

OLIVER x TikTok | Creator Ca

Los **Creadores** de TikTok aumentan la notoriedad de tu marca

Los gráficos que los profesionales del
marketing deberían conocer.

TikTok: For Business



¿Por qué **utilizar** estos gráficos?

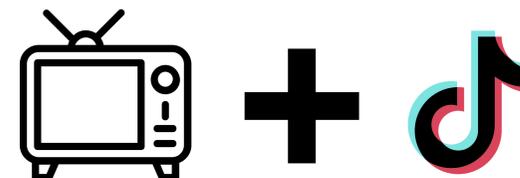
Puede que ya tengas muchos gráficos en tu vida, así que ¿para qué quieres estos?

Conseguir notoriedad de marca no es fácil, pero tampoco hay que dejarlo al azar. Aquí tienes gráficos y estadísticas útiles que puedes utilizar para demostrar el valor de las campañas de los Creadores de TikTok y destacar su efecto en las métricas que importan cuando se trata de crear notoriedad de marca.

Así que si estás trabajando en un briefing sobre la notoriedad de marca, necesitas más información sobre la publicidad en TikTok, quieres compartir algunos datos con tus clientes o, sencillamente, te gustan los gráficos, ¡aquí tenemos unos cuantos para ti!



«Cuando se combinan, la televisión y TikTok tienen el **mayor impacto** en lo que se refiere a recuerdo de marca, conexión narrativa y relevancia».



Impacto de la exposición multiplataforma

Aumento medio de la respuesta neuronal al ver los anuncios en ambas plataformas en comparación con la exposición aislada



Recuerdo de los detalles

Recuerdo de los anuncios



Recuerdo general

Conexión narrativa



Engagement

Relevancia personal

Fuente: Estudio de TikTok Marketing Science «UK Impact of Priming 2021», realizado por Neuro-Insight.

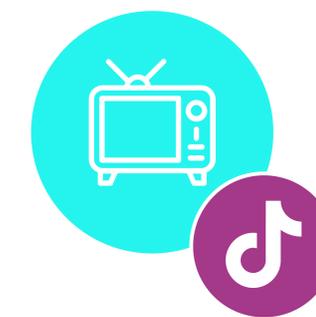
★ Aumento significativo de las puntuaciones medias.

El uso de piezas creativas específicas para cada plataforma dentro de una estrategia **multiplataforma** es lo más beneficioso

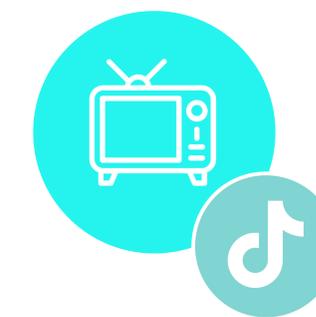
Aumento medio de la respuesta neuronal a partir de la exposición multiplataforma en cualquier orden frente a la exposición en una plataforma aislada



Pieza creativa de televisión mostrada en ambas plataformas



Adaptación de la pieza creativa de televisión para TikTok



Pieza creativa específica para cada plataforma

Recuerdo de los detalles Recuerdo de los anuncios	+3%	+4%	+33% ★
Recuerdo general Conexión narrativa	-5%	+17% ★	+21% ★
Engagement Relevancia personal	+1%	+15% ★	+19% ★

Fuente: Estudio de TikTok Marketing Science «UK Impact of Priming 2021», realizado por Neuro-Insight.

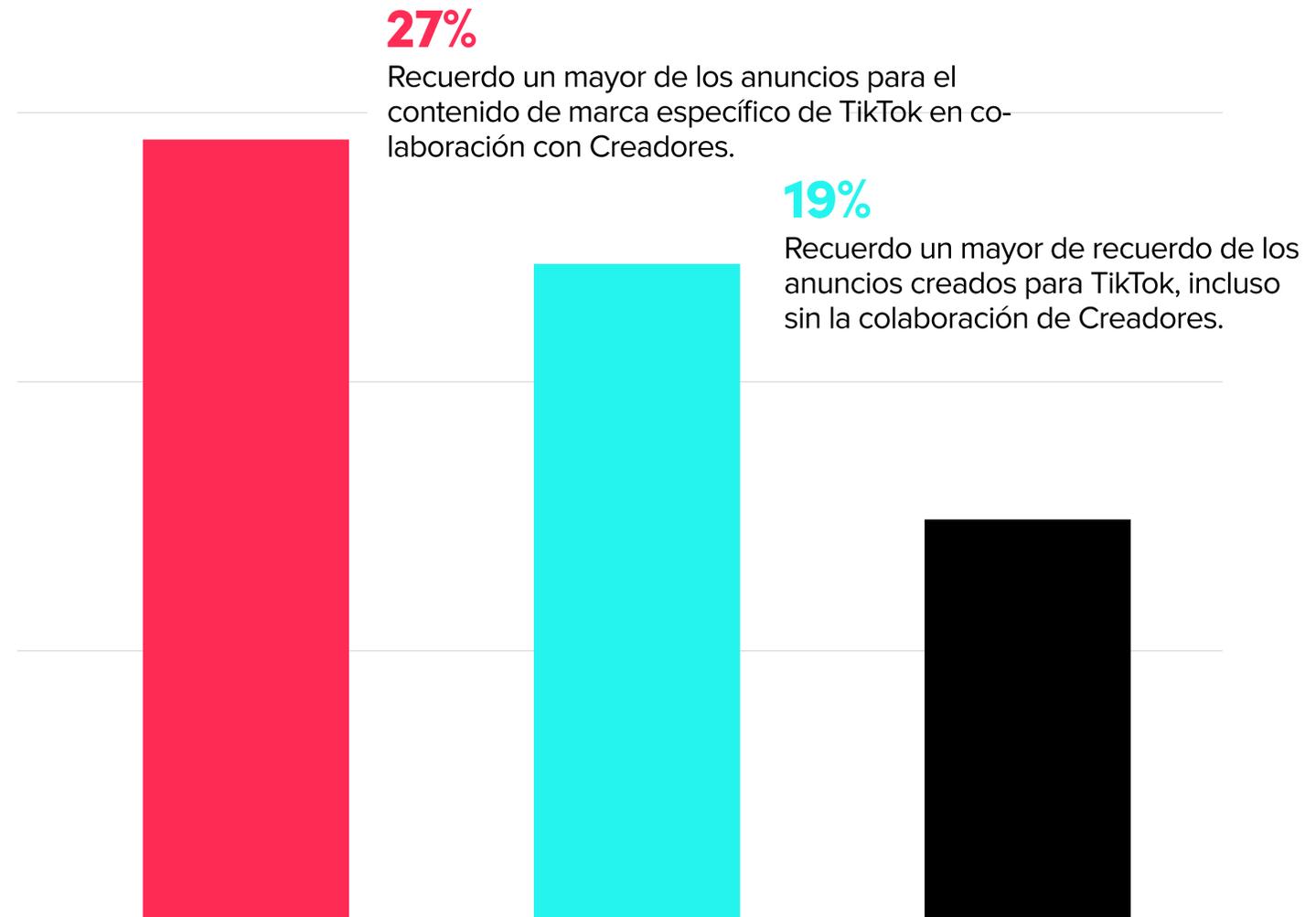
★ Aumento significativo.

Colaborar con los Creadores mejora la capacidad de recuerdo de los anuncios

27%

Recuerdo un mayor de los anuncios para el contenido de marca específico de TikTok en colaboración con Creadores.

Fuente: Análisis propio de TikTok Marketing Science de piezas creativas en la Unión Europea, entre octubre de 2020 y mayo de 2021. Abarca el Reino Unido, Francia, Alemania, España e Italia.



Recuerdo del anuncio

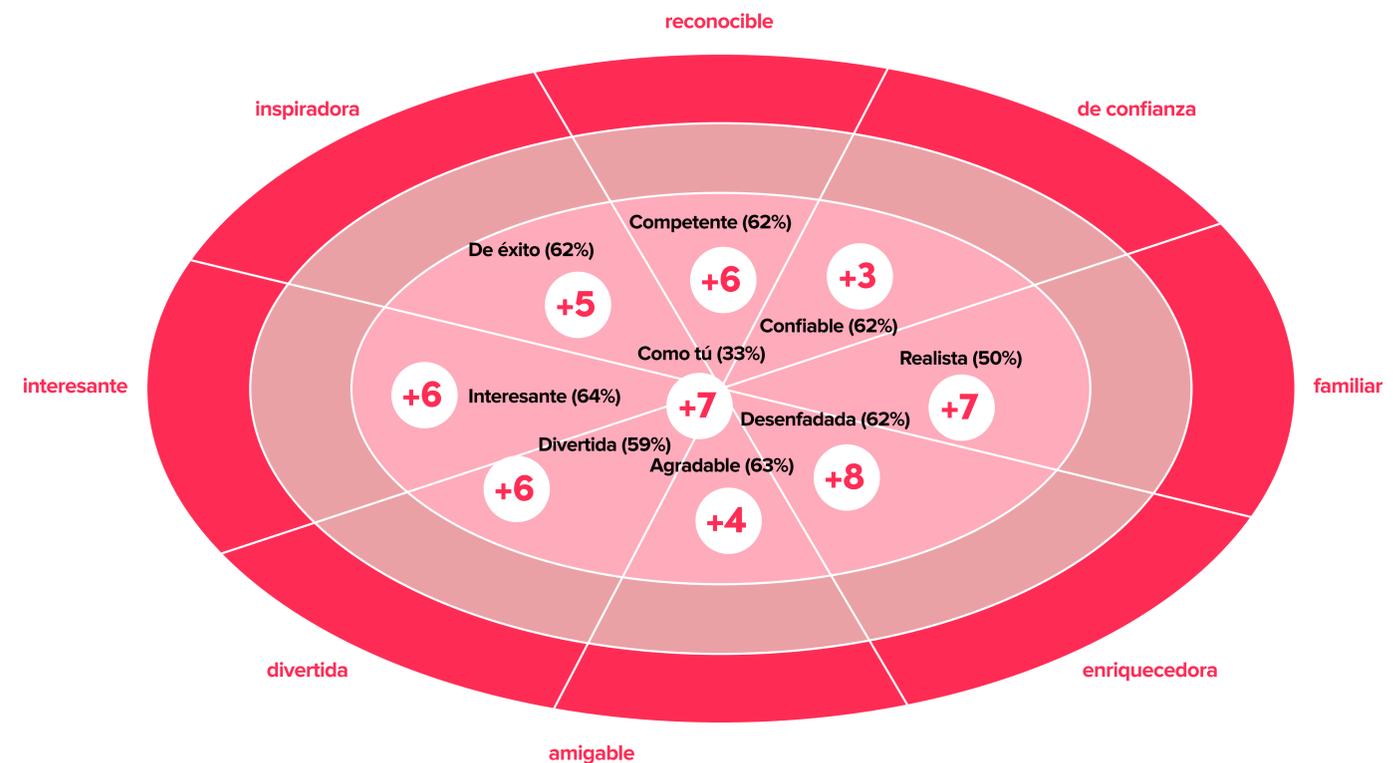
- Específico para TikTok y en colaboración con Creadores
- Específico para TikTok, pero sin la colaboración de Creadores
- No específico para TikTok y sin la colaboración de Creadores

Colaborar con los Creadores en TikTok es eficaz para generar un engagement positivo con la marca

Ver el vídeo de un creador en TikTok...

...impulsa un aumento del **24%** en la credibilidad de la marca (después de la exposición al anuncio)

Amplifica la percepción del perfil de la marca en **8 ámbitos emocionales clave** (los que impulsan la simpatía por la marca).



Fuente: Estudio «TikTok Marketing Science Global Creators Like Me» realizado por Hotspex, 2021.