

Tik Tok: ¿Mi empresa debe estar en esta red social?

En Perú hay **12,17 millones de usuarios de Tik Tok mayores de 18 años a febrero de 2022** (Global Overview Report, We are social 2022). El 60,7% de los usuarios son mujeres y 39,3% son hombres. Tik Tok nació como herramienta para crear, editar y compartir vídeos musicales, haciendo partícipe al usuario en todo momento, como si formara parte de la propia plataforma. Como en Instagram, prima el aspecto visual, que entre por los ojos y sea atractivo desde el primer vistazo.

La aplicación ha llevado a que los jóvenes estén en el poder, su público objetivo está entre los 16 y 25 años. Una de las características más interesantes es que está relevando a Google en el trono de los buscadores, precisamente entre los más jóvenes. Según Tik Tok en julio, la plataforma china es la principal fuente de búsquedas para el 40% de los usuarios de la Generación Z.

Según el profesor de **EAE Business School, Pere Bacardit**, su éxito radica en la fórmula de vídeos cortos y fáciles de editar con gran variedad de opciones, permitiendo al usuario crear y compartir con gran facilidad. De ahí que los influencers hayan tomado el asalto a la red social y las empresas se hayan fijado que es un “place to be”.

“En los últimos años, todos estos términos han supuesto una revolución no sólo para el consumidor de redes sociales, también para el mundo empresarial. Y es que, en mayor o menor medida y de manera más o menos profesional, las empresas

utilizan estas herramientas para promocionarse o vender sus productos y/o servicios directamente al usuario, abriendo más vías de beneficio”, afirma Bacardit.

Hoy muchas empresas han sacado provecho de la pauta o promoción en Instagram, Facebook o Twitter, pero, **¿y si Tik Tok también sirviera a las empresas para publicitarse y llegar a un abanico de público más amplio?**

Para nadie es un secreto que la plataforma está en auge, el profesor de EAE Business School explica por qué es una herramienta importante para las empresas:

1. **Es la plataforma que más ha crecido en el último año en el mundo digital.** El algoritmo funciona tan bien que conoce qué quieres consumir y no a todo el mundo le muestra bailes y chistes.

Quedo atrás el hecho de pensar que era una plataforma con contenido infantil para niños, hoy tiene contenido para todos los gustos.

2. A diferencia de Instagram y Facebook, **el algoritmo está hecho para que, sin invertir en pauta,** los consumidores son los que eligen qué quieren ver y qué no. TikTok actualmente cuenta con opción de pauta, pero con su correcto uso el algoritmo ayuda a que se tenga un mayor alcance orgánico (lo que no ocurre en otras redes).

Se ha convertido en un aliado estratégico para los emprendimientos, porque con **pocos recursos, logran mayor alcance.**

3. **El formato natural evita la postproducción:** el contenido se basa en videos cortos, es fundamental que la empresa cuente con profesionales que creen contenido de valor, que no requiera una amplia postproducción, porque se debe publicar de manera constante sin desgastar al equipo de trabajo.

Se recomienda crear contenido con tips y recomendaciones.

¿Todas las empresas deben estar en Tik Tok?

No, la base de una adecuada estrategia de comunicación es la omnicanalidad, no se trata de estar presentes en todas las redes. Es mejor centrarse en aquellos en los que podamos aportar valor, distinguirnos y acercarnos de manera efectiva a nuestro público. Tik Tok es ideal para:

1. Los sectores con mejor aceptación en Tik Tok son los de: belleza, moda, joyería, entretenimiento y lifestyle en general. Es fundamental hacer un estudio de su “buyer persona” antes de incorporarse en la red social.
2. No hay ninguna razón para que una empresa no esté de Tik Tok, pero hay que ser conscientes de qué contenido queremos generar y, lo más importante, saber a qué público queremos que vaya destinado nuestro contenido.
3. Es importante revisar la conversión que genera una estrategia orgánica, el estar en esta red social es ir más allá de tener un alcance *top of mind* (la primera marca que se viene a la mente).