



TATIANA LOPEZ- LIDER DE SOLUCIONES DE NEGOCIO GLOBALES
SPANISH SPEAKING SOUTH AMERICA

TikTok, marketing a la velocidad de la cultura.

CAMP Perú 2022

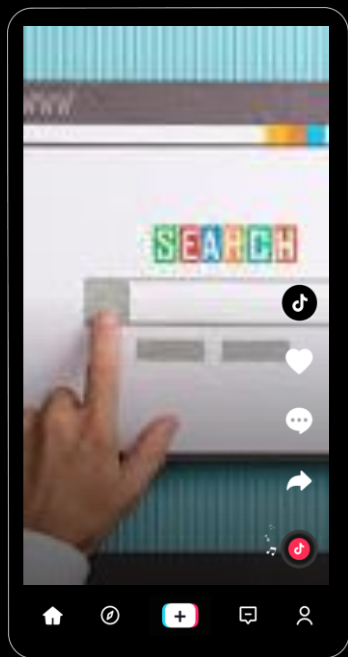
La evolución del marketing digital en los últimos 20 años



2000

La era del Contexto

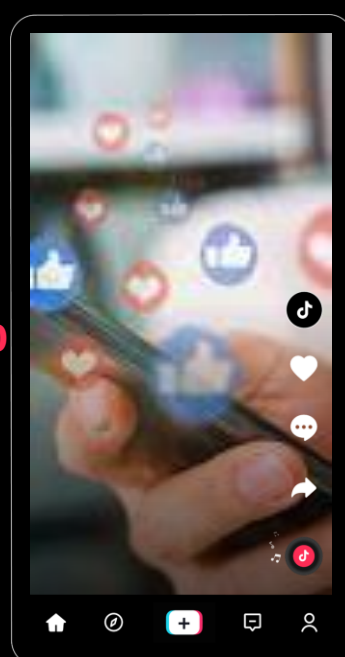
Estructurado,
lineal, pasivo



2010

La era del Conocimiento

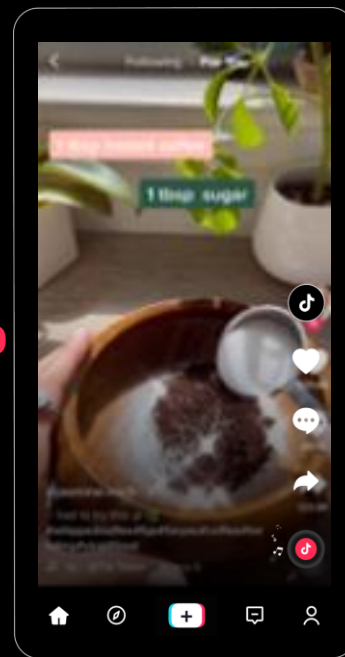
Estructurado,
formatos de 'hubs',
activo



2020

La era Social

Fragmentado,
enfocado en tu
red de conocidos



La era de la Participación

Fragmentado, enfocado en
lo que le gusta al usuario,
permitiendo
descubrimientos



Hola



Estamos aquí para contarte sobre el potencial sin explotar, del comercio digital.

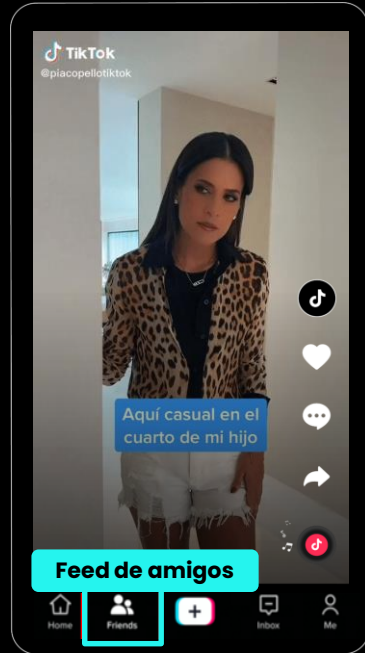
No solo se trata de "vender" — sino de inspirar a las personas a crear experiencias con las marcas en TikTok.

A top-down view of a person sitting on a green lawn, wearing black pants and white socks. They are holding a smartphone with both hands, playing a game. The phone screen shows a character in a yellow and black outfit in a combat environment. A red pill-shaped button with the word 'Somos' in white is overlaid on the top right of the image.

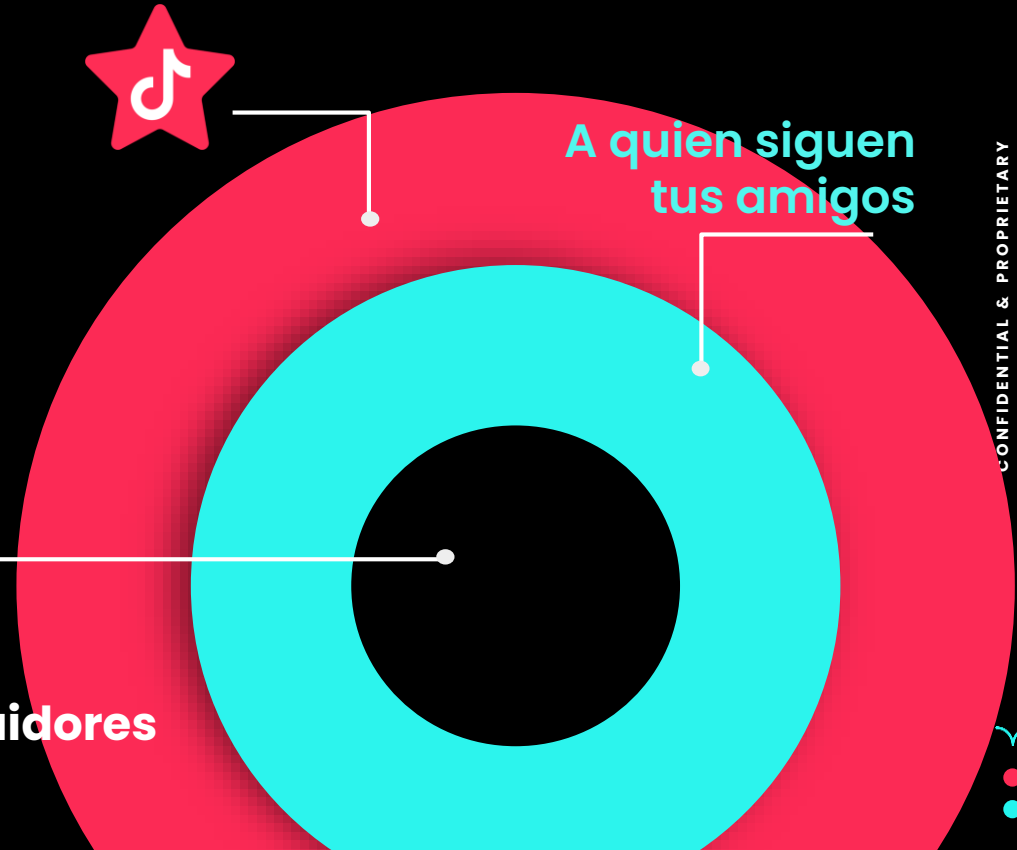
Somos

**Una plataforma de
entretenimiento
empoderada por la
comunidad**

En la cual, el contenido **no es limitado** a tu red social

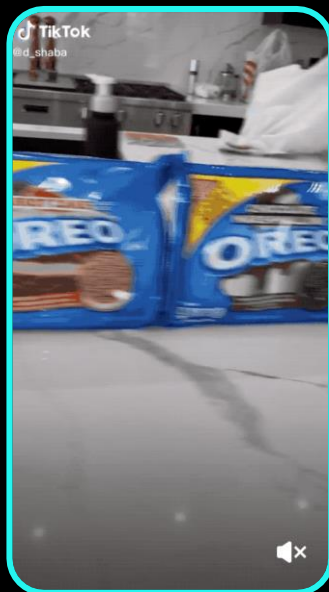


Tus seguidores



**A quien siguen
tus amigos**

Un Nuevo mundo de entretenimiento



En donde la gente no tiene que ser perfecta.
Y eso es perfecto!

Todos pueden ser **creadores**

Las personas pueden crear contenido sin ser famoso y de manera fácil

La **autenticidad** es clave

Las personas pueden expresarse abiertamente en TikTok sin ser juzgados

Trae **alegría** a sus usuarios

Es una plataforma positiva

Forma **comunidad**

Las personas se sienten parte de una comunidad

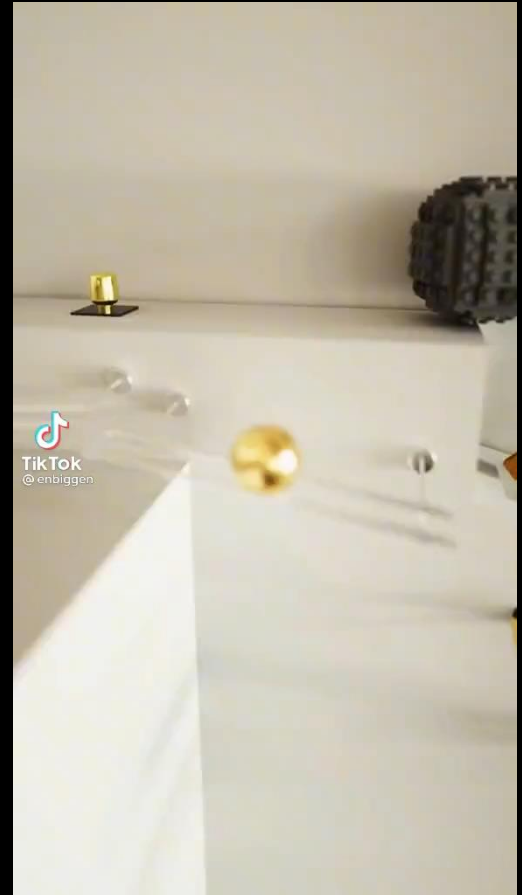
**No importa
cuantos
seguidores
tienes,**



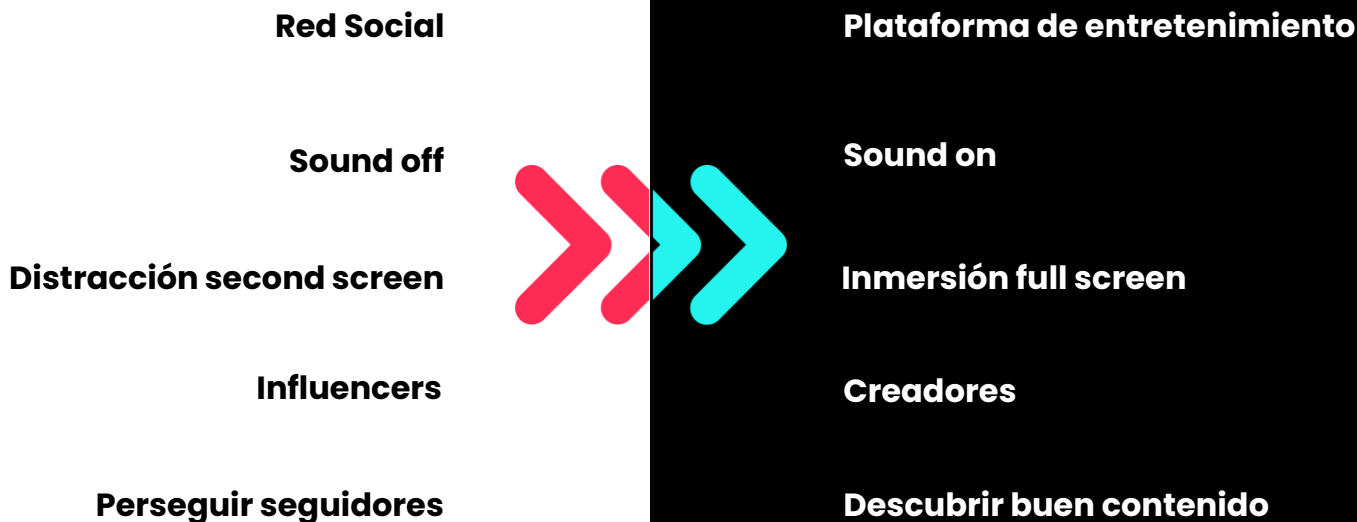
**sino lo que
quieres
contar**



**Pantalla
completa,
sound on.**



TikTok está redefiniendo la publicidad



La audiencia de Latinoamérica sabe que tenemos un "Tok" para cada interés, categoría y comunidad.

Volumen de views de los 50 principales hashtags que tienen "tok" en países de Latam:

99.4Bi Views acumuladas durante 2021

10.7% engagement rate promedio

Ene/21

Dic/21

... para compartir
habilidades deportivas

#tiktoksports



166M

vistas en 2021

Aumento de
72%
anualmente

... o aprender un
nuevo instrumento o
canción

#musictok



188M

vistas en 2021

Aumento de
533%
anualmente

... o para mostrar lo que
esta de moda

#beautytok



65M

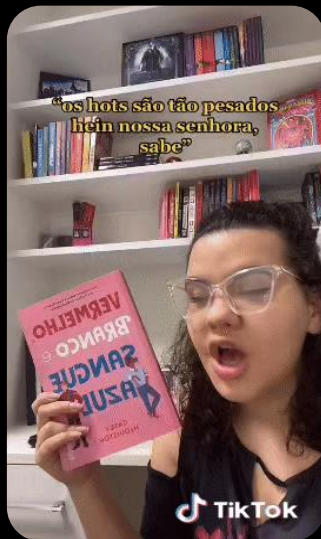
Vistas en
2021

Aumento de
5563%
anualmente

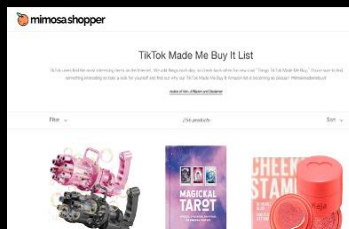
Estamos generando movimientos culturales, que están impactando las ventas

#booktok

Desde TikTok



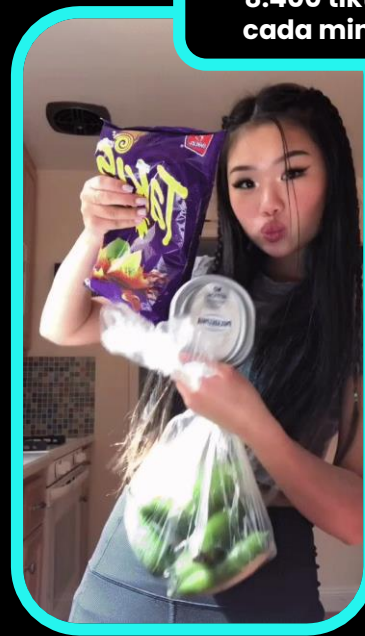
Hasta e-commerce



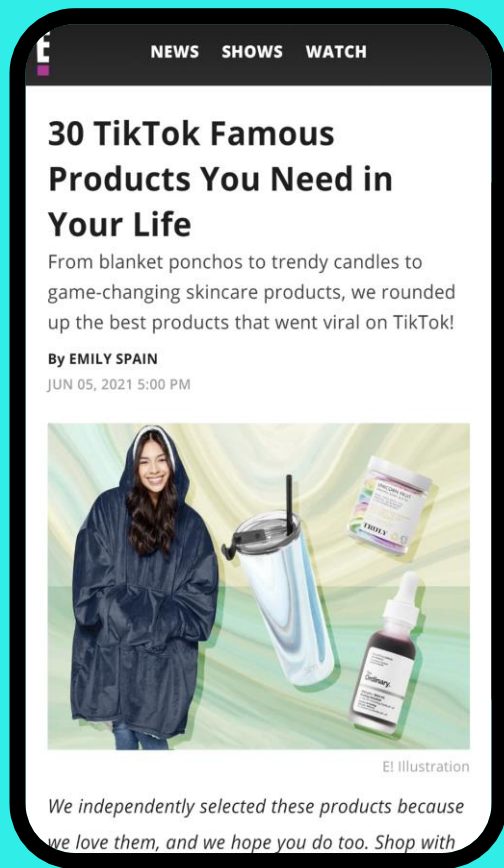
A tiendas



Nuestra comunidad está hablando de tu marca, aún cuando tu no estás liderando la conversación



Nuestra
comunidad crea
8.400 tiktoks
cada minuto.

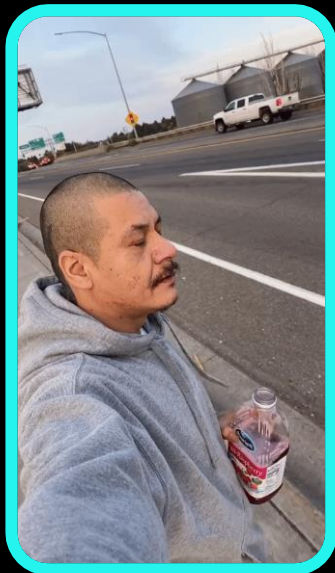


Bienvenidos a Community Commerce.

Así llamamos el **comercio impulsado por creadores en TikTok**, que se basa en la capacidad de la comunidad para hacer que las marcas y los productos despeguen rápidamente.

¿Por que importa?

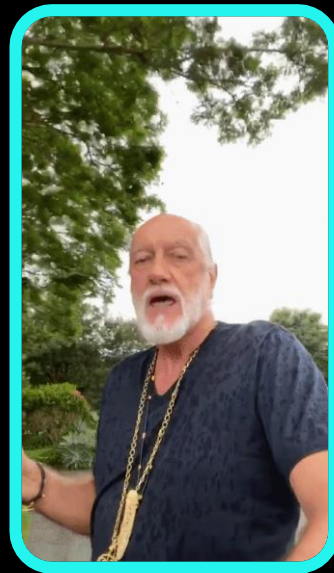
Inspira participación **masiva**



@420dogface208
comparte un momento
alegre



La comunidad se inspira y
se une para **crear**



Mick Fleetwood se
une a la tendencia



El **CEO de Ocean Spray** se
une y el amor por la marca
dispara

Nuevo Modelo

El Community Commerce en TikTok permite a las audiencias **crear con las marcas.**

Es marketing boca a boca llevado al siguiente nivel, impulsado por las **historias y experiencias** generadas por los creadores (que casualmente presentan marcas).



La conexión con la audiencia se debe a la relevancia del contenido de TikTok.

La página “**Para ti**” ayuda a los usuarios a descubrir productos con los que es más probable que interactúen y compartan.

Por eso da forma a tendencias y momentos culturales, como cuando ayuda a que los productos se agoten.



Míralo en acción:

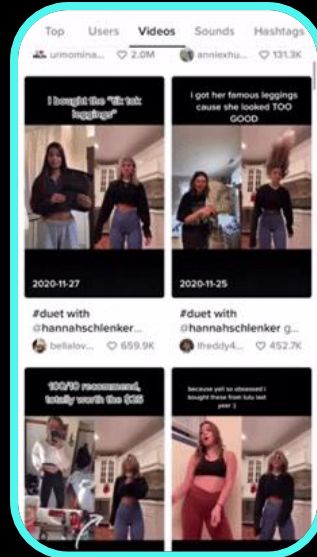


Atrae



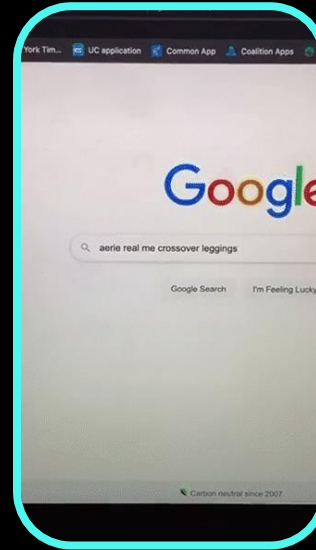
@hannahschlenker publica un TikTok (ahora viral) con sus leggings Aerie.

Comparte



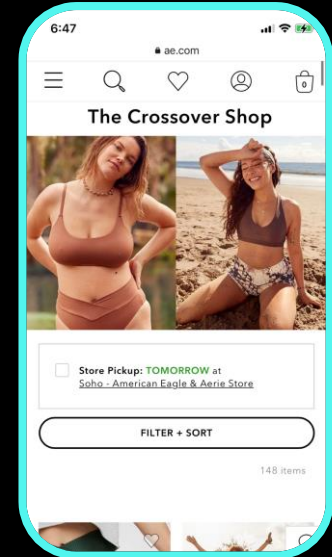
Los **usuarios se unieron** y recrearon el vídeo innumerables veces.

Escala



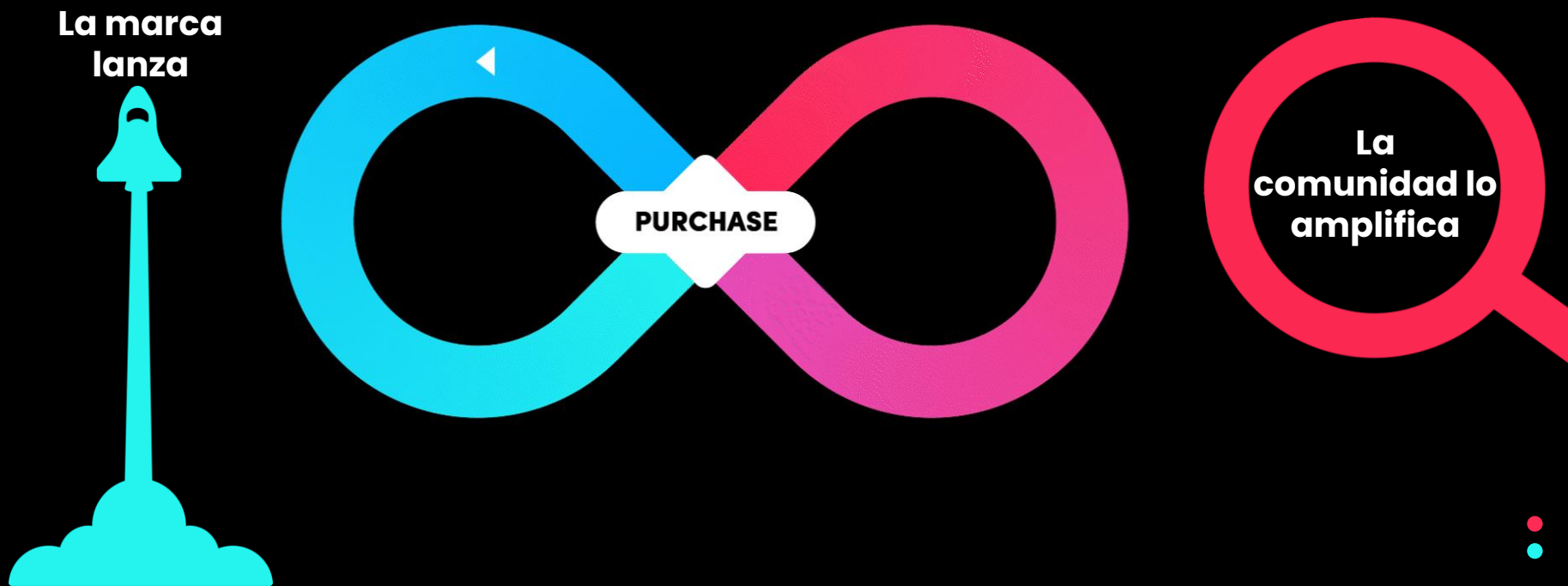
Los compradores hicieron **700K búsquedas en AE.com** y los leggings se agotaron durante meses.

Mantiene



AE amplió la línea para convertir la demanda en una nueva oportunidad de producto.

El camino a la compra en Tiktok no es lineal. Es un loop infinito.



Las marcas pueden **contar sus historias ...**

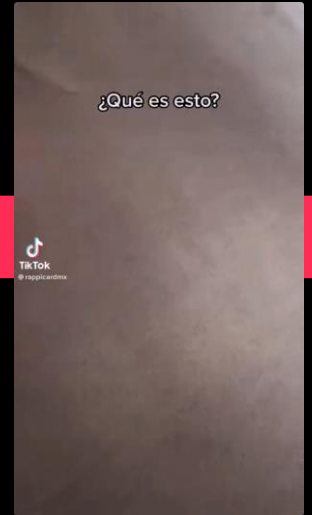
Flujo
usuarios



Abrir
TikTok



Top View



In-Feed

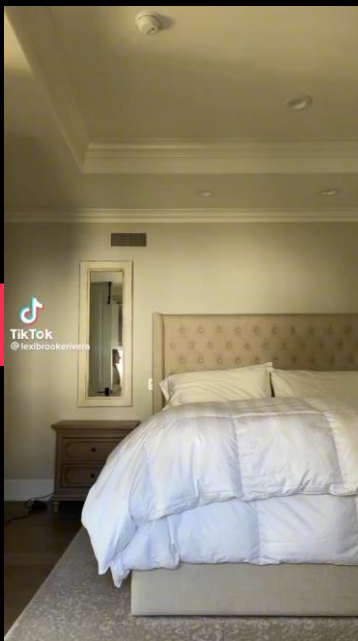
...y a través de las **personas**.



**Flujo
usuarios**



**Branded Hashtag
Challenge / Branded Effect**



Creadores



Participantes



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Considera a los creadores de TikTok como asesores de tu marca.



Los creadores son expertos

Aprovecha las tendencias, las conversaciones y los acontecimientos de la plataforma.

Son colaboradores ávidos

Cualquiera que sea tu objetivo, los creadores de TikTok son narradores que pueden dar vida a tu campaña.

Añaden confianza a sus mensajes

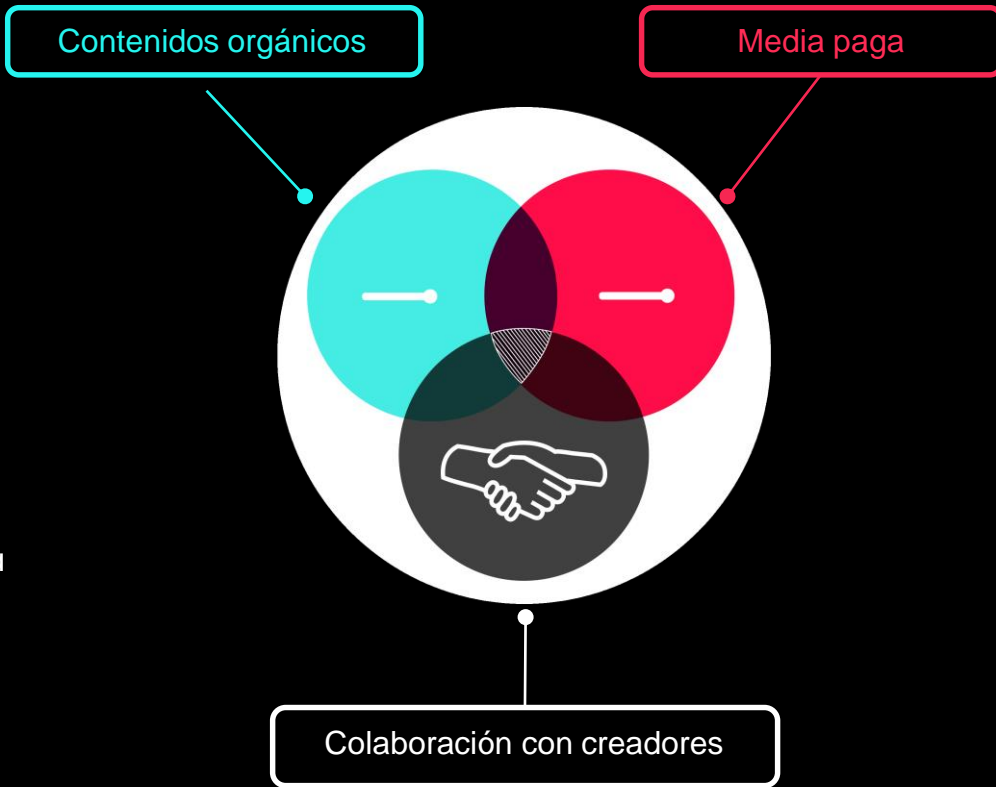
Impulsan la resonancia y la consideración con una asociación creíble.

Son la entrada a nuevas audiencias

Llegue a nuevas audiencias más allá del típico contenido de marca.

La mejor fórmula, un enfoque holístico

Maximizar tu presencia en TikTok es una mezcla de arte y ciencia. El mix ideal entre beats orgánicos, picos de exposición paga y partnerships auténticos con creadores te permitirán tener engagement continuo con tu audiencia.



Dove - AR

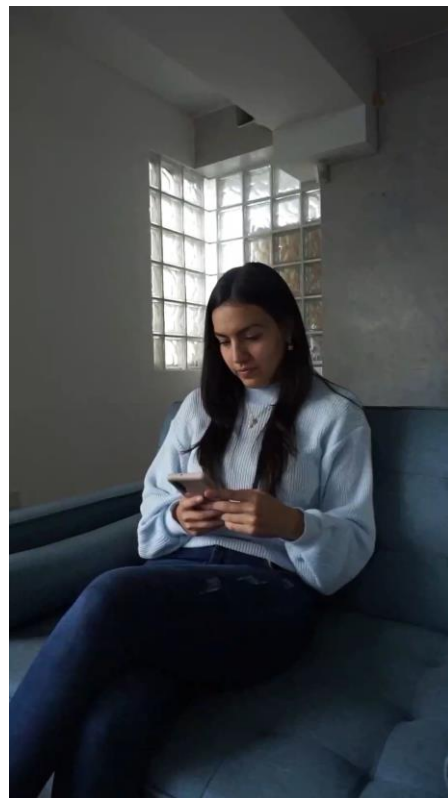
Un ejemplo de como una marca puede aprovechar una tendencia y transformarse en TikTok Famous





Un TikTok exitoso de la categoría de Servicios Financieros.

- ✓ **2,500** nuevas cuentas de ahorros en 10 días
- ✓ **7x** mas eficiente costo por adquisición
- ✓ **4x** incremento en CTR





Davivienda (CO) – Bronze en Media Cannes 2022

- ✓ **2.3M 100%** reproducciones de video
- ✓ **+ 37x** seguidores



Comienza en TikTok y emerge en la vida real.

Llegaron los Cheetos de TikTok #el desafío será no probarlo



Puntos Claves

- Era de la participación: **democratización del contenido** e información
- TikTok es **entretenimiento** que conecta
- Un lugar **hecho por todos**, para todos
- Cualquier persona puede ser un **creador**
- Los consumidores y las marcas son **auténticos y creativos**
- TikTok crea relevancia e **impulsa resultados de negocio**

Don't make ads
make TikToks.

