

ТИКТОК — НОВЕЙШИЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА

Каждые несколько лет появляются приложения, меняющие способы использования социальных сетей.

TikTok — самая быстрорастущая социальная сеть. По количеству скачиваний TikTok находится на первом месте в мире, превысив отметку в 1 млрд скачиваний.

Если организация направлена на привлечение молодой аудитории (до 30 лет), то продвижение в TikTok на данный момент является самым эффективным инструментом. В 2021 г. установлено, что 66 % пользователей TikTok моложе 30 лет, а 41 % — от 16 до 24 лет.

По алгоритмам многие сравнивают TikTok с Instagram. На самом деле он больше похож на YouTube, так как видео попадает в рекомендации не только от уровня вовлеченности, но и от интересов пользователя. В Instagram наиважнейшим фактором, который решает вовлеченность аудитории, является количество подписчиков. В TikTok количество подписчиков не определяет популярность аккаунта и не имеет такого сильного влияния. В TikTok аккаунт попадает в рекомендации с учетом интересов пользователей, и если интерес к ролику совпадает с реальным ростом вовлеченности, то аккаунт показывают у большего количества пользователей.

Еще одно ключевое отличие TikTok от других социальных сетей — принцип продвижения. В TikTok нет возможности рекламировать свой аккаунт, а соответственно, за счет рекламы повышать свою вовлеченность. Есть возможность рекламировать только отдельный ролик, который создается специально для рекламы и не остается на канале.

Отметим самые эффективные методы продвижения в TikTok:

1. Собственный канал. Первый шаг — регистрация коммерческого аккаунта для продвижения фирменного контента.
2. TikTok Ads. Оформление рекламы непосредственно в рекламном кабинете приложения. Самые популярные варианты: Brand Takeover (ролик, который показывается сразу после запуска приложения), In-feed Native Video (видеоролик длиной от 5 до 60 с, который периодически показывается в процессе просмотра пользователем ленты).
3. Реклама у блогеров, лидеров мнений (заказать рекламу у них можно как напрямую, так и через специальные биржи, в том числе и на официальной платформе TikTok).

Обобщив результаты исследования, отметим, что продвижение через TikTok подойдет тем организациям, чья целевая аудитория — это люди от 21 года до 35 лет. Обычно они являются самыми платежеспособными покупателями.