

Whitepaper

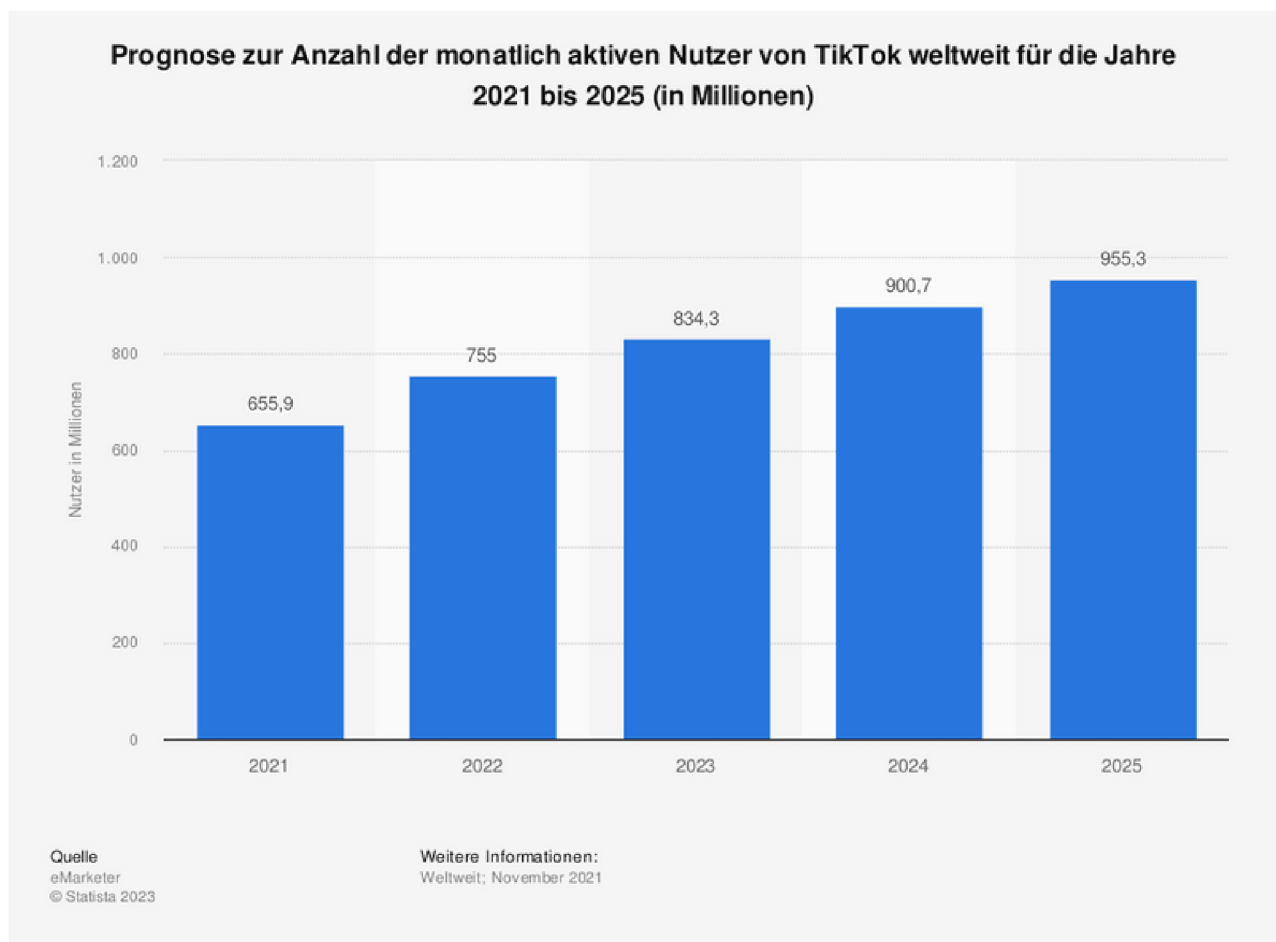
ERFOLGSGESCHICHTEN AUS DER TIKTOK-WELT

MIT INFLUENCER MARKETING UND
TIKTOK ADS ZUM SALES ERFOLG



TikTok - Die zukunftsweisende Plattform im digitalen Marketing auch für Pharmaprodukte

In der rasanten, digitalen Marketinglandschaft hat sich TikTok als globale Bühne für Kurzvideo-Unterhaltung erfolgreich positioniert und erobert unaufhörlich neue Geschäftsfelder. Mit beeindruckenden 150 Millionen aktiven Nutzern pro Monat, ist TikTok längst nicht mehr nur ein Spielplatz für die junge Generation. Tatsächlich berichten 73% der Nutzerinnen von einer tieferen Bindung zu Marken, mit denen sie auf TikTok interagieren. Ein Paradebeispiel für TikToks Potenzial liefert eine Kampagne aus der Pharma-Branche. Mit unserer Hilfe nutze ein renommierter Hersteller hochwertiger Nahrungsergänzungsmittel die Plattform, um seine Reichweite und den Umsatz mithilfe einer innovativen Kombination aus Paid Media und Influencer-Marketing zu erhöhen.



Die richtige Mischung macht's: Influencer-Marketing trifft auf Paid Media



Die Erfolgsformel der Kampagne war simpel, aber wirkungsvoll:

Sie kombinierte gezielte bezahlte Werbung mit der Power von Influencer-Bewerbungen auf TikTok und Instagram.

Der Schlüssel zum Erfolg lag in der Verwendung von Influencer-Videos als Herzstück der TikTok-Anzeigen, um eine authentische und ansprechende Botschaft zu verbreiten.

Dieser Ansatz berücksichtigte nicht nur die speziellen Anforderungen und Regulierungen der Pharma-Industrie, sondern gewährte auch eine hohe Glaubwürdigkeit und kreative Inhalte. Die organische Reichweite der Influencer-Beiträge ging durch die Decke und erreichte Millionen – ein Erfolg, der durch eine gut durchdachte Paid Media-Strategie weiter verstärkt wurde.

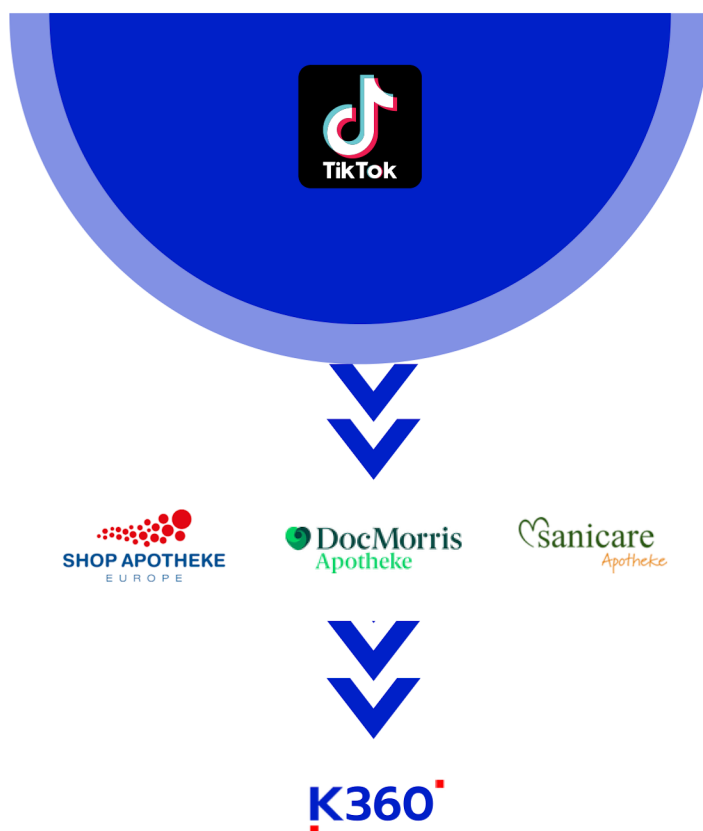
Die Wiederverwendung der Best performingen TikTok-Videos der Influencer in den Anzeigen spielte eine entscheidende Rolle bei der Steigerung der Effizienz und Glaubwürdigkeit der Kampagne.

Effiziente Aussteuerung führt zu beeindruckenden Ergebnissen

Die sorgfältige Aussteuerung der Kampagne erwies sich als effektive Methode, um die Reichweite der Influencer-Videos zu maximieren. Die Ergebnisse waren spektakulär: Die Spark Ads erreichten innerhalb eines Monats eine Reichweite von 2,4 Millionen, generierten 23.000 Klicks und führten zu über 100 umsatzstarken Käufen. Mit einem beeindruckenden ROI von 1,6 und einer Klickrate, die um 40% über dem TikTok-Durchschnitt lag, ist es offensichtlich, dass die Kombination aus hochwertigen Inhalten und effizientem Targeting die Erfolgsfaktoren waren.

Trackbarer ROI durch Tracking mit Kaske360

Dank Kaske360 Tracking konnten wir Anzeigen direkt mit einer Online-Apotheke verknüpfen, Conversions messen und den ROI maximieren. Diese Lösung ist nicht nur spannend für Unternehmen ohne eigenen Online-Shop. Zudem bietet sie die Möglichkeit, die Effizienz des Online-Shops im Vergleich zu Online-Apotheken zu testen und Potenziale aufzuzeigen.



Zusammenfassung

Diese Fallstudie unterstreicht das immense Potenzial der Kombination aus Influencer-Marketing und Paid Media auf TikTok. Mit der richtigen Balance aus authentischen Influencer-Inhalten und sorgfältig ausgesteuerten Anzeigen kann sowohl die Reichweite als auch das Engagement deutlich gesteigert und letztendlich ein positiver ROI erzielt werden. Diese wertvollen Erfahrungen können dazu beitragen, zukünftige Paid Media-Strategien auf TikTok zu optimieren und die Synergien mit dem Influencer-Marketing effizient zu nutzen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Kreativität, Authentizität und gezielter Aussteuerung – und TikTok bietet die perfekte Bühne dafür.

Insights

Kooperationen **15 Videos**

15 Influencer Kooperationen darunter Profile mit 1.2 Mio Follower auf der Plattform Tik Tok mit Fokus auf Kurzvideos

Reichweite **+1,8 Mio.**

Mehr als 1.8 Mio. erreichte Nutzerprofile durch die Ausspielung über die Plattform und verwendeten Video-Assets

Klicks **2.600**

Mehr als 2000 Klicks auf die Landingpage über Links & Bio der gebuchten Influencer

CPM **€ 15**

Mit 15€ deutlich günstigerer Tausenderkontaktpreis als über andere soziale Kanäle

Reichweite **+2,4 Mio.**

Über 2 Mio. erreichte Nutzerprofile durch die Ausspielung der besten Video-Kooperationen über TikTok Spark Ads

Klicks **23.000**

23.000 Direktklicks auf die Produktseite der gewählten Online-Apotheken wie Shop-Apotheke oder DocMorris

CPM **€ 2,24**

Überdurchschnittlich guter Tausenderkontaktpreis zur Erreichung von relevanten Sichtkontakten und zur Steigerung der Brand Awareness für das beworbene Produkt des Herstellers

Direktkäufe **106**

Über Kaske360 gemessene Direktkäufe, welche umgehend auf den Produktseiten der Online-Apotheken getätigt wurden. Tatsächliche Zahl deutlich höher, da Ablehnungen von Cookies oder Käufe an anderen POS nicht berücksichtigt sind