

TikTok Shop

Comment l'intégrer dans votre stratégie digitale ?



Aujourd'hui,
le social commerce :

Projection

1200 milliards
en 2025 dans
le monde

La vitesse de
croissance du
social commerce
est **3 fois plus**
rapide que le
e-commerce.



1 milliard

d'utilisateurs mensuels dans le monde

24,7 millions

d'utilisateurs mensuels en France

3 utilisateurs TikTok sur 4

sont enclins à acheter une marque
qu'ils ont découverte sur la plateforme





20 milliards
de ventes en
2023 aux USA



1 utilisateur
sur 2
a déjà
découvert
un produit
sur TikTok



Nouveaux
parcours
d'achat
Les utilisateurs
achètent
directement
sur TikTok



Ce guide vous montre comment vous lancer concrètement sur TikTok Shop, sans jargon ni usine à gaz.

Vous trouverez ici des réponses pratiques et activables.





**Pourquoi
TikTok Shop
mérite votre
attention ?**



Conversion directe

Vous passez de la notoriété à la conversion en un seul canal.



Audience ciblée

Vous touchez une audience jeune, ultra-connectée, mobile-first.



Puissance algorithmique

Vous exploitez l'algorithme TikTok pour pousser vos produits en organique ou via des campagnes d'influence.

Forme de "shoppertainment" :
divertissement + inspiration = Vente

TikTok devient un point de vente à part entière, à intégrer dans vos réflexions media, contenu, et e-commerce.



1 L'utilisateur voit une vidéo
(dans son feed ou en live)

2 L'utilisateur clique sur
ce lien (le tag produit)

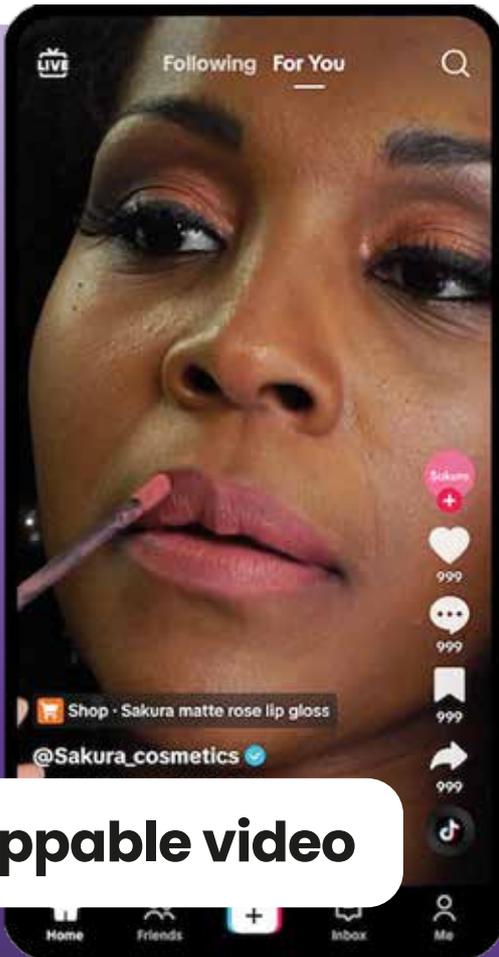
3 L'utilisateur commande
et paie directement sur TikTok

4 La commande
est envoyée

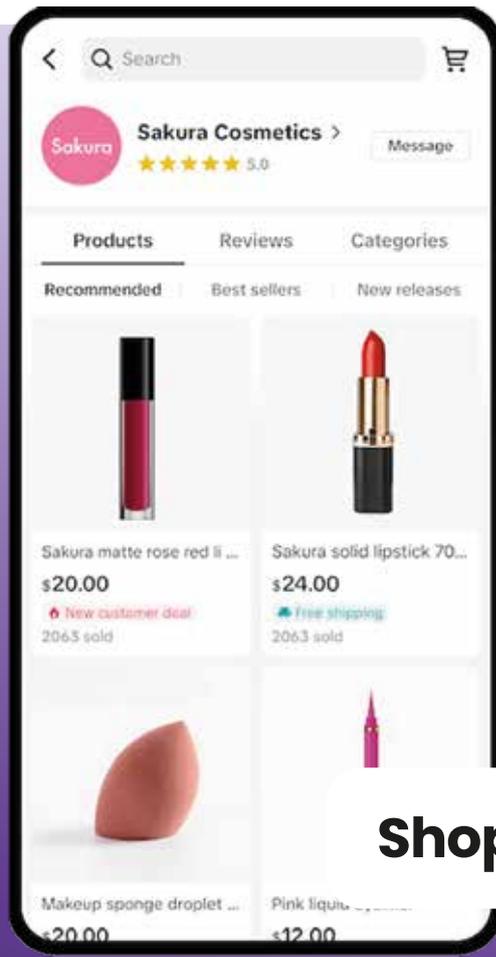


Avantage majeur pour la marque :

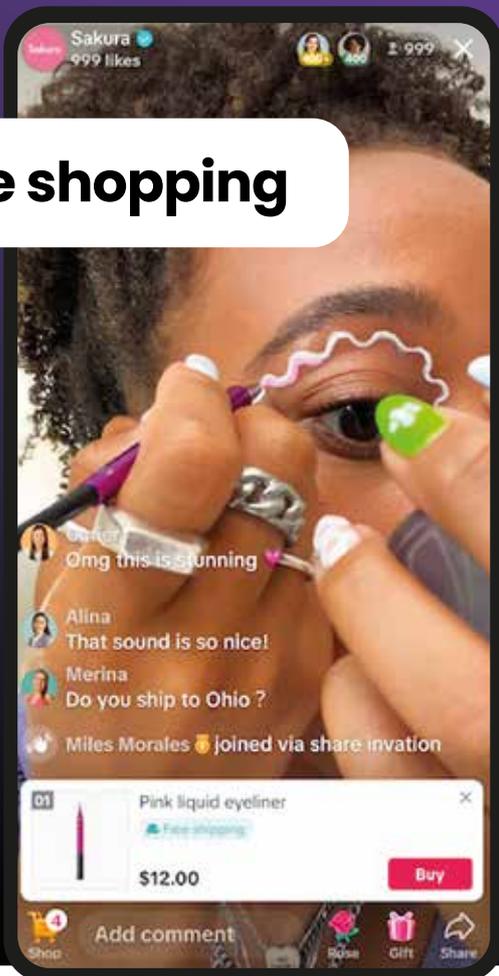
Le client reste dans TikTok du début à la fin, ce qui évite les pertes de conversion liées aux redirections vers un site externe.



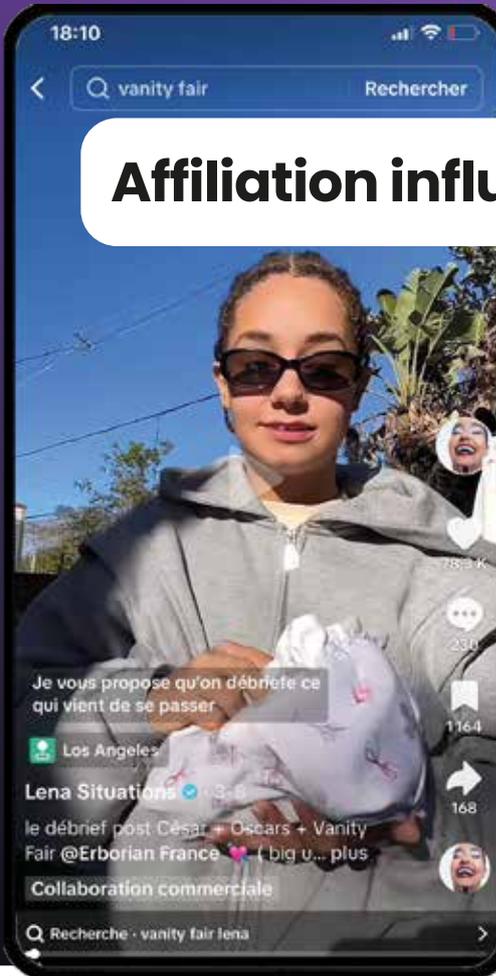
Shoppable video



Shop Tab



Live shopping



Affiliation influence



Présenter vos produits en direct

Avec démonstration complète et interactive



Interactions en temps réel

Répondez aux questions des viewers.



Proposer des offres flash

Uniquement disponibles pendant le live



Astuce

Animez vos lives avec un créateur ou une personne de votre équipe à l'aise face caméra. Il n'est pas nécessaire d'investir massivement. Pour débiter un bon éclairage et un format sincère suffisent.

Contenu + selling

Le combo gagnant

TikTok Shop ne marche que si le contenu engage.



Des vidéos
spontanées,
incarnées,
utiles ou fun



Un produit en
usage réel,
pas juste posé



Un format
court,
dynamique,
sincère

Tuto Make-up

Demo cuisine

Routine bien-être



Glowy makeup





**Comment
intégrer
Tiktok Shop
à votre
stratégie ?**

1 Choisissez 1 à 3 produits à tester

- Les plus visuels
- Les plus achetés
- Les plus faciles à démontrer

2 Créez une vidéo native autour de ce produit

- Tuto, démonstration, unboxing, réaction client
- Filmez au smartphone, sans surproduire

3 Ajoutez un tag produit via TikTok Shop

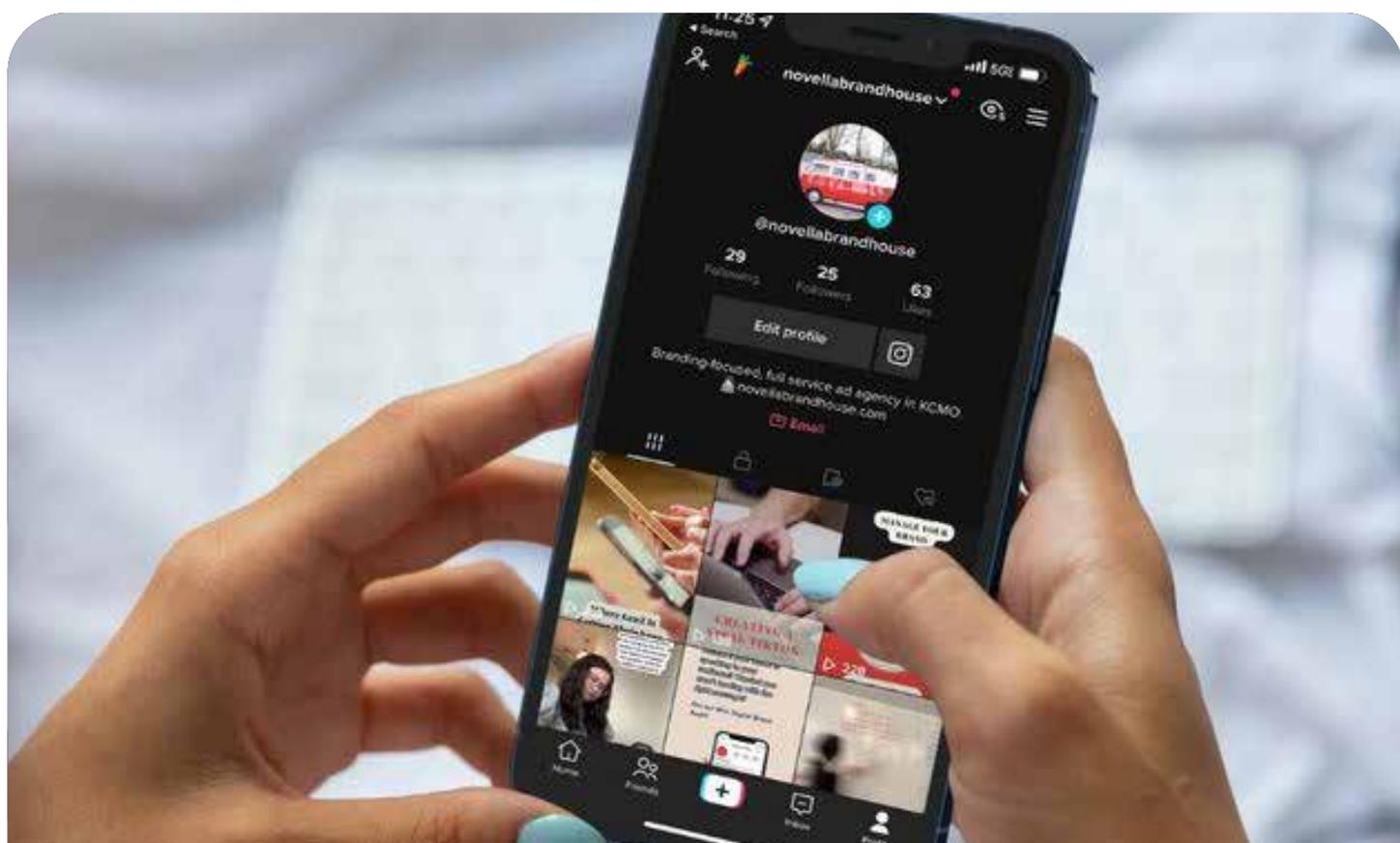
- Pour relier la vidéo à la fiche produit en un clic

4 Publiez sur votre compte TikTok (ou via un créateur affilié)

- Laissez tourner 48h pour voir la traction
- Testez des variations de formats

5 Analyser les performances

- Vues
- Clics sur le tag
- Ajouts au panier
- Conversions



- ✓ **Créez votre compte** TikTok Shop
- ✓ Préparez vos **visuels et descriptions**
- ✓ **Connectez votre boutique** (ou site e-commerce si besoin)
- ✓ **Testez 1 à 2 formats vidéo** avec lien d'achat
- ✓ Lancez une **première promo simple** (réduction ou offre pack)
- ✓ **Choisissez vos premiers produits** à intégrer
- ✓ **Vérifiez** vos conditions de livraison et retours
- ✓ **Activez le Pixel** pour suivre les ventes
- ✓ **Identifiez 2-3 créateurs** à approcher pour de l'affiliation
- ✓ **Analysez** les résultats et ajustez

Authenticité avant tout

Les utilisateurs de TikTok privilégient les contenus spontanés. Les marques authentiques, portées par des créateurs alignés avec leurs valeurs, gagnent en confiance et en engagement.

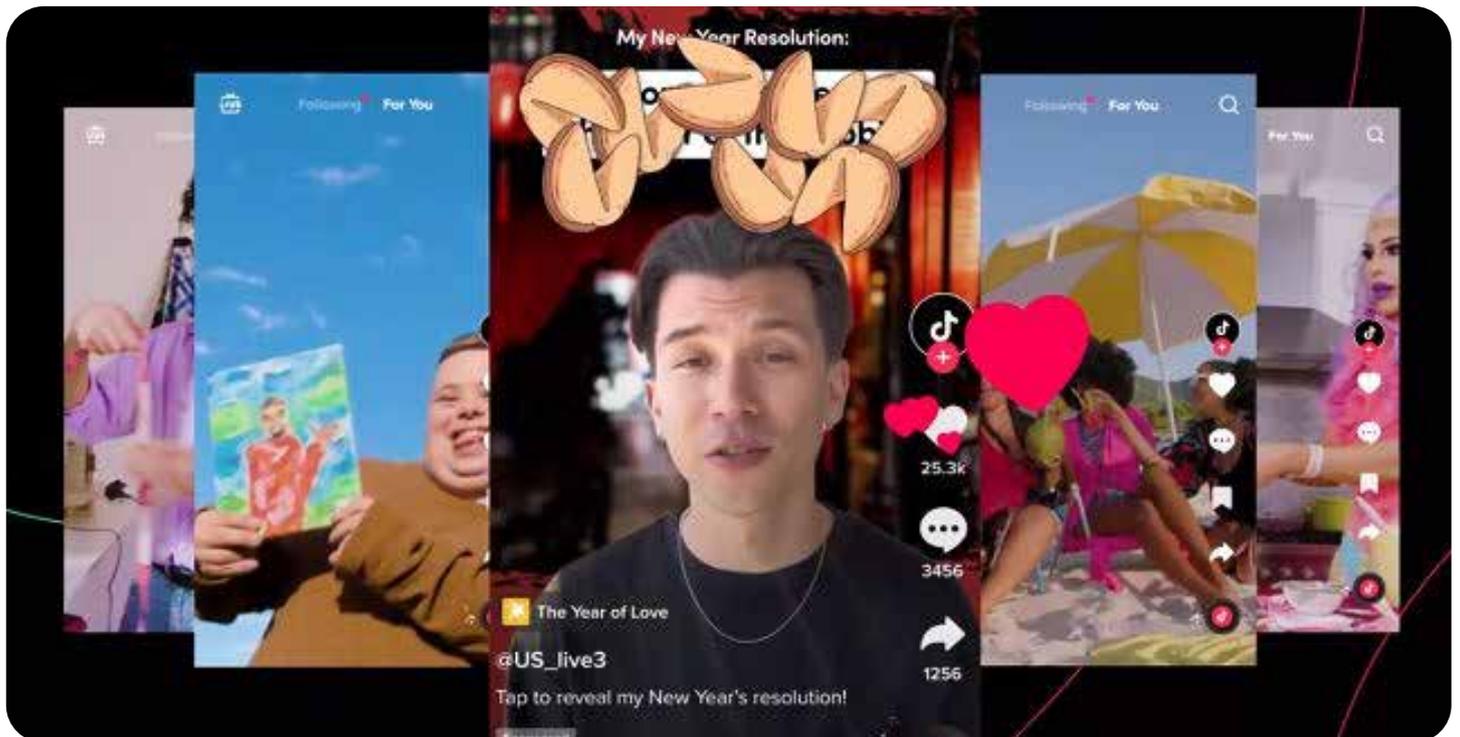
Effet viral & créativité

Le format court et l'algorithme favorisent une diffusion rapide. Miser sur un contenu créatif, divertissant ou éducatif peut propulser un produit en quelques jours.

Outils de promotion intégrés

- > Campagnes saisonnières
- > Coupons, réductions ciblées, Shop Ads.





Partenariats créateurs (Open & Target Plan)

- › L'Open Plan permet à un maximum d'influenceurs de recommander un produit en échange d'une commission.
- › Le Target Plan assure une cohérence de marque avec des créateurs ayant une audience qualifiée.

Live Shopping = achat immédiat

- › Les lives créent un sentiment d'urgence favorisant les achats impulsifs (offres limitées, flash sales).
- › Le chat en direct renforce transparence et confiance.

Ne pas...

Faire une boutique sans contenu

Sans vidéo engageante, votre boutique restera invisible.

Lancer 15 produits d'un coup

Mieux vaut tester avec 2-3 références fortes, bien mises en scène, que de charger une boutique vide de sens.

Produire du contenu trop "pub"

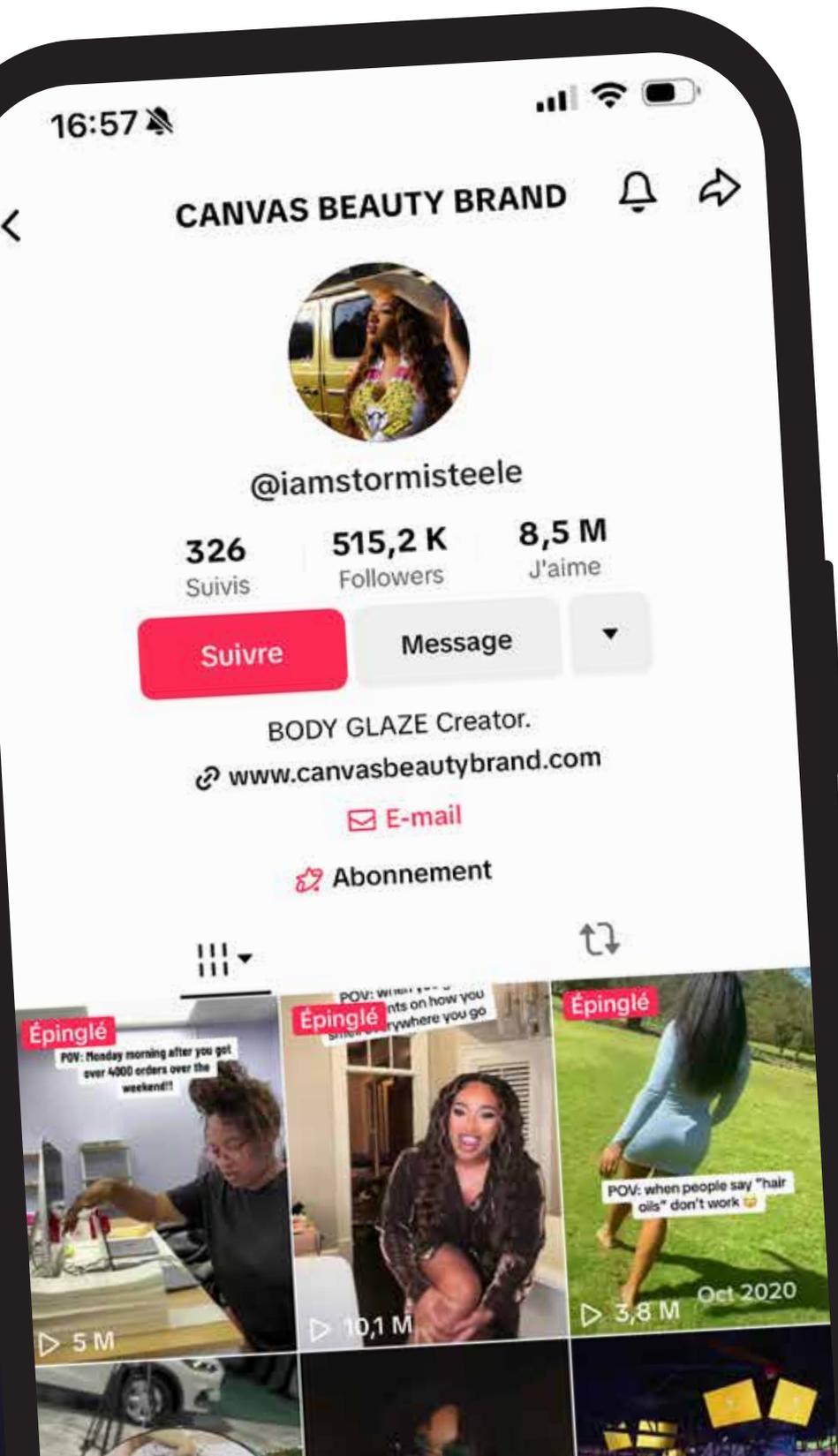
Les vidéos qui ressemblent à des spots TV sont vite zappées. TikTok valorise l'authenticité.

Négliger la logistique ou les retours

Un mauvais avis sur une livraison ou un SAV peut rapidement impacter la visibilité de vos produits.

Canvas Beauty

Cette marque de produits capillaires a connu un succès notable lors du Black Friday 2024.



2M \$
de ventes en
une session de
Live Shopping

3M \$
sur l'ensemble
de la période
promotionnelle

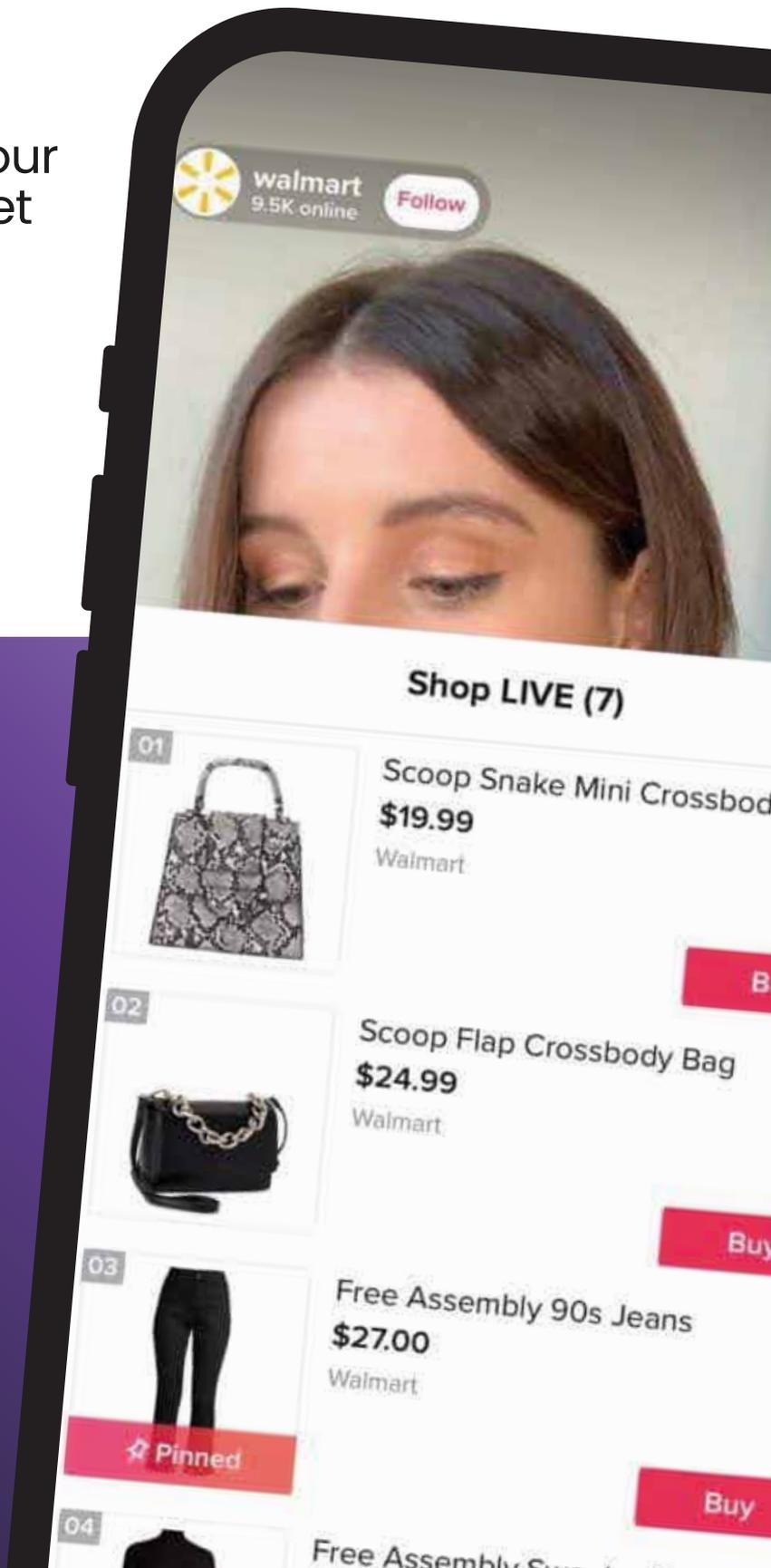
Walmart

Walmart a régulièrement organisé des sessions de live shopping sur TikTok Shop pour promouvoir des produits variés. Collaboration avec des influenceurs populaires pour maximiser l'engagement et la conversion.



25%

des ventes en ligne
grâce à Tiktok Shop
& au Live Shopping



Puma

Campagne autour de ses baskets "Mayze" en utilisant TikTok Shop et des promotions ciblées. La marque a collaboré avec l'influenceuse Dawn Love, qui a organisé plusieurs sessions de live shopping pour promouvoir les produits.

Puma a également investi dans les Shop Ads pour maximiser la visibilité et attirer un public jeune et tech-savvy

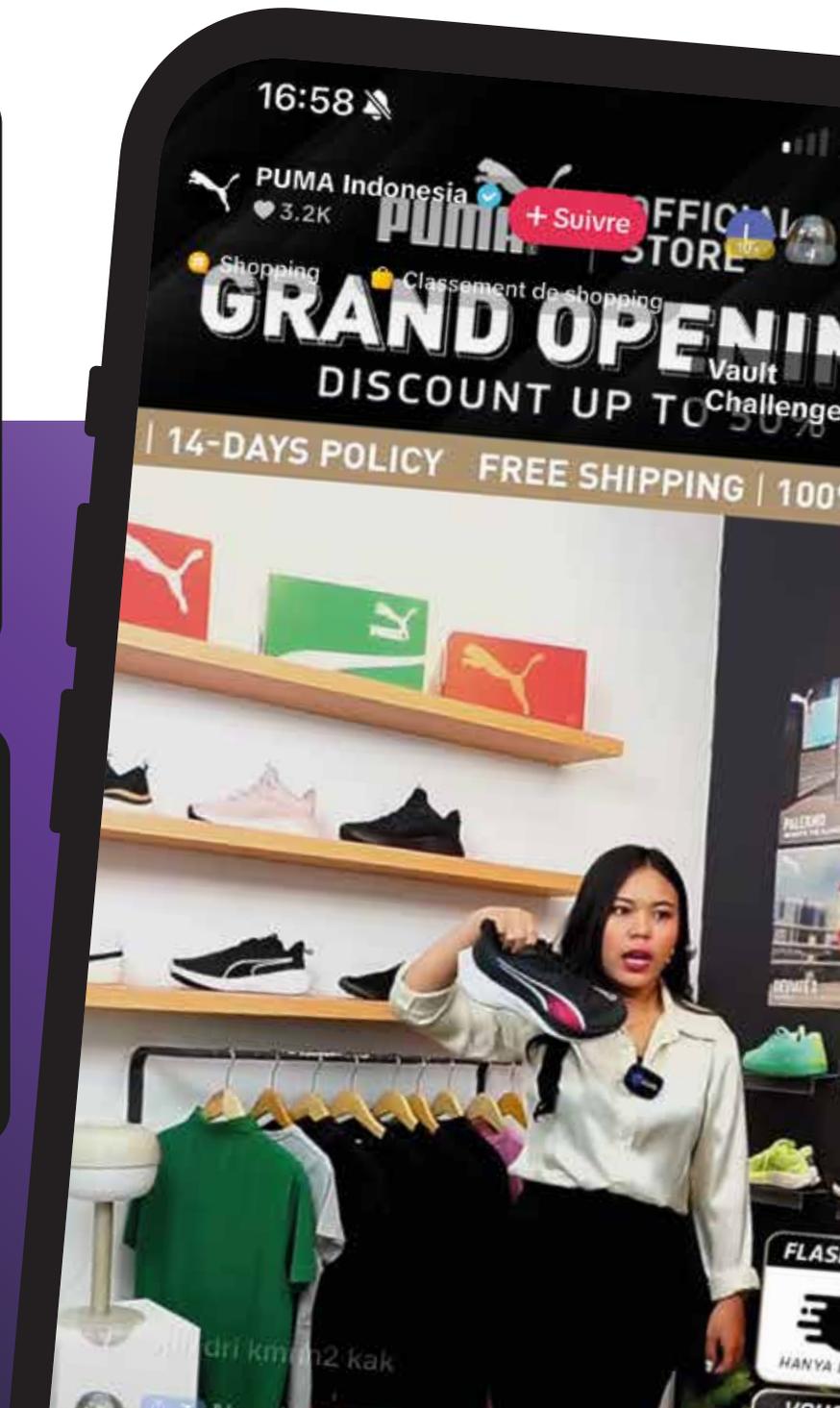


737%

des revenus en une semaine grâce à la campagne TikTok Shop.

182%

des revenus quotidiens ont perduré après la fin de la promotion.



Et si vous voulez
tester tout de suite...

Contactez-moi

aurelien@publicactif.com

