



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 07: TikTok for Good y Best practices en Planeación Digital

 TikTok | 



Acuerdos de la reunión





¡Ayúdanos a renombrarte!

Nombre + Apellido + Organización ó @ de TikTok





_Jimena Reyes
Consultora del programa
Facilitadora de contenido



_Mónica Martínez
Gurú del programa
Facilitadora de contenido



Agenda

	Bienvenida y check-in	05 mins
	TikTok for Good y Q&A	25 mins
	Bases para el diseño de contenido y Q&A	35 mins
	Break	05 mins
	Ejercicio personal e intercambio	15 mins
	Ponencia Ga	25 mins
	Cierre y siguientes pasos	05 mins

Objetivos de la sesión

- TikTok for Good
- Explorar las principales bases para la planeación de contenido digital

Describe tu fin de semana en un emoji



#CreadoresDelMañana

TikTok for Good

 | [make_sense](#)

[@makesenseamericas](#)

Laura Reyna

Public Policy Manager, TikTok
Latin America



| make_sense

@makesenseamericas

#CreadoresDelMañana

Q&A

 TikTok

| make_sense

@makesenseamericas

#CreadoresDelMañana

Bases para una estrategia de tu contenido



| make_sense

@makesenseamericas

Nicole Wu

Spanish Latam Content – Education & Lifestyle



 TikTok

| make_sense

@makesenseamericas

Pautas claves para desarrollar tu estrategia

- **Participa en TikTok como un creativx**

Cuanto más se refleje tu punto de vista a través de tu cuenta como un usuarix habitual, probablemente te conectes mucho más con una comunidad diversa, comprometida y creativa.

- **Experimenta en forma regular**

La mejor manera de aprender qué es lo que crea un grupo de seguidores fieles es no dejar de experimentar. Intenta con distintos formatos, temas, tendencias, audios y ediciones para encontrar tu público.

- **Sé creativx**

Las publicaciones que cuentan una historia tienden a tener mejor rendimiento que los videos con muchas repeticiones, o un solo meme. Descubre la estructura de las historias de TikTok: capta nuestra atención con una frase interesante al principio, seguida de una explicación concisa (y sin necesidad de resumir al final).

Preguntas que debes responder para definir tu **estrategia**

- ¿Quién es tu audiencia?
- ¿Qué es lo "tuyo"?
- ¿Cómo suena tu voz?

@makesenseamericas

Audiencia

 TikTok | make_sense



Identifica a tu audiencia

A quien le vas a hablar



Identifica y define a tu audiencia principal, secundaria e imprevista para que tu estrategia responda a estos perfiles y genere contenido de valor para ellos.



Perfiles objetivo

Una herramienta para visualizar a tu audiencia



Definición de perfiles específicos para quienes estará dirigida la estrategia de comunicación.

Tener un conocimiento profundo de sus **características, necesidades, obstáculos e intereses** nos permite construir una comunicación más efectiva hacia ellos.

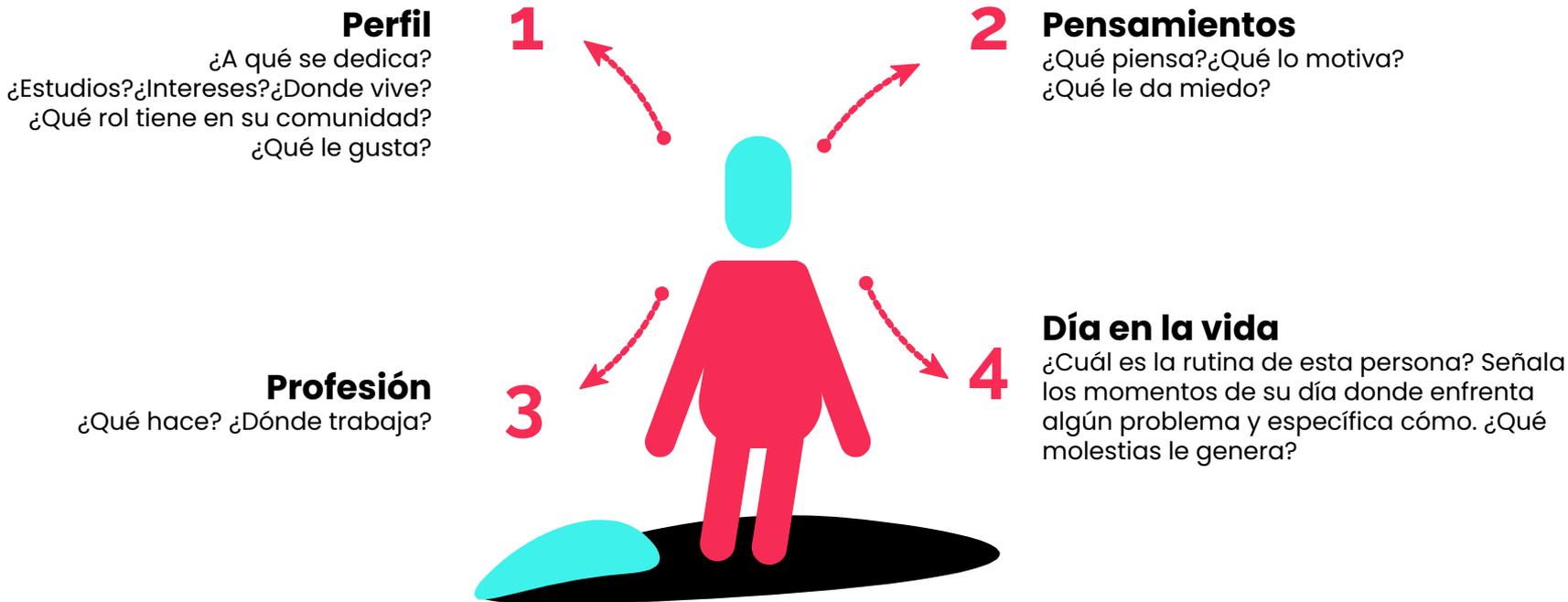


Perfiles objetivo

¡Puedes tener más de uno por categoría!

Descripción de perfiles

Definición de perfiles específicos para quienes estará dirigida la estrategia de comunicación.



@makesenseamericas

Posicionamiento

 TikTok | make_sense



Posicionamiento

Ten claro tu expertise



- ¿Qué información puedes proporcionar como creador u organización que nadie más pueda?
- ¿En qué temas eres expertx?
- ¿Cómo quieres que tu público te perciba?



@makesenseamericas

Voz

TikTok | make_sense



Voz

La personalidad de tu contenido



La gente te va a conocer por lo que ve de ti, **tu lenguaje de marca es la personalidad con la que te presentas.**

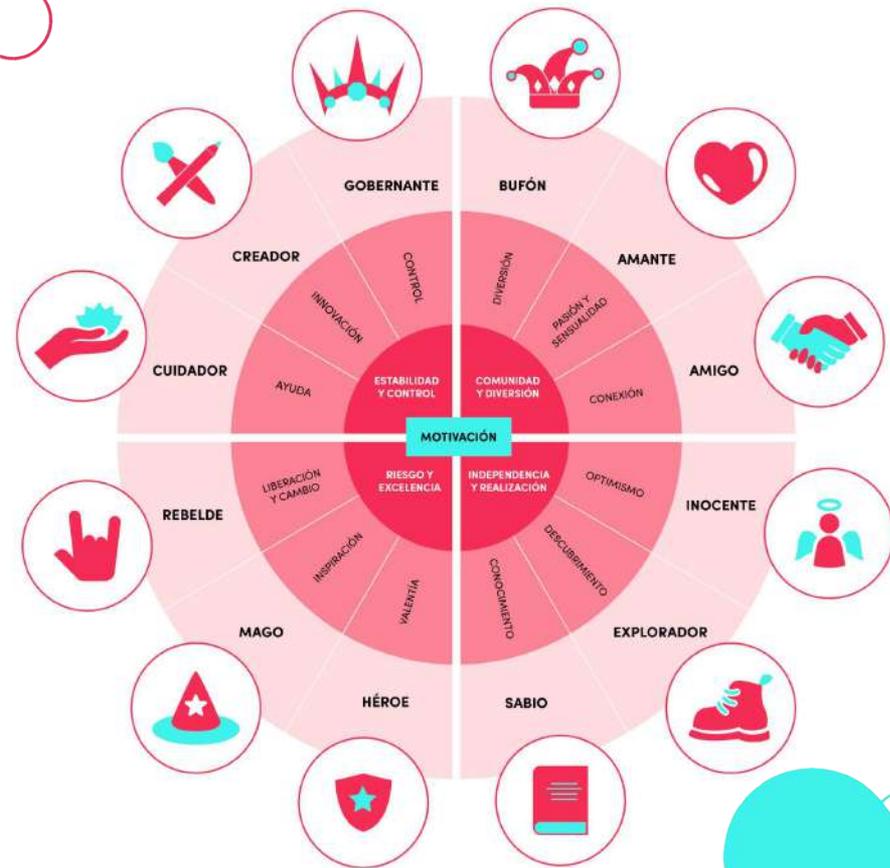
Se define como las características en tu forma de comunicar tu oferta de valor a un público determinado.



Arquetipos de comunicación

Los arquetipos sirven para definir una **personalidad e imagen** en la comunicación, pero sobre todo, para establecer **similitudes con tus seguidores** y de esta forma generar confianza y **cercanía emocional**.
Definir el arquetipo de tu proyecto sirve como guía para ser fiel a tu estilo en todo lo que hagas.

¡Puedes elegir 1 o 2 que definan tu marca!



Arquetipos de personalidad de Carl Jung

¿Cómo definir tu propio arquetipo de marca?

1

Ten claro tu propósito de impacto

Una acción importante al definir la personalidad de tu arquetipo es **identificando** tus gustos, intereses de impacto, actividades frecuentes y propuesta de valor.

2

No optes siempre por la obviedad

No todas las iniciativas de impacto socio-ambiental deben estar representadas por "El héroe". Elige uno que te haga sentir cómodo y te permita explorar tu creatividad.

3

Considera la mezcla de arquetipos

Para hacer una mezcla de arquetipos efectiva lo primero que debes hacer es **determinar** cuál será el **arquetipo principal**. Sólo recuerda mantener la coherencia.

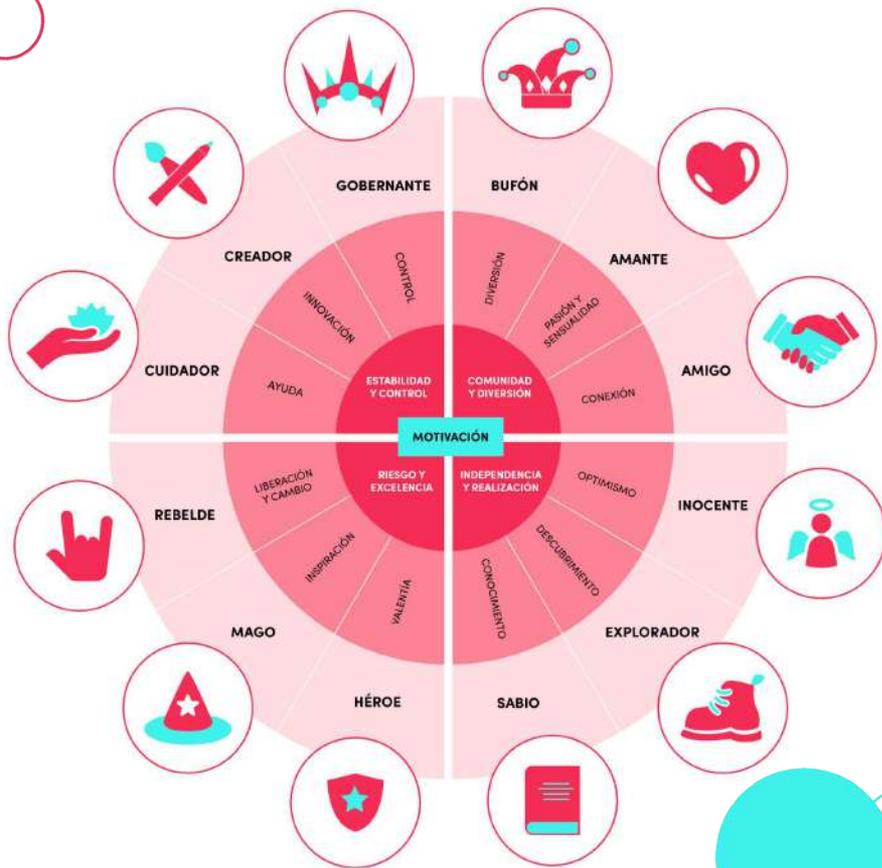
Identificación de tu arquetipo

Elige 1 o 2 arquetipos que describan el lenguaje y personalidad de tu marca.

Para elegir, te puede ayudar responder:

¿Qué es lo que más te importa? o
¿Qué es lo que quieres lograr?

¿Cómo te quieres proyectar por medio de tu contenido?



Construye tu storytelling

Nos permite conectar de forma personal, transmitir sentimientos, emociones, entretener y generar EMPATÍA con esa persona.

Conecta primero con aspectos humanos

Encuentra puntos de conexión y empatía

Busca paralelismos de lo que quieres comunicar y lo que la otra persona puede recordar

Tu voz

Con base en tu arquetipo y enfoque de storytelling, define:



- ¿Cómo quieres hablarle a tu audiencia para lograr transmitir tu mensaje?
- ¿Cuáles son las características de la voz de tu cuenta?
- ¿Cómo definirías la imagen de tu cuenta?



#CreadoresDelMañana

Bases para el diseño de contenido



| make_sense

@makesenseamericas

Diseño de contenido digital

Considera las siguientes partes clave:

Atractivo

Incluye la información más atractiva y relevante al principio. Piénsalo como un adelanto de lo que verán a continuación.

Introducción

Como toda narrativa, empieza por un poco de contexto del contenido.

Giro interesante

Piensa en las palabras “pero”, “hasta que”, “excepto”, “sin embargo”, “aunque”, etc. Dándole una nueva dirección a la historia puedes conservar el interés.

Información adicional

Agrega más información relevante para darle más fondo a tu historia.

Otro giro interesante

No sobran los momentos en los que puedas darle un giro a tu historia para mantener la atención.

Información final

Asegúrate de otorgar la información que tu usuario necesitará después de ver tu video o que les mantendrá intrigados.. Por ejemplo: beneficios, un “call-to-action” que puedan poner en práctica, un dato final sorprendente, etc.

#CreadoresDelMañana

Q&A

 TikTok

| make_sense

@makesenseamericas

#CreadoresDelMañana

¡Muchas gracias Nicole!



 TikTok

| make_sense

@makesenseamericas

#CreadoresDelMañana

Break



| make_sense

@makesenseamericas

Deck de herramientas

@makesenseamericas

¡Selecciona la herramienta con la que quieras trabajar hoy!



#CreadoresDelMañana

Q&A

 TikTok

| make_sense

@makesenseamericas

#CreadoresDelMañana

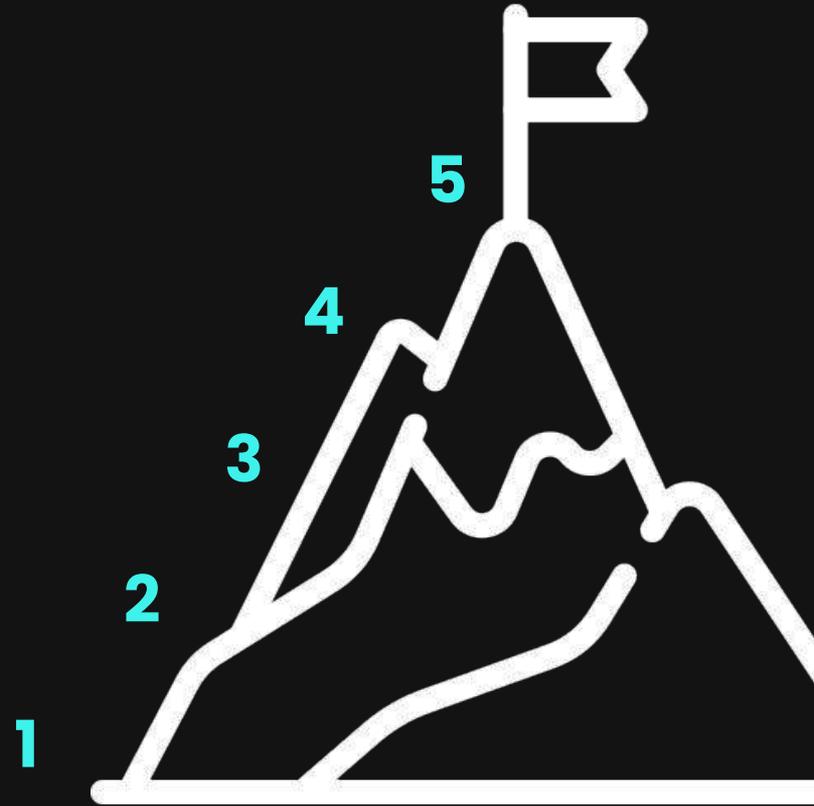
**¡Gracias equipo
Accionar.io!**



| **make_sense**

@makesenseamericas

Del 1 al 5,
¿Qué tan preparadx te sientes para mejorar tu estrategia y diseño de contenido?





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!

@makesenseamericas

¡Gracias por asistir a la sesión!

Siguiente sesión:

#CreadoresdelMañana

Sesión #9: Livestream

Miércoles 11 de Octubre
de 5:00 a 7:00 pm (Hora CDMX)

 **TikTok** | **make_sense**

