

Les diffuseurs linéaires et SVoD se sont emparés de Tiktok

Avec la barre franchie du milliard d'utilisateurs fin septembre 2021, Tiktok attire les diffuseurs pour séduire un public plus jeune et faire la promotion de leur programme, le tout en tachant de respecter les codes éditoriaux spécifiques de ce réseau social. NPA Conseil revient sur les stratégies des groupes audiovisuels et des services de SVod sur une des applications les plus appréciées des jeunes.

Veuillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter