

TikTok:For Business

Formatos de storytelling para gerar performance

Conteúdo interativo

Aproveite para utilizar o conteúdo a seguir para criar seu storytelling e sustentar a abordagem do criativo.

Formatos de storytelling para gerar performance



Não surpreende dizer que as empresas que mostram autenticidade no conteúdo postado têm mais sucesso no TikTok. Porém, as que realmente atingem outro nível quanto ao desempenho o fazem por meio do engajamento e da conexão com a audiência de um modo mais profundo. E isso não demanda grandes orçamentos ou produções elaboradas; na verdade, conteúdos "lo-fi" e autênticos podem ser **muito eficazes**. Estruturar o conteúdo com base em formatos narrativos simples de executar em escala **ajuda a poupar tempo e custos de produção**.

Como todas as boas histórias, os seus vídeos do TikTok devem ter início, meio e fim. Você pode utilizar as orientações abaixo e as fichas interativas nas páginas a seguir para planejar cuidadosamente as suas histórias e criar conteúdos de sucesso no TikTok para a sua empresa.



Criando Storytelling Passo a passo

Início

Utilize o quadro de abertura para criar interesse e/ou suspense.

Por exemplo:

- Faça uma pergunta
- Inicie com um *gancho* – uma declaração interessante que chame a atenção das pessoas
- Utilize imagens chamativas na abertura

Meio

Mostre e/ou fale sobre os principais 3–5 benefícios do produto.

Você pode estruturá-los como:

- Soluções para um problema comum
- Histórias pessoais ou depoimentos
- Motivos do produto/serviço ser o mais vendido

Fim

Finalize com um slogan atraente e/ou um call-to-action marcante:

- Diga aos usuários como comprar o seu produto/serviço
- Apresente aos usuários uma ocasião específica para a compra do produto
Por exemplo: "permita-se", "o presente de aniversário perfeito", "não sabe o que dar ao seu parceiro na (data comemorativa)?"
- Inclua códigos promocionais, promoções especiais, ofertas por tempo limitado

Formatos de storytelling para gerar performance

Ideia 1

Tema do anúncio: apresentação da empresa

Perguntas a responder antes de começar a construir o arco narrativo:

1. Cite um problema que a sua empresa/serviço resolva.
2. Como o problema é resolvido? (Liste de 3 a 5 formas)
3. Que ação você deseja que os usuários realizem após visualizar o anúncio?



Criando Storytelling Passo a passo

Início

Duração sugerida: 3–5 segundos

Inicie com uma declaração ou pergunta que apresente o problema da **Pergunta 1**.

Recomendações para as imagens:

- Pessoa falando diretamente para a câmera
- Imagens do produto/serviço

Meio

Duração sugerida: 10–15 segundos

Apresente o produto/serviço. Retome os problemas citados na **Pergunta 2**.

Recomendações para as imagens:

- Mostre o produto em uso
- Mostre a IU de um app ou website com o efeito de tela verde + narração

Fim

Duração sugerida: 3–5 segundos

Estimule a ação! Apresente o call-to-action com base na resposta da **Pergunta 3**. Seja específico sobre o modo de agir.

Recomendações para as imagens:

- Pessoa falando diretamente para a câmera
- Sobreposição de texto com CTA, website e/ou código promocional

Formatos de storytelling para gerar performance

Ideia2

Tema do anúncio: depoimento

Perguntas a responder antes de começar a construir o arco narrativo:

1. Pense em um gancho para que um cliente apresente os benefícios do seu produto/serviço.
Por exemplo: "o produto X foi a minha melhor compra em 2021. Vou contar o porquê."
2. Retomada do gancho: liste de 3 a 5 benefícios do produto/serviço que respondem ao gancho mencionado na Pergunta 1.
3. Como esse cliente pode convencer outros a comprar o produto/serviço?



Criando Storytelling Passo a passo

Início

Duração sugerida: 3–5 segundos

Inicie com o gancho da **Pergunta 1**.

Recomendações para as imagens:

- Pessoa falando diretamente para a câmera
- Imagens do produto/serviço

Meio

Duração sugerida: 10–15 segundos

Retome o gancho mostrando/citando os aspectos abordados na **Pergunta 2**.

Recomendações para as imagens:

- Mostre o produto em uso
- Antes e depois do uso do produto/serviço
- Mostre a IU de um app ou website com o efeito de tela verde + narração

Fim

Duração sugerida: 3–5 segundos

Estimule a ação! Crie urgência por meio da resposta da **Pergunta 3** para estruturar o call-to-action.

Recomendações para as imagens:

- Pessoa falando diretamente para a câmera
- Sobreposição de texto com CTA, website e/ou código promocional

Formatos de storytelling para gerar performance



Ideia 3

Tema do anúncio: exibição de um produto

Perguntas a responder antes de começar a construir o arco narrativo:

1. Escolha um produto para exibir no anúncio.
2. Por que os seus clientes adoram o produto?
3. Qual seria um motivo específico para comprar o produto?
Por exemplo: "é o presente perfeito para quem você ama"



Criando Storytelling Passo a passo

Início

Duração sugerida: 3–5 segundos

Apresente o produto da **Pergunta 1**.

Recomendações para as imagens:

- Mostre o produto de perto

Meio

Duração sugerida: 10–15 segundos

Retome os pontos citados na **Pergunta 2**.

Recomendações para as imagens:

- Diminua o zoom para mostrar o produto enfatizando o seu design, a marca ou a embalagem.
- Mostre o produto em uso

Fim

Duração sugerida: 3–5 segundos

Estimule a ação! Dê aos usuários um motivo específico para comprar elaborando o CTA com base na resposta da **Pergunta 3**.

Recomendações para as imagens:

- Pessoa interagindo com o produto
- Sobreposição de texto com CTA, website e/ou código promocional

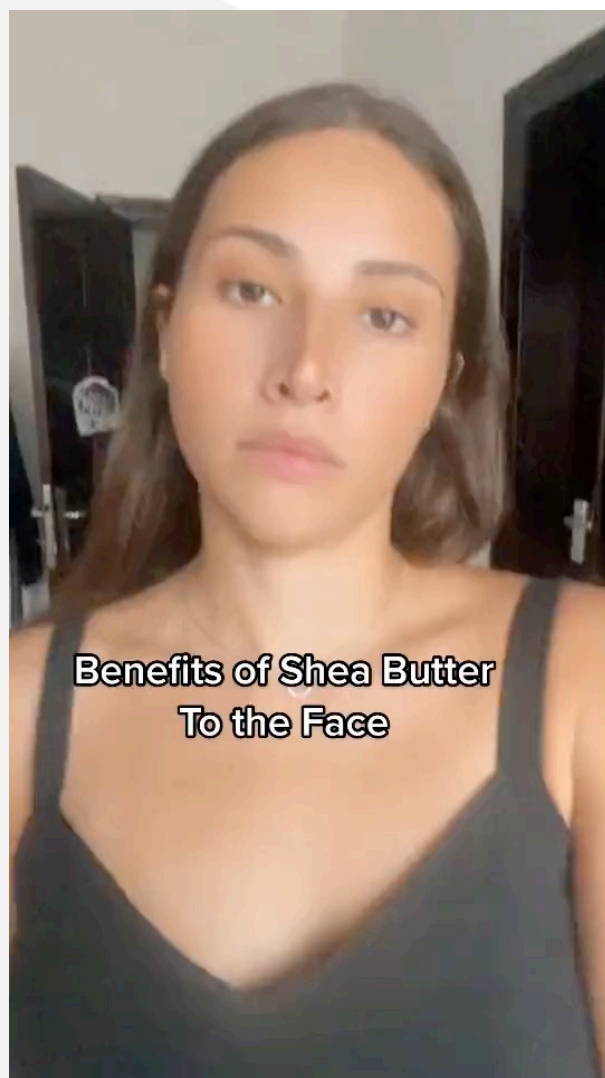
Formatos de storytelling para gerar performance



Apresentamos alguns exemplos de criativos de anúncio que ilustram um **início**, **meio** e **fim** marcantes:



Partymachines



Fusion by HK

Utilizar uma estrutura de storytelling ajudará você a construir uma conexão mais profunda com os criadores e usuários do TikTok. Essas opções são pontos de partida importantes, mas adaptar essas estruturas às especificidades do seu negócio será a chave para aproveitar o TikTok ao máximo.

Agora, com as diretrizes e as ferramentas em mãos, chegou a hora de contar a sua história no TikTok!



7 Top dicas para criar vídeos do TikTok

As empresas que fazem sucesso no TikTok criam conteúdos autênticos que combinam muito bem com o perfil da comunidade. Para desenvolver criativos que gerem conversões, eles devem ser nativos da plataforma. Siga estas **7 dicas** para criar conteúdo de alta qualidade nos seus anúncios do TikTok.

1 Aposte na tela cheia.

O TikTok possibilita uma experiência imersiva em tela cheia. Em comparação com vídeos que não se ajustam bem à tela, os vídeos na proporção de tela cheia de 9:16 tem um aumento significativo nas impressões¹. Se você deseja reaproveitar algum conteúdo comercial existente, dê uma olhada na nossa [central de criativos](#), para ajudar você a formatá-lo para que tenha resultados melhores no TikTok.

2 Faça barulho.

O som é essencial para a experiência no TikTok. Pode ser uma música, uma narração ou ambas. O ritmo, o estilo e o tom da seleção musical podem ajudar a transmitir a imagem da marca ou as informações do produto. Se está procurando uma trilha sonora para o seu anúncio no TikTok, você pode escolher músicas livres de royalties na **Biblioteca de músicas para uso comercial** diretamente no app TikTok.

3 Seja Rápido e eficaz

Em geral, a duração dos vídeos do TikTok deve fazer sentido com base na mensagem que se está tentando transmitir, mas os vídeos mais curtos costumam ter um desempenho melhor. O TikTok permite In-Feed Video Ads de 5 a 60 segundos. Porém, a duração de 21 a 34 segundos é recomendada para publicidades In-Feed¹.

4 "Lo-fi" é a melhor opção.

No TikTok, a criação de conteúdos não exige o orçamento de uma grande produção. Você só precisa de um celular com câmera de vídeo para começar a criar. Os formatos integrados de ofertas ao conteúdo, efeitos disponíveis no aplicativo, aliados a um vídeo autêntico, com som e em tela cheia imersiva, são mais do que o suficiente para abrir espaço para o seu conteúdo no TikTok. Porém, é importante lembrar: "Lo-fi" ≠ baixa qualidade. A grande maioria dos vídeos do TikTok com alto desempenho tem a resolução de vídeo de 720p ou superior.

5 Mostre e conte.

Ao criar o seu conteúdo promocional para o TikTok, existem algumas maneiras de transmitir as suas principais mensagens comerciais como parte da experiência nativa no TikTok:

- Fale diretamente com os usuários pela câmera
- Inclua uma narração, com fala ou voz em texto
- Adicione textos concisos e informativos
- Inclua closed captions pensando na acessibilidade do vídeo

Misture e combine essas ferramentas para criar um anúncio no TikTok que provoque engajamento e transmita a sua mensagem.

6 Utilize tendências para estimular a criatividade.

Aprenda com os vídeos do TikTok que estão em alta e inspire-se neles ao criar o criativo do anúncio. [Tendências populares](#) é um rastreador de hashtags que identifica os tópicos em alta da semana ou do mês no TikTok.

7 Colabore com criadores.

Os criadores do TikTok sabem como fazer o conteúdo da sua marca brilhar. O [TikTok Creator Marketplace](#) conta com milhares de criadores de diferentes faixas de preço. Filtre a sua pesquisa por tópico de conteúdos, número de seguidores, localização e muito mais para encontrar os criadores perfeitos para contar a sua história².

Chegou a hora de colocar essas dicas em prática! Vale a pena começar navegando e conhecendo a ampla variedade de [soluções para criativos](#) do TikTok.

¹ Fonte dos dados: "Decision Tree Model based Ads Creative Performance Research", maio-julho de 2021.

² OBSERVAÇÃO: Para obter informações detalhadas referentes à alternância de conteúdos de marca do TikTok e às políticas sobre o que pode ser postado como conteúdo de marca no TikTok, acesse a [Política de Conteúdo de Marca](#).

Checklist Controle de Qualidade do criativo do TikTok

Ao produzir conteúdo para o TikTok, verifique se os seguintes aspectos estão sendo considerados:

Qualidade do vídeo:

- O conteúdo está na proporção de tela cheia de 9:16?
- O vídeo tem uma boa iluminação? Se você comercializa um produto físico, é fácil vê-lo em detalhes?
- A resolução do vídeo é igual ou superior a 720p?
- O vídeo respeita as [especificações e áreas seguras](#) do TikTok?
- Esteja atento à duração do vídeo recomendada (de 21 a 34 segundos)

Som:

- Você está utilizando música, narração ou ambas?
- Se estiver utilizando música no anúncio, certifique-se de que é uma faixa livre de royalties da Biblioteca de músicas para uso comercial
- Se não estiver utilizando música no anúncio, certifique-se de que a narração seja audível com informações úteis e/ou interessantes.
- Se estiver utilizando ambas, verifique o volume para garantir que todas as palavras ditas sejam audíveis

Mensagem:

- A sua mensagem é clara e concisa?
- Você expressa claramente o nome da empresa e/ou do produto?
- Você está utilizando pelo menos uma das táticas de mensagens abaixo:
 - Narração
 - Fala diretamente para a câmera
 - Sobreposições de texto
- O vídeo tem uma mensagem clara da ação esperada? A mensagem principal está de acordo com o seu objetivo?

Aprovação de anúncios:

- Para garantir que o criativo do anúncio seja aprovado e publicado, leia as [Políticas para o criativo do anúncio](#) do TikTok

5

Ideias para o TikTok rápidas e fáceis

Para a sua empresa

1

Apresente os mais vendidos

Mostre o seu melhor produto ou conteúdo aos usuários do TikTok. No anúncio, tenha como foco um produto/serviço principal e valorizando os argumentos de venda do item, contando o que torna esse item tão popular.

Ideias para começar

- Crie um gancho para atenção imediata. Que tal um dado curioso que chame a atenção do público alvo? Por exemplo: "o item com a lista de espera de 1.000 pessoas está de volta!", "o estoque deste item esgotou cinco vezes", "milhares de pessoas já se inscreveram neste serviço".
- Por que este produto/serviço é tão popular? Conte aos usuários por que tantas pessoas o adquiriram.
- Mostre o produto em uso para dar destaque às suas melhores funções.

2

Converse com clientes satisfeitos

Utilize depoimentos para transmitir confiança e credibilidade para a audiência. Incentive os clientes satisfeitos a postar uma avaliação do seu produto/serviço e a marcar a sua empresa. Se você deseja divulgar as suas principais avaliações on-line, utilize os recursos do próprio aplicativo do TikTok, para adicionar textos e locuções no anúncio

Ideias para começar

Exiba avaliações que falem sobre:

- O que convenceu o usuário de comprar o seu produto/serviço
- Os principais benefícios obtidos desde a compra
- Como é fácil utilizar o seu produto/serviço
- Por que outros usuários devem experimentar o seu produto/serviço

3

Mostre os bastidores

Os usuários do TikTok adoram aprender sobre como as coisas são feitas. O que pode ser uma atividade comum para você pode ser surpreendentemente divertido e interessante para os outros. Mostre o lado humano da sua empresa dando aos usuários uma ideia dos bastidores.

Ideias para começar

- Mostre o processo de fabricação do produto. Você pode criar uma conexão mais pessoal com a audiência mostrando toda a atenção, o esforço e o cuidado durante a produção.
- Filme o processo de empacotamento dos pedidos. É o oposto de um vídeo de unboxing e tão agradável quanto de assistir.
- Mostre os bastidores de uma foto, vídeo ou filmagem comercial. Se você tiver alguma produção de conteúdo planejada para outros canais, aproveite a oportunidade da gravação para capturar conteúdo dos bastidores sem filtros. Afinal, a autenticidade é essencial no TikTok.

4

Faça listas

Talvez a maneira mais fácil de aparecer no TikTok é fazer listas daquilo que você quer dizer. Esteja você listando os principais argumentos de venda ou maneiras diferentes de utilizar o produto, organizar as informações no formato de lista pode ser um modelo fácil para a criação de conteúdo no TikTok. Outra vantagem é que, com as listas, é mais fácil a sua audiência lembrar dos benefícios do produto.

Ideias para começar

- "5 razões pelas quais você precisa do [serviço] na sua vida"
- "3 motivos para o [produto de beleza] ser a melhor opção no kit de maquiagem"
- "5 looks diferentes [roupas ou acessórios]"

5

Encaixe-o na rotina diária

Conecte-se com a sua audiência mostrando o seu produto/serviço em uso no dia a dia. Com esse ponto de vista, você pode demonstrar os benefícios do produto de modo relacionável e engajante.

Ideias para começar

- Mostre um item versátil e seus vários usos ao longo do dia
- Mostre como o seu produto/serviço se encaixa na rotina diária
- Mostre como o seu produto/serviço ajuda a resolver os desafios diários

5

Ideias para o TikTok rápidas e fáceis

Para a sua empresa

Guia para brainstorming

Fique à vontade para seguir as sugestões abaixo de cada ideia do TikTok para despertar a criatividade e criar o seu próximo TikTok.

1

Apresente os mais vendidos

Sugestões de brainstorming:

Identifique como chamar a atenção. Qual estatística interessante você deseja compartilhar com os clientes potenciais?

Por que o produto/serviço é popular:

Ideias de call-to-action:

2

Converse com clientes satisfeitos

Sugestões de brainstorming:

Tipos de clientes a serem atendidos:

Principais avaliações a serem exibidas:

Principais aspectos para citar no vídeo:

3

Mostre os bastidores

Sugestões de brainstorming:

Que tipos de conteúdo dos bastidores a sua empresa pode criar?

- o Making-of
- o Separação dos pedidos
- o Fotos ou vídeos dos bastidores
- o Outro:

4

Faça listas

Sugestões de brainstorming:

Liste os 5 principais benefícios do uso do seu produto:

Como eles podem ser abordados de um modo relacionável e atrativo? (exemplo: 5 motivos pelos quais os alunos precisam do serviço)

5

Encaixe-o na rotina diária

Sugestões de brainstorming:

Como o produto/serviço se encaixa na rotina diária?

Quais desafios diários o produto/serviço ajuda a solucionar?

Cause impacto com o TikTok

Trouxemos as respostas às perguntas frequentes que recebemos de agências como a sua. Gere retorno para os clientes mantendo-os na vanguarda para criativos + marketing de performance.

O TikTok ajuda apenas com reconhecimento?

O TikTok é uma plataforma de funil completo perfeita para clientes que estão buscando reconhecimento, engajamento ou conversão. No TikTok, as marcas que encontram sucesso na plataforma são as que usam o entretenimento como forma de interagir com a comunidade.

1,5x

Os usuários do TikTok são 1,5x mais propensos do que usuários de outras plataformas a descobrir novas marcas e novos produtos no TikTok¹

65%

Os usuários do TikTok assistem a tudo o que o algoritmo/a programação sugere²

1 a cada 2

Os usuários do TikTok estão dispostos a fazer compras diretamente no TikTok³

Os clientes conseguem alcançar novas audiências?

O TikTok tem tudo a ver com unir comunidade e comércio. Inclusive, temos mais de **1 BILHÃO DE USUÁRIOS MENSAIS**⁴ e quase metade deles não estão em outras plataformas.

Qual é o diferencial do TikTok?

É essencial destacar que o engajamento no TikTok é diferente do engajamento em qualquer outra plataforma, porque vai além de apenas curtidas e compartilhamentos. Trata-se de uma experiência imersiva, engajante e divertida sempre que o TikTok é aberto. Os usuários precisam estar totalmente presentes para usufruir a experiência da plataforma do TikTok e, além disso, eles criam em conjunto com marcas e criadores.

Os consumidores realmente confiam nas PMEs no TikTok?

O TikTok de fato aumenta a confiança nas pequenas empresas. Após ver um anúncio no TikTok, independentemente do segmento, observamos que as PMEs obtiveram um aumento de +11 no índice de confiança. Mas também vale a pena destacar o aumento da confiança em alguns segmentos!

+14

Aumento para negócios de Beleza (índice de pontuação: 150)⁵

+13

Aumento para negócios de Vestuário (índice de pontuação: 154)⁵

+5

Aumento para negócios de Bens de consumo embalados (índice de pontuação: 116)⁵

O TikTok é seguro?

No TikTok, firmamos o compromisso de ser a plataforma mais proativa quanto a manter a sua segurança e a de seus clientes. Além de termos diretrizes da comunidade rígidas, centrais de segurança para monitorar continuamente o conteúdo e políticas de segurança para menores de idade, constantemente criamos soluções de segurança da marca, defendendo a transparência e a responsabilidade, e seguimos em parceria com os principais interessados para evoluir nesse aspecto.

Configurações para agências e seus clientes

Por meio de um **espaço centralizado**, a Central de Negócios da Agência ajuda você a **monitorar o acesso** a todas as campanhas e dados dos seus clientes e **otimizar o gerenciamento**.

Espaço centralizado

Gerencie pixels, crie e monitore contas e faturas de anúncios, rastreie o desempenho, entre outros, tudo em um só lugar.

Gerenciamento do acesso

Você saberá quem tem cada acesso específico a ativos e dados e poderá ajustar isso conforme necessário.

Domínio de dados e ativos

A sua empresa terá a gestão dos ativos e dados criados na Central de Negócios ou transferidos para ela.

Resumo do painel de controle.

Centralize várias equipes e clientes em um só lugar com acesso prático a todos os seus ativos em uma central. Além disso, o pagamento e o faturamento também são centralizados.

Gerenciamento de contas

Conceda e faça ajustes de acesso em relação a ativos e dados para indivíduos e parceiros.

Acesso à Central de Negócios

- Membros (Administrador vs. Padrão, + funções financeiras avançadas)

Acesso a ativos (e dados)

- Membros e parceiros
- Edição vs. visualização

Criativo e estratégias

Acesse para criar e compartilhar diversas campanhas em contas de anúncios.

Construção da marca

- Contas do TikTok
- Creator Marketplace*

Marketing de desempenho

- Pixels*
- Gerenciamento de leads*

Comércio eletrônico

- Catálogos*
- Lojas do TikTok*

Mídia e análises

Analise de modo específico ou geral os insights e o desempenho do anúncio com base na sua estratégia.

Monitoramento personalizado

- Relatórios entre contas
- Filtros personalizados
- Monitoramento de primeira linha

Planejamento de mídia e insights da audiência

- Em breve*

Finanças

Recarregue, visualize e pague os investimentos em contas de anúncios pertencentes à Central de Negócios.

Gerenciamento do saldo

- Recarga via cartão ou linhas de crédito
- Compartilhamento do saldo com contas de anúncios próprias

Faturas

- Gerenciamento de faturas centralizado em um único lugar

O que fazer agora?

Configure a Central de Negócios da Agência

Ative os anunciantes

Acelere o crescimento

Mantenha o sucesso

Comece a sua jornada configurando a sua **Central de Negócios da Agência** hoje mesmo.

Aviso de isenção de responsabilidade legal: Este documento é propriedade da TikTok Inc. e foi preparado pela TikTok Inc. apenas para fins informativos. O destinatário deste documento deve manter este documento e todas as informações nele contidas sob estrito sigilo e não tem o direito de distribuir, exibir, mostrar, explorar ou utilizar este documento de qualquer outra forma para qualquer propósito que não seja a análise das informações aqui apresentadas pela TikTok Inc. Por meio deste, o destinatário representa e garante que não publicará, postará ou divulgará publicamente de qualquer outra forma este documento ou qualquer um dos seus elementos por meio de qualquer propósito. O destinatário reconhece que as informações aqui contidas são apenas ilustrativas e não estão licenciadas para distribuição pública pelo destinatário.

Nem a TikTok Inc. nem os seus afiliados ou os respectivos diretores, administradores, funcionários ou agentes (referidos coletivamente como "TikTok") oferecem qualquer representação ou garantia, expressa ou implícita, em relação à precisão ou à completude das informações contidas neste documento, e não aceitam nenhuma responsabilidade ou obrigação em relação a qualquer uma dessas informações. O TikTok se isenta expressamente de toda e qualquer responsabilidade que possa ser baseada neste documento e em qualquer erro ou omissão nele contidos. O TikTok não tem obrigação ou responsabilidade de atualizar nenhuma informação contida neste documento. O desempenho passado não garante nem prevê o desempenho futuro.