**TikTok z najszybszymi wzrostami liczby obserwujących ze wszystkich mediów społecznościowych. TOP5 polskich kont**

**Największym pod względem liczby obserwujących kontem firmowym na polskim TikToku jest konto TikTok Polska, natomiast drugie miejsce zajmuje Xiaomi, którego liczba fanów tylko w ciągu ostatnich trzech miesięcy wzrosła aż o 127 proc., jak wynika z analizy SentiOne. Żadne inne medium społecznościowe nie generuje obecnie tak szybkiego przyrostu liczby obserwujących - wśród 10 największych polskich kont firmowych od maja do sierpnia tego roku wyniósł on średnio aż 26 proc.**

Według statystyk udostępnianych przez TikToka, z aplikacji tej korzysta już ponad miliard użytkowników miesięcznie. Jak wynika z najnowszej analizy największych w Polsce kont firmowych na TikToku, przeprowadzonej przez SentiOne, polską firmę zajmującą się m.in. monitoringiem Internetu z wykorzystaniem zaawansowanej technologii sztucznej inteligencji, **żadne z pozostałych mediów społecznościowych nie generuje tak dynamicznych wzrostów liczby obserwujących**. W przypadku pierwszej dziesiątki największych kont w okresie od maja do sierpnia wyniósł on **średnio 26 proc.**, a w przypadku drugiej dziesiątki - średnio 11 proc.

**Xiaomi z największym wzrostem liczby obserwujących**

Wśród największych kont na polskim TikToku **największy przyrost liczby obserwujących w ciągu ostatnich 3 miesięcy - aż 127 proc. - odnotowało polskie konto Xiaomi**. Na drugim miejscu znalazło się konto **CCC** (50 proc. wzrostu), a na trzecim **Polsatu** (40 proc.). Największe polskie konto firmowe na TikToku pod względem liczby obserwujących to konto **TikTok Polska** (754 tys. fanów). Drugą pozycję zajmuje wspomniane **Xiaomi** (609 tys.), trzecią **Player.pl** (512 tys.), czwartą **Red Bull Polska** (408 tys.) a piątą… **Polska Policja** (368 tys.).

*Obecnie to inne platformy społecznościowe próbują gonić TikToka - w tyle pozostały już dawno Twitter i Snapchat, teraz nowy lider prześcignął imperium Marka Zuckerberga* - mówi **Wojciech Łuszczyński, Head of Marketing w SentiOne** - *Nie chodzi wyłącznie o procentowy przyrost liczby użytkowników w czasie ani o liczbę bezwzględną młodszych odbiorców z tzw. pokolenia Z, która jest już wyższa niż na Facebooku, czy Instagramie, ale o znacznie bardziej wymierne kryterium - czas spędzany w aplikacji i ilość konsumowanych treści na jednego użytkownika. Tutaj TikTok nie daje szans konkurencji. Meta próbuje naśladować rozwiązania z TikToka, ale to działanie znacznie spóźnione i wtórne dla użytkowników. Zmiany są wręcz postrzegane przez społeczność jako szkodliwe i pojawiają się zorganizowane akcje sprzeciwu wobec wprowadzanych nowinek.*

**TikTok - najważniejsze pojęcia**

Jeśli marka chce trafić do odbiorców na TikToku, powinna rozumieć sposoby zdobywania popularności treści oraz sposób komunikacji użytkowników, który opiera się w dużym stopniu na skrótach i anglicyzmach. SentiOne przygotował **krótki słowniczek najważniejszych pojęć i wyrażeń**, który powinien ułatwić tzw. boomerom, czyli ludziom co najmniej o pokolenie starszym od obecnej młodzieży, zorientowanie się, o co chodzi w najpopularniejszych zwrotach.

**Trend** - kreacja wideo zyskująca na popularności w krótkim czasie. Trendy na TikToku to **jeden z najistotniejszych elementów tej aplikacji** - to wokół nich skupiają się społeczności. Może to być używanie określonych hasztagów, utworów muzycznych, filtra lub efektu albo układu tanecznego. Ważnym czynnikiem napędzającym popularność i tworzenie nowych trendów są influencerzy, zachęcający swoich obserwatorów do nagrywania własnych interpretacji.

**DC** - to skrót od „Dla Ciebie”. To sekcja na tablicy głównej aplikacji, w której wyświetlają się użytkownikom **treści najpopularniejsze obecnie oraz te dopasowane do ich preferencji**. Nagranie, które trafia do tej sekcji, szybko staje się viralem i zyskuje sporą popularność. Jeśli ktoś skomentuje „DC” pod przesłanym filmem, to znaczy, że udało mu się trafić do tej osoby. To powszechny sposób informowania ludzi, że ich nagranie jest oglądane przez innych.

**FYP** - to skrót od „For your page”, czyli angielski odpowiednik „DC”. Według nieoficjalnych informacji używanie hasztagów *foryou*, *fyp*, *foryoupage* ma zapewnić znalezienie się wśród polecanych filmów. **Hasztag *fyp* jest obecnie najpopularniejszym na TikToku**, więc jego użycie może przyciągnąć uwagę algorytmu i pomóc w promowaniu filmów.

**Duet** - narzędzie, które pozwala użytkownikom tworzyć **filmy zawierające jednocześnie dwa wideo obok siebie**. Taka opcja pozwala użytkownikom odpowiadać na filmy innych własnymi, które następnie mogą być udostępniane publicznie. Duety można tworzyć z wykorzystaniem dowolnego nagrania od marek, influencerów czy znajomych, jeśli tylko wyrażą oni na to zgodę.

**F** - społeczność TikToka pisze tak, **gdy stanie się coś złego lub smutnego**. Ten skrót nawiązuje do gry „Call of Duty: Advanced Warfare”. W scenie otwierającej drugą misję szeregowiec Jack Mitchell uczestniczy w pogrzebie swojego przyjaciela, który zginął w walce. Jeśli gracz gra z użyciem klawiatury, otrzymuje komunikat „Naciśnij F, aby złożyć wyrazy szacunku”.

**IB** - to skrót od **„Inspired By”** i jest jednym ze sposobów na oznaczenie twórcy pomysłu, który inni wykorzystują do tworzenia własnych treści. Może to być wszystko, od pomysłu na makijaż po przepis kulinarny.

**Lip sync** - to **jeden z najpopularniejszych trendów na TikToku**. Zwykle są to filmy komediowe albo piosenki, w których chodzi o poruszanie wargami synchronicznie z podłożonym dźwiękiem, co sprawia wrażenie, jakby to użytkownik był jego wykonawcą. TikTok ma ogromną bibliotekę piosenek i dialogów, które można wykorzystać do nagrania własnych filmików. Wykorzystywanie takich trendów pomaga zwiększyć liczbę obserwujących i polubień filmów.

**POV** - to skrót od „point of view”, czyli **„punkt widzenia”**. Odnosi się do trendu, w którym autor filmu prezentuje swój punkt widzenia na określoną sytuację. Ten trend często czerpie inspirację z codziennego życia, chociaż niektórzy użytkownicy chcą za jego pomocą pokazać, że ich perspektywa jest szczególnie dziwna, specyficzna lu bezsensowna.

Od początku roku SentiOne udostępnia swoim klientom **możliwość monitorowania TikToka**. Pozwala ona przeanalizować nie tylko suche dane liczbowe, jak liczba odbiorców wyświetleń, komentarzy itd. - ale również **zobaczyć kontekst, przejrzeć wzmianki o marce lub produkcie, sprawdzić dane demograficzne o odbiorcach, wyłapać najpopularniejsze hasztagi, zmierzyć sentyment dotyczący reklam, wychwycić anomalie i potencjalne kryzysy**.