



1. Prioriza el contenido creado por el usuario

- El contenido creado por usuarios es más popular porque se ve auténtico:

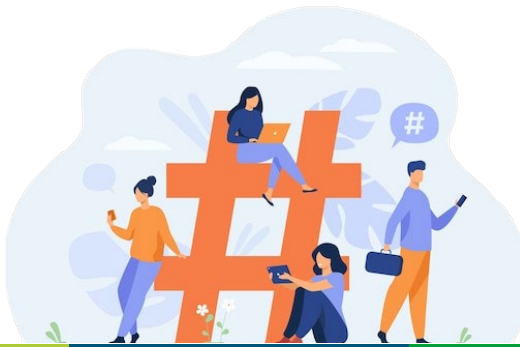
El contenido que publica directamente la marca siempre va a llevar cierta "penalización" para que las empresas inviertan en publicidad dentro de la propia plataforma.

- Utiliza un hashtag propio:

Pide a tus pacientes que utilicen este hashtag para compartir tus vídeos divulgativos de salud. Guarda vídeos de esas personas que comparten tu contenido para usarlo también en tu canal. ¡Compartir es vivir!

- Combate bulos:

En esta plataforma se difunden muchos bulos de salud y medicamentos. ¡Reacciona a estos vídeos en tu canal de forma original para llegar a más gente!



2. Construye relaciones con influencers



Lista con los [divulgadores sanitarios más influyentes en TikTok](#)

3. Busca tendencias de audio

En TikTok, la música y el sonido siempre han jugado un papel fundamental:



- **67%** de los usuarios quieren ver vídeos que lleven música de tendencia
- **68%** dice que la música y el sonido les ayuda a recordar mejor el mensaje
- **58%** son más proclives a compartir un anuncio con música de moda
- **62%** señalan que su interés por el autor aumenta después de ver un vídeo con música y sonidos de moda

4. Analiza y sigue tus interacciones

Es importante analizar los resultados de tus vídeos en TikTok. Escribe en un registro el titular del TikTok y dale el color según haya funcionado.

Si un vídeo no ha tenido buenos resultados, el siguiente vídeo lo tendrá más complicado para conseguir llegar al público.

Por ello, publica un vídeo en el que tengas mucha confianza de alcance.

Pasadas unas semanas, ponlo en "privado" si tiene menos reproducciones que el resto.

No lo borres, si eliminas el algoritmo te penalizará bastante.

Puedes volver a subirlo unos meses después optimizado, corrigiendo errores después de ir analizando lo que quiere la plataforma.

5. Trabaja siempre con el algoritmo y no contra él



- Trata de enganchar con tu vídeo en los primeros **7 segundos**
- Aunque hayas editado el vídeo fuera de TikTok, trata de **añadir algún efecto desde la plataforma**
- Utiliza **al menos 3 hashtags** populares o que tengan buenos resultados
- **Usar una portada** para que invite a abrir el vídeo cuando estén en tu perfil
- **Publica a la hora en la que vams a tener más interacciones inmediatas.** Puedes consultarlo en los insights de tu menú de creador.