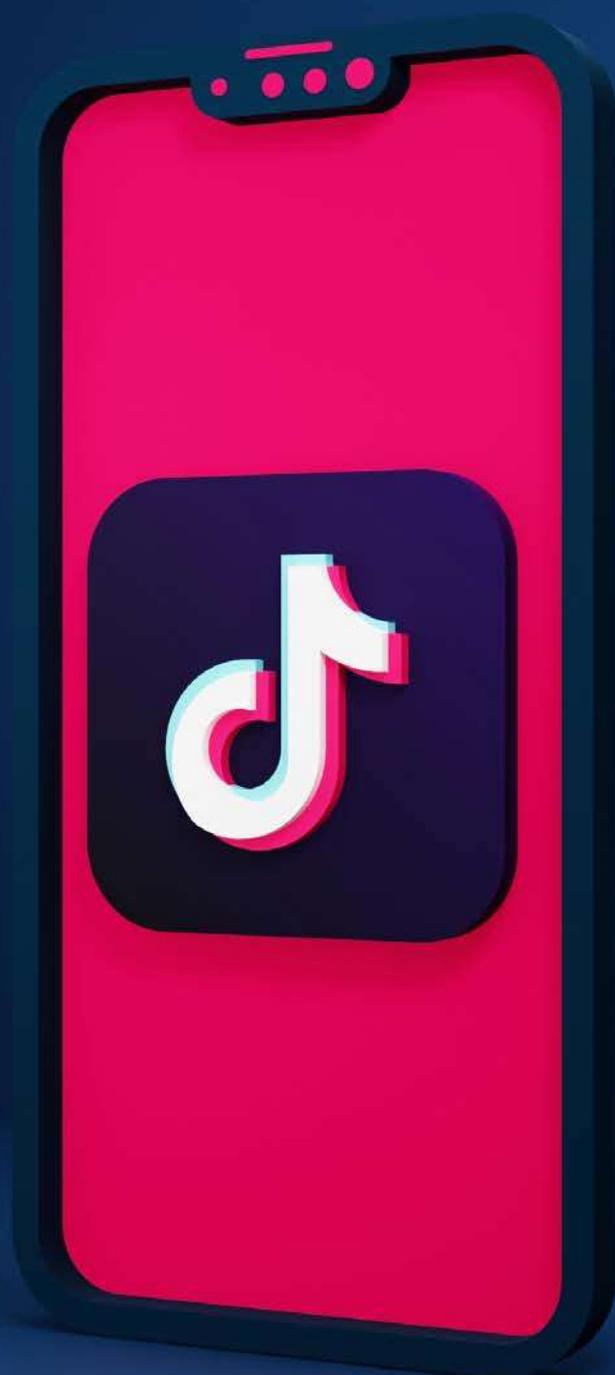


# Como vender no TikTok

Entenda o funcionamento da rede social TikTok para alavancar as vendas do seu negócio. Veja aqui um passo a passo com várias dicas importantes.



# Sumário

Como funciona o TikTok .....	04
Formatos de vídeos para TikTok .....	06
Anúncios no TikTok.....	08
Como vender no TikTok?.....	09

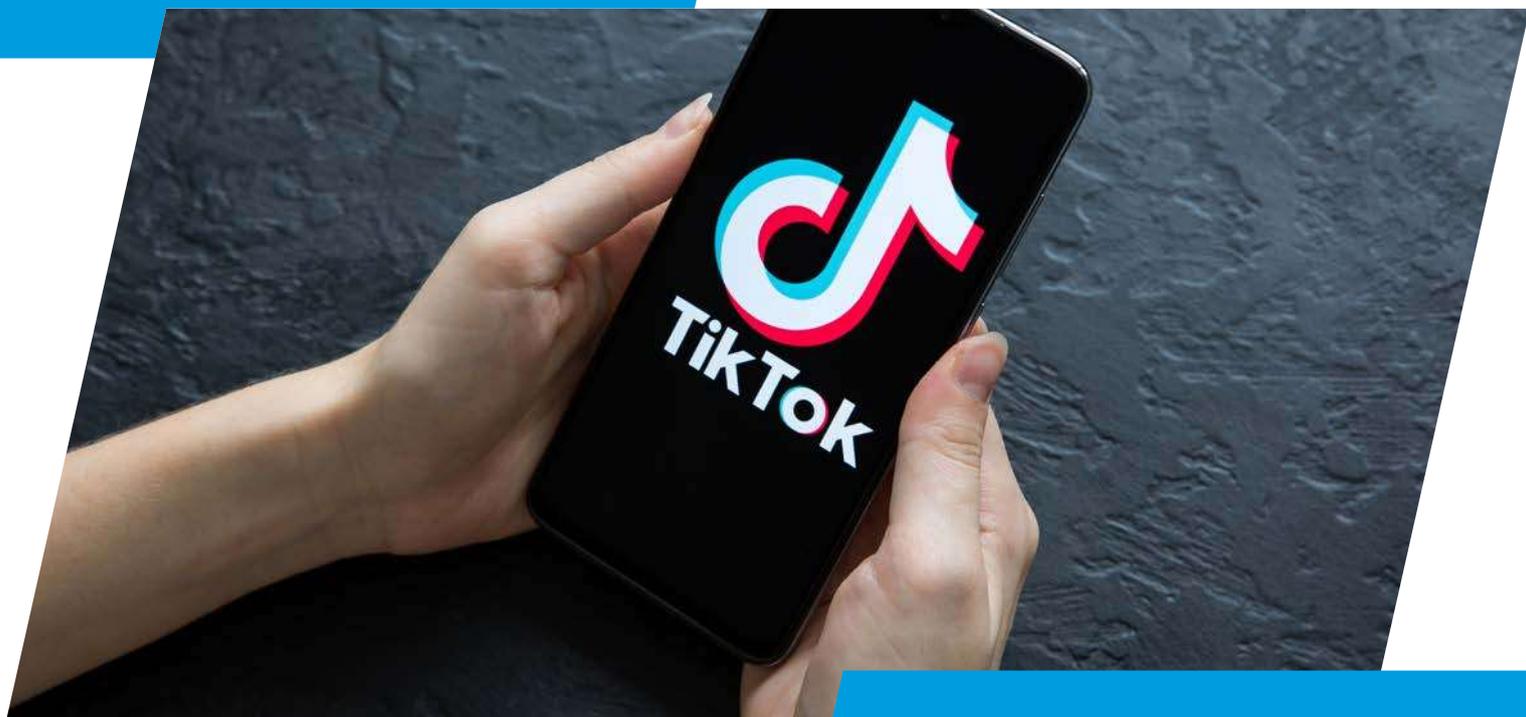
O TikTok se tornou uma das redes sociais mais populares do mundo. E, como um bom empreendedor, você deve estar se perguntando: **como posso vender no TikTok?**

Antes que você pense que essa rede social só tem espaço para dancinhas, dublagens e diversão, já antecipamos: OLX, QuintoAndar, Petz, Renner, Guaraná Antarctica são apenas algumas das muitas marcas que já vendem no TikTok.

O TikTok hoje é a rede social recorde em acessos e interações – são 1 bilhão de usuários ativos ao mês, o que corresponde a cerca de 14% da população mundial. E o Brasil é o segundo país com mais usuários – cerca de 4,72 milhões –, ficando atrás somente da China.

Apesar de ter começado com os mais jovens e ser mais voltada ao entretenimento, é notável o amadurecimento da rede. Já é possível encontrar pessoas de todas as idades e conteúdos dos mais variados nichos.

É a rede social com maior engajamento – isto é, na qual as pessoas usuárias gastam mais tempo e realizam mais ações. Por isso, tornou-se um importante canal de vendas. Há registros de que o brasileiro despende várias horas por dia na rede social. E onde há gente, há interesse em comprar produtos e conhecer novas marcas, certo?



## Como funciona o TikTok

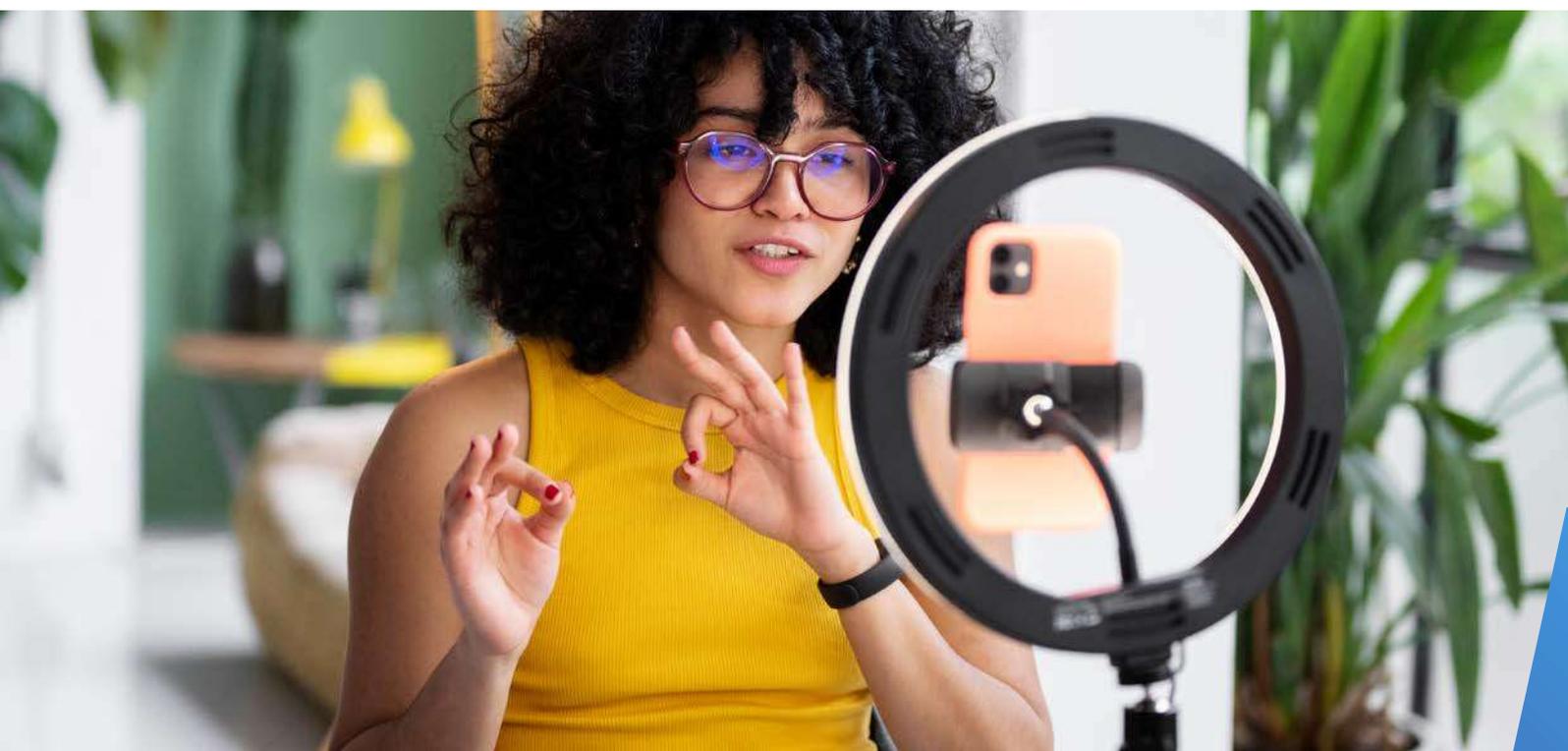
A rede social chinesa permite criar e compartilhar vídeos curtos – de 15 segundos a 3 minutos. Normalmente, os vídeos são acompanhados por um fundo musical, ou recebem filtros que possibilitam a sincronização entre a fala e a face – as famosas dublagens.

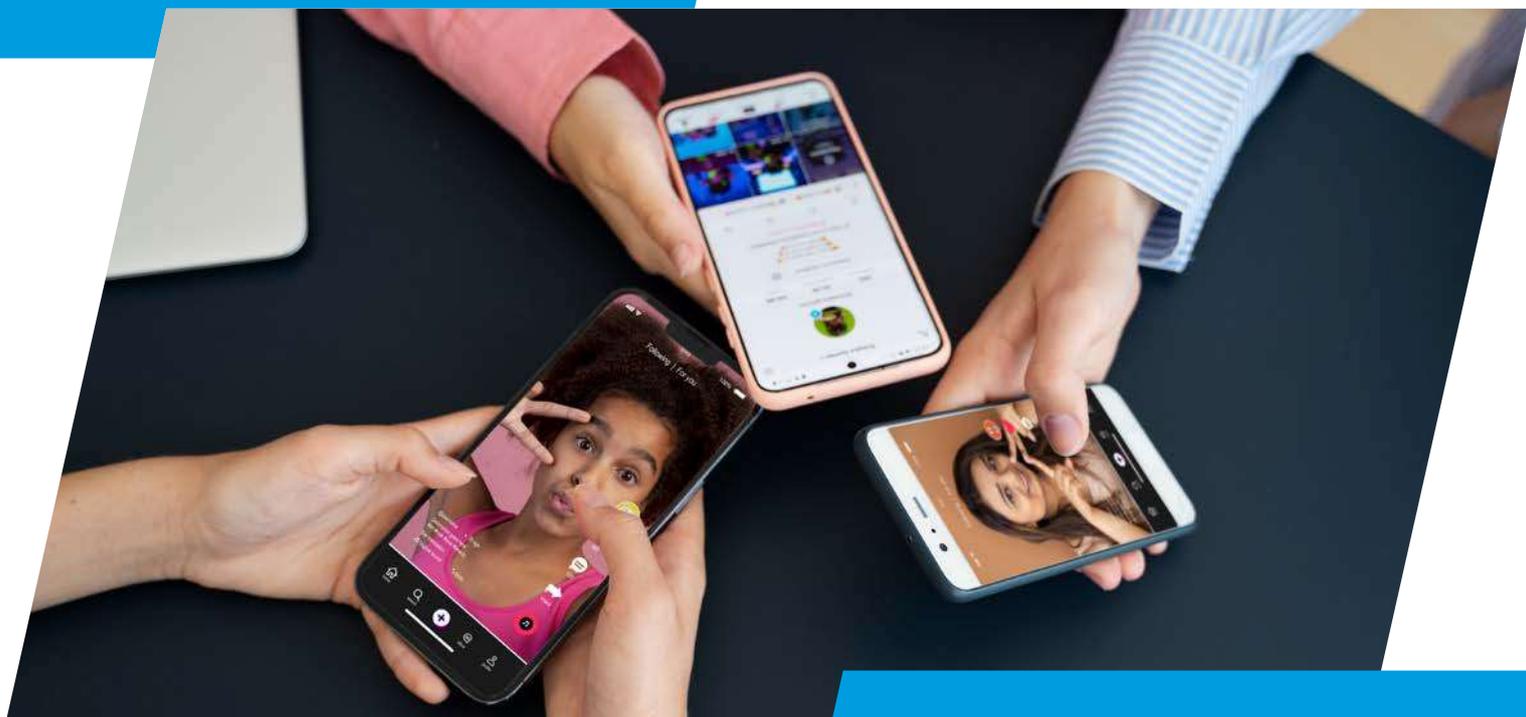
Se, no início, o foco era somente lazer, aos poucos os criadores de conteúdo começaram a ganhar espaço, especialmente com os tutoriais (vídeos em que se ensina a fazer algo) e as resenhas (quando se compra ou ganha algo, é produzido um vídeo testando o produto, mostrando os pontos positivos e negativos).

Portanto, engana-se quem pensa que o TikTok é um espaço somente de diversão. Há vários influenciadores criando conteúdos informativos. E, aliás, este é o caminho mais natural sobre como vender no TikTok: por meio de conteúdos.

Saiba que produzir conteúdo informacional ou de qualidade é uma das formas estratégicas para vender no TikTok.

Ainda sobre o funcionamento, vale mencionar que o TikTok tem um poderoso algoritmo, que permite customizar os conteúdos que serão expostos conforme o perfil. Isso garante um pré-filtro, operacionalizado pela inteligência artificial por trás da rede, dos tipos de vídeos que serão mostrados a cada usuário.





## Formatos de vídeos para TikTok

Há uma imensa diversidade de conteúdos presentes na rede, desde assuntos mais técnicos (para advogados, por exemplo), passando por receitas, saúde e nutrição e indo até diversão. Quanto aos formatos, no TikTok são mais habituais os vídeos de:

- **desafios:** é comum que algum desafio se torne uma tendência; talvez você tenha visto o desafio dos 10 anos — com uma cena de 10 anos atrás e outra atual. Vale a pena acompanhar e participar de desafios;

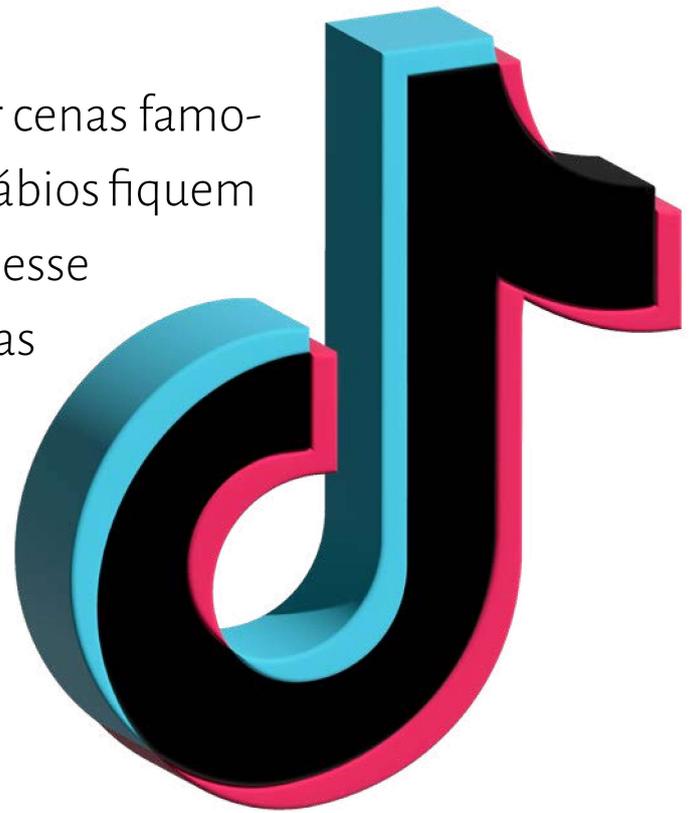
▪ **dublagens:** é possível dublar cenas famosas, de forma que o áudio e os lábios fiquem sincronizados. Para conhecer esse artifício, é útil seguir os temas que estão em alta, os famosos trends da moda;

▪ **perguntas e respostas:** muito usado também nos stories do Instagram. Você pede aos seus seguidores que façam uma pergunta e grava um vídeo de até um minuto respondendo à questão formulada;

▪ **curiosidades:** use montagens, especialmente os áudios mais escutados, de forma estratégica e alinhada com o seu negócio.

▪ **tutoriais:** servem para ensinar algo e normalmente são do tipo “como fazer”. Neste caso, pode ser útil combinar imagem com legendas.

▪ **live stream:** existe a possibilidade de fazer as lives, inclusive as do tipo “live commerce”, na medida em que seu perfil atingir um mínimo de 1.000 usuários.





## Anúncios no TikTok

Além desses formatos produzidos na ferramenta, que são chamados de conteúdo orgânico, existe a opção de fazer anúncios, os TikTok Ads.

Por fim, vale lembrar que as pessoas, no geral, acessam as redes sociais para passar o tempo, por lazer ou para fazer pesquisa. Especialmente se o seu assunto for muito técnico, é fundamental considerar esse contexto da rede social.

Em regra, o seu produto vai interromper o momento de descontração. Por isso, você precisa aprender a produzir usando criatividade, humor ou capacidade de síntese – e trazer um conteúdo relevante, mas de forma resumida.



## Como vender no TikTok?

Existem várias formas de usar a rede social para impulsionar a sua receita. Partindo do pressuposto de que você ainda não possui o aplicativo instalado no seu celular, o primeiro passo é baixar o TikTok e criar uma conta business.

Em seguida, busque por negócios dos mais variados nichos e tamanhos e procure entender o que eles têm produzido. A ideia aqui não é copiar, mas identificar tendências do que as marcas têm feito; quais as estratégias têm sido utilizadas por negócios similares aos seus (trends, publicidade, influenciadores, conteúdo, ou tudo isso de forma combinada); o que combina com o seu negócio e com você.

Agora é hora de montar o seu quadro de inspiração. Não pule a etapa de pesquisa. Cada rede social tem a sua especificidade. Você pode e deve derivar conteúdo, isto é, aproveitar um mesmo tema ou conteúdo em vários formatos e redes, mas não vale a pena simplesmente copiar e colar um conteúdo do Pinterest ou do Instagram no TikTok. É necessário adaptar.

## Feita a pesquisa, selecionamos um passo a passo que pode ajudar:



### **1 – Produza conteúdo de qualidade com constância**

Produzir conteúdo de forma estratégica, alinhada com a sua marca e com constância é um dos primeiros hacks de vendas no TikTok. Para ajudar você a colocar isso em prática, um calendário editorial voltado às redes sociais pode ser um bom ponto de partida.

Agora que você já fez uma pesquisa prévia sobre o funcionamento da rede e o tipo de conteúdo que é veiculado lá, é importante entender o que você, enquanto marca ou negócio, quer comunicar e para quem.

O seu posicionamento de marca deve funcionar como um norte nessa produção. Aliás, se você ainda não tem

um Manual de Marca, vale a pena investir em um. E a comunicação deve ser orientada para o seu público-alvo – o tipo de conteúdo, as tendências e os formatos. Uma boa identificação de persona pode ajudar você. É importante que você fale a linguagem das pessoas para as quais pretende vender.



## **2 – Marketing de afiliados**

Esta é uma opção para quem deseja vender um produto que não é seu, e sim de outra pessoa, e ganhar uma comissão. É um nicho interessante, porque os afiliados normalmente conseguem atingir um público que, geralmente, não é atendido pelas empresas.

Para isso, é necessário produzir bastante conteúdo sobre o produto ou o nicho.



## **3 – Participar das tendências ou trends que fazem mais sucesso**

Tal estratégia implica utilizar os áudios mais famosos de forma coerente com a sua linha editorial. Você pode usar o próprio rosto, ou o de algum funcionário ou mesmo de microinfluencers.

Os áudios que estão em alta são muito mais visualizados do que os nativos. É possível alinhar essas tendências com a proposta da sua marca.

Participar das tendências, hoje, é uma das melhores formas de ser encontrado no TikTok. Os áudios que estão em alta têm mais alcance, isto é, são exibidos e assistidos por um volume muito maior de pessoas do que os conteúdos autorais.

Portanto, um hack importante de vendas é participar das trends.



#### **4 – Contar com influenciadores**

Por meio de publicidades, ou o famoso publi, é viável você contratar influenciadores de todos os portes para divulgar a sua empresa ou produto. O cuidado aqui é na escolha de influencers que falam com o seu público-alvo, que possuem sinergia com o seu negócio e tenham um bom contrato.

Uma estratégia que já funcionou bastante em outras redes sociais é enviar produtos para influenciadores, a fim de que eles testem e marquem o seu perfil. Aqui valem algumas dicas: se for enviar e esperar uma marcação gra-

tuita, evite datas comemorativas, pois normalmente os influenciadores recebem muitos presentes nessas datas, assim como podem ter contratos fechados. Aproveite os dias comuns.

Vale enviar seu produto com alguma cartinha customizada, mencionando o seu perfil. Neste caso, lembre-se de que envio gratuito é um presente, e o influenciador pode acabar ou não fazendo uma resenha ou marcando o seu perfil, assim como ele terá liberdade de expressar sua opinião.

### **Alguns exemplos de envio de presentes para influenciadores:**

- se uma pessoa produz conteúdos focados em dietas e treinos, pode não ser muito estratégico enviar doces ou comidas que não sejam da categoria dieta;
- caso você trabalhe com acessórios ou roupas, vale avaliar o estilo do influenciador para entender se há afinidade com o seu produto;
- nem sempre o influenciador precisa ter o seu foco no público destinatário do seu produto, mas no público que vai consumir. Por exemplo, no nicho de produtos para crianças, você pode acessar as influencers que falam de maternidade e também se dirigem às mulheres.



## 5 – Faça promoções

Descontos, ofertas ou, ainda, promover seus outros canais de vendas – lojas físicas, e-commerces ou outros perfis em redes sociais - cabem muito bem no TikTok.



## 6 – Faça tráfego pago com o TikTok Ads

Por fim, um hack indicado para ajudar você a impulsionar as vendas seriam os anúncios pagos.

Em resumo, as pessoas podem chegar até o seu perfil de forma orgânica, por meio de pesquisas ou trends. Ou através de um investimento – o que se denomina tráfego pago ou mídias pagas.

Assim como ocorre em outras redes sociais, o TikTok também apresenta a possibilidade de realizar um anúncio pago, atraindo ainda mais pessoas para o seu perfil.

Fazendo uma analogia, é como se você estivesse distribuindo panfletos da sua marca, só que, em vez de pagar uma gráfica, ou uma pessoa para imprimir, você paga ao TikTok, para que aquele vídeo seja veiculado entre mais pessoas.

O TikTok é uma ferramenta importante de vendas. Segundo uma pesquisa da Opinion Box, 33% dos usuários brasileiros do TikTok compraram ou contrataram algum serviço que conheceram por lá.

Para anunciar no TikTok Ads, é necessário ter uma conta business. Você pode escolher entre direcionar as pessoas que viram o anúncio para o site, incentivá-las a comprar algum produto ou atraí-las para preencher algum formulário. O propósito é que você obtenha mais leads (isto é, uma informação de contato da pessoa que pode se tornar seu comprador).

Na criação de anúncios, é possível também selecionar um público; por isso, o entendimento do seu público consumidor ou da persona que mencionamos acima é relevante. Depois de mais de 180 dias de uso da conta, os algoritmos podem ajudar você encontrar um público semelhante ao que acessou a sua conta. E isso é bastante eficaz para alcançar mais pessoas com um potencial de comprar.

E vale lembrar que você escolherá a arte a ser veiculada no anúncio. Por essa razão, recomenda-se que você faça algum trabalho de produção de conteúdo no TikTok antes de recorrer aos anúncios pagos. Por meio da produ-

ção de conteúdo, será possível identificar quais formatos geram maior engajamento no seu público e possibilitar o uso do público semelhante para a veiculação dos anúncios pagos.

Por fim, é você quem decide a verba diária e a duração das campanhas pagas. E o último passo é implementar uma rotina de acompanhamento de resultados e otimizações constantes.

Portanto, agora é hora de colocar em prática tudo isso ou o que mais se adequar à sua realidade.

**Fonte:** este e-book foi baseado no conteúdo [Como vender no TikTok?](#) do Sebrae em Minas Gerais.

