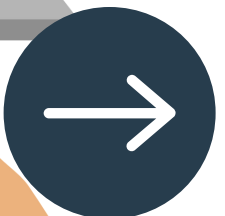


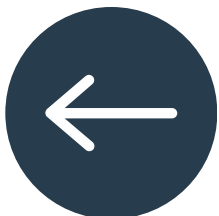


BESSERES WERBEN AUF TIKTOK: DAS CREATIVE CENTER ALS INFORMATIONSQLUELLE UND IMPULSGEBER



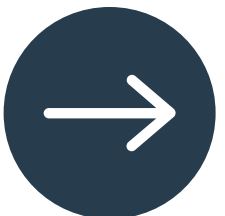
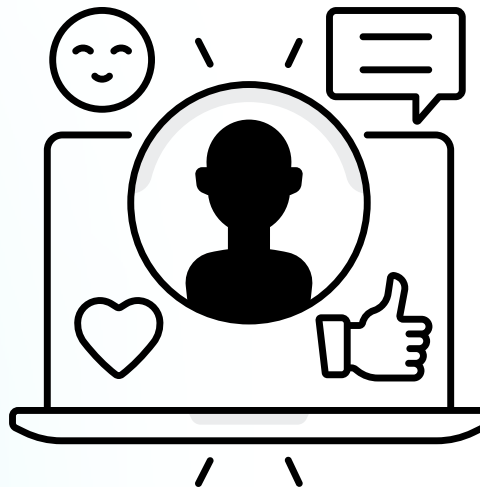
DIGITALES MARKETING AUF TIKTOK: WAS ES GRUNDSÄTZLICH ZU BEACHTEN GILT


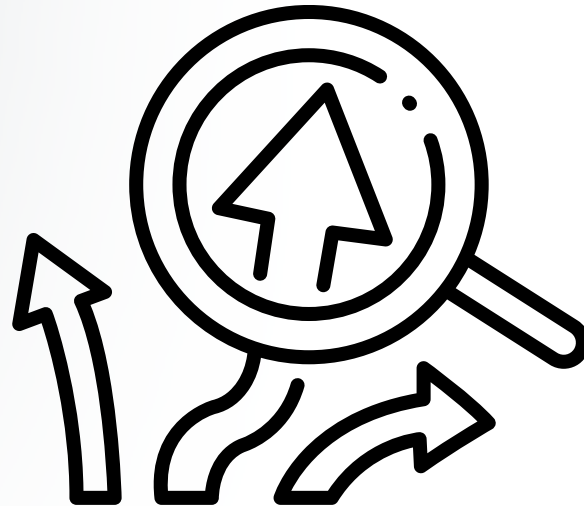
Die Erstellung von Ad-Creatives erfordert ein hohes Mass an Kreativität, Einfallsreichtum und userorientierter Authentizität. Um dieses Format zu beherrschen, sollten sich Marketer einige strategische und inhaltliche Grundüberlegungen zu Herzen nehmen (durchdachte Storyline, Interaktivität, Nativität, Unterhaltungswert, User-Einbindung, Vollbild-Tauglichkeit usw.), für die mittlerweile zahlreiche Guides, Anleitungen und Leitfäden existieren.



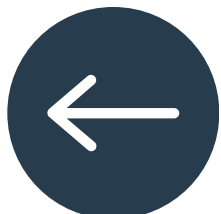
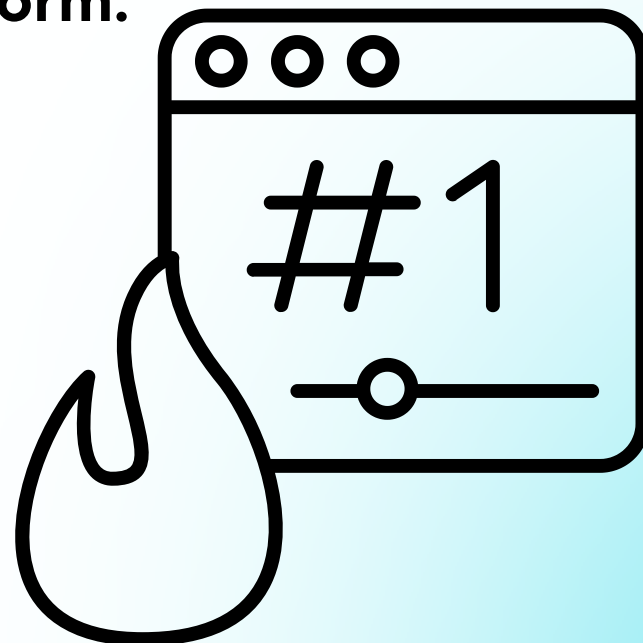
DAS CREATIVE CENTER ALS VIELSEITIGES EINSTIEGSPORTAL FÜR TIKTOK-MARKETER

Das TikTok Creative Center ist ein kostenloser digitaler "Instrumentenkoffer", der sich spezifisch an geschäftlich orientierte User (Business Accounts) richtet und diesen ein breites Spektrum an Informationen, Einblicken, Daten sowie gestalterischen Kreativtools zur Planung und Umsetzung ihrer Werbeanzeigen zur Verfügung stellt.



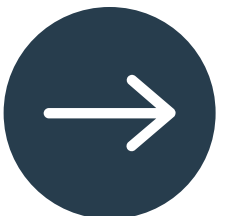


Es vereint sowohl Analysefunktionen, die Marketer zur Nachverfolgung von Trends und aktuellen Entwicklungen nutzen können, als auch visuelle und akustische Ressourcen zur attraktiveren Präsentation von kommerziellen Inhalten auf der Plattform.



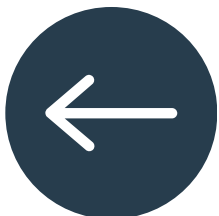
TRENDS, SONGS, HASHTAGS UND MEHR: WELCHE VERSCHIEDENEN CREATIVE- CENTER-BEREICHE GIBT ES?

Das Creative Center von TikTok gliedert sich in mehrere Dimensionen, die jeweils unterschiedliche Schwerpunkte und Perspektiven abdecken. Durch einen Blick in den Bereich "Trends" beispielsweise lässt sich ein schneller Überblick in Bezug auf Hashtags, Creators, organischen Content sowie Songs gewinnen, die bei den Usern gerade hoch im Kurs stehen.



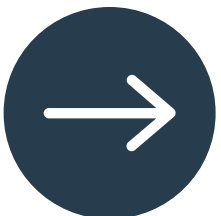
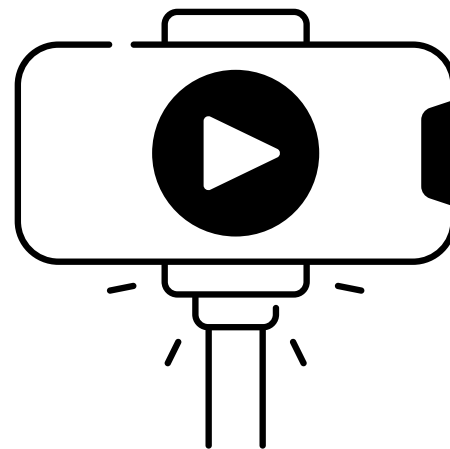
"TOP ADS" IM CREATIVE CENTER: VON DEN BESTEN LERNEN

Wechselt man in den Bereich "Inspiration" hinüber, so findet man dort unter anderem ein Dashboards mit den aktuellen "Top Ads", also den derzeit führenden Werbeeinschaltungen auf der Plattform. Auch diese Rankings lassen sich auf Basis von Kriterien wie Region, Branche, Kampagnenziel, erzielter Resonanz sowie Video-Länge eingrenzen und für das jeweilige Erkenntnisinteresse konkretisieren.



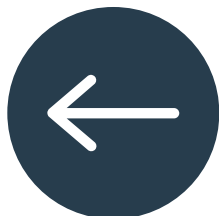
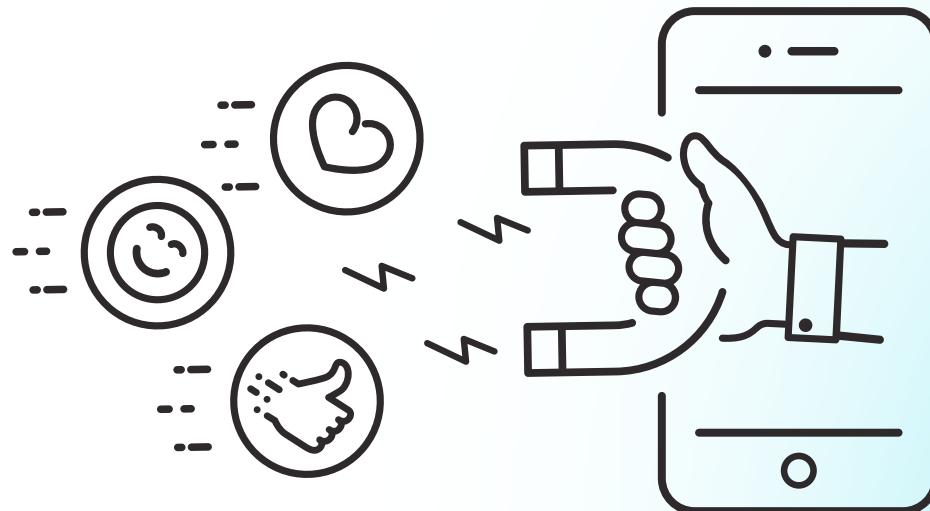
"CREATIVE TOOLS": VIDEOS BEARBEITEN LEICHT GEMACHT

Einen weiteren unverzichtbaren Bereich des multifunktionalen Creative Center stellen die "Creative Tools" dar, die Marketern effektive Instrumente zur wirkmächtigeren Vermittlung ihrer Werbeinhalte in die Hand geben. Hierzu zählt einerseits der Video-Editor, durch den sich vorhandenes Videomaterial benutzerfreundlich bearbeiten und in Ad-Creative-taugliche Form bringen lässt. Im Anschluss an die Bearbeitung besteht auch die Möglichkeit, das Ergebnis im Rahmen einer Vorschau zu begutachten, bevor es final in Umlauf gebracht wird.



FAZIT: DAS CREATIVE CENTER ALS EINSTIEGSHILFE UND MARKETING-RESSOURCE FÜR TIKTOK-KAMPAGNEN

TikTok weist durch seine grosse Nutzerbasis und das schiere Ausmass an Zeit, das diese auf die Plattform verwenden, ein enormes Potential für digitale Marketing-Kampagnen auf. Um dieses Potential heben zu können, muss jedoch zunächst die Herausforderung gemeistert werden, sich auf TikTok überhaupt zurechtzufinden und die ganz eigene Funktionsweise der Plattform zu verinnerlichen.





JANA

@webadvice

DU MÖCHTEST MEHR ERFAHREN?

DEN GANZEN SPANNENDEN
BEITRAG FINDEST DU AUF
UNSERER HOMEPAGE.



für später speichern

