

Spark Ads y colaboración con creadores

Cómo usar contenido de creadores como anuncio sin perder la autenticidad

Spark Ads te deja pautar directamente sobre una publicación real de un creador o de tu propia cuenta, conservando los me gusta, comentarios y la sensación de contenido orgánico. Es uno de los formatos que mejor convierte en TikTok porque no se siente como publicidad. En Manu lo usamos casi siempre que hay un creador involucrado. Esta guía te explica cómo montarlo bien.

Qué es un Spark Ad y por qué convierte más

Un Spark Ad es un anuncio que corre sobre una publicación existente en lugar de subir un video suelto al administrador. Eso cambia todo en percepción y resultado.

- Conserva los comentarios y me gusta del video original, que funcionan como prueba social.
- Manda tráfico al perfil del creador, lo que suma seguidores y autoridad.
- Se siente nativo: la gente no nota tan rápido que es pauta.

Paso 1: acordar la colaboración con el creador

Antes de la parte técnica, define las reglas con el creador para evitar malentendidos.

- Acuerda cuanto tiempo te autoriza pautar el video (por ejemplo 30, 60 o 90 días).
- Define si pagas por el contenido, por la pauta o por ambos.
- Pide que el video cumpla tu gancho y tu llamado a la acción.
- Deja por escrito derechos de uso para evitar líos después.

Paso 2: obtener el código de autorización

Spark Ads necesita un permiso que genera el creador desde su propia cuenta. Sin el código no puedes pautar.

- El creador entra a la configuración del video y activa la opción de promoción.
- Genera un código de autorización y te lo comparte.
- Tu cargas ese código en el administrador de anuncios de TikTok.
- Verifica que el permiso siga vigente durante toda la campaña.

Paso 3: lanzar y estructurar la campaña

Con el video autorizado, armas la campaña como cualquier otra, pero aprovechando lo que el creador ya construyó.

- Empieza con segmentación amplia y deja respirar al algoritmo.
- Prueba varios videos de creadores distintos en grupos separados.
- Usa el video del creador para tráfico frío y conserva los mejores para escalar.
- Crea audiencias de quienes interactuaron para reimpactarlos después.

Cómo elegir al creador correcto

El éxito de un Spark Ad depende más del creador que de la configuración. Elige con criterio, no por número de seguidores.

- Busca creadores cuyo público se parezca a tu cliente ideal, no solo grandes cuentas.
- Revisa que sus comentarios sean reales y no inflados.
- Prefiere creadores que ya hablan de tu nicho con naturalidad.
- Un micro creador comprometido suele convertir más que una celebridad cara.

En Manu conectamos marcas con creadores, negociamos la autorización y montamos los Spark Ads listos para escalar. Si quieres arrancar con creadores, hablemos.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com