



Lernen von den Besten:

# WIE TOP-MARKEN TIKTOK DOMINIEREN

mit Duke Duong & Svenja van Hove

10. November 2022, 10 Uhr



---

# Hi, ich bin Duke.

Online Marketing Manager @facelift  
Content Creator & Influencer @trans.parenz



---

# Hi, ich bin Svenja.

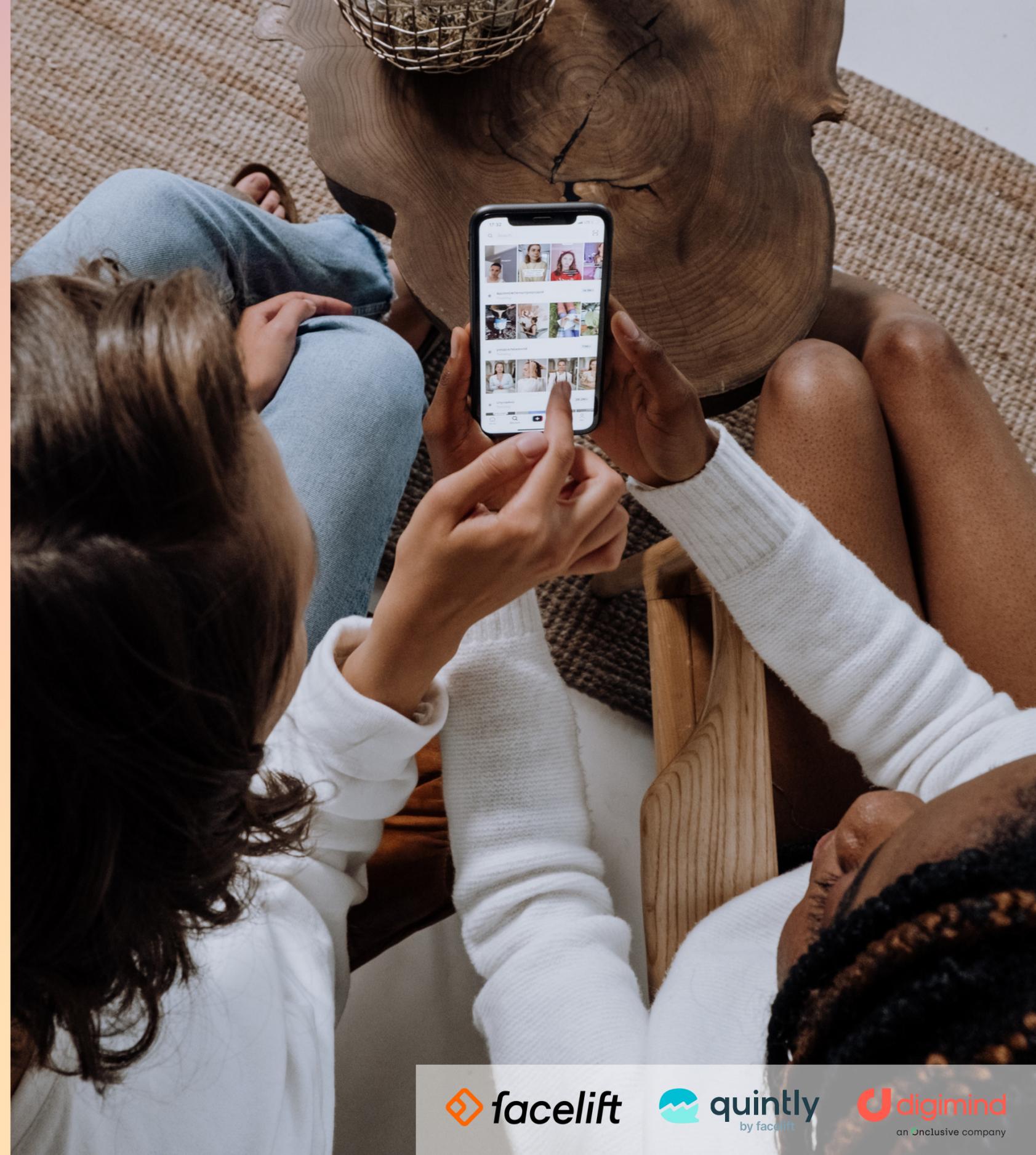
Team Lead DACH - Account Executive  
@digimind

# Der perfekte Mix für Dein Social Media Marketing.



# Agenda

1. Top Brands auf TikTok
2. Das haben sie gemeinsam
3. Learnings
4. Earned Media Ansatz
5. Consumer & Influencer Insights
6. Google Success Story
7. Tipps: Content Creation
8. Best Practices
9. Q&A



**Wie viel Zeit verbringen User:innen am Tag durchschnittlich auf TikTok?**

# Wie viel Zeit verbringen User:innen am Tag durchschnittlich auf TikTok?

95 Minuten am Tag pro Person.

Quelle: <https://t3n.de/news/verweildauer-dau-tiktok-instagram-1485919/>

**Was möchtest Du mit TikTok für Dein Unternehmen erreichen?**

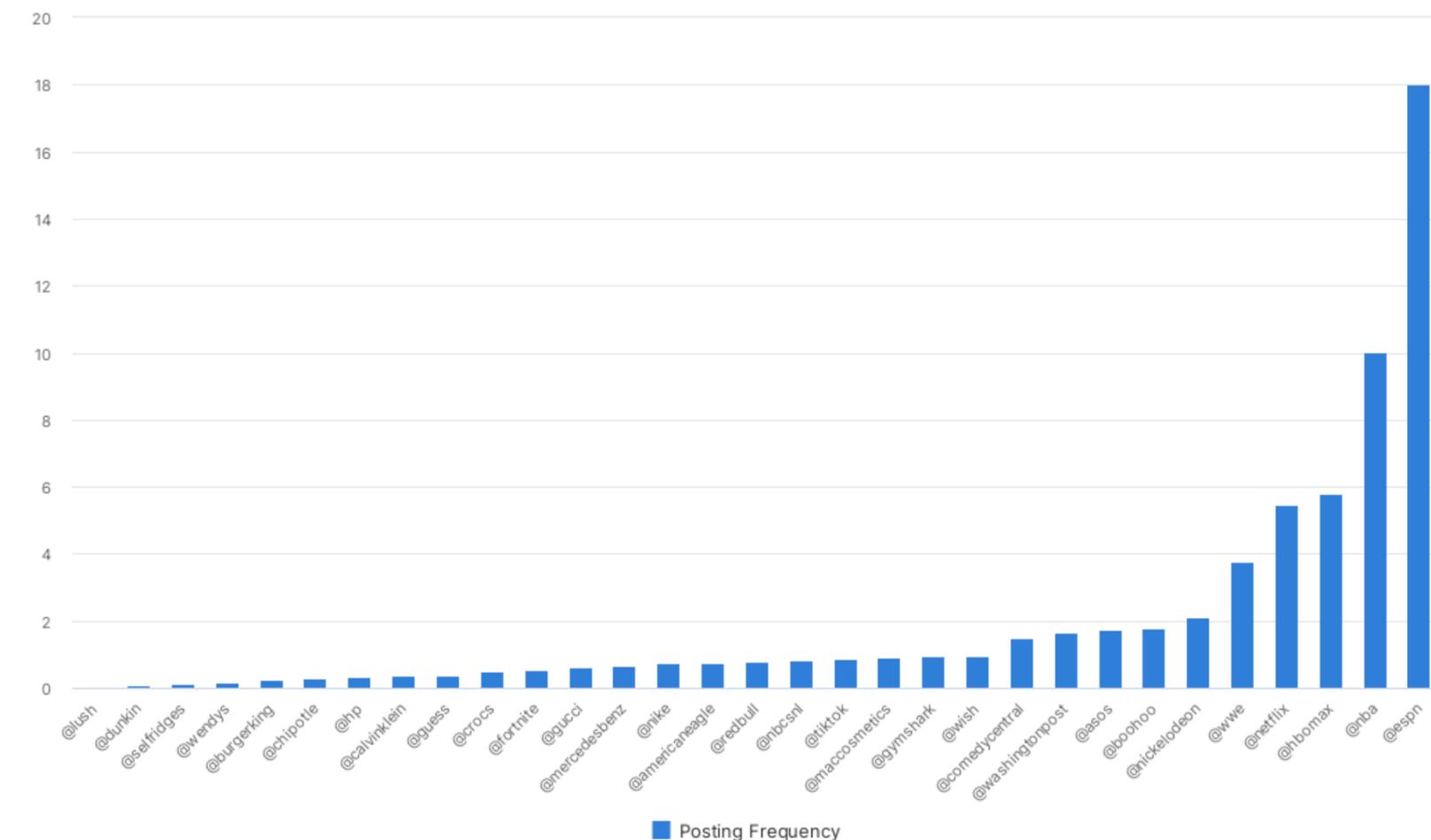
# Was möchtest Du mit TikTok für Dein Unternehmen erreichen?

TikTok bietet einen großen Spielraum für Kreativität & Authentizität und Chancen für neue Zielgruppen und mehr Nahbarkeit.

# Die Top-Marken auf TikTok.



Post frequency by number of posts a day </>  
Top Brands 10/2022 Sep 9 - Nov 8, 2022 UTC (Daily)

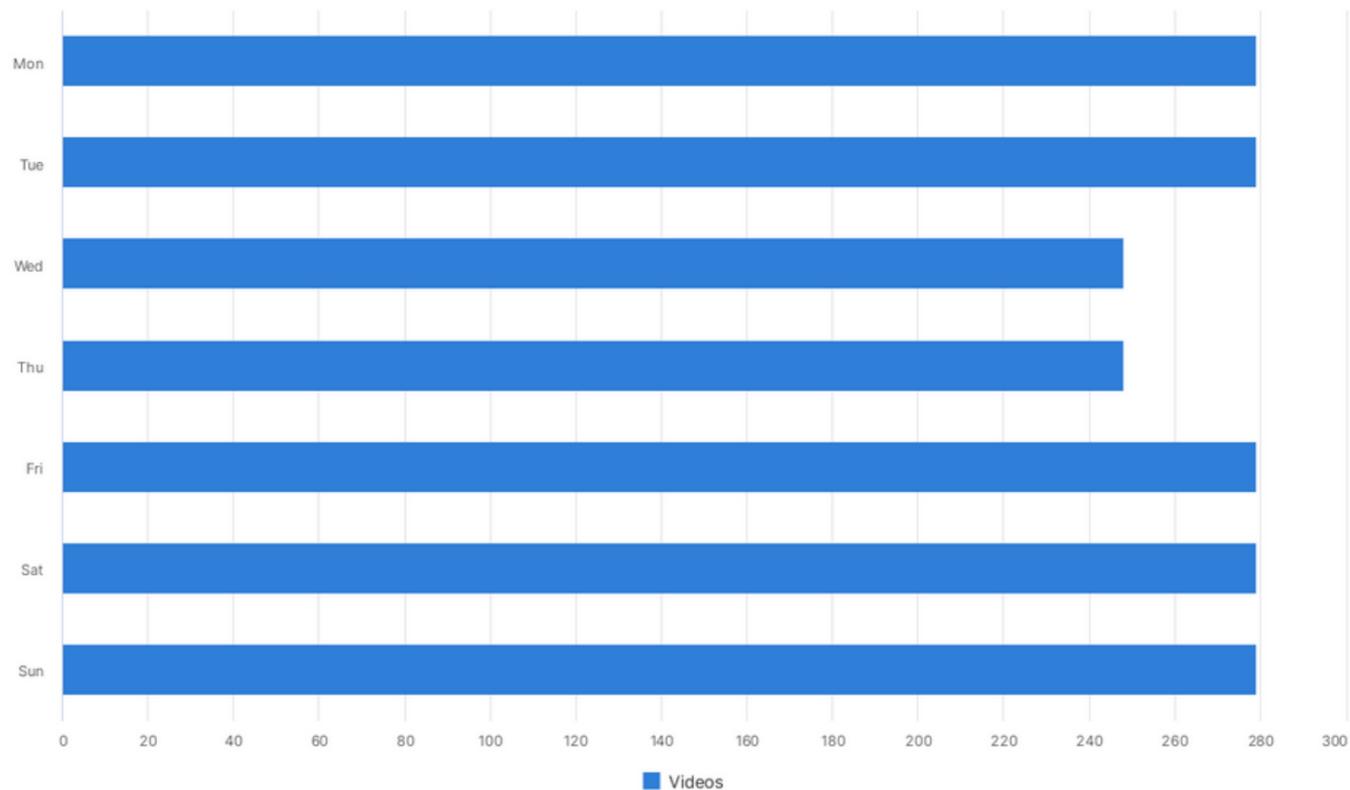


# Häufigkeit der Posts.

- Einige Unternehmen posten sehr wenig, einige posten bis zu 18 mal am Tag
- Durchschnittlich 1-2 Post am Tag

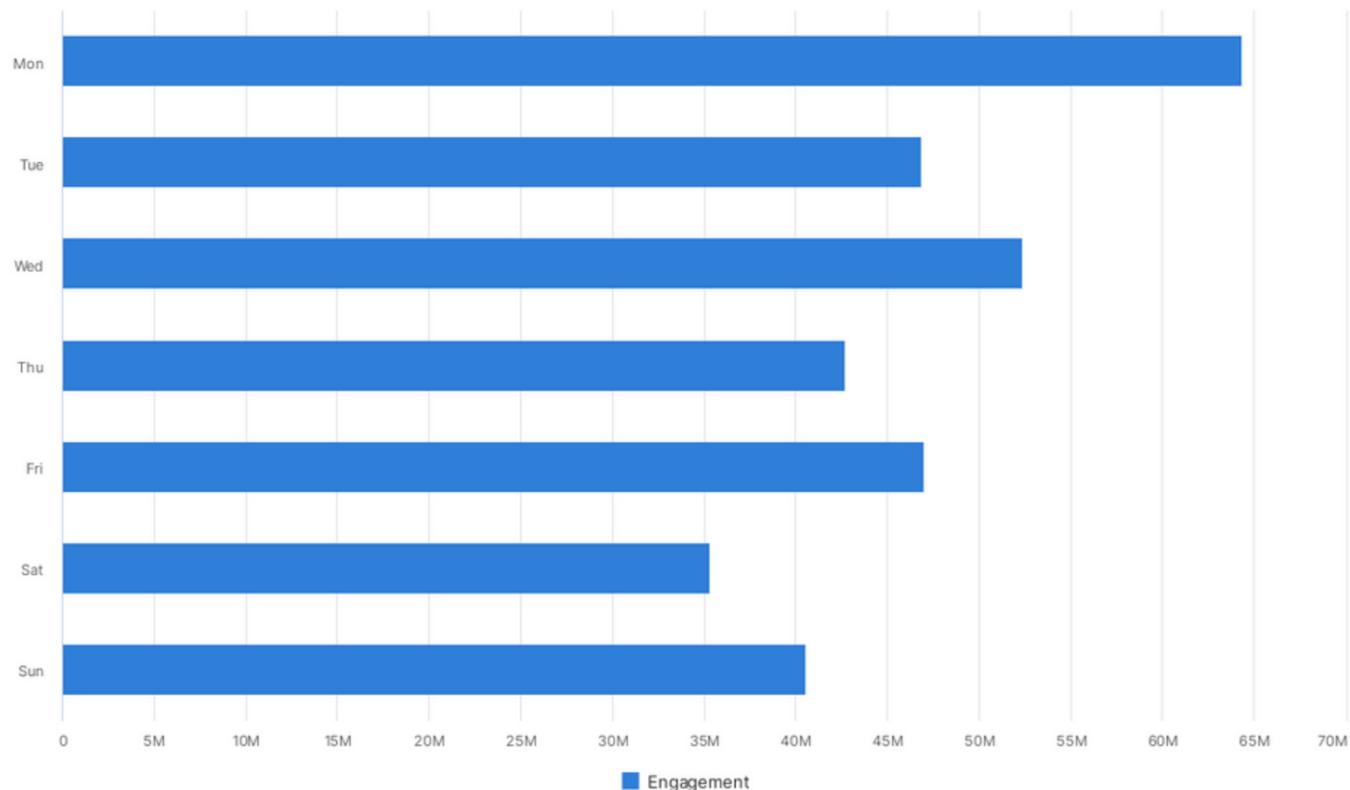
## Videos by Weekdays </>

Top Brands 10/2022 Sep 9 - Nov 8, 2022 UTC (Daily)



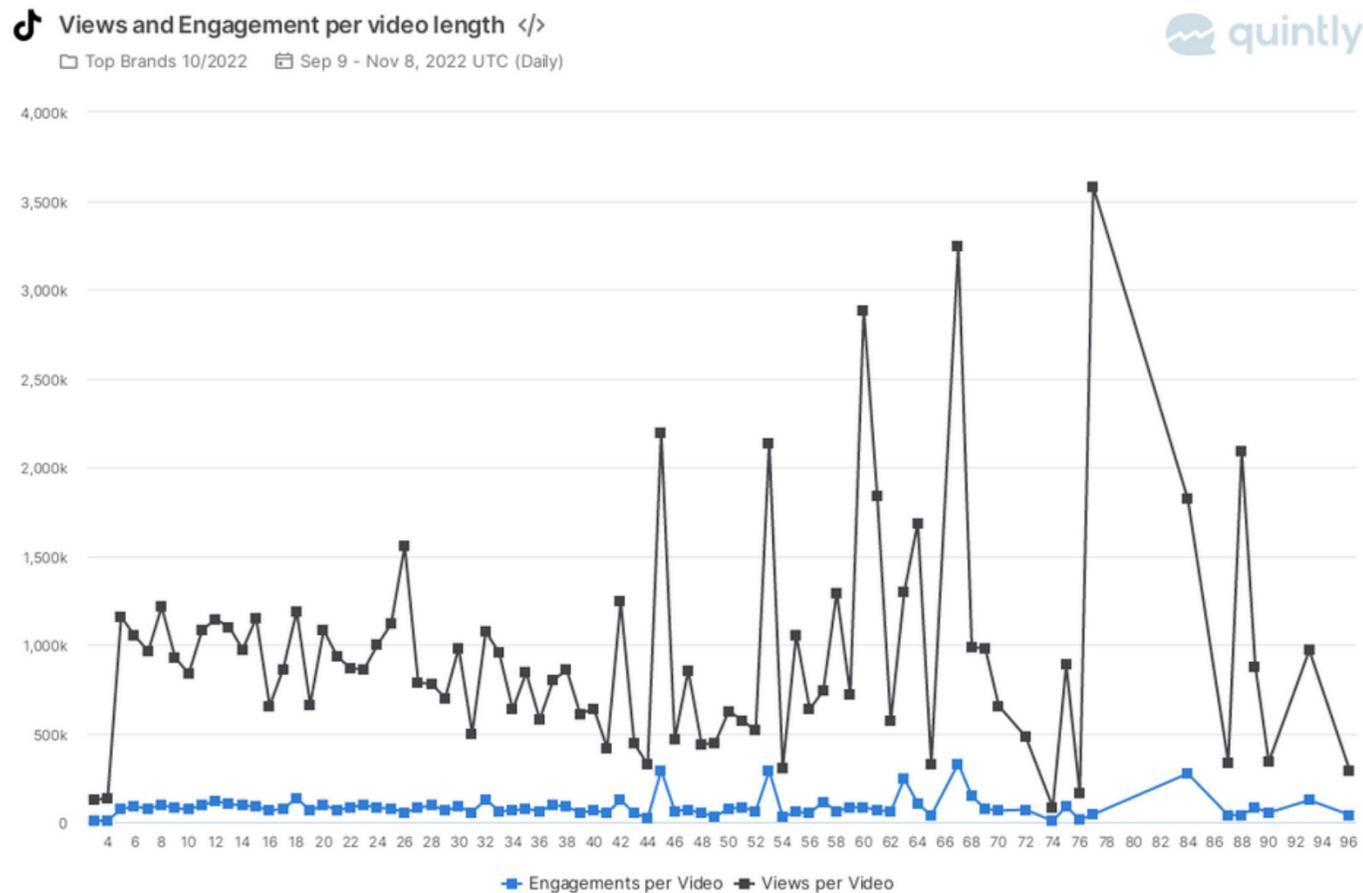
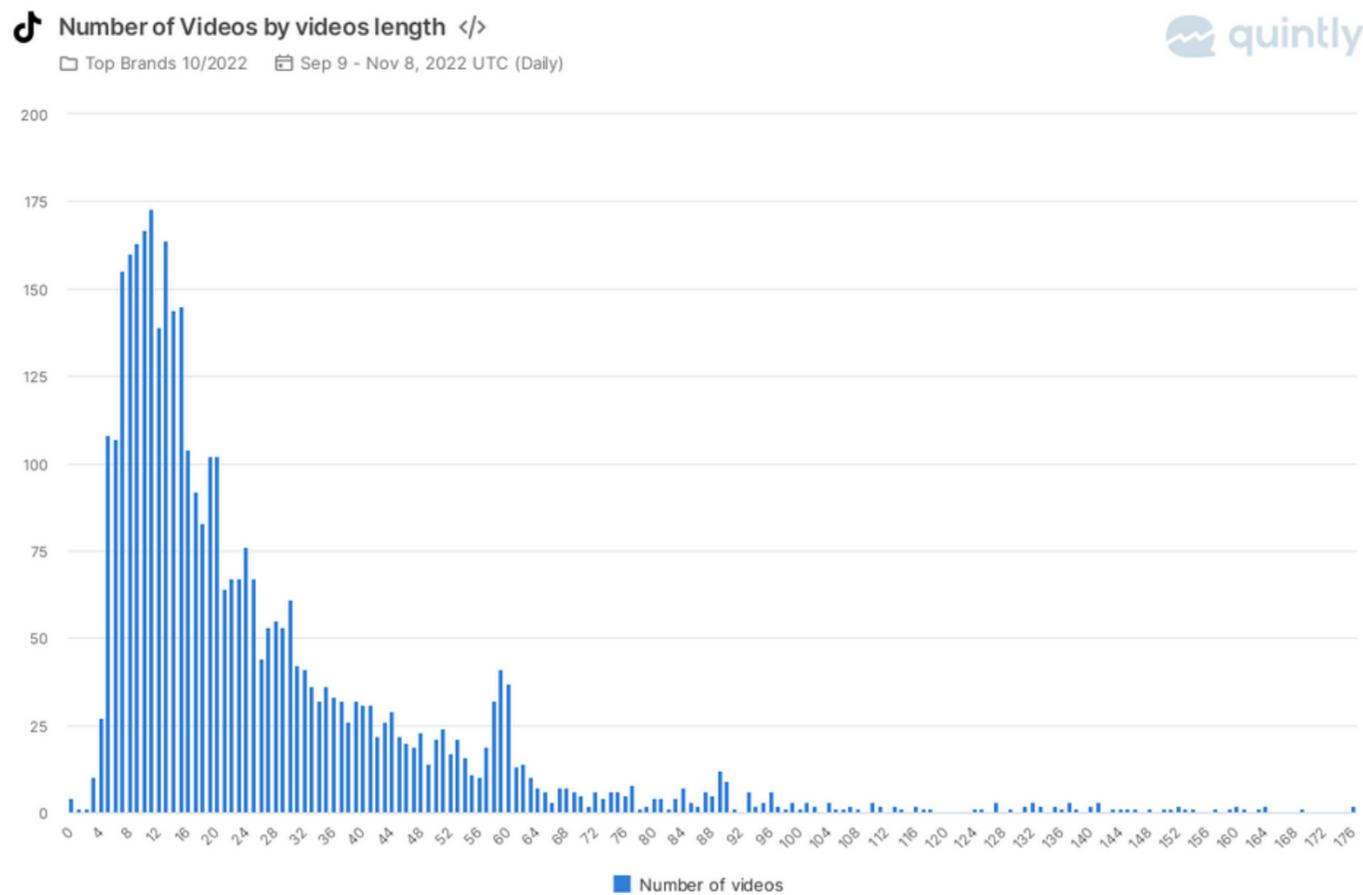
## Engagement by Weekdays </>

Top Brands 10/2022 Sep 9 - Nov 8, 2022 UTC (Daily)



# Zeitpunkt der Posts.

- Die Top-Marken posten an allen Tagen ähnlich oft
- Sie lassen das Wochenende nicht aus!
- Montags ist das Engagement am höchsten

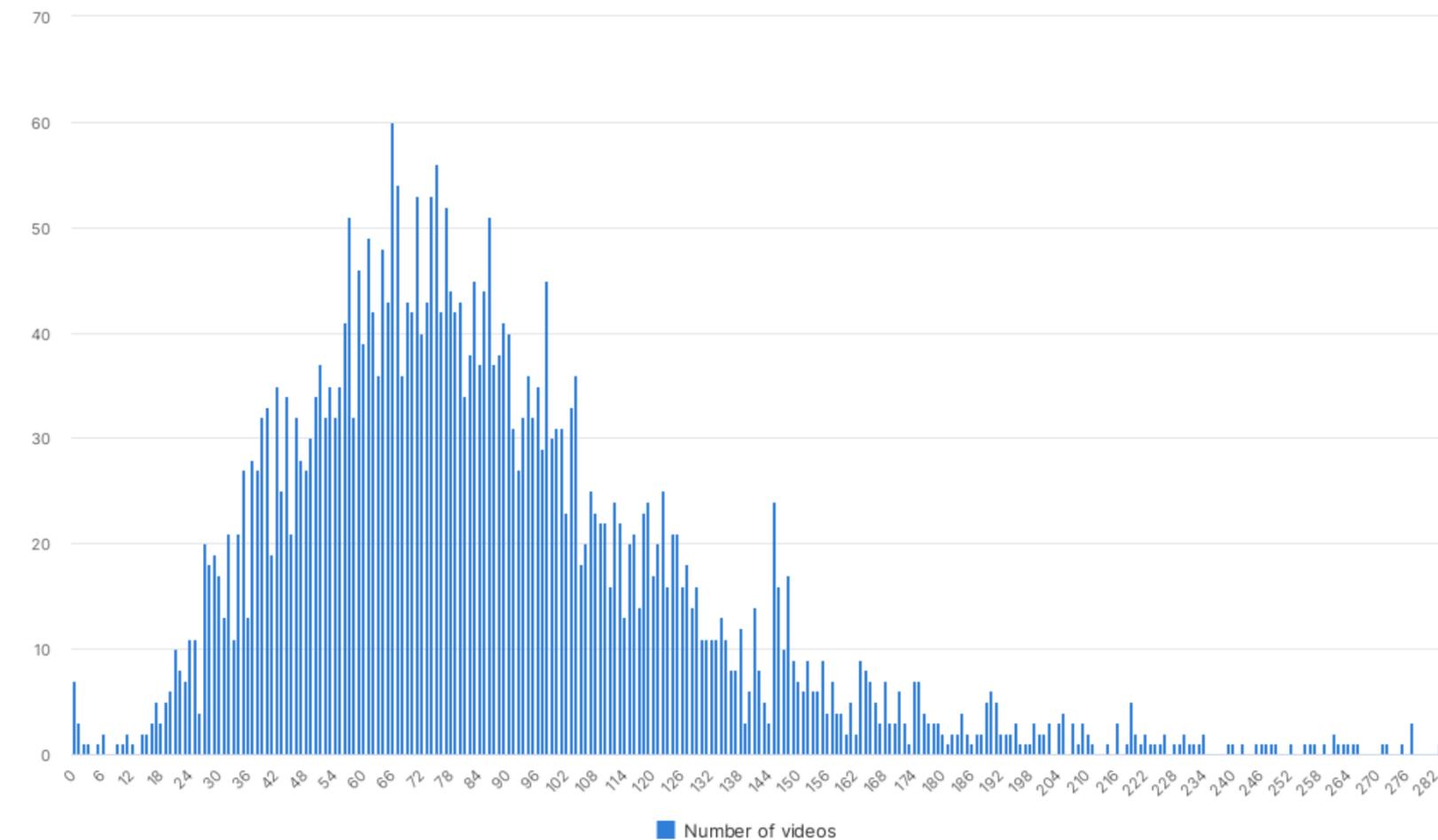


# Länge der Videos.

- Die meisten Videos sind nicht länger als 20 Sekunden
- Die Views & Engagement sind bei ca. 40 bis 80 Sekunden am besten

## Number of videos in relationship to text length </>

Top Brands 10/2022 Sep 9 - Nov 8, 2022 UTC (Daily)



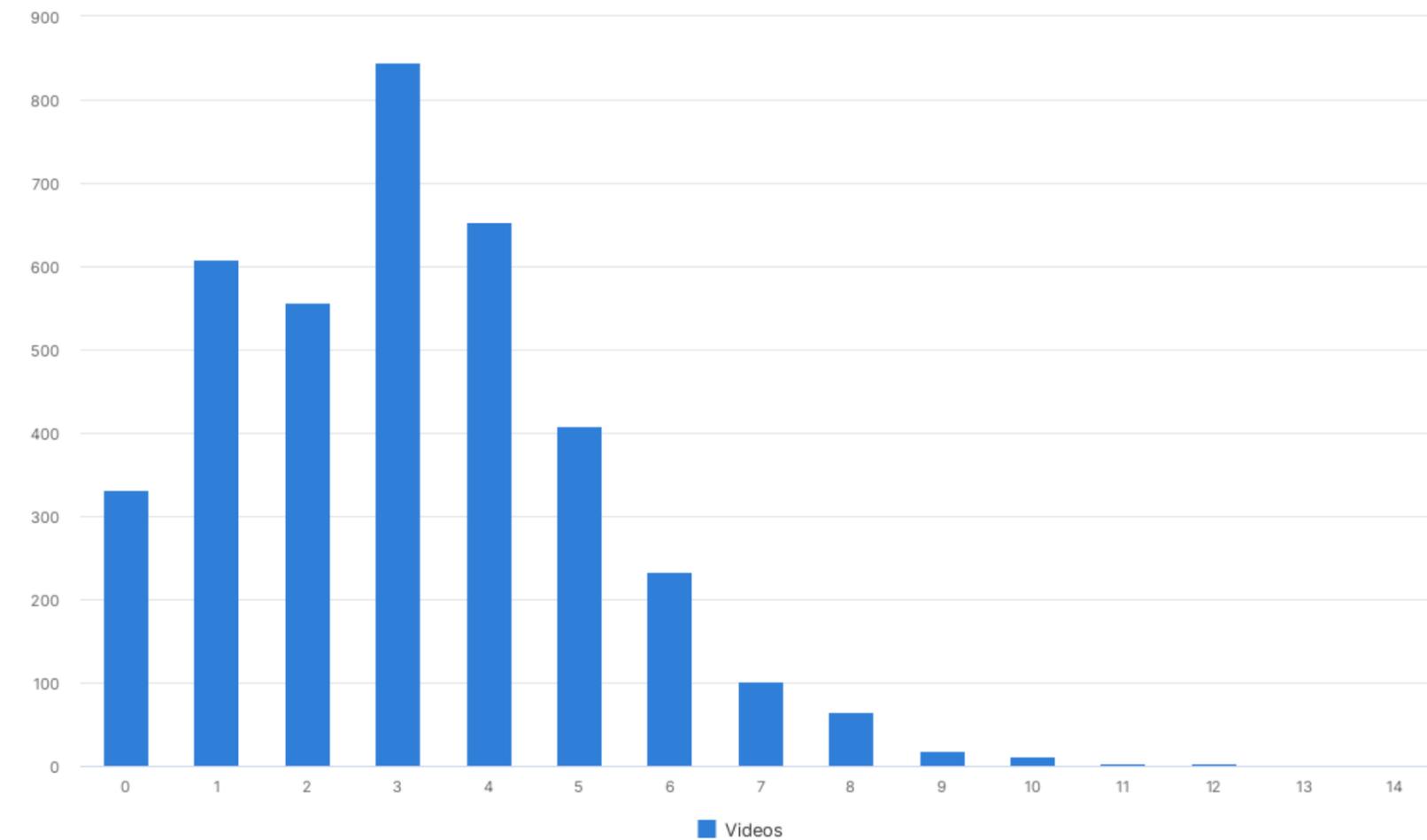
# Länge der Texte.

- Die Top-Marken nutzen meist 40-100 Zeichen
- TikTok hat die Zeichenanzahl seit letztem Monat auf 2200 erhöht
- TikTok SEO wird immer relevanter

# Anzahl der Hashtags.

## Number of videos in relation to hashtags used </>

Top Brands 10/2022 Sep 9 - Nov 8, 2022 UTC (Daily)

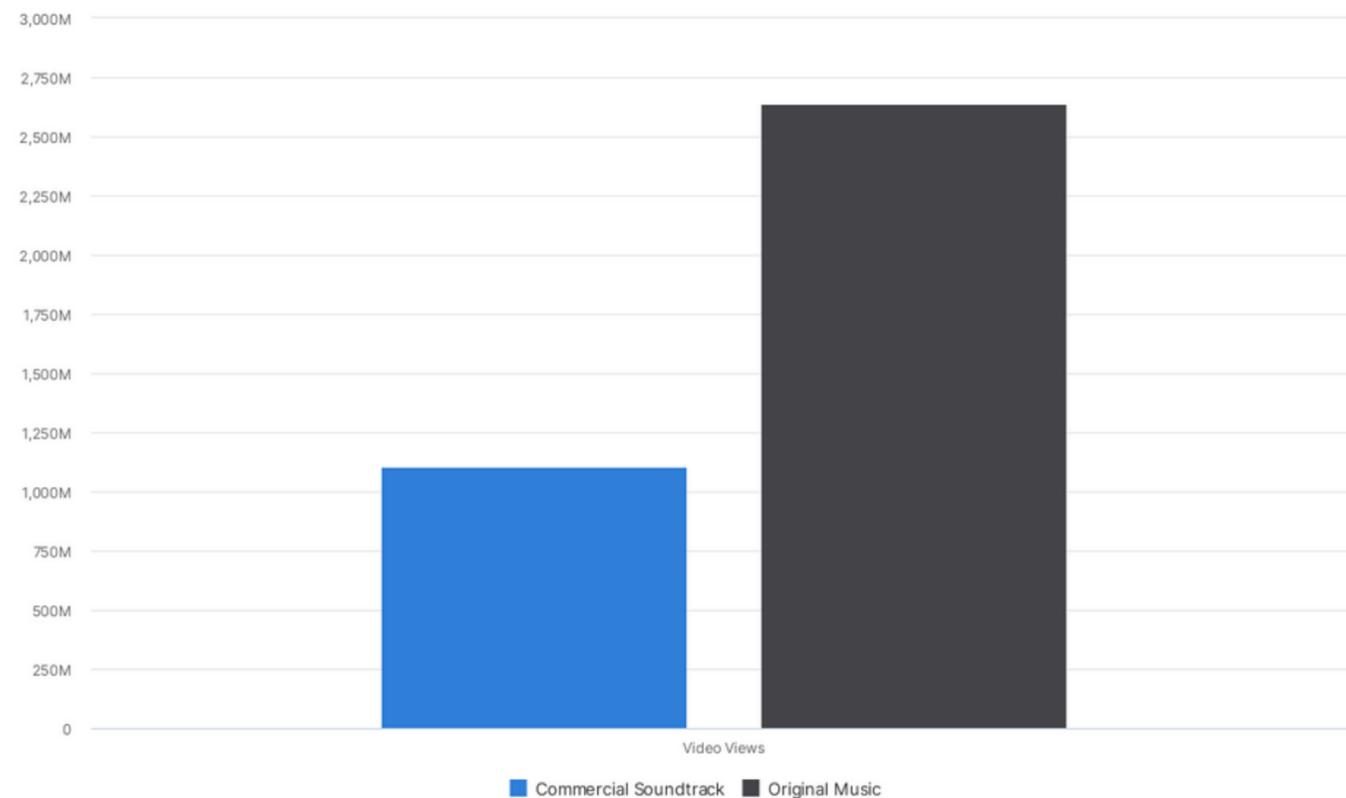


# Anzahl der Hashtags.

- Zwischen 0 bis 5 am häufigsten
- Hashtags versichern Dir keine Reichweite
- Nur relevante Hashtags für Dein Topic nutzen
- "fyp", "viral" Hashtags vermeiden

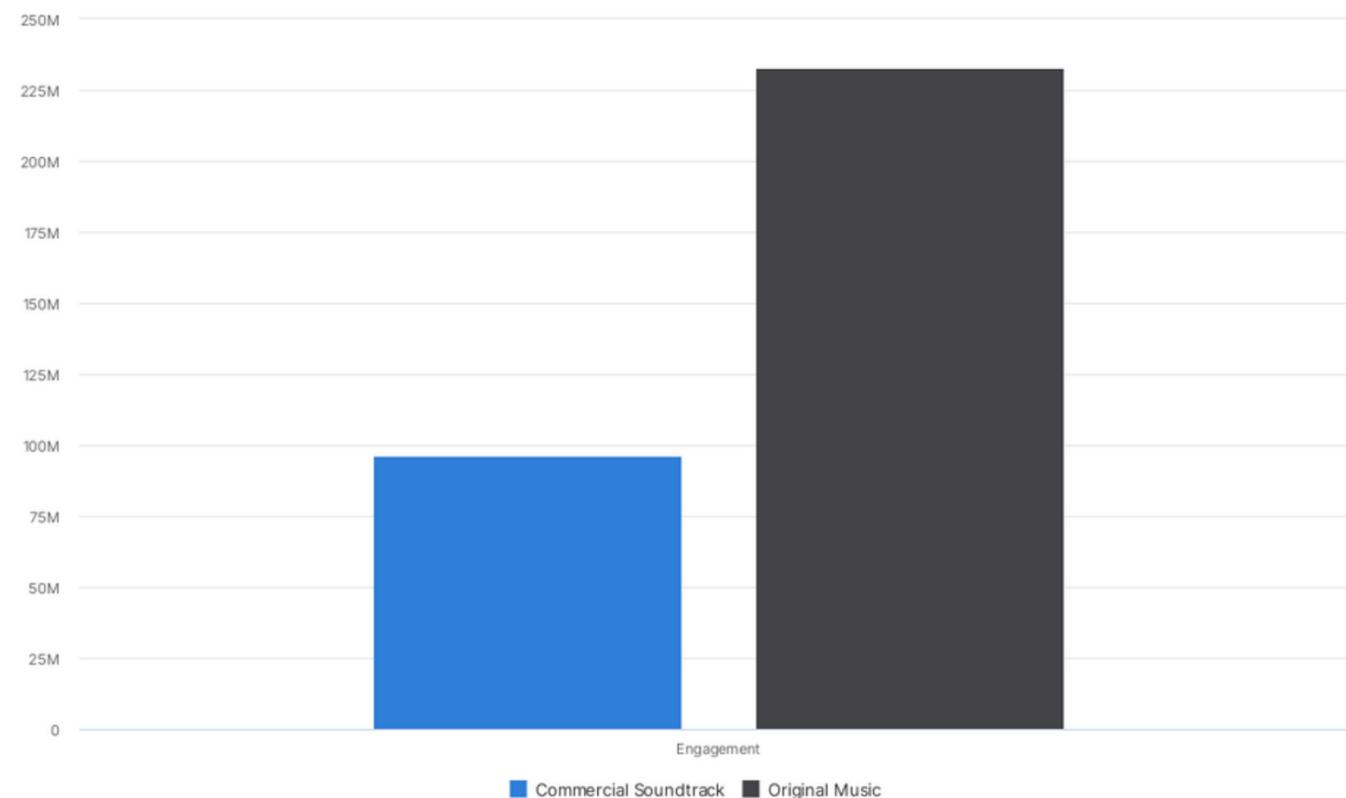
## Views by music type </>

Top Brands 10/2022 Sep 9 - Nov 8, 2022 UTC (Daily)



## Engagement by music type </>

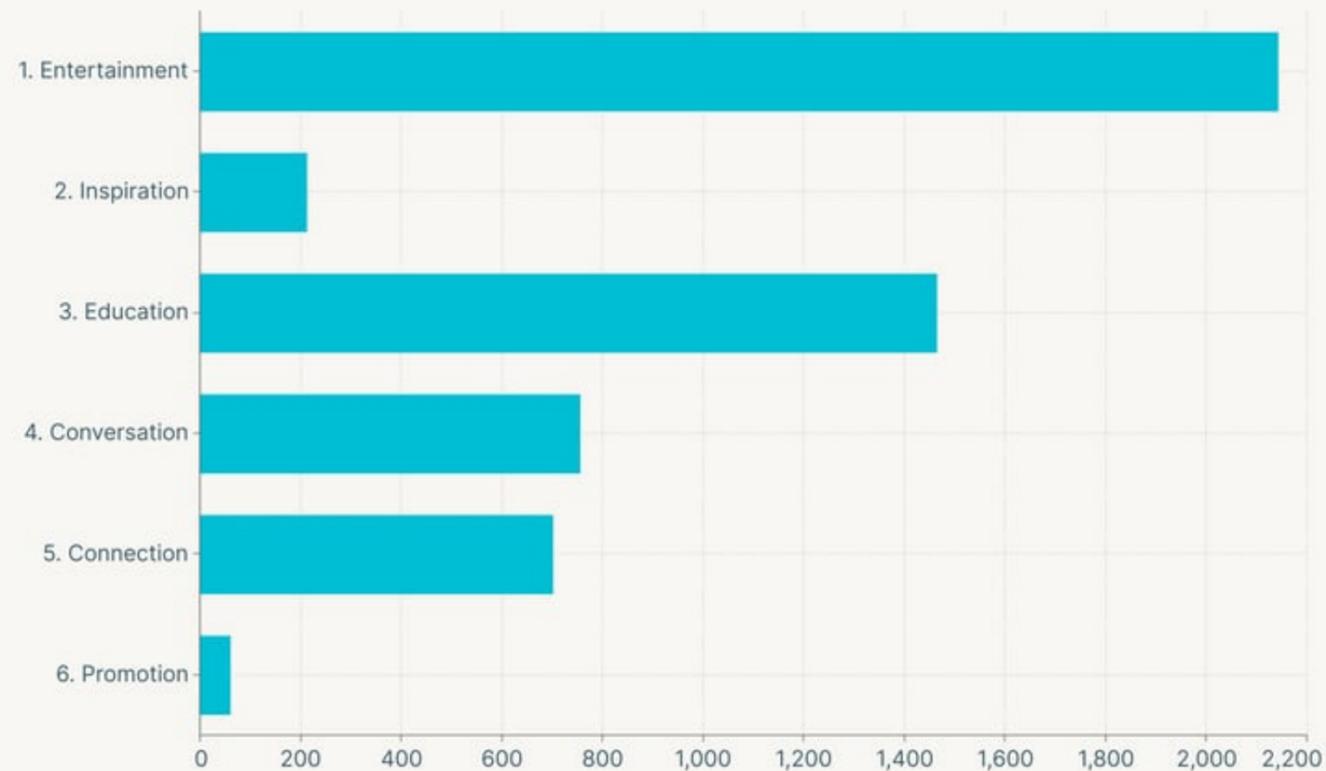
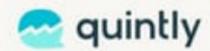
Top Brands 10/2022 Sep 9 - Nov 8, 2022 UTC (Daily)



# Musik & Sound Nutzung.

- Top-Marken nutzen eher Original Sound
- Dies liegt auch daran, dass viele Sounds für Business-Accounts gesperrt sind

Number of videos per content type



# Content-Typen.

- Entertainment Videos sind die Beliebtesten
- Ein Mix aus verschiedenen Typen ist sinnvoll

# Unsere Learnings.

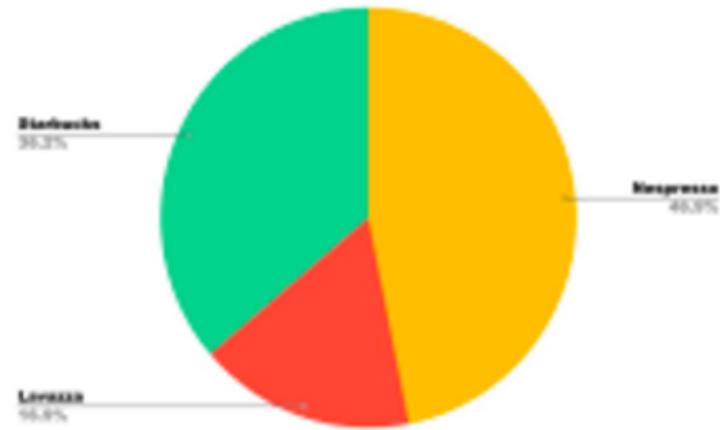
1. Poste regelmäßig (min. 1x am Tag)
2. Das Wochenende nicht vergessen!
3. Kreiere kurze Videos von 10-40 Sekunden
4. Verwende längere Texte und relevante Keywords
5. Nutze relevante Hashtags, die spezifisch sind und zum Content passen (1-5)
6. Integriere virale Musik und Sounds von TikTok, wenn möglich
7. Erstelle Content, der unterhaltsam ist - bleibe aber immer authentisch!





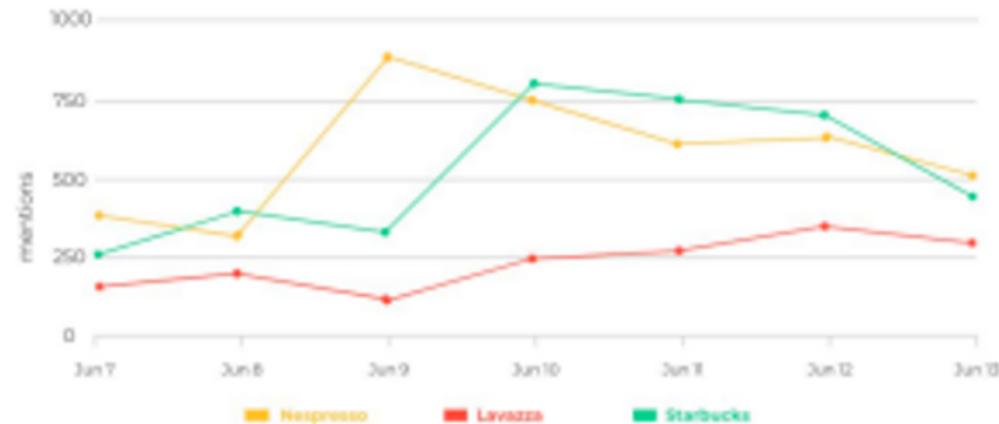
## Share of Voice on TikTok

between Dec 15, 2021 and Jan 13, 2022



## Trendline on TikTok

between Jun 7, 2022 and Jun 13, 2022



1	#coffee	35K
2	#coffeelover	6K
3	#cafe	6K
4	#starbucks	6K
5	#coffetime	6K
6	#food	5K
7	#love	5K
8	#coffeeshop	4K
9	#espresso	4K
10	#foodie	4K

# Earned Media Ansatz.

## Wie wird über die Konkurrenz gesprochen?

- Welcher Content/Hashtags funktioniert gut? (Produktbewertungen/Lifehacks/ etc.)
- Wie ist die Sentimentlage dazu?
- Wie häufig wird über uns vs. die Konkurrenz gesprochen?
- Welche Hashtags werden bereits von der Konkurrenz genutzt?
- Ist mein Hashtag überwachbar und unique?





**25** Überwachte  
Produkt-Hashtags



**3** Analyse der  
Wettbewerber im  
Hinblick auf die  
strategische Leistung



**7** Inhaltstypen nach  
Kategorie

# Verbraucherinspektionen

zur Anpassung der Inhaltsstrategie.

## Kunde

Google ist ein führendes Internet-Suchmaschinenunternehmen, das Internet- und Mobilfunknutzern auf der ganzen Welt eine Reihe von Produkten und Dienstleistungen anbietet.

## Herausforderung

Google versucht, die Konversationsphäre auf TikTok in Indonesien zu verstehen, um zu erkunden, wie diese Plattform genutzt werden kann, um die Markenwahrnehmung bei der Generation Z zu fördern.

## Lösungen

Hashtags für Google-Produkte und die wichtigsten Konkurrenten wurden überwacht, um das Volumen und die Stimmung der Konversationen auf TikTok in Indonesien zu bewerten. Durch das Projekt war Google in der Lage, die Themen und den Verlauf der Konversation zu verstehen und einzuschätzen, was es wiederum ermöglichte, eine Inhaltsstrategie zu formulieren, die seine beliebten Produkte und ansprechenden Inhaltstypen für Googles TikTok-Pilotkonto nutzt, das im Januar 2022 gestartet wurde.





# Tipps Content-Erstellung.

Deine Dos:

- Einen roten Faden schaffen – dieser steigert den Wiedererkennungswert
- Fokus auf Storytelling
- Gesichter zeigen, nahbar & authentisch sein
- Schnelle Schnitttechnik und Pausen raus schneiden
- Entweder lustig, informierend oder unterhaltsam sein

# Tipps Content-Erstellung.

Deine Don'ts:

- Lange Erzählungen und bitte auch keine, die ins Nichts führen
- Konzept- und planlos posten
- Zu werberisch sein
- Unregelmäßig posten

# Best Practices.

## DUNKIN DONUTS

- Viele Einblicke in die Produktion
- Events promoten mit viralen Sounds
- Virale Trends adaptieren
- Neue Produkte vor der Kamera testen



# Best Practices.

## REWE KARRIERE

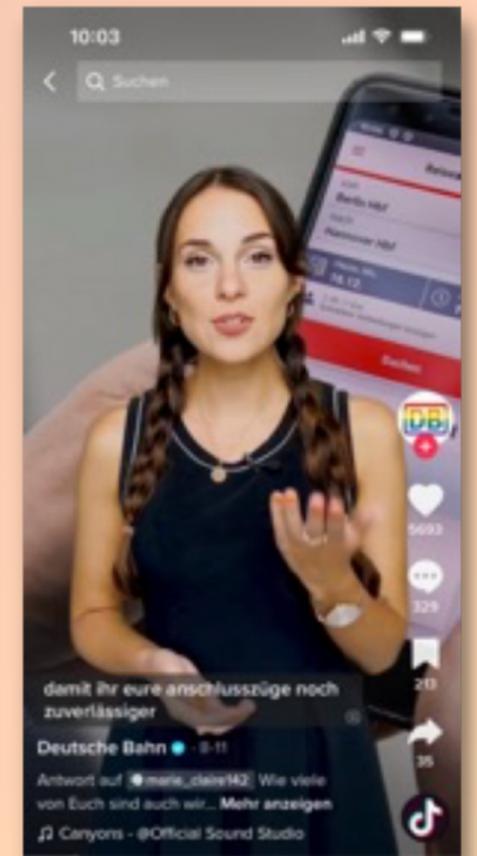
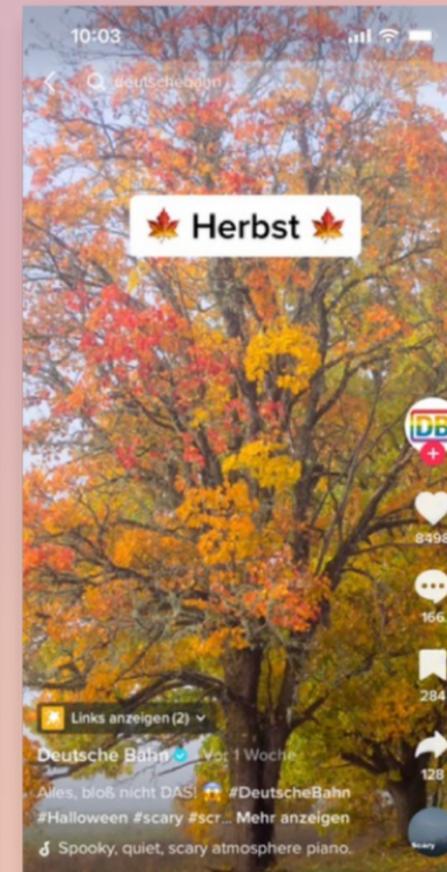
- Lustige Alltagssituationen bei REWE
- Einblicke der Mitarbeitenden, kurze persönliche Interviews
- Virale Sounds und Trends (z.B. „it's corn“ Sound beim Einräumen von Mais ins Kühlregal)



# Best Practices.

## DEUTSCHE BAHN

- Selbstironisch
- Verwendung Trending sounds
- Einige Info-Videos
- Alltagssituationen mit der DB



**Zeit für Deine Fragen!**

# Schön, dass Du dabei warst!

Folge uns gerne auf Social Media  
für mehr Insights und Tipps.

TikTok Handbuch von quintly by facelift:  
<https://info.quintly.com/tiktok-for-brands-compendium>

Mehr über facelift:  
[www.facelift-bbt.de](http://www.facelift-bbt.de)

Mehr über Digimind:  
[www.digimind.com](http://www.digimind.com)