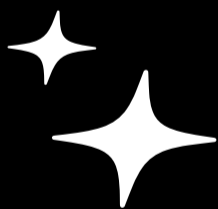


 **TikTok** for Business



Fin de año
con
TikTok





Contenido



01 **Lánzate a las fiestas**

Aprovecha las oportunidades de la temporada en TikTok

02 **De Halloween a Navidad**

Cómo usar TikTok para tus campañas festivas

03 **Hazlo brillar**

Consejos creativos para contenido único

04 **Banquetes de fiesta**

Planea campañas tentadoras para el 4.º trimestre



01



Lánzate a las fiestas

Aprovecha las oportunidades de la temporada en TikTok



Sé el centro de las fiestas



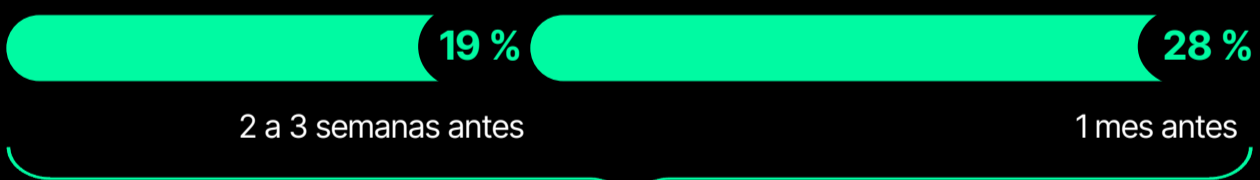
TikTok es un mundo maravilloso por descubrir; desde los que compran por adelantado, hasta los súper fans de las fiestas, los servicios son para todos.



Con contenido que abarca todas las etapas de la temporada de fiestas, TikTok genera oportunidades para las pequeñas empresas, desde el desarrollo hasta el gran día.

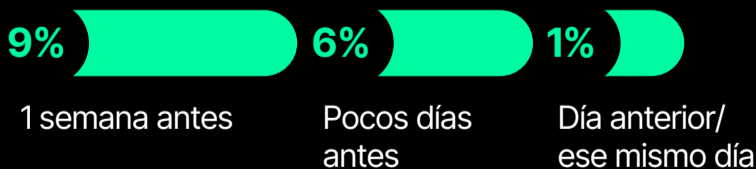
Nunca es muy temprano para comenzar a preparar las fiestas.

Los amantes de la Navidad en TikTok comienzan a **comprar** regalos:



2 de 3

Comienzan a comprar regalos al menos **1 mes antes** de Navidad (65%)



Mientras tanto, el **16%** espera hasta el último minuto para comenzar sus compras de Navidad



Qué se dice de la temporada

Los hashtags de las fiestas que tienes que conocer:

#Acción de Gracias

#BlackFriday

#CyberMonday

#Navidad

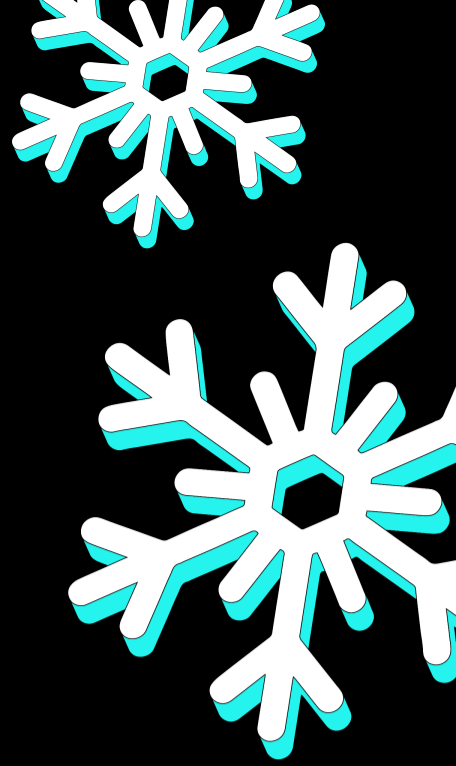
#Janucá

#Kwanzaa

#Nochebuena

Consejo principal:

Usa la herramienta Descubrimiento de tendencias del TikTok Ads Manager para buscar hashtags con más detalles.



02

De Halloween a Navidad

Cómo usar TikTok para tus campañas festivas



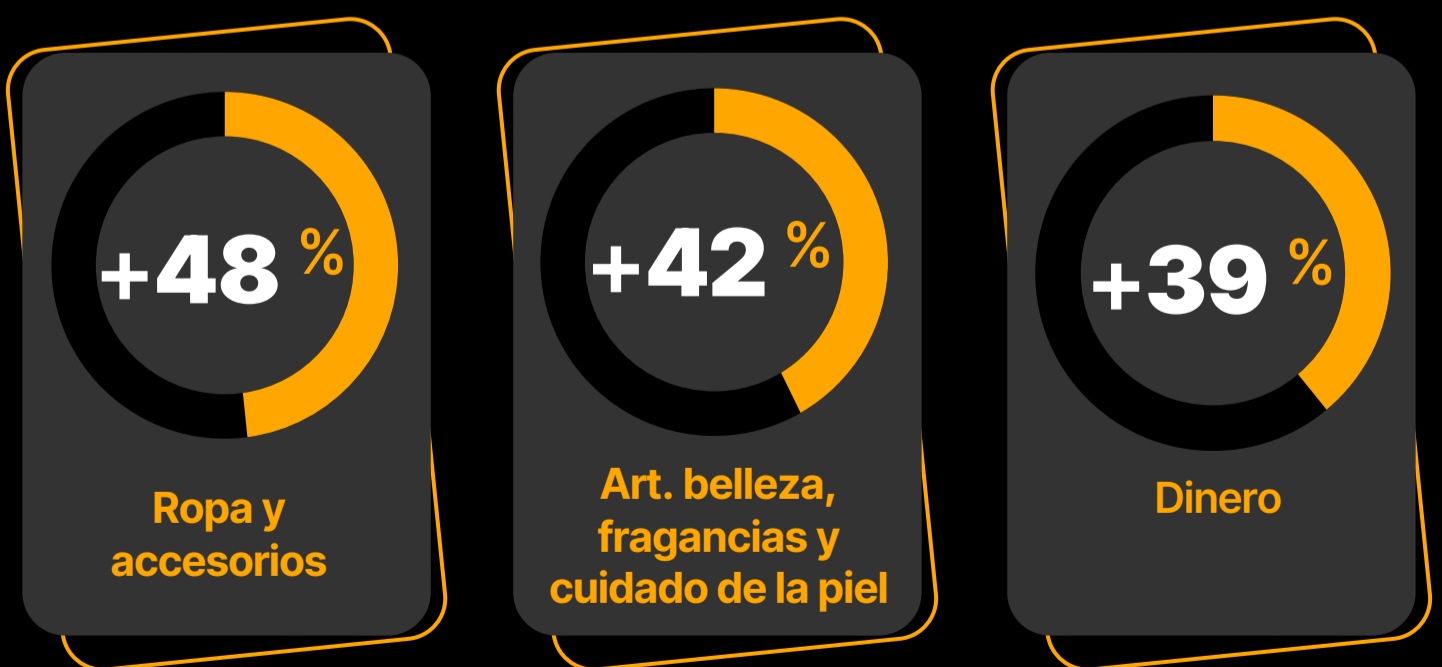
Saca provecho del auge del antes, del pico y el después de las fiestas

¡Descubrir no es más que el inicio! TikTok conecta a la audiencia con contenido que captura la participación, lo que estimula el deseo de saber más y los conduce hacia el embudo de compras.

Los productos que los usuarios de TikTok más regalan para Navidad son:



Los regalos que los usuarios de TikTok más quieren recibir:



Tendencias que valen la pena celebrar

Capta la participación desde temprano y aprovecha las tendencias con contenido inspirador de la página "Para ti" (FYP):



Ideas de ropa

87 %

de los usuarios compran algo para ellos durante los eventos de compra para las fiestas

Consejo de comerciante: Ayuda a que las personas tachen los regalos navideños de su lista de cosas por hacer para las fiestas, con incentivos de regalos para ellos.



Contenido de juegos y viajes

80 %

de compras relacionadas con viajes se realizan durante las fiestas cuando se usa TikTok.

Consejo de comerciante: aprovecha el aumento de la planificación de viajes al máximo con colaboraciones con creadores de viajes e inspiración de destinos.



Inspiración para las fiestas

39 %

de las personas piensan usar las recompensas y los reembolsos para esta temporada de fiestas.

Consejo de comerciante: asóciate con las plataformas de FinServ para ofrecer más opciones de pago y recompensas a los consumidores.

Llévatelo a casa para las fiestas

Impulsa las ventas en los momentos pico con contenido oportuno que vale la pena compartir.



Mira cómo REFY Beauty triplicó su ROAS con TikTok Spark Ads

Los usuarios de TikTok ven la Navidad como un momento para organizar reuniones, hacer compras y viajar.

34 %



de los usuarios de TikTok dice que organiza una fiesta o reunión para Navidad.

1 de 4



de los usuarios de TikTok dice que compran un conjunto nuevo y especial para Navidad.

16 %



de los usuarios de TikTok dice que viaja o se va de vacaciones durante la Navidad.

Convierte los regalos del 4.º trimestre en las compras del 5.º

La comunidad de TikTok nunca se toma vacaciones de la página "Para ti" (FYP). El 5.º trimestre es el momento entre Navidad y mediados de enero, cuando las personas compran para ellos mismos, después de las fiestas.

1 de 2 usuarios de TikTok planea comprar en el 5.º trimestre para aprovechar las ventas después de las fiestas.

51% de los usuarios de TikTok dice que es probable que compre durante el 5.º trimestre para darse un gusto o para el autocuidado.

Inspira conexiones con los usuarios de TikTok prestando atención a sus metas del 5.º trimestre.



Consejo de comerciante: aprovecha al máximo las resoluciones y metas personales para el 2025 haciendo prospecciones y redirigiendo a los compradores hacia los productos que son más probables que compren.

03

Hazlo brillar

Consejos creativos para contenido único



Elige el regalo perfecto

Encuentra tu voz en TikTok y crea estructuras de contenido que vendan.



La fórmula ganadora

1 gancho impactante

(los primeros 3 a 5 segundos)

- Comparte consejos y trucos de compra
- Destaca una promoción para las fiestas
- Dirígete a tu público objetivo

Puntos de venta exclusivos

(los 10 a 20 segundos del medio)

- Muestra por qué es popular
- Resuelve un problema
- Atrae con imágenes

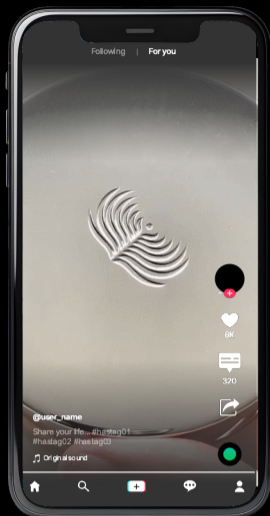
1 CTA muy claro

(los últimos 3 a 5 segundos)

- **Motivación:**
compruébalo tú mismo
- **Promoción:**
obtén tu oferta, ya
- **Mensaje de marca:**
únete a la banda del [producto]

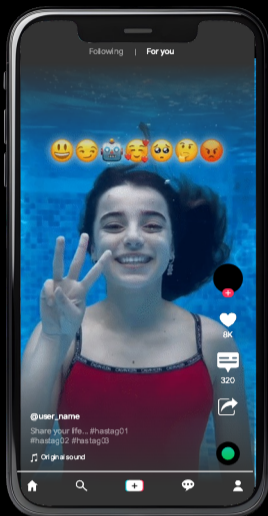
Momento de envolver regalos

Haz de estos consejos creativos tu estrella Polar:



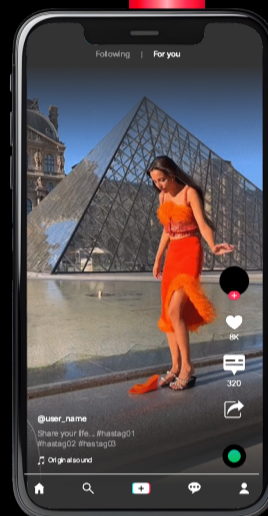
Ponte navideño... perdón, nativo

Crea contenido que se sienta que fue hecho para TikTok



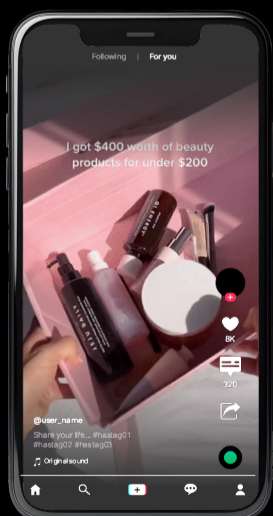
Marcos festivos

Usa estructuras de contenido que agreguen valor y estimulen la participación



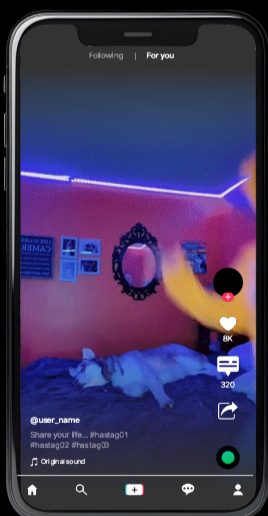
Sé el más brillante

Usa técnicas de edición creativas para captar la atención



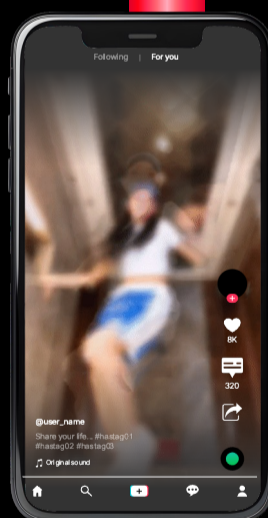
Adorna su feed

Enfócate en el valor de la producción ocupando la pantalla completa sin interrumpir la interfaz



Tendencias

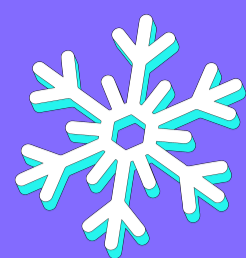
Conéctate con los usuarios uniéndote a conversaciones y estilos de video que sean tendencia



Música y villancicos

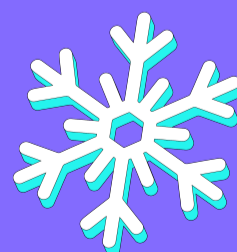
Elige sonidos y música de tendencia para resaltar lo que dices

04



Banquetes de fiesta

Planea campañas tentadoras



Arma una base deliciosa



Si eres nuevo en TikTok, hay algunos puntos básicos que necesitas entender para liberar todo tu potencial.

1

Crea tu cuenta de Ads Manager

Visita getstarted.tiktok.com y establece un método de pago para comenzar a crear avisos.

Establece tu Píxel de TikTok

2

El Píxel te permite capturar eventos para todas las acciones de los visitantes de tu sitio web. Aprende cómo funciona, implementa **más de 3 eventos para rastrear** y asegúrate de que activas la **Coincidencia automática avanzada** y las **First-party Cookies**.

3

Arma tu primer anuncio

Crear para TikTok es diferente, no difícil. Usa nuestro asistente creativo impulsado por IA para soluciones creativas personalizadas y CapCut para plantillas creativas de anuncios empresariales que dan un acabado con aspecto profesional.

Realiza tu primera campaña

4

Usa el Objetivo de conversiones de sitio web, optimízalo para Pago completo (o el resultado que quieras), comienza con un mínimo de \$50/\$63 USD por día y establece objetivos amplios o equilibrados.

5

Nutre y optimiza

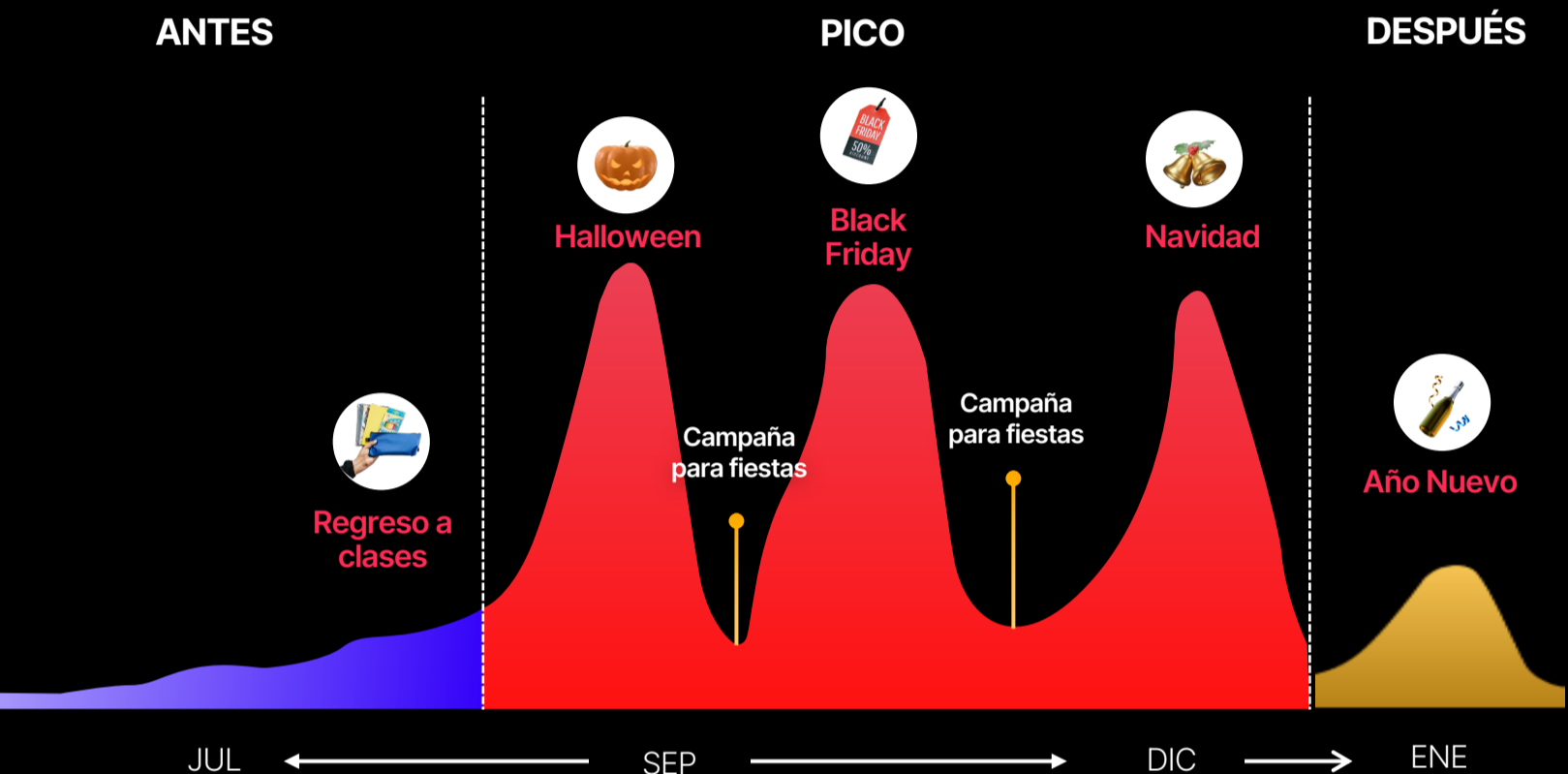
Incluye 2, 3 o más creativos y realiza campañas durante al menos 7 días antes de optimizar. Si tienes una Cuenta de empresa de TikTok, usa Spark Ads y piensa en usar públicos personalizados para el tráfico en la web después de tus primeras campañas.



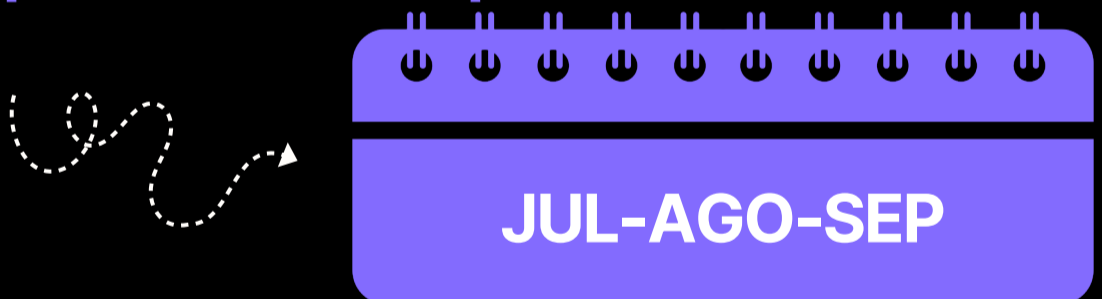
Lee cómo ruru. studios aumentó las ventas de su calendario de Adviento en TikTok

Tu campaña para las fiestas: crea momentos apetecibles

Capitaliza los momentos de compra clave y las actitudes de los consumidores a lo largo de las compras durante el antes, el pico y el después de las fiestas. ¿Eres nuevo? Sigue nuestra guía de **Bases** y el **Establecimiento de campaña de Conversiones de sitio web** para tener pistas sobre cómo puedes hacerlo.



Establece a tus públicos antes de que llegue el pico de la temporada



Sigue nuestra sección de **Bases** para establecer una cuenta de anuncios, y comienza a impulsar conversiones con tu campaña de Conversiones de sitio web.

¿Eres un anunciante experimentado?

- Prueba con diferentes objetivos, públicos y formatos creativos; mira la sección de formatos de anuncios para inspirarte.
- Elige tus KPIs y busca aumentar el volumen de conversiones, disminuir el CPA y mejorar el ROAS poco a poco y con el tiempo.

Fiesta en grande

OCT-NOV-DIC

Conecta con tu público en cada etapa del embudo durante el pico de la temporada de las fiestas:

- ✓ Redirígete a los clientes existentes con Públicos personalizados para impulsar un costo por adquisición menor y un retorno en inversión publicitaria mayor
- ✓ Arma públicos similares para ampliar tu búsqueda según los datos de tu público existente
- ✓ Usa la Optimización basada en el valor para encontrar usuarios con mayor probabilidad de que hagan compras

¿Con hambre de más?

ENE

Ofrece servicios a públicos que tienen actividad entre Navidad y las ventas de enero (5.º trimestre)

- ✓ Analiza los resultados de las campañas en el pico de las fiestas e incorpora lo que aprendiste en las campañas nuevas
- ✓ Lanza campañas posteriores a las fiestas con creativos impactantes y llamadas a la acción atractivas

La (conversión) cereza del pastel



Una vez que manejes las campañas de Conversión de sitio web, agrega estas funciones a tu programa para una temporada de fiestas enfocada en las ventas:



Avisos de Video Shopping

- Da una buena impresión y muestra tus productos principales por medio de tu Catálogo de productos
- Desde promover regalos para las fiestas hasta redirigir las decoraciones abandonadas en el carrito de compras, impulsa los ingresos durante los periodos de venta más altos
- Establece tus anuncios por medio del objetivo de Ventas de producto, a través de tu Catálogo de productos



Catálogo de productos

- Muestra tu Catálogo de productos en la página "Para ti" utilizando Avisos de Video Shopping con tu catálogo
- Sincroniza tus productos directamente con plataformas como Shopify, BigCommerce, WooCommerce y más
- Agrega productos manualmente; usa una transmisión de datos o una plantilla para cargar lotes rápido, a través de tu Centro de negocios



TikTok for Business



**¡Felices
fiestas!**

