

11:31



¿Cómo posicionar tu marca en TikTok?

Guía TikTok 2024 para empresas.



TikTok se ha convertido en la red social del momento. Una plataforma global que consigue conectar con usuarios de la Generación Z mediante contenido audiovisual atractivo, dinámico y de corta duración.



DATOS de INTERÉS sobre TikTok



1.2
mil millones

de usuarios activos en TikTok al mes.



500
millones

de empresas tienen presencia en la red social.



28
%

de los usuarios han descubierto nuevas empresas a través de TikTok.



58 min
y **24** seg

es el tiempo promedio que pasan los usuarios en la plataforma al día.





Conceptos que deberías saber de TikTok



#FYP

“For You Page” o “Sección Para Ti”. Hace referencia a aquellas publicaciones premiadas por el algoritmo que aparecen cuando el usuario abre la aplicación.



Sonido original

Música o diálogos con efectos de sonido que son propios al grabar el vídeo. Pueden crearlos todos los usuarios y otros también pueden usarlos.



Transición

Efecto que pueden añadir los usuarios a sus vídeos para pasar de una situación a otra rápidamente.



Challenge

Vídeos en forma de retos que normalmente van acompañados de un baile o una canción, que se hacen virales y que los usuarios pueden replicar.



Dúos

Función que permite a los usuarios hacer contenido con un vídeo de otro creador. Los dos vídeos aparecen uno al lado del otro en una pantalla dividida y se reproducen simultáneamente.



LIVE Studio

Herramienta de TikTok para retransmitir en directo única y exclusivamente en la red social.



Favoritos

Sección en la que se pueden guardar los vídeos, sonidos, efectos y otros contenidos de TikTok que más gusten.



Trends

Temas, desafíos, bailes, canciones o formatos de vídeo que se vuelven virales en la plataforma. Son creados por la comunidad de usuarios de TikTok y se difunden rápidamente a través de *hashtags* específicos.





(TOP) RECOMENDACIONES

para activar el algoritmo.



¿QUÉ VALORA MÁS EL ALGORITMO?



Interacción de los usuarios.



Finalización de la reproducción del vídeo.



Contenido del vídeo.



Configuración de la cuenta.



TIPS PARA CREAR UN VÍDEO VIRAL



Di algo atrayente en los tres primeros segundos del vídeo.



Añade títulos en tus listas y no te olvides de los subtítulos.



Mantén la atención de los usuarios con estímulos como música, transiciones, movimiento, emojis o texto.



Únete a las tendencias o *challenges* del momento.



Añade *hashtags* alineados a tu estrategia, y súmale los siguientes: **#fyp**, **#foryou** y **#tiktok**.



Es crucial explorar las diferentes funcionalidades que está incorporando la plataforma:

TikTok Shop - Los usuarios pueden recomendar y comprar productos en la red social.

Carrusel - El formato permite mostrar tu contenido de forma atrayente e interactiva.





(TOP) RECOMENDACIONES

para activar el algoritmo.



CONECTA: INTERACCIÓN Y ESCUCHA DIGITAL

- ✓ Inicia conversaciones. Contesta los comentarios antes de 24h, participa en publicaciones de terceros y reacciona a contenidos afines a los tuyos.
- ✓ Publica con frecuencia y analiza tu audiencia para determinar el horario ideal.
- ✓ Atrévete a probar nuevos formatos como los carruseles.
- ✓ Estudia y adapta las nuevas tendencias a tu sector.
- ✓ Utiliza las funciones Dúo y Collage.
- ✓ Crea contenido orgánico para afianzar a tu comunidad.



TRENDS: TUS ALIADAS



Identifica tendencias en TikTok en la pestaña “Descubrir”.



Sigue el *hashtag* #trendalert.



Asegúrate de que no perjudique la credibilidad y reputación de tu marca.



Utiliza una funcionalidad de tendencia, como el audio.





KPI's de valor

Análisis técnico y táctico de perfiles de empresa en TikTok.

Revisa tus estadísticas y toma decisiones.

INDICADORES DE OPTIMIZACIÓN DEL PERFIL DE EMPRESA



Identidad Visual

- Imagen de perfil
- Identidad del feed:
 - ¿El feed está cuidado?
 - ¿Mantiene un estilo gráfico y cromático definido?
 - ¿Los vídeos contienen una portada atractiva?



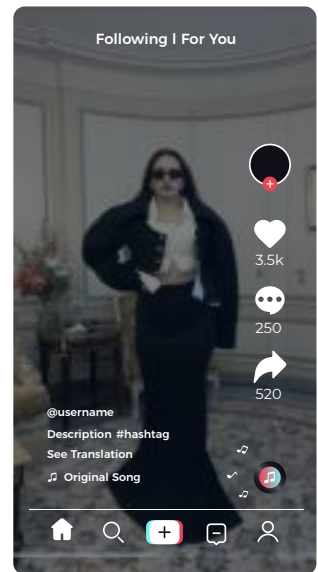
Propuestas de valor diferencial

- Verificación del perfil
- Listas de reproducción
- Portada de los vídeos



Actualidad

- Publicaciones
 - Vídeos
 - Carruseles
- Listas de reproducción



Presentación

- Nombre de usuario
- Nombre del perfil
- Descripción
- Enlace
- Botones

INDICADORES DE ACTIVIDAD DEL PERFIL

Analiza los indicadores y puntúalos

+ VISIBILIDAD	+ PARTICIPACIÓN	+ FIDELIZACIÓN
+ CONSTANCIA	+ PROACTIVIDAD	+ COMPROMISO
+ ATENCIÓN Y RESPUESTA	+ CONVERSACIÓN	

INDICADORES DE ENGAGEMENT DEL PERFIL

Calcula el ratio de engagement de tus publicaciones

$$\left(\frac{\text{LIKES} + \text{COMENTARIOS} + \text{GUARDAR} + \text{COMPARTIR}}{\text{VISUALIZACIONES}} \right) \times 100 = \text{Engagement Rate}$$





¿Tu empresa tiene cabida en TikTok?



MOTIVOS PARA CREARSE UN PERFIL DE TIKTOK

- Alcanza a una gran cantidad de usuarios.
- Conecta con las nuevas generaciones.
- Aumenta la presencia de la marca.
- Ayuda a atraer a los consumidores de manera entretenida.



DESPUÉS DE VER UN ANUNCIO EN TIKTOK...



41%

de los usuarios confían más en la marca.

31%

son más propensos a ser leales a la marca.

33%

es más probable que digan que la marca encaja bien con sus valores.



PRINCIPALES CATEGORÍAS DE CONTENIDO POR BÚSQUEDA DE HASHTAGS

ENTRETENIMIENTO

535.000

millones

BAILE

181.000

millones

BROMA

79.000

millones

FITNESS
DEPORTES

57.000

millones

RENOVACIÓN DEL HOGAR
BRICOLAJE

39.000

millones

BELLEZA
CUIDADO DE LA PIEL

33.000

millones

MODA

27.000

millones

RECETAS / COCINA

18.000

millones

TRUCOS / CONSEJOS DE VIDA

13.000

millones

MASCOTAS

10.000

millones



Las marcas muestran y venden sus productos en la misma plataforma, mientras los creadores de contenido obtienen beneficios por promocionarlos en sus perfiles.

11:31



**Más de 50 marcas corporativas
y 80 marcas personales confían
en nuestra metodología de trabajo.**

Tu consultora estratégica especializada en
comunicación digital y marca personal.

