

Étude TIKTOK 2024



metricool



Elle est enfin là ! Découvrez l'Étude TikTok 2024 de Metricool.

Après 6 mois d'analyse des données, nous vous présentons enfin le rapport sur le réseau social des vidéos courtes. Vous y trouverez une vue détaillée de l'évolution de TikTok en 2024, vous permettant de prendre des décisions éclairées, basées sur des données fiables et actualisées.

Cette étude est le fruit d'un travail acharné de nos équipes Growth, Design et Marketing. Si on devait compter le nombre de cafés nécessaires pour finaliser ce rapport, on en serait probablement à une tonne. Mais tout ça, c'était pour les statistiques ! Après des heures à scruter les données, voici enfin le moment de partager nos découvertes. Merci de prendre le temps de lire et de profiter des insights que vous allez découvrir !

Que trouverez-vous dans l'Étude TikTok 2024 ?

Des données, et encore des données ! Des informations clés pour vous aider à comprendre l'évolution de TikTok en 2024. Quelle importance accorder aux carrousels et aux images ? Quelle est la durée idéale d'une vidéo ? Quel format génère le plus d'engagement ?

Pour éveiller votre curiosité, voici un petit aperçu des enseignements les plus marquants que nous avons tirés de cette analyse. Un petit spoiler pour booster l'attente, ça vous dit ?

metricool

Les vidéos restent le "pilier" de TikTok. Bien que les images et les carrousels prennent de plus en plus d'importance, aucun format n'égale celui de la vidéo. D'ailleurs, leur durée ne cesse d'augmenter, celle idéale étant entre 2 et 5 minutes. Qui a parlé de "microvidéos" ?

Un autre point intéressant concerne la fréquence de publication. Bien qu'il soit tentant de penser qu'un nouveau compte doit publier presque en continu, la fréquence moyenne est de 2,62 vidéos par semaine. Les comptes avec le plus grand nombre d'abonnés sont aussi ceux qui publient le plus souvent. Alors...

Votre mission : vous comparer aux autres

Le principal objectif de cette étude est de vous permettre de vous comparer à des comptes similaires au vôtre, en termes de nombre de followers. Il est donc temps d'analyser comment ces comptes gèrent leur contenu pour vous en inspirer et affiner votre stratégie.

Analysez, tirez des conclusions, et surtout, profitez de l'Étude TikTok 2024 de Metricool. Trépied, SEO, action !

Isabel Romero
CMO at Metricool



SOMMAIRE

L'ÉCHANTILLON DE L'ÉTUDE

Pg. 4

ANALYSE DES VIDÉOS

PRINCIPALES CONCLUSIONS

Pg. 6

ANALYSE APPROFONDIE DES DONNÉES ET DES TENDANCES

Pg. 9

QUAND PUBLIER DES VIDÉOS

Pg. 19

ANALYSE DES IMAGES

PRINCIPALES CONCLUSIONS

Pg. 24

ANALYSE APPROFONDIE DES DONNÉES ET DES TENDANCES

Pg. 27

QUAND PUBLIER DES IMAGES ET DES CARROUSELS

Pg. 33

COMPARAISON IMAGES VS VIDÉOS

Pg. 37

BEST PRACTICES

Pg. 40

L'ÉCHANTILLON DE L'ÉTUDE

L'échantillon de l'étude

Les données analysées en 2024



87.600 comptes

TikTok personnels et professionnels

35.480 comptes personnels

52.120 comptes professionnels



1.001.817 vidéos

TikTok analysées

409.601 comptes personnels

592.216 comptes professionnels



73.388 images

et carrousels analysés

38.913 comptes personnels

34.475 comptes professionnels



ANALYSE DES VIDÉOS

DE COMPTES PERSONNELS ET PROFESSIONNELS



La durée idéale est de 2 à 5 minutes

C'est la durée qui génère le plus de vues, avec 50 000 vues en moyenne.



	Comptes personnels	Comptes professionnels
Entre 1 et 10 secondes	11.110,77 vues	14.256,34 vues
Entre 11 et 30 secondes	14.455,40 vues	26.816,65 vues
Entre 31 et 60 secondes	21.898,96 vues	28.506,59 vues
Entre 1 et 2 minutes	40.923,18 vues	50.486,37 vues
Entre 2 et 5 minutes	52.381,72 vues	53.449,72 vues
Entre 5 et 10 minutes	37.058,51 vues	49.480,88 vues

Moyenne de vues selon la durée

Comptes Tiny 0-500 followers

Personnels **2,12**

Professionnels **1,90**

Comptes Small 501-2.000 followers

Personnels **2,74**

Professionnels **2,40**

Comptes Medium 2.001-10.000 followers

Personnels **3,46**

Professionnels **2,95**

Comptes Big 10.001-50.000 followers

Personnels **4,12**

Professionnels **3,73**

Comptes Huge +50.000 followers

Personnels **5,96**

Professionnels **6,67**

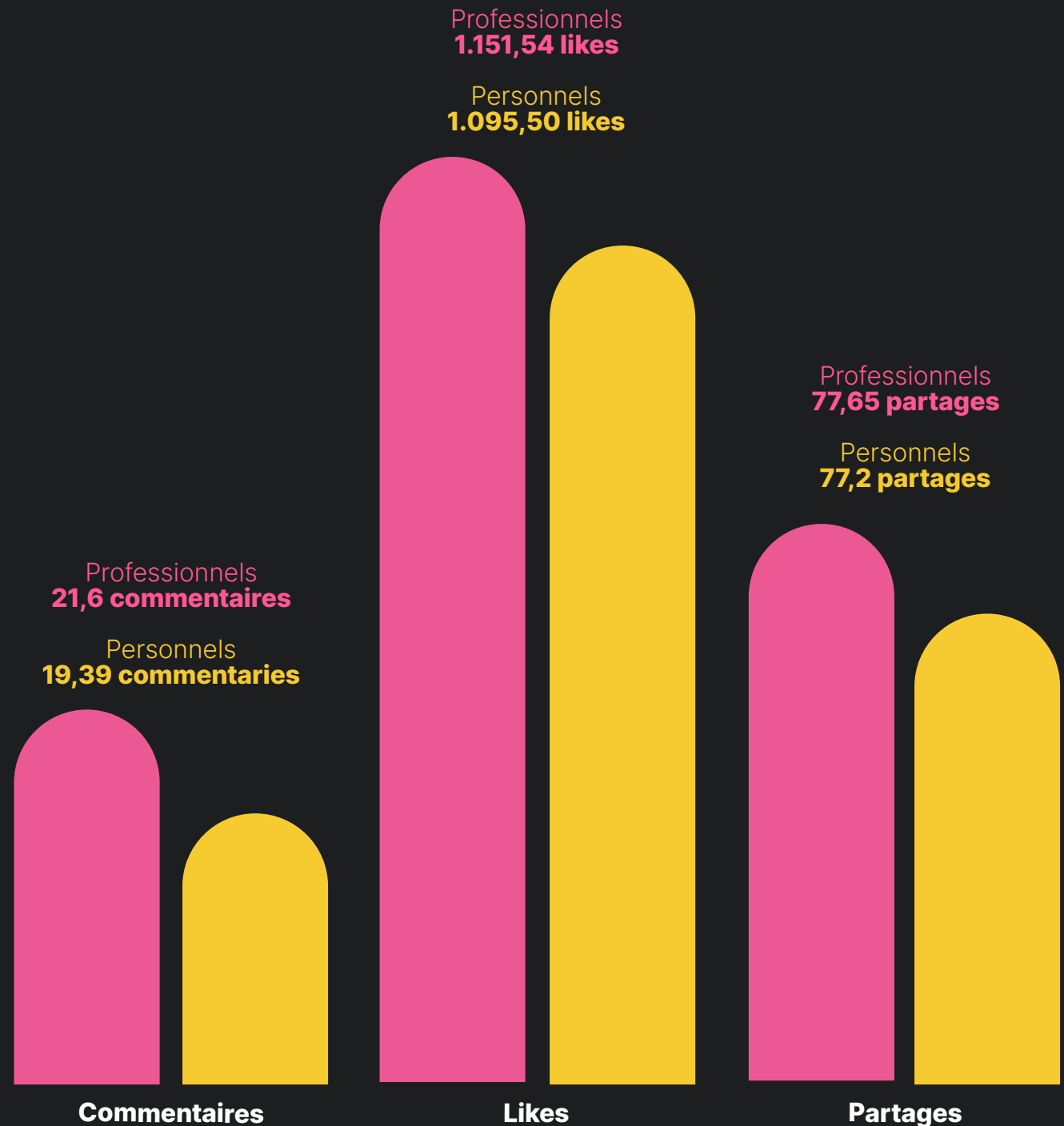
Fréquence de publication selon la taille du compte

La fréquence de publication dépasse les 2 vidéos par semaine

Les comptes avec le plus grand nombre de followers sont ceux qui publient le plus : presque une vidéo par jour.

Les 'likes' sont l'interaction préférée des utilisateurs

Avec une moyenne de plus de 1 000 likes par vidéo, c'est l'interaction la plus utilisée par les utilisateurs de TikTok.



Follow

For You

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ?

ANALYSE APPROFONDIE DES DONNÉES ET DES TENDANCES

VIDÉOS SUR TIKTOK



@metricool - 10h ago

#TikTokStudy2024

See translation

🎵 metricool - Original sound

metricool



COMBIEN DE VIDÉOS PUBLIER PAR SEMAINE ?

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - vidéos

Les comptes les plus petits publient en moyenne entre deux et trois vidéos par semaine. À mesure que leur nombre d'abonnés augmente, leur fréquence de publication augmente également.

En effet, les comptes les plus grands publient en moyenne près de 7 vidéos par semaine.

Comme on peut le constater, il existe une relation directe entre la fréquence de publication et le nombre d'abonnés d'un compte. Plus un compte a d'abonnés, plus sa fréquence de publication est élevée. Coïncidence ? Pas vraiment.

Comptes Tiny 0-500 followers

Personnels **2,12**

Professionnels **1,90**

Comptes Small 501-2.000 followers

Personnels **2,74**

Professionnels **2,40**

Comptes Medium 2.001-10.000 followers

Personnels **3,46**

Professionnels **2,95**

Comptes Big 10.001-50.000 followers

Personnels **4,12**

Professionnels **3,73**

Comptes Huge +50.000 followers

Personnels **5,96**

Professionnels **6,67**

Fréquence de publication selon la taille du compte

QUELLE EST LA DURÉE IDÉALE SUR TIKTOK ?

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - vidéos

Nous avons analysé cette donnée en segmentant les vidéos par durée et en comparant les vues moyennes obtenues.

Il en ressort que les vidéos de 2 à 5 minutes sont celles qui génèrent le plus grand nombre de vues, avec une moyenne supérieure à 50 000 vues.

Viennent ensuite les vidéos de 1 à 2 minutes et de 5 à 10 minutes, cette dernière étant la durée maximale autorisée sur TikTok.

En revanche, les vidéos de 1 à 10 secondes sont celles qui attirent le moins de vues, avec une moyenne qui n'excède pas les 15 000 vues.

LES VIDÉOS DE 2 À 5 MINUTES

obtiennent le plus grand nombre de vues

	Comptes personnels	Comptes professionnels
Entre 1 et 10 secondes	11.110,77 vues	14.256,34 vues
Entre 11 et 30 secondes	14.455,40 vues	26.816,65 vues
Entre 31 et 60 secondes	21.898,96 vues	28.506,59 vues
Entre 1 et 2 minutes	40.923,18 vues	50.486,37 vues
Entre 2 et 5 minutes	52.381,72 vues	53.449,72 vues
Entre 5 et 10 minutes	37.058,51 vues	49.480,88 vues

Moyenne de vues selon la durée

ET LA DURÉE DES VIDÉOS SELON LA TAILLE DES COMPTES ? CORRESPOND-ELLE À LA DURÉE IDÉALE ?

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - vidéos

Comptes Personnels	Comptes Tiny 0-500 followers	Comptes Small 501-2K followers	Comptes Medium 2K-10K followers	Comptes Big 10K-50K followers	Comptes Huge +50K followers
Entre 1 et 10 secondes	1.256 vues	3.479 vues	11.310 vues	23.845 vues	53.313 vues
Entre 11 et 30 secondes	1.200 vues	4.753 vues	10.990 vues	23.164 vues	92.026 vues
Entre 31 et 60 secondes	1.119 vues	4.717 vues	12.813 vues	26.136 vues	113.826 vues
Entre 1 et 2 minutes	1.735 vues	4.122 vues	11.796 vues	26.520 vues	156.620 vues
Entre 2 et 5 minutes	1.045 vues	3.753 vues	9.524 vues	22.358 vues	173.437 vues
Entre 5 et 10 minutes	1.405 vues	1.061 vues	10.107 vues	29.129 vues	144.660 vues

Nombre moyen de vues en fonction de la durée de la vidéo et de la taille du compte pour les comptes personnels

ET LA DURÉE DES VIDÉOS SELON LA TAILLE DES COMPTES ? CORRESPOND-ELLE À LA DURÉE IDÉALE ?

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - vidéos

Comptes professionnels	Compte Tiny 0-500 followers	Compte Small 501-2K followers	Compte Medium 2K-10K followers	Compte Big 10K-50K followers	Compte Huge +50K followers
Entre 1 et 10 secondes	1.187 vues	3.082 vues	9.407 vues	24.806 vues	115.801 vues
Entre 11 et 30 secondes	1.584 vues	5.045 vues	12.623 vues	34.253 vues	160.521 vues
Entre 31 et 60 secondes	1.881 vues	4.008 vues	11.228 vues	28.518 vues	127.552 vues
Entre 1 et 2 minutes	1.518 vues	5.313 vues	10.605 vues	29.195 vues	162.341 vues
Entre 2 et 5 minutes	931 vues	3.109 vues	9.541 vues	24.557 vues	153.910 vues
Entre 5 et 10 minutes	828 vues	1.686 vues	4.061 vues	24.172 vues	215.280 vues

Nombre moyen de vues en fonction de la durée de la vidéo et de la taille du compte pour les comptes professionnels

ET LA DURÉE DES VIDÉOS SELON LA TAILLE DES COMPTES ? CORRESPOND-ELLE À LA DURÉE IDÉALE ?

Seuls les grands comptes enregistrent un nombre de vues importants avec la durée la plus longue.

Curieusement, dans la tranche de 1 à 10 secondes, aucune catégorie de comptes n'atteint une moyenne de vues significative.

En revanche, dans la tranche de durée la plus longue, de 5 à 10 minutes, les comptes de grande taille (comptes personnels) se distinguent, avec une moyenne de près de 30 000 vues.



COMMENT LES COMPTES PUBLIENT- ILS SUR TIKTOK ?

Les comptes avec plus d'abonnés publient-ils des vidéos plus longues ? La réponse est oui.

Les comptes les plus petits ne dépassent généralement pas les 40 secondes de durée moyenne, tandis que les grands comptes atteignent, voire dépassent, la minute.

En résumé, plus un compte a d'abonnés, plus il publie de vidéos par semaine et plus ces vidéos sont longues, ce qui favorise une augmentation moyenne des vues.

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - vidéos

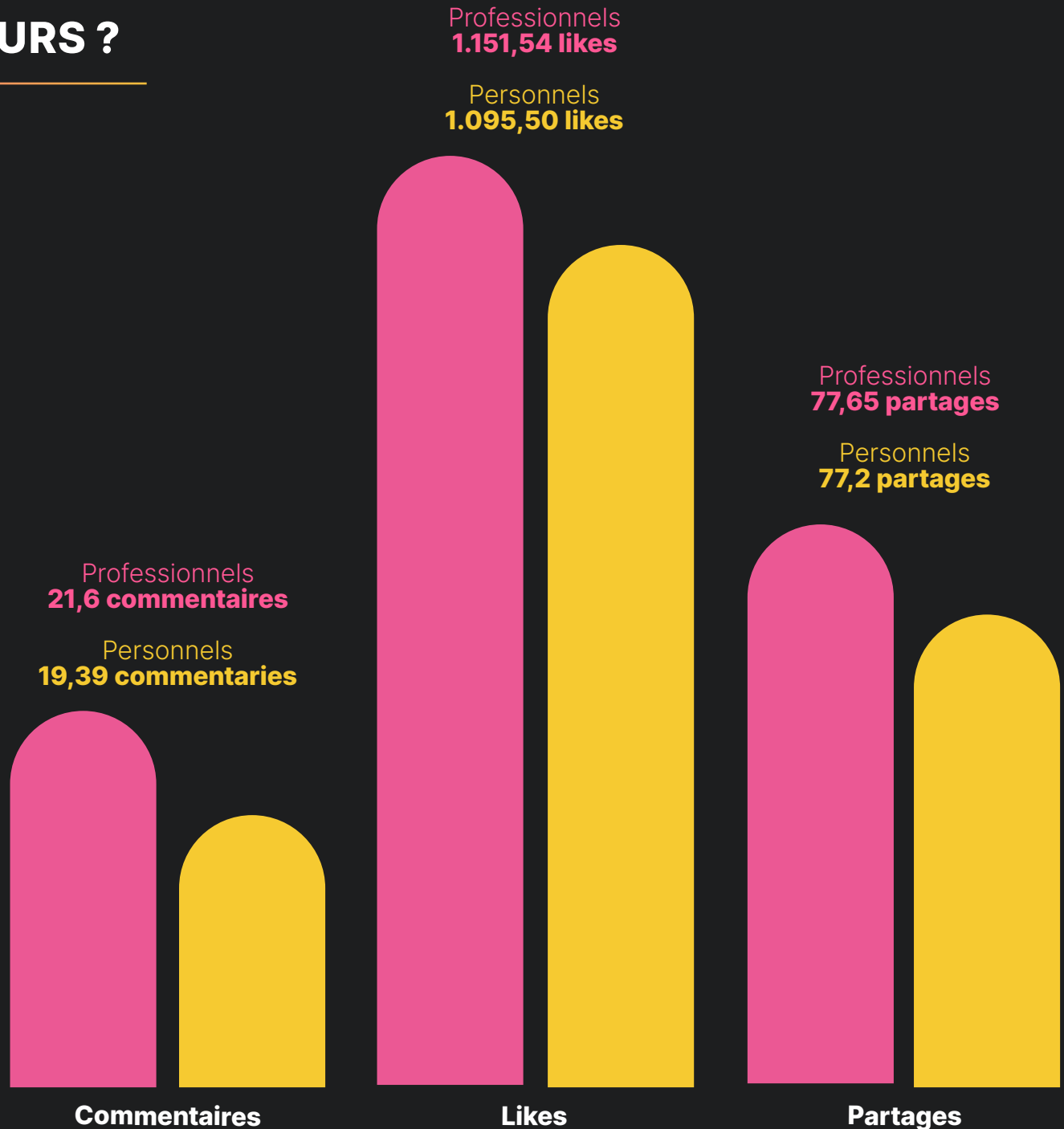
Personnel	Fréquence	Durée	Vues
Compte Tiny 0-500 followers	2,12	34,5 sec.	1.189
Compte Small 500-2K followers	2,74	39,51 sec.	4.225
Compte Medium 2K-10K followers	3,46	43,68 sec.	10.889
Compte Big 10K-50K followers	4,12	47,66 sec.	24.181
Compte Huge +50K followers	5,96	61,82 sec.	115.151
Professionnel	Fréquence	Durée	Vues
Compte Tiny 0-500 followers	1,9	34,96 sec.	1.565
Compte Small 500-2K followers	2,4	39,57 sec.	4.237
Compte Medium 2K-10K followers	2,95	46,79 sec.	11.208
Compte Big 10K-50K followers	3,73	48,59 sec.	29.829
Compte Huge +50K followers	6,67	57,81 sec.	145.995

ET QUELLE EST L'INTERACTION PRÉFÉRÉE DES UTILISATEURS ?

Voici le classement des interactions les plus populaires auprès des utilisateurs : en première position, ce sont les 'likes', suivis par les partages, et enfin les commentaires.

Les partages sont particulièrement importants, car ils ne se contentent pas seulement d'élargir la visibilité du contenu sur la plateforme, mais ils permettent aussi de toucher de nouvelles audiences via des applications comme WhatsApp ou les réseaux sociaux. Cette capacité à diffuser le contenu au-delà de TikTok accroît considérablement son potentiel de viralité.

Les likes, simples et rapides, restent l'interaction la plus courante. Ils sont une manière efficace pour les utilisateurs d'exprimer leur approbation sans effort. Cependant, les commentaires, bien qu'ils soient moins fréquents, génèrent un niveau d'engagement beaucoup plus élevé. De plus, ils offrent un retour précieux pour le créateur, lui permettant de mieux comprendre les attentes de son audience et d'ajuster ses futurs contenus.



QU'EST-CE QU'UN BON TAUX D'ENGAGEMENT ?

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - vidéos

Le taux d'engagement reflète l'implication de votre audience avec le contenu que vous publiez.

Quel est le taux idéal ? Pour avoir un point de repère, comparez vos données avec celles de comptes de taille équivalente. Mais l'idéal reste de suivre votre propre progression (mois par mois, trimestre par trimestre, ou même d'une année sur l'autre).

4,26% Taux d'engagement moyen pour les comptes professionnels

4,69% Taux d'engagement moyen

5,47% Taux d'engagement moyen pour les comptes personnels

	Comptes personnels	Comptes professionnels
Compte Tiny 0-500 followers	3,83% taux d'engagement*	2,69% taux d'engagement*
Compte Small 500-2K followers	4,41% taux d'engagement*	2,84% taux d'engagement*
Compte Medium 2K-10K followers	4,14% taux d'engagement*	2,80% taux d'engagement*
Compte Big 10K-50K followers	5,14% taux d'engagement*	2,92% taux d'engagement*
Compte Huge +50K followers	5,84% taux d'engagement*	4,72% taux d'engagement*

*Pour obtenir le taux d'engagement, additionnez toutes les interactions (j'aime, commentaires, partages) et divisez par le nombre de vues et multipliez par 100.

Vous obtenez ainsi le pourcentage d'engagement.

QUELLE EST LA SOURCE DE TRAFIC QUI GÉNÈRE LE PLUS D'IMPRESSIONS SUR LES VIDÉOS ?

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - vidéos

L'une des données qui reflète le mieux le fonctionnement de l'algorithme TikTok est celle des sources de trafic. Comme le montre le tableau, la page "Pour toi", qui propose des recommandations basées sur les intérêts de chaque utilisateur, est celle qui génère le plus grand nombre d'impressions, quelle que soit la taille des comptes.

Ce qui est particulièrement intéressant, c'est que ce sont les comptes les plus petits qui bénéficient du plus grand pourcentage d'impressions venant de la page "Pour toi". Cela prouve que l'algorithme TikTok offre une chance équitable à tout contenu de devenir viral, indépendamment du nombre d'abonnés du créateur.

Concernant les autres sources de trafic, les impressions générées depuis le flux "Suivis" augmentent à mesure que le nombre de followers croît.

En revanche, les impressions issues des recherches restent faibles pour tous les types de comptes, ce qui suggère que les marques doivent travailler leur SEO sur TikTok pour maximiser la portée de leurs vidéos.

	Tiny	Small	Medium	Big	Huge
Suvis	1,31%	2,86%	3,97%	7,45%	10,79%
Pour toi	78,11%	73,07%	68,73%	64,35%	63,76%
Hashtag	0,03%	0,01%	0,01%	0%	0,01%
Profil	2,17%	1,45%	1,2%	0,84%	0,54%
Recherche	5,95%	4,76%	5,29%	5,52%	5,2%
Musique	0,02%	0,03%	0,04%	0,04%	0,02%

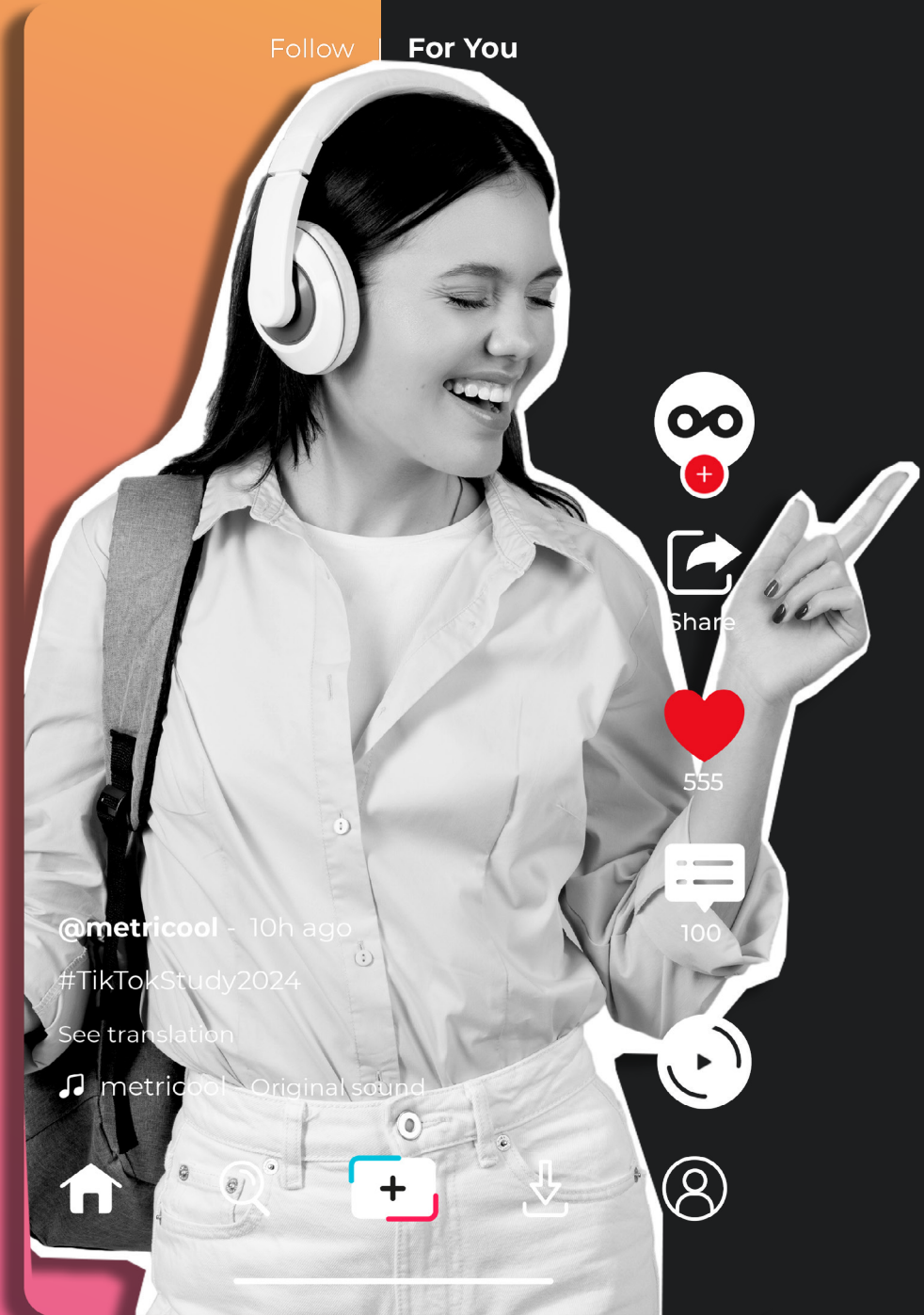
Seuls les comptes professionnels ont accès à ces données

Pourcentage d'impressions par source de trafic pour les comptes professionnels

Meilleurs jours et heures pour publier

QUAND PUBLIER SUR TIKTOK ?

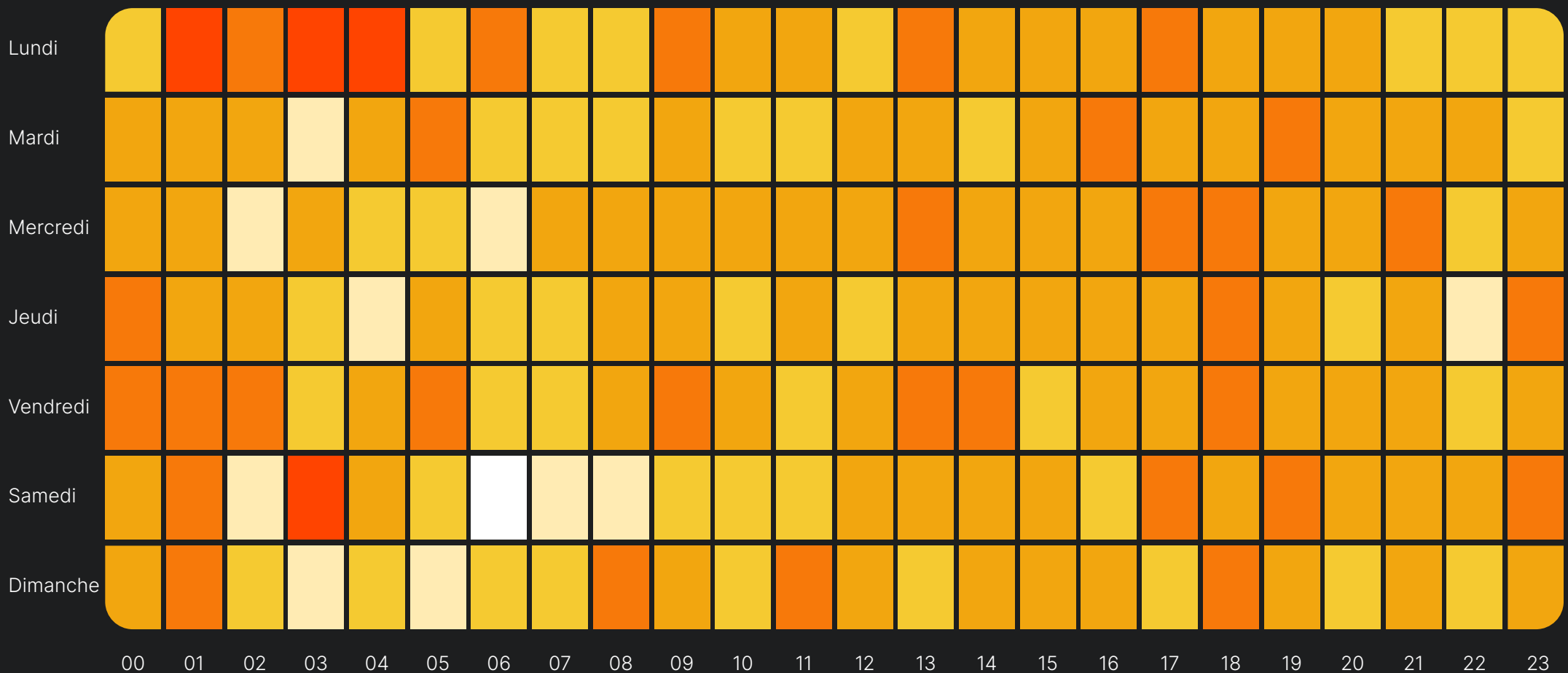
POUR LES VIDÉOS SUR TIKTOK



VOICI L'HEURE ET LE JOUR OÙ LES VIDÉOS TIKTOK ENREGISTRENT LE PLUS DE VUES

Meilleurs jours et heures pour publier

Comptes personnels



Nombre moyen de vues le plus bas

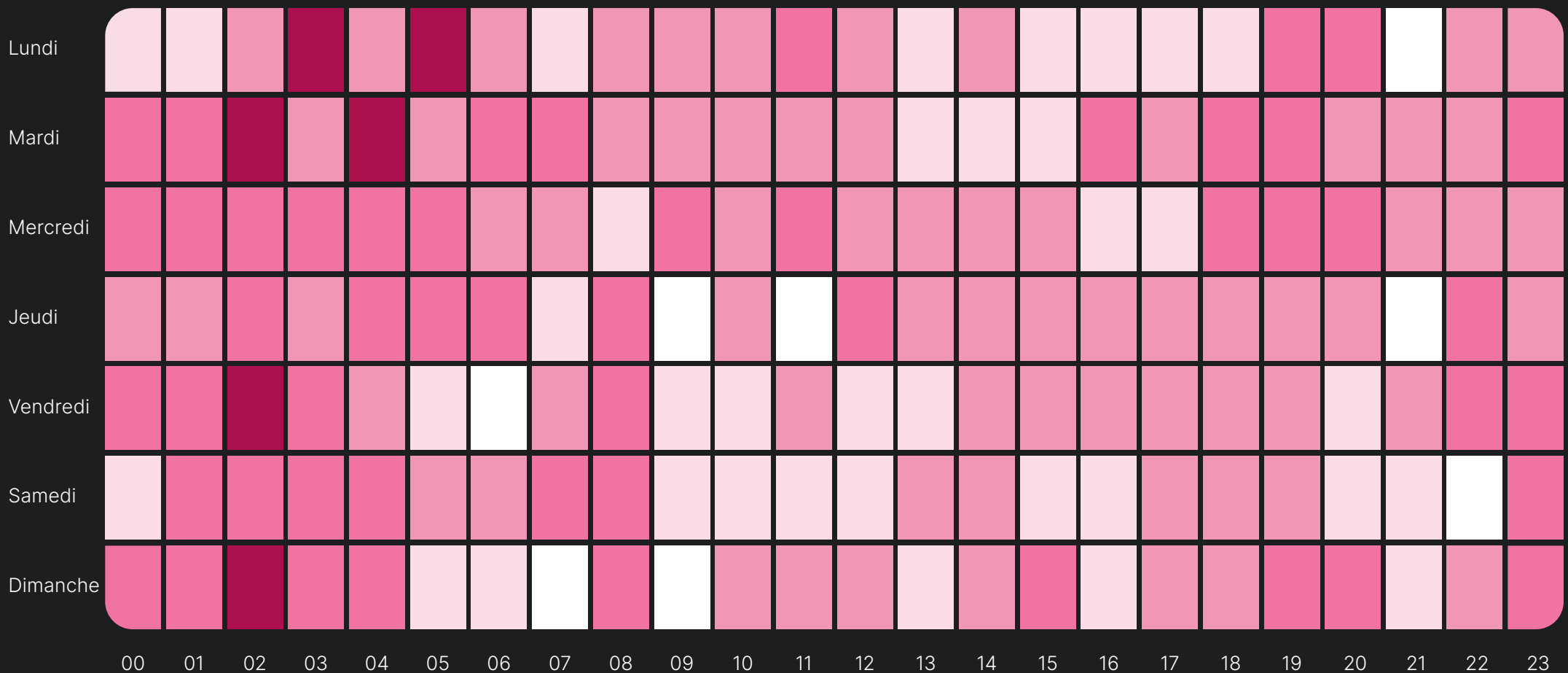
Nombre moyen de vues le plus élevé



VOICI L'HEURE ET LE JOUR OÙ LES VIDÉOS TIKTOK ENREGISTRENT LE PLUS DE VUES

Meilleurs jours et heures pour publier

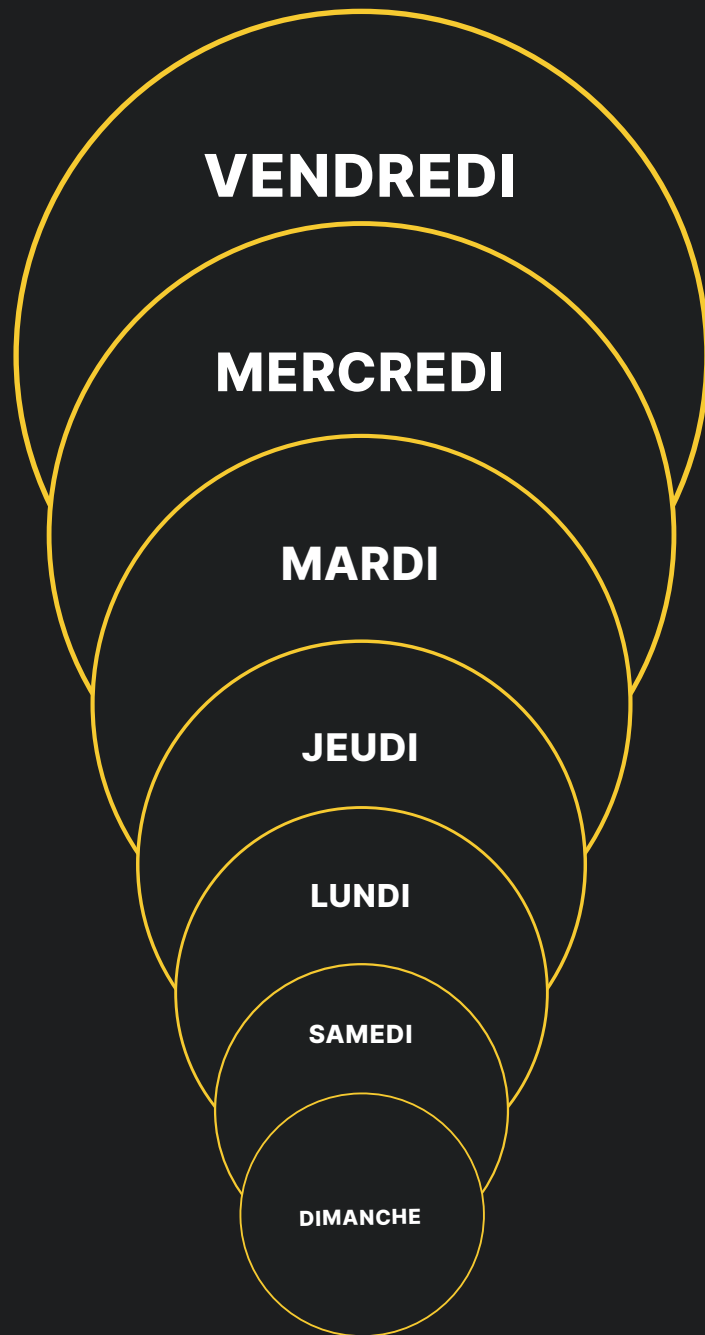
Comptes professionnels



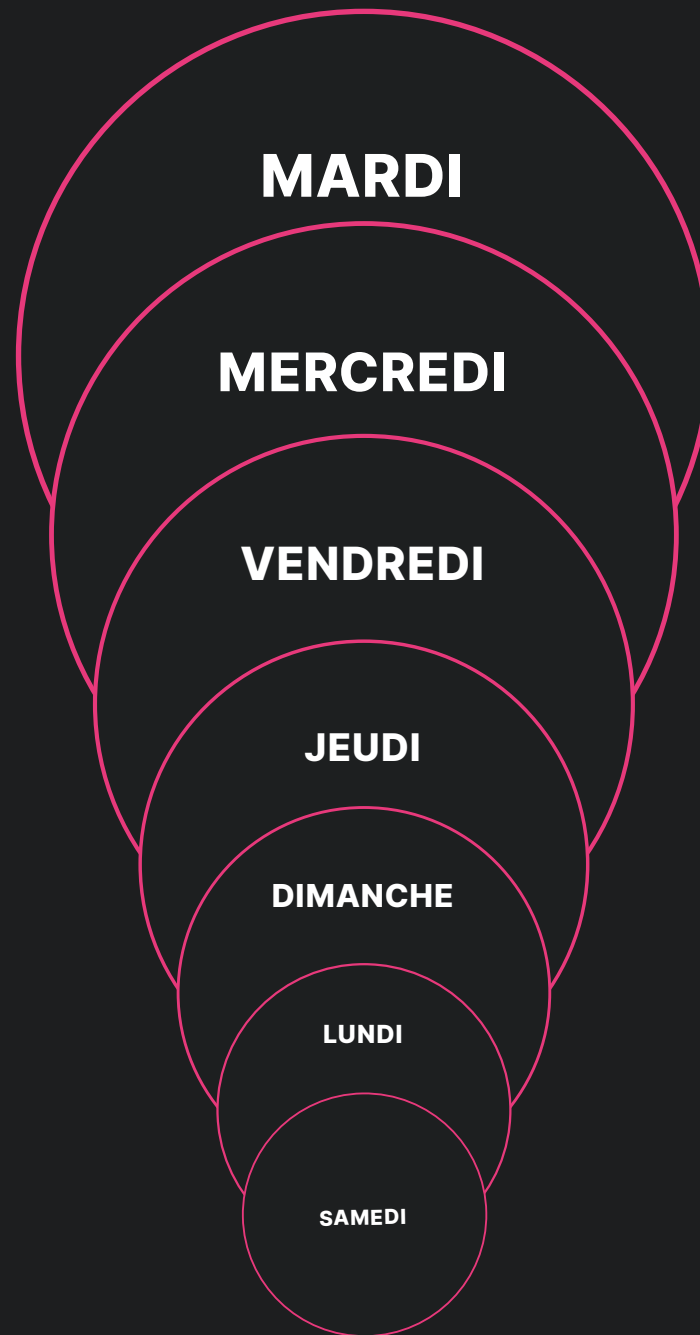
Nombre moyen de vues le plus bas

Nombre moyen de vues le plus élevé

Comptes personnels



Comptes professionnels



Jours de la semaine classés par importance du nombre de publications

ANALYSE DES IMAGES ET CARROUSELS

DE COMPTES PERSONNELS ET PROFESSIONNELS



La fréquence de publication ne décolle pas

Les comptes personnels et professionnels publient à peine un post par semaine dans ce format.

	Comptes personnels	Comptes professionnels
Compte Tiny 0-500 followers	1,03 publications hebdomadaires	0,75 publications hebdomadaires
Compte Small 500-2K followers	0,9 publications hebdomadaires	0,91 publications hebdomadaires
Compte Medium 2K-10K followers	1,14 publications hebdomadaires	0,96 publications hebdomadaires
Compte Big 10K-50K followers	1,24 publications hebdomadaires	0,95 publications hebdomadaires
Compte Huge +50K followers	0,96 publications hebdomadaires	1,15 publications hebdomadaires

Fréquence de publication hebdomadaire des images et des carrousels en fonction de la taille du compte

5,85% Taux d'engagement moyen
pour les comptes professionnels

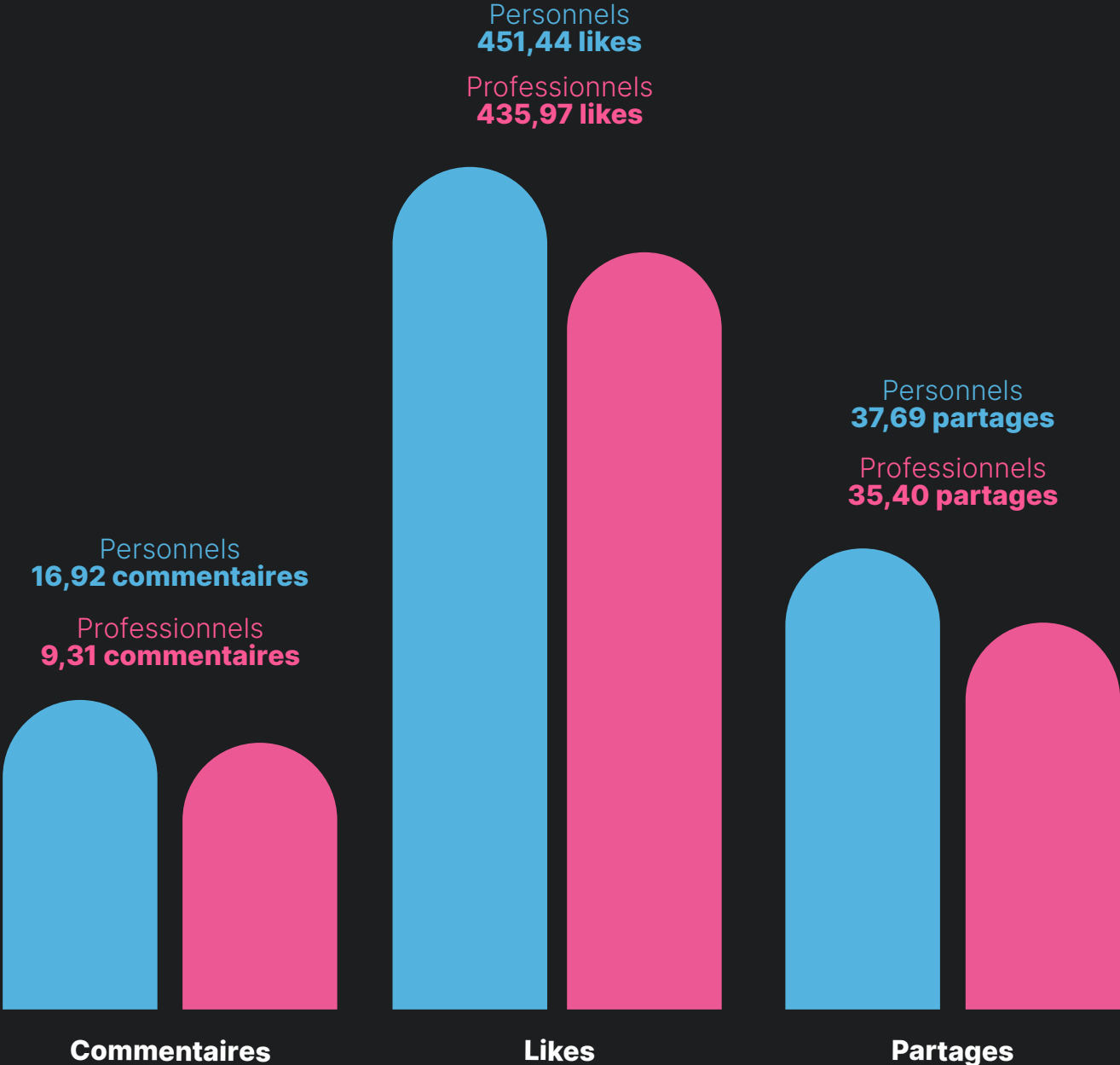
7,06% Taux d'engagement moyen
pour les comptes personnels

Un format pour dominer l'engagement

Les images et carrousels génèrent plus d'interactions, atteignant un public plus engagé, prêt à participer activement au contenu.

Les "likes" restent l'interaction favorite

Avec plus de 400 "j'aime" par publication, le "petit cœur" est l'interaction la plus courante et appréciée des utilisateurs.



Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ?

ANALYSE APPROFONDIE DES DONNÉES ET DES TENDANCES

IMAGES ET CARROUSELS SUR TIKTOK



QUELLE EST LA FRÉQUENCE DE PUBLICATION EN FONCTION DE LA TAILLE DU COMPTE ?

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - Images et carrousels

Les images et carrousels ne sont pas des formats particulièrement populaires, que ce soit pour les comptes personnels ou professionnels, peu importe leur taille.

La fréquence de publication de ce type de contenu dépasse rarement une fois par semaine, et dans le cas des comptes Small et Huge, elle n'atteint même pas cette moyenne.

En revanche, ce sont les comptes avec un plus grand nombre de followers qui, de manière plus régulière, utilisent ces formats, mais de façon assez modérée.



Fréquence de publication selon la taille du compte

SI JE PUBLIE PLUS, EST-CE QUE J'OBTIENS PLUS DE VUES ?

D'après les données recueillies, la fréquence de publication hebdomadaire ne semble pas avoir un impact significatif sur la moyenne des vues.

Ce sont les comptes ayant le plus de followers qui génèrent le plus de vues, ce qui indique que le nombre de followers a une influence plus importante que la fréquence de publication.



Personnel	Fréquence	Vues
Compte Tiny 0-500 followers	1,03	770,33
Compte Small 500-2K followers	0,90	3.029,93
Compte Medium 2K-10K followers	1,14	4.430,75
Compte Big 10K-50K followers	1,24	16.917,90
Compte Huge +50K followers	0,96	59.331,68

Professionnel	Fréquence	Vues
Compte Tiny 0-500 followers	0,75	1.289,86
Compte Small 500-2K followers	0,91	2.353,99
Compte Medium 2K-10K followers	0,96	5.664,16
Compte Big 10K-50K followers	0,95	10.138,69
Compte Huge +50K followers	1,15	48.098,08

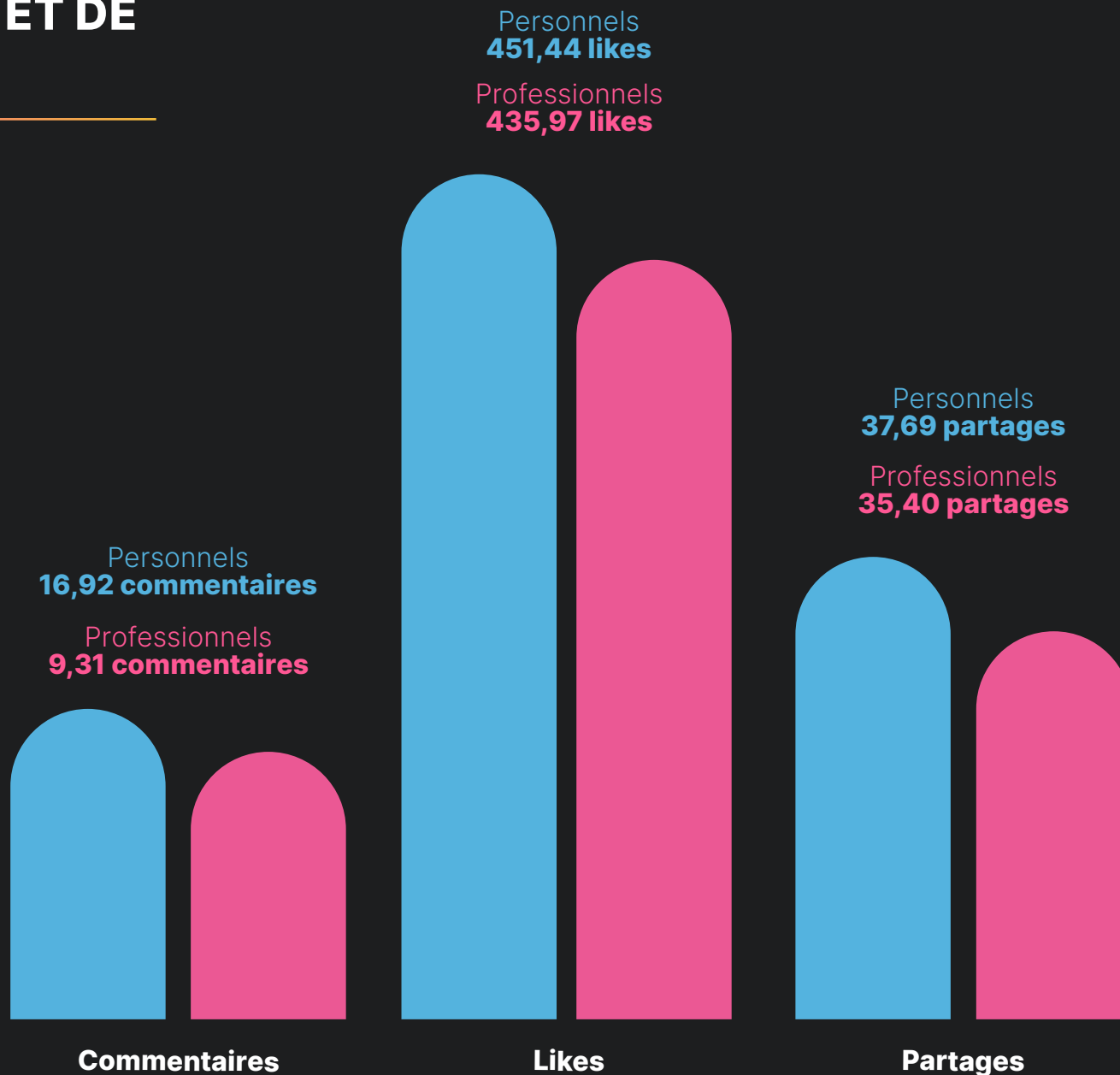
Fréquence de publication hebdomadaire et nombre moyen de vues par taille de compte

COMMENT LES UTILISATEURS INTERAGISSENT-ILS AVEC LES PUBLICATIONS D'IMAGES ET DE CARROUSELS ?

Les "j'aime" restent l'interaction favorite des utilisateurs, avec une moyenne de plus de 400 par publication.

Les partages se classent juste derrière, largement devant les commentaires.

Dans le cas des comptes professionnels, cette tendance est encore plus marquée, prouvant que les utilisateurs préfèrent les partages aux commentaires.



QUEL EST L'ENGAGEMENT SUR LES IMAGES ET LES CARROUSELS ?

Que s'est-il passé sur TikTok en 2024 ? - Images et carrousels

Grâce au taux d'engagement, vous mesurez l'interaction de votre audience avec vos publications d'images et de carrousels.

Vous voulez connaître le taux d'engagement idéal pour votre compte ? Regardez le tableau, classé par taille de compte, et comparez-le avec des comptes ayant un nombre de followers proche du vôtre.

5,85% Taux d'engagement moyen pour les comptes professionnels

6,46% Taux d'engagement moyen

7,06% Taux d'engagement moyen pour les comptes personnels

	Comptes personnels	Comptes professionnels
Compte Tiny 0-500 followers	3,22% taux d'engagement*	5,34% taux d'engagement*
Compte Small 500-2K followers	5,90% taux d'engagement*	7,36% taux d'engagement*
Compte Medium 2K-10K followers	5,67% taux d'engagement*	4,29% taux d'engagement*
Compte Big 10K-50K followers	6,86% taux d'engagement*	4,91% taux d'engagement*
Compte Huge +50K followers	8,11% taux d'engagement*	6,37% taux d'engagement*

*Le calcul de l'engagement sur TikTok se fait en additionnant les interactions (likes, commentaires et partages), puis en divisant le total par le nombre de vues.

Ce résultat est ensuite multiplié par 100 pour obtenir le taux d'engagement.

QUELLE EST LA SOURCE DE TRAFIC QUI GÉNÈRE LE PLUS D'IMPRESSIONS POUR LES IMAGES ET LES CARROUSELS ?



Le feed "Pour toi" est incontestablement la source de trafic la plus importante, représentant 74 % des impressions, loin devant le feed "Suivis".

Lorsqu'on analyse les données en fonction de la taille des comptes, on remarque que ce sont les plus petits comptes qui génèrent le plus d'impressions via le feed "Pour toi". Cela met en lumière, une fois de plus, l'efficacité de l'algorithme de TikTok : un contenu pertinent a le potentiel de devenir viral s'il parvient à capter l'attention d'utilisateurs intéressés.

	Tiny	Small	Medium	Big	Huge
Suvis	0,84%	2,28%	5,02%	9,57%	16,19%
Pour toi	84,16%	77,55%	68,41%	64,06%	55,73%
Hashtag	0,01%	0%	0%	0%	0%
Profil	2,15%	1,53%	1,48%	1,26%	0,71%
Recherche	2,83%	2,46%	3,29%	3,95%	4,29%
Musique	0,04%	0,08%	0,09%	0,11%	0,06%

Seuls les comptes professionnels ont accès à ces données

Pourcentage d'impressions par source de trafic pour les comptes professionnels



Meilleurs jours et heures pour publier

QUAND PUBLIER SUR TIKTOK ?

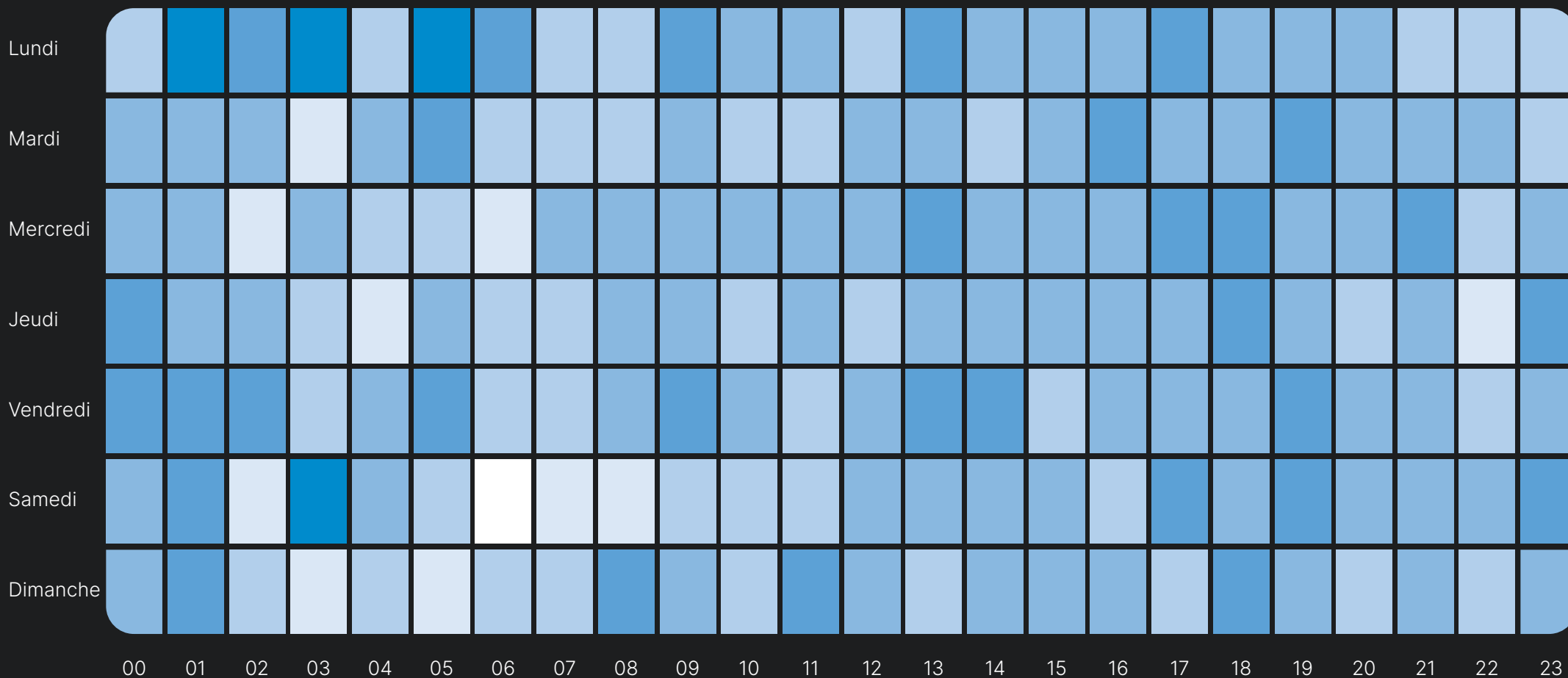
POUR LES IMAGES ET
CARROUSELS SUR TIKTOK



L'HEURE ET LE JOUR OÙ L'ON ENREGISTRE LE PLUS GRAND NOMBRE DE VUES MOYENNES SUR LES IMAGES

Meilleurs jours et heures pour publier

Comptes personnels



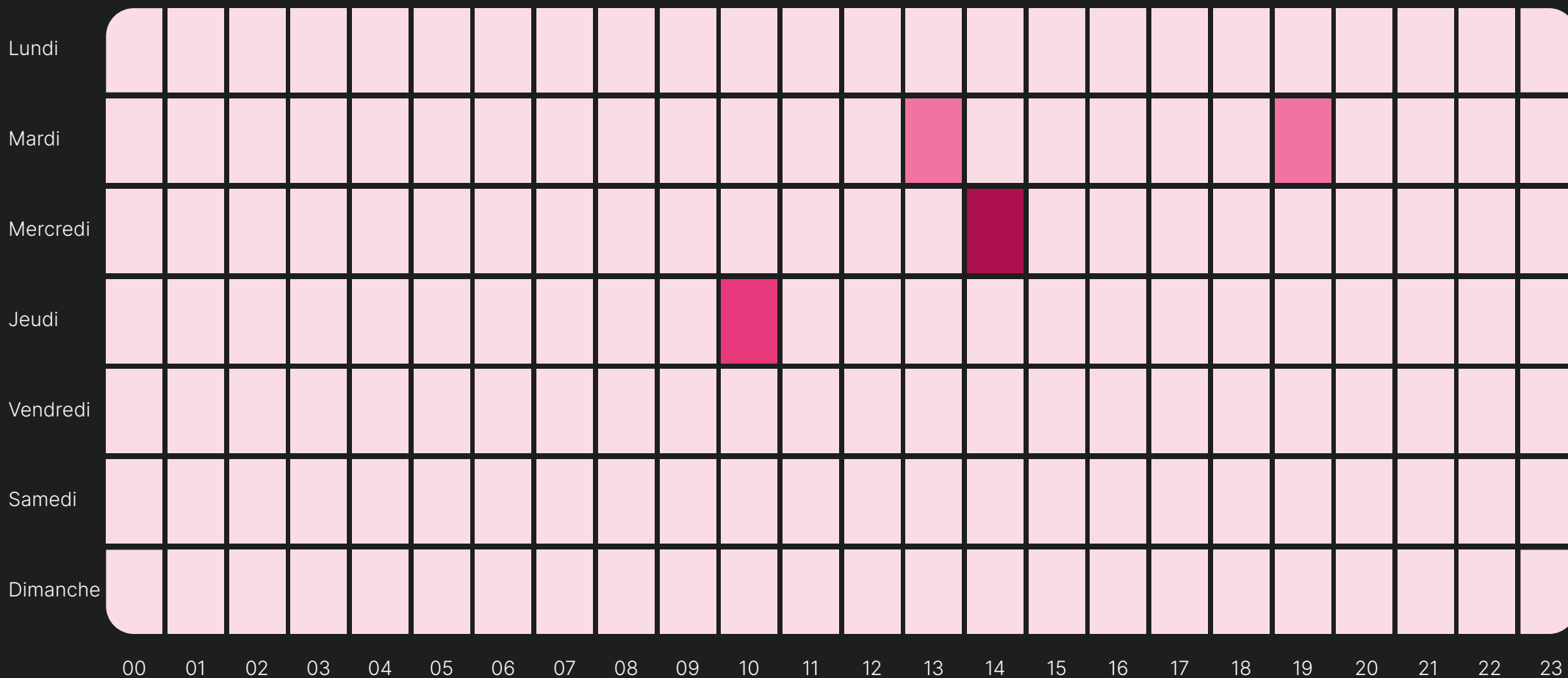
Nombre moyen de vues le plus bas

Nombre moyen de vues le plus élevé

L'HEURE ET LE JOUR OÙ L'ON ENREGISTRE LE PLUS GRAND NOMBRE DE VUES MOYENNES SUR LES IMAGES

Meilleurs jours et heures pour publier

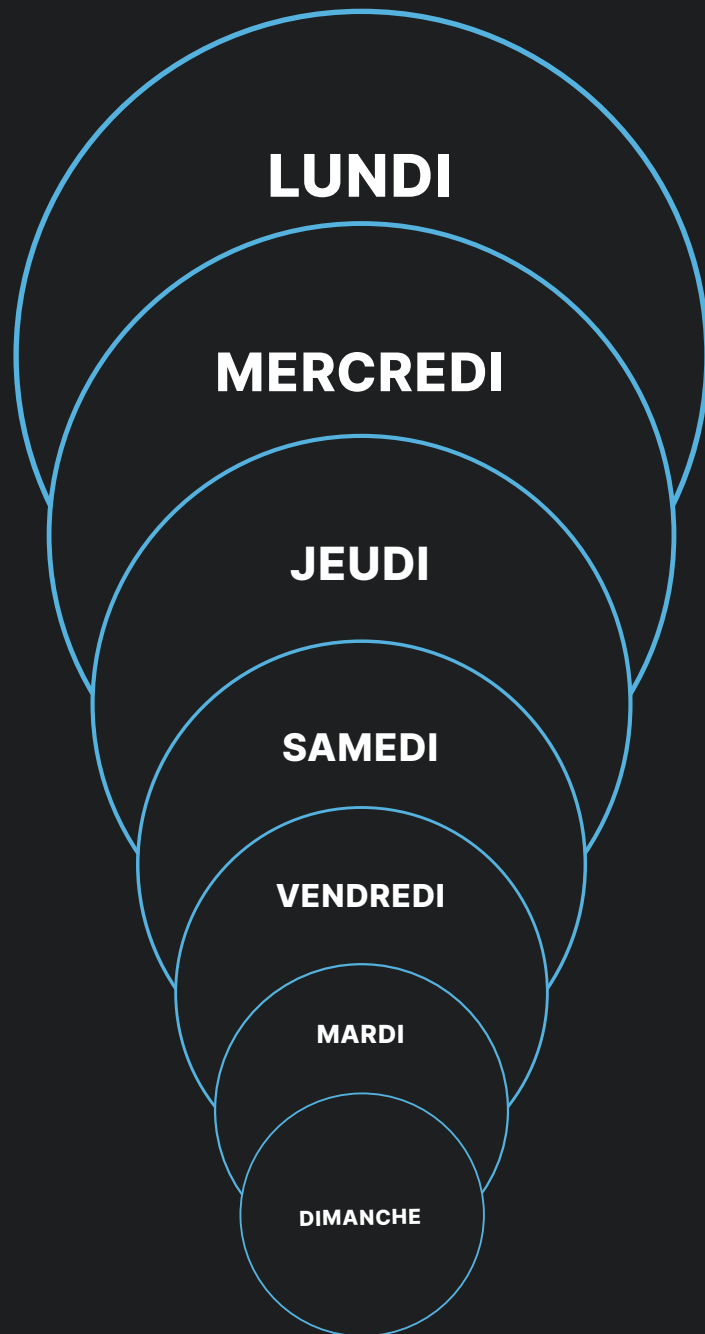
Comptes professionnels



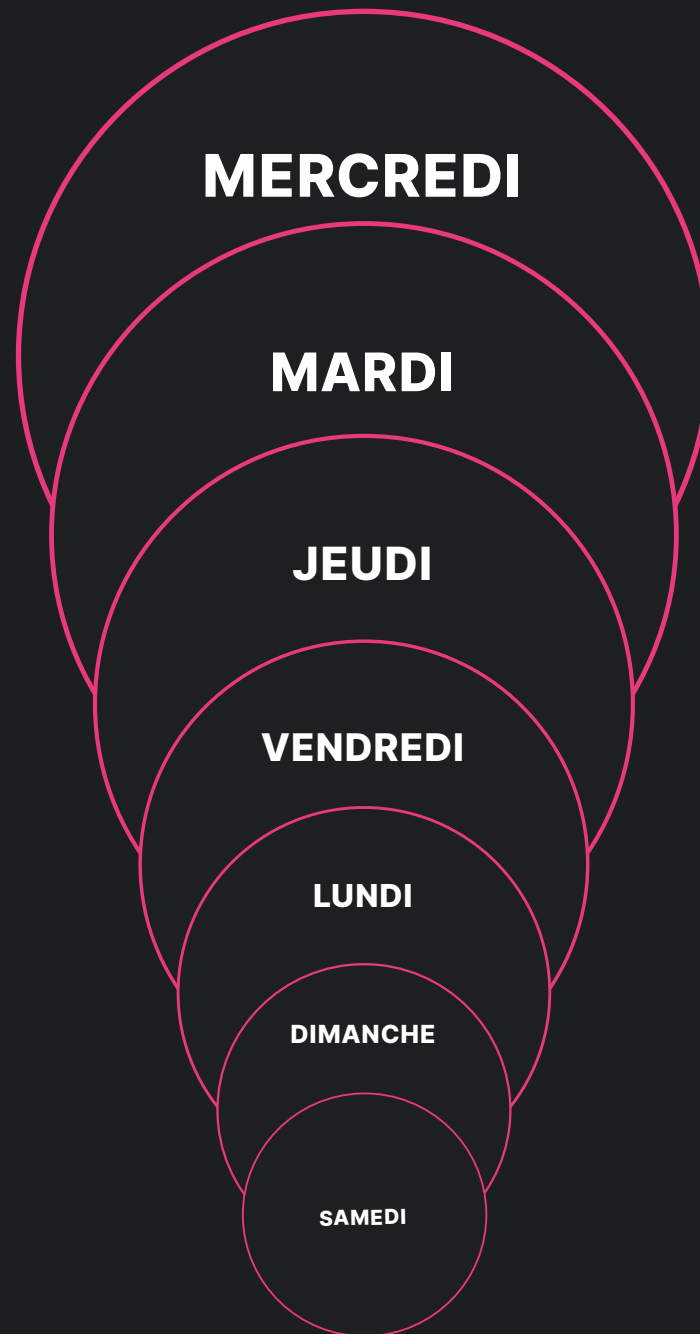
Nombre moyen de vues le plus bas

Nombre moyen de vues le plus élevé

Comptes personnels



Comptes professionnels



Jours de la semaine classés par importance du nombre de publications

**NOUS AVONS
ANALYSÉ ET
COMPARÉ LES
FORMATS SUR
TIKTOK**

VIDÉOS VS IMAGES



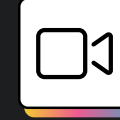
Les vidéos génèrent plus d'interactions

Les vidéos génèrent une plus grande participation des utilisateurs, avec près de 60 % d'interactions en plus par rapport aux images et carrousels.



Les images remportent la bataille de l'engagement

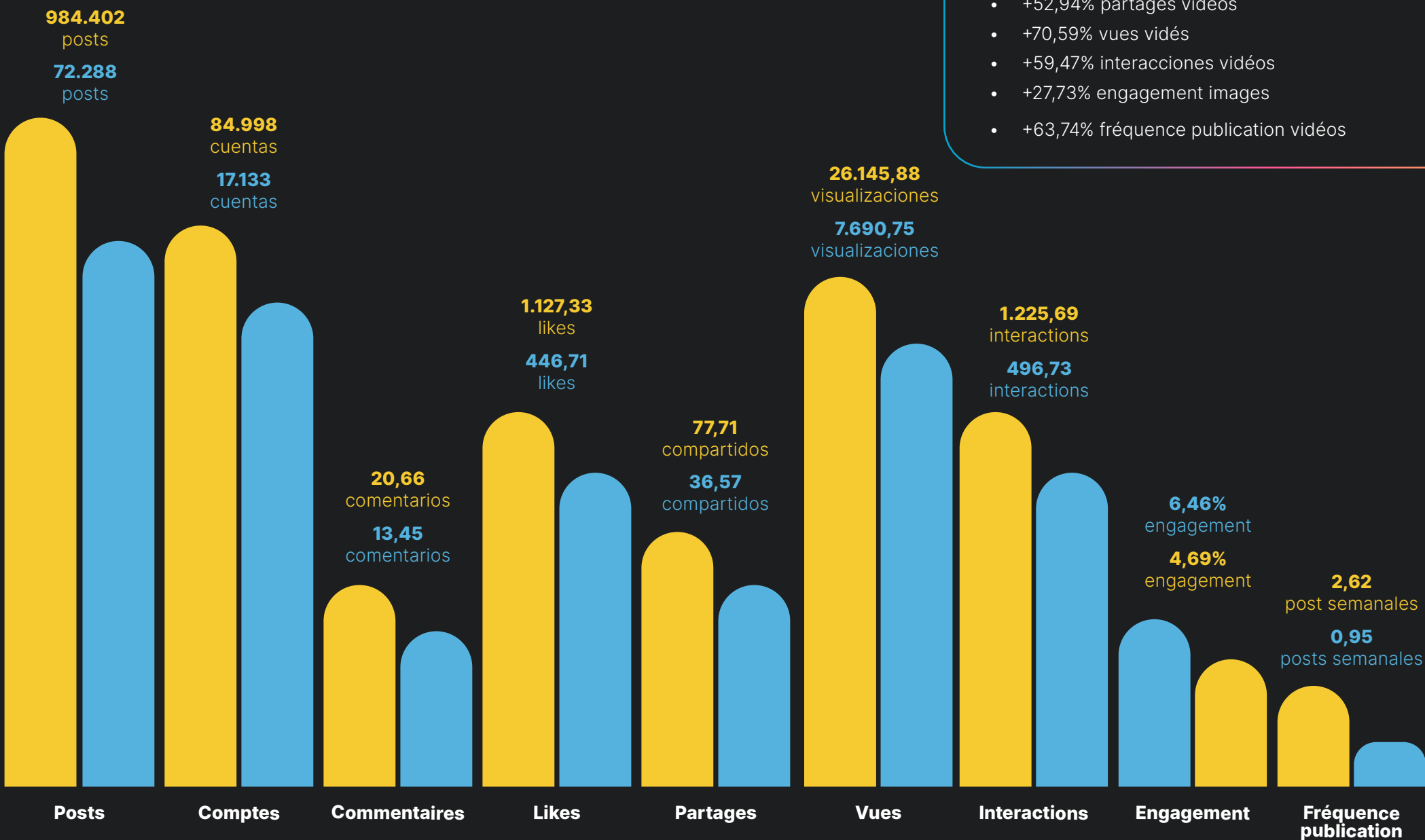
Bien que les vidéos enregistrent davantage d'interactions, avec presque 60 % de plus que les images, ces dernières se distinguent par un taux d'engagement supérieur de plus de 25 % à celui des vidéos.



Le format vidéo est le favori

Avec une moyenne de 2,62 vidéos par semaine, les comptes personnels privilégient ce format par rapport aux images et carrousels, qui ne dépassent pas 1 publication par semaine.

● Images ● Vidéos



Defférences vidéo vs. images

- +34,90% commentaires vidéos
- +60,37% likes vidéos
- +52,94% partages vidéos
- +70,59% vues vidés
- +59,47% interacciones vidéos
- +27,73% engagement images
- +63,74% fréquence publication vidéos



BEST PRACTICES

Découvrez des exemples concrets et des stratégies éprouvées pour maximiser votre portée, attirer de nouvelles audiences et faire ressortir votre contenu face à la concurrence.

ADAPTEZ LA DURÉE DE VOS VIDÉOS

Best practices

Sur TikTok, les vidéos longues sont de plus en plus populaires, avec une durée idéale située entre 2 et 5 minutes. Mais est-il vraiment nécessaire de publier des vidéos aussi longues ?

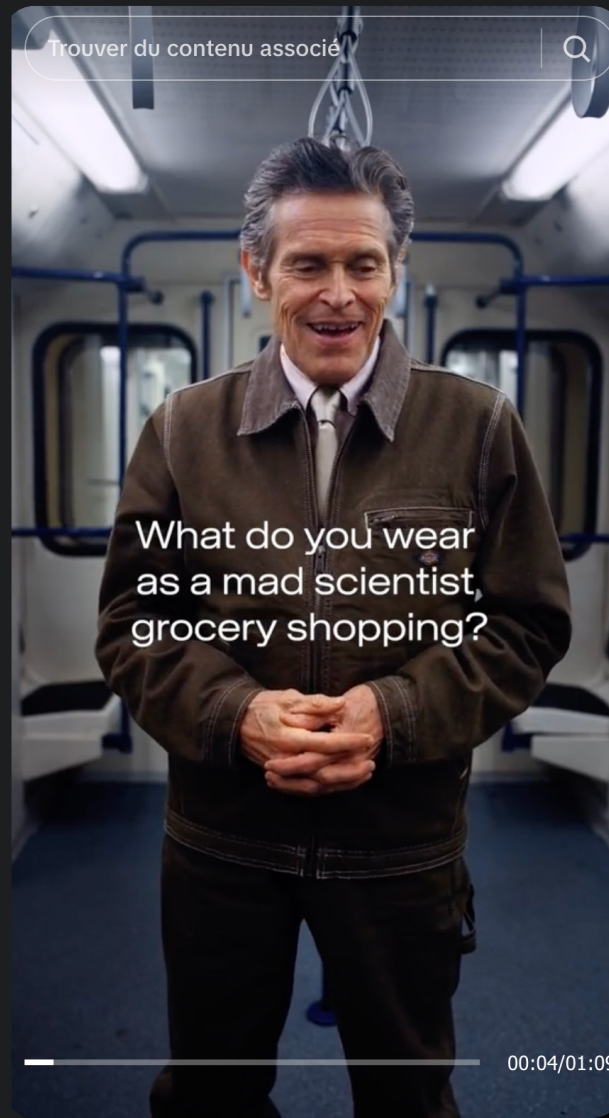
Notre conseil : racontez votre histoire de manière concise et efficace. Si 10 secondes suffisent pour captiver l'attention, pourquoi s'attarder pendant 3 minutes ? La clé est de garder votre message clair et percutant.

Laissez les statistiques sur la durée des vidéos selon la taille des comptes vous inspirer, mais rappelez-vous : parfois, moins c'est plus !

Zalando joue sur la durée de ses vidéos en fonction du message qu'il veut transmettre, pour capter l'attention de manière optimale.

La durée moyenne des vidéos est autour de 65 secondes, ce qui les place dans la deuxième catégorie de vidéos les plus vues (de 1 à 2 minutes), par rapport à la durée idéale moyenne.

En termes de taille de compte, la durée idéale se classe en troisième position. En effet, les vidéos de 11 à 30 secondes et de 31 à 60 secondes sont celles qui génèrent le plus d'engagement sur les comptes de petite taille.



00:04/01:09

Prenons l'exemple de l'interview avec Willem Dafoe : ici, la marque prend son temps pour explorer les tendances automne à travers les looks de ses personnages iconiques. Une vidéo plus longue, mais ultra pertinente pour ceux qui veulent découvrir les must-have de la saison.

Pour les contenus plus fun et rapides, comme ce TikTok, Zalando mise sur des vidéos courtes. L'objectif ? Créer un moment interactif et divertissant, tout en maintenant l'attention du public sur le vif.



00:09/00:16

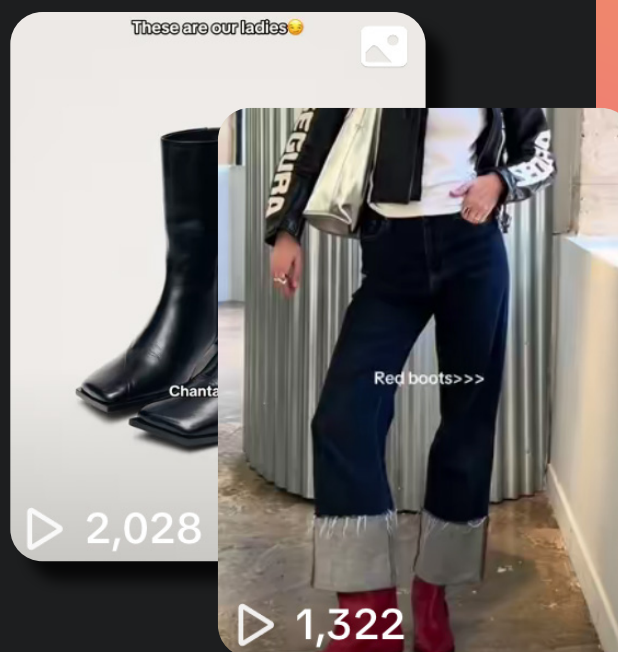
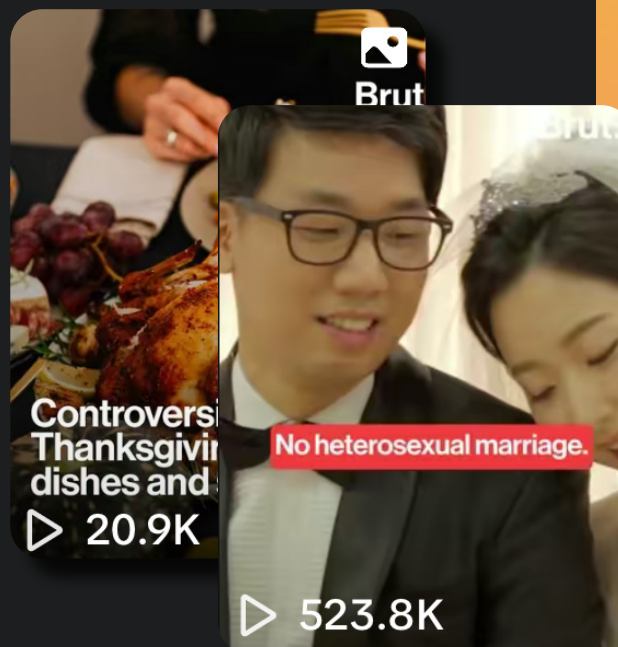
EXPLOITEZ TOUS LES FORMATS DE TIKTOK

Best practices

Comme le montre cette étude, les marques et les créateurs privilégient les vidéos par rapport aux images ou aux carrousels. Et ce n'est pas étonnant : les vidéos sont le format vedette de la plateforme, générant le plus grand nombre de vues et d'interactions, ce qui en fait le favori du public.

Cela dit, même si les images et carrousels attirent moins de vues, ils se distinguent par un taux d'engagement nettement supérieur. En effet, bien qu'ils touchent un public plus ciblé, celui-ci est souvent plus impliqué dans le contenu.

Pourquoi ne pas jouer la carte de la complémentarité ? Combinez la portée des vidéos avec l'engagement qu'offrent les images et carrousels. Vous pourrez ainsi multiplier les effets de votre stratégie tout en touchant des audiences plus variées.



Brut adopte une approche combinée sur TikTok, en alliant vidéos et carrousels.

Les deux formats enregistrent des vues similaires, ce qui permet à la marque de se concentrer sur le contenu plutôt que sur le format. Plutôt que de se demander lequel choisir, l'enseigne fait le choix stratégique du format qui sert au mieux le message qu'elle souhaite véhiculer à chaque publication.

De son côté, Alohas adopte une stratégie similaire pour ses gammes de chaussures.

Les vidéos et carrousels génèrent des vues similaires, mais la marque opte pour l'un ou l'autre selon le message à faire passer. Si la vidéo permet de capter l'émotion et l'histoire derrière chaque modèle, le carrousel, lui, permet de mettre en valeur les détails du produit.

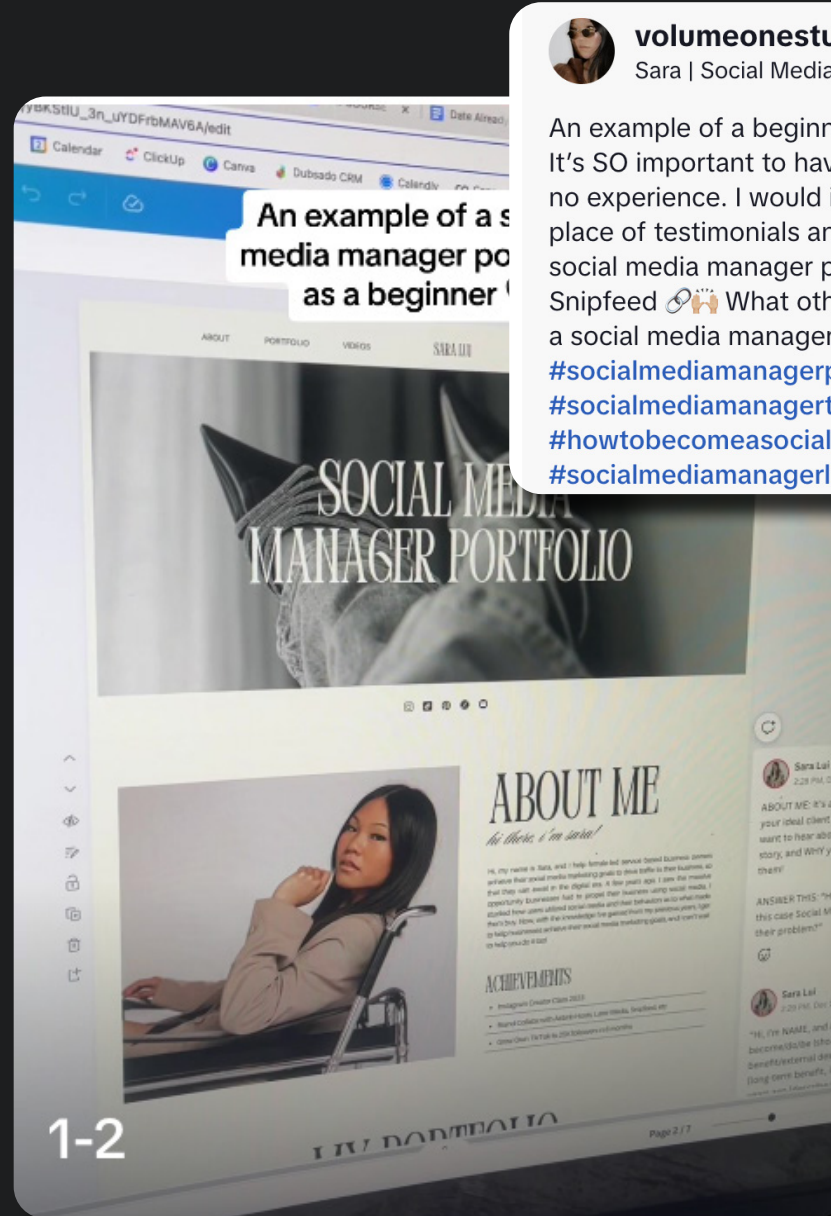
La principale source de trafic pour les vidéos et les images sur TikTok est la page "Pour toi", où la plateforme recommande du contenu en fonction des intérêts de chaque utilisateur.

Pour y arriver, misez sur une stratégie SEO solide. Cela signifie rechercher les mots-clés qui résonnent avec votre contenu et les intégrer efficacement dans vos posts pour améliorer leur positionnement et celui de votre compte.

Ne sous-estimez aucun détail : l'algorithme de TikTok scrute chaque signal – intégrez vos mots-clés dans les textes, légendes, hashtags – pour classer votre contenu et le rendre visible sur la page "Pour toi".

Dans cette vidéo, l'aspect SEO est optimisé autour du mot-clé "**social media manager portfolio**". Ce terme est stratégiquement intégré **dans la vidéo, la description et les hashtags**, afin de maximiser son référencement.

En plus, le mot-clé est soigneusement affiché sur la couverture de la vidéo, une technique qui attire l'algorithme et améliore les chances de renforcer l'attention et l'engagement.



volumeonestudios

Sara | Social Media Manager · 1-2

Suivre

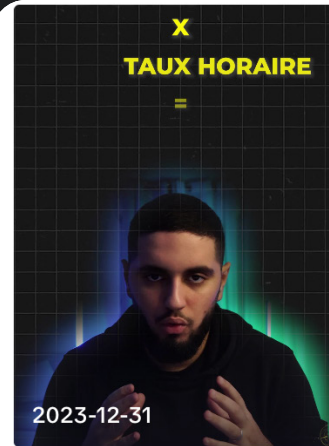
An example of a beginner social media manager portfolio ❤️ It's SO important to have a portfolio, even as a beginner with no experience. I would include lots of content examples in place of testimonials and client results! If you want this exact social media manager portfolio template, you can get it in my Snipfeed 📄👉 What other questions do you have about being a social media manager? 📌 [#socialmediamanagerportfolio](#) [#socialmediamanagerportfoliotemplate](#) [#portfoliotemplate](#) [#socialmediamanagertips](#) [#howtobeasocialmediamanager](#) [#howtobecomeasocialmediamanager](#) [#socialmediamanagerlife](#)

monteur video



Voici un autre exemple concret de l'importance du SEO : la recherche du mot-clé.

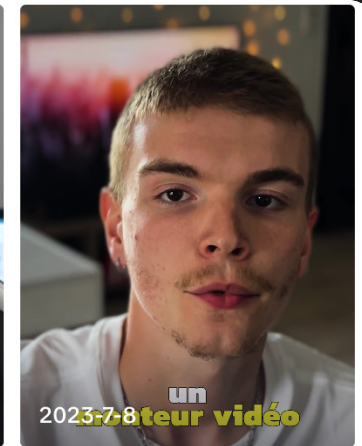
Par exemple, en cherchant "monteur vidéo", vous remarquerez que les premiers résultats incluent le mot-clé principal ainsi que des variantes comme "prix monteur" ou "IA montage vidéo", stratégiquement intégrées dans le texte et la description.



Voilà comment je facture mes montages vidéos...
jb_prod___ 29.8K



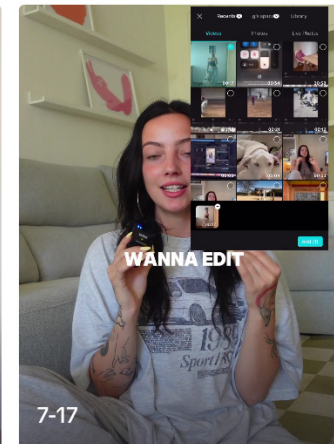
TOUS les monteurs vidéos doivent avoir ça. 🤪 ...
adham.online 20.4K



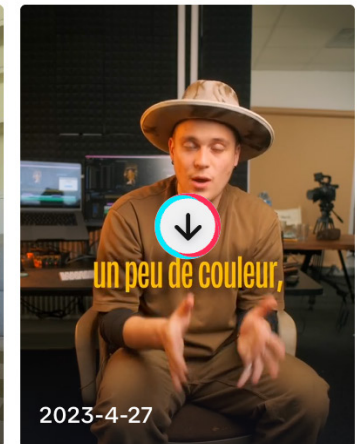
Salut ! Dans cette vidéo je t'explique mon "parcours"...
ptit_biscuit0 3197



Je cherche a créer ma team pour le lancement de ma...
ladrenalines... 17.4K



fitting this all into a 90 second reel was A LOT 🤪🤪🤪 the...
floofysocials 253.6K



Petit disclaimer pour ceux qui en ont besoin : oui j'ai rajout...
ugobussi 255.4K

Sur TikTok, la source principale de trafic reste la page "Pour toi", mais bien que vous vous concentriez sur l'attraction de nouveaux utilisateurs via cette page, il ne faut pas négliger les autres leviers de visibilité.

À commencer par la page "Suivis", c'est-à-dire continuer à apparaître dans le fil d'actualités des utilisateurs qui vous suivent déjà. En effet, cette source génère 4,37 % des impressions des vidéos et 4,67 % des images et carrousels.

Cela montre qu'une part du succès de votre contenu repose sur votre capacité à maintenir l'engagement de votre communauté. Comment faire ?

- Apportez du contenu de valeur, qui suscite l'intérêt de vos abonnés.
- Ajoutez des appels à l'action pour encourager la participation et l'interaction.
- Ne négligez pas les images et carrousels, car ce sont ces formats qui génèrent les meilleurs taux d'engagement.

4,67% Impressions de la page "Suivis" pour les images

4,37% Impressions de la page "Suivis" pour les vidéos



Répondre à un commentaire par vidéo est une stratégie doublement gagnante.

Vous faites sentir à votre abonné qu'il compte vraiment pour vous, tout en offrant à votre communauté un contenu interactif. C'est un moyen simple, mais intelligent, de dynamiser les échanges, d'ajouter de la valeur et de garder votre public intéressé à chaque réponse.



Un appel à l'action simple mais redoutable sur TikTok ? Inviter l'utilisateur qui regarde la vidéo à mentionner un ami.

Ce geste booste les interactions, augmente votre portée et attire de nouveaux internautes. En plus, cette pratique donne à l'algorithme un signal clair : votre contenu mérite d'être vu par un plus large public.

SOYEZ ATTENTIF À LA FRÉQUENCE DE PUBLICATION

Best practices

La fréquence de publication est un facteur clé et une question qui revient souvent lorsque l'on débute sur TikTok : combien de publications dois-je faire chaque semaine pour continuer à progresser ?

Notre conseil : appuyez-vous sur les données pour connaître la fréquence de publication des comptes similaires au vôtre.

En effet, les statistiques montrent que la fréquence de publication joue un rôle important dans l'obtention de vues.

Les comptes avec un plus grand nombre d'abonnés ont une fréquence de publication élevée, presque d'une vidéo par semaine, ce qui entraîne une augmentation des vues.



@metricool - 10h ago

#TikTokStudy2024

See translation

metricool - Original sound

BOOSTEZ VOTRE CONTENU EN PUBLIANT AUX MEILLEURES HEURES SUR TIKTOK

Les données de l'étude révèlent à quel moment les vidéos, images et carrousels de TikTok génèrent le plus grand nombre de vues.

Mais faut-il pour autant publier uniquement à ces heures ? Pas forcément. Il est conseillé de tester différents créneaux pour déterminer celui qui vous apporte le plus de visibilité.

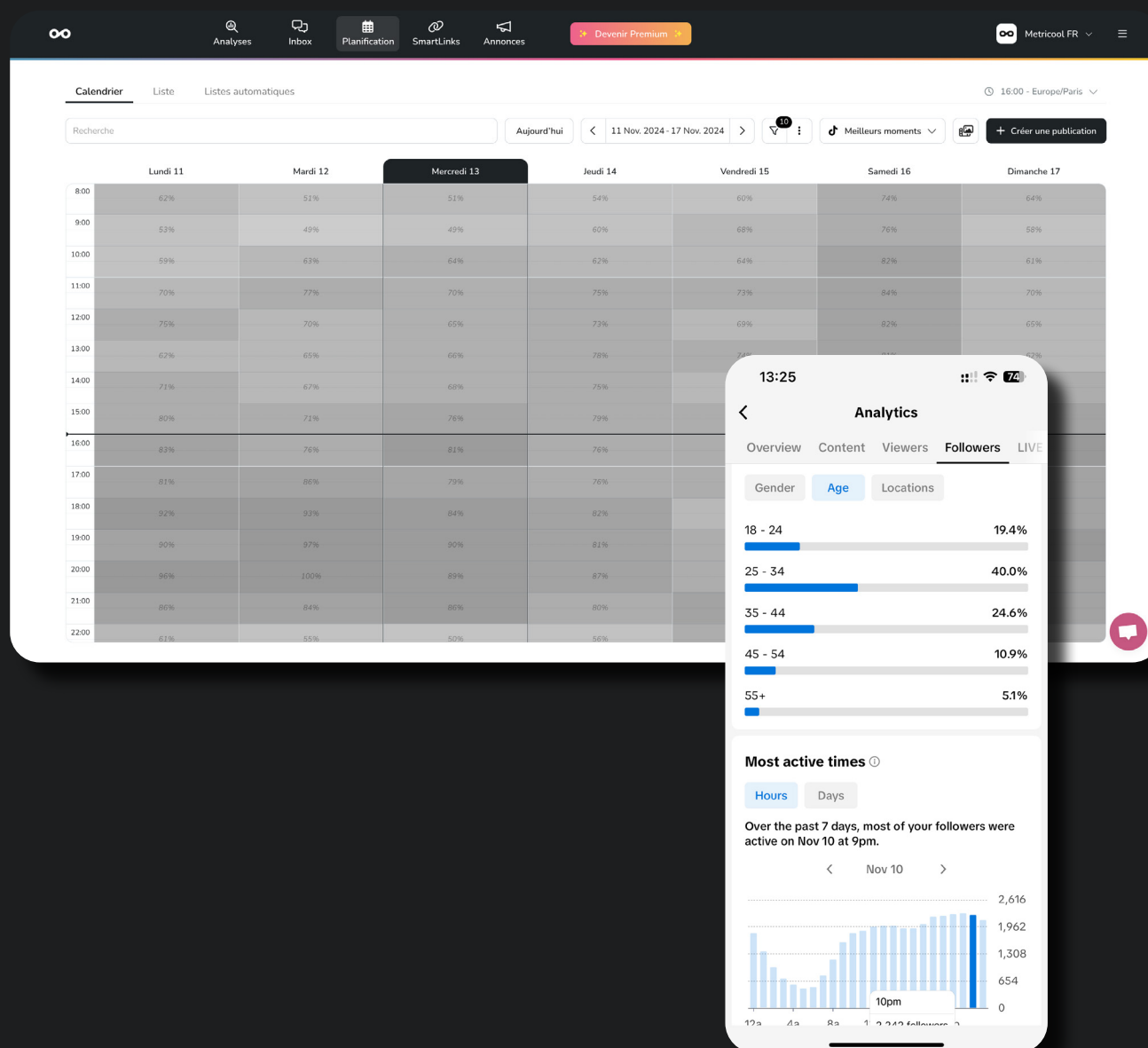
Une autre astuce consiste à repérer les horaires où vos abonnés sont les plus actifs. Ainsi, vous pourrez être certain de publier au moment où vous maximisez vos chances de toucher votre audience.

Analysez vos meilleures heures directement sur Metricool. Dans le planificateur, vous pouvez activer l'affichage du pourcentage d'utilisateurs actifs pour chaque tranche horaire, afin d'avoir une vision plus précise.

De plus, vous pouvez planifier et analyser votre compte TikTok depuis une seule plateforme.

Sur TikTok, vous pouvez aussi consulter la section « Activité » pour voir combien de vos abonnés sont actifs selon les heures de la journée.

Mais attention, cette donnée fluctue quotidiennement et, contrairement à Metricool, ne vous donne pas un aperçu aussi précis du nombre exact de followers actifs à un moment donné.



LES SONS SONT-ILS TOUJOURS EFFICACES POUR AUGMENTER LA PORTÉE SUR TIKTOK ?

Même si la page « Pour toi » est la principale source d'impressions pour les vidéos, images et carrousels, les sons continuent de jouer un rôle important sur TikTok.

Aujourd'hui, ils contribuent moins au trafic direct, mais les musiques tendance restent stratégiques pour toucher de nouvelles audiences.

Ils n'atteignent que 1 % des impressions globales pour les images et vidéos, mais leur utilisation judicieuse peut faire la différence pour accroître l'impact de votre contenu.

0,07% Impressions de la page "Musique" pour les images

0,03% Impressions de la page "Musique" pour les vidéos

Comment suivre les sons et tendances du moment ?

Chaque semaine, nous mettons à jour cet article sur le blog de Metricool avec [le top 10 des musiques TikTok du moment](#), accompagnés d'exemples pour vous inspirer dans vos créations.

Ajoutez-le à vos favoris et laissez libre cours à votre créativité !



BONUS TRACK

DÉCOUVREZ LES TENDANCES AVEC CREATOR SEARCH INSIGHT

Sur TikTok, les tendances font la loi ! Pour les marques et les créateurs, l'objectif est clair : capter l'attention en surfant sur les tendances pour devenir viral et se retrouver dans les "nouveautés de TikTok".

Alors, comment faire pour être toujours dans le coup ?

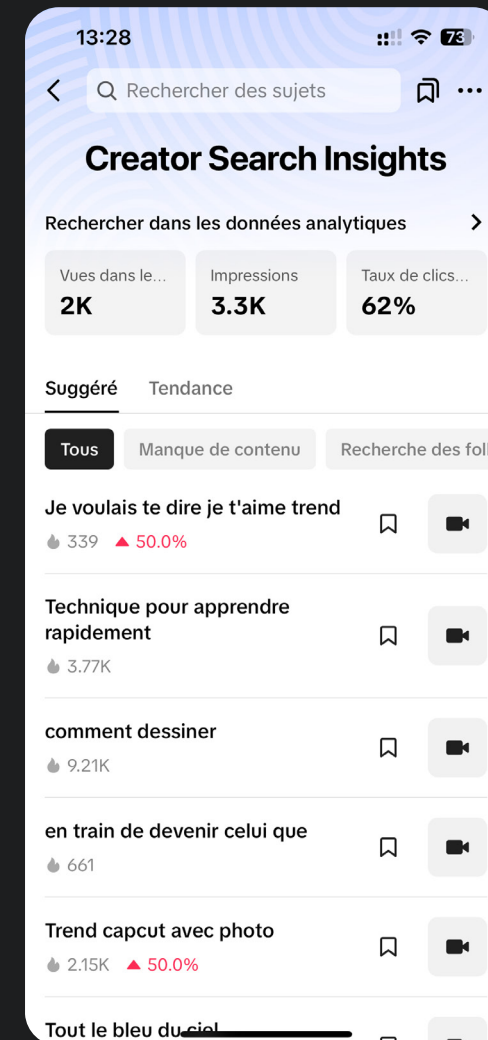
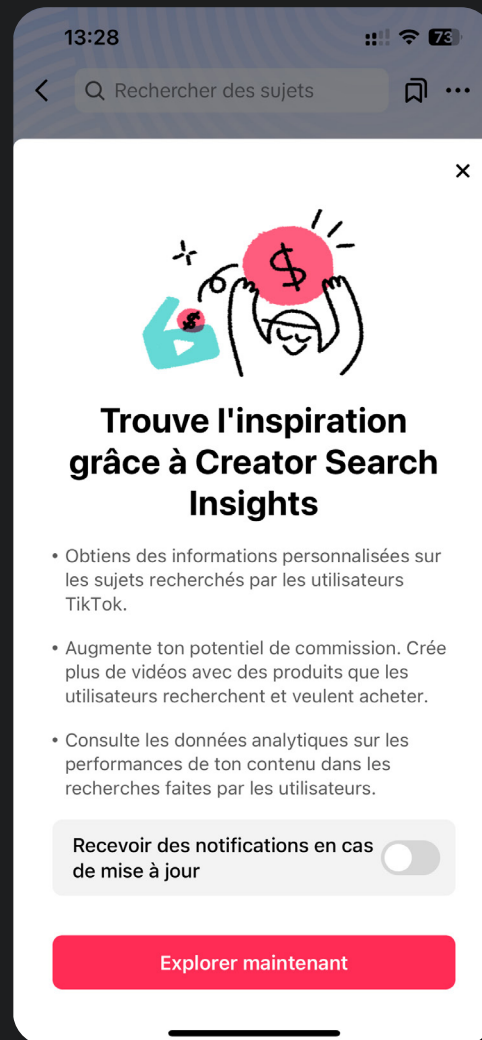
TikTok vous simplifie la vie avec l'outil Creator Search Insight, le dernier bon plan issu de l'Étude TikTok 2024.

Cet outil vous permet d'identifier les tendances et les recherches populaires de la plateforme. En d'autres termes, comprendre ce que les utilisateurs recherchent pour produire des contenus captivants et répondre à leurs envies.

Pour y accéder, tapez simplement « Creator Search Insight » dans la barre de recherche de TikTok et sélectionnez le premier résultat, qui est l'outil lui-même.

Ensuite :

- Utilisez la section Pour toi pour repérer des recherches pertinentes en fonction du contenu que vous publiez.
- Trouvez les tendances populaires pour inspirer votre création de contenu dans la section Tendances.
- Analysez et mesurez des mots-clés spécifiques dans la barre de recherche.



Vous souhaitez en savoir plus sur les tendances TikTok ? 

Voici un article du blog de Metricool avec les Trends TikTok du moment.

Maintenant, c'est à vous de jouer ! Utilisez Metricool pour scruter vos statistiques TikTok et mettez en œuvre vos nouvelles stratégies.

Inscrivez-vous GRATUITEMENT ici

metricool