

S O C R A T E C H

X

Valoy Conseil

Bilan de votre stratégie vidéo

21 vidéos publiées · du 6 mars au 2 juillet 2026

Ce qu'il faut retenir

21

vidéos publiées

83 publications sur 4 plateformes

55 315

vues cumulées

toutes plateformes confondues

1 668

interactions

j'aime, commentaires, partages,
enregistrements

3,0 %

taux d'engagement

interactions rapportées aux vues

Vos vidéos ont été vues 55 315 fois entre mars et juillet, sur LinkedIn, TikTok, Instagram et Facebook, avec un taux d'engagement de 3 %. Les 12 vidéos de votre série en portent 69,3 %. Ce qui a le mieux marché : les questions directes au dirigeant sur un chiffre qu'il connaît, comme « Votre TRS vous fait-il perdre de l'argent ? », vue 5 921 fois.

Chiffres relevés dans Metricool, l'outil qui publie et mesure vos vidéos, le 17 septembre 2026, pour la période du 6 mars au 2 juillet 2026. Chaque vidéo est comparée aux autres vidéos de vos comptes, jamais à des moyennes extérieures. Pour LinkedIn, qui ne fournit pas de compteur de vues, les impressions sont comptées comme des vues.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Vos vidéos ont touché 55 315 fois une audience de professionnels, et les 12 vidéos de la série en portent près de 70 %.

La mission en un coup d'œil

Période

du 6 mars au 2 juillet 2026, soit 17 semaines

Tournage : 5 mars 2026

Première publication le 6 mars 2026

Dernière publication le 2 juillet 2026

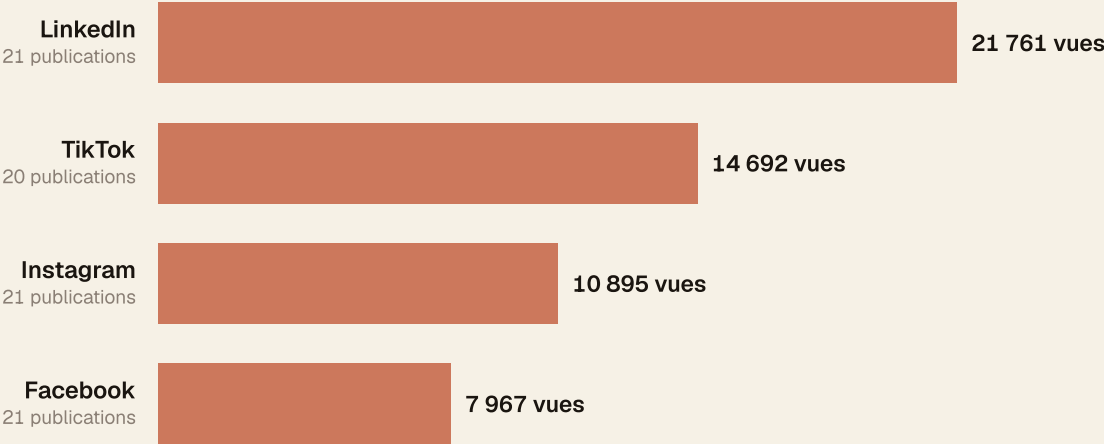
21 vidéos publiées, 83 publications au total

Rythme constaté : 1,2 vidéo par semaine

À SAVOIR SUR LES DONNÉES

- 2 publications qui ne sont pas des vidéos (photos, carrousels ou textes) ont été écartées du bilan.

VUES PAR PLATEFORME SUR LA PÉRIODE



Pour LinkedIn, qui ne fournit pas de compteur de vues, les impressions sont comptées comme des vues.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Une série tenue sur quatre mois et quatre réseaux en même temps, à plus d'une vidéo par semaine.

Résultats par plateforme

PLATEFORME	PUBLICATIONS	VUES	PORTÉE / IMPRESSIONS	INTERACTIONS	TAUX D'ENGAGEMENT
Instagram	21	10 895	7 821	393	3,6 %
Facebook	21	7 967	n. d.	134	1,7 %
TikTok	20	14 692	n. d.	560	3,8 %
LinkedIn	21	21 761	21 761	581	2,7 %

Instagram

10 895
vues

3,6 %
taux d'engagement

519
vues par publication

9 s
visionnage moyen

3,6 % d'engagement, avec des commentaires et des enregistrements. C'est là que votre audience réagit le plus.

Facebook

7 967
vues

1,7 %
taux d'engagement

379
vues par publication

7 s
visionnage moyen

14,4 % des vues mais peu de réactions, 1,7 %. Utile pour être vu, moins pour échanger.

TikTok

14 692
vues

3,8 %
taux d'engagement

735
vues par publication

560
interactions

26,6 % des vues. Il vous fait découvrir par des gens qui ne vous connaissaient pas du tout.

LinkedIn

21 761
vues

2,7 %
taux d'engagement

1 036
vues par publication

581
interactions

Votre premier réseau, et de loin : 39,3 % des vues. C'est là que se trouvent les industriels qui peuvent vous appeler.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR LinkedIn est votre premier canal, pas Instagram : c'est là que se trouvent les industriels qui peuvent vous appeler.

SOCRATECH X VALOY CONSEIL · RAPPORT DE FIN DE MISSION · DU 6 MARS AU 2 JUILLET 2026 PAGE 4 / 23

Vos vidéos les plus vues

#	VIDÉO		VUES CUMULÉES	INSTAGRAM	FACEBOOK	TIKTOK	LINKEDIN	INTERACTIONS	TAUX D'ENG.
01	Votre TRS vous fait-il perdre de l'argent ? 3 AVR. · FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, TIKTOK		5 921	1 235	813	1 271	2 602	188	3,2 %
02	Votre usine s'agite... mais rien n'avance  7 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK		4 174	1 212	688	514	1 760	149	3,6 %
03	Vos micro-arrêts sont des voleurs de temps... 16 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK		3 942	799	713	668	1 762	116	2,9 %
04	Ce nouvel investissement va accélérer votre... 1ER MAI · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK		3 339	446	484	1 023	1 386	85	2,6 %
05	Votre stock est un anesthésiant pour votre... 23 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, TIKTOK, INSTAGRAM		3 182	485	693	616	1 388	98	3,1 %
06	Sans standard, pas de performance durable. 14 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK		3 106	614	274	891	1 327	78	2,5 %
07	Tout améliorer, c'est tout bloquer. 12 MAI · FACEBOOK, LINKEDIN, TIKTOK, INSTAGRAM		2 735	362	728	895	750	72	2,6 %
08	Votre TRS est une illusion qui masque la... 21 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK		2 677	441	176	859	1 201	87	3,3 %
09	Vos gains de productivité sont-ils vraiment... 9 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK		2 601	504	94	426	1 577	81	3,1 %
10	Votre organisation s'épuise sur des détails... 28 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK		2 566	254	393	914	1 005	100	3,9 %

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Les vidéos qui sortent du lot posent toutes une question directe au dirigeant sur un chiffre qu'il connaît.

Les 3 vidéos qui ont le mieux fonctionné



1

3 AVRIL 2026 · FACEBOOK,
INSTAGRAM, LINKEDIN,
TIKTOK · 1 MIN 06 S

**Votre TRS vous fait-il perdre
de l'argent ?**

5 921 vues

188 interactions

3,2 % d'engagement

2,5 × la médiane de vos vidéos
Facebook 813, Instagram 1 235,
LinkedIn 2 602, TikTok 1 271

POURQUOI ÇA A FONCTIONNÉ

Une question simple sur un chiffre
que tout industriel connaît, avec de
l'argent en jeu. On veut savoir si on
est concerné.



2

7 AVRIL 2026 · FACEBOOK,
LINKEDIN, INSTAGRAM,
TIKTOK · 59 S

**Votre usine s'agite... mais
rien n'avance** ⚙️

4 174 vues

149 interactions

3,6 % d'engagement

1,8 × la médiane de vos vidéos
Facebook 688, LinkedIn 1 760,
Instagram 1 212, TikTok 514

POURQUOI ÇA A FONCTIONNÉ

Une image que tout dirigeant
reconnaît : l'usine qui s'agite sans
avancer. On reste pour comprendre
pourquoi.



3

16 AVRIL 2026 ·
FACEBOOK, LINKEDIN,
INSTAGRAM, TIKTOK ·
1 MIN 01 S

**Vos micro-arrêts sont des
voleurs de temps invisibles** ⌚

3 942 vues

116 interactions

2,9 % d'engagement

1,7 × la médiane de vos vidéos
Facebook 713, LinkedIn 1 762,
Instagram 799, TikTok 668

POURQUOI ÇA A FONCTIONNÉ

Les « voleurs de temps » : une
formule qui rend visible un
problème invisible. On regarde pour
savoir où ils se cachent.

PART DES VUES CAPTÉE PAR CES VIDÉOS

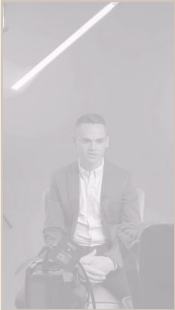
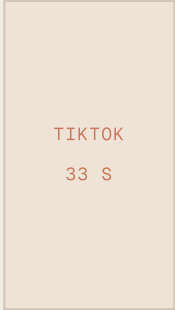
Vos 3 meilleures vidéos : 25 % des vues

18 autres vidéos : 75 %

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Ce qui fait la différence n'est pas le sujet mais la première phrase : une question, un chiffre, un problème reconnaissable.

Ce qui a moins fonctionné

 EN RETRAIT 6 MARS 2026 · INSTAGRAM, FACEBOOK, LINKEDIN · 16 S Une journée un peu particulière chez Valoy Conseil. 1 284 vues 51 interactions 4,0 % d'engagement 0,5 × la médiane de vos vidéos Instagram 469, Facebook 165, LinkedIn 650 HYPOTHÈSE Une vidéo de coulisses publiée le premier jour, avant que l'audience soit là.	 TIKTOK 33 S EN RETRAIT 18 JUIN 2026 · LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK · 33 S 🤔 Vrai ou Faux ? 1 715 vues 45 interactions 2,6 % d'engagement 0,7 × la médiane de vos vidéos LinkedIn 222, Facebook 235, Instagram 299, TikTok 959 HYPOTHÈSE L'accroche ne dit pas de quoi on parle. Le spectateur doit attendre pour le savoir, et il n'attend pas.	 LINKEDIN 57 S EN RETRAIT 8 MAI 2026 · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK · 57 S Votre planning rempli à 100 % va vous générer des retards. 1 755 vues 65 interactions 3,7 % d'engagement 0,7 × la médiane de vos vidéos Facebook 302, LinkedIn 624, Instagram 368, TikTok 461 HYPOTHÈSE La promesse est bonne mais la vidéo donne sa réponse trop vite. Il manque la surprise.
--	---	---

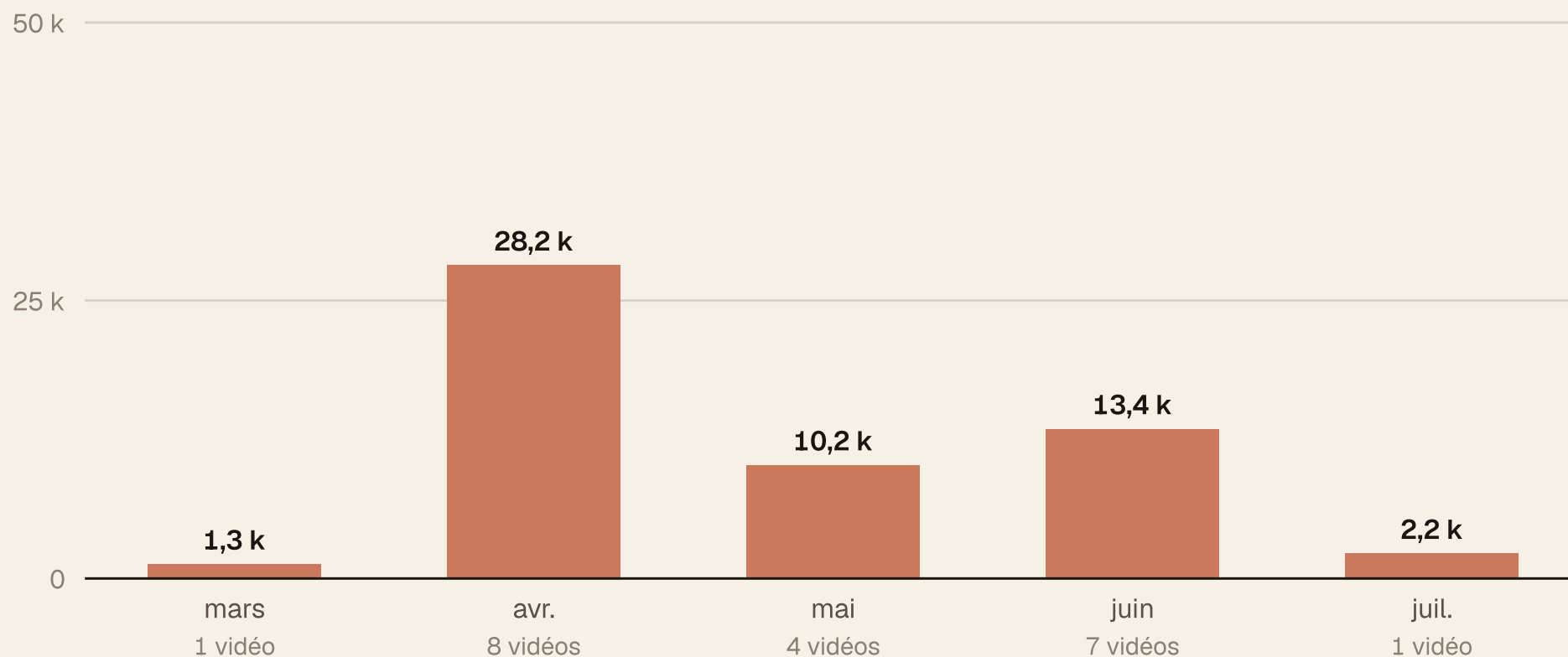
CE QUE CES VIDÉOS NOUS APPRENNENT

Les vidéos les plus en retrait sont les moins typiques : une vidéo de coulisses du tournage, et des formats sans accroche écrite qui laissent le spectateur deviner le sujet. Les sujets techniques n'ont pas moins marché que les autres. Ce qui fait l'écart, c'est la première phrase.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Aucune de ces vidéos n'a échoué sur son sujet. Elles ont échoué sur leur accroche ou sur leur moment de publication.

Vos vues mois par mois

VUES ET VIDÉOS PUBLIÉES PAR MOIS (2026)

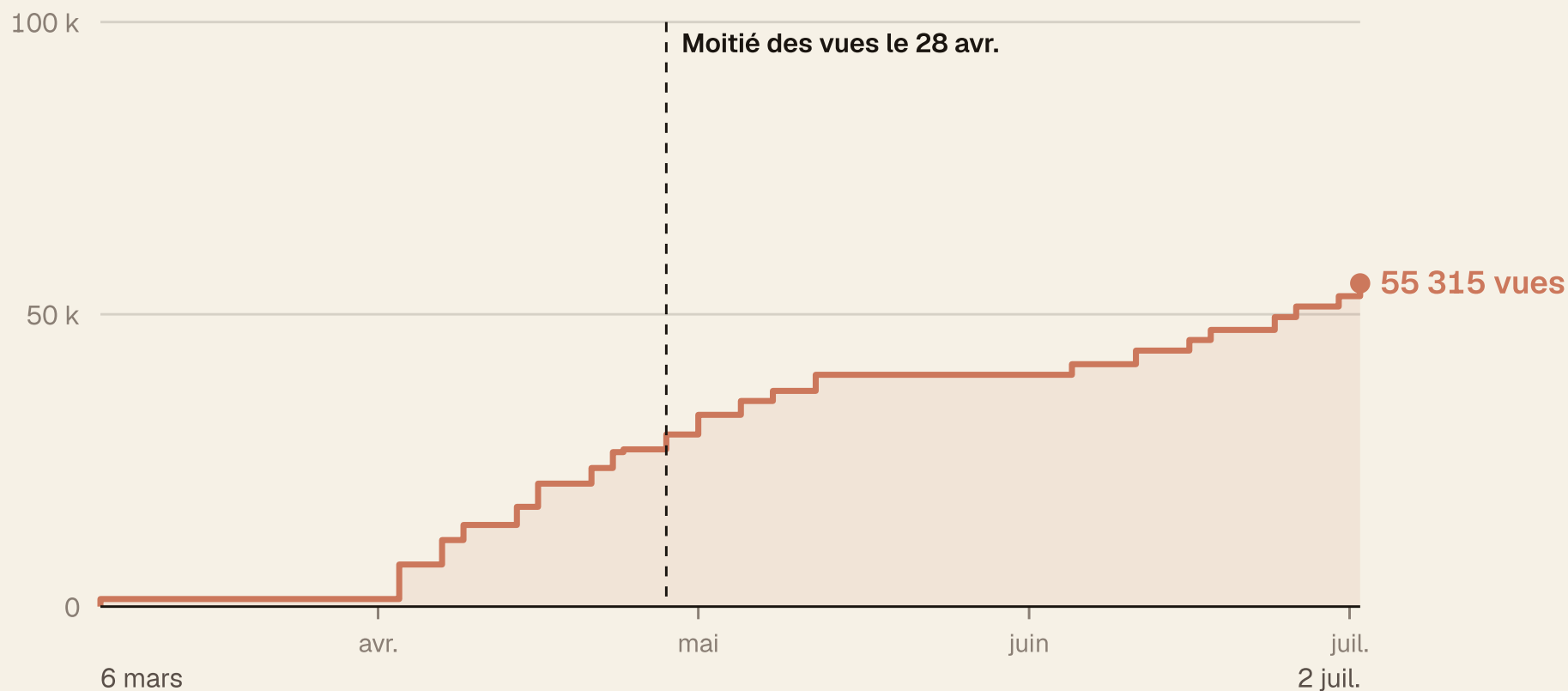


Avril concentre l'essentiel : 8 vidéos et 28 169 vues, juste après le tournage. Mai ralentit avec la fin de la série, juin remonte grâce au stock restant.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Le mois qui suit le tournage concentre l'essentiel des vues. Plus on attend pour publier, plus on perd.

L'élan de la série

VUES CUMULÉES, JOUR APRÈS JOUR

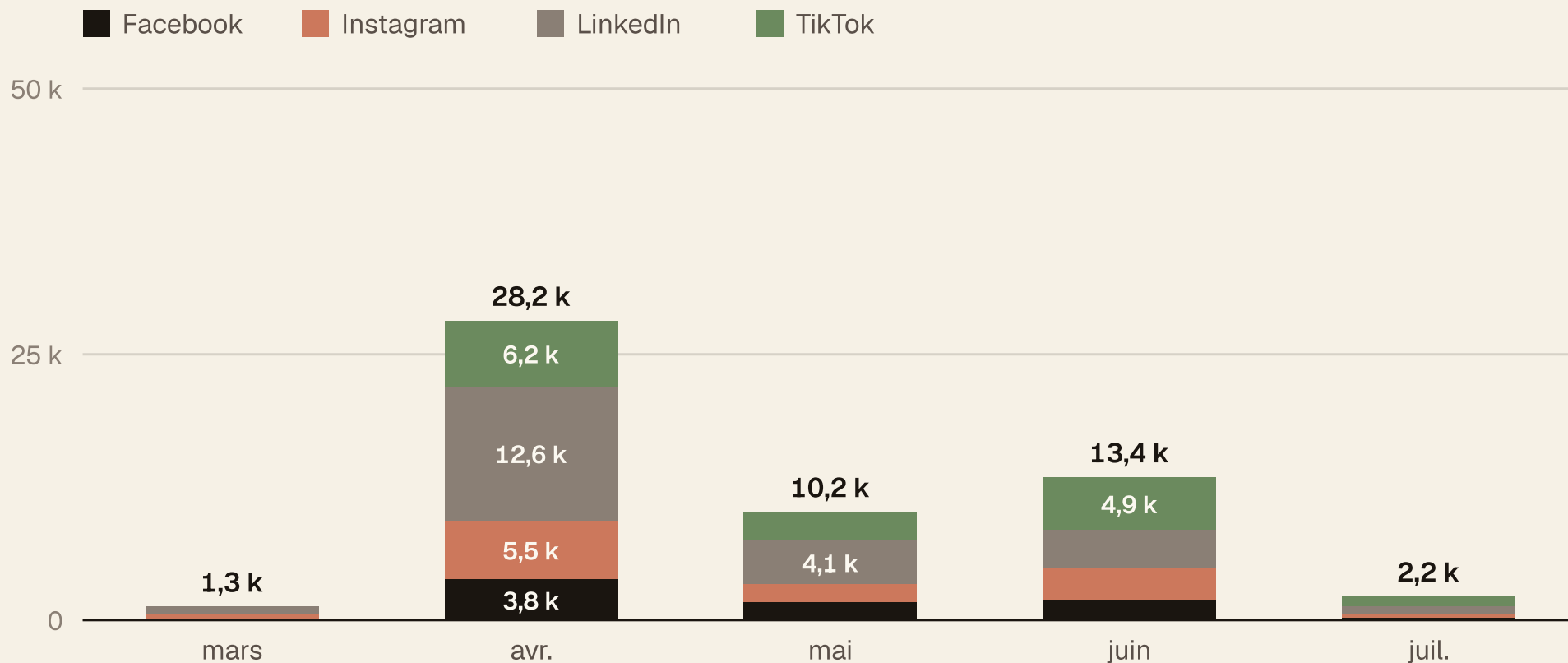


La moitié des vues était atteinte le **28 avril 2026**, 8 semaines après la première publication. Les 12 vidéos suivantes ont apporté l'autre moitié.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR La moitié des vues arrive en huit semaines. Une série se joue vite après le tournage.

D'où viennent vos vues

VUES PAR PLATEFORME, MOIS PAR MOIS

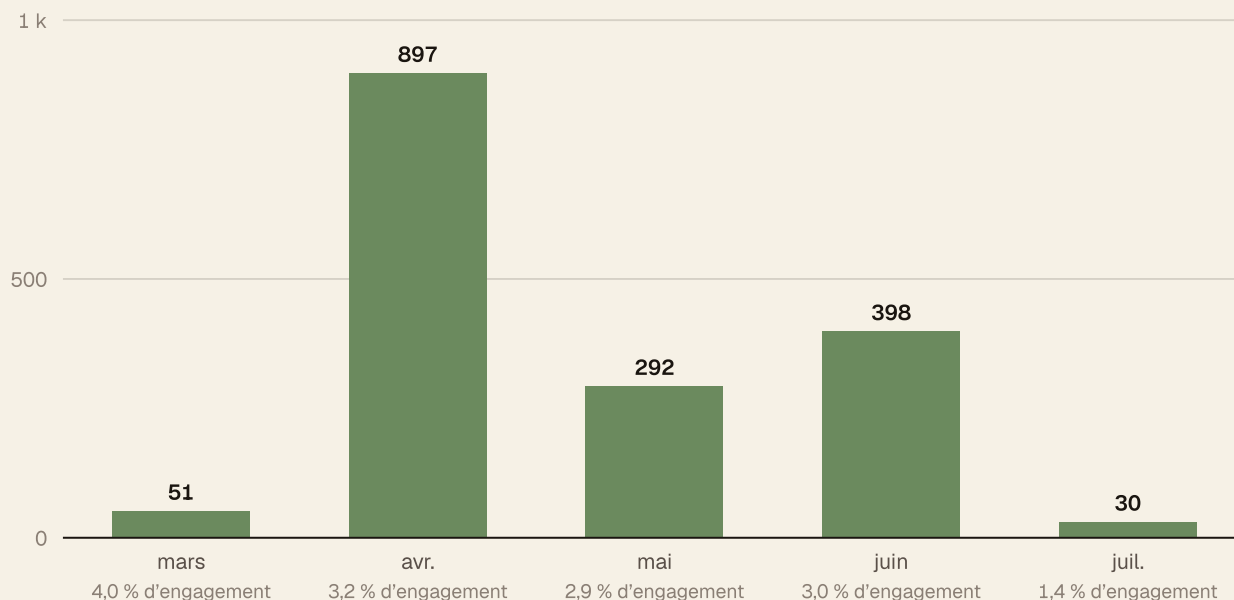


LinkedIn apporte 39,3 % de vos vues sur la période. Instagram 19,7 % · Facebook 14,4 % · TikTok 26,6 %

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Vos vues ne viennent pas d'un seul endroit. Publier partout en même temps multiplie l'audience d'une même vidéo.

Ce que votre audience a fait

INTERACTIONS PAR MOIS, ET TAUX D'ENGAGEMENT DU MOIS



DE QUOI SONT FAITES VOS INTERACTIONS

1 404

j'aime

30

commentaires

223

partages

11

enregistrements

1 668 interactions sur la période, dont **11 enregistrements** : des vidéos gardées pour être revues ou partagées en interne.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Vos vidéos font réagir des gens du métier, pas des curieux : ce sont des interlocuteurs potentiels.

11 / CE QUI A MARCHÉ

Vos vidéos les plus enregistrées et partagées

LES PLUS ENREGISTRÉES

Vos micro-arrêts sont des voleurs de temps invisibles 🕒

16 avr. · 3 942 vues

3 enregistrements

Sans standard, pas de performance durable.

14 avr. · 3 106 vues

2 enregistrements

📄

« Les équipes résistent au changement. »

24 juin · 2 228 vues

2 enregistrements

📄

Beaucoup de managers exigent de la rigueur...

30 juin · 1 758 vues

2 enregistrements

Votre usine est performante mais vos profits ne suivent...

5 mai · 2 361 vues

1 enregistrement

LES PLUS PARTAGÉES

Votre TRS vous fait-il perdre de l'argent ?

3 avr. · 5 921 vues

35 partages

Votre usine s'agite... mais rien n'avance 🌀

7 avr. · 4 174 vues

27 partages

Vos micro-arrêts sont des voleurs de temps invisibles 🕒

16 avr. · 3 942 vues

15 partages

Votre organisation s'épuise sur des détails inutiles...

28 avr. · 2 566 vues

14 partages

Les entreprises les plus performantes ne trouvent pas une...

5 juin · 1 802 vues

14 partages

Une vidéo enregistrée est une vidéo gardée pour être revue ou montrée en interne.

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

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Un enregistrement ou un partage vaut bien plus qu'un j'aime : c'est quelqu'un qui garde votre contenu ou le montre à son équipe.

SOCRATECH X VALOY CONSEIL · RAPPORT DE FIN DE MISSION · DU 6 MARS AU 2 JUILLET 2026

PAGE 12 / 23

Ce que vos vidéos retiennent

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

Une journée un peu particulière chez Valoy Conseil.

6 mars · regardée 8 s en moyenne sur une vidéo de 16 s

48,9 % de la vidéo vue

Vrai ou Faux ?

11 juin · regardée 8 s en moyenne sur une vidéo de 28 s

26,9 % de la vidéo vue

Vrai ou Faux ?

18 juin · regardée 8 s en moyenne sur une vidéo de 33 s

23,9 % de la vidéo vue

Vrai ou Faux ?

26 juin · regardée 8 s en moyenne sur une vidéo de 36 s

20,6 % de la vidéo vue

Vrai ou Faux ?

2 juil. · regardée 7 s en moyenne sur une vidéo de 34 s

19,6 % de la vidéo vue

« Les équipes résistent au changement. »

24 juin · regardée 10 s en moyenne sur une vidéo de 53 s

18,7 % de la vidéo vue

Votre usine s'agite... mais rien n'avance

7 avr. · regardée 10 s en moyenne sur une vidéo de 59 s

16,9 % de la vidéo vue

Vos micro-arrêts sont des voleurs de temps invisibles

16 avr. · regardée 10 s en moyenne sur une vidéo de 1 min 01 s

15,9 % de la vidéo vue

Votre planning rempli à 100 % va vous générer des retards.

8 mai · regardée 9 s en moyenne sur une vidéo de 57 s

15,2 % de la vidéo vue

Votre usine est performante mais vos profits ne suivent pas ?

5 mai · regardée 9 s en moyenne sur une vidéo de 1 min 03 s

15,0 % de la vidéo vue

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

En moyenne, vos vidéos sont regardées **8 s**, soit 16,1 % de leur durée. Les premières secondes décident de tout.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Vos vidéos sont regardées huit secondes en moyenne. Tout se joue dans les trois premières.

Ce que la série a généré

12

vidéos dans la série

sur 21 vidéos publiées sur la période

38 359

vues portées par la série

48 publications sur vos réseaux

69 %

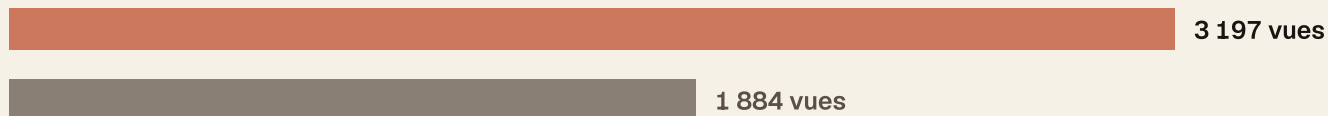
des vues de la période

pour 57 % des vidéos publiées

CE QUE CHANGE UNE VIDÉO DE LA SÉRIE

■ Vidéos de la série ■ Autres publications

Vues moyennes par vidéo



Taux d'engagement



Les vidéos de la série sont identifiées à partir des vidéos livrées sur votre espace partagé et du calendrier de publication, puis retrouvées une à une dans les statistiques. Les autres vidéos parues sur vos comptes pendant la même période sont comptées séparément.

21 vidéos ont été publiées sur vos comptes pendant la période, dont **12** issues de la série. Elles portent **69 % des vues**. Une vidéo de la série est vue **1,7 fois** plus que les autres publications de la période.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Les vidéos produites avec nous sont vues près de deux fois plus que celles publiées sans nous.

Ce qui fait la force du projet

FORCE 1

Des accroches qui bousculent

Vos meilleures vidéos posent une question ou renversent une idée reçue : le TRS, l'agitation, les micro-arrêts. C'est le rôle du consultant, dire ce que l'usine ne veut pas voir.

FORCE 2

Une audience LinkedIn qui répond

21 761 vues sur LinkedIn, soit 39,3 % du total et 581 interactions. Ce sont des gens du métier, et ils répondent.

FORCE 3

Une présence tenue sur quatre réseaux à la fois

21 vidéos et 83 publications entre mars et juillet, sur LinkedIn, Instagram, Facebook et TikTok en même temps.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Vous avez trois acquis solides : des accroches qui bousculent, une audience LinkedIn qui répond, et une présence tenue sur quatre réseaux.

Ce que nous proposons d'améliorer

AXE 1

Garder le spectateur après les premières secondes

CONSTAT

Sur Instagram et Facebook, vos vidéos sont regardées 8 secondes en moyenne, soit 16,1 % de leur durée.

SOLUTION PROPOSÉE

Mettre le chiffre ou la scène qui frappe dans les trois premières secondes, et couper les introductions.

AXE 2

Transformer les vues TikTok en contacts

CONSTAT

TikTok apporte 26,6 % des vues, mais ces gens ne connaissent pas encore Valoy.

SOLUTION PROPOSÉE

Terminer les vidéos les plus vues par un renvoi simple vers un cas concret ou votre site.

AXE 3

Tenir la cadence entre deux séries

CONSTAT

Les vidéos de la série s'arrêtent au 12 mai, et ce que vous avez publié ensuite fait 1 884 vues en moyenne contre 3 197 pour la série.

SOLUTION PROPOSÉE

Enchaîner sur un nouveau tournage avant l'épuisement du stock, pour ne pas laisser le rythme retomber.

CE QUE NOUS CHANGEONS POUR LA SUITE

- Commencer chaque vidéo par une question ou un chiffre qui parle directement au spectateur.
- Traiter LinkedIn comme le réseau principal, et non comme une diffusion de plus.
- Publier à deux jours fixes par semaine pour créer un rendez-vous.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR Trois leviers simples pour la prochaine série : accrocher plus vite, convertir les vues TikTok, et ne pas laisser retomber le rythme.

La suite que nous vous proposons

Notre proposition : **repartir sur une série de 12 vidéos**, en gardant ce qui a marché et en corrigeant ce qui a freiné.

PROPOSITION 1

Refaire une vraie session de sujets concepts : ils tiennent leurs vues et se publient plus longtemps que les sujets d'actualité.

PROPOSITION 2

Écrire les accroches comme **des questions au dirigeant, sur ses chiffres** : TRS, arrêts, stocks, délais.

PROPOSITION 3

Construire la série pour LinkedIn d'abord, puisque c'est là que vous touchez le plus de monde et que l'on vous répond.

LES FORMULES

Une nouvelle série de 12 vidéos

RECOMMANDÉ

Des conditions préférentielles réservées à nos clients pour une nouvelle série de 12 vidéos, qu'Emma vous détaillera.

Vous gardez la même équipe, les mêmes formats et le même rythme de publication, avec des sujets 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.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Repartir sur douze vidéos en gardant ce qui a marché, et en corrigeant ce qui a freiné.

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 **vos** **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

Emma 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. Emma s'occupe du reste et vous tient au courant.

CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Une recommandation qui signe, et votre prochaine série est offerte. Vous n'avez rien à gérer.

Prochaines étapes

ÉTAPE 1

Un échange de 30 minutes

Nous parcourons ce bilan ensemble avec Emma 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

Emma

emma@agence-ovb.fr

Prendre rendez-vous : <https://calendly.com/valentin-agence-ovb/30min>

Toutes vos vidéos (1/3)

#	VIDÉO	VUES	INSTAGRAM	FACEBOOK	TIKTOK	LINKEDIN	INTERACTIONS	ENREG.	PARTAGES	TAUX D'ENG.
01	 Une journée un peu particulière chez Valoy... 6 MARS · INSTAGRAM, FACEBOOK, LINKEDIN	1 284	469	165	.	650	51	0	5	4,0 %
02	Votre TRS vous fait-il perdre de l'argent ? 3 AVR. · FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, TIKTOK	5 921	1 235	813	1 271	2 602	188	0	35	3,2 %
03	Votre usine s'agite... mais rien n'avance  7 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	4 174	1 212	688	514	1 760	149	0	27	3,6 %
04	Vos gains de productivité sont-ils vraiment... 9 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	2 601	504	94	426	1 577	81	0	10	3,1 %
05	Sans standard, pas de performance durable. 14 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	3 106	614	274	891	1 327	78	2	12	2,5 %
06	Vos micro-arrêts sont des voleurs de temps... 16 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	3 942	799	713	668	1 762	116	3	15	2,9 %
07	Votre TRS est une illusion qui masque la réalité... 21 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	2 677	441	176	859	1 201	87	0	10	3,3 %

Toutes vos vidéos (2/3)

#	VIDÉO	VUES	INSTAGRAM	FACEBOOK	TIKTOK	LINKEDIN	INTERACTIONS	ENREG.	PARTAGES	TAUX D'ENG.
08	Votre stock est un anesthésiant pour votre... 23 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, TIKTOK, INSTAGRAM	3 182	485	693	616	1 388	98	0	9	3,1 %
09	Votre organisation s'épuise sur des détails... 28 AVR. · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	2 566	254	393	914	1 005	100	0	14	3,9 %
10	Ce nouvel investissement va accélérer votre... 1ER MAI · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	3 339	446	484	1 023	1 386	85	0	12	2,6 %
11	Votre usine est performante mais vos profits ne... 5 MAI · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	2 361	483	230	335	1 313	70	1	9	3,0 %
12	Votre planning rempli à 100 % va vous générer des... 8 MAI · FACEBOOK, LINKEDIN, INSTAGRAM, TIKTOK	1 755	368	302	461	624	65	0	11	3,7 %
13	Tout améliorer, c'est tout bloquer. 12 MAI · FACEBOOK, LINKEDIN, TIKTOK, INSTAGRAM	2 735	362	728	895	750	72	0	9	2,6 %
14	Les entreprises les plus performantes ne trouvent... 5 JUIN · LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK	1 802	372	293	456	681	66	0	14	3,7 %

Toutes vos vidéos (3/3)

#	VIDÉO	VUES	INSTAGRAM	FACEBOOK	TIKTOK	LINKEDIN	INTERACTIONS	ENREG.	PARTAGES	TAUX D'ENG.
15	 Vrai ou Faux ? 11 JUIN · FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK, LINKEDIN	2 339	947	358	557	477	74	0	8	3,2 %
16	 Les rebuts et les retouches sont souvent le... 16 JUIN · LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK	1 817	293	315	958	251	56	1	6	3,1 %
17	 Vrai ou Faux ? 18 JUIN · LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK	1 715	299	235	959	222	45	0	3	2,6 %
18	 « Les équipes résistent au changement. » 24 JUIN · LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK	2 228	596	245	942	445	75	2	6	3,4 %
19	 Vrai ou Faux ? 26 JUIN · LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK	1 788	221	262	955	350	49	0	1	2,7 %
20	 Beaucoup de managers exigent de la rigueur... 30 JUIN · LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK	1 758	229	263	108	1 158	33	2	4	1,9 %
21	 Vrai ou Faux ? 2 JUIL. · LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK	2 225	266	243	884	832	30	0	3	1,4 %

Merci pour votre confiance

Nous avons pris plaisir à mettre votre expertise en vidéo, et nous sommes prêts pour la suite.

SOCRATECH X VALOY CONSEIL