

# Inhalt

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Vorwort .....</b>                                             | <b>8</b>  |
| <br><b>1   «Short Video» verstehen .....</b>                     | <b>11</b> |
| <b>Kurzvideos erobern die Welt .....</b>                         | <b>12</b> |
| Vom digitalen Marketing zu Short Videos .....                    | 12        |
| Vorhang auf für TikTok und den Short-Video-Markt .....           | 14        |
| <br><b>Kurzvideoplattformen .....</b>                            | <b>17</b> |
| TikTok: die Revolution aus China .....                           | 17        |
| Meta: die Mutter von Facebook, Instagram und WhatsApp .....      | 26        |
| YouTube: Googles Videoplattform .....                            | 28        |
| <br><b>Basiswissen, das Sie haben sollten .....</b>              | <b>31</b> |
| Apps nur für Teenager? Nutzerdemografien im Vergleich .....      | 31        |
| E-Commerce über Kurzvideoplattformen .....                       | 33        |
| Plattformökonomie und Content-Recycling .....                    | 34        |
| Die Bedeutung viraler Posts .....                                | 35        |
| Short Videos sind nicht nur «short», sondern auch vertikal ..... | 37        |
| Die Kernpunkte dieses Kapitels .....                             | 39        |
| <br><b>2   Short-Video-Strategie .....</b>                       | <b>41</b> |
| <b>Kurzvideos im Social-Media-Marketing-Mix .....</b>            | <b>42</b> |
| Das «Social Media Strategic Framework» .....                     | 42        |
| Short Videos im Marketing-Funnel .....                           | 44        |
| <br><b>Ziele festlegen .....</b>                                 | <b>49</b> |
| Aufmerksamkeit generieren und Markenbildung .....                | 49        |
| Umsatz steigern und Konvertierung .....                          | 55        |
| Mitarbeitende finden mit Employer-Branding .....                 | 57        |
| <br><b>Zielgruppe definieren .....</b>                           | <b>62</b> |
| Dank Social Listening die Zielgruppe verstehen .....             | 63        |
| Lookalike Audiences und Audience Builder .....                   | 67        |
| Die Kernpunkte dieses Kapitels .....                             | 73        |

### **3 | Kurzvideos mit dem eigenen Konto umsetzen..... 75**

#### **Vorbereitung, Technik und Team .....76**

Account erstellen.....76

Notwendige Technik..... 80

Team auswählen ..... 81

#### **Content-Planung ..... 83**

Die Content-Nische ..... 83

Frequenz der Postings ..... 84

So lange dauert das Erstellen eines Beitrags..... 85

#### **Wissenswertes, bevor Sie loslegen..... 87**

Storytelling in 15 Sekunden..... 87

Community-Management ..... 92

Live-Interaktionen..... 93

#### **Schritt für Schritt zu Ihrem ersten TikTok-Video..... 94**

Das sollten Sie bei der Aufnahme beachten ..... 94

1. Schritt: App und Kurzvideomodus öffnen..... 95

2. Schritt: Aufnahmemodus festlegen ..... 96

3. Schritt: Video aufnehmen und liveschalten ..... 98

4. Schritt: Nach der Liveschaltung..... 101

Die Kernpunkte dieses Kapitels ..... 104

### **4 | Werben auf Kurzvideoplattformen.....107**

#### **Werbewirkung und Werbeformen..... 108**

Was braucht es für Werbung, die wirkt?..... 108

Reichweite auf Kurzvideoplattformen wie TikTok und

YouTube Shorts..... 109

Werbeformate – von Intrusive bis Native Advertising ..... 111

#### **Influencer als Werbemittel .....118**

Inhouse-Creator versus Auslagerung .....119

Influencer finden – wo und wie? ..... 120

Kriterien für den passenden Content Creator..... 123

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Die Kosten von bezahlten Kurzvideos</b> .....                         | 128        |
| Kosten nach Plattform und Werbeformat .....                              | 128        |
| Das kosten Influencer.....                                               | 131        |
| Die Kernpunkte dieses Kapitels .....                                     | 135        |
| <br><b>5   Kurzes Video, langfristiger Erfolg</b> .....                  | <b>137</b> |
| <b>Beobachten und Auswerten</b> .....                                    | 138        |
| Ihre eigenen Beiträge analysieren .....                                  | 138        |
| Den Erfolg Ihrer Kampagnen messen.....                                   | 141        |
| <br><b>Kurzfristige Reichweite gegenüber langfristiger Wirkung</b> ..... | 144        |
| Verkauf fördern versus Markenbildung .....                               | 144        |
| Warnung: erkaufte Umsatz.....                                            | 146        |
| <br><b>Lassen Sie sich inspirieren</b> .....                             | 148        |
| Wie andere Unternehmen Kurzvideos einsetzen .....                        | 148        |
| TikTok-Marketing-Guide, Lernportale und Blogs .....                      | 150        |
| Die Kernpunkte dieses Kapitels .....                                     | 152        |
| <br><b>Anhang</b> .....                                                  | <b>155</b> |
| Glossar .....                                                            | 156        |
| Nützliche Links .....                                                    | 160        |
| Beobachter-Ratgeber .....                                                | 163        |