

← VOLTAR



# TikTok no The Town

Uma extensão da plataforma dentro do festival, com a comunidade no centro.

|      |      |         |                     |
|------|------|---------|---------------------|
| ANO  | CASA | CLIENTE | DISCIPLINA          |
| 2023 | TM1  | TIKTOK  | FESTIVAIS: THE TOWN |

# É preciso sentir a plataforma.

O pedido combina música, credibilidade e **orgulho de comunidade**, para ampliar a percepção de uma plataforma só jovem.

Conteúdos de terceiros usados como referências visuais.



1 / 3

## Uma potência cultural

O Brasil reúne camadas de criatividade e ocupa a **16ª posição em influência cultural**, liderando a América Latina.



2 / 3

## A rebelião da criatividade

Durante a pandemia, a paixão reprimida encontra saída na **criatividade**. Essa rebelião aproxima TikTok e The Town.



3 / 3

## Uma plataforma encontra um festival

Mais de **74 milhões de usuários ativos** no Brasil em 2022. Um primeiro The Town com **235 horas de música**.



A ESTRATÉGIA

# Mais que um espaço.

A estratégia leva ao festival **três ativos do TikTok**, com a comunidade no centro.

## A força da marca TikTok

Música e entretenimento como expressão de marca.

## Inspiração e criatividade

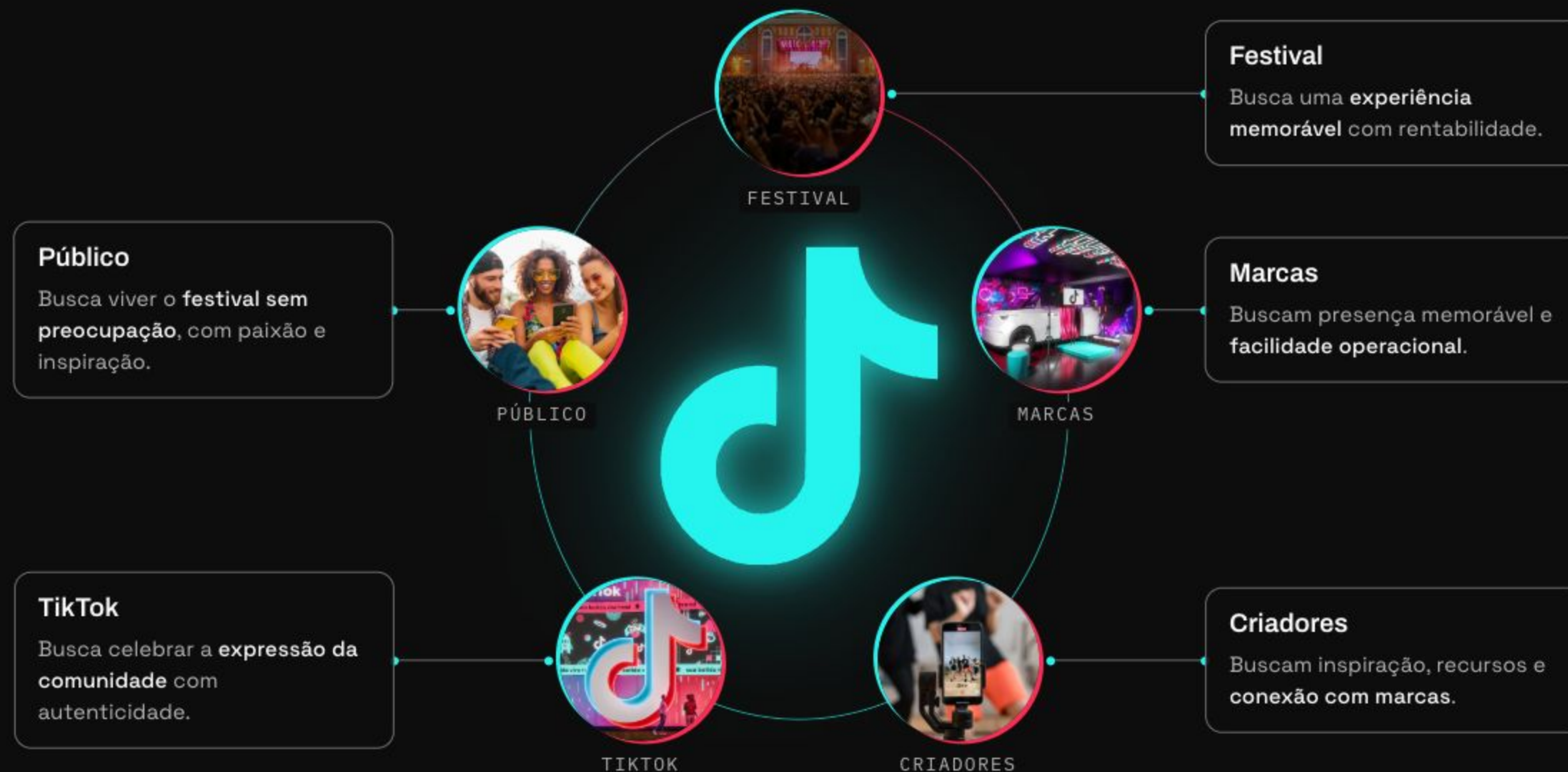
Recursos que ajudam a comunidade a criar.

## Uma solução de negócio

Marcas conectadas às experiências e aos criadores.

# Cinco públicos. Uma experiência conectada.

Festival, marcas, criadores, TikTok e público têm interesses diferentes. A experiência **conecta** esses interesses.





## A IDEIA

# The Tok of the Town

Batida é música. Também é o que bate no peito.  
A assinatura conecta expressão musical à paixão  
que move cada pessoa.

The Tok of the Town é o assunto de que toda a cidade  
fala. A trend original encontra o TikTok.

Na nossa cidade, **sua batida vira trend**

O conceito e o key visual são criações nossas para este projeto.



# Uma história em três tempos.

ANTES



## Pré-evento

Convidar, **promover o conceito**, criar conteúdo, **engajar nas trends** e divulgar as ações do evento.

DURANTE



## Evento

Os criadores divulgam **o que acontece no evento**.

DEPOIS



## Pós-evento

O pós-evento **divulga o que aconteceu** e reúne as histórias em uma **máquina do tempo** do primeiro Tok of the Town.

# Três espaços. Em pontos diferentes do festival.

Os hubs de bastidor alimentam o TikTokTown com POVs privilegiados. Eles não ficam dentro do estande.



## TokPod

6 m<sup>2</sup>

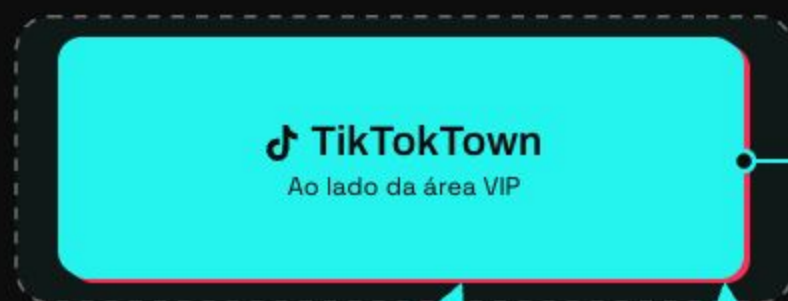
📍 ATRÁS DO PALCO SKYLINE

Hub multiuso de conteúdo, com painéis em L e banco curvo, nos bastidores do palco principal.

TokPod → CONTEÚDO → TikTokTown



Diagrama de localização relativa, sem escala geográfica.



## TikTokTown

100 m<sup>2</sup>

📍 AO LADO DA ÁREA VIP

O Creator's Lounge concentra experiências e recebe no feed da fachada os conteúdos dos bastidores.

TokPod → CONTEÚDO → TikCam → TikTokTown



## TikCam

2 m<sup>2</sup>

📍 ATRÁS DO PALCO THE ONE

Um balanço dentro do logo oferece oportunidades de conteúdo TikTok First.

TikCam → CONTEÚDO → TikTokTown



# Por dentro do TikTokTown.

O tour 3D do TikTokTown percorre três níveis dedicados à criação, ao encontro e ao conteúdo.

- 00:03 Fachada
- 00:13 The Party Kombi
- 00:15 The Slide e a TikTok Note Pool
- 00:18 Samsung S23 Digital Expression Corner
- 00:24 KitKat Tubes
- 00:28 Textura e assinatura
- 00:32 The Publi Wall
- 00:35 The DJ Creativity Hub
- 00:43 Fashion Closet
- 00:48 Beauty Closet
- 01:04 The Heineken Bar
- 01:14 Fachada #TTTLive
- 01:18 The Kaleidoscope

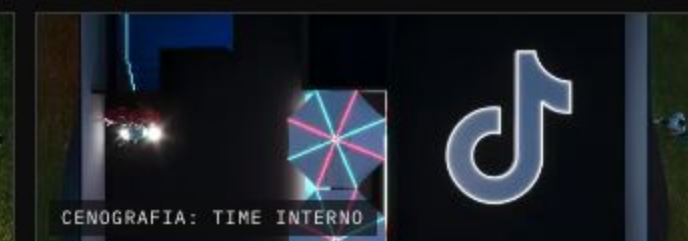
🎵 MÚSICA: TOM VINHAL



Térreo visto de cima



Primeiro andar visto de cima



Terraço visto de cima

# Térreo

**The Plush Stairs**

A escada combina degraus ciano, **pelúcia** e luz.

**The Slide e a TikTok Note Pool**

O escorregador do primeiro andar termina na **piscina de pelúcias** em forma da nota do TikTok, ao lado da Kombi.

**KitKat Tubes**

Uma **pausa em autosserviço** com tubos de KitKat.

**The Trends Casino**

Um caça-níquel combina **trend, música e filtro** como estímulo para criar.

**TikTok Wall**

Parede da marca com banco e almofadas para **criar conteúdo**.

**The Kaleidoscope**

O **portal de espelhos** coloca a pessoa dentro da identidade.

**The Party Kombi**

A Volkswagen ID Buzz elétrica reúne **neon e karaokê**.

**TikTokTown Ceiling**

O **teto de luz** alterna Tik Tok Town e Tok of the Town.

**Samsung S23 Digital Expression Corner**

Ícones e neons compõem **cenários para conteúdo**.

**Fachada #TTTLive**

Feed gigante com trends em tempo real, TikToks, lives do espaço e POVs dos bastidores.

# Primeiro andar

## The Slide

O escorregador conecta o primeiro andar ao térreo.

## The DJ Creativity Hub

Cabine de DJ com instalação de áudio, vídeo e luz.

## The Publi Wall

Com Amazon, um espaço para discussão e resenha de produtos ao vivo.

## The TikTok Lounge

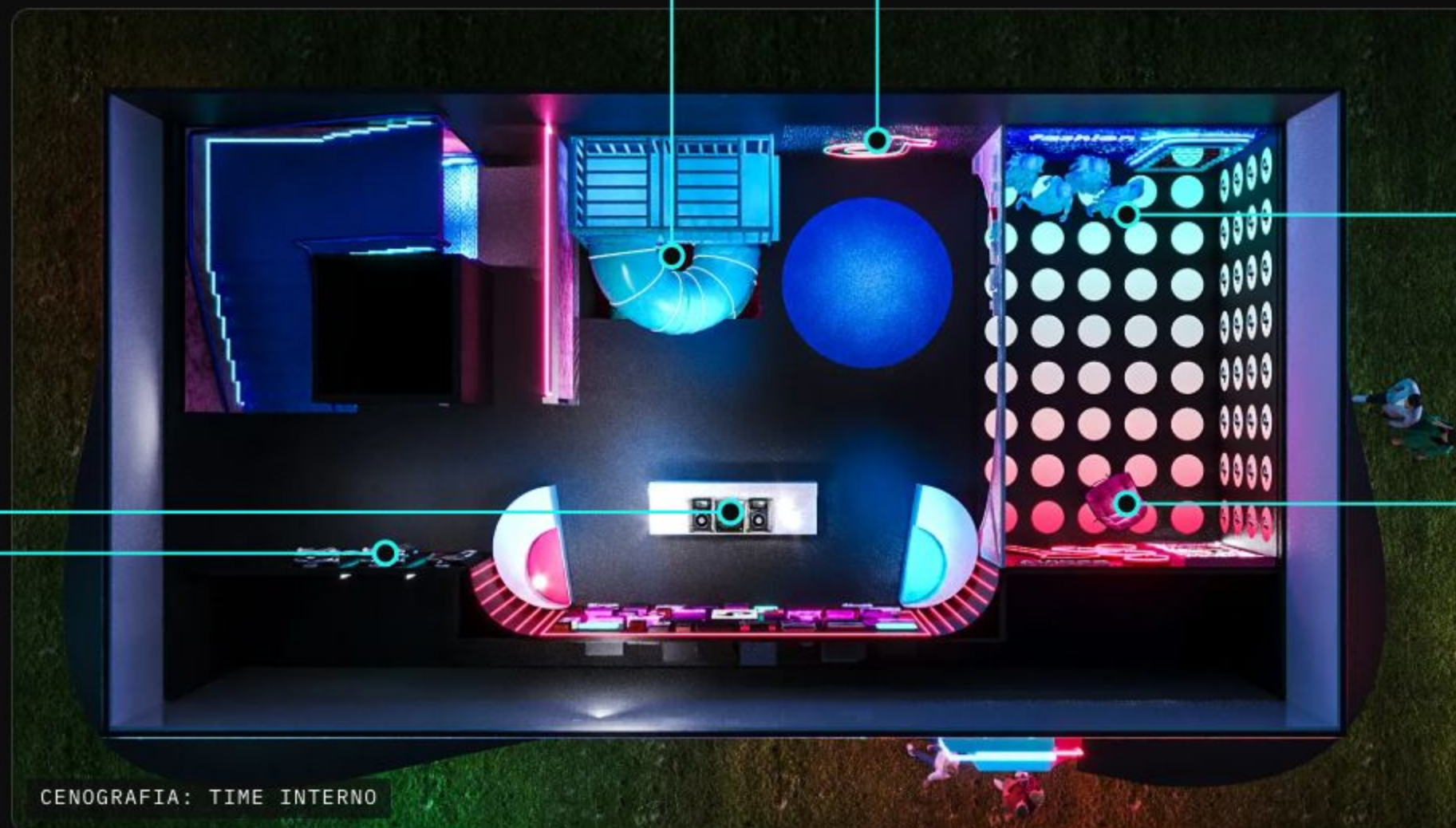
Espaço de entrevistas e lives com parede de paetê.

## Fashion Closet

Roupas e espelhos para criar conteúdo de moda.

## Beauty Closet

Penteadeiras e cenografia para conteúdo de maquiagem.



TOUR 3D

# Terraço

## Tok of the Town Photo Opportunity

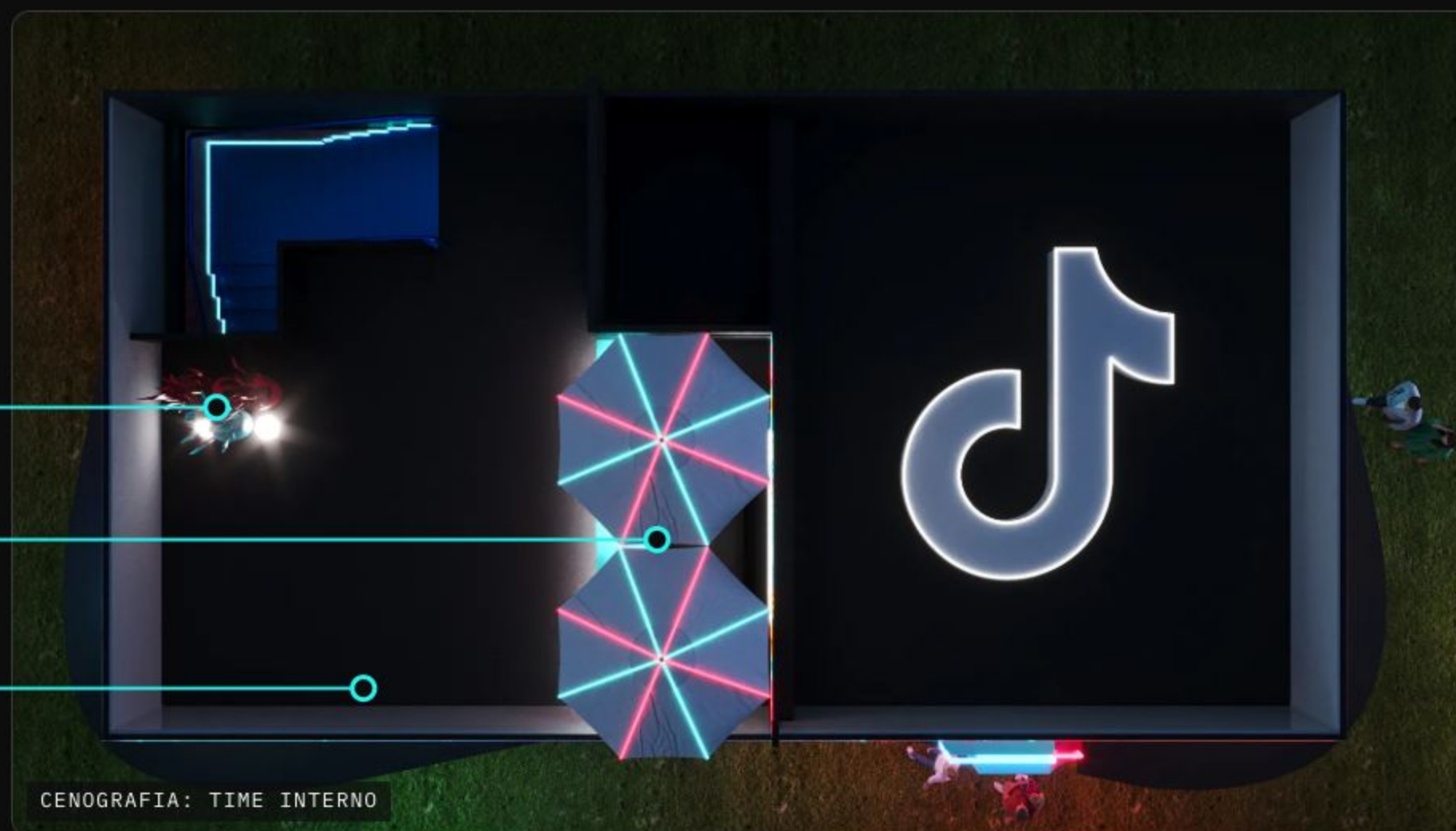
Uma parede-cenário dedicada à **identidade da campanha**.

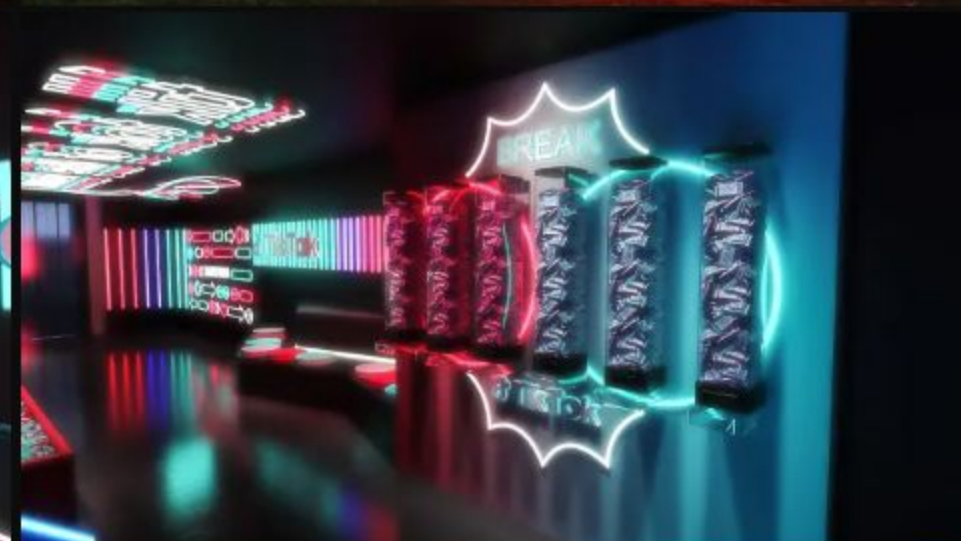
## The Heineken Bar

Bar de autosserviço integrado ao **espaço de convívio**.

## The Belvedere

Um mirante abre a **vista para o festival**.





ANTES DO FESTIVAL

# Receber. Abrir. Começar a criar.

The Town Squad reúne **10 criadores selecionados** em uma jornada de descoberta.

## 1 Receber o convite



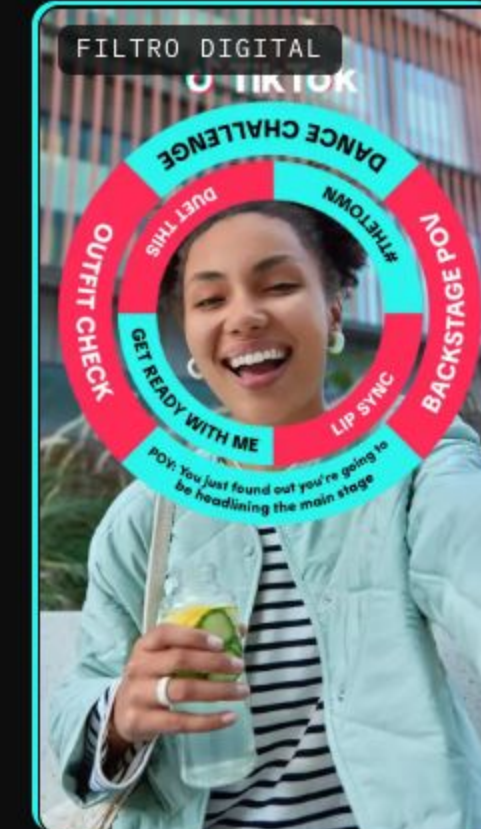
Convite oficial com senha e credencial abrem a descoberta do conceito.

## 2 Abrir o kit



Microfone customizado, boneco de vinil de cada criador e canetinhas viram **matéria para unboxing**.

## 3 Apresentar o filtro



Os criadores anunciam The Trends Casino **em primeira mão** e convidam a comunidade a criar.

The Trends Casino é o **primeiro filtro oficial** do Tok of the Town. Sua roleta sorteia **uma trend** e um **POV** para você criar conteúdo.

APLICAR EFEITO

TREND

Exemplo de trend sorteada: Get ready with me.

POV SORTEADO

Exemplo: você acabou de descobrir que vai ser a atração principal do palco principal.

DURANTE O FESTIVAL

# A experiência entra em circulação.

O Squad e o pool do #TTTLive conectam a criação à conversa. O pool reúne **14 perfis** entre criadores e talentos para alcançar **audiências diferentes**.

01

## Criadores e talentos



# 14

perfis no pool do #TTTLive



02

## Conteúdo



LIVES

#TTTLive reúne **o que está em alta**, com POVs no festival, nos bastidores e fora dele.



RESENHAS

Resenhas ao vivo na The Publi Wall com Amazon.



MODA E BELEZA

**Moda e maquiagem** nos closets com Riachuelo, Chilli Beans, Cantinho e Boca Rosa.



03

## Superfícies



Feed da fachada e telas verticais **espalham o conteúdo**. Nos palcos, **Top 5 de trends** antes do show e Top 5 da apresentação no fim.

DURANTE O FESTIVAL

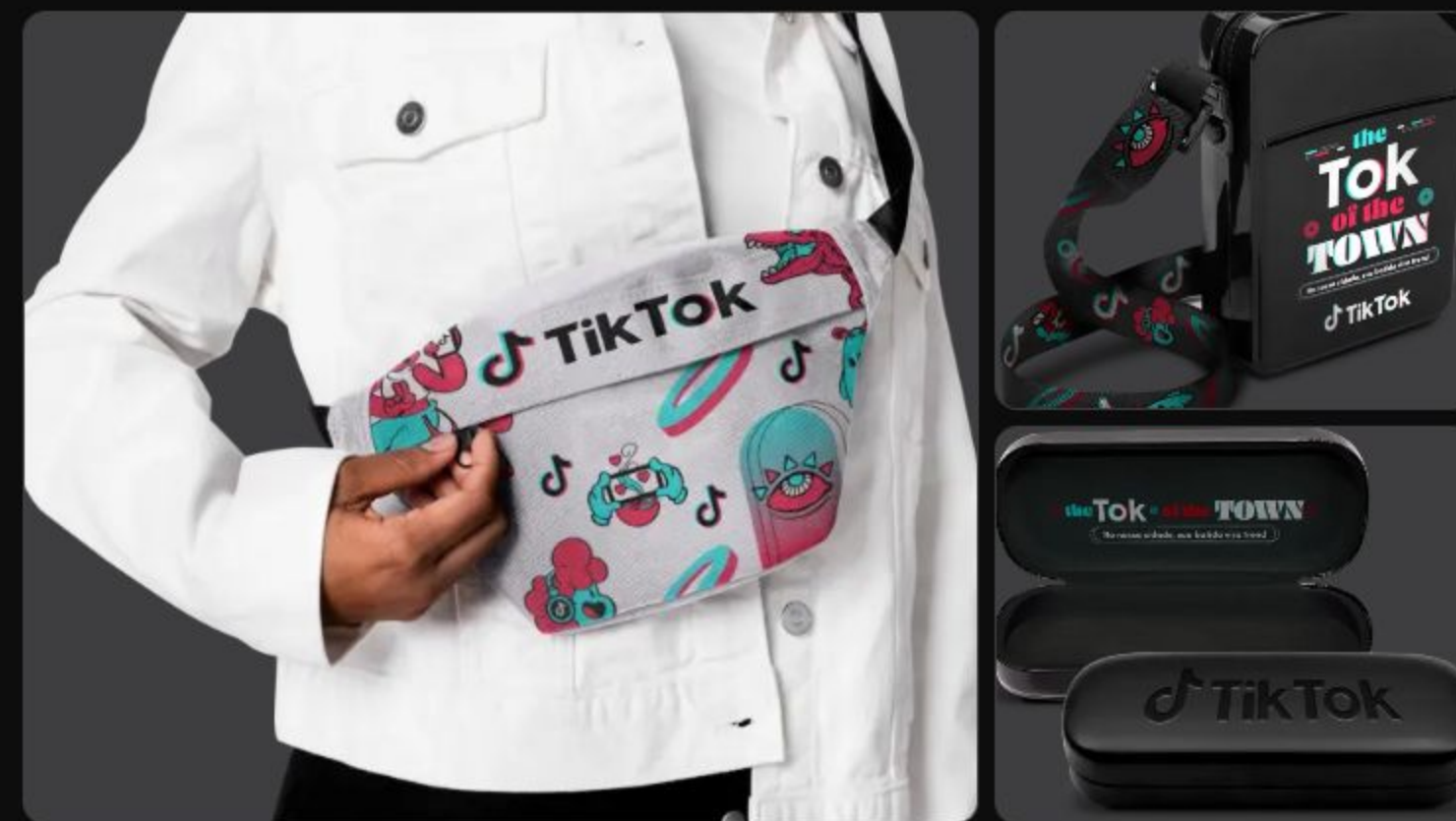
# A marca também vai com o público.



## AUDIÊNCIA GERAL

Para o público, objetos para usar no festival e criar conteúdo.

Meias, bucket hat, ring light e viseira integram o conjunto.



## VIP

Para VIP, bolsas e acessórios acompanham os produtos dos parceiros.

# O projeto, em detalhe.

Renders, filmes, identidade e brindes para **explorar em detalhe.**



CENOGRAFIA: TIME INTERNO



# O projeto, em detalhe.

Renders, filmes, identidade e brindes para explorar em detalhe.



CENOGRAFIA: TIME INTERNO

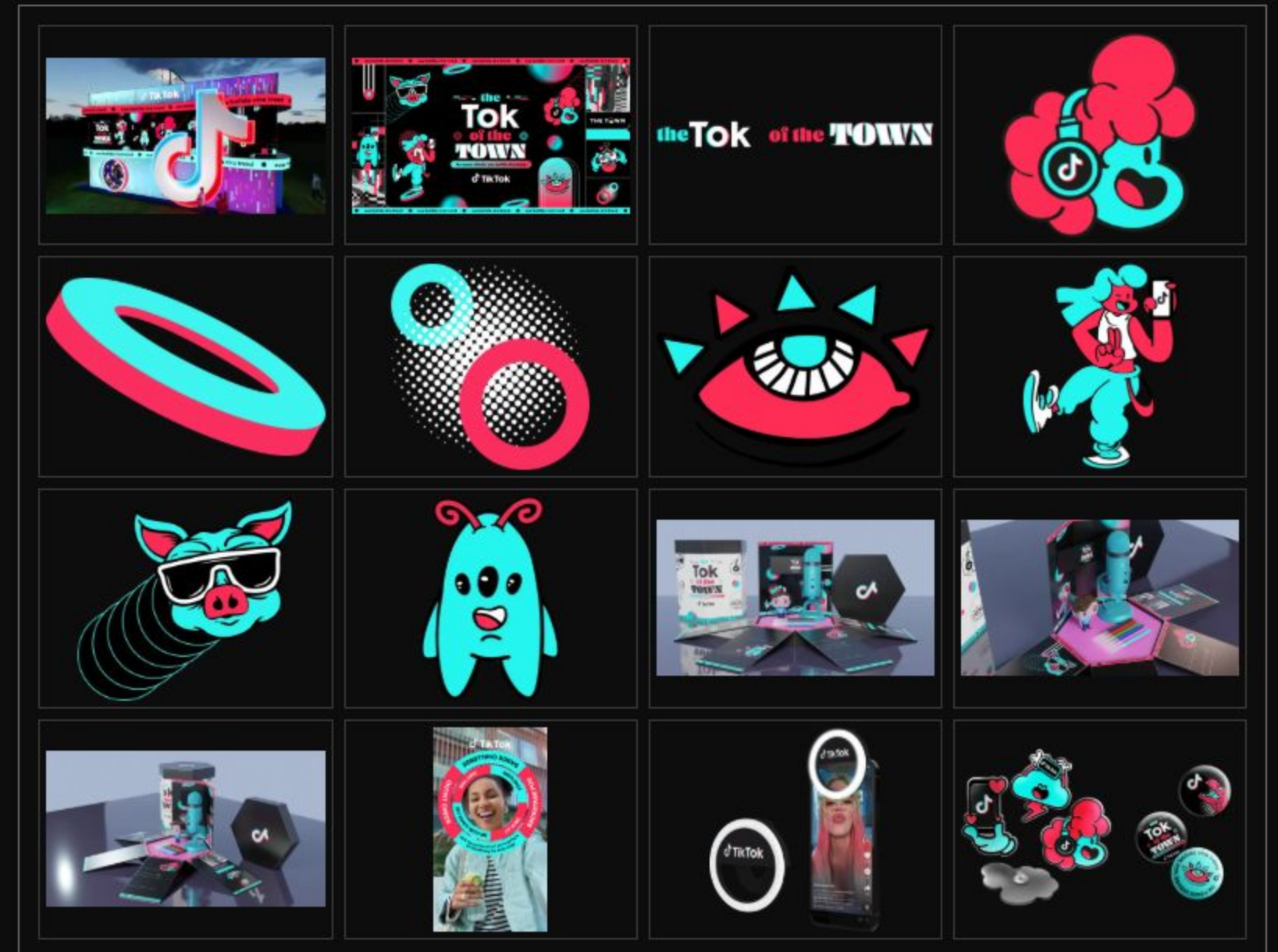


# O projeto, em detalhe.

Renders, filmes, identidade e brindes para **explorar em detalhe.**



CENOGRAFIA: TIME INTERNO





## A ESCALA



# 5.760

POR DIA

Capacidade para **5.760** pessoas por dia.



# 28.800

NOS CINCO DIAS

Capacidade para **28.800** pessoas nos cinco dias de festival.



# 7

ESPAÇOS PARA MARCAS PARCEIRAS

**7** espaços com **9** marcas parceiras.

## theTok of the TOWN

Presença física, presença digital e parcerias **orientam a mensuração.**

## Espaços para criar. Escala para circular.

O dimensionamento do TikTokTown considera **160** pessoas a cada 15 minutos. Os valores indicam **capacidade de circulação**, não pessoas únicas.