

# Webinaire #2

TikTok, un vrai levier business  
et marque employeur



x THE SOCIAL  
REPUBLIC



# Bonjour, nous c'est



**Aurélie Girard de Vasson**  
Responsable  
communication & RSE  
à la FEB



**Myriam Kanté**  
Social Media Manager  
chez The Social Republic

THE SOCIAL  
REPUBLIC

Une agence de  
communication

100%

SOCIAL MEDIA

corporate

Marque  
Employeur  
RSE  
&  
RH

30  
experts

TOUS PASSIONNÉS

12 ans  
d'existence

80  
clients de  
tous secteurs

dont  
75%  
de taux de  
fidélisation



# Nos enjeux, ensemble aujourd'hui

Développer vos connaissances sur TikTok comme levier business.

Décrypter le potentiel de TikTok pour la marque employeur

Vous donner les clés de la création de contenu TikTok à l'aide de vos ressources.

# AU PROGRAMME

- 1. Tout savoir sur TikTok**
- 2. TikTok comme levier business**
- 3. TikTok comme levier Marque Employeur**
- 4. Atelier : imaginer son premier TikTok**



**TOUT SAVOIR SUR  
TIKTOK**

# TikTok, c'est quoi ?

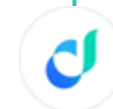
LA PLATEFORME DE  
DIVERTISSEMENT



ANIMÉE PAR LA  
COMMUNAUTÉ



2014 création de  
l'application **Musically**



2016 création de **Douyin**  
par l'entreprise ByTeDance.  
L'application devient le  
concurrent direct de  
Musically



2017 Douyin se développe  
sous le nom de **TikTok** à  
l'internationale

Fin 2017 Rachat de  
Musically par ByTeDance  
qui fusionne Musically et  
TikTok

# **Selon vous, quel est le nombre d'utilisateurs TikTok par mois en France ?**

**15 millions**

**20 millions**

**25 millions**

# Selon vous, quel est le nombre d'utilisateurs TikTok par mois en France ?

15 millions

20 millions

25 millions\*

1,2 milliard d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde

# Une audience large MAIS très bien ciblée



56 %



44%

En France



37,3 %

Age 18-24

32,9 %

Age 25-34

15,8 %

Age 34-44

7,9 %

Age 44-54

6,2 %

Age 55+



Croissance la plus rapide

- Une montée en puissance des utilisateurs de la tranche **25-44 ans et +**, ce qui rend TikTok pertinent pour toucher une audience plus large y compris dans le secteur industriel.



**UNE BELLE OPPORTUNITÉ**

**73%** des utilisateurs en France ont plus de **24 ans**

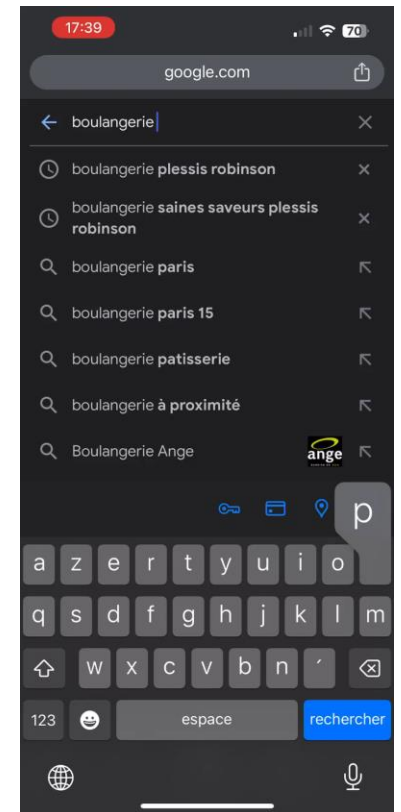
# Une plateforme adaptée aux usages actuels et aux tendances vidéos



2 utilisateurs sur 5

ont déjà utilisé TikTok comme moteur de recherche.

- TikTok devient **un moteur de recherche**  
Les jeunes s'y informent autant qu'ils s'y divertissent.
- **Double visibilité**  
Les vidéos TikTok apparaissent aussi sur **Google**.
- **L'incarnation avant tout**  
Des contenus qualitatifs, spontanés, authentiques et efficaces... sans gros budget.



# Quel est le temps moyen passé par mois, par les utilisateurs actifs ?

15h48

38h38

45h56

# Quel est le temps moyen passé par mois, par les utilisateurs actifs ?

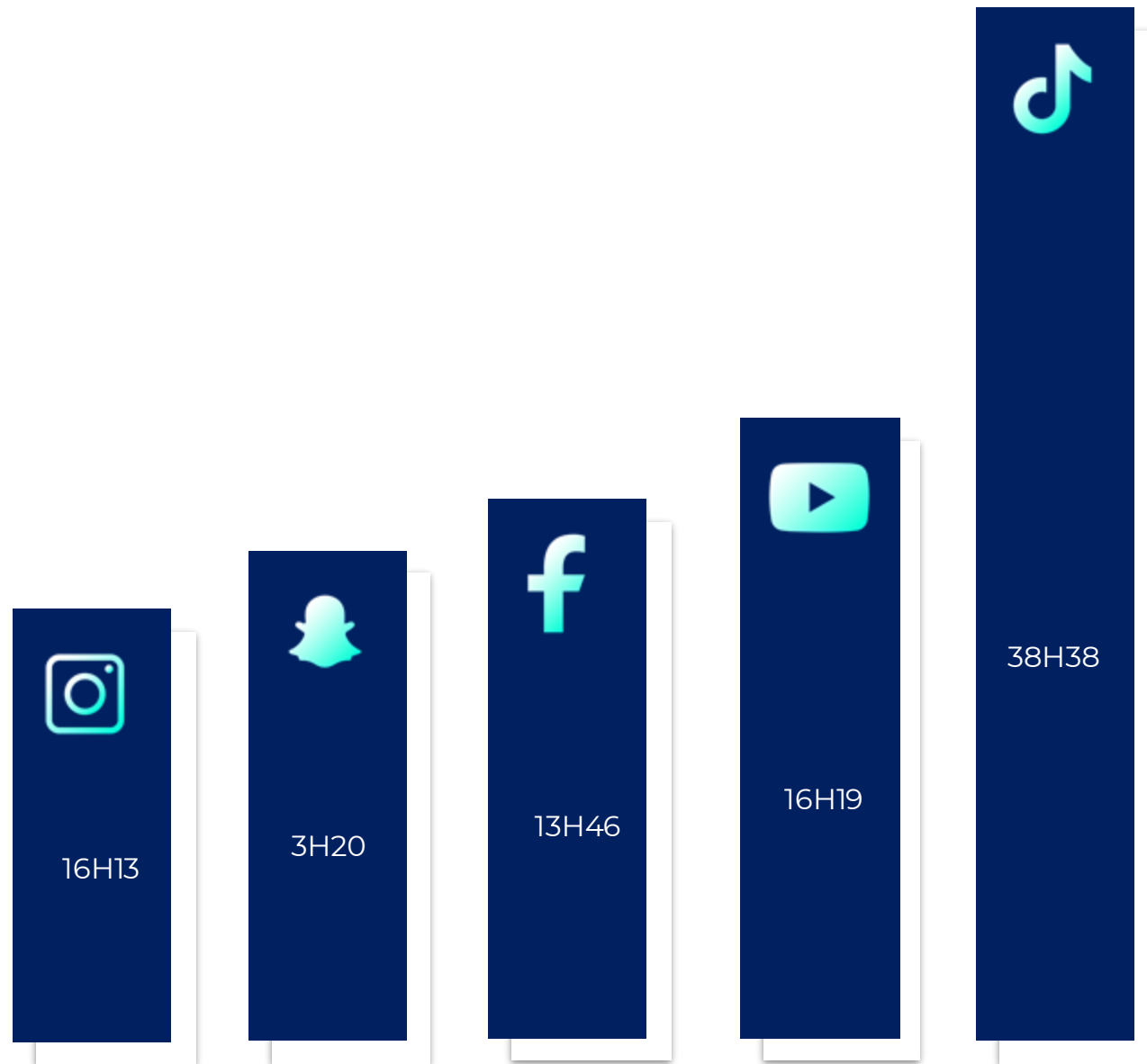
15h48

38h38

45h56

Soit le temps moyen le plus élevé des réseaux sociaux

# Temps moyen passé par mois par les utilisateurs actifs



# Opportunités pour le secteur industriel et la marque employeur



- TikTok s'impose progressivement comme un canal légitime pour le **recrutement et la marque employeur**, en particulier pour toucher les jeunes talents et les professionnels en reconversion.
- Tiktok est aussi une plateforme constituée de **communautés de niche** notamment dans l'industrie.



**#job**

3.1M publications



**Food**

50,9M publications



**pâtisserie**

68,6K publications



**#recrutement**

144.5K publications



**TikTokMadeMeBuyIt**

18,8M publications



**boulangerie**

114,0K publications



**#emploi**

109.6K publications



**recette**

892,1K publications



**viennoiserie**

26,2K publications

# L'algorithme offre une chance à tous

*Le fond avant la marque !*

- Chaque vidéo est **poussée indépendamment** des performances passées et du nombre d'abonnés.
- Possibilité **d'émerger rapidement dès le lancement du compte**, même avec une audience limitée.
- **Les contenus de niche ont un fort potentiel** de viralité et de mise en avant.



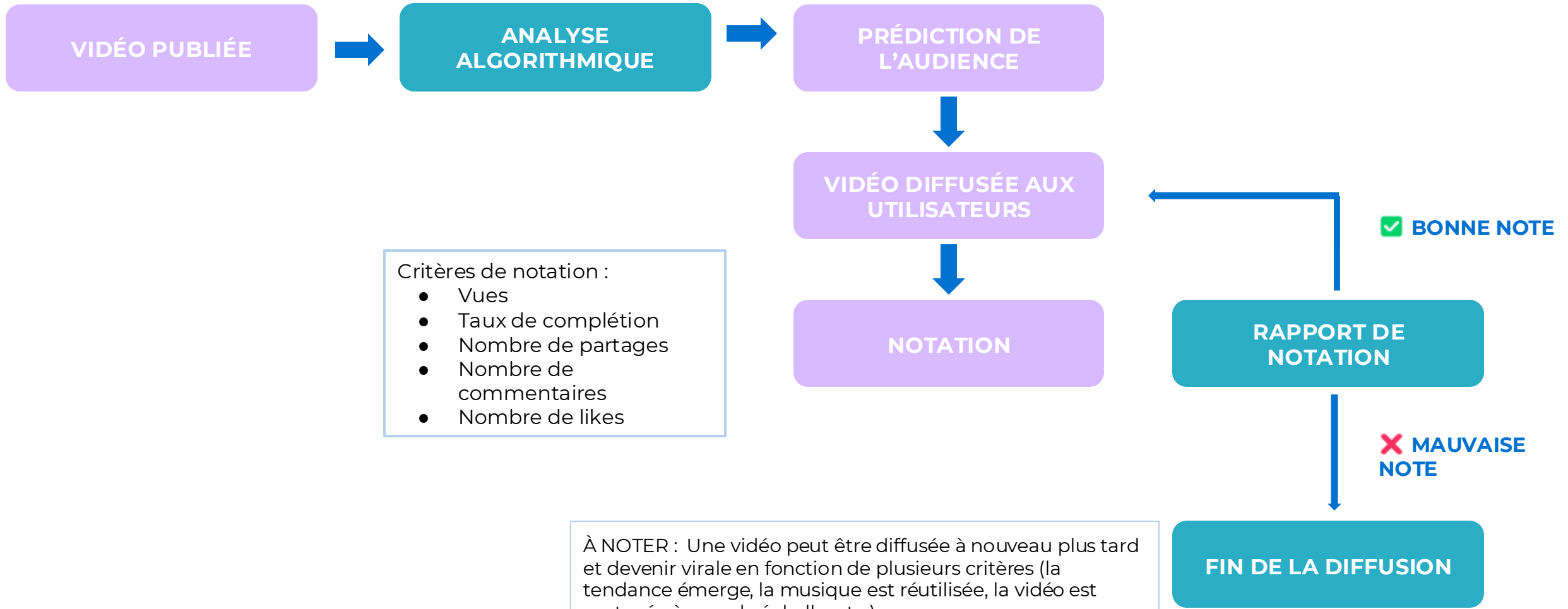
maison\_becam Maison Bécam

Suivre Message

27 Suivis 628 Followers 6853 J'aime

Votre boulangerie artisanale

# Un algorithme à apprivoiser



# Êtes-vous à jour sur TikTok ?



## Les bases à connaître

- **Effets personnalisables** : son, transitions, filtres, arrière-plans, etc.
- **Tendances** : le mot clé est l'adaptation
- Produisez votre **contenu en direct ou importez-le**
- Adressez-vous à votre **communauté**
- Ne négligez pas les **sous-titres**
- **Épinglez** les publications les plus performantes en première page

LES # POUR LA  
VISIBILITÉ

AUGMENTER  
L'INTERACTION

S'ADAPTER AUX CODES DE LA  
PLATEFORME

# Êtes-vous à jour sur TikTok ?



## Les différents formats



**Vidéo**  
jusqu'à 10 minutes



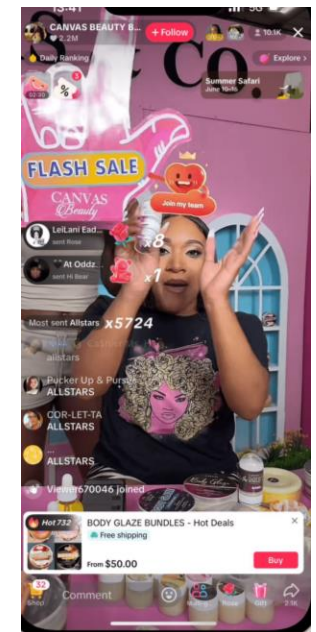
Le **carrousel**  
(série d'images à faire défiler)



**Les trends.**  
Généralement associées à de la musique, des filtres et des codes spécifiques



Moins populaire que le modèle d'Instagram, TikTok propose également le format **Stories**.



**TikTok Live**

# Du côté de la Boulangerie-Pâtisserie

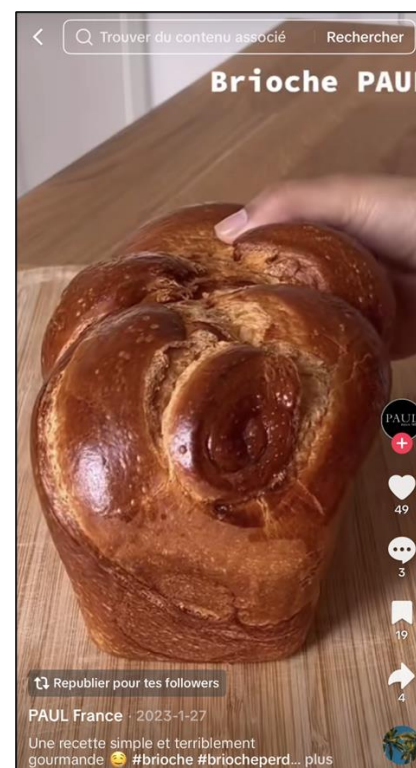
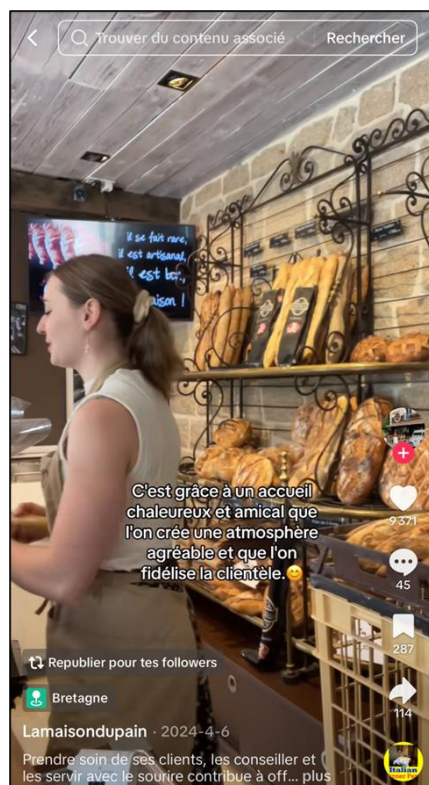


Contenu  
humoristique

Journée type

Recette

UGC/Influence





**TIKTOK COMME LEVIER  
BUSINESS**

# Générer du trafic en boutique grâce à TikTok

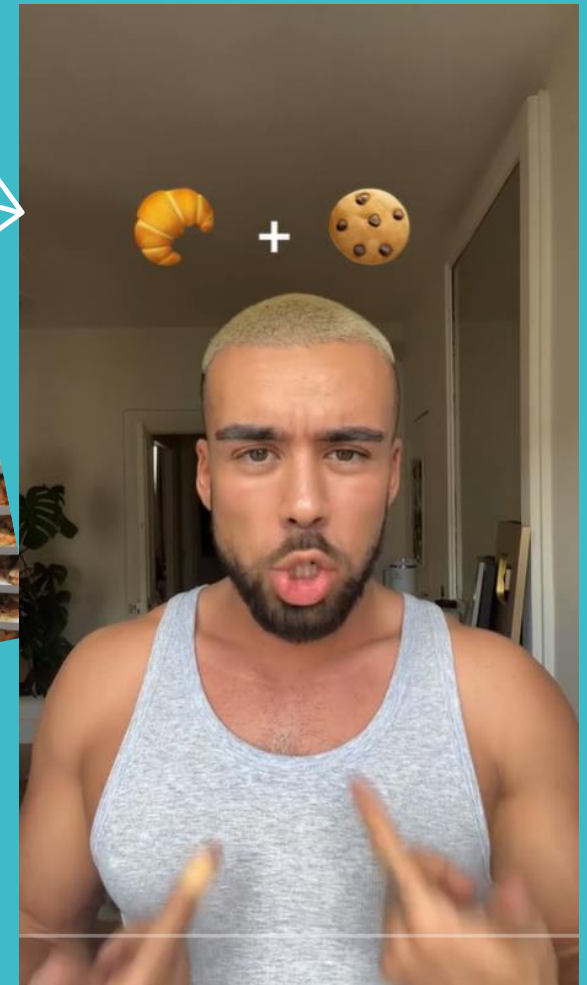
TikTok est devenu un outil puissant pour les commerces de proximité, permettant d'attirer de nouveaux clients et de renforcer la notoriété locale.

## Visibilité accrue :

Des vidéos virales peuvent attirer une clientèle locale curieuse.

## Ciblage géographique :

TikTok permet de toucher une audience locale grâce à son algorithme.



**« On est passé de 30 à 1 800 ventes par jour »**

Stéphane Louvard, Boulangerie Maison Louvard

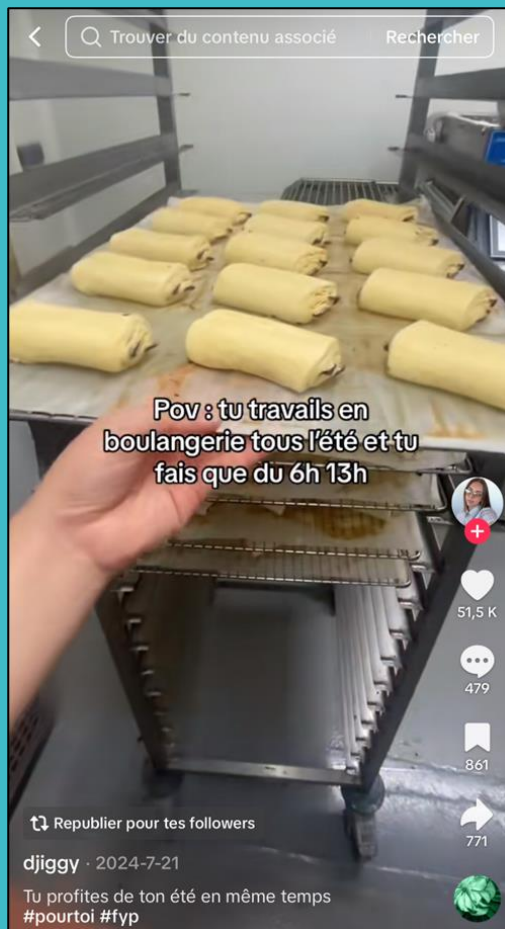
**3,2 M de vues**

Par l'influenceur Johan Papz

# Créer du lien avec ses clients

**Authenticité :** Partager les coulisses de la boulangerie crée une relation de confiance.

**Interaction :** Répondre aux commentaires et messages renforce l'engagement.



user1142553898459

La perfection au maximum on se régale du reg le top du top bravo félicitations pour ces œuvres art 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌

1-20 Répondre

BOULANGERIE W&M · Créateur(trice)

Merci beaucoup 🍌🍌

J

Joëlle SABLON

mais où dans paris

2-21 Répondre

Sophia (CookWithSo)

🍌🍌🍌🍌🍌🍌

1-10 Répondre

BOULANGERIE W&M · Créateur(trice)

🍌🍌🍌

# Stratégies de contenu efficaces

## Types de contenu :

- **Tutoriels** : Montrer la préparation d'une baguette ou d'une viennoiserie.
- **Coulisses** : Partager le quotidien de l'équipe en boulangerie.
- **Trends** : Utiliser des musiques ou challenges populaires pour présenter ses produits.

TUTO



COULISSES



TREND  
MUSIQUE



# Utiliser TikTok Ads pour booster votre visibilité

Un outil publicitaire encore sous-exploité... et redoutablement efficace !

## Coûts compétitifs

Jusqu'à 30 % moins cher en coût par mille impressions (CPM) que Meta (Facebook/Instagram), tout en touchant une audience très engagée.

## Une variété de format publicitaire

TopView, In-Feed Ads, Spark Ads, Brand Takeover

## Une audience en constante croissance

- La Gen Z
- Les millennials, devenus majoritaires sur la plateforme
- Et de plus en plus de 30-45 ans, CSP+, acheteurs actifs



TopView

Brand  
Takeover

In-Feed  
Ads



**TIKTOK COMME LEVIER  
MARQUE EMPLOYEUR**

# Pourquoi TikTok pour votre Marque Employeur ?

Le recrutement, un sujet très présent

## Cœur de cible : Génération Z

- 66 % des utilisateurs ont entre 18 et 34 ans.

## Authenticité recherchée

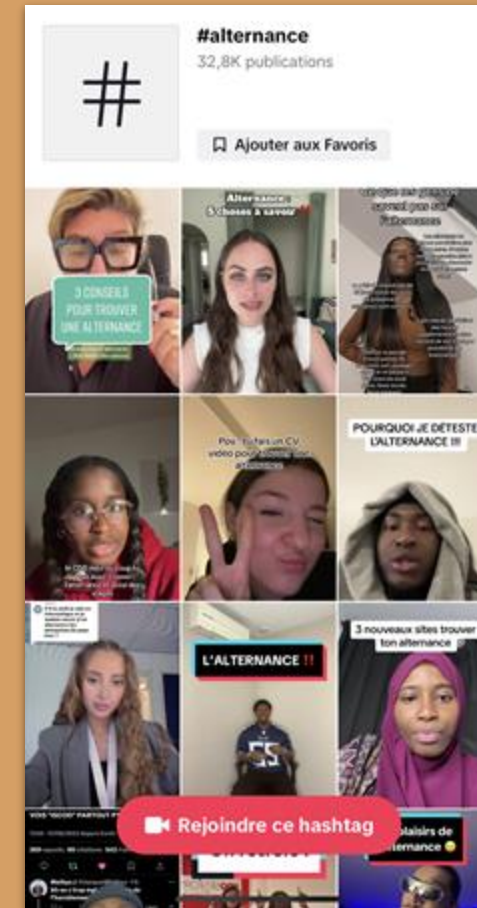
- Les jeunes privilégient des contenus spontanés et sincères.

## Portée organique élevée

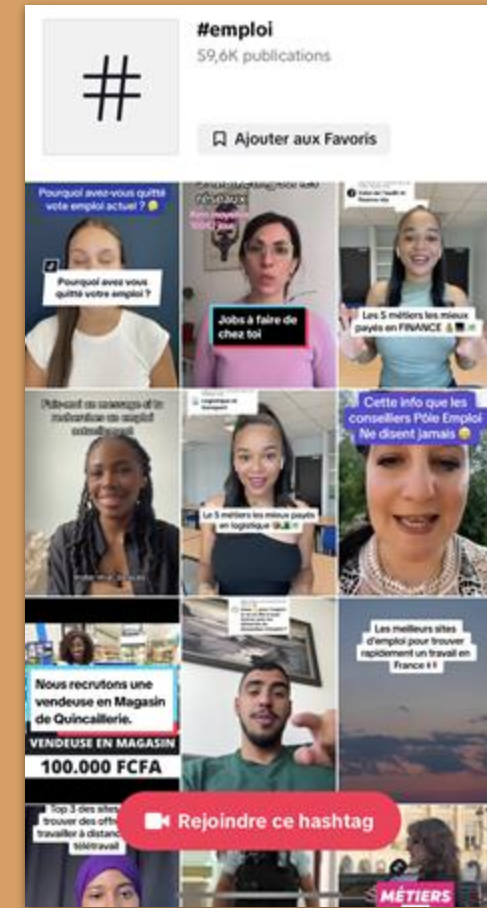
- Une vidéo peut atteindre jusqu'à 375 000 vues sans budget publicitaire.



+ 80K  
publications



+ 32K  
publications



+ 59K  
publications

# Donnez la parole à vos collaborateurs

## Incarnez votre entreprise

Laissez vos collaborateurs s'exprimer sur leur métier, leur passion, leur quotidien.



Une touche d'humour pour s'adapter aux codes de la plateforme et donner un aperçu de l'ambiance interne

# Le cas Saint Gobain

## Des résultats concrets

Une campagne de **20 vidéos** sur TikTok a généré **6 millions d'impressions** et **90 000 candidatures**, doublant ainsi les résultats de l'année précédente.



108 200  
vues



493 00  
vues



400 000  
vues



**ATELIER : IMAGINER  
SON 1er CONTENU  
TIKTOK**

# Créer son 1er contenu TikTok

Les questions à se poser ?

- **Quel est votre objectif de communication ?**  
(recrutement, promotion de produits/métiers)
- **Quel métier souhaitez-vous valoriser ?**
- **Quel geste métier valoriser ?** (ex : glaçage)
- **Quel format choisir ?** (accéléré, tuto, POV, Interview...)
- **Ajouter une musique tendance ou un son TikTok**

*"Avant/Après de ma viennoiserie signature en 10 secondes"*

*"Une journée dans ma boulangerie en 3 temps"*

# À vous de jouer !





**MERCI**