



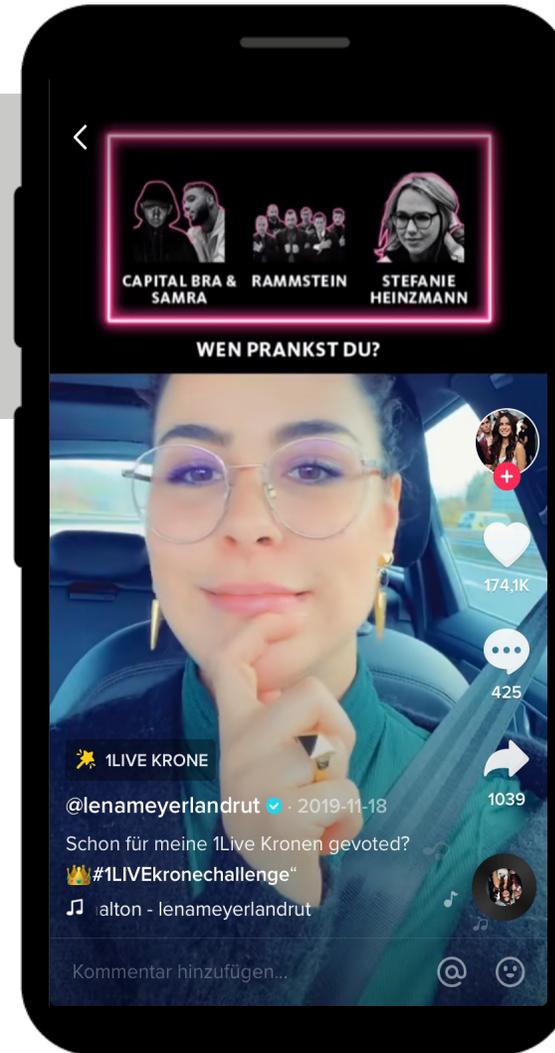
ERFOLGSFAKTOREN



## 1. EINFACHHEIT

Jeder sollte die Challenge imitieren können, um schnell und einfach mitzumachen.

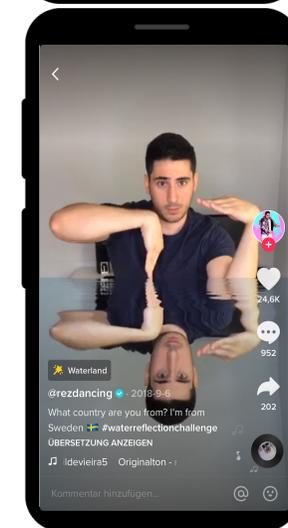
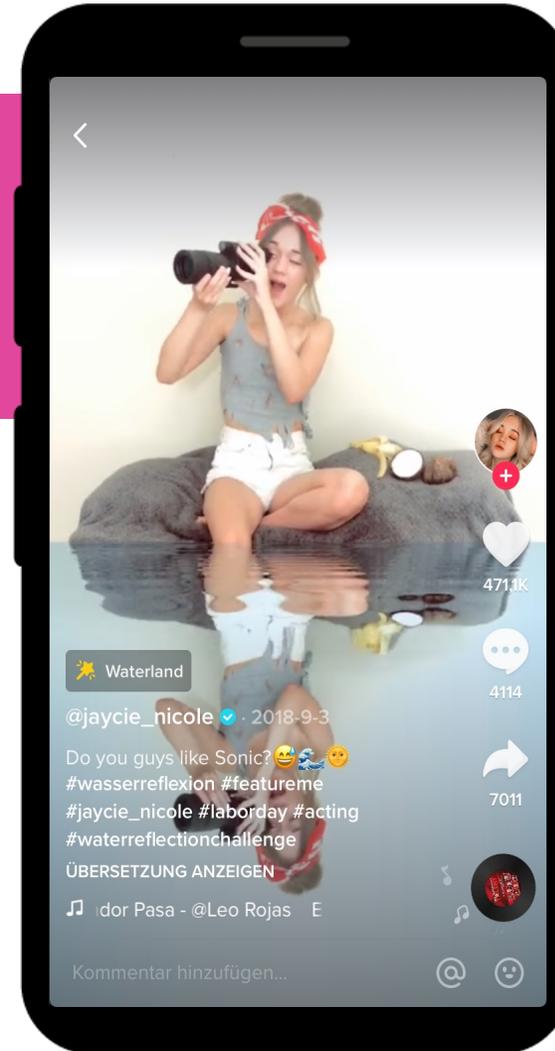
Kampagnenbeispiel:  
#1LIVEkronechallenge



## 2. KREATIVITÄT

Trotz der Einfachheit sollten nicht immer gleiche Videos entstehen. Eine Vielzahl an verschiedenen Videos, die durch den konzeptionellen roten Faden verbunden sind, schafft mehr Aufmerksamkeit.

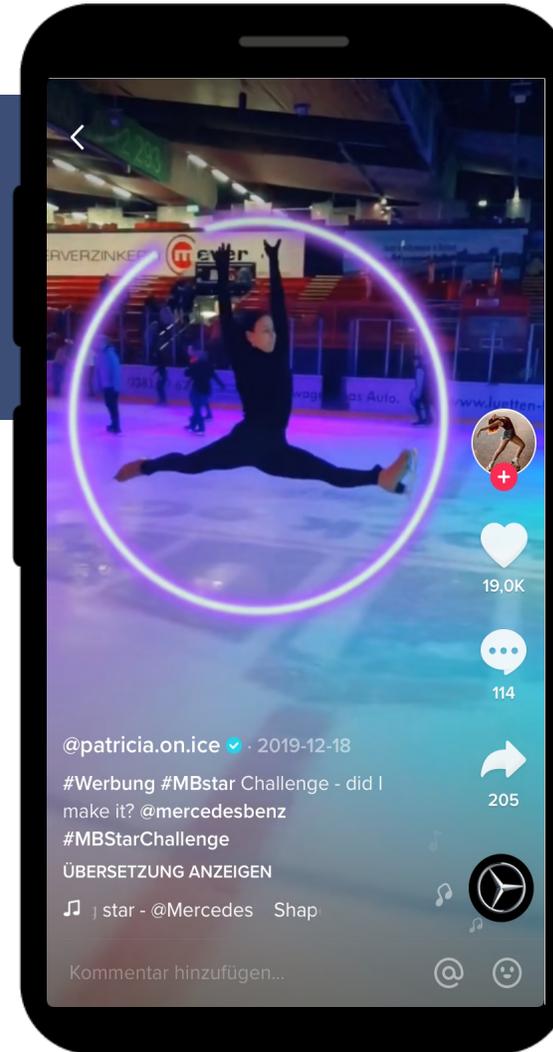
Beispiel:  
#waterreflectionchallenge



### 3. PRODUKTBEZUG

Ziel: Aufmerksamkeit für dein Produkt.  
 Leider steht das ggf. im Gegensatz zu allen anderen Erfolgsfaktoren. Gehe eine Gradwanderung ein oder versuche, eher einen Bezug zur Marke zu suchen, um ganz auf Brand Awareness und Imagegewinn abzuzielen.

Kampagnenbeispiel:  
 #MBStarchallenge



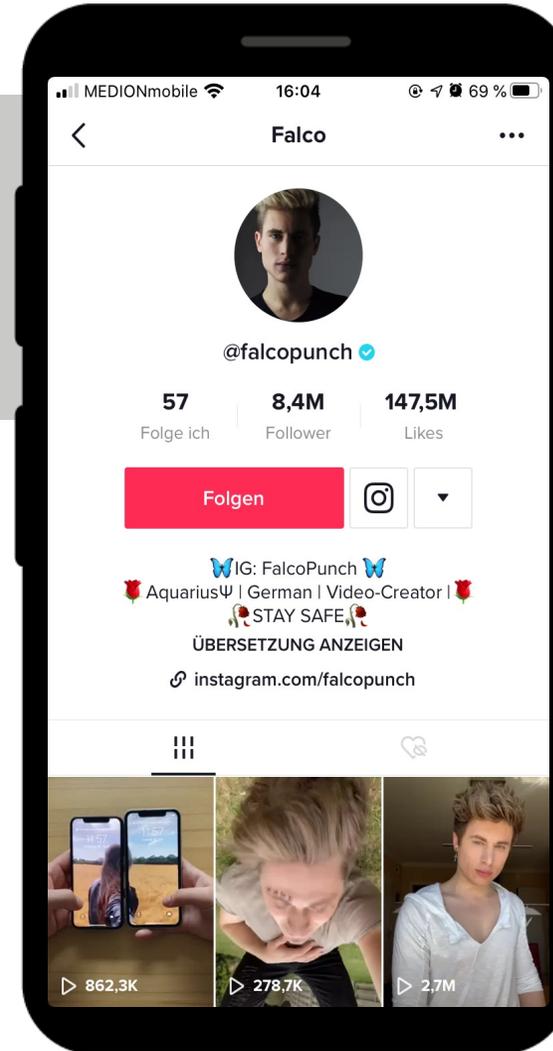
## 4. WATCHTIME - ALGORITHMUS

Dein Konzept muss Videos ermöglichen, die den User bis zum Ende fesseln. Hier sind insbesondere die ersten 3 Sekunden im besten Fall schon packend und verhindern den Swipe zum nächsten Video. Das triggert den Algorithmus.



## 5. INFLUENCER

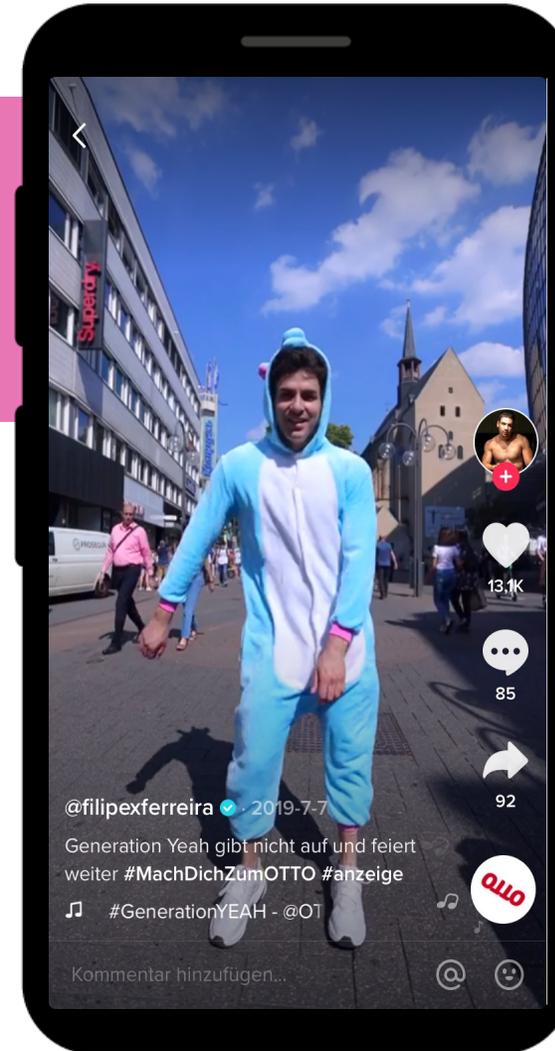
Du benötigst Reichweite und Social Proof. Gesichter, die es vormachen und denen die Community nacheifert, geben deiner Challenge den nötigen Kickstart. Ohne geht es kaum. Das zeigen alle positiven Kampagnenbeispiele.



## 6. HUMOR

Nimm dich als Marke nicht zu ernst,  
darauf steht die GenZ einfach :)

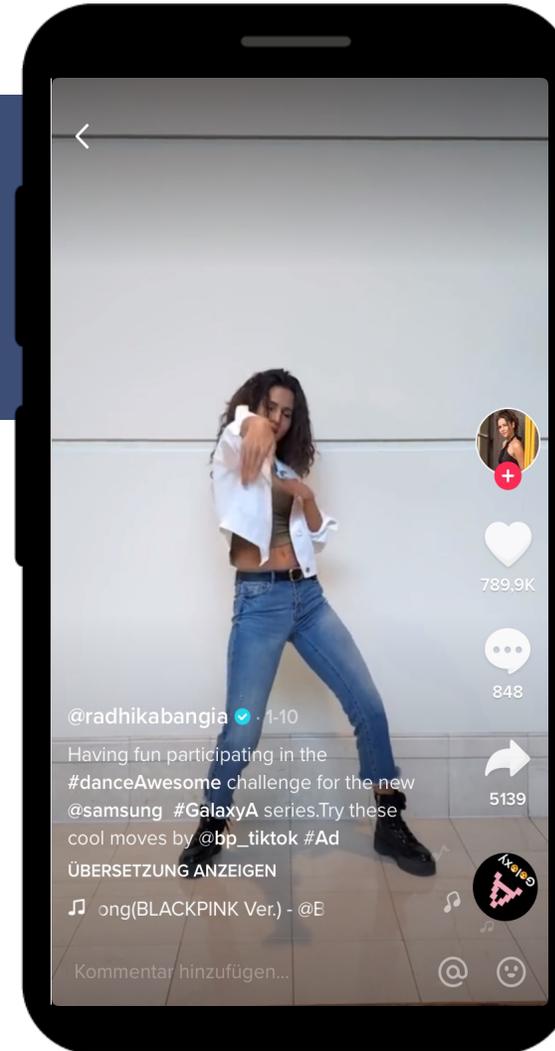
Kampagnenbeispiel:  
#machdichzumOtto



## 7. BRANDED MUSIC & HASHTAG

Es werden viele Videos entstehen, die von der Aufmerksamkeit deiner Challenge profitieren wollen, aber diese nicht wie geplant mitmachen werden, sodass deine Message verloren und deine Marke untergeht. Sorge mit deinem Hashtag und mit Branded Music dafür, dass die Reichweite solcher Videos trotzdem deiner Marke zugutekommt.

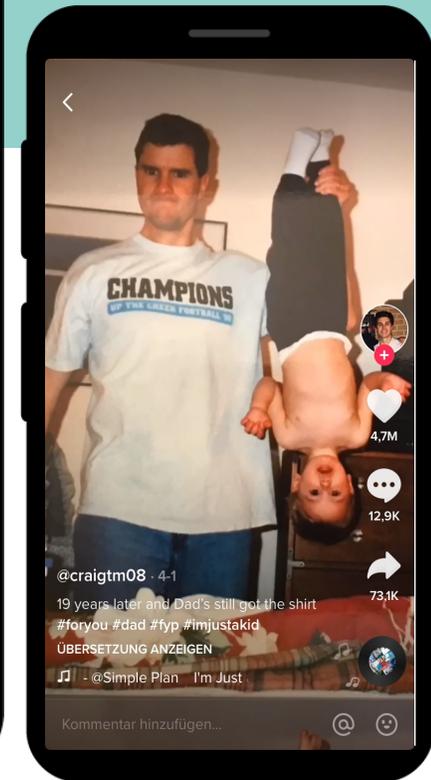
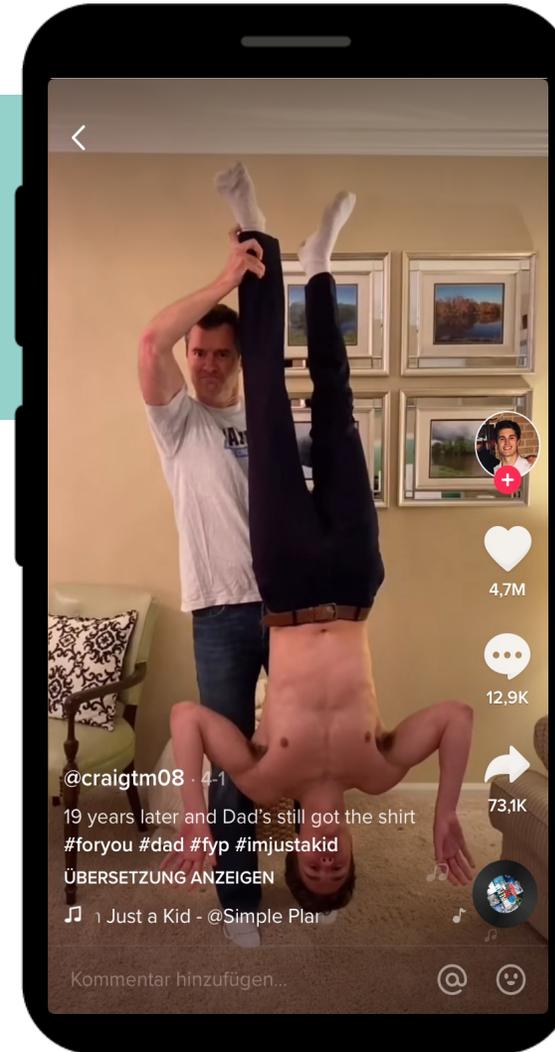
Kampagnenbeispiel: #galaxya



## 8. TRENDTHEMA

Trends sichern Aufmerksamkeit und Reichweite. Gehe auf aktuelle Videotrends ein oder beziehe die Challenge auf ein aktuelles Thema der GenZ, um die Message so relevant wie möglich für die Zielgruppe zu verpacken.

Beispiel: #Iamjustakid  
Gestartet von User @craigtm08



ZU MEHR TRENDS AUF TIKTOK GEHT ES HIER LANG:

TIKTOK WEBPANEL

SOCIAL TALK WEBSITE