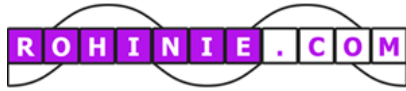


WordPress . YouTube . Pinterest . Software & Beratung



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Effektives Pinterest-Marketing



Quelle: www.rohinie.eu

ROHINIE.COM Limited . 6 Bath Street . Ashby de la Zouch . LE65 2FH . UK Registered
in England and Wales No. 7590879 Telefon: +44 1530 588476 E-Mail: blog@rohinie.com
Twitter: @rohiniecomde Internet: www.rohinie.com (english) & www.rohinie.eu (deutsch)
Blog: rohiniecom.blogspot.co.uk



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Effektives Pinterest-Marketing

Pinterest wächst weiter und entwickelt sich durch die fortschreitende Anziehung der Zuschauer zur unverzichtbaren Marketing-Plattform für visuelle Botschaften.

Pinterest hat laut Aussagen der Firma Compete inzwischen in etwa die Hälfte des Traffics von Twitter erreicht. Trotzdem vergessen viele Marketingverantwortliche gerade im deutschsprachigen Raum Pinterest auf ihre eigene Seite oder ihren eigenen Blog einzubinden und verzichten dadurch auf mögliche Umsätze.

3 Punkte die die Pinterest-Integration sinnvoll machen

Die geschäftliche Nutzung von Social-Media entwickelt sich ständig weiter. Es ist daher unumgänglich neue und aufstrebende Plattformen zu beobachten und zu testen.

Die folgenden 3 Punkte sollten Sie dazu bewegen die Plattform Pinterest in Ihre Strategie zu integrieren:

Pinterest zieht Social-Media-Neulinge an!

Je mehr die Nutzung der Social-Media reift, desto mehr behindern altbekannte Gewohnheiten die Nutzung neuer Möglichkeiten. Daher konzentrieren Sie Ihre Anstrengungen auf Social-Media-Neulinge. Etwa jeder siebte Pinterest-Nutzer hat gar kein Interesse an anderen Plattformen. Diese Aussage trifft noch mehr auf Personen mit einem Einkommen unter 25.000 € pro Jahr zu.

Pinterest-User verlagern Zeit von anderen Plattformen!

Etwa ein Viertel der User verbringen weniger Zeit auf anderen Social-Media-Websites zu Gunsten von Pinterest. Die z.B. auf Facebook verbrachte Zeit sank laut Analysen der Firma Compete um 3% und diese Zeit wurde zu Pinterest verlagert.

Pinterest wächst wegen des Do-It-Yourself-Effektes!

Obwohl viele Pinterest noch immer in die Do-It-Yourself-Kategorie einordnen sind gerade die Unternehmen gut aufgestellt, die ihre Produkte und ihr Angebot auf optisch ansprechende Weise auf dieser Plattform präsentieren.



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Die Rezeptseite von Kraft bekam nach Analyse der Firma Compete im Mai 2012 4% mehr Besucher über die gekonnte Präsentation auf der Fotoplattform.

Dies ist zwar nur ein Beispiel. Dieses zeigt aber die Möglichkeiten von Pinterest als machtvolles Tool zu Generierung von Traffic, Leads und letztendlich auch Umsatz.

Diese Taktiken machen Ihr Pinterest-Marketing noch erfolgreicher

Pinterest ist eine Bild-Plattform auf der Marketingverantwortliche ihr Streben nach visueller Pracht voll ausleben können. Die folgenden Vorschläge werden Ihnen dabei helfen Ihren Marketing-Erfolg auf Pinterest zu maximieren:

Nehmen Sie kurze aber einprägsame Board-Titel!

Gewinnen Sie Besucher für Ihre Boards durch Titel, die Spaß machen, gleichzeitig prägnant sind und passende Schlüsselbegriffe zu Ihrer Firma und Ihren Angeboten enthalten. Mit anderen Worten: seien Sie auffindbar im Pinterest-Universum. Verwenden Sie nur 2 bis 5 Wörter im Titel.

Kurze Pin-Erklärungen, aber im Kontext!

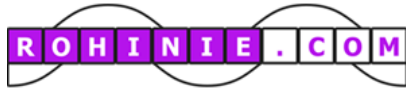
Integrieren Sie Ihren Board-Titel wo immer möglich in die Beschreibung Ihrer Pins. Verwenden Sie SEO-optimierte Schlagwörter die Ihnen dabei helfen gefunden zu werden. Die meisten Beschreibungen bestehen auf 4 bis 14 Wörtern, der Durchschnitt bei Pinterest liegt bei 7,5 Wörtern pro Pin. Etwa 50% der Beschreibungen bestehen aus lediglich bis zu 5 Wörtern, nur 10% der Pins werden mit mehr als 15 Wörtern beschrieben.

Erweitern Sie das Gespräch (Aber halten Sie es konzentriert!)

Social-Media-Nutzer sind sehr erfahren in der Benutzung von Hash-Tag um eine Konversation zu beginnen oder am laufen zu halten. Obwohl Hash-Tags auf Pinterest verwendet werden zeigen Untersuchungen, dass nur 25% der Firmen diese nutzen. Wie das Beispiel Twitter zeigt liegt hier noch ein gewaltiger Nachholbedarf vor.

Engagieren Sie Ihre Besucher (aber nur gelegentlich)!

Unterhaltungen werden auf Pinterest durch das @-Zeichen definiert, ähnlich wie es von Twitter her bekannt ist. Untersuchungen haben jedoch ergeben, dass die Unterhaltungen auf



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Pinterest sehr beschränkt sind, denn nur etwas 10% der beteiligten Unternehmen setzen das @-Zeichen für die Kommunikation mit Kunden und Interessenten ein.

Allerdings ist dies nicht unbedingt negativ, denn Pinterest ist in erster Linie eine Plattform zum Publizieren von Bildern und Videos und nur nachgeordnet ein Konversationsmedium.

Folgen Sie Ihren Besuchern, aber ohne Verpflichtungsgefühl!

Unternehmen folgen in der Regel Ihren Followern nicht zurück. Es gibt aber auch Ausnahmen in denen Firmen ihre Anhänger in starkem Maße am Design des eigenen Auftrittes beteiligen.

Pinterest ermöglicht es Unternehmen jedoch Trendsetter und Kuratoren für ihre Kunden sein.

Fazit: Pinterest ist eine überaus sinnvolle Ergänzung zu den bereits bestehenden Social-Media-Strategien vieler Unternehmen. Insbesondere ist Pinterest ein Instrument zur Neukundengewinnung in Branchen wie Mode, Kosmetik, Beauty, Hotel & Gastronomie, Immobilien und viele weitere.

In wie weit Pinterest auch eine Plattform für Rechtsanwälte, Notare, Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer ist sollte jeder für sich entscheiden.

Aber wichtig ist in jedem Falle die Pins mit auffindbaren Schlüsselwörtern zu versehen.

Mehr Informationen:

www.rohinie.eu