

 TikTok

# What's Next

2024

Relatório de  
tendências

**OUSADIA QUE  
SE DESTACA**

# Índice

01

## Metodologia

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Nossa metodologia para tendências | 3 |
| Metodologia de pesquisa           | 4 |

02

## Introdução

|                        |   |
|------------------------|---|
| Ousadia que se destaca | 7 |
|------------------------|---|

03

## Forças de tendência

|                           |    |
|---------------------------|----|
| ● Curiosidade aguçada     | 9  |
| ● Remix de narrativas     | 19 |
| ● Construção de confiança | 29 |

04

## Como ter mais ousadia em 2024

40

05

## TL;DR

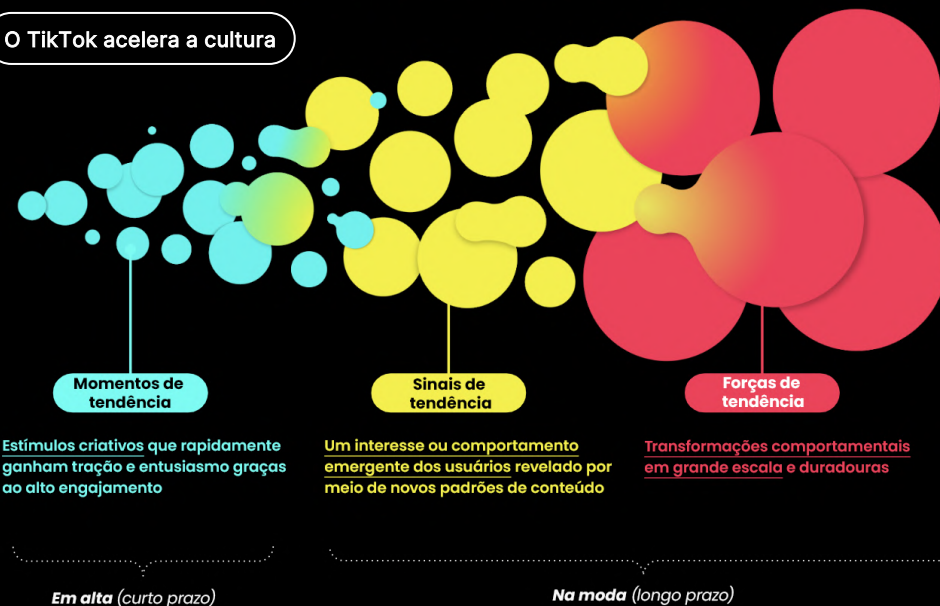
|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Nossas principais descobertas | 41 |
|-------------------------------|----|

# Nossa metodologia para tendências

O TikTok acelera a cultura

Definimos as tendências com base em seu impacto e vida útil e, por meio da nossa [metodologia Acelera a cultura](#), conseguimos fazer uma distinção importante entre o que já está em alta (no curto prazo) e o que é tendência (no longo prazo).

Neste relatório de tendências, vamos nos concentrar em nossas tendências de longo prazo, **Forças** e **Sinais de tendência**, que moldarão 2024.



## » Quer saber o que decolou em 2023?

Confira o [Ano no TikTok 2023](#) enquanto relembramos as tendências, os criadores e os momentos mais memoráveis do ano com a nossa comunidade.

## » Quer saber mais sobre as tendências?

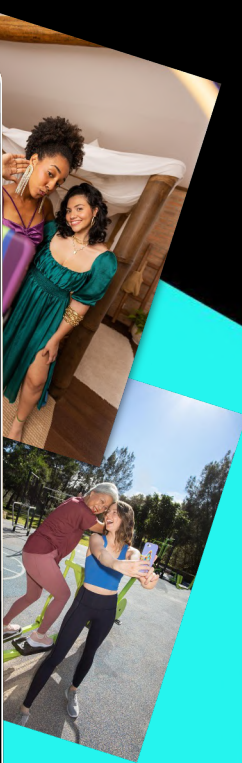
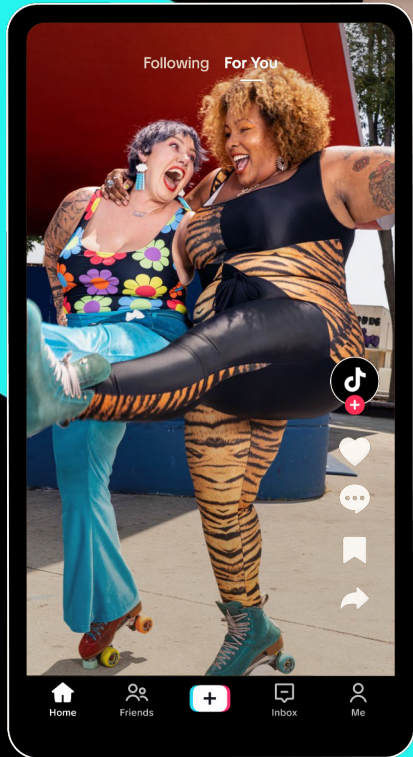
- Acesse o nosso [Painel de controle de tendências](#) na Central de Criativos do TikTok.
- Acesse a Central de Criativos do TikTok para ler nossos [Relatórios de tendências](#) no Hub de tendências.

# Metodologia de pesquisa

Este relatório se baseia em grande parte em dados da equipe TikTok Marketing Science Global coletados em vários estudos de pesquisa encomendados de terceiros, utilizando abordagens de métodos mistos, muitas vezes incluindo pesquisas on-line quantitativas, exposição a estímulos em um ambiente do TikTok simulado e/ou análises avançadas. Neste relatório, nos concentramos em estudos de 2022 e 2023, que são os mais relevantes e inovadores e que falam sobre as forças de tendência mais amplas em jogo em 2023 e 2024. Alguns desses estudos de pesquisa são tão novos que estão fazendo sua estreia global neste relatório!

| Estudo                                  | Mercados  | Fonte  | Metodologia   |
|---|---|--|---|
| <b>TikTok como motor de descobertas</b> | Brasil, Canadá, Alemanha, Indonésia, Japão, Arábia Saudita, México, Turquia, Emirados Árabes Unidos, Reino Unido, Estados Unidos                      | TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre o TikTok como motor de descobertas", 2023, conduzido pela Material  | Pesquisa on-line de 20 minutos, com base na última descoberta/pesquisa dos entrevistados no TikTok e em outras plataformas.   |
| <b>Como chamar a atenção</b>            | Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos, Reino Unido, Estados Unidos   | TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre como chamar a atenção [EUA, Reino Unido, CCG]", 2023, conduzido pela MetrixLab                                    | Pesquisa quantitativa de 20 minutos que apresenta um feed simulado do TikTok. Nessa pesquisa, determinamos que um anúncio tem um gancho bem-sucedido com base na porcentagem de espectadores que assistiram ao anúncio por pelo menos 5 segundos.* Seguida de uma análise de fatores para priorizar os ganchos.   |
| <b>TikTok aumenta a confiança</b>       | Austrália, Brasil, Canadá, França, Alemanha, Indonésia, Itália, México, Polônia, Arábia Saudita, Coreia, Espanha, Reino Unido, Estados Unidos, Vietnã | "Estudo sobre como o TikTok aumenta a confiança na marca", 2022, encomendado pela TikTok Marketing Science Global e executado pela Edelman Data and Intelligence | Pesquisa on-line de 20 minutos com ambientes de feed simulados para componentes de teste de anúncios. Análise da pontuação líquida de confiança da Edelman ao longo do tempo para as marcas testadas (relatada em um nível agregado para fins de anonimato).  |
| <b>Diversidade</b>                      | França, Alemanha, Itália, Reino Unido, Estados Unidos   | TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre a diversidade no TikTok", 2022, conduzido pelo Flamingo Group   | Revisão bibliográfica para obter a definição básica de diversidade, entrevistas com especialistas para levantar hipóteses de como a diversidade funciona no TikTok, análise aprofundada de estudos de caso para entender como as marcas podem participar dela, pesquisa quantitativa com 2.500 usuários do TikTok |
| <b>Anúncios de entretenimento</b>       | Austrália, Argentina, Canadá, Alemanha, França, Indonésia, México, Arábia Saudita, Coreia, Tailândia, Vietnã, Reino Unido, Estados Unidos             | TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre anúncios de entretenimento", 2022, conduzido pela MarketCast  | Pesquisa interna de 156 anúncios entre 117 partes interessadas para classificar os estímulos para teste. Seguida de uma pesquisa on-line de 20 minutos, que inclui ambientes de feed simulados e análise de fatores para identificar os principais atributos de um anúncio interessante.                          |

\* No ambiente simulado, o tempo médio de visualização é um pouco mais longo do que no mundo real, portanto, usamos o corte de 5 segundos como um indicador do poder de prender a atenção.



# O que você vai encontrar neste relatório:

- 1 Três Forças de Tendência do TikTok para inspirar suas campanhas criativas
- 2 Sinais de tendência da comunidade TikTok que definem cada Força de Tendência
- 3 Principais aprendizados, pesquisas, destaques da comunidade e dicas práticas para você começar

# Como os profissionais de marketing acompanham a cultura que está em constante evolução?



# OUSADIA QUE SE DESTACA

O crescimento está no desconhecido e no incômodo, e requer experimentalismo ousado para desbloqueá-lo.

Em 2023, a comunidade TikTok ganhou confiança para romper e reinventar o status quo na forma como cria e consome conteúdo. Mais pessoas estão criando com mais frequência, à medida que as barreiras e a curva de aprendizado diminuem, gerando uma abundância infinita de conteúdo relevante.

O que impulsiona quem continua crescendo e avançando? O que limita quem está preso ou quem ainda não começou? Como você pode se destacar? A barreira entre ambos não é alta, mas escalá-la pode ser uma tarefa intimidadora se você nunca a fez antes.

Em 2024, a comunidade no TikTok vai abraçar uma mentalidade transformadora: a **Ousadia Criativa**.

Embora o apelo para que sejamos ousados na criatividade e na mídia tenha ecoado por anos, o padrão de ousadia era estereotipado – até que a comunidade do TikTok subiu a barra e nos mostrou o que realmente é ousadia. Alimentada por uma mistura de curiosidade, imaginação, vulnerabilidade e coragem, a **Ousadia Criativa** no TikTok leva a conexões mais profundas com a comunidade e revela mais do que as pessoas valorizam.





“

Como o TikTok democratizou e elevou o nível da criatividade da maneira como o fez, ele estabeleceu um novo patamar para as marcas e para todas as pessoas. É exatamente disso que o setor precisa hoje.

**Dalit Saad**

Cofundadora e diretora de criação, Kvell  
Made For TikTok, [episódio 4](#)

Para se destacar no TikTok, é preciso deixar de lado a ideia de demonstrar **Ousadia Criativa só ocasionalmente** e passar a incorporá-la aos nossos comportamentos e estratégias diários.

De fato, assumir riscos estratégicos e ser vulnerável é, hoje, a melhor estratégia de marca. Aproveitar microinsights e mostrar traços peculiares pode ser seu superpoder. A **Ousadia Criativa** gera impacto ao despertar a curiosidade, inverter os arcos tradicionais das histórias e aprofundar a confiança entre as marcas e suas audiências.

Para ajudar os profissionais de marketing e os anunciantes a criar dessa forma ousada, o TikTok oferece recursos para acompanhar o ritmo da cultura e criar conteúdo vencedor e dentro da tendência. A comunidade TikTok se tornou educadora, e estamos aqui para convidar as marcas a moldar a cultura junto com ela.

É o desconhecido e o incômodo que criam o inimaginável, e quem tiver ousadia suficiente para criar com isso em mente não só vai conseguir acompanhar essa tendência, como também vai prosperar nela.



# CURIOSIDADE AGUÇADA

Os usuários acessam o TikTok em busca de muito mais do que uma única “resposta certa”. Aqui, todas as suas curiosidades atingem o “pico” com novos interesses que levam a perspectivas relevantes, espaços inexplorados e ação na vida real graças à combinação perfeita de descoberta passiva e uma mentalidade ativa.

## O que está rolando

Nunca houve tantas opções para descobrir novas ideias ou coisas, mas também nunca foi tão difícil encontrar respostas relevantes.

## O que vem aí

Conteúdo hiper-relevante, agradável e útil que desperta todas as curiosidades, até mesmo aquelas que você nem sabia que tinha.

**Força de Tendência**





# 1,8x

Os usuários são 1,8x mais propensos a concordar que o TikTok os apresenta a novos tópicos que eles nem sabiam que gostavam (40% no TikTok em comparação com 22% em mídias sociais tradicionais).

*Fonte: TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre anúncios de entretenimento", 2022, conduzido pela MarketCast*

“

Não criamos anúncios que as pessoas vão ver e passar direto por eles. Todo mundo é capaz de identificar conteúdo assim. Se você criar um conteúdo envolvente, que se conecte com o consumidor e integre um produto de forma perfeita, estará criando ouro.

**Dalit Saad**

Cofundadora e diretora de criação, Kvell  
Made For TikTok, [episódio 4](#)

## » Sinal de tendência 1

# Rolagem casual

A descoberta prospera no TikTok, onde as pessoas encontram constantemente novos interesses hiperespecíficos e obsessões compartilháveis que agem como um combustível inesperado para nossa comunidade engajada. Hashtags duradouras, como #achadinhos e #aprendinotiktok, comprovam o poder de ação do TikTok, que ajuda as pessoas a superar a paralisia por análise.

## O que está rolando

Os resultados de pesquisas tradicionais apresentam respostas diretas porque se baseiam em dados, não na criatividade da comunidade.

## O que vem aí

Descoberta imersiva e dinâmica, impulsionada pelas ideias e dicas divertidas de criadores de conteúdo e marcas.

# Rolagem casual

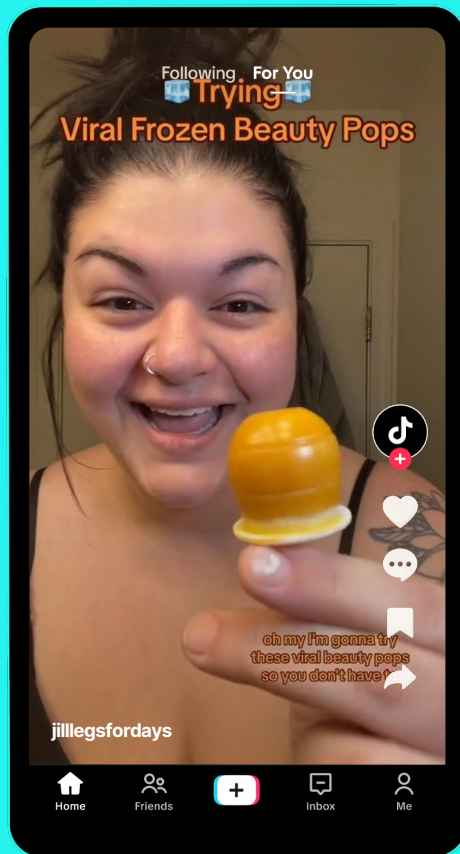
## » Insights para o profissional de marketing:

Estimule a ação durante a jornada de descoberta da sua audiência no TikTok, explorando as comunidades das quais ela já faz parte e criando conteúdo que se alinhe às necessidades e curiosidades dessa audiência.

**44%** Mudança na intenção de descoberta

44% das pessoas acessaram o TikTok com um fim específico em mente e acabaram descobrindo algo que não pretendiam descobrir.

TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre o TikTok como motor de descobertas", 2023, conduzido pela Material



Chocando a audiência com um novo design de produto, o **pirulito de skincare da Love & Pebble** cativou novas audiências e criadores a ponto de fazê-los parar para assistir e compartilhar.

### #tiktokfinds

**Aumento de 10x na taxa de crescimento de visualizações no comparativo ano a ano**

O TikTok continua sendo o principal destino para descobrir e falar sobre produtos. Os criadores querem ver com os próprios olhos e com os da audiência se seus achadinhos da #tiktokfinds valeram a pena.

### #whattowatch

**Aumento de 25x na taxa de crescimento de visualizações no comparativo ano a ano**

As comunidades no TikTok estão impulsionando recomendações fora da plataforma, oferecendo listas de melhores filmes, resumos e sinopses e criando um burburinho em torno de lançamentos de entretenimento nostálgicos e badalados.

### #curiosidades

**LATAM; 110,3 bilhões de visualizações de vídeo**

Essa hashtag popular é repleta de *fun facts* da nossa vibrante comunidade, movida por curiosidade, educação e paixão!

## » Sinal de tendência 2

# Entretenimento sem fronteiras

O TikTok faz com que o global pareça local. Os usuários chegam aqui com desejo de aprender e uma receptividade a explorar outros pontos de vista. As trends e os sons populares transcendem as fronteiras geográficas, dando à nossa comunidade a capacidade de explorar culturas além da própria, graças ao conteúdo envolvente e educativo que mostra como pessoas em todo o mundo vivem seu dia a dia. O TikTok agora cria pontes entre categorias, como esportes, alimentação, moda, viagens e beleza, catalisando momentos da cultura popular maiores do que nunca tanto em escala quanto em escopo.

## O que está rolando

O entretenimento limitado por barreiras geográficas ou barreiras culturais está se tornando uma coisa do passado.

## O que vem aí

A camaradagem global e as comunidades com interesses diversos estão revelando novos canais de entretenimento e influência.

# Entretenimento sem fronteiras

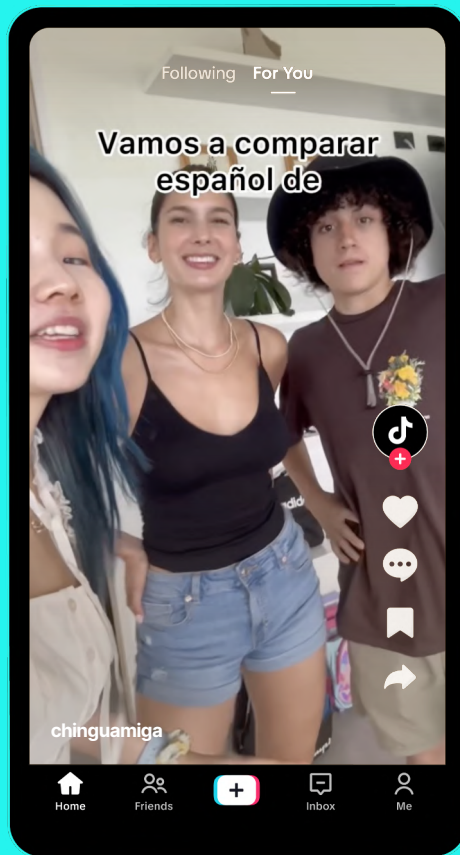
## » Insights para o profissional de marketing:

As marcas devem destacar com orgulho as nuances únicas de sua cultura, de seu negócio e de sua conexão com os próprios fãs para que possam repercutir em nossa audiência diversificada.

# 74%

dos usuários acreditam que o TikTok os conecta com gente de **diferentes origens e culturas em todo o mundo**, e 67% dos usuários acham que aprenderam muito sobre pessoas e culturas diferentes no TikTok

Fonte: TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre a diversidade no TikTok", 2022, conduzido pelo Flamingo Group



Depois de se mudar para o México, a criadora sul-coreana **@chinguamiga** cultivou uma nova comunidade, on-line e off-line, ao compartilhar sua experiência cultural recém-misturada.

### #bamarush

**4,1 bilhões de visualizações de vídeo**

Recentemente descoberto por bilhões de pessoas fora dos EUA, o #bamarush – a corrida de recrutamento para as repúblicas (ou sororidades) nas universidades americanas – continua crescendo como um esporte global para espectadores do TikTok conforme a audiência torce pela melhor casa a cada semestre.

### #jiafei

**CN; 6 bilhões de visualizações de vídeo**

Ela é um ícone, uma lenda, e criou um fandom global no TikTok. De recomendações de produtos a remixes de músicas, essa popular criadora chinesa despertou a criatividade da audiência em todo o mundo.

### #vietnamtoiyeu

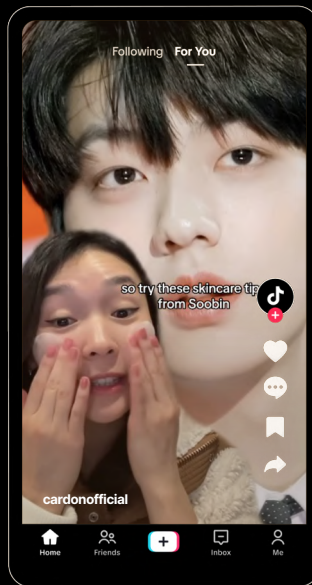
**"Eu amo o Vietnã"; 24,6 bilhões de visualizações de vídeo**

Impulsionada pelo Dia da Reunificação, um feriado público do Vietnã, essa hashtag em alta compartilha o amor dos usuários pela bela cultura do Vietnã além das fronteiras.

# Destques da comunidade

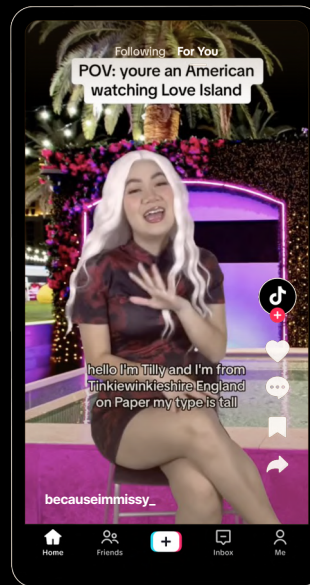
Veja como a força **Curiosidade aguçada** ganha vida em diferentes comunidades TikTok.

## Beleza e moda



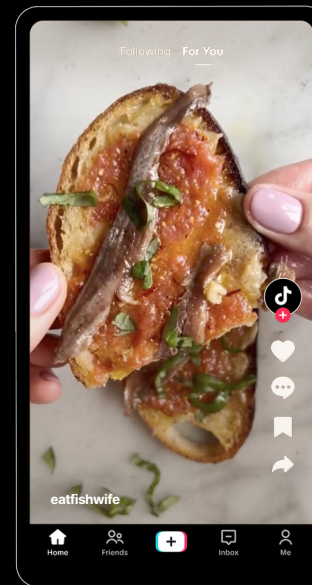
As pessoas adoram explorar respostas fora de sua zona de conforto. Explore o que torna você uma pessoa única!

## Entretenimento



A paixão não tem fronteiras geográficas ou de idioma, mas demonstrar muito entusiasmo ajuda a transcender qualquer obstáculo.

## Bens de consumo embalados/alimentos



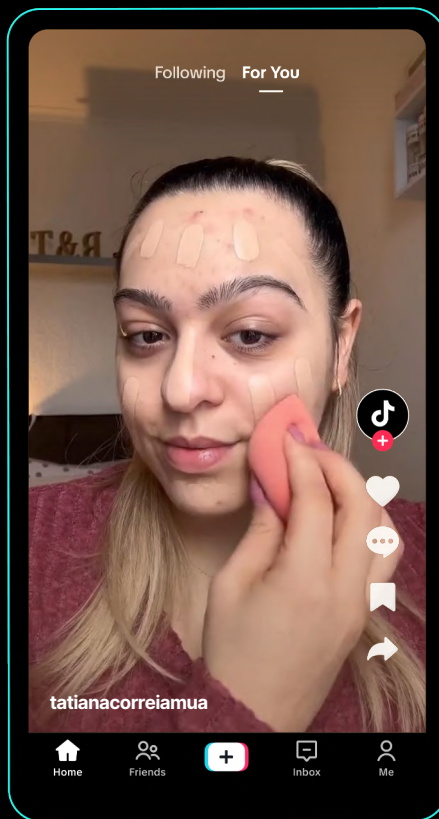
A pequena empresa Fishwife tem compartilhando novas maneiras de saborear o revivido #tinnedfish, ou peixe enlatado.

## ESTUDO DE CASO

# Clinique (Reino Unido)

A Clinique abraçou a magia do TikTok em uma campanha de funil completo que cativou mentes e rostos ao tirar proveito do poder da descoberta, da criatividade e das comunidades na plataforma.

Impulsionada pela inovação, a Clinique foi uma das primeiras a explorar a plataforma de pesquisa dinâmica do TikTok, utilizando o [Search Ads Toggle](#).



**441%** de aumento da taxa de conversão



**51%**

de aumento da taxa de cliques

**74 mil** impressões de pesquisa incrementais



# Soluções criativas



“ Temos que adotar uma maneira diferente de trabalhar e procurar talentos em lugares diferentes do que normalmente fazemos.

**Matt Ian**

Diretor de criação, Deutsch LA  
Made For TikTok, [episódio 1](#)

» Empodere profissionais de marketing para que deem vida às personalidades de suas marcas por meio da música e do som

- A **Biblioteca de música comercial TikTok (CML)** é uma biblioteca de músicas globais pré-liberadas para uso que abrange todos os estilos, gêneros e regiões, com músicas de artistas independentes e emergentes, bem como de casas de música de ponta, gratuitas para as empresas usarem em conteúdo pago e orgânico na plataforma.
- Colabore com um de nossos **parceiros de som verificados** para a criação de músicas personalizadas, suporte ao licenciamento de músicas, oportunidades de parceria com criadores de músicas do TikTok ou orientação sobre estratégia sonora para garantir que você esteja tirando máximo proveito do som e otimizando totalmente sua execução criativa para o ambiente de áudio do TikTok!

» Expanda as parcerias criativas com o TikTok Creator Marketplace e o TikTok Creative Challenge

- O **TikTok Creator Marketplace** dá às marcas acesso a uma seleção diversificada de criadores, prontos para contar a história da marca por meio da própria perspectiva.
- O **TikTok Creative Challenge** permite que os criadores de conteúdo se envolvam com suas marcas favoritas. Essa solução permite que os anunciantes lancem um resumo do desafio descrevendo o escopo da campanha. Depois, os criadores de conteúdo participam criando criativos de anúncios com base nos critérios do desafio. (Disponível em mercados selecionados)

# Soluções de publicidade



## Descubra o inesperado com o Search Ads Toggle

O **Search Ads Toggle** veicula anúncios ao lado de resultados de pesquisa orgânica. Esse posicionamento integrado permite que os anunciantes surpreendam sua audiência e permaneçam em primeiro plano à medida que os usuários pesquisam e exploram.



## Alcance audiências diversificadas com entretenimento relevante usando o Pulse

Alcance audiências diversificadas, adotando o entretenimento que está moldando a cultura atual com o **Pulse**. O Pulse garante a proximidade da sua marca ao conteúdo mais em alta em toda a plataforma.



## Estimule a curiosidade e o comércio autêntico com o Video Shopping Ads e a TikTok Shop

O **Video Shopping Ads** estimula a descoberta, fornecendo recomendações de produtos personalizadas aos usuários, enquanto a **TikTok Shop** (disponível em mercados selecionados) permite compras sem interrupção no app por meio do nosso marketplace.

# REMIX DE NARRATIVAS

Os finais das histórias estão aparecendo primeiro. Vários arcos de história podem acontecer ao mesmo tempo. As comunidades estão inventando celebridades e narrativas fictícias. No TikTok, a mudança na qual todos podem ter voz desencadeou a criatividade para todos, onde diversas vozes, formatos colaborativos e assuntos estão virando de cabeça para baixo tudo o que sabemos sobre a narrativa tradicional.

## O que está rolando

Desde a estrutura até os personagens, a narrativa se tornou mais previsível, menos relevante e, portanto, ignorável.

## O que vem aí

Histórias imprevisíveis, coletivas e instintivas, que não têm começo, meio ou fim, dando aos usuários um interesse pessoal em como a história se desenrola.



Força de tendência



# 1,4x

Estruturas narrativas intrigantes guiam os espectadores após os primeiros segundos: os anúncios destinados a deixar os usuários curiosos os mantêm assistindo por 1,4x mais tempo.

*Fonte: TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre como chamar a atenção [EUA, Reino Unido, CCG]", 2023, conduzido pela MetrixLab*

“

Lembre-se de que isso não é TV. É cultura. Significa que a sua marca agora está entrando no espaço [do criador], e você precisa se parecer e se sentir assim. Tudo vai por água abaixo no momento em que você tenta criar um roteiro.

**Ashley Rudder**

Diretora de criação, Whalar  
Made For TikTok, episódio 6

## » Sinal de tendência 1

# Narrativa alimentada pela comunidade

Os usuários do TikTok não estão mais consumindo conteúdo passivamente. Em vez disso, eles preferem manter conversas com a comunidade por meio de arcos de histórias experimentais e novos ganchos criativos. Embora as histórias possam ser independentes no TikTok, parte da diversão para a audiência é unir histórias inesperadas de forma envolvente e surpreendente.

### O que está rolando

Histórias previsíveis chamam cada vez menos atenção.

### O que vem aí

O espírito colaborativo do TikTok está reinventando os arcos típicos das histórias, levando a formatos narrativos inovadores que surpreendem a audiência e capturam sua atenção, além de inspirá-la a participar da diversão.

# Narrativa alimentada pela comunidade

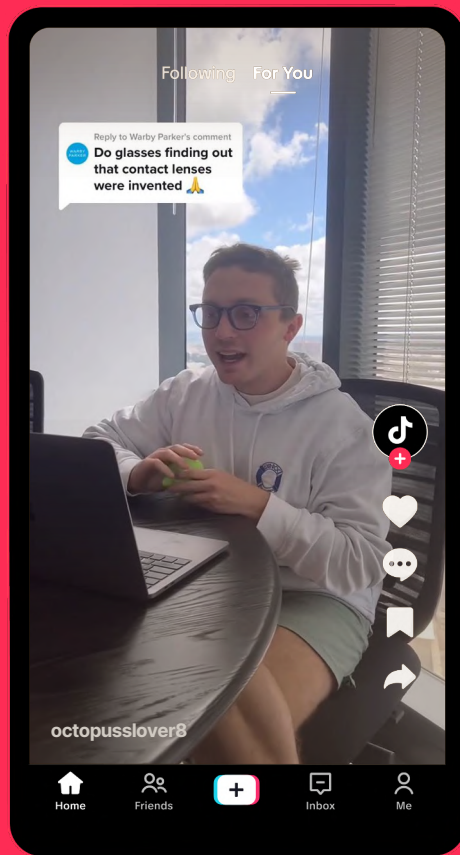
## » Insights para o profissional de marketing:

Dê à comunidade a mesma voz para moldar a identidade e a narrativa de sua marca. Explore maneiras de contribuir para uma conversa existente ou estimule a cocriação incorporando sugestões e comentários que você receber em vídeos subsequentes.

# 1,3x

Nossos usuários são 1,3x mais propensos a achar que o **TikTok permite que eles criem conteúdo** e se ajudem (em comparação com as mídias sociais tradicionais)

TikTok Marketing Science Global, "Estudo sobre anúncios de entretenimento", 2022, conduzido pela MarketCast



O criador do TikTok **@octopusslover8** coloca sua comunidade no comando do desenvolvimento do seu conteúdo, criando esquetes com base nos comentários dos usuários (e das marcas), como este em colaboração com a marca de óculos Warby Parker.

### #blindreact

**8,3 bilhões de visualizações de vídeo**

No TikTok, bons vídeos podem ser uma alavanca para trazer *reacts* inesperados para os talentos e obras-primas feitas pela nossa comunidade.

### #mukbangvídeo

**Aumento de 600% das visualizações**

Esse estilo de conteúdo crescente, no qual os criadores comem enquanto filmam, cria um ambiente confortável para que a audiência assista e se envolva casualmente.

### #npc

**13,5 bilhões de visualizações de vídeo**

A comunidade TikTok transformou esse tipo de personagem em um arquétipo, fingindo ser um NPC em cenários da vida real e reagindo à participação da audiência na LIVE do TikTok.

## » Sinal de tendência 2

# Stay Tru to the Delulu

Enraizada na cultura de fandom, #delulu é uma mentalidade e um formato de narrativa intensificada pela comunidade TikTok. É uma mistura de fantasia e manifestação: adotando uma persona do tipo “fingir até conseguir” para que a audiência se identifique, fantasiando sobre seu #delusionship (relacionamento delirante) dos sonhos, manifestando a confiança da #tubegirl ou adotando a mentalidade de um cargo profissional mais sênior. “Stay Tru to the Delulu” (seja fiel ao delírio) é uma comunidade compartilhada de conforto e confiança ilusórios para que a audiência possa imaginar e inspirar além dos limites da realidade avassaladora de hoje.

## O que está rolando

Quando a realidade parece complexa, a audiência recorre ao TikTok para encontrar coletividade.

## O que vem aí

A audiência do TikTok está criando uma comunidade compartilhada de conforto ilusório para proporcionar um tiquinho de leveza em meio a uma realidade avassaladora.

# Stay Tru to the Delulu

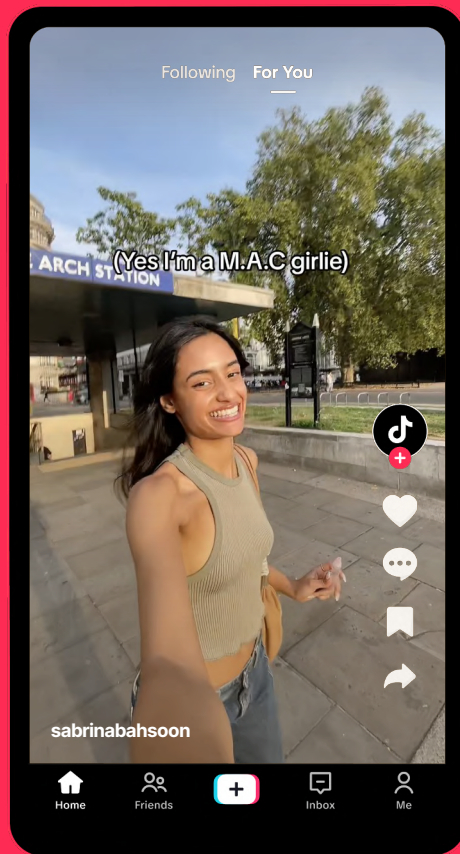
## » Insights para o profissional de marketing:

Entre nas conversas com um toque de diversão “delulu” para criar conexões acessíveis com a audiência em torno de alegria, confiança e conforto.

# 72%

dos usuários do TikTok sentem que **é fácil para desconhecidos se conectarem** e formarem laços ao redor de experiências de vida compartilhadas no TikTok

Fonte: TikTok Marketing Science Global, “Diversidade no TikTok”, 2022, conduzido pelo Flamingo Group



A marca de cosméticos MAC entrou na onda da **#tubegirl** logo no início, fazendo uma parceria com a criadora **@sabrinhahsoon** para compartilhar como a MAC faz com que ela se sinta confiante sem arrependimentos, em qualquer lugar.

### #delulu

**3,7 bi de visualizações; aumento de 33x na taxa de crescimento das visualizações de um ano para o outro**

“Delulu” é o termo, mas o sentimento não é nada novo. Nossa comunidade sempre utilizou o humor leve para desenvolver a capacidade de identificação entre as comunidades.

### #delusionship

**39 milhões de visualizações; aumento de 390x na taxa de crescimento das visualizações ano após ano**

No TikTok, esses relacionamentos delirantes não se limitam a personagens românticos fictícios. Os membros da nossa comunidade os expandem para uma confiança aspiracional em si mesmos e em outros relacionamentos interpessoais.

### #tubegirl

**1 bilhão de visualizações de vídeo**

A criadora **@sabrinhahsoon** deu início a um movimento cultural de “tube girls” (garotas do metrô) quando ativou sua “*main character energy*” e a icônica lente 0,5x para inspirar outras pessoas a liberar sua confiança interior, mesmo em público.



# Destaque da comunidade

Veja como a força **Remix de narrativas** ganha vida em diferentes comunidades TikTok.

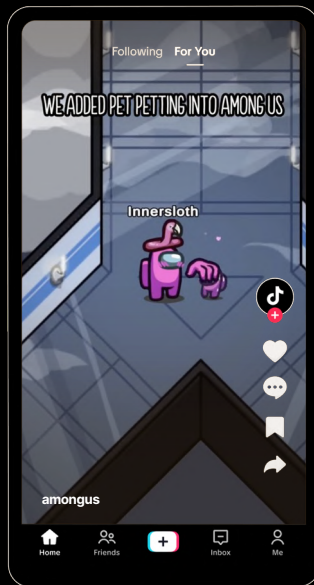
“

Em cada conteúdo que criamos, se ele não nos fizer rir ou sorrir, ele não deve ser publicado.

## Chris Jackson

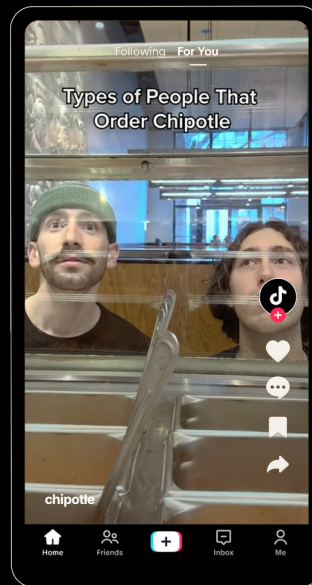
Diretor, conteúdo global e estratégia social, Lululemon  
*Made For TikTok, episódio 7*

### Jogos



Presenteie sua audiência com piadas internas e referências específicas da comunidade, como fez Among Us.

### Fast-food



A Chipotle criou seu próprio formato “escolha seu personagem” com base em seus clientes comuns.

### Varejo

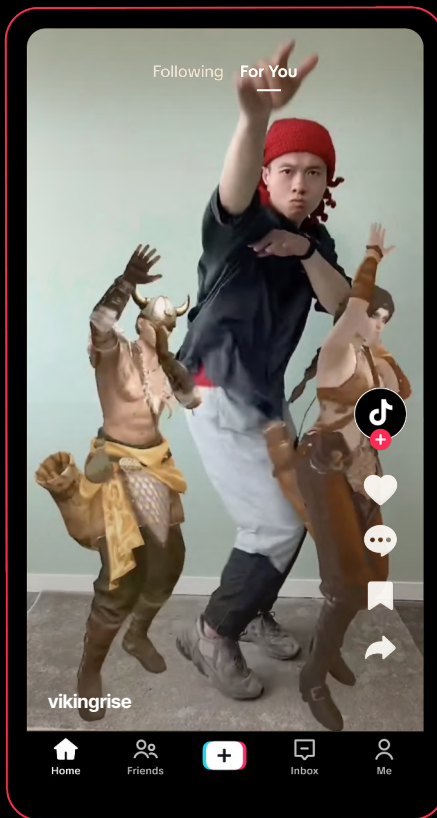


A Target dá vida a narrativas romantizadas do Wattpad, inspiradas em quadrinhos digitais da web, com a criadora @fannita.

## ESTUDO DE CASO

# Viking Rise IGG (METAP)

A IGG usou o TikTok como uma de suas principais plataformas para o lançamento de seu novo jogo, Viking Rise. Do TopView ao Alcance e Frequência, a marca apresentou uma variedade de criativos do tipo “vamos jogar”, deixando jogadores no TikTok empolgados com o lançamento. A IGG também fez um Branded Mission com um Branded Effect exclusivo de “girar a roda”, que convidava os usuários a experimentar como é desbloquear determinados personagens no jogo.



400  
milhões



de usuários  
globais  
alcançados

600 mil envios recebidos

5,1 bi de  
visualizações  
de vídeo

#VikingRise  
#VikingRise  
#VikingRise  
#VikingRise  
#VikingRise

# Soluções de publicidade



“ O TikTok está vivo e em constante evolução. Você precisa de um cliente que esteja disposto a persistir e acompanhar.

**Jamie Falkowski**

Diretor de criação, Day One Agency  
Made For TikTok, episódio 5

## » Amplie a narrativa criativa com o Gerador de scripts

- Comece com algumas informações sobre sua marca ou produto e trabalhe com o **Gerador de scripts** para criar e personalizar ainda mais o roteiro de um vídeo com base nas diretrizes da marca, no tom, nas palavras-chave e na duração.

## » Deixe que o Assistente de criativos guie você pelo processo de desenvolvimento de criativos

- O **Assistente criativo** é um assistente virtual inteligente para anunciantes, que pode dar suporte durante todo o processo de desenvolvimento de criativos. De ideias inspiradoras à geração de roteiros, o Assistente criativo traz uma grande variedade de insights, práticas recomendadas e soluções criativas com foco em anúncios do TikTok.

## » Inspire-se em anúncios de alta performance no Painel de controle dos principais anúncios

- O **Painel de controle dos principais anúncios** é uma coleção de anúncios de ponta, filtrável por região, setor, objetivo, idioma e formato de anúncio. Os usuários podem clicar em um anúncio ali e saber mais sobre sua performance, incluindo curtidas, comentários, compartilhamentos, CTR, CVR, cliques, conversões e taxa de retenção.

# Soluções de publicidade



## Fortaleça narrativas orientadas pela comunidade com o Branded Mission

O **Branded Mission** permite que as marcas utilizem narrativas orientadas pela comunidade, celebrando diversas vozes. Por meio do crowdsourcing de conteúdo autêntico e da colaboração com criadores, esse recurso ajuda as marcas a apresentarem perspectivas diferentes e narrativas inovadoras.



## Compartilhe felicidade genuína com Spark Ads

Desperte a alegria e o espírito sem preocupações do TikTok com **Spark Ads**. A abordagem autêntica dessa solução traz um toque de sinceridade à publicidade, usando conteúdo real do TikTok como material de anúncio, sempre feito com criadores que criaram um laço com uma comunidade que os defende organicamente.



## Alcance as comunidades por meio de narrativas que se conectam com a Visualização focada

Narrativas imprevisíveis podem chamar mais atenção, e a **Visualização direcionada** veicula seus anúncios para audiências que têm maior probabilidade de prestar atenção por mais tempo. Com a Visualização focada, sua marca pode atingir com eficiência as audiências mais inclinadas para impulsionar consideração.

“ Não somos mais proprietários dessa marca. Somos partes interessadas em uma marca que pertence a nós e aos nossos fãs. Colaboramos com nossos fãs.

**Matt Ian**

Diretor de criação, Deutsch LA  
Made For TikTok, episódio 1

# CONSTRUÇÃO CONFIANÇA

Ainda há uma crescente falta de confiança entre os consumidores e as marcas, que faz com que a audiência queira mais do que a interação de uma única compra. As pessoas também estão buscando marcas que liderem mudanças sociais positivas e sejam transparentes. Estabelecer valores e confiança claros na marca não é negociável. No TikTok, as marcas têm um canal aberto de comunicação com seus consumidores e com a comunidade, e podem aproveitar os criadores como atalhos. Cada campanha e conteúdo orgânico é uma oportunidade de compartilhar, ouvir e aprender, construindo juntos a confiança e os valores da marca para gerar uma fidelidade cada vez mais profunda dentro e fora da plataforma.

## O que está rolando

As marcas não sabem ao certo como atender às crescentes expectativas dos consumidores em relação à confiança e à transparência.

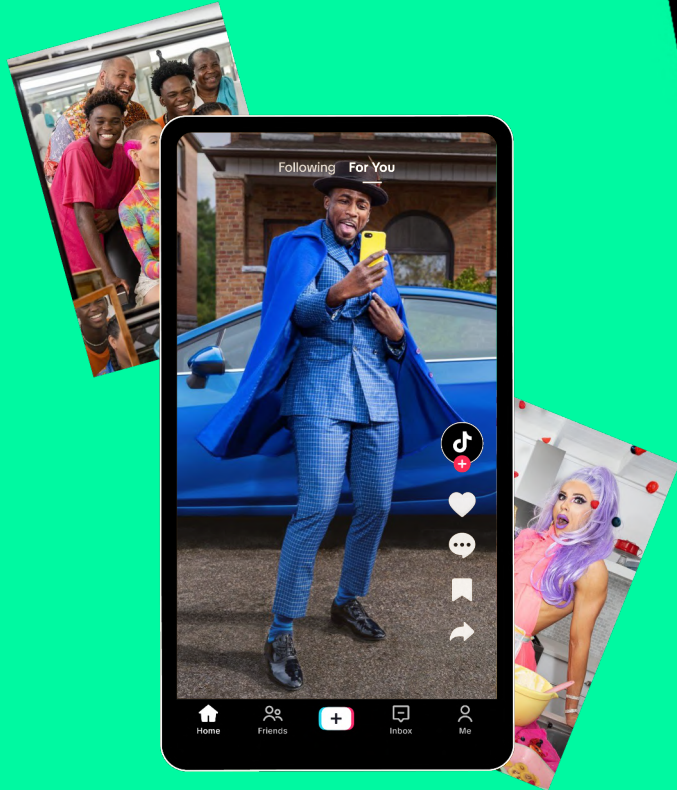
## O que vem aí

As marcas no TikTok estão conquistando maior influência e confiança dos consumidores ao ouvir ativamente e crescer junto com sua audiência.



Força de tendência

3



## Depois de ver um anúncio no TikTok:

- 41%** dos espectadores confiam mais na marca
- 31%** são mais propensos a se tornarem fiéis à marca
- 33%** são mais propensos a dizer que a marca é boa para quem eles são como pessoa *(em comparação com antes de ver um anúncio no TikTok)*

Fonte: "Estudo sobre como o TikTok aumenta a confiança na marca", 2022, encomendado pela TikTok Marketing Science Global e executado pela Edelman Data and Intelligence

“ O TikTok é um parque de diversões. É o único lugar onde as marcas podem ser humanas. Elas podem usar o tom que quiserem e se conectar com os fãs de forma autêntica na plataforma.

**Dalit Saad**

Cofundadora e diretora de criação, Kvell  
*Made For TikTok, episódio 4*

## » Sinal de tendência 1

# Vamos conversar, TikTok

O TikTok realmente reformulou a linguagem universal da nossa audiência. A plataforma está redefinindo palavras que já conhecemos, como luxo, limpeza, garota e jantar, e transformando-as em novas filosofias e aparências. O luxo se expandiu para #quietluxury e #affordableluxury, a #cleangirl é uma estética criada no TikTok que trata do minimalismo e a #girdinner redefiniu o jantar como uma atividade de brincadeira e compartilhamento, com mais de 183 mil criações de vídeo.

### O que está rolando

É fácil sentir que você nunca consegue acompanhar as conversas ou a última trend do TikTok.

### O que vem aí

As marcas estão fortalecendo a confiança da sua audiência por meio do linguajar cultural relevante cultivado no TikTok.

# Vamos conversar, TikTok

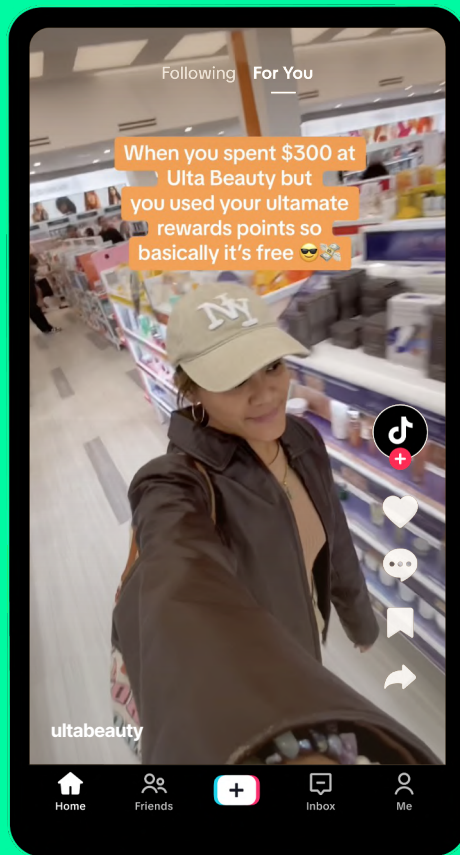
## » Insights para o profissional de marketing:

Compreender e adaptar a linguagem da nossa plataforma define o contexto cultural imediato e a conexão com a audiência. Isso permite que os usuários saibam que não estamos aqui apenas para vender, mas que estamos ouvindo, rindo e criando junto com você.

**1,5x** mais confiança na marca

Depois de ver anúncios no TikTok com comentários ativados, os espectadores vão confiar na marca 1,5x mais (em comparação com antes de ver anúncios com comentários ativados no TikTok).

Fonte: "Estudo sobre como o TikTok aumenta a confiança na marca", 2022, encomendado pela TikTok Marketing Science Global e executado pela Edelman Data and Intelligence



A Ulta usa a **#girlmath** para promover o fato de que seu programa de fidelidade recompensa quem gasta dinheiro, portanto, é dinheiro de graça, certo?

### #affordableluxury

**200% de taxa de crescimento nas visualizações ano após ano**

A comunidade TikTok expandiu a definição de luxo para ser mais inclusiva, concentrando-se mais na técnica do que no preço.

### #girl dinner

**2,2 bilhões de visualizações de vídeo**

O jantar de garotas se refere à capacidade coletiva das garotas de transformar e justificar qualquer coisa, desde biscoitos variados com as sobras da noite anterior até um único café com leite gelado, em uma refeição completa.

### #rizz

**18 bi de views; aumento de 11x na taxa de crescimento das visualizações ano a ano**

Abreviação de "carisma", o termo está sendo adotado pela audiência para descrever quando uma pessoa tem um estilo inegável ou é descolada em uma situação.



## » Sinal de tendência 2

# Acredite no Processo Para Você

“Acredite no Processo Para Você” – ou “*Trust the FYProcess*” – significa criar credibilidade influente na fonte. É ter ousadia suficiente para ser vulnerável e permitir que a audiência conheça todo o processo e a história por trás de uma marca. Essa vulnerabilidade exposta e honesta gera conversas orgânicas e coletividade, raramente encontradas em outros espaços em que os influenciadores e as marcas estão apenas exibindo imagens estáticas aspiracionais.

### O que está rolando

A audiência fica cética em relação às marcas que chegam ao TikTok com mensagens aspiracionais e polidas demais.

### O que vem aí

A confiança no TikTok decorre da abertura da nossa comunidade para compartilhar e receber feedback, o que abre espaço para conversas honestas com a comunidade, raramente encontradas em outros espaços.

# Acredite no Processo Para Você

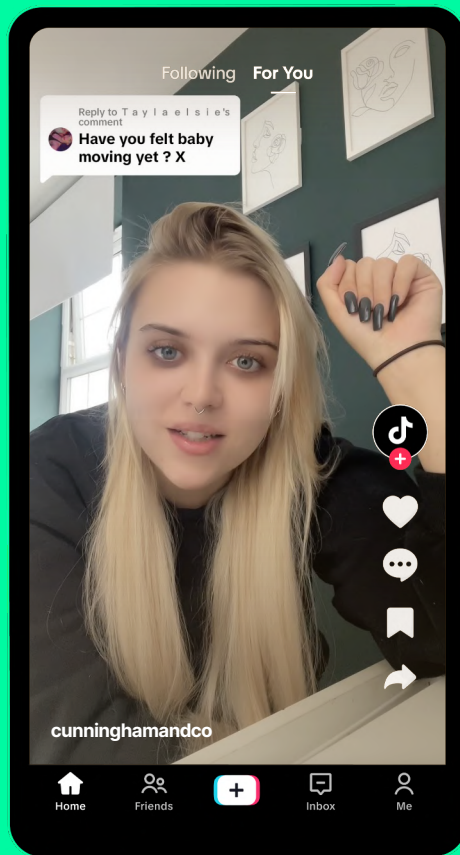
## » Insights para o profissional de marketing:

Cultive uma rede de criadores que se encaixem naturalmente e possam compartilhar uma conexão sincera com a sua marca a fim de criar identificação e influência na comunidade deles.

**41%** de aumento na confiança dos espectadores na marca

Para marcas que anunciam consistentemente no TikTok ao longo de um período prolongado, a confiança dos espectadores da marca aumenta em 41% (em comparação com índices de confiança para marcas de dezembro de 2018 a dezembro de 2022).

Fonte: "Estudo sobre como o TikTok aumenta a confiança na marca", 2022, encomendado pela TikTok Marketing Science Global e executado pela Edelman Data and Intelligence



O conteúdo sobre #gravidez no TikTok cresceu muito em 2023, com criadores compartilhando suas experiências sinceras, respondendo a perguntas e trocando dicas com outras famílias que estão esperando bebês.

### #skincare

#### Aumento de 45% nas visualizações

O skincare no TikTok vai além da pele. Esses cuidados se expandiram além das audiências tradicionais de beleza para incluir todo tipo de pele e todo gênero e redefinir a "pele perfeita".

### #grwmmakeup

#### Aumento de 900% nas visualizações

Esse estilo de conteúdo continua crescendo à medida que os criadores expandem os eventos, as conversas e os produtos que essa tarefa rotineira traz com o poder de uma audiência conectada e de um contador de histórias envolvente.

### #tiktokseries

#### Aumento de 2.000% das visualizações

Os creators no TikTok estão produzindo conteúdo mais longo e criando séries exclusivas para fazer com que a audiência volte em busca de mais. Os criadores têm a liberdade de criar uma série sobre qualquer pedido da audiência.

# Destques da comunidade

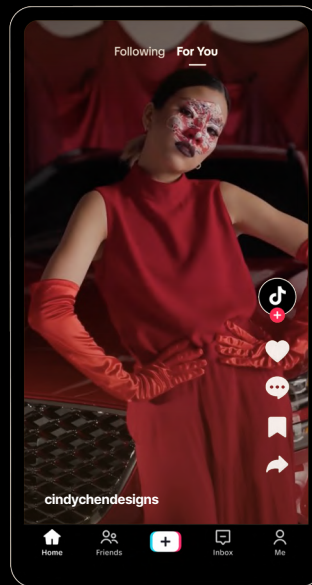
Veja como a força **Construção de confiança** ganha vida em diferentes comunidades TikTok.

## Serviços financeiros



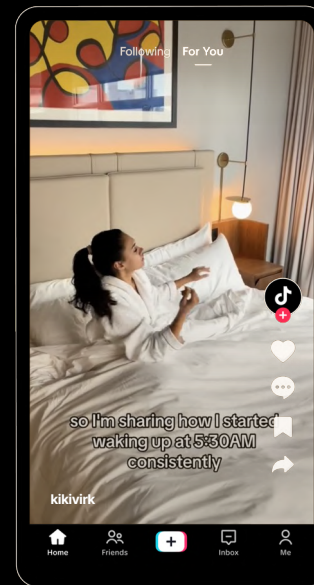
Aproveite as tendências atuais para entrar em conversas sobre tópicos complicados, como quando esses contadores reagiram de forma hilária à #girlmath.

## Automotivo



A Genesis fez uma parceria com @CindyChenDesigns para criar um look de maquiagem que ilustrasse o valor compartilhado da técnica através de um olhar diferente.

## Saúde e bem-estar



Os criadores do TikTok abrem novas conversas sobre bem-estar por meio de soluções sinceras e práticas para superar desafios universais, como criar uma rotina.

## ESTUDO DE CASO

# Makuku (SEA)

A Makuku fez uma parceria com criadores indonésios do TikTok nas comunidades de mães e bebês para participar do lançamento do produto na Indonésia. Esses criadores usaram as palavras-chave “Best” (melhor) e “Love” (amor), indicadas por um Hashtag Challenge anterior da marca, como ponto de partida para a mensagem da campanha.



**500%** de aumento das vendas

**20%**

dos consumidores de lojas físicas conheceram a Makuku pelo TikTok

# Soluções criativas



“ Campanhas pontuais são legais, mas não terão o efeito cascata que uma parceria de longo prazo com um criador terá nem mostrarão o amor da marca que a inclusão de um criador em sua equipe criativa terá.

## Ashley Rudder

Diretora de criação, Whalar  
*Made For TikTok, episódio 6*

## » Abra novos caminhos para os criadores no [TikTok Creator Marketplace](#)

- **Candidaturas abertas:** os criadores analisam resumos das marcas e se candidatam àquelas que mais lhes interessam, com base em sua paixão e ideias de histórias.
- **API de parceiros:** a API aprimorada do TTCM agora permite que as plataformas de marketing de criadores possibilitem a pesquisa e a descoberta de criadores, concluam as principais etapas do fluxo de trabalho no console in-app do TTCM para criadores e criem Spark Ads facilmente a partir do conteúdo do criador, de forma programática.

## » Aprenda e cresça com o recurso [Insights de vídeo](#)

- O **recurso Insights de vídeo** permite que você analise a performance do seu criativo de vídeo, detalhando as interações da audiência e as possíveis melhorias para inspirar seu próximo vídeo de alta performance. Passe algum tempo no TikTok para se sentir mais confortável com a predominância da linguagem e das tendências.

## » Acesse aprendizados e insights do TikTok em tempo real pela [Central de Criativos](#)

- A **página Tendências** na Central de Criativos é um manancial de painéis de controle em tempo real para rastrear hashtags, músicas e criadores em ascensão a fim de estimular a inspiração criativa. Aproveite nosso hub de tendências para saber mais sobre nossa metodologia, ler os últimos relatórios de tendências e muito mais.
- Descubra a inspiração de roteiros e as keywords de melhor performance para sua campanha publicitária com o recurso **Insights de palavras-chave**. Procure palavras-chave e frases de sucesso por setor, região e objetivo de marketing para ver como elas são usadas em anúncios reais do TikTok.

# Soluções de publicidade



## Crie uma presença orgânica para promover a confiança e a credibilidade

Aumente sua presença orgânica no TikTok para dar vida ao sinal “Acredite no Processo Para Você”. Quando as marcas compartilham consistentemente conteúdo não promocional interessante e divertido, elas desenvolvem a fidelidade da audiência. Fique de olho em seu criativo orgânico e invista nos meios de comunicação que funcionem para você.



## Colabore com criadores para elaborar conteúdo autêntico com o Branded Mission

O **Branded Mission** ajuda marcas a envolver suas audiências de forma confiável por meio de crowdsourcing de conteúdo autêntico da comunidade diversificada de criadores do TikTok. Os vídeos com melhor performance acabam impulsionados como anúncios com impressões garantidas, desencadeando conteúdo adicional gerado por mais usuários ao longo do caminho.



## Elimine a falta de confiança com o TikTok Creator Marketplace e o TikTok Creative Exchange

Aproveite o **TikTok Creator Marketplace** (TTCM) e o **TikTok Creative Exchange** (TTCX) para descobrir e colaborar com criadores e profissionais em sua próxima campanha. Por meio dessas plataformas, as marcas podem desenvolver ainda mais relevância cultural e evoluir sua narrativa, tanto on-line quanto off-line.

“ Às vezes, é melhor divulgar alguma coisa do que aperfeiçoá-la, especialmente no que se refere ao TikTok.

**Chris Jackson**

Diretor, conteúdo global e estratégia social, Lululemon  
*Made For TikTok, episódio 7*

# E

# »» agora?



# Como ter **mais ousadia** em 2024



## » CURIOSIDADE AGUÇADA

E se você estimulasse aspectos altamente exclusivos de sua marca para educar, entreter e enriquecer a comunidade TIKTok?

O que despertou sua curiosidade no TIKTok que poderia ser associado à sua marca?

O que você gostaria que mais consumidores soubessem sobre sua marca?

## » REMIX DE NARRATIVAS

E se você pegasse o que se tornou “esperado” da narrativa da sua marca no TIKTok e virasse isso de cabeça para baixo?

Você está mobilizando sua audiência para colaborar e moldar sua marca no TIKTok?

O que é uma verdade universal e/ou comunitária relevante para a sua marca na qual você pode infundir uma energia “delirante”?

## » CONSTRUÇÃO DE CONFIANÇA

E se você estabelecesse ações consistentes com sua comunidade no TIKTok para cultivar a confiança além de uma única venda?

Como você pode vincular o linguajar relevante do TIKTok aos seus produtos e campanhas criativas?

Para que tipo de conhecimento confiável você quer que sua audiência venha até você?



# TL;DR



## NOSSAS PRINCIPAIS DESCOBERTAS

Em 2024, a Ousadia criativa que se destaca no TikTok decorre de três grandes mudanças nas expectativas dos usuários:

### » CURIOSIDADE AGUÇADA

Todas as curiosidades atingem o “pico” no TikTok, com novos interesses que levam a perspectivas relevantes, tocas de coelho inexploradas e ação na vida real graças à combinação perfeita de descoberta passiva e uma mentalidade ativa.

#### Sinal 1:

##### **Rolagem casual**

A descoberta prospera no TikTok, onde as pessoas descobrem constantemente novos interesses hiperespecíficos e obsessões compartilháveis que agem como combustível inesperado para nossa comunidade engajada.

#### Sinal 2:

##### **Entretenimento sem fronteiras**

O TikTok é uma plataforma perfeita para explorar culturas além da sua, graças ao conteúdo envolvente e educativo que mostra como as pessoas do mundo todo vivem seu dia a dia.

### » REMIX DE NARRATIVAS

No TikTok, a mudança na qual todos podem ter voz desencadeou a criatividade para todos, onde a diversidade de vozes, formatos colaborativos e assuntos está virando de cabeça para baixo tudo o que sabemos sobre a narrativa tradicional.

#### Sinal 1:

##### **Narrativa alimentada pela comunidade**

Os usuários do TikTok não estão mais consumindo conteúdo passivamente. Em vez disso, eles preferem manter conversas com a comunidade por meio de arcos de histórias experimentais e novos ganchos criativos.

#### Sinal 2:

##### **Stay Tru to the Delulu**

“Stay Tru to the Delulu” (seja fiel ao delírio) é uma comunidade compartilhada de conforto e confiança ilusórios para que a audiência possa imaginar e inspirar além dos limites da realidade avassaladora de hoje.

### » CONSTRUÇÃO DE CONFIANÇA

Cada campanha e conteúdo orgânico é uma oportunidade de compartilhar, ouvir e aprender, construindo juntos a confiança e os valores da marca para gerar uma fidelidade cada vez mais profunda dentro e fora da plataforma.

#### Sinal 1:

##### **Vamos conversar, TikTok**

O TikTok realmente reformulou a linguagem universal da nossa audiência. O TikTok está redefinindo palavras que já conhecemos, como luxo, limpeza, garota e jantar, e transformando-as em novas filosofias e aparências.

#### Sinal 2:

##### **Acredite no Processo Para Você**

“Acredite no Processo Para Você” significa criar credibilidade influente na fonte — significa ter ousadia suficiente para ser vulnerável e permitir que a audiência conheça todo o processo e a história por trás de uma marca.