

Bienvenue
sur





TikTok en quelques mots

TikTok, un positionnement **unique**

quatre

Une plateforme de
divertissement

100% video

Basée sur la **viralité**

La créativité: l'ADN de TikTok

- **Nouveaux codes d'expression** : format vidéo court vertical sur mobile, avec le son activé
- **Variété d'outils créatifs** : fonctionnalités, effets, formats long +3 min, stories





TikTok une expérience totalement immersive

En ouvrant l'application, les utilisateurs plongent immédiatement dans un contenu dédié



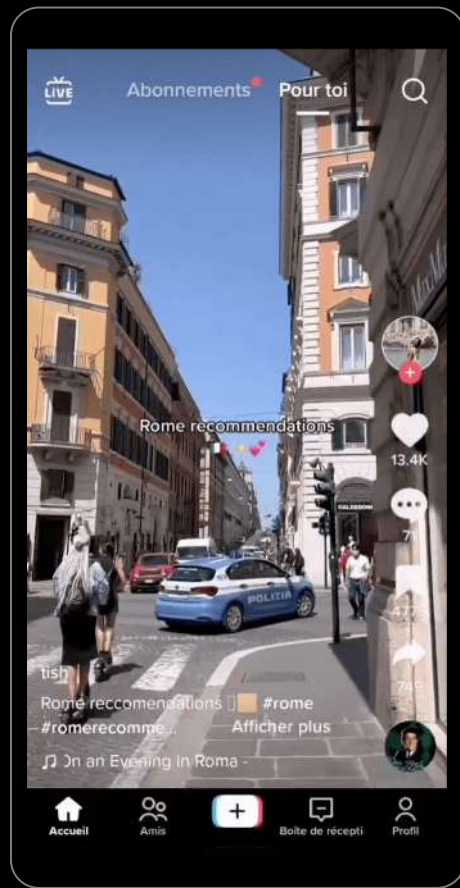
Plein écran



Son activé



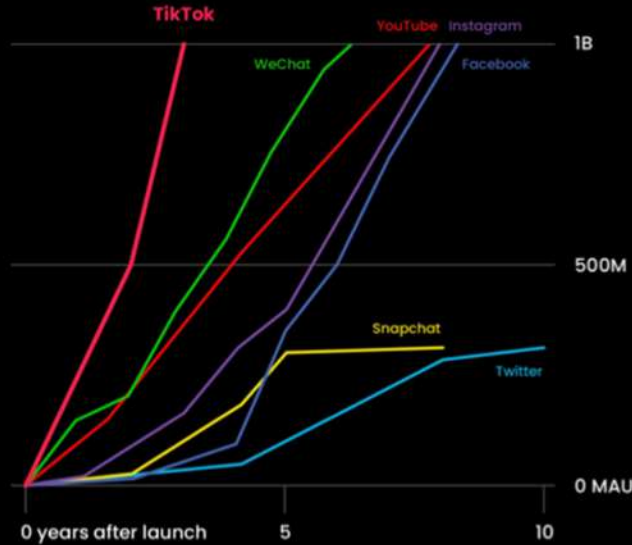
Pour Toi



TikTok, une fenêtre ouverte sur le monde

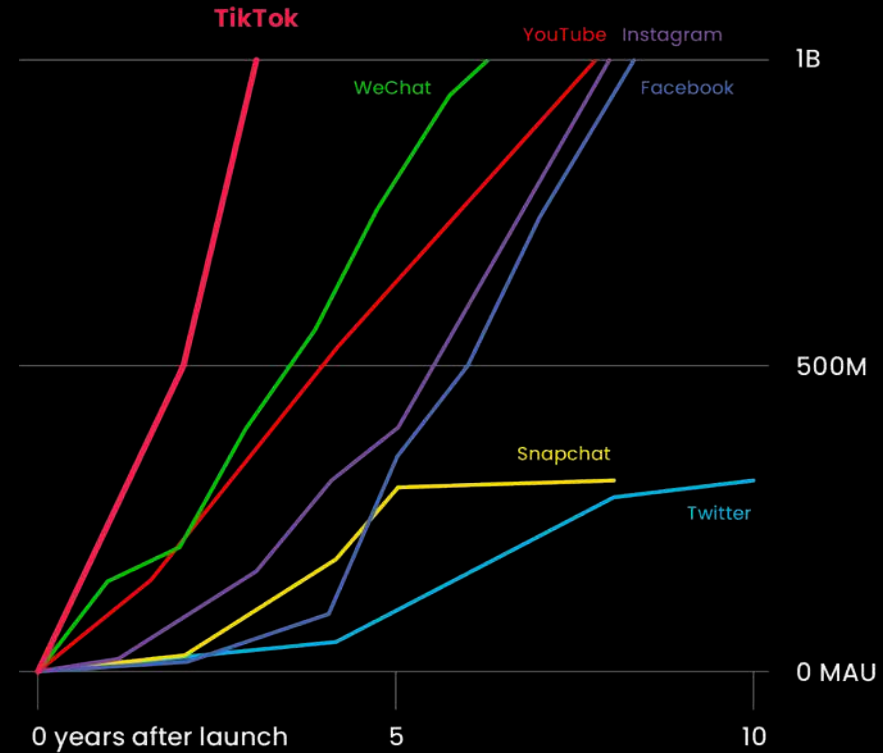
1 milliard

de personnes à
travers le monde
viennent sur TikTok
pour se divertir,
apprendre, s'amuser
ou découvrir
quelque chose de
nouveau.



Une fenêtre ouverte sur le monde

1 milliard d'utilisateurs mensuels actifs



Source: Financial Times Research

Du contenu diversifié pour tous

KANTAR | TikTok

Truth 4: The TikTok audience is broader than you think

67%
de l'audience a
+25 ANS

Source: Kantar TGI Global Quickview, 2020. Sample: 60,000 connected consumers

Nos partenaires

CONDÉ NAST

Explore
Media



radiofrance

PM

LE FIGARO



Brut.

Grandpalais

L'EQUIPE

FUTURA

Mediawan



CHÂTEAU DE VERSAILLES

Le Monde

unify



france•tv

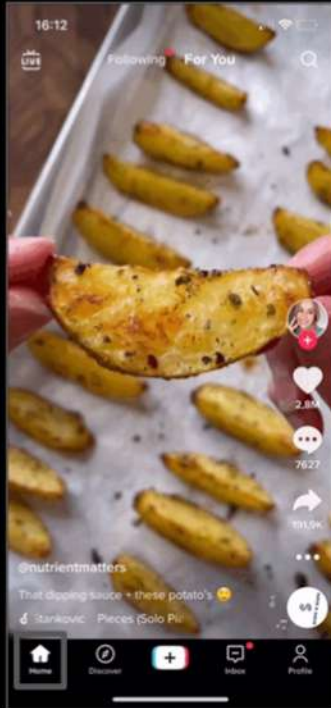
& plus encore...

Nos catégories

- Divertissement
- Culture
- Information
- Sport
- Cuisine
- Gaming
- Mode
- Musique
- Comédie

TikTok

Pour toi : là où tout se passe



- **Page d'accueil** : où les utilisateurs regardent des vidéos et lives
- **Curation par l'algorithme** : chaque utilisateur reçoit un flux personnalisé en fonction de ses centres d'intérêts
- **Opportunités d'audience considérable** : pas seulement des abonnés mais tous les utilisateurs susceptibles d'être intéressés par votre sujet/univers

Conseils :

Pour toi n'est **pas chronologique** : créez du contenu à tout moment

Les abonnés ne font pas tout : **le contenu est roi**

Vous pouvez réaliser 100K de vues en n'ayant que 1K abonnés

Pour toi propose des **vidéos unitaires** : au lancement d'un compte, évitez les formats épisodiques. 1 vidéo = 1 histoire autonome



Le cadre du partenariat

TikTok à vos côtés

#1

Vos débuts

Partage des bonnes pratiques

#2

Au long cours

Newsletter bi-mensuelle
Analyse de votre compte

#3

Mise en avant éditoriale

Campagnes co-construites
Mise en relation avec les créateurs



Les bonnes pratiques

Principes clés



Soyez authentique

Restez simple

Sortez des sentiers battus

Les bases



Format vertical

Racontez vos histoires dans un format vertical, plein écran (9/16)



Utilisation 360°

Utilisez toutes les fonctionnalités (collage, duo, live, live, stories...)



Régularité

Postez **3 à 5 vidéos par semaine, idéalement 1 par jour**

Evitez les périodes de blanc, notre algorithme favorise la régularité



Format engageant

Créez un format engageant et qui **fait réagir les utilisateurs** (commentaires, j'aime, partages)



Durée de la vidéo

15-30 secondes* pour débiter
Maximisez le **taux de complétion** grâce à un bon **storytelling**

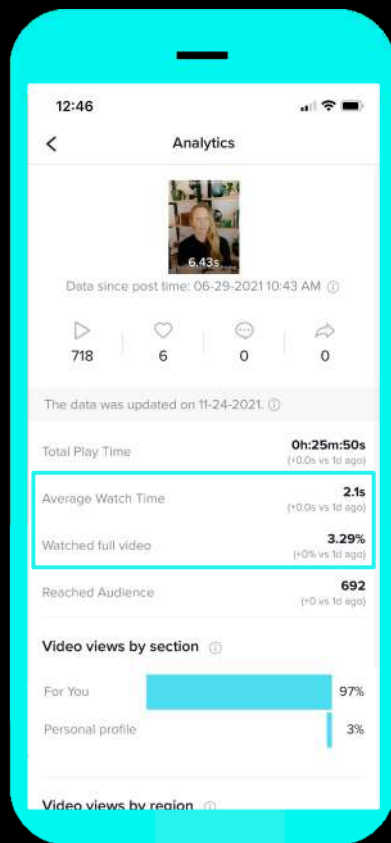


Hashtag

2 à 4 par vidéo, spécifiques au contenu (pas de #foryou #pourtoi).

Utilisez la barre de recherche dans Découvrir pour mesurer leur popularité

**Nous recommandons de tester plusieurs formats et de choisir la durée la plus adaptée à votre contenu.*



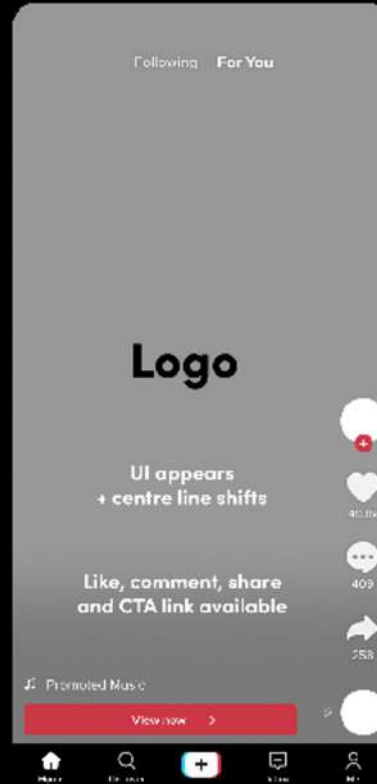
▶ Développez une approche data-driven

- **Votre objectif : maximiser les vues.** La base d'abonnés assure un nombre de vues moyen plus important
- **Optimisez les métriques de complétion :** temps moyen regardé et % de vidéos regardées en intégralité
 - **Diminuer la durée :** 15-30 secondes en phase de lancement
 - **Travailler l'accroche :** susciter l'attention dès la 1ère seconde
 - **Travailler votre storytelling (accroche-milieu-fin):** racontez une histoire que les utilisateurs vont vouloir regarder en entier

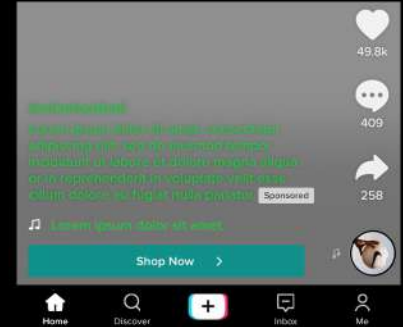
Cadrez vos contenus

Veillez à ce que tout contenu que vous créez se situe dans le cadre en vert afin de garantir une **expérience visuelle claire et agréable** (pour que le message soit clairement visible).

Attention : le texte de description commence à réduire la zone de sécurité de la vidéo.



Exemple de la zone de cadrage.



Le corps du texte aura également une incidence sur la taille de la zone de sécurité.



● Créez des formats qui fassent réagir les utilisateurs:

- Commentaires
- J'aime
- Partages

ohmygoalfrance
Oh My Goal - France · 5d ago

Following

Quand N'Golo Kanté était énervé d'être accusé de "tricheur" par les Bleus à la CDM 2018 ** #ohmygoal #football #allezlesbleus #kante

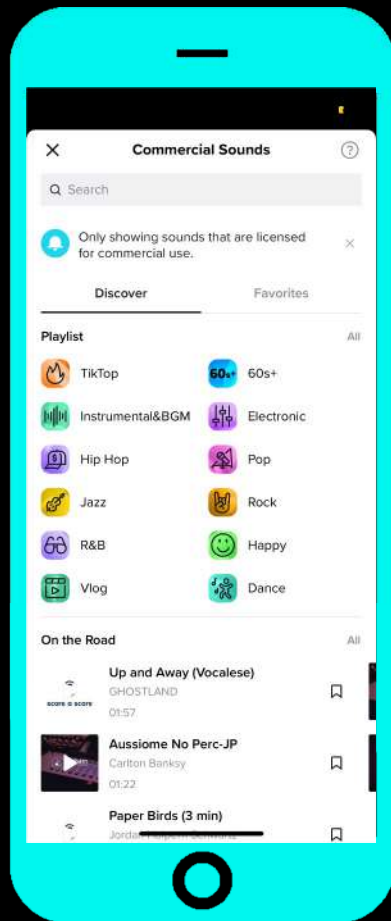
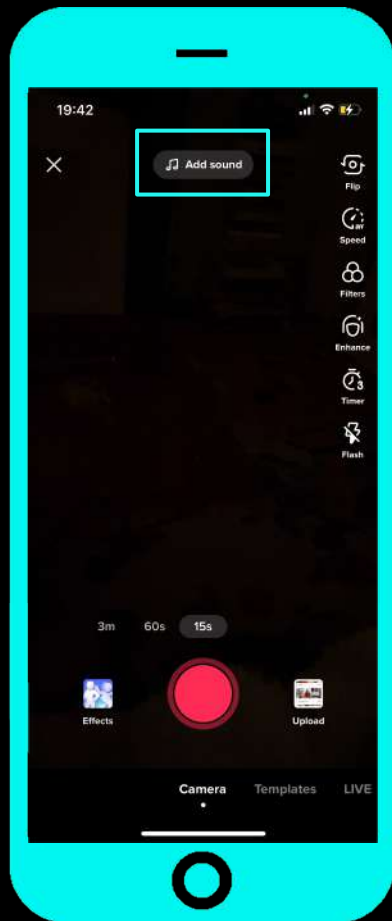
JJ son original - Oh My Goal - France

60.5K 182

Share to

<https://www.tiktok.com/@ohmygoalfrance/video/6977306...> Copy link

- Oh My Goal - France · Creator
- Est-il le meilleur milieu défensif du monde actuellement ? ** 304
- 5d ago Reply
- View more replies (12)
- Oh My Goal - France · Creator
- Tu te poses une question concernant une règle du football ? Le logo d'une équipe ? Un joueur en particulier ? Dis-le dans les commentaires 🙌 49
- 5d ago Reply
- View more replies (2)
- Dragovan
- Kanté vexé, la France vexé 2158
- 5d ago Reply
- View more replies (12)
- Erra
- Si Kanté est vexé ont est tous vexé 1324
- 5d ago Reply
- Meliodas
- « Même les hero on des défaut » c'est un défaut de ne pas avoir les meme règle que d'autre personne ? 11
- 23h ago Reply
- albanburriax
- Vous pouvez faire 5 choses que vous savez pas sur Hugo Illoris 281
- 5d ago Reply
- Kalou
- Paraît qu'il triche aussi aux cartes 🤔 19
- 5d ago Reply
- View more replies (1)
- Rafik
- C'est pas un défaut 11
- 5d ago Reply



Le son est important !

- Les utilisateurs regardent TikTok avec le son activé
- Le son supporte l'action

En tant que professionnel, vous avez accès à un catalogue musical libre de droit : [Audio Library: Pre-cleared Music For Organic Content](#)

Si vous détenez des droits sur une musique, nous pouvons demander un **safelisting**

L'utilisation des musiques est limitée à **60 secondes**

Conseils :

- Utiliser les sons/ambiances d'origine
- Utiliser une voice-over si vous n'avez pas d'incarnant

Les hashtags challenges permanents : Pour une visibilité tout au long de l'année

#tiktokacademie

#tiktokmusic

#filmtok

#sportstiktok

#comedy

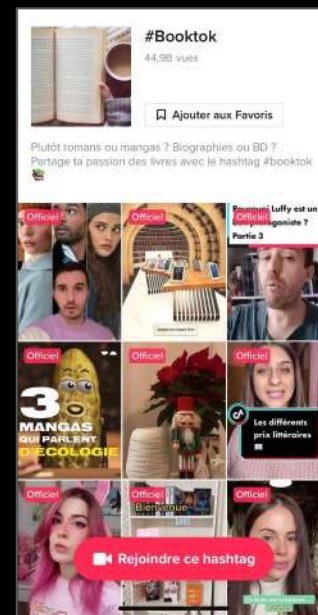
#booktok

#tiktokfashion

#gaming

#beautytok

#tiktokfood



Nos équipes éditoriales repèrent et mettent en avant régulièrement les contenus utilisant ces hashtags sur les pages des HTC



Creator Support : votre adresse support technique

eu_creatorsupport-eu@tiktok.com - à contacter en cas de problèmes incluant :

- Demandes de certification
- Comptes piratés
- Changement d'un numéro de téléphone ou d'email liés
- Problèmes de connexion (ex. : mot de passe oublié)
- Suspension / Récupération d'un compte
- Demandes de changement/modification de handle
- Questions relatives à la confidentialité
- Droits d'auteur
- Supprimer un compte/un compte de mineurs
- Compte piraté / Restauration de la vidéo

Formulaire en ligne en cas de réclamation de **propriété intellectuelle**

<https://www.tiktok.com/legal/report/Copyright>



 TikTok

A très vite sur TikTok !