



En alianza con:



ONU
programa para el
medio ambiente

¡Bienvenidxs!

Comenzamos en unos minutos

Mientras, encuentra un lugar cómodo 🪑, prepara tu bebida favorita ☕, y asegúrate de tener buena conexión ☑

#CreadoresdelMañana

 TikTok

| make_sense

@makesenseamericas

#CreadoresdelMañana

Sesión 10: **Emprende con TikTok**

 TikTok | **make_sense**



Acuerdos de la reunión





¡Ayúdanos a renombrarte!

Nombre + Apellido + Organización ó @ de TikTok





_Jimena Reyerros
Facilitadora de contenido

En una palabra, frase

**¿Qué oportunidades
consideras que
brinda TikTok?**



TikTok



Agenda

	Bienvenida y check-in	5 mins
	Establece tu presencia en TikTok	10 mins
	Mejores prácticas creativas	30 mins
	Estrategia mixta	20 mins
	Q&A	30 mins
	Cierre y siguientes pasos	5 mins

Objetivos de la sesión

- Conocer e inspirarse con las oportunidades y buenas prácticas para emprender en TikTok.

Hola, soy Diana C. Rodríguez

Strategic Partnership Manager LATAM SMB

TikTok For Business



Encuesta en vivo

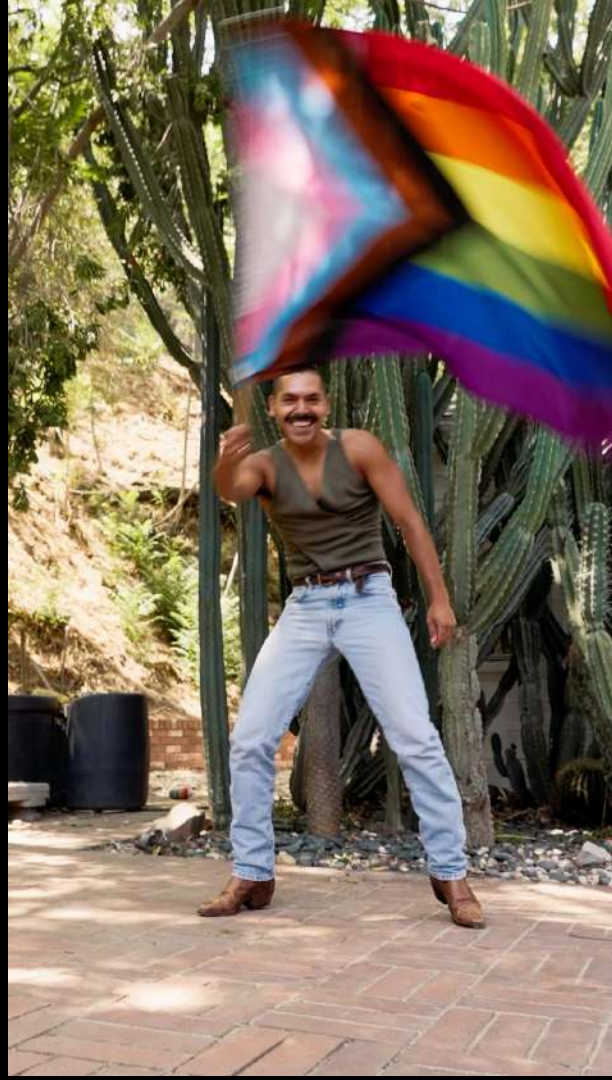
¿Tiktok es una Red Social?

Somos una  plataforma de video y entretenimiento impulsada por la comunidad

que inspira creatividad y alegría.



**No importa el número
de seguidores que
tengas sino la historia
que vengas a contar.**





El entretenimiento puede verse de muchas maneras

Aprender algo nuevo

Sentirnos identificados

Pasar un buen rato / Reír

Descubrir nuevos contenidos que ver

Encontrar comunidades a donde pertenecer

Encontrar entretenimiento positivo

Buscar recomendaciones

Conocer teorías acerca de nuestros temas favoritos

Las marcas pueden ser parte de todo ese entretenimiento y contenido **participando** como **los creadores** y **los usuarios** lo hacen.

@pintandoporahi



Empecemos



- 1** Establece **tu negocio en TikTok**
- 2** Impulsa tu negocio con una estrategia de **comunicación** efectiva
- 3** Alcanza resultados y crece con **una estrategia mixta**: orgánico + pagada

1

Establece tu negocio en TikTok con una **Cuenta comercial**

12x

Con una **cuenta comercial de TikTok**,
los seguidores tienen **12 veces más**
probabilidades de mencionar tu
marca que si no cuentas con ella*

Source: TikTok "Value of a Follower" study

*TikTok Business Account: Public-facing TikTok profiles that offer performance data, audience insights, and creative tools that empower businesses.





En primer lugar: necesitas saber cómo vibra nuestra plataforma

Página
"Para ti"

Nuestra
comunidad



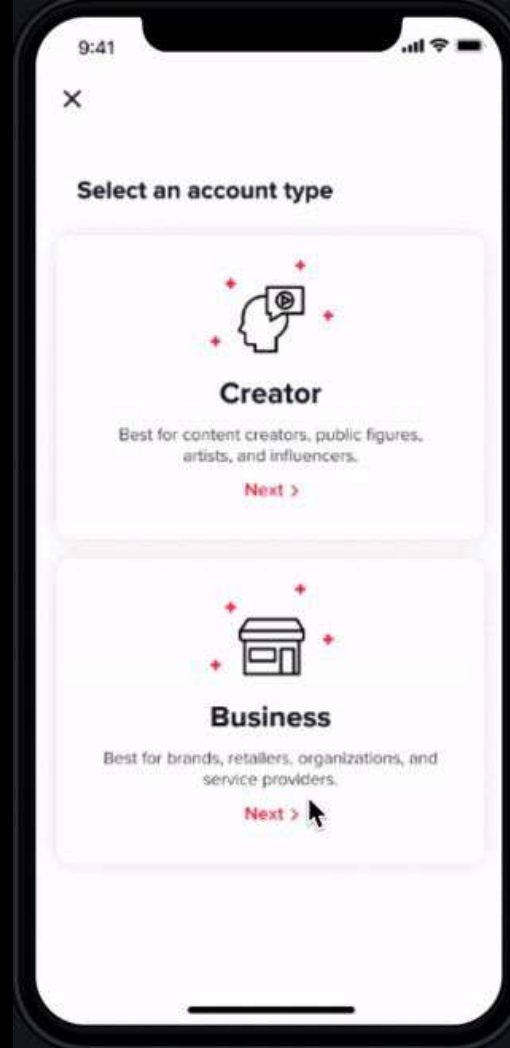
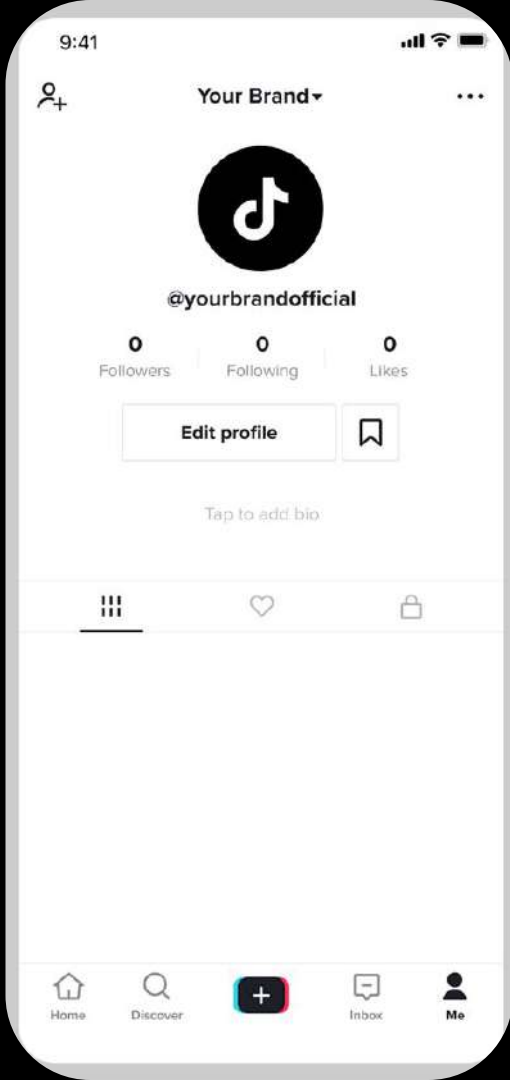
Encuesta en vivo

**¿Tienes una cuenta
comercial en TikTok?**

Sube de nivel en TikTok con una **cuenta comercial** gratuita

1. **Abre** la aplicación TikTok.
3. Primero, pulsa el **icono "Perfil"**.
4. Luego, ingresa tu fecha de nacimiento y número de teléfono.
5. Para configurar la cuenta comercial, pulsa **"Configuración y privacidad"**.
6. Selecciona **"Administrar cuenta"**
7. Luego, elige la opción **"Cambiar a comercial"**.

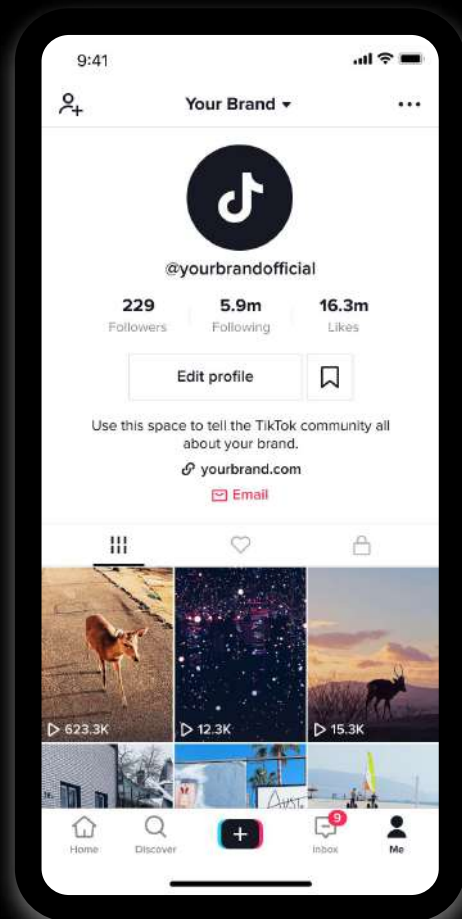






Presenta tu negocio a la comunidad de TikTok

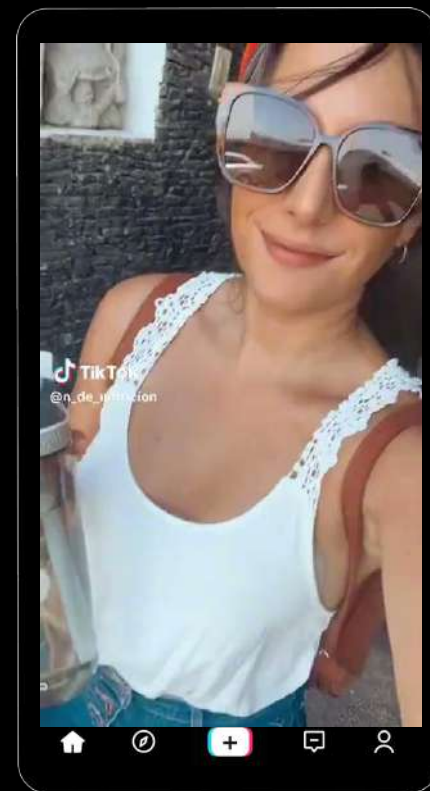
- Crea una **descripción** clara de tu negocio para quien te encuentre en TikTok.
- Añade la **dirección de tu sitio Web** para un acceso directo a tus productos y/o servicios: con +1k seguidores o registrando tu empresa en la app.
- Añade tu **correo electrónico** para que te contacten de una forma rápida.
- Publica regularmente **contenido orgánico** para saber qué funciona mejor con tu audiencia.
- **Responde los comentarios** para crear conexiones y encontrar nuevos productos e ideas de contenido.



2 Impulsa tu negocio con una estrategia de comunicación efectiva (4 tips)

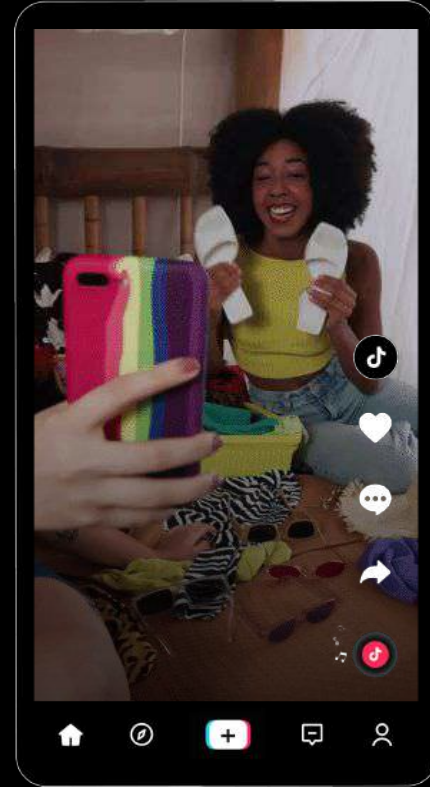
56%

de los usuarios, se sienten **más cerca de las marcas** que ven en TikTok, particularmente cuando publican contenido humano sin pulir.



@n_de_nutricion

En TikTok, **no**
necesitas grandes
presupuestos o una
gran producción para
contar **una gran**
historia.



1

Habla el lenguaje TikTok.



SER NATIVO

Empieza porque tus videos no parezca un típico anuncio/contenido. Que tu marca esté presente pero de forma casual, usa textos y efectos nativos de la plataforma. Y no importa si es una producción grande o sencilla, el punto es que se parezca a un contenido que tú como usuario verías en TikTok.

@sommomx



Apégate al formato básico de TikTok

Sound On



El sonido es parte integral de cualquier video TikTok, no funciona sin él.

Duración 12-15 secs

:15

12-15 segs es óptimo. Si una historia funciona mejor con un corte más largo, también puede funcionar.

Video Vertical 9:16



TikTok está diseñado para videos verticales, todo lo demás se ve fuera de lugar.

Escribe una descripción



Dale a la audiencia un contexto sobre lo que están viendo, o lo que quisieras que ellos hicieran con ese contenidos.

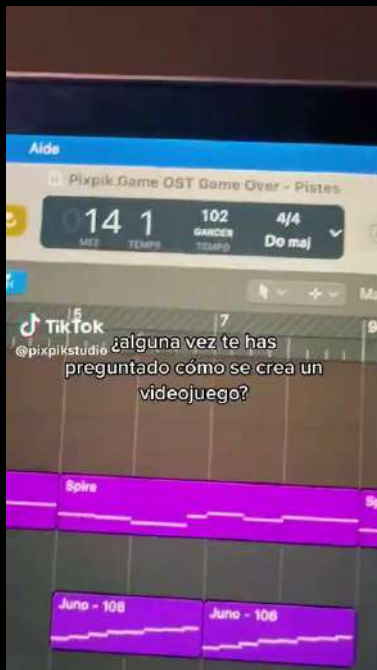
Lleva clics con un CTA



Una llamada a la acción (Call to Action) le dice a la audiencia qué hacer y aumenta la participación a tu contenido.

2

Contenido con Sound On




SUBE EL VOLUMEN

El audio te puede servir para dar un mensaje concreto, o bien para hacer que la idea se entienda fácil por ejemplo usando trends.

Además de los trends musicales, el uso de audio incluye música original, música de nuestra librería royalty free, texto hablado, ASMR y cualquier sonido que apoye tu creatividad.

@pixpikstudio



**88% de los usuarios
en TikTok dicen que el
sonido es vital para la
experiencia en la
plataforma.**

Sound On


¡Sube el volúmen!

TikTok es **primera pantalla** en buena parte por el sonido que capta la atención.


Desde música hasta narración, el sonido hace que la mayoría de las personas vean tu contenido completo.

Mexico
Audio Library Guidelines


Recommended Playlists >




Virales en TikTok



Nuevos lanzamientos











Artistas emergentes



Latina

Top Music

Music Name Search

Track	Artist	Duration	Usable Placements	Tags
 Christmas song 'Let's decorate' <small>Use in TikTok Video Editor</small>	3KTrack	00:30	  	Happy Easy Lis... ...
 dance(256762) <small>Use in TikTok Video Editor</small>	TimTaj	00:15	  	Dynamic Electro... ...

CML

Librería de música comercial

TikTok tiene una librería de herramientas creativas desde su app para hacer tu contenido más divertido.

Además de música y sonido, la plataforma cuenta con efectos de voz con los que se pueden crear nuevos trends o unirse a los ya existentes.

Más de
20M
canciones, sonidos y
trends de audio hechos
por creadores

[CML](#)



🎵 Sounds



Flip



Speed



Beauty



Filters



Timer



Flash

0.3x

0.5x

1x

2x

3x



Effects



Upload

60s

15s

Templates

3

Habla como o a través de un creador

CREADORES

Ellos son los que mejor conocen los trends, las herramientas y el humor. Trabajar con creadores ayuda a que los contenidos de las marcas sean más auténticos.

De no poder hacerlo, siempre puedes identificar qué tipo de contenido suben y cómo hablan y hacerlo de modo similar.

@los_chicaneros



Luz, cámara, ¡TikTok!

Sigue las narrativas recomendadas

MOSTRAR

Cómo
mostrar los
productos

Instrucciones
paso a paso

Resúmenes
"Un día en la
vida de..."

CONTAR

Historias en
primera
persona

Comparte
testimonios
de los
clientes

Respuesta a
los
comentarios



Tu historia

¿Cuál es la historia de tu empresa, de dónde viene, cómo nace?
Cuenta cómo empezaste y qué hace que tu historia sea especial.

@teia_cosmeticos



Tu producto

¿Cómo inicias el proceso/elaboras/empacas los productos? Muestra a la comunidad el cuidado que pones con cada pedido.

@soytemx



Resultados e instrucciones

Los usuarios quieren saber qué pueden esperar de tus productos y cómo usarlos. Trata de crear demostraciones y tutoriales.

@bocettosperu





Detrás de cámaras

Humaniza la marca y muestra cómo se hacen los productos, las cosas, cómo se empacan o preparan para brindar experiencias. Muestra contenido que como marca te acerca a tu audiencia.

@lamascoteria_chile



Respuesta a comentarios

Los comentarios que reciben las marcas pueden dar oportunidades para seguir creando en función de los intereses de la audiencia.

@isma_rugs

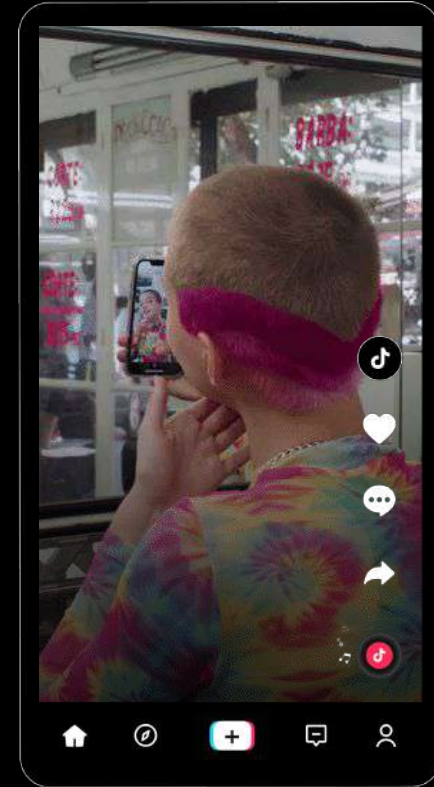


Detrás de escena

¿Cómo es el día a día de tu empresa? A los usuarios les encanta en contenido de detrás del escenario, entonces, déjalos que echen un vistazo.

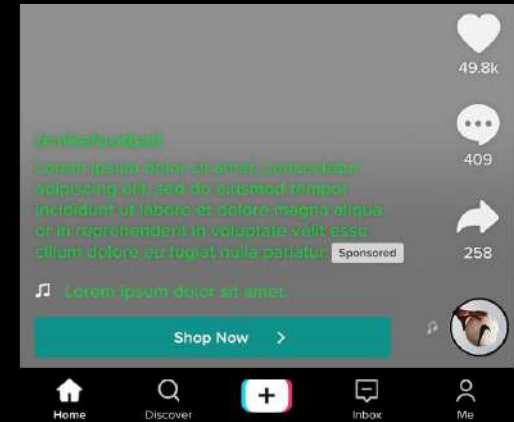
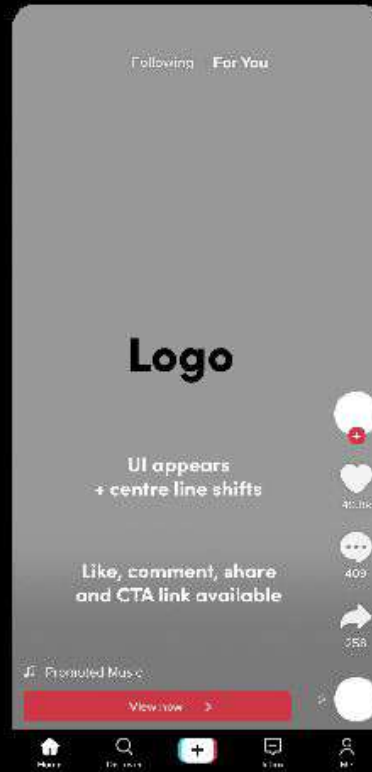
@elpoderdecoincidir

En TikTok, **no**
necesitas grandes
presupuestos o una
gran producción para
contar **una gran**
historia.



Asegúrate de que el contenido se encuentre dentro del espacio seguro para garantizar una visualización clara.

- El tiempo responde a lo que los usuarios alcancen a leer. Haz pruebas, si no lo alcanzas a leer todo tú, de seguro los usuarios tampoco.
- Usa los hashtags que actúen como identificadores y etiquetas de búsqueda.



El cuerpo de texto también afectará el tamaño de la zona segura.

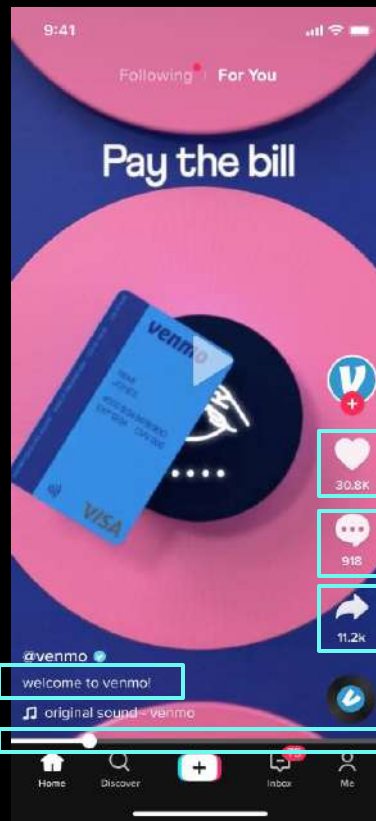
Ejemplo de zona segura teniendo en cuenta la interfaz de usuario de la plataforma.

Tácticas efectivas de creatividad en Tiktok: Perspectiva de usuario

Piensa como un usuario en TikTok. Reacciona como ellos reaccionarían.

¿Estás optimizando tu texto y caption para llegar a la audiencia que quieres?

¿Es algo que quisieras ver después de los 3 segundos? te quedarías hasta el final?



¿Te gusta el creativo lo suficiente como para guardarlo o darle like?
¿Te entretuvo?
¿Aprendiste algo? ¿Te hizo sentir algo?

¿Este creativo incentiva a que comenten? ¿Qué comentarías tú?

¿Es algo que compartirías con tus amigos? ¿En un grupo de chat?

Conecta con tu comunidad



Usa los **hashtags** mas relevantes para tu audiencia objetivo.



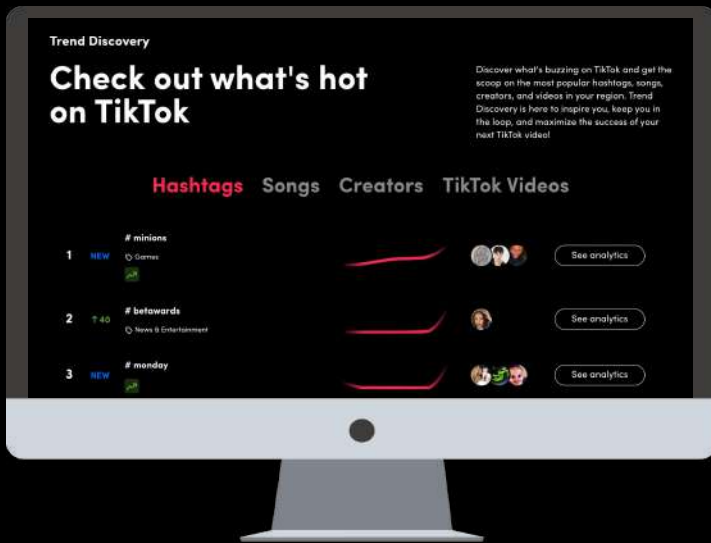
Publica con frecuencia e interactúa con tu audiencia a través de la sección de **comentarios** o **TikTok LIVE**



Pon tu toque único como pequeña empresa en las **tendencias populares** y forma parte de las conversaciones más grandes sobre contenidos afines.

Tip

Usa **hashtags** para ser descubierto



CREATIVE CENTER



IN-APP

Transmisión EN VIVO para conectar con tus clientes

- Interactúa en **tiempo real** con tu audiencia
- Ofrece contenido **“detrás de cámara”** que humanice tu marca
- Organiza **eventos digitales EN VIVO**
- Disponible una vez que llegues a los **1k+ seguidores**

60%

de los usuarios de TikTok que **vieron contenido de marca en vivo** dicen que realizaron alguna acción de **compra en vivo***



*neto de: Eventualmente compré un producto en otro lugar después de enterarme por primera vez del contenido en vivo, fui a comprar un producto en vivo y luego hice esa compra, compré un producto en vivo cuando no tenía planeado hacerlo

Source: TikTok Marketing Science Global Live Landscape Study (US Results) 2021 conducted by Ipsos

4

Desarrolla una voz de marca

Yo explicándole a mi jefe que
esté edit nos va a traer más
reproducciones que un
comercial

TikTok
@elperrohelado1

Puedes crear una mejor conexión con los usuarios a través de una **voz de marca** con la que te identifiquen.

@elperrohelado1

Identifica la voz de tu marca

Las marcas logran hacer conexiones significativas con los usuarios en TikTok *creando "personas"*. Como tu marca se comporte en TikTok puede ser distinto a otros medios, siempre y cuando siga siendo fiel a sus valores.

Identificable
(ser un amigo)

te identificas + divertido

Aspiracional
(ser un ídolo)

estatus + influencia

Informativo
(ser un mentor)

ayuda + sabiduría

Inspiracional
(ser un pionero)

Dominancia + valor

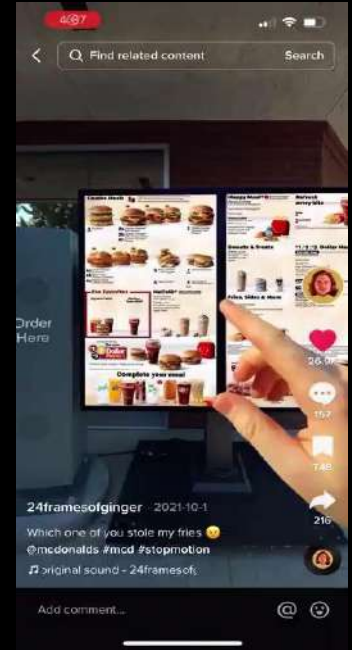


como amigo

como ídolo



como mentor



como pionero

3

Alcanza resultados y crece con una estrategia mixta: orgánico + pagada

72%

más de probabilidades de **comprar en una pequeña o mediana empresa** en comparación con otras plataformas.



@sommosmx



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Audiencia Objetivo

Orgánico

Comienza creando
contenido

Ten una presencia
activa

Construye confianza
interactuando con
tu comunidad

Conecta a través de
contenido atractivo

Obtén información
funcional



Pago

Amplifica tu alcance
con el mejor
contenido orgánico

Alcanza audiencias
objetivo

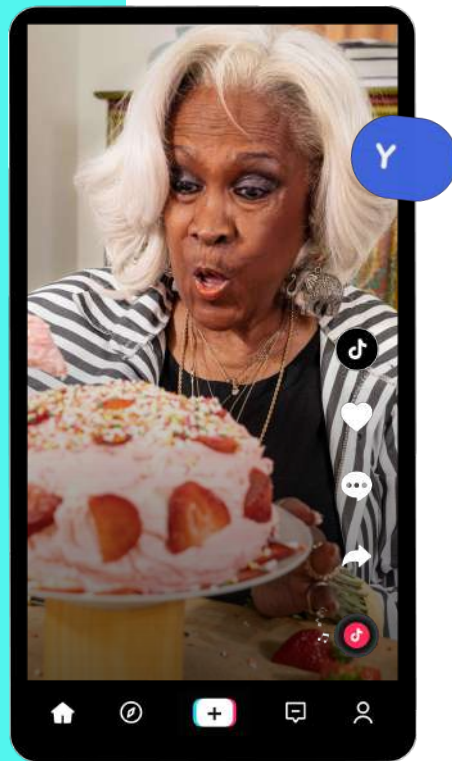
Crea campañas
según objetivos claros

Construye seguidores
de marca

Descubre hallazgos y
mediciones profundas

Juntas; orgánico y pago potencializa tus resultados.

La exposición previa al contenido orgánico hace que los anuncios sean menos intrusivos para la experiencia de la audiencia.



+173%

aumento en la conciencia de marca, después de **dos exposiciones** al contenido de una marca en TikTok.

Contenido Orgánico



Prueba y aprende

Experimenta e identifica cuáles de tus posts atraen y hacen eco en las audiencias.



Publica de manera constante y con un propósito

Intenta publicar de 1 a 4 veces al día videos originales, tendencias e interacción con la comunidad.



Empieza a promocionar

Convierte cualquier video TikTok orgánico en un anuncio, directamente dentro de la aplicación. Puedes empezar a llegar a nuevas audiencias, generar seguidores y dirigir el tráfico al sitio web de tu empresa.



Anuncios - TikTok Ads Manager es tu centro de publicidad.



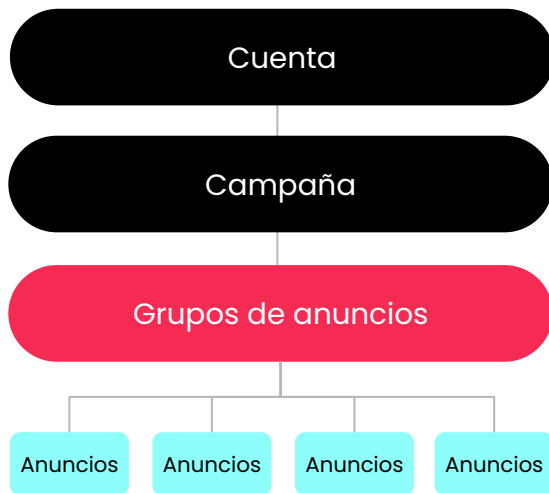


Para tener mejores resultados es necesario que estos pilares:



⚡ Trabajen TODOS juntos ⚡

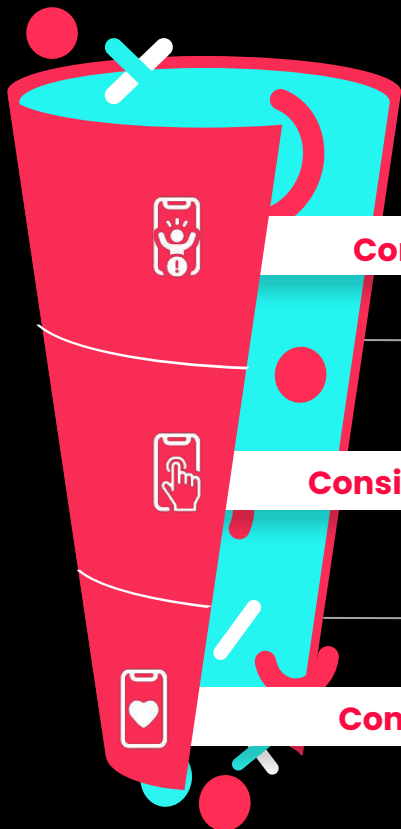
Estructura de una campaña en TikTok



	Funciones	Ejemplos
Cuentas	Generalmente productos con la misma marca	Cliente A
Campaña	Decide el objetivo de tu campaña	Objetivo de alcance
Grupos de anuncios	Diferentes formas de alcanzar el objetivo	Grupos de anuncios de MG, RN y DF
Anuncios/Creativo	Diferentes creativos para alcanzar el objetivo	Creativos detrás de escena, GRWM, Unboxing

Anuncios/contenido pago y el embudo de ventas en TikTok

Medición, Brand Safety & BLS



Conciencia

Descripción

Capta la atención y amplía tu público

Tipos de objetivos

Alcance

Formato de anuncios

Spark Ad

In-Feed Ad

Complementos

Voting Sticker
Gift Code

Display Card

Countdown Sticker

Página Instantánea

Collection Ads

Consideración

Impulsa la interacción con tu marca y la intención de compra

- Tráfico
- Visualizaciones de video.
- Generación de leads.
- Interacción.

Conversión

Incrementa la acción de compra y/o descarga de app

- Promoción de la App.
- Conversiones en sitios web.

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Campañas pagadas: soluciones de pago para impulsar tu estrategia

Formato de anuncios

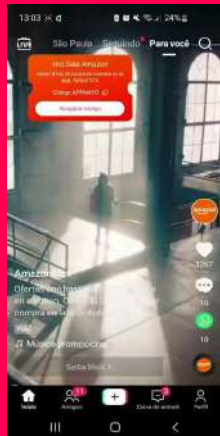


In-Feed Video

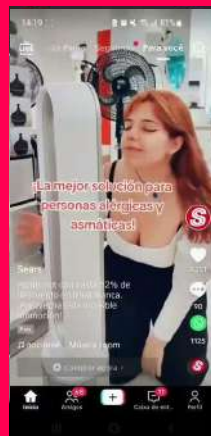


Spark Ads

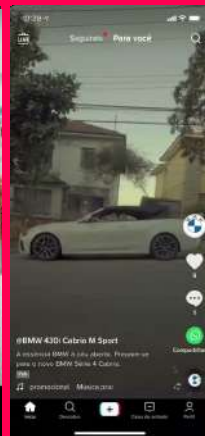
Complementos



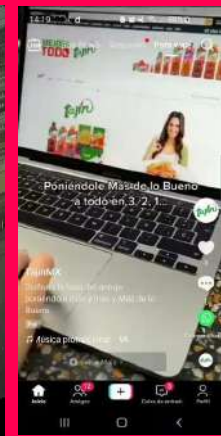
Complementos interactivos



Video Shopping Ads



Anuncios de generación de clientes potenciales



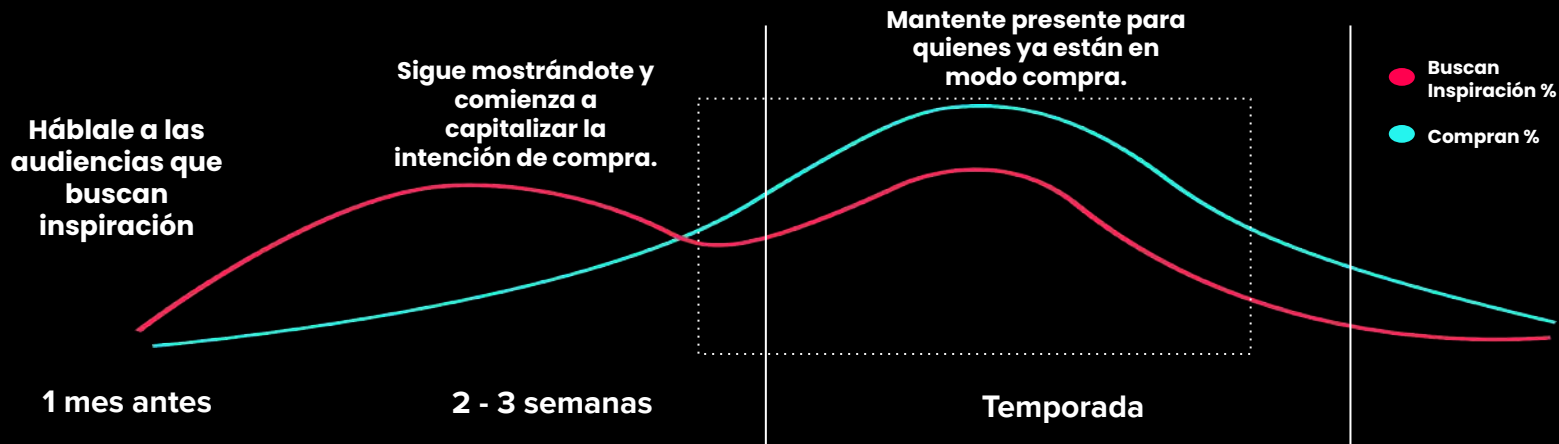
Página instantánea de TikTok



Redirección a WhatsApp



Piensa en estrategias **full funnel** para maximizar tu impacto



Reach / Video views

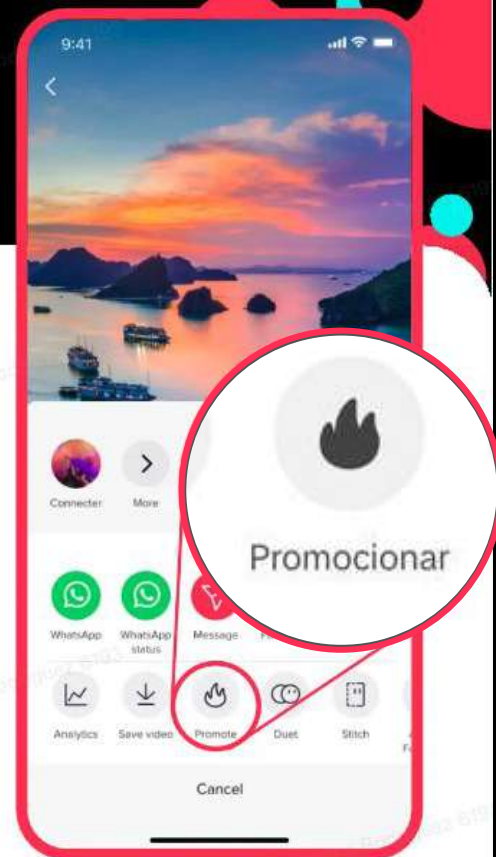
Tráfico / Conversiones

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Conoce la sencilla herramienta publicitaria en la aplicación de TikTok: "Promocionar"

Promocionar es una sencilla herramienta publicitaria en la aplicación de TikTok que te ayuda a lograr tus objetivos de marketing **impulsando tu contenido orgánico**.

- Impulsar la notoriedad de marca aumentando las **visualizaciones de vídeo**.
- Dirigir a los usuarios a tu **sitio web** mediante un botón de llamada a la acción.
- Conseguir **más seguidores** para tu cuenta
- Dirigir **más tráfico y conseguir más audiencia** para tus vídeos LIVE
- Obtener **más visitas a tu página de perfil** de TikTok
- Recibir más **mensajes en la bandeja** de entrada de tu cuenta de empresa



Cuenta la historia de tu marca



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY



Antes de Finalizar la sesión

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

iQuiz! 1-3

TikTok es...

- A. Una red social
- B. Un streaming de entretenimiento
- C. Una plataforma de entretenimiento impulsada por la comunidad



iQuiz! 1-3

TikTok es...

A. Una red social

B. Un streaming de entretenimiento

C. Una plataforma de entretenimiento impulsada por la comunidad



¡Quiz! 2-3

TikTok es una solución:

- A. Full funnel
- B. Solo para awareness
- C. Solo para consideración



¡Quiz! 3-3

TikTok es una solución:

A. Full funnel

B. Solo para awareness

C. Solo para consideración



¡Quiz! 3-3

Las marcas tienen **más oportunidad** de conectar con los usuarios cuando:

- a. Se vuelven parte del entretenimiento y no lo interrumpen
- b. Copian y pegan contenidos de otras plataformas **sin importar el formato**
- c. Hacen **anuncios tradicionales**



¡Quiz! 3-3

Las marcas tienen **más oportunidad** de conectar con los usuarios cuando:

- a. **Se vuelven parte del entretenimiento y no lo interrumpen**
- b. Copian y pegan contenidos de otras plataformas **sin importar el formato**
- c. Hacen **anuncios tradicionales**



@makesenseamericas

Q&A

TikTok

| make_sense



#CreadoresDelMañana

¡Muchas gracias Diana!



 TikTok

| make_sense

@makesenseamericas

@makesenseamericas

¡Hola, Luis!



TikTok

make_sense





Siguientes pasos

Reto

Reto 6: Video reto PNUD

Completa el reto PNUD a través de la elaboración de un video.

Fecha de inicio: 1 octubre 2023

Fecha límite: 31 octubre 2023

 4 puntos

Instrucciones

¡Envía tu reto!

Fechas clave para la conformación de sus equipos



Escribe en el chat,

**¿Listx para aplicar al
financiamiento del
programa?**



1. Listx, buscando equipo



**2. ¡Listísimo y con
equipo cerrado!**



**3. He decidido no aplicar
esta vez**



4. Lo Estoy Procesando

@makesenseamericas

¡Gracias por asistir a la sesión!

Siguiente sesión:

#CreadoresdelMañana

Cierre y siguientes pasos

Jueves 19 de Octubre
de 5:00 a 7:00 pm (Hora CDMX)

 **TikTok** | **make_sense**

