

A man with short brown hair and a beard, wearing a black shirt, is looking down. He is in a room with a black shelf in the background filled with various colorful figurines. The text 'TIKTOK FOR BUSINESS' is overlaid on the bottom right of the image.

TIKTOK FOR BUSINESS

**Antes de comenzar,
quiero conocerlos...**



**¿Quién de los presentes
usa TikTok?**



¿Quién lo usa como **Hobby**
para mirar videos de Messi?



**¿Quién lo usa para consumir
contenido relacionado a su
trabajo?**



¿Quién publica todos los días en TikTok por algo relacionado al trabajo?



- > Para aquellos que tengan una mínima duda sobre las oportunidades que existen en TikTok:

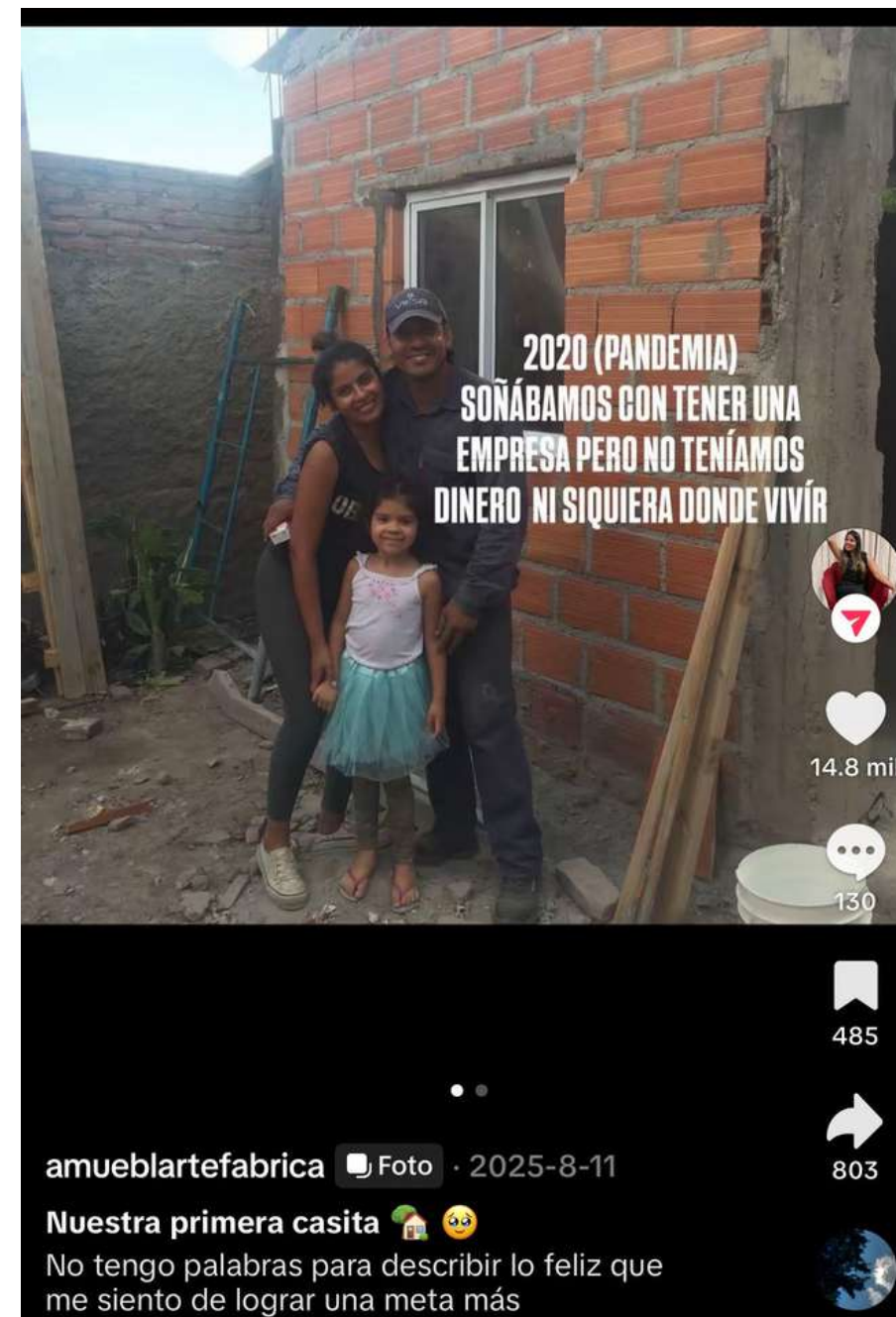


**Todos los días soy testigo y hablo con clientes/creadores
de contenido que tienen algo en común:**

TikTok les cambió la vida



- Mi cliente Luciana comenzó revendiendo muebles de otras fábricas y hoy es la fábrica de muebles más grande de su provincia y vende en todo el país.



- A mi cliente Rafa le dieron un departamento de 100 millones de dólares para vender de un cliente que llegó por TikTok.



- Emiliano apareció en TODOS los medios de comunicación, incluidos los streamings más populares de argentina por un TikTok.

¿Qué se hizo? El dentista cordobés que cuestionó la nueva dentadura de Juli Poggio

La exparticipante de "Gran Hermano" se realizó un retoque estético dental y un odontólogo cordobés cuestionó duramente la decisión y el accionar del profesional.

18 de abril de 2026 a las 11:43 a. m.

LV Redacción LAVOZ

Compartir

Seguinos en Google

1



- Segundo vendió un campo de 1.2 millones de dólares de Argentina a un inversor de otro país



Segundo | Venta de Campos | segundoolleac

98 Siguiendo 39.3K Seguidores 561.8K Me gusta

[Seguir también](#) [Mensaje](#) [+](#) [➔](#) [...](#)

🌱 VENTA DE CAMPOS Y CHACRAS 🌾🐄

Comercialización bajo matrícula: 302-GR
☎️ (11) 3286-2548
👉 CONTACTAME EN EL ENLACE 👉

linktr.ee/segundoolleac



- Hasta fue noticia en los medios de comunicación más importantes de mi país



A mi me paso exactamente lo mismo





>Y miren donde estoy.

Gracias a TikTok pase de mi departamento de 2x2 donde me daba vergüenza que me escucharan mis vecinos mientras grababa contenido y esperaba a que se vayan para ponerme a grabar.

A subirme a un escenario, en PERU y que vengan cientos de personas a verme.



> Les voy a contar brevemente mi historia

BYF

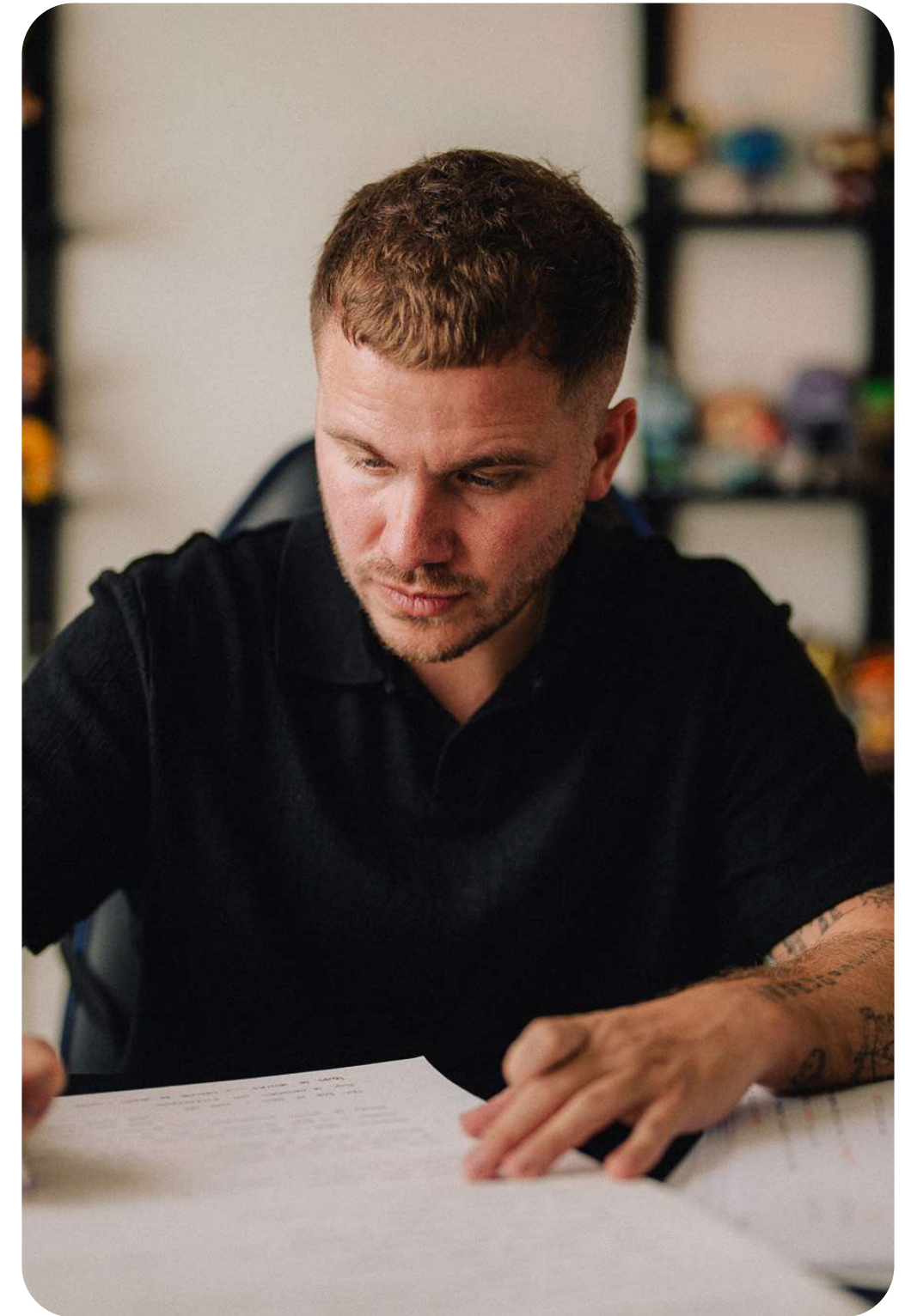


Tengo 33 años

Soy Ingeniero Industrial

Y hasta mis 29 años trabajé en el mundo corporativo, en el área comercial.

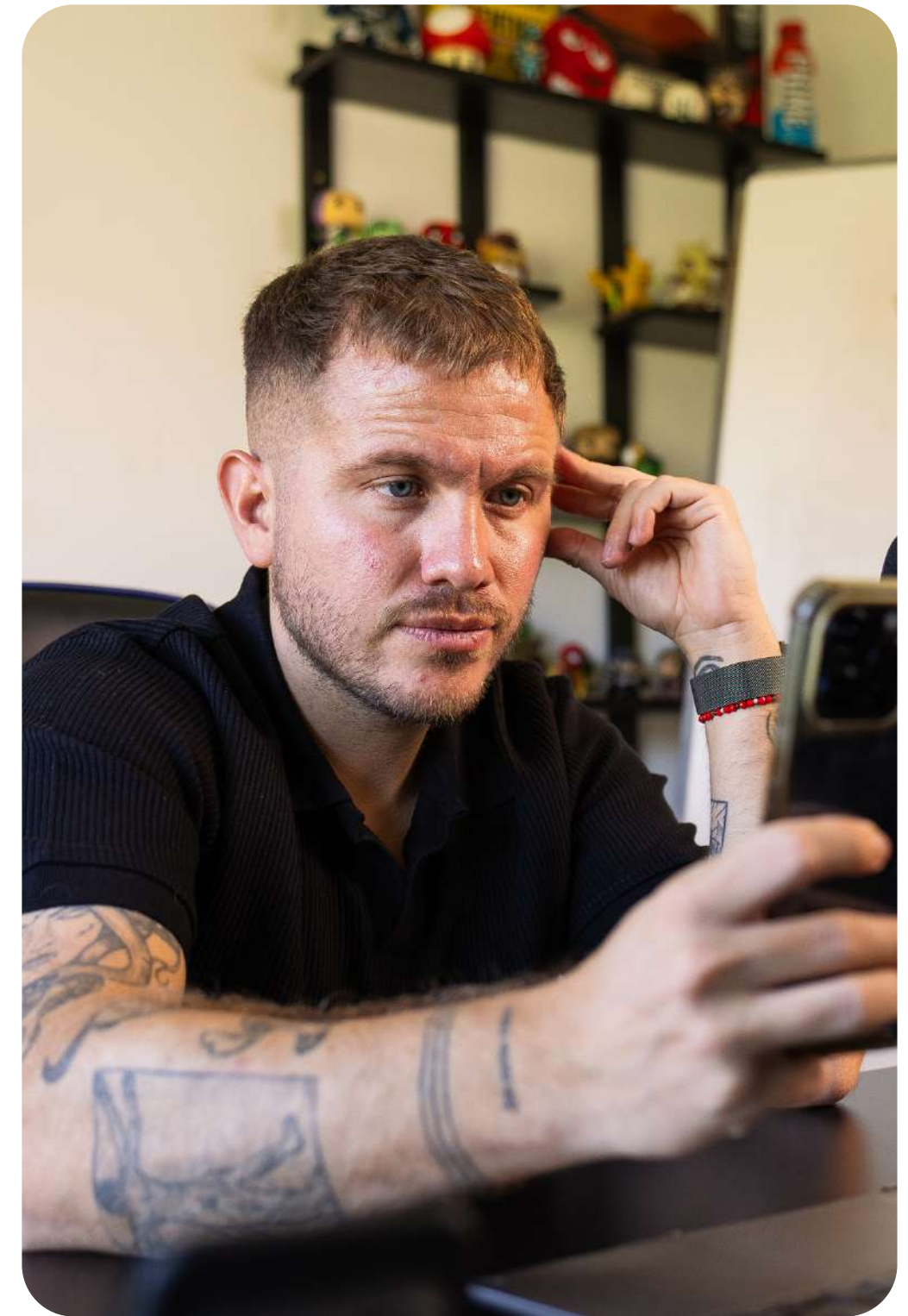
BYF



> A mis 29:

No usaba redes sociales ni para publicar historias.

No tenía TikTok porque pensaba que era para adolescentes, una pérdida de tiempo y adictivo.



BYF



Por qué empecé a crear contenido

BYF





En 2021 lancé una **aplicación**.





¿Qué necesitábamos?

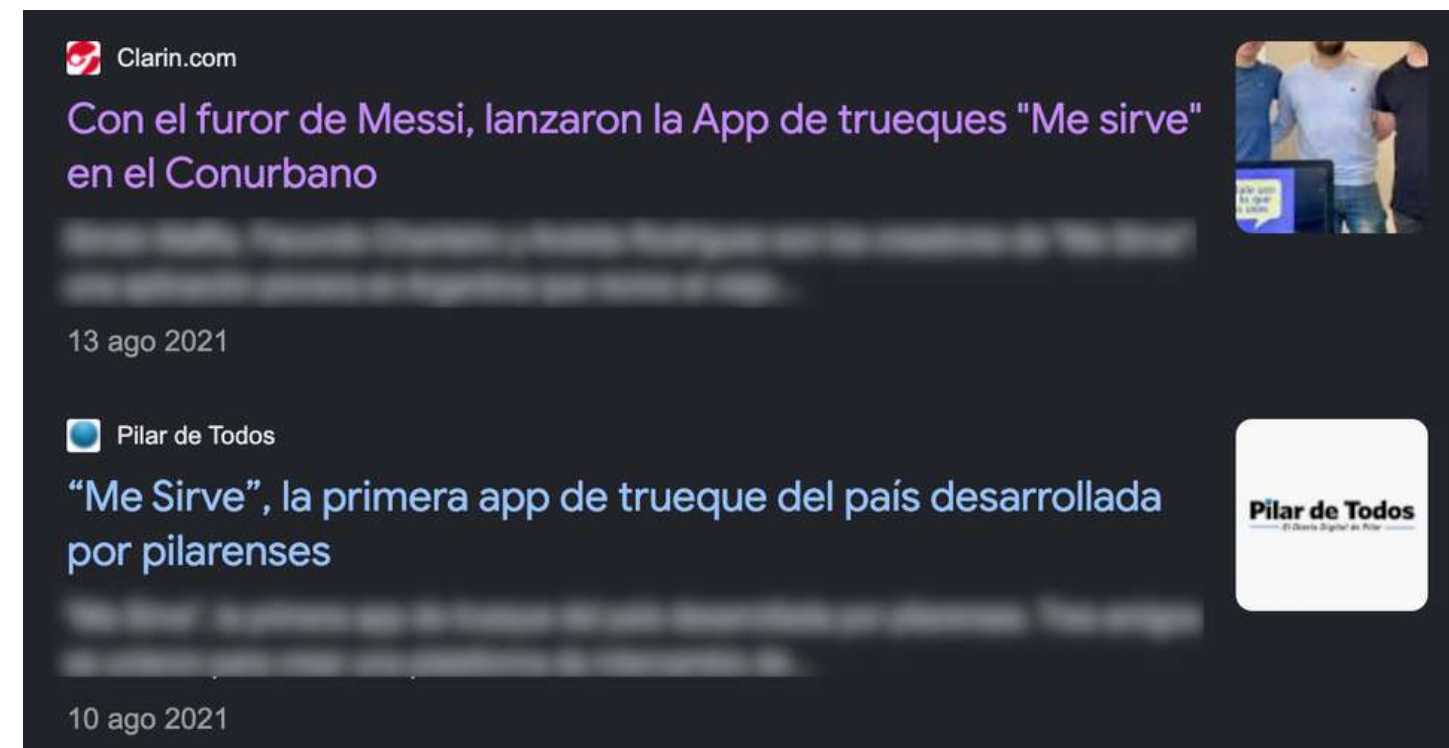
Usuarios que usen la app, demostrarle a fondos de inversión que era una gran idea y poder levantar capital para expandirnos





Pero teníamos un problema:

No teníamos ni un dólar para invertir en **marketing** y lo primero que hicimos fue acudir a los **medios tradicionales**.





El tiempo seguía pasando.
Nadie se descargaba la app.
No lograbamos levantar capital.

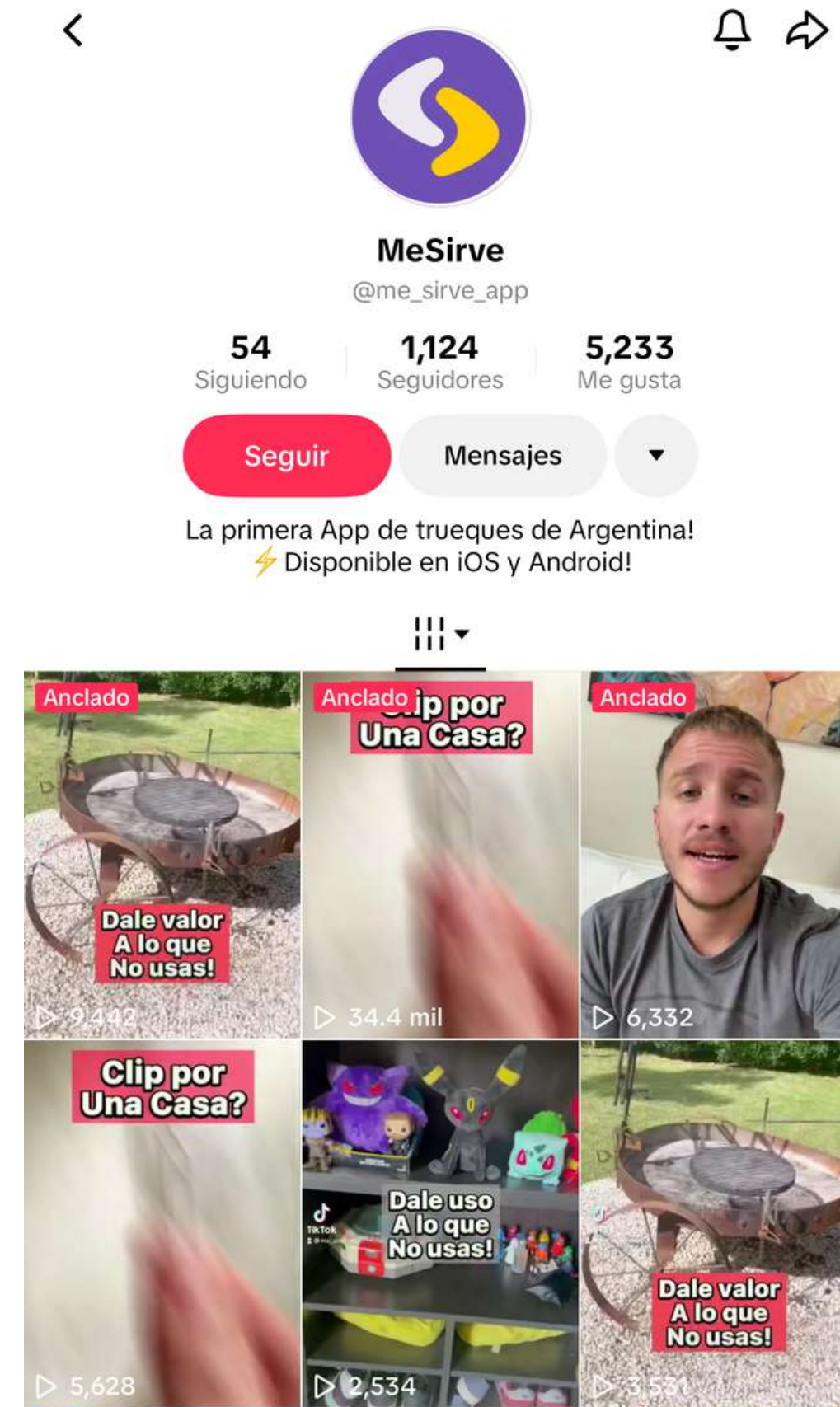


Me estaba quedando **sin ahorros** y no quería tener que abandonar
mi sueño de **emprender** y volver a la relación de dependencia.

BYF



Así, por desesperación y miedo,
me animé a publicar **mis**
primeros videos
y fue un **antes y un después** en
mi vida.

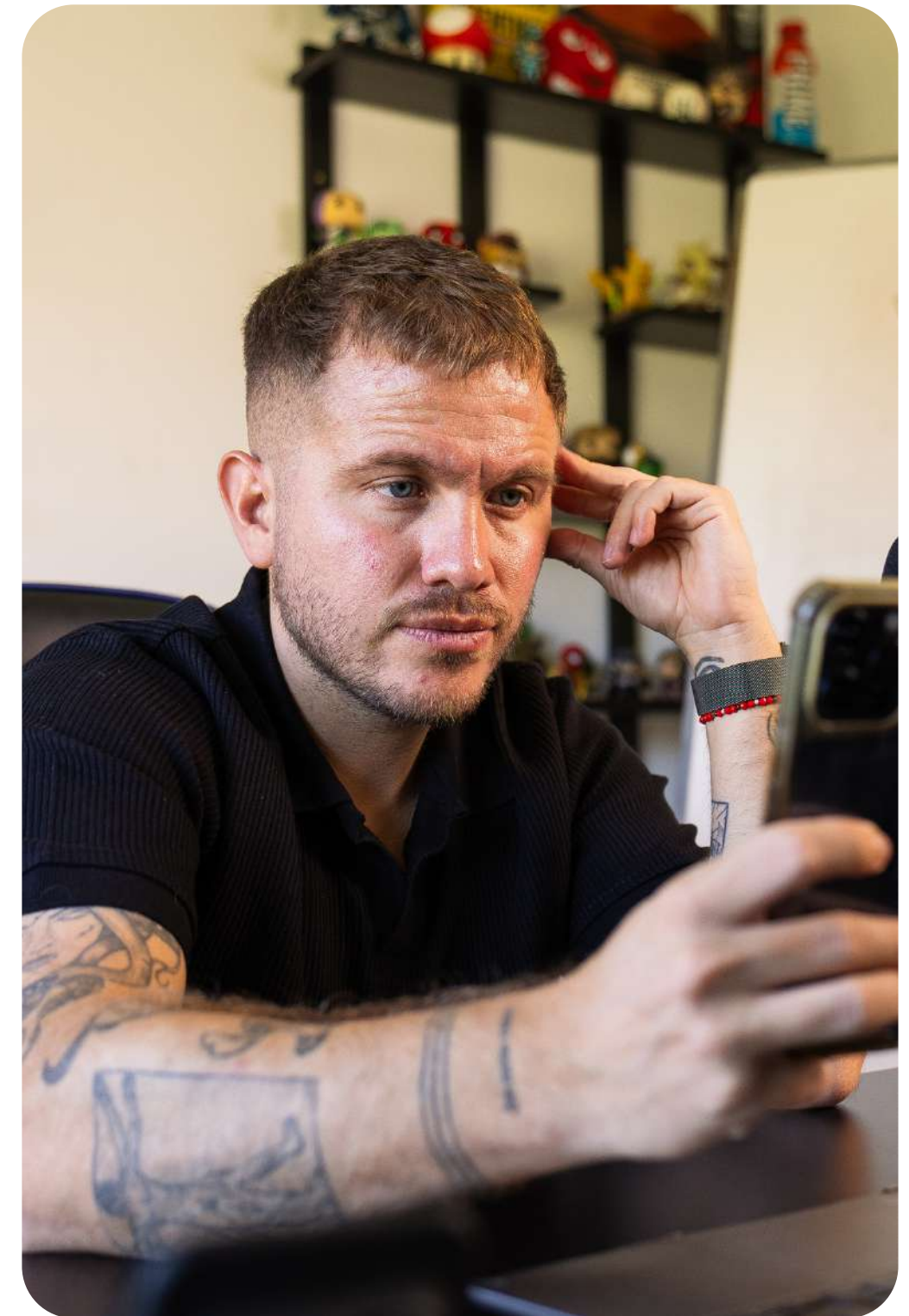


- > Gracias a TikTok, logramos tener 30.000 usuarios activos y 50.000 descargas en todo el mundo en 3 meses.



> Y hoy:

- Tengo un equipo que +15 personas trabajando conmigo.
- Tengo + 300 clientes activos.
- Trabajé con +1.000 negocios.
- Me invente un trabajo que me apasiona y divierte.
- Deje de esperar a que las cosas sucedan y salí a crear mis propias oportunidades



BYF





En ese entonces (2022), en Latino América no existían los mentores de Marca Personal ni negocios de consultoría.



En ese entonces (2022), en Latino América no existían los mentores de Marca Personal ni negocios de consultoría.

Todo lo que estoy a punto de compartirles va a estar basado en mi propia experiencia y en la de estrategias aplicadas con +1.000 emprendedores que trabajaron conmigo.

BYF



| Pregunta:

Ustedes consumen activamente el contenido que publican en sus redes sociales Adidas, McDonald's o Toyota?

BYF



Quiero que se graben esto:

Las personas **no entran** a TikTok a
comprar nada.

Entra a **pasar el tiempo, a divertirse o distraerse.**

El usuario de TikTok conecta muchísimo más con personas reales que comparten historias reales.

Y no conecta con **instituciones frías** que lo único que muestran es lo maravilloso que es su **último lanzamiento**.



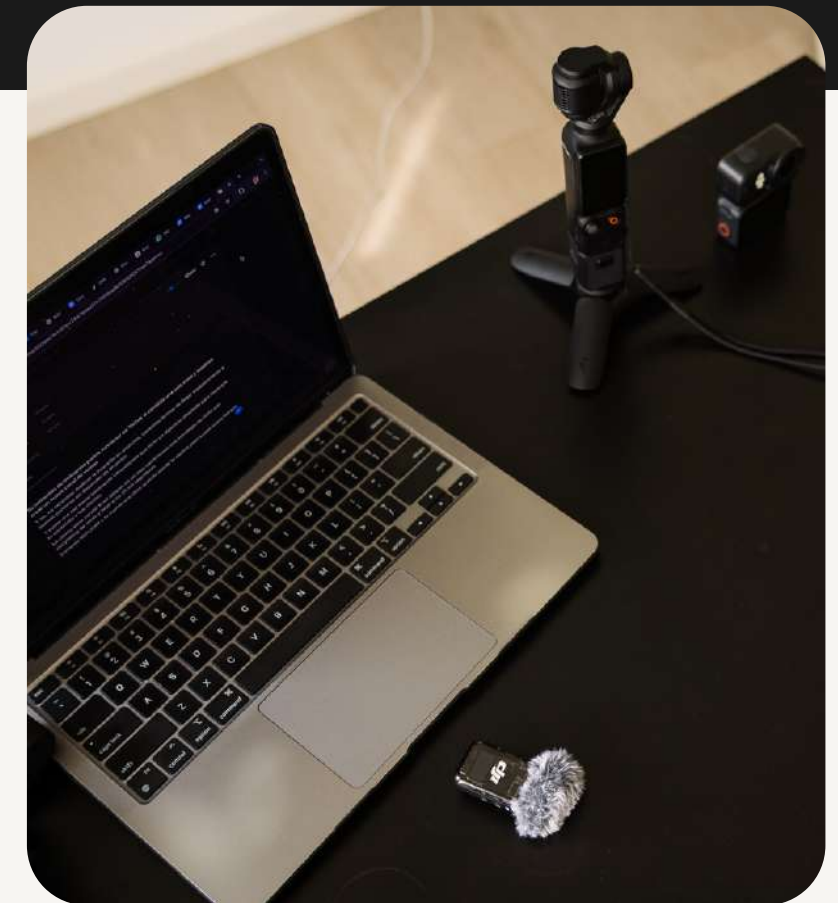
Y TikTok es la plataforma de **contenido orgánico**
ideal para humanizar tu negocio.

BYF



TikTok es la plataforma con menor costo de distribución.

Este es mi equipo para crear contenido:



BYF

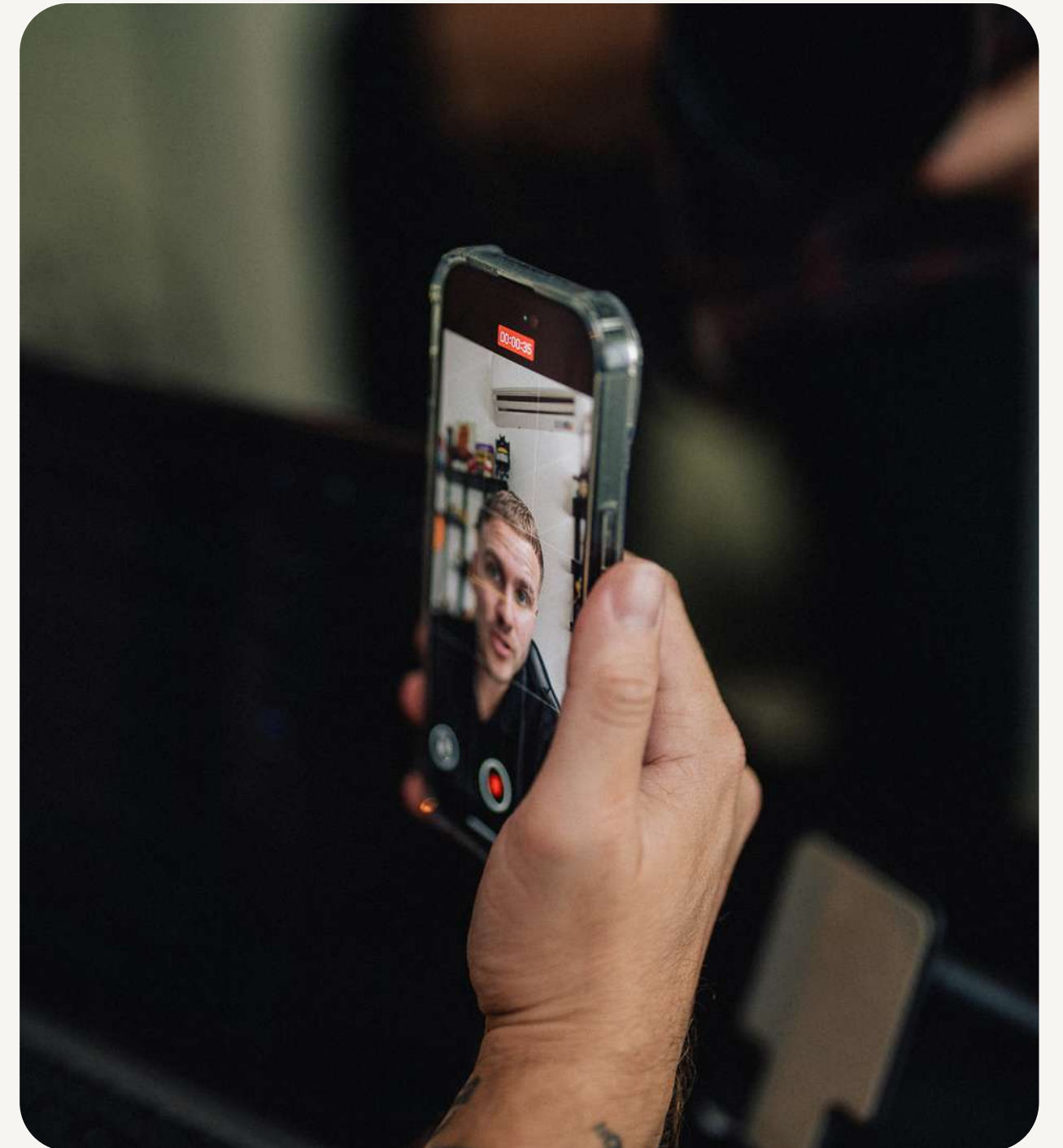


¿Saben cómo termino grabando el 90% de mis videos?

Con la cámara **FRONTAL** del iPhone, por un tema de comodidad y velocidad.

- > No necesitas invertir fortunas en anuncios (ya vamos a hablar sobre ésto).
- > No necesitas invertir ni depender de influencers/tiktokers.
- > No necesitas un equipo de marketing gigante.

BYF



| 1. El Algoritmo de TikTok



> **Estamos viviendo un momento histórico.**

Por primera vez en la historia una persona desconocida puede **competir** por atención contra empresas enormes **sin invertir publicidad.**

> Existen dos tipos de algoritmos:

Algoritmo Social

Facebook e Instagram crecieron y se convirtieron en lo que son hoy en día gracias a **este algoritmo**.

| Funcionaban principalmente con lógica social.



¿Qué significa esto?

Para elegir a **quien mostrarle** el contenido que publicabamos, la plataforma **priorizaba**:

Personas que seguís

Amigos

Relaciones previas

Interacción histórica

BYF





En 2019/2020 TikTok llegó para revolucionar el mundo de las redes sociales.

Imagínense lo **bien que funcionó**, que obligó a Instagram y Facebook a **crear los reels**, obligó a YouTube a **crear los Shorts**.

No solo creó un nuevo **hábito de consumo** de contenido (scrolleo de videos cortos), sino que **desarrolló** el segundo tipo de **algoritmo**:

BYF



> El Algoritmo basado en Intereses

TikTok funciona distinto.

| A TikTok no le importa Quién lo publicó.

| TikTok analiza: “¿Es verdad que esto le interesa a este tipo de consumidor?”

Y esto cambió absolutamente todo.

BYF



Este cambio de algoritmo representa
LA OPORTUNIDAD MÁS GRANDE de
nuestras carreras profesionales.

BYF



- > No necesitamos miles de dólares para invertir en marketing.
- > No necesitamos ser famosos.
- > No necesitamos un equipo de 20 personas trabajando en el área de marketing.

Build Your Freedom

| 2. Venta intermitente vs Venta Integrada



Uno de los errores más comunes que veo en personas que llegan a TikTok...

Es que crean contenido e intentan vender como si fuera Instagram.

Y TikTok es muy diferente.

BYF





El primer error es asumir que tu contenido
lo consume tu comunidad.

Recordemos que es una plataforma de **descubrimiento**
y que el **50-60%** de las personas que consumen tu
contenido **no te conocen ni saben lo que vendes.**

BYF



Nunca, pero nunca:

- > Empieces tus videos saludando.
- > Empieces tus videos diciendo **tu nombre**.
- > Empieces tus videos asumiendo que la persona **vio tus videos anteriores**.





Y la gran diferencia con Instagram

Es la lógica del proceso de ventas.

El proceso de ventas en Instagram se conoce
como **Venta Intermittente.**

BYF



Supongamos que planificas tus próximas
10 piezas de contenido.

(entendiendo como pieza de contenido historias, reels y carruseles).

- > Si en las 10 piezas de contenido, lo único que haces es **intentar vender**, tu contenido no lo va **a mirar nadie**.

¿Por qué?





Porque las personas **NO** entramos a las redes sociales pensando en **comprar algo**.

Entramos a recibir valor: entretenernos, aprender algo, inspirarnos o informarnos.



Entonces, si lo único que haces es **intentar forzar una venta**, tarde o temprano tu contenido va a **perder interés**.

Entonces, camuflamos la venta
con valor.



(Existen 4 formas de aportar valor y siempre tenes que tenerlas en cuenta antes de crear tu estrategia de contenidos):

Podes:

Educar

Inspirar

Entretener

Informar

BYF



> Nuestro objetivo:

| Aportar tanto valor, demostrar tanto criterio y generar tanta confianza...

Que tu cliente llegue, por su propia cuenta, a la conclusión de que quiere trabajar con vos.



¿Cómo funciona la venta intermitente?

El contenido sigue esta lógica:

Valor → Valor → Valor → Valor → **Venta** → Valor → Valor → Valor → Valor → **Venta**

Entonces, de cada 10 piezas de contenido, **en 8 vas a aportar valor genuinamente sin pedir nada a cambio, y en las 2 restantes vas a vender.**

BYF



> Cómo distribuirlas va a depender de:

- | Tu **habilidad** para vender (tu capacidad de generar contenido de venta manteniendo el interés genuino de tu comunidad).
- | La **retención/métricas** que tenga tu contenido de valor vs venta.
- | **Etapas** que transite tu negocio.
- | **Objetivo** del mes.
- | **Fecha** (momento del mes, fecha importante).

BYF





Herramientas de venta

Por otro lado, las herramientas para vender que utilizamos en Instagram son:

Historias

En Instagram **NO vendemos** a través de los reels ni los carruseles.
Los expertos lo hacen a través de **las historias**.

DM's

Según estadísticas, la sección de DM's es donde pasamos la mayor parte del **tiempo** en Instagram.
Es una red social, donde **interactuamos constantemente** con amigos, familia y pareja.

BYF



Anuncios

¿Por qué funcionan tan bien los anuncios en meta y son tan precisos?

Porque todos creamos nuestros **perfiles PERSONALES (no comerciales)** en Facebook allá por el 2008 y usamos WhatsApp todos los días, hace +10 años.

Meta tiene **información muy precisa** sobre nosotros y nos conoce más que nuestros padres (miedo).

PERO estas 3 herramientas NO funcionan igual en TikTok.

BYF





En TikTok, el usuario **NO consume historias**, el 80% no usa sus **DM's** diariamente y el gran porcentaje de nuestros potenciales clientes **NO tienen** un perfil personal creado.

Usan TikTok para consumir contenido con un nombre de usuario @user9832489642893

BYF





Esto genera que los anuncios NO funcionen igual que en meta.

Por más que sean “**baratos**” para el alcance que se puede generar, que TikTok no recopile información tan precisa como meta, genera que con tus anuncios **atraigas leads que NO sirven.**

BYF



Entonces:

Por este motivo, yo **NO USO TikTok Ads.**
Probe diferentes agencias, diferentes estrategias
dentro de mi negocio y el de mis clientes.

Pero jamás logramos buenos resultados.

BYF



Venta Integrada:

El proceso de ventas que aprendí en TikTok

Esto que voy a compartirles **está validado 100%** por mi experiencia y la de **+1.000 clientes** con los que trabajé durante los últimos **3 años**.

Jamás pagué por un **curso o mentoría de TikTok**, porque no existen.

BYF



> PRIMERO:

TikTok funciona completamente diferente, porque **NO** es una **plataforma social**.

Es una plataforma de **intereses y descubrimiento**, que muestra tu contenido a personas que **no te conocen**.

EL PRINCIPIO DE LA VENTA INTEGRADA

BYF



En TikTok cada video tiene que hacer dos cosas al mismo tiempo.

1. Aportar valor

2. Vender

Y a esto lo llamo **VENDER SIN VENDER.**

BYF



La pregunta clave:

¿Cómo puedo hacer para que una persona me **quiera comprar algo** aunque no le esté **ofreciendo** nada?

¿Cómo puedo hacer para que mueva cielo y tierra para averiguar **cómo puede comprarme** aunque yo ni siquiera sepa si quiero venderle?

¿Cómo puedo hacer para **aportar tanto valor** y que mi cliente llegue sólo a la conclusión “Estoy 100% seguro de que Mateo es la persona más capacitada para ayudarme”?

BYF



LA NUEVA FÓRMULA QUE PROPONE TIKTOK

BYF





Ya no es:

Valor → Valor → Valor → Valor → **Venta** → Valor → Valor → Valor → Valor → **Venta**

Ahora es:

Valor + Venta → Valor + Venta → Valor + Venta → Valor + Venta

BYF



| 3. Ganchos que posicionan



> Nosotros como creadores, estamos compitiendo con:

| WhatsApp

| Instagram

| LinkedIn

| YouTube

| Netflix

| El problema laboral que tenga ese día.

| La pelea con su pareja.

| El paquete de mercado libre que le está por llegar.

| La juntada con sus amigos de esta noche.

BYF



¿QUÉ ES UN **GANCHO**?

El gancho es todo lo que sucede durante los primeros segundos del video.

Es la promesa implícita de por qué vale la pena quedarse mirando tu video.

Un gancho es la respuesta a esta pregunta:

¿Por qué el usuario debería prestarme atención ahora?

EL OBJETIVO REAL DEL GANCHO

Si tu objetivo es **ser influencer** o un **creador de contenidos VIRAL**, que no vende NADA y lo único que busca es llenar su ego con visualizaciones y likes, entonces el objetivo del gancho es **llamar la atención**.



Pero si tienes un negocio y el objetivo de tu contenido es que **genere ventas**, entonces el objetivo de tu gancho debe ser **filtrar a tu cliente ideal y alejar al curioso**.

Lo que queremos evitar son métricas vacías y priorizamos visualizaciones calificadas.



LOS 6 PRINCIPIOS DE UN GANCHO QUE POSICIONA

BYF



1. DIRECTO

Andá al grano

- | Tenés entre 1 y 3 segundos. Nada más.
- | No hay tiempo para introducciones.
- | No hay tiempo para saludos.
- | No hay tiempo para silencios.
- | Ni hay tiempo para ganchos aburridos.

BYF



GANCHO **MAL HECHO:**

“Bueno, quiero hablar un poquito de algo
que me vienen preguntando...”

BYF



GANCHO BIEN HECHO:

“Un agente inmobiliario vendió un lote de 100.000 dolares aplicando estos 3 principios en su contenido de TikTok”

BYF





¿Por qué es un buen gancho?

Porque:

- Segmente a mi cliente ideal
- Presente la promesa del video
- Me valide (no van a ver este video en otro lado)

TODO EN 3 SEGUNDOS

BYF



2. EFICIENTE

Menos es más

El mejor gancho es el que transmite la mayor cantidad de información posible en la menor cantidad de tiempo posible.

Pregunta clave antes de grabar el gancho del video:

¿Puedo decir lo mismo (o más) usando menos palabras?



MAL

“Hoy te voy a compartir seis herramientas que te van a servir si sos creador de contenidos y estas intentando hacer tu primer video viral”

Muy largo. Muy ambiguo.

BIEN

“Las 4 cámaras que usan los creadores más virales de TikTok”

Más corto. Más claro. Más rápido.

BYF



3. USA PALABRAS CLAVE RÁPIDO

Mientras antes filtros, mejor

Muchas veces nos dejamos llevar por la **viralidad** e intentamos hacer nuestro gancho lo más **abierto posible**, para intentar **interesar** a la mayor cantidad de personas posible.

Eso es un arma de **doble filo**, porque perdemos relevancia (cuando se den cuenta que no aplica para ellos) e identificación (es muy difícil describir a demasiadas personas al mismo tiempo).



En TikTok es mucho mejor buscar un caudal más pequeño de personas, pero que estén perfectamente identificadas con el tema del video.

Por lo tanto

Mientras antes menciones palabras clave... MEJOR

Usa palabras con las que tu cliente se sienta identificado rápido.
En las primeras posiciones de la oración.

BYF



Mal ejemplo:

| Supongamos que tus clientes son psicólogos:

“Hay un error enorme que veo constantemente cuando empiezo a trabajar con un cliente nuevo...”

| Este gancho aplica para el 100% de las personas y nichos.

Aplica para un abogado, una empresa constructora, una tienda online de decoración.



Buen ejemplo:

“Si tu paciente no tiene obra social y no puede pagar tu sesión vas a aplicar este paso a paso”

¡Boom!

En 2 segundos:

- | Filtre
- | Hable en su idioma
- | Toque un dolor específico
- | Le presente una promesa

BYF



Cuanto más rápido menciones:

- | Profesión
- | Dolor
- | Nicho
- | Situación
- | Promesa

Más rápido atraés a la persona correcta.

4. VISUAL

La primera evaluación es visual, no verbal

| Las personas en TikTok primero **VEN** y después **ESCUCHAN**.

Antes de grabar tu video evalúa y planifica el componente **VISUAL**:

| Cómo te vestís

| Dónde estás

| Tu expresión

| El texto en pantalla

| Qué está ocurriendo

| Cómo lograr identificación

| Posicionarte sin hablar

BYF

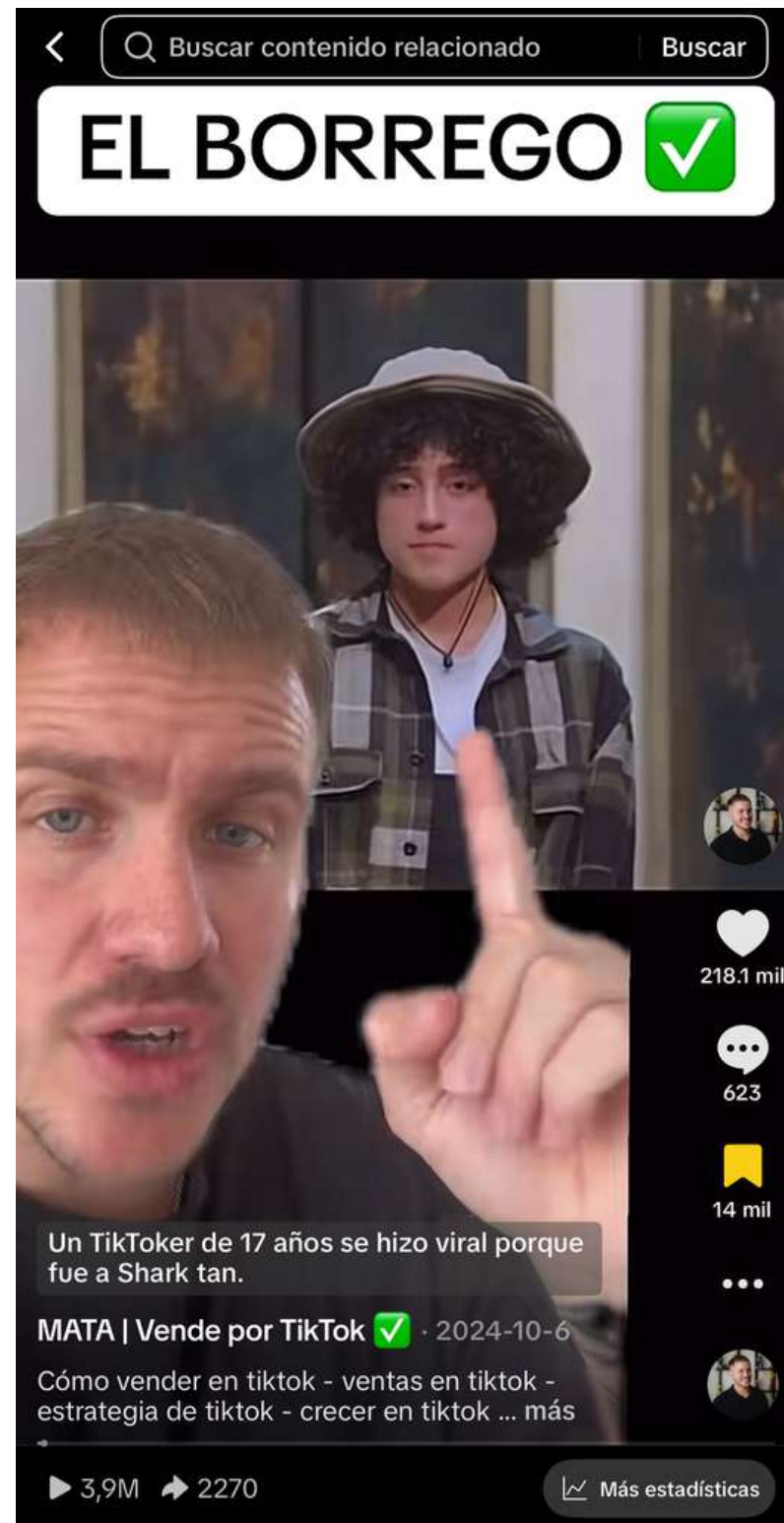


El factor visual debe reforzar el mensaje.

Si hablás de:

- | Médicos → elementos médicos
- | Mecánica → herramientas/equipamiento
- | Fitness → entrenamiento/gimnasio

El título gancho juega un rol clave





En el 98% de mis videos uso un **gancho visual** que refuerza el gancho visual y la frase gancho.

El título debe sumar **motivos** para que tu cliente mire el video:

Generando más intriga

Presentando la promesa del video

Filtrando a tu cliente ideal

Presentar evidencias

BYF



5. DEBE ENTENDERSE FÁCIL

No generes fricción

Nuestro cerebro quiere **dopamina**. Quiere **distraerse** y consumir la menor cantidad de **energía** posible.

Y odia **esforzarse** en redes sociales.

Si tu video tiene:

Mal audio

Lenguaje ambiguo/técnico/complejo

Mala iluminación

Demasiados estímulos

Demasiada información

La persona se va. Sigue scrolleando.

BYF



6. ENERGÍA COHERENTE

La energía del gancho tiene que ser empática

- | La empatía está infravalorada en la creación de contenido.
- | Recordemos que del otro lado de la pantalla hay **personas** y, por lo tanto, debemos intentar conectar **emocional** y **energéticamente** con ellos.

Entonces:

La energía de tu video debe ser coherente con el tema y con el estado emocional de tu cliente.

No sólo es lo que decimos. También es cómo lo decimos.

- | Puedo darte mi guión más viral y que tenga 200 visualizaciones.
- | Por eso es tan importante la constancia y el tiempo creando contenido. Vamos a ir mejorando como comunicadores y desarrollando nuestra habilidad.



CHECKLIST RÁPIDO PARA TU PRÓXIMO GANCHO

Antes de publicar marca estos 6 casilleros:

¿Es directo?

¿Es eficiente?

¿Mencioné palabras clave rápido?

¿Mi gancho visual refuerza visualmente?

¿Se entiende fácil?

¿Mi energía es coherente con el tema?

BYF



AHORA VIENE LO MÁS
IMPORTANTE

BYF



Testear volumen

BYF



- > Cuando empezamos, todos queremos
 - | Hacer el video perfecto ✨

Al principio, tu objetivo no es la viralidad.

Tu trabajo es GENERAR DATOS





LA FÓRMULA REAL

Volumen → Datos → Aprendizaje → Decisiones



¿Qué tenes que testear?

Ángulos

- Ejemplo inmobiliarias:
- Captación de propiedades
 - Dependencia de portales
 - Marca personal
 - Objeciones del vendedor
 - Visitas a propiedades

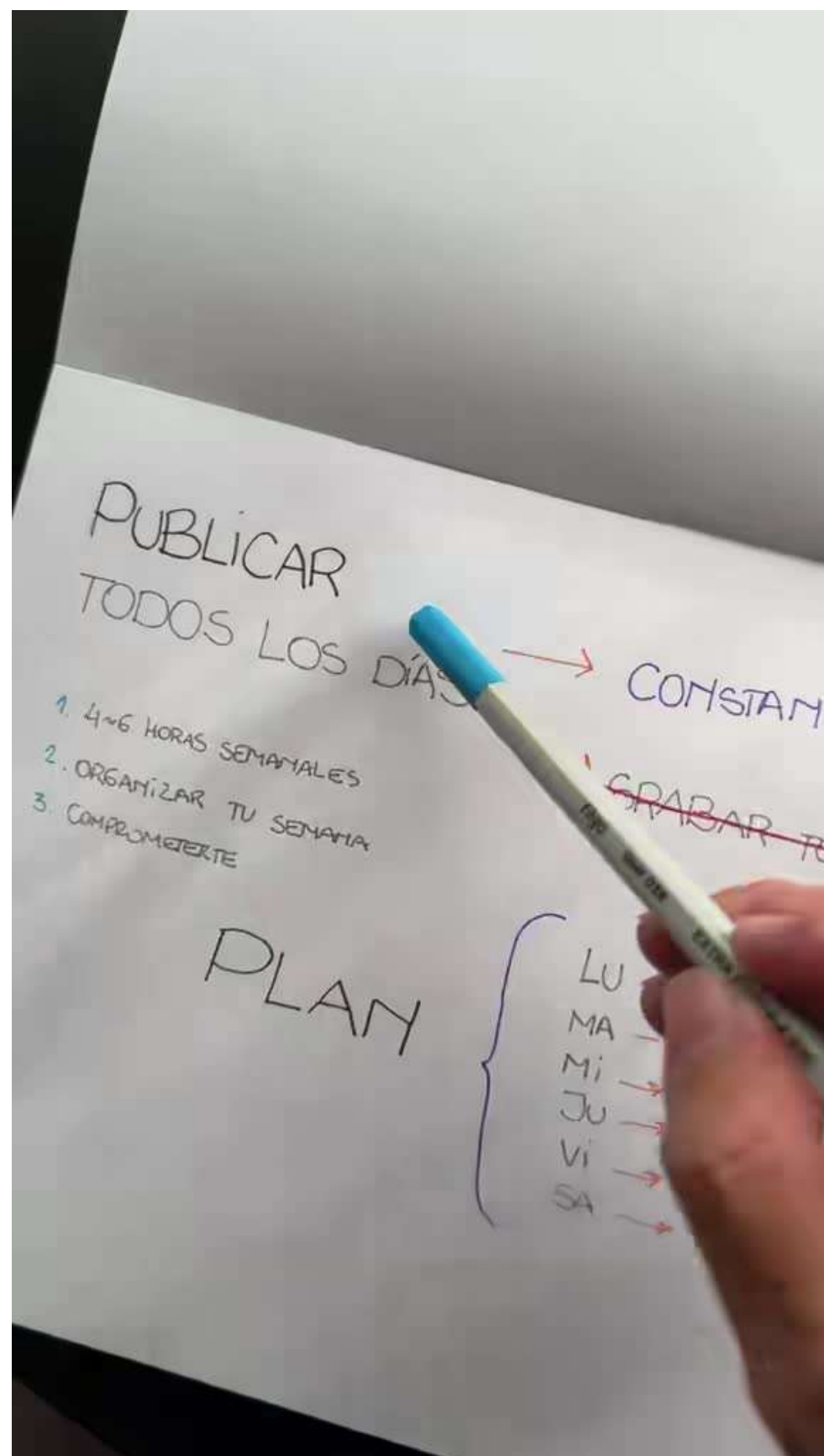
Formatos

- Hablando a cámara
- Storytelling
- Diagnóstico
- Análisis
- Recorrido
- Reacción
- Ejemplos reales

Ganchos

- Dolor
- Error
- Oportunidad
- Factos
- Creencias limitantes









PLAN DE ACCIÓN

BYF



PASO 1

Definí entre 3–5 micronichos

PASO 2

Pensá problemas
específicos, deseos,
creencias, objeciones de
cada uno

PASO 3

Creá volumen. Mucho volumen.

PASO 4

Testeá

- Formatos
- Ángulos
- Hooks

PASO 5

Tomá decisiones basadas en
datos, no en **emociones**.



| 4. Humanizar para Escalar





Esto que te voy a presentar es
mi gran tesis.

Basada en mis **propios clientes**, pero también
en lo que veo del **mercado.**

BYF



↓
Los negocios que hacen un **10x** en un año y medio
con redes sociales...

↓
Los negocios que tienen **el potencial** de convertirse
en un **imperio y dominar** mercados...

Son los negocios HUMANIZADOS.

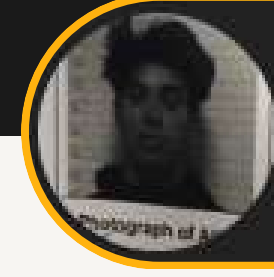
Son los negocios que logran que las personas sean más
importantes que el producto o servicio que venden.

BYF



↓
Ejemplo:

 **Ganga.home**
ganga.home
462.6K Seguidores · 3.6M Me gusta

 **Tomi Weiss**
weisstomi
467.7K Seguidores · 36.6M Me gusta



BYF





El futuro del marketing para negocios
no son más anuncios.

No son mejores cámaras.

No son vídeos más editados.

Estamos entrando en el auge de la IA.

Donde el contenido va a ser un **commodity.**

BYF





Todo el mundo va a tener acceso a publicar videos creados con clones:





En un año, todo el mundo va a estar publicando contenido creado con clones.

El que tenga vergüenza.

El que no tenga tiempo.

El que no quiera hacerlo.

Todos van a publicar contenido. Y mucha cantidad.

BYF





Y en ese momento, es cuando va a entrar en juego el factor humano.

Todos van a copiarse de todos.

Todos van a crear a partir de la copia, de la copia, de la copia del video que **funcionó en Rusia o EEUU.**

Van a haber tantos clones creados con IA, que va a comenzar a priorizarse **el contenido generado por humanos.**

BYF





El futuro del marketing en el mundo de los negocios son los seres humanos.

Pero...

¿Qué va a ser imposible de copiar?

↓
VOS

Tu experiencia.

Tu historia.

Tu personalidad.

Tu forma de pensar.

Tus errores.

Tu trayectoria.

Tu criterio.

BYF





Durante los últimos 20 años los negocios intentaron **comportarse y parecer grandes empresas.**

Copian **procesos/estructuras/organización** de las grandes corporaciones y tiene todo el sentido del mundo.

Pero también intentaron **copiar el contenido** que generan en redes sociales en **formato de publicidades.**

Y esto dejó de funcionar.

BYF





Las personas ya no queremos consumir contenido de empresas perfectas, que nos intentan vender “**el mejor producto del mundo**”.

La saturación de empresas y vidas perfectas, sumado al auge de los influencers que nos tiran canjes por la cabeza diciéndonos que lo compramos...

Generó que nosotros como usuarios comencemos a sospechar de cada empresa o vida perfecta que vemos...

BYF





Y justamente por esto, lo que mejor funciona hoy en día en redes sociales es
el contenido más auténtico, más orgánico, más real.

Inclusive en los negocios...

BYF



> Queremos saber:

- | Quién está detrás
- | Cómo piensan
- | Cómo llegaron hasta acá
- | Qué aprendieron
- | Qué errores cometieron
- | Qué opinan sobre x
- | Cómo es trabajar en esa industria/empresa



→ MI GRAN TESIS

El dueño del negocio (o su equipo) tienen que convertirse en los protagonistas del contenido.

¿QUÉ SIGNIFICA HUMANIZAR?

Humanizar NO significa mostrar tu desayuno.

No significa subir cualquier cosa que hagas.

Humanizar significa ir contando poco a poco una historia donde le permitas a las personas que conozcan al humano detrás del negocio.

BYF





Muchos dueños de negocio hacen contenido corporativo, frío.
Muy de “empresa”.

Cuando humanizas tu contenido:

1. Aumenta la confianza
2. Aumenta la conexión
3. Aumenta la diferenciación y el posicionamiento

BYF





4. Aumenta la conversión

Porque la confianza acelera ventas.

BYF





Para cerrar, quiero que salgamos de lo teórico y quiero mostrarte todo esto aplicado.

BYF



Vamos a analizar videos y voy a explicarles
por qué funcionan.

BYF



Quiero que vean la cantidad de “posibles perfiles” de creadores que existen.

BYF



Video #1



Por qué funcionó

Gancho visual ya validado

Muestra sus productos en el gancho.

Gancho eficiente.

Usa palabras clave.

Usa título simple.

Cambio de planos.

Tono y ritmo.



Video #2



Por qué funcionó

Se apalanca de video ya viral.

Súper orgánico (“Vení, vení”).

Humanizado.

Propone un desafío (retención).

Gancho visual.

Video de nicho.



Video #3

Gancho visual ya validado

No es una plataforma de conversación.
Los usuarios no usamos TikTok como chat.



Por qué funcionó

Gancho visual ya validado y atípico

Situación relacionable.

Fuera de contexto.

Video rápido que propone una “historia”.

Te demuestra cómo trabaja.



Video #4



Por qué funcionó

Frase gancho eficiente

Duda muy frecuente de su cliente ideal.

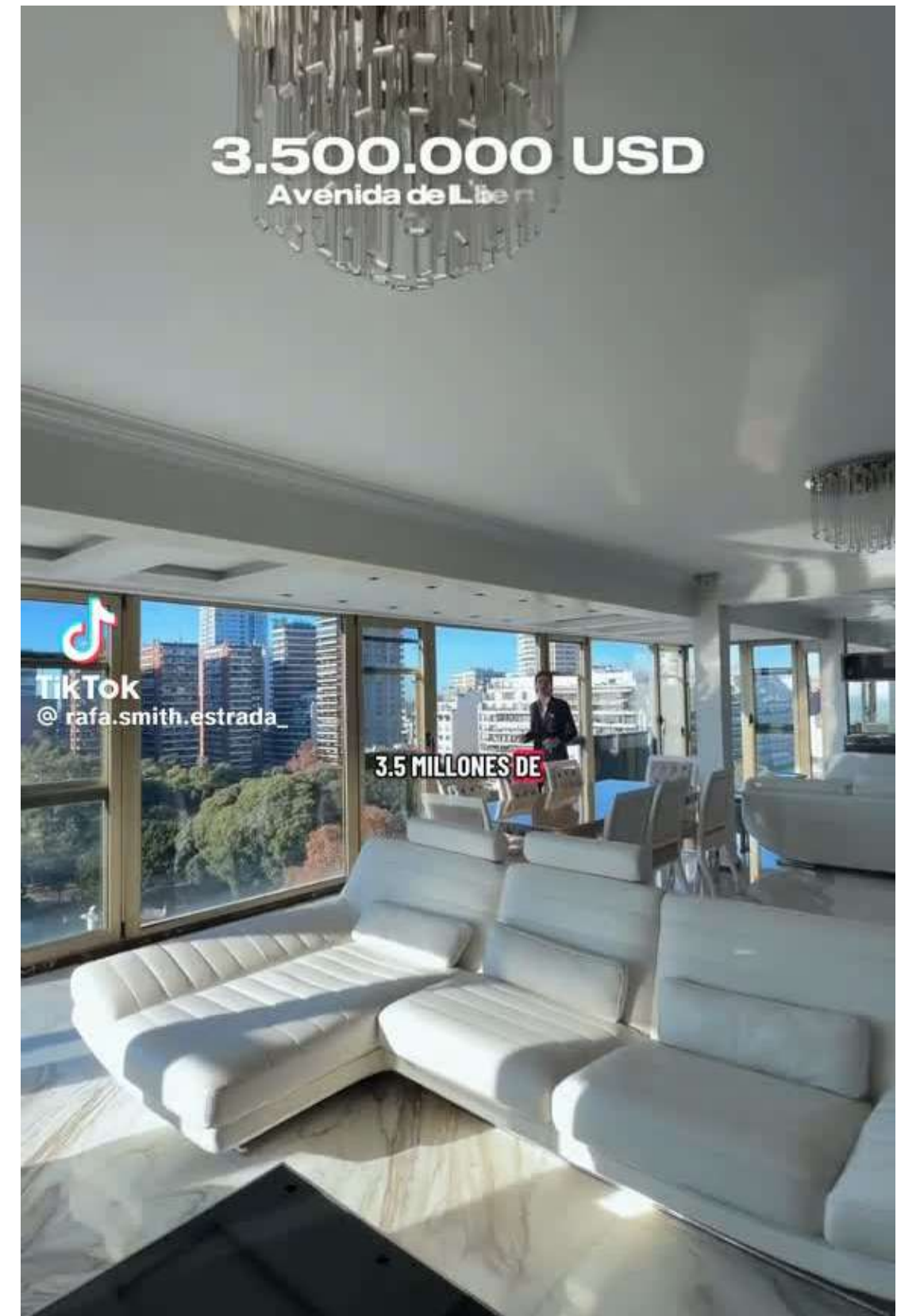
Formato muy orgánico.

Formato nativo de TikTok.

No parece que quiera vender nada.



Video #5



Por qué funcionó

Gancho visual llamativo

Aprovecha la ventaja competitiva del video (precio + lujo).

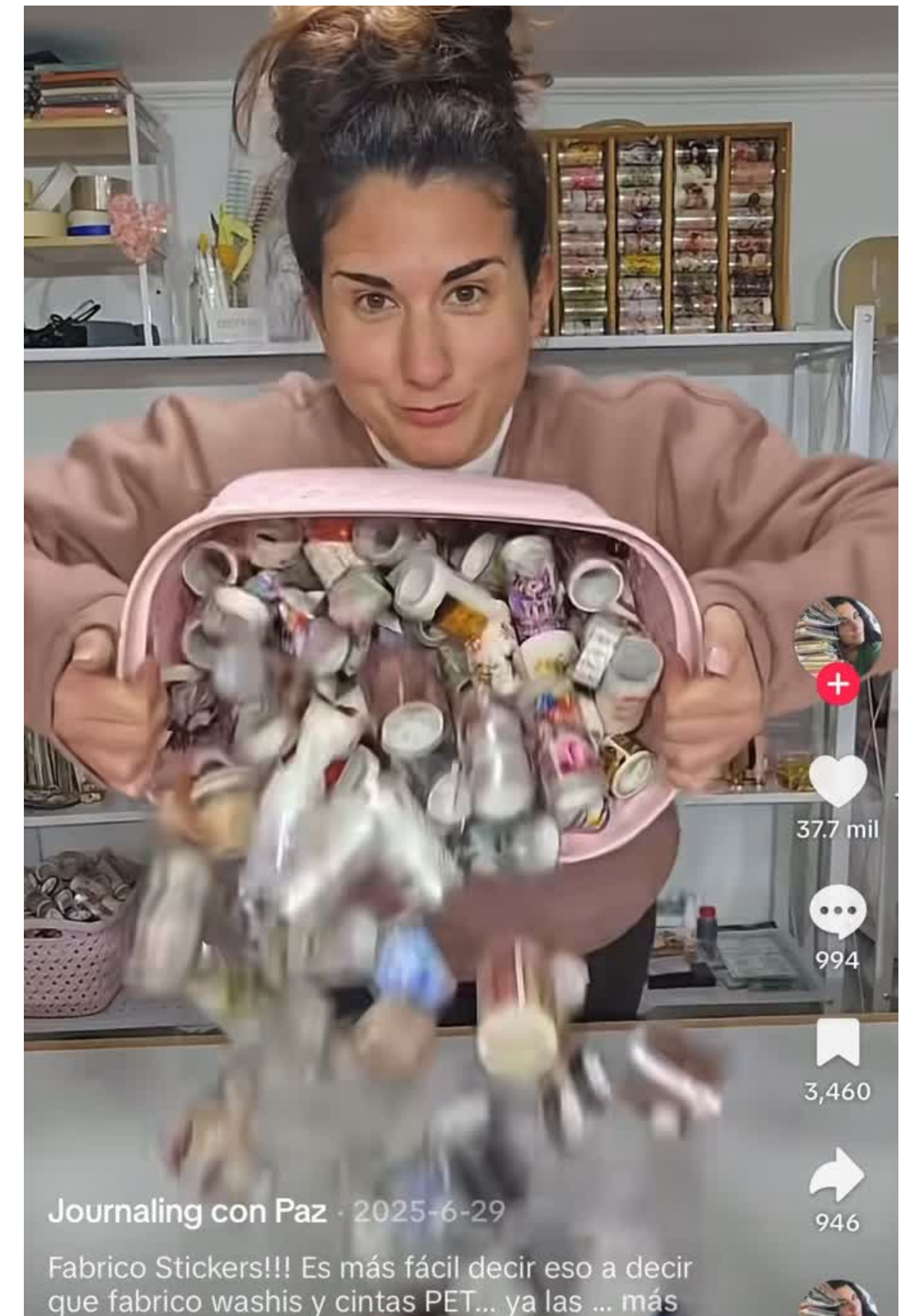
Genera intriga.

El creador tiene coherencia con el tema del video.

Tiene movimiento.



Video #6



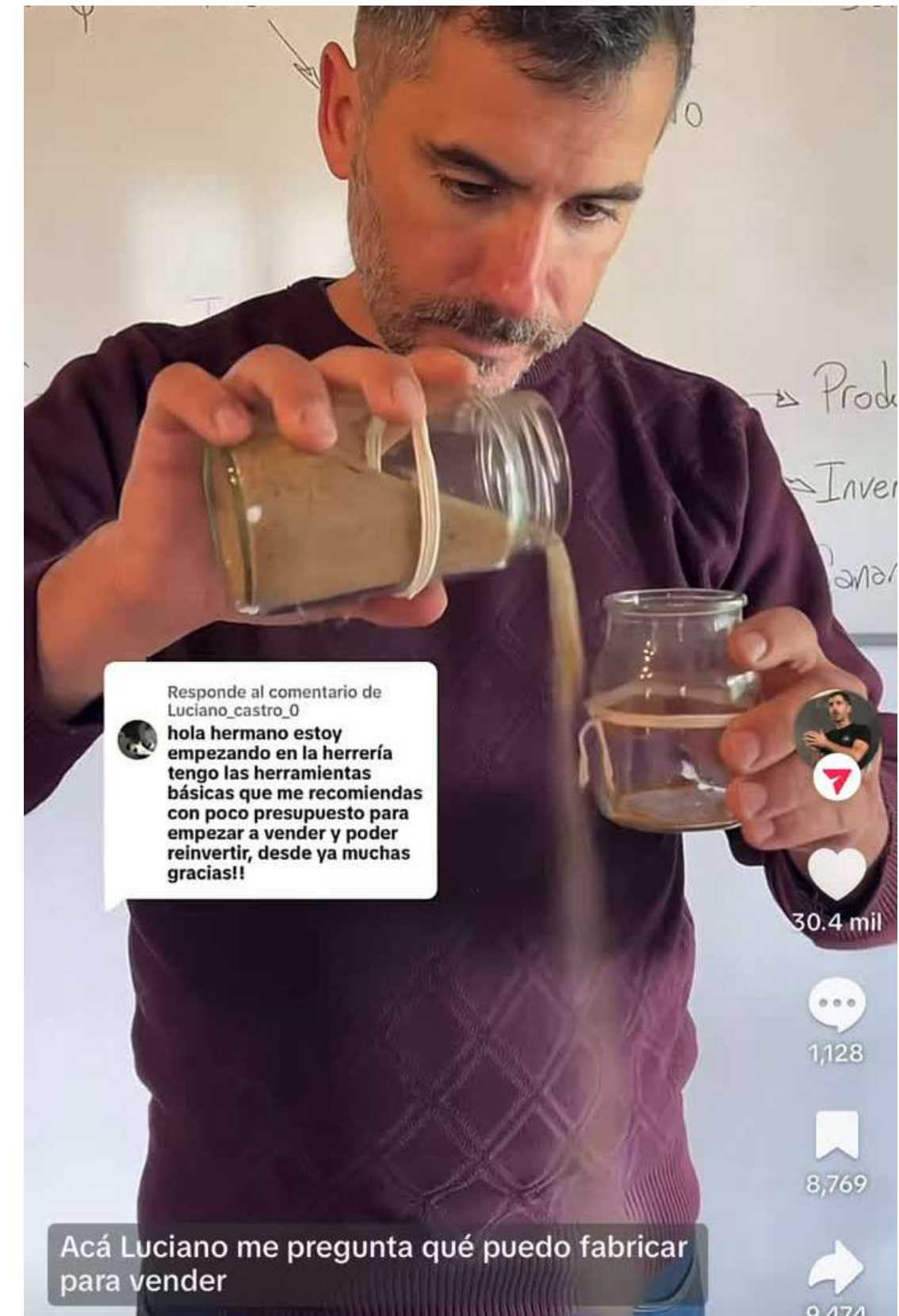
Por qué funcionó

Gancho visual de nicho

Movimiento en el gancho.
Situación atípica por el desorden.
Gancho eficiente.



Video #7



Por qué funcionó

Gancho visual incómodo

Gancho relacionable a su nicho.

Formato nativo de tiktok.

Pizarra de fondo genera intriga.

Responde duda típica de su nicho.





Esto que acabamos de hacer es lo que quiero
que comiencen a hacer a partir de hoy.



ESTA ES LA MANERA CORRECTA

De analizar videos y adaptarlos a tu nicho



¿DUDAS?
¿PREGUNTAS?



