

TikTok para empresas: ¿Cómo usar esta red social en tu estrategia digital?



CEA
Confederación de
Empresarios de Andalucía

Financiado por:



Junta de Andalucía
Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

Hola 

**Antes de nada... ¿Cuántos de vosotros
consume TikTok?**

¿Quién soy yo?

Jose Carlos Galeote Miguel.

Content & Social Media Specialist en
Windup Smart Training y Windup
Smart Business.



Objetivos del seminario:

- Concienciar de la importancia de TikTok y sus beneficios en la estrategia digital de tu negocio
- Conocer cuáles son las ventajas de TikTok para empresas
- Ver cómo llegar a nuevas audiencias y nuevos potenciales clientes
- Ver cómo crear una comunidad participativa y activa para fidelizar tu cliente
- Conocer su potencial para mejorar tu imagen de marca
- Aprender a diferenciarte de tu competencia usando contenidos creativos y originales
- Descubrir el potencial de viralidad de la herramienta y la posibilidad de colaborar con influencers

Contenidos:

- Qué es y cómo funciona TikTok
- Qué usuarios usan TikTok
- Cómo puedes usar TikTok en tu negocio
- Crea una estrategia de TikTok ganadora
- Optimización del perfil
- Consejos para crear contenidos exclusivos en TikTok
- Tips y consejos a la hora de publicar contenido
- TikTok y los influencers
- Ganar dinero con TikTok, ¿se puede?
- Ejemplos reales de marcas que usan este canal en su estrategia

Qué es TikTok

TikTok ha supuesto una gran revolución en el mundo de las redes sociales. Como ocurre en todas las plataformas, TikTok también cuenta con un público mayoritario: principalmente jóvenes entre 18 y 24 años. Más de 800 millones de usuarios activos al mes.

Nació de la mano de la compañía china ByteDance con el nombre de *Douyin*, que en español se puede traducir como “sacudir la música”. Posteriormente, la firma se hizo con Musical.ly, una plataforma estadounidense, y de la fusión de ambas surgió TikTok como la conocemos actualmente.

Una de las aplicaciones más descargadas en App Store. En España, es utilizada por 2,7 millones de usuarios cada día durante un tiempo medio de 30 minutos.

Cómo funciona TikTok

La aplicación permite a sus usuarios subir pequeños clips de vídeo de 15 segundos hasta 3 minutos. Además, de añadir música, clips sonoros, efectos, hashtags y filtros.

Los vídeos más populares son aquellos en los que se realiza alguna coreografía, playback o challenge.

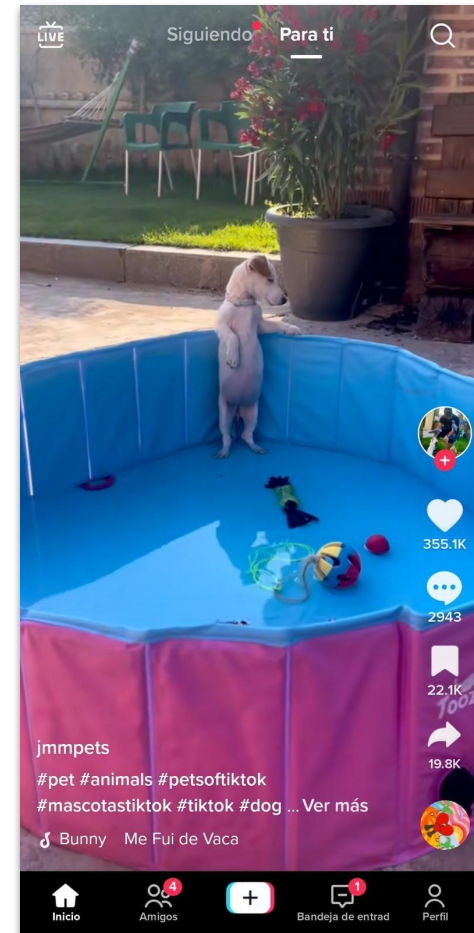
Un punto muy destacable de la herramienta es la sugerencia de vídeos según las tendencias del momento, es decir, no es necesario seguir a ninguna cuenta para ver vídeos.

Cómo funciona TikTok

El objetivo de cualquier empresa o usuario que publica contenido en TikTok, es salir en el **“Para ti”** de todo el mundo.

- Formas de decirle al algoritmo que un vídeo no te gusta:
 - No ver el vídeo completo
 - Mantener pulsado > No me interesa

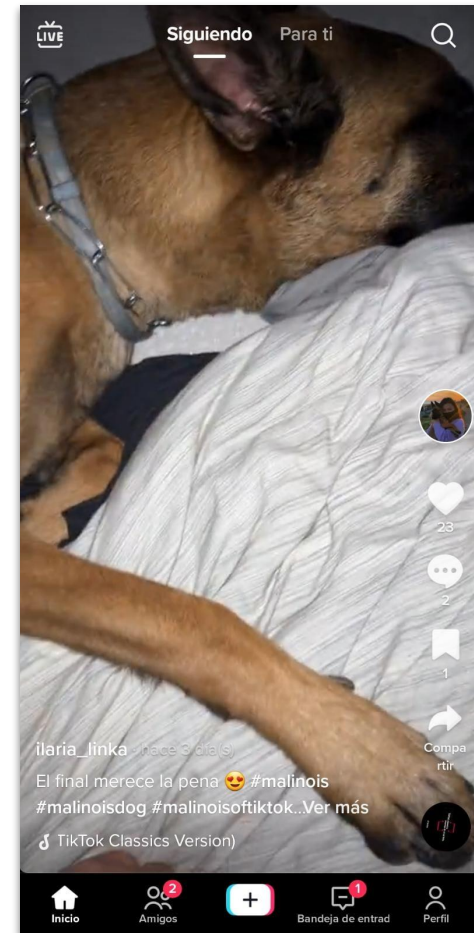
- Formas de decirle al algoritmo que te muestre más contenido similar:
 - Ver el vídeo completo varias veces
 - Seguir la cuenta del vídeo
 - Seguir hashtags que te interesen
 - Interactuar con el contenido (likes, comentarios, compartir...)



Cómo funciona TikTok

Apartado “**Siguiendo**”. Aquí aparecerá el contenido de la gente que sigues.

- Muy buena alternativa cuando el contenido del “para ti” no es de tu agrado
- Tus seguidores verán directamente tu contenido



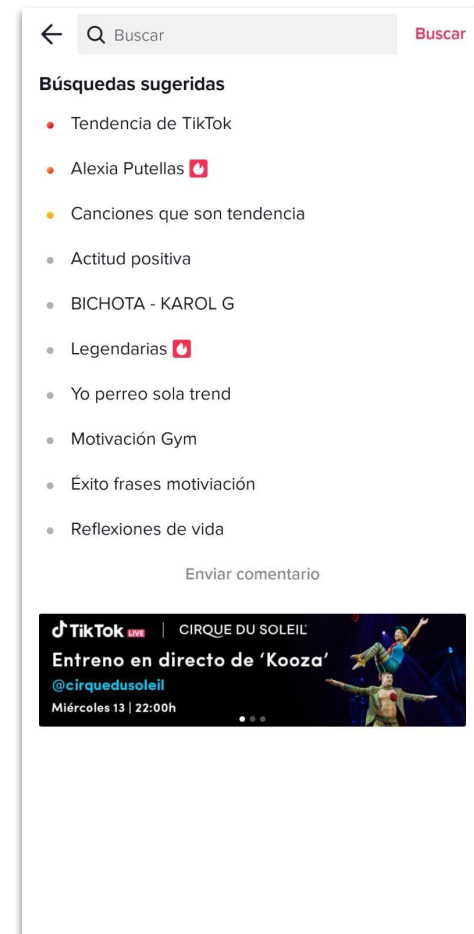
Cómo funciona TikTok

Apartado “**Buscador**”. Aquí aparecerá el contenido de la gente que sigues.

- Búsqueda de contenidos, hashtags, cuentas, sonidos en tendencia

Además, en búsquedas sugeridas encontrarás:

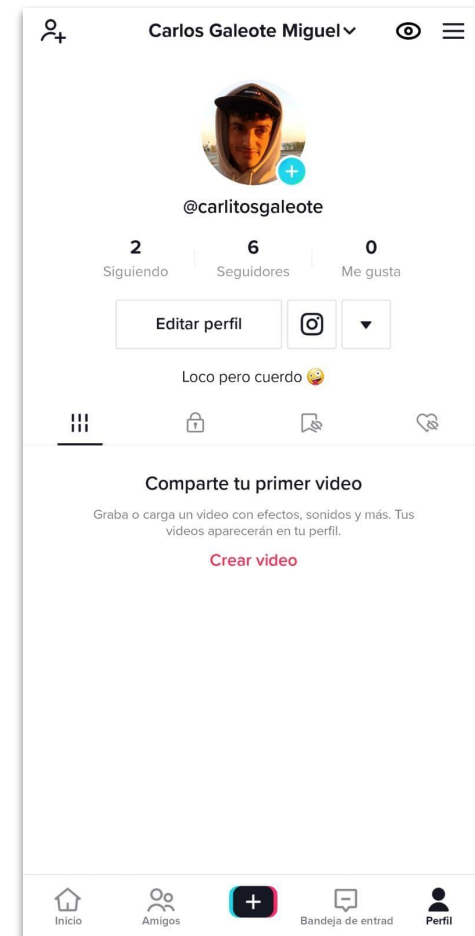
- Bailes nuevos TikTok
- Canciones que con tendencia



Cómo funciona TikTok

Apartado “**Perfil**”. Tu rinconcito de creación.

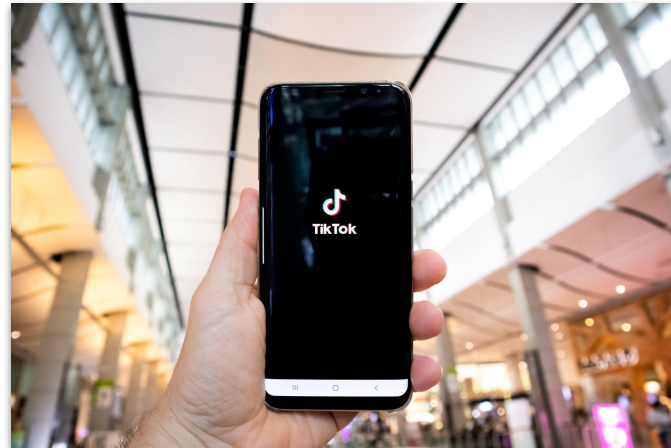
- Nombre del perfil (ideal que incluya alguna palabra de tu nicho)
- Enlace a los perfiles sociales (Instagram y Youtube) y pagina web
- Breve descripción
- Guardados: tus vídeos favoritos
- Posibilidad de anclar vídeos (máx. 3, + virales)



Qué usuarios usan TikTok

60% de los usuarios tienen entre 13 y 24 años (más mujeres que hombres).

Plataforma perfecta para empresas que ofrezcan productos o servicios orientados a estos perfiles. Sin embargo, esto no quiere decir que tu empresa solo pueda estar en TikTok si se orienta únicamente a un público objetivo comprendido en esta franja de edad.



Cómo puedes usar TikTok en tu negocio

Existen 3 posibilidades:

- Crear un perfil de creador y publicar tu propio contenido de marca
- Establecer contacto con influencers para que promocionen tus productos o servicios
- Hacer publicidad (coste elevado)

Funcionamiento similar a Facebook, Instagram o Youtube.

Cómo puedes usar TikTok en tu negocio

Para crear una cuenta de empresa en TikTok, deberás realizar los siguientes pasos:

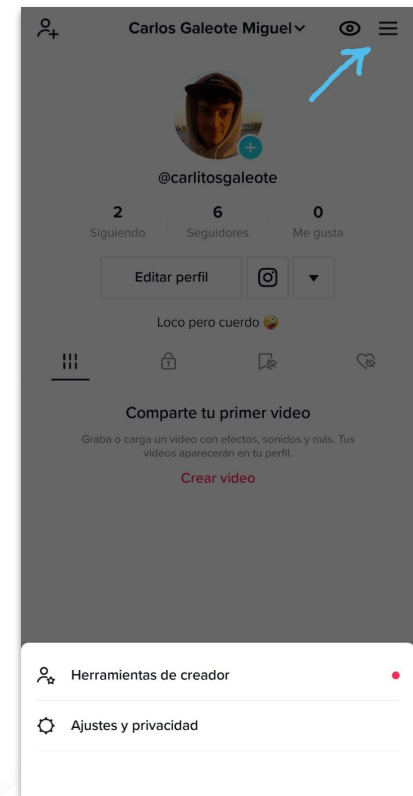
1º En el apartado del perfil, hacer clic en las tres rayas de la esquina superior derecha

2º Seleccionar “Ajustes y privacidad” y luego hacer clic en administrar cuenta

3º Toca “Cambiar a cuenta de empresa”

4º Elige la categoría que describa mejor a tu marca

5º Agregar sitio web y dirección de correo electrónico



Crea una estrategia de TikTok exitosa

- Identifica a tu público o audiencia objetivo
- Benchmarking de competidores
- Establece metas y objetivos
- Realiza una calendarización de contenidos
- Analiza los KPI's principales en función de los objetivos elegidos en las fases anteriores

Cómo optimizar tu perfil de TikTok

Escaparate digital: atractivo y visual.

- Cuidado con tu foto de perfil
- Asegúrate de que sea legible y se corresponda con el mismo logo empleado en tu página web y en el resto de redes sociales en uso.




Cómo optimizar tu perfil de TikTok

- Redacta una breve descripción que resulte atractiva
- Ve directo al grano e incluye una llamada a la acción.

Aquí encontrarás baile, deporte, música, gaming y mucha adrenalina. 😄 #TeDaAlas

linktr.ee/redbullesp

 Preguntas y respuestas


Cómo optimizar tu perfil de TikTok

- Elige la URL adecuada

La URL elegida dependerá de la estrategia definida previamente (post del blog, página de ventas, Linktree, red social etc.)

Aquí encontrarás baile, deporte, música, gaming y mucha adrenalina. 😄 #TeDaAlas

 linktr.ee/redbullesp

 Preguntas y respuestas

Consejos para crear contenidos exclusivos en TikTok

- Importancia a la creatividad

El engagement de TikTok es especialmente alto, por lo que es una muy buena oportunidad para conseguir trazar un plan de marketing que te permita alcanzar una audiencia mayor. Revisa a tu Buyer Persona y estudia los contenidos de la competencia.

- El humor se sitúa en la cúspide de la pirámide

Intenta que el contenido sea cómico, será más fácil enganchar a la audiencia.

- Haz partícipe a todo o gran parte del [equipo](#)

Naturalidad, autenticidad y diversión.

Consejos para crear contenidos exclusivos en TikTok

- Interactúa con tu comunidad

Comunicación bidireccional.

- Emplea hashtags

Ayudarán a que tu contenido aparezca en las búsquedas y también ayudarán al algoritmo de TikTok a identificar el tipo de temas o categorías que trata tu marca.

Tenéis una relojería que vende relojes deportivos. Su marca más destacada es Garmin.

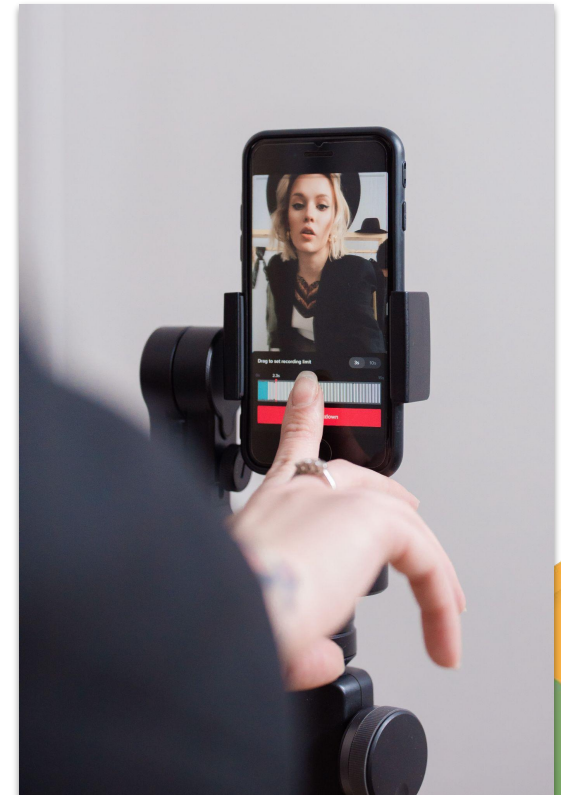
¿Qué 5 hashtags utilizaríais en una publicación de uno de los modelos Garmin?

Cómo viralizar contenido

- Métricas más importantes para conseguir la viralidad:
 - Tiempo de visualización (más importante)
 - Obtención de likes y compartidos
 - Interacción por parte de la comunidad
- Entiende al algoritmo como si de un amigo se tratase (al principio, tiene que conocerte. No sabe quién eres). Por tanto:
 - Establece una frecuencia de publicación
 - Utiliza hashtags similares
 - Crea contenido que tenga relación entre sí

Tips y consejos a la hora de publicar contenido

- Publica con constancia
- No emplees muchos hashtags (5-10). Deben estar relacionados con tu sector
- Añade una descripción y texto en el vídeo siempre que sea posible
- LA MÚSICA, súper importante. Utiliza audios en tendencia
- Los primeros segundos son muy importantes. Explica qué vas a contar y engancha al usuario



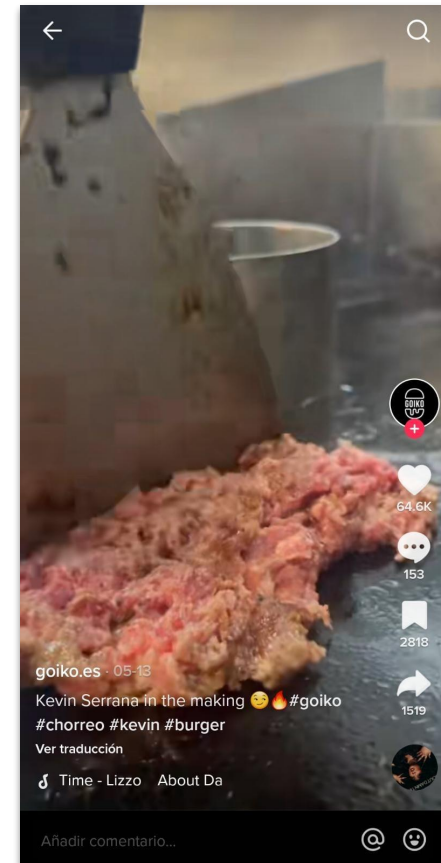
Tips y consejos a la hora de publicar contenido

Si quieres caerle bien a TikTok, no cometas los siguientes errores:

- Borrar contenido porque no te ha molado demasiado
- Incumplir las bases de TikTok
- Utilizar hashtags que no van acorde con tu contenido
- Criticar a otros creadores

Ejemplos de contenido

- ¿Tienes un **bar / restaurante**? Enseña lo que hacéis y dónde estáis aprovechando filtros y música.
- ¿Tienes un **E-commerce de ropa**? Enseña cómo preparar los pedidos o cómo presentar un artículo exclusivo con el audio del momento.
- ¿Vendes viajes en una **agencia**? Haz un vídeo rápido con consejos y tips sobre en qué mes ir a París y qué llevar.



**Imaginad que tenéis una floristería,
¿seríais capaces de proponer 3 tipos
de contenido?**

TikTok y los influencers

¡Correcto! En TikTok también hay influencers. [Ejemplo de Pantene con Mario Vaquerizo.](#)

- Contacta con ellos para conseguir un aumento en el reconocimiento de marca.
- Los influencers no son los mismos en todas las plataformas. Conócelos y descubre cuáles encajan mejor con la filosofía y valores de tu empresa.
- Coste inferior a publicidad



¿Ganar dinero con TikTok? 🥰

Sí, se puede.

Problema: más marcas en TikTok = más gasto en publicidad

Vías de ingreso:

- Fondo de creadores
- Más de 10 000 seguidores, podrás ganar dinero por reproducciones de vídeo
- Si tienes entre 1000 o 2000 seguidores, ¡no te preocupes! podrás ganar dinero y conseguir monedas en TikTok gracias al Live (regalos virtuales)

¿Ganar dinero con TikTok? 🥰

- **Requisitos para entrar en el Fondo de Creadores**
 - Ser mayor de 18 años
 - Tener más de 10 000 seguidores
 - Contar con al menos 10 000 visualizaciones en los últimos 30 días
 - Cumplir con las normas de la comunidad

¿Ganar dinero con TikTok?

- **Requisitos para transmitir en directo**
 - Ser mayor de 16 años
 - Tener más de 1000 seguidores
 - Cumplir con las normas de la comunidad

¿Ganar dinero con TikTok? 🥰

Vías de ingreso:

- A través de patrocinadores
 - Patrocinio de productos o servicios de tienda física en formato vídeo
- Consultor TikTok
 - Si te consideras influencer y posees dotes de educación, puedes ofrecer servicios de consultoría y ganar dinero por dar clases de TikTok
- Utiliza TikTok como un canal de captación para la compra de producto o servicio
- TikTok Bonus (a través de referidos)
- TikTok Shopping. Acuerdo entre TikTok y Shopify.

¿Cuánto paga TikTok en España? 🤔

Debes pertenecer al Fondo de Creadores:

- Por cada 1000 visualizaciones, ganarás entre 2 o 3 céntimos
- Por cada millón de visualizaciones ganarás entre 20-30 euros



Ejemplos reales de marcas que usan TikTok en su estrategia

- [Ecovidrio](#)

Entidad sin ánimo de lucro que gestiona el reciclado de los envases de vidrio

The logo for Ecovidrio features the word 'ecovidrio' in a bold, green, sans-serif font. The letter 'o' in 'eco' is replaced by a circular icon containing a white recycling symbol. Below the main text, the words 'ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO' are written in a smaller, grey, all-caps sans-serif font.

ecovidrio
ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO

Ejemplos reales de marcas que usan TikTok en su estrategia

- [Pharmacius](#)

Parafarmacia Online



Ejemplos reales de marcas que usan TikTok en su estrategia

- [Sephora](#)

Cadena de cosméticos

The word "SEPHORA" is displayed in a large, bold, black, sans-serif font, centered within a white rectangular box with a thin grey border.

SEPHORA

Ejemplos reales de marcas que usan TikTok en su estrategia

- [Starbucks](#)

Cadena internacional de cafeterías



¡Muchas gracias! 

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias



CEA
Confederación de
Empresarios de Andalucía

Financiado por:



Junta de Andalucía
Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Financiado por:



Coraboran:

