

 **TikTok** for Business



Le festività 2024 per te





Sommario

01 Che i preparativi abbiano inizio!

Non lasciarti sfuggire le opportunità di stagione su TikTok

02 Il periodo d'oro tra Halloween e Capodanno

Come usare TikTok per le tue campagne durante le festività

03 La magia dei contenuti

Suggerimenti creativi per contenuti d'impatto

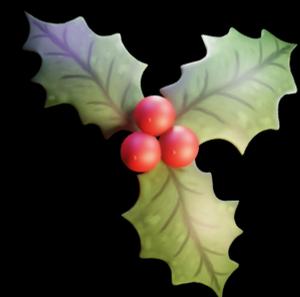
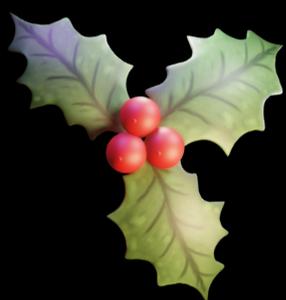
04 Un banchetto in grande stile

Campagne per il 4° trimestre che mettono l'acquolina in bocca

01

**Che i
preparativi
abbiano inizio!**

Non lasciarti
sfuggire le
opportunità di
stagione su TikTok



L'hub definitivo per le festività

TikTok è il luogo perfetto per vivere in prima persona la magia della scoperta, sia per chi semplicemente adora fare regali, sia per chi ama le feste.



Grazie a contenuti creati per ogni fase della stagione delle feste, TikTok genera opportunità uniche per le piccole imprese, dai momenti iniziali di preparazione ai grandi eventi, fino al giorno in cui si celebrano.

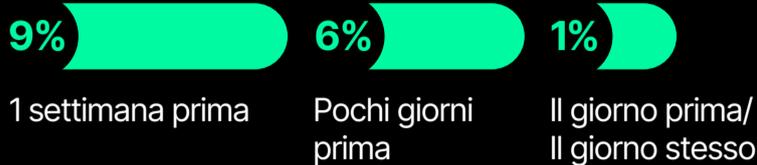
Non è mai troppo presto per iniziare i preparativi per le festività.

Gli utenti TikTok che fanno regali di Natale iniziano a fare acquisti:



2 utenti su 3

iniziano a cercare regali almeno **un mese prima** del Natale...
(il 65%)



...mentre il 16% attende fino all'ultimo minuto



Conversazioni di stagione

Gli hashtag delle festività che devi conoscere:

#Thanksgiving

#BlackFriday

#CyberMonday

#Christmas

#Hanukkah

#Kwanzaa

#NocheBuena

Suggerimento utile:



Usa lo strumento Trend del momento in TikTok Ads Manager per trovare hashtag più specifici.

02

Il periodo d'oro tra Halloween e Capodanno

Come usare TikTok per
le tue campagne
durante le festività

Sfrutta la conversazione che si sviluppa prima, durante e dopo le festività

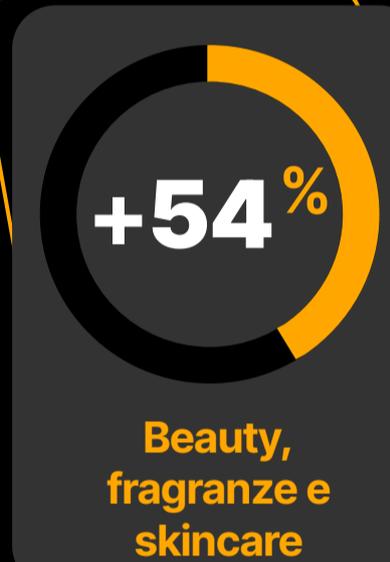
La scoperta è solo l'inizio! TikTok mette in contatto vari segmenti di pubblico con contenuti in grado di alimentarne l'engagement, aumentare il loro desiderio di scoprire di più e spingerli lungo il funnel dell'acquisto.

I prodotti più regalati a Natale dagli utenti TikTok sono:



+59%

Abbigliamento e accessori



+54%

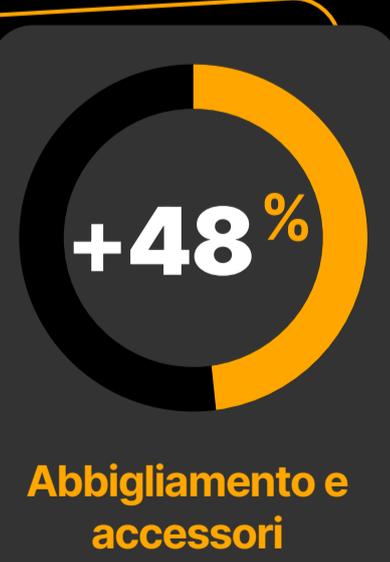
Beauty, fragranze e skincare



+49%

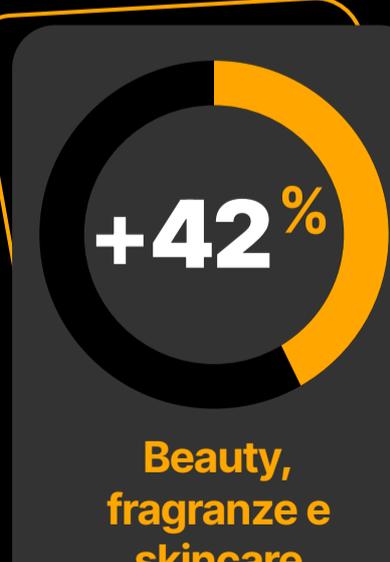
Giochi e giocattoli

I regali più desiderati dagli utenti TikTok:



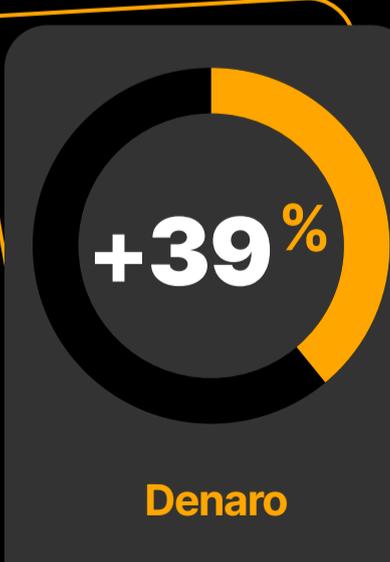
+48%

Abbigliamento e accessori



+42%

Beauty, fragranze e skincare



+39%

Denaro

Trend da celebrare

Sfrutta fin da subito l'engagement attraverso contenuti coinvolgenti che cavalcano l'onda dei trend sulla pagina Per te di TikTok:



Idee per completi

87%

degli utenti acquista regali per sé durante gli eventi shopping delle festività

Suggerimento per marketer:

aiuta i clienti a spuntare le voci delle loro liste dei desideri incentivandoli a togliersi uno sfizio da soli.

di acquisti in più legati ai viaggi durante le festività e in concomitanza con l'uso di TikTok.

Suggerimento per marketer: sfrutta al massimo il periodo della pianificazione dei viaggi collaborando con creator del settore e fornendo ispirazione su possibili destinazioni.



Giochi e contenuti di viaggio

80%



Ispirazioni per pranzi e cene in compagnia

39%

degli intervistati ha intenzione di usare ricompense e cashback durante questa stagione delle feste

Suggerimento per marketer:

collabora con piattaforme di servizi finanziari per offrire ulteriori premi e opzioni di pagamento ai clienti.

Fatti un regalo per le feste

Promuovi le vendite durante i picchi di stagione con contenuti puntuali che valga la pena condividere.



Scopri come REFY Beauty ha migliorato il proprio ROAS di tre volte grazie agli Spark Ads di TikTok

Gli utenti TikTok considerano il Natale un'occasione per avere ospiti, fare acquisti e viaggiare.

34%



degli utenti TikTok afferma che organizzerà una festa o un ritrovo per Natale.

1 su 4



degli utenti TikTok afferma che acquisterà un nuovo outfit per Natale.

16%



degli utenti TikTok riferisce che farà un viaggio o una vacanza nel periodo natalizio.

Trasforma i regali del 4° trimestre nello shopping del 5° trimestre

La pagina Per te non va mai in vacanza per la community di TikTok. Il 5° trimestre è il momento tra Natale e metà gennaio in cui il pubblico continua a fare acquisti per sé dopo le festività.

1 utente TikTok su 2 intende fare acquisti nel 5° trimestre per sfruttare le offerte post-festività.

Il 51% degli utenti TikTok sostiene che probabilmente farà acquisti nel 5° trimestre per gratificazione o cura personale.

Crea connessioni con gli utenti TikTok prestando attenzione ai loro obiettivi nel 5° trimestre.



Suggerimento per marketer: approfitta dei buoni propositi e degli obiettivi personali fissati per il 2025 effettuando il prospecting e il retargeting dei clienti in base ai prodotti che hanno maggiori probabilità di acquistare.

03

La magia dei contenuti

Suggerimenti creativi per contenuti d'impatto



Scegli il regalo perfetto

Trova la tua voce su TikTok e crea strutture di contenuti in grado di vendere.



La formula vincente

1 ottimo hook (primi 3-5 secondi)

- Condividi trucchi e suggerimenti per lo shopping
- Metti in evidenza una promozione per le festività
- Rivolgiti al tuo pubblico di destinazione

Argomentazioni esclusive di vendita

(10-20 secondi centrali)

- Mostra perché è popolare
- Risolvi un problema
- Attira con nuovi elementi visivi

1 CTA chiaro (ultimi 3-5 secondi)

- **Motivazione:**
Dai un'occhiata direttamente
- **Promozione:**
Approfitta subito della tua offerta
- **Messaggio del brand:**
Unisciti alla banda di [prodotto]

È ora di impacchettare

Considera questi suggerimenti per creatività come la tua stella polare:



Usa un approccio nativo

Crea contenuti che sembrano nativi e pensati appositamente per TikTok



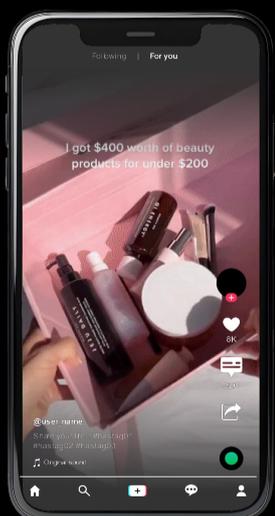
Framework festivo

Usa strutture di contenuti in grado di aggiungere valore e promuovere l'engagement



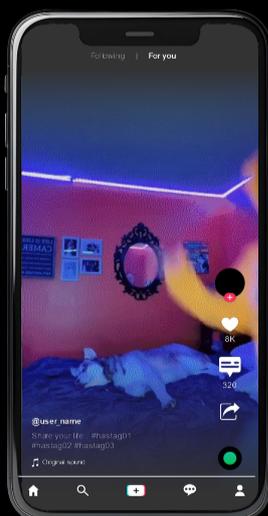
Brilla come una stella

Usa tecniche di editing creativo per attirare l'attenzione



"Conciati per le feste"

Concentrati sui valori di produzione, riempiendo lo schermo, ma con un occhio alla IU



Trend festivi

Entra in contatto con gli utenti contribuendo a conversazioni e stili video di tendenza



Jingle Bells... Jingle All The Way

Scegli suoni e brani di tendenza per migliorare la tua narrazione

04



Un banchetto in grande stile

Prepara campagne
invitanti



Crea una base deliziosa



Se hai iniziato a usare TikTok da poco, ci sono alcuni punti fondamentali che non puoi sbagliare se vuoi sbloccare il tuo pieno potenziale.

1

Crea il tuo account in Ads Manager

Visita getstarted.tiktok.com e configura una modalità di pagamento per iniziare a creare annunci.

Configura Pixel di TikTok

2

Pixel ti consente di catturare eventi per tutte le azioni dei visitatori del sito Web. [Scopri come funziona](#), configura **più di 3 eventi di monitoraggio** e ricorda di attivare **Corrispondenza avanzata automatica** e **cookie di prima parte**.

3

Crea il tuo primo annuncio

Creare per TikTok è diverso, ma non difficile. Usa il nostro [Assistente creatività con tecnologia IA](#) per ricevere soluzioni creative personalizzate e i modelli di creatività di CapCut per Business per dar loro quel tocco di professionalità in più.

Pubblica la tua prima campagna

4

Usa l'obiettivo Conversioni nel sito Web, ottimizza per l'evento Completa pagamento (o altro, in base alle tue esigenze), inizia con un budget minimo giornaliero per gruppo di annunci di 40 £/50 € e adotta un targeting ampio o bilanciato.

5

Sviluppa e ottimizza

Aggiungi 2-3 o più creatività e pubblica campagne per almeno 7 giorni prima di ottimizzare. Se disponi di un Business Account TikTok, usa Spark Ads e prendi in considerazione l'utilizzo di segmenti di pubblico personalizzato in base al traffico Web dopo le tue prime campagne.



Scopri come ruru. studios è riuscita a incrementare le vendite del suo calendario dell'Avvento su TikTok.

... e la festa non finisce qui!

OTT-NOV-DIC

Concentrati sul tuo pubblico a ogni fase del funnel durante il picco della stagione delle feste:

- ✓ Effettua il retargeting dei clienti esistenti attraverso i segmenti di pubblico personalizzato per ridurre il costo per acquisizione e aumentare il ritorno sulla spesa pubblicitaria
- ✓ Crea segmenti di pubblico personalizzato per espandere la tua copertura in base ai tuoi dati sul pubblico già esistente
- ✓ Usa Ottimizzazione basata sul valore per trovare gli utenti più propensi all'acquisto

Hai ancora un certo languorino?

GEN

Rivolgiti ai segmenti di pubblico più attivi nel periodo delle offerte tra Natale e gennaio (5° trim.):

- ✓ Consulta i risultati delle campagne nelle fasi di picco delle festività e usa i dati ottenuti per nuove campagne
- ✓ Pubblica campagne nel periodo successivo alle feste con creatività accattivanti e coinvolgenti inviti all'azione

La ciliegina (delle conversioni) sulla torta



Una volta completate con successo le campagne di Conversioni nel sito Web, aggiungi queste funzionalità al tuo arsenale per una stagione delle feste all'insegna delle vendite:



Video Shopping Ads

- Presentati al meglio e metti in mostra i tuoi principali prodotti con Catalogo prodotti
- Che si tratti di promuovere regali per le feste o di effettuare il retargeting delle decorazioni abbandonate nel carrello, promuovi i tuoi ricavi durante i principali periodi di vendita
- Configura i tuoi annunci attraverso l'obiettivo Vendite dei prodotti del Catalogo prodotti



Catalogo prodotti

- Metti in evidenza il tuo Catalogo prodotti sulla pagina Per te con Video Shopping Ads con catalogo
- Sincronizza i tuoi prodotti direttamente con piattaforme come Shopify, BigCommerce, WooCommerce e altre ancora
- Aggiungi prodotti manualmente, usa un feed di dati o un modello per effettuare caricamenti veloci in batch attraverso il tuo Business Center