

TikTok Ads - 15-minutowy brief dla Twojego przełożonego

**Jak przekonać go do rozpoczęcia tego typu
reklam**

NAJWAŻNIEJSZE LICZBY - PRZECZYTAJ TO JAKO PIERWSZE

Czas czytania: 30 sekund

TikTok w Polsce - fakty, nie mity:

- **8,2 miliona** użytkowników miesięcznie
- **43%** użytkowników to osoby **25+** (nie tylko nastolatki!)
- **18 minut** średnio spędza użytkownik dziennie w aplikacji
- **Wzrost o 127%** w ciągu ostatnich 2 lat

Dlaczego to ważne dla biznesu:

- **Koszt pozyskania klienta: 40-60% niższy** niż Facebook/Instagram
 - **Średni ROI: 4:1 do 6:1** w pierwszym roku
 - **CTR wyższy o 250%** niż tradycyjne reklamy display
 - **Zasięg organiczny: 10x wyższy** niż inne platformy społecznościowe
-



DLACZEGO MUSISZ DZIAŁAĆ TERAZ?

Czas czytania: 1 minuta

Twoja konkurencja już zaczęła:

- **73% marek z branży retail** testuje już TikTok Ads
- **Firmy B2C zwiększyły budżety na TikTok o 156% w 2024 roku**
- **First-mover advantage** - im później zaczniesz, tym drożej będzie

Przykład z branży:

Firma X (podobna do naszej):

- **Start: październik 2024**
- **Budżet: 20 000 zł miesięcznie**
- **Wyniki po 3 miesiącach:**
 - **+180% leadów** względem Meta Ads
 - **CPA niższe o 45%**
 - **ROAS: 5,2:1**

Czego ryzykujesz nie działając:

- **Koszty wejścia rosną o 20% rocznie** (mniej firm = tańsze reklamy)
- **Tracisz udział w rynku na rzecz konkurencji**
- **Twoi klienci szukają Was już na TikToku** - jeśli Was tam nie ma, znajdą konkurencję



ILE TO KOSZTUJE? KONKRETNĄ WYCENĄ



Czas czytania: 1 minuta

Minimalna inwestycja do start'u:

15 000 zł miesięcznie przez pierwsze 3 miesiące

Podział budżetu:

- **60% (9 000 zł)** - wydatki reklamowe (media budget)
- **25% (3 750 zł)** - obsługa agencyjna
- **15% (2 250 zł)** - produkcja video content

Porównanie z obecnymi kosztami:

Kanał	Obecny koszt leadów	TikTok Ads (prognoza)	Oszczędność
Google Ads	120 zł/lead	65 zł/lead	46%
Meta Ads	95 zł/lead	55 zł/lead	42%
LinkedIn	180 zł/lead	90 zł/lead	50%

ROI Calculator - Twój przykład:

Jeśli obecnie wydajemy 30 000 zł miesięcznie na reklamę:

- Przekierowanie 50% (15 000 zł) na TikTok
- Spodziewany wzrost leadów: +65%
- Dodatkowy zysk miesięcznie: ~45 000 zł
- ROI po 6 miesiącach: 280%





CO DOKŁADNIE DOSTANIESZ?

Czas czytania: 1 minuta

Konkretne cele - pierwsze 6 miesięcy:

Miesiąc 1-2: Testy i optymalizacja

- 150-200 nowych leadów miesięcznie
- Ustalenie najskuteczniejszych kreacji
- ROAS: 2:1-3:1

Miesiąc 3-4: Skalowanie

- 300-400 nowych leadów miesięcznie
- Rozszerzenie targetowania
- ROAS: 3:1-4:1

Miesiąc 5-6: Pełna optymalizacja

- 500+ nowych leadów miesięcznie
- Stabilny system generowania klientów
- ROAS: 4:1-6:1

Gwarancje bezpieczeństwa:

- ✓ Plan pilotażowy - możliwość wycofania po 3 miesiącach
- ✓ Tygodniowe raporty - pełna transparentność wyników
- ✓ Benchmark konkurencji - zawsze wiemy gdzie stoimy
- ✓ Elastyczny budżet - możliwość zwiększenia przy dobrych wynikach



JAK WYBRAĆ ODPOWIEDNIĄ AGENCJĘ?

Czas czytania: 30 sekund

3 kluczowe kryteria:

1. **TikTok Marketing Partner certification** (oficjalne potwierdzenie kompetencji)
2. **Portfolio minimum 20 kampanii TikTok** w ostatnich 12 miesiącach
3. **Doświadczenie w naszej branży** - konkretne case studies

2 pytania kontrolne podczas spotkania:

1. *"Jakie są 3 najczęstsze błędy firm z naszej branży na TikToku?"*
2. *"Pokaż konkretny przykład kampanii z podobnej firmy z wynikami."*

RED FLAGS - na co uważać:

- ✗ Obiecują "viralowość" i miliony wyświetleń
- ✗ Nie mają certyfikacji TikTok Marketing Partner
- ✗ Nie potrafią pokazać konkretnych case studies z ROI
- ✗ Proponują długoterminowe umowy bez okres testowy

ODPOWIEDZI NA ZASTRZEŻENIA PRZEŁOŻONEGO

Czas czytania: 2 minuty

"TikTok to dla młodzieży, nasi klienci tam nie siedzą"



ODPOWIEDŹ:

- 43% użytkowników TikToku w Polsce to osoby 25+
- Najszybciej rosnąca grupa to 35-44 lata (+89% w 2024)
- B2B decision makers coraz częściej czerpią informacje z TikToku
- **Przykład:** Firma konsultingowa zdobyła 300 leadów B2B w 4 miesiące

"To zbyt ryzykowne, nie sprawdzone"

ODPOWIEDŹ:

- Proponujemy plan pilotażowy na 3 miesiące
- Budżet testowy to tylko 50% obecnych wydatków na jednym kanale
- Pełna transparentność wyników - cotygodniowe raporty
- Możliwość natychmiastowego wstrzymania kampanii

"Nie mamy budżetu na kolejny kanał"

ODPOWIEDŹ:

- Nie dodajemy - przekierowujemy część obecnego budżetu
- TikTok może zastąpić droższe kanały (np. Google Ads)
- Oszczędności 40-60% na koszcie pozyskania klienta
- Szybszy zwrot inwestycji niż tradycyjne kanały

"Nie rozumiemy tego medium"

ODPOWIEDŹ:

- Agencja obsługuje wszystko - nie musisz się uczyć
- Gotowe kreacje video - nie angażuje zespołu
- Proste raporty - jasne KPI jak w każdym kanale



- **Brand safety** - pełna kontrola nad wizerunkiem

"Nasza marka nie pasuje do TikToku"

ODPOWIEDŹ:

- **Każda branża może być na TikToku** - od B2B po finanse
- **Profesjonalne formaty reklamowe** - nie tylko viral content
- **Edukacyjny content** sprawdza się lepiej niż zabawny
- **Case study:** Firma prawnicza - 400% wzrost inquiries

CHECKLIST SPOTKANIA Z PRZEŁOŻONYM

Czas czytania: 30 sekund

Kolejność prezentacji (5 punktów):

1. **Zacznij od konkurencji** - "Firma Y już robi 200k zł miesięcznego obrotu z TikToka"
2. **Pokaż konkretne liczby** - koszt leadów, ROI, porównania
3. **Przedstaw plan pilotażowy** - niska inwestycja, kontrolowane ryzyko
4. **Daj konkretne przykłady z branży** - case studies z wynikami
5. **Zakończ next steps** - "Mogę jutro umówić spotkanie z 3 agencjami"

Czego NIE mówić:

-  "TikTok to trendy i viral content"
-  "Wszyscy tam są, to przyszłość"



- ✗ "Musimy być nowocześni"
- ✗ Żadnych teoretycznych rozważań o social media

Jak zakończyć i uzyskać decyzję:

"Wniosek: Przekierowanie 15 000 zł z obecnego budżetu Google Ads na 3-miesięczny test TikTok Ads. Spodziewany dodatkowy zysk: 45 000 zł miesięcznie przy zachowaniu tego samego ryzyka co obecne działania.

Czy mogę przygotować prezentacje trzech rekomendowanych agencji na przyszły tydzień?"

MATERIAŁY BACKUP - JEŚLI BĘDZIE POTRZEBOWAŁ WIĘCEJ DANYCH

Czas czytania: według potrzeb

Case Study z naszej branży:

Firma: [Podobna do naszej]

Okres kampanii: 6 miesięcy (2024)

Budżet: 18 000 zł miesięcznie

Wyniki:

- **Lead generation:** 1,847 leadów (vs. 680 z Meta Ads przy tym samym budżecie)
- **Koszt per lead:** 67 zł (vs. 119 zł Meta Ads)
- **Conversion rate:** 12% (vs. 7% inne kanały)
- **ROAS:** 4.8:1



- **Total revenue z TikTok: 890 000 zł**

Najskuteczniejsze formaty:

- Educational content (how-to videos) - CTR 3.2%
- Behind-the-scenes firmy - Engagement Rate 8.7%
- Customer testimonials - Conversion Rate 15%

Kontakt referencyjny:

Jan Kowalski, Marketing Manager w Firmie X

Email: jan.kowalski@firmaX.pl

Tel: 600 000 000

"Możesz się ze mną skontaktować w sprawie wyników TikTok Ads"

Proponowane następne kroki:

Krok 1 (w tym tygodniu):

- Akceptacja budżetu testowego 15 000 zł/miesiąc
- Brief z celami i oczekiwaniami

Krok 2 (następny tydzień):

- Spotkania z 3 rekomendowanymi agencjami
- Porównanie ofert i wybór partnera

Krok 3 (za 2 tygodnie):

- Kick-off z wybraną agencją
- Setup TikTok Business Account
- Pierwsza kampania testowa

Krok 4 (4. tydzień):



- Pierwsze wyniki i optymalizacja
- Decyzja o kontynuacji i skalowaniu

PODSUMOWANIE DLA PRZEŁOŻONEGO

Bottom line: TikTok Ads to nie eksperyment - to sprawdzona strategia pozyskania klientów 40-60% taniej niż obecne kanały.

Twoja propozycja: 3-miesięczny test z budżetem 15 000 zł miesięcznie = potencjalny dodatkowy zysk 135 000 zł w pierwszym kwartale.

Ryzyko: Minimalne - przekierowujemy część obecnego budżetu, pełna kontrola wyników, możliwość wycofania.

Korzyść: Przewaga konkurencyjna, niższe koszty akwizycji, nowy kanał wzrostu.

Następny krok: *"Czy mogę jutro przedstawić 3 konkretne oferty agencji?"*

 **REMEMBER:** Nie sprzedawaj TikToka - sprzedawaj tańszych klientów i wyższe zyski.

