

 **TikTok** for Business



**Fim de ano no
TikTok:
da inspiração
às compras**





Tópicos



01 **Arrase nas comemorações**

Aproveite as oportunidades sazonais no TikTok

02 **Inspire e venda**

Como usar o TikTok para campanhas comemorativas de fim de ano

03 **Adicione brilho**

Dicas criativas para um conteúdo irresistível

04 **Banquete festivo**

Planeje campanhas de dar água na boca



01

Arrase nas comemorações

Aproveite as oportunidades sazonais no TikTok



O melhor lugar para comemorar as festas de fim de ano



O TikTok é um paraíso de descobertas, onde desde os apaixonados por presentes até os superfãs de comemorações de fim de ano encontram seu espaço.



Com conteúdos que abrangem todas as etapas da temporada de festas de fim de ano, o TikTok cria oportunidades para pequenas empresas, desde a preparação até o grande dia.

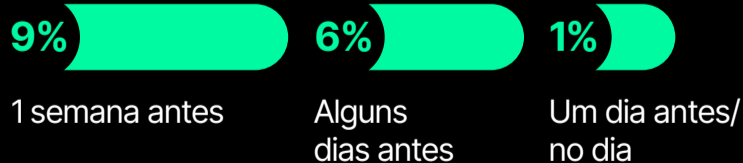
Nunca é cedo demais para começar a preparação para as comemorações de fim de ano.

Os 'gifters' de Natal do TikTok começam a **comprar** presentes:



2 em 3

Começam a comprar presentes pelo menos **1 mês antes** do Natal (65%)



Enquanto isso, **16%** esperam até o último minuto para começar as compras de Natal

Conversas sobre a temporada

As hashtags de fim de ano que você precisa conhecer:

#BlackFriday

#BlackFridayBrasil

#PresenteDeNatal

#ReceitasDeNatal

#DicasParaCompras

#Descontos

#IdeiasDePresentes

Dica:

Use a ferramenta de descoberta de tendências no TikTok Ads Manager para buscar hashtags em alta.



02

Inspire e venda

Como usar o TikTok para campanhas comemorativas de fim de ano



Aproveite o burburinho antes, durante e depois das comemorações de fim de ano

A descoberta é só o começo! O TikTok conecta o público a conteúdos cativantes, despertando seu interesse e guiando-os pelo funil de compras.

Os produtos mais oferecidos como presente no Natal pelas pessoas do TikTok são:



+59%

Roupas e acessórios



+54%

Beleza, fragrâncias e skincare



+49%

Brinquedos e jogos

Os presentes que as pessoas do TikTok mais querem receber:



+48%

Roupas e acessórios



+42%

Beleza, fragrâncias e skincare



+39%

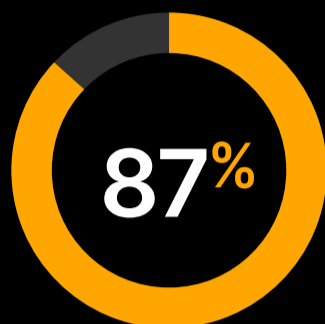
Dinheiro

Tendências que valem a pena celebrar

Antecipe o engajamento e aproveite as tendências com conteúdos inspiradores na For You do TikTok.

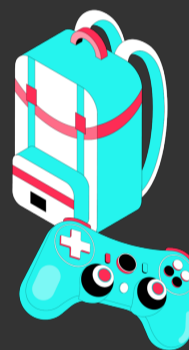


Ideias de roupas

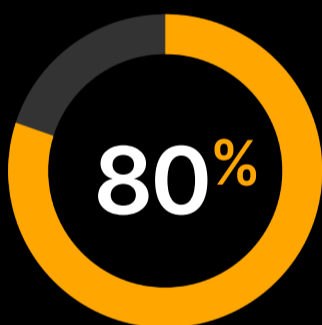


das pessoas se presenteiam durante as compras de fim de ano.

Dica: incentive os compradores a completarem suas listas de presentes das festas oferecendo motivos irresistíveis para se mimarem também.



Conteúdo sobre games e viagens

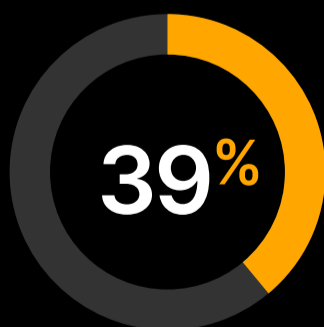


mais compras relacionadas a viagens são feitas durante o período de festas de fim de ano, quando o TikTok é usado.

Dica: aproveite ao máximo o aumento do planejamento de viagens com colaborações de criadores e inspirações de destinos.



Inspirações de ceias



dos entrevistados planejam usar recompensas e cashback nesta temporada de festas

Dica do profissional de marketing: Faça parceria com plataformas de serviços financeiros para oferecer mais opções de pagamento e recompensas aos consumidores.

Leve para casa nas comemorações de fim de ano

Aumente as vendas nos momentos de pico com conteúdo oportuno que vale a pena compartilhar.



Veja como a go Bravo aumentou em 71% sua taxa de vendas em comparação a outros meios usando Spark Ads

As pessoas no TikTok veem o Natal como uma época para receber visitas, fazer compras e viajar.

34%

das pessoas no TikTok dizem que organizam uma festa ou reunião de Natal.

1 em 4

das pessoas no TikTok dizem que compram uma roupa nova especial para o Natal.

16%

de pessoas no TikTok dizem que viajam ou tiram férias durante o Natal.

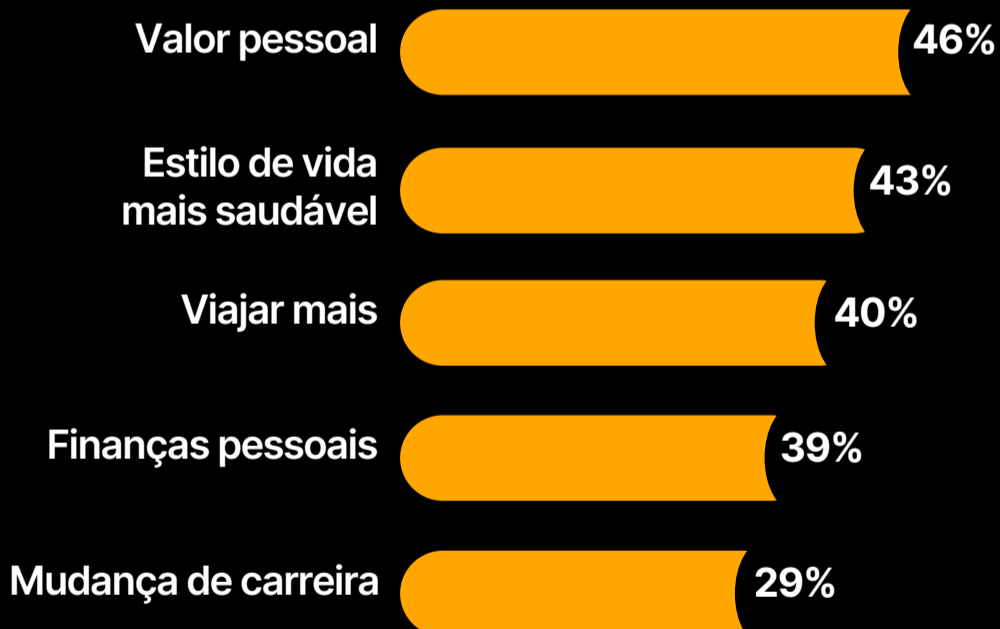
Transforme os presentes do quarto trimestre em compras do quinto trimestre

A comunidade do TikTok nunca tira férias da página FYP. O 5º trimestre é o período entre o Natal e meados de janeiro, quando o público continua comprando para si depois das comemorações de fim de ano.

1 em 2 usuários do TikTok planejam fazer compras no 5º trimestre para aproveitar as vendas depois das comemorações de fim de ano.

51% dos usuários do TikTok dizem que provavelmente farão compras durante o 5º trimestre para se presentear ou para cuidar de si mesmos.

Inspire conexões com os usuários do TikTok, prestando atenção às metas deles no 5º trimestre.



Dica: aproveite ao máximo as resoluções e metas pessoais de 2025, prospectando e redirecionando os compradores para os produtos com os quais eles têm mais probabilidade de gastar.

03

Adicione brilho

Dicas criativas
para conteúdo
irresistível



Escolha o presente perfeito

Encontre sua voz no TikTok e crie estruturas de conteúdo que vendam.



A fórmula vencedora

×1 gancho eficaz (primeiros 3–5 segundos)

- Compartilhe dicas e truques de compras
- Destaque uma promoção de festas de fim de ano
- Chame seu público-alvo

Pontos de venda únicos (10–20 segundos intermediários)

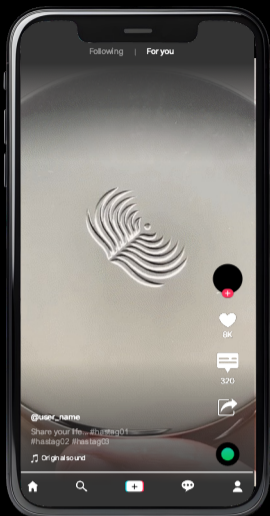
- Mostre por que é popular
- Resolva um problema
- Atraia-os com recursos visuais

×1 chamada à ação clara (3–5 segundos finais)

- **Motivação:**
Confira você mesmo
- **Promoção:**
Obtenha sua oferta agora
- **Mensagem da marca:**
Entre para o time do [produto]

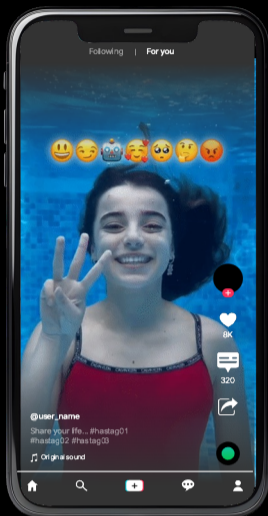
Hora de embrulhar para presente

Deixe essas dicas criativas guiarem seu caminho:



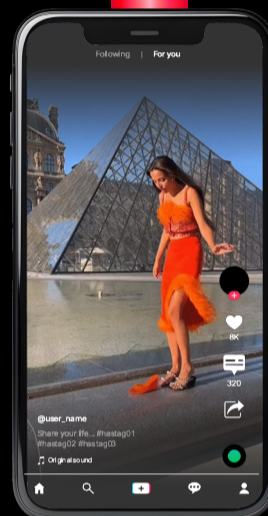
Conteúdo nativo

Crie conteúdo feito usando a linguagem do TikTok



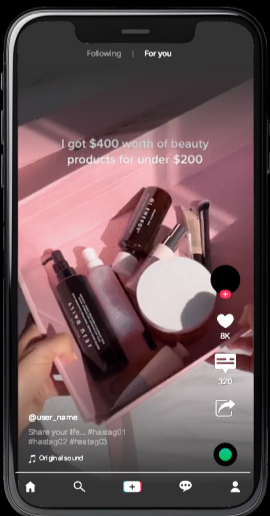
Estruturas

Use estruturas de conteúdo que agreguem valor e promovam o engajamento



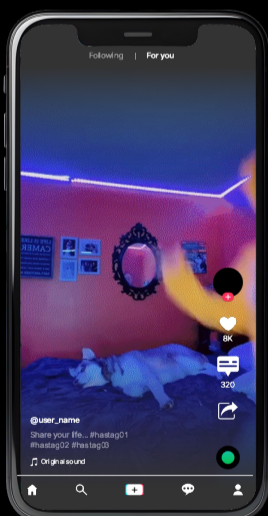
Brilhe

Use técnicas de edição criativas para chamar a atenção



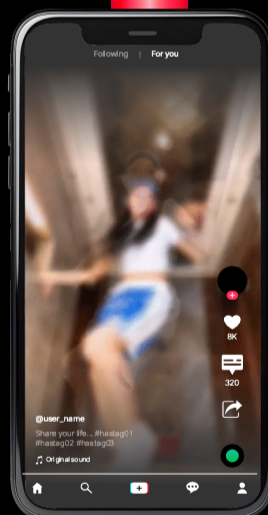
Destaque

Foque no valor da produção preenchendo a tela sem interromper a interface do usuário



Tendências

Conecte-se com pessoas participando de conversas e vídeos em tendência



Dê o play

Escolha áudios e músicas que estão em alta para valorizar sua narrativa

04

Banquete festivo

Planeje campanhas de dar água na boca



Construa uma boa base

Se você é novo no TikTok, há alguns princípios básicos que você precisa entender para aproveitar todo o seu potencial.

1

Crie sua conta do Ads Manager

Acesse getstarted.tiktok.com e configure uma forma de pagamento para começar a criar anúncios.

Configure o TikTok Pixel

2

O Pixel permite que você capture eventos de todas as ações dos visitantes do site. Aprenda como funciona, configure **três ou mais eventos de rastreamento** e certifique-se de ativar a **Combinação avançada automática** e os **Cookies primários**.

3

Crie seu primeiro anúncio

Criar para o TikTok é diferente, não difícil. Use o Assistente de criativos do TikTok com IA para obter soluções criativas personalizadas e os modelos criativos de anúncios do CapCut para um acabamento com aparência profissional.

Execute sua primeira campanha

4

Use o objetivo de conversões do site, otimize para Concluir pagamento (ou o resultado desejado) e use segmentação Ampla ou Balanceada.

5

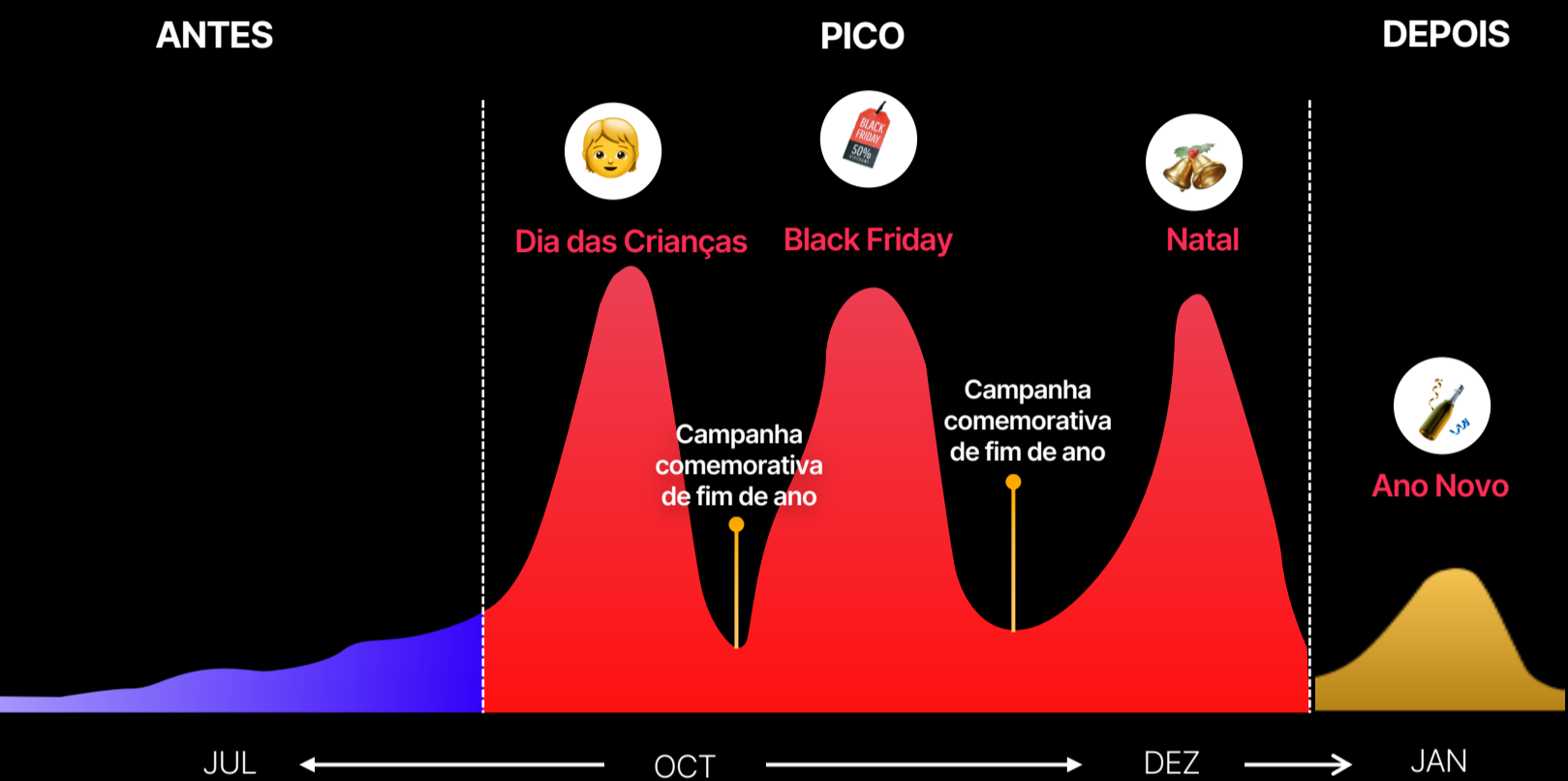
Nutrir e otimizar

Inclua de 2 a 3 (ou mais) criativos e execute campanhas por pelo menos 7 dias antes de otimizar. Se você tem uma conta comercial no TikTok, use Spark Ads e considere usar Públicos personalizados de tráfego da Web após suas primeiras campanhas.

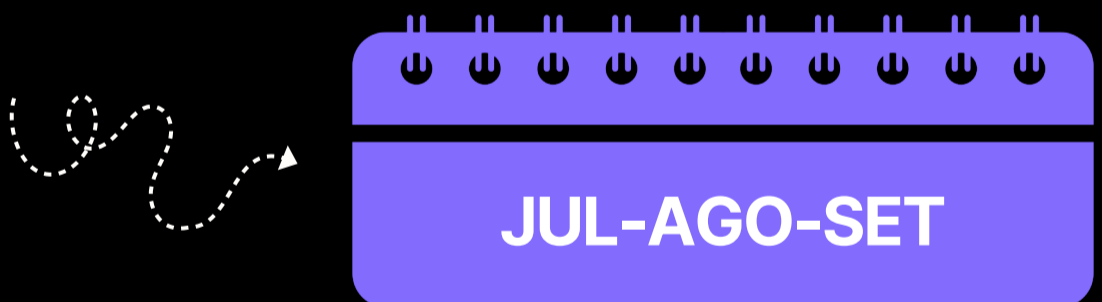
Sua campanha de fim de ano: crie momentos apetitosos

Aproveite os principais momentos de compras durante e depois das comemorações de fim de ano.

Iniciante? Siga nosso guia de **Fundamentos** e configuração da Campanha de conversões no website e fique por dentro.



Crie seu público antes da alta temporada



Siga nossa seção Fundamentos para configurar uma [conta de anúncios](#) e comece a gerar conversões com sua campanha de conversões do site.



Anunciante experiente?

- Experimente diferentes formatos de segmentação, público e criativos, confira a seção de formatos de anúncios para se inspirar.
- Escolha seus KPIs e procure aumentar o volume de conversões, diminuir o CPA e melhorar o ROAS gradualmente ao longo do tempo.

Festa a todo vapor

OUT-NOV-DEZ

Conheça seu público em cada etapa do funil durante o pico da temporada de festas de fim de ano:

- ✓ Redirecione clientes existentes usando públicos personalizados para gerar menor custo por aquisição e maior retorno sobre o investimento em anúncios
- ✓ Crie públicos semelhantes para ampliar seu alcance com base nos dados de seu público existente
- ✓ Use a otimização baseada em valor para encontrar usuários com maior probabilidade de comprar

Quer mais?

JAN

Atenda ao público ativo entre o Natal e as promoções de janeiro:

- ✓ Analise os resultados das campanhas de pico durante as festas e incorpore os aprendizados em novas campanhas
- ✓ Lance campanhas depois das comemorações de final de ano com criativos atraentes e chamadas à ação cativantes

A cereja do bolo (da conversão)



Depois de ter acertado nas campanhas de conversão do site, adicione esses recursos à sua programação para uma temporada de fim de ano voltada para vendas:



Video Shopping Ads

- Dê o seu melhor e apresente seus principais produtos por meio do seu Catálogo
- Desde a promoção de presentes de Natal até o redirecionamento de decorações abandonadas no carrinho de compras, aumente a receita durante os maiores períodos de vendas
- Configure seus anúncios por meio do objetivo Vendas de produtos por meio do seu catálogo de produtos



Catálogo de produtos

- Exiba seu catálogo de produtos na página For You usando Anúncios de compras em vídeo com Catálogo
- Sincronize seus produtos diretamente com plataformas como Shopify, VTEX, Loja Integrada e muito mais
- Adicione produtos manualmente, use um feed de dados ou um modelo para upload rápido em lote por meio do seu Business Center



 **TikTok** for Business



**Boas
Festas!**

