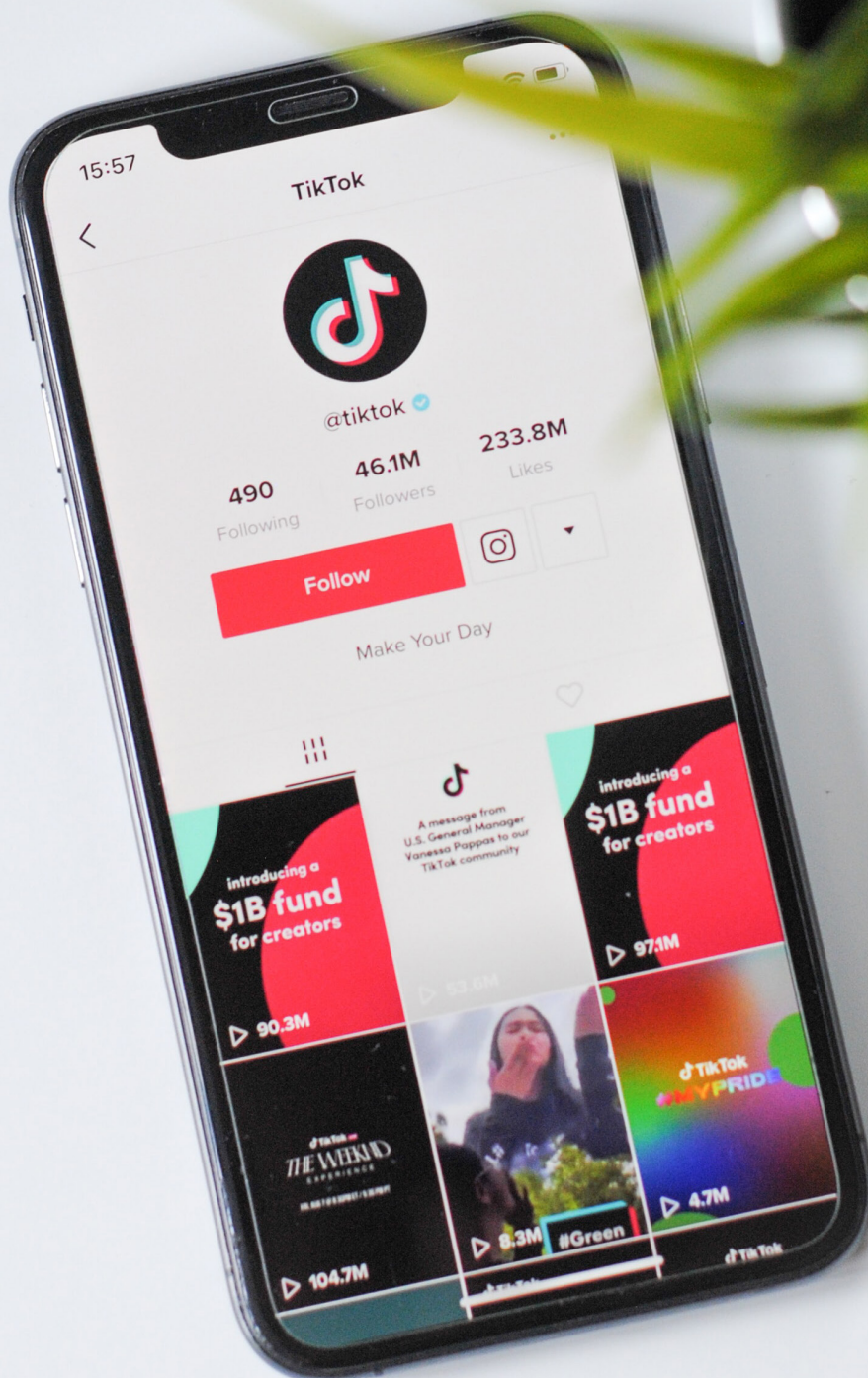




LOS MEJORES TRUCOS Y CONSEJOS PARA TIK TOK

MARKETING MAGAZINE
eslogan

- www.esloganmagazine.com -



La irrupción de Tik Tok eclipsa las demás redes sociales

Poco se podía pensar en 2014 cuando la app **Musical.ly** vio la luz, que casi 10 años después sería la **red social más utilizada en el mundo**, solo por detrás de las apps de mensajería como **Whatsapp y Facebook Messenger**.

Bueno, en verdad lo teníamos delante de nuestras narices. Y es que aquella aplicación que usaban l@s más jóvenes para realizar coreografías, la que los padres la veían como un mero pasatiempo, ha crecido con sus usuarios ofreciéndoles herramientas para que puedan dar una visión de su mundo.

Al pasar de Musical.ly a **Tik Tok**, esta fue implementando posibilidades de edición de video, música y sincronización labial que se convirtieron en una barrera de entrada, acentuando aún más la sensación que Tik Tok era una app para niños.

Una bomba de relojería que ha ido ahondando las diferencias entre generaciones y que **explotó durante la pandemia de Covid19** en 2019. Esto, unido al crecimiento de su popularidad en India y China han conseguido que haya alcanzado el **billón de seguidores** antes que cualquier otra red social.

Pero, ¿como ha podido una desconocida red social dedicada a la música desbancar a marcas como Instagram, Twitter o Facebook? En la era de las comunidades, Tik Tok es especialmente agradecida ante los **contenidos orgánicos**. Si la comunidad reacciona de manera rápida y positiva a tu publicaciones, rápidamente verás como el vídeo alcanza cifras de visualización a un ritmo mayor del que puedes observar en Facebook o Instagram.

En este ebook vamos a conocer el **auge de esta red social, trucos y consejos** para sacarle el máximo partido y como puedes utilizarla en tu **estrategia de marketing y publicidad**.

esta red



Un poco de historia de Tik Tok

A la hora de conocer el **auge de Tik Tok**, es necesario echar la vista atrás para saber de donde venimos. Todo empezó con **Facebook y Twitter** arrasando con todo, incluso con propuestas de grandes empresas como **Google+ o “Ping” de Apple**. Poco después irrumpió **Instagram y Youtube** encontró su espacio gracias a los creadores de contenido, un espacio que intenta ocupar **Twitch** mediante el streaming en directo.

Y así, cuando parece que todo estaba más o menos establecido, que cada red social tenía su utilidad y propósito, llegan nuevas alternativas para ofrecer a los más jóvenes una manera de expresarse y comunicarse a su manera. Hablamos de **Tik Tok**, la red social que está triunfando entre la generación Z.

¿Qué es TikTok? TikTok es una evolución de la antigua **app Musical.ly** y se ha convertido en la app más descargada por encima de Facebook, YouTube e Instagram. Cuenta con **más de 400 millones de usuarios activos**, una cifra descomunal pero entendible viendo que es una de las

apps más utilizadas en India y China. Su historia se remonta a 2016, cuando la compañía **ByteDance** sacó en China su app llamada **“Douyin”**. En **2017 se cambió el nombre a TikTok** y posteriormente **compró la red social Musical.ly** para integrarlo en su propia plataforma.

Tik Tok ofrece una experiencia de usuario positiva aunque empieces en ella.

Su funcionamiento es bien sencillo, basta con **grabar vídeos de hasta 15 segundos de duración**. A estos les puedes añadir **música, pegatinas y filtros**. También se pueden subir videos previamente grabados de hasta un minuto de duración. Los videos más populares son aquellos en los que usuarios hacen “playback”, reaccionan a otros videos o realizan trucos de magia.

Aquellos usuarios más talentosos, entusiastas y técnicamente competentes son los que más seguidores tienen, como **@ChenHe** con **50 millones de seguidores**.

Cuando alguien empieza en una red social, es necesario un esfuerzo por su parte. Debe seguir a gente y generar contenido para ganar followers. Mientras, su feed está vacío o con cuentas poco útiles para el usuario.

Tik Tok de primeras te ofrece contenido desde el principio via la página **“For You”**. Esto es gracias a la inteligencia artificial de la app, que al abrirla por primera vez ya funciona con suposiciones. Esto arroja una **experiencia de usuario positiva** y evita esta sensación de “vacío” y “frustración” de las demás redes sociales.

Tik Tok tiene una alta tasa de participación en su app. Sus números de visitas, likes y comentarios superan a los de Instagram y Facebook. Reúne lo mejor de todas las redes sociales: el carácter viral de Vine y los elementos interactivos de Snapchat e Instagram. La red social es fácil de usar, divertida y con un potencial que ha obligado a las otras empresas a reaccionar copiando funcionalidades para no quedar fuera de la carrera social.

¿Como utilizo TikTok en mi estrategia publicitaria?

Para empezar con la estrategia en marketing y publicidad en TikTok lo primero que hay que hacer es **abrir un perfil de empresa**. La red social cuenta una función dedicada y, si consideran que tu contenido es de calidad, lo enseñarán en el feed de los usuarios.

Como todas las redes sociales, debes encontrar el mejor horario para publicar. La mayoría de los usuarios utilizan **TikTok entre las 20:00 y las 24:00** por lo que deberías considerar publicar a estas horas.

· **Elegir bien el tipo de contenido:**
La mayoría de contenido compartido son **clips musicales**. Adaptarse a este formato y aprender a utilizar la música es clave para generar atención. A todo ello hay que cuidar la **puesta en escena de una manera original**. No adaptes el contenido de otras redes sociales, que no te funcionará.

· **Encuentra tu frecuencia ideal:**
Desde la compañía indican que publicar contenidos cinco veces a la semana es la medida ideal para

hacerse notar. Recuerda a quien te diriges. **El 90% de los usuarios son menores de 25 años**, y el **60% tiene estudios superiores**. Estos usuarios la utilizan más que Facebook e Instagram.

· **Interactúa con los usuarios:**
Como en todas las redes sociales, el feedback con los usuarios es esencial. Genera un feedback positivo para que la comunidad esté a gusto y que vea que estas por ellos, te preocupas y haces caso de sus iniciativas. Se sentirán valorados.



In-Feed

Brand Takeover

Top View

Hashtag Challenge

Branded Effect

Los videos in-feed se parecen a los anuncios de Instagram Stories y tienen entre 9 y 15 segundos de duración.

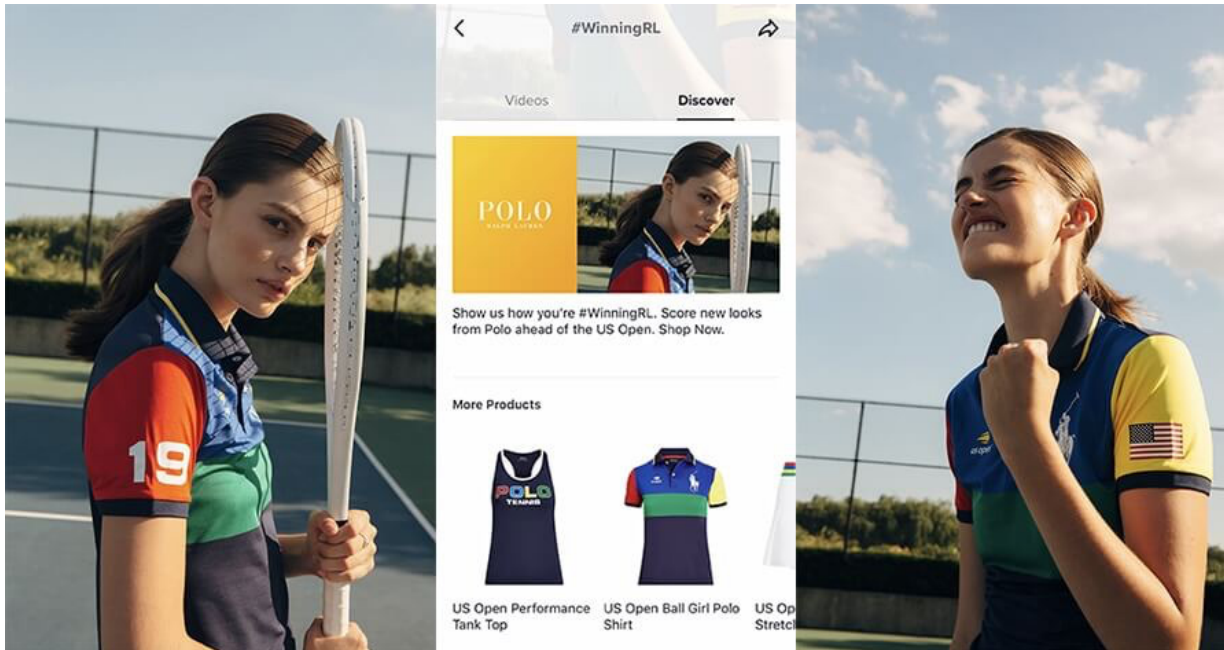
Las marcas pueden tomar el control de TikTok por un día y crear imágenes de marca, GIF y vídeos de la cuenta.

El anuncio clásico a toda página que aparece en la parte superior del feed cuando abres TikTok por primera vez.

Challenges que se pueden medir mediante interacciones de video, clics, vistas de banner y otras métricas.

Estos filtros patrocinados son similares a los que los usuarios utilizan en sus videos de Instagram Stories.

El ejemplo de Ralph Lauren



La marca **generó contenido personalizado** y trabajó con influencers para generar interacciones orgánicas. Esta campaña constó de varias activaciones:

- 1 Una serie de tres videos cómicos con **Diana Silvers**, la popular actriz norteamericana que retó a los usuarios a subir sus propios videos bajo el hashtag **#WinningRL**
- 2 Trabajó con entre **cuatro y seis influencers** que aunaban casi 11 millones de seguidores en la plataforma.
- 3 Abrieron un apartado donde los usuarios podían **comprar dentro de la aplicación** productos de la colección oficial del US Open a través del hashtag **#ChallengePlus**.
- 4 La compañía buscaba **medir la tasa de participación, el número de visionados de los videos y la interacción**. Según Alice Delahunt, directora general de Ralph Lauren: “Vemos esto como una campaña de embudo completo”.

“

A la hora de utilizar TikTok en tu estrategia de marca está claro que te tienes que adaptar al formato. Realizar de una manera original, divertida y entretenida videos musicales que se adapten a tu marca.

Puedes crear toda una nueva manera de comunicar que quizás antes no se te había ocurrido. TikTok es diversión y locura, si quieres triunfar, tienes que adaptarte. La pregunta es... está tu marca preparada para ello? Solo lo sabrás si te lanzas a la piscina.

”

¿Cuál es la mejor hora para publicar en Tik Tok?

La hora de publicación en TikTok es clave para que tu perfil sea uno de los más visitados y tu video llegue al mayor número de personas. Si eres un TikToker y quieres llegar a una mayor audiencia puntual o recurrentemente, en algún momento te habrás preguntado: **¿Cuál es la mejor hora para publicar en TikTok?**

Encontrar la hora perfecta para publicar en TikTok no es fácil. Las tendencias cambian a diario y aunque tengas muchas visualizaciones y seguidores no garantiza que tu próximo video sea tendencia. ¿Cómo encuentro las mejores horas para atraere al mayor número de seguidores? Para saberlo, antes debes formularte dos tipos de preguntas.

1 TikTok es una red social con una base de seguidores enorme en todo el mundo. Solo en China se cuentan por **150 millones de usuarios**, seguido por los Estados Unidos con más de **14 millones de usuarios**. Debes pensar si tus vídeos van dirigidos a una audiencia global y tener en cuenta las zonas horarias y sus horas con mayor actividad. Primero debes **identificar la procedencia de tus seguidores**. Para ello puedes convertir tu cuenta de usuario en una **cuenta Pro**. Estas cuentas vienen con la posibilidad de generar estadísticas de tus publicaciones, y ver en qué parte del mundo se están visualizando.

2 **¿A qué hora se despierta tu audiencia de TikTok?** Una vez averigües de donde provienen tus seguidores, es hora de saber a qué hora se despiertan. Tan fácil como **conocer las franjas horarias** y conocer la tendencia de los países. Si tu audiencia es de Norteamérica o América Latina deberás planear y planificar contenido con **8 horas de diferencia horaria**. Como aún no existe ningún programa que planifique tus publicaciones, deberás construir un programa de contenido para cubrir los territorios más lejanos.





Mejor hora para publicar TikTok en España

@esloganmagazine

LunesM	artesM	íércoles	Jueves	Viernes	SábadoD	omingo
	5:00		6:00	2:00		3:00
	9:00					
13:00	11:00			12:00		12:00
	13:00	14:00				13:00
15:00		15:00			18:00	
					19:00	
			16:00			
				20:00		
			19:00	00:00		23:00



¿Como crecer en seguidores en Tik Tok?

Para poder **crecer en seguidores en TikTok** deberás tener en cuenta estos factores. Recomendamos aplicar estos consejos y combinarlos con **la mejor hora para publicar en TikTok** para que te asegures el mayor engagement posible en tus vídeos.

Se diferente

Es algo muy manido, lo sabemos. Pero debes ofrecer **contenido diferencial y de calidad**. Si vas haciendo lo que hacen todos, solo serán una oveja más en el rebaño. Debes sorprender. Pero básicamente se trata de ser **espontáneo y natural**. Si encima le sumamos unas calidades o habilidades diferentes, obtendrás la atención de todos.

Aumenta tu contenido

Crear más contenido requiere de más creatividad. Si te cuesta la primera opción o no tienes ideas geniales cada dos por tres, **puedes mirar de ser cotidiano** o mostrar tus quehaceres del día a día de una manera divertida y espontánea. Documentando lo que

haces puedes generar más contenido y analizar aquel tipo de video que gusta más.

Colabora con otros usuarios

Si compartes tu contenido en la audiencia de otro TikToker obtendrás un mayor cantidad de seguidores. Este proceso de **ayuda mútua** te permite llegar a un público que de otra manera sería muy complicada. Es una práctica muy común entre marcas comerciales para retroalimentar sus redes.

Tik Tok recompensa la inmediatez, la originalidad y los desafíos o challenges. No dudes en usarlos.

Propón desafíos en TikTok

Los **desafíos o challenges** en TikTok están a la orden del día. Es una manera fantástica de atraer seguidores y si tu propuesta de challenge se viraliza, conseguir un mayor número de seguidores. Si los desafíos encandilan a la gente, prestará atención y tu video se destacará entre todos.

Utiliza hashtags

Sin los hashtags, encontrar contenido en las redes sociales sería muy complicado. Tienen la tarea de cataloguizar el contenido, ordenarlo y mostrarlo por tendencias. Con los hashtags puedes encontrar contenido divertido y destacada de manera rápida. Para utilizar los hashtags correctamente en tu TikTok tienes que investigar primero. Identifica aquellos hashtags relacionados con la temática de tu publicación, los elementos que utilizan y mira de replicarlos sin ser muy repetitivo o cansino.

Comparte Contenido Antiguo

Es buena idea compartir **contenido antiguo que no se grabó en TikTok**. La red social se nutre de la inmediatez. Los desafíos, challenges y tendencias van a la misma velocidad con la que vienen. Compartir contenido antiguo (y tampoco debe ser muy antiguo) puede ser una manera para que revitalices tu perfil consiguiendo que la gente se vuelva a enganchar a un contenido que antaño les gustó y ya han olvidado.

Como ganar dinero en Tik Tok

Nos ponemos en situación: nuestro perfil tiene bastantes seguidores y nuestros vídeos tienen una buena aceptación. De repente llega la pregunta: ¿**Puedo ganar dinero con mi cuenta?** Si tienes una base asentada y consolidada de seguidores, eres original y genuino, y tienes al menos 16 años puedes empezar a ganar dinero

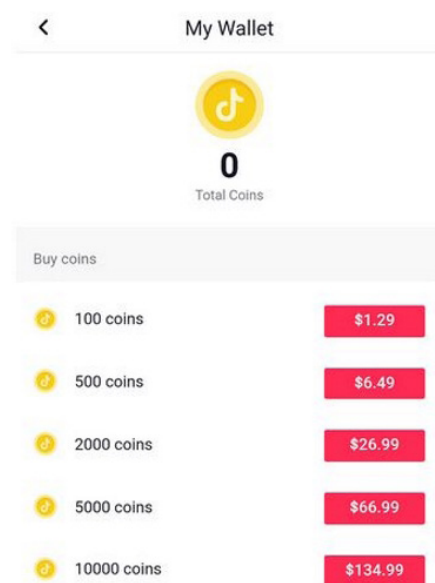
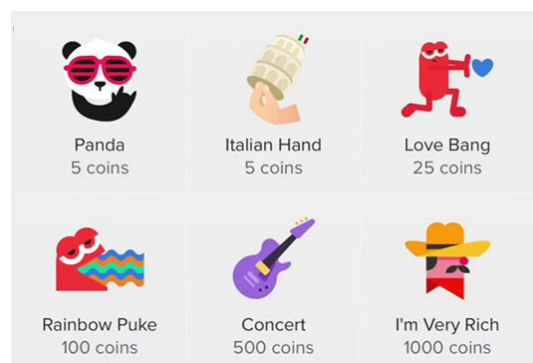
en TikTok. Debes tener eso sí, el consentimiento de tus padres. Si quieres tratar directamente con marcas y terceros de manera legal debes tener al menos 18 años. Una vez cumplidos estos requisitos vamos a ver cuáles son las principales formas de hacer dinero en TikTok y **como conseguir nuestros primeros ingresos.**

1 Regalos

Cuando la app se llamaba Musical.ly, su **plataforma de streaming Lively** se volvió muy popular. Actualmente sigue operando como **Go Live** y necesitas de al menos **1.000 seguidores para habilitarla**. Una vez hayas podido abrir cuenta en Go Live, los seguidores podrán **regalarte monedas**. Cuando tengas una cantidad que valga la pena, podrás cambiarla por dinero real.

Esta **moneda virtual de TikTok** se puede comprar en la app en cantidades que van desde las **100 hasta las 10.000 monedas**. Los precios varían con el tiempo, con ofertas y descuentos especiales dependiendo si compras más, o menos.

Una vez compradas estas monedas, las puedes guardar en tu **billetera virtual** para luego dárselas a aquellos TikTokers que generen el contenido más interesante en **Go Live**. Estas monedas pueden servir para comprar emojis o diamantes virtuales que después pueden utilizar en el chat del intérprete. Los artistas pueden canjear puntos de regalo cuando quieran, hasta un máximo de 1.000€ al día.





2 Asociaciones de Marca y Activación del Marketing de Influencers

Si tienes muchos seguidores y eres popular, las marcas empezarán a acercarte a ti pidiéndote que te asocies con ellas para realizar promociones. En TikTok, **el equivalente del “Me Gusta” es el corazón**. Cuantos más corazones en cada publicación y comentarios en tus vídeos, más probabilidades que las marcas empiecen a seguir tus actividades.

Una de las claves para que el marketing de influencers en TikTok sea exitoso es que tanto **la marca como el creador de contenido hablen con la misma voz**.

El TikToker debe encajar de manera natural con los potenciales compradores de la marca. Si el producto no tiene nada que ver con tu estilo, tus seguidores sentirán que es publicidad que no les interesa y dejarán de seguirte.



3 Venta de Merchandise

Una vez tienes una base de seguidores grande y establecida, puedes **crear una tienda online** y vender merchandising a tu audiencia. Así, creas un halo de exclusividad a aquellos seguidores que compren tu camiseta a través de tu cuenta de TikTok. Para promocionarlo, debes recordar que los usuarios no quieren publicidad impostada, aunque sea la tuya.

Puedes optar por realizar product placement o vender ese merchandising vía marketing de afiliados. Aquí puedes recomendar un producto a tus seguidores e incluir un enlace que te lleve directamente a comprar el producto si así lo desean los seguidores. El marketing de afiliados te permite conseguir un porcentaje sobre la venta del producto que has recomendado.



eslogan

MARKETING MAGAZINE

 @esloganmagazine

 @esloganmagazine

 /EsloganMagazine

 /eslogan-magazine

 /esloganmagazine

Hey! El contenido de este ebook se ha realizado con mucho esfuerzo y cariño por el equipo de Eslogan Magazine para ofrecerte una información detallada y de calidad. Si quieres utilizar el contenido y usarlo en algún trabajo escolar, te recomendamos usarlo como “guía” para redactar tu texto en base a tu personalidad. Si lo usas para una página web no lo copies tal cual y adapta a tu gusto.