



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Pinterest und Facebook im Umsatzvergleich!



Quelle: www.rohinie.eu



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Pinterest stand vor kurzem wieder mit der Schlagzeile in den Medien das die Nutzerzahl sich jetzt der 20 Millionen-Grenze nähert.

Im März berichtete complete.com Pinterest hat 18 Millionen registrierte User und am 18. März 4 Millionen aktive Besucher.

Es gibt nun zwar auch Berichte in verschiedenen Blogs das Pinterest sein Wachstum, so wie Twitter und Facebook auch, verlangsamt hätte – aber populistische Aussagen über den bevorstehenden Untergang des Netzwerkes sind sicher falsch.

Die Macht des Foto-Teilens

Pinterest ist für Vermarkter sehr wertvoll da es eine leicht verständliche Plattform für das Teilen von Fotos, Bildern und Videos ist. Viele Nutzer teilen sogar auch auf Pinterest während Sie ihre Inhalte im gleichen Ablauf auf Twitter und Facebook zur Verfügung stellen.

Pinterest reduziert ganz erheblich den Aufwand des Teilens von Bildern und drängt Marketingverantwortliche geradezu dazu, die vorhandenen Produktfotos auf dieser Plattform der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.

Die auf Pinterest übliche Art des Teilens von Fotos enthält einen Link, der zurück zum ursprünglichen Foto führt. Online-Shops für Mode, Boutiquen, Haushaltswaren und Geschenkartikel nutzen dies um zusätzlichen Handel zu treiben. Dies gilt besonders dann wenn ihre Produkte optisch ansprechend dargestellt und aus diesem Grunde oft und gerne geteilt werden.

Um die Macht des Foto-Teilens besser zu verstehen müssen Sie wissen, das z.B. auf Facebook Fotos zu 50% mehr geteilt werden als alle anderen Arten von Inhalten. Diese Mentalität der Menschen macht Pinterest zu einem derart mächtigen Marketinginstrument.

Die wichtigste Frage ist natürlich ob dies alles auch Umsätze bringt.

Funktioniert Social-Commerce?

Es gibt soziale Netzwerke und es gibt den Handel, so weit und so gut. Das weit verbreitete Denken ist, dass diese Beiden nicht unbedingt vermischt werden sollten.

Auf diversen Blogs gibt es Artikel in den gesagt wird, Facebook ist gut um sich zu engagieren, aber ist nicht mehr gut wenn es um das Verkaufen geht.



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Wenn man jedoch etwas tiefer einsteigt erkennt man, dass dies offenbar ein Missverständnis ist und der Social-Commerce lebt und zur Zeit sogar recht munter ist.

Bottica.com ist z.B. eine Online-Boutique für individuellen Schmuck und Modeaccessoires von gehobenen Designern aus der ganzen Welt. Das Unternehmen nutzt [Pinterest](https://www.pinterest.com) schon seit längerer Zeit und präsentiert verführerische Produktfotos in verschiedenen Boards (Pinwände), sortiert nach den unterschiedlichen Produktkategorien. Die Fotos beinhalten einen direkten Link zur Verkaufsseite im Online-Shop des Unternehmens.

Botticas Pinterest-Seite

Das Unternehmen betreibt auf Pinterest über 60 Boards, die im Durchschnitt mehr als 700 Follower haben und es werden die Fotos von ca. 3.200 Artikeln präsentiert.

Die Fotos, die das Unternehmen in seinem Internet-Shop zeigt, sind natürlich von sehr hoher Qualität. Diese Qualität gewährleistet auch den hochwertigen Auftritt der Firma auf Pinterest.

Pinterest wird von Bottica als eine Art Produktkatalog mit entsprechendem Link zur jeweiligen Verkaufsseite des Shops genutzt.

Per Click auf das Foto wird die Besucherin direkt in den Bottica-Shop geleitet, kann dort weiter in den Artikelangeboten suchen und letztendlich natürlich auch kaufen.

Botticas Facebook-Seite

Die [Facebook-Seite](https://www.facebook.com/Bottica) von Bottica hat über 25.000 Likes und besitzt an prominenter Stelle die Pinterest-App über die der Pinterest-Auftritt ebenfalls mit Traffic versorgt wird.

Dieser Pinterest-Tab, der in Facebook eingebettet ist, erlaubt den Zugriff auf den Online-Shop über den Pinterest-Account direkt von Facebook aus.

[Omni-Commerce](https://www.omnicommerce.com) wird hier deutlich. Die Kunden können von Facebook, Pinterest und dem E-Commerce-Shop aus kaufen, ganz wie es ihnen gefällt.

Man fand jetzt auf Grund der eigenen Unternehmensdaten heraus, dass die sozialen Netzwerke auch tatsächlich soziale Umsätze generieren.

Die Pinterest- und Facebook-Ergebnisse im Vergleich



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Boticca verfolgte die Umsätze, die durchschnittliche Umwandlungen und das Engagement der 50.000 Besucher von Pinterest und 50.000 von Facebook.

Hier sind die Aussagen, die das Marketing des Unternehmens durch den Vergleich dieser beiden Netzwerke gelernt hat:

- Pinterest-User geben mit 180\$ mehr Geld bei den Einkäufen aus als die Facebook-User, die im Schnitt für 85\$ kaufen
- Pinterest-User verbrachten 65% weniger Zeit auf der Seite als Facebook-User
- Pinterest verleitete mit 10% mehr Besucher zum Kauf als Facebook mit 7%
- Die Konversion-Rate von Pinterest ist 51% geringer als die von Facebook

Fazit: Richtig genutzt funktioniert der Social-Commerce bei den richtigen Produkten. Auch der Einsatz und die sinnvolle Kombination verschiedener Netzwerke kann den Unternehmenserfolg insbesondere durch Leads zu den Verkaufsseiten erheblich steigern.

Jeder benötigt natürlich die für sein Umfeld passende Strategie.

Wie ist es bei Ihnen? Nutzen Sie Pinterest in Ihrem Umfeld? Wann wollen Sie starten?

Haben Sie persönliche Fragen zu Pinterest oder möchten Sie eine persönliche Beratung? Klicken Sie einfach auf [Kontakt](#) – wir sind für Sie da!

Wenn Ihnen diese Informationen gefallen haben empfehlen Sie uns bitte weiter. Vielen Dank.

Mehr Informationen:

www.rohinie.eu