

Checklista Realizacja i prowadzenie kampanii na TikToku

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

Wydrukuj, sprawdź i odhacz każdy punkt, który masz wdrożony.)

Cel: Utrzymanie jakości, zaangażowania i skuteczności kampanii w trakcie jej trwania poprzez bieżące monitorowanie wyników, optymalizację treści i aktywną interakcję z odbiorcami.

1. Publikuj filmy zgodnie z trendami i popularnymi hashtagami

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy treść wpisuje się w aktualne wyzwania i trendy na TikToku
- ✓ Czy użyto popularnych hashtagów i muzyki odpowiedniej do grupy docelowej?

Sugestie:

- ✓ Śledź zakładkę „Discover”, aby być na bieżąco z trendami.
- ✓ Dopasuj muzykę i efekty do charakteru kampanii, aby wyglądała naturalnie.

Notatki:

2. Monitoruj statystyki kampanii (CTR, CPC, CPM, ROAS)

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Jakie są aktualne wskaźniki CTR i CPC w porównaniu do założonych KPI?
- ✔ Czy kampania przynosi oczekiwany zwrot z inwestycji (ROAS)?

Sugestie:

- ✔ Sprawdzaj dane codziennie w Ads Manager, aby szybko reagować.
- ✔ Zwracaj uwagę nie tylko na zasięg, ale też na rzeczywiste zaangażowanie i konwersje.

Notatki:

3. Testuj różne warianty kreacji i optymalizuj kampanię

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy prowadzisz testy A/B różnych wersji wideo, CTA, muzyki i ujęć?
- ✔ Czy wyciągasz wnioski z wyników i optymalizujesz treści?

Sugestie:

- ✔ Przygotuj co najmniej 2–3 warianty każdej reklamy.
- ✔ Modyfikuj tylko jeden element naraz, aby wiedzieć, co faktycznie wpływa na wyniki.

Notatki:

4. Angażuj się w komentarze i interakcje z użytkownikami

Status  : ☐

Pytania:

- ✔ Czy odpowiadasz na komentarze użytkowników pod filmami?
- ✔ Czy zachęcasz do udziału w wyzwaniach lub dzielenia się opiniami?

Sugestie:

- ✔ Regularnie reaguj na pytania i komentarze w ciągu 24–48 godzin.
- ✔ Używaj reakcji, emotikon i krótkich odpowiedzi, aby podkreślić ludzką twarz marki.

Notatki:

5. Sprawdź, czy targetowanie działa poprawnie
– dostosuj jeśli potrzeba

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy reklamy trafiają do odpowiednich grup wiekowych i zainteresowań?
- ✓ Czy widoczny jest spadek zaangażowania lub CTR w określonych segmentach?

Sugestie:

- ✓ Na bieżąco analizuj demografię i geolokalizację odbiorców.
- ✓ Dostosowuj targetowanie, jeśli dane pokazują niższe wyniki w niektórych grupach.

Notatki:

6. Regularnie dodawaj nowe treści, aby utrzymać uwagę odbiorców

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy kampania nie jest oparta wyłącznie na jednym filmie przez cały czas trwania?
- ✓ Czy odbiorcy widzą regularnie nowe materiały, które podtrzymują zainteresowanie?

Sugestie:

- ✓ Publikuj minimum 1–2 nowe treści tygodniowo.
- ✓ Rotuj kreatywności i formaty (np. tutoriale, storytelling, prezentacje produktu).

Notatki:

7. Współpracuj z twórcami i influencerami, jeśli pasuje to do kampanii

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy wybrani influencerzy pasują do wartości i stylu marki?
- ✓ Czy ich zasięg i zaangażowanie odpowiada celom kampanii?

Sugestie:

- ✓ Rozważ Spark Ads do promowania treści twórców jako reklamy.
- ✓ Twórz współpracę kreatywną, która wygląda naturalnie dla odbiorców.

Notatki: