

2026

REPORTING SOCIAL MEDIA

Préparé par : AAK Design

Introduction

Solēa Délices est une marque food locale dont la stratégie de communication digitale a été pensée dès son lancement le 9 octobre 2025 pour privilégier la visibilité, l'engagement et l'ancrage territorial. La présence sur les réseaux sociaux a été développée à travers une approche progressive, combinant création de contenus visuels, tests de formats et analyse des performances afin d'identifier les leviers les plus pertinents selon chaque plateforme.



1. Objectifs de la stratégie

- Lancer la présence social media de la marque
- Tester différents leviers d'acquisition selon les plateformes
- Identifier les préférences de contenu de l'audience locale
- Générer de la visibilité et de l'engagement avant une phase d'accélération

Plateformes utilisées

> Instagram

Engagement & tests des formats interactifs

> TikTok

Portée & viralité

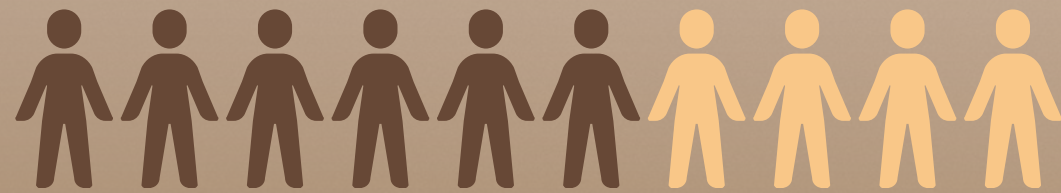
> Facebook

Notoriété & ancrage local

> Threads

Conversation & proximité

Audience



Age
18-54 (dominant)



Femme
78%



Homme
22%



Localisation
Nord Grande Terre

Informations sur l'audience

La communication se déroule
comme suit :



Heures de publication :
12h-13h et 18h30-20h

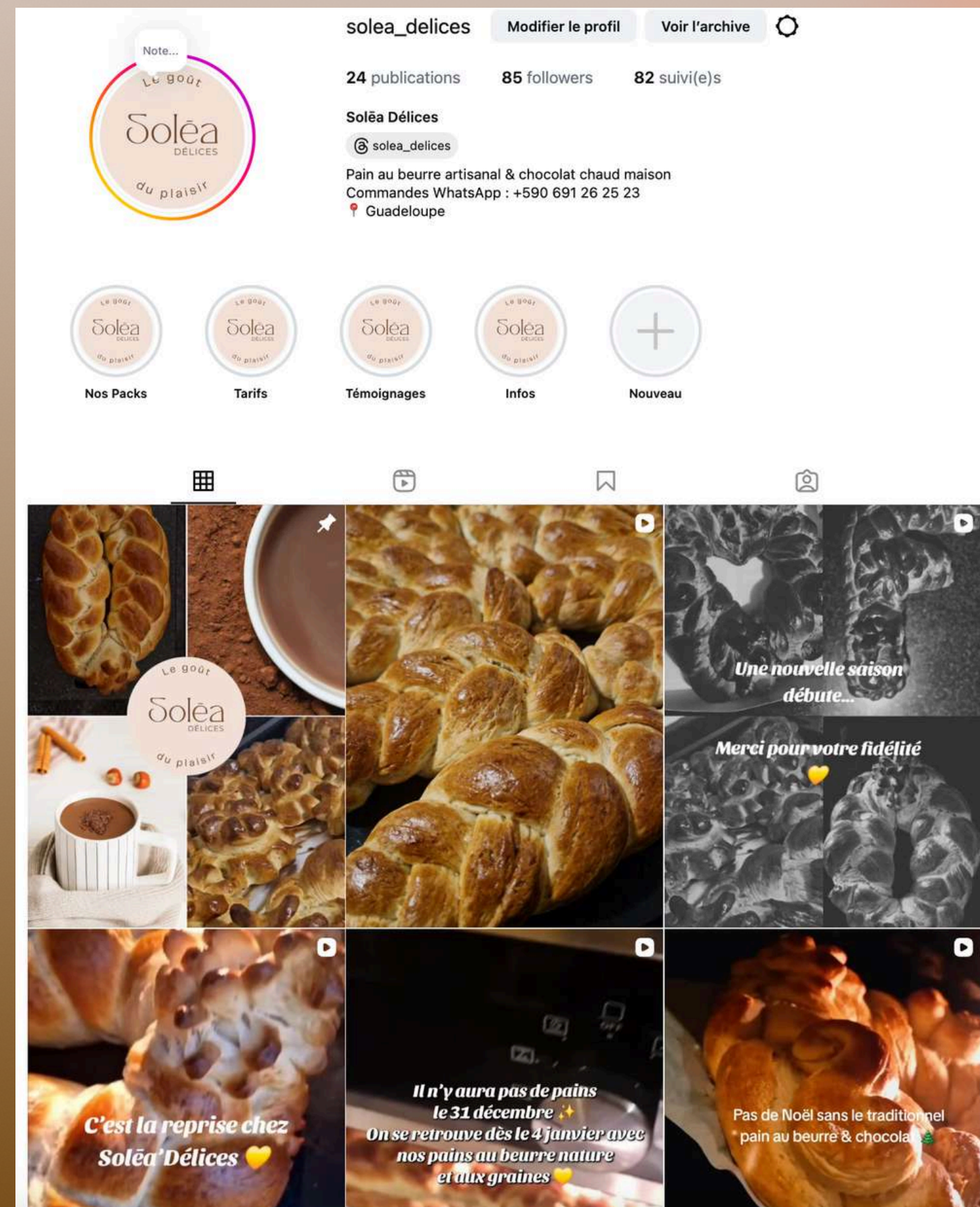


But : contenus food -
vente et engagement

2. Stratégie Instagram

Approche

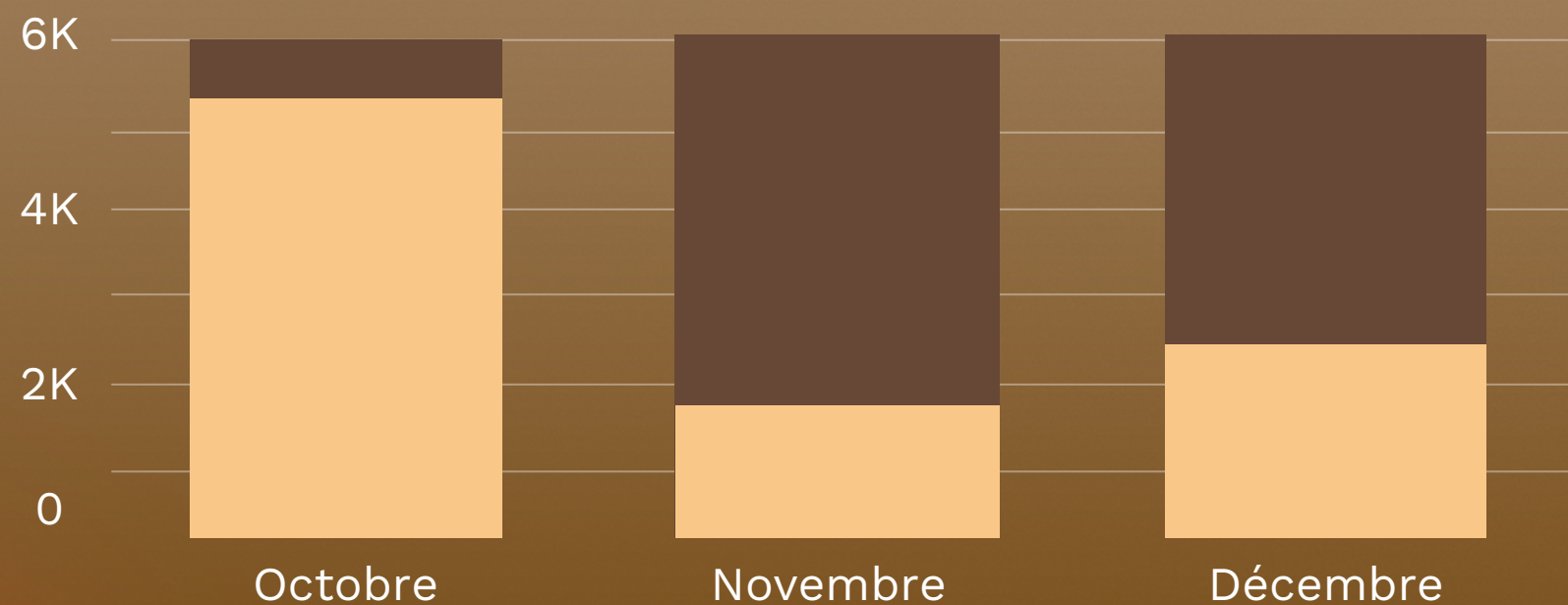
- Démarrage avec très peu de comptes suivis (choix volontaire)
- Animation régulière du compte (posts tous les 2 à 4 jours)
- Mix de contenus :
 - Réels gourmands
 - Jeux & quizz
 - Présentation des offres
 - Tips autour des produits



Résultats mensuels

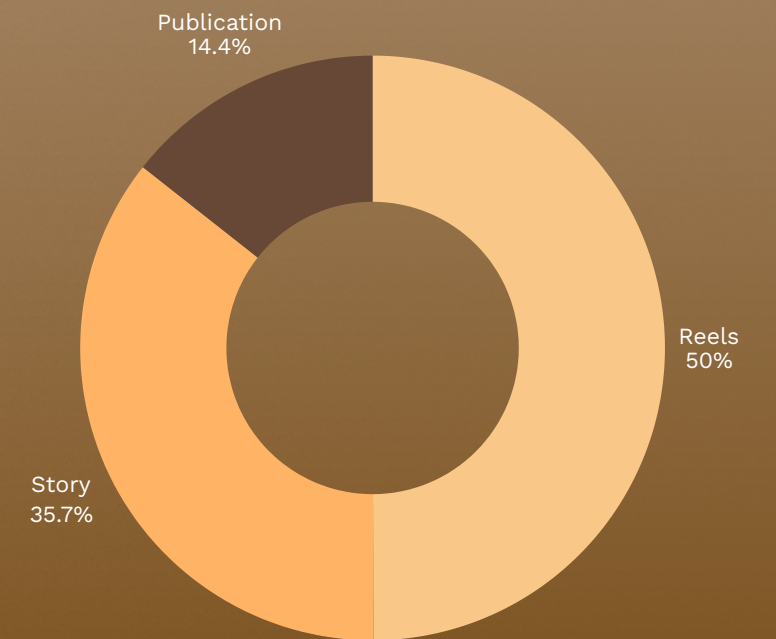
MOIS	VUES	REELS	PUBLICATIONS	NON FOLLOWERS	RÉSULTATS MARQUANTS
OCTOBRE	5400	8	2	70 %	1 reel à 1900 vues / +11 abonnés
NOVEMBRE	1800	3	1	50 %	1 reel à 587 vues / +1 abonné
DÉCEMBRE	2100	6	1	59 %	+15 % de vues vs novembre

Évolution des vues mensuelles

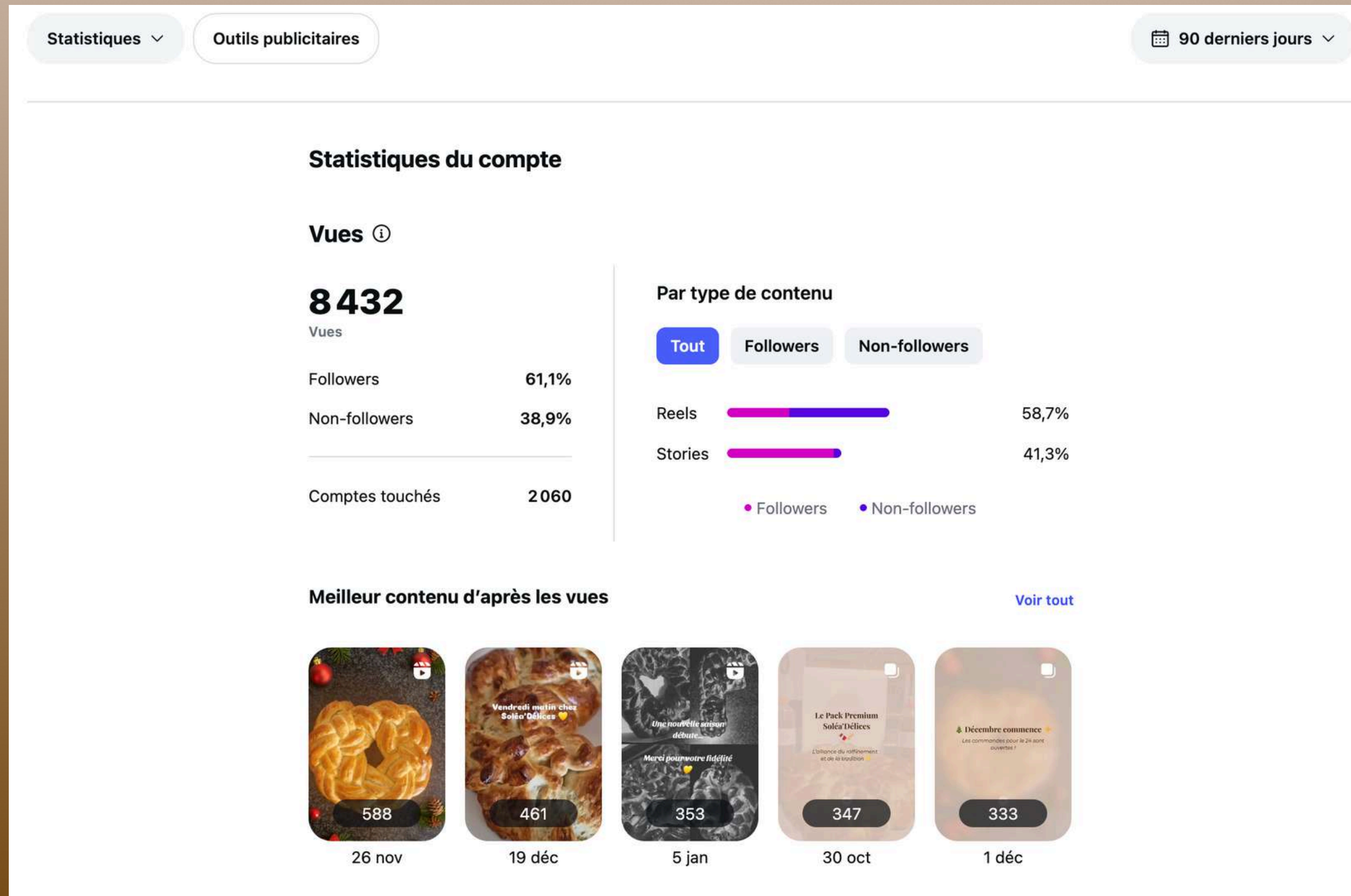


Publications

- Reels (50%)
- Story (37,5%)
- Publication (14,4%)



Résultats 90 jours



- 8,5K vues sur les reels et publications
- 38,9% de vues provenant des non-abonnés
- Un reel de lancement à plus de 1 000 vues en quelques heures
- + 11 abonnés dès la première publication
- Fort engagement (likes, commentaires, enregistrements)

Ces résultats confirment une excellente capacité de découvrabilité et une forte affinité entre le contenu proposé et l'audience ciblée.

Analyse des performances

- Les réels génèrent significativement plus de portée et d'interactions que les posts statiques
- Meilleures plages horaires :
- Fin de semaine et week-end
- Entre 18h30 et 19h

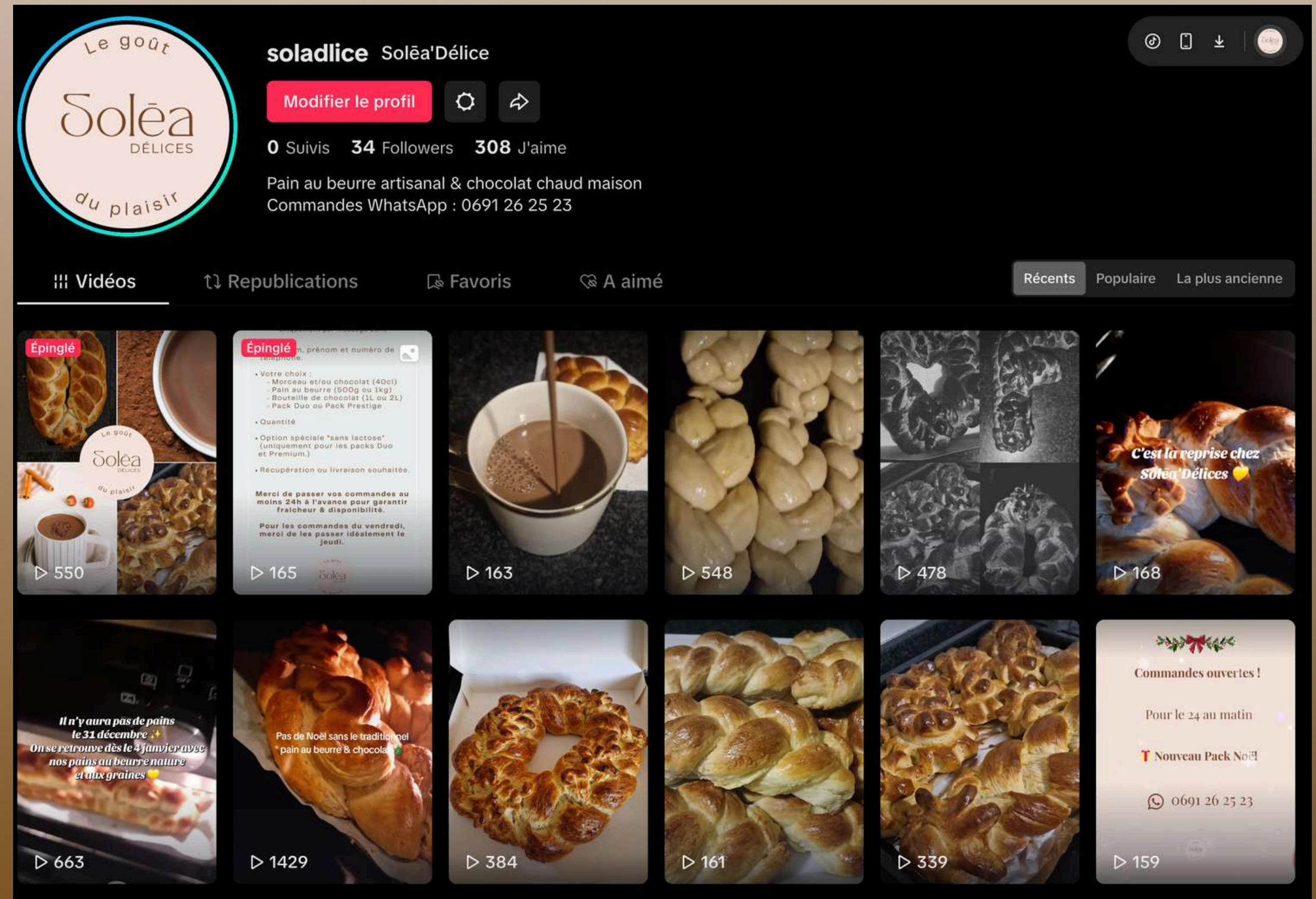
Enseignements clés

- L'audience est particulièrement réceptive à :
 - Les tips
 - Le suspens
 - Les vidéos gourmandes avec gros plans produits
- Le contenu conversationnel (quizz) favorise l'engagement
- Les posts purement commerciaux nécessitent un storytelling renforcé

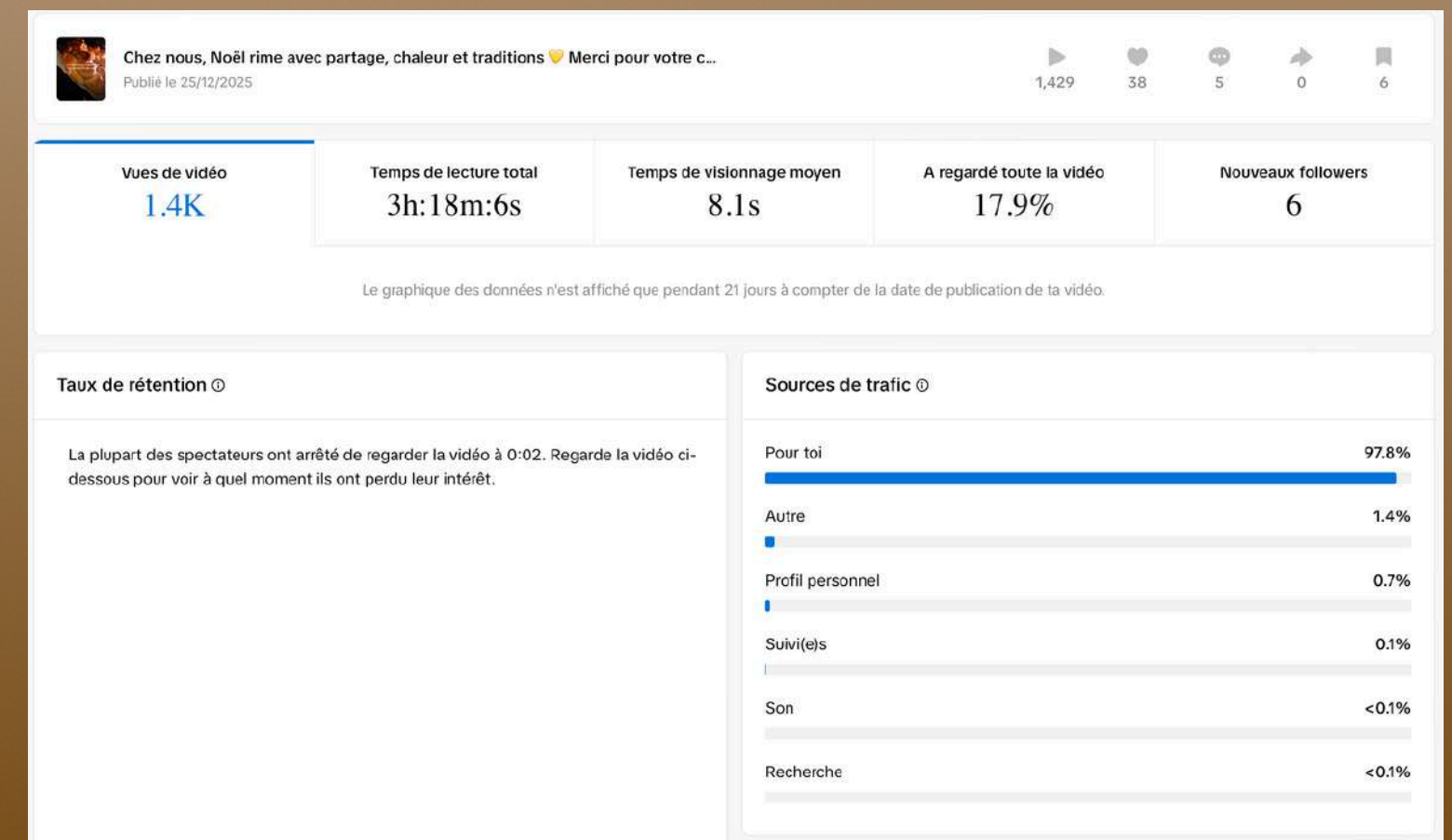
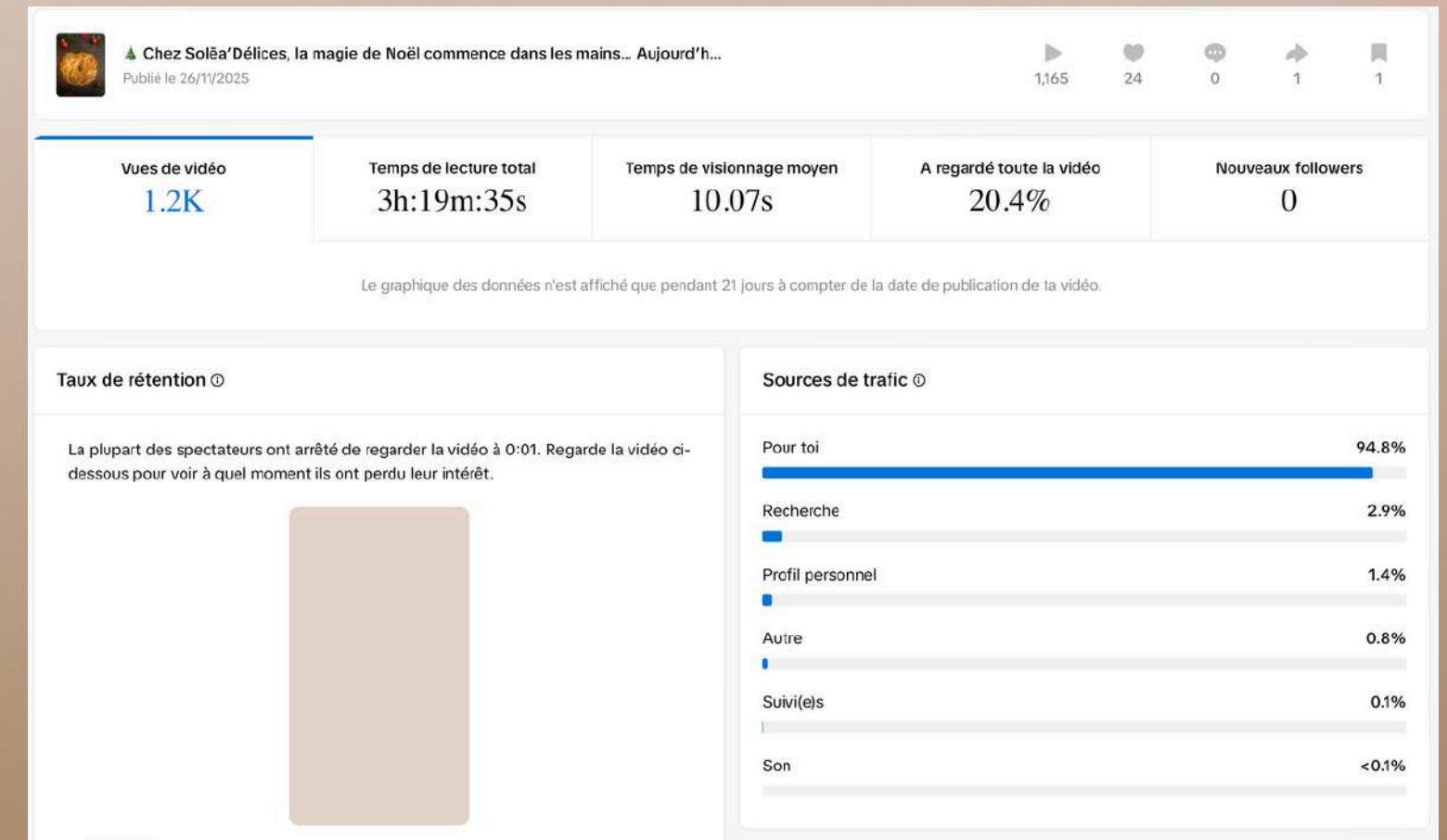
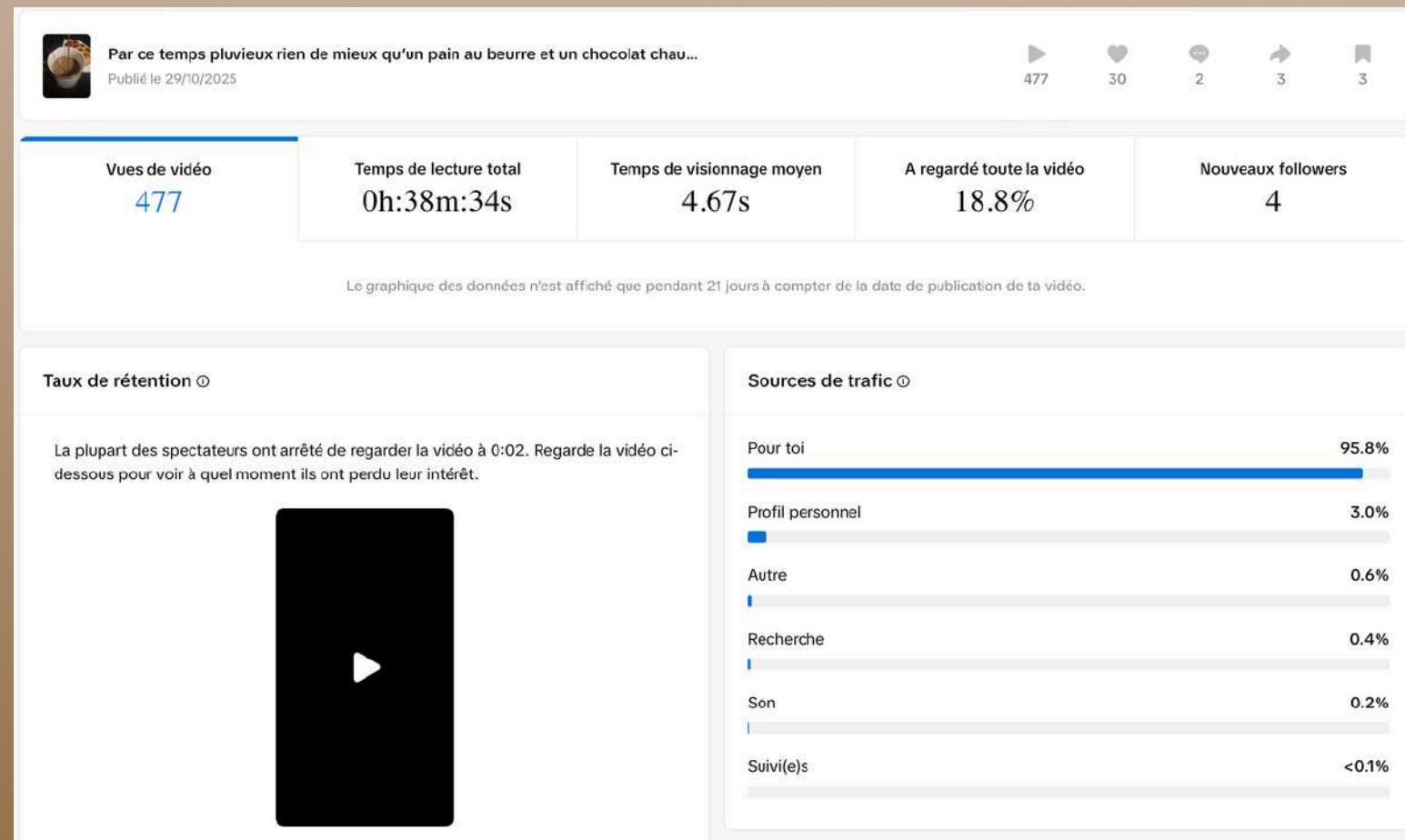
3. Stratégie TikTok

Approche

- Aucun compte suivi volontairement
- Stratégie axée sur l'algorithme et la portée organique
- Publications décalées de 5 à 10 minutes ou 1h par rapport à Instagram



Résultats



Performances & comportements

Meilleurs créneaux :

19h – 20h30

12h – 13h en fin de semaine (à partir du jeudi)

Analyse des contenus

- Fort engouement pour :
- Les tips
- Les vidéos gourmandes
- Les contenus ancrés dans les réalités locales
- Les musiques locales, en adéquation avec la culture antillaise

⚠ Le suspens fonctionne moins que sur Instagram
→ Le contenu doit être plus direct et immersif

4. Comparatif Instagram / TikTok

Élément	Instagram	TikTok
Suspens	Très performant	Peu pertinent
Tips	Très apprécié	Très apprécié
Quizz / sondages	Excellents résultats	Résultats plus faibles
Local / culture	Apprécié	Très performant
Conversion abonnés	Progressive	Plus lente mais forte portée

5. Facebook – Stratégie recommandée

Constat

- Le compte commence à gagner en visibilité
- Aucun compte suivi
- Croissance organique lente mais stable

Avantages

- Audience plus mature et fidèle
- Très utilisé pour :
 - recommandations locales
 - événements
 - bouche-à-oreille digital
- Bon levier pour la notoriété locale

Inconvénients

- Portée organique plus faible
- Contenus trop “jeunes” ou trop dynamiques moins performants
- Nécessite plus de pédagogie

Stratégie recommandée

- Reprise des contenus Instagram avec :
 - texte plus long
 - ton plus explicatif
- Mise en avant :
 - des offres
 - des avis clients
 - des temps forts locaux
- Utilisation des commentaires pour créer de l'échange

Objectif Facebook : crédibilité & ancrage local

6. Threads - Analyse & stratégie

Constat

- Repost automatique du contenu
- Très peu d'interactions pour le moment

Analyse

Threads n'est pas une plateforme de diffusion visuelle mais de conversation.

Le repost seul ne suffit pas.

Stratégie adaptée à Solea Délices

- Publier du contenu natif :
 - questions ouvertes
 - anecdotes
 - coulisses
 - réactions à l'actualité locale
- Ton plus spontané, moins marketing
- 2 à 3 publications par semaine maximum

Objectif Threads : créer du lien et une communauté, pas vendre

7. Conclusion stratégique

La stratégie mise en place a permis :

- d'identifier rapidement les formats performants
- de comprendre les comportements par plateforme
- de privilégier la portée et l'engagement avant la croissance artificielle des abonnés
- de construire une base solide pour une phase d'optimisation et d'accélération

Vision d'évolution

- Renforcement des réels gourmands
- Séries de tips récurrents
- Contenus encore plus localisés
- Tests de collaborations locales
- Activation ponctuelle de campagnes sponsorisées