



ESTRATEGIAS
RESPONSABLES
DE NEGOCIO

¿CÓMO USAR **TIKTOK PARA EMPRESAS?**



Las redes sociales eliminan el intermediario, haciendo que las marcas se comuniquen directamente con el cliente”

- Peter Drucker

A simple vista parecería que TikTok es una red social más sobre videos cortos de comedia y baile, pero la realidad es que TikTok es una plataforma que brinda una nueva variedad de posibilidades comerciales a un segmento y público muy interesante para las empresas y marcas.

Por ello en esta guía te explicaremos paso a paso cómo puedes aprovechar todas las ventajas que ofrece esta red social para tu empresa, y no te abrumes ni pierdas en el proceso, pues es una plataforma en la que si o si debe estar presente tu marca sin importar su giro.

La cantidad de usuarios que tiene esta red social ya sobrepasa los mil millones de usuarios activos, convirtiéndose así en la plataforma ideal para ver y ser visto, incluyendo a todas las marcas.

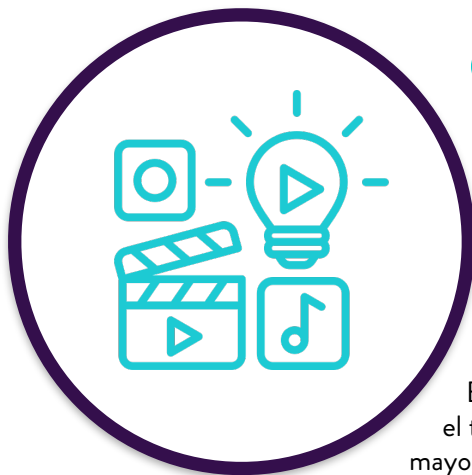


RAZONES POR LAS QUE TU MARCA DEBE ESTAR PRESENTE EN TIKTOK:

Audiencia diversa y amplia

Es la red social más popular entre la generación Z, pues representa un 48% de los usuarios. Mientras que otro 25% de usuarios son de una edad de entre 25 y 44 años y por asombroso que pueda parecer un 27% de los usuarios son personas de entre 45 y 74 años.

Lo que demuestra que es una red social con una audiencia y público muy variado.

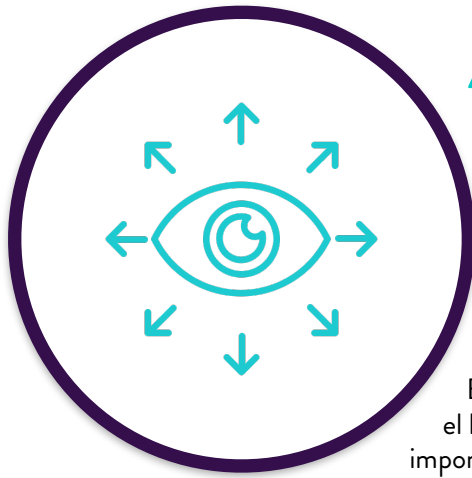


Contenido creativo

Su formato de video corto obliga a los usuarios y marcas a crear contenido demasiado creativo que busca captar la atención de los usuarios al instante, pues los primeros segundos del video son cruciales para determinar si un usuario verá el video completo o simplemente desliza en su pantalla al siguiente video.

En un inicio la duración de cada video era muy limitada, pero con el tiempo la duración se ha extendido y actualmente los videos con mayor éxito son los que tienen una duración promedio de 1 minuto.

Es importante que recuerdes que el propósito de esta red social es el de entretener, por lo que tu contenido debe ser muy atractivo, creativo, original y entretenido.



Aumenta tu visibilidad

TikTok es la plataforma ideal para viralizar contenido de manera sencilla, pues no necesitas tener una cantidad grande de seguidores para lograr buenos resultados, si tu contenido es creativo y llamativo puede volverse viral sin importar tus seguidores. Pues la plataforma puede impulsar contenido incluso de cuentas nuevas.

Estadísticas recientes demuestran que las visitas que llegan desde el buscador han aumentado durante el 2023, siendo así de gran importancia el uso de hashtags en la plataforma y el sumarse a las tendencias del momento.

Humanización de tu negocio

Una de las mayores características de esta red social es que se valora mucho la autenticidad, permitiendo a las marcas mostrar su lado humano ante los usuarios. Siendo muy importante que escuches a tu audiencia y te adaptes a sus necesidades.

Una buena recomendación para lograr esta cercanía y humanización es mostrar el detrás de cámaras del día a día en la empresa o de un evento en particular, hablar sobre los miembros del equipo de trabajo o de experiencias y anécdotas que normalmente los clientes no ven de tu marca.



Marketing de influencers

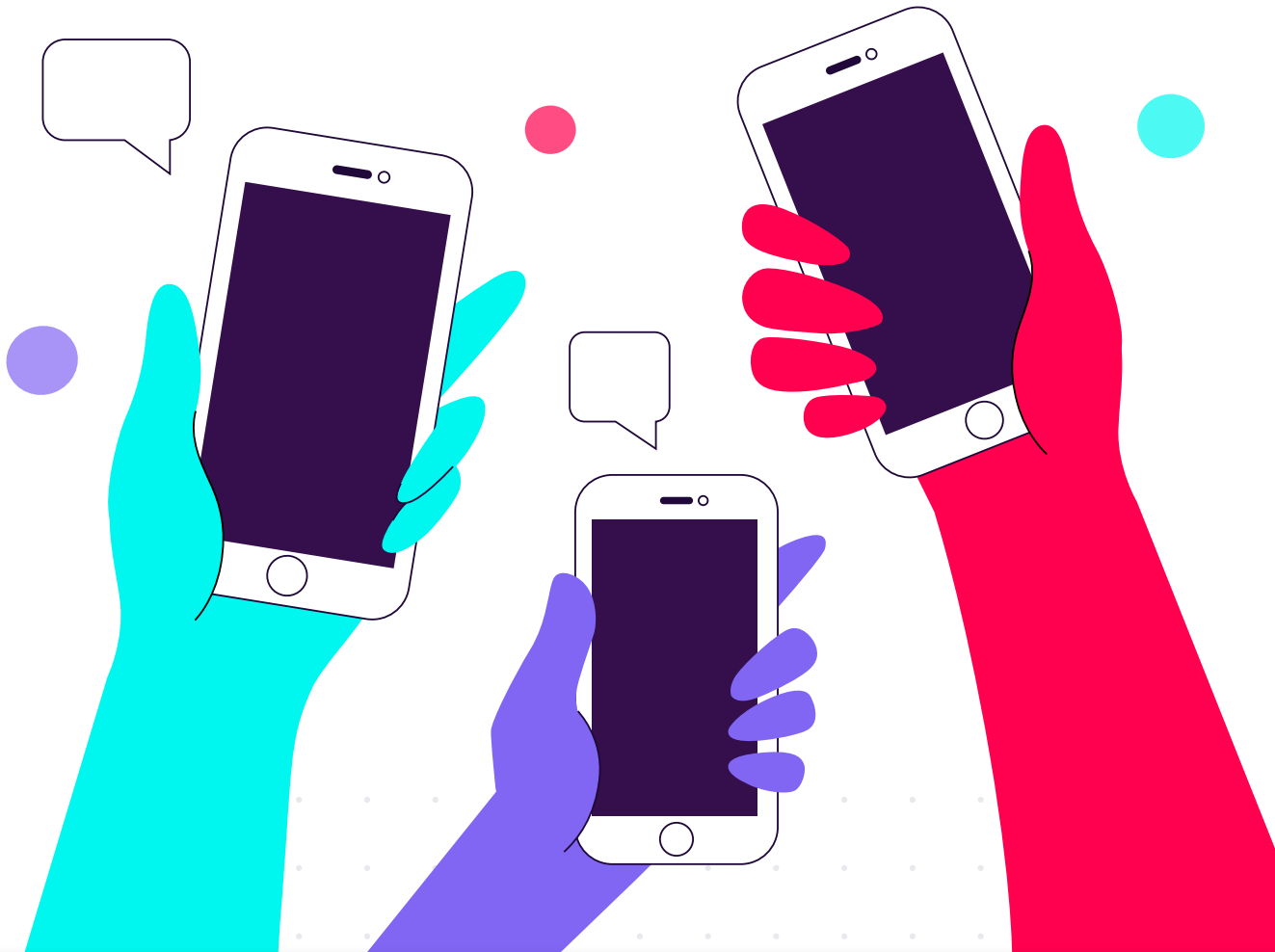
Es una de las plataformas en las que este tipo de marketing crece cada vez más y el hecho de que el algoritmo logra viralizar contenido de cualquier cuenta hace que los micro y nano influencers abundan en esta red social.

Siendo así una gran oportunidad para las marcas colaborar con estos creadores que son los que más engagement generan por su autenticidad y cercanía con la audiencia.



Podrás hacer User Generated Content

El User Generated Content o por sus siglas UGC, hace referencia a que los usuarios o seguidores te ayuden a generar contenido, esto invitando a los clientes y usuarios en la plataforma a que creen videos sobre tu marca, ya sea mediante reseñas, unboxing, opiniones, tutoriales, recomendaciones, etc. Este contenido lo crearán los usuarios y tu podrás compartirlo permitiéndote así promocionar tu marca de una manera auténtica y creando una mayor cercanía con tu audiencia.



Ahora que ya conocemos los motivos por los que si o si todas las empresas deben estar presentes en esta plataforma, podemos comenzar con los pasos para hacerlo.

7

PASOS PARA USAR TIKTOK PARA EMPRESAS

1. Crea una cuenta de empresa

- Para esto primero debes crear una cuenta personal mediante un correo electrónico, una cuenta de Google, Facebook o X.
- Da clic en perfil y después en editar perfil, para agregar una foto de perfil, una descripción corta de tu marca y algunos enlaces a otras redes sociales o a tu sitio web.
- Si tu ya tienes una cuenta personal o bien ya completaste los pasos anteriores, ahora debes cambiar tu cuenta a una de empresa, para ello desde la parte superior derecha de tu perfil da clic en ajustes y privacidad, una vez estés ahí, da clic en administrar cuenta.
- Por último, da clic en cambiar a cuenta de empresa y elige la categoría que mejor describa a tu empresa y da clic en siguiente.

2. Crear una estrategia para tu marca en TikTok

- Primero familiarízate con la plataforma y sus funciones, principalmente con las funciones de edición, filtros y efectos. Para posteriormente entender el algoritmo de la plataforma e identificar a tu audiencia objetivo.
- Después, investiga a tu competencia directa e indirecta, analiza qué están haciendo y sobre todo qué les está funcionando y qué no, así como identificar áreas de oportunidad que ellos aún no han explorado.
- Una vez recaudado la mayor cantidad de información puedes comenzar a planear tu estrategia, para ello determina tus objetivos. Para esto te recomendamos leer nuestro artículo sobre: [¿Cómo definir los objetivos de mi estrategia de redes sociales?](#)
- Posteriormente prepara un calendario de contenido que te ayude a lograr tus objetivos. Y no olvides crear contenido sobre las fechas importantes para tu marca y del público objetivo. Además asegúrate de conocer las horas en las que tu público objetivo suele estar más activo en la plataforma.

3. Optimiza tu perfil

- La descripción de tu perfil tiene un límite de 80 caracteres, por ello asegúrate de que esa descripción sea útil para quienes ven tu perfil, así que describe en pocas palabras a qué se dedica tu empresa y elige el enlace de call to action más útil para tu marca.

Para ello valora qué sería más útil: redirigir a tu audiencia a tu sitio web, a otra de tus redes sociales o incluso a tu blog de noticias.

4. Crea contenido entretenido

- Si bien no hay una fórmula exacta para garantizar el éxito de tus videos, si hay estándares mínimos que debes seguir, como lo es: que tus videos tengan una buena calidad, resolución, iluminación, audio, etc. Esto no necesariamente significa que crear contenido debe ser costoso, si no más bien buscar que tu contenido sea lo más disfrutable posible.
- Usa hashtags y únete a las tendencias (esto solo cuando dicha tendencia pueda adaptarse de alguna manera a tu marca), así lograrás que tu contenido llegue a la mayor cantidad de usuarios posible.
- Crea y experimenta con todo tipo de contenido, puedes experimentar con diversos contenidos como: tutoriales, storytime, reseñas, demostraciones, detrás de cámara, comedia, baile, etc.
- Colabora con otros creadores, ya sea que directamente colabores con algún influencer o que uses la función duo para interactuar con otros videos y contenido.

5. Involucra a tu audiencia

- Prueba la función de transmisiones en vivo de TikTok en la que puedas crear dinámicas e interactuar directamente con tus seguidores.
- Crea contenido a manera de encuestas o que incite a la interacción del usuario y a su vez responde a las respuestas y comentarios de los usuarios y de otras cuentas para seguir generando el diálogo e interacción.
- Emplea la escucha social para estar al día con las tendencias.

6. Mide tus resultados

- Al igual que cualquier otra red social, debes analizar tus métricas y medir los resultados de tus esfuerzos para saber qué está funcionando y qué no, para tomar decisiones en tu estrategia.

7. Conoce las opciones de pauta en TikTok

- La publicidad en esa plataforma no es siempre lo más indicado para todas las marcas, pero si tu empresa busca tener ese alcance pagado puedes intentarlo.

Un dato interesante es que estas funciones pueden ser de mucha utilidad para las marcas que buscan llegar a una audiencia de mujeres entre 18 y 24 años, pues este segmento representa casi una cuarta parte de los usuarios totales activos en esta red social.



Esto es lo más relevante que debes saber sobre TikTok y cómo puedes sacarle el mayor provecho para tu negocio.

Recuerda que las redes sociales no son una ciencia exacta y no existe una fórmula secreta para garantizar el éxito. Pero si te podemos asegurar que en TikTok mientras más auténtico y creativo seas con tu contenido mayor serán las probabilidades de éxito.





**En el pasado eras lo
que tenías. Ahora eres
lo que compartes”**

- Godfried Boogaard

Con esto hemos llegado al final de esta guía, no olvides mostrar el lado más humano de tu marca en esta plataforma con contenido orgánico de interés. Esperamos que esta guía te haya sido de utilidad y puedas unirte a la comunidad de empresas que ya usan esta plataforma de manera exitosa.

ESTAREMOS FELICES DE AYUDARTE

Si necesitas una asesoría o la cotización de algún servicio, puedes contar con nosotros.

En TONIC nos especializamos en:

Comunicación y
mercadotecnia
responsable

Diseño gráfico
y editorial

Programación
web y sistemas

Sostenibilidad





ESTRATEGIAS
RESPONSABLES
DE NEGOCIO

México

+52 1 442 157 1136
solucion@tonic.mx

Panamá

+507 294 2550
lmaldonado@tonic.lat

www.tonic.lat

