

Alba Espejo

# 5. TikTok y nuevas generaciones

CURSO DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Programa cofinanciado por:



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



GOBIERNO  
DE ESPAÑA



MINISTERIO  
DE CULTURA



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



## Alba Espejo

Digital Marketing Strategy

Consultora de Quadrant  
Alfa, S.L. Empresa  
dedicada a la digitalización  
de PYMES y territorios.

Profesora asociada de  
Marketing Digital Grado  
Multimèdia Uvic y  
formadora en otras  
Universidades

Consultora acreditada en  
el programa International  
eTrade Acció

# Calendario del curso

<b>Sesión</b>	<b>Fecha</b>	<b>Contenido de la sesión</b>
1	16/4	Introducción al curso - Cómo crear un plan - Metodología SOSTAC y Análisis de situación.
2	23/4	Cómo debería ser el sitio web de una compañía. Análisis de competidores. Vender merchandising de la compañía. Fijación de objetivos y creación de un embudo de ventas.
3	30/4	Marketing de Atracción. Creación del Buyer Persona. Creación de Contenidos.
4	7/5	Instagram.
5	16/5	Tik Tok y nuevas generaciones.
6	14/5	La Marca Personal del Artistas y su impacto para las Empresas Culturales.
7	9/5	SEO. Posicionamiento natural en Google de tu página web.
8	21/5	SEM. Publicidad en Google y en Redes sociales.
9	23/5	LinkedIn. Cómo llegar a la persona que toma la decisión de programar.
10	28/5	Gestión y fidelización de clientes online (CRM) Email Marketing y WhatsApp Marketing .
11	30/5	Analítica Web y creación del plan de acción.

# Qué veremos hoy

1. ¿Cuáles son las nuevas generaciones de consumidores?
2. ¿En qué canales los encontramos y qué contenido les inspira?
3. TikTok: la red social para llegar a la generación Z y millennial
4. Tik Tok: cómo funciona y consejos para conectar con ellos.

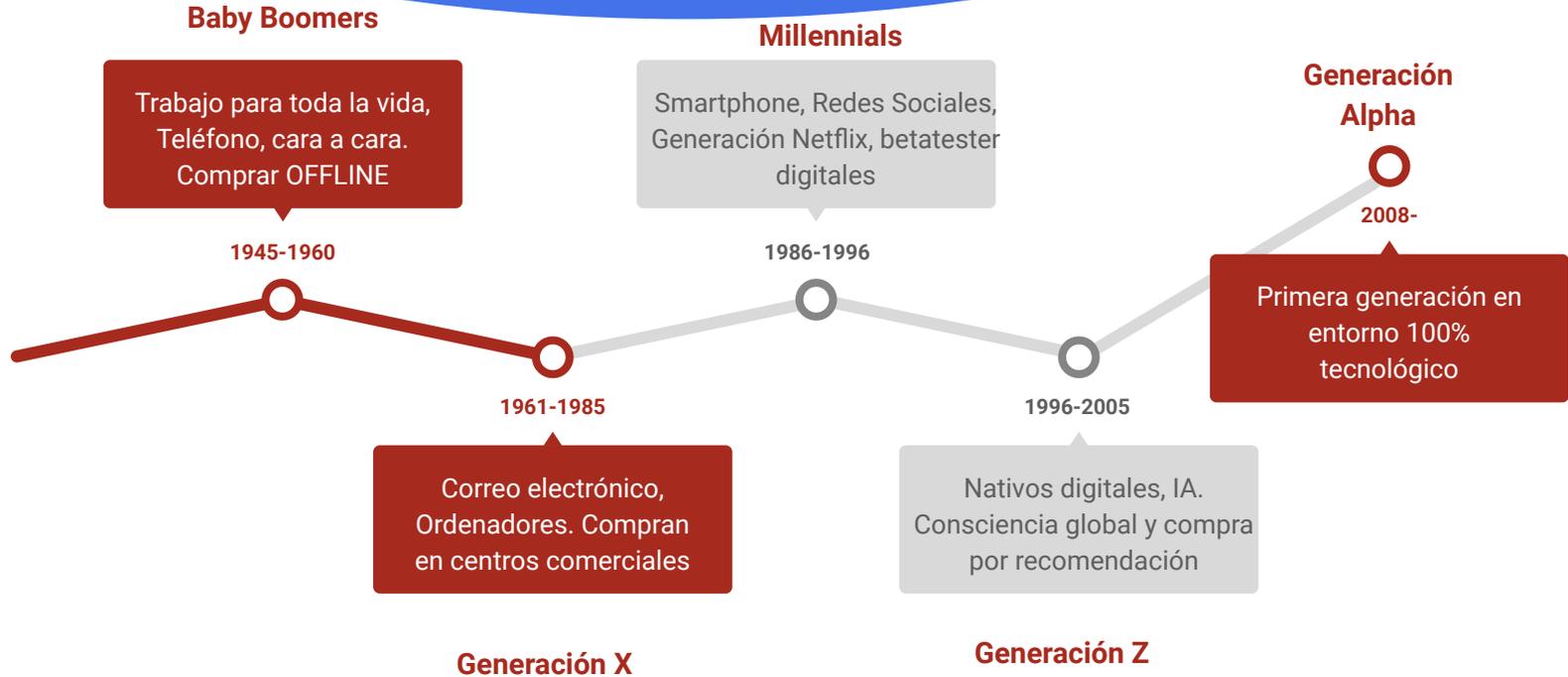
# 1. ¿Por qué hablamos de las nuevas generaciones?

# El marketing y las nuevas generaciones

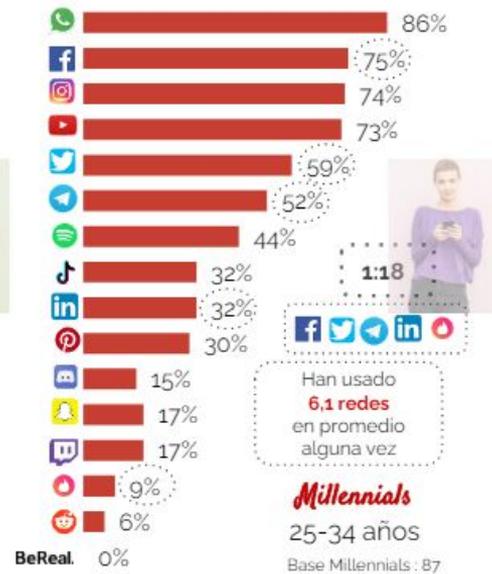
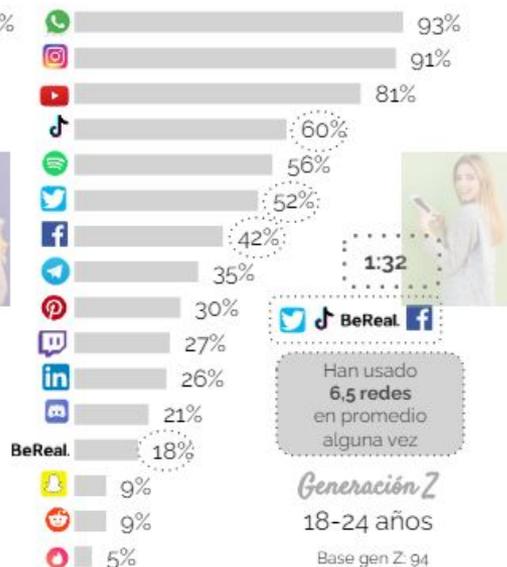
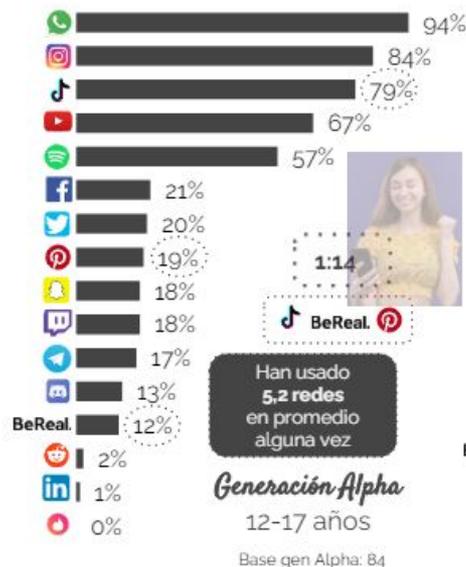
- Las generaciones se definen por los **cambios en la manera de consumir**.
- Desarrollamos fuertes conexiones emocionales y nos vemos **influenciados por los factores de nuestro entorno**.
- Es necesario conocer las nuevas audiencias de marketing. **¡Ten claro quién es tu público objetivo y sus segmentos!**



# Las generaciones



# Generación Alpha, Z y Millennials



## El estudio del IAB nos dice:

- La **generación Z** es la que usa más redes sociales, especialmente TikTok, Twitter, Facebook y BeReal.
- **Generación Alpha**, en cambio, son los que menos redes utilizan y prefieren apps como TikTok, Pinterest y BeReal.
- Los **Millennials** decantan por utilizar Facebook, Twitter, Telegram, LinkedIn.
- WhatsApp, Instagram y YouTube son las más transversales.

# Millennials



Más del 30% de la población mundial, influyen en las compras de toda la familia  
**1/4 ya son padres**



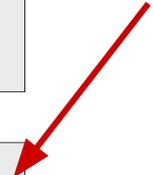
*Early adopters* de tecnología, multi-pantalla i hiper-conectados



Son emprendedores, polémica por "idealistas" a nivel de trabajo. **Se les considera: volátiles e inmaduros**



**Valores: transparencia, igualdad** → El 50% está dispuesto a comprar en una empresa que ayuda a una causa



# Millennials



**Son sociales y creadores de contenido** → el 46% de ellos comparte fotos o vídeos que han generado



**Son coleccionistas de experiencias**



**Viajeros:** La generación más viajera, el 50% hace 4 o más viajes en 1 año

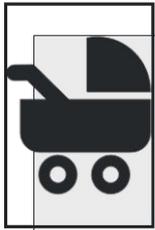


Valoran marcas que les entretienen y cuentan con ellos la **co-creación de los productos**



Quieren compartir su experiencia **y saber que pueden opinar, positivamente o negativamente**

# Gen Z



La primera generación que ha nacido en la era post digital

**100% DIGITAL**

“Los millennials eran los betatesters, estos son nativos”



La tecnología tiene que ser imperceptible, **buena usabilidad y acceso a contenidos de manera rápida**



Multi-tasking → **En 8 segundos deciden si un contenido les aporta valor o no**



**Valores:** inteligencia, ética y creatividad

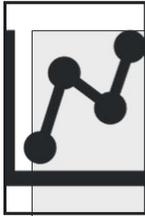
# Gen Z



En el 2010 ya convivían con la mayoría de redes sociales, **son sociales, pero vigilan más lo que comparten**



**Las marcas que intentan vender en redes sociales fracasaran, hay que generar conversación**



No son idealistas (**no les vendas un mundo perfecto**) Les preocupa el terrorismo, la economía etc. son más cautos



**Creen en la igualdad y en la diversidad**



Obsesionados con el éxito, se asemejan más a las generaciones antiguas. **Son prácticos han crecido en una época donde el fracaso y el éxito corren como la pólvora en Internet.**

Define los segmentos de tu público (seguramente ya lo tienes).

¿Están entre ellos estas nuevas generaciones?  
Analiza quién son y qué les gusta.



## EJERCICIO

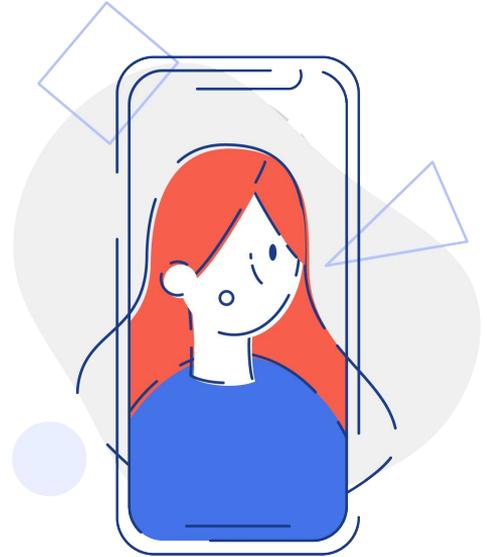
**2. ¿En qué canales los encontramos y qué contenido les inspira?**

# ¿Cómo conectar con ellos?

1. **Presencia impecable en el dispositivo móvil.**
2. **Contenido útil y educativo:** para captar su atención entre la cantidad de estímulos que reciben en el día.
3. **Humanizar y crear una conexión emocional:** tener claro que quieren que los tratemos como personas, no números.



# Son móvil

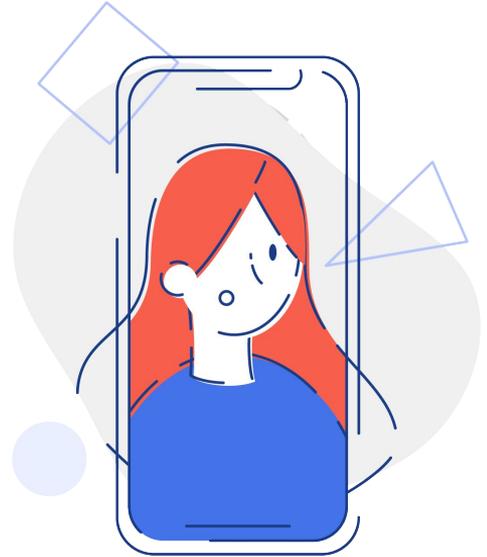


# SOLOMO: SOcial, LOcal, Móvil

- Tenemos que estar presentes en los **canales sociales** : WhatsApp, Instagram, TikTok (Twitch, también).
- **A nivel local**: Google Business Profile
- ***Go Mobile or Go Home***

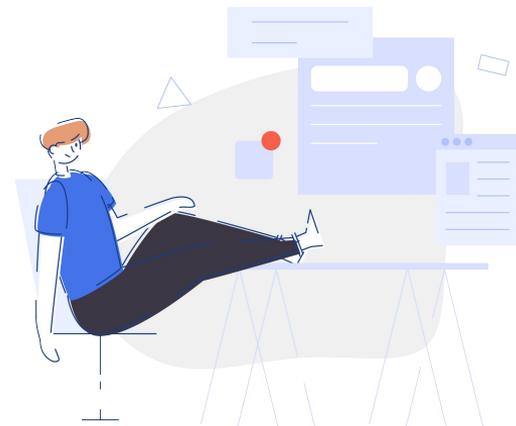


**¿Qué  
contenido  
esperan?**



# Uso de las redes sociales en jóvenes

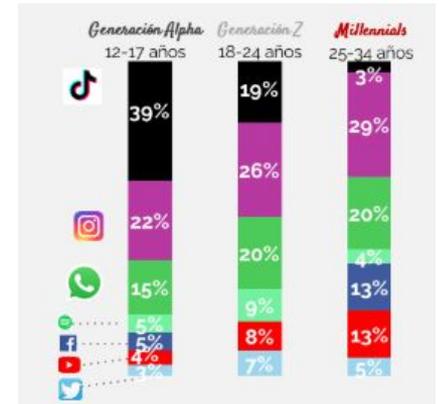
- Entretenerse
- Interactuar
- Informarse
- Inspiración
- Seguir el mercado profesional
- Conocer gente



**¡Para las nuevas generaciones las redes sociales son buscadores de contenido!**

# Ten en cuenta

- Los Millennials son más partidarios de **informarse por Redes Sociales antes de comprar o reservar.**
- **La generación Z** es la que más tiempo pasa conectada en las redes sociales, seguida de los Millennial.
- La **Generación Alpha es más partidaria de seguir Influencers:** 8 de cada 10 lo hacen, especialmente en Instagram y TikTok.



Fuente: IAB Estudio Redes Sociales 2023

# Breve, rápido y de impacto

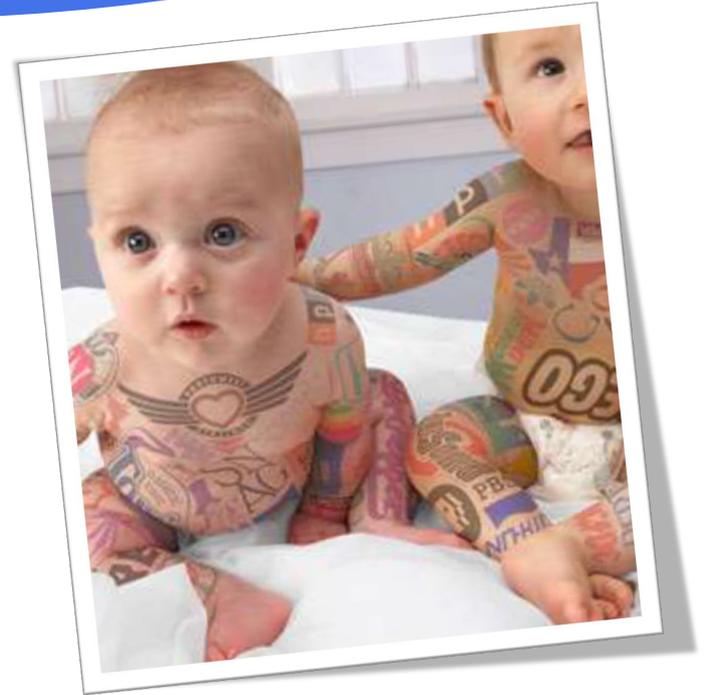
- El contenido que funciona:
  - Imágenes y **videos cortos**, no líneas y líneas de texto.
  - Gana el reel en Instagram.
  - **Snack Content**
    - Sí, que sea fácil de comer. Reciben tantos impactos a través del móvil, que no hay tiempo de procesar. No tienen paciencia.



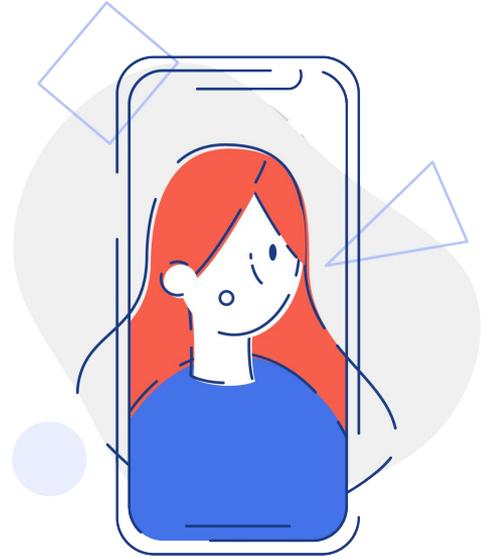
# ¿Publicidad?

Contenido en el móvil → SI

NO → publicidad que me moleste



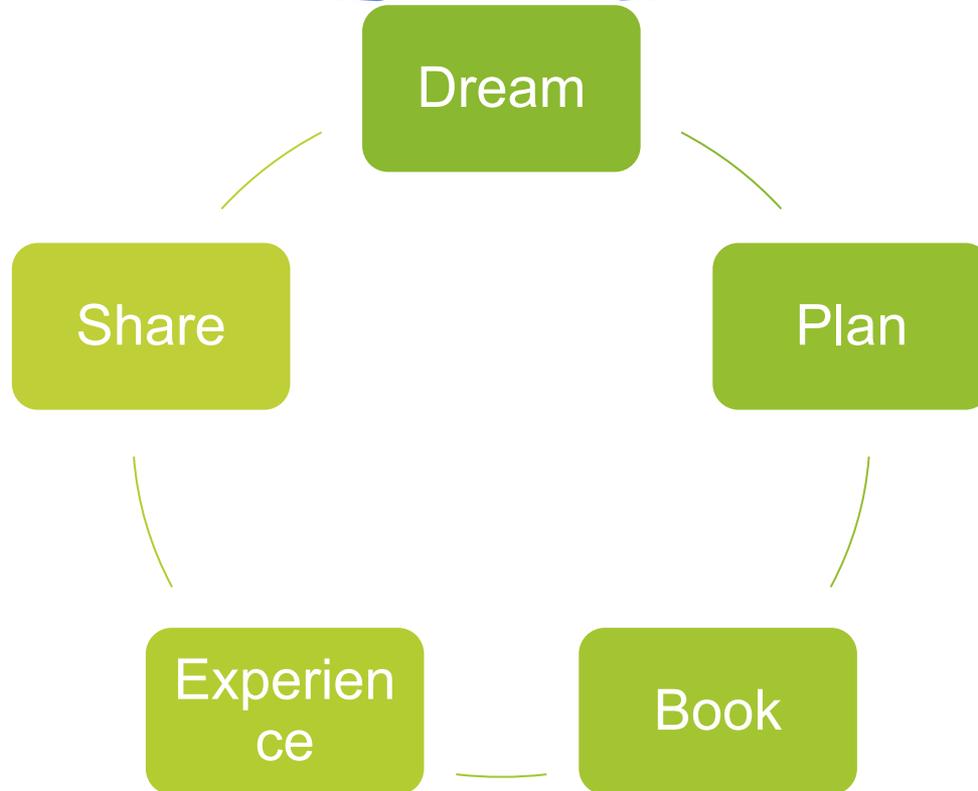
# Humanizar el contenido



# Humaniza tu marca

- **Humanizar tu marca, trabaja el *storytelling*.**
- Dar a tu marca **una personalidad con la que ellos puedan conectar**. Mostrar el lado humano de la empresa, **detrás de escena, historias de empleados o artistas, puede generar empatía y conexión con los usuarios.**
- No tenemos que vender, los tenemos que acompañar en el viaje (hacerles soñar, ayudarles a planificar, contratar, vivir la experiencia y que la compartan).

# El viaje del cliente



# Gente real, compartiendo contenido real

- **Influencers o creadores de contenido:** ¿os acordáis de aquel chico/chica que siempre llevaba el último modelo de zapatillas en el colegio?
- En cultura las recomendaciones y la crítica han actuado como influencers. Ahora, han cambiado los medios.
- **Nuevas generaciones confían en las personas, no en la publicidad.** Ganan seguidores creando conexiones y confianza con la audiencia.
- Las nuevas generaciones **no son anti-marca, son anti-cosas invasivas.**

# Los “nuevos influencers” en la cultura

- Confían más en gente “normal” que en celebridades. → **personas corrientes, con las que ese nuevo público se identifica más por ser más cercano en edad, nivel cultural, o estilo.**
- Diferentes influencers en función del número de seguidores. **Microinfluencers:** menos seguidores y en un tema y/o zona geográfica concreta.
- Tiene que ser auténtico, informativo y próximo.
- No nos engañéis, si es pagado, avísame.

# Plataformas influencers

socialtalk

Funcionalidades Precio Creadores Idioma [Iniciar sesión](#)

## Haz crecer tu marca con Influencer Marketing

Encuentra Influencers, crea tus campañas y recoge todos los datos en un mismo sitio.

[Ver demo](#)

Empieza gratis >  
No te pediremos tu tarjeta

Engagement  
8 300 000

Impresiones  
22 900 000

<https://socialtalk.io/>

1. Piensa qué contenidos que crear para tu organización para conectar con ellos en estas plataformas.
2. ¿El título o copy (texto) de los contenidos? ¿Qué mensaje de apoyo o valores podría transmitir?
3. ¿El contenido tiene que ser tan largo? ¿Y, en qué plataformas?
4. ¿Has dibujado el viaje del cliente? ¿En qué momentos puedes crear contenido?



## EJERCICIO

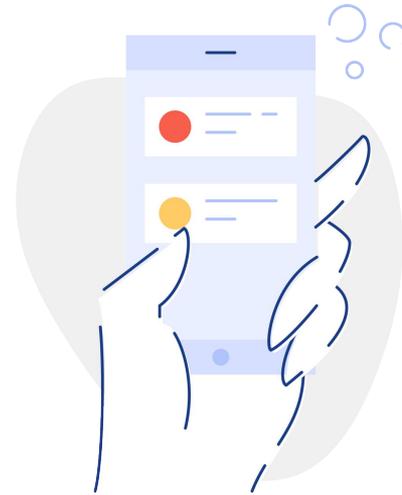
### **3. TikTok: la red social para llegar a la generación Z y millennial**

# Sobre TikTok

- Con **Tik Tok podemos crear, editar y subir videos de formato corto** de 5" a 3 minutos (se puede ampliar).
- La aplicación tiene una enorme biblioteca de música y funciones de edición dentro de la aplicación, lo que significa que es fácil crear tu propio contenido.
- Tiene algunas funciones de Inteligencia Artificial, efectos especiales, filtros, y características de realidad aumentada.



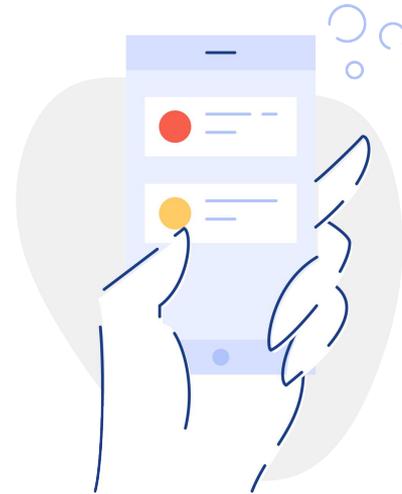
# Entender TikTok como plataforma



# ¿Por qué entender la dinámica de TikTok?

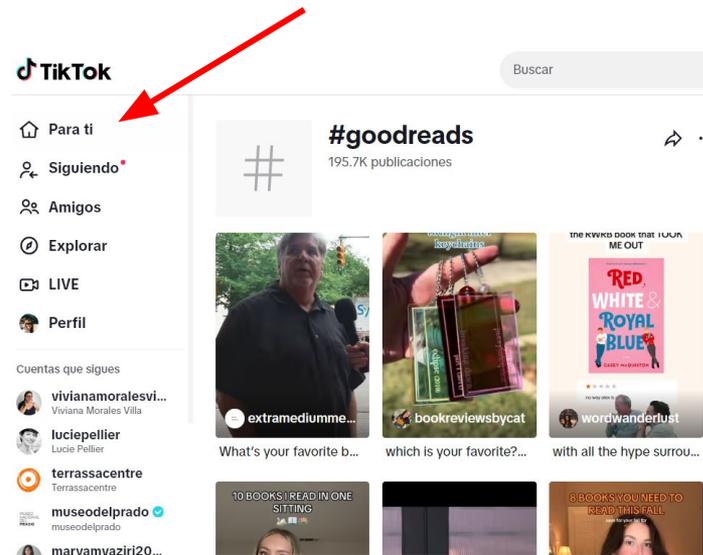
1. Porque necesitas entender qué atrae a la gente y qué tipo de contenido es popular si quieres un mayor *engagement*.
2. El algoritmo de TikTok → las reglas del juego.
3. La cuenta de empresa de TikTok.

# El algoritmo de TikTok



# El algoritmo de TikTok

- TikTok tiene un algoritmo muy inteligente.
- La página **Para ti (un feed único)** parece compartir sin cesar contenido que te gusta. Pensado para que las personas no abandonen la aplicación, ya que sigue mostrándoles contenido personalizado.
- Lo ideal es intentar publicar todos los días. Esto te permitirá mantenerte al día con el algoritmo de TikTok.



# ¿Qué factores tiene en cuenta el algoritmo?

- **Comportamiento e interacciones del usuario** con la app (videos que le gustan, comentarios, búsquedas) → El indicador al que más importancia le da TikTok es la **finalización del vídeo**.
- Información del video (descripciones, hashtags).
- Detalles técnicos del dispositivo y red del usuario.

# Estudio microvideos Metricool 2024

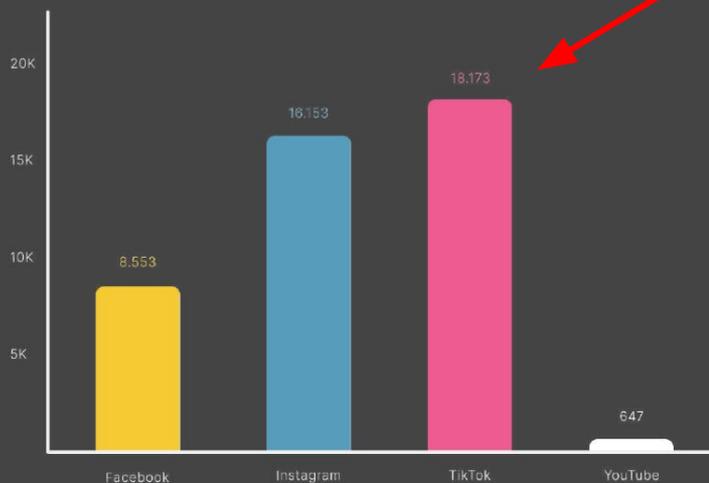
En base a los datos **los microvideos de TikTok son los que mayor media de visualizaciones consiguen, 18.173,32**, entre todos los formatos.

**Seguido muy de cerca de los reels de Instagram, con 16.152,88** visualizaciones de media, y a una gran distancia de los reels de Facebook, 8.553,37. En último lugar están los Shorts, con apenas 646,89 visualizaciones de media.

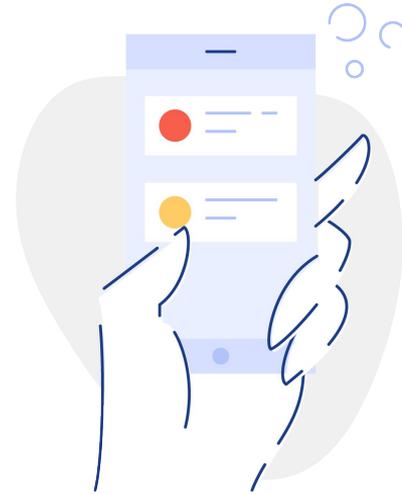
Este dato va a ser interesante compararlo en los próximos meses para ver si TikTok consigue mantener su gran nivel de influencia y superar la media de visualizaciones.

Por supuesto, también para conocer si los Shorts terminan de despegar y ser una alternativa real en el formato de microvideos.

MEDIA DE VISUALIZACIONES DE MICROVÍDEOS POR RED SOCIAL



# TikTok Business



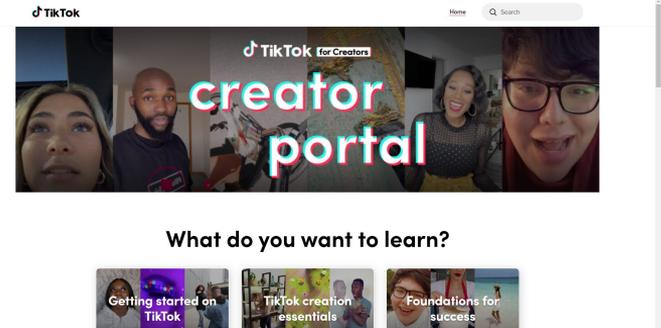
## *TikTok for Business*

- Fácil de configurar y da la credibilidad de ser una empresa verificada.
- Hacer publicidad en TikTok
- También te permite configurar una tienda TikTok y usar un enlace en tu perfil.
- Puede descargar todos los análisis, lo que facilita el uso de los datos de los informes y comprender mejor a la audiencia.

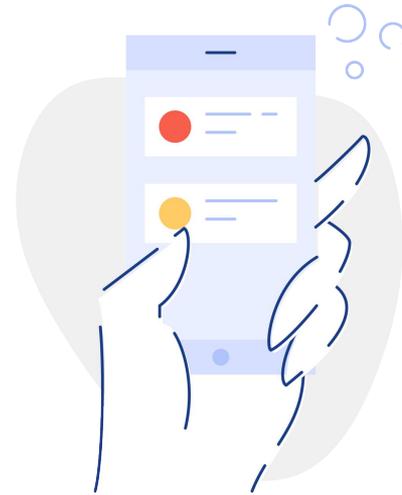
# Portal del creador cuentas personales

Cuenta personal también tiene funciones de monetización se incluyen las siguientes:

→ TikTok Creator Marketplace es la plataforma de colaboración oficial que conecta las marcas con los creadores de videos en TikTok. En [Creator Marketplace](#), los creadores pueden colaborar con las marcas en campañas de pago.



# Crear contenido en TikTok: buenas prácticas



# Títulos atractivos y propuesta de valor clara

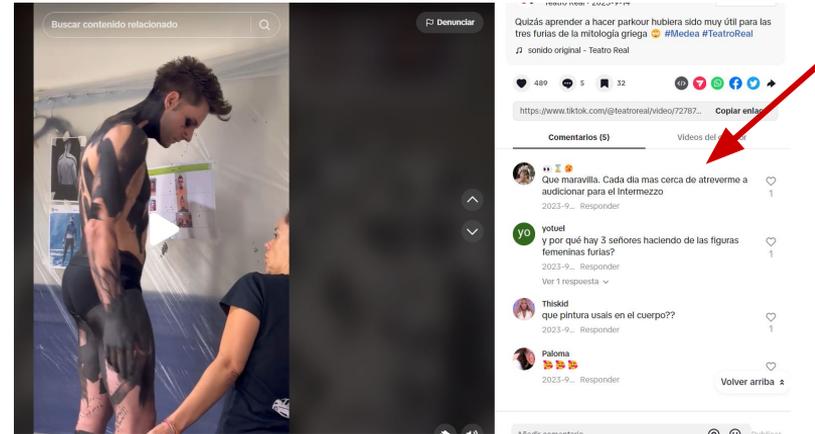
- Los usuarios quieren ver rápidamente el valor del video (entretenerse, aprender...)
- Mejor, en los primeros tres segundos de tu video. → Vamos al grano.



[https://www.tiktok.com/@\\_claramore\\_](https://www.tiktok.com/@_claramore_)

# No vendemos → autenticidad

- A diferencia de otras plataformas, debes establecer una conexión con tu audiencia en TikTok antes de intentar venderles algo.
- Humanización →



<https://www.tiktok.com/@teatroreal/video/7278741479797837088?lang=es>

# Sigue tendencias

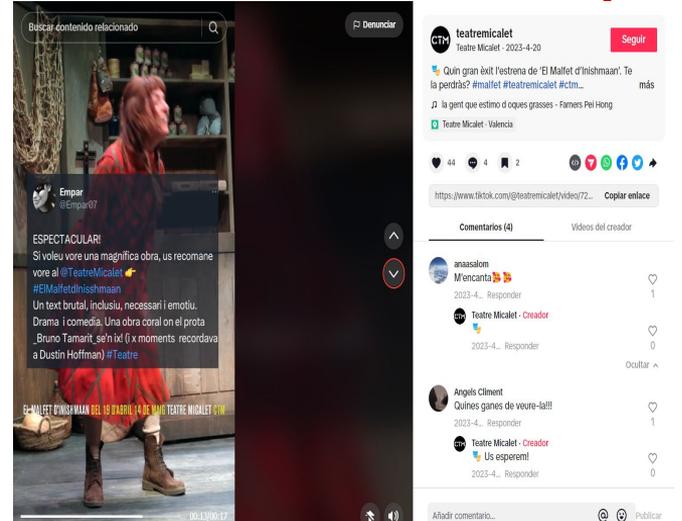
- Complejo crear contenido cada día. Pero hay muchas formas de crear contenido nuevo. Por ejemplo, puedes sumarte a tendencias en tipos de vídeo.
- Un **espacio para adaptarse creativamente a la temática de teatro y danza de tu empresa.**
- Combinar vídeos improvisados con planificados.
- **Los sonidos ayudan a ganar visibilidad y aumentan la popularidad** en TikTok. (El algoritmo te ayuda cuando utilizas sonido en tendencia).



<https://www.tiktok.com/@albasaenc>

# UGC (User generated content)

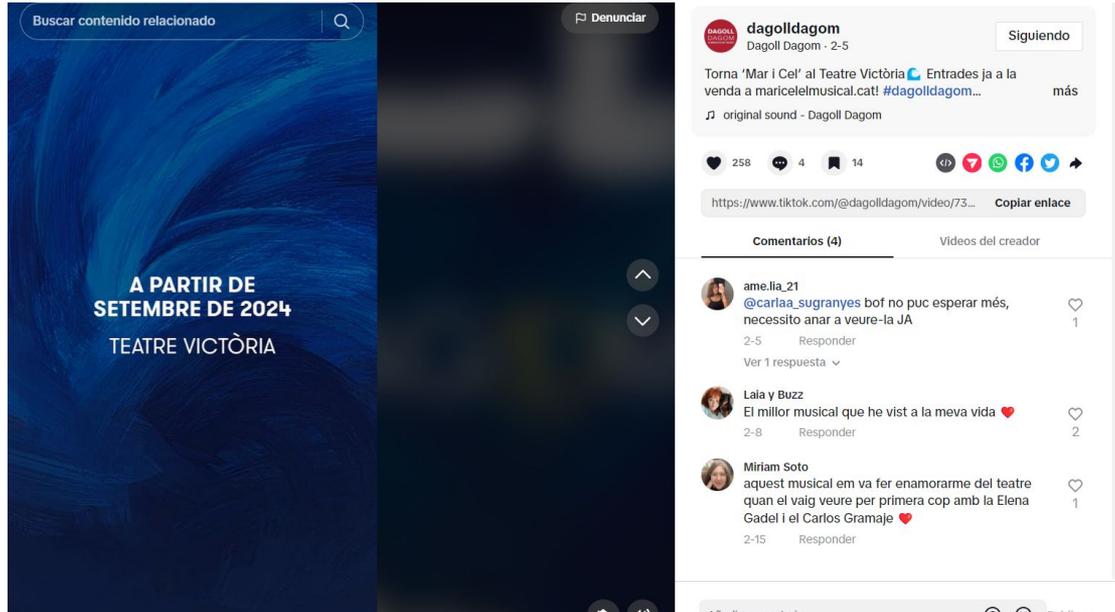
- ➔ Experiencias compartidas por vuestro público: auténtico y natural.
- ➔ Fotos, videos, reseñas y comentarios.
- ➔ Nos ayuda a conseguir exposición y viralidad “sin vender”.



<https://www.tiktok.com/@teatre micalet/video/7224141318207900954>

# Interactuar con los usuarios

Responde a comentarios, realiza sesiones de preguntas y respuestas **(LIVE)**, y promueve la participación de tus seguidores para fomentar la comunidad en tu perfil de TikTok.



[https://www.tiktok.com/@dagolldagom/video/7332090803176672545?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7368858542759708193](https://www.tiktok.com/@dagolldagom/video/7332090803176672545?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368858542759708193)

# SEO y redes sociales

- Ya sea TikTok, Instagram u otra plataforma de redes sociales, es bueno para tu SEO estar activo en las redes sociales.
- **Con SEO se trata de ser encontrado, es bueno que puedan encontrarte en múltiples plataformas.**
- Además, Google ahora también muestra videos de TikTok en los resultados de búsqueda.

# Hashtags en TikTok

- Los hashtags nos ayudan a conseguir visibilidad y para que te vea el público que es interesante para ti.
- No más de 3-4 hashtags por video. Piensa en palabras clave.
- Es recomendable utilizar hashtags de moda (challenge o tendencias).
- La clave es entender → **¿Qué busca la gente en TikTok?**



**iuliaolmeda** tecnobabushka  
Desafío de #goodreads quién  
🔊 sonido original - tecnobabushka



# ¿Qué busca la gente en TikTok?

Explorar

teatro musical

+ Cargar

Populares Cuentas Videos LIVE ...

**Cuentas** Ver más >

 **teatremusical**  
Teatremusical.cat · 442 Seguidores  
Tot sobre el teatre musical a Catalunya

**Videos**

La que sale detrás de algúen del elenco. 3-21

el Musical 2023-6-27

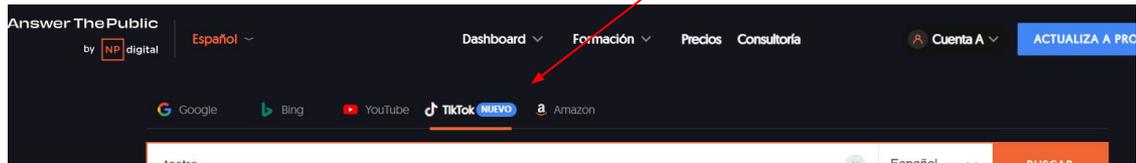
POPULAR WICKED SYDNEY 2023-8-31

Otros buscaron

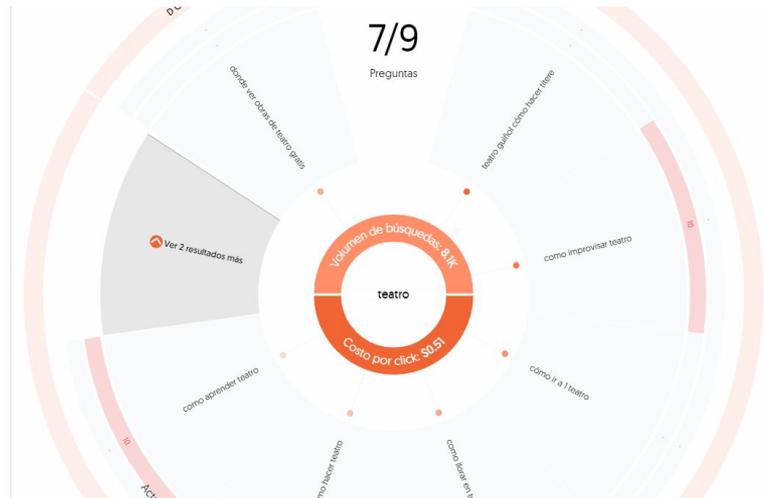
- Obra de teatro
- high school musical
- matilda the musical
- mean girls the musical
- teatro tivoli
- aladdin el musical
- Las obras de teatro de este ...
- grandiosas el musical
- chicago musical
- organo musical

# También os ayudará

## Answer The Public



PREGUNTAS (9) PREPOSICIONES (32) COMPARACIONES (13) ORDEN ALFABETICO (194) NÚMEROS (13) RELACIONADAS (7)



1 Usa 1-2 palabras para obtener mejores resultados

Estás usando una versión gratis de AnswerThePublic | 2 de 3 búsquedas gratuitas disponibles hoy. ACTUALIZA A PRO

teatro 268 Resultados

RUEDAS LISTA TABLAS

PREGUNTAS (9) PREPOSICIONES (32) COMPARACIONES (13) ORDEN ALFABETICO (194) NÚMEROS (13) RELACIONADAS (7)

Showing  
9 Preguntas: teatro

Ver: Modificadores

INDICADORES CLAVE

- Volumen de búsqueda alto
- Volumen de búsqueda promedio
- Volumen de búsqueda bajo

GUARDAR IMAGEN

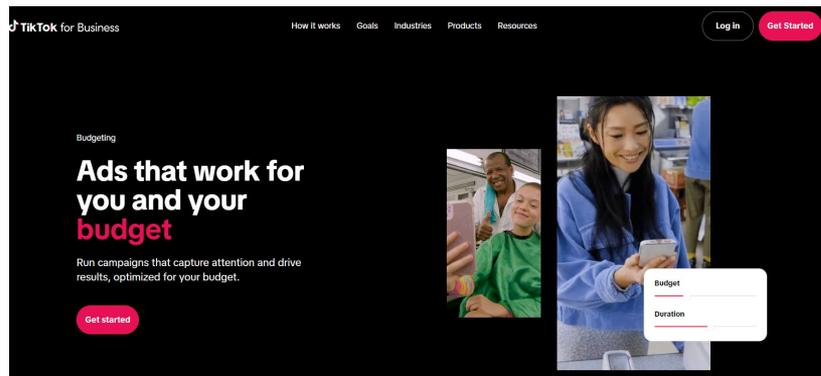
# Publicidad en TikTok

## TikTok Ads Manager

Publicidad en formato más creativo y entretenido.

Hay diferentes formatos: anuncios en el feed, *TikTok promote*, *Topview*. →

<https://www.tiktok.com/business/en/products/ads>



# Puedes utilizar los ads de TikTok

- Anunciar próximas presentaciones, funciones especiales y eventos relacionados con el teatro y la danza.



VISITAS GUIADAS  
Mayo



★

**INVITACIÓN  
ESPECIAL**  
*DÍA DE LA MADRE*

Compra tu entrada para una **Visita guiada Estándar** entre el 5 y el 12 de mayo y ven con tu mamá, porque su entrada ¡es invitación nuestra!

MUNICIPAL DE SANTIAGO

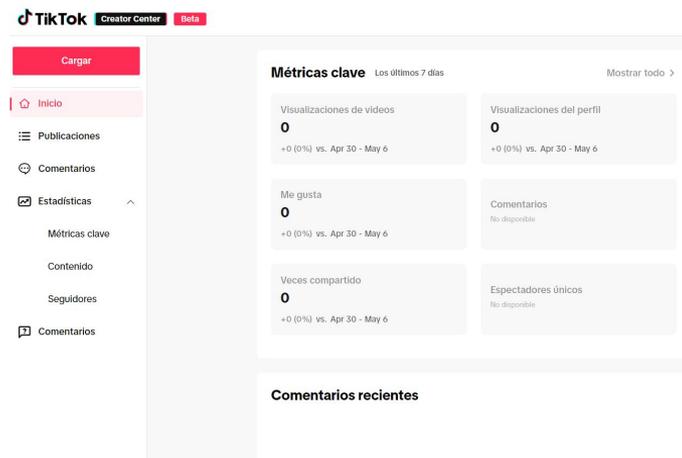
VARSOVIENNE  
TRABAJOS | CHOCOLATE | 1924

MUNICIPAL.CL

<https://www.tiktok.com/@municipaldesantiago>

# Herramientas de creador en TikTok

- Las herramientas de creador son **funciones integradas en la aplicación diseñadas para ofrecerte información sobre el rendimiento de tu contenido.**
- Estas herramientas están disponibles tanto para las cuentas personales como para las cuentas de empresa.
- Academia de creadores → <https://www.tiktok.com/creator-academy>



# Planificación de contenidos

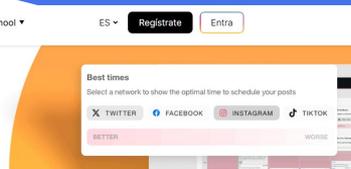
metricool Producto ▾ Redes sociales ▾ Precios Novedades Blog Metrischool ▾

## La navaja suiza del social media manager

Más de 1,7 millones de profesionales, agencias y marcas utilizan Metricool como su centro único de operaciones para la gestión de redes sociales y anuncios *online*.

[Crea tu cuenta gratuita →](#)

Partners de Google, Meta y X



metricool

Producto ▾ Redes sociales ▾ Precios Novedades Blog Metrischool ▾

[Metricool](#)

ES ▾ [Regístrate](#) [Entra](#)

La información es poder



No dejes para mañana lo que puedas programar hoy



**Planifica y programa tus vídeos e imágenes mensuales en cuestión de horas**

Deja tu contenido grabado y nosotros nos encargamos de publicar por ti para que tú te centres en otras tareas.

**Reacciona en cualquier lugar y en cualquier situación.**

La inspiración y los cambios de última hora llegan sin avisar, en cualquier momento. Por eso, cuentas con la app de Metricool en tu teléfono, para llevar siempre contigo tu centro de operaciones.



**Añade con un clic los hashtags que pueden ayudarte a subir como la espuma.**

Porque TikTok funciona como un buscador, así que elegir rápido los hashtags adecuados es un "must".

# Resumen buenas prácticas TikTok

- **Estrategia de hashtags.**
- Súmate a los retos que surgen en la red social para obtener más visibilidad y conectar con tu audiencia.
- Contenido: consejos y **contenido catchy**. No tengas miedo de ser divertido.
- Plantea maneras **creativas para mostrarnos**. Prueba y testea con el uso de los diferentes filtros y fondos musicales.
- **Incluye a tu equipo** y utiliza videos que dejen ver a tus seguidores quién hay detrás de las cámaras en tu empresa o proyecto.

# Lo que deberías recordar de esta sesión

- Investiga y **comprende a fondo las características, intereses y comportamientos de la generación Z y millennials** es fundamental para crear contenido relevante en TikTok.
- **La autenticidad es clave en TikTok.** Las empresas culturales pueden destacarse mostrando su personalidad, valores y pasión por el arte o la cultura, lo que atraerá a estos públicos más jóvenes
- ¡Estrategia y planificación!

**PERFECTO  
¡Hemos  
terminado!**

*Nos vemos el próximo  
28 de mayo*

**Muchas gracias por tu atención**

