

TIKTOK

TikTok är en av världens största sociala medieplattformar och används idag inte bara för underhållning utan också för inspiration, kunskap, produktupptäckt och reseplanering. Plattformen bygger på korta videor, men det går även att publicera bildkaruseller, stories och livesändningar.

Till skillnad från många andra sociala medier är TikTok i hög grad intressestyrt. Ditt innehåll visas inte bara för dina följare utan även för nya användare som algoritmen bedömer kan vara intresserade av det du publicerar. Detta gör att även mindre företag har möjlighet att nå stor spridning.

VÄLJ RÄTT KONTOTYP

På TikTok kan du ha antingen:

- Personligt konto
- Företagskonto (Business Account)

För företag rekommenderas ett företagskonto eftersom det ger tillgång till:

- Statistik och analys
- TikTok Studio
- TikTok Ads Manager
- Möjlighet att skapa annonser
- Mer information om målgrupper och resultat

Länktips!

[Starta ett konto](#)

[TikTok Business](#)

[TikTok Studio](#)

Vad är TikTok Studio?

TikTok Studio är plattformens verktyg för innehållsskapare och företag. Här kan du bland annat:

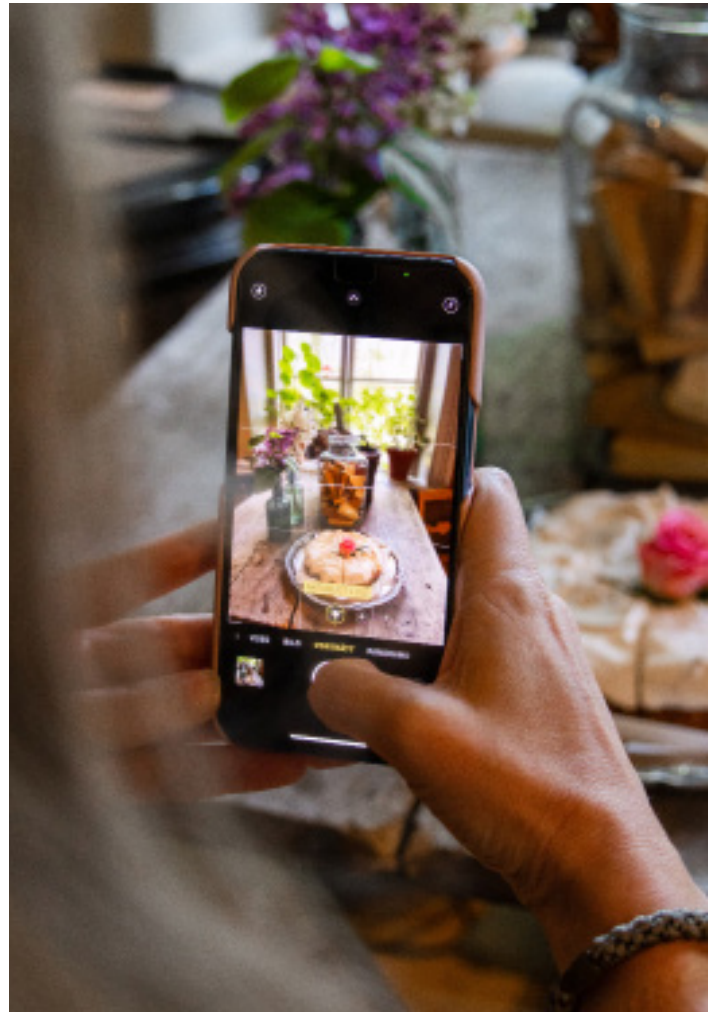
- Se statistik för dina videor
- Följa utvecklingen för kontot
- Analysera målgrupper
- Hantera innehåll
- Få tips på förbättringar

Vad är TikTok Ads Manager?

Med Ads Manager kan du annonsera på TikTok och välja exakt vilka som ska se dina annonser baserat på exempelvis:

- Ålder
- Kön
- Intressen
- Geografiskt område
- Beteenden

Det är även möjligt att följa resultat såsom visningar, klick, engagemang och konverteringar.



TÄNK IGENOM SYFTE OCH MÅLGRUPP

Innan du börjar skapa innehåll bör du fundera över:

- Vad är syftet med kontot?
- Vilka vill ni nå?
- Vad vill ni att tittaren ska göra?

Exempel på mål:

- Öka kännedomen om företaget
- Nå fler besökare
- Driva trafik till hemsidan
- Bygga relationer och engagemang
- Inspirera till besök eller köp

Det är lätt att tänka att TikTok bara handlar om unga användare, men idag finns användare i många åldrar. Fokusera därför mindre på ålder och mer på intressen.

Exempel:

- En restaurang kan vilja nå matintresserade personer.
- Ett aktivitetsföretag kan vilja nå friluftsintrasserade.
- Ett hotell kan vilja nå personer som söker weekendresor eller semestertips.

TIKTOK SOM SÖKMOTOR (SEO)

TikTok används allt oftare som en sökmotor där användare söker efter inspiration, tips och rekommendationer. Därför är det viktigt att använda ord som människor faktiskt söker på.

Använd relevanta sökord i:

- Texten i videon
- Bildtexter (captions)
- Hashtags
- Talad dialog

Exempel:

- Best restaurants in Skövde
- Things to do in West Sweden
- Hidden gems in Dalsland
- Weekend in Fjällbacka

Ju tydligare TikTok förstår vad din video handlar om, desto större är chansen att den visas för rätt målgrupp.

HASHTAGS

TikTok rekommenderar att hashtags används strategiskt och att de är relevanta för innehållet.

Välj hashtags som beskriver:

- Platsen
- Aktiviteten
- Ämnet

Exempel:

- #WestSweden
- #VisitSweden
- #Bohuslän
- #Lidköping
- #TravelGuide
- #SwedishSummer

Undvik att använda irrelevanta hashtags enbart för att få fler visningar.

INNEHÅLL SOM FÅNGAR UPPMÄRKSAMHET

På TikTok avgör de första sekunderna ofta om någon fortsätter titta eller scollar vidare.

Använd en hook

En hook är något som direkt fångar intresset.

Exempel på texthooks:

- Did you know...
- You don't want to miss this hidden gem
- The best view in West Sweden

Exempel på visuella hooks:

- En spektakulär utsikt
- Ett snabbt klippbyte
- En oväntad vinkel
- En person som gör något intressant

Håll kvar tittaren

För att videon ska prestera bra behöver tittaren fortsätta titta. Det hjälper om:

- Något nytt händer regelbundet
- Tempot är tillräckligt högt
- Tittaren blir nyfiken på vad som händer härnäst

Många framgångsrika TikToks använder korta klipp, tydlig text och snabba övergångar för att behålla intresset.

VIDEO ELLER BILDER?

På TikTok kan du publicera både:

- Videor
- Bildkaruseller

Video är det vanligaste formatet, men bildkaruseller kan också få mycket engagemang.

För bildkaruseller är det extra viktigt att:

- Första bilden väcker nyfikenhet
- Bilderna berättar en historia
- Tittaren vill fortsätta svepa vidare

STORIES

TikTok Stories fungerar ungefär som på Instagram.

Stories kan användas för:

- Snabba uppdateringar
- Bakom kulisserna-material
- Evenemang
- Dagens erbjudanden
- Aktuella händelser

Innehållet försvinner efter en begränsad tid och kan vara ett bra komplement till vanliga inlägg.

MUSIK OCH LJUD

Ljud är en viktig del av TikTok. Använd gärna:

- Musik som passar känslan i videon
- Trendande ljud när de passar innehållet
- Ljud som förstärker berättelsen

Företagskonton bör i första hand använda ljud från TikToks kommersiella musikkatalog för att undvika upphovsrättsliga problem.

TRENDER

TikTok präglas av trender. En trend kan vara:

- Ett populärt ljud
- Ett särskilt format
- En viss typ av text
- Ett återkommande skämt

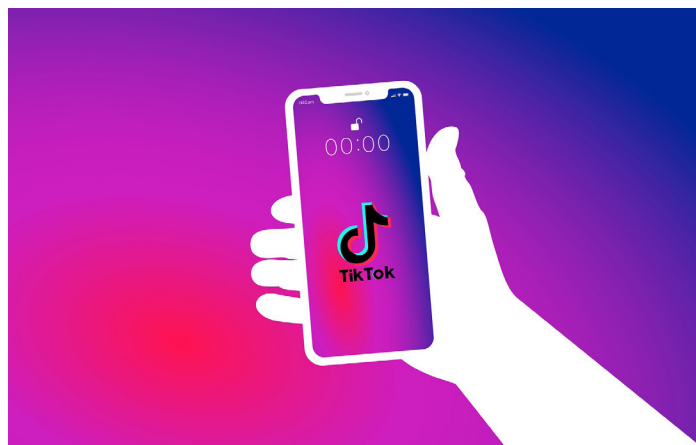
Att snabbt anpassa en trend till sin verksamhet kan ge ökad synlighet. Samtidigt bör trender bara användas när de känns relevanta för varumärket.

INNEHÅLL SOM OFTA FUNGERAR

Människor

Ansikten och personer fungerar ofta bättre än enbart miljöbilder. Använd gärna:

- Personal
- Guider
- Kockar
- Grundare
- Gäster (med tillstånd)



ENGAGERA DIG MED ANDRA

TikTok belönar ofta aktivitet. Därför är det bra att:

- Svara på kommentarer
- Gilla kommentarer
- Kommentera hos andra konton
- Delta i relevanta diskussioner

Detta kan öka synligheten för kontot och hjälpa nya användare att upptäcka verksamheten.

ALGORITMEN OCH PUBLICERING

TikToks algoritm förändras kontinuerligt men fokuserar generellt på:

- Tittartid
- Om videon ses klart
- Om videon spelas om
- Gilla-markeringar
- Kommentarer
- Delningar
- Sparningar

Antalet följare är ofta mindre viktigt än på många andra plattformar. Ett konto med få följare kan fortfarande få stor spridning. Var aktiv och publicera regelbundet. En bra riktlinje är att försöka publicera minst 2 inlägg per vecka.

PROFIL OCH LÄNKAR

Skapa gärna en enhetlig profil. Tänk på:

- Tydlig profilbild
- Kort beskrivning av verksamheten
- Länk till hemsidan
- Återkommande visuellt uttryck

På TikTok kan externa länkar normalt placeras i profilen.

Vid annonsering via Ads Manager går det även att lägga till klickbara länkar direkt i annonsen.

OMPOSTNING OCH ANVÄNDARGENERERAT INNEHÅLL

Om en besökare eller kund skapar innehåll om verksamheten kan det ofta vara värdefullt att dela eller återpublicera det (med tillåtelse). Fördelar:

- Ökad trovärdighet
- Sociala bevis
- Autentiskt innehåll
- Sparar tid

Människor litar ofta mer på andra användares upplevelser än på traditionell reklam.

REDIGERINGSVERKTYG

Edits (gratis)

Instagrams videoeditoringsapp för enklare videoeditoring, textning och export.

CapCut

Ett av de mest använda verktygen för TikTok-redigering med effekter, textning, mallar och AI-funktioner.

Canva

En användarvänlig plattform för bildredigering, grafik, textläggning och enklare videoeditoring.

SLUTLIGT TIPS

TikTok ger små företag möjlighet att nå en stor publik utan stora marknadsföringsbudgetar. Samtidigt är det viktigt att komma ihåg att det sällan finns några garantier för att en video ska få stor spridning.

Var nyfiken, testa olika format, lär av statistiken och fortsätt publicera. Ingen vet exakt vilket innehåll som kommer att fungera bäst, men genom att vara aktiv, relevant och genuin ökar chanserna att lyckas.

