



TikTok a Snapchat Sociální sítě Generace Z

LCG NEW MEDIA



VOJTĚCH LAMBERT, CEO
www.lcgnewmedia.cz

Děti utíkají z Facebooku, mají tam rodiče, říká influencer

🕒 13. prosince 2020



Mladí zanevřeli na Facebook. V žebříčku sociálních sítí skončil čtvrtý

🕒 1. června 2018 12:15



Děti nám mizí na TikTok

Facebook už u dětí a mladých tolik nefrčí, utíkají někam, kde je rodiče nedostihnou. Do přímých zpráv a příběhů na Instagramu či Snapchatu. A také na TikTok (bývalé Musica.ly).



NEW
MEDIA

JE TOMU OPRAVDU TAK?

**JAK VYPADÁ STRUKTURA
UŽIVATELŮ SÍTÍ?**

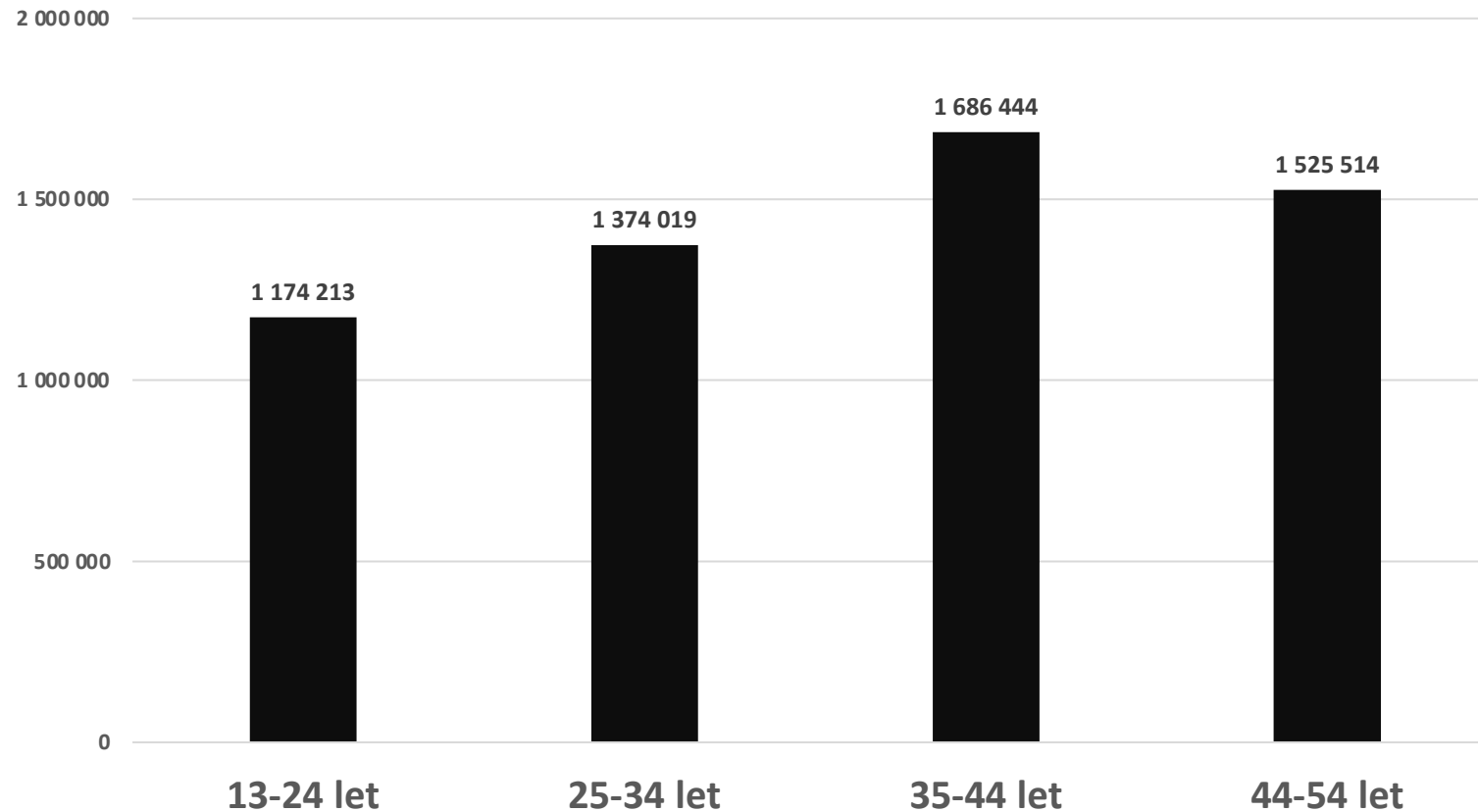
POPULACE **A SOCIÁLNÍ SÍTĚ**



KDO JSOU “MLADÍ” NEBOLI GENERACE Z?

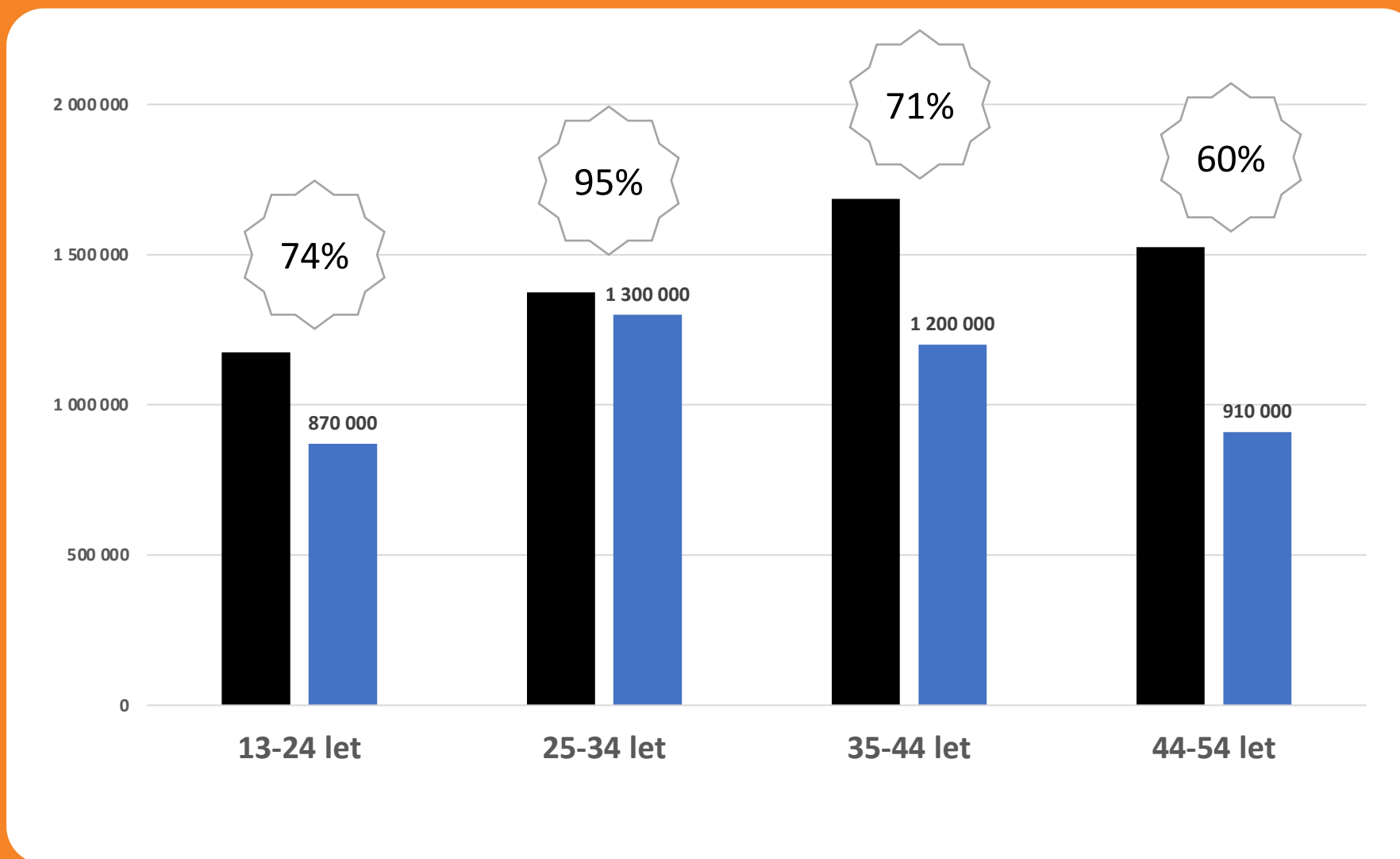
- Narození mezi lety 1995 – 2015
- Vyrůstli na „internetu“
- Rychlé sdílení všech událostí, myšlenek
- Využívání tzv. instant messaging
- Rychlí adopteři sociálních sítí

DEMOGRAFIE v ČR 13-54 LET



Zdroj: ČSÚ, věkové složení obyvatelstva 2020; <https://www.czso.cz/csu/czso/vekove-slozeni-obyvatelstva-2020>

ČESKÁ DEMOGRAFIE VS. FACEBOOK 13-54 LET

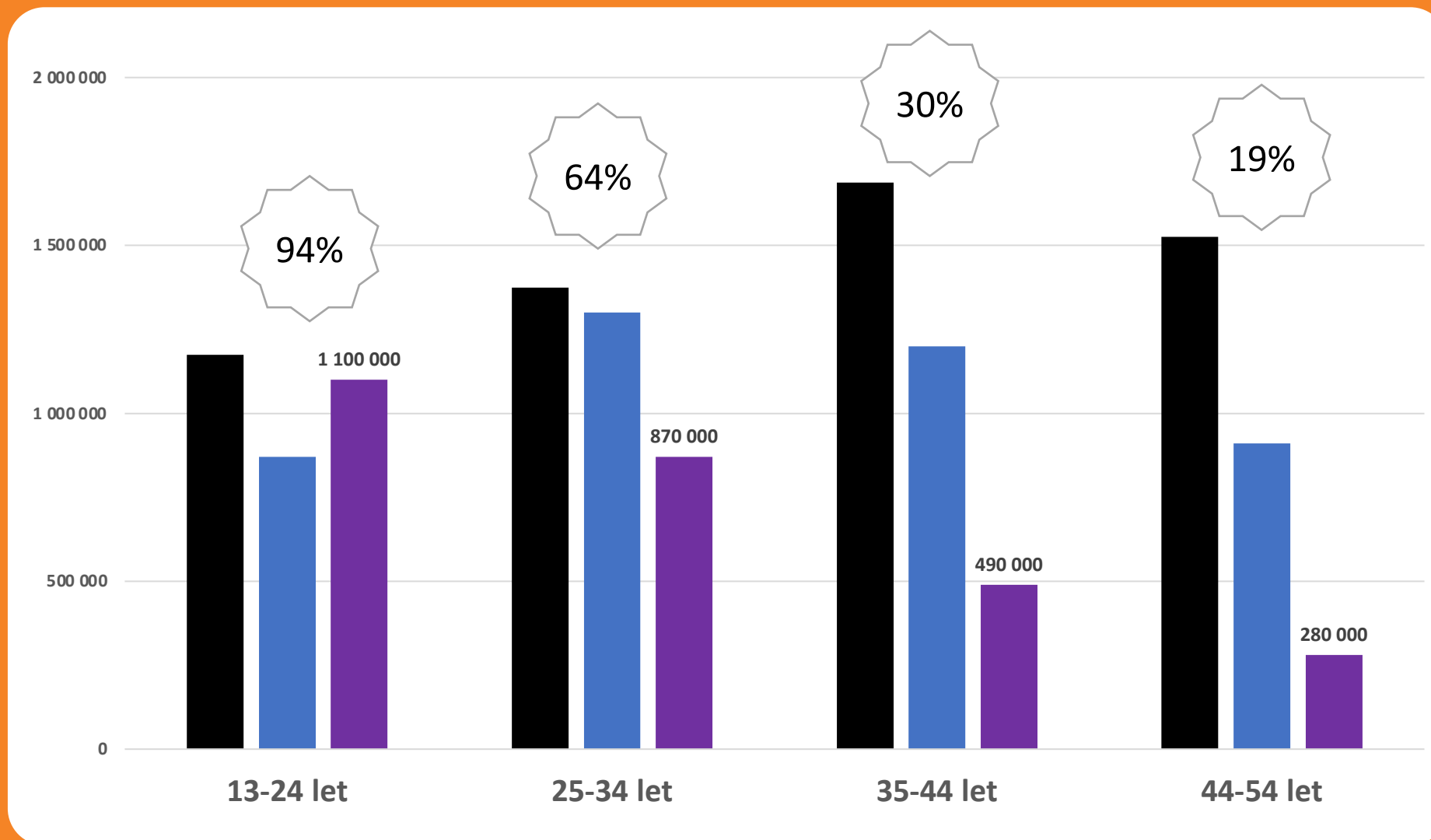


Zdroj: ČSÚ, věkové složení obyvatelstva 2020; <https://www.czso.cz/csu/czso/vekove-slozeni-obyvatelstva-2020>
Facebook (Facebook.com), přehled k 9/2021



NEW
MEDIA

ČESKÁ DEMOGRAFIE VS. FACEBOOK VS. INSTAGRAM 13-54 LET

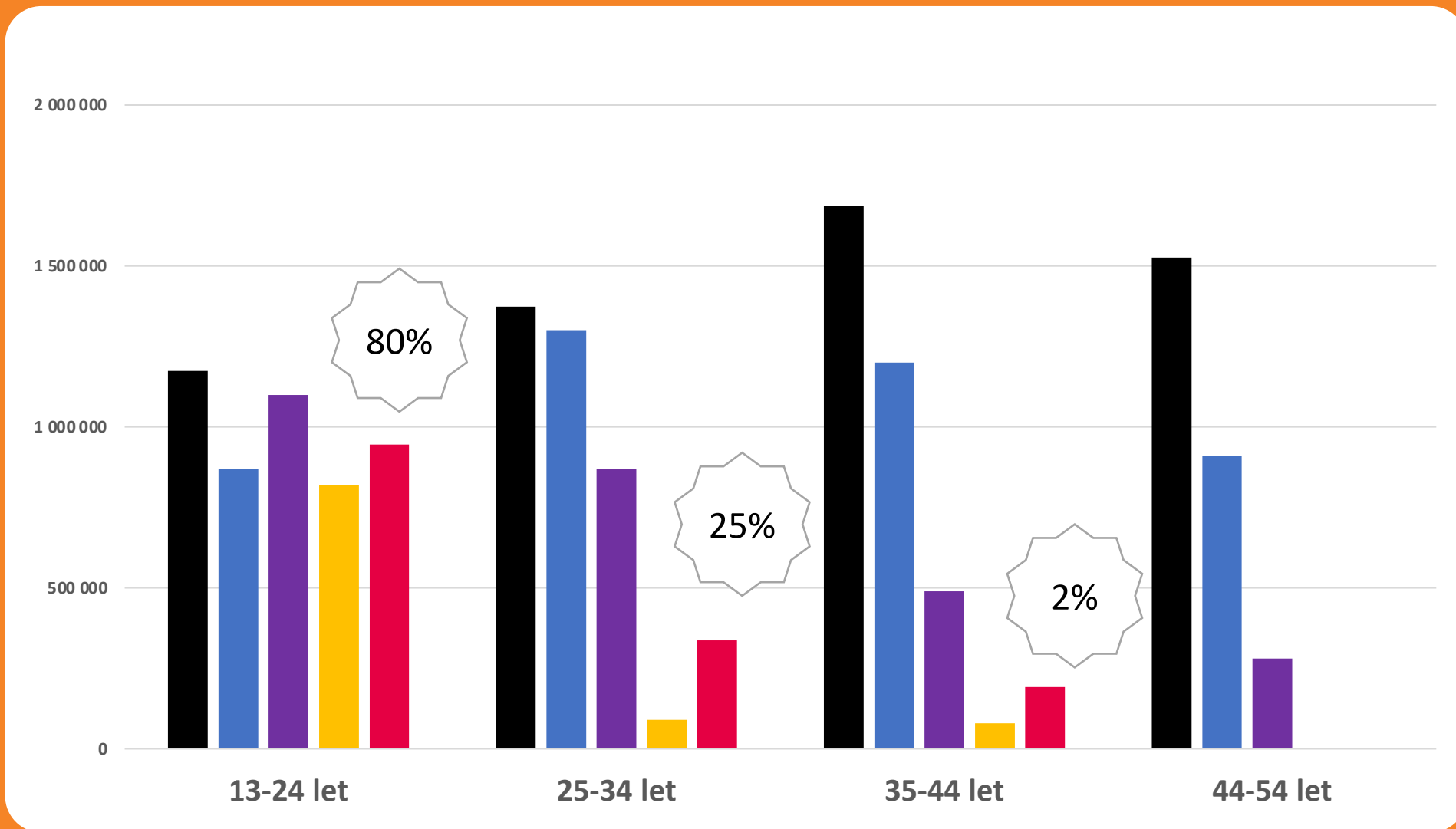


Zdroj: ČSÚ, věkové složení obyvatelstva 2020; <https://www.czso.cz/csu/czso/vekove-slozeni-obyvatelstva-2020>
Facebook (Facebook.com), přehled k 9/2021



NEW
MEDIA

ČESKÁ DEMOGRAFIE VS. FACEBOOK VS. INSTAGRAM VS. SNAPCHAT VS. TIKTOK 13-54 LET



Zdroj: ČSÚ, věkové složení obyvatelstva 2020; <https://www.czso.cz/csu/czso/vekove-slozeni-obyvatelstva-2020>

Facebook (Facebook.com), přehled k 9/2021

TikTok (TikTok.com), přehled k 9/2021 ; Snapchat (Snapchat.com, přehled k 9/2021)



NEW
MEDIA

**MLADÍ NA FACEBOOKU JSOU,
ALE CHOVAJÍ SE TAM JINAK...**



NEW
MEDIA

S

**ÍTĚ Z POHLEDU
STRÁVENÉHO ČASU
A INTERAKCE**



**NEW
MEDIA**

Průměrný engagement rate influencerů v roce 2020

			
Micro < 15K	3.86%	1.63%	17.96%
Regular 15K-50K	2.39%	0.51%	9.75%
Rising 50K-100K	1.87%	0.46%	8.37%
Mid 100K-500K	1.62%	0.43%	6.67%
Macro 500K-1M	1.36%	0.44%	6.20%
Mega 1M+	1.21%	0.37%	4.96%

Zdroj: InfluencerMarketing Hub & Upfluence, rok 2021

ČAS STRÁVENÝ NA SÍTÍCH

Uživatelé TikToku tráví s aplikací až 2 násobek času toho co tráví v průměru na ostatních social media aplikacích.

Průměrně pak cca 2,5 hod denně celkem*

**Source: AMI Digital Index 2021*



82_{MIN}

Average Daily Time Spent on TikTok



15_x

Average Daily Amount Users Open TikTok

Source: TikTok



NEW
MEDIA

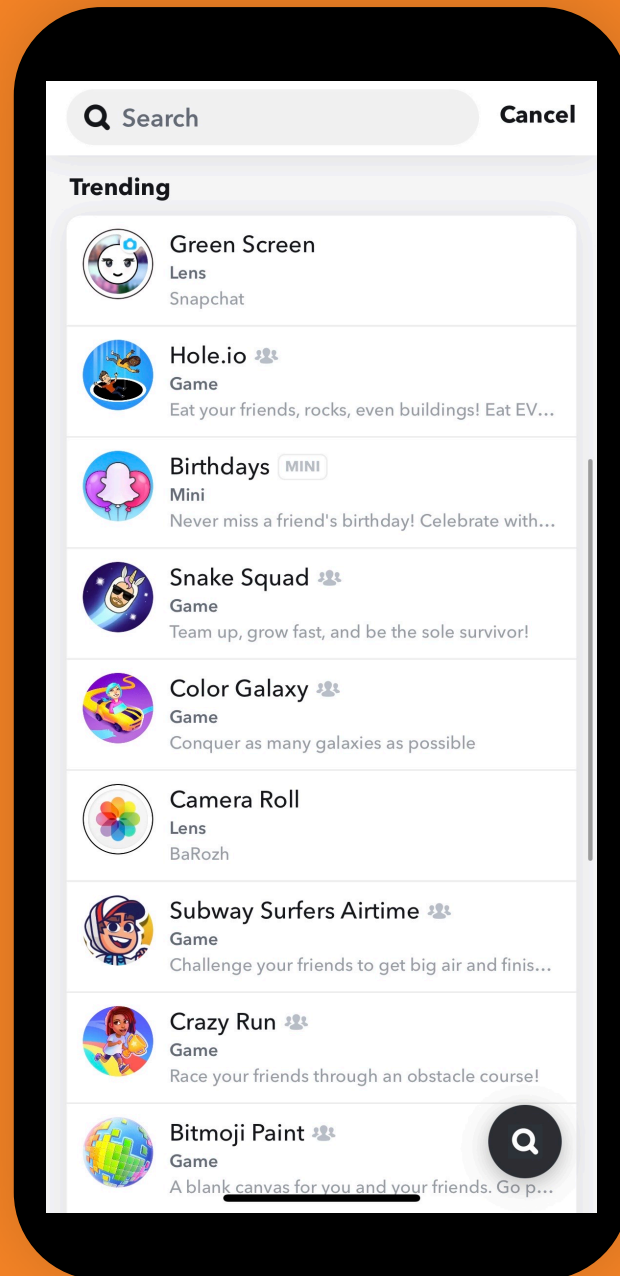


BSAH

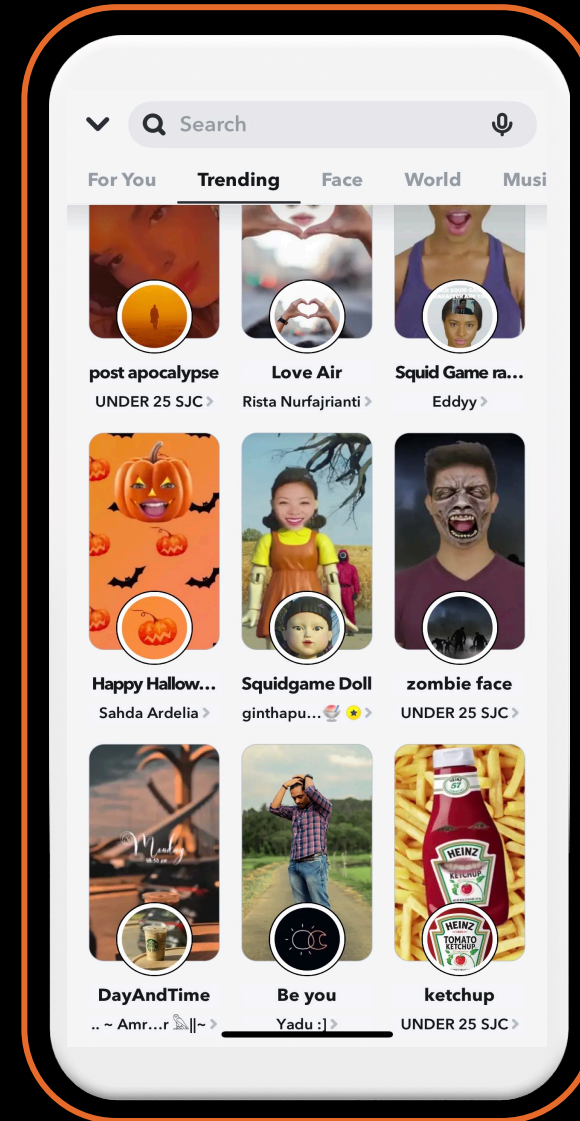
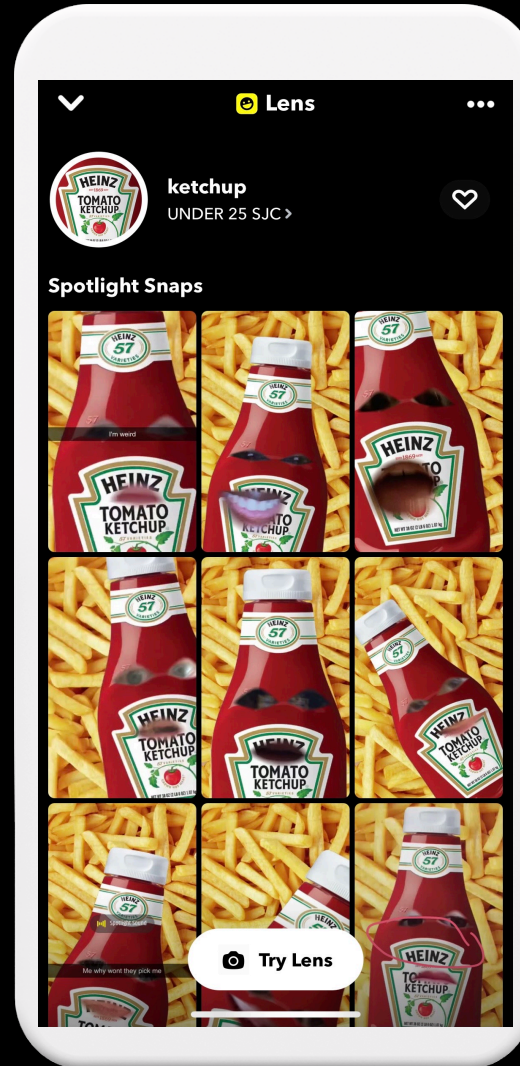
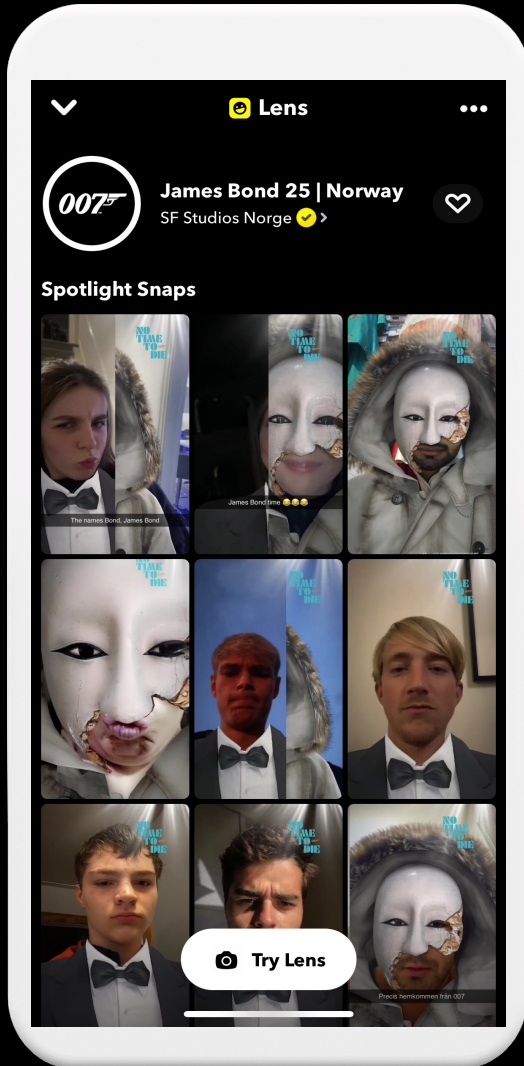


CO FRČÍ NA SNAPCHATU

- EFEKTY
- FILTRY
- HRY

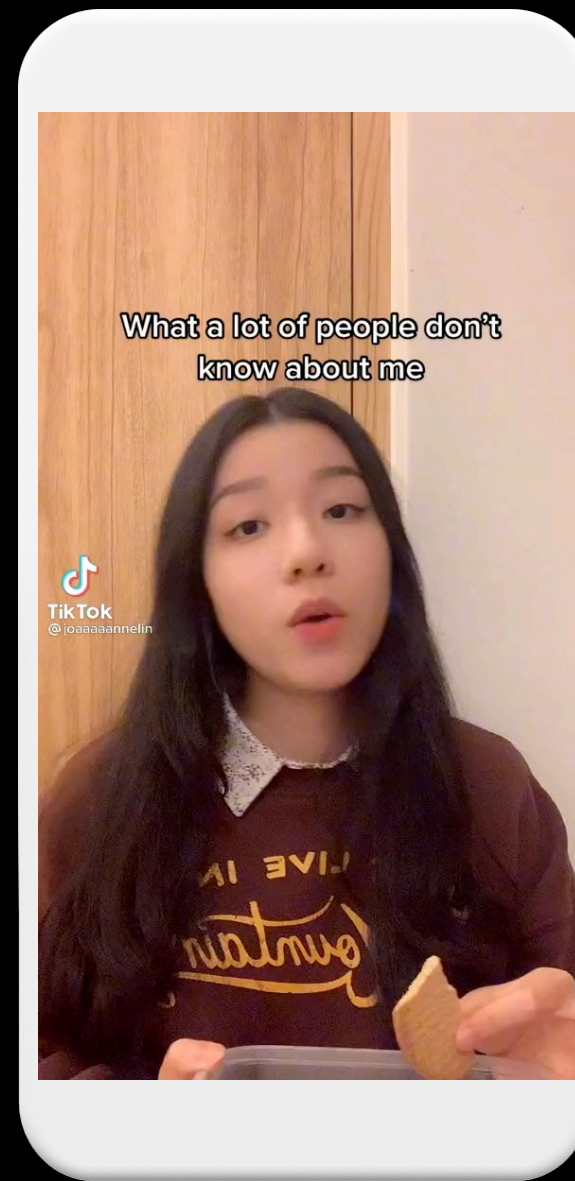


BRAND EFFECT



CO FRČÍ NA TIKTOKU

- TANEČNÍ KREACE
- PRANKY
- DUETY /CHALLENGE
- VIDEO S DOM. MAZLÍČKY
- LIP-SYNC
- PARODIE
- VIDEO KOMPILACE
- BLBOSTI



LIP-SYNC

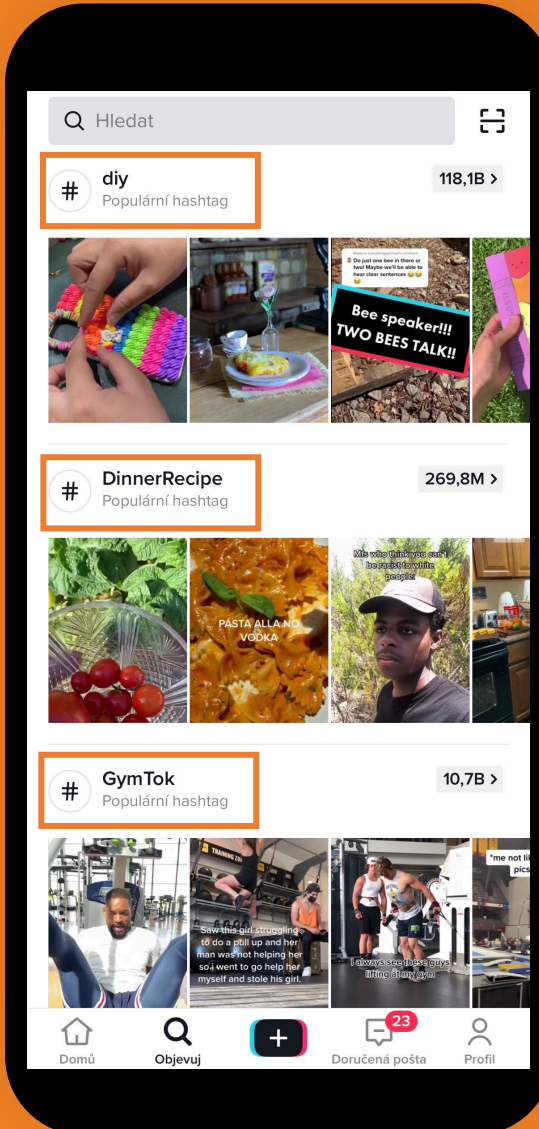


NEW
MEDIA

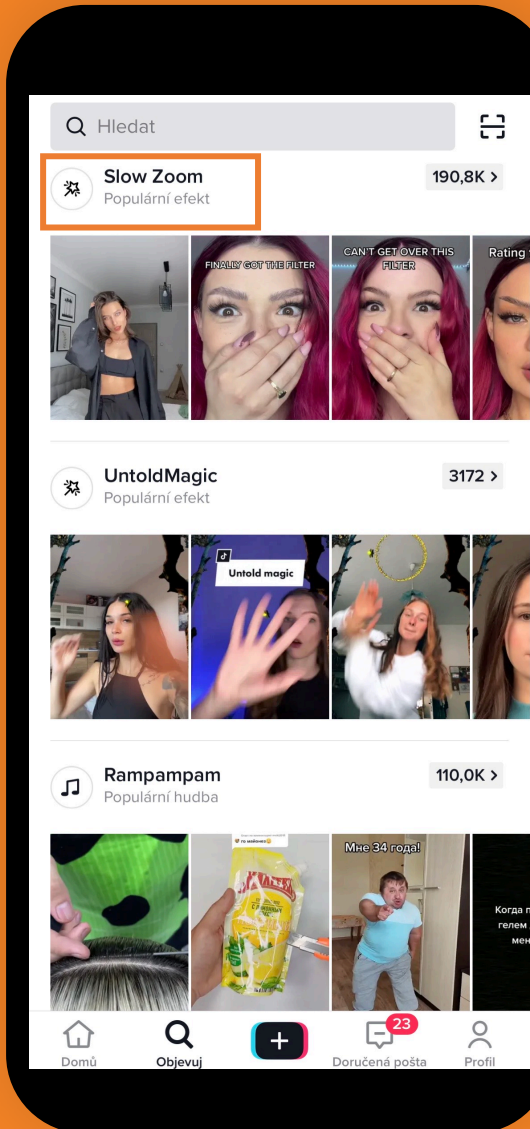
JAK BÝT VIDĚT NA TIKTOKU



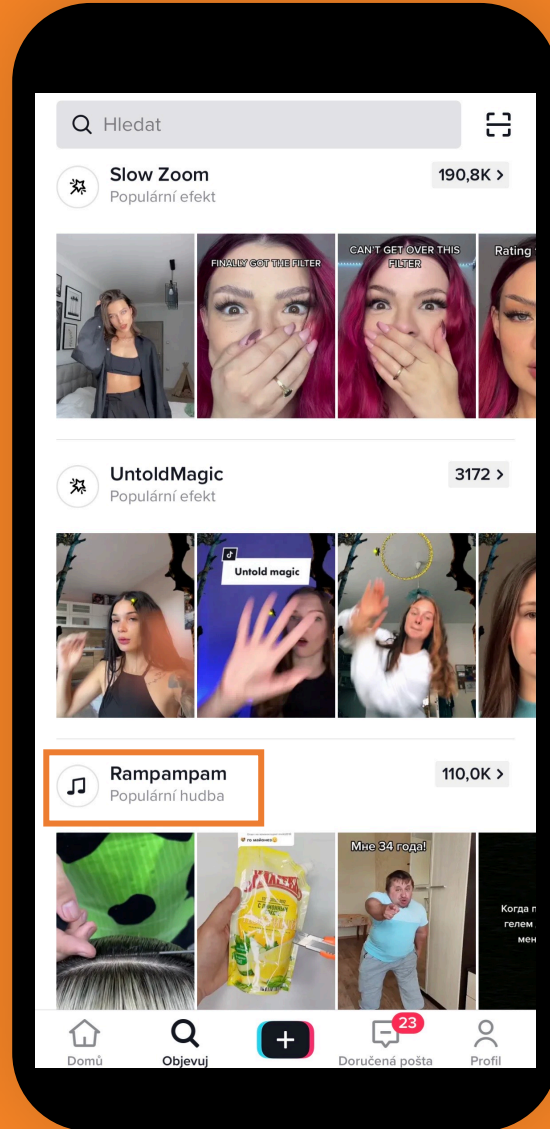
POPULÁRNÍ HASHTAGY



POPULÁRNÍ EFEKTY



POPULÁRNÍ HUDBA





JAKÝ OBSAH NÁM ZAFUNGOVAL NA SHOKY A MORTHY



1,4 M zobrazení
46,5 K srdíček
593 sdílení
153 komentářů

CPM 11 Kč



NEW
MEDIA



JAKÝ OBSAH NÁM ZAFUNGOVAL NA HONOR GR



1,1 M zobrazení
18,6 K srdíček
40 sdílení
33 komentářů

CPM 2 Kč



NEW
MEDIA



JAK NA ÚSPĚŠNÁ TIKTOK VIDEO

1

První 3 sekundy
rozhodnou!

2

Rychlé sestřihy
a rychle graduující
video fungují
nejlépe

3

Ve videu
použijte lidi

4

Využijte
branded effect

5

Pozor na
ochranné zóny
v grafice



NEW
MEDIA

R

EKLAMNÍ
FORMÁTY



**NEW
MEDIA**



Vlastní nastavení vs. prémiové plochy

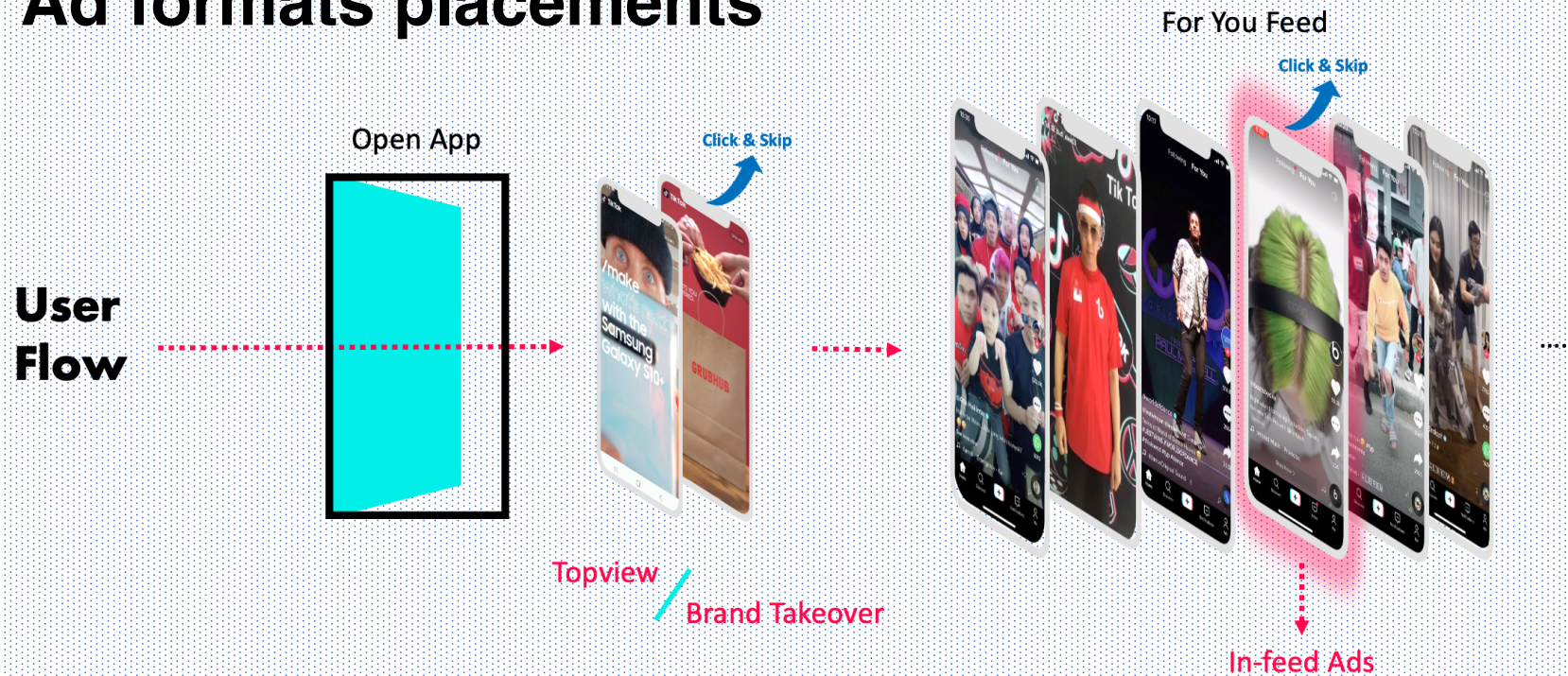
	Ads Manager	Přímý nákup
Formáty	Snapchat = 5 formátů viz dále TikTok = 1 formát videa	Několik formátů pro oboje platformy - viz dále
Specifika	Možnost nasazení ASAP dle sebe	2-3 dny před nasazením doručení podkladů ; u lenses týden až dva
Výhody	možnost průběžné optimalizace	prémiová plocha, TOP pozice
Nevýhody	nemožnost nasazení TOP pozic	nemožnost optimalizace

TIKTOK | Vlastní nastavení vs. prémiové plochy

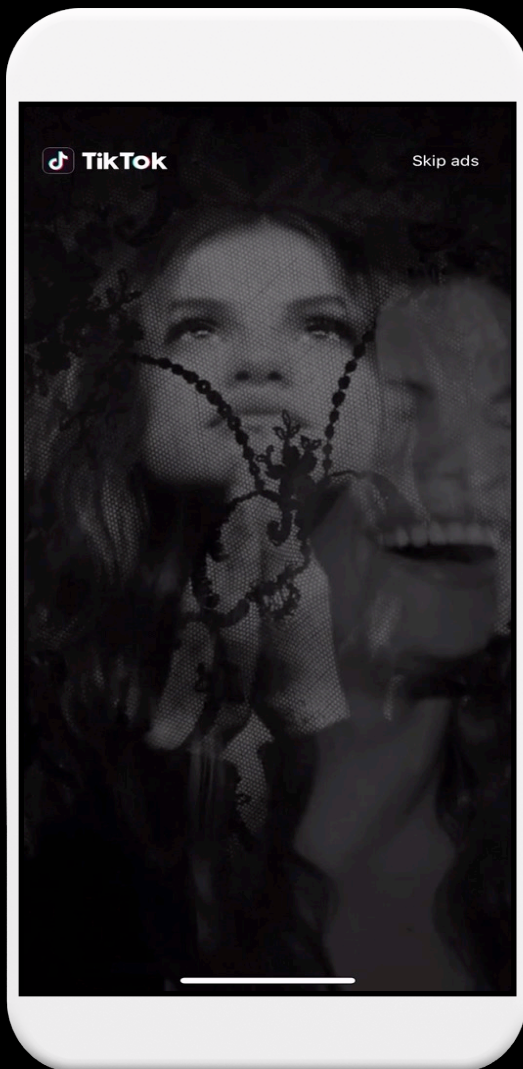


TikTok

Ad formats placements

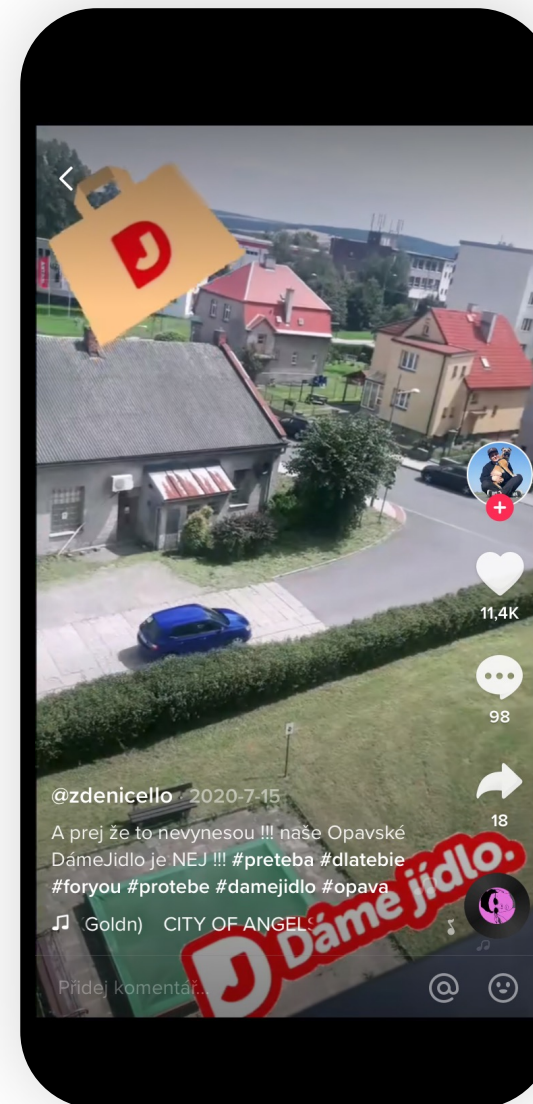


TIKTOK | TOP VIEW & BRAND PREMIUM



TOP VIEW

- **garantované
imprese: 1 729 000**
- 100% SOV na celý den
- 1. video, které uživatelé uvidí po otevření aplikace v daný den
- Zobrazení přes celý displej
- Průměrné CTR: 16-20 %



BRAND PREMIUM

- **Gar.imprese
100 000 denně**
- Umístěno v „pro tebe“ feedu
- Možnost cílení



KAMPAŇ SHOKY & MORTHY

6 K followers
160 K srdíček

ØCPM = 6 Kč



NEW
MEDIA



SNAPCHAT | FORMÁTY V RÁMCI SNAP ADS

Ad Format 



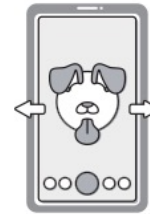
Single Image
or Video



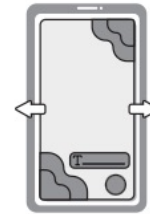
Story Ad



Collection Ad



AR Lens



Filter



NEW
MEDIA

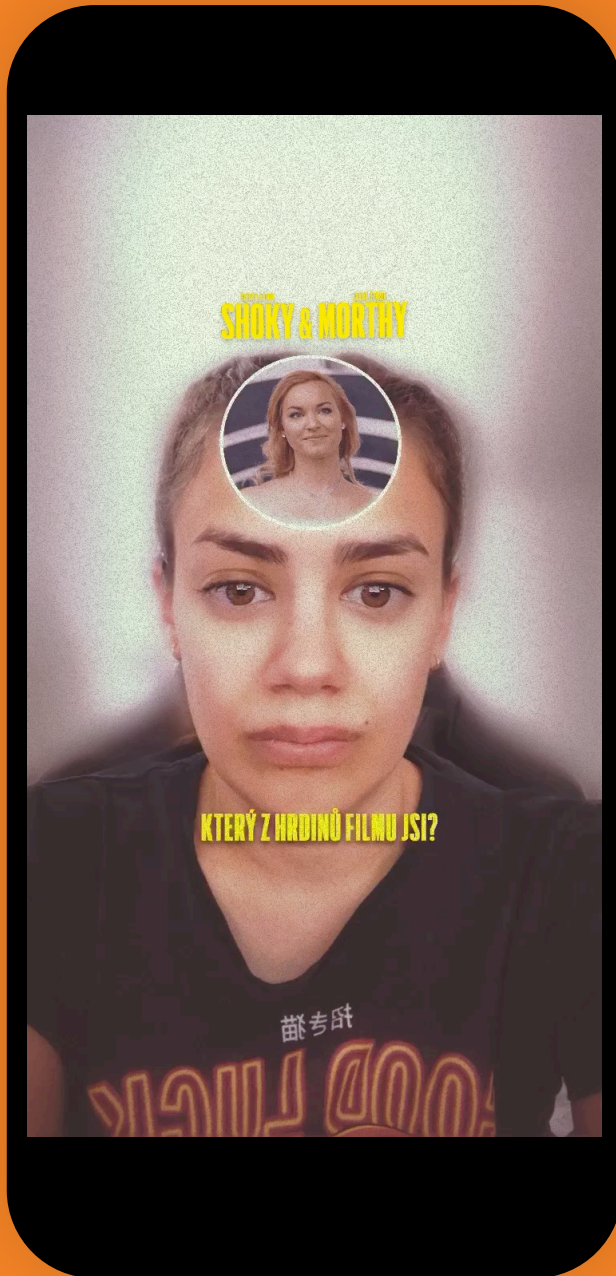


SNAPCHAT | AR LENSES

- Způsob jak vytvářet interaktivní okamžiky s AR efekty
- **AR efekty mají dobré zásahy, engagement a sdílení**
- Uživatelé interagují s AR efekty až 30× denně

National takeover

- Efekt se bude zobrazovat jako první v daný den napříč republikou.
- Nutná útrata 3000 EUR v aplikaci.



AR EFEKT V KAMPANI SHOKY & MORTHY

Vytvořený AR efekt

- Vidělo 100 000 lidí,
- použilo a nasdílelo přes 1 300 uživatelů,
- přes 2 300 uživatelů si efekt uložilo do svých aplikací pro pozdější využití.

CPM = +60 Kč



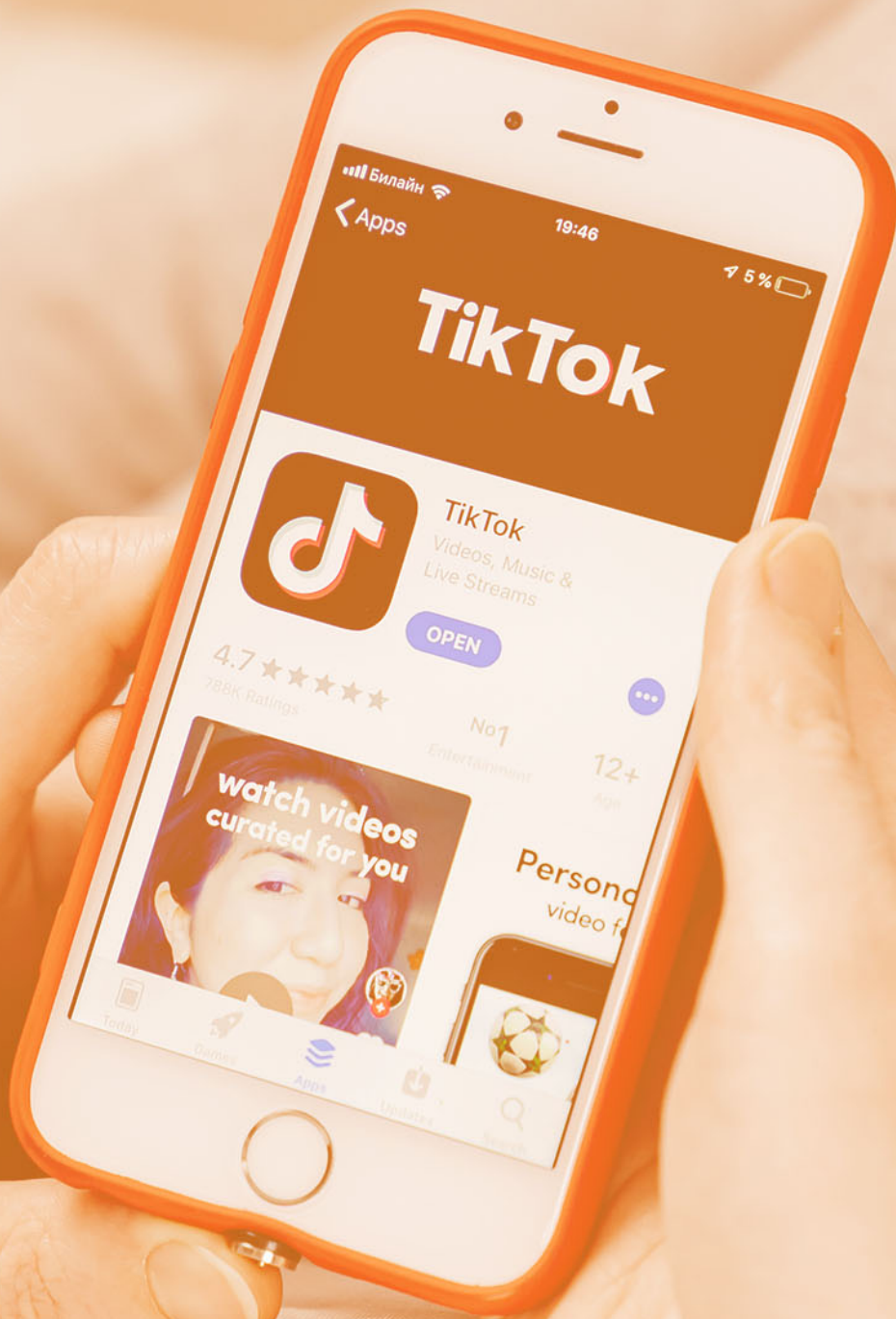
NEW
MEDIA

P

ROČ TIKTOK?



**NEW
MEDIA**



TIK

TO =

N
Š
PLATFORM
A



NEW
MEDIA

**ZÁSAH
ČESKÉHO
TIKTOKU
ZA 8 000 Kč**



NEW
MEDIA

PROČ TIKTOK?

1

Nejvíce aktivní
mladá populace

2

Velice
dynamický růst

3

Nejlevnější
reklama na
českém trhu

4

Možnost získání
velkého počtu
followers

5

Vhodné pro
firmy s mladší
cílovou
skupinou nebo
atraktivním
video obsahem



NEW
MEDIA

1

**MLADÍ JSOU
VŠUDE
JEN RŮZNĚ
AKTIVNÍ**

2

**TIK TOK JE
NEJAKTIVNĚJŠÍ
A NEJINTERAKTIVNĚJŠÍ
PLATFORMOU
SOUČASNOSTI**

3

**ZÁSAH CZ
TIKTOKU
ZA 8000 Kč**



NEW
MEDIA



DĚKUJI

ZA POZORNOST



 @lcgnewmedia

 @lcgnewmedia

 @lcgnm