

# Rapport social media mensuel

Test2 - Hotel et restauration (hote/restaurant)

Periode analyse: Janvier 2026 (comparaison vs Decembre 2025)

Objectif du document  
Ce rapport synthetise les performances mensuelles (KPI, contenu, horaires, formats) et fournit un plan d'action concret. Il est concu pour une structure hotel/restaurant: impact sur les reservations, le trafic vers le menu, et la notoriete locale.

Important: les chiffres de ce PDF sont fictifs (association de test). En production, ils seraient alimentes via API / export.

Plateformes	Instagram + Facebook (modele)	Zone	Local (rayon 20-40 km)
Posts publies	62 (dont 26 stories)	Focus business	Resa / menu / DM
Evenements du mois	2 reels 'coulisses' + 1 promo semaine	Saisonnalite	Hiver, offres petit-dej

# 1. Synthese executive

Bilan global: mois tres positif. Hausse de portee (+16%) et d'interactions (+20%), tiree par les reels 'coulisses' et les contenus educatifs courts.  
Impact business: progression des clics vers le site/menu (+22%) et des DM/demandes de reservation (+28%). Le point d'attention reste la conversion DM -> reservation: correcte mais perfectible avec un process plus simple (liens, quick replies, offre claire).

- 3 leviers prioritaires pour fevrier
- 1) Reels a forte valeur (coulisses, chef, timelapse) 2 fois par semaine.
  - 2) Carrousels 'preuve + informations' (chambres, offres, menu) pour augmenter les sauvegardes.
  - 3) Stories quotidiennes avec CTA: 'reserver', 'menu du jour', 'dispo chambres', en gardant un format court (3-6 stories).

## Indicateurs cles du mois

<b>Abonnes</b> <b>4 820</b> <small>+310 (+6.9%) vs Decembre 2025</small>	<b>Portee</b> <b>176 400</b> <small>+24 500 (+16.1%) vs Decembre 2025</small>	<b>Impressions</b> <b>291 700</b> <small>+38 800 (+15.3%) vs Decembre 2025</small>	<b>Interactions</b> <b>12 680</b> <small>+2 120 (+20.1%) vs Decembre 2025</small>
<b>Taux engagement</b> <b>4.35%</b> <small>+0.62% (+16.6%) vs Decembre 2025</small>	<b>Clics (site/menu)</b> <b>2 140</b> <small>+390 (+22.3%) vs Decembre 2025</small>	<b>DM / demandes resa</b> <b>186</b> <small>+41 (+28.3%) vs Decembre 2025</small>	<b>Taux conversion DM-&gt;resa</b> <b>22.60%</b> <small>+2.10% (+10.2%) vs Decembre 2025</small>

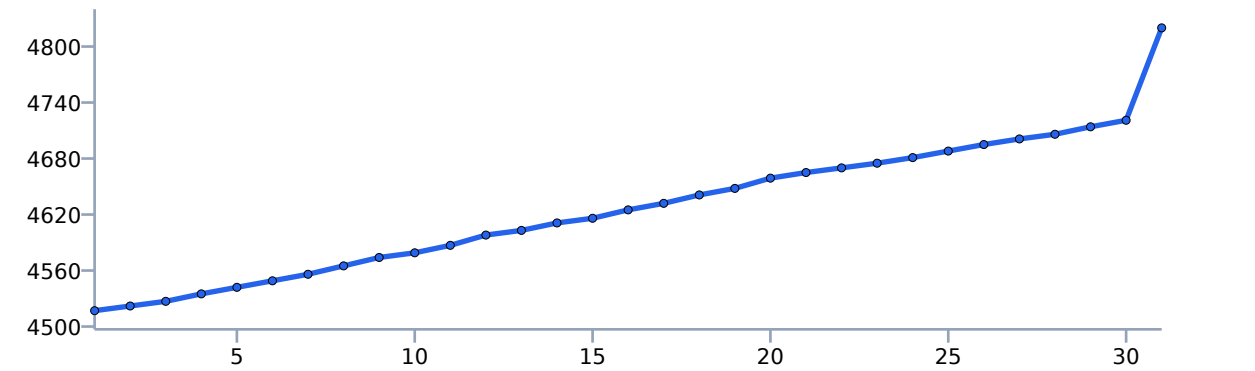
Lecture rapide: publiez vos reels entre 18h30 et 20h30 (pics d'engagement) et renforcez la preuve sociale (avis, coulisses, plats signatures).

## 2. Performance et KPI details

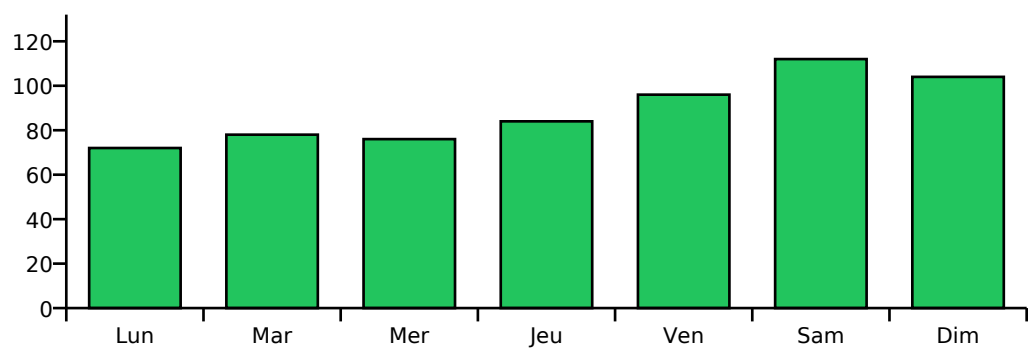
Cette section decompose la performance en acquisition (abonnements), notoriete (portee/impressions), engagement (interactions), et conversion (clics/DM).

KPI	Janvier 2026	Delta vs Decembre 2025	Commentaire rapide
Abonnes	4 820	+310 (+6.9%)	Croissance acceleree apres 2 reels performants.
Portee	176 400	+24 500 (+16.1%)	Meilleur partage organique et saves sur carrousels.
Impressions	291 700	+38 800 (+15.3%)	Frequence de vues en hausse sur reels et stories.
Interactions	12 680	+2 120 (+20.1%)	Commentaires sur contenus 'coulisses' + educatif.
Taux engagement	4.35%	+0.62 pt (+16.6%)	Le contenu 'preuve' declenche plus d'actions.
Clics (site/menu)	2 140	+390 (+22.3%)	Bon usage des liens en bio et stickers stories.
DM / demandes resa	186	+41 (+28.3%)	Plus de CTA direct 'DM pour reserver'.
Taux conversion DM->resa	22.60%	+2.1 pt (+10.2%)	Ameliorer reponses rapides + lien de reservation.

Evolution des abonnes (jour 1 -> 31)



Engagement par jour (indice)

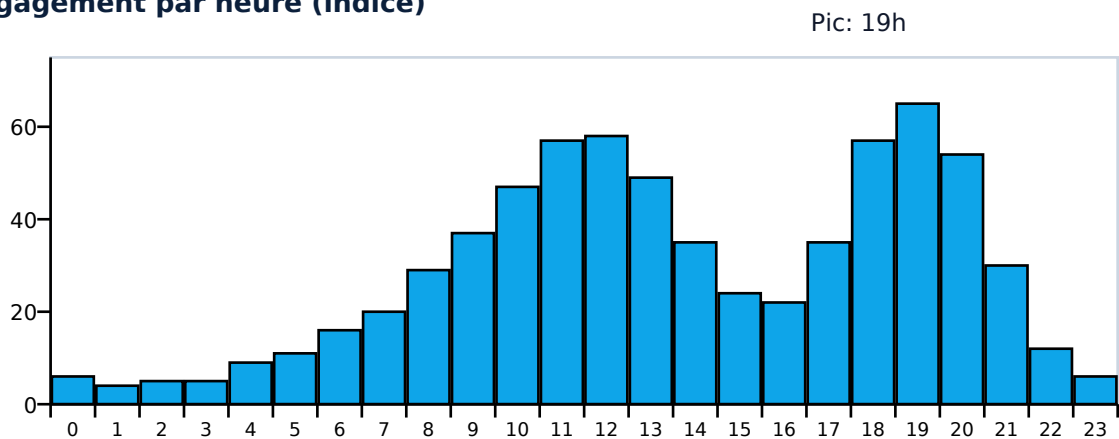


### 3. Formats, horaires et mecanique d'engagement

Les comptes hotel/restaurant performant quand le contenu combine (1) appetence visuelle, (2) preuve de qualite (coulisses, chef, avis), et (3) un appel a l'action clair (reserver, menu, offre, chambres).

Format	Nombre	Part d'engagement (modele)	Interpretation
Reels	38	58%	Meilleur levier decouverte. Prioriser 2 reels/sem (18-35s).
Carrousels	14	22%	Maximise saves. Ideal pour chambres/offres/menu/photo story.
Photos	10	12%	Utile pour regularite et branding mais decouverte plus faible.
Stories	26	8%	Conversion (clics/DM). Garder court et CTA clair.

#### Engagement par heure (indice)



#### Fenetre optimale (resume actionnable)

Meilleures fenetres: 18h-20h, 11h-13h, 20h-22h. Publiez 20-30 minutes avant le pic (le temps que la diffusion se lance).

## 4. Top 5 posts du mois

Les posts ci-dessous ont été sélectionnés selon un score combiné (portée, interactions, saves, partages, commentaires). Ils indiquent les thèmes et formats à reproduire.

### #1 - Reel - Visite cuisine + dressage du plat signature

Reel (32s) | 2026-01-12 à 19:10

Portée: 42 800 | Interactions: 1 840 | Sauvegardes: 312 | Partages: 146 | Com.: 74 | Vues: 61 100

CTA: Réserver via DM

Pourquoi ça marche: Contenu coulisses + preuve de qualité + timing pre-dîner

### #2 - Carrousel - 5 photos chambre renovée + vue petit-déj

Carrousel (6 slides) | 2026-01-20 à 12:35

Portée: 26 700 | Interactions: 1 290 | Sauvegardes: 408 | Partages: 58 | Com.: 39

CTA: Lien en bio (offre semaine)

Pourquoi ça marche: Valeur pratique + inspiration + saves élevées

### #3 - Reel - Chef explique une astuce (sauce) en 3 étapes

Reel (24s) | 2026-01-05 à 18:55

Portée: 23 100 | Interactions: 980 | Sauvegardes: 221 | Partages: 92 | Com.: 28 | Vues: 35 200

CTA: Essayez au restaurant

Pourquoi ça marche: Éducatif court + hook fort + partage naturel

### #4 - Photo - Assiette dessert saisonnier (gros plan)

Photo | 2026-01-26 à 20:05

Portée: 18 900 | Interactions: 760 | Sauvegardes: 132 | Partages: 21 | Com.: 17

CTA: Taggez un ami

Pourquoi ça marche: Visuel appétissant + bon horaire du soir

### #5 - Reel - Avant/après mise en place salle (timelapse)

Reel (18s) | 2026-01-09 à 11:50

Portée: 17 400 | Interactions: 610 | Sauvegardes: 98 | Partages: 44 | Com.: 12 | Vues: 24 100

CTA: Découvrez le menu du jour

Pourquoi ça marche: Satisfying + compact + bon pour découverte

## Ce que le Top 5 raconte (pattern)

3/5 sont des reels, et 2/5 sont des contenus 'preuve' (chambre renovée, dessert signature). Les saves sont le meilleur indicateur d'intention (venir / réserver).

## 5. Bonnes pratiques et points d'amelioration

### Bonnes pratiques detectees

- Hooks efficaces dans les 2 premieres secondes des reels (plan cuisine, feu, dressage).
- Captions courtes + sous-titres (lisible sans son).
- CTA explicites: 'DM pour reserver', 'lien en bio pour le menu', 'sauvegarder pour plus tard'.
- Contenu 'preuve': chambres, avis clients, hygiene, equipe, sourcing local.
- Stories avec stickers (sondage, question) => hausse des interactions et meilleure diffusion.

### Mauvaises pratiques detectees

- Posts publies trop tard (apres 21h) avec faible reach: l'audience décroche.
- Captions trop longues ou sans structure (pas de promesse, pas de CTA).
- Hashtags generiques uniquement (#food, #hotel) sans combinaison local + intention.
- Manque de repetabilite sur les series: pas de rendez-vous hebdo (ex: 'menu du vendredi').
- Process reservation en DM trop manuel: temps de reponse variable, manque de quick replies.

### Focus conversion: DM vers reservation

Plan simple a mettre en place:

- 1) Quick replies pour: disponibilites, horaires, tarifs, menu, acces.
- 2) Lien unique (bio + story highlight) vers: menu, reservation, appel, itineraire.
- 3) Script DM: qualifier en 2 questions (date, nombre de personnes / nuit) puis proposer une action directe (lien / tel).

## 6. Recommandations: 5 prochains posts

### Pret a produire

Chaque recommandation inclut: objectif, format, timing, angle creatif, trame de caption, et KPI a suivre. L'idee est d'avoir un pipeline de contenu directement executable.

#### Reel - 'Du marche a l'assiette' (sourcing local)

Objectif: Preuve + confiance, declencher saves/partages

Format: Reel 25-35s | Horaire conseille: Jeu 18h40

Caption (exemple): Local, frais, simple. Ce plat part de [fournisseur] et finit dans votre assiette. Vous voulez le tester ce week-end? Ecrivez 'LOCAL' en DM.

KPI a suivre: Saves, partages, DM, reach

Storyboard

- 0-2s: hook (plan ingredients + texte: 'Vous mangez local ici')
- 3-10s: marche / fournisseur (1-2 plans)
- 11-20s: cuisine (preparation rapide)
- 21-30s: dressage final + reaction client
- CTA: 'Sauv. pour tester ce week-end' + 'DM pour reserver'

#### Carrousel - 'Chambre X: avant/apres + 3 infos utiles'

Objectif: Augmenter l'intention de reservation hotel

Format: Carrousel 6 slides | Horaire conseille: Mar 12h20

Caption (exemple): Nouvelle chambre [nom] - confort + calme. Swipe pour voir les details. Lien en bio pour les dispo.

KPI a suivre: Saves, clics bio, commentaires, reach

Storyboard

- Slide 1: avant/apres + titre
- Slide 2-3: details (lit, douche, vue)
- Slide 4: petit-dej inclus? horaires
- Slide 5: acces/parking
- Slide 6: offre du mois + CTA lien bio

#### Reel - '3 erreurs quand on cuit [produit]' (educatif chef)

Objectif: Partage naturel + autorite

Format: Reel 20-25s | Horaire conseille: Dim 18h55

Caption (exemple): 3 erreurs qui ruinent [produit]. Vous faites laquelle? Dites 1, 2 ou 3 en commentaire.

KPI a suivre: Commentaires, partages, reach

Storyboard

- Hook: 'Vous faites surement ca...' (texte ecran)
- Erreur 1: 5s
- Erreur 2: 5s
- Erreur 3: 5s
- Final: 'Au resto, on fait comme ca' + CTA

#### Story sequence - 'Menu du jour' + sondage + lien



Objectif: Conversion court terme  
Format: Stories (4-6) | Horaire conseillé: Lun 11h15  
Caption (exemple): N/A (stories)  
KPI a suivre: Clics sticker, replies, reach stories

Storyboard

- Story 1: visuel menu (texte court)
- Story 2: plat en video (3s) + sticker sondage
- Story 3: coulisse 2s
- Story 4: sticker 'Lien' vers menu/reservation
- Story 5: avis client (preuve)

## **Reel - 'Une table, une histoire' (experience client)**

Objectif: Branding emotion + DM  
Format: Reel 30-40s | Horaire conseillé: Ven 19h05  
Caption (exemple): Une soiree simple, bien mangee, bien partagee. Si vous voulez qu'on vous garde une table: envoyez 'TABLE' en DM.  
KPI a suivre: DM, reach, watch time

Storyboard

- Intro: couple/amis arrive
- Ambiance: lumiere, salle
- 2 plans cuisine
- Plat + reaction
- Outro: 'On vous garde une table?' + CTA DM

## Annexe - Methodologie et definitions

Ce document est un modele. En production, les donnees proviendraient d'un export natif (Meta Business Suite) ou d'une API, puis seraient normalisees pour calculer les KPI derives (taux engagement, score post, etc.).

Terme	Definition (simplifiee)
Portee	Nombre de comptes uniques ayant vu le contenu.
Impressions	Nombre total d'affichages (un meme compte peut compter plusieurs fois).
Interactions	Likes + commentaires + partages + sauvegardes + clics et autres actions selon plateforme.
Taux d'engagement	Interactions / impressions (ou / portee) selon votre convention. Ici: interactions / impressions.
Saves	Signal d'intention forte (vouloir revoir, tester, reserver).
Partages	Signal de viralite et de bouche-a-oreille.
Watch time	Duree moyenne de visionnage pour reels; indicateur cle pour distribution.
DM	Messages entrants. Pour hotel/restaurant: signal de demande (resa, dispo, menu).

### Sources

Aucune source externe: donnees et exemples fictifs (rapport de demonstration).