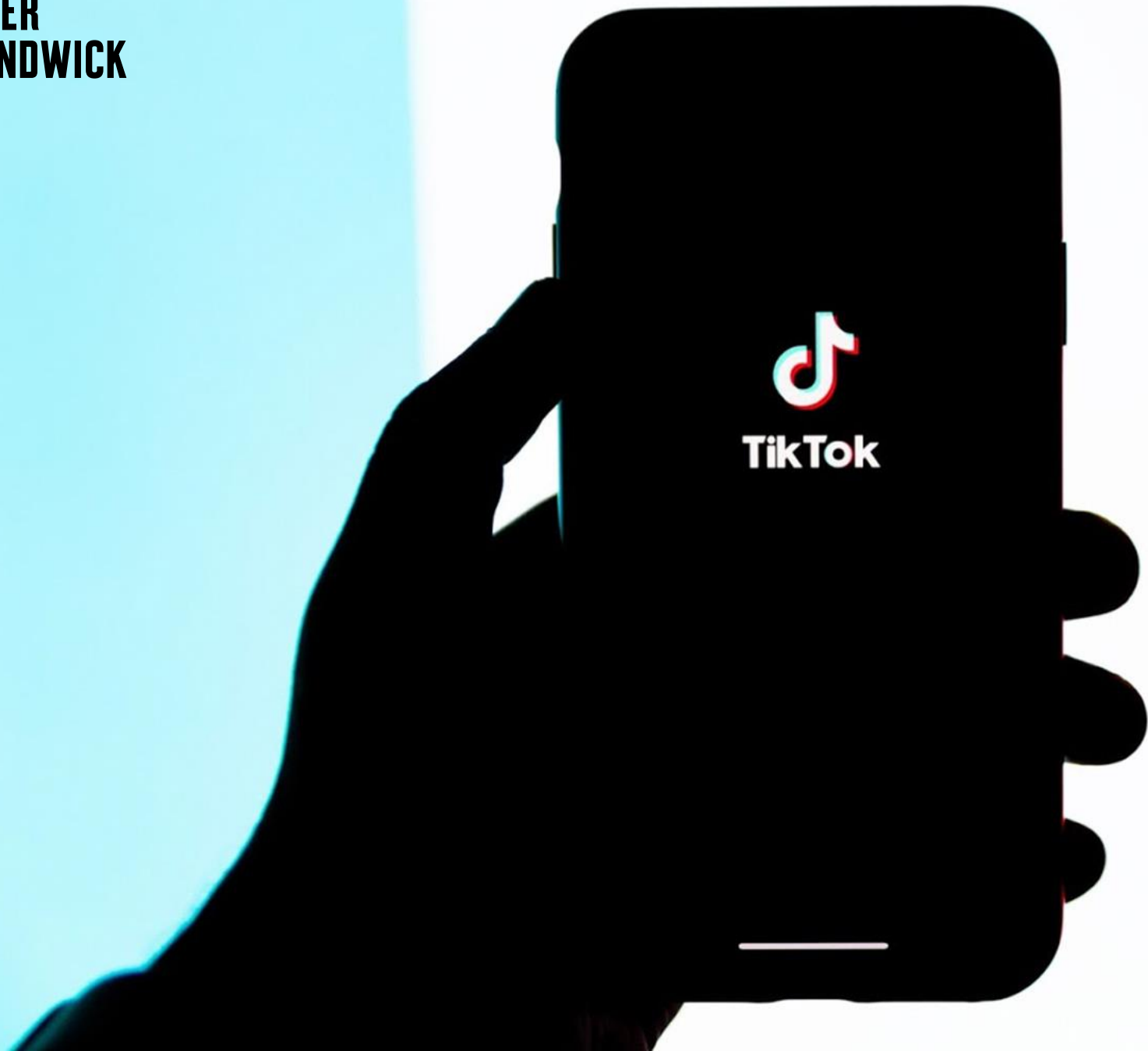
 **WEBER
SHANDWICK**
WE SOLVE





Networked

Founded in 1956 as one of the first PR agencies in the Netherlands, part of the WS network since 1988

Local roots

Office based in centre of The Hague, 5 minutes walking distance from the Prime Minister's office

25+ creative PR professionals

covering integrated campaigns across all channels and subject matter experts on corporate communications, crisis and issue management, healthcare, consumer and brand marketing, media and b2b programs

Award winning

from Dutch Bronze Esprit FMCG to digital Coms Awards for online campaigns and International SABRE awards

Creative Studio

Full in-house production team, the Studio covering everything from motion to apps and 2D design to spatial design

FAST FACTS WEBER SHANDWICK

- > **One stop shop agency** with lifestyle, tech and sustainability experience, with expertise in digital, social, consumer and corporate communications
- > Proud of our historic **PR roots and editorial lens**, but moved beyond including **strategic planning, influencer & content marketing, media buying, content production**
- > Full in-house **design & production studio**, covering everything from websites to videos
- > **Award winning** (2019): Benelux Consultancy of The Year (The Holmes Report) & European Excellence Award for Make-a-Wish Netherlands

WITH YOU TODAY:



JOCHEM ROTTEVEEL
MANAGING DIRECTOR
CONSUMER MARKETING

Brand strategy, creative concepting, messaging trajectories, product launches, reputation trajectories, crisis communication, thoughtleadership, media trainings, perception programs, media relations and press office



WINEKE CRAMER
CONTENT & COMMUNITY
MANAGER

Social media and digital strategy, community management, content creation, copywriting, social media monitoring, data & insights

COMMUNITY MANAGEMENT

- + Global community management
- + Strategic counsel
- + Editorial calendar creation

STRATEGIC CONSULTANCY

- + Providing key insights to address communications challenges globally and in local markets
- + Training spokespersons for message consistency

CONSUMER CAMPAIGNS

- + Pan-EU consumer surveys
- + Brand campaigns
- + Toolkit development for network use

EVENTS

- + Beauty, lifestyle and tech events
- + Industry “meet and greet” events
- + Event styling and concepting

MEDIA RELATIONS

- + Strong press contacts
- + Product launches
- + Influencer PR
- + Influencers management

PRESS OFFICE

- + Dedicated reactive and proactive inline press office
- + Press releases & follow up
- + Monitoring and monthly reporting

CRISIS & ISSUES MANAGEMENT

- + Defining protocol for managing issues internally
- + Spokesperson training
- + Support on positioning
- + Crisis preparedness toolkit

ADVOCACY CAMPAIGNS

- + Build dialogue and drive change with relevant stakeholders to optimise treatments and care

WHAT WE CAN DO FOR YOU



SOME CLIENT EXPERIENCE



Unilever



PHILIPS



Make-A-Wish®



Upfield™

oppo

WAT



IS TIKTOK?

EVEN SNEL

TIKTOK IS EEN SOCIAL MEDIUM WAAR SHORT FORM VIDEO CENTRAAL STAAT

- Onderdeel van het Chinese concern Bytedance.
- Het is de 'westerse versie' van de app Douyin.
- TikTok bedraagt 5% van de omzet van Bytedance
- De Chinese Douyin heeft 600 miljoen gebruikers
- De jaarlijkse omzet van Bytedance: 180 miljard
- Data Douyin vormt basis van algoritme
- TikTok loopt ver achter op Douyin, ontwikkelingen gaan daar veel sneller
 - Eten bestellen
 - Verzekeringen regelen
 - Kleding herkennen – face pay – morgen in huis



EVEN SNEL

SHORT FORMAT: VIDEO'S VAN 15, 30 of 60 SECONDEN

TikTok is anders:

- **Creativiteit**
- **Afwijkende en vernieuwende instellingen van het algoritme**
- **Hoge interactie en engagement**

De app wordt gemiddeld 8x per dag geopend

De gemiddelde gebruikerstijd is 60 minuten per dag

Engagement rate kan oplopen tot 20%

Algoritmes Instagram en Facebook focussen op de **directe omgeving en vrienden van gebruikers**

TikTok focust op de “For you” page, die selecteert zelf content die past bij jouw interesses en content waar je eerder op hebt gereageerd.



HOE HET WERKT



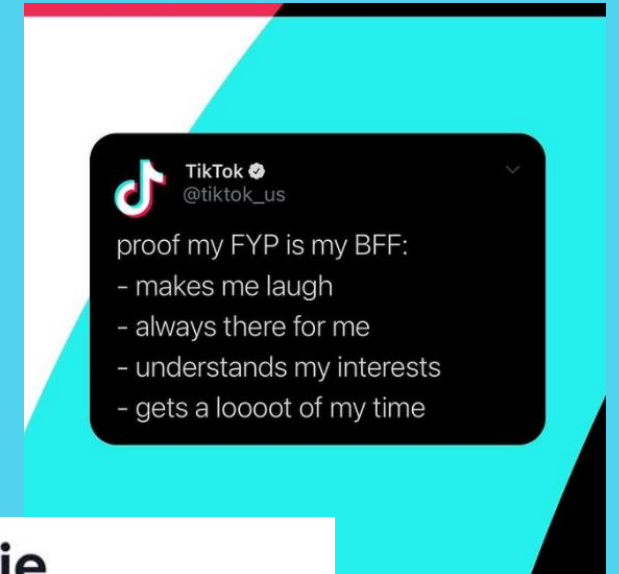
FAVORITES FIRST, FRIENDS SECOND

Bij installatie van de app krijg je direct de vraag waar je interesses liggen.

Vervolgens vormen je interesses en je interactie de basis van je For You page.

Tiktok is anders dan alle andere vormen van sociale media door:

- **De For You page die centraal staat**
- **De Volgend page die secundair is**
- **De explore page met viral trends**
- **Aantal volgers biedt geen gegarandeerd bereik**
- **Geen grote following nodig om viral te gaan**



DON'T CONSUME. CREATE. AND SNACK.

Op TikTok zit je voor entertainment.

Generatie-Z gebruikt TikTok meer als TV kanaal dan als social medium.

Het platform biedt urenlange entertainment:

- Receptvideo's
- Dansvideo's
- Review video's
- Inspiratie video's
- Humoristische content
- Live video's

De TikTok app biedt niet alleen een kanaal waar je kan **uploaden**, in de app kan je ook alles creëren. Van **video maken** tot **video editen**, alles kan in de app zelf. Ook kan je oude video's implementeren en bewerken.

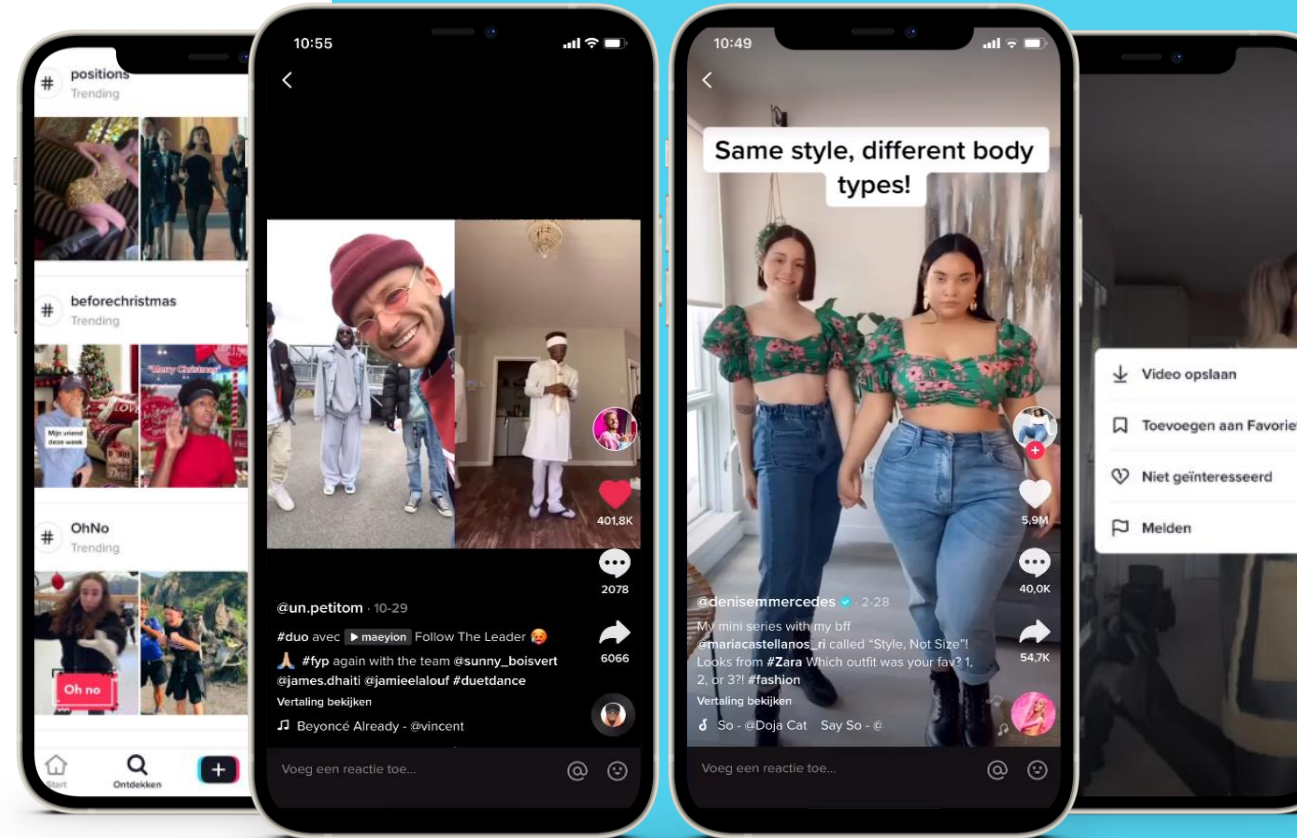


SNACKABLE, SWIPEABLE. AND SOMETIMES VIRAL.

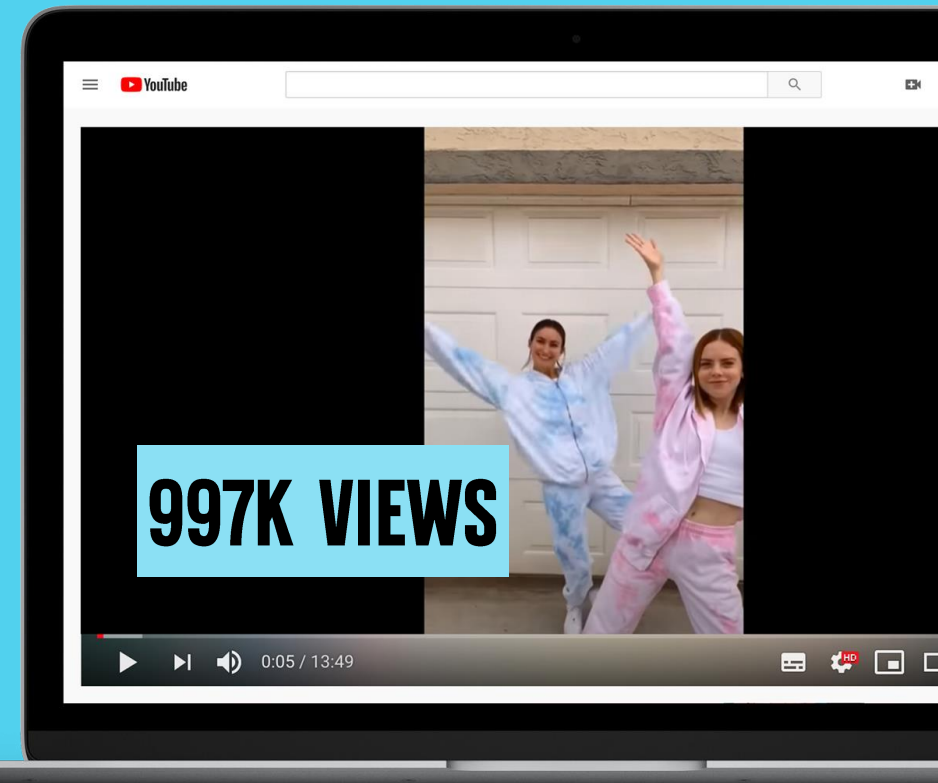
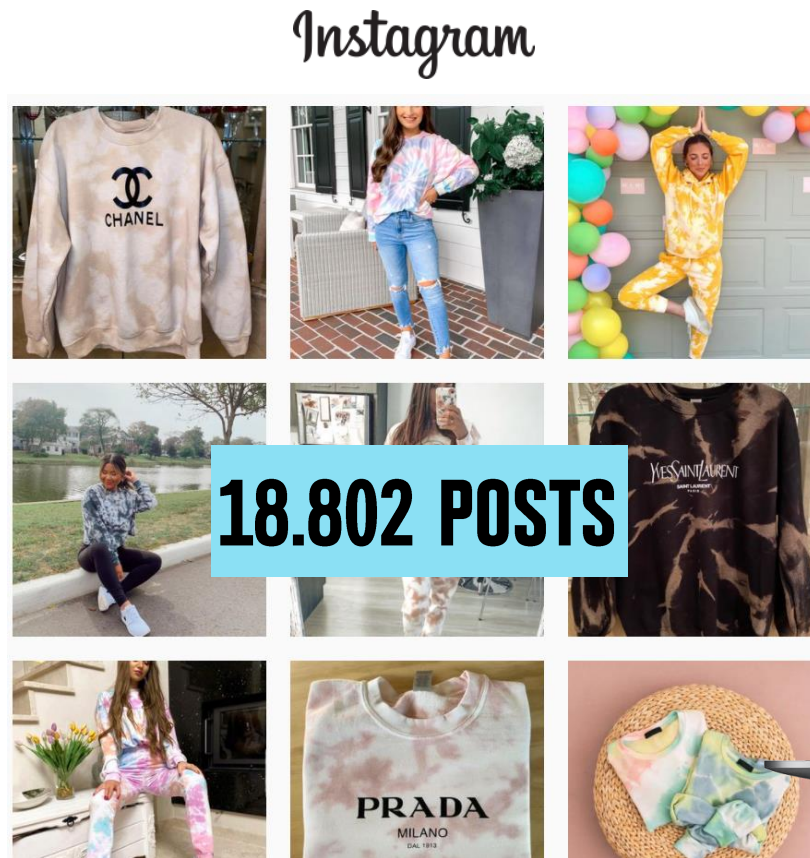
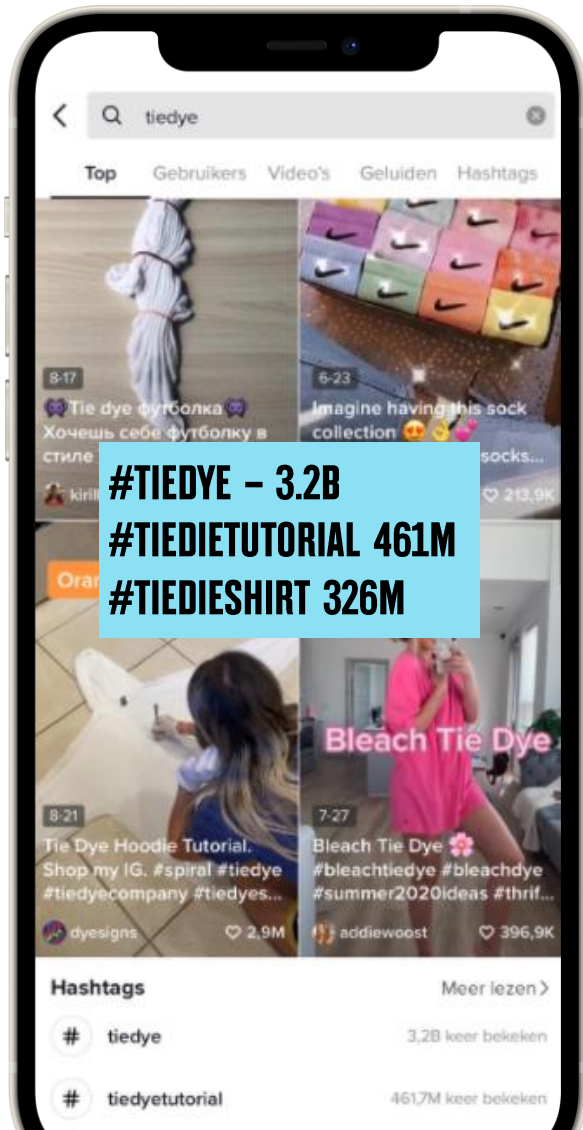
Het algoritme 'matcht' jou met content creators die je waarschijnlijk nice vindt en waar jij je mee kan identificeren **in de hoop dat je ook creator wordt**. Wat voor content kan je 'createn'?

- Muziek/geluid duplicatie
- Dansduplicatie
- Humoristische content formats
- Persoonlijke reviews of reactie video's
- #duetme video's
- Viral challenges

Anders dan bij YouTube of Instagram, is TikTok veel toegankelijker. Je hebt alleen een telefoon nodig. Doordat de content snackable is, kijken mensen **veel** maar wel **kort**. Het voordeel: **veel engagement én contentcreatie**. Het nadeel: korte aandachtsspanne en hoog wegswipe-gehalte.



THAT ESCALATED QUICKLY



THAT ESCALATED QUICKLY

Tie-dyen met wijn: de nieuwste DIY-trend op TikTok

Vergeet jezelf ook geen wijntje in te schenken als je aan het wine-dyen gaat!

Door LOÏS MARCUS 15/07/2020



COSMO girl!

Entertainment News Fashion

Home / Fashion / Shoppen: Tie-dye items

SHOPPEN: TIE-DYE ITEMS

12 juni 2020

Eerder deze week schreven wij al in onze wekelijkse HOT or NOT over een fashion trend die helemaal terug is van weggeweest: tie-dye. TikTok heeft deze trend een nieuw leven ingeblazen en de leuke print zie je nu o-veral voorbij komen.

Wil jij ook meedoen met deze '60's trend? Shop dan de leukste items hieronder!



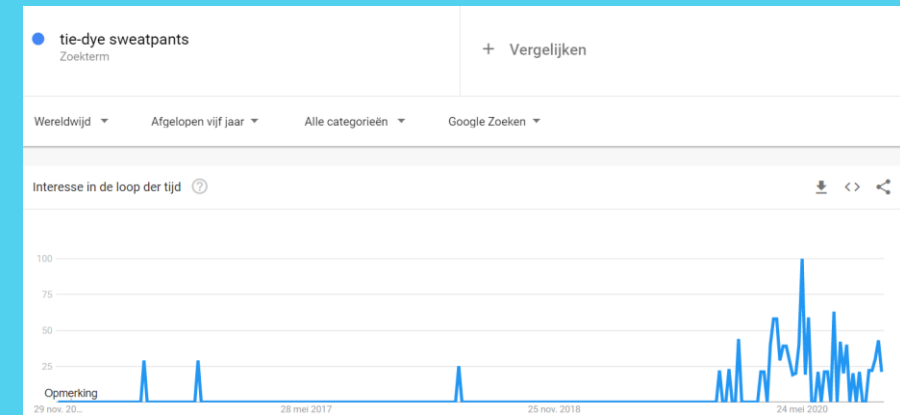
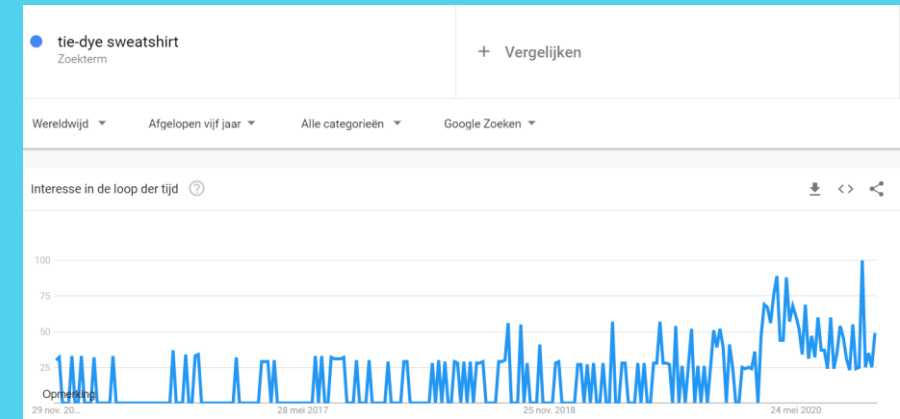
Home Shopping Spree Abonneren Acties Video

Fashion

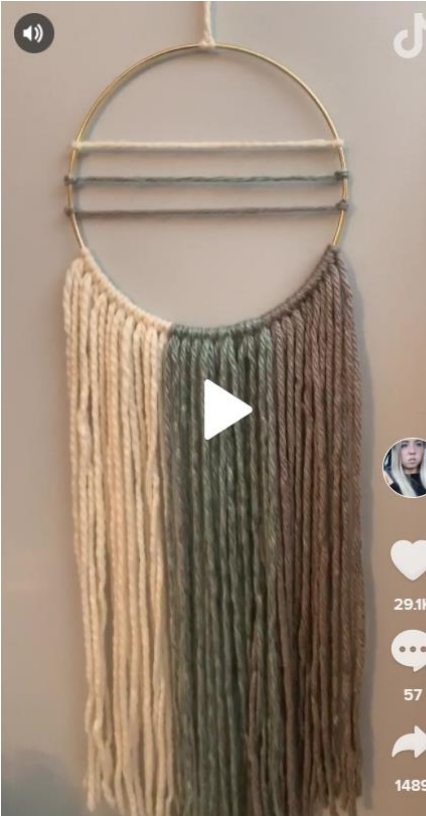
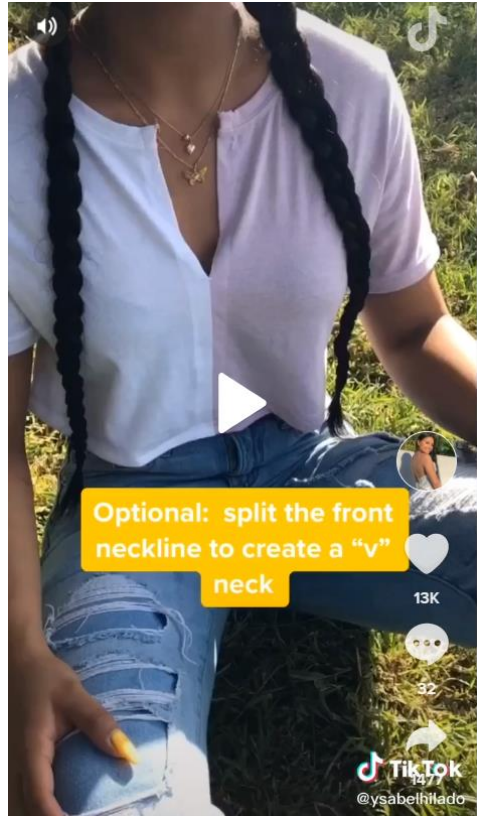
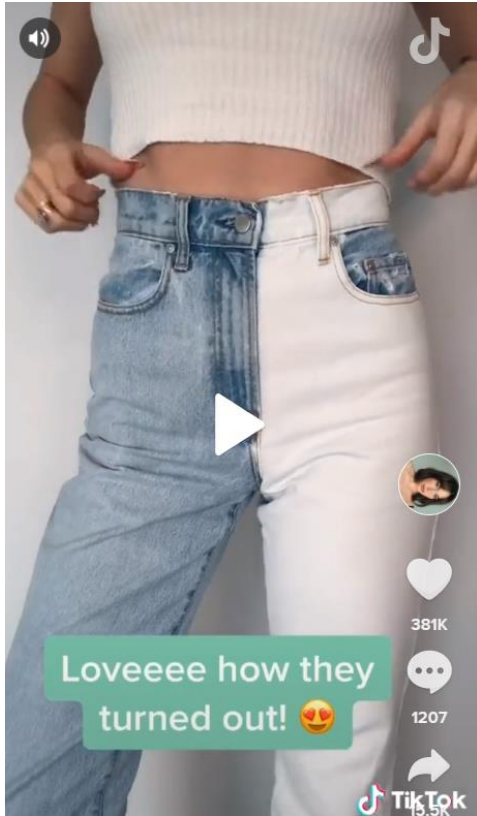
Do it yourself: deze modetrend is nu een hype dankzij TikTok



GOOGLE TRENDS PEAKS



AND THIS TOO!



MEET DE USERS



YOUNG, YOUNG, AND A BIT OLDER

Tot 2020: Gen-Z

Sinds de eerste lockdown is het aantal Nederlandse gebruikers op TikTok verdubbeld tot 4.5 miljoen.

Spoiler alert: dat zijn niet alleen maar tieners. Welcome to the platform boomers!

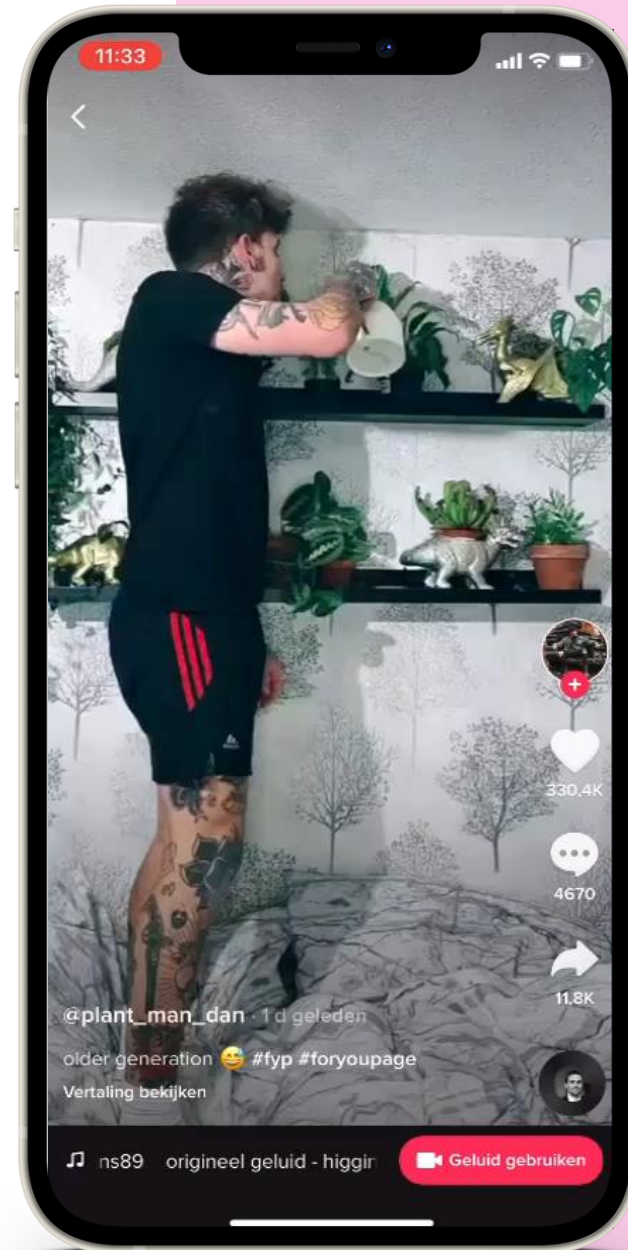
Hoe zit die leeftijdsverdeling dan echt?

- **35% is tussen de 18 en 25 jaar oud**
- **28% is tussen de 13 en 17 jaar oud**
- **22% is tussen de 26 en 34 jaar oud**
- **22% is alles ouder dan 35**

Het is én blijft het platform van de jonge creatievelingen.

Instagrammers die ook maar een TikTok account maken vallen door de mand.

Te commercieel? Te perfect? Go back to your own platform pls.



WHAT DRIVES THEM?

GEN Z IS RAISED BY GEN X WHEREAS, MILLENNIALS WERE RAISED BY BOOMERS. AND IT SHOWS.

Gen-Z is zoals geen ander. Ze hebben ambitie, willen gehoord worden en zijn niet bang om anders te zijn. Ze spreken zich uit over dingen die zij belangrijk vinden – zoals hun ouders deden – maar wel veel moderner en creatiever.

- **Diversiteit en seksualiteit**
- **Diversiteit in cultuur en nationaliteit**
- **Acceptatie van uiterlijk en verschillende lichaamstypen**
- **Duurzaamheid en politiek**

Gen-Z is zich heel erg bewust van de impact die de mens heeft op de wereld. Ze zijn veel geïnteresseerder in duurzame producten en ze consumeren minder dan millennials. Vintage is de norm en het gebruik van natuurlijke producten is mainstream.



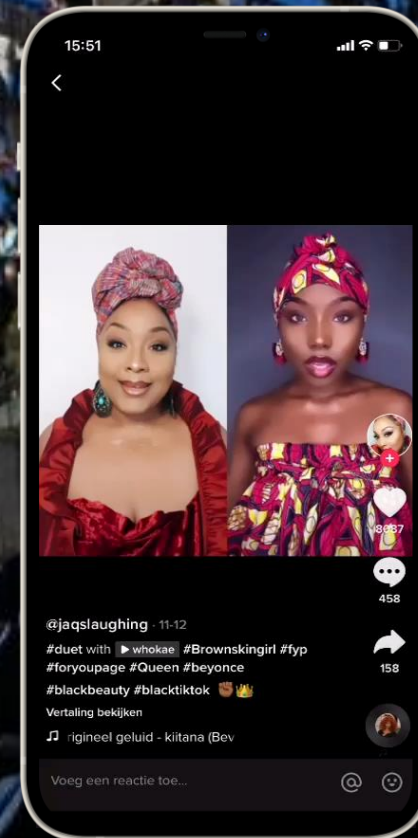
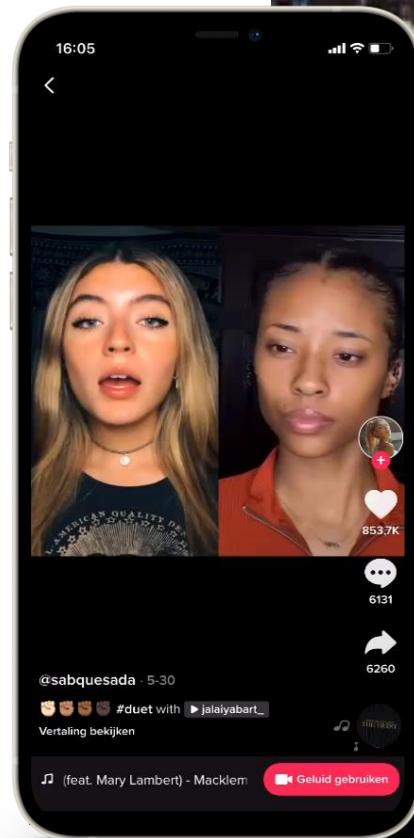
EEN STERK STAALTJE TIKTOK

NIET ALLE CRITICI ZITTEN OP TWITTER

Weet je nog dat uitverkochte stadium bij een Trump rally waar niemand kwam opdagen? Een actie van TikTokers en K-pop fans, dankzij posts waarin zij opriepen tickets te kopen en niet te gaan.

- **#brownskingirl is 84,5 miljoen keer bekeken**
- **Video @whokae 1,5 miljoen likes, 50K comments, 85K shares**
@whokae 390K volgers, 5.4 miljoen likes op video's
- **#blacklivesmatter 23,3 biljoen keer bekeken**

TikTok verbindt en verbreedert. Gebruikers vinden het belangrijk om voor elkaar op te komen. Uitingen van support aan bewegingen zoals blacklivesmatter en womenempowerment hebben een groot bereik in het medium.



LET'S INTRODUCE SOME FACES

The image displays a grid of six Instagram profiles, each with a bio and a row of video thumbnails. The profiles are:

- @charlidamelio**: Bio: "i am a megan thee stallion stan for life". Link: <https://www.hollisterco.com/shop/us/gift-guide?...>
- @lorenzodinatele**: Bio: "Lorenzo@ljl-media.com". Link: <https://youtu.be/PHotchLRxL4>
- @saarbabyy**: Bio: "Poor Men's Hailey Bieber life is short and so am I follow me for a kiss (ღ˘ˋ˘ღ)". Link: <https://linktr.ee/saarbabyy>
- @nikki.zara**: Bio: "Hi dm me or something". Email: Nikkizaraester@gmail.com. Link: <https://www.change.org/p/andy-beshear-justice-...>
- @primevideonl**: Bio: "Streams & memes".
- @gymmeesterdaan**: Bio: "Talitha Verver". Email: gymmeesterdaan@gmail.com. Insta: @gymmeesterdaan

The image shows a smartphone screen displaying a TikTok video of Will Smith. The video has 4.9M likes and 23.9K comments. The user is @willsmith, posted on 2019-10-3. The video caption reads: "COMIN' IN HOT!! Thanx for the lift @calebnatale #loop #loopchallenge". Below the caption, it says "Vertaling bekijken" and "y Mineo & Lecrae Coming". The bottom of the screen shows the text "Voeg een reactie toe..." and icons for comments and shares.

@WILLSMITH - 43,5M VOLGERS

WHAT'S IN IT FOR US?



WHY THOUGH?

Waarom wil ik TikTok gebruiken als bedrijf?

- **Content first**

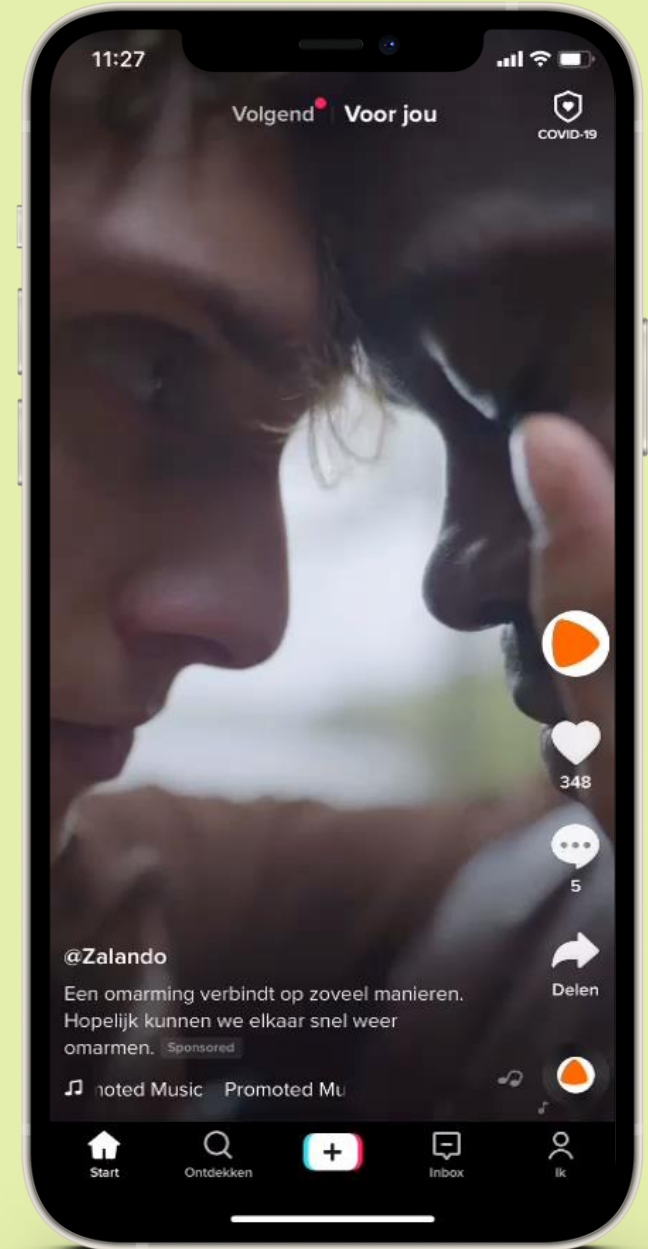
Het algoritme is zo geoptimaliseerd dat je minder hagelschiet dan bij andere social media. Ook beschermt TikTok de gebruikers door irrelevante content niet te posten.

- **Sound-on**

Muziek en audio is één van de belangrijkste aspecten. Video's van TikTok worden vrijwel altijd gekeken met sound on. Verschillende artiesten lanceren hun nieuwe singels dan ook via TikTok creators.

- **A full screen experience**

Je kan 100% het hele beeldscherm gebruiken zonder dat men afgeleid kan worden door andere content. Let op! scrolling goes fast. Je moet binnen 2 seconde relevant gevonden worden.

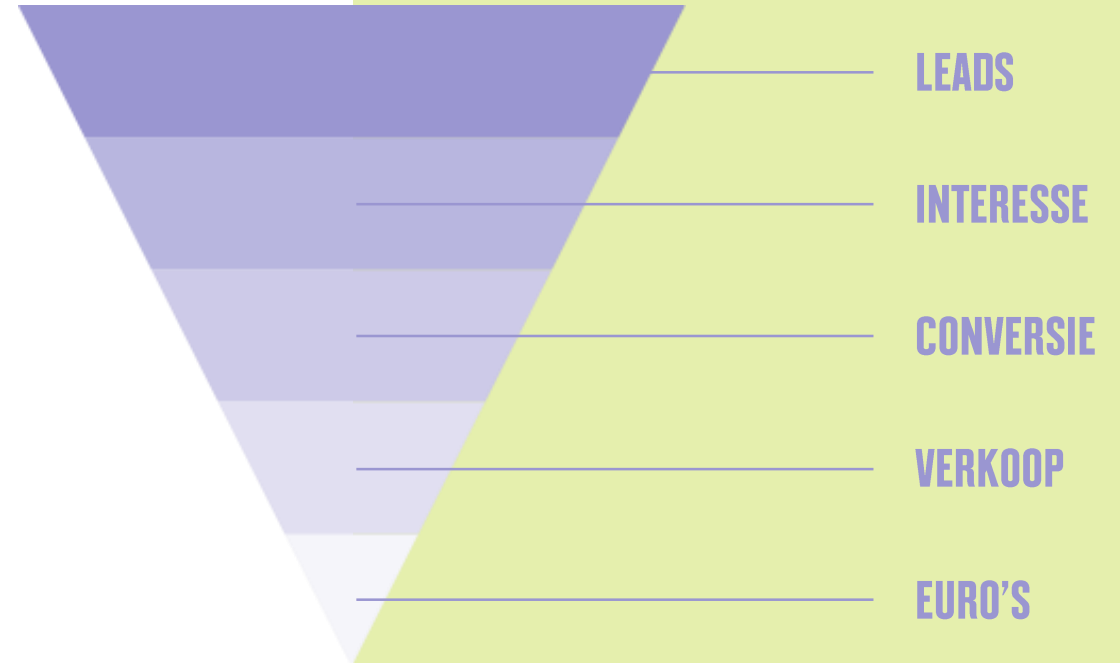


WHY THOUGH?

- TikTok is de perfecte plek voor creativiteit
- HELLO NEW STUFF! Genereer awareness over je product of merk
- TikTok heeft focus op organisch bereik
- Een van je video's gaat viral

Do's!

- **Werk samen met creators**
- **Maak TikTok first content**
- **Live video's**
- **Review video's**
- **Early adaptors - trends**
- **Soft ads**
- **Live video's**
- **Easy to watch**
- **Gebruik geluid/muziek – branded music**

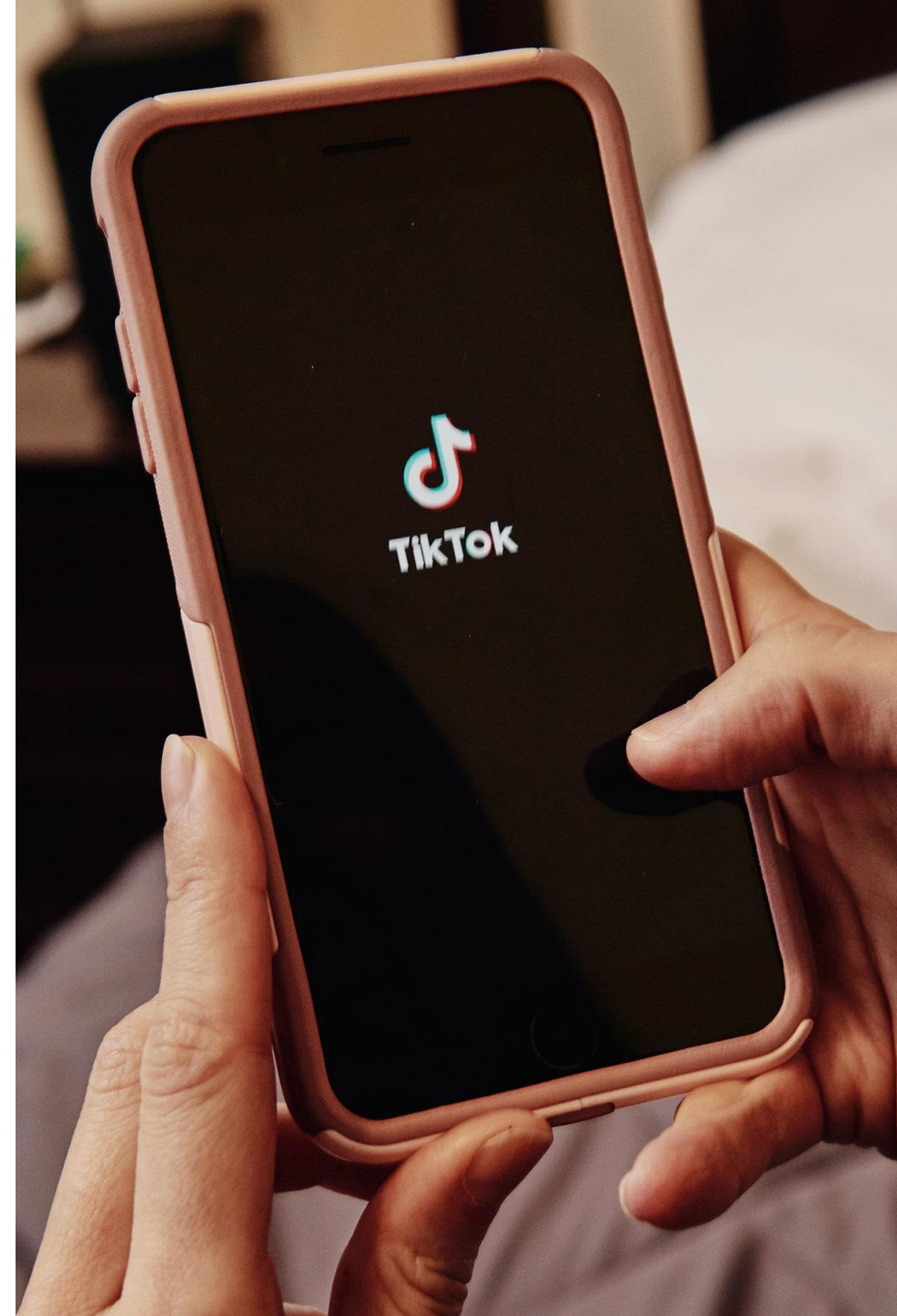


WHY NOT THOUGH?

- Eigen kanaal – heel veel content
- Weinig conversie boven €10
- Focus op awareness & engagement in plaats van sales
- Harde ads worden niet gewaardeerd

Don'ts

- **Advertenties kopiëren van andere kanalen**
- **Te lange content**
- **Weinig consistentie**
- **Misleidende beloftes**
- **Te naakt**
- **Gewelddadig**



ADVERTISE? HOW?!

ADVERTENTIE FORMATS

- **In-Feed ads met CTA**
 - App – Download
 - Website – Bezoek
 - Conversie – Shop
 - Spotify – Luister
- **Topview video's**
 - Vergelijkbaar met bumperads op YouTube
- **Branded hashtag challenge**
 - Inkoop #challenge page



TikTok

The leading destination for short-form mobile video.

[Learn more about TikTok](#) >



In-Feed Ads

Integrate video content into users' "For You" feed.

[Learn more](#) >



TopView

Present your brand on the best and unmissable placement of TikTok.

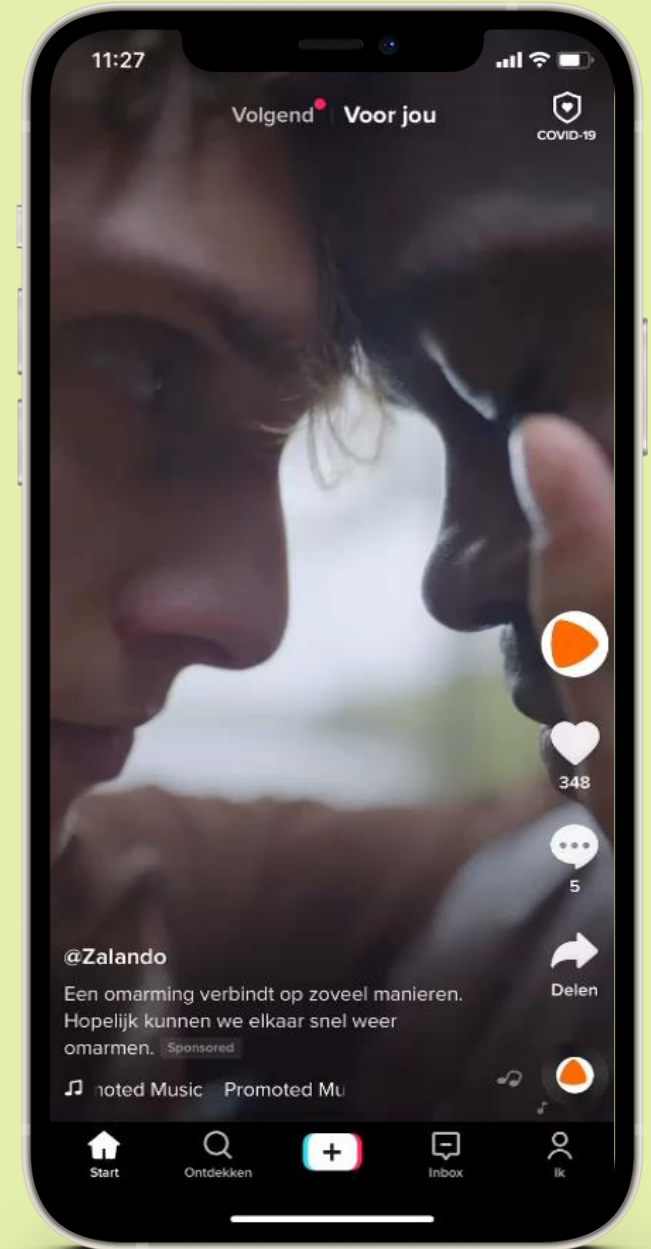
[Learn more](#) >



Branded Hashtag Challenge

A one-of-a-kind engagement format that taps into user passion for creation and expression.

[Learn more](#) >



TIKTOK FOR BUSINESS

RULE NUMERO UNO: DON'T MAKE ADS, MAKE TIKTOKS

TikTok for business is wel even anders dan Instagram of Facebook. De gebruiker waardeert het minder dat de entertainment onderbroken wordt door commerciële content en het platform waardeert dat evenmin.

- Don't make ads, make TikToks
- Don't create for them, create with them (PUMA)

TikTok kan je voor je bedrijf inzetten

- Advertentie content inkopen, maar...
- Eigen kanaal, maar...
- Samenwerkingen met creators (!)
- Opzetten van #challenges



TikTok

The leading destination for short-form mobile video.

[Learn more about TikTok](#) >



In-Feed Ads

Integrate video content into users' "For You" feed.

[Learn more](#) >



TopView

Present your brand on the best and unmissable placement of TikTok.

[Learn more](#) >



Branded Hashtag Challenge

A one-of-a-kind engagement format that taps into user passion for creation and expression.

[Learn more](#) >

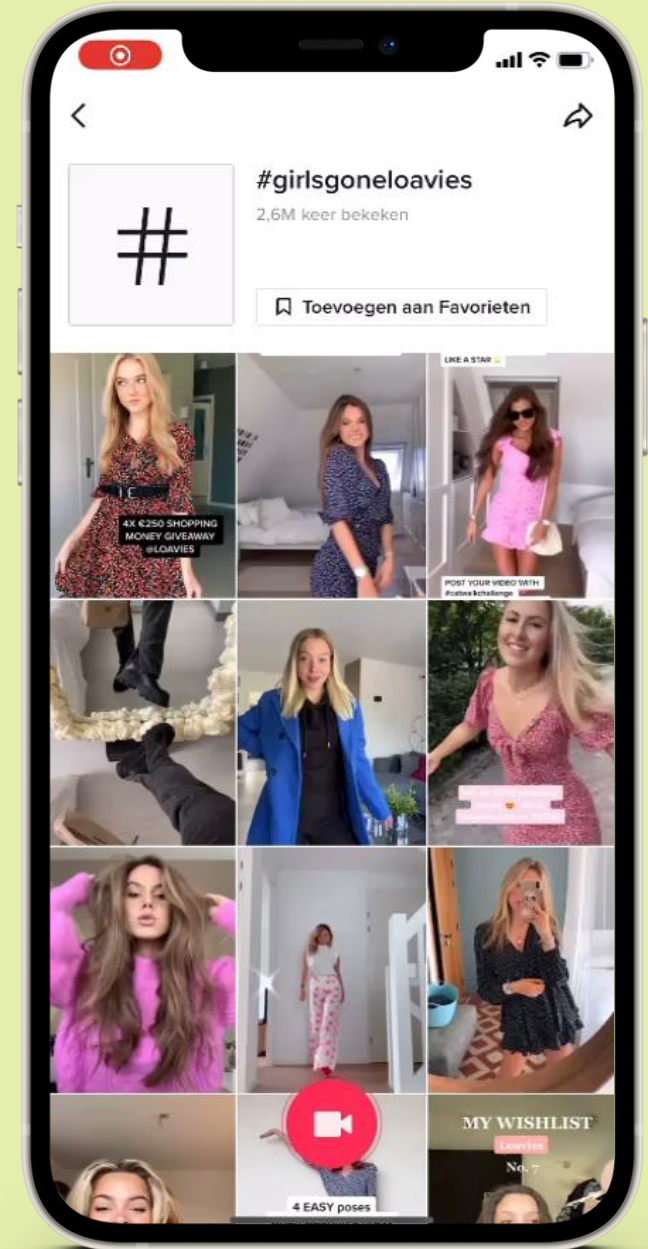


WHY THOUGH?

TikTok is een ontdekkingsreis voor gebruikers: die staan dus continu open voor nieuwe dingen. Nieuwe muziek, nieuwe dansjes, nieuwe bewerkingsmogelijkheden, nieuwe interactie én nieuwe producten.

Waarom wil ik TikTok gebruiken als bedrijf?

- **Everyone's here**
150 landen, 75 talen, 1 op de 4 gebruikers vind je nergens anders
- **Creative expression**
TikTok staat voor zelfexpressie. Mensen willen niet louter consumeren, ze willen meedoen.
- **Cultural impact**
What happens on TikTok, doesn't stay on TikTok. De content wordt gecrosspost en trends beginnen hier.



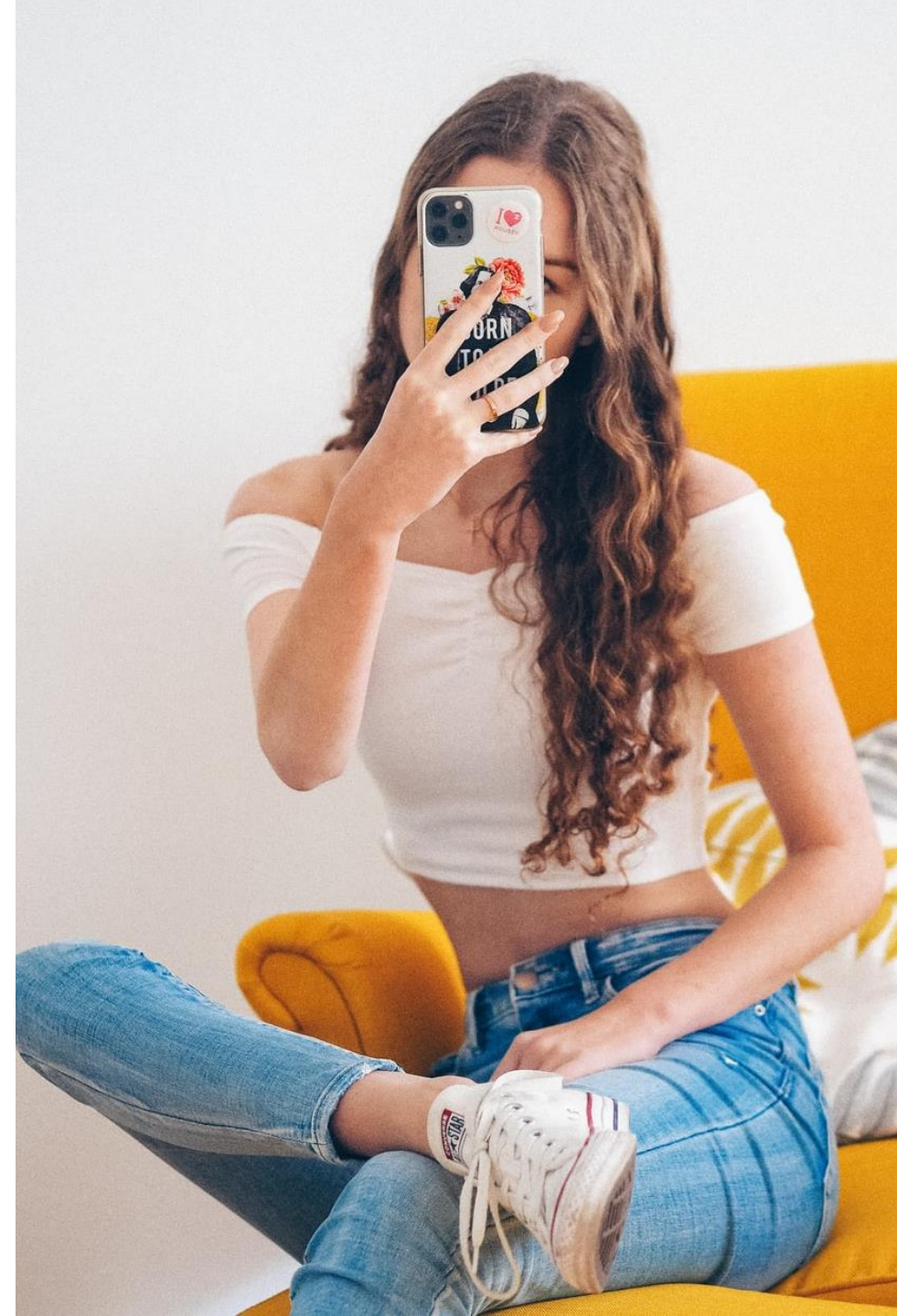
TIKTOK FOR BUSINESS TIPS!

WE'VE GOT SOME TIPS FOR YOU

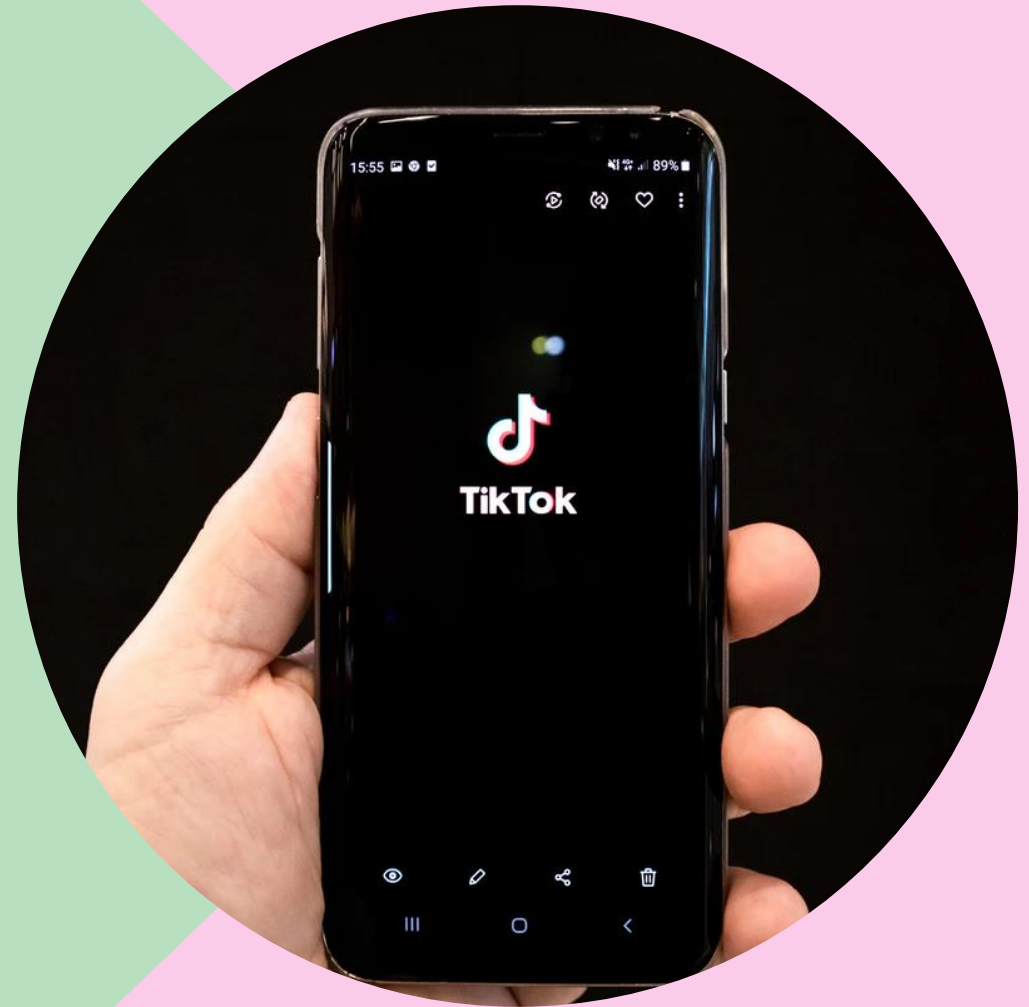
1. Wees herkenbaar
2. Gebruik correcte # en houd je copy KORT
3. Zorg dat je content binnen 5 sec relevant is om de kijker te behouden
4. Download TikTok pro
5. Deel exclusieve content
6. Think user first!
7. Create a niche and be consistent
8. Maak gebruik van muziek/geluiden!!

+ TikTok advertenties relatief goedkoop door weinig concurrentie, hoge conversieratio

+ TikTok start pilotfase voor Nederlandse adverteerders



BEST PRACTICES



BEST PRACTICES

@RITUALSCOSMETICS

@RODEKRUIS

@AFCAJAX

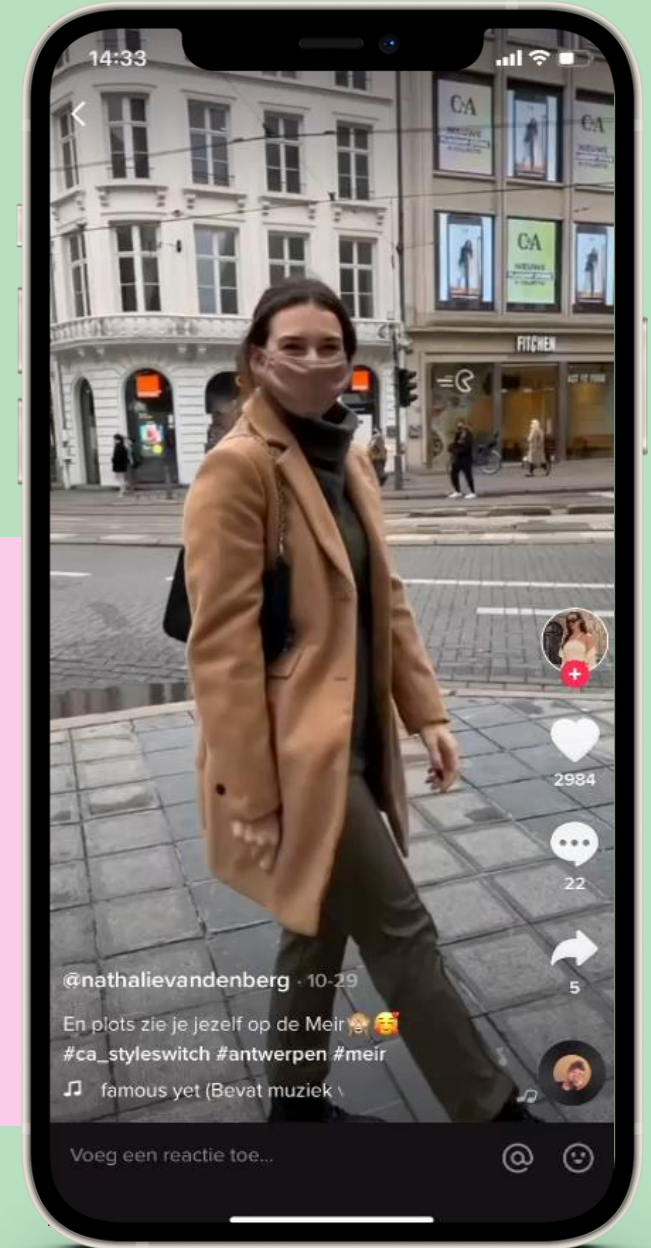


BEST PRACTICES LOCAL LEVEL

C&A GEBRUIKT TIKTOK IN ETALAGES BRUSSELS

WHY DO THEY ROCK?

- C&A maakt interactieve etalage
- Creators doen 'outfitchallenge'
- Reach: 100K
- Toegankelijk voor consumenten via: [#CA_Styleswitch](#)
- Engaging content & vernieuwende formats



BEST PRACTICES GLOBAL LEVEL

@NIKE

RESULTS

- Campaign #MagicBoots – 1.1 biljoen reach
- Challenge: Impress & win
- Creator: @Ben – 2.2 miljoen volgers
- Interaction: 46 miljoen x
- 215K nieuwe volgers in 6 dagen

317M+

Video Views

160K+

Videos Created

215K+

New Followers



TikTok

The leading destination for short-form mobile video.

[Learn more about TikTok](#) >



Branded Hashtag Challenge

A one-of-a-kind engagement format that taps into user passion for creation and expression.

[Learn more](#) >



In-Feed Ads

Integrate video content into users' "For You" feed.

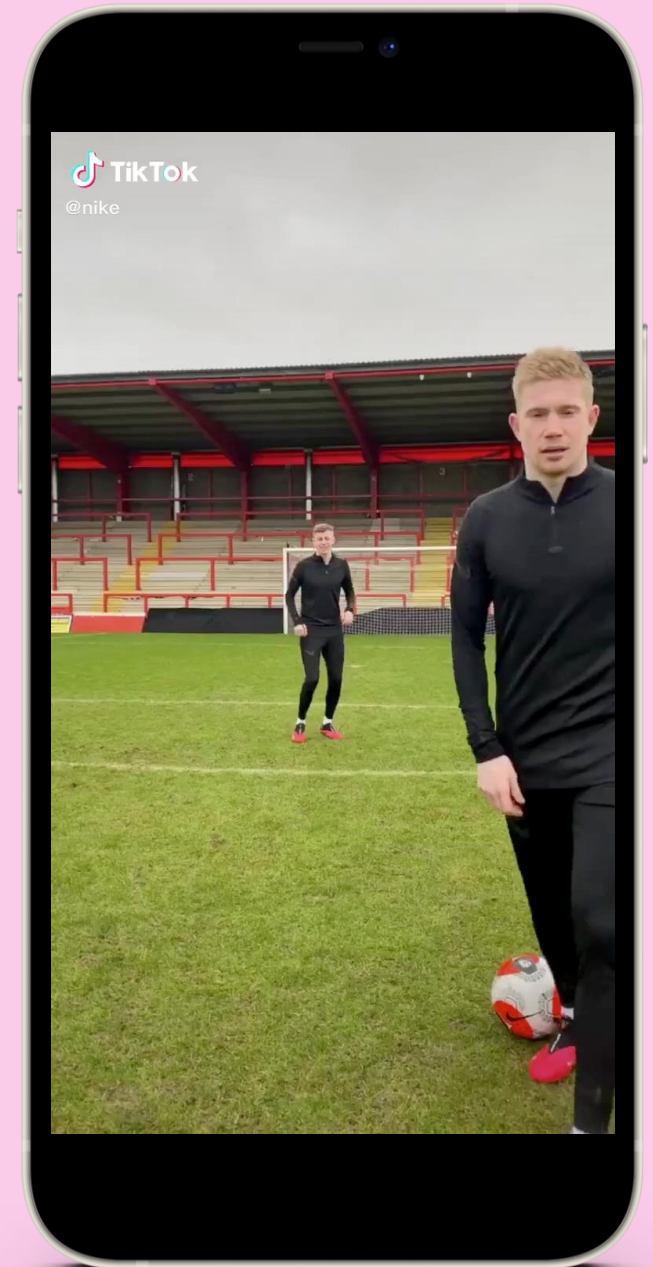
[Learn more](#) >



TopView

Present your brand on the best and unmissable placement of TikTok.

[Learn more](#) >



BEST PRACTICES GLOBAL LEVEL

@NISSANAUSTRALIA

HOW DID THEY DO IT?

- Campaign: #ImprovisewithJUKE
- Challenge: improvise & win
- 137.5 miljoen views
- Creation: 34K video's
- Click through rate: 17%
- Engagement rate: 17%

129.4M

Video Views

34.3K

Videos Created

92.9%

Brand Awareness Lift



TikTok

The leading destination for short-form mobile video.

[Learn more about TikTok](#) >



Branded Hashtag Challenge

A one-of-a-kind engagement format that taps into user passion for creation and expression.

[Learn more](#) >



In-Feed Ads

Integrate video content into users' "For You" feed.

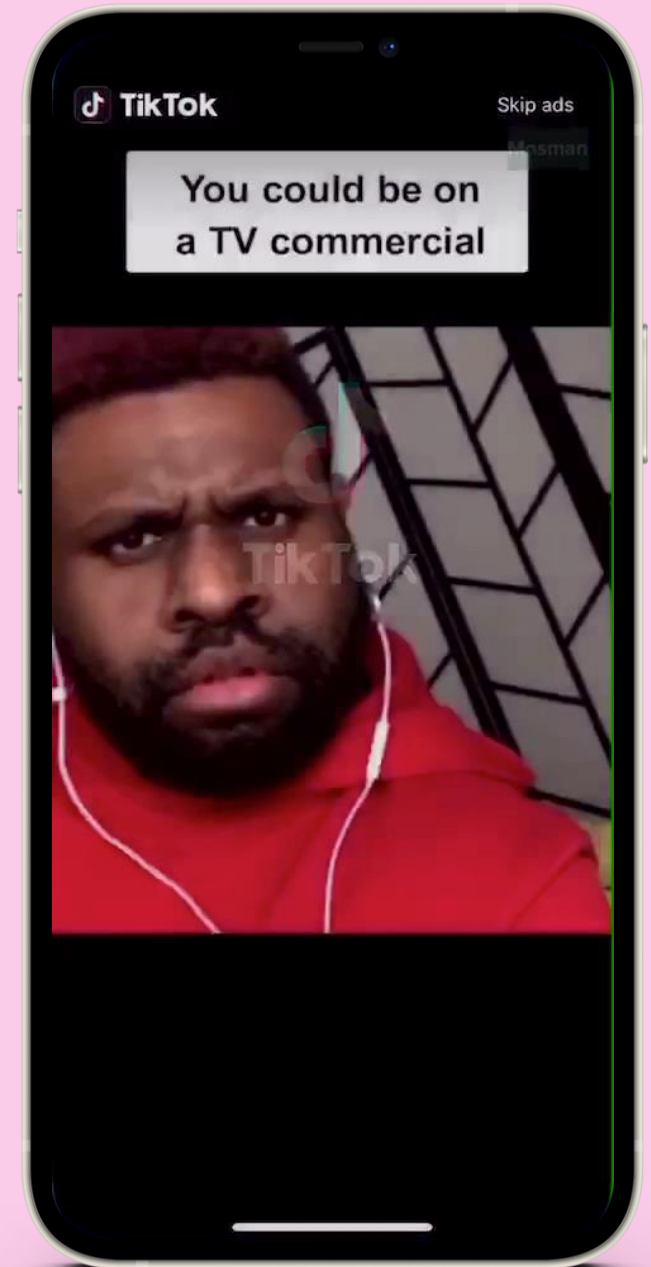
[Learn more](#) >



TopView

Present your brand on the best and unmissable placement of TikTok.

[Learn more](#) >



2021

WANNEER IS HET EINDELIJK 2021?

Wat kunnen we verwachten in 2021

- **Meer diversiteit in users**
- **Focus categorieën**
 - Fashion**
 - Food**
 - Beauty**
 - Education**
- **Advertentiemogelijkheden**
- **Meer branded content**
- **Live streams**
- **Commerisie**



WRAP IT ALL UP

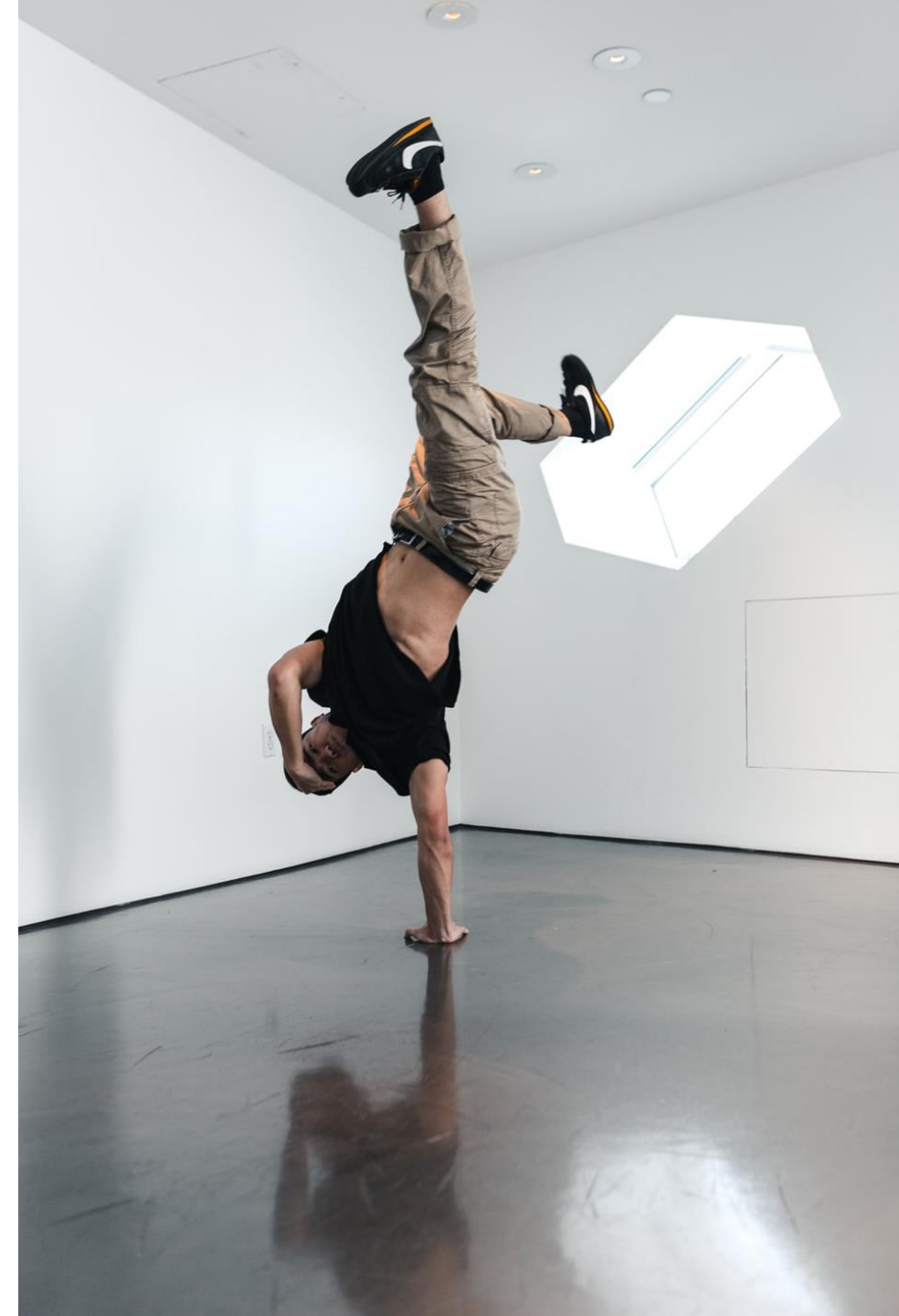
NOG ÉÉN KEERTJE DAN

- SHORT FORM VIDEO **15, 30, 60 SEC**
- TIKTOK HEEFT **4.5 MILJOEN** GEBRUIKERS
- AVERAGE TIME SPENT **60 MIN PER DAY**
- AVERAGE **ENGAGEMENT RATE 20%**
- FOCUS OP **EXPLORE EN ENTERTAINMENT**
- **FOR YOU PAGE** STAAT CENTRAAL
- **ALGORITME** IS NEXT LEVEL ONTWIKKELD DANKZIJ **DOUYIN**



NOG ÉÉN KEERTJE DAN

- AANTAL NEDERLANDSE GEBRUIKERS **VERDUBBELD** IN 2020 NAAR **4.5 MILJOEN**
- **GEN-Z** IS DE ORIGINAL GANG
- **MILLENNIALS** COMING THROUGH
- 1 OP DE 4 GEBRUIKERS VIND JE **NERGENS ANDERS**
- **BE AWARE** OF THE TIKTOKKERS
- **CREATORS** BECOME BRANDS



NOG ÉÉN KEERTJE DAN

WHAT'S IN IT FOR THE BUSINESS?

- MEEGAAN MET DE TIJD
- GROTE GROEP ACTIEVE GEBRUIKERS
- NIEUWE PRODUCTEN INTRODUCEREN
- RELATIEF VERNIEUWEND
- RELATIEF GOEDKOOP
- ORGANISCH BEREIK



NOG ÉÉN KEERTJE DAN

HOE GEBRUIK JE HET?

- COLLABS MET CREATOR
- LIVE VIDEO'S
- REVIEWS
- SOFT ADVERTISING
- #CHALLENGE
- MERKACCOUNT
- ADVERTENTIES
- MUZIEK/GELUID



ANY QUESTIONS?