

# Marketing Digital



# Branding Media



## GUIA DA AULA 3



# Diversifique canais de branding

- Estratégias no TikTok e Reels
- Formatos no TikTok
- A fórmula do sucesso



Acompanhe aqui  
os temas que  
serão tratados  
na videoaula.



# Estratégias no TikTok e Reels

## Tiktok:

- O app é gerenciado pela chinesa ByteDance, especializada em plataformas de conteúdo e que possui fortes algoritmos de engajamento.
- O TikTok está presente em 150 países, em mais de 75 idiomas e já ultrapassou o Instagram em tamanho.



# Estratégias no TikTok e Reels

## O Reels:

- Instagram Reels: lançado em 2020, teve rápida adoção e expansão global, tornando-se um importante recurso do Instagram.
- O único formato de mídia orgânica do Instagram capaz de entregar em grande alcance para pessoas não-seguidoras.



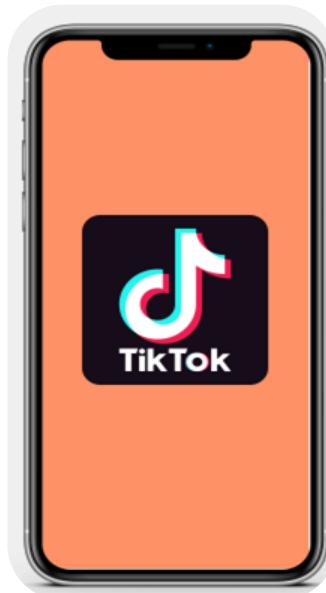
# Estratégias no TikTok e Reels

## Como os algoritmos entendem o engajamento?

- **Curtidas/Likes:** Indicam apreciação do usuário pelo conteúdo.  
Comentários e leitura da legenda: Mostram interação e discussões geradas pelo conteúdo.
- **Compartilhamentos:** Sinalizam relevância e interesse no conteúdo.
- **Visualizações, tempo de visualização, zoom etc.:** Indicam alcance, popularidade e retenção do conteúdo.
- **Salvamentos e cliques no perfil:** Demonstram interesse em revisitar o conteúdo e explorar o perfil do criador.



# Formatos no TikTok



## • **BRAND TAKEOVER**

O anúncio aparece logo que alguém abre o aplicativo

## • **BRANDED EFFECT**

As marcas podem subir efeitos patrocinados, como um filtro

## • **IN-FEED ADS**

O anúncio aparece entre os conteúdos

## • **BRANDED HASHTAG CHALLENGE**

Uma hashtag patrocinada da marca, com possibilidade de interação



# Formatos no TikTok

Exemplo



Marcas que entendem a linguagem do ambiente, potencializam sua mensagem.



# Formatos no TikTok

Exemplo



**Embelezze + Jojo Todynho**

A marca precisava lançar um novo produto e queria amplificar essa mensagem.

## RESULTADO

- + 50 milhões de impressões
- + 20% de taxa de engajamento



# Formatos no TikTok

Exemplo



## Carrefour Bélgica

A marca queria aumentar seu relacionamento com o público

### RESULTADO

- + 3,2 milhões de visualizações de vídeos
- + 24,8% de taxa de engajamento



# A fórmula do sucesso

## Início

É essencial que o primeiro segundo do vídeo tenha um poder de atrair a atenção.

## Durante

Explicar claramente o produto através de temas “quentes” e gerando suspense.

## Grand Finale

Desfecho da história, porque a marca é legal e oportunidade de ter o logo fechando.



# A fórmula do sucesso

Início do vídeo: Capturar a atenção rapidamente

- **Utilizar elementos visuais impactantes**

Animações, cores vibrantes, cenários chamativos

- **Estabelecer conexão emocional**

Surpresa, humor, curiosidade, empatia

- **Empregar tendências e desafios virais**

Participação em hashtags e desafios populares



# A fórmula do sucesso

Meio do vídeo: Apresentar o produto ou serviço

## **Foco nos benefícios e diferenciais**

Solução de problemas, qualidade, inovação

## **Criar conteúdo autêntico e genuíno**

Evitar abordagens excessivamente promocionais ou forçadas

## **Integrar influenciadores e parceiros**

Parcerias com criadores de conteúdo relevantes



# A fórmula do sucesso

Final do vídeo: Encorajar a ação e o engajamento

- ***Call-to-action (chamado à ação) claro e direto***

Incentivar a ação: comprar, se inscrever, seguir, compartilhar

- **Facilitar o acesso às informações de contato**

Site, redes sociais, telefone, endereço

- **Encerrar com um momento memorável**

Surpresa, emoção, humor ou provocação



# A fórmula do sucesso

Dicas extras

- **Manter o vídeo curto e cativante (15 – 90 segundos)**

Respeitar o tempo de atenção do usuário no TikTok

- **Monitorar e aprender com o desempenho**

Ajustar a estratégia com base nos resultados e feedbacks recebidos



# Bons estudos!

