

TikTok y la opción de comprar y vender entradas a espectáculos



TikTok continúa con el desarrollo de nuevas funcionalidades para que los usuarios disfruten más de la experiencia de visitar la plataforma, por lo que ha implementado la función que permite la compra y venta de entradas dentro de la red social.

La plataforma propiedad de Byte Dance, en asociación con la empresa de venta de entradas Ticketmaster, crearon esta opción y los usuarios pueden realizar la **compra de localidades para eventos o conciertos** en los que se encuentren los artistas y creadores de contenido seleccionados como Demi Lovato, OneRepublic, Usher, Backstreet Boys y la World Wrestling Entertainment (WWE), entre otros.

Pese a estar disponible en un número reducido de cuentas, no se descarta que la selección se amplíe a más usuarios para que puedan hacer uso de esta opción con el paso del tiempo. Por el momento, los artistas con acceso a esta función pueden añadir un **enlace en sus videos** en la esquina inferior izquierda y los espectadores podrán

adquirir boletos en la web de **Ticketmaster**.



Demi Lovato fue seleccionada por TikTok para acceder a su función de venta de entradas por medio de la plataforma. (REUTERS/Aude Guerrucci)

Según la empresa de venta de entradas, se espera que los organizadores atraigan a potenciales clientes de una forma distinta.

Snapchat y Spotify se unen a la venta de entradas

Este tipo de venta por medio de plataformas no es nueva. Con anterioridad, Spotify ya incluyó esta función para que usuarios puedan adquirir entradas a eventos próximos a realizarse. **Snapchat**, por su parte, lo hizo en febrero del 2022, también con la misma empresa de venta de tickets.

Live Events de Spotify, una iniciativa de esta plataforma para **localizar y promover eventos en vivo** basados en hábitos de reproducción de los usuarios también usa como sitio de venta de entradas a la misma empresa desde junio.

Como característica positiva no solo se encuentra la facilidad con la que los usuarios podrán encontrar enlaces de compra, sino que los eventos ofrecidos por la misma son **personalizados** en base a las preferencias de cada persona.

ByteDance, empresa detrás de TikTok, permanece en la búsqueda de nuevas formas de ofrecer el servicio de ventas por medio de esta red social, pues ya solicitó la patente de TikTok Music, una función que permitirá ofrecer no solo entradas, sino también comprar, reproducir y vender música, álbumes, canciones y sus letras.

El éxito de TikTok y las canciones virales

Según un estudio realizado en 2021 por la agencia de análisis de música MRC Data, es más probable que 67 % de los usuarios de TikTok busquen canciones en los servicios de streaming dedicados a ese mercado

La red social se convirtió en un centro para que los sellos promuevan tanto nuevos lanzamientos como pistas de catálogos anteriores. Ahora, surge una nueva ola de profesionales del marketing musical en las redes sociales.

Asimismo, los creadores en TikTok usan la música para obtener ingresos. Los acuerdos de promoción de canciones entre comercializadores de música e influencers se convirtieron en una importante fuente de ingresos para los creadores de TikTok. Algunos usuarios pueden ganar cientos o incluso miles de dólares por un solo video en el que promocionan la pista de un artista.

Por último, muchos artistas han escrito canciones específicamente para la red social de Bytedance. Si bien TikTok suele ser una plataforma de referencia para promocionar una



pista recién lanzada, algunos artistas incorporan la aplicación incluso antes en su proceso creativo.

Fuente: Infobae