

## TikTok mainoskanavana

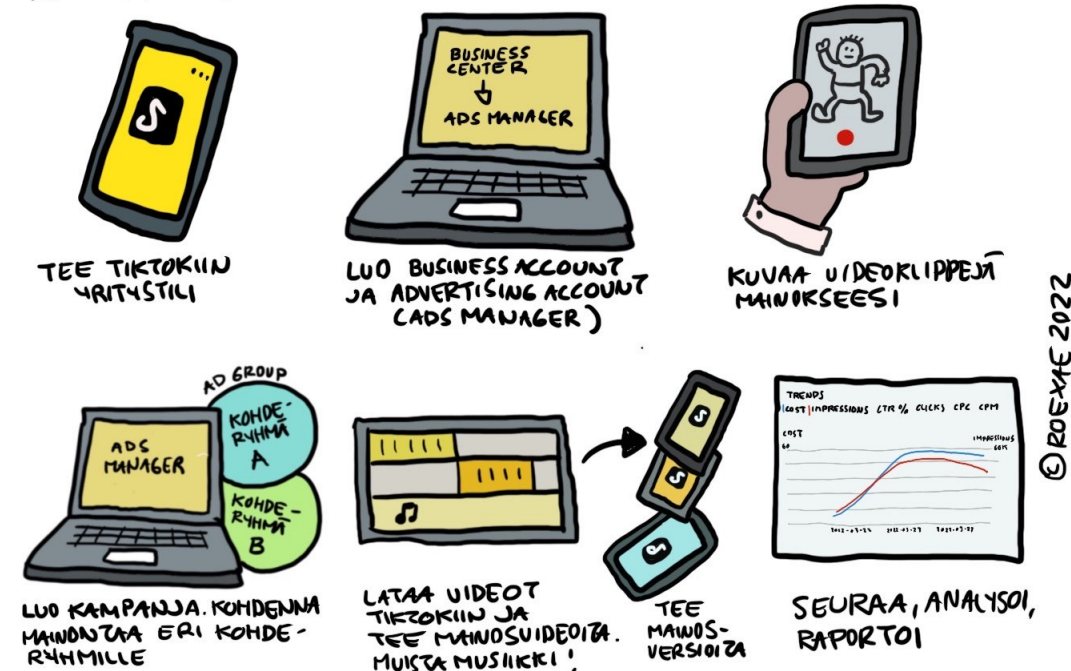
TikTokissa mainostaminen on ollut mahdollista viime syksystä alkaen. Tässä someklinikassa jaan kokemuksiani siitä, miten TikTok toimii mainoskanavana ja annan vinkkejä siitä, miten hommassa päästään alkuun.

Tehokkuudessa TikTok-mainonta vertautuu bannerimainontaan. Pienellä budjetilla saadaan paljon näyttöjä ja klikkaushinnat ovat alhaisia. Erottavana tekijänä on, että TikTok-mainosten klikkausprosentti (CTR) on korkeampi ja osallistavuus (*engagement*) on, ainakin näin alkuvaiheessa, suurta.

Mitä pienen lehtimainoksen 500 eurolla saa TikTokissa? Halusin testata TikTok-mainontaa Humakin koulutusmarkkinoinnissa ja toteutin samalla summalla kaksi kampanjaa, joissa oli seitsemän mainosta. Ne tuottivat 1,13 miljoonaa näyttökertaa ja 6310 klikkausta (vuorovaikutusta mainoksen kanssa). Kustannus tuhatta näyttökertaa kohden oli 0,46 euroa ja kesimääräinen klikkaushinta oli 0,08 euroa. CTR (klikit/näytöt) vaihteli 0,69 – 0,95 prosentin välillä.

### Miten mainonta aloitetaan TikTokissa?

#### TIKTOK-MAINONTA



Kuva: Mainonnan vaiheet TikTokissa. Kuva: Jarmo Röksi

Jotta päästään alkuun, organisaation TikTok-tili on muutettava yritystiliksi (Business Account). Toimenpide on ohjeistettu erinomaisesti palvelussa, mutta kohta löytyy puhelinsovelluksen yläreunan asetuksista. Yrityspalvelut saa käyttöön, kun yhdistää TikTok-yritystilin Business Centerin alle Ads Manager-tiliksi.

Business Centerissä hallinnoidaan käyttöoikeuksia joko organisaation työntekijöille tai mainostoimistokumppaneille. Samaan näkymään voidaan koota kaikki organisaation yritystililtä, mikäli mainontaa halutaan koordinoitusti seurata ja hallinnoida yhdessä näkymässä.

### **TikTokissa on sisäänrakennettu mainosvideoeditori**

Ads Manager (Advertising Account, [ads.tiktok.com/i18n/dashboard](https://ads.tiktok.com/i18n/dashboard)) antaa kaikki työkalut mainosten tekemiseen. Samassa ympäristössä luodaan kampanja, kohdennetaan mainokset, määritetään mainosasetukset, editoidaan videomainos ja lisätään niihin musiikki.

Itse mainokseen tarvitaan vain mutua videoleike, joista tehdään muutamalla klikkauksella toimiva TikTok-mainos. Videoeditori tekee palvelusta uniikin.

### **Kampanja (mitä mainostat) – mainosryhmä (kenelle mainostat) – mainokset (miten mainostat)**

TikTok-mainonta aloitetaan luomalla **kampanja**. Eri mainoskohteille kannattaa luoda omat kampanjat tavoitteineen. Kampanjan alle kannattaa luoda useita mainosryhmiä, mikäli mainostettavalla asialla on useita kohderyhmiä. Mainosryhmiin puolestaan julkaistaan muutama erilainen mainos.

Kampanja-asetuksissa määritellään mainoksen **tavoite tai konversio**. Konversiota en esittele tässä tarkemmin. Siitä on hyötyä, jos halutaan laskea vaikkapa, kuinka monta lippua tapahtumaan ostettiin budjetoidulla summalla. Toisin sanoen mainoksen panostuotos.

**Kohdennuksia** (mainosryhmä) voi tehdä joko yksinkertaisessa tai kustomoidussa moodissa. Mikäli verkkosivulle ohjattu liikenne on tavoitteena, niin yksinkertainen luomismoodi riittää. Jos halutaan enemmän videokatseluita tai sovelluslatauksia, kustomoitu kohdentaminen on oikea valinta. Videokatselukertojen ”boostaaminen” toi omissa kokeiluissani paljon uusia seuraajia kanavалlemme.

Kohdentamista voi tehdä tokkaajien mieltymysten, sukupuolen, sijainnin (maa) ja aktiivisuuden perusteella. Metan palveluihin verrattuna kohdentaminen ei ole niin tarkkaa. Selkeä puute on, ettei aluekohdennusta ole, ainakaan vielä, Suomessa

käytössä. TikTok ehdottaa oman palvelunsa lisäksi muita kanavia, mutta valitse ne mainoskanavaehdotuksista pois.

### **Hyödynnä palvelun mainossuosituksia**

Kohdentamisen avulla oppii, millainen sisältö puhuttelee erilaisia kohderyhmiä. Kohdentaminen on digimarkkinoinnin vahvuus. Luo mainosryhmiesi alle aina muutama erilainen mainos. Nimittäin, kun mainokset ovat pyörineet jonkin aikaa, palvelu ehdottaa niihin parannuksia. Esimerkiksi toimivampi musiikki lisää klikkausmääriä. Niitä kannattaa hyväksyä lisämainoksiksi. Mainostyypeistä ”Spark Ads” toimii tällä hetkellä parhaiten. Mainos julkaistaan TikTok-tilin sisältöjä ja se ikään kuin oheistuotteena lisää kanavan seuraajamääriä.

Mainoksille määritetään budjetti, kesto ja päättymisaika. Rahausumma maksetaan etupainotteisesti luottokortilla. Koska TikTok kuluttaa budjetin tehokkaasti, seuraa, ettei se lopu kesken. Jos ladattu rahausumma loppuu, mainokset menevät tauolle. Kun mainokset muoto (ad format) on valittu, voidaan siirtyä mainoksen luovaan osioon.

Videot toimivat parhaiten. Valmiit, palveluun ladatut videoleikkeet kootaan videofilmiksi, säädetään niiden kesto noin 30 sekuntiin, määritetään mainokselle oma kohdesivu, jonne liikennettä halutaan ohjata sekä valitaan musiikki TikTokin tarjoamista vaihtoehtoista. Mainosmusiikki aiheuttaa organisaatiolle usein päänvaivaa, mutta TikToksissa ei tätä ongelmaa ole. Kampanjan käynnistyttyä TikTok alkaa ehdottamaan automaattisia parannuksia mainoksiisi. Suosituksia kannattaa seurata ja ottaa käyttöön, sillä ne toimivat.

Parhaiten pääset TikTok-mainontaan kiinni aloittamalla! Seuraa palvelun antamia ohjeita ja ohjevideoita, kokeile ja testaa. Kun olet päässyt yritystilin perustamisvaiheen kynnyksen yli, saatat yllättyä, kuinka helppoa digitaalinen mainonta voi olla.

**Teksti ja kuva: Jarmo Röksä, viestintäpäällikkö, Humanistinen ammattikorkeakoulu**