

## Was Sie beim TikTok-Marketing beachten sollten

Das trendstarke Video-Netzwerk TikTok ist in aller Munde und wird von Nutzern etwa 39 bis 40 min täglich verwendet. Im Bereich der Unterhaltung ist das Netzwerk stark auf dem Vormarsch. Es gibt bereits erste Versuche der Anzeigenschaltung. Wenn Sie TikTok als innovatives Marketing-Instrument nutzen möchten, sollten Sie jedoch einiges beachten.

### Was ist TikTok?

TikTok ist eine Social-Media-Plattform, die aus musical.ly und Douyin entstanden ist. Die überwiegend sehr jungen Nutzer im Alter zwischen 10 und 25 erhalten dort die Möglichkeit, selbst erstellte Videos hochzuladen und Unterhaltungsvideos anderer anzusehen. Die Videos können direkt auf dem Smartphone beschleunigt oder gekürzt werden. Ebenso lassen sich zahlreiche Filter und Effekte nutzen. Musik spielt dabei die Hauptrolle. So können Nutzer beispielsweise nur mit einem Klick aktuelle Lieblingshits in den Hintergrund des eigenen Videoclips einfügen.

### Guter Content mit Aha-Effekt wird belohnt

TikTok verfügt über einen Algorithmus, der Content mit Aha-Effekt belohnt und dem Social-Media-Marketing von Unternehmen entgegenkommt. Dabei stellt die Plattform automatisch Inhalte für die Nutzer zusammen und lernt, ihre Interessen zu verstehen. Im Gegensatz zu Twitter, Instagram oder Facebook spielt bei TikTok das Sammeln von Followern eine weniger große Rolle. Hier werden Sie mit Aufmerksamkeit belohnt, wenn Sie unterhaltsame Videos mit relevantem Content bieten. Und das bereits ab dem 1. Tag, ohne dass Sie sich eine Community aufbauen müssen. Die Fans Ihrer Videos werden durch zielgruppengerechten Content zu Mitgliedern Ihrer Community.

### Mindestens ein Video täglich

Eine gute Community ist sehr wichtig und benötigt regelmäßige Pflege. Deshalb ist es am besten, wenn Sie täglich mindestens ein Video bei TikTok veröffentlichen. Nur auf diesem Wege finden Sie heraus, ob Ihre Ideen bei Ihrer Zielgruppe auch wirklich ankommen.

### Exklusive Hashtag-Challenge zum richtigen Zeitpunkt

TikTok ist eine riesige Chance für Unternehmen, um ihre Marke noch bekannter zu machen, zum

Beispiel mit einer exklusiven und kreativen Hashtag-Challenge, wie der des [Handelsunternehmens Lidl](#). Die Hashtag-Challenge [movelikelidl](#) war ein voller Erfolg. Vor allem auch deshalb, weil das Unternehmen mit seiner Kampagne zu einem Zeitpunkt an den Start ging, an dem sich viele Jugendliche mit dem Thema berufliche Ausbildung beschäftigten. Das bedeutet, Sie benötigen nicht nur eine Idee für eine kreative und exklusive Challenge, sondern sollten auch den richtigen Zeitpunkt für ihren Start finden.

### **Wichtig: eigenes TikTok-Konzept und Definition eigener Ziele**

Wahrscheinlich werden Sie sich fragen, ob Sie TikTok wirklich benötigen. Schließlich kostet Social Media Geld und Zeit und sollte täglich mit neuen Informationen beliefert werden. Sollten Sie sich für TikTok entscheiden, ist es sehr wichtig für Sie, dass Sie sich eine spezifische Strategie überlegen. Sie benötigen auf jeden Fall ein Konzept für die jungen Nutzer und definierte Ziele.

### **Vor- und Nachteile von TikTok**

Jede Social-Media-Plattform hat seine Vor- und Nachteile, so auch TikTok.

#### **Vorteile:**

- aktuelle Wachstumsphase
- Nutzer sind aktuell noch einfach zu begeistern
- aktuell gute Voraussetzungen, um junge Menschen auf bestimmte Themen aufmerksam zu machen
- bietet Möglichkeit, sich durch lockere Ansprache von Konkurrenten abzuheben
- perfekt für B2C-Unternehmen aus dem Bereich Food, Beauty, Mode, Elektronik, Travel und Fitness

#### **Nachteile:**

- aktuell noch kein ausführliches Monitoring entsprechender Performancedaten möglich
- Fokus auf Generation Z
- Real-Time-Marketing: nicht geeignet für Unternehmen mit langen Abstimmungsperioden und Entscheidungswegen

Auch wenn TikTok hauptsächlich von jungen Menschen genutzt wird, so lohnt es sich dennoch für Ihr Unternehmen, den neuen Trend zu beobachten und das ein oder andere Projekt auf der trendstarken



Social-Media-Plattform zu starten. Damit erhalten Sie viel Aufmerksamkeit und Ihre Reichweite erhöht sich.

Titelbild: Cottonbro / Pexels

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDEMMXXX