Richte deine Twitter Strategie ein

1. Markenposition stärken

Mache dir den Zweck deiner Marke bewusst und definiere den Mehrwert, den du Kunden täglich durch deine Produkte und Services bietest. Lass diesen Mehrwert in deine Inhaltsstrategie einfließen, damit du die Zielgruppe noch besser erreichst.

2. Markensprache & Ästhetik definieren

Überlege dir, welche Eigenschaften zu deiner Marke passen. Ist sie inspirierend, lustig oder verspielt? Denke darüber nach, wie sich der Markencharakter in der Wortwahl widerspiegeln kann. Stelle zentrale Wörter und Ausdrücke zusammen, die du durchgehend und einheitlich verwenden kannst.

3. Inhaltssäulen definieren

Definiere 3 bis 5 strategische Bereiche oder Themen, um deine Inhalte zu strukturieren. Organisiere Ideen und Materialien anhand dieser Säulen.

4. Relevante Moments ausarbeiten

Twitter bietet vielfältige Möglichkeiten, um Marken in relevanten Moments mit Kunden zu verbinden. Gehe über deine Tentpoles und Marken-Moments hinaus und ermittle persönliche Moments und größere kulturelle Events, die sich deine Marke authentisch zu Nutzen machen kann.

5. Inhalt auf klare Marketingziele ausrichten

Die erfolgreichsten Marken auf unserer Plattform erstellen Inhalte, die entgegen den Unternehmenszielen des Funnels gehen. Hab ein klares Ziel vor Augen und richte Creative-Inhalte danach aus.

6. Visuelle Anreize setzen

Es hat sich viel getan seit den Zeiten mit 140 Zeichen. Mittlerweile stechen Rich-Media-Tweets andere Tweets ohne diese Inhalte aus. Nutze das komplette Spektrum an Creative-Formaten und lass Nutzer auf ihren Timelines innehalten.

7. Kurz und knapp

Je kürzer desto besser. Tweets mit unter 100 Zeichen zeigen eine erheblich höhere Interaktion als solche mit über 100 Zeichen. Fasse dich daher kurz, vor allem bei Rich-Media-Tweets.

8. Der Feed zuerst

Richte dich nach dem Feed aus und erstelle Ressourcen bzw. passe sie an, um Wirkung auf der Twitter Timeline zu erzielen. Halte dich kurz und knapp und erziele die Wirkung bereits früh.

9. Hashtags effizient verwenden

Achte auf einheitliche Marken- oder Kampagnen-Hashtags, damit deine Inhalte gefunden werden. Nutze und achte auf Hashtags zu kulturellen Ereignissen, um Trends aufzugreifen, oder beteilige dich an wiederkehrenden Unterhaltungen wie unter #motivationmonday.

10. Unterhaltsam sein

Nutzer wollen auf Twitter direkten Zugriff auf Marken bekommen. Reagiere auf deine Zielgruppe und nutze die packenden Tools, um selbst Unterhaltungen zu beginnen.