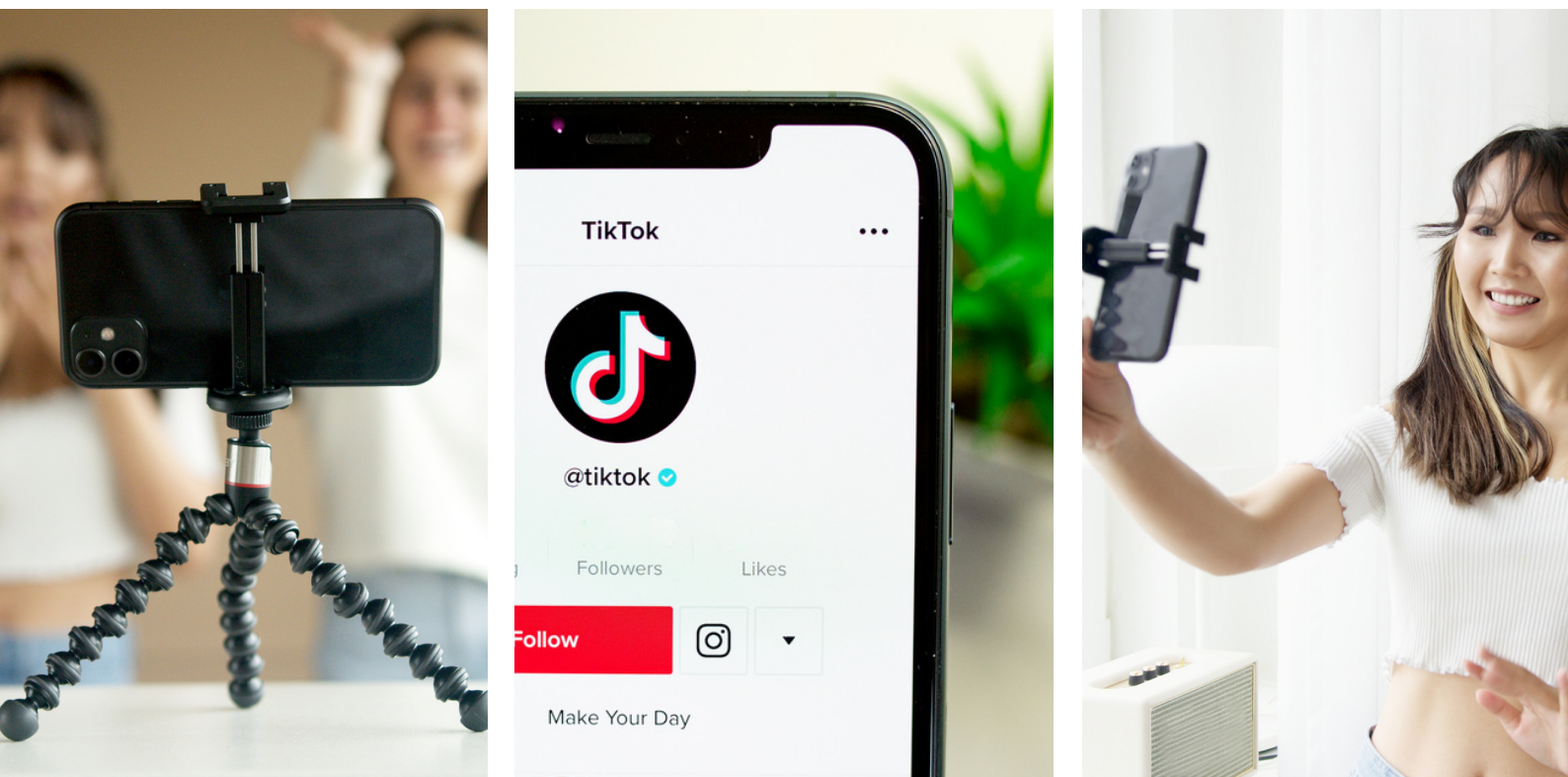


Jak rozpocząć przygodę z TikTokiem?

Wskazówki Lighthouse



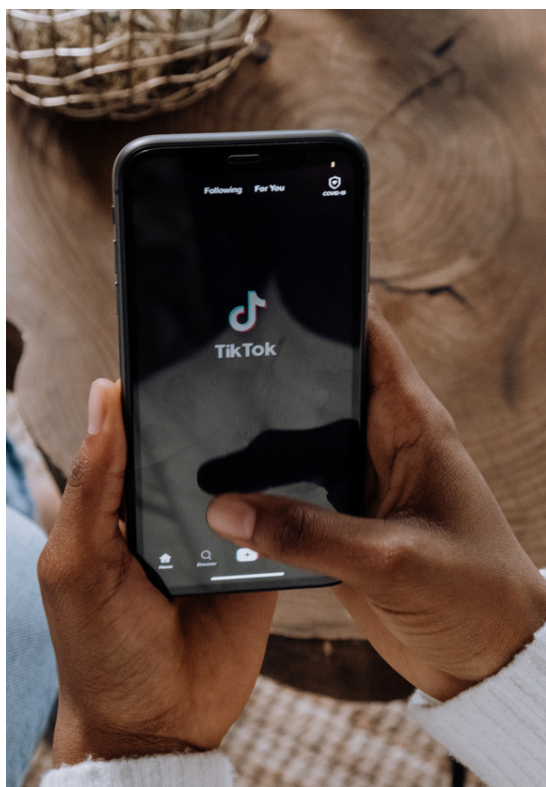
Co to jest TikTok?



TikTok to aplikacja z 2016r. do udostępniania wideo, która umożliwia użytkownikom tworzenie i udostępnianie 15-sekundowych filmów na dowolny temat. Zastąpiła ona Musical.ly, czyli medium społecznościowe, które również umożliwiało tworzenie krótkich wideo.

Aplikacja szturmem zdobyła popularność na świecie i w Polsce, zwłaszcza wśród nastolatków. Jej popularność stale rośnie. Jak wynika z raportu App Annie „The State of Mobile 2021” w pierwszym kwartale 2021r. najchętniej pobieraną aplikacją był właśnie TikTok.

TikTok dla biznesu



W 2020r. TikTok oficjalnie uruchomił nową platformę reklamową o nazwie TikTok For Business. Jest to centrum marketingowe dla kont firm.

Istnieje możliwość wykupienia różnego rodzaju usług np.

- **TopView:** reklama, którą użytkownicy widzą, kiedy po raz pierwszy otwierają aplikację.
- **In-Feed Ads:** reklama, która pojawia się pomiędzy treściami użytkownika. Może ona pomóc w zwiększeniu liczby kliknięć, ruchu w sieci i pobrań.
- **Branded Effects:** istnieje możliwość przygotowania specjalnych efektów związanych z marką, które będzie można wykorzystać w filmikach (efekty 2D, 3D i AR).
- **Branded Hashtag Challenge:** promowanie hashtagów firmy.

Dlaczego Twoja firma powinna być na TikToku?

Dotarcie do młodszej grupy docelowej

Większość osób uważa TikToka za chwilową modę albo medium, które jest wyłącznie dla pokolenia Z. Zatrzymajmy się tutaj na chwilę. Czy Instagram i Facebook początkowo również nie były uważane za aplikacje, które zaraz odejdą w niepamięć? Czy na początku istnienia tych platform ich głównymi użytkownikami nie byli młodzi użytkownicy? W obu przypadkach możemy odpowiedzieć twierdząco, jednak teraz np. przy pomocy Facebooka dotrzemy do starszych grup docelowych, a dzięki Instagramowi do grupy osób poniżej 35. roku życia.

Z TikTokiem również może tak się stać, jego popularność nie słabnie. Co prawda, obecnie nadal korzysta z niej młodsza grupa użytkowników, ale z czasem zapewne to się zmieni, a przynajmniej przedstawiciele TikToka otwarcie mówią, że do tego dążą. Przeglądając platformę możemy już zauważyć osoby spoza pokolenia Z, na przykład influencerów parentingowych, celebrytów czy standuperów. Jak widać oni również zauważyli, że jest to świetny kanał dotarcia do swojej publiczności. Dlatego, jeżeli obecnie Twoja grupa docelowa jest młodsza (w wieku 16-30 lat) i chcesz poszerzyć świadomość swojej firmy lub marki, wśród młodszych odbiorców, jest to platforma dla Ciebie.



Dlaczego Twoja firma powinna być na TikToku?

Przekaz wideo ma większą moc

Pandemia spowodowała, że potrzebujemy szybkiego przekazu, gdyż nie jesteśmy w stanie skupić dłużej naszej uwagi. Z raportu Wozly z 2020 r. wynika, że:

- 92% marketerów, którzy korzystają z wideo, stwierdziło, że jest to ważna część ich strategii marketingowej.
- ludzie oglądają średnio 16 godzin wideo online tygodniowo - wzrost o 52% w ciągu ostatnich 2 lat.
- 86% osób chciało zobaczyć więcej produkcji wideo od marek w 2020 roku.

Jak widać, te dane stale rosną, przez co treści wideo zyskują z roku na rok coraz większą popularność.

Pokazanie ciekawych treści za darmo

Jeżeli Twoja firma chce się pokazać z zabawnej strony, bądź przekazać jakieś ciekawe treści, które zainteresują odbiorców TikToka, to śmiało zacznij nagrywanie. Co ciekawe, żeby zacząć, wcale nie potrzebujesz na to budżetu. Wystarczy, że weźmiesz telefon, nagraż filmik, a wszystkie potrzebne narzędzia do obróbki filmików są już w aplikacji.



Jak działać na TikToku?

1. ZIDENTYFIKUJ SWOICH DOCELOWYCH ODBIORCÓW

Po znalezieniu swojej grupy docelowej musisz utworzyć treści specjalnie dla tej społeczności. Dlatego, zanim zaczniesz tworzyć strategię marketingową, ważne jest, aby dowiedzieć się, co Twoi docelowi odbiorcy robią na platformie.

2. NAŚLADUJ TREŚCI, KTÓRE ZYSKUJĄ NA POPULARNOŚCI. WYKORZYSTAJ TRENDY

Trendy TikTok to świetny sposób na wyróżnienie się na tle konkurencji i podzielenie się nieco bardziej osobowością Twojej marki. Dobieraj jednak takie trendy, które będą pasować do Twojej firmy, a nie tylko dlatego, że są popularne.

3. DOKSZTAŁCAJ SWOICH ZWOLENNIKÓW

Stwórz treści angażujące i edukacyjne, jednak z nutą rozrywki np. pokaż jak produkt może ułatwić życie konsumentom. To sprytny sposób na pokazanie produktu.

4. EFEKTYWNIE UŻYWAJ HASHTAGÓW

Hasztagi na TikToku są bardzo istotne, gdyż pozwalają odnaleźć treści, które interesują użytkowników.



Jak działać na TikToku?

5. PROMUJ SWOJE FILMY W RÓŻNYCH MIEJSCACH

Udostępniaj filmiki z TikToka na innych mediach społecznościowych, aby promować swoje konto i zyskiwać nowych obserwujących.

6. PODEJMUJ CHALLENGE

Wymyśl jakiś #HasztagChallenge i zachęć użytkowników do nagrywania oraz brania udziału w wyzwaniu. Za przykład weźmy #GuacDance firmy Chipotle, czyli wyzwanie stworzone z okazji Narodowego Dnia Awokado, które przyniosło ponad 1 miliard wyświetleń i szybko stało się najbardziej skutecznym wyzwaniem marki. Oprócz swoich wyzwań, możesz brać udział w challenge'ach innych marek.

7. WSPÓŁPRACUJ Z WPŁYWOWYMI TIKTOKERAMI

Już nie tylko influencerzy z Instagrama czy Facebooka pomogą dotrzeć do wybranej grupy docelowej, a właśnie osoby z TikToka, które mają swoją stałą grupę obserwatorów. A jeżeli są popularni, mogą trafić do treści propagowanych do wszystkich użytkowników TikToka. Oznacza to, że filmik zobaczą osoby, które nawet nie obserwują danego tiktokera, ale którym mogą podobać się przygotowane przez niego treści.





BŁĘDY, **KTÓRYCH LEPIEJ NIE POPEŁNIAĆ**

Ciężkie, nieszczerze wideo

TikTok służy do pokazania firmy od strony kreatywnej i humorystycznej. Treści, które chcesz nagrać, powinny być lekkie i przyjemne, a przede wszystkim szczerze. Sam filmik powinien trwać 15 sekund i powinien być nagrany w naturalny, niewymuszony sposób. Gdyż sztuczny, zaplanowany przekaz zostanie od razu zauważony.

Nagranie typowej reklamy

Nie rób twardej reklamy, po której od razu widać, że treść ma na celu pokazanie wyłącznie produktu. Lepiej podejść kreatywnie do tej kwestii np. wykorzystaj popularne ruchy taneczne czy trendy.

Nagranie treści w sposób nieodpowiedni do platformy

Pamiętaj, żeby zawsze nagrywać treści w odpowiedni sposób do platformy. Na TikToku nie zapomnij nagrywać w pionie, a nie w poziomie. Do filmików wykorzystuj również popularną muzykę, ponieważ wykorzystanie dźwięków lepiej się „klika”.

4

Trendy na rok 2021

1. Firmy i influencerzy zaczną coraz chętniej korzystać z TikToka

TikTok zyskał bardzo szybko popularność, przez co niektóre firmy nie rozumiały i nie poznały dobrze tej platformy. To się zmienia, zwłaszcza po utworzeniu platformy reklamowej, która pokazuje, że można na niej robić biznes. Podobnie influencerzy zauważyli, że na TikToku znajdują się ich fani, dlatego rozpoczęli działalność również tutaj.

2. Dopóki pandemia nie ustąpi, więcej filmów na TikToku będzie podkreślać to, co można robić w domu

Ludzie korzystają jeszcze chętniej z TikToka od momentu wybuchu pandemii. Wzrosła liczba pobrań aplikacji i osób spędzających na niej czas. Różnego rodzaju lockdowny na całym świecie dały ludziom znacznie więcej wolnego czasu, przez co musieli znaleźć coś do robienia, pozostając w domach. Dla wielu osób oglądanie i tworzenie filmów na TikToku wypełniło tę pustkę.



3. Więcej celebrytów skorzysta z TikToka, aby dotrzeć do swoich młodych fanów

Na tej platformie odnajdziemy już nie tylko influencerów, ale również celebrytów m.in. Katarzynę Cichopek, Annę i Roberta Lewandowskich, Julię Wieniawę, czy nawet polityków np. Roberta Biedronia.

4. TikTok zastąpi telewizję pokoleniu Z

Młodsze osoby często nie oglądają telewizji, zwłaszcza pokolenie Z, które głównie korzysta, tylko i wyłącznie, ze smartfonów. Ponadto spontaniczne treści przemawiają bardziej do młodszych pokoleń niż zaplanowana, przemyślana reklama.



Jeśli masz pytania dotyczące tego poradnika albo potrzebujesz wsparcia w komunikacji z klientami, budowaniu relacji czy realizacji działań komunikacyjnych związanych z influencer marketingiem – zadzwoń lub napisz do nas. Pomożemy Ci odnaleźć się w cyfrowej rzeczywistości.

O LIGHTHOUSE

Jesteśmy firmą doradztwa komunikacyjnego. Łączymy PRowe podejście do tworzenia angażujących treści z ich skuteczną dystrybucją, charakterystyczną dla marketingu. Lubimy podejmować wyzwania, a trudne tematy to nasza specjalność. Jesteśmy częścią jednej z największych agencji komunikacyjnych na świecie Edelman oraz należymy do Związku Firm Public Relations.

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI!



601 06 66 46



www.lhse.pl



www.linkedin.com/lighthousepolska



www.facebook.com/Lighthouse.Polska



www.lhse.pl/podcasty



Studio Lighthouse