

HOW TO TIKTOK

De TikTok-guide met tips & tricks voor organisch & betaald succes!

Wanneer je opgeroepen wordt om te komen doneren

Wanneer je na 10 minuten klaar bent met je bloeddonatie

Wanneer een donorassistent naar de wachteruimte loopt en de volgende donor roept

Hoe ik verwacht dat iedereen reageert als ik weer bloed gedoneerd heb

Voor wie geef jij?

Wanneer je weer levens hebt gered door bloed of plasma te geven

POV: je voelt je niet helemaal lekker na het doneren

Fresh Bridge
Caballero Fabriek U-19 & U-11
Saturnusstraat 60, 2516AH Den Haag
freshbridge.nl

Antwoorden op reactie van @jvd...
wat zijn de wetten voor bloedprikken? zoals bijv met tattoos en leeftijden



Sanquin

LET'S TALK TIKTOK

De tijd dat TikTok bekend stond als een platform voor tieners en dansjes is voorbij. TikTok blijkt over het afgelopen jaar het platform te zijn met de grootste groei in Nederland. Dagelijks zijn er zo'n **2,5 miljoen Nederlanders actief op TikTok.**

De hoogste tijd om met dit playbook verschillende mogelijkheden van dit platform uit te lichten en te kijken hoe jouw merk deze app **succesvol** in kan zetten.



**“EEN VIRAL ANNO 2023...
90% KANS DAT DEZE OP
TIKTOK GESTART IS.”**

ALEX VIJFVINKEL

INDEX_

- 1 Let's talk TikTok
- 2 Organisch succes op TikTok
- 3 Tips & tricks TikTok Creatie
- 4 Case study: Sanquin danst for life
- 5 Creëer succesvolle ads op TikTok



LET'S TALK TIKTOK

Hoe? What?!

CLICK ON THE
VIDEO'S TO WATCH!

EAT.SLEEP.TIKTOK.REPEAT

TIKTOK IS OVERAL

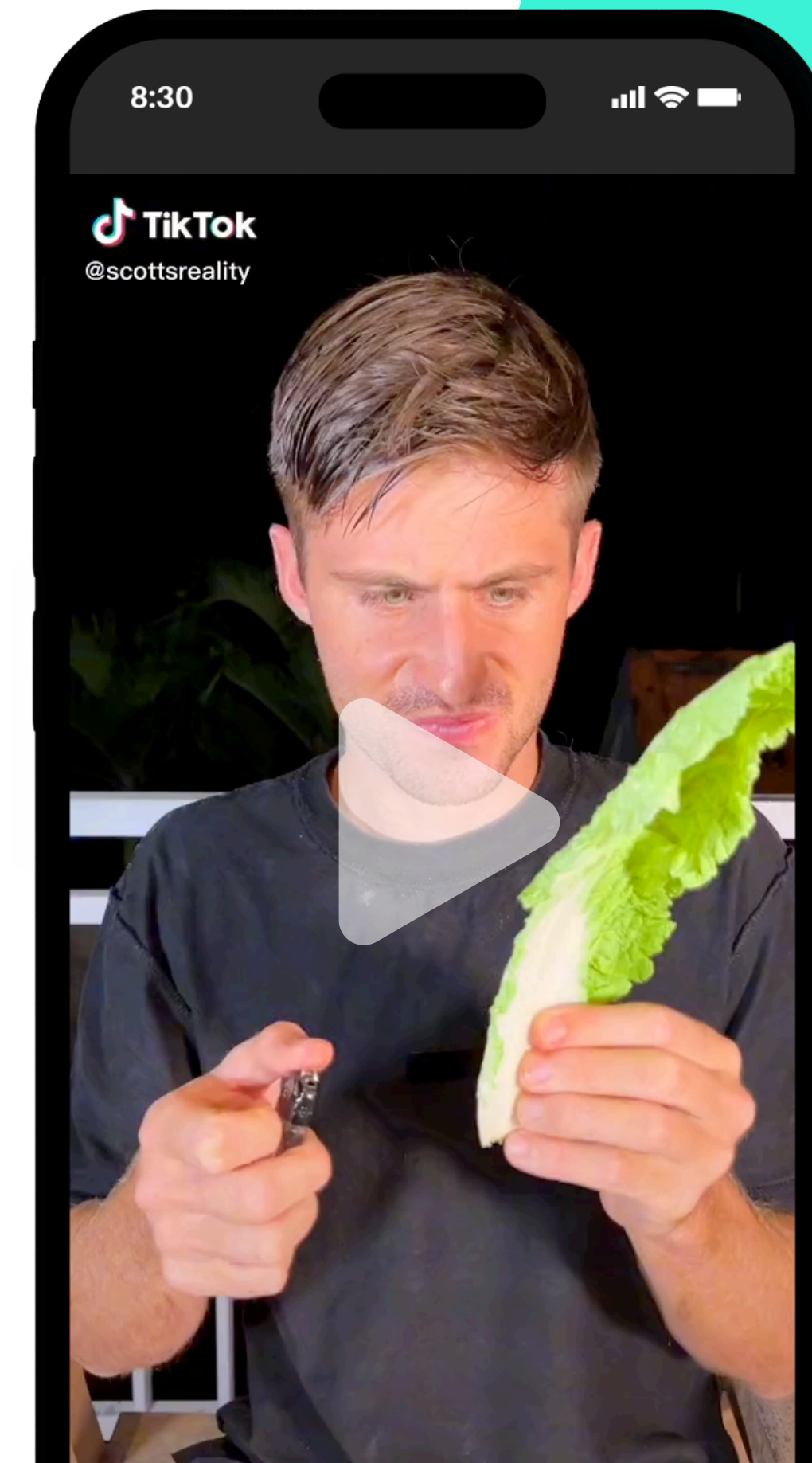
De afgelopen jaren is de populariteit van TikTok enorm gestegen. TikTok raakt steeds meer verweven in ons dagelijks leven. Je hoeft de radio maar aan te zetten en grote kans dat je een oude hit voorbij hoort komen welke via TikTok een nieuw leven heeft gekregen. Door TikTok heeft muziek in tv-reclames een prominentere rol gekregen en ook op verjaardagen hoor je steeds vaker "Dat zag ik op TikTok voorbij komen."

EEN BUITENBEENTJE TUSSEN DE SOCIAL APPS

Anders dan de 'grote jongens' komt deze app uit China en niet uit de de broedplaats Silicon Valley. Vanaf 2017 besloot ByteDance de app te lanceren op de westerse markt. In datzelfde jaar werd de app musical.ly opgekocht en werden de apps samengevoegd. Sindsdien heeft de app behoorlijk aan populariteit gewonnen en heeft de app zich gevestigd als een sterk fort in de wereld van social media.

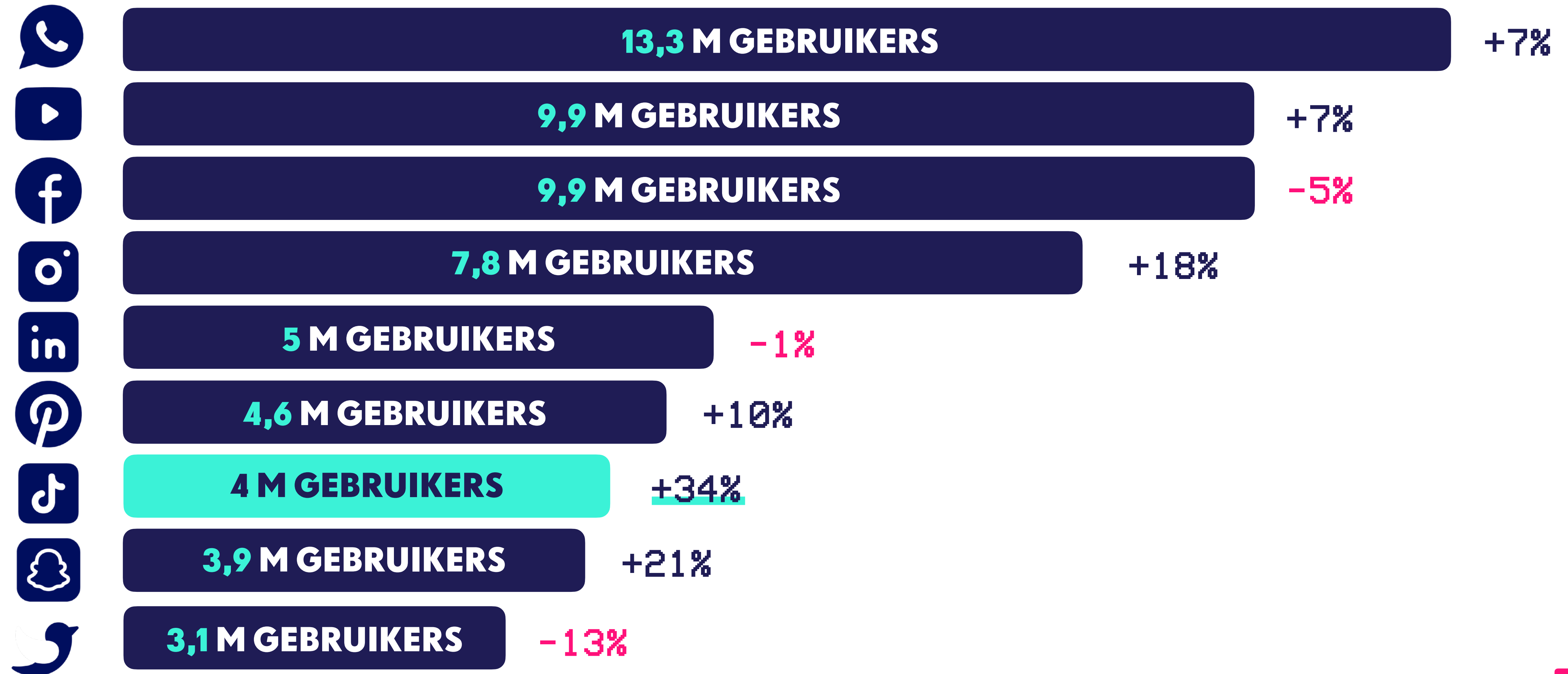
WIST JE DAT?

De naam TikTok afgeleid is van het korte aantal secondes per filmpje.
Tik Tok Tik Tok Tik Tok etc...

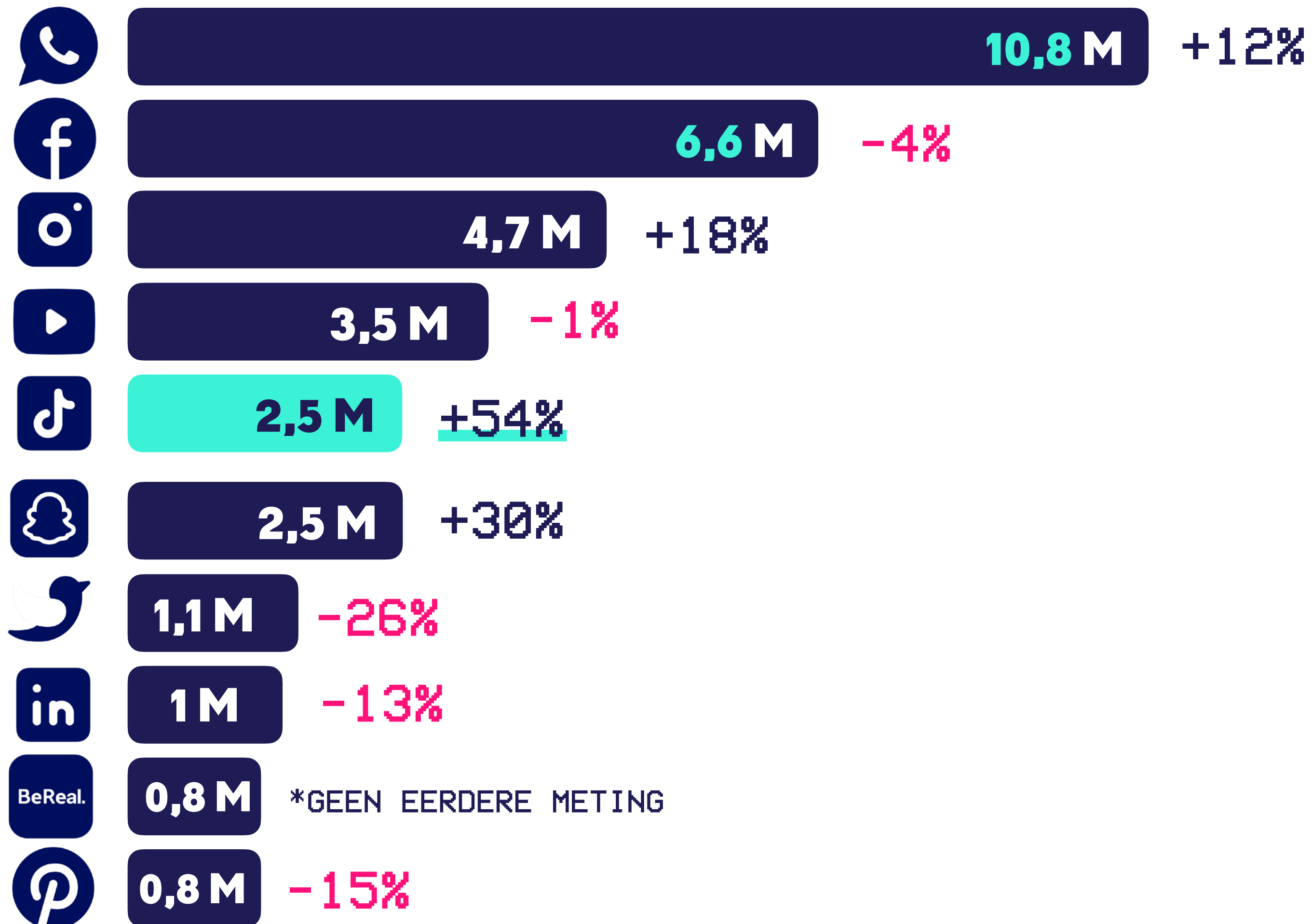


FRESH
BRIDGE

TIKTOK IS HET HARDST GEGROEID



TIKTOK HET STERKST GEGROEID IN DAGELIJKS GEBRUIK_



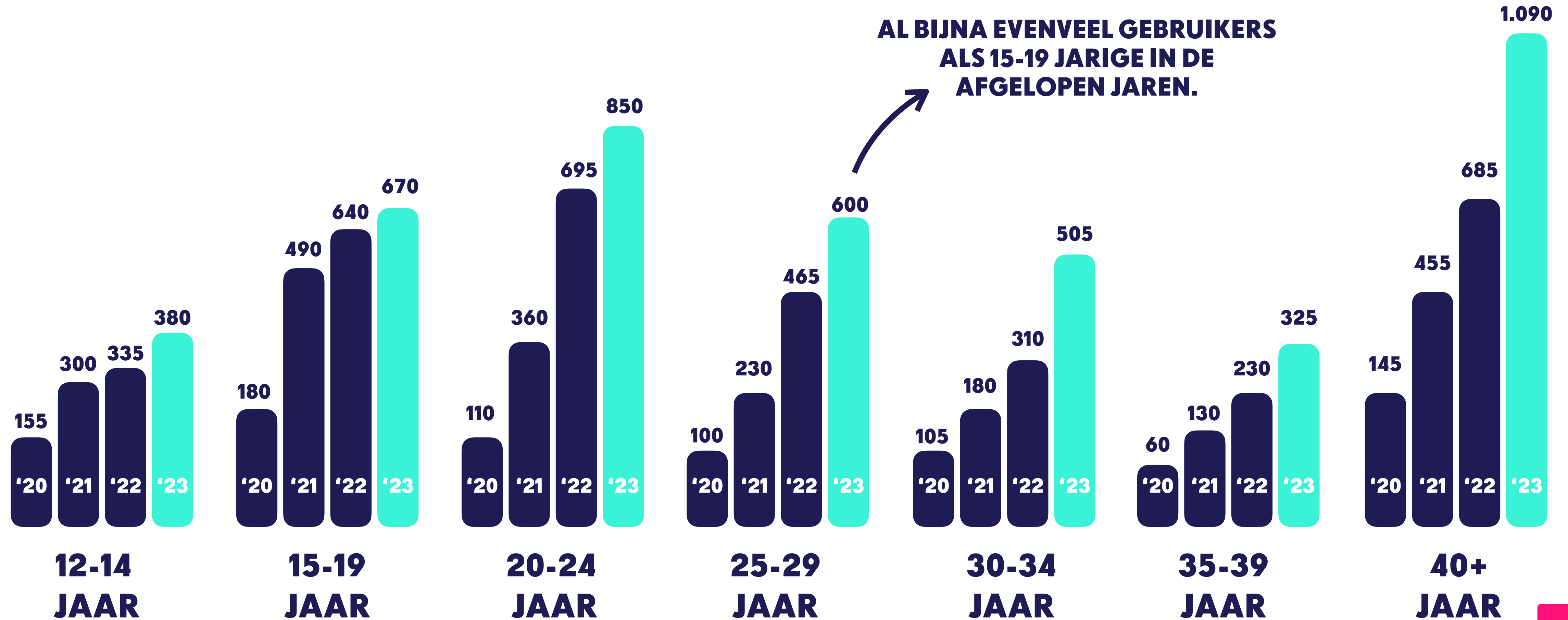
TIKTOK BINNEN TOP 5 DAGELIJKS GEBRUIK ONDER TIENERS & TWINTIGERS:

2023 (2022) :

1. WhatsApp (#1)
2. Snapchat (#5)
3. Instagram (#2)
4. TikTok (#6)
5. Youtube (#3)

TIKTOK ISN'T JUST FOR KIDS ANYMORE_

BRON: NEWCOM SOCIAL MEDIA ONDERZOEK 2023



AANTAL TIKTOK GEBRUIKERS NAAR LEEFTIJD (X 1.000)



POPULARITEIT TIKTOK

Het afgelopen jaar is het gebruik van TikTok weer flink toegenomen. Qua dagelijks gebruik zit het platform op ongeveer 14% van alle Nederlanders. Het dagelijks gebruik onder tieners neemt toe. Zij bewegen steeds meer van Facebook & Instagram naar TikTok. Het grote verschil tussen deze platformen? TikTok levert hen wat op. Het levert ze positiviteit op.

WIST JE DAT?

Gen Z zoekt niet op Google, maar gebruikt TikTok als zoekmachine.

WAT MAAKT TIKTOK ZO POPULAIR ONDER JONGEREN?

- 1 Authenticiteit van de content
- 2 Geen fake/bewerkte video's
- 3 Wel filters, maar overduidelijke filters
- 4 Specifieke content voor het platform, niet terug te vinden op andere kanalen
- 5 Mogelijkheid tot samen creëren van content (middels duets & challenges)
- 6 Jongeren zijn continu op zoek naar verbinding met leeftijdsgenoten, de content op TikTok sluit hier op aan.
- 7 TikTok is gebouwd op de 'Interest graph'.

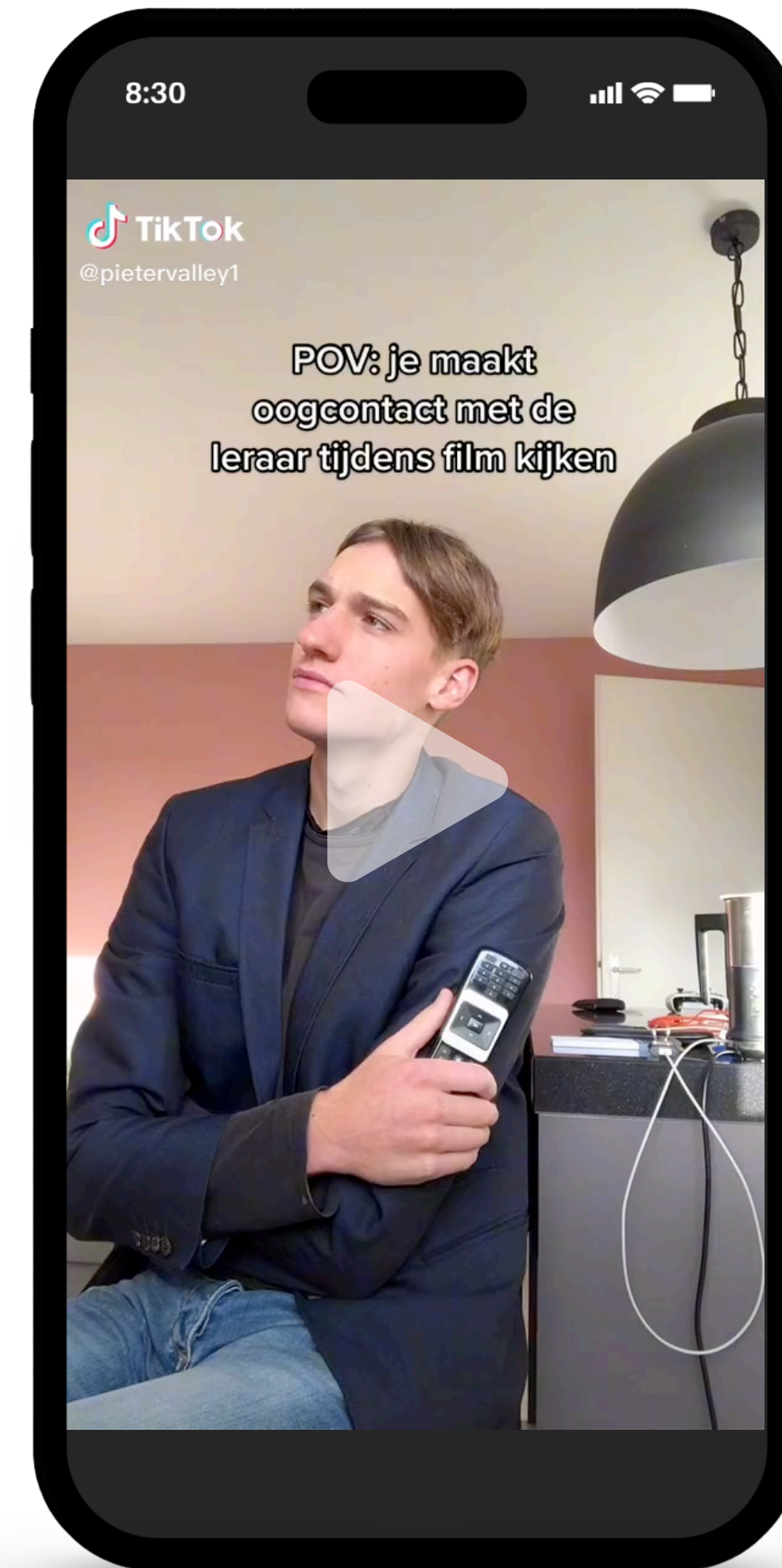


VAN SOCIAL- NAAR INTEREST-MEDIA

De bekende social media platformen zijn allemaal gebaseerd op het sociale aspect. Je volgt je familie, vrienden en verre bekenden. Maar ben jij altijd geïnteresseerd in de hobby's van je buurman?

Het grote verschil met TikTok is dat het platform gebaseerd is op jouw interesses. Zo maakt het algoritme geen gebruik van de content van jouw connecties, maar van de content waarin jij interesse toont. Zo wordt je op de "Voor Jou"-pagina voorgesteld aan de content van personen met dezelfde interesses.

Dit is dan ook de reden waarom TikTok zo verslavend is. Elke video die je voorbij ziet komen sluit namelijk aan op jouw interesses.



TIP TOK

Creëer TikToks met een open einde die aansluit op het begin van de video (loops), zo bekijken personen de video sneller opnieuw. Pluspunten voor het algoritme!

SUCCES OP TIKTOK

Organisch

THIS IS HOW THE COOKIE CRUMBLES_

Om het aantal views op jouw video te verhogen moeten we even terug naar het algoritme. Deze werkt namelijk middels verschillende buckets. Na het behalen van een bucket zal je bereik verhoogd worden in de volgende bucket. Behaald jouw video een hoge score, dan maak je de stap naar de volgende bucket.

HOW TO CLIMB THE BUCKETS:

- 
- 1. GEMIDDELDE KIJKTIJD.**
 - 2. SHARES/SAVED.**
 - 3. COMMENTS.**
 - 4. LIKES.**

DE GEMIDDELDE KIJKTIJD VAN JOUW VIDEO
WEEGT DUS VEEL ZWAARDER DAN HET AANTAL
LIKES DAT JOUW VIDEO HEEFT BEHAALD.

DON'T PANIC, GO ORGANIC_

Het is dus van groot belang dat jouw TikTok zo veel mogelijk views en herhaal views krijgt binnen het eerste uur. Dit vergt wat oefening en met name veel test & learn. Over het algemeen zijn er een aantal tips & tricks die jouw content net even het juiste zetje in de rug kunnen geven:

- 1 Wees consistent, blijf posten (en zoek hulp als je dit nog hebt!) *We'll be there*
- 2 Onderzoek waar jouw volgers op zitten te wachten.
- 3 Focus op de eerste 3-6 seconden.
- 4 Het effect van hashtags is minder groot dan gedacht, maar ze helpen wel!
- 5 Een viral sound helpt, maar is niet noodzakelijk om viral te gaan.
- 6 Gebruik de zoekbalk boven je video om te zien welke zoekwoorden het algoritme voor jouw video gebruikt.
- 7 Begin je copy met "dit": Dit is de reden... Dit is de truc... Dit is waarom...
- 8 TikTok en geluid gaan hand in hand, maar zorg ook dat je video zonder geluid begrepen kan worden. TEXT-Overlay!
- 9 Kijk bij je concurrentie welke video's veel views hebben gepakt.
Deze onderwerpen spreken waarschijnlijk ook jouw doelgroep aan.

BEREID JEZELF VOOR

Je bent op zoek naar een viral. Duidelijk. Maar ben je ook klaar voor een viral? Zodra jouw video's en account eenmaal gezien worden, is het erg belangrijk dat je de doelgroep ook direct actie kan ondernemen.

Zorg dus voor een zachte landing op je website. Rol een funnel uit en specificeer deze voor de bezoekers van je TikTok-kanaal.

Zorg dat je een duidelijke CTA hebt klaarstaan op je website en verleid je bezoekers vanaf TikTok bijvoorbeeld met een pop-up op de landingspagina waarbij je ze vraagt om in te schrijven voor de nieuwsbrief of waar je speciaal voor TikTok-bezoekers een kortingscode weggeeft.



MAAK KENNIS MET ONS PRODUCT!

Wat leuk dat je ons via TikTok gevonden hebt!
Een nieuw kanaal, vraagt om een introductie.
Daarom krijg jij van ons nu € 5,- korting bij je eerste bestelling. Gebruik de kortingscode:
#SawltOnTikTok



TIP TOK

Daag het algoritme en jouw fans uit door direct na het posten een openvraag te stellen in de comments en binnen het eerste uur te reageren op elke comment en deze te liken.

TIPS TO MAKE YOUR TOKS...

Tik

CLICK ON THE VIDEO'S TO WATCH!

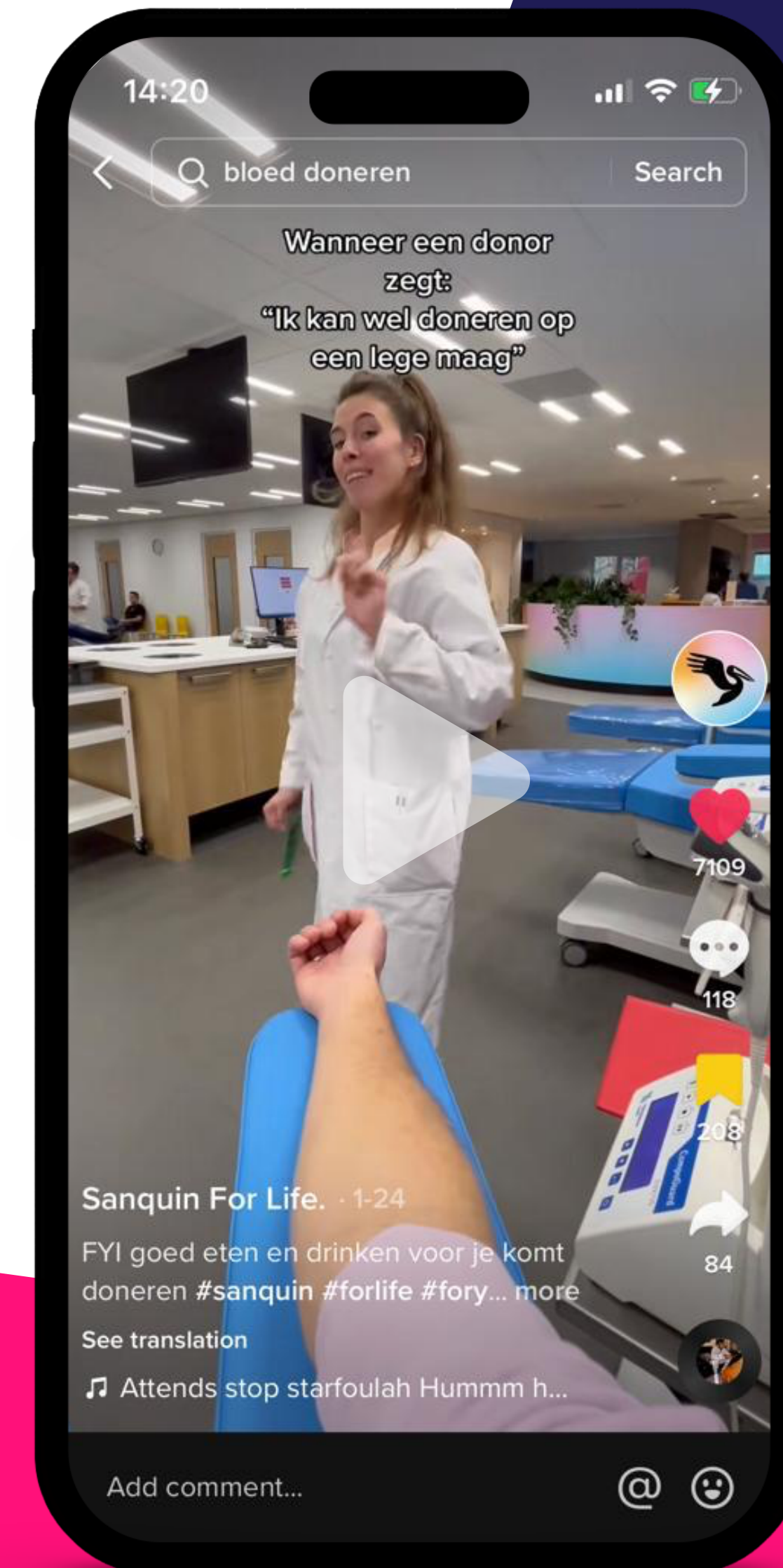
THIS IS GETTING PERSONAL

Voeg persoonlijkheid toe aan je TikToks en je profiel. Selecteer een gezicht voor je merk.

Dit maakt je TikToks gemakkelijker te herkennen en eerlijk is eerlijk, personen worden makkelijker gevolgd dan merken.

Vraag desnoods om feedback over je content in de comments.

#1



@Sanquinforslife
Personeel speelt een terugkerende hoofdrol in de content.

FRESH BRIDGE

CLICK ON THE VIDEO'S TO WATCH!

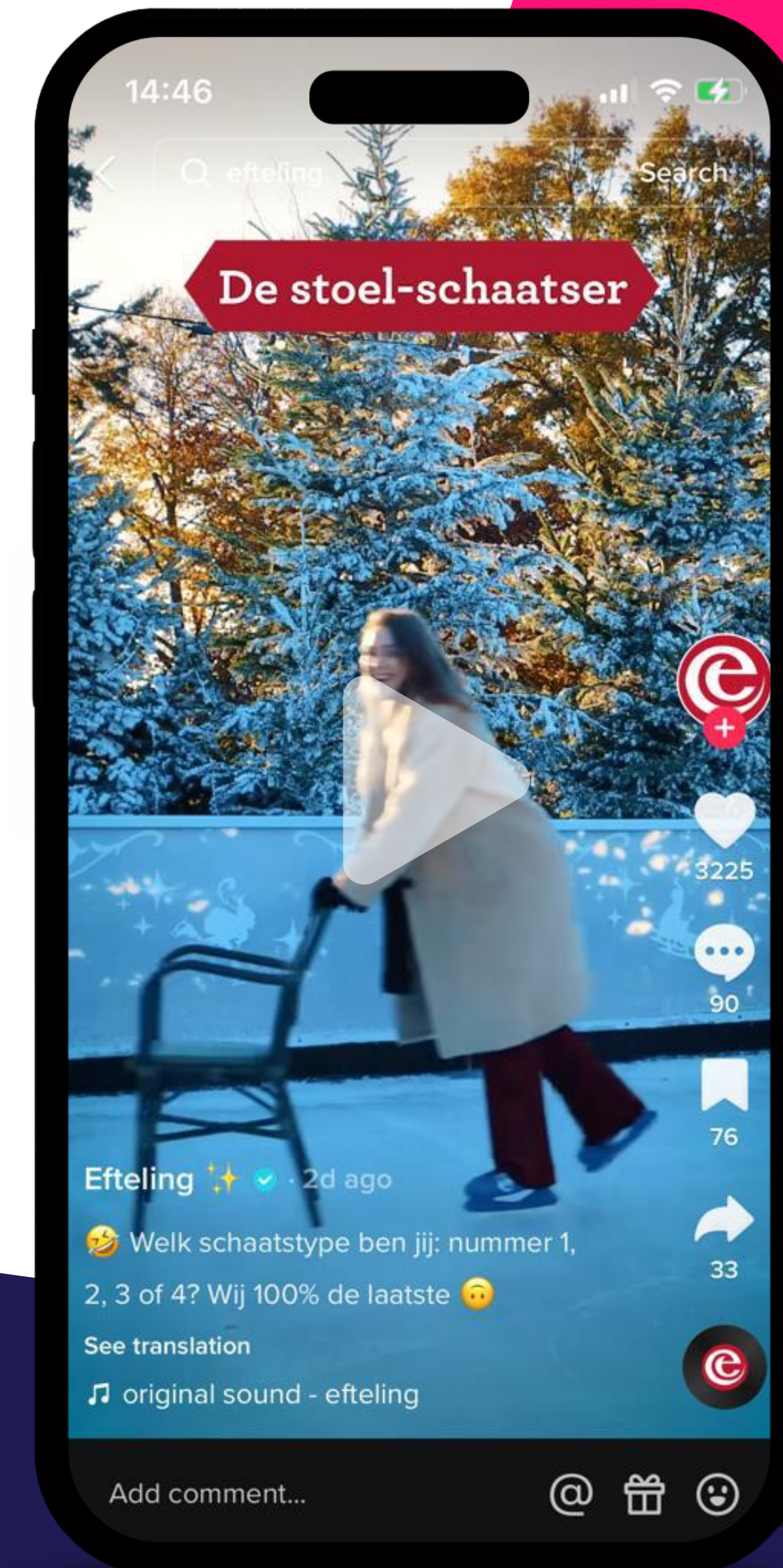
NEEM JEZELF NIET TE SERIEUS

TikTok is gebouwd op humor.

Test verschillende soorten content en ontdek welke content onder jouw geïnteresseerde doelgroep het beste werkt.

Wees hierin niet bang om fouten te maken, dit wordt juist gewaardeerd door de TikTok doelgroep. Zeker wanneer de video's authenticiteit uitstralen.

#2



@efteling

Personeel geeft unieke feitjes over de bekende attracties en gaan veel interactie aan met de kijkers.

FRESH BRIDGE

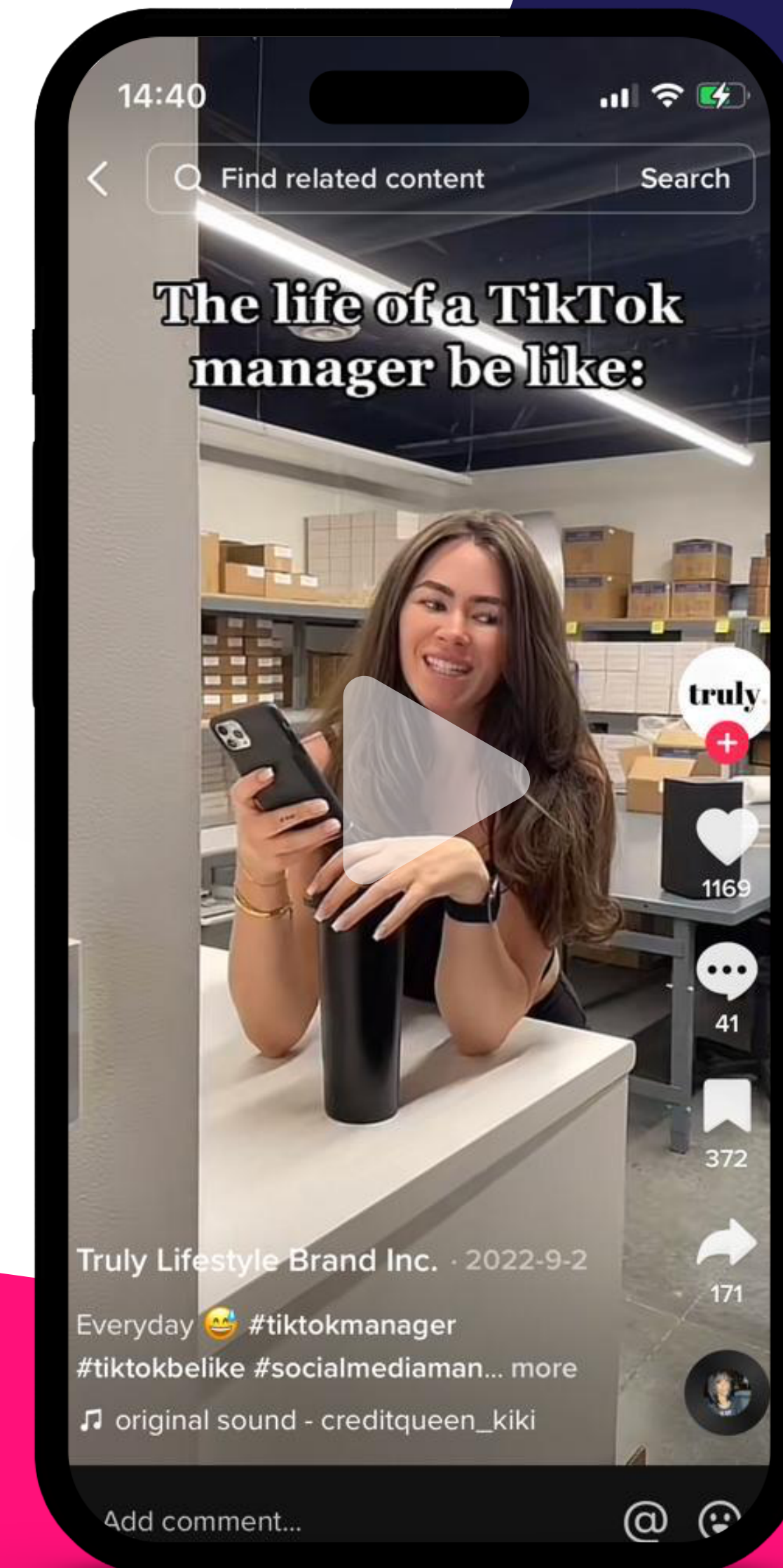
SHOW SOME DEDICATION

Idealiter plaats je dagelijks een video. Dit is niet noodzakelijk, maar stimuleert wel het algoritme.

Stel iemand beschikbaar die zich volledig focust op TikTok. Denk hierbij aan (pro-actieve) community management, het volgen van trends, reageren op content van influencers/concurrentie en het brainstormen over content.

Een effectieve manier om tijd te besparen op creatie en editing is om bijvoorbeeld één shoot-dag per maand te organiseren.

#3



@trulylifestylebrand
Sketches met herkenbare situaties vanuit het personeel.

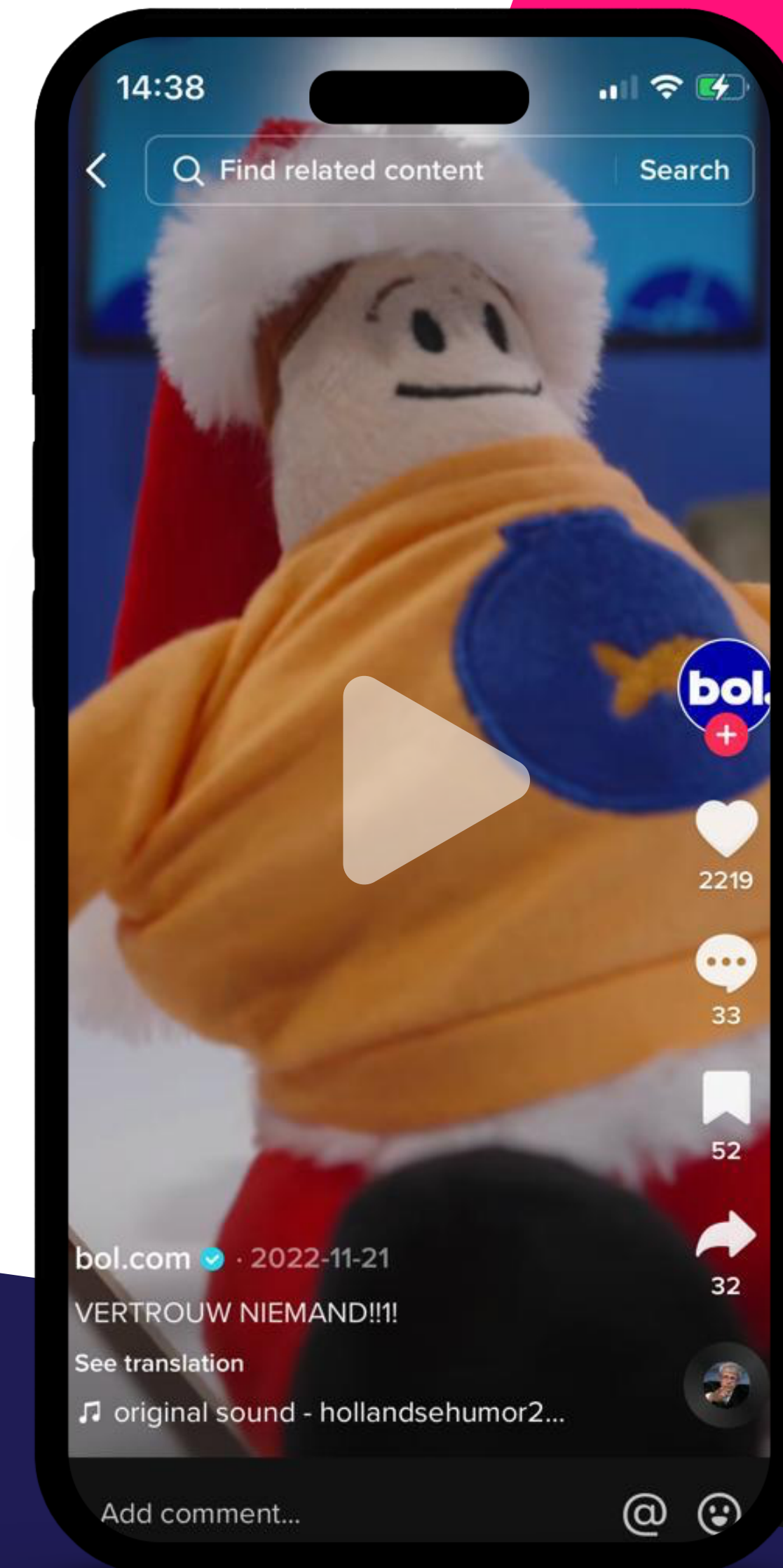
CLICK ON THE VIDEO'S TO WATCH!

THINK BIG, POST SMALL!

De kwaliteit speelt op TikTok een minder grote rol dan authenticiteit.

Voor gebruikers is het belangrijker dat er ingespeeld wordt op de trends op een creatieve en humoristische manier. Te gelijke content komt commercieel over en schrikt gebruikers af.

Door de hoge frequentie van de trends is het niet gemakkelijk om met een vaste contentkalender te werken. Creëer daarom reguliere content welke op de plank gelegd kan worden, wanneer het wat rustiger is.



@Bol.com

Middels het brede assortiment wordt met een creatieve kwinkslag ingespeeld op trends.

#4

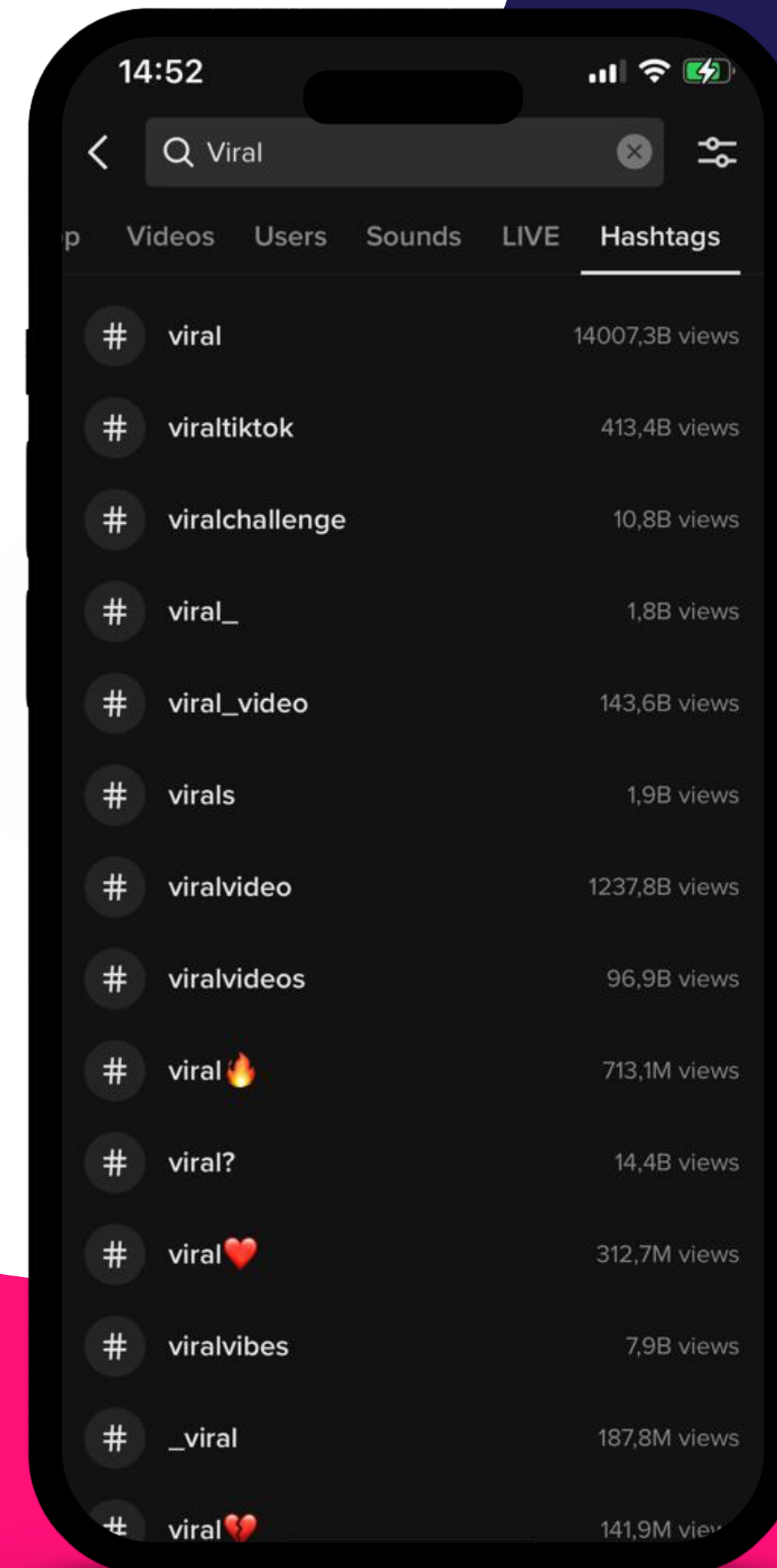
FRESH
BRIDGE

ZOEK SPECIFIEKE HASHTAGS

Jouw TikToks zullen mede door jouw #'s gevonden worden op de For You-pagina.

Doe daarom gedegen onderzoek naar de populaire hashtags om te achterhalen waar jouw doelgroep zich bevindt.

Creëer een mix tussen merk specifieke hashtags en de meest populaire hashtags zoals #FY, #Humor & #Love



#5

CLICK ON THE VIDEO'S TO WATCH!

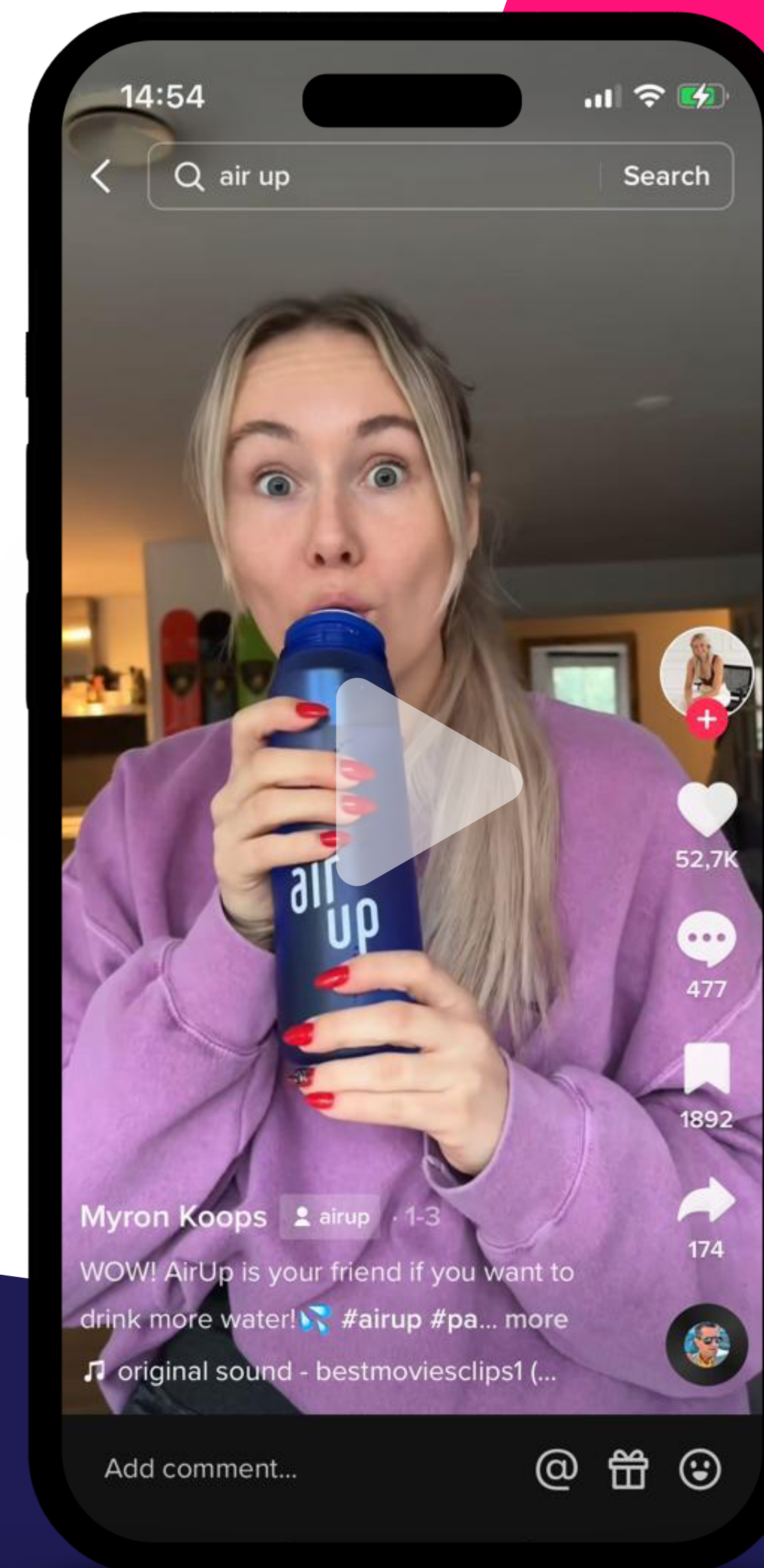
CREATE WITH CREATORS

Maak direct gebruik van creators en laat ze aan de slag gaan met jouw producten of diensten.

Maar maak ook zeker indirect gebruik van Creators. Door het opnemen van Duets of Stitches, kan je hun virale video ook inzetten voor jouw merk.

Of daag Creators uit om juist een duet aan te gaan met één van jouw TikToks. Zo verschijnt jouw video ook onder hun following.

#6



@myronkoops

CONTENT INSPIRATION

Creators



1. [@scotssreality](#) - 38.3M volgers
2. [@pietervalley](#) - 632K volgers
3. [@meesterjesper](#) - 708K volgers
4. [@officialsaarx](#) - 2.6M volgers
5. [@nadirdearabier](#) - 1.2M volgers
6. [@theofficialcasper](#) - 476K volgers
7. [@lorenzodinatele](#) - 779K volgers
8. [@maximeandsophie](#) - 1.3M volgers
9. [@markielucas](#) - 8.6M volgers
10. [@shereilmartini](#) - 4.8M volgers

Brands



1. [@hemanederland](#) - 100K volgers
2. [@bol.com](#) - 252K volgers
3. [@efteling](#) - 410K volgers
4. [@ritualscosmetics](#) - 83K volgers
5. [@rodekruis](#) - 104K volgers
6. [@pathenederland](#) - 126K volgers
7. [@candymansnoep](#) - 18K volgers
8. [@netflixnl](#) - 440K volgers
9. [@dominos_nl](#) - 1.4M volgers
10. [@annefrankhouse](#) - 410K volgers

SANQUIN FOR LIFE

Bloeddoneren werven via TikTok

BLOEDDONOREN WERVEN

WIST JE DAT?

Sinds de introductie van onze partner Sanquin kunnen we binnen 8 weken de volgende statistieken weerleggen:

De video's allemaal worden gefilmd en ge-edit middels een mobiele telefoon.

- 515.000 VIEWS
- 12.000 LIKES
- CA. 1.000 VOLGERS

WAAR DIT SUCCES VANDAAN KOMT?

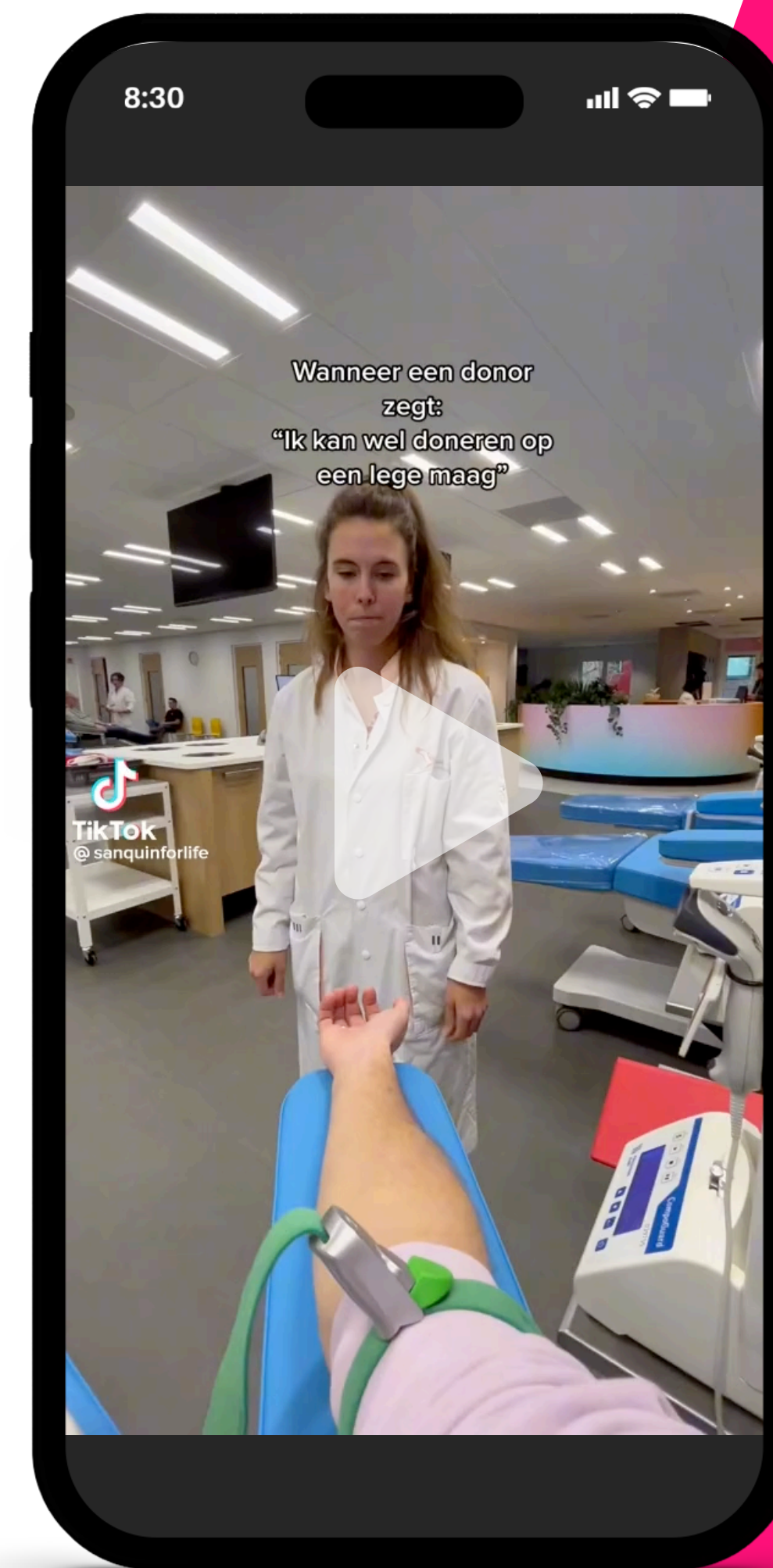
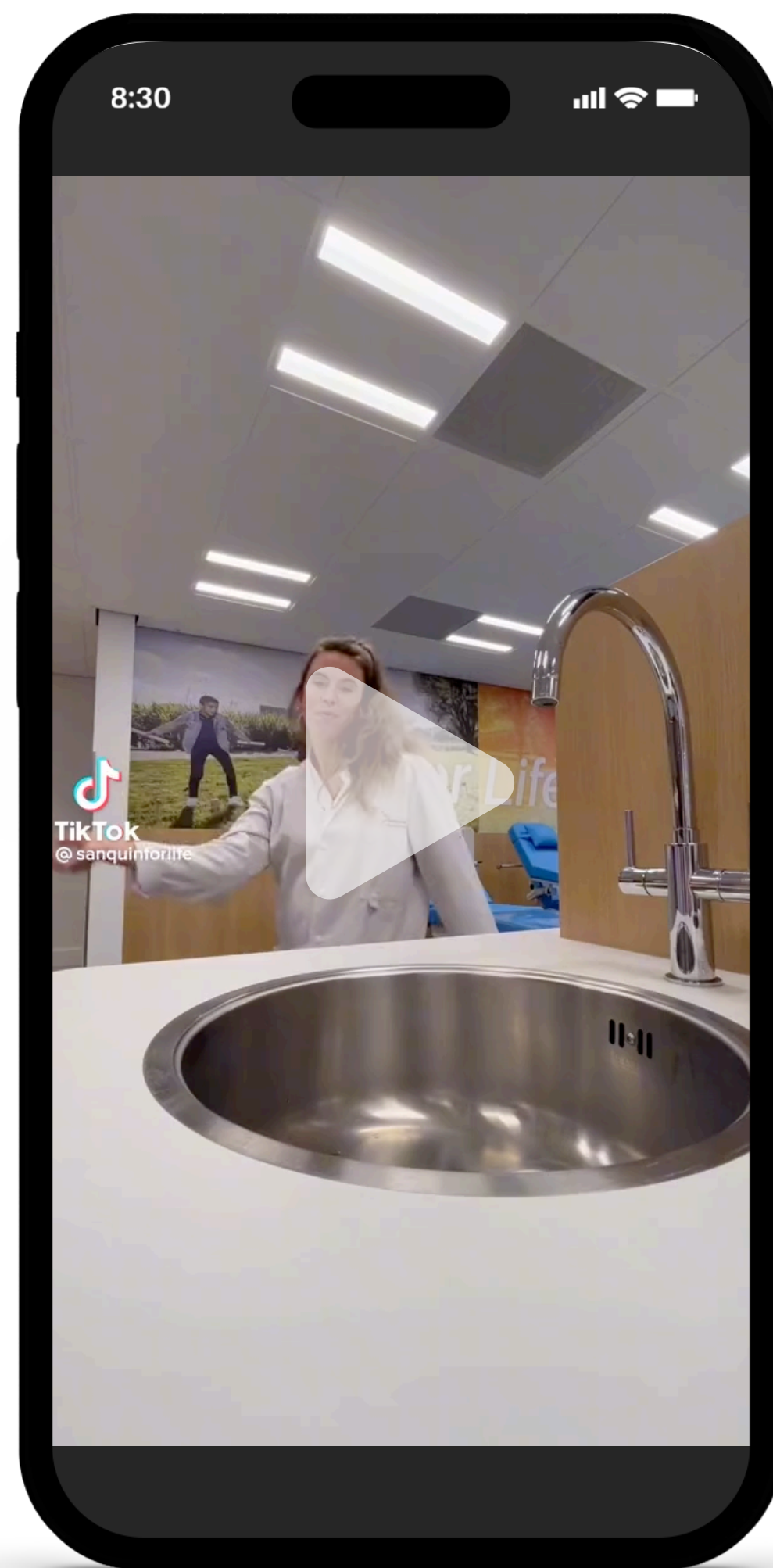
Met de kennis van het platform weten we voor de doelgroep herkenbare video's te creëren. Door het persoonlijke karakter creëren we daarnaast een laagdrempelige sfeer waarin de doelgroep zich vrij voelt om vragen te stellen rondom het doneren van bloed.

Het succes van het kanaal vloeit ook direct door, zo hebben de eerste bloeddonoren zich al aangemeld na het zien van onze video's.



CLICK ON THE VIDEO'S TO WATCH!

SANQUIN TIKTOKT FOR LIFE



TIP TOK

Zorg dat de gemiddelde kijktijd zo hoog mogelijk ligt door te beginnen met een interessante hook, waar je pas in het einde op terugkomt. You naughty naughty tease!

DON'T MAKE ADS MAKE TIKTOKS

Effectief interessen bereiken

BRING THE PARTY HOME TO TIKTOK_

Met onze partner Mitsuba zijn we al een tijdje actief op TikTok in zowel Nederland als Duitsland. Voor verschillende Hero campagnes creëren we expliciete TikTok-only content om de doelgroep aan te spreken.

Middels een korte funnel sturen we ze van Touch naar Sell en zien we een gemiddelde CPM van onder de €2,- terugkomen op alle video's.

Met deze campagne hebben we Mitsuba kunnen lanceren in een nieuwe markt. De authentieke, op muziek gebaseerde, content weet de doelgroep te vinden en zorgt ervoor dat zij sneller overgaan tot actie.

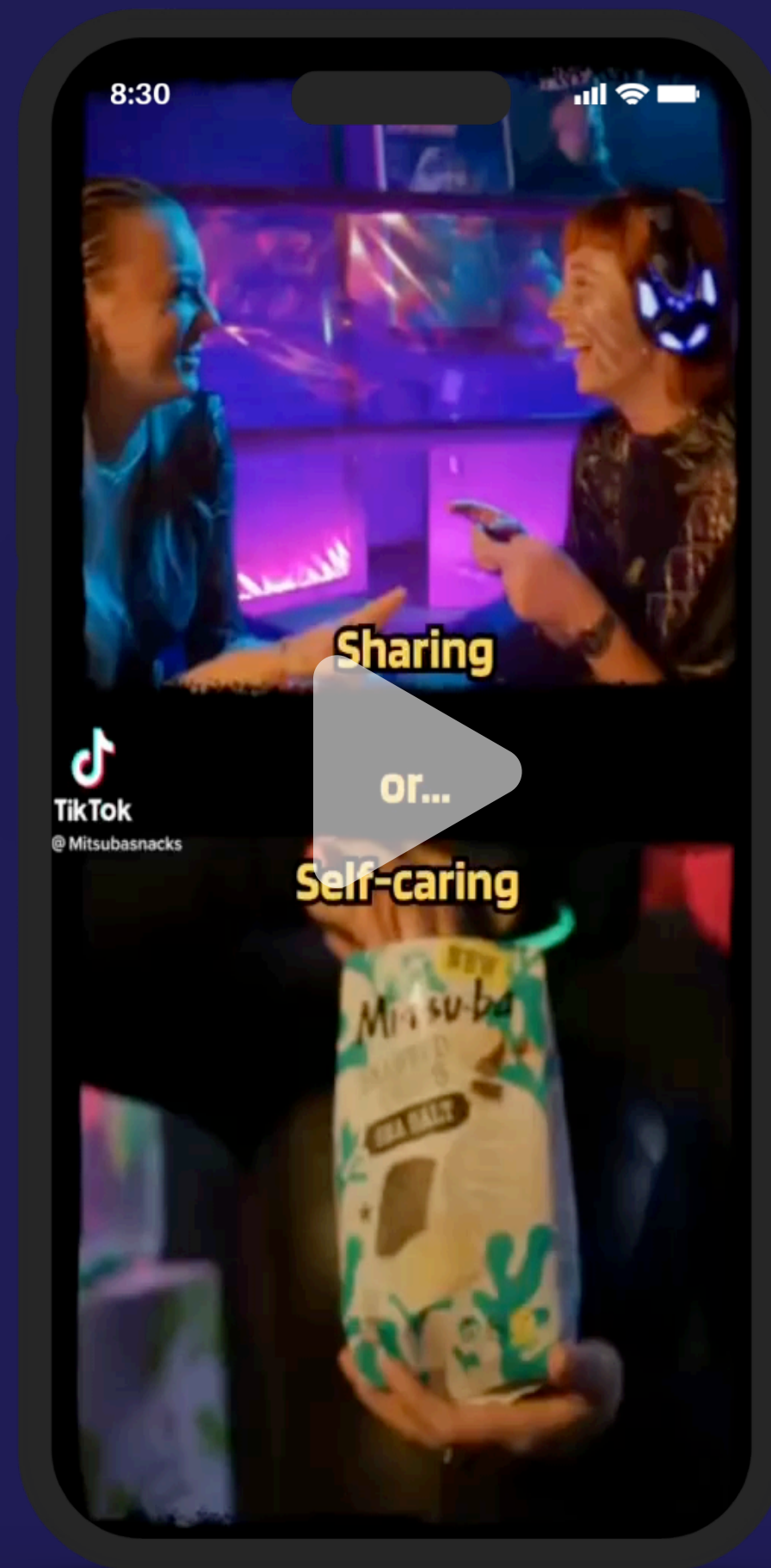
Daarnaast komen ze ook vaker per dag terug naar het platform. Zo liggen de frequentie en engagement rate een stuk hoger op TikTok in vergelijking met andere social platformen.

GOOD TO KNOW: JE KAN ZONDER ORGANISCH ACCOUNT ADVERTEREN OP HET PLATFORM.

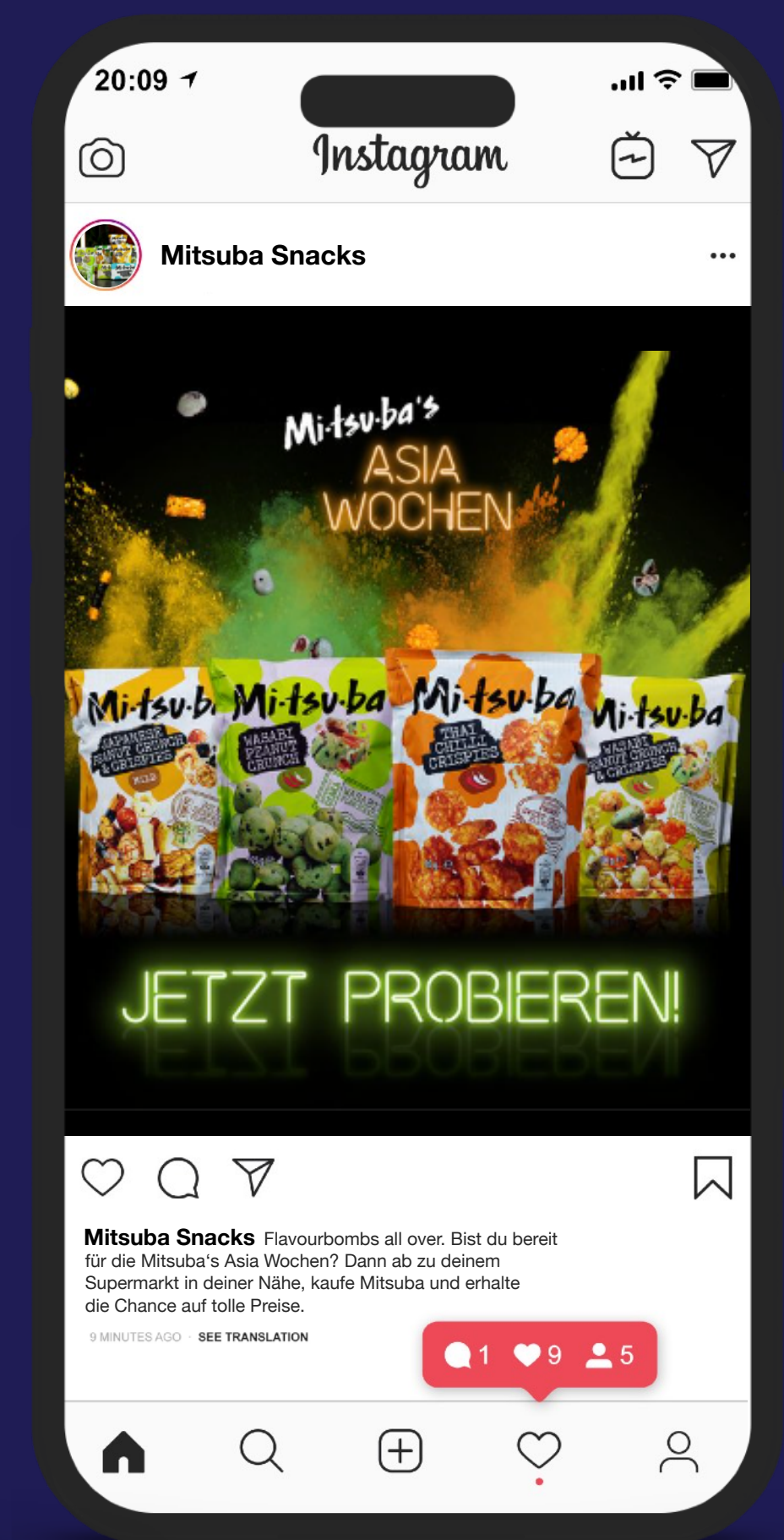
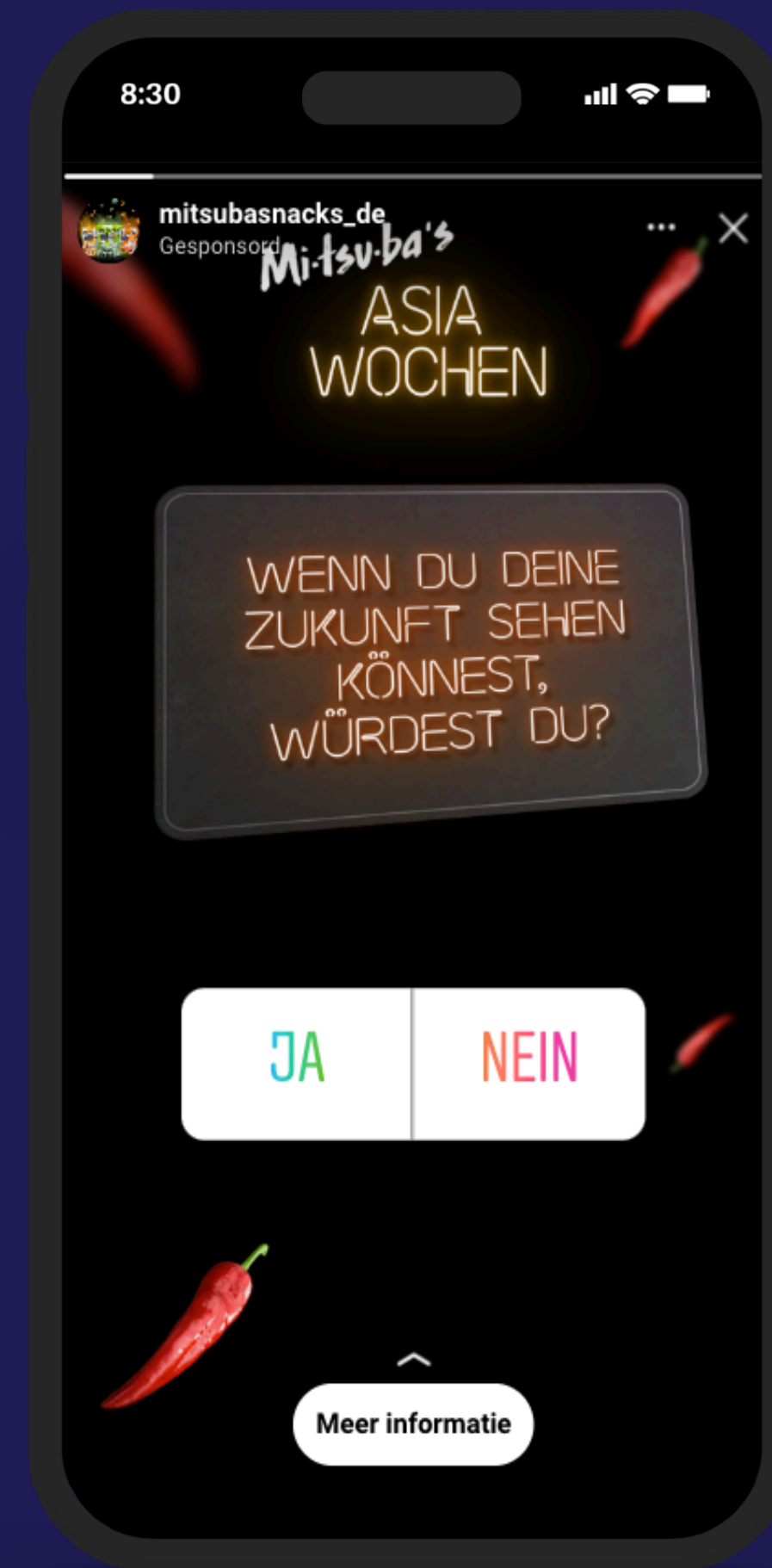
COMPLIMENT VAN TIKTOK OP ONZE ADS:

"Congratulations! You have made such excellent Top Ads that we would like to share them with the whole market to inspire others."

AUTHENTIEKE ADS OP **TIKTOK**



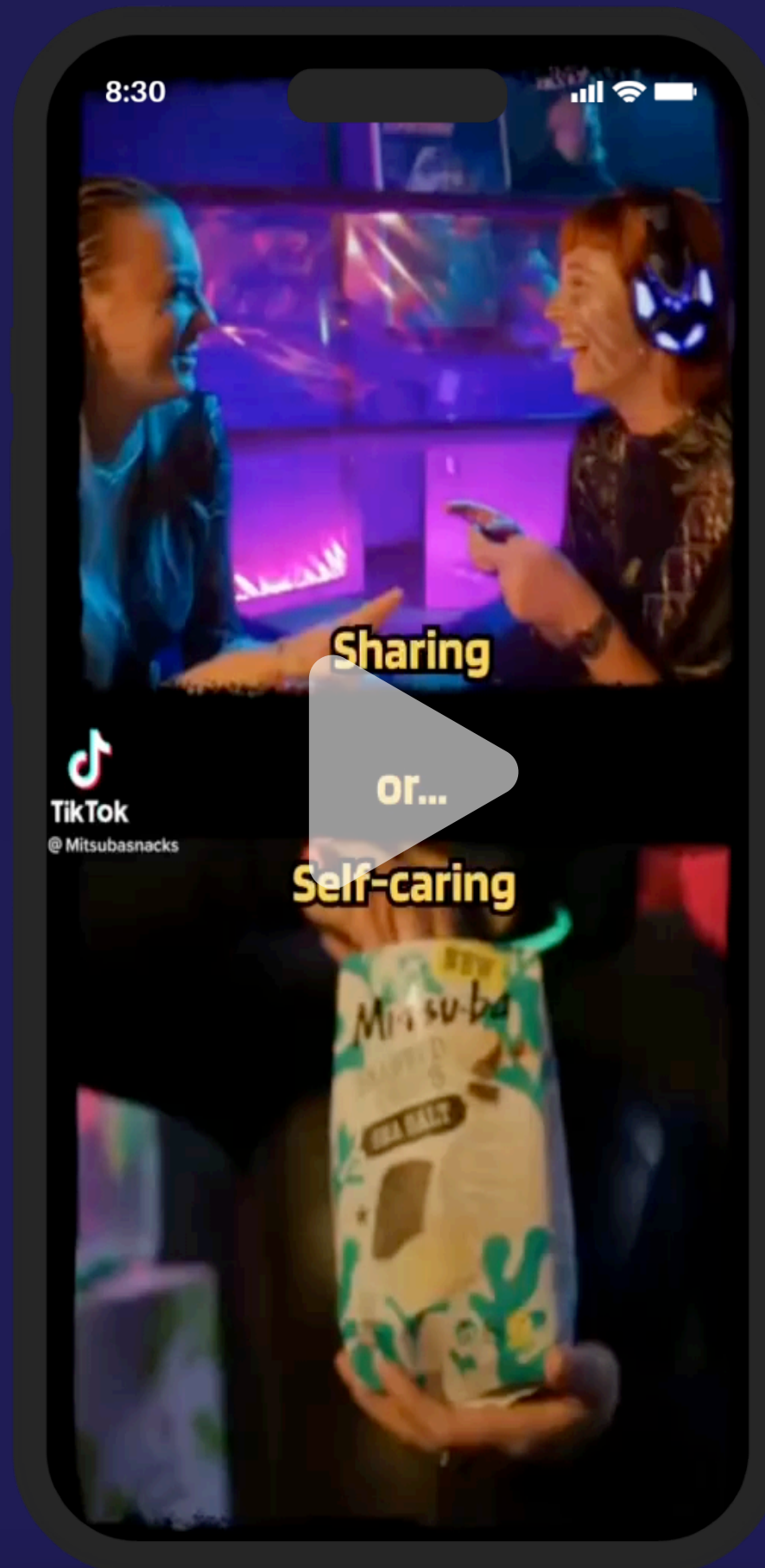
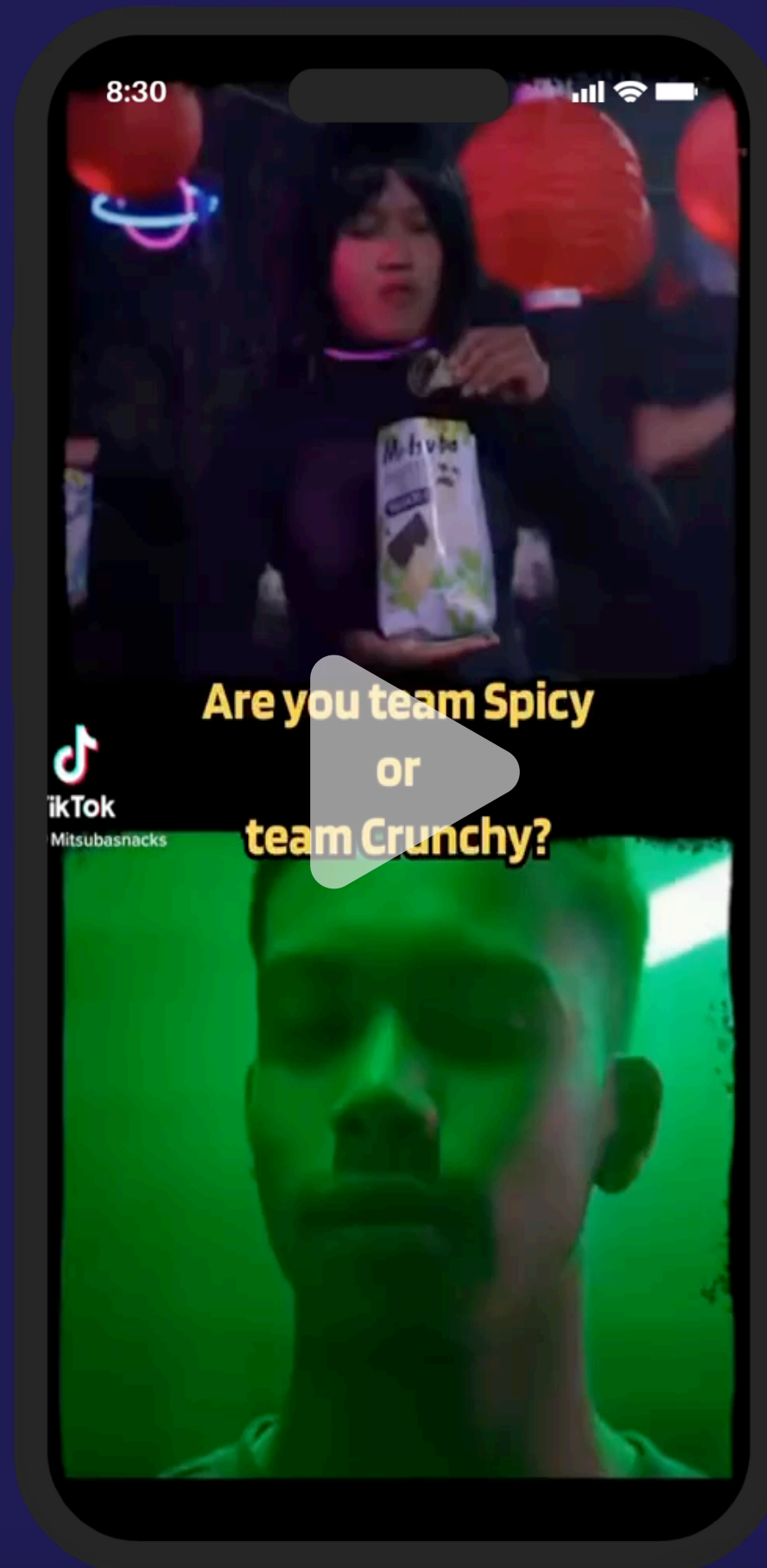
VS




TIKTOK

INSTAGRAM

MEER IMPRESSIES VOOR JE BUDGET_



TikTok Ads Results

 **6.368.140 IMPRESSIES**

 **502.408 UNIEK BEREIK**

 **21.241 LIKES**

 **184 COMMENTS**

 **€ 1,65 CPM**

TIKTOK'ERS STOREN ZICH NIET AAN ADS

RESPONDENTEN UIT HET ONDERZOEK VAN **STATISTA** GEVEN HET VOLGENDE AAN RONDOM ADS OP SOCIAL MEDIA:

I DON'T MIND ADS IF I GET FREE CONTENT IN RETURN



I DON'T MIND WHEN COMPANIES USE MY PERSONAL DATA FOR ADS



I HAVE BOUGHT PRODUCTS BECAUSE CELEBRITIES/INFLUENCERS ADVERTISED THEM



I OFTEN HAVE DIFFICULTY DISTINGUISHING ADS FROM CONTENT



RESPONDENTEN

9.992 volwassen deelnemers
3.366 TikTok gebruikers
Jan-dec 2022

DON'T MAKE ADS, MAKE TIKTOKS

OM SUCCESVOL TE ADVERTEREN OP TIKTOK ZIJN ER EEN AANTAL TIPS/TRICKS WAAR JE AD AAN MOETEN VOLDOEN:

GET STRAIGHT TO THE POINT.

Houd het kort en direct en kom direct ter zake. Plaats je boodschap binnen 3 seconden, maar verpak deze boodschap wel in een verhaal passend bij jouw doelgroep.

SOUND ON!

TikTok en geluid zijn onlosmakelijk aan elkaar verbonden. Gebruik snelle nummers boven de 128 BPM, deze behalen over het algemeen een hogere VTR.

SHOOT TIKTOK-ONLY CONTENT

Creëer authentieke content expliciet voor TikTok. Zet geen content door van andere platformen. De video moet ergens in het midden liggen tussen User-Generated Content en een Advertentie.

BE REAL

Nee, niet BeReal! Maar wees echt. Kijk je doelgroep recht in de ogen en spreek hem/haar direct aan. Vertel een echt verhaal dat positief en herkenbaar is voor je doelgroep.

TEXT OVERLAY

TikToks vertellen hun verhalen op een snelle/visuele manier. Neem deze stijl over en verwerk hier tekst-overlays in en maak gebruik van de tools zoals de effecten en stickers.

SPEEL IN OP TRENDS EN TIKTOK CREATORS.

Refereer naar trends in je ads en maak gebruik van de populaire effecten of trending storylines. Dit vraagt wel om een flexibele werkwijze. Maak daarnaast gebruik van creators en geef hen de ruimte om ads op te maken met jouw content. Zij weten wat content succesvol kan maken.

WIST JE DAT?

Meer dan 63% van de video's met hoogste CTR toont de key-message binnen 3 seconden.

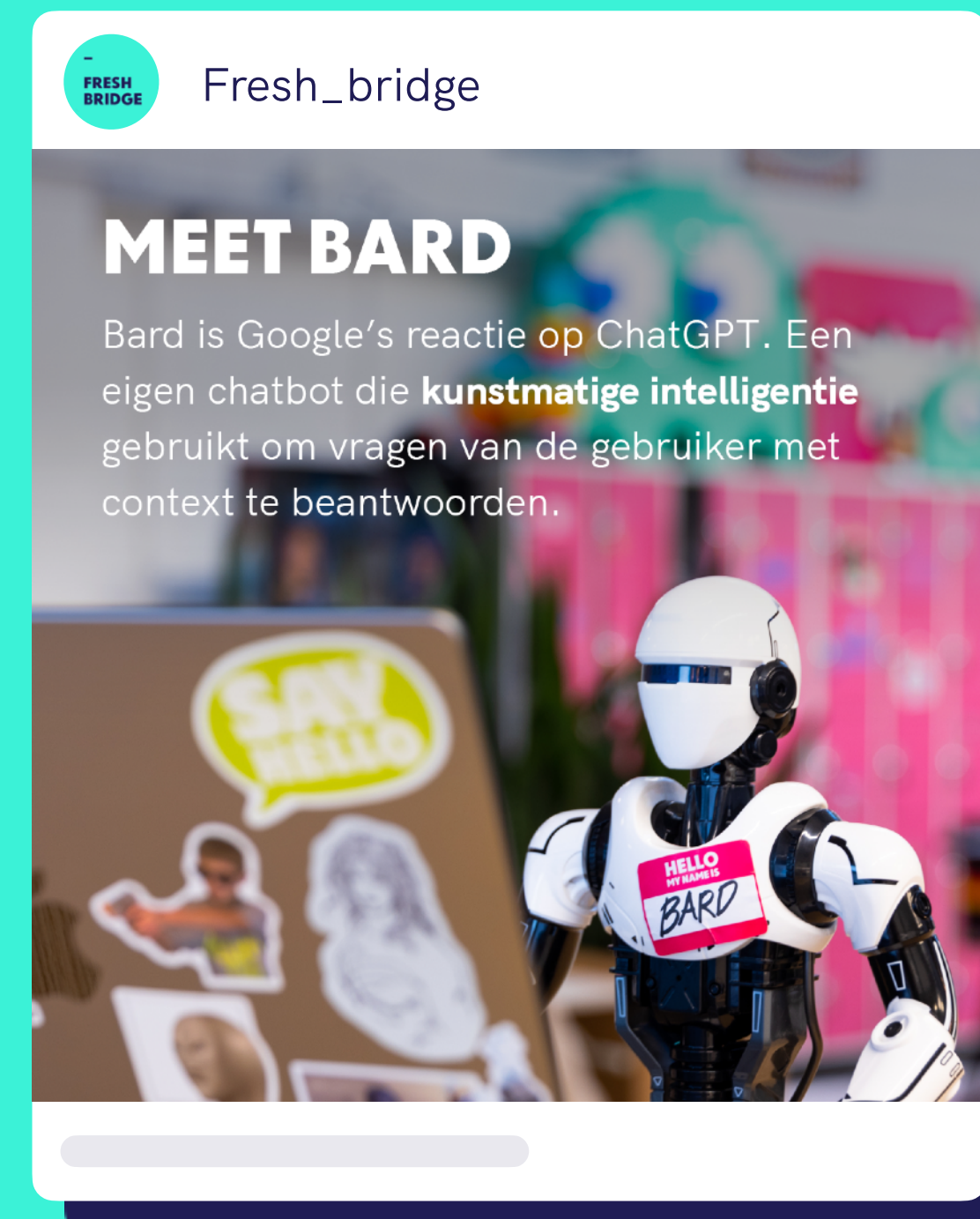
STAY HUNGRY, STAY FOOLISH & KEEP PLAYING

We nemen je continu mee in de grootste social media ontwikkelingen van het moment, zodat je altijd op de hoogte bent en social media optimaal kan inzetten voor jouw merk. Hiervoor gebruiken we de volgende tools:



PLAYBOOKS

MEDIA UPDATES



BLOGS

LET'S DRINK COFFEE

Fresh Bridge is een 'Creative Agency with strategic focus - Born and raised in The Age of Social Media'.

Wij geloven in de combinatie van creativiteit en effectiviteit. Voor ons zijn Emotionele en Culturele inzichten cruciaal voor het creëren van resonerende en impactvolle campagnes.

Wij blinken uit in het combineren van merkstrategie, creativiteit, concepting, content creatie en boutique media advertising om impactvolle resultaten te behalen voor onze partners, terwijl we pragmatisch blijven en ons aanpassen aan de steeds veranderende wereld

En alles wat we doen is gebaseerd op (het creëren van) een partnerschap

Kom langs, bel/mail of DM ons! www.FreshBridge.nl



Alex Vijfvinkel
Senior Media Strategist

**BUT
FIRST
COFFEE.**



Come say hi!

**FRESH
BRIDGE**

freshbridge.nl