



**Tout d'abord... VOUS**



# **Votre connaissance De TikTok**

**Vos besoins**  
**Vos attentes**



# ALTITUDE

**Isabelle Barnel** ✨

Responsable Digital Groupe chez Altitude BMW MINI

Lyon et périphérie · [Coordonnées](#)



Altitude



iaelyon School of Management



isabelle.barnel

Contacter



197 publications

21.1K abonnés

502 abonnements

**Isabelle Barnel**

Blogueur

Digital Manager

Graduate from IAE Lyon

French skier

World traveller

Lyon #LaFabriqueDuSki

[www.yourcommunicationwithme.com](http://www.yourcommunicationwithme.com)

Abonnés : romain\_pnr, allbyemma, lau\_s27 et 12 autres



EVENT



SPORT



DIGITAL



CULTURE

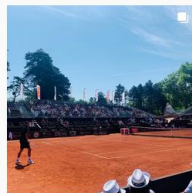
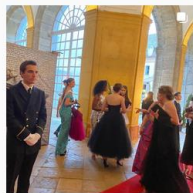


TRAVEL

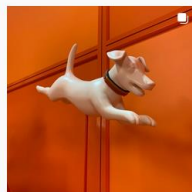
PUBLICATIONS

VIDÉOS

IDENTIFIÉ(S)



OPEN PARC  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES  
LYON



**Isabelle Barnel** ✨

@ibarnel

Digital Manager • Sport • Webmarketing • @WebmarketingCOM #WeAreAltitude @lafabriqueduski

Lyon [yourcommunicationwithme.com](http://yourcommunicationwithme.com)

A rejoint Twitter en décembre 2010

1 218 abonnements 1 389 abonnés

Suivi par Pierre-Edouard Dieu, Vincent Salimon et 18 autres personnes que vous suivez



Abonné

**Isabelle Barnel** ✨

@ibarnel

Digital Manager • Sport • Webmarketing • @WebmarketingCOM #WeAreAltitude

[@lafabriqueduski](#)

[Traduire la biographie](#)

Lyon [yourcommunicationwithme.com](http://yourcommunicationwithme.com)

A rejoint Twitter en décembre 2010

1 286 abonnements 1 303 abonnés

Suivi par Pierre-Edouard Dieu, Startup Lyon et 32 autres personnes que vous suivez

Tweets

Tweets et réponses

Médias

J'aime

Tweet épinglé



**Isabelle Barnel** ✨ @ibarnel · 14 sept. 2021

- Avant-première « BIGGER THAN US »

Avec Flore Vasseur, Denis Carot, Marion Cotillard  
Thierry Fremaux ;)

[#PlusGrandQueNousCestEncoreNous](#)  
[@marioncott](#)





FOLLOW ME ON

**TikTok**

[tiktok.com/username](https://tiktok.com/username)

Avant de commencer

## BRIDGE INSIGHT : LES RÉSEAUX SOCIAUX QUI COMPTENT EN 2022



RÉSEAUX SOCIAUX  
MONDE



FACEBOOK  
ÉTATS-UNIS



YOUTUBE  
ÉTATS-UNIS



INSTAGRAM  
ÉTATS-UNIS



TIK TOK  
CHINE



LINKEDIN  
ÉTATS-UNIS



PINTEREST  
ÉTATS-UNIS



TWITTER  
ÉTATS-UNIS



PAANTEON  
FRANCE

**4,8 MILLIARDS**  
D'INTERNAUTES  
**5,27 MILLIARDS**  
D'UTILISATEURS  
MOBILE

**4,5 MILLIARDS**  
D'ACTIFS SUR LES RÉSEAUX  
**99%** ACCÈDENT À AU MOINS  
UN RÉSEAU VIA  
MOBILE

**TEMPS PASSÉ**  
SUR LES  
RÉSEAUX

**1H41** PAR JOUR  
EN FRANCE  
**2H27** PAR JOUR  
DANS LE MONDE

**4H15** PAR JOUR  
AUX PHILIPPINES

**8,4 COMPTES SOCIAUX**  
EN MOYENNE PAR UTILISATEUR

**15,5 NOUVEAUX**  
UTILISATEURS  
PAR SECONDE

**RÉSEAU SOCIAL**  
DANS 154 PAYS

**2,89 MILLIARDS**  
D'ACTIFS PAR MOIS  
40 MILLIONS EN FRANCE

**81,8%** D'ACTIFS SE CONNECTENT  
UNIQUEMENT VIA MOBILE

**17 MILLIARDS**  
DE PHOTOS ÉCHANGÉES PAR MOIS

**68177 EMPLOYES** CHIT7 FACEBOOK  
À TEMPS PLEIN

**300.000** CHATBOOTS ACTIFS SUR MESSENGER

**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
SUR FACEBOOK  
**19,5 HEURES**  
PAR MOIS

**100 MILLIONS**  
D'HEURES DE VIDÉOS VUES  
PAR JOUR

**85%** DES VIDÉOS SONT  
VUES SANS LE SON

**2,28 MDS** DE PERSONNES SONT  
TOUCHÉES PAR LES PUBS

**10%** DE PUBS PAR CONTENU  
VISIONNÉ

**2,29 MILLIARDS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**500 HEURES**  
DE VIDÉOS AJOUTÉES PAR MINUTE

**88000 VIDÉOS**  
VUES CHAQUE SECONDE

**70%** DES VIDÉOS  
SONT VUES SUR MOBILE

**1 MILLIARD**  
D'HEURES DE VIDÉO VUES CHAQUE JOUR

**95%** VISIBILITÉ MOYENNE  
SUR LES PUBS

**100 PAYS**  
**80 LANGUES**

**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
SUR YOUTUBE

**18-34 ANS** **25-49 ANS**

**50** **31**  
MINUTES/JOUR

**79%** DES INTERNAUTES ONT UN  
COMPTE YOUTUBE

**90%** DES ACTIFS ONT DÉCOUVERT  
UNE MARQUE OU UN PRODUIT  
VIA YOUTUBE

**62%** DES ENTREPRISES UTILISENT  
YOUTUBE POUR PUBLIER DES  
VIDÉOS

**1,4 MILLIARD** D'ACTIFS PAR MOIS

**500 MILLIONS**  
PAR JOUR

**21 MILLIONS**  
D'UTILISATEURS ACTIFS  
PAR MOIS EN FRANCE

**100 MILLIONS** DE PHOTOS  
PARTAGÉES PAR JOUR

**4,2 MILLIARDS**  
DE LIKES CHAQUE JOUR

**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
10,3 HEURES PAR MOIS

**#LOVE** EST LE PLUS UTILISÉ  
2 MILLIARDS DE FOIS

**9H À 11H** HORAIRES LES  
PLUS ACTIFS

**63%** DES ACTIFS  
ONT ENTRE

**18 - 34**  
ANS

**60%** DES VIDÉOS SONT VUES  
AVEC LE SON

**25 M** D'ENTREPRISES ONT  
UN COMPTE

**90%** DES UTILISATEURS SURVENT  
AU MOINS UNE MARQUE

**81%** DES UTILISATEURS  
DÉCOUVRENT DES NOUVEAUX  
PRODUITS SUR INSTAGRAM

**DANS 155 PAYS**  
ET **75 LANGUES**

**1 MILLIARD**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**167 MILLIONS/MIN**  
VUES DE VIDÉOS

**9** OUVERTURES EN MOYENNE  
DE L'APPLICATION PAR JOUR

**90%** DES UTILISATEURS SE  
CONNECTENT TOUS LES  
JOURS

**52 MINUTES**  
TEMPS MOYEN PAR JOUR

**66%** DES UTILISATEURS ONT  
ENTRE 16 ET 34 ANS

**35%** DES UTILISATEURS ONT DÉJÀ  
PARTICIPÉ À UN CHALLENGE

**67%** DÉCOUVERTE DE  
NOUVEAUX PRODUITS  
GRÂCE À LA PUB

**PLATEFORME AVEC LE TAUX**  
D'ENGAGEMENT LE PLUS ÉLEVÉ

**800 MILLIONS**  
DE MEMBRES  
DANS 200 PAYS

**400 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**10 MIN 20**  
D'UTILISATION MOYENNE  
PAR JOUR

**57%** DES UTILISATEURS Y  
ACCÈDENT AVEC LEUR MOBILE

**81 CANDIDATURES**  
ENVOYÉES PAR SECONDE

**60%** DES MEMBRES  
ONT ENTRE 25 ET 34 ANS

**6000 PERSONNES**  
EMBAUCHÉES CHAQUE JOUR

**40M** EN RECHERCHE D'EMPLOI  
PAR SEMAINE

**46M** D'ÉTUDIANTS  
ONT UN COMPTE LINKEDIN

**58M** D'ENTREPRISES  
ONT UN COMPTE

**20M** D'OFFRES D'EMPLOI  
SUR LINKEDIN JOBS

**454 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**20 MILLIONS**  
EN FRANCE

**85%** DES RECHERCHES  
SUR MOBILE

**77%** DES MEMBRES  
SONT DES FEMMES

ÂGE MOYEN DES UTILISATEURS  
ACTIFS : **20-30 ANS**

**PLUS DE 4 MILLIARDS**  
DE TABLEAUX CRÉÉS

**PLUS DE 200 MILLIARDS**  
D'ÉPINGLES ENREGISTRÉES

**97%** DES RECHERCHES N'INCLUT  
PAS LE NOM D'UNE MARQUE

**80%** CONSIDÈRENT QUE LA PLATE  
FORME LES A RENVOUS + POSITIF

LES ÉPINGLES AVEC «NOUVEAU»  
DANS LE TITRE ONT 9 FOIS PLUS DE  
VISIBILITÉ

**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
SUR PINTEREST  
**14 MIN/SESSION**

**2M** RECHERCHES PAR  
MOIS

**397 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**500 MILLIONS**  
DE TWEETS PAR JOUR

**80%**  
SUR MOBILE

**44%** DES MEMBRES N'ONT  
JAMAIS TWEETÉ

**71%** DES UTILISATEURS  
Y CONSULTENT L'ACTUALITÉ

**125M** DE HASHTAGS SONT  
POSTÉS CHAQUE JOUR

**DURÉE DE VIE D'UN TWEET**  
30 MINUTES

**TEMPS MOYEN**  
PASSÉ SUR TWITTER  
**5,6 H** PAR MOIS

**92%** DES MARQUES POSTENT DES  
TWEETS + D'UNE FOIS PAR JOUR

**67%** DES ENTREPRISES UTILISENT  
TWITTER POUR DU MARKETING

**UN TWEET AVEC UNE VIDÉO**  
OBTIENT 10 FOIS + D'ENGAGEMENT

**paanteon**

**LE NOUVEAU RÉSEAU**  
**INSPIRATIONNEL**

**LANCÉ FIN 2021**

**NOMBRES DE MEMBRES**

**99,9%** PERSONNES INSPIRÉES

**5 GALERIES POUR**  
CRÉER SON «MUSÉE  
INTÉRIEUR»

**HOMMAGES PAR**  
COLLECTION

**121 COLLECTIONS**

**HOMMAGES**  
GRAVÉS

**+5000**

**100%**  
SANS ANONYMAT

**CAPTURE DE DONNÉES**  
PERSONNELLES

**0 TRAÇAGE**

© 2022 **Bridge**  
COMMUNICATION

# Qu'est-ce que TikTok le nouveau phénomène des médias sociaux



Application mobile de **partage de vidéo** et de réseautage social lancée en septembre 2016

Plateforme pour les smartphones (Android & iOS) permettant de partager de courtes vidéos, allant **de 15 secondes à 180** maxi

Rechercher des comptes et des vidéos



+ Téléverser



**altitudebmwmini**

altitudebmwmini



Modifier le profil

25 Abonnements 18 Abonnés 54 J'aime

Auto Moto #BMW #MINI #Motorrad Vienne St-Etienne Roanne Lyon Macon  
Villefranche

Vidéos

A aimé



▶ 112

#WeAreAltitude SALO...



▶ 229

#WeAreAltitude SALO...



▶ 87

LAST DAY!!

#WeAreAltitude SALO...



▶ 108

#WeAreAltitude SALO...



▶ 267

#WeAreAltitude SALO...



▶ 126

#WeAreAltitude - Centr...



▶ 619

#WeAreAltitude WoW ...

Utiliser le **marketing** d'influence sur **Tik Tok**

- moyen efficace pour faire connaître votre marque

**Stratégie** de Social Media **marketing** pour augmenter rapidement votre visibilité sur le réseau social et agrandir votre communauté en un temps record

Les utilisateurs y partagent légalement des vidéos avec

- ✓ de la **musique**
- ✓ des voix de films ou d'acteurs célèbres
- ✓ leur propre voix



#WeAreAltitude - La No...



#WeAreAltitude - EXP...



#WeAreAltitude - BIEN...



#WeAreAltitude - CON...



#WeAreAltitude MINI G...



#WeAreAltitude - INVI...



Centre d'Essais MINI El...



Centre d'essais BMW El...



#WeAreAltitude PRÊTS...



ON SE DÉPLACE CHEZ ...



ON SE DÉPLACE CHEZ ...



Télécharger l'application

La société chinoise **ByteDance** est le créateur de TikTok

L'application est apparue en 2018 après l'achat de Musical.Ly par ByteDance



#WeAreAltitude UN LIE...



#WeAreAltitude RETRO...



#WeAreAltitude - Comi...



#WeAreAltitude - Comi...



LE GROUPE ALTITUDE...

Qui utilise TikTok ?



# Qui utilise TikTok ?

Nouveau phénomène dans les médias sociaux et que tout le monde veut rejoindre

La plate-forme compte 800 millions d'utilisateurs actifs chaque mois,  
(données fournies par le site web "Datareportal")

# Qui utilise TikTok ?

Principalement les « **centennials** », qui constituent « la génération Z », et qui regroupent les **créateurs de tendances** de demain

Pendant le confinement

- a même connu une croissance record
- a été l'une des applications les plus téléchargées

# Qui utilise TikTok ?

Nouvel épiscetre des influenceurs qui créent et publient du contenu pour

- inspirer les « centennials »
- acquérir toujours plus de nouveaux followers





# Qui utilise TikTok ?

Avoir plus de 13 ans

Nécessaire d'avoir l'autorisation parentale ou celle du tuteur légal lorsque la personne a moins de 18 ans

# Qui utilise TikTok ?

Nouvelle opportunité pour ceux et celles qui veulent se faire une place dans le monde du digital

En devenant **influenceurs** au sein de cette plateforme sociale de **divertissement**

Pour y parvenir

- avoir un nombre important de followers qui suivent votre profil et interagissent avec votre contenu



**matteorivellini** ✓

Matteo Rivellini

Message



392 Abonnements 1.8M Abonnés 109.2M J'aime

Vidéo YouTube Tir Au But Géant ! 🔥

1000€ A GAGNER S'ILS MARQUENT ! 📺 📺

🔗 [youtu.be/I\\_9GF0PKmw8](https://youtu.be/I_9GF0PKmw8)

## Vidéos

🔒 A aimé



Comme on dit le plus i...



Un sourire est égale à u...



Voici comment s'est pa...



Alors vous validez la te...



VIDÉO DISPO SUR MO...



Patoche il était vénère ...

# Qui utilise TikTok ?

60 % des utilisateurs ont entre 16 et 24 ans

26 % entre 25 et 44 ans

60 % de filles

40 % de garçons

LE MÉDIA DE TOUS LES ÂGES



# theobmwaltitude

Théo Paquet



Message



21 Abonnements 16 Abonnés 38 J'aime

Product Genius BMW - \*EXPERIENCE\*

Vidéos

A aimé



La nouvelle BMW i4 M50...



#bmw #activetourer ...



# statistiques d'usages dans le monde

**732 millions d'utilisateurs actifs par mois dans le monde**

400 millions d'utilisateurs actifs par jour en Chine,

Plus de 100 millions d'utilisateurs actifs mensuels aux États-Unis

Plus de 100 millions d'utilisateurs actifs mensuels en Europe

**Plus de 2 milliards de téléchargements** (depuis sa création)

## statistiques d'usages dans le monde



# les chiffres TikTok en France

270 millions de vidéos créées par les utilisateurs français

248 hashtags challenges créés en France

- 11 milliards de cœurs reçus par les vidéos françaises
- 12 milliards de cœurs données par les utilisateurs français

*Ces chiffres ont été annoncés par TikTok en octobre **2019**. Ils correspondent à une période d'un an : août 2018 – août 2019*

# les Influenceurs sur TikTok en France

38 000 comptes d'Influenceurs en France

9ème pays

- 50 % des Influenceurs ont entre 1 000 et 5 000 abonnés
- 0,26 % d'entre eux dépassent le million de followers

# les Influenceurs sur TikTok en France

Profil type de l'utilisateur de TikTok en France :

✓ jeune fille âgée de 13 à 24 ans (51,34 %),

(source : [étude HypeAuditor](#))

# les Influenceurs sur TikTok habitent ensemble pour créer du contenu



# Colocations d'un nouveau genre

Louer une maison, y réunir des influenceurs et créer du contenu

Aux États-Unis, ces « [colocations](#) » d'un nouveau genre un peu partout

Des créateurs de contenu [sur TikTok](#) ont loué une villa à Los Angeles, la « Hype House », pour y réaliser des vidéos

19 personnes qui viennent ponctuellement, d'autres y ont élu domicile

# Colocations d'un nouveau genre

Règles strictes :  
tu viens, tu fais des vidéos sinon tu repars

En France, lors du confinement, [plusieurs TikTokeurs](#) se sont réunis dans une villa surnommée « la villa Alésia » [en plein Paris](#) pour y filmer leur contenu



thefrenchhouseparis  
Paris, France

View profile



[View more on Instagram](#)



67,394 likes

thefrenchhouseparis

L'arrivée de la French House à la villa

[view all 220 comments](#)

# Le triomphe de TikTok



# Du plaisir à l'état brut

Le contenu est la chose la plus importante

Dans cette application, tu peux trouver des vidéos de toutes sortes dans lesquelles le **divertissement** est le plus important

# Du plaisir à l'état brut

Sur TikTok, tu es venu pour **t'amuser**. Le contenu est varié :

- défis à relever seul, à deux ou en groupe
- ajout de chansons ou de sons
- imitation de voix célèbres dans les films
- téléchargement de votre propre chanson, voix ou son

Tant de choix que ça devient addictif

# C'est du plaisir à l'état brut

Les marques utilisent TikTok pour montrer leur côté le plus proche et le plus humain

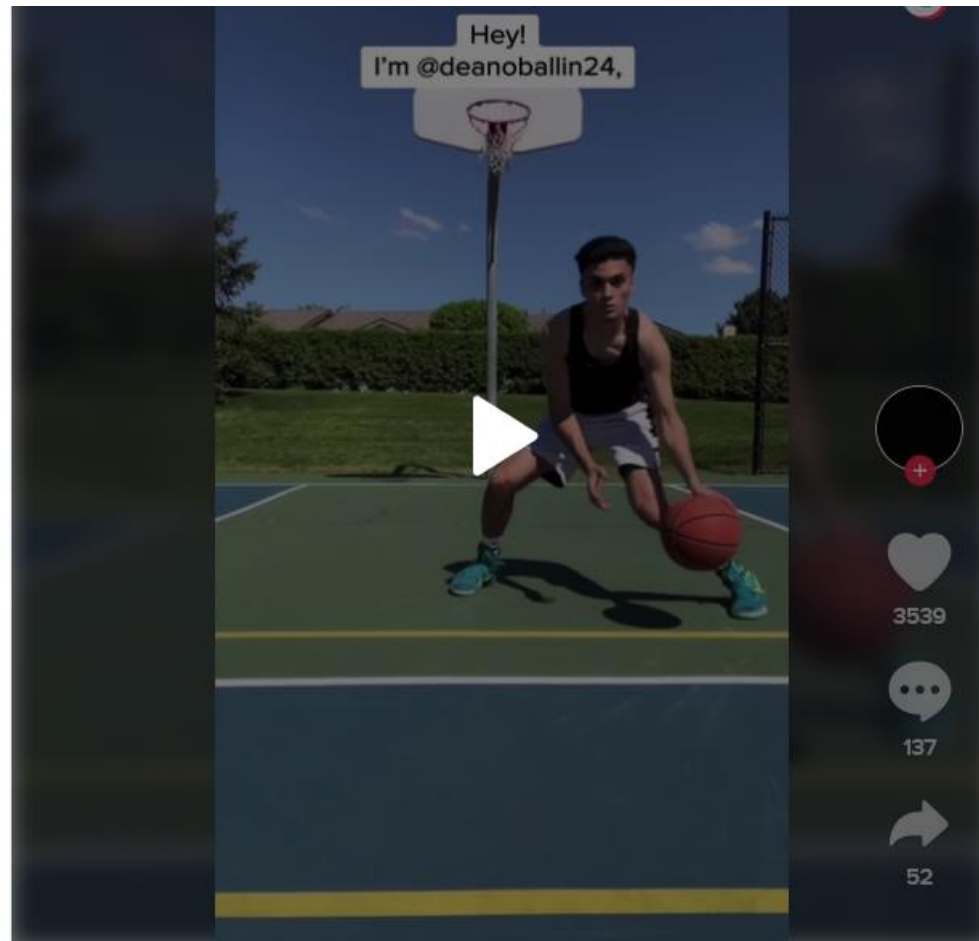
Moyen de se rapprocher de façon informelle de ses clients potentiels



# C'est du plaisir à l'état brut

Des marques de vêtements telles que [Nike](#) ou [Bershka](#) ont choisi ce format pour interagir avec les utilisateurs

par l'intermédiaire d'influenceurs ou de figures qui sont à l'image de leur marque



🗨️ Milliards de vidéos pour le moment. Seulement [Regarder maintenant](#)

@nike

How many No Look Shots can you make?! Check out this **#BreakItDown** by **@Dean Sarama** and let's take it to the hoop! 🏀

🎵 original sound - Nike

# « Tu peux passer toute ta journée sur TikTok »

TikTok a un algorithme qui montre les vidéos en fonction de vos intérêts

- boucle de contenu dont il est difficile de sortir

Créer sa propre communauté

- en choisissant les comptes à suivre
- en regardant les tendances et voir ce qui se passe
- à partir des hashtags les plus populaires aux thèmes actuels

15:28

Q Parejas top



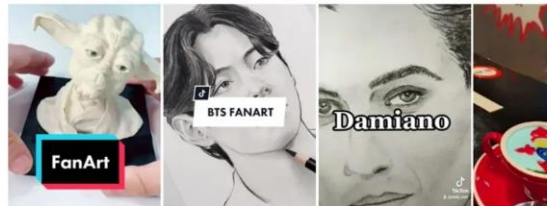
# BlackFriday  
Trending hashtag

3,1B >



# FanArt  
Trending hashtag

14,1B >



# CrossFit  
Trending hashtag

3,5B >



.. Eveliner

6,4B >



Home



Discover



Inbox



Profile

# **Les utilisateurs passent environ 52 mn / jour**

Concurrence à Instagram, Facebook et Snapchat

# Interagir avec tous les utilisateurs

Créer **sa propre communauté**, en choisissant qui suivre et voir qui vous suit

Donner des likes aux vidéos ou commenter le contenu

Partager la vidéo qu'on aime, écouter la musique utilisée et l'utiliser soi-même

# Interagir avec tous les utilisateurs

Un libre-service

« Ce qui est à toi est à moi et  
ce qui est à moi est à toi »

15:31

All activity ▾



Today



letigrijo, vjmro and 45 others  
liked your video. 13m



beatriz\_carbel, kiss\_mycontent and 97  
others  
liked your video. 15m



miguelgalindoadmon, kokey.moreno and  
370 others  
liked your video. 44m



alejo.audissio, andywaakk and 3 others  
liked your video. 1h



juanfondado, b3rsrk3r and 352 others  
liked your video. 1h



evah\_storee, rubenstown and 109 others  
liked your video. 2h



roloprof, robjonburritos and 217 others  
liked your video. 3h



sparkmakers, 888are888 and 44 ...  
voted for your video 5h



cuentaaltas, jonathansaulhidalgo and 73  
others  
liked your video. 6h



frankgriff, cristian\_baker and 19 others  
liked your video. 6h



Home



Discover



Inbox



Profile

# C'est facile à utiliser

Une interface avec

- un écran où les vidéos sont affichées
- un bouton pour télécharger la vidéo
- un bouton de votre profil
- Un bouton pour voir les notifications

# Le principe de TikTok



# Laisser libre cours à sa créativité

Se divertir à travers un « format microvidéo » insolite, facile à consommer, et enrichi par une fusion de **playback, danse, chorégraphie, et comédie**



@mercihandy\_off 

85

Abonnements

168.6K

Abonnés

4.8M

J'aime

Abonnement



Rainbows Scents   
Good Ingredients  
Magical Textures 

Voir la traduction

 [www.mercihandy.com](http://www.mercihandy.com)

# Divertissement

**Pour les créateurs**, divertir les audiences en créant des vidéos grâce aux fonctionnalités de montage de l'application

**Pour les « TikTokers »**, se divertir en visionnant plusieurs vidéos d'autres utilisateurs

# Divertissement

Rire et décompresser

Regarder avec inspiration les performances de certains tiktokers doués

# Fonctionnalités



# Le chant en Playback

Les tiktokers chantent en playback en suivant un extrait d'une chanson connue

## La danse

Chorégraphies de tous genres font partie de l'écosystème de TikTok.



# La comédie

plusieurs tiktokers créent des microsketchs à la **Charlie Chaplin**

sous forme de microvidéos, avec ou sans paroles..



# Les challenges

Certains comptes

- créent des challenges à travers un **hashtag**
- encouragent les utilisateurs à y prendre part

Permettent à certains utilisateurs de gagner en visibilité

# Comment fonctionne TikTok ?



# Très facile à apprivoiser

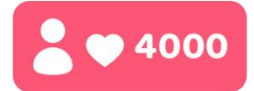
1. Vous rendre sur le Google Play Store ou l'App Store pour la télécharger
2. Une fois installée, dès que vous ouvrez l'application, des vidéos de «tiktokers» influents vous sont présentées pour vous immerger directement dans **l'ambiance fun** de la communauté

# Les hashtags

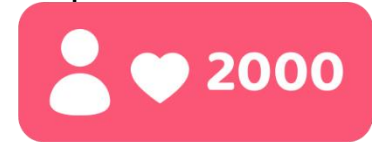
pour l'organisation du contenu et la curation des publications



## Les likes



pour soutenir les vidéos les plus intéressantes ou les plus divertissantes



**@Abby**

**16.9k**

Followers

**64k**

likes



# Les commentaires

pour permettre aux «tiktokers» d'interagir les uns avec les autres

# la fonction de recherche

qui permet de rechercher

- des hashtags
- des vidéos
- des musiques
- des comptes
- des utilisateurs actifs

sur TikTok

# les fonctions intuitives de création de vidéos

- caméra native
- modification de vitesse d'enregistrement
- application de filtres et d'effets à différents moments de la vidéo
- déclenchement d'un minuteur
- ajout de texte et de stickers

# la bibliothèque de sons

- possibilité de rechercher n'importe quelle musique directement depuis l'application
- et de l'ajouter à votre vidéo si elle est répertoriée

# les pièces de monnaie virtuelles

les utilisateurs peuvent acheter une sorte de monnaie virtuelle

et l'utiliser pour acheter et offrir des cadeaux virtuels à des influenceurs (de plus de 18 ans)

lors de sessions en direct pour leur montrer qu'ils apprécient leur contenu.



# les duos

Lorsque vous publiez une vidéo TikTok

fonctionnalité qui donne la possibilité aux autres utilisateurs de filmer leur propre vidéo et de l'afficher sur un écran partagé face à la vôtre

créant ainsi un Duo dans la vidéo finale, même s'ils sont à l'autre bout du monde

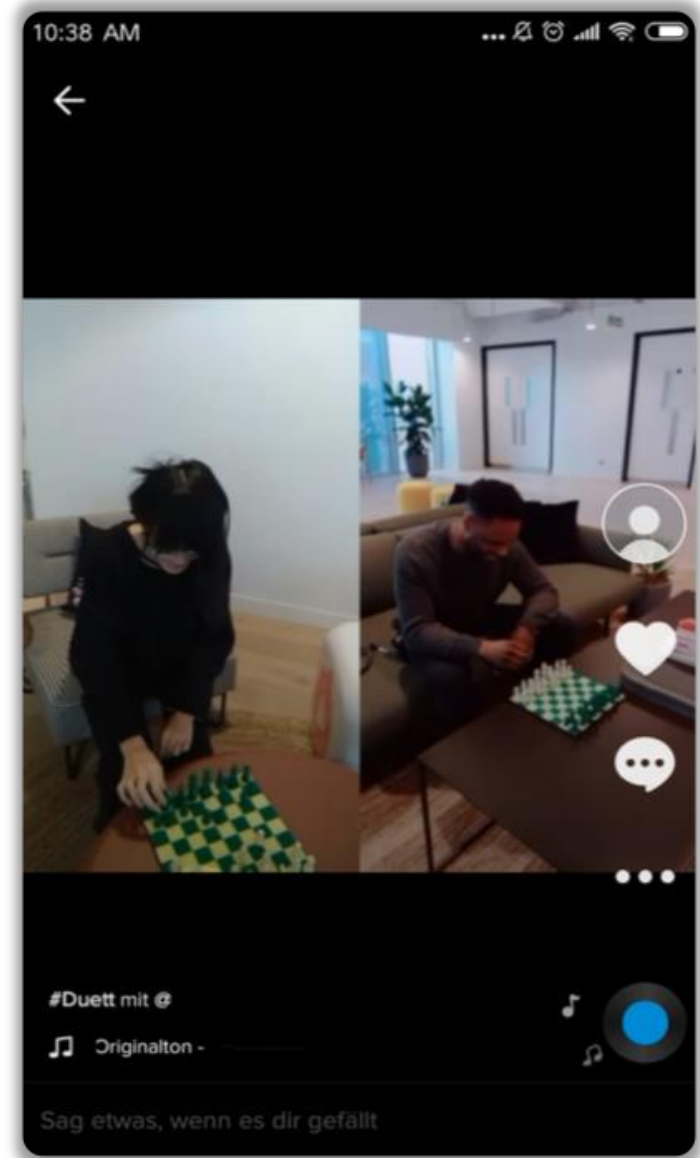


# les réactions

Lorsque vous publiez une vidéo sur TikTok, vous pouvez choisir d'autoriser les Réactions

permet aux autres utilisateurs d'afficher sur votre vidéo une fenêtre miniature où ils apparaissent

pour laisser transparaître leur réaction par rapport à votre contenu



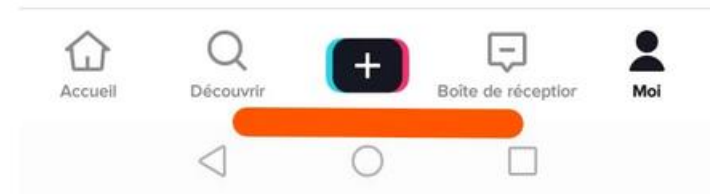
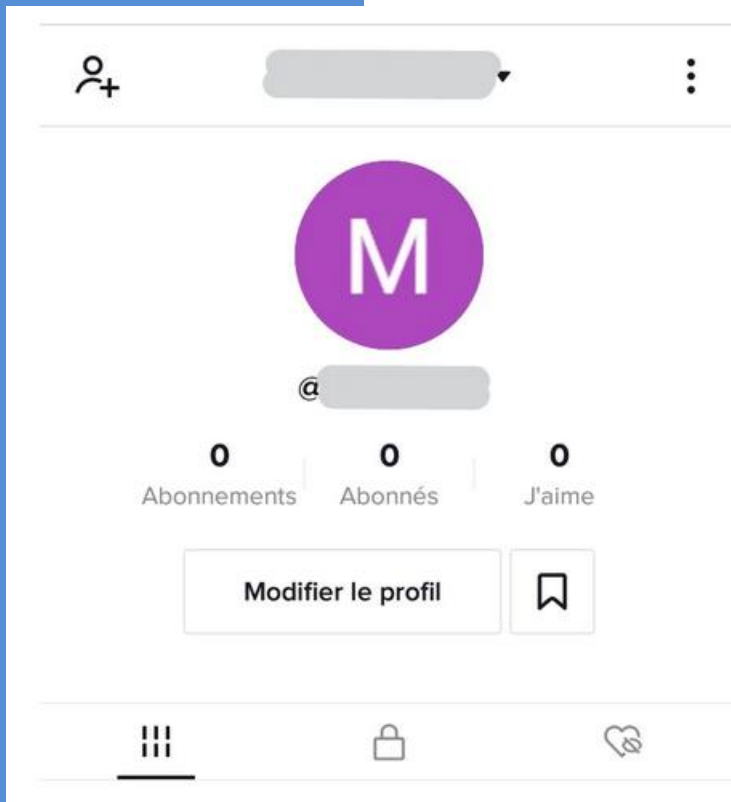
# Comment publier une vidéo sur TikTok ?



Si vous avez l'habitude d'utiliser Instagram ou d'autres applications mobiles sociales comme Facebook ou YouTube, publier une vidéo TikTok sera un jeu d'enfant

**Voici comment faire :**

- **Cliquez sur le bouton « + »** du menu de navigation inférieur



# comment publier une vidéo sur TikTok

**L'interface d'enregistrement s'affichera**, avec un gros bouton rouge qui sert à démarrer l'enregistrement de la vidéo

Les différentes options applicables apparaissent sous forme d'icônes :  
« Retourner » (vous filmer en mode selfie par exemple pour faire une chorégraphie ou chanter en playback)

- « Effets »
- « Ajouter un son »
- « Vitesse »
- « Beauté »
- « Filtres »
- « Minuterie »
- « Flash »



# comment publier une vidéo sur TikTok

Chaque fois que vous mettez en pause la vidéo, un **petit trait blanc** apparaît sur la barre de progression bleue en haut de la vidéo

Une fois que vous terminez l'enregistrement, cliquez sur le petit bouton de validation rouge dans le coin inférieur droit



# comment publier une vidéo sur TikTok

Maintenant, **ajouter une description à votre vidéo**

qui peut comprendre des hashtags et des mentions d'autres noms d'utilisateurs

# comment publier une vidéo sur TikTok

Vous devez également ajuster d'autres paramètres liés

- aux duos
- aux commentaires
- aux réactions

cliquer sur le bouton Publier dans le coin inférieur droit

Régler les paramètres de confidentialité de chaque vidéo que vous créez



## Publier

Décris ta vidéo

#Hashtags

@Amis

Choisis la  
couverture



Qui peut voir cette vidéo

Public >



Autoriser les commentaires



Autoriser les Duos et réactions



Enregistrer sur l'appareil



Partager la vidéo publiée sur :



Brouillons



Publier



# Conseils pour obtenir plus d'abonnés sur TikTok



# Optimisez votre profil

Déterminer comment vous souhaitez être perçu à travers votre profil

Comme sur tous les autres réseaux sociaux, le profil joue également un rôle particulièrement important lorsqu'il s'agit d'obtenir des abonnés sur TikTok.

# Comment pouvez-vous créer un profil attrayant ?

**Sélectionnez une image professionnelle** et attrayante pour vos utilisateurs cibles

**Choisissez un nom d'utilisateur court et facile à retenir**

il est préférable de garder le même nom puisqu'il sera plus facile pour vos abonnés de vous trouver

**Complétez votre profil à 100 %.** Ajoutez toutes les informations que vous jugez nécessaires pour vous faire connaître auprès de vos abonnés.

# Publiez du contenu qui ajoute de la valeur

L'objectif principal de votre contenu doit être le suivant : **amuser**

**L'originalité** est un facteur clé en matière de production de contenu pour l'application TikTok

tout en restant fidèle à votre propre style

# Soyez actifs et interagissez avec les comptes les plus influents

- suivre des comptes influents et à interagir avec ceux-ci
- Likez des publications et laissez des commentaires pour interagir avec les profils qui sont liés d'une façon ou d'une autre au vôtre
- Tentez d'ajouter de la valeur pour que ces utilisateurs commencent tôt ou tard à suivre votre compte
- Écrivez des commentaires accrocheurs pour capter l'attention des utilisateurs avec qui vous souhaiteriez interagir
- S'abonner à d'autres profils pertinents pour attirer l'attention de ces comptes, et faciliter une éventuelle prise de contact.

# Augmentez votre portée en publiant pendant les heures de pointe

Le contenu organique n'atteint qu'un pourcentage de vos abonnés

Certains facteurs favorisent la portée du contenu, comme le moment de la publication

Publiez votre contenu pendant les heures où les utilisateurs sont les plus actifs

- entre 11 h et 17 h

# Participez aux challenges

La grande vedette de ce réseau social en raison de la viralité qu'ils créent

Un défi sur TikTok consiste à enregistrer une vidéo assortie d'une musique déterminée

- puis de chanter, de danser, ou de réaliser une chorégraphie

# Collaborez avec d'autres TikTokers

En incluant d'autres utilisateurs dans vos vidéos de temps à autre

- vous enrichirez votre contenu

# Collaborez avec d'autres TikTokers

Choisissez de façon judicieuse les utilisateurs avec qui vous souhaiteriez collaborer

Assurez-vous qu'ils soient aussi **amusants** ou **charismatiques** que vous !

# Comment utiliser TikTok dans votre stratégie ?



# quelles possibilités pour les marques ?

Réseau social **le plus en vogue du moment**

- dispose d'une fonction dédiée aux pages professionnelles

Tik Tok permet aux marques de **déposer leurs annonces**

Ces dernières, si elles sont jugées de bonne qualité, **apparaîtront dans le flux des utilisateurs**

# quelles possibilités pour les marques ?

essentiel d'user d'une certaine **créativité**

La plateforme ne convient pas aux vidéos trop soignées ou « Corporate »

Vérifiez que le fonctionnement de TikTok correspond au style de votre entreprise.

# Comment réussir votre stratégie webmarketing sur TikTok ?

Avant de mettre en place votre stratégie digitale sur Tik Tok

- définissez vos objectifs
- Analysez le fonctionnement de la plateforme pour savoir si elle permet ou non d'atteindre vos cibles

Les contenus sur ce média social sont dominés par les clips musicaux

Afin de vous faire remarquer, recherchez la fréquence idéale pour diffuser vos contenus

Et pour engager votre communauté, interagissez avec les utilisateurs.

# Proposer des contenus créatifs et adaptés à la cible

Premier défi :

développer sa présence organique en publiant du **contenu au ton décalé** qui pourra plaire à la génération Z



# Proposer des contenus créatifs et adaptés à la cible

Marque de cosmétiques [Merci Handy](#)

Trois points importants :

- définir en amont votre ligne éditoriale
- publier régulièrement
- varier les contenus

# Proposer des contenus créatifs et adaptés à la cible

Marque de cosmétiques [Merci Handy](#)



# Proposer des contenus créatifs et adaptés à la cible

Quelques exemples d'actions :

- collaborer avec des influenceurs
- poser des questions à vos followers pour susciter l'engagement
- publier des contenus au ton humoristique
- utiliser des filtres et stickers
- lancer un jeu-concours
- créer des vidéos à partir des musiques tendances
- proposer des rendez-vous récurrents...

# Lancer un challenge de marques

## Lancer un défi de hashtag

Il s'agit d'inciter les utilisateurs à créer un contenu et à y **indiquer votre hashtag de votre marque**

Ce défi est amusant et très efficace pour promouvoir votre entreprise

Il favorise aussi l'engagement de votre audience.

# Lancer un challenge de marques

Lancer un challenge via son compte, avec un hashtag dédié

Les utilisateurs vont participer à votre challenge, et inviter d'autres utilisateurs à y participer

Le hashtag du challenge peut devenir viral et vous permettre de gagner de la visibilité et des abonnés

Exemple de La Redoute avec son **#LaRedouteChallenge**

# Lancer un challenge de marques



# Tirer profit de TikTok for Business

Le site de [TikTok for Business](https://www.tiktok.com/business) centralise des ressources pour aider les marques à se développer sur la plateforme



# Créer des publicités via TikTok Ads Manager

Plusieurs formats :

- **TopView** : une publicité qui apparaît en plein écran avec lecture automatique du son, jusqu'à 60 secondes de vidéo au format long
- **Brand Takeover** : une publicité avec affichage statique ou dynamique (possibilité de publier une image jpeg de 3 secondes et vidéos de 3 à 5 secondes)
- **In-Feed Ads** : une publicité qui apparaît dans le flux « Pour toi », possibilité de publier une vidéo allant jusqu'à 60 secondes en lecture automatique avec son
- **Hashtag Challenge** : une page pour le hashtag challenge avec un package de 3 à 6 jours qui propose des options de placements media pour rendre visible votre campagne d'influence

TIK TOK

