

# STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## 3 RAISONS D'INCORPORER LA PLATEFORME TIKTOK À VOTRE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- TOUCHER LA GEN Z - PUBLIC JEUNE ET INFLUANT
- CRÉATIVITÉ & INNOVATION - CONTENU EN ADÉQUATION AVEC LA MARQUE ET QUI PERMET DE SE DÉMARQUER DE LA CONCURRENCE
- POTENTIEL VIRAL ÉLEVÉ - BUZZ

# FOCUS SUR DOUYIN, LE TIKTOK CHINOIS



## CHIFFRES CLÉS CHINE

@SIECLEDIGITAL - 2022

**600M**

D'UTILISATEURS ACTIFS MENSUEL

**50,8%**



**90%**

PART DE LA POPULATION  
CHINOISE AYANT UN COMPTE

UTILISATEURS UTILISANT DOUYIN  
PLUSIEURS FOIS/J

**80%**



**49%**

UTILISATEURS ÂGÉS DE 19 À 40  
ANS

UTILISATEURS AYANT MOINS DE  
30 ANS

## FONCTIONNEMENT



L'ALGORITHME DE RECHERCHE PAR MOTS-CLÉS CLASSE LES COMPTES QUI ONT LE PLUS DE FOLLOWERS ET DE LIKE EN HAUT DES RÉSULTATS AINSI QUE LES COMPTES CERTIFIÉS



E-COMMERCE - FONCTIONNALITÉS PLUS POUSSÉES : POSSIBILITÉ DE CRÉER UN LIEN DIRECT VERS UN PRODUIT DEPUIS SA VIDÉO (DE CONVERSION)



KOL : INFLUENCEUR À FORT POTENTIEL AFIN D'AUGMENTER LA NOTORIÉTÉ ET LA CONSIDÉRATION D'UNE MARQUE

@GMA - 2023

## CONSEILS STRATÉGIQUES

COMPRENDRE LE MARCHÉ LOCAL ET LES PRÉFÉRENCES CULTURELLES



ADAPTER LE CONTENU À LA CULTURE CHINOISE ET AUX TENDANCES LOCALES

INTÉGRATION DE L'E-COMMERCE ET DU CONTENU



UTILISER DOUYIN NON SEULEMENT POUR LE MARKETING MAIS AUSSI COMME UNE PLATEFORME DE VENTE DIRECTE