

TikTok & Social Ads

In samenwerking met:



Red
online marketing
for travel & leisure

#Meet the team



Jennifer Heister
Lead Social Advertising



Red
online marketing
for travel & leisure



Specialistisch marketing bureau sinds 2006



Bestemming



Travel

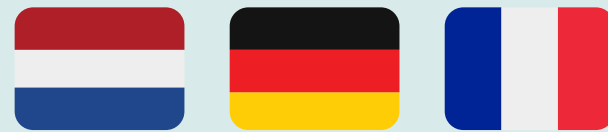


Dagattracties



Verblijf

Internationaal team





Trots samenwerken met o.a.





Onze partners



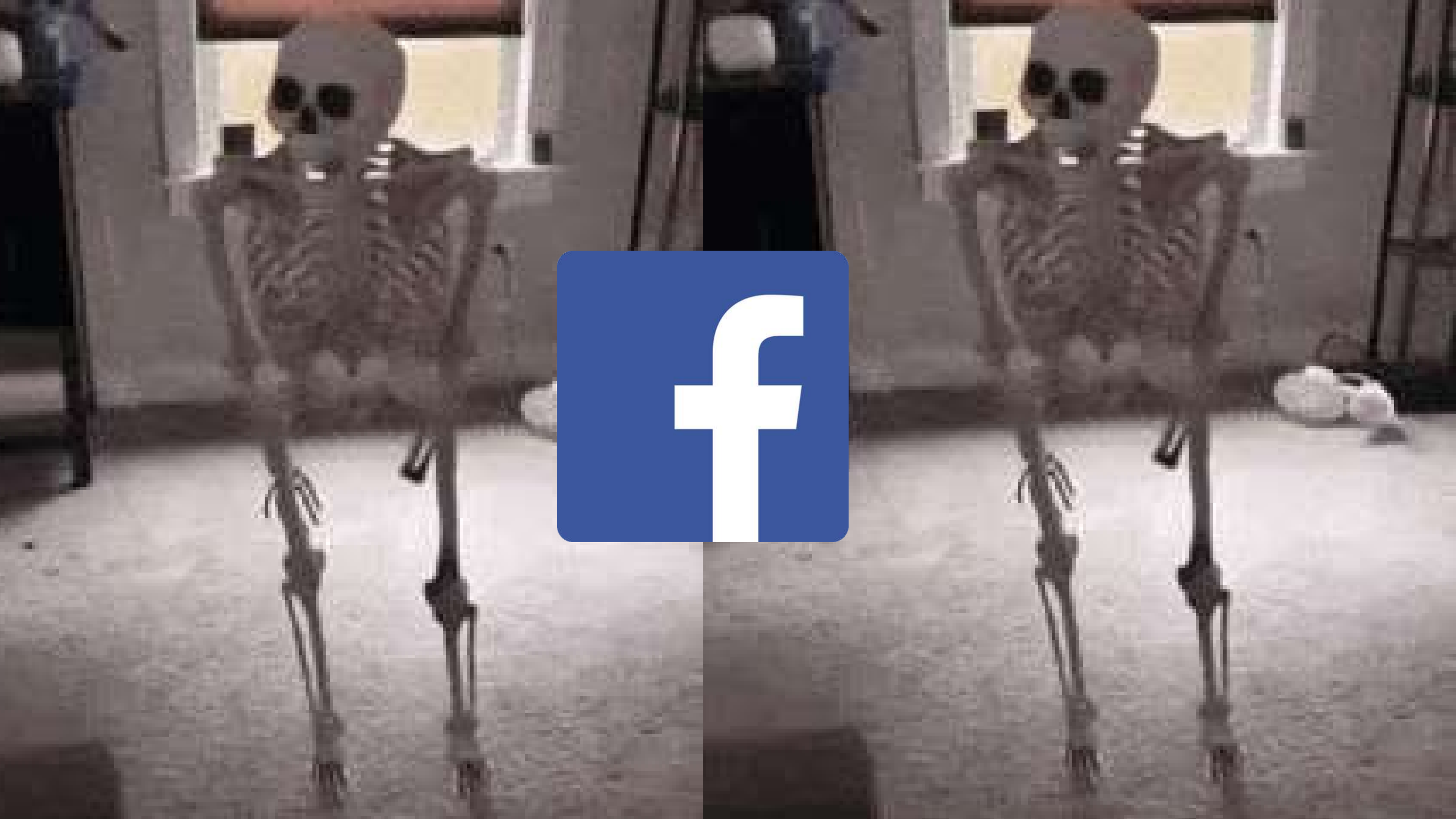
Google Partner



Agenda

- Is Facebook dood?
- Gebruikers per platform (NL)
- Welke doelgroep zit er op Facebook?
- Welke doelgroep zit er op TikTok?
- Welke advertenties zijn beschikbaar op TikTok?
- Hoe spreek je de doelgroep aan?
- Best practices

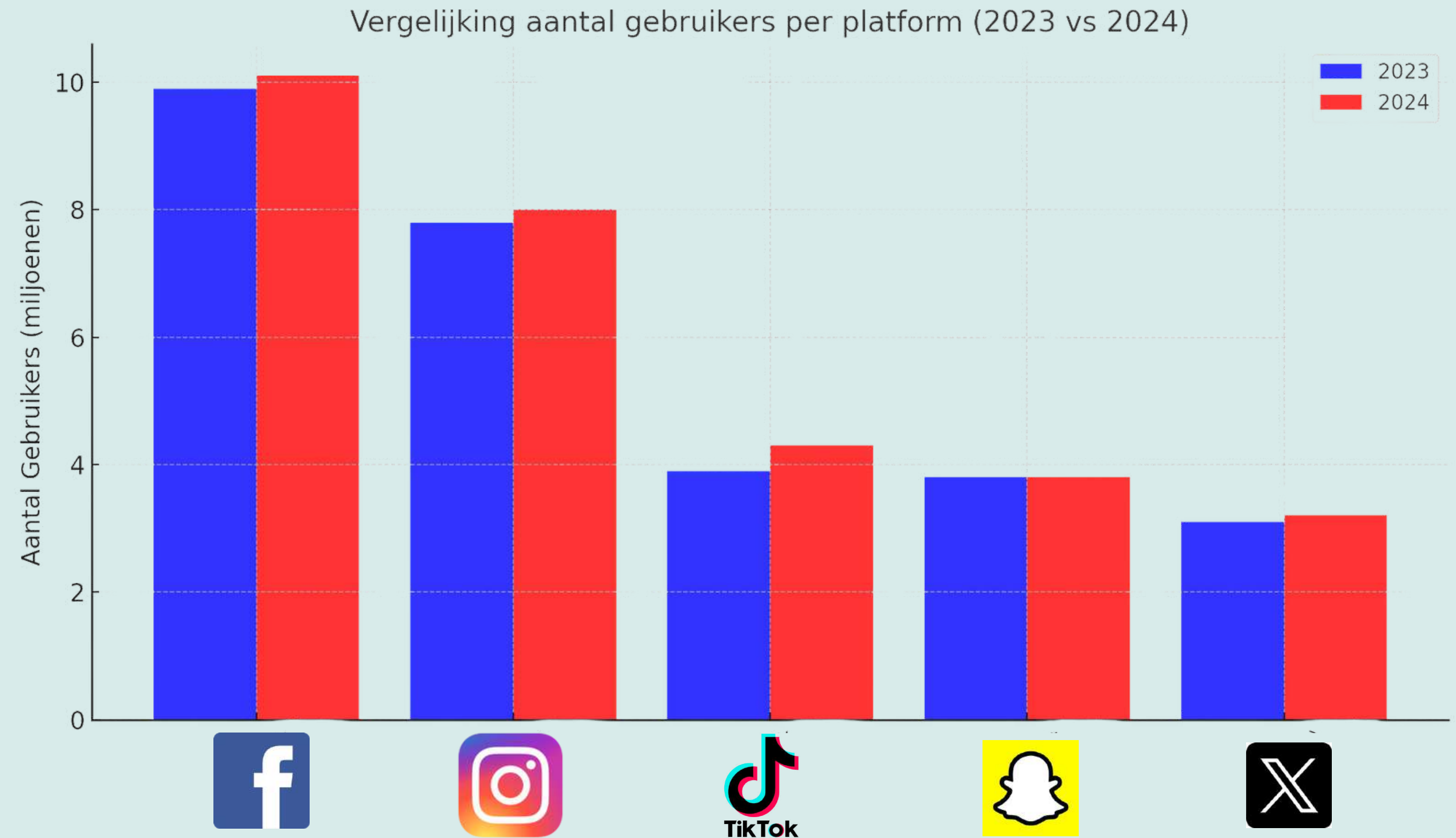




Gebruikers per platform (NL)

Learnings

- Alle platformen groeien aantal gebruikers.
- Het platform X(Twitter) is gegroeid in het aantal gebruikers.
- Aantal gebruikers van snapchat blijft stabiel.

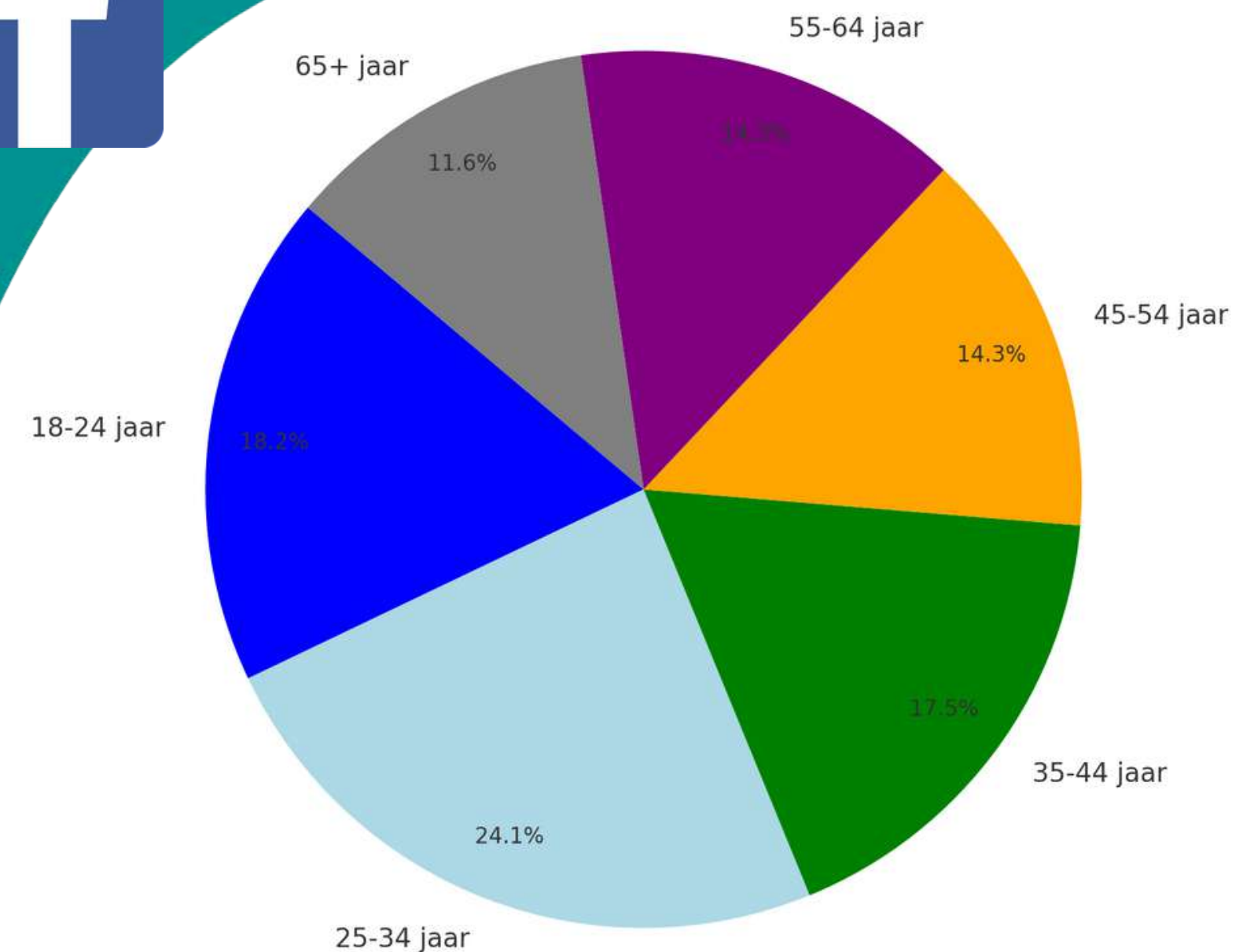


Leeftijden op Facebook



Learnings

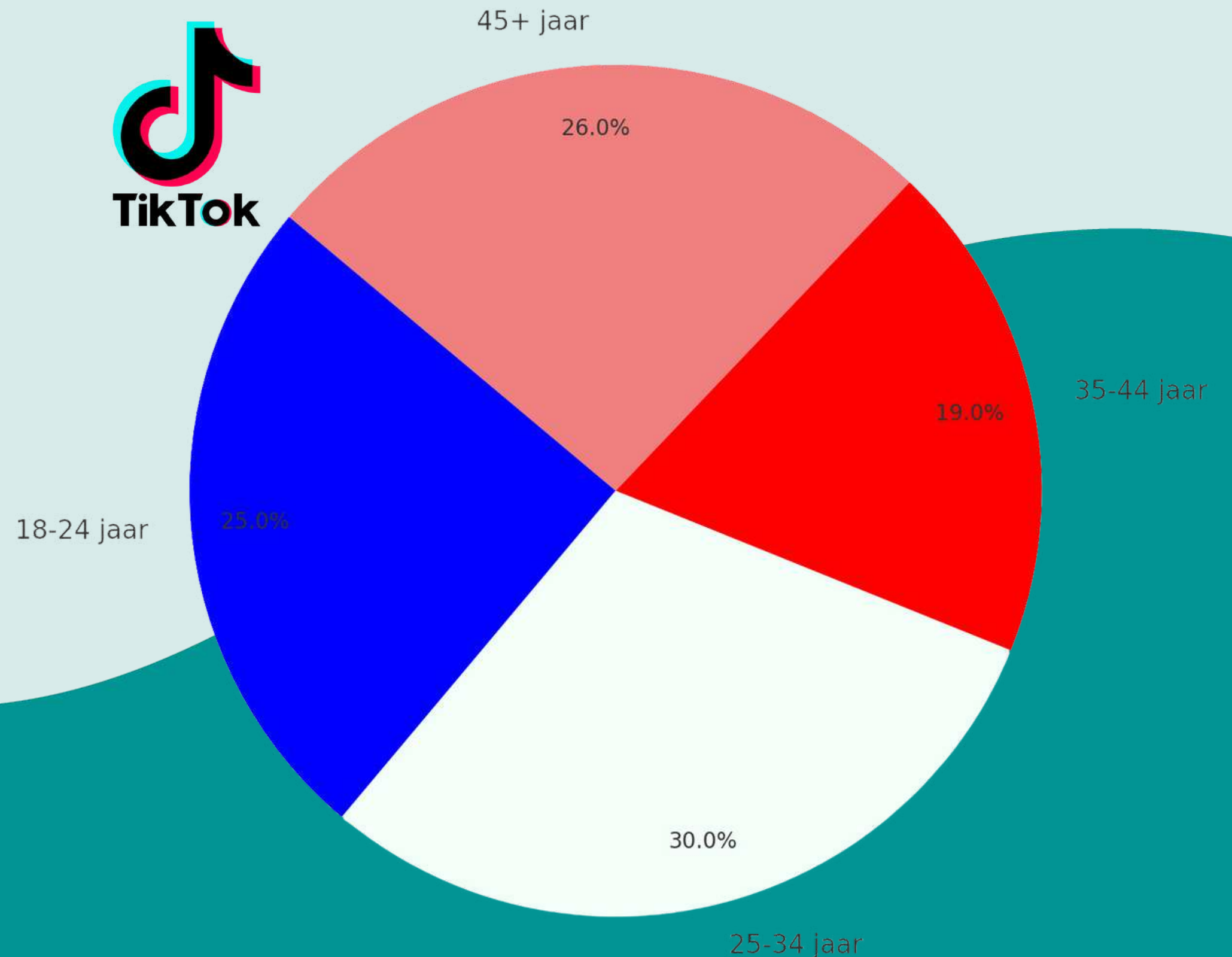
- Gebruikers van 45 jaar en ouder vormen een aanzienlijk deel van de basis, met samen meer dan 40% van het totaal.
- Populairiteit bij doelgroep 25-34 hoog.
- Jongere gebruikers kiezen steeds vaker voor platforms zoals Instagram, TikTok en Snapchat, die zijn visuele aantrekkelijker.



Leeftijden op TikTok

Learnings

- Alle leeftijden zitten op TikTok, het grootste deel is 24+.



Time per platform

Average daily usage time



Our audience in NL

Calculation Period as of **July 2024**
The data is based on TikTok's internal analytics and are not guaranteed.



Netherlands

+6M

Monthly User Base

90+

Average Daily Minutes Spent in App

51.0B

Monthly Video Views

20

Daily Open Times

20.3M

Monthly Video Creations

37% vs 63%

Android vs. iOS

Do not leave
slide behind



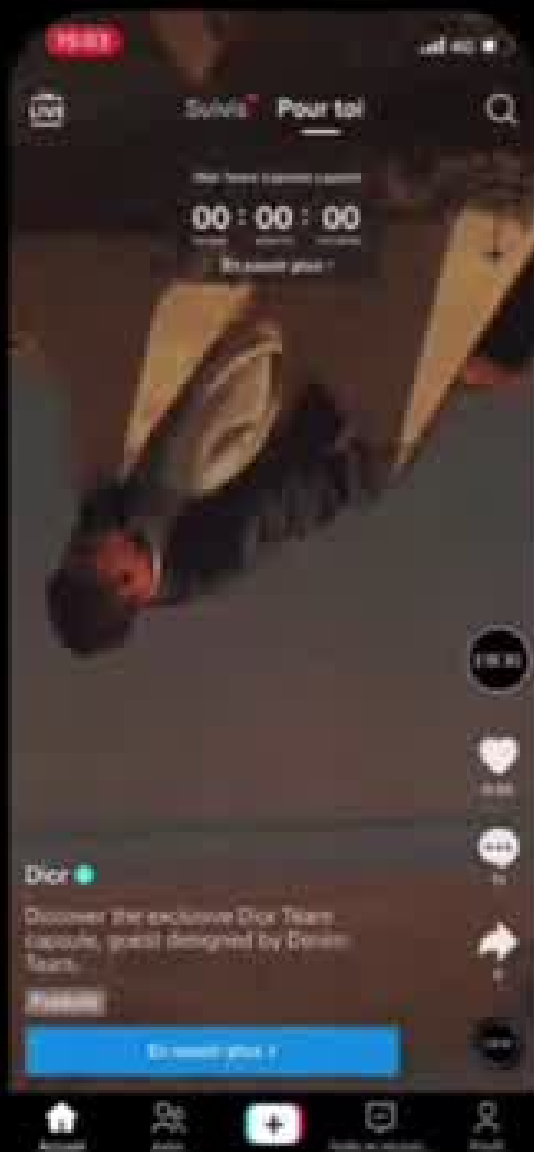


Soorten Advertenties op TikTok

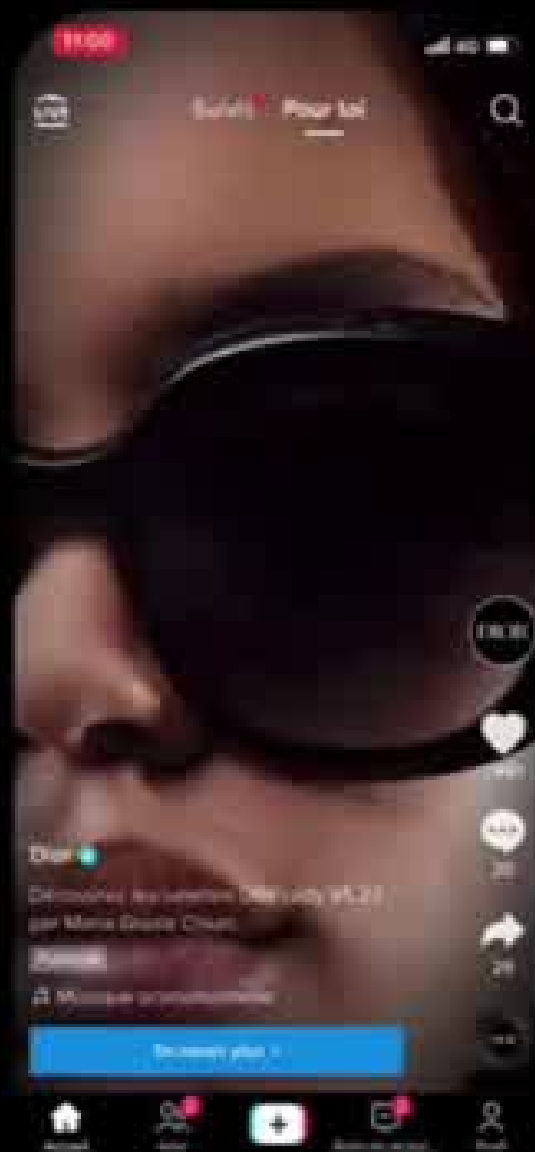
Utilize interactive ad ons to your ads

Awareness (↑CTR)

Countdown



Superlike

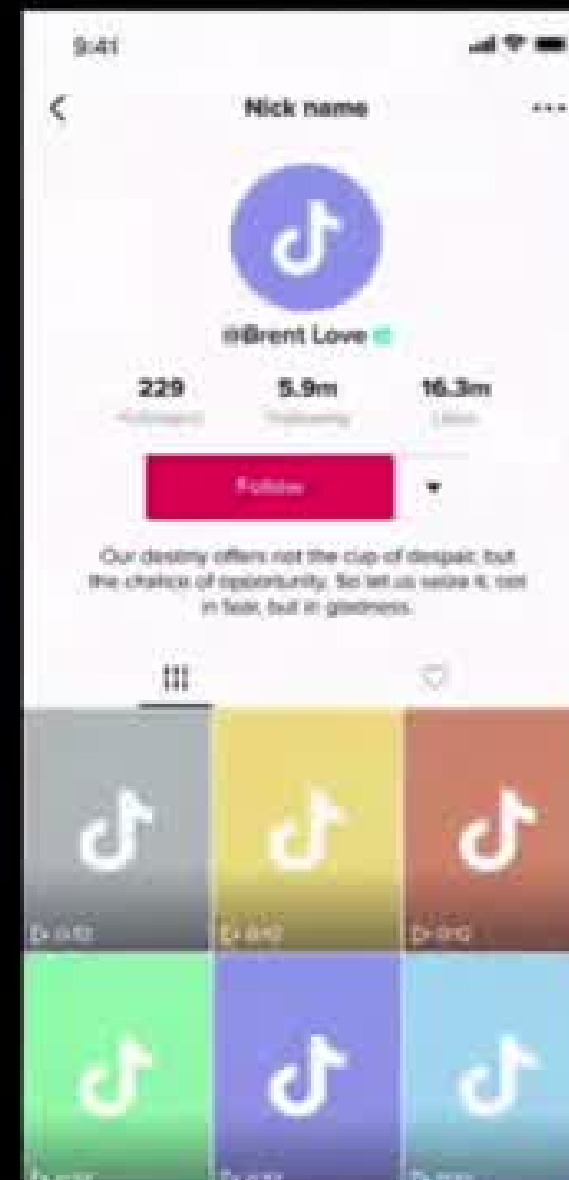


Consideration (↑CTR ↑ER)

Story Selection



Voting

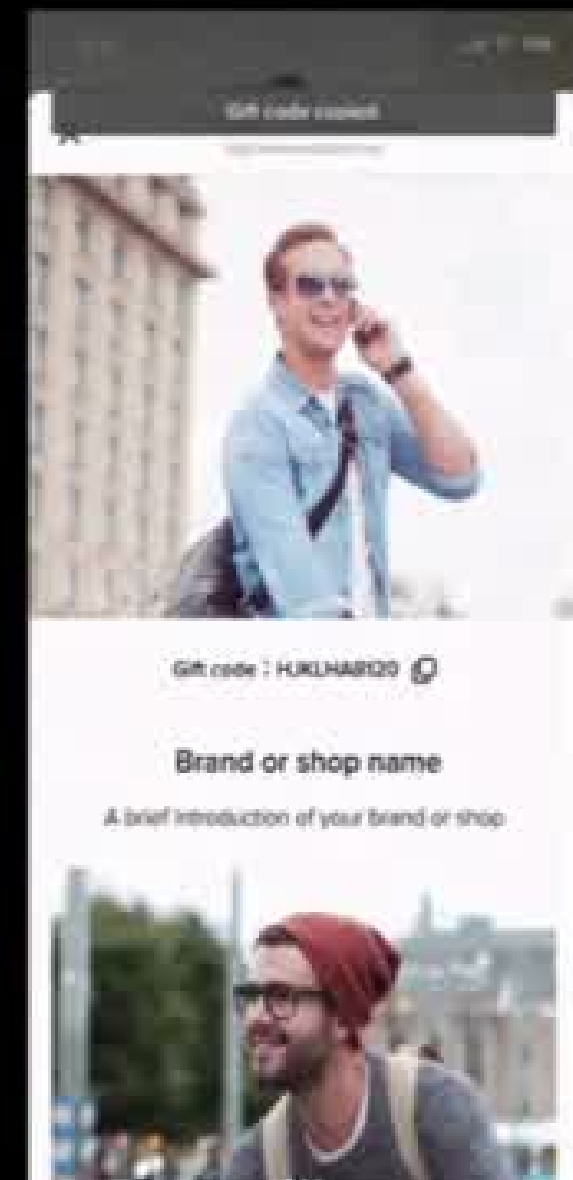


Conversion (↑CTR ↑CVR ↓CPA)

Display Card



Gift Code



Three locations depending on the objective

Top View

Reservation

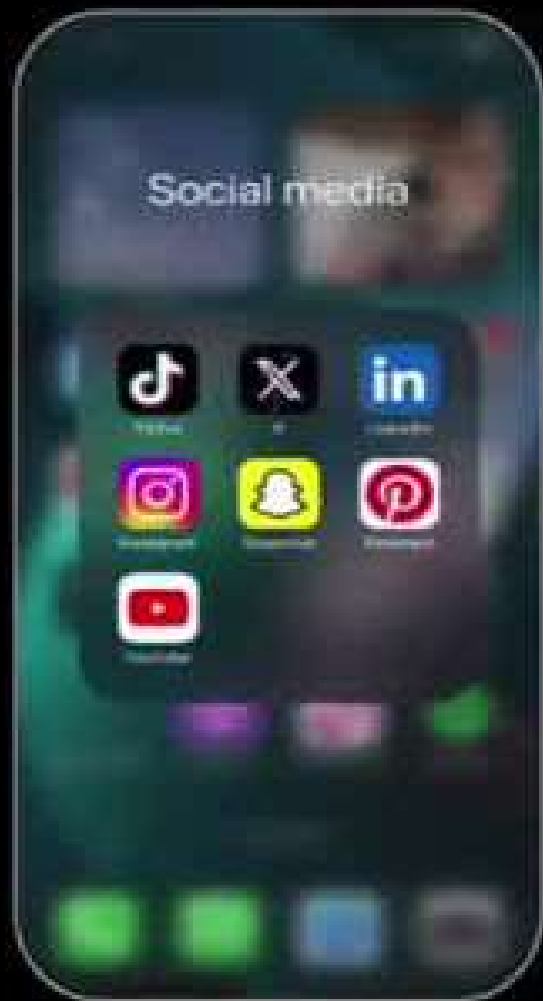
Top Feed

Reach & Frequency

In-Feed

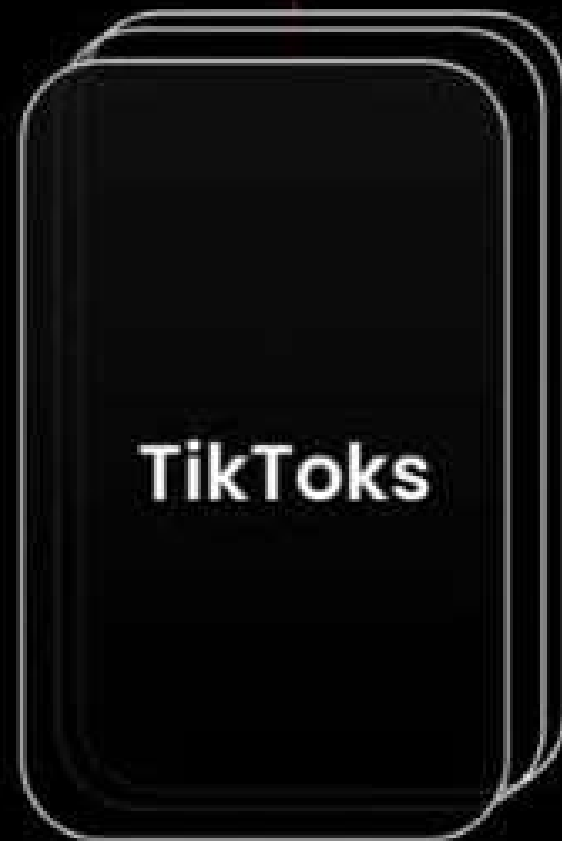
Auction

For you feed

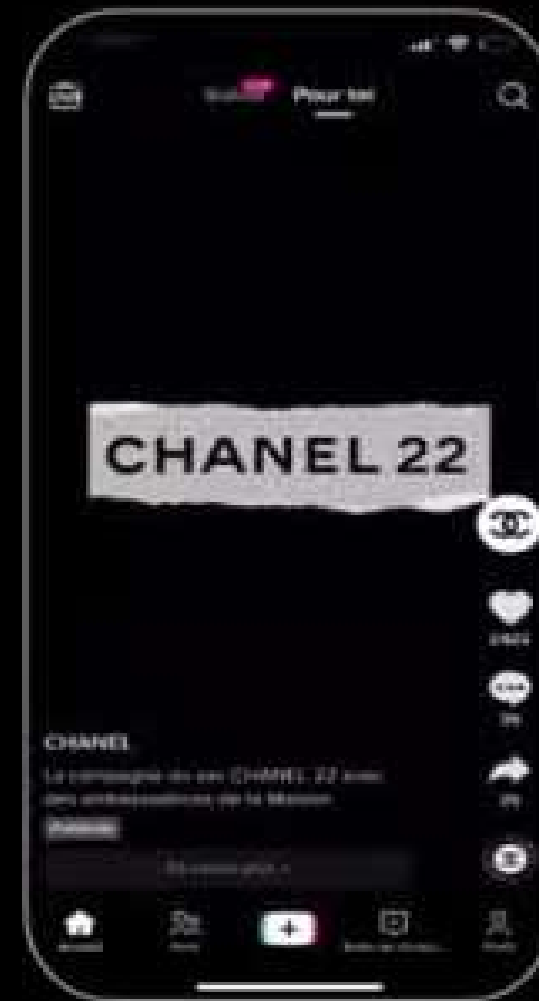


Top View

When opening the app

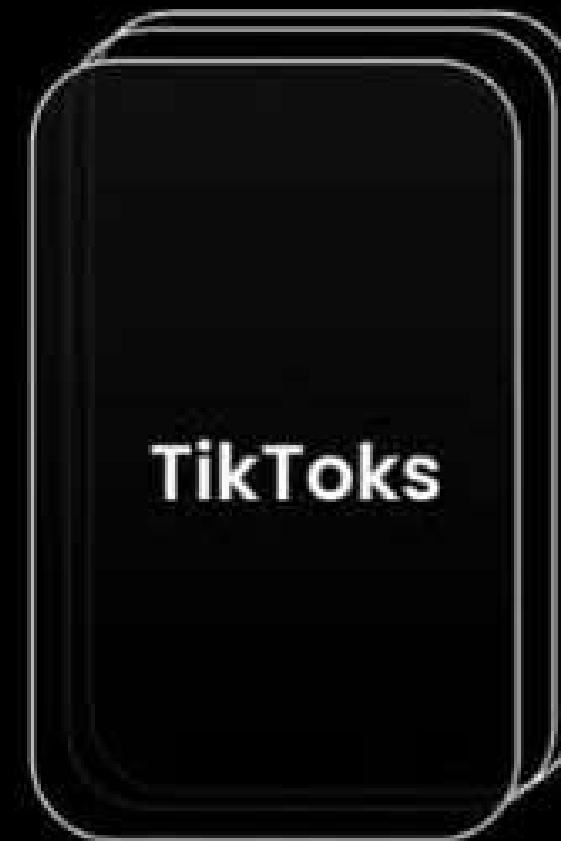


Organic



Top Feed

Every 4th video in feed



Organic



In-Feed

Displayed in any available space

Carousel Ads

With **Carousel Ads**, advertisers can reduce production costs and increase advertising frequency, using a sequence of images.

These will be displayed one by one automatically, but users can also swipe from left to right to see any of them.

Swiping left on the last image will take users to a landing page (In-Feed) or an organic profile (Spark). By clicking on the CTA, users will go to a landing page (it will be the same for all images)

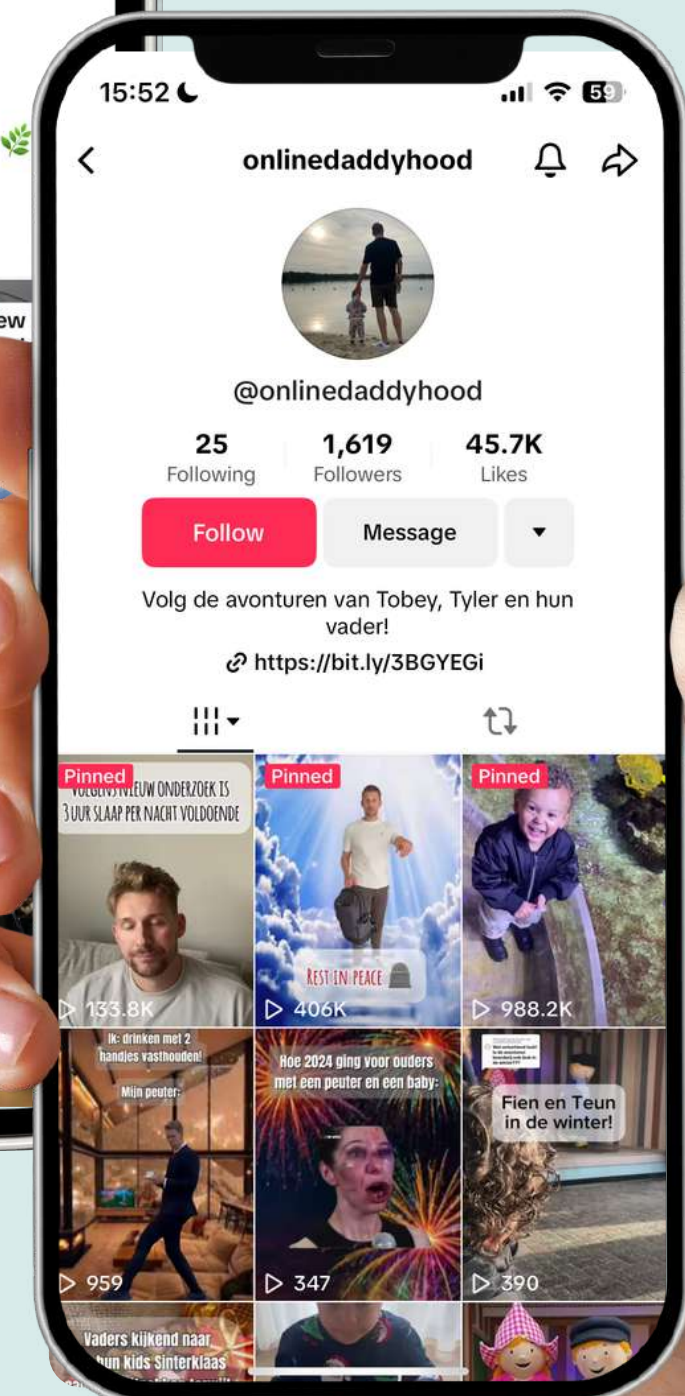
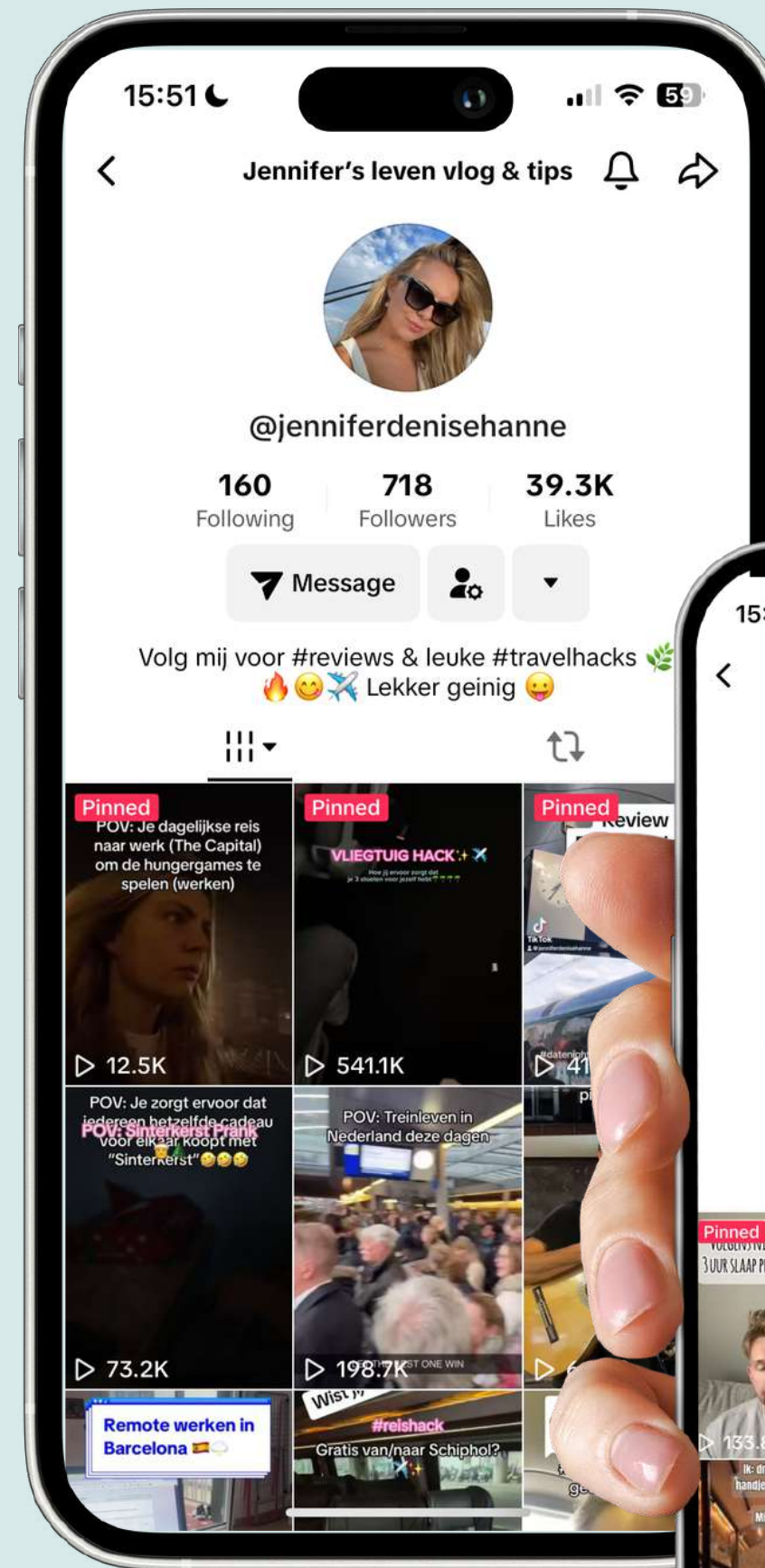


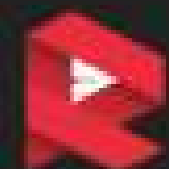


**Hoe spreek je de doelgroep aan
op social media?**

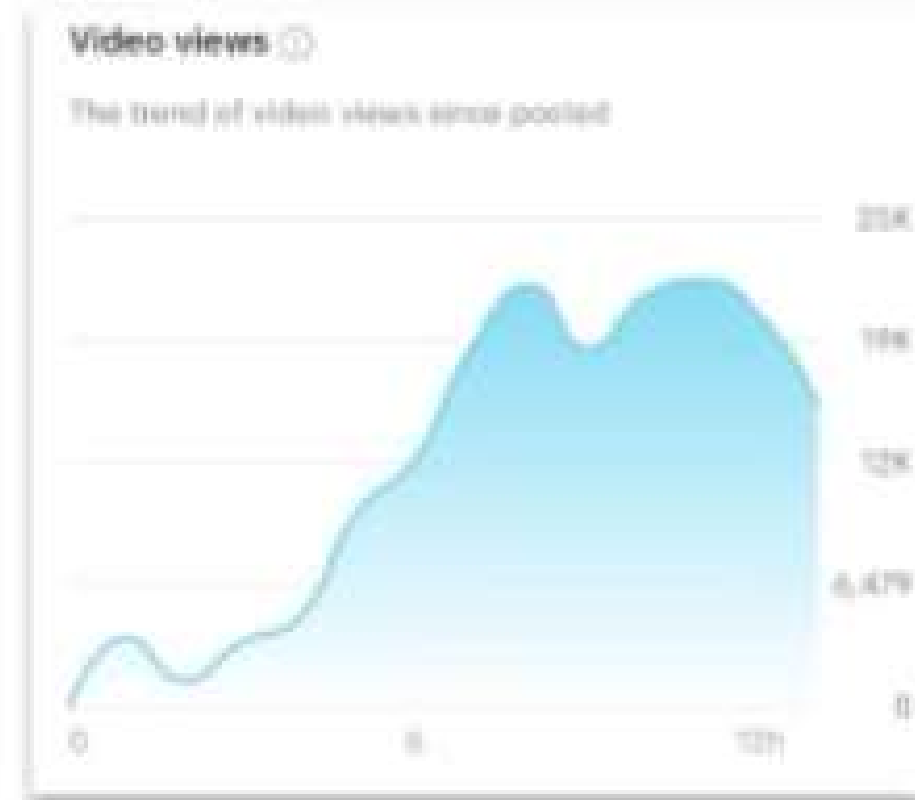
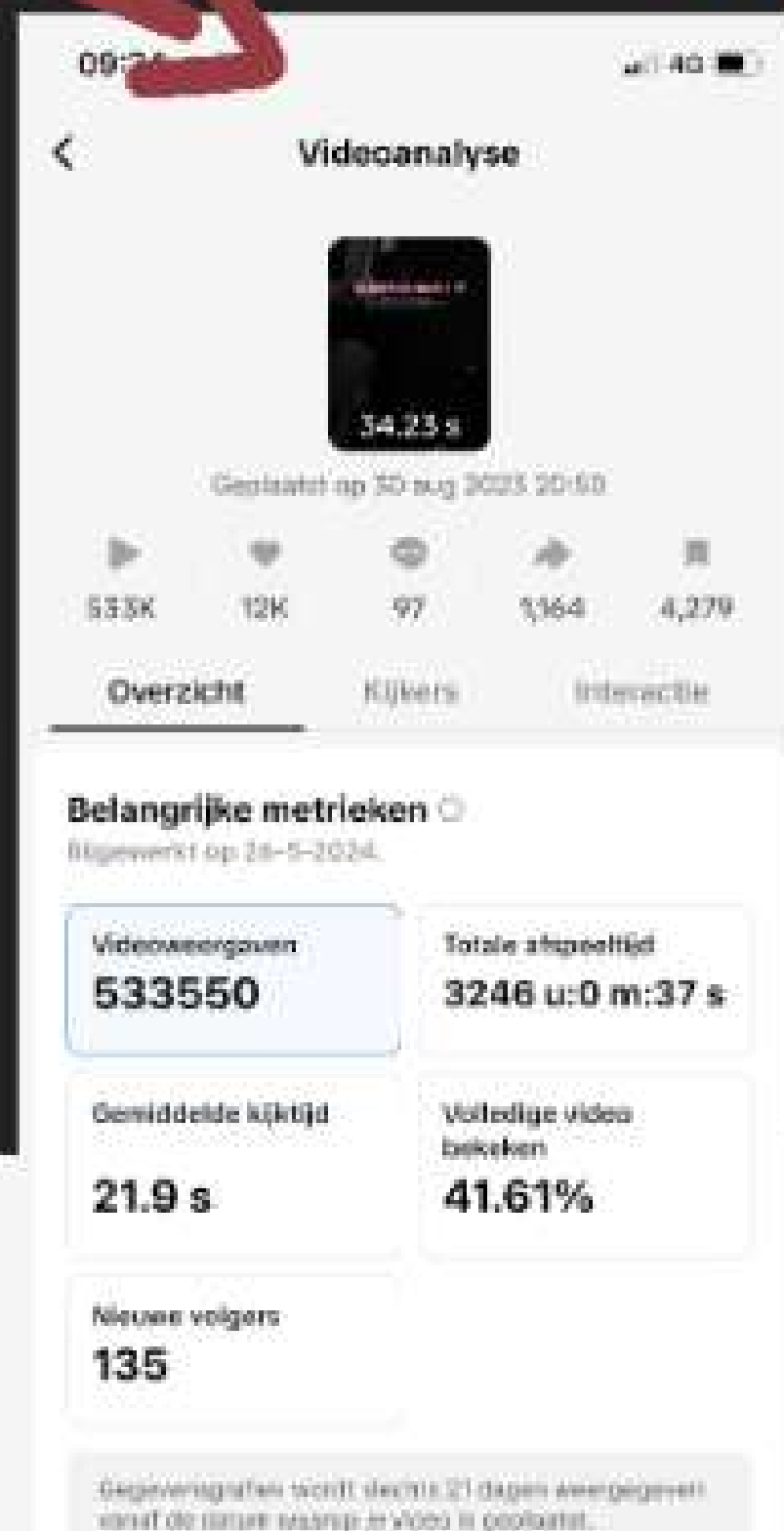


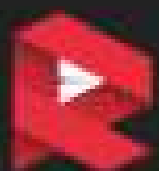
Als je meer volgers wil en je de doelgroep wil bereiken...





You need to
understand
this





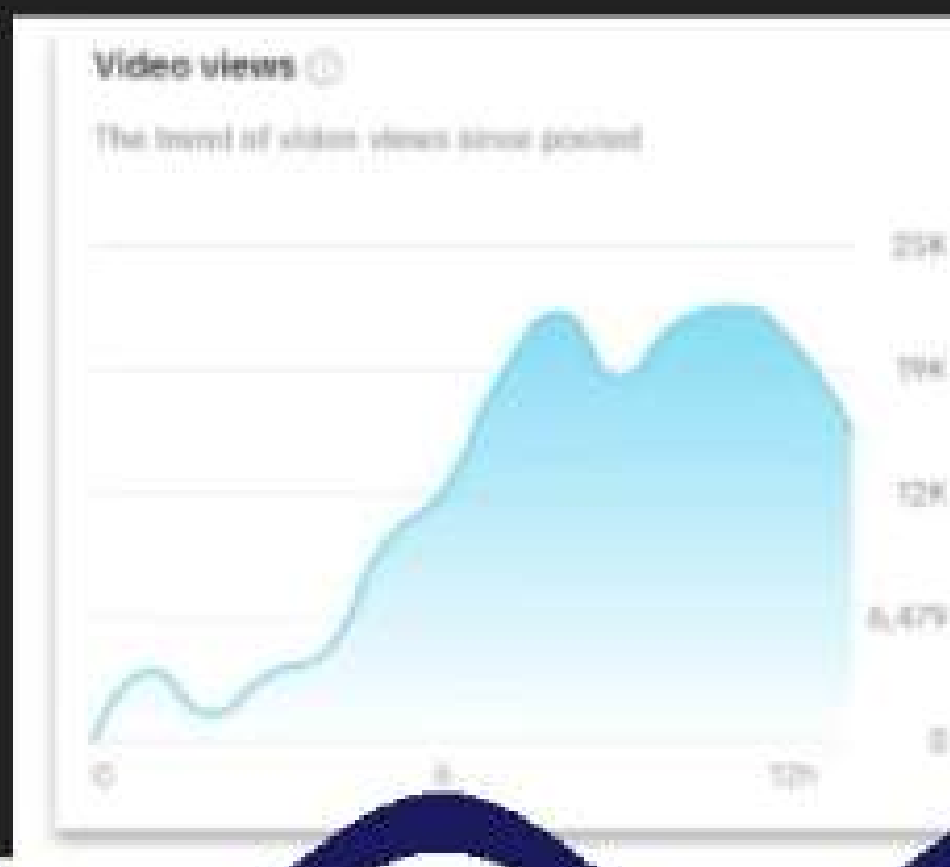
Hoe werkt het algoritme van TikTok?

1. The First Wave 🌊

TikTok toont de nieuwe video eerst aan een groep van **ongeveer 200-400 kijkers**. Vervolgens controleert TikTok of deze kijkers langdurig blijven kijken, liken, delen, opslaan en shares engagement tonen. diep

2. The Second Wave 🌊

Goede KPI's? Dan komt er een **nieuwe push met nieuwe viewers**.

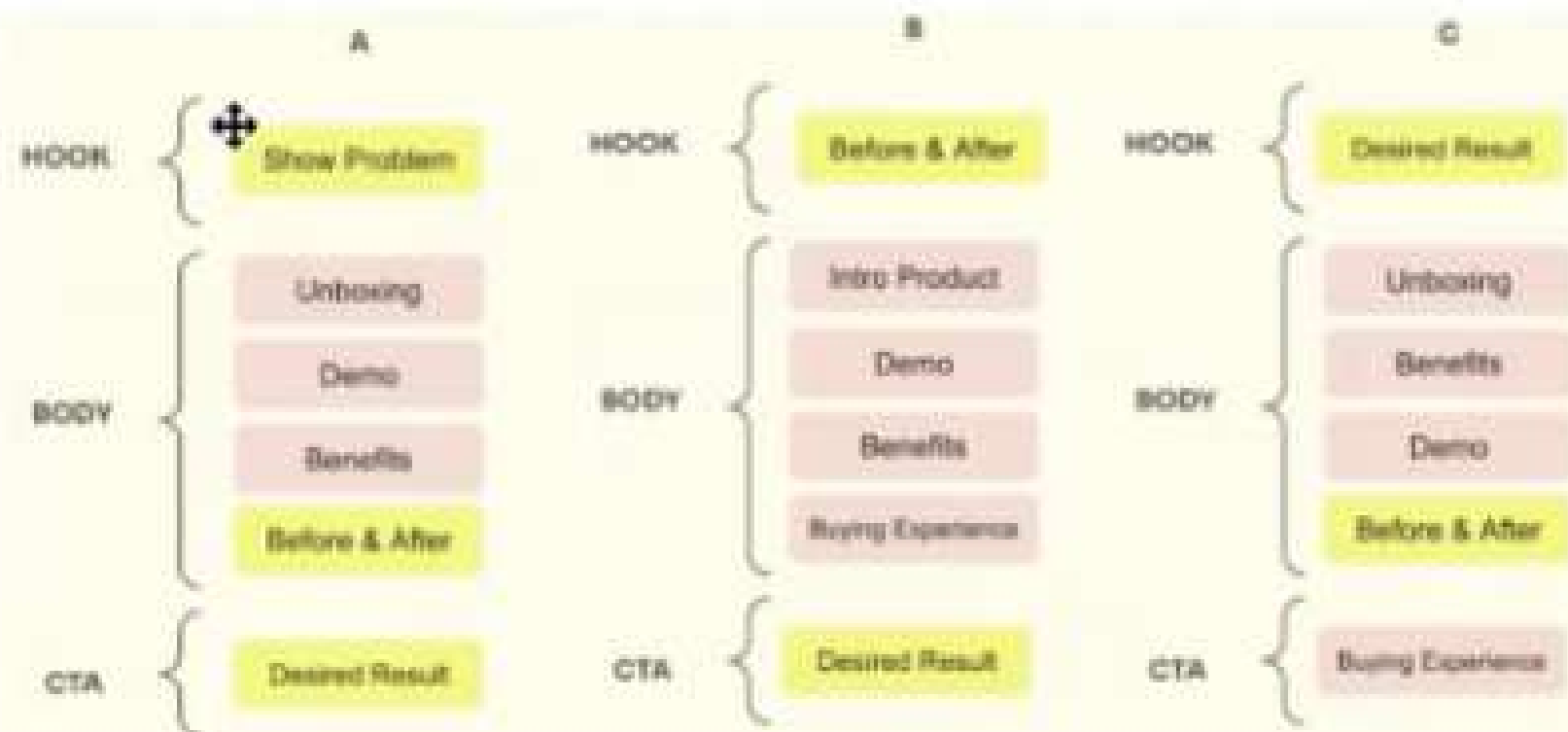
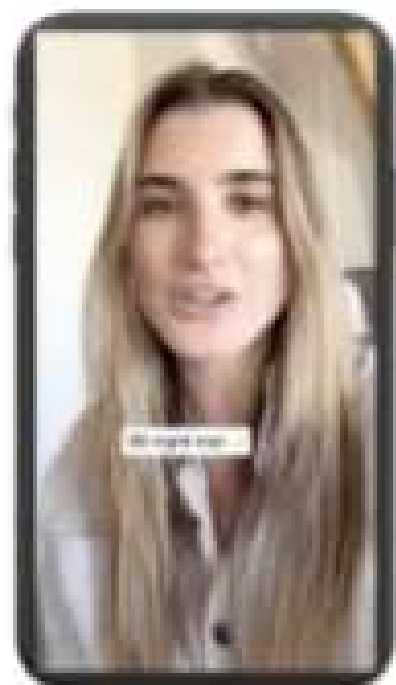
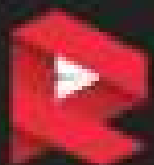


3. More waves 🌊

Gaat dat ook goed? Dan komt er een **derde golf met nieuwe viewers...**

4. Less commitment?

Zijn de KPI's minder? Dan wordt het aantal viewers steeds minder...

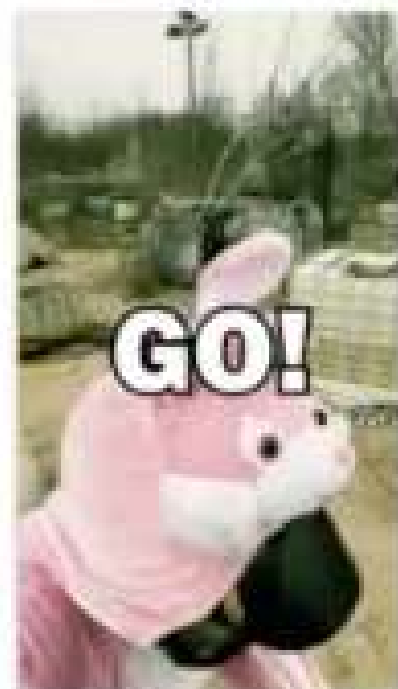


Push langere Kijktijd

- Door te **beginnen met een probleem**, oplossing of resultaat, maak je de kijker nieuwsgierig en houd je ze langer aan het kijken.
- Maak het **verhaal duidelijk** en eindig met een catch 



AANDACHT +



BODY



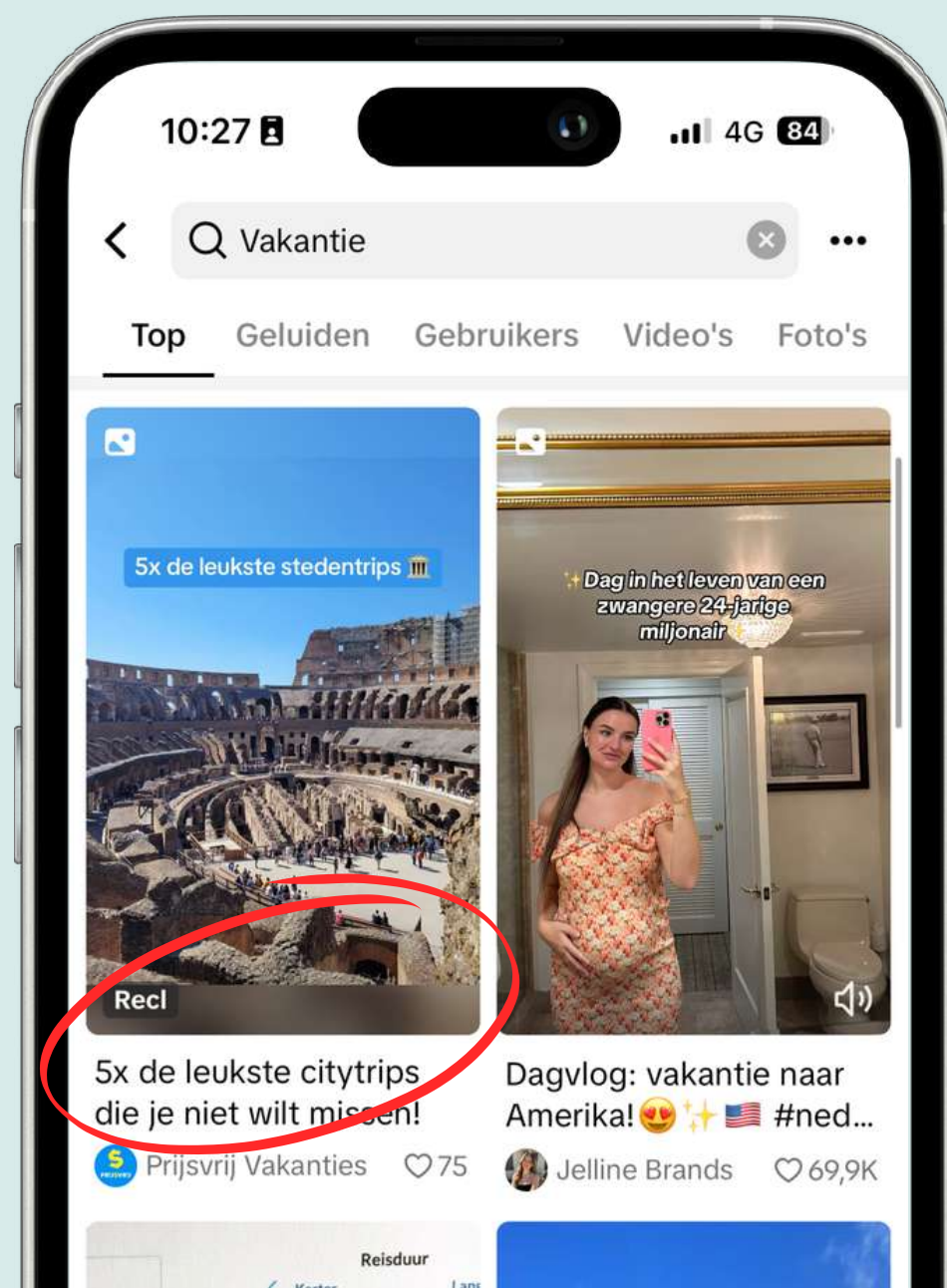
CLOSURE



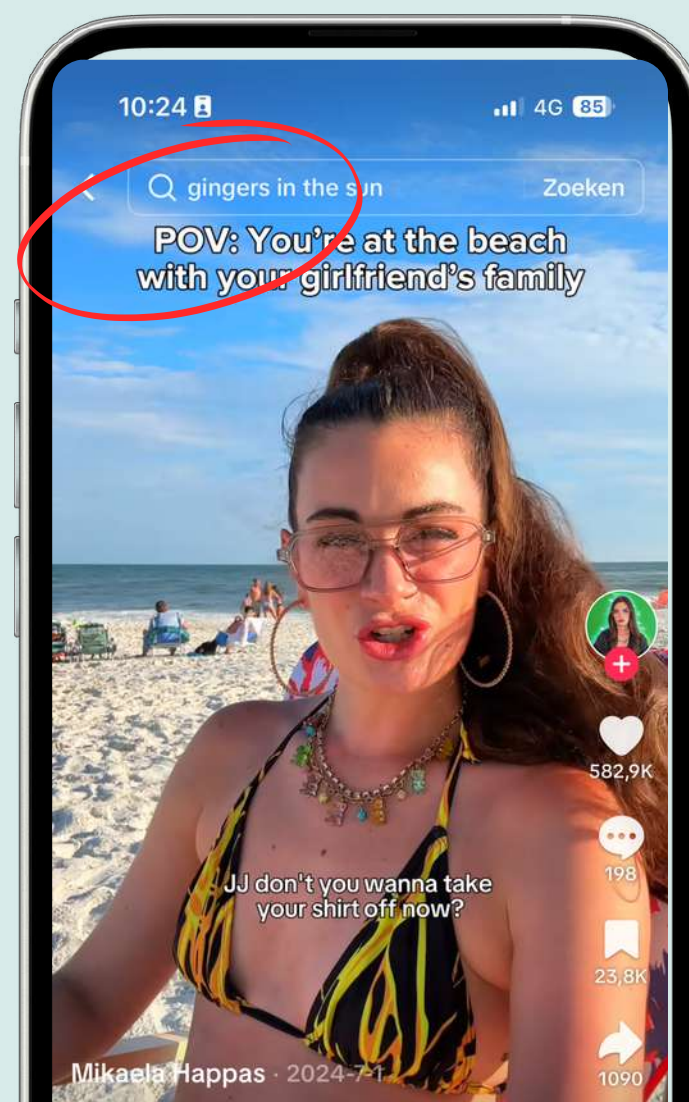
Welke hokes moet je gebruiken ?

De eerste drie secondes van je video moeten opvallen voor zowel advertenties als organische content. Dit kan door opvallende bewegingen, gebaren, taal of het gebruik van trends.

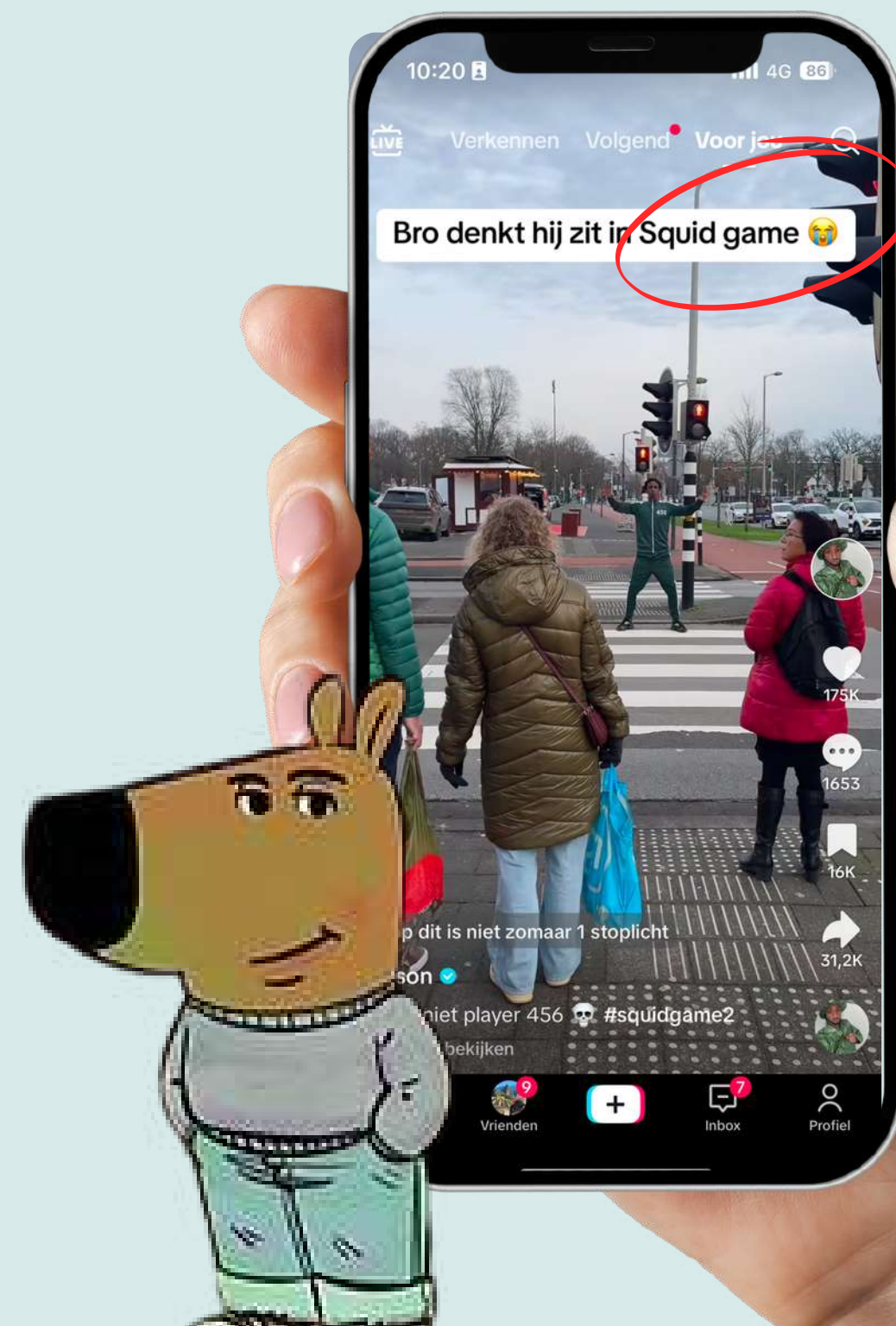
5x de leukste stedentrips



POV video's



Trends





Reageer op comments met video's

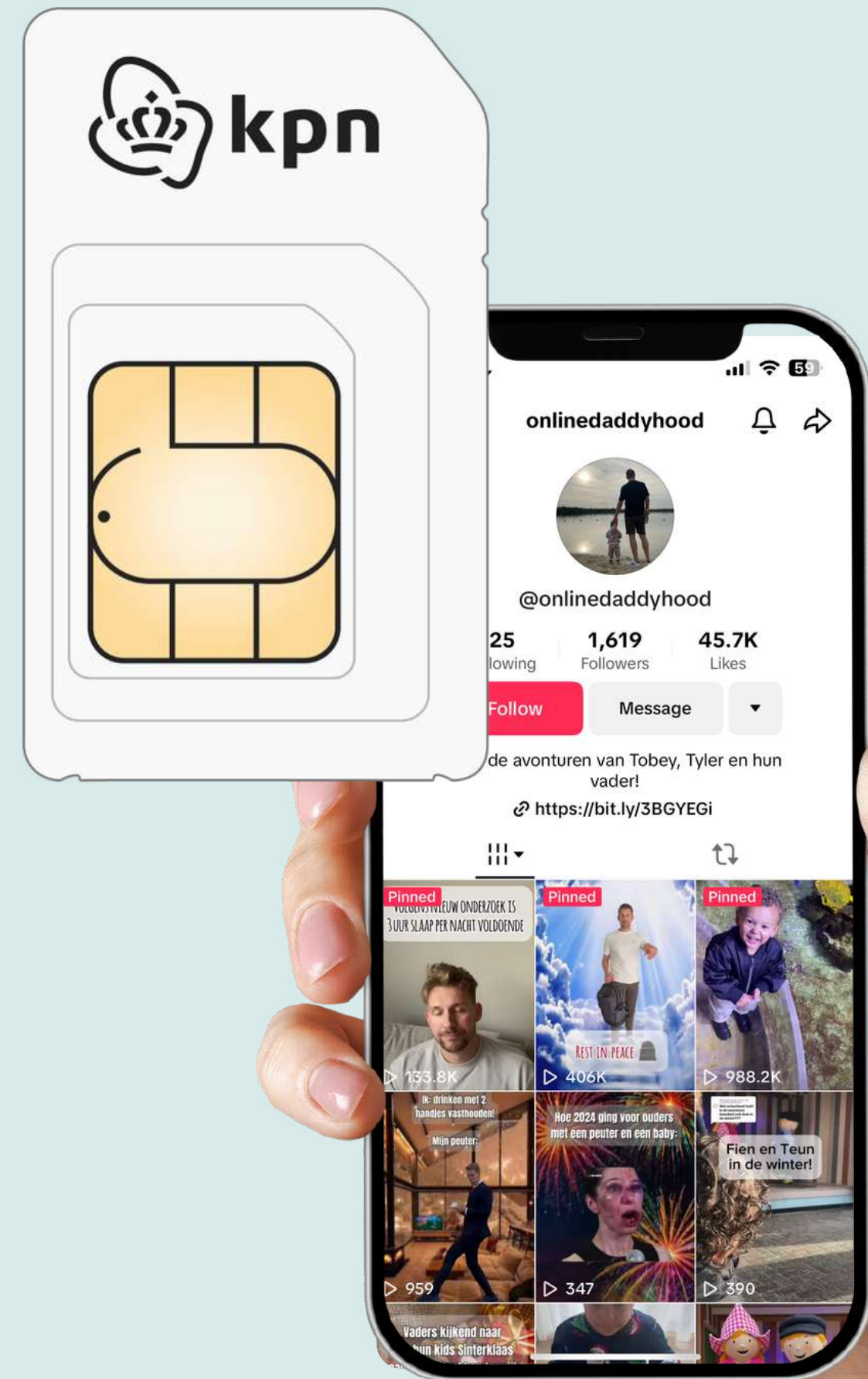
💡 Door op een opmerking te **reageren met een video**, weet TikTok dat de opmerking relevant is voor de doelgroep die heeft geliked.

👉 Hierdoor kun je **een serie maken**. Ook kijkers kunnen dan naar de vorige video gaan.



Één simkaart per land

TikTok kijkt naar je simkaart om te bepalen voor welk land je content maakt.



Zoek TikTok Trends

TikTok biedt de mogelijkheid om trending hashtags , liedjes en meer te bekijken.

TikTokCreative Center

InspirationTrendsCreative Tools

EnglishJ

Browse what's trending now in Netherlands

Find what performs well on TikTok and better engage with your audience.

HashtagsDiscover new trends on TikTok through hashtags

Songs

Creators

TikTok Videos

IndustryLast 7 daysNew to top 100Search

Rank	Hashtags	Posts & Views		Trend	Creators	Actions
1	# squidgame News & Entertainment	15K Posts	211M Views			How s
2 NEW	# school	3K Posts	35M Views			

Gebruik je organische resultaten als advertenties

TikTok biedt de mogelijkheid om je organische TikTok's in te zetten als advertentie.

Spark Ads

In-Feed Ads

Spark Ads

Account Page

Landing Page

Music Page

- Linked to organic account
- Higher engagement
- Increase in followers and organic presence

Landing Page

In-Feed Ads

- Not linked to the organic account
- Higher CTR
- Use the creative tools available in Ads Manager to create your ads from scratch

Spark Ads boost your organic content and redirect users to your organic account. Increase engagement and the ability to gain followers.

In-Feed Ads enhances web traffic (higher CTR), thanks to the existence of more contact points in the Ad that redirect to the landing page.



Red
online marketing
for travel & leisure

5 take-aways

- Zorg voor opvallende content, ook voor je ads.
- Facebook is niet dood, maar wordt minder gebruikt.
- TikTok kan je alleen gebruiken door TikTok's te maken.
- Onderschat de leeftijden niet op Facebook én TikTok.
- Zorg voor een SIMkaart als je in het buitenland wil doorbreken.





Red
online marketing
for travel & leisure

Bedankt voor het luisteren!

