

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE - PARFUMERIE

Option A – MANAGEMENT

CONSEIL ET EXPERTISE SCIENTIFIQUES ET TECHNOLOGIQUES – U5

SESSION 2023

**Durée de l'épreuve : 4H00
Coefficient : 4**

Matériel autorisé :

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collègue » est autorisé.
Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 14 pages, numérotées de 1/14 à 14/14.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 A – Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	Code : 23ME5AEXP	Page : 1/14

Beauté et conseils

Présente depuis 10 ans sur Mont de Marsan (40), Madame Clarence, créatrice et propriétaire de Beauté et conseils n'a cessé de faire évoluer son entreprise de l'institut traditionnel vers l'univers de la kératothérapie¹. Sa clientèle à 85% féminine dispose de revenus supérieurs et se situe entre 40 et 55 ans. Son institut affirme un positionnement haut de gamme et 30% de son chiffre d'affaires prestations repose sur les soins.

Beauté et conseils est unique par son approche globale en matière de kératoconseil appuyée par des diagnostics d'observation visuelle réalisés par une équipe d'esthéticiennes spécialisées. Cette démarche remporte beaucoup de succès auprès des clients de la zone de chalandise et contribue à la notoriété de l'institut. L'écoute, les conseils en nutricosmétique, les protocoles de soins ciblés de l'épiderme permettent également de fidéliser les clients.

Madame Clarence utilise également pour les soins visage et/ou corps la marque Dr Janka, une marque française confidentielle spécialisée dans la cosmétique professionnelle corrective, dont elle est l'ambassadrice pour le département.

Disposant de 4 cabines de soins dotées d'appareils à cire, d'appareils à vaporisation avec adduction d'ozone et d'appareils à courant galvanique, Beauté et conseils est installé dans un quartier commerçant du centre-ville. La devanture est luxueuse, l'intérieur est sobre avec des facteurs d'ambiance épurés et une décoration sophistiquée.

À proximité de Beauté et conseils, nous trouvons quelques concurrents directs et indirects :

- Le Spa et beauté orienté stratégiquement vers des soins dits « humides » ;
- La Bohème, institut indépendant spécialisé dans les produits bio, qui ne dispose pas d'appareil connecté ;
- L'Institut Célia, institut traditionnel qui utilise l'appareil connecté Visioderm Connect Bioreline ;
- La parfumerie Séphora qui propose uniquement de la vente de cosmétiques.

Titulaire du BTS Métiers de l'Esthétique Cosmétique et Parfumerie, vous êtes embauché(e) depuis 9 mois au sein de Beauté et conseils. Vous êtes responsable de l'institut et vous avez en charge la responsabilité de 3 esthéticiennes en poste CDI 35h.

¹ L'esthéticienne dispense des soins à visée esthétique et non thérapeutique.

Toujours à l'affût des nouvelles tendances de consommation, Mme Clarence s'intéresse au diagnostic de peau assisté par ordinateur. Elle vous missionne afin que vous meniez une étude pour évaluer l'intérêt d'un tel investissement.

1. Rédiger une note de synthèse permettant d'évaluer la pertinence de ce projet au regard du marché et de l'unité commerciale.

À la suite de votre étude, vous avez sélectionné trois appareils de diagnostic de peau assisté par ordinateur disponibles sur le marché. Mme Clarence vous demande maintenant de l'aider dans sa prise de décision, par une analyse détaillée de chaque appareil. Son cahier des charges impose la compatibilité de l'appareil de diagnostic retenu avec le positionnement et l'offre de son institut, pour un budget maximal de 5 000 € HT.

2. Présenter les arguments amenant à la sélection de l'appareil.

Mme Clarence envisage l'acquisition de l'appareil de diagnostic. Elle s'interroge sur la situation financière, les capacités de financement et le mode de financement le plus adapté pour son institut.

3. Présenter cette analyse ainsi que vos recommandations.

Mme Clarence souhaite faire découvrir cette nouvelle prestation grâce à un diagnostic de peau assisté par ordinateur gratuit sur réservation. Consciente de l'importance des réseaux sociaux et notamment de Facebook, elle vous demande de lui proposer une publication de type carrousel.

4. Proposer les images et textes de ce carrousel Facebook sous la forme d'un croquis annoté.

Suite à la campagne de publications Facebook, Mme Clarence souhaite mesurer l'efficacité et la performance de sa stratégie de communication à l'aide d'indicateurs d'évaluation pertinents.

5. Proposer des axes d'amélioration à partir de l'analyse des résultats de la campagne de communication Facebook.

BARÈME / 20 POINTS

Question 1 - 5 points.

Question 2 - 3 points.

Question 3 - 5 points.

Question 4 - 4 points.

Question 5 - 3 points.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE - COSMÉTIQUE - PARFUMERIE		Session 2023
U5 A – Conseil et Expertise Scientifiques et Technologiques	Code : 23ME5AEXP	Page : 3/14

ANNEXES

Annexe 1 - La kératothérapie et l'approche du Dr Janka

Disponible sur : www.DrJanka.fr (consulté le 01/07/2022)

Annexe 2 - Objets connectés : vers une nouvelle routine beauté ultra-personnalisée ?

Disponible sur : <https://www.tendances-fibre.fr> (consulté le 01/07/2022)

Annexe 3 - Faut-il se mettre au diagnostic de peau assisté par ordinateur ?

Disponible sur : <https://www.estheticienne.pro.fr> (consulté le 01/07/2022)

Annexe 4 - Appareil n°1 de diagnostic de peau connecté, VisioDerm Connect Bioreline

Source interne à la structure

Annexe 5 - Appareil n°2 de diagnostic de peau connecté Yumi Skincare-Hydraspa face Efficience+ - Made in France

Source interne à la structure

Annexe 6 - Appareil n°3 de diagnostic de peau connecté Dp Skin-Corpoderm

Source interne à la structure

Annexe 7 - Bilan fonctionnel et autres éléments financiers

Source : les auteurs

Annexe 8 - Autofinancement ou emprunt, comment financer son projet d'entreprise ?

Disponible sur : <https://www.expert-comptable-tpe.fr> (consulté le 01/07/2022)

Annexe 9 – Visuels pour le carrousel Facebook

Disponibles sur <http://www.drjanka.fr> ; <https://www.alemaproshop.ch/fr> ; <https://www.corpoderm.com> (consultés le 01/07/2022)

Annexe 10 - Publications carrousel Facebook

Disponible sur : <https://www.webmarketingconseil.fr> (consulté le 01/07/2022)

Annexe 11 - Les principaux indicateurs de performance de Facebook

Disponibles sur : <https://www.definitions-marketing.com>, <https://www.digimind.com> ; <https://www.wordstream.com> (consultés le 01/07/2022).

Annexe 12 – Indicateurs de la campagne Facebook établis sur les 7 premiers jours de la campagne de communication « Beauté et conseils »

Source : les auteurs

Annexe 1 - La kératothérapie et l'approche du Dr Janka



La kératothérapie est un métier qui s'intéresse à la peau. Elle permet de traiter une multitude de petits problèmes et inconforts, surtout esthétiques, de la peau en complémentarité avec la dermatologie et la chirurgie esthétique. [...] La kératothérapie traite des problèmes non pathologiques de la peau et notamment ceux liés à l'épiderme (la couche superficielle de la peau). [...] Le kératothérapeute prend en charge les déséquilibres de la peau et aspects esthétiques.

La kératopraxie® est une méthode qui allie diagnostic de la peau par un kératothérapeute agréé et la cosmétique corrective du Dr Reiner JANKA.

Dans cette démarche, le kératothérapeute va établir un diagnostic personnalisé et très précis de votre peau. Ensuite, vont vous être proposés des soins en fonction des besoins de votre peau.

Annexe 2 - Objets connectés : vers une nouvelle routine beauté ultra-personnalisée ?

Il est clair que lorsqu'on parle de digital, il est difficile de faire un lien avec le monde de la beauté. Et pourtant, le secteur s'empare des nouvelles technologies pour améliorer notre routine soin et cosmétique. A la recherche de performance et de nouvelles expériences à offrir aux consommateurs.

Avec la démocratisation du numérique, difficile d'échapper à l'internet des objets (IdO).

[...] Le concept de la beauté connectée comporte deux principaux objectifs : offrir de nouvelles expériences aux consommateurs et surtout améliorer la performance des cosmétiques. En effet, chacun d'entre nous est différent et nécessite des produits adaptés à sa peau, ses cheveux, etc. Pour autant, il n'est pas toujours évident de savoir ce qui est bon pour nous. De même, nos besoins peuvent varier très rapidement au fil des saisons ou par période de stress, par exemple.

Contrairement aux produits de beauté classiques, l'IdO propose des services personnalisés. Maquillage, soins de la peau, entretien des cheveux... C'est une véritable plus-value que les marques commencent à exploiter pour offrir un meilleur bénéfice aux consommateurs !

La montée en puissance des objets connectés n'a pas laissé indifférent le secteur de la beauté. Les célèbres marques de cosmétique s'emparent du numérique pour offrir une nouvelle expérience aux utilisateurs, où ces derniers sont acteurs de leur routine beauté. Désormais, un seul produit est employé pour une multitude d'usages. Par ailleurs, le digital ouvre également la voie de la personnalisation.

Et si le numérique était en train de révolutionner notre routine beauté ?

Annexe 3 - Faut-il se mettre au diagnostic de peau assisté par ordinateur ?

Un diagnostic de peau traditionnel en institut repose sur un examen et sur une batterie de questions. Les conclusions de l'esthéticienne vont donc se fonder en grande partie sur le ressenti de la cliente, souvent partiel et aléatoire, avec le risque de passer à côté de l'essentiel. Au contraire, le diagnostic cutané assisté par ordinateur fournit toujours une cartographie complète et fiable de la peau, parce qu'elle se fonde sur des données objectives. Grâce à ce procédé, l'esthéticienne peut donc « voir » ce qui se passe jusqu'au derme et repérer des déséquilibres en formation.

Cette technologie est-elle vouée à remplacer l'esthéticienne ?

En réalité, le diagnostic assisté par ordinateur revalorise le rôle de l'esthéticienne, et ce pour trois raisons. D'abord, en apportant une caution scientifique à ses conseils. Ensuite, en renforçant son statut d'experte de la peau ; c'est l'esthéticienne qui est au centre du dispositif, car c'est elle qui interprète les résultats, identifie les problèmes à corriger, puis en déduit les soins à prescrire.

Comment les clientes accueillent-elles ce nouveau service en institut ?

Les objets connectés sont entrés dans la vie de tous les jours. Le grand public voit d'un bon œil l'arrivée du high tech à l'institut, du moment que cela apporte un véritable plus en terme de service. Et c'est le cas avec le diagnostic cutané assisté par ordinateur. La consommation de masse a créé chez les clients un véritable besoin de personnalisation dans l'offre et la relation commerciale. Un appareil de diagnostic de peau répond à cette demande car il permet de proposer du conseil sur-mesure à l'institut.

Nous avons pu observer que la consommatrice attribue une forte valeur à ce moment d'échange privilégié où on s'occupe totalement d'elle. N'oublions pas que désormais, il existe une offre importante de produits de beauté sur internet.

Les appareils de diagnostic cutané permettraient aux instituts de se différencier ?

Effectivement, l'arrivée des analyseurs de peau constitue l'opportunité pour l'institut de réaffirmer sa prééminence en tant que pôle expert de la peau et de se démarquer d'autres circuits qui exercent une pression croissante sur la vente de produits : parfumeries, distribution sélective, parapharmacies. On s'est aussi rendu compte que cela avait peu de sens de proposer systématiquement le même traitement anti-âge à toute cliente qui fête ses 40 ans, quel que soit l'âge biologique réel de ses cellules. En réalité, les problématiques de la peau sont complexes.

C'est pourquoi la prescription individualisée constitue une réelle avancée dans l'efficacité des traitements, et donc un avantage concurrentiel de poids. Avec le diagnostic digital, dont les instituts ont le monopole, les esthéticiennes peuvent reprendre la main sur leur premier domaine d'expertise, le soin visage.

Pourquoi faut-il effectuer des diagnostics de peau régulièrement ?

Le diagnostic de peau n'est qu'une photo à l'instant « T » et doit effectivement être renouvelé plusieurs fois par an. En effet, la peau est un organe vivant, qui reflète notre santé mais aussi notre état émotionnel, notre fatigue, notre stress, notre hygiène de vie... Elle peut connaître des changements en fonction des saisons. Enfin, elle subit des mouvements de fond liés à l'âge et aux bouleversements hormonaux, qui peuvent s'accroître du jour au lendemain. Faire des diagnostics de peau régulièrement permet donc de savoir où la peau en est. Au plan commercial, nous constatons que ce suivi constitue un outil de fidélisation précieux pour les professionnelles de l'esthétique.

Quel meilleur moyen de valoriser une cure de soins ou l'utilisation d'un produit, qu'en effectuant des mesures dans le temps et en invitant la cliente à constater les changements obtenus sur la qualité de sa peau ? En pratiquant un diagnostic régulièrement, l'esthéticienne instaure une nouvelle routine beauté qui deviendra peu à peu une évidence pour ses clientes, par exemple lorsqu'elles doivent renouveler leurs produits de soin à domicile.

Pourquoi offrir un diagnostic de peau à une cliente qui ne consomme pas de soin à l'institut ?

Dans chaque institut, il existe une partie de la clientèle qui ne fait jamais de soin visage – et, donc, n'achète jamais de produit. Double perte pour le point de vente... Prenons les clientes qui ne font que des épilations. Pourquoi ne font-elles pas de soin visage ? Les raisons sont variables. Aussi étonnant que cela puisse paraître, certaines ne connaissent pas (ou très mal) la carte de soins de l'institut. D'autres n'ont qu'une vague idée de la marque avec laquelle travaille l'esthéticienne. Il y a même des clientes qui vont se faire épiler dans un institut et font des soins visage dans un autre ! Prévoir 10 minutes supplémentaires pour offrir un diagnostic de peau à ces clientes, à la fin d'une épilation, va aider l'esthéticienne à promouvoir son savoir-faire. Et dans un nombre de cas non négligeable, ce service débouchera sur la vente de prestations ou de produits. Voici un peu de temps « perdu » qui peut significativement booster l'activité de l'institut, mais aussi changer son image ! Ainsi, lorsque l'appareil est installé chez le dépositaire, le conseil est de s'appuyer sur ce nouvel outil pour créer une animation visage à l'institut sans écarter les clientes qui ne font jamais de soin.

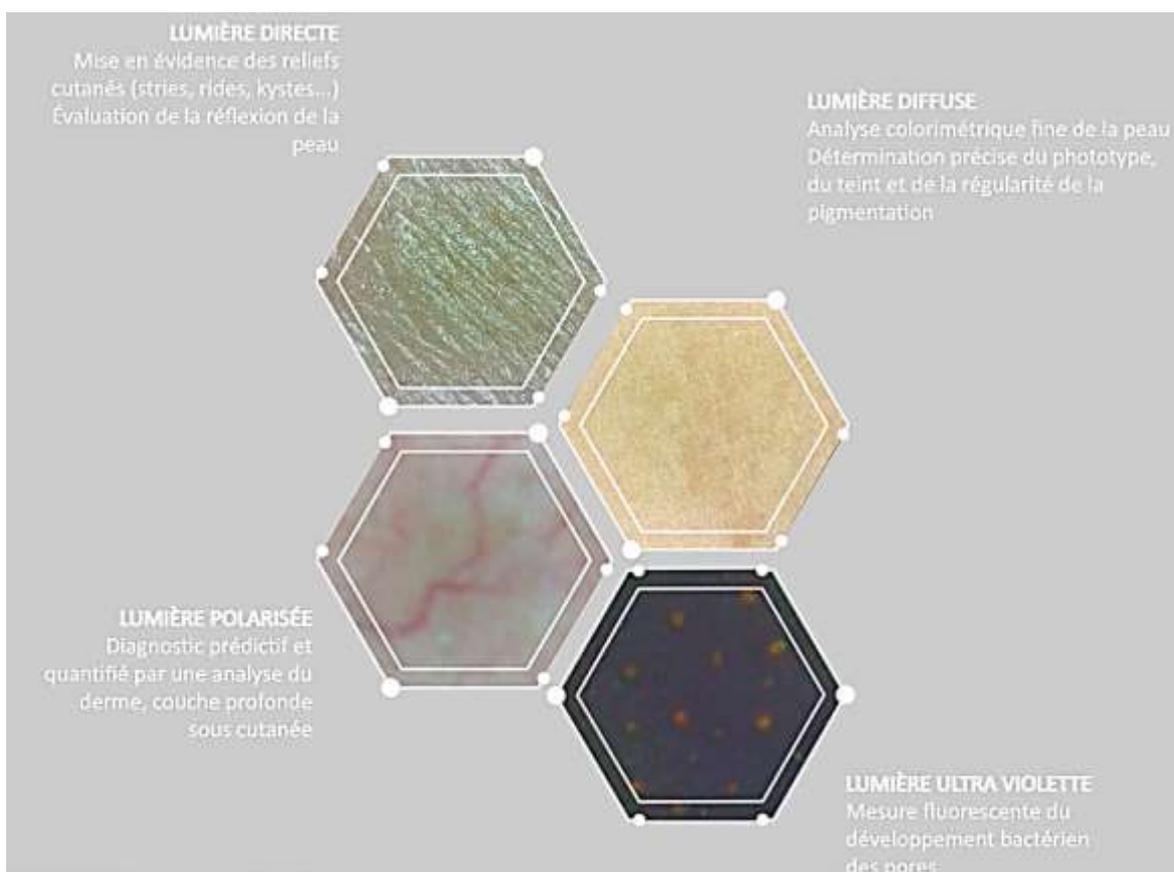
Comment développer le chiffre d'affaires de l'institut grâce au diagnostic de peau assisté par ordinateur ?

Le diagnostic de peau, [...] l'ordonnance beauté, ont toujours été des alliés de poids pour la vente de produits en institut. Le diagnostic assisté par ordinateur apporte une caution scientifique aux prescriptions de l'esthéticienne ; et souvent même, le rapport s'inverse : à l'issue du diagnostic, c'est la cliente qui pose les questions et devient demandeuse de conseils. Aussi, pour les nombreuses professionnelles de beauté qui craignent de faire du « forcing », utiliser un appareil de diagnostic cutané permet d'être plus à l'aise avec la prescription, ce qui se traduit par de meilleurs résultats en vente de produits et de prestations. Nous conseillons par exemple de proposer systématiquement un diagnostic express avant toute prescription ou renouvellement de produits. Lors d'une première visite, offrir une analyse de peau plus approfondie peut également s'intégrer dans un protocole d'accueil ritualisé. Ce sera l'occasion d'une présentation de la marque de soins, de la remise d'une première ordonnance beauté, d'une offre ciblée d'échantillons...

En investissant dans un appareil de diagnostic de peau, l'esthéticienne s'enchaîne à sa marque de soin ?

Chaque marque a sa politique. Le développement d'appareil dit « ouvert » est intéressant. Une professionnelle peut donc travailler avec la marque cosmétique de son choix. Elle garde toujours la main sur son outil. Concrètement, cela signifie que l'esthéticienne peut facilement modifier le paramétrage du logiciel toute seule. Par exemple, elle peut entrer n'importe quelle référence de produit à conseiller dans l'application. Ceci est un critère de choix lorsqu'on investit dans un outil qu'on va utiliser durant plusieurs années...

Annexe 4 - Appareil n°1 de diagnostic de peau connecté, VisioDerm Connect Bioreline



Conditions commerciales et financières	éléments
Montant HT :	Prix unitaire HT : 1197 €
Garantie	5 ans
SAV	Sur site
Compatibilité	Analyseur de peau uniquement
Délai de livraison	15 jours à compter de la réception de la commande
Livraison	Frais de livraison : franco de port pour toute commande supérieure à 4000 €

Annexe 5 - Appareil n°2 de diagnostic de peau connecté Yumi Skincare- Hydraspa face Efficience+ - Made in France

Au coeur de l'Efficienc+

Les outils :

1 CAMERA
Analyse la peau et détecte les problèmes cutanés.

2 SPATULE PEELING
Après un nettoyage et un gommage de la peau, la spatule peeling permet de retirer les points noirs et l'excès de sébum.

3 PULVÉRISATION D'OXYGÈNE
Choix des sérums d'acide de fruit en fonction du type de peau : acide salicylique, acide mandélique et Vitamine C. Puis pulvérisation d'oxygène.

4 HYDRADERMABRASION ET INFUSION DE SÉRUMS
Nettoyage en profondeur des pores par aspiration et infusion de sérums.

Au coeur de l'Efficienc+

Les outils

RADIO FRÉQUENCE
Les ondes émises produisent de la chaleur et améliorent la production de collagène, ayant des effets visibles contre le relâchement de la peau.

ULTRA-SONS
L'ultra-son fait pénétrer les sérums actifs en profondeur.

MARTEAU FROID
Froid : Resserre les pores, réduit les rougeurs, améliore l'élasticité, lisse et adoucit l'apparition des rides.

En Option : LA LUMINOTHERAPIE
Le tunnel LED peut être rajouté à la fin du soin en option afin de finaliser le soin. Les différentes couleurs s'adaptent au problème cutané.

Au coeur de l'Efficienc+

La machine :

Nouvelle machine génération 7 en 1 pour un traitement adapté à tous les types de peau et de diagnostic

Le soin Hydra est sur mesure et personnalisé avec diverses possibilités :
Soin complet - cure - soin par zone -

Compatibilité produits avec d'autres marques



Au coeur de l'Efficienc+

Le kit de démarrage

Machine HydraSPA Face + Pack produit + Formation = 3850€ HT

DESCRIPTIF DU PACK PRODUIT :

- 3 Lotions acide Glycolique « l'initiale » en 100 ml
- 3 Crèmes exfoliantes dermabrasion « la quintessence » en 50 g
- 1 Sérums acide salicylique « la quintessence » en 15 ml
- 1 Sérums acide hyaluronique « la rayonnante » en 15 ml
- 1 Sérums acide mandélique peeling « l'harmonieuse » en 15 ml
- 1 Sérums vitamine C « la vitalisante » en 15 ml
- 1 Kit trio sérums Hydraspa 3x50ml (Sérums VIATMINE C + Sérums acide SALICYLIQUE + Sérums acide MANDELIQUE PEELING)
- 3 Mousse vitamine C en 50ml
- 1 kit marketing (Poster, sticker vitrine, flyers, ordonnance beauté, carte après soin)
- 1 bandeau soin Yumi

FORMATION

Conditions commerciales et financières	éléments
Montant HT :	3850 € HT pour 7 appareils inclus + kit de démarrage produits Yumi
Garantie	2 ans
SAV	Sur site
Compatibilité	Diagnostic de peau et soins sur mesure sauvegardés en historique- Compatibilité matériel Yumi avec produits autres marques
Consommables	Embouts en plastique réutilisables
Formation	au siège social ou sur site pour 1 professionnelle
Délai de livraison	15 jours à compter de la réception de la commande
Livraison	Frais de livraison : franco de port

Annexe 6 - Appareil n°3 de diagnostic de peau connecté Dp Skin-Corpoderm

EXAMEN DES RÉSULTATS D'ANALYSE

RÉSULTATS EXAMEN FACIAL COMPLET

- Afficher les résultats



- Le nombre au-dessus de l'échelle arc-en-ciel correspond à la note standard maximale pour le groupe d'âge auquel le client appartient.
 - Le résultat est la note d'analyse du client
 - La note moyenne différera des résultats si deux images ou plus sont capturées pour le paramètre spécifique de la peau.
- Les résultats de l'analyse faciale complète sont les suivants : pores, taches, rides et cernes.

Conditions commerciales et financières	éléments
Montant HT :	1950 €
Garantie	1 an
SAV	A distance, via téléphone ou application
Compatibilité	Analyseur de peau uniquement
Consommables	A usage unique
Formation	En ligne
Délai de livraison	4 jours
Livraison	Frais de livraison : franco de port

Annexe 7 - Bilan fonctionnel et autres éléments financiers

Bilan fonctionnel «Beauté et conseils» 2022			
Actif stable	136 646	Passif stable	147 446
Immobilisations incorporelles	106 616	Capitaux propres	86 572
Immobilisations corporelles	30 000	Amortissements & provisions	5 708
Immobilisations financières	30	Dettes financières stables	55 166
Actif circulant	15 412	Passif circulant	8 022
Stocks	9 066	Dettes fournisseurs	5 502
Créances clients	5 818	Autres dettes	2 520
Autres créances	528		
Trésorerie active	3 410	Trésorerie passive	-
Disponibilités	3 410	Concours bancaires	
Total actif	155 468	Total passif	155 468

Autres éléments financiers

Résultat net 2022 : 8 650€

Dotations aux amortissements 2022 : 2 800€

Plafond de dettes bancaires autorisé par la banque : ratio d'endettement < 0,7

Capacité d'autofinancement : résultat net + dotations aux amortissements

Ratio d'endettement : (Dettes financières + concours bancaires) / (capitaux propres + amortissements et provisions)

Annexe 8 - Autofinancement ou emprunt, comment financer son projet d'entreprise ?

Autofinancer ses investissements n'est pas toujours une bonne idée. Mieux vaut en effet, éviter de trop prélever dans la trésorerie disponible. Dans quels cas faut-il privilégier le recours à l'emprunt ? Dans quels cas l'autofinancement sera plus approprié ? [...] Comment arbitrer entre emprunt bancaire ou autofinancement ?

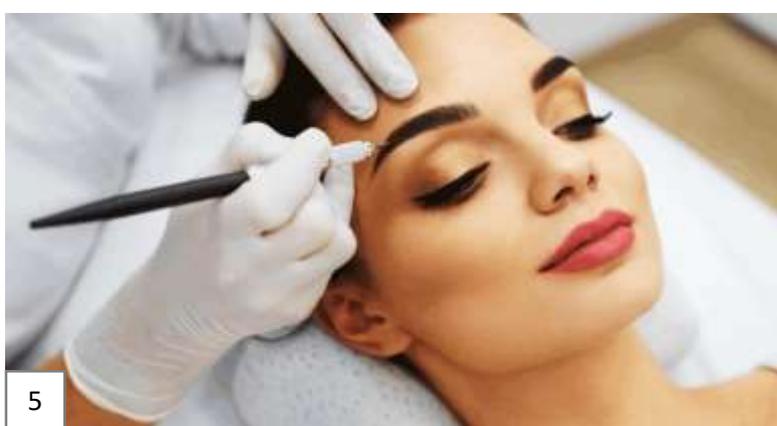
L'autofinancement a ceci d'intéressant qu'il permet d'éviter les coûts inhérents à l'emprunt (intérêts) et par les temps qui courent ou les taux grimpent fortement, cela n'est pas négligeable ! A court terme, quand la trésorerie le permet, il est en effet tentant d'éviter la préparation de fastidieux dossiers de financement et le porte à porte, non moins fastidieux, auprès des banques... Mais si on y regarde de plus près et à long terme, l'autofinancement peut fragiliser la trésorerie de l'entreprise qui pourra moins facilement faire face à un imprévu. Il faut donc, pour chaque investissement s'interroger sur le meilleur moyen de le financer.

Typiquement, on conseillera de recourir à l'emprunt bancaire pour financer tout ce qui se justifie facilement auprès d'un banquier :

- achat de nouveaux équipements pour gagner en productivité ou pour mettre fin à un besoin récurrent de sous-traitance,
- investissements dans des locaux plus grands, etc.

Dans les deux cas toutefois, autofinancement ou prêt bancaire, il faudra bien mesurer la capacité d'autofinancement de l'entreprise. En cas d'emprunt en effet, vos financeurs s'appuieront en partie sur cette fameuse capacité d'autofinancement pour mesurer le risque associé au prêt.

Annexe 9 – Visuels pour le carrousel Facebook





9



10



11



12



13

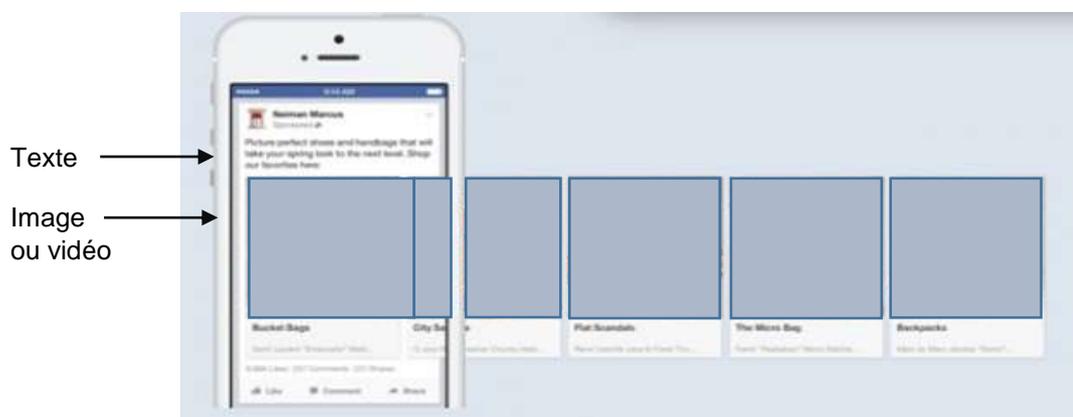


14

Annexe 10 - Publications Carrousel Facebook

« La mode est aux carrousels de produits intégrés dans le flux d'actualité. Instagram a lancé le sien et Facebook passe à la vitesse supérieure avec l'ouverture au grand public de son nouveau format : les publicités en carrousel. »

« Les Carrousel Ads (appelés Annonces Multiproduits à leur lancement) permettent de publier de 4 à 8 images ou vidéos dans une seule annonce pointant vers une ou plusieurs pages d'une description qui leur est propre. »



Annexe 11 - Les principaux indicateurs de performance de Facebook

En France, Facebook totalise 40 millions d'utilisateurs actifs mensuels. Si Facebook perd des parts de marché en France chez les moins de 18 ans, il continue à recruter chez les plus âgés. 51% des utilisateurs français de Facebook sont des femmes, 26% sont diplômés et 15% sont célibataires. 49% des visiteurs quotidiens de Facebook se situent dans la tranche 25-49 ans et 35% parmi les 50 ans et plus.

- 1. Le taux de couverture ou reach permet de savoir combien de personnes ont été touchées par votre publication** : le reach moyen est de 5,17%.
- 2. Le taux d'engagement ou Interactions correspond au nombre de like, commentaires, partages relatifs à une publication** : le taux d'engagement moyen pour un post Facebook (tout type) est de 3,39% ; pour une vidéo de 6,09%, une image de 4,42%, des liens 2,72%, un post simple de 1,44%.
- 3. Le taux de clics ou CTR fait référence au pourcentage de personnes ayant vu la publication qui cliquent sur un lien souvent à l'aide d'un bouton d'appel à action.** Le taux de clics moyen des publicités Facebook ou des publications boostées² est de 1,16% pour le secteur de la beauté.

Annexe 12 – Indicateurs de la campagne Facebook établis sur les 7 premiers jours de la campagne de communication « Beauté et conseils »

Cible de la publication	1000 abonnés de l'institut
Nombre d'abonnés ayant vu la publication	300 abonnés
Nombre d'interactions des abonnés	15 abonnés
Nombre de personnes ayant cliqué sur le lien de réservation du diagnostic gratuit	12 abonnés
Nombre de prestations vendues à l'issue des diagnostics	8 soins
Coût pour une semaine de publication Facebook boostée	70 €
Chiffre d'affaires TTC généré par l'opération	610 €
Coût de revient des prestations	280 €

² Une publication boostée est une publication sur le journal de votre page que vous pouvez diffuser auprès d'une audience de votre choix moyennant une somme d'argent.