



TIKTOK AD AWARDS BRASIL 2025

“Quando a autenticidade vence a alta produção”

Janeiro | 2025

 TikTok for Business



MAIN FINDING

Em 2025, o mercado entendeu:
O *“polish”* da TV não engaja no
TikTok.

Os cases vencedores do
TikTok Ad Awards abraçaram
a estética do real, a linguagem
dos creators e a imperfeição
proposital.



VS



~~SUPERPRODUÇÃO~~

Roteiro Rígido ■ Distante

NATIVO & REAL

Esponâneo ■ Conexão

AGENDA

TikTok Ad Awards'25: Nova Era, Novos Ícones

Match Point: O que há em comum nos Cases Vencedores?

Highlights: Quais são os Ícones de 2025?

2026: O futuro é agora...

TikTok Ad Awards '25

"Nova Era, Novos Ícones"

TikTok Ad Awards

**é uma premiação
dinâmica e atenta
a evolução do
mercado:**

. 2022 – Fundação

7 categorias focadas em criatividade nativa (Som, @, Trends).

. 2023 – Maturação

Adição de "Impacto no Negócio": TikTok gera resultados reais.

. 2024 – Expansão

Datas Especiais e Integração Offline refletem omnicanalidade.

. 2025 – Inclusão

Categoria de PME democratiza o sucesso para novos players.

2025: Crescimento e Diversificação

400



Inscrições em 2025
De 150+ marcas e 90+ agências

10/10



Diversificação Máxima
10 marcas e 10 agências diferentes venceram

5 → 8



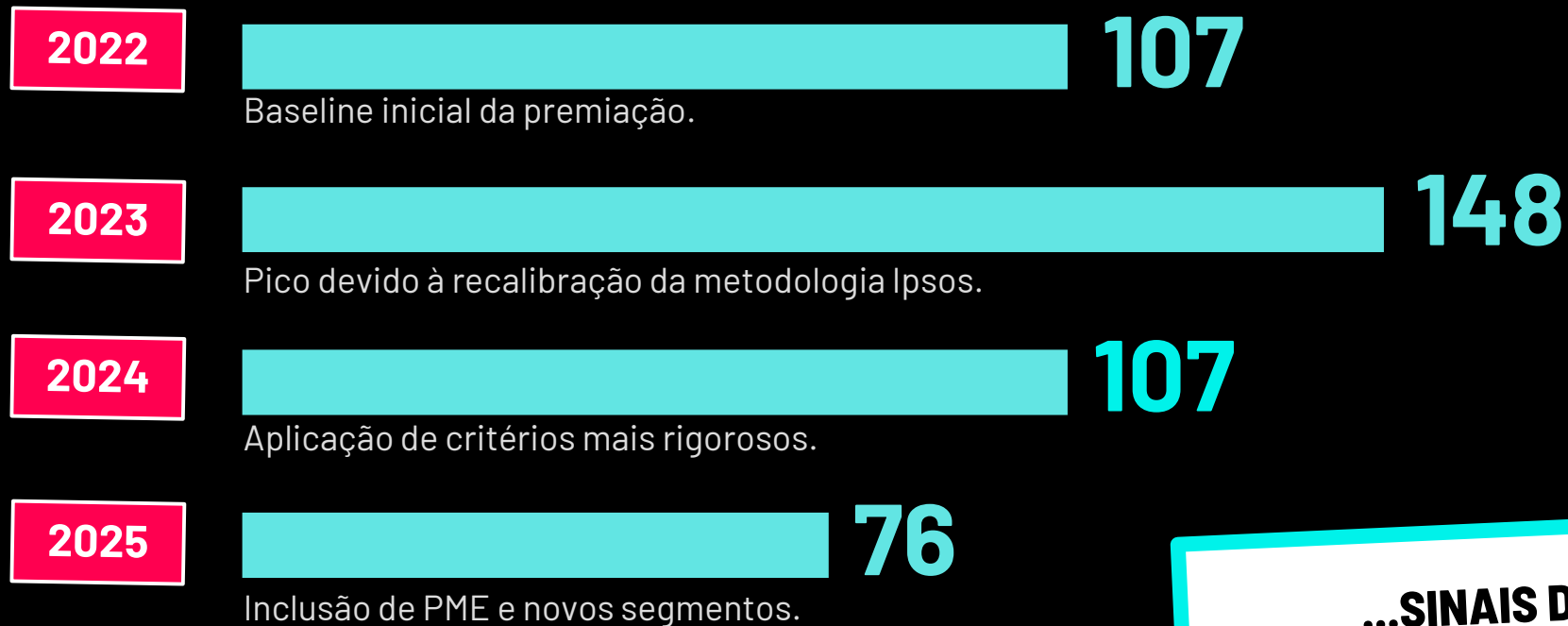
Evolução de Segmentos
Expansão de 2022 para 2025

8 → 24



Evolução de Agências com Cases Vencedores
De concentração para pulverização total

Os scores contam uma história...



...SINAIS DA DIVERSIDADE

TikTok é para todos:



**TikTok é
Universal**
Não é só dancinha



Todos os vencedores do TikTok Ad Awards 2025:

Vai pra For You Caramba

Melhor uso de formato

- 1 Ouro: Sal de Fruta ENO
- 2 Prata: Dorflex
- 3 Bronze: Sebrae

Isso que é Publi Boa

Melhor trabalho com creator

- 1 Ouro: Smart Fit
- 2 Prata: Natura
- 3 Bronze: Duolingo

POV: Hitei no TikTok

Melhor surfada de trend

- 1 Ouro: Mercado Pago
- 2 Prata: Serasa
- 3 Bronze: O Boticário

Parceria de Milhões

Melhor cocriação com comunidade

- 1 Ouro: Stone
- 2 Prata: KitKat
- 3 Bronze: Serasa

Começa com um TikTok

Melhor campanha com foco em transformação

- 1 Ouro: Natura
- 2 Prata: L'Oréal
- 3 Bronze: TRESemmé

TikTok Funciona

Melhor campanha criativa com impacto no negócio

- 1 Ouro: O Boticário
- 2 Prata: KFC Brasil
- 3 Bronze: Garnier

É o Momento

Melhor campanha em datas especiais

- 1 Ouro: Itaipava
- 2 Prata: Smart Fit
- 3 Bronze: Fanta

Além do TikTok

Melhor integração entre TikTok e offline

- 1 Ouro: KitKat
- 2 Prata: Elseve
- 3 Bronze: Sony Music

Pequenas Grandes Ideias

Melhor campanha de PME

- 1 Ouro: Vale Encantado Eco Park & Hotel
- 2 Prata: Carol Coxinhas

Quebrou a Banca

Melhor @

- 1 Ouro: @govbr
- 2 Prata: @neosaldina
- 3 Bronze: @netflixbrasil

Anunciante do Ano:

VITÓRIA DE OURO

Venceu em "Melhor Surfada de Trend" com o case "O figurante que rendeu tudo".

Mercado Livre

Lidera Engajamento

ESTRATÉGIA

Agilidade Radical.

Capacidade de identificar conversas e agir rápido para capitalizar o momento.

ENGAJAMENTO

Uso contínuo e inovador das soluções do TikTok. Não é apenas sobre ads, é sobre **participar da cultura**.

Agilidade é vantagem competitiva

Todos os vencedores do TikTok Ad Awards 2025:

Vai pra For You Caramba

Melhor uso de formato

- 1 Ouro: Publicis LeOne
- 2 Prata: Druid
- 3 Bronze: Artplan

Isso que é Publi Boa

Melhor trabalho com creator

- 1 Ouro: Milà
- 2 Prata: Africa Creative
- 3 Bronze: Jotacom

POV: Hitei no TikTok

Melhor surfada de trend

- 1 Ouro: Jotacom
- 2 Prata: Symphony
- 3 Bronze: SoWhat

Parceria de Milhões

Melhor cocriação com comunidade

- 1 Ouro: Greenz
- 2 Prata: Ogilvy
- 3 Bronze: Serasa

Começa com um TikTok

Melhor campanha com foco em transformação

- 1 Ouro: Monks
- 2 Prata: Spark
- 3 Bronze: OUT OF OFFICE

TikTok Funciona

Melhor campanha criativa com impacto no negócio

- 1 Ouro: SoWhat
- 2 Prata: DM9
- 3 Bronze: DPZ

É o Momento

Melhor campanha em datas especiais

- 1 Ouro: WMcCann
- 2 Prata: Milà
- 3 Bronze: VML

Além do TikTok

Melhor integração entre TikTok e offline

- 1 Ouro: Ogilvy
- 2 Prata: WMcCann
- 3 Bronze: Sony Music

Pequenas Grandes Ideias

Melhor campanha de PME

- 1 Ouro: Vale Encantado Eco Park & Hotel
- 2 Prata: Jotacom

Quebrou a Banca

Melhor @

- 1 Ouro: @govbr
- 2 Prata: @neosaldina
- 3 Bronze: GUIZO

Agência do Ano:



SoWhat

Expertise em Beauty



1

OURO



1

BRONZE



6

SHORTLISTS



ESPECIALIZAÇÃO EM NARRATIVAS EMOCIONAIS GERA RECONHECIMENTO CONTÍNUO

Match Point:

*O que há em comum nos
cases vencedores?*



Autenticidade Radical Supera Produção:

O que não funciona

- ❌ Comerciais polidos e super produzidos
- ❌ Linguagem corporativa e distante
- ❌ Adaptação direta de conteúdo de TV (16:9)

O que funciona

- ★ Linguagem nativa e estética do TikTok
- ★ Cultura da plataforma e trends
- ★ Conteúdo vertical pensado para mobile

Casos de Sucesso:

Stone

"Break Stone": Cocriação com comunidade, não briefing corporativo.

@govbr

Usa memes para explicar ações governamentais com humor.

Natura

"A influência nasce de dentro": Narrativa autêntica e humana.

Narrativas que Conectam: Emoção é moeda de troca no TikTok.



HUMOR

Governo do Brasil

@govbr usa memes para engajar e explicar ações.



EMOÇÃO

Natura

"A influência nasce de dentro" conecta com valores.



INSPIRAÇÃO

Stone

"Break Stone" inspira a comunidade a criar.



TRANSFORMAÇÃO

O Boticário

K-Drama toca emocionalmente e gera identificação.



RELEVÂNCIA

Mercado Pago

Surfou trend viral com criatividade e timing.

Comunidade como Protagonista: Cocriação é a estratégia mais poderosa do TikTok.

DIÁLOGO > BROADCAST



O sucesso não vem de uma comunicação de via única, mas da cocriação genuína.

Stone

Case "**Break Stone**". Cocriação com a comunidade real, não apenas influenciadores contratados.

@govbr

Responde comentários e dialoga. Usa memes para explicar ações, criando **proximidade institucional**.

KitKat

Envolveu usuários na criação de conteúdo. Marcas que **ouvem e colaboram** prosperam.

Social é Power!

Cocriar com a comunidade é o que transforma atenção em impacto real:

+14%

**TEMPO DE VISUALIZAÇÃO
DOS ANÚNCIOS
COM COCRIAÇÃO VS. SEM COCRIAÇÃO***

No **TikTok**, tendências não nascem das marcas, nascem da comunidade. São códigos culturais criados, remixados e validados pelas pessoas.

É por isso que o verdadeiro diferencial não está em seguir uma tendência, mas em cocriar com quem a construiu.

Quando marcas se colocam como parte da conversa, e não como narradoras únicas, elas ganham legitimidade. **A comunidade deixa de ser audiência e passa a ser protagonista da criatividade**, ampliando alcance, relevância e tempo de engajamento de forma orgânica.

Líderes da Cocriação:

Beauty & Fintech usam narrativas autênticas e colocam a comunidade no centro.



BEAUTY

8 Troféus

- ✓ Consistência Histórica
- ✓ Domínio de Trends
- ✓ Narrativa Emocional



FINTECH

Inovação

- ✓ Agilidade Radical
- ✓ Cocriação Real
- ✓ Linguagem Nativa

DA COCRIAÇÃO À PERFORMANCE

O que a abordagem da Ipsos “Misfits Way” indica sobre porque Fit & Empatia sustentam esses resultados.

Anúncios com ideias novas e impactantes ajudam em atenção. Quando geram conexão emocional são ainda mais eficientes.

MISFITS WAY: Os piladores da abordagem analítica Ipsos

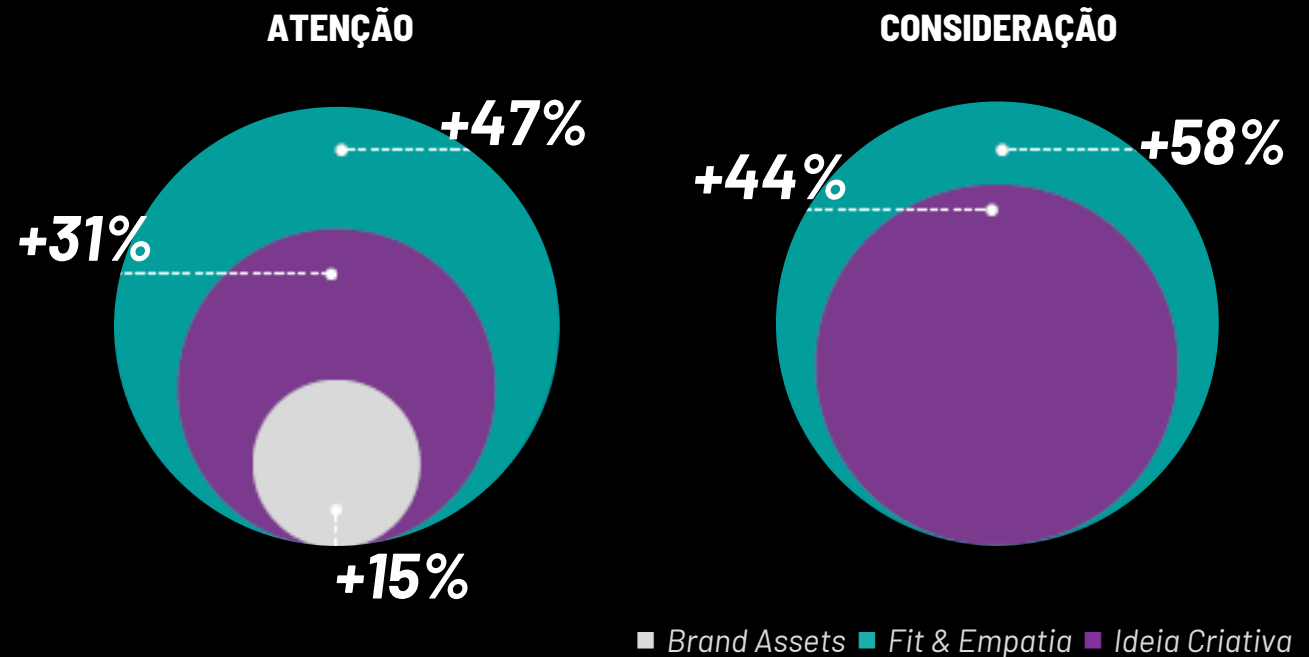
EXPERIÊNCIA CRIATIVA

FIT & EMPATIA

IDEIA CRIATIVA



Aumento % para anúncios com Alta vs. Baixa Performance:



No TikTok, não é sobre falar melhor, é sobre falar junto...

A evidência é clara:

Fit & Empatia são os principais drivers de eficácia a longo prazo.

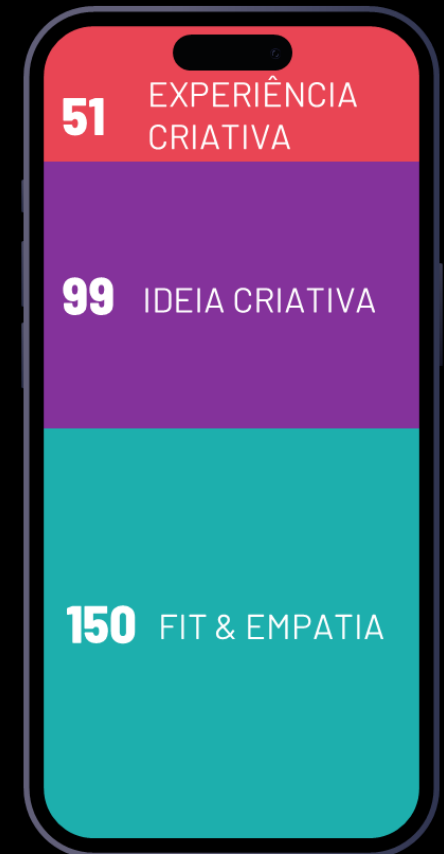
Ideia Criativa potencializa quando vem do fit cultural.

Experiência Criativa continua sendo relevante, são aceleradores.



Linear

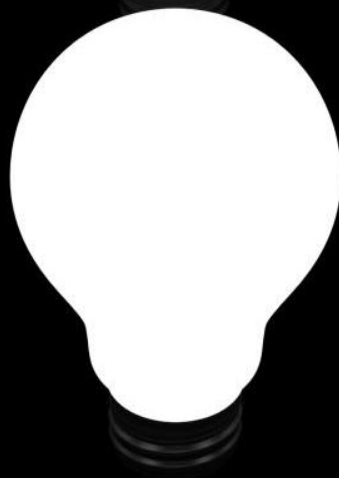
VS.



TikTok

HIGHLIGHTS:

"Quais são os ícones de 2025?"



FINTECH EMERGE: Segmento Inovador

As empresas desta área lideram em narrativa e estratégia.

Stone

TOP SCORE

Case "**Break Stone**".

Foco em **cocriação** com a comunidade.

Entendeu que o usuário quer participar, não apenas assistir.



Mercado Pago

ANUNCIANTE DO ANO

Case "**O figurante que rendeu tudo**".

Foco em **agilidade** e trends.

Capitalizou um momento viral com velocidade impressionante.



TOP SCORE: Stone “Break Stone”



Fintech



Agência Greenz

A ESTRATÉGIA VENCEDORA

Cocriação intensa com a comunidade.
Não foi sobre contratar influenciadores para falar da marca, mas dar o **controle criativo** para eles criarem com a marca.

Colaboração genuína supera qualquer outra estratégia.

Ouro na categoria Parceria de Milhões

Melhor cocriação com comunidade

Como participar

-  1 Seja um cliente Ton ou Stone.
-  2 Siga os perfis oficiais de Stone e Ton no Instagram ou Tik Tok.
-  3 Use sua criatividade para gravar um vídeo de até 20 segundos (na vertical) apresentando o seu negócio.
-  4 Publique o vídeo no Instagram ou Tik Tok com a hashtag #BreakStone. Mencione @stone e @seliganoton.
-  5 Importante: o seu perfil precisa estar aberto.

Os vídeos mais criativos terão seu grande momento na TV.
Mande quantos quiser.



BEAUTY Consolida Liderança em 2025



2022

DOVE

O BOTICÁRIO

2023

O BOTICÁRIO

NATURA

2024

O BOTICÁRIO

NATURA

L'ÓREAL

2025

NATURA

O BOTICÁRIO

BENCHMARK ABSOLUTO: Beauty é o segmento que melhor entende a linguagem de comunidade, trends e autenticidade.

O Boticário:

Uma das marcas mais consistentes ao longo dos anos.

2023

1 Vitória (Ouro)

2024

1 Vitória (Ouro)

2025

Bronze TikTok Funciona

Melhor campanha criativa com impacto no negócio
Case: "K-Drama A Vida é um Morango"

ESTRATÉGIA

Narrativas emocionais + Fenômenos culturais

Consistência é uma virtude!



CONSISTÊNCIA VALE A PENA...

**O Boticário é a única marca a
vencer em 3 anos consecutivos.**

**A manutenção de uma
estratégia autêntica gera
autoridade que um viral isolado
não consegue.**



2024: Categoria Quebrou a Banca
Perfil da marca (Always on)



2023: Categoria Vai pra For You Caramba
Melhor uso de formato

Estratégia de longo prazo > Viral de um dia.

- ✓ Parceria sólida com agência (SoWhat).
- ✓ Narrativas emocionais consistentes.

PME É uma Realidade!

Tamanho não é destino no TikTok.

Criatividade supera orçamento.

VENCEDOR

Vale Encantado Eco Park & Hotel

CATEGORIA

Melhor Campanha de PME

CASE

"50 anos em 6 meses"

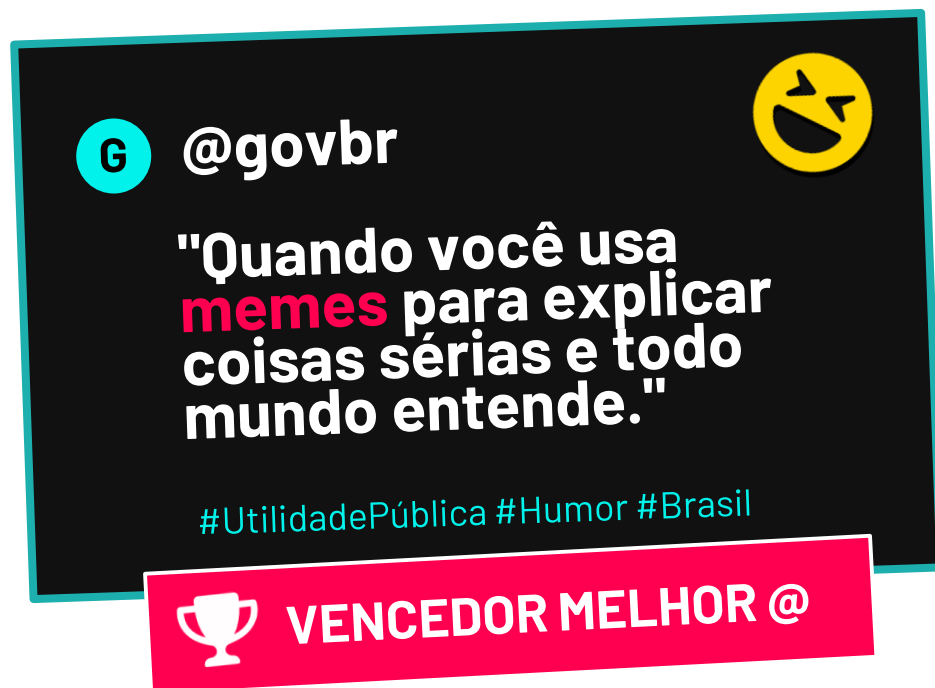
AGÊNCIA

In-house (Sem Agência)



GOVERNO DO BRASIL Vence com Memes

Autenticidade não é privilégio de marcas privadas.



O DESAFIO

Transformar comunicação institucional burocrática em conteúdo nativo e engajador.

A ESTRATÉGIA

Linguagem nativa, humor e relevância cultural para explicar ações do governo.



Conclusão

Quando a autenticidade vence a alta produção:

~~BROADCAST~~



DIÁLOGO

~~PRODUÇÃO~~



AUTENTICIDADE

~~MONOPÓLIO~~



DIVERSIDADE



Quem não se adaptar, **fica para trás.**

2026:

O futuro é agora!



Carregando O Futuro...



Fintech

Stone e Mercado Pago provaram expertise. Expectativa de **domínio em inovação** e narrativas ágeis.



Governo

@govbr validou a comunicação pública. Tendência de **instituições mais autênticas** e menos burocráticas.



Saúde

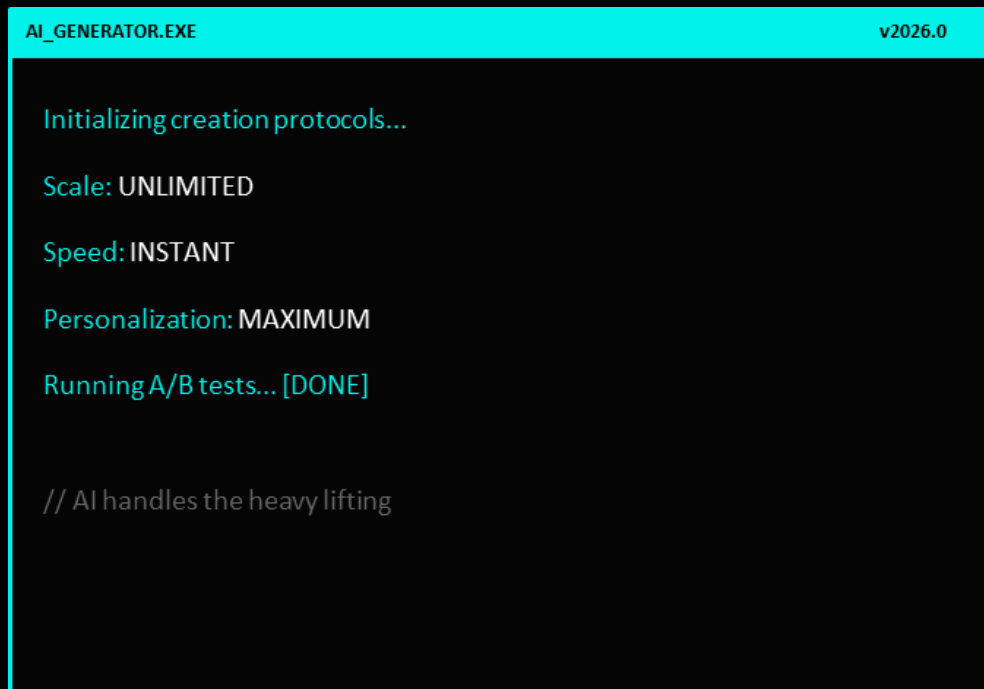
ENO conquistou "Melhor Uso de Formato". Setor deve explorar **educação criativa** e formatos nativos.



Turismo & PME

Vale Encantado e Smart Fit mostram o caminho. **Democratização total** para players de todos os tamanhos.


AI & Novos Formatos





CUIDADO!

Autenticidade é crítica.
AI não substitui a criatividade humana.
A audiência detecta o "fake" instantaneamente.

Tecnologia **potencializa**,
Humanidade **diferencia**.

 Realidade Aumentada

 Shoppable Videos

 Interatividade

Projeções 2026: Métricas de Negócio

Bem-vindo à era da Arte que Vende.



MENSURAÇÃO

Criatividade sem retorno mensurável não será suficiente. Métricas de negócio ganham peso decisivo.

INTEGRAÇÃO DE DADOS

Dados informam a criação, criação gera dados. O ciclo deve ser contínuo e integrado.

EXPERTISE ANALÍTICA

Agências precisam dominar analytics tanto quanto dominam roteiros e edição.

Recomendações para as agências: Compreender TikTok é vantagem competitiva.



- 1 DESENVOLVA EXPERTISE**
Não é mais opcional. Crie equipes dedicadas com conhecimento profundo da plataforma.
- 2 FOQUE EM AUTENTICIDADE**
Esqueça a superprodução. Priorize linguagem nativa e cultura da plataforma.
- 3 TRABALHE COM CREATORS**
Cocriação genuína. Trate creators como parceiros estratégicos, não apenas mídia.
- 4 ENTENDA DIFERENTES SEGMENTOS**
Fintech, Governo, PME, Saúde. A especialização por nicho é uma vantagem competitiva.
- 5 MENSURE OS DADOS DAS CAMPANHAS**
Dados + Criatividade. Comprove o resultado e foque em métricas de negócio reais.

Recomendações para as marcas:

Autenticidade [+] Comunidade [=] Sucesso



- 1 CRIATIVIDADE AUTÊNTICA**
Não adapte conteúdo de TV. Crie nativamente com a linguagem da plataforma.
- 2 ENGAJAMENTO REAL**
Pare de fazer broadcast. Inicie diálogos e responda a comunidade.
- 3 CREATORS COMO PARCEIROS**
Cocriação genuína, não apenas product placement. Dê liberdade criativa.
- 4 TIMING E TRENDS**
Agilidade é essencial. Identifique conversas e participe enquanto são relevantes.
- 5 OMNICALIDADE**
TikTok é parte de uma estratégia maior. Integre com offline e outras pontas.

O futuro começa hoje!



Agências

Criar **squad dedicado** ao TikTok.

Auditar cases atuais: são **nativos**?

Integrar time de **dados** na criação.

Marcas

Definir **propósito real** e causa.

Iniciar piloto de **cocriação** com creators.

Responder comentários da **comunidade**.

Pros

Estudar os **cases vencedores** a fundo.

Testar novos **formatos**.

Consumir conteúdo **nativamente**.



OBRIGADA

Vamos Conversar?



Renata Ferreira



renata.ferreira@ipsos.com

Janeiro | 2025

TikTok for Business

