

Luma Beauty Studio

Analyse des conversations et des conversions

Instagram, WhatsApp et Messenger | Septembre 2026

Toutes les entreprises, tous les messages et tous les chiffres de ce rapport sont inventés pour illustrer le format. Il ne s'agit ni d'une étude de cas client ni d'une preuve des résultats d'Entagl.

Durant ce mois fictif, Luma a reçu 480 conversations. Un intérêt pour une réservation apparaît dans 156, et 48 contiennent une formulation de confirmation de rendez-vous. 74 autres n'ont reçu aucune réponse de l'entreprise dans cet exemple. La piste la plus claire consiste à aider les clients intéressés à choisir la prochaine étape : répondre à leur question, proposer un créneau réellement disponible et clarifier le relais.

480

Conversations dans
l'exemple

156

Avec un intérêt déduit
pour une réservation

48

Avec une formulation de
confirmation

74

Sans réponse de
l'entreprise

Principaux constats

- L'intérêt ne mène pas toujours à une prochaine étape claire. Sur 156 conversations présentant un intérêt pour une réservation, 108 ne contiennent aucune formulation de confirmation dans les messages disponibles.
- WhatsApp affiche une proportion plus élevée de confirmations dans cet exemple. Ses visiteurs sont peut-être déjà plus décidés. Cela ne prouve pas que le canal ou l'intervenant est à l'origine de cette différence.
- La couverture des réponses est un point de départ concret. Attribuez chaque conversation entrante à un responsable, puis recherchez les questions restées sans réponse avant de dépenser davantage pour l'acquisition.

Ce que signifient ces chiffres

Une confirmation dans un message n'est pas une réservation vérifiée, un rendez-vous honoré ou un paiement. Cet exemple ne comprend aucun registre de calendrier, de paiement ou de présence.

D'où viennent les conversations

La vue par canal indique où approfondir l'analyse. Elle n'identifie pas la meilleure campagne publicitaire et ne prouve pas quel canal génère le plus de chiffre d'affaires.

Cet exemple réunit trois canaux fictifs. Votre rapport couvre uniquement le compte et l'historique disponible que vous autorisez.

Canal	Conversations	Réponse de l'entreprise	Intérêt pour une réservation	Formulation de confirmation	Sans réponse de l'entreprise
Instagram	360	302	112	28	58
WhatsApp	80	72	32	16	8
Messenger	40	32	12	4	8
Total	480	406	156	48	74

Chaque conversation est comptée une seule fois par canal. Les catégories avec et sans réponse s'excluent mutuellement. L'intérêt et la confirmation sont des signaux qui peuvent se chevaucher dans ces conversations, et non des conversations supplémentaires.

Commencez par la messagerie Instagram

Instagram représente 360 des 480 conversations et 58 des 74 sans réponse de l'entreprise. Un contrôle quotidien de cette file permettrait de traiter le plus grand groupe de conversations sans réponse de l'exemple.

Une personne peut utiliser plusieurs canaux. Ces totaux décrivent des conversations, pas des clients uniques. L'origine précise par annonce n'est pas disponible ici ; l'absence de données publicitaires n'est pas classée comme du trafic organique.

Comment vos réponses se situent

Le propriétaire fictif décrit une prise en charge par des membres de l'équipe et un chatbot. L'exemple ne permet pas d'identifier de façon fiable qui a rédigé chaque message. Ces chiffres décrivent donc leur gestion collective de la messagerie.

35 minutes

Délai médian de première réponse

406 sur 480

Conversations ayant reçu une réponse

Délai de première réponse	Conversations
Moins de 15 minutes	166
15 minutes à 1 heure	140
1 à 4 heures	70
Plus de 4 heures	30

Le délai de réponse est le temps écoulé entre le premier message du client et la première réponse de l'entreprise, dans les 406 conversations disposant des deux horodatages. Il inclut les soirées et les week-ends. Les conversations sans réponse sont exclues de la médiane, et non comptées comme des réponses instantanées.

Distinguez rapidité et qualité

Une réponse rapide peut malgré tout laisser le client bloqué. Vérifiez si elle répond à sa question, propose une prochaine étape utile et clarifie tout passage de relais à un humain. Ne classez pas les employés, les agences ou les bots sans attribution fiable des réponses.

Ces délais de réponse sont fictifs. Dans un audit réel, ils sont calculés à partir des horodatages disponibles. Un délai ne prouve pas à lui seul qu'une vente a été perdue.

Où l'intérêt reste sans suite

Les 108 conversations présentant un intérêt sans confirmation sont regroupées ci-dessous. Elles représentent des pistes de suivi ou d'amélioration des processus, et non 108 clients perdus.

Situation dans la conversation	Nombre
Créneau demandé, mais aucun créneau confirmé	46
Prix discuté, mais aucune confirmation	32
A indiqué vouloir revenir plus tard	18
Créneau demandé en dehors des horaires proposés	12

Les groupes s'excluent mutuellement dans cet exemple fictif. Si plusieurs situations s'appliquent, la première ligne correspondante ci-dessus est retenue. Les 108 conversations appartiennent au groupe présentant un intérêt pour une réservation et aucune ne contient de formulation de confirmation.

Conversation fictive S-014

Client : « Avez-vous des créneaux ce samedi ? »

Entreprise : « Oui, nous sommes ouverts de 9 à 6. »

La réponse donne les horaires d'ouverture, mais le client doit poser une autre question pour choisir un rendez-vous. Proposez des horaires précis uniquement après avoir vérifié les disponibilités réelles.

L'absence de confirmation dans les messages disponibles ne signifie pas qu'aucun rendez-vous n'a été pris. Le client a pu appeler, venir sur place, réserver ailleurs ou répondre après la fin de l'échantillon.

Ce que demandent les clients

Les sujets sont regroupés selon la première prestation mentionnée. Cela vous aide à choisir les réponses et les étapes de réservation à améliorer en priorité.

Première prestation mentionnée	Conversations	Intérêt pour une réservation	Formulation de confirmation
Coupes de cheveux	160	52	18
Coloration	140	52	16
Coiffure pour événements	80	24	6
Forfaits de prestations	60	16	6
Autre ou non précisé	40	12	2

Les coupes et la coloration représentent 300 conversations, dont 104 avec un intérêt pour une réservation. Commencez par revoir ces réponses, car ces prestations constituent la plus grande part de la demande dans l'échantillon.

Langue du premier message du client

Langue	Conversations
Anglais	240
Turc	168
Arabe	72

Le décompte repose sur le premier message lisible du client : chaque conversation n'apparaît donc qu'une fois. Cela ne signifie pas que tous les messages suivants étaient dans la même langue. Les cas de langue inconnue ou de langues mélangées seraient présentés séparément, s'il y en avait.

Des réponses utilisables par votre équipe

Ces exemples proposent une prochaine étape plus claire. Adaptez-les à vos tarifs, à vos disponibilités, aux préférences des clients et aux règles du canal. Aucun message n'est envoyé automatiquement.

Quand un client demande un rendez-vous

Avant : « Nous sommes ouverts de 9 à 6. »

À essayer : « Nous avons des créneaux à 10:30 ou à 14:00 ce samedi. L'un des deux vous conviendrait-il ? »

Pourquoi : cette réponse remplace les horaires d'ouverture par un choix. Utilisez ces horaires uniquement s'ils sont réellement disponibles.

Quand le prix pose problème

Avant : « C'est notre tarif. »

À essayer : « Ce tarif comprend la consultation, la prestation et les finitions. Quelle partie souhaitez-vous que je vous explique ? »

Pourquoi : cette réponse clarifie la valeur de la prestation sans inventer de remise. Décrivez uniquement ce que votre prestation comprend réellement.

Quand un client dit « plus tard »

Avant : « D'accord, tenez-nous au courant. »

À essayer : « Bien sûr. Souhaitez-vous que nous vous recontactions le mois prochain, ou préférez-vous nous écrire quand vous serez prêt ? »

Pourquoi : cette réponse demande une préférence au lieu de supposer l'autorisation d'envoyer d'autres messages. Tout contact ultérieur nécessite toujours l'autorisation appropriée et doit respecter les règles du canal.

Vos 30 prochains jours

Attribuez à chaque changement un responsable et un indicateur. Comparez des échantillons de conversations similaires avant et après le changement, plutôt que d'évaluer la réussite sur le seul volume de messages.

Semaine 1

Désignez un responsable de la messagerie et examinez chaque jour les messages sans réponse.

Responsable: Responsable d'équipe

Indicateur: Part des conversations ayant reçu une réponse de l'entreprise.

Semaine 2

Actualisez les réponses sur les principales prestations et vérifiez les disponibilités avant de proposer des horaires.

Responsable: Équipe d'accueil / responsable du chatbot

Indicateur: Part des conversations exprimant un intérêt dans lesquelles une prochaine étape claire est proposée.

Semaine 3

Examinez les passages de relais impliquant l'agence et le chatbot, en identifiant de façon fiable qui répond.

Responsable: Dirigeant / agence

Indicateur: Confirmation de prise en charge des passages de relais et questions de suivi restées sans réponse.

Semaine 4

Consignez les rendez-vous honorés, les annulations et les paiements dans le système de gestion approprié.

Responsable: Responsable des opérations

Indicateur: Couverture des résultats vérifiés associés aux conversations.

Commencez par désigner qui répond aux messages et clarifier les options de réservation. Examinez les résultats avant d'ajouter de l'automatisation ou de modifier les budgets publicitaires.

Valeur potentielle, avec des limites claires

Un exemple de sensibilité, pas une prévision : si 5% ou 10% des 108 conversations où l'intérêt reste sans suite contenaient ensuite une formulation de confirmation, cela représenterait environ 5 ou 11 confirmations supplémentaires. Ces taux supposés ne sont pas des taux de conversion observés.

Taux supposé	Nombre approximatif de confirmations supplémentaires
5%	5
10%	11

Une confirmation ne prouve toujours ni la présence au rendez-vous ni un revenu. Cet exemple n'attribue aucune valeur monétaire et n'affirme pas qu'un changement particulier produira ces résultats.

Éléments probants et limites

- Ce rapport est entièrement fictif, y compris l'entreprise, les extraits de conversations, les délais de réponse et les statistiques. Aucun message de client réel n'a été utilisé.
- Dans un audit réel, le rapport précise les messages, la période et les canaux effectivement disponibles. Les limites d'importation et l'historique manquant peuvent modifier les conclusions.
- Les signaux sont déduits du texte et vérifiés à l'aide des références des messages. Ils ne prouvent ni l'existence de prospects qualifiés, ni des commandes payées, ni des rendez-vous honorés, ni des revenus.
- Les appels, visites et paiements hors plateforme ne sont pas visibles, sauf si des données externes fiables sur les résultats sont incluses et identifiées séparément.
- Les comparaisons entre canaux reposent sur des observations. L'identité de la personne qui répond, l'attribution aux campagnes et l'identité du client restent inconnues lorsque la source ne permet pas de les établir.

Que pourraient vous révéler vos conversations ?

Générez votre propre audit gratuit pour découvrir des constats et des prochaines étapes concrètes fondés sur les conversations disponibles de votre entreprise.

[Lancez votre audit gratuit entagl.com/free-dm-analysis](https://entagl.com/free-dm-analysis)