

MEHR
WEBSEITENBESUCHER
DURCH

Pinterest

b2n-social-media.de





Stefanie Norden

**Pinterest Virtual Assistant und
Social Media Manager
B2N Social Media Services**

stefanie.norden@b2n-social-media.de

[b2n-social-media.de](https://www.b2n-social-media.de)



Pinterest-Mythbuster

~~"Pinterest ist ein
soziales Netzwerk"~~

**Pinterest ist eine
visuelle Suchmaschine**

Pinterest-Mythbuster

~~"Pinterest funktioniert
nur für Fashion, Deko
und DIY"~~

**Machst Du es richtig, kannst Du
mit so gut wie jedem Thema
auf Pinterest erfolgreich sein!**

Pinterest-Mythbuster

~~"Pinterest funktioniert überhaupt nicht"~~

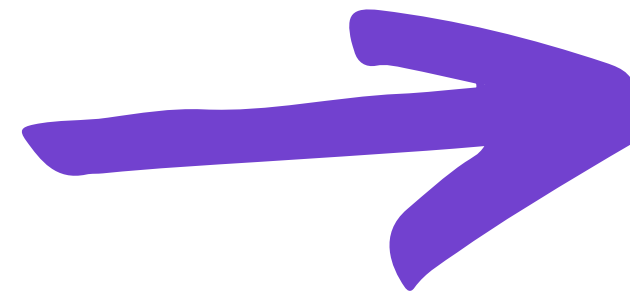
Pinterest zeigt keine Ergebnisse "über Nacht", sondern braucht regelmäßige und strategische Aktivität



Wie funktioniert Pinterest?

b2n-social-media.de

Pin-Grafik + URL + Beschreibung

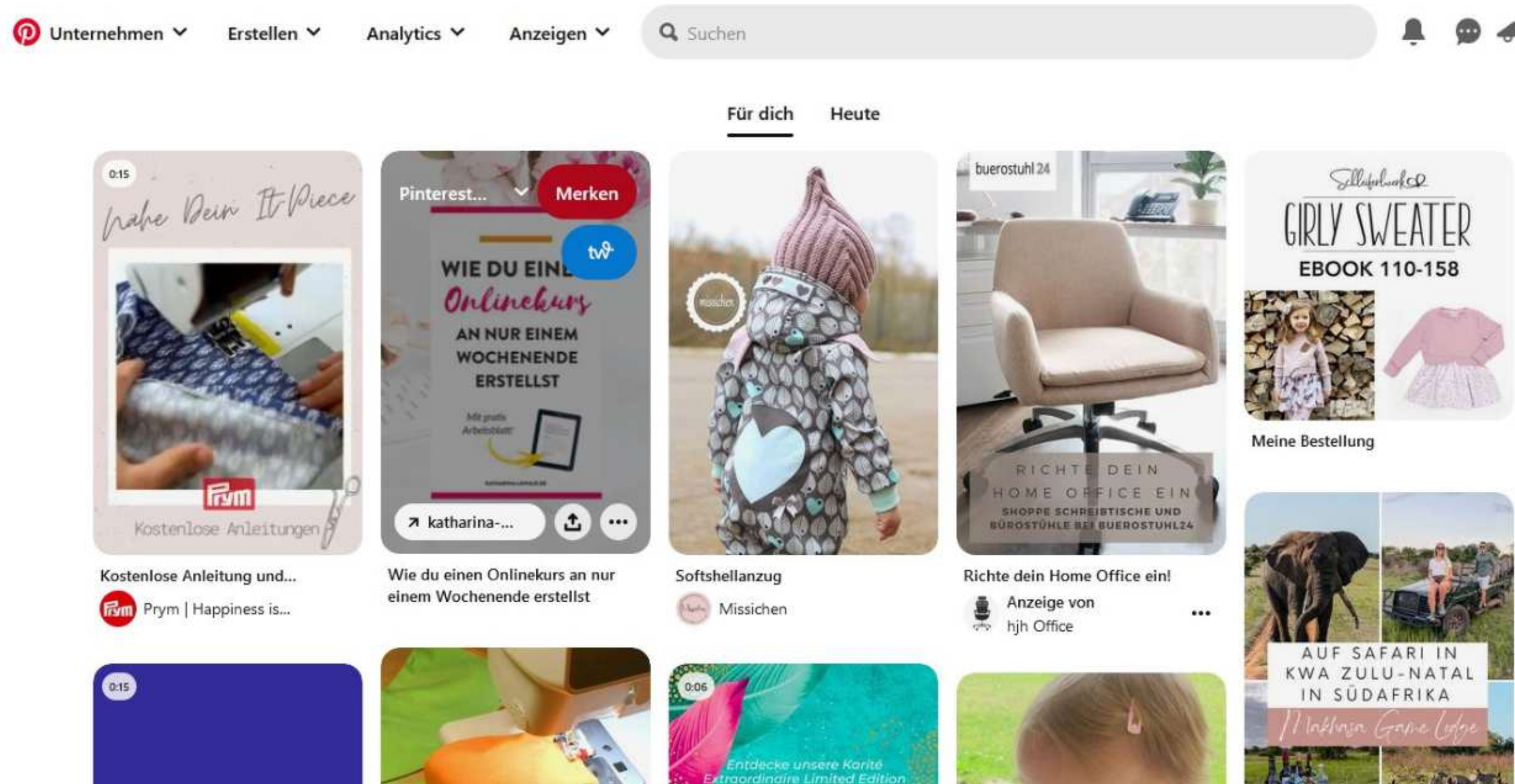


Pinnwand



Pinterest

Nutzer*innen finden Pins über den Feed oder die Suchfunktion





Warum Pinterest?

b2n-social-media.de

Über 16 Mio
deutsch-
sprachige
Nutzer*innen
nutzen
Pinterest
mind.
monatlich

Pinterest ist
weltweit die
zweitgrößte
Besucher-
quelle für
Websites
(nach
Facebook)

Tägliche
Nutzungs-
dauer ist mit
21 Minuten
hoch

Auf Pinterest
veröffent-
lichte Inhalte
wirken
langfristig

Lebenszeit eines Posts

LinkedIn

24 Stunden

Instagram

21 Stunden

Facebook

5 Stunden

Lebenszeit eines Posts

Pinterest

4 Monate



Auf Pinterest starten

b2n-social-media.de



Vor- bereitung

Business-Account

Unverzichtbare Funktionen: Verifizierte Website, Analytics, Pinterest-Ads

Website verifizieren

Erhöht die Seriösität Deines Profils und die Sichtbarkeit Deiner Pins.

Rich Pins

Rich Pins werden auf Pinterest mit mehr Informationen angereichert und attraktiver dargestellt.



Dein Pinterest- Ziel

Was ist Dein Pinterest-Ziel?

Nur ein Ziel, das Du Dir setzt, kannst Du erreichen!

Mögliche Ziele:

- Traffic auf die Webseite erhöhen
- E-Mail-Liste aufbauen
- Verkäufe steigern
- Als Expert*in positionieren



Deine Ziel- gruppe

Wem willst Du helfen?

Welche Merkmale hat Deine Zielgruppe?

Vor welchen Herausforderungen steht sie, die Du mit Deinem Angebot lösen kannst?

Was hat sie bisher davon abgehalten, ihre Probleme zu lösen?

Welche Begriffe verwendet sie, um nach einer Lösung (=Deinem Angebot) zu suchen?



Pinterest SEO

Mit welchen Suchbegriffen sucht Deine Zielgruppe nach Deinem Angebot?

Keywordrecherche:

- auf Pinterest (Auto-Suggest)
- im Google-Keyword-Planer
- auf Webseiten wie ubersuggest.com oder answerthepublic.com



Pinterest SEO

Suchmaschinenoptimierung Deines Pinterest-Profiles

Verwende Keywords in:

- Deinem Profilnamen
- Deiner Profilbeschreibung
- Namen und Beschreibungen Deiner Pinnwände
- Titel und Beschreibungen Deiner Pins



Pin-Design

b2n-social-media.de



Pins erstellen

Wofür kannst Du Pins erstellen?

Wenn es eine eigene URL besitzt, kannst Du dafür Pins erstellen:

- Angebotsseiten
- Blogartikel
- Unterseiten
- Shop- und Produktseiten
- Newsletter-Formulare
- etc.

Achtung: Erstelle keine Pins zur Startseite!



*Die
goldenen
Regeln des
Pin-
Designs*

Alle Elemente auf Klicks ausgerichtet

Alle Elemente Deines Pins sollten klar, eindeutig und auf den Nutzen Deiner Zielgruppe ausgerichtet sein.



Elemente eines Pins

Hintergrundbild

Text-Overlay/Überschrift

Handlungsaufforderung (Call to action)

Dein Logo oder Deine URL



Die goldenen Regeln des Pin-Designs

Alle Elemente auf Klicks ausgerichtet

Alle Elemente Deines Pins sollten klar, eindeutig und auf den Nutzen Deiner Zielgruppe ausgerichtet sein.

Grafische Hierarchie

Stelle grafisch heraus, was Dein Betrachter als erstes, zweites, letztes lesen soll.

und zuletzt das hier

**Das hier
liest Du
zuerst**

**Als Zweites
das hier**

Grafische Hierarchie

Du hast nur wenige Sekunden, um den Blick der Betrachter zu fangen!

Wie sieht der Weg durch Deine Botschaft aus?
Was sollen die Betrachter als erstes, zweites, drittes sehen?

Wie kannst Du sicherstellen, dass die Betrachter auf diesem Weg bleiben?



Die goldenen Regeln des Pin-Designs

Alle Elemente auf Klicks ausgerichtet

Alle Elemente Deines Pins sollten klar, eindeutig und auf den Nutzen Deiner Zielgruppe ausgerichtet sein.

Grafische Hierarchie

Stelle grafisch heraus, was Dein Betrachter als erstes, zweites, letztes lesen soll.

Branding

Stelle sicher, dass Dein Pin die Handschrift Deiner Marke trägt und so aus der Masse herausragt.



Die goldenen Regeln des Pin-Designs

Hochwertiges Bildmaterial

Vermeide verpixeltes, generisches oder schon tausendmal verwendetes Bildmaterial als Hintergrundbild.

Lesbarkeit - auch mobil

Achte darauf, dass Dein Pin auch auf mobilen Geräten gut lesbar ist - sonst klickt der Betrachter nicht!



Zeitspar- tipps

Design-Tool nutzen

Empfehlung: Canva

Pin-Vorlagen nutzen

Mehrere Design-Vorlagen erstellen oder kaufen und für das jeweilige Produkt/Thema anpassen

Mehrere Pins pro Produkt/Thema

Unterschiedliche Vorlagen, Bilder, Überschriften und Beschreibungen testen



Zusammengefasst: Die wichtigsten Tipps

b2n-social-media.de



***Pinnen nach
den aktuellen
Empfehlungen***

Regelmäßig pinnen

Qualität vor Quantität, Regelmäßigkeit vor genauer Pin-Anzahl

Jede URL nur einmal täglich

Pinnst Du mehrere Pins für eine URL, poste nur einen dieser Pins pro Tag.

Erfolgsmessung

Erfolgreichste Pins identifizieren und Strategie optimieren

Tooltipp: Tailwind

Für professionelles, regelmäßiges Pinnen und Einhaltung der aktuellen Empfehlungen

Strategie aktuell halten

Aktuelle Empfehlungen verfolgen



Denke aus Kundensicht

Wie hilfst Du Deinen Kunden?

Gestalte ansprechende Pins

Begehrlichkeiten wecken, zum Klicken anregen, Deine Marke widerspiegeln

Recherchiere Keywords

Optimiere Deinen Account und Deine Pins aus SEO-Gesichtspunkten

Hab einen langen Atem

Pinterest wirkt langfristig und dauerhaft