

Pinterest für Shopbetreiber: 9 Einsteiger-Tipps für den Einsatz als Marketing-Tool

✘ Wie können Shopbetreiber eigentlich das soziale Netzwerk Pinterest in ihren Marketing-Mix einbinden und als Werbekanal nutzen? Die folgenden Tipps vermitteln die Grundlage, um Pinterest als Marketing-Tool zu testen.

Es soll ja tatsächlich Marktteilnehmer im Online-Handel geben, für die Pinterest und Co. das ganz große Marketing-Ding mit immensem Trendpotenzial ist. Bislang fristen diese Marketing-Kanäle jedoch ein eher bescheidenes Dasein, vergleicht man das investierte Budget mit dem für E-Mail-Marketing oder SEO/SEA.

Das ist jedoch kein Grund, Pinterest nicht zumindest als Marketing-Tool zu testen und rauszufinden, ob es sich lohnt. Marketingblogger [Stephan Lamprecht](#) hat die Grundlagen des Pinterest-Marketings zusammengestellt:

1. Business-Account: Um auf den vollen Funktionsumfang von Pinterest zugreifen, brauchen Sie in jedem Fall einen [Business-Account](#).

2. Pin-it-Button: Der Pin it-Button ist wichtig, um auf Pinterest Reichweite zu erzielen. Er wird den digitalen Seiten hinzugefügt (Desktop, Mobil, Apps). Die Pins linken zudem zur Domain des Shops zurück, so dass Sie wertvollen Referral-Traffic generieren.

3. Produkt-Pins: Sie zählen zur Gruppe der Rich-Pins und enthalten Echtzeit-Preisangaben und Informationen zur Verfügbarkeit der beworbenen Produkte. Und natürlich ist dort auch ein Link auf Ihren Shop hinterlegt.

4. Auffallende Pins: Um in dem Bilderstrom von Pinterest nicht ungesehen unterzugehen, ist eine sehr gute Bildqualität entscheidend. Da alle Pins in der Breite identisch sind, aber in der Höhe variieren, empfiehlt Stephan Lamprecht folgende Maße: 736 x 1102 Pixeln.

5. Populäre Kategorien nutzen: Auch Pinterest verfügt über eine große Menge an Themenwelten, die unterschiedlich häufig von den Nutzern besucht werden.

6. Regelmäßig posten: Nur wer beständig neuen und wertvollen Content für seine Zielgruppen streut, hat in den sozialen Medien eine Chance wahrgenommen zu werden. „Jede Stunde wenigstens ein Bild ist nicht zu viel“, rät Lamprecht.

7. SEO: Auch bei Pinterest sollten die Grundlagen des SEO beachtet werden. Das Keyword kann in den Bildtitel und die Bildbeschreibung eingetragen werden.

8. Interaktion: Motivieren Sie Ihre Zielgruppe zur Interaktion und informieren Sie immer wieder, dass sich auch auf Pinterest aktiv sind.

9. Social-Media-Verknüpfungen: Natürlich können Sie auch Pinterest mit anderen sozialen Netzwerken verknüpfen. So können beispielsweise Ihre Pins automatisch bei Twitter oder Facebook gespielt werden.