

HM19

CAS DIGITAL

PRÉSENTÉ PAR

La Fondation  UNIVERSITÉ DE
SHERBROOKE



LA FONDATION DE L'UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE : À LA CONQUÊTE DE SES JEUNES DIPLÔMÉS

Le magazine les Affaires Universitaires publiait récemment un article intitulé « la culture philanthropique dans les universités francophones au Québec » mettant de l'avant que « la philanthropie prend du galon dans les universités francophones québécoises, mais que celles-ci souffrent toujours de la comparaison avec leurs consœurs anglophones... Il faudra une bonne dose de patience pour y arriver. La culture du don reste à bâtir au Québec. ».

L'article montrait aussi que certaines entreprises étaient tellement sollicitées qu'elles avaient atteint un point de saturation, et qu'il était temps pour les fondations universitaires Québécoises de tout mettre en œuvre pour inculquer l'habitude du don chez leurs diplômés.

LA FONDATION DE L'UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE N'ÉCHAPPE PAS À CE CONSTAT !

En effet, pour y répondre chaque année, elle sollicite plus que jamais ses diplômées et diplômés dans le cadre de campagnes promotionnelles annuelles de masse en ligne et hors ligne.

Grâce à des approches multiples, ces sollicitations s'adressent à la base à un large public de diplômés (près de 50000 personnes) qui contribuent aux levées de fonds, avec des dons moyens de 85\$ par année. Segmentés en plusieurs groupes, les diplômées et diplômés sont ciblés par des approches et des messages adaptés à leur historique de contribution et leur période de diplomation.

Ces actions, qui n'incluent pas les rencontres de sollicitation auprès de donateurs et des entreprises susceptibles de contribuer avec des sommes significatives (10 000\$ et plus), ont pour objectif de :

- Sensibiliser les diplômées et diplômés aux réalisations des projets soutenus par la Fondation de l'UdeS;
- Garder un lien annuel avec ses diplômés et garder bien vivant leur sentiment d'appartenance envers leur Université (alma mater);
- Amasser des fonds qui soutiennent des projets facultaires, institutionnels, soutenir le parcours et la réussite des étudiantes et étudiants et permettre à l'Université de Sherbrooke de jouer un rôle de premier plan dans l'évolution de la société;
- Inculquer, développer ou raviver le réflexe philanthropique chez ses diplômés ;
- Garder sa base de données des diplômés à jour et fiable.

LES STRATÉGIES ADOPTÉES PAR LA FONDATION DE L'UDES POUR SA CAMPAGNE 2018-2019

EN LIGNE :

○ EMAILING :

- 4 courriels :
 - 1 courriel de sensibilisation à la campagne universitaire de la Fondation avec une vidéo générale de 52 secondes intitulée « Votre don va plus loin que vous ne le pensez ».
 - 1 courriel de sollicitation avec un vidéo facultaire
 - 1 courriel présentant des vœux du temps des fêtes, photos et remerciements de la part d'étudiantes et d'étudiants
 - 1 courriel de fin de campagne présentant, l'impact des sommes déjà amassées, un remerciement et un « last call »
- Infolettres
 - Bulletin des diplômés : Trois envois courriel par année, présentant des annonces de dons et des nouvelles de diplômées et diplômés
 - Bulletins facultaires : Trois envois courriel par année, présentant le développement et des nouvelles facultaires
- Publiccourrier
 - 1 à 2 envois par année selon le profil du diplômé et ses préférences de correspondance
 - Photos et témoignages d'étudiantes et d'étudiants ayant bénéficié de dons dans le cadre de leurs études;

○

○ PLATE-FORME DE SOCIOFINANCEMENT

- Initialement développée spécifiquement pour soutenir les projets du Vert & Or.
Sur www.jedonneenligne.org/lafondation-udes/campagne/vert_et_or/
- Présentation de projets spécifiques pour chacune des équipes du Vert & Or
- Partagé à l'automne par plus de 300 étudiantes et étudiants athlètes annuellement, cette campagne dépasse ses objectifs de 30 000\$ depuis sa création en 2017

○ FACEBOOK

- Facebook des diplômées et diplômés
 - Nouvelles de diplômées et diplômés publiées en moyenne deux fois par jour
 - Appel de mise à jour des coordonnées dans la période de déménagement publié en moyenne deux fois par année.

- Présentation des campagnes
- Capsules animées montrant les impacts des dons
- **FACEBOOK DU VERT & OR**
 - Plus de 11918 abonnés en date du 10 février 2019
 - Mise en valeur une à deux fois par mois au courant de l'automne, des progrès du sociofinancement.
 - Suivi des résultats des compétitions des équipes du Vert & Or et performances des étudiants-athlètes.
 - Invitation au souper bénéfice qui a lieu au printemps de chaque année
 - Mise en valeur du recrutement de nouveaux athlètes
- **LINKEDIN**
 - Quelques publications possibles sur le LinkedIn institutionnel de l'UdeS, présentant les campagnes de la Fondation
 - Capsules animées montrant les impacts des dons
 - Annonces de dons corporatifs
- **SITE WEB SPÉCIALEMENT CRÉÉ POUR LA FONDATION**
 - Information détaillée sur la mission, le descriptif, les impacts des dons de la Fondation et les membres du conseil d'administration
 - Capsules vidéos informationnelles / Vidéos de remises de bourses
 - Formulaire de dons / Paiement en ligne (www.jedonneenligne.org)

HORS LIGNE

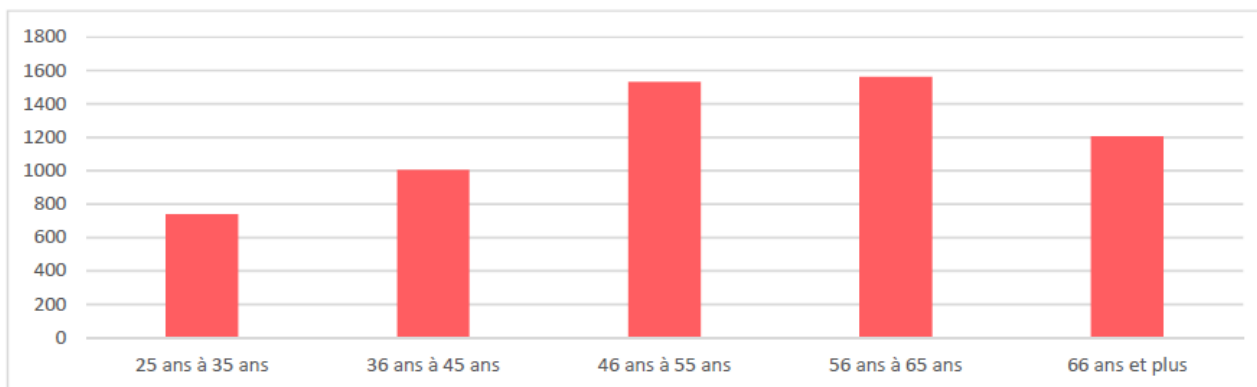
- Présence d'un ou des membres de la Fondation aux cérémonies de remises de bourses facultaires.
 - Les remises de bourses annuelles se déroulent par faculté et se produisent entre le mois de novembre et le mois d'avril.
 - Le nombre de bourses remises est différent pour chacune des facultés. Il peut varier entre 25 et 80 bourses.
 - Les sommes distribuées varient habituellement entre 1000\$ et 2000\$, bien que quelques bourses rarissimes puissent dépasser 4000\$.

- Affiches de sensibilisation
 - De trois à dix affiches différentes dans chacune des facultés, présentant des donateurs de tout âge et des bénéficiaires
- Appels téléphoniques
 - Entre septembre et mai, l'appel par année de la part d'un étudiant ou d'une étudiante de l'Université de Sherbrooke. L'appel permet de sensibiliser les différentes clientèles et de mettre les coordonnées des personnes contactées à jour.

LES JEUNES DIPLÔMÉS DE L'UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

Durant la dernière année, la Fondation a sollicité près de 50000 personnes, dont 36% de jeunes diplômés âgés entre 25 et 35 ans. Cependant, cette catégorie a affiché un taux de participation de 9% uniquement, avec un don moyen de 42,49\$, comparativement aux autres catégories ayant un taux de participation moyen de 34% et un don moyen de 81,55\$. De plus, face aux courriels reçus, les plus jeunes ont eu un taux d'ouverture de 30,5% comparativement à 48% chez les autres clientèles; malgré l'intérêt de la Fondation de remplacer progressivement ses donateurs vieillissants, il n'en demeure pas moins qu'au vu de ses données la jeune clientèle est difficile à rejoindre, à acquérir et à fidéliser.

Nombre de donateurs par catégories d'âges



	Nombre de personnes approchées	Nombre de personnes officiellement rejointes	Taux de participation	Don moyen	Retour sur investissement
Jeunes diplômés	18 139	2 680	9%	42.49\$	-85%
Toutes nos clientèles	49 740	18 875	34%	81.55\$	78%

Voici quelques profils de la clientèle ciblée des jeunes diplômés de 25-35 ans :

Philippe-Antoine	Un diplômé qui débute sa carrière. A eu son diplôme l'année dernière en Génie et il a un emploi depuis sa diplomation dans la région. Lors de ses études, il a fait des stages coop et il a bénéficié d'une bourse d'excellence. Depuis la dernière année, il a déjà déménagé deux fois. Il connaît bien la Fondation, parce que lors de ses études, il a participé à une remise de bourse et au financement du Studio de Création grâce à son implication dans son association étudiante.
Youssef	Un ancien athlète du Vert & Or soccer, qui a bénéficié de bourses décernées pour aider les étudiants-athlètes. Il est diplômé depuis 3 ans et il fait des remplacements en enseignement de l'éducation physique dans des établissements scolaires de la Montérégie. Il aimerait avoir sa permanence et il regarde pour acheter un condo avec sa conjointe puisqu'elle est enceinte. Sa connaissance de la Fondation est plutôt modérée, puisqu'elle est attribuable aux bourses reçues.
Emma	Diplômée depuis 5 ans de l'École de gestion, elle a un emploi stable, mais très demandant à Gatineau depuis 2 ans. Pour répondre aux exigences de son emploi qui la passionne, elle travaille plus de 60 heures par semaine. Durant ses études, elle n'a pas bénéficié de bourses d'études, mais elle a utilisé les infrastructures du laboratoire de simulation boursières. Si on lui demande, elle pense que la Fondation en aurait peut-être financé une partie.
Rosalie	Diplômée du baccalauréat et de la maîtrise en pharmacologie de l'Université de Sherbrooke. Elle fait actuellement son postdoctorat à Stanford. Elle ne sait pas à quel endroit elle se posera suite à ses études. Les demandes sont aussi fortes à l'international qu'au Canada. Elle connaît très bien la Fondation, parce que lors

	de ses études à l'Université de Sherbrooke, elle a travaillé au centre d'appels et elle a bénéficié de coupons d'aide alimentaire.
Pierre-Maxime	Diplômé en adaptation scolaire depuis 8 ans, il travaille à Saint-Hyacinthe dans son domaine, il a une maison et deux jeunes enfants. Lors de ses études, il a été une des premières cohortes à participer à la Clinique Pierre-H.-Ruel, qui permet aux étudiantes et étudiants d'apprendre et d'être supervisés, tout en fournissant des services gratuits pour répondre aux besoins des élèves ayant des difficultés en contexte scolaires. Il ne sait pas que la Fondation aide cette clinique.
Alex	Diplômé depuis 6 mois en informatique, il entre à peine sur le marché du travail. Il a décroché un emploi stable et bien rémunéré dans une jeune entreprise de la région de l'Estrie. Durant ses études, il a travaillé dans un dépanneur et n'a pas eu droit à du soutien financier. Il habite à Sherbrooke depuis sa tendre enfance et il est très attaché à la région. Il ne connaît pas du tout la Fondation.

LE MANDAT

- Développer des stratégies en ligne qui permettent à la Fondation de l'Université de Sherbrooke d'acquérir, de fidéliser et de créer un lien durable avec ses donateurs;

Plus particulièrement, ces stratégies viseront à :

- Augmenter le nombre de donateurs auprès de la jeune clientèle 25-35 ans;
 - Augmenter la visibilité de la Fondation via les outils de médias sociaux suivants : Facebook, LinkedIn et Instagram;
- Développer un tableau de bord avec les indicateurs de performance nécessaires au suivi de l'implantation de ces stratégies

À noter que ces stratégies doivent en grande partie être utilisables dans le cadre de campagnes qui se renouvellent tous les 12 mois avec un budget de 100 000\$ / an.

ANNEXES

LE SITE WEB DE LA FONDATION : www.usherbrooke.ca/laFondation

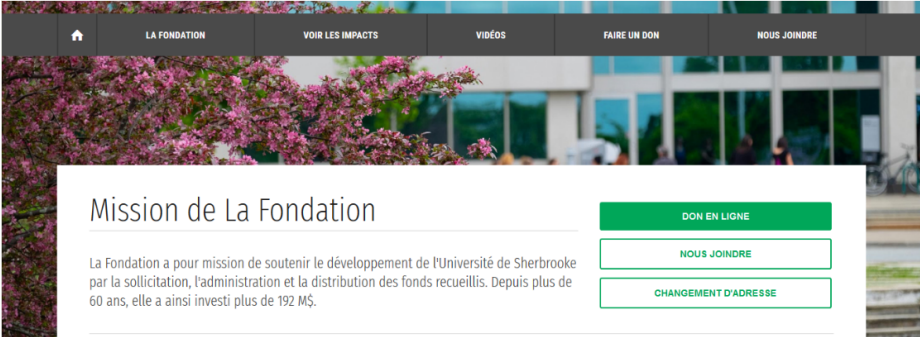
Version mobile Connexion

 UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

La Fondation

Accueil / La Fondation

[LA FONDATION](#)[VOIR LES IMPACTS](#)[VIDÉOS](#)[FAIRE UN DON](#)[NOUS JOINDRE](#)



Mission de La Fondation

La Fondation a pour mission de soutenir le développement de l'Université de Sherbrooke par la sollicitation, l'administration et la distribution des fonds recueillis. Depuis plus de 60 ans, elle a ainsi investi plus de 192 M\$.

[DON EN LIGNE](#)[NOUS JOINDRE](#)[CHANGEMENT D'ADRESSE](#)

Votre don va plus loin que vous le pensez

Des dons majeurs

Sous le thème *D'avenir et de passions*, la campagne majeure permet de réaliser des projets d'envergure. Leurs impacts significatifs se voient dans toutes les sphères d'activités de la société.



Des bibliothèques à jour

Les bibliothèques de l'Université de Sherbrooke bénéficient du soutien des nombreux parents des étudiantes et étudiants par le programme Parents Bibliothèques.



Impact sur la réussite étudiante

Votre engagement a un impact direct sur la réussite étudiante. Il rend possible l'octroi de nouvelles bourses, l'amélioration d'équipements et d'installations avant-gardistes et la mise en place de projets innovants dans tous les secteurs.

Vos dons à la campagne annuelle encouragent les étudiantes et les étudiants et leur permettent de devenir les meilleurs dans leur domaine.

La Fondation a remis 1 697 000 \$ en 2017-2018 sous forme de bourses et d'aide financière aux étudiantes et étudiants.

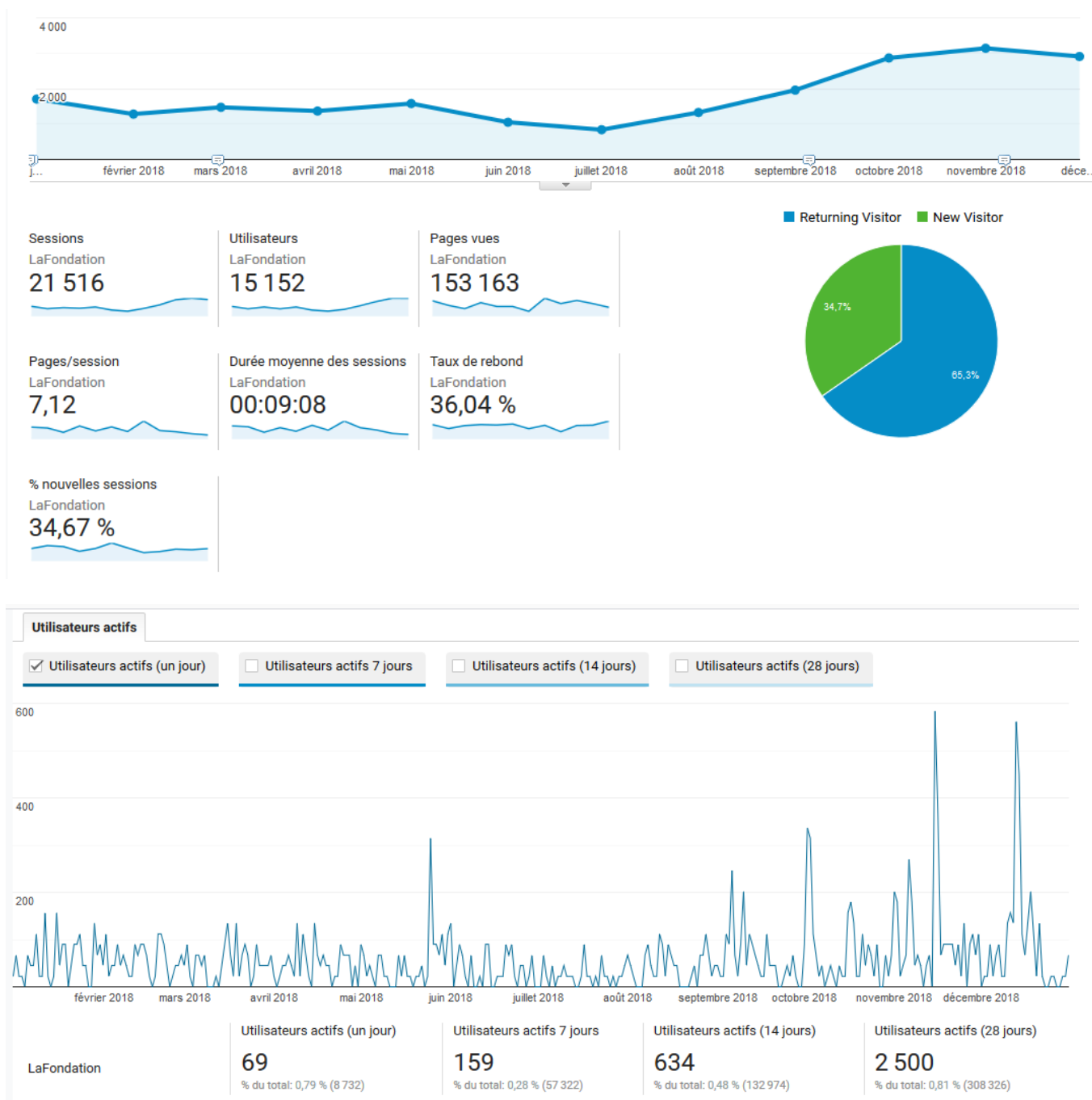


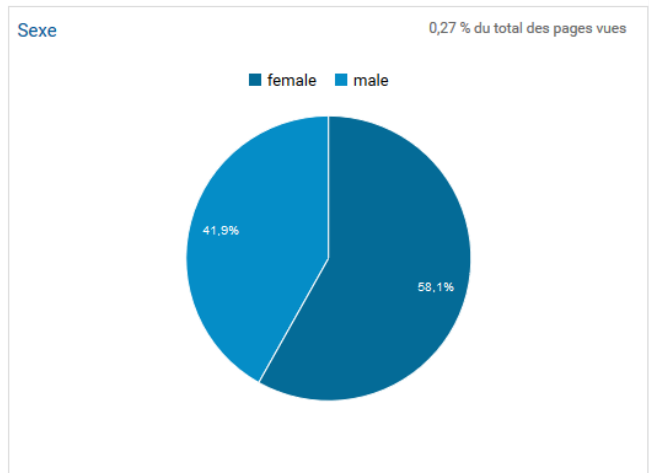
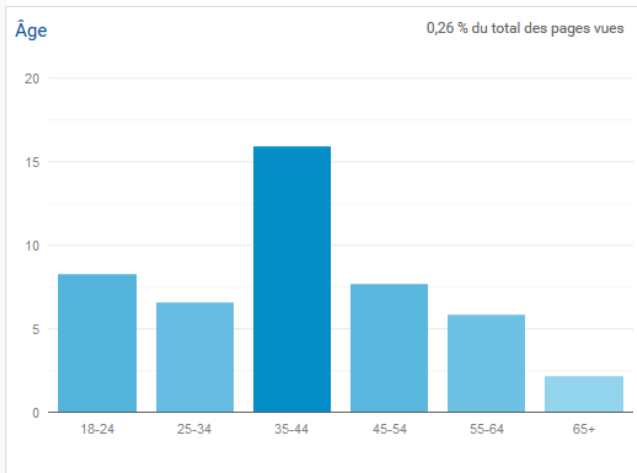
Numéro d'enregistrement auprès de l'Agence du revenu du Canada comme organisme de bienfaisance enregistré : 88818 8661 RR0001

INDICATEURS DE PERFORMANCE DU SITE WEB DE LA FONDATION :

www.usherbrooke.ca/lafondation

(Données tirées de Google Analytics en date du 1^{er} janvier 2018 au 31 décembre 2018)

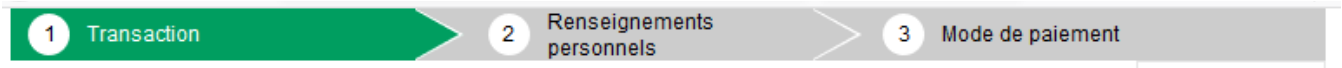




Chemin de la page, niveau 2 ?	Pages vues ? ↓	Vues uniques ?	Temps moyen passé sur la page ?	Taux de rebond ?	Sorties (en %) ?
LaFondation	40 271 % du total: 0,14 % (29 205 127)	33 760 % du total: 0,14 % (23 349 485)	00:01:56 Valeur moy. pour la vue: 00:01:47 (8,64 %)	57,17 % Valeur moy. pour la vue: 51,20 % (11,65 %)	36,42 % Valeur moy. pour la vue: 35,56 % (2,42 %)
1. /	11 633 (28,89 %)	9 315 (27,59 %)	00:01:38	45,27 %	30,43 %
2. /la-fondation/	5 901 (14,65 %)	5 311 (15,73 %)	00:02:13	70,79 %	54,28 %
3. /propos/	3 519 (8,74 %)	2 697 (7,99 %)	00:01:24	40,14 %	20,38 %
4. /accueil/	3 435 (8,53 %)	3 035 (8,99 %)	00:02:49	78,70 %	55,23 %
5. /dons/	3 435 (8,53 %)	3 035 (8,99 %)	00:01:43	61,92 %	32,52 %
6. /impacts/	1 939 (4,81 %)	1 665 (4,93 %)	00:01:32	27,70 %	21,71 %
7. /campagne-annuelle/	1 749 (4,34 %)	1 454 (4,31 %)	00:01:20	70,30 %	32,53 %
8. /formulaire/	1 222 (3,03 %)	927 (2,75 %)	00:04:12	30,52 %	29,30 %
9. /joindre/	1 075 (2,67 %)	948 (2,81 %)	00:02:52	84,67 %	43,16 %
10. /a-propos/	843 (2,09 %)	695 (2,06 %)	00:00:20	60,00 %	17,56 %

FORMULAIRE DE DON EN LIGNE EN 4 ÉTAPES :

Lorsque le visiteur clique sur « Don en ligne », il est redirigé sur le site <https://jedonneenligne.org/lafondation-udes/GENERIQUE/>



ÉTAPE 1 :

Le formulaire est intitulé "Transaction" et se trouve sur le site de La Fondation de l'Université de Sherbrooke. Il propose deux options de don : "Don unique" (sélectionné) et "Don sur plusieurs versements OU différé". Une section "Affectation de votre don*" permet de choisir un projet à partir d'une liste déroulante. Des instructions indiquent de choisir "Autre projet" si le projet souhaité n'est pas dans la liste. Une section "Informations supplémentaires" contient une case à cocher "Je désire que mon don soit anonyme" et des instructions pour les diplômés de l'UdeS. Une autre liste déroulante "Diplômé de l'UdeS?" est présente. Le bouton "Suivant" est en bas à droite. Le pied de page indique le numéro d'enregistrement de La Fondation de l'UdeS (88818 8661 RR 0001) et le temps restant à la session (29:24).

1 Transaction 2 Renseignements personnels 3 Mode de paiement

CONNEXION

La Fondation



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

Transaction

☒ Don unique ☐ Don sur plusieurs versements OU différé

Affectation de votre don*

Si vous choisissez de diriger votre don vers tout autre projet absent de cette liste, choisir « Autre projet » et préciser dans quel projet votre don est dédié.

Informations supplémentaires

☐ Je désire que mon don soit anonyme

Si vous êtes diplômé de l'UdeS, spécifiez la faculté.
Si vous n'êtes pas diplômé, veuillez choisir « Je ne suis pas diplômé de l'UdeS ».

Diplômé de l'UdeS?*

Suivant →

Numéro d'enregistrement de La Fondation de l'UdeS
88818 8661 RR 0001

Temps restant à votre session : 29:24

ÉTAPE 2 :

1 Transaction

2 Renseignements personnels

3 Mode de paiement

CONNEXION

La Fondation  **UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE**

Mode de paiement

**Zone sécurisée de conformité PCI**

Paiement par carte de crédit

Numéro de paiement	1-1-19283
Date de paiement	16 février 2019
Total du paiement	100,00 CAD

Informations du profil

Ab mba
2500, boulevard Université
Sherbrooke QC J1K 2R1

819-821-8000
jrandiva@gmail.com

Détails du paiement

Type de carte *	Numéro de carte *
--Veuillez choisir--	
Date d'expiration *	Numéro de contrôle
01 / 2018	

* Champ obligatoire

Retour

Payer maintenant

Accueil | Contactez-nous | Conditions d'utilisation | Politique de confidentialité

Je donne en ligne

ÉTAPE 3 :

1 Transaction

2 Renseignements personnels

3 Mode de paiement

CONNEXION

La Fondation



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

Transaction

Affectation de votre don
École de gestion
Je désire que mon don soit anonyme

Montant du don
100,00 \$

Renseignements personnels

Matricule

Canada

Courriel personnel

Tél. résidence

Date de naissance

Matricule étudiant / diplômé

Informations supplémentaires

Commentaires

Commentaires

Mode de paiement

☐ Carte de crédit

☐ Virement bancaire

☒ Je désire un reçu fiscal.

← Précédent

Suivant →

Consentement à la communication de renseignements
Vos renseignements personnels sont confidentiels et en sécurité. En autorisant La Fondation de l'Université de Sherbrooke à effectuer le prélèvement selon les renseignements ci-dessus, vous consentez également à ce que les renseignements contenus dans ce formulaire soient communiqués à l'institution financière, dans la mesure où cette communication de renseignements est directement reliée à cette transaction. Je reconnais que j'ai lu et que j'accepte les conditions de changement, d'annulation et de remboursement comme stipulé dans la présente autorisation.

Changement, annulation ou remboursement
Veuillez noter que nous ne remboursons habituellement pas. Pour toute question, préoccupation ou nécessité de discuter d'un remboursement, veuillez communiquer avec nous.

[La Fondation et Le Réseau de l'UdeS](#)
Numéro d'enregistrement de La Fondation de l'UdeS
88818 8661 RR 0001

Temps restant à votre session : 21:33

Accueil | Contactez-nous | Conditions d'utilisation | Politique de confidentialité

Je donne en ligne

ÉTAPE 4 :

1 Transaction

2 Renseignements personnels

3 Mode de paiement

CONNEXION

La Fondation



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

Renseignements personnels

☒ Personnel☐ Corporatif

Appellation*

Prénom*

Nom*

Pays*

Province*

Je n'arrive pas à inscrire mon adresse

No. civique***Type de rue****Nom de la rue***

App. / bureau**No. app.**

Ville*

Code postal*

Courriel personnel*

Confirmation courriel personnel*

Tél. résidence*

COMPTE (FACULTATIF)
☐ J'accepte de me créer un compte selon les conditions d'utilisation.
[Pourquoi créer un compte?](#)

Informations supplémentaires

Informations supplémentaires

Date de naissance*

La date de naissance nous permettra d'associer votre don au bon dossier dans notre système.

Matricule étudiant / diplômé

Número d'enregistrement de La Fondation de l'UdeS
88818 8661 RR 0001

Temps restant à votre session : 24:26

Accueil | Contactez-nous | Conditions d'utilisation | Politique de confidentialité

Je donne en ligne

SOURCES DE TRAFIC SUR LE SITE WEB DE LA FONDATION DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2018 :

	Acquisition			Comportement			Conversions		
	Sessions ↓	% nouvelles sessions ↓	Nouveaux utilisateurs ↓	Taux de rebond ↓	Pages/sess... ↓	Durée moyenne des sessions ↓	Taux de conversion de l'objectif 1 ↓	Réalisation de l'objectif 1 ↓	Valeur de l'objectif 1 ↓
LaFondation	21 516	34,67 %	7 460	36,04 %	7,12	00:09:08	0,59 %	126	0,00 \$CA
1 Organic Search	13 318			30,38 %			0,63 %		
2 Direct	4 805			47,80 %			0,44 %		
3 Social	1 749			56,60 %			0,00 %		
4 Referral	1 201			31,56 %			1,75 %		
5 (Other)	443			9,48 %			0,00 %		
6 Display	0			0,00 %			0,00 %		
7 Email	0			0,00 %			0,00 %		
8 Paid Search	0			0,00 %			0,00 %		

	Acquisition			Comportement		
	Sessions ? ↓	% nouvelles sessions ?	Nouveaux utilisateurs ?	Taux de rebond ?	Pages/session ?	Durée moyenne des sessions ?
Réseau social ?						
LaFondation	1 749 % du total: 0,02 % (10 405 651)	24,07 % Valeur moy. pour la vue: 31,21 % (-22,87 %)	421 % du total: 0,01 % (3 247 454)	56,60 % Valeur moy. pour la vue: 51,20 % (10,56 %)	6,75 Valeur moy. pour la vue: 2,81 (140,40 %)	00:12:50 Valeur moy. pour la vue: 00:03:15 (294,49 %)
1. Facebook	1 370 (78,33 %)	26,13 %	358 (85,04 %)	53,87 %	7,71	00:15:08
2. LinkedIn	316 (18,07 %)	19,94 %	63 (14,96 %)	66,77 %	3,60	00:05:01
3. Twitter	42 (2,40 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	100,00 %	1,00	00:00:00
4. YouTube	21 (1,20 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 %	3,00	00:06:14

VIDÉOS DIFFUSÉES :

Cette année, la fondation a, entre autres, diffusé 9 vidéos (1 par faculté + 1 pour les bureaux et services) pour parler des retombées des dons dans la vie des étudiantes et étudiants. Les vidéos ont été diffusées sur site web du site de la Fondation : <https://www.usherbrooke.ca/lafondation/videos/>



Accueil / La Fondation

The screenshot shows the 'La Fondation' website interface. At the top, there is a navigation bar with links: Accueil, LA FONDATION, VOIR LES IMPACTS, VIDÉOS (highlighted in green), FAIRE UN DON, and NOUS JOINDRE. Below the navigation bar is a large banner image of pink cherry blossoms in front of a modern building. On the left side, there is a sidebar menu titled 'Votre don va plus loin que vous le pensez' with a list of faculties: Faculté de droit, Faculté d'éducation, Faculté de génie, École de gestion (highlighted in green), Faculté des lettres et sciences humaines, Faculté de médecine et des sciences de la santé, Faculté des sciences de l'activité physique, Faculté des sciences, and Bureaux et Services. The main content area features a video player titled 'École de gestion'. The video thumbnail shows a young woman smiling, with the text 'À l'École de gestion, votre don va plus loin que vous le...' and a play button icon. There are also links for 'Regarder plus tard' and 'Partager'.

LES STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES PAGES INCLUANT LES VIDÉOS SUR GOOGLE ANALYTICS INDIQUENT :

Chemin de la page, niveau 4 ?	Pages vues ?	Vues uniques ?	Temps moyen passé sur la page ?	Taux de rebond ?	Sorties (en %) ?
LaFondation	526 % du total: 0,00 % (29 205 127)	505 % du total: 0,00 % (23 349 485)	00:02:35 Valeur moy. pour la vue: 00:01:47 (45,35 %)	18,69 % Valeur moy. pour la vue: 51,20 % (-63,49 %)	79,89 % Valeur moy. pour la vue: 35,56 % (124,65 %)
1. /	253 (48,10 %)	253 (50,10 %)	00:03:14	27,16 %	83,40 %
2. /faculte-education/	84 (15,97 %)	84 (16,63 %)	00:01:41	0,00 %	75,00 %
3. /faculte-des-sciences-de-lactivite-physique/	63 (11,98 %)	63 (12,48 %)	00:01:21	0,00 %	66,67 %
4. /faculte-de-medecine-et-des-sciences-de-la-sante/	42 (7,98 %)	21 (4,16 %)	00:00:14	0,00 %	50,00 %
5. /bureaux-et-services/	21 (3,99 %)	21 (4,16 %)	00:00:00	0,00 %	100,00 %
6. /ecole-de-gestion/	21 (3,99 %)	21 (4,16 %)	00:00:00	0,00 %	100,00 %
7. /faculte-de-droit/	21 (3,99 %)	21 (4,16 %)	00:00:00	0,00 %	100,00 %
8. /faculte-des-lettres-et-sciences-humaines/	21 (3,99 %)	21 (4,16 %)	00:00:00	0,00 %	100,00 %

Afficher les lignes : 10 Accéder à : 1 1 à 8 sur 8

Ce rapport a été généré le 19/02/2019 à 11:09:35. - Actualiser le rapport

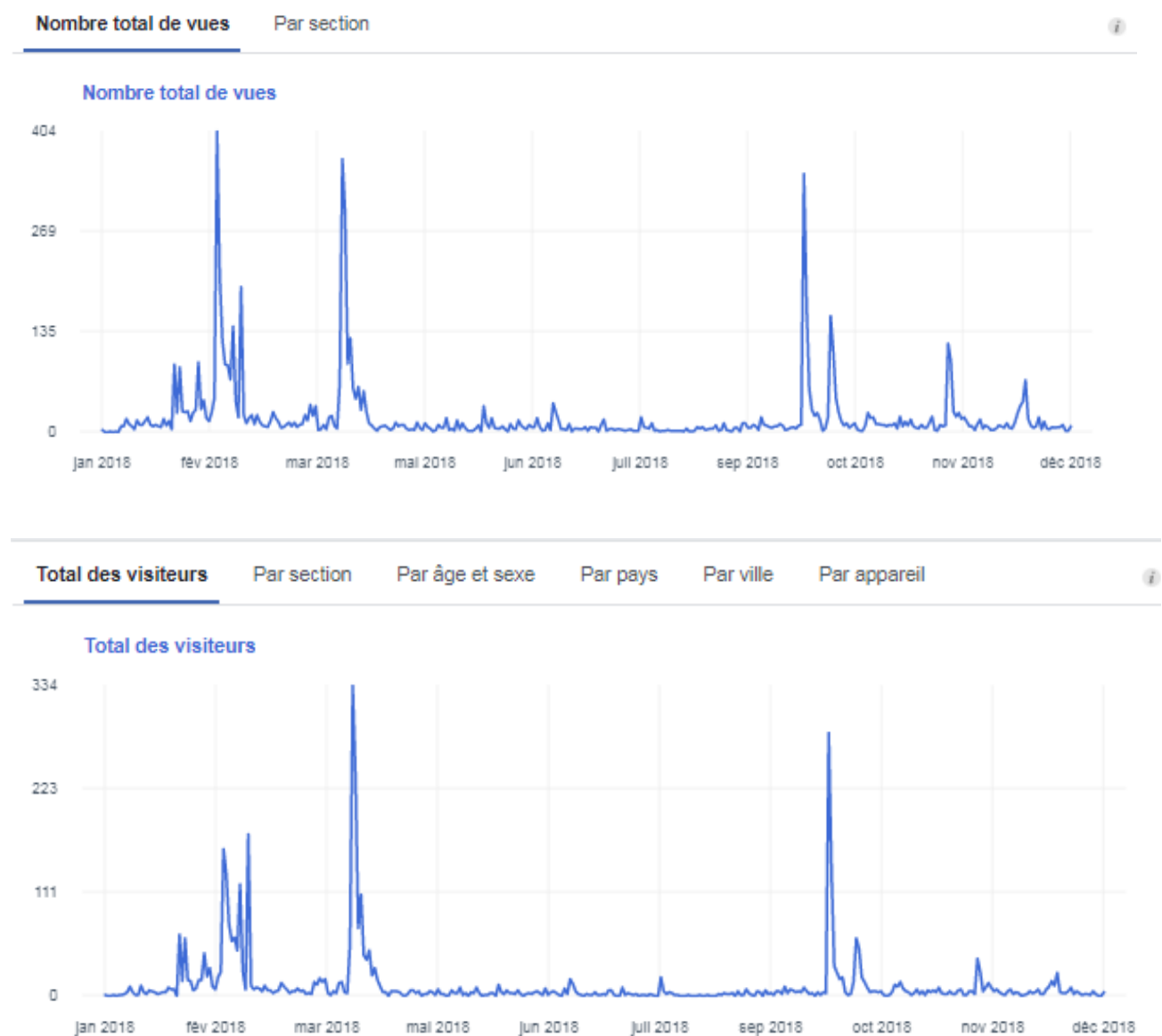
ALORS QUE SUR YOUTUBE, LE NOMBRE DE VUES PAR VIDÉO EST COMME SUIVANT :

Vidéo par faculté	Nombre de vues par YouTube
Faculté de droit	86 vues
Faculté d'éducation	53 vues
Faculté de génie	69 vues
École de gestion	43 vues
Faculté des lettres et des sciences humaines	69 vues
Faculté de médecine et des sciences de la santé	87 vues
Faculté des sciences de l'activité physique	22 vues
Faculté des sciences	89 vues
Bureaux et services	550 vues

FACEBOOK DES DIPLÔMÉES ET DIPLÔMÉS DE L'UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

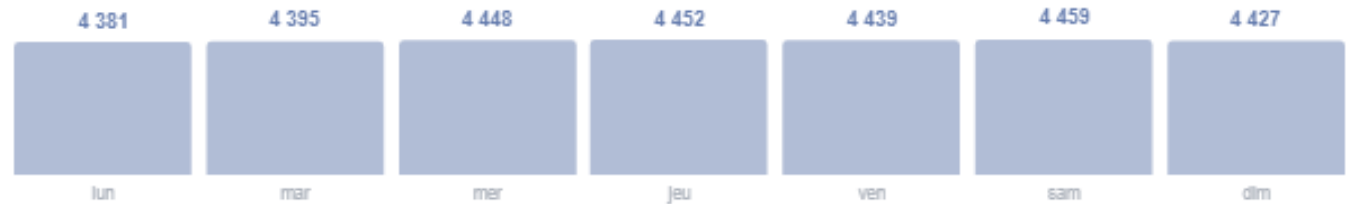
La Fondation de l'UdeS n'a pas de compte Facebook. Ses nouvelles sont publiées sur le compte Facebook de l'Université, celui des diplômées et diplômés de l'UdeS et celui du Vert & Or.

Voici quelques données du compte Facebook des diplômées et diplômés de l'Université de Sherbrooke sur les vues de page, la portée et les préférences de publications pour la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2018 :

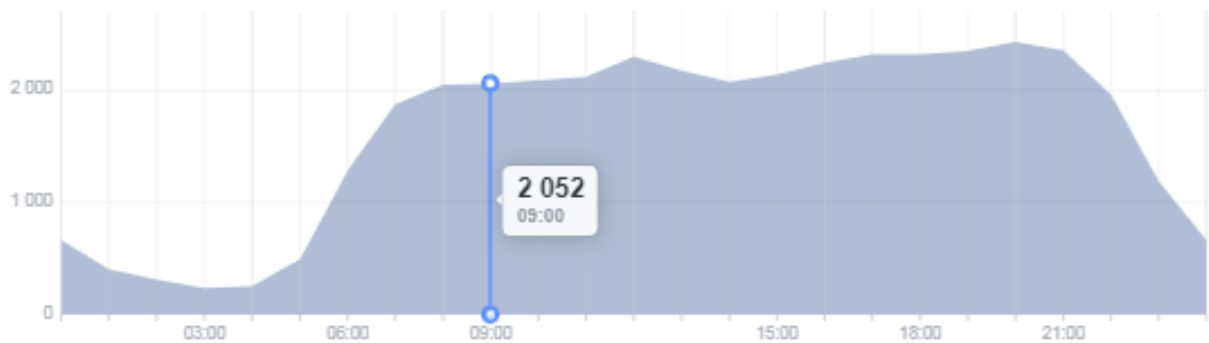


Données affichées pour une période récente d'une semaine. Les heures sont affichées dans le fuseau horaire de votre ordinateur.

JOURS



HEURES



Quand vos fans sont en ligne

Types de publications

Meilleures publications des Pages que vous surveillez

Performance des différents types de publications en fonction de la portée et de l'engagement moyens.

Voir toutes les publications ▼

Portée Clés sur la publication Réactions, commentaires et partages ⓘ

Genre	Portée moyenne	Engagement moyen
photo	3 612	829 70
Lien	2 669	87 39
Statut	1 939	81 27

■ Portée : Organique/Payée ▼
■ Clics sur la publication ■ Réactions, commentaires et partages ▼

Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Portée 👤	Interactions	Promouvoir
15/02/2019 09:47	 #CouplesUdeS L'histoire d'amour de Marie-			1,3K	399 31	Booster la publication
15/02/2019 09:06	 Les lutins de la Saint-Valentin sont passés			1K	43 22	Booster la publication
14/02/2019 16:00	 #CouplesUdeS L'histoire d'amour de Samuel et			4,6K	2K 131	Booster la publication
14/02/2019 14:00	 #CouplesUdeS L'histoire d'amour d'Aude et Simon			4,1K	830 114	Booster la publication
14/02/2019 11:09	 #CouplesUdeS L'histoire d'amour de Sabrina et			16,5K	4,6K 354	Booster la publication
12/02/2019 14:00	 Nicolas Boulay (Administration 2013)			1,7K	38 6	Booster la publication
12/02/2019 09:22	 Appuyé par ses connaissances			1,5K	18 18	Booster la publication
11/02/2019 10:24	 Merci à la Famille J.R. André Bombardier pour			1,9K	34 14	Booster la publication
11/02/2019 09:37	 Dans le cadre de la Journée des femmes et			1,8K	17 6	Booster la publication
10/02/2019 16:00	 Jean-Louis Fabi (Administration 1979),			3,5K	98 51	Booster la publication