

# Swiss Recycle



Virginie Lefèvre  
Search & Social  
Consultant  
mediatonic

## TikTok TopFeed: mobiliser les Suisses autour du Recycling Day

Dans une précédente édition, nous vous avons déjà parlé du TopView, véritable booster de visibilité. Dans ce nouveau numéro, nous vous présentons le TopFeed, format déployé en 2022 suite au lancement des campagnes « Reach & Frequency » sur la plateforme.

### Le TopFeed, c'est quoi exactement ?

Vous me direz, ni plus ni moins qu'un autre format publicitaire réservable sur la plateforme TikTok ?

Oui, mais pas seulement ! En optant pour le TopFeed, vous bénéficiez d'un emplacement publicitaire exclusif : votre vidéo sera la première affichée dans le fil d'actualité « Pour toi » des utilisateurs TikTok, rien que ça ! Avec son emplacement 100% personnalisé et basé sur les centres d'intérêt et l'engagement propres à chaque utilisateur, le TopFeed n'a donc rien à envier à ses petits camarades ! Une de ses forces réside bien dans la souplesse et la pertinence de son ciblage.

L'impact en termes de visibilité est indéniable : le fil d'actualité « Pour toi » est le premier que l'utilisateur TikTok verra en ouvrant l'application. 100% immersif, le format TopFeed offre une exposition publicitaire optimale à l'utilisateur. En plus, il est possible de le rendre encore plus impactant en y ajoutant des modules créatifs interactifs.

### Ok, mais pour quel objectif ?

Grâce à son emplacement privilégié, le format TopFeed a été conçu pour maximiser la portée

d'une campagne. Il permet, sur une période réservée en avance, d'atteindre un maximum d'utilisateurs TikTok tout en maîtrisant leur fréquence d'exposition. Le TopFeed crée ainsi, pour chaque internaute touché, une impression durable autour d'une marque ou d'un produit.

Dans le cadre de sa campagne de notoriété, Swiss Recycle a souhaité maximiser la visibilité du « Recycling Day », organisé dans le monde entier.

Le TopFeed, avec son objectif spécifique de maximisation de la portée, s'est donc avéré être le « perfect match ». Sur une période de campagne réservée de quatre jours, ce sont au total près de 726'000 utilisateurs TikTok âgés de moins de 40 ans en Suisse alémanique et Suisse romande qui ont été sensibilisés au « Recycling Day », chacun exposé deux fois par jour au maximum à la publicité.

### Alors, partant pour le TopFeed ?

Comme pour tout format exclusif, les places sont chères et il est fortement recommandé de réserver un emplacement TopFeed sur TikTok plusieurs mois en avance.

Alors, si vous prévoyez de renforcer la notoriété de votre marque ou de votre produit et que les utilisateurs TikTok correspondent à votre audience cible, ne tardez pas !

Rapprochez-vous de votre expert mediatonic, c'est avec plaisir que nous vous accompagnerons dans la planification de votre campagne TopFeed sur le réseau social TikTok.

