



Communiqué de presse
Paris, le 26 février 2025

TikTok présente TikTok Automotive Ads

TikTok présente **une nouvelle solution conçue spécifiquement pour les annonceurs automobiles** qui permet d'associer les utilisateurs de sa communauté au véhicule qui leur convient.

Pourquoi une solution dédiée à l'automobile ?

Dans un monde digital en constante évolution, les marques automobiles font face à de nombreux défis :

- Un parcours d'achat long ;
- Le besoin croissant pour des stratégies marketing ultra-personnalisées ;
- La nécessité de maintenir l'engagement sur une multitude de canaux digitaux ;
- Une rentabilité publicitaire en baisse sur des plateformes traditionnelles qui sont saturées.

En parallèle, l'essor de l'achat en ligne par les consommateurs et l'allongement des cycles de recherche avant l'acte d'achat, obligent les annonceurs automobiles à repenser leurs stratégies. Ils doivent désormais proposer des campagnes digitales plus ciblées, **plus personnalisées, efficaces et mesurables pour maximiser leur impact et optimiser le retour sur investissement.**

C'est la raison pour laquelle TikTok annonce aujourd'hui le **lancement officiel de TikTok Automotive Ads**, une **nouvelle solution publicitaire basée sur un catalogue**, conçue pour optimiser la promotion des véhicules et accélérer le processus d'achat. Cette innovation offre une expérience client enrichie qui **simplifie le parcours d'achat** tout en exploitant les données spécifiques au secteur de l'automobile pour générer **des résultats plus performants pour les marques.**

*"TikTok applique l'art de la curation de contenu à l'expérience d'achat de voitures avec l'introduction de TikTok Automotive Ads. En 2024, nous avons collaboré avec des concessionnaires et des constructeurs pour repenser leur approche publicitaire et leur permettre de lancer des campagnes globales connectant les stratégies nationales, régionales et locales sur notre plateforme. Avec près d'un tiers des utilisateurs en quête d'un nouveau véhicule, TikTok Automotive Ads est l'outil idéal pour toucher les bonnes audiences, avec le bon contenu, au bon moment." déclare **Ahmed Iqbal, Head of Industry for Automotive chez TikTok.***

Avec **une configuration simple, des créations dynamiques et des modèles d'optimisation adaptés à l'automobile**, TikTok Automotive Ads aide à **atteindre efficacement son audience, booster l'engagement et maximiser le ROI**—le tout avec une intégration fluide et un minimum d'effort.

Qu'est-ce que les TikTok Automotive Ads ?

TikTok Automotive Ads est une solution publicitaire basée sur un catalogue, permettant d'associer les modèles de véhicules, les offres ou les stocks aux utilisateurs en fonction

de leur activité et de leurs préférences d'achat. Grâce à cette approche ciblée, elle permet de connecter chaque utilisateur au véhicule ou à l'offre qui lui correspond le mieux.

TikTok Automotive Ads propose actuellement deux formats créatifs :

- Vidéo + Product Card : Ce format associe une vidéo immersive, format largement plébiscité par les utilisateurs de TikTok, à des recommandations personnalisées et interactives issues du catalogue de l'annonceur.
- Multi-link Carousel Card : L'absence de vidéo n'est plus un obstacle. Il suffit de télécharger un catalogue sur TikTok pour lancer des annonces en toute simplicité, avec une intégration automatique des images et des liens associés à chaque véhicule.

Les utilisateurs peuvent également explorer l'ensemble du stock directement dans l'application TikTok, via la *Vehicle Inventory Page*, ou via un lien fourni par l'annonceur.

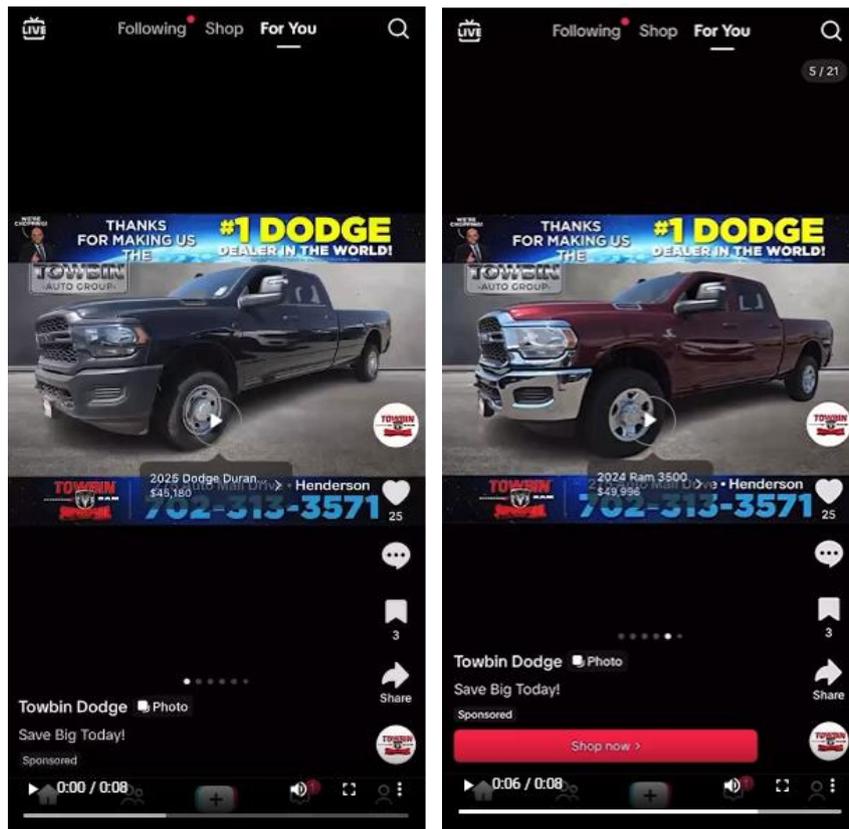
Deux types de formats d'annonces pour TikTok Automotive Ads

Il existe deux types de formats d'annonces TikTok Automotive Ads : les Inventory Ads et les Model Ads. Avec Inventory Ads, les annonces mettent en avant des véhicules spécifiques identifiés par leur numéro VIN - ce format est particulièrement adapté aux concessionnaires et aux marketplaces. Les Model Ads permettent de promouvoir des modèles, des finitions et des offres et sont généralement plébiscitées par les constructeurs automobiles.

Inventory Ads : une solution clé en main pour maximiser les performances des concessionnaires et des marketplaces

Développées en collaboration avec les partenaires concessionnaires et marketplaces, les Inventory Ads offrent une mise en place rapide et simplifiée, génèrent un trafic qualifié et une augmentent des leads. Grâce à des fonctionnalités comme la création automatisée et un système avancé d'association des véhicules, la gestion des campagnes est optimisée permettant aux concessionnaires de se concentrer sur leur croissance avec une approche optimisée et percutante.

- **Plug and Play** : Il suffit de configurer le flux de données et le budget pour promouvoir des véhicules et générer des leads avec un minimum d'effort. Les exigences en matière de flux et de signaux sont identiques à ceux des autres plateformes, ce qui permet aux annonceurs d'exploiter facilement l'audience de TikTok sans bouleverser leur stratégie marketing. En parallèle, le format *Multi-Link Carousel* extrait automatiquement les visuels depuis le flux, sans configuration supplémentaire.
- **Ciblage intelligents et correspondance des véhicules** : Grâce à un puissant modèle basé sur l'intention d'achat et la correspondance des véhicules, cette solution identifie l'audience idéale, pour l'atteinte des objectifs, et propose des véhicules correspondants aux préférences de celle-ci. Les premiers tests menés avec des annonceurs automobiles montrent des performances supérieures aux formats publicitaires classiques : 41 % de réduction du coût par acquisition (CPA) et 51 % de réduction du CPA Last-Click par rapport aux autres formats shopping TikTok¹.
- **Gestion avancée de l'inventaire** : Grâce au *catalog manager*, li est possible de gérer la planification du flux, d'analyser le suivi des conversions et de créer des ensembles de produits adaptés aux objectifs des annonceurs.

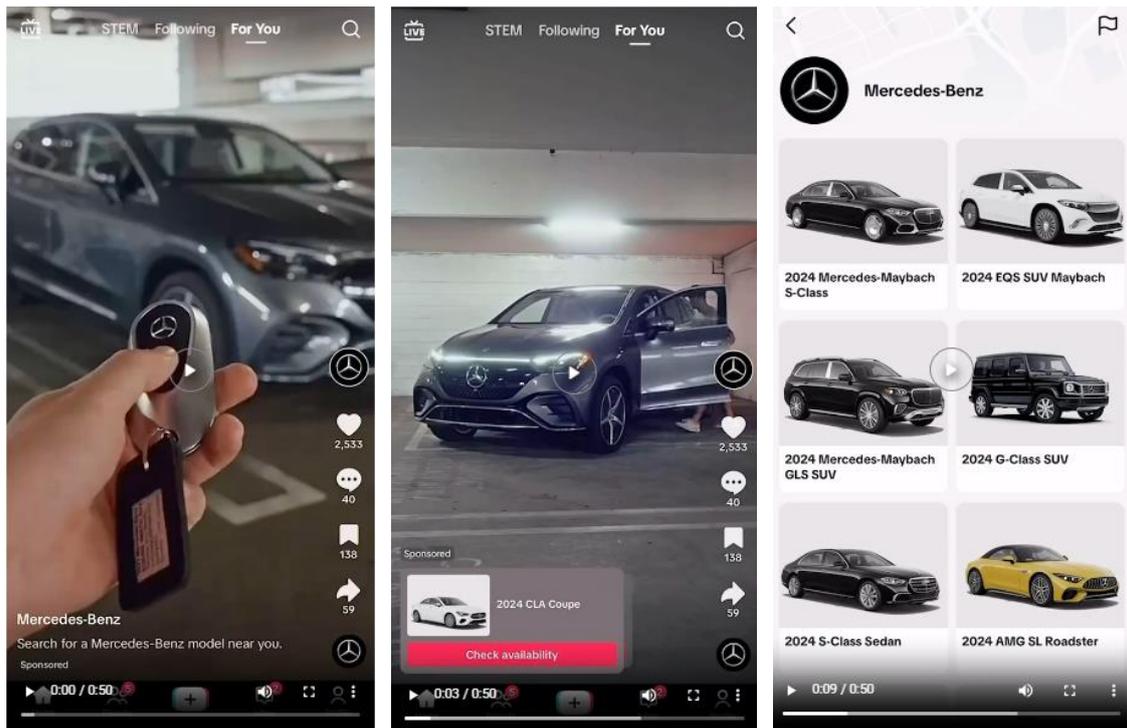


Cas TikTok Automotive Ads

TikTok Automotive Ads pour les modèles de véhicules

Conçus pour les constructeurs automobiles, les *Model Ads* permettent d'optimiser les performances sur TikTok avec une configuration simplifiée et allégée du catalogue et un lancement rapide des campagnes. Grâce au format vidéo, les constructeurs automobiles peuvent tirer parti de leurs contenus existants pour maximiser leurs résultats, le tout dans un processus fluide et optimisé.

- **Des performances exceptionnelles** : Les constructeurs ayant testé les Automotive Ads ont constaté une amélioration moyenne du coût par acquisition (CPA) de plus de 40 % en un mois. 100 % des testeurs ont observé une hausse significative des performances par rapport à leurs campagnes classiques non-Automotive Ads¹.
- **Une configuration ultra-simple** : Les *Model Ads* utilisent un catalogue allégé, avec seulement quelques champs obligatoires. Sa création peut même être effectuée dans le cadre du processus de création de la campagne, offrant ainsi une mise en place fluide et rapide.
- **Optimiser l'utilisation des créations existantes** : Ce format vidéo interactif permet aux constructeurs d'exploiter leurs contenus déjà conçus tout au long du funnel marketing.



Cas TikTok Automotive Ads

Comment fonctionnent les TikTok Automotive Ads ?

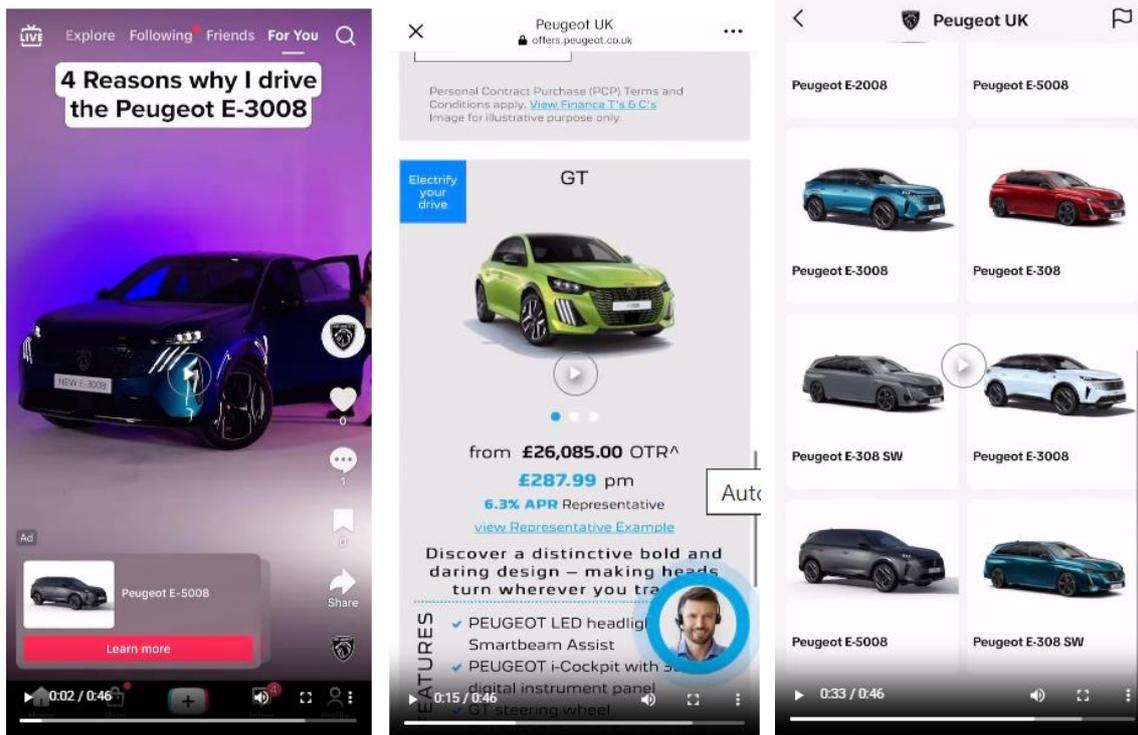
Les Automotive Ads exploitent le catalogue et les données d'un site web pour offrir une expérience dynamique aux utilisateurs, en fonction de leurs préférences observées. Lorsqu'un utilisateur TikTok voit une publicité automobile, il découvre les articles éligibles issus du catalogue. En cliquant sur un produit, il est redirigé vers l'URL associée. En poursuivant sa navigation parmi les articles, il peut être dirigé vers une *Instant Page* ou une URL personnalisée pour explorer l'intégralité du catalogue directement dans l'application.

Générer des résultats

Pour les constructeurs automobiles

Peugeot, une marque automobile mondiale, a récemment testé les TikTok Automotive Ads et a constaté une amélioration de 95 % du coût par engagement (CPES). "*TikTok Automotive Ads a été la plateforme la plus performante lors de ce test, avec un coût par conversion nettement inférieur à celui des autres plateformes*", selon Zoe Peacock, Responsable de la communication et de l'expérience de la marque chez Peugeot UK.

"Peugeot est fier d'être le premier constructeur automobile britannique à tester les Automotive Ads. Notre collaboration avec les agences Starcom et Uncovered, et TikTok pour le lancement des Automotive Ads a été un vrai succès et a permis à TikTok de devenir la plateforme leader dans l'optimisation du CPES, notre principal indicateur de performance", a conclu **Zoe Peacock, Head of Brand Communications & Experience Peugeot UK.**



Cas TikTok Automotive Ads

Ce succès met en évidence la capacité de TikTok à générer un engagement très efficace, consolidant ainsi son rôle de plateforme clé dans la stratégie digitale de Peugeot.

Pour les concessionnaires

Turnkey Marketing, une agence marketing leader dans l'accompagnement des concessionnaires, a également obtenu des résultats incroyables avec les Automotive Ads, dépassant les attentes de leur client et plaçant TikTok au cœur de leur mix-marketing pour augmenter leur performance.

"Les TikTok Automotive Ads changent la donne pour les concessionnaires. Elles permettent de mettre en avant l'inventaire des annonceurs face aux acheteurs potentiels qui ne sont pas présents sur d'autres plateformes digitales. Ces publicités sont extrêmement rentables et génèrent des résultats. Les TikTok Automotive Ads entraînent un changement crucial, passant du marketing axé sur la notoriété à une approche plus transactionnelle au sein de l'écosystème TikTok, délivrant chaque mois un trafic plus important et de meilleure qualité sur les sites des concessionnaires." **Drake Baerensen, Vice-Président & Directeur Marketing de Turnkey Marketing**

Booster la publicité avec TikTok Automotive Ads

Alors que l'industrie automobile continue de s'adapter à un marché numérique en constante évolution, les TikTok Automotive Ads se distinguent comme une solution sur mesure pour relever ces défis uniques. En offrant une gamme d'options publicitaires personnalisables et faciles à utiliser, ces publicités améliorent non seulement la visibilité des inventaires de véhicules, mais simplifient également le parcours d'achat, facilitant ainsi la prise de décision rapide et éclairée des consommateurs.

- 37 % des utilisateurs de TikTok sont à la recherche de véhicules neufs ou d'occasion.²

Qu'il s'agisse d'un concessionnaire souhaitant promouvoir des véhicules individuels ou d'un constructeur automobile visant à accroître la notoriété et la considération de ses modèles, les TikTok Automotive Ads offrent les outils nécessaires pour obtenir des résultats significatifs. Grâce à des formats innovants tels que *Vidéo + Product Cards* ou *Multi-link Carousel Cards*, ainsi que des fonctionnalités stratégiques comme les créations automatisées et l'association avancée des véhicules, TikTok permet aux annonceurs automobiles de naviguer dans le paysage numérique avec confiance et créativité.

Sources:

1. Données internes, USA, Octobre 2024-Janvier 2025
2. GWI, Global, Q3 2023-Q2 2024, Utilisateurs TikTok de 18 ans et plus, l'utilisation de ces données par TikTok n'équivaut pas à une approbation.

À propos de TikTok

TikTok est la destination incontournable pour les vidéos mobiles au format court. Nous avons pour mission d'être une source d'inspiration pour les utilisateurs et d'enrichir leur quotidien en offrant un lieu où exprimer leur créativité ainsi qu'une expérience authentique, amusante et positive. TikTok est présent partout dans le monde avec des bureaux notamment à Los Angeles, New York, Londres, Paris, Berlin, Dubaï, Singapour,