



TikTok yrityksille ja organisaatioille

Jarkko Koivuniemi
 Tieto- ja teknologia-asiantuntija
 17.11.2022

klo 13-14.30



1

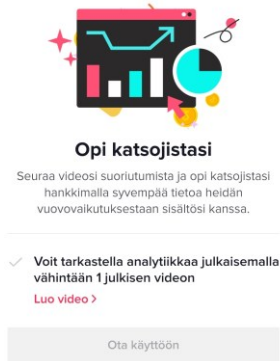
Sisältö

- TikTok lyhyesti, minkälainen kanava?
 - Kohderyhmät, käyttäjämäärät
 - Ilmiöt. Mikä on suosittua?
- TikTok yritysten ja organisaatioiden näkökulmasta
 - Strategia ja tavoitteet
- Kenelle ja kuinka yritys voi viestiä TikTokissa?
- TikTokin mahdollisuudet yritykselle
 - Sisällön suunnittelu
 - Analysointi ja mittaaminen
- Mitä on otettava huomioon sisällön suunnittelussa?
 - Sisältötyypit ja videot
 - Sitouttaminen ja konversiot
- Kanavan tarjoamat työkalut ja muut työkalut
- Maksettu mainonta, TikTok-mainonta
- Esimerkkejä

2

TikTok lyhyesti, minkälainen kanava?

- Kohderyhmät, käyttäjämäärät
- Ilmiöt. Mikä on suosittua?



- 2016 lyhytvideo platform Douyin
- 2017 TikTok Kiinan ulkopuolelle
- 2017 Bytedance hankki musical.ly alustan
- 2018 edm alusta yhdistyi TikTokkiin

3

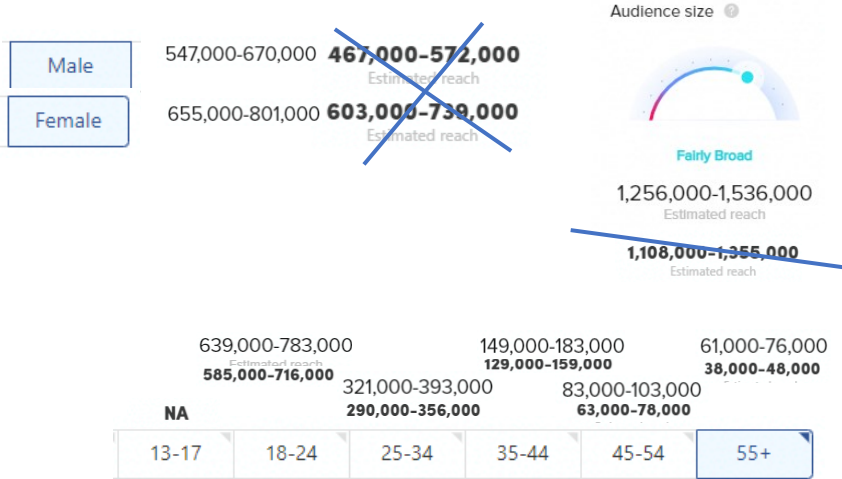
Taustaa somekilpailusta

- Metan ensin. vuosineljännes 10 miljardin dollarin tappiot ja miljoona menetettyä asiakasta
- Marc Z: "FB kohdannut "ennennäkemättömän kilpailun (TikTok)"
- Metan tulisi keskittyä lyhytkestoisiin videoihin kuin Instagram Reelsit jotta päästään kierteestä
 - Meta osakkeiden arvostus -240 mrd \$
- TikTok
 - eniten ladatuin mobiilisovellus 2021 (App Annie)
 - 19,6 h käytetty aika
 - Youtube 23,7 | FB 19,6 | IG 11,2
 - kasvanut viimeisen 12 kk aikana
 - käyttäjät >6 h enemmän sovelluksessa -> +48% kasvu
 - Yli 18 v. käyttäjiä 50.3% (USA)
 - 1 mrd käyttäjää (syys.21)

<https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/>

4

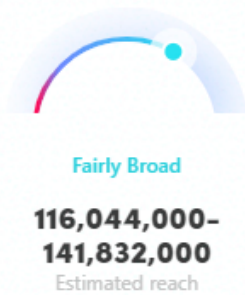
Paljonko käyttäjiä Suomessa TikTokissa (>18v)?



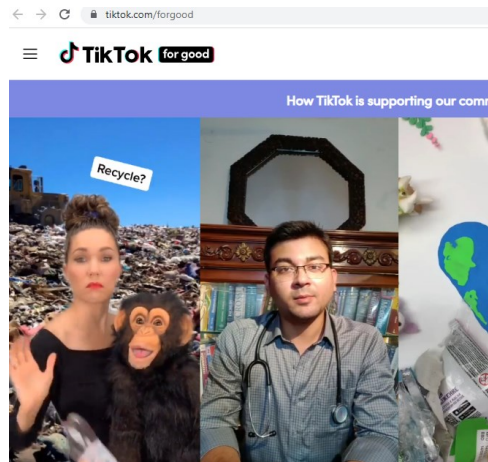
Ukraine 9,275,000-11,337,000

5

Euroopassa



Due to data security requirements, this figure does not include audiences under 18 years of age.

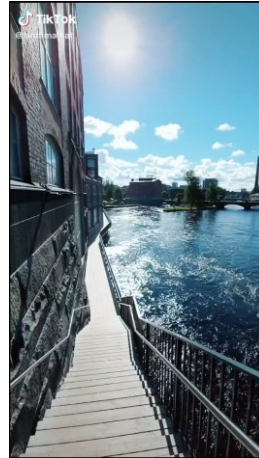


6

Algoritmiystävällinen TikTok

- Algoritmilla tärkeä rooli alustassa, sen ansiosta vietetään enemmän aikaa kuin vaikka FB:ssä (App Annie 2021)
- Laskeutumissivusto For You, suomennettuna käyttää algoritmia trendaavien videoiden suositteluun
- Käyttäjien ei tarvitse rekisteröityä käyttääkseen sovellusta tai edes seurata nähdäkseen videosisältöjä
- Sovelluksen algoritmi alkaa heti alusta alkaen opetella käyttäjien mieltymyksiä ja suosittelee sisältöjä käyttäjien mieltymyksiä mukaan.
- Ts organisaation tulisi luoda algoritmiystävällistä sisältöä
-> lisää näkyvyyttä
- Vaikka videolla toisinaan vähän reaktioita, niin pääsee Sinulle-sivulle, jos asianmukaisesti hashtagia ja musiikkia

 Sinulle



7

Viraaliksi

- Jos organisaatio osallistuu ajankohtaiseen haasteeseen, sisällöllä suuri mahdollisuus mennä viraaliksi
- TikTokissa ajankohtaiset trendit ja hashtagit löytyvät löydä-kuvakkeesta.



- Löydä-kuvakkeen näkymä kertoo meneillä olevat trendit.
- Esim #Gardenhacks, josta on tehty noin kaksi miljardia videosisältöä.
- Kyseisessä trendissä hännätään henkilöä, joka on joskus valittanut jostain.
- Tämän trendin pääominaisuus on itse sisältö, mutta myös dramaattinen musiikki, joka soi taustalla. Mitään muuta efektejä eikä editointeja tarvita trendiin osallistumiseksi.
- Redin K-Supermarketin kauppias on esimerkiksi osallistunut tähän trendiin mukaan. Siinä hän onnistui sisällyttämään mainoksen myymälänsä olevien energiajuomien tarjouksen, ja video on kerännyt yli 90 tuhatta näytökertaa.

Löydä

thegreatmoosemigration

gardenhacks # ootd

🎵 Kalkki paitsi sydän - ABREU

🎵 Fading Like A Flower - Roxette & Galantis

🎵 City (feat. A36) - Cledos

springcleaning # vlog

🎵 haluan takas i

🎵 Bändäri - Pihli



#gardenhacks

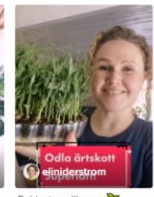
66.4M näytökertaa



Besvara @12341016 Väij s...



Kolla kommentarerna för ...



Enklaste odlingen 🌱 ...




3 SORTERS MYNTA



8




Viraaliksi #2



#springcleaning

954.6M näyttökertaa

Whether it's minimizing or taking out the trash, get ready for some #SpringCleaning.

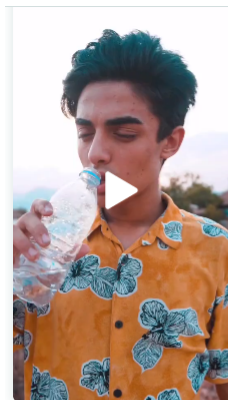




RENGÖR VITA SNEAK... Håller ni med Tintin om at... Vardagsrummet är färdigt!...

Loyda

- # letsplay
- # eurovision2022
- # europeday
- About Damn Time - Lizzo
- 2step (feat. Ellinoora) - Ed Sheeran
- GONE - Averagekidluke
- # golf
- # grwm
- Munkaa - Blacflaco & Mjay
- Kaikki paitsi sydän - ABREU

9

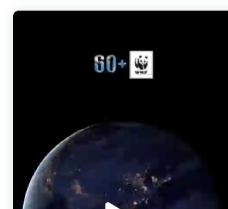


#ForClimate

In partnership with the International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, TikTok launched a global campaign to spread climate change awareness in over 100 markets. With special effects, filters and stickers, TikTok users shared knowledge about climate change, drew attention to the impacts of extreme weather, and urged people to better protect our planet.

273K videos created

384M video views



#MyEarthHour2019

Earth Hour, initiated by World Wildlife Fund, is the world's largest collective environmental movement, which launches annual public celebrations in 3,500 cities across more than 170 countries. TikTok joined the 2019 Earth Hour campaign as a global partner of WWF, inviting users and celebrities around the world to turn off their lights for one hour.

10

Digitaalisuudessa ja somessa paljon käsitteitä

- **Algoritmi** esim TikTokissa suodattaa ja järjestää syötteen sisältöä käyttäjän mukaan
- Sisältö ei ole aikajärjestyksessä vaan kiinnostavuuden mukaan
- Järjestelmä nostaa suosituimpia postauksia, ja laskee vähemmän kiinnostavien näkyvyyttä
- **Hashtag** eli aihetunniste, jota voi klikata – TikTokissa pop
 - käyttäjät löytävät aiheeseen liittyvän sisällön ja julkaisijat

11

Älä kohtele TikTokia ohimenevänä ilmiönä

- Sosiaalisuus osa ihmisyyttä ja videot sitouttaa
 - Some kasvanut ja muuttunut lyhyessä ajassa
 - Somessa ollaan vuorovaikutuksessa, muille suositellaan asioita ja autetaan
 - Maineella ja läsnäololla keskeinen merkitys myös TikTokissa
- Muista
- Sisällön oltava rehellistä ja maanläheistä
 - Perinteinen liioiteltu mainosisältö koetaan valheellisena
 - Eettisiä sääntöjä: muiden kuvia tai videoita ei ilman lupaa = oma matsku

12

Miksi TikTok?

- Vaikuttajamarkkinoinnin tärkeys pysyy edelleen vahvana
 - MI mikro- ja makrotason vaikuttajien kaupalliset yhteistyöt
 - Mikovaikuttajat esim keskustelevat aktiivisemmin seuraajien kanssa plus sitouttamisprosentti kovempi
 - Sisältöjen visuaalisuus ja videoiden merkitys edelleen kasvaa
 - Visuaalisesti sisällöt herättävät huomiota, ja kanavien algoritmit suosivat videoita
 - Näkyvyyttä ja liidejä saa kanavaan sopivalla, tunteita herättävällä sisällöllä
- Some globaalisti kasvanut yli 40% pandemia-aikana
 - Lyhyet 6–15 sekunnin videopätkät keräävät katsojia
 - Ilmiön myös muissa kanavissa
 - Snapchatista alku story-videoille
 - Vastaavat YouTubessa (Shorts)
 - Ja kova kilpailu TikTokin ja saman kaltaisen Instagram Reelsien kanssa

13

Miksi videot?

- Soveltuvat hyvin brändirakentamiseen
 - Mutta ei aina parasta
- Yhdistetään eri elementtejä omaan brändiin kuin energiajuoma urheiluun
 - Tuote-esittelyt ja ohjeet
- Apua tuotteen ostajalle ja luottamusta
- Tuotemarkkinointia ostoprosessin jälkeen -> vaikuttaa tuote-arvosteluun
- Hyvän videon ominaisuuksia
 - Autenttisuus, viihdyttävyyys, henkilökohtaisuus, omaleimaisuus
 - Videoihin oikeita henkilöitä ja sijainteja = aitoutta
 - Suosituimmat kuvattu jopa webkameralla
 - Ei aina 15k produktio
- Ihmiset haluavat viihtyä, ja hauskaa videota toistetaan ja jaetaan
 - Nauruun ja hymyyn helppo samaistua
 - Vrt hymyilevä myyjä vs vakava
- Henkilökohtaisuus luo tarinaa, samaistumista
- Mieleenpainuvat videot joskus eriskummallisia, mikä kiehtoo ihmisiä?
- Videoita voi kuvata pelkällä puhelimella, ja jopa suositeltavaa
 - Videoita katsotaan mobiiliisti
 - Älä luo myyntivideoita
 - Viihdytä ja anna tietoa

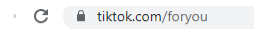
14

TikTok Statistics 2022 markkinoijalle

- TikTokilla 1 mrd kuukausittaista aktiivista käyttäjää
- Internetin käyttäjiä 4,8 miljardia, joista reilu 20 % käyttää Bytedancen/TikTokin videonjakoa
- TikTok ladattu 3 mrd kertaa, ja oli ladatuin ei-pelisovellus vuonna 2021
- TikTok julkaistiin vasta v. 2016, mutta 7. sijalla somesovelluksissa 2021
- TikTok ohittanut Twitterin, Telegramin, Redditin, Pinterestin ja Snapchatin kuukausittaisten aktiivisten käyttäjien määrässä
- käyttäjäkanta kasvoi yli 1000% v 2018 ja 2020 välisenä aikana
- TikTok kiinnostavin somesovellus, jonka ka istunnon pituus 10,85 minuuttia
- TikTokin sis.tuottajilla 100 miljoonaa seuraajaa, ansaitsevat jopa 5 milj USD/v (Addison Rae, Charlie D'Amelio, Dixie D'Amelio)
- Suosituimpia sisältökategorioita ovat viihde, tanssi, kepposet, kuntoilu/urheilu ja tee-se-itse

15

Ero muihin kanaviin




- Seuraajia ei tarvitse olla paljon saadaksesi katseluita
- Jokainen video saa varmasti katseluita, ja jokainen video voi lähteä viraaliksi?!?
- Kun jackpot osuu kohdallesi, saat paljon katseluita ja niitä todella tulee ja nopeasti
- Vaikeaa on ennustaa, milloin näin tapahtuu
- Tyypillistä on että vähän suosituissa videoissa voi olla vain muutama sata katselukertaa, kun taas suosituimmassa satojatuhansia
- Jos päädyt For you –sivulle..
- Kun avaat sovelluksen, päädyt For you –sivulle
 - algoritmi valitsee sinulle sopivia videoita
 - Ei siis ensimmäiseksi sitä sisältöä, jota seuraamasi käyttäjät ovat tuottaneet

16

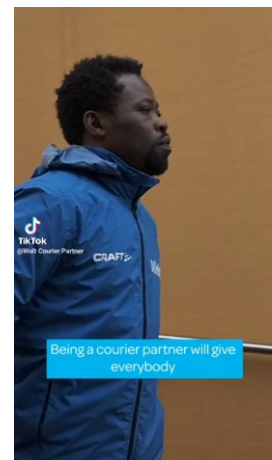
Johdonmukaisuus ja älä ”myy”

- Muista johdonmukaisuus- 3-4 viestiä päivässä – liikaa?
 - Some management avuksi
- ÄLÄ myy!! Lisää tietoisuutta
- BIO kuntoon
- myynti TikTokilla, tee siitä hauskaa!
- TikTokin vaikuttajat saattavat olla edullisempia kuin Instagramissa
 - Tee yhteistyötä vaikuttajien kanssa
- Rakenna luottamusta videoiden avulla
- Yhteistyötä TikTok-vaikuttajien kanssa?
 - Vaikuttajia, jotka työskentelevät niche-alueellasi
 - Jotka toimivat brändisi arvojen kanssa
 - Monet tuotemerkit, mieluummin työskentelevät mikro- ja nano-tuotemerkkien lähettäjien kanssa
 - autenttinen ääni ja auktoriteetti kapeasti
 - Kuuluisuuksien päivät ehkä ohitse
 - brändit haluavat työskennellä todellisten ihmisten kanssa

17

Strategiasuunnitelma Tokkiin?

- Haluat tavoittaa esim nuorempaa kohdeyleisöä
 - Miten erottua joukosta ja uskallusta sisältöön?
- Organisaatiolla toimiala ja vielä syvemmin?
- TikTokissa erottuvat mm. lääkärit, juridiset, designerit, podcast-osaajat, kauppiat, opettajat
- Kilpailua monella alalla vielä verrattaen vähän
- Onko organisaatiossa taitoa jakaa hyödyllistä informaatiota?
 - Usein hauskaasti ja ei aina liian vakavasti??
- Jos haluat lisätä oman yrityksen tai henkilöbrändin lähestyttävyyttä
 - Tarvitaan aitoutta tai hauskuutta
 - Rekrä?



18

Kohderyhmät tunnistettava!!

- TikTokissa samanlaista kasvua kuin Facebookissa esim v. 2007
- Koronakauden aikana suosio noussut edelleen ja kiinnostaa myös vanhempaa yleisöä esim 25–44-vuotiaita
- Suosituinta sisältöä ovat tanssivideot
- TikTokissa luovuus kuohuu
- Haasteet ja meemit lähtevät liikkeelle esim musiikkikappaleesta, josta voi muodostua uusi tanssikoreografia, josta muodostuu yhä uusia ilmiöitä.
- TikTokiin tutustuminen ei aina ole helppoa, jos suositteltu sisältö ei tunnu sopivalta
- Algoritmi oppii käyttäjänsä mielenkiinnot ajan kanssa
- Ensimmäisellä käyttökerralla syöte koostuu videoista, jotka eivät välttämättä toimi uudella käyttäjällä
- Muutaman kerran jälkeen sisällöstä TikTok oppii houkuttelevuuden
- Käyttäjän ei välttämättä tarvitse etsiä mielenkiintoisia tilejä, vaan algoritmi hoitaa sisällönvirran

19

Parhaimmat kategoriat ja hashtagit

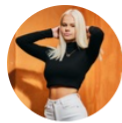
Luokka	Views mrd	
• Viihde	535	• # tiktok.
• Tanssi	181	• # love.
• Pilat	79	• # funny.
• Kunto/urheilu	57	• # memes.
• Koti/DIY	39	• # followme.
• Kauneus/ihonhoito	33	• # cute.
• Muoti	27	• # fun.
• Reseptit/ruoanlaitto	18	• # music.
• Life hacks/neuvot	13	• # happy.
• Lemmikit	10	• # fashion
• Ulkoilu	2	



Lähde: <https://backlinko.com/tiktok-users>

20

Lukioikäiset, kieli?



jennifererica ✓
jen

Seuraa

420 Seurataan 4.4M Seuraajat 227.6M Tykkäykset

FISE

Following back on insta :)

Biz: jenniferericamanagement@gmail.com

www.tokmanni.fi/tuoksupuikk...

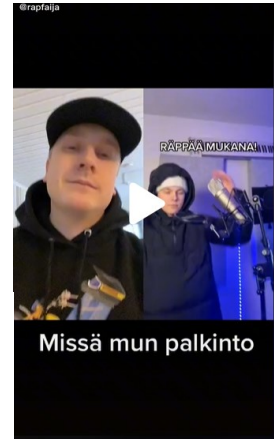


rapfaija
RAPFAIJA

Seuraa

164 Seurataan 41.8K Seuraajat 815.3K Tykkäykset

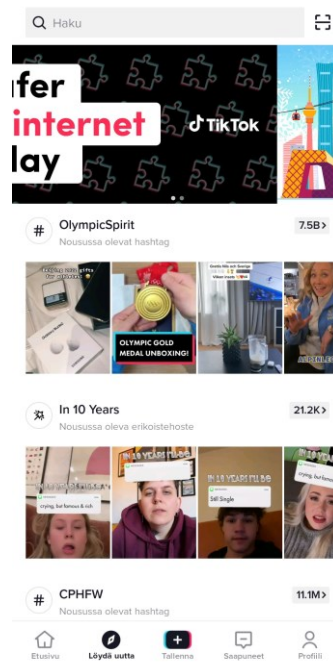
Tiktokin paras räppäri - poika sano
Musiikki yms



21

Viesti ja hae

- Käynnistäessään sovelluksen käyttäjä päätyy kotisivulle, joka on jaettu For You- ja Following sivuihin
 - For You aloitussivu, jossa tekoälypohjainen algoritmi suosittelee käyttäjille kiinnostavia videoita
- Sovelluksessa ei tarvitse seurata ketään nähdäkseen videoita
 - tykkääminen, kommentointi ja sisällön lataaminen sovellukseen vaatii käyttäjätunnuksen
- Discover/löydä- sivulta löytää suosituimmat hashtagit ja sovelluksen hakukoneen, jossa voi hakea esimerkiksi musiikkia, käyttäjiä tai hashtagia



22

Valmis vastaanottamaan palautetta avoimesti?



- Yrityksen oltava valmis vastaanottamaan palautetta avoimesti
- Somessa vaihtelua nopeasti: se, mikä toimii edellisenä päivänä, ei välttämättä toimi enää tänään
- Joissakin kohderyhmissä yleisöä löytyy joka lähtöön, mutta joissakin kanavissa on tarkemmat kohderyhmät
- Kohderyhmän tavoittamiseksi on tiedettävä, missä kohderyhmä on ja miten se siellä viestii
- Julkaisupäivämäärät ja -ajat on asettava kohderyhmälle sopivaan ajankohtaan
 - jollekin kanavalle sopii paremmin perjantai, toiselle sen sijaan maanantai

23

TikTok sisältömarkkinoinnin strategia

- Parhaiten menestyneistä yli 60 % laatinut sisältömarkkinoinnin strategian (Content Marketing Institute)
 - huonoiten menestyneistä 13 %
- Käsittää markkinoinnin ja viestinnän tavoitteet, kohderyhmäprofiilin, kohderyhmän ja kohderyhmän intressien määrittelyn sekä toimintasuunnitelman tavoitteiden saavuttamiseksi
 - auttaa hahmottamaan tärkeitä markkinointikanavat, sekä siirtämään tavoitteet konkreettisiin toimiin = sosiaalisen median sisältösuunnitelma
- Motiivipohjainen segmentointi
- apuväline ostajapersoonan määrittelyyn ja kannattavuuden kasvattamiseen
- Keskeistä ymmärtää syyt asiakkuuden syntyyn
- Kun keskeiset tiedot osataan kartoittaa, on markkinointia helpompi toteuttaa
 - asiakkuuden vaiheiden tunnistaminen = asiakkaan ostopolun luomiseksi (customer journey mapping)
 - Ostajapersoonalle määritellään demografiset tekijät, motivaatiotekijät, vaikuttimet, kiinnostus ja ymmärtämys tuotteeseen
 - mahdollisia haasteita ja ongelmia ostajapersoonan ja markkinoinnin välillä syytä tarkastella

(Keronen & Tanni 2017)

24

TikTok ostajapersoonat

- TikTokissa onnistuneella ostajapersoonalla suuri merkitys, koska algoritmit
 - suosittelevat käyttäjän julkaisemia sisältöjä sellaiselle yleisölle, joka on aiemmin kiinnostunut vastaavasta sisällöstä
 - Suurimman näkyvyyden videolle saa siis tuottamalla sisältöä tietynlaiselle yleisölle, johon ostajapersoonana on loistava apu
 - Liian monelle persoonalle sisältöä tuottavan tekijän TikTokin algoritmit jättävät helposti vaille huomiota = video ei saavuta haluttuja näyttökertoja
- Sisällön pyrkimyksenä usein tavoittaa mahdollisimman paljon ihmisiä
- Esim suosiossa olevat trendivideot
 - algoritmien ansiosta saavuttavat usein suuren määrän ihmisiä
 - sisällön ei välttämättä tarvitse olla kovin informatiivinen, vaikka jokin sanoma tuotetulla sisällöllä tulisikin aina olla
- Tavoittavalla sisällöllä tarkoitus johdattaa asiakas eteenpäin asiakkuudessa saamalla asiakas tutustumaan esimerkiksi verkkokauppaan
- TikTokissa hyvä tavoite esim saada katsoja tykkäämään, jakamaan tai kommentoimaan julkaisua
 - -> algoritmit auttavat katsojaa altistumaan yrityksen sisällöille jatkossakin

(Keronen & Tanni 2017)

25

Brändäys ja sisältö?

- Erityisesti tavoitettavaa sisältöä tuottaessa hyvä tuoda brändin nimi esille jo ensisekunneina
 - muistijälki
- Facebook havaitsi, että brändi painui 23 % todennäköisemmin katsojan mieleen
 - Kun brändi ensimmäisessä kolmessa sekunnissa
 - Neljän sekunnin jälkeen enää 13 %
- Esim. RyanAirin TikTok-tili [@ryanair](#)
 - Sisältö pohjautuu humoristisiin julkaisuihin ja ajankohtaisiin TikTok-trendeihin
 - Helmikuussa 2021 julkaistiin 12 videota, joilla 1.3.2021 oli videosta riippuen 358 600 – 4,7 miljoonaa näyttökertaa
 - Julkaisut saavuttivat ka 2,4 miljoonaa katselua
 - Luku yli 5x tilin seuraajamäärään (445 100) verrattuna
 - Vrt [Finnair](#)
- Sitouttavien sisältöjen keskeinen tehtävä on vakuuttaa asiakas yrityksen osaamisesta ja edesauttaa näin ostopäätöstä
- TikTokissa sitouttavia videosisältöjä voivat olla esimerkiksi informatiiviset asiantuntijavideot tai tuote-esittelyvideot
- Sitouttavan sisällön tehtävä sitouttaa potentiaaliset asiakkaat

(Facebook 2017)

Aktivoivan sisällön tarkoitus viimeistellä asiakkaan ostopäätös

26

Esimerkkejä aktivointiin

- Aktivoiva sisältö voi olla joko oma julkaisunsa, tai se voi olla sijoitettuna toiseen julkaisuun
- Aktivoivassa sisällössä tulisi aina olla **jokin kehotus asiakkaalle**
- Ts suora kehotus haluttuun toimintoon
- Aktivoiva sisältökin saavuttaa tavoitteet, mikäli markkinointi on tavoittanut kohdeyleisönsä
- K-market kauppias Kalle Kouvo [@kauppiaskalle](#) tuottaa aktivoivaa sisältöä
 - kehottamalla kauppaan tarjousten tai haasteiden avulla
 - Esim lupaamalla joululimonadipullot yhden euron hintaan
 - > 33,5 k näyttökertaa / 24h

27

Esimerkkejä johtajuus/asiiantuntija

- Ajatusjohtaja (thought leader) tarkoittaa henkilöä tai organisaatiota, alallaan vahva
- Ajatusjohtajuus, ottaa kantaa omaa osaamisaluettaan koskeviin asioihin ja asiiantuntijasisältöä
- Tunnettu kilpailevien yritysten ja asiakkaidenkin keskuudessa
- Mahdollista saavuttaa sellainen asema, ettei kohdisteta kilpailutusta, vaan yritys asiakkaalle esim selkeä valinta
- 82 % päättäjistä kertookin ajatusjohtajuuden vakuuttavan heidät yrityksestä
- Ajatusjohtajuus
 - vaatii suunnittelutyötä ja asioihin perehtymistä
 - osa strategiaa
 - ei varsinaisesti valita, vaan se rakentuu ajan kanssa
 - TikTokissa esim @tapiopappi



laakarionnejuntura

jonnejuntura

Seuraa

43 Seurataan 30.2K Seuraajat 1.1M Tykkäykset

(Keronen & Tanni, 2017)

(Differo 2020.)

28

Mikä on suosittua?

• Huumori



khaby.lame ✓

Khabane lame

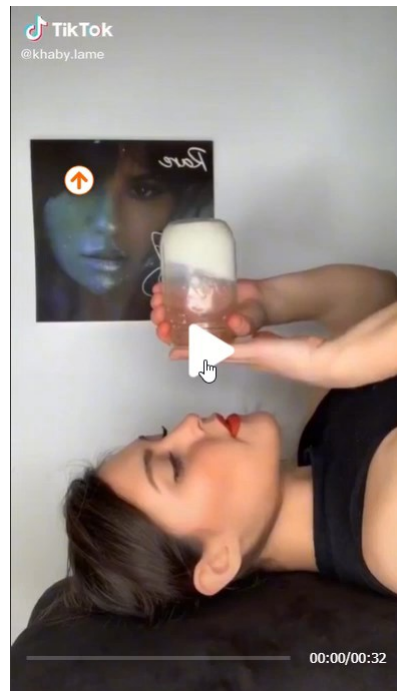
Viesti



68 Seurataan 131.4M Seuraajat 2.1B Tykkäykset

Se vuoi ridere sei nel posto giusto 😂
If u wanna laugh u r in the right place 😂

🌐 khabyshop.com



SAMP
SUOMEN VIEROKÄÄNTÄJÄT

29

Mikä on suosittua (2)?

• Tanssi

#shuffledance

Q #shuffledance

Q shuffledancetutorial

Q shuffledancefinland

Q shuffledancechallenge

Q shuffledancegirls

Q shuffledanceegirls

Q shuffledancers

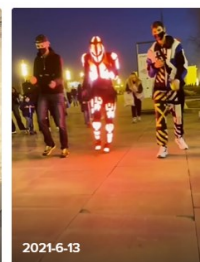
Q shuffledancekids



2021-12-28

#shuffledance
#shufflesapes #tutorial...

ecruzn ✓

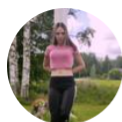


2021-6-13

Monster Walking 🤖 Neon
Mode 🌈 #tuzelity...

tuzelitydance ✓

▷ 9.3M



merjatar

Merja 🌸


Seuraa

775 Seurataan 53.6K Seuraajat 617.4K Tykkäykset


SAMP
SUOMEN VIEROKÄÄNTÄJÄT

30

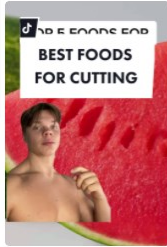
Trendit




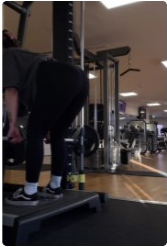
#gymtok
31.2B näyttökertaa
Get ready to hit the gym with #GymTok.





#millennials
1.6B näyttökertaa
Here's to all the #Millennials of TikTok.
















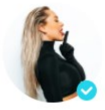
31



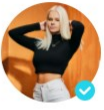
HPC Official
@hpc_official
12.2M seuraajat




Sari Aalto
@sariaalto
4.6M seuraajat




Erna-Anna Husko
@ernahuskoo
1.6M seuraajat




jen
@jennifererica
4.4M seuraajat




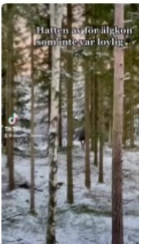
#petsoftiktok
36B näyttökertaa
We want to see all the #PetsOfTikTok.




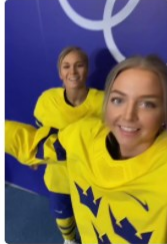
#olympicspirit
7.3B näyttökertaa
The Winter Olympics are here so whether it's practicing sport, recreating your favorite moments, or watching with your friends and...
















32



hpc_official ✓
HPC Official

Seuraa

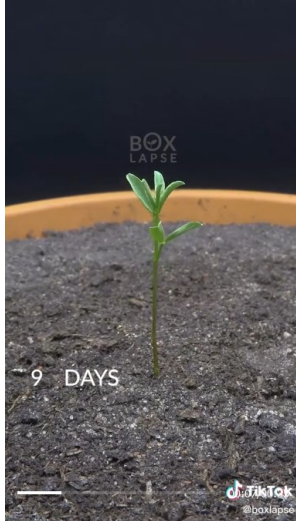
23 Seurataan 12.2M Seuraajat 198.3M Tykkäykset

boxlapse ✓
boxlapse


Seuraa

439 Seurataan 6.5M Seuraajat 77.6M Tykkäykset



Anni ja Lauri Vuohensilta puristavat hydraulipuristimella


33



sannioksanen
Sanni Oksanen

Seuraa


153 Seurataan 377.1K Seuraajat 9.3M Tykkäykset
Insta: sannioksanen
F1 Finnish F1



lottistar
Lola

Seuraa


79 Seurataan 23.4K Seuraajat 1.2M Tykkäykset
I'm funny and I sing.
Plz go to my instaaram it's poppin @lottistar



konstaapelidaniel ✓
Konstaapeli Daniel

Seuraa


7 Seurataan 144.2K Seuraajat 2.2M Tykkäykset
Itä-Suomen poliisilaitoksen Nettipoliisi
Instagram
CreatorAwards äänestys



melkeinsuomalainen
janelle

Seuraa


711 Seurataan 62.7K Seuraajat 1.5M Tykkäykset
amerikkalainen, opettelen suomea, muusikko
Instagram: @melkeinsuomalainen F1
linktr.ee/melkeinsuomalainen



elinamae
elinamae

Seuraa


6 Seurataan 1.4M Seuraajat 40.7M Tykkäykset



jasmin.ngo
Jasmin Ngo / IG: @jassesi

Seuraa

19 Seurataan 98.4K Seuraajat 4M Tykkäykset
atkailua, ruokaa ja kaikkea muuta!
jasmin.ngo@gmail.com
VIDEO TUBESSA
youtu.be/eFfY27PyYto



nomivirallinen
NOMI

Viesti


64 Seurataan 75.9K Seuraajat 1.2M Tykkäykset
Nomi



lottajapappa ✓
Lotta ja pappa

Viesti

74 Seurataan 76.2K Seuraajat 1.5M Tykkäykset
Meillä on yhteinen YouTube-kanava "Lotta ja pappa"
linktr.ee/lottajapappa



pauliinalaitinen1
Pauliina Laitinen

Viesti

361 Seurataan 37K Seuraajat 834.2K Tykkäykset
Art expert, Ph.D., Author, Jaguar Brand Ambassador
@pauliinalaitinen1/instagram
www.taidetohtori.fi

34

Suomi yritykset vai persoonat



khaled.azizi

Khaled Azizi

Seuraa

880 Seurataan 178.7K Seuraajat 5.5M Tykkäykset

IG @Azizi.khaled
Snap khaled.azizi
Khaled.azizi@hotmail.fi
Eerikinkatu 20 Turku



anittaahonen

Anitta Ahonen

Seuraa

259 Seurataan 51.8K Seuraajat 464.8K Tykkäykset

Kirollevala rollaattorimummo
Stand up - koomikko Anitta Iso A Ahonen

LIVE-tpahtuma: helmi 11, 3:00 PM

Www.anittaahonen.net



alijahangirifi

Ali Jahangiri

Seuraa

132 Seurataan 49.3K Seuraajat 860.4K Tykkäykset

Comedian from Finland / Insta / Youtube alijahangirifi

www.alijahangiri.fi

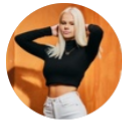


sariaalto

Sari Aalto

Seuraa

1944 Seurataan 4.6M Seuraajat 74.3M Tykkäykset



jennifererica

jen

Seuraa

420 Seurataan 4.4M Seuraajat 227.6M Tykkäykset



Following back on insta ;)

Biz: jenniferericamanagement@gmail.com

35

Lisää ”suomi-ilmiöitä”



asoothesizzler

Asoo

Seuraa

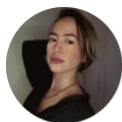
146 Seurataan 6M Seuraajat 91.8M Tykkäykset

I love makeup, anime and you
SC : asoothesizzler
خديو جديد عالقاته

Irakilaistaustainen Yusur Alkhalidi, 21
muodista ja kauneudesta



ASOO أسو
4,16 milj. tilaajaa



dianarantamaki

Diana Rantamäki

Seuraa

804 Seurataan 6M Seuraajat 119.8M Tykkäykset



Follow my IG @dianainfinland



turbosqueezer

turbosqueezer

Follow

1 Following 2.3M Followers 30.4M Likes

• •
• Squeezing our favorite things •
• MERCH OUT NOW •



pongfinito

Pongfinito

Follow

51 Following 1.4M Followers 22.3M Likes

36

Musamailma ja TikTok.. trendejä



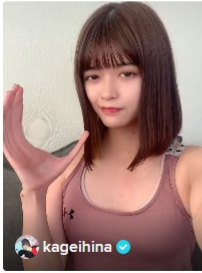
Into The Thick Of It!

The Backyardigans
3.2M videot



Helikopter

Fazluj
2.4M videot



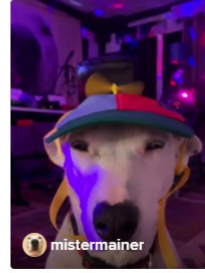
kageihina
四捨五入して大成功!!



vikabren.art
שמתי גומייה... #fyp #drawi...



My husband tried removing
it the old-fashioned way...
unsuccessfully
aneri.vulaj
and that's on buying jewe...

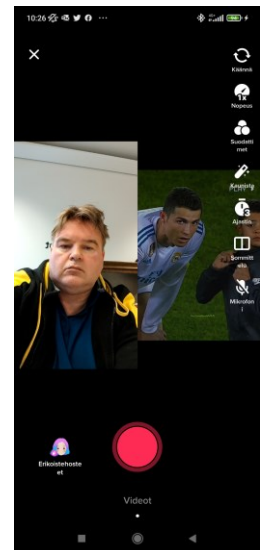
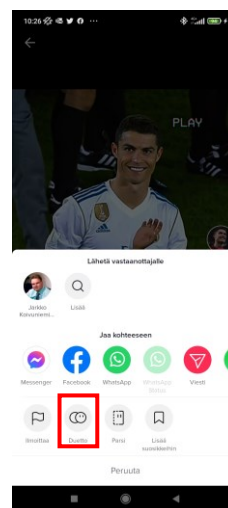


mistermainer
HELICOPTER

37

TikTok yritysten ja organisaatioiden näkökulmasta

- Kanavana välillä vaikea määrittää
 - Yhteisö, käyttöä varten ei tarvitse rekisteröityä
 - Käyttäjät löytävät helposti ja kätevästi tuoretta sisältöä
 - piirteitä Snapchatin, Instagramin, Youtuben
 - korostuu yhteisöllisyys sekä osallistaminen, ei välttämättä muissa kanavissa samoin
- TikTok-videoita jaetaan myös muissa some kanavissa
- Esim Duetto-ominaisuudella voidaan reagoida omassa TikTok-videossa toisen tekijän videosisältöön
- Viihde nopeatempoista ja koukuttavaa, ja algoritmi takaa loputtoman sisällön
 - Mm kierrätetyistä äänimateriaalista



38

Lyhyet videot, muuta sisältöä?

- Haluat tavoittaa nuorehkoa yleisöä, erotu ja uskallat tehdä sisältöjä
- Sinulla selkeä niche ala tai toimiala
 - =mitä ei TikTokissa
- Edm mm. papit, lääkärit, lakityypit, designerit, podcast-tekijät, kauppiat ja opettajat
- Kilpailua alalla melko vähän
- Miten jakaa hyödyllistä tietoa itselle sopivalla tavalla eli ehkä hauskaasti
- Joskus toki vakavuuskin puree
- Oman yrityksen/organisaatio näkyvyyttä, tuo esille aitous tai hauskuus
- Rohkeutta tarvitaan

Tips and tricks

- Testaa itselle sopivalla tyyllillä
 - Ei ole pakko tanssia
 - Epäaitous ja väkinäisyys paistaa -- "boomer"
- Tee videot huolella, vaikka tekeminen nopeaa
 - huolella tehty video = enemmän katseluita
 - trimmaa yksityiskohtia esim taustamusa, leikkaukset, efektit ym.
- Mieti, miten video toimii?
 - Tykkäätkö katsoa?
 - Jaksetaanko video katsoa loppuun?
- Rohkeus ja hauskuutta mukaan
 - TikTokissa asioita ei oteta vakavasti
 - TikTok ei sovi myöskään kaikille

39

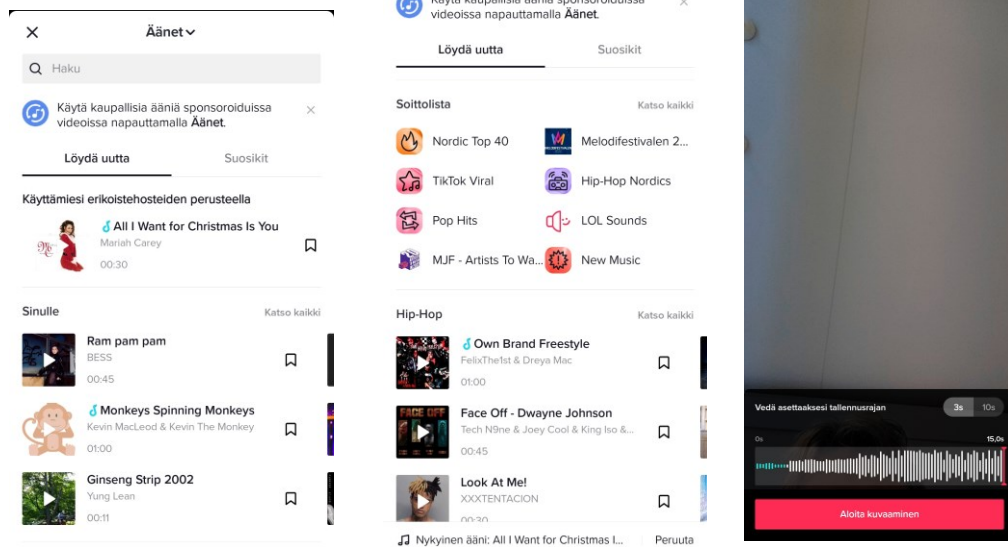
Äänet ja musiikki

- Musiikilla TikTokissa tärkeä rooli
- TikTokilla on oma musiikkikirjasto, josta käyttäjä voi valita vapaasti musiikkia videoilleen
 - kattavasti kaikenlaista musiikkia
- Käyttäjällä mahdollisuus ladata videoon myös omaa ääntä
- Kun musiikki valitaan TikTokin kirjastosta, musiikin tekijän ja kappaleen nimi näkyvät vasemmassa alareunassa liukuvana tekstinä
 - Painamalla tekstiä sen pääsee tallentamaan omiin suosikkeihin ja näkemään videoita, joita ääneen luotu
 - Jos musiikin/äänien tekee videolle itse, alareunassa teksti "alkuperäinen-käyttäjätunnus"esim "alkuperäinen äänidaniuniikki"

- TikTokissa kannattaa käyttää musiikkikirjaston musiikkia, sillä TikTokissa myös tekijänoikeussäännöt
- TikTok voi poistaa videon, jossa on käytetty musiikkia ilman lupaa
- Ilman lupaa tarkoittaa TikTokissa esim toisen artistin käyttämää musiikkia ilman artistin mainintaa tai lupaa
- TikTokissa voi käydä niin, että käyttää omaa ääntä videolla, mutta taustalla musiikki esim radiosta
 - videoon tulee automaattisesti alkuperäinen ääni
 - Oletetaan, että taustalla soiva musiikki on myös julkaisijan alkuperäinen ääni

40

Äänet ja musa



41

Musiikki – Teosto tai copyright?

- TikTokissa ja Instagram Reels -videoissa musiikki olennainen osa Yrityksillä ja yhteisöillä siis rajatumpaa
- Yksityset voivat käyttää huoletta musiikkia
- TikTok ei ole Teoston lisensoimalusta
- Musiikki vapaassa käytössä, kun ei ole mainos
- IG:n Storeissa vapaasti, kun eivät kaupallisia yhteistöitä tai mainoksia
- ja maks 24 tunnin ajan
- Esim tekijänoikeusvapaa tai royaltyfree

<https://www.teosto.fi/musiikin-kayttoluvat/hankilupa/mediapienlupa/#kattava-kuvaus-luvasta>

<https://www.epidemicsound.com>
<https://www.premiumbeat.com/fi>

42

TikTokin musakirjasto

- Ei välttämättä suurien artistien hittejä

 Epidemic Sound

Get full access to over 35,000 tracks & 90,000 sound effects.

Kaupallisessa yhteistyössä

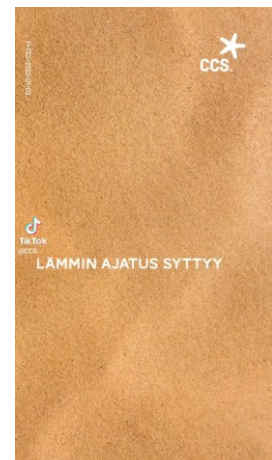
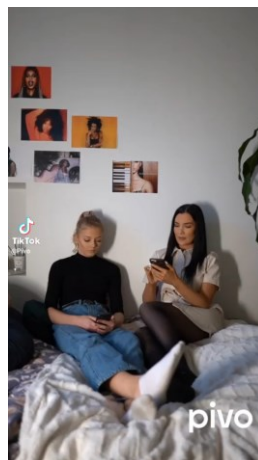
- Oma kappale (tuottaminen) tai
- 1) Oikeuksien ostaminen valittuun kappaleeseen
- 2) Royalty free -kappale
- 3) Sisältöjä voice over -tyylillä, jolloin musiikkia ei tarvita

<https://www.melodyloops.com>

43

Kenelle ja kuinka yritys voi viestiä TikTokissa?

- Faneille
- Asiakkaille
- Tuleville asiakkaille
- Eri ikäisille
- Kenellepä ei?



44

TikTokin mahdollisuudet yritykselle

- TikTok useiden mainostajien mielestä paras kanava vaikuttajien hyödyntämiseen (IGN kera)
- Vaikuttajat tekevät sisältöä kasvavalle seuraajajoukolleen
 - Ovat siis sisällöntuotannon ammattilaisia
 - Tieto siitä millainen sisältö puree heidän kohdeyleisölleen
 - Oppimisen polku monelle yritykselle
- Panostaakko mainontaan vai..
- ..järkevämpää hyödyntää TikTokiin vaikuttajiin
- Brändimainontaan vaikuttajat usein tehokas kannattava panostus
 - moni vaikuttaja suosii nykyään pitkäaikaisia kumppanuuksia kertakampanjojen sijaan
 - Nosteessa on myös mikrovaikuttajien käyttäminen
 - Mikrovaikuttajilla on huomattavasti sitoutuneempi yleisö



45

TikTokin mahdollisuudet yritykselle

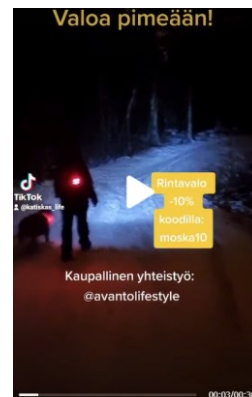
- Useat tutkimukset/analyysit puhuvat käyttäjien luonnollisen sisällön puolesta (UGC=user generated content)
- Tämä selkeästi vaikuttavampaa kuin mainokset esim TikTokissa
 - Esim laatupisteet (Realeyes) kertovat, että TikTokin käyttäjien luoma sisältö toimii 21 prosenttia paremmin kuin esim Facebook mainokset
 - Tai 68 prosenttia paremmin kuin tavalliset mainokset
- Aitous on siis pop
 - käyttäjät pystyvät luomaan kiinnostavampaa sisältöä kuin itse brändi
- Vaikuttajien tuottama usein vakuuttavampaa kuin
- Edelleen humorisisältöiset tai asiantuntijoiden videot vaikuttajayhteistöistä katsotuimpia
- Myös esim eläimet puhuttelee
- Ohje: Anna vaikuttajille vapaat kädet


katiskas_life

Kati Häkli

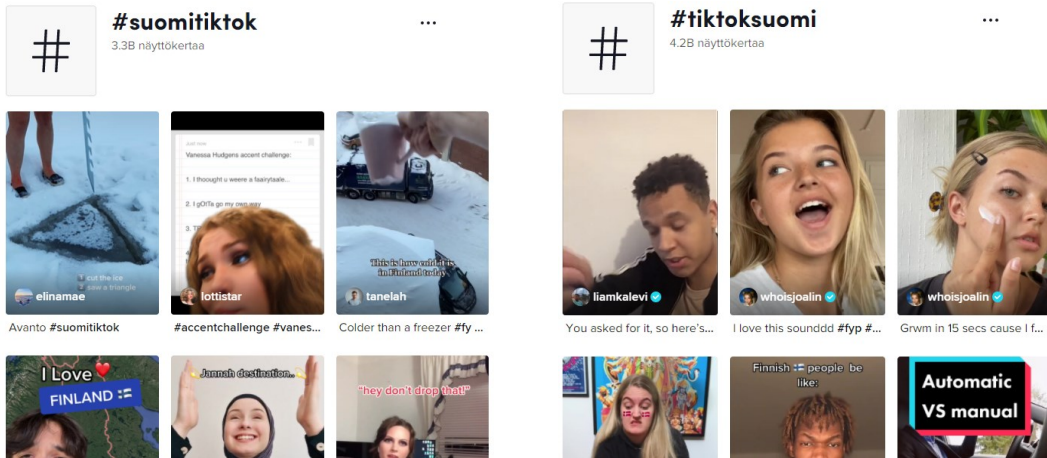
Seuraa

436 Seurataan 95.2K Seuraajat 2.9M Tykkäykset


[Realeyes | Attention & Emotion Measurement in Ad Testing](#)

46

Suomessa



47

Suomi yritykset vai persoonat



khaled.azizi
Khaled Azizi

Seuraa

880 Seurataan 178.7K Seuraajat 5.5M Tykkäykset
IG @Azizi.khaled
Snap khaled.azizi
Khaled.azizi@hotmail.fi
Eerikinkatu 20 Turku



anittaahonen
Anitta Ahonen

Seuraa

259 Seurataan 51.8K Seuraajat 464.8K Tykkäy
Kiroileva rollaattorimummo
Stand up - koomikko Anitta Iso A Ahonen
LIVE-tapahtuma: helmi 11, 3:00 PM
Www.anittaahonen.net



alijahangirifi
Ali Jahangiri

Seuraa

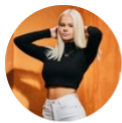
132 Seurataan 49.3K Seuraajat 860.4K Tykkäykset
Comedian from Finland / Insta / Youtube alijahangirifi
www.alijahangiri.fi



sariaalto ✓
Sari Aalto

Seuraa

1944 Seurataan 4.6M Seuraajat 74.3M Tykkäykset



jennifererica ✓
jen

Seuraa


420 Seurataan 4.4M Seuraajat 227.6M Tykkäykset
Following back on insta :)
Biz: jenniferericamanagement@gmail.com

48



49

Lisää "suomi-ilmiöitä"


asotesizzler ✓
Asoo 🌸

Seuraa

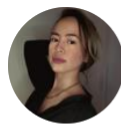
146 Seurataan 6M Seuraajat 91.8M Tykkäykset

I love makeup, anime and you 🍷
SC : asotesizzler
حنو جديد عالقة 🤩👂

Irakilaistaustainen Yusr Alkhalidi, 21 muodista ja kauneudesta



ASOO أسو ✓
4,16 milj. tilaajaa




dianarantamaki ✓
Diana Rantamäki 🇫🇮

Seuraa

804 Seurataan 6M Seuraajat 119.8M Tykkäykset

Follow my IG @dianainfinland




turbosqueezer
turbosqueezer

Follow

1 Following 2.3M Followers 30.4M Likes

• 🍷 •
• Squeezing our favorite things •
• MERCH OUT NOW 🇫🇮 •



pongfinity ✓
Pongfinity

Follow

51 Following 1.4M Followers 22.3M Likes


50

Masters luokka

#EyesLipsFace

Top Tilit Videot

Videot



2019-10-23

4 pv sitten

#eyeslipsface #fyp #muckbang
shutkeveroff... 75.1K

Kosmetiikkabrändi e.l.f. Cosmeticsin "Eyes Lips Face" -haaste Kyseinen markkinointikampanja koostui haasteesta ja kappaleesta. Ideana oli vahvistaa e.l.f. Cosmeticsin brändin tärkeintä sanomaa: "e.l.f. is for every eye, lip and face", mistä syntyi hashtag #EyesLipsFace. > 4mrd osumaa

#AySauceChallenge

Q aysauce

Näytä kaikki tulokset haulla "#AySauceChall..."

2020-8-30

2020-8-31

3 sauce looks... which is your fave? A, B or C? @asos...
lukettrotman 477.9K noahbeck 9.3M

Verkkokauppa ASOS kehitti nerokkaan markkinointikampanjan, jonka hashtag #AySauceChallenge ASOS-nimestä -ay-sos kuulostaa hauskaasti myös "ay sauce":lta. 2mrd

51

Sisältösuunnittelun lista – pätee Tokkiin

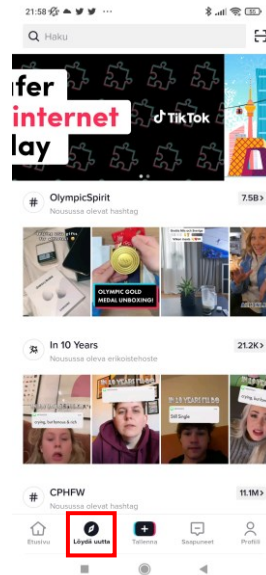
- Määrittele aihe / aihepiiri
 - Onko päämääränä myynnin lisääminen tai asiakaspalvelun parantaminen
 - Näkökulmat?
- Kenelle halutaan kohdistaa sisältöä?
- Käsittele ydintarinaa
 - tavoitteena esim korostaa yrityksen edustamia arvoja ja sen kohtamia haasteita
- Tone of voice?
- Määrittele erilaisia sisältötyyppejä
 - muoto ja tyyli pysyy yhtenäisenä
- Kanavien ja TikTokin kartoitus
 - Missä ja koska kohderyhmät liikkuvat
 - roolitus ja sisällönjakelun malli?
- Raportointi ja analyysi
 - mitä tehtiin, miten saavutettiin tulosta?
- TikTok:ssa suositaan enemmän keskitasoisia videoita
- Videoita voidaan luoda ilman ammattitasoista osaamista, mutta sisältöihin kannattaa panostaa
- Otsikko ja 3s!
- Älä unohda toimintakehotusta!!

52

Sisällön suunnittelu 1/2

- Ehkä sisältö edellä
 - Brändi ei vie aina tulokseen
- Lyhyitä videoita, vinkkejä, huumoria ja yllättäviä tilanteita
 - perinteinen mainos uppoaa jopa negatiivisella tavalla
- Katso suosituimpia aihetunnisteita (#) etsi-sivulta

"Don't make Ads. Make a TikToks"

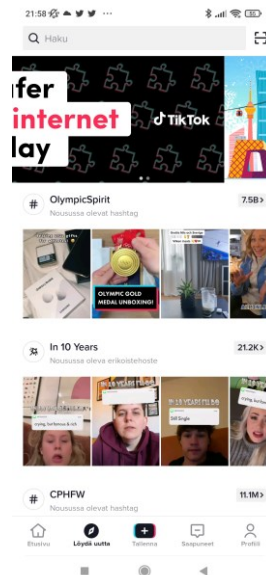


Sisältötrendejä
=pinnalla tällä hetkellä

53

Sisällön suunnittelu 2/2

- Vangitse katse
 - Ensimmäiset 1-3s ratkaisevat
 - nopea alusta
- Miten sisältösi koukuttaa heti
- Yksinkertaisuus myös valttia, sekunneissa selviää..
- TikTokissa mahdollista luoda mm minuutin mittainen video
 - ei välttämättä järkevää
- Musiikki ja tanssi ovat kanavan suola
 - Aikaisemmin Musical.ly ja kanava oli täynnä lip sync
- Nyt jo muitakin trendejä esim kokkaus tai vinkit



Sisältötrendejä
=pinnalla tällä hetkellä

54

Hashtag haasteet

- TikTokkin kuuluvat erilaiset hashtag– eli aihehahntistehaasteet
- Kanavassa tolkuuomasti hashtagaja ja osa kasvavaa viraaileiksi
- Pohdi, toimisiko mainoksen sijaan hashtag-haaste
 - Käyttäjät, asiakkaat tai mahd asiakkaat osallistuisivat
 - Riskit: osallistuuko kukaan ja kasvaako haaste viraaileiksi
 - Testaa uutta
 - Esim [nenäpäivä](#)
- Hashtag- eli aihehahntistehaasteet erittäin sitouuuvia ja usein ”elävät” pitkään
- Usein suunnataan Z-sukupolvelle, joka TikTokin suurin käyttäjäkunta
- Viraaisuus tarkoittaa brändille näkyvyyttä useiden kuukausien jälkeen



Nenäpäivä oli ihan paras! Kuka on teidän suosikki? 🤖 🍷 ...



@Nenäpäivä ja Prisma
#kuopionenä #nenäpäivä...

Z-sukupolvi = 1990-luvun puolivälin jälkeen tai alussa syntyneet

55

Top 100 Hashtags for TikTok 2022

1. #fyp (For You Page)
2. #tiktok
3. #foryoupage
4. #viral
5. #funny
6. #duet
7. #trending
8. #love
9. #memes
10. #cute

Miksi trendaavat TikTok-hashtagit tärkeitä?

- **Tuo ihmiset sisältöosi:** Algoritmi on suunniteltu siten, että hashtagit auttavat päättämään, kenen sisältö kiinnostavinta.
- **Rakenna vahva yhteisö:** Käyttäjät seuraavat suosittuja hashtagia. Hashtagit auttavat tuomaan yhteen.
- **Hyödynnä suosittuja trendejä:** Menestyäksesi pysyttävä trendikkäiden aiheiden kärjessä. Hashtagit auttavat pitämään silmällä nousussa olevia aiheita.
- **Arvioi kilpailua:** Jos haluat pysyä edellä, on nähtävä, millaista sisältöä he julkaisevat. Hashtagilla analysointi helpompaa.
- **Pidä asiat yksinkertaisina:** TikTokin tarkoituksena pitää asiat yksinkertaisina. Hashtagien avulla saat viestisi perille menemättä liikaa yksityiskohtiin.

56

Hashtag management vinkkejä

- **Löydä osuvimmat hashtagit:** Riippumatta siitä, mikä markkinarako sinulla on, voit valita useista suosituista TikTok-hashtageista. Entistä tärkeämpää löytää sopivimmat.
- **Rakenna vahva TikTok-hashtag-strategia:** käytät TikTokia tehostaaksesi markkinointiponnistelu.
- **Oma muokattu hashtag:** Pysy poissa sotkusta ja luo oma, ainutlaatuinen hashtag. Toki ponnisteluja sitoutumisen kannustamiseen omalla hashtagilla, mutta auttaa erottautumaan.
- **Ymmärrä yleisösi:** Mitkä hashtagit suosituimpia kohdeyleisössäsi? Miten he käyttävät niitä?
- **Tutustu kilpailuun:** Kilpailemme samasta huomiosta, minkä vuoksi sinun tärkeää kiinnittää huomiota, mitä he tekevät. Aina ei tarvitse käyttää samoja hashtageja, mutta voit löytää suosituimpia.
- **Asiat yksinkertaisena:** Näppärän hashtag? Mutta yleisösi pitää liian monimutkaisena. Luo mieleenpainuvia hashtageja, lyhyempiä ja helpompia

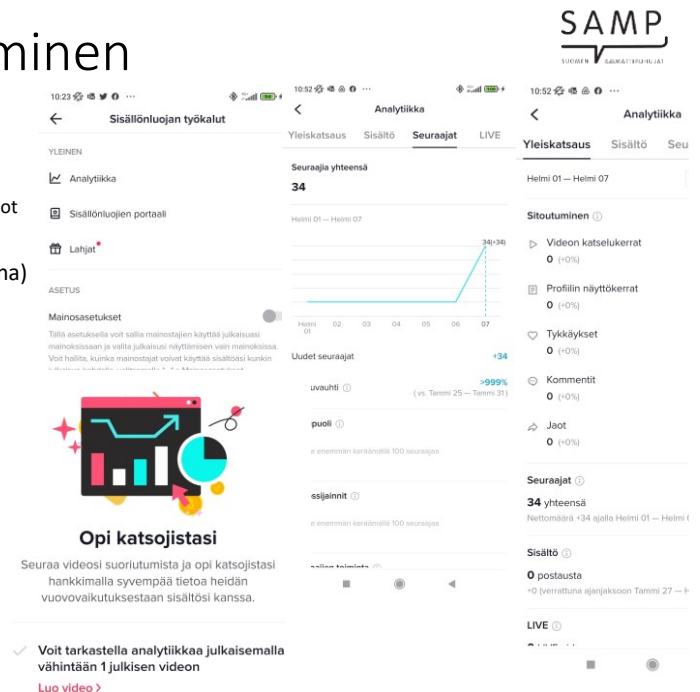


[#cute](#) [#dog](#)

57

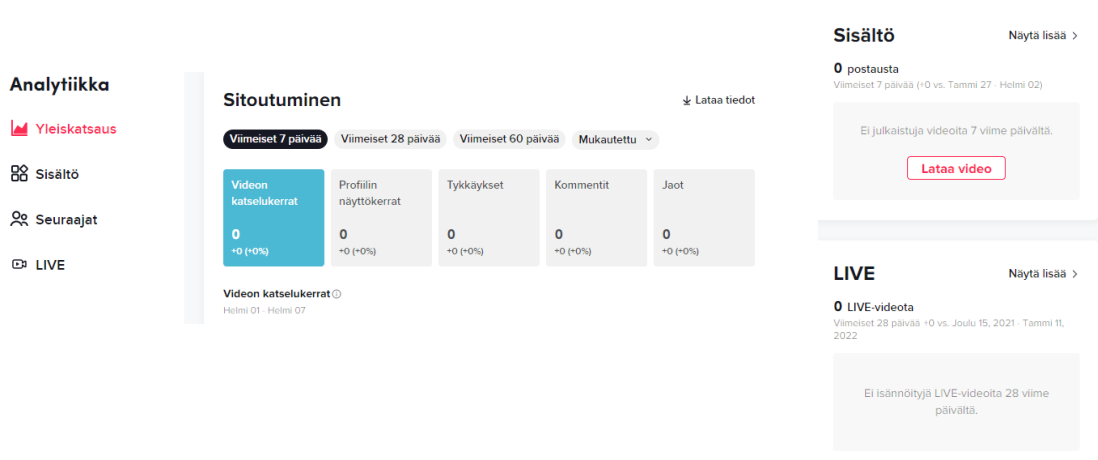
Analysointi ja mittaaminen

- Videoiden analytiikkaa seurataan TikTokissa
 - videoiden katselukerrat, tykkäykset, kommentit ja jaot
- Tarkemmassa analytiikassa
- kuinka paljon (tunteina, sekunteina ja minuutteina) videota on katseltu yhteensä
- kuinka monta sekuntia katsoja katsoo videota keskimäärin
- kuinka monta prosenttia kaikista katsojista on katsonut videon kokonaan
- Usein yli 40 prosentin osuus tarkoittaa sitä, että video on pärjännyt erityisen hyvin
- Analytiikka kertoo, mikä on ollut kokonaisuudessaan tavoitettu yleisö
- Katselukerrat ja yleisön koko ei ole yhtä suuri, koska yksi henkilö voi katsoa samaa videota useamman kerran



58

Parempi <https://www.tiktok.com/analytics>



Analytiikka

- Yleiskatsaus
- Sisältö
- Seuraajat
- LIVE

Sitoutuminen ↕ Lataa tiedot

Viimeiset 7 päivää | Viimeiset 28 päivää | Viimeiset 60 päivää | Mukautettu

Videon katselukerrat	Profiilin näyttökerrat	Tykkäykset	Kommentit	Jaot
0 +0 (+0%)	0 +0 (+0%)	0 +0 (+0%)	0 +0 (+0%)	0 +0 (+0%)

Videon katselukerrat 📍
Helmi 01 - Helmi 07

Sisältö Näytä lisää >

0 postauستا
Viimeiset 7 päivää (+0 vs. Tammi 27 - Helmi 02)

Ei julkaistuja videoita 7 viime päivältä.

[Lataa video](#)

LIVE Näytä lisää >

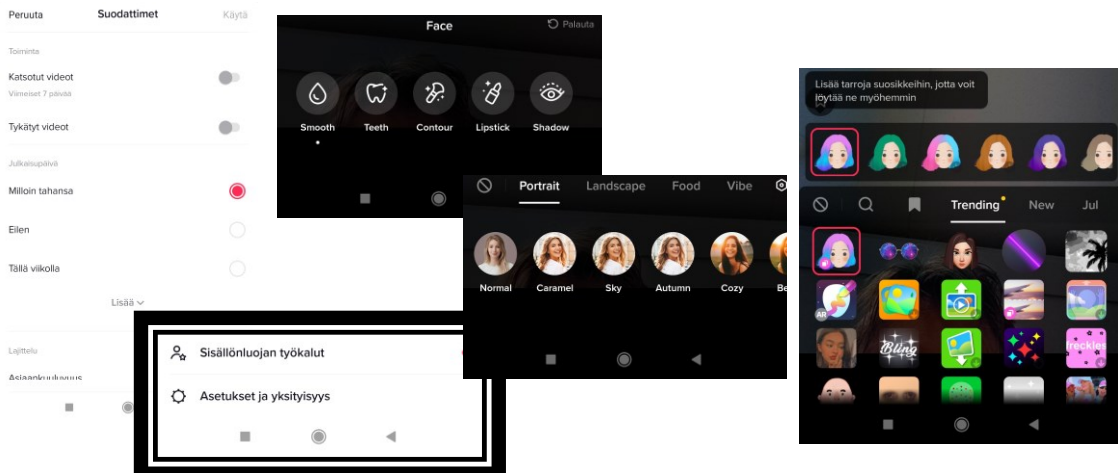
0 LIVE-videota
Viimeiset 28 päivää +0 vs. Joul. 15, 2021 - Tammi 11, 2022

Ei isännöityjä LIVE-videoita 28 viime päivältä.

59

Mitä otettava huomioon sisällön suunnittelussa?

- Opettele työkalu
- Ja sen mahdollisuudet



Peruuta | Suodattimet | Käytä

Toiminta

Katsotut videot
Viimeiset 7 päivää

Tykyt videot

Julkaisupäivä

Miloin tahansa

Eilen

Tällä viikolla

Lisää

Luottelu

Asetusten muokkaus

Face Palauta

Smooth Teeth Contour Lipstick Shadow

Portrait Landscape Food Vibe

Normal Caramel Sky Autumn Cozy

Sisällönluoja työkalut

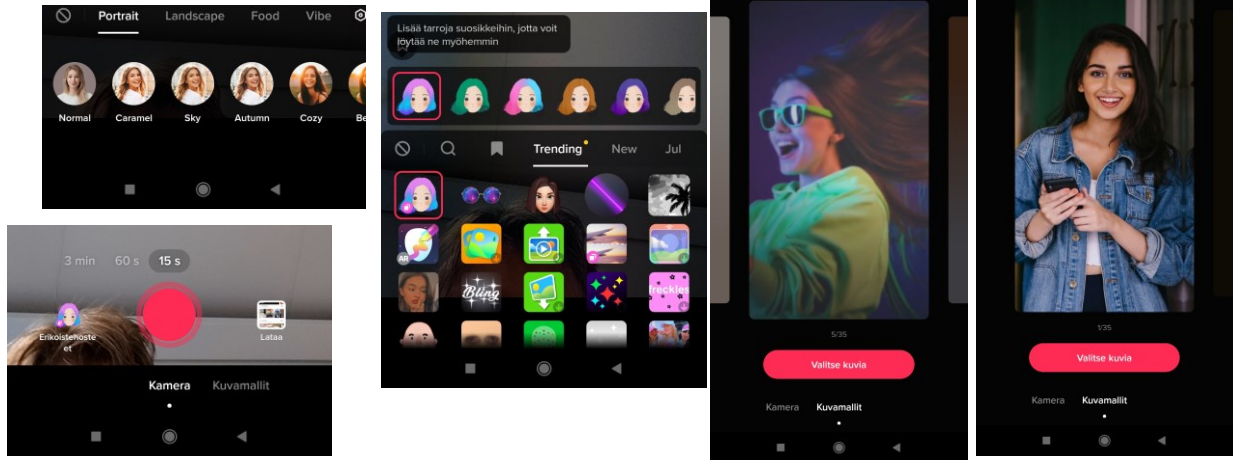
Asetukset ja yksityisyys

Lisää tarroja suosikkeihin, jotta voit löytää ne nopeemmin

Trending New Jul

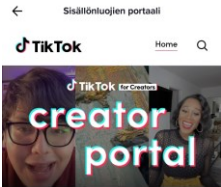
60

Opettele työkalu II



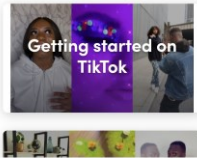
61

Sisällöntuottajalle löytyy paljon työkaluja



creator portal

What do you want to learn?



Getting started on TikTok

Login Kit
Enable Login Kit so that users can sign into your app or website quickly and securely through their TikTok login credentials. By logging in with TikTok, users can share their videos on your app, bringing creativity from TikTok to your app experience.

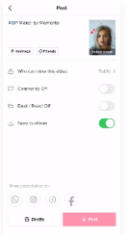
[Read Docs](#) [Get Started](#)

Sound Kit
Share original sounds and music to TikTok. Sound Kit allows creators and artists to seamlessly bring audio content into TikTok. Empower creative expression with your audio on TikTok.

[Read Docs](#) [Get Started](#)

Video Kit
Share videos to TikTok with just a tap. Add a "Share to TikTok" button to your app so users can share their short-form videos with the entire TikTok community.

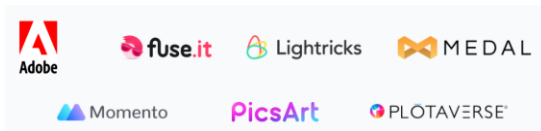
[Read Docs](#) [Get Started](#)



https://developers.tiktok.com/?refer=tiktok_web

62

Plus kolmannen osapuolen appsit



- Loomly some mngt, julkaisu- ja aikataulutyökalu
- Upfluence työkalu löytää vaikuttajia - auttaa sinua löytämään vaikuttajia hakukoneen avulla
- Iconosquare kerää data myös TikTok-ominaisuudet - Analysointiin

63

Sisältötyypit ja videot

- Määrittele erilaisia sisältötyyppejä eli sisältökonsepteja
 - ennaltaehkäisevät irrallisuutta
 - auttavat aiheiden ja sisältöjen ideoinnissa
- Kuvaa raamit, jossa muoto ja tyyli pysyy yhtenäisenä - aihe voi toki muuttua
- **Faktat**
 - yllättäviä tai tavallisia faktoja, jotka herättävät kohderyhmän kiinnostusta
- **Tiedottava sisältö**
 - Tarkoitus tiedottaa kohderyhmälle mielenkiintoisista asioista
 - tapahtumista, koulutuksista tai uutuuksista
- **Viihdyttävä sisältö** -> tuo vaihtelua
- **Jatkuva aihe tai tuote/palvelu**
 - Liittyy esim yrityksen tarinaan
 - Nostoja jostain tuotteesta
- **Tilannepäivitys**
 - korostaa yrityksen meininkiä
 - "laadukkaita" sisältöjä ja selkeyttä, mitä tehdään ja miksi

64


Sitouttaminen ja konversiot

- Videomarkkinoinnin tärkeimpiä mittareita
- Yksi tärkeimmistä mittareista sitoutuminen (engagement)
 - kertoo, kuinka paljon videosisältöä katsottiin
 - statistiikka kertoo, kuinka kauan sisällön parissa vietettiin aikaa
 - tykkääjien, kommenttien ja seuraajien määrä
 - seuraajien ja tykkääjien määrä eivät kerro automaattisesti sitä, että sisältö tavoittaa
 - parempi käsitys yleisön mieltymyksestä, esim sisällöstä saadulla keskustelulla
- CTRn eli klikkausprosentin videomarkkinoinnin vähintään toiseksi mittari
 - näyttökertojen kokonaismäärää jaetaan klikkausten määrään
- Konversio
 - Kuinka moni päätti tehdä toimintakehotuksen mukaisesti
 - Esim siirry lukemaan lisää, osta tuote, lataa opas
 - Konversio = toiminnon suorittaneiden ihmisten % osuus näyttökertojen määrästä

Videomarkkinoinnissa some-jaot tehokas brändin, tuotteen tai palvelun tunnettuudessa
Myös palaute = laadullinen mittari

65

Kanavan tarjoamat työkalut ja muut työkalut

- TikTok-sovelluksen navigointipalkki
 
- Profiilin ulkonäöllä on painoarvoa, ja pidä ajan tasalla
- Profiilikuva tulisi liittyä yritykseen, kuvausteksti mielenkiintoinen ja myyvä
- TikTokissa profiilissa usein linkkejä muihin sivustoihin sekä sosiaalisen median kanaviin



66

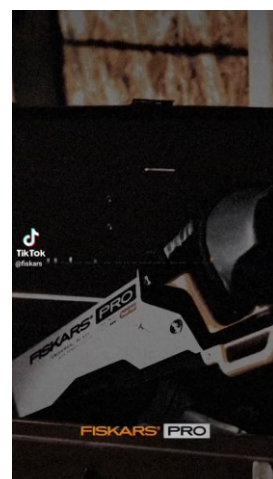
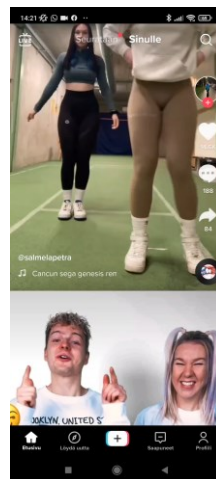
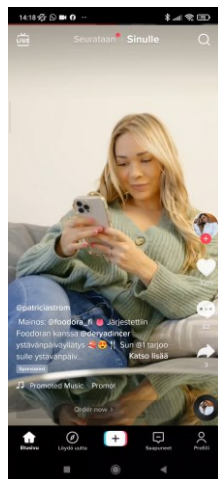
Maksettu mainonta, TikTok-mainonta

- Suomessa markkinointi kasvanut 2020 jälkeen
- TikTok-mainonta koostuu kolmesta eri mainosvaihtoehdosta.
- Brand takeovers-mainos ilmestyy näytölle ensimmäisenä sovellusta avattaessa
 - Mainokseen linkki, jonka kautta verkkosivuille tai videoon
 - vain yhdelle mainostajalle vuorokaudessa, ostaminen ei mahdollista kaikille
- In-Feed-mainokset (natiivimainoksia)
 - syötessä muiden videoiden tapaan tai TikTok-videoiden alaosassa
- Hashtag challenges (haasteita)
 - Innostavat käyttäjiä suorittamaan tietty tehtävä ja jakamaan video ennalta määrätyn hashtagin kanssa. Tyypillinen
 - kestää noin viikon
 - Suomessa hashtag challengejen luominen ei ainakaan toistaiseksi ole mahdollista
- Valmiiden mainosten lisäksi mainosmateriaalia voidaan editoida TikTok Adsista Creation kit-editointityökalulla
 - erilaisia kuva- ja videoulkoasuja
 - Lisäksi oma äänikirjastonsa, josta löytyy mainoskäyttöön sallittua maksutonta musiikkia
- Mainoskampanjaa luodessa luodaan tarjous, jossa määritetään kampanjaa koskevat tavoitteet ja hintaparametrit
- Rajoitteita mahdollista asettaa ajalle, päivämäärälle, sijainnille, yleisölle, sekä kustannusten kokonaissummalle
- Mainoskampanjan tavoitteena esim liikenteen lisäämistä, esim konversioita
- Lisää lisävalintoja kuten ikä, sukupuoli, sijainti ja kiinnostuksen kohteet, sekä määrittää mainostamalleen tuotteelle tai palvelulle avainsanoja (20 kpl)

67

Maksettu mainonta, TikTok-mainonta

- Esimerkkejä



68

TikTok Ads

- TikTok laskee tietojen perusteella tarjouksen, joka kilpailee muiden mainostajien tarjousten kanssa mainosjakauksesta ts. kilpailutus / huutokauppa
 - Eli joko hyväksytään tai hylätään
 - Hinnasto alkaen 10 dollaria per tuhat näyttökertaa.
 - Mainoskampanjan vähintään 500 dollaria
- Keskimäärin mainoskampanjan hinta usein TikTokin minimisummaa arvokkaampi
 - markkinointikanavana näkyvyyttä tavoiteltaessa hyvin kustannustehokas

Tilastoja

- Suomessa sosiaalisen median markkinointiin käytetään noin 56 euroa jokaista henkilöä kohden vuonna 2021 (Statista 2021)

69

Mukautettu: Interests & Behavior

▼ Interests & Behaviors

Include people with any of the following interests 0 interest(s) selected

What kind of videos are they interested in?

- Education
- Vehicles & Transportation
- Baby, Kids & Maternity
- Financial Services
- Beauty & Personal Care
- Tech & Electronics
- Appliances
- Travel

People who've watched videos with the following hashtags 0 behavior category(ies) selected

People who've carried out the following interactions with videos 0 behavior category(ies) selected

Define how they've interacted with the videos

Watched till end Liked Commented Shared

Define what kind of videos they've interacted with

Select a time period to include actions from

7 Days 15 Days

People who've carried out the following interactions with creators 0 behavior category(ies) selected

Define how they've interacted with creators

Followed Viewed profile

Define what kind of creators they've interacted with

70

Mukautettu: Device & budget

Operating system

All Android iOS

OS versions

All

Device model

All

Connection type

All WIFI 2G 3G 4G

Carriers

All x

Device price

Any price

Specific range

1000 - 1000+ USD

Budget

Daily budget At least 20 At least 10 EUR

Lifetime Budget At least 140

Schedule

Time zone: UTC+02:00

Run ad group continuously after the scheduled start time

2022-02-13 17:57

Run ad group within a date range

Dayparting

All day Select specific time

Too narrow 2,000-3,000

71

Ohjaus verkkosivulle

- Some-mainonnassa merkitsee eniten se, kuinka paljon mainos saanut aikaan liiketoiminnan kannalta tärkeitä toimintoja
 - myyntiä tai yhteydenottoja
 - Unohtamatta sitoutumista kuten kommentteja
 - keskusteluun kannattaa osallistua ja kommentteihin reagoida
 - Huomioi asiakkaan tilanne
 - luoda mainoksia, jotka herättävät käyttäjän huomion, aiheuttavat keskustelua, – tuovat rahalla mitattavia tuloksia
- Muista tehokas ohjaus verkkosivuille
 - TikTok-mainoksessa on kolme kohtaa, joista kohdeyleisö voi klikata verkkosivustolle
 - Käyttäjänimi, profiilikuva sekä teksti vievät liikennettä osoitteeseen

72

TikTok sitouttaa huomattavasti enemmän

- Esim mikrovaikuttajien sitoutumisaste oli
 - 17,96 % TikTokissa
 - 3,86 % Instagramissa
 - 1,63 % YouTubessa
- megavaikuttajat sitouttamisaste
 - TikTokiin 4,96 %
 - Instagramiin 1,21 %
 - YouTubeen 0,37 %.
- Jos erotetaan esim fitness
 - TikTok-fitness-vaikuttajia ei niin paljon, mutta korkein sitoutumisaste
 - 9,3 % TikTok, Instagram (2,9 %), YouTube (0,7 %) ja Facebook (0,5 %)

Nearly 18% Engagement Rate for U.S. Influencers

<https://influencermarketinghub.com/tiktok-stats/>



▶ 293.8K



73

Hashtagit

- Hashtagit eli avainsanat ovat olennainen osa some kanavia (Instagram, TikTok ja Twitter).
- Käyttäjät löytävät julkaisun, kun he selaavat sisältöjä samalla hashtagilla kuin mitä ko julkaisussa käytetty
 - mahdollisuuden tutkia hashtagien kautta muita brändin julkaisuja
- Varsinkin brändeille avainsanojen käyttö tärkeää.
- Brändin tili ja julkaisut helpommin löydettävissä mm siihen yhdistetyn keskustelun johdosta.
- Jokaisessa julkaisussa toistetaan brändiin liittyviä avainsanoja

Brändille spesifioidut avainsanat eivät välttämättä aiheuta eksponentiaalista sitoutuneisuuden kasvua tilille

74

Näkyvyyttä #hashtagit

- Käy läpi parhaimmat ja huonoimmat julkaisusi.
- Analytiikan avulla suosituimmat julkaisusi ja millainen sisältö toimii.
 - Samanlaista sisältöä lisää?
 - Hyödynnä tiedot seuraajiesi iästä ja sijainnista
- Kokeile eri julkaisuaikoja ja hae paras aika analytiikalla
- Jokaiselle tilille oma paras yksilöllinen aika julkaista
 - Riippuvainen algoritmista ja yleisöstä
 - Esim Instagram Insights näyttää ajat, jolloin seuraajasi aktiivisimmillaan
 - Kokeile, mikä ajankohta paras tykkäyksiä ja kommenttien kerryttämiseen

Seuraajamäärän seuraaminen.

- Tarkastele säännöllisesti seuraajamäärää ja muutoksia
- Jos seuraajamääräsi kasvaa/vähenee merkittävästi, tarkista mitä olet viime aikoina tehnyt tililläsi – usein syy tauoissa?
- Onko joku tietty toiminta saanut seuraajamäärän muuttumaan? i.






Käytä #hashtageja.

- Suositut, sisältöön sopivat hashtagit
- Tarkasti suunnitellut ja suositut hashtagit kasvattavat helposti seuraajamäärää, hashtagia tutkiva fani löytää kuvasi ja voi sitä kautta löytää myös tilisi.

#Love suosituin hashtag

75

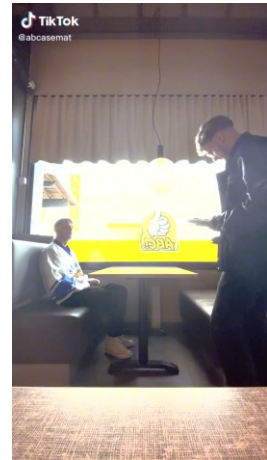
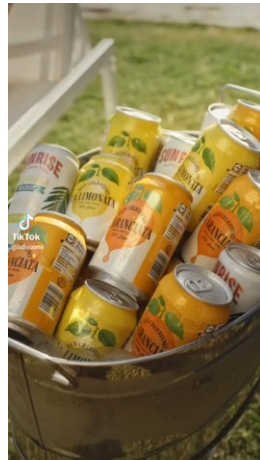
Lisää maailman suosituimpia (ehkä vain TikTok)

 <p>charlidamelio ✓ charli d'amelio</p> <p>Seuraa</p> <p>1260 Seurataan 135.8M Seuraajat 10.5B Tykkäykset</p>	 <p>khaby.lame ✓ Khabane lame</p> <p>Seuraa</p> <p>68 Seurataan 131.5M Seuraajat 2.1B Tykkäykset</p>
 <p>bellapoarch ✓ Bella Poarch</p> <p>Seuraa</p> <p>592 Seurataan 87.9M Seuraajat 2B Tykkäykset</p>	 <p>addisonre ✓ Addison Rae</p> <p>Seuraa</p> <p>2532 Seurataan 86.6M Seuraajat 5.6B Tykkäykset</p>
 <p>zachking ✓ Zach King</p> <p>Seuraa</p> <p>51 Seurataan 67.1M Seuraajat 843.3M Tykkäykset</p>	

76

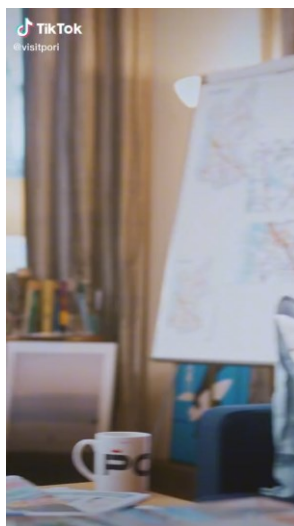
Minkälainen sisältö siis toimii

- Luo omaa sisältöä
 - Autenttisuus ja heittäytyminen A ja O
 - Näytä luonnetta! Huomio sovelluksen algoritmi ja sisältö alusta-natiivisti EI IG tai tube videoita
 - Trendi sisältöjä.. lemmikit tai lapset joo tai Löydä-välilehden sisältöä
- Jaa käyttäjien/muiden tekemää sisältöä (UGC ja vaikuttajat)
- TikTok-mainonta mukaan
 - Harva mainostaja vielä läsnä



77

Kaupunkimarkkinointi esim



78

Some strategian sopii TikTokkiin

1. **Kuuntelu.** Kilpailija- ja asiakastietouden parantaminen. Ymmäretään esim asiakasta paremmin
2. **Keskustelu.** Katkotaan esim huhuilta siivet. Kerrotaan faktat
3. **Aktivointi.** Sosiaalisen median hyödyntäminen asiakkaiden aktivoimiseksi. Etsitään ”fanit” ja innostetaan heitä jakamaan
4. **Sitouttaminen.**
5. **Osallistaminen.** Otetaan asiakkaat osalliseksi toimintaan

79

Parhaat videoeditointisovellukset mitä ja miten?

- Aina ei tarvitse katsoa mallia vlogeista tai muista kanavista
 - Ytimeen jotain muuta kuin tuote tai yritys
 - Sisältö ensin, softavertailu tai laitteet kakkosena
 - Tehokas video tai tekeminen ei tarvitse olla kallis, aikaa vievää tai vaikea toteuttaa
 - Useimmissa trial, mutta vaatii kortin
- Tämä auttaa myös..
- Joko kuvataan kerralla purkkiin
 - Kuvaa palasissa (ja monta eri palaa) ja opettele editoimaan
 - Leikkaamisen voi myös ulkoistaa

80

TikTok vs Instagram Reels vs Youtube -editointi?

- TikTok videot jopa minuutin, Instagram Reels maksimipituus 30 sekuntia.
- Reelsejä eli keloja pääsee selaamaan explore-sivulta
- TikTokissa tehtyjä videoita helppo jakaa myös muihin kanaviin (en suosittele)
- TikTokista videon saa ladattua omalle laitteelle
- Reels Instagramin toiminnallisuus, joka Instagram-käyttäjät voivat luoda 15 tai 30 sekuntin pituisia videoklippejä taustaaääntä, tekstejä ja muita tehosteita hyödyntäen.
- Videoissa voi käyttää joko omaa ääntä tai ladata musiikkia laajasta kirjastosta.
- Reelsistä käteviä työkaluja ja efektejä
- Videoklipit joko storeissa, feedissä tai profiiliin uudessa Reels-välilehdessä.
- Lisäsi Reelseissä videoosi omaa ääntä tai kirjastosta ladattua musiikkia tai molempia ääniraitoja miksaamalla säätämällä kummankin raidan äänenvoimakkuutta
- Myös pelkästään musiikkikirjaston ääniraita,
- Instagram lisäsi Reelsiin muitakin ääneen liittyviä toimintoja, mm nauhoitus videon päälle oman ääninauhan ns voice overin.

81

Menestynyt video yleensä editoidaan

- Hyvä Reels tai TikTok video ei vaadi ammattilaistason kuvauskalustoa, kännykkä ja editointi usein riittää.
- Usein huolitellut ja mainosmaiseta sisällöt eivät lyhytvideoina toimi.
- Täydellistä ohjetta parhaaseen lyhytvideoon ei ole
- Miksi Reels tai TikTok video ei ehkä toiminut (huom! Joka tilillä osa videoista toimii paremmin kuin toiset, ei siis ongelma)
- Mikä voisi olla vikana?
 - Videon alku ei houkuta 3s ratkaisee
 - Tylsä, usein pitää viihtyä, inspiroitu tai oppia
 - Näyttää mainokselta
 - Liian hidas tai liian nopea, sanoma ei välittyä.
 - Huono kuvanlaatu?
 - Väärä kuvakoko, lähes aina pystykoossa 9:16.
 - Sisältö ei erotu, trendeihin osallistuminen tuo näkyvyyttä #NoCopyPaste
 - Ajankohta väärä!?!

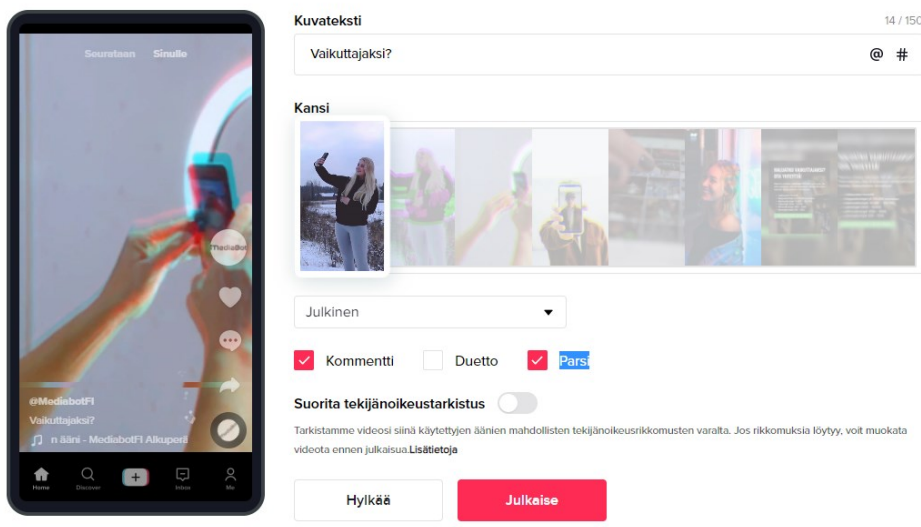
82

Kohti parempia TikTok- ja IG Reels -videoita

- Tee sisältöä tiiviissä muodossa
- Jos vain selataan feediä, kulutetaan sisältöä nopeassa muodossa
- Lyhytvideoissa kaikki reippaaseen tahtiin. Puhuminen, leikkaamisen ja turhat pois
- Eli tärkeää opetella leikkaamaan videosta kaikki turha esim nk. ensimmäinen hengenveto pois
- Tavoitteenasi tehdä tiivis ja vauhdikas
- Muista 3 sek sääntö = ingressi
- Videoissa usein tavoitteena viraalisisältö, silloin optimipituus 15 sek = todella lyhyt ja tiivis.
- Näkyvyyden kannalta tärkeää, miten kauan keskimäärin katsotaan videota?
 - 3s ratkaisee jaksetaanko katsoa loppuun
 - Rakenna porkkana/koukku ja ratkaisu.
 - Millä herätät huomion ja ratkaisu?
- Erityisesti TikTokissa algoritmille tietoa videoista
 - sisältöä kulutetaan For you -sivun kautta
 - For you -sivu on yksilöllinen, sillä algoritmi pyrkii syöttämään sinne kiinnostavaa sisältöä.
 - Jos algoritmilla tietoa videostasi, se ohjaa sitä oikeille ihmisille.
 - Käytä oikeita hashtagia
 - Lisää videolle selkeä kuvaus

83

Opettele: Lataa



84

Miksi TikTokiin business edellä..

TikTokissa voit erottua, koska siellä paljon ihmisiä,
mutta vähän yrityksiä

..Eikä kaikkien alojen asiantuntijatkaan juurikaan läsnä

..siis paljon ihmisiä, mutta aika vähän sisältöä tuottavia yrityksiä..

85

Kiitos, tervetuloa koulutukseen!

Meiltä

- Sparraus ja konsultoinnit
- Somestrategiat
- Keynotetit
- Koulutukset ja konsultoinnit

Jarkko Koivuniemi

050 567 5379

Jarkko.koivuniemi@samp.fi



86