sfoodly
accademy

La tua guida per TikTok

Impara a utilizzare TikTok e promuovi il tuo street fooder

Street Food & Digital Marketing



www.sfoodly.com

Linea editoriale: Street Food & Digital Marketing

Sfoodly è condivisione, passione e amore per il cibo di strada.

Sfoodly è la piattaforma online dove consumatori e street fooder possono entrare in contatto tra loro.

Sfoodly è anche la community appassionata che stavi cercando, la tua guida su curiosità ed eventi incentrate sul mondo street food, creata in grande sinergia con tutti i principali attori.

"Street Food is Where The People Are"

Il nostro obiettivo è di mettere in contatto i protagonisti dello street food, i consumatori e i commercianti!

Condividere, appassionare e far innamorare al cibo di strada è la nostra vision!

Inoltre, ogni street fooder potrà trovare sulla piattaforma online guide per promuoversi, certificazioni e supporto sulla qualità dei propri prodotti, un'accademy per formarsi, consulenza e perfino un e-commerce in cui vendere i prodotti per far crescere il proprio business attraverso il digital.

Sfoodly vuole fare tutti noi protagonisti della filiera dello street food, una realtà fatta di amore per il cibo, per la libertà e per il divertimento!

www.sfoodly.com

Progetto « FOSTER: FOod STreet Research & Development » - PON Imprese e competitività 2014 2020 - Asse I Azione 1.1.3 - Prog n. F/200059/02/X45 - CUP: B48I20000140005 COR: 2825549
Finanziato nell'ambito della risposta dell'Unione alla pandemia di COVID-19

TikTok

cavalca l'onda del successo

Aprire un account su TikTok e personalizzarlo rappresenta un passo strategico per intraprendere un viaggio di successo nel mondo del digital street food marketing. L'inizio di questa esperienza inizia con il download dell'app TikTok sul tuo dispositivo mobile, seguito dall'avvio dell'app stessa.

Link del software: https://tiktok.com

In questa fase, si presenta l'opzione di creare un nuovo account, offrendo diverse modalità di registrazione attraverso numero di telefono, indirizzo email o account esistenti come Facebook o Google. Una volta completata la registrazione, ti troverai di fronte alla possibilità di personalizzare il proprio profilo, ed in questo caso è consigliabile scegliere un nome utente che sia non solo facile da ricordare ma che rifletta anche la tua attività di street food.

Dopo aver creato ed aperto il proprio profilo è necessario aggiungere una breve biografia, che delinei chi sei e cosa ci si può aspettare dal tuo profilo ed in seguito, è altrettanto importante la scelta di un'immagine del profilo che sia accattivante e rifletta la personalità del brand. La completa configurazione del profilo segna il via per esplorare l'interfaccia di TikTok.

Una volta superata la fase iniziale di impostazione del profilo, è di vitale importanza familiarizzare con l'interfaccia complessiva di TikTok. La piattaforma offre un'esperienza utente completa, articolata attraverso diverse schede e funzionalità:

- **La scheda "For You"** suggerisce video basandosi sugli interessi e sulle interazioni passate;
- **La scheda "Following"** permette di visualizzare i contenuti dei creator seguiti;
- **La scheda "Discover"** offre l'opportunità di esplorare nuovi contenuti e tendenze;
- **La scheda "Me"** ospita il tuo profilo, le impostazioni e le statistiche.

La creazione di contenuti coinvolgenti rappresenta un passo fondamentale per attirare e trattenere l'attenzione del pubblico su TikTok. Nel contesto dei video legati allo street food, è particolarmente rilevante mettere in mostra passione e creatività con video brevi che documentano il processo di preparazione di piatti oppure, ad esempio, la condivisione di segreti culinari.

Sfruttare le tendenze e i suoni popolari su TikTok è un'altra strategia vincente, così come coinvolgere il pubblico attraverso sondaggi, domande e sfide legate allo street food. L'uso accurato di hashtag e descrizioni accattivanti contribuisce a aumentare la visibilità dei video, poiché l'algoritmo è progettato per promuovere i video più coinvolgenti e rilevanti a una vasta gamma di

utenti. Considera fattori come l'interazione dell'utente, la durata della visualizzazione, i like e i commenti per determinare la viralità di un video.

TikTok, inoltre, favorisce i video che si allineano alle tendenze e che generano un elevato coinvolgimento. Utilizzare queste conoscenze è essenziale per ottimizzare i video, massimizzando la visibilità e l'engagement. Un'altra bellissima azione che è possibile compiere con TikTok è la collaborazione con altri creator, un elemento che può ampliare significativamente la visibilità dei propri contenuti. Organizzare video insieme che mostrano prospettive diverse e stili culinari può essere coinvolgente; la partecipazione a challenge e trend collaborativi su TikTok rappresenta un'ulteriore strategia per aumentare l'interazione e l'engagement e queste collaborazioni possono estendersi a partnership con altri venditori di street food, offrendo ai propri follower sconti e offerte speciali.

Come per tutti gli altri social, la crescita del pubblico su TikTok richiede un impegno costante e una strategia mirata.

Oltre alla creazione di contenuti coinvolgenti, sfruttare le funzionalità di condivisione e promozione su TikTok è essenziale per aumentare la visibilità del proprio profilo:

- **Le storie di TikTok** possono essere utilizzate per condividere contenuti dietro le quinte, anteprime e aggiornamenti in tempo reale, coinvolgendo il pubblico in modo più personale.

- **La partecipazione attiva alla community** di TikTok attraverso interazioni con altri creator e utenti, commenti e condivisione di contenuti rilevanti può massimizzare la visibilità del nostro profilo.
- **Incentivare il coinvolgimento dei follower** attraverso sondaggi, domande e contest è una pratica consolidata per creare una community attiva e fedele.
- **Monetizzare i contenuti su TikTok** può aprire nuove opportunità per trasformare la passione in una fonte di reddito.
- **Offrire consulenze, corsi o eventi culinari per i follower** interessati a imparare di più sullo street food rappresenta un'opzione interessante.
- **Esplorare la creazione di merchandising personalizzato legato allo street food,** offrendo ai follower la possibilità di acquistare prodotti unici e personalizzati, è un'altra valida strada da percorrere.

TikTok è una piattaforma dinamica che richiede creatività, strategia nel restare autentici, appassionati e in costante ricerca di ispirazione per offrire esperienze uniche ai propri follower.

community degli street fooder italiani

Entra a far parte della community degli street fooder italiani

Scopri tutti i servizi disponibili su www.sfoodly.com

Guide, Certificazioni Supporto, Forum, Accademy, Consulenza, E-commerce sono solo alcuni servizi online per far crescere il tuo business attraverso il digital.

Informazioni legali
AGIRE Soc. cons. a r.l. - Via Isidoro e Lepido Facii snc - 64100 Teramo (TE) – info@sfoodly.com
I contenuti presenti in questa guida sono una rielaborazione parziale e/o completa dei testi del libro **Street Food & Digital Marketing. Strategie innovative di Digital Marketing per lo Street Food** edito da Galad Edizioni. *Gli autori declinano ogni responsabilità per eventuali errori e omissioni rilevabili nella presente pubblicazione. Marchi di fabbrica, nomi e loghi pubblicitari contenuti nel libro appartengono ai rispettivi proprietari.*