

Suivi Meta quotidien — Le Pouvoir du Cocon

Studio Mahaut · Journée analysée : 23 septembre 2026 · Contrôle du 24 septembre 2026, 19:51 (Paris)

Rapport du 23 septembre

La campagne, l'ensemble et les deux annonces sont actifs. Le trafic progresse et le CTR reste solide, mais le coût du trafic augmente nettement et le passage des clics aux vues de page demeure insuffisant.

Indicateur	23 sept.	22 sept.	Évolution
Dépenses	25,19 €	11,44 €	+120,2 %
Impressions / portée	1 500 / 1 041	1 375 / 936	+9,1 % / +11,2 %
Fréquence	1,44	1,47	-1,9 %
Clics / CTR	64 / 4,27 %	56 / 4,07 %	+14,3 % / +0,20 pt
CPC / CPM	0,39 € / 16,79 €	0,20 € / 8,32 €	+92,7 % / +101,8 %
Vues de page	25 (39,1 % clics)	25 (44,6 %)	0 / -5,6 pts
Achats Meta / ventes	0 / 0	1 test / 0 commercial	Aucune vente

Lecture marché

Le CTR de 4,27 % est supérieur au benchmark médian Santé & Bien-être de 3,02 % publié par Triple Whale (2026). Le CPM de 16,79 € se situe entre le repère Meta global de 15,06 \$ et le repère Santé & Bien-être de 21,80 \$. Ces repères sont en dollars, souvent centrés sur les États-Unis et sur des périmètres e-commerce différents : la comparaison est directionnelle. Le CPC n'est pas comparé faute de benchmark récent strictement homogène. Le taux clic → vue de page de 39,1 % est très inférieur au repère opérationnel de 70–90 % cité par The Ad Spend (2026). Sans vente commerciale, CVR et CPA sont non comparables.

Performance des deux annonces — 23 septembre

Annonce	Dép.	Impr.	Clics	CTR	CPC	Vues page
Visuel Problème Éditorial	9,31 €	430	22	5,12 %	0,42 €	10
Visuel Bénéfice Chambre enfant	15,88 €	1 070	42	3,93 %	0,38 €	15

Le visuel Problème obtient le meilleur CTR ; le visuel Bénéfice apporte davantage de volume avec un CPC légèrement plus bas. Aucun achat n'est attribué le 23 septembre : ne pas couper une création sur cette seule journée.

Ventes confirmées

Système.io ne contient aucune transaction le 23 septembre. La transaction de 67 € du 22 septembre appartient à Maud et correspond à un achat test : elle est bien payée et attribuée par Meta, mais exclue des ventes commerciales. Résultat commercial de la campagne à ce stade : 0 vente confirmée.

Recommandation

Ne modifier ni budget ni annonces aujourd'hui. Faire contrôler en priorité le chargement mobile du tunnel et le déclenchement de la vue de page : 39,1 % seulement des clics deviennent des vues de page. Surveiller aussi le CPM et le CPC demain avant toute décision créative.

Rapport global — cumul du 21 au 23 septembre

Attribution Meta : 7 jours clic / 1 jour vue · Systeme.io : source de vérité commerciale

Indicateur	Cumul
Dépenses	40,45 €
Impressions / portée	3 612 / 2 498
Fréquence	1,45
Clics / CTR	136 / 3,77 %
CPC	0,30 €
Vues de page	52 (38,2 % des clics)
Achats Meta	1 — achat test Maud
Ventes commerciales confirmées	0
CPA / ROAS commercial	Non calculable

Performance cumulée par annonce

Annonce	Dép.	Impr.	Clics	CTR	CPC	LPV	Achats
Visuel Problème Éditorial	15,05 €	1 270	50	3,94 %	0,30 €	17	1 test
Visuel Bénéfice Chambre enfant	25,40 €	2 342	86	3,67 %	0,30 €	35	0

Statuts et sécurité

Campagne active · Ensemble actif · Deux annonces actives · Budget quotidien configuré : 20 €. La dépense du 23 septembre (25,19 €) dépasse le budget quotidien affiché ; ce point est à surveiller, sans modification automatique. Aucun budget, statut, ciblage, enchère ni contenu publicitaire n'a été modifié. Aucun Bid Cap n'a été appliqué.

Sources

Windsor.ai / connecteur Facebook pour les données Meta ; Systeme.io pour les transactions. Benchmarks : Triple Whale, Meta Ads Benchmarks 2026 — Health & Wellness ; Triple Whale, Global Meta Ads CPM 2026 ; The Ad Spend, Click-to-Landing-Page-View benchmark 2026. Les différences de devise, pays, objectif, mix média et fenêtre d'attribution limitent toute comparaison directe.