STRATEGISCHES PINTEREST MARKETING: 10 ULTIMATIVE SCHRITTE ZUM (ORGANISCHEN) ERFOLG

Veröffentlicht am3. April 2020 von Milena

Für Dein Business ist Pinterest ein Trafficgarant. Bevor Du jedoch bei Pinterest nun wild darauf lospinnst, solltest Du Dir erstmal Gedanken zu Deiner Pinterest Strategie machen. Ich habe für Dich die 10 ultimativen Schritte zum Erfolg in diesem Beitrag zusammengefasst.
Kategorie: Pinterest Marketing

Pinterest ist eine visuelle Suchmaschine, die ihre Nutzer mit Hilfe von ansprechenden Grafiken inspirieren und ihnen eine Lösung für ihr Problem bieten möchte. Für Dein Business ist Pinterest ein Trafficgarant. Bevor Du jedoch bei Pinterest nun wild darauf lospinnst, solltest Du Dir erstmal Gedanken zu Deiner Pinterest Strategie machen.

Ich habe viele Pinterest Accounts aufgebaut und betreut und habe für Dich die 10 ultimativen Schritte zum Erfolg in diesem Beitrag zusammengefasst. Viel Spaß beim Umsetzen!

#1 Ziel festlegen

Das übergeordnete Ziel von Pinterest Marketing ist, so viele Webseitenbesuche wie nur möglich zu generieren. Nur wer Dich bzw. Deine Webseite kennt, kann bei Dir kaufen.

Genauso wichtig, wenn nicht sogar wichtiger, ist, den nächsten Schritt zu planen und vorzubereiten. Stell Dir bitte Folgendes vor: Der Pinterest Nutzer findet Deinen Pin interessant. Der Pin macht ihn dermaßen neugierig, dass er den Pin anklickt und – juhuu – auf Deiner Webseite landet. Doch was passiert dann? Frag Dich bitte ganz ehrlich, ob klar ist, was der Nutzer als nächstes tun *soll*.

Wie also soll der Traffic konvertiert werden? Und genau das ist der nächste Schritt! Welches Ziel möchtest Du mit Pinterest Marketing erreichen?

Wenn Du Newsletter-Abonnenten gewinnen möchtest, dann füge in deinen Blogbeitrag Opt-in Formulare ein. Alternativ kannst Du auch ein Pop-up auf der Seite zur Newslettereintragung

aktivieren. Auch die Topbar eignet sich dafür, ein Opt-in Formular einzubetten. Wenn Du also Newsletter Abonnenten haben möchtest, dann biete Deinen Besuchern auch die Möglichkeit an, sich für Deinen Newsletter anzumelden.

Oder Du hast einen Salesfunnel, der mit einer Webinaranmeldung beginnt? Dann verlinke im Blogbeitrag zur Webinaranmeldung oder nutze ein Pop-up dafür.

Versetze dich bitte in die Lage des Pinterest Nutzers und verfolge seine Reise. Frag Dich bei jedem Schritt, ob deutlich wird, was Du erreichen möchtest und korrigiere ggfs. nach.

Ein Tipp, den ich Dir noch geben möchte, ist Folgender: Es muss absolut klar sein, was als nächstes getan werden soll. Biete also bitte nicht Newsletter-Formular, Webinaranmeldung und drei weitere Sachen an. Entscheide Dich für ein Ziel pro Blogbeitrag und verfolge es. Wenn ein Nutzer überfordert ist, weil ihm 3 Sachen angeboten werden, macht er in den allermeisten Fällen *gar nichts*.

#2 Nische festlegen

Ein erfolgreicher Account ist einer, der viel Traffic generiert und eine hohe CTR (=Click through rate) generiert. Um das zu erreichen, muss Du dem Pinterest Algorithmus erstmal beibringen, welches Thema Du verfolgst und welche Zielgruppe Du erreichen möchtest.

Das erreichst Du, indem Du Dein Profil nischengerecht aufbereitest. Angefangen bei Deinem Profilnamen, über die Boardtitel bis hin zu den Boardbeschreibungen. Nehmen wir mal an, Du bloggst rund um das Thema Nachhaltigkeit. Dann sollten die Pinnwände Deines Profils auch nur dieses Thema aufgreifen, z.B. „nachhaltiges Reisen“, „nachhaltiges Badezimmer“, „nachhaltig leben“ usw.. Ein Board mit dem Titel „Keller Ideen“ passt da nicht rein. (Natürlich kannst Du dieses Board dennoch bespielen, setze es dann aber gern auf „geheim“ oder noch besser, dafür ein privates Profil nutzen.). Auf den ersten Blick muss deutlich werden, welcher Nische Dein Profil zugeordnet werden kann.

#3 SEO-Optimierung des Profils

Ich kann es nicht oft genug sagen: Pinterest ist kein soziales Medium, es ist eine visuelle Suchmaschine. Du kannst die Antwort auf die Suchanfragen der Pinterest Nutzer nur dann sein, wenn Du die relevanten Keywords in Deinem Profilnamen, Deiner Profilbeschreibung, in den Boardtiteln und Boardbeschreibungen sowie auch in den Pins platziert hast.

#4 Content mit Mehrwert

Die Grundvoraussetzung, um Pinterest für das eigene Unternehmen nutzen zu können, ist regelmäßig neuer Content. Das können Blogbeiträge, Podcastepisoden oder Produkte in einem Shop sein. Falls du Pinterest dazu nutzen möchtest, Deinen Instagram oder Youtube Kanal zu pushen, kannst du natürlich auch diese Beiträge einplanen.

Die Nutzer sind bei Pinterest unterwegs, weil sie sich Inspiration wünschen. Sie haben ein Problem und benötigen eine Lösung.

Pinterest möchte mit seinen Inhalten seine Nutzer also inspirieren, sie auf Ideen bringen und ihnen Problemlösungen vorstellen.

Um das zu ermöglichen, sollte Dein Content Mehrwert bieten. Dein Blogbeitrag, Deine Podcastepisode oder Dein Produkt haben immer das Potenzial, die Antwort auf die Suchanfrage der Pinterest Nutzer zu sein. Nutze es, indem Du Content mit Mehrwert bietest. Sei Du die Antwort auf ihre (Suchan-)Frage!

#5 Neu ist immer besser

Pinterest möchte inspirieren und versteht sich als Ideengeber. Neue Ideen und Inspiration entstehen nur bei neuen Inhalten. Daher ist es für Dein Pinterest Marketing von großer Bedeutung, dass Du neuen Content streust.

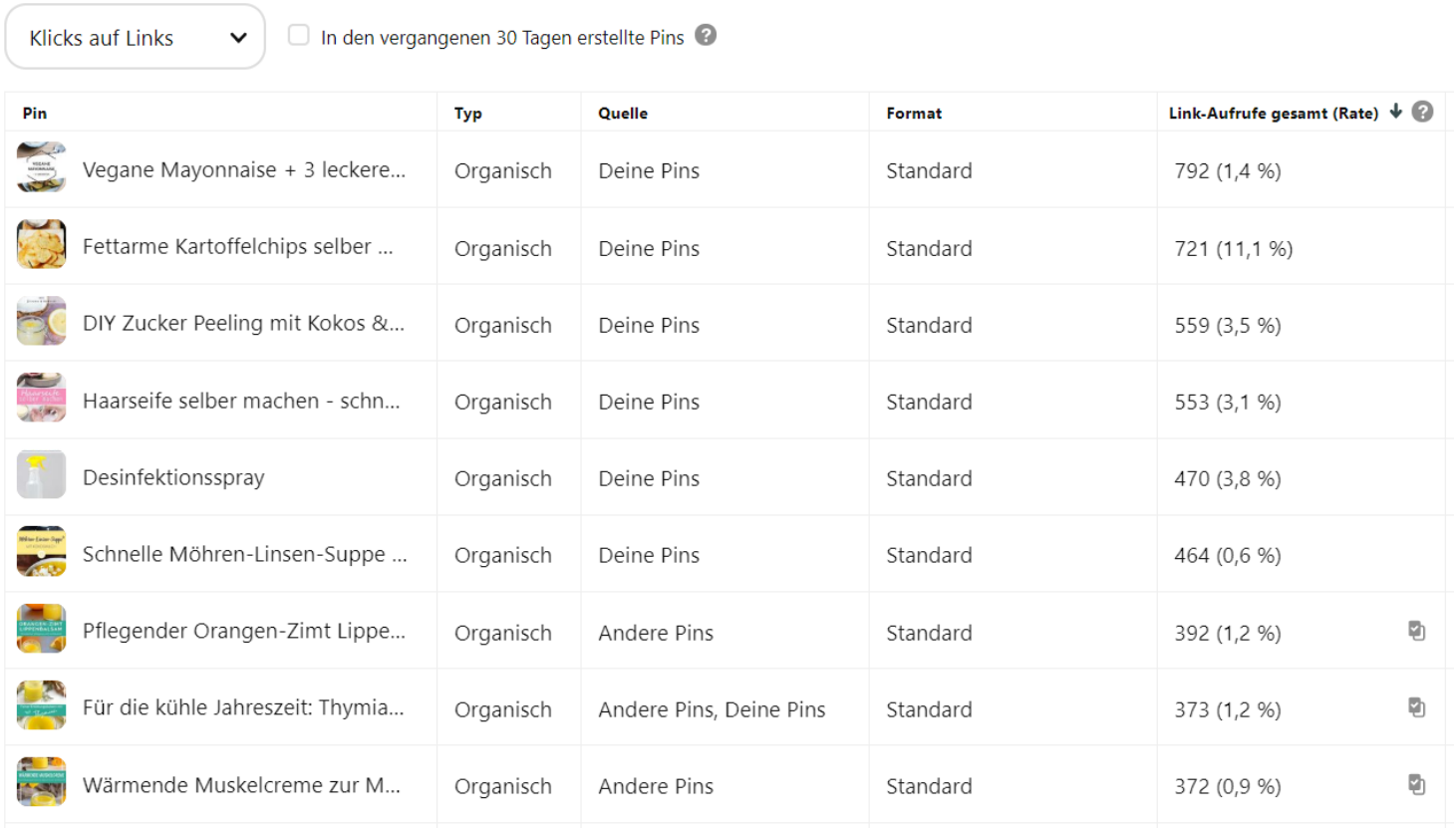
Und so funktioniert es:

- Im optimalen Fall erstellst Du regelmäßig neuen Content und mehrere, ansprechende Grafiken dazu, die Du bei Pinterest pinnst. Hier hast Du also einen neuen Beitrag mit einem neuen Link und neuen Grafiken. **PERFEKT!**
- Als eine weitere Variante von neuem Content werden auch neue Grafiken zu einem bereits bestehenden Beitrag angesehen. Hier hast Du also einen alten Beitrag mit einem alten Link, aber *neuen* Grafiken.

Vermeide es also, Deine bisherigen Grafiken immer und immer wieder zu verwenden, denn sie gelten dann leider nicht als neu.

#6 Analyse ist alles

Ok, ich gebe es zu: Ich bin ein kleiner Analysejunkie :-D So auch bei Pinterest. Die Pinterest Analytics zeigen Dir, welche Beiträge besonders erfolgsreich sind. Ich orientiere mich dabei immer an den ausgehenden Links (ehemals Klicks auf Links, bitte im Dropdown-Menü auswählen), weil es schließlich das ist, was Traffic für Deine Webseite bedeutet. Hier ein Beispiel:



Pin	Typ	Quelle	Format	Link-Aufrufe gesamt (Rate)
Vegane Mayonnaise + 3 leckere...	Organisch	Deine Pins	Standard	792 (1,4 %)
Fettarme Kartoffelchips selber ...	Organisch	Deine Pins	Standard	721 (11,1 %)
DIY Zucker Peeling mit Kokos &...	Organisch	Deine Pins	Standard	559 (3,5 %)
Haarseife selber machen - schn...	Organisch	Deine Pins	Standard	553 (3,1 %)
Desinfektionsspray	Organisch	Deine Pins	Standard	470 (3,8 %)
Schnelle Möhren-Linsen-Suppe ...	Organisch	Deine Pins	Standard	464 (0,6 %)
Pflegender Orangen-Zimt Lippe...	Organisch	Andere Pins	Standard	392 (1,2 %)
Für die kühle Jahreszeit: Thymia...	Organisch	Andere Pins, Deine Pins	Standard	373 (1,2 %)
Wärmende Muskelcreme zur M...	Organisch	Andere Pins	Standard	372 (0,9 %)

Wenn Du merkst, dass ein Beitrag besonders gut ankommt, erstelle gern neue Grafiken dazu und neue Inhalte, die daran anlehnen. Du kannst Dich auch an den erfolgreichen fremden Pins orientieren und ähnliche Inhalte erstellen, da es scheinbar für Deine Zielgruppe relevant ist.

#6 Tailwind für automatisiertes Pinnen nutzen

Ich bin ein großer Freund von Effizienz und Automatisierung. Daher nutze ich für meine Kunden sehr gern das Planungstool Tailwind*, dass du zum automatisierten Pinnen nutzen kannst. Du sparst enorm viel Zeit im Vergleich zum manuellen Pinnen.

#7 Mehr Reichweite durch relevante Gruppenboards & Tailwind Communities

Gruppenboards sind ein wichtiges Instrument, um bei Pinterest organisch zu wachsen und Reichweite zu gewinnen. Nutze es aber mit Bedacht! Bespiele nur *nischenrelevante* anstatt „Kraut & Rüben"-Gruppenboards ohne erkennbares Kernthema. Relevanz vor Quantität! Analysiere die Gruppenboards auch regelmäßig mit Hilfe von Tailwind. Bringt Dir ein Gruppenboard nichts? Dann tritt aus :-)

Das Pendant zu Gruppenboards bei Pinterest sind Communities bei Tailwind. In einer Tailwind Community pinnen Pinterest Nutzer ebenfalls zu einem bestimmten Thema. Der Vorteil von Communities ggü. Gruppenboards ist, dass alle dortigen Mitglieder über die kostenpflichtige TailwindPlus Lizenz verfügen, so dass das Commitment weitaus stärker ausgeprägt ist als bei Gruppenboards, in denen auch private User unterwegs sind.

#8 Variiere Dein Pindesign und Pinformat

Dein Pindesign sollte Deine Marke widerspiegeln. Deine URL, Dein Logo und Deine Keycolor(s) sollten auf Deinen Pins einen Wiedererkennungswert schaffen. Ich nutze mehrere unterschiedliche Designs bzw. Vorlagen. Pinterest lebt aber auch von Inspiration, daher rate ich, regelmäßig das Design zu ändern, um frischen Wind reinzubringen.

Auch bei den Pinformaten kannst Du variieren. Mit statischen Pins über Giraffenpins, Videopins, Karusselpins und Kollektionspins bis hin zu Storypins kannst Du die Pinterest-Nutzer inspirieren. Mehr Informationen zu den unterschiedlichen Formaten findest Du in meinem Blogbeitrag „Top 7 Pinterest Pin Formate, ihre Maße & Einsatzmöglichkeiten".

#9 Nutze Rich Pins

Rich Pins sind eine Art organischer Pin, die Informationen automatisch zwischen deiner Webseite und deinen Pins synchronisieren.

Du erkennst Rich Pins an den zusätzlichen Informationen über und unter dem Bild im Close-up und am fettgedruckten Titel in deinem Feed.

Es gibt verschiedene Arten von Rich Pins:

- **Artikel-Rich-Pins** kannst du die Überschrift oder den Titel, die Beschreibung und den Autor des Artikels oder Blog-Posts von deiner Webseite hinzufügen.
- **Produkt-Rich-Pins** beinhalten den aktuellen Preis, die Verfügbarkeit und eine Produktbeschreibung direkt im Pin.
- **Rezept-Rich-Pins** kannst du einen Titel, die Portionsgröße, die Zubereitungszeit, Bewertungen, den bevorzugten Ernährungsstil und eine Liste der Zutaten für Rezepte für von deiner Webseite gemerkte Pins hinzufügen.

Wenn auf der ursprünglichen Webseite Änderungen vorgenommen werden, werden Artikel- und Rezept-Rich Pins automatisch aktualisiert.

Bei Produkt-Rich Pins ist das mittlerweile etwas anders. Pinterest zeigt nur dann Informationen zu deinem Produkt-Rich Pin an, wenn Du die Händlerrichtlinien erfüllst und das Produkt vorrätig ist.

Mit Rich Pins hast Du eine zusätzliche Möglichkeit, noch mehr Keywords zu platzieren. Außerdem sind sie auch für das Google Ranking wichtig.

Exkurs

So richtest Du Rich Pins mit Hilfe des Plugins „Yoast SEO“ ein (Kurzanleitung):

1. Installiere das Plugin „Yoast SEO“ über das Backend Deiner WordPress Webseite, falls Du es noch nicht installiert hast, und aktiviere es.
2. Links in der Seitenleiste findest Du den Menüpunkt „SEO“. Dort navigierst Du innerhalb des Untermenüs zum Punkt „Social“.
3. Oben findest Du vier Reiter: Konten, Facebook, Twitter, Pinterest. Dort klickst Du auf „Facebook“.
4. Der oberste Punkt lautet „Open Graph Meta Data“ hinzufügen. Stelle hier sicher, dass diese Funktion aktiviert ist.

Während es früher noch notwendig war, Rich Pins zu validieren, geschieht das mittlerweile automatisch.

#10 Binde eine Pingrafik in Deinen Blogeintrag ein

Pinterest ist keine Einbahnstraße. Es können nicht nur Pins bei Pinterest gepinnt werden. Es ist ebenso möglich, Bilder von Webseiten bei Pinterest zu pinnen. Und da Du sowieso schon Pinterest Marketing betreibst, hast Du die entsprechenden Pingrafiken bereits erstellt und hast keinen Mehraufwand.

Wähle eine Pin-Grafik aus und lade sie in der Mediathek bei WordPress hoch.

Mit dem (DSGVO-konformen) Plugin „Shariff Wrapper“ kannst Du nun ein Bild speziell für Pinterest vorgeben. Der Vorteil ist, dass die Grafik, die Du einbindest, die optimalen Maße für Pinterest aufweist. Wenn jemand Deinen Beitrag bei Pinterest pinnen möchte, hat er genau die von Dir erstellte Pingrafik auf seinem Board direkt von Deiner Webseite gepinnt.

Alternativ kannst Du - für die im Blogbeitrag sichtbare Variante - auch die Pingrafik selbst im Blogbeitrag an der gewünschten Stelle einbauen und mit dem Pin it-Button kombinieren, so dass ein "pin it" auf dem Bild erscheint, wenn der Webseitenbesucher mit der Maus über die Grafik fährt. Leider muss ich darauf hinweisen, dass es viele Pin it-Button-Plugins für WordPress gibt, allerdings wurden viele schon länger nicht mehr aktualisiert. Also gern darauf achten, dass das Plugin mit der aktuellen WordPress Version kompatibel ist ;-)

Fazit

Mit strategischem Pinterest Marketing ist die visuelle Suchmaschine eine echte Traffic Granate. Alle Tipps für organischen Erfolg bei Pinterest im Überblick:

1. Ziel festlegen
2. Nische festlegen
3. SEO-Optimierung des Profils
4. Content mit Mehrwert
5. Neuer Content ist immer besser
6. Tailwind für automatisiertes Pinnen nutzen

7. Mehr Reichweite durch relevante Gruppenboards und Tailwind Tribes
8. Variiere Dein Pindesign und – format
9. Nutze Rich Pins
10. Binde eine Pingrafik in Deinen Blogeintrag ein

Hast Du noch einen ergänzenden Tipp? Ich freue mich auf ihn im Kommentar :-)

MILENA CZOGALLA · Online Business Support
Pinterest
erfolgreich
nutzen
10 Schritte
Leitfaden
..für mehr Erfolg!
www.Milena-Czogalla.com