

¿Cómo utilizar tik tok para posicionar tu marca?



GENERALITAT
VALENCIANA

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia

EQUIPO

Consultores

Ingenieros

Diseñadores

Creativos

Publicistas

Periodistas

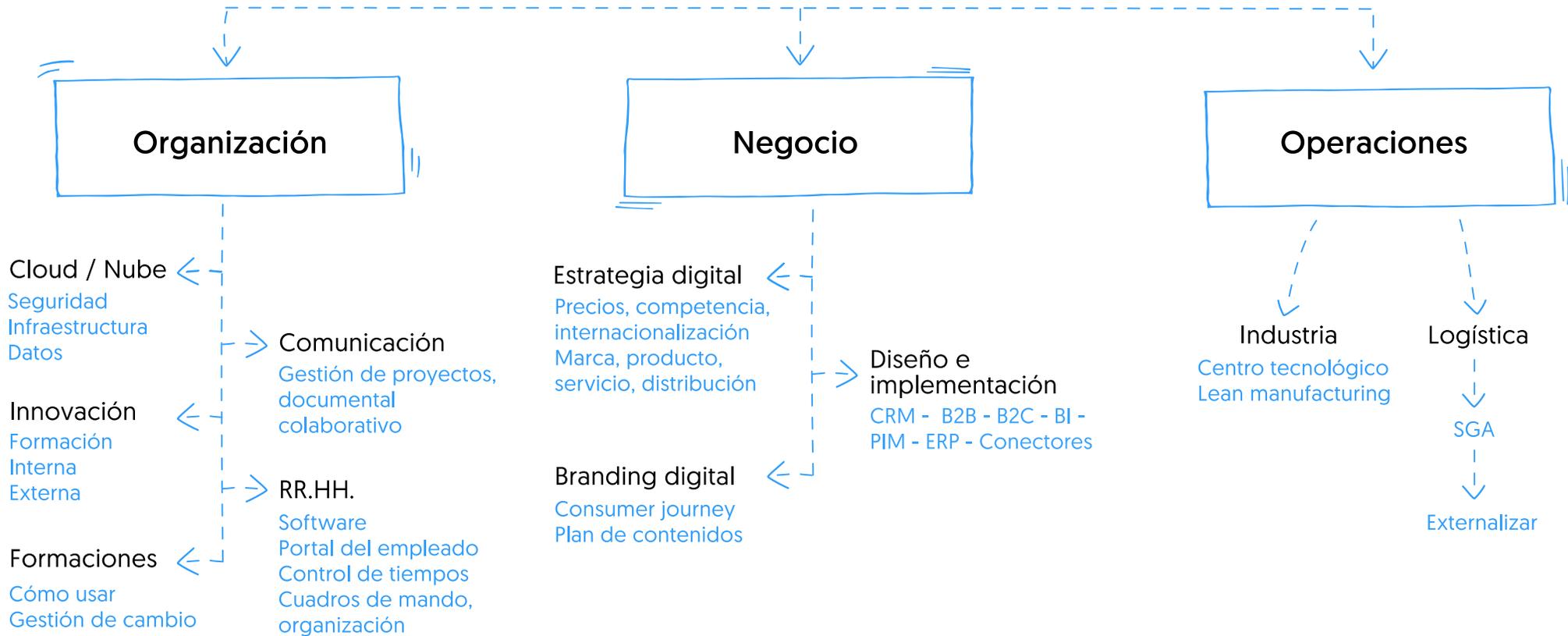
Abogados

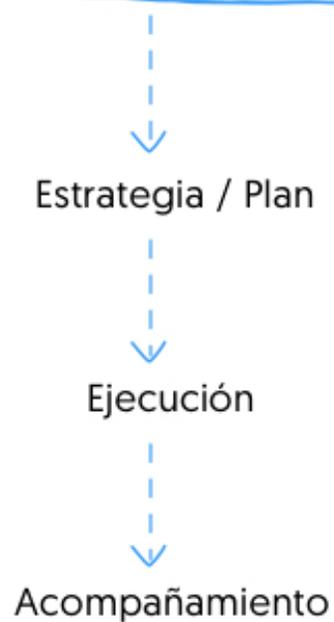
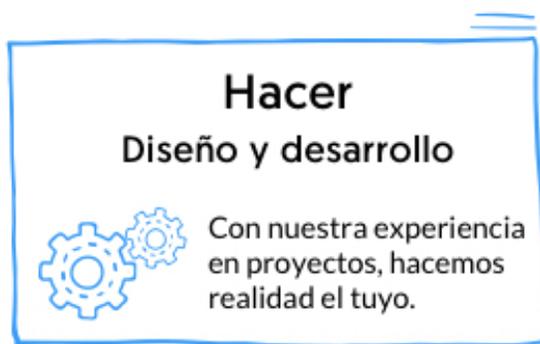
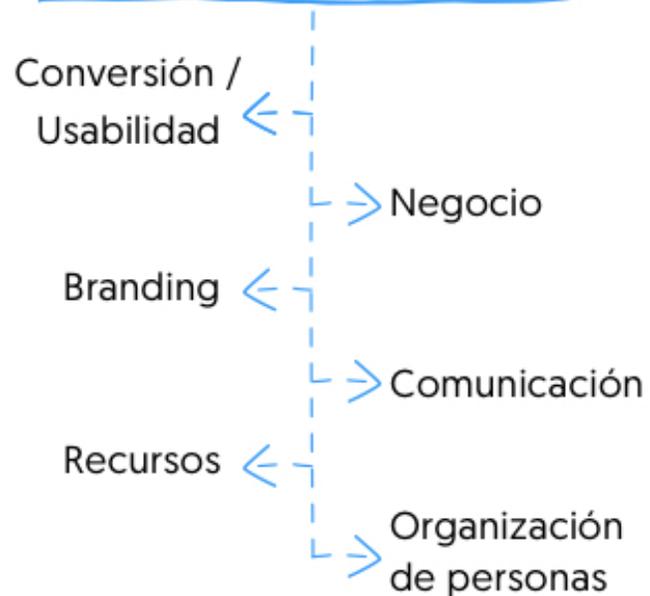
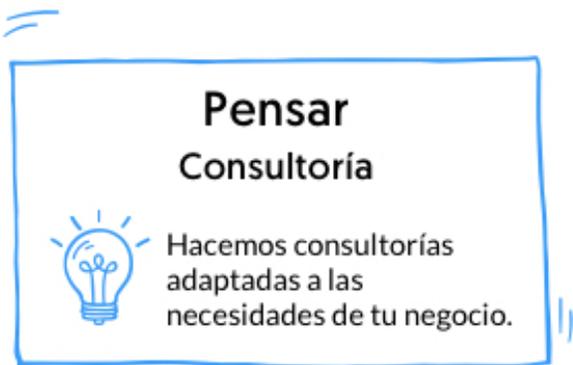
45% - 40

55% - 30



Plan de transformación digital





Nuestros clientes

AHORRAMAS
lo bueno empieza aquí

PITILLOS
HECHO EN ESPAÑA

ECOALF

NATURLIDER
Ser natural me sienta bien

Mr. Blue




Carmencita

exé


Fluchos

RUTH LÓPEZ
BEAUTY CONCEPT

 **GABOL**

UIC DANITAC

 **EAS
ELECTRIC**
Smart Technology

UNISA

ASISA

 **Bitex**

FUJITSU

ellesse


crocsTM

PEDRO MIRALLES
—1959—

inboga



CLUB FINANCIERO GÉNOVA





Hoy vamos a hablar

Qué es tik tok

Estrategia

Tipo de contenido

Tik tok Ads

Algoritmo

Público objetivo

Ejemplos

Tendencias

¿Qué es  TikTok ?



Red social que se caracteriza por el tipo de contenido que puedes ver

Videos cortos y en vertical

Música, efectos, filtros y textos.

Puedes grabar y crear el contenido desde la propia red social y editarlo

Creatividad

TikTok...

en datos



Más de 1000 millones de usuarios en todo el mundo

Está en el ranking **top 5** de aplicaciones más descargadas

52 minutos de media diaria en tik tok

9/10 usuarios entran más de una vez al día

¿Qué público está en tik tok?

Empezó como una red social donde la mayoría del público era la generación Z pero esta red está en continuo crecimiento por lo que los datos cambian frecuentemente.

- ✓ **20%** de los usuarios tiene **menos de 19 años**
- ✓ **32%** tienen entre **20 y 24 años**
- ✓ **27%** son entre **30 y 40 años**
- ✓ El **55%** son **mujeres** y el **45%** **hombres**

¿Esto es un problema?

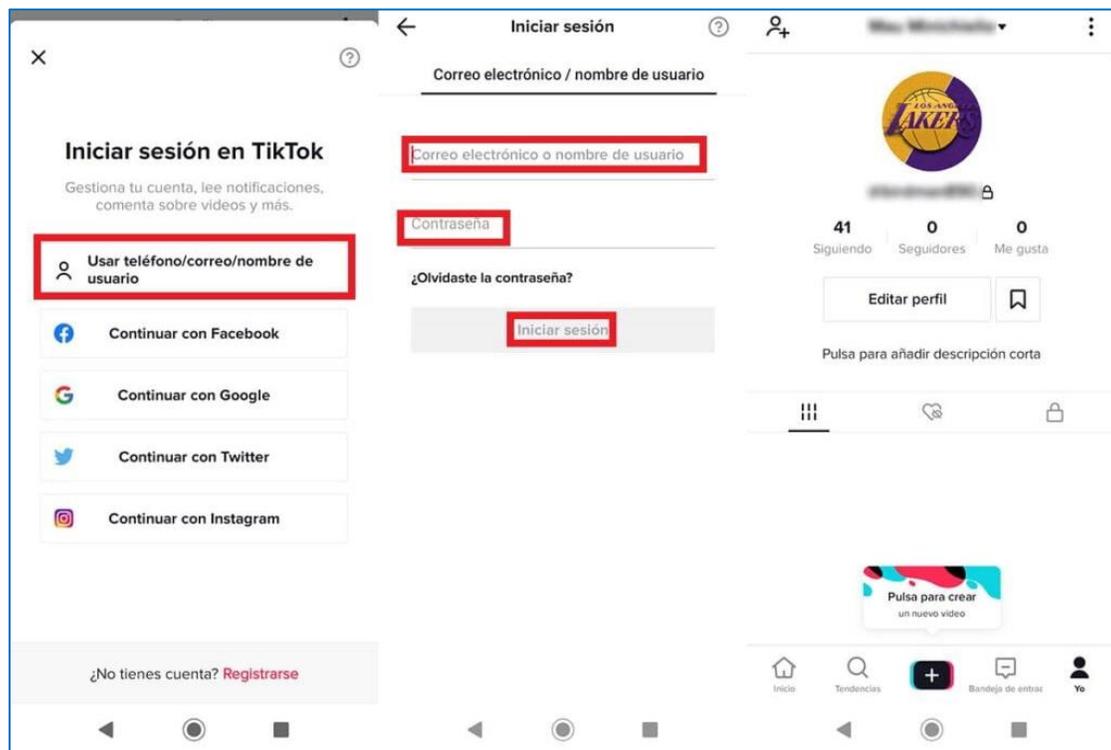
¿Significa que esta ya no es tu red social por qué va a un **publico joven**?

Mi respuesta es **NO**, es una red social muy nueva que está expandiéndose por lo tanto los datos están en continuo cambio. Instagram en su momento era una red social de millenials

¿Por qué lanzarte en tik tok?

- 1** Oportunidad de crear una **comunidad digital**
- 2** **Conectar** con un público más **proactivo y más joven**
- 3** A las empresas le permite hacer **branding**
- 4** Posibilidad de **transmitir confianza, transparencia y proactividad**
- 5** El **video** es el rey de los contenidos

¿Cómo crear tu cuenta de Tik tok?



CUENTA DE EMPRESA

Permite añadir más información al perfil:

- Enlace a la web
- Correo electrónico de contacto

Da **acceso a analíticas** sobre el contenido y perfil de tik tok.

CONOCE LA APP



Existen **dos feed**: (principal diferencia con otras rrss)

- **Feed siguiendo**: te aparece el contenido de las cuentas a las que sigues.
- **Feed para ti**: te aparecen videos recomendados según tus gustos. Videos de cualquier cuenta y de cualquier persona.

Al tener doble feed proporciona **mayor alcance** de los creadores de contenido.

Tendencias

vueltaalcole

eurobasket2022

GamingEnTikTok

🎵 Butterflies - Abe Parker

🎵 En Que Estrella Estara - ...

🎵 Casa de Papel (feat. Jul) ...

GamingWorld

cineentiktok

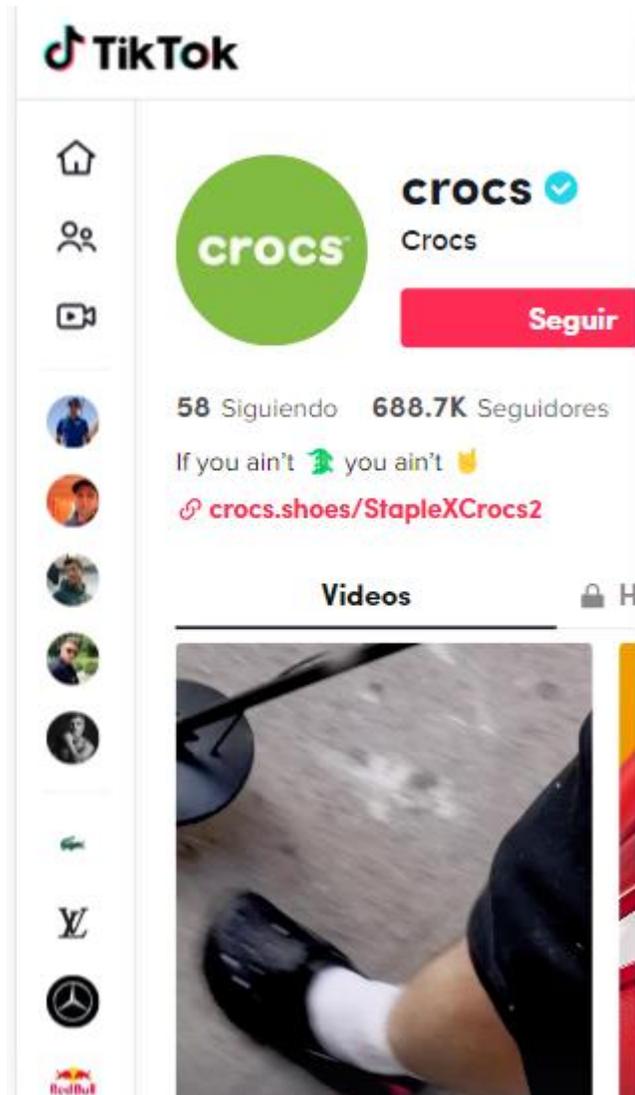
🎵 TO' BUENA VIBRA (pre-r...

🎵 El Fin del Mundo - La La ...

Sección de **TENDENCIAS**
donde puedes encontrar:

- Tendencias de TikTok

- Los **hashtags** que más
se utilizan



Cómo optimizar el perfil de tik tok para llegar mejor a tus potenciales clientes.

A tener en cuenta los siguientes puntos:

- **Imagen de perfil.** Escoger la imagen adecuada para que tu marca sea reconocible y que vaya acorde a tu marca (logo) y transmita confianza.
- **Nombre de usuario.** Lo más sencillo posible, fácil de recordar, accesible y ligado a nuestra marca. El que va seguido de @
- **Biografía.** No se puede añadir mucho texto. Muéstrate cercano y pon emojis.
- **Enlace a redes. Y enlace a la página web**

¿Cómo funciona el algoritmo?



Según fuentes de la propia red social el algoritmo de TikTok se basa en tres grandes pilares:

1-Interacción con el usuario

2-Información del vídeo

3-Configuración de cuenta/dispositivo



Interacción con el usuario

En todas las rrss es muy importante la interacción. Si conseguimos que interactúen con nuestro contenido, tiktok intuye que es un contenido de valor y lo muestra.



Información del vídeo

El video de tiktok tiene copys, hashtags, efectos No solo funciona con los # también con la música y efectos.

Va a conseguir que tenga más alcance y que lleguen más usuarios que están buscando este contenido. Es importante que sean videos nativos (que los grabes al momento) porque si lo hacemos desde fuera de tiktok no lo va a reconocer.



Configuración de tu dispositivo

Cuando se crea una cuenta hay que añadir una configuración. Por ejemplo; dónde estas, qué tipo de contenido te gusta, localización etc.

¿ Cómo crear tu estrategia?

PLANIFICAR LA ESTRATEGIA



Identifica tu nicho

Investiga sobre tu mercado (palabras clave, #)

Identifica cuentas interesantes dentro de tu sector

Analiza el estilo de estas cuentas (número de vídeos, temáticas)

Cuál es tu objetivo. Saber para qué vas a publicar contenido. ¿Es para ganar visibilidad? ¿para llegar a un público más joven?

Una vez que sabemos el objetivo ya podemos lanzarnos a crear contenido.

TIPS CONTENIDO



Contenido evergreen

Contenido que no caduque, que si lo veo hoy tiene sentido y si lo vemos en 3 meses también tiene sentido, así estará en continuo movimiento.

Videos de entre 15 segundos y 3 minutos

Tienen que ser en vertical
Contenido corto

Duos con otras cuentas

Crear contenido mezclando contenido con otras cuentas esto nos ayudará a ganar visibilidad.

CONTENIDOS QUE DEBEMOS PUBLICAR



Contenido educativo donde vas enseñar algo a tu audiencia. Por ejemplo: consejos sobre cómo combinar una prenda, packaking etc.

Videos sobre **tendencias** en tu sector o sobre tendencias de tik tok.

Videos **interesantes** para nuestro público objetivo.

Contenido humorístico, el **tono humorístico** prima en esta red social.



Ideas de contenido

Consejos sobre el sector

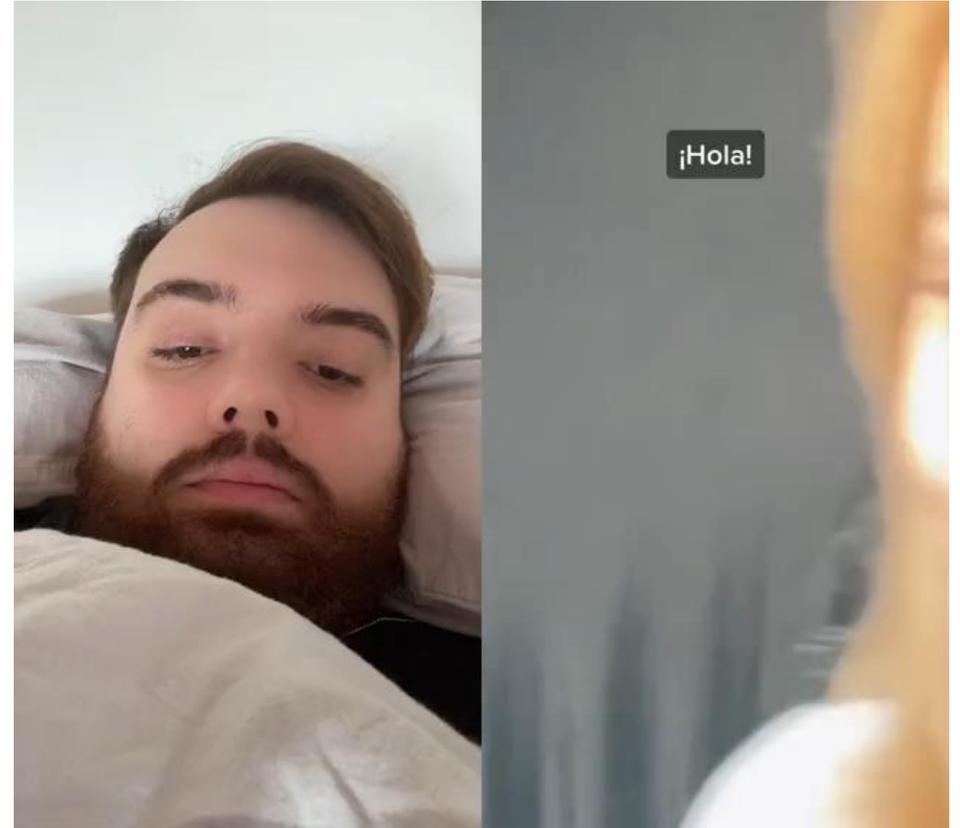
Storytelling

Videos de humor

Información interesante

Día a día de las personas

EJEMPLOS



Calendario de contenidos



14 Sep 2022 19:07

EUROPE/MADRID ▾

	lun 12/9	mar 13/9
8		
9		
10		
11		
12		
13		

● Pendiente ● Borrador ● Publicado / Enviado

Principales puntos a la hora de crear un calendario de contenidos:

- Establece una **frecuencia de publicación**. La frecuencia en tik tok suele ser más elevada que en las demás rrs. En instagram podemos encontrar una frecuencia media de 3 publicaciones a la semana dentro de tik tok podemos llegar a encontrar una frecuencia de 10 tik toks al día. Lo ideal es empezar poco a poco.
- **Diferencia** tus videos o temáticas. Diferenciar cuáles van a ser tus temáticas que quieres tratar (consejos, reviwes, etc)
- Crea tu calendario de contenidos
- Programa tus TikToks

¿Cómo hacer publicidad en tik tok?

La red social del momento con millones de usuarios



Más alcance y más posibilidad de conversión

¿Por dónde empezamos?

The screenshot displays the TikTok Ads Manager interface. At the top, the navigation bar includes 'TikTok Ads Manager', 'Panel', 'Campaña', 'Biblioteca', and 'Creando informe'. On the right, there are options for 'Animetrics', 'Español', and notification icons. A left sidebar lists the steps: 1. Campaña, 2. Grupo de anuncios, 3. Anuncio, 4. Facturación, and 5. Pago. The 'Objetivo' step is currently selected.

Inside the 'Objetivo' section, there are two tabs: 'Crear nuevo' (selected) and 'Usar existente'. Below these, there are options for 'Tipo de compra' and 'Subasta'. The main area is titled 'Objetivo' with the subtitle 'Guía la creación para que coincida con tu objetivo comercial'. It is divided into three columns: 'Conocimiento', 'Consideración', and 'Conversión'. Each column contains one or more objective options with icons and brief descriptions.

Conocimiento	Consideración	Conversión
Alcance Muestra tu anuncio a la mayor cantidad de personas.	Trafic Envía más gente a un destino de tu página web. Más información	Conversiones Dirige acciones valiosas hacia tu página web. Más información
	Instalar Aplicación Consigue que más gente descargue tu aplicación.	

A 'Continuar' button is located at the bottom right of the objective selection area.

Objetivos de tik tok ads

Alcance.

Conversiones

Visualizaciones

Generación de leads

Descargas de una app

Interacción con la comunidad

Tráfico hacia tu app o tu página web

FORMATOS ADS

IN-FEED VIDEO

- Tipo de anuncio más utilizado dentro de tik tok.
- Son anuncios que salen a los usuarios en el feed.
- Se pueden crear desde TikTok Ads.
- Posibilidad de segmentación.
- Son los más recomendados y económicos.

SPARK ADS

- Mezcla entre publicidad y contenido orgánico.
- Puedes promocionar contenido de terceros.
- Posibilidad de segmentación.
- Pueden ser vídeos de tu perfil o no.

TOP VIEW

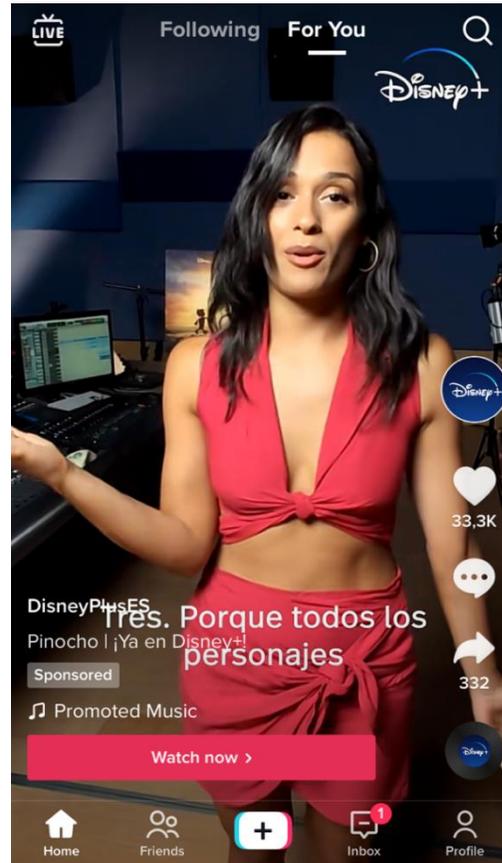
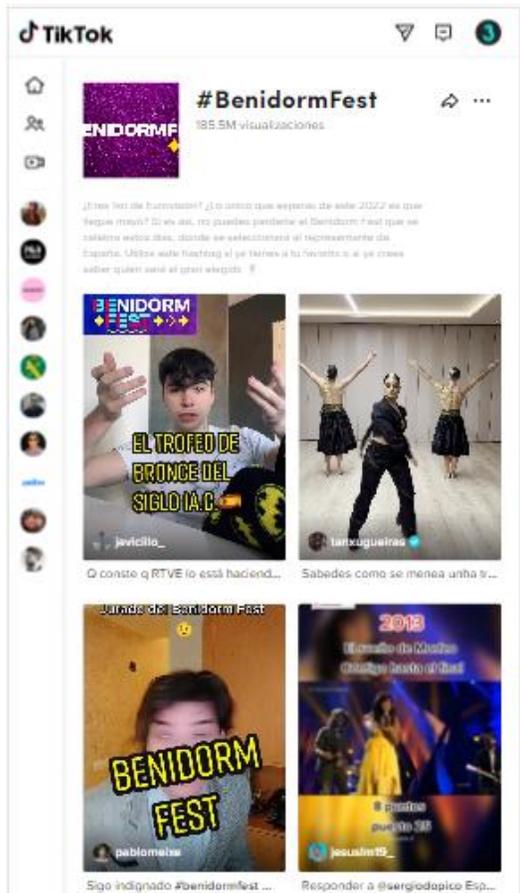
- Anuncios que aparecen nada más entrar en la app.
- Ocupan toda la pantalla.
- Solo puede anunciarse una marca por día y país.
- No se puede saltar de forma directa.
- No puedes hacerlo desde el Bussines manager

HASHTAG CHALLENGE

- Las marcas promocionan un hashtag acompañado de un reto.
- Invitan a los usuarios a unirse al reto con vídeos utilizando el hashtag.
- La marca aparece en la sección de tendencias de TikTok.
- Ofrece mucha visibilidad y alcance a la marca.

BRANDED LENSES

- Filtros de realidad aumentada creada por la marca.
- Todos los usuarios pueden utilizarlos.
- Ofrece visibilidad, alcance y engagement con la marca.



MÉTRICAS Y ESTADÍSTICAS



¿Por qué analizar? Para mejorar es muy importante analizar.

Descubres que contenido está teniendo éxito.

Conoces a tu audiencia.

Ves el crecimiento de tu comunidad en tik tok

Analytics

Overview **Content** Followers LIVE

Sep 07 - Sep 13 Last 7 days ▾

Engagement ⓘ >

- ▶ Video views -- (+0%)
- 📄 Profile views -- (+0%)
- ♥ Likes -- (+0%)
- 💬 Comments -- (+0%)
- ➦ Shares -- (+0%)

Followers ⓘ >

29 in total
Net 0 in Sep 07 - Sep 13

Analytics

Overview **Content** Followers LIVE

Video Posts ⓘ

0 posts Create Post

Last 7 days
0

Analytics will be updated tomorrow.

Trending videos ⓘ

Last 7 days

Analytics will be updated tomorrow.

For a better analytics experience, open www.tiktok.com/analytics on your computer. (Tap to copy)

Analytics

Overview Content **Followers** LIVE

Total followers
29

Sep 07 - Sep 13

0(+0)

Data is processing...
Analytics will be updated tomorrow.

Sep 07 08 09 10 11 12 13

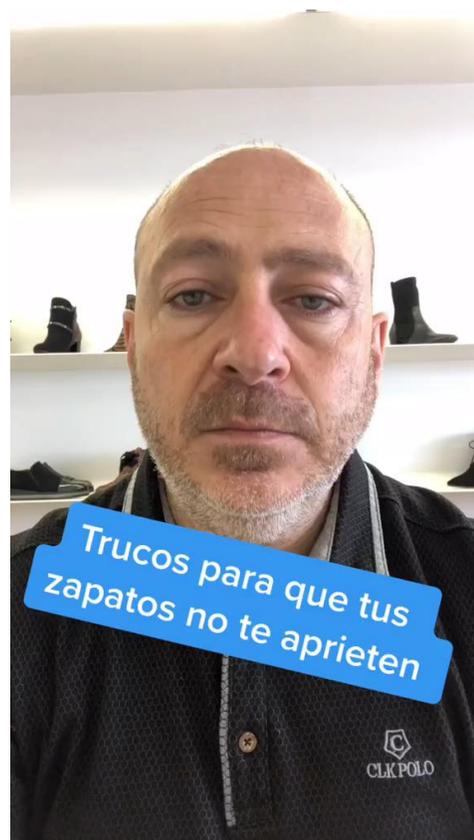
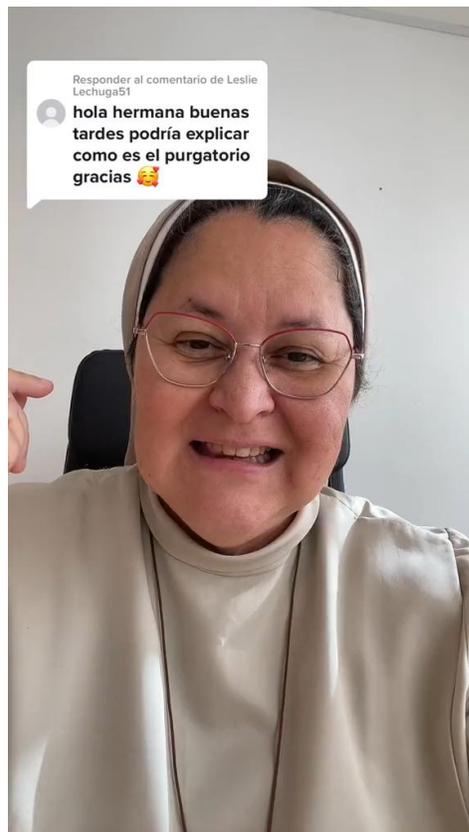
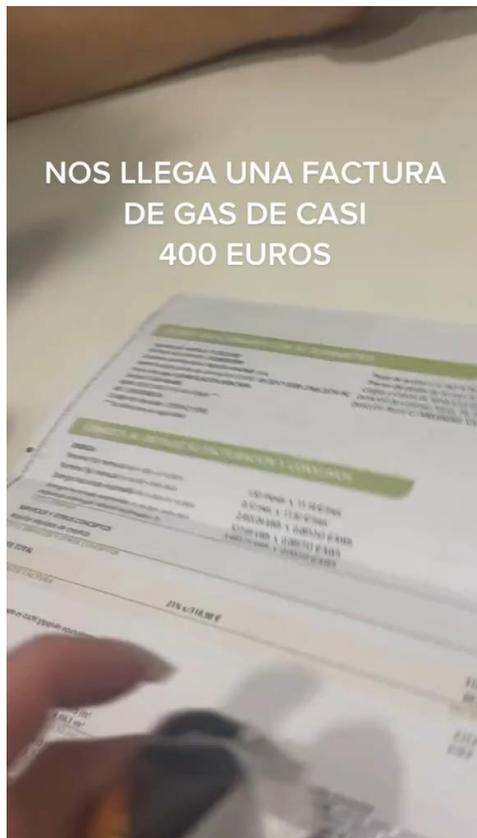
New followers +0

Growth rate ⓘ +0%
(vs. Aug 31 - Sep 06)

Gender ⓘ
Not enough data yet.

Top territories ⓘ

EJEMPLOS



@brendazarooofficial

@guardiacivil





@bryanstepwise

@pdpaola_jewelry



@mango

TENDENCIAS

¡Gracias!

Sara Hernández
sara@3dids.com
T - 960132681