

# TIKTOK ADS

2026

## *Vrste tiktok oglasov*

## *Kako pričeti*

Želiš da ti pomagamo? piši na  
podpora@viralen.si

## *Trendi in napotki*

Kaj najbolj obeta in  
kako do najboljših  
rezultatov,



**FREE**

2026

**Popoln priročnik za TikTok oglaševanje v Sloveniji**

# **Triki in nasveti za najbolj učinkovite oglase na TikToku**

TikTok je postal nepogrešljivo orodje za oglaševalce po vsem svetu, vključno s Slovenijo. S svojo dinamično in inovativno naravo ponuja edinstveno priložnost za podjetja, da dosežejo svojo ciljno publiko na povsem nov način. Hkrati pa je TikTok tudi konkurent Youtube-u ter Instagramu. Ta članek vam bo razkril ključne strategije in nasvete, za uspešno TikTok oglaševanje.



## **Kdo uporablja TikTok**

**ANALITIČNI PODATKI**

TikTok ima 159, milijarde mesečnih aktivnih uporabnikov, kar ga uvršča na šesto mesto med družbenimi omrežji. Uporabniki preživijo na platformi povprečno 95 minut na dan.

# Starost uporabnikov

Večina uporabnikov je stara med 25-34, sledi pa ji starostna skupina 18-24 let.

18-24	27.2%	35%
25-34	39.7%	32%
35-44	15.9%	16%
45-54	8.8%	8%
55+	8.2%	9%

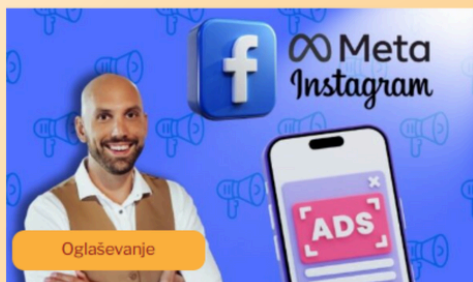
Tabela spodaj prikazuje kako se večja število Gen Z uporabnikov TikTok platforme skozi leta, v primerjavi z Instagram in Facebook platformo.

Year	TikTok	Instagram	Snapchat
2019	19.8 million	26.1 million	33.7 million
2020	29.5 million	29.5 million	38.1 million
2021	37.3 million	37.3 million	42 million
2022	41.4 million	41.4 million	44.5 million
2023	45 million	45 million	47 million
2024	48.3 million	48.3 million	49.6 million
2025	48.8 million	48.8 million	49.5 million

# Spol uporabnikov

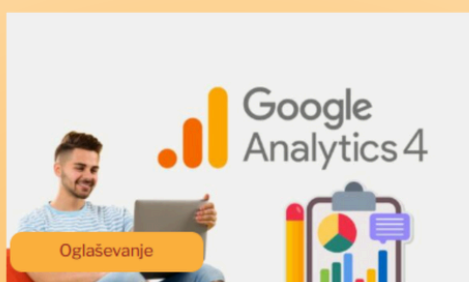
Razmerje med moškimi in ženskami na TikToku je skoraj uravnoteženo (52% moških, 48% žensk), kar oglaševalcem ponuja širok spekter možnosti za doseganje raznolike publike.

# Želiš še več znanja?



Meta  
Instagram

Oglaševanje



Google  
Analytics 4

Oglaševanje



WordPress

Programiranje



Media  
ADMIXER

Google  
Ads

Oglaševanje



Družbeni mediji



SEO

SEO optimizacija



Canva

Družbeni mediji



Oglaševanje



CapCut

Družbeni mediji

## OBIŠČI VIRALEN.SI

### SPLETNI TEČAJI

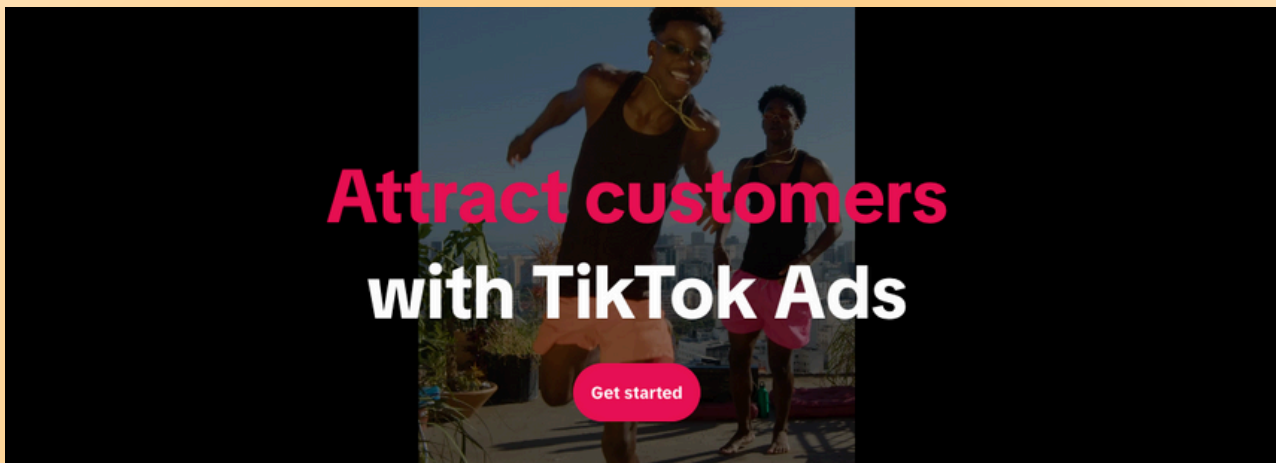
Pred tabo je zbirka spletnih tečajev na zahtevo. Izberi svojega. Vsi spletni tečaji imajo 30-dnevno garancijo na zadovoljstvo. Gre za online tečaje na zahtevo, kar pomeni, da si jih lahko ogledate kjerkoli in kadarkoli.



Boštjan Vidmar  
Ustanovitelj viralen.si

# Za koga je primerno **TikTok** oglaševanje?

Zaradi svoje velike in aktivne uporabniške baze je TikTok primeren za oglaševanje za podjetja vseh velikosti in panog. Študije so pokazale, da TikTok oglasi povečajo vračilo vložka v oglaševanje (ROAS) in učinkovitost prodaje za 64%.



## Kje tiči bogastvo prodaje?

Pa si najprej pogledjmo, kako deluje svetovna ekonomija prodaje. Sabri Suby, lastnik največje avstralske oglaševalske agencije, je svoje kupce razdelil na sledeč način:



Ta trenutek zgolj 3 % oseb potrebuje vaš izdelek, 17 % oseb se informira o njem, 20 % se jih zaveda problema ki ga rešuje artikel, 60 % oseb pa ne zanimate.

Kaj to pomeni v praksi? Predpostavimo, da prodajate brivske žetke. Na dan pisanja članka sem na Statističnem Uradu RS našel, da je trenutno v Sloveniji 703.000 moških, ki so stari med 15 in 64 let (ki torej potrebujejo žetke). Predpostavljamo, da jih polovica uporablja brivski aparat. Se pravi: imamo svojo bazo, ki obsega 351.500 oseb.

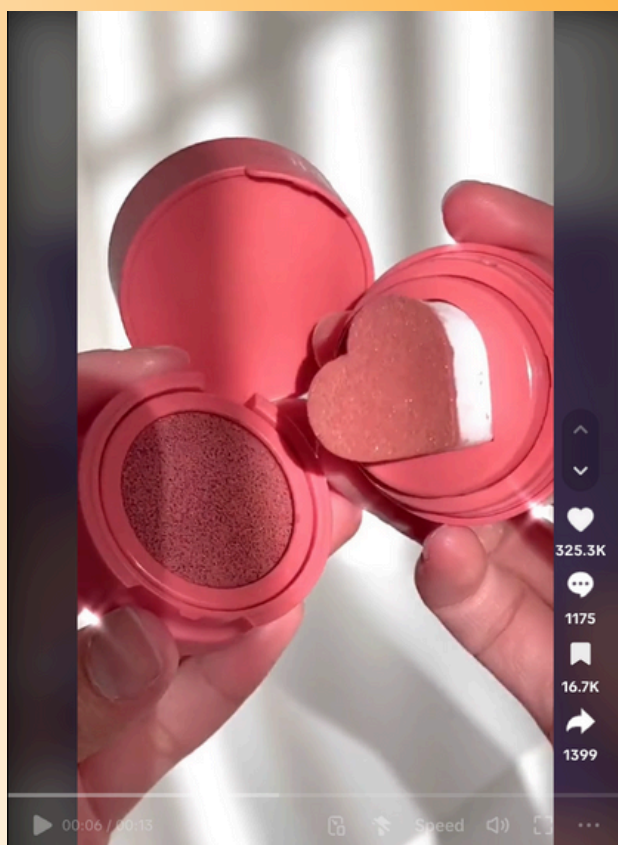
Po naši zgornji formuli pa to pomeni, da:

- ta trenutek 10.500 oseb potrebuje nove žetke,
- 59.755 oseb razmišlja o nakupu,
- 70.300 oseb ima zavedanje, da jih bo v prihodnosti potrebovala,
- 210.000 pa o tem ne razmišlja. Tu lahko številko podvojimo in dodamo še tiste, ki uporabljajo brivski aparat. Se pravi jih imamo 410.000.

## 1. TIKTOK OGLASI ZA SPLETNE TRGOVINE

### A. SHOWCASE IZDELKOV V AKCIJI

Ena najmočnejših prednosti TikTok oglaševanja za spletne trgovine je možnost prikaza izdelkov v dejanskem okolju. Videoposnetki, ki prikazujejo izdelke v uporabi ali v akciji, ne samo da pritegnejo pozornost, ampak tudi pomagajo potencialnim kupcem bolje razumeti funkcionalnosti izdelka in kako bi izgledal v njihovem vsakdanjem življenju.



**KLIKNI ZA PRIMER**

# 1. TIKTOK OGLASI ZA SPLETNE TRGOVINE

## B. UPORABA ZGODB UPORABNIKOV



Zgodbe strank ali uporabniške izkušnje so močno orodje za prepričevanje potencialnih kupcev. TikTok oglasi za spletne trgovine lahko vključujejo resnične uporabniške zgodbe, ki prikazujejo, kako so izdelki rešili težave ali izboljšali življenje strank. To ustvarja čustveno povezavo in verodostojnost.

[KLIKNI ZA PRIMER](#)



## CASE STUDY

Kozmetična znamka Grande Cosmetics je s pomočjo TikTok Shop Ads dosegla izjemne rezultate pri povečanju prodaje. Kar 10-kratni donos na oglaševalske izdatke. Na koncu tega članka boste izvedeli tudi podrobnosti, kako je **Grande Cosmetics** dosegel ta **10-kratni donos**.

**10X**

ROAS

**85%**

manjši CPA

**1747%**

več naročil

## 2. TIKTOK OGLASI ZA STORITVE

Podjetja, ki ponujajo storitve, lahko tudi zelo uspešno izkoristijo TikTok za promocijo svojih storitev. Kreativni videoposnetki, ki jih ustvarjajo inovativni timi in influencerji, so odličen način za povečanje prepoznavnosti storitev.



## PRIKAZ STORITEV V AKCIJI



Podjetja, ki ponujajo storitve, lahko na TikToku ustvarjajo videoposnetke, ki prikazujejo storitve v akciji. To lahko vključuje demonstracije postopkov, interaktivne vodnike ali prikaz rezultatov storitev. Takšni videoposnetki pomagajo potencialnim strankam razumeti, kako delujejo storitve in kakšne so koristi za njih.

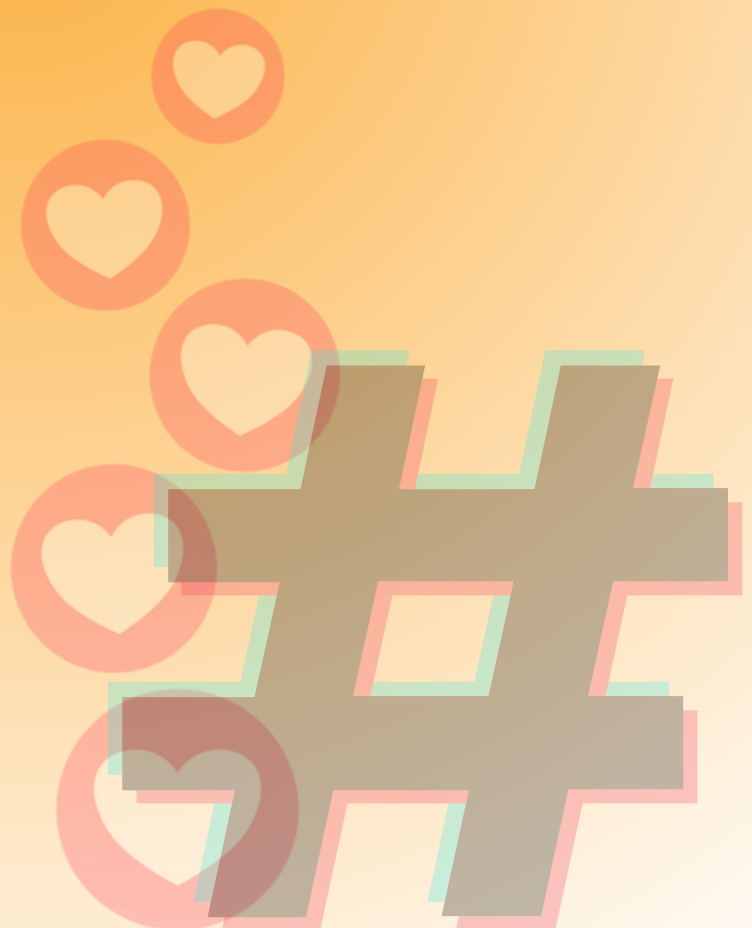
**[KLIKNI ZA PRIMER](#)**

# USTVARJANJE EDUKATIVNIH VSEBIN



TikTok je odlična platforma za ustvarjanje edukativnih vsebin. Podjetja lahko delijo nasvete, trike ali koristne informacije, povezane z njihovimi storitvami. To ne samo da povečuje prepoznavnost blagovne znamke kot strokovnjaka v svoji panogi, ampak tudi gradi zaupanje med potencialnimi strankami.

**KLIKNI ZA PRIMER**



# KORAKI USPEŠNEGA TIKTOK OGLAŠEVANJA

Za uspešno TikTok oglaševanje je ključno slediti nekaj preprostim, a izjemno učinkovitim korakom.



## 1. Uporaba kreativnih orodij

TikTok ponuja vrsto orodij, ki omogočajo ustvarjanje privlačnih videoposnetkov. S temi orodji lahko izkoristite aktualne trende in priljubljene zvoke ter tako vaše vsebine naredite še bolj privlačne in zabavne za vašo ciljno publiko.

### TRENDI IN FILTRI



Izkoristite najnovejše trende in filtre na TikToku, da ustvarite vsebine, ki so trenutno v ospredju. Uporaba priljubljenih filtrov lahko vaše videoposnetke naredi bolj privlačne in sodobne, kar poveča njihovo privlačnost med uporabniki. Prav tako je ključno spremljati aktualne trende in hashtage na TikToku ter jih vključiti v svoje videoposnetke. Orodja za analizo hashtagov, kot sta HashtagsForLikes ali All Hashtag, vam lahko pomagajo odkriti priljubljene hashtage v vaši niši.

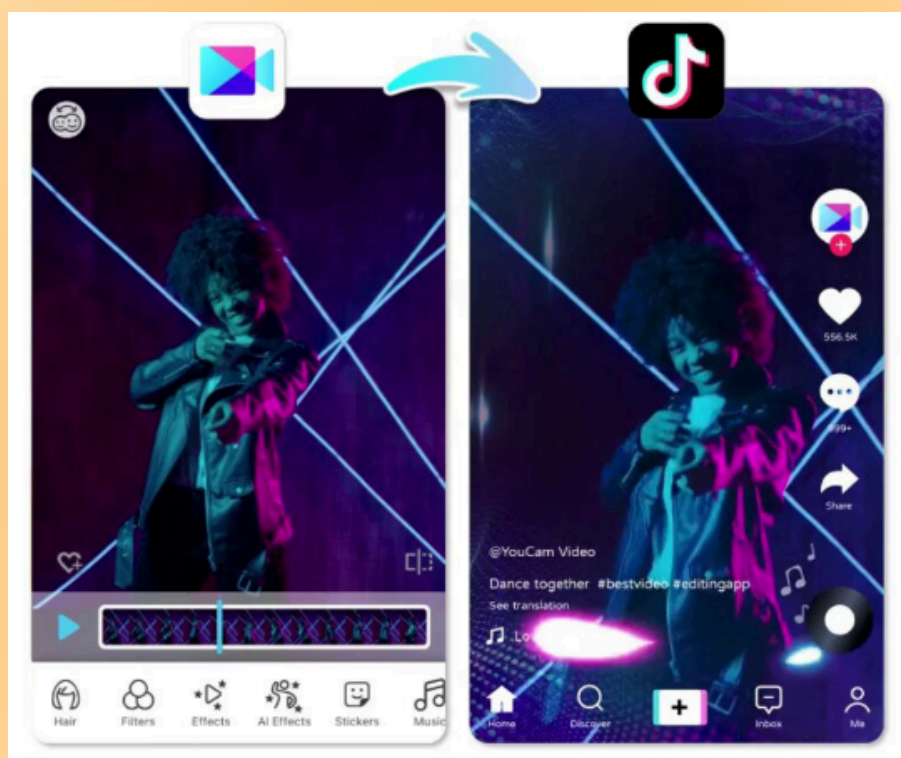
# Prilagodljivi zvoki



Eden od ključnih elementov uspeha na TikToku je uporaba priljubljenih zvokov. Platforma omogoča enostavno integracijo zvokov, ki so v trendu, kar vam omogoča, da vaše vsebine postanejo bolj privlačne in se lažje širijo med uporabniki. Privlačna glasba in zvočni efekti lahko močno izboljšajo vaše videoposnetke. Uporabite glasbo, ki je priljubljena pri vaši ciljni publiki, in poiščite brezplačne zvočne efekte na platformah kot Soundtrap ali Epidemic Sound.

# Ustvarjalne možnosti za montažo

TikTok ponuja različne ustvarjalne možnosti za montažo videoposnetkov, vključno s hitrimi rezalnimi orodji, dodajanjem besedila, posebnimi učinki in prehodi. Te funkcije vam omogočajo, da svojim vsebinam dodate edinstvenost in jih prilagodite glede na ciljno publiko. Izkoristite orodja za montažo videoposnetkov, kot sta CapCut ali InShot, da ustvarite privlačne zgodbe.



## Pokažite svojo osebnost

Pustite, da vaša znamka zasije skozi avtentične in pristne videoposnetke. Bodite to, kar ste, in pokažite svoji publiki, s čim se ukvarjate in kaj vam je pomembno.



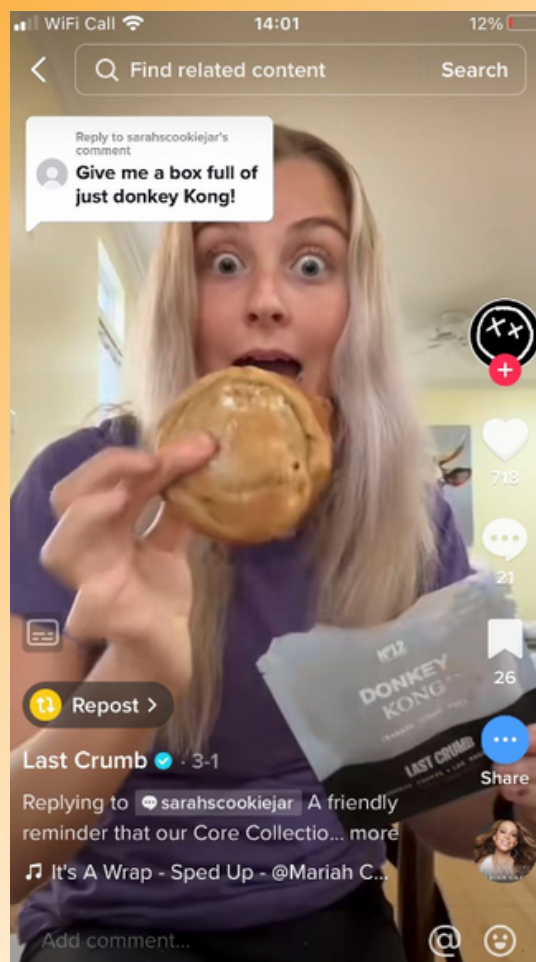
# Pripovedujte zgodbe



Ljudje se radi povezujejo z zgodbami. Uporabite TikTok za pripovedovanje zgodb o svoji znamki, izdelkih ali storitvah. Izkoristite orodja za montažo videoposnetkov, kot sta CapCut ali InShot, da ustvarite privlačne zgodbe.

# Sodelujte z drugimi uporabniki

Komentirajte videoposnetke drugih uporabnikov, ustvarite duete in sodelujte v izzivih, da povečate svojo vidnost in se povežete z novo publiko. Povežite se tudi s svojimi gledalci in z njihovimi komentarji.



# Uporabite humor



Humor je odličen način, da se povežete s svojo publiko in da si boste zapomnili svoje videoposnetke. Poiščite načine, kako v svoje videoposnetke vključiti duhovitost in zabavo.

# Bodite pozitivni

Ljudje se radi družijo s pozitivnimi ljudmi. Bodite optimistični in navdihujoči v svojih videoposnetkih.

# Pozovite k akciji

Povejte svojim gledalcem, kaj želite, da naredijo, potem ko si ogledajo vaš video. To je lahko karkoli, od obiska vaše spletne strani do nakupa izdelka ali storitve. Uporabite jasen poziv k akciji (CTA), kot je "Kupite zdaj", "Obiščite našo spletno stran" ali "Naročite se".

# Ciljanje prave publike

Natančno ciljanje je ključ do uspeha na TikToku. (Če te zanima, zakaj je ciljanje pomembno klikni sem).

Platforma vam omogoča, da svoje oglase prikažete samo tistim, ki so dejansko zainteresirani za vašo ponudbo. Demografski podatki, interesi in vedenje uporabnikov so le nekatere izmed možnosti, ki vam jih TikTok ponuja za ciljanje.

## DEMOGRAFSKO CILJANJE



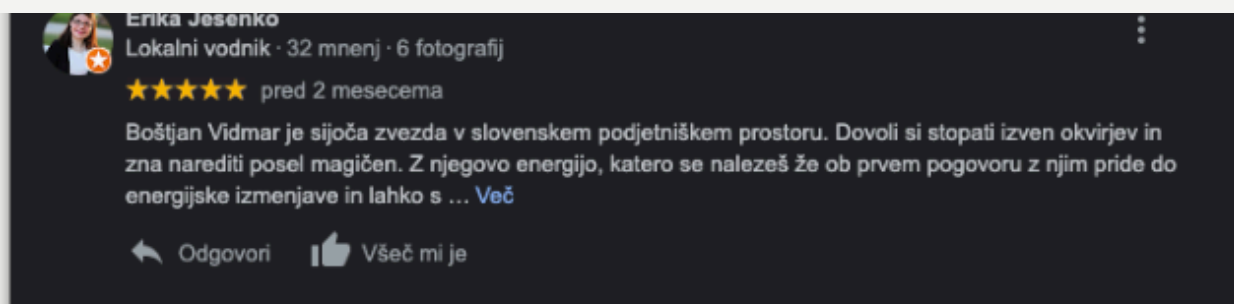
TikTok vam omogoča, da ciljate specifične demografske skupine, vključno z starostjo, spolom, geografsko lokacijo in jezikom. To vam pomaga, da prilagodite svoje oglase glede na specifične značilnosti vaše ciljne publike in tako povečate učinkovitost vaših kampanj.

## INTERESNO CILJANJE

Poleg demografskih podatkov lahko na TikToku ciljate tudi glede na interese uporabnikov. Na primer, če vaša ciljna skupina vključuje ljubitelje mode ali športa, lahko ustrezno ciljate oglase, da jih prikažete tistim, ki so najbolj zainteresirani za te teme.

# MENTORSKI PROGRAM

Pridruži se izjemnim mentorskim programom Boštjana Vidmarja. V 60-90 dnevih, z 1:1 pomočjo, povečajta prodajo in ustvarita zmagovalno marketinško strategijo za Google, Facebook in Tiktok.



## PROGRAMI

Samo za lastnike tega priročnika, je na voljo brezplačni 15minutni 1 na 1 ZOOM klic, za pripravo brezplačne strategije oglaševanja. Z vami na klicu bo Boštjan Vidmar

**PRIJAVI SE**

A portrait of Boštjan Vidmar, a bald man with a beard, wearing a white shirt and a brown vest, smiling with his arms crossed.

*Boštjan Vidmar*  
Ustanovitelj viralen.si

# Ciljanje prave publike

## LOOKALIKE CILJANJE



S funkcijo lookalike ciljanja lahko na TikToku dosežete nove potencialne stranke, ki imajo podobne značilnosti kot vaša obstoječa ciljna publika. To je učinkovit način za širitev dosega vaših kampanj in pridobivanje novih kvalificiranih leadov.

## TikTok oglaševanje v Sloveniji



TikTok oglaševanje se lahko zelo uspešno prilagodi specifičnim lastnostim slovenskega trga. Raziskave kažejo, da slovenski uporabniki TikToka posegajo po vsebini, ki je lokalno prilagojena in nagovarja njihove specifične interese. Zato je ključno razumeti lokalne trende, preferenčne in posebnosti ciljne publike v Sloveniji ter jih vključiti v vaše oglaševalske strategije.

To lahko vključuje uporabo lokalnih dogodkov, praznikov, jezikovnih posebnosti ali pa preprosto prilagajanje tonu vašega sporočila, da bo bolj relevantno za slovenskega potrošnika.

# Kako ustvariti TikTok oglas

Izdelava TikTok oglasa ima tri korake. Najprej ustvarite kampanjo, nato skupino oglasov in na koncu dejanski oglas.

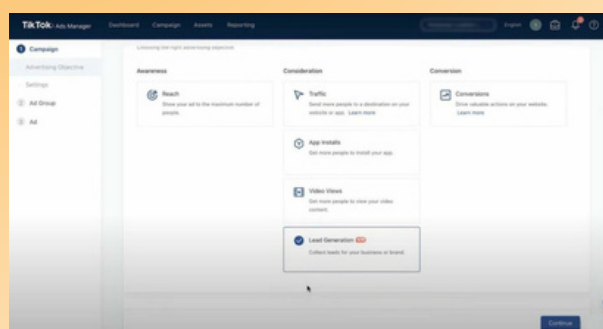
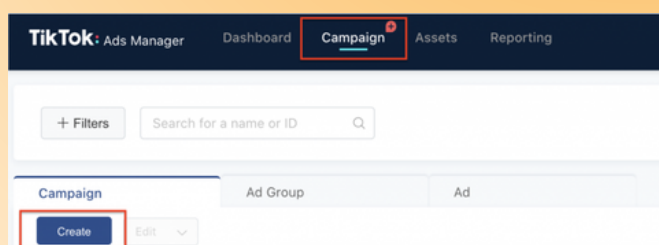
## 1. Nastavitve kampanj

Na ravni kampanje je prvi korak pri ustvarjanju TikTok oglasov. Tukaj določite cilje kampanje, ime kampanje in proračun kampanje. Cilji kampanje lahko vključujejo namestitev aplikacije, doseg, pretvorbe, ogled videoposnetkov in promet.

Za nastavitve TikTok oglaševalske kampanje morate storiti naslednje:

a. Prijavite se v TikTok Ads Manager in poiščite možnost Kampanja na vrhu strani ter nanjo kliknite.

b. Čas je, da izberete cilj kampanje. Ta predstavlja dejanje, ki ga želite, da ljudje izvedejo, ko vidijo vaše oglase. Pomembno je izbrati pravi cilj, da dosežete želeni rezultat za svojo kampanjo. Na primer, če je vaš cilj več prometa na vaši spletni strani, bo pravi cilj Promet.

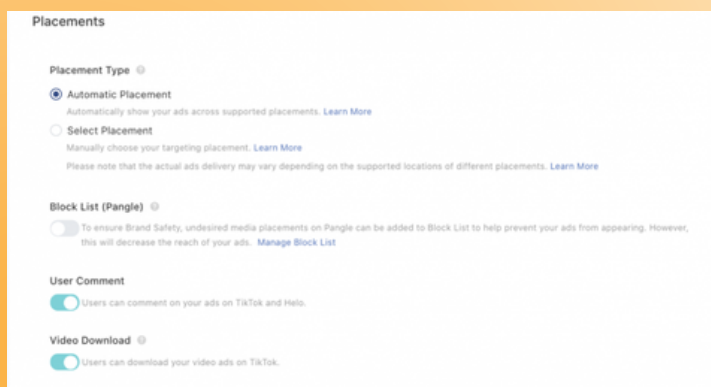


## 2. Ustvarjanje skupine oglasov

Na ravni skupine oglasov določite postavitev oglasov, ciljne občinstva, proračun kampanje, cilje optimizacije, urnik in ponudbe za vašo skupino oglasov. Prvi korak pri ustvarjanju skupine oglasov je izbira postavitev.

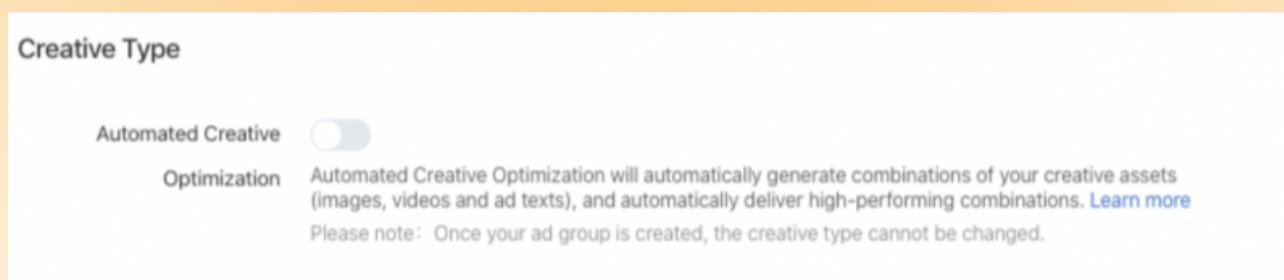
### IZBERITE POSTAVITVE OGLASOV

Postavitve oglasov pomeni kje bodo vaši oglasi prikazani na TikToku. Izbirate lahko, ali želite, da TikTok določi najboljše mesto za prikaz vaših oglasov, ali pa lahko izberete postavitev ročno.



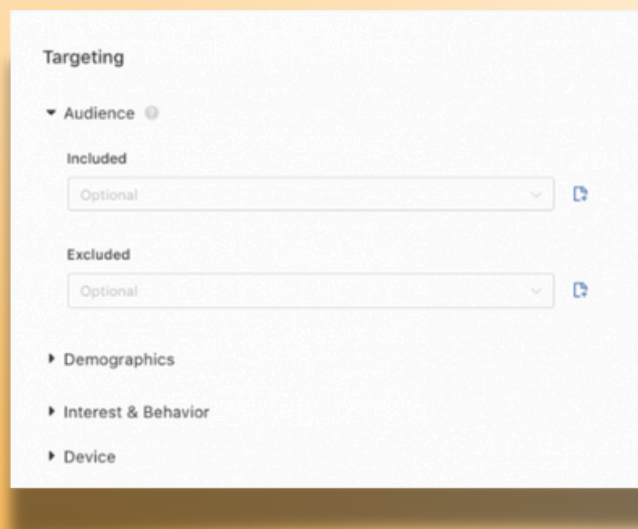
### IZBERITE ŽELENE KREATIVNE ELEMENTE:

Funkcija avtomatske optimizacije ustvarjanja vam bo pomagala ustvariti kombinacije vaših kreativnih virov za najboljše rezultate. Na primer, kreativni elementi oglasa lahko vključujejo slike, pojasnjevalne videoposnetke in besedila oglasov.



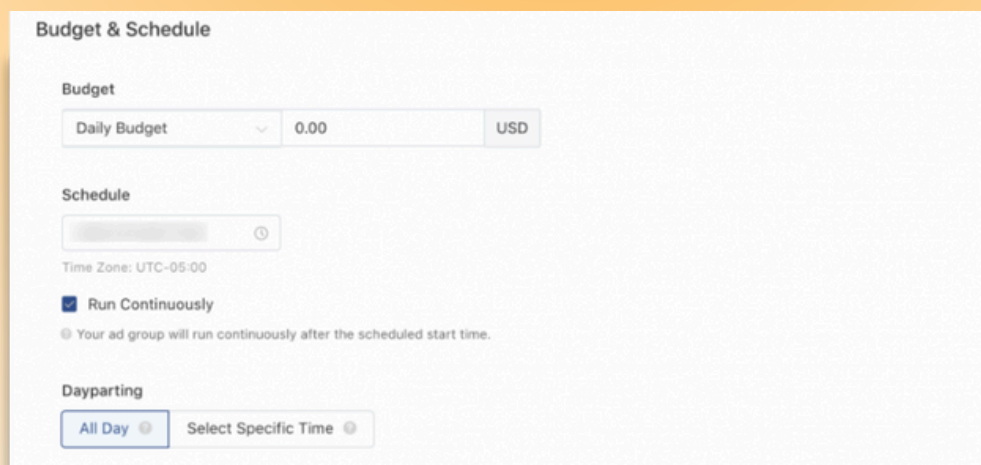
## CILJANJE TIKTOK OGLASOV

V tem koraku izberete občinstvo, ki ga želite ciljati s svojo kampanjo. TikTok vam omogoča ustvarjanje prilagojenih občinstev in občinstev, podobnih občinstvu. Uporabite ciljanje TikTok oglasov za zožanje občinstva glede na demografske in napravne možnosti.



## DOLOČITE PRORAČUN IN URNIK

V tem delu določite proračun za oglas. Lahko izbirate med dnevnim proračunom ali proračunom za celotno življenjsko dobo kampanje. Urnik določa začetne in končne čase oglasov ter trajanje prikaza.



VIRALEN.si



# Kreativnost je rešitev!

*Otresite se slabe prodaje.*

[PRENESI CENIK](#)



**Prepustite OGLAŠEVANJE nam.**

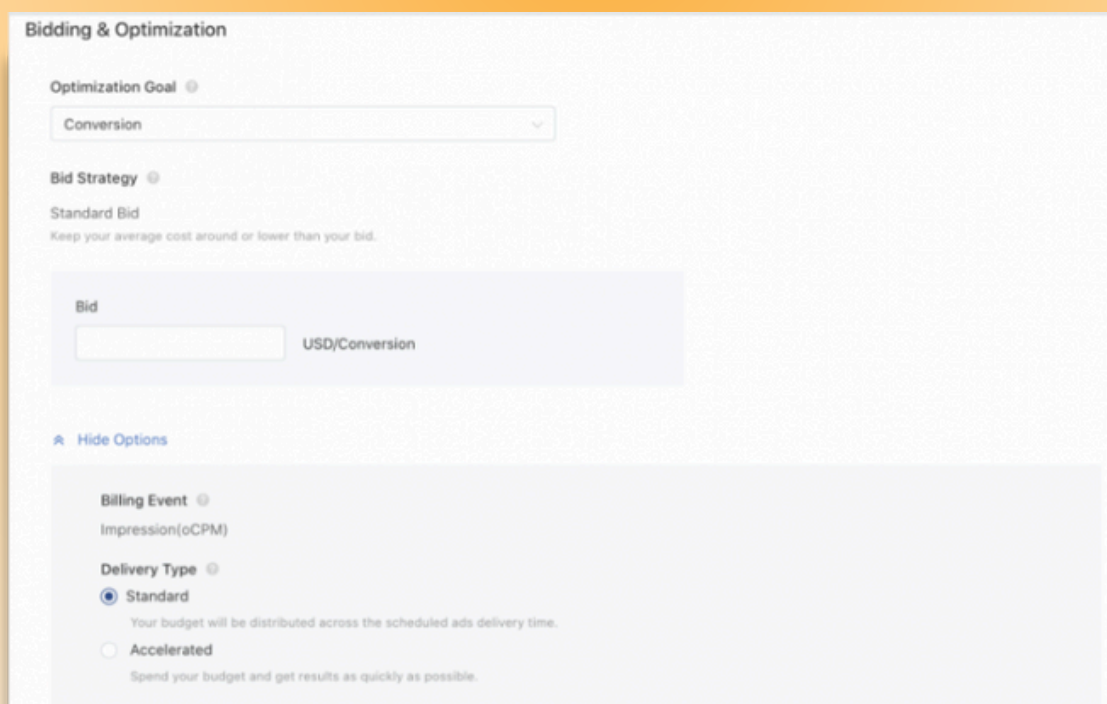
V naši oglaševalsko-vsebinski agenciji poskrbimo, da izstopite na zasičenem trgu in s poglobljeno 24/7 AI analizo zagotovimo, da se povzpnete na vrh trga in tam tudi ostanete.

## NASTAVITEV PONUDBE IN OPTIMIZACIJA

To je odsek, kjer izberete vašo ponudbo in možnosti optimizacije ter dodate povezave tretjih oseb za sledenje, da spremljate učinkovitost vašega oglasa.

Prva možnost je izbira ciljnega dogodka. Na voljo so trije tipi - pretvorba, klik in doseg. Najprej izberite cilj za vašo kampanjo, nato nastavite možnosti dogodka za obračun. Sistem TikTok samodejno nastavi dogodek za obračun na podlagi izbrane optimizacijske cilje.

Na primer, če izberete "doseg" kot optimizacijski cilj, se vaši oglasi obračunajo kot CPM (strošek na tisoč prikazov). Več informacij o metodah ponujanja v upravitelju oglasov TikTok najdete na tem naslovu.



The screenshot shows the 'Bidding & Optimization' settings in the TikTok Ads Manager interface. It includes the following sections:

- Optimization Goal:** A dropdown menu currently set to 'Conversion'.
- Bid Strategy:** A dropdown menu set to 'Standard Bid', with a sub-note: 'Keep your average cost around or lower than your bid.'
- Bid:** A text input field for the bid amount, followed by a unit selector set to 'USD/Conversion'.
- Hide Options:** A toggle switch to expand or collapse additional settings.
- Billing Event:** A dropdown menu set to 'Impression(oCPM)'.
- Delivery Type:** Two radio button options: 'Standard' (selected) and 'Accelerated'. The 'Standard' option has a sub-note: 'Your budget will be distributed across the scheduled ads delivery time.' The 'Accelerated' option has a sub-note: 'Spend your budget and get results as quickly as possible.'

Sledi pametna optimizacija. Ta možnost vam omogoča izbiro, kako sistem optimizira dogodke pretvorbe in izvaja pametno dostavo. Priporočljivo je, da aktivirate možnost pametne optimizacije, da vam pomaga pri pretvorbah.

Strategija ponudbe pomaga nadzorovati stroške na rezultat, če jo nastavite v način "standardna ponudba". To zagotavlja, da je povprečni strošek na rezultat v skladu z vašo ponudbo med postopkom dostave.

Možnost dostave je na voljo v dveh različnih formatih - standardna in pospešena. Če izberete standardno dostavo, se bo vaš proračun za oglase porabil enakomerno med kampanjo. Možnost "pospešena dostava" bo proračun hitro porabila med kampanjo. Več informacij o vrsti dostave najdete tukaj.

Zdaj je čas za vznemirljiv del; ustvarjanje vašega oglasa.



### 3. Ustvarjanje oglasa

Ustvarjanje oglasa na TikToku je preprosto. Vse, kar morate storiti, je naložiti slike ali video posnetke ter v nekaj minutah oblikovati privlačne oglase z uporabo funkcij, ki so na voljo v upravitelju oglasov TikTok. Na TikToku lahko ustvarite dva tipa oglasov - slikovne in video oglase. TikTok ima omejitvev 20 oglasov na skupino oglasov.

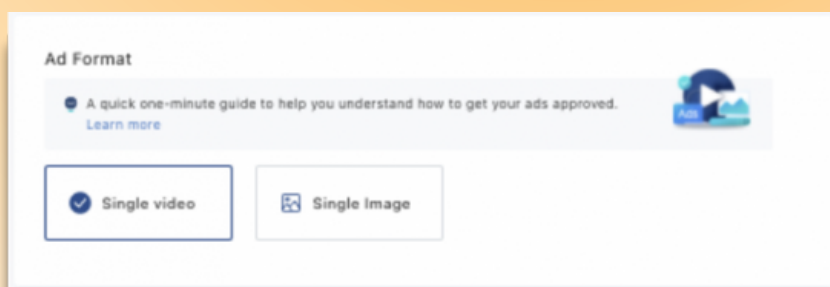
Sedaj sledite spodnjim korakom, da ustvarite svoj oglas na TikToku:

**a** Začnite z vnosom imena oglasa v določenem stolpcu spodaj. To vam bo pomagalo prepoznati vaše oglase



The screenshot shows a white rectangular box with the title 'Ad Name' at the top. Below the title is a text input field containing the text 'Ad Name20201208134606'. There is a small circular icon to the right of the input field.

**b** Izberite format oglasa. TikTok vam omogoča izbiro med dvema možnostma - slika ali video. Trenutno pa lahko na TikToku ustvarjate samo video oglase.



The screenshot shows a white rectangular box with the title 'Ad Format' at the top. Below the title is a blue banner with a globe icon and the text 'A quick one-minute guide to help you understand how to get your ads approved.' and a 'Learn more' link. Below the banner are two buttons: 'Single video' (selected, with a blue checkmark icon) and 'Single Image' (with a camera icon).

# C

Dodajte podrobnosti vašega oglasa z nalaganjem ustvarjalnih medijskih vsebin. Medije lahko naložite s svojega računalnika ali uporabite medije iz svojih prejšnjih oglasov. Lahko se odločite tudi za ustvarjanje novega videa.

Za ustvarjanje novega videa izberite "uporabi predlogo videa" ali "pametni video". Izberite sliko videa, ki bo služila kot naslovna fotografija za vaš video oglas. Lahko naložite novo ali izberete slike iz vašega videa.

**Ad Details**  
Choose how you'd like to structure your ad.

**Media**

Video [View recommended video specs](#)

+ Upload + From Library + Create

Recommended Format: .mp4, .mov, .mpeg, .avi or .gif File Size: Up to 500 MB  
[Show more format requirements for the selected placement.](#)

**Text & Link**

Display Name ⓘ  
TikTok

Text ⓘ  
Please insert creative text for your ad

Call to Action ⓘ  
Learn More

Profile image

**Preview**

Following For You

@TikTok  
Promotional Music  
Learn More

d

Dodajte ustrezne sledilne povezave v vaš oglas.

TikTok vam omogoča, da dodate URL-je tretjih oseb za sledenje in pixle, ki vam pomagajo spremljati učinkovitost vašega oglasa. Tu je seznam podprtih meritev tretjih oseb in pixel TikTok.

Kliknite gumb "oddaj" za dokončanje postopka ustvarjanja oglasa, ko ste končali. To bo sprožilo postopek pregleda oglasa. Ko bo vaš oglas odobren, bo samodejno začel predvajati.

**BONUS**

**NASVETI IN TRIKI ZA  
USPEŠNO TIKTOK  
OGLAŠEVANJE**



Izkoristite moč trendov, sodelovanja z influencerji in pravilno uporabo hashtagov za izboljšanje uspešnosti vaših TikTok oglasov.

Za dodatne ideje za objave na TikToku pa si lahko preberete [ta članek](#).

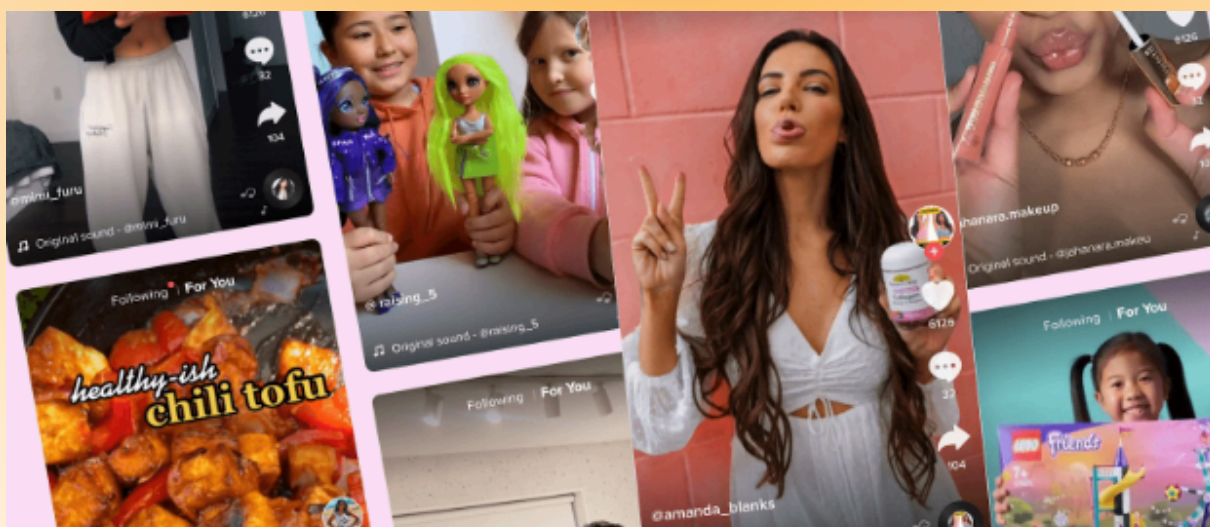


## Uporaba trendov in izzivov

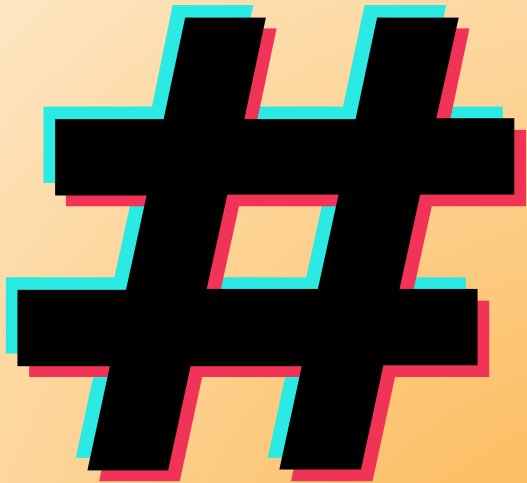
Sodelovanje v trenutno popularnih trendih in izzivih na TikToku je odličen način za povečanje vidnosti vaših vsebin. To vam omogoča, da se povežete z vašo ciljno publiko na način, ki je trenutno zanje najbolj zanimiv.

## Sodelovanje z vplivneži

Poiščite influencerje, katerih osebnost in stil ustrezata vaši blagovni znamki. Z njihovo pomočjo lahko ustvarite avtentične in privlačne kampanje, ki bodo resonirale s ciljno publiko.



# Uporaba ustreznih hashtagov



Uporaba pravih hashtagov vam pomaga, da dosežete širšo publiko, ki je zainteresirana za vaše vsebine. Uporabite priljubljene hashtage, ki so relevantni za vašo industrijo in kampanjo.

# Primer TikTok oglaševanja: **Grande Cosmetics**

Podjetje Grande Cosmetics je odličen primer, kako lahko TikTok Shop Ads spremenijo vaše poslovanje.



## **CILJI IN STRATEGIJA**

Njihov cilj je bil preprost - povečati prodajo izdelkov za nego las in ličil. S kreativnimi in vizualno privlačnimi videoposnetki ter sodelovanjem z vplivneži so dosegli ravno to, kar so si zadali.

## REZULTATI IN ANALIZE

Rezultati so bili več kot le impresivni: 10-kratni donos na oglaševalske izdatke, 85-odstotno znižanje stroškov pridobivanja kupca in kar 217-odstotno povečanje klikov na oglas.

**10X**

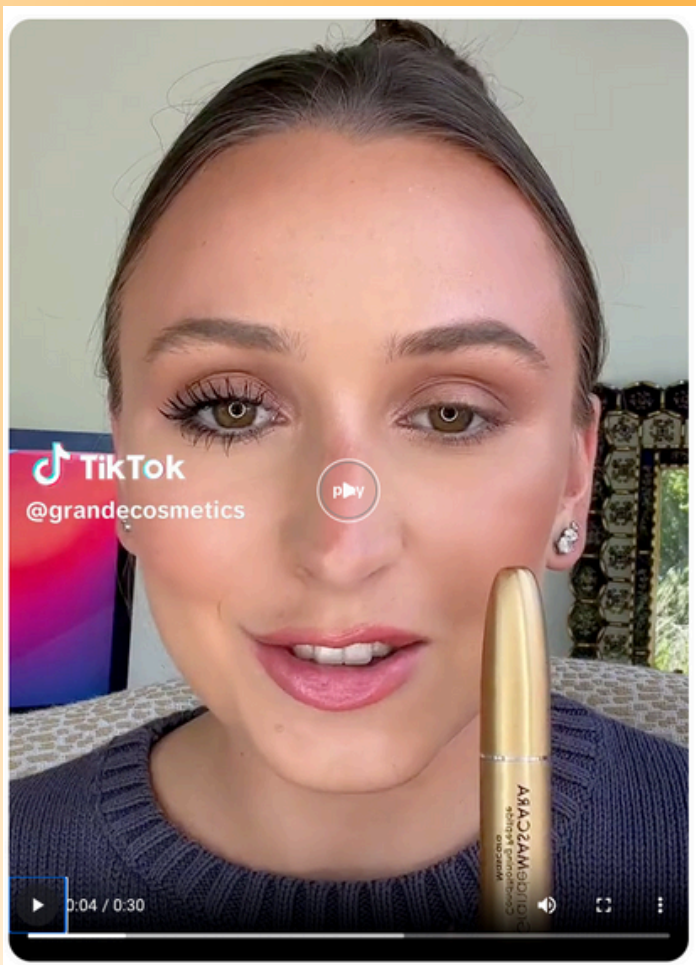
ROAS

**85%**

manjši CPA

**217X**

več klikov



KLIKNI ZA PRIMER





# VIRALEN.si

CENTER ZNANJA



**Spletni tečaji**



**Mentorstva**



**Oglaševalska  
agencija**



# Zaključek

V tem članku smo raziskali ključne strategije in nasvete za uspešno oglaševanje na TikToku. Pomembno je razumeti, da TikTok ponuja edinstvene priložnosti za povezovanje s ciljno publiko preko ustvarjalnih in inovativnih vsebin. Ključne točke vključujejo uporabo trendov, sodelovanje z influencerji, uporabo pravih hashtagov ter prilagajanje vsebin lokalnim preferencam in trendom.

Za uspešno TikTok oglaševanje, je ključno ustvariti privlačno vsebino, ki nagovarja vašo ciljno publiko na osebni in avtentičen način. Sodelovanje z influencerji lahko okrepi vašo kampanjo, medtem ko uporaba analitičnih orodij omogoča stalno izboljšanje učinkovitosti oglasov.

Za nadaljnje korake pri izvajanju uspešnih TikTok kampanj priporočamo, da sledite trendom, preizkušate nove pristope in redno analizirate rezultate. Z doslednim pristopom kreativnosti in strategiji lahko dosežete izjemne rezultate na tej dinamični platformi.

Za več informacij in navdihu obiščite dodatne vire, navedene v članku, ter se prepričajte, da ste vedno korak pred konkurenco v svetu TikToka.

Vse pravice pridržane. Kopiranje in razmnoževanje prepovedano brez dovoljenja avtorja. Avtor: Boštjan Vidmar s.p. (viralen.si), 2025.

## ŽELIŠ ŠE VEČ NASVETOV?

PRIDRUŽI SE EKSLUZIVNI SKUPINI NA  
FACEBOOKU - OD IDEJE DO ZASLUŽKA

**VČLANI SE**

*Boštjan Vidmar*  
Ustanovitelj viralen.si



# Povzetek

**Upoštevajte trende:** Spremljajte aktualne trende in hashtage na TikToku ter jih vključite v svoje videoposnetke. Uporabite orodja za analizo hashtag , kot sta HashtagsForLikes ali All Hashtag, da odkrijete priljubljene hashtage v vaši niši.

**Bodite kreativni:** Izstopite iz množice z edinstvenimi in izvirnimi videoposnetki. Razmislite o uporabi različnih formatov, kot so:

- Komični skeči: Ustvarite zabavne in duhovite videoposnetke, ki bodo nasmejali vašo publiko.
- Izobraževalni videoposnetki: Delite koristne nasvete in trike, povezane z vašo stroko.
- Videoposnetki o izdelkih: Prikažite svoje izdelke ali storitve v akciji in poudarite njihove prednosti.
- Videoposnetki z zgodbami: Povejte zgodbe o svoji znamki, zaposlenih ali strankah.
- Videoposnetki z izzivi: Sodelujte v trendovskih TikTok izzivih in jih prilagodite svoji znamki.

**Uporablajte glasbo in zvok:** Privlačna glasba in zvočni efekti lahko močno izboljšajo vaše videoposnetke. Uporabite glasbo, ki je priljubljena pri vaši ciljni publiko, in poiščite brezplačne zvočne efekte na platformah kot Soundtrap ali Epidemic Sound.

**Pokažite svojo osebnost:** Pustite, da vaša znamka zasije skozi avtentične in pristne videoposnetke. Bodite to, kar ste, in pokažite svoji publiko, s čim se ukvarjate in kaj vam je pomembno.

**Pripovedujte zgodbe:** Ljudje se radi povezujejo z zgodbami. Uporabite TikTok za pripovedovanje zgodb o svoji znamki, izdelkih ali storitvah. Izkoristite orodja za montažo videoposnetkov, kot sta CapCut ali InShot, da ustvarite privlačne zgodbe.

# Povzetek

**Sodelujte z drugimi uporabniki:** Komentirajte videoposnetke drugih uporabnikov, ustvarite duete in sodelujte v izzivih, da povečate svojo vidnost in se povežete z novo publiko.

**Uporabite humor:** Humor je odličen način, da se povežete s svojo publiko in da si boste zapomnili svoje videoposnetke. Poiščite načine, kako v svoje videoposnetke vključiti duhovitost in zabavo.

**Bodite pozitivni:** Ljudje se radi družijo s pozitivnimi ljudmi. Bodite optimistični in navdihujoči v svojih videoposnetkih.

**Pozovite k akciji:** Povejte svojim gledalcem, kaj želite, da naredijo, potem ko si ogledajo vaš video. To je lahko karkoli, od obiska vaše spletne strani do nakupa izdelka ali storitve. Uporabite jasen poziv k akciji (CTA), kot je "Kupite zdaj", "Obiščite našo spletno stran" ali "Naročite se".

## Viri vsebine in slik:

- [HubSpot - How to Generate Leads on TikTok](#)
- [LeadsBridge - TikTok Advertising Guide](#)
- [TikTok Business - Advertising Products](#)
- [TikTok ADS manager](#)
- [Sprout Social - TikTok Ads Insights](#)
- <https://www.alephholding.com/>

VIRALEN.si



obvladaj  
**TIKTOK**  
**OGLASE**



PRIČNIVA ZDAJ

