

# EL DOCUMENTO TÉCNICO DEFINITIVO DE TIKTOK

PARA LA COMPRA  
DE MEDIOS

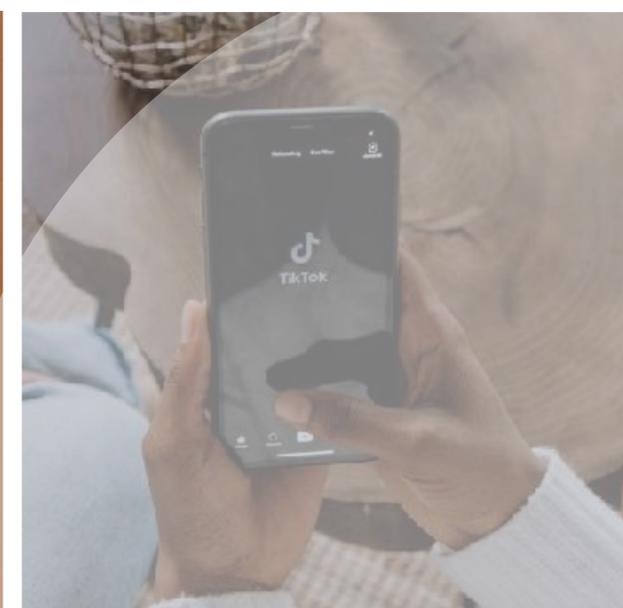
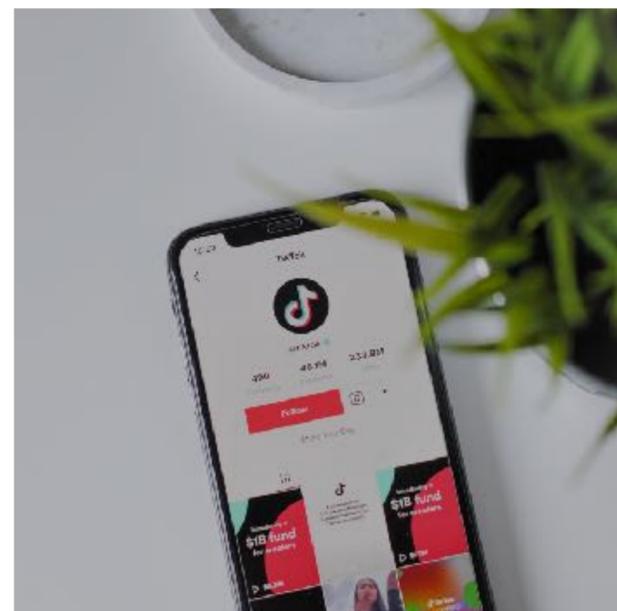
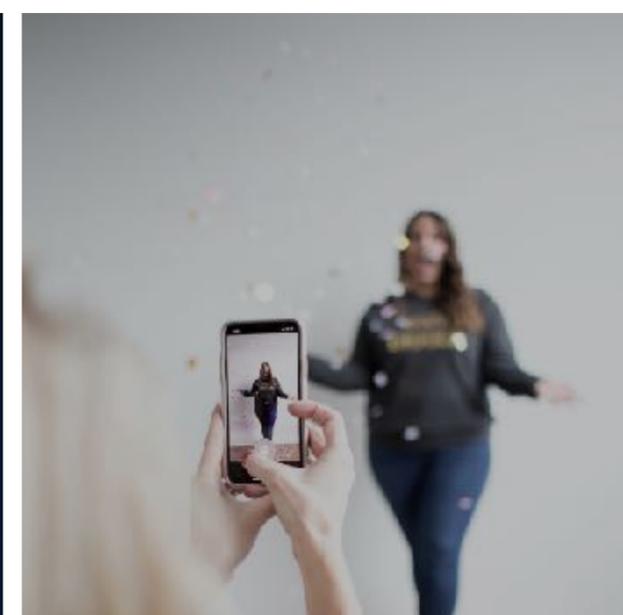
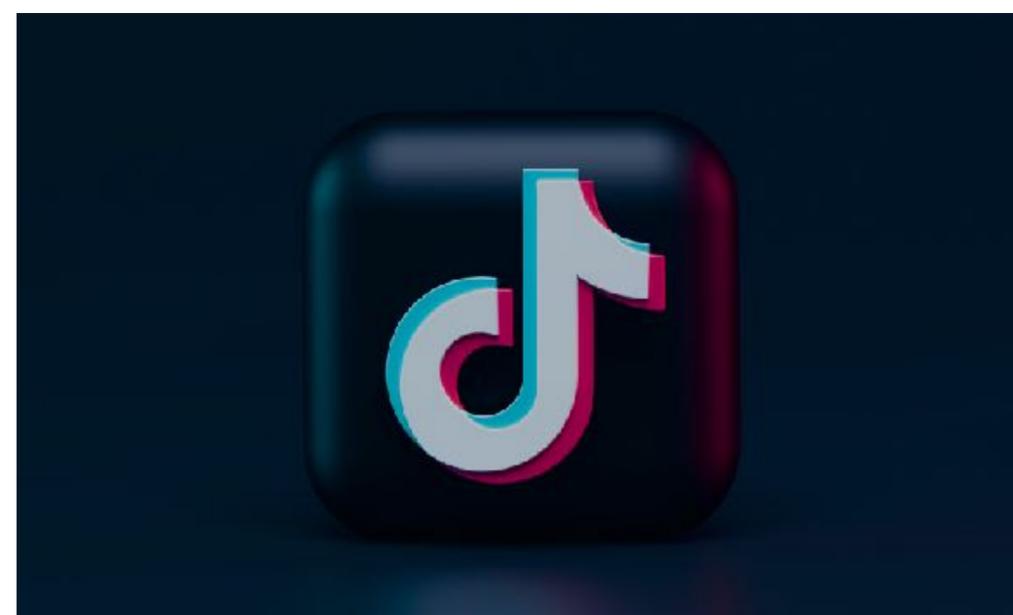
POR: FANTÁSTICO INTERNATIONAL,  
LA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA TIKTOK

fantástico

# QUE ES TIKTOK?

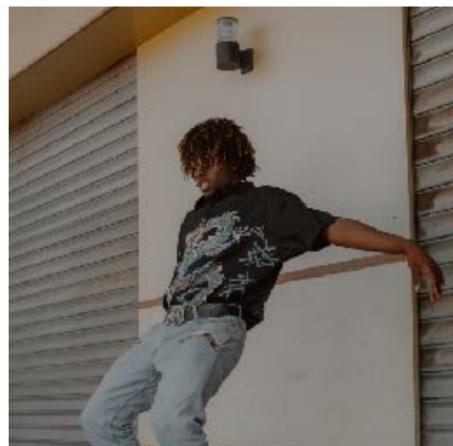
TikTok es una plataforma para compartir videos con un toque especial. Los videos no suelen durar más de 15 segundos y se basan en varios temas como: música, cocina, viajes, baile, moda, etc. Los usuarios crean estos videos cortos, utilizan herramientas para añadir música y efectos especiales y los comparten en la aplicación.

La misión de TikTok es capturar y presentar la creatividad, el conocimiento y los momentos importantes del mundo, directamente desde su teléfono móvil. De este modo, TikTok quiere animar a los usuarios a compartir su pasión y creatividad.

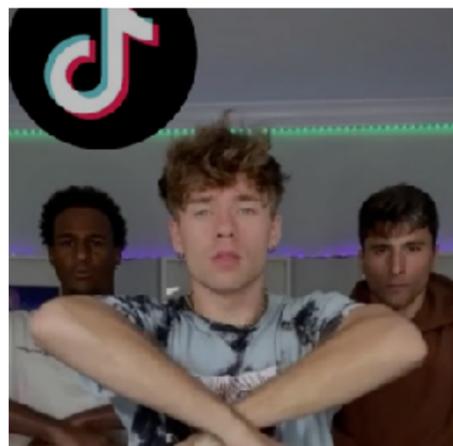
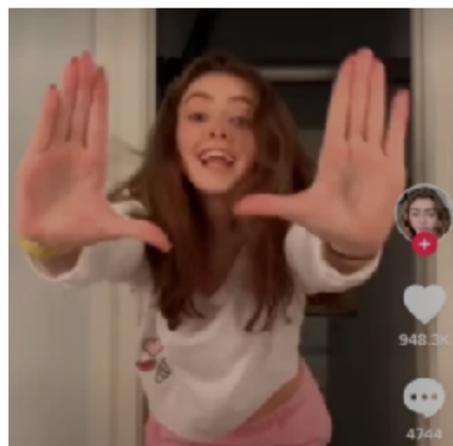
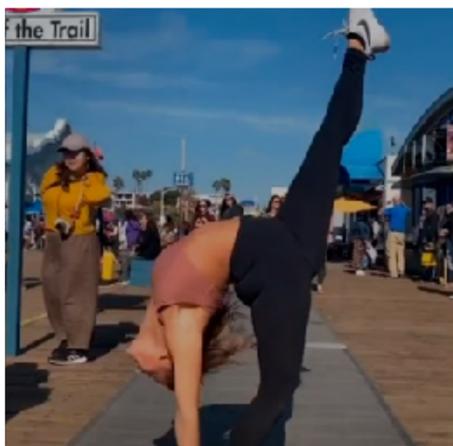




# LA MEJOR MANERA DE ENTENDER TIKTOK, ES EXPERIMENTÁNDOLO

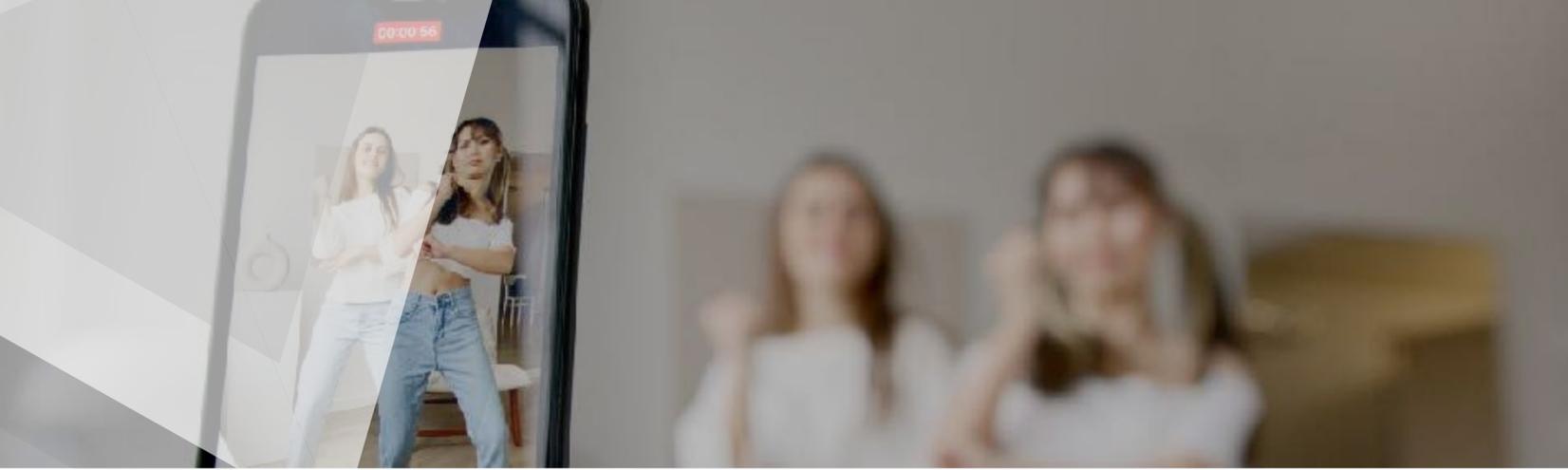


\*TikTok, 2021





# TIKTOK EN NÚMEROS



**1.2 Billones**

USUARIOS  
MUNDIALMENTE

**680M**

USUARIOS  
ACTIVOS  
MENSUALES  
GLOBALES

**Género**

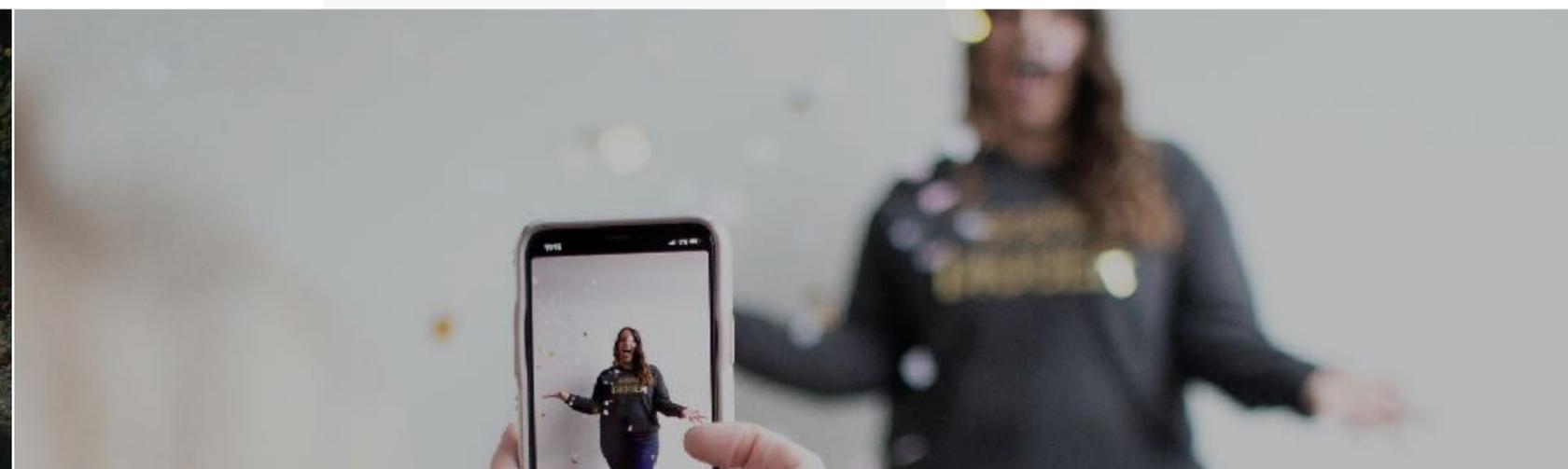
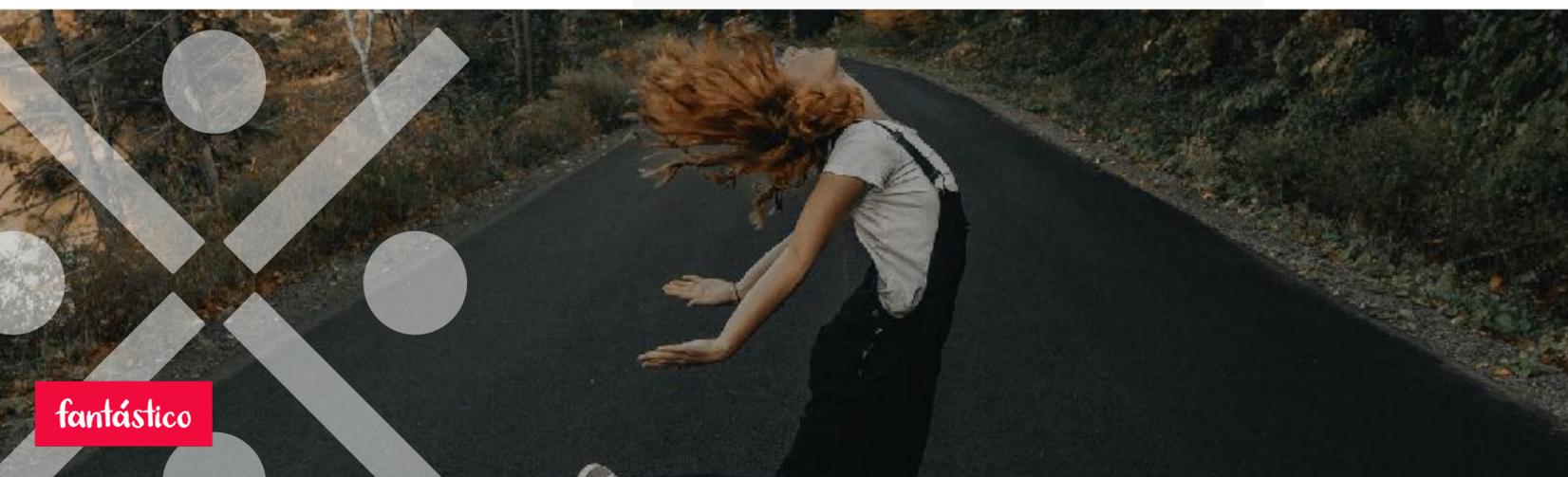
NIÑAS 60%  
NIÑOS 40%

**52 Mins**

MINUTOS DE  
USO DE LA  
APLICACIÓN AL  
DÍA

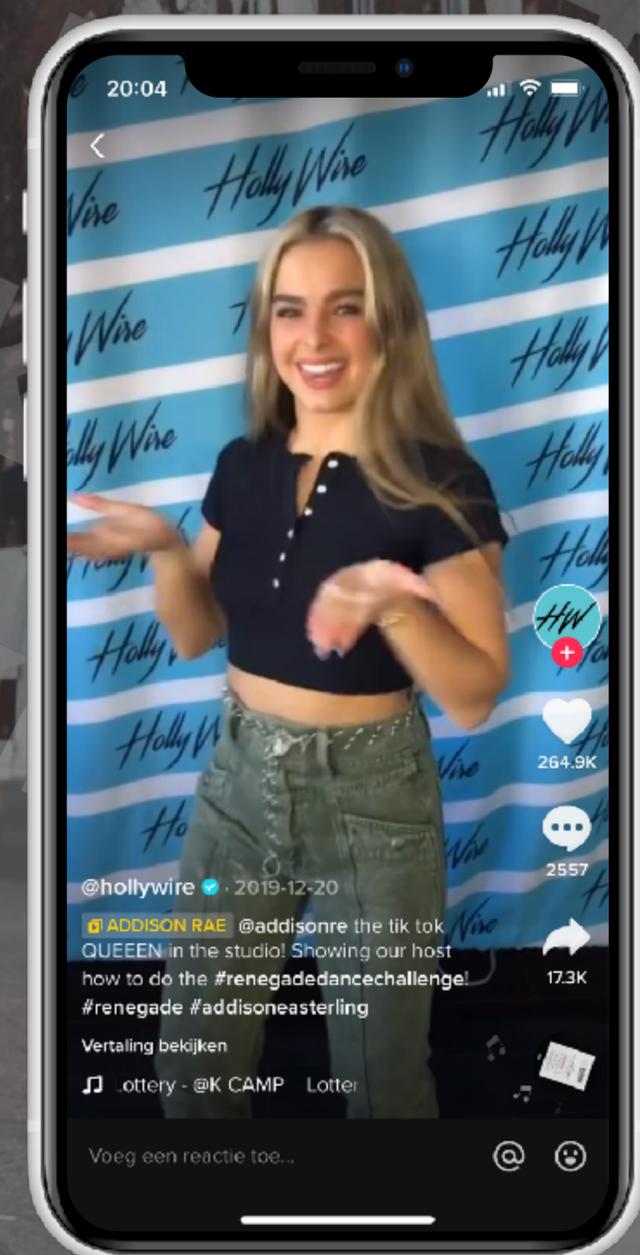
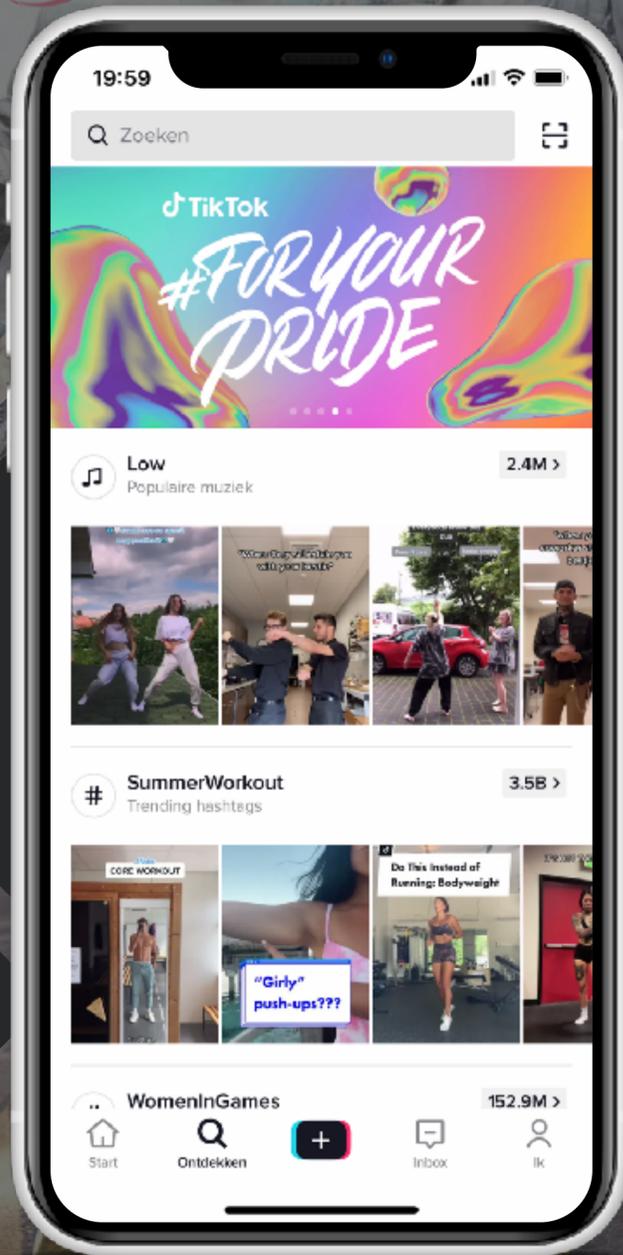
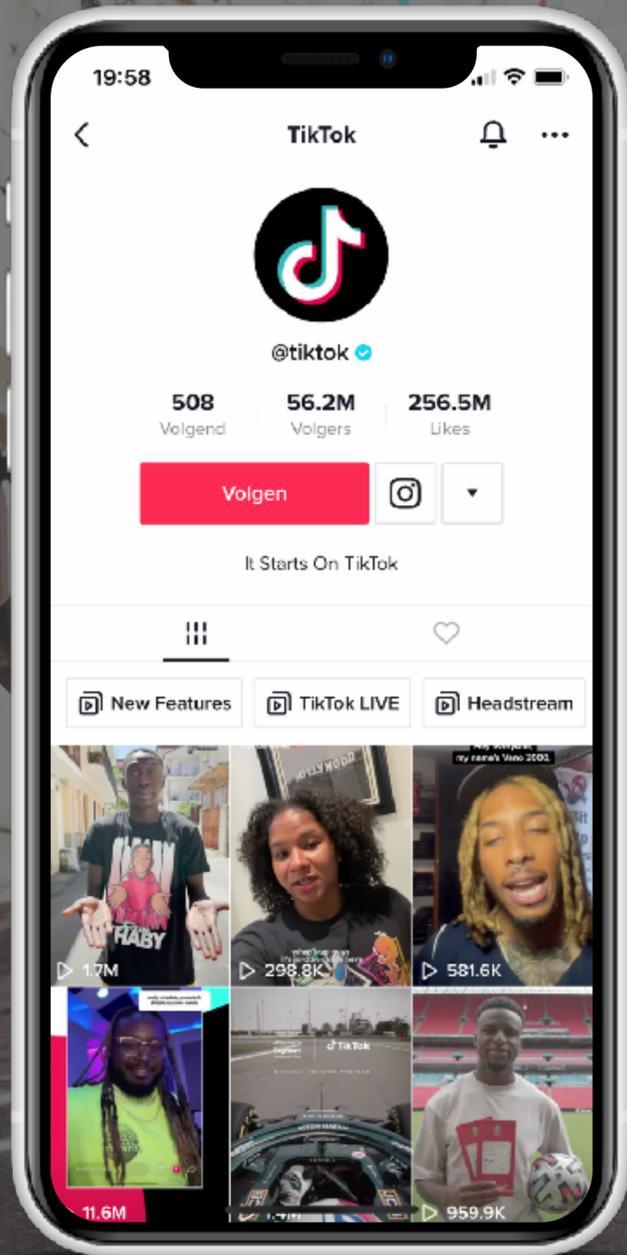
**7 Veces**

VECES QUE UN  
USUARIO ABRE  
LA APLICACIÓN  
AL DÍA





# COMO SE MIRA





# 3 RAZONES PARA USAR TIKTOK

# 01 Millennials y Generación Z

Llegar a los Millennials y a la Generación Z es cada vez más difícil. Están en todas partes, tienen opiniones claras y son pioneros del móvil.

Es un grupo meta que vive en línea y reacciona a las marcas que se sienten auténticas y que comparten sus valores. No les importan los anuncios de televisión llamativos; quieren interactuar con las cosas que les gustan.

Y lo que es más importante, los Millennials y la Generación Z son difíciles de dirigir, se mueven rápido y quieren nuevas experiencias. El hecho es que este grupo meta está olvidando lentamente otras plataformas de medios sociales, están buscando una nueva tendencia, y muchos de ellos ya la han encontrado; es TikTok.





# 1.1 Padres y Familia

La familia es muy importante en TikTok.

Aunque más del 60% de Tiktok es Gen Z o jóvenes Millennials, sus padres y familiares son una gran parte del otro 40%. Esto es lo que la mayoría de los vendedores están olvidando.

Con TikTok, cualquiera puede utilizar la plataforma y hacer crecer su audiencia. Una cuarta parte de los usuarios estadounidenses, por ejemplo, tiene entre 45 y 64 años, lo que demuestra que la aplicación puede llegar a una amplio gama de personas más allá del grupo demográfico de los adolescentes. En Estados Unidos hay más de 32 millones de usuarios mayores de 45 años.



# 02 Los vídeos rápidos y cortos funcionan

Los vídeos de TikTok van, muy rápidamente, y al grano. Y eso es lo que quiere tu audiencia meta.

En esencia, TikTok se basa en tres modelos diferentes y sencillos. 1: Es una plataforma de vídeo vertical. 2: Los vídeos se combinan con música. 3: Y la mayoría de las veces, los vídeos tienen una duración de 15 segundos.

Las investigaciones muestran que la generación Z tiene una capacidad de concentración de unos 8 segundos (4 segundos menos que los 12 segundos de un Millennial). En esos 8 o 12 segundos, tiene que ocurrir algo que estimule su campo de interés, si eso no ocurre, se van.



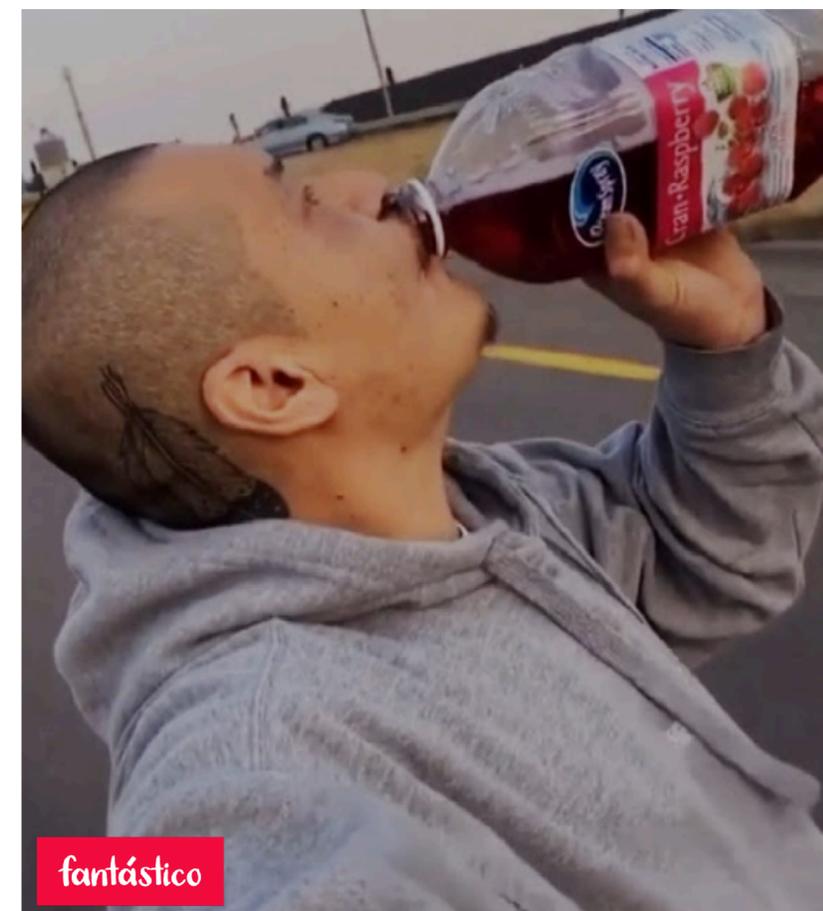
# 03 El Efecto Viral de TikTok

**Crear tráfico de manera orgánica y poner a los usuarios en acción.**

TikTok es diferente porque cambia la forma en que los usuarios interactúan con las redes sociales. Un usuario no se limita a ver un vídeo o a mirar una foto. TikTok despierta su creatividad viendo vídeos de Influencers e interactuando entre ellos.

Esto significa que los usuarios recrearán su contenido y por lo tanto se involucrarán de manera mas personal con su producto y servicio.

A esto lo llamamos: El Efecto Viral de TikTok. Recuerda esto cuando seas creativo.





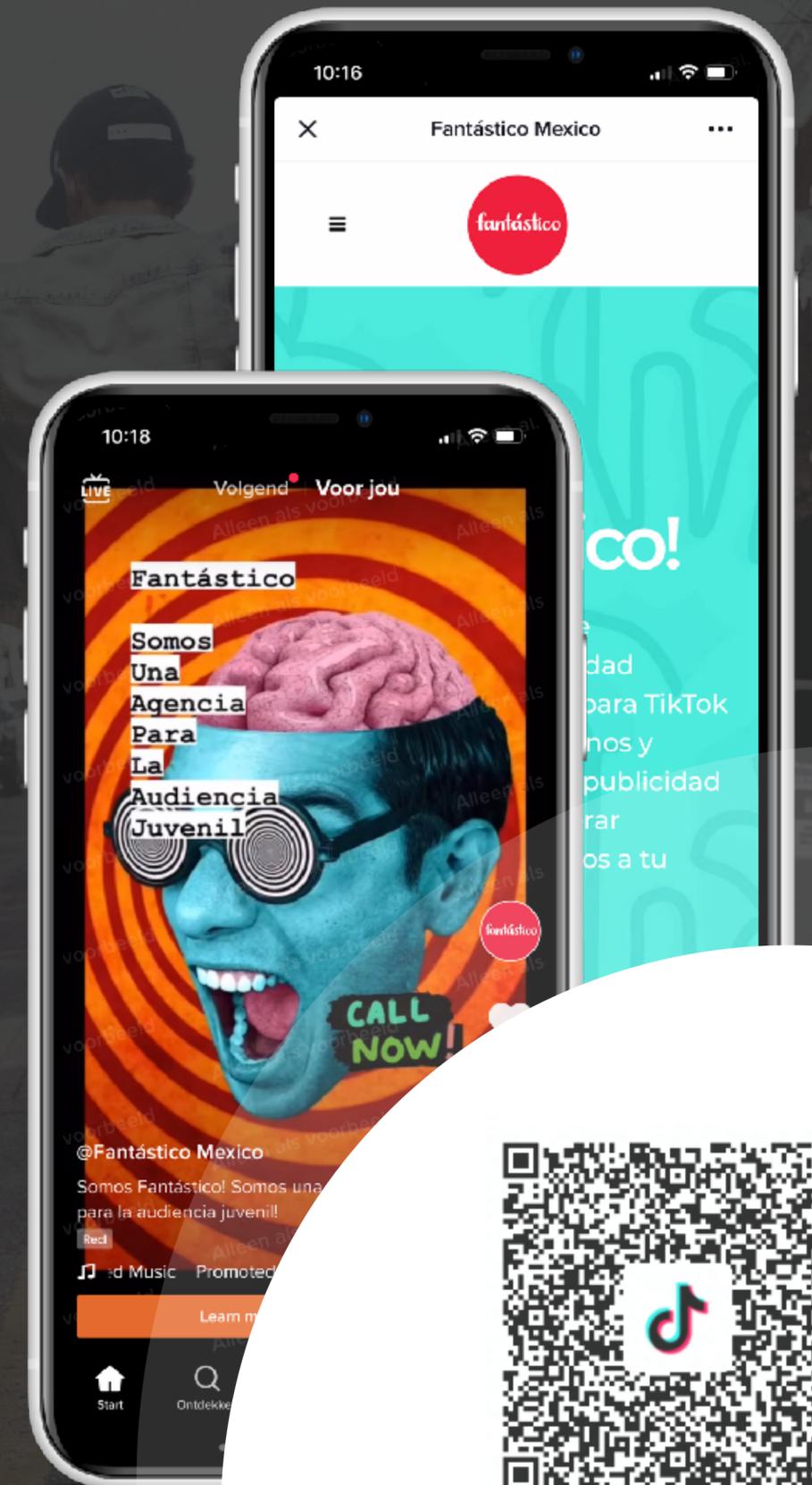
# CÓMO ANUNCIARSE

# ANUNCIOS DE VIDEO IN-FEED

**El anuncio más fácil y con más tráfico en TikTok.**

Tu anuncio de vídeo nativo en el feed será visible entre los vídeos de la página "para ti". Los usuarios lo verán mientras se desplazan por el contenido. El Video Nativo In-Feed es un formato de 5-15 segundos de duración, a pantalla completa y con sonido. Utilizamos este vídeo In-Feed para impulsar la concienciación y la acción.

Nuestro botón CTA puede enviar a los usuarios a una página de enlace, página de descarga, perfil de TikTok o App Store.



## METRICS

- Impressions
- Clicks
- CTR
- Video views
- Video Viewability
- Unique Reach

More on request

# ADVERTISING TARGETING



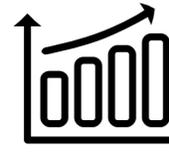
## DISPOSITIVO / SO TARGETING

Diríjase a dispositivos como iPhone o Samsung o incluso, la qué versión del sistema operativo. *Sólo para campañas avanzadas.*



## MÚLTIPLES CREATIVIDADES

Puede rotar varias creatividades y optimizar automáticamente el anuncio con mejor rendimiento



## PARTICIÓN DEL DIA

Programe los anuncios para ciertas horas del día o ciertos días de la semana, como quiera.



## INTERÉS / COMPORTAMIENTO

Dirigirse a un comportamiento como el de la visibilidad del video o los intereses específicos de los usuarios. *Sólo para campañas avanzadas.*



## EDAD Y GÉNERO

Targeting estándar por edad y género. Incluso ofrecemos la posibilidad de segmentación por idiomas dentro de una zona geográfica.



# SEGURIDAD DE LA MARCA



**TikTok ha desarrollado una serie de políticas y herramientas para promover un entorno positivo dentro de la aplicación. Un centro de seguridad para que tu marca, tu mensaje y tus usuarios meta estén también en un entorno seguro.** Esto incluye un sistema robusto de moderación de contenidos con varias capas de herramientas y procesos, incluyendo clasificadores automatizados, informes de usuarios, umbral de audiencia y tecnología de detección proactiva.

Junto a esto hay Directrices Estrictas de la Comunidad de TikTok que prohíben publicar, compartir o promover:

- Contenido dañino o peligroso
- Contenido gráfico o impactante
- Discriminación o discurso de odio
- Desnudez o actividad sexual
- Violación de la seguridad de los niños
- Acoso o ciberacoso
- Suplantación de identidad, spam u otros contenidos engañosos - Propiedad intelectual y contenido laboral
- Otras actividades maliciosas

# QUIERES SABER MÁS

PARA LA COMPRA  
DE MEDIOS

CONTACTO: [phillip@fantastico.agency](mailto:phillip@fantastico.agency)  
LA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA TIKTOK

0 VISITAR: <https://fantastico.agency>

fantástico