

TikTok otwiera się na marketerów

Jedna z najbardziej popularnych i najchętniej pobieranych aplikacji na świecie w 2018 roku zaskakuje po raz kolejny. Niektórzy użytkownicy obserwują, że pomiędzy oglądanymi treściami, pojawiają się reklamy. Dla jednych jest to całkowita nowość, dla innych tylko potwierdzenie informacji, które od jakiegoś czasu pojawiają się w Internecie.

Informacje o planach TikTok względem uruchomienia reklam, czy współpracy marketingowej były spodziewane na rynku od jakiegoś czasu. Pierwsze sygnały pochodziły z rynków azjatyckich, więc to było kwestią czasu, zanim pojawią się w naszej części świata. I nie powinno to dziwić, bo naturalnym elementem rozwoju aplikacji czy usług, szczególnie tych internetowych, jest wprowadzenie jakichś form monetyzacji. Trzeba jednak podkreślić, że dla Bytedance priorytetem jest, przede wszystkim, skupienie się na zadowoleniu użytkowników – komentuje Alicja Stefaniak, Group Account Director z agencji GetHero.

Warto pamiętać, że TikTok, który został okrzyknięty najdroższym startupem na świecie narobił w cyfrowym świecie trochę szumu (również dzięki kampaniom na platformie, organizowanym przez Coca-Colę czy Garniera) – nie trzeba było długo czekać na reakcję światowego giganta – Facebook ogłosił pod koniec 2018 roku informację o nowej aplikacji „Lasso”, bliźniaczo podobnej do produktu firmy Bytedance. W tym kontekście, informacje o działaniach TikTok, rozszerzających ofertę marketingową, są całkowicie zrozumiałe. Czyżby rok 2019 miał okazać się walką Dawida z Goliatem?