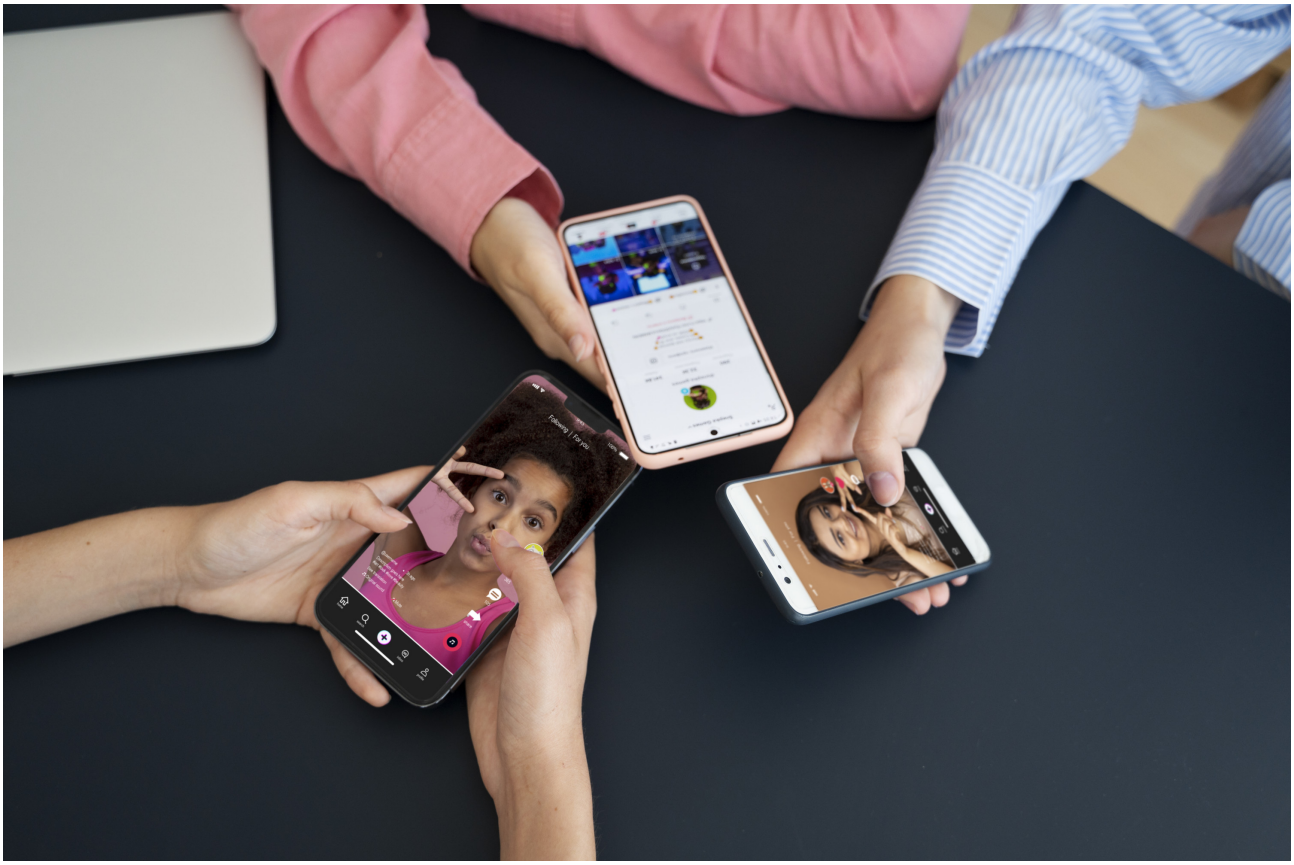
El Impacto Comercial de TikTok: Cómo la Plataforma Impulsa Ventas, Creatividad y Brand Equity para sus anunciantes



Más de mil millones de usuarios visitan TikTok mensualmente, y los anunciantes están aprovechando esta enorme audiencia para aumentar su impacto de negocio. Con 150 millones de usuarios en Europa, la plataforma ofrece una gran oportunidad para entretener y atraer a las audiencias mientras generan resultados medibles y considerables.

Según estudios realizados por TikTok en colaboración con partners externos, la efectividad de la plataforma en el aumento de ventas es notable. Los usuarios muestran una alta interacción después de ver un vídeo, con el 92% realizando alguna acción relacionada y el 37% comprando productos descubiertos a través de la plataforma. El impacto comercial de TikTok ha sido confirmado en diversos sectores, incluyendo el

retorno de la inversión publicitaria (ROAS) y la eficiencia de las ventas en la vertical de productos de gran consumo (CPG). Los estudios independientes revelaron que Europa experimentó un 64% más de ROAS en comparación con otros medios digitales y casi triplicó la eficiencia de las ventas offline.

También, TikTok ha demostrado ser un canal vital para la experiencia del cliente, desde el descubrimiento de nuevos productos hasta la compra. Las marcas que implementan campañas de full funnel registran un alto impacto positivo en el rendimiento de sus anuncios de marca, pudiendo triplicar las conversiones en comparación con campañas de un solo objetivo. Los anuncios creativos y auténticos generan un 47% del aumento de ventas, superando a los anuncios simplemente reformateados y adaptados para la plataforma. Aquellas marcas que comprenden y utilizan los códigos creativos específicos de TikTok, como la música, los cambios frecuentes de escena, la voz en off y las sobreimpresiones de texto, obtienen mejores resultados.

TikTok ha demostrado ser una herramienta efectiva y eficiente para los anunciantes, con resultados medibles en el aumento de ventas, un rendimiento sólido y una mayor calidad creativa. Al aprovechar el poder de esta plataforma, las marcas pueden alcanzar y superar sus objetivos de negocio y construir un fuerte brand equity entre su audiencia.

3 pilares clave para acertar con el «performance marketing» con TikTok

1. Fundamentos del sistema

- La base de una campaña de performance exitosa en TikTok es proporcionar a su sistema todos los datos que necesita para ayudarte a lograr tus objetivos. Sigue su marco a prueba de fallos para asegurarte de que tus campañas se configuren de manera efectiva.
- Establece las conexiones de datos correctas: TikTok recomienda que sus anunciantes utilicen su Pixel y Events API para maximizar los resultados en performance al duplicar eventos y abrirle la puerta al Advanced Matching.
- Mejora los resultados comerciales con la optimización: desde lead generation a app event optimisation y value-based optimisation, aprovecha las herramientas de optimización de TikTok para impulsar un mejor rendimiento de la campaña.
- Mejora aún más el rendimiento de la campaña con la automatización: Smart Performance Campaign (SPC) aprovecha el aprendizaje automático para ejecutar campañas de performance a escala, lo que ayuda a las marcas a optimizar las mejores ubicaciones, estrategia de oferta, orientación y creatividad.

2. Creatividad que convierte

Sabemos que la creatividad es importante, no solo para los objetivos de marca, sino también para las campañas en todo el funnel de marketing. Aquí tienes algunos consejos de TikTok para descifrar el código de la creatividad y triunfar en la plataforma.

- Sé nativo: usa señales creativas atractivas para ser nativo de la plataforma, incluida la música de ritmo más rápido, las transiciones y los cambios de escena, el movimiento, el texto, los emojis y la visibilidad de la marca y/o la colocación temprana del producto.
- Trabaja con creadores: TikTok ha descubierto que el contenido de marca específico en colaboración con los creadores genera una tasa de visualización de 2 segundos

un 122 % más alta, una tasa de participación un 93 % más alta y un recuerdo de anuncio un 27 % más alto.
- Automatiza y optimiza: Smart Creative es la solución creativa automatizada de próxima generación de TikTok. Permite a las marcas simplificar la creación de anuncios a la vez que impulsa el performance a través de estrategias anti fatiga creativa.

3. Ve más allá del último clic con un performance medible

Investigaciones recientes identificaron que el 79 % de todas las conversiones atribuidas a TikTok por los propios usuarios no fueron detectadas por los modelos de atribución de último clic. Para comprender realmente el poder de tus campañas, aprovecha el conjunto de soluciones de medición de TikTok, que incluye Attribution Manager, Conversion Lift Studies y Post-Purchase Surveys.

Fuente: Marketing 4 Ecommerce

Link to Original article: https://www.valgo.es/blog/el-impacto-comercial-de-tiktok-como-la-plataforma-impulsa-ventas-creatividad-y-brand-equity-para-sus-anunciantes?elem=304119