

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)



Hinweis: Weitere kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Twitter-Marketing

Twitter ist ein Internetdienst und kann als sogenannter **Microblogging** Dienst den sozialen Netzwerke zugeordnet werden. Dabei können die Nutzer **Kurzmeldungen** mit einer maximalen Länge von **140 Zeichen** veröffentlichen. Twitter gibt es bereits seit März 2006 und steht in 28 Sprachen zur Verfügung.

Nutzer können entweder **Nachrichten konsumieren**, eigene Nachrichten (**Tweets**) schreiben und anderen **Nutzern folgen**. In den Tweets können auch Fotos und Videos einbezogen werden.

Bei vielen Tweets werden auch **weiterführende Links** eingefügt, die zumeist gekürzt werden, z.B. mit TinyURL (tinyurl.com) oder bitly (bitly.com). Dabei kommt die sogenannte **Pull-Strategie** zum Einsatz, das heißt, der Nutzer entscheidet selbst, wem er folgt.



einige spezifische Begriffe:

- **Follower**: ein Follower ist entweder ein Abonnent der Tweets oder es wird auch die gesamte Leserschaft damit bezeichnet

- **Hashtag**: englische Bezeichnung für das #-Zeichen. Damit wird bei Twitter ein Schlagwort markiert

- **ReTweet (RT)**: Damit wird der Tweet eines anderen weitergeleitet

- **Timeline (TL)**: bezeichnet die chronologische Liste der Tweets von Twitterern

- **Trending Topics**: zeigt bei Twitter beliebte Themen an

- **Tweet (auch Update genannt)**: bezeichnet die Beiträge mit einer maximalen Länge von 140 Zeichen

- **Twitterer**: Damit sind die Autoren der Beiträge gemeint

- **Twittern**: Bezeichnet das Schreiben von Kurznachrichten (Tweets)

Auch **Direktnachrichten** an einen bestimmten Follower können versendet werden. Über eine **Suchfunktion** (Twitter-Suche) können Tweets oder andere Nutzer, denen man folgen kann, gesucht werden. Dann gibt es auch eine Reihe von **Zusatztools**, wie zum Beispiel **TweetDeck** (<http://www.tweetdeck.com>) ... zur Vernetzung mit andern Netzwerken) oder **Buffer** (<http://www.bufferapp.com>) ... automatisch über den Tag verteiltes ausliefern von Tweets).

Twitter für Unternehmen:

Twitter kann nicht für **private Zwecke**, sondern auch als **Kommunikationskanal**

Twitter für Unternehmen

Hinweis: Weitere kostenlose
Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Wichtige Tipps

Werbung schalten

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

für Unternehmen verwendet werden (**Corporate Twitter**). Dabei sollte allerdings eine **zielführende Strategie** verfolgt werden. Vor allem für die Verbesserung des **Markenimages** oder der Verbreitung von **PR-Meldungen** kann Twitter wertvolle Unterstützung bieten.

Twitter ermöglicht dabei:

- **Dialogaufbau** und den Aufbau von direkten **Kundenbeziehungen**
- ermöglicht **Feedbacks** von Followern zur Angebotsoptimierung
- **Kunden-Support**
- **Informationskanal** (z.B. für Produktvorstellungen, Events, usw.)
- Aufbau und Pflege eines **Markenimages**
- **schnelle Verbreitung** von Inhalten

wichtige Tipps:

- **Tweets sollten informativ und unterhaltsam** sein. Dabei sollten Sie freundlich auftreten und das Antworten sollte möglichst rasch durchgeführt werden.
- **authentisches und emotionales Auftreten:** Damit können enge Beziehungen zu möglichen Kunden entstehen. Dabei ist aber auch das richtige Verhältnis an Nähe und ein gewisses Maß an Distanz sinnvoll.
- **Aktuell bleiben:** Beobachten Sie auch Tweets, Meinungen und Kommentare zu Ihnen oder Ihrem Unternehmen, sowie auch zu Ihren Konkurrenten. Außerdem ist regelmäßiges Tweeten wichtig, dabei aber auch nicht jede Kleinigkeit senden, sondern nur jene Inhalte mit einem Mehrwert.

- **Zielgruppenspezifisch:** Die Tweets sollten an Ihre Zielgruppe ausgerichtet sein und einen weiterführenden Link enthalten.

- **Hashtags verwenden:** Damit steigern Sie die Wahrscheinlichkeit weitere Followers zu gewinnen.

- **Call-to-Action:** binden Sie ein klare Handlungsaufforderung ein, z.B. zum ReTweeten, Interaktion, usw.

- **Profil mit Mehrwert:** das Profil sollte informativ gestaltet sein und den Markenauftritt unterstützen.

Werbung schalten:

Dabei gibt es die sogenannten **Promoted Products**, das sind

- **Promoted Tweets:** damit können sich Advertiser an Nutzer wenden, die noch keine Follower sind, dabei können Keywords festgelegt werden, bei denen die bezahlten Kurznachrichten erscheinen
- **Promoted Accounts:** dabei können Werbetreibende Themenfelder anzeigen
- **Promoted Trends:** damit können sich Advertiser in die Liste "who to follow" einkaufen und so neue Follower aus der entsprechenden Zielgruppe gewinnen

FAZIT:

nicht nur in Bezug auf die **Verbreitung** von Inhalten, der Verbesserung bzw. Aufbau des **Markenimages**, sondern immer mehr auch bezüglich **Suchmaschinenoptimierung** kann sich Twitter-Marketing positiv auswirken

SCHÖNBERG
Softwareentwicklung



<http://schoenberg.company>