



Career Coaching

Eddy Girardi

TikTok

Fatti sentire
prima degli altri

Guida strategica
per **creare da zero**
e gestire un **profilo di successo**



EdiSES
edizioni

Eddy Girardi

TikTok

Fatti sentire prima degli altri

Guida strategica
per **creare da zero** e gestire
un **profilo di successo**



TikTok. Fatti sentire prima degli altri
Copyright © 2023 Edises edizioni S.r.l. – Napoli

9 8 7 6 5 4 3 2 1 0
2027 2026 2025 2024 2023

Le cifre sulla destra indicano il numero e l'anno dell'ultima ristampa effettuata

A norma di legge è vietata la riproduzione, anche parziale, del presente volume o di parte di esso con qualsiasi mezzo.

L'Editore

Cover Design and Front Cover Illustration: Digital Followers S.r.l.

Progetto grafico: Digital Followers S.r.l.

Fotocomposizione: Edises edizioni S.r.l.

Stampato presso: PrintSprint S.r.l. – Napoli

Per conto della Edises edizioni S.r.l. – Piazza Dante 89 – Napoli

ISBN 978 88 3622 763 1

www.edises.it

I curatori, l'editore e tutti coloro in qualche modo coinvolti nella preparazione o pubblicazione di quest'opera hanno posto il massimo impegno per garantire che le informazioni ivi contenute siano corrette, compatibilmente con le conoscenze disponibili al momento della stampa; essi, tuttavia, non possono essere ritenuti responsabili dei risultati dell'utilizzo di tali informazioni e restano a disposizione per integrare la citazione delle fonti, qualora incompleta o imprecisa.

Realizzare un libro è un'operazione complessa e nonostante la cura e l'attenzione poste dagli autori e da tutti gli addetti coinvolti nella lavorazione dei testi, l'esperienza ci insegna che è praticamente impossibile pubblicare un volume privo di imprecisioni. Saremo grati ai lettori che vorranno inviarci le loro segnalazioni e/o suggerimenti migliorativi sulla piattaforma *assistenza.edises.it*

INDICE

INTRODUZIONE	1
---------------------------	---

Capitolo 1

Conosciamo il mondo TikTok

1.1 Perché scegliere TikTok proprio ora?	6
1.2 Allenare l'algoritmo di TikTok	11
1.3 Cosa pubblicare su TikTok	12
1.4 La struttura di TikTok	13
1.5 Impostazioni account	22
1.6 Dati statistici (Analytics)	24
1.7 Come si presenta un contenuto	32

Capitolo 2

Come impostare il profilo

2.1 Scegli uno username ad effetto	37
2.2 Come scegliere la giusta immagine del profilo	39
2.3 Identifica la tua nicchia	40
2.4 Cura la tua biografia	40
2.5 Liberati dal profilo personale	41
2.6 Scegli una password sicura	45
2.7 Liberati dalle notifiche inutili	47
2.8 Evita il furto dei tuoi video	49



Capitolo 3

Utilizzare TikTok per ottenere un profilo di successo

3.1	TikTok & Instagram: piattaforme complementari	51
3.2	Il concetto fondamentale di TikTok.....	53
3.3	Cattura l'attenzione dello spettatore.....	54
3.4	Suscita curiosità nel pubblico	59
3.5	Sfrutta le potenzialità dell'editing video	60
3.6	Crea un format personalizzato	61
3.7	Da non dimenticare	69
3.8	Sfrutta il potere del visual storytelling	70
3.9	Tecniche per pubblicare in orari di maggiore attività	71
3.10	Usa gli hashtag in modo corretto	73
3.11	Interagisci con il pubblico	77
3.12	Sfrutta i duetti	78
3.13	Divertiti con le challenge	80
3.14	Qualche case study da cui trarre ispirazione	82
3.15	Una questione di strategia.....	89
3.16	Utilizzare le ADS di TikTok	90
3.17	Ottieni la massima visibilità con i commenti	95
3.18	Guadagna con l'influencer marketing	97
	Conclusioni	101
	L'Autore	103

*“Non impari a camminare seguendo delle regole.
Lo impari provando e cadendo”*

Richard Branson

INTRODUZIONE

L'era della community è in continua espansione, sono tanti i social network e le applicazioni scaricate e utilizzate da milioni di utenti, ma TikTok è l'ultima novità arrivata direttamente dall'Oriente che sta facendo letteralmente impazzire tutto il web.

Gli ormai consolidati social quali Facebook e Instagram e le più recenti applicazioni utilizzate dagli adolescenti come Snapchat contano ormai un importante numero di utenti, ma TikTok prevede una prospettiva ancora diversa.

Ma chi ha creato TikTok?

TikTok nasce dall'esigenza di rendere internazionale l'app cinese Douyin e di acquisire in breve tempo un numero consistente di utenti.

L'idea iniziale era quella di creare una piattaforma che prendesse ispirazione dal già famoso Musical.ly (app che permette agli utenti di produrre brevi video cantando in playback e ballando sulle note delle canzoni scelte, diventata una vera moda tra moltissimi adolescenti).

Così nel 2016 la società cinese ByteDance lancia Douyin: si tratta della sua prima applicazione per video musicali, che l'anno successivo si aggiorna nella più recente applicazione mobile TikTok come versione internazionale dell'app video.

Douyin e TikTok sono però due entità completamente separate: gli utenti cinesi possono infatti scaricare solo Douyin, mentre in tutto il resto del mondo (sia su Apple Store che su Play Store di Google) troviamo TikTok.



Nel 2017 TikTok comincia a conquistare il mercato indonesiano, e nello stesso anno ByteDance acquisisce per 750 milioni di dollari Musical.ly. L'intento della società cinese è quello di accedere al numero dei suoi utenti e allo stesso tempo di poter usufruire dello staff qualificato di Musical.ly.

Nell'agosto 2018 ByteDance unisce nel suo ultimo aggiornamento Musical.ly e TikTok: con questa fusione la società cinese ha potuto accedere agli utenti di Musical.ly e allargare il bacino di utilizzatori di TikTok, diventando in breve tempo una delle applicazioni più scaricate sia negli Stati Uniti che in Europa.

TikTok ha raggiunto il traguardo del miliardo di download a febbraio 2019, impiegando poco meno di nove mesi per generare altri 500 milioni di installazioni. E più i giorni passano più gli utenti non fanno altro che aumentare: nel 2022 l'app conta oltre un miliardo di utenti attivi in tutto il mondo ed è presente in 155 paesi.

C'è da sottolineare una cosa importante: l'età media degli utenti su TikTok, che fino al 2020 era il social network con i fruitori più giovani, va via via alzandosi; la fascia di età più attiva, nel 2022, è quella tra i 25 e i 34 anni.

Anche per questo motivo diversi brand, quali Nike ed Apple Music, e personaggi di un certo seguito sociale si stanno riversando all'interno di TikTok.

Un ultimo dato importante è che TikTok è l'app più scaricata a livello globale dall'inizio del 2022. Secondo i dati forniti da Sensor Tower, una società che offre dati e insight sull'ecosistema mobile, nei primi mesi del 2022 TikTok ha superato i 3,5 miliardi di download. Ciò fa riflettere molto su quello che potrà essere il suo futuro e su quanto potrà influenzare il contesto dei social media.

NOTA: prima di cominciare ci tengo a precisare che gli screenshot riportati sono puramente esemplificativi.

Ho infatti deciso di creare un nuovo account con un nome di fantasia da usare proprio come esempio per mostrare come appare l'applicazione di TikTok al primo accesso.

A chi è rivolta questa guida?

Gli utenti di TikTok sono in continua crescita, inizialmente l'età media delle persone iscritte era piuttosto bassa, oggi la situazione sta decisamente cambiando: anche per questo motivo le aziende in primis si sono rese conto delle incredibili possibilità che questo social network offre in termini di visibilità e di crescita.

Questa guida è rivolta sia a chi desidera avvicinarsi a questo nuovo mondo comprendendone l'utilizzo, sia a coloro che hanno intravisto l'enorme potenziale di questo social, sia a chi vuole ottenere una certa popolarità all'interno di un social quasi vergine (possiamo infatti paragonarlo ad Instagram di una decina di anni fa), ma soprattutto a chi ha deciso di ottimizzare e migliorare il proprio profilo TikTok.

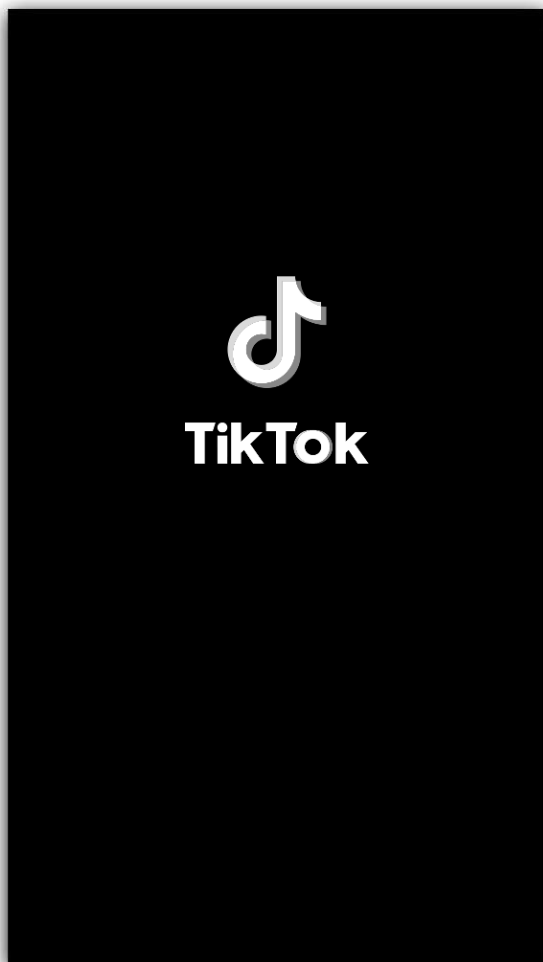
Non meno importante, a tutte quelle piccole e medie aziende che ancora non hanno pensato di sfruttare anche questo canale per aumentare la propria visibilità. Al giorno d'oggi, infatti, senza la presenza su TikTok, le aziende rischiano di perdere una grossa opportunità, soprattutto tra i consumatori più giovani.

Per creare un profilo TikTok che possa risultare efficace sia per promuovere i propri prodotti e/o servizi sia per farsi notare da possibili nuovi clienti e collaboratori, nonché per aumentare il traffico verso il sito internet, basta seguire passo passo i segreti svelati e spiegati in questa guida strategica.



Ricordati di leggere questo libro fino alla fine perché ti ho riservato un bonus che non potrai perdere e che permetterà di dare una svolta al tuo profilo TikTok.

Mettiti comodo... è giunto il momento di cominciare!



1

Conosciamo il mondo TikTok

Prima di addentrarci nel mondo di TikTok è necessario conoscere i due tipi di piattaforma esistenti:

- piattaforme di Content Discovery;
- piattaforme di Content Consumption.

Le piattaforme di Content Discovery sono quelle in cui gli utenti trascorrono il loro tempo in modalità svago alla ricerca di nuovi contenuti per divertirsi e rilassarsi.

In questo caso, il tipo di contenuto è caratterizzato da video molto corti oppure post con testi brevi. Classici esempi di questa piattaforma sono Instagram, Facebook e TikTok.

Le piattaforme di Content Consumption sono invece molto diverse in quanto gli utenti dedicano tempo e impegno a scoprire o approfondire contenuti di durata più lunga e argomenti più complessi.

Per questo motivo, i contenuti non si possono visualizzare in modalità svago ma richiedono una particolare attenzione e un preciso focus mentale. Si pensi a YouTube oppure a un qualsiasi blog.

Su YouTube è infatti possibile trovare anche video piuttosto lunghi, che hanno lo scopo di spiegare e/o insegnare qualcosa in particolare: grazie a questi contenuti noi utenti abbiamo la



possibilità di formarci su specifici argomenti, ma ovviamente si tratta di video che richiedono un certo livello di concentrazione.

Da quanto detto si comprende che TikTok si posiziona decisamente nella categoria Content Discovery.

1.1 Perché scegliere TikTok proprio ora?

La maggior parte degli utenti si iscrivono ad una qualsiasi piattaforma solo quando questa ha già un buon numero di utenti attivi e quando il social network inizia ad essere molto conosciuto. Il tempismo è un aspetto assolutamente fondamentale.

Pensa di essere un atleta che deve fare i 200 metri e di avere la possibilità di partire 2 secondi prima degli altri: quanto sarebbe importante questo vantaggio di soli 2 secondi per la vittoria finale?

Riuscire ad anticipare il cambiamento è la chiave di volta per raggiungere grandi risultati.

Pensa anche al mondo degli influencer di Instagram: alcuni hanno ottenuto grandi risultati grazie al tipo di contenuto che hanno portato alla community, ma molti altri hanno raggiunto il successo anche per il semplice fatto di essere stati tra i primi a scoprirne le potenzialità e utilizzare al meglio questo social (un esempio tra tutti: Chiara Ferragni).

Importante è capire che una piattaforma che si trova agli inizi ha un estremo bisogno di crescere. Quindi, nel momento in cui si giungerà alla fase che vedrà milioni di utenti iscriversi e cominciare ad utilizzarlo, tu sarai già presente e TikTok stesso ti premierà mostrando i tuoi contenuti ai nuovi utenti per il

semplice fatto che rappresenti un riferimento: questo ti permetterà di avere un potenziale di crescita incredibile.

Il problema principale che si trovano ad affrontare gli utenti che si iscrivono oggi deriva dal fatto che a primo impatto sembra che questa piattaforma sia dedicata solamente ad un pubblico molto giovane che si diverte a creare video per passatempo.

La realtà è che alcuni contenuti più formativi e solitamente adatti per gli adulti ci sono (anche se in minoranza), ma purtroppo l'algoritmo di TikTok non è ancora così sviluppato ed ottimizzato per proporli fin da subito a chi accede per la prima volta.

Nonostante al primo accesso chieda quali sono i tuoi interessi e l'esperienza venga regolata anche in base alla data di nascita inserita, capirai leggendo questa guida che l'algoritmo va ulteriormente allenato e col tempo individuerà i contenuti più adatti a te.

Non dimentichiamo inoltre che questo social è destinato a subire un inevitabile grande cambiamento per quanto riguarda l'età media degli utenti (e quindi anche il tipo di contenuti proposti).

In ogni caso, come per qualsiasi altro social network, già dopo il primo mese di utilizzo ti accorgerai che i contenuti proposti saranno sempre più in linea con i tuoi interessi.

Questo succede perché, senza che ce ne accorgiamo, l'algoritmo di TikTok analizza il tempo di permanenza che trascorriamo su determinati video piuttosto che altri: così facendo ci mostrerà contenuti sempre più in target rispetto alle cose che ci piacciono. Interessante... no?

In pratica, chi accede ora ha un potenziale di crescita incredibile rispetto ad altri utenti, a patto di costanza e determinazione (come un po' per tutto).

Ma quindi TikTok è diverso rispetto ad Instagram?

Assolutamente sì.

In questo momento Instagram è nella fase finanziaria, per cui deve massimizzare i ritorni facendo in modo che quante più persone e aziende facciano advertising (pubblicità) per mostrare i loro prodotti e/o servizi.

Per fare questo, la piattaforma riduce la portata organica (ossia non a pagamento) dei propri contenuti in modo che sempre più persone siano disposte a spendere soldi per farli vedere a quanti più utenti possibili.

TikTok è invece nella fase opposta: deve aumentare al massimo il numero di utenti e di conseguenza dà molto spazio ai creator, ampliando il più possibile la copertura organica di ogni singolo contenuto.

Queste sono alcune delle ragioni per cui non è assolutamente troppo tardi per iscriversi a questo social network: siamo ancora in una fase nella quale è veramente conveniente entrare per poterne trarre grandi benefici.

Guide pratiche per chi cerca un lavoro o vuole ridefinire il proprio progetto professionale, per chi vuole promuovere se stesso o la propria azienda attraverso i social.

Comprendere l'utilizzo di un'applicazione che ha preso d'assalto il mondo, voler **ottimizzare il proprio profilo TikTok**, ottenere una certa **popolarità**, aumentare la propria **visibilità**, non perdere l'**opportunità** come azienda di raggiungere i consumatori più giovani: sono solo alcuni degli obiettivi che si pone questo testo.

Dopo un'ampia **descrizione della struttura di TikTok**, si illustrano le modalità di impostazione del profilo, i metodi per creare una community e condividere storie e idee, l'uso corretto degli hashtag, come fare un duetto o **partecipare a una challenge**, come **utilizzare le Ads**, quali sono i vantaggi dell'**influencer marketing**.

Per creare un profilo TikTok che possa risultare efficace sia per promuovere i propri prodotti e/o servizi sia per farsi notare da possibili nuovi clienti e collaboratori, nonché per incrementare il traffico verso il proprio sito, basta seguire i **segreti** svelati e spiegati in questa guida.

Nella stessa collana



LinkedIn
Creare e gestire
un profilo efficace



Instagram
Fai decollare
il tuo profilo

