

TIKTOK

junio 2020

TikTok: *¿qué es?*



Aplicación para subir contenidos en la que puedes grabar, editar y compartir videos de hasta un minuto de duración.

Los usuarios cargan y crean sus propios videos, desde Lip sync hasta bailes, transformaciones, tutoriales y mucho más.

Los números de **TikTok**

+ de **2**

MIL MILLONES

de descargas en
todo el mundo

+ **800**

MILLONES

de usuarios activos
al mes (Instagram
tiene 1 billón)

+ **2,5**

MILLONES

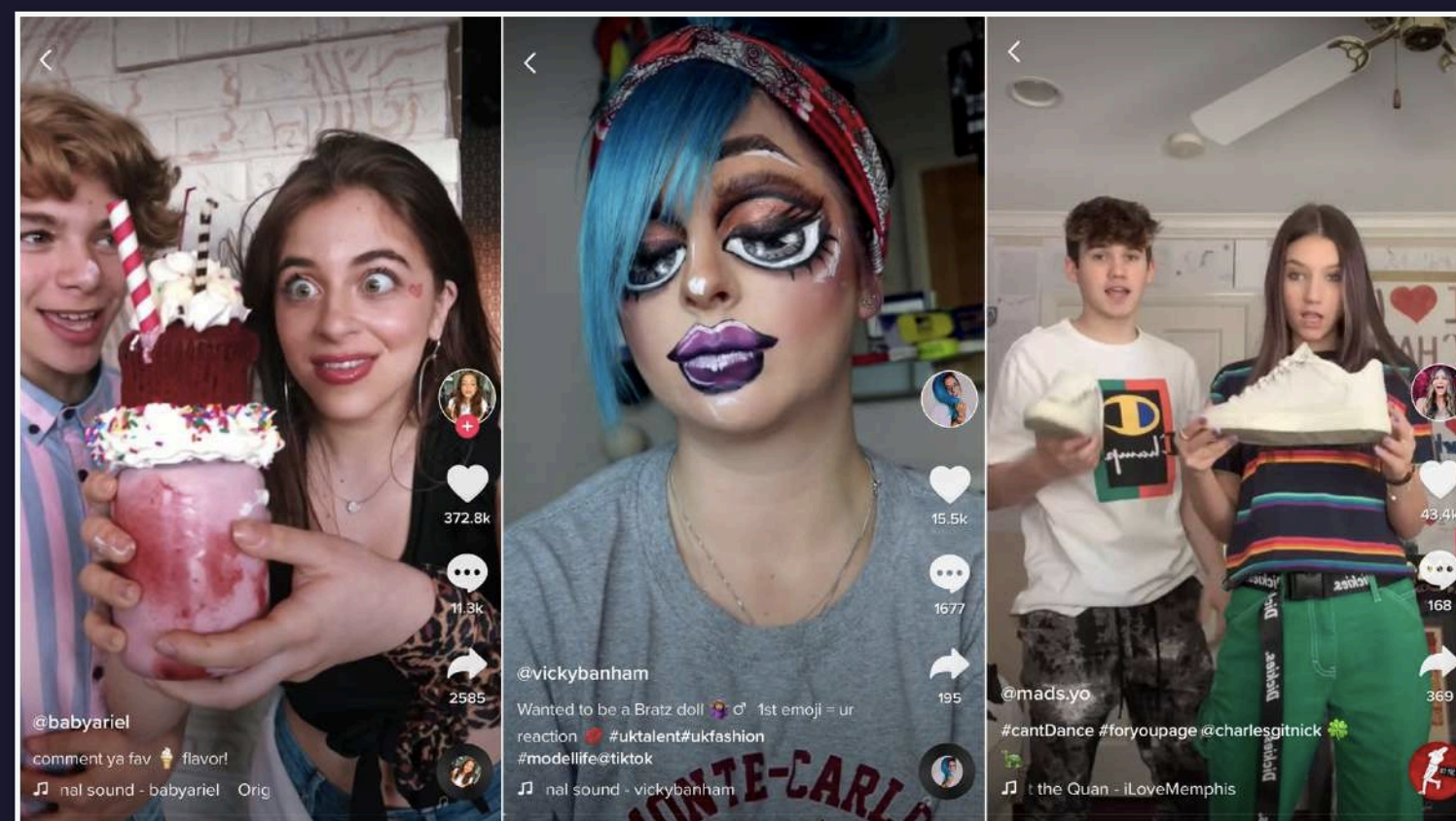
de usuarios
en Chile.

**LA APP MÁS
DESCARGADA
DEL PRIMER
TREMESTRE
2020**



Según Hootsuite, los
usuarios de TikTok
utilizan al menos 46
minutos de su día en
navegar por esta
plataforma

Público objetivo



Es considerada la **nueva red social de moda** entre la generación Z y parte de los millennials (pero no exclusiva de ellos):

Según Globalwebindex 2019, **41% de los tiktokers tienen entre 16 y 24 años.**

El contenido desafiante + la rapidez y musicalidad con la que funciona se ha ganado a uno de los públicos más difíciles: **los más jóvenes.**

*** En Pandemia, los adultos han empezado a descubrir TikTok y sus miles de posibilidades**

TikTok: ***¿Cómo funciona?***

Debes usar toda tu creatividad y talento para armar videos debido a la diversidad de efectos y herramientas.

Sus funciones de edición son potentes y fáciles de usar por lo que permiten crear contenido entretenido y auténtico en segundos.

Los videos, con la lógica y humor de los memes, se pueden convertir en virales fácilmente debido a la opción de compartir en otras redes sociales.

El foco está más puesto en el contenido más que en *CÓMO* se ve ese contenido.

Tipos de contenido



LIPSING

Este es uno de los contenidos más populares. Los usuarios usan un sonido base sobre el cual doblan la locución. El audio original pueden ser canciones, frases o textos + largos.



DÚOS

La aplicación ofrece la opción de hacer dúos con tus amigos o con otras personas.



BAILES

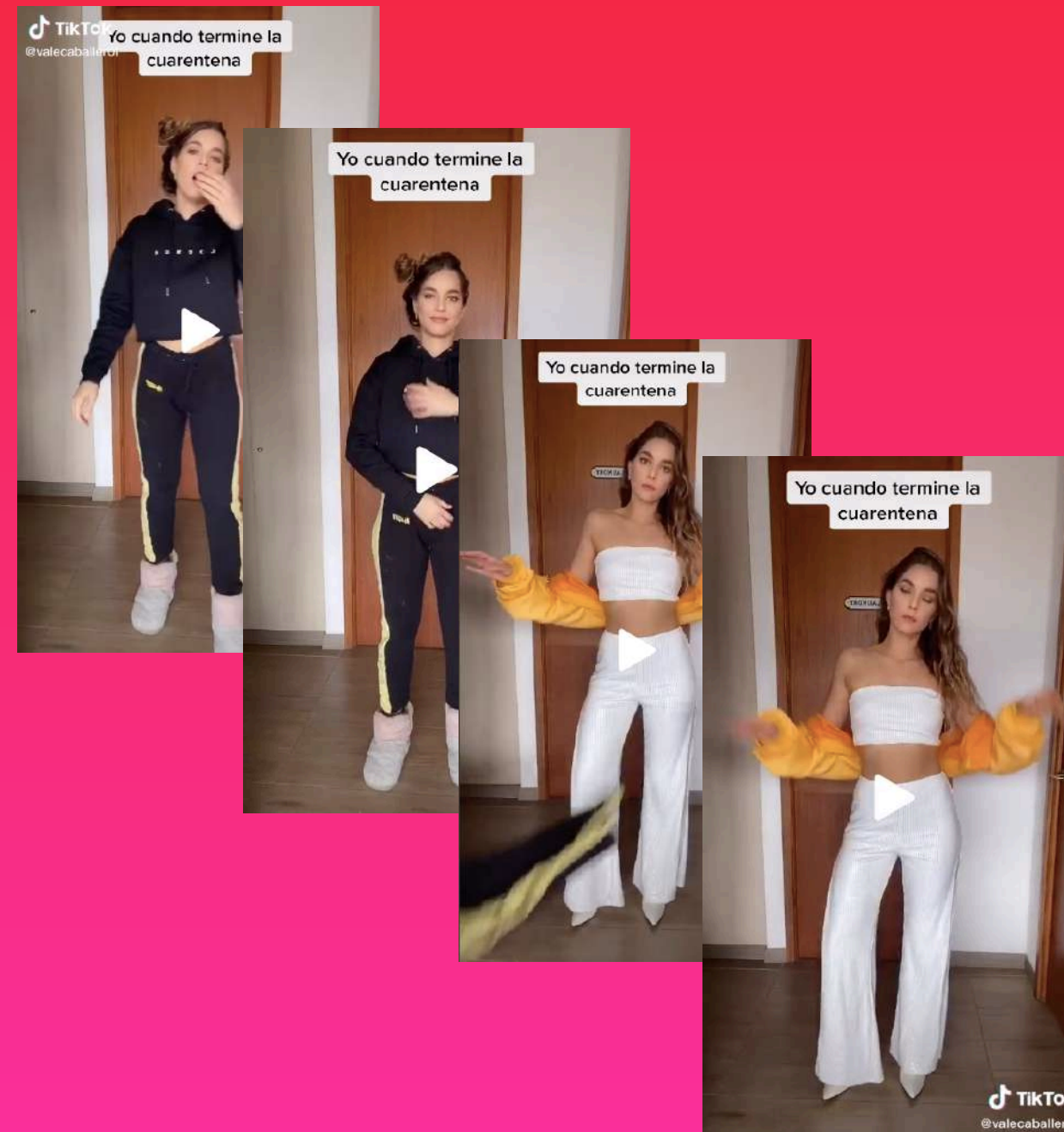
Acá, los tiktokers siguen alguna coreografía de moda o crean sus propios pasos.

Tipos de contenido



TRANSFORMACIONES

Se muestra un antes y un después, principalmente de looks completos: maquillaje y ropa.



TRANSICIONES

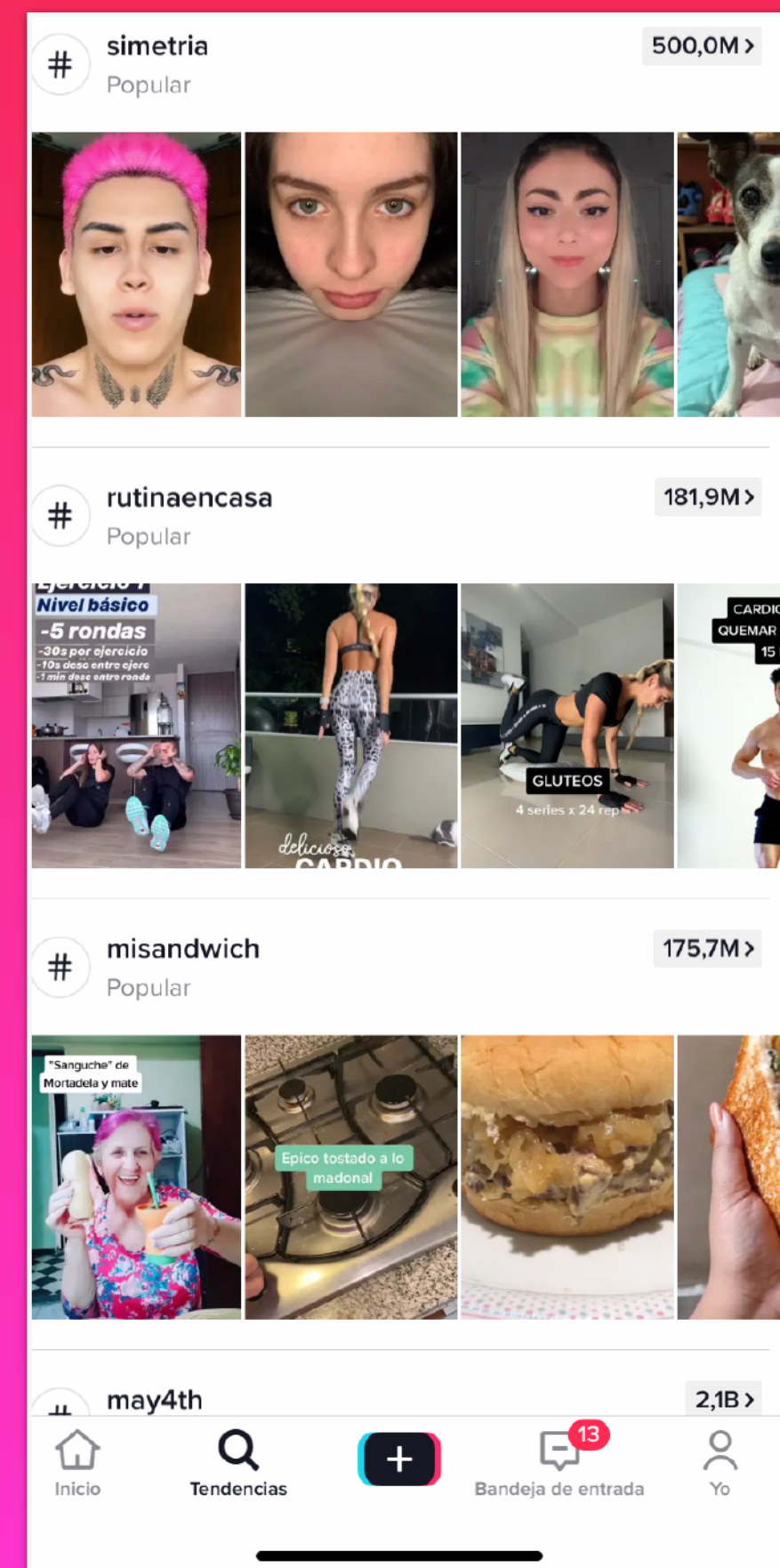
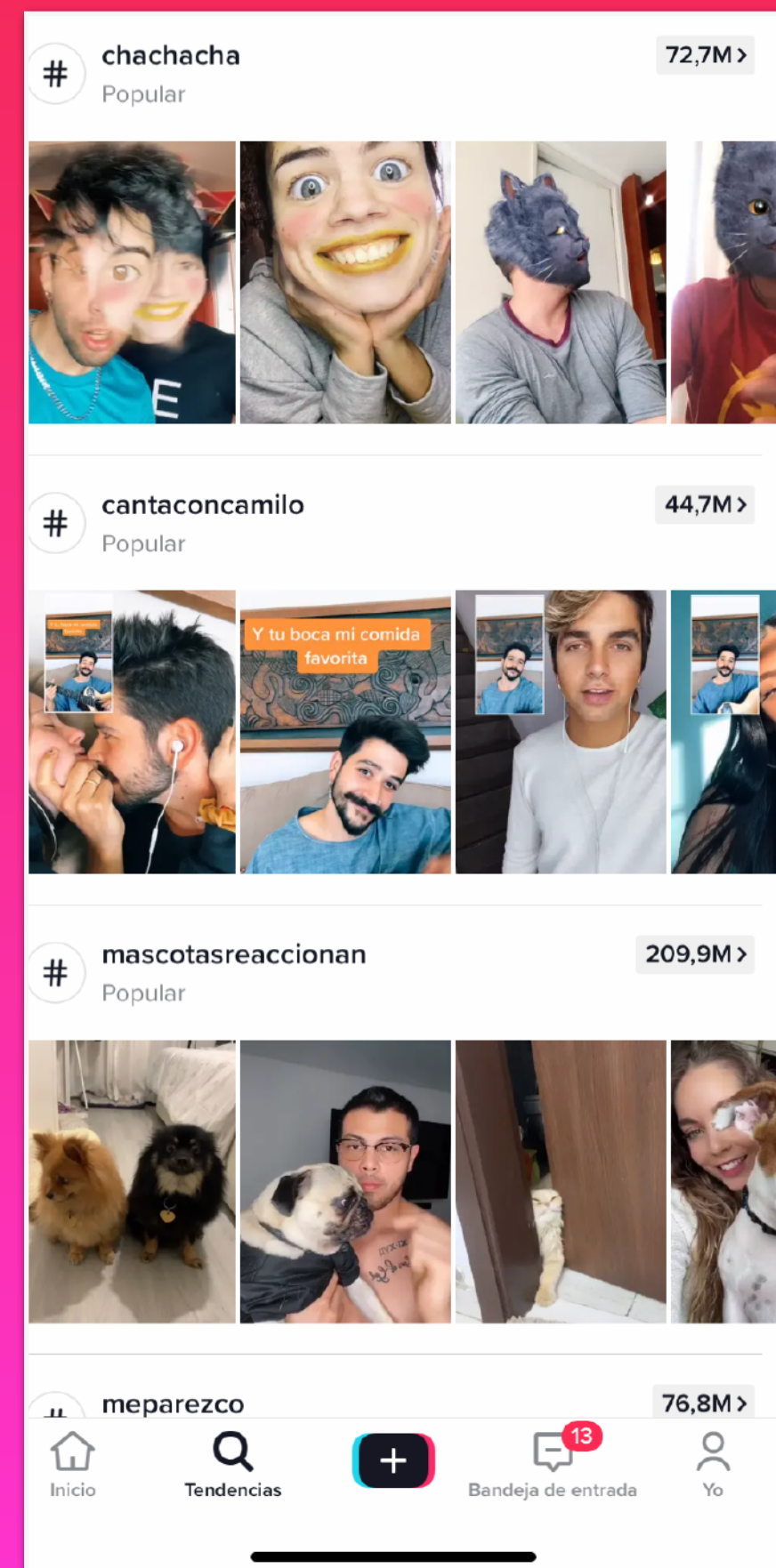
Los videos de este tipo tienen trabajo de edición y consisten en crear piezas con distintas etapas para aparentar el efecto de un cambio.



INSTRUCCIONES

Pueden ser instrucciones de una receta de cocina, o para arreglar algo en el computador. Sobre este tipo de videos hay distintas variables que funcionan a modo de tutorial corto.

TikTok: TRENDS



Las tendencias pueden ser:

- Canciones o sonidos
- Challenges
- Efectos y/o las palabras más usadas.

Siempre usa hashtags

El uso de éstos puede ayudar a hacer tus publicaciones más visibles, con el objetivo de aparecer en la sección “Tendencias” .

Usar bien los hashtags en las publicaciones es una gran forma de poner ojos en el contenido que estás creando.



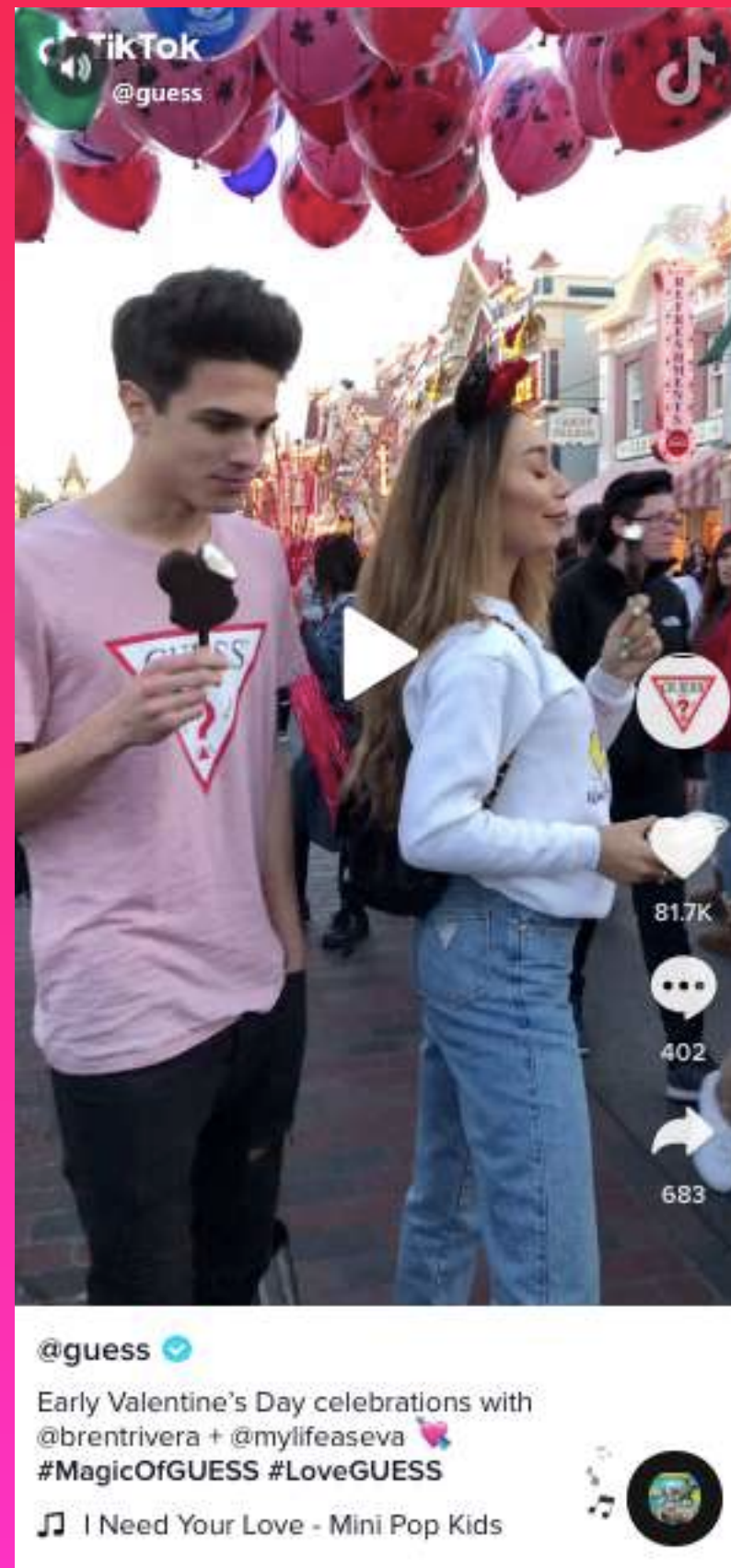
TikTok: Influencers y Challenges.

Los influencers y challenges son el alma de TikTok.

La forma en la que se viralizan las publicaciones de los usuarios hace que personas desconocidas puedan alcanzar un gran número de likes, formando y creando a nuevos influencers todo el tiempo.

De la mano de ellos vienen los challenges. Estos desafíos, que pueden partir tanto desde marcas, como de rostros famosos o de cualquier persona, se han convertido en los contenidos más virales.

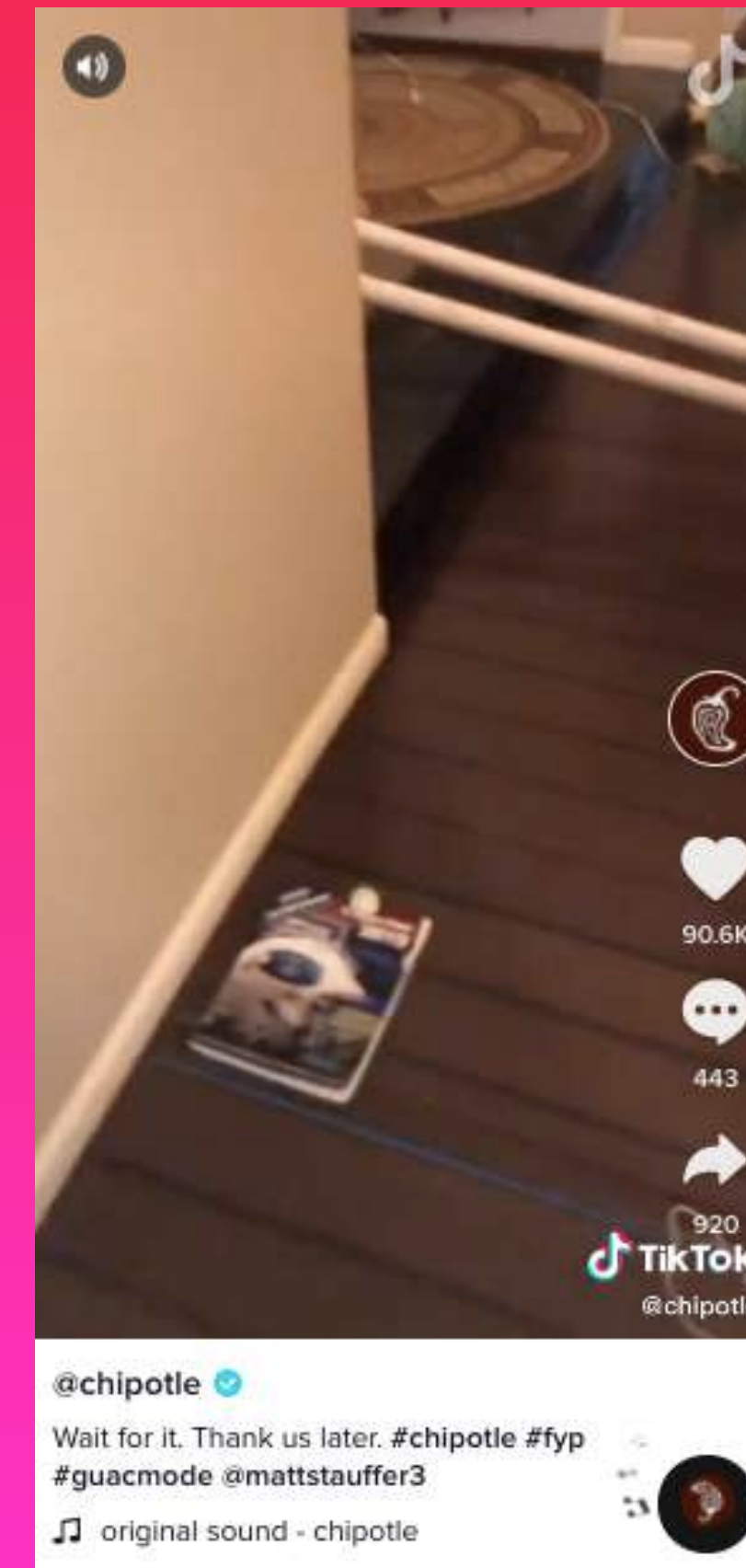
Algunas marcas



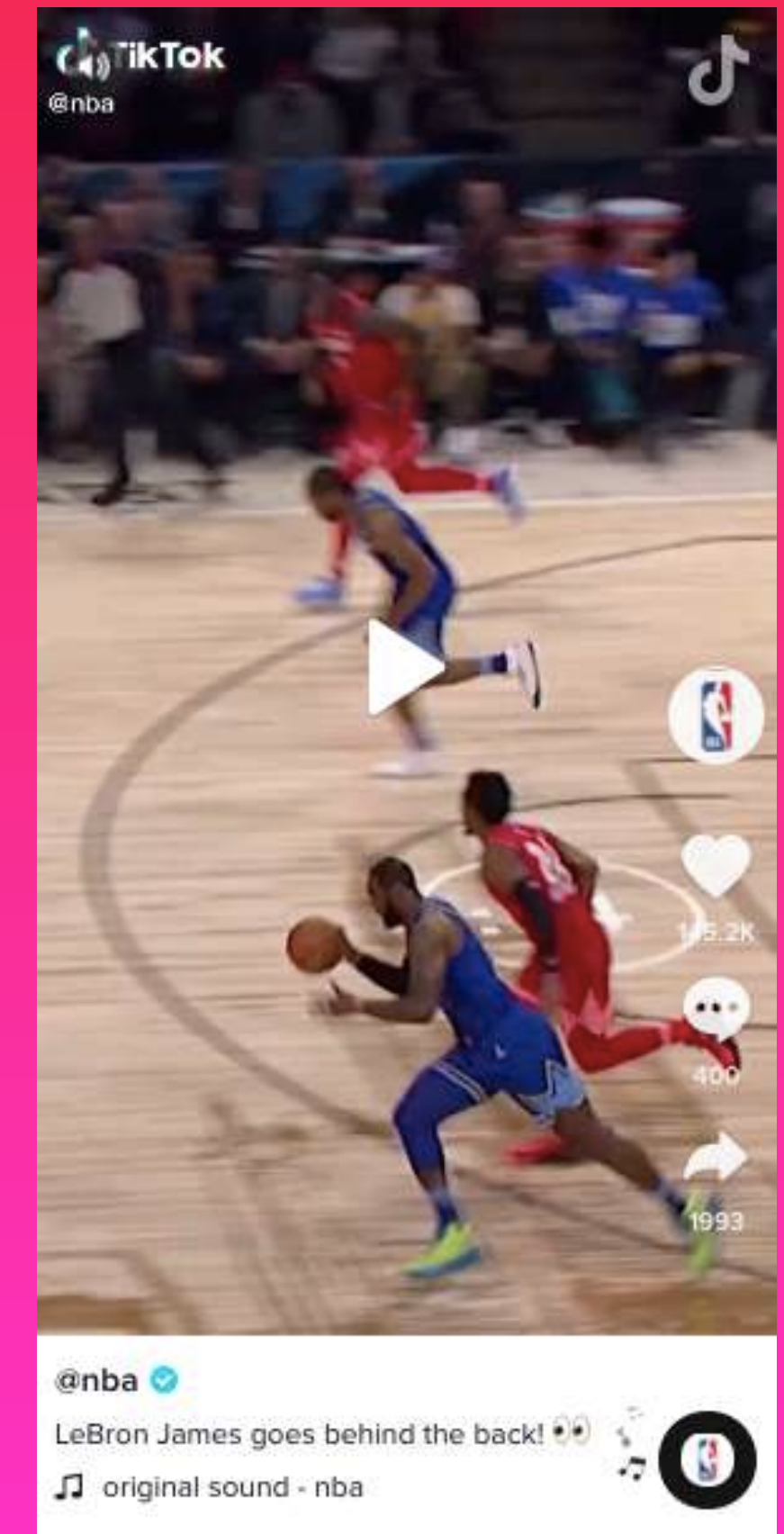
GUESS



RED BULL

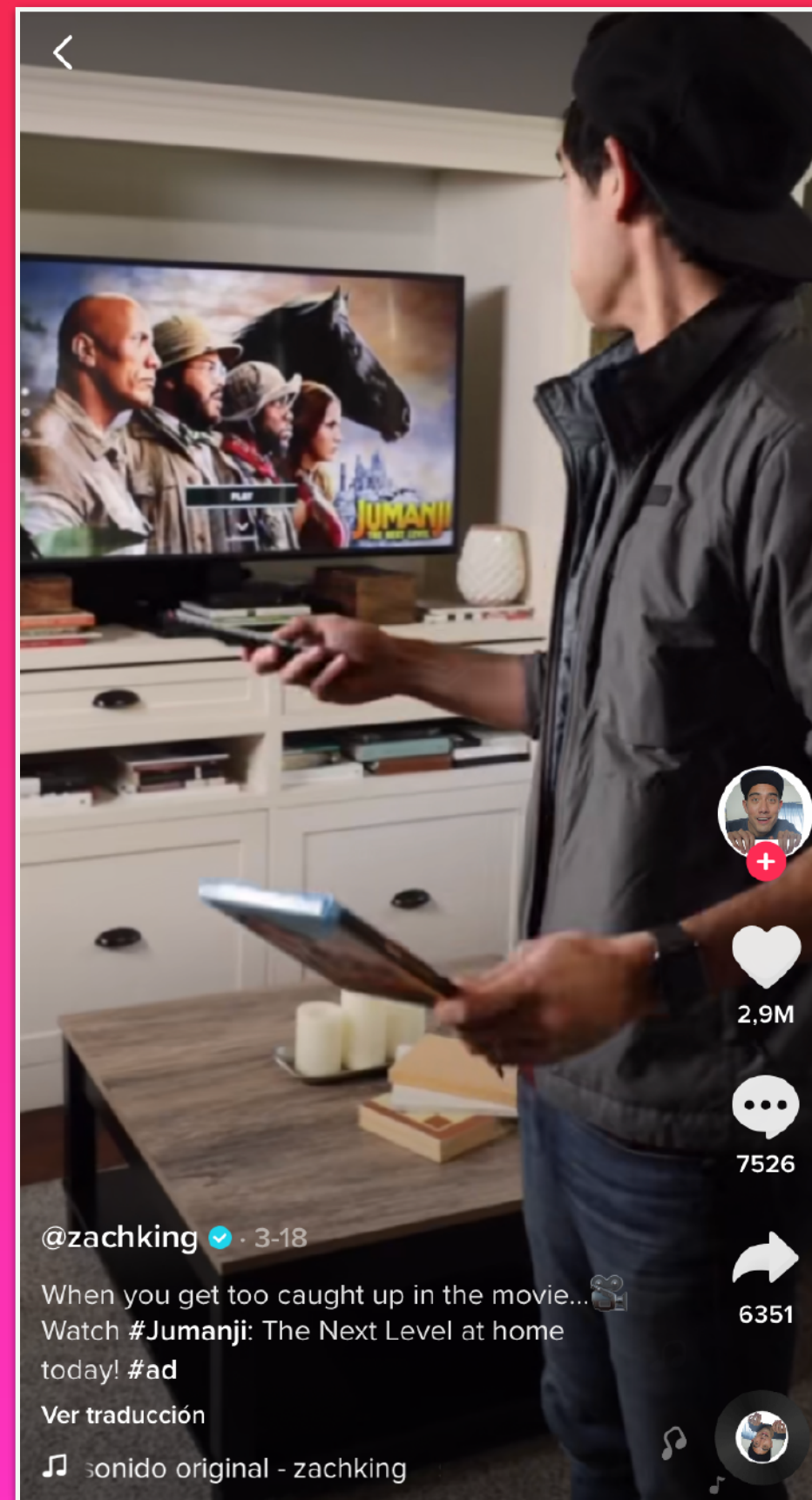


CHIPOTLE

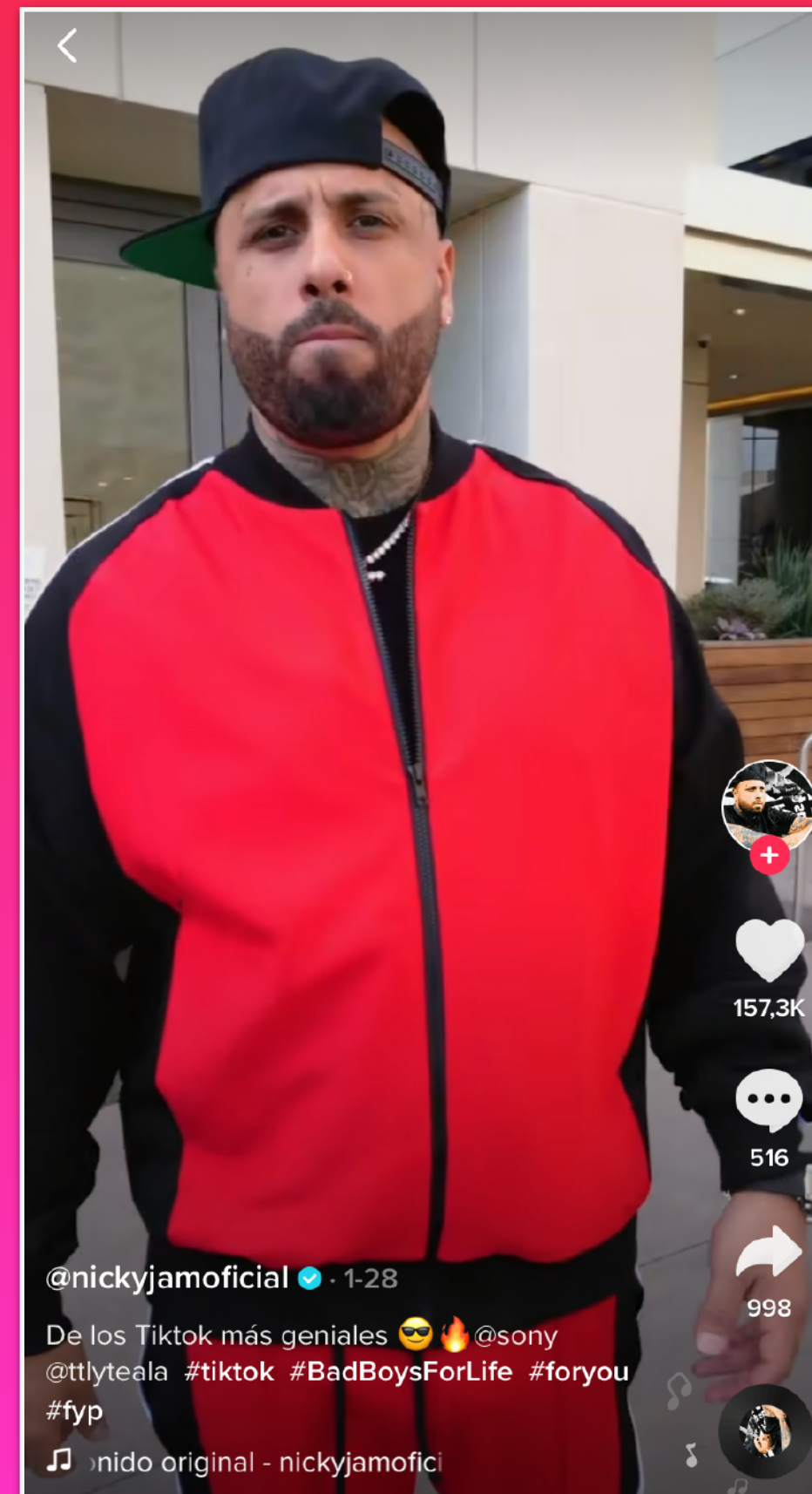


NBA

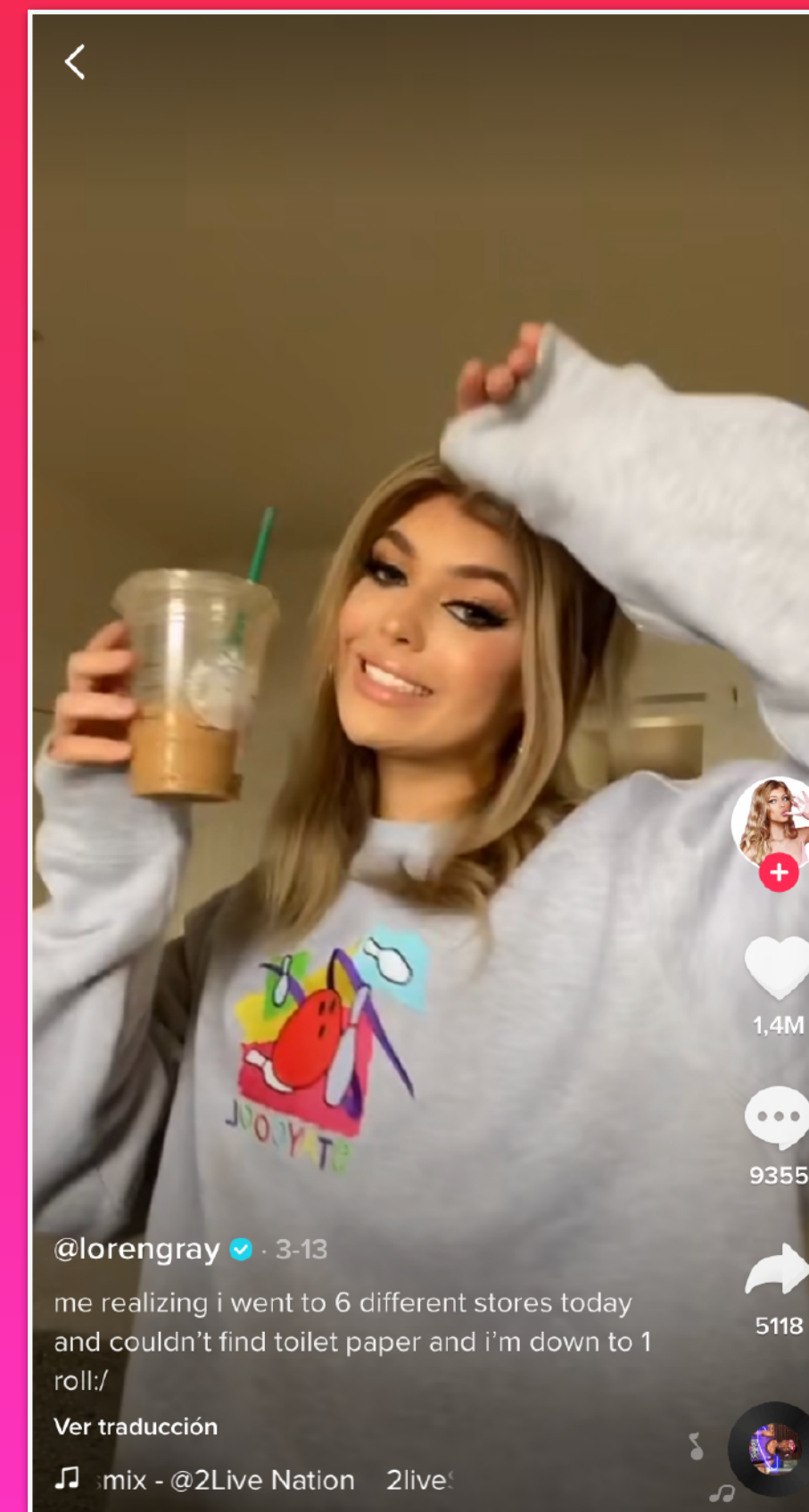
Algunas marcas



Zach King
JUMANJI MOVIE



NICKY JAM
SONY



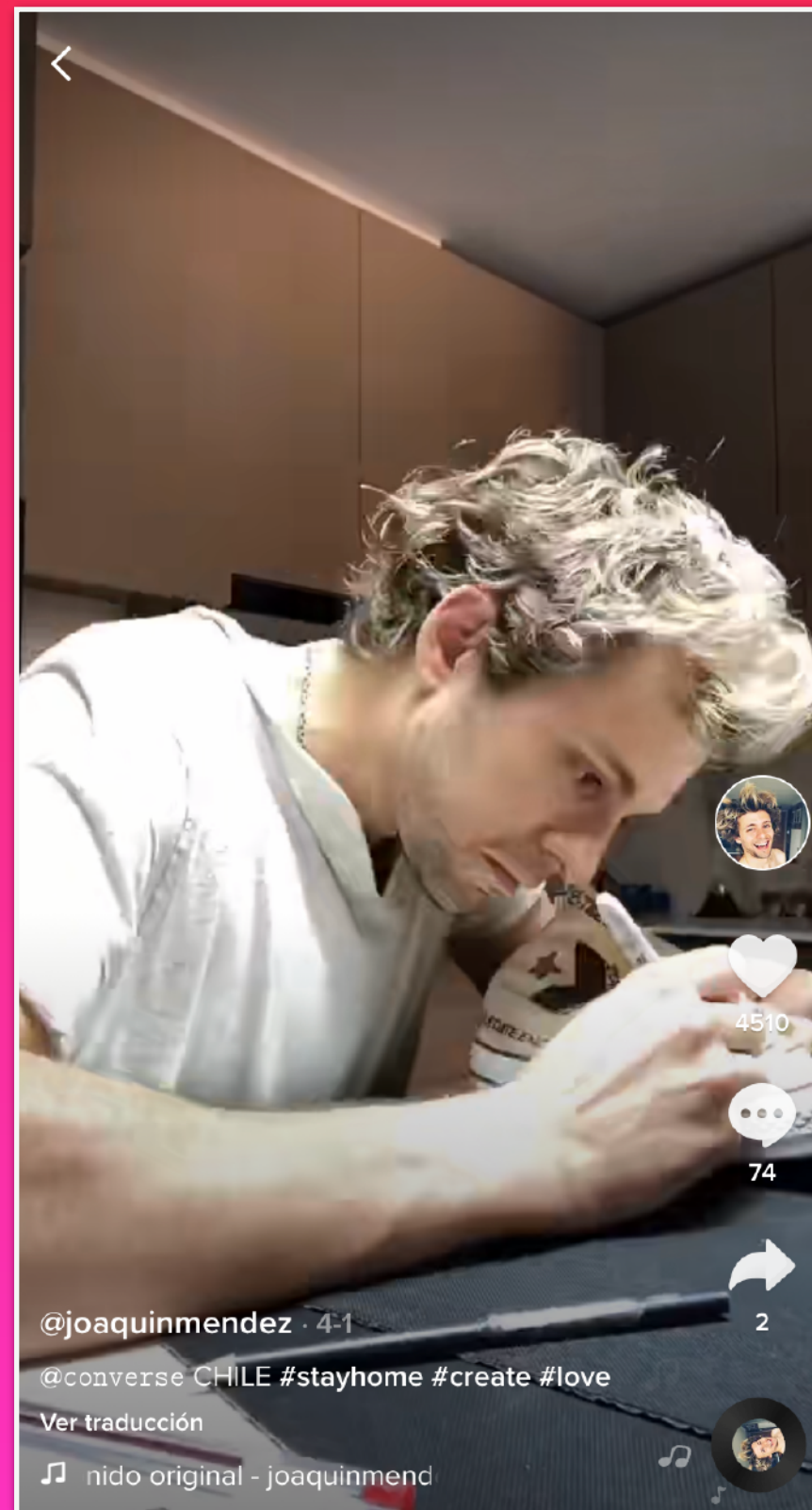
Loren Grey
Starbucks



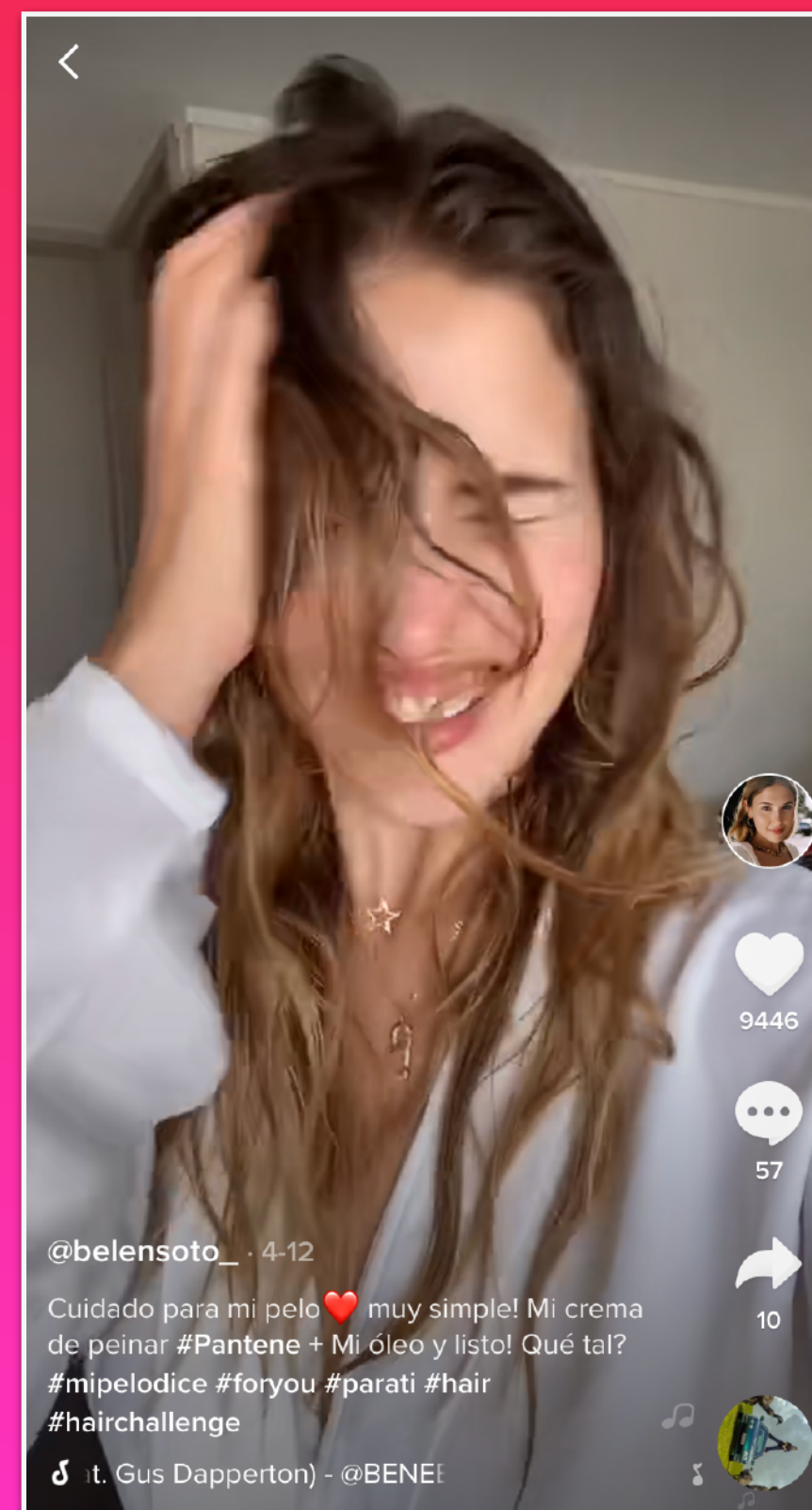
Charli D'Amelio
DUNKIN

Tiktok ¿Están usándolo las marcas en Chile?

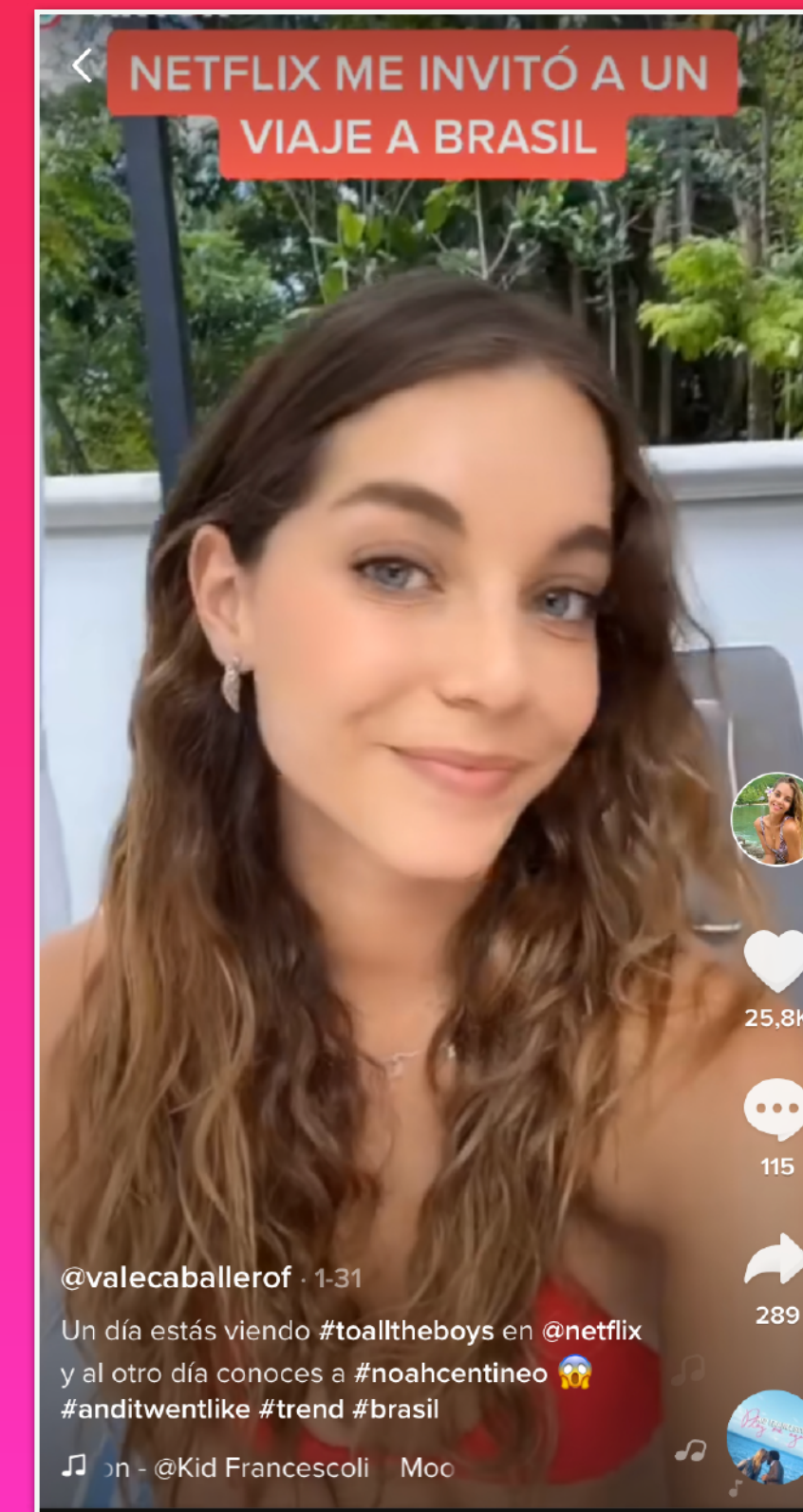
De a poco, las marcas se han arriesgado y lo han sumado a estrategia digital, a través de contenido original realizado por sus embajadores o influencers.



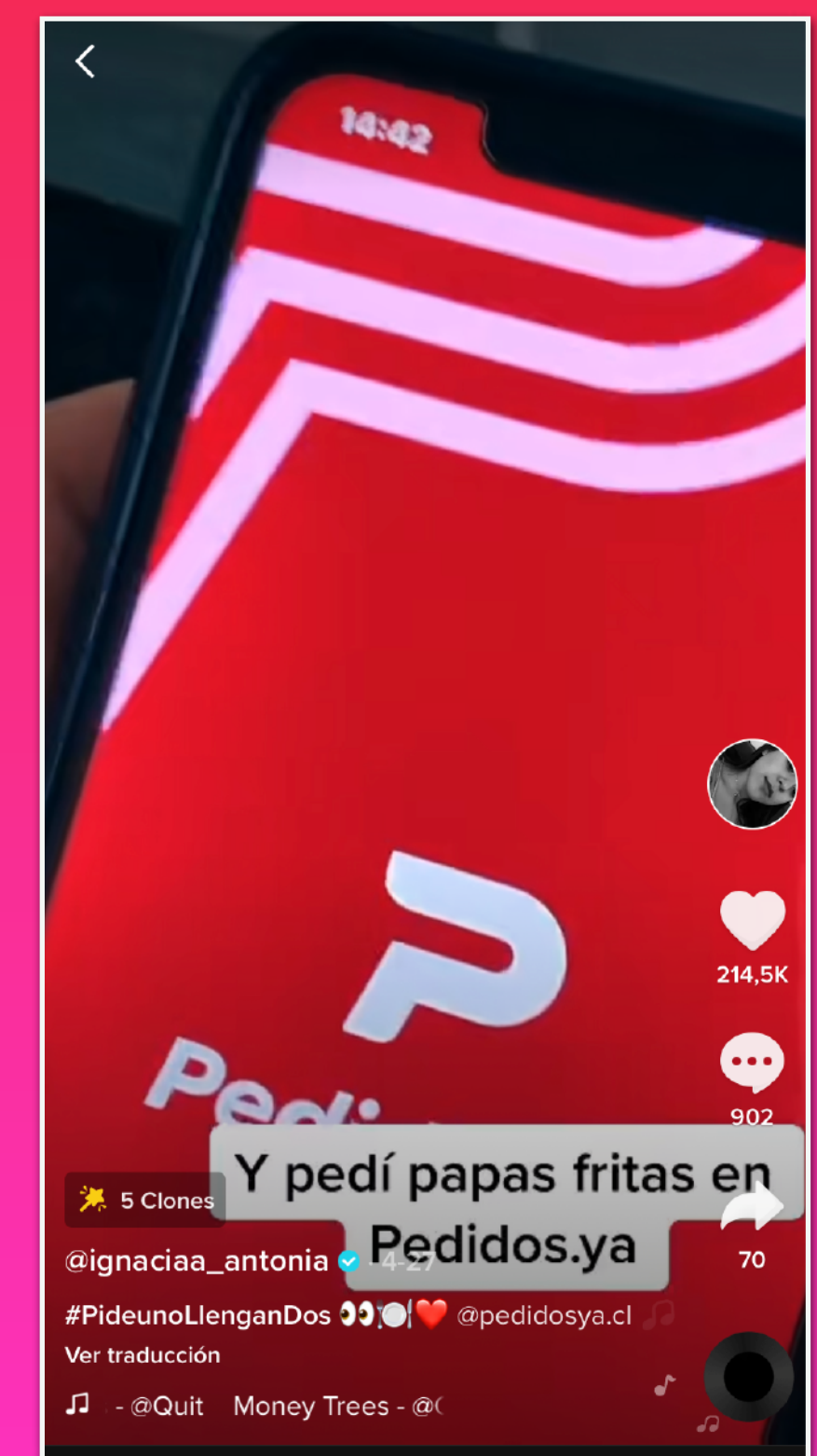
Joaquín Méndez
CONVERSE



Belén Soto
PANTENE

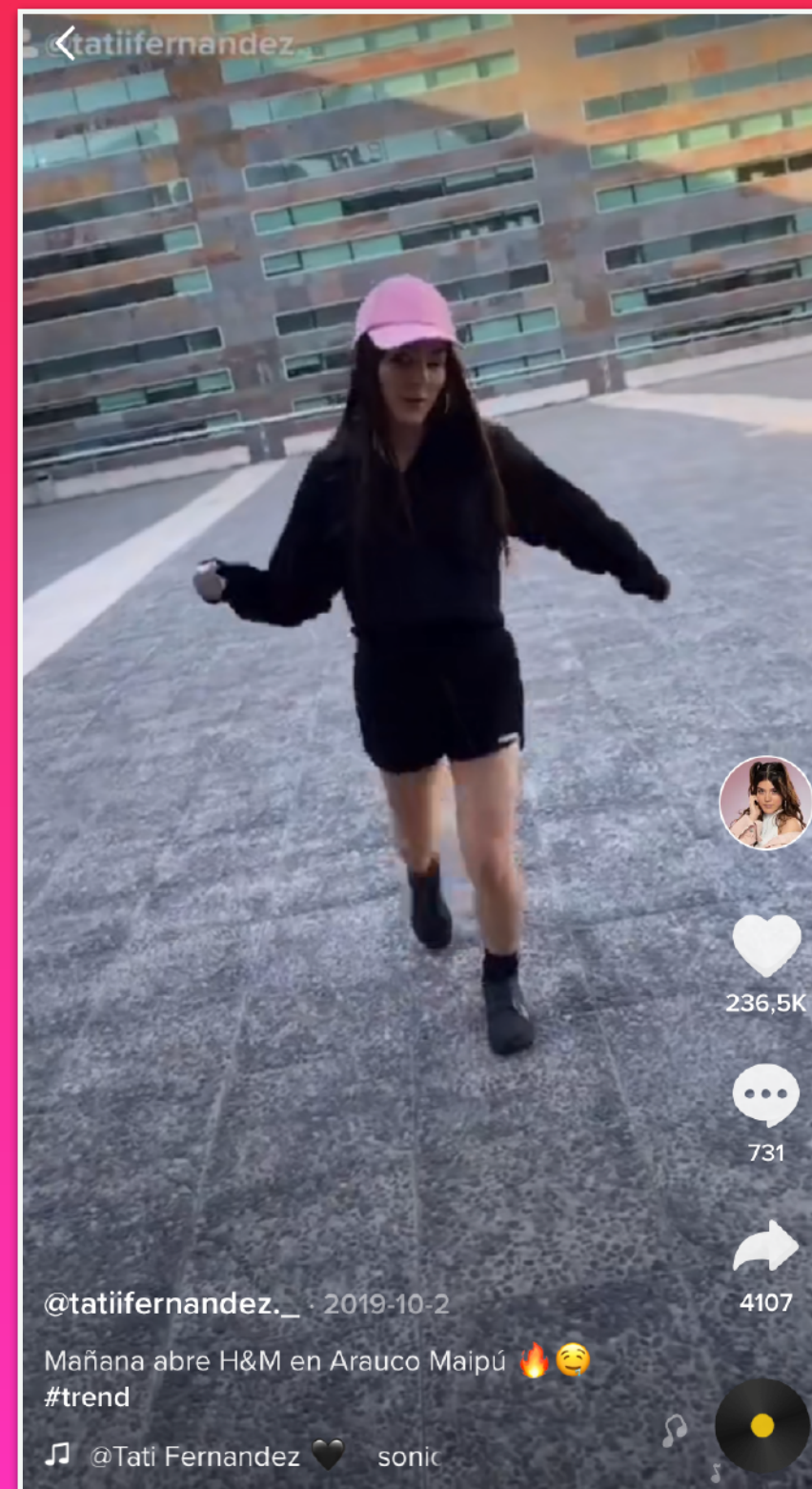


Vale Caballero
NETFLIX



Ignacia Antonia
PEDIDOS YA

Tiktok ¿Están usándolo las marcas en Chile?



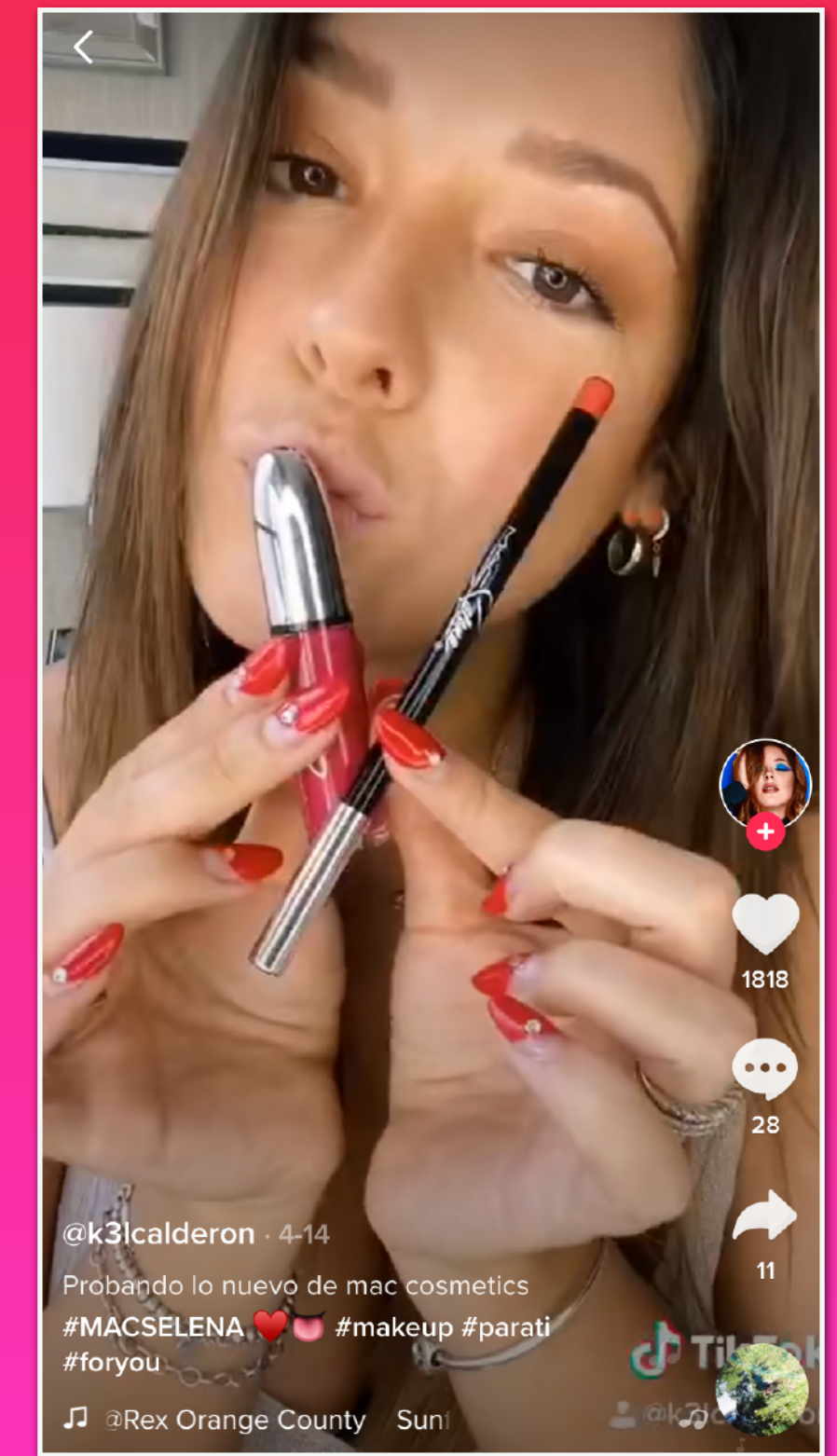
Tatiana Fernández
HYM



Lucila Vit
REEBOK



Eliana Albasetti
FREEMET



Raquel Calderón
MAC COSMETICS

Tiktok INFLUENCERS CHILENOS

En Chile, las cuentas de TikTok más seguidas son de jóvenes que nacieron con la creación de este tipo de contenido.



Ignacia Antonia 🏰

@ignaciaa_antonia

12.7M
seguidores



Itayvargas ✨

@itayvargas

7.7M
seguidores



Tati Fernandez ♡

@tatifernandez_

4.7M
seguidores



Vai Monroe

@valmonroe

2.9M
seguidores



Fernanda

@iamferv

3.3M
seguidores



💙 **OFIR VARGAS**

@ofirvargass

2.3M
seguidores



Mella

@josemellv

1.9M
seguidores



Marcelo Alcázar 🤪

@marceloalcazar

1.1M
seguidores

TikTok: ***¿Cómo generar un buen contenido?***



Creando videos cortos.

Aunque el límite sea un minuto, los videos muy largos terminan aburriendo a los usuarios.

Usando el formato vertical.

La aplicación está creada para que el contenido sea consumido con la pantalla en forma vertical.

Original y auténtico.

Aunque siempre es bueno replicar contenidos que sean tendencia, es importante crear videos originales que inviten a tu audiencia a sumarse.

Edición.

Utilizando los distintos recursos que ofrece la app: efectos, filtros, sonidos.

LIVE

Solo puedes ir en vivo si tienes más de 1K de seguidores.

TikTok:ADS

Aunque actualmente no están disponibles en nuestro mercado, **los Ads de TikTok prometen llegar el 2021 a nuestro mercado por lo que debemos estar preparados.**

Ofrecen segmentación **geográfica, de edad y de género**, y se espera que pronto activen las opciones por **intereses y comportamiento** para dar mayor precisión a la segmentación.

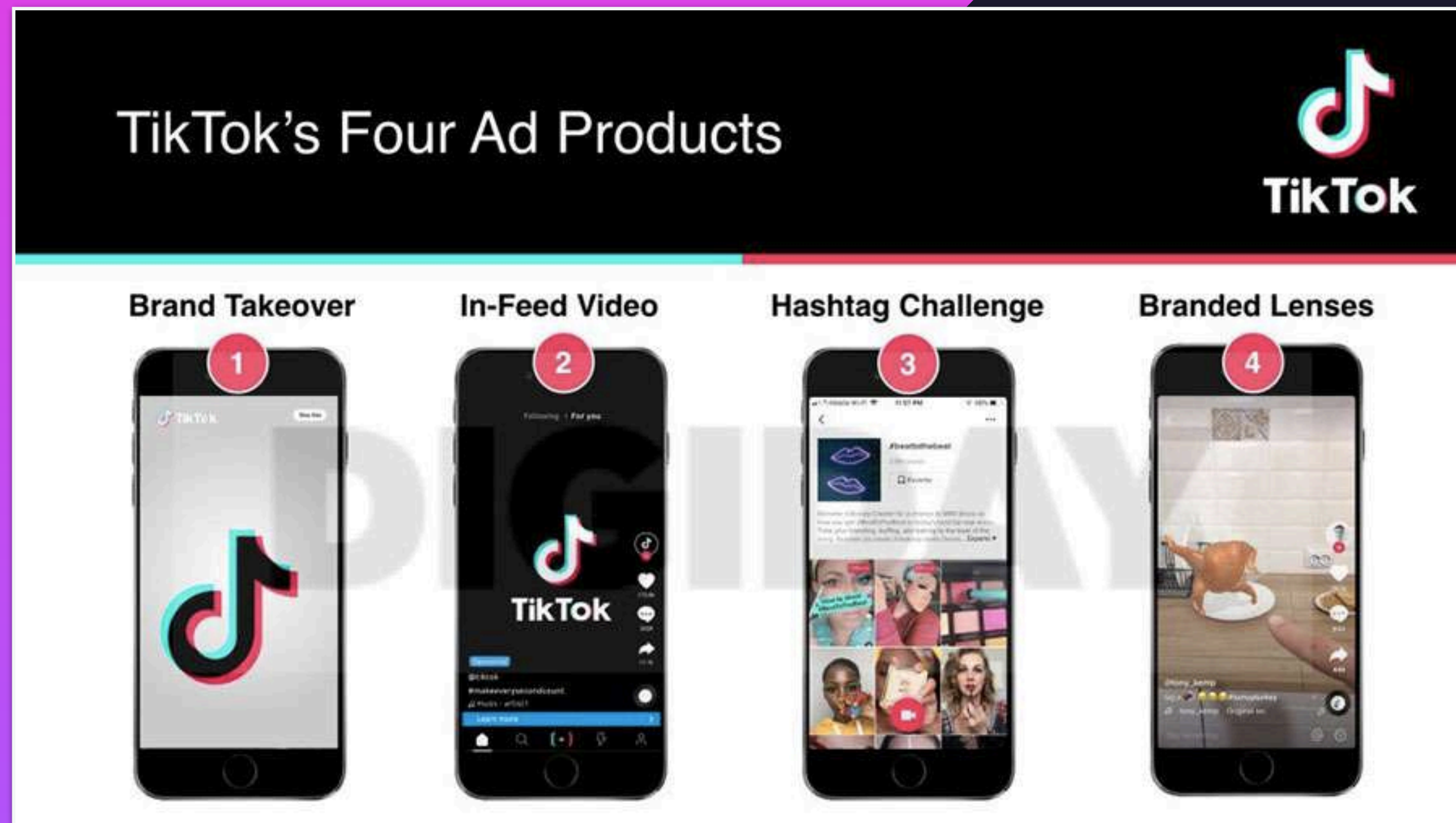
Los formatos que existen actualmente son los siguientes:

BRAND TAKEOVER: Este es un anuncio que aparece a pantalla completa instantáneamente cuando un usuario abre la aplicación. Esto te puede llevar a un contenido dentro o fuera de TikTok.

HASHTAG CHALLENGE: A través de un hashtag pagado, se desafía en un challenge a los usuarios para que puedan crear su propio contenido.

BRANDED LENSES: Funcionan de una manera parecida a los filtros de Instagram, la idea es jugar con ellos.

IN-FEED VIDEO: Este es un video pagado que aparece directamente en el feed y se muestra como el resto de las publicaciones de los usuarios. Al igual que el Brand Takeover, permite ir a otra parte fuera de la plataforma.



TikTok: ***¿Cómo debería entrar mi marca?***



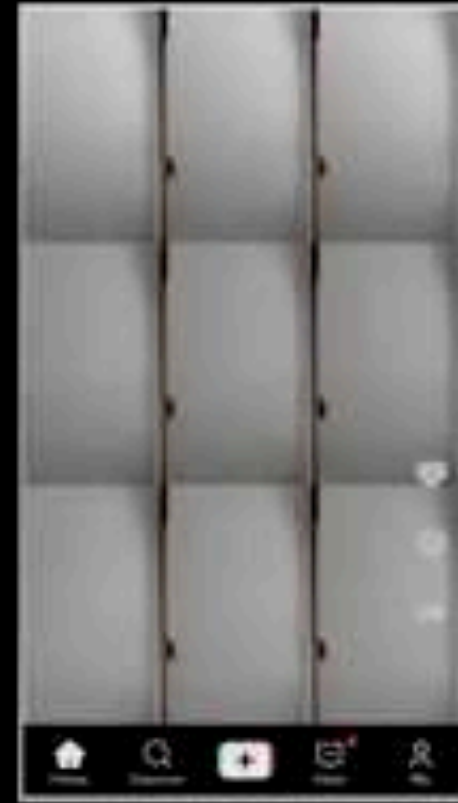
Lo primero es entender si le hace sentido a tu **estrategia digital y a tus consumidores (y potenciales)**.

Después definir los **objetivos** que quieres lograr en el corto y mediano plazo.

Determinar de qué formas vas a entrar y con qué tipo de contenido.

Probar, probar y probar!

Recuerda que la música y el humor son dos de los elementos que mejor logran conectar con los Tiktokeros.





Hablemos :)

www.jelly.cl

