

e-Commerce sur TikTok

Guide de démarrage

Un plan étape par étape pour conquérir vos prochains clients sur TikTok

VOTRE DÉFI

Que vous soyez un détaillant en ligne reconnu ou un novice dans la vente directe aux consommateurs, trouver de nouveaux clients peut parfois s'avérer difficile.

VOTRE SOLUTION

Vos futurs clients sont sur TikTok

Trouvez-les et augmentez vos ventes en ligne grâce à ce plan ultra simple.

92 %

des utilisateurs dans le monde **passent à l'action** après avoir regardé une vidéo TikTok

Source : TikTok Marketing Science, étude mondiale « Time Well Spent » menée par Kantar, 2021

VUE D'ENSEMBLE

Voici comment vous lancer sur TikTok Ads Manager

Vous trouverez plus de détails aux pages 2 et 3

1. Créez votre compte TikTok Ads Manager

- Configurez un mode de paiement

2. Configurez votre Pixel TikTok

- Configurez **plus de 3 événements de suivi**
- Activez la Correspondance avancée automatique et les Cookies propriétaires

3. Créez votre premier contenu publicitaire

- Choisissez une vidéo pour les **Spark Ads**
- Découvrez nos outils créatifs et laissez-vous inspirer

4. Diffusez votre première campagne

- Servez-vous de l'objectif Conversions de sites Web
- Commencez par optimiser vos annonces pour générer des **Ajouts au panier***
- Pour un résultat optimal, commencez avec un **budget journalier d'au moins 30 USD pour votre groupe d'annonces**
- Choisissez votre ciblage

Analysez, optimisez et multipliez vos ventes sur TikTok !

STRATÉGIE D'OPTIMISATION

***Commencez par les événements « Ajout au panier » pour obtenir de meilleurs résultats**

Si vous commencez tout juste à utiliser les annonces TikTok, vous devez commencer par **apprendre au système** quels types de visiteurs sont les **plus susceptibles de faire un achat** lors de leur parcours utilisateur grâce à un événement du milieu du funnel marketing, tel que l'Ajout au panier.

Une fois que le système saura reconnaître votre audience idéale, vous pourrez vous concentrer sur des événements tels que la Finalisation de paiement.

DES RÉSULTATS PROUVÉS

HiSmile a augmenté ses recettes de plus de 28 % grâce à notre formule



Contexte

HiSmile a commencé à faire de la publicité sur TikTok avec des événements visant le bas du funnel marketing, comme la Finalisation de paiement, et ce dès le premier jour. Les résultats étaient limités.

Solution

HiSmile a essayé d'optimiser des événements situés plus tôt dans le parcours d'achat, tels que l'Ajout au panier, afin de faire comprendre au système quels étaient les utilisateurs les plus susceptibles de devenir des clients.

Résultats

Grâce à cette nouvelle approche, HiSmile a vu **ses recettes augmenter de 28 %**.

Liste de contrôle

Guide de démarrage de TikTok (e-Commerce) pour diffuser votre première campagne

✓ Cochez les cases à mesure que vous terminez les différentes étapes !

1. Créez votre compte TikTok Ads Manager

Inscrivez-vous pour obtenir un compte TikTok Ads Manager

(cliquez [ici](#) pour des instructions détaillées. Cette étape fonctionne mieux depuis un ordinateur.)

Configurez un mode de paiement
(Allez dans Tableau de bord > Paramètres du compte > Paiement)

2. Configurez votre Pixel TikTok

Pourquoi ? Le Pixel TikTok vous permet de suivre les événements pour toutes les actions des visiteurs que vous valorisez et communique ces informations à vos campagnes afin de trouver des utilisateurs les plus susceptibles de devenir des clients.

Sélectionnez Pixel TikTok dans Actifs > Événements > Événements Web

RECOMMANDÉ Activez la Correspondance avancée automatique et les Cookies propriétaires

Configurez au moins 3 événements via le Créateur d'événements ou le Mode personnalisé : **Affichage du contenu, Ajout au panier et Finalisation de paiement**



Conseil de pro : Configuration de Pixel

- Configurez le Pixel en un clic si vous utilisez une plateforme d'e-Commerce partenaire de TikTok. Nos partenaires comprennent : Shopify, BigCommerce, Ecwid, WooCommerce, Prestashop et [bien d'autres !](#)
- Pas besoin de développeurs (ou presque) pour ajouter des événements de Pixel via le Code personnalisé grâce au modèle de balise de TikTok avec Google Tag Manager. Plus d'informations [ici](#).

3. Créez votre premier contenu publicitaire

Ne vous laissez pas intimider par le format vidéo – nous disposons de nombreux outils et ressources pour vous aider à vous lancer.

Choisissez une vidéo TikTok existante à utiliser comme Spark Ad

Pourquoi ? Les Spark Ads possèdent un taux de réussite* 134 % plus élevé que les In-Feed Ads standards.

Trouvez [l'inspiration](#) pour créer une nouvelle vidéo et découvrez les [outils créatifs](#) qui vous aideront à donner vie à vos idées



Conseil de pro : Spark Ads

- Les Spark Ads sont un format publicitaire qui transforme des vidéos TikTok existantes en annonces payantes dans le flux « Pour toi ». Parce que les Spark Ads ressemblent à du contenu natif, celles-ci tendent à être plus performantes.
- D'après nos études internes, les Spark Ads les plus performantes sont les vidéos portant sur votre entreprise ou vos produits qui comptent le plus de vues. Celles-ci sont encore plus efficaces si votre vidéo est récente, datant de 3 à 5 jours, mais il vous est possible d'utiliser n'importe quelle vidéo TikTok en tant que Spark Ad.

4. Diffusez votre première campagne

Commencez à configurer votre première campagne dans TikTok Ads Manager en cliquant sur [Créer une annonce](#) depuis votre tableau de bord.

NIVEAU DE LA CAMPAGNE

Sélectionnez l'objectif « Conversions de sites Web »

Désactivez l'option « Définir le budget de la campagne » (pour un meilleur contrôle, vous utiliserez les budgets journaliers pour vos groupes d'annonces)

NIVEAU DU GROUPE D'ANNONCES

Sélectionnez « Site Web » et votre Pixel

Choisissez « Ajout au panier » en tant qu'Événement d'optimisation

Pourquoi ? Nos études ont démontré que le fait de commencer par des événements tels que l'ajout au panier permet au système de reconnaître les types de visiteurs qui se transforment en clients. Reportez-vous à la page 3 pour savoir à quel moment nous recommandons de passer à l'événement Finalisation de paiement.

Choisissez « TikTok » dans « Sélectionner le placement »

Choisissez votre Ciblage

Nous vous recommandons d'essayer le « Ciblage automatique ». Si vous utilisez le « Ciblage personnalisé », assurez-vous de choisir une audience large au moyen de l'outil d'[Estimation de la taille de l'audience](#)

Configurez un budget journalier pour le groupe d'annonces (commencez par un minimum de 30 USD).



Conseil de pro : Budget journalier du groupe d'annonces

- Le Budget journalier du groupe d'annonces est le montant maximal que vous autorisez votre groupe d'annonces à dépenser par jour.
- Commencez avec un budget journalier d'au moins 30 USD (ou votre équivalent en devise locale). Ce montant donne à l'algorithme suffisamment de ressources pour **apprendre à connaître votre audience idéale et obtenir des résultats optimaux dès le début.**

Choisissez « Coût le plus bas » pour votre stratégie d'enchères

NIVEAU DE L'ANNONCE

Sélectionnez une identité à utiliser pour diffuser des Spark Ads**

Qu'est-ce que c'est ? Les Spark Ads vous permettent d'utiliser du contenu organique de votre compte TikTok ou de celui d'un créateur en guise d'annonce vidéo. L'identité détermine la façon dont l'annonce s'affichera. Plus de détails [ici](#).

Sélectionnez la publication organique que vous souhaitez utiliser en tant qu'annonce ou téléversez votre nouvelle vidéo

Complétez le texte et l'URL de votre annonce
Pourquoi ? C'est ce que votre annonce affichera et ce vers quoi elle renverra sur TikTok.

Sélectionnez Dynamique pour votre « Call-to-action »

Cliquez sur [Soumettre](#) pour soumettre votre première campagne à un examen !



Félicitations !

Vous avez lancé votre première campagne publicitaire TikTok



Quelle est la prochaine étape ?

Examen des annonces

Toutes les annonces sont soumises à un processus d'examen une fois que vous cliquez sur « Soumettre ». Cela nous permet de garantir que le contenu promotionnel payant est à la fois [sûr et attrayant](#) pour notre communauté.

Vous recevrez une notification une fois que vos annonces auront été approuvées et publiées – **la plupart des annonces sont examinées sous 24 heures.**

Cliquez [ici](#) pour plus de détails sur le processus d'examen des annonces.

Entretenez votre première campagne

Si vous êtes arrivé jusqu'ici, il est temps de suivre ces conseils pour augmenter vos ventes et atteindre de nouveaux sommets !

Analysez le nombre de **conversions Ajout au panier** que vous enregistrez au cours de la **1re semaine** :

AU MOINS 1 CONVERSION AJOUT AU PANIER



Lancez un nouveau groupe d'annonces :
Finalisation de paiement

Le système dispose d'informations initiales sur les types de visiteurs les plus susceptibles de se convertir en clients. Il vous est également possible de commencer à optimiser la Finalisation de paiement tout en continuant de collecter des informations grâce à l'Ajout au panier.

0 CONVERSION AJOUT AU PANIER



Lancez un nouveau groupe d'annonces :
Affichage du contenu

Le système peut avoir besoin d'un peu plus de temps pour comprendre votre audience. Une fois que vous avez atteint le seuil de 100 Affichages du contenu, vous êtes prêt à passer à la Finalisation de paiement.



Conseil de pro : Gardez votre groupe d'annonces Ajout au panier activé pour maintenir un volume de conversion continu et poursuivre l'apprentissage du système !

RECOMMANDÉ

Développez votre présence organique sur TikTok

Pourquoi ? Une bonne stratégie organique peut vous aider à amplifier l'effet de votre contenu payant et à augmenter votre ROAS. Utilisez votre canal organique pour tester et identifier le contenu le plus efficace, puis boostez votre succès grâce aux Spark Ads.

- Créez votre **Compte Entreprise** sur TikTok

Qu'est-ce que c'est ? Un Compte Entreprise est un profil public sur TikTok qui constitue également le centre névralgique de votre entreprise sur la plateforme. Plus d'informations [ici](#).

- Développez votre **stratégie organique** sur TikTok

Comment ? Créez du contenu de qualité en vous intéressant aux tendances et en utilisant des sons. Essayez de publier 3 à 5 fois par semaine pour déterminer ce qui plaît le plus à votre audience. Pour plus de conseils, rendez-vous [ici](#).

Découvrez d'autres ressources



YAASS

- **Inspiration vidéo**

À la recherche d'idées pour votre prochaine vidéo TikTok ? Voici quelques [sources d'inspiration créative](#) pour vous démarquer.

- **Questions relatives au produit et aux politiques publicitaires**

Le [Centre d'assistance](#) peut répondre à vos questions à tous les niveaux, de l'utilisation de nos produits aux détails de nos politiques publicitaires. Il vous suffit de taper un mot-clé pour trouver ce dont vous avez besoin.

- **Pixel TikTok**

Découvrez le fonctionnement du Pixel TikTok ainsi que les options d'installation rapide que nous proposons dans [ce guide](#).