Face à une concurrence toujours plus intense, assurer la visibilité de sa marque sur les différents canaux est essentiel. Mais cette visibilité doit être développée intelligemment, en cohérence avec les fonctionnalités de chaque canal. S'adresser aux audiences sur les réseaux sociaux et en particulier sur **TikTok** est un levier de communication à ne pas ignorer. Cela permet de toucher les « tiktokeurs » directement dans leur quotidien par le biais de leurs centres d'intérêt et de créer une affinité entre eux et une marque de produits ou de services. Découvrez les conseils d'Expertisme en matière de communication sur TikTok.

Le fonctionnement de TikTok

TikTok connaît aujourd'hui un succès fulgurant auprès des utilisateurs de smartphones âgés de 15 à 34 ans. Ludique et spontanée, cette plateforme de vidéos au format court est un canal privilégié pour faire passer des messages décontractés et instantanés. L'émergence régulière de vidéos virales permet aux annonceurs eux-mêmes de se faire connaître dans ce bassin d'audience.

L'application propose des contenus personnalisés sur la base des centres d'intérêt de ses utilisateurs. Elle crée ainsi un fil de vidéos unique pour chacun d'eux. Sur TikTok, les utilisateurs eux-mêmes sont créateurs de contenu. C'est d'ailleurs cette valeur ajoutée qui explique en grande partie le succès de la plateforme.

Pourvue de fonctionnalités qui permettent de créer un véritable **storytelling video** et de le diffuser instantanément, TikTok est simple à comprendre et à utiliser. Cependant, les annonceurs ont intérêt à diffuser des vidéos de qualité pour atteindre le niveau de visibilité souhaité. De manière générale, être visible sur les réseaux sociaux peut avoir un impact positif dans une stratégie de référencement.

Comment mesurer la performance des contenus sur TikTok ?

La plateforme TikTok for Business fournit un certain nombre de statistiques à ses utilisateurs. Celles-ci sont réparties en trois catégories : Vue d'ensemble, Contenu et Abonnés.

Si le tableau de bord offre une vue globale intéressante pour s'informer sur l'évolution du compte, les deux autres onglets de l'application permettent d'entrer dans le détail. Portée des posts, taux d'engagement, évolution du nombre de followers sont autant d'indicateurs clés à suivre régulièrement.

Bon à savoir : D'après une étude du portail Statista sur la popularité de TikTok, 22% des internautes français de tous âges ont utilisé TikTok entre juillet 2020 et juin 2021. L'audience à toucher est large et nécessite de bien segmenter vos contenus et votre analyse.

« Les formations Expertisme permettent de comprendre dans le détail les arcanes des réseaux sociaux et de respecter les habitudes codifiées de votre public cible. » Laurent Rignault – fondateur et CEO d'Expertisme

Utiliser les fonctionnalités marketing de TikTok pour se rapprocher de son audience

De nos jours, pour attirer l'attention sur le web, le message publicitaire doit être court. Les fondateurs de TikTok l'ont bien compris et misent sur une application de **communication vidéo** directe et spontanée. Une fraîcheur qui n'empêche pas l'existence de fonctions dédiées au déploiement d'actions marketing. Celles-ci permettent une interaction directe au cœur des loisirs des utilisateurs :

Contenus natifs in-feed

Ces contenus vidéos dits « in-feed » alimentent et font vivre votre compte. Leur variété et leur intérêt sont essentiels pour bâtir une communauté et instaurer avec elle une relation privilégiée.

Brand Takeover

Ce dispositif publicitaire permet d'afficher votre marque à l'écran dès l'ouverture de l'application. Un affichage de quelques secondes qui peut avoir un impact considérable s'il est bien exploité. Cette fonction payante est disponible sur TikTok Ads Manager.

Hashtag Challenge

Les concours sont monnaie courante sur TikTok : les utiliser permet de fédérer une communauté autour de votre marque et de faire croître rapidement sa notoriété.

Branded Lenses

Devenus aussi incontournables que les filtres Instagram et Snapchat, les effets TikTok peuvent être personnalisés à l'envi. Créer un filtre spécifique à votre marque est un moyen efficace d'augmenter sa visibilité.

Influenceurs

Les influenceurs sont présents sur TikTok comme sur les autres réseaux sociaux. Bien les identifier permet de créer une cohérence entre le contenu sponsorisé et la marque tout en gardant une communication authentique.

L'avis des experts d'Expertisme

Les réseaux sociaux sont un univers complexe et toujours en mouvement. En maîtriser les codes est parfois difficile, mais essentiel dans le cadre d'une stratégie digitale pour se faire entendre auprès de votre audience. L'agence Expertisme décrypte pour vous les arcanes de TikTok et vous conseille pour produire des contenus percutants, adaptés à votre public cible.

- La Formation Développez votre communauté et la visibilité de votre marque sur Tiktok vous apprend à mettre en place une stratégie de marque sur ce réseau social.
- La formation dédiée à TikTok Ads vous apprend à conjuguer les nombreuses fonctionnalités publicitaires de l'application, un bon ciblage et une amélioration continue de vos contenus afin de susciter un engagement fort de la part de votre communauté. Ainsi, vous instaurerez une relation durable avec votre audience.

Ces formations sont dispensées en individuel sur mesure ou en intra entreprise à partir de 4 personnes.
Besoin de monter en compétence sur TikTok ? Vous souhaitez en savoir plus sur la publicité sur TikTok, **contactez nos Experts** !