

2.ª edición

EL LIBRO de **TikTok**

La guía imprescindible
para emprendedores,
profesionales
y empresas



Fátima Martínez

SOCIAL
BUSINESS 

Contenidos

Prólogo	15
Introducción	19
1. Una historia real en TikTok	27
Los comienzos: por dónde empiezo	27
En busca de una estrategia	30
La primera estrategia	34
La segunda estrategia	36
La tercera estrategia	37
La cuarta estrategia	38
A la quinta va la vencida	39
Creando red	43
Crecimiento exponencial y compromiso de los usuarios (<i>engagement</i>)	45
2. Pero ¿qué es realmente TikTok?	
Una aplicación, una red social, una plataforma...	55
De dónde viene TikTok	60
Quiénes y cómo son los habitantes de TikTok	62
3. TikTok en datos	67
TikTok en el mundo	68
El gobierno de Donald Trump contra TikTok	71
Usuarios españoles en cifras	74

4. Verdades y mentiras sobre TikTok	81		
¿Es una red social solo para adolescentes?	81		
¿Qué ocurre con la seguridad de los adolescentes en TikTok de la que tanto se ha hablado?	82		
Normas de la comunidad	84		
¿Cabén los contenidos profesionales en esta red?	86		
¿Por qué tú o tu empresa deberíais estar en TikTok?	90		
¿Puedo encontrar a mi público objetivo en TikTok?	93		
5. Por qué TikTok es diferente	97		
Por qué TikTok es totalmente diferente al resto de redes sociales	98		
1. <i>Timeline</i> con Inteligencia Artificial	98		
2. Visibilidad, interacciones, <i>engagement</i>	100		
3. Genera tráfico a la web, Instagram y YouTube	105		
4. Potencia la monetización	105		
5. Contacto directo con la plataforma	106		
6. Transparencia y seguridad de TikTok	107		
7. El trato a los creadores de contenidos	110		
8. TikTok realiza acciones innovadoras	111		
Competencia de TikTok: Reels, Short, Shapchat...	112		
Diferencias, ventajas e inconvenientes de cada una de las plataformas	118		
6. Cómo es la plataforma por dentro	123		
Cómo crear una cuenta en TikTok	124		
Primer paso: personaliza tu perfil	125		
Funcionalidades	126		
Inicio	126		
Tendencias	127		
Creación de vídeos	127		
Bandeja de entrada	130		
Tu perfil	131		
Tipos de cuentas en TikTok	140		
		¿Cómo puedes enseñarle a la plataforma qué es lo que te interesa?	141
		Estadísticas	143
		Cómo ver las estadísticas de tu cuenta desde el ordenador	146
		7. Tutorial paso a paso	151
		Cómo publicar tu primer vídeo	152
		Consejos útiles	159
		Para tus emisiones en Live	161
		Para grabar con voces superpuestas	161
		Cómo compartir tus vídeos en TikTok desde tu ordenador	161
		Mejor hora para publicar	164
		Cómo verificar tu cuenta de TikTok	165
		Herramientas	166
		Aplicaciones móviles para editar tus vídeos	166
		Cortar vídeos	168
		Editar vídeos desde tu ordenador	168
		Editores de fotos para tus vídeos	169
		Imágenes gratuitas de personas que no existen	170
		Incluir varios enlaces en tu perfil	170
		Conocer los formatos de TikTok	170
		Separar la voz del acompañamiento	171
		Programar vídeos para publicar en TikTok	171
		Herramientas de análisis y <i>benchmarking</i>	171
		Descargar vídeos de TikTok sin marca de agua	171
		Crear tu foto de perfil creativa para TikTok	171
		Extraer audios de cualquier vídeo para utilizarlos en TikTok	172
		Bancos de música sin derechos de autor	172
		Emojis y emoticonos	172
		Plantillas editables para TikTok	172
		Encontrar <i>influencers</i> en TikTok	173
		Eliminar el fondo de un vídeo o GIF	173
		Nuevas herramientas para crear vídeos	173

8. El algoritmo de TikTok 175

Cómo funciona el algoritmo de TikTok	175
Vídeo en revisión	177
Diferencias y similitudes con el algoritmo de Facebook	178
Qué vídeos se muestran en Para ti	178
Shadowban en TikTok	179

9. Cómo monetizar TikTok 183

Cómo se monetizan los <i>live</i>	185
Cómo funciona	185
Cómo hacer directos (Live) en TikTok	186
Cómo funciona el Live Duo de TikTok	187
Fondo de creadores	189
¿Cómo puedes activar el fondo si cumples los requisitos?	189
¿Cómo se calculan los fondos que se pagará a cada usuario?	190
¿Cuándo te pagarán?	190
Emisiones suspendidas	191
Creator Market Place	193
Trabajar con <i>tiktokers influencers</i>	193

10. Estrategia en TikTok 195

Estrategia para emprendedores, profesionales y empresas	197
Plan estratégico	197
Plan de contenidos	205
Historias de éxito en TikTok: quiénes son y cuál es la estrategia de los usuarios profesionales que están triunfando en España	212
Mónica Pérez de las Heras	214
Santiago Amador	217
Jordi Segué	220
Polina y Aleks	223
Teresa Arnandis	225
Xiskya Valladares	229
Alba Vilches	232

Leti Grijo	235
Rafael Pérez Revilla	238
Silvia Olmedo	242
Alfred López	244

11. Publicidad en TikTok 249

TikTok Ads Business Manager	249
Cómo crear una cuenta publicitaria	252
Formatos de TikTok	253
Estructura de campañas en TikTok	254
Herramientas creativas de publicidad	255
Kit de creación de vídeos	255
Landing Page para vídeo	255
Smart Vídeo	256
TikTok AdStudio	257
Paso a paso para crear una campaña	259
Cómo crear un anuncio	259
Cómo crear un grupo de anuncios	259
Crear una audiencia personalizada	259
Píxel de TikTok	260
Tarifas de TikTok	262
Creator MarketPlace	262
Trabajar con <i>influencers</i>	262
Cómo añadir dinero a tu cuenta de TikTok Ads Manager	263
TikTok para el <i>ecommerce</i>	263
Ejemplos de campañas de éxito	264

12. El futuro de estas redes sociales ¿Quién será el vencedor? 275

La batalla de las redes sociales está servida	275
---	-----

Epílogo 285

Índice alfabético 292

Una historia real en TikTok

Los comienzos: por dónde empiezo

Esa es la gran pregunta que nos hacemos siempre algunos profesionales inquietos que nos dedicamos al mundo del marketing o de las redes sociales cuando una nueva plataforma llama a la puerta y por nuestra profesión, sobre todo los que además impartimos conferencias o formación habitualmente, no nos queda más remedio que "trastear" y estar al día de todas las novedades del mundo *social media*, para después poder contárselo a nuestros alumnos o recomendarlo en su caso en las estrategias que desarrollamos para grandes marcas comerciales.

Como siempre me ha ocurrido en la vida, llegué a TikTok por casualidad; bueno, siempre prefiero decir que en la vida no hay casualidades, sino causalidades, y que todo ocurrió por algo.

Mi primer contacto con la red que dio origen a TikTok fue en marzo de 2017. Estaba actualizando un curso de formación en redes sociales para impartir en la universidad y había una nueva plataforma, Musical.ly, que estaba arrasando entre los adolescentes españoles, por lo que, como siempre, para poder hablar desde la experiencia, abrí mi cuenta en esta red social (véase la figura 1.1) para entender cómo funcionaba y así poder compartirlo con los alumnos en clase:

- ✓ Visualicé unos cuantos vídeos.
- ✓ Probé las funcionalidades.
- ✓ Subí mi primer contenido.

También existe otro proyecto de Facebook llamado Collab, una aplicación para mayores de 13 años, que está en fase beta y de momento solo se puede acceder a ella con un dispositivo móvil IOS y por medio de invitación, Podemos encontrarla en Apple Store, pero solo en EE. UU., aún no está disponible en España. Esta aplicación invita a los usuarios a realizar vídeos musicales con cualquier persona, desde cualquier lugar, grabando vídeos de 15 segundos y cuenta con una serie de funcionalidades que intentan atrapar a los usuarios que utilizan TikTok para cantar. Permite hacer dúos y colaborar con otros usuarios a través de las canciones.

Existen también otras alternativas similares independientes como Triller, Likee o Dubsmash, pero ninguna, al menos de momento, ha sido capaz de posicionarse a la misma altura ni ofrecer tantas funcionalidades en sus aplicaciones.

Las últimas noticias nos informan que Reddit ha comprado Dubsmash, una aplicación de vídeos cortos que tiene mucho éxito en EE. UU. y no sabemos cuál será su futuro, pero hasta ahora tampoco hace ningún tipo de sombra a TikTok.

¿Qué define a TikTok?

- ✓ Rapidez
- ✓ Energía y velocidad
- ✓ Divertimento
- ✓ Música
- ✓ Modernidad y vanguardia
- ✓ Instantaneidad
- ✓ Creatividad
- ✓ Emoción
- ✓ Adicción
- ✓ Aprendizaje

- ✓ En TikTok hay **cuentas públicas y privadas**, pero, aunque una cuenta sea pública, también se pueden compartir vídeos privados o solo para amigos.
- ✓ La duración de los vídeos la puedes elegir de hasta 15 **segundos o hasta 60 segundos** y grabar a diferentes velocidades.
- ✓ Permite grabar vídeo directamente desde la **app utilizando pausas**, para grabar diferentes momentos (transiciones), y también permite subir vídeos desde tu galería del móvil.

- ✓ Se pueden editar los vídeos. Por ejemplo, si son más largos de un minuto, puedes seleccionar y cortar el fragmento del vídeo que quieres compartir.
- ✓ También se pueden cambiar las voces y doblar escenas.
- ✓ Se pueden realizar directos (Live) en solitario o directos dobles (Live Duo), compartiendo contenidos en pantalla partida con otro usuario.
- ✓ Contiene varias plantillas animadas para realizar vídeos fusionando varias fotos e incorporar música.
- ✓ Puedes incluir textos en el vídeo con un lapso de tiempo entre cada texto para que aparezcan y desaparezcan a lo largo de tu grabación.
- ✓ Cuenta con zoom para acercar o alejar la imagen mientras grabas.
- ✓ Incluye flash si necesitas más luz en un momento determinado de la grabación.
- ✓ Los vídeos no desaparecen pasadas 24 horas, sino que, una vez publicados, pasarán a formar parte de tu perfil.
- ✓ Como cualquier red que se precie, en TikTok se utilizan **hashtags** para que los contenidos lleguen al mayor número de usuarios cuando buscan por temáticas, pero, además, sirven para que los vídeos que te muestren estén relacionados con tu contenido.
- ✓ Los caracteres de la descripción del vídeo son muy limitados para que la imagen del vídeo a pantalla completa sea más nítida y no se pierdan detalles.
- ✓ Los vídeos se pueden guardar en borrador antes de compartirlos y podrás editarlos cuantas veces quieras antes de su publicación.
- ✓ En búsquedas encontrarás los **hashtags**, tendencias y retos que están más activos en cada momento, así como los Live más importantes que estarán activos en el día.
- ✓ Permite descargar no solo tus vídeos, sino también aquellos de todos los usuarios que hayan dado su consentimiento al configurar su perfil.

Los usuarios de TikTok están muy acostumbrados a compartir los contenidos en otras plataformas y redes sociales, lo que representa una oportunidad única para que nuestra visibilidad y repercusión sea mucho mayor, tanto dentro como fuera de esta aplicación.

Una de las cosas más curiosas que me ha pasado a lo largo de estos meses ha sido recibir el WhatsApp de una amiga que hacía años que no hablábamos. Me reenvió, en dos ocasiones diferentes y con un decalaje de 4 meses, dos de mis vídeos de TikTok, que a su vez había recibido por múltiples grupos de la aplicación de mensajería, como se ve en la figura 4.8. Al final, el mundo es mucho más pequeño de lo que pensamos y, si un contenido se hace viral, puede dar tantas vueltas que incluso termine compartiéndose cientos de veces y, como en este caso, llegar a tus propios amigos.



Figura 4.8. Mensajes viralizados por WhatsApp.

Seguro que en los últimos meses has recibido más de un vídeo de TikTok con temas de humor, entretenidos o de aprendizaje y ya te suenan las caras de algunos usuarios españoles. Esto demuestra que los contenidos que compartimos llegan a los usuarios que nos interesan, no solo dentro de TikTok, sino también a través de los vídeos que hemos subido a nuestros perfiles en esta red y que los internautas comparten en otras plataformas sociales consiguiendo una viralidad nunca vista con otras plataformas.

Lo más importante es que identifiques a tu público objetivo y les ofrezcas los contenidos que realmente les interesan. En TikTok, como en cualquier otra red social, los usuarios nos encuentran.

Si no tienes definido tu *buyer* persona, es el momento de ponerte a ello. No limites los perfiles a lo que solo es evidente. Te pongo un ejemplo: uno de los vídeos que compartí para aprender a dibujar con tutoriales de Disney lógicamente lo vieron muchos niños, pero curiosamente fueron los padres los que me dejaron mensajes de agradecimiento en los comentarios y también muchos niños comentaron que les habían enseñado mi perfil a sus padres para que me siguieran porque tenía contenidos muy interesante. También comentaron el vídeo muchos profesores, agradeciendo el contenido porque les servía para sus clases. Magia total. Por tanto, no subestimes a los usuarios. Cuando nos encontramos en un universo tan amplio de audiencia, no hay que ponerle puertas al campo. Te puedes encontrar que muchos usuarios de un determinado perfil te traen a otros que realmente están interesados en tus productos.

En este punto, tengo que insistir en que, a pesar de que comparto en mi perfil herramientas, trucos y noticias de marketing y tecnología, la audiencia que finalmente está recogida es muy amplia y los trabajos que me han encargado tanto de mentorías, como estrategia, formaciones y conferencias han llegado por parte de los usuarios más dispares, así que aprovecha cada paso que des e intenta captar a tu público, pero con diversidad. No acotes ni restrinjas tus contenidos.

En TikTok, la técnica prueba-error funciona mejor que en ninguna otra red social. Vete probando diferentes contenidos, distintas formas de comunicar hasta que des con la clave de los vídeos que consiguen detener a los usuarios e interactuar.

Es curioso observar cómo ya TikTok está también presente en la mente de los organismos oficiales para realizar distintas acciones con los ciudadanos. Por ejemplo, el Ayuntamiento de Torre Pacheco realizó un concurso las pasadas Navidades denominado "Navidad joven en TikTok", donde se invitaba a los vecinos del pueblo a crear vídeos alegres y navideños con el *hashtag* #navidadentorrepacheco (eso sí, haciendo especial hincapié en guardar las medidas de seguridad para evitar la propagación del virus). En TikTok nunca se sabe lo que se puede hacer viral, por lo que me imagino que la idea del consistorio fue por un lado premiar a los vecinos; por otro, concienciar a los más jóvenes; y además pensar que con un poco de suerte se consiguiera que el pueblo se hiciera famoso. 😊

Imágenes gratuitas de personas que no existen

- ✓ **Generated.photos:** Galería de rostros de personas que no existen en la realidad porque han sido generados con inteligencia artificial (IA).

Incluir varios enlaces en tu perfil

- ✓ **Linktree:** Crea un enlace a una página donde puedes incorporar múltiples enlaces a tus redes sociales y sitios web.



Figura 7.10. Linktree.

Conocer los formatos de TikTok

- ✓ **Socialsizes.io:** Herramienta *online* que nos facilita los formatos de todas las redes sociales.

Separar la voz del acompañamiento

- ✓ **Moises:** Herramienta *online* para separar la voz del acompañamiento.

Programar vídeos para publicar en TikTok

- ✓ **Onlyput:** Esta herramienta es muy útil para programar tus vídeos ya editados para que se publiquen cuando tú quieras.

Herramientas de análisis y benchmarking

- ✓ **Exolyt:** Podrás visualizar y analizar las métricas de cualquier perfil o vídeo.
- ✓ **Popsters:** Permite ordenar las publicaciones por popularidad, longitud del texto, fidelización, fecha y también realizar análisis comparativos.
- ✓ **Atribus:** Una gran herramienta para monitorizar y analizar cualquier cuenta de redes sociales, incluida TikTok.

Descargar vídeos de TikTok sin marca de agua

- ✓ **Ssstiktok.io:** Esta herramienta te será muy útil para descargar tus vídeos sin marca de agua y poder reutilizar tus contenidos tanto para publicarlos en otras redes sociales como para volver a compartirlos en TikTok pasados unos meses si la acogida del mismo fue positiva. Piensa que tus vídeos solo los verá un porcentaje de usuarios y, además, según vaya pasando el tiempo, tendrás nuevos seguidores que probablemente no se hayan detenido a visualizar tus vídeos "antiguos", por lo que, si lo vuelves a publicar pasado un tiempo, podrás alcanzar a un nuevo público.

Crear tu foto de perfil creativa para TikTok

- ✓ **Pfpmaker:** Solo tienes que subir una de tus fotos, eliges el color y encontrarás cientos de creaciones creativas para que puedas subirlas como foto de perfil.



Figura 7.11. Atribus.com.

Extraer audios de cualquier vídeo para utilizarlos en TikTok

- ✓ **Online Audio Converter:** Pulsa Convertir audio y sube el archivo.

Bancos de música sin derechos de autor

- ✓ **YouTube Audio Lybrary**
- ✓ **Soundcloud**
- ✓ **Dig.ccmixer.org**
- ✓ **Freemusicarchive.org**

Emojis y emoticonos

- ✓ En emojipedia.org encontrarás todos los emojis y emoticonos para TikTok.

Plantillas editables para TikTok

- ✓ **Canva:** Esta herramienta siempre está al día y, por tanto, incorpora plantillas editables especialmente diseñadas para TikTok.

Encontrar influencers en TikTok

Si queremos contratar *influencers*, lo mejor es acudir a una agencia especializada en trabajar con ellos, pero también encontramos herramientas que nos ayudan a encontrarlos:

- ✓ **Hypeauditor**
- ✓ **Heepsy**
- ✓ **Hunter.io**
- ✓ **Atribus**
- ✓ **Bininfluencer.io**

Eliminar el fondo de un vídeo o GIF

- ✓ **Unscreen**

Nuevas herramientas para crear vídeos

Durante estos meses también han surgido herramientas con una nota simpática para crear vídeos:

- ✓ **Impressions:** Utiliza Inteligencia Artificial. Puedes grabar vídeos con la cara de personajes famosos. Es bastante buena y algunos *tiktokers* han conseguido reunir una gran comunidad simplemente utilizándola en sus vídeos.
- ✓ **Raface:** Podrás hacer vídeos de famosos con tu cara.
- ✓ **HypeSimulator:** Esta aplicación te permite crear una copia simulada de tu cuenta. Podrás incluir un nombre de tu usuario, los datos de la cuenta y una foto. Una vez listo, verás cómo tu cuenta crece cada segundo, se suceden los me gusta, comentarios y al llegar a los 100.000 seguidores tu cuenta aparece verificada. Seguirá subiendo hasta superar los millones de seguidores e incluso te enviarán mensajes. No te servirá de mucho, pero es divertida para imaginar y prepararte para ver qué se siente cuando te conviertes en un *influencer* y tu cuenta de repente empieza a crecer exponencialmente porque uno de tus vídeos se ha hecho viral y llegas a tener millones de seguidores.

Mónica Pérez de las Heras

Mónica es empresaria, fundadora de la Escuela Europea de Oratoria (EEO), la empresa líder en España en formación en hablar en público. Compagina la dirección de la escuela con la formación en comunicación y oratoria, las conferencias y la formación de portavoces.



@mpdelasheras.

Es escritora, ha publicado 18 libros, pertenece a la red "Top100Conferenciantes en España" y ha sido reconocida por la Wikipedia.

¿Puede interesar un vídeo sobre hablar en público en TikTok?

Esa es la primera pregunta que me hice cuando en septiembre de 2020, después de llevar como un mes cotilleando por esta red social, decidí empezar a publicar mis propios vídeos. Por supuesto, el tema lo tenía claro: hablar en público. Es a lo que me dedico desde hace ya muchos años, a través de mi propia empresa, la Escuela Europea de Oratoria (EEO), líder en España en formación para hablar en público; además, es mi pasión.

Como me gusta aprender de las personas que saben y están especializadas, busqué en TikTok quién podría ser mi mentor en el funcionamiento de esta red social. Estoy acostumbrada a manejar en LinkedIn, Facebook e Instagram, pero carecía de experiencia como *tiktoker*. Así fue como contacté con Fátima Martínez López, autora de este libro, quien me pareció idónea para formarme con ella. Con su asesoramiento personal y su curso *online*, que es excelente, comencé a publicar. Mi objetivo no era conseguir miles de seguidores, sino, como ha sido siempre en mi carrera profesional, aportar mis conocimientos. Yo me gano muy bien la vida con mis cursos de hablar en público tanto en presencial como *online*, cuento con una empresa que forma a más de mil alumnos al año y con veinte profesores especializados en todos los temas relacionados con hablar en público, así que tampoco tenía un interés económico para estar en TikTok.

Lo cierto es que, aunque al principio, algunos vídeos tenían pocos seguidores y recibía algún comentario como "¿y eso tú por qué lo sabes?", poco a poco fui ganando en seguidores y, por supuesto, en credibilidad. En tres meses, tenía más de 270.000 seguidores; eso sí, con mucho trabajo y tesón, ¡estuve subiendo cinco vídeos diarios!

La gran ventaja de TikTok frente a otras redes sociales, además del buen ambiente que hay en general, es que el algoritmo da la posibilidad de que tus publicaciones lleguen a mucha gente que no te conoce. En Facebook o Twitter, las personas tienen que seguirte para leer lo que publicas mientras que aquí, la sección Para ti da la oportunidad de que lo que dices sea visualizado por muchas personas desconocidas. La lengua castellana como puente de unión de todo Latinoamérica con España es además una opción increíble de estar en contacto con gente de muchos países, y así me gusta hacerlo valer en mis emisiones en directo, donde me saludan de cualquier lugar del mundo.

Además, me encontré con una comunidad de *tiktokers* espléndida dedicados al marketing o la formación con los que yo misma voy aprendiendo muchas cosas, a través del *hashtag* #AprendeconTikTok.

Una buena herramienta para practicar oratoria

Según hacía los vídeos y recibía los comentarios de la gente, me di cuenta de que TikTok es una buena herramienta para quitarse miedos a la hora de hablar en público. Por eso, hice un vídeo específicamente sobre ello: "Tres razones para subir tus vídeos a TikTok", que se hizo viral y sigue siéndolo. Las tres razones para subir vídeos en los que se vea la cara y se escuche la voz del *tiktoker* son:

1. Quitarse vergüenzas, sentido del ridículo y todas esas cosas que tenemos en la cabeza y que nos impiden también hablar delante de un público.
2. Crearse una piel de rinoceronte, dura y que sea difícil que algo les afecte, para que no te importen los comentarios negativos o las críticas despectivas.
3. Empezar a practicar lo de hablar en público, ya que en TikTok también se tiene público.

imaginar. Ellos nos guiaron con sus consejos y, al salir de allí, ya tuvimos claro qué queríamos conseguir, pero no tan claro el cómo. El objetivo principal fue entender qué es lo que podemos dar al público, qué podemos enseñarles nosotros y cómo capturar su atención. Empezamos a experimentar más con el tipo de contenido que hacíamos, la longitud de los vídeos, viendo las tendencias y participando en ellas.

Fue justo cuando conseguimos el primer vídeo que se hizo realmente viral cuando supimos que aquí estaba, esto es lo que podemos y tenemos que hacer: vídeos educativos. Lo complicado al principio es no saber si es la suerte por lo que un vídeo se hace viral o qué conseguiste hacer con el contenido que realmente les pareció tan interesante, pero subiendo algunos vídeos más ya lo tuvimos claro. Al ver que estos tutoriales/trucos funcionaban, nos enfocamos más en afinación de la estructura de cada vídeo, viendo cómo los teníamos que grabar y editar para que la gente se quedara hasta el final. Claramente, con tiempo, las tendencias y los intereses cambian y es muy importante seguir adoptando el contenido sin perder la esencia. Desde enero del 2020, estuvimos haciendo vídeos de ideas y tutoriales de fotografía donde cualquiera podría hacerlo y usarlo. Con todo lo contado anteriormente, conseguimos crear una comunidad de más de 1.300.000 personas en menos de un año.

Consistencia es una de las herramientas más importantes y por eso siempre subimos por lo menos 3 vídeos a la semana. En nuestro caso, la calidad es mucho más importante que la cantidad, aunque hay creadores que tienen una opinión distinta. Hasta el momento nos enfocamos más a la fotografía creativa con el móvil, ya que todos los usuarios tienen uno y es mucho más fácil para manejar, pero estamos otra vez en el proceso de ampliación de tipo de contenido.

Sentimos que lo que hemos conseguido en el último año es un buen inicio para el desarrollo de otros proyectos mientras que seguimos con este y que ahora tenemos más puertas abiertas. Lo mejor de todo lo que vivimos teniendo esta experiencia como creadores de contenido es ver que a la gente le gusta lo que estamos haciendo, que disfrutan aprendiendo cosas nuevas con nosotros y ver que hay por lo menos 1.300.000 personas que les apasiona tanto la fotografía como a nosotros.

Teresa Arnandis



@LadyScience

Teresa Arnandis (Valencia, 1986), más conocida como @LadyScience, es investigadora biomédica y docente en la Universidad Católica de Valencia. Doctora *cum laude* en Bioquímica y Biomedicina, licenciada en Farmacia y en Óptica y Optometría, ambas con Premio Extraordinario de Final de Carrera, y diplomada en Sanidad. Empezó su labor de divulgación científica en redes sociales durante el inicio de la pandemia y, a día de hoy, recibe más de diez millones de visitas mensuales en sus perfiles de redes sociales: @LadyScience (TikTok y Spotify) y @LadyScienceOfficial (Instagram y YouTube), llegando a acumular más de 400.000 seguidores de Latinoamérica y España.

Mi historia en TikTok

Me licencié en Farmacia, para luego especializarme, primero con un máster en Aproximaciones Moleculares a las Ciencias de la Salud y luego con el doctorado internacional en Biomedicina y Bioquímica, en investigación biomédica. A continuación, hice un postdoctorado en el Reino Unido (Londres), estudiando mecanismos de invasión tumoral. Actualmente, trabajo en la Universidad de Personal Docente e Investigador (PDI), haciendo investigación biomédica en cáncer de mama, compaginado con clases de Histología y Anatomía Patológica a futuros médicos y dentistas.

Fue pura coincidencia que descubriera TikTok durante la pandemia del COVID19. Mi propósito inicial era compartir mi día a día, recetas y mis rutinas de deporte, y fue muy útil para aprender cómo funcionaba la aplicación y el editor de vídeo que incorpora. Cuando descubres la aplicación de TikTok por primera vez, te fascina porque es una plataforma muy divertida, alegre y dinámica, la música y los bailes son muy cautivadores, pero, poco a poco, te vas enganchando a cuentas que transmiten contenido e información, que te enseñen y aporten valor.

Luego, por otra parte, sin dejar de lado el amor a la ciencia y cansada de escuchar bulos y desinformación que atentan contra la salud pública (como el negacionismo o el movimiento antivacunas),

Tarifas de TikTok

Las tarifas de TikTok cambian constantemente y los costes van a depender del tipo de formato y campaña que quieras realizar, por lo que mi recomendación es que, cuando vayas a hacer una campaña, compruebes la tarifa actualizada.

Creator MarketPlace

Con la iniciativa Creator Market Place, TikTok pone en contacto a marcas comerciales con *influencers* para la realización de campañas conjuntas. Previamente TikTok da la opción a determinados usuarios seleccionados para que decidan si quieren o no colaborar con marcas.

TikTok permite seleccionar a los usuarios que lo han autorizado en función de sus perfiles, el contenido que comparten, los datos de audiencia, su tendencia de crecimiento y los vídeos que han obtenido mayor rendimiento.

Trabajar con *influencers*

Para trabajar con *influencers* ocurre lo mismo que he apuntado en cuanto a las campañas, el precio oscila de un mes para otro, pero a modo orientativo esta información la compartió Trecebits.com en 2020: TikTok ofrece cuatro paquetes para trabajar con *influencers*:

- ✓ Mid-Tier (12.000 dólares): Campaña con 5 *influencers* de menos de 1.000.000 de seguidores.
- ✓ Top-Tier (35.000 dólares): Campaña con 5 *influencers* de más de 1.000.000 de seguidores.
- ✓ Value Hybrid (20.000 dólares): Campaña con 2 *influencers* de más de 1.000.000 de seguidores y tres con menos.
- ✓ Premium Hybrid (30.000 dólares): Campaña con un *influencer* vip de más de 5.000.000 de seguidores, dos *influencers* con más de 1.000.000 de seguidores y otros dos con menos de 1.000.000.

Cómo añadir dinero a tu cuenta de TikTok Ads Manager

1. Pulsa en Configuración de cuenta y pulsa en Pagos.
2. Incluye la cantidad que quieres añadir.
3. Selecciona el método de pago, te redirigirán a Workdpay.

Tu cuenta ya tendrá cargado el nuevo saldo

Si tienes alguna duda o problema para configurar tu campaña, en la parte superior derecha de tu pantalla encontrarás el botón Asistencia para anunciantes. Púlsalo y, en un plazo máximo de 24 horas, el equipo de TikTok se pondrá en contacto contigo.

TikTok para el *ecommerce*

Una de las grandes noticias que presentó TikTok en el último trimestre para las empresas fue la asociación global con Shopify, una de las plataformas más importantes de comercio electrónico.

Es muy posible que pronto se puedan realizar compras en la red social al igual que ya es posible en Douyin. En este momento, esta funcionalidad está disponible para todas las empresas de EE. UU. y pronto será posible utilizarla en todos los países. Ya se ha visto incluso en algunas cuentas de EE. UU. el botón de comprar integrado, por lo que imagino que estarán en fase de pruebas.

En el acuerdo preliminar, las empresas que utilizan Shopify podrán crear, ejecutar y optimizar sus campañas de marketing de TikTok desde el panel de Shopify instalando TikTok desde la tienda de aplicaciones de Shopify y conectándolo con TikTok for Business. Las empresas tendrán acceso a las funciones del Administrador de Anuncios de TikTok y podrán instalar y conectar el Píxel de TikTok. Para comenzar, TikTok ofrece un crédito publicitario de 300 euros.



¿Pero por qué TikTok es diferente al resto de plataformas sociales, y se ha convertido en el nuevo El Dorado de las redes tanto para creadores de contenidos, como para *influencers*, emprendedores, empresas y marcas?

Si hay una red social que ha triunfado en el último año entre los internautas sin duda alguna ha sido TikTok, una plataforma que ha multiplicado sus usuarios exponencialmente y en 2020 se ha situado como la aplicación más descargada del mundo, tanto para iOS como para Android.

TikTok es una red muy visual, que facilita la creatividad, ya que contiene un gran número de herramientas de creación y edición, funciona con Inteligencia Artificial (IA) y ofrece a cada usuario los contenidos que de verdad le pueden interesar.

No es una red de “postureo”, es una plataforma de diversión y entretenimiento, pero también, y más importante, de inspiración y mucho aprendizaje, ya que miles de profesionales de todos los sectores se han sumado a esta red social para compartir contenidos educativos.

En TikTok cualquiera puede hacerse viral sin importar si tienes 100 o 1.000.000 de seguidores. Las oportunidades están al alcance de cualquier usuario, no es necesario hacer publicidad para hacer crecer tu red, sino que además paga a los creadores por sus contenidos.

En este libro conocerás a fondo TikTok, aprenderás cómo utilizarlo de forma profesional, a sacarle todo el rendimiento para tu marca personal y tus campañas de publicidad. Conocerás los casos de éxito de profesionales que están triunfando en España. Y, si sigues todos sus métodos y consejos, terminarás totalmente atrapado en esta red social.