



Digital Commerce

Module Tiktok

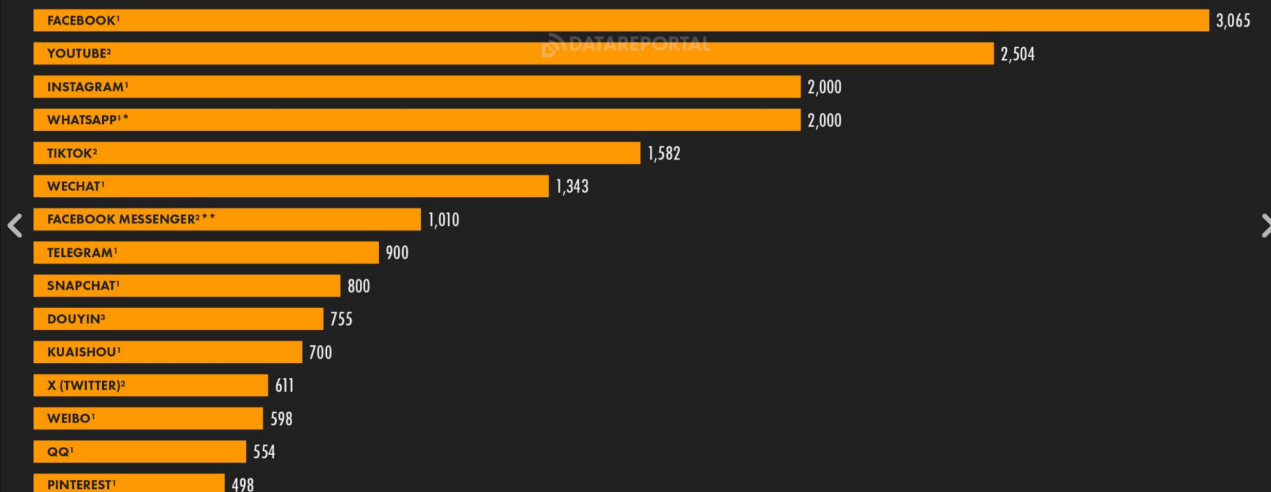
IFAPME Mons



APR
2024

THE WORLD'S MOST USED SOCIAL PLATFORMS

RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



201

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS OF: (1) COMPANY ANNOUNCEMENTS OF MONTHLY ACTIVE USERS; (2) PLATFORMS' ADVERTISING RESOURCES; (3) IIMEDIA. **ADVISORY:** USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** (*) THESE PLATFORMS HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER FIGURES IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES MAY BE LESS REPRESENTATIVE. (**) SOME FACEBOOK MESSENGER AD FORMATS ARE CURRENTLY UNAVAILABLE IN AUSTRALIA, CANADA, FRANCE, AND THE UNITED STATES, SO THE FIGURE SHOWN HERE MAY UNDER-REPRESENT THE PLATFORM'S OVERALL AUDIENCE. SEE NOTES ON DATA.

we
are
social

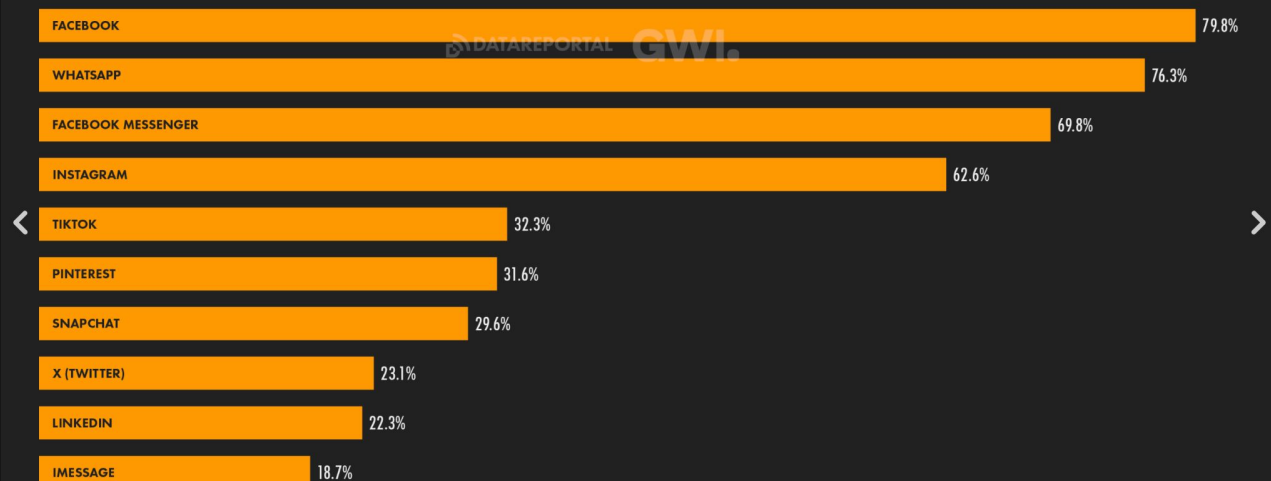
Meltwater

JAN
2024

MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



59

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM. **NOTE:** YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES NOT INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION, WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Meltwater

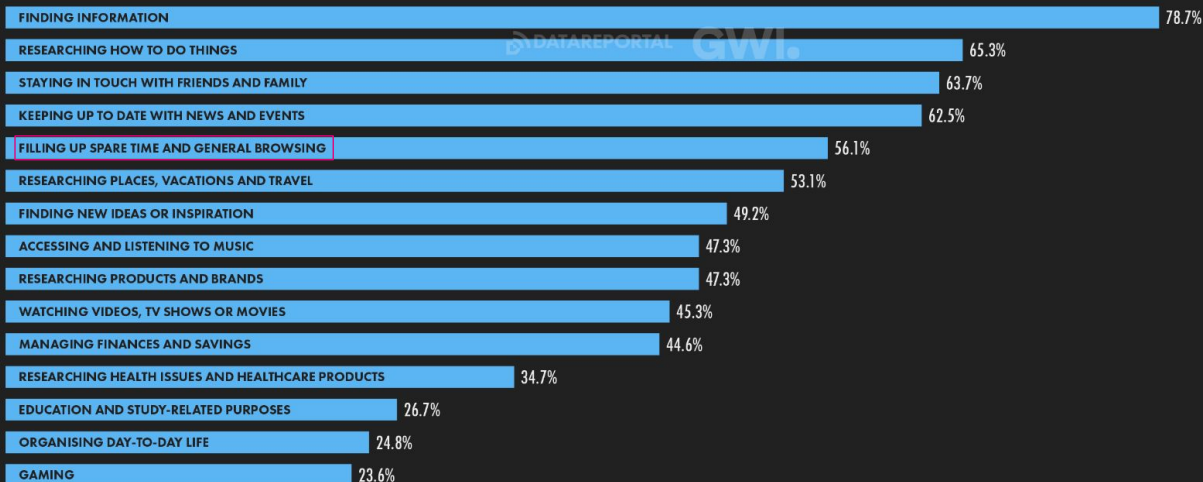
JAN
2024

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET



BELGIUM



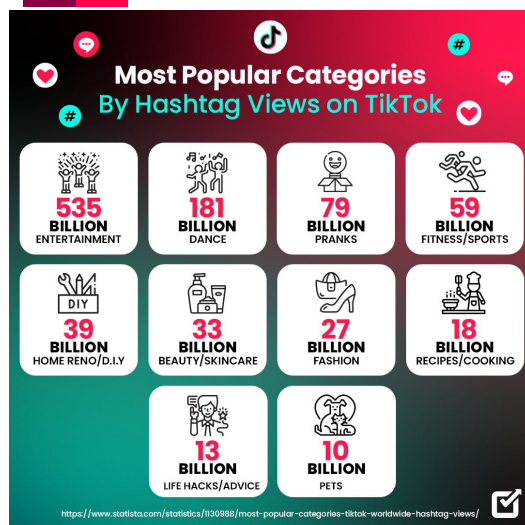
32

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). COMPARABILITY: METHODOLOGY CHANGES. SEE NOTES ON DATA.

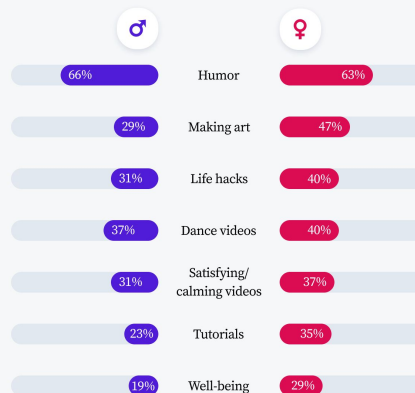
we
are
social

Meltwater

Le contenu le plus populaire



Favorite TikTok content categories



TIDIO

L'app des jeunes?

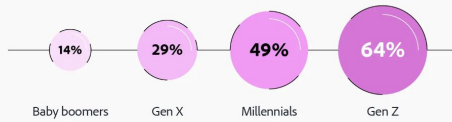
TikTok: The New Google

Have consumers ever used TikTok as a search engine?

59% No 41% Yes



By Generation



Nearly 1 in 10 Gen Zers said they were more likely to rely on TikTok than Google as a search engine.

Daily social media use

	16 - 24 (youngsters)	25 - 39 (adults)	All ages
Instagram	86,6%	60,9%	70,0%
Facebook	54,3%	77,2%	69,2%
WhatsApp	56,0%	71,6%	66,1%
Messenger	64,4%	65,4%	65,0%
YouTube	67,0%	57,4%	60,8%
TikTok	69,1%	32,2%	45,2%
Snapchat	74,2%	28,4%	44,5%
Twitter	25,7%	20,2%	22,1%
BeReal	35,6%	8,4%	17,9%
Discord	21,3%	15,5%	17,6%
Pinterest	18,3%	16,9%	17,4%
LinkedIn	11,2%	16,4%	14,6%
Twitch	13,0%	12,7%	12,8%
Telegram	10,1%	13,7%	12,4%
Reddit	9,5%	10,3%	10,0%

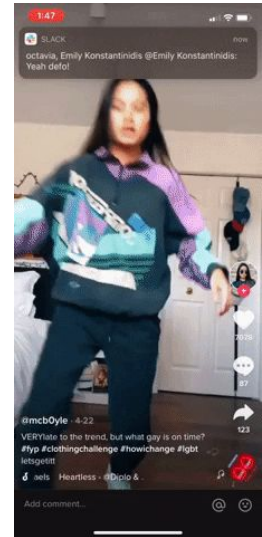


Le tiktok

Focus sur Tiktok

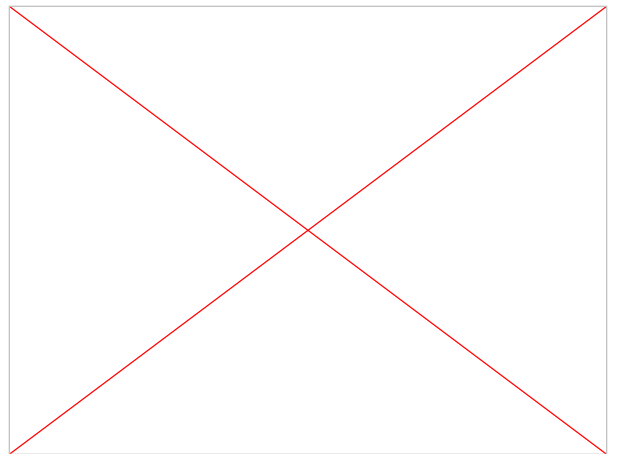


- Deux feed d'actualité : *Abonné* et *Pour toi*
- Like
- Partage
- Commentaires
- Réponses vidéo
- Duos
- Tendances
- Live
- Nouveau Public
- Contenu adapté



Publier en 7 étapes

1. Ouvrir l'app TikTok et appuyer sur le signe '+' en bas.
2. Enregistrer une vidéo en direct ou importer une vidéo ou des photos depuis votre téléphone.
3. Choisir un son.
4. Cliquer sur 'Ajuster le clip' pour éditer vos vidéos.
5. Ajouter le texte et les transitions.
6. Ajouter une petite description et des hashtags (#) pour la rendre facile à trouver.
7. Publier votre création!

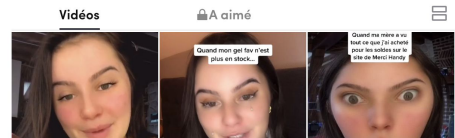
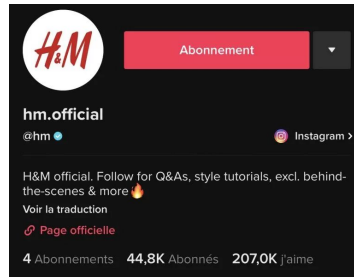


Quel contenu pour Tiktok

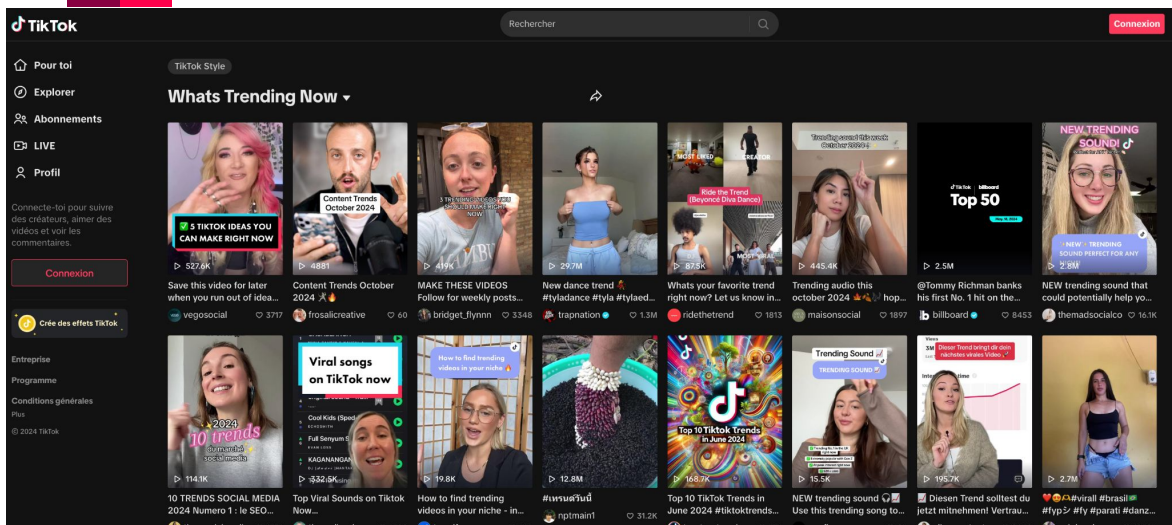
Buzz, challenge et playback



Contenu de marque, média, politique



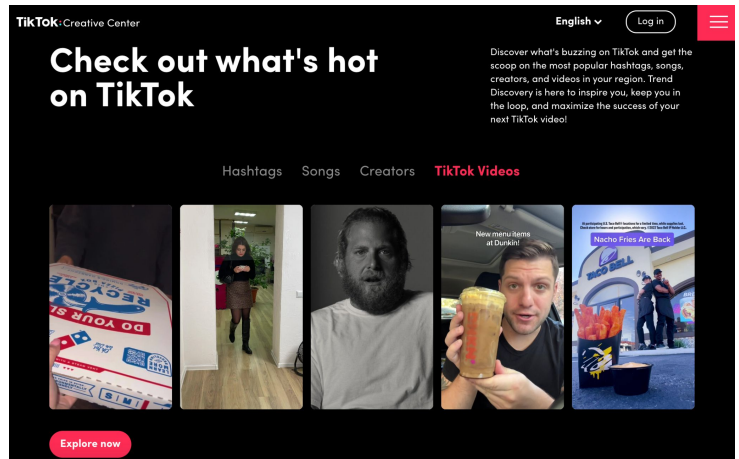
Le contenu le plus populaire sur TikTok



La source : le Creative Center

ads.tiktok.com/business/creativecenter

“Découvrez ce qui fait le buzz sur TikTok et découvrez les hashtags, chansons, créateurs et vidéos les plus populaires de votre région. Trend Discovery est là pour vous inspirer, vous tenir au courant et maximiser le succès de votre prochaine vidéo TikTok !”



Quelques tips

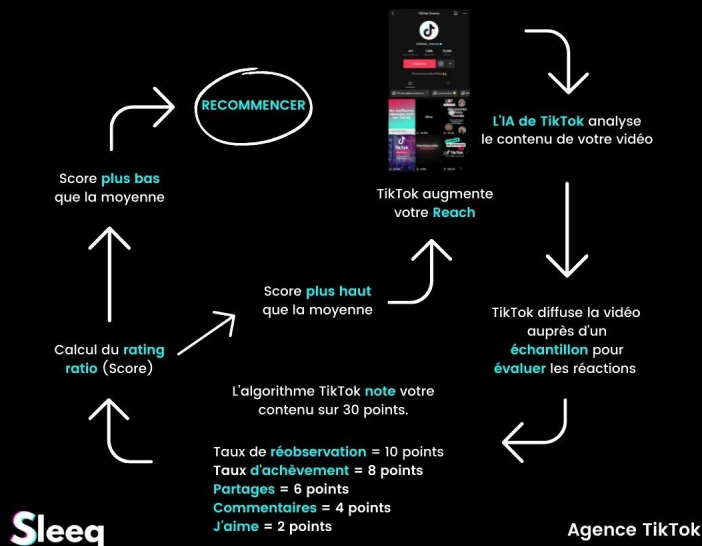
Consommez avant de créer, pour comprendre les codes de ce réseau social. Utilisez-le pour comprendre les trends, les musiques du moment... Il faut passer du temps sur l'application, même si vous ne vous sentez pas en être la cible, c'est primordial pour savoir ce qu'il faut et ne faut pas faire.

L'originalité, la créativité et la spontanéité sont les clés de la réussite. La force de TikTok réside dans le fait qu'une très grande partie des consommateurs sont les créateurs. De plus, leur outil de création est très simple d'utilisation.

Sur la forme, pensez à mettre un titre et des textes clairs en haut de vos vidéos (en bas, il y aura votre description), évitez de mettre du contenu à droite (où se trouvent les boutons d'action), et n'hésitez pas à sous-titrer la vidéo.

L'Algorithme de Tiktok

TikTok Workflow CRÉATEUR DE CONTENU

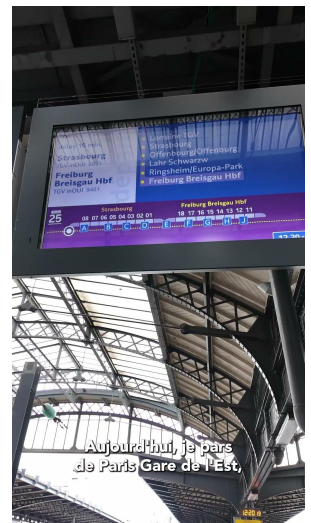


Le tiktok, une vidéo pas comme les autres

Les vlogs : le format narratif

Les vlogs sur TikTok consistent à partager des moments de votre quotidien ou de votre activité professionnelle, sous forme de courtes vidéos. Les vlogs dévoilent donc l'envers du décor, le quotidien ou la routine.

Pour une petite entreprise, cela peut être l'occasion de montrer les coulisses, comme la préparation des produits ou la gestion d'une journée de travail. Ce format crée une connexion plus humaine avec votre audience, car il met en avant votre authenticité et votre proximité.



Les collabs : quand les tiktokeurs sont les "influenceurs"

Les collaborations, ou "collabs", consistent à travailler avec d'autres créateurs ou marques pour créer du contenu ensemble. Cela peut vous aider à toucher une nouvelle audience et à bénéficier de la notoriété d'autres utilisateurs de TikTok.

Pour une petite entreprise, collaborer avec un influenceur local ou une autre petite entreprise peut renforcer votre visibilité et créer des partenariats gagnants.



Les super transitions

Les super transitions sont des effets visuels créatifs qui permettent de rendre les vidéos plus dynamiques et captivantes. Elles sont parfaites pour montrer avant/après, des changements de produits ou même des transformations visuelles amusantes.

Pour une entreprise, ces transitions peuvent dynamiser des vidéos de présentation ou des démos de produits, tout en captant l'attention de l'audience



Les challenges

Les challenges sur TikTok sont des défis que les utilisateurs recréent en suivant une tendance spécifique. Participer à ces challenges est un excellent moyen d'augmenter votre visibilité, surtout si le challenge est populaire.

Vous pouvez aussi lancer vos propres défis en lien avec vos produits ou services, encourageant ainsi l'engagement et la créativité de vos clients.



Les trends

Les trends sont des tendances populaires qui circulent sur TikTok, souvent basées sur des chansons, des effets ou des mèmes spécifiques. Reprendre un trend en l'adaptant à votre activité permet de surfer sur une vague de popularité et d'augmenter votre visibilité. Il est important d'agir rapidement pour ne pas manquer l'élan d'une tendance et de la personnaliser à votre entreprise.



Les POV : Point de vue

Le POV, ou "Point of View", est un format de vidéo où vous invitez les spectateurs à vivre une situation de votre point de vue. Cela peut être un excellent moyen de partager une expérience client ou une histoire personnelle autour de votre marque.

Par exemple, vous pouvez montrer l'expérience d'un client qui découvre vos produits pour la première fois, en donnant à l'audience l'impression de vivre cette expérience directement.



L'ASMR

L'ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response) est un format populaire sur TikTok où des sons doux et apaisants sont mis en avant pour déclencher des sensations agréables chez les spectateurs.

Pour une petite entreprise, vous pouvez exploiter l'ASMR en présentant vos produits de manière sensorielle : le bruit de l'emballage, les gestes délicats lors de la préparation ou encore les sons apaisants liés à l'utilisation de vos services. Ce format attire souvent une audience à la recherche de détente et peut rendre votre contenu plus mémorable et captivant.



Les HAUL : Après l'unboxing, l'avis client qui compte

Le haul est un format dans lequel les créateurs montrent et commentent leurs achats récents, souvent en donnant leurs avis sur les produits.

Pour une petite entreprise, vous pouvez utiliser ce format pour présenter une nouvelle collection ou un lot de produits phares. Vous pouvez également collaborer avec des influenceurs pour qu'ils fassent des hauls de vos produits, ce qui augmente la visibilité et la crédibilité de votre marque. Les hauls offrent une occasion parfaite de mettre en avant les caractéristiques et les avantages de vos articles, tout en engageant votre audience avec un contenu direct et authentique.

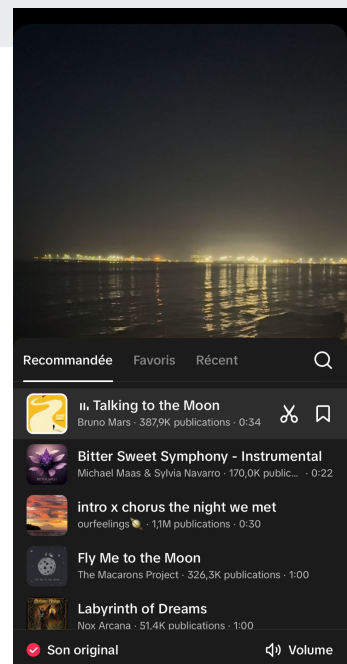
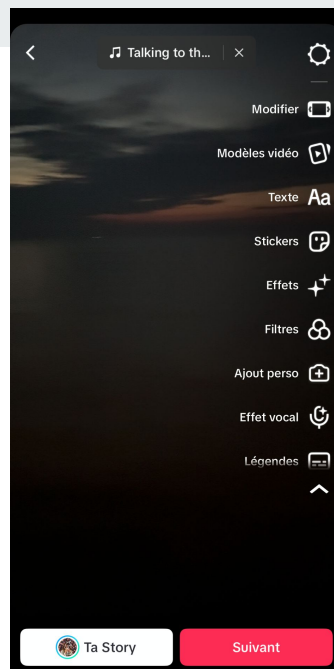


7 idées de vidéo TikTok sans montrer sa tête



Outils de bases

L'APP





Votre
smartphone,
une caméra de
poche

Pourquoi filmer en 4K ?



Gérer sa transition

La transition vidéo permet d'assembler plusieurs plans pour rendre votre film fluide et transparent. Elle est utilisée pendant la phase de montage vidéo. La transition vidéo vous permet de créer une ambiance particulière et de passer d'une scène à l'autre de façon naturelle.



LESS IS MORE

Gardez à l'esprit que "less is more". La règle d'or :

1 info = 1 idée = 1 écran

Évitez de surcharger les écrans avec plusieurs idées, et surlignez les mots importants.

Pensez à utiliser les lignes directrices

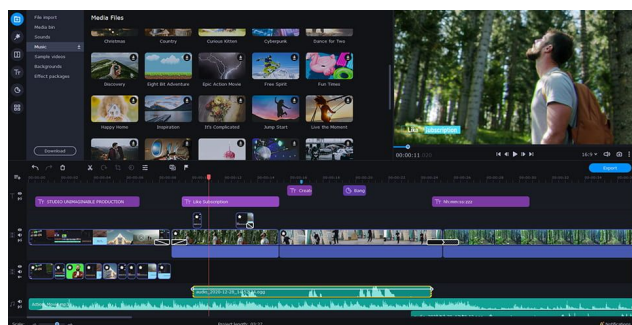
Ce qui est pratique avec les lignes directrices, c'est qu'on en retrouve partout : architecture, bâtiments, rivières, routes, clôtures, ponts... Faites travailler votre sens de l'observation pour débusquer les lignes directrices dans la scène que vous souhaitez immortaliser.

Vous allez ainsi apporter du dynamisme à votre image et créer de la perspective. Pour cela, positionnez votre sujet à l'endroit où se dirigent les lignes (le point de fuite). De cette manière, le regard de votre spectateur sera inconsciemment attiré vers le sujet.

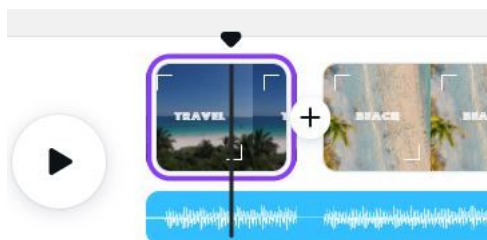


La grille de montage vidéo

Sur les outils de montage sur pc



Sur Canva



Règles de base en vidéo : le sous-titrage



Environ **80%**
des vidéos sur Facebook sont
regardées en mode muet



+ de 5 M
de personnes sourdes ou
malentendantes en France



82%
du trafic Internet mondial
sera représenté par des
vidéos, d'ici 2021



66%
des consommateurs européens
regardent des vidéos au moins
une fois par jour



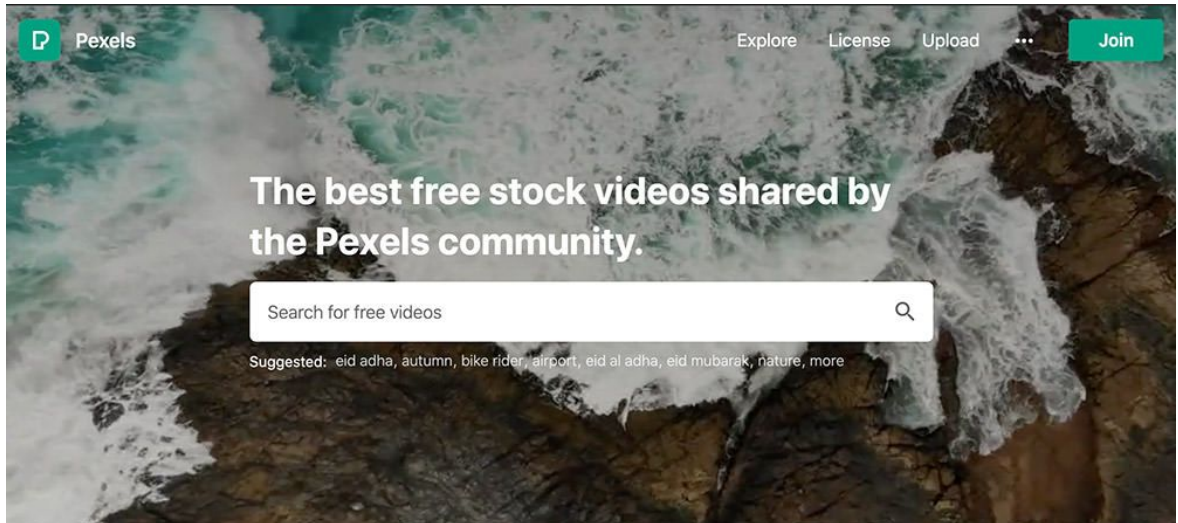
1200%
de partages de plus
pour la vidéo sociale que
pour le texte et les images
combinés.



12% de visibilité
de plus pour les vidéos
contenant des sous-titres

Les vidéos libres de droit

videos.pexels.com



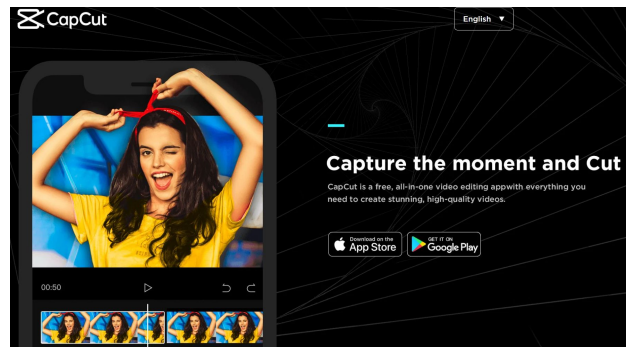
Les apps pour monter vos vidéos

Capcut

CapCut est une application de montage vidéo tout-en-un permettant de créer de superbes vidéos. Détenue et développée par ByteDance, CapCut est un éditeur vidéo gratuit qui gagne en popularité auprès des utilisateurs de TikTok. La principale fonctionnalité de l'application CapCut est de faciliter l'édition de courtes vidéos dans des formats verticaux, avec la possibilité de faire des retouches sur des vidéos qui ont été enregistrées en HDR et en 4K.

Principales caractéristiques de CapCut :

- Facile à utiliser
- Vidéos de haute qualité
- Les plus grands succès musicaux
- Des outils puissants
- Effets de beauté impeccables
- Autocollants et texte

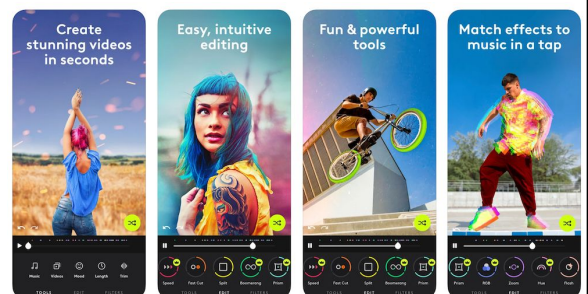


Pour monter à votre place : BeatLeap

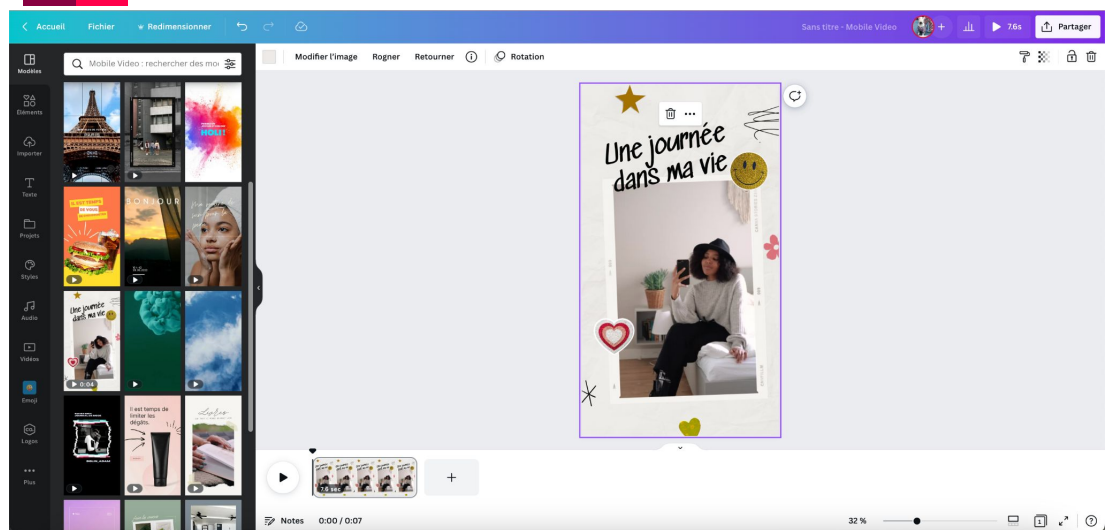
Beatleap by Lightricks est une application de montage vidéo audio qui synchronise automatiquement les clips audio avec des clips vidéo en toute transparence.

Grâce à la collaboration de l'entreprise avec Epidemic Sound, les utilisateurs peuvent choisir des extraits sonores à ajouter à leurs vidéos à partir d'une bibliothèque remplie de styles populaires.

Beatleap utilise l'apprentissage automatique pour mélanger et associer intelligemment vos clips vidéo avec les clips audio ou musicaux que vous choisissez d'utiliser.



La vidéo marketing avec Canva



Merci