



Whitepaper

Waarom je onderneming nu aanwezig moet zijn op TikTok



Inhoudsopgave

Waaron je onderneming nu aanwezig moet zijn op TikTok	3
TikTok Insights	4
Hoe TikTok inzetten voor je bedrijf?	6
Organische content	6
Checklist om viraal te gaan	8
Betalende advertenties	9





Waarom je onderneming nu aanwezig moet zijn op TikTok

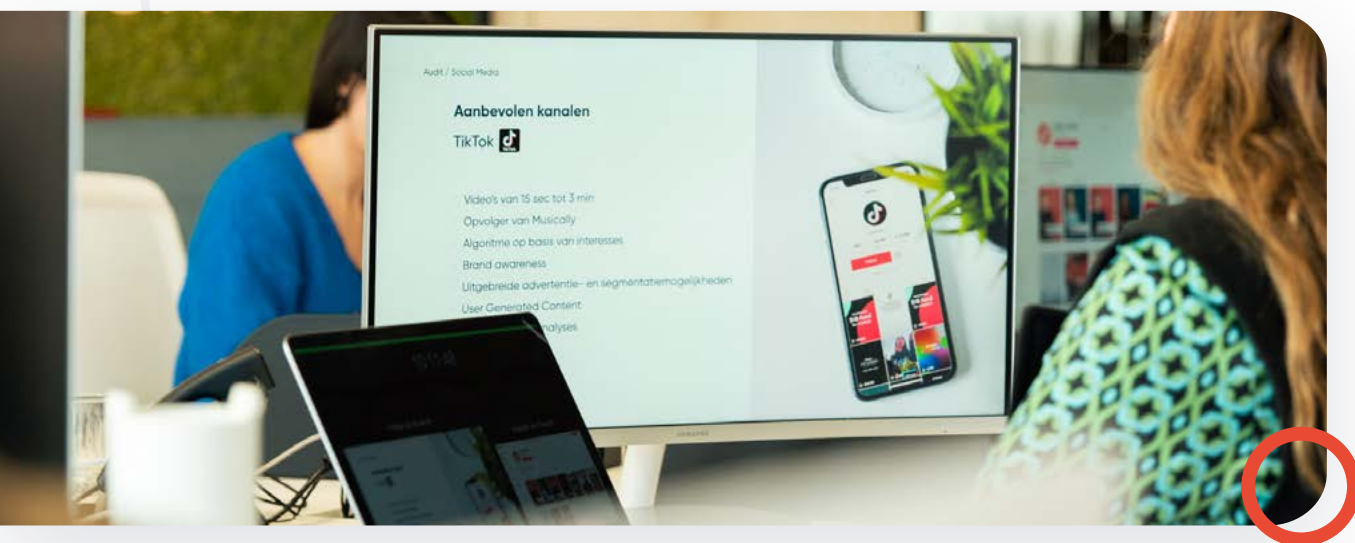
De opkomst van TikTok valt niet te ontkennen: het is momenteel **één van de populairste social media platformen**. Met wereldwijd ongeveer een miljard actieve gebruikers en miljoenen video's die dagelijks gedeeld worden, is het geen verrassing dat bedrijven TikTok beginnen te gebruiken als onderdeel van hun marketingstrategieën. In deze whitepaper bespreken we hoe jij met jouw bedrijf TikTok kan inzetten om in contact te komen met jouw doelgroep, content kan creëren die hen aanspreekt en uiteindelijk ook de verkoop zal stimuleren.



TikTok Insights

Wat is TikTok?

TikTok is een **social media app** waar gebruikers zich op een innovatieve manier kunnen uitdrukken via **korte video's**. De app is eigendom van het Chinese bedrijf ByteDance en werd in 2017 gelanceerd. Op TikTok kom je vaak **creatieve en ludieke content** tegen die bewerkt kan worden met effecten, filters en populaire muziek. Of je nu op zoek bent naar entertainment of inspiratie, TikTok heeft voor elk wat wils! Met het steeds toenemende belang van video op sociale media, kan je ook al bedrijf niet achterblijven. Via TikTok kan je zelf **eenvoudig** videocontent uploaden, zonder dat je er zotte *video skills* voor nodig hebt.



Hoe groot is TikTok?



Wereldwijd
Beschikbaar in 150 landen



Heel populair
Maandelijkse groei van 32%



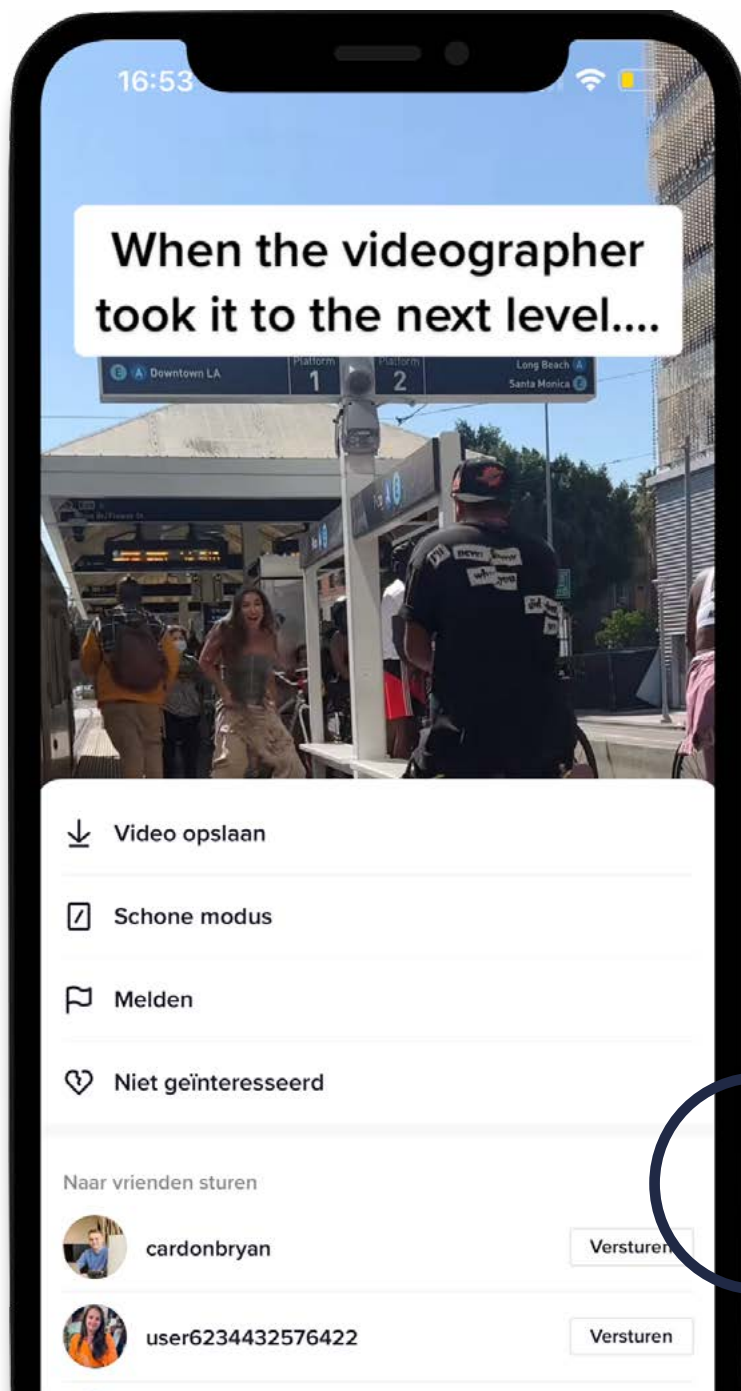
Overal gebruikt
Beschikbaar in 75 talen



3 miljoen gebruikers
Alle leeftijdscategorieën

Hoe werkt TikTok?

TikTok **verschilt** met andere social media platformen zoals Instagram en Facebook op basis van volgers. Bij TikTok kan je naast de video's van je volgers ('volgend'-feed) ook content te zien krijgen van gebruikers over heel de wereld ('voor jou'-feed). Hierin speelt het **algoritme** van TikTok een belangrijk rol. Het algoritme houdt je betrokkenheid bij bepaalde video's bij, evenals welke video's je het vaakst bekijkt. Vervolgens creëert het een geïndividualiseerde '**voor jou**'-feed op basis van jouw interacties met het platform. Zo krijg je continu content te zien die aansluit bij jouw interesses, waardoor je urenlang kan blijven scrollen. Dankzij het algoritme krijgen alle makers de kans om *viraal* te gaan, ongeacht hoeveel volgers je hebt!



Hoe TikTok inzetten voor je bedrijf?

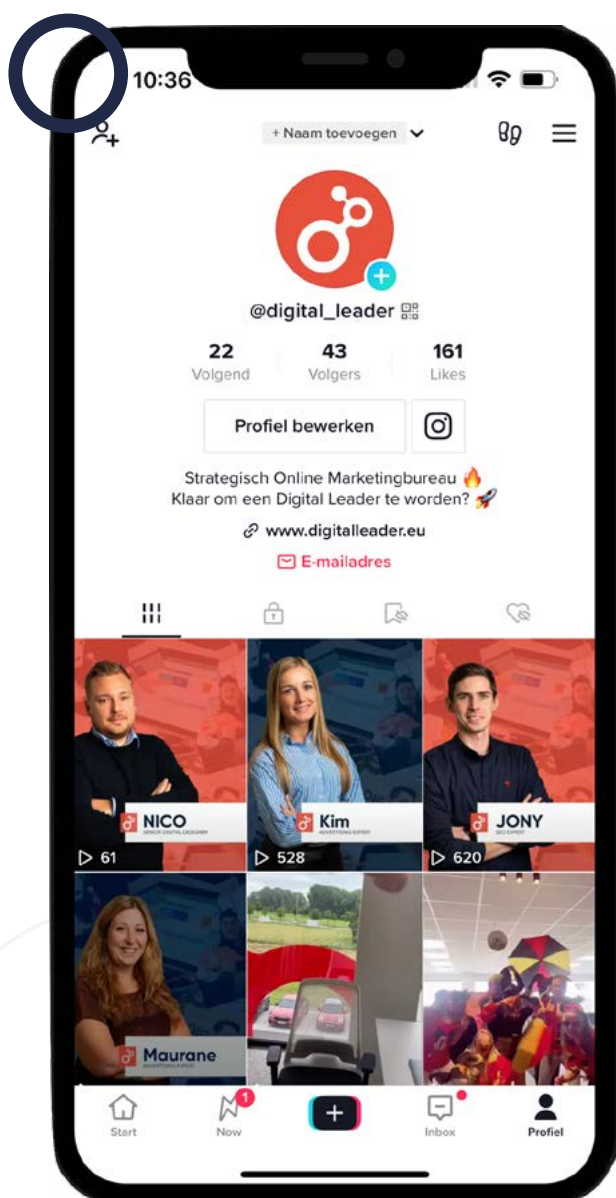
Organische content

Creëer content die eigen is aan jouw merk

Wat is het verschil tussen organische TikTok-video's en TikTok advertenties?

Via organische TikTok-video's verspreid je content **zonder** dat je ervoor hoeft **te betalen**. Hierbij bepaalt het algoritme wie je content te zien krijgt en heb je zelf minder controle. Via betaalde advertenties stel je zelf een interessante doelgroep samen waardoor je merknaam verschijnt in de 'voor-jou'-feed van potentiële

klanten. Daarnaast heb je de optie om een **opvallende call-to-action** button te plaatsen onder een TikTok advertentie. Zo kunnen kijkers meteen getriggerd worden om door te klikken naar de website en de gewenste actie uit te voeren.



Maak gebruik van User Generated Content

Wat is User Generated Content (UGC)?

User Generated Content of UGC (letterlijk: gebruiker-gegenereerde inhoud) is een marketingterm dat verwijst naar **originele, merkspecifieke content** die door klanten is gemaakt en op sociale media gedeeld wordt. Het is de perfecte manier om met je klanten in contact te komen en vertrouwen te winnen bij potentiële klanten. Populaire platformen zoals YouTube, Instagram en ook TikTok moedigen gebruikers aan om hun verhalen, ervaringen en ideeën op verschillende manieren te delen, wat zowel de gebruiker als het bedrijf ten goede kan komen.

Met UGC kunnen bedrijven het vertrouwen bij prospects vergroten, relaties opbouwen met huidige klanten, de klantenservice verbeteren, de verkoop stimuleren via mond-tot-mondreclame en nog veel meer. UGC kan **naast je (trouwe) klanten ook** gemaakt worden door **interne medewerkers**, content creators en influencers.

Wil je je bereik op TikTok vergroten? Dan kan je inzetten op **influencer marketing** om een extra push te creëren. Kijk hierbij wel verder dan de volgers van influencer waarmee je wil samenwerken. Denk strategisch goed na en ga op zoek naar een influencer die zal aanslaan binnen jouw sector en bij je doelgroep. De persoonlijkheid van de influencer moet matchen met je merk.

De verschillende types UGC



1. Challenges

Daag je publiek uit om een specifieke taak uit te voeren o.b.v. je verzoek en met je product(en).

2. Contests

Geef je publiek de kans om iets te winnen.

3. Reviews

Content creators beoordelen je product(en) of services.

4. Instructievideo's

Content creators geven tips en instructies over je product(en) of services.

Bedrijfsaccounts die je moet volgen op TikTok 💡

Voetbalclubs zoals [Royal Belgian FA](#) en [RSC Anderlecht](#), vliegtuigmaatschappijen zoals [Ryanair](#) en [TUI](#), nieuwsmedia zoals [MNM](#) en [HLN](#), online shops zoals [bol.com](#) en [My Jewellery](#), steden zoals [Oostende](#) en [Londen](#), televisiezenders zoals [GoPlay](#) en [VTM Go](#), anderen zoals [Technopolis](#) en [Rode Kruis](#).

Checklist om viraal te gaan

Maak je eerste 3 seconden memorabel

Kies een trending geluid uit de 'voor jou'- feed

Maak je montage flitsend en vrolijk

Maak het *shareable*

Moedig gebruikers aan om een comment achter te laten

Probeer nieuwe types content en categorieën

Hou rekening met TikTok SEO

Wist je dat je nu ook met je TikTok-video bovenaan kan verschijnen in de zoekresultaten van TikTok als je relevante zoektermen vermeldt in de beschrijving of als tekst op je video? 😊

Voeg relevante hashtags toe

Post meer video's

Analyseer niet te veel

"TikTok is de toekomst van content marketing. Het stelt je in staat om creatief en authentiek te zijn en je publiek op nieuwe en innovatieve manieren te bereiken."

Jeoffrey - Social Media Marketeer



Betalende advertenties

Wegwijs in TikTok Ads Manager

Adverteren op TikTok is *the way to go* als je ideale doelgroep zich bevindt op dit kanaal.

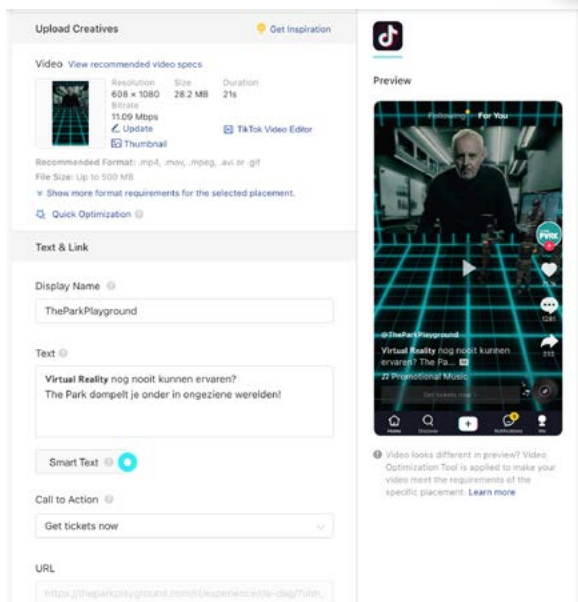
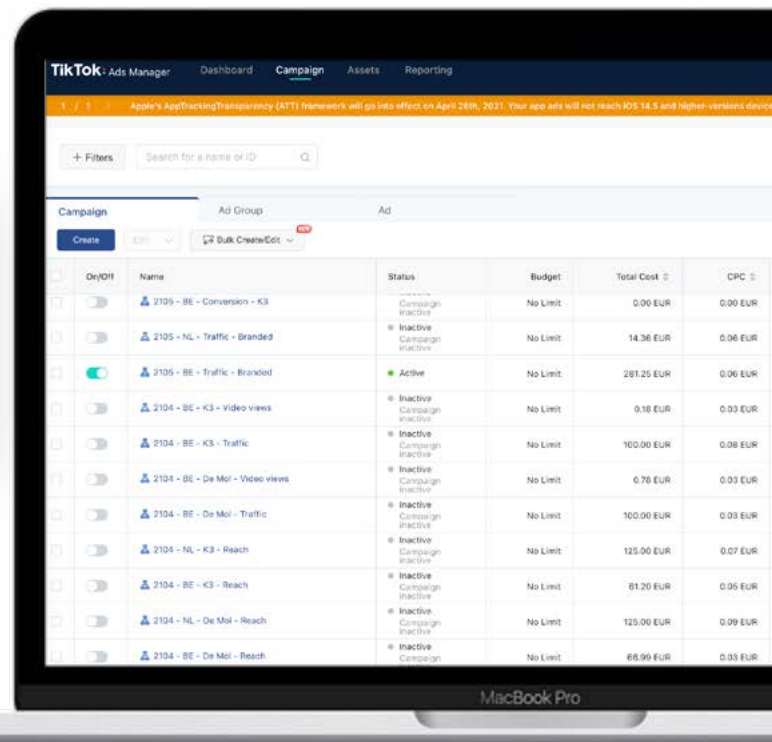
Via de TikTok Ads Manager kan je heel gericht nieuwe klanten bereiken op basis van **demografische gegevens, interesses en koopintentie**. Of je nu je merkbekendheid wil vergroten of meer leads wil genereren, TikTok Ads helpen je doelen realiseren. Wie bovendien vertrouwd is met andere advertentieplatformen zal zich hier snel thuisvoelen.

Laat je creativiteit de vrije loop tijdens het maken van een TikTok advertentie om de aandacht van kijkers vast te houden. Zo kan je gebruik maken van de **video editor** om rechtenvrije muziek, tekst of speciale effecten toe te voegen.

PRO TIP

Wees authentiek zodat de advertentie er organisch uitziet voor maximaal resultaat.

Om de doelgroep de gewenste actie te laten nemen is een goede **call-to-action** in de boodschap noodzakelijk. TikTok onderscheidt zich door de grote keuze aan buttons onder een advertentie zoals 'experience now', 'pre-order now', 'interested' en zoveel meer.



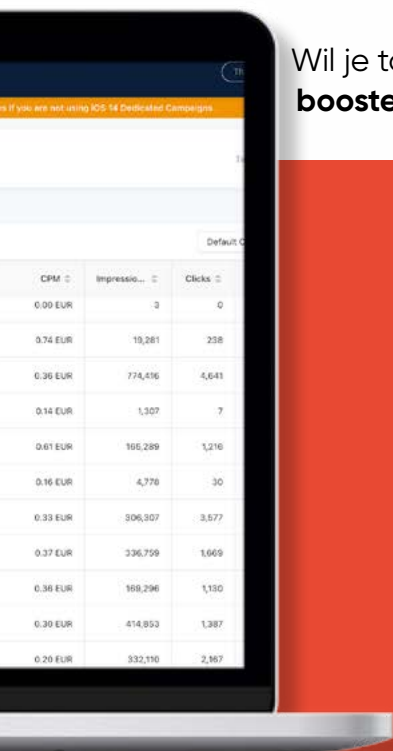
Daarnaast is het kanaal bijzonder sterk in het genereren van **engagement**. Speel hierop in met advertentieteksten die interactie van de doelgroep uitlokken zoals een vraagstelling of poll. TikTok helpt je graag op weg en geeft adverteerders de keuze uit interactieve add-ons zoals pop-ups, stickers en display cards. TikTok maakt het **mogelijk om content van andere creators te adverteren** mits hun toestemming. Zo kan je de samenwerking met je favoriete influencer extra in de kijker zetten onder een breder publiek.

Heb je een **leuke TikTok** gespot van een klant, fan of medewerker die perfect past bij je contentstrategie? Dan overweeg je maar beter om deze **op te nemen in je campagne**. Authenticiteit wordt nergens meer beloond dan op TikTok.

Als adverteerder kies je ervoor om te **betalen per klik (CPC), per aantal vertoningen (CPM) of per view (CPV)**. Early adopters zijn alvast razend enthousiast over de lage advertentiekosten in vergelijking met andere social media kanalen. Zo loopt een gemiddelde kost per klik op een Facebook advertentie al snel op tot €0,80, waar dit bij TikTok slechts €0,09 is voor België. Met een **minimaal dagbudget van €20** kan je heel wat gebruikers overtuigen van je product of dienst.

Wist je dat een organisch bedrijfsprofiel niet vereist is om te adverteren? Eén van de vele redenen om aan de slag te gaan met jouw eerste advertentie.

Wil je toch graag organisch groeien, dan kan je de engagement **flink boosten** door een bestaande TikTok te adverteren.



CPM	Impressio...	Clicks
0.00 EUR	3	0
0.74 EUR	19,281	238
0.38 EUR	774,416	4,641
0.14 EUR	1,307	7
0.61 EUR	185,289	1,216
0.16 EUR	4,778	30
0.33 EUR	306,307	3,577
0.37 EUR	336,759	1,669
0.36 EUR	168,296	1,130
0.30 EUR	414,853	1,387
0.20 EUR	332,110	2,167

Haal de TikTokker in jou dus maar naar boven!

Bij Digital Leader weten we als geen ander hoe we deze populaire app in kunnen zetten voor jouw bedrijf. Of het nu gaat om het creëren van virale video's, het opbouwen van een grote volgerbase of het conceptueel bedenken van creatieve TikTok-scenario's; wij hebben de kennis en ervaring in huis om jouw bedrijf naar een hoger niveau te tillen. Dankzij onze hulp zal jouw bedrijf de aandacht trekken van een groter publiek en zullen jouw zakelijke doelstellingen binnen no-time een feit zijn. TikTok? Wij zorgen dat het klopt!

Proud Digital Leaders





**Gratis
inspiratie
sessie**

Boost jouw online marketing met onze inspiratiesessie

Tijdens onze gratis inspiratiesessie ter waarde van €499 bezorgen we jou heel wat inzichten op maat van jouw bedrijf!

[sessie aanvragen](#)



Klaar om een Digital Leader te worden?

hello@digitalleader.be

+32 9 274 03 44