Published on *Melano.hu* (https://www.melano.hu)

Megjelentek a magyar cégek a TikTokon

Létrehozás: 05/12/2022 - 14:41
Szerző: Melano
[1]
A TikTok elkezdett felnőni, a tinik bohóckodásával indult platform fokozatosan vonzza az érettebb közönséget, a minőségibb tartalmakat.
Kapcsolódó cikkek:
A közösségi médiában rejlő lehetőségek [2]

A cégek is elkezdték felfedezni maguknak az applikáció adta lehetőségeket az utóbbi évben. Megéri átnyergelni a TikTokra? Unalmas-e a Facebook a felhasználóknak? Ma már Magyarországon is többmilliós a platform látogatottsága, és egyre többen látják: a TikTokon valóban érdekes, értékes tartalmak is helyet kapnak. Sokan tanulni, fejlődni érkeznek a népszerű közösségimédia-felületre, keresik a tudást megosztó rövid videókat. *„Látjuk, hogy a cégek közül is néhányan megtalálták a saját hangjukat és közönségüket a felületen. Bebizonyosodott, hogy a TikTok nem csak múló divat és pénzkidobás”* – állapítja meg Kovács László, a Follow Marketing [3] tulajdonosa.

Miért izgalmasabb a TikTok a felhasználóknak, mint a Facebook vagy az Instagram?
Kutatások kimutatták, hogy a TikTok rövid videós tartalmai révén magasabbra emeli a felhasználók dopaminszintjét, mint akár az Instagram, akár a Facebook. Ezzel arra motiválja őket, hogy minél több időt töltsenek a videók nézegetésével. Egy 2017-es vizsgálat azt találta, hogy az amerikaiak átlagosan napi 5 órát böngésznek a mobiljukon. Ezt a függőséget a boldogsághormonként is ismert dopamin hormon emelkedése is motiválja. *„Amelyik közösségimédia-felület a leghatékonyabban magához tudja láncolni a felhasználóit, az fogja rövid időn belül a legtöbb hirdetési bevételt is elkönyvelni*” – teszi hozzá a marketinges szakember.

Kinek és hogyan éri meg a TikTokon hirdetni?
A Follow Marketing robbantotta be az Instagram-marketinget 2017-ben a magyar piacon, és megmutatta, hogy mekkora a potenciál benne a Facebook mellett, most pedig arra figyelmeztetnek, hogy a TikTok néhány éven belül igazi aranybányává válhat a cégek számára. Gondoljunk csak arra, milyen követőbázist építettek a Facebookon azok, akik már a kezdetektől aktívak voltak rajta.

Kovács László elmondja: a videómegosztón már most is szép számban képviseltetik magukat ruhamárkák, beauty- és divatcégek, de életviteli tanácsot kínáló coachok és pszichológusok is. *„Érdemes hosszú távon gondolkodnunk, akkor is, ha kezdetben kísérleteznünk kell azzal, hogy mire hogyan reagálnak a felhasználók. Ha következetesen posztolunk, akkor néhány hónapon belül komoly eredményeket tapasztalunk majd. Egy kreatívan összerakott, 10 másodperces videó hatékonyabban ösztönözhet a vásárlásra, mint egy jól megkomponált kép*” – teszi hozzá a szakértő.Ezt alátámasztja, hogy egy kutatás során a megkérdezettek fele vallotta be, vásárolt már TikTok-hirdetéseknek köszönhetően.

A szakértő tanácsai kezdőknek
Ezzel együtt csak akkor érdemes elkezdenünk a TikTokon hirdetni, ha a célközönségünk nagyobb része 40 év alatti, illetve ha már kiismertük magunkat a felületen, és sejtjük, mi kelti fel az emberek figyelmét. Alapszabály például, hogy a videóban az első 3 másodpercnek meg kell ragadnia a figyelmet, különben a nézők továbbgörgetnek. A legfontosabb szempont, hogy olyan hirdetés videókat kell gyártanunk, amelyek teljesen beleilleszkednek a pörgetett videók sorába. Azt kell elérni, hogy a felhasználó észre se vegye, hogy egy hirdetést néz, csak hosszú másodpercek után jöjjön rá.

„Ha egy tartalom nem fut nagyot, akkor se csüggedjünk: ez önmagában nem jelenti azt, hogy a következő sem fog” – teszi hozzá Kovács László, aki szerint jelenleg a beauty és a ruházati kategóriás termékek fogynak a legjobban az appon, valamint a szolgáltatók is kiválóan tudják népszerűsíteni magukat. *„Érdemes átgondolnunk, hogy megfelelő-e a kommunikációnk a platformon. Így kevesebb kudarcélmény ér, és nem veszítjük el a lelkesedésünket. Ez érvényes a Facebook-, a Google- és az Instagram-hirdetésekre is: ha úgy érezzük, nem működnek jól, megéri egy hozzáértővel konzultálni*” – zárja a szakember.

Tags:
közösségi média [4]
Instagram [5]
Tik-Tok [6]
Tech:
Internet [7]

Forrás webcím: https://www.melano.hu/megjelentek_a_magyar_cegek_a_tiktokon

Hivatkozások
[1] https://www.melano.hu/sites/default/files/articles/kovacs_laszlo.jpg
[2] https://www.melano.hu/a_kozossegi_mediaban_rejlo_lehetosegek
[3] https://followmarketing.eu/
[4] https://www.melano.hu/tags/kozossegi_media
[5] https://www.melano.hu/tags/instagram
[6] https://www.melano.hu/tags/tik_tok
[7] https://www.melano.hu/tech/internet