

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 conçu 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 publiés	62 (dont 26 stories)	Focus business	Resa / menu / DM
Evenements du mois	2 reels 'coulisses' + 1 promo semaine	Saisonnalité	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 clefs du mois

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

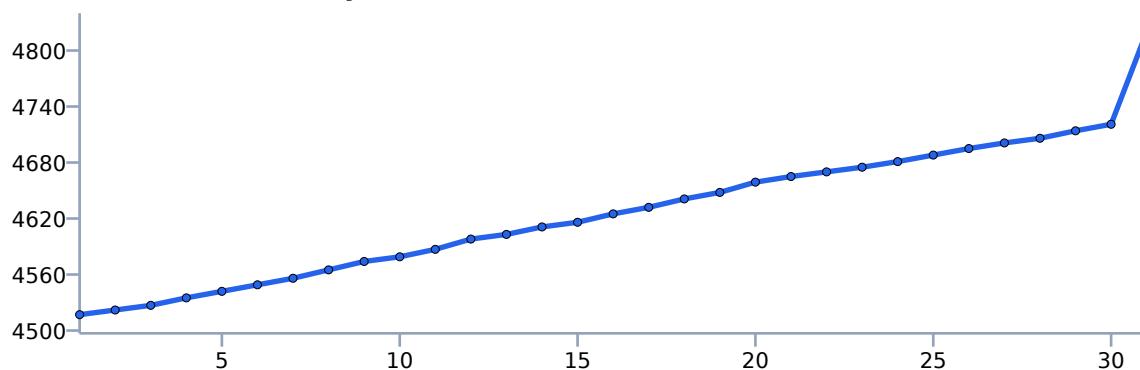
Lecture rapide: publiez vos reels entre 18h30 et 20h30 (pics d'engagement) et renforcez la preuve sociale (avis, coulisses, plats signatures).

2. Performance et KPI détaillés

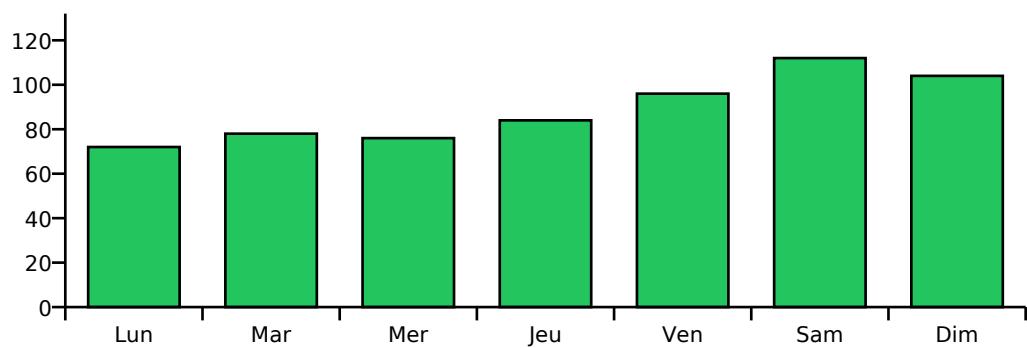
Cette section décompose la performance en acquisition (abonnements), notoriété (portée/impressions), engagement (interactions), et conversion (clics/DM).

KPI	Janvier 2026	Delta vs Décembre 2025	Commentaire rapide
Abonnés	4 820	+310 (+6.9%)	Croissance accélérée après 2 réels performants.
Portée	176 400	+24 500 (+16.1%)	Mieux partagé organique et sauves sur carrousels.
Impressions	291 700	+38 800 (+15.3%)	Fréquence de vues en hausse sur réels et stories.
Interactions	12 680	+2 120 (+20.1%)	Commentaires sur contenus 'coulisses' + éducatif.
Taux engagement	4.35%	+0.62 pt (+16.6%)	Le contenu 'preuve' déclenche plus d'actions.
Clics (site/menu)	2 140	+390 (+22.3%)	Bon usage des liens en bio et stickers stories.
DM / demandes résa	186	+41 (+28.3%)	Plus de CTA direct 'DM pour réserver'.
Taux conversion DM->resa	22.60%	+2.1 pt (+10.2%)	Améliorer réponses rapides + lien de réservation.

Évolution des abonnés (jour 1 -> 31)



Engagement par jour (indice)



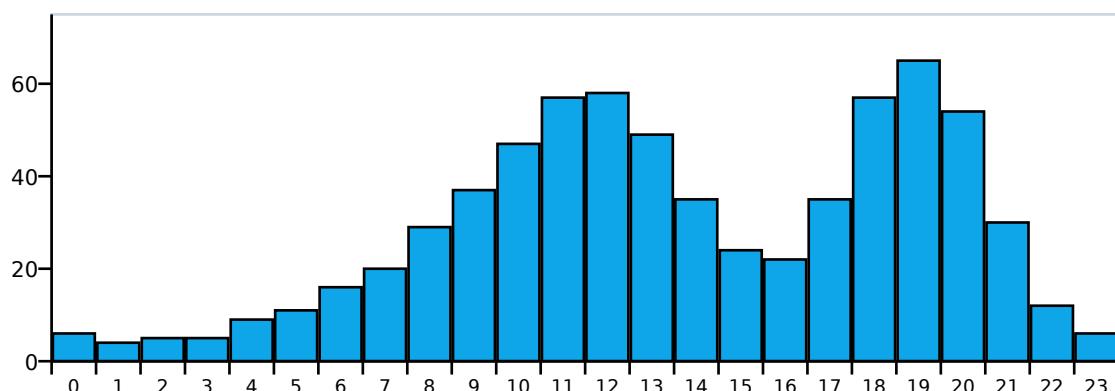
3. Formats, horaires et mecanique d'engagement

Les comptes hotel/restaurant performent 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)

Pic: 19h



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, sauves, 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: Reserver via DM

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

#2 - Carrousel - 5 photos chambre renovee + vue petit-dej

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 élèves

#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: Educatif 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: Taguez un ami

Pourquoi ça marche: Visuel appetant + 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: Satisfaisant + 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'amélioration

Bonnes pratiques détectées

- Hooks efficaces dans les 2 premières 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, équipe, sourcing local.
- Stories avec stickers (sondage, question) => hausse des interactions et meilleure diffusion.

Mauvaises pratiques détectées

- Posts publiés trop tard (après 21h) avec faible reach: l'audience décroche.
- Captions trop longues ou sans structure (pas de promesse, pas de CTA).
- Hashtags génériques uniquement (#food, #hotel) sans combinaison local + intention.
- Manque de répétibilité sur les séries: pas de rendez-vous hebdo (ex: 'menu du vendredi').
- Process réservation en DM trop manuel: temps de réponse variable, manque de quick replies.

Focus conversion: DM vers réservation

Plan simple à mettre en place:

- 1) Quick replies pour: disponibilités, horaires, tarifs, menu, accès.
- 2) Lien unique (bio + story highlight) vers: menu, réservation, appel, itinéraire.
- 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 executabile.

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 dispos.

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 à suivre: Clics sticker, replies, reach stories

Storyboard

- Story 1: visuel menu (texte court)
- Story 2: plat en vidéo (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 soirée simple, bien mangée, bien partagée. Si vous voulez qu'on vous garde une table: envoyez 'TABLE' en DM.

KPI à suivre: DM, reach, watch time

Storyboard

- Intro: couple/amis arrive
- Ambiance: lumière, salle
- 2 plans cuisine
- Plat + réaction
- 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 derivees (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).