Twitter-Tipps für Shopbetreiber



Vor einem Jahr hatten wir hier im Shopbetreiber-Blog einige Tipps für den erfolgreichen Einsatz von Twitter als Marketing-Tool zusammengestellt. Diese Tipps haben wir jetzt um einige Punkte erweitert und dabei neue Erkenntnisse einbezogen.

Lesen Sie hier neue Tipps für die erfolgreiche Nutzung von Twitter.

Durch Twitter steht Online-Händlern ein Kommunikationskanal zur Verfügung, über den Informationen in Echtzeit verbreitet werden können. Für den Einsatz im Marketing gibt es einige Besonderheiten zu beachten, will man nicht alle seine Follower durch platte Reklame vergraulen.

Ein ansprechendes Twitter-Profil

Wie in jedem Online-Shop auch ist das Profil auf Twitter das Schaufenster. Hier ist Professionalität bei der Gestaltung selbstverständlich. Es beginnt beim Profilbild, das idealerweise das Shop-Logo enthält. Um den Widererkennungseffekt der eigene Marke zu steigern, sollte auch Ihr Twitterhintergrund ansprechend gestaltet sein. Wichtig ist, dass Sie die Coroprate Identity Ihres Unternehmens auch in die Seitengestaltung einfließen lassen.

Follower finden

Follower finden Sie, nicht Sie die Follower. Je aktiver Sie Twitter nutzen, desto mehr Follower werden auf das Profil aufmerksam. Zu vermeiden sind allerdings platte Werbebotschaften, denn die Akzeptanz werblicher Inhalte ist nach Studienergebnissen in den sozialen Medien immer noch geringer als im klassischen Web. Begeistern Sie Ihre Follower lieber durch gute Inhalte.

Content is King

In der Vergangenheit sind plumpe Link-Streams zu den neusten Angeboten eines Shops bei den Followern eher negativ aufgefallen. Setzen Sie daher Tweets mit Inhalten ab, die man nicht bereits auf Ihrer Website findet. Bieten Sie Ihren Followern auch einmal einen kleinen Einblick in die Prozesse Ihres Unternehmens. Oder verbreiten Sie Profitipps zu Ihren Produkten. Nutzen Sie Ihr Fachwissen aus, um bei Twitter Kompetenz auszustrahlen. Unterhaltsam und gern retweetet sind auch witzige Geschichten aus Ihrem Shop-Alltag, wie beispielsweise: „Kunde hat die Website ausgedruckt, die gewünschten Produkte eingekreist und uns als Fax zurück gesendet“. Bieten Sie inhaltlichen Mehrwert gegenüber Ihres Online-Shops, sonst lohnt sich das Followen nicht.

Der Tellerrand

Posten Sie nicht nur ausschließlich Links zur Ihrem Shop, sondern lassen Sie Ihre Follower auch einmal über den Tellerrand schauen. Pressemitteilung oder Produktvorstellungen sind nicht nur für Sie, sondern vielleicht auch für Ihre Kunden interessant. Denken Sie auch mal darüber nach, Ihre Partner zu retweeten.

Verlinken Sie Ihr Twitter-Profil

Zeigen Sie Ihren Shop-Besuchern, dass Sie Twittern. Am besten weisen Sie bereits auf Ihrer Startseite oder auch am Ende des Bestellprozesses darauf hin. Weitere geeignete Plätze sind Ihre e-Mail-Signatur oder Ihr Xing-Profil.

Twitter-Rabatte

Ein exklusiver Rabatt für Ihre Follower: Posten Sie doch einmal einen Gutschein- oder Rabatt-Code. Diese Tweets haben das Potenzial „Buzz“ für Ihr Twitter-Profil zu erzeugen. Sie erzeugen viele Retweets und neue Follower. Bedingt durch die Mechanismen der sozialen Medien bleiben solche Angebote natürlich nicht auf Twitter beschränkt. So mancher Ihrer Follower wird Ihr Angebot vielleicht auch über Facebook oder ein anderes Social Network im Web verteilen. Aber genau das ist auch Ihr Ziel: Reichweiten erzeugen und dabei auf das Empfehlungspotenzial der Follower setzen.

Melden Sie sich in unserer Twitter-Liste an

Hunderte Shopbetreiber sind bereits auf unserer Twitter-Liste eingetragen. Folgen Sie uns um auch in die Liste zu gelangen und somit die Reichweite Ihrer Tweets zu erhöhen.