

• ÉTUDE DE CAS • SIMULATION

De 0 à 20 % du CA via TikTok Shop en *6 mois*

Plan d'action complet pour une marque de skincare DTC française.
Calendrier de déploiement en 3 phases, allocation budgétaire, et
script de Live Shopping optimisé pour la conversion.

BUDGET MENSUEL

4 000 €

HORIZON

6 mois

OBJECTIF

20 % CA

Le problème, la méthode, le verdict

Comprendre les mécaniques du social commerce est une chose. Les appliquer avec un budget de **4 000 €/mois** pour prouver leur rentabilité en est une autre. Cette étude modélise un plan d'activation exact pour une marque de skincare naturelle qui part de zéro sur TikTok Shop.

Profil de la marque fictive

Pour cette simulation, nous prenons l'exemple d'une marque française de skincare naturelle opérant exclusivement en modèle Direct-to-Consumer. Dotée d'un catalogue court et premium, l'entreprise possède déjà une belle résonance organique sur les réseaux sociaux. Son atout majeur pour cette transition vers le Social Commerce reste sa fondatrice, prête à incarner la marque face caméra pour animer les sessions de Live Shopping.

12 K€

CA MENSUEL ACTUEL

42 €

PANIER MOYEN

15K

ABONNÉS TIKTOK

0

VENTES SOCIAL

Objectif à 6 mois

Atteindre **20 % du CA global via le social commerce** (TikTok Shop en canal primaire, Instagram Shopping en relais). Soit ~3 000 € de GMV mensuel additionnel le 6ème mois, en parallèle de la croissance organique du site.

Méthodologie

L'activation repose sur un budget de **4 000 €/mois**, réalloué dynamiquement sur 6 mois. On construit d'abord un écosystème organique rentable (boutique, affiliés, Live Shopping) avant d'injecter le moindre euro publicitaire. L'amplification Paid (Spark Ads) n'intervient qu'en dernière étape, agissant comme un pur accélérateur sur les contenus déjà validés par l'audience.

Verdict : Le scénario prudent atterrit à 18 % du CA au 6ème mois. Le scénario favorable atteint 22-25 %, notamment si un contenu capte un pic algorithmique. Le point de bascule se situe en Phase 2 car le live shopping crée l'effet composé qui rend la Phase 3 mécaniquement profitable.

L'Infrastructure technique

Objectif stratégique : Déployer l'infrastructure (Web & Visibilité) et amorcer le réseau d'acquisition avec une exposition financière minimale (0 € en Paid). Le focus est mis à 100 % sur la fiabilité des flux et la production organique.

01

Intégration & Flux

Ouverture du TikTok Seller Center et couplage natif Shopify. Optimisation SEO des 8-12 SKUs prioritaires (mots-clés, visuels clairs, bénéfices directs).

Setup Technique Shopify

02

Affiliation

Taux d'attaque à 15-20%. Structuration hybride : un « Open Plan » pour le volume + recrutement ciblé de 5 micro-créatrices (5K-30K abonnés).

0€ de Fixe 5 Profils Cibles

03

Moteur de contenu

Production de 12 vidéos natives taguées (GRWM, Before/After). C'est le premier crash-test face à l'algorithme de recommandation de la plateforme.

800 €/mois 12 Vidéos



04

Seeding & Légal

Expédition des kits. Brief allégé pour l'authenticité, mais intransigeant sur le cadre légal (claims santé, transparence) pour protéger la marque.

Logistique (500 €)

ALLOCATION BUDGÉTAIRE

Production vidéo		800 €
Kits affiliées		500 €
Paid / Spark Ads		0 €

Total Phase 1 **1 300 € / mois**

Risque d'amorçage maîtrisé

La Phase 1 est volontairement frugale. L'objectif n'est pas le ROI immédiat, mais la validation de l'infrastructure. Le budget préservé (2 700 €/mois) sert de filet de sécurité pour ne financer l'accélération que lorsque la traction sera prouvée.

Le Flywheel & Accélération

Objectif stratégique : Déclencher le flywheel organique en lançant le Live Shopping, en intensifiant la cadence de publication (5 vidéos/semaine) et en doublant le réseau d'affiliées actives. L'enjeu est de créer une boucle d'acquisition autonome avant d'injecter du Paid.

05

Live Shopping (Hebdo)

Session de 45-60 min animée par la fondatrice avec un arc narratif structuré et des offres flash style bundles ou livraison offerte.

400 €/m (Setup)

Cible: 80-150 viewers

06

Intensification Shoppable

Montée en cadence à 5 vidéos/semaine avec le test de nouveaux formats natifs. On rajoute un tag produit systématique pour bien tracker ce qui marche le mieux.

1 200 €/m

20 Vidéos taguées

07



Scale du réseau d'Affiliées

Sélection de 5 profils complémentaires via les candidatures organiques du plan ouvert. L'objectif est d'atteindre 10 affiliées actives à la fin du 4ème mois pour diversifier les angles créatifs (types de peaux, routines) et saturer l'algorithme organique.

Logistique (500 €)

10 Actives ciblées

ALLOCATION BUDGÉTAIRE

Production contenu		1 200 €
Kits + Lives		900 €
Paid / Spark Ads		0 €
Total Phase 2		2 100 € / mois

Le point de bascule

C'est l'étape charnière de la stratégie. Le Live Shopping génère des ventes directes **ET** produit du contenu redécoupable en clips courts. Si l'audience stagne sous 50 viewers après 4 lives, il faudra pivoter le format avant d'investir en Paid.

Amplification & Scale Paid

Objectif stratégique : Activer le levier d'acquisition Paid exclusivement sur les contenus organiques ayant déjà prouvé leur rentabilité. Ouverture d'un canal secondaire sur Instagram et bouclage du système de recyclage de contenu pour maximiser la LTV (Lifetime Value).

08

Amplification Spark Ads

Identification des vidéos présentant le meilleur ratio engagement/conversion. Lancement en Spark Ads avec un objectif de CPA strict (< 12 €).

1 500 €/m

ROI x3 Cible

09

Scale Omnicanal (IG)

Activation d'Instagram Shopping. Recyclage strict des formats courts validés sur TikTok en Reels Shoppable pour ouvrir un second canal sans surcoût de production.

300 €/m

Meta Commerce

10




Le Flywheel de Conversion (Live → Replay → Paid)

Découpage des temps forts des Lives en clips de 30-60 sec. Ces clips génèrent des ventes organiques, les meilleurs sont injectés en Spark Ads, et ce trafic Paid ramène une nouvelle audience massive au Live suivant. Le système s'auto-alimente.

Effet Composé

CapCut Pro

ALLOCATION BUDGÉTAIRE

Production contenu		1 000 €
Kits + IG Shop		600 €
Spark Ads (Paid)		1 500 €

Total Phase 3 **3 100 € / mois**

Le Shift de Rentabilité

Le Paid représente ici 48 % du budget mais porte **~60 % du GMV incrémental**. C'est la preuve que les fondations (Phases 1 & 2) ont créé les bons actifs. Sans ce travail préparatoire, le ROAS des Spark Ads serait divisé par trois.

Le Conducteur du Live Shopping

Ce script est conçu pour maximiser la conversion tout en préservant l'authenticité. Il alterne méthodiquement entre éducation, démonstration et urgence commerciale. La fondatrice est face caméra, les produits à portée de main.

0-
10'

● Accroche & Communauté

RÉTENTION

Accueil chaleureux, présentation personnelle et teasing d'une offre exclusive. L'objectif : retenir les premiers viewers et déclencher les partages. « *Restez jusqu'à la fin, j'ai une surprise.* »

10-
25'

Démo du Produit Hero

CTA : -15% (5 MIN)

Application en temps réel du sérum star (texture, pénétration, fini sur peau). Réponses aux questions du chat en direct. Activation du premier compte à rebours visible à l'écran.

25-
40'

Éducation & Cross-sell

CTA : BUNDLE

Explication pédagogique d'un ingrédient clé (ex: niacinamide). Transition naturelle vers un second produit complémentaire. Intégration d'un témoignage client en overlay.

40-
55'

Q&A & Routine Complète

CTA : FRAIS DE PORT

Session interactive : répondre personnellement aux questions posées dans le chat. Démonstration finale d'une routine matin/soir intégrant l'intégralité du catalogue.

55-
60'

● Récapitulatif & Urgence Finale

CLÔTURE

Résumé des offres encore actives et compte à rebours final. Remerciements individuels aux spectateurs fidèles. Annonce de la date du prochain Live pour installer la récurrence.

CHECKLIST DE PRODUCTION (H-1)

- ✓ Wi-Fi stable (testé)
- ✓ Ring light & Trépied
- ✓ Catalogue à portée
- ✓ Tags configurés
- ✓ Minuteurs prêts
- ! Plan B (si < 20 viewers)

Recyclage Asynchrone

Dans les 24h, découpez les 3 meilleurs moments en clips de 30-60 sec. Ces *assets* organiques deviendront la matière première de vos Spark Ads.

Tableau de bord & Scénarios

Hypothèses de base : CA mensuel 12 000 €, panier moyen 42 €, conversion site 2,8 %.
L'enveloppe budgétaire de 4 000 €/mois est réallouée progressivement sans jamais être dépassée.

MÉTRIQUE	PHASE 1 (M1-M2)	PHASE 2 (M3-M4)	PHASE 3 (M5-M6)
Vidéos shoppable / mois	12	20	20 + clips lives
Affiliées actives	5	10	10 - 15
GMV TikTok Shop / mois	400 - 800 €	1 500 - 2 500 €	3 000 - 4 500 €
GMV IG Shopping / mois	—	—	500 - 800 €
Viewers moyens (Live)	—	80 - 150	150 - 300
Part Social Commerce	~4 %	~12 %	~18 - 22 %
Budget mens. consommé	1 300 €	2 100 €	3 100 €
ROAS Social Commerce	0,4x	1,1x	1,5x - 2,0x

M0

100% SHOPIFY

M3

88% SHOP · 12% SOCIAL

M6

80% SHOP · 20% SOCIAL

SCÉNARIOS DE SORTIE (M6)

Prudent ~18% 2 500 € Croissance linéaire

Base ~20% 3 200 € Lives réguliers

Favorable ~25% 4 500 € Pic algorithmique

Vision Post-M6

Une fois les 20% atteints, optimisez le ROAS, renégociez les commissions affiliées à la baisse (10-12%), et envisagez *Fulfilled by TikTok* pour scaler l'organique.

Outils requis & Sources

STACK TECHNIQUE DE LA SIMULATION

COUCHE	OUTIL	RÔLE
E-commerce	Shopify	Catalogue produit, checkout site, données client
Social commerce	TikTok Seller Center	Catalogue TikTok, affiliation, analytics ventes
Social commerce 2	Meta Commerce	Instagram Shopping, sync catalogue
Création contenu	CapCut Pro	Montage vidéo natif TikTok, sous-titres, templates
Influence	Creator Marketplace	Identification et invitation des affiliées
Paid Media	TikTok Ads (Spark)	Amplification des contenus organiques éprouvés
Rétention (CRM)	Klaviyo / Brevo	Séquences post-achat, rétention, réachat site propre

SOURCES DES DONNÉES CITÉES

1. Momentum Works

TikTok Shop U.S. 2025. GMV global 64,3 Md\$, répartition par canal.

2. Resourcera

TikTok Shop Statistics 2026. 15M de marchands et projections globales.

3. eFulfillment Service

How TikTok Shop Became a Serious Ecommerce Channel. 71,4M d'acheteurs.

4. Red Stag Fulfillment

How Many TikTok Shop Sellers? Taux de conversion moyen estimé à 8-12 %.

5. TechCrunch / Reuters

TikTok Shop launch France. Lancement officiel daté au 31/03/2025.

6. DataAds

TikTok Shop in France: Operation & costs. Commissions annoncées à 1-5 %.

7. AWISEE (Croissance)

Rise of Live Shopping in Europe 2025. Le marché EU est estimé à 10 Md€.

8. AWISEE (Adoption)

Live Shopping Statistics. 35 % des consommateurs EU ont acheté en live.

9. GetStream

Livestream Shopping Statistics. Croissance des vendeurs Whatnot EU +600 %.

10. SQ Magazine

TikTok Statistics 2026. Le GMV mondial du secteur beauté pèse pour 2,49 Md\$.

11. Future Market Insights

Live Commerce Market Forecast. Taux de croissance (CAGR) estimé à 22 %.

12. GlobalEyez

TikTok Shop enters Europe. Déploiement dans 16 pays actifs, logistique Allemagne.