

# Bilan campagne communication COCITER

Version du 29/01/2019

Ce document présente le bilan de la campagne menée par l'APERe pour le compte de COCITER durant l'automne 2018.

## 1. Activités menées

- Réunions de coordination avec l'équipe de communication de COCITER
- Réalisation d'une stratégie de communication et d'un plan de communication sur base des éléments fournis par Thibault.
- Animation de la page Facebook et mise en avant de la promotion « tarif coopérateur ».
- Création et animation légère du compte Twitter de COCITER (36 tweets).
- Réalisation de deux communiqués de presse (Lancement de la campagne le 27/09 en parallèle à la parution du ranking de Greenpeace le 28/9, changement d'heure le 25/10)
- Production d'un kit de communication avec logos, banniers, communiqués de presse, mail-type à relayer.
- Production de trois lettres d'info :
  - Une pour les clients COCITER envoyée par l'APERe avec demande de relais vers leur réseau (mail type)
  - Une pour les coopérateurs des coopératives associées, envoyée par COCITER vers les coopératives pour relais
  - Une pour les bénéficiaires de la SOWECSOM envoyée par l'APERe grâce à la liste présente sur leur site.
- Production de huit capsules vidéos mettant en scène un acteur imitant des personnalités connues
- Réalisation d'un texte utilisé pour une pub dans un centre culturel

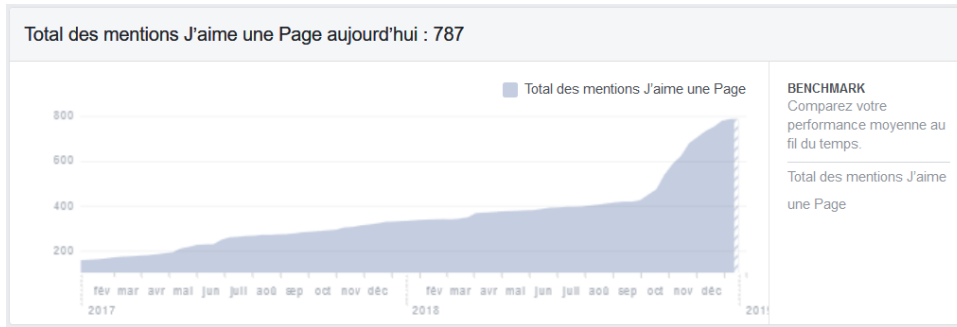
## 2. Revue de presse

- [RTBF](#)
- On n'est pas des pigeons ([lien non disponible](#))
- [L'Avenir](#)
- [Renouvelle](#)
- [L'Echo](#)

## 3. Statistiques Facebook

La visibilité sur Facebook a été fortement améliorée grâce à la campagne, comme en témoigne l'augmentation des mentions « J'aime » depuis fin septembre, de 449 à 787, soit 75% d'augmentation.





La portée des publications de COCITER a également augmenté de façon significative pendant la campagne.



On voit nettement les débuts de la campagne au moment de la publication du classement Greenpeace (fin septembre). Les deux pics sont liés à deux publications-phares :

**Cociter scri**  
Publié par Reso Apere (?) · 14 novembre 2018 ·

C'est le moment de rejoindre Cociter, le tarif coopérateur est disponible pour tou-te-s jusqu'au 31 décembre... avec un tarif particulièrement intéressant en ce mois de novembre.

20/20 au classement Greenpeace des fournisseurs d'électricité pour de l'électricité bio, locale, de saison et... livrée à domicile. 😊

[https://www.cociter.be/devenir-client-de-cociter/...](https://www.cociter.be/devenir-client-de-cociter/) Afficher la suite

Ouvrir dans Messenger

Plus de J'aime, de commentaires et de partages  
Boostez cette publication pour 18 € pour toucher jusqu'à 15 000 personnes.

27 120 Personnes touchées    5 390 Interactions    [Booster la publication](#)

57    11 commentaires 233 partages

J'aime    Commenter    Partager    Buffer

**Cociter scri**  
Publié par Reso Apere (?) · 13 décembre 2018, 11:00 ·

350 nouvelles demandes d'abonnements en novembre, record mensuel, merci à vous !!!

Ferez-vous mieux en décembre ???

L'offre pour tou-te-s de pouvoir profiter du tarif coopérateur est valable jusqu'au 31/12, profitez-en d'ici-là. 😊... Afficher la suite

Plus de J'aime, de commentaires et de partages  
Boostez cette publication pour 18 € pour toucher jusqu'à 15 000 personnes.

6 677 Personnes touchées    1 186 Interactions    [Booster la publication](#)

51    2 commentaires 73 partages

J'aime    Commenter    Partager    Buffer



La mise en avant avec la fonction « boost » a permis d'amener une troisième publication à ce genre de visibilité (7600 vues dont 3776 payées), avec 62 partages. De façon intéressante, la publication a suscité une série de réactions négatives, auxquelles les internautes convaincus par COCITER ont répondu de façon positive de façon spontanée.

Les publications les plus partagées sont celles où l'on demande explicitement de partager, avec des défis engageants.

De façon générale, les messages militants sont les plus partagés. Les personnes actives sont clairement engagées et soutiennent activement COCITER. Elles sont moins sensibles aux messages décalés comme ceux de la mini-campagne qui a mis en scène un acteur imitant des personnalités connues. Les huit capsules ont été vues 675 fois en moyenne, avec des pointes à 1100 vues pour Homer Simpson et Jean-Pierre Foucault.

Malgré les résultats impressionnants sur Facebook, le changement de fournisseur reste un pas difficile à franchir pour les citoyen-ne-s. L'inertie est forte...

## 4. Statistiques Twitter

La création du compte twitter de COCITER s'est faite pour compléter l'offre en réseaux sociaux, mais sa diffusion reste pour l'instant assez confidentielle. Dans la mesure où Fb se montrait efficace, nous avons préféré investir plus de temps dans l'animation de la page où le public était déjà assuré.

Pour l'instant, @COCITER est suivi par 35 personnes.

## 5. Evaluation du fonctionnement

La collaboration entre l'équipe COCITER (Mario, Thibault et Jean-François) et celle de l'APERe s'est avérée très agréable et constructive. Les échanges furent rapides et efficaces. La proposition d'une manière de travailler basée sur un point unique de contact ne s'est pas concrétisée, mais cela n'a pas perturbé la mise en œuvre de la mission, dans la mesure où les interlocuteurs se sont relayés pour faire avancer les choses.

Une étape prévue n'a pas été menée à bien : la communication vers les « amis de nos amis », associations et autres coopératives, à part via le mailing envoyé à la mailing list de la SOWECSOM.

## 6. Budget dépensé

Bonne nouvelle, en termes de temps de travail, le budget dépensé est inférieur à ce qui était prévu : 14 jours ont été utilisés à ce jour.

Nous vous proposons donc d'utiliser les 6 jours restants en janvier-février et de voir ensuite si la collaboration mérite d'être prolongée.



## 7. Propositions pour la suite

- Production de newsletters pour les clients COCITER (création d'un sentiment d'appartenance)
- Communication pour attirer les coopérateurs des coopératives associées (kit com' pour les coopératives et proposition de textes à transférer)
- Mailing pour les clients de COCITER associatifs et PME pour proposer un échange de visibilité (plaquette et présence sur le site) / **Fait le 11/01**
- Contacts vers les associations amies et amies d'amis pour leur proposer d'être clients chez COCITER et de communiquer sur le sujet (en synergie avec les propositions de partenariat pour Bulles d'énergie)
- Communication avec les Grignoux autour de leur adhésion toute fraîche à COCITER (Communiqué de presse commun et plan de communication à préparer ensemble)
- Animation de la page Facebook
- Eventuel développement de Twitter, à discuter

