

Impulse Analytics.

Quelle plateforme sociale choisir en 2025 ?

OFFICIAL PARTNER OF

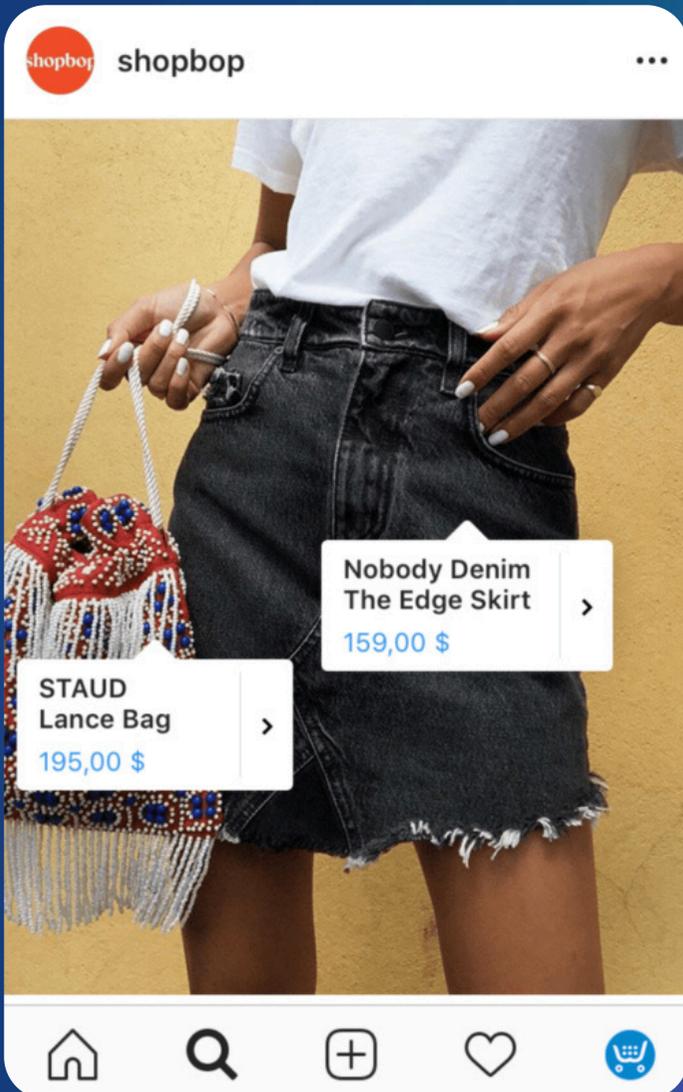


 **Meta**
Business Partner

 **TikTok**
Marketing Partner

Sommaire

- 03 Instagram
- 05 Facebook
- 07 TikTok
- 09 YouTube
- 11 LinkedIn
- 13 Twitter
- 14 Whatsapp
- 15 Snapchat
- 16 Pinterest
- 17 Reddit



Instagram

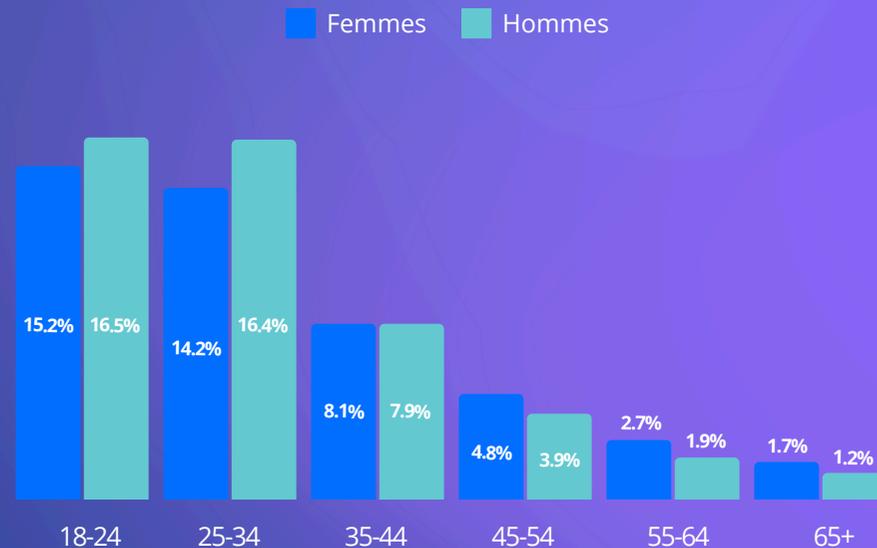
Contexte

Instagram est toujours en forte croissance, particulièrement pour la génération Z et les millenials, avec des fonctionnalités e-commerce intégrées (boutiques, liens produits).

Chiffres

- Monde : 2 milliards d'utilisateurs actifs par mois.
- France : 23,7 millions d'utilisateurs actifs par mois.

Source : Blog du modérateur



Source : Statista

Instagram

Objectifs

- E-commerce : Conversion directe avec les publications shopping et les liens vers produits (stories ou catalogue).
- Lead Generation : Publicités avec CTA direct et formulaires de capture dans les publications sponsorisées et/ou stories

Avantage clé

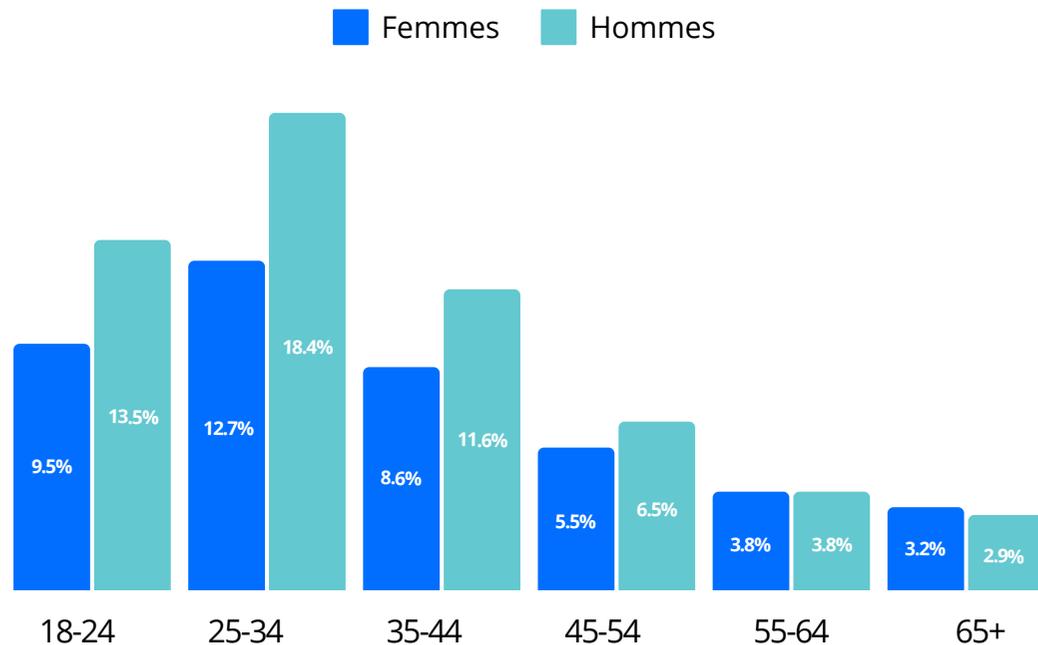
Portée massive et audience engagée
Formats créatifs et variés
Puissant écosystème e-commerce



Facebook

Contexte

Toujours incontournable pour toucher une large audience, notamment au-delà de 30 ans. Facebook reste puissant pour le ciblage publicitaire avancé, malgré une baisse d'utilisation chez les plus jeunes.



Source : Statista

Chiffres clés

Monde : 3 milliards d'utilisateurs actifs/mois.

France : 35 millions d'utilisateurs actifs/mois.

Source : Meltwater et Blog du modérateur

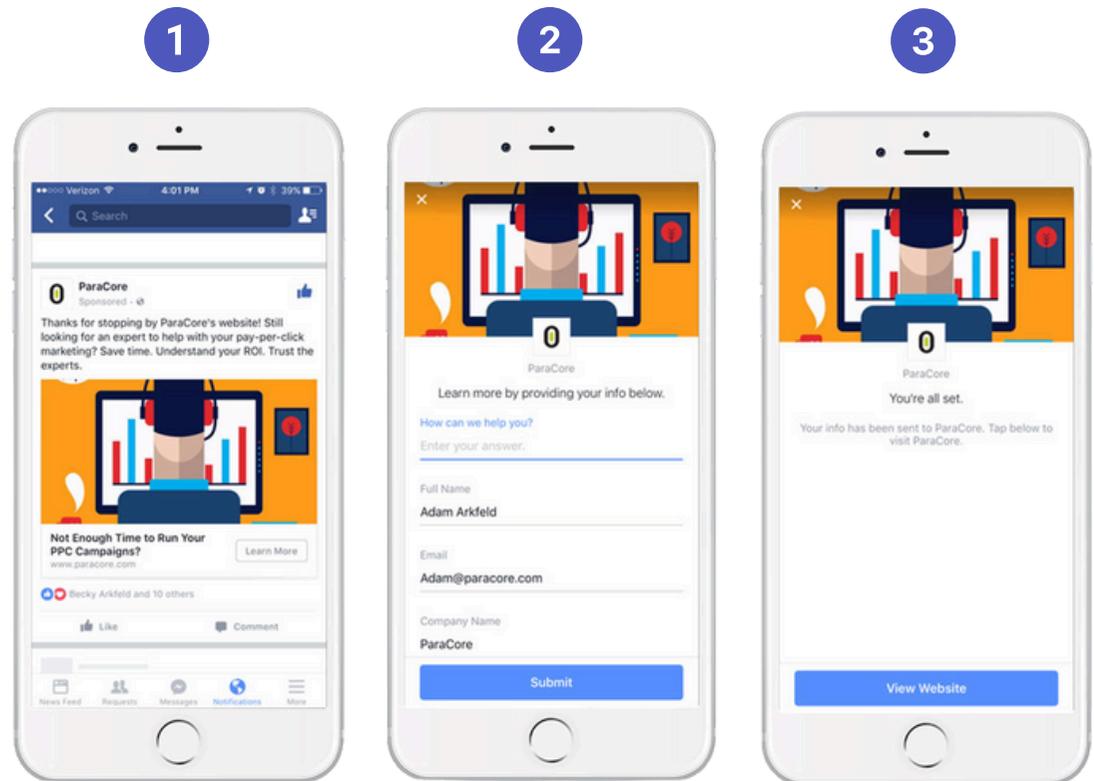
Facebook

Objectifs

- E-commerce : Conversion directe via les annonces dynamiques et le remarketing.
- Lead Generation : Formulaires intégrés dans les publicités pour capter des leads, idéal en B2B, ou alors directement via une landing page sur le site web.

Avantages clés

Puissant ciblage publicitaire avancé, idéal pour atteindre une large audience et affiner les campagnes en fonction de critères démographiques précis.



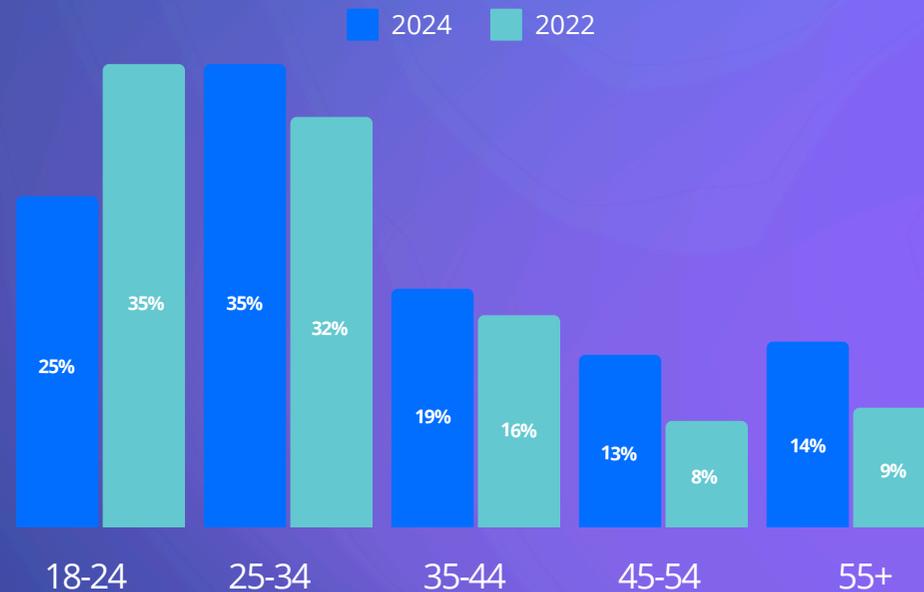
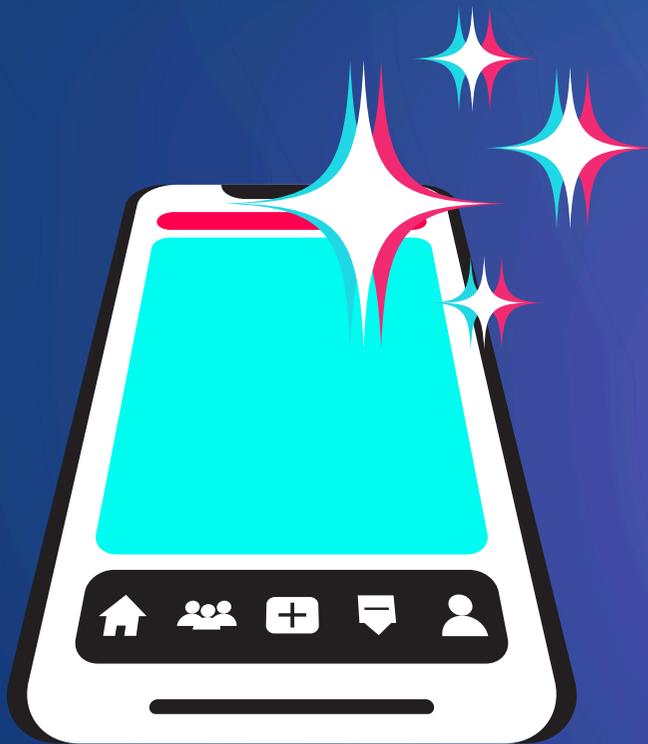
TikTok

Plateforme incontournable pour les vidéos courtes et virales, très prisée par la génération Z, même si sa cible s'élargit aux personnes plus "agées". Elle permet aux marques de gagner en visibilité avec des contenus créatifs et interactifs.

Chiffres

- Monde : 1,5 milliard d'utilisateurs actifs par mois.
- France : 15 millions d'utilisateurs actifs par mois.

Source : Blog du modérateur, Digimind



Source : ExplodingTopics



TikTok

Objectifs

- E-commerce : Conversion indirecte grâce aux challenges sponsorisés et partenariats avec des influenceurs.
- Lead Generation : Annonces « in-feed » et liens de redirection pour générer des leads.

Avantage clé

Promotion de contenu viral à travers de courtes vidéos créatives, idéale pour toucher rapidement la génération Z et accroître la visibilité des marques grâce à des formats engageants.

Chiffres clés

Monde : 2,5 milliards d'utilisateurs actifs par mois.

France : 41 millions d'utilisateurs actifs par mois.

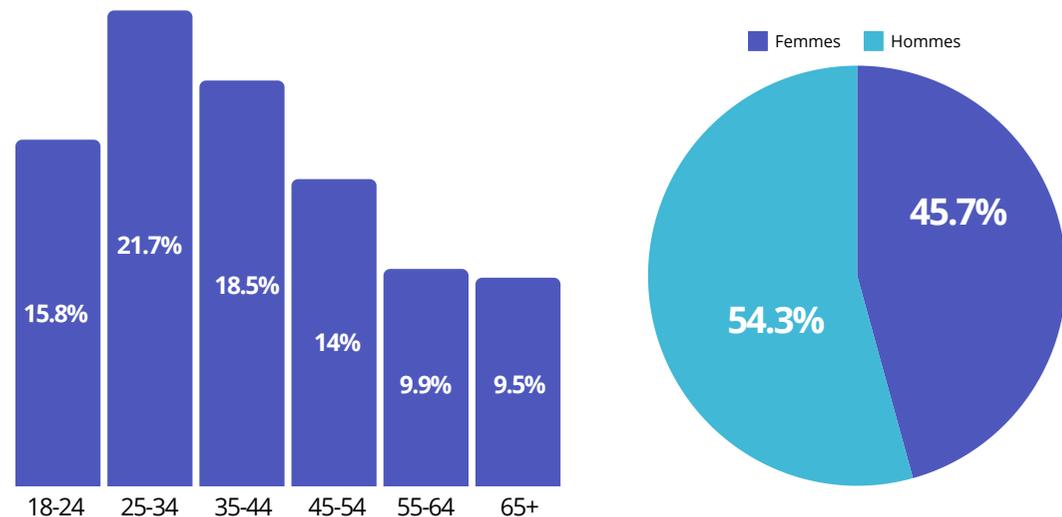
Source : Le Blog du Modérateur



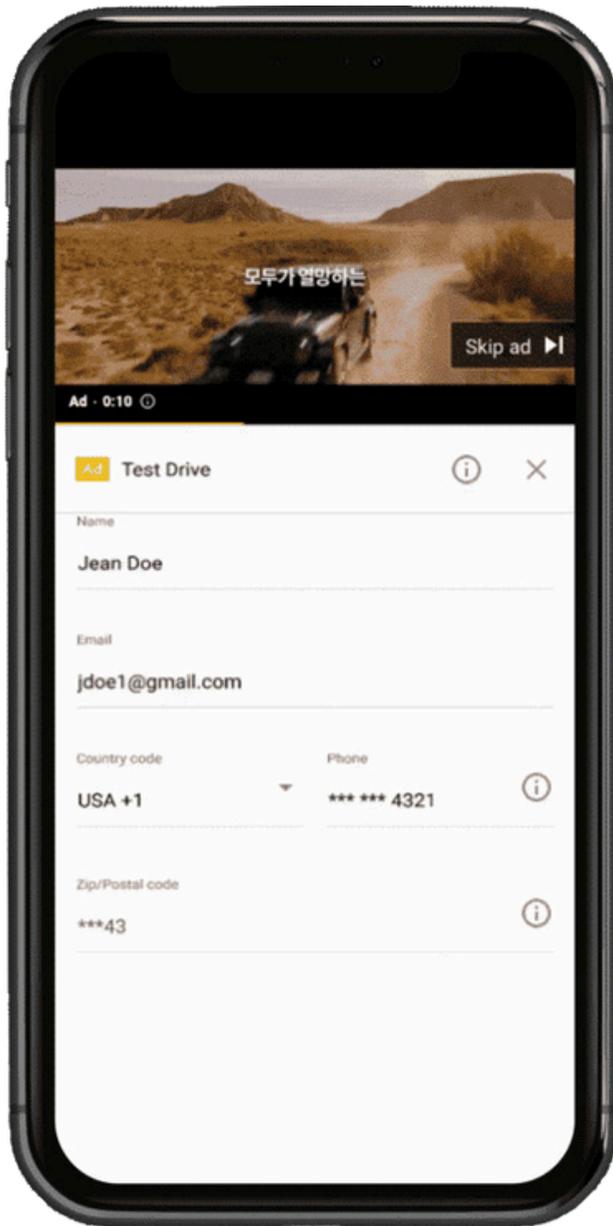
Youtube

La plateforme reste dominante pour le contenu vidéo, appréciée par les jeunes et les adultes pour des vidéos longues et immersives. Parfaite pour le branding et l'engagement de marque grâce aux formats de publicités captivants.

Répartition mondiale des utilisateurs de YouTube



Source : Statista, DataReportal



Youtube

Objectifs :

- E-commerce : Utilisation des vidéos de démonstration de produits et tutoriels pour inciter à l'achat.
- Lead Generation : Captation d'audience via des vidéos sponsorisées avec redirection vers des pages de capture.

Avantage clé :

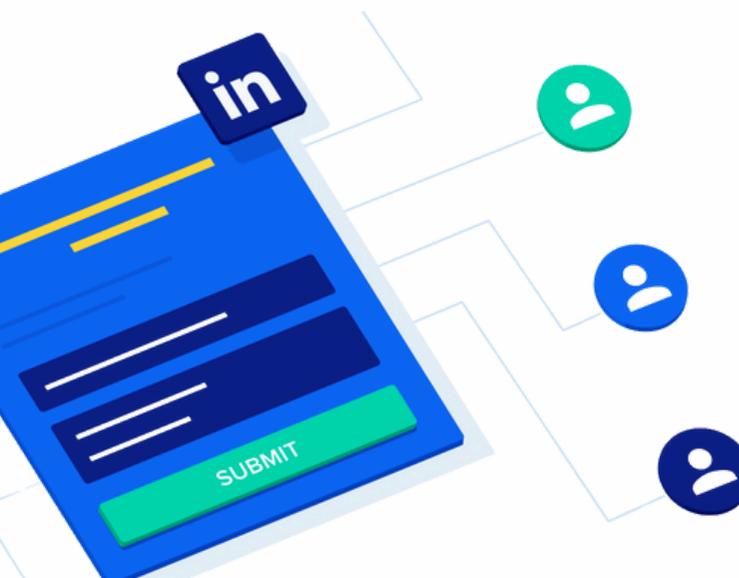
Plateforme dominante pour les vidéos longues et immersives, idéale pour le branding, la notoriété et l'engagement profond avec l'audience.

Chiffres clés

Monde : 1,5 milliard d'utilisateurs actifs par mois.

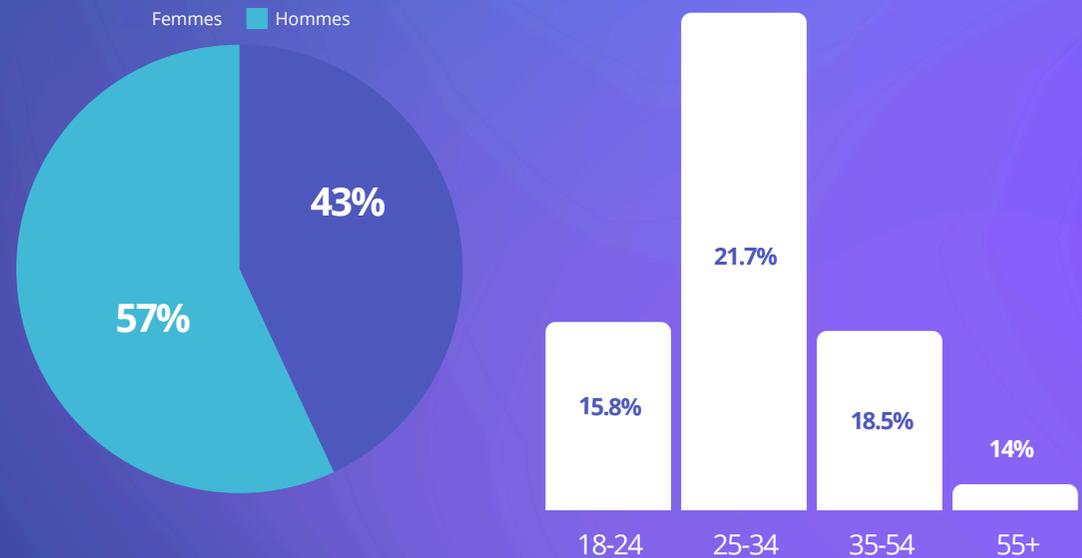
France : 15 millions d'utilisateurs actifs par mois.

Source : Digiminds



LinkedIn

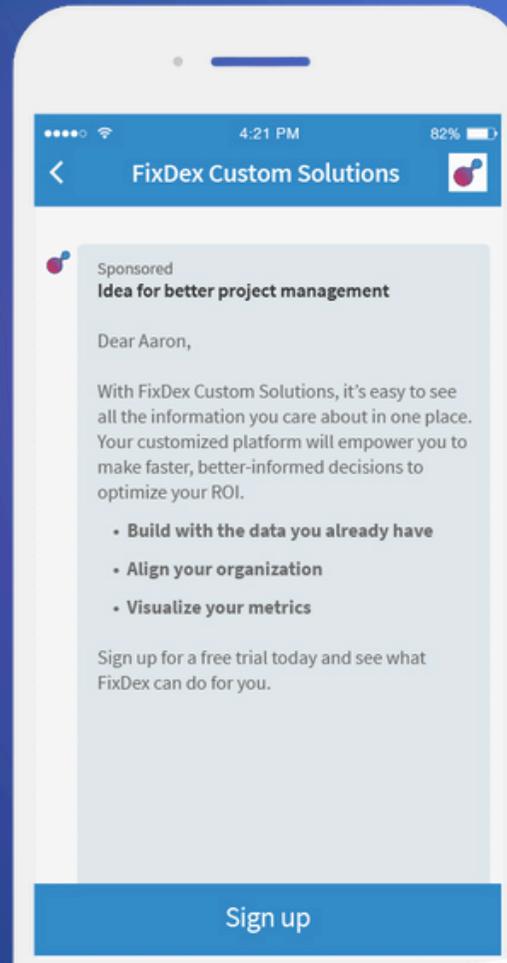
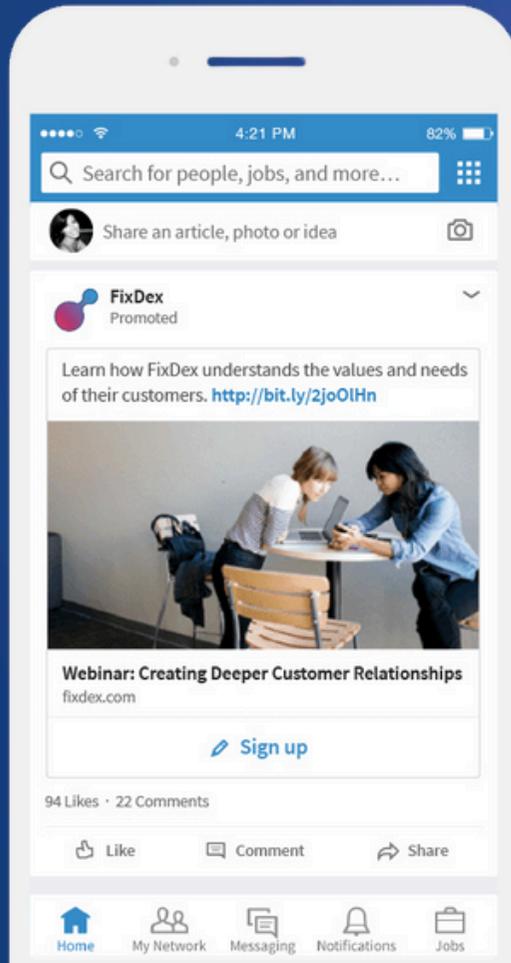
Principal réseau pour le networking professionnel et la génération de leads B2B. LinkedIn est essentiel pour les entreprises qui cherchent à renforcer leur image professionnelle et à capturer des leads qualifiés.



Source : Statista

LinkedIn

Investir sur LinkedIn peut être particulièrement stratégique, notamment dans le cadre de campagnes B2B, de branding ou de recrutement.



Objectifs :

- E-commerce : Moins pertinent pour l'e-commerce direct.
- Lead Generation : Annonces InMail et formulaires de contact pour capter des leads qualifiés.

Avantage clé :

Réseau professionnel essentiel pour le B2B, la génération de leads qualifiés et le recrutement et qui permet un networking ciblé et efficace.

X (ex-Twitter)

X est aujourd'hui utilisé pour l'actualité et les échanges rapides, principalement en B2B. Il est populaire auprès des journalistes, cadres et autres utilisateurs cherchant de l'information en temps réel.

Objectifs :

- E-commerce : Conversion indirecte via publications et promotion de produits.
- Lead Generation : Captation de leads à travers des conversations autour de hashtags et des campagnes ciblées.

Avantage clé :

Réactivité pour l'actualité en temps réel et l'interaction rapide, utile pour les marques souhaitant être au cœur des discussions instantanées et du service client.



Chiffres :

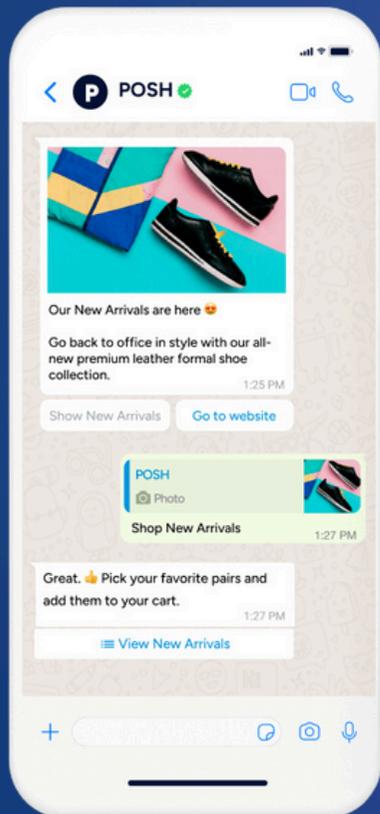
Monde : 570 millions d'utilisateurs actifs mensuels par mois.

France : 17 millions d'utilisateurs actifs mensuels par mois.

Source : Statista

Whatsapp

WhatsApp est un canal clé pour la communication directe et le service client, surtout en B2C. Très populaire pour sa facilité de contact immédiat avec les clients.



Chiffres

Monde : 2 milliards d'utilisateurs actifs par mois.
France : 22 millions d'utilisateurs actifs par mois..

Source : Statista

Secteurs

Retail, services, hôtellerie, assurance.

Âge moyen

Utilisateurs principalement âgés de 25 à 44 ans.

Objectifs

E-commerce : Achat instantané en intégrant des catalogues produits dans les discussions.

Lead Generation : Interaction client personnalisée via des campagnes de messages et des formulaires dans les discussions.

Snapchat

Populaire parmi les jeunes avec des formats interactifs et immersifs. Snapchat attire une audience adolescente et jeune adulte, idéale pour les marques qui veulent créer du contenu visuel impactant.

Objectifs :

- E-commerce : Conversion directe avec des annonces vidéo et filtres sponsorisés.
- Lead Generation : Utilisation des stories sponsorisées et filtres avec liens de redirection.

Avantage clé :

Plateforme visuelle et immersive, populaire parmi les jeunes pour des campagnes interactives et des filtres qui augmentent l'engagement.

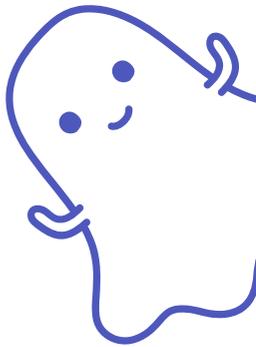
Chiffres :

Monde : 750 millions d'utilisateurs actifs par mois.

France : 27 millions d'utilisateurs actifs par mois.

Source : Le Blog du Modérateur

38.8%
des utilisateurs
de Snapchat
ont entre
18-24 ans



Pinterest

Pinterest est une plateforme très visuelle, idéale pour les marques inspirant les clients. Privilégiée pour les tendances lifestyle, c'est une bonne plateforme pour le commerce de détail.

À noter que 70% de son audience est féminine et que c'est le seul réseau plutôt "intentionniste" : contrairement à d'autres réseaux sociaux où les utilisateurs scrollent de manière passive, Pinterest encourage une approche plus proactive et orientée vers l'action.



Objectifs :

- E-commerce : Conversion directe avec les épingles d'achat et la recherche visuelle.
- Lead Generation : Epingles sponsorisées et annonces orientées vers le site pour capter des leads.

Avantage clé :

Plateforme idéale pour l'inspiration et le shopping visuel, facilitant l'engagement dans les secteurs du lifestyle et le commerce de détail.

Reddit

Reddit est une plateforme communautaire où les utilisateurs partagent et discutent de contenus variés au sein de "subreddits" dédiés à des thématiques spécifiques.

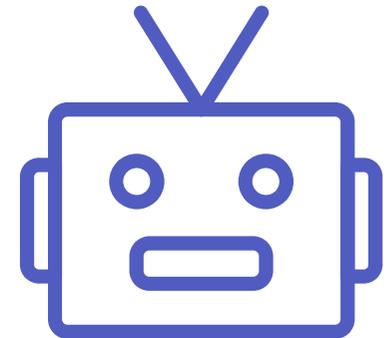
Cette structure favorise des **échanges authentiques** et une **forte implication des membres**, offrant aux marques une opportunité unique d'interagir directement avec des **communautés passionnées**.

Objectifs :

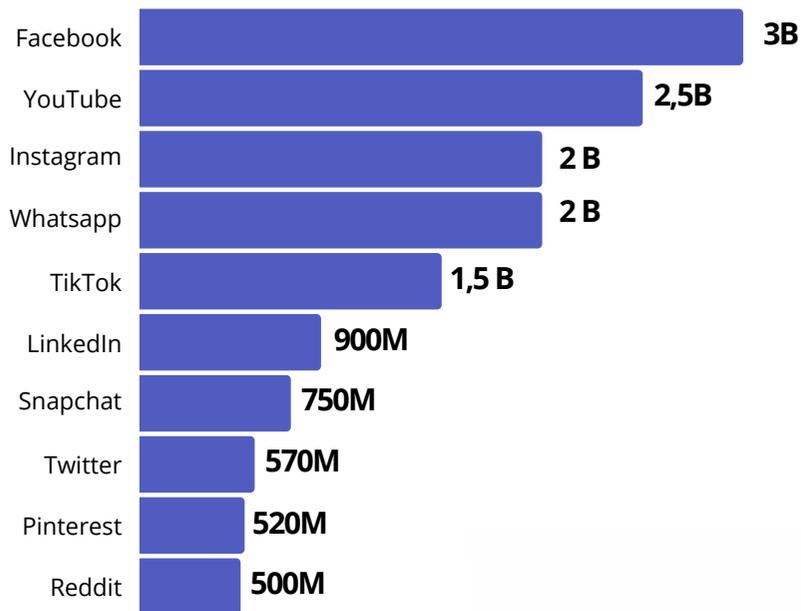
- Engagement communautaire : Participer activement aux discussions pertinentes, répondre aux questions et partager des informations utiles pour renforcer la notoriété et la crédibilité de la marque.
- Veille et recherche : Utiliser Reddit pour surveiller les tendances émergentes, recueillir des avis consommateurs et identifier des opportunités d'innovation.

Avantage clé :

Plateforme communautaire unique pour obtenir des retours authentiques et engager des discussions approfondies avec des audiences spécialisées et passionnées, particulièrement efficace pour la veille, la recherche de tendances et l'engagement dans des niches spécifiques.

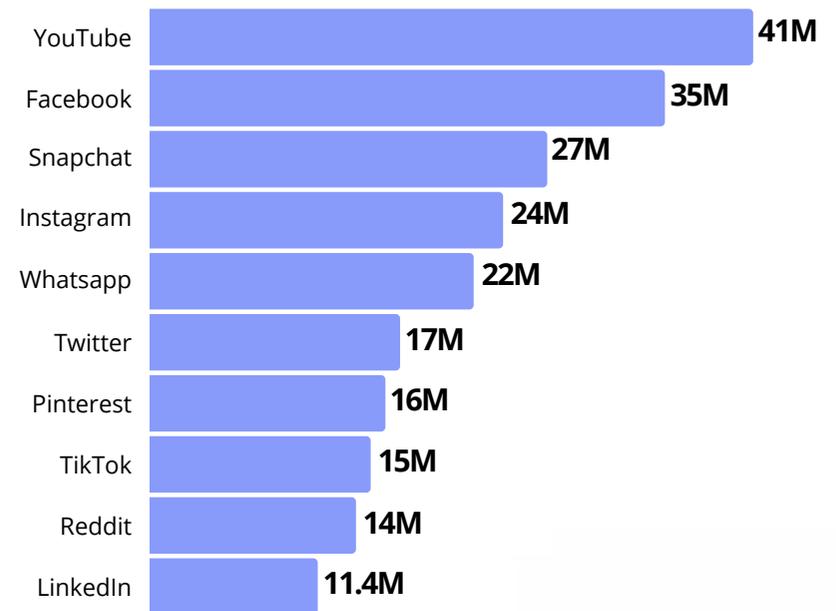


Résumé



Monde

(utilisateurs actifs par mois en millions)



France

(utilisateurs actifs par mois en millions)



Impulse Analytics.

Impulse Analytics est un **cabinet de conseil en performance digitale** présent à Paris et San Francisco.

Contact

Téléphone
07 68 86 68 66

Mail
contact@impulse-analytics.com

[Discutons-en](#)

