
Réseaux Sociaux

Utiliser TikTok comme moteur de recherche

Votre nouvelle façon préférée de rechercher : explorer les puissances cachées du moteur de recherche de TikTok



Adobe Express
01/03/2024





Résumé/Aperçu

L'évolution de la recherche sur TikTok

Explorer les tendances de recherche TikTok

Décoder l'attrait de recherche de TikTok

La stratégie commerciale rencontre la recherche TikTok

Exploiter la puissance de recherche de TikTok

Prêt à créer du contenu remarquable ?

Explorez d'autres articles connexes

-
- Plus de 2 Américains sur 5 utilisent TikTok comme moteur de recherche.
 - Près d'un membre de la génération Z sur 10 est plus susceptible de s'appuyer sur TikTok que sur Google comme moteur de recherche.
 - Plus de la moitié des propriétaires d'entreprise (54 %) utilisent TikTok pour promouvoir leur entreprise, publiant en moyenne 9 fois par mois.
 - 1 propriétaire de petite entreprise sur 4 utilise les influenceurs TikTok pour la vente ou la promotion de produits.

L'évolution de la recherche sur TikTok

À une époque où les plateformes de médias sociaux évoluent rapidement, TikTok est devenu non seulement un centre de divertissement mais aussi un moteur de recherche. Poussés par le désir de comprendre ce changement, nous avons approfondi la manière dont les consommateurs utilisent TikTok pour leurs besoins de recherche et comment les entreprises adaptent leurs stratégies pour capitaliser sur cette tendance.

Notre recherche approfondie a consisté à interroger 808 consommateurs pour obtenir des informations sur leur comportement de recherche sur TikTok. Nous avons également interrogé 251 propriétaires d'entreprise, explorant les façons innovantes dont ils adaptent leur marketing pour répondre aux intentions de recherche des consommateurs sur TikTok.



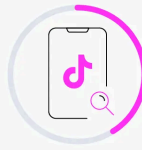
Explorer les tendances de recherche TikTok

Les Américains redéfinissent leur relation avec les moteurs de recherche, TikTok émergeant comme un concurrent inattendu. Voyons comment différentes générations se tournent vers TikTok pour leurs besoins de recherche et pourquoi.

TikTok: The New Google

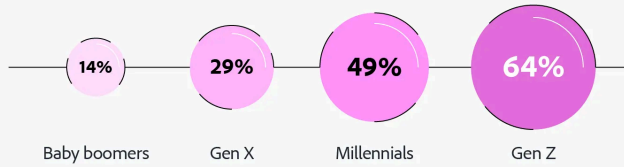
Have consumers ever used TikTok as a search engine?

59% No



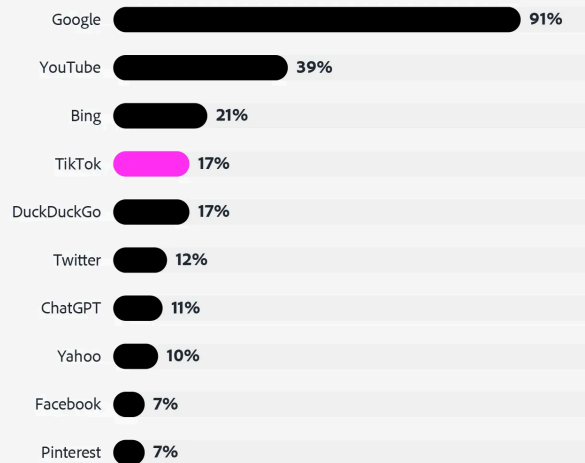
41% Yes

By Generation

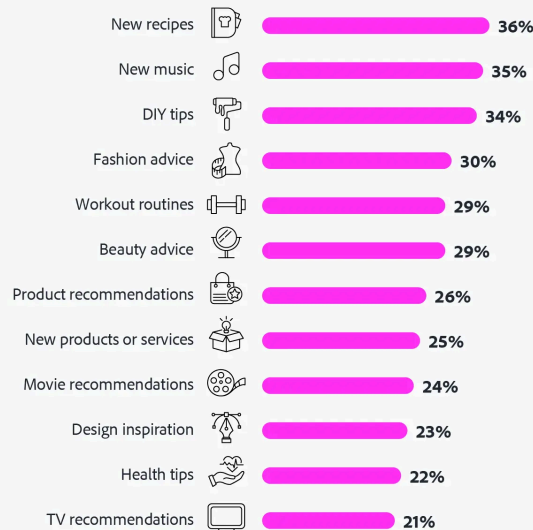


Nearly 1 in 10 Gen Zers said they were more likely to rely on TikTok than Google as a search engine.

Which platforms did consumers find most helpful when searching for information?



What have consumers looked for when using TikTok as a search engine?



En explorant l'évolution des habitudes de recherche des Américains, nous avons découvert une tendance surprenante : plus de 2 personnes sur 5 ont utilisé TikTok comme moteur de recherche. Les consommateurs se tournent le plus souvent vers TikTok pour rechercher de nouvelles recettes, mais ils recherchent également fréquemment de la nouvelle musique, des astuces de bricolage et des conseils de mode.

Ce changement a été particulièrement prononcé parmi **les jeunes générations**, avec 64 % des membres de la génération Z et 49 % des millennials déclarant avoir utilisé TikTok comme moteur de recherche. Les membres de la génération Z étaient également 29 % plus susceptibles que les millennials de parcourir TikTok à la recherche de nouvelles recettes. Et plus frappant encore, près d'un membre de la génération Z sur 10 a préféré TikTok aux géants traditionnels comme Google pour ses besoins de recherche.

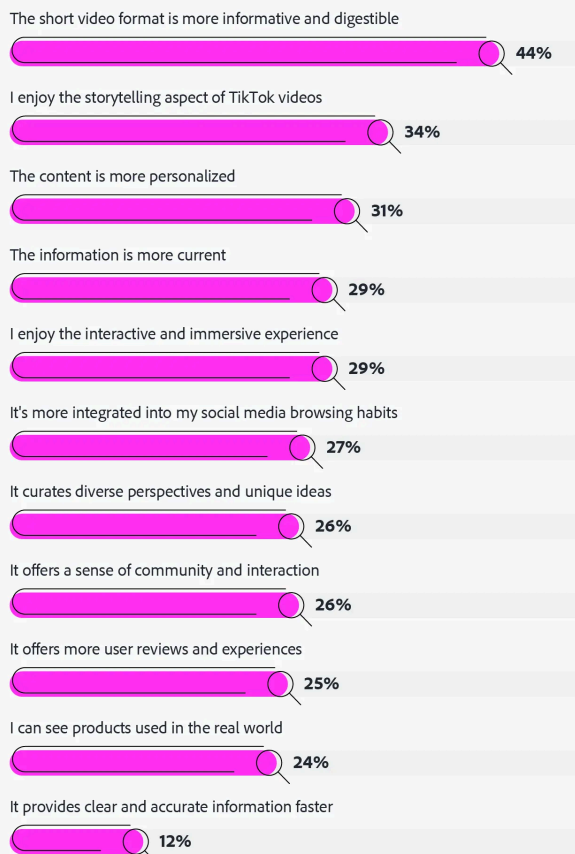
Une autre découverte surprenante a été le nouveau chatbot du quartier, ChatGPT. Plus d'un consommateur sur 10 s'est tourné vers **ChatGPT** pour rechercher des informations, et 1 sur 20 va jusqu'à lui demander des conseils en finances personnelles.

Décoder l'attrait de recherche de TikTok

TikTok n'est plus uniquement destiné au divertissement. Pourquoi les consommateurs sont-ils attirés par l'utilisation de TikTok comme moteur de recherche, et quel type de contenu capte le mieux leur attention ?

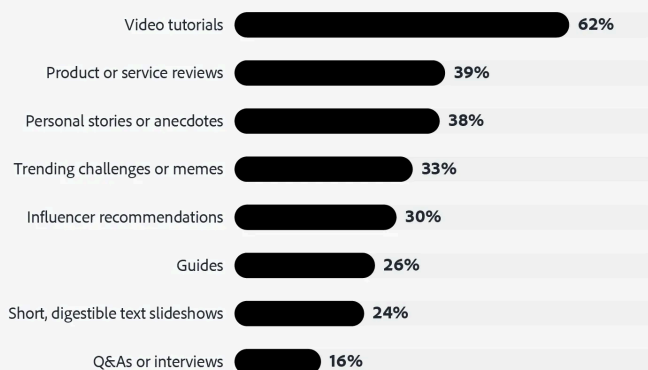
A Deep Dive Into TikTok Content Consumption

Why did consumers use TikTok instead of traditional search engines?



2 in 5 Gen Zers said they are drawn to TikTok since it is more personalized to their preferences.

Which content did consumers prefer when using TikTok as a search engine?



E-E-A-T (expertise, experience, authoritativeness, and trustworthiness) is an SEO concept used to evaluate if ranking systems are providing helpful, relevant information.

Consumers considered TikTok to be **weakest in authoritativeness** but **best in expertise and experience**.



Selon les personnes interrogées, TikTok attire les utilisateurs car il propose des vidéos courtes et informatives, un **format de narration** distinct et un contenu personnalisé adapté au spectateur. Parmi les membres de la génération Z qui gravitent autour de TikTok, 2 sur 5 ont été captivés par un contenu plus adapté à leurs goûts. Et plus d'un baby-boomer sur quatre a exprimé un penchant pour les vidéos narratives de la plateforme.

Interrogés sur leurs préférences en matière de contenu, la plupart des gens (62 %) ont préféré les didacticiels vidéo de TikTok, mais ils ont également apprécié les critiques de produits ou de services (39 %) et les histoires personnelles (38 %). Ces préférences pour les comptes de première main expliquent probablement pourquoi les consommateurs accordent une grande importance à TikTok pour son expertise et son expérience.

La stratégie commerciale rencontre la recherche TikTok

Après avoir interrogé les consommateurs, nous nous sommes concentrés sur les propriétaires d'entreprise, qui parcourent le terrain de TikTok pour répondre aux intentions de recherche. Apprenons comment ces entrepreneurs exploitent TikTok, comparons son efficacité aux SERP

Harnessing TikTok for Success

The Business Perspective



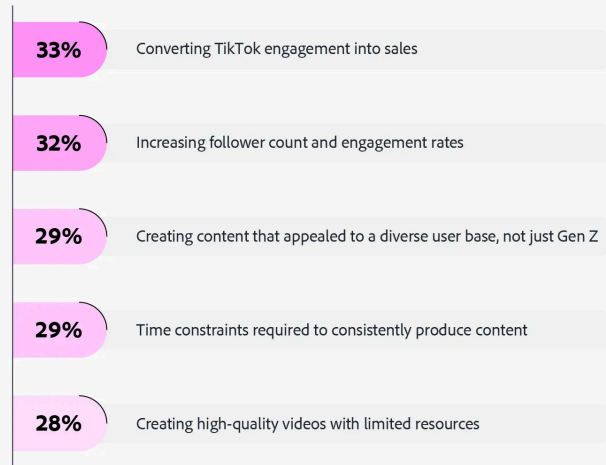
54% of business owners surveyed used TikTok to promote their business, posting an average of 9 times per month.

According to business owners, which TikTok content outperformed traditional SERPs*?



1 in 4 small business owners had used TikTok influencers for product sales or promotions.

What were business owners' top challenges when creating TikTok content?



Would business owners use TikTok's new data sharing feature PrivacyGO?

(PrivacyGO allows two parties to compare data while respecting privacy rules.)

51%
No



49%
Yes



Adobe Express Adobe Express



Adobe Express Adobe Express

Les propriétaires d'entreprise commencent à reconnaître le potentiel inexploité de TikTok en tant qu'outil permettant de répondre aux intentions de recherche. Plus de la moitié des propriétaires d'entreprise (54 %) ont utilisé TikTok pour promouvoir leur entreprise, publiant en moyenne neuf fois par mois. Certains ont également exploité le potentiel du marketing d'influence, avec 1 propriétaire de petite entreprise sur 4 utilisant les influenceurs TikTok pour la vente ou la promotion de produits.

En moyenne, les propriétaires d'entreprise ont alloué 15 % de leur budget marketing à **la création de contenu TikTok**. Notre enquête a également mis en lumière les types de contenu dans lesquels ils investissent, avec 43 % d'entre eux se tournant vers du contenu tangenciel créatif lié à leur produit, suivis de :

- Avis sur des produits ou services (36%)
- Tutoriels vidéo (35%)
- Anecdotes personnelles (29%)
- Défis ou mêmes tendances (25 %)

Bien que la plateforme soit prometteuse, avec 53 % des propriétaires d'entreprise ayant l'intention d'augmenter leur investissement dans le marketing d'affiliation TikTok l'année prochaine, les défis persistent. Près d'un tiers ont trouvé difficile **d'augmenter les taux d'engagement**, tandis que plus de 25 % ont eu du mal à créer du contenu de manière cohérente, à attirer une base de consommateurs plus large et à créer des vidéos de haute qualité.

Des outils en ligne comme un **éditeur vidéo gratuit** permettent aux propriétaires d'entreprise de résoudre certains de ces problèmes, les aidant ainsi à économiser de l'argent et à créer des vidéos TikTok en quelques minutes, sans aucune expérience requise. Et pour ce qui est de toucher un public plus large que la génération Z, nos résultats suggèrent que la plupart des téléspectateurs aiment les tutoriels et les critiques, en particulier lorsqu'ils contiennent des anecdotes personnelles et un style de narration facile à comprendre.

Exploiter la puissance de recherche de TikTok

De nombreux consommateurs américains ne se tournent plus vers TikTok uniquement pour se divertir ; ils l'utilisent également comme moteur de recherche en contact avec ce qu'ils aiment. Ce mouvement est particulièrement évident parmi le public plus jeune, qui non seulement reçoit un contenu personnalisé selon ses goûts, mais considère également TikTok comme un véritable concurrent des moteurs de recherche établis. À mesure que ce changement s'accélère, les entreprises, en particulier les plus petites, ont une opportunité en or d'exploiter le vaste potentiel de TikTok et de proposer un contenu qui trouve vraiment un écho.

Que vous vous plongiez dans des vidéos de narration, des didacticiels ou des défis de



Adobe Express Adobe Express



Adobe Express Adobe Express

marque, à planifier des publications sur les réseaux sociaux et à répondre aux intentions de recherche de la vaste base d'utilisateurs de TikTok.

Méthodologie

Pour découvrir comment les consommateurs utilisent TikTok comme moteur de recherche, nous avons interrogé 808 consommateurs. Nous avons également interrogé 251 propriétaires d'entreprise pour déterminer comment les entreprises adaptent leurs stratégies marketing pour répondre aux intentions de recherche sur TikTok.

Déclaration d'utilisation équitable

Vous souhaitez faire connaître nos découvertes ? Nous vous encourageons à partager ces informations à des fins non commerciales. Cependant, assurez-vous de fournir un lien vers cette page pour garantir que les lecteurs ont un accès complet à notre étude complète.

Essayez Adobe Express dès aujourd'hui

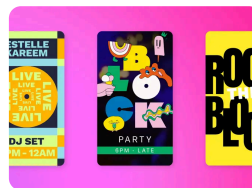
Prêt à créer du contenu remarquable ?

Commencez gratuitement

Explorez d'autres articles connexes

Instagram Reels: How To Make, Edit & Grow Your...

Learn how to make a Reel on Instagram with this step-by-st...
09/13/2023



What is social listening and why you need it

Discover the benefits of social listening and social media...
09/01/2023



How to create a social media

How to make social media campaign: 9 steps to follow to...
08/22/2023



Adobe Express



Inspiration et apprentissage



Application mobile



Aide



Plus



Adobe





Téléchargements en vedette

Adobe Acrobat Reader

Photoshop

Illustrateur

 Changer de région 

Copyright © 2024 Adobe. Tous droits réservés. /

Confidentialité / Conditions d'utilisation / Préférences en matière de cookies / Ne pas vendre ou partager mes informations personnelles /

Choix de publicité