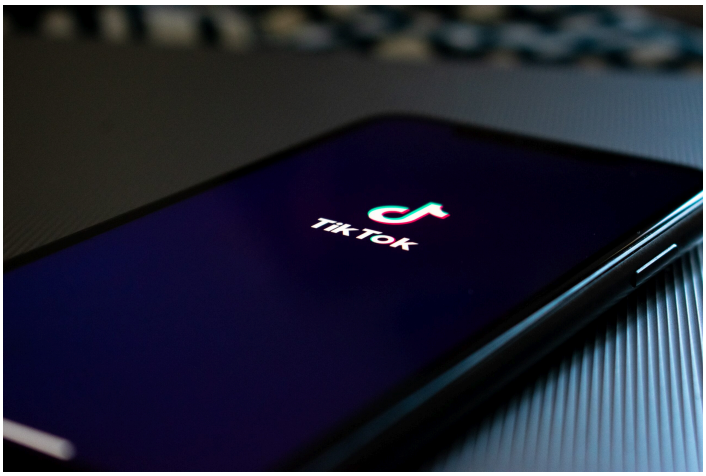
TIKTOK ADS SCHALTEN – WIE EFFEKTIV IST WERBUNG AUF TIKTOK?



Veröffentlicht am 24. April 2020 von Karishma

TikTok – Tic Tac – alles dasselbe? Nein! Wir erklären Dir, was TikTok ist und wie Du die App für Dein Marketing nutzen kannst.

TikTok Ads schalten - Wie effektiv ist das?

TikTok – Tic Tac - Tick, Trick & Track – alles dasselbe? Nein! TikTok ist DIE Newcomer App für alle Handyverrückten. Mit Kurzclips, in denen Nutzer Choreographien nachtanzen oder Filmszenen nachspielen, prescht die Video-App immer weiter voran und wird vor allem für Werbetreibende interessant.

Warum Du die App in Deiner Marketingstrategie einbinden solltest und wie Du effektive Werbung für Dein Unternehmen schaltest, erklären wir Dir hier.

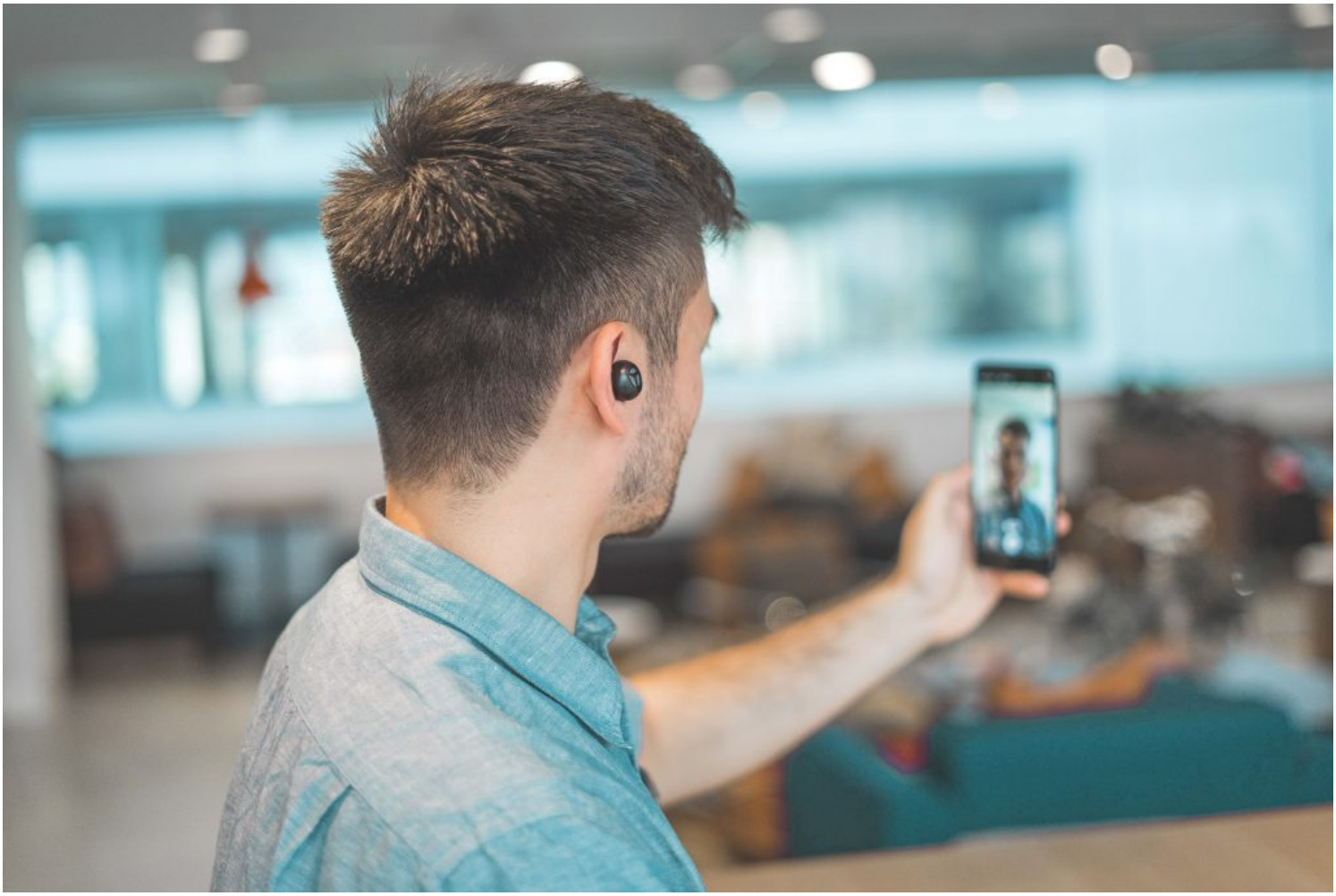
INHALT

- Was ist TikTok?
- How To: TikTok Werbung schalten
  - Self-Service-Plattform
  - Ads Optionen
- Fazit – Ist TikTok Marketing sinnvoll?

WAS IST TIKTOK?

Die große Frage vorab: Was ist TikTok überhaupt? Es handelt sich hierbei um eine **Smartphone App**, mit der Videoclips aufgenommen, bearbeitet und angesehen werden können. Der Clue: Man kann Hintergrundmusik und Audioaufnahmen aus 19 verschiedenen Musikstilen wählen und z.B. **Tanz- und Playback-Videos** dazu drehen. Die meist witzigen Videoclips sind maximal 15 Sekunden lang. Um sich Videos anzuschauen, benötigt man kein TikTok Konto – erst wenn man selbst zum TikTok Star werden oder Werbung schalten will, muss man sich anmelden.

Mithilfe von Spezialeffekten und Filtern verleiht man seinen Videos eine extra Portion Kreativität. **Internetchallenges** wie das Nachtanzen von Choreographien, Nachsingen von Songs oder Nachsprechen von Seriendialogen machen die App besonders für die Generation Z (Geburtsjahr 1997-2012) aufregend, aber auch die Generation Y (1980-1990) ist auf TikTok vertreten. Die Inhalte werden – wie bei Instagram – thematisch nach Hashtags kategorisiert und können so leicht gefunden werden.



Mit TikTok witzige Videos erstellen - Aber lohnen sich TikTok Ads?

Das alles ähnelt sehr der Social App **musical.ly**? Das liegt daran, dass Gründer Zhang Yiming 2017 die App für 800 Mio. US-Dollar aufkaufte und im August 2018 in TikTok umbenannt hat. Die App hat sich in kürzester Zeit auf der ganzen Welt verbreitet und genießt mit über 1 Milliarden App Installs (Stand Februar 2019) und rund 1 Milliarde aktiven Nutzern täglich (Stand November 2019) überwiegend bei Teenagern internationale Anwendung. Dadurch, dass Nutzer ihre Videos mit anderen teilen können, handelt es sich nicht nur um eine Video-App, sondern vor allem um ein **soziales Netzwerk**.

Allerdings grenzt TikTok die Reichweite von Menschen mit Handicap oder z.B. Personen aus der LGBTQ Szene sowie politische Inhalte teilweise ein – Grund dafür sei die Vermeidung von Hatespeech. Einige User empfinden dies eher als Zensur und Benachteiligung. Diejenigen, die darüber hinweg sehen können, sind leidenschaftliche TikTok Nutzer und sehen es als DIE neue Social Media Plattform.

HOW TO: TIKTOK WERBUNG SCHALTEN

Ob Otto oder Zalando – einige große Unternehmen werben bereits erfolgreich auf TikTok. Mit der Kampagne #machdichzumotto erreichte der Online Händler Otto fast 147 Millionen Views innerhalb von 4 Wochen und es wurden 59.000 Videos zu diesem Hashtag in den ersten 6 Tagen von Nutzern erstellt (User Generated Content). Ein Erfolg, der nicht mal im eigenen Unternehmen erwartet wurde.

Aktuell steckt TikTok Werbung noch in den Kinderschuhen. Derzeit ist es für kleine und mittelständische Unternehmen leider nicht direkt möglich, Ads auf der Social Media Plattform zu schalten. Du kannst aber eine Art **Bewerbung** an TikTok senden, mit der Bitte um Teilnahme an dem weltweiten Testlauf. Nach Freischaltung bist auch Du in der Lage, Ads zu schalten.

Aber Moment: Lohnt es sich überhaupt, Werbung auf TikTok zu schalten? Ja! Vor allem, wenn Deine Zielgruppe jung ist. Die App verbreitet sich in kürzester Zeit und ist unglaublich beliebt. Da die Werbeschaltung aktuell nicht für alle freigeschaltet ist, stehen Dir ausreichend Werbeplätze zur Verfügung. **Sei Deiner Konkurrenz einen Schritt voraus!**

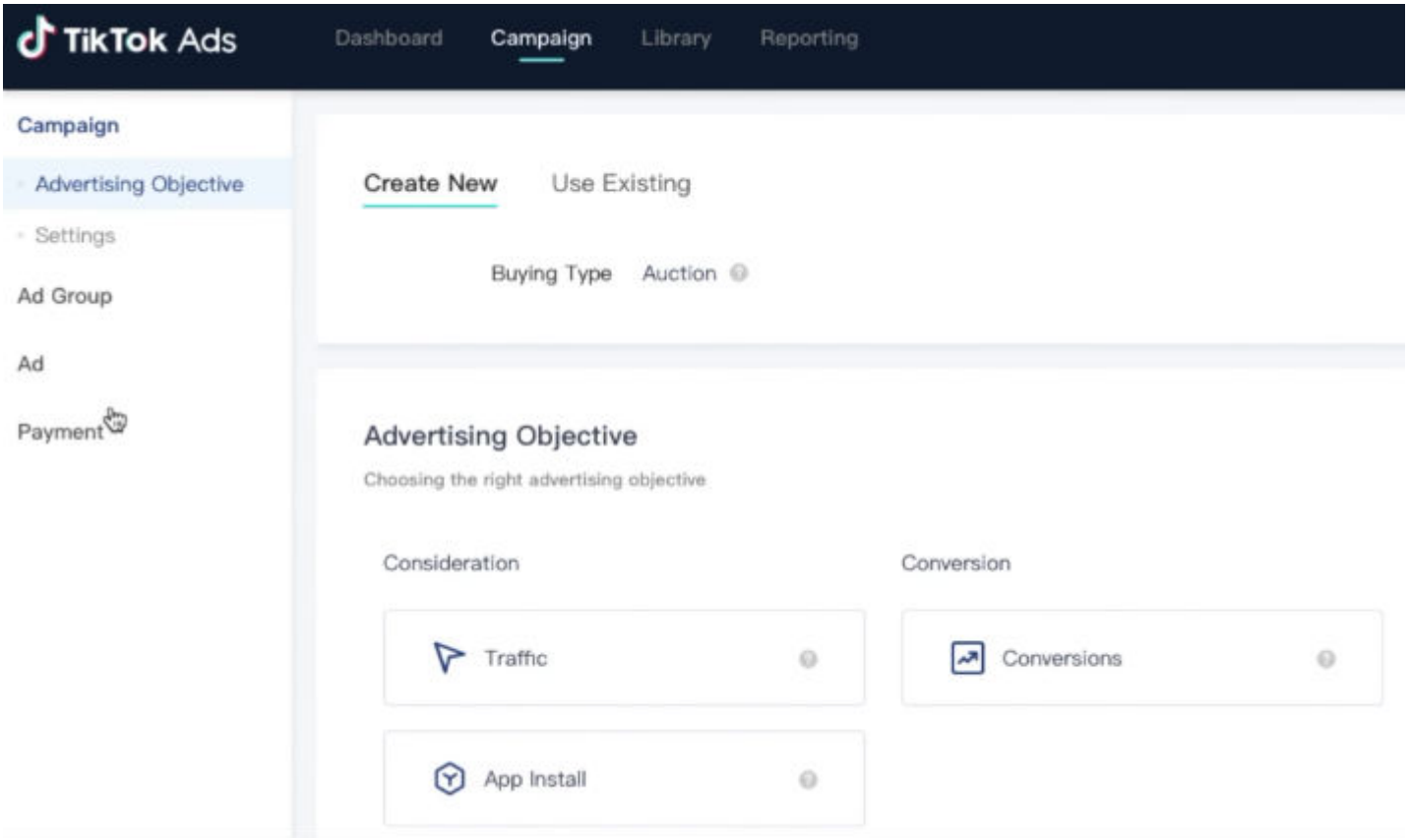
Zurück zum Thema: TikTok Ads strukturieren sich in 3 Bereiche: Kampagne, Anzeigengruppe (Zielgruppe) und Werbeanzeigen. Zunächst musst Du alle allgemeinen Kriterien rund um Deine Werbekampagne auswählen wie Ziel, Laufzeit, Budget, Buchungsart und Platzierung. Im Nachgang definierst Du Deine relevante Zielgruppe und erstellst Deine Werbeanzeigen. Mithilfe der **Self-Service Plattform** erstellst, verwaltest und analysierst Du Deine eigene Werbekampagne. Das Tool ist sehr übersichtlich und ähnelt dem Facebook Business Manager. Wie genau das abläuft, erklären wir Dir jetzt.

SELF-SERVICE-PLATTFORM

ERSTELLUNG DER KAMPAGNE

Starte mit dem **Kampagnenziel**: Wähle aus Traffic (Zugriffe aus Webseite oder App), App Install und

Conversion (Handlungsaufforderung, z.B. Kauf). Den Erfolg Deiner Kampagne kannst Du mithilfe des **Tracking-Pixel** auswerten, welchen Du vorab in Deine Webseite oder App integrieren musst. Dieser sammelt alle relevanten Daten für Deine spätere Analyse und für die Erstellung von Custom Audiences – dazu später mehr.



TikTok Self-Service-Plattform - Bereich Kampagne
Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=nuKyIQyD3Es

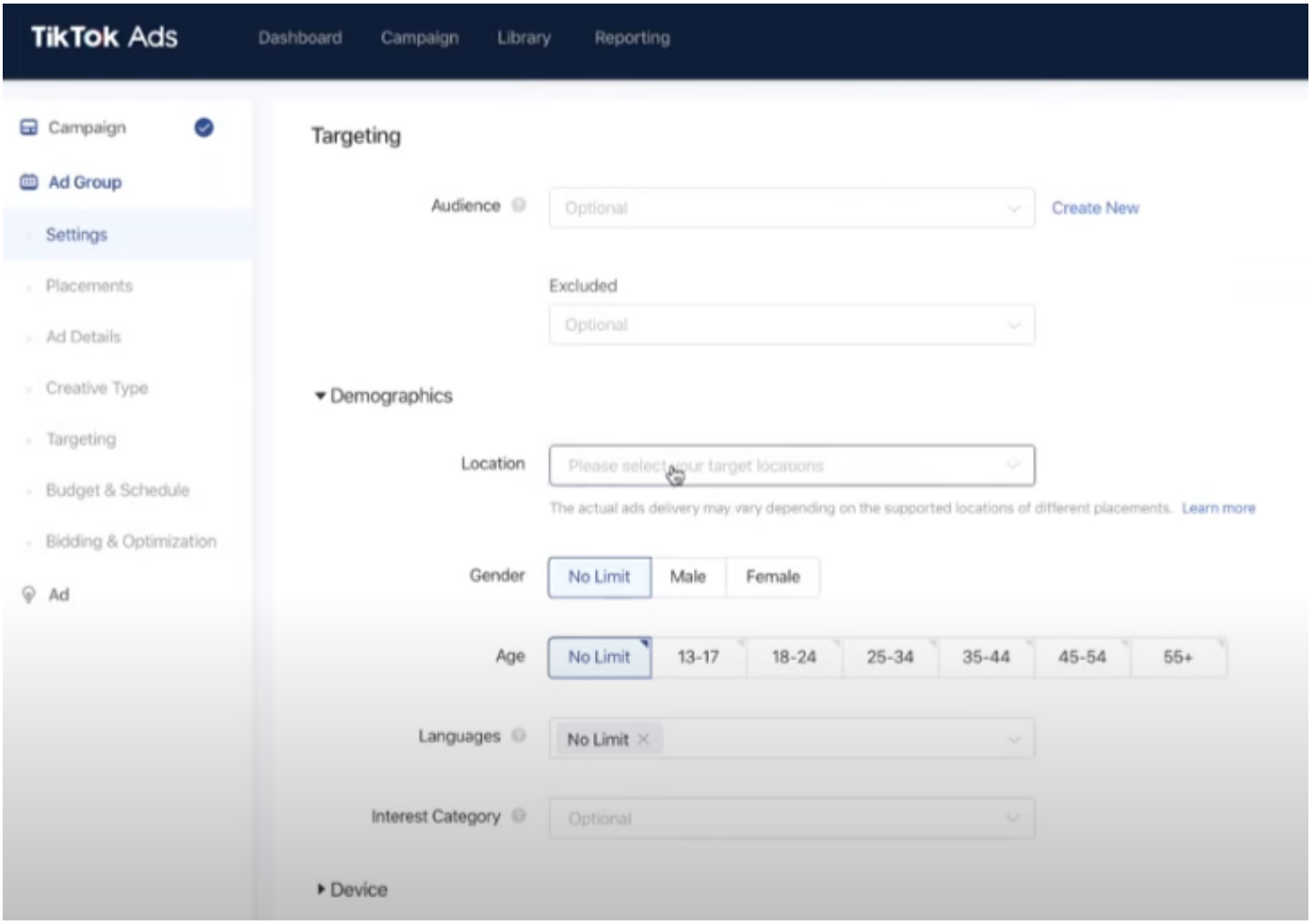
Lege nun Dein **Budget** (gewünschtes Gesamtbudget oder Tagesbudget) und die **Laufzeit** Deiner Kampagne fest. Beachte: Das Budget auf Kampagnenebene muss mindestens 50$ pro Tag betragen. Wählst Du das Budget auf Anzeigengruppen-Level, musst Du mit mindestens 20$ rechnen.

Entscheide Dich im nächsten Schritt für die **Buchungsart**. Hier hast Du die Wahl zwischen CPM (Kosten pro 1000 Impressionen), CPC (Kosten pro Klick) und oCPC (Kosten pro Klick optimiert auf Conversions).

PLATZIERUNG & DEFINITION DER ZIELGRUPPE

Bei der **Platzierung** hast Du die Möglichkeit, Deine Anzeigen auch im **Bytedance Network** (Partnernetzwerk) von TikTok – ähnlich des Facebook Audience Networks - auszustrahlen (nicht in allen Ländern verfügbar). Hierbei steuert der Algorithmus die Platzierung automatisch. Alternativ kannst Du die **manuelle Auslieferung** wählen und festlegen, in welchen Partner-Apps Deine Werbung ausgestrahlt werden soll.

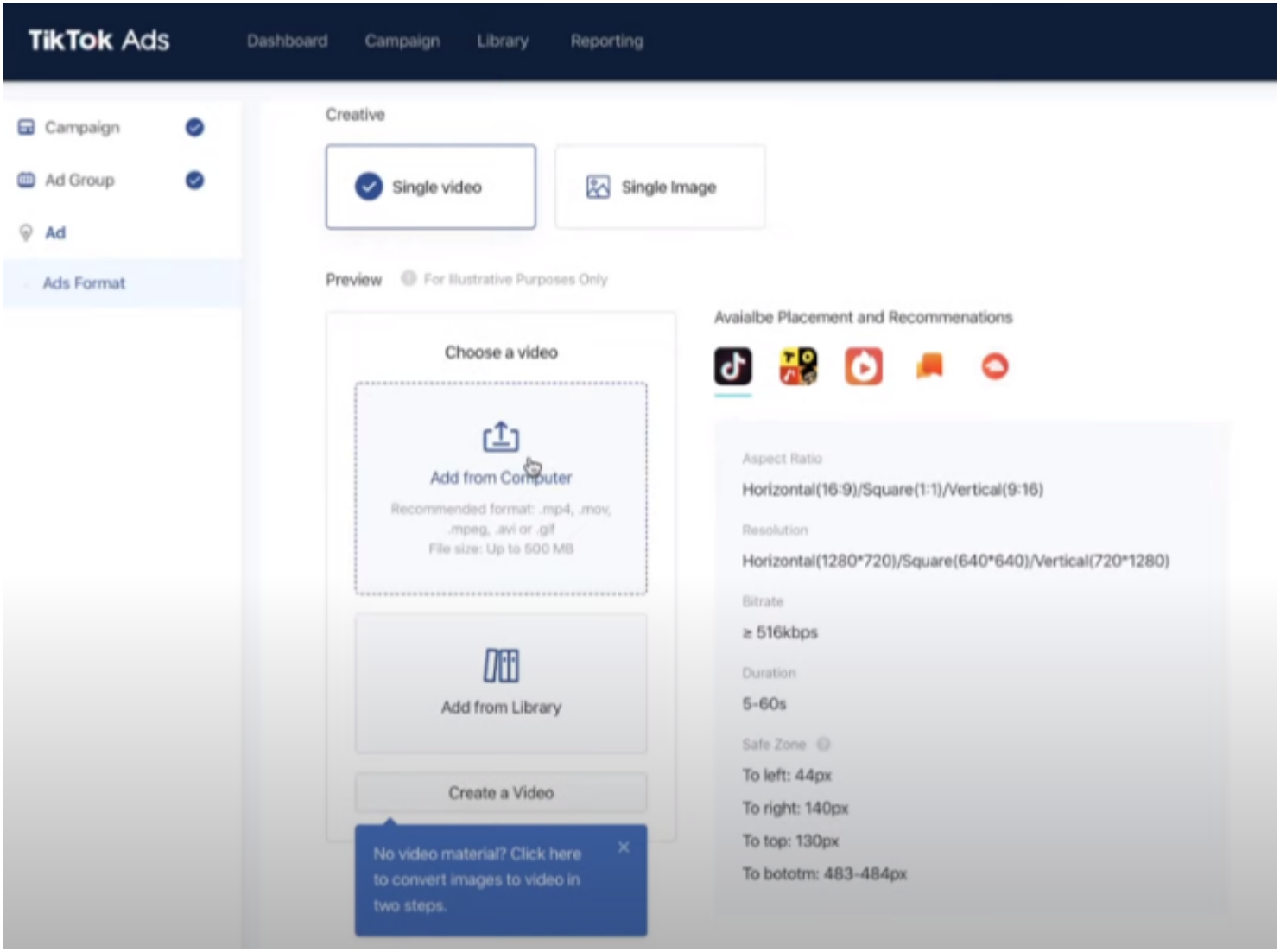
Definiere nun Deine Zielgruppe nach demografischen Merkmalen (Geschlecht, Alter, Ort) und Interessen. Du hast zudem die Möglichkeit, bestimmte Gerätetypen auszuwählen wie iOS oder Android. Fasse Deine Zielgruppe noch genauer und schließe z.B. Personen aus. Mithilfe des TikTok Pixels, den Du vorher im Webseite-Code platzierst, kannst Du sogenannte **Custom Audiences** erstellen. Viele kennen dies bereits aus dem Bereich Facebook Ads: Der Pixel ermöglicht Dir, Personen, die beispielsweise in den letzten 30 Tagen Deine Webseite besucht haben, erneut mit personalisierter Werbung anzusprechen.



Definition der Zielgruppe im TikTok Self Service Center
Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=nuKyIQyD3Es

ERSTELLUNG DER WERBEANZEIGE

Grundsätzlich stehen Dir zwei Optionen zur Verfügung: **Bild Ads und Video Ads**. TikTok unterstützt Dich mit diversen Creation Tools, mit denen Du auch ohne Kenntnisse in der Videobearbeitung kreative Ads gestalten kannst. Lade Dein gewünschtes Medium hoch und füge einen Text sowie einen CTA Button (Call-To-Action) hinzu.



Werbeanzeigen im TikTok Self Service Center erstellen
Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=nuKyIQyD3Es

TIKTOK ADS OPTIONEN

- **Hashtag Challenge**: Die Werbeanzeigen werden Nutzer auf der Discover Page beispielsweise als Banner angezeigt und animieren diese so, mitzumachen.

- **Brand Takeover**: Die Ads erscheinen 3 Sekunden lang im Hochformat als

Vollbild, wenn die App geöffnet wird. Es kann entweder ein Standbild oder ein GIF sein.

- **In-Feed**
  Native Video: Diese Werbeanzeigen werden im dem Benutzer-Feed „Für Dich" angezeigt. Es handelt sich hierbei um native Videoanzeigen, die sich „natürlich" in den Feed integrieren und daher besonders beliebt sind. Die Videos dürfen bis zu 15 Sekunden lang sein und werden im Vollformat 9:16 angezeigt.

- **Branded Lenses / Effect**:
  Hierbei handelt es sich um personalisierte Filter und Effekte oder animierte Objekte, die Nutzer in ihren Videos verwenden können – ähnlich der selbst erstellten Filter bei Instagram.

- **Sponsoring & Influencer Marketing**: TikTok hilft Unternehmen, sich mit Top-Influencern und -Creatives zu verbinden, um von deren Community und Reichweite zu profitieren.

FAZIT – IST TIKTOK MARKETING SINNVOLL?

Wenn Du eine **junge Zielgruppe** ansprechen möchtest, ist TikTok ein überaus geeignetes Medium. Die App hat in Nullkommanichts **weltweit** unglaubliche Begeisterung erzielt und die Nutzerzahlen steigen immer weiter an. Gerade aufgrund der **großen Reichweite** und höchst relevanten Zielgruppe ist die Plattform sehr reizvoll für viele Unternehmen und Marketer. Zudem kann dank des TikTok Audience Networks Werbung **appübergreifend** platziert und zentral im Manager verwaltet werden.

TikTok steckt jedoch noch in den Kinderschuhen und das schnelle Wachstum der App sollte nicht unterschätzt werden. Die Funktionen im Bereich TikTok Ads sind aktuell noch in der **Beta Phase** – es wird somit immer weiter daran gewerkelt und die Werbemöglichkeiten auf TikTok kontinuierlich ausgebaut.

Das Schalten von Anzeigen ist derzeit nicht für alle Länder frei. Unternehmen aus Deutschland

müssen sich zunächst bewerben, was den Prozess sehr umständlich macht. Auch wenn TikTok Dir einen Ansprechpartner zur Seite stellt, solltest Du einen **Social Media Experten** zu Rate ziehen, um das Potenzial der App ideal für Dich zu nutzen und effektive Werbekampagnen zu schalten. Virale Videos und Content zu erstellen, um genau die richtigen Zielpersonen zu erreichen und zu begeistern, ist ein komplexes Unterfangen und benötigt umfassendes Know-how – Ansonsten verbrennst Du Dein Budget. Mit teils 50$ Mindestbudget pro Tag ist TikTok aktuell nicht die günstigste Plattform, um Werbung zu schalten. Da sind **Google und Facebook** für kleine und mittelständische Unternehmen deutlich attraktiver.

Du hast noch Fragen zu TikTok Ads oder möchtest mehr zu dem Thema erfahren? Willst Du herausfinden, welche Ads Möglichkeiten (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads) am sinnvollsten für Dein Unternehmen sind? Als **SEA und Social Media Agentur** helfen Dir unsere Experten gerne weiter! Schreibe uns gerne einen Kommentar oder melde Dich per E-Mail bei uns.