

So schreiben Sie einen „Power-Tweet“: 5 wesentliche Bausteine

✘ „Successful social media doesn't begin with the conversation. It begins with the path from introduction to conversion.“ Der Satz ist ein Zitat aus dem Blog von Debra Ellis, einer US-Beraterin mit langjährigem Knowhow im Versandhandel und dem Einsatz von Social Media.

Ein Satz, der wahrer nicht sein könnte.

Mein Tipp in dieser Woche ist Debras aktuellem Blogpost „Anatomy of a Power Tweet“ entnommen – ich kann nur jedem empfehlen, ihre regelmäßigen Tipps zu abonnieren. Debra versteht es wie kaum ein zweiter, Social Media und Direktmarketing zusammenzubringen.

Was ist ein „Power Tweet“? Ein Power Tweet ist ein Twitter-Post, der gezielt Traffic auf die Seite bringt und außerdem für die Suchmaschinen geschrieben ist. Caveat: Ihre Twitter-Strategie darf nicht nur aus solchen Tweets bestehen, wie ich vor zwei Wochen geschrieben habe. Aber er braucht auch solche, gut testbaren Tweets mit Links zu Artikeln/Produkten.

Debra Ellis nennt fünf Bausteine:

Der **Text** des Power-Tweets ist nach besten Copywriter-Regeln konzipiert: Kein plattes Werbe-Blabla, sondern ein Teaser, der Interesse weckt. UND: Er muss Keywords enthalten, die für Suchmaschinen relevant sind.

Die **Länge** des Power-Tweets sollte 120 Zeichen nicht überschreiten. Dann können die Nutzer ihn leicht „RT“en, auch mit einem kurzen Kommentar, ohne dass der Link völlig gekappt wird.

Google zeigt auch Tweets an, aber schneidet sie nach rund 75 Zeichen ab. Keywords müssen also weiter vorne im Kommentar stehen.

Ein kurzer **Link** ist wichtig, um Traffic und Conversion und damit ROI zu erreichen. Die Links können „Vanity-Links“ sein – also selbst schon zum Branding beitragen, oder über URL-Shortener gebaut sein. Debras „Vanity-Link“ ist „sm4dm“ – „Social Media for Direct Marketers“. Wichtig ist in jedem Fall, dass sie jeden Link einzeln tracken können.

Wiederholen Sie Tweets – mit individueller Tracking-Information – mehrmals am Tag. Debra hat bis zu sechs Wiederholungen getestet, aber derzeit erzielt sie mit drei bis vier Posts die beste Ausschöpfung.

Hier der Link zu Debra Ellis Blog.

Über den Autor:

✘ Martin Groß-Albenhausen ist Chefredakteur und Herausgeber des renommierten Branchenmagazins „Der Versandhausberater“ und einer der führenden Experten für Versandhandel, Direktmarketing und e-Commerce. Der Versandhausberater informiert seit 1961 Woche für Woche über aktuelle Trends und Entwicklungen im Versandhandel in Deutschland. **Mehr Informationen** finden Sie hier.