

LES OUTILS DE MARKETING LES PLUS POPULAIRES EN CHINE

THE LITTLE RED BOOK (XIAOHONGSHU)



The Little Red Book est l'équivalent chinois d'Instagram. La plateforme compte plus de 300 millions d'utilisateurs enregistrés, dont 70% sont nés après les années 1990. Le nombre d'utilisateurs actifs mensuels est supérieur à 90 millions. L'application permet aux utilisateurs et aux influenceurs de publier et de partager des critiques de produits, blogs, commentaires et recommandations via de courtes vidéos et photos. Le bouche-à-oreille de vrais utilisateurs est un réel atout marketing.

WEIBO

Weibo est connu comme la version chinoise de Twitter. La plateforme compte plus de 523 millions d'utilisateurs enregistrés. Le nombre d'utilisateurs actifs mensuels est de plus de 480 millions. Weibo est une application de microblogging basée sur les relations entre utilisateurs pour partager, diffuser et obtenir des informations. C'est la plateforme idéale pour augmenter l'engagement et la visibilité.



YOUKU / TUDOU / TENCENT / IQIYI

Youku Tudou est souvent appelé le YouTube de Chine, de même que Tencent video et iQiYi. Ces plateformes sont des services d'hébergement de vidéos. En outre, elles disposent désormais de services de streaming pour les émissions et les films, à l'instar de Netflix. Youku, qui a fusionné avec Tudou, est la plus populaire et compte plus de 500 millions d'utilisateurs actifs quotidiens. Parfait pour augmenter sa visibilité.



DOUYIN

La plateforme de streaming de mini-vidéo est le pendant chinois de TikTok, attirant principalement la génération Z. Si TikTok et Douyin sont identiques sur beaucoup de points, la facette commerciale de l'application chinoise est plus développée. La plateforme compte plus de 600 millions d'utilisateurs actifs quotidiens. L'app stimule l'intérêt et l'achat en faisant des recommandations en fonction du comportement des clients, qui peuvent directement acheter le produit sur la plateforme.



TAOBAO LIVE / KUAISHOU



Taobao Live est la plateforme la plus populaire de live-streaming (79 % de toutes les transactions d'e-commerce en direct). Elle compte plus de 299 millions d'utilisateurs actifs quotidiens. Kuaishou cible plutôt les utilisateurs des villes de rang inférieur et des petites villes. Elle compte plus de 260 millions d'utilisateurs actifs quotidiens.

Le principe des applications : les consommateurs regardent la diffusion en direct et commandent en même temps, souvent via les influenceurs.

WECHAT

Incontournable, WeChat est une application chinoise polyvalente de messagerie, de médias sociaux et de paiement mobile. Elle propose une messagerie (texte/vocale), des vidéoconférences, le partage de photos et de vidéos, et le partage d'articles. Elle compte plus d'un milliard d'utilisateurs actifs mensuels. Les entreprises l'utilisent souvent pour le service client, des interactions plus directes et le partage de contenu.

