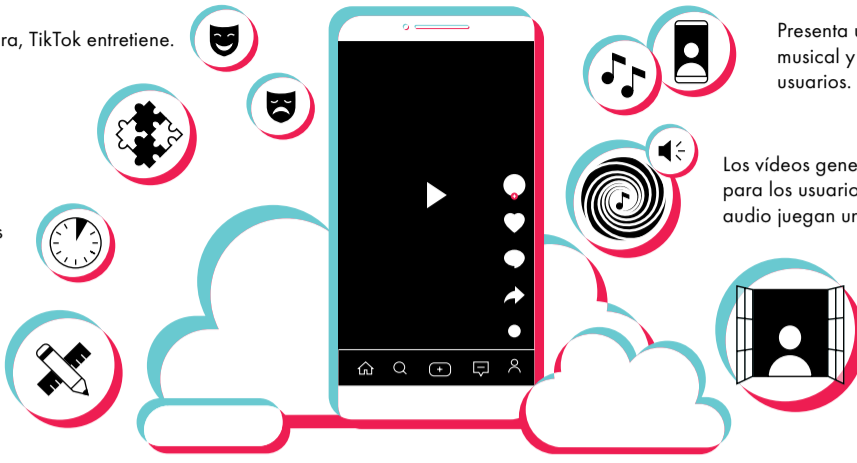


Mientras que Instagram inspira, TikTok entretiene.

Es una plataforma de entretenimiento colaborativa.

Se caracteriza por sus videos de corta duración.

La calidad del contenido y la creatividad son los rasgos más característicos.



Presenta un contraste entre el contenido musical y el contenido realista de los usuarios.

Los videos generan una experiencia inmersiva para los usuarios en la que la música y el audio juegan un papel muy importante.

TikTok es una ventana por la que mirar la vida y la realidad de las personas que las muestran sin pudor.

100 millones de usuarios activos mensuales en Europa.

Conseguidos en tan solo 3 años desde su creación.

Plataforma intergeneracional

Son numerosos los videos en los que participan unidas varias generaciones de una misma familia.

Todas las generaciones tienen cabida en TikTok.



33%

13-25 años

32%

25-34 años



35%

+35 años

Fuente: Estudio de Kantar ("The Power of TikTok")

TENDENCIAS



Patrocinadores oficiales de la UEFA EURO 2020.



UEFA EURO2020

POR QUÉ ES RELEVANTE PARA LAS MARCAS



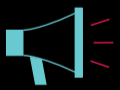
AUDIENCIA POTENCIAL

Están presentes tanto usuarios anónimos como *celebrities*.



COMUNICACIÓN BIDIRECCIONAL

entre audiencia y creador.



AMPLIFICAR Y DIFUNDIR

Funciona como complemento para estrategias de comunicación más amplias.



BRAND EFFECTS O CHALLENGES

Varios formatos desarrollados por la plataforma para captar la inversión de las marcas e integrarlas en los contenidos.

POR QUÉ ES RELEVANTE PARA BRANDED CONTENT



CREATIVIDAD

Uno de los escenarios más creativos para realizar Branded Content.



EL FORMATO VIDEO

Permite permanecer en el recuerdo con impacto muy breve en cuanto a duración en el tiempo.

CREACIÓN

de nuevo contenido.



SEGUIMIENTO

de tendencias virales.



TENDENCIAS INCLUSIVAS PARA LAS MARCAS

a través de # o canciones populares.

LIMITACIONES



Casos en los que se quiera producir contenido más largo no tienen cabida en TikTok.

Se están haciendo pruebas con videos de hasta 3 minutos de duración.

BEST PRACTICES

IBERDROLA @iberdrola

ACQUALITY @ac2alityespanol