



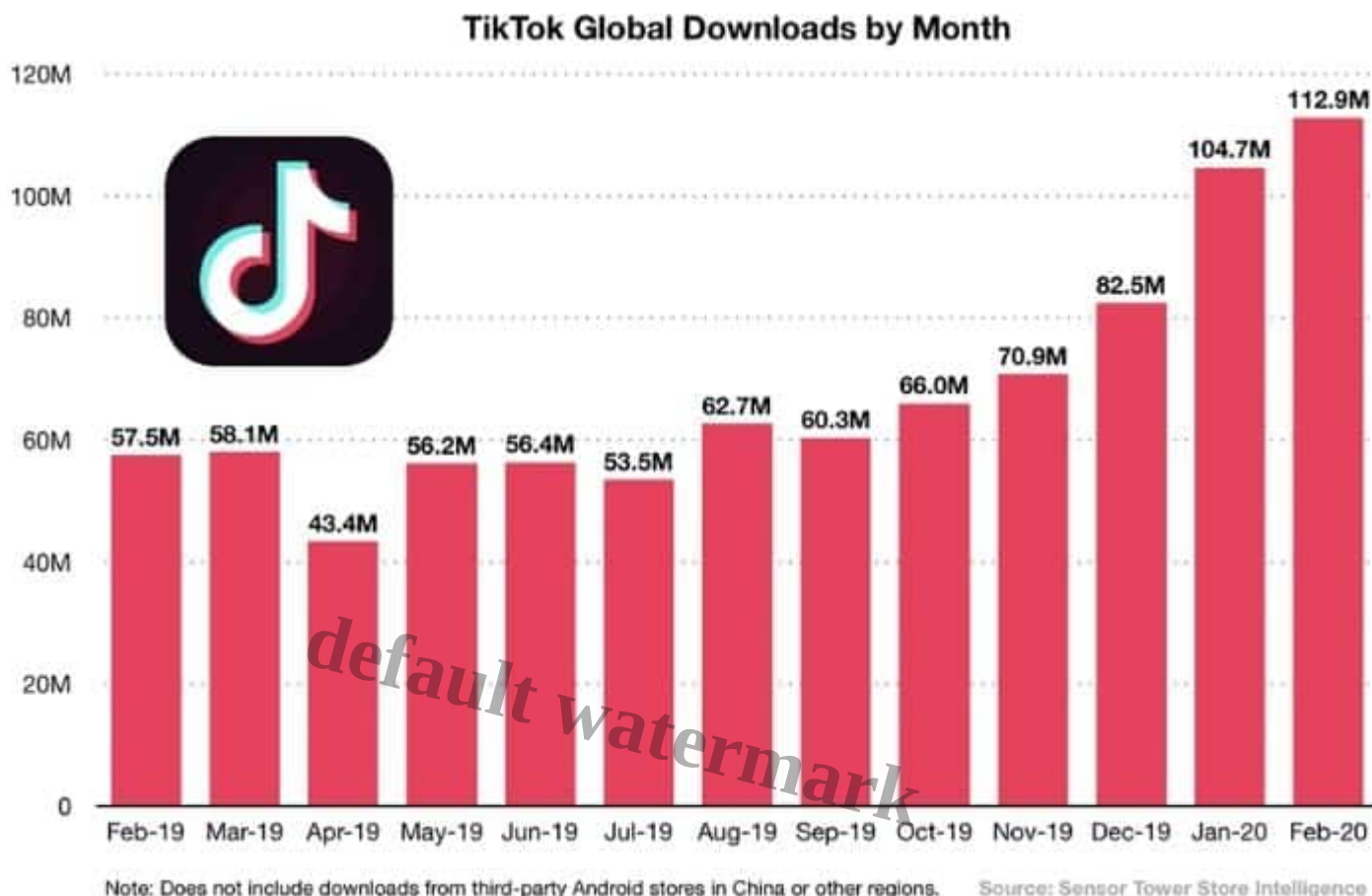
Como funciona o marketing digital no Tiktok

Description

O TikTok ultrapassou o Instagram como a rede social mais popular. O TikTok foi eleito a plataforma de mídia social de crescimento mais rápido de todos os tempos e esteve na lista dos aplicativos mais baixados nos últimos três anos.

Com um desenvolvimento tão rápido, as empresas estariam perdendo se não incluíssem **marketing digital no Tiktok** em seus planos. Para os novatos, no entanto, pegar o jeito desse aplicativo exclusivo nem sempre é fácil. Acrescente a isso a realidade de que o **marketing digital no Tiktok** pode parecer inteiramente aleatório, e sua equipe de marketing ficará com muitas perguntas.

Qual o tamanho da popularidade do TikTok



Durante a epidemia de COVID-19, o aplicativo de vídeo de formato reduzido cresceu rapidamente à medida que os usuários encontravam tempo para explorar a plataforma e interagir com seu público online de novas maneiras. Com 315 milhões de instalações no primeiro trimestre de 2020, a TikTok quebrou o recorde de mais downloads em um único trimestre para um aplicativo social.

TikTok tem um bilhão de usuários ativos em todo o mundo. Isso coloca o TikTok à frente do LinkedIn, Twitter, Pinterest e Snapchat em termos de sites de rede social (excluindo a contraparte chinesa Douyin, que tem 600 milhões de membros).

Para colocar isso em contexto, o [Instagram](#) levou seis anos após seu início para atingir o mesmo número de usuários ativos mensais que o TikTok atingiu em menos de três. Demorou quase quatro anos para o Facebook atingir o mesmo marco mensal de usuários ativos.

Os profissionais de marketing são direcionados ao TikTok porque ele simboliza uma tendência de mídia social crucial para os talentos criativos e o trabalho em equipe dos jovens consumidores. Os usuários gastam em média 52 minutos por dia usando o aplicativo devido à sua agilidade, o que os mantém interessados por longos períodos de tempo.

90% dos usuários do TikTok verificam o aplicativo pelo menos uma vez por dia. Além disso, eles são bastante ativos no aplicativo. De acordo com uma pesquisa sobre a atividade dos usuários do TikTok ao longo de um mês, 68 por cento dos usuários do TikTok assistem aos vídeos de outras pessoas, enquanto 55 por cento enviam os seus próprios (Globalwebindex, 2019).

Como o TikTok Ã© conhecido?



A TikTok se autodenomina **â??o destino final para vÃdeos mÃ³veis curtosâ?**. Os usuÃ¡rios podem fazer e postar um vÃdeo de atÃ© 15 segundos (mas quatro filmes distintos podem ser agrupados para fazer uma peÃ§a de 60 segundos) que inclui mÃºsica, filtros e efeitos de ediÃ§Ã£o, ou mostra o usuÃ¡rio dublando ou danÃ§ando uma mÃºsica.

Seu formato de vÃdeo rÃ¡pido nÃ£o Ã© apenas para desafios de danÃ§a e dublagem, mas esses sÃ£o dois de seus usos mais conhecidos. Os criadores do TikTok estÃ£o utilizando a internet para falar sobre tÃ³picos difÃceis, defender mudanÃ§as e educar seus espectadores sobre tÃ³picos que vÃ£o de saÃ³de a contabilidade.

Novidades parecem nÃ£o querer parar para os lados do TikTok. Depois do anÃ¼ncio da adoÃ§Ã£o de medidas de proteÃ§Ã£o dos seus usuÃ¡rios mais jovens e da confirmaÃ§Ã£o do projeto de criaÃ§Ã£o de uma plataforma de efeitos de realidade aumentada para criadores, o destaque vai, outra vez, para a duraÃ§Ã£o dos vÃdeos. Originalmente os vÃdeos do TikTok tinham um minuto de duraÃ§Ã£o mÃ¡xima, tendo passado hÃ¡ poucos meses para os trÃªs minutos. Agora, segundo aponta o consultor de social media Matt Navarra a partir do seu Twitter, a equipe jÃ¡ estÃ¡ oferecendo a possibilidade a alguns dos usuarios da plataforma de testarem o upload de vÃdeos com cinco minutos.

O PÃºblico do Tik Tok



O TikTok é mais popular entre os adolescentes de todo o mundo, que costumam ser os primeiros a adotar novos sites de mídia social. Eles descobriram como utilizar e personalizar a plataforma de acordo com suas preferências e propósitos desde o início, e muitos acumularam dezenas de milhares de seguidores nos últimos anos.

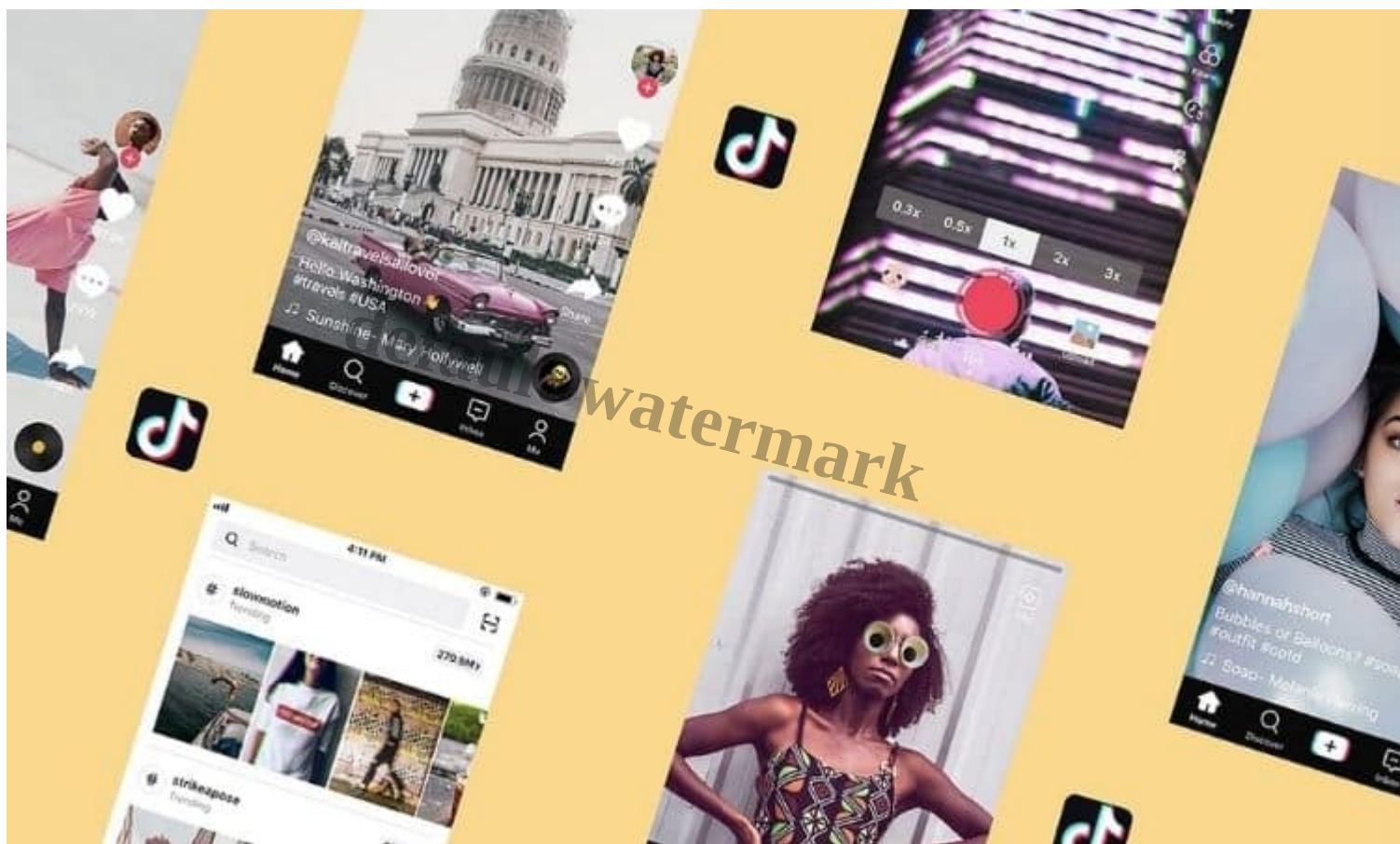
Quando a geração do milênio e os **baby boomers** ingressam na plataforma, eles podem zombar de si mesmos, seja por sua inabilidade com o aplicativo ou por meio do material que criam. Muitos alegam que os familiares adolescentes os encorajaram ou motivaram a usar o aplicativo. Apesar do fato de que o marketing no TikTok atrai principalmente as gerações mais jovens, ele parece estar mantendo seus seguidores à medida que envelhecem.

Em 154 países, o marketing no TikTok está disponível. De acordo com os dados do Global Web Index de 2019, o uso do TikTok é maior na Ásia, com mais de um terço dos usuários de 16 a 64 anos com uma conta. Com taxas de penetração variando de 12% na América do Norte a 10% no resto do globo, não é muito o que dividir o resto do mundo (América Latina e Europa).

O TikTok se tornou uma ferramenta significativa para empresas globais interagirem com públicos jovens, estimular o conteúdo gerado pelo usuário e colaborar com influenciadores relevantes. Nike, Skittles, Fenty Beauty, Pepsi, Calvin Klein, Sony e FIFA, para citar alguns, realizaram campanhas patrocinadas e influenciadoras de marketing no TikTok. Use uma ferramenta de rastreamento para encontrar influenciadores relevantes se você for uma marca que está tentando interagir com o marketing dos produtores TikTok.

Reese Witherspoon, Snoop Dogg, Dua Lipa e Kendall Jenner estavam entre as inúmeras celebridades que usaram o TikTok durante a epidemia de COVID em 2020, quando muitas estrelas de Hollywood e músicos de todo o mundo buscavam métodos para se manterem relevantes e conectados aos seguidores.

De que forma é usado o TikTok



O TikTok se estabeleceu como um destino obrigatório para vídeos de entretenimento, como visto por suas duas hashtags mais populares: #entertainment e #dance. Pegadinhas, exercícios, reforma da casa, bricolage, beleza e cuidados com a pele, moda, comida e culinária, truques para a vida, orientação e animais de estimação estão entre as categorias mais populares do aplicativo.

O TikTok está testemunhando um espectro cada vez maior de assuntos abordados e cobertos em seu site, incluindo questões mais pessoais e sérias como:

- Conselhos sobre cuidados de saúde. Lora Shahine, uma especialista em fertilidade, e o Dr. David Puder, psicoterapeuta e médico, acumulou centenas de milhares de seguidores.
- Jardinagem e culinária, por exemplo, têm se tornado mais populares na rede, com o Garden Marcus, no Texas, tendo mais de 650 mil seguidores.
- Compartilhamento de informações relacionadas ao crime, como no caso da vítima de assassinato Gabbie Petito, cujo automóvel foi descoberto devido à filmagem do TikTokers, ou a garota de Kentucky libertada de um sequestrador graças a um sinal de socorro que ela

aprendeu no TikTok.

- Como em qualquer mídia social, pode haver um comportamento desagradável, como a mania da hashtag #couchboy, que especulou sobre uma senhora que surpreendeu o namorado da faculdade e sua reação silenciosa.

O conteúdo que fornece aos consumidores inspiração e autenticidade (uma tendência crescente entre os profissionais de marketing nas redes sociais) tem um bom desempenho. Ao contrário do Instagram, onde a maioria dos vídeos e fotos foram desenvolvidos para serem mais precisamente polidos e, alguns podem argumentar, menos verdadeiros, muitos usuários do marketing no TikTok gostam de ver pontos de vista crus e verdadeiros.

A TikTok deu início a uma campanha chamada #LearnOnTikTok, que organiza o material de instrução em categorias como hacks de vida, tutoriais científicos, masterclasses de cosméticos, conselhos motivacionais e receitas rápidas.

A BBC, a Cambridge University e a Cosmopolitan Magazine contribuíram com conteúdo para essa hashtag, que teve mais de 198 bilhões de visualizações até dezembro de 2021.

Como funciona o TikTok



Os usuários do TikTok podem encontrar vídeos usando hashtags e um algoritmo especial. Quando um usuário faz login no aplicativo, a página inicial exibe um feed personalizado. Este é o melhor lugar para ir se você está procurando coisas novas ou pessoas

para seguir.

Com base em sinais captados por seu sistema, o marketing no Tiktok exhibe aqui coisas que considera interessantes para cada usuário em particular. O algoritmo leva em consideração coisas como:

- Suas próprias preferências; país, idioma e dispositivo
- Informações sobre o vídeo: hashtags, legendas, sons e g nero
- As interações do usuário incluem os tipos de v deos que você assiste, as contas que você segue e as pessoas com as quais você se conecta.

O TikTok escolhe o material que considera intrigante e altamente envolvente para cada usuário único e o exhibe na página Para você, onde há uma grande possibilidade de se tornar viral. É por isso que desafios, partidas e rotinas de dan sa se espalham como um incêndio dentro do aplicativo, já que usar uma hashtag popular ou um som da moda torna muito fácil obter consciência. D  uma olhada em algumas das características fundamentais dos v deos virais se precisar de inspiração.

1. Como os profissionais de marketing podem usar o TikTok

O marketing no Tiktok oferece uma oportunidade fantástica para os profissionais de marketing alcançarem os consumidores mais jovens em todo o mundo de uma forma divertida e criativa. Muitos memes de m dia social come sam no TikTok e estar na vanguarda dessas tendências de ponta pode ajudar as empresas a ganhar credibilidade. O marketing no Tiktok não precisa de grandes recursos para o desenvolvimento de conteúdo de vídeo, já que filmagens espontâneas feitas em ambientes cotidianos têm a mesma chance de sucesso. Muitos filmes TikTok foram filmados em quartos, estacionamentos e jardins.

Quando se trata de alcance e engajamento, o TikTok oferece aos anunciantes um campo de jogo justo. Devido à natureza viral do algoritmo, contas TikTok com 0 seguidores podem adquirir milhões de visualizações em um novo v deo, ao contrário de sites de m dia social como Instagram ou YouTube. O envolvimento seguir , desde que o material apele ao público.

Os seguidores do TikTok se envolvem com o aplicativo em uma taxa mais alta do que outras plataformas de m dia social (Influencer Marketing Hub, 2019), então os profissionais de marketing podem gerar grande agitação com uma campanha bem pensada, incluindo conteúdo que agrada ao público-alvo do aplicativo.

[O que   Automação de marketing?](#)



O marketing no Tiktok pode ser usado de quatro maneiras diferentes pelos profissionais de marketing:

Canal de marca

Faça uma página de marca e comece a experimentar diferentes tipos de conteúdo. O conteúdo pode ser desenvolvido rapidamente e com um orçamento apertado. A melhor coisa a fazer é acompanhar as hashtags e memes da moda e depois adaptá-los ao seu negócio. Crie e compartilhe material real usando os filtros, efeitos, soundbites e ferramentas de edição integrados do aplicativo. Embora o marketing no Tiktok tenha um grande alcance orgânico, uma interação significativa só pode ser alcançada se o seu conteúdo realmente repercutir no seu público e seguir os padrões da plataforma. Simplesmente não é possível postar a mensagem da marca da sua empresa aqui.

Colaboração de influenciadores

Os fatos sobre os influenciadores não deixam dúvidas sobre o quão eficazes eles podem ser, portanto, aproveitar as comunidades de influenciadores é uma estratégia inteligente para usar o marketing no Tiktok. Os influenciadores que vivem e respiram TikTok constroem seguidores altamente engajados, entregando material relevante e de alta qualidade. Eles entendem de marketing no Tiktok e como fazer uso de suas ferramentas, recursos e tendências. As marcas podem entrar em contato com esses influenciadores e trabalhar em campanhas que utilizem suas habilidades e conhecimentos. A TikTok tem seu próprio [Creator Marketplace](#), que foi criado para reunir empresas e criadores.

Chegar ao público mais jovem do TikTok pode ser difícil, especialmente porque muitos desses espectadores estão acostumados a folhear os anúncios regularmente. As marcas devem construir conexões mais fortes com provedores de conteúdo maiores, em vez de lançar um esforço de marketing por conta própria. O envio de pacotes de RP é um dos métodos mais eficazes de fazer isso.

Os influenciadores podem facilmente experimentar novos itens e promovê-los para seu público usando pacotes de relações públicas. Para adquirir esses negócios, muitos criadores de conteúdo barganham com patrocinadores. Em troca, os fabricantes criam anúncios e filmes de review para promover os itens.

Desafio de hashtag

Uma excelente técnica para as empresas desenvolverem uma tendência cultural ou meme é oferecer um desafio para as pessoas entrarem. Milhões de pessoas são atraídas pelos desafios de melhor desempenho da campanha para produzir vídeos para ela. A campanha #eyeslipsface da Elf cosmetics, que teve mais de 4 bilhões de visualizações e 5 milhões de vídeos enviados e foi considerada a campanha de marketing de maior sucesso do TikTok, é um exemplo fantástico.

Embora muitos usuários incorporem qualquer hashtag da moda no título de seu vídeo TikTok, essa nem sempre é a estratégia ideal para aumentar as visualizações ou o conhecimento da marca — especialmente para fins de marketing. Em vez disso, você deve ser criterioso sobre quais hashtags usar. A abordagem mais fácil para fazer isso é olhar para outros vídeos com a mesma hashtag, identificar tendências e tentar duplicá-las de uma forma que reflita sua própria marca.

Publicidade TikTok

O TikTok é uma das novas plataformas de publicidade mais fascinantes, pois tem o alcance de outras plataformas como o Instagram, mas ainda é relativamente inexplorado pelos anunciantes. Isso significa que gerar impressões e cliques pode ser mais econômico.

Os profissionais de marketing podem usar a página inicial do aplicativo para hospedar anúncios in-feed, desafios de hashtag patrocinados e anúncios em banner. Os anunciantes podem ter como alvo aqueles que assistiram a conteúdo comparável ao deles, além de idade, região e dados demográficos. O marketing no TikTok for Business permite que os anunciantes executem campanhas publicitárias de autoatendimento.

O WhatsApp é outra plataforma de mídia social a ser considerada quando se busca se envolver com um público jovem. O software de mensagens instantâneas está se tornando cada vez mais popular em todo o mundo e, se combinado com o Facebook e o Instagram, oferece fantásticas opções de marketing.

Conclusão

Sim, o TikTok é um aplicativo relativamente novo no mercado. No fim das contas, o **marketing no TikTok** não é diferente do marketing tradicional, pois requer que você conheça seu público,

envolva-o e agregue valor.

Aprenda as estratégias específicas do TikTok, como hashtags, desafios, conteúdo gerado pelo usuário, influenciadores do TikTok e comerciais do TikTok, ao mesmo tempo. Afinal, se você estiver sem ideias, sempre pode pedir ao seu chefe para participar de um desafio de dança.

Category

1. Marketing Digital

Tags

1. Como funciona o marketing digital no TikTok
2. conteúdos para postar no tiktok
3. marketing digital no tiktok
4. o poder do tiktok
5. rock content tiktok
6. tik tok
7. tiktok
8. tiktok para divulgação
9. tiktok para vendas
10. tiktok profissional

Date Created

2021/12/16

Author

webmaster