

TikTok para publishers

A reinvenção das redes sociais

Crescimento

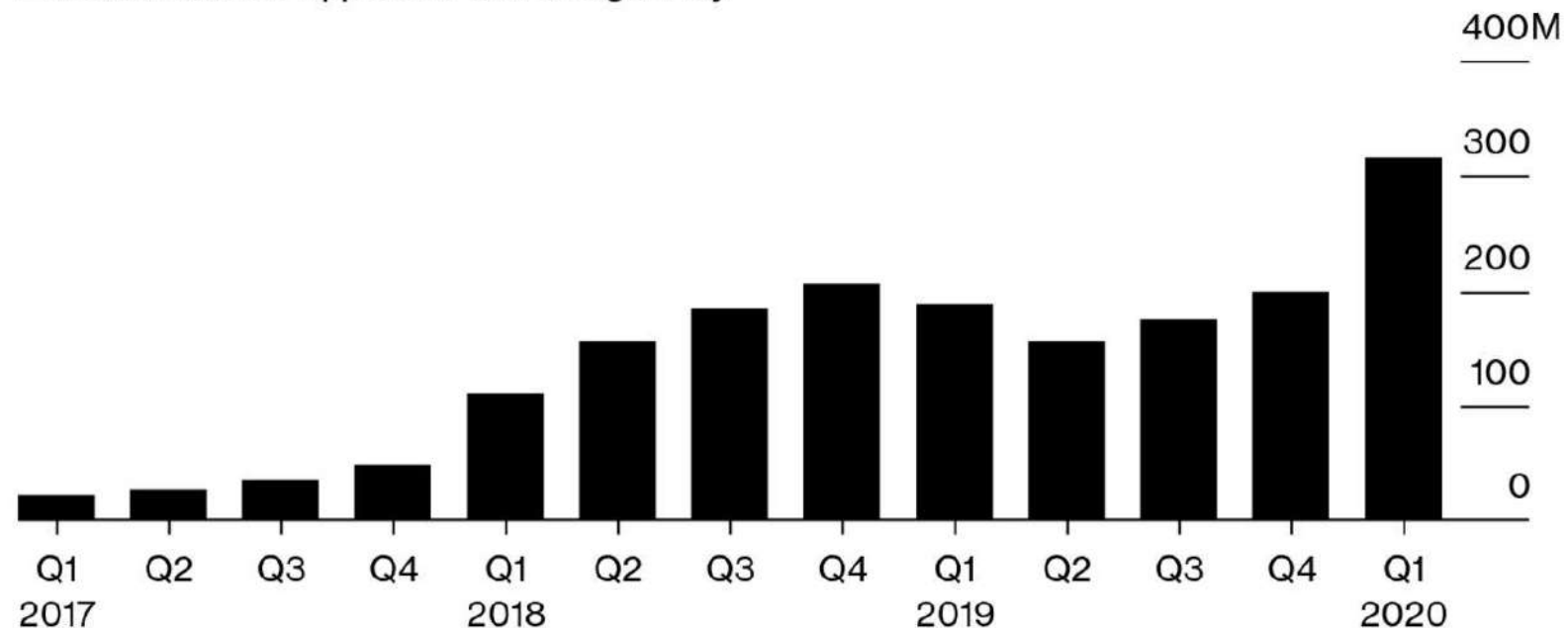
Cresce mais rápido do que qualquer outra rede social no mundo!

O aplicativo TikTok e sua versão chinesa, Douyin, alcançaram 2 bilhões de downloads na Apple App Store e no Google Play Store em março, de acordo com a empresa de medição Sensor Tower.

TikTok's Fast Tempo

The video app has been downloaded more than 2 billion times globally

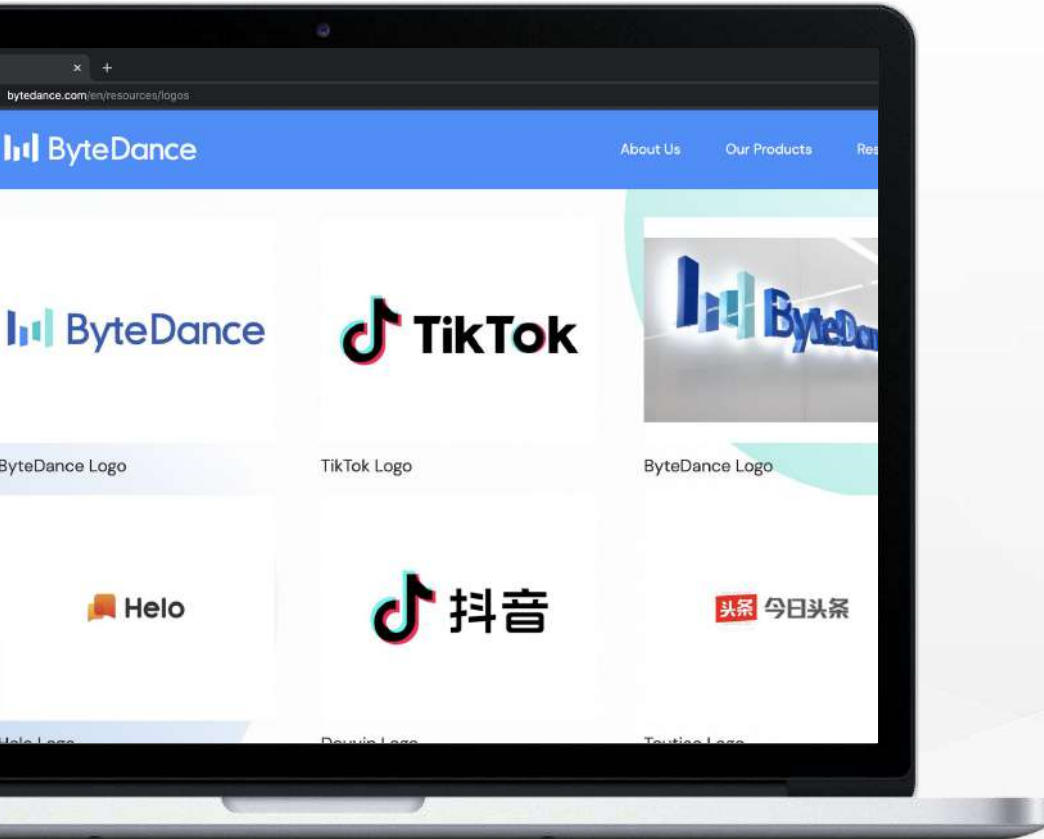
■ Downloads on App Store and Google Play



Source: Sensor Tower Store Intelligence

Bloomberg

ByteDance



É uma empresa chinesa avaliada em mais de 75 bilhões de dólares e deve fazer o IPO este ano.

Presente em mais de 150 mercados, 126 escritórios, +60.000 funcionários, 15 centros de pesquisa e desenvolvimento em todo o mundo.

A empresa começou com um agregador de notícias, o Toutiao, hoje maior da China. Gradualmente realizou aquisições, como a Musical.ly, por U\$ 1 bilhão em 2017.

Influência do governo chinês e preocupação do governo americano com acúmulo de dados de cidadãos americanos.

Rede social, só que não

01 NÃO É FACEBOOK

Não se baseia em amigos e efeito de rede próxima;

02 NÃO É INSTAGRAM

Usa imagens e vídeos, mas não é idealizado nem esteticamente cuidadoso;

03 NÃO É YOUTUBE

vídeos são verticais e mais curtos, com narrativa difusa;

04 NÃO É SNAPCHAT

muita AR e filtros em geral, mas com alcance bem maior;

05 NÃO É TWITTER

Pode ter notícias, mas não é a prioridade;

06 NÃO É PINTEREST

Não tem o e-commerce como prioridade

Mas é tudo isso e também uma das mais poderosas ferramentas de inteligência artificial e machine learning do mundo

Machine Learning e engajamento

Os algoritmos de machine learning usam estatísticas para encontrar padrões em grandes quantidades de dados (números, palavras, imagens, cliques etc). Se puder ser armazenado digitalmente, poderá ser inserido em um algoritmo de machine learning.



QUEM USA:



Sistemas de recomendação como os do Netflix, YouTube e Spotify; Motores de busca como Google e Baidu;

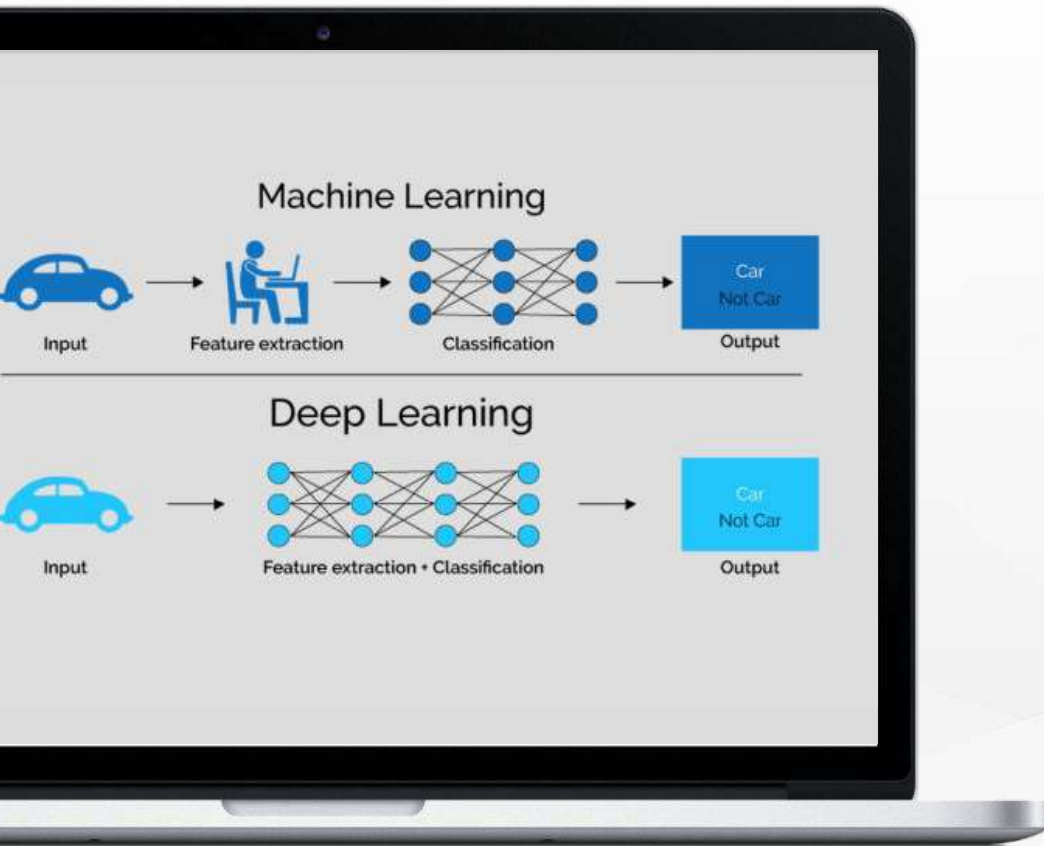


Feeds de mídia social como Facebook e Twitter;



Assistentes de voz como Siri e Alexa;

Fábrica de Memes



Facebook, Instagram e demais redes sociais aprendem com o que você clica dentro da sua rede de influência

TikTok, não quer conhecer seus amigos, aprende com os seus desejos mais íntimos desde o primeiro clique.

No futuro, de acordo com a ByteDance, "modelos de IA em larga escala" determinarão nossos "fluxos de informações personalizados",

Fábrica de sucessos

O TikTok levou outra música para o topo das paradas da Billboard "Say So", de Doja Cat, com um novo remix de Nicki Minaj, alcançou o primeiro lugar semana passada.

É a mais recente de uma série de músicas para obter sucesso viral no aplicativo - desta vez, alimentada por uma dança viral criada por Haley Sharpe, de 17 anos - antes de começar a se tornar a música de maior sucesso comercial no mundo.

Ele se junta a "Old Town Road", de Lil Nas X, e "Roxanne", do Arizona Zervas, entre as músicas que saltaram do TikTok para o topo da Billboard.

A música mostra como uma dança coreografada pode ser vital para o sucesso sustentado do TikTok - e, eventualmente, para um público mais amplo.

The Renegade, apresentada em "Lottery (Renegade)" de K Camp, é provavelmente a dança mais popular entre a Gen Z. Criada por Jalaiah Harmon, de 14 anos, e popularizada pelo fenômeno TikTok de 16 anos, Charli D'Amelio, levou a música a milhões de ouvintes na plataforma.

No mês passado, Drake lançou "Toosie Slide" - apresenta um coro de instruções puramente de dança - uma música tão calculada para a viralidade do TikTok que Pitchfork chamou de "estritamente uma decisão de negócios".



Estrutura do conteúdo

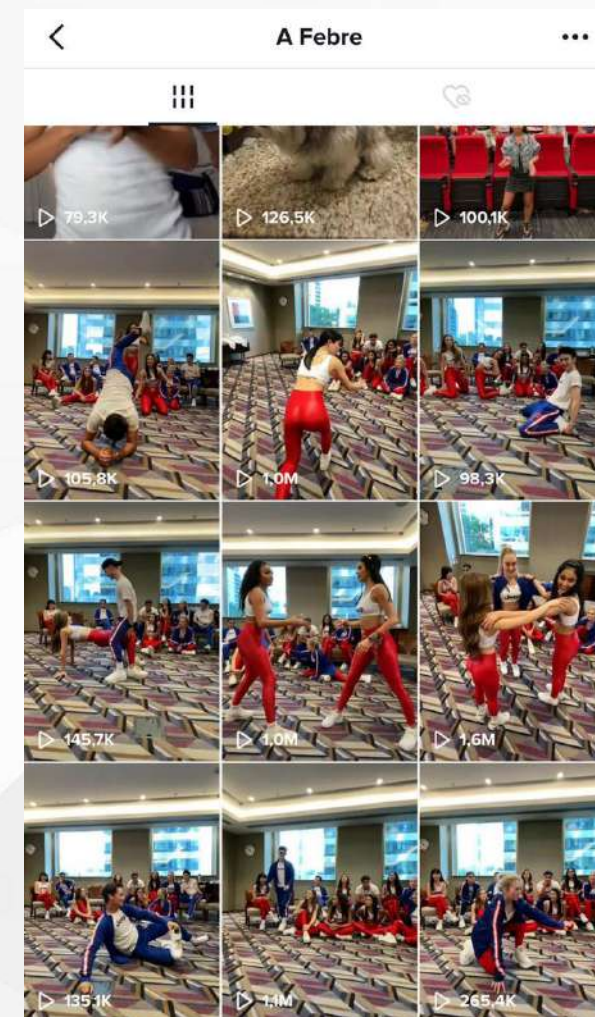
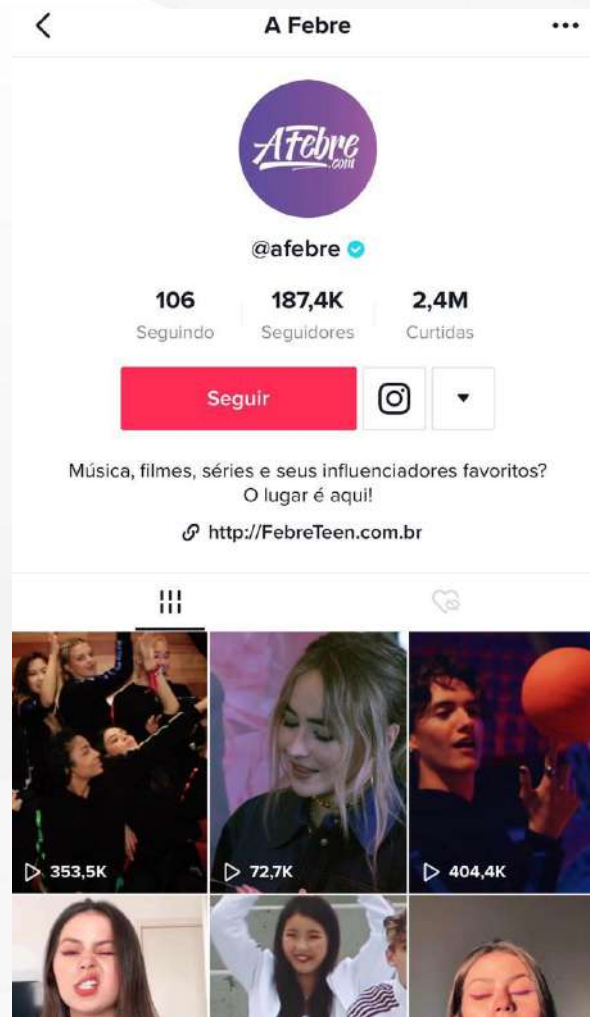
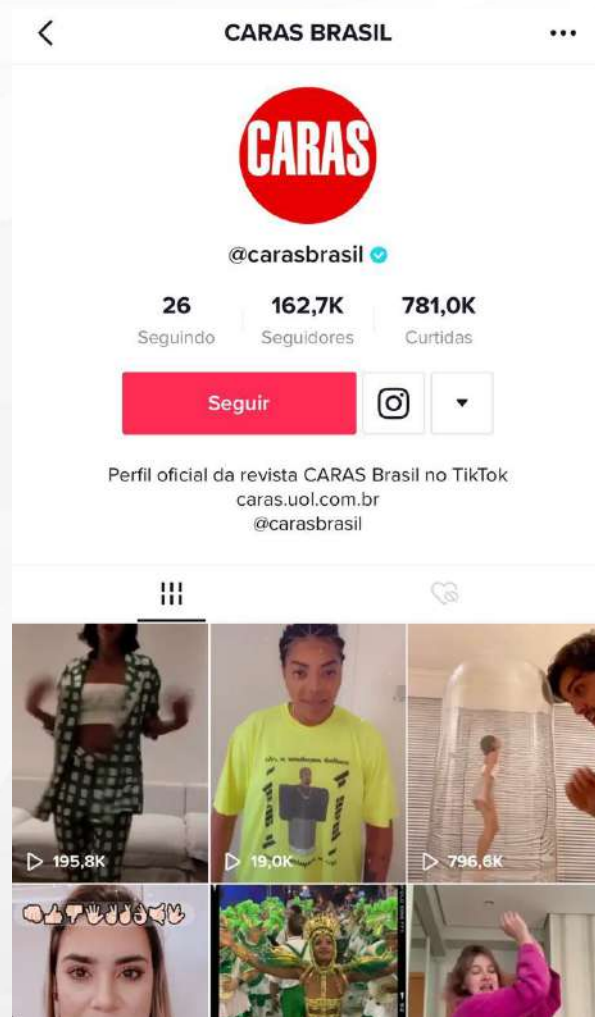
**TikTok em +150
mercados;**

**Vídeos geralmente
criados com base na
música;**

**O idioma tende a não
representar uma
barreira significativa;**

**Poucos vídeos têm algo a ver
com as notícias, para que não
fiquem desatualizados com
facilidade.**

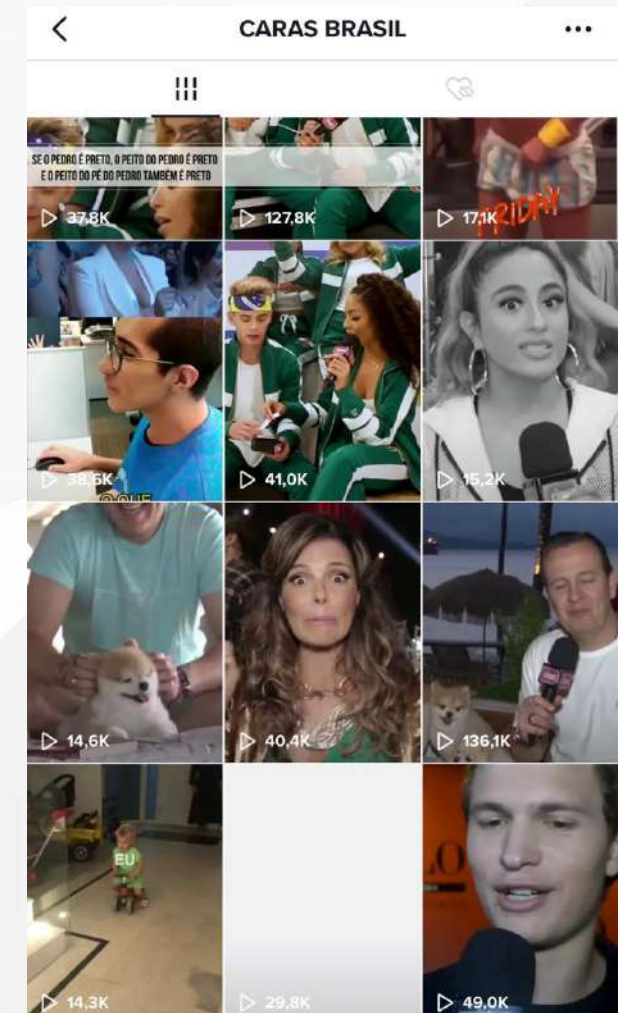
Inserindo a sua marca no TikTok



Inserindo a sua marca no TikTok

A dificuldade é sempre encontrar qual tipo de conteúdo um público completamente novo quer consumir da sua marca;

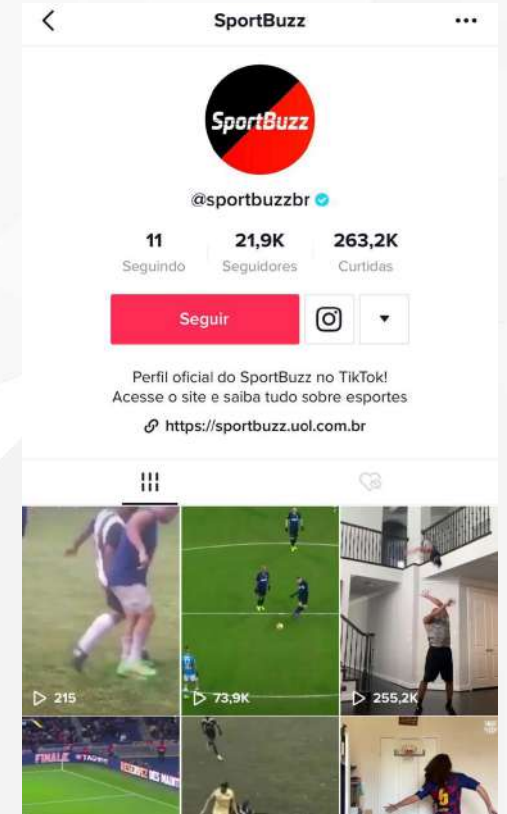
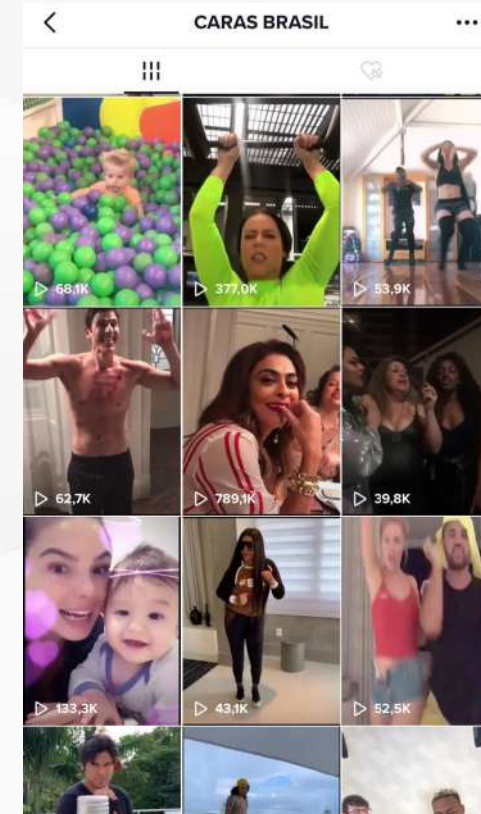
O resultado dos testes podem ser totalmente diferentes do plano de ação traçados pela equipe;



Rotina de produção

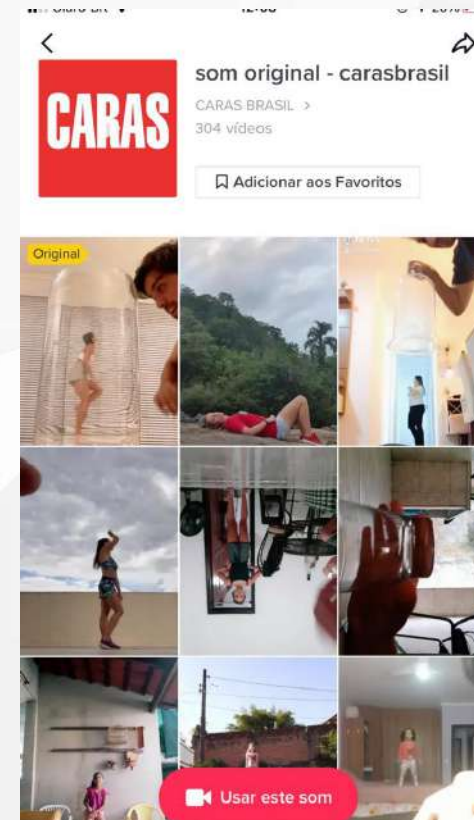
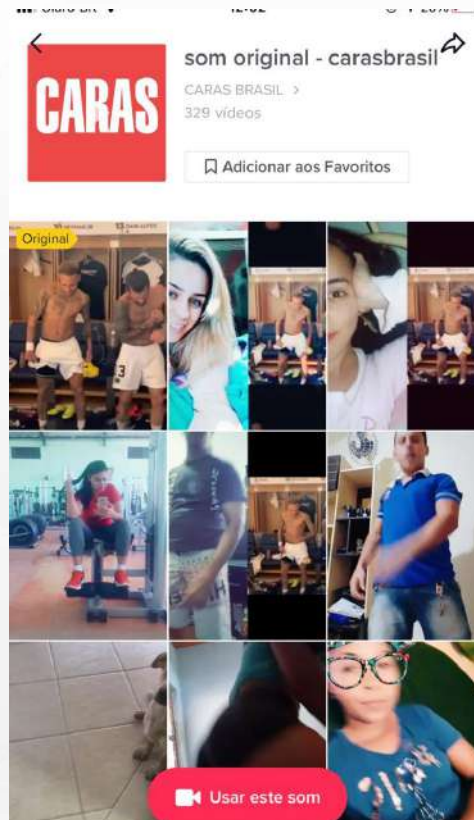
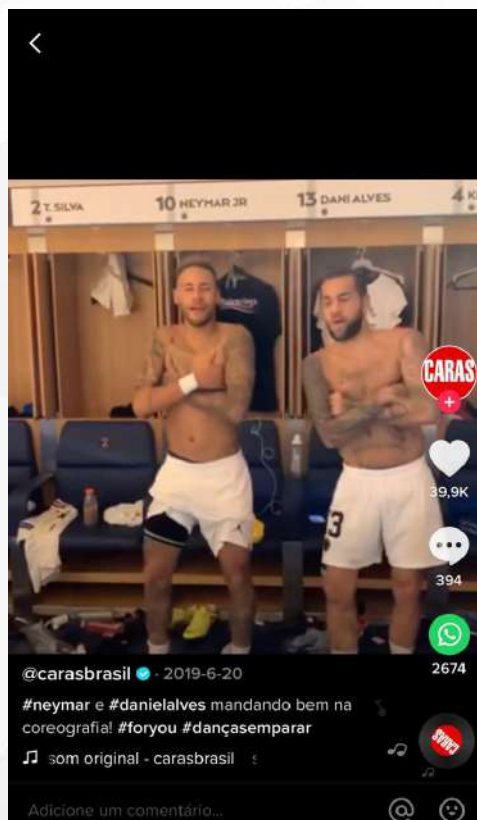
A plataforma prioriza o seu conteúdo, e não o número de seguidores.

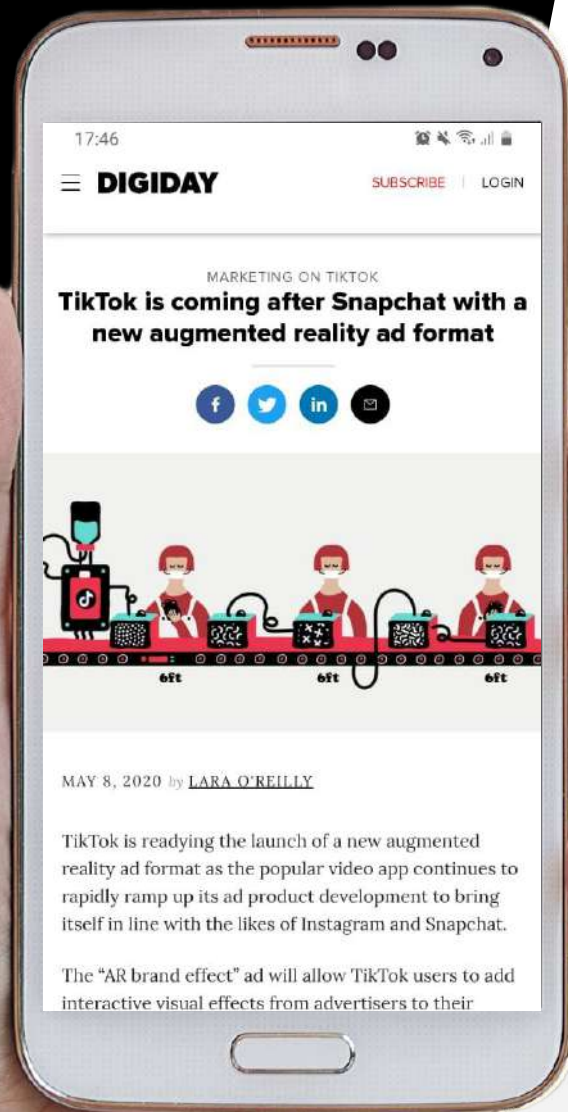
Os vídeos virais aumentam o alcance e a relevância da sua marca, mesmo que não tragam um proporcional número de seguidores



Rotina de produção

O conteúdo exclusivo é importante. Mas o segredo é o timing da publicação original ou repost de uma outra plataforma. Lance uma tendência, esse é o espírito do tiktok.





Monetização

Enquanto a TikTok segue um caminho semelhante ao de suas plataformas de mídia social concorrentes na implantação de novos produtos de anúncios, faz isso de maneira bem mais rápida

Novo formato de anúncio com realidade aumentada colocará o TikTok frente a frente com os formatos de realidade aumentada das Sponsored Lens e Word Lenses do Snapchat e os filtros de AR do Instagram, embora este último ainda não seja um produto de anúncio.

Em países como os Estados Unidos alguns produtores de conteúdo, incluindo publishers, já negociam remuneração da rede por meio de campanhas

Q&A



Obrigado!