



HOW-TO

Mit TikTok Leads generieren

HubSpot



So nutzen Sie TikTok zur Lead Generierung

Als Marketingexperte haben Sie das unüberhörbare Rauschen um TikTok unmöglich ausblenden können. Die beliebte soziale Plattform hat inzwischen nicht nur über 500 Millionen aktiven Nutzer pro Monat, sondern ist außerdem die dritthäufigste heruntergeladene App weltweit.

Das videobasierte soziale Netzwerk birgt ein großes Potenzial für Unternehmen, insbesondere da es bei der Generation-Z so beliebt ist. Doch trotz seines unumstrittenen Potenzials fällt es den meisten Marketing-Experten schwer die Plattform für Ihre Vermarktung oder gar zur Lead Generierung einzusetzen.

Einige Marken machen natürlich bereits Fortschritte auf TikTok – zum Beispiel hat das Modehaus Zalando bereits über 38.000

Fans auf TikTok, während der Automobilhersteller Mercedes Benz beeindruckende 91.400 Fans hat (Stand Mai 2020).

Aber trotz einiger weniger Vorreiter haben die meisten Marketer noch immer nicht herausgefunden, wie man TikTok monetarisieren kann – oder ob es sich überhaupt lohnt, dies zu tun.

Wenn Sie erwägen, im Jahr 2020 in TikTok zu investieren, sind Sie bei uns an der richtigen Adresse. Nutzen Sie die folgende Checkliste mit 10 Schritten, um mit der Lead-Generierung auf TikTok durchzustarten.

Aber zuerst wollen wir darüber sprechen, warum es sich überhaupt lohnen kann TikTok für die Lead Generierung anzuwenden.



3 Gründe für die Lead-Generierung mit TikTok

Es gibt gute Gründe, die TikTok zu einer großartigen Plattform zur Generierung neuer Leads macht:

1. TikTok ermöglicht kreative Mobile-First-Kampagnen

Die 2010er Jahre waren das Jahrzehnt der mobilen Kampagnen und auch 10 Jahre später gibt es keine Anzeichen einer Verlangsamung dieser Entwicklung. Die Zahl der Smartphone-Nutzer in der Welt nimmt weiter zu.

Aber was TikTok neben seinem zunehmenden Wachstum besonders verlockend macht, ist die Verwendung von sogenannten Mikrovideos, die auf Smartphones besonders einfach zu konsumieren sind.

Denn die Mehrheit der Smartphone-Nutzer konsumiert ausschließlich kurze Videos. Daher sind TikTok-Videos mit einer Maximallänge von 15 Sekunden auch so beliebt.

Darüberhinaus ist das mobile Format auch für Ihr Unternehmen von Bedeutung. Sie können Ihren Account direkt von Ihrem Handy aus betreiben, so haben Sie Ihre Nutzerzahlen wie auch Ihre Kampagnen-Performance immer griffbereit auf dem Smartphone.

2. Sie sprechen eine jüngere Zielgruppe an und investieren in die Zukunft

TikTok war von Anfang an darauf ausgerichtet, jüngere Zuschauer anzusprechen. Das Unternehmen hat es - wie sein Konkurrent Snapchat - verstanden, dass Jugendliche soziale Netzwerke anders nutzen. So wurde TikTok schnell die Plattform, nach der Jugendliche förmlich süchtig wurden.

Bis zum heutigen Tag wächst die Zahl der TikTok-Nutzer online in rasantem Tempo, wobei ein großer Teil dieser Nutzer in den späten Teenager- oder frühen 20er-Jahren ist.

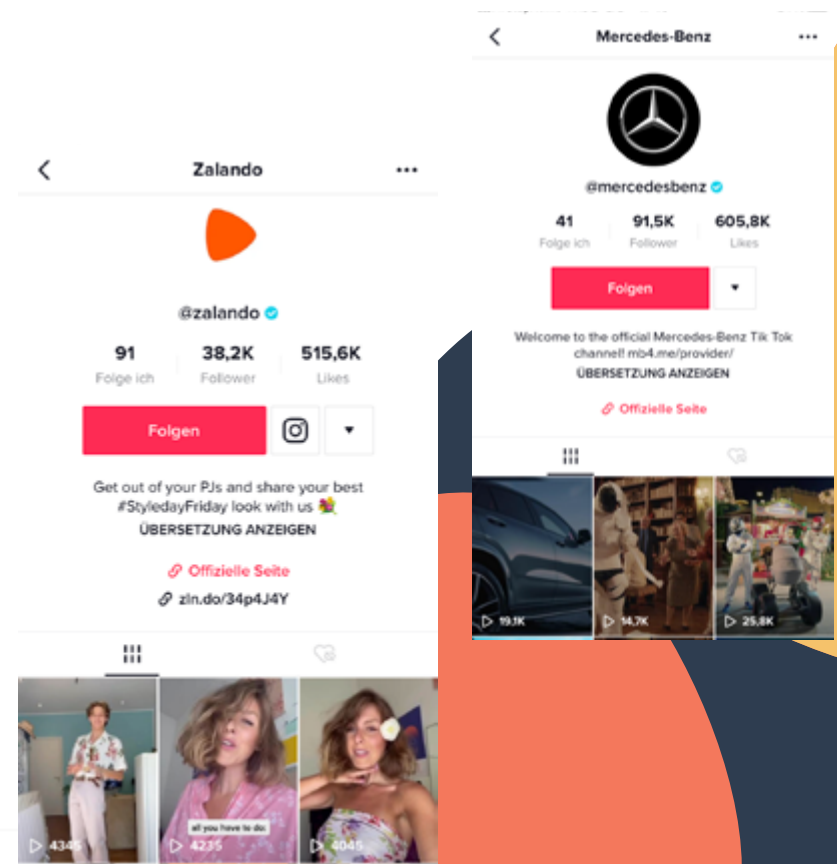
Diese Informationen sind besonders wichtig für Unternehmen, die versuchen, ein jüngeres Publikum zu erreichen. Denn in der Zukunft wird diese Generation die Konsumenten mit der größten Kaufkraft stellen.

3. TikTok ermöglicht Ihrem Unternehmen, authentische Inhalte zu produzieren

Authentizität ist wichtig, insbesondere für Millennials und die Generation Z. Wenn Sie Ihre Inhalte authentisch und emotional halten, geben Sie Ihren Fans und Followern auf Plattformen wie TikTok das Gefühl, mehr als nur eine Automobilmарke oder ein Online-Shop für Mode zu sein.

Dies tatsächlich zu erreichen, gelingt nicht immer auf Anhieb. Sich auf das Erzählen Ihrer Markengeschichte zu konzentrieren, kann dabei ein guter Anfang sein. Mit einem Fokus auf das Erzählen von persönlichen Geschichten und Erfahrungen mit Ihrer Marke zeigen Sie, dass Ihr Unternehmen mehr kann als nur Konsumgüter oder Dienstleistungen verkaufen, denn Sie stellen menschliche Elemente in den Vordergrund.

Überzeugt? Authentische Marken können auch auf TikTok hochwertige Leads anziehen. Das videobasierte Netzwerk mit etlichen kreativen Möglichkeiten zur Content-Erstellung und Zusammenarbeit mit Influencern bildet die perfekte Grundlage für einen neuen Lead-Generierungskanal. Als Nächstes sehen wir uns die 10 essentiellen Schritte auf dem Weg dorthin an.



Checkliste: Lead-Generierung mit TikTok

1. Denken Sie an Ihre Buyer Persona

Finden Sie Ihre Buyer Persona überhaupt auf TikTok?

Wenn ja, überlegen Sie, warum Sie sich dort aufhält, was Ihre Ziele sind und wie Ihre Marke Ihr dabei helfen kann diese zu erreichen.



ERSTELLEN SIE JETZT IHRE BUYER PERSONA

HubSpot Make My Persona Tool

2. Definieren Sie Ihre Ziele

Formulieren Sie Ihre Ziele so, dass sie unmissverständlich und eindeutig sind. Denn nur so ist die Umsetzung realistisch, es lassen sich konkrete Maßnahmen ableiten und der Zielerreichungsgrad ist überprüfbar.

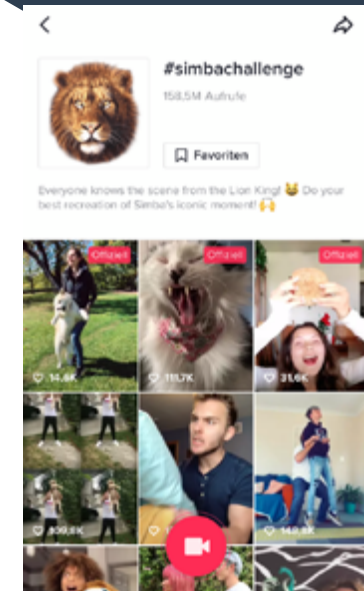
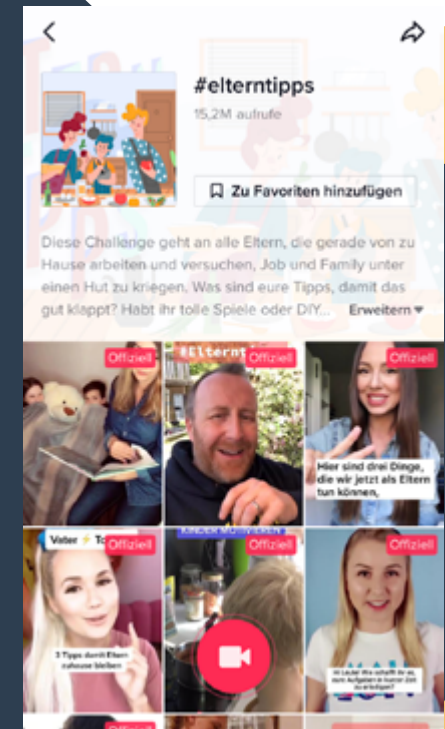
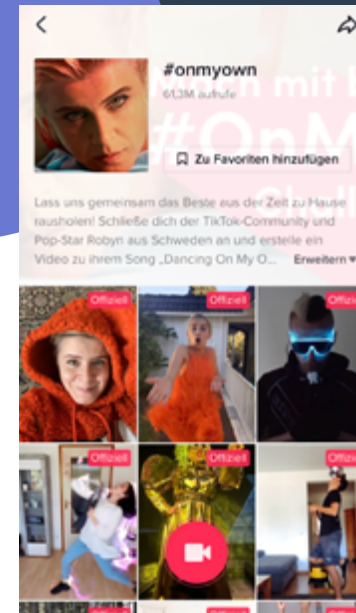
Orientieren Sie sich bei der exakten Definition Ihrer Ziele beispielsweise an der **SMART-Methode**, die vorgibt, dass Ziele spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitlich gebunden definiert werden sollten.

- Gewünschte Followerzahl
- Ansichten pro Video
- Konversionsrate
- Anzahl generierter Leads

3. Erstellen Sie Ihr Konto (und lassen Sie es verifizieren)

Einige Faustregeln beim Einrichten Ihres Kontos:

- Ein einzigartiges Logo hilft dabei, Ihr Profil von anderen Marken und Creatoren abzuheben. Nutzen Sie dieses also als Ihr Profilbild, um eine schnelle Wiedererkennung zu garantieren.
- Machen Sie Ihren Firmennamen zu Ihrem TikTok Namen und Benutzernamen.
- Schreiben Sie eine Profilbeschreibung die in Erinnerung bleibt.
- TikTok experimentiert mit anklickbaren Links in der Profil-Beschreibung. Fügen Sie einen Link zu einem Ihrer Lead-Generierungs-Formulare oder Ihrem Newsletter-Opt-In-Formular hinzu.
- Lassen Sie Ihr Profil von TikTok verifizieren und genießen Sie mehr Reichweite und Glaubwürdigkeit als offizieller Markenaccount.





4. Posten Sie wertvolle Inhalte (und ein paar verrückte)

Wie bei jeder Marketingkampagne ist der Inhalt erfolgsentscheidend. Ein ganz besonderer TikTok-Inhalt der aktuell besonders viel Reichweite generiert, ist das Live-Video.

5. Verwenden Sie den richtigen Hashtag

Wählen Sie relevante Hashtags aus, die spezifisch für Ihr Unternehmen sind und erstellen Sie eigene individuelle Marken-Hashtags, die Sie Ihren Fans empfehlen können, wenn Sie Inhalte über Ihre Marke veröffentlichen.

6. Arbeiten Sie mit Influencern zusammen

Arbeiten Sie bei der Entwicklung Ihrer Inhalte mit Influencern und beliebten Experten Ihrer Branche zusammen, die gut zu Ihrer Marke passen. So profitieren Sie von deren Reichweite und Glaubwürdigkeit.

7. Investieren Sie in TikTok-Anzeigen

TikTok führt ständig neue Funktionen ein, die Unternehmen zur Steigerung ihrer Leads und Verkäufe nutzen können. Wenn Sie hier immer auf dem neuesten Stand bleiben, können sich **TikTok Ads** deutlich für Sie auszahlen.

8. Nehmen Sie an Challenges teil

Verschiedenste Arten von Challenges (kleine Wettbewerbe) schmücken die Video-Feeds auf TikTok. Von Tanz- bis Meme-Challenges ist bei den Tik-Tok-Wettbewerben alles dabei. Halten Sie Ausschau nach Challenges, die Sie sich für Ihr Marketing zu eigen machen können.

9. Tracken und analysieren Sie die Ergebnisse

Behalten Sie die Performance Ihrer Kampagnen genau im Auge, um Ihre Inhalte mit den meisten Interaktionen zu bewerben oder noch mehr davon zu kreieren.

10. Stimmen Sie Ihre Inhalte mit Ihren Followern ab

Erstellen Sie verschiedene Inhalte mit denen Sie alle Segmente Ihrer Zielgruppe erreichen und versetzen Sie sich immer wieder in Ihre Buyer Persona hinein. Umso besser Sie Ihre Follower kennen, desto erfolgreicher gewinnen Sie Leads für Ihr Unternehmen.

Checkliste

	✓
Buyer Persona erstellen Vorlagen für Buyer Personas	
Ziele setzen	
Konto erstellen	
Verrückte & wertvolle Inhalte mischen	
Die richtigen Hashtags verwenden	
Influencer finden & mit ihnen zusammenarbeiten	
In TikTok-Anzeigen investieren	
An Challenges teilnehmen	
Ergebnisse tracken & analysieren	
Inhalte mit den Followern abstimmen	

