

Diese Leseprobe haben Sie beim  
 edv buchversand.de heruntergeladen.  
 Das Buch können Sie online in unserem  
 Shop bestellen.  
[Hier zum Shop](#)

## Inhalt

Geleitwort .....	13
<b>1 Einführung ins TikTok-Marketing .....</b>	<b>15</b>
<b>2 #GetToKnowMeBetter – wie funktioniert TikTok? .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Die Besonderheiten von TikTok .....</b>	<b>23</b>
2.1.1 TikToks, Reels und Shorts .....	26
2.1.2 Der schnelllebige Content bei TikTok .....	32
<b>2.2 For You, Watch, Interact – die Customer Journey auf TikTok .....</b>	<b>32</b>
<b>2.3 Warum TikTok die ideale Plattform für Unternehmen und Influencer ist .....</b>	<b>35</b>
2.3.1 Stärke deine Marke .....	35
2.3.2 Steigere deine Reichweite .....	38
2.3.3 TikTok-Ads – erreiche eine junge Zielgruppe mit kreativem Ad-Content .....	40
2.3.4 #HowTikTokBlewUpMyBusiness – die Erfolgsgeschichte von Evelyn .....	40
<b>2.4 Ist TikTok für meine Branche interessant? .....</b>	<b>45</b>
<b>2.5 Was du vor deinem Start über TikTok wissen solltest .....</b>	<b>49</b>
<b>3 Mit strategischer Planung zum erfolgreichen TikTok-Kanal .....</b>	<b>51</b>
<b>3.1 Lerne die Zielgruppe von TikTok kennen .....</b>	<b>52</b>
3.1.1 Warum sind Menschen auf TikTok unterwegs? .....	53
3.1.2 Wie sieht die demografische Verteilung auf TikTok aus? .....	55
3.1.3 #CringeAlarm – ist meine Zielgruppe überhaupt bei TikTok vertreten? .....	57
3.1.4 Wo erreiche ich Nutzer*innen innerhalb von TikTok am besten? .....	59
<b>3.2 Leg deine Zielgruppe bei TikTok fest .....</b>	<b>60</b>
3.2.1 Möglichkeiten der Zielgruppenanalyse .....	60
3.2.2 Deine Käufer-Persona – eine Schritt-für-Schritt-Anleitung ....	62

- 3.3 Zieldefinition – was möchtest du auf TikTok erreichen?** ..... 65
  - 3.3.1 Brand Loyalty – wieso ist es sinnvoll, sich eine Community um das eigene Produkt aufzubauen? ..... 68
  - 3.3.2 Best Practice: Die #BookTok-Community als Zielgruppe ..... 69
- 4 Dein Unternehmensprofil bei TikTok – erste Schritte** .... 71
  - 4.1 Privates Konto, Erstellerkonto oder Unternehmenskonto?** ..... 72
  - 4.2 Privates Konto in Unternehmenskonto oder Erstellerkonto umwandeln** ..... 75
  - 4.3 Richte dein Business-Konto richtig ein** ..... 76
    - 4.3.1 Wähle den richtigen Benutzernamen ..... 77
    - 4.3.2 Profilbild ..... 78
    - 4.3.3 Verfasse eine aussagekräftige Kanalbeschreibung! ..... 79
    - 4.3.4 Kontaktmöglichkeiten und Links ..... 80
  - 4.4 So bekommst du den blauen Haken** ..... 81
  - 4.5 So richtest du eine zweistufige Authentifizierung ein** ..... 83
- 5 Das Kanalkonzept** ..... 85
  - 5.1 #ItsAMatch – der passende Content für dein Unternehmen und deine Zielgruppe** ..... 86
    - 5.1.1 Der Redaktionsplan ..... 87
    - 5.1.2 Content aus der Schublade – erstelle deinen Themenbaukasten ..... 88
    - 5.1.3 Sounds, Trends und Challenges bei TikTok ..... 93
    - 5.1.4 Erkenne Trends ..... 98
    - 5.1.5 Finde passende Sounds ..... 99
    - 5.1.6 Benchmark aka Wettbewerbsanalyse ..... 100
    - 5.1.7 Plane Videokonzepte ..... 101
  - 5.2 #TellYourStory – heb deine Marke erfolgreich hervor** ..... 102
    - 5.2.1 Warum Storytelling? ..... 104
    - 5.2.2 Welche Formen von Storytelling gibt es? ..... 105
    - 5.2.3 Wie erzähle ich meine Geschichte? ..... 106
    - 5.2.4 Best Practice: Beliebte Storytelling-Elemente auf TikTok ..... 110
  - 5.3 #BrandIt – finde dein Markenzeichen** ..... 113
  - 5.4 Praxisbeispiel: Hey Leute, Hausbautipp – das Branding von @flovombauherrenforum** ..... 118

- 6 Influencer bei TikTok** ..... 121
  - 6.1 Wie TikTok Creators an sich bindet** ..... 123
    - 6.1.1 Livegeschenke und Trinkgeld ..... 126
    - 6.1.2 TikTok Creator Marketplace ..... 127
  - 6.2 Influencer Marketing** ..... 130
    - 6.2.1 Die passenden Influencer finden ..... 131
    - 6.2.2 Möglichkeiten der Zusammenarbeit ..... 135
    - 6.2.3 Das richtige Briefing und Anschreiben erstellen ..... 139
    - 6.2.4 Miss Erfolge mit der richtigen Auswertung ..... 141
    - 6.2.5 Videos von Creators bewerben mit Spark Ads ..... 141
- 7 Optimiere deine Inhalte für den Algorithmus** ..... 145
  - 7.1 Den TikTok-Algorithmus verstehen** ..... 146
  - 7.2 Mit den richtigen Hashtags Sichtbarkeit schaffen** ..... 148
    - 7.2.1 Passende Hashtags bei TikTok finden ..... 153
    - 7.2.2 Best Practice: Fünf Tipps zur Verwendung von Hashtags ..... 155
- 8 Die verschiedenen TikTok-Formate** ..... 157
  - 8.1 TikTok Live** ..... 158
  - 8.2 Die verschiedenen Formate im Überblick** ..... 167
    - 8.2.1 Technische Formate ..... 167
    - 8.2.2 Content-Formate ..... 176
  - 8.3 Strategische Planung der verschiedenen Formate** ..... 184
    - 8.3.1 Welche Ziele erreichst du mit welchem Format? ..... 184
    - 8.3.2 Best Practice: Wie finde ich den passenden Content für mein Unternehmen? ..... 186
    - 8.3.3 Best Practice: Der richtige Aufbau für erfolgreiche Videos .... 187
- 9 Memes bei TikTok** ..... 197
  - 9.1 Was sind Memes?** ..... 198
  - 9.2 Wie werden Memes bei TikTok verwendet?** ..... 199
  - 9.3 Wie kann ich Memes in mein Content Marketing einbauen?** ..... 202

<b>10 Dein Weg zum erfolgreichen Unternehmensprofil – Videos erstellen</b>	205
10.1 Das richtige Set-up	206
10.2 Video erstellen	207
10.2.1 Den richtigen Sound hinzufügen	211
10.2.2 Videoeffekte verwenden	213
10.2.3 Texte im Video einblenden	218
10.2.4 Sticker einbinden	222
10.2.5 Beschreibung und Hashtags	225
10.2.6 Cover einstellen	226
10.2.7 Nach dem Posten deines Videos	228
<b>11 TikTok Analytics</b>	231
11.1 Was ist TikTok Analytics?	232
11.2 So findest du die Analytics	233
11.3 Einfach erklärt: TikTok Analytics	234
11.3.1 Der Übersicht-Bereich	235
11.3.2 Der Inhalt-Bereich	236
11.3.3 Der Follower-Bereich	238
11.3.4 Der LIVE-Bereich	240
11.3.5 Die wichtigsten Kennzahlen	241
11.4 Erfolge messen	242
11.4.1 So wertest du deine Analytics aus	243
11.4.2 So vergleichst du deine Erfolge mit anderen Plattformen	244
11.5 Reporting erstellen	245
<b>12 #ReachThemAll – wie du deine Reichweite steigern kannst</b>	247
12.1 Welche Arten von Reichweite gibt es?	248
12.2 Reichweite organisch steigern	249
12.2.1 Sounds und Trends nutzen	249
12.2.2 Mit Influencer*innen zusammenarbeiten	250
12.2.3 Ein Gewinnspiel veranstalten	251
12.2.4 Best Practice: 9 Tipps für mehr Reichweite	252
12.3 Reichweite kaufen	254

<b>13 Werbung auf TikTok</b>	257
13.1 Kampagne erstellen – eine Anleitung für den Ads-Manager	260
13.1.1 Warum du TikTok Ads nutzen solltest	260
13.1.2 Voraussetzungen für Ads bei TikTok	262
13.2 Kampagne planen	263
13.2.1 Was macht eine gute Kampagnenplanung aus?	264
13.2.2 Strategische Überlegungen für erfolgreiche Ads	269
13.2.3 Video-Ad einstellen	271
13.3 Kampagnen verwalten und optimieren	272
13.3.1 Anzeigenperformance beobachten	273
13.3.2 Erfolg messen	275
13.3.3 Kampagne optimieren	276
13.4 Für Experten – das TikTok Pixel	277
13.4.1 Warum brauche ich das TikTok Pixel?	277
13.4.2 Wie binde ich das Pixel ein?	277
13.5 Best Practice: Gestalten von Werbevideos	281
13.5.1 Creating-Tools	282
13.5.2 Praxisbeispiel: TikTok-Ads für den Ravensburger Verlag	284
13.6 Weitere Werbemöglichkeiten bei TikTok	285
13.6.1 Branded Hashtag-Challenge	285
13.6.2 Top View Ads	286
13.6.3 Branded Effect	287
<b>14 Mit Followern kommunizieren – warum gutes Community Management den Unterschied macht</b>	289
14.1 Die TikTok-Community	290
14.2 Community Management	295
14.2.1 Wie man in die DMs slidet	297
14.2.2 Kommentare richtig nutzen	297
14.2.3 Weitere Interaktionsmöglichkeiten	301
14.2.4 Best Practice: Tipps für einen guten Community-Aufbau	302
14.3 Community Monitoring	303

<b>15 Bonus: Hilfreiche Tipps und Tricks</b> .....	307
<b>15.1 Weitere Einsatzmöglichkeiten deines TikTok-Contents</b> .....	307
<b>15.2 Nützliche Einstellungen</b> .....	309
15.2.1 Digital Wellbeing .....	309
15.2.2 Barrierefreiheit .....	310
15.2.3 Familienfreundlichkeit .....	311
<b>15.3 Hilfreiche Tools und ihre Einsatzgebiete</b> .....	312
15.3.1 Videoschnitt .....	312
15.3.2 Videogestaltung .....	315
15.3.3 Weitere Toolempfehlungen .....	318
<b>15.4 TikTok-Workflow – alle wichtigen Aufgaben auf einen Blick</b> .....	318
15.4.1 Kanalaufbau .....	318
15.4.2 File Management .....	319
15.4.3 Projektmanagement .....	320
<b>16 #GetItRight – TikTok aus rechtlicher Sicht</b> .....	325
<b>16.1 Private und geschäftliche Nutzung von TikTok</b> .....	325
<b>16.2 Welches Recht und welche Regeln gelten bei TikTok?</b> .....	326
<b>16.3 Datenschutz</b> .....	327
16.3.1 Datenübermittlung in die USA und Mitverantwortung .....	327
16.3.2 TikTok Pixel .....	328
16.3.3 Datenschutzerklärung und Impressum .....	328
<b>16.4 Jugendschutz (Mitverantwortung für die Plattformen)</b> .....	329
<b>16.5 Video- und Bildrechte (Urheberrecht: Bibliotheken, Stockmaterial, Remixes)</b> .....	329
16.5.1 Fotos, Videos, Musik und Texte – was wird geschützt? .....	330
16.5.2 Durch TikTok vermittelte Lizenzen .....	330
16.5.3 Gesetzliche Ausnahme: Zitatrecht .....	331
16.5.4 Gesetzliche Ausnahme: Karikaturen, Parodien, Pastiche und Memes .....	332
16.5.5 Gesetzliche Ausnahme: Unwesentliches Beiwerk .....	332
16.5.6 Erwerb von Stockmaterial .....	332
16.5.7 Vereinbarung einer individuellen Nutzungserlaubnis .....	333
16.5.8 Lizenzfreie Werke .....	334
16.5.9 Abmahnungen und Uploadfilter .....	334

<b>16.6 Abbildung von Personen und Sachen</b> .....	335
16.6.1 Erkennbarkeit .....	335
16.6.2 Einwilligung in die Aufnahme .....	336
16.6.3 Gesetzliche Ausnahmen von der Einwilligungspflicht .....	336
16.6.4 Keine Privatsphärenverletzung und keine wirtschaftliche Ausbeutung .....	337
16.6.5 Bildfläche Mitarbeiter (Gesicht des Kanals) .....	337
16.6.6 Strafbarkeit, Abmahnung und Schadensersatz .....	338
<b>16.7 Aufnahmen von Sachen und Gebäuden</b> .....	339
<b>16.8 Influencer und Werbekennzeichnung</b> .....	339
16.8.1 Kennzeichnungspflicht bei Entgelt und selbst erworbene Produkte .....	340
16.8.2 Art der Werbekennzeichnung .....	340
16.8.3 Richtlinien für Monetarisierung und Werbung bei TikTok ...	341
16.8.4 Influencer-Vertrag .....	342
16.8.5 Keine Pflicht zur Werbekennzeichnung bei Accounts von Unternehmen .....	342
16.8.6 Mitarbeiter als Corporate Influencer .....	342
<b>16.9 Namens- und Markenrechte</b> .....	343
16.9.1 Welche Namen und Marken sind rechtlich geschützt? .....	343
16.9.2 Verwechslungsgefahr, Imagetransfer und Herabsetzung .....	344
16.9.3 Typische Verstöße .....	344
16.9.4 Erlaubte Nutzung fremder Marken und Markenprodukte ....	345
<b>16.10 Gewinnspiele und Wettbewerbe</b> .....	345
<b>16.11 Äußerungsrecht und Werbeaussagen</b> .....	347
<b>16.12 Haftung für Links, Kommentare und fremde Inhalte</b> .....	348
Index .....	351