

Ambalajlı ürün lansmanınızı TikTok'ta ilgi çekici hâle getirin



Sınırsız sayıdaki müşteri seçeneğinin ve içeriğin önüne geçmek için, topluluğu baz alan içeriklerle müşteri odaklı mesajlar sunarak gerçek bağlantıyı kurmanız gerekir. Lansmanınızı kültürün tesis edildiği ve izlendiği yerde, TikTok'ta gerçekleştirerek kaliteli etkileşim rakamlarını artırın.

Lansmanınız için gereken topluluk ve bağlantılar burada

Kesintisiz Dikkat

İnsanlar lansmanları keşfetmek için kesintisiz ve özel bir dikkatle TikTok'taki içerikleri izliyor.

>1/2

Her iki kullanıcıdan biri platformdayken sadece TikTok'a odaklanıyor¹

Keşif Bağlantısı

TikTok'taki kullanıcı toplulukları yeni ve beklenmedik ürün lansmanlarını görmeyi seviyor ve hatta benimsiyor.

%15

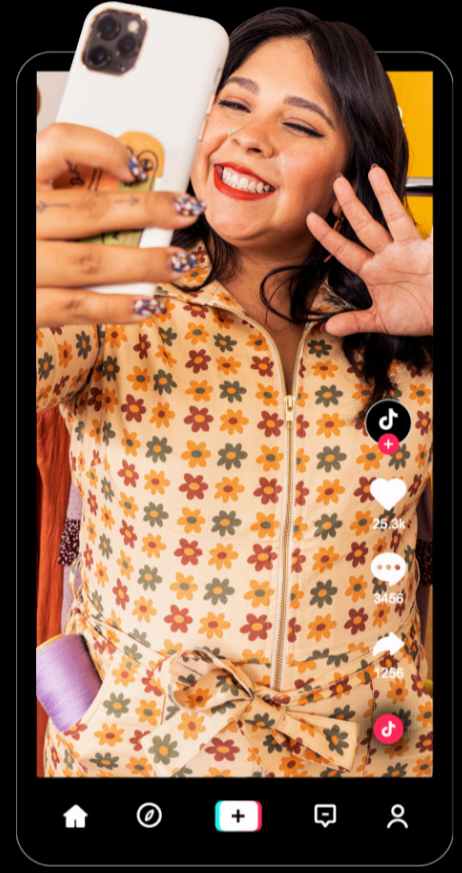
Tüm ürünlerin %15'i TikTok'ta keşfediliyor²

Eylem Desteği

TikTok'ta lansmanlar için edinilen kaliteli etkileşimler, mesajın etkisini artırma ve platform içindeki/dışındaki satın alımları teşvik etme gibi eylemleri destekliyor.

1,4kat

Kullanıcıların platformumuzda gördüğü bir ürünü satın alma ihtimali diğer platformlara kıyasla 1,4 kat daha fazla³



Artık göz hizasında TikTok var

Bir ürünü en çok dikkat edilen alana yerleştirmek, keşiften sepete eklemeye kadar uzanan yolculuktaki en yüksek şansları yakalamak açısından çok önemlidir. Mağazalarda bu alan göz hizasındaki raflardır. Dijital dünyada ise bu alanı TikTok oluşturuyor. Sizi denemek ve sizden bir şeyler satın almak isteyen kişilere geniş ölçekte erişirsiniz.

%98

TikTok kullanıcılarının %98'i yeni bir ürün denemeye istekli⁴

%97

TikTok kullanıcılarının %97'si hiç bilmediği bir markanın yeni bir ürününü denemeye istekli⁴

1/5

En az 1/5 oranındaki TikTok kullanıcısı, bir şey satın almaya karar verirken yeni bir ürünü deneyebilme olanağına önem veriyor⁴

TikTok, ürün keşfi konusunda diğer tüm dijital platformları (ve hatta bazı mağazaları) geride bırakıyor 🤖

Ambalajlı ürünlerin keşfi konusunda güçlü bir yöntem olan TikTok diğer tüm dijital platformları geride bırakıyor.

Ürün lansmanınız özellikle güzellik ve kişisel bakım alanlarındaysa en yüksek keşif rakamına TikTok ile ulaşırsınız. Mağazalarda bile bu başarıyı elde edemezsiniz.

Ürünün kalitesiyle ilgili verilen mesaj benim için daha önemli

Günümüzde ambalajlı ürün satın almak isteyen müşteriler fiyattan çok kaliteye önem veriyor. TikTok, kaliteyle ilgili mesajları kullanıcı topluluklarına ve potansiyel müşterilere iletmede son derece başarılıdır.

%41

Kullanıcıların %41'i bir ürün değerlendirmesinin kendilerini yepyeni bir ürünü satın almaya teşvik edebileceğini söylüyor⁴

%44

Kullanıcıların %44'ü ürünü kullanan veya onaylayan bir içerik üreticisinin kendilerini yepyeni bir ürünü satın almaya teşvik edebileceğini söylüyor⁴

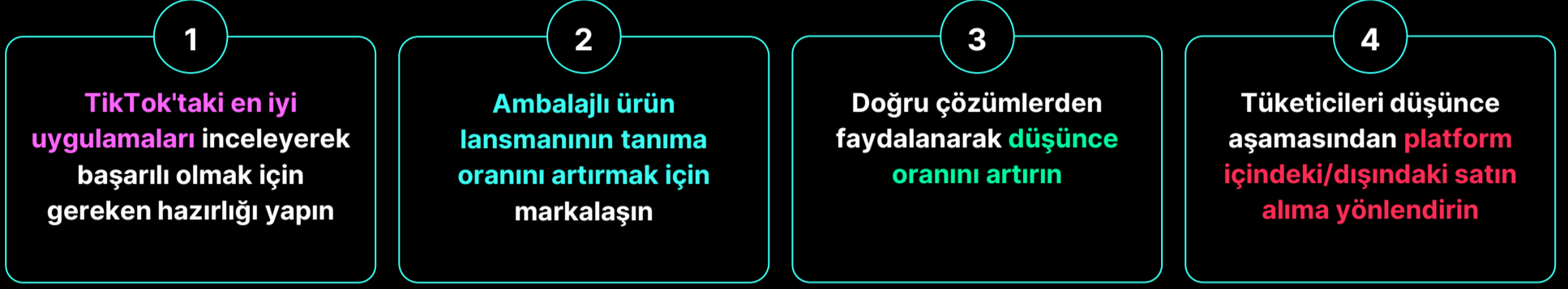
Kaynak 1: Marketcast'in "TikTok Marketing Science Global Entertaining Ads Study 2022" çalışması. Kaynak 2: Fairing'in 2022'deyaptığı "TikTok Marketing Science US Post-Purchase Analysis" analizi. Kaynak 3: Material'ın "TikTok Marketing Science Global Retail Path to Purchase Study 2021" çalışması Kaynak 4: AYTMM aracılığıyla Mart 2024'te yapılan "TikTok Marketing Science Global Custom Launch New Products Survey" anketi. [Ç2] (n=2.050).

Bu belge TikTok Inc.'in mülkiyetindedir ve yalnızca bilgilendirme amaçlıdır. Alıcı bu belgeyi başka herhangi bir amaçla dağıtamaz, sergileyemez veya başka bir şekilde kullanamaz. TikTok, bu belgede yer alan hiçbir bilgiyi güncelleme yükümlülüğü veya sorumluluğunu yüklenmez. Geçmişteki performanslar, gelecekteki performansı garanti etmez ya da öngörmez.

Lansmanınızı bir "tam huni" stratejisiyle gerçekleştirerek hedef kitleyi Sizin için sayfasından sepete taşıyın



Ürün setimizden faydalanıp aşağıdaki stratejileri kullanarak bir sonraki ürün lansmanınızı TikTok'ta başarıya ulaştırın:



1. Doğru sistemleri kullanarak lansmanınızın başarılı olması için gereken hazırlıkları yapın

Reklam modellerimizin, reklamınızı dönüşüme uygunluk kapsamında değerlendirerek doğru kullanıcıları en iyi şekilde bulması için **Geniş Hedefleme**'yi kullanın. Ardından elde ettiğiniz verilerle özel hedef kitlelere yönelin.

Güvenli **Veri Bağlantıları**'ni kullanarak sistemimizin, kampanya verimini daha iyi ölçmesine ve web sitenizdeki müşteri eylemlerinden veri toplamasına izin verin.

+%20

TikTok Reklam Yöneticisi'ndeki "oldukça geniş" hedef kitleler, diğer tüm hedef kitlelere kıyasla en az %20 daha yüksek dönüşüm oranına ulaşmanızı sağlar¹

+%19

Pixel + Etkinlik API'si kampanyaları etkinliklerin başarısını %19 ve eylem başına maliyeti %15 artırdı²

2. Ambalajlı ürün lansmanı ürün setinin aşamaları

Bu ürün setini kullanan reklam verenler, tanıma oranını TikTok Marka Değeri Yükseltme Araştırması normlarına kıyasla

+%6-8

oranında artırdı⁷

Aşama

Lansman Öncesi

Aşama

Lansman

Aşama

Lansman Sonrası

Tanımayı artırın ve önemli gün aramasını en üst seviyeye çıkarın

Merakı artırın ve tüketici bilinci kazanmaya başlayın

İvmeyi koruyun ve satın alım niyetini artırın

Erişim ve Sıklık [Standart Akış] + Açık Artırma Video Görüntülemesi

TopView + Pulse + Markalı Görev (Standart paket)

Açık Artırma Erişimi

12 hafta ve sonrası

3. Tüketicileri düşünce aşamasına yönlendirin

Ürün deneme sayısını artırın

Potansiyel Müşteri Bulma ile ürün deneme sayısını artırın. TikTok'a özel teklif ya da indirimler sunarak heyecanı artırabilirsiniz!

Web trafiğini artırın

Web trafiği için optimize edilmiş **Yayın İçi Reklamlar**'dan faydalanıp perakende web sitenize daha çok trafik çekerek insanların yeni ürününüzle ilgili daha çok bilgi almasını sağlayın.

%69

Her hafta Potansiyel Müşteri Bulma Reklamlarını görüntüleyen TikTok kullanıcılarının %69'u reklamların dikkatlerini çektiğini söylüyor³

4. Tüketicileri düşünce aşamasından satın alıma yönlendirin

Satın alımlar için kataloğunuzu öne çıkarın

Videodan Alışveriş Reklamları ile satın alım yapması muhtemel olan potansiyel müşterileri bulup ürün kataloğunuzu onlara göstererek perakende sitenizdeki satışları artırın.

Platform dışındaki satın alımları artırın

Bir kataloğunuz yoksa **Yayın İçi Reklamlar**'ı **web dönüşümleri** hedefiyle kullanarak web sitenizdeki ya da mağazanızdaki satışları artırabilirsiniz.

Doğrudan TikTok'tan satın alımı teşvik edin

Zevkli keşif ve maksatlı arama gibi doğal davranışlardan faydalanın. Yeni ürününüz için bir **TikTok Shop** oluşturun ve **Alışveriş Reklamları** ile onu organik yoldan tanıyın.

%59

Kullanıcıların %59'u Videodan Alışveriş Reklamları'nın alışveriş deneyimini iyileştiren etkileşimli özelliklere sahip olduğunu doğruluyor⁴

1,9kat

TikTok'un çevrim dışı dönüşümler için Perakende reklam harcaması getirisi (ROAS), diğer medya kanallarına kıyasla 1,9 kat daha etkili⁵

3/4

Her 4 TikTok kullanıcılarından 3'ü TikTok Shop'ta gördüğü bir markadan bir şey satın almaya meyilli olduğunu söylüyor⁶

Kaynak 1: 2023'ün 2. Çeyreğindeki genel web dönüşümleri reklamlarının performanslarını kıyaslayan TikTok back-end testi. Kaynak 2: TikTok Çalışması, Kas 2022 - Şub 2023. Kaynak 3: Material'ın "TikTok Marketing Science Global Shopping Ad Products Study" çalışması. Kaynak 4: Material'ın "TikTok Marketing Science Global TikTok Shop Research (US Results) 2023" çalışması. Kaynak 5: TikTok tarafından yapılan "Transunion MTA Study" çalışması, ABD Özelindeki Reklam Harcaması Getirisine Büyük Mağaza, Özel Büyük Mağaza, Güzellik Perakendecisi ve Moda/Lüks Perakendecisi dâhil edildi. Kaynak 6: Material'ın "TikTok Marketing Science Global TikTok Shop Research (US Results) 2023" çalışması. Kaynak 7: TikTok Dâhil Verileri, C2'22-C4'23. Marka Değeri Yükseltme Çalışması sonuçları ve de tüm BGBM, görüntülemeler ve/veya erişim verileri doğrudan bir müşterinin geçmişteki kampanyalarıyla kıyaslanmalıdır. Gerçek performans ürün seçimine, kampanya bütçesine, reklam kalitesine ve kullanıcı davranışına bağlı olarak önemli ölçüde değişiklik gösterebilir. **Sonuçlar garanti EDİLMEZ**

Bu belge TikTok Inc.'in mülkiyetindedir ve yalnızca bilgilendirme amaçlıdır. Alıcı bu belgeyi başka herhangi bir amaçla dağıtamaz, sergileyemez veya başka bir şekilde kullanamaz. TikTok, bu belgede yer alan hiçbir bilgiyi güncelleme yükümlülüğü veya sorumluluğunu yüklenmez. Geçmişteki performanslar, gelecekteki performansı garanti etmez ya da öngörmez.

TikTok'taki lansmanınız için hayran kitlesi oluşturun

Özgün bağlantılar kurarak topluluk ilişkileri, marka sevgisi ve ciro imkanlarına ulaşın.



Yeni Lansman

Topluluk kültüründen faydalanarak lansman ve sonrası için heyecan yaratın

Çizgiyi Uzatın

Mevcut marka etkileşimlerini geliştirip ivmeyi yeniden inşa edin

1,4kat

TikTok kullanıcılarının platformumuzdaki bir şeyi keşfedip anında satın alma ihtimali (diğer platform kullanıcılarına kıyasla) 1,4 kat daha fazla¹

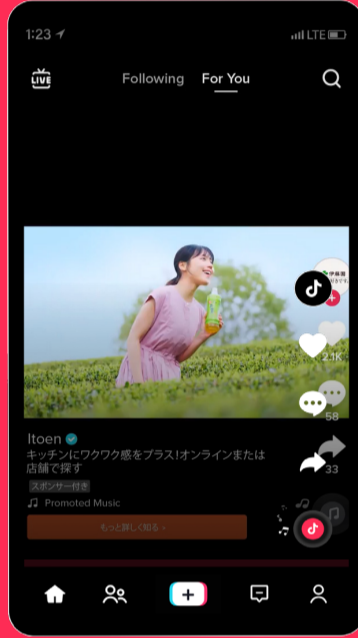
TikTok'taki mevcut varlıkların kapsamını genişletin

Halihazırda geliştirmiş olduğunuz kreatifte küçük düzenlemeler yaparak onu yeniden amaçlandırın ve TikTok'taki kapsamını ve etkisini artırarak yatırım getirinizi en üst seviyeye çıkarın.

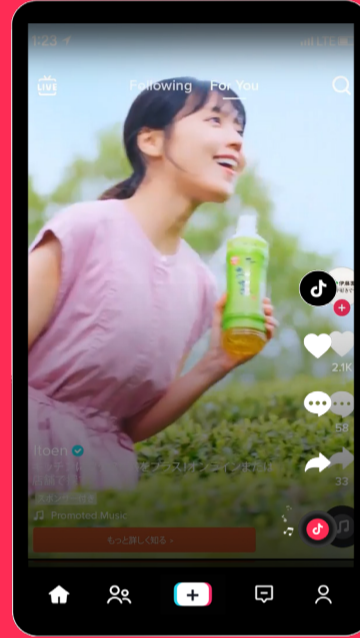
%72

Kullanıcıların %72'si TikTok'ta yeniden tasarlanmış bir kreatif gördükten sonra ilgili markaya pozitif tepkiler verdi¹

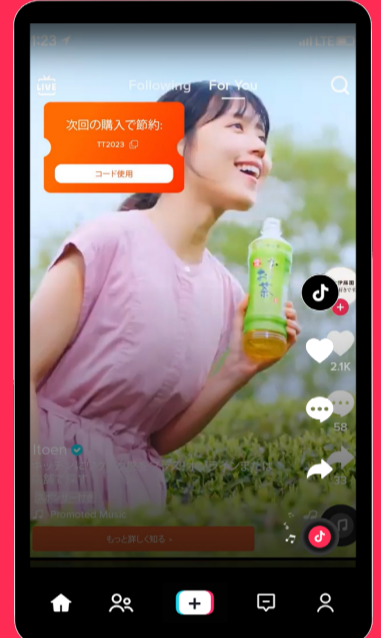
%56
Orijinal Reklam²



+1,7p
Dikey Şekillendirme (%57,7²)



+3,0p
Etkileşimli Eklenti (%60,7²)



1000%

İçerik Üreticilerini kullanarak mesajınızın etkisini artırın

TikTok Creator Marketplace'teki içerik üreticileriyle içerikler hazırlayarak lansman öncesinden itibaren güvenilir keşif sonuçlarına ulaşın. Şunları yapabilirsiniz:

- ⚡ Teaser'lar geliştirin
- 💖 Değerlendirme ve yönlendirme içerikleri oluşturun
- 🏆 Ürünün çok önemli olduğunu, yaşam tarzında veya hayat içerisinde kullanılması gerektiğini, vb. gösterin

1/3

Her üç TikTok kullanıcılarından biri, TikTok İçerik Üreticilerinin kendisini yeni ürünler/markalar ile tanıştırdığını doğruluyor²

TikTok'a özel içerikler üretin

TikTok'ta üretilen reklamların, eski olmayan kullanıcılar arasındaki tamamen izlenme oranının %25 daha fazla olduğunu biliyor muydunuz?² TikTok'a özel içerikler üretmek için aşağıdaki pratik bilgilerden faydalanabilirsiniz.



TikTok'a Özel

Lansman için erişmek istediğiniz topluluklardaki içeriklerden fikir alın

Akımlar

Platformdaki mevcut akımlardan faydalanarak lansmanınızın örnek uygunluğunu artırın

Üretim

Dikey formatta (9:16) çekim yapın, yüksek çözünürlüklü videolar hazırlayın ve TikTok arayüzüne yer bırakın

Ses

Ürün lansmanı için müzik, seslendirme ve ASMR ses klipleri gibi sesler kullanarak mesajınızın etkisini artırın

Harekete Geçirme

Sadece lansmanı düşünmeyin; markanın hatırlanma oranını artırmak için lansman yapın

Yapı

"Bununa bana ne faydası var?" ve "Bunu neden önemsemeliyim?" gibi sorulara yanıt vererek bağlantı kurduğunuz topluluklara yardımcı olun