



VENDERE CON TIK TOK (LA GUIDA COMPLETA)

Mattia Dossi



INTRODUZIONE

Tik Tok sta diventando sempre più importante per le vendite online, nell'ultimo periodo l'età media del pubblico si è alzata portando più interesse verso prodotti e servizi offerti da terzi all'interno della piattaforma.

Offre un'enorme visibilità gratuita grazie alla sua parte organica che premia contenuti originali e di qualità, mentre la parte a pagamento di Tik Tok Ads ha costi molto più bassi delle altre piattaforme, permettendoti di raggiungere il maggior numero di persone a parità di importo speso, offrendo anche un miglior controllo della spesa grazie alla strategia **Limite di offerta**.(La conoscerai più avanti)

CAPITOLO 1

RICERCA PRODOTTO SU TIK TOK

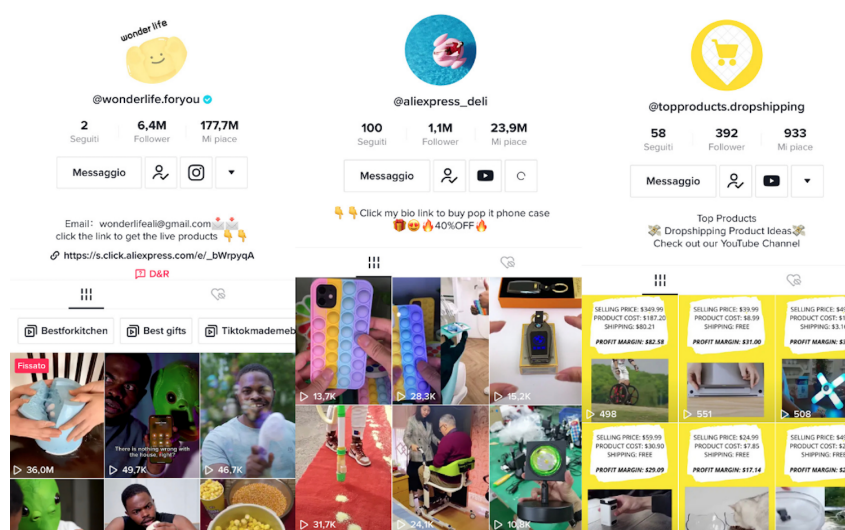
Ovviamente puoi vendere anche prodotti trovati in altre piattaforme come EcomHunt, Peeksta, Pexda, FindNiche, con l'estensione di Chrome MyAdFinder e tanti altri metodi...

Ma esistono alcuni metodi per trovarli direttamente all'interno di Tik Tok o comunque metodi collegati alla piattaforma stessa.

1 PAGINE TIK TOK

Puoi sfruttare alcune pagine che pubblicano quotidianamente video di prodotti virali/in trend. Alcune pagine inseriscono anche dettagli come prezzo medio di acquisto e prezzo consigliato di vendita.

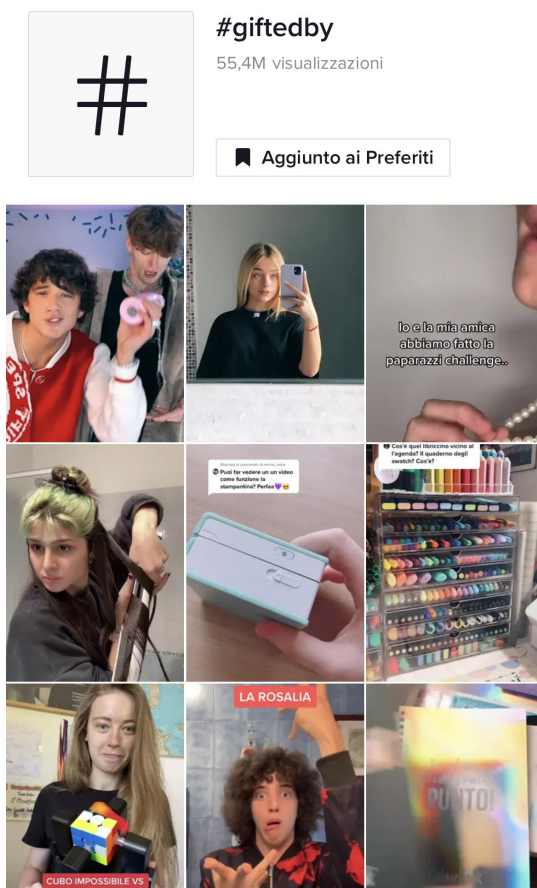
Qui alcuni esempi di pagine da seguire:



Per trovare altre pagine ti basterà digitare “dropshipping products” nella barra di ricerca.

2 #GIFTEDBY

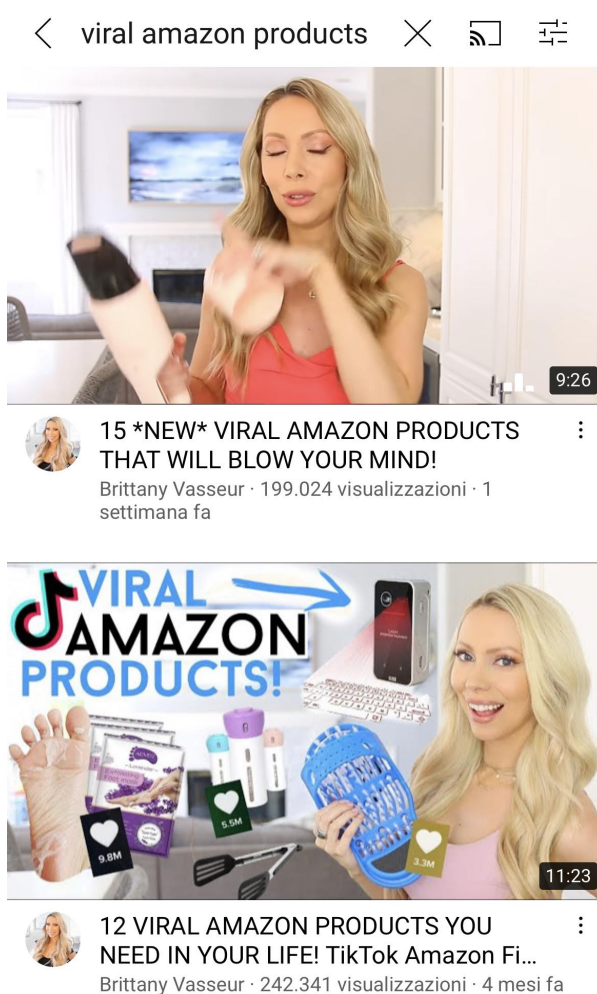
Questo hashtag viene spesso usato dalle influencer che stanno sponsorizzando un prodotto, ti basterà inserire nella barra di ricerca **#giftedby** e aggiungerlo ai preferiti. Potrai vedere i prodotti che sponsorizzano e il riscontro che hanno in termini di commenti, mi piace e condivisioni.



3 AMAZON BEST SELLERS

In questo caso andiamo a sfruttare la piattaforma di YouTube. Nella barra di ricerca digitiamo frasi come: Amazon Best Sellers/ Top Amazon Products 2021/ Amazon Best Sellers 2021/ Viral Amazon Products.

Avrai la possibilità di vedere recensioni di prodotti che sono in un determinato momento virali su Amazon e di conseguenza poterli sfruttare su Tik Tok.



CAPITOLO 2

TIK TOK ORGANICO



Richiede tempo e creatività, ma ti permette di raggiungere un elevato numero di persone in modo totalmente gratuito, portando oltre che l'obiettivo finale della vendita, una grande notorietà al brand e la possibilità di creare una community sui social senza spendere un centesimo.

ORGANICO HOME-MADE



La strategia Low Budget in assoluto. Apri il profilo Tik Tok del tuo e-Commerce . Acquista il prodotto che sponsorizzi sul tuo sito e registra personalmente i video, dovrai seguire i trend rispettando il fatto che comunque devi puntare a vendere. Meglio se acquisti luci adatte ed un green screen su Amazon.

ORGANICO IN COLLABORAZIONE



Apri il profilo Tik Tok del tuo e-Commerce. Contatta vari Tik Toker tramite instagram ed e-mail che ti creino vari contenuti video Tik Tok in tendenza, proponi l'invio gratuito del prodotto e per quelli più importanti il pagamento di una fee oltre al prodotto gratuito.

Posta sul tuo profilo i video dei Tik Toker che usano il tuo prodotto nei vari contesti. Questa strategia ti permetterà di avere un profilo molto importante da subito, con video probabilmente molto più virali, però sicuramente ha dei costi più alti e meno video giornalmente a disposizione sul profilo rispetto all'utilizzo della strategia **home-made**.

ORGANICO CON VIDEO NON PROPRI



How to download Tik Tok video

Download Tiktok MP3

DOWNLOAD TIKTOK VIDEO WITHOUT WATERMARK

Just insert a link

Download

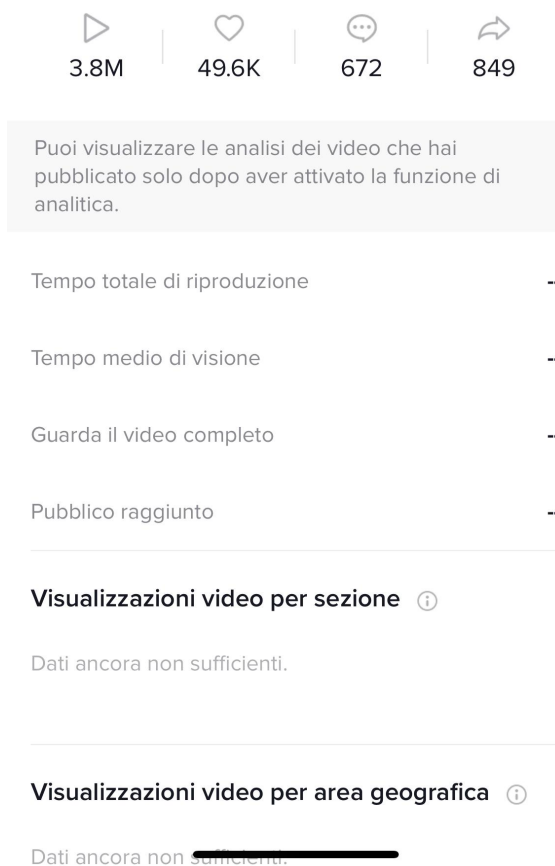
Non è legalmente e politicamente corretto ma se non hai possibilità di crearli personalmente o soldi per pagare influencer o regalare prodotti, puoi iniziare utilizzando video presi online o da altri brand dropshipping su Tik Tok.

Ti basterà andare sul sito **ssstik.io** per rimuovere il watermark di Tik Tok così da non avere problemi nella pubblicazione.

Strategia che consiglio di evitare, ma se non puoi farne a meno per svariate ragioni usala solo all'inizio.

TIPS E RACCOMANDAZIONI VIDEO TIK TOK SUL PROFILO

Questi sono i trucchetti e le regole da seguire che mi permettono personalmente di far andare virali tanti dei video che pubblico quotidianamente sui profili Tik Tok dei miei e-Commerce, utilizzando la strategia home-made. Un esempio qui sotto



- I contenuti devono essere massimo di 30 secondi
- 2/4 video al giorno da pubblicare sul profilo
- Contenuti virali che vanno a mostrare comunque caratteristiche e benefici del prodotto
- La musica è fondamentale, devono seguire i trend del momento
- Se un video non ottiene i risultati sperati ma ha potenziale cambia musica e pubblica nuovamente
- Se un video va virale a distanza di qualche giorno ripubblicalo (Max. 2 volte)

- Cerca di mantenere sempre una location simile per ogni video per entrare nei ricordi delle persone più facilmente
- Rispondi a tutti i commenti ed è preferibile non eliminare quelli negativi, cerca di dare una risposta convincente e strutturata
- Nei commenti di ogni video metti link del sito e fissalo in alto (fino a 3000 seguaci poi puoi metterlo in bio)
- I video virali in organico puoi testarli anche su Tik Tok Ads (alte possibilità di successo)
- Se un video sta salendo velocemente di visual aspetta a pubblicarne altri, potresti compromettere l'andamento del precedente
- Cerca di creare copertine video eye-catching (che catturano l'utente)
- Non eliminare mai video dalla pagina, l'algoritmo ti penalizzerà
- Non mettere mi piace a tutti i commenti nei video
- Cerca di intrattenere nei primi 5 secondi l'utente e non farlo scrollare (puoi anticipare qualcosa e lasciarlo sulle spine fino alla fine)

Ricordati che Tik Tok premia **l'originalità**, continuerò a ribadirlo, video fatti male e di fretta non andranno mai virali, meglio dedicare maggior tempo nel montaggio per ottimi risultati successivamente.

CAPITOLO 3

TIK TOK ADS



La piattaforma di Tik Tok Ads è in forte crescita, tante aziende hanno iniziato a spendere parecchi soldi su contenuti sponsorizzati, anche il mondo del dropshipping sta iniziando a muoversi in questa direzione, accantonando talvolta la celeberrima piattaforma Facebook in quanto i costi di acquisizione sono al momento più elevati.

COME INIZIARE

Come prima cosa si deve creare un account Tik Tok Ads in base alla propria località di interesse e scegliere tra account business (per promuovere prodotti e servizi) e account individuale (per promuovere ad esempio un sito web personale).

ATTENZIONE. Per chi è residente in Italia non vi è la possibilità di accedere su un account Tik Tok Ads e promuovere campagne in paesi come USA e Canada.

Una volta impostato l'account sei pronto per iniziare!

GLI OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA

La piattaforma ci permette di selezionare tra vari obiettivi, tra cui:

copertura: permette di mostrare la nostra inserzione al maggior numero di utenti possibile;

traffico: l'annuncio rimanderà gli utenti al nostro sito web;

installazione di un'app: gli annunci inviteranno gli utenti a scaricare la nostra app;

visualizzazioni video: gli utenti saranno spinti a visualizzare in numero maggiore i nostri contenuti;

generazione di lead: generi contatti per la tua azienda da poter utilizzare per campagne e-mail, chiamate ecc.

conversione: gli utenti saranno incentivati a compiere specifiche azioni sul nostro sito web che porteranno ad una conversione.

Riconoscibilità



Copertura

Mostra il tuo annuncio al numero di persone massimo.

Considerazione



Traffico

Invia più persone a una destinazione sul tuo sito Web o sulla tua app...



Installazioni dell'app

Induci più persone a installare la tua app.



Visualizzazioni video

Induci più persone a visualizzare i tuoi contenuti video.



Generazione di lead NEW

Ottieni lead per la tua azienda o il tuo brand. [Ulteriori informazioni](#)

Conversioni



Conversione

Promuovi azioni vantaggiose sul tuo sito Web. [Ulteriori informazioni](#)

POSIZIONAMENTI

Non utilizzare mai quelli automatici, impostali manualmente e deseleziona anche commento utente e download video esattamente come in foto.

Il commento utente non è di facile controllo e tante volte purtroppo sono commenti che andranno a danneggiare l'immagine del brand.

The screenshot shows the 'Posizionamenti' (Placements) settings for a TikTok ad campaign. At the top, there are two radio button options: 'Posizionamento automatico' (Automatic placement) and 'Seleziona posizionamento' (Select placement). The 'Seleziona posizionamento' option is selected. Below these options, there is a list of placement categories with checkboxes and a preview window. The 'TikTok' category is checked, while 'News Feed App Series' and 'Pangle' are unchecked. The preview window shows a TikTok ad with a 'Download' button. At the bottom, there are two toggle switches: 'Commento utente' (User comment) and 'Download video' (Download video), both of which are turned off.

Posizionamento automatico
Mostra automaticamente gli annunci nei posizionamenti supportati. [Ulteriori informazioni](#)

Seleziona posizionamento
Scegli manualmente il tuo posizionamento di destinazione. [Ulteriori informazioni](#)

TikTok

News Feed App Series
TopBuzz/BuzzVideo/News Republic/Babe

Pangle
Premium global publisher network, available in some regions. [Visualizza altro](#)

Pangle 1 / 1

TikTok
Score 1650
Download

Commento utente
Pengguna tidak dapat berkomentar pada iklan Anda di TikTok Vigo dan Helo.

Download video [?](#)
Gli utenti non possono scaricare le tue inserzioni video su TikTok

TARGETING

Come gruppi di inserzioni da testare ti consiglio di provare tutte e tre le tipologie messe a disposizione dalla piattaforma:

- **1 gruppo con interessi**
- **1 gruppo con interazioni video**
- **1 gruppo comportamenti: interazione con i creator**

Prendiamo ora come esempio un prodotto di bellezza

I 3 gruppi da testare saranno divisi questo modo:

GRUPPO INSERZIONE 1

▼ Targeting per interesse e comportamento

Utenti target in base a interessi o comportamenti.

Ti consigliamo di selezionare **11** categorie di interessi e comportamenti.

Applicando le categorie consigliate, riuscirai a raggiungere un pubblico più specifico. [Visualizza categorie consigliate](#)

Apply

▼ **Includi persone con uno qualsiasi dei seguenti interessi**

1 categoria/e di interesse selezionata/e

A quali tipi di video sono interessate? [Clear all](#)

Bellezza e cura personale ×

1 categorie selezionate

+ **Aggiungi comportamenti: interazioni video**


Utenti target in base alle modalità con cui interagiscono con i video di TikTok.

+ **Aggiungi comportamenti: interazioni con i creator**

Utenti target in base al modo con cui interagiscono con i creator su TikTok.

GRUPPO INSERZIONE 2


+ **Aggiungi interessi**
Utenti target in base ai video di TikTok a cui sono interessati.


▼ **Persone che hanno effettuato le seguenti interazioni con i video** 
1 categoria/e di comportamento selezionata/e

Definisci in che modo hanno interagito con i video

Guardati fino alla fine Con Mi piace Commentati Condivisi

Definisci i tipi di video con cui hanno interagito Clear all

Beauty & Style 

1 categorie selezionate 

Seleziona comportamento negli ultimi n giorni


7 giorni 15 giorni

+ **Aggiungi comportamenti: interazioni con i creator**
Utenti target in base al modo con cui interagiscono con i creator su TikTok.

GRUPPO INSERZIONE 3

+ **Aggiungi interessi**
Utenti target in base ai video di TikTok a cui sono interessati.


+ **Aggiungi comportamenti: interazioni video**
Utenti target in base alle modalità con cui interagiscono con i video di TikTok.


▼ **Persone che hanno effettuato le seguenti interazioni con i creator** 
1 categoria/e di comportamento selezionata/e

Definisci in che modo hanno interagito con i creator

Seguito Visualizzato il profilo

Definisci i tipi di creator con i quali hanno interagito Clear all

Fashion&Beauty 

1 categorie selezionate 

BUDGET E PIANIFICAZIONE

La spesa minima per ciascun gruppo è €20, quindi potresti testare con minimo €60 al giorno essendo 3 i gruppi di inserzioni da utilizzare.

Programma sempre le campagne a mezzanotte del giorno successivo così da spalmare bene il budget nell'arco di tutta la giornata.

Budget e pianificazione 👍 Best Practice

Budget

Budget giornaliero ▼ 20.00 EUR

Pianificazione

2021-08-30 00:00 🕒

Fuso orario: UTC+01:00

Esegui continuamente

📘 Il tuo gruppo di annunci verrà eseguito senza interruzioni dopo l'ora di inizio pianificata.

Fasce orarie

Tutto il giorno 🕒 | Seleziona ora specifica 🕒

OFFERTA E OTTIMIZZAZIONE

LIMITE DI OFFERTA

Tik Tok ti permette di avere maggiore controllo sul budget che spendi, infatti grazie alla sua strategia **Limite di Offerta** potrai inserire la cifra nel quale stare per ricevere una conversione, ad esempio se il tuo margine è 18€ potresti mettere come limite di offerta 15€, quindi chiedere a Tik Tok almeno una conversione ogni 15€ spesi. Se la piattaforma si rende conto di non soddisfare le tue esigenze, smetterà di spendere il tuo budget, ed è lì che dovrai metterti in moto per

cambiare qualcosa, cambiare creatività, copy, pubblico o aumentare il limite di offerta.

COSTO PIU' BASSO

In questo modo Tik Tok cercherà di portare il maggior numero di conversioni al minor costo possibile, a differenza del limite di offerta le campagne con questa strategia non vengono mai stoppate in automatico ma, non ti permetterà di avere il controllo sul budget speso ne quantomeno avere un limite di spesa massimo in cui richiedere una conversione. Personalmente utilizzo questa strategia di offerta.

Offerta e ottimizzazione

Obiettivo di ottimizzazione

Clic

Strategia di offerta ?

Limite offerta

Mantieni il tuo costo medio su un valore simile o inferiore alla tua offerta.

12.00

EUR/Clic

Costo più basso

Massimizza il numero di risultati

⌵ Show More Options

CREATIVITÀ



Testa 2 o 3 video diversi per ogni gruppo di annunci. Carica sempre una miniatura diversa ed eye-catching per ciascun video.

Crea video con canzoni in trend che siano rapidi e semplici da capire, che vadano subito al punto nei primi secondi per incollare l'utente fino alla fine.

Poche scritte che riassumano le caratteristiche ed i benefici del prodotto, l'algoritmo non premia i video coperti da scritte.

Nella sezione **nome visualizzato** inserisci il nome del prodotto oppure del brand


Nella sezione **testo** inserisci l'offerta come un codice sconto, prezzo in offerta, ultimi pezzi rimasti e così via. Solo 3-4 parole.

Invito all'azione utilizza la call to action **Acquista Ora**

Immagine profilo inserisci o immagine prodotto o logo del brand, personalmente preferisco il logo del brand

Nome visualizzato [?]

Testo [?]


Testo intelligente [?]  [Traduzione](#)

Invito all'azione [?]

URL

Immetti l'URL del sito Web.

Immagine profilo



SCALING



Una volta lanciata la campagna con i 3 gruppi, lasciala correre per 2-3 giorni, controlla i dati come CTR,CPC,CPM,CPA.

CTR (tasso di clic sul link) > 1.5 Ottimo Risultato
CPC (costo per clic) < 0,0 Ottimo Risultato
CPM (costo per mille impression) < Ottimo Risultato
CPA (costo per acquisto) dipende invece dal tuo margine

Duplica i gruppi che funzionano e spegna quelli che non funzionano.
 Aggiungi nuovi gruppi con interessi diversi e lasciali sempre correre per
 2-3 giorni.

RETARGETING E PUBBLICO SIMILE

Per il retargeting ed il pubblico simile vanno accumulati molti dati, per crearli ti basterà andare in risorsa e successivamente segmenti di pubblico, come mostrato in foto. Nelle campagne Retargeting puoi postare gli stessi video però aggiungendo ad esempio un codice sconto sia nel video che nel copy.

Consiglio sempre di utilizzare un Retargeting a 30 giorni.

Nome	Tipo	Dimensione	Disponibilità
Clic su pulsante 30D	Pubblico personalizzato Traffico sito Web	0	Non disponibile Pubblico troppo ristretto.
VV 75% 30D	Pubblico personalizzato Interazione	31097	Disponibile Ultimo aggiornamento: 2021-08-25
Esplorazione pagina 30D	Pubblico personalizzato Traffico sito Web	1152	Disponibile Ultimo aggiornamento: 2021-08-25
Clic 30D	Pubblico personalizzato Traffico sito Web	0	Non disponibile Pubblico troppo ristretto.
VC 30D	Pubblico personalizzato Traffico sito Web	18	Non disponibile Pubblico troppo ristretto.

BONUS ESCLUSIVO PER TE! UN MIO PRODOTTO TIK TOK RIVELATO

Prodotto venduto sia in organico che tramite Tik Tok Ads in Europa, testato e scalato con soli 3 diversi video in inglese su Tik Tok Ads, mentre per il profilo organico video Home-Made ed alcuni di influencers. Prodotto che permette di sfruttare appieno la creatività con tantissime idee per video simpatici ed in trend, margini abbastanza buoni, ottimo problem solving. Store creato su Shopify con solamente una Landing Page su PageFly commissionata su Fiverr. Offerto sconto su due o più pezzi.



Ultra sonic Sonic Dental Scaler calcolo Kit di strumenti per la rimozione della placca macchie di denti detergente per tartaro dentista sbiancamento dei denti salute igiene

★★★★★ 4.8 ∨ 12 Recensioni 211 ordini

US \$15.21 - 16.63 ~~US \$25.35 - 27.72~~ -40%

Prezzo IVA inclusa

US \$1.00 di sconto su US \$21.00 [Ottieni coupon](#)

Spedito da:

CHINA
10-Day Delivery

Stati Uniti

Federazione russa

Colore: Pink



Quantità:

− 1 + 4175 unità disponibili

Si prega di selezionare il Paese da dove si intende effettuare la consegna

CONCLUSIONI E CONSIDERAZIONI FINALI

Scarica l'app Tik Tok sul tuo account Shopify e collegala al tuo account Tik Tok Ads. Il pixel si può creare direttamente da Shopify mentre colleghi le due cose.

All'apertura di un nuovo account Tik Tok Ads appena avvierai la prima campagna molto probabilmente sarai bannato senza ragione. Ma non spaventarti è una verifica che fa Tik Tok perchè non si fida. Per sbloccarlo e ripartire senza problemi ti basterà aprire un ticket con l'assistenza, in massimo 2 giorni sarai sbloccato.

Sicuramente Tik Tok è una piattaforma da sfruttare al più presto ed il più possibile perchè offre veramente ampie possibilità di guadagno.

Spero che questa guida ti sia stata utile, ho messo tutte le mie conoscenze ed esperienze, ti ricordo che per approfondimenti, analisi campagne Tik Tok, creazione campagne o qualsiasi altra cosa anche al di fuori di Tik Tok, puoi prenotare una consulenza 1 to 1 con me scrivendomi in direct su Instagram, avrai uno sconto per ringraziarti di aver acquistato questa fantastica guida!

Buon lucro!

