Publicado en Ciudad de México el 25/08/2022

# [Según Hubspot las empresas también tienen su hueco en TikTok, la red social del momento](http://www.notasdeprensa.es)

## TikTok significa una oportunidad de interacción para las empresas de cualquier ámbito y tamaño con sus clientes, pues la actividad se determina con base en las preferencias de los usuarios

 Es innegable que TikTok es una de las redes sociales del momento. La aplicación ha visto cómo su crecimiento ha aumentado exponencialmente desde 2020 hasta alcanzar los 1023 millones de usuarios activos al mes, de forma global, en 2022. El pronóstico de crecimiento, según Statista, es alcanzar los 1.326 millones de usuarios en 2025. Según datos de Hubspot, la plataforma líder de CRM para empresas en expansión, el uso de TikTok comienza a llegar poco a poco a otras generaciones. Con base en estos datos, TikTok se posiciona como una de las redes sociales del futuro por lo que es necesario que las grandes empresas evalúen si este canal emergente de marketing está en concordancia con su estrategia empresarial y sus públicos objetivos. De acuerdo con el Instituto Federal de Telecomunicaciones, TikTok es una de las plataformas más utilizadas en México con más de 50 millones de usuarios mayores de 18 años a abril de 2022 (Kepios and ByteDance, 2022). Como compañía experta en marketing, HubSpot comparte 5 consejos útiles para que las grandes empresas triunfen en la red social de moda: Crear un perfil de marca atractivoEs importante mantener la personalidad de la marca en todas sus redes sociales, pero es igual de crucial tener en cuenta las características únicas de cada una de ellas. En el caso de TikTok, se debe considerar el dinamismo y tono que caracteriza a esta plataforma. Aprovechar el marketing en tiempo realTikTok permite tener una visión de las tendencias de marketing en tiempo real, si se identifican estas nuevas tendencias - teniendo en cuenta la estrategia empresarial y los objetivos - las empresas tienen una gran oportunidad de aumentar su engagement rate o tasa de interacción. Crear experiencias para los usuarios y probar nuevos formatosEn TikTok, los usuarios quieren divertirse y explorar la creatividad. La herramienta gamified branded effect, permite jugar con expresiones faciales y movimientos corporales. Este tipo de interacciones suelen ser virales y representan una gran oportunidad para llegar a mucha gente. Publicar en las mejores horasLo ideal es aprovechar los momentos en los que hay más personas usando la aplicación para publicar el contenido. Estas franjas horarias varían en función del país; en España las mejores son entre las 7 de la mañana y las 12 de la noche. Valorar el uso de influencers para campañasCrear algunos de estos videos con influencers relacionados con el sector de la compaña puede ser muy beneficioso ya que utilizas el empuje de su audiencia. Una vez publicados, es muy útil difundir estos videos en los perfiles de redes sociales. Lo ideal es que una cuenta de una gran empresa publique entre uno y tres videos al día para enganchar a la audiencia sin llegar a saturar. El objetivo fundamental debe ser crear un contenido original que permita a las compañías aumentar su visibilidad y fidelizar a su audiencia. Descargar la Guía Gratuita de TikTok para empresas por HubSpot en este link.

**Datos de contacto:**

Fabiola Martínez

zleal@atrevia.com

55 5922 4262

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/segun-hubspot-las-empresas-tambien-tienen-su](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Internacional Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce Dispositivos móviles Ciudad de México



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)