

GUIDE

ALBERT DUVAL

# TikTok<sup>TM</sup> Ad

GUIDE



Apprenez à gérer et à optimiser les publicités avec notre produit exclusif et de premier ordre,

## Table des matières

### 🎵 [Introduction](#)

### 🎵 [Chapitre - 1- Tik Tok : Une vue d'ensemble](#)

Qu'est-ce que Tik Tok ?

Origine de Tik Tok

Qui peut l'utiliser ?

Vérification statistique de Tik Tok

### 🎵 [Chapitre - 2- Tik Tok : Informations sur les caractéristiques](#)

Tout savoir sur les fonctionnalités de Tik Tok

Peut-on l'utiliser pour les affaires ?

### 🎵 [Chapitre - 3- Démarrer avec un compte Tik Tok](#)

Comment créer un compte Tik Tok ?

Comment réaliser une vidéo sur TikTok

Comment se développer sur TikTok ?

Peut-on l'utiliser en toute sécurité ?

### 🎵 [Chapitre - 4- Tik Tok : Marketing et publicité](#)

Peut-on promouvoir son entreprise sur Tik Tok ?

La génération de leads est-elle possible avec Tik Tok ?

Comment fonctionne le marketing et la publicité sur Tik Tok ?

### **Chapitre - 5- Devenir un influenceur sur Tik Tok**

Quel type de contenu peut être publié sur Tik Tok ?

Est-il possible de devenir un influenceur sur Tik Tok ?

Ce qu'il faut savoir avant de créer son premier TikTok

### **Chapitre - 6 - Les avantages de Tik Tok**

Les raisons pour lesquelles vous devriez le faire ?

Quelques inconvénients de Tik Tok

### **Chapitre - 7- Les modes d'utilisation du Tik Tok**

Quelles sont les meilleures façons d'utiliser Tik Tok ?

Quel est l'objectif de cette demande ?

### **Chapitre - 8 - Tendances virales**

Quel genre de vidéos devient viral sur Tik Tok ?

Est-il utile de suivre les tendances ?

### **Chapitre - 9- Les types de Tik Tok**

Qu'est-ce que le Tik Tok Alt et Elite ?

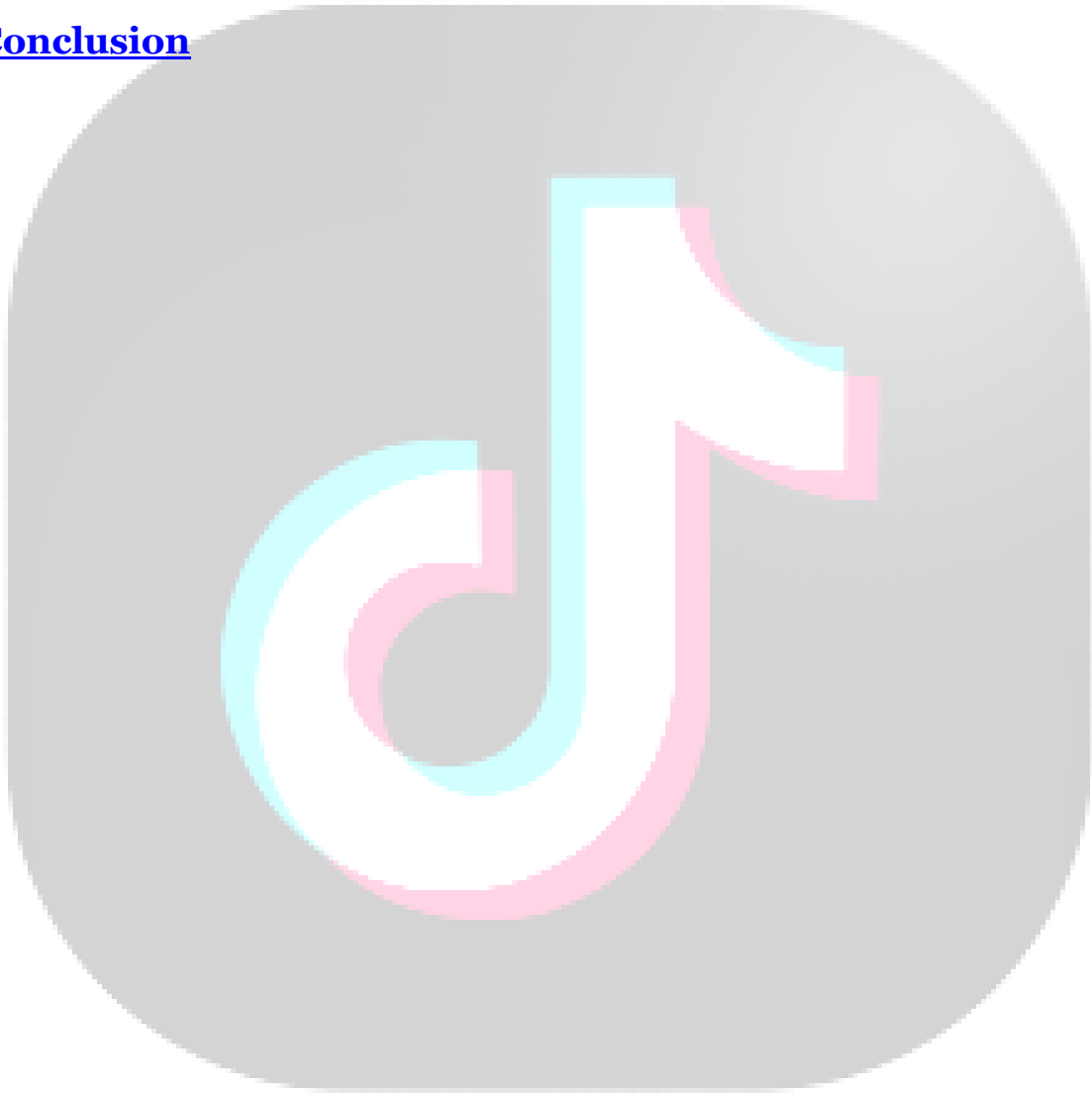
Différence entre Alt et Elite Tik Tok.

## 🎵 Chapitre - 10- Monétisation de Tik Tok

Tik Tok rémunère-t-il ses utilisateurs ?

Quelles sont les conditions requises pour être payé sur Tik Tok ?

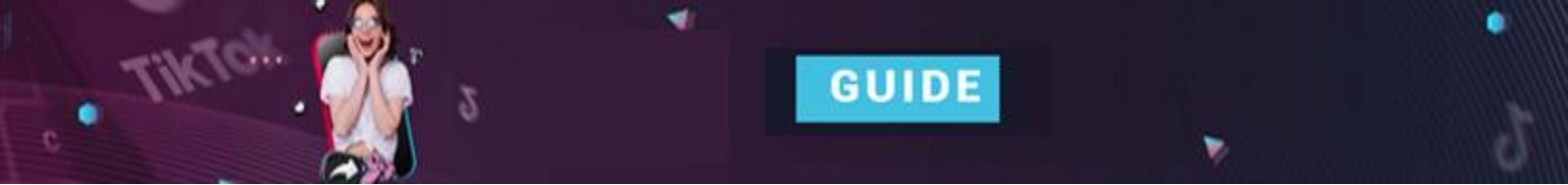
## 🎵 Conclusion



# **TikTok<sup>TM</sup> Ad**



## **INTRODUCTION**





**B**onjour à toutes et à tous; notre objectif est d'informer chaque personne que la plateforme de médias sociaux TikTok est en plein essor.

Une étude montre donc qu'un certain nombre de personnes connaissent parfaitement les caractéristiques et la profondeur de la plateforme TikTok. Cependant, il est également probable qu'ils n'aient pas encore appris ce qu'est cette plateforme et comment ils peuvent en bénéficier.

Vous pourriez également être quelqu'un qui aurait essayé de chercher des informations sur Google, mais qui aurait eu besoin de clarifier la pile d'informations en essayant de savoir ce qu'il fallait suivre et ce qu'il ne fallait pas suivre.

Ce guide vous formera comme un pro et fera de vous un maître des publicités TikTok. Ce guide vous aidera à comprendre comment fonctionnent les publicités TikTok et comment vous pouvez y accéder pour développer une approche marketing plus efficace.

Alors, commençons !

# Tik Tok<sup>TM</sup> Ad

## CHAPITRE 1



# TIK TOK UNE VUE D'ENSEMBLE



**B**ienvenue au premier chapitre de ce guide qui vous guidera et vous aidera à trouver tous les outils et ressources dont vous avez besoin pour créer, exécuter et mesurer le succès de vos propres campagnes publicitaires sur TikTok. Dans ce guide, vous comprendrez les principes de base d'une campagne publicitaire réussie sur TikTok et apprendrez à créer, exécuter et mesurer vos propres campagnes. Vous recevrez également de précieux conseils et astuces pour garantir l'efficacité et le succès de vos campagnes. Grâce à ce guide, vous serez en mesure de maîtriser l'art de la publicité sur TikTok et d'atteindre votre public cible à l'échelle mondiale en toute simplicité.



## Qu'est-ce que Tik Tok ?

TikTok est une plateforme de médias sociaux de partage de vidéos incroyablement populaire, amusante et interactive qui a pris le monde d'assaut. Il permet aux utilisateurs de créer et de partager de courtes vidéos, souvent accompagnées de synchronisation labiale, de danse, de comédie et d'autres contenus créatifs. TikTok est devenue l'une des applications les plus populaires au monde, avec plus de 800 millions d'utilisateurs actifs.

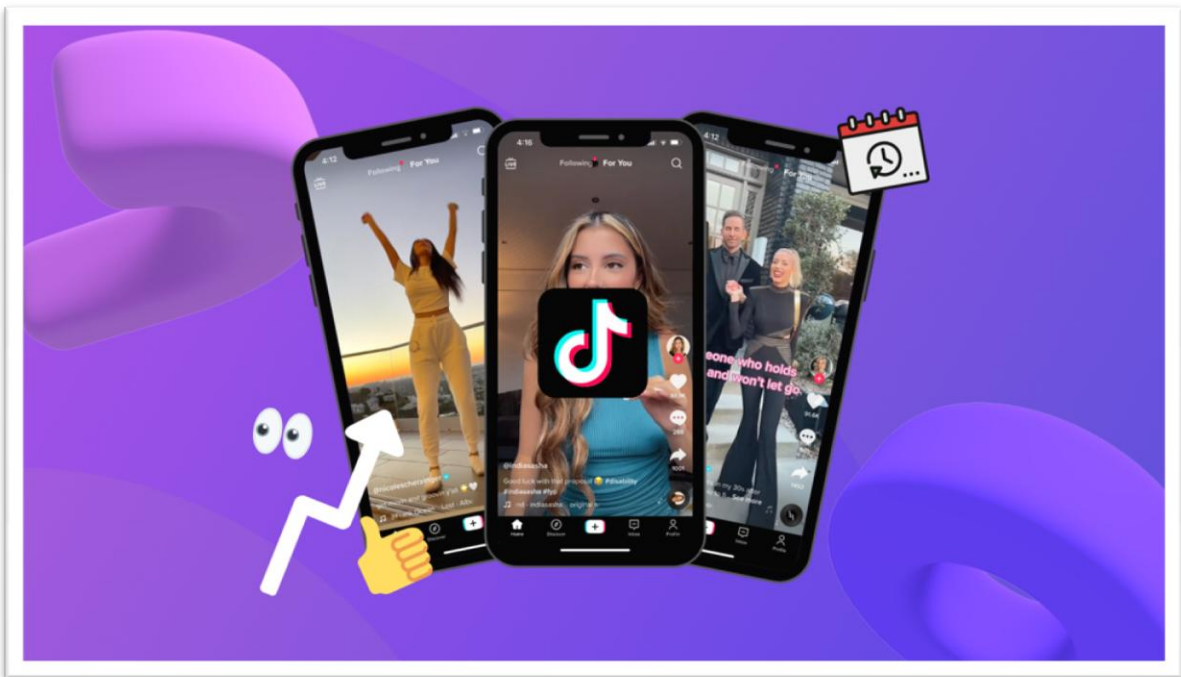
Il est particulièrement populaire auprès des jeunes générations et est souvent utilisé pour créer des tendances virales et des vidéos de défi. L'application propose également une vaste sélection de musique et de clips sonores à utiliser dans les vidéos, et les utilisateurs peuvent se suivre les uns les autres et interagir avec le contenu de chacun. Il s'agit d'une plateforme incroyablement amusante et attrayante, qui évolue constamment avec de nouvelles fonctionnalités et de nouveaux contenus.

TikTok est une application de partage de vidéos amusante et interactive qui a pris le monde d'assaut. Il est devenu l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires, avec plus de 800 millions d'utilisateurs actifs dans le monde.

TikTok permet aux utilisateurs de créer et de partager de courtes vidéos d'une durée maximale de 15 secondes. Il comprend une variété d'outils créatifs, notamment la synchronisation des lèvres, des effets spéciaux et des filtres uniques. Les utilisateurs peuvent également ajouter de la musique et des effets sonores à leurs vidéos pour les rendre encore plus divertissantes.

TikTok est un excellent moyen de se connecter avec ses amis et sa famille, de découvrir de nouvelles tendances et d'explorer d'autres cultures. C'est également une excellente plateforme pour les créateurs en herbe, qui peuvent ainsi mettre en valeur leurs talents et élargir leur base de fans. De nombreux influenceurs et célébrités ont utilisé TikTok pour diffuser leur message et promouvoir leur marque.

TikTok est disponible sur iOS et Android et peut être téléchargé et utilisé gratuitement. Il est constamment mis à jour avec de nouvelles fonctionnalités, de sorte que les utilisateurs peuvent toujours trouver quelque chose de nouveau et d'excitant. Si vous cherchez un moyen amusant et créatif de vous exprimer, TikTok est la plateforme idéale pour vous !



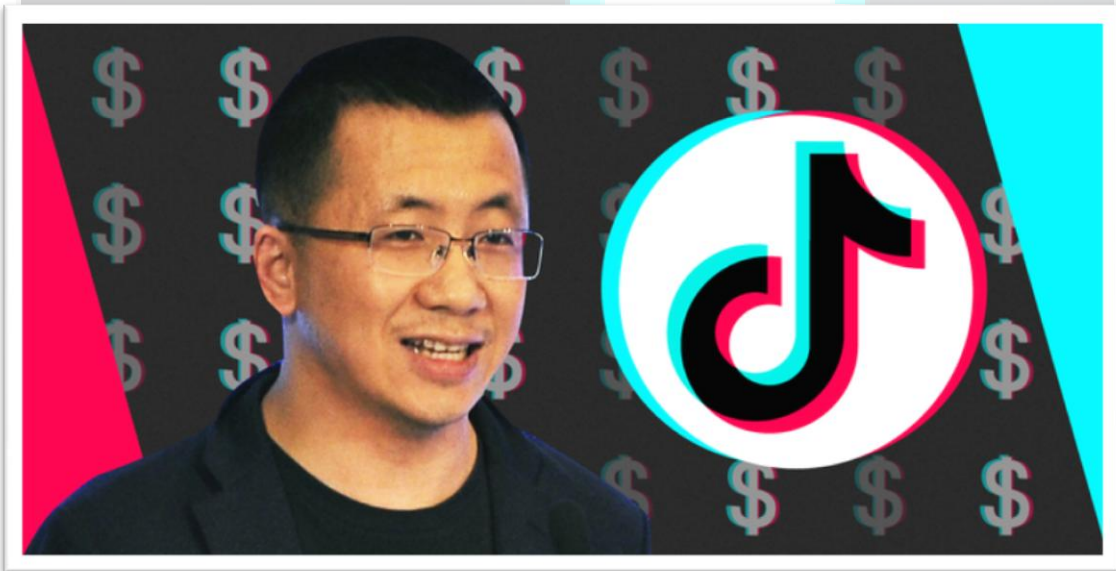
Malgré les pressions politiques exercées sur l'exploitation dans certains pays comme les États-Unis, elle continue de gagner en popularité.

### **Origine de Tik Tok**

Comme nous l'avons vu plus haut, TikTok est une application de partage de vidéos qui vous permet d'interagir avec votre famille et vos amis.

- L'application a été lancée en 2016 en Chine, où elle s'appelle Douyin.
- Il est devenu international en 2017 sous le nom de TikTok ; le nom est apparemment un jeu de mots sur tick-tock, une onomatopée pour les horloges et un terme pour les comptes à rebours et l'action minute par minute.

- En 2017-18, TikTok a racheté et fusionné avec son concurrent musical.ly.
- En 2018-19, TikTok s'est fait connaître avec une tendance vidéo où les gens se transforment en cowboys et cowgirls tout en synchronisant leurs lèvres et en dansant sur la chanson "Old Town Road" de Lil Nas X.
- Cette tendance, parfois appelée #YeetChallenge ou Yee-Yee Juice Challenge, a contribué à faire du titre country-rap "Old Town Road" un succès retentissant.



En 2020, TikTok est devenu un centre d'attraction dans l'actualité pour plusieurs raisons. L'application a été critiquée par le président Donald Trump. Il a affirmé que TikTok avait été une source de préoccupations en matière de sécurité et de protection de la vie privée parce qu'il appartenait à une entreprise technologique chinoise, et qu'il avait été la cible d'une



acquisition par Microsoft. Et bientôt, avec le temps, tout est devenu interconnecté.

Le vendredi 1er juillet 2020, le président des États-Unis, M. Trump, a déclaré qu'il avait le pouvoir d'interdire TikTok aux États-Unis parce qu'il craignait que les données collectées par l'application ne tombent entre les mains du gouvernement chinois, ce qui n'est pas une bonne chose.

Plus tard, Trump a ralenti sa menace d'interdiction en donnant à Microsoft un court délai pour finaliser l'acquisition de TikTok, car il a été rapporté que Microsoft était très intéressé par l'achat de l'application d'une entreprise technologique chinoise, ByteDance. C'est parce que l'application gagnait énormément en popularité. Elle devenait un centre d'attraction pour tout le monde en raison de l'énorme quantité de données d'utilisateur que l'application recueille (et auxquelles Microsoft aurait légalement accès).

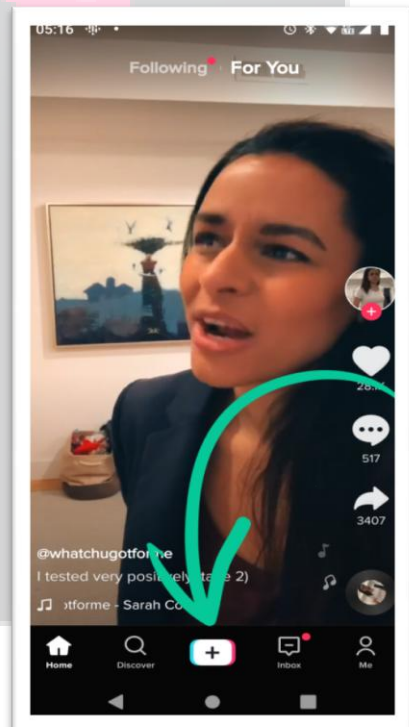
TikTok a créé une plateforme pour les humoristes et les influenceurs, dont beaucoup cherchent à monétiser leur contenu. Comme beaucoup de nouvelles technologies, notamment celles qui sont populaires auprès des jeunes, TikTok a ses détracteurs et ses critiques, ainsi que de nombreux moments gênants.

Une personne qui crée régulièrement des vidéos sur TikTok est appelée un TikToker. Une vidéo réalisée sur l'application TikTok peut être appelée un TikTok.



## Qui peut l'utiliser ?

Comme nous l'avons vu plus haut, TikTok est un réseau social qui permet de partager des vidéos générées par les utilisateurs, principalement des personnes qui font de la synchronisation labiale sur des chansons populaires. Les utilisateurs peuvent créer et télécharger leurs vidéos, dont beaucoup mettent en scène des personnes en train de chanter sur les lèvres des chansons populaires. Vous pouvez également parcourir et interagir avec le contenu des autres utilisateurs, qui couvre différents sujets, thèmes et styles. Ces vidéos peuvent être regroupées par hashtags, qui correspondent souvent à des défis, des mèmes ou des événements d'actualité comme #pandemiclife.



Il a été recommandé d'utiliser l'application à partir de 15 ans, principalement en raison des questions de confidentialité et du contenu mature. TikTok exige que les utilisateurs aient au moins 13 ans pour utiliser les fonctions de base de TikTok, bien qu'il existe un moyen pour les plus jeunes d'accéder à l'application.

Une section de l'application comprenant des fonctions de sécurité et de confidentialité supplémentaires est disponible aux États-Unis pour les enfants de moins de 13 ans. Dans cette section, les enfants ne peuvent voir que des vidéos propres et ne sont pas autorisés à faire des commentaires, des recherches ou à publier leurs propres vidéos. Cependant, l'absence de ces caractéristiques le rend peu attrayant pour la plupart des enfants. Et pour contourner cette section, il suffit d'entrer une fausse date de naissance, ce qui n'est pas parfait.

Vous pouvez servir de tampon entre les enfants et les contenus douteux en les regardant avec eux et en réalisant des vidéos ensemble. Proposez de tenir l'appareil photo ou de le retourner pour faire un selfie en duo. Vous pouvez l'afficher ou l'enregistrer en tant que "privé" afin que vous soyez le seul à le voir. L'application vous permet également de partager des vidéos par courrier électronique, par texte ou par d'autres applications de médias sociaux, ce qui vous permet de mieux contrôler les personnes qui les voient.

TikTok a introduit le mode de jumelage familial en 2022, permettant aux parents de lier leurs comptes à ceux de leurs enfants. Il permet notamment de fixer des limites de temps de visionnage quotidien, de placer le compte d'un enfant en mode restreint afin de limiter son exposition à des contenus

susceptibles d'être inappropriés, et de désactiver sa capacité à envoyer et à recevoir des messages directs. Les parents peuvent également désactiver la fonction de recherche de leur enfant et empêcher les autres utilisateurs de voir les vidéos que leur enfant a aimées.

Les créateurs ont mis en place des fonctionnalités étonnantes pour les enfants et leurs parents.

TikTok propose aux parents et aux responsables de gérer les comptes de leurs enfants de plusieurs manières. Vous pouvez activer les limites de temps et le filtre de contenu sur le téléphone de votre enfant et protéger les paramètres à l'aide d'un code d'accès. Vous pouvez également télécharger TikTok, créer votre propre compte et utiliser la fonction de jumelage familial pour gérer les paramètres TikTok de votre enfant à l'aide de votre téléphone. De plus, si vous choisissez le couplage familial, vous aurez besoin du téléphone de votre enfant pour synchroniser les paramètres.

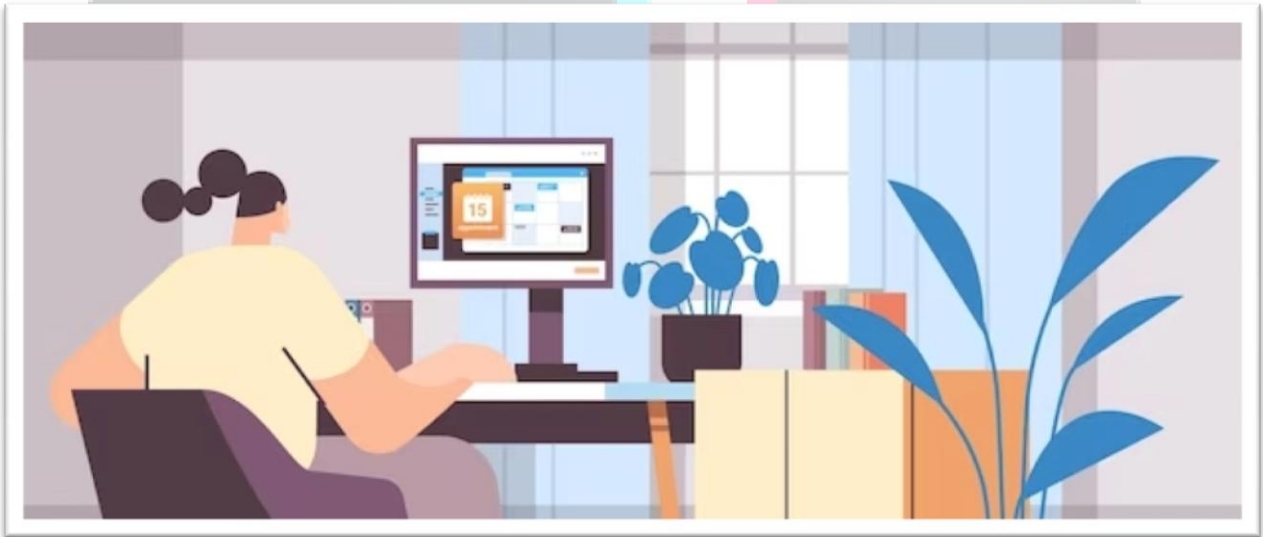
Voici la marche à suivre pour limiter les écrans et filtrer les contenus sur le téléphone de votre enfant.

1. Allez sur le compte TikTok de votre enfant dans l'application et appuyez sur les trois points en haut à droite du profil de l'utilisateur.
2. Sélectionnez ensuite "Bien-être numérique" à côté de l'icône représentant un parapluie. Sélectionnez ensuite les fonctions que vous souhaitez activer :
  - Gestion du temps d'écran
  - Mode restreint

- Appariement des familles

Voyons ces points de manière un peu plus approfondie -

**Gestion du temps d'écran** - Ce paramètre permet de limiter le temps passé quotidiennement par l'utilisateur dans l'application. Si vous n'activez cette fonction que sur le téléphone de votre enfant, choisissez un code d'accès pour verrouiller le paramètre.



**Mode restreint** - Ce mode bloque le contenu mature, mais les enfants qui utilisent l'application peuvent tomber sur des vidéos inappropriées pour leur âge, même si le filtre est activé. Verrouillez le réglage à l'aide d'un code d'accès.

Pour configurer le couplage familial afin de gérer les paramètres ci-dessus, la sécurité et la confidentialité, commencez par télécharger TikTok sur votre téléphone et créez un compte. Ensuite, assurez-vous d'avoir le téléphone de votre enfant et son identifiant TikTok à portée de main.



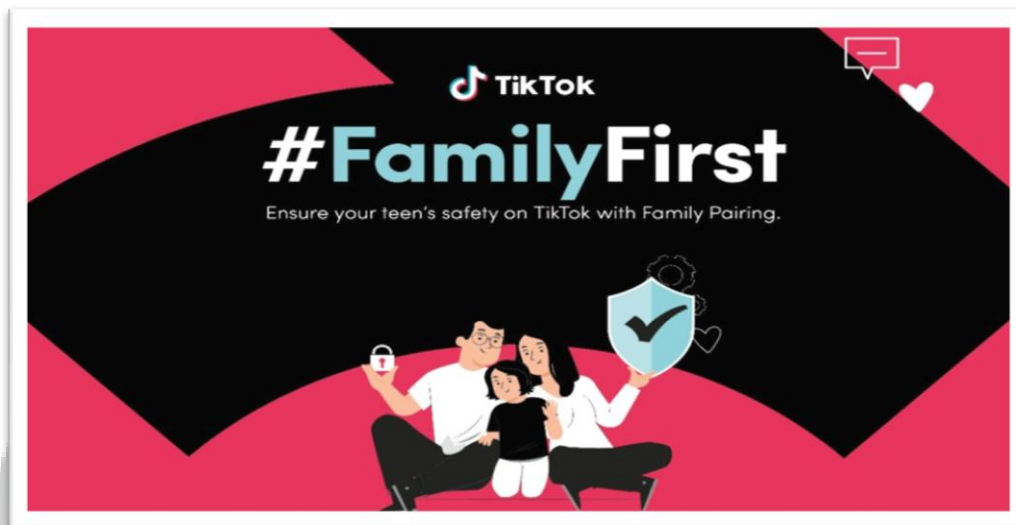
# TikTok-Restricted Mode



Restricted Mode: On

**Jumelage familial** - Appuyez sur les trois points à côté du profil de l'utilisateur sur les deux téléphones. Appuyez ensuite sur Family Pairing et synchronisez votre compte avec celui de votre enfant à l'aide du code QR.

N'oubliez pas que les enfants peuvent toujours retélécharger TikTok et créer un nouveau compte à l'aide d'un autre numéro de téléphone ou d'une autre adresse électronique, de sorte que les contrôles que vous activez ne sont pas infaillibles.



TikTok est l'une des applications de médias sociaux les plus populaires au monde, mais elle n'est pas à l'abri des controverses comme d'autres applications de médias sociaux. Il est disponible sur plus de 150 marchés et dans plus de 35 langues. L'application a été téléchargée plus de 3,5 milliards de fois dans le monde entier, ce qui en fait l'une des applications les plus populaires.

- ❖ Voici un aperçu des caractéristiques démographiques de l'application :
- ❖ Environ 40 % des utilisateurs sont âgés de 18 à 24 ans.
- ❖ 56% sont des femmes.
- ❖ Les États-Unis comptent environ 141 millions d'utilisateurs actifs.
- ❖ Ses utilisateurs y passent en moyenne 46 minutes par jour.

TikTok est une application web extrêmement populaire, avec plus de 3,5 milliards de téléchargements dans le monde. TikTok permet aux utilisateurs de réaliser de courtes vidéos, d'une durée d'environ 15 à 30

secondes, et de les diffuser parmi les utilisateurs de l'application. La plupart des vidéos sont basées sur le divertissement, les pitreries et la comédie. Le site est particulièrement populaire auprès des moins de 24 ans, environ 40 % de ses utilisateurs se situant dans la tranche d'âge 18-24 ans. Elle appartient à ByteDance Company, dont Shou Zi Bite est devenu le PDG de TikTok en mai 2021.

### **Vérification statistique de Tik Tok**

Alors que de nombreuses applications chinoises n'ont pas réussi à s'imposer à l'échelle mondiale, notamment WeChat de Tencent, TikTok s'est lancée sur le marché étranger en rachetant Musical.ly en novembre 2017 pour 1 milliard de dollars. Cela a permis d'ajouter 80 millions d'utilisateurs, principalement aux États-Unis, que TikTok a ensuite importés sur sa plateforme.

À partir de là, TikTok est rapidement devenue l'application la plus populaire en 2019 et 2020. Il a été téléchargé 693 millions de fois en 2019 et 850 millions en 2020. Même si elle n'a été lancée qu'en 2017, TikTok a été la septième application la plus téléchargée des années 2010 et semblait être un véritable concurrent à la mainmise de Facebook sur les réseaux sociaux en Occident.



Malgré cette forte croissance, TikTok a dû faire face à de nombreuses controverses. En 2019, l'Inde et le Pakistan l'ont interdit pour des "questions de moralité", mais les deux interdictions ont été annulées après un certain temps. L'Inde a de nouveau interdit l'application en juin 2020, ainsi que d'autres applications chinoises, alors que les tensions entre la Chine et l'Inde s'intensifiaient.

L'Inde a maintenu l'interdiction en janvier 2021, ce qui a conduit plusieurs autres clones de TikTok à s'emparer de parts de marché dans le pays. TikTok a également dû vendre ses activités américaines à une société holding, que Walmart et Oracle auraient contrôlée. Cependant, l'administration Biden a rejeté le décret du président Trump.



Malgré le ralentissement des téléchargements dû à l'interdiction de l'Inde et au lancement de clones de TikTok par Facebook et Snapchat, l'application reste l'une de celles qui connaissent la croissance la plus rapide au monde. Il devrait dépasser le milliard d'utilisateurs actifs mensuels d'ici à la fin de 2023.

- TikTok a généré un chiffre d'affaires estimé à 4,6 milliards de dollars en 2021, soit une augmentation de 142 % en glissement annuel
- TikTok comptait 1,2 milliard d'utilisateurs actifs mensuels au quatrième trimestre 2021 et devrait atteindre 1,8 milliard d'ici la fin de l'année 2022
- En Chine, TikTok est consulté quotidiennement par plus de 600 millions d'utilisateurs
- TikTok a été téléchargé plus de trois milliards de fois.

**Recettes générées au cours des dernières années -**



TikTok a rapidement augmenté ses revenus au cours des dernières années. En 2021, il a généré 4,6 milliards de dollars, soit une augmentation de 142 % d'une année sur l'autre.

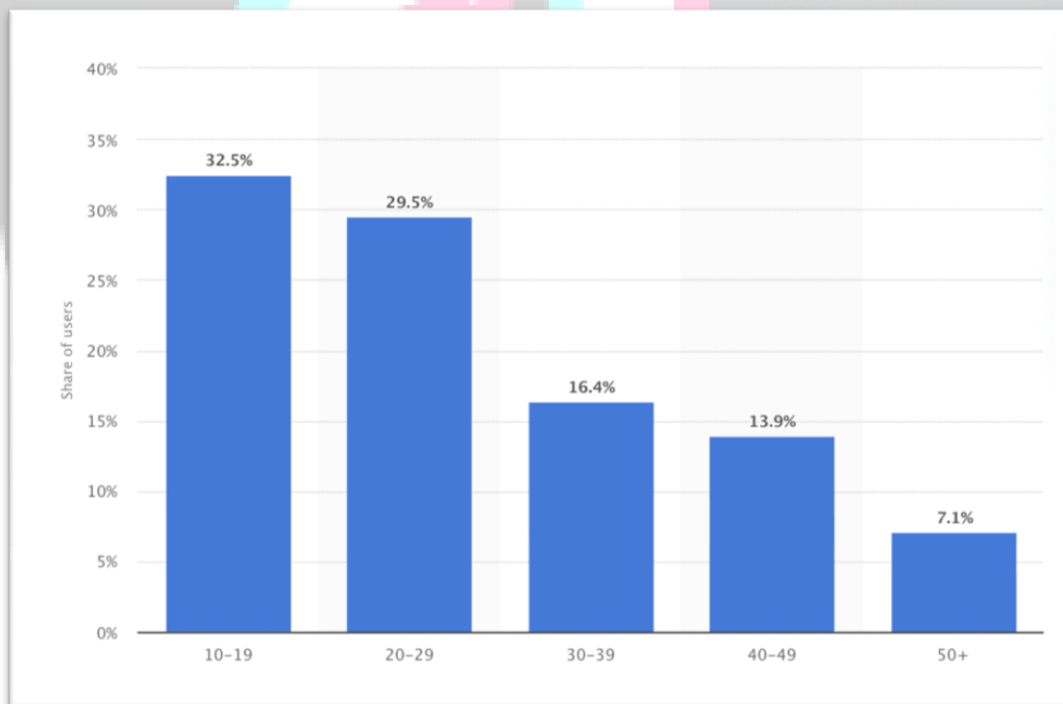
| <b>Année</b> | <b>Chiffre d'affaires (en millions de dollars)</b> |
|--------------|----------------------------------------------------|
| 2017         | 63                                                 |
| 2018         | 150                                                |
| 2019         | 350                                                |
| 2020         | 2640                                               |
| 2021         | 4697                                               |
| 2022         | 9401                                               |

En 2022, les recettes publicitaires annuelles de TikTok s'élevaient à 11,04 milliards de dollars, soit une augmentation annuelle de 200 %. En d'autres termes, le revenu annuel de TikTok en 2022 était trois fois plus élevé qu'en 2021.

Selon les dernières données, les revenus publicitaires de TikTok devraient atteindre 18,04 milliards de dollars en 2023, soit une augmentation de 55 % par rapport à l'année précédente. À l'heure actuelle, TikTok est le réseau social sur lequel les consommateurs passent le plus de temps et la plateforme de médias sociaux qui connaît la croissance la plus rapide.

Aussi impressionnante soit-elle, la croissance attendue des recettes publicitaires de TikTok cette année marque en fait un ralentissement significatif par rapport à l'année précédente. En 2022, les recettes publicitaires annuelles de TikTok s'élevaient à 11,04 milliards de dollars, soit une augmentation annuelle de 200 %. En d'autres termes, le revenu annuel de TikTok en 2022 était trois fois plus élevé qu'en 2021.

Pour bien comprendre l'essor de TikTok, il suffit de remonter quelques années en arrière. En 2019, les recettes publicitaires de TikTok s'élevaient à 340 millions de dollars, soit une fraction de ce qu'elles sont aujourd'hui. Il a été multiplié par plus de quatre, atteignant 1,41 milliard de dollars en 2020, avant de bondir encore de 175 %, pour atteindre 3,88 milliards de dollars en 2021.



# Tik Tok™ Ad

## CHAPITRE 2



INFORMATIONS SUR  
LES CARACTÉRISTIQUES  
DE TIK TOK

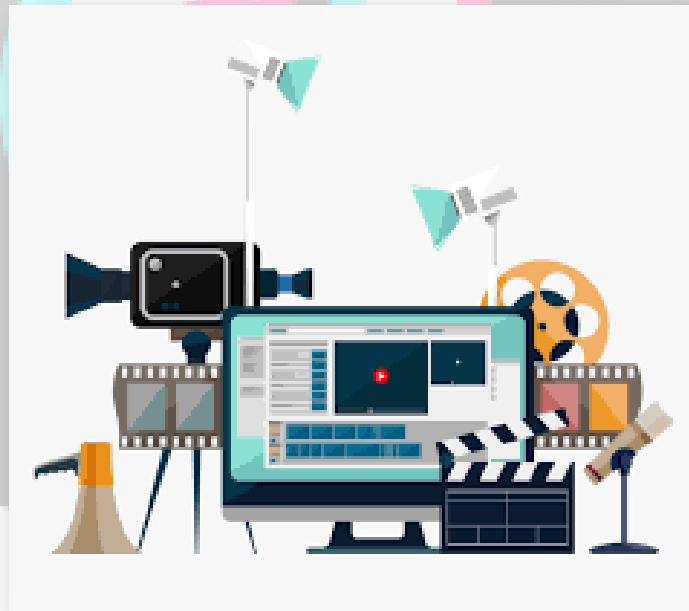
**T**ikTok s'est fait un nom en tant qu'application de synchronisation des lèvres, et c'est devenu bien plus que cela. "TikTok, tel que nous le connaissons aujourd'hui, n'existait pas il y a cinq ans, et nous prévoyons que le TikTok de 2027 sera tout aussi unique. TikTok a été un perturbateur à bien des égards, de sorte que l'opportunité la plus importante pour les marques à ce stade n'existe probablement pas encore. Cependant, la création d'un réseau et d'une communauté solides autour de votre marque servira de base pour la suite.



**Tout savoir sur les fonctionnalités de Tik Tok**

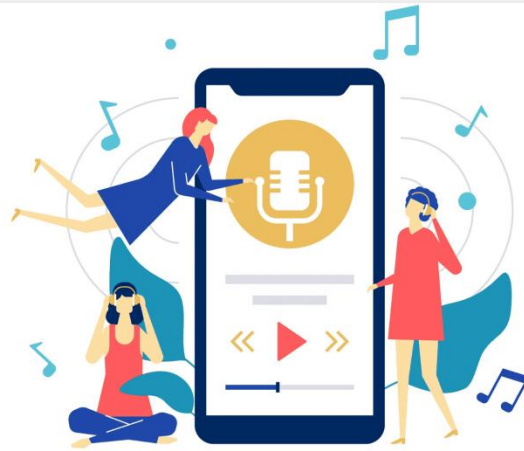
TikTok facilite la création de contenu vidéo grâce à un certain nombre d'outils et de fonctionnalités régulièrement améliorés. Voici quelques-unes de ces caractéristiques :

- **Création de vidéos** - La fonction "Créer des vidéos" de TikTok permet aux utilisateurs de créer leurs propres vidéos de courte durée. Les utilisateurs peuvent enregistrer et éditer leurs propres vidéos et y ajouter une variété d'effets, de filtres et de musique avant de les publier sur l'application. Cette fonction permet également aux utilisateurs de partager leurs vidéos avec d'autres utilisateurs et d'explorer le contenu créé par d'autres utilisateurs. Grâce à cette fonction, les utilisateurs peuvent créer et partager des vidéos créatives, divertissantes et éducatives avec le monde entier.





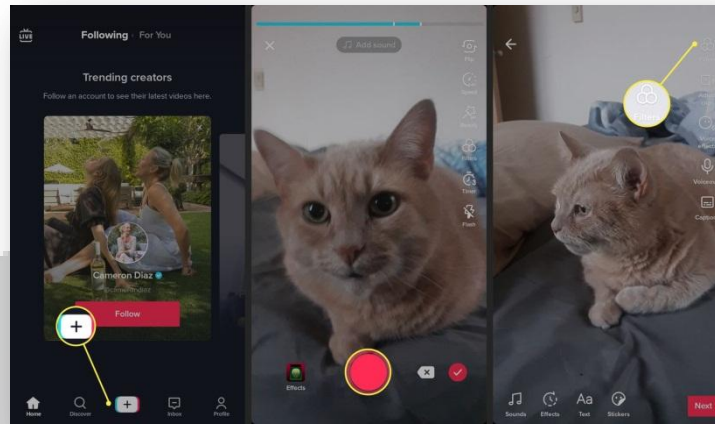
- **Ajout de musique** - La fonction "Ajout de musique" de TikTok permet aux utilisateurs d'ajouter de la musique à leurs vidéos à partir de la bibliothèque de musique sous licence de l'application. Cette fonction permet aux utilisateurs de trouver leurs chansons préférées et de les ajouter à leurs vidéos pour des vidéos plus créatives et amusantes. Grâce à la fonction "Ajouter de la musique", les utilisateurs peuvent rechercher des chansons par artiste, piste ou genre, et même créer leurs propres listes de lecture pour leurs vidéos. En outre, les utilisateurs peuvent choisir certaines parties de chansons à utiliser dans leurs vidéos, ou même sélectionner une gamme d'effets sonores et d'extraits sonores à ajouter à leurs vidéos.
- Lorsque vous utilisez une chanson ou un son à la mode, vous augmentez vos chances de devenir viral. Les chansons ou les sons qui décollent peuvent susciter de nouveaux mèmes, créer un succès d'audience, inspirer un contenu multiplateforme ou simplement faire partie d'une conversation plus large.
- Remarque - Si votre vidéo utilise une chanson, évitez les problèmes de droits d'auteur et vérifiez que vous êtes légalement autorisé à utiliser cette chanson sur d'autres plateformes.



- **Co-créer du contenu à l'aide de duos** - La fonction "Co-créer du contenu à l'aide de duos" sur TikTok permet à deux utilisateurs de collaborer sur la même vidéo. Cette fonction permet aux utilisateurs de créer et de partager un contenu unique avec leurs followers. Cette fonction permet aux utilisateurs de créer une vidéo en duo en ajoutant leur partie à la vidéo originale. La vidéo du duo sera visible par le créateur original et les personnes qui le suivent, ainsi que par le cocr  ateur et les personnes qui le suivent. Cette fonction permet de créer des vidéos interactives, des remix, etc.



- **Filtres et effets** - La fonction Filtres et effets de TikTok permet aux utilisateurs d'améliorer leurs vidéos à l'aide d'effets spéciaux et de filtres. Les utilisateurs peuvent choisir parmi une variété de filtres, d'effets et de bandes sonores pour faire ressortir leurs vidéos. Les filtres permettent de modifier les couleurs et le ton d'une vidéo, tandis que les effets permettent d'ajouter des effets spéciaux à une vidéo, tels que le ralenti, l'accélération et la vidéo inversée. La fonction "bandes sonores" permet aux utilisateurs d'ajouter leur propre musique à leurs vidéos ou de choisir parmi une bibliothèque de chansons.

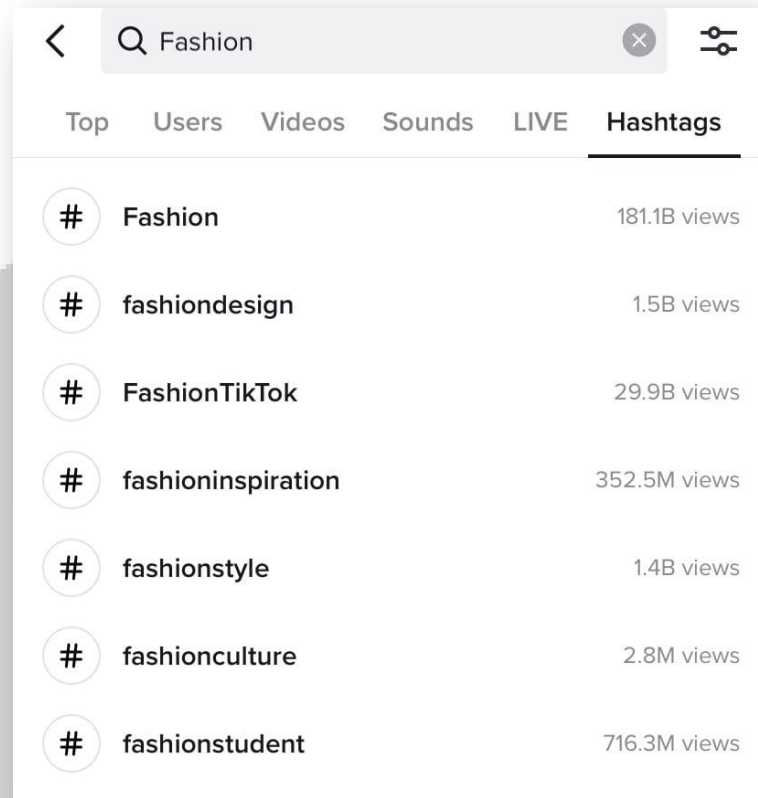


- **Stream Live** - La fonction Streaming Live de TikTok permet aux utilisateurs de diffuser des flux vidéo en direct à leurs followers. Les utilisateurs peuvent inviter d'autres utilisateurs à se joindre au flux, interagir avec les spectateurs et les suiveurs en temps réel, et même ajouter des filtres, de la musique et d'autres effets au flux. Cette fonctionnalité est devenue de plus en plus populaire parmi les utilisateurs de TikTok, car elle leur permet de se connecter avec leur public d'une manière plus personnelle et plus engageante.



- **Hashtags** - Les hashtags sont une fonctionnalité de TikTok qui permet aux utilisateurs de marquer leur contenu avec des mots ou des phrases spécifiques, ce qui permet aux autres utilisateurs de trouver plus facilement du contenu lié à ce tag. Les hashtags permettent également aux utilisateurs de se joindre à des tendances et à des défis. Ils peuvent également être utilisés pour dialoguer avec la communauté en utilisant des hashtags populaires.





Les utilisateurs et les marques lancent des défis qui deviennent viraux et encouragent la participation des utilisateurs. Ces défis sont également très efficaces pour inciter les non-utilisateurs à rejoindre la plateforme.

TikTok propose le type de contenu que les consommateurs recherchent : des vidéos de courte durée. 66 % des consommateurs affirment que les vidéos de courte durée sont le type de contenu le plus attrayant.

TikTok a popularisé ce format, si bien que d'autres plateformes ont ajouté leurs flux de vidéos courtes, comme Instagram Reels et YouTube Shorts. Comme il se doit, nous laisserons cette section courte et douce.

Les utilisateurs de la plateforme peuvent télécharger librement des vidéos d'autres utilisateurs et les partager sur d'autres plateformes de médias sociaux pour toucher davantage de personnes. C'est peut-être l'une des raisons pour lesquelles la plateforme a rapidement gagné en popularité.

Comme chaque vidéo comporte un filigrane TikTok et le nom d'utilisateur du créateur original, il y a peu de place pour le plagiat. Cela permet d'accorder le crédit nécessaire et, lorsque les gens regarderont les vidéos téléchargées sur d'autres plateformes, ils sauront exactement qui suivre pour en savoir plus.

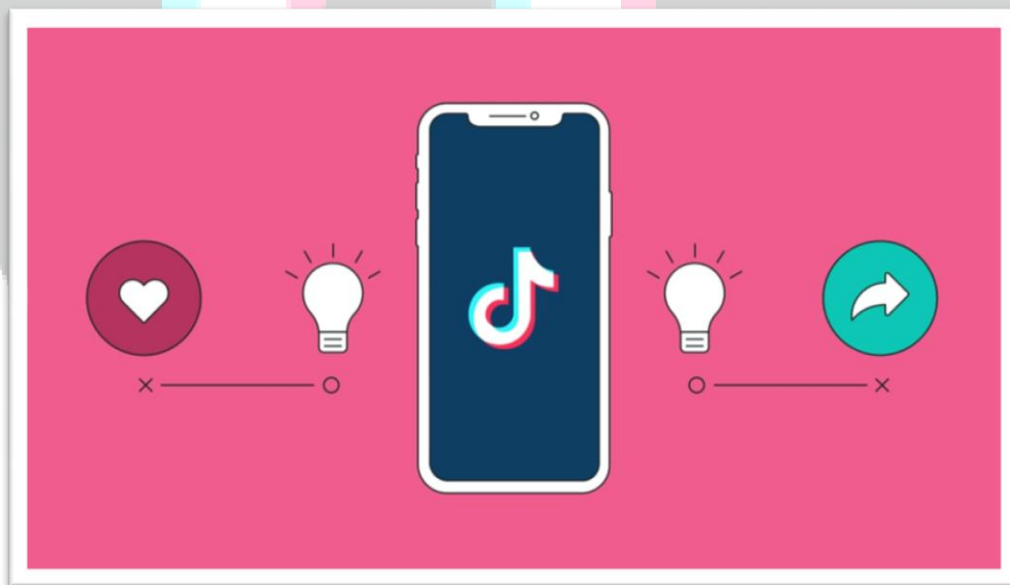
### **Peut-on l'utiliser à des fins professionnelles ?**

Oui, les médias sociaux peuvent être utilisés à des fins professionnelles. Les médias sociaux sont devenus un outil essentiel pour les entreprises afin d'atteindre leur public cible, d'établir des relations avec leurs clients et d'accroître la notoriété de leur marque. Les plateformes de médias sociaux peuvent être utilisées pour publier du contenu, dialoguer avec leurs clients et promouvoir leurs produits ou services. Par exemple, les entreprises peuvent utiliser TikTok pour publier de courtes mises à jour, dialoguer avec leurs clients en temps réel et partager des liens vers leurs sites web. TikTok est également une excellente plateforme pour les entreprises qui souhaitent partager du contenu, établir des relations avec leurs clients et faire de la publicité pour leurs produits ou services. En outre, les entreprises peuvent l'utiliser pour publier du contenu visuel, générer du trafic vers leurs sites web et mettre en valeur leur marque. Les médias sociaux sont un outil

puissant pour les entreprises qui cherchent à étendre leur portée et à entrer en contact avec leur public cible.

TikTok est une plateforme sociale idéale pour le marketing auprès des jeunes. Voici quelques exemples de la manière dont vous pouvez l'utiliser pour accroître l'engagement du public et la notoriété de votre marque.

- Près de 90 % des utilisateurs de TikTok ont moins de 50 ans.
- Les utilisateurs de TikTok for Business peuvent créer des publicités TopView, des publicités In-Feed, des publicités Brand Takeover, des Branded Effects et des Branded Hashtag Challenges.
- TikTok est idéal pour augmenter la portée de votre audience, l'engagement des consommateurs et la créativité.
- Les startups et les petites entreprises peuvent également utiliser TikTok pour commercialiser leur activité.



Si vous dirigez une entreprise, il y a de fortes chances que vous utilisiez un jour ou l'autre une forme ou une autre de médias sociaux à des fins de marketing. En 2022, on estimait que près de 4 milliards de personnes utilisaient les médias sociaux dans le monde - un chiffre en constante augmentation chaque année - ce qui fait de la presse sociale une mine d'opportunités pour les entreprises d'atteindre leurs groupes démographiques cibles.

TikTok est l'une des plateformes de médias sociaux en plein essor qui a récemment explosé. L'application a été décrite comme un mashup de Vine, Twitter et Instagram, permettant à son milliard d'utilisateurs mensuels actifs de créer des vidéos courtes, axées sur la musique, et de les éditer avec des lentilles, des filtres et des fonctionnalités AR.

Bien que TikTok ait été adopté très tôt par les adolescents, il n'a cessé de gagner l'attention des jeunes adultes (près de 70 % de ses utilisateurs actifs ont moins de 40 ans), ce qui en fait une cible de choix pour toutes les marques qui cherchent à attirer l'attention fugace des millennials et de la génération Z.

Avec la popularité croissante du marketing d'engagement, TikTok est une excellente plateforme pour les entreprises qui souhaitent faire de la publicité d'une manière qui ne semble pas artificielle ou ingénue.

Voici quelques conseils pour les propriétaires de petites entreprises -

**Étudier les tendances prévalant parmi les utilisateurs de votre public cible -**



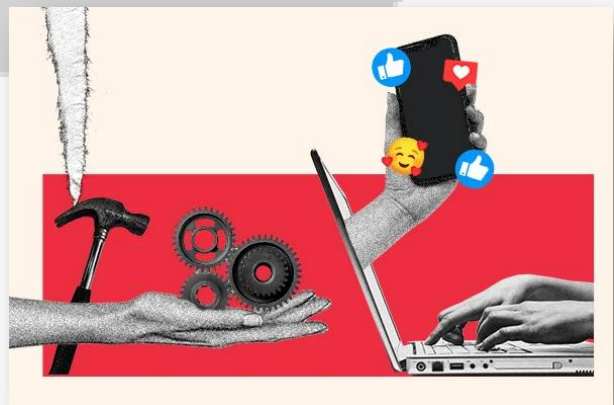
Cette stratégie peut être utilisée sur n'importe quelle plateforme de médias sociaux, mais elle est particulièrement utile pour TikTok. La plateforme enregistre un volume important autour de thèmes spécifiques tels que le divertissement, la danse, les farces, le bricolage, les voyages et

l'apprentissage. Faites des recherches sur votre public cible pour savoir quel type de contenu l'intéresse le plus, et utilisez cette connaissance pour influencer le type de TikToks que vous créez.

Par exemple, si vous remarquez que votre public cible est très intéressé par les vidéos de farces et attrapes, vous pouvez publier des vidéos de vos employés jouant des farces et attrapes au bureau.

### **Adopter une approche décontractée et moins commerciale**

Vous devez tous être au courant de la commercialisation des marques sur Instagram. Les publicités et la notoriété des marques sur Instagram ressemblent à des



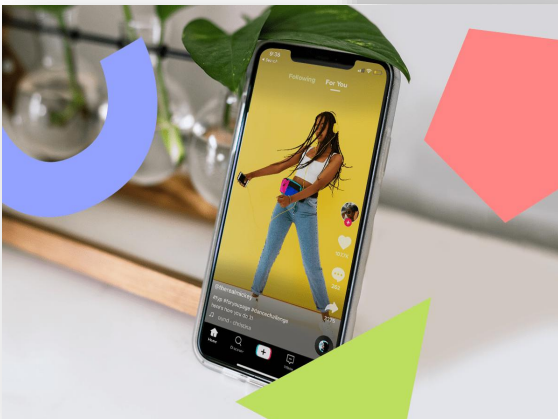


publicités. Mais TikTok rejette en grande partie les contenus soignés et de qualité. Il a ainsi acquis la réputation d'une plateforme décontractée où les utilisateurs se sentent à l'aise pour s'exprimer.

L'avantage de TikTok est qu'il s'agit d'un espace de création facilement accessible. Cela signifie qu'il se nourrit d'une touche d'excentricité et évite les productions trop commerciales.

Laissez-vous guider par l'engagement de votre compte et décidez de ce qui est amusant dans votre entreprise. Assurez-vous de bien comprendre la culture, les valeurs et l'identité de votre marque afin que ce que vous créez soit authentique et fidèle à votre marque, et évite les lignes directrices typiques de l'entreprise.

**Participez aux défis Trending  
sur TikTok**

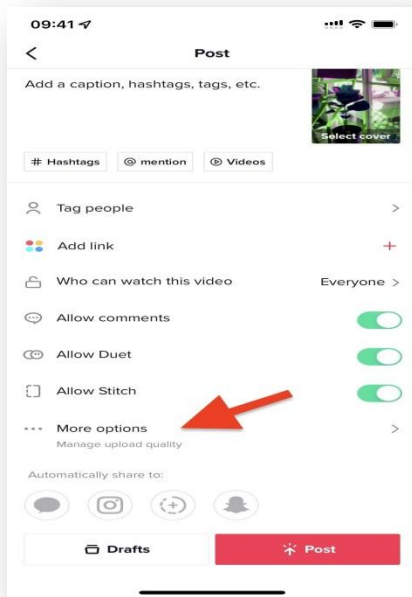


Un moyen facile d'accroître l'engagement et la visibilité est de participer aux défis de TikTok pour découvrir les chansons ou les activités qui ont le vent en poupe et de créer votre propre version d'une chanson ou d'une activité pour la publier sur votre TikTok. Cela peut accroître votre visibilité et vous donner l'impression d'être plus proche des gens et plus terre-à-terre, et votre contenu gagnera alors en engagement.

Les jeunes générations aiment soutenir les marques auxquelles elles s'identifient. La participation à des défis peut vous aider à vous rapprocher de votre public à un niveau fondamental, en particulier si votre cible démographique est constituée d'adolescents ou de jeunes adultes. N'oubliez pas, lorsque vous publiez une vidéo de défi, d'inclure les hashtags pertinents afin d'augmenter vos chances de vous retrouver sur les pages ForYou des internautes.

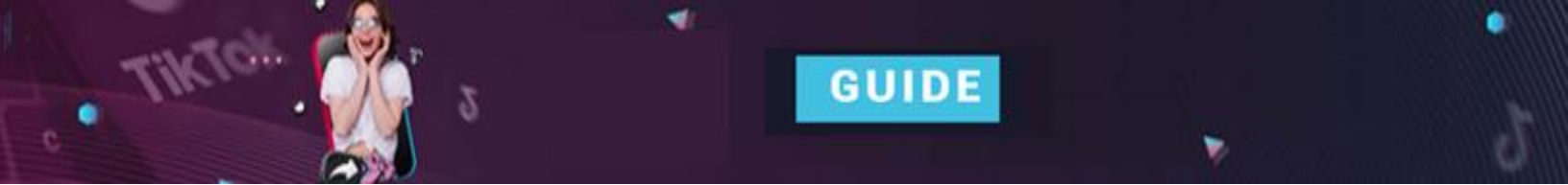
### **Mentionnez toujours votre lieu de résidence dans vos messages**

L'emplacement joue un rôle important dans la notoriété de la marque, en particulier pour les petites entreprises locales. Parlez de votre lieu de résidence dans vos vidéos et indiquez-le dans la légende et le hashtag. Cela aidera les personnes de votre région à trouver votre entreprise. Il peut également être utile de créer des vidéos propres à votre région. Votre produit ou service apparaîtra ainsi plus pertinent aux yeux des habitants.



Il permet aux utilisateurs d'entrer en contact avec d'autres utilisateurs qui se trouvent dans la même zone qu'eux. Cela permet également de créer un sentiment de communauté et d'encourager les nouveaux utilisateurs à explorer la plateforme. En outre, il permet aux utilisateurs de mieux cibler leur contenu sur des publics spécifiques, puisqu'ils peuvent filtrer le contenu en fonction de l'emplacement géographique.

En conclusion, TikTok s'avère être une excellente plateforme pour les entreprises de toutes tailles, leur permettant d'atteindre des clients potentiels et de développer leurs marques. La nature créative, ludique et interactive de la plateforme permet aux entreprises de s'engager auprès de leur public cible et de renforcer l'identité de leur marque. Avec l'aide des influenceurs, les entreprises peuvent accroître leur portée et se constituer une solide base de clientèle. On peut donc affirmer que TikTok est une excellente plateforme pour les entreprises.



# Tik Tok™ Ad

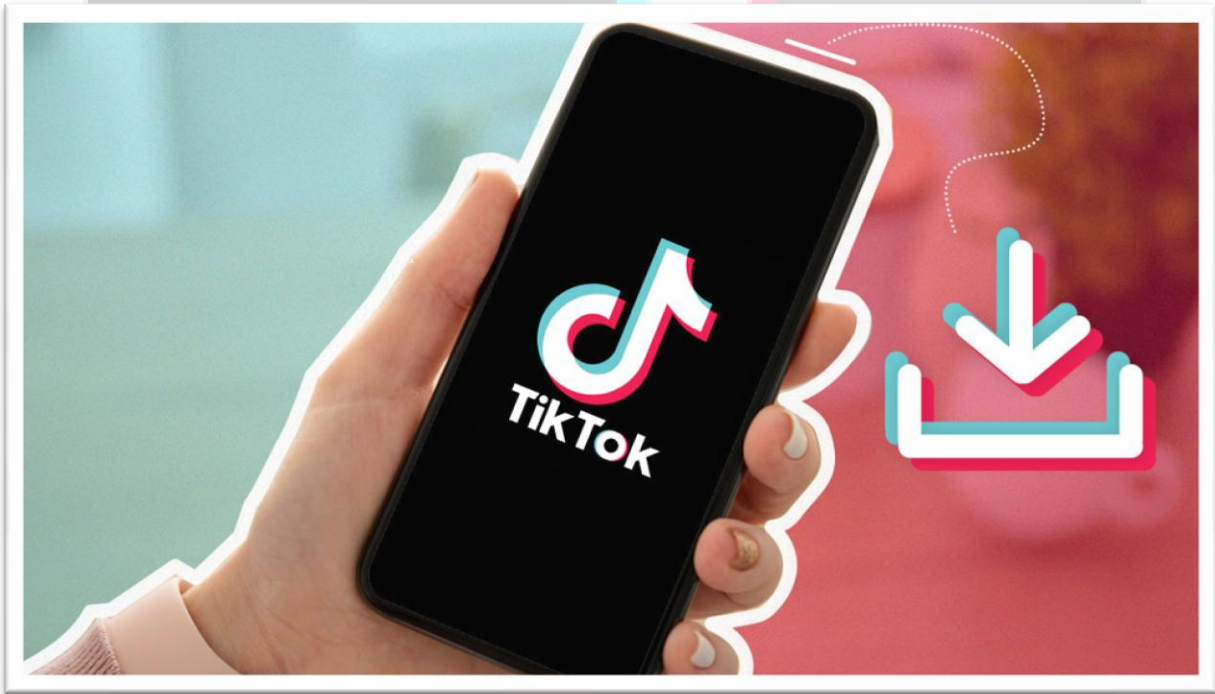
## CHAPITRE 3



# DÉMARRER AVEC UN COMPTE TIK TOK

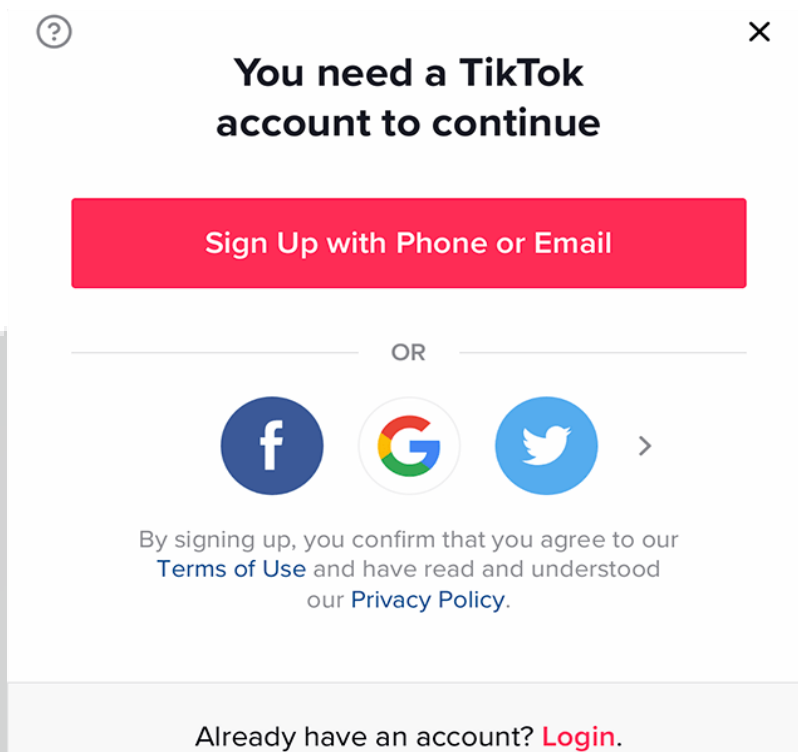


**I** si vous souhaitez rejoindre les millions de personnes qui créent et partagent déjà du contenu sur TikTok, vous êtes au bon endroit ! Ce guide vous explique les étapes à suivre pour créer un compte et commencer à publier du contenu sur l'application de médias sociaux la plus populaire. Que vous souhaitiez partager des vidéos de synchronisation labiale, des danses, des sketches comiques ou tout autre chose, vous serez opérationnel en un rien de temps. Alors, commençons !



## **Comment créer un compte Tik Tok ?**

Bienvenue dans le monde de Tik Tok ! La création d'un compte Tik Tok est un processus simple et rapide qui ne nécessite que quelques étapes. Ce guide vous apprendra à créer rapidement un compte Tik Tok.



Les étapes sont les suivantes -

**ÉTAPE - 1** Tout d'abord, vous devez télécharger l'application Tik Tok sur votre appareil mobile. Selon votre appareil, l'application est disponible sur l'App Store ou le Google Play Store. Une fois l'application téléchargée, ouvrez-la et cliquez sur "S'inscrire".

**ÉTAPE - 2** Ensuite, vous devez saisir vos informations personnelles, telles que votre nom complet, votre adresse électronique, votre numéro de téléphone et votre mot de passe. Une fois que vous avez fourni ces informations, cliquez à nouveau sur "S'inscrire".

**ÉTAPE - 3** Si vous utilisez un numéro de téléphone ou une adresse électronique pour créer un compte TikTok, vous devez le saisir et créer un mot de passe.

**ÉTAPE - 4** Choisissez votre nom d'utilisateur. Si vous êtes propriétaire d'une entreprise, il est judicieux d'utiliser le même nom d'utilisateur sur tous les comptes de médias sociaux afin d'aider vos clients à vous contacter. Quel que soit votre choix, veillez à ce qu'il soit facile à retenir et à atteindre. Vous pouvez toujours le changer plus tard !

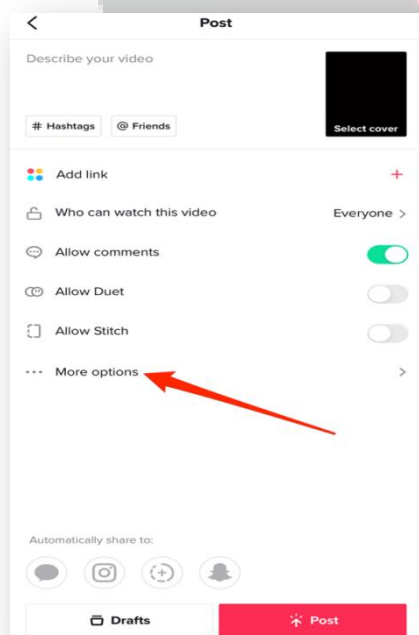
**ÉTAPE - 5** Enfin, vous devez suivre quelques comptes pour commencer à jouer à Tik Tok. Vous pouvez trouver des personnes à suivre en utilisant la barre de recherche ou en consultant la page "Pour vous".

Maintenant que vous savez comment créer un compte Tik Tok, vous pouvez commencer à créer de courtes vidéos et à vous connecter avec d'autres utilisateurs, ou vous pouvez l'utiliser à n'importe quelle fin.

## Comment réaliser une vidéo sur TikTok

Il existe trois façons de créer des vidéos.

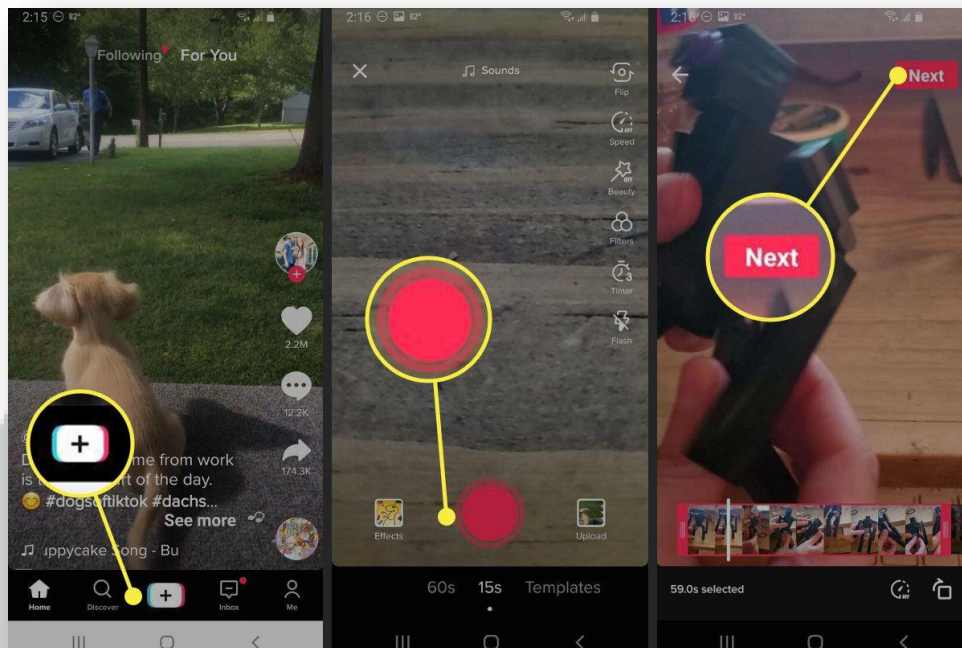
Tout d'abord, vous pouvez créer une vidéo en externe à l'aide d'autres applications de



montage et y ajouter de la musique, puis la publier sur TikTok, car il existe de nombreuses autres applications qui offrent ces services gratuitement avec des polices, des effets et des filtres personnalisés pour donner à votre contenu l'aspect que vous souhaitiez lui donner.

La deuxième est la plus simple et la plus facile.

- Ouvrez simplement l'application dans votre appareil et vous verrez le signe **[+]** en bas de la page.
- Tapez sur le signe **[+]** pour commencer une nouvelle vidéo.
- Juste au-dessus du gros bouton rouge, vous verrez la durée de la vidéo que vous souhaitez publier et que TikTok autorise.
- Vous devez choisir la durée que vous souhaitez en la faisant glisser.
- Pour commencer l'enregistrement, il suffit d'appuyer sur le gros bouton rouge.
- Après l'enregistrement de la vidéo, vous pouvez ajouter des effets vidéo, de la musique, des voix off, etc.



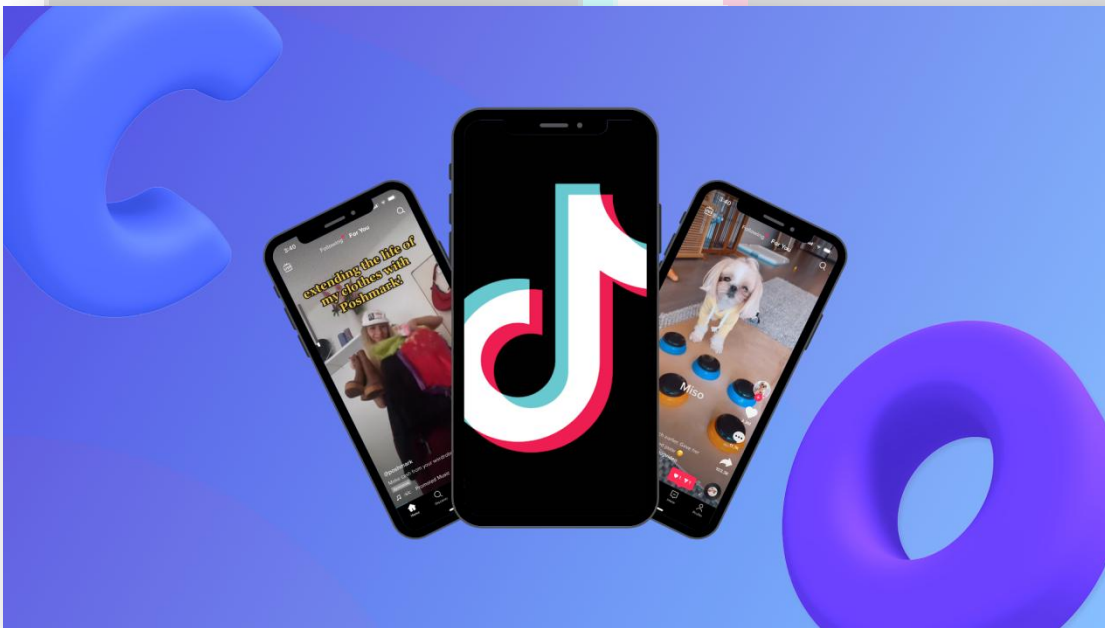
La troisième option consiste à télécharger des clips vidéo et à les monter ensemble.

- Appuyez sur le signe + en bas de votre écran.
- Appuyez sur Télécharger et sélectionnez vos clips. Vous pouvez même ajouter des images au lieu de simples clips. Vous pouvez choisir plus de 3 minutes de clips !
- Sur l'écran suivant, appuyez sur Ajuster les clips. Vous pouvez découper et réorganiser les différentes vidéos jusqu'à ce que vous obteniez la durée totale souhaitée.

## Comment se développer sur TikTok ?



Si vous avez du mal à vous développer sur TikTok, vous êtes au bon endroit. Nous allons vous montrer comment augmenter votre nombre de followers sur TikTok avec des choses simples que vous pouvez faire tout de suite. Avec plus de 138 millions d'utilisateurs actifs mensuels rien qu'aux États-Unis, TikTok est une excellente plateforme sur laquelle concentrer son attention marketing, en particulier si votre public cible se situe solidement dans les marchés de la génération Z et du millénaire.



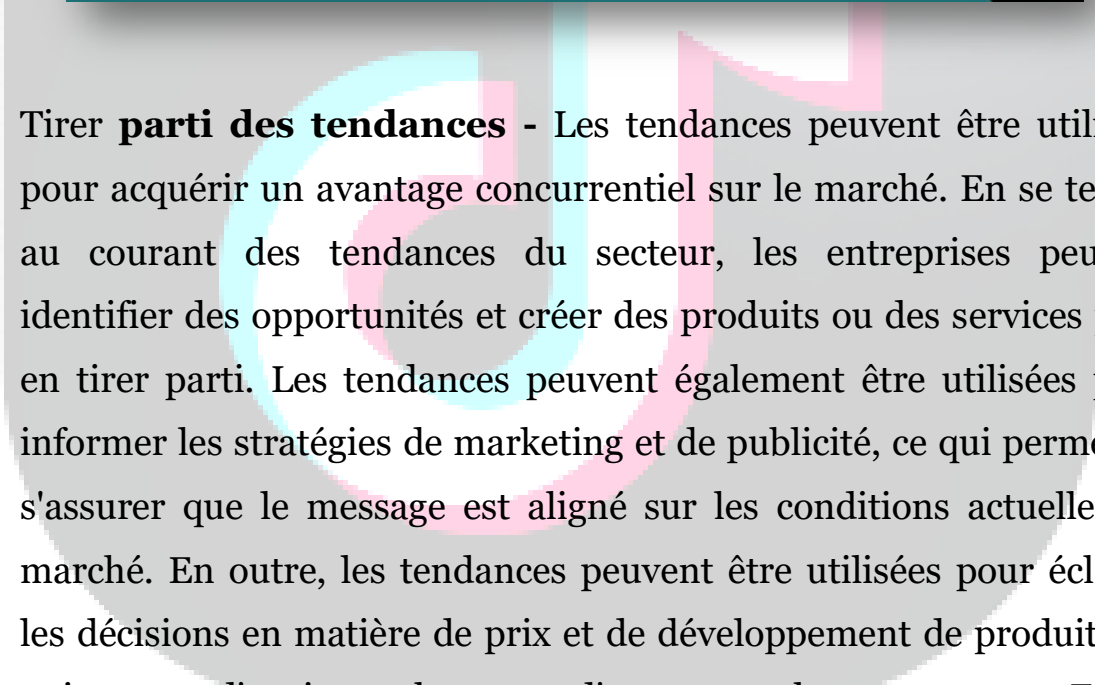
## **Comment augmenter le nombre de vos followers sur TikTok**

Vous cherchez à augmenter le nombre de vos followers sur TikTok ? Augmenter votre audience sur TikTok peut être un excellent moyen d'accroître votre visibilité auprès de clients potentiels et de créer un groupe d'utilisateurs engagés. Avec les bonnes stratégies, vous pouvez augmenter

le nombre de vos followers rapidement et efficacement. Dans ce guide, nous allons passer en revue quelques-uns des meilleurs conseils et astuces pour vous aider à augmenter le nombre de vos followers sur TikTok.

C'est un excellent moyen de partager vos vidéos avec un public plus large. Avec plus de 800 millions d'utilisateurs actifs sur l'application, TikTok est l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires. Augmenter le nombre de vos followers sur cette plateforme peut s'avérer difficile, mais avec les bonnes stratégies, vous pouvez augmenter votre portée et gagner plus de followers. Dans ce guide, nous vous donnons des conseils pour augmenter votre nombre de followers sur TikTok et devenir un créateur de contenu à succès.

- **Déterminer votre public cible** - Déterminer votre public cible consiste à identifier et à comprendre les caractéristiques des personnes que vous souhaitez toucher avec votre produit ou service. Il s'agit de rechercher qui sont vos clients potentiels, quels sont leurs besoins et leurs désirs, et comment les atteindre au mieux. En comprenant votre public cible, vous pouvez adapter vos stratégies de marketing et de communication afin de mieux répondre à ses besoins et d'augmenter vos chances de réussite.



- des tendances** - Les tendances peuvent offrir un avantage concurrentiel sur le marché. En analysant des tendances du secteur, les entreprises peuvent saisir des opportunités et créer des produits ou services innovants. Les tendances peuvent également influencer les stratégies de marketing et de publicité, assurant que le message est aligné sur les conditions du marché. De plus, outre, les tendances peuvent être utilisées pour ajuster les prix et de développement.



- **Éduquer vos followers** - Éduquer vos followers est une méthode qui permet d'engager le dialogue avec vos followers et de leur fournir des informations utiles et pertinentes qui peuvent les aider à prendre des décisions éclairées. Cela peut se faire en éduquant les adeptes, ce qui permet d'instaurer un climat de confiance et d'accroître l'engagement. Elle peut également contribuer à établir une marque en tant qu'autorité dans le secteur, car le fait de fournir des informations utiles et fiables démontre un niveau d'expertise. En outre, le fait d'éduquer vos followers peut contribuer à augmenter le trafic vers votre compte et à encourager les conversions.

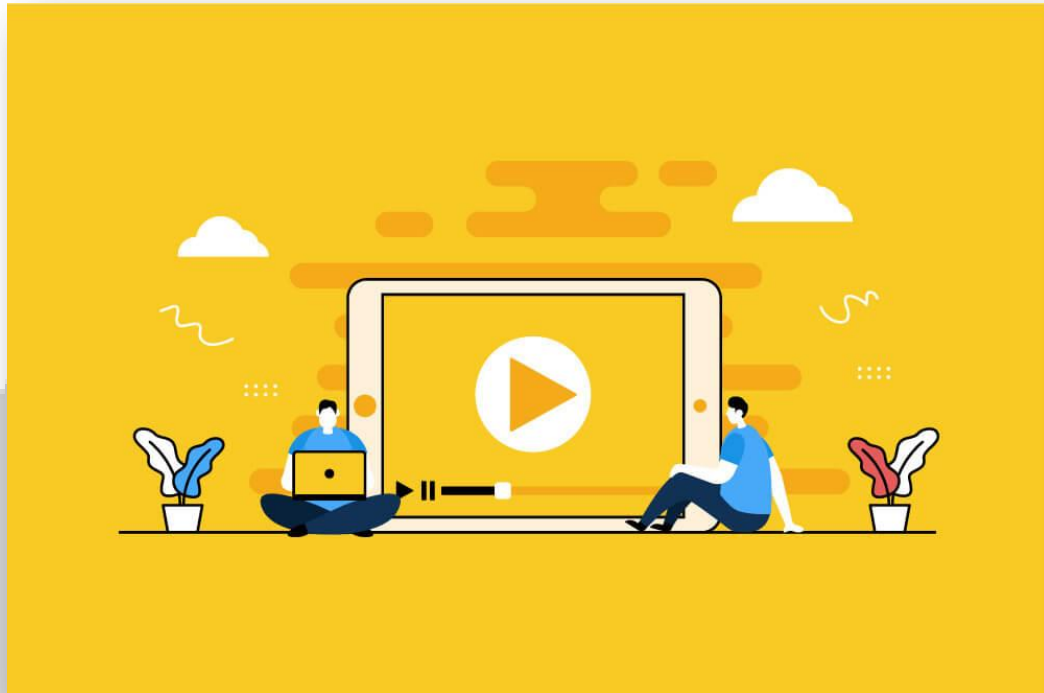


- **Utilisez des hashtags** - L'utilisation de hashtags sur TikTok est un excellent moyen d'améliorer la découvrabilité de votre contenu. Les hashtags sont utilisés pour catégoriser votre contenu et faciliter la recherche et la visualisation de vos vidéos par les spectateurs potentiels. Lorsque vous utilisez des hashtags pertinents, vous pouvez présenter vos vidéos à un public plus large et augmenter les chances que les gens découvrent votre contenu et s'y intéressent. Cela peut conduire à un plus grand nombre de likes, de vues et de followers, ce qui peut contribuer à la croissance organique de votre compte.





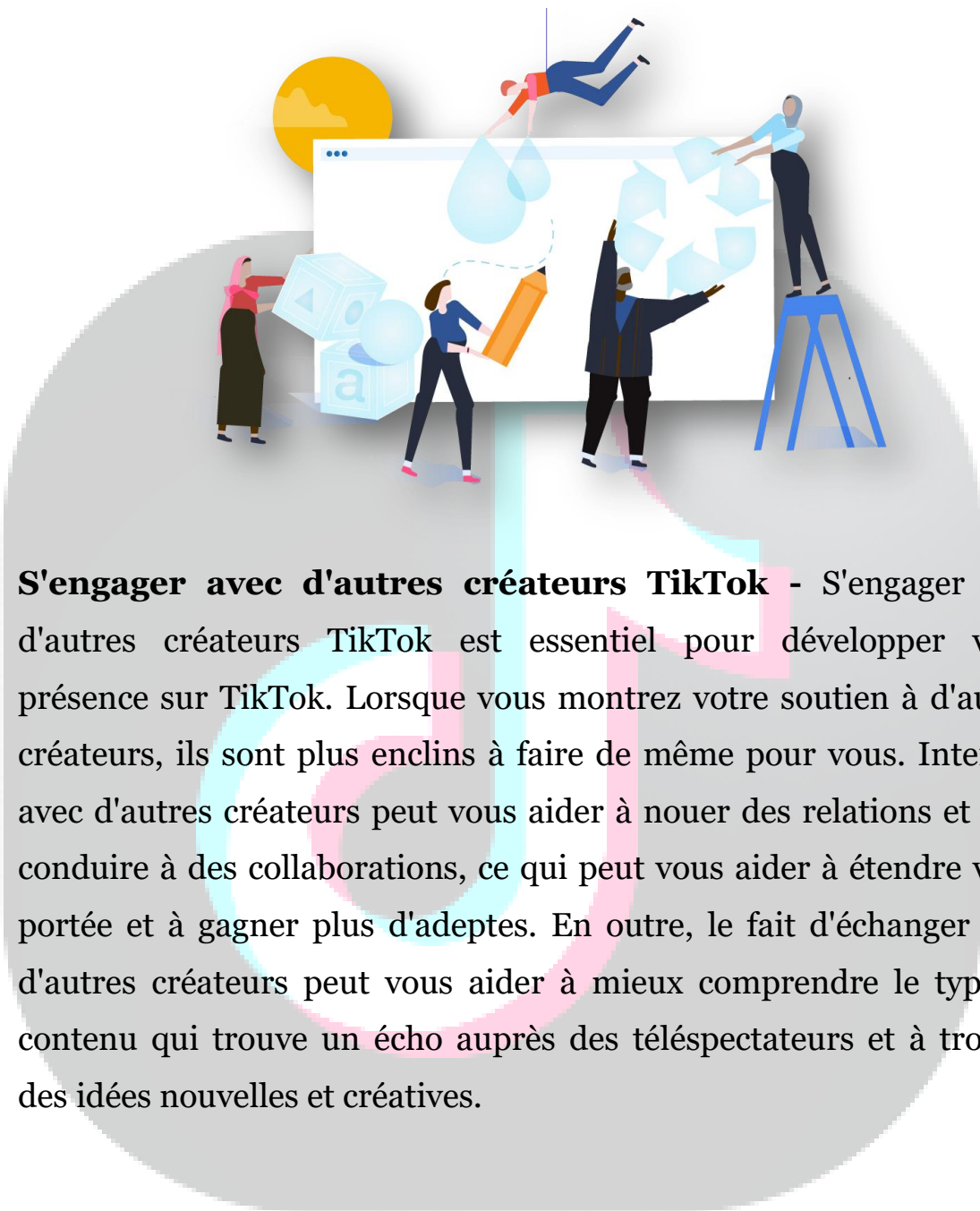
- **Promotion croisée de vos vidéos** - La promotion croisée de vos vidéos sur TikTok peut être un moyen efficace de développer votre marque, d'atteindre de nouveaux publics et d'obtenir plus d'adeptes. C'est un excellent moyen d'augmenter l'audience, l'engagement et la participation à votre contenu. La promotion croisée vous permet également de tirer parti de la puissance des autres comptes TikTok pour promouvoir votre contenu. Vous pouvez utiliser d'autres comptes populaires pour partager votre contenu et attirer davantage de spectateurs vers vos vidéos. En outre, il vous permet d'atteindre un public plus large et de présenter votre contenu à de nouveaux publics. La promotion croisée de vos vidéos sur TikTok peut vous aider à accroître votre présence sur la plateforme et à élargir votre audience.

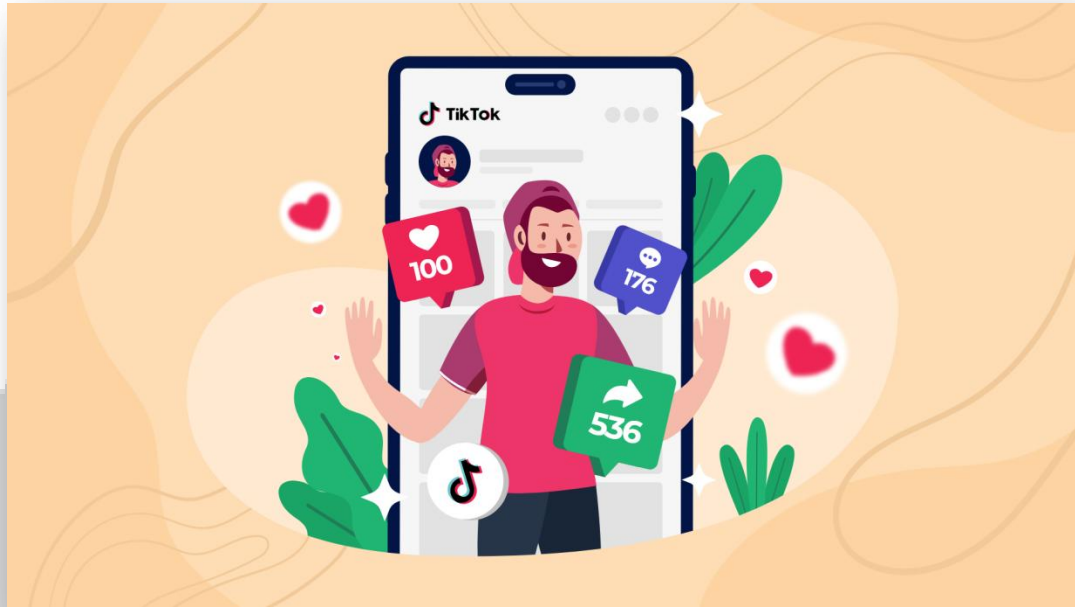


- **Publier du contenu au bon moment** - Il est important de publier du contenu au bon moment sur TikTok, car cela vous permet d'atteindre un maximum de personnes. Le meilleur moment pour publier sur TikTok est lorsque la majorité des utilisateurs sont actifs. Savoir quand poster permet de s'assurer que votre contenu est vu par le plus grand nombre et a plus de chances de susciter l'engagement. En outre, le fait de publier au bon moment peut vous aider à accroître votre visibilité et à constituer un public.



- **Créer des défis et y participer** - Créer des défis et y participer sur TikTok est un excellent moyen de s'engager auprès d'un public plus large, de nouer des relations et d'augmenter le nombre de personnes qui vous suivent. Les défis permettent aux utilisateurs de faire preuve de créativité et de partager des contenus amusants et interactifs, tout en se connectant avec de nouvelles personnes. Les défis peuvent être utilisés comme une plateforme permettant aux influenceurs des médias sociaux de montrer leurs talents, de collaborer avec d'autres créateurs et de gagner en visibilité. En outre, les défis créent un sentiment de communauté en donnant aux utilisateurs une expérience commune et la possibilité d'interagir les uns avec les autres. La participation à des défis peut également inciter les utilisateurs à rester actifs sur TikTok et à se tenir au courant des dernières tendances.

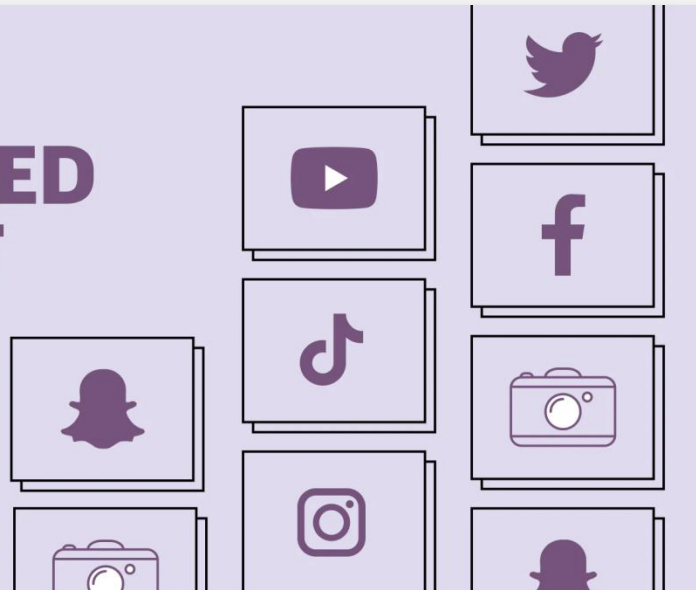
- 
- An illustration depicting a collaborative digital environment. Several stylized human figures are shown interacting with a large, central white rectangular screen. One figure is lying on the screen, another is standing on a blue ladder to the right, and others are positioned around the screen, some holding large blue arrows and a large orange pencil. To the left of the screen are large, light blue 3D cubes, one of which has a lowercase 'a' on it. A large yellow sun is visible in the upper left background. The entire scene is set against a light gray circular backdrop. In the top left corner of the overall image, there is a small inset photo of a woman with her hands clasped near her face, looking surprised or excited, with the word 'TikTok' and musical notes visible in the background.
- **S'engager avec d'autres créateurs TikTok** - S'engager avec d'autres créateurs TikTok est essentiel pour développer votre présence sur TikTok. Lorsque vous montrez votre soutien à d'autres créateurs, ils sont plus enclins à faire de même pour vous. Interagir avec d'autres créateurs peut vous aider à nouer des relations et peut conduire à des collaborations, ce qui peut vous aider à étendre votre portée et à gagner plus d'adeptes. En outre, le fait d'échanger avec d'autres créateurs peut vous aider à mieux comprendre le type de contenu qui trouve un écho auprès des téléspectateurs et à trouver des idées nouvelles et créatives.



- **Utilisez le contenu généré par les utilisateurs** - Au fur et à mesure que vous créez du contenu et des défis sur TikTok, vous commencerez à accumuler une bonne collection de contenu généré par les utilisateurs. Le contenu généré par l'utilisateur (CGU) est simplement le contenu créé par les utilisateurs. Elle peut contribuer à renforcer la confiance dans votre marque, à susciter davantage d'engagement et à augmenter le nombre de vos followers sur TikTok. Pour mettre la main sur des tonnes d'UGC, vous pouvez lancer votre propre défi, organiser un concours ou lancer une tendance avec un hashtag.



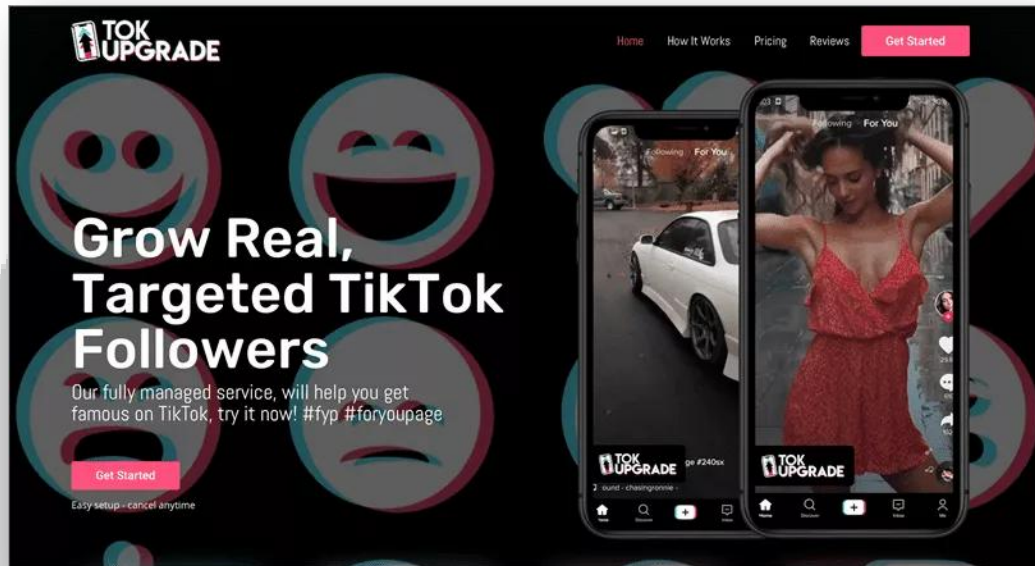
## USER GENERATED CONTENT



- **Essayez un outil de croissance TikTok** - Les outils de croissance TikTok peuvent être un excellent moyen d'augmenter la taille de votre audience et l'engagement. Si vous souhaitez développer votre compte TikTok, l'utilisation d'un outil est un excellent moyen d'y parvenir. Il existe une grande variété d'outils, depuis les robots qui publient du contenu en votre nom jusqu'aux outils d'analyse et de reporting qui vous aident à suivre vos progrès.

L'un des principaux avantages de l'utilisation d'un outil de croissance TikTok est qu'il vous permet d'économiser du temps et des efforts. Des outils automatisés peuvent publier du contenu en votre nom et suivre vos progrès, de sorte que vous n'avez pas à passer des heures à créer manuellement du contenu et à analyser vos performances. C'est particulièrement utile si vous êtes un responsable des médias sociaux

ou un influenceur très occupé qui n'a pas le temps de se consacrer à la production de contenu tous les jours.



Un autre avantage de l'utilisation d'un outil de croissance TikTok est qu'il peut vous aider à identifier les types de contenu qui conviennent le mieux à votre public. Nombre de ces outils sont dotés de fonctions d'analyse et de reporting qui vous indiquent les types de contenu, les hashtags et les influenceurs qui suscitent le plus d'engagement.

Cela peut vous aider à concentrer votre énergie sur la création d'un contenu qui plaira le plus à vos fans. Dans l'ensemble, l'utilisation d'un outil de croissance TikTok peut être un excellent moyen de gagner du temps, de découvrir ce qui fonctionne le mieux pour votre public et de développer votre compte. Cependant, il est important de se rappeler que cela ne

garantit pas le succès. Pour construire un public, vous devez créer du contenu attrayant et être actif sur votre compte.

## Peut-on l'utiliser en toute sécurité ?

Oui, il est possible de l'utiliser en toute sécurité, comme n'importe quelle autre application de médias sociaux. Ce n'est pas quelque chose qui infecterait votre appareil avec des virus, mais il y a des risques de sécurité comme les escroqueries et les données sauvegardées de l'utilisateur.

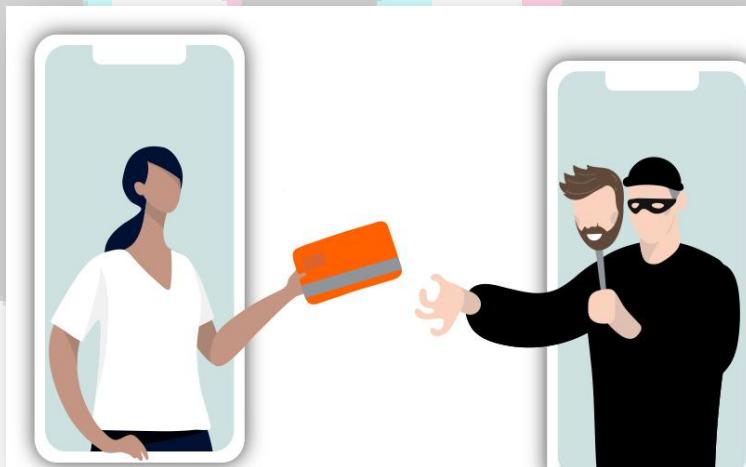
Vous devez être conscient des escroqueries qui se produisent sur TikTok.

À vrai dire, toute application de médias sociaux permettant d'envoyer des messages directs à d'autres utilisateurs est susceptible de donner lieu à des escroqueries. En voici quelques-uns à surveiller dans vos messages instantanés :

- **Arnaques aux followers ou aux likes** - Le messenger promet, moyennant une faible rémunération, d'augmenter le nombre de vos followers ou de vos likes vidéo pour vous faire passer pour une star de TikTok. Il suffit de les bloquer et de les signaler comme spam.



- **Arnaques à la romance** - Ces beaux parleurs vous diront que vous êtes la plus belle chose qu'ils aient jamais vue, puis vous demanderont de l'argent au fur et à mesure que la conversation progresse. Ou bien ils essaieront de vous soutirer le plus d'informations possible pour usurper votre identité. Ne vous engagez pas avec ces poissons-chats.



- **Escroqueries à l'investissement** - Vous voulez gagner de l'argent rapidement ? Qui ne l'est pas ? C'est ainsi que ces escrocs attaquent. Ils vous attirent en vous promettant de gagner rapidement de l'argent grâce aux crypto-monnaies ou à d'autres investissements, puis vous soutirent le plus d'argent possible. Bloquer et signaler.



- **Escroqueries par hameçonnage** - Ne cliquez pas sur des liens aveuglément et sans réfléchir. Les escrocs peuvent utiliser ces liens pour télécharger des logiciels malveillants sur votre téléphone et voler des informations privées.





Lisez toujours les politiques de confidentialité avant d'accepter leurs conditions générales. TikTok recueille des informations sur vous lorsque vous l'utilisez.

Voici un bref résumé des informations qu'il recueille :

- Toute information que vous ajoutez à votre profil, comme l'âge, la langue, le numéro de téléphone, la photo et l'adresse électronique.
- Toute information qu'il peut obtenir à partir de comptes de tiers (comme Facebook ou Google) que vous liez à votre compte TikTok.
- Tout contenu que vous téléchargez, comme les photos et les vidéos
- les informations qu'elle peut trouver sur vous à partir d'autres "sources accessibles au public".
- Informations sur ce que vous avez recherché sur TikTok

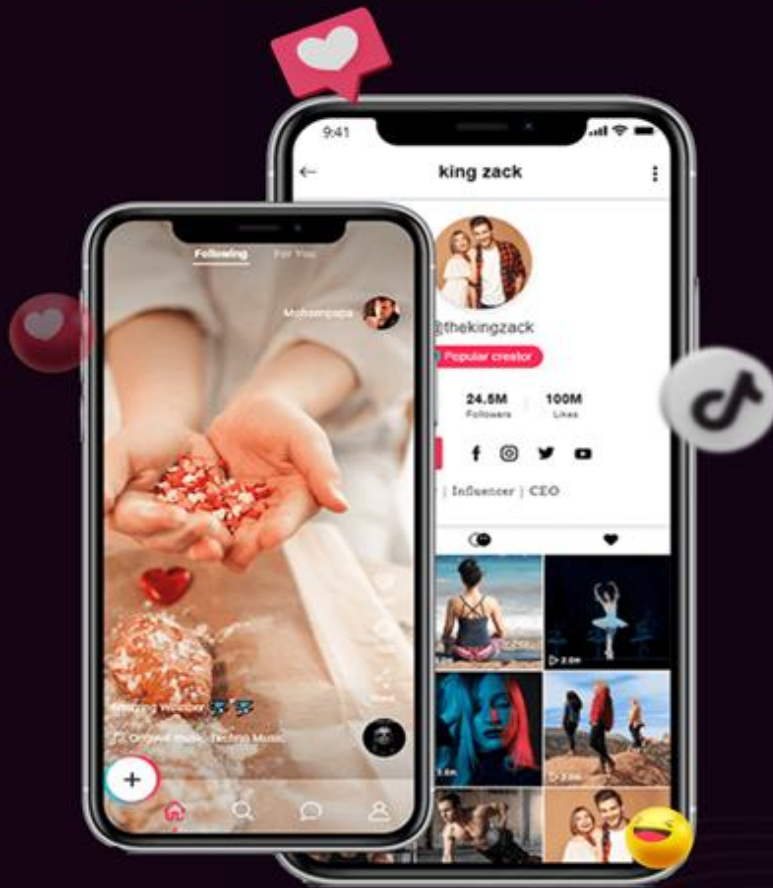
- Informations sur votre téléphone, y compris votre adresse IP, votre opérateur téléphonique, votre fuseau horaire et les noms d'applications et de fichiers trouvés sur votre téléphone.
- Modèles ou rythmes de frappe
- Données de localisation
- les messages que vous envoyez et recevez d'autres utilisateurs

Une fois que TikTok dispose de vos informations, l'entreprise les utilise. Il est notamment possible d'adapter le type de vidéos TikTok qui s'affichent sur votre FYP (For You Page) et de savoir comment vous cibler avec des publicités. TikTok partage également vos informations avec des tiers.

L'algorithme de TikTok recueille des informations sur les vidéos que vous regardez et vous en propose d'autres. Plus vous regardez, plus vous obtiendrez de vidéos avec le même contenu sur votre FYP. Parfois, cela peut être mauvais pour la santé.



## CHAPITRE 4



# TIKTOK MARKETING & PUBLICITE

Le marketing TikTok consiste à utiliser TikTok pour promouvoir une marque, un produit ou un service. Elle peut inclure différentes tactiques, comme le marketing d'influence, la publicité sur TikTok et la création de contenu viral organique.

Le marketing TikTok aide les entreprises à accroître la notoriété de leur marque, à créer des communautés engagées, à vendre des produits et des services, à obtenir un retour d'information de la part de leurs clients et de leur public, à fournir un service à la clientèle et à faire de la publicité pour leurs produits et services auprès d'un public cible.



**Peut-on promouvoir son entreprise sur Tik Tok ?**

Oui ! Ils peuvent le promouvoir sur TikTok de différentes manières, et l'une d'entre elles est le marketing d'influence. Le marketing d'influence est désormais une forme courante de marketing en ligne. Il s'agit d'une expression à la mode, à laquelle les grands médias font régulièrement référence.

Le marketing d'influence est un hybride d'anciens et de nouveaux outils de marketing. Elle reprend l'idée de l'approbation d'une célébrité et la place dans une campagne de marketing moderne axée sur le contenu. La principale différence dans le cas du marketing d'influence est que les résultats de la campagne sont des collaborations entre les marques et les influenceurs.

Mais il n'est pas nécessaire d'avoir un influenceur très connu pour réussir son marketing. Essayez de découvrir des stars montantes ou des influenceurs dans votre créneau. Par exemple, une petite marque de cosmétiques à Toronto pourrait rechercher le hashtag #torontomakeup et trouver des influenceurs comme Nila Haran.





Vous pouvez même créer votre propre TikTok. Vous vous demandez comment ?

Créez un compte TikTok professionnel pour votre marque et commencez à créer votre propre contenu organique.

Les possibilités sont infinies : vous pouvez tout publier, de la présentation de vos produits aux vidéos de la vie quotidienne en passant par les défis de danse. Passez un peu de temps à parcourir votre page "Pour vous" pour y puiser de l'inspiration.

### **La génération de leads est-elle possible avec Tik Tok ?**

Oui, c'est possible ! Maintenant, si vous êtes une personne qui cherche une solution pour démarrer et qui veut investir de l'argent pour générer des profits, alors vous êtes au bon endroit.

Le site de TikTok regorge d'exemples de réussite de marques qui ont commencé à faire de la publicité sur TikTok, notamment Aerie, Little Caesars et Maybelline. Comme pour Facebook et Instagram, le coût des publicités TikTok est basé sur un modèle d'enchères.

Vous pouvez configurer votre compte comme un compte professionnel. TikTok a ouvert un centre TikTok for Business à l'été 2020 et a lancé TikTok Pro quelques mois plus tard.

À l'origine, il y avait une distinction entre les deux : l'un était destiné aux entreprises, l'autre aux créateurs soucieux de leur croissance, mais comme les deux hubs fournissaient pratiquement le même type d'informations, TikTok a fini par les combiner.

Désormais, TikTok for Business est la seule solution possible. Avec un compte professionnel, vous pouvez ajouter plus d'informations à votre profil et accéder à des mesures en temps réel et à des informations sur l'audience.

### **Étapes de la création d'un compte professionnel -**

- 1) Allez sur votre page de profil.
- 2) Ouvrez l'onglet Paramètres et confidentialité dans le coin supérieur droit.
- 3) Appuyez sur Gérer le compte.
- 4) Sous Contrôle des comptes, sélectionnez Passer au compte professionnel.

5) Choisissez la catégorie qui décrit le mieux votre compte - Tiktok propose des catégories allant de l'art et l'artisanat au blog personnel, en passant par le fitness et les machines et équipements.

À partir de là, vous pouvez ajouter un site web et une adresse électronique à votre profil, et vous êtes prêt à vous lancer.



Pour générer des leads, vous devez créer des annonces. Voici donc la procédure à suivre pour créer des publicités sur TikTok.

Étape 1 : Créez votre compte publicitaire TikTok.

- La première étape est simple : commencez par créer un compte sur le gestionnaire de publicités TikTok, choisissez votre pays ou

région de facturation, puis indiquez si vous utilisez le compte pour une entreprise ou un particulier. Cliquez ensuite sur "Suivant".

- Saisissez des informations générales telles que votre adresse électronique/numéro de téléphone (au cas où l'enregistrement aurait été effectué avec le numéro de téléphone) et votre mot de passe. Saisissez ensuite le code de vérification ou l'OTP envoyé à votre adresse électronique ou à votre numéro de téléphone.
- Confirmez que vous acceptez les conditions générales, puis cliquez sur "S'inscrire".

Une fois votre marque approuvée, connectez-vous à votre tableau de bord et terminez la configuration initiale de votre compte en suivant les instructions. Vous pouvez ensuite suivre les étapes ci-dessous pour créer des publicités TikTok :

#### Étape 2 : Créer et installer le TikTok Pixel

- Vous devez maintenant installer le TikTok Pixel, un bout de code sur votre site web qui recueille des informations sur les événements du site (comme la façon dont les utilisateurs sont arrivés sur votre site, l'appareil qu'ils utilisent et l'endroit où ils se trouvent).
- Après avoir sélectionné le "Mode standard" ou le "Mode développeur", vous créez votre pixel en configurant d'abord un "Événement Web" dans votre Gestionnaire de publicités TikTok. N'oubliez pas de vérifier vos paramètres de consentement en matière de cookies avant de déployer votre Pixel. Ensuite,

téléchargez ou copiez le code Pixel et collez-le dans l'en-tête de votre site web.

### Étape 3 : Créer une nouvelle campagne

- Créez une campagne publicitaire sous l'onglet "Campagnes" et cliquez sur le bouton "Créer".
- Cela vous permettra de choisir l'objectif de votre campagne - que vous souhaitiez générer du trafic, des conversions ou des installations d'applications.
- Ensuite, donnez un nom à votre campagne et fixez un budget minimum pour la campagne. Vous pouvez sélectionner un budget à vie pour atteindre rapidement le plus grand nombre de personnes possible. Mais si vous vous fixez un budget quotidien, vous pourrez progressivement et régulièrement atteindre votre public cible.

### Étape 4 : Créer un groupe d'annonces

- Créez un groupe d'annonces pour définir les audiences, les budgets de campagne et les emplacements de vos annonces. Choisissez le type de promotion ou l'objectif :
- Sélectionnez "App Install" ou "Website" comme type de promotion.
- Sélectionnez l'emplacement de la publicité : Votre choix d'emplacement publicitaire déterminera l'endroit où vos publicités apparaîtront sur TikTok et ses plateformes partenaires. Si vous



commencez tout juste à utiliser les publicités TikTok, vous pouvez choisir l'option "Placement automatique" pour que TikTok place vos publicités de manière à en maximiser la portée et la valeur. Vous pouvez également placer manuellement des publicités sur TikTok et ses applications de flux d'actualités.

- **Sélectionnez votre type de création** - Activez la fonction "Optimisation créative automatisée" et TikTok créera des variantes de votre contenu et testera son engagement. Vous pouvez désactiver cette fonction à tout moment.
- **Définissez votre public cible** - Choisissez le public de votre annonce en sélectionnant un lieu, un sexe et une tranche d'âge. Vous pouvez également spécifier les langues des utilisateurs, ajouter des utilisateurs ayant des intérêts spécifiques et inclure des personnes qui ont déjà interagi avec votre contenu.
- **Sélectionnez un type de livraison** - Choisissez une livraison standard ou accélérée. La diffusion standard garantit que votre publicité sera diffusée pendant les périodes de fort trafic tout au long de la période de diffusion de votre publicité, votre budget publicitaire étant réparti de manière cohérente sur cette période. La diffusion accélérée signifie que votre budget publicitaire est consacré à attirer le plus grand nombre d'yeux sur votre publicité le plus rapidement possible.

Étape 5 : Créer une nouvelle annonce

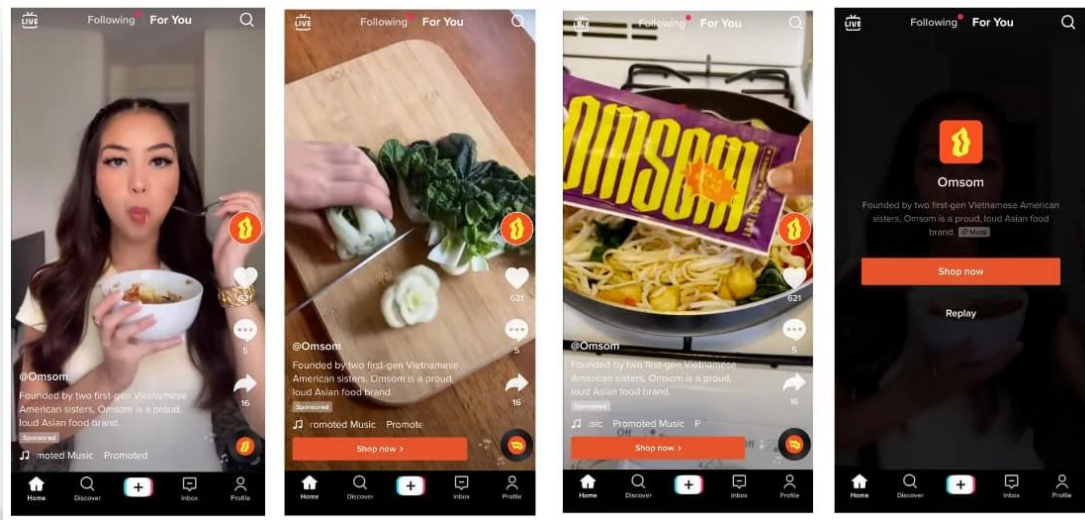
- Après avoir configuré votre groupe d'annonces, vous pouvez configurer votre première annonce. TikTok vous permet de télécharger une vidéo ou un fichier image en tant que création publicitaire. Pour obtenir les meilleurs résultats, veillez à respecter les spécifications publicitaires recommandées. Votre publicité sera ainsi parfaitement visible sur TikTok et sur toutes les plateformes partenaires.
- Après avoir créé une publicité à votre goût, vous pouvez la prévisualiser et vous faire une idée de la façon dont elle apparaîtra aux utilisateurs de TikTok. À ce stade, vous pouvez également déterminer si votre annonce a besoin d'être améliorée avant d'être soumise à l'évaluation.
- Vous pouvez personnaliser votre annonce en lui donnant un nom, ce qui permet de distinguer plus facilement les différentes annonces au sein d'un même groupe d'annonces. Saisissez ensuite le texte de votre annonce en utilisant 12 à 100 caractères pour faire passer votre message plus efficacement. Ce texte apparaîtra au-dessus de votre annonce.
- Ensuite, vous pouvez choisir entre différents appels à l'action en fonction de ce que vous voulez que votre public fasse. Vous pouvez donc demander à votre public de "S'inscrire", "Télécharger maintenant", "Nous contacter", "Réserver maintenant", "Acheter maintenant", "Postuler maintenant" ou "En savoir plus". Cliquez ensuite sur "Soumettre" pour terminer la création de votre annonce.

- **Utilisez TikTok Promote pour renforcer les publicités existantes** - TikTok Promote est une fonctionnalité payante qui vous permet de choisir un objectif - vues de la vidéo, visites du site web ou nouveaux adeptes - et de promouvoir votre contenu vidéo. Sélectionnez un public, définissez votre budget et planifiez la durée de votre publicité, puis lancez votre promotion.

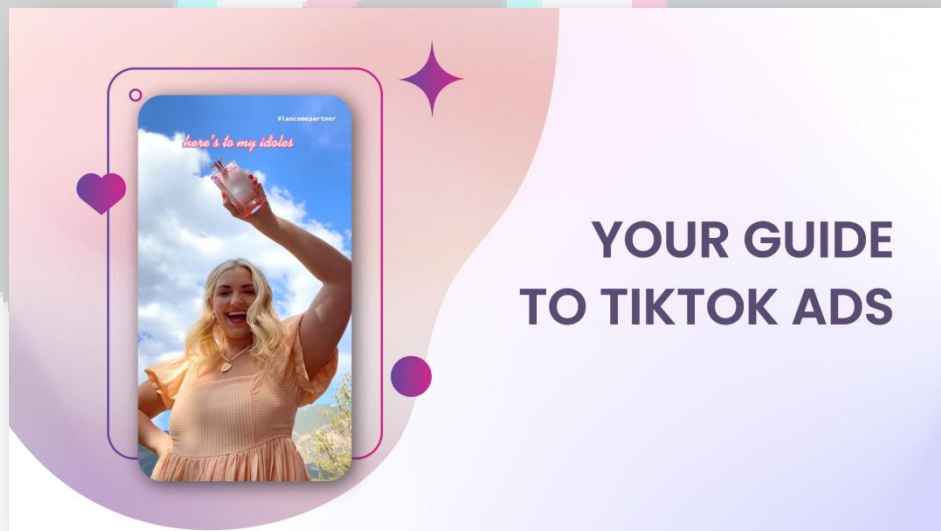
#### Étape 6 : Mesurer les performances de votre publicité

- Après avoir lancé votre annonce, le travail n'est pas terminé ; vous devez également mesurer vos performances pour voir si la campagne porte ses fruits. TikTok fournit des analyses natives qui vous montrent comment votre publicité se comporte en termes d'impressions, de clics, de conversions, etc. Vous pouvez même tester et comparer les performances de différentes créations publicitaires et de différents emplacements pour voir ce qui fonctionne le mieux pour vous.

## GUIDE



**Comment fonctionne le marketing et la publicité sur TikTok ?**



TikTok vous offre de nombreuses options pour faire de la publicité sur la plateforme. Vous pouvez ainsi choisir le moyen le plus efficace d'atteindre votre public cible et de faire passer votre message. Voici les différents types de publicités que vous pouvez diffuser sur la plateforme TikTok :

- **Vidéo dans le fil d'actualité** - Ces publicités apparaissent dans le fil d'actualité des utilisateurs de TikTok sur la page "Pour vous".
- **Prise de contrôle de la marque** - Ce type d'annonce vous permet de dominer la conversation car votre message occupe tout l'écran pendant quelques secondes. Elle se transforme alors en une publicité vidéo dans le fil d'actualité.
- **Les publicités "Spark"** - TikTok a lancé ce type de publicité en 2021, permettant aux marques de sponsoriser du contenu organique populaire lié à leurs produits.
- **Annonces d'images** - Les marques peuvent placer des images dans les vidéos via les applications de flux d'actualités de TikTok : BuzzVideo, TopBuzz et Babe.
- **Annonces vidéo** - Il s'agit de vidéos en plein écran d'une durée de 5 à 60 secondes qui apparaissent dans le flux "Pour vous" de l'utilisateur.
- **Annonces Pangle** - La plateforme vidéo de Pendle s'intègre à TikTok pour proposer des annonces vidéo, des annonces natives et des bannières, mais cette fonctionnalité n'est disponible que dans certains pays.



- **Annonces carrousel** - comprennent jusqu'à 10 images et apparaissent dans les applications du fil d'actualité de TikTok.
- **Contenu AR de marque** - Vos publicités peuvent également apparaître sous forme d'autocollants, de lentilles et d'autres contenus AR de marque afin que les utilisateurs de TikTok puissent les utiliser dans leurs vidéos.
- **Défi Hashtag** - Ce type de publicité apparaît dans la section "Découverte" de l'application et peut encourager la participation des utilisateurs.
- **Contenu d'influence sponsorisé** - Pour ce type de publicité TikTok, vous faites passer votre message par le biais d'un contenu sponsorisé d'un utilisateur TikTok influent.

Voici quelques stratégies de marketing que vous pouvez mettre en œuvre.

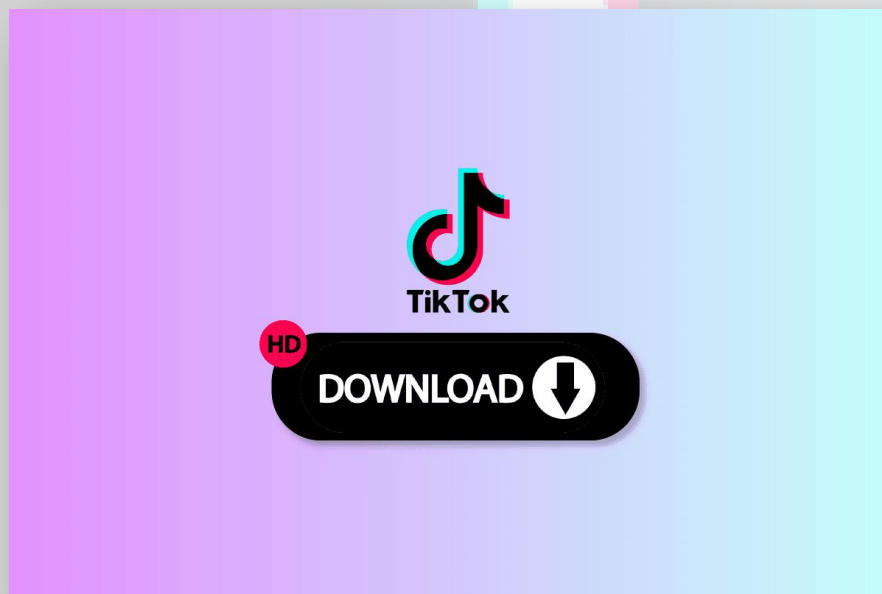
### **Se familiariser avec TikTok**

Il ne serait pas approprié d'aborder le marketing sur TikTok comme on aborde le marketing sur Instagram ou Facebook. TikTok est un réseau social dont les tendances, les caractéristiques et les comportements des utilisateurs sont uniques.

Passez du temps à vous laisser séduire par les vidéos TikTok (pour les débutants, commencez ici). Explorez les différentes fonctionnalités disponibles sur l'application TikTok et notez les filtres, les effets et les chansons à la mode. Gardez un œil sur les défis Hashtag de marque, qui impliquent de la musique, des mouvements de danse ou une tâche que les

membres sont invités à recréer (en gros, la version TikTok du contenu généré par l'utilisateur). Ne négligez pas non plus la fonction Duets de TikTok.

Renseignez-vous également sur l'algorithme de TikTok. Comprendre comment TikTok classe et affiche les vidéos dans l'onglet Pour vous peut être utile à votre stratégie de contenu, de hashtag et d'engagement.



### **Déterminez votre public cible**

Qui espérez-vous atteindre sur TikTok ? Avant de créer du contenu, renseignez-vous sur les caractéristiques démographiques de TikTok et identifiez les personnes susceptibles d'être intéressées par votre marque.

TikTok est surtout populaire auprès des adolescents, mais ce serait une erreur de considérer TikTok comme une application pour adolescents. La

cohorte des 20-29 ans suit celle des adolescents aux États-Unis. En Chine, les "glam-mas" montrent que la mode ne s'améliore qu'avec l'âge.

Passez du temps à étudier votre public sur d'autres plateformes de médias sociaux et à rechercher des chevauchements sur TikTok. Mais n'excluez pas les publics nouveaux ou inattendus. Votre public actuel n'est peut-être pas sur TikTok, mais il existe peut-être des sous-groupes ayant des intérêts similaires ou légèrement différents sur la plateforme. Par exemple, le public d'un éditeur de livres pour enfants peut comprendre des auteurs sur LinkedIn, des lecteurs sur Instagram et des illustrateurs sur TikTok.

Une fois que vous avez ciblé un public potentiel, recherchez le contenu qu'il aime et avec lequel il s'engage. Commencez ensuite à réfléchir à des idées de contenu pour votre marque.



## Réaliser un audit concurrentiel

Vos concurrents sont-ils présents sur TikTok ? Si c'est le cas, vous risquez de passer à côté de l'action. Si ce n'est pas le cas, TikTok peut être un moyen d'acquérir un avantage concurrentiel.

Que vos concurrents soient ou non présents sur la plateforme, trouvez au moins trois à cinq marques ou organisations similaires et voyez ce qu'elles font sur l'application. Essayez de tirer des leçons de ce qui a fonctionné et de ce qui n'a pas fonctionné pour eux. Utilisez le cadre S.W.O.T. pour identifier les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de chaque concurrent, si cela s'avère utile.

TikTok étant une plateforme dirigée par des créateurs, n'excluez pas d'inclure des stars et des influenceurs de TikTok dans cet exercice. Trouvez des personnalités spécialisées dans votre domaine, des cosmétiques à la médecine, en passant par l'éducation et la littérature. TikTok étant une plateforme dirigée par des créateurs, n'excluez pas d'inclure des stars et des influenceurs de TikTok dans cet exercice. Trouvez des personnalités spécialisées dans votre domaine d'expertise, des cosmétiques à la médecine en passant par l'éducation et la littérature.



Vous devez faire preuve de constance pour faire fructifier votre compte et en tirer profit.

Voici trois facteurs à prendre en considération -

- 1) Postes régulièrement
- 2) Suivez vos progrès
- 3) Créer un espace d'expérimentation

En cas d'échec, tirez-en les leçons et passez à l'expérience suivante. Si votre marque suit accidentellement les tendances d'Ocean Spray ou de Wendy's, tirez-en le meilleur parti. Soyez de la partie. Ne cherchez pas à être pris trop au sérieux sur TikTok.





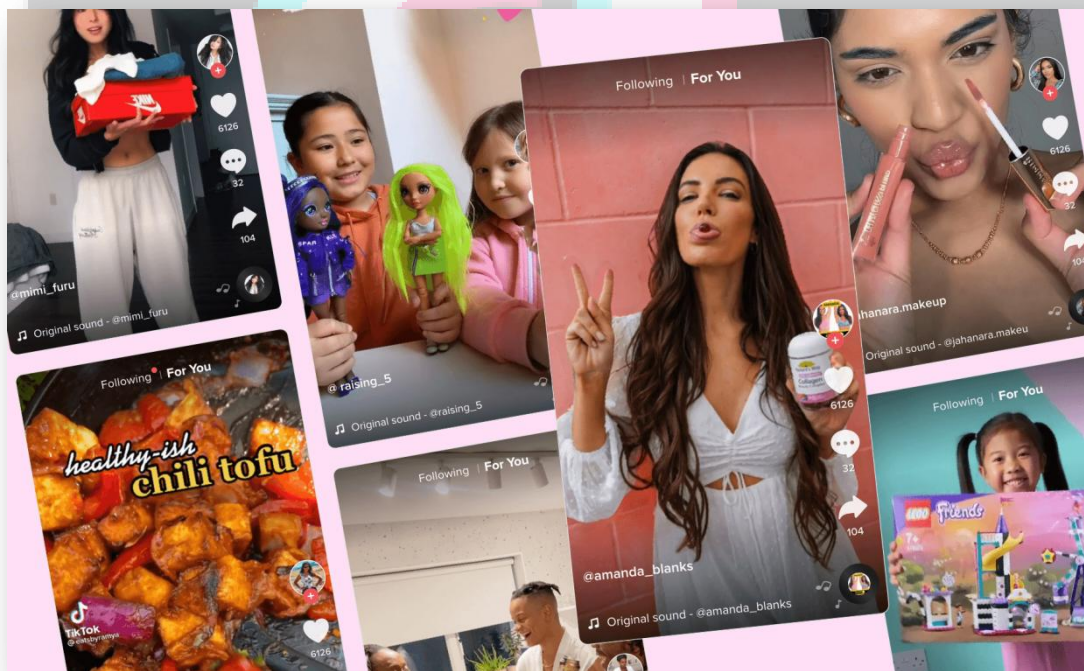
## CHAPITRE 5



DEVENEZ  
UN INFLUENCEUR  
SUR TIKTOK

Si vous cherchez des moyens de devenir un influenceur sur TikTok, vous êtes au bon endroit ! TikTok est une plateforme de médias sociaux en pleine expansion, et si vous souhaitez devenir un influenceur, il y a quelques étapes clés à suivre pour commencer. Tout d'abord, vous devez créer un profil attrayant et divertissant qui attirera des spectateurs et des adeptes. Vous devriez envisager de créer un profil qui mette en valeur vos intérêts, vos talents et votre style unique. Une fois votre profil créé, vous devez commencer à créer du contenu qui plaira à vos followers.

Il peut s'agir de sketches amusants, de vidéos de synchronisation des lèvres, de contenus éducatifs ou de tutoriels. Essayez de publier des articles de manière régulière et constante, car cela vous aidera à créer un public engagé.



## Quel type de contenu peut être publié sur Tik Tok ?

TikTok offre aux marques la possibilité d'entrer en contact avec des publics plus jeunes tout en bénéficiant d'un nombre relativement faible de concurrents commerciaux présents sur le réseau social. Si vous envisagez d'intégrer le marketing TikTok à votre stratégie de médias sociaux, il est important de comprendre les types de contenu qui fonctionnent le mieux sur la plateforme. En savoir plus sur TikTok et sur les idées de contenu pour obtenir des résultats probants !

Comme toute autre plateforme de médias sociaux, TikTok préfère également certains types d'idées conceptuelles.

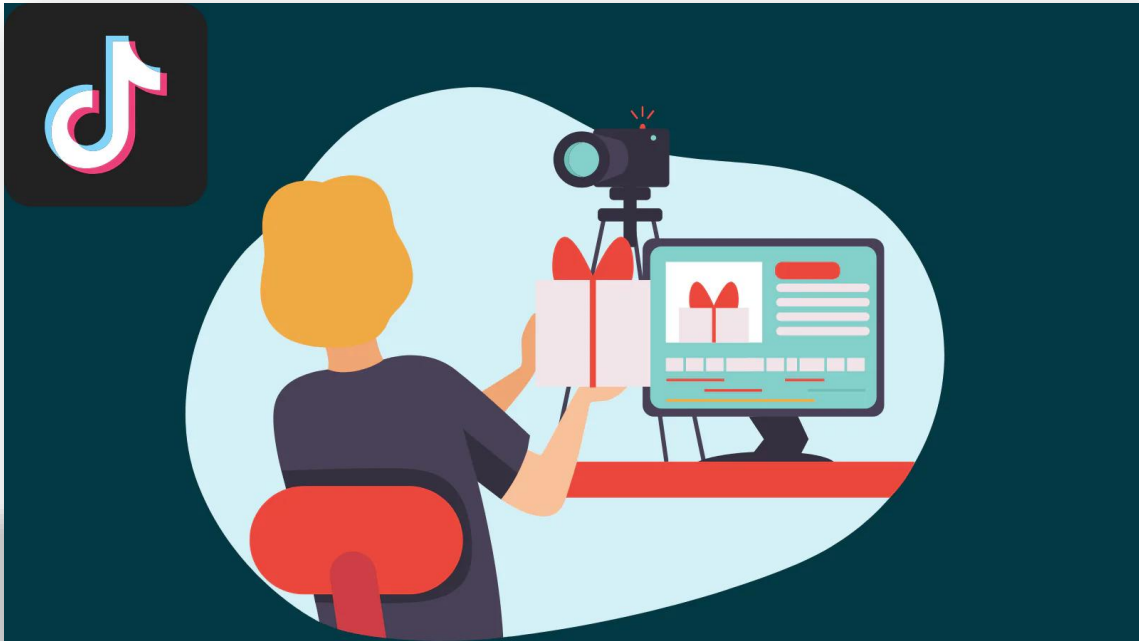
Vous trouverez ci-dessous quelques-unes des idées que vous pouvez envisager -

- **Contenu humoristique** - Le contenu humoristique suscite l'intérêt de votre public et rend votre marque plus sympathique et plus mémorable. Par exemple, vous pouvez présenter un problème auquel votre client idéal est confronté sous un angle humoristique. Une autre façon d'utiliser l'humour est d'afficher la culture de votre entreprise.
- **Contenu éducatif** - Partagez des conseils et des astuces pour aider votre public cible à résoudre des problèmes quotidiens. Si vous disposez d'une vidéo humoristique sur un problème, la vidéo suivante peut être éducative pour démontrer une solution. Une autre idée de contenu éducatif consiste à fournir des recommandations et des



points de vue qui positionnent votre entreprise en tant que leader d'opinion.

- **Tendances** - Augmentez la visibilité de votre marque en participant aux tendances TikTok telles que les hashtags, les chansons et les défis. Vous pouvez trouver des sujets d'actualité dans la section "découverte" de l'application. Vous n'avez pas besoin de sauter sur toutes les tendances, mais plutôt d'identifier celles qui ont un sens pour votre produit/service et votre intention de contenu.
- **Influenceurs** - Le partenariat avec des influenceurs qui correspondent aux valeurs de votre marque vous permet d'atteindre un public plus large et de nouer des relations. En outre, un influenceur comprend son public et ses points faibles, de sorte que la marque présentée dans un contenu est plus susceptible d'être considérée comme digne de confiance.
- **Local** - Bien que TikTok soit une application mondiale, vous devez tenir compte des tendances locales, des hashtags, des défis et des concours dans votre stratégie de contenu. Le marketing, en général, évolue vers la personnalisation, il n'est donc pas surprenant que le contenu localisé connaisse des taux d'engagement plus élevés.



## **Est-il possible de devenir influenceur sur TikTok ?**

Lorsque vous devenez une source de valeur ajoutée pour le public et que vous commencez à obtenir de l'engagement, TikTok vous verse une certaine somme d'argent.

TikTok vous aide à monétiser votre contenu vidéo et à en tirer des revenus. La principale source de revenus d'un influenceur TikTok provient des publicités et des parrainages. C'est pourquoi vous devez connaître les étapes spécifiques pour devenir un influenceur sur cette plateforme et gagner de l'argent.

Il s'agit notamment de -



**Choisissez votre niche** - La première étape pour devenir un influenceur TikTok est de trouver et d'isoler votre domaine d'intérêt. Le choix d'un domaine passionnant vous permet d'effectuer des recherches et d'acquérir une bonne maîtrise du créneau choisi. Cela vous permet de créer et de générer régulièrement un excellent contenu. De plus, un certain niveau d'expertise dans le domaine concerné vous permet d'accumuler plus de followers. Si vous répondez positivement aux points mentionnés ci-dessous, choisissez le domaine sans hésiter.

- Allez-vous créer du contenu sur le sujet à long terme ?
- Votre domaine consiste-t-il en des choses que vous aimez faire sans être rémunéré ?
- Vous efforcez-vous de résoudre les problèmes pour les autres de manière prédominante ?
- Maîtrisez-vous une compétence qui vous permet de trouver une solution aux problèmes des autres ? Créer et paramétrer un profil TikTok unique

En outre, prenez en considération les domaines les plus populaires énumérés ici pour procéder :

- Beauté
- Voyage
- La maternité
- Alimentation
- La mode

- Fitness
- Comédie
- Mèmes
- Musique et danse
- Finances
- Jeux
- Décoration intérieure
- L'esprit d'entreprise

**Connaître son public** - Vous devez publier un contenu unique pour attirer votre public. Cela incite les personnes qui vous suivent à vous suivre. Toutefois, même si ce n'est pas le cas, vous pouvez toujours choisir de le présenter d'une manière attrayante et adaptée à votre public. Tout d'abord, vous devez comprendre votre public pour élaborer une stratégie de contenu solide. Pour ce faire, analysez votre base de followers et recherchez le post qui a reçu le plus d'engagement. C'est dans ce domaine que vous devez créer davantage de contenu.

**Analysez vos concurrents** - La connaissance de vos concurrents vous donne une idée des besoins actuels du marché. Pour cela, trouvez les influenceurs qui travaillent avec des intérêts démographiques similaires. Analysez le contenu sur lequel ils publient :

- Identifiez le type de contenu qu'ils publient.
- Trouvez les articles qui ont le plus grand nombre de likes et de partages.

- Trouvez les informations ou les liens manquants dans leurs messages.

Inspirez-vous des observations ci-dessus et créez un contenu unique ou ajoutez votre style pour améliorer le contenu existant.

**Construire et renforcer votre stratégie de contenu** - Une fois que vous avez planifié votre stratégie de contenu, vous devez également désigner un moment pour le téléchargement de vos vidéos. De cette manière, vous pouvez informer votre public du moment et du contenu qui l'attendent.

- Commencez par une méthode d'essai et d'erreur pour publier régulièrement du contenu aléatoire.
- Par la suite, restez fidèle au thème du contenu qui suscite le plus d'intérêt.
- Veillez à ce que votre contenu soit original et insufflez des idées novatrices pour qu'il devienne viral et suscite l'intérêt de votre public. Ajoutez du contenu sur votre vie personnelle pour donner une touche d'humanité à vos lecteurs. Cela permet également de rompre la monotonie du développement du même type de contenu.
- Intégrez les hashtags en vogue dans vos posts pour améliorer leur visibilité. Vous pouvez même rechercher des hashtags populaires sur la page de découverte de l'application afin d'améliorer la valeur de vos posts et d'atteindre le bon public.

- Suivez l'évolution des tendances et adaptez votre contenu de manière ludique pour atteindre de nouveaux publics. De même, intégrez des chansons à la mode dans vos vidéos pour attirer les internautes vers votre section.

**Susciter l'intérêt de votre public** - Il est essentiel de susciter l'intérêt de votre public après avoir publié votre contenu. Pour ce faire, vous pouvez

Répondez à vos followers dans la section des commentaires et créez une conversation à double sens. TikTok permet également aux créateurs de commenter une vidéo en y ajoutant un texte. En dehors de ces idées traditionnelles, vous pouvez même envisager de.. :

**Organisez un événement "Ask Me Anything"** - Ces sessions ont l'avantage de faire participer votre public et de l'inciter à poser des questions sur votre vie personnelle ou professionnelle. Vous pouvez ainsi établir un lien émotionnel avec les personnes qui vous suivent. En outre, vous pouvez établir votre maîtrise de votre niche.

**Annoncez un cadeau/concours** - Ces cadeaux et concours vous permettront d'atteindre un plus grand nombre de personnes. Ils s'ajoutent ainsi à votre base de followers. En outre, vous pouvez promouvoir efficacement les autres influenceurs avec lesquels vous collaborez.

Un cadeau est un moyen de récompenser les personnes qui vous suivent pour les likes, les partages et les commentaires qu'elles font sur votre article. En outre, vous pouvez permettre à vos followers d'associer leurs amis à l'annonce.

Un concours est très similaire à un cadeau, à la différence que vos followers doivent télécharger un contenu spécifique ou utiliser votre hashtag pour gagner.

**Promouvoir vos vidéos** - Une fois que vos vidéos sont prêtes, vous devez les promouvoir sur d'autres plateformes de médias sociaux. Détournez votre public de votre blog, de vos comptes Instagram et Facebook grâce à un lien vers votre profil TikTok. En outre, vous pouvez utiliser TikTok pour promouvoir vos autres profils de médias sociaux afin d'attirer votre public.

Établir un **réseau avec d'autres TikTokers** - Entretenir des relations amicales avec d'autres TikTokers vous permet de les considérer comme quelqu'un d'autre qu'un simple concurrent. En outre, vous pouvez même obtenir des opportunités de collaboration grâce à votre cautionnement. Par conséquent, engagez-vous avec d'autres TikTokers par le biais de commentaires, de messages ou de mentions J'aime.

## Ce qu'il faut savoir avant de créer son premier TikTok

Vous devez tenir compte de certains facteurs avant de créer votre premier TikTok.





- **Utilisez des chansons ou des clips audio à la mode** - La musique est un élément essentiel de TikTok, et de nombreux utilisateurs explorent la plateforme et découvrent des vidéos par le biais de l'audio. De même, l'audio original est souvent à l'origine d'une tendance TikTok, comme cet effet "cha-ching". L'adapter à votre contenu peut vous aider à atteindre un public plus large.
- **Commencez fort** - Les premières secondes de votre vidéo sont les plus importantes. Soit l'utilisateur continue à défiler, soit vous captez son attention. Selon TikTok, 67 % des vidéos les plus performantes contiennent leur message essentiel dans les trois premières secondes. Veillez donc à aller à l'essentiel !

- **Ajouter des hashtags** - Les hashtags jouent un rôle important dans l'organisation et la découverte du contenu sur TikTok. Il est plus difficile de trouver les hashtags en vogue depuis que TikTok a remplacé son onglet Découvrir par un onglet Amis. Mais vous pouvez en trouver sur le Centre créatif de TikTok ou en explorant l'application.
- **Ne vous arrêtez pas à un seul !** Publier régulièrement est la clé du succès sur TikTok, alors ne vous contentez pas de publier une vidéo et d'attendre que les faiseurs de goût de la génération Z viennent à vous. TikTok recommande de publier 1 à 4 fois par jour pour déterminer quel contenu trouve un écho auprès de votre public. Pour que vos posts quotidiens comptent, consultez les meilleures heures pour poster sur TikTok.
- **Ne visez pas la perfection** - TikTok privilégie l'authenticité et la pertinence dans l'instant. Les utilisateurs préfèrent leur contenu un peu brut 65 % des utilisateurs reconnaissent que les vidéos d'apparence professionnelle des marques ne sont pas à leur place. Au cours de notre périple pour augmenter notre nombre de followers sur TikTok jusqu'à 12,3k, nous avons appris que nos vidéos les moins soignées étaient les plus performantes !
- **Soyez rapide** - Les vidéos TikTok peuvent désormais durer jusqu'à 10 minutes, mais la brièveté est votre amie. Au début de l'année 2022, une tendance #sevensecondchallenge a montré que les vidéos concises contenant beaucoup de texte suscitaient un engagement massif. Nous avons nous-mêmes tenté le défi TikTok de sept secondes

- et ça a marché ! Bien qu'il ne soit pas nécessaire d'être aussi court, la durée idéale d'une vidéo TikTok est de 7 à 15 secondes.

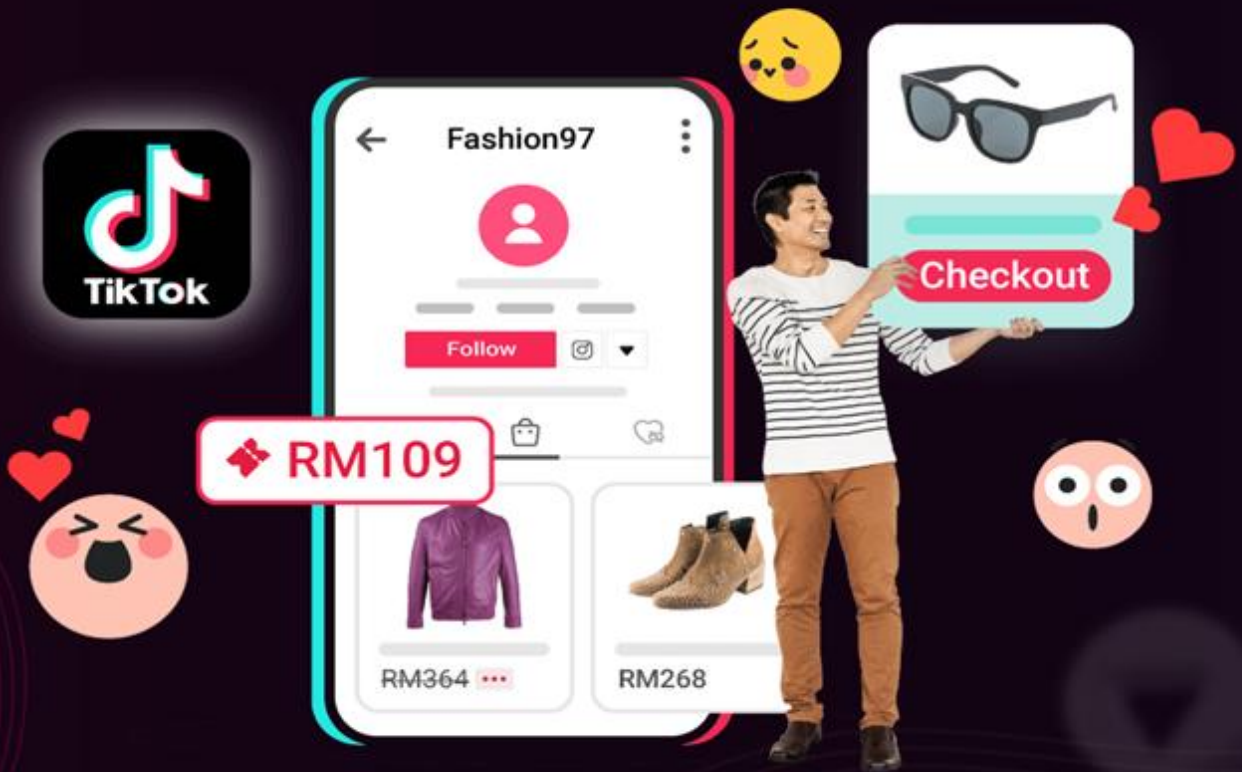
- **Apprendre le jargon** - Qu'est-ce qu'un "cheugy" ? Pourquoi cette vidéo amusante contient-elle autant d'émojis tête de mort dans les commentaires ? Pour s'intégrer, il est essentiel de savoir comment parler comme un TikToker. Heureusement, nous avons préparé une fiche de vocabulaire pour vous.

Voici les facteurs à prendre en compte avant de créer votre premier TikTok.



# TikTok<sup>TM</sup> Ad

## CHAPITRE 6



# LES AVANTAGES DE TIK TOK

Bienvenue dans le monde de TikTok ! Cet article explore les nombreux avantages amusants et passionnants de l'utilisation de cette application populaire. TikTok est devenu un phénomène mondial et il ne fait aucun doute qu'il est là pour durer. Il y a tellement de façons différentes d'utiliser TikTok, qu'il s'agisse de créer du contenu vidéo amusant et créatif, de découvrir de nouvelles tendances ou de se connecter avec d'autres utilisateurs du monde entier.

Nous examinerons tous les avantages incroyables qui découlent de l'utilisation de TikTok, de la découverte de nouvelles musiques à l'obtention d'un plus grand nombre d'adeptes. Alors, plongeons dans le vif du sujet et découvrons tous les avantages de TikTok !





## Raisons pour lesquelles vous devriez le faire

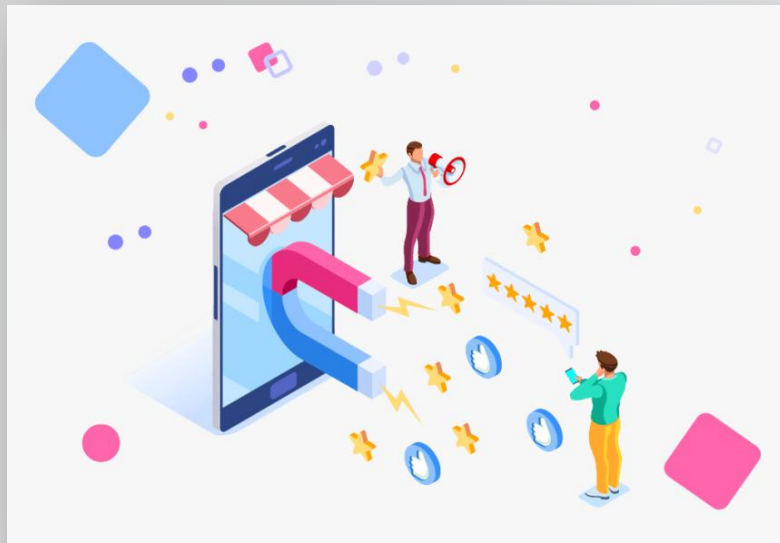
TikTok peut être très bénéfique pour votre entreprise si vous l'utilisez de manière stratégique. Il vous donne la possibilité de créer un contenu diversifié et attrayant qui semble authentique à vos consommateurs.

- **Portée de l'audience:** TikTok est l'une des plateformes de médias sociaux les plus utilisées, rejoignant les rangs de poids lourds tels que Facebook, YouTube et Instagram. Il compte 1 milliard d'utilisateurs mensuels actifs dans 141 pays. Plus d'yeux sur l'application, c'est plus de chances que ces yeux tombent sur l'une de vos publicités de marque. Il s'agit donc d'une plateforme de marketing attrayante pour les entreprises qui souhaitent toucher un large public.



- **Engagement des consommateurs:** Les utilisateurs ne se contentent pas de télécharger l'application ; ils s'engagent activement dans le contenu de TikTok, ce qui se traduit par un niveau d'engagement élevé. L'utilisateur moyen passe 858 minutes par mois

sur l'application, et ce chiffre augmente considérablement d'année en année. Ceci, accompagné des algorithmes de diffusion uniques de TikTok, vous permet d'obtenir un engagement élevé de la part de la marque.



- **Opportunité créative:** Les marques présentes sur TikTok prospèrent grâce à un contenu fantaisiste et divertissant. Cela vous permet d'explorer différents aspects de votre activité, comme ce qui vous rend amusant et passionnant, et TikTok fournit une plateforme où ces aspects amusants seront bien accueillis (et peuvent même vous rapporter de l'argent).



## **Quelques inconvénients de Tik Tok**

1. Contenu non réglementé : Tik Tok n'a pas mis en place de politiques strictes pour réguler le contenu publié par les internautes. Cela peut conduire à la diffusion de matériel inapproprié et offensant, ainsi que de discours haineux, qui peuvent être préjudiciables aux jeunes téléspectateurs.
2. Collecte de données : Tik Tok recueille des données auprès de ses utilisateurs, qui peuvent être utilisées pour cibler les publicités et personnaliser le contenu. Ces données peuvent également être partagées avec d'autres entreprises, ce qui peut entraîner un manque de confidentialité.

3. Risque de cyberintimidation : Tik Tok peut être une plateforme de cyberintimidation, car les utilisateurs peuvent facilement publier des commentaires négatifs et envoyer des messages à d'autres utilisateurs. Cela peut conduire à des sentiments d'isolement et d'insécurité.

4. Perte de temps : Tik Tok peut être très chronophage et les utilisateurs peuvent passer des heures à faire défiler des vidéos alors qu'ils devraient faire autre chose.





## CHAPITRE 7



# MODES D'UTILISATION DE TIKTOK



TikTok est la dernière plateforme de médias sociaux qui a gagné une immense popularité ces dernières années. Grâce à son contenu créatif et amusant, il a attiré un grand nombre d'utilisateurs du monde entier.

TikTok est une plateforme idéale pour le divertissement et le marketing. Il peut être utilisé pour créer et partager de courtes vidéos avec des amis et des membres de la famille, ainsi que pour promouvoir des entreprises et des marques.

Dans cet article, nous allons examiner quelques-unes des meilleures façons d'utiliser TikTok au maximum de son potentiel. Nous verrons comment les entreprises peuvent utiliser TikTok pour le marketing, comment en tirer le meilleur parti et quelques conseils pour les créateurs. Nous explorerons également certaines des caractéristiques uniques qui distinguent TikTok des autres plateformes de médias sociaux. Commençons donc par découvrir les meilleures façons d'utiliser TikTok !



## Quelles sont les meilleures façons d'utiliser TikTok ?

**Assemblage des vidéos les plus performantes ou les plus pertinentes** - L'assemblage est un outil qui vous permet de combiner une autre vidéo sur TikTok avec une vidéo que vous êtes en train de créer. C'est un autre moyen de collaborer avec d'autres TikTokers, d'exploiter le contenu généré par les utilisateurs et d'étendre votre portée.

Commencez par rechercher les vidéos les plus performantes dans votre créneau. Vous pouvez le faire en utilisant la barre de recherche et en tapant des mots-clés relatifs à votre marque. Ou encore, vérifiez si des vidéos mentionnent directement votre marque.

Une fois que vous avez trouvé une vidéo à piquer, appuyez sur l'icône Partager sur le côté droit.

Appuyez ensuite sur Point. Cela ouvrira un outil d'édition dans lequel vous pourrez sélectionner cinq secondes de la vidéo à utiliser dans la vôtre.

**Utilisez l'effet d'écran vert** - TikTok propose de nombreux filtres et effets, mais l'un d'entre eux sort du lot : l'effet d'écran vert.

Comme un écran vert traditionnel, cet effet vous permet de rester à l'écran tandis que différentes images apparaissent en arrière-plan. Il ajoute un tout nouveau niveau de narration en incorporant des aides visuelles.

Ce filtre est idéal pour expliquer des sujets, fournir des recommandations ou lorsque des visuels peuvent compléter votre histoire.

Supposons par exemple que vous soyez un influenceur dans le domaine du fitness. Vous pouvez expliquer la forme correcte d'un exercice en vous référant à des photos en arrière-plan. Dans ce cas, les images d'arrière-plan renforcent votre commentaire au lieu de le distraire.

**Tirez parti des tendances audio** - 88 % des utilisateurs de TikTok affirment que le son est essentiel à l'expérience TikTok. Il attire l'attention des gens et donne de la saveur à votre contenu. Et pour de nombreux utilisateurs, c'est le point de départ de la création d'une bonne vidéo.

Vous ne savez pas quels sont les sons à la mode en ce moment ? Le Centre créatif de TikTok classe chaque jour les clips musicaux et audio les plus

populaires. Vous pouvez même filtrer les résultats par région, ce qui est utile si votre public se trouve dans une région différente de la vôtre.

**Essayez les vidéos de style vlog** - Les vidéos de style vlog sont plus personnelles et intimes, ce qui explique peut-être pourquoi elles sont si populaires sur TikTok.

Ces vidéos comprennent généralement plusieurs clips reliés entre eux par une voix off décrivant la série d'événements. Elle est très engageante et donne aux spectateurs l'impression de vivre à votre place.

Incorporez des hashtags de niche et des hashtags en vogue.

**La création d'un TikTok ne représente que la moitié de la bataille** - vous devez également vous assurer qu'il atterrit devant votre public. Les hashtags sont un moyen d'y parvenir.

En ajoutant des hashtags dans votre description, vos vidéos ont plus de chances d'être vues, ce qui vous permet de les faire découvrir, de développer la notoriété de votre marque et d'étendre votre portée. Mais comment faire ?

Cela peut sembler contre-intuitif, mais ne cibler que les hashtags populaires est inefficace. S'ils ont une plus grande audience, ils sont aussi très compétitifs. En revanche, les hashtags de niche sont recherchés par moins de personnes, mais celles qui le font sont très engagées et intéressées.



## **Quel est l'objectif de cette demande ?**

TikTok est une application populaire de médias sociaux qui permet aux utilisateurs de créer, de regarder et de partager des vidéos de 15 secondes filmées à l'aide d'appareils mobiles ou de webcams. Avec ses flux personnalisés de courtes vidéos excentriques accompagnées de musique et d'effets sonores, l'application se distingue par sa qualité addictive et ses niveaux élevés d'engagement.

TikTok est une plateforme de vidéos courtes et une application de médias sociaux. Il permet aux utilisateurs de créer et de partager des vidéos de 15 à 60 secondes avec de la musique et des effets spéciaux. C'est une façon amusante et créative de s'exprimer à travers des vidéos.

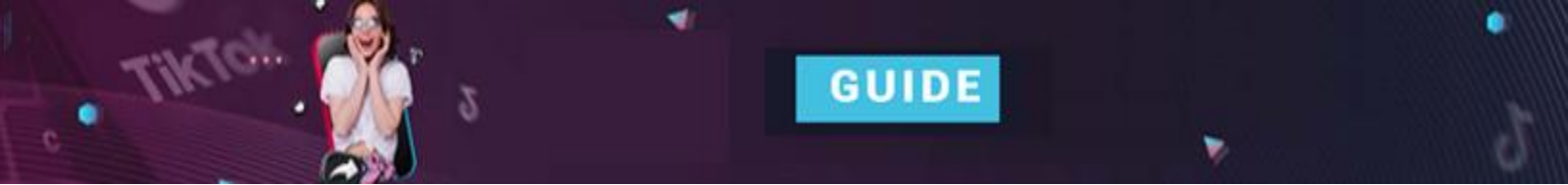


L'objectif de TikTok est d'apporter de la joie, de la créativité et du divertissement à ses utilisateurs. L'application est conçue pour être facile à utiliser et à comprendre, afin que chacun puisse créer et partager ses propres vidéos. Grâce à sa gamme d'effets spéciaux, de bandes sonores et d'outils d'édition, les utilisateurs peuvent créer des vidéos uniques et divertissantes qui mettent en valeur leur personnalité et leurs compétences.

La plateforme encourage également les utilisateurs à s'engager les uns envers les autres en aimant, commentant et partageant des vidéos. Cela encourage les utilisateurs à créer du contenu que d'autres personnes apprécieront et avec lequel elles interagiront. Les utilisateurs peuvent ainsi nouer des relations avec d'autres utilisateurs et gagner de nouveaux adeptes.

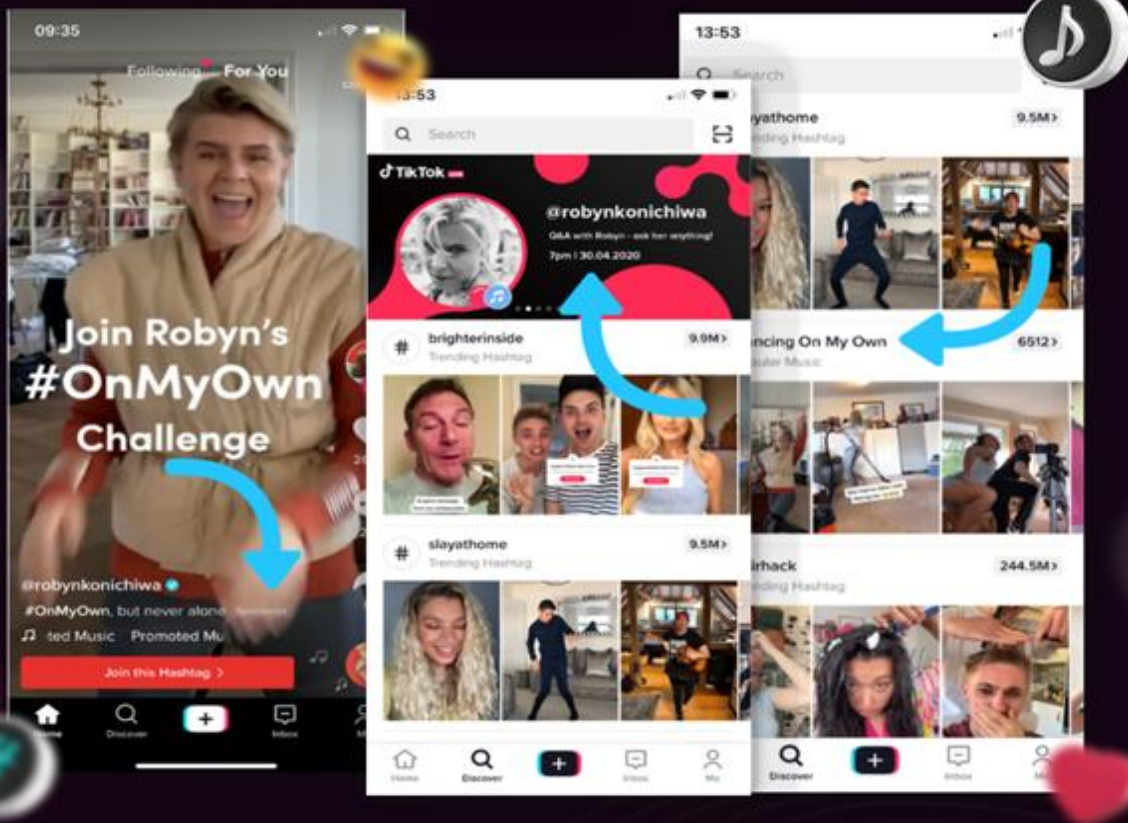
TikTok est devenu une plateforme populaire pour les influenceurs et les célébrités qui souhaitent toucher leurs fans et leurs admirateurs. C'est également un excellent moyen pour les marques de renforcer leur présence et d'interagir avec des clients potentiels.

Globalement, l'objectif de TikTok est de fournir une plateforme de créativité, de divertissement et d'engagement. C'est un moyen amusant et divertissant de s'exprimer et d'entrer en contact avec les autres.



# TikTok<sup>TM</sup> Ad

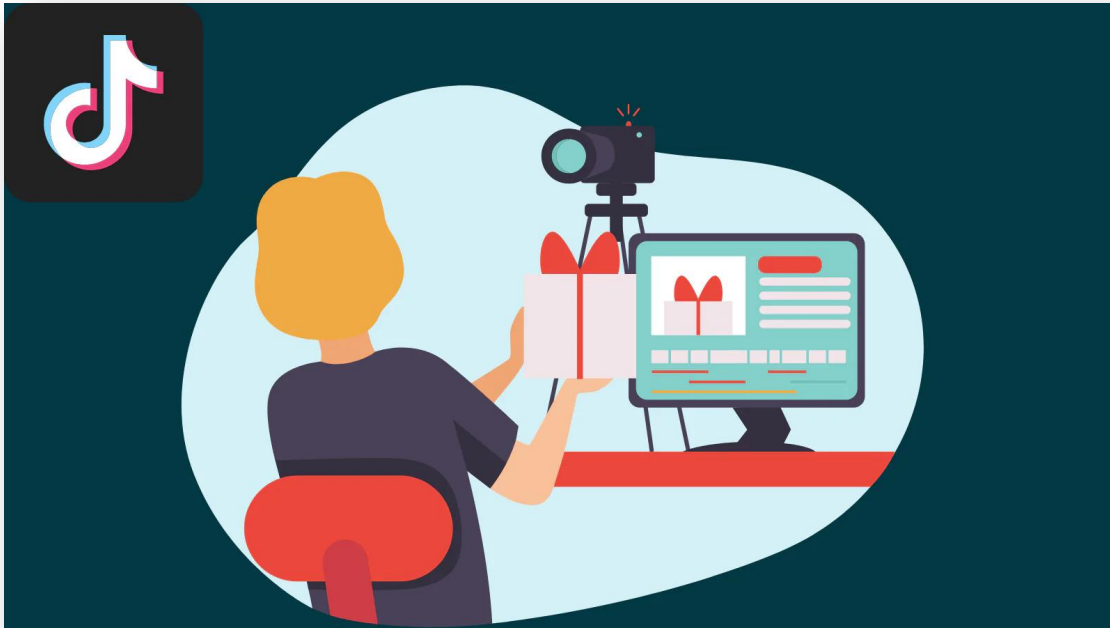
## CHAPITRE 8



## LES TENDANCES VIRALES

TikTok, la populaire plateforme de partage de vidéos, est devenue le lieu de prédilection des tendances virales. Qu'il s'agisse d'un défi avec hashtag, d'un mème amusant ou d'un message inspirant, les utilisateurs de TikTok ont rapidement diffusé leur contenu sur l'application, ce qui a entraîné un engagement massif et des millions de vues. Une plateforme est également un excellent endroit pour les influenceurs et les marques pour promouvoir leurs produits et leurs messages.

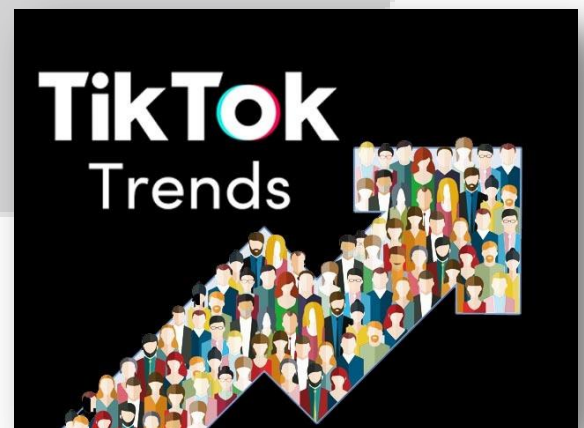
Grâce à sa popularité et à sa portée croissantes, TikTok est aujourd'hui un acteur important des tendances virales. Du très populaire défi de danse "Renegade" au plus récent défi "Don't Rush", les utilisateurs de TikTok ont créé des tendances qui se sont rapidement répandues sur l'application et au-delà. Si vous voulez rester à la pointe des dernières tendances et créer un contenu qui se démarque, il est essentiel de comprendre comment utiliser TikTok et tirer le meilleur parti de son potentiel viral.



### **Quel genre de vidéos devient viral sur Tik Tok ?**

Le principal facteur pour faire partie d'une tendance est d'être drôle et de s'adapter aux gens. En termes de contenu, aucune catégorie n'est assurée de devenir virale. Mais si vous voulez augmenter ces chances, il peut être utile d'être drôle et réaliste dans vos messages.

L'humour, en particulier l'humour noir, est très apprécié sur TikTok. Cette évolution est principalement due à la génération Z, qui représente 60 % des utilisateurs de TikTok. Ce groupe d'utilisateurs apprécie et s'amuse du contenu vidéo ironique,





autodérisoire et parfois même embarrassant.

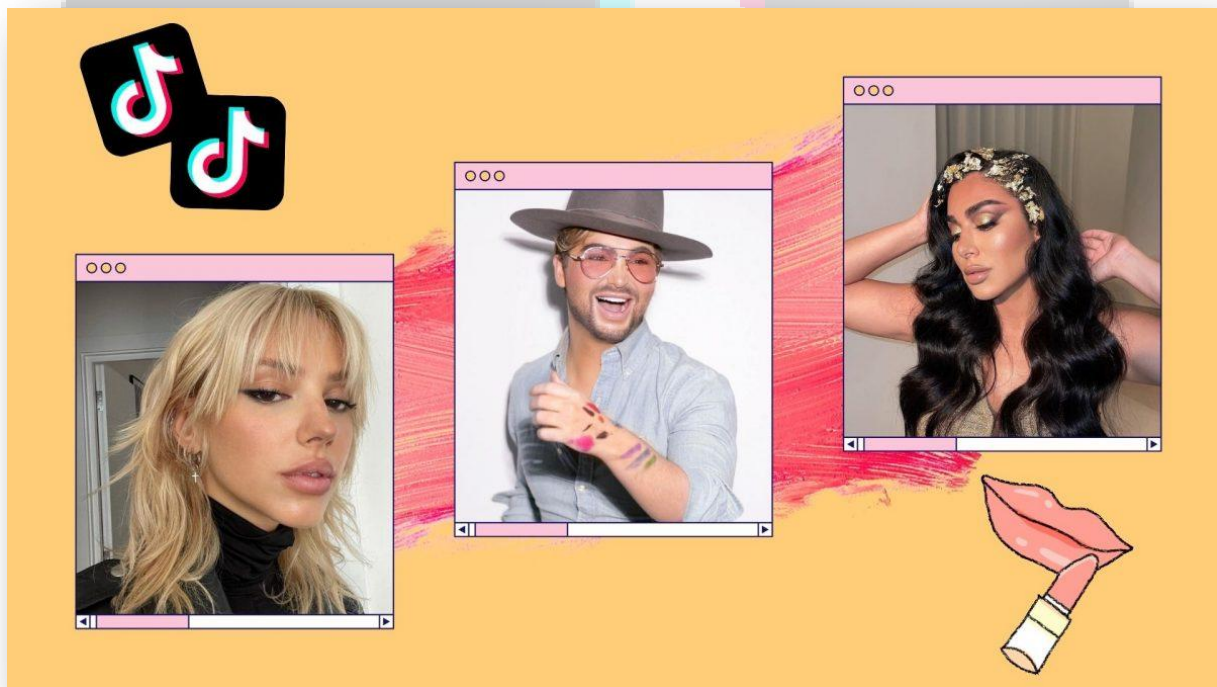
TikTok est également synonyme d'authenticité, 64 % des utilisateurs affirmant qu'ils peuvent être authentiques sur la plateforme. Soyez relatable et authentique si vous voulez satisfaire la foule de TikTok et devenir viral.

Il faut aussi être un peu controversé. La controverse est une arme à double tranchant. Utilisé avec goût dans vos vidéos TikTok, il peut être le coup de pouce dont vous avez besoin pour devenir viral. Bien que cette méthode ne soit pas spécifique à TikTok, elle a été testée au fil des ans et a de grandes chances de fonctionner.

Les messages controversés suscitent l'engagement parce qu'ils sont de nature sensible, ce qui provoque des émotions fortes telles que l'agacement, l'amusement et même la colère. Ces éléments poussent les gens à vouloir réagir.

- Veillez à ce que vos vidéos soient courtes.
- Vous pouvez également collaborer avec d'autres créateurs.
- Essayez également d'interagir avec les messages des autres utilisateurs.
- Maintenez une interaction avec les personnes qui vous suivent.
- Trouvez le bon moment pour publier votre message.
- Publier de façon constante et régulière
- Et essayez de suivre les dernières tendances.

La question de savoir si une vidéo est devenue "virale" est largement subjective, mais d'une manière générale, les vidéos qui ont été visionnées plus d'un million de fois sont considérées comme virales dans l'ensemble de l'application. Cela dit, les vidéos peuvent devenir virales au sein de communautés TikTok spécifiques avec seulement 5 000 à 10 000 vues, alors que les vidéos les plus virales peuvent atteindre des centaines de millions de vues.



### **Est-il utile de suivre les tendances ?**

Suivre les tendances virales sur TikTok peut être un excellent moyen de rester au courant des dernières tendances, de trouver des idées créatives et

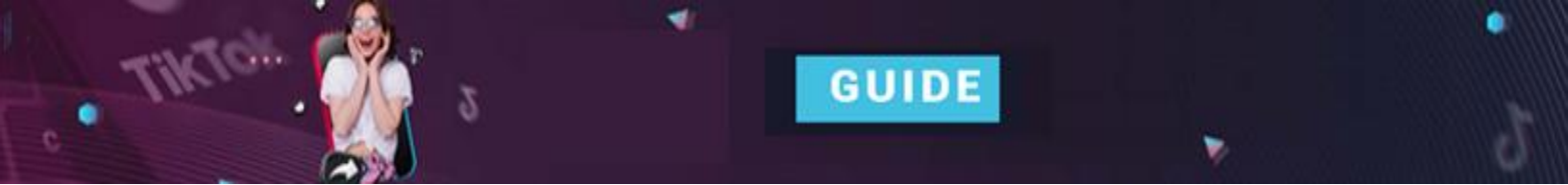
même de gagner des adeptes. En prenant part aux tendances populaires, vous pouvez facilement vous faire connaître auprès d'un public plus large, ce qui peut vous permettre d'atteindre plus de personnes et d'attirer potentiellement de nouveaux téléspectateurs. En outre, le fait de participer à ces tendances peut vous aider à rester en contact avec vos followers et à les divertir.



En même temps, participer aux tendances virales peut être une arme à double tranchant. Bien que vous puissiez gagner beaucoup d'adeptes et d'attention grâce à ces tendances, il peut être difficile de se démarquer de la foule, car de nombreux utilisateurs essaient de tirer profit des mêmes tendances. En outre, il peut être difficile de suivre l'évolution constante des tendances et de proposer régulièrement un contenu nouveau et créatif.

En fin de compte, c'est à vous de décider si la participation aux tendances virales est bénéfique pour votre page TikTok. Si vous avez confiance en vos capacités de création de contenu et que vous êtes capable de trouver des idées créatives qui sortent du lot, participer à ces tendances peut être un excellent moyen de développer votre page. En revanche, s'il vous est difficile de rester au fait des tendances en constante évolution, il est peut-être préférable de vous concentrer sur la création d'un contenu original adapté à votre public.



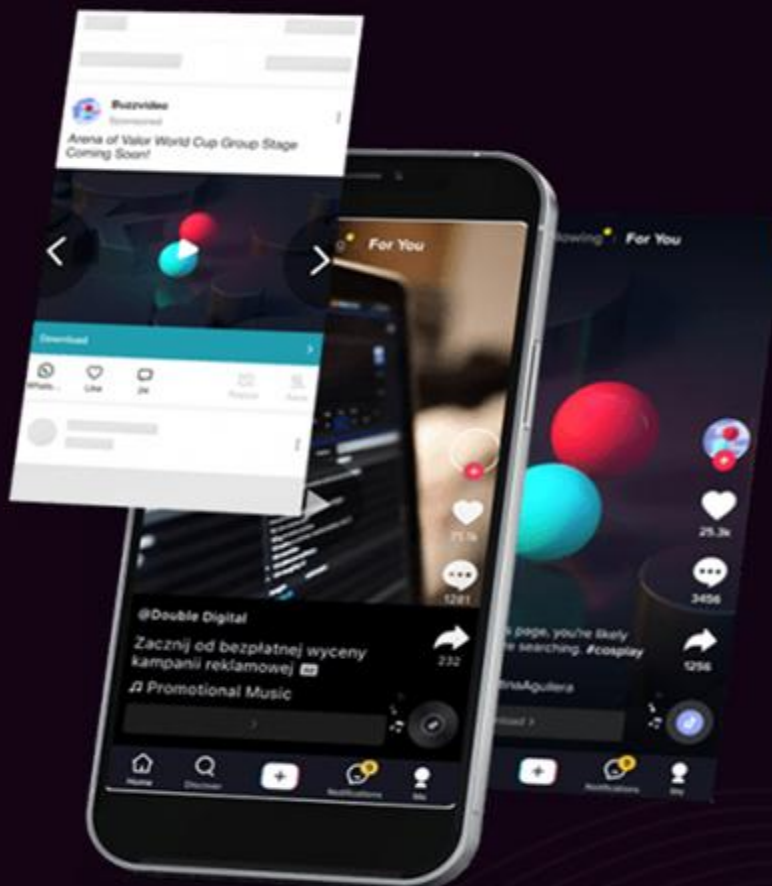




# TikTok<sup>TM</sup> Ad

## Training kit

### CHAPITRE 9



## LES TYPES DE TIK TOK

TikTok est une plateforme de médias sociaux populaire qui a attiré l'attention de millions d'utilisateurs dans le monde entier. Il est devenu l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires et est utilisé aussi bien par des célébrités que par des personnes ordinaires. Grâce à son large éventail de fonctionnalités, les utilisateurs peuvent créer et partager des vidéos à la fois divertissantes et créatives.

Dans ce chapitre, nous allons explorer les différents types de contenu qui peuvent être créés et partagés sur TikTok. Nous discuterons des différentes catégories de vidéos, du lip-syncing à la comédie, et nous examinerons certaines des tendances et des défis les plus populaires qui prennent actuellement d'assaut la plateforme. Nous verrons également comment utiliser la plateforme pour créer et partager votre propre contenu et comment gagner des adeptes et de l'attention sur la plateforme.



Enfin, nous examinerons certains des risques potentiels associés à l'utilisation de TikTok et la manière dont les parents peuvent protéger leurs enfants des dangers potentiels.

À la fin de ce chapitre, vous aurez une meilleure compréhension des types de contenu qui peuvent être partagés sur TikTok et de la manière d'utiliser la plateforme en toute sécurité.

Si vous souhaitez augmenter vos ventes par le biais des réseaux sociaux, les publicités TikTok doivent être une priorité.

Matière à réflexion : 84% des spécialistes du marketing augmenteront leurs investissements dans TikTok en 2022.

Si l'on ajoute à cela plus d'un milliard d'utilisateurs actifs mensuels, il est clair que les affaires sont florissantes sur TikTok. La croissance rapide de la plateforme représente une opportunité énorme pour les marques.

La réalité, cependant ? TikTok doit encore être exploré par les annonceurs, même si la plateforme évolue pour devenir un lieu de découverte de nouveaux produits et d'engagement avec les marques.

Nous présentons ci-dessous six types de publicités TikTok, leurs destinataires et la manière dont elles permettent de gagner des clients.

- Annonces In-Feed
- Annonces d'étincelles
- Annonces TopView
- Annonces de prise de contrôle de la marque

- Annonces de défis de marque (Hashtag Challenge)
- Annonces d'effets de marque

Quel est le principal avantage des campagnes TikTok ? Liberté de création !

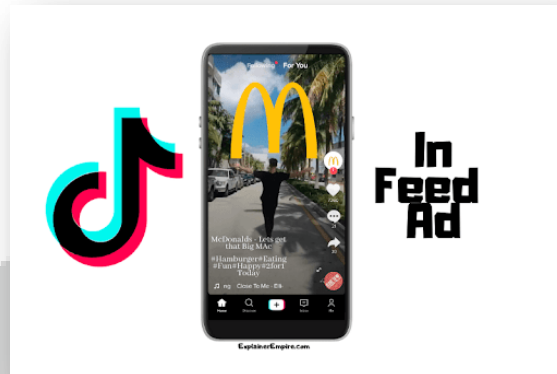
Il existe de nombreux formats publicitaires qui s'alignent sur les objectifs de votre marque.

Mais avant d'entrer dans le vif du sujet, gardez à l'esprit que les créateurs peuvent améliorer les performances de tous les types de publicités TikTok.

En fait, TikTok a récemment publié un rapport révélant la puissance des publicités basées sur les créateurs. De l'amélioration de la mémorisation de la marque et de l'engagement aux taux de visionnage, les publicités TikTok mettant en scène des créateurs ont vu leur taux d'engagement augmenter de 83 % par rapport aux publicités sans créateur (12 %)

En explorant les types de publicités ci-dessous, réfléchissez à la manière dont vous pourriez intégrer les créateurs dans vos campagnes.

### **Annonces In-Feed**



Ces types de publicités TikTok apparaissent lorsque les internautes font défiler leur "For You Page" (FYP).

Les publicités In-Feed peuvent durer jusqu'à 60 secondes (bien que les vidéos de 9 à 15 secondes semblent être les plus populaires). Les TikTokers peuvent s'engager dans ces publicités en les aimant, en les commentant (parfois) et en les partageant. En revanche, ces publicités peuvent également être ignorées.

Les marques qui créent ce type de publicité TikTok peuvent inclure un bouton d'appel à l'action qui renvoie à une page de destination. Les publicités In-Feed peuvent faire l'affaire si votre objectif est de générer du trafic ou des ventes à partir de TikTok.

Ces types de publicités TikTok sont idéaux pour...



- Les marques qui souhaitent que leurs publicités s'intègrent naturellement dans le flux de contenu natif (au lieu de s'afficher en pleine lumière).
- Les marques de produits de consommation courante ou toute personne vendant un produit physique - ces publicités sont parfaites pour montrer des produits en action.
- Toute personne souhaitant se lancer dans la publicité sur TikTok (car il s'agit du format publicitaire le plus courant et le plus facile à créer).

### **Annonces d'étincelles**



Les publicités Spark permettent aux marques de promouvoir leur contenu TikTok existant et les vidéos des utilisateurs plutôt que de créer une vidéo à partir de zéro.

Comme les publicités In-Feed, ces publicités ressemblent à du contenu organique. En effet, ils apparaissent dans le fil d'actualité sans interrompre le défilement.

Mais contrairement aux publicités In-Feed, les publicités Spark peuvent renvoyer à un compte TikTok et non à une simple page de renvoi. Comme ces publicités sont attribuées à un compte TikTok réel, les spectateurs peuvent visiter directement l'affiche d'origine.

Toutes les vidéos vues, commentées, partagées, aimées et suivies au cours d'une promotion Spark sont attribuées à la publication originale et organique. Et ce, qu'il s'agisse des marques ou du contenu du créateur. Les analyses supplémentaires intégrées aux annonces Spark permettent d'évaluer facilement le retour sur investissement d'une campagne.

Ces types de publicités TikTok sont idéaux pour...

- Les marques qui ont déjà un contenu viral susceptible d'être transformé en publicité TikTok.
- Les entreprises qui souhaitent tirer parti de la preuve sociale en s'associant à un créateur ayant une audience plus importante et mieux établie que la leur.
- Les marques qui souhaitent élargir leur audience et leur notoriété par rapport aux ventes directes.

### **Annonces TopView**



Ces publicités au "format vidéo d'abord" durent 60 secondes et apparaissent immédiatement après l'ouverture de l'application TikTok.

Ces publicités sont uniques parce qu'elles sont en plein écran et en lecture automatique avec du son. Les annonceurs peuvent inclure un bouton d'appel à l'action dans l'annonce. Ces publicités sont incontournables puisqu'elles occupent tout l'écran.

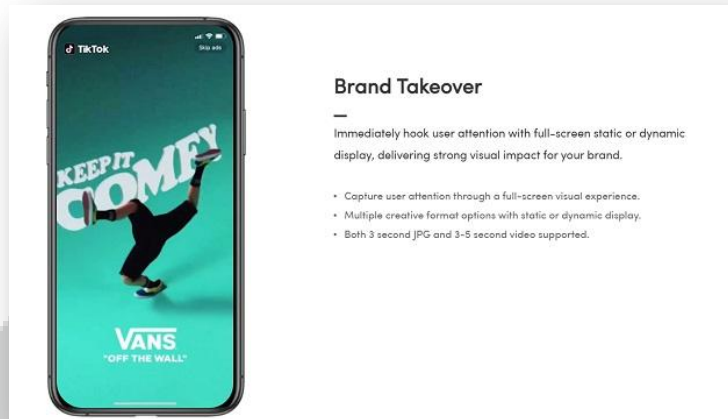
Si vous recherchez des publicités transparentes et organiques, les publicités TopView ne sont probablement pas votre meilleur choix. En effet, ils peuvent potentiellement interrompre l'expérience de l'utilisateur. Avec sa longueur, TopView est l'une des publicités vidéo les plus "traditionnelles" de TikTok, car elle donne l'impression d'être une publicité.

Cela ne les empêche pas d'être efficaces. En fait, 71 % des utilisateurs de TikTokkers disent que les publicités TopView attirent leur attention. La plateforme note également que les entreprises de produits de grande consommation ont connu une efficacité commerciale 67 % plus élevée lorsqu'elles ont utilisé ces publicités TikTok. Allez savoir !

Ces types de publicités TikTok sont idéaux pour...

- Les marques qui disposent déjà de créations publicitaires et de spots qu'elles souhaitent réutiliser.
- Les entreprises disposant de budgets publicitaires importants - la nature directe de ces publicités augmente le prix (indice : 7,4 millions d'impressions coûtent 65 000 dollars par jour en 2020 pour les publicités TopView).
- Les marques ayant l'expérience d'autres types de publicités TikTok (ou sachant que leur engagement sur la plateforme justifie les dépenses publicitaires).

**Annonces de prise de contrôle de la marque**



Ces publicités en plein écran apparaissent sur le FYP immédiatement après l'ouverture de TikTok. Ils sont créés à l'aide de vidéos de 3 à 5 secondes (ou d'images de 3 secondes), qui dirigent les spectateurs vers un défi Hashtag ou une page de renvoi. Les marques peuvent choisir l'un ou l'autre en fonction de l'objectif de leur campagne.

Les utilisateurs de TikTok ne voient qu'une seule publicité de prise de contrôle de marque par jour. Cela signifie qu'il y a moins de concurrence pour l'espace publicitaire, mais cela les rend aussi un peu plus chers.

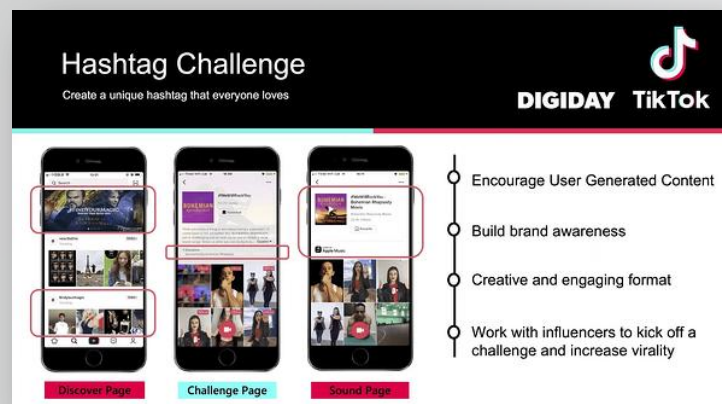
Ces types de publicités TikTok sont idéaux pour...

- Les marques désireuses de créer un buzz pour des événements ou de faire en sorte qu'un hashtag TikTok devienne tendance (comme la campagne #InMyDenim de Guess).
- Les lancements de produits où les marques tentent d'obtenir une augmentation importante et ponctuelle du trafic.



- Les marques à gros budget qui cherchent à maximiser leur exposition publicitaire (avec moins de concurrence).

## Annonces de défis de marque (Hashtag Challenge)



Ces défis de hashtag sponsorisés sont présentés en haut de la page Discover de TikTok. Cette forme de publicité entraîne un engagement plus important (8,5 % en moyenne) et encourage le contenu généré par les utilisateurs.

Un internaute clique sur le hashtag challenge de la marque en haut de la page Discover.

Ils sont dirigés vers une page du défi de la marque contenant une description du défi, les règles, le logo de la marque sponsor et un lien vers son site web.

Les TikTokers créent ensuite leur propre contenu sur la base du défi, en utilisant le hashtag de la marque pour promouvoir leur message.

Ces types de publicités TikTok sont idéaux pour...

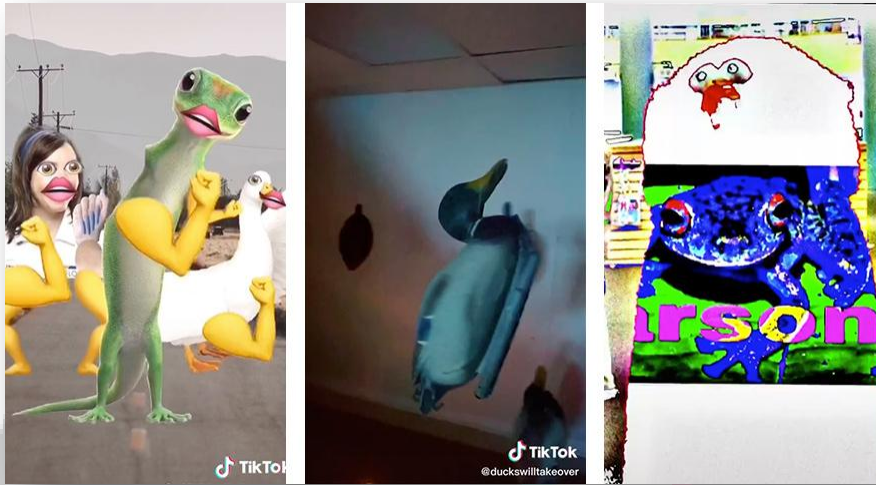
- Les marques qui souhaitent encourager le contenu généré par les utilisateurs.
- Les entreprises qui ont l'habitude de promouvoir des campagnes de hashtags ailleurs (ou les marques qui ont des hashtags bien établis et bien connus).
- Les marques se sont efforcées de sensibiliser les TikTokers et d'accroître leur engagement.

### **Effets de marque**

Pensez à Snapchat et Instagram ! À l'instar de ces plateformes, Branded Effects permet aux marques de créer des autocollants, des filtres et des effets spéciaux partageables sur TikTok à des fins d'autopromotion. Les marques combinent souvent ce format avec d'autres publicités TikTok.

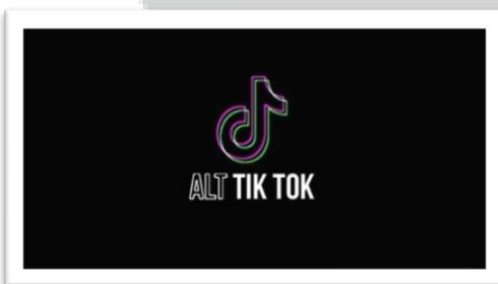
L'avantage ? Les filtres et les effets spéciaux sont souvent bruyants et tape-à-l'œil, ce qui les rend parfaits pour le public de TikTok. Ces publicités sont idéales pour susciter l'engagement et obtenir plus d'UGC.

### **Qu'est-ce que Alt et Elite TikTok ?**



TikTok est une plateforme de médias sociaux populaire qui a pris le monde d'assaut. Il est utilisé par des millions d'utilisateurs dans le monde entier pour partager de courtes vidéos, faire de la synchronisation labiale et participer à d'autres activités.

Pour ceux qui souhaitent se démarquer, la plateforme propose deux options différentes : Alt TikTok et Elite TikTok.

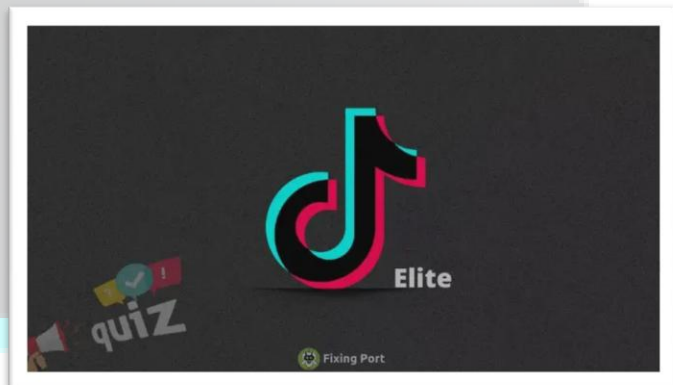


**Alt TikTok** est une version alternative de TikTok qui offre aux utilisateurs un moyen plus créatif et expérimental de publier du contenu.

Cette version de la plateforme permet

aux utilisateurs de publier des contenus plus créatifs et uniques, tels que de la musique, de l'art et même de la mode. La plateforme permet également aux utilisateurs d'utiliser des filtres et des effets personnalisés afin de créer des visuels uniques et attrayants.

**Elite TikTok**, quant à lui, est une version premium de TikTok qui offre aux utilisateurs un accès à du contenu et des fonctionnalités exclusifs.



Cette version de la plateforme permet aux utilisateurs de publier des vidéos plus longues et d'accéder à des contenus exclusifs, tels que des vidéos musicales et des interviews exclusives.

En outre, Elite TikTok offre aux utilisateurs l'accès à des événements et expériences exclusifs, tels que des flux en direct, des concours, etc.

Alt TikTok et Elite TikTok permettent aux utilisateurs de se démarquer et de s'engager avec d'autres utilisateurs d'une manière plus créative et unique. En utilisant ces deux versions différentes de la plateforme, les utilisateurs peuvent bénéficier d'une expérience plus personnalisée et créer un contenu unique qui ne manquera pas d'attirer l'attention.

L'opposé de Straight TikTok, Alt TikTok ou Elite TikTok, est un côté non conventionnel de TikTok connu pour ses vidéos excentriques et bizarres. Les membres autoproclamés d'Alt TikTok le qualifient souvent de "côté cool", soulignant que leur contenu non traditionnel rend les vidéos plus divertissantes et se moquant du TikTok normal, jugé ennuyeux.

Une grande partie du contenu d'Alt ou d'Elite TikTok se veut choquant, troublant et étrange. Plutôt que de se concentrer sur une esthétique attrayante, des chansons accrocheuses ou des mouvements de danse reproductibles, les créateurs d'Alt TikTok partagent souvent des contenus qui vont à l'encontre de la formule habituelle pour créer des vidéos TikTok virales. Pour ceux qui sont profondément immergés dans ce côté de TikTok, de telles vidéos peuvent devenir monnaie courante. La capacité de l'algorithme de TikTok à fournir aux utilisateurs des contenus adaptés à leurs goûts spécifiques signifie que ceux qui sont sur Alt TikTok peuvent rarement voir du contenu provenant de Straight TikTok et vice versa.

Le principe même d'Elite TikTok étant d'être en dehors du courant dominant, le contenu est généralement imprévisible. La catégorie Elite TikTok comprend des sous-catégories, notamment Frog TikTok, Beans TikTok, Retail TikTok, Jason Earles TikTok, et Elmo TikTok. Il s'agit notamment de visuels frits accompagnés de chansons inquiétantes, de comptes qui imitent des magasins de détail anthropomorphisés, d'œuvres d'art de fans de grenouilles, et bien d'autres choses encore. Certains sons et certaines tendances deviennent viraux sur Elite TikTok, mais pas de manière linéaire comme sur Straight TikTok.



## Différence entre Alt et Elite TikTok.

TikTok est devenu l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires parmi les adolescents et les jeunes adultes. Avec son large éventail d'utilisateurs, il n'est pas surprenant que TikTok ait créé différents niveaux de comptes, chacun avec ses propres caractéristiques et avantages.

Les deux niveaux les plus populaires sont les comptes TikTok Alt et Elite. Bien qu'il s'agisse de deux niveaux de comptes différents, il existe des différences essentielles entre eux.

Les comptes Alt TikTok sont le type de compte le plus courant. Ils sont gratuits et ouverts à tous, indépendamment de leur appartenance ou de tout autre critère. Les comptes Alt sont connus pour leur contenu attrayant, permettant aux gens de partager leur créativité, leurs intérêts et leur talent. Il s'agit également du type de compte le plus accessible, puisque tout le monde peut s'inscrire et commencer à créer du contenu.

Les comptes TikTok Elite sont la version premium des comptes Alt. Ils ne sont accessibles qu'à certains utilisateurs, souvent ceux qui ont un grand nombre de followers ou qui ont atteint un certain niveau d'engagement. Les comptes Elite offrent plus de fonctionnalités que les comptes Alt, comme la création de vidéos plus longues, l'accès à du contenu exclusif et la monétisation de leur contenu. Ils sont également plus exclusifs, car ils ne sont accessibles qu'aux personnes ayant un niveau d'engagement élevé.

La principale différence entre les comptes TikTok Alt et Elite est le niveau d'accès qu'ils offrent. Les comptes Alt sont ouverts à tous, tandis que les

comptes Elite sont réservés à certains utilisateurs. Les comptes Alt permettent aux utilisateurs de créer du contenu attrayant, tandis que les comptes Elite leur donnent accès à du contenu exclusif, à des vidéos plus longues et à la possibilité de monétiser leur contenu.

Globalement, la différence entre Alt et Elite TikTok est le niveau d'accès qu'ils offrent. Les comptes Alt sont ouverts à tous, tandis que les comptes Elite sont réservés à certains utilisateurs. Les deux types de comptes peuvent être utilisés pour créer du contenu attrayant, mais les comptes Elite offrent plus de fonctionnalités et la possibilité de monétiser le contenu.

# **TikTok™ Ad** Training kit

## CHAPITRE 10

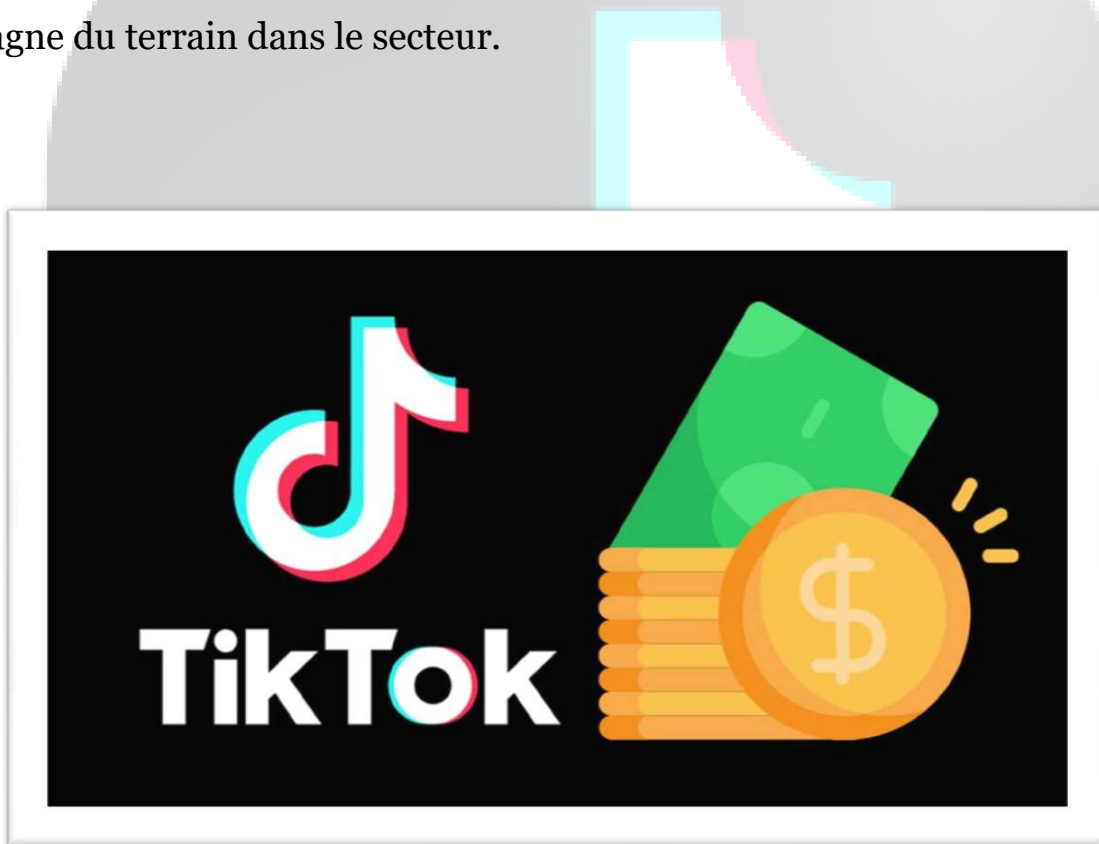


# MONÉTISATION À PARTIR DE TIKTOK

La populaire plateforme de partage de vidéos TikTok est la dernière plateforme de médias sociaux à rejoindre les rangs du monde de la monétisation.

Alors que TikTok gagne de plus en plus d'utilisateurs, les marques et les influenceurs cherchent des moyens créatifs de monétiser leur contenu.

La monétisation sur TikTok est un concept relativement nouveau, mais il gagne du terrain dans le secteur.



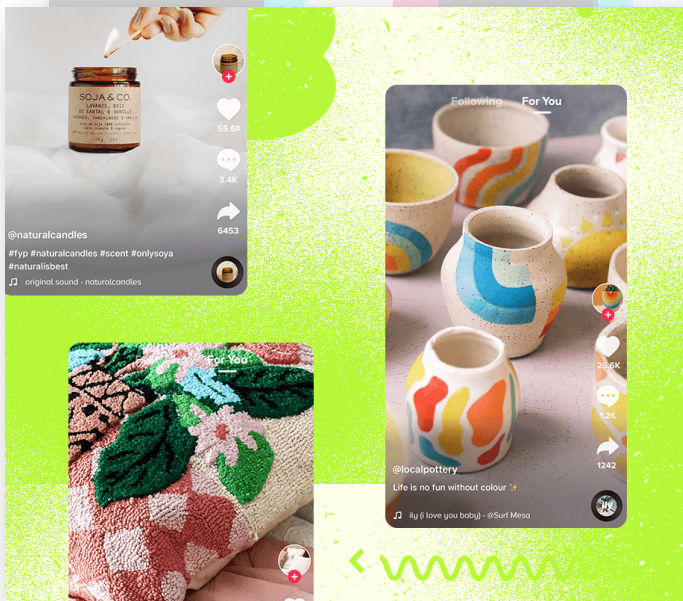
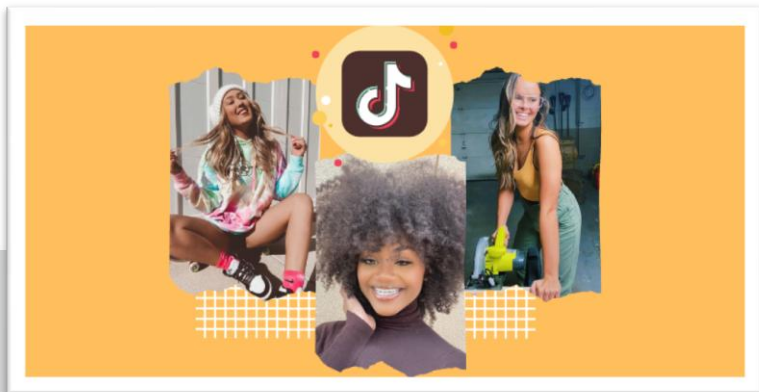
Les influenceurs et les marques disposent de plusieurs options pour monétiser leur contenu sur TikTok, notamment les posts sponsorisés, les partenariats avec des marques, le marketing d'affiliation, etc.



Les posts sponsorisés sont l'un des moyens les plus populaires de monétiser du contenu sur TikTok.

Les influenceurs et les marques peuvent créer du contenu qu'une marque ou une entreprise sponsorise, et les adeptes de l'influenceur verront ces messages.

Ce type de contenu implique généralement que l'influenceur parle de son expérience avec le produit ou le service ou qu'il donne son avis.



Les partenariats avec les marques sont un autre excellent moyen pour les influenceurs et les marques de monétiser leur contenu sur TikTok.



Ce type de monétisation implique un partenariat avec des marques pour promouvoir leurs produits ou services.

Cela peut se faire par le biais d'articles sponsorisés ou de la création de contenu présentant le produit ou le service de la marque ou de l'entreprise.

Le marketing d'affiliation est un autre moyen populaire de monétiser le contenu sur TikTok.



Les influenceurs et les marques peuvent s'associer à des entreprises qui proposent des programmes d'affiliation et gagner une commission pour chaque vente qu'ils recommandent.

Ce type de monétisation est un excellent moyen pour les influenceurs et les marques de gagner de l'argent tout en promouvant des produits et des services qu'ils aiment.

La monétisation du contenu sur TikTok est un excellent moyen pour les influenceurs et les marques de gagner de l'argent, mais il est important de se rappeler que le contenu doit être pertinent et attrayant. Un contenu

intéressant, unique et divertissant aura plus de chances d'être vu et partagé par les utilisateurs.

Dans l'ensemble, ce chapitre vous montrera comment la monétisation du contenu sur TikTok est un excellent moyen pour les influenceurs et les marques de gagner de l'argent tant qu'ils créent un contenu intéressant, unique et divertissant. Avec le bon contenu et les bonnes stratégies de monétisation, les influenceurs et les marques peuvent tirer profit de leur contenu sur TikTok.

### **Combien TikTok paie-t-il pour les followers et les vues ?**

TikTok n'a pas encore annoncé le montant de la rémunération des créateurs, qui varie d'une personne à l'autre. Toutefois, les influenceurs qui ont utilisé le Fonds des créateurs récemment lancé par TikTok affirment qu'ils gagnent entre 2 et 4 cents par millier de vues.

### **Tik Tok rémunère-t-il ses utilisateurs ?**

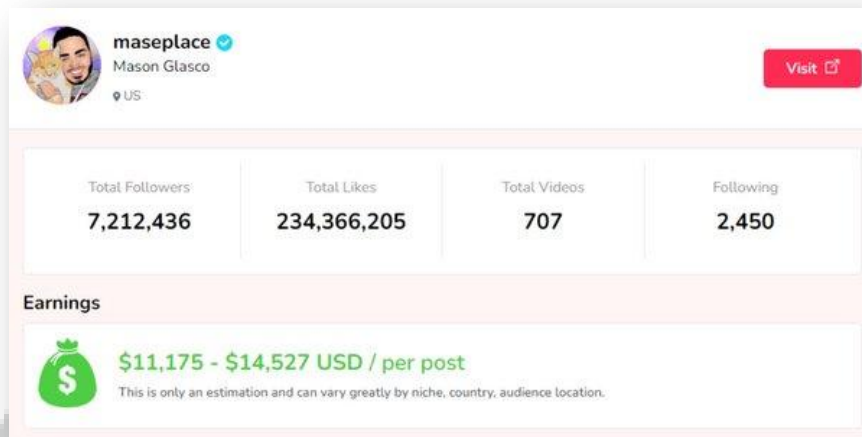


La réponse courte est non - du moins pas directement. Bien qu'il existe des moyens de monétiser votre contenu sur TikTok, les utilisateurs ne sont pas rémunérés directement pour leur contenu. Cependant, il existe d'autres moyens de gagner de l'argent sur la plateforme, tels que le contenu sponsorisé ou les accords avec les marques. Pour ceux qui créent du contenu TikTok viral, il est possible de gagner de l'argent grâce à des accords avec des marques et du contenu sponsorisé.

Les marques recherchent souvent des influenceurs qui ont un grand nombre d'adeptes et qui s'engagent dans leur contenu. Les marques qui souhaitent travailler avec vous peuvent vous contacter directement et vous proposer de payer pour votre contenu. En outre, il existe d'autres moyens de monétiser votre contenu TikTok.

Par exemple, certains utilisateurs ont créé des boutiques de commerce électronique pour vendre des produits associés à leur contenu TikTok. D'autres ont créé des comptes Patreon pour demander à leur public de soutenir financièrement leur contenu. Différents services permettent aux utilisateurs de monétiser leur contenu TikTok, tels que Revfluence et FameBit. En conclusion, bien que TikTok ne rémunère pas directement ses utilisateurs pour leur contenu, il existe d'autres moyens de monétiser votre contenu sur la plateforme. Qu'il s'agisse d'offres de marques ou de boutiques de commerce électronique, les créateurs de TikTok disposent de nombreuses options pour gagner de l'argent grâce à leur contenu.

**Combien de followers faut-il sur TikTok pour être payé ?**



Que vous soyez un influenceur TikTok (ou que vous souhaitiez le devenir) ou que vous recherchiez des créateurs de contenu pour promouvoir votre marque via la plateforme, une chose est claire : si vous souhaitez être payé via cette application, vous n'avez pas besoin d'avoir une énorme communauté de followers, mais vous devez suivre certaines étapes pour que votre contenu soit pertinent. La meilleure façon de tout gérer est de faire appel à une agence d'influenceurs TikTok qui vous aidera et vous soutiendra.

TikTok est encore une plateforme relativement nouvelle par rapport à Instagram, où les créateurs de contenu sont déjà bien établis et où les règles du jeu sont claires. Cependant, le phénomène TikToker nous a frappés de plein fouet cette année. Nous pouvons voir de nombreux profils, en particulier de très jeunes gens, qui sont de véritables ambassadeurs de la marque avec des niveaux d'engagement très élevés.

Dans ce chapitre, nous vous expliquons comment vous pouvez être payé avec votre profil TikTok et combien d'argent vous pouvez gagner sur la plateforme.

## **Comment gagner de l'argent avec TikTok ?**



### **1. Comprendre votre public**

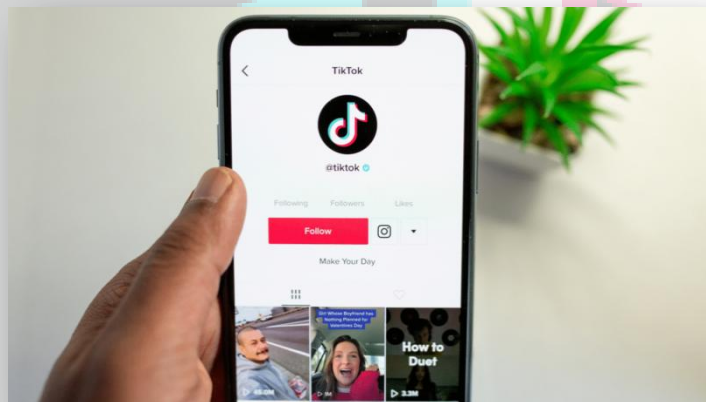
C'est la première étape, et la plus importante, pour commencer à créer du contenu sur TikTok. Vous devez comprendre que vous créez du contenu pour un public, vous devez donc savoir ce que les utilisateurs veulent et adapter votre contenu à leurs désirs.



Par ailleurs, comme sur toute plateforme de médias sociaux, il existe des règles : ne téléchargez pas de contenu offensant et respectez les valeurs de la communauté.

## 2. Créez un profil TikTok unique.

Pourquoi devraient-ils vous suivre ? Quelle valeur ajoutée pouvez-vous apporter ? Certaines personnes sont douées pour la chanson, d'autres pour la danse, d'autres encore utilisent leur sens de l'humour et leur créativité pour créer des contenus originaux.



Vous pouvez également vous concentrer sur la fourniture de conseils, la création de morceaux sur des sujets que vous maîtrisez, ou le partage de votre vie quotidienne sous une nouvelle forme. Vous avez tout ce qu'il faut pour réussir. Vous devez vous concentrer sur un type de contenu et vous lancer. Il est plus facile de réussir si l'on se concentre sur un groupe de

personnes que si l'on essaie de satisfaire tout le monde avec un contenu trop diversifié.

### **3. Interagissez avec votre public.**



Ce point est étroitement lié aux deux précédents. Il s'agit d'écouter les personnes qui vous suivent, de leur donner le contenu qu'elles demandent, de leur parler, de leur répondre, etc. Nous voulons tous que les personnes que nous suivons nous considèrent et aient l'impression de faire partie de leur communauté. C'est la raison pour laquelle les séries de questions-réponses rencontrent un tel succès, car les personnes qui vous suivent veulent également en savoir plus sur vous et s'intéresser à votre vie privée.

### **4. Obtenir plus de followers**



Comme nous l'avons dit précédemment, il suffit d'avoir quelques followers pour commencer à gagner de l'argent avec TikTok. Chez SocialPubli, nous croyons au pouvoir des micro-influenceurs, car leur contenu est beaucoup plus fiable pour les personnes qui les suivent, et leur engagement est plus élevé.

Il est très facile de créer des campagnes pour TikTok si vous vous inscrivez sur leur plateforme. Il est vrai que vous n'avez pas besoin d'un nombre minimum de followers pour commencer à gagner de l'argent, mais la plateforme a récemment lancé le TikTok Creators Fund. Pour participer à ce projet, il faut notamment avoir 10 000 followers.

## 5. Créer un contenu cohérent



## BECOMING A CONSISTENT CREATOR

D'une part, il est important de mettre en ligne du contenu régulièrement. Par exemple, vous pouvez télécharger un contenu spécial ou plus élaboré un jour précis de la semaine, de sorte que vos followers l'attendent et l'enregistrent, le partagent ou créent des alertes pour voir votre vidéo.

D'autre part, vos vidéos doivent avoir une esthétique ou un modèle similaire, car c'est ce qui définira votre style.

### **6. Promouvoir votre contenu sur d'autres réseaux sociaux.**



Si vous avez déjà une communauté établie sur d'autres plateformes de médias sociaux comme Instagram ou YouTube, ou si vous avez un blog, vous pouvez promouvoir le contenu que vous créez sur TikTok sur ces autres plateformes pour attirer des adeptes.

Si vos followers aiment ce que vous faites sur vos autres comptes, ils voudront aussi savoir ce que vous créez sur TikTok, même si c'est dans un format différent.

**Combien de followers faut-il pour être payé par TikTok ?**



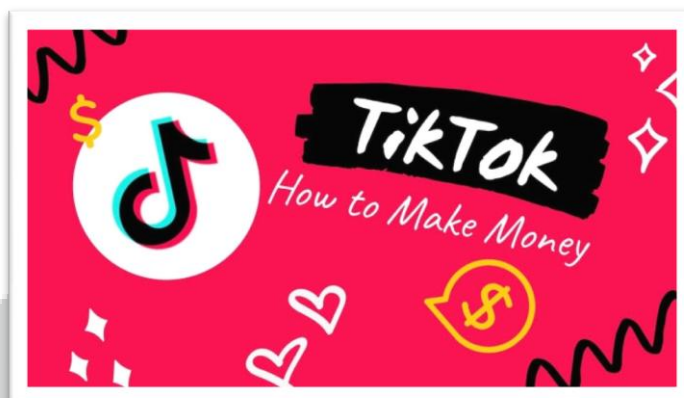


Il est possible de gagner 2 à 3 cents par 1 000 vues. Ainsi, pour gagner 30 euros, il faut avoir une vidéo avec plus d'un million de vues. Devenir viral est l'un des moyens d'atteindre ce nombre. Vous pouvez y parvenir en lançant un défi de hashtag original.

En septembre, la plateforme a lancé le TikTok Creators Fund, qui a alloué 60 millions d'euros à des milliers de créateurs européens. Ce projet vise à récompenser les TikTokers pour leur talent et leur créativité en leur offrant de l'argent. Les conditions d'adhésion sont les suivantes

- Être âgé de plus de 18 ans.
- Avoir plus de 10 000 followers.
- Avoir plus de 10 000 vues au cours des 30 derniers jours et publier un contenu original conforme aux normes de la communauté TikTok.

### **Autres moyens de gagner de l'argent avec TikTok**



Une fois que vous avez suivi les étapes précédentes et que vous avez une communauté de confiance qui aime votre contenu, vous avez maintenant plusieurs façons de gagner de l'argent avec TikTok.

Organiser une session en direct et collecter des dons en ligne auprès des personnes qui vous suivent est un autre moyen de gagner de l'argent sur TikTok. L'argent que vous gagnez dépend du nombre de personnes qui l'ont vu.

Pendant la diffusion, vos fans peuvent envoyer des cadeaux virtuels achetés avec des "pièces". Ces cadeaux sont convertis en diamants une fois envoyés au streamer en direct, qui seront échangés contre de l'argent réel déposé directement sur votre compte PayPal.

TikTok commence à vous payer à partir de 1500 followers, donc au fur et à mesure que vos abonnés augmentent, ils vous paieront davantage. On estime que TikTok paie environ 100 USD pour chaque tranche de 10 000 followers pour les spectacles en direct.

Mais l'un des moyens les plus simples et les plus efficaces d'obtenir de l'argent sur TikTok est le parrainage. Vous pouvez les contacter par l'intermédiaire d'une agence qui met en relation les annonceurs et les influenceurs, en s'adaptant aux besoins des deux parties. Il y a plusieurs façons de faire ces promotions. Elles peuvent être directes ou indirectes.

Par exemple, vous pouvez collaborer avec une marque en déballant ses produits ou devenir un ambassadeur en apparaissant dans certaines de ses vidéos avec des vêtements ou des accessoires de sa marque.

Comme vous pouvez le constater, il y a plus d'une façon de commencer à être payé sur TikTok. Il existe plusieurs façons de gagner sa vie grâce à sa créativité et à son talent en créant des vidéos sur cette plateforme.

**Quelles sont les conditions requises pour être payé sur TikTok ?**



TikTok est rapidement devenu l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires, permettant aux utilisateurs de créer et de partager de courtes vidéos. De nombreuses personnes cherchent aujourd'hui à gagner de l'argent grâce à cette plateforme ; pour ce faire, elles doivent remplir certaines conditions d'éligibilité.

Dans ce chapitre, nous aborderons les conditions d'éligibilité pour être payé sur TikTok. La première étape pour être payé sur TikTok est de devenir un partenaire TikTok. Pour être éligible à ce programme, vous devez avoir un minimum de 1 000 followers et une moyenne de 1 000 vues par vidéo.

En outre, vous devez être âgé de 18 ans ou plus et posséder un compte actif depuis au moins 30 jours. Une fois que vous serez devenu un partenaire TikTok, vous pourrez monétiser votre contenu en activant des publicités sur vos vidéos. En plus d'être un partenaire TikTok, vous pouvez également gagner de l'argent sur la plateforme en publiant des articles sponsorisés et en concluant des accords avec des marques.

Pour être éligible à ces opportunités, vous devez avoir un minimum de 10 000 followers et une moyenne de 1 000 à 5 000 vues par vidéo. Vous devez également avoir un taux d'engagement élevé, c'est-à-dire que vos followers commentent, aiment et partagent fréquemment votre contenu.

Vous pouvez également gagner de l'argent sur TikTok en vendant des marchandises ou des produits numériques. Pour être éligible, vous devez avoir au moins 10 000 followers et une moyenne de 10 000 vues par vidéo.

En outre, vous devez avoir une présence bien établie sur la plateforme et vous engager activement auprès de vos followers. Enfin, si vous êtes un influenceur avec plus de 100 000 followers, vous pouvez gagner de l'argent grâce à des campagnes de marketing d'influence. Pour en bénéficier, vous devez avoir un taux d'engagement élevé auprès de vos followers et une forte présence sur d'autres plateformes de médias sociaux.

En conclusion, si vous souhaitez gagner de l'argent sur TikTok, vous devez remplir certaines conditions d'éligibilité. Il s'agit notamment de devenir un partenaire TikTok avec au moins 1 000 followers, d'avoir un minimum de 10 000 followers pour les posts sponsorisés et les accords de marque, et d'avoir au moins 100 000 followers pour les campagnes de marketing d'influence. En outre, vous devez avoir un taux d'engagement élevé et une forte présence sur d'autres plateformes de médias sociaux.

### **Qui peut en bénéficier ?**

Les créateurs qui répondent aux critères suivants peuvent solliciter le Fonds de soutien aux créateurs :

- être basé aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, en Espagne ou en Italie.
- être âgé d'au moins 18 ans
- Avoir au moins 10 000 followers
- Avoir au moins 100 000 vidéos vues au cours des 30 derniers jours
- Avoir un compte qui respecte les directives de la communauté TikTok et les conditions d'utilisation.



## **Pourquoi TikTok a-t-il commencé à verser des fonds aux créateurs ?**

TikTok a voulu montrer sa reconnaissance à la brillante communauté de créateurs en les récompensant pour leurs incroyables vidéos TikTok et leur créativité. Ils veulent que tous les créateurs aient la possibilité de gagner de l'argent en faisant ce qu'ils aiment et en transformant leur passion en gagne-pain.

TikTok a commencé à verser des fonds aux créateurs afin d'encourager et de récompenser ses créateurs de contenu les plus populaires. Cela permet d'attirer et de retenir les créateurs de contenu les plus talentueux et les plus créatifs, et de les encourager à produire un contenu plus innovant et de meilleure qualité. Les fonds permettent également à TikTok d'exprimer sa reconnaissance pour le travail de ses créateurs de contenu les plus populaires, qui sont devenus une partie intégrante du succès de la plateforme.

TikTok utilise également les fonds des créateurs pour aider les créateurs qui n'ont pas les ressources ou l'accès aux stratégies de marketing traditionnelles à se mettre sur un pied d'égalité. Les créateurs peuvent ainsi se concentrer sur la création de contenu et toucher davantage de personnes, sans avoir à se préoccuper des coûts liés à la commercialisation de leur travail.

Globalement, l'objectif des fonds de création de TikTok est de créer un écosystème plus durable et plus équitable pour les créateurs de contenu, tout en contribuant à stimuler l'innovation sur la plateforme. TikTok estime que cela contribuera à favoriser une communauté de créateurs de contenu plus engagée et plus dynamique, et conduira en fin de compte à des entreprises plus prospères et plus durables pour les créateurs.



# **TikTok<sup>TM</sup> Ad**



## CONCLUSION

Ce guide complet a pour but d'aider les professionnels du marketing à créer des campagnes publicitaires réussies sur la plateforme. Il a couvert les bases de la création d'une annonce, du ciblage des publics, de la création d'un contenu attrayant et de la mesure des résultats. Grâce à ces connaissances, les spécialistes du marketing peuvent créer des campagnes efficaces qui atteignent le public visé et produisent les résultats escomptés. En utilisant les outils et les techniques décrits dans le kit, les spécialistes du marketing peuvent s'assurer que leurs campagnes publicitaires sont réussies, attrayantes et rentables. Avec l'aide de ce guide, les spécialistes du marketing peuvent naviguer en toute confiance dans le monde des publicités TikTok et s'assurer que leurs campagnes sont couronnées de succès.