

Schritt 3: Conversion

Hilf Käufern über die Ziellinie

Wenn eine Zielgruppe deine Marke kennt und sich mit ihr beschäftigt, ist es an der Zeit, sie mit taktischen Mitteln zum Kauf zu bewegen.

Twitter bietet vielfältige Kampagnenziele, Anzeigenformate und Targeting-Funktionen, die dich dabei unterstützen, an deinem Unternehmen interessierte Nutzer vom Erwerb deines Produkts oder Services zu überzeugen.

Twitter Ads-Kampagnen für mehr Umsatz:

Erneute App-Interaktionen

Kampagnen für erneute App-Interaktionen richten sich an deine bestehenden Nutzer und sollen Conversions und Treue steigern.

Website-Klicks

Kampagnen für Website-Klicks sind darauf optimiert, den Traffic zu erhöhen und Conversions auf deiner Website aus Tweets zu generieren, die auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet sind.

Profi-Tipps:

Vermittle ein Gefühl von Dringlichkeit

Warum sollen Nutzer deine Website gerade jetzt besuchen? Gilt dein Angebot nur für eine begrenzte Zeit? Nenne Nutzern einen Grund, sofort zu handeln – denn Twitter passiert in Echtzeit.

Nutze Website-Tags

Website-Tags messen, wie viele Conversions es auf deiner Website gab, nachdem Nutzer einen Tweet gesehen oder darauf reagiert haben.

Setze Website Cards ein

Gesponserte Tweets mit Website Cards haben 43 % höhere Interaktionsraten als Tweets mit Links.

Interne Daten von Twitter.

53 % der Menschen auf Twitter sind wahrscheinlich unter den ersten, die ein neues Produkt kaufen

Kantar News, „Discovery & Influence on Twitter“, Global, 2017

Tweet-Inspiration

Das Unternehmen für Essenslieferungen Daily Harvest präsentiert sein Produkt mit einer Video Website Card und generiert so Traffic auf seiner Landing Page.



Daily Harvest
@DlyHarvest



Skip the shopping, chopping, and prepping and stock your freezer with delicious, good-for-you food built on organic fruits and vegetables. Delivered & ready in minutes.

- ✓ \$25 OFF your first order
- ✓ Plant-based
- ✓ Dairy-free & gluten-free



Stock Your Freezer With Clean Food
daily-harvest.com