Présentation du Barreau d'Arras	200 1	,2%	3:42	31,8 %
	Présentation du barreau de Cambrai	200 1	,2%	3:19	44,2 %
	Présentation du Barreau de Béthune	194 1	,1%	3:43	31,1 %
	Présentation du barreau de Boulogne sur Mer	186 1	,1%	3:16	32,7 %
	Présentation de la Conférence des Bâtonniers	172 1	,0 %	4:38	43,4 %
	Présentation du Barreau de Rouen	155 0	,9 %	3:16	37,8 %
_	Présentation du CNB	121 0	.7%	4:45	44.0 %

L'on constate également que les accès à notre page youtube se font souvent par une recherche directe sur youtube, ou en lien externe (réseaux sociaux certainement).

Source de trafic	⊕ Vues ↓	Durée de visionnage (heures)	Durée moyenne d'une vue	Impressions 🛦	Taux de clics par impression 🛕
☐ Total	17302	1835,1	6:21	128348	4,8 %
Externe	5470 31,6%	539,2 29,4 %	5:54	-	-
Fonctionnalités de navigation	2 580 14,9 %	151,1 8,2 %	3:30	34553	5,3 %
Recherche YouTube	2400 13,9%	251,6 13,7 %	6:17	40104	5,1 %
Source directe ou inconnue	2 2 0 8 1 2 , 8 %	313,2 17,1 %	8:30	-	-
Suggestions de vidéos	1835 10,6%	280,7 15,3 %	9:10	24674	3,8 %
Pages de la chaîne	1609 9,3 %	170,3 9,3 %	6:21	19711	3,9 %
Playlists	438 2,5%	41,5 2,3 %	5:41	5667	6,1 %
Autres fonctionnalités YouTube	370 2,1%	60,2 3,3 %	9:45	-	-
Page de playlist	317 1,8%	22,2 1,2 %	4:12	3 639	6,1 %
Notifications	75 0,4%	4,9 0,3 %	3:56	-	-

Youtube confirme cette année encore qu'IXAD est bien suivie et que nos vidéos ont un large impact et intérêt, notamment pour les élèves

Linkedin

Analyse de la page : https://www.linkedin.com/company/18978375/

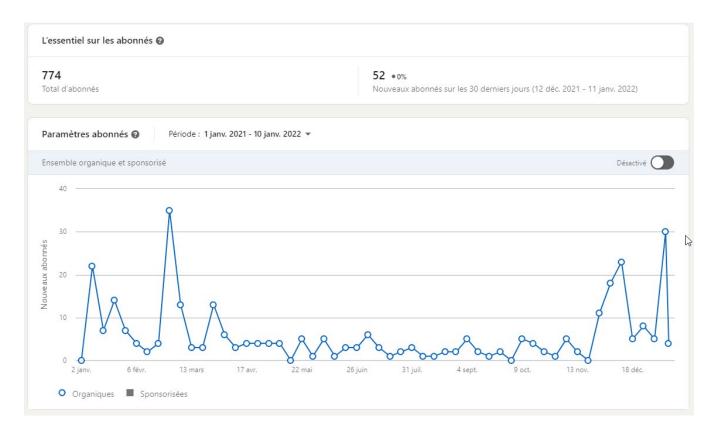
Période d'analyse : Janvier 2021 > janvier 2022

Nombre d'abonnés au 10/02/2021 : 508 Nombre d'abonnés à 01/01/2022 : 774

Nette explosion des abonnements sur notre page, le réseau Linkedin est de plus en plus suivi et utilisé. Notre page était peu alimentée jusqu'en 2020, beaucoup d'offres y sont partagées, un groupe d'anciens et nouveaux élèves a été créé depuis le début d'année et risque de faire grandir encore plus notre nombre d'abonnés.

Exemple sur les 30 derniers jours :





Nos plus grandes annonces suivies sont celles pour les prestations de serment ou pour les annonces importantes (date de pré rentrée / inscriptions etc) :



« Linkedin est la plateforme la plus "professionnelle qui explose littéralement en terme d'audience et de suivi, c'est là où se trouve le "vivier" le plus important de nos suiveurs toutes origines confondues (élèves / acteurs du droit)»

Newsletter

Sendinblue

Période d'analyse : Janvier 2021 > janvier 2022 Nombre de campagnes envoyées en 2021 : 199 Nombre de campagnes envoyées en 2022 : 131

Total d'envois	131
Total destinataires	270 582
Total ouvertures	80 863
Total clics	12 245
Total désinscrits	59
Total Répondus	0
Total Soft + Hard Bounces	6 126

On constate que les mails ne connaissent toujours pas vraiment un grand taux d'ouverture, Il est possible que les personnes reçoivent le mail, lise le sujet, ou le survole sans l'ouvrir.

Pour autant **peu se désinscrivent** de nos newsletters.

Nous avons envoyé moins de mails que l'an dernier (beaucoup de mails ne passent plus par sendinblue mais par moodle). En revanche nous avons une base de données + stables les personnes se désinscrivent moins et ouvrent + les mails que l'an dernier.



Taux de clics	6
4,64%	

Taux de désinscription	6
0,02%	
	•

Ce sont également les newsletters qui sont encore le plus ouvertes et suivies ainsi que les annonces du TOUQUET ou des formations ELearning

D	NOM	DESTINATAIRES	OUVERTS
#991	FC - Newsletter JANVIER FEVRIER	3 214 100%	827 26,29% Détails
#989	FC - CLAJ	2 087 100%	775 37,96% <u>Détails</u>
#990	FC - Comm Spé	1 304 100%	498 38,97% Détails
#996	FI - Changement de Salle	112 100%	119 106,02% Détails
#994	FI - ID MOODLE	112 100%	145 129,07% <u>Détails</u>
#995	FC - Infos abonnements 2022	3 218 100%	1 069 33,92% Détails
#992	FC - Infos abonnements 2022	3 218 100%	76 25,48% <u>Détails</u>
#943	43 E-learning 2021 3 154 9		1 008 32,56% Détails
#987	FI - FORMULAIRE D'ACCEPTATION DE STAGIAIRE 2021 / 2022	1 867 100%	750 41,58% Détails
#986	FI - Campagne stagiaire	3 138 100%	700 22,71% <u>Détails</u>
#985	FC - Formations Evreux	105 100%	21 20,62% <u>Détails</u>
#981	FC - Newsletter NOVEMBRE DECEMBRE	3 139 100%	960 31,34% <u>Détails</u>
#984	FC - Formation Procédure civile	3 140 100%	1 008 32,76% Détails
#983	FC - Formations Evreux	105 100%	25 25% <u>Détails</u>
#982	FI - Campagne stagiaire	3 142 100%	730 23,67% Détails

« Les mails restent encore un bon moyen de partager des informations en complément des réseaux sociaux, pour autant on ne peut que constater que peu de personnes prennent le temps d'ouvrir et suivre les mails envoyés, sauf lorsque le sujet les intéresse directement »

Conclusion

Cette année suit le courant de la précédente, notre communication et notre suivi est en constante augmentations sur tous nos canaux de diffusion.

D'une manière générale les élèves nous trouvent très réactif sur les réseaux sociaux et apprécient cette spontanéité.

Chaque réseau est un complément de l'autre. Les mails sont + une "piqure de rappel", et les réseaux sociaux un moyen continu et permanent de passer des messages ou des informations quasiment H24.

D'autres échanges avec l'école ont lieu via le moodle directement (annonces / forum) et également via ixadmin lors des inscriptions.

2022 sera très certainement une année plus ciblée sur linkedin sur lequel nous sommes de plus en plus sollicités et suivis, ainsi que sur instagram pour des partages de photos "live"



Franck HELDEBAUME

Chargé de Communication IXAD



ixad