

S O C R A T E C H

X

Pilloon

Bilan de votre stratégie vidéo

26 vidéos publiées · du 4 mars au 26 août 2026

Ce qu'il faut retenir

26

vidéos produites

77 publications sur vos réseaux

36 908

vues cumulées

toutes plateformes confondues

695

interactions

j'aime, commentaires, partages,
enregistrements

1,9 %

taux d'engagement

interactions rapportées aux vues

Vos comptes partaient de zéro, et ces 26 vidéos ont installé Pilloon sur Instagram, Facebook et TikTok, avec une publication chaque mercredi de mars à août. Elles ont réuni 36 908 vues, dont 6 850 pour la plus regardée. Pour un lancement, ces résultats sont encourageants et vous laissent une base solide pour passer à un nouveau lot.

Chiffres relevés dans Metricool, l'outil qui publie et mesure vos vidéos, le 28 septembre 2026, pour la période du 4 mars au 26 août 2026. Chaque vidéo est comparée aux autres vidéos de la série, jamais à des moyennes extérieures.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Le plus dur d'un lancement est fait : chaque nouvelle vidéo partira désormais d'un compte qui a déjà un historique et une audience.

La mission en un coup d'œil

Période

du 4 mars au 26 août 2026, soit 25,1 semaines

Tournage : 9 janvier 2026

Première publication le 4 mars 2026

Dernière publication le 26 août 2026

26 vidéos publiées, 77 publications au total

Rythme constaté : 1,0 vidéo par semaine

VUES PAR PLATEFORME SUR LA PÉRIODE



CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Une seule journée de tournage a alimenté vos trois réseaux chaque semaine, de mars à août.

Résultats par plateforme

PLATEFORME	PUBLICATIONS	VUES	PORTÉE / IMPRESSIONS	INTERACTIONS	TAUX D'ENGAGEMENT	ABONNÉS
Instagram	25	6 953	5 956	198	2,9 %	248 (+228)
Facebook	26	3 840	n. d.	12	0,3 %	.
TikTok	26	26 115	n. d.	485	1,9 %	.

Instagram

6 953

vues

2,9 %

taux d'engagement

278

vues par publication

8 s

visionnage moyen

Sur Instagram, la série a fait 6 953 vues, et c'est là que votre audience réagit le plus, avec un taux d'engagement de 2,9 %.

Facebook

3 840

vues

0,3 %

taux d'engagement

148

vues par publication

5 s

visionnage moyen

Facebook apporte 3 840 vues et passe de 70 vues en mars à 1 050 en juillet. Il remonte peu d'interactions, ce qui rend son taux d'engagement peu lisible.

TikTok

26 115

vues

1,9 %

taux d'engagement

1 004

vues par publication

485

interactions

TikTok porte 70,8 % des vues, avec une médiane de 651 vues par publication, trois fois celle d'Instagram. Votre vidéo la plus vue y a fait 6 403 vues à elle seule.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR L'essentiel de la visibilité de la série est venu de TikTok, où une seule vidéo a touché plusieurs milliers de personnes.

Les 10 vidéos de la série les plus vues

#	VIDÉO		VUES CUMULÉES	INSTAGRAM	FACEBOOK	TIKTOK	INTERACTIONS	TAUX D'ENG.
01	Tout ce qu'on entend sur l'investissement ne se ... 29 AVR. · FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK		6 850	306	141	6 403	88	1,3 %
02	Surcoté ou sous-coté côté argent ? 5 AOÛT · FACEBOOK, TIKTOK, INSTAGRAM		2 603	333	248	2 022	41	1,6 %
03	On oppose souvent le PEA et l'assurance-vie co... 10 JUIN · FACEBOOK, TIKTOK, INSTAGRAM		2 326	176	192	1 958	33	1,4 %
04	La vraie question n'est pas : "Combien je peux in... 18 MARS · FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK		2 264	346	14	1 904	29	1,3 %
05	La bourse, ce n'est pas un casino. 22 JUIL. · FACEBOOK, TIKTOK, INSTAGRAM		2 086	856	301	929	35	1,7 %
06	Comment éviter de te faire arnaquer par un pse... 1ER JUIL. · FACEBOOK, TIKTOK, INSTAGRAM		2 085	200	252	1 633	21	1,0 %
07	La bourse, c'est souvent une machine à regret. 6 MAI · FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK		1 712	255	120	1 337	24	1,4 %
08	Attention aux idées reçues sur l'investissement. 22 AVR. · FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK		1 637	381	215	1 041	25	1,5 %
09	Attention aux conseils d'investissement que tu ... 24 JUIN · FACEBOOK, TIKTOK, INSTAGRAM		1 446	172	219	1 055	22	1,5 %
10	Tout ce qu'on entend sur l'investissement ne se ... 29 JUIL. · FACEBOOK, TIKTOK, INSTAGRAM		1 243	219	214	810	31	2,5 %

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Avec plus de deux fois et demie les vues de la deuxième, la note sur 10 est le format à décliner en priorité.

Les 3 vidéos de la série qui ont le mieux fonctionné



1

29 AVRIL 2026 · 45 S

Tout ce qu'on entend sur l'investissement ne se vaut pas.

6 850 vues

88 interactions
1,3 % d'engagement
6,1 × la médiane de vos vidéos
Facebook 141, Instagram 306, TikTok 6 403

POURQUOI ÇA A FONCTIONNÉ

Chaque réflexe reçoit une note sur 10, et le spectateur la compare aussitôt à ce qu'il fait lui-même.



2

5 AOÛT 2026 · 28 S

Surcoté ou sous-coté côté argent ?

2 603 vues

41 interactions
1,6 % d'engagement
2,3 × la médiane de vos vidéos
Facebook 248, TikTok 2 022, Instagram 333

POURQUOI ÇA A FONCTIONNÉ

Le verdict porte sur des choix que tout le monde connaît, comme la résidence principale ou les cryptomonnaies.



3

10 JUIN 2026 · 1 MIN 26 S

On oppose souvent le PEA et l'assurance-vie comme s'il fallait absolument choisir l'un...

2 326 vues

33 interactions
1,4 % d'engagement
2,1 × la médiane de vos vidéos
Facebook 192, TikTok 1 958, Instagram 176

POURQUOI ÇA A FONCTIONNÉ

Elle répond à une question de débutant et rassure : les deux enveloppes peuvent se compléter.

PART DES VUES CAPTÉE PAR CES VIDÉOS

Vos 3 meilleures vidéos : 32 % des vues

23 autres vidéos : 68 %



CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Vos trois meilleures vidéos tranchent une question que votre cible se pose déjà, un modèle simple à reproduire.

Ce qui a moins fonctionné dans la série

 EN RETRAIT 11 MARS 2026 · 32 S On démonte quelques idées reçues 470 vues 21 interactions 4,5 % d'engagement 0,4 × la médiane de vos vidéos Facebook 9, TikTok 297, Instagram 164 HYPOTHÈSE Sortie la deuxième semaine, avec une accroche qui annonce des idées reçues sans dire lesquelles.	 EN RETRAIT 1ER AVRIL 2026 · 43 S Arrête de croire tout ce qu'on te raconte sur l'investissement. 487 vues 13 interactions 2,7 % d'engagement 0,4 × la médiane de vos vidéos Facebook 16, Instagram 164, TikTok 307 HYPOTHÈSE Elle part de la même idée que votre vidéo la plus vue, mais elle est sortie quand vos comptes démarraient à peine.	 EN RETRAIT 12 AOÛT 2026 · 41 S On tranche vos dilemmes d'investisseur 566 vues 23 interactions 4,1 % d'engagement 0,5 × la médiane de vos vidéos Facebook 8, TikTok 320, Instagram 238 HYPOTHÈSE Ses dilemmes ne concernent pas les mêmes personnes, et aucun ne retient tout le monde.
---	--	---

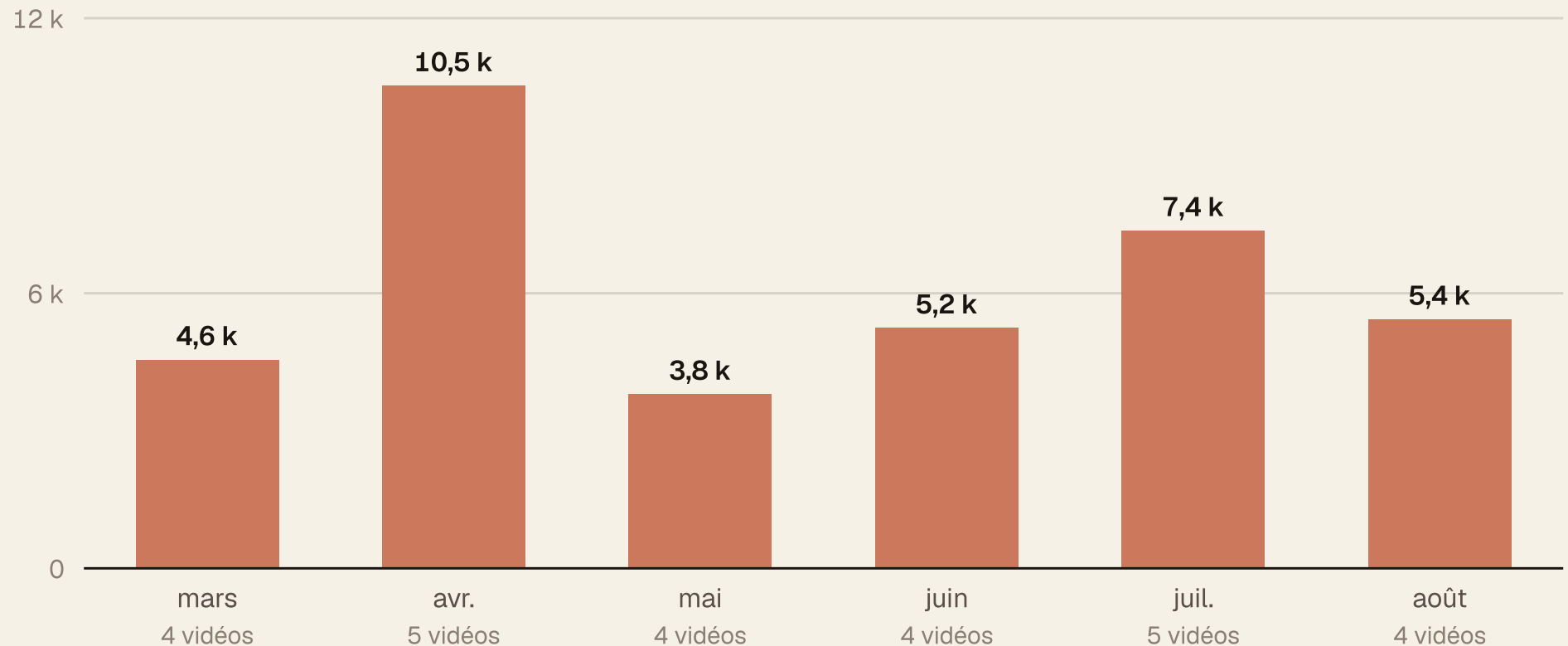
CE QUE CES VIDÉOS NOUS APPRENNENT

Deux de ces vidéos sont sorties dans le premier mois, quand vos comptes démarraient, et toutes les trois ont peu circulé sur TikTok. Le vrai ou faux a très bien marché ailleurs dans la série : l'écart vient plutôt des premières secondes.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Ces vidéos ont perdu leur public dès les premières secondes, alors que leurs sujets intéressent votre cible.

Vos vues mois par mois

VUES ET VIDÉOS PUBLIÉES PAR MOIS (2026)

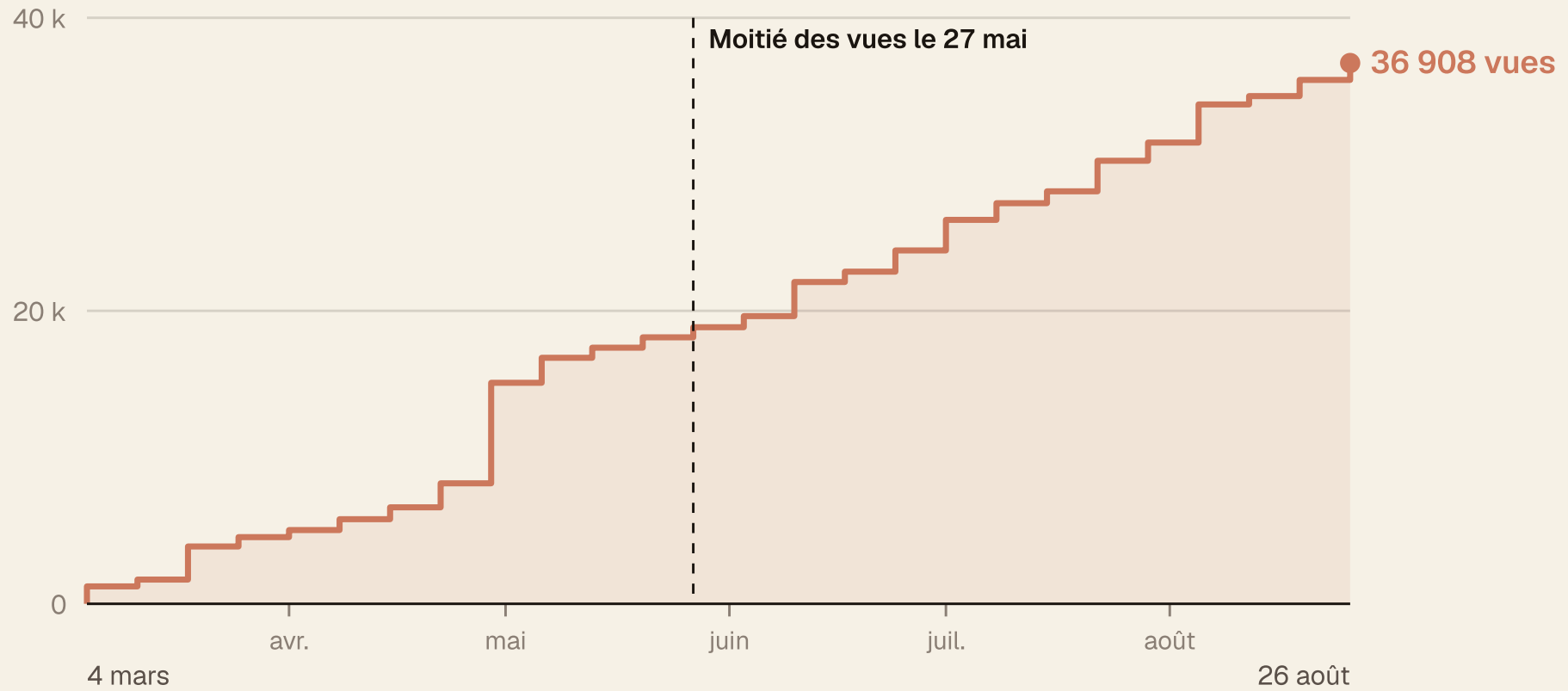


Les vues atteignent 10 526 en avril, portées par la note sur 10, puis remontent de 3 797 en mai à 7 363 en juillet. Sur Instagram, le compte passe de 20 à 248 abonnés, et la hausse s'accélère à partir de juin.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Après le creux de mai, les vues remontent chaque mois jusqu'en juillet, et la série finit plus haut qu'elle n'a commencé.

L'élan de la série

VUES CUMULÉES, JOUR APRÈS JOUR

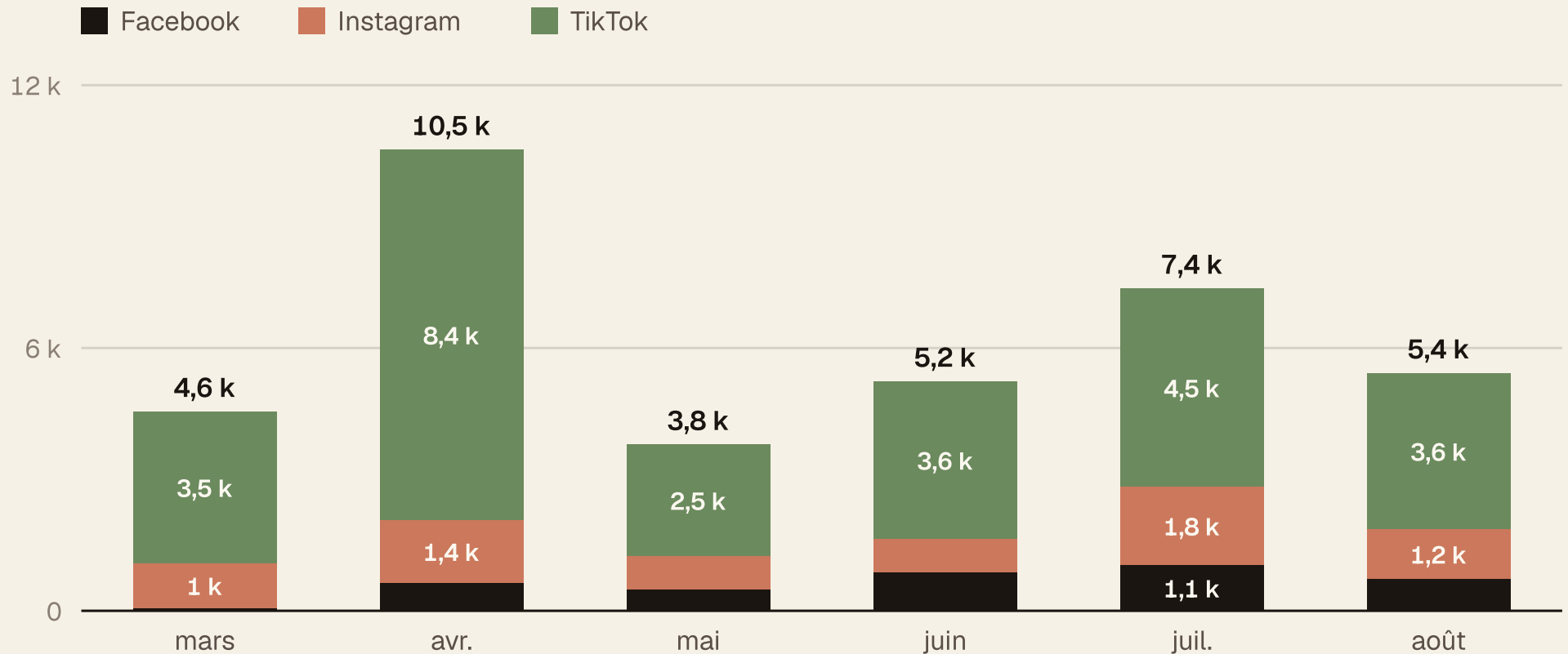


La moitié des vues était atteinte le **27 mai 2026**, 12 semaines après la première publication. Les 13 vidéos suivantes ont apporté l'autre moitié.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Chaque mercredi a fait grossir le total, avec un vrai saut fin avril quand la note sur 10 a pris sur TikTok.

D'où viennent vos vues

VUES PAR PLATEFORME, MOIS PAR MOIS



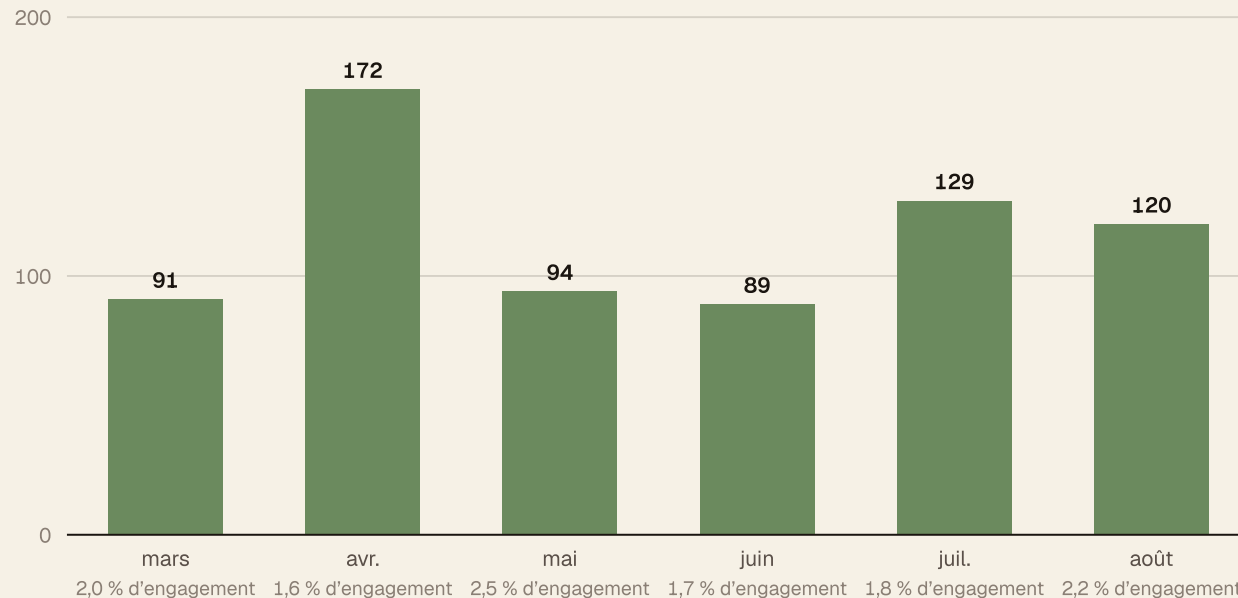
TikTok apporte 70,8 % de vos vues sur la période. Instagram 18,8 % · Facebook 10,4 %

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Publier la même vidéo sur les trois réseaux ne demande aucun effort de plus, et Facebook, presque absent en mars, pèse bien plus en fin de série.

Ce que votre audience a fait

INTERACTIONS PAR MOIS, ET TAUX D'ENGAGEMENT DU MOIS



DE QUOI SONT FAITES VOS INTERACTIONS

603

j'aime

50

commentaires

29

partages

13

enregistrements

695 interactions sur la période, dont **13 enregistrements** : des vidéos gardées pour y revenir plus tard.

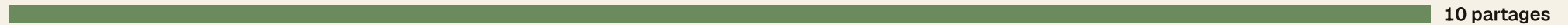
CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Votre audience aime les vidéos mais commente peu, et des scripts qui posent une question l'inviteraient à répondre.

Les vidéos de la série les plus partagées

LES PLUS PARTAGÉES

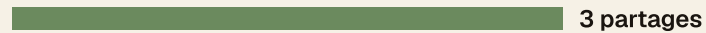
Tout ce qu'on entend sur l'investissement ne se vaut pas.

29 avr. · 6 850 vues



Rembourser son crédit immobilier par anticipation : bonne...

15 juil. · 812 vues



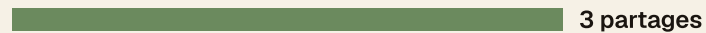
On tranche vos dilemmes d'investisseur

12 août · 566 vues



On note les réflexes d'investissement

26 août · 1 152 vues



Surcoté ou sous-coté côté argent ?

5 août · 2 603 vues



Un partage, c'est un spectateur qui fait votre publicité auprès de son réseau.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Un partage fait découvrir Pilloon à quelqu'un qui ne vous suivait pas, et la note sur 10 en a déclenché plus que n'importe quelle autre vidéo.

Ce que les vidéos de la série retiennent

LES 10 VIDÉOS LES PLUS REGARDÉES, EN PART DE LEUR DURÉE

En Bourse, on entend tout et son contraire.

13 mai · regardée 10 s en moyenne sur une vidéo de 31 s

32,1 % de la vidéo vue

Investir, ce n'est pas réservé aux gens qui ont déjà beaucoup...

19 août · regardée 9 s en moyenne sur une vidéo de 28 s

31,4 % de la vidéo vue

Surcoté ou sous-coté côté argent ?

5 août · regardée 8 s en moyenne sur une vidéo de 28 s

28,6 % de la vidéo vue

La bourse, ce n'est pas un casino.

22 juil. · regardée 9 s en moyenne sur une vidéo de 36 s

25,8 % de la vidéo vue

Tout ce qu'on entend sur l'investissement ne se vaut pas.

29 avr. · regardée 10 s en moyenne sur une vidéo de 45 s

21,4 % de la vidéo vue

Tout ce qu'on entend sur l'investissement ne se vaut pas.

29 juil. · regardée 6 s en moyenne sur une vidéo de 33 s

18,7 % de la vidéo vue

Attention aux idées reçues sur l'investissement.

22 avr. · regardée 7 s en moyenne sur une vidéo de 41 s

18,0 % de la vidéo vue

On tranche vos dilemmes d'investisseur

12 août · regardée 7 s en moyenne sur une vidéo de 41 s

17,9 % de la vidéo vue

On note les réflexes d'investissement

26 août · regardée 7 s en moyenne sur une vidéo de 43 s

16,4 % de la vidéo vue

On démonte quelques idées reçues

11 mars · regardée 5 s en moyenne sur une vidéo de 32 s

15,7 % de la vidéo vue

Mesure disponible sur Facebook et Instagram uniquement : TikTok ne fournit pas la durée de visionnage.

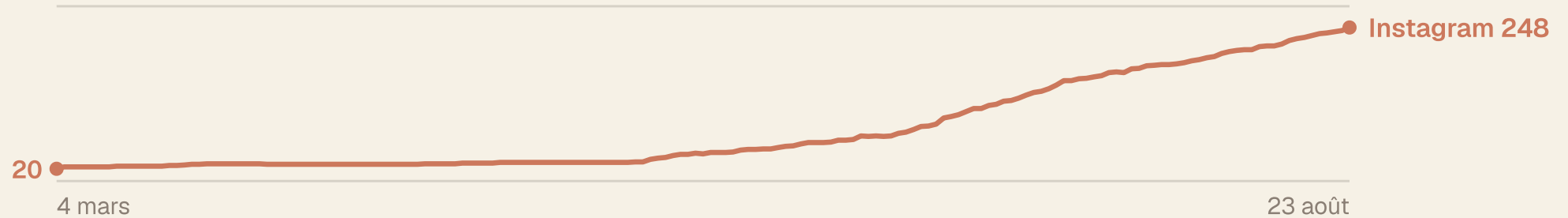
En moyenne, vos vidéos sont regardées **7 s**, soit 15,4 % de leur durée. Les premières secondes décident de tout.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Les vidéos courtes sont regardées sur une bien plus grande part de leur durée, d'où l'intérêt de resserrer les prochains scripts.

Vos abonnés sur la période

ABONNÉS, PLATEFORME PAR PLATEFORME

Instagram



+228

abonnés Instagram gagnés

20 au début, 248 à la fin

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Le compte Instagram est parti de presque rien et grandit plus vite depuis juin : vous avez maintenant une première communauté à qui parler.

Ce qui fait la force du projet

FORCE 1

Une marque installée sur trois réseaux

Vos comptes ont été créés au lancement du projet. Une vidéo chaque mercredi, de mars à août, leur a donné l'historique que vous vouliez avant de lancer la publicité.

FORCE 2

Des formats de jeu qui font réagir

Deux de vos trois vidéos les plus vues sont des jeux, la note sur 10 et le surcoté ou sous-coté. Un verdict clair sur une idée reçue donne envie de comparer avec son propre avis.

FORCE 3

Un discours sérieux qui inspire confiance

Les vidéos expliquent sans jamais promettre de gains rapides, comme vous le souhaitiez. Celles sur les arnaques et sur « La bourse, ce n'est pas un casino » comptent parmi les plus vues de la série.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR La série a trouvé un ton qui inspire confiance et des formats qui font réagir, deux acquis que nous garderons.

Ce que nous proposons d'améliorer

AXE 1

Des vidéos scriptées trop longues

CONSTAT

Au-delà d'une minute, les vidéos scriptées sont regardées sur **13,9 % de leur durée au plus**, contre jusqu'à 32,1 % pour les formats courts.

SOLUTION PROPOSÉE

Des scripts plus serrés, sous la minute, avec l'idée principale dès la première phrase.

AXE 2

Une audience qui aime mais commente peu

CONSTAT

La série n'a reçu que **50 commentaires** sur ses 26 vidéos : les spectateurs réagissent surtout d'un « j'aime ».

SOLUTION PROPOSÉE

Une autre tonalité d'écriture, plus directe, qui prend position et pose des questions au spectateur.

AXE 3

Instagram et Facebook restent en retrait

CONSTAT

Une publication fait en médiane 219 vues sur Instagram et 175 sur Facebook, contre **651 sur TikTok**.

SOLUTION PROPOSÉE

Des vidéos sponsorisées, écrites pour la publicité, avec nos conseils pour choisir le public et le budget.

CE QUE NOUS CHANGEONS POUR LA SUITE

- Travailler les premières secondes de chaque vidéo, là où le spectateur décide de rester.
- Reprendre les sujets qui ont marché, comme le PEA ou les idées reçues, sous de nouveaux angles.
- Écrire les scripts avec la méthode que nous avons développée depuis votre tournage.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Ces trois pistes se testent dès le prochain tournage, sans rien perdre de ce que la série a construit.

La suite que nous vous proposons

Nous vous proposons de repartir sur un nouveau lot de vidéos. Cette première série a lancé vos comptes et installé la marque en ligne, et la suivante peut en profiter avec **d'autres formats et une autre tonalité**. Si vous prévoyez un budget publicitaire, c'est aussi le moment de préparer des vidéos pensées pour être sponsorisées.

PROPOSITION 1

Un **nouveau tournage**, avec des scripts plus courts et davantage de formats de jeu.

PROPOSITION 2

Des **vidéos sponsorisées**, écrites dès le départ pour porter un budget publicitaire auprès de votre cible.

PROPOSITION 3

Notre **conseil sur vos campagnes** : quelles vidéos pousser, auprès de qui et avec quel budget.

LES FORMULES

Une nouvelle série de 12 vidéos

RECOMMANDÉ

Des conditions préférentielles réservées à nos clients pour une nouvelle série de 12 vidéos, que Nicolas vous détaillera.

Vous gardez la même équipe et le même rythme de publication, avec des sujets et des formats renouvelés à partir des enseignements de ce rapport.

Passer à une série de 24 vidéos

Plus de vidéos par tournage, un coût par vidéo plus bas et une présence plus régulière.

Le bon choix si vous voulez tenir une cadence de deux publications par semaine sur plusieurs mois sans multiplier les journées de tournage.

Conditions valables 30 jours à compter de la réception de ce rapport.

Recommandez-nous, nous nous occupons de tout

Beaucoup de nos clients refont un second tournage gratuitement, grâce à notre programme d'affiliation.

12 000 €

signés par vos recommandations

exemple

30 %

reversés en crédit vidéo

sur le montant hors taxes signé

3 600 €

de crédit pour vous

soit un tournage offert

Les entreprises que vous nous recommandez signent 12 000 € : vous recevez 3 600 € de crédit vidéo, soit votre prochain tournage entièrement offert. Le crédit se déduit de votre prochaine série : vous ne payez rien, vous n'avancez rien.

ÉTAPE 1

Vous nous donnez un nom

Une entreprise de votre entourage qui gagnerait à faire de la vidéo : un client, un fournisseur, un confrère.

ÉTAPE 2

Nous faisons tout le reste

Nicolas la contacte en votre nom, présente Socratech, organise l'échange et construit la proposition. **Vous n'avez rien à gérer.**

ÉTAPE 3

Vos vidéos deviennent gratuites

Si cette entreprise signe, vous recevez 30 % du montant en crédit vidéo. Assez de recommandations, et votre prochaine série ne vous coûte rien.

COMMENT FAIRE

Répondez au mail qui accompagne ce rapport avec **un nom et un contact.** Nicolas s'occupe du reste et vous tient au courant.

Prochaines étapes

ÉTAPE 1

Un échange de 30 minutes

Nous parcourons ce bilan ensemble avec Nicolas et nous notons vos retours.

ÉTAPE 2

Le choix de la suite

Nouvelle série, montée en gamme ou pause : vous décidez, et vous pouvez nous recommander une entreprise.

ÉTAPE 3

La planification

Si vous repartez, nous calons la date du prochain tournage et la préparation des sujets.

VOTRE CONTACT POUR LA SUITE

Nicolas

nicolas.o@agence-ovb.fr

[Réserver un créneau avec Nicolas](#)

Merci pour votre confiance

Vous partiez de zéro, et Pilloon a maintenant des comptes actifs et une bibliothèque de 26 vidéos. Nous serions heureux de continuer avec vous.

S O C R A T E C H X P I L L O O N