

TikTok tiene esta herramienta para aprender a publicar anuncios exitosos

26/01/2023

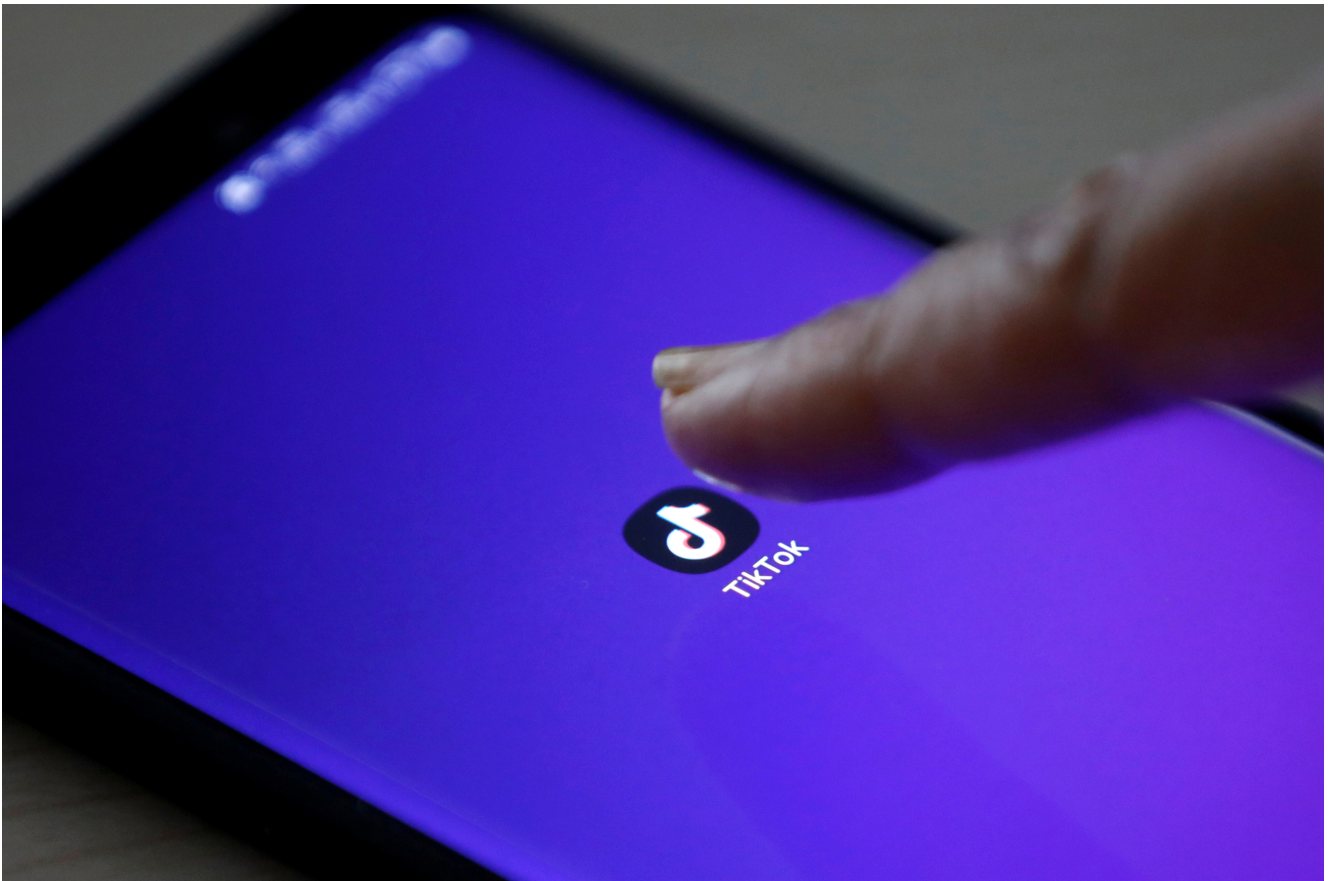


La popularidad de **TikTok** entre las redes sociales gracias a su formato de **videos** cortos y verticales, ha generado que las empresas y anunciantes que ofrecen productos y servicios centren su atención a **promocionar** su **contenido** dentro de la plataforma para generar posibles nuevos clientes. Sin embargo no todos tienen el **conocimiento** adecuado para tener el alcance adecuado que beneficie a su **negocio**.

Es por eso que la aplicación de ByteDance creó un espacio llamado "**TikTok For You**" dedicado a **empresas** que deseen usar la plataforma para ofrecer sus **productos** a los usuarios por medio de la producción de contenido creativo, original y auténtico dentro de **TikTok** para alcanzar nuevas audiencias con

los **recursos** y herramientas que ofrece la **plataforma**.

Según la **aplicación**, esta **sección** no solo beneficiará a las grandes empresas, sino que los emprendimientos también podrían generar **contenido** relevante y para su **audiencia** y otros usuarios dentro de la misma **plataforma**.



La aplicación de ByteDance ayudará a las empresas a aumentar el alcance de sus publicaciones para aumentar su audiencia. REUTERS/Danish Siddiqui/Illustration/File Photo

La sección de “**TikTok For You**” enseñará a las **empresas** y anunciantes que desean usar la plataforma a ganar la atención de las personas usando **recursos** propios de las **tendencias** y las **herramientas de edición** dentro de la aplicación para obtener mejores resultados y vincularse con la **audiencia** adecuada para obtener mayores **ganancias**.

Una de las lecciones que aprenderán las empresas interesadas en aprovechar la **plataforma** está relacionada a la presentación de la **información** que quieran transmitir en los videos

o **publicaciones** que usen fotografías, como el ritmo, rima y razón, que pueden crear una mayor capacidad de recordación entre los **usuarios**.

La empresa desarrolladora de **TikTok** también afirmó que está centrando parte de sus esfuerzos en crear más **recursos** para que los **anunciantes** en la aplicación creen experiencias y un sentido de comunidad no solo entre sus **clientes**, sino también con aquellas personas que hayan sido parte del alcance de los anuncios de las **empresas**.



La aplicación de ByteDance ayudará a las empresas a aumentar el alcance de sus publicaciones para aumentar su audiencia. (foto: Ámbito)

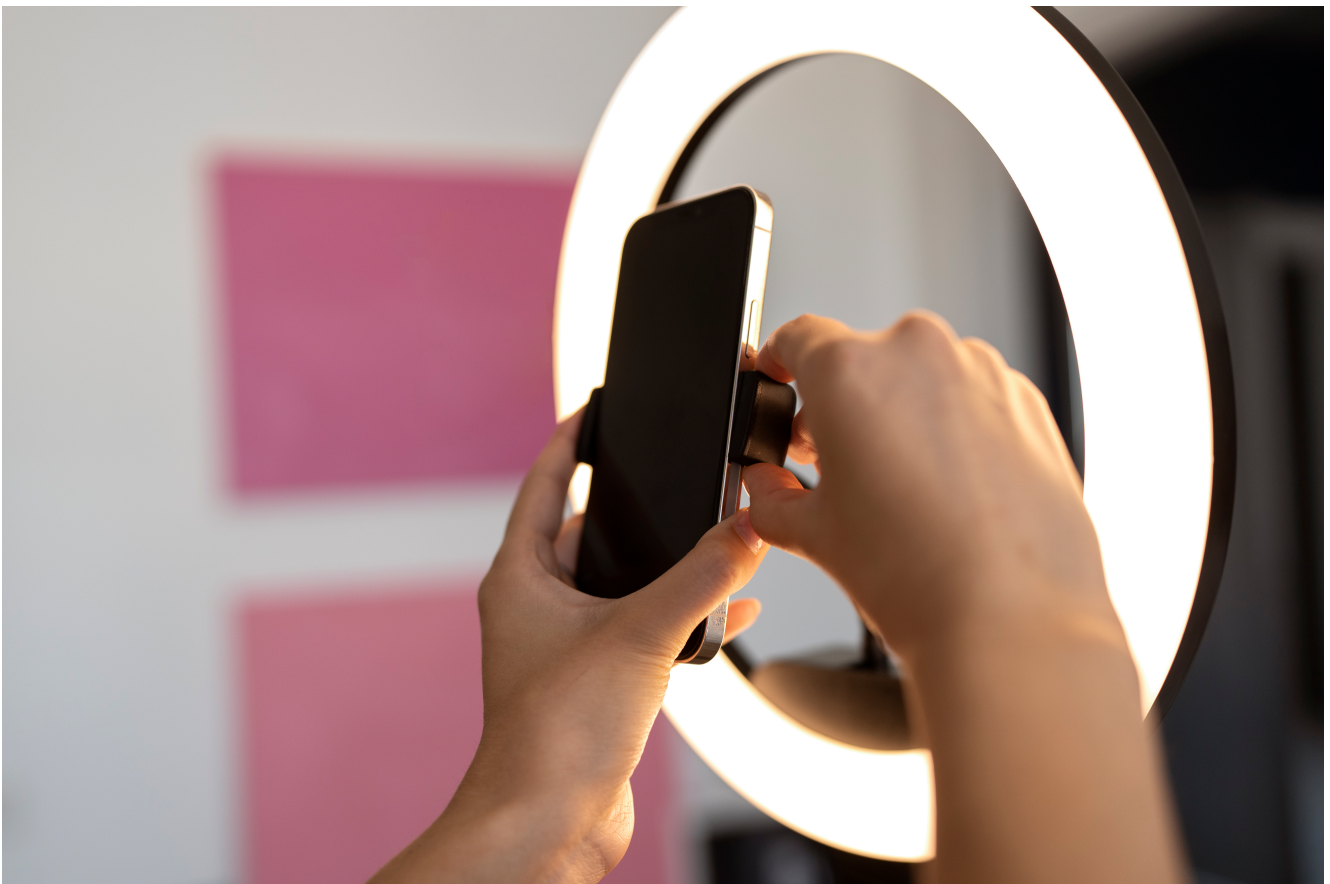
Un botón para viralizar videos en la aplicación de TikTok

Según indicó Forbes en un informe reciente, la plataforma de **TikTok** posee una herramienta interna también desarrollada por **ByteDance** que permite que un video publicado en la aplicación se vuelva viral de manera acelerada a diferencia

del rendimiento que podría tener de forma orgánica y basada únicamente en la **interacción** de los usuarios con el **contenido**.

“La función de **Heating** se refiere a impulsar los videos en el feed **Para ti** a través de la intervención de la operación para lograr una cierta cantidad de vistas de **video**. Las visualizaciones totales de los videos calientes representan una gran parte de las **visualizaciones diarias**, alrededor del 1 o 2%, lo que puede tener un impacto significativo en las métricas principales generales”, explica el documento al que tuvo acceso el medio de **comunicación**.

Lo indicado por la publicación puede significar que, además de las **recomendaciones** basadas en el algoritmo y las **interacciones** de los **usuarios**, los videos que aparecen en la sección **Para Ti** de la aplicación podrían tener cierto apoyo interno de la plataforma para aumentar su rendimiento y **viralidad**.



Heating es la función con la que la red social impulsa contenido sin que los usuarios lo sepan.

Esta situación sugiere que el impulso de los contenidos ha “beneficiado potencialmente a algunos **influencers** y **marcas**” con los que la **aplicación** ha creado lazos económicos, mientras que con los que no lo ha hecho no se ha utilizado.

Otras **redes sociales** tienen una práctica similar, como **Instagram** y **YouTube**. Sin embargo, estas ponen una etiqueta para aclarar la situación y que el usuario entienda por qué se está impulsado cierto contenido, como sucedió con los **videos** sobre covid-19.

Fuente: Infobae