APLICA NO TEU COMERCIO AS NOVAS FERRAMENTAS DAS REDES SOCIAIS

APLICA LAS NUEVAS HERRAMIENTAS DE REDES SOCIALES EN TU NEGOCIO

FEDERACION GALEGA DE COMERCIO

XUNTA DE GALICIA

Fátima Martínez

Directora SM Fidelity Management
Docente Marketing Digital Google
URJ, nCompany Transformación Digital

Especialista en Medios de Comunicación, Marketing Digital y Redes Sociales

En la actualidad, CEO y Fundadora de Social Media Fidelity Management, formadora para Google en los programas de Google Actívate y Activa tu Negocio

Formadora In Company para grandes compañías.

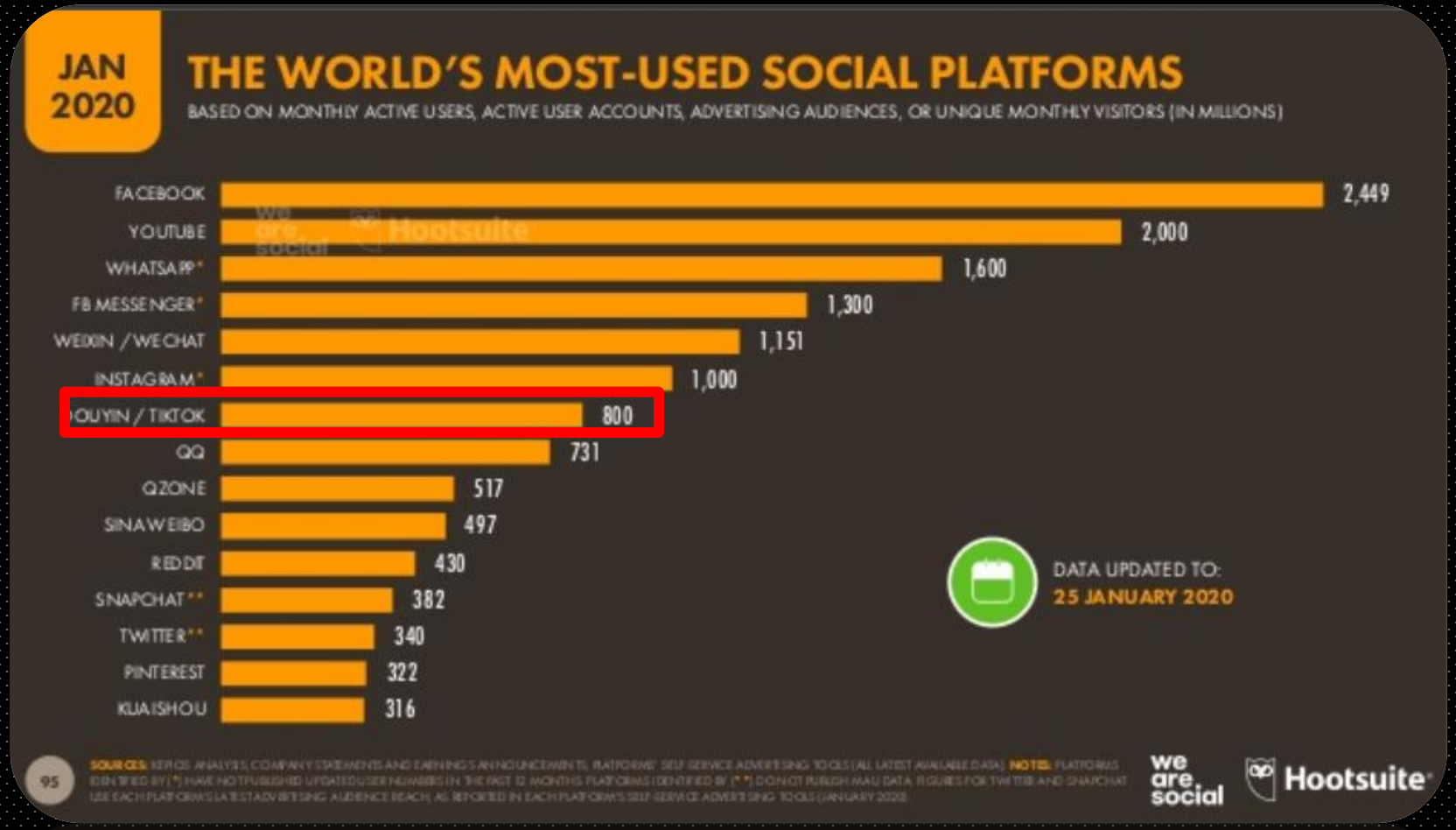
Autora de los libros Tres Damas Con Marca y El Libro de TikTok

Blogger en "Con Tu Negocio" de Movistar y "Luces y Sombras de las Marcas",

Premio Valle de Suchil 2012 a la trayectoria profesional

@fatimamartinez

Redes Sociales con mayor número de usuarios



Fuente: We Are social/ TikTok

LANZAMIENTO DE REDES SOCIALES

2004/2008	2005/2007	2006/2009	2010/2012	2010/2012	2011	2018
Facebook	Youtube	Twitter	*Instagram*	*Pinterest*	*Snapchat*	*TikTok*

抖音

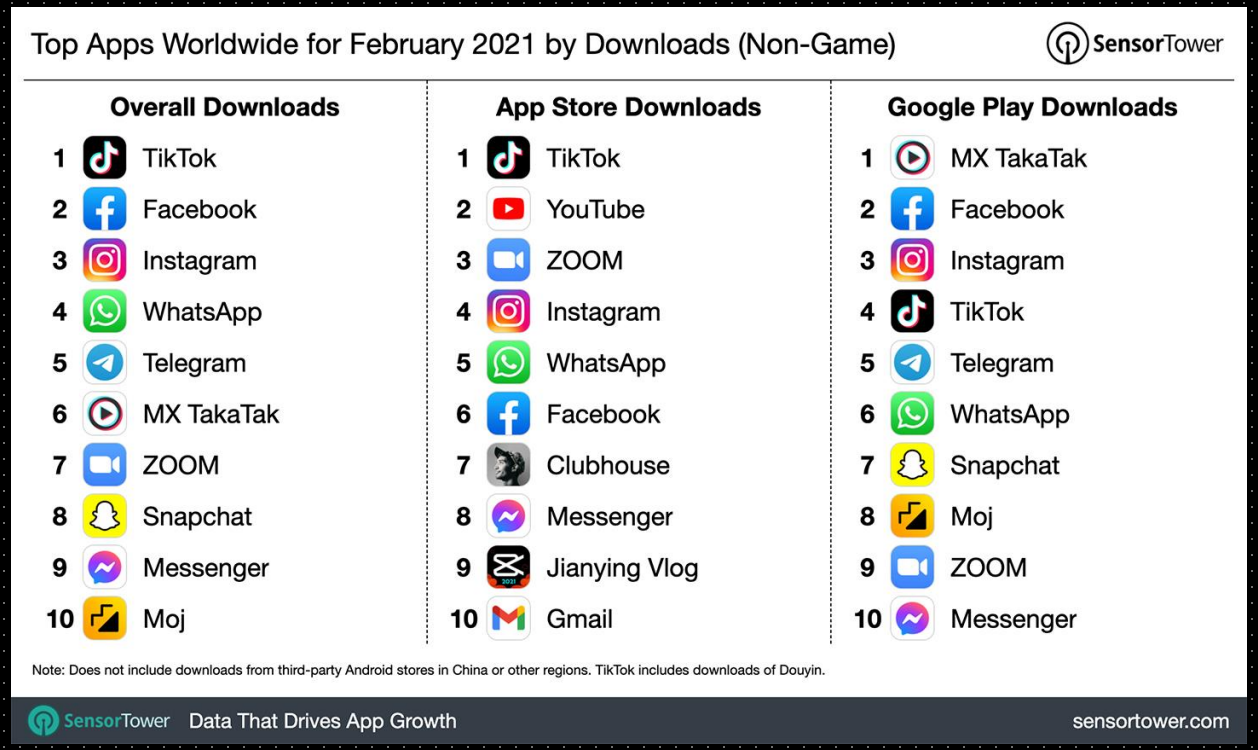
ByteDance

2016	2017	2018	2019	2020
Lanza Douyin en China	Compra Musical.ly	Lanza TikTok en 150 países 75 idiomas	*4ª app + descargada*	*App más descargada*

TIKTOK EN DATOS

En febrero en 2021

850 M de usuarios activos



DESMONTANDO MITOS SOBRE TIKTOK

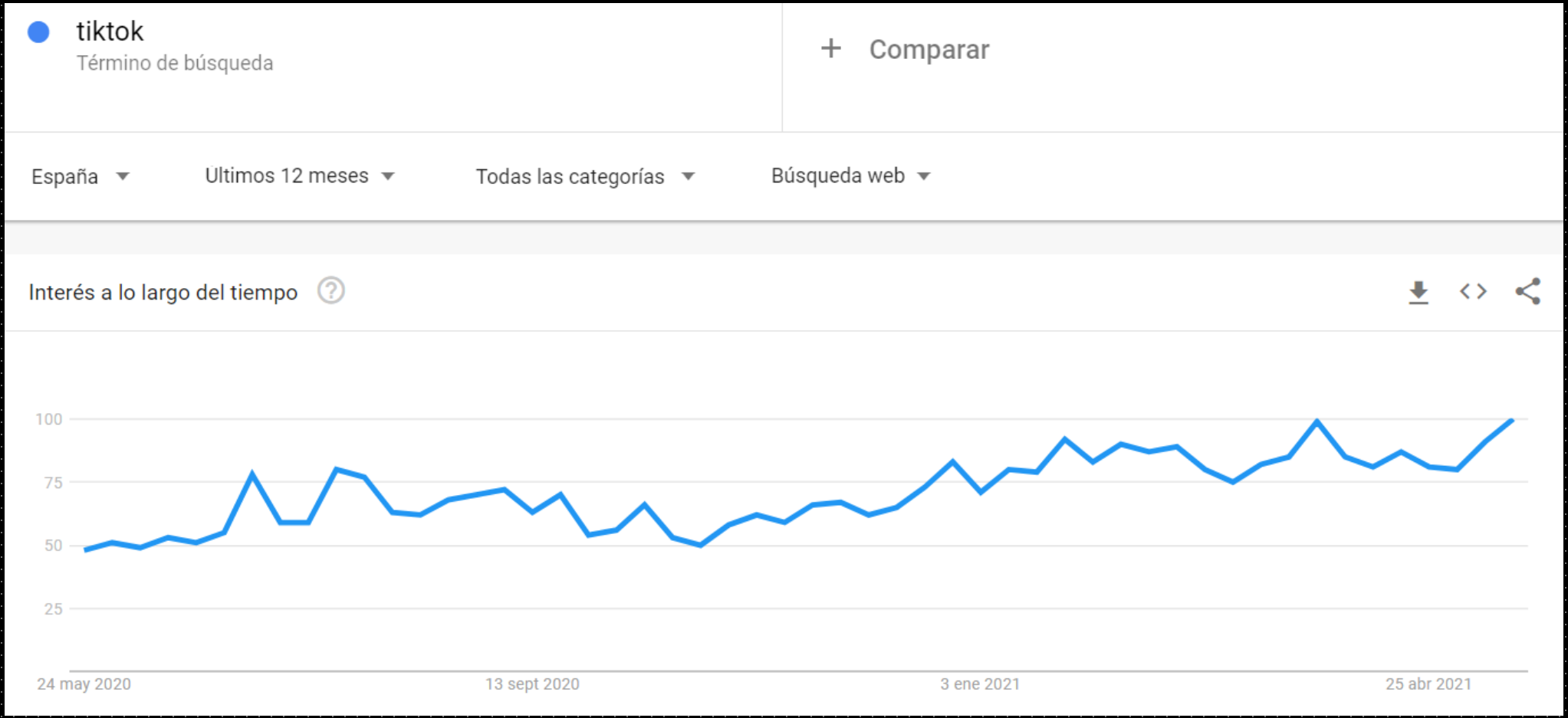
El **74%** tiene más de **18 años**

El **67%** de los usuarios **+ de 25 años**

- **El 55%** son mujeres y el **45%** son hombres

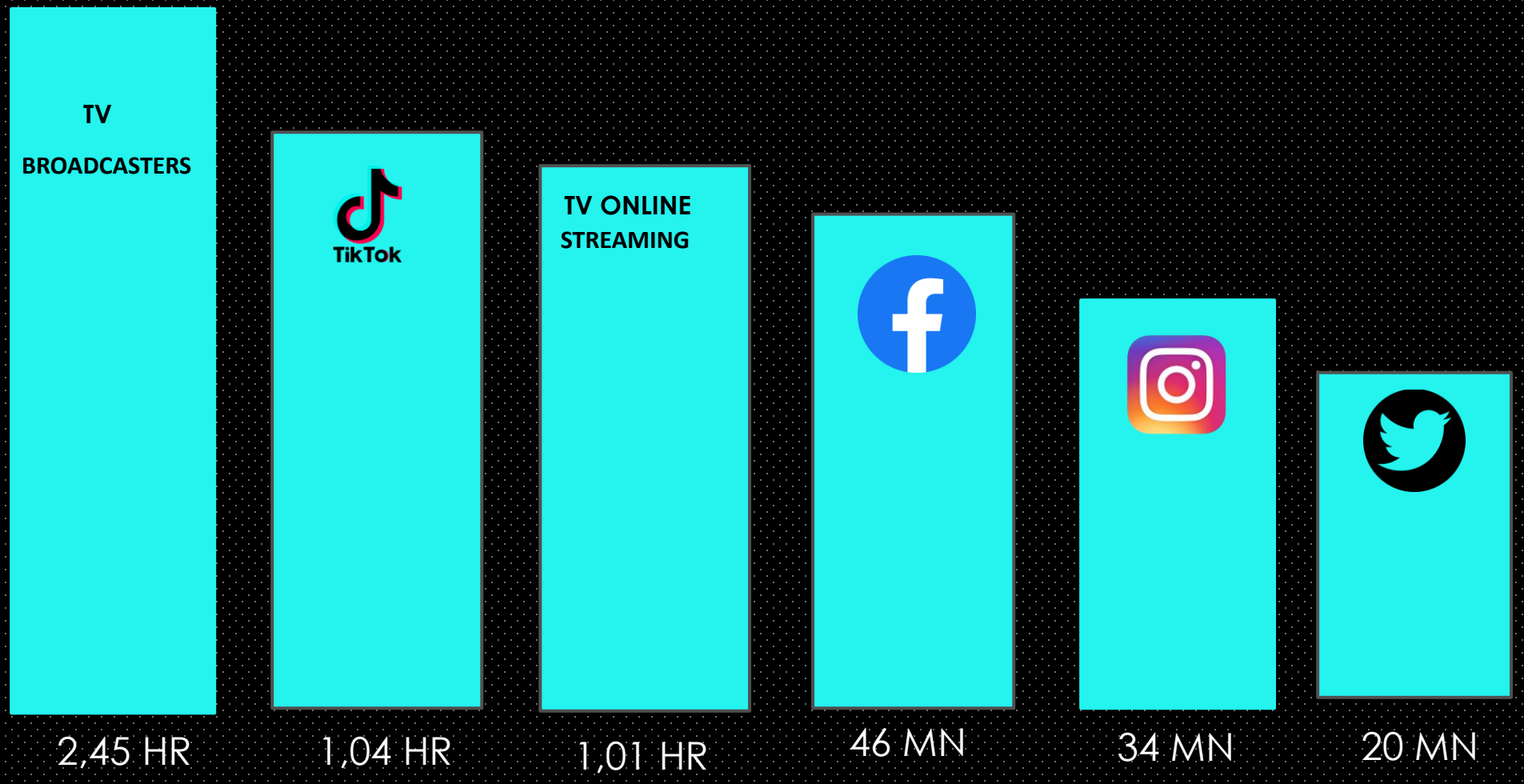
Fuente: TikTok y Coktail Marketing

BÚSQUEDAS TIKTOK



Fuente: Google Trends

TIKTOK ES LA PLATAFORMA DIGITAL A LA QUE SE DEDICA MÁS TIEMPO



Fuente: TikTok

POR QUÉ ES TIKTOK ES ADICTIVA

TikTok emplea IA para analizar los intereses y preferencias de los usuarios a través de sus interacciones mostrando contenido personalizado para cada usuario

El Algoritmo muestra todos los vídeos en Para Ti por dispositivo, lengua, país, información del vídeo

Cualquiera puede hacerse viral tengas 1000 o 1 millón de seguidores
La navegación vertical es rápida, intuitiva y adictiva

TikTok

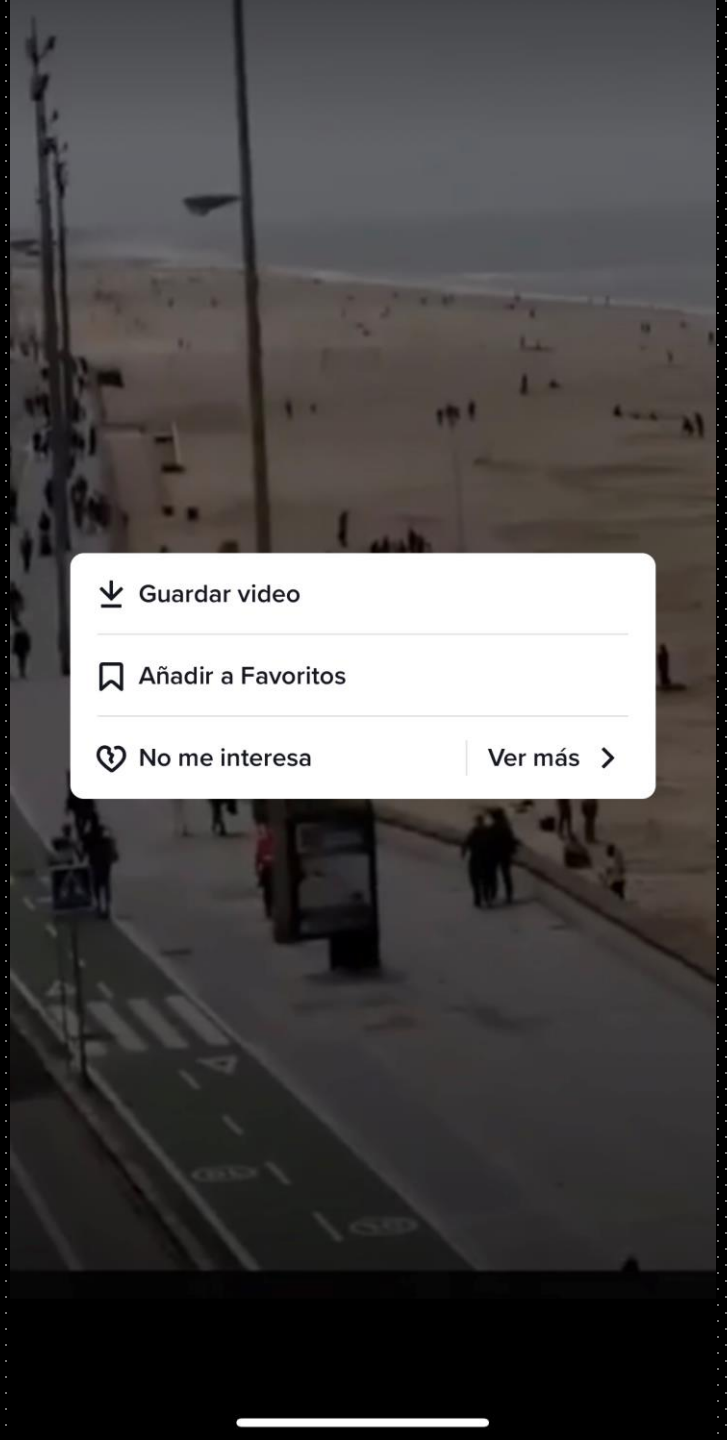
VIRALIDAD DE TIKTOK

Los vídeos pueden llegar a tener un compromiso espectacular.

- ***Millones de visualizaciones***
  - ***Millones de likes***
  - ***Miles de comentarios***
  - ***Miles de compartidos***

CÓMO ENSEÑAR A TIKTOK

- Tiktok aprende de los gustos de los usuarios
- Se pueden seleccionar los contenidos que queremos que nos muestre y los que no
- Si nos detenemos en un vídeo, pulsamos like, compartimos o comentamos entiende que nos gusta y nos volverá a mostrar videos similares



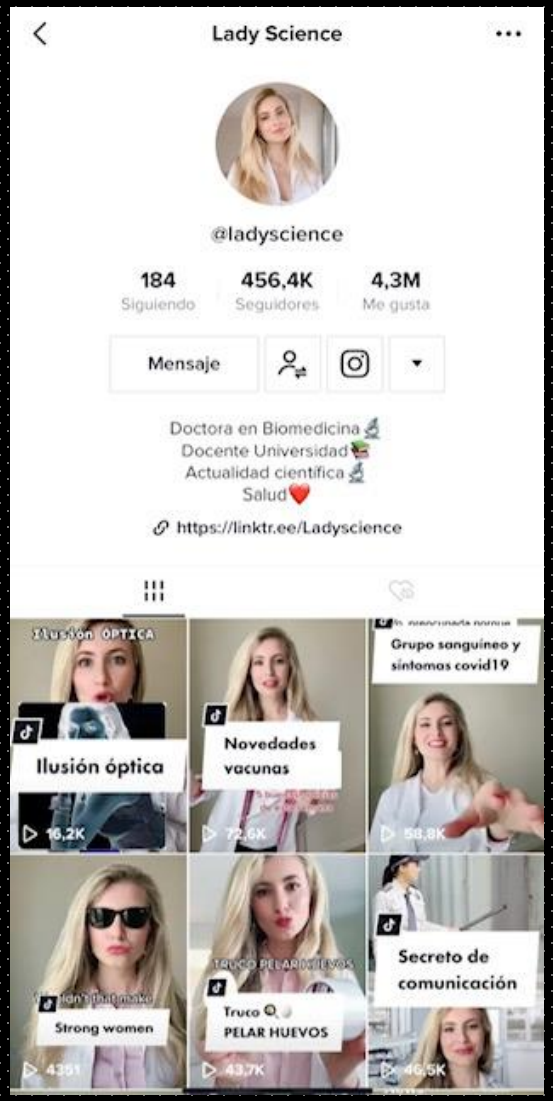
TIKTOK EDITOR DE VÍDEOS

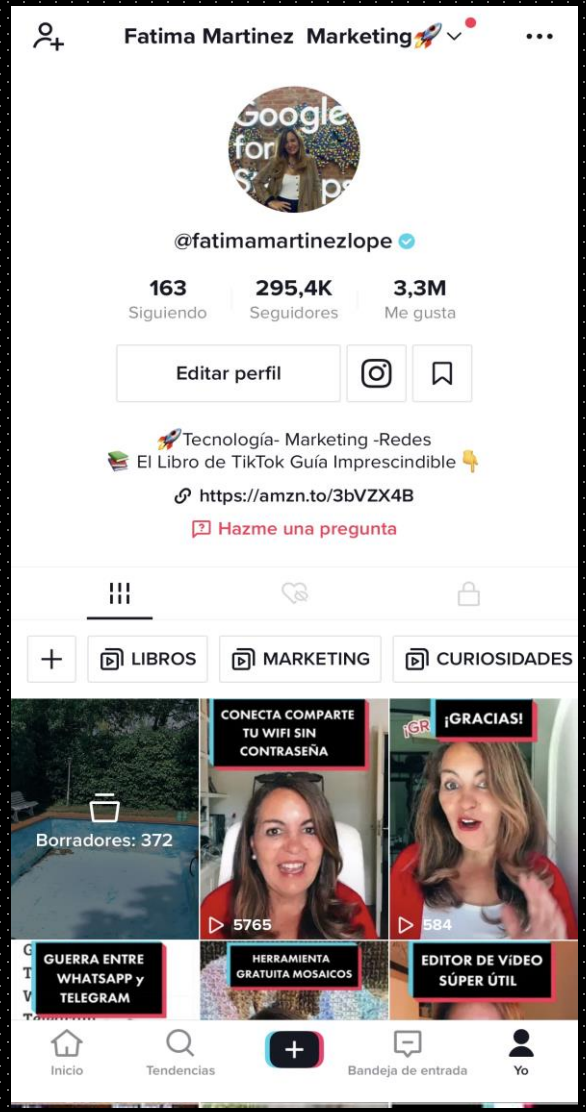
- TikTok cuenta con múltiples herramientas de edición.
- Una gran galería musical con música tendencia
- Permite programar los vídeos desde el la Web de TikTok.

EL GRAN CAMBIO DE TIKTOK

Contenidos profesionales

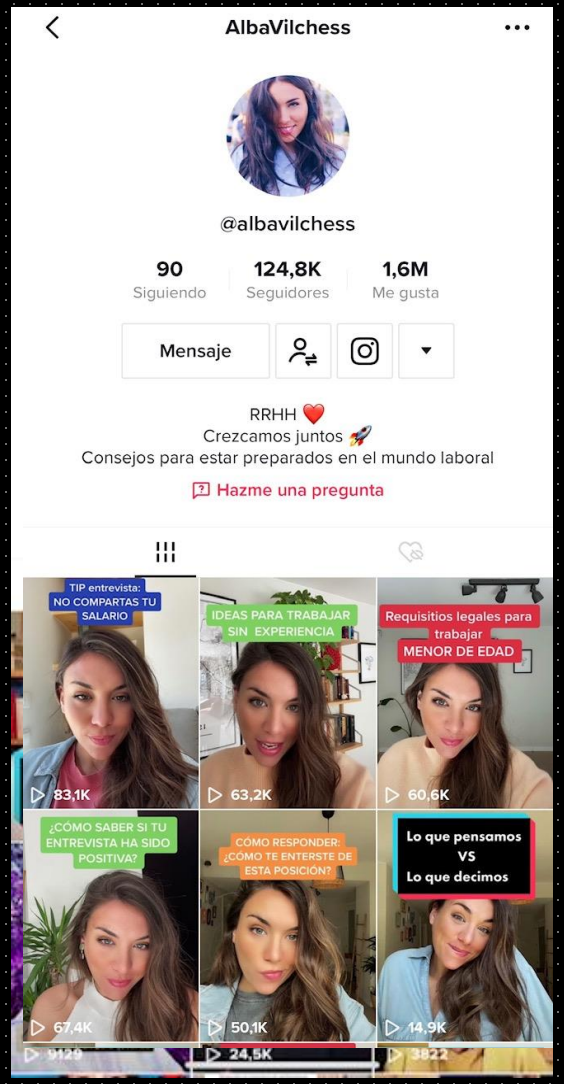
- Protocolo
- Oratoria
- Medicina
- Marketing



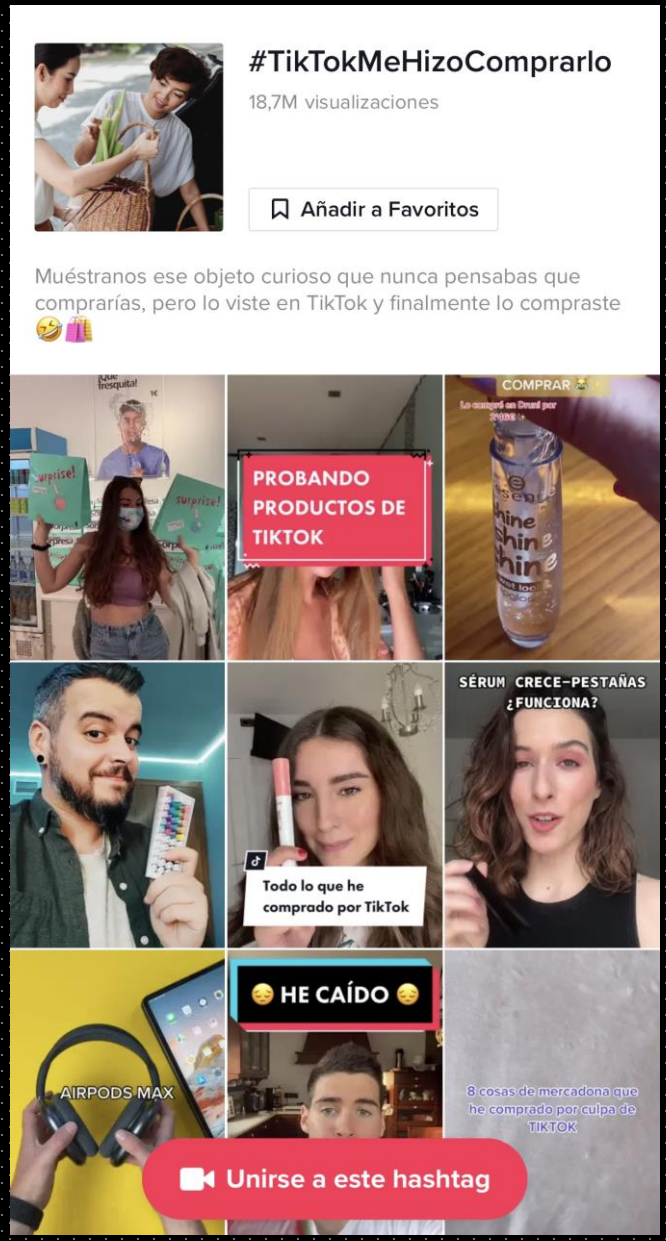


EL GRAN CAMBIO DE TIKTOK

- Profesores
- Psicólogos
- RRHH

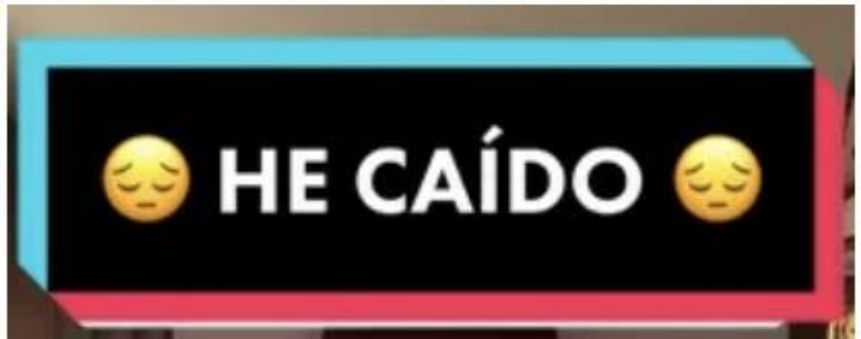


INSPIRACIÓN PARA COMPRAR



Todo lo que he
comprado por TikTok

SÉRUM CRECE-PESTAÑAS
¿FUNCIONA?

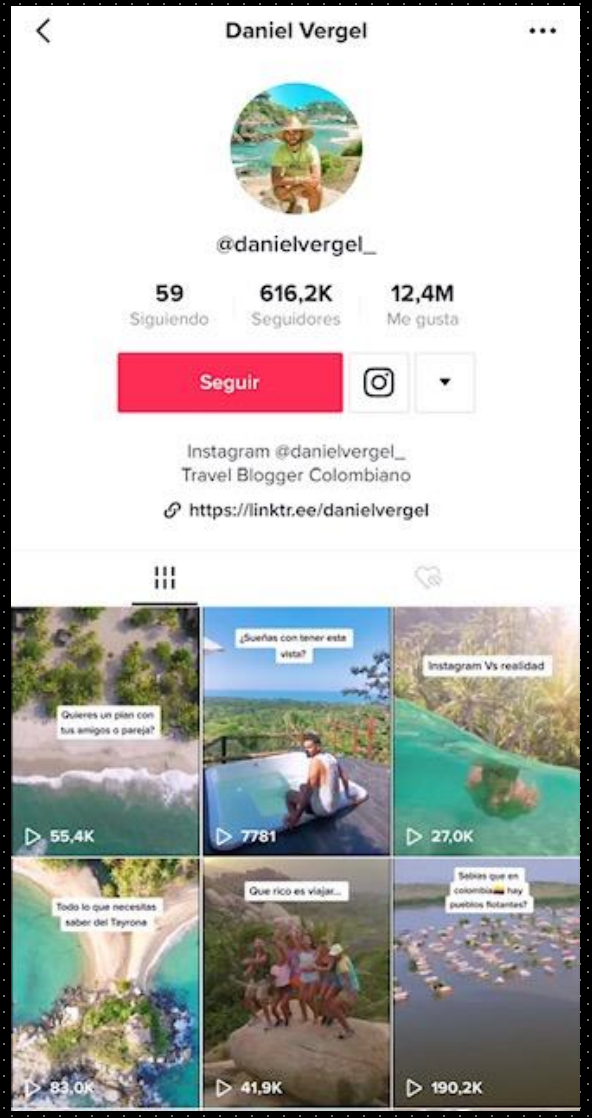

😔 HE CAÍDO 😔

INSPIRACIÓN PARA COMPRAR

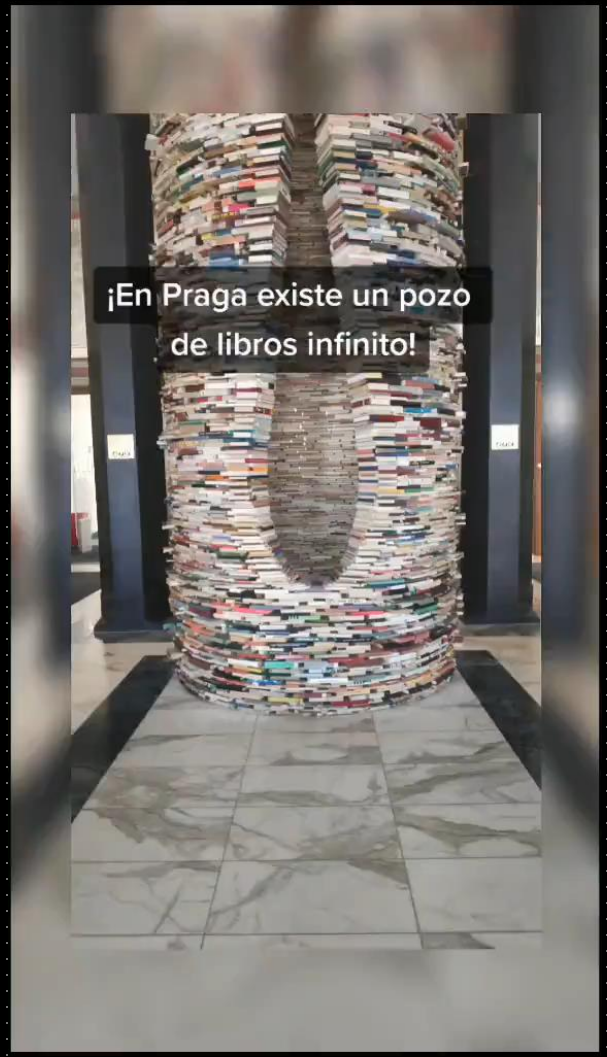
#Gastronomía

@Recetardas
1,7 M seguidores

@Sofiacroqs
114.500 seguidores

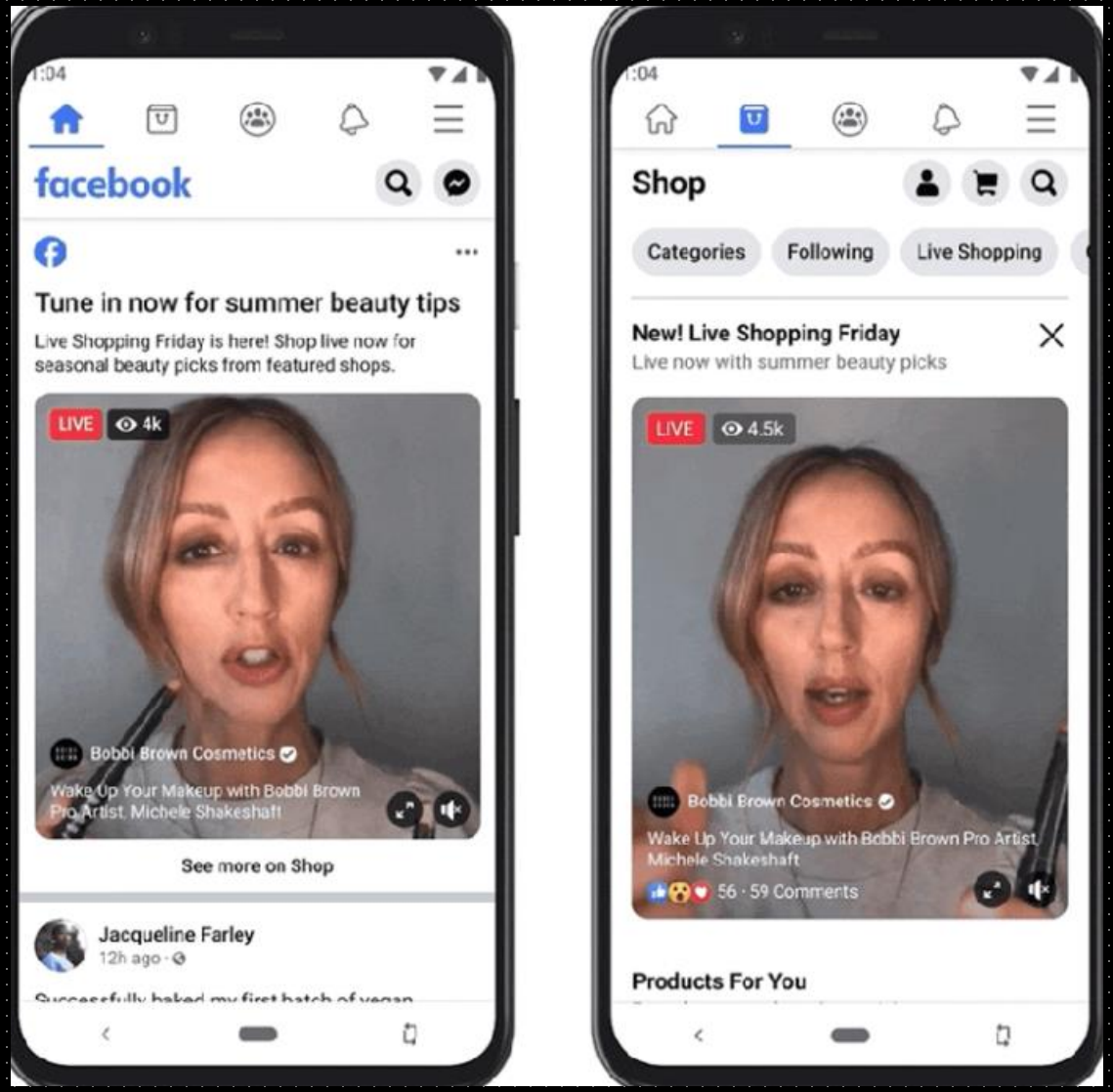

Daniel Vergel
@danielvergel_
59
Siguiendo
616,2K
Seguidores
12,4M
Me gusta
Seguir
Instagram @danielvergel_
Travel Blogger Colombiano
https://linktr.ee/danielvergel
Quieres un plan con tus amigos o pareja?
55,4K
¿Sueñas con tener esta vista?
7781
Instagram Vs realidad
27,0K
Todo lo que necesitas saber del Tayrona
83,0K
Que rico es viajar...
41,9K
Sabías que en colombia hay pueblos flotantes?
190,2K

#Turismo

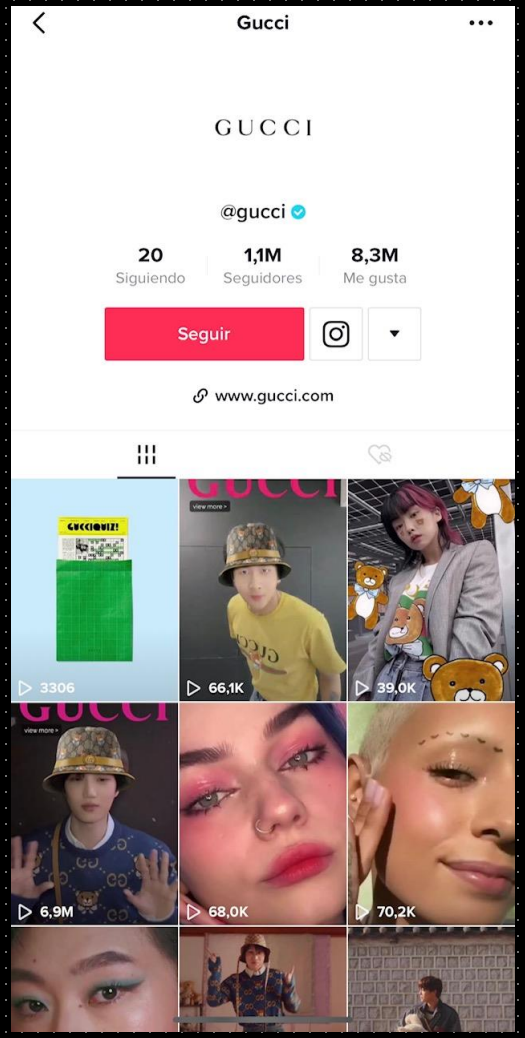

¡En Praga existe un pozo de libros infinito!

FACEBOOK

Live Shopping Fridays



MARCAS EN TIKTOK



Iberdrola supera los 100.000 seguidores en la red social **TikTok**

La firma **líder mundial en renovables** fue **pionera en la plataforma china,** donde cuenta con un perfil desde 2019 y ha protagonizado **dos directos oficiales** en 2021

Cristina Cándido MADRID.

2020 fue el año en el que artistas, deportistas, *celebrities*, *influencers* y creadores de contenido se unieron a la fiebre adolescente de TikTok que recorre el planeta y a su contenido único como los retos virales, bailes, chistes, tutoriales o *gags*.

Hace justo doce meses, el confinamiento global por la pandemia disparó el consumo móvil, impulsó la necesidad de mantener la visibilidad entre los usuarios y la plataforma de origen chino aumentó exponencialmente el número de usuarios, horas de uso frente a otras redes y fue la aplicación más descargada.

Mientras que para muchas empresas se abría un terreno fértil para cosechar nuevos seguidores y fidelizar sus productos, Iberdrola ya estaba allí. La eléctrica que preside Ignacio Sánchez Galán, con un perfil que ya cuenta con más de 100.000 seguidores, fue la pionera del Ibex 35 en esta red social donde aterrizó en febrero de 2019 y también fue la primera en lanzar una campaña publicitaria específica para este canal, el Día Mundial del Medio Ambiente el 5 de junio del año pasado.

La líder mundial en renovables visibiliza sus instalaciones más atractivas, su apuesta por las energías verdes y su compromiso social, con una atención especial a las deportistas españolas a las que patrocina. Un perfil gestionado por el departamento digital de la compañía y que incluso protagoniza varios de los vídeos. Iberdrola, firma del indicador bursátil de referencia que mejor gestiona sus redes sociales según Epsilon Technologies y marca líder en *engagement* según el informe anual del IAB 2020, también ha protagonizado en 2021 dos directos oficiales de la red social. El primero fue con una ingeniera de un parque eólico *offshore* (en alta mar), con motivo del 8-M, y otro, con una jugadora de la selección española de fútbol, con el lanzamiento del desafío *#Juegancomochicas*, aún activo y que por ahora ha superado los 23 millones de visualizaciones.

Aunque otras compañías del selectivo español como BBVA, Telefónica y Acciona están comenzando o están preparando su presencia en la célebre plataforma, con perfiles ya reservados y verificados o empezando a compartir contenidos, todavía son muy pocas las empresas internacionales de este tipo las que tienen presencia en esta red, aunque sí tengan una gran actividad en otras profesionales como Linkedin y otras más visuales como Instagram o Youtube.

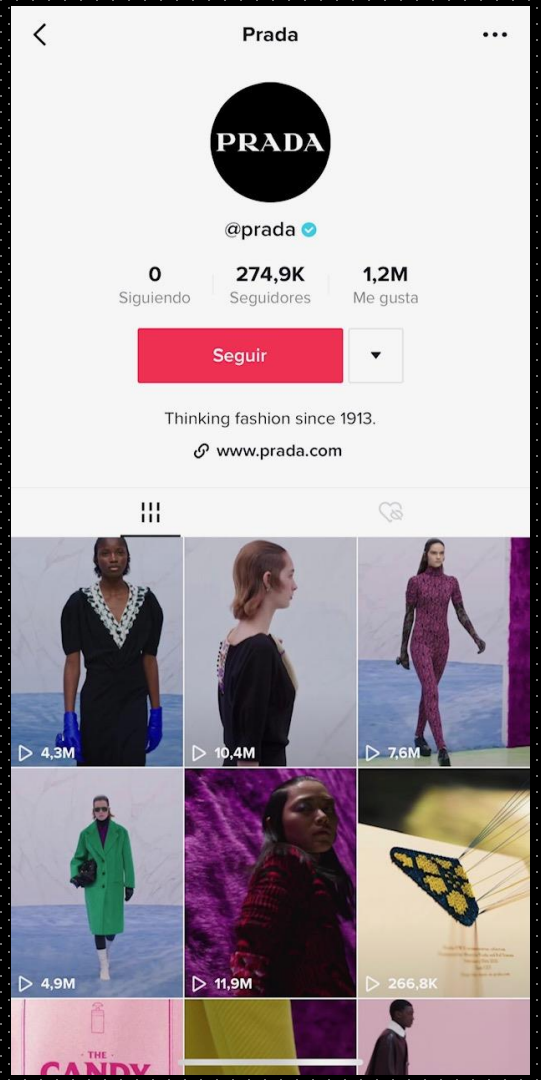
Sectores con más presencia

El mundo de la moda, las marcas de entretenimiento y las de gran consumo de productos para un público más joven son los anunciantes con más presencia en esta plataforma. Sin embargo, llama la atención que dos sectores tan digitalizados como las *telecos* y la banca –la excepción es Banco Evo– destacan por su ausencia en esta red. En energía a Iberdrola le ha seguido, por el momento, sólo Acciona.

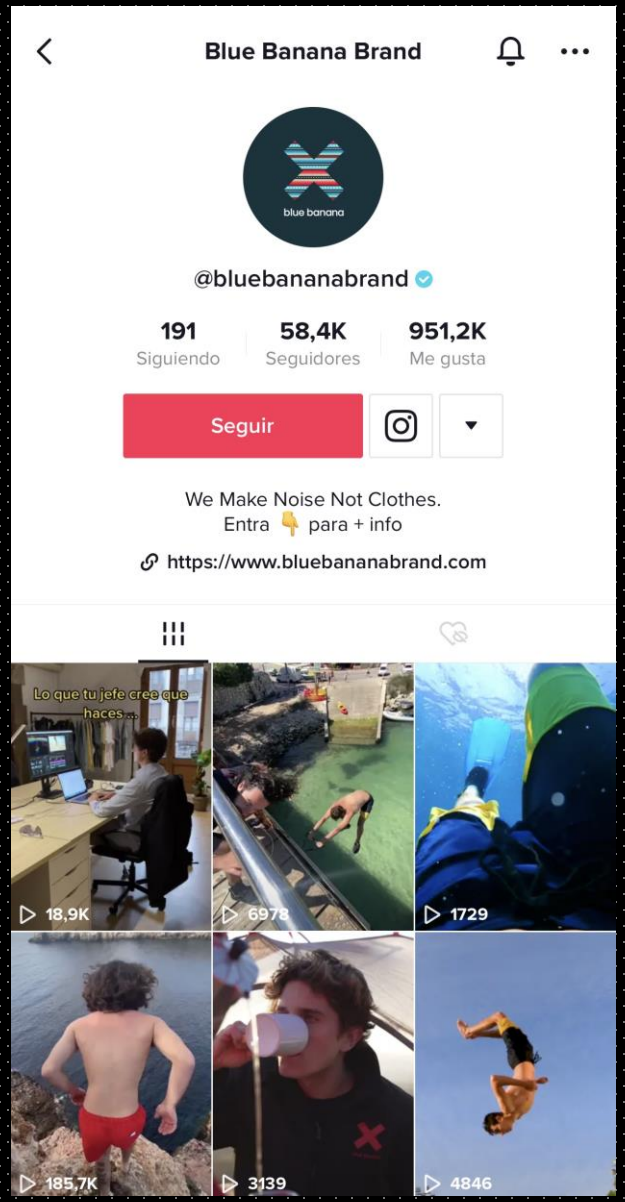
En *retail* aún hay pocas compañías, y su contenido y productos van destinados a los más jóvenes como El Corte Inglés o Pull & Bear y marcas mucho muy conocidas y consumidas por la generación *millennial*, como son las Pompeii, Blue Banana o Hawkers. En Distribución, los supermercados Covirán han sido los primeros en sumarse, seguidos de la filial española de Carrefour, que se estrenó el mes pasado, y Supermercados Dia, con un perfil al que aún no han subido ningún contenido.

Un parque eólico: el vídeo más viral

El 'tiktok' con más visualizaciones de Iberdrola muestra cómo se monta un parque eólico en Asturias, superando los siete millones de reproducciones, los 212.000 'likes' y ha sido compartido más de 2.100 veces por Whatsapp. El vídeo se ha convertido en un caso de estudio para otras firmas energéticas e industriales sobre cómo crear contenidos potentes y adaptarlos al lenguaje de esta plataforma.



BLUE BANANA


Blue Banana Brand
blue banana
@bluebananabrand
191
Siguiendo
58,4K
Seguidores
951,2K
Me gusta
Seguir
We Make Noise Not Clothes.
Entra 👇 para + info
https://www.bluebananabrand.com
Lo que tu jefe cree que haces...
18,9K
6972
1729
185,7K
3139
4846

blue banana

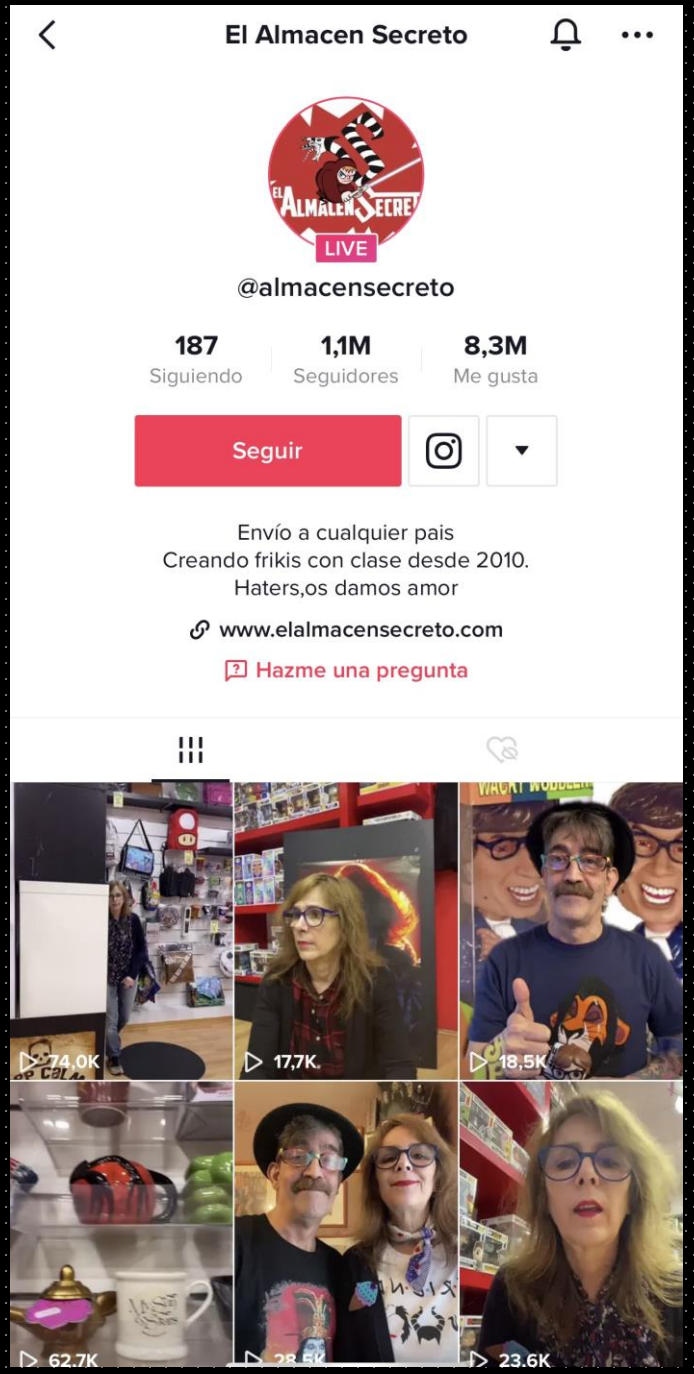
BLUE BANANA

480.000 REPRODUCCIONES

63.700 LIKES

1.134 COMENTARIOS

1.645 COMPARTIDOS

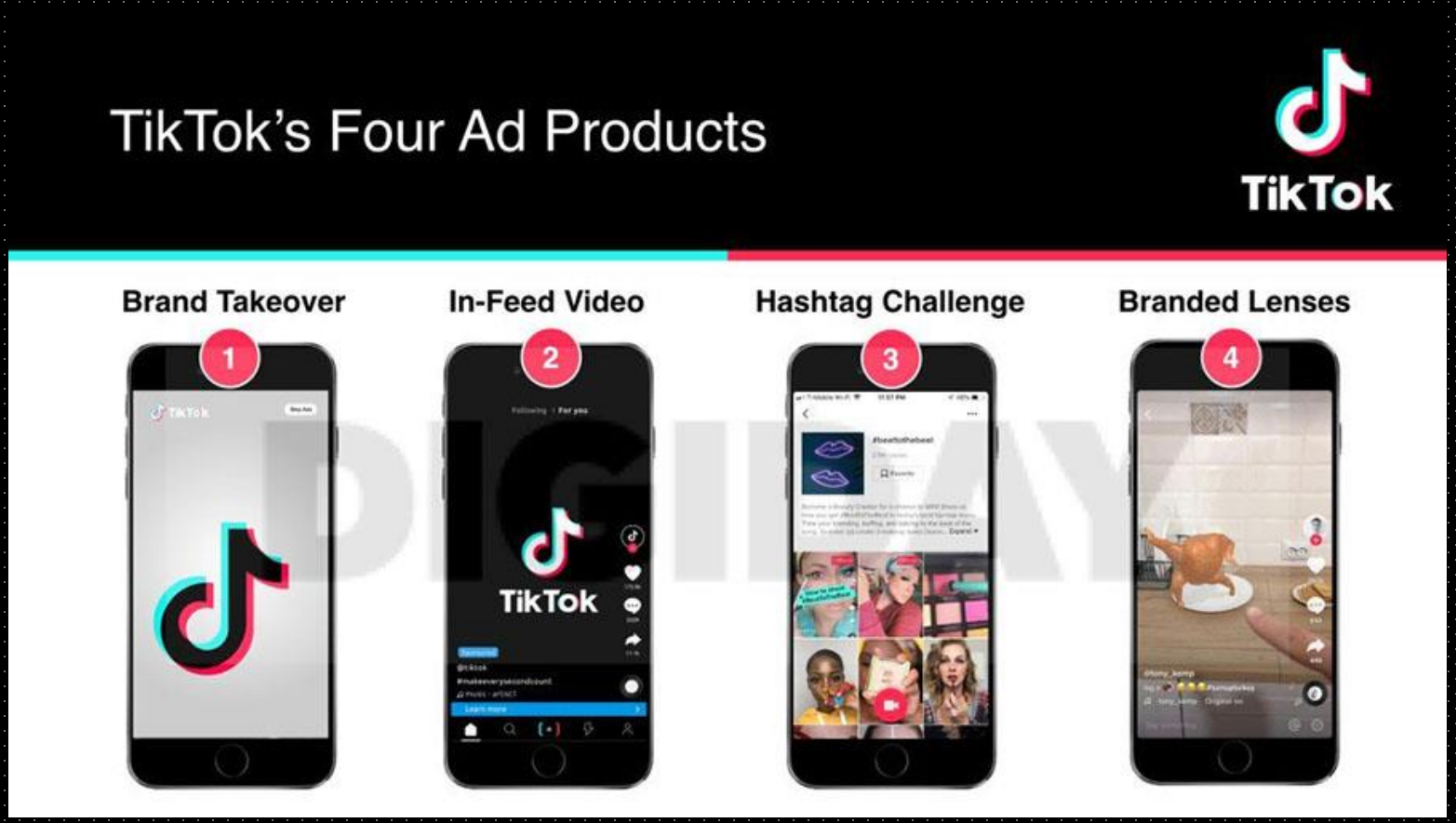

El Almacen Secreto
LIVE
@almacensecreto
187
Siguiendo
1,1M
Seguidores
8,3M
Me gusta
Seguir
Envío a cualquier pais
Creando frikis con clase desde 2010.
Haters,os damos amor
www.elalmacensecreto.com
Hazme una pregunta
74,0K
17,7K
18,5K
62,7K
23,6K

TikTok
@almacensecreto
GROOT
MARVEL

CREATOR MARKETPLACES

- Paquetes de tiktokers para agencias y marcas
- Creadores con diferentes comunidades
- Campañas ofrecidas por TikTok

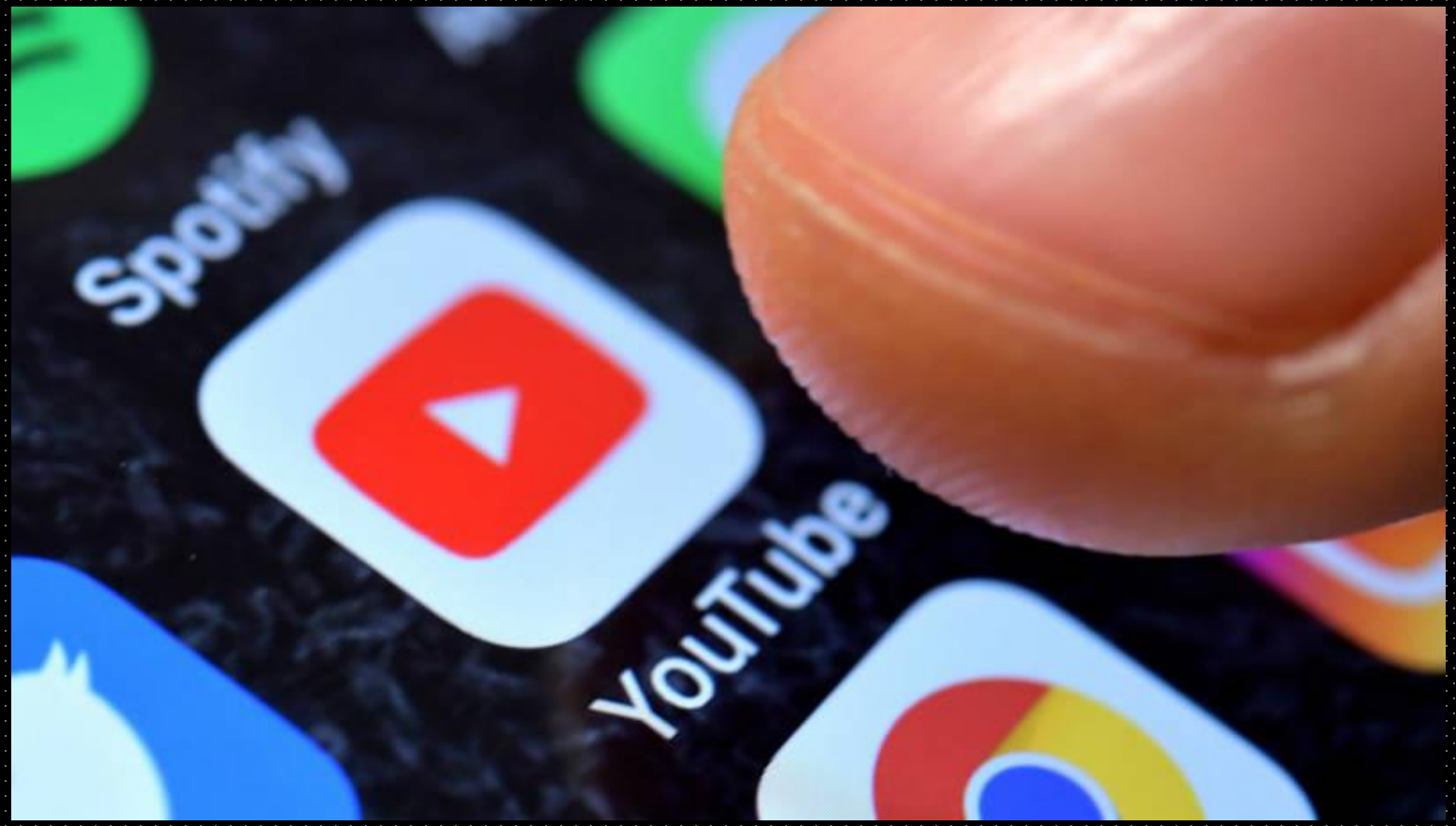
PUBLICIDAD EN TIKTOK



COMPETENCIA DE TIKTOK

@fatimamartinez

COMPETENCIA DE TIKTOK YOUTUBE SHORTS



@fatimamartinez

SPOTLIGHT SNAPCHAT

TWICH

- Pertenece a Amazon
- 43 millones de espectadores al mes
- Ya no solo retransmisiones de videojuegos y empiezan a crear canales restaurantes y pequeños comercios

LAS NUEVAS REDES SOCIALES ya no son solo plataformas de adolescentes para jugar, cantar y bailar

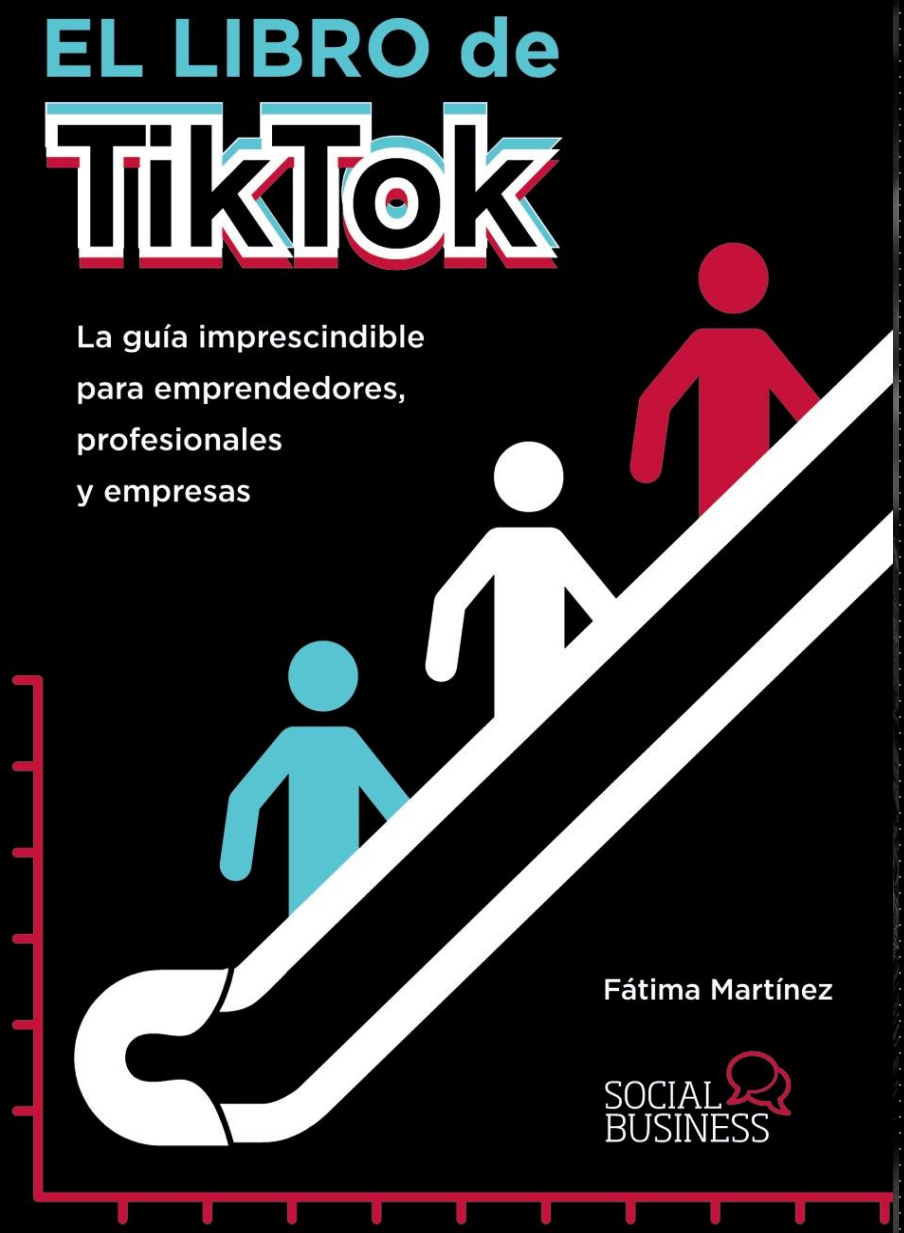
Tik Tok

Representan una gran oportunidad para emprendedores, profesionales, empresas

Fátima Martínez López

fatimamartinez.es

@FatimaMartinez

@fatimamartinezlope

Fátima Martínez López