

.activation commerciale

Facebook et Youtube délaissés par les marques au profit de TikTok, selon le Blog du Modérateur.

Agnès Rivoal / 23 novembre 2022



Le Blog du Modérateur, média de référence des professionnels du Community Management, présente aujourd'hui son **bilan Social Media pour l'année 2022**. Les résultats de l'étude, menée auprès de plus de 900 community managers français, sont sans appel : délaissant cette année les plateformes historiques, que sont Facebook et Youtube, et privilégiant le potentiel viral de formats de type *snacking video* — comme les réels — les marques se sont tournées en masse vers Instagram et TikTok.

Instagram réussit à se maintenir face à TikTok

Vivement critiqué cette année, notamment par rapport à l'intégration, par Meta, de réels et de "suggestions" de contenus tiers dans le *feed* de ses utilisateurs, Instagram aura, *in fine*, profité de l'obsession du groupe de Mark Zuckerberg pour le succès planétaire de TikTok. En effet, comme l'indique le Blog du Modérateur, *"Instagram est désormais le réseau social n°1 auprès des marques."* En copiant ses fonctionnalités phares, Instagram a ainsi gagné sa première bataille contre le géant chinois du streaming vidéo et ce, même si *"certains indicateurs sont en légère baisse"*, explique BDM. *"83 % des community managers le considèrent comme important, contre 84 % l'an dernier"*.

TikTok : une percée fulgurante auprès des marques.

De son côté, TikTok a bénéficié, en 2022, d'une *"percée fulgurante auprès des marques"*, note le média spécialisé. *"En 2021, TikTok était une plateforme importante pour seulement 17 % des community managers. Cette année, ils sont 40 %."* En un an, TikTok aura doublé 3 plateformes auprès des marques, et non des moindres : Pinterest, Twitter, et même YouTube. Si l'on en croit l'analyse de BDM, TikTok aurait tout simplement bénéficié du *deuxième effet Kiss Kool* de la stratégie de Meta consistant à imiter la concurrence pour limiter la fuite de son audience et de ses annonceurs : *"Instagram aura peut-être contribué, via son focus sur les Réels, à la démocratisation des formats populaires sur TikTok et de ces nouveaux usages auprès des marques... qui auront ainsi pu, plus facilement, se lancer sur TikTok."*

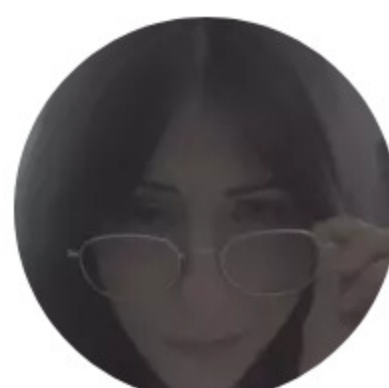
Youtube battu sur son propre terrain.

De façon inattendue, l'autre plateforme ayant le plus pâti, cette année, de l'appétit grandissant des marques pour le format vidéo n'est autre que Youtube. *"8 % des community managers estiment que YouTube est une plateforme importante dans le cadre de leur stratégie ; ils étaient 49 % en 2021"*, explique BDM. *"La chute est vertigineuse, puisque YouTube perd 11 points en 2022."* Un déclin sans précédent qui peut, entre autres, s'expliquer par les évolutions d'usage qu'a connu cette année le format vidéo : formats verticaux adaptés au mobile, durée de visionnage très réduite... *"YouTube est clairement attaqué, et battu, sur son propre format"*, commente BDM. Et c'est peu dire puisque, selon les résultats de son enquête, 83% des community managers privilégient Instagram lorsqu'il s'agit de poster des vidéos, contre seulement 54 % pour Youtube, qui est même talonné par LinkedIn (53%), pourtant historiquement spécialisé dans le B2B.

L'avenir de Twitter est incertain.

De son côté, Twitter, qui reste, malgré tout, un réseau social important selon 40% des community managers (devant Youtube), devrait faire parler de lui dans les semaines et mois à venir, suite à son rachat par Elon Musk et aux décisions controversées que le milliardaire américain a prises dès son arrivée à la tête de la plateforme. *"Pour l'instant, les marques sont là"*, indique BDM. Mais pour combien de temps ? Les axes de développement futurs de Twitter seront décisifs.

[f](#) [t](#) [in](#)



Agnès Rivoal
in

.actualités 

Walmart introduit une option d'achat à crédit dans ses magasins.

21 décembre 2023

Capital révèle les meilleures enseignes de 2024 en France.

21 décembre 2023

Discord révolutionne l'engagement client.

21 décembre 2023

Aesop ouvre un nouveau magasin design au cœur de Munich.

20 décembre 2023

Beautyque NYC lance Beautyque Verse.