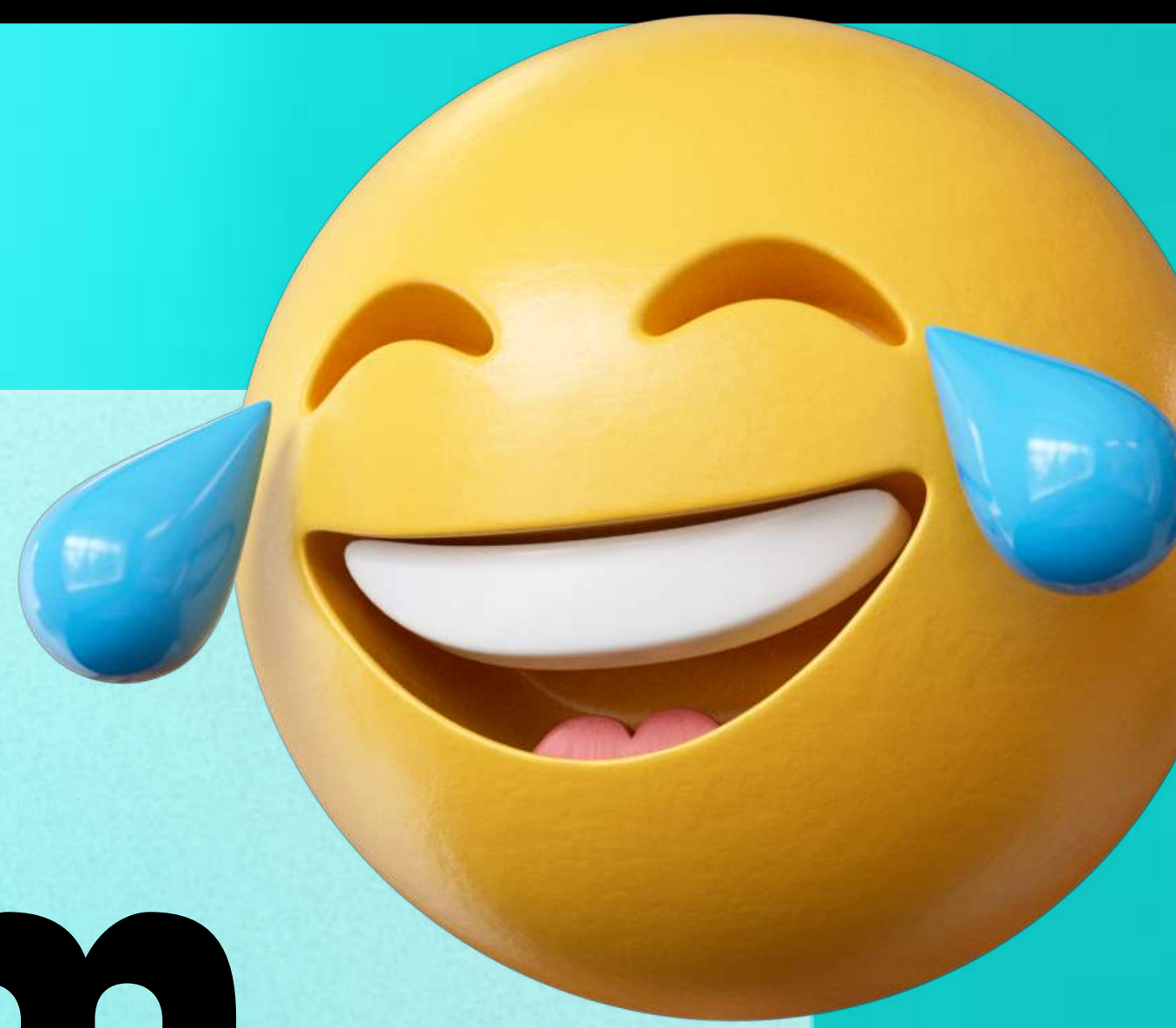
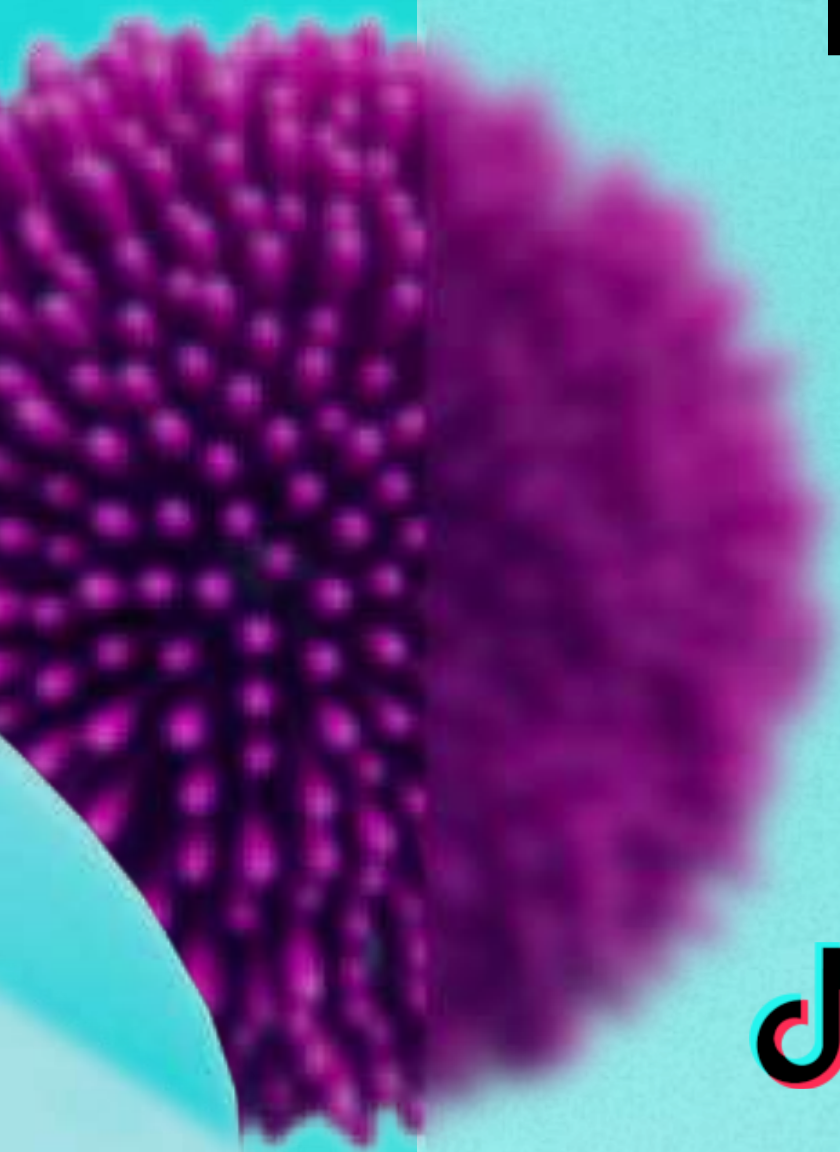


2023

para você bombar



Vem de trend



 **TikTok** for Business



para você bombar



trends

Bem-vindos ao TikTok! O mundo das trends.

**Mas pera,
o que é isso?**



trends



“ **Um meme é uma unidade de herança cultural. É tudo aquilo que é copiado, que é imitado, que espalha.** ”

Richard Dawkins

autor de “O Gene Egoísta” e professor da Universidade de Oxford

😊 No TikTok, os memes ganham vida na forma de trend. Trend é um fragmento cultural que passa de uma pessoa para outra. Assim como os genes, as trends tendem a perpetuar sua estrutura e se reproduzir; elas também podem fundir, recombinar, segregar seu conteúdo.



**As trends
vivem de
remix.**

E vocês já bem sabem.
No TikTok, o remix corre
solto. Tá, entendi. Mas
como a minha marca
pode criar ou fazer
parte de uma trend?



É tudo sobre

RITMO

RIMA

RAZÃO



Para ganhar a atenção do público e grudar na memória tem que ter:

RITMO

Ritmo não é só música. É um modo que nosso cérebro usa **para organizar tarefas e liberar nossa atenção. É também o que nos coloca em sintonia com os outros.**



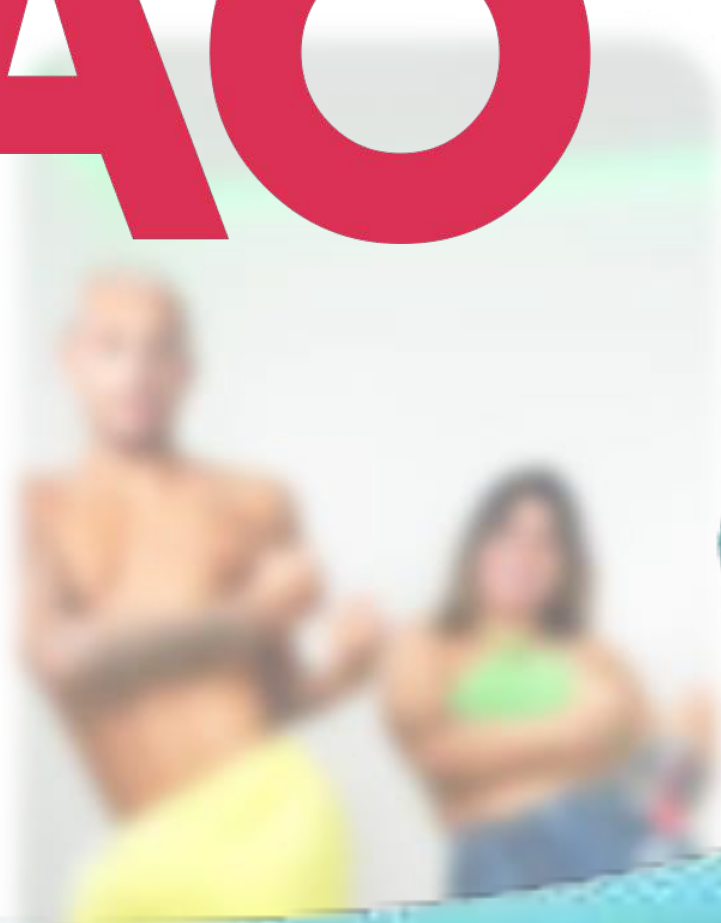
RIMA

Você também pode criar rima trazendo uma grande revelação, um momento-surpresa. No TikTok, Você cria ritmo ao syncar batida de uma música com a imagem que está passando, com uma lógica de videoclipe.



RAZÃO

Nosso cérebro guarda o que atende nossas necessidades no mundo.





Há **06**
formas
principais
de criar
essa
conexão:





1 Habilidades práticas

O que ativa nosso lado fazedor, mão na massa, que resolve problemas concretos e cotidianos.

A Chevrolet lançou o #PassinhoDaAutoEscola, ensinando uma coreografia ao mesmo tempo em que dava a letra sobre o trânsito.

#receitasfaceis

772.8M views

#AgoraVoceSabe

6.3B views

#aprendinoTikTok

275,4M



Clique para assistir



2 Ocupação de Tédio

Tudo aquilo que serve unicamente à ocupação do vazio do indivíduo contemporâneo é capaz de capturar nosso foco.

Avon convidou sua comunidade a dublar áudios da Isabela Boscov no challenge #Avonscov.

#react

60,1B views

#eletrizante

1.1B de views

#dublagem

19,6B views



Clique para assistir



3 Prazer

Tudo aquilo que desperta nossos sentidos de um jeito gostoso, capta nosso foco.

**Burger King
lançou sua collab
com Stranger
Things brincando
com o formato
de unboxing
e asmr.**

#unboxing

37,7 B views

#asmr

358B views

#oddlysatisfying

74,5 B views



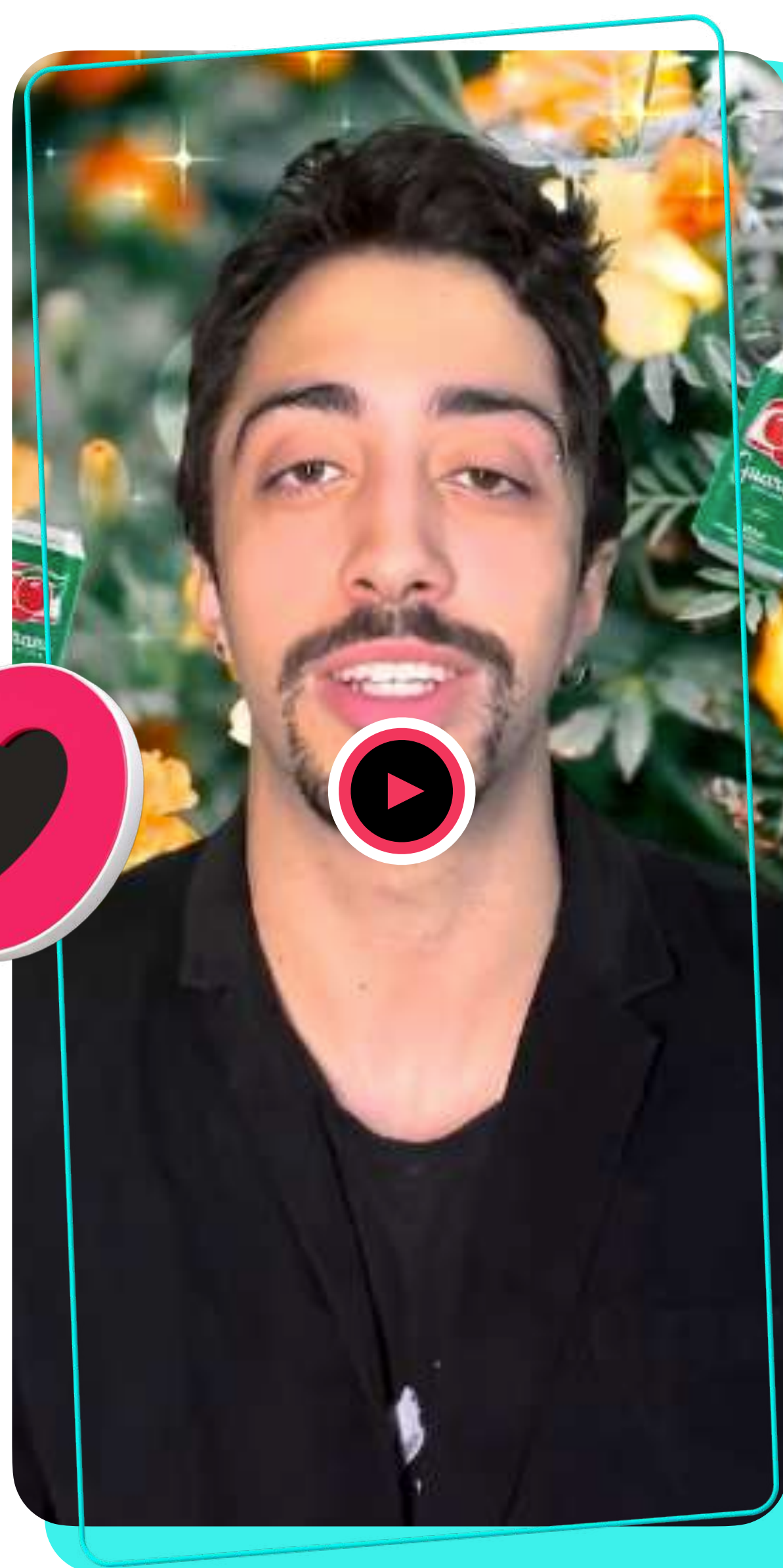
Clique para assistir



4 Autoconhecimento

O autoconhecimento diz respeito a tudo aquilo que faz questionar o sentido da própria existência. Profundo né? Estamos falando de motivação, busca por equilíbrio, amor próprio e insights sobre si mesmo.

Guaraná brincou com o formato das reflexões para falar do Dia das Mães de maneira bem humorada.



#FrasesMotivacionais

211M views

#Reflexaododia

509 M de views

#Empoderamento

Feminino

580M de views

Clique para assistir



5 Distinção

Tudo aquilo ajuda as pessoas e se destacarem dentro de uma multidão. Pode ser o status de frequentar um lugar, possuir um determinado produto, estar em um evento exclusivo, conhecer um lugar, filme ou livro que ninguém mais conhece.

A Prada vem fazendo sucesso no TikTok com suas coleções exclusivas.

#melevaprafarofadagkay

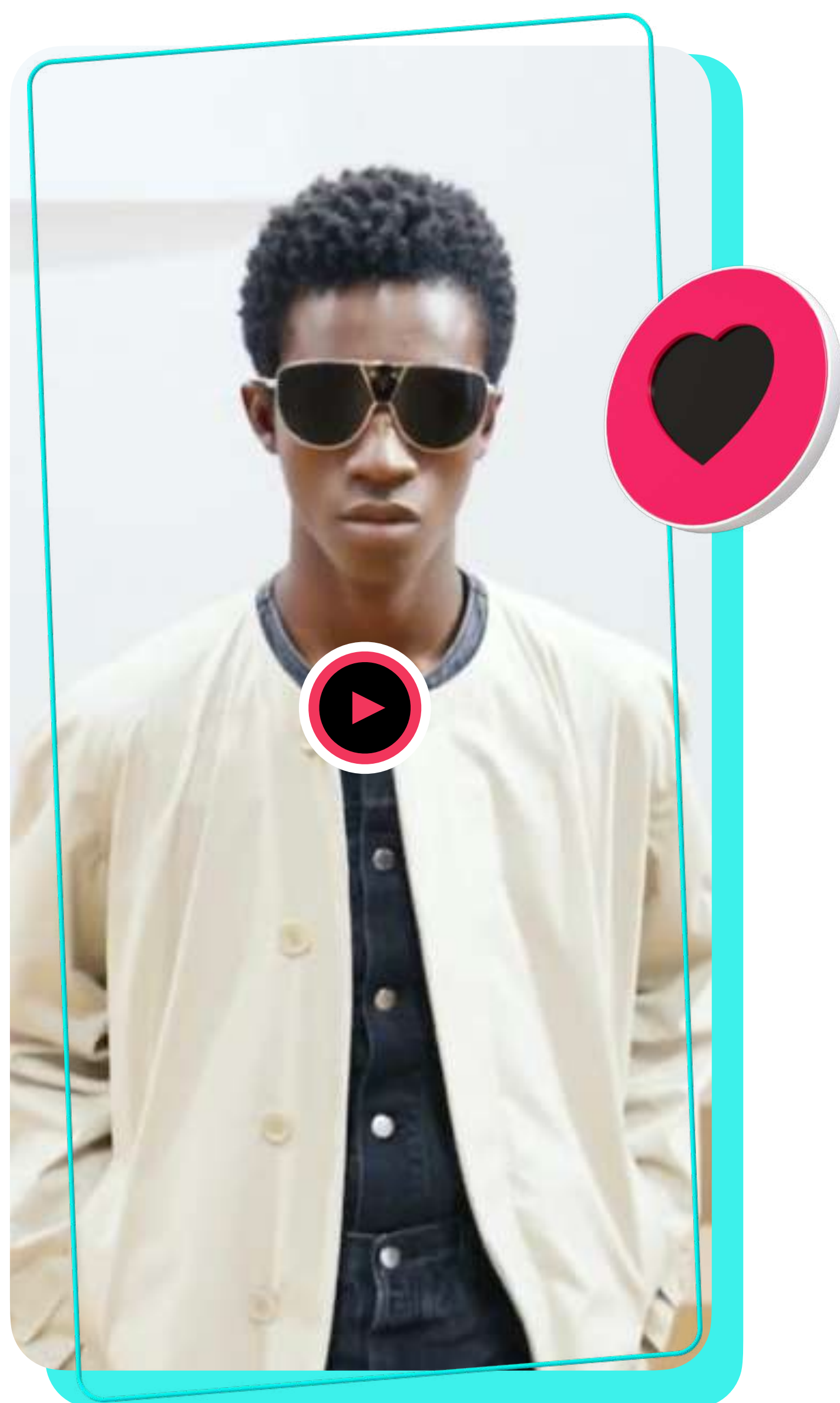
216.7M views

#primaverasound

30,3M de views

#dicadelivro

32,4M de views



Clique para assistir



6 Pertencimento

A necessidade de identificação é o puro sentimento de pertencimento e o reino supremo do TikTok.

Praticamente todo challenge, trend e conteúdo na plataforma explora isso.

Natura usou os signos para explicar seus produtos enquanto gera identificação com a sua comunidade.

#POV

559,2 B de views

#LivreParaSer

2,6B de Views



Clique para assistir



**Para ganhar
espaço no
cérebro,
tem que
cantar e
dançar
sempre?**

NÃO!



Clique para assistir

Vamos ver exemplos dos 3R's?

RITMO RIMA RAZÃO

Perguntas
e respostas
no mesmo
tempo

Gostasse

Pertencimento



Mas atenção!

O conteúdo
sempre vai
ser mais
importante
que a fórmula.



O TikTok é um ecossistema que dá as condições perfeitas para que as trends se espalhem pela internet.



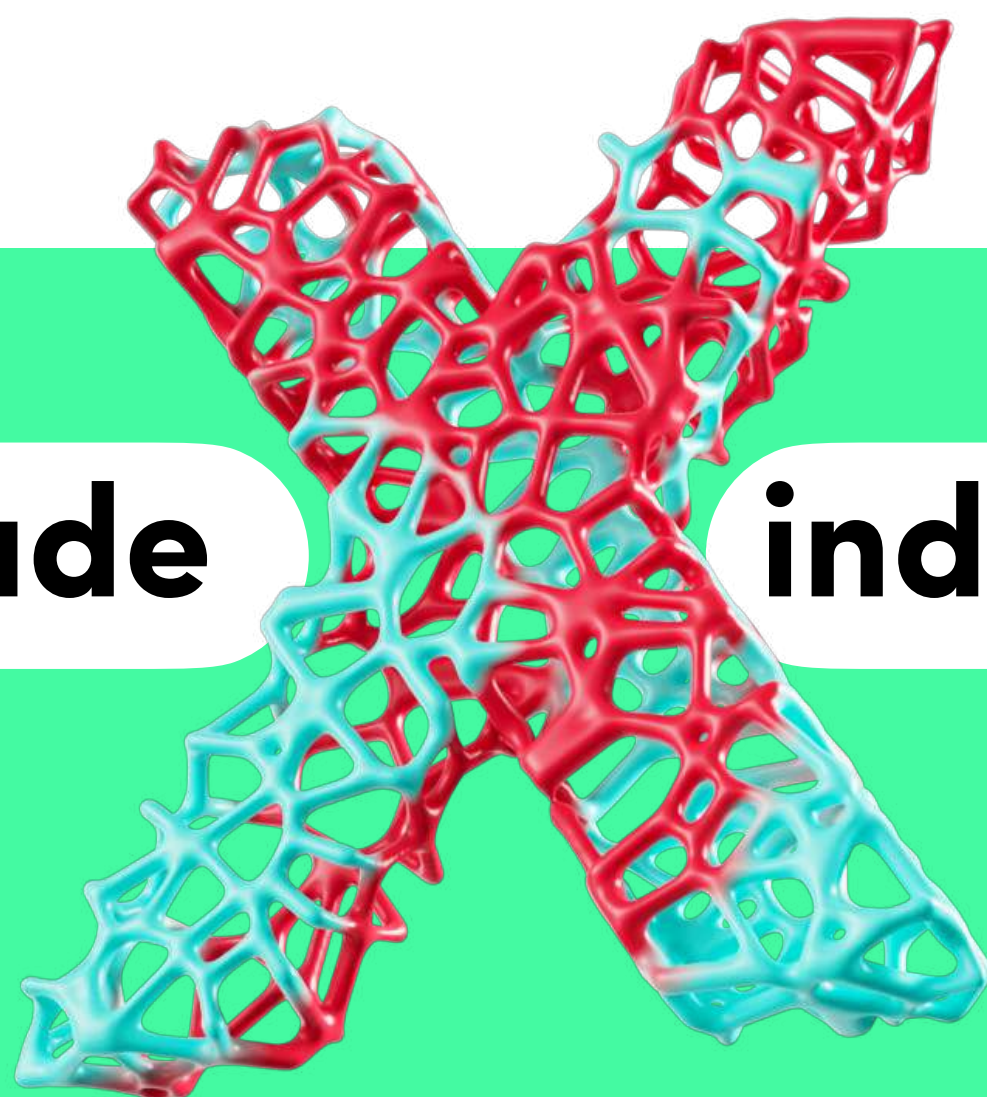
Já pensou se o Cartola não tivesse nascido no Brasil?



Pensem aqui comigo: não dá pra gente olhar para a genialidade do Cartola ignorando o fato de que ele era brasileiro, né? Eu não quero nem imaginar onde nós estaríamos se ele não tivesse nascido no Morro da Mangueira. A mesma coisa acontece quando a gente dá uma paradinha para refletir sobre a forma com que o TikTok foi construído.

coletividade

individualidade



Diferentemente das outras redes sociais que foram criadas dentro da cultura da individualidade, o TikTok surgiu numa lógica da coletividade, onde o indivíduo existe para que o coletivo seja harmônico.



O Brasil tem: informalidade



O brasileiro é avesso a formalidades.

Ambientes muito “certinhos” e perfeitos não geram identificação entre os brasileiros.



Até em solenidades que pedem certa formalidade, como a Assembleia geral da ONU, o Brasil consegue quebrar a sisudez e deixar mais descontraído, como foi o caso do show de Gilberto Gil na cerimônia (2003), que colocou o então secretário geral, Kofi Annan, pra tocar atabaques enquanto ele cantava “toda menina baiana”.

E o TikTok reflete essa informalidade.





O Brasil tem: sagacidade



A forma como os brasileiros superam seus desafios socioeconômicos, dando um “jeito” nas mazelas, faz deles verdadeiros artistas do dia a dia.

ECONOMIA • PIX

Jovem usa Pix para mandar mensagens a ex-namorado pedindo para reatar relacionamento

Bloqueada nas redes sociais por rapaz, ela recorreu às notificações de pequenas transferências para pedir perdão

O Globo
05/01/2021 - 19:14 / Atualizado em 25/01/2021 - 14:11

A criatividade simples e as soluções incríveis que nascem “do nada” são, hoje, um patrimônio cultural brasileiro.



A comissão de frente da Unidos da Tijuca (2011) mostrou a sagacidade do carnaval brasileiro com truques simples de fantasia.



O Brasil tem: remixagem

O remix, importante para a sobrevivência do MEME está no centro da cultura brasileira. Um país que nasceu da convivência e encontro forçado de culturas nos formou como “misturadores”.

Todos esses aspectos podem ser sintetizados... No nosso humor!

Comidas abraçadeiras:

O sushi doce é a mistura de referências do que vem de fora com um toque da nossa gosto.

Tecnobrega: fusão do brega, carimbó e tecno em um novo ritmo.

Passinho: “O funk foi se misturando ao hip-hop, ao frevo, ao samba e ao forró, formando um repertório de movimentos original e amplo.”

Julio Ludemir, escritor do livro “Sorria, Você Está na Rocinha”.





Não é à toa que o humor é tão presente no TikTok:

ele resume a
liberdade de
existir com
autenticidade.

De se identificar
com outras pessoas
a partir daquilo que
é aparentemente
incomum e
surpreendente.





No TikTok todo mundo pode ser creator

Dá para fazer parte da festa com aquilo que elas têm na mão desde que elas tenham uma paixão.

FENÔMENO DA INTERNET >

A incrível vida de Khaby Lame: da perda do emprego a ter mais seguidores do que Zuckerberg nas redes sociais

O jovem de 21 anos perdeu o trabalho em uma fábrica devido à pandemia e agora tem 58 milhões de seguidores no Instagram



Khaby Lame 123.1M followers no TikTok

Khaby Lame no dia 23 de julho, no Festival de Cinema de Giffoni, na Campânia (Itália).
IVÁN ROMANO (GETTY)

Não à toa... Vemos creators como Khaby Lame ganhando mais importância do que celebridades... Por que a gente tem tanto interesse na vida do cara comum?

**Porque ele é um espelho
de nós mesmos.**



Deuses do Olimpo eram fonte de identificação

Não controlavam seus impulsos, e se comportavam como humanos – com superpoderes.

Zeus, o rei dos deuses era muito mulherengo

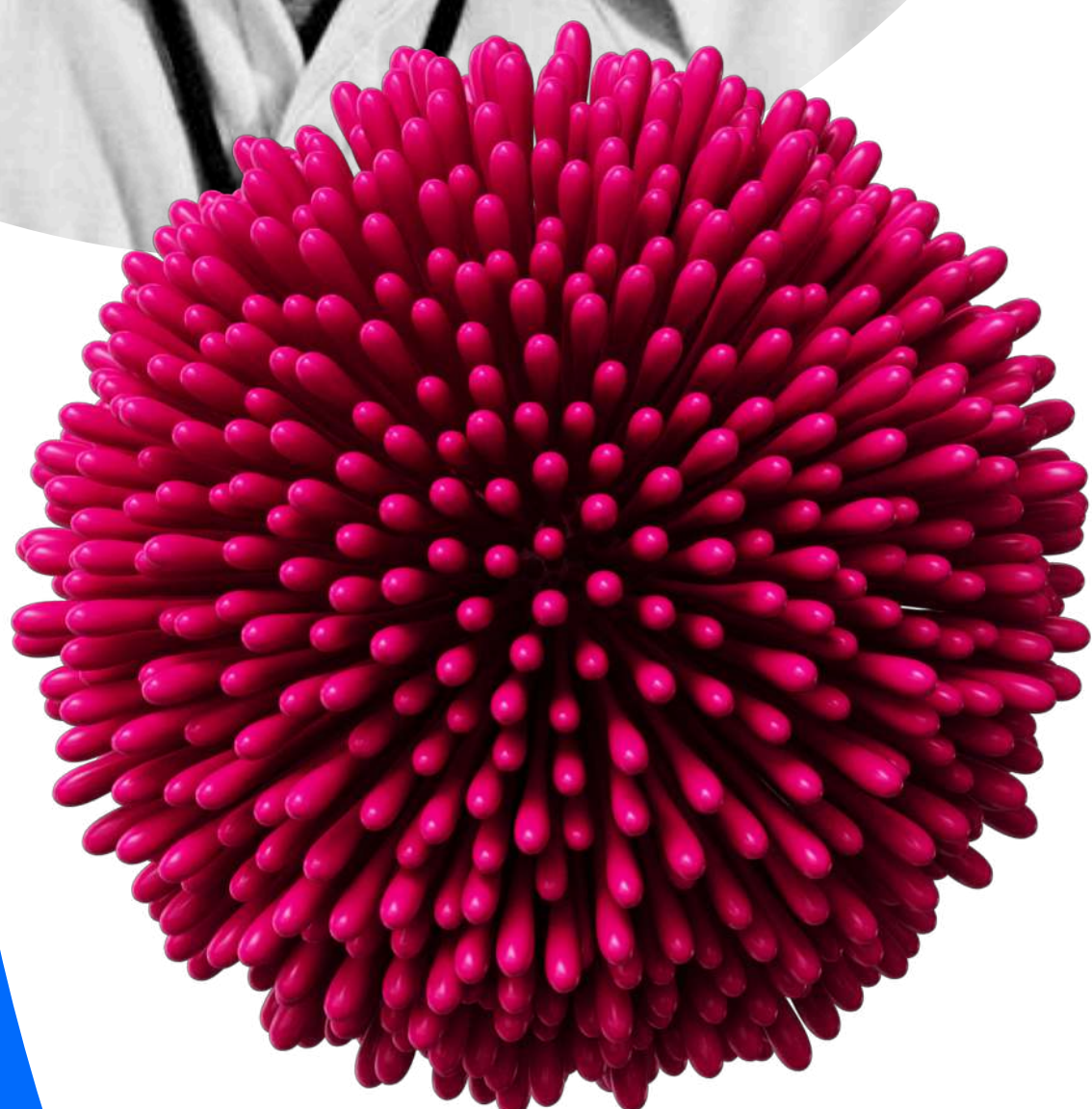
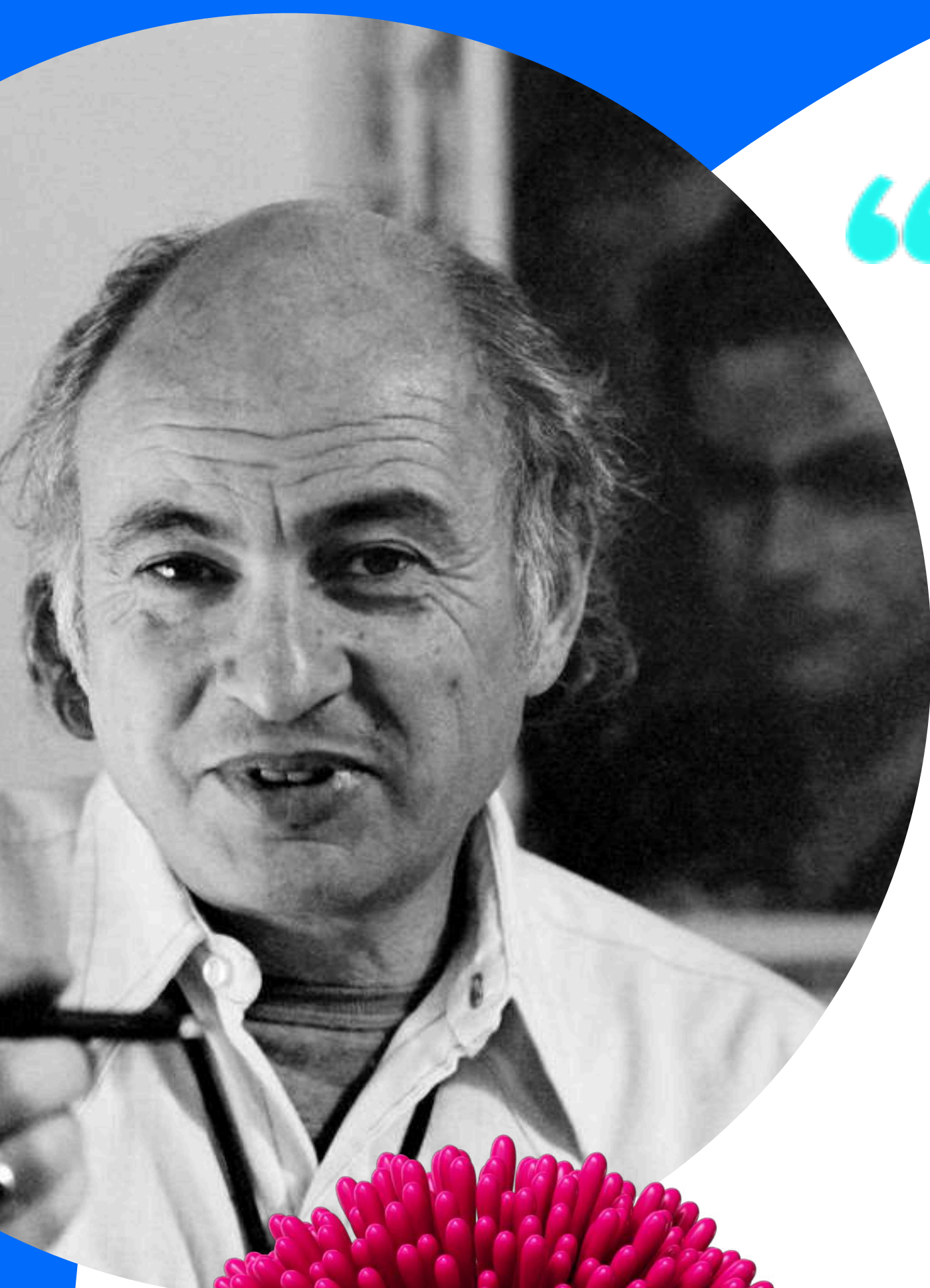
Como os Deuses do Olimpo. Sim, os deuses do olimpo. Na Grécia antiga, eles eram modelos de comportamento e idolatria. Mas ao mesmo tempo que tinham esse lugar divino, eles também se comportavam como humanos, não controlavam seus impulsos, tinham seus vícios... o Zeus (aqui do lado) era bem mulherengo (todo mundo era filho de zeus na mitologia, já perceberam isso?). Quer dizer, eles tinham uma bela camada profana nas suas biografias.



Essa mistura entre o que é divino e profano era o elemento que fazia as pessoas tanto admirarem quanto se identificarem com eles.

CUTE





“**Hoje os TikTokers encarnam como ninguém o papel dos “Novos Olímpianos”.**

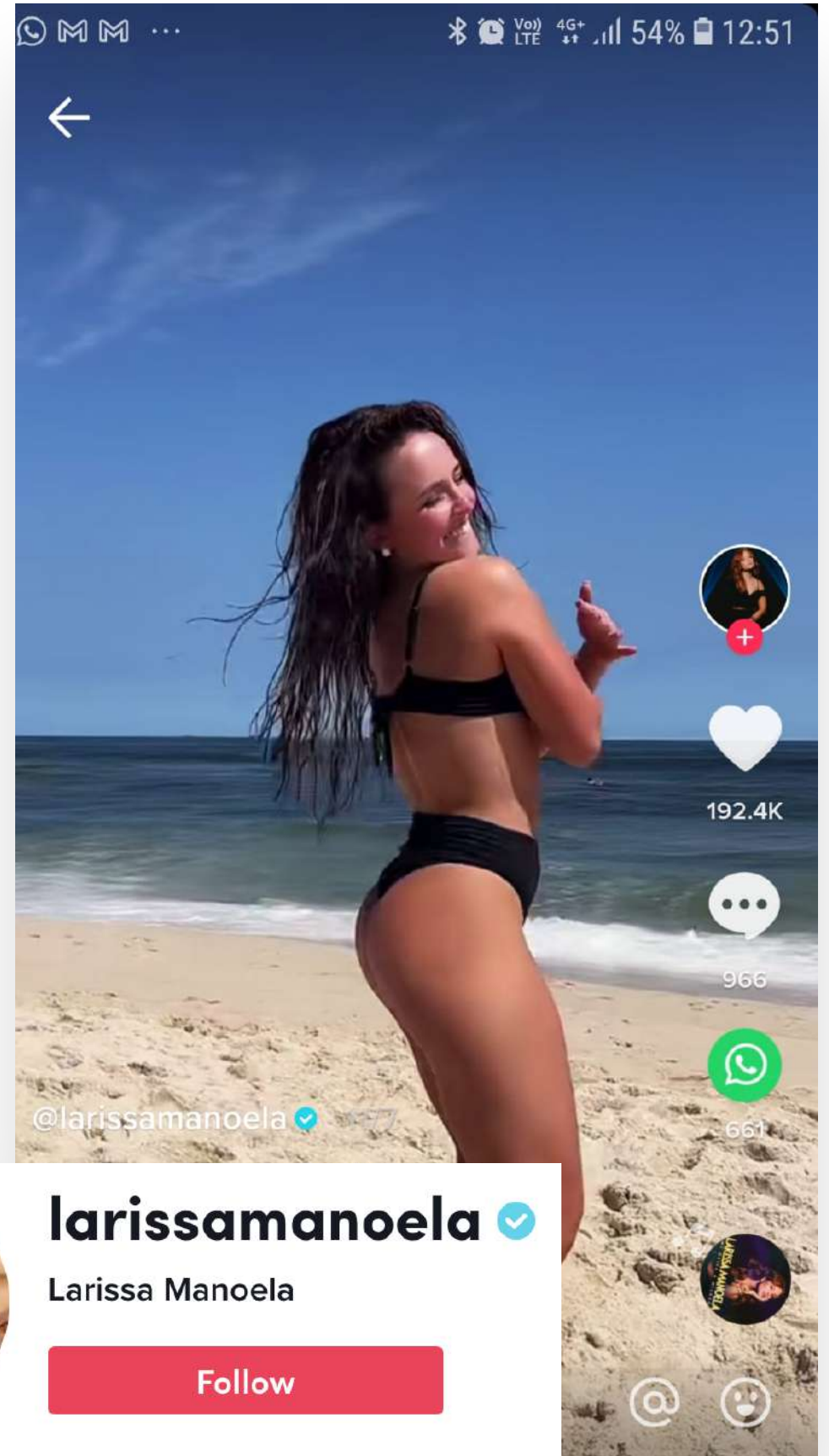
Conceito criado por **Edgar Morin**

Os Novos Olímpianos são essas pessoas que misturam o sagrado e o profano de hoje em dia.

São pessoas comuns como nós, mas que alcançaram a fama. Que são super famosos, mas que têm rotinas, problemas e alegrias como as nossas.

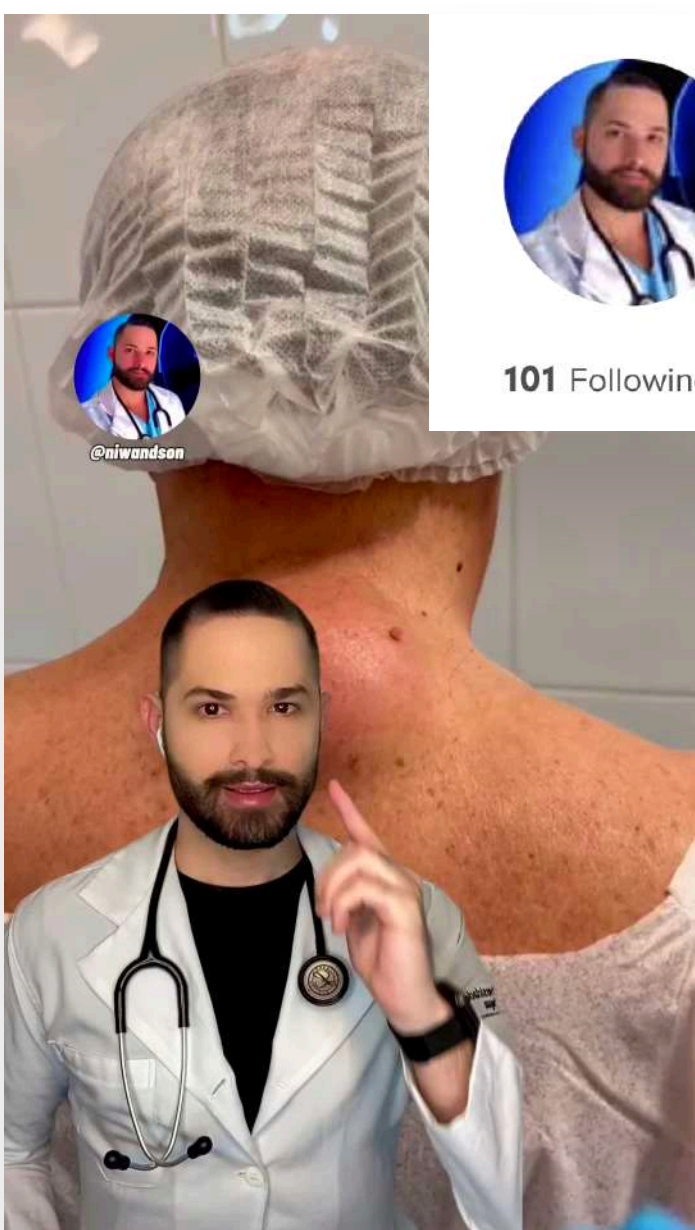


raphaelviicente ✓
Raphael Vicente
Follow
266 Following 2.5M Followers 33M Likes



larissamanoela ✓
Larissa Manoela
Follow
434 Following 23.8M Followers 244.3M Likes

Novos Olimpianos



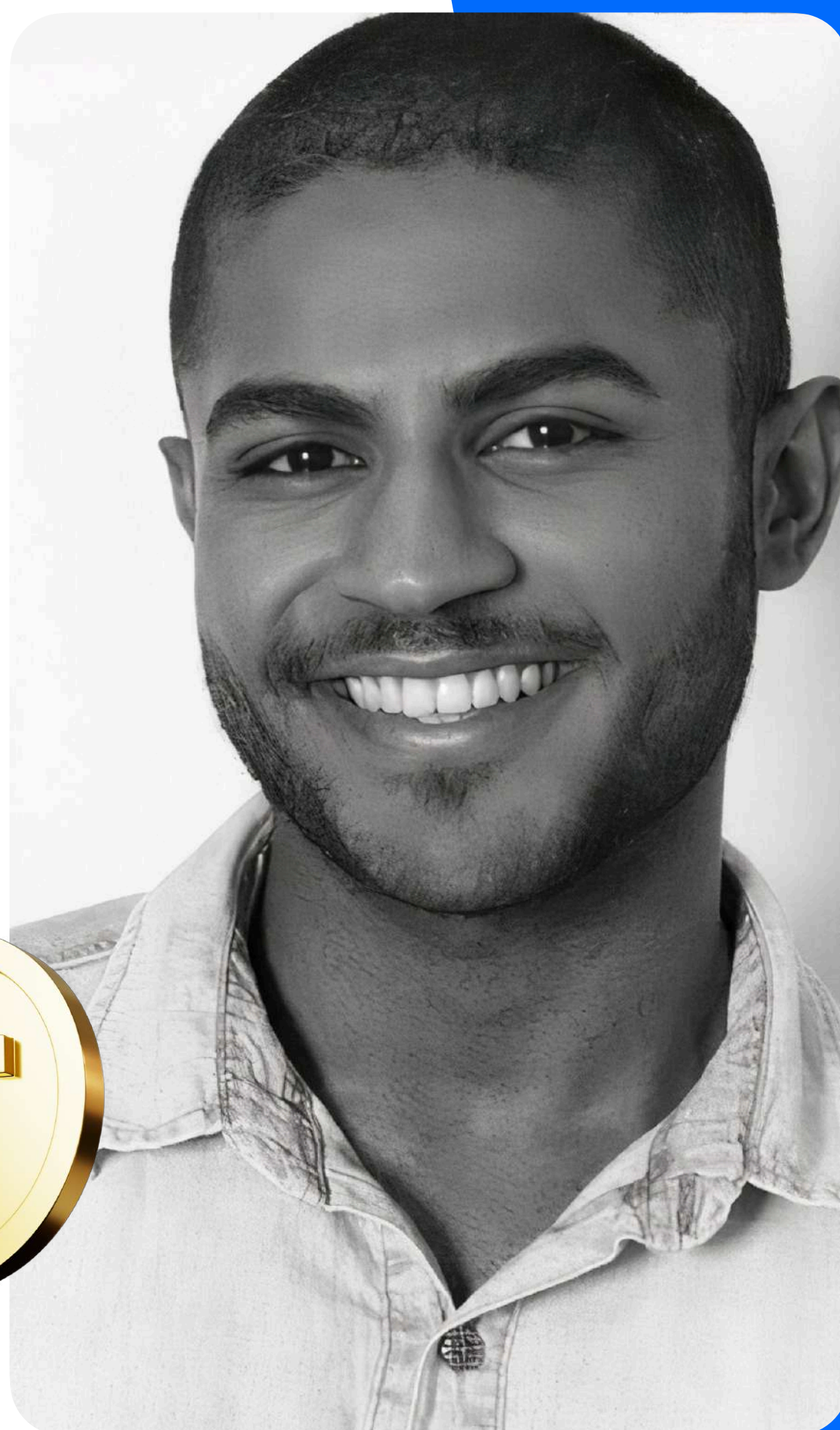
niwandson
Niwandson Davis
Follow
101 Following 3.2M Followers 35M Likes

O TikTok amplifica à décima potência o poder de identificação dos Novos Olimpianos.

Diferente de outras redes...
O pertencimento fala mais alto no TikTok do que o impulso por distinção.



Para o mercado livreiro essa característica da plataforma ficou ainda mais marcante. Isso porque os livros carregam um valor simbólico da intelectualidade que provoca distinção. Mas no tiktok, os reviews de livros, que não são uma prática nova, ganham uma cara nova, inclusiva e que permite o pertencimento.



Vamos ver como isso funciona na prática?

Pra quem não conhece, esse aí é o Patrick Torres, ele um Booktoker que faz muito sucesso com conteúdos sobre literatura. Mesmo livros com mais de 130 anos, como o Viúva Sobral. Quem diria que ele conseguiria chamar a nossa atenção pra um livro do Machado de Assis como se a gente tivesse vendo uma fofoca na internet, né?



E isso vende

Quando ele nos coloca dentro da narrativa e trabalha com o pertencimento, ele desperta o nosso interesse por Machado de Assis em pleno 2022!

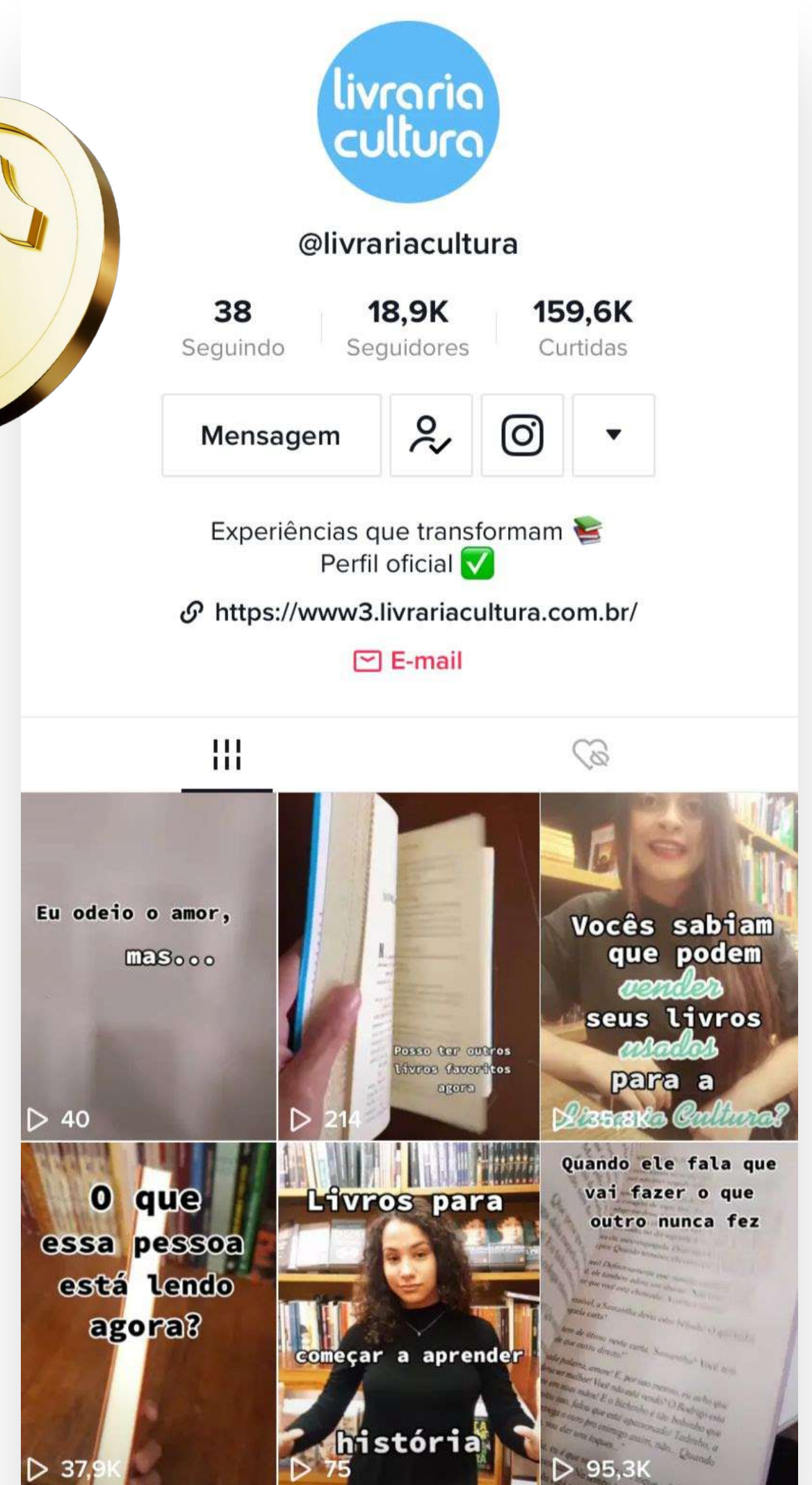


O booktok é um exemplo literal do que é colocar a comunidade como protagonista.

Vende muito, aliás.

Esse interesse movimentou a venda de **36,1 milhões de livros** esse ano.

Aumento de 39% em comparação com 2020.



COMPORTEMENTO

Literatura via TikTok

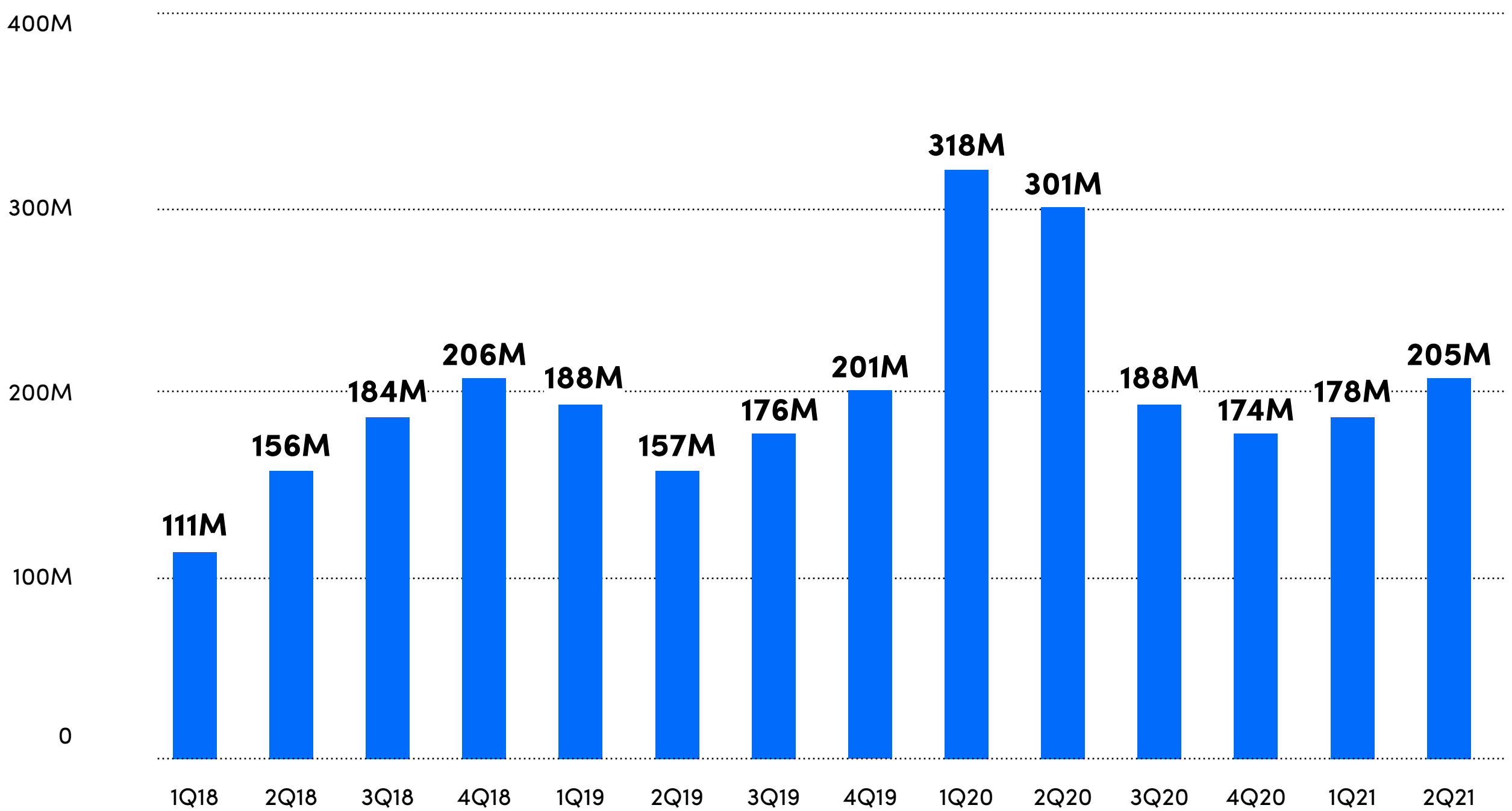
Jovens leitores fazem resenhas e descobrem novos livros através da rede social favorita da Geração Z. O fenômeno "Booktok" veio para ficar e não é coisa de criança



Em outras palavras, o TikTok fortalece o eu a partir do nós, suprindo as necessidades humanas ligadas ao pertencimento. Não à toa, o crescimento exponencial da rede durante a pandemia.



TikTok Global Downloads by Quarter



Notes: Includes Douyin on iOS in China and excludes downloads from third-party Android stores.

Source: Sensor Tower Store Intelligence



As marcas precisam:



Conhecer intimamente o território onde pisam.



Abrir mão da formalidade.



E participar da conversa no mesmo tom que a comunidade!





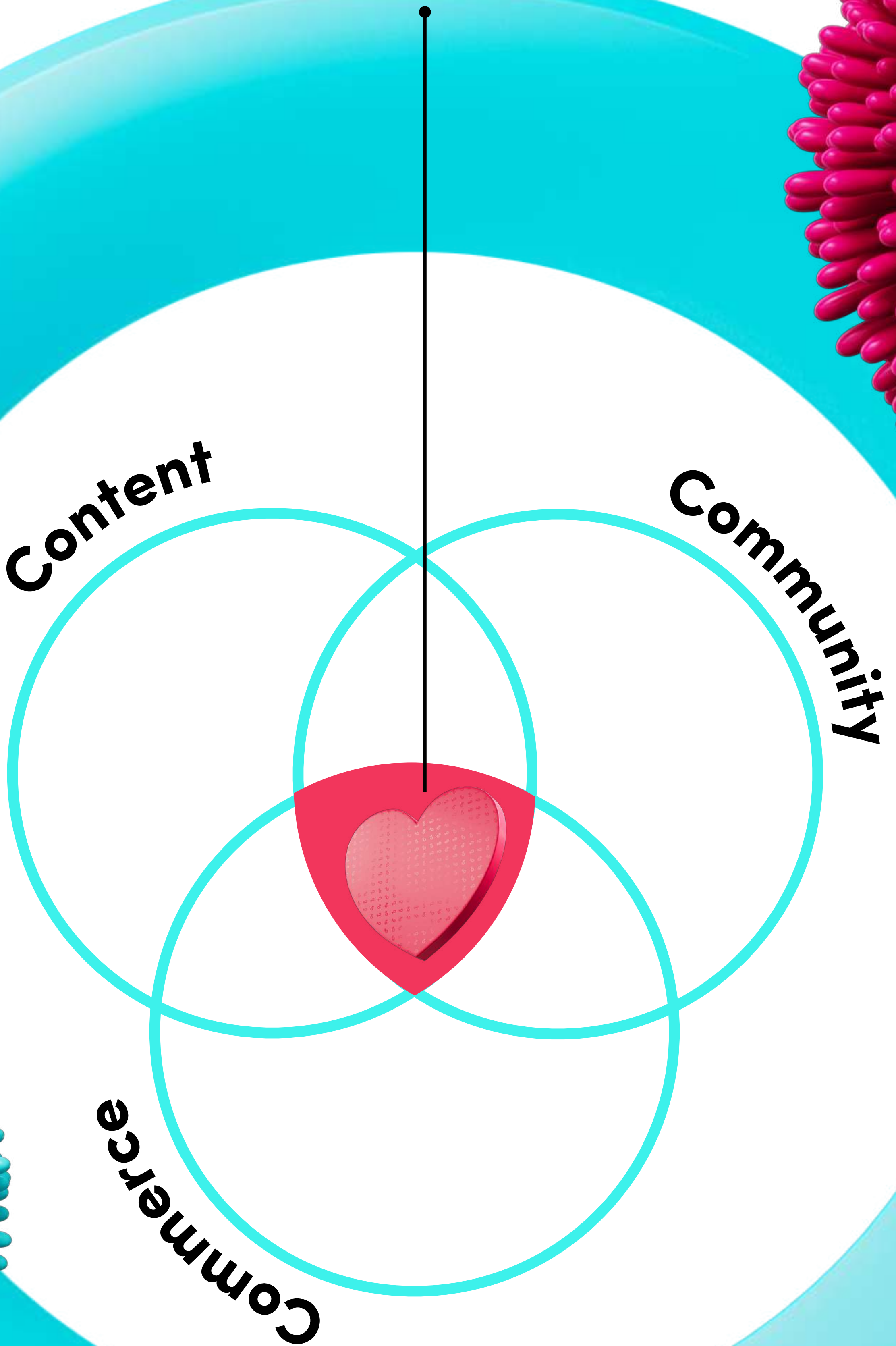
A grande sacada
é pensar no TikTok
para além da
possibilidade
de mídia, é **ter**
a mentalidade
do creator:



- Sabem adequar a mensagem.
- Participam da conversa de forma não intrusiva.
- Profundos conhecedores do ecossistema de viralização.
- Miram no interesse das pessoas e nas conexões que surgem a partir dali.



Isso é Community Commerce



Create

Quando estão em comunidade, as pessoas estão mais abertas aos conteúdos criativos feitos pelas marcas e a comprar também!

70%

dos consumidores concordam que as redes sociais inspiraram eles a fazer compras, mesmo quando eles não estavam buscando comprar.

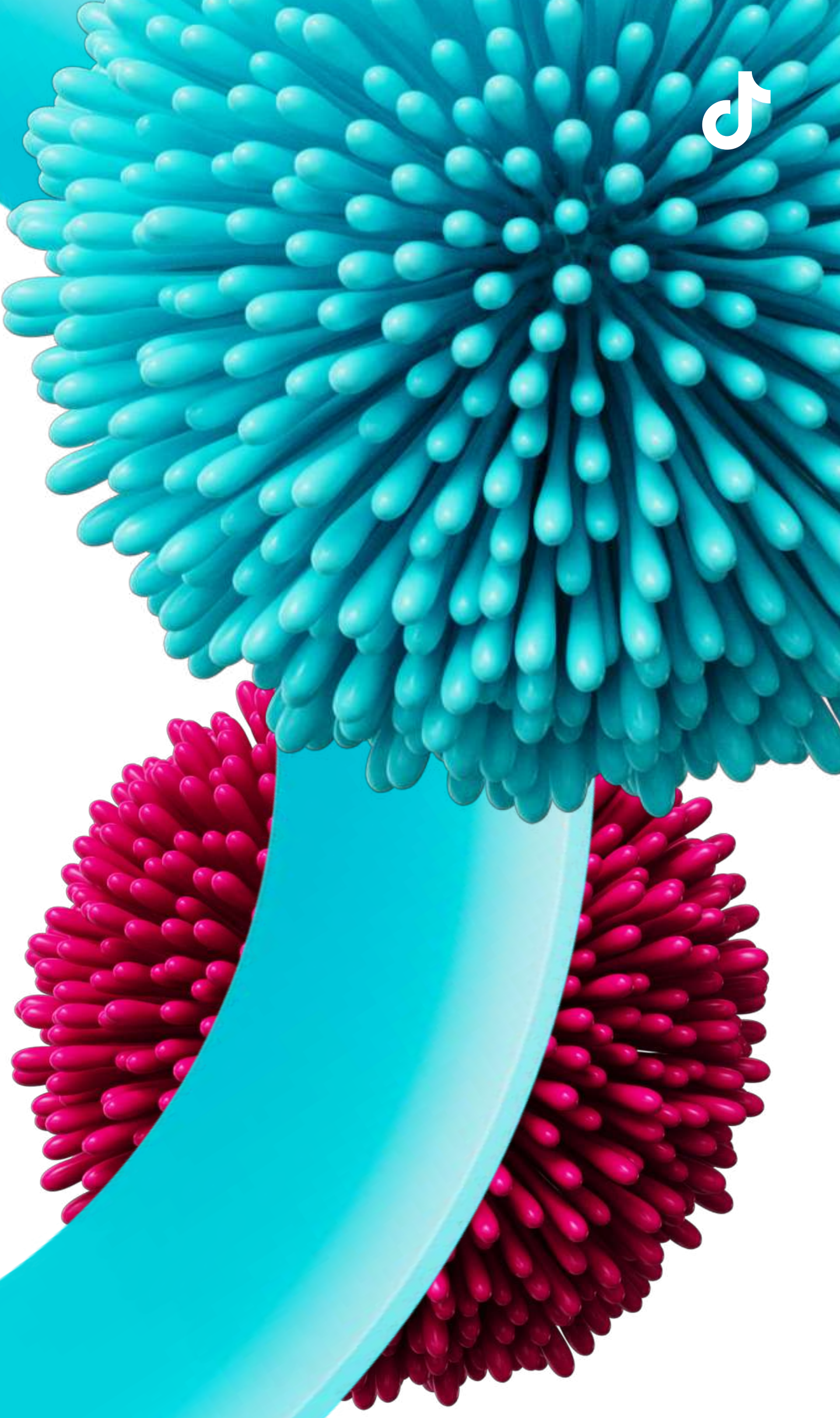
80%

dos usuários do TikTok disseram que a plataforma os ajuda a conhecer marcas e produtos que eles nunca tinham pensado antes.



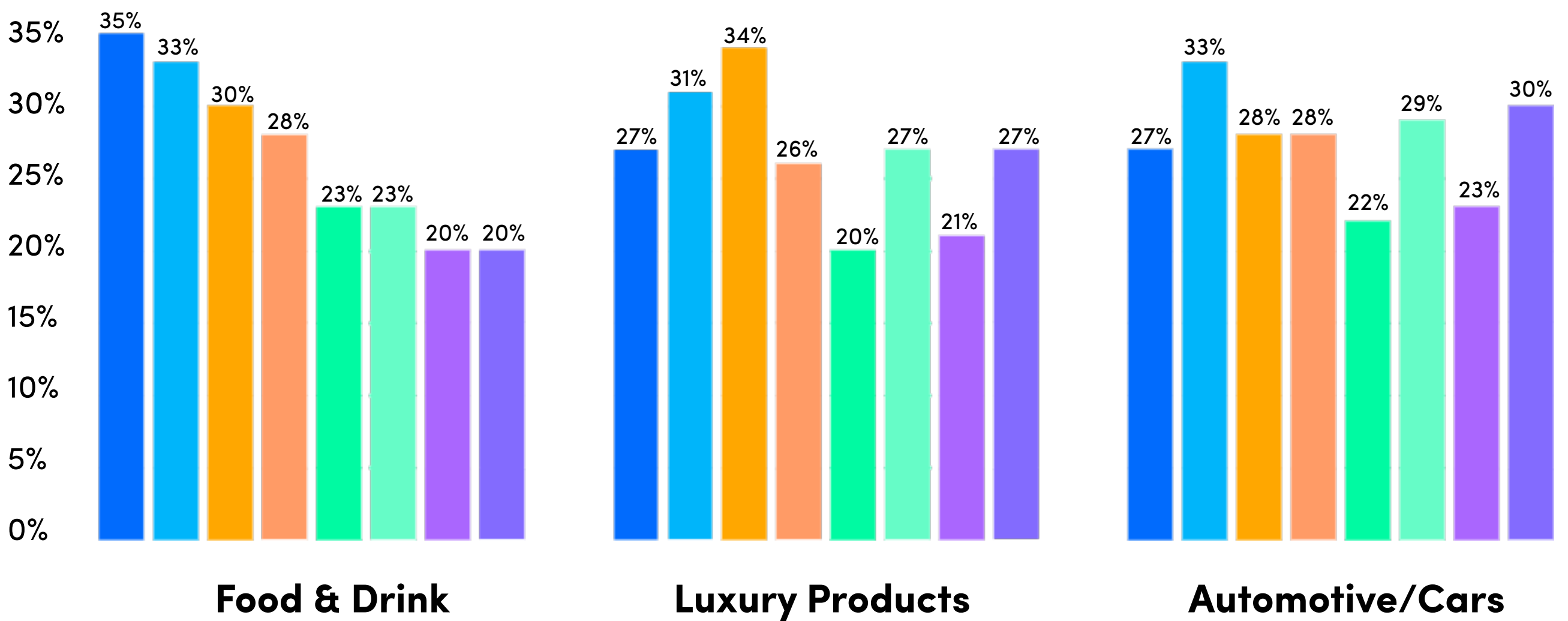
Diversas categorias foram impactadas pelo poder do TikTok

em apresentar novas marcas para a comunidade.



Channels for brands/product discovery on TikTok

- Video on the "For You" feed
- Trending video
- Video from popular creator/influencer
- Video from profiles you follow
- A TikTok challenge
- An Ad
- A tutorial or how-to video
- Video from particular brand/company





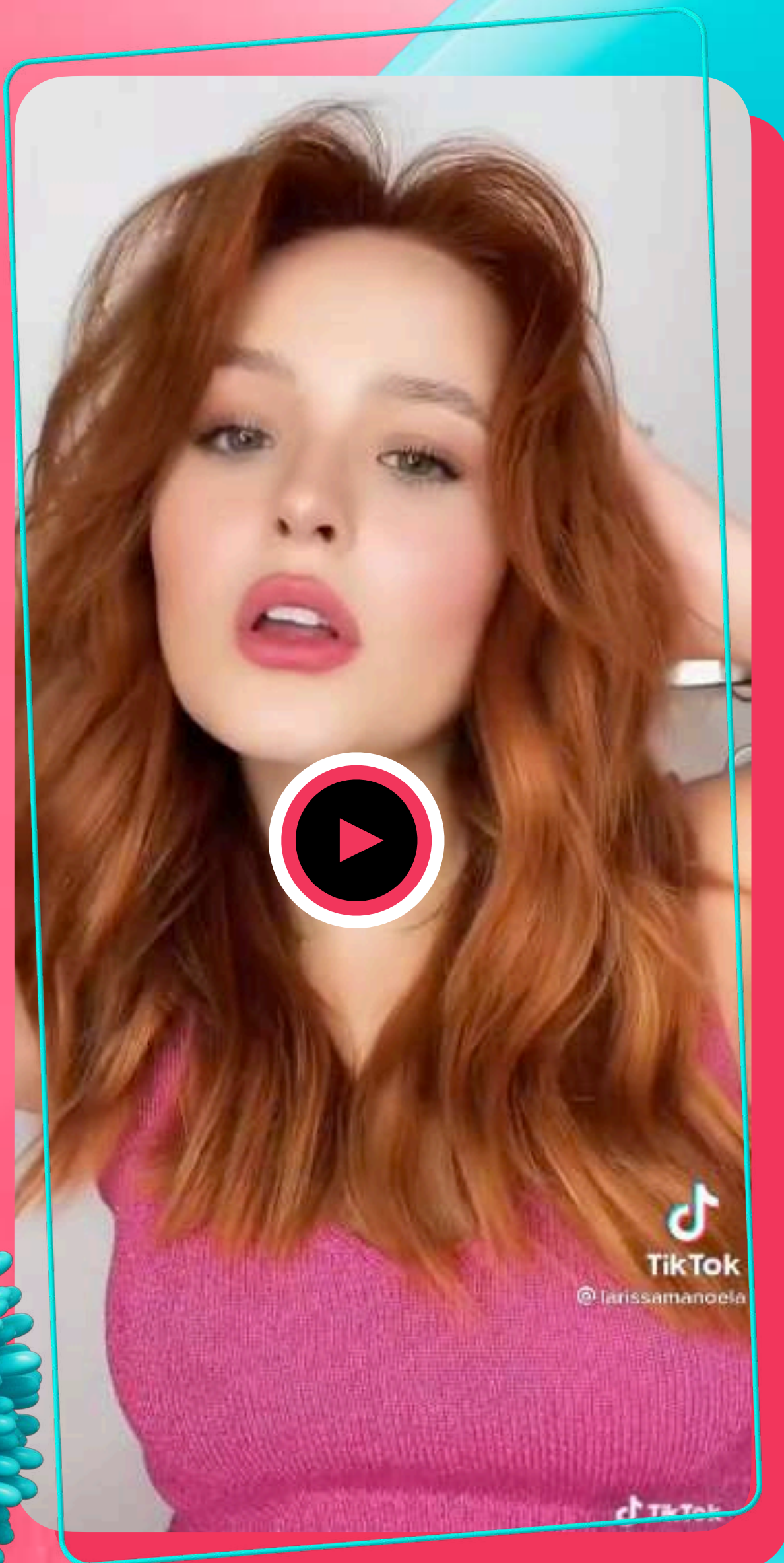
Bora de cases



L'Oreal

Lançamento do novo Elseve Hidra Hialurônico.

Desafio #hidralurei



Clique para assistir

1B⁺
de views

760M⁺
vídeos produzidos
espontaneamente

10%
de ad recall



Aplicando nossos aprendizados, o que vimos com a L'oreal?



RITMO

Hi-dra-lu-rei

RIMA

Música em repetição

RAZÃO

- Pertencimento
- Distinção

Condições para memes

UMA FESTA PARA TODO MUNDO

Todo mundo é convidado para o desafio.

COM UMA CARA BEM BRASILEIRA

Remixagem, toque de humor.

QUALQUER UM PODE SER ANFITRIÃO

Protagonistas nos desafios são pessoas comuns.

Gino-canesten

Campanha da Farma para falar de PPK.

Intensivão da PPK



Clique para assistir

40M+

de impressões com
taxa de engajamento
de 21,6%

175M+

followers
na conta oficial

5,2%

no aumento de atitude
positiva das mulheres
sobre tabus relacionados
a saúde íntima



Aplicando nossos aprendizados, o que vimos com a Gino-canesten?

RITMO

Trilha original

RIMA

Pe-pe-ka

RAZÃO

- Autoconhecimento
- Habilidades práticas

Condições para memes

UMA FESTA PARA TODO MUNDO

Todas as pessoas com vagina se identificam com as situações.

COM UMA CARA BEM BRASILEIRA

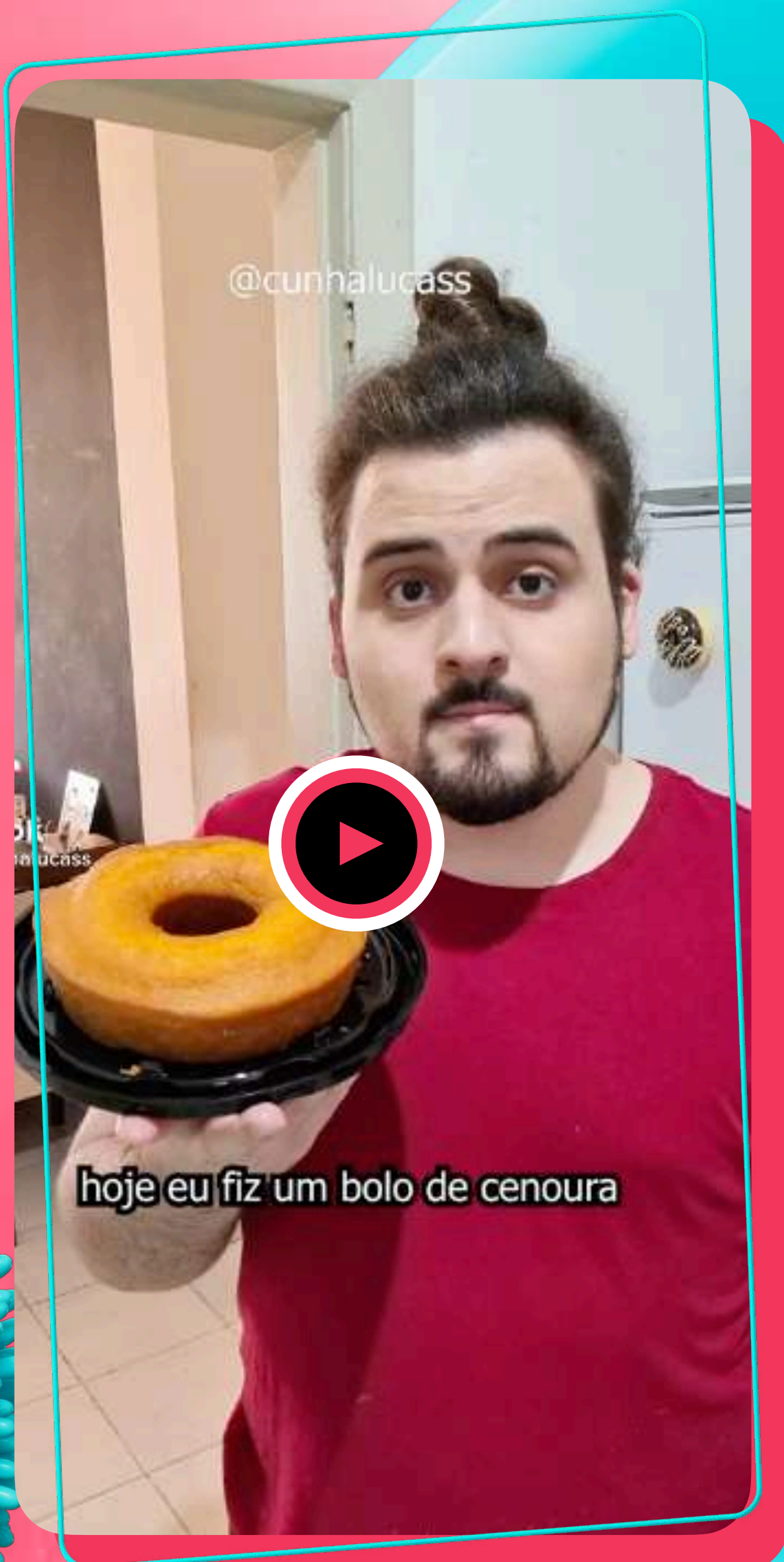
Toque de humor, informalidade.

QUALQUER UM PODE SER ANFITRIÃO

Diversidade de influencers para gerar identificação.

Americanas

Cyber Monday Americanas



Clique para assistir

Americanas criou o branded mission **#MePatrocinaAqui**, convidando a audiência a procurar produtos no app que gostariam de ganhar de presente da marca

8%

crescimento em brand preference

29%

de ad recall



Aplicando nossos aprendizados, o que vimos com a Americanas?



RITMO

É dado pela cadência do roteiro

RIMA

Olhos/óleo/Wally

RAZÃO

- Habilidades práticas
- Ocupação do tédio

Condições para memes

UMA FESTA PARA TODO MUNDO

Todo mundo se identifica com a situação.

COM UMA CARA BEM BRASILEIRA

Toque de humor, informalidade, sagacidade.

QUALQUER UM PODE SER ANFITRIÃO

Um cara normal fazendo uma receita e falhando.




É isso aí, pessoal!

Continue aprendendo mais
sobre o TikTok na plataforma

TikTokParaVoce.com.br

Estamos sempre atualizando
novos **insights**, **estudos** e
conteúdo para você!

 **TikTok** for Business