

TikTok passa a oferecer às marcas anúncios baseados em palavras-chave

Search Ads chega ao Brasil nos próximos meses, seguindo tendência natural da plataforma de ser um local de descobertas dos usuários

São Paulo, 28 de abril de 2025 – A plataforma de entretenimento TikTok anunciou nesta segunda-feira (28) a chegada de uma nova solução de negócios para as marcas no Brasil.

Aproveitando sua natureza de ser um espaço de descoberta orgânica e espontânea, o TikTok vai oferecer o Search Ads para que as empresas possam fazer anúncios baseados em palavras-chave, direcionados especificamente à página de resultados de busca da plataforma, com uma série de novos recursos e capacidades de segmentação para os anunciantes.

A novidade, revelada por Gabriela Comazzetto, diretora geral de negócios do TikTok na América Latina, durante o Web Summit 2025, no Rio de Janeiro, em um painel que contou com a participação da cantora Ivete Sangalo, vem para complementar o portfólio de produtos da plataforma e conectar marcas e consumidores de forma mais eficaz e relevante dentro da jornada no app.

O TikTok é atualmente a principal plataforma de descoberta orgânica, onde 81% dos usuários afirmam encontrar novos tópicos e 78% dizem que "eu vi no TikTok" é algo que ouvem com frequência. Hoje, 3 em cada 4 descobertas são resultado de uma busca na plataforma. Além disso, mais de 40% dos consumidores nos Estados Unidos dizem utilizar a plataforma como ferramenta de busca.

"No TikTok, 57% dos nossos usuários utilizam a funcionalidade de busca e 23% pesquisam algo nos primeiros 30 segundos após abrir o aplicativo¹. As campanhas de Search Ads são uma resposta a esse comportamento da comunidade, permitindo que as marcas alcancem os usuários no momento exato em que estão buscando ativamente por conteúdo daquele tema", conta Comazzetto. "O TikTok sempre foi um lugar de descoberta, uma relação naturalmente construída pela comunidade a partir da autenticidade e criatividade tão particulares da nossa plataforma", acrescenta.

A participação de Ivete Sangalo no painel está associada à descoberta. A cantora demonstrou, nos últimos três anos, como usar muito bem os momentos culturais -- não só o Carnaval como também o marco histórico da sua própria carreira -- em que há picos de buscas específicas na plataforma para aproveitar tendências e criar conexões reais com as comunidades da plataforma.

"No TikTok, a descoberta acontece de uma maneira natural. É tudo muito autêntico. Eu mesma, no meu perfil, não visto nenhuma personagem, e faço uma farra. TikTok é um parque de diversões da informação. E é encurtador de distâncias com as comunidades", diz a cantora.

O que é Search Ads?

A nova modalidade oferece às marcas a possibilidade de impactar os usuários em momentos cruciais de sua jornada na plataforma, seja durante uma busca intencional ou na descoberta de novos conteúdos. Na prática, as marcas poderão direcionar anúncios com base em buscas por palavras específicas, impactando o usuário de forma fluida e conectada aos seus interesses, impulsionando, assim, o engajamento e as conversões de forma eficaz.

A partir das funcionalidades e segmentações, as marcas ganham controle total sobre a exibição de seu conteúdo na página de resultados de busca do TikTok, garantindo que a mensagem certa alcance o usuário ideal, otimizando suas campanhas tanto para escala quanto para performance.

Na outra ponta, a experiência do usuário seguirá a mesma: ao inserir um termo na ferramenta de buscas do TikTok, ele irá visualizar uma página de resultados onde os anúncios são exibidos de forma integrada à experiência de navegação.

“Estamos trazendo mais uma forma das marcas se conectarem com a nossa comunidade de forma genuína, a partir do interesse e curiosidade do cliente, explorando os diversos comportamentos de busca no TikTok. É uma imensidão de possibilidades para impactar o público de forma eficaz e maximizar o valor de suas campanhas, observando um aumento médio de 20% nas conversões²”, finaliza Comazzetto.

¹ Dados Internos do TikTok, usuários dos EUA, junho de 2024

² Dados Internos do TikTok, Global, julho de 2024

Sobre o TikTok

O TikTok é o destino líder para vídeos curtos em dispositivos móveis. Nossa missão é inspirar criatividade e trazer alegria. O TikTok possui escritórios globais, incluindo Los Angeles, Nova York, Londres, Paris, São Paulo, Berlim, Dubai, Mumbai, Cingapura, Jacarta, Seul e Tóquio.