

← VOLTAR



TikTok na VidCon

O infinito começa quando a marca fica de frente com quem cria.

ANO	CASA	CLIENTE	DISCIPLINA
2023	TM1	TIKTOK	FEIRAS: VIDCON

CONTEXTO

A marca não comprou o evento. Comprou o encontro.

Na primeira edição brasileira da VidCon, a TikTok entra como apoiadora do evento. O desafio não era ocupar a assinatura principal. Era ficar frente a frente com quem vive de publicar.

Em **7, 8 e 9 de julho**, o São Paulo Expo recebeu um dia dedicado à indústria e dois dias voltados à comunidade.



A SOLUÇÃO

Um espaço para usar, não para assistir

A resposta foi um **lounge próprio de 100 m²** para quem cria: o criador entra, usa as ferramentas da plataforma e sai com conteúdo publicado. Cada ambiente existe para virar vídeo.

TikTok Galaxy

O conceito chega em maio: é o **tema global da marca nas VidCons de 2023**. Baseado na plataforma global, a casa desenvolveu dois conceitos próximos que poderiam ser facilmente adaptados conforme a necessidade conceitual do TikTok.

ESTRATÉGIA

O infinito era o argumento. A camada, a forma.

Três **pontos de vista estratégicos** transformam a plataforma em um território que o criador pode explorar, ocupar e ampliar.

01

O mundo infinito de conteúdo

Energia, expressão e paixão abrem um **mundo infinito de conteúdo** criado pelas pessoas que publicam.

02

A terra infinita de oportunidade

Novas audiências ainda descobrem a plataforma. Para quem cria, isso abre uma **terra infinita de oportunidade**.

03

O poder infinito da criatividade

Ferramentas incorporadas facilitam o uso, entregam resultado e tornam prazeroso experimentar o **poder infinito da criatividade**.

Antes do futuro, cinco camadas inspiradas na obra de Lewis Carroll e Tim Burton.

A ideia não aparece pronta. Ela atravessa sonho, fantasia, jogo e ficção científica até alcançar uma realidade infinita.

01 O buraco do coelho

Lewis Carroll leva Alice a um mundo em camadas pelo buraco do coelho. **Tim Burton** atualiza esse imaginário com fantasia escura e surreal.

02 O sonho já visitado

A inspiração na **VidCon dos Estados Unidos** já havia explorado esse território de sonho. Era preciso ir além.

03 A passagem para outro mundo

Shigeru Miyamoto leva Mario a novos mundos pelo cano verde. **L. Frank Baum**, autor de *O Mágico de Oz*, abre a jornada pela estrada de tijolos amarelos.

04 O futuro entra em cena

A ficção de **Philip K. Dick** e o cinema de **Ridley Scott** encontram synthwave e vaporwave, estéticas dos anos 80 revividas na internet com neon, sintetizadores e cidades noturnas.

05 A realidade infinita

No último degrau, o **sonho vira realidade**. O futuro deixa de ser referência e passa a ser o lugar onde a experiência acontece.



KEY VISUAL E CONCEITO

infiniTik

through the layers



tomvinhal.com

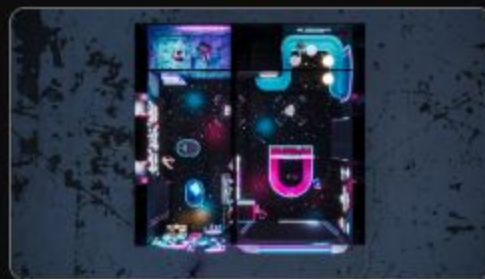
KEY VISUAL: TIKTOK GALAXY

The logo features the TikTok icon (a white musical note with red and blue outlines) to the left of the word "TikTok" in white. Below this, the word "GALAXY" is written in a large, stylized font. The letters "G", "A", and "L" are white with small red and blue squares. The "X" is formed by a red and a blue shape, and the "Y" is white with a blue vertical bar.

TikTok GALAXY



DESDOBRAMENTOS: TIKTOK GALAXY



Da fachada ao encontro, uma imersão contínua.

A arquitetura organiza a experiência em **três gestos contínuos**: atrair, atravessar e permanecer.

01 Atrair

A nota em grande escala, as **fitas de LED** e os túneis vaporwave criam pontos montados para vídeo em todas as faces visíveis.

02 Atravessar

O teto em arco e as paredes de conteúdo conduzem a entrada. O **piso preto piano** reflete as imagens e prolonga a profundidade.

03 Permanecer

No interior, **doze ambientes** combinam encontro, pausa, alimentação, jogo, produção de conteúdo e edição.



CENOGRAFIA: TIME INTERNO

Antes, durante e depois cabem na mesma curva.

A régua reúne **duas trilhas na mesma curva**. Uma acompanha os convidados prioritários. A outra conduz a lista de criadores credenciados.



15 CRIADORES CONVIDADOS

Antes

Primeiro contato

Uma pessoa de apoio, chamada concierge, faz o **primeiro contato** e cuida da confirmação de presença.

Caixa de imprensa

A **caixa de imprensa**, ou press kit, leva convite, informação e brindes de marca até a casa do criador.

Manifesto de viagem

O **manifesto de viagem** organiza deslocamento, chegada e apoio num documento só.

Guia de sobrevivência

O **guia de sobrevivência** reúne o que fazer em São Paulo, como circular e onde pedir ajuda.

Prévia do lounge

Uma landing page, página feita para uma ação só, oferece uma **prévia exclusiva do espaço**.

CRIADORES CREDENCIADOS

Antes

Reserve a data

Um e-mail pede que a lista **reserve a data** antes de os cadastros abrirem.

Convite

O **convite completo** segue por e-mail e pela própria plataforma, com o caminho para o cadastro.

Cadastro

A página de destino recebe o **cadastro exclusivo** e registra a intenção de ir.

Confirmação

E-mail, telefone e plataforma ajudam a buscar as **confirmações que faltam**.

Código de entrada

A confirmação entrega um **QR Code de entrada** para o credenciamento no espaço.

É amanhã

Na véspera, um **lembrete de chegada** reúne horário e caminho até o espaço.

Durante

Experiências

Os convidados vivem as **experiências ao vivo** e criam conteúdo dentro do espaço.

Durante

Experiências

O criador credenciado **vive as experiências** e produz conteúdo no espaço.

Depois

Ferramentas usadas

Um **vídeo animado final** explica os produtos usados nas ativações e como cada ferramenta funciona.

Depois

Conteúdo de produto

A página final **retoma as ferramentas** apresentadas no espaço e prolonga a educação de produto.

Cada ativação coloca uma ferramenta na mão do criador.

Ao conversar com TikTok Galaxy, tema mundial da marca, o projeto desenha uma expressão brasileira e dá nova função às ativações. Cada gesto passa a ensinar **ferramentas reais da plataforma**.

A parede se abre para uma **circulação mais livre**, o lounge ganha assentos e a mini sorveteria ocupa o centro.

INFINITIK

TIKTOK GALAXY

01

Dublar e cantar

Mobile Effect House

A batalha de dublagem e o cante comigo dão lugar à Mobile Effect House, a **ferramenta de criar filtros**, e aos efeitos de voz numa tela gigante.

02

Se arrumar e maquiar

DIY Patchwork Table

O closet e a maquiagem dão lugar a uma mesa de DIY, de do it yourself, **faça você mesmo**, com tecidos e aviamentos para customizar os brindes.

03

Editar no celular

Privacy Slot Machine

A base de encaixe do celular, chamada dock, dá lugar a um caça-níquel que gira **dicas de privacidade** e de gestão de audiência.

04

Jogar na máquina

TikTok Gifts Machine

A máquina de garra vira uma máquina de presentes em que as pelúcias explicam as **ferramentas de monetização**.

05

Descansar

#ScreenBreak

A sala de descanso vira uma área de **bem estar digital**, com a frase Swipe and refresh yourself, deslize e se atualize, na parede do recuo.

06

Registrar o lugar

Locations Wall

A parede de foto vira uma **parede de localizações**, com um ícone para cada estado e o convite a marcar o lugar na própria ferramenta.

EVOLUÇÃO

Cada ativação coloca uma ferramenta na mão do criador.

Ao conversar com TikTok Galaxy, tema mundial da marca, o projeto desenha uma expressão brasileira e dá nova função às ativações. Cada gesto passa a ensinar **ferramentas reais da plataforma**.

A parede se abre para uma **circulação mais livre**, o lounge ganha assentos e a mini sorveteria ocupa o centro.

INFINITIK

TIKTOK GALAXY

01

Dublar e cantar

Mobile Effect House

A batalha de dublagem e o cante comigo dão lugar à Mobile Effect House, a ferramenta de criar filtros, e aos efeitos de voz numa tela gigante.

02

Se arrumar e maquiar

DIY Patchwork Table

O closet e a maquiagem dão lugar a uma mesa de DIY, de do it yourself, **faça você mesmo**, com tecidos e aviamentos para customizar os brindes.

03

Editar no celular

Privacy Slot Machine

A base de encaixe do celular, chamada dock, dá lugar a um caça-níquel que gira dicas de **privacidade** e de gestão de audiência.

04

Jogar na máquina

TikTok Gifts Machine

A máquina de garra vira uma máquina de presentes em que as pelúcias explicam as **ferramentas de monetização**.

05

Descansar

#ScreenBreak

A sala de descanso vira uma área de **bem estar digital**, com a frase **Swipe and refresh yourself**, deslize e se atualize, na parede do recuo.

06

Registrar o lugar

Locations Wall

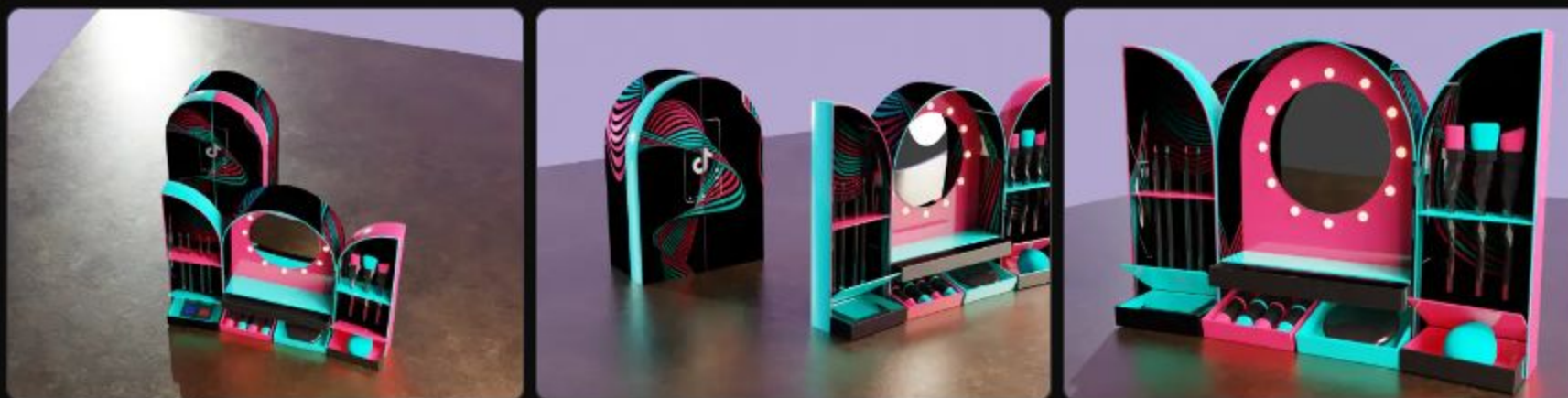
A parede de foto vira uma **parede de localizações**, com um ícone para cada estado e o convite a marcar o lugar na própria ferramenta.

BRINDES

O vínculo também cabia na mão.

Os **brindes de marca**, também chamados de swags, prolongam a experiência em dois momentos.

ANTES



Caixas temáticas de sorvete, jogos, produção de conteúdo, cozinha, coquetelaria e maquiagem. Cada caixa ia **pronta para virar conteúdo**: era só abrir e transmitir no TikTok. Antes delas, o press kit levava o convite, a pulseira de acesso e meias customizadas.

DURANTE



Presentes ligados às ativações incluem gorro e luvas, tiaras, cadarços neon, luz em anel de bolso e suporte de celular.

Experiência também nasce mensurável.

Um OKR, objetivo com resultado a medir, organiza três frentes. Cada uma recebe **indicadores de desempenho**, ferramentas de medição e responsáveis diretos.



Presença física

As ferramentas do espaço medem quem entra, quem é e o que leva. O foco é a **qualidade da presença**.

- Visitantes e perfil
- Lembrança de marca
- Índice de satisfação
- Giro das ativações
- Distribuição de brindes

MEDIDO PELAS FERRAMENTAS DO ESPAÇO



Educação de produto

O time de dados acompanha o que as pessoas passam a conhecer e a experimentar. O foco é o **uso das ferramentas**.

- Ferramentas de monetização
- Efeitos e efeitos de voz
- Recursos de privacidade

MEDIDO PELO TIME DE DADOS DA MARCA



Retorno comercial

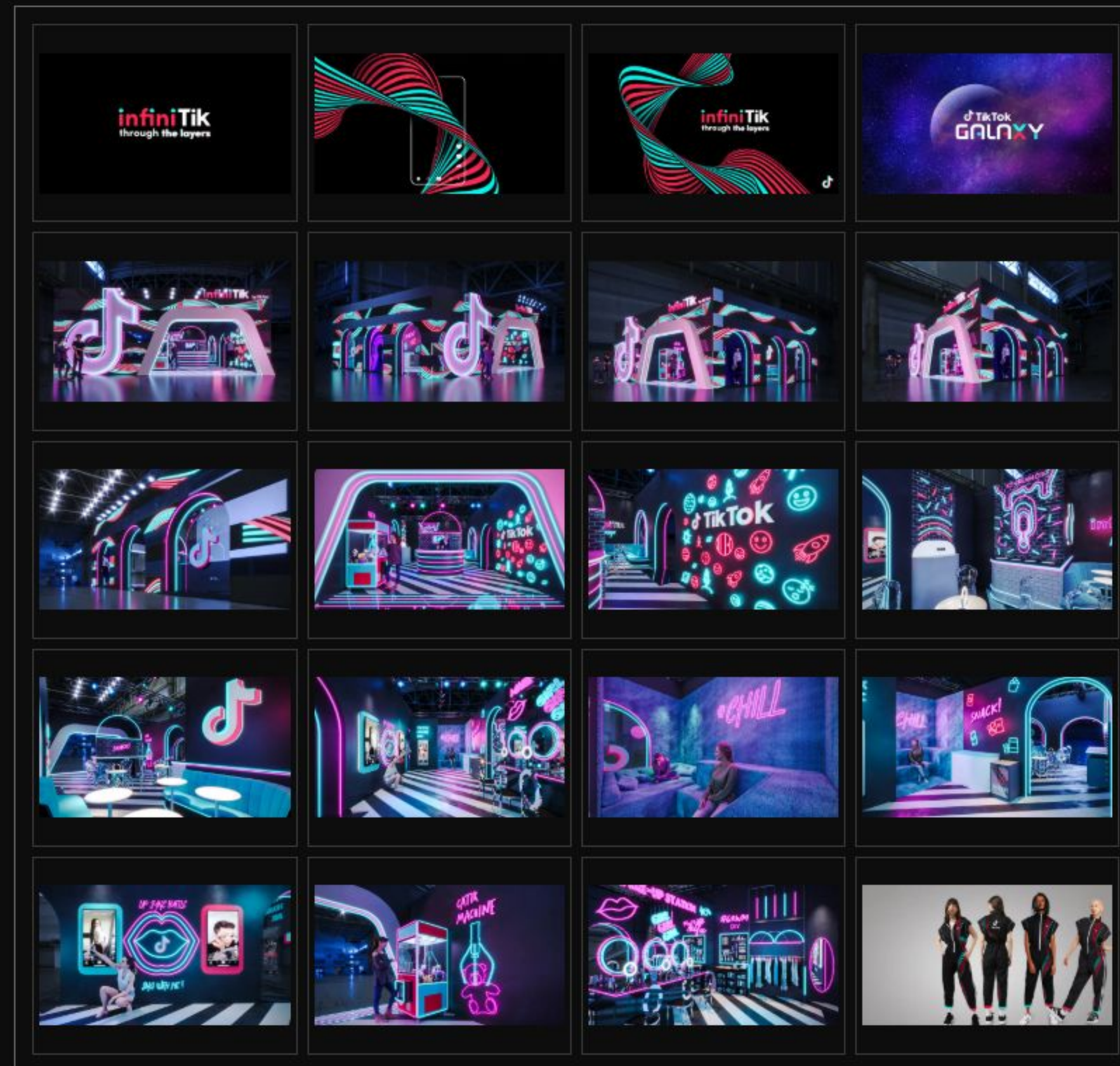
O time comercial acompanha o que a presença gera de negócio. O foco é a **conexão com negócio**.

- Parcerias fechadas
- Receita de parcerias

MEDIDO PELO TIME COMERCIAL DA MARCA

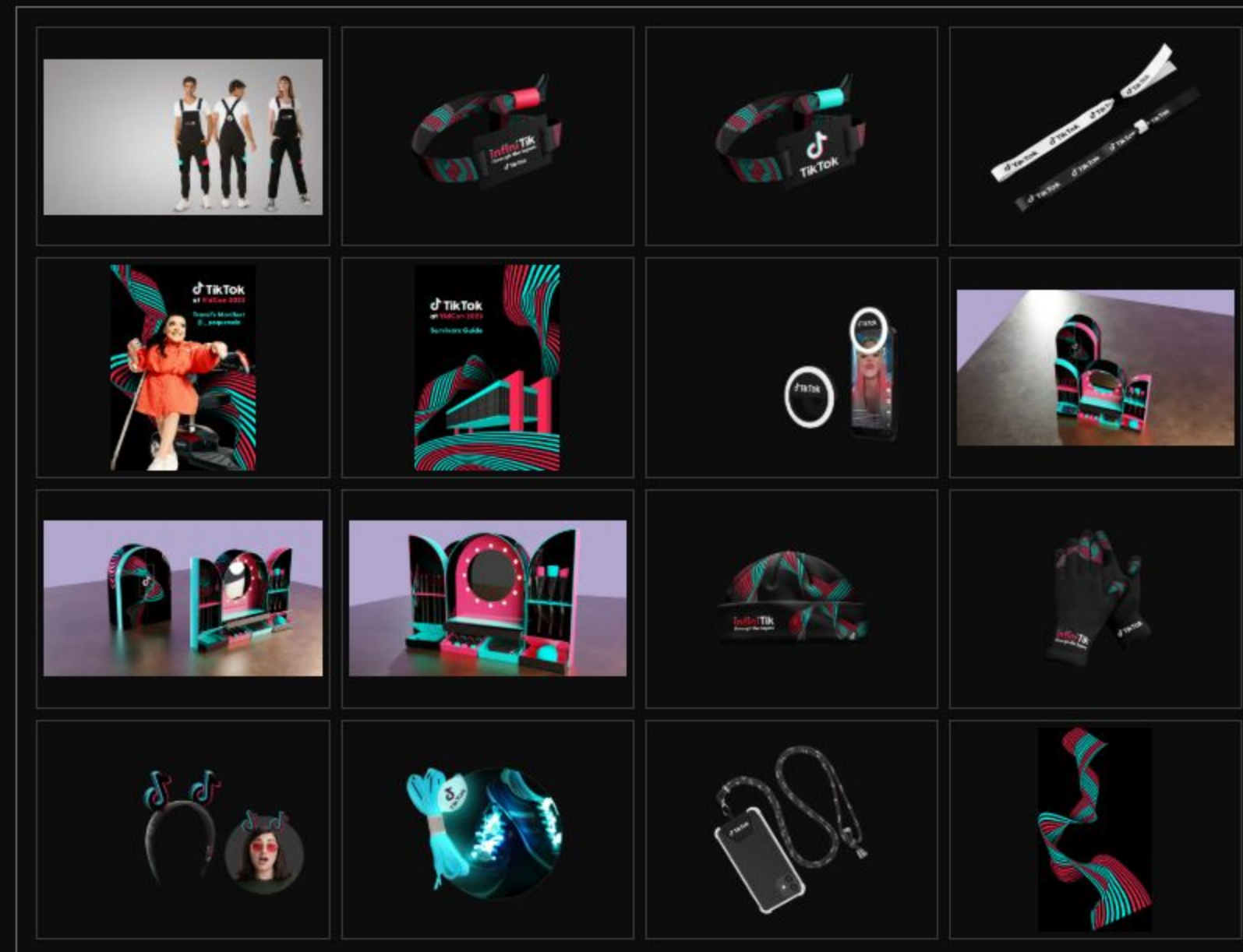
O projeto, peça por peça

O **acervo completo** reúne a identidade visual, os renders do espaço, as peças de comunicação, os brindes e os registros da feira na ordem do projeto.



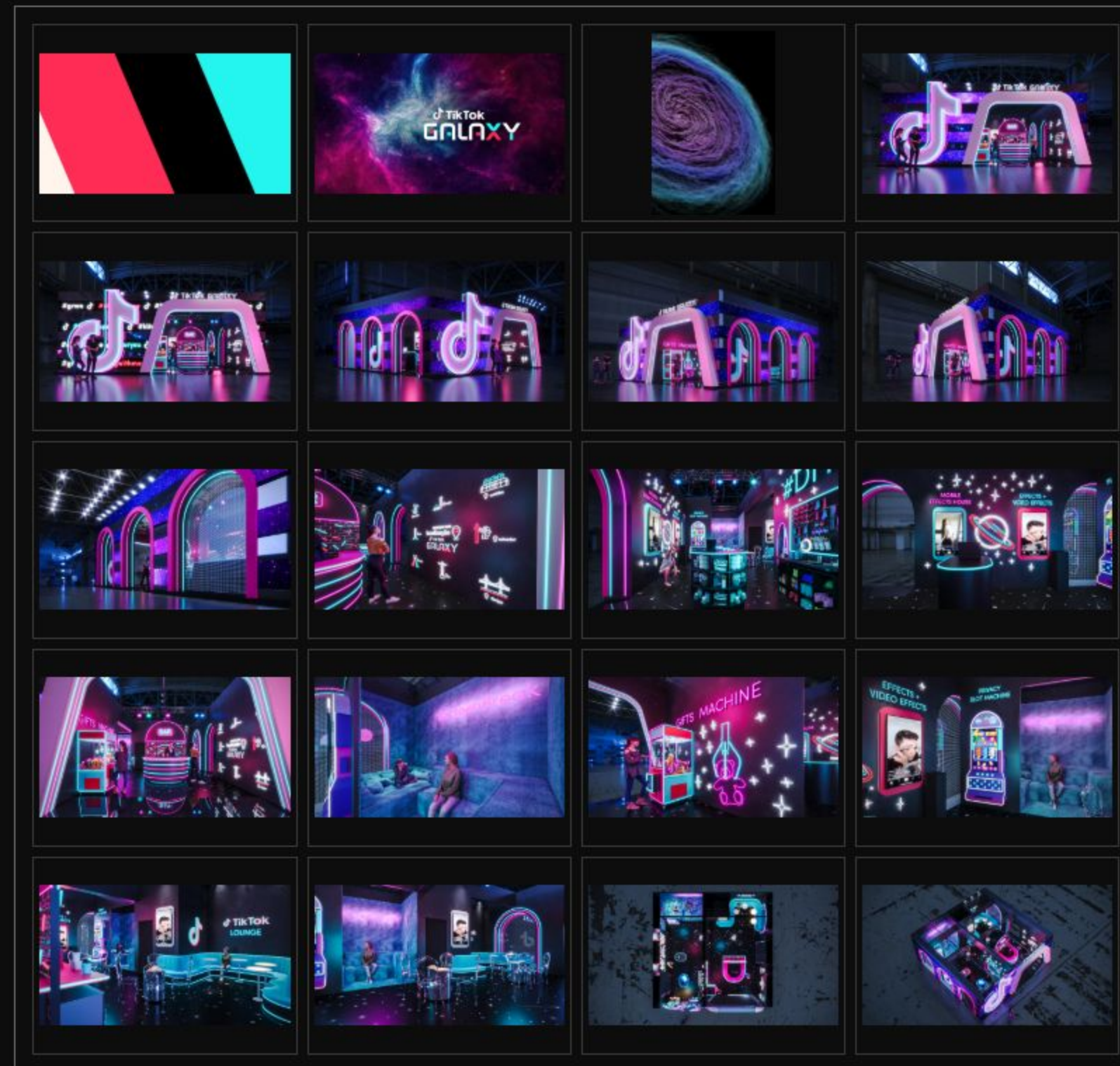
O projeto, peça por peça

O **acervo completo** reúne a identidade visual, os renders do espaço, as peças de comunicação, os brindes e os registros da feira na ordem do projeto.



O projeto, peça por peça

O **acervo completo** reúne a identidade visual, os renders do espaço, as peças de comunicação, os brindes e os registros da feira na ordem do projeto.



ESCALA

Um encontro desenhado para ganhar escala.

Os números do projeto representam **capacidade desenhada**, não resultado. A escala da feira aparece separada, como contexto.

CAPACIDADE DO PROJETO

100 m²

Área do lounge dos criadores.

1.600

Pessoas **por dia** de capacidade.

80

Pessoas **ao mesmo tempo**.

15

Criadores convidados para a trilha prioritária.

160

Pessoas **por hora** de capacidade.

3

Dias de feira, de 7 a 9 de julho.

CONTEXTO DA FEIRA

Cerca de 9 mil

Público total da feira nos três dias.

Mais de 70

Painéis na programação da feira.

Mais de 200

Talentos reunidos pela feira.