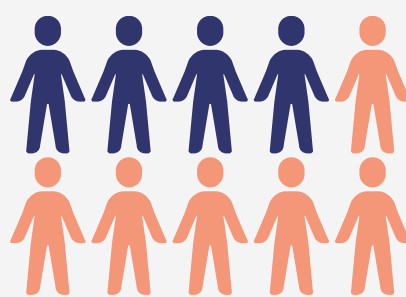


QUAND LES RÉSEAUX SOCIAUX DICTENT NOS ENVIES

Influence sur les comportements d'achat

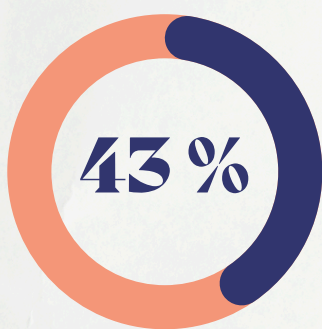
4 CONSOMMATEURS SUR 10 SE SONT PROCURÉS UN PRODUIT APRÈS L'AVOIR VU SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Ce chiffre évolue jusqu'à 61% pour les Français âgés de 15 à 24 ans et jusqu'à 86% pour les utilisateurs âgés de 25 à 34 ans.

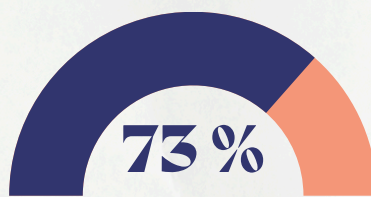


Derrière ce chiffre impressionnant se cache un phénomène : **l'influence des réseaux sociaux**. Des produits viraux sur TikTok aux recommandations de micro-influenceurs, en passant par les publicités sur Instagram, **les plateformes sociales redessinent le parcours d'achat**.

Aujourd'hui, elles ne sont plus seulement un lieu d'échange ou de divertissement, elles sont devenues le **moteur de nos décisions** d'achat, dictant tendances et comportements à grande échelle.



43% des utilisateurs
essaient quelque chose ou
vont quelque part après
l'avoir vu sur TikTok.



73% des acheteurs
âgés de 18 à 24 ans ont
effectué un achat sur les
réseaux sociaux.

L'IA POUR FAVORISER L'ACHAT



Ils utilisent des **algorithmes d'IA** pour déterminer quels contenus sont les plus pertinents pour chaque utilisateur.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Facebook est considéré comme ayant **révolutionné** l'industrie de **la publicité** grâce à ses Social Ads en 2007.



Sources : <https://www.20minutes.fr/tempo/style/4050918-20230831-food-mode-beaute-reseaux-sociaux-plus-plus-souvent-origine-achats-jeunes>
<https://newsroom.tiktok.com/en-us/new-studies-quantify-tiktoks-growing-impact-on-culture-and-music>
<https://liredac.fr/IA-reseaux-sociaux>



Amelle FELLAH

dmb

MBA spécialisé
digital
marketing
& business

E|F|A|P

L'école des nouveaux métiers
de la communication