

Estrategia Digital

**Cómo iniciarse
en la red social
de moda**

TikTok

Índice

03 1. ¿Qué es TikTok para empresas?

1.1 Introducción

1.2 ¿Cómo funciona TikTok?

1.3 Características y contenidos de la red social

06 2. ¿Por qué debo utilizar TikTok en mi negocio?

2.1 TikTok en cifras

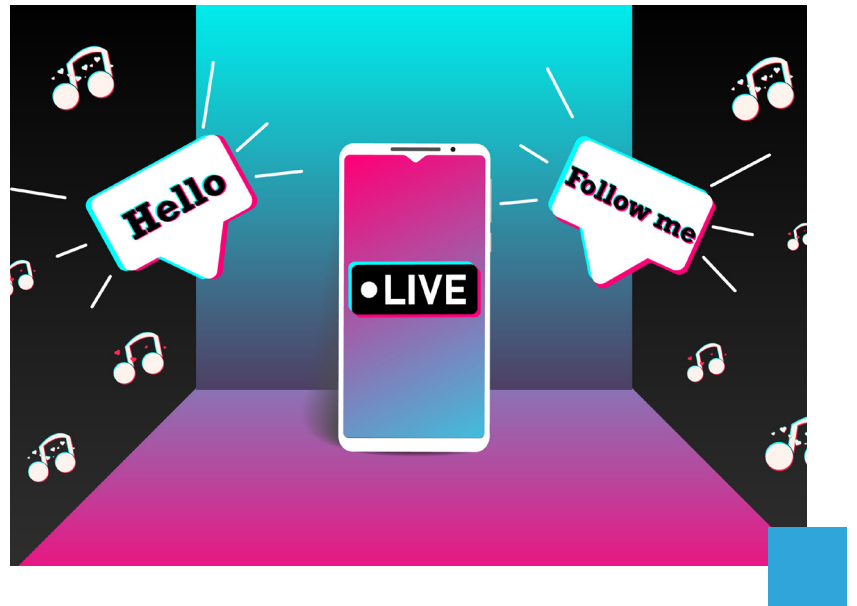
2.2 Ventajas de utilizar TikTok en mi empresa

08 3. ¿Cómo abrir una cuenta profesional en esta red social?

3.1 Pasos para descargar y registrarse en TikTok

3.2 Beneficios de una cuenta PRO de TikTok

17 7. Conclusiones



10

4. ¿Cómo las marcas utilizan TikTok?

4.1 Casos de éxito: (Red Bull, Guess)

12 5. TikTok en mi estrategia digital

5.1 A tener en cuenta antes de comenzar con la estrategia

5.2 Tipos de anuncios en TikTok

15 6. ¿Qué tipo de contenidos funcionan en TikTok y cómo usarlos?

6.1 Contenido generado por el usuario

6.2 Contenidos en dúo

6.3 Contenidos con influencers

6.4 Retransmisiones en vídeo

6.5 Claves para aprovechar todo el potencial de TikTok y conseguir seguidores

1. ¿Qué es TikTok para empresas?



TikTok para empresas, ¿qué es?. Esta red social no ha parado de crecer con el paso del tiempo y está claro que ha venido para quedarse. Muchas marcas son conscientes de ello y ya están presentes en la red social sacándole el máximo potencial.

Esta red ya en septiembre de 2021 había superado el hito de los mil millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo. ¿Una red en la que tu negocio debería estar, verdad?

El vídeo, algo esencial en la estrategia de marketing de una marca

Los anuncios de vídeo son una de las herramientas más importantes para cualquier

estrategia de marketing y las empresas lo saben. Ya en 2021, el 81% de ellas utilizaban vídeo en su estrategia, pero no todo tipo de vídeos, cabe resaltar que destaca el vídeo corto.

El vídeo corto nos permite

captar la atención del cliente rápidamente dejando una fuerte impresión en su memoria, y son ideales para implantar en nuestras redes sociales. Por lo que una plataforma como TikTok es el complemento ideal para nuestra estrategia digital.



1.2 ¿Cómo funciona TikTok?

El funcionamiento de TikTok es sencillo, y la aplicación permite crear, editar y subir videos musicales de hasta 1 minuto de duración aplicando efectos y fondos musicales.

Además incluye efectos especiales, filtros y algunas características de realidad aumentada. Por lo que la plataforma permite realizar videos divertidos sin grandes conocimientos de edición.

Además incluye otras opciones como:

- Enviar mensajes
- Realizar votaciones
- Crear listas de amigos
- Y un sistema de seguidores y seguidos.

Desarrolla el lado creativo de tu marca

TikTok para empresas, o TikTok For Business es una App que permite el desarrollo del lado creativo de la marca en el que el

público es quién da voz.

Es por ello que miles de negocios utilizan su cuenta en TikTok para crear una estrategia de marketing en esta plataforma.

La App te lleva directamente a las tendencias del momento

Si por algo destaca TikTok es porque, desde el principio, la herramienta ya te sugiere contenido en base a las tendencias del momento, es decir, no tienes por qué seguir a nadie para ver videos. Así, desde la sección de inicio ya tienes la oportunidad de ver los más famosos y desde el botón "tendencias" buscar, a través de los hashtags.

Descubrimiento de contenido inteligente

Gracias a las tendencias y los hashtags utilizados, tu buyer persona puede descubrirte, ya que TikTok permite a los usuarios descubrir el nuevo contenido basado en los hábitos y preferencias del usuario. Esta es una forma de ayudar a las marcas grandes y pequeñas a lograr una máxima visibilidad y un crecimiento más rápido.

Una participación que no encontramos en otras plataformas

Gracias a los contenidos orgánicos, como son los anuncios a pantalla completa, efectos de la marca o Hashtag Challenges los usuarios se convierten en embajadores de nuestra marca gracias a la experiencia que viven en ella.

TikTok es una plataforma creativa, por lo que las marcas deben explorar y descubrir la creatividad.



1.3 Características de la plataforma

ENTRE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE TIKTOK ENCONTRAMOS QUE NOS PERMITE:

↘ **Difundir vídeos creados en otras plataformas:** Es sencillamente práctico implementarlo desde las siguientes aplicaciones creativas de edición: Fuse.it, Adobe Render Push, Plotaverse, Enlight Videocleap, y PicsArt.

↘ **Nos ayuda a promover desafíos:** TikTok gira entorno a los Challenger o Hashtag, ya que son estos los que indican los temas de tendencia y permiten compartir y responder con la creación de otro vídeo.

↘ **Monedas virtuales:** Otro aspecto interesante de TikTok son las monedas virtuales, un medio que tienen los mayores de 18 años para comprar regalos virtuales y retribuir a otros usuarios durante una transmisión en vivo.

↘ **Control de las conversaciones:** Gracias a la integración de la herramienta filtro de comentarios, es posible gestionar las conversaciones excluyendo aquellas percibidas como ofensivas.

Los tipos de contenidos más populares en la plataforma son los challenges, los reaction videos, los cringe y los doblajes, casi todo contenido de entretenimiento, pero también existen contenidos y recursos informativos en diferentes secciones.



2. ¿Por qué debo utilizar TikTok en mi negocio?



El slogan de TikTok es: “Make your day” es decir, está diseñada y pensada para ser parte del día a día de los usuarios, algo que queremos para nuestra marca ¿verdad? Claro está que al utilizar TikTok para empresas, la producción de los vídeos debe ser mucho más esmerada y cuidada, pero es una herramienta fascinante.

2.1 TikTok en cifras:

Mil millones de personas en el mundo han utilizado TikTok en 2021. Teniendo en cuenta que hay 4.800 millones de usuarios de Internet en el mundo, esto significa



que 2 de cada 10 personas utilizan TikTok.

↳ En solo tres años de vida, la red social en España cuenta con 15,5 millones de usuarios.

Y es que TikTok, desde su lanzamiento no ha dejado de introducir nuevas funcionalidades, y esto encanta al usuario.

Ya solo con las cifras de usuarios de la plataforma es una razón más que suficiente para querer estar en ella como empresa pero vamos aún más allá, y te contamos las ventajas de estar en TikTok.

2.2 Ventajas de estar en TikTok como empresa

TikTok nos ofrece una serie de ventajas como las siguientes:

La posibilidad de aumentar y darse a conocer en diferentes audiencias

Renovarse o morir, y sobre



todo si tu marca se dirige a un público joven es la mejor herramienta de transmitir mensajes de manera original y divertida. El cliente te ve de una manera más cercana y en tendencia.

En muchas ocasiones no se trata solo de vender, sino de cuidar la audiencia y promocionar nuestro producto.

Una red social en crecimiento

En 2021 alcanzaba los 3.000 millones de descargas a nivel mundial en App Store y Google Play. Y es que esta red social además de ser una de las más descargadas, en

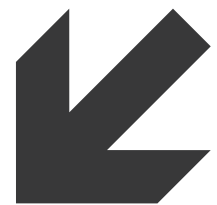
breve introducirá modelos de comercio electrónico que marcará la tendencia en redes sociales.

Publicidad de manera entretenida y al día de las tendencias

La posibilidad de crear contenidos virales para las redes sociales es algo realmente importante, el contenido en TikTok es un contenido fresco en el que los jóvenes y usuarios buscan entretenimiento y frescura en cada video.

Además gracias a las tendencias, podemos crear contenido en anuncios de una manera más natural y ligera.

3. ¿Cómo abrir una cuenta profesional en esta red social?



La cuenta PRO en TikTok ofrece ventajas para empresas que quieren iniciarse en esta red social ya que cuenta con herramientas adicionales como estadísticas, resúmenes y contenidos.

3.1 Pasos para descargar y registrarse en TikTok

1) Descargar la App y registrarse El primer paso es descargar la App en el teléfono móvil o bien hacerlo

desde la página <https://www.tiktok.com/es/>, una vez ahí en la esquina inferior derecha pulsamos en “YO” y registrarse. O directamente desde la página de TikTok for Business <https://www.tiktok.com/business/es>

2) Registro con correo electrónico o registro con número de teléfono El registro de TikTok nos ofrece dos opciones: por correo electrónico o por teléfono. Una vez decidamos la opción solo tenemos que escoger el nombre de usuario de nuestra empresa y crear una contraseña.

3) Acceso a la cuenta PRO Para disponer de la cuenta PRO, tenemos que

haber creado la cuenta previamente. Una vez la tengamos, solo es necesario cambiar de la opción de perfil privado a perfil público.



1. Abre TikTok
2. Ve a tu perfil entrando en "Yo"
3. Accede a ajustes, en los tres puntos de la parte superior derecha
4. Entra en "Administrar cuenta"
5. Dale a "Cambiar a cuenta PRO"
6. Dale a "Continuar" y selecciona la categoría de tu cuenta (no se mostrará públicamente)
7. Si aún no has verificado tu correo electrónico o teléfono, te pedirá hacerlo ahora
8. ¡Ya tienes tu cuenta

PRO! Ya puedes ver las estadísticas de tus publicaciones y seguidores



3.2 Beneficios de tener una cuenta PRO en TikTok

Contar con una cuenta PRO en TikTok te ayudará en tres puntos importantes:

1. Incorporación de un link en tu perfil
2. Acceso a métricas digitales
3. Automatización de mensajes

Si cuentas con una cuenta PRO, podrás agregar un

link (y solo un link) en tu biografía (te recomendamos usar Beacons o Linktree para potenciar tus link en Tik Tok). ¡Estos link te permiten poner un enlace directo a tu web!

Métricas digitales y estadísticas

En las estadísticas podrás visualizar distintos elementos, como el seguimiento de tu cuenta, tus videos más vistos, las visualizaciones al perfil, datos demográficos y también podrás ver el resultado por cada contenido, fuentes de tráfico y toda la actividad en la plataforma.

Respuesta automática

Los mensajes de bienvenida se pueden optimizar y configurar la respuesta rápida cuando una persona interesada en los productos o servicios la reciba en cualquier momento.

Además permite la opción de configurarlos por palabras clave determinadas.



4. ¿Cómo las marcas utilizan TikTok?

La plataforma de vídeos cortos ha batido récords de descargas, gracias a su algoritmo y su sistema de recomendación altamente personalizado, por lo que las marcas conocen que es una aplicación de referencia que permite conectarse con consumidores actuales y futuros.



4.1 Casos de éxito

Algunas de las empresas que más han triunfado en TikTok durante el año 2021 son:

- ▶ La Liga
- ▶ Red Bull
- ▶ Iberdrola
- ▶ Guess

Seguidas de marcas como: Starbucks, Carrefour, Acciona, Lowi, NYX, Popitas y Donettes.

Red Bull

La marca utiliza sus vídeos compartiendo deportistas

que practican deportes extremos y utilizan su marca en ellos. Bajo su hashtag #givesyouwings (Red Bull te da alas), en deportes como paracaidismo, salto en bicicleta, parkour, entre otros. Esto hace que muchos deportistas utilicen este hashtag para subir vídeos de ese tipo..

Guess

La marca de ropa Guess utiliza TikTok como un escaparate para su ropa. En la actualidad con 100.7K de seguidores. Crea un bombardeo publicitario a través del cuál refleja un estilo de vida que conecta a los usuarios con la marca.

Su secreto es que combina vídeos con mucho ritmo, ideas de estilismos y la imagen sexy, casual y joven que actualmente resulta muy seductora.

A través de TikTok las marcas ofrecen contenido generado por sus seguidores y con influencers vinculados a las temáticas de sus marcas, deporte, sostenibilidad, challenges de producto, humor... ¡un escaparate para cualquier marca!



redbull

Red Bull

Seguir



409 Siguiendo 6.5M Seguidores 102.5M Me gusta

welcome to the world of Red Bull 🤗
watch the full video now 🚀

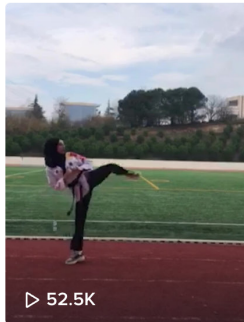
www.redbull.com/int-en/even...

Videos

Ha dicho que le gusta



anyway here's a handy tut... 685K



running the Wings for Life ... 52.5K



aaaaand that's how it's do... 190.8K



welcome to Red Bull Hard Enduro 32.8K



yeah, you heard him 🤔 th... 2.1M



guess

GUESS

Seguir



160 Siguiendo 100.7K Seguidores 455.7K Me gusta

Young. Sexy. Timeless. #LoveGUESS

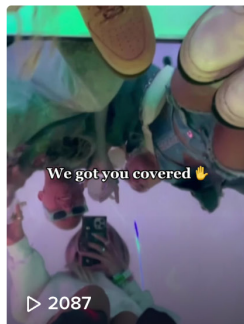
geni.us/FestivalGiveaway | apps.apple.com/us/app/gues...

Videos

Ha dicho que le gusta



which one is your fav 😊 ... 5327



enter to win festival packs ... 2087



Happy #EarthDay 🌍🌱🌿 ... 4696



city girls wear what they w... 5452



It's the cow girl hat for us ... 8762



5. TikTok en mi estrategia digital

TikTok se ha convertido en la red social por excelencia principalmente para la Generación Z. La mayoría de sus usuarios tienen edades comprendidas entre 10 y 19 años, seguidos de los grupos de 20 a 29 años y 30 a 39 años.

Sin embargo, la plataforma también puede ser útil para marcas dirigidas a otros grupos demográficos mayores, dependiendo del nicho de producto. Por ello te contamos cómo debes realizar tu estrategia en TikTok.

5.1 A tener en cuenta antes de comenzar con la estrategia

a) TikTok es una red social natural: es decir, el con-

tenido se debe preparar pero de una manera más natural que para Facebook e Instagram, en estos perfiles debemos destacar la parte más seria de nuestra marca, pero TikTok se enfocada al contenido más esporádico, que genere interés y sea de calidad.

b) Un contenido fácil: el contenido de esta red debe de ser corto y que se pueda visualizar de una manera rápida y sencilla. ¡Un contenido que enganche!

c) Algoritmo Machine Learning: Este algoritmo aprende el contenido que prefiere el



usuario y le muestra contenido similar.

Además debes definir tu buyer persona, es decir identificar al público al que te quieres dirigir.

5.2 Anuncios en TikTok

Para poder crear nuestros

anuncios en TikTok debemos acceder a la página de TikTok for business. Esta plataforma publicitaria permite muchos tipos de anuncios distintos, como son imágenes, GIFs o vídeos en formato horizontal, vertical o cuadrado, aunque como la mayoría de los usuarios consulta la red en móvil los vídeos verticales suelen ser la mejor opción.

Para prepararlos se puede utilizar Video Creation Kit de TikTok, que incluye plantillas y músicas.

Link en tus anuncios y alta resolución

En la creación de estos an-

uncios es necesario incluir los links para que aparezcan, además de textos, imágenes, o categorías con hasta 20 keywords para identificar tu web o app.

Es ideal que sean vídeos en alta resolución y con poco texto.

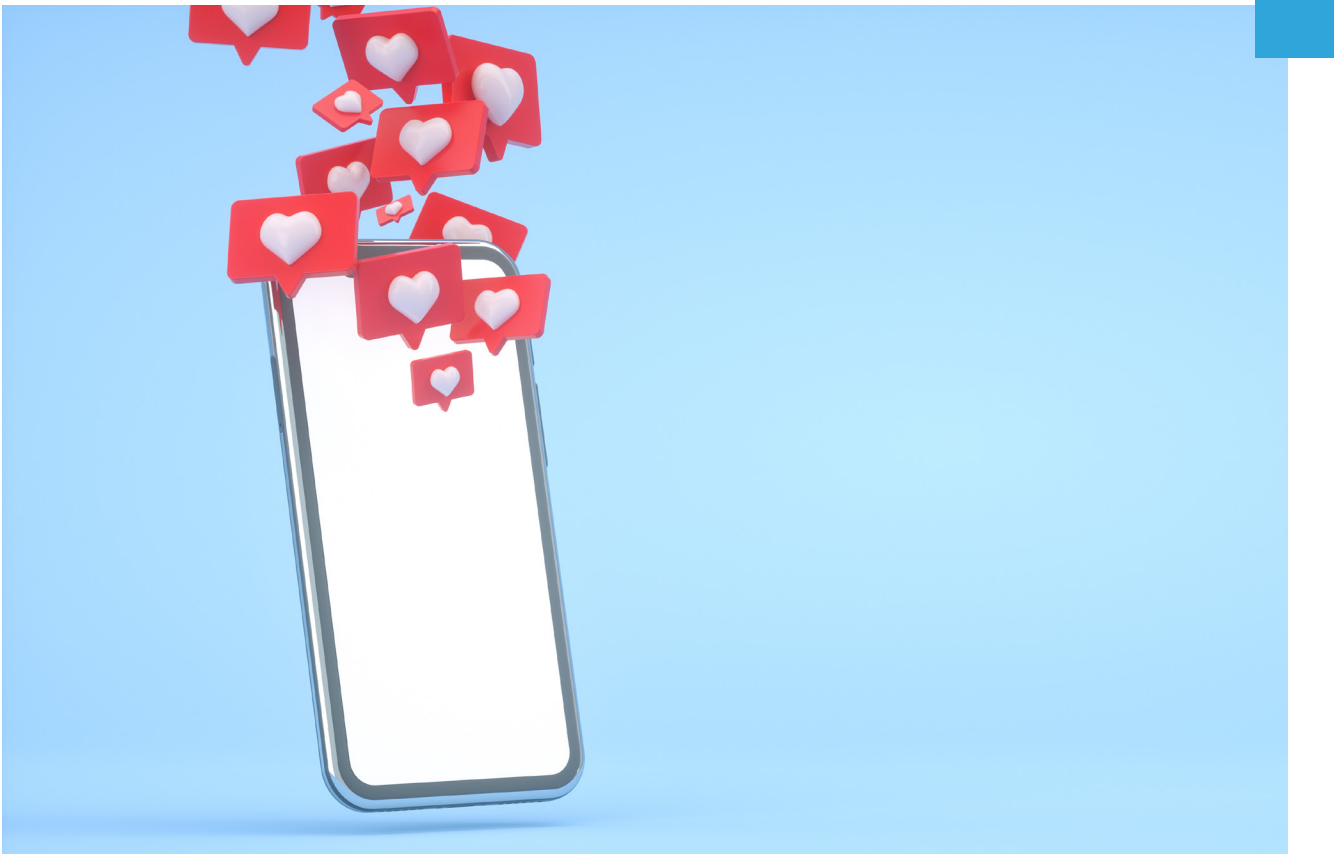
Para crear estos anuncios en TikTok debemos de seguir unos pasos:

↳ **Elige tu objetivo:** como tráfico, descargas de aplicaciones o conversiones. TikTok optimizará la campaña para el objetivo que hayas marcado.

↳ **Selecciona tu audiencia:** escoge entre una variedad de opciones de segmentación para llegar al público adecuado, como las audiencias personalizadas o similares.

↳ **Establece tu presupuesto:** puedes escoger entre configurar un presupuesto diario o total para la campaña. Puedes ajustar o pausar el presupuesto en cualquier momento.

↳ **Diseña tu anuncio:** puedes subir tus propios vídeos o imágenes o crear un vídeo nuevo con las herramientas de edición nativas de TikTok.



5.2.2. Tipos de anuncios en TikTok

Brand Takeover

Este formato publicitario permite aparecer a la marca en la pantalla de inicio cuando el usuario inicia sesión, por lo que podemos ser vistos por millones de personas. Estos anuncios de adquisición pueden ser imágenes fijas, GIF y vídeos con enlaces por ejemplo a landing pages.

↘ La duración está limitada a 3 segundos para imágenes estáticas y de 3 a 5 para vídeos.

↘ Está limitado a una marca por usuario y día.

In-feed Ads

Este formato de anuncio se muestra en el feed de los clientes potenciales, y puede durar hasta 60 segundos. (parecido al formato Stories de Instagram), con características como:

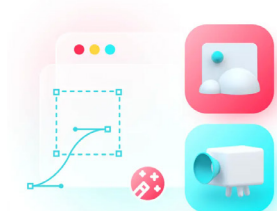
↘ Se puede dar “me gusta”, compartir, comentar y seguir a la marca.

↘ Se puede utilizar música.

↘ Y permiten diferentes “CTA” llamadas a la acción.

Collection Ads

Este tipo de anuncios está en prueba en algunos mercados. Son tarjetas de productos y anuncios en los que los usuarios pueden desplazarse entre ellos y acceder a una página de galería. Por lo que salen de TikTok y les lleva directamente a tu web.



4. Crea tu anuncio

Diseña tu anuncio

Carga tus propios vídeos o imágenes, o crea un nuevo vídeo con nuestro conjunto de herramientas intuitivas de creación de vídeo. Hacer TikToks es pan comido con nuestras herramientas basadas en inteligencia artificial y las funciones de edición nativas.

[Más información](#)

Shopping Features

En estos anuncios se pueden subir productos y gestionar las ventas directamente desde TikTok, por lo que se amplía la gama de soluciones, funcionalidades y herramientas publicitarias para tiendas online.

Con dos formatos de anuncios diferentes:

↘ Enlaces de producto: con este formato, las marcas pueden mostrar múltiples productos destacados y enviar a los usuarios de TikTok a páginas de detalles

de producto que se cargan al instante.

↘ LIVE Shopping: esta funcionalidad permite a las marcas compartir enlaces dinámicos a productos en tiempo real durante las retransmisiones en directo de TikTok Live.

Además encontramos otros formatos como:

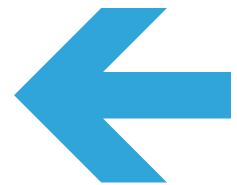
Hashtag challenges

Estos retos virales como hemos visto anteriormente son utilizados por casi todas las marcas, ya que permiten aumentar la notoriedad y generar más engagement que en los anuncios tradicionales.

Con los Hashtag Challenges, las marcas invitan a los usuarios de TikTok a participar creando contenido en torno al tema de la campaña.

6. ¿Qué tipo de contenidos funcionan en TikTok y cómo usarlos?

En TikTok hay lugar para todo tipo de contenidos, pero cabe destacar que el contenido exclusivo con canciones populares resalta sobre todos ellos.



6.1 Contenido generado por el usuario

El contenido generado por el usuario es el que más valor tiene, y es necesario convertirlo en una tendencia en TikTok, es decir, generar vídeos divertidos sin perder la esencia principal para conocer el producto.

Con ello no debemos solo centrarnos en los bailes o «lip sync», sino que podemos crear categorías como how to, para que la comunidad demuestre cómo utiliza nuestro producto.

6.2 Vídeo en dúo

Creación de vídeos en conjunto con la audiencia. Por ejemplo crear un vídeo con

final abierto y que los seguidores se encarguen de darle el final que deseen. ¡Interacción y creación de comunidad!



6.3 Contenidos con influencers

Este tipo de contenido es muy viral, pero se debe tener en cuenta el buyer persona al que nos dirigimos, esto ayudará a determinar fácilmente qué tipo de influencer conviene más. Por lo que se deben de hacer una selección mediante:

- ↘ Estudio a fondo de sus redes sociales.
- ↘ Suscribirse a plataformas de influencers.
- ↘ O trabajar con agencia de influencers.

6.4 Transmisiones en vivo

Las transmisiones en vivo por lo general las hacen los influencers de esta red social para crear una conexión con sus seguidores. TikTok permite el livestream aunque se deben cumplir algunos requisitos como:

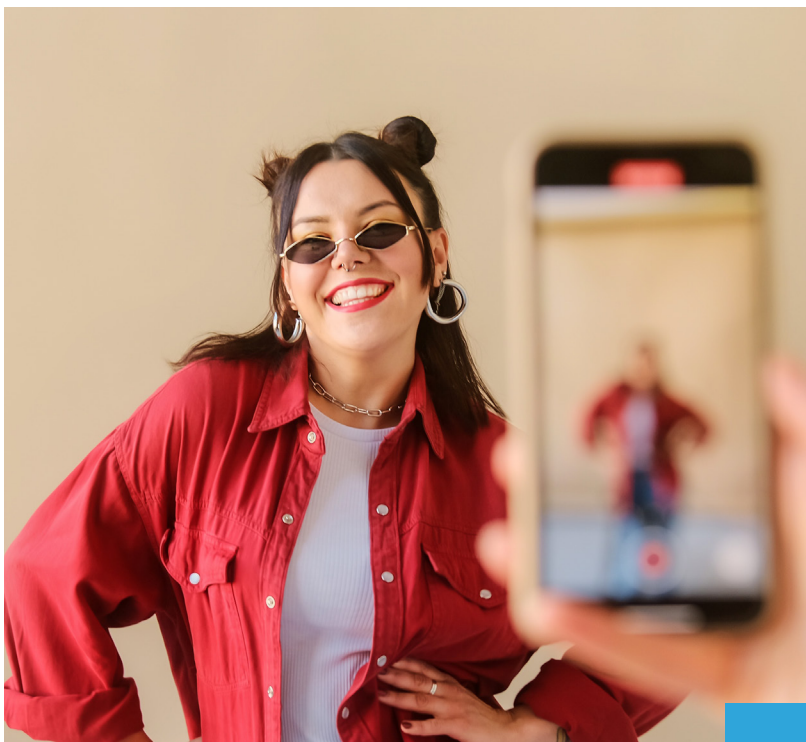
- ↘ Contar con más de 1.000 seguidores.
- ↘ Ser mayor de 16 años.

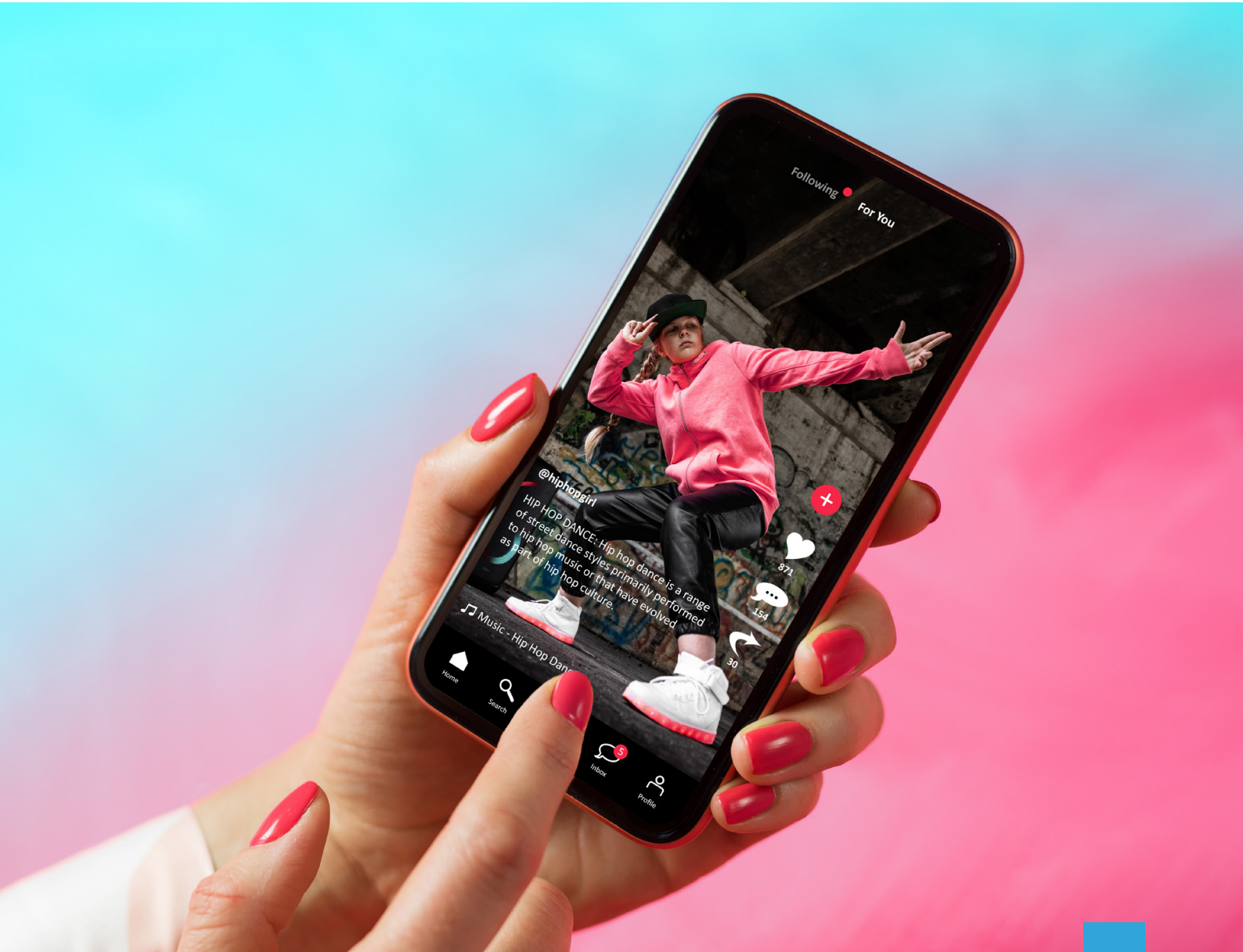
6.5 Claves para aprovechar

el potencial de TikTok y tener más seguidores

Las claves para lograr un buen posicionamiento en TikTok y obtener los máximos seguidores en esta red son:

- ↘ **Conocer las tendencias:** para poder crear contenido relevante y original a partir de ellas.
- ↘ **Usar hashtag y keywords:** Las palabras claves son lo más importante para lograr encontrar los contenidos que se ofrecen, gracias a estos los usuarios encuentran el contenido de su interés.
- ↘ **Interactuar con la audiencia:** mediante comentarios, dar like a los mensajes, vídeos...
- ↘ **Publicar con frecuencia para** obtener más visibilidad: mediante una buena estrategia de contenidos y con contenidos de calidad y llamativos.





7. Conclusiones

TikTok es una plataforma en pleno auge, que con una buena estrategia de contenidos aportará a nuestra empresa o marca multitud

de beneficios gracias a su audiencia internacional y su formato vídeo que es la forma más fácil y rápida de conectar con la audiencia.

La red social nos ofrece una forma más fácil de poder vi-

ralizar nuestros vídeos por lo que seremos más conocidos, podremos aportar más valor al usuario y aumentaremos la interacción con él.

¡Es hora de iniciarse en la red de moda!



 **Tecnología**
para los negocios