

TikTok

Trucos y consejos
para conseguir seguidores



Desde www.ra-ma.es podrá
descargar material adicional.

Chema
Gómez



Ra-Ma®

edü
Ediciones de la U

TikTok

Trucos y consejos
para conseguir seguidores

Chema Gómez



Ra-Ma®

edü®

Conocimiento a su alcance
Bogotá - México, D.F.

Gómez, Chema

TikTok. Trucos y consejos para conseguir seguidores / Chema, Gómez --. Bogotá:
Ediciones de la U, 2023

146 p. ; 21 cm

ISBN 978-958-792-567-8 e-ISBN 978-958-792-568-5

1. Marketing 2. Publicidad 3. Publicidad en redes sociales I. Tít.
658.84 ed.

Edición original publicada por © Editorial Ra-ma (España)
Edición autorizada a Ediciones de la U para Colombia

Área: Marketing y publicidad

Primera edición: Bogotá, Colombia, julio de 2023

ISBN. 978-958-792-567-8

- © Chema Gómez
- © Ra-ma Editorial. Calle Jarama, 3-A (Polígono Industrial Igarsa) 28860 Paracuellos de Jarama
www.ra-ma.es y www.ra-ma.com / E-mail: editorial@ra-ma.com
Madrid, España
- © Ediciones de la U - Carrera 27 #27-43 - Tel. (+57) 601 6455049
www.edicionesdelau.com - E-mail: editor@edicionesdelau.com
Bogotá, Colombia

Ediciones de la U es una empresa editorial que, con una visión moderna y estratégica de las tecnologías, desarrolla, promueve, distribuye y comercializa contenidos, herramientas de formación, libros técnicos y profesionales, e-books, e-learning o aprendizaje en línea, realizados por autores con amplia experiencia en las diferentes áreas profesionales e investigativas, para brindar a nuestros usuarios soluciones útiles y prácticas que contribuyan al dominio de sus campos de trabajo y a su mejor desempeño en un mundo global, cambiante y cada vez más competitivo.

Coordinación editorial: Adriana Gutiérrez M.

Carátula: Ediciones de la U

Impresión: DGP Editores SAS

Calle 63 #70D-34, Pbx (+57) 601 7217756

Impreso y hecho en Colombia

Printed and made in Colombia

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro y otros medios, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
“LOS SUEÑOS SE CUMPLEN”	7
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN A TIKTOK.....	13
1.1 ¿QUÉ ES TIKTOK?	13
1.2 INCLUSIÓN ENTRE LAS REDES SOCIALES.....	15
1.3 LO ATRACTIVO DE SU IDEA.....	18
1.4 CRECIMIENTO EN LA PANDEMIA	20
1.5 ENTREVISTA CON UN CREADOR	22
CAPÍTULO 2. FONDO DE CREADORES Y CONSEJOS PARA SER UNO.....	33
2.1 ¿QUÉ ES?	33
2.2 REQUISITOS	34
2.2.1 ¿Cuáles son las normas de la Comunidad?	35
2.3 CÓMO SOLICITARLO.....	38
2.4 FONDO DE CREADORES EUROPEO	41
2.5 TRUCOS PARA SER UN CREADOR.....	42
2.6 COSAS QUE NO DEBERÍAS HACER.....	46
2.7 5 TIPS DE LA PROPIA TIKTOK	49
2.8 CONSEJOS	50
2.9 VIRAL.....	52
2.10 PERFIL Y VÍDEOS ANCLADOS.....	55
2.11 PUNTOS EN EL PERFIL.....	56
2.12 ENTREVISTA CON UN CREADOR	58

CAPÍTULO 3. PUBLICIDAD	63
3.1 PUBLICIDAD EN TIKTOK	63
3.2 INFLUENCERS COMO PROTAGONISTAS	65
3.3 PRESENCIA EN LA RED SOCIAL	68
3.4 COLABORACIONES	70
3.5 PROMOCIÓN ENCUBIERTA	72
3.6 ENTREVISTA CON UNA CREADORA	74
CAPÍTULO 4. HERRAMIENTAS Y OPCIONES	81
4.1 TIKTOK COMO HERRAMIENTA DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	81
4.2 SHOPIFY	82
4.3 SU USO EN EL FUTURO	83
4.4 RENTABILIDAD	85
4.5 INTERACCIÓN CON OTRAS REDES SOCIALES	86
4.6 EL ALGORITMO	87
4.7 LINKTREE	88
4.8 COMPRA DE SEGUIDORES	89
4.9 EL FUTURO	92
4.10 MARCAS PRESENTES	94
4.11 TEMÁTICAS	95
4.12 ENTREVISTA CON UN CREADOR	99
CAPÍTULO 5. CONTENIDO	107
5.1 CREADORES DE CONTENIDO	107
5.2 VERSIÓN VS PLAGIO	109
5.3 LIBERTAD TEMÁTICA	110
5.4 APROVECHA EL MOMENTO	111
5.5 SI ALGO FUNCIONA	112
5.6 MÉTODO DE PUBLICACIÓN	114
5.7 CANTIDAD O CALIDAD	115
5.8 ¿PERSONAS FAMOSAS O NUEVAS TENDENCIAS?	116
5.9 MISMO CONTENIDO, DISTINTA RED	118
5.10 REELS EN INSTAGRAM Y SU COMPARATIVA	119
5.11 ENTREVISTA CON UN CREADOR	121
CAPÍTULO 6. EDICIÓN	127
6.1 FACILIDAD PARA LA EDICIÓN Y EL MANEJO	127
6.2 MÚSICA	129
6.3 SONIDOS	132
6.4 DISTINTOS TIPOS DE VÍDEOS	134
6.5 ENTREVISTA CON UN CREADOR	136



INTRODUCCIÓN

“LOS SUEÑOS SE CUMPLEN”

El ejemplo de Cocituber

TikTok es más que una aplicación o un sitio en el que ver vídeos en bucle. Es todo un universo en el que, muchas veces, **los sueños se cumplen**. Un claro ejemplo es el caso de Alfonso Ortega Herranz, más conocido como Cocituber. Originario de Ávila, lugar en el que la comida forma parte de su cultura, fue uno de los primeros críticos gastronómicos en colgar material audiovisual en redes sociales en España. Y no de bares o restaurantes que son tendencia o están de moda entre los famosos. Sus vídeos se centran en lugares en los que puede ir todo el mundo, tanto por precio como por ubicación.

Lo curioso de su historia es que se viralizó tras hacer un vídeo de patatas bravas que pudo hacer al poco de que nos dejaran salir tras la pandemia. Tras la inmensa y excepcional reacción que tuvo, se puso manos a la obra y comenzó a compaginar su trabajo con nuevo contenido. Todo ese esfuerzo durante meses se vio recompensado al

poder dedicarse en exclusiva a ser creador y dejar su trabajo. Pero no es todo, ya que también ha tenido la oportunidad de abrir dos locales propios en Vallecas, los cuales tienen una alta demanda y siempre hay gente en las mesas.



Uno de sus secretos es colgar contenido sobre restaurantes y bares de barrio, a los que la gente suele ir, y ver todas las opciones que ofrecen. Y, lo más importante, ofrece a su público buenos planes para comer y a buen precio. Todo gracias a TikTok, que cambió su vida para dedicarse a lo que más le gusta y con la motivación e inercia para crear su contenido y llevar sus dos locales. Según cuenta, “tengo dos bares en Vallecas porque uno lo llenaba todos los días y tuvimos que abrir otro que también se llena. Y todo, gracias a TikTok”.



Su crecimiento es tal que, desde que comenzara a colgar contenido de recetas en la pandemia, siendo de los primeros en usar TikTok con contenido gastronómico de este tipo en España, su número de seguidores ha crecido a niveles estratosféricos, sus visionados pueden llegar en un mes a los tres millones y, en menos de cuatro meses, ha obtenido más de 1000 reseñas en Google.

¿Su secreto? Además de su contenido, su naturalidad, que demuestra en sus vídeos y en sus propios restaurantes. Siempre que está, atiende mesa a mesa de forma particular para conocer las opiniones de sus clientes, siendo la mayoría sus propios seguidores. Como anécdota, un cliente afirmó que “apareció el Cocituber como si fuese mi primo”. Una forma de ser que le han hecho ser un influencer querido, sin apenas haters, y con un contenido que es visionado por muchísimos usuarios. Uno de sus vídeos más conocidos, el de la torre de torreznos, obtuvo más de un millón de visitas. Un contenido que mima y elige, sin buscar beneficio económico y sí un material de calidad y que guste. Y uno de los puntos fuertes de sus vídeos es la forma de llamar la atención, con un inicio que no deja indiferente y sí con ganas de verlo. “El comienzo ya te engancha. Todo cansa y he cambiado mucho el formato. Engancha y necesita un primer plano que guste. Me meto en las cocinas para tener un buen plano, uno que mole y rellenándolo que dure no más de 30 segundos. Hago 7/8 vídeos a la semana”.

Aunque, y otra de las claves, es no tomar las redes sociales como algo que te pueda afectar, ya que “las redes enganchan mucho y te hacen mal. Yo, hasta me tuve que descargar una aplicación para no estar tan pendiente del móvil si había un nuevo seguidor, una nueva visita...”. Igual que si tienes una mala época y tu actividad baja. “Hay casos que estaba arriba y ahora sus vídeos no pasan de las 2000 visitas: yo he caído y pensé que se acabó. Pero me puse las pilas y remonté. Hasta llenar los bares hasta arriba”.

Sobre TikTok en particular, no le gusta el algoritmo ya que “no tengo ni idea de cómo funciona. No es justo lo que hace TikTok con su algoritmo, otras como Instagram sí son más fieles”.

Y aunque es un influencer joven, se siente orgulloso, sobre todo comparándose con sus primeros vídeos, en los que afirma que no tienen nada que ver con la actualidad. Es ahora, viendo como sus dos bares se llenan, “cuando me doy cuenta de todo y dónde he llegado”. Y, muy importante, tiene material para continuar y seguir haciéndonos

disfrutar, ya que “no soy alguien que baile”, aludiendo al futuro de su contenido y del número de sus seguidores.

Para concluir, afirma que “TikTok, como red social, mola. Lo bueno de las visitas es que te motiva”. Y, aunque no augura un futuro para TikTok, sí que elogia su formato porque “todas las redes sociales son TikTok, ya que incorporan sus reels”.



Recuerda que el ejemplo de Cocituber puedes vivirlo tú. Sé constante y confía en tu material. Y haz lo que consideres bueno para tu contenido. ¿Quieres un ejemplo?: “Llamé al restaurante de la torre de torreznos y, tras ver a una chica que tuvo muchísimas visitas al salir de la cocina dando una patada a la puerta y me dije que quería salir de esa puerta con la torre de torreznos”, Dicho y hecho. Hoy día, es de los vídeos más vistos y característicos. Confía en ti, cuídate y lucha por tus sueños con todas tus fuerzas. Muchas veces, y aunque no lo creas, se cumplen.



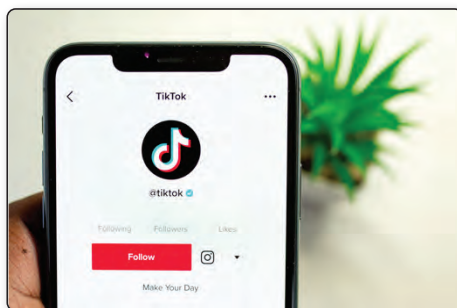
1

INTRODUCCIÓN A TIKTOK

1.1 ¿QUÉ ES TIKTOK?

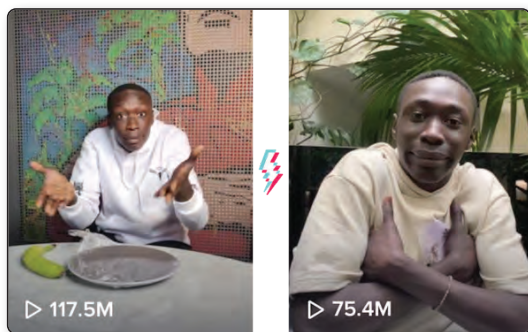
El crecimiento de las redes sociales y su uso en la sociedad contemporánea han crecido a un ritmo agigantado en pocos años. Acostumbrados a un sistema en el que veíamos las publicaciones, en su mayoría imágenes, de la gente a la que seguíamos, surgió TikTok para presentarnos un nuevo e interesante concepto. Y no es otro que el de vídeo corto. Un formato que puedes consumir de manera despreocupada y masiva buscando curiosidades, sitios nuevos o, simplemente, risas.

Tan simple como deslizar la pantalla hacia abajo. Y, además de las cuentas a las que sigues, te aparecen vídeos y vídeos, la inmensa mayoría relacionados con los que has visto anteriormente o a los que has señalado dando like. Un sistema más eficaz para darse a conocer, si ese es tu objetivo. Los visionados y los seguidores son más notorios y no es una red social tan cerrada si la comparamos con la competencia. Uno de los mejores adjetivos que podemos usar para describirla es imprevisible, tanto en lo bueno como en lo malo.



La pandemia mundial que sufrimos en el año 2020 ayudó a que TikTok se hiciera famosa y fuera descargada y usada por millones de usuarios. Un crecimiento que fue tan cuantitativo como inesperado pero que dejó en primera fila a TikTok. Y, desde aquel 2020, ha obtenido un crecimiento exponencial y con la sensación de que va a más. ¿El secreto? Muchos, sin duda. Pero uno muy importante no es otro que su sencillez y el hecho de poder utilizarla para un descanso de 5 minutos o durante casi dos horas antes de dormir.

Nos hemos acostumbrado tanto que hasta nos crea cierta dependencia. Lo que en un argot un tanto distinto podríamos definir como tener mono. Pero aquí en un sentido audiovisual y de entretenimiento. Vemos cosas y queremos ver más. Sabemos, por ejemplo, que hay una teoría sobre Agartha, la ciudad que puede existir y confirma la teoría de la Tierra hueca, y nos entran ganas de ver más vídeos y saber más del tema. En este sentido, podemos definirnos como unos inquietos y cultos seres multimedia. Pero, y seamos sinceros, también nos gusta el humor rápido y fácil, aquel que no necesita de una gran elaboración para triunfar. El ejemplo más claro es el de Khaby Lame y sus vídeos basados en gestos para burlarse (entiéndase bien la palabra) de inventos o formas innecesarias para solucionar problemas cotidianos. Una serie de vídeos, en los que por cierto no habla, le han servido para hacerse viral y vivir de ser influencer, llegando al punto de ser imagen de Hugo Boss.



@khaby.lame

Un ejemplo, de los varios que hay, para confirmar que en TikTok puedes alcanzar la gloria con una idea buena y sabiendo hacer las cosas. Esto último es fundamental ya que, si rastreas un poco, encontrarás material muy interesante pero poco trabajado, quizá por desconocimiento o quizá por pereza. Como veremos en los apartados de los tiktokers, una cosa en común en todos es dedicar tiempo y preparación a los vídeos. Aunque a veces valga, sobre todo en ocasiones especiales como las stories de Instagram, no sirve encender la cámara y que todo suceda porque sí. Dedicación y esfuerzo, algo fundamental si quieres triunfar en este mundo.

1.2 INCLUSIÓN ENTRE LAS REDES SOCIALES

Como hemos visto, el crecimiento y consolidación de TikTok como una de las redes sociales más importantes llegó en la pandemia. Su uso, así como los nuevos influencers, se dispararon. Los que supieron cuidar lo que habían conseguido, siguen al pie del cañón, haciendo que disfrutemos de vídeos y más vídeos con los que nos partimos de risa o nos quedamos boquiabiertos. También hay muchos que han ido surgiendo, ya que el arte y la labor artística están presentes siempre, sin importar el momento.