

Suivi Meta quotidien - Le Pouvoir du Cocon

Studio Mahaut - Journée analysée : 24 septembre 2026 - Contrôle du 25 septembre 2026, 11:01 (Paris)

Rapport du 24 septembre

La campagne, l'ensemble et les deux annonces sont actifs. La journée apporte davantage de clics malgré moins d'impressions. La qualité du passage vers la page s'améliore nettement et 1 nouveau prospect réel est confirmé.

Indicateur	24 sept.	23 sept.	Évolution
Dépenses	24,45 €	25,19 €	-2,9 %
Impressions / portée	1 071 / 736	1 500 / 1 041	-28,6 % / -29,3 %
Fréquence	1,46	1,44	+1,0 %
Clics / CTR	67 / 6,26 %	64 / 4,27 %	+4,7 % / +1,99 pt
CPC	0,36 €	0,39 €	-7,3 %
Clics lien / vues page	27 / 22	39 / 25	-30,8 % / -12,0 %
LPV / clics lien	81,5 %	64,1 %	+17,4 pts
Prospects réels	1	2	-1
Achats Meta / ventes	0 / 0	0 / 0	Aucune vente

Lecture marché

Le CTR de 6,26 % dépasse la médiane Santé & Bien-être de 3,02 % publiée par Triple Whale en 2026. Ce benchmark agrège plus de 40 000 marques sur août 2025-juillet 2026 et reste directionnel : marché surtout e-commerce, devise et attribution différentes. Le ratio vues de page / clics lien atteint 81,5 %, dans le repère opérationnel 70-90 % cité par FixAds. Le CPC, la portée, la fréquence et les volumes sont non comparables faute de référence récente strictement homogène. Sans vente commerciale, CPA et ROAS sont non comparables.

Performance des deux annonces - 24 septembre

Annonce	Dép.	Impr.	Portée	Clics	CTR	CPC	Lien	LPV
Visuel Problème Éditorial	15,02 €	632	515	49	7,75 %	0,31 €	15	14
Visuel Bénéfice Chambre enfant	9,43 €	439	279	18	4,10 %	0,52 €	12	8

Le visuel Problème domine sur le CTR, le CPC et les vues de page. Le volume reste court et aucune vente commerciale n'est observée : ne pas couper automatiquement le second visuel.

Prospects, ventes et Hotjar

Système.io confirme 1 nouveau prospect réel le 24 septembre. Cumul du 21 au 24 : 3 prospects réels et 5 inscriptions internes/test exclues. Aucune vente commerciale n'est confirmée. La transaction de 67 € du 22 septembre appartient à Maud et reste classée comme achat test payé, exclu des ventes commerciales. La session Hotjar liée au prospect du 24 vient d'un mobile Facebook Android et montre le formulaire complété sans rage click ni retour arrière.

Recommandation

Ne modifier ni budget ni annonces aujourd'hui. Conserver la diffusion et surveiller si le ratio clic lien vers vue de page reste au-dessus de 70 %. Poursuivre le contrôle du chargement mobile, car le cumul de 61,2 % depuis le 21 reste insuffisant.

Rapport global - cumul du 21 au 24 septembre

Attribution Meta : signal publicitaire - Systeme.io : source de vérité commerciale

Indicateur	Cumul
Dépenses	64,90 €
Impressions / portée	4 683 / 3 059
Fréquence	1,53
Clics / CTR	203 / 4,33 %
CPC	0,32 €
Clics lien / vues page	121 / 74 (61,2 %)
Prospects réels	3
Inscriptions internes / tests	5
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	Lien	LPV	Achats
Visuel Problème Éditorial	30,07 €	1 902	99	5,21 %	0,30 €	45	31	1 test
Visuel Bénéfice Chambre enfant	34,83 €	2 781	104	3,74 %	0,33 €	76	43	0

Statuts et sécurité

Campagne active - Ensemble actif - Deux annonces actives - Budget quotidien configuré : 20 €. La dépense du 24 septembre atteint 24,45 €, soit 22,3 % au-dessus du montant journalier affiché ; surveillance uniquement. Aucun budget, statut, ciblage, enchère ni contenu publicitaire n'a été modifié. Aucun Bid Cap n'a été appliqué.

Sources et limites

Windsor.ai / connecteur Facebook pour Meta ; Systeme.io pour prospects et transactions ; Hotjar pour les parcours chargés. Benchmarks : Triple Whale, Facebook Ad Benchmarks by Industry, mise à jour 18 août 2026 (CTR Santé & Bien-être 3,02 %, CPM 21,80 USD) ; FixAds, CTR alto ma poche conversioni nelle Facebook Ads, 2026 (repère clic lien vers vue de page 70-90 %). Les écarts de devise, pays, objectif, mix média et attribution limitent les comparaisons.

<https://www.triplewhale.com/blog/facebook-ads-benchmarks>

<https://fixads.it/it/blog/high-ctr-low-conversions-facebook-ads>