

Swiss Recycle



Virginie Lefèvre
Search & Social
Consultant
mediatonic

TikTok TopFeed: bewegt die Schweizer zur Teilnahme am Recycling Day

In einer früheren Ausgabe haben wir bereits berichtet, wie effizient TopView seine Nutzer ins Rampenlicht rückt. In dieser neuen Edition wollen wir Ihnen das 2022 implementierte Format TopFeed vorstellen, das dem Launch der «Reach & Frequency»-Kampagnen auf der Plattform folgte.

Was genau ist TopFeed?

Wahrscheinlich würden Sie sagen: Ist das nicht bloss ein weiteres Werbeformat, das man auf TikTok buchen kann?

Das stimmt, aber TopFeed kann noch viel mehr! Denn wer sich für TopFeed entscheidet, kommt in den Genuss exklusiver Anzeige-Konditionen: Ihr Video wird im Newsfeed «Für dich» der TikTok-Nutzer an erster Stelle gezeigt, und das will etwas heissen! Mit seinen zu 100 % personalisierten Anzeigen, die auf den Interessenschwerpunkten und persönlichen Interaktionen jedes einzelnen Nutzers aufbauen, hängt TopFeed die Konkurrenz locker ab! Flexibilität und präzise Zielgruppenerfassung gehören eindeutig zu den Stärken des Formats.

Die deutliche Steigerung der Sichtbarkeit ist unbestreitbar: Der Newsfeed «Für dich» ist der erste, den die TikTok-Nutzer beim Öffnen der App zu Gesicht bekommen. Das TopFeed-Format ist durch und durch immersiv und bietet dem Nutzer einen optimalen Werbemittelkontakt. Darüber hinaus lässt es sich durch interaktive Kreativmodule erweitern, die seine Werbewirkung weiter erhöhen.

Okay – aber wozu?

Das TopFeed-Format wurde entwickelt, um Werbekampagnen mehr Reichweite zu verschaffen. Dafür sorgt die privilegierte Platzierung. Sie erreichen damit im zuvor gebuchten Zeitraum die grösstmögliche Anzahl von TikTok-Nutzern und kontrollieren gleichzeitig deren Kontaktfrequenz. So hinterlassen mit TopFeed beworbene Marken und Produkte bei jedem kontaktierten Internetnutzer einen dauerhaften Eindruck.

Im Rahmen einer Awarenesskampagne wollte Swiss Recycle die Sichtbarkeit des globalen «Recycling Days», maximieren.

Da erwies sich TopFeed, das ganz klar auf eine Reichweitenoptimierung abzielt, natürlich als «Perfect Match». Bei einer über vier Tage gebuchten Kampagne wurden in der Deutschschweiz und in der Westschweiz 726'000 TikTok-Nutzer unter 40 Jahren auf den «Recycling Day» aufmerksam gemacht, wobei jeder Nutzer maximal zweimal täglich Kontakt mit der Werbung hatte.

Wie wäre es also mit TopFeed?

Wie bei jedem Exklusivformat sind die Werbeplätze teuer. Auch ist dringend zu empfehlen, die TopFeed-Platzierung auf TikTok mehrere Monate im Voraus zu buchen.

Wenn Sie also vorhaben, den Bekanntheitsgrad Ihrer Marke oder Ihres Produktes zu steigern und TikTok-Nutzer zu Ihrer Zielgruppe gehören, dann sollten Sie das Format ausprobieren! Wenden Sie sich einfach an Ihren Mediatonic-Experten. Wir stehen Ihnen bei der Planung Ihrer TopFeed-Kampagne auf dem sozialen Netzwerk TikTok gern mit Rat und Tat zur Seite.

