

¿TikTok o Instagram?

Claves para sacarle partido al videomarketing





1. Muchas gracias por tu interés en esta actividad; empezaremos en unos instantes.
2. Recuerda **apagar tu cámara y silenciar tu micrófono**.
3. Durante la sesión, para cualquier pregunta, puedes utilizar el chat interno de la plataforma. Al final abriremos micros y turno de preguntas.
4. La sesión será grabada y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto DICA.
5. Puedes abandonarla en cualquier momento.

JORNADAS DIVULGATIVAS

“¿TikTok o Instagram?”

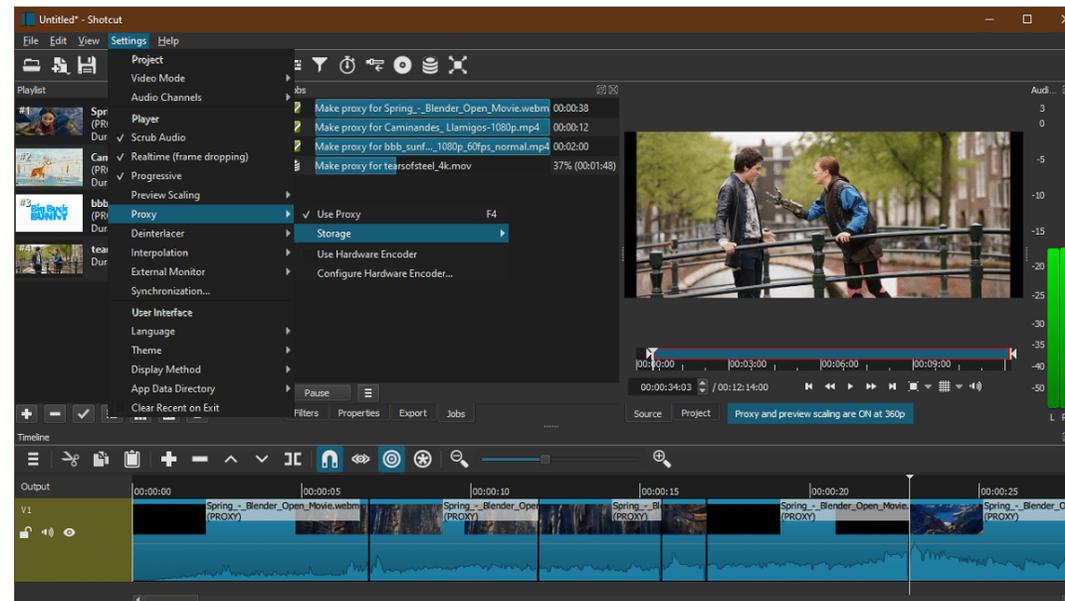
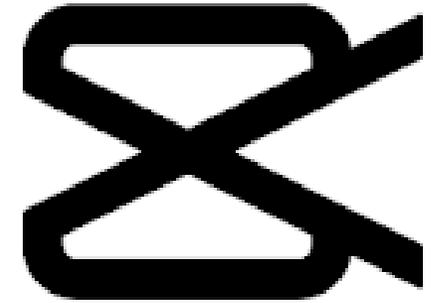
Claves para sacarle partido al videomarketing”

Situación de partida



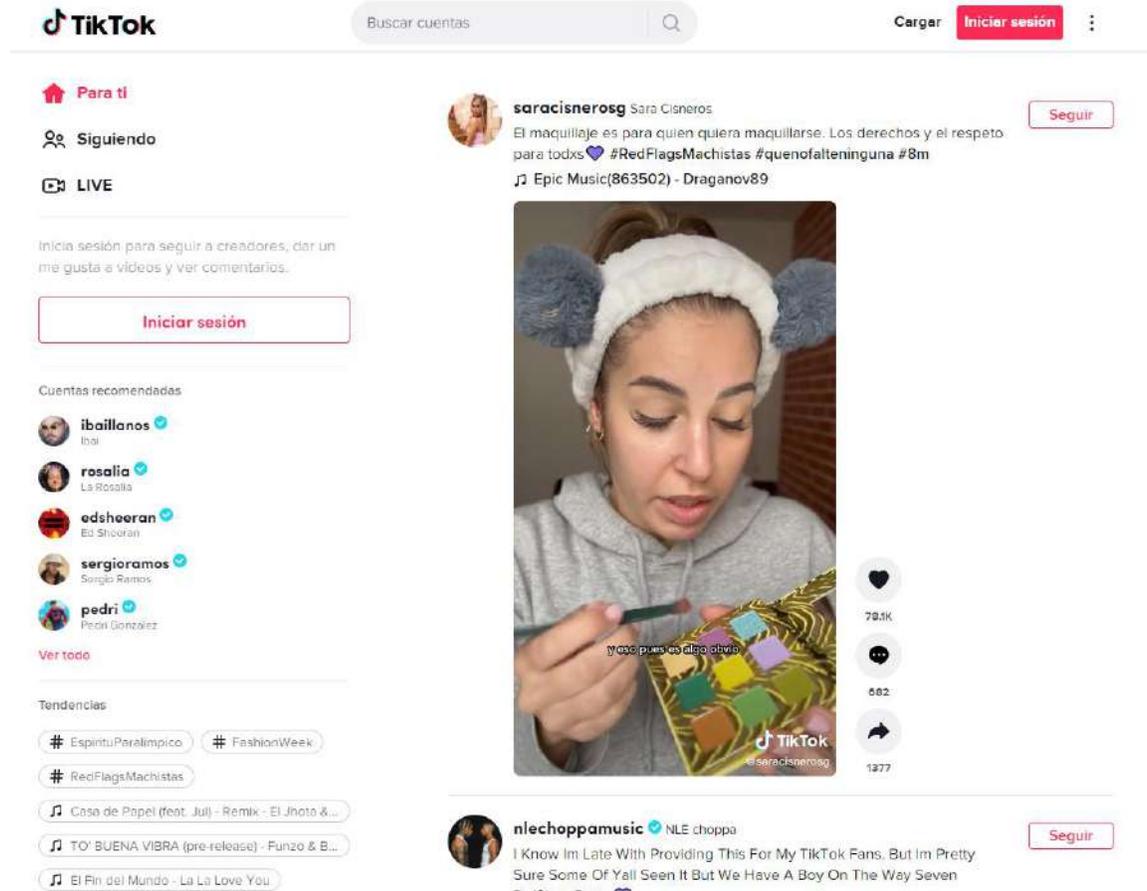
La tecnología evoluciona constantemente

- Herramientas de edición de vídeo como CapCut, Shotcut o Davinci Resolve
- Accesorios como micros, aros de luz
- Búsqueda de un entretenimiento rápido





¿Quién es quién?



La plataforma de contenido Tik Tok es propiedad de la empresa China ByteDance y salió al mercado por primera vez en septiembre de 2016, pero hasta el año 2018, después de fusionarse con otras redes sociales o empresas, no se lanzó en todo el mundo.

<https://support.tiktok.com/es/getting-started>



¿Quién es quién?



Aloja millones de **vídeos de formato corto**, con una duración que empezó siendo de máximo un minuto, luego pasó a tres minutos y que, desde hace un par de semanas, puede extenderse hasta los 10 minutos.

TikTok basa su estrategia en que, hoy en día, como norma general, no aguantamos más de un minuto viendo un vídeo desde un Smartphone.



rosalia ✓
La Rosalia

Seguir

184 Siguiendo 17.1M Seguidores 147.1M Me gusta

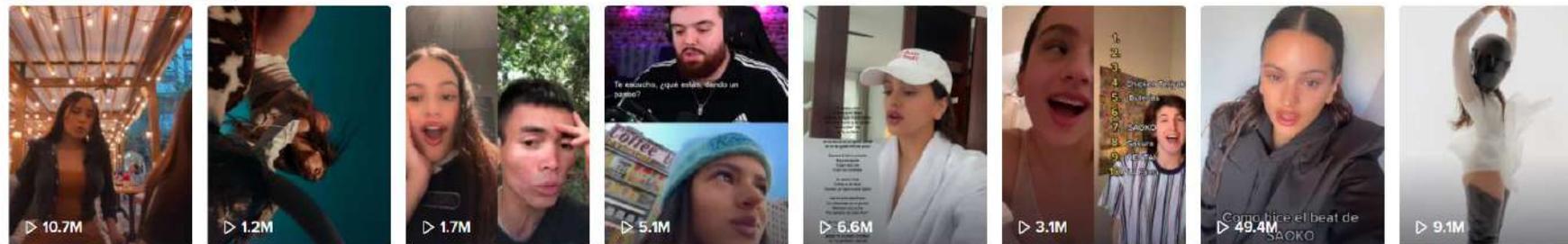
Aún no hay descripción corta.

[rosalia.lnk.to/MOTOMAMI](https://www.tiktok.com/@rosalia)



Una vez lanzado a nivel mundial, su crecimiento fue exponencial a medida que muchos famosos lo usaban.

Videos Ha dicho que le gusta



- 10.7M
- 1.2M
- 1.7M
- 5.1M
- 6.6M
- 3.1M
- 49.4M
- 9.1M

@Michel Chavez k c... HENTAI 🍷🍷🍷 mañ... #duo con ..▶ Este jueves se vieneeee #duo con ..▶ Como hice el beat de SAOKO MARCH 17: 4pm LA / Gp...

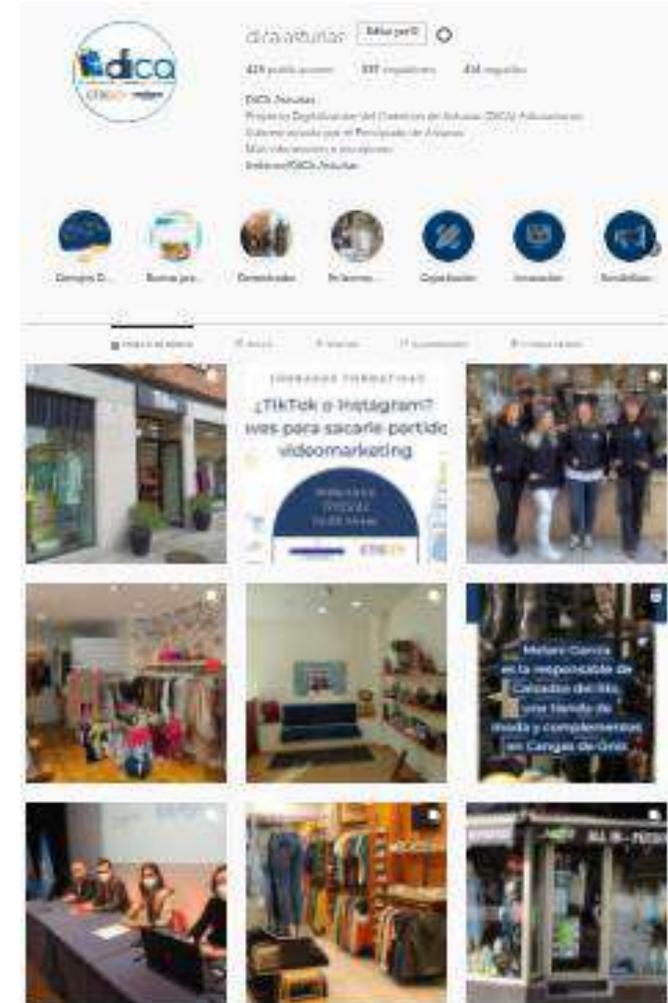


¿Quién es quién?



- Instagram es una aplicación más longeva y que ha pasado por muchas adaptaciones y que trató de contrarrestar el crecimiento de TikTok con los reels, que además permiten publicar fotos, no solo vídeo.
- La apuesta de Instagram es que las personas pasen mucho tiempo navegando entre perfiles.

<https://help.instagram.com/>





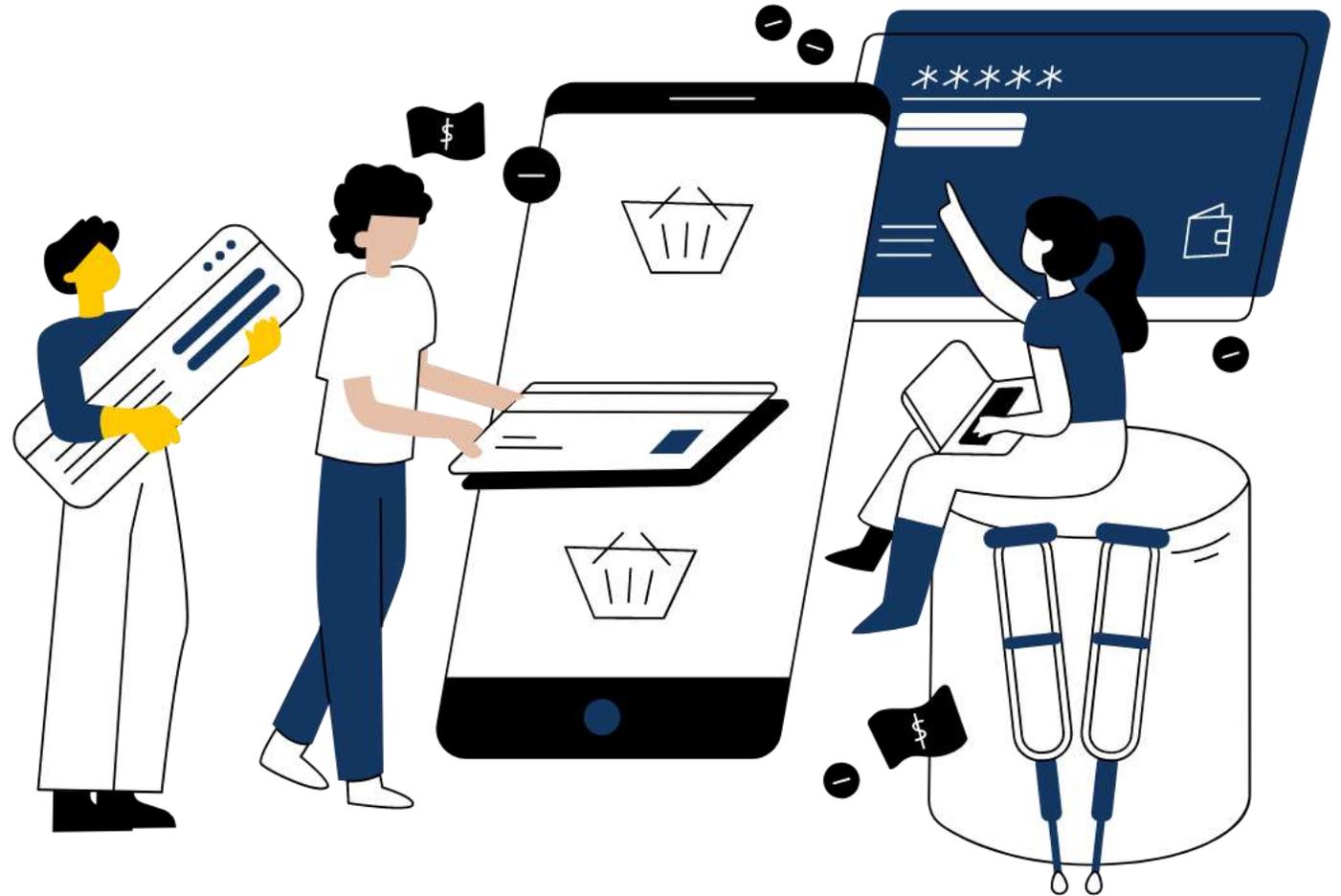
Instagram

¿Cómo vender en Instagram?



- Los nuevos modelos de consumo han traído un **aumento de las ventas online**.
- En España los últimos estudios del sector definen que las ventas por canales digitales representan ya el 41% de las ventas totales.
- Ofrecen la comodidad de **poder comprar en cualquier momento**, sin esperas ni colas y accediendo a miles de tiendas.

(Encuesta realizada por Forrester Research, una empresa estadounidense de investigación de mercado)

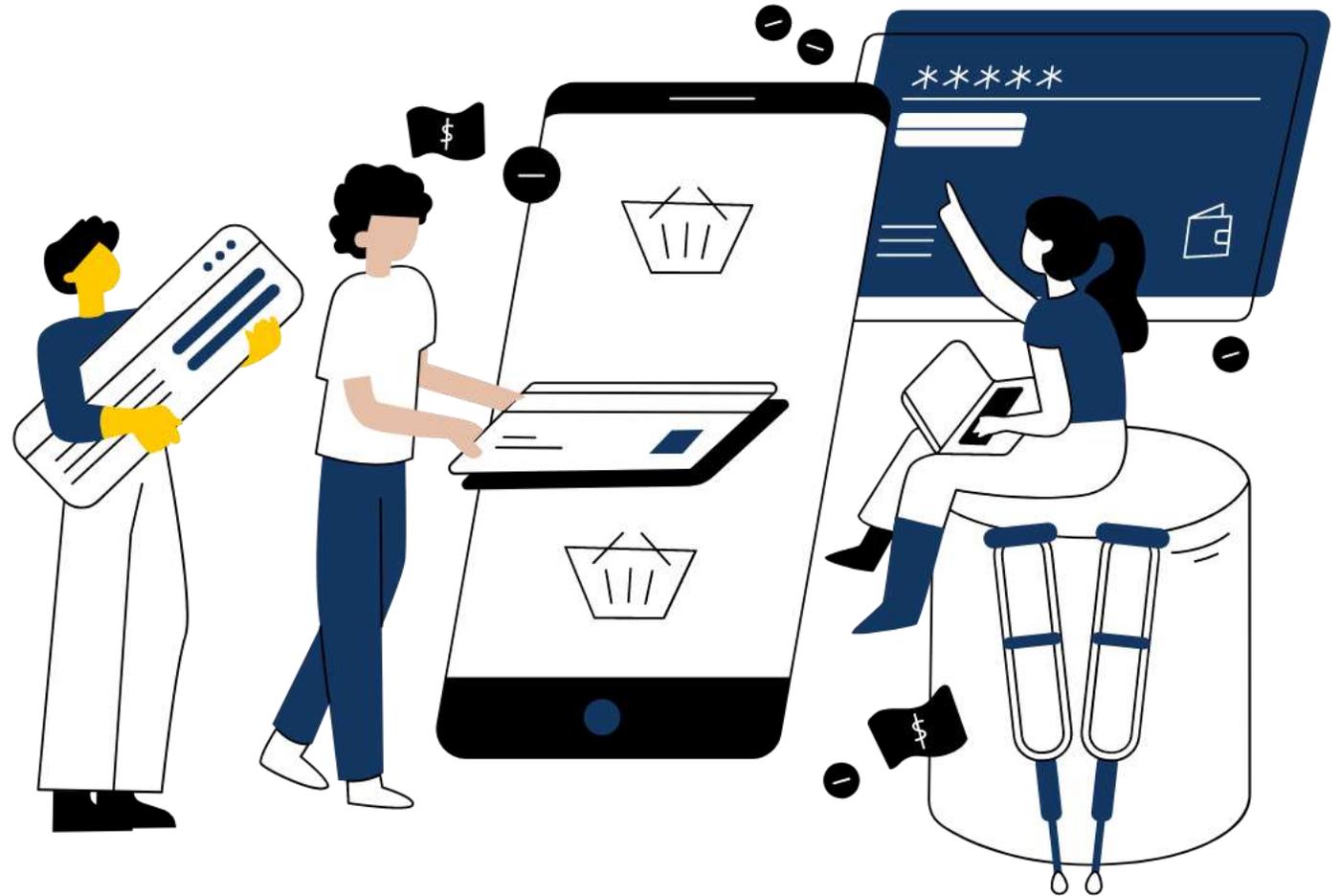


¿Cómo vender en Instagram?



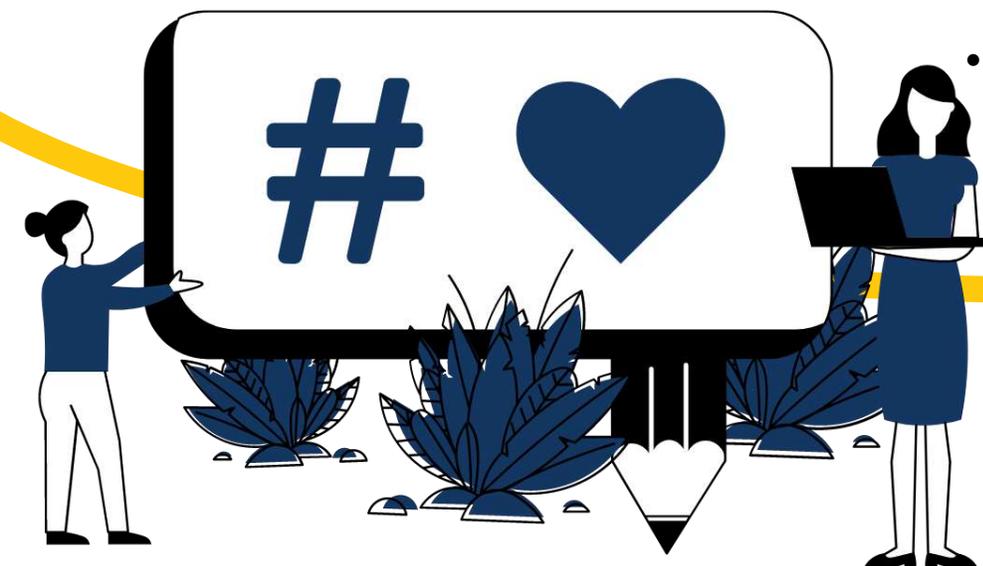
- Para los comercios, la posibilidad de tener un e-commerce o de vender a través de redes sociales, les permite **llegar a una mayor cantidad de personas**, que pueden convertirse en su clientela.
- Instagram permite crear una **comunidad fiel** a las marcas.
- Las **búsquedas** se hacen cada vez más a través de Instagram.
- El 70% de los hashtags en Instagram han sido creados por marcas.

(Encuesta realizada por Forrester Research, una empresa estadounidense de investigación de mercado)



Dato extra

- Los **hashtags específicos** que se usan en redes sociales son una forma de utilizar palabras clave *long tail*, que son unas frases clave que utilizamos para describir nuestro producto y que tratan de captar búsquedas específicas, siendo más fáciles de posicionar que las *keywords* genéricas y, por tanto, que mejoran nuestro posicionamiento SEO.
- En general, son frases **formadas por tres o más palabras**.
- Cuando vendes en Instagram, es muy importante que utilices hashtags relacionados con tus productos, para lo que debes realizar una **búsqueda previa**.





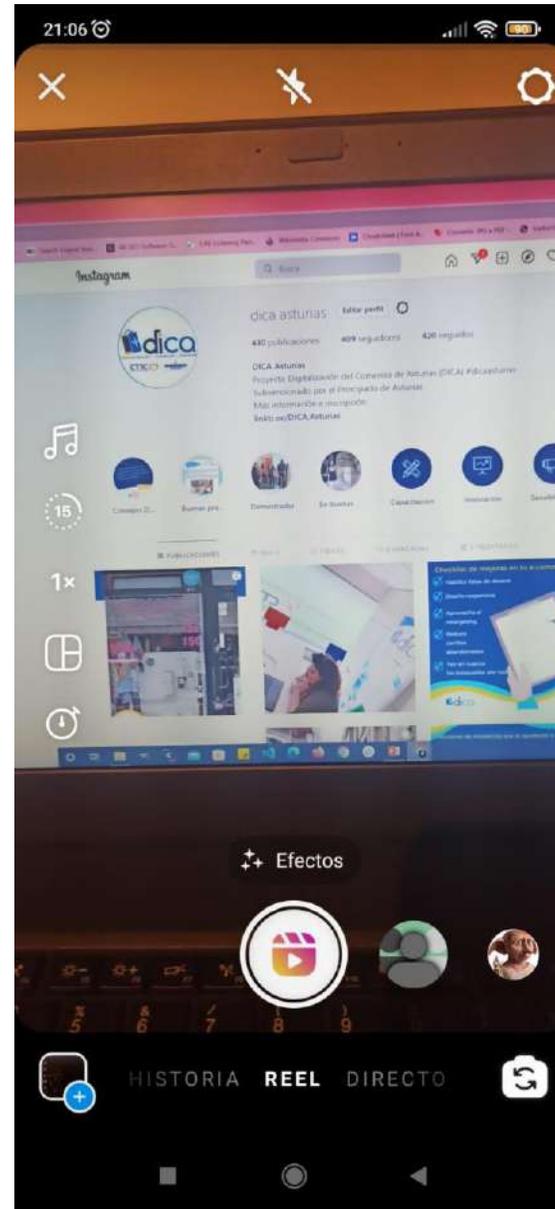
Consejos para que empieces a crear Reels



¿Cómo crear Reels?



- Selecciona "Reels" en la parte inferior de la cámara de Instagram
- Verás distintas herramientas de edición creativas en el lado izquierdo de la pantalla, que te permitirán crear tu reel.

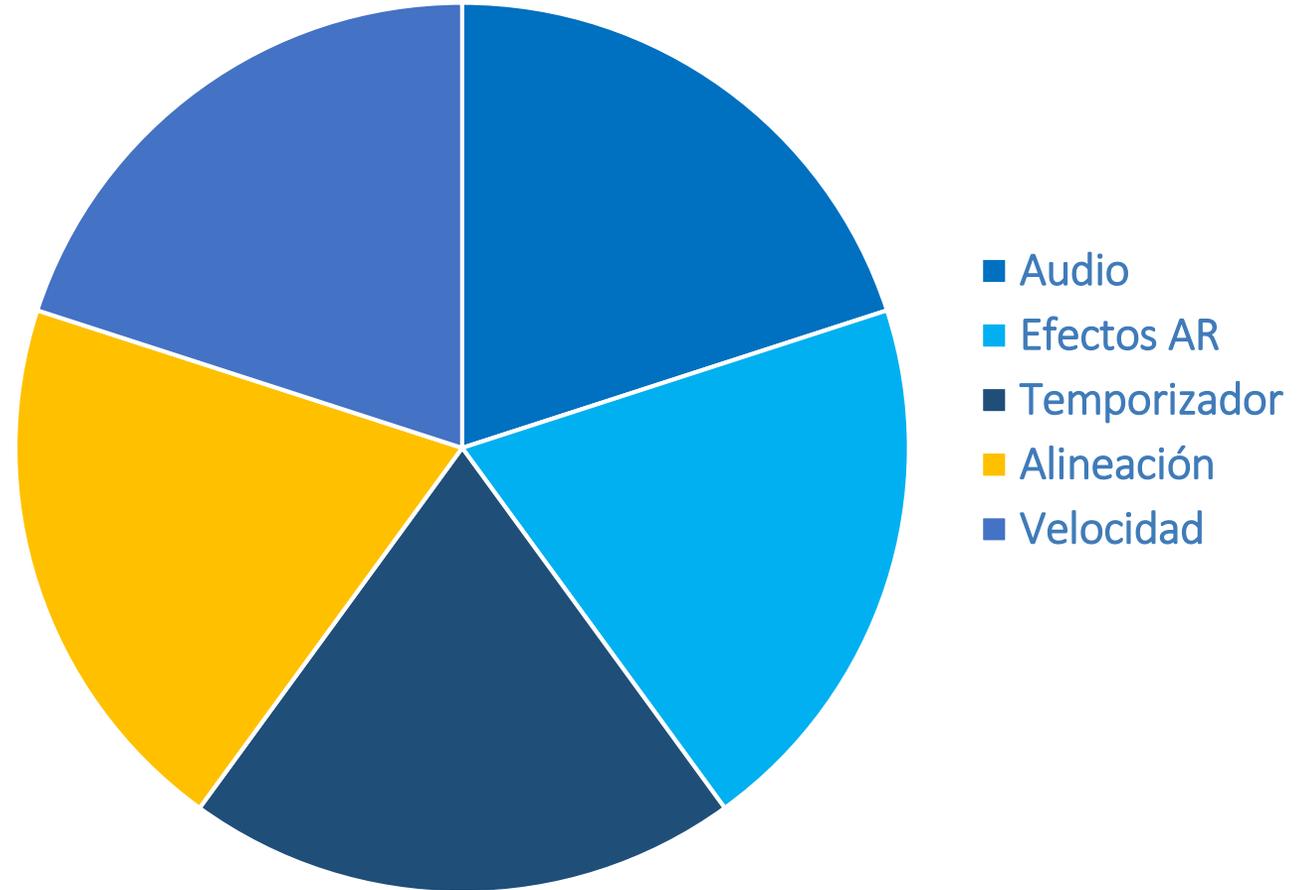


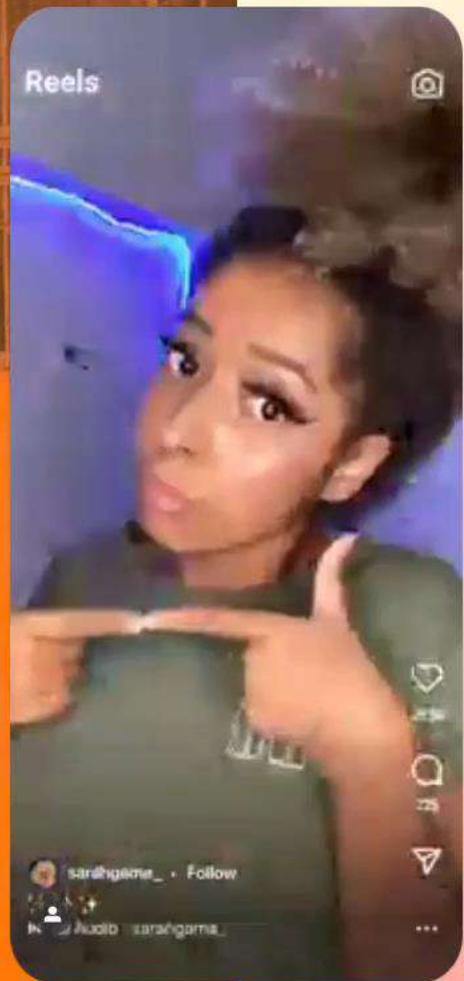


¿Cómo crear Reels?



- **Audio:** Busca una canción en la biblioteca de música de Instagram. También puedes grabar un reel con tu propio audio original.
- **Efectos de AR:** Para grabar varios clips con diferentes efectos
- **Temporizador y cuenta regresiva**
- **Alineación** para crear transiciones más fluidas
- **Velocidad:** Puedes acelerar o ralentizar parte del video o del audio que selecciones para que puedas seguir el ritmo o crear videos en cámara lenta.





REELS

Crea, mira y comparte
videos cortos y
entretenidos



Puedes compartir reels con tus seguidores y conseguir que te descubra la inmensa y diversa comunidad de Instagram en la sección "Explorar".

- Si tienes una **cuenta pública**: Puedes compartir tu reel en un espacio especial de la sección "Explorar" para que lo descubra la inmensa comunidad de Instagram. También puedes publicarlo en tu feed para compartirlo con tus seguidores.
- Si tienes una **cuenta privada**: Reels respeta tu configuración de privacidad en Instagram. Si compartes tu reel en el feed, solo tus seguidores podrán verlo. Las personas no podrán usar el audio original de tus reels ni podrán compartir tus reels con otras personas que no te sigan.



- Cuando tu reel esté listo, ve a la pantalla para compartir, donde podrás guardar un borrador, cambiar la imagen de portada, agregar texto, hashtags y etiquetar a tus amigos.

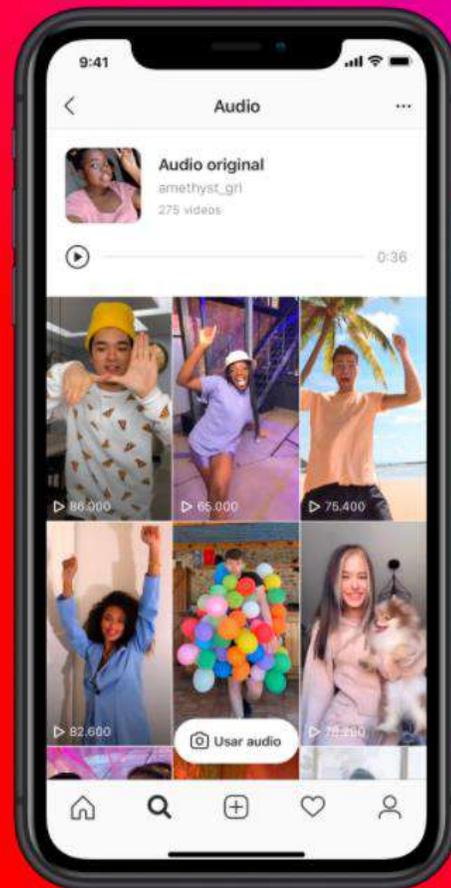




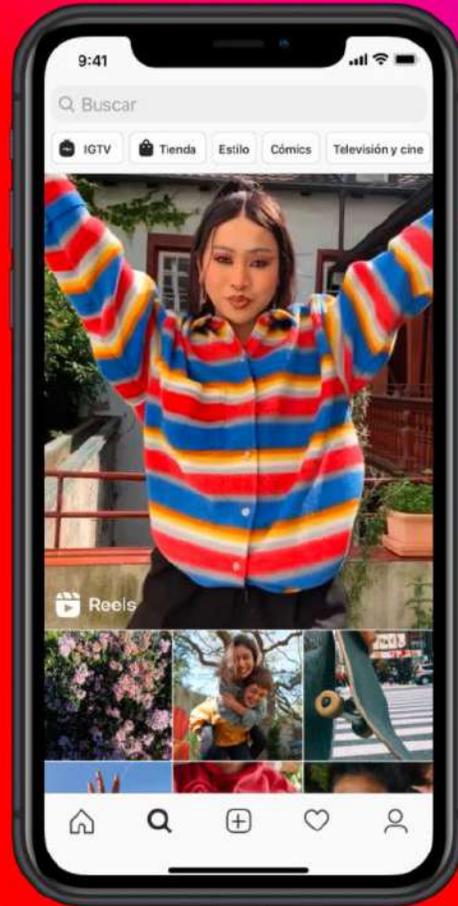
Es importante que estudies qué se está haciendo en Instagram, qué formatos son tendencia, las músicas populares, cómo comunican las empresas de tu sector o tu competencia.

Si quieres saber más, puedes consultar la ayuda oficial de Instagram

<https://help.instagram.com/270447560766967>



¿Cómo vender tus productos con Reels?



- Publicar contenidos en Reels **permite llegar a muchas más personas** que si publicamos en nuestra sección de noticias, sobre todo si lo hacemos de manera muy regular.
- Importancia de crear una **estrategia** para vender a través de Instagram Reels

¿Cómo diseñar tu estrategia para vender a través de Instagram Reels?



¿Cuáles son los Reels que venden más?



- Te recomendamos que **no todos los reels** que publiques estén claramente **enfocados a ventas**
- Dedicar a ese propósito aproximadamente el 20 % de tus contenidos en vídeo
- **No vendes a máquinas, vendes a humanos**





Muestra cómo se utilizan
tus productos



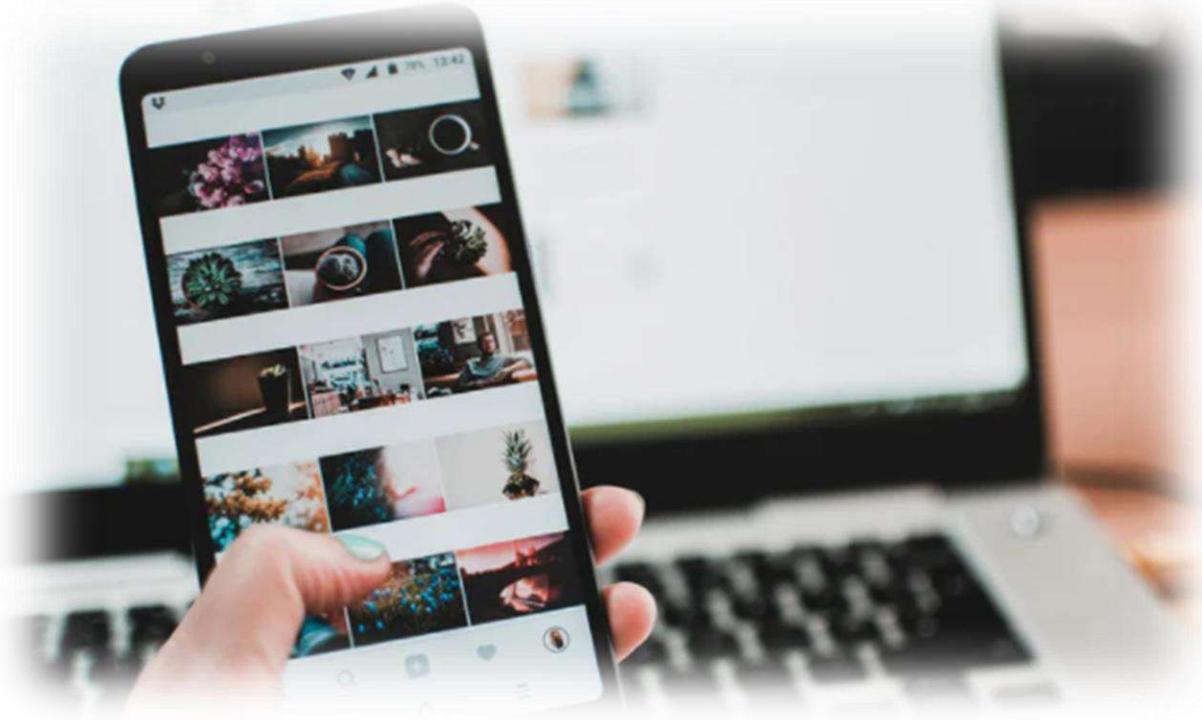


Aprovecha lo que está en
tendencia





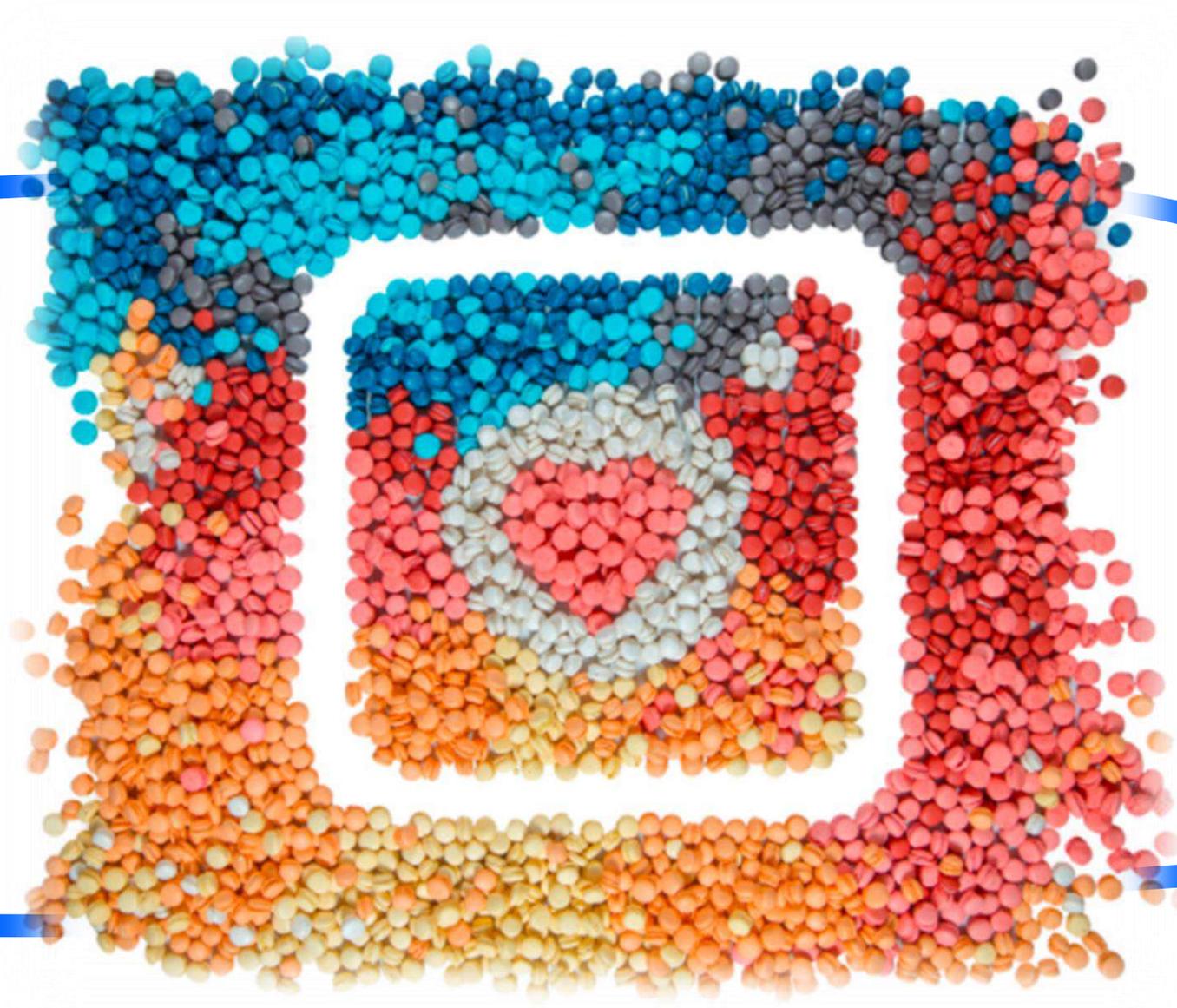
Consejos para vender en Instagram



- Publica tus productos de manera regular
- Cuenta qué es lo que te hace especial
- Si es una red visual, presta atención a la imagen
- Utiliza Instagram shopping

Si quieres saber más sobre Instagram Shopping, puedes ver el vídeo de Instagram Shopping que encontrarás en <https://dica.fundacionctic.org/recursos/bloque-de-marketing/aprovecha-las-posibilidades-de-instagram-para-visibilizar-tu-0>

Instagram Shopping



¿Cómo configurar Instagram shopping?





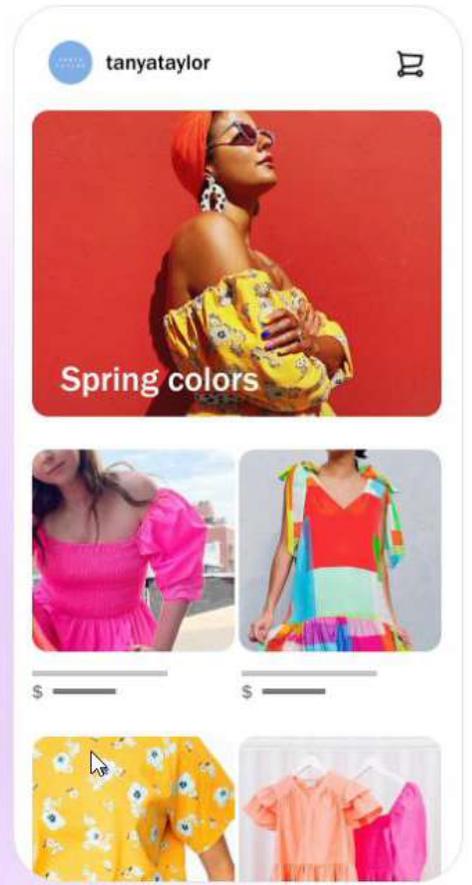
- 1. Confirma que tu comercio cumple con los requisitos
- 2. Asocia tu cuenta empresarial a Facebook
- 3. Crea un catálogo de productos
- 4. Espera la aprobación de tu cuenta
- 5. Activa la función de compras
- 6. Etiqueta tus productos en tus publicaciones





Crea un anuncio

Instagram.



Tu tienda

Tu tienda es un espacio en el que las personas pueden explorar artículos y colecciones, y tú puedes vender tus productos y compartir la historia de tu marca.

Colecciones

Páginas de detalles de productos

Opción de finalizar compra en Instagram



10:19   

← Configurar Compras en Instagram



Abre tu tienda en Instagram

Añade una tienda a tu perfil

Muestra tus productos en una tienda personalizable en tu perfil de Instagram.

Etiqueta productos en tus publicaciones

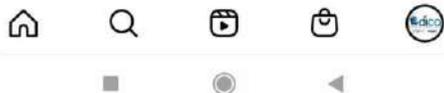
Crea contenido de compras etiquetando productos en tus publicaciones o tu historia.

Obtén insights sobre tu tienda

Descubre con qué interactúan tus clientes mediante insights como las visualizaciones de productos.

Más información sobre Compras en Instagram.

Empezar



Confirma que tu comercio cumple con los requisitos

<https://www.facebook.com/business/help/2296757057080455?id=1069014943260205>

Entre los requisitos que debes cumplir está:

- Estar de acuerdo con las **condiciones de uso** de Instagram
- Cumplir las **normas comunitarias** y el acuerdo para comerciantes
- **Vender productos físicos** que cumplan con las políticas de comercio y de publicidad



10:19



← Configurar Compras en Instagram



Abre tu tienda en Instagram

Añade una tienda a tu perfil

Muestra tus productos en una tienda personalizable en tu perfil de Instagram.

Etiqueta productos en tus publicaciones

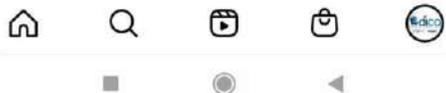
Crea contenido de compras etiquetando productos en tus publicaciones o tu historia.

Obtén insights sobre tu tienda

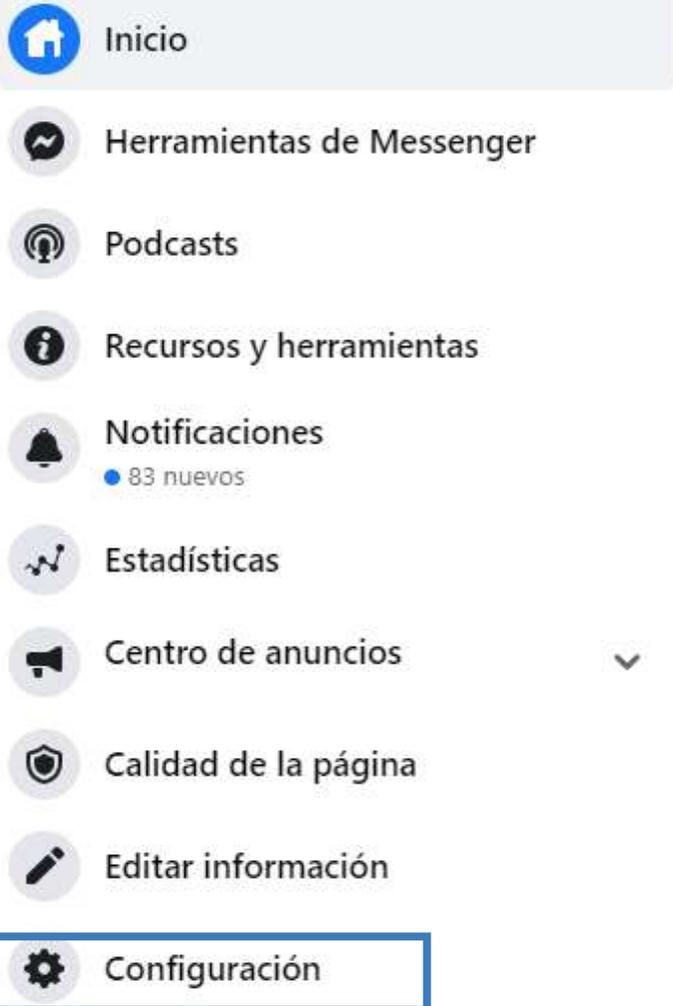
Descubre con qué interactúan tus clientes mediante insights como las visualizaciones de productos.

Más información sobre Compras en Instagram.

Empezar



- Tener presencia en los **países admitidos**
- Poseer una **base de seguidores auténtica** que confirme tu fiabilidad
- Ser **propietario/a de un dominio de sitio web** desde el cual se venderán los artículos
- Instalar la **última versión** de Instagram
- Tener publicado, al menos, **nueve fotos** en el *feed*



Asocia tu cuenta empresarial a Facebook

- Para comprobar que tienes un perfil de empresa en Instagram, vete a

[Configuración](#) > [Cuenta](#) > [Cambio a cuenta comercial](#) > [Cambiar a cuenta empresarial](#) > [Añadir información de empresa](#)

Configuración de la página

-  General
-  Mensajes
-  Información de la página
-  Plantillas y pestañas
-  Boletos para eventos
-  Notificaciones
-  Mensajería avanzada
-  Insignias de Facebook
-  Roles de página
-  Personas y otras páginas
-  Público preferido de la página
-  Anuncios sobre temas, elecciones o política
-  Límites de anuncios
-  Contenido de marca
-  Instagram
-  WhatsApp
-  Destacados
-  Publicación cruzada
-  Buzón de ayuda de la página
-  Pagos

11:59   ← **Compartir en otras aplicaciones** Facebook DICA.asturias ✓ WhatsApp Twitter Tumblr Ameba OK.ru

Configuración Instagram shopping



- A continuación, tu perfil de empresa de Instagram debe estar asociado a una fan page en Facebook y a una cuenta publicitaria dentro del administrador de anuncios. Para ello, ve a la opción de

[Configuración en Instagram > Cuenta > Cuentas vinculadas o compartir en otras aplicaciones > Facebook > Introducir cuenta](#)



Cuenta de Instagram conectada

Tienes acceso para administrar la página de Facebook DICA.asturias, por lo que también puedes administrar la cuenta de Instagram @dica.asturias.



Administrar una cuenta de Instagram profesional conectada

Según los roles que tengan en la página de Facebook, es posible que las personas que ayudan a administrar tu página tengan acceso para administrar contenido, anuncios, estadísticas, mensajes, comentarios, configuración y permisos, tanto en Facebook como en Instagram. [Más información](#)

Puedes revisar su acceso en los roles de página.

Información de la cuenta de Instagram

Información básica

Nombre DICA Asturias 

Usuario dica.asturias

Sitio web https://linktr.ee/DICA_Asturias

Presentación Proyecto Digitalización del Comercio de Asturias (DICA) #dicaasturias Subvencionado por el Principado de Asturias Más información e inscripción:

Categoría

Información de contacto de la empresa Sincronizar información

Correo electrónico comunicacion.dica@ctic.es

- Añade tu correo y contraseña de Facebook para finalizar el proceso.

Según la versión de Instagram que tengas, este paso puede ser de

[Configuración en Instagram > Cuenta > Compartir en otras aplicaciones > Facebook](#)

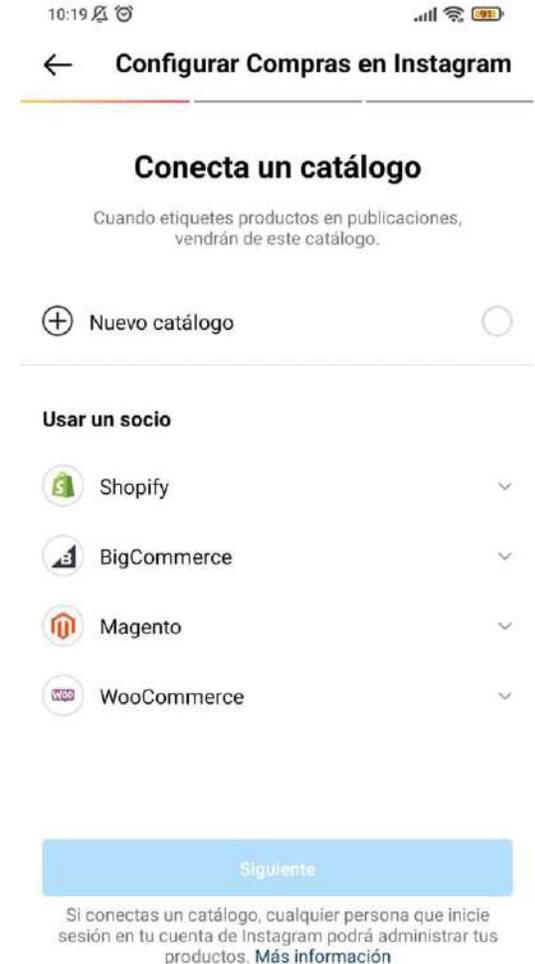
- No hace falta que tengas una tienda en la página de Facebook o en Marketplace. Es suficiente con la fan page.



Crea un catálogo de productos

Para activar Instagram Shopping es necesario que tengas un catálogo de productos vinculado a tu perfil empresarial. Existen dos formas en la que puedes hacerlo:

- **Manualmente**, a través del creador de catálogo disponible en el que puedes subir fotografías de tus productos con sus respectivas descripciones y precios.
- **Automáticamente**, integrando algún catálogo existente dentro de plataformas de comercio electrónico certificadas por Facebook como Shopify, BigCommerce, WooCommerce o Magento.





Espera la aprobación de tu cuenta

Cuando hayas finalizado el paso anterior, debes enviar tu cuenta profesional de Instagram a revisión siguiendo los siguientes pasos:

[Configuración > Comprar en Instagram](#)

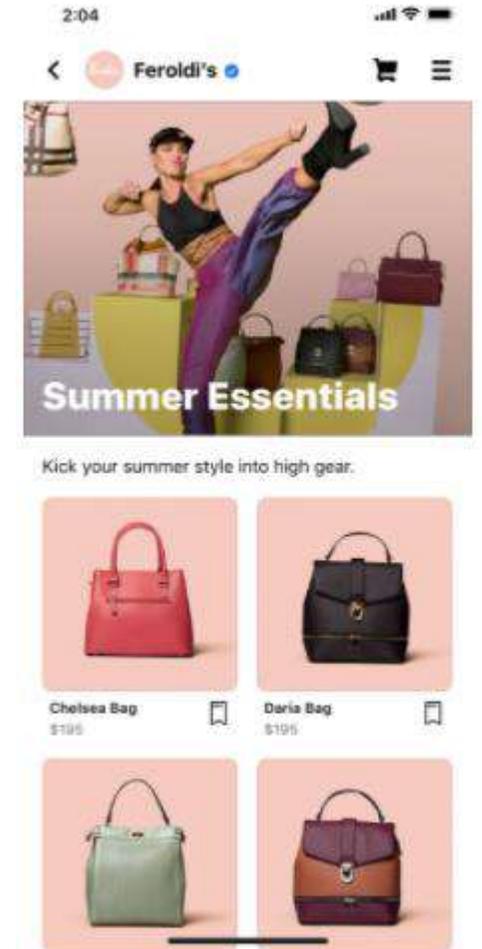
Más información en

<https://www.facebook.com/business/help/2296757057080455?id=1069014943260205>

<https://www.facebook.com/business/help/268860861184453?id=1077620002609475>

Luego, tu cuenta se someterá de manera automática a un proceso de verificación para evaluar que cumples con todos los requisitos solicitados.

Puedes consultar el estado de la verificación de tu cuenta de compras en “Configuración”.



Activa la función de compras

En cuanto se apruebe tu cuenta, podrás activar las funciones de Compras en Instagram con estos pasos:

Configuración > Empresa > Compras (ícono de carrito) > Continuar

En esta parte te aparecerán todos los catálogos que creaste en el administrador de anuncios, ya sea de forma manual o a través de Shopify, por ejemplo.

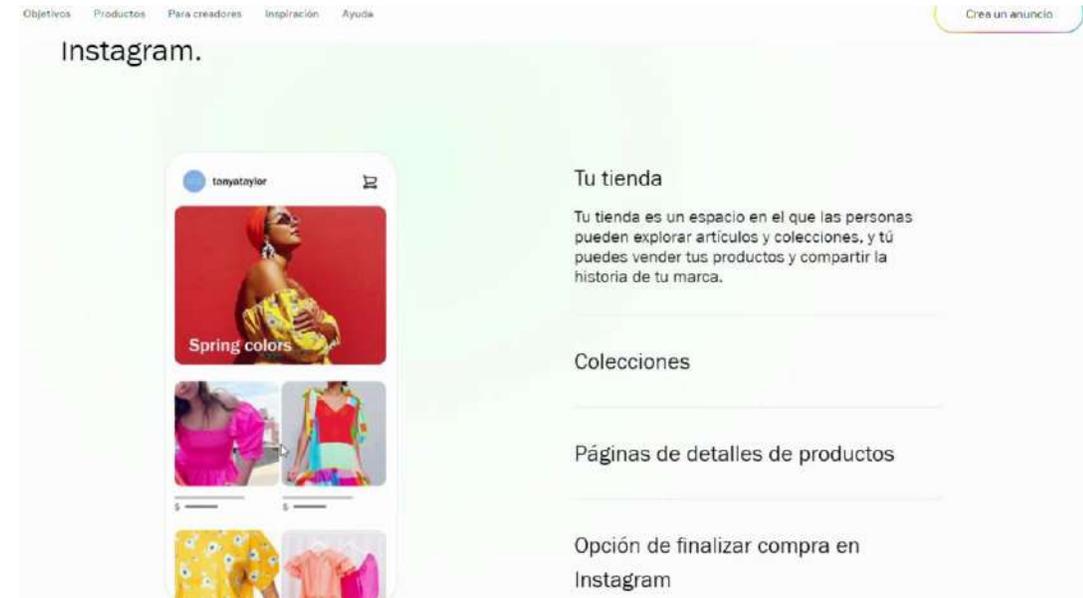




Etiqueta tus productos en tus publicaciones

Etiquetar productos > Listo > Compartir

- Si etiquetas los productos en tus publicaciones, cada vez que una persona visualice un feed y haga clic en la imagen, le aparecerán las etiquetas de compra que hayas incluido con el precio y la descripción breve del producto.
- La persona puede seleccionar el producto que desee e Instagram automáticamente a la ficha de producto correspondiente en tu catálogo.
- También puedes añadir pegatinas o stickers de compra en tus historias.



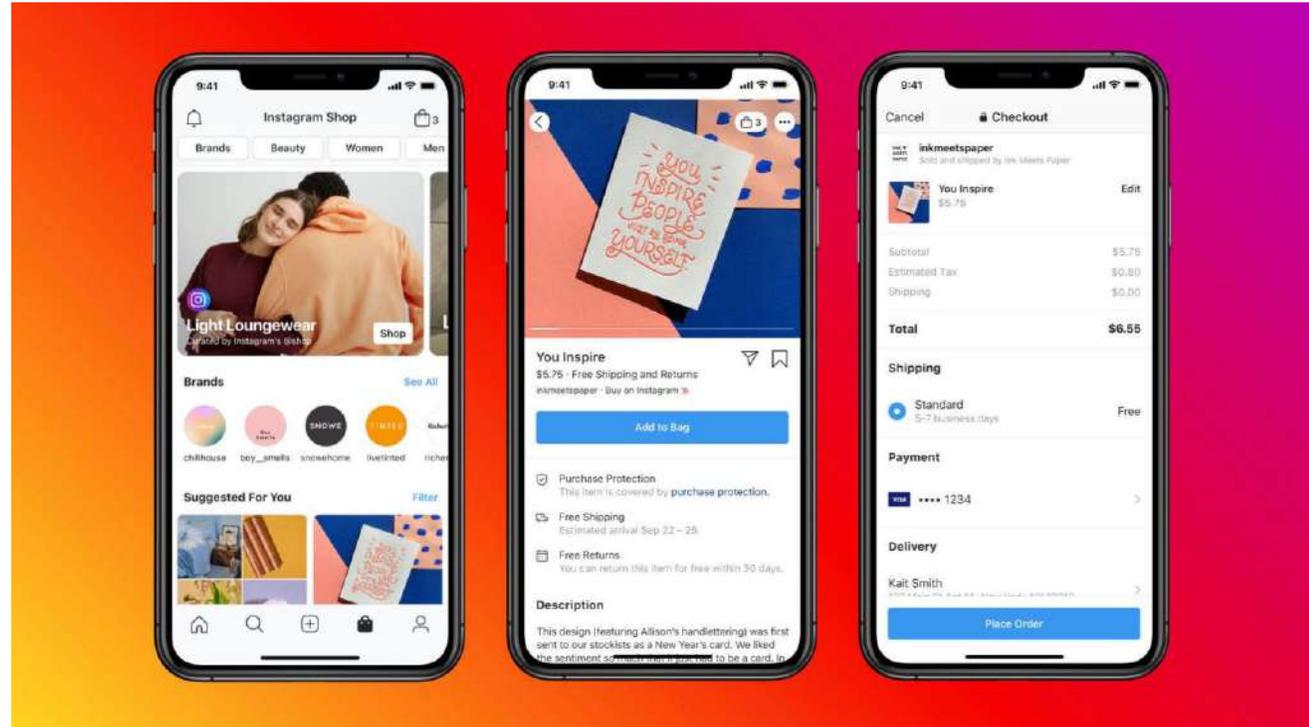
¿Cómo agregar productos en Instagram shopping?



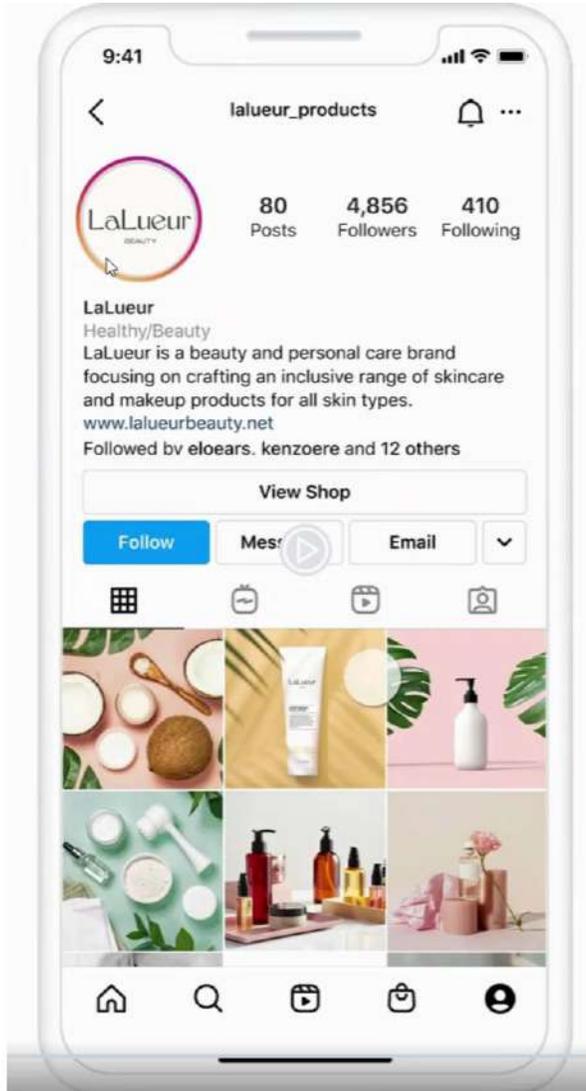
- Debes tener la App de Instagram actualizada o no podrás incluir etiquetas
- También debes sincronizar el catálogo de productos con Facebook Shop

Opciones en el perfil comercial de Instagram > Productos > Autenticar la cuenta comercial de Instagram a través de tu cuenta de Facebook > Catálogo de productos

- Sube la foto de tu producto e incluye **etiquetas** de producto, de la misma manera que si estuvieras etiquetando a una persona
- Recuerda que Instagram Shopping permite agregar hasta 5 etiquetas de producto por foto
- El último paso es **compartir** la publicación



Beneficios de utilizar Instagram Shopping



- Ayuda a generar tráfico desde Instagram a nuestro e-commerce
- Potencia que más personas realicen pedidos
- Ayuda al SEO



- Geolocaliza tu producto o negocio
- Vende, pero sin que se note que vendes
- No le tengas miedo a los anuncios
- Mide los resultados y replantea estrategias



Tiktok

Consejos para usar TikTok para promocionar tu comercio



A la hora de promocionar nuestros productos en TikTok, como en cualquier otra red social, debemos ser conscientes del tipo de **audiencia** que está en esa red y cómo podemos transmitir nuestro **mensaje** para que esa audiencia se vea reconocida en él.

El objetivo de nuestras publicaciones en Tiktok debe ser establecer una **relación duradera y significativa** entre esas personas y nuestra marca.

- Desde 2016, más de 2000 millones de personas han descargado la aplicación
- El 20% de los usuarios tienen menos de 19 años
- El 32% de los usuarios tienen entre 20 y 24 años
- El 27% de los usuarios son personas entre 30 y 40 años
- Las personas más activas en esta red tienen entre 13 y 18 años
- El 55% de usuarios son mujeres y el 45% son hombres





Es muy importante que:

- Estudies tu **nicho de mercado**
- Definas bien tu **buyer persona**
- Crees un **plan de contenidos** adaptado a tu audiencia
- **Investiga** lo que se está haciendo en la propia plataforma



Qué debes hacer antes de lanzarte a la piscina

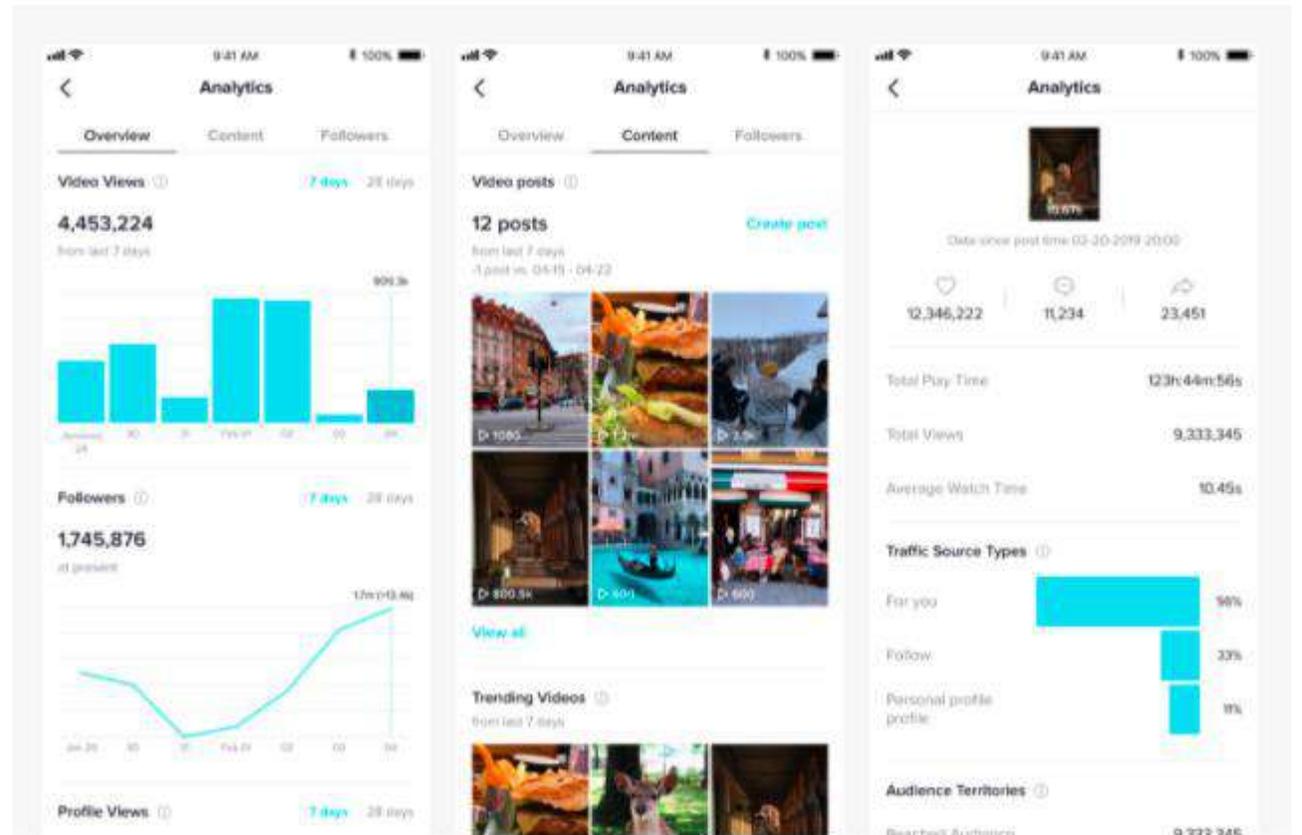


A la hora de crear ese plan de contenidos, ten en cuenta que lo que publiques debe ser **entretenido y educativo**, si logras presentar la realidad de tu comercio de una manera creativa, despertarás el interés de tu comunidad.

Optimiza tu cuenta de TikTok pasándola a PRO



- Desde tu perfil clica en el icono de los tres puntos que encontrarás en la parte superior de la pantalla y entra en administrar cuenta. Aquí verás una opción que dice “**Cambiar tu cuenta a PRO**”.
- Después deberás indicar la categoría de tu comercio
- Revisa la bandeja de entrada de tu correo electrónico. Te llegará un **correo de validación** con un código que debes introducir en la App.
- Al pasar tu cuenta a PRO, podrás consultar las **estadísticas** de tu cuenta y acceder a la opción de preguntas y respuestas.



Recomendaciones para
que uses TikTok para
promocionar tu
comercio y productos





1. Incluye el **logotipo** de tu comercio como foto de perfil

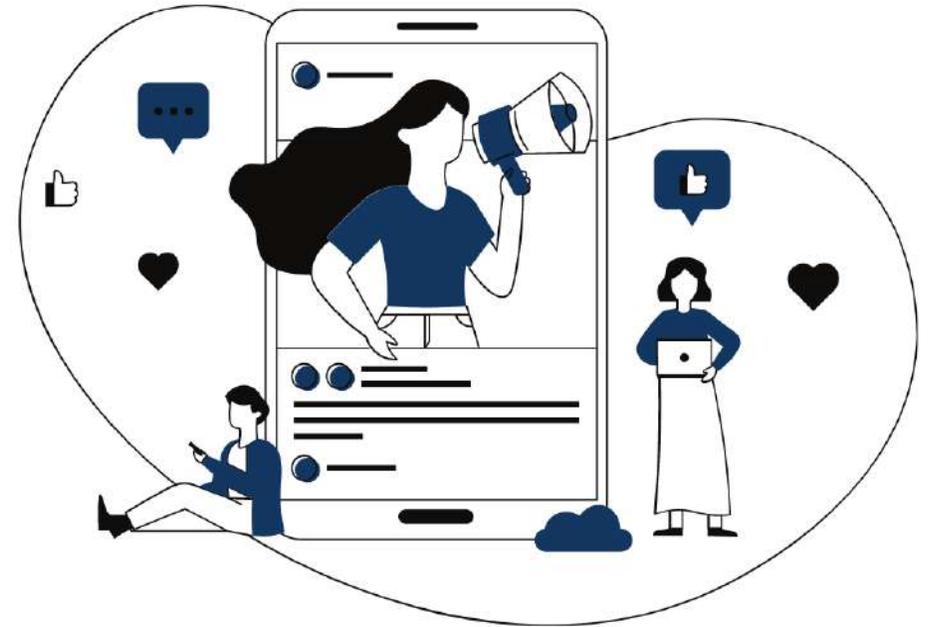
2. En la **descripción** indica qué es lo que haces y aprovecha este espacio para incluir otros **enlaces** que te interese promocionar como tu e-commerce, tus perfiles en otras redes sociales, etc.

Es importante que uses la descripción para destacar cómo tus productos ayudan a tu audiencia, qué necesidad quedará cubierta cuando vean tus publicaciones. ¿Das consejos de estilo? ¿Publicas recetas saludables?...

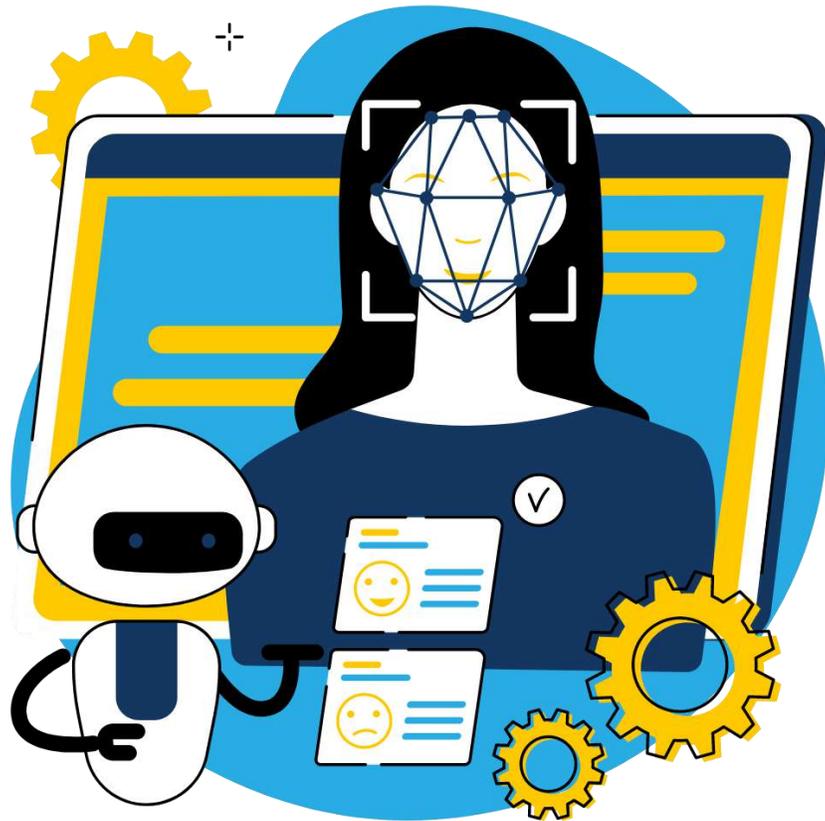
3. Una vez que sepas los vídeos que quieres publicar, debes dotarlos de **estructura**.

Los vídeos en TikTok tienen la siguiente:

- El vídeo debe empezar con un gancho de 3 segundos
- Contenido principal que debe ser concreto, breve, que tenga sentido en ese momento
- Cierre con una CTA o llamada a la acción donde indiques con claridad la acción que quieres que quienes vean la publicación hagan a continuación, como darle a me gusta, compartir el vídeo, ir al enlace de tu página web en tu descripción, etc.



4. Te recomendamos que, **antes de publicar tu cuenta**, tengas unas 10-12 publicaciones para que una vez que empieces a generar tráfico y las personas empiecen a llegar a tu perfil en TikTok, ya tengan cierto número de contenidos que poder consultar.



5. Ten en cuenta que el algoritmo de la plataforma valora la **regularidad** con la que publiques, por tanto, nuestro consejo es que, al menos durante el primer mes tras poner en marcha la cuenta, publiques una vez al día.

6. Optimiza tus publicaciones

- Si incluyes **texto** en tus TikToks, dispones de 150 caracteres incluyendo los espacios. (Incluyendo este paréntesis, es justo la longitud de esta línea)
- En ese texto, **plantea una pregunta**, de esta manera generarás interés. Trata de despertar la curiosidad de las personas, por ejemplo, mencionando algo que pasa al final del vídeo.



- Utiliza **hashtags** relacionados con tu nicho y específicos del contenido que vas a publicar. Ten en cuenta las recomendaciones longtail de las que hablamos antes.
- En España, las mejores horas para publicar en TikTok son:
 - Lunes: 13:00, 17:00 y 05:00
 - Martes: 09:00, 11:00 y 16:00
 - Miércoles: 14:00, 15:00 y 06:00
 - Jueves: 16:00, 19:00 y 02:00
 - Viernes: 12:00, 20:00 y 22:00
 - Sábado: 18:00, 20:00 y 22:00
 - Domingo: 14:00, 15:00 y 23:00





Lo que te recomendamos, es que teniendo en cuenta esas horas de máximo alcance, publiques tus vídeos una hora antes de la que escojas, para así, aumentar tus posibilidades de llegar a más gente.

7. Graba tus **vídeos en vertical** para aprovechar al máximo las dimensiones de una pantalla de móvil.

8. Sácale partido a los **retos**, que tienen muchísima repercusión en TikTok.

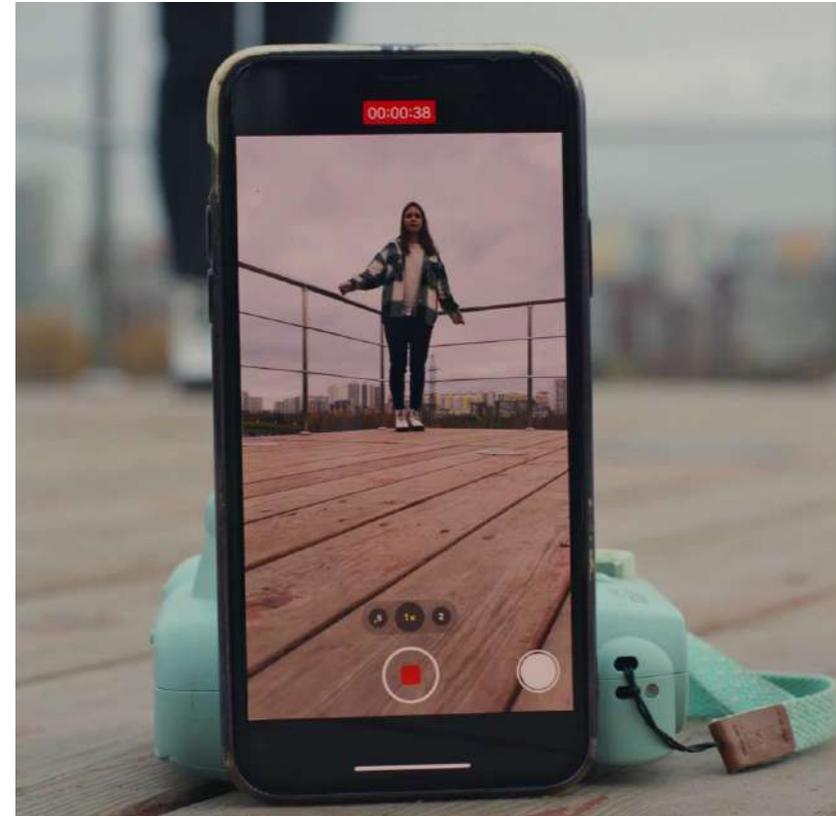


Ideas para generar contenido en Tiktok

Presume de armario sin cortarte ni un pelo



Los **vídeos de moda** son tendencia.
Este tipo de contenidos han tenido un crecimiento del
156% en las visualizaciones entre la comunidad TikTok.





Enaltece la belleza



Durante este año, la temática de **belleza y cuidado personal** será la protagonista de muchos de los vídeos que triunfen en TikTok.

Los datos que da la plataforma describen que estos contenidos han registrado un crecimiento en las visualizaciones de más del 120%.

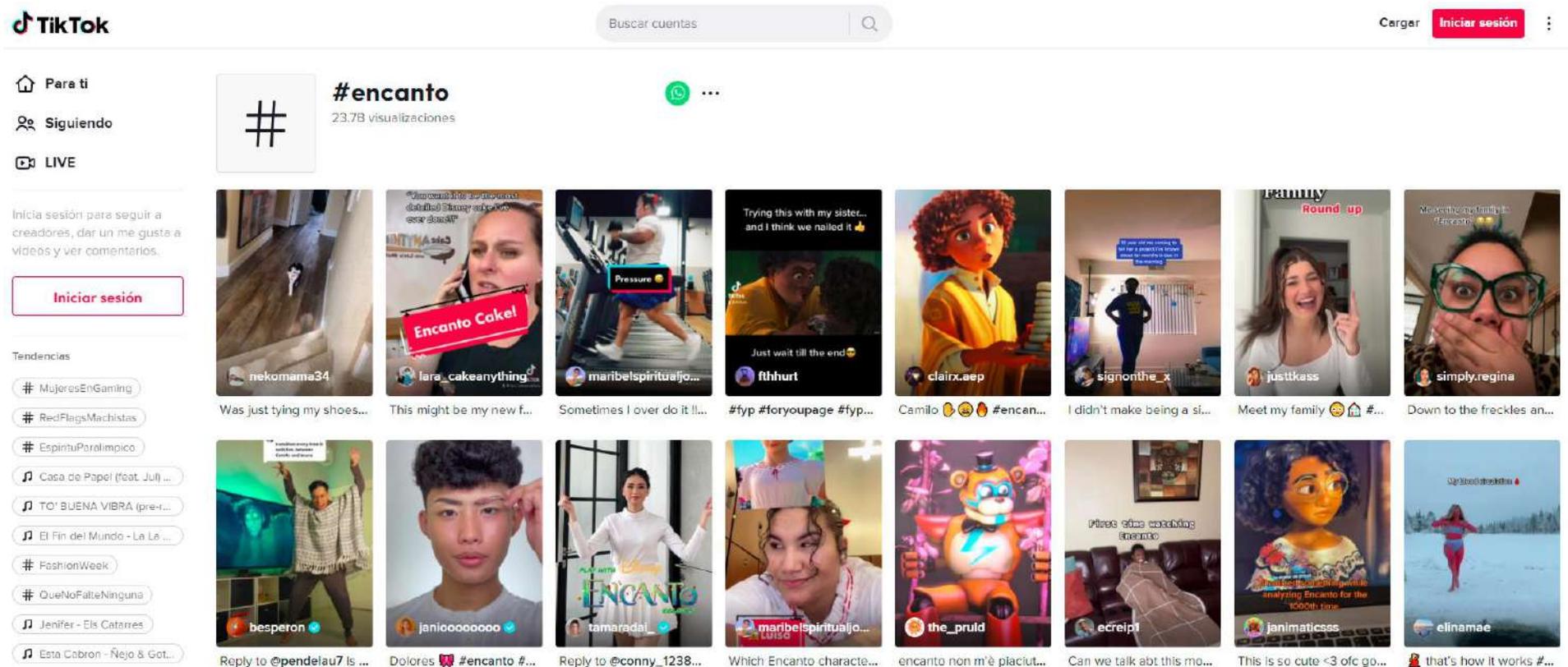
Además, son vídeos que mueven a la gente a **interactuar** de manera activa, lo que han hecho un 52% más veces.



Aprovecha la actualidad para entretener



Esta categoría de contenidos relacionados con el **entretenimiento** ha registrado un aumento en las visualizaciones de vídeos del 251% y en la creación de vídeos del 71%, contando con miles de millones de visualizaciones.



The image shows a screenshot of the TikTok app interface. At the top, there's a search bar with the text "Buscar cuentas" and a magnifying glass icon. To the right, there are buttons for "Cargar", "Iniciar sesión", and a menu icon. Below the search bar, the left sidebar shows navigation options: "Para ti", "Siguiendo", and "LIVE". There's also a section for "Inicia sesión para seguir a creadores" with an "Iniciar sesión" button. Below that, there's a "Tendencias" section with various trending hashtags like #MujeresEnGaming, #RedFlagsMachistas, #EspirituParalimpico, etc. The main content area displays a grid of videos under the #encanto hashtag, which has 23.7B visualizations. The videos include various content related to the Disney movie Encanto, such as character analysis, fan art, and user reactions. Each video has a caption and the creator's name.



El hambre vende



Otra de las categorías en auge en TikTok es la que habla de **comidas y bebidas**.

Por ejemplo, el hashtag #comida acumula más de 1.800 millones de visualizaciones, lo cual supone un crecimiento del 141% o #receta que, en España suma más de 800 millones de visualizaciones con un crecimiento del 106%.

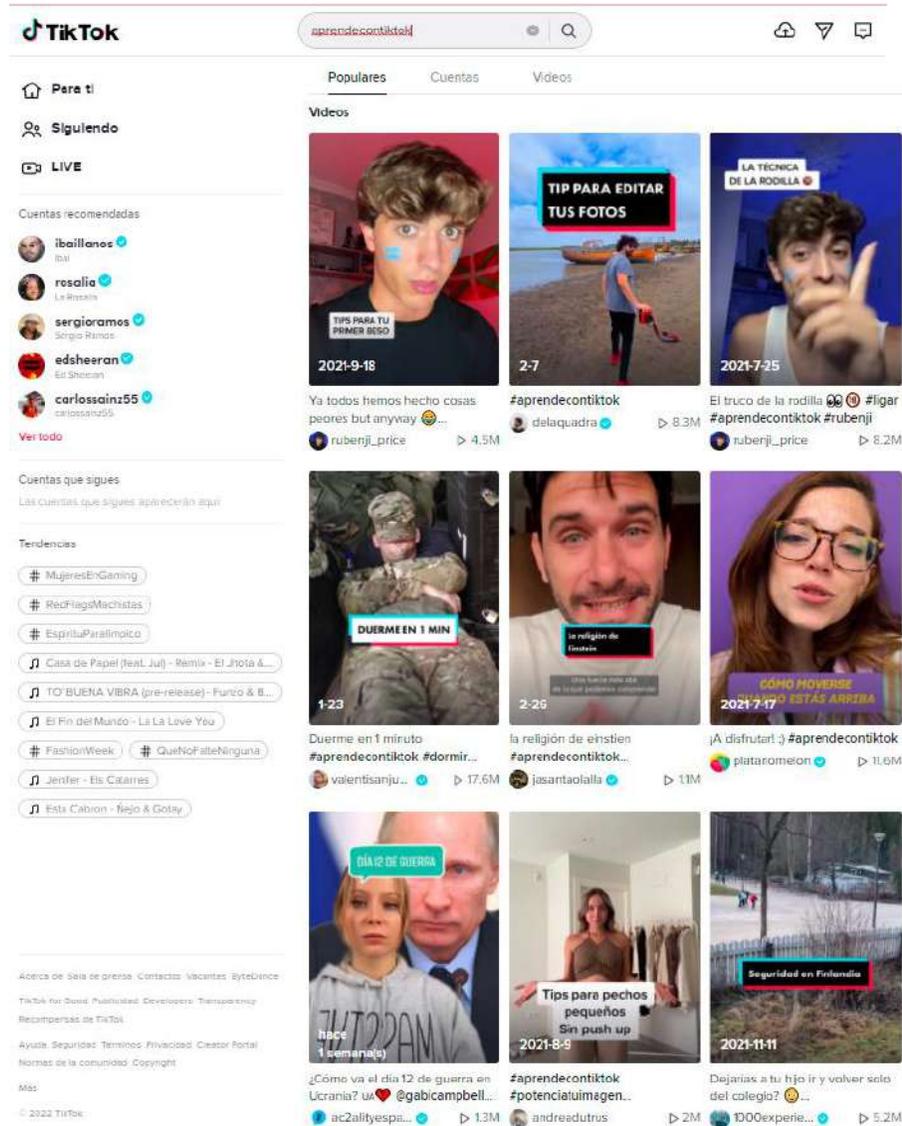
<https://www.tiktok.com/@kulinaria.recetas>

Enseña lo que sabes

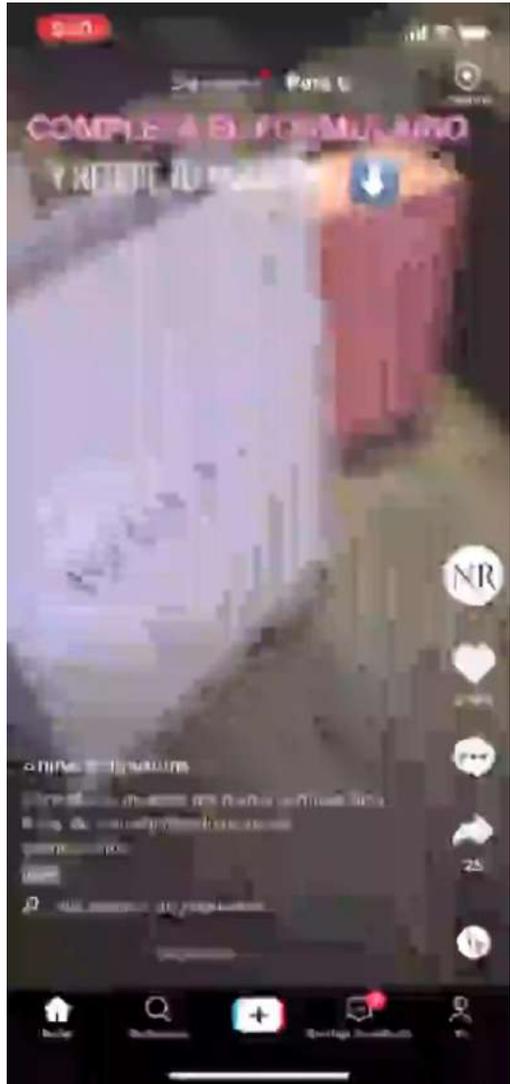


#AprendeConTikTok es uno de los hashtags más populares de TikTok en España.

Esta categoría de contenido ha registrado un crecimiento del 363% en sus visualizaciones de vídeos y más de un 202% en las creaciones de vídeo producidas en España.



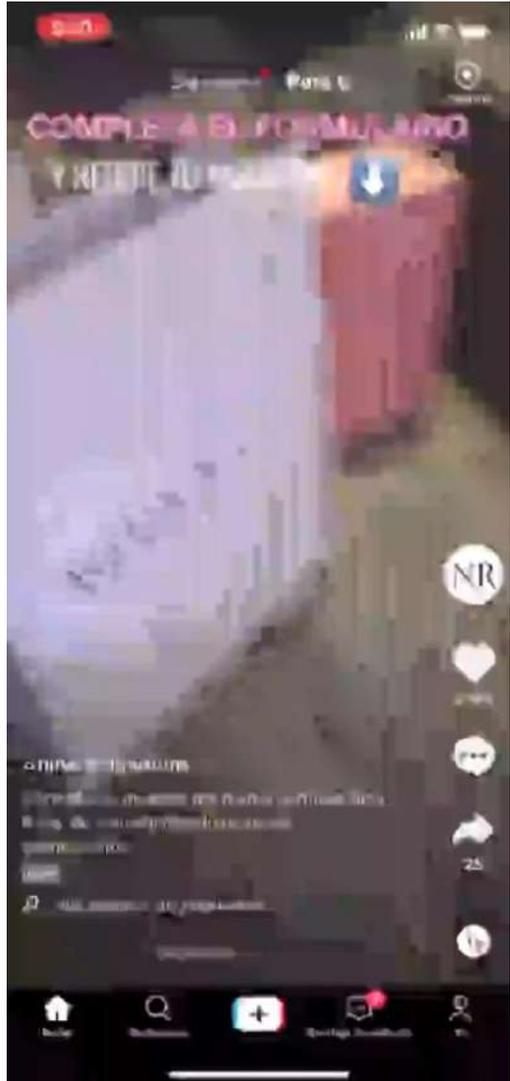
Community Commerce: el entretenimiento hecho por el comercio



En los últimos meses, los mundos del entretenimiento y el comercio se han unido estrechamente, dando paso al **Community commerce**, una tendencia que se ha disparado, convirtiendo TikTok en una plataforma de lanzamiento para descubrir productos y marcas.



Community Commerce: el entretenimiento hecho por el comercio



Esta tendencia se refleja en la aparición de [TikTok Shopping](#), un conjunto de herramientas de comercio electrónico que convierten los vídeos y los LIVE en entretenimiento que se puede comprar. Con TikTok Shopping, los vídeos dan lugar a una experiencia de compra nativa, que permite comercializar productos y gestionar un comercio electrónico directamente en TikTok.

TikTok Shopping es una funcionalidad que está ahora mismo en beta y se espera que a lo largo de este año se vaya implementando en otros mercados.

Community Commerce: el entretenimiento hecho por el comercio



El Community Commerce seguirá evolucionando. Las experiencias LIVE se adaptarán a las nuevas necesidades que aparezcan en la comunidad de TikTok para ofrecer entretenimiento y las nuevas formas de descubrir y comprar.

Podéis encontrar más información en <https://us.tiktok.com/business/es>



Tendencias

Tanto si eres una marca y quieres convertir tu fama viral en beneficios económicos como si eres una agencia que busca inspiración antes de una revisión creativa, nosotros podemos ayudarte.

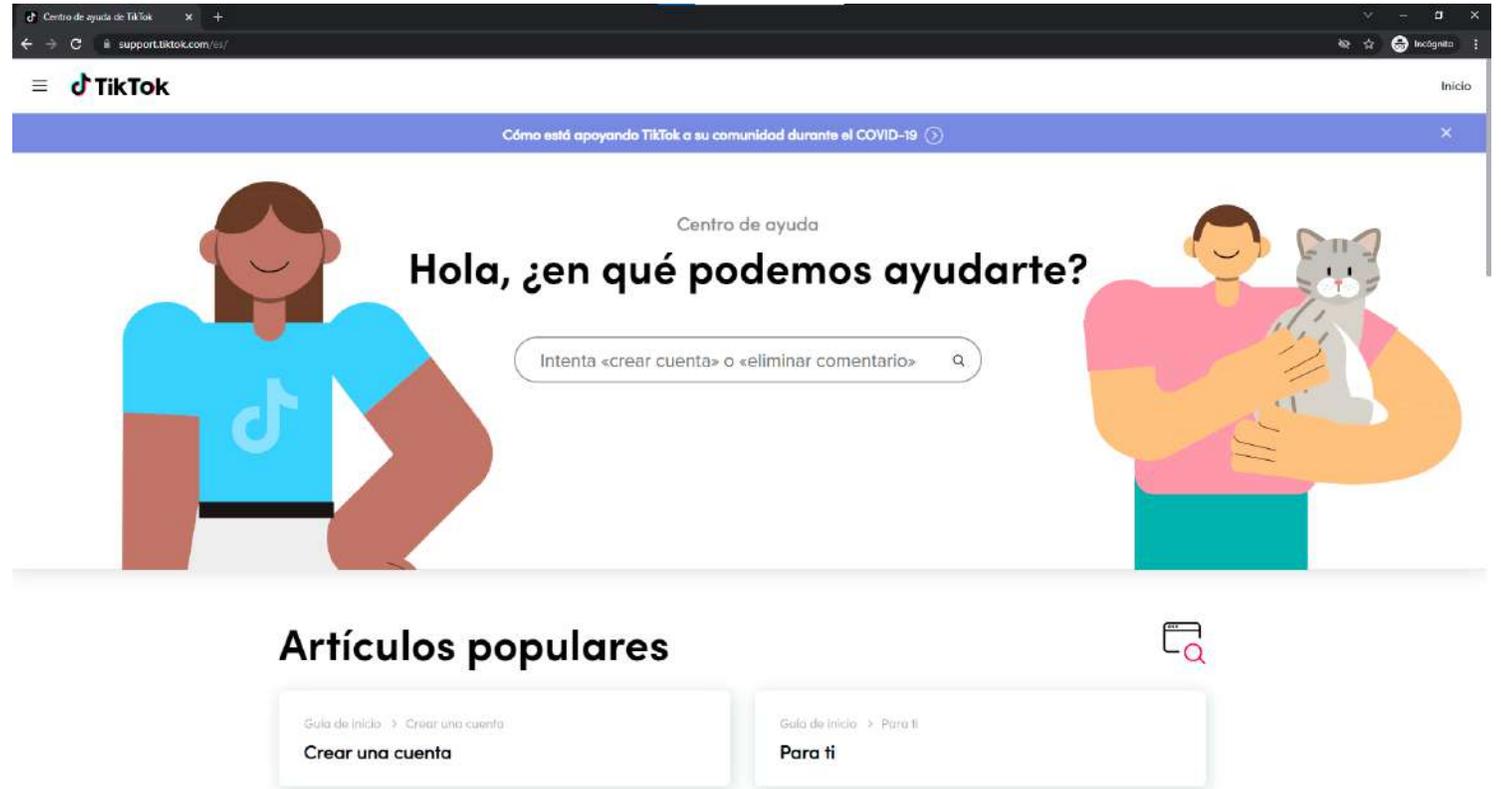
Inspírate

The advertisement features two images: on the left, a man in a red plaid shirt and black hat standing outdoors; on the right, a woman with tattoos shaking hands with another person. The background is black with white text and a pink 'Inspírate' button.

¿Qué dice TikTok sobre sí misma?



- a) Utiliza en la misma campaña **contenido de marca y contenido de creadores**
- b) Escoge **canciones que tengan letra**
- c) Incluye un **personaje reconocido** animado o real para impulsar el recuerdo del anuncio
- d) **Incluye señales de marca durante todo el vídeo**, no solo al final
- e) **Destaca tus ofertas** en tus vídeos o por qué ese producto en concreto es especial



Conclusiones sobre TikTok



Conclusiones



- Si te planteas empezar con una estrategia en esta plataforma de contenido, debes tener en cuenta que el mejor truco para triunfar en ella es **generar contenido que cause una conexión con tu comunidad**
- Debes **adaptarte a la forma de comunicar** de la plataforma
- La audiencia de TikTok es **intergeneracional** y muy diversa
- Los usuarios de TikTok se sienten cómodos con el contenido de marca, siempre y cuando sea un contenido que les **aporte valor**

<https://www.tiktok.com/@pelayodiaz?lang=es>



DIGITALIZACIÓN • COMERCIO • ASTURIAS



www.ctic.es/proyectos/dica

contacto.dica@ctic.es

[@asturiasdica](https://twitter.com/asturiasdica) [@dica.asturias](https://www.instagram.com/dica.asturias) [@DICA.Asturias](https://www.facebook.com/DICA.Asturias)



DIGITALIZACIÓN • COMERCIO • ASTURIAS

