

Le reporting d'octobre des réseaux de ConseilOr

ConseilOr (entreprise fictive) accompagne les entreprises dans leur stratégie de digitalisation et de vente omnicanale. Elle anime sa page LinkedIn et le compte Instagram de sa boutique en ligne d'équipements pour le télétravail, et conseille ses clients sur leurs réseaux sociaux. Début novembre 2026, Inès, alternante en BTS NDRC, prépare le reporting d'octobre de la page LinkedIn de ConseilOr et du compte Instagram de la boutique (documents 1 et 2).

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

Document 1 - Statistiques d'octobre 2026

Indicateur	Page LinkedIn de ConseilOr	Instagram de la boutique
Abonnés au 1er octobre	5 600	12 400
Abonnés au 31 octobre	5 936	12 772
Personnes touchées (portée)	24 000	60 000
Interactions	1 248	1 980
Impressions	38 400	96 000
Clics vers le site	576	672

Document 2 - Réponses aux commentaires et messages d'octobre (deux comptes)

Commentaires et messages qui appelaient une réponse : 250. Objectif de ConseilOr : répondre à tous, en 4 heures en moyenne.

Délai de réponse	Réponses	Délai retenu
Moins d'une heure	120	0,5 h
De 1 à 4 heures	80	2,5 h
De 4 à 24 heures	30	14 h
Plus de 24 heures	10	36 h
Total	240	

Annexe (reporting d'octobre 2026 : arrondir les taux à une décimale, le délai au dixième d'heure)

Question	Réponse
Croissance des abonnés de la page LinkedIn (%)	
Croissance des abonnés du compte Instagram (%)	
Croissance de l'ensemble des abonnés des deux comptes (%)	
Taux d'engagement de la page LinkedIn (%)	
Taux d'engagement du compte Instagram (%)	
Taux de clic de la page LinkedIn (%)	
Part de réponses (%)	
Délai moyen de réponse (heures)	

Questions d'analyse

Le délai moyen dépasse l'objectif de 4 heures. Quelle action proposer à ConseilOr ?

- ☐ Répondre d'abord aux messages privés, les commentaires publics pouvant attendre le lundi
- ☐ Fixer deux créneaux de réponse par jour, tenus aussi le week-end par roulement
- ☐ Désactiver les commentaires sous les publications pour avoir moins de demandes

Justification :

Quelles conclusions du reporting sont exactes ? (plusieurs réponses)

- ☐ LinkedIn suscite proportionnellement plus d'interactions qu'Instagram
- ☐ Instagram touche plus de personnes, donc ses contenus intéressent davantage
- ☐ La communauté a progressé de 4,5 %, moyenne des deux taux de croissance
- ☐ Instagram renvoie peu vers la boutique : 0,7 % de clics par impression

Justification :