

Tik Tok:

l'asso nella manica per
far crescere il tuo brand

A CURA DI:

Christian Zegna, Linda Botti,
Davide Palermo

MER 22 OTT

12:00 - 13:00

WEBINAR

ONLINE

BTREES

DigitalDays



PRIMA DI COMINCIARE...

CHI SIAMO

BTREES è una digital agency nata nel 2015 oggi parte del Gruppo Ebanò.

Siamo un team di oltre 35 professionisti tra Torino e Reggio Emilia, affiancati da un network di partner e talent distribuiti in tutta Italia.



BTREES



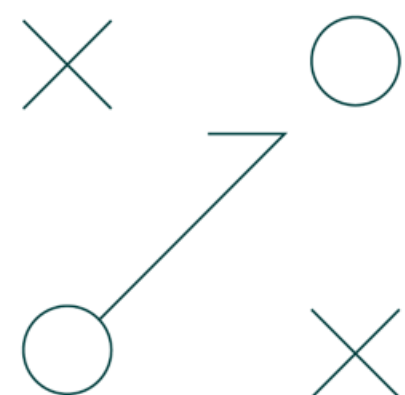
BTREES

IL NOSTRO PAYOFF

MAKE YOUR BRAND BREATH

Significa far vivere i brand in modo autentico e consapevole, dando vita a contenuti capaci di ispirare, connettere e generare valore.

Lavoriamo su due asset principali — **Performance e Creatività** — attraverso Unit dedicate e un approccio multidisciplinare che unisce visione strategica e competenze operative.



STRATEGY

Digital Strategy / Communication Strategy / Brand Communication / Content & ADV Strategy / Media Strategy / Internal Communication



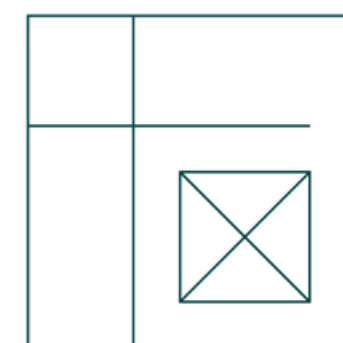
COMMUNICATION

Integrated Campaign



CONTENT

Social Media Content / Branded Content / Podcast / Seo Writing



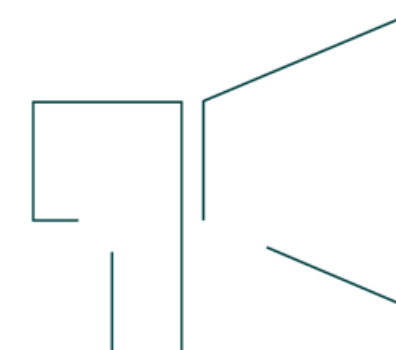
TECHNOLOGY

UI Design / UX Design / Realizzazione siti web / Realizzazione siti ecommerce / Landing Page / SEO Tech



PRODUCTION

Video Communication / Photo Communication / Voice Production / Live Coverage / Offline Production



PROMOTION

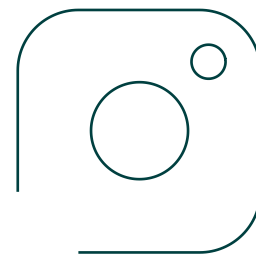
Digital Pr / Influencer Marketing

CANALI PRESIDATI

FACEBOOK ADS



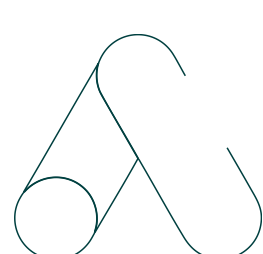
INSTAGRAM ADS



LINKEDIN ADS



GOOGLE ADS



TIK TOK ADS



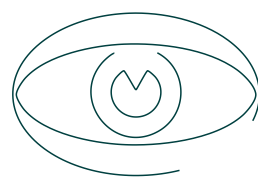
PINTEREST ADS



SPOTIFY ADVERTISING



CAIRO RCS MEDIA



MICROSOFT ADVERTISING



APPLE SEARCH ADS



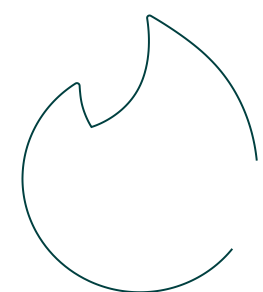
AMAZON ADVERTISING



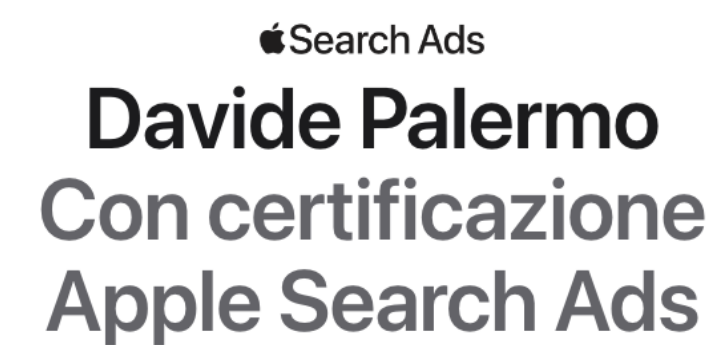
SKY MEDIA ADVERTISING



TINDER ADS



SIAMO PARTNER CERTIFICATI DI



COS'E' TIKTOK?



SFATIAMO IL MITO #1

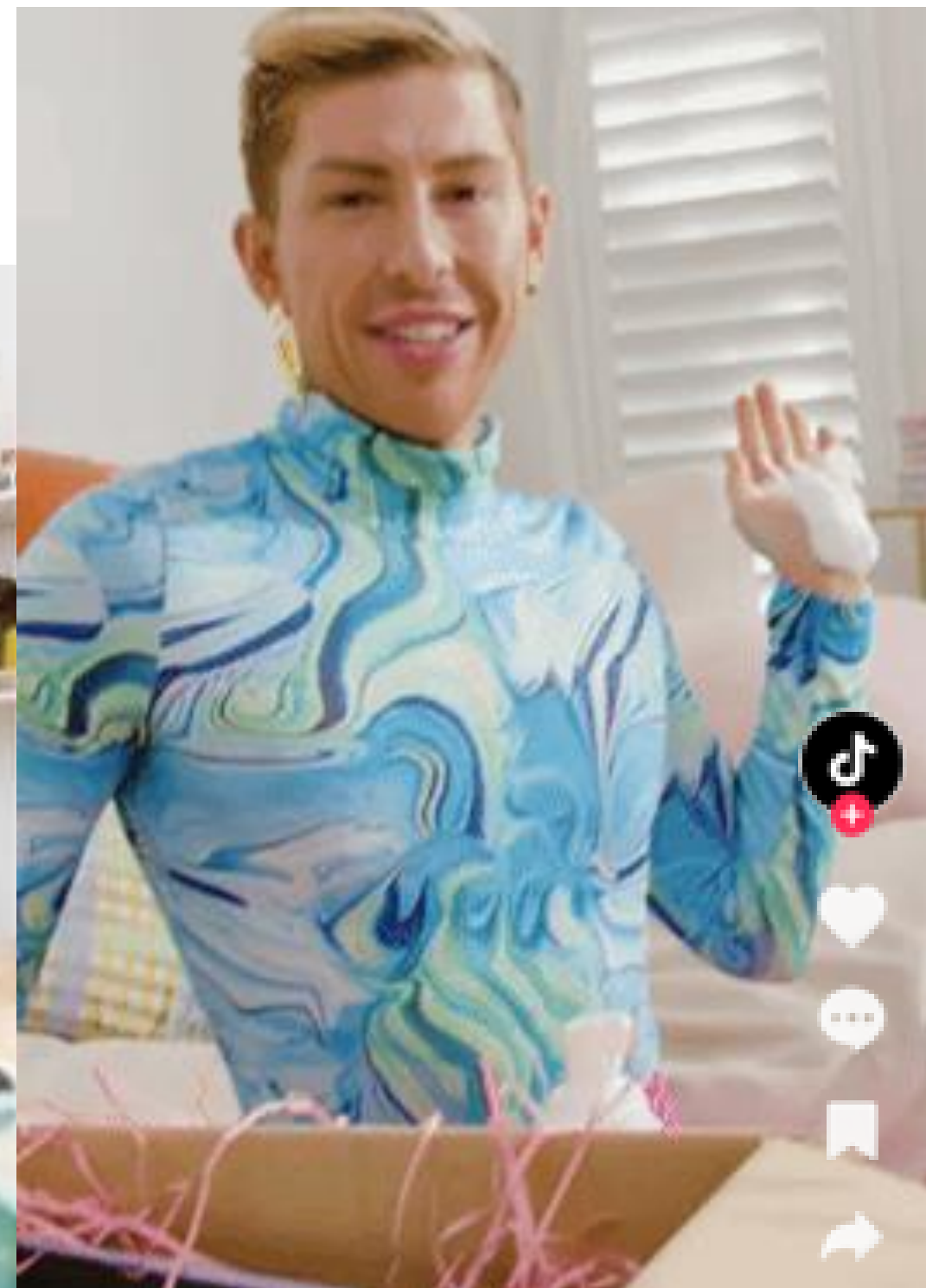
TIKTOK E' UN SOCIAL NETWORK

UNA PIATTAFORMA
PER L'INTRATTENIMENTO



ALIMENTATA
DALLA COMMUNITY

Qui i brand hanno la possibilità di diventare parte integrante dell'esperienza di intrattenimento



PERCHE' TIKTOK?



SFATIAMO IL MITO #2

IL TUO TARGET
NON C'E'



PIU' DI **UN MILIARDO**
DI UTENTI MENSILI ATTIVI



E IN ITALIA?

25.6M

Monthly user (10/
2024).
A ott 2023 erano
22.8M.

169.3B

Monthly video views.

68% >24y

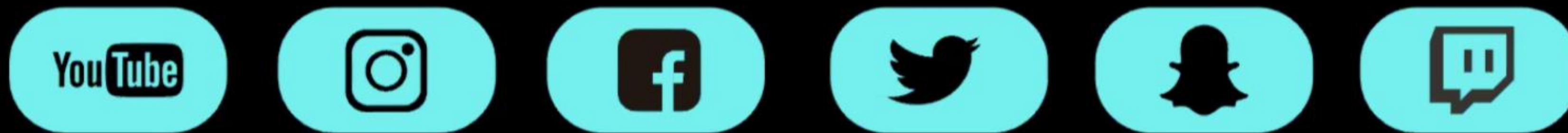
È aumentata l'età
media della
piattaforma.

100+ MIN/DAY

Gli accessi alla
piattaforma sono in
media 14 al giorno.



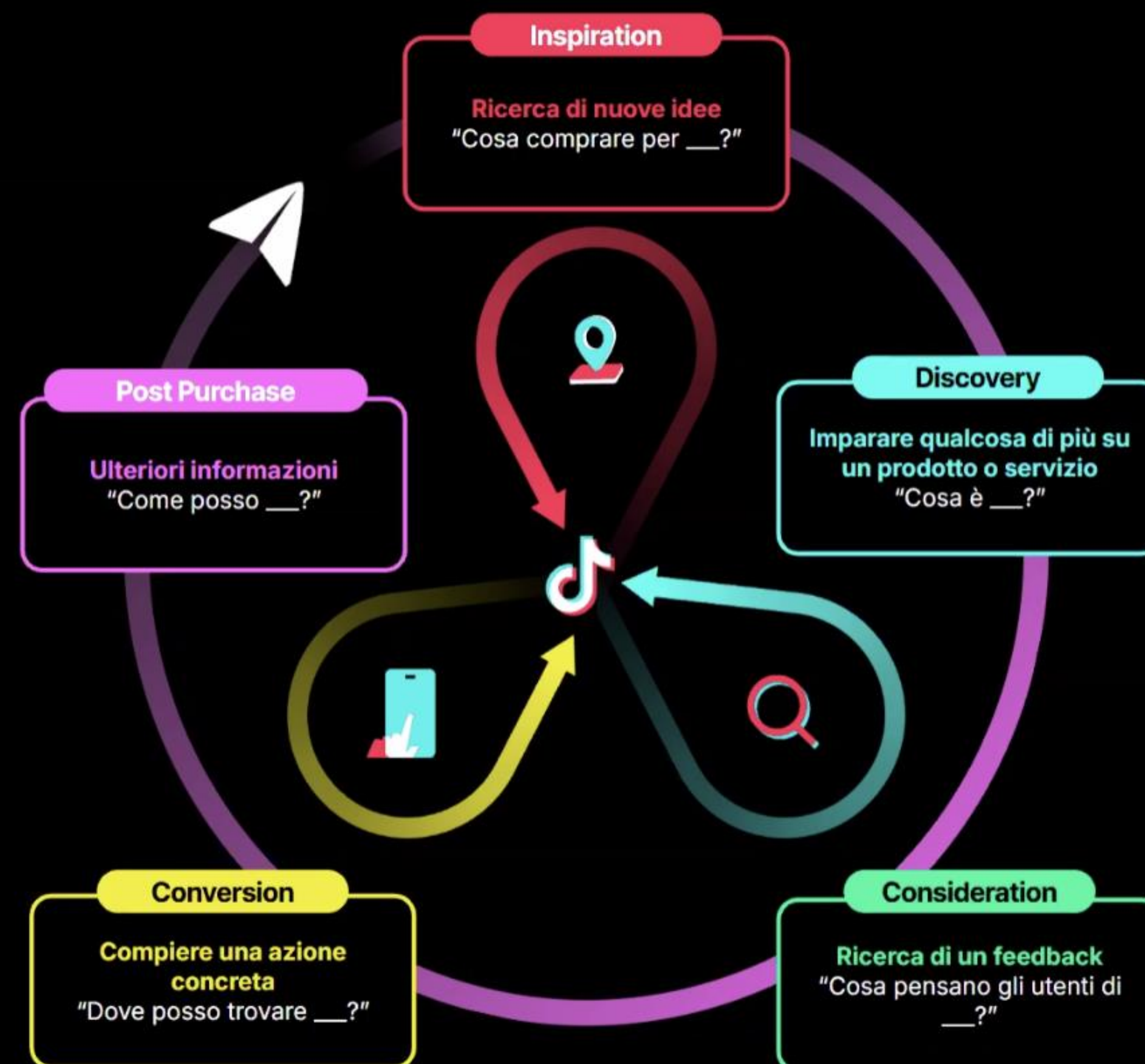
PERMETTE DI INTERCETTARE UTENTI CHE
NON SONO SU ALTRE PIATTAFORME



UN MOTORE DI RICERCA

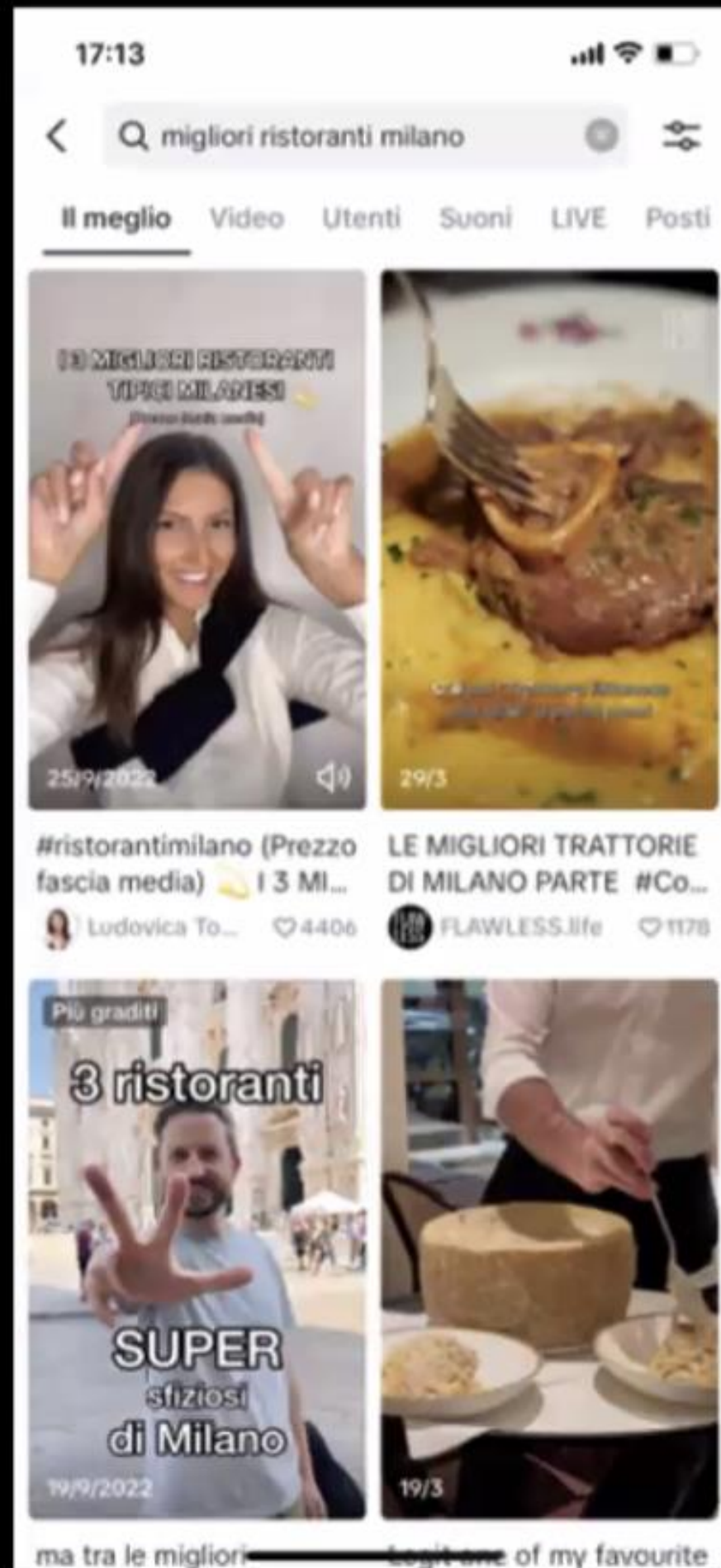
GLI UTENTI VANNO SU TIKTOK PER TUTTE LE LORO ESIGENZE DI RICERCA

Dalle diverse query di ricerca si possono intercettare le intenzioni degli utenti.

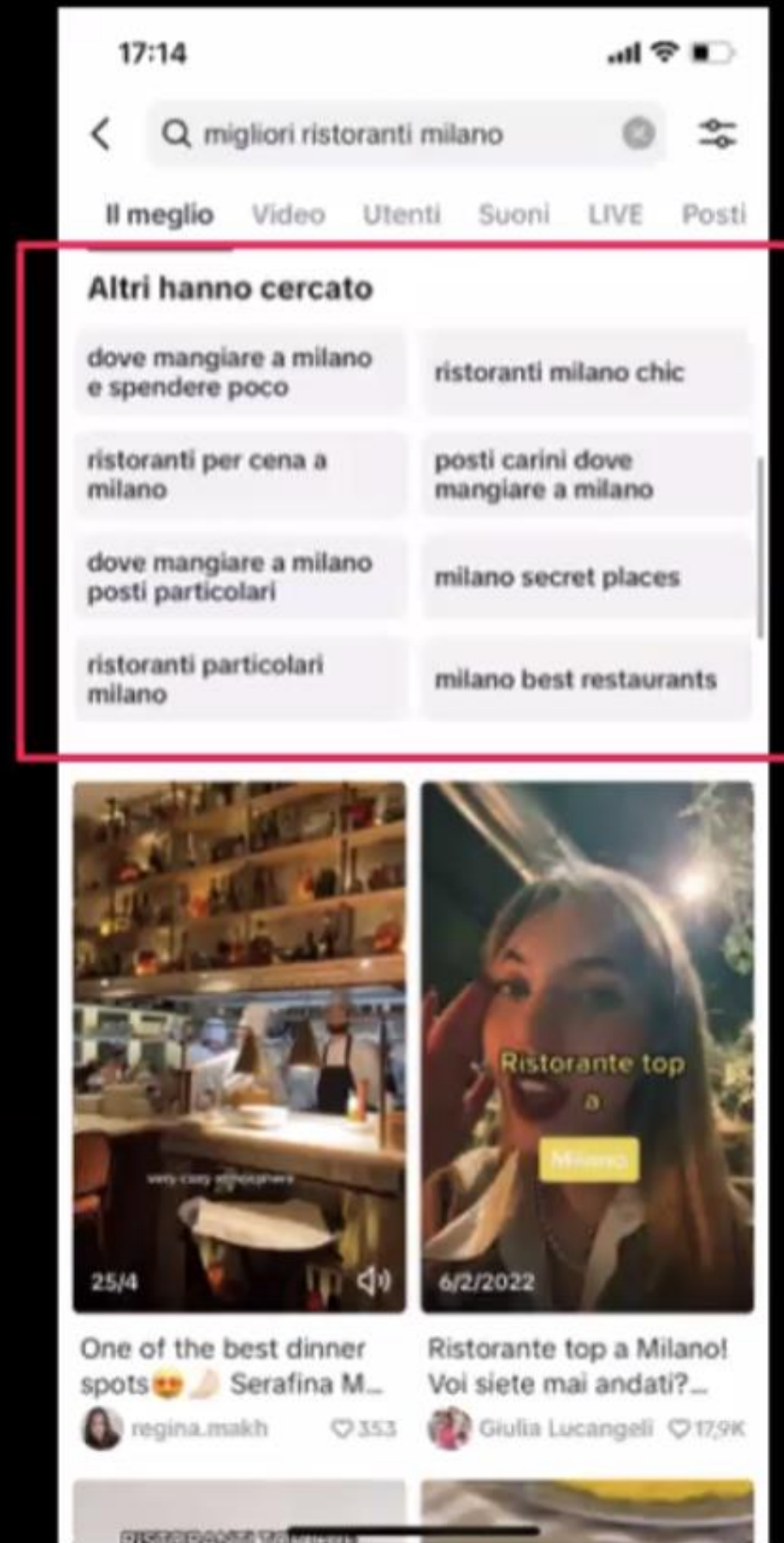


* __ può essere un prodotto o un servizio

Pagina
principale dei
risultati



"Altri hanno
cercato"



Ricerche
correlate



Ricerche nei
commenti





SFATIAMO IL MITO #3

TIKTOK NON CONVERTE



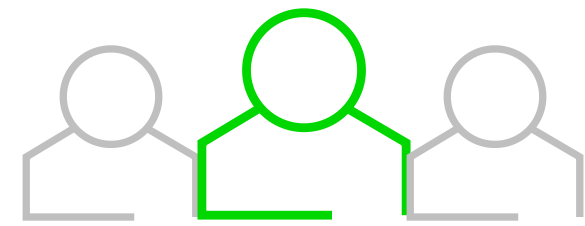
LE AZIENDE HANNO TROVATO UN SUCCESSO FULL FUNNEL SU TIKTOK

★manifesting★

Riconoscibilità	48%	riconoscibilità del brand aumentata
Engagement	39%	di aumento dell'engagement del pubblico di destinazione
Percezioni	46%	di miglioramento della rilevanza del brand
Considerazione	36%	di aumento del traffico del sito Web
Azione	46%	di aumento delle vendite



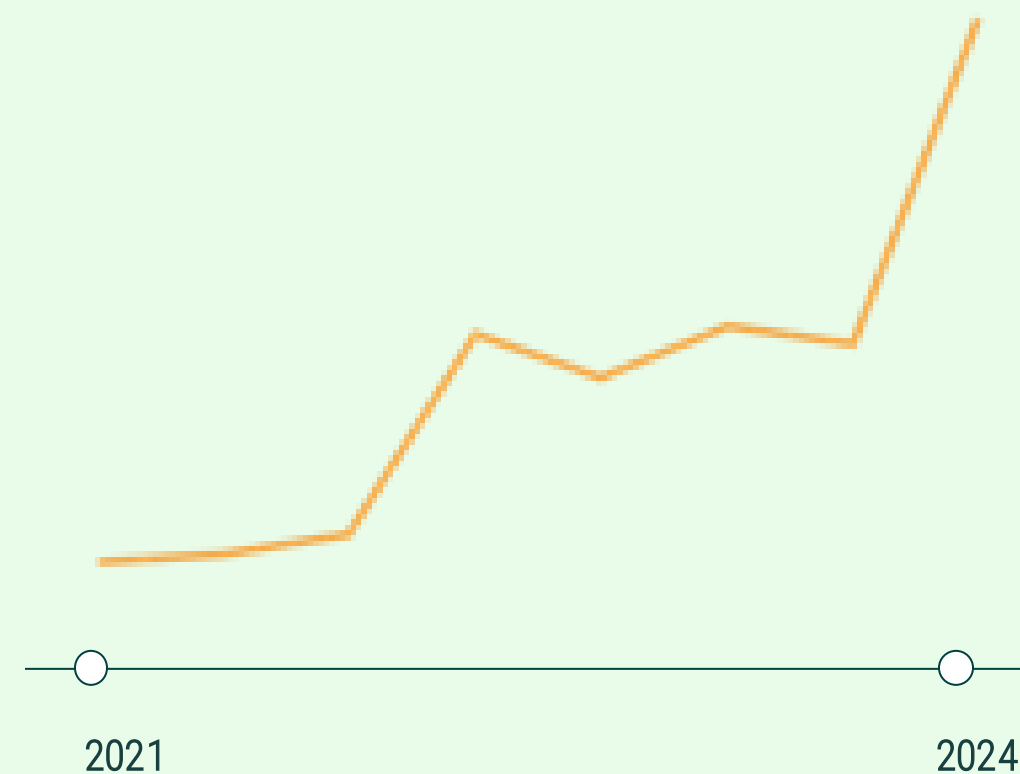
TIKTOK CONSENTE DI RAGGIUNGERE RISULTATI UNICI E SIGNIFICATIVI



Un utente TikTok su tre ha scoperto qualcosa sulla piattaforma e si è recato subito ad acquistarla, con una probabilità **1,5 volte** maggiore rispetto agli utenti di altre piattaforme.

SU TIKTOK

#TikTokMadeMeBuyIt
75 miliardi di visualizzazioni video



SULLA STAMPA

“20 prodotti andati esauriti per via della popolarità di TikTok”

Newsweek

“31 prodotti di
“TikTok Made Me Buy It” da non perdere”

BuzzFeed

IN NEGOZIO



“Su TikTok puoi attraversare l'intero funnel di marketing in un solo passaggio.” Lex Bradshaw-Zanger, CMO di L'Oreal UK

COME SI COMUNICA SU TIKTOK?



SFATIAMO IL MITO #4

QUALSIASI VIDEO PUO' ANDARE SU TIKTOK

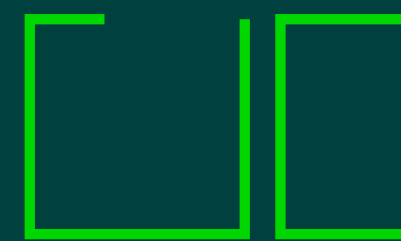


QUALI SONO LE **BEST PRACTICE** PER CREARE UN CONTENUTO?



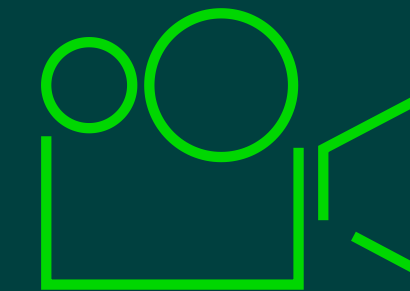
1. AUTENTICITA'

Fai emergere la tua personalità. Non avere paura di esprimerti in modo spontaneo, empatico e diretto. L'autenticità genera fiducia, stimola l'empatia e rende il brand più vicino al pubblico.



2. CREATIVITA'

La piattaforma premia la capacità di distinguersi. Contenuti originali catturano l'attenzione, aumentano la memorabilità e favoriscono la condivisione.



3. STRUTTURA

Crea strutture di contenuti in grado di aggiungere valore e promuovere l'efficacia.

LA FORMULA VINCENTE

PRIMI 3-5 SECONDI

HOOK

inizia lo storytelling catturando l'attenzione

INTERESSE

10-20 SECONDI CENTRALI

MESSAGGI CHIAVE

evolvi il racconto premiando la loro attenzione.
incuriosisci, valorizza, stupisci.

FIDUCIA

3-5 SECONDI FINALI

CTA

guida l'utente verso l'azione finale, ricollegati all'hook iniziale.

CONVERSIONE

HOOK: IDEE E ISPIRAZIONI

DOMANDE

- Ti è mai capitato di ____?
- Come ho trasformato il mio ____ da così a così
- Come migliorare il tuo ____ in pochi step
- Perché ____ sta spopolando ovunque
- Perché il tuo ____ funziona (o non funziona)
- Come raggiungere i tuoi obiettivi di ____
- Perché tutti parlano di ____
- Come ottenere il ____ perfetto

LISTE

- 3 motivi per cui questo è un must-have di ____
- 3 modi per migliorare il tuo ____
- 3 ragioni per cui DEVI assolutamente provare ____
- 3 modi in cui ____ ha cambiato il mio ____
- 3 trucchetti facili per ____
- 3 segnali che ti servono subito ____
- Tutorial in 3 step per ____
- 3 segnali che il tuo ____ è davvero ____
- 3 cose che avrei voluto sapere prima su ____

PER INCURIOSIRE

- Questo cambia tutto: ecco come ____ ha rivoluzionato il mio modo di ____
- Ferma tutto un attimo... devi vedere questo
- Devo assolutamente condividere questa cosa con voi
- Ragazzi, dovete assolutamente vedere questa cosa!
- Fidati di me: questa cosa ti cambierà la vita!

USA **TRIGGER** DELL'ATTENZIONE

Strumenti in grado di mantenere alta l'attenzione.



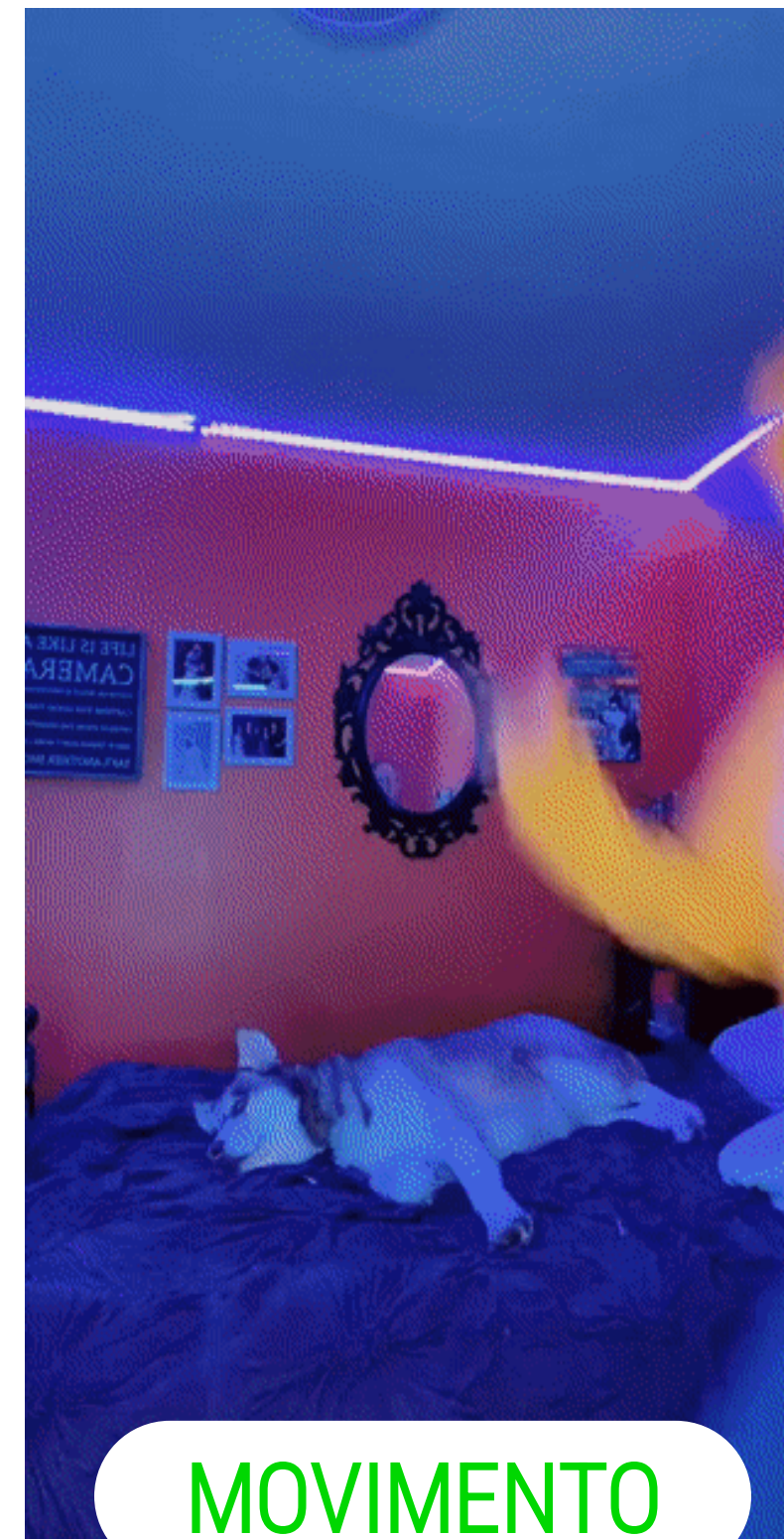
MUSICA

La musica con ritmo sostenuto **stimola l'attività neurale** collegata alla memorabilità degli annunci.



TRANSIZIONI

I cambi di scena veloci attirano più rapidamente gli utenti e **aumentano le probabilità** di lasciare un segno nella loro memoria.



MOVIMENTO

Il movimento all'interno di un contenuto **cattura l'attenzione** degli utenti e rende più scorrevole la narrazione.



TESTO

Istruzioni visive, come i pop-up di testo, **contribuiscono a mantenere alto l'engagement** degli spettatori.



EMOJI

Gli emoji possono aiutare a **umanizzare i contenuti**, comunicando il tono in modo semplice, giocoso e dal **feel nativo**.

STRATEGIA

PREMESSA

MESSY MIDDLE

Un concetto sviluppato da Google che descrive il comportamento degli utenti durante il processo decisionale e che «sostituisce» il classico Marketing Funnel.

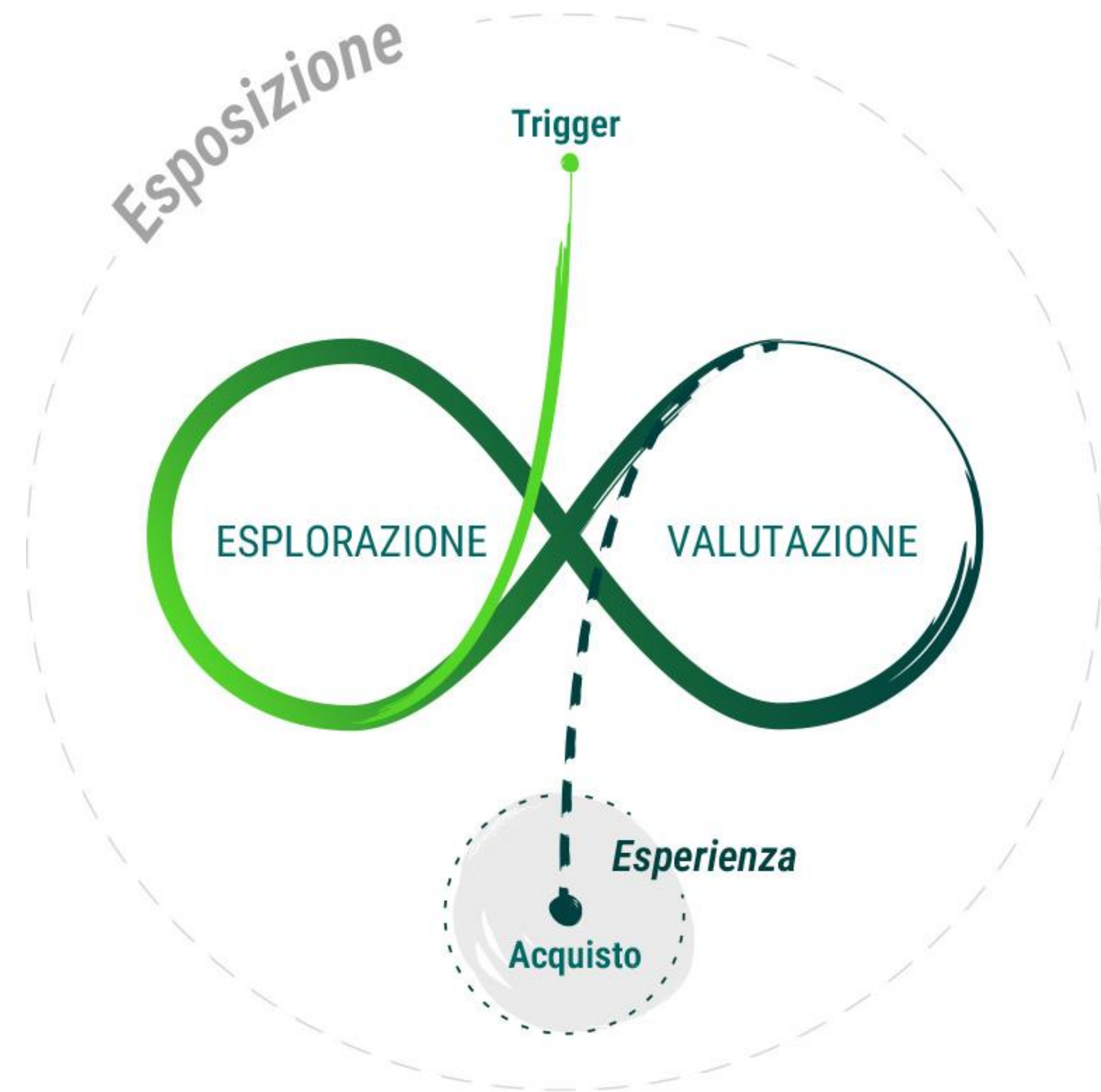
Due le principali aree:

- **Esplorazione:** raccolta attiva delle informazioni e delle opzioni disponibili dopo lo stimolo ('trigger').
- **Valutazione:** analisi e confronto per arrivare a scegliere.

I consumatori oscillano tra queste 2 fasi, influenzati da bias cognitivi di familiarità (preferenza brand noti), di autorità (fiducia esperti/fonti autorevoli) e della scarsità (percezione maggior valore per beni limitati).

Per i brand, diventa quindi cruciale: essere presenti, offrire contenuti rilevanti e convincenti (per guidare le scelte) e utilizzare leve di fiducia.

Questo modello permette di strutturare strategie digitali efficaci e di conseguenza guida il setting delle campagne pubblicitarie.



TIK TOK ADS

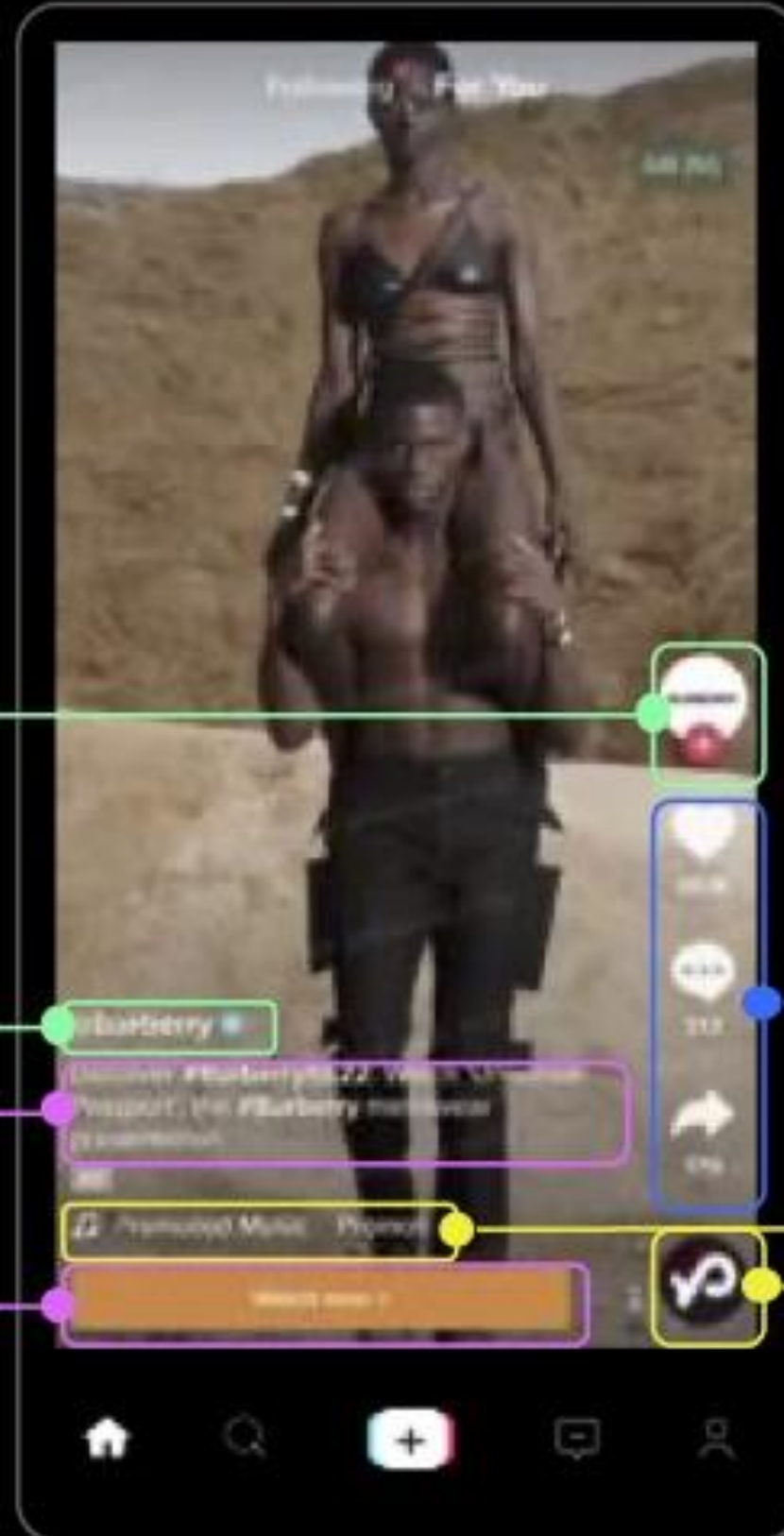
TIPI DI CAMPAGNE

Spark Ads

o

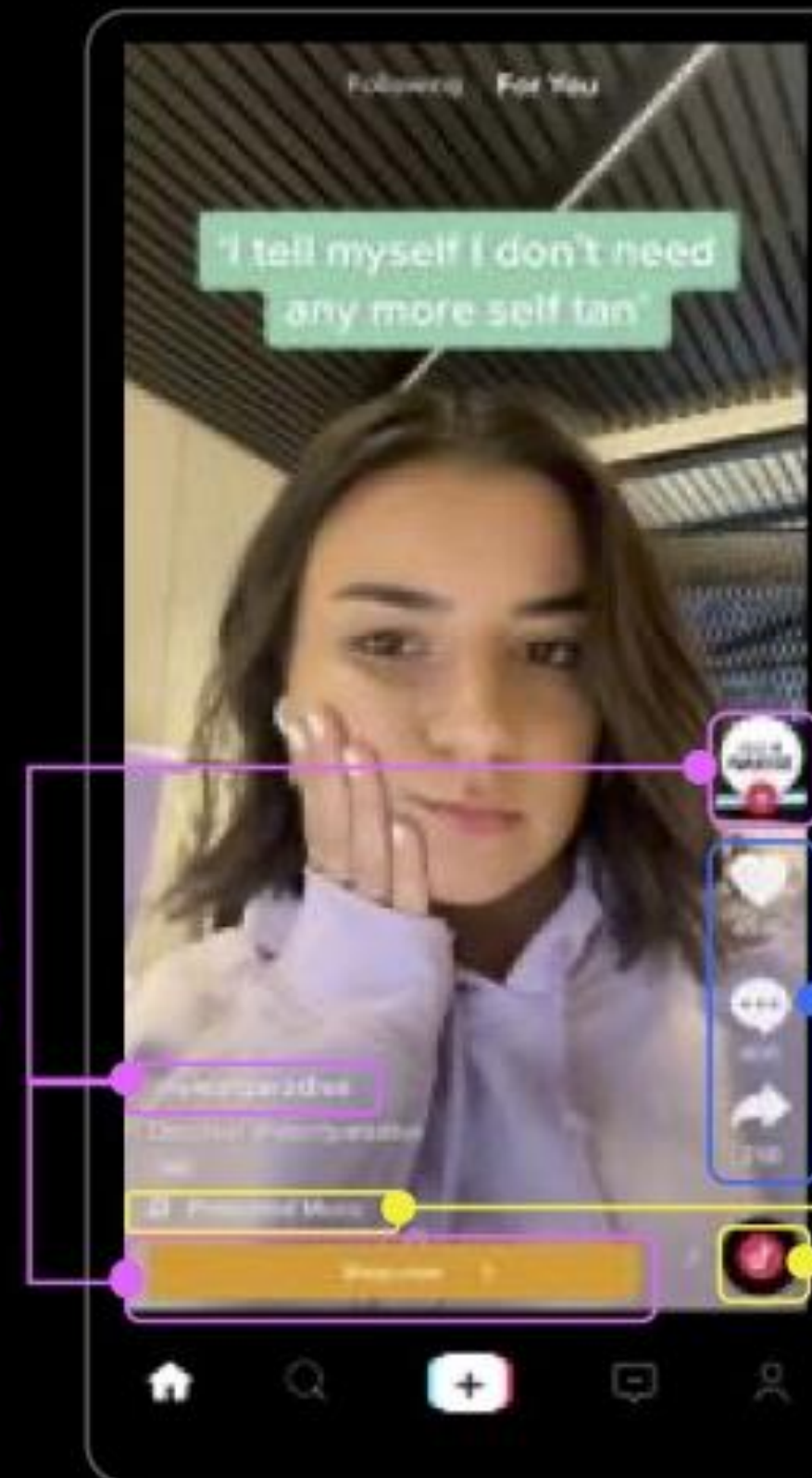
Non-Spark Ads

(Video in feed)

Pagina
dell'accountPagina di
destinazione

- Sono collegati all'account organico
- Sfruttano i contenuti del tuo account o di quello di un creator
- Hanno un tasso di interazione più alto
- Aumentano i follower e la presenza organica

Engagement

Pagina della musica
(con opzione di clic
abilitata)Pagina di
destinazione

- Non sono collegati all'account organico
- Usano strumenti creativi disponibili in TTAM

Engagement

Disco musicale e
nome non cliccabili
Mostrato solo come
"Musica pubblicizzata"

CONNETTI I SEGMENTI DI PUBBLICO

Trova, costruisci, scala ed effettua il retargeting con le soluzioni di targeting di TikTok.

TARGETING PER DEMOGRAFIA, INTERESSI E COMPORTAMENTO

Vasta gamma di opzioni per rivolgersi a segmenti di pubblico attivi e coinvolti in base a demografia, interessi e comportamento.

SEGMENTI DI PUBBLICO PERSONALIZZATO E RE-ENGAGEMENT

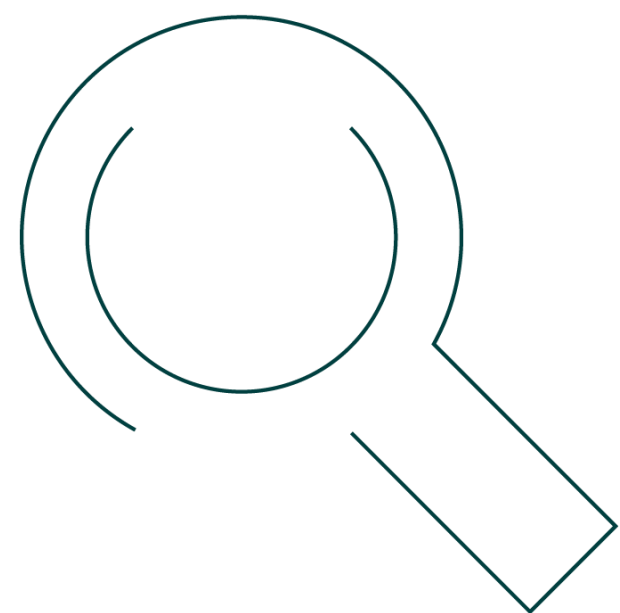
Effettua il targeting di segmenti di pubblico già esistenti caricando archivi clienti, oppure promuovi il re-engagement di segmenti di pubblico derivanti dalle interazioni di campagne precedenti.

SOLUZIONI DI TARGETING INTELLIGENTE

Scopri nuovi segmenti di pubblico, espandi quelli esistenti oppure automatizza completamente il targeting con le soluzioni di targeting intelligente di TikTok.

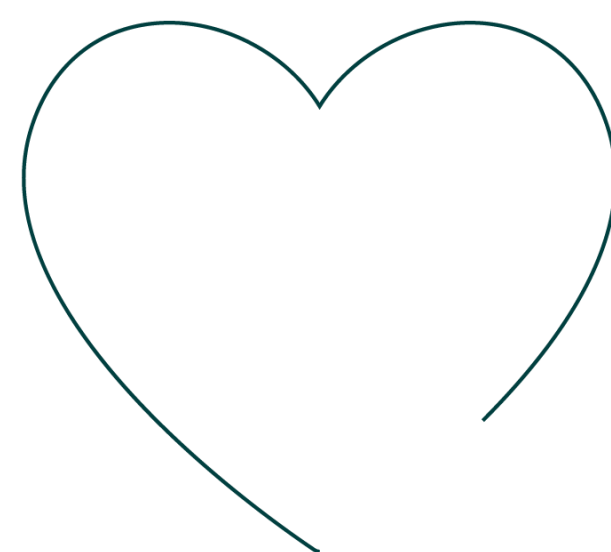
APPROCCIO FULL FUNNEL

Sfrutta la capacità di TikTok di attirare l'attenzione, dalla scoperta fino all'acquisto.



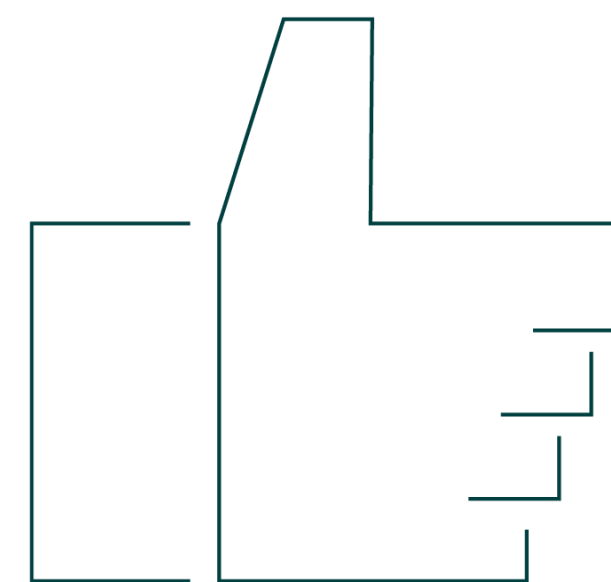
SCOPERTA

Il **64%** degli utenti ha scoperto nuovi brand o prodotti su TikTok nell'ultimo mese.



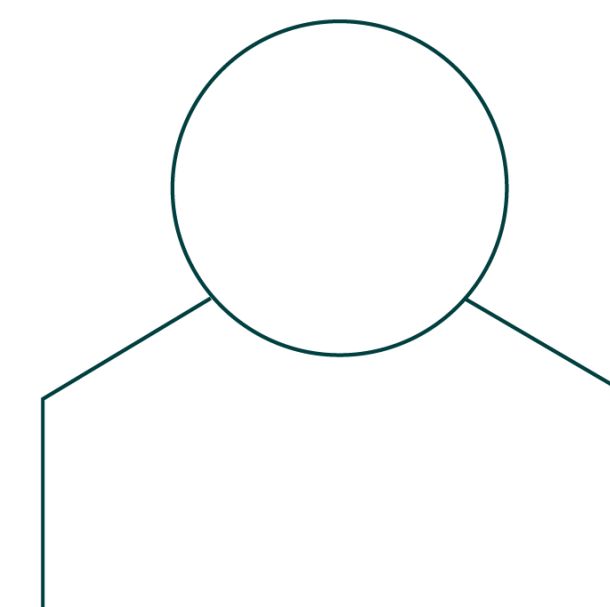
CONSIDERAZIONE

L'**84%** degli utenti TikTok afferma che prenderebbe in considerazione un prodotto o servizio visto sulla piattaforma.



AZIONE

Il **92%** degli utenti agisce dopo aver visto un annuncio.



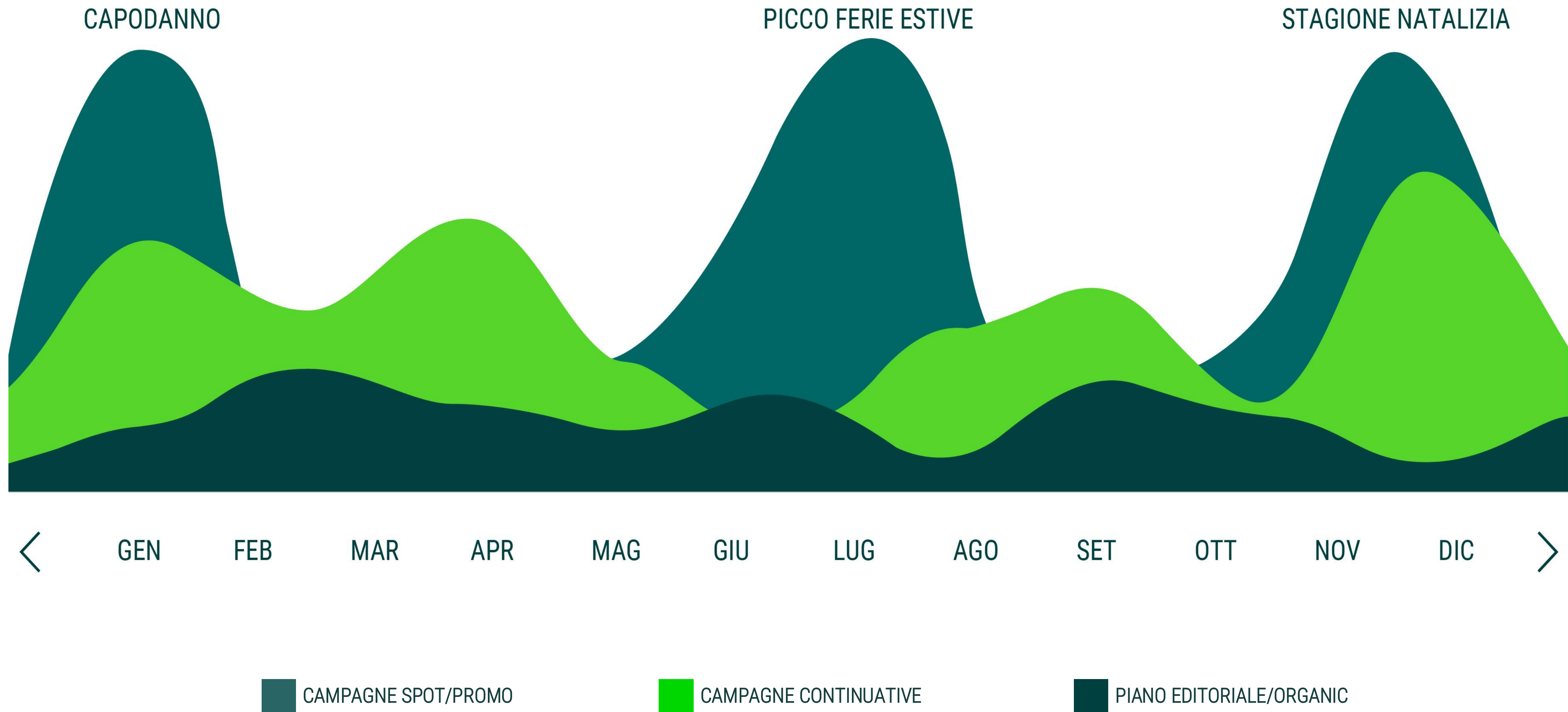
CONVERSIONE

Il **35%** ha acquistato prodotti/servizi che ha visto o di cui ha sentito parlare per la prima volta su TikTok nell'ultimo mese.

TIKTOK HA LA SOLUZIONE GIUSTA PER OGNI OBIETTIVO AZIENDALE

OBIETTIVO	FASE DEL FUNNEL	OBIETTIVI AZIENDALI	METRICHE
Copertura	Riconoscibilità	Mostrare i tuoi annunci per raggiungere il maggior numero possibile di impression	CPM
Visualizzazione con alto potenziale di interazione	Considerazione	Aumentare le visualizzazioni e l'engagement	CPM, CTR
Traffico		Incanalare più persone verso un URL o App	CTR, CPC
Interazione con la community		Aumentare i follower o le visite al profilo	CPM, CTR
Generazione di lead	Conversione	Ottenere lead per la tua azienda o il tuo brand	CPL
Promozione dell'app / conversioni Web		Promuovere azioni di valore sul tuo sito web o sulla tua app (installazioni o interazioni in-app)	CPA, CPI
Vendite dei prodotti		Promuovere gli acquisti di prodotti venduti online	ROAS

TIKTOK ADVERTISING



JOB IS AN ATTITUDE

GI GROUP

Case studies



BEYOND THE LIGHT

EMILGROUP

Case studies



IL PIEMONTE CHE NON TI ASPETTI -
INVERNO

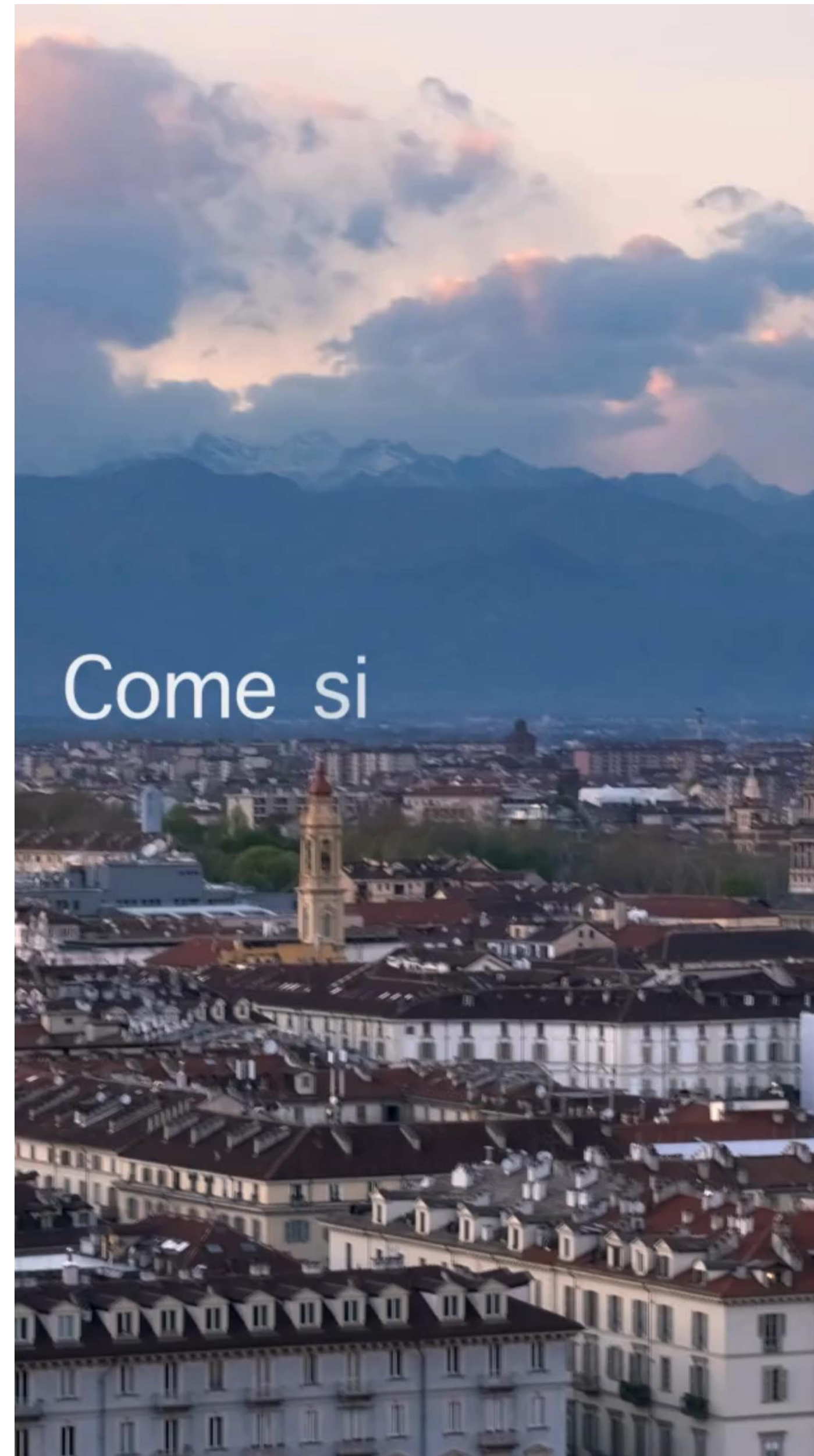
VISIT PIEMONTE

Case studies

LANCIO CANALE

TORINO NO FILTER

Case studies





LINDA BOTTI

linda.botti@btrees.it

CHRISTIAN ZEGNA

christian.zegna@btrees.it

DAVIDE PALERMO

davide.palermo@btrees.it

DIGITAL DAYS

GRAZIE

WEBINAR ONLINE

MER 22 OTT

BTREES

BTREES x Digital Days - Tik Tok