Le reporting mensuel des réseaux de la Chocolaterie Pignolat

La Chocolaterie Pignolat, artisan chocolatier de 9 salariés installé à Salon-de-Provence, vend ses créations dans sa boutique et sur son site marchand. Elle anime une communauté sur Instagram, Facebook et TikTok : coulisses de l'atelier, nouveautés, jeux, réponses aux questions des clients.

Clara Reboul, chargée de communication, prépare le reporting de septembre 2026 pour la gérante, avant de bâtir le calendrier éditorial des fêtes de fin d'année.

Complétez l'annexe 1, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : statistiques des réseaux en septembre 2026 (statistiques natives des plateformes)

Réseau	Abonnés au 1er septembre	Abonnés au 30 septembre	Portée du mois (personnes touchées)	Interactions (réactions, commentaires, partages, enregistrements)
Instagram	4 820	5 012	18 400	1 012
Facebook	3 150	3 162	9 800	196
TikTok	1 240	1 610	26 500	2 120

Taux d'engagement retenu par la chocolaterie = interactions ÷ portée × 100. Exemple pour Facebook : croissance des abonnés = (3 162 – 3 150) ÷ 3 150 × 100 = 0,4 % ; taux d'engagement = 196 ÷ 9 800 × 100 = 2,0 %.

Document 2 : réponses aux commentaires et messages privés en septembre 2026 (outil de gestion multi-réseaux)

Commentaires et messages appelant une réponse : 240 ; réponses apportées : 204. Objectifs de la gérante : répondre à tous, avec un délai moyen de 4 heures au plus.

Délai de réponse	Nombre de réponses	Délai moyen constaté dans la tranche
Moins d'une heure	48	0,5 h
De 1 à 6 heures	96	3 h
De 6 à 24 heures	42	12 h
Plus de 24 heures	18	30 h
Total	**204**	

Document 3 : veille de la marque en septembre 2026

- Mentions de la chocolaterie relevées par l'outil de veille : 420, dont 290 positives, 92 neutres et 38 négatives.
- En août, les mentions négatives représentaient 4,5 % des mentions.
- 29 des 38 mentions négatives concernent des colis arrivés avec des chocolats fondus, lors de la vague de chaleur du début du mois.

Annexe 1 (arrondir les pourcentages et le délai à une décimale)

Question	Réponse
Croissance du nombre d'abonnés Instagram en septembre (%)	
Taux d'engagement sur Instagram (%)	
Taux d'engagement sur TikTok (%)	
Croissance de la communauté, tous réseaux confondus (%)	
Part des commentaires et messages qui ont reçu une réponse (%)	
Délai moyen de réponse (heures)	
Part des mentions négatives en septembre (%)	

Questions d'analyse

Clara dispose de six heures par semaine pour créer des contenus. Au vu des indicateurs, comment les répartir pour les fêtes ?

☐ Privilégier les vidéos courtes pour TikTok et les Reels d'Instagram, où l'engagement et la croissance sont les plus forts, et garder sur Facebook une présence régulière mais plus légère
☐ Consacrer l'essentiel des six heures à Facebook, où l'engagement (2,0 %) et la croissance (0,4 %) sont les plus faibles, pour relancer ce réseau avant les fêtes
☐ Abandonner Instagram pour TikTok, qui le dépasse en engagement (8,0 % contre 5,5 %) et en croissance (29,8 % contre 4,0 %), et garder Facebook pour les clients fidèles

Justification :

Que doit faire Clara pour tenir l'objectif de réponse aux commentaires et messages ?

☐ Regrouper les réponses sur un créneau fixe chaque lundi matin, pour traiter en une seule fois les commentaires et messages de la semaine écoulée avec des réponses types à personnaliser
☐ Prévoir des créneaux de réponse fixes chaque jour, y compris le week-end par roulement avec la boutique, activer les notifications et préparer des réponses types à personnaliser
☐ Désactiver les commentaires le week-end et les jours fériés, pour réduire le nombre de messages à traiter et ramener le délai moyen sous les 4 heures fixées par la gérante

Justification :

Comment Clara doit-elle traiter la hausse des mentions négatives ?

☐ Répondre à chaque client concerné avec une solution (renvoi ou remboursement), signaler le problème d'emballage à la gérante et à l'expédition, puis suivre l'indicateur dans le reporting d'octobre
☐ Publier davantage de contenus positifs (coulisses de l'atelier, jeux, nouveautés) pour ramener la part des mentions négatives sous les 4,5 % d'août dans le reporting d'octobre
☐ Répondre publiquement que la vague de chaleur, imprévisible, explique les chocolats fondus, puis attendre que les mentions négatives baissent d'elles-mêmes avec la fin de l'été

Justification :